



LA CASA DE LOS FAMOSOS MÉXICO EDICIÓN 3



HUMAN
CONNECTIONS
MEDIA

ÍNDICE

1. Análisis de Audiencia

1. Comparativo de rating y alcance entre LCDLF3 y LCDLF2
2. Evolución del rating en galas dominicales
3. Desempeño en la última emisión
4. Variación porcentual y fidelización de la audiencia

2. Posicionamiento en el Ranking de Programación

1. Ubicación en el Top 10 de programas más vistos
2. Competencia directa con telenovelas y eventos deportivos

3. Composición de la Audiencia

1. Perfil demográfico: género, edad y nivel socioeconómico
2. Cambios en la estructura de audiencia entre ediciones

4. Análisis de Conversación Digital

1. Comparativo de menciones y tendencia general
2. Evolución por emisión y comportamiento en la final
3. Principales hashtags y dinámicas de participación

5. Sentimiento y Percepción del Público

1. Comparativo de sentimiento entre LCDLF3 y LCDLF2
2. Principales detonadores positivos y negativos
3. Impacto de figuras clave: Adrián Marcelo, Dalilah Polanco, Aldo De Nigris y Mario Bezares

6. Participantes y Ganadores

1. Relación entre volumen de menciones y afinidad del público
2. Casos destacados: Aldo De Nigris vs. Mario Bezares
3. El rol del conflicto vs. la empatía en la conversación

7. Análisis Comercial y de Patrocinios

1. Marcas líderes y número de activaciones
2. Evolución del spoteo regular y acciones especiales
3. Oportunidades y categorías más activas

8. Hallazgos Finales y Conclusiones

1. Resumen de resultados clave
2. Diferencias principales entre ambas ediciones
3. Tendencias de audiencia, conversación y comercialización
4. Retos y oportunidades para próximas temporadas

CONSIDERACIONES

- El presente análisis compara las primeras 9 emisiones de LCDLF3 y LCDLF2, enfocándose en las métricas de audiencia y conversación.
- Las audiencias están calculadas en el Target HH (Hogares), que refleja el desempeño del programa entre los hogares que sintonizan el contenido.
- El término Rtg% representa el porcentaje de hogares o individuos de una población específica que están viendo un programa de televisión en un momento determinado.
- "HH Alcanzados" se refiere al número total de personas o individuos que han estado expuestos a un programa de televisión o contenido, expresado en miles.
- El término ATS, se refiere al tiempo promedio que una persona o grupo de audiencia dedica a ver un programa, canal o franja específica dentro de un periodo determinado.
- Las búsquedas de conversación en redes sociales fueron realizadas exclusivamente para México.

ANÁLISIS DE AUDIENCIAS LCDLF3 VS LCDLF2



HALLAZGOS

- LCDLF3 presentó una variación mínima de -2.3% en audiencia en el target de Hogares respecto a la edición anterior, lo que confirma una base sólida y fidelizada de espectadores.
- **A pesar de la estabilidad, el formato comienza a mostrar signos de desgaste, con menor nivel de sorpresa y novedad en su dinámica.**
- La edición 3 se ubicó en el 6.º lugar del ranking general, por debajo de tres telenovelas y dos programas deportivos de fútbol.
- En la composición de audiencia, LCDLF3 muestra un ligero envejecimiento del público, **con un aumento del segmento 35-44 años**, lo que indica una evolución natural del espectador y una posible pérdida de atracción entre los más jóvenes (18-24), quienes fueron más activos en LCDLF2.
- En el análisis de las emisiones finales, ambas temporadas comparten un comportamiento casi idéntico de conversación, con actividad creciente desde **las 16:00 h y picos entre las 22:00 (T3) y 23:00 (T2)**. Esto muestra que la final es el evento más predecible pero también más concentrado en atención, con una audiencia que planifica su sintonía.
- En conversación digital, LCDLF2 generó 20% más menciones, impulsadas por la polémica de Adrián Marcelo, **mientras que LCDLF3 tuvo un tono más positivo y menos polarizado.**
- La conversación en LCDLF3 se centró más en **afinidad y empatía hacia los participantes que en conflictos o controversias.**
- En términos comerciales, **LCDLF3 logró mayor nivel de activaciones especiales**, con un incremento notable de marcas dentro de la casa y un portafolio más diverso de patrocinadores.
- **En conjunto, la edición 3 consolidó a LCDLF como un formato rentable y vigente, aunque con una audiencia que muestra mayor estabilidad que crecimiento.**
- Finalmente, aunque LCDLF3 no creció en rating, su solidez comercial y reputacional demuestra que el formato aún tiene valor de marca, siempre que logre refrescar su narrativa y generar nuevas dinámicas que renueven el interés del público

COMPARATIVO DE AUDIENCIAS LCDLF3 VS. LCDLF2 (GALAS DE ELIMINACIÓN)

- La Casa de los Famosos 3 presentó una ligera baja en rating y alcance en el target de **Hogares** respecto a su edición anterior, sin embargo, logró consolidarse con una mayor participación comercial con la participación de un número mayor de anunciantes y marcas.
- La tercera temporada compensó la caída de audiencia con un incremento notable en anunciantes y marcas, reflejando un interés más fuerte de las marcas por vincularse al fenómeno televisivo.
- Además, el aumento en presencia de AE&E y Spoteo Regular evidencia una estrategia publicitaria más robusta y diversificada, que reforzó la rentabilidad del programa más allá de los puntos de rating.

LCDLF2



10.76 Rtg%
ATS 1hr 21min
4,622,480 HH Alcanzados
150 Anunciantes
284 Marcas
10% AAEE
90% Spoteo Regular

Target hogares

VARIACIONES

-2.23%
3 seg
-1%HH Alcanzados
Más 34 Anunciantes
Más 58 Marcas
+43% más AAEE
+43% más Spoteo Regular

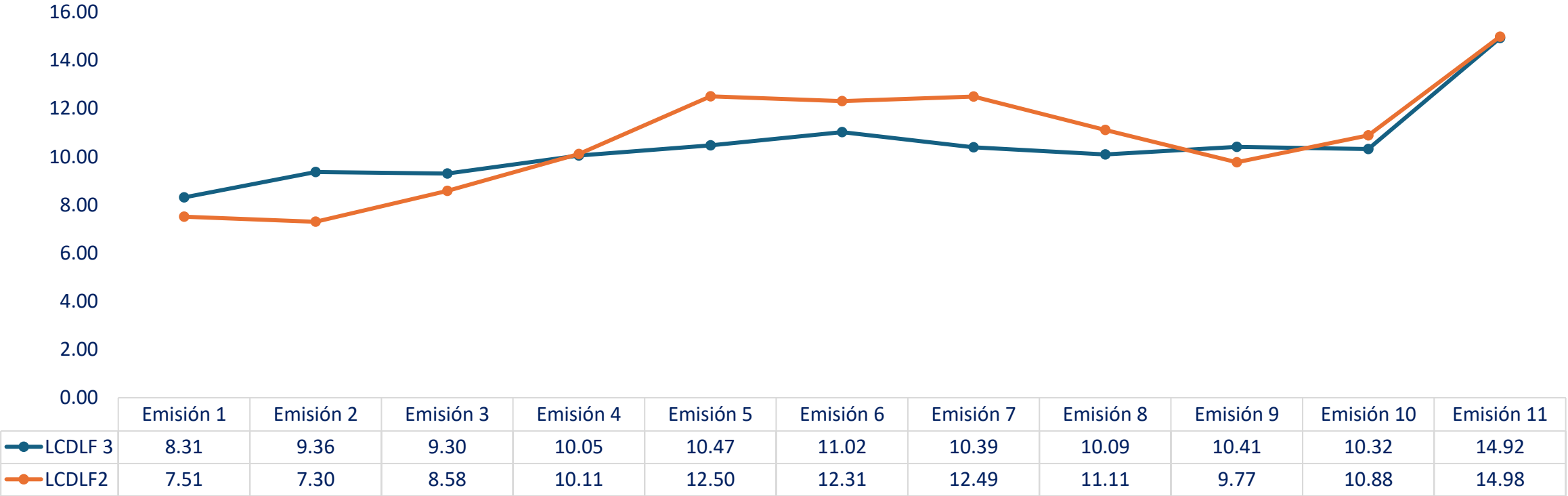
LCDLF3



10.52 Rtg%
ATS 1hr 18min
4,434,080 HH Alcanzados
184 Anunciantes
342 Marcas
53% AAEE
47% Spoteo Regular

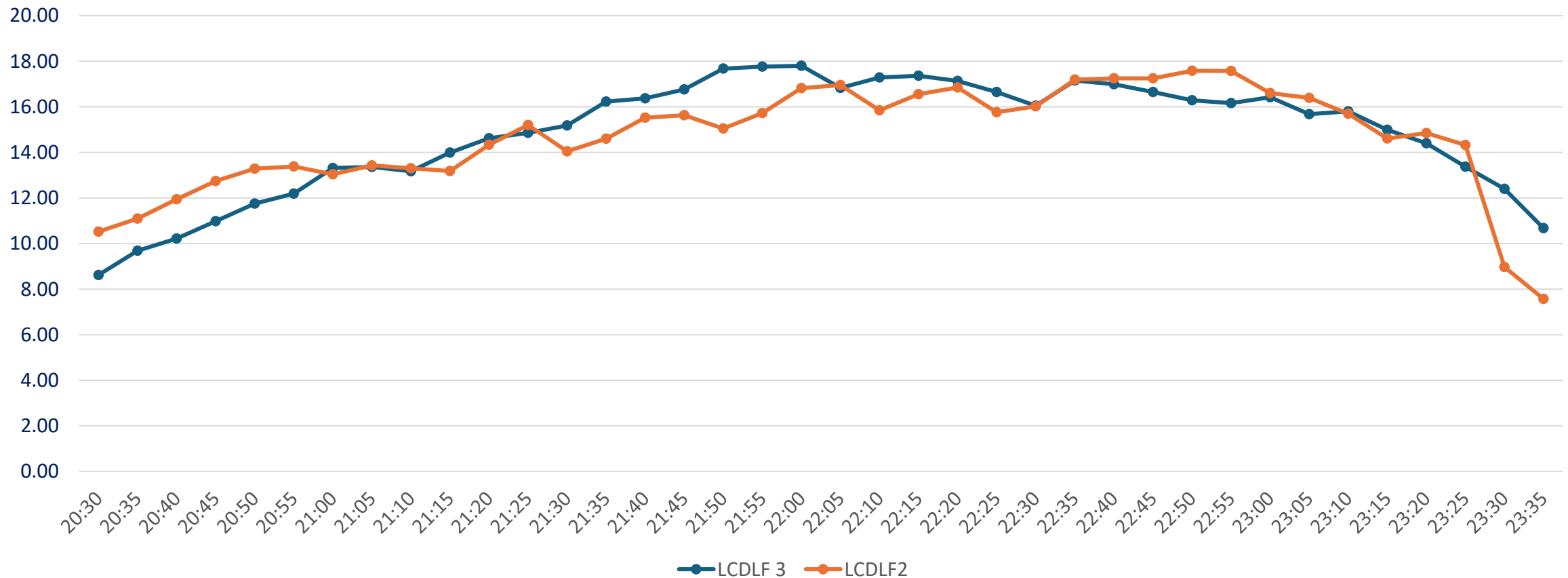
EVOLUCIÓN DE RATING DE LAS GALAS DOMINICALES: LCDLF3 VS LCDLF2

- Durante las primeras emisiones, La Casa de los Famosos 3 logró superar ligeramente el arranque de la edición anterior, mostrando un inicio más sólido en términos de rating y mantuvo un desempeño más estable.
- En ambas temporadas se observa una tendencia similar: entre las emisiones 4 y 7 el rating crece de forma sostenida, impulsado por el aumento de tensión y conflictos. A partir de la emisión 8 la audiencia desciende ligeramente, para después repuntar con fuerza en la final.
- Finalmente, en las últimas tres emisiones las audiencias se aplanan entre ambas temporadas, mostrando niveles muy similares. Esto puede deberse a que, en la recta final, el público ya está fidelizado y el programa alcanza su base de espectadores.



RATING ÚLTIMA EDICIÓN DOMINICAL: LCDLF3 VS LCDLF2

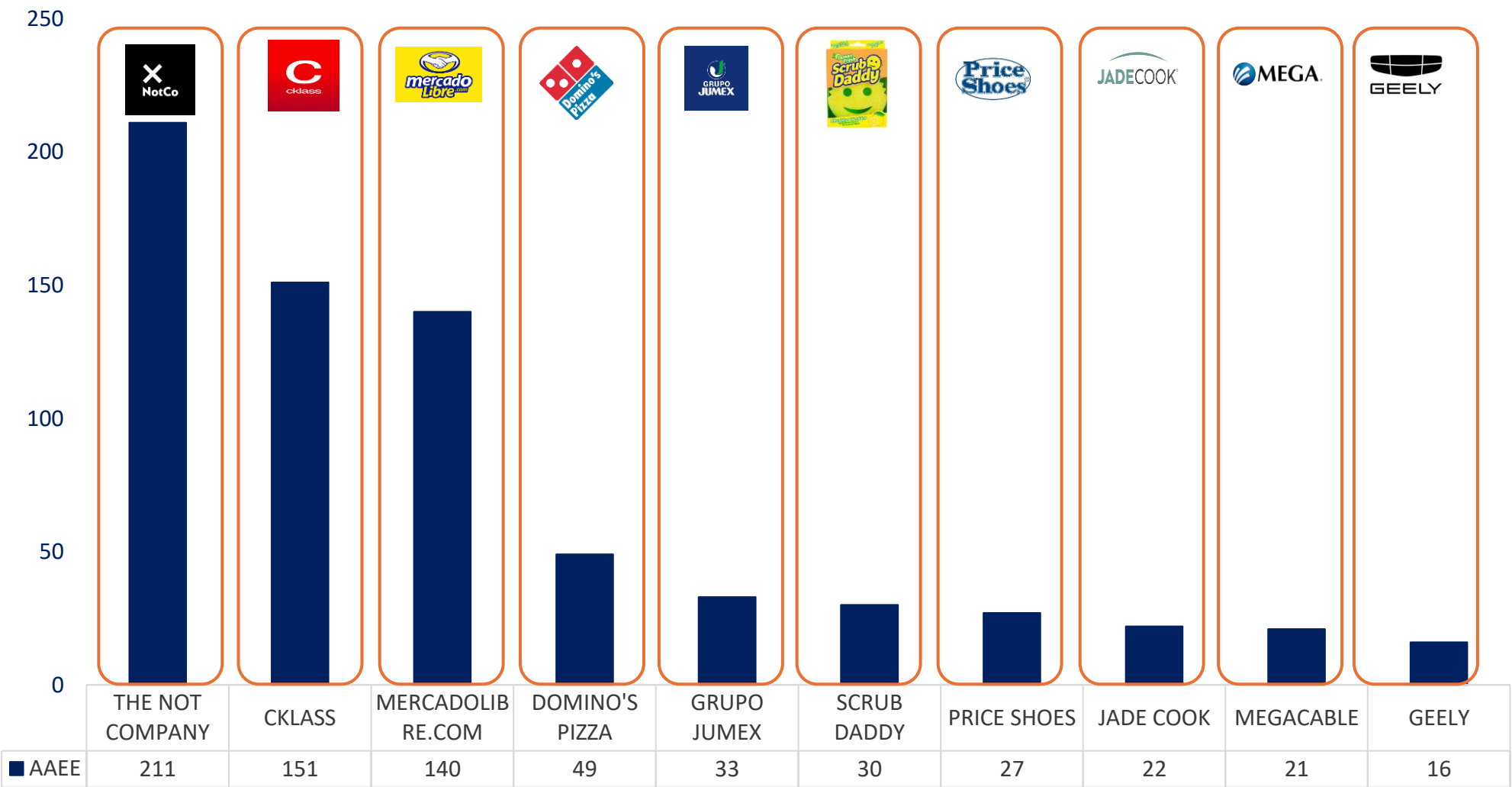
- En la última gala dominical se observa un desempeño muy parejo entre ambas temporadas, con LCDLF3 mostrando un ascenso más constante durante la primera hora, mientras que LCDLF2 alcanza picos de audiencia más irregulares. Ambas ediciones logran su punto más alto entre las 21:45 y 22:15, coincidiendo con los momentos de mayor tensión y expectativa.
- Hacia el cierre, el interés del público desciende, reflejando la finalización del conflicto central y la resolución del ganador. En conjunto, el comportamiento reafirma que el prime time nocturno es el punto de mayor conexión emocional con la audiencia.



TOP ANUNCIANTES GALAS LOS DOMINGOS LCDLF3 (Canal de las Estrellas)

- En las galas dominicales de LCDLF3, The Not Company, Cklass y Mercado Libre lideraron como los principales anunciantes, destacando por su alta presencia y número de acciones especiales como patrocinios

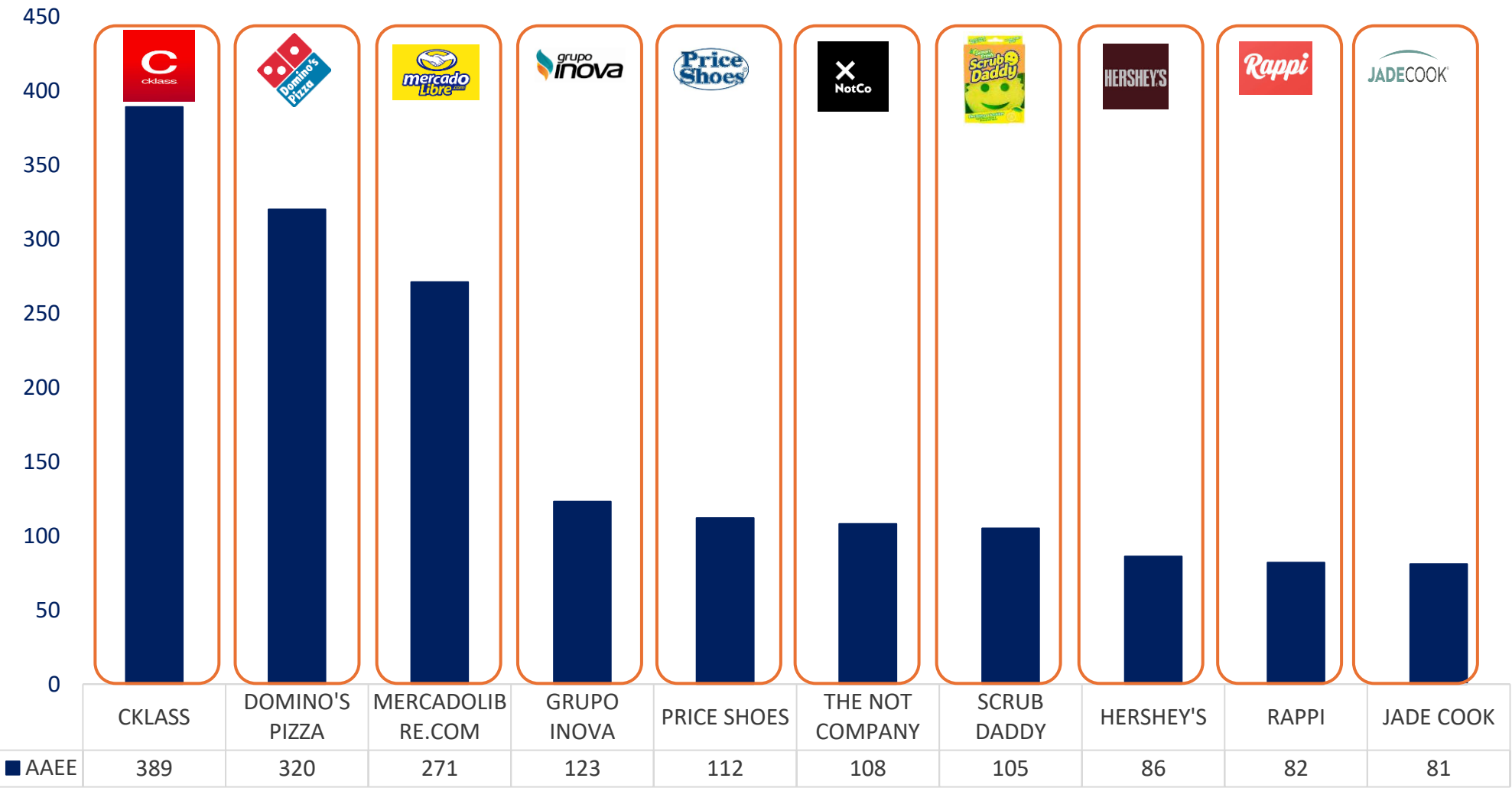
Acciones especiales



TOP ANUNCIANTES TODA LA TEMPORADA LCDLF3 (Canal de las Estrellas y Canal 5)

- A lo largo de LCDLF3, Cklass, Domino's Pizza y Mercado Libre lideraron la inversión publicitaria con una presencia constante en toda la temporada. Les siguieron Grupo Inova, Price Shoes y The Not Company.

Acciones especiales



POSICIONAMIENTO EN EL TOP 20 DE PROGRAMACIÓN: LCDLF3 VS LCDLF2

Tanto LCDLF2 en 2024 como LCDLF3 en 2025 han logrado posicionarse dentro del Top 10 de los programas más vistos, aunque la tercera temporada descendió cuatro posiciones respecto a la anterior. Si bien ambas ediciones mantienen un desempeño sólido, los partidos de fútbol y las telenovelas continúan liderando las primeras posiciones del ranking. Aun así, LCDLF se consolida como uno de los formatos de entretenimiento más fuertes de la televisión mexicana, mientras que los contenidos deportivos siguen representando una oportunidad estratégica para los anunciantes que buscan mayor visibilidad y alcance.

LCDLF3

Rank	Programa	Audiencia (HH)
1	FSN TOLUCA VS AMERICA SIMULCAST	13.25
2	LAS HIJAS DE LA SEORA GARCIA	11.79
3	PAPAS POR CONVENIENCIA	11.11
4	POST TOLUCA VS AMERICA SIMULCAST	10.71
5	MONTEVERDE	10.65
6	LA CASA DE LOS FAMOSOS MEXICO	10.52
7	AMAR	10.31
8	EL GALLO DE ORO	10.28
9	LA ROSA DE GUADALUPE	10.11
10	AMANECER	9.72

Rank	Programa	Audiencia (HH)
11	JUEGOS DE AMOR Y PODER	9.58
12	EL ANGEL DE AURORA	9.57
13	AMOR AMARGO	9.46
14	PREVIO TOLUCA VS AMERICA SIMULCAST	9.22
15	REGALO DE AMOR	8.77
16	HASTA QUE EL DINERO NOS SEPARE	8.43
17	ME ATREVO A AMARTE	8.35
18	UNA FAMILIA CON SUERTE	8.19
19	LA FEA MAS BELLA	7.79
20	P MI PEQUEO GRAN HOMBRE	7.37

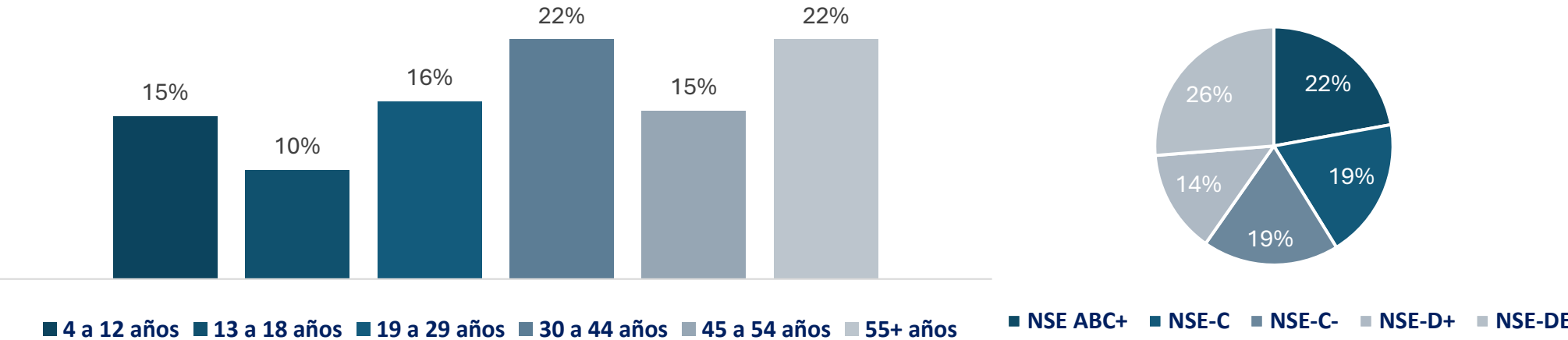
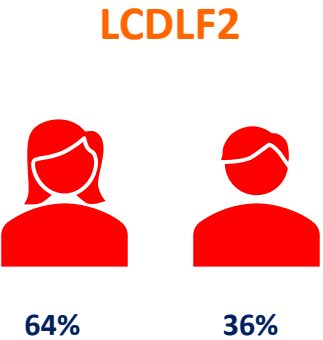
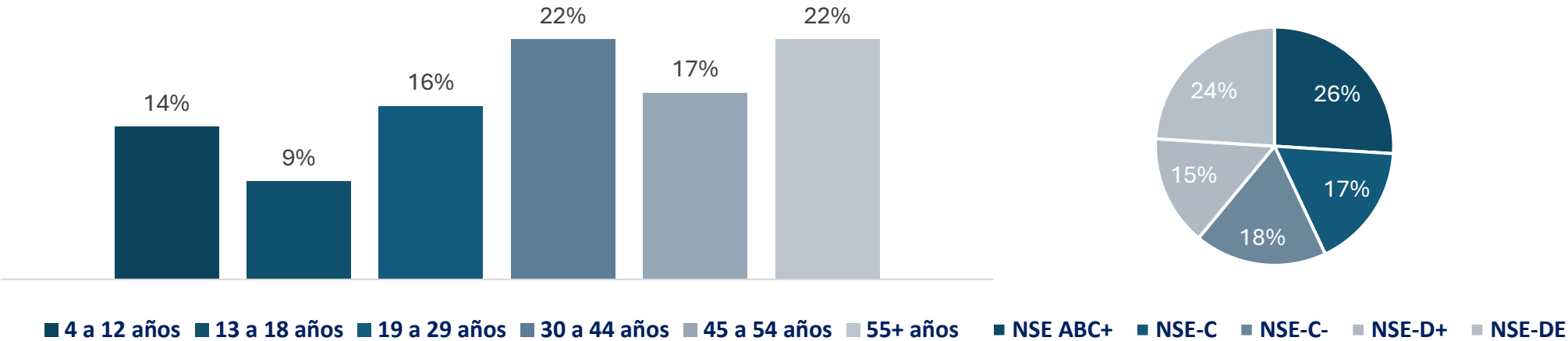
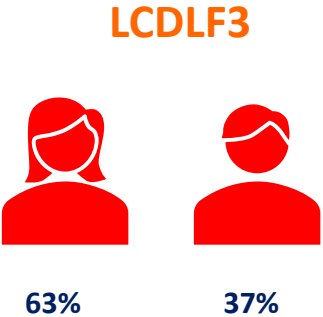
LCDLF2

Rank	Programa	Audiencia (HH)
1	MINAS DE PASION	11.01
2	LA CASA DE LOS FAMOSOS MEXICO	10.76
3	FUGITIVAS EN BUSCA DE LA LIBERTAD	10.39
4	GOLPE DE SUERTE	10.20
5	EL AMOR NO TIENE RECETA	10.15
6	PAPAS POR CONVENIENCIA	9.57
7	EL MALEFICIO	9.24
8	NADIE COMO TU	9.20
9	LA ROSA DE GUADALUPE	9.03
10	VIVIR DE AMOR	9.01

Rank	Programa	Audiencia (HH)
11	LA HISTORIA DE JUANA	8.97
12	MI AMOR SIN TIEMPO	8.52
13	TU VIDA ES MI VIDA	8.51
14	LA MENTIRA	8.22
15	EL ANGEL DE AURORA	8.21
16	MAREA DE PASIONES	8.21
17	LA USURPADORA	8.15
18	EL PRECIO DE AMARTE	8.08
19	ESMERALDA	8.06
20	EL PRIVILEGIO DE AMAR	7.86

COMPARATIVO COMPOSICIÓN DE AUDIENCIA TELEVISIÓN AMBAS CASAS

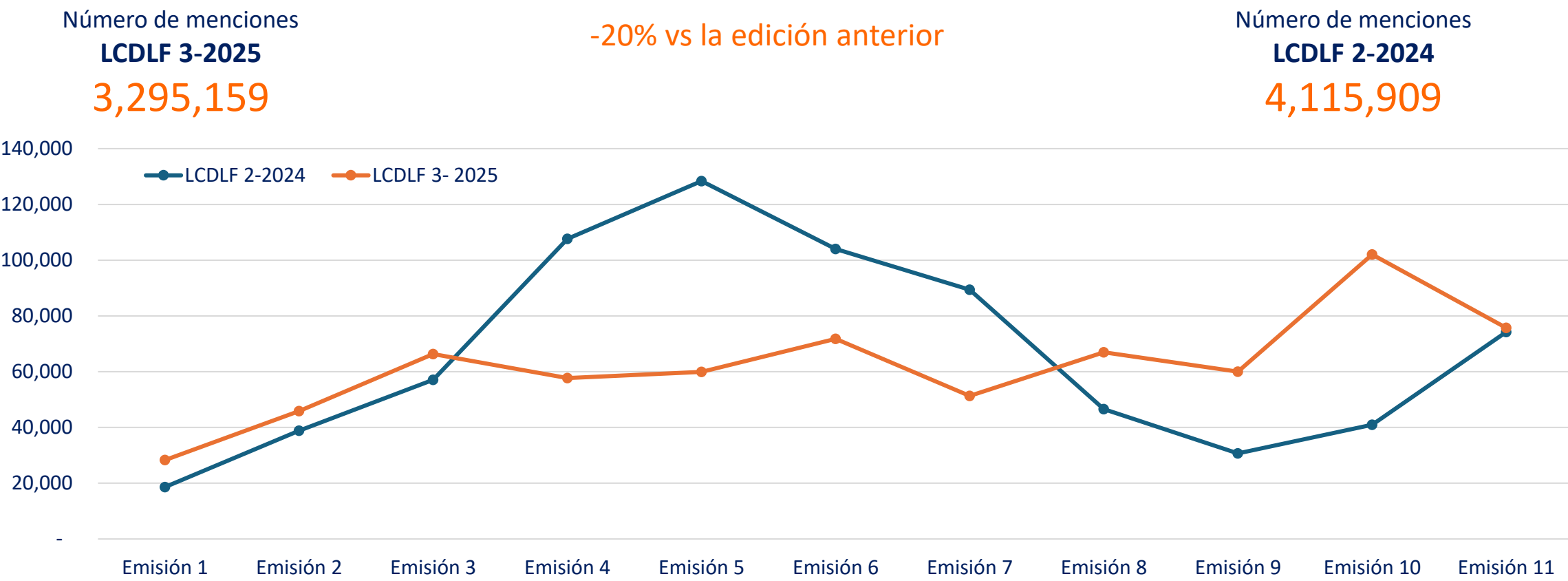
LCDLF3 mantiene una composición de audiencia muy similar a la edición anterior, aunque muestra un leve rejuvenecimiento y una mayor homogeneidad entre los grupos adultos de 30 a 44 y 55+ años. La proporción femenina continúa predominando, mientras que en nivel socioeconómico destaca un ligero crecimiento en el segmento ABC+, lo que indica un acercamiento hacia audiencias con mayor poder adquisitivo.



ANÁLISIS DE CONVERSACIÓN DIGITAL LCDLF3 VS LCDLF2

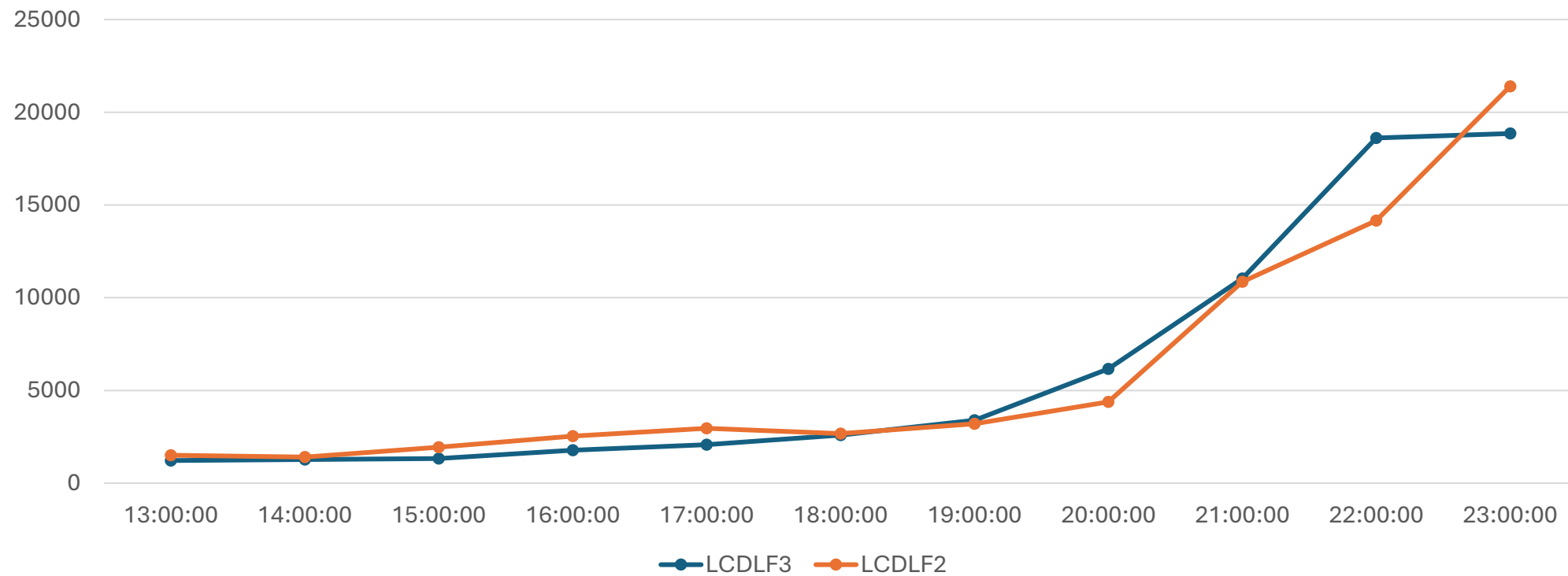
COMPARATIVO NÚMERO DE MENCIONES ALREDEDOR DE LCDLF 2 VS LCDLF3

LCDLF3 tuvo -20% menos menciones que LCDLF2, mostrando una conversación más moderada y estable. En las tres primeras emisiones dominicales ambas temporadas registran niveles similares, con una tendencia de crecimiento entre la emisión 3 y la 8. En el caso de LCDLF2, el incremento fue impulsado por la polémica que generó Adrián Marcelo, cuyas declaraciones y conflictos detonaron un alto volumen de conversación. Tras su salida, las menciones comenzaron a descender de forma constante, mientras que LCDLF3 mantuvo un comportamiento más equilibrado, sin picos de controversia, y cerró con un volumen de conversación muy similar al de la temporada anterior en su final.



ÚLTIMA EDICIÓN DOMINICAL EVOLUCIÓN DE LAS MENCIONES: LCDLF3 VS. LCDLF2

Ambas temporadas muestran una tendencia muy similar en la evolución de menciones, con un incremento sostenido hacia la noche. La conversación comienza a activarse desde las 16:00 h, reflejando el interés previo al inicio de la gala final a las 20:30. En LCDLF3, el pico máximo se registra alrededor de las 22:00 h, mientras que en LCDLF2 ocurre una hora más tarde, cerca de las 23:00 h. Esto indica que los momentos clave de la tercera temporada se concentraron antes, aunque en general, el comportamiento en ambas ediciones fue casi idéntico: un crecimiento progresivo durante la tarde y un punto de máxima conversación en el desenlace.

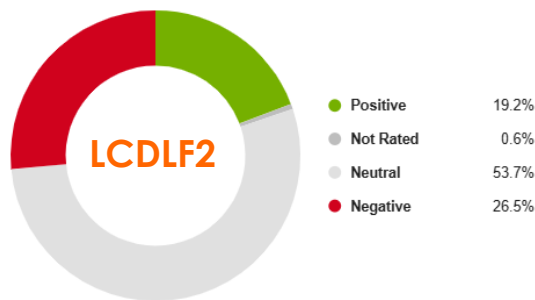


LCDLF2



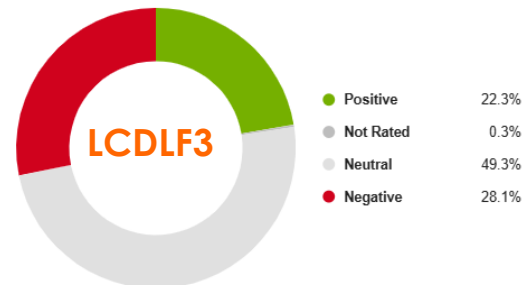
SENTIMIENTO ALREDEDOR DE LAS DOS EDICIONES DE LA LCDLF

En LCDLF3 la conversación digital mantuvo un tono más estable y menos polarizado que en la edición anterior. Los usuarios resaltaron la actitud positiva y el carisma de Aldo y Abelito, quienes se ganaron la simpatía del público por su autenticidad y buen trato. Este enfoque más humano generó menciones con sentimiento favorable y un ambiente general más armonioso. No obstante, la temporada también tuvo controversia por Dalilah Polanco, acusada de recibir apoyo o favoritismo por parte de la producción. Aunque este tema generó debate, no escaló a niveles de crisis. En cambio, LCDLF2 destacó por un volumen de conversación mucho mayor, impulsado por las polémicas de Adrián Marcelo, cuyas declaraciones y actitudes dividieron a la audiencia. Su comportamiento detonó múltiples críticas y un sentimiento negativo hacia la temporada. En conjunto, ambas ediciones confirman que las polémicas potencian la conversación, pero la empatía genera un vínculo más duradero con el público.



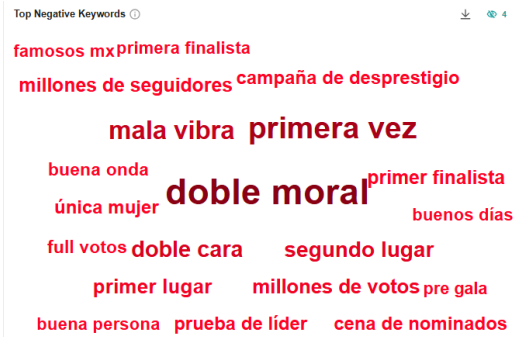
● Positive ● Negative

tremendas ganas de aprobación segunda temporada
buen momento mierda de persona asco de persona
puro team violencia de género cuarto mar gran final
team tierra realidad show cuarto tierra hermana de gala
súper ponedoras cuarto mar buena onda team mar
team mar cuarto tierra buenos días
team tierra millones de personas pésimo ejemplo
control gracias última vez creador de contenido primera vez



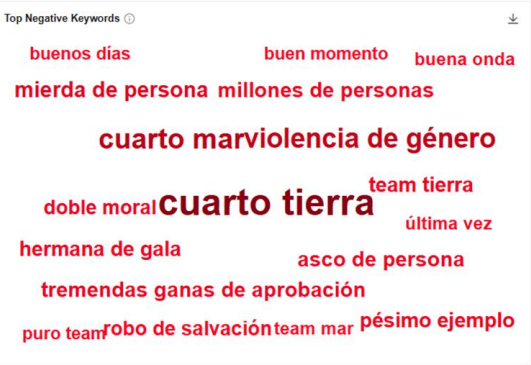
● Positive ● Negative

buena onda primer finalista fans de noche millones de votos
segundo lugar primer lugar segundo lugar
fans de noche team noche mala vibra full votos
cuarto noche doble moral doble cara
primer lugar buenos días cuarto noche primera vez
realidad show gran final buena persona
gran final buenas noches primera vez buena onda full votos
realidad show tercera temporada team noche famosos mx
millones de votos famosos México pre gala cena de nominados
única mujer segunda oportunidad



 **MAR LOMECAN** @marmarquina98
X | MX | Aug 14 · 10:12 PM
[QT] @marmarquina98: Por más campaña de desprestigio que hagan se sabe que la más mierda de este proyecto es @Ninelconde [#LaCasaDeLosFamososMx](#) <https://t.co/QgHYvi0f7C> ; Hilo donde Ninel habla de mar: [#LaCasaDeLosFamososMx](#)

LCDLF2



ALHELI PINEDA @perucho_alheli
X | MX | Sep 29, 2024 · 11:35 PM
@iacomadritaof_ No me gusto del todo el programa pero con todo respeto sin ofender a nadie bien merecido el primer lugar 🏆 para Mayito y los demás lugares merecidos para el cuarto mar 🌊👉👉👉👉
lacasadelosfamososmx2

HAE♥GUM♥ @yulilovehae
X | MX | Sep 27, 2024 · 4:24 PM
Yo votaré por arath pero 3 puntitos le voy a dar a Karime ayer lo hice y hoy también ella fue la estrategia junto con Arath del cuarto mar #LaCasaDeLosFamososMx
lacasadelosfamososmx, #LaCasaDeLosFamososMx

La Presi @rociyelitza
X | MX | Sep 29, 2024 · 10:01 PM
Mayito estamos contigo. Puro team Mayito. Mayito super buena onda. Mayito fue la única persona que fue a abrazar a Mayito. #LaCasaDeLosFamososMx2
lacasadelosfamososmx2, #LaCasaDeLosFamososMx...Show more

KIRINO_Rjh @romdejesus_rjh
X | MX | Sep 29, 2024 · 6:13 PM
[RT] @angiemilenas: Mayito como voy a extrañarte, verte 24/7 con tus ocurrencias. Mayito estamos contigo, puro TEAM Mayito, Mayito buena onda 💙💙💙 #MarioBezares #lacasadeloafamososmx2 #LaCasaDeLosFamososMexico #LCDLFMX2

@dimatoab
X | MX | Sep 29, 2024 · 11:59 PM
[RT] a Mario Bezárez por ser el ganador de la segunda temporada de La Casa de los Famosos México! 🏆🌊 Después de 71 días de vivir esta increíble experiencia, ha demostrado ser el favorito del público #LaCasaDeLosFamososMexico #lclflmx2 #lclflmx #mariobezares #lacasadelosfamososmexico
lclflmx2, La Casa de los Famosos México, #lclflmx2

mads @madspinkis
X | MX | Aug 9, 2024 · 11:22 PM
Te quiero mucho Tío Mayito, eres la persona más divertida y buena onda de esa casa #LaCasaDeLosFamososMx https://t.co/pAIJdUXxZi
lacasadelosfamososmx, #LaC...Show more

Andrés C. @andres_cisantos
X | MX | Aug 10 · 2:39 AM
[RT] @NoticiasMXP: 📌 #Mañanera - Ante la polémica de 'violencia de género' por comentarios de Adrián Marcelo en "La Casa de los Famosos", #AMLO llama a Televisa a la ética y decencia, pero rechaza intervenir: "Que no haya censura". "... Miren lo que hacen con el presidente de
lclfl, La Casa de los Famosos, LCDLF

El realizador @taquitosdmaciza
X | MX | Aug 7 · 10:54 AM
"Esdeque a mi mestresa mucho la misógina y la violencia de género que hay en «La casa de los famosos», deberían prohibirla". #LCDLF https://t.co/0xcZw59Enm
lclfl, La casa de los famoso... Show more

Aquiedomexnoticias @aquiedomex
X | MX | Sep 4 · 8:30 PM
[QT] @lopezdoriga: 📌 #MalEjemplo en #LCDLF https://t.co/1WxbixYDtV ; Tras la polémica salida de Adrián Marcelo de 'La casa de los famosos México', TelevisaUnivision manifestó que no tolera "ninguna forma de violencia de género, ni psicológica" https://t.co/wybRXzWhVU
lclfl, LCDLF, La casa de los famosos

Prieta Escroto @jtskhalil
X | MX | Aug 19 · 10:08 AM
[QT] @SoyCristianRey: Al chile estoy harta de este snobismo superior sobre quienes vemos LCDLF y quienes no lo ven. https://t.co/1z9dY62Yv9 ; Si, ver 'La Casa De Los Famosos' es una pérdida de tiempo. Así como también lo es ver partidos de fútbol, NFL o alguna serie de televisión.
LCDLF, La Casa De Los Famosos

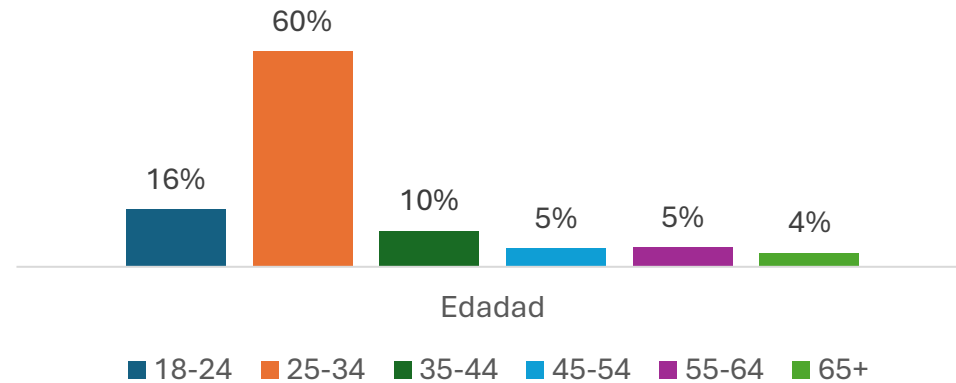
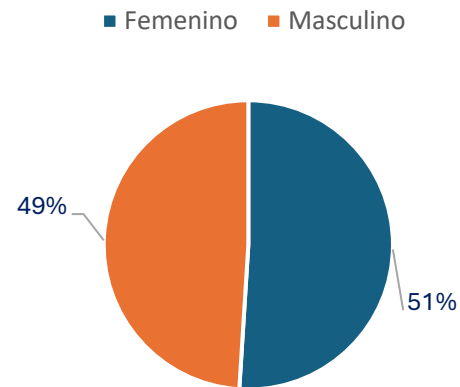
Leandra Magnani @leandra_magnani
X | MX | Aug 10 · 12:50 AM
[RT] de las Mujeres de #CDMX condena públicamente los actos de violencia de género ejercidos por #AdriánMarcelo contra #GalaMontes, en La Casa de los Famosos 🌊👉 Mira aquí todo lo que pasó: https://t.co/6NwEAMvgAN |#LCDLF #LCDLFMX2 #ChismeTime #Chismoito https://t.co/mMMcPcSZx9
lclfl, La Casa de los Famosos, LCDLF

Prieta Escroto @jtskhalil
X | MX | Aug 19 · 10:08 AM
[QT] @SoyCristianRey: Al chile estoy harta de este snobismo superior sobre quienes vemos LCDLF y quienes no lo ven. https://t.co/1z9dY62Yv9 ; Si, ver 'La Casa De Los Famosos' es una pérdida de tiempo. Así como también lo es ver partidos de fútbol, NFL o alguna serie de televisión.
LCDLF, La Casa De Los Famosos

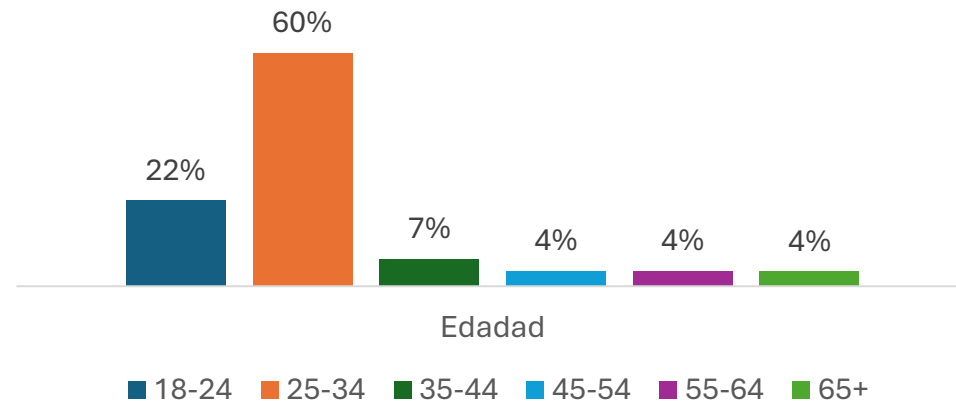
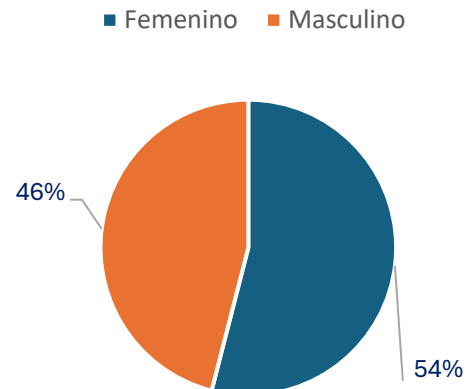
¿QUIÉNES ESTÁN CONVERSANDO SOBRE LCDLF?

En LCDLF3 la conversación se muestra más equilibrada entre hombres y mujeres, a diferencia de la temporada anterior donde predominó el público femenino. Aunque en ambas ediciones los jóvenes de 25 a 34 años siguen siendo el grupo más activo, en esta última temporada se observa una ligera madurez en la audiencia, con un aumento en la participación del segmento de 35 a 44 años. En contraste, LCDLF2 tuvo una mayor presencia de usuarios jóvenes, especialmente del grupo 18 a 24 años, impulsados por las polémicas y el tono más intenso de la conversación.

LCDLF3



LCDLF2



MENCIONES EL MÁS POLÉMICO VS EL GANADOR LCDLF2 Y LCDLF3

En LCDLF3, Aldo De Nigris no solo se posicionó como el ganador, sino también como el participante con mayor número de menciones, superando incluso a Mario Bezares. Aldo logró concentrar más menciones individuales que cualquier participante de esa temporada, impulsado por su carisma y la afinidad del público.

En contraste, en LCDLF2 el foco digital se centró en Adrián Marcelo, cuya polémica generó más ruido que el propio ganador, Mario Bezares. Esto demuestra una evolución clara: en LCDLF3, el interés se trasladó del conflicto hacia la empatía, reflejando un cambio positivo en la conversación.





HUMAN
CONNECTIONS
MEDIA

LIMA

Calle Monte Rosa 240. Of.
1004. Santiago de Surco

MIAMI

55SW 9ST Brickell
Zip Code 33130
Florida

CDMX

Av Ejército Nacional 425 - Piso 1 Chapultepec
Morales, Granada -
Miguel Hidalgo - 11520

BUENOS AIRES

Petrona Eyle 450
Oficina 004 - Planta baja
Puerto Madero - C.P. 1107.

SANTIAGO

Av Kennedy 3368 - Oficina 92
Región Metropolitana
Vitacura