

NIVELES DE AUDIENCIA DE TELEVISIÓN EN NIÑAS Y NIÑOS DE 4 A 12 AÑOS DE EDAD

INFORME TRIMESTRAL
(ENERO, FEBRERO Y MARZO 2022)



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales

CONSIDERACIONES

- El presente informe fue elaborado por la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), a partir de datos recopilados a través de muestreo por las empresas Nielsen IBOPE México S.A. de C.V. (Nielsen IBOPE), por lo cual la información presentada debe ser considerada como estimaciones. Se recomienda al lector consultar el Anexo 1: Definiciones.
- La información que contiene este informe en cuanto a su análisis, interpretación y cálculos de variaciones fue realizada bajo la responsabilidad del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) con información de audiencias propiedad de Nielsen IBOPE México, S.A. De C.V. Bajo los términos contractuales del licenciamiento de las Bases de datos de audiencias de televisión, Nielsen IBOPE México, S.A. De C.V. ha validado al IFT que la información estadística de audiencias de televisión contenida en el mencionado reporte concuerda con aquellas bases de datos licenciadas al IFT por Nielsen IBOPE México, S.A. De C.V.
- El Instituto Federal de Telecomunicaciones recuerda al lector que al momento de realizar el análisis de la información contenida en este informe debe tomar en cuenta la existencia de distintos factores de cambio en el mercado televisivo, así como en el estudio de medición de audiencias de Nielsen IBOPE México, para las conclusiones que se formulen con la información reportada en los documentos que emita el Instituto por distintos periodos. El Instituto Federal de Telecomunicaciones, derivado de su relación comercial con Nielsen IBOPE México, S.A. De C.V. no se hace responsable de la interpretación que terceras personas puedan hacer sobre los datos publicados.
- Adicional a estas consideraciones, es importante mencionar que el año 2016 se identifica como un período de adaptación para los hogares frente a los cambios presentados por el apagón analógico; por lo cual no podrá ser comparado con el total de los años anteriores, ni realizar comparaciones lineales. También es importante considerar que en los análisis realizados a partir del 2017 y 2018, las bases de datos que contienen información de audiencias de televisión son un producto nuevo mediante el cual Nielsen IBOPE compila su información y que son distintas de aquellas que hasta el año 2016 pudo haber licenciado al IFT, esto ya que a partir del 1 de Abril de 2017 se cuenta con nuevos elementos para su definición y asignación, como son los aspectos tecnológicos y de definición de hogares; por lo cual no podrá ser comparado con el total de los años anteriores, ni realizar comparaciones lineales.
- El lector puede consultar las recomendaciones respecto al uso de la información propiedad de Nielsen IBOPE México, S.A. De C.V. contenidas en la «Guía para el uso de datos de audiencia Nielsen IBOPE México» que puede descargar en:
- <https://www.nielsenibope.com/wp-content/uploads/sites/14/2020/08/Guia%CC%81a-de-uso-de-datos-NIM-2020.pdf>

ÍNDICE

Metodología	4	Programas de mayor audiencia infantil en televisión abierta	13
Nivel de encendidos	5	Canales de TV de paga con mayor audiencia a nivel nacional.....	14
Alcance y tiempo de permanencia	6	Programas de mayor audiencia en canales de la TV de paga	15
Encendidos por regiones.....	7	Perfil de audiencia	16
Encendidos por día de la semana	8	Perfil de audiencia por edades	17
Encendidos por regiones	9	Hallazgos.....	18
Participación de audiencia por tipo de señal	10	Anexo 1. Definiciones	19
Audiencia por género programático	11		
Canales de TV abierta con mayor audiencia a nivel nacional	12		

METODOLOGÍA

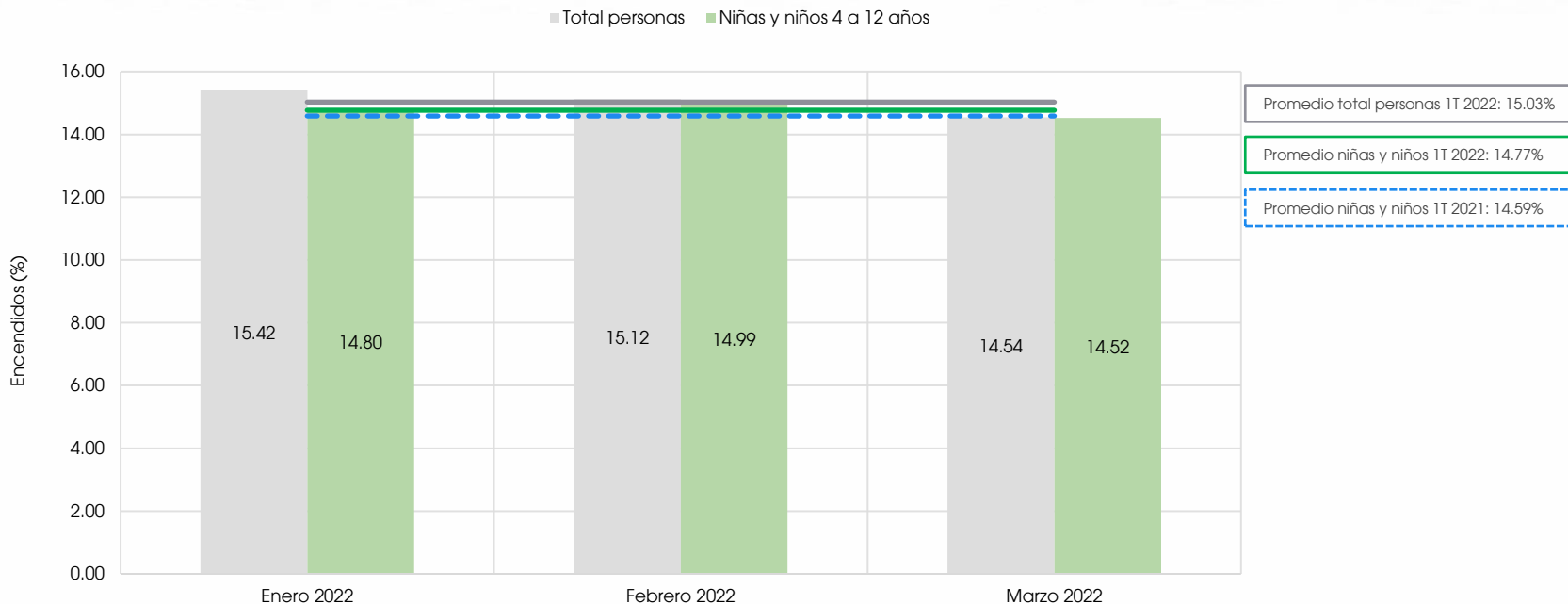
- El objetivo del presente informe es realizar un seguimiento de los niveles de audiencia registrados por la televisión de manera trimestral en la población infantil.
- La información del consumo televisivo es obtenida a través de la empresa Nielsen IBOPE México, compilada de manera electrónica a través de dispositivos llamados "people meter".
- Este tipo de levantamiento permite conocer los hábitos de exposición a la televisión de las personas de 4 años en adelante que cuenten con al menos un televisor funcionando en su hogar. Dicho seguimiento se realiza durante las 24 horas del día en un panel de hogares distribuidos en 28 ciudades del país, y que pueden consultarse en los siguientes dominios: conglomerado de 28 ciudades, Área Metropolitana de la Ciudad de México (AMCM), Guadalajara y Monterrey (considerados dominios indicativos), así como el conglomerado de las 25 ciudades restantes.
- Este Informe hace énfasis en los niveles de audiencia registrados por la televisión durante el primer trimestre de 2022 (enero a marzo). Así como una comparativa de datos obtenidos durante el mismo trimestre pero del año 2021.

Televisión		
Especificaciones	Personas de 4 o más años que cuenten con un televisor funcional en el hogar. Se incluyen a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers).	
Cobertura	28 ciudades que comprende el estudio de Nielsen IBOPE México	
Targets*	Total personas	4 - 12
Universo	57,465,601	8,969,991
NSE*	Personas ABC+	1,946,203
	Personas C	1,465,748
	Personas C-D+	3,477,659
	Personas DE	2,080,381
Personas con acceso a TV de paga*	26,914,508	4,147,199

*Nielsen BOPE México MSS TV, Evaluación de targets del 1 enero al 31 de marzo de 2022.

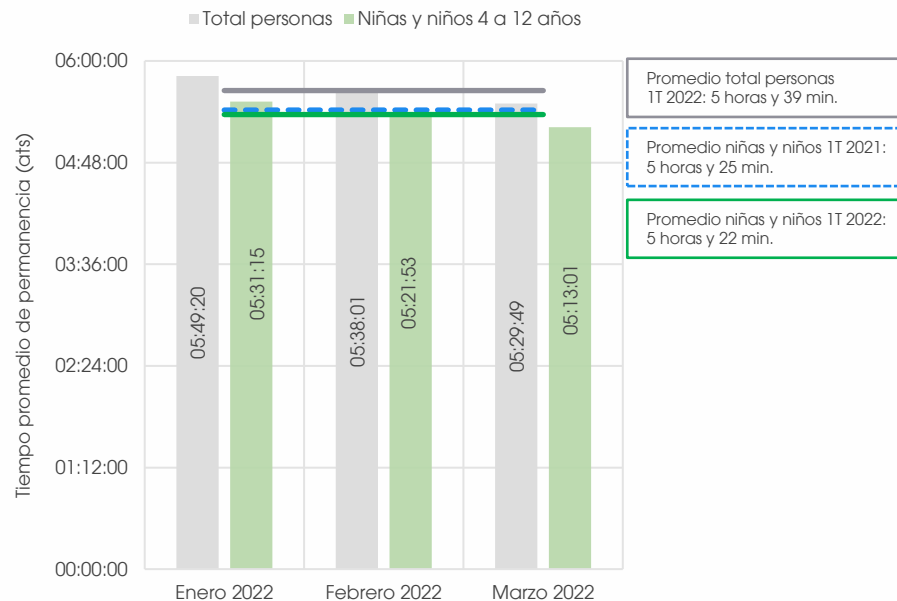
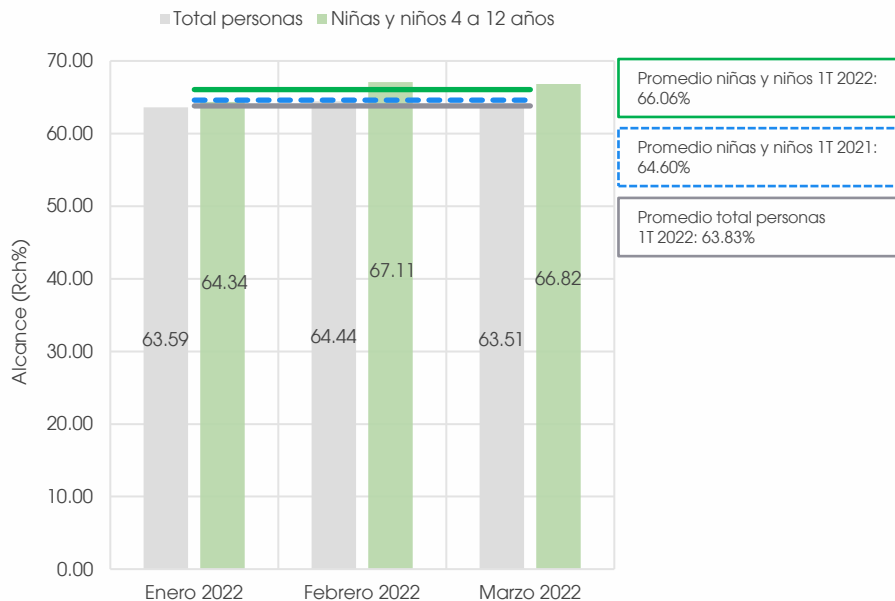
NIVEL DE ENCENDIDOS

- Las población infantil de 4 a 12 años registró un nivel de encendidos de 14.77% durante el primer trimestre de 2022; es decir, que 1,324,510 niñas y niños tuvieron la televisión encendida, porcentaje que aumentó en comparación con el primer trimestre de 2021, cuando su encendido promedio era de 14.59%.
- Durante el periodo de enero a marzo de 2022 hubo un promedio de 8,635,918 personas con la televisión encendida, lo que representó el 15.03% del total de la población de 4 años o más.



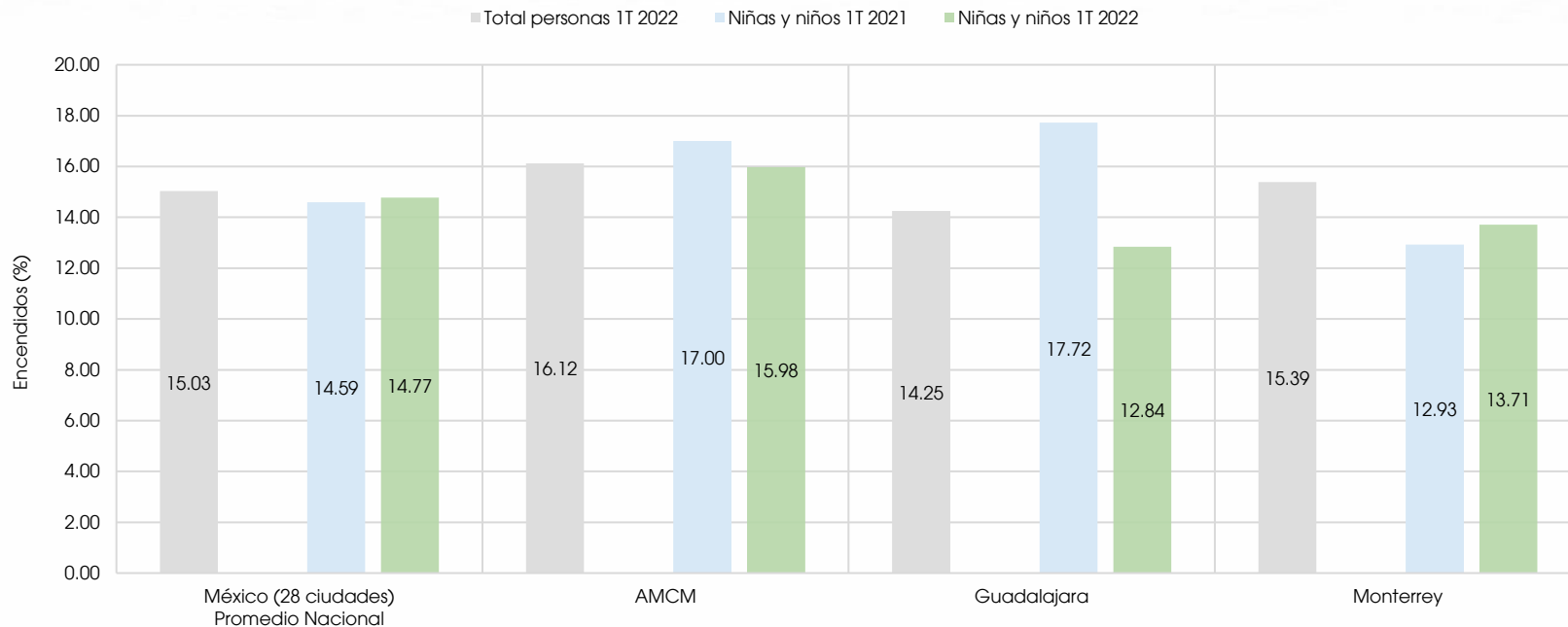
ALCANCE Y TIEMPO PROMEDIO DE PERMANENCIA

- Durante el primer trimestre de 2022 en promedio 6.6 de cada 10 niñas y niños estuvieron expuestos al menos un minuto a la televisión a lo largo del día, y permanecieron un tiempo promedio de 5 horas y 22 minutos frente al televisor.
- Para la población en general en este mismo trimestre el alcance de la televisión fue 63.83% y registraron un tiempo de visionado promedio de 5 horas y 39 minutos al día, es decir, 17 minutos más que las niñas y niños.



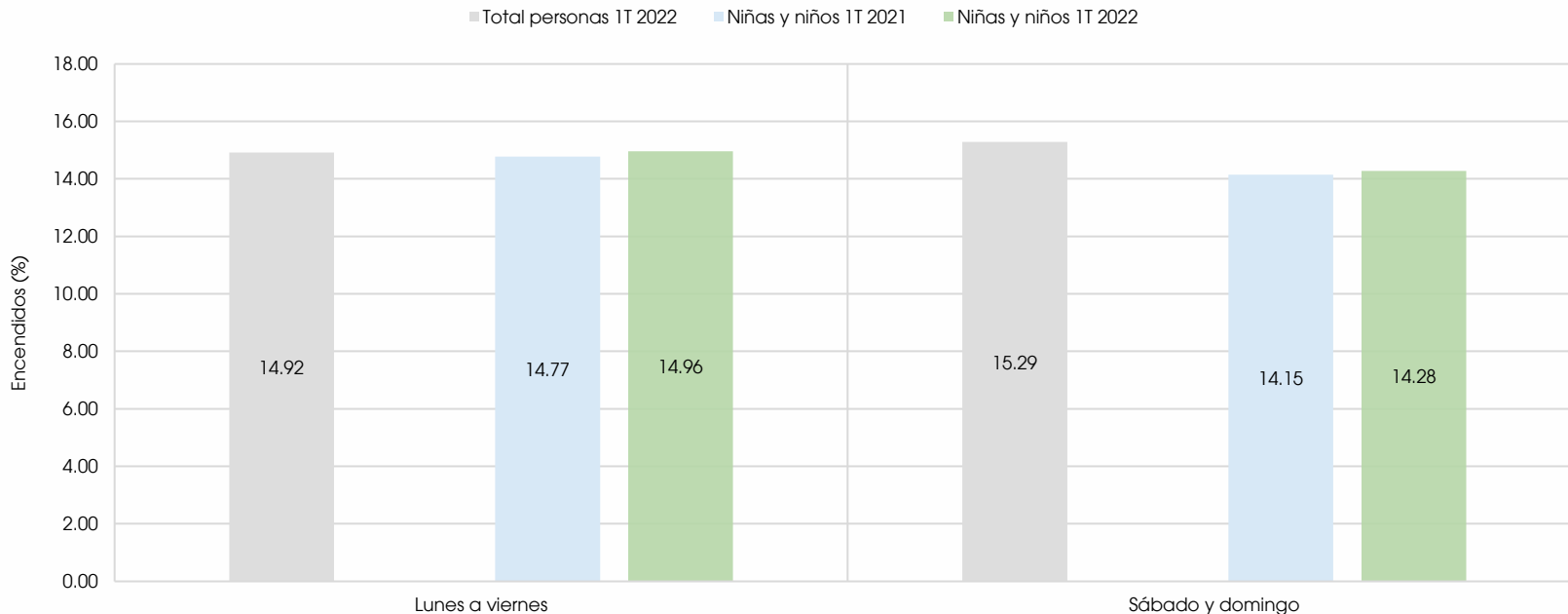
ENCENDIDOS POR REGIONES

- Las niñas y los niños tuvieron un porcentaje de encendidos similar al promedio del total personas en la Ciudad de México, mientras que en Guadalajara y Monterrey su porcentaje de exposición fue menor.
- Además, en Ciudad de México y Guadalajara el segmento infantil registró una disminución de encendidos respecto a lo que registraron el mismo trimestre de 2021, mientras que la ciudad de Monterrey registró un ligero incremento.



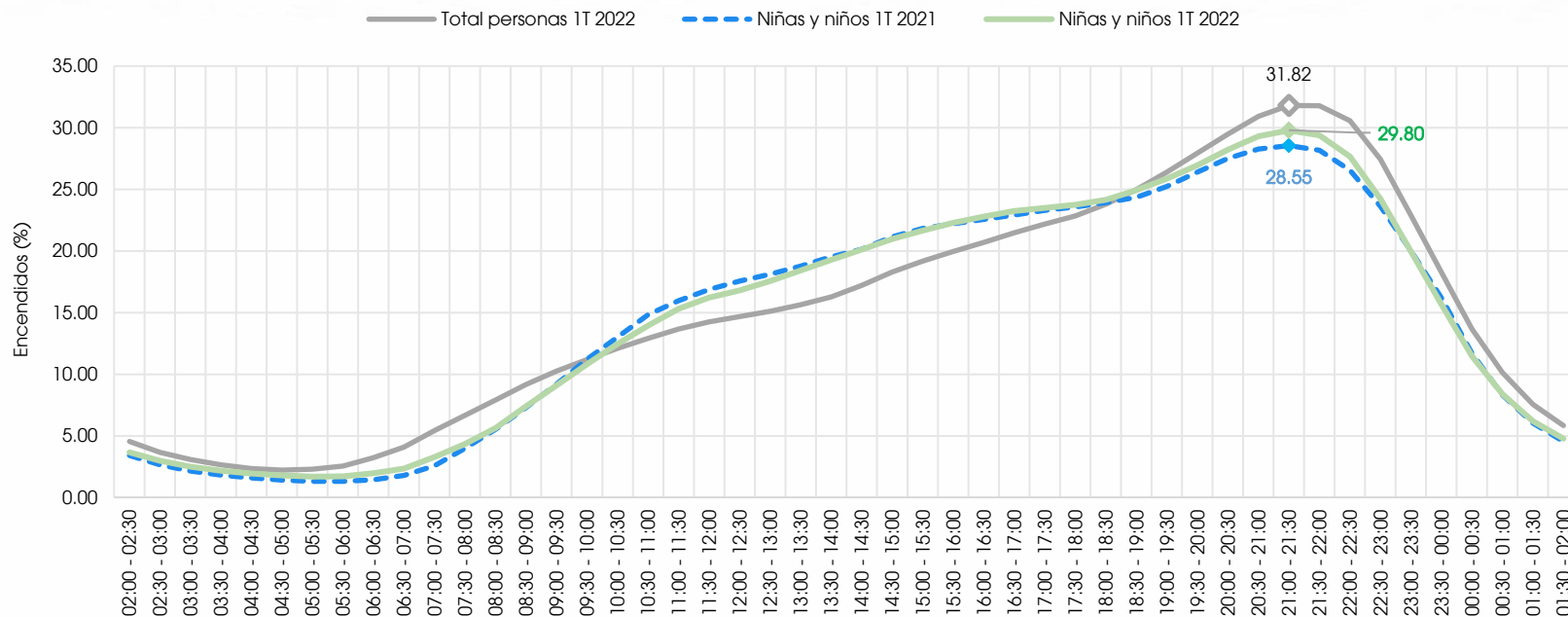
ENCENDIDOS POR DÍA DE LA SEMANA

- Entre enero y marzo de 2022, hubo un 14.96% de niñas y niños expuestos a la televisión de lunes a viernes, mientras que en fines de semana su promedio fue menor al registrar 14.28%.
- De lunes a viernes niñas y niños tuvieron una exposición casi igual a la del grupo de total personas, mientras que en sábados y domingos, su porcentaje de exposición fue menor,
- Finalmente, se observó que tanto de lunes a viernes como en fines de semana, el porcentaje de niñas y niños expuestos a la televisión se mantuvo estable en comparación a lo registrado en el mismo periodo de 2021.



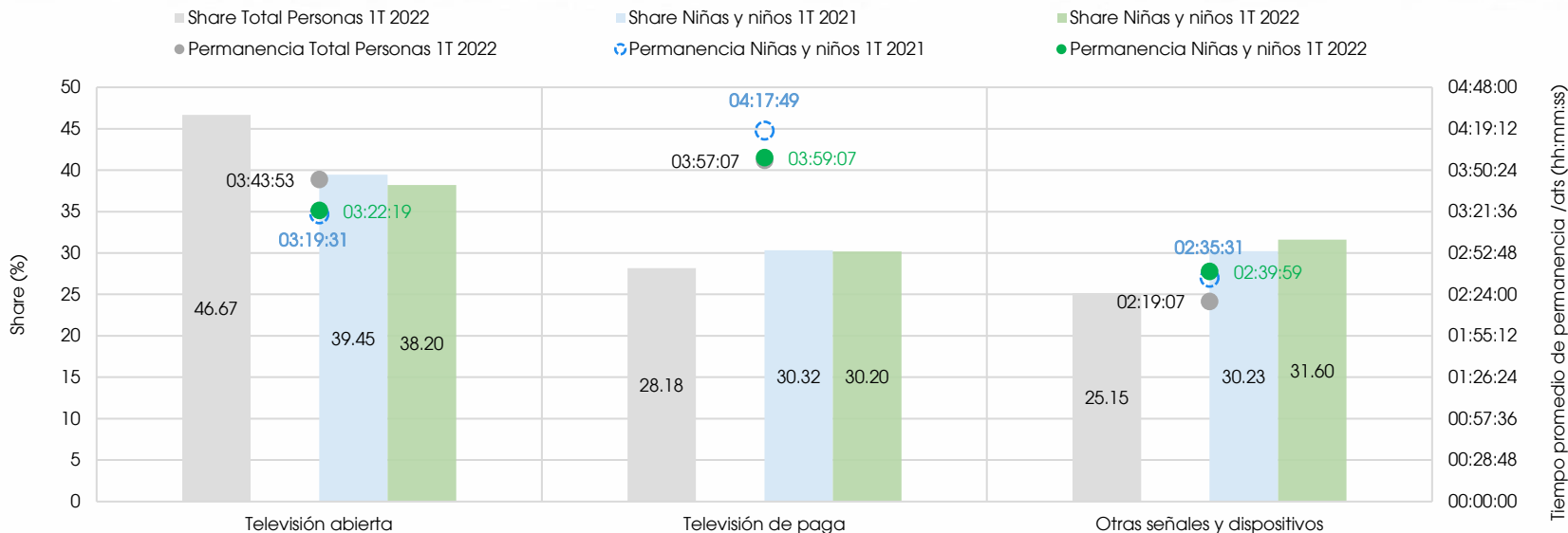
ENCENDIDOS POR HORA

- Para ambos grupos de edad, el momento de mayor exposición a la televisión en el primer trimestre de 2022, fue de las 21:00 a las 21:30 horas con un encendido de 29.80% para las niñas y niños y de 31.82% para el total personas.
- A pesar de que el encendido promedio del trimestre fue mayor para el total personas, al desglosar por 30 minutos, se observó una superioridad de 1 punto porcentual o más en el encendido de niñas y niños de las 10:30 a las 17:30 horas.



PARTICIPACIÓN POR TIPO DE SEÑAL

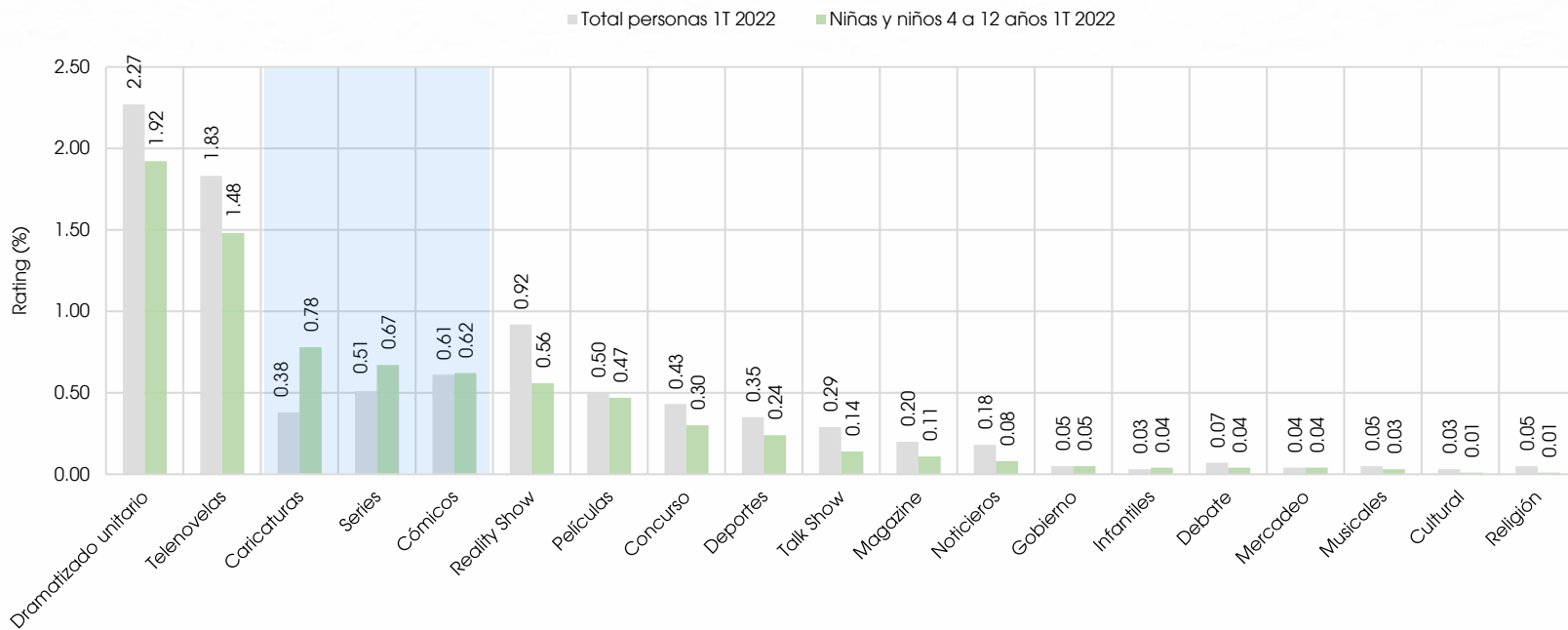
- La televisión abierta fue la señal más vista en ambos grupos poblacionales durante el primer trimestre de 2022. Para el total personas representó el 46.67% de su consumo televisivo y para las niñas y niños el 38.20%. Este porcentaje disminuyó respecto a lo registrado por las y los niños en el mismo periodo de 2021, cuando la televisión abierta representó el 39.45% de su consumo.
- El consumo de otras señales y dispositivos fue la segunda opción de visionado para el segmento infantil al registrar 31.60% de participación.
- A pesar de que la televisión de paga fue la tercera opción de consumo infantil, fue la que registró el mayor tiempo de permanencia con 3 horas y 59 minutos.



Fuente: Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2022 y 2021. Las variables de consulta son Share (Shr%) y Tiempo promedio de permanencia (ats) para todos los canales de 28 Ciudades que reportan audiencia para el periodo evaluado, agrupados por **Televisión abierta**: Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Foro TV, Canal 5, Azteca 7, Nu9ve, Canal Once, Canal 22, Canal 28, ADN40, Excelsior TV, Cadena Tres, Canal 4, TV Mexiquense, Canal 21 (GDL) Loc Tvs, Más Visión (+V), Canal 4 (GDL), Canal 5 (GDL), Canal 7 Univ, Canal 8 (Televisa MTY), Multimedios, Canal 28 Gob, Canal 4 (Televisa MTY), Canal 53 Univ, Multimedios 2, Canal 44 El Canal De Las Noticias, Canal 66 El Canal De Las Noticias, Trecevisión, Latv, Telerifmo, Once Niños, CJ Grand Shopping, Altavisión, Canal 22.2, Telemundo Tijuana, Telemax, Mundo Fox (Matamoros), Loc Tvs28 Cd., C24 Televisa Del Golfo, TV3 Puebla, Bajío TV, Telever, Surestv, Sipse, Canal 12, Televisa Sonora, Tu Canal Mexicali, Tu Canal Tijuana, Tu Canal Ciudad Juárez, RCG, Las Estrellas El Paso, RCG -2 Hrs., Canal 7 Un Canal De 10, Canal 3-1 Hr., Canal 3-2 Hrs., Canal 3, RCG -1 Hr., Canal 13 Televisa, Canal 7 (SLP), Vallevisión, Las Estrellas Matamoros/Reynosa, Canal 10, Azteca Uno -1 Hr., Azteca Uno -2 Hrs., A MÁS +, Canal Catorce, TV UNAM, Multimedios CDMX, Multimedios 6.2, MVS TV, Canal del Congreso, Capital 21, Ingenio TV, Multimedios Guadalajara, Milenio TV 2019, Loc Of 28 Cds., Multimedios 6 Puebla, La Octava, Herald TV y Aprenden en Casa II); **Televisión de paga**: (se considera la suma de todos los canales exclusivos de televisión de paga que mide Nielsen IBOPE) y Otras señales o dispositivos: (Aot Aire, Devices And Others, OT VCR VJ y Tsv). Considerando la información de lunes a domingo, las 24:00 horas del día. Los datos consultados corresponden al universo de personas de 4 años o más y el grupo de 4 a 12 años de edad que tengan acceso a una televisión funcionando en su hogar incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers). Se consideran los Niveles Socioeconómicos: ABC+, C, C-D+ y DE.

AUDIENCIA POR GÉNERO PROGRAMÁTICO

- Los géneros con más rating en niñas y niños fueron Dramatizado unitario y Telenovelas al igual que ocurrió con el total de personas.
- En la mayoría de los géneros se registró un rating más alto o igual por parte de la población en general; sin embargo, la población infantil registró un rating mayor en los géneros Caricaturas, Series y Cómicos.

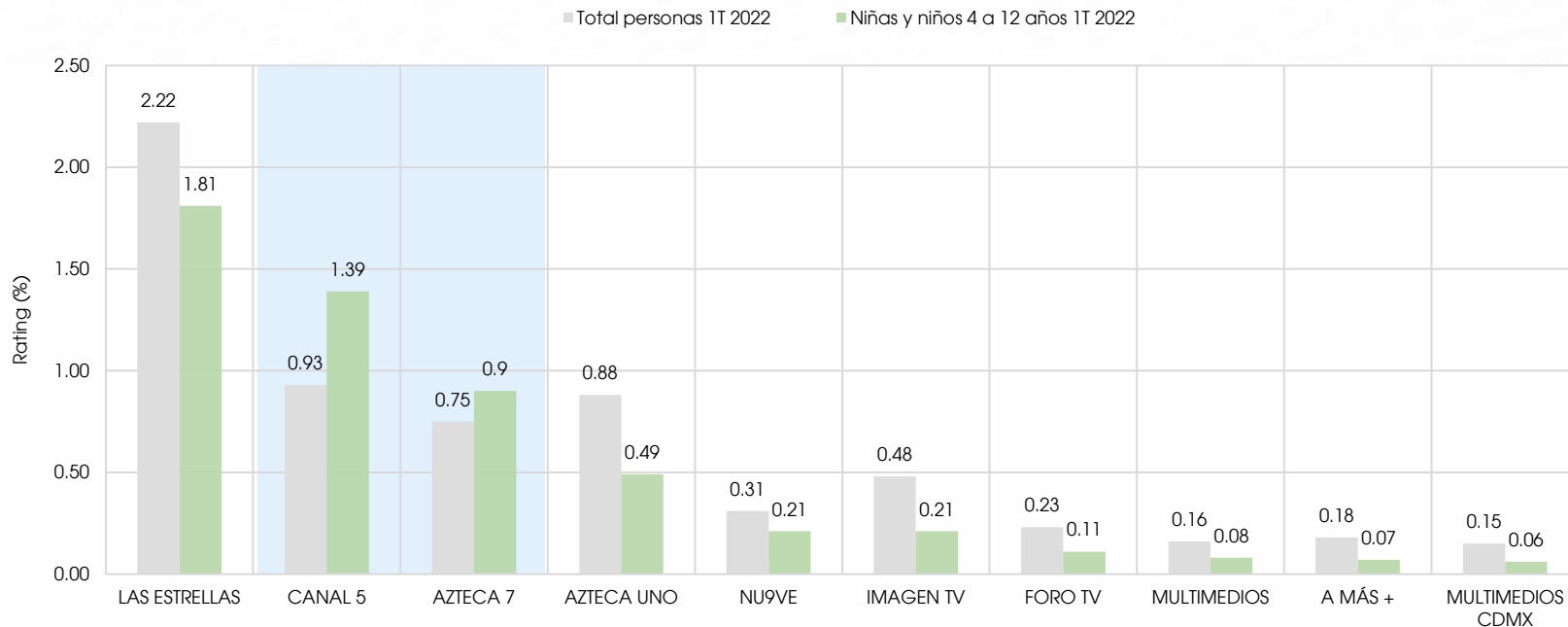


Fuente: Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2022 (desglosados por género programático). La variable de consulta es Rating en porcentaje (rat%) para todos los canales de televisión abierta que reportaron programación para este periodo en el estudio de Nielsen IBOPE (Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Foro TV, Canal 5, Azteca 7, Nueve, Canal Once, Canal 22, ADN40, TV Mexiquense, Más Visión (+V), Canal 4 (GDL), Canal 8 (Televisa MTY), Multimédios, Canal 4 (Televisa MTY), Azteca Uno -1 Hr., Azteca Uno -2 Hrs., A MÁS +, Canal Catorce, TV UNAM, Canal 22.2, Multimédios CDMX, MVS TV, Multimédios Guadalajara y Milenio TV 2019). Considerando la información de lunes a domingo, las 24:00 horas del día. Los datos consultados corresponden al universo de personas de 4 años o más y el grupo de 4 a 12 años de edad que tengan acceso a una televisión funcionando en su hogar incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers). Se consideran los Niveles Socioeconómicos: ABC+, C, C-D+ y DE.

1. Por criterios del IFT se omitió el género "General".

CANALES DE TV ABIERTA CON MAYOR AUDIENCIA A NIVEL NACIONAL

- Al analizar los 10 canales de televisión abierta con mayor rating para niñas y niños durante el primer trimestre de 2022, se observó que solo en Canal 5 y Azteca 7 esta población infantil tuvo un rating superior respecto del total personas.



PROGRAMAS DE MAYOR AUDIENCIA INFANTIL EN TELEVISIÓN ABIERTA

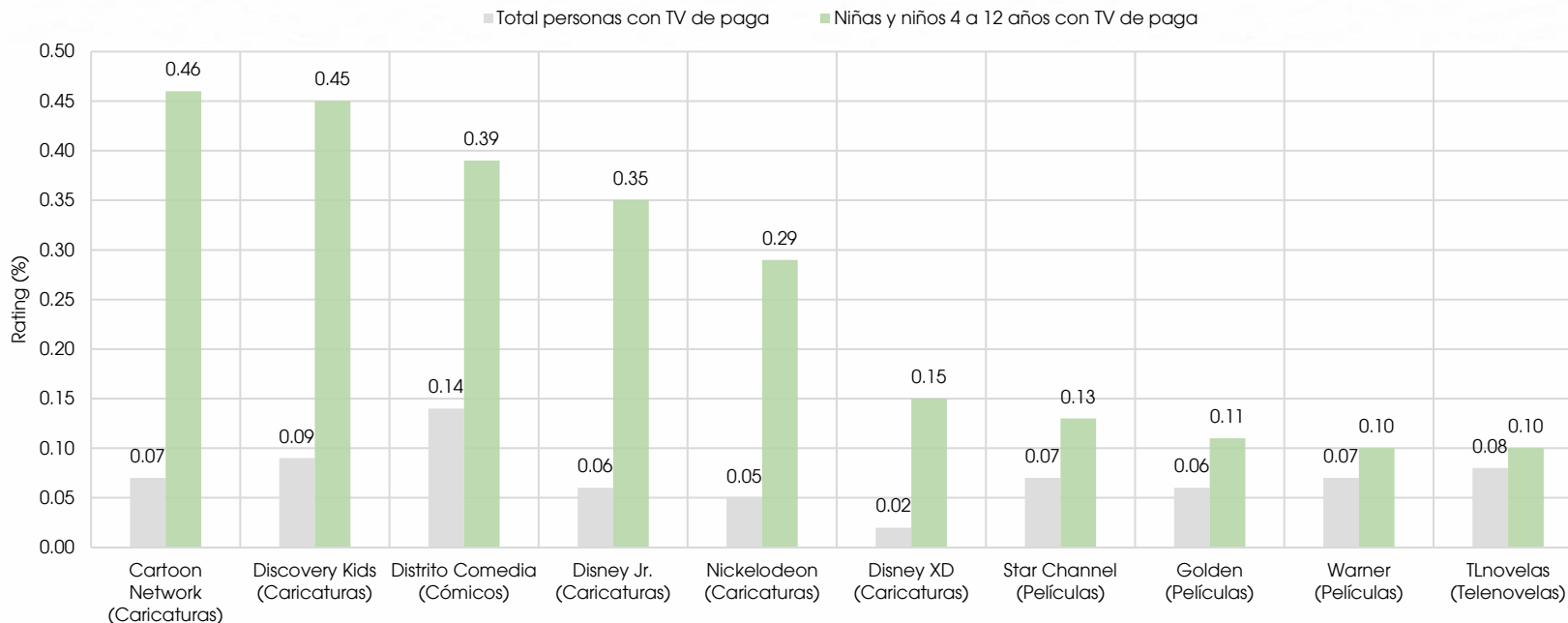
- La siguiente tabla muestra los 3 programas que registraron mayor audiencia de niñas y niños en los 10 canales más vistos durante el primer trimestre de 2022.

Canal	Programa	Género	Día de transmisión	Horario	Rating (%)	Tiempo promedio de permanencia
Las Estrellas	Mi fortuna es amarte	Telenovelas	Lunes a viernes	20:30 – 21:30	7.51	00:47:45
	Si nos dejan	Telenovelas	Lunes a viernes	21:30 – 22:30	7.00	00:45:46
	Los ricos también lloran	Telenovelas	Lunes a viernes	22:30 – 23:30	5.54	00:38:42
Canal 5	P. Matilda	Películas	Jueves	15:45 – 17:50	4.65	01:03:48
	P. Shrek para siempre	Películas	Sábado	20:30 – 22:15	4.35	01:05:45
	P. La vida secreta de tus mascotas	Películas	Sábado	22:15 – 24:00	4.35	01:02:03
Azteca 7	P. Angry birds 2	Películas	Domingo	19:56 – 21:47	5.31	01:06:50
	P. Coco	Películas	Domingo	21:47 – 24:00	5.04	01:06:17
	P. Miss Simpatía	Películas	Sábado	20:42 – 22:59	4.50	01:09:21
Azteca Uno	Exatlón All Star	Reality show	Lunes a domingo	19:36 – 22:37	1.71	01:10:00
	Exatlón Guardianes vs conquistadores	Reality show	Lunes a viernes	19:34 – 22:30	1.68	01:06:13
	Exatlón All Star 2	Reality show	Domingo	19:02 – 20:03	1.55	00:36:10
Nu9ve	P. El infierno	Películas	Sábado	23:00 – 24:23	1.60	01:06:22
	P. La muerte de un gallero	Películas	Domingo	19:45 – 22:00	1.43	00:53:51
	P. Pero sigo siendo el rey	Películas	Sábado	20:15 – 22:15	1.36	00:56:02
Imagen TV	P. El señor de los Elfos	Películas	Sábado	17:06 – 19:07	0.98	01:14:01
	P. Megatiburón contra super lagarto	Películas	Sábado	19:00 – 21:00	0.90	00:55:56
	P. Tierra apocalíptica	Películas	Sábado	19:07 – 21:00	0.82	00:38:24
Foro TV	Es. El Estado de la Unión	Noticieros	Martes	19:59 – 20:22	0.74	00:11:01
	Not. Las noticias de las 12:00	Noticieros	Domingo	12:00 – 13:00	0.39	00:23:25
	Not. Las noticias de las 14:00	Noticieros	Domingo	14:01 – 14:36	0.27	00:15:40
Multimedios	Es show	Magazine	Lunes y martes	21:30 – 25:00	0.21	01:07:26
	Adrián Marcelo presenta	Magazine	Miércoles	21:30 – 25:00	0.20	00:52:34
	Es show el musical	Magazine	Viernes	23:30 – 23:30	0.19	00:39:32
A MÁS +	P. Un hombre peligroso	Películas	Sábado	19:00 – 20:43	0.75	00:49:58
	P. Dos gallos de pelea	Películas	Sábado	19:03 – 20:52	0.70	00:45:08
	P. Los sheriffs de la frontera	Películas	Sábado	20:51 – 22:30	0.64	00:36:56
Multimedios CDMX	Premier L. Man City vs Fulham	Deportes	Domingo	10:00 – 11:00	0.24	00:34:39
	Es show martes	Talk show	Martes	23:22 – 24:37	0.24	00:43:57
	Premier L. Man City vs Fulham 2ra	Deportes	Domingo	11:00 – 12:00	0.24	01:00:00

Fuente: Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2022. La variable de consulta es Rating en porcentaje (rat%) para los 10 canales de mayor audiencia para el target de personas 4 a 12 años con Guest Viewers en las 28 ciudades (Las Estrellas, Canal 5, Azteca 7, Azteca Uno, Nu9ve, Imagen TV, Foro TV, Multimedios A MÁS +, y Multimedios CDMX). Considerando la información de lunes a domingo, las 24:00 horas del día. Los datos consultados corresponden al universo de personas de 4 años o más y el grupo de 4 a 12 años de edad que tengan acceso a una televisión funcionando en su hogar incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers). Se consideran los Niveles Socioeconómicos: ABC+, C, C-D+ y DE.

CANALES DE TV DE PAGA CON MAYOR AUDIENCIA A NIVEL NACIONAL

- Entre los 10 canales de televisión de paga más vistos por las niñas y niños de enero a marzo de 2022, destacan aquellos dedicados a la transmisión de Caricaturas. ¹
- Como se observa en la gráfica, a pesar de que en los diez canales de la televisión de paga hubo mayor audiencia infantil, hubo una superioridad porcentual más alta para los primeros seis canales en comparación con el rating registrado por el universo de personas de 4 años o más.



Fuente: Base de Datos de Ratings TV Tres Dominios, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2022. La variable de consulta es Rating en porcentaje (rat%) para los 10 canales de paga de mayor audiencia en personas de 4 a 12 años con acceso a televisión de paga en las 28 Ciudades que reporte Nielsen IBOPE (Cartoon Network, Discovery Kids., Distrito comedia, Disney Jr., Nickelodeon, Disney XD, Star Channel, Golden, Warner y TL Novelas). Considerando la información de lunes a domingo, las 24:00 horas del día. Los datos consultados corresponden al universo de personas de 4 años o más y el grupo de 4 a 12 años de edad que tengan acceso a un sistema de televisión de paga en su hogar incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers). Se consideran los Niveles Socioeconómicos: ABC+, C, C-D+ y DE.

1. La clasificación de los canales fue realizada por el IFT.

PROGRAMAS DE MAYOR AUDIENCIA EN CANALES DE LA TV DE PAGA

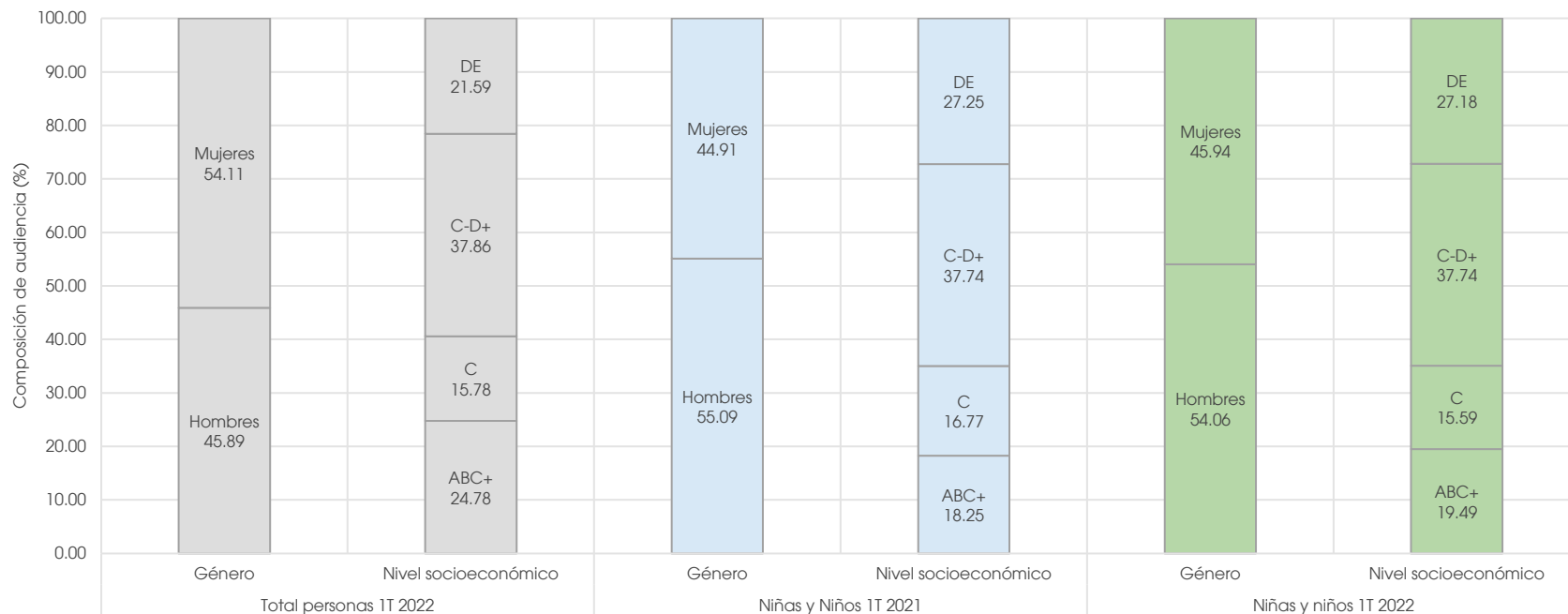
- La siguiente tabla muestra los 3 programas que registraron mayor audiencia en niñas y niños, para cada uno de los canales de la televisión de paga que a continuación se enlistan, donde se puede apreciar que la mayoría fueron Películas.

Canal	Programa	Género	Día de transmisión	Rating (%)	Tiempo promedio de permanencia
Cartoon Network	¡Ya calmate, Ninjin!	Caricaturas	Miércoles	2.47	00:06:39
	P. Minions	Películas	Viernes y sábado	1.72	00:44:57
	P. Los jóvenes titanes en acción	Películas	Sábado y domingo	1.24	01:00:32
Discovery Kids	Kidz Bop	Infantiles	Viernes	1.54	00:25:58
	P. Locos por las nueces 2	Películas	Miércoles	1.41	01:06:41
	Peppa: Alrededor del mundo	Caricaturas	Viernes	0.96	00:12:14
Distrito Comedia	La Familia P Luche	Cómicos	Lunes a viernes	0.60	00:29:41
	Maratón 40 y 20	Cómicos	Sábado y domingo	0.59	00:45:22
	Maratón La Familia P Luche	Cómicos	Sábado y domingo	0.55	00:41:07
Disney Junior	P. La rata pirata	Películas	Sábado y domingo	0.78	00:24:45
	P. El caracol y la ballena	Películas	Sábado y domingo	0.73	00:19:17
	Lucky y el patito con suerte	Caricaturas	Sábado y domingo	0.58	00:23:53
Nickelodeon	Esp. Not so Valentine S	Series	Lunes	1.01	00:40:30
	Lous house	Caricaturas	Jueves	0.54	00:09:53
	Rugrats	Cultural	Lunes a domingo	0.52	00:24:14
Disney XD	P. Marvel rising operation shuri	Películas	Jueves	0.63	00:05:54
	P. Zathura space adventure	Películas	Sábado y domingo	0.29	00:33:15
	P. Karate Kid	Películas	Sábado y domingo	0.28	00:44:46
Star Channel	P. The amazing Spider-man	Películas	Lunes	0.94	00:47:08
	P. Terminator dark fate	Películas	Miércoles	0.69	00:32:13
	The Simpsons	Infantiles	Lunes a domingo	0.61	00:26:30
Golden	P. La promesa	Películas	Martes	0.54	00:42:04
	P. Los minions	Películas	Jueves a domingo	0.49	00:43:12
	P. Memorias de una Geisha	Películas	Miércoles y domingo	0.46	00:47:01
Warner	P. Hotel Transylvania 2	Películas	Varios	0.62	00:41:39
	P. Pixels	Películas	Viernes y domingo	0.61	00:46:31
	P. Liga de la justiciar	Películas	Varios	0.55	00:40:18
TL Novelas	Hasta que el dinero nos separe	Telenovelas	Sábado y domingo	0.28	01:08:21
	Niña amada mía	Telenovelas	Lunes a domingo	0.15	00:32:13
	La fea más bella	Telenovelas	Lunes a viernes	0.15	00:29:17

Fuente: Base de Datos de Ratings TV Tres Dominios, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2022. La variable de consulta es Rating en porcentaje (rat%) para los 10 canales de paga de mayor audiencia en personas de 4 a 12 años con acceso a televisión de paga en las 28 Ciudades que reporte Nielsen IBOPE (Cartoon Network, Discovery Kids., Distrito comedia, Disney Jr., Nickelodeon, Disney XD, Star Channel, Golden, Warner y TL Novelas). Considerando la información de lunes a domingo, las 24:00 horas del día. Los datos consultados corresponden al universo de personas de 4 años o más y el grupo de 4 a 12 años de edad que tengan acceso a un sistema de televisión de paga en su hogar incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers). Se consideran los Niveles Socioeconómicos: ABC+, C, C-D+ y DE.

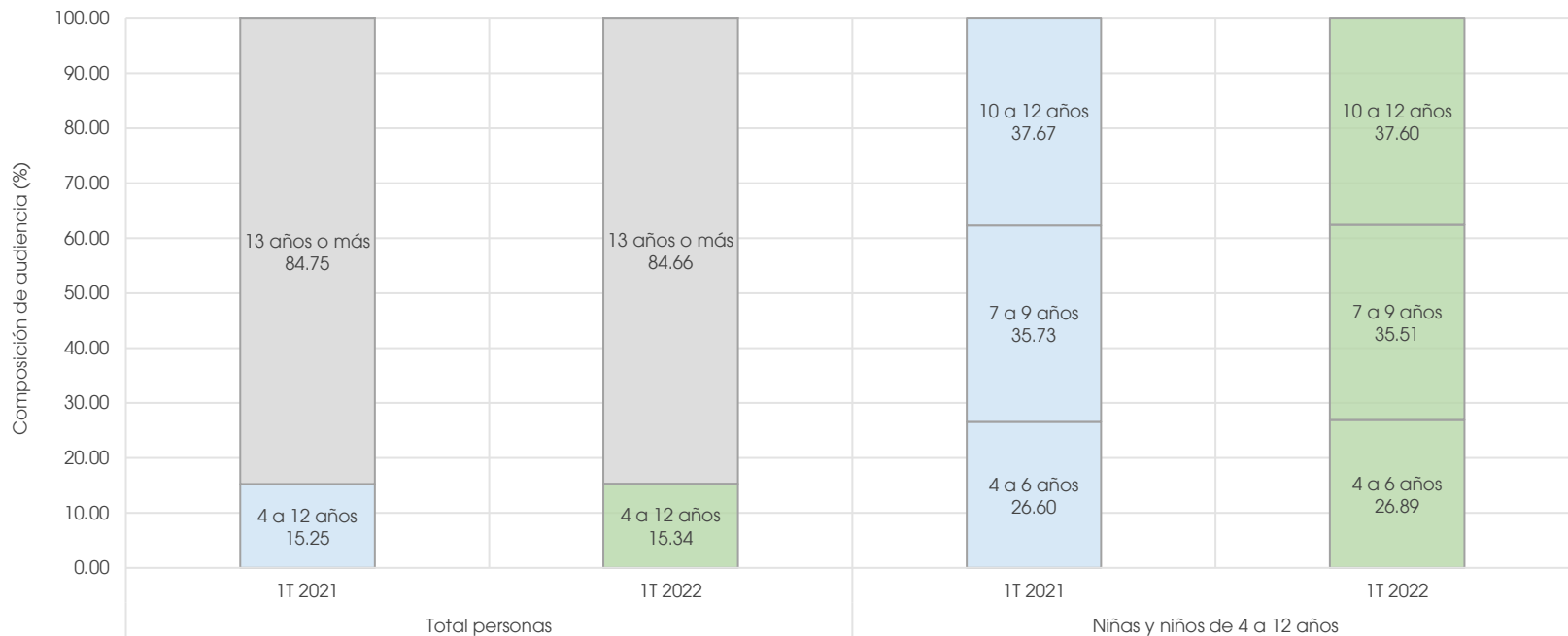
PERFIL DE AUDIENCIA

- Dentro de la población infantil durante el primer trimestre de 2022, destacó la presencia de niños, a diferencia de lo ocurrido en el total de la población, donde fueron las mujeres quienes aportaron mayor audiencia del total del consumo.
- Respecto a los niveles socioeconómicos, en el consumo infantil destacaron los niveles C-D+ y DE como los de mayor presencia, mientras que, para total personas fueron los niveles C-D+ seguido del ABC+.



PERFIL DE AUDIENCIA POR EDADES

- El 15.34% de la audiencia generada por la televisión durante el primer trimestre de 2022 fue aportado por niñas y niños de 4 a 12 años.
- Dentro de este consumo infantil, el segmento de 10 a 12 años fue el que aportó un mayor porcentaje de consumo.



HALLAZGOS

- A partir del análisis realizado a lo largo de este reporte, a continuación, se presenta una recopilación de los principales hallazgos y características de los hábitos de consumo de televisión en niñas y niños; mismos que se complementan con citas verbales y hallazgos extraídos de estudios cualitativos y otros recursos de información propios del IFT.
 - Se observó que durante el primer trimestre de 2022 el segmento de 4 a 12 años tuvo un consumo televisivo del 14.77%; es decir, que 1,324,510 niñas y niños tuvieron la televisión encendida.
 - Las niñas y los niños tuvieron un alcance de 66.06% durante el primer trimestre de 2022 y en promedio pasaron 5 horas y 22 minutos frente al televisor.
 - También se identificó que el momento de mayor exposición a la televisión para niñas y niños fue de 21:00 a 21:30 horas, con un encendido de 29.80%.
 - La televisión abierta fue la señal más vista para niñas y niños durante el primer trimestre de 2022, ya que representó el 38.20% de su consumo televisivo.
 - Los géneros con mayor rating en niñas y niños fueron Dramatizado unitario y Telenovelas, seguido de las Caricaturas.
 - Por otra parte, los canales de televisión abierta con mayor rating para este grupo poblacional fueron Las Estrellas y Canal 5.
- "...Yo casi no veo televisión y cuando lo hago, por lo general veo el Canal de las Estrellas".
(Niño de 13 años/estudiante de secundaria/NSE D/Villahermosa).¹*
- Entre los canales de televisión de paga más vistos por las niñas y niños, destacan *Cartoon Network* y *Discovery Kids*; es decir, aquellos dedicados a la transmisión de caricaturas y películas para niños.
 - Respecto a la composición de audiencia para el grupo etario infantil destaca el consumo de niños. Además, fueron las edades de 10 a 12 años las que registraron el mayor porcentaje de consumo.
 - Respecto a los niveles socioeconómicos, fueron los niveles C-D+ y DE los que principalmente destacaron dentro del consumo televisivo en niñas y niños.

¹ y ². Informe especial niñas y niños 2022 (mayo 2022), consultado en línea en:

<http://www.ift.org.mx/sites/all/themes/bootstrap/templates/ift-umca/files/pdfs/eramca/Presentacion Informe especial ninas y ninos 2022.pdf>

Anexo 1. Definiciones

Universo:

Es el total de elementos dentro de un estudio, sirve para determinar el tamaño de un mercado.

Alcance o Reach (rch%):

Porcentaje del universo que ve o escucha un evento el tiempo mínimo de acreditación de audiencia sin importar si la exposición es mayor. Sirve para determinar el rating potencial.

Rating (rat%):

Porcentaje de hogares o personas que estuvieron viendo la televisión en un canal/ estación en un periodo de tiempo determinado.

Share (shr%):

Porcentaje de participación de encendidos que corresponde a cada canal o estación.

Encendidos (tvr%):

Porcentaje de hogares o personas que tienen encendida la televisión o que escucharon la radio en un momento dado sin importar el canal.

Average Time Spent (ats):

Es el tiempo medio en minutos que invierte el telespectador o radioescucha en seguir un evento, no considera a los que no estuvieron presentes.

Adhesión (adh%):

Indica la composición demográfica de los televidentes o radioescuchas de determinado evento. Nos permite conocer las características demográficas de un programa.

Género:

El Género de Programa es una etiqueta que incluye como referencia Nielsen IBOPE en sus bases de datos, con el propósito de clasificar los programas.

Género Cultural:

Programación que presenta las formas y expresiones de una sociedad. Su contenido es referente a los siguientes temas: Artísticos: Arquitectura, Danza, Escultura, Literatura, Ópera, Pintura, Teatro, Museos, Exposiciones. Sociales: Académicos, Científicos, Históricos, Gastronómicos, Etnográficos, Ciencias Naturales. Simbólicos: Biografías y Entrevista de semblanza a personajes involucrados en la cultura.

NOTA: No se incluyen programas de reportaje en los que algún capítulo en específico aborde un tema cultural.

Género Noticiero:

Programación basada en la actualidad informativa nacional e internacional, articulados con los géneros tradicionales del periodismo escrito, tales como la nota informativa, el reportaje, la entrevista, la editorial, etc. Generalmente estructurados en bloques temáticos que buscan mantener el interés y eliminar los factores de distracción a los que está expuesto el televidente. Dentro de este género se contemplan también aquellos programas de carácter informativo, de análisis o reportajes especializados sobre temas específicos.

Género Religión:

Programas de contenido estrictamente religioso, tales como Misas, Retiros y Coberturas de Visitas Pastorales.

NOTA: No se incluyen programas de reportaje que un capítulo en específico aborden un tema religioso.

Género Debate:

Espacio argumentativo en el cual se emiten ideas antagónicas sobre un tema o temas específicos. Contempla un panel de especialistas y un moderador quienes aportan puntos de vista desde su campo de conocimiento sobre uno o varios temas a discernir.

Género Gobierno:

La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión ordena a los concesionarios de uso comercial, público y social que presten el servicio de radiodifusión; efectuar transmisiones gratuitas diarias en cada estación y por cada canal de programación, con una duración de hasta treinta minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de interés social. Los tiempos de transmisión son administrados por la Secretaría de Gobernación.

Género Partidos Políticos:

Programa cuyo contenido es la presentación o difusión de los mensajes y/o actividades de los diferentes partidos políticos registrados. Las identificaciones de la producción pueden presentar a una o varias asociaciones políticas.

Anexo 1. Definiciones

Género Telenovelas:

Historias o novelas producidas para la televisión, transmitidas en episodios diarios y consecutivos, narran una historia ficticia (aunque puede estar basada en hechos reales) de contenido melodramático (no se excluyen otros géneros); cada capítulo cuenta con los elementos inicio, desarrollo, clímax y al término, una situación de suspenso que puede ser coincidente con el clímax.

Género Dramatizado Unitario:

Programas de ficción en los que cada capítulo constituye una unidad narrativa independiente; en su contenido se manifiestan situaciones conflictivas y/o trágicas. Cada episodio tiene inicio, desarrollo y final. En muy pocas ocasiones puede extenderse a más de una emisión.

Género Musicales:

Programas de corte musical, tales como videos, conciertos, presentaciones de cantantes y grupos, pueden incluir o no, semblanzas o entrevistas con los artistas presentados.

Género Cómico:

Programa cuyo contenido está enfocado al esparcimiento de la audiencia, maneja cuadros cómicos, chistes, cuentos, y cualquier otro elemento que intente provocar la risa.

Género Concurso:

Formato de programa en el cual los participantes realizan una serie de actividades en busca de superar a sus competidores. Un concurso puede hacer competir tanto a individuos, como grupos y/o instituciones privadas o públicas. En éstos pueden o no obtenerse premios.

Género Deportes:

Transmisión de eventos deportivos, cultura física o programas de resumen deportivo, resultados y/o comentarios relacionados al deporte.

NOTA: No se incluyen programas de reportaje que un capítulo en específico aborden un tema deportivo.

Género Series:

Formato presentado en emisiones sucesivas, cada una de ellas mantiene una unidad argumental en sí misma y con continuidad, al menos temática, entre los diferentes episodios que la integran. Incluye diferentes subgéneros como la ficción, acción, suspenso, comedia, etc. Bajo este género se pueden encontrar tanto producciones nacionales como extranjeras. Las miniseries también se agruparán en este formato.

Género Películas:

Producción genérica al nombre. Normalmente realizada para el cine o videohome y transmitida por Tv. En este caso se incluyen las producciones nacionales y extranjeras.

NOTA: No se incluirá dentro de este género el cine documental de carácter didáctico o que incluya entrevistas.

Género Infantil:

Son programas enfocados directamente a los niños, aunque no excluyen a un auditorio adulto. Estas producciones no incluyen generalmente caricaturas, ya que su tendencia es didáctica y se estructuran a partir del uso de lenguaje sencillo en función de la edad del auditorio objetivo. En ocasiones, la conducción recae en niños para lograr una mayor identificación.

Género Caricaturas:

Son todos los programas que están hechos con alguna de las siguientes técnicas: dibujos animados, plastilina, arcilla (stop motion), animación vectorial y de 3ª dimensión.

NOTA: No deben considerarse dentro de este género los cortometrajes animados.

Género Mercadeo:

Programa que promueve la venta de productos vía telefónica, generalmente en este tipo de programas se realizan demostraciones o explicación del funcionamiento del o los artículos ofrecidos. También se encuentran dentro de esta categoría los programas pagados por instituciones, Asociaciones Civiles o religiosas en los cuales el tiempo aire es utilizado para la difusión de un mensaje.

Género Magazine:

Programas cuya producción contiene diferentes cuadros tales como variedades, entrevistas, reportajes, investigaciones y comentarios. Dentro de este género también se contemplan aquellos programas cuyas características no sean clasificables dentro de algún otro género, tales como cobertura de eventos (exceptuando los religiosos, deportivos y culturales).

Género Reality Show:

También conocidos como Televisión Real, es un género televisivo en donde un grupo de personas –comunes o famosas– permite que sus vidas sean grabadas durante un período determinado. Generalmente se encuentran en un sitio común, sin importar su locación, y pueden o no estar compitiendo por un premio.

Género Talk Show:

Programa de televisión en el que varios invitados hablan sobre un tema de actualidad o brindan testimonios personales (los invitados no son especialistas en el tema).

Anexo 1. Definiciones

- Niveles Socioeconómicos de acuerdo con la Asociación Mexicana de Inteligencia de Mercado y Opinión Pública (AMAI)
- El índice de Niveles Socioeconómicos (NSE) es la norma, basada en análisis estadístico, que permite agrupar y clasificar a los hogares mexicanos de acuerdo a su capacidad para satisfacer las necesidades de sus integrantes en términos de: vivienda, salud, energía, tecnología, prevención y desarrollo intelectual. La satisfacción de estas dimensiones determina su calidad de vida y bienestar
- ABC+: Son los segmentos con el más alto nivel de vida del país. Estos tienen cubiertas todas las necesidades de bienestar y la mayoría cuenta con recursos para invertir y planear para el futuro.
- C: Se caracteriza por haber alcanzado un nivel de vida práctica y con ciertas comodidades. Cuenta con una infraestructura básica en entretenimiento y tecnología.
- D+: Este segmento tiene cubierta la mínima infraestructura sanitaria de su hogar.
- DE: Son los segmentos con menor calidad de vida, carecen de la mayoría de los servicios y bienes satisfactorios.
- Niveles Socioeconómicos de acuerdo con Nielsen IBOPE México

Nivel Socioeconómico	Porcentaje de telehogares representados en las 28 ciudades medidas por el estudio de Nielsen IBOPE*
ABC+	26.58%
C	16.45%
C - D+	37.66%
DE	19.31%

*Nielsen BOPE *Nielsen BOPE México MSS TV, Evaluación de targets del 1 de enero al 31 de marzo de 2022.

Nota: Los porcentajes que representa cada Nivel Socioeconómico corresponden a los generados con base en el algoritmo AMAI 8x7 y del Universo del estudio de Nielsen IBOPE para el segundo semestre 2019 y segundo semestre de 2020. El NSE puede tener variaciones en su cálculo a partir de los elementos que la AMAI consideró en el año de estudio de referencia vs los de Nielsen IBOPE, MSS TV, Evaluación de targets del 1 de octubre al 31 de diciembre de 2021.