

4.5 DE CADA 10 MEXICANOS VIERON **LAS TRANSMISIONES DE TV** **SOBRE LA VISITA DEL PAPA FRANCISCO** A MÉXICO

- *Mujeres las que más vieron las transmisiones.*
- *Los high viewers vieron en promedio 12.5 horas de transmisiones en televisión*

Ciudad de México, a 18 de febrero de 2016.- De acuerdo a la medición realizada por Nielsen IBOPE a partir de Television Audience Measurement (TAM), herramienta que ofrece información imprescindible sobre *ratings*, alcance, frecuencia y composición de audiencias de canales de televisión abierta y pagada, la cobertura en televisión en canales nacionales durante los seis días de la visita del Papa Francisco a nuestro país alcanzó a 53.5 millones de personas. En 2012, la visita de Benedicto XVI fue vista por 49 millones de mexicanos.

El sábado 13 fue el día que registró más personas visualizando las transmisiones, sin embargo entre lunes y miércoles, 12 millones de personas adicionales al fin de semana, sintonizaron la televisión.

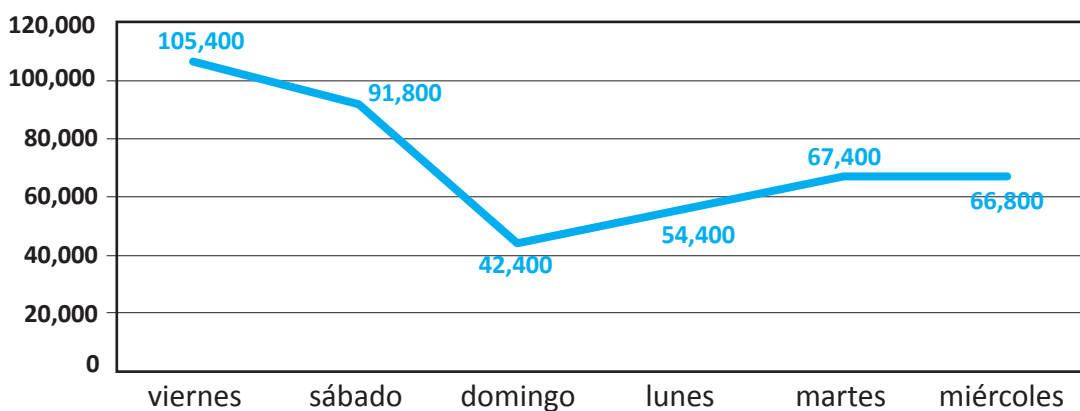
En cuanto al perfil del televidente mexicano, el análisis de Nielsen IBOPE señala que las mujeres fue el género que dominó en la audiencia y en particular personas mayores a 45 años. Por su parte, el perfil demográfico del *high viewer*, derivado del 10% de las personas que más tiempo vio los contenidos en TV, en promedio 12.5 horas, 6 de cada 10 son mujeres y 67% mayores de 45 años.

De las transmisiones de ayer, el momento de mayor audiencia fue a las 20:16, justo antes de que el avión del Santo Padre despegara. Contemplando el conjunto de la audiencia de los canales 5 y 13, en este momento hubo cerca de 6 millones de espectadores pendientes de dicha despedida.

Por otro lado, de acuerdo a datos de NTTR (Nielsen Twitter TV Ratings), los *tweets* relacionados a las transmisiones televisivas generaron más de 10 millones de impactos diarios en la audiencia de Twitter.

En total, se generaron más de 428 mil *tweets* relacionados con las transmisiones de la cobertura especial sobre la visita del Papa Francisco.

TWEETS POR DÍA



NOTA METODOLÓGICA

Los datos de Television Audience Measurement (TAM) fueron obtenidos a través del sistema de medición de audiencias de Nielsen IBOPE, que mide el rating electrónicamente las 24 horas del día los 365 días del año, mediante el uso de people meters instalados en una muestra representativa de hogares en 28 ciudades del país. Cabe subrayar que los datos están extrapolados al Total Nacional Urbano, no incluye restaurantes ni bares ni otros sitios de entretenimiento donde también se vio el evento.

ACERCA DE NIELSEN

Nielsen N.V. (NYSE: NLSN) es una compañía global que proporciona una comprensión de lo que los consumidores ven (Watch) y compran (Buy). El segmento de Watch de Nielsen ofrece a los clientes de medios y publicidad, servicios de medición de audiencia Total Audience en todos los dispositivos en los que el contenido –vídeo, audio y texto- se consume. El segmento de Buy ofrece, a los fabricantes y los minoristas de bienes de consumo, la visión global de la industria del desempeño minorista. Mediante la integración de la información de los segmentos Watch y Buy, y otras fuentes de datos, Nielsen ofrece a sus clientes una medición de calidad mundial y análisis que ayudan a mejorar su desempeño. Nielsen, una compañía S&P 500, tiene operaciones en más de 100 países que cubren 90% de la población mundial. Para más información, visite www.nielsen.com

ACERCA DE NIELSEN IBOPE

Nielsen IBOPE (IBOPE AGB México, S.A. de C.V.) es una compañía líder en medición de audiencia de medios en México. Es el resultado de la fusión de Nielsen, la compañía que proporciona comprensión de lo que ven y compran los consumidores, con operación en más de 100 países; y el grupo IBOPE Media, líder en la medición de las audiencias y los consumidores en 13 países de Latinoamérica. Nielsen IBOPE estudia el comportamiento de los televidentes y radioescuchas, usuarios de Internet y la publicidad out of home, así como los hábitos del consumidor y estilos de vida de los mexicanos en las principales ciudades del país. Para más información, visite <https://www.nielsenibope.com.mx/>

Para mayor información a medios:

César Tapia, Nielsen IBOPE, cesar.tapia@nielsenibope.com o al teléfono (55) 5999 9999.