

## Televisa abarcando todos los mercados

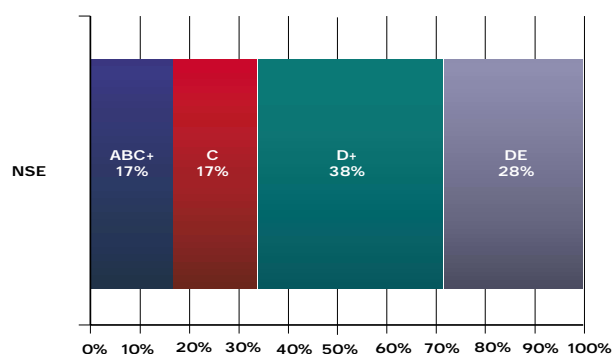
Los niveles bajos tienen un valor muy importante en las ventas de una gran cantidad de productos.

Actualmente todo el país cuenta con más de 100 millones de mexicanos, con un porcentaje mayor de mujeres que de hombres. En México, un hogar está constituido por cinco personas: dos adultos y tres menores, y más del 50% de la población son de nivel socioeconómico medio bajo y bajo.

La Encuesta nacional del ingreso y gasto de los hogares (ENIGH) revela:

- En todas las categorías de productos se observa un importante incremento absoluto en el dinero gastado al aumentar las percepciones. Sin embargo, las familias de ingresos bajos destinan un porcentaje mayor de su ingreso al gasto destinado a las categorías de alimentos.
- El porcentaje del gasto total destinado a vivienda, servicios públicos y mantenimiento de la casa permanece bastante constante en los grupos de ingresos medianos y altos ante una variación de los ingresos.
- El porcentaje de los gastos totales destinados al transporte, entre ellos la compra de automóviles, tiende a crecer al aumentar las percepciones de los grupos de ingresos bajos y medianos.
- En los grupos de mayor ingreso se gasta en seguros y pensiones, a diferencia de los niveles de menor ingreso, ya que éstos destinan un porcentaje similar a la atención médica.

PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA



Fuente: Ibope/AGB México: HH total nacional ene.-dic. 01 lunes a domingo de 6:00 a 24:00 hs.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO POR NSE

Categorías	ABC+	C+	D	DE	TOTAL %
ALIMENTOS Y BEBIDAS CONSUMIDAS DENTRO Y FUERA DEL HOGAR Y TABACO	20.5	27.5	29.2	22.9	100
CEREALES	12.1	24.8	31.6	31.6	100
LECHE Y SUS DERIVADOS	20.4	29.4	30.3	19.8	100
HUEVO	10.2	22.4	31.2	36.2	100
CAFÉ, TÉ Y CHOCOLATE	18.9	22.6	29.3	29.2	100
BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y NO ALCOHÓLICAS	20.7	29.2	30.4	19.7	100
ARTÍCULOS Y SERVICIOS PARA LA LIMPIEZA Y CUIDADOS DE LA CASA, ENSERES DOMÉSTICOS, MUEBLES, CRISTALERÍA, UTENSILIOS DOMÉSTICOS Y BLANCOS	36.8	26.9	22.0	14.4	100
ARTÍCULOS Y SERVICIOS PARA LA LIMPIEZA Y CUIDADOS DE LA CASA	39.4	24.1	20.7	15.8	100
CUIDADOS MÉDICOS Y CONSERVACIÓN DE LA SALUD	34.6	25.8	23.6	16.0	100
MEDICAMENTOS SIN RECETA	30.8	27.3	23.8	18.2	100
ARTÍCULOS Y SERVICIOS PARA EL CUIDADO PERSONAL, ACCESORIOS Y EFECTOS PERSONALES	40.2	27.0	20.8	12.0	100
ARTÍCULOS Y SERVICIOS PARA EL CUIDADO PERSONAL	23.7	29.8	29.8	28.7	100

Fuente: ENIGH México 2001, datos en miles de personas ene.-dic. 2001

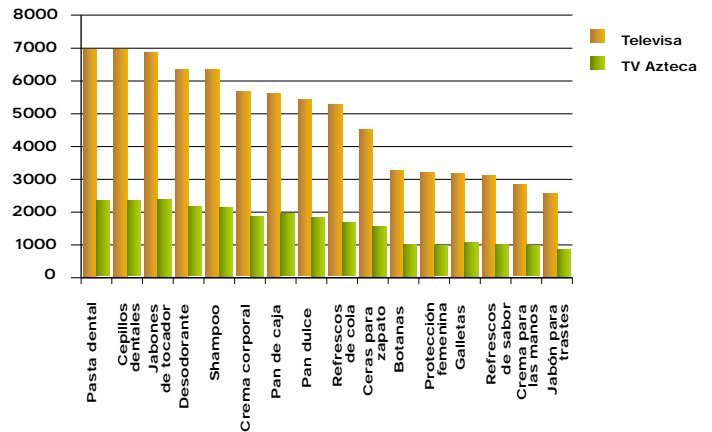


Los consumidores de productos como shampoo, jabón de tocador y pan de caja se exponen mayormente a **Televisa**.

**Televisa** cuenta con mayor participación de audiencia en todos los grupos demográficos con más del 70% de televidentes.

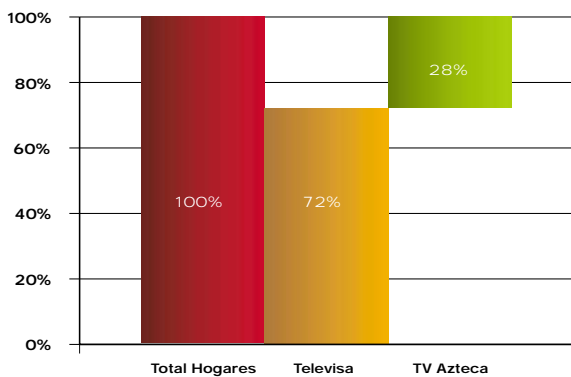
Los cuatro canales de **Televisa** permiten alcanzar a todos los grupos y de todos los niveles socioeconómicos.

#### PARTICIPACIÓN DE CONSUMIDORES POR TELEVISORA



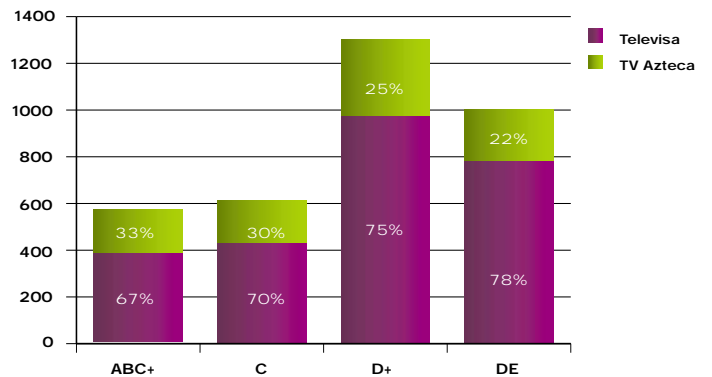
Fuente: BIMS, Estudio General de Medios: ene.-dic. 2001 datos en miles de personas

#### PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA POR TELEVISORA



Fuente: Ibope/AGB México: HH total nacional ene.-dic. 01 Lunes a domingo de 6:00 a 24:00 hs.

#### PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA EN NSE POR TELEVISORA



Fuente: Ibope/AGB México: HH total nacional ene.-dic. 01 Lunes a domingo de 6:00 a 24:00 hs.

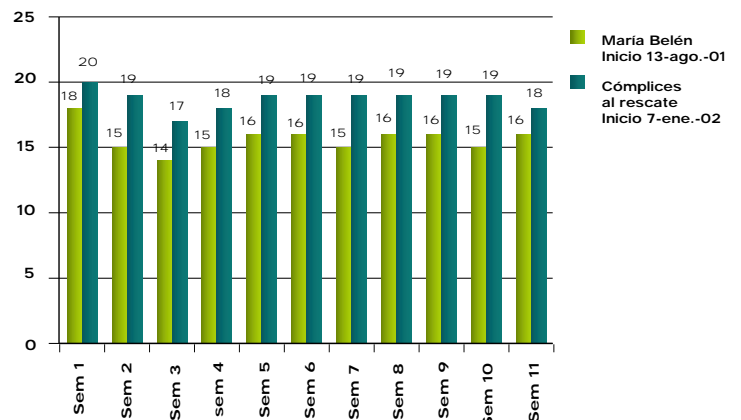
## Las telenovelas del Canal 2

**Televisa**, líder en los hogares mexicanos con sus telenovelas de El Canal de las Estrellas

**Cómplices al rescate** incrementa los niveles de audiencia en el horario de las 16:00 hs.; incluso superó lo logrado por **María Belén**.

#### TELENOVELA 16:00 HS.

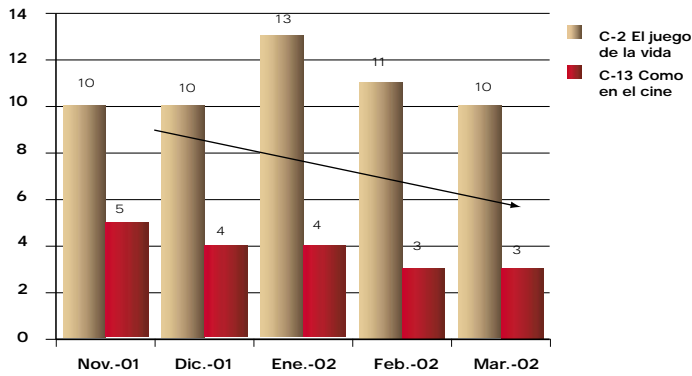
Rating, primeras once semanas de transmisión



Fuente: Ibope/AGB México: Canal 2 lunes a viernes de 16:00 a 17:00 hs. al 22-mar.-02

TELENOVELA 19:00 HS.

Rating, mujeres 13-25 ABC+/C

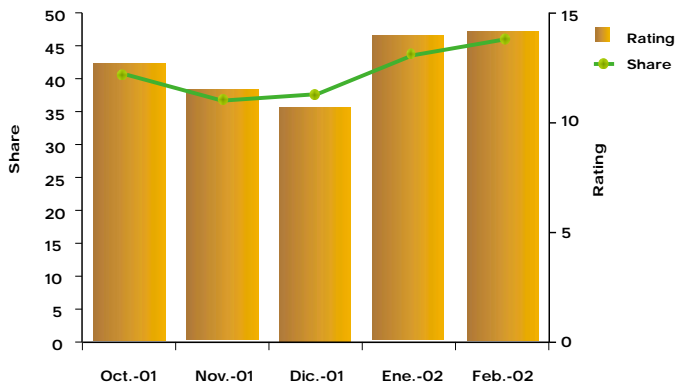


Fuente: Ibope/AGB México: Canal 2 lunes a viernes de 19:00 a 20:00 hs.



TELENOVELA 20:00 HS.

Rating y share: mujeres 25-54 ABC+/C

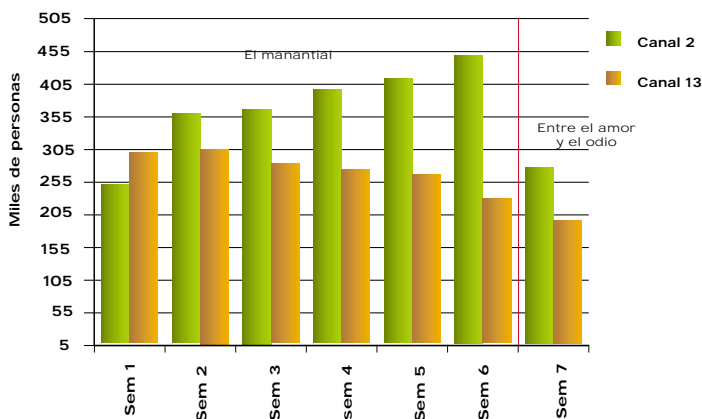


Fuente: Ibope/AGB México: Canal 2 lunes a viernes de 20:00 a 21:00 hs. mujeres 25-54 ABC+/C tot. nac.



TELENOVELA 21:00 HS.

Rating, mujeres 25-54 ABC+/C



Fuente: Ibope/AGB México: Mujeres 25-54 ABC+/C

Existe claramente una marcada caída en el número de televidentes en las telenovelas de TV Azteca. Por su parte, **El juego de la vida** ha sido muy bien recibida por el público mexicano y día a día ha captado más audiencia. En el horario de las 19:00 hs. duplica el rating que tiene TV Azteca con su telenovela Como en el cine.

**Salomé** a las 20:00 hs. tuvo un incremento del 30% de diciembre a enero, en mujeres adultas de nivel socioeconómico alto.

El impactante final de **El manantial** alcanzó 19.82 puntos de rating en mujeres 25-54 ABC+/C, triplicando el rating de C-13 ese mismo día a esa hora. Y actualmente la telenovela **Entre el amor y el odio** tiene un rating promedio en hogares de 23.89.

**Televisa** fortalece sus niveles de audiencia con una exitosa programación. Un ejemplo son las telenovelas de El Canal de las Estrellas, que impactan a todos los grupos demográficos quienes son consumidores potenciales de todos sus productos.

\* Comentarios y sugerencias: medios@televisa.com.mx