



País	México
Inicio	3 de marzo de 2002
Final	16 de junio de 2002
Productor	Televisa/Endemol
Canal	2/5

Big Brother, sin duda, el fenómeno

Big Brother el inicio logró 24.3 puntos de rating promedio en hogares a nivel nacional, el pasado domingo 3 de marzo. La primera transmisión del programa más polémico del mundo incrementó casi 90 por ciento la audiencia en Canal 2, respecto al promedio del horario en el 2001.

El punto más alto de rating se registró a las 21:04 hs. con 32.5 puntos y un share promedio de 45.5 puntos.

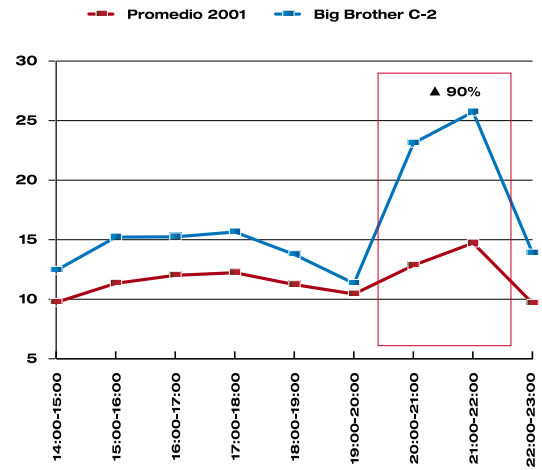
Big Brother incrementó el número de televisores encendidos en dicho horario, 8 puntos respecto al promedio en estas horas.

Casi medio México vio el inicio de Big Brother y lo sigue haciendo. Big Brother es visto por casi todos los grupos demográficos: los jóvenes, las amas de casa, las mujeres de 30 a 44 y hombres también.

El pasado miércoles 3 de abril, la expulsión, en Canal 5, registró 32 puntos de rating y los encendidos más altos del año (58 vs. 68) con un incremento de 10 puntos.

Big Brother llegó a México para hacerla y hacerla ¡en grande!.

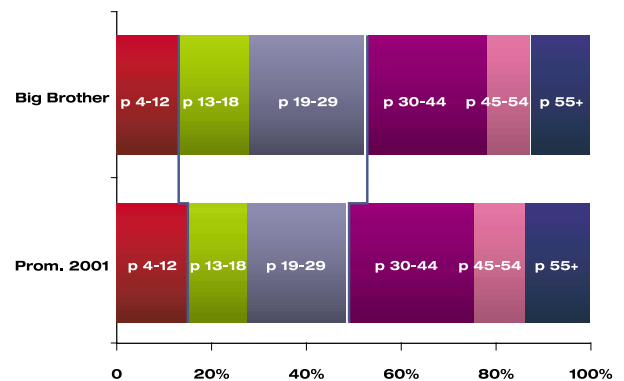
Big Brother: kick off Kick off vs. promedio domingos 2001



Fuente: IBOPE/AGB México: Rating hogares domingo 3 de marzo de 2002

Big Brother: kick off Composición de audiencia: Edad

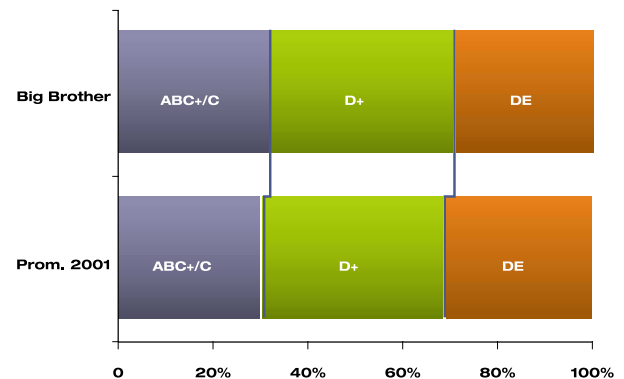
Domingo 3 de marzo 2002 20:00-22:00 hs.



Fuente: IBOPE/AGB México: Domingos ene.-dic. 01 vs. domingo 3-mar-02

Big Brother: kick off Composición de audiencia: NSE

Domingo 3 de marzo 2002 20:00-22:00 hs.



Fuente: IBOPE/AGB México: Domingos ene.-dic. 01 vs. domingo 3-mar-02

Big Brother alcanza altos niveles de rating

El pasado miércoles 3 de abril, Big Brother inició con un rating superior a los 20 puntos. A lo largo del programa el rating fue incrementando, hasta llegar a la asombrosa cifra de 32 puntos.

Big Brother en vivo, prácticamente fue visto por la mitad del país (share 51.23%) y cada vez es más visto por los mexicanos.

La audiencia en su mayoría está conformada por mujeres que van desde los 13 hasta los 54 años, de nivel socioeconómico alto y medio alto. Big Brother es un programa sumamente atractivo para los anunciantes que requieren audiencias de un alto nivel adquisitivo. Algunas de las características de estas audiencias son:

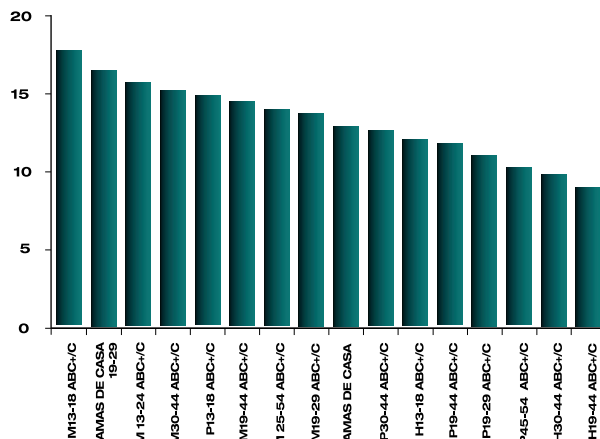
- La mayoría cuenta con teléfono celular activado por tarjeta
- Cuenta con automóvil propio, de modelo reciente como: Volkswagen, Ford, General Motors, Nissan y Chrysler
- Son usuarios de Internet: correo electrónico y búsqueda de información
- Acostumbran hacer viajes de negocios aproximadamente 10 veces por año y en su mayoría no tienen preferencia por ninguna línea aérea
- Tienen cuenta de ahorro, crédito y cheques

Fuente: BIMS/EGM: mujeres 13-54 ABC+/C ene.-dic. 01

Conforme el ambiente se va calentando y la gente envolviendo con la historia, las audiencias se irán incrementando día a día. Big Brother el fenómeno, Big Brother el relato y Big Brother en vivo, son una excelente oportunidad para anunciar sus marcas y productos, debido a los altos niveles de rating.

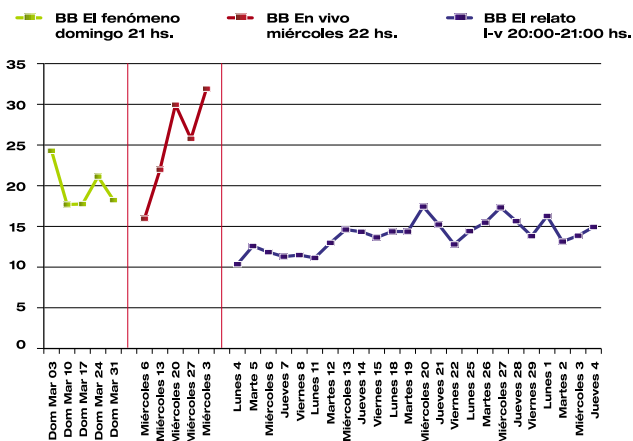
Big Brother es la alternativa comercial de mayor impacto, actualmente para gran cantidad de productos y diferentes públicos.

Big Brother en vivo Principales targets (top 15)



Fuente: IBOPE/AGB México: Canal 5 rating promedio, miércoles en vivo

Big Brother Rating promedio hogares



Fuente: IBOPE/AGB México: Canal 2/5 rating promedio hogares

