

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

INFORME TRIMESTRAL
(ENERO, FEBRERO Y MARZO 2024)

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 periodo 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/Gui%CC%81a-de-uso-de-datos-NIM-2020.pdf>

Índice

Metodología 04

Nivel de encendidos 05

Alcance y tiempo de permanencia 06

Encendidos por regiones..... 07

Encendidos por día de la semana 08

Encendidos por hora 09

Participación de audiencia por tipo de señal 10

Audiencia por género programático 11

Canales de TV abierta con mayor audiencia a Nivel nacional 12

Programas de mayor audiencia infantil en televisión abierta 13

Canales de TV de paga con mayor audiencia a nivel nacional..... 14

Programas de mayor audiencia infantil en televisión de paga 15

Perfil de audiencia 16

Perfil de audiencia por edades 17

Hallazgos..... 18

Anexo 1. Fuentes 19

Anexo 2. Definiciones 21

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 y compilada de manera electrónica a través de dispositivos conocidos como "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 (los dos últimos 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 2024. Así como una comparativa ante los datos registrados durante el mismo trimestre del año anterior.

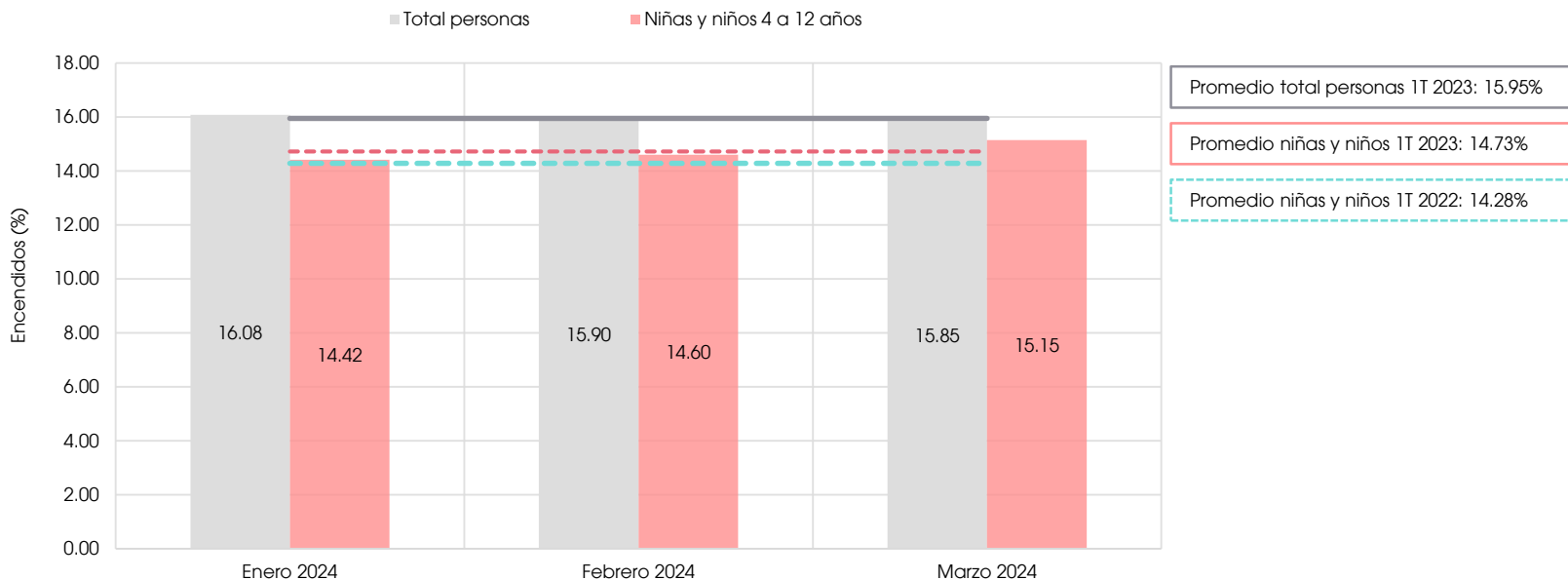
| Televisión | | | |
|--|---|-------------|------------|
| Especificaciones | Se consideran a personas de 4 o más años que cuenten con un televisor funcional en el hogar. Se incluyen a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers). | | |
| Cobertura | 28 ciudades que comprende el estudio de Nielsen IBOPE México | | |
| Targets* | Total personas | 4 - 12 años | |
| Universo | 58,404,408 | 8,612,640 | |
| NSE* | Personas ABC+ | 17,938,503 | 10,214,746 |
| | Personas C | 11,491,849 | 5,763,022 |
| | Personas C-D+ | 18,937,686 | 7,705,578 |
| | Personas DE | 10,036,370 | 1,693,391 |
| Personas con acceso a Televisión de paga* | 25,376,737 | 3,948,360 | |

*Nielsen BOPE México MSS TV, Evaluación de targets del del 1 de enero al 31 de marzo de 2024.



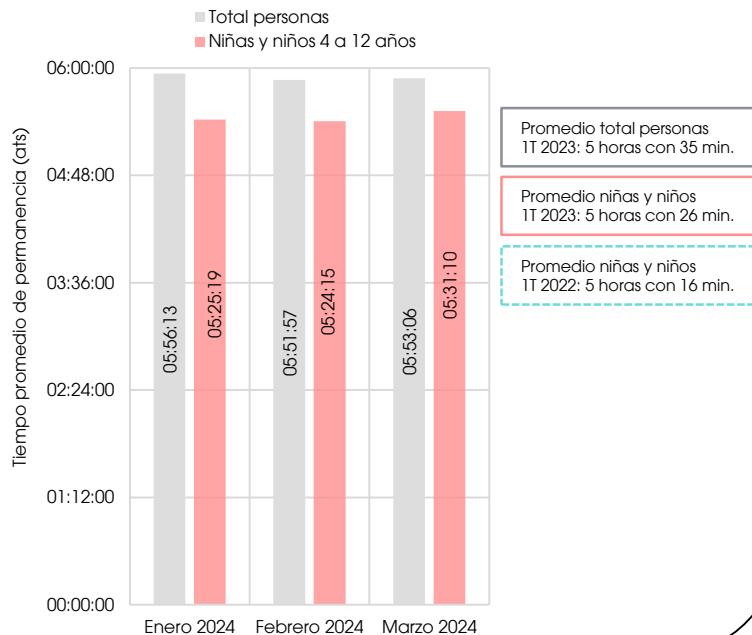
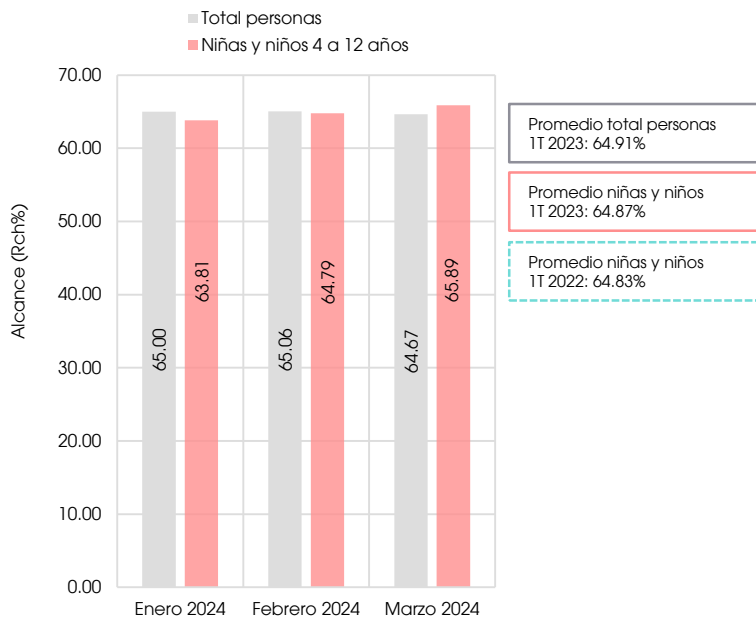
NIVEL DE ENCENDIDOS

- La población infantil de 4 a 12 años registró un encendido televisivo promedio de 14.73% durante el primer trimestre de 2024; es decir, que 1,268,578 niñas y niños estuvieron expuestos a este medio.
- Durante este periodo de análisis hubo un promedio de 9,312,701 personas con la televisión encendida, lo que representó el 15.95% del total de la población de 4 años en adelante.



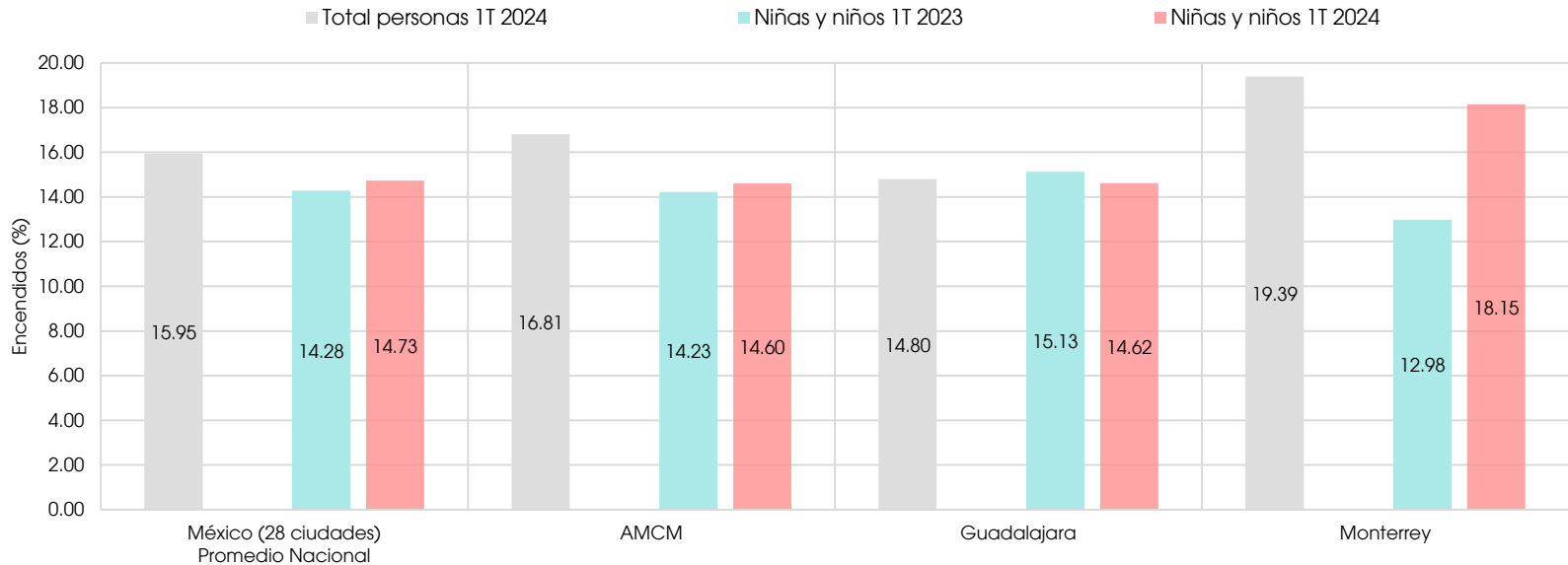
ALCANCE Y TIEMPO PROMEDIO DE PERMANENCIA

- Durante el primer trimestre de 2024 en promedio 64 de cada 100 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 26 minutos frente al televisor.
- Para la población en general en este mismo trimestre el alcance de la televisión fue 64.91% y registraron un tiempo de visionado promedio de 5 horas y 53 minutos al día.



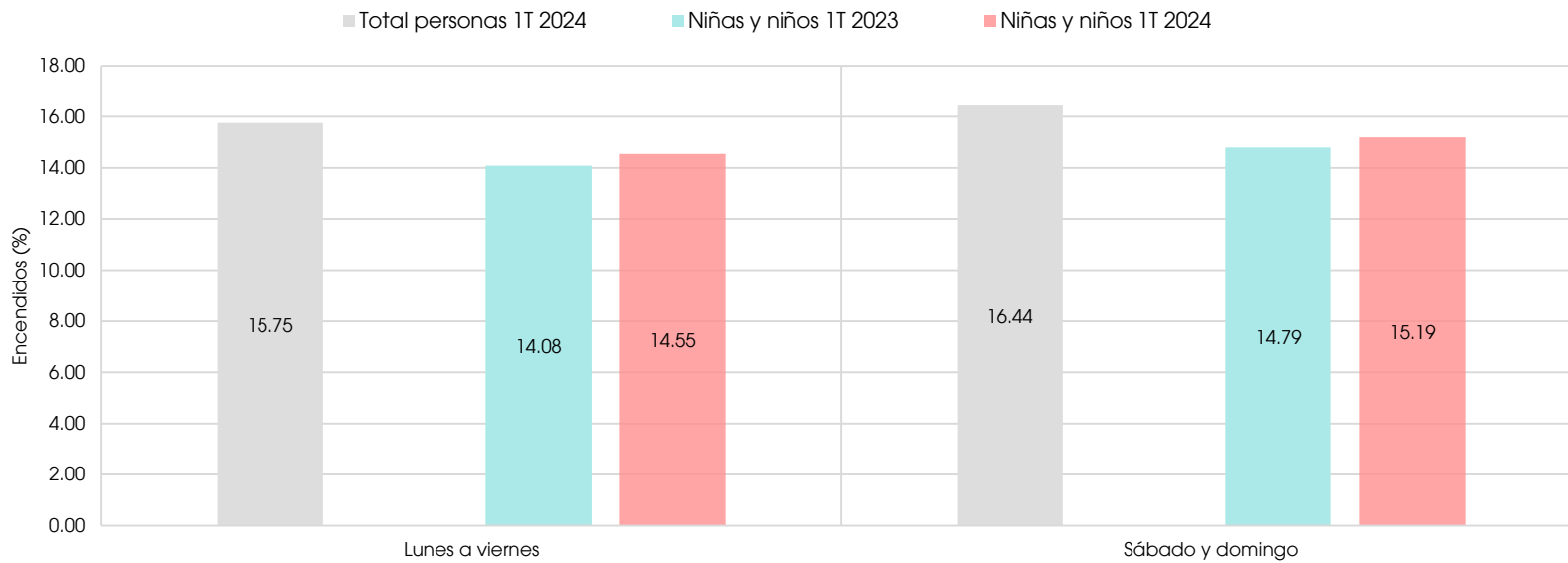
ENCENDIDOS POR REGIONES

- Durante el primer trimestre de 2024, la ciudad de Monterrey registró el mayor porcentaje de encendido para las niñas y niños, así como para el total de personas, con 18.15% y 19.39% respectivamente.
- Por el contrario, la Ciudad de México fue la que tuvo menor encendido para el grupo infantil con 14.60%, mientras que para el total personas el encendido más bajo se registró en Guadalajara, con 14.80%.



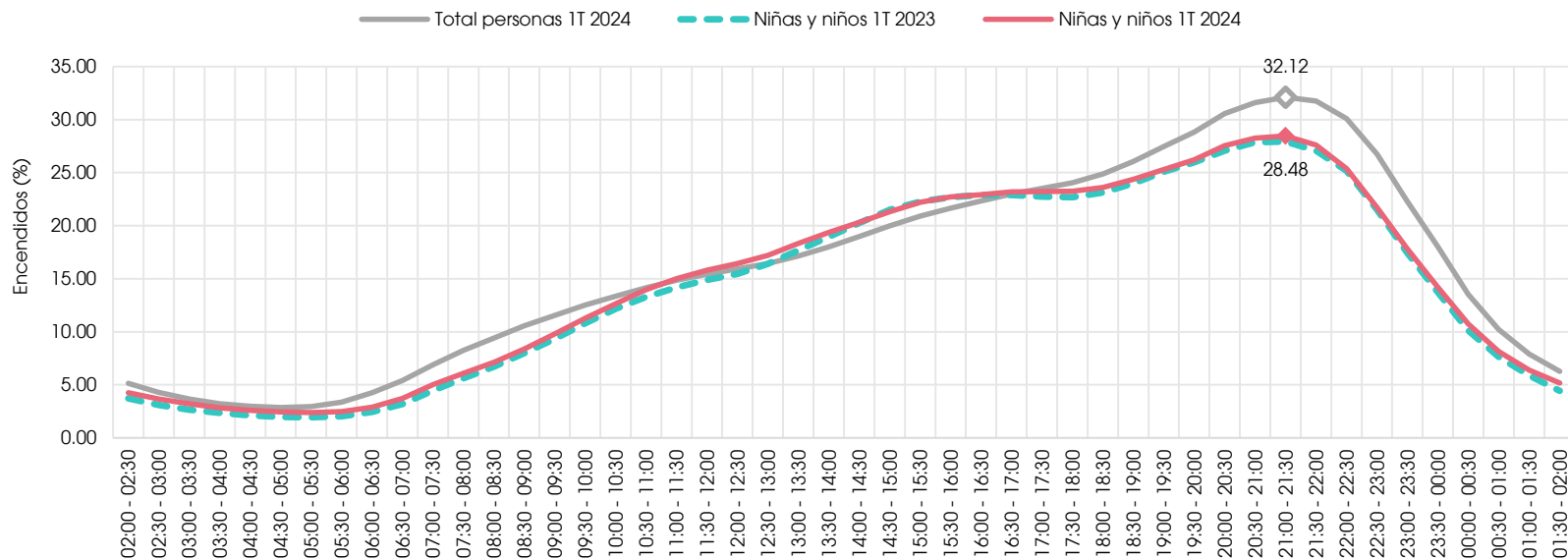
ENCENDIDOS POR DÍA DE LA SEMANA

- De enero a marzo de 2024, tanto el grupo de niñas y niños como el de total personas tuvieron un mayor consumo televisivo los fines de semana.
- Además, se observa que niñas y niños de 4 a 12 años incrementaron su visionado televisivo en ambas partes de la semana con respecto de lo que registraron en el mismo trimestre de 2023.



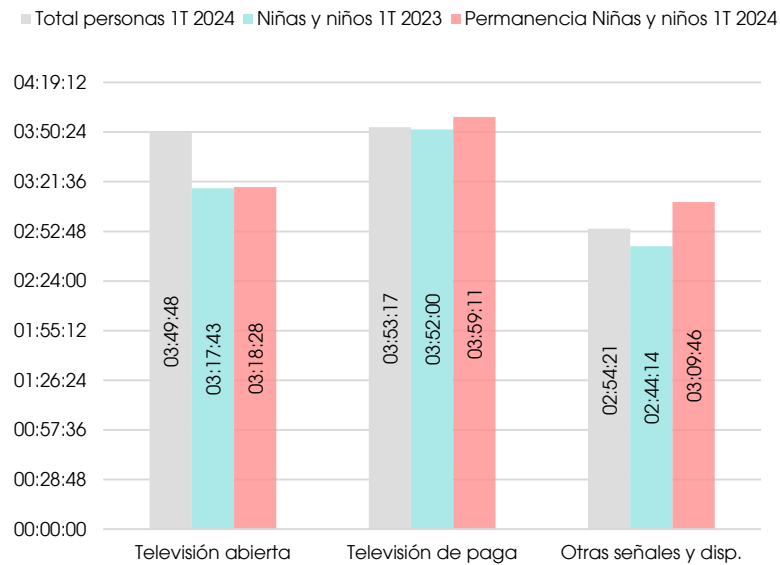
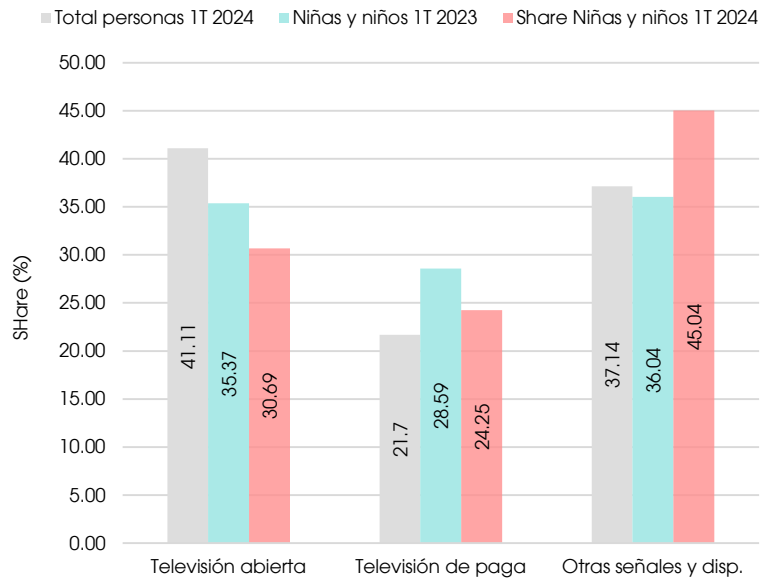
ENCENDIDOS POR HORA

- Para las niñas y niños, el momento de mayor exposición a la televisión durante el primer trimestre de 2024, fue de las 21:00 a las 21:30 horas con un encendido de 28.48%.
- Mientras que para el total personas el horario de mayor porcentaje de encendidos se registró a la misma hora, pero con un encendido mayor (32.12%).



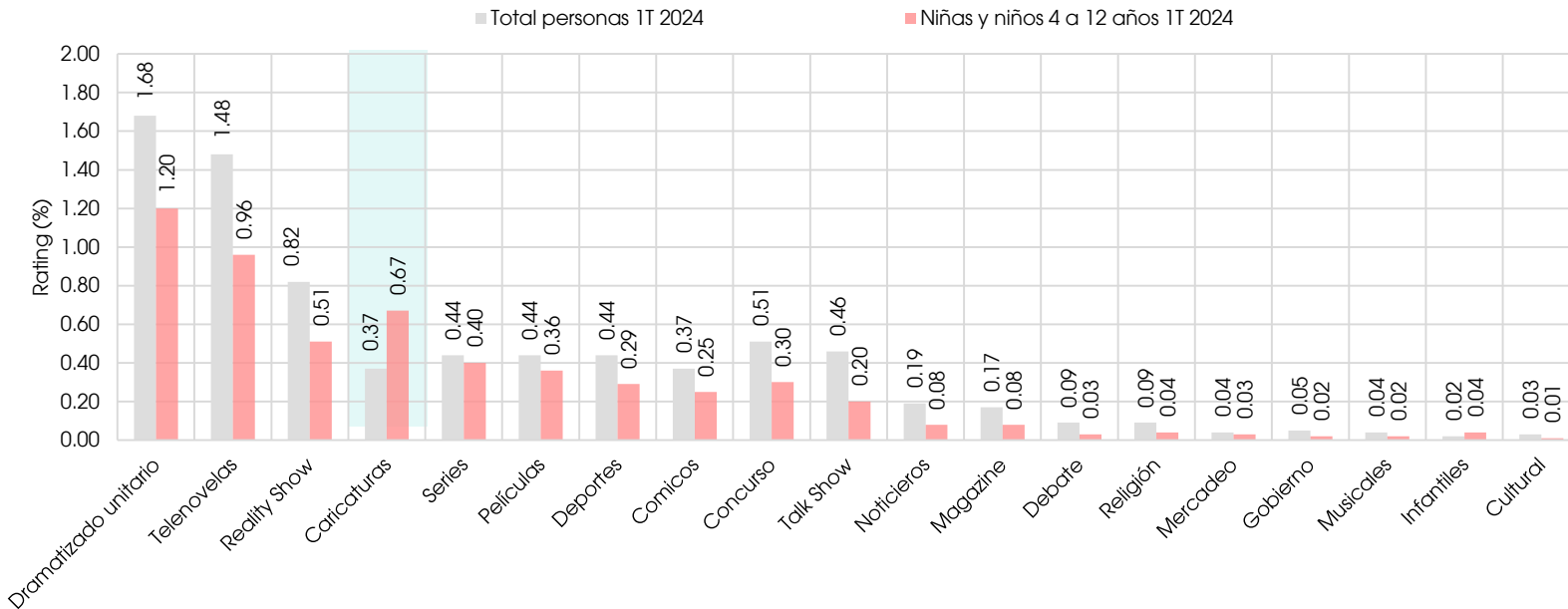
PARTICIPACIÓN POR TIPO DE SEÑAL

- El consumo de otras señales y dispositivos fue la primera opción de visionado para el segmento infantil al registrar 45.04% de participación. A pesar de que la televisión de paga fue la tercera opción de consumo infantil, esta registró el mayor tiempo promedio de permanencia con 3 horas y 59 minutos para el primer trimestre de 2024.
- Por otro lado, para el total personas la televisión abierta fue la señal más vista en este trimestre, con el 41.11% de participación.



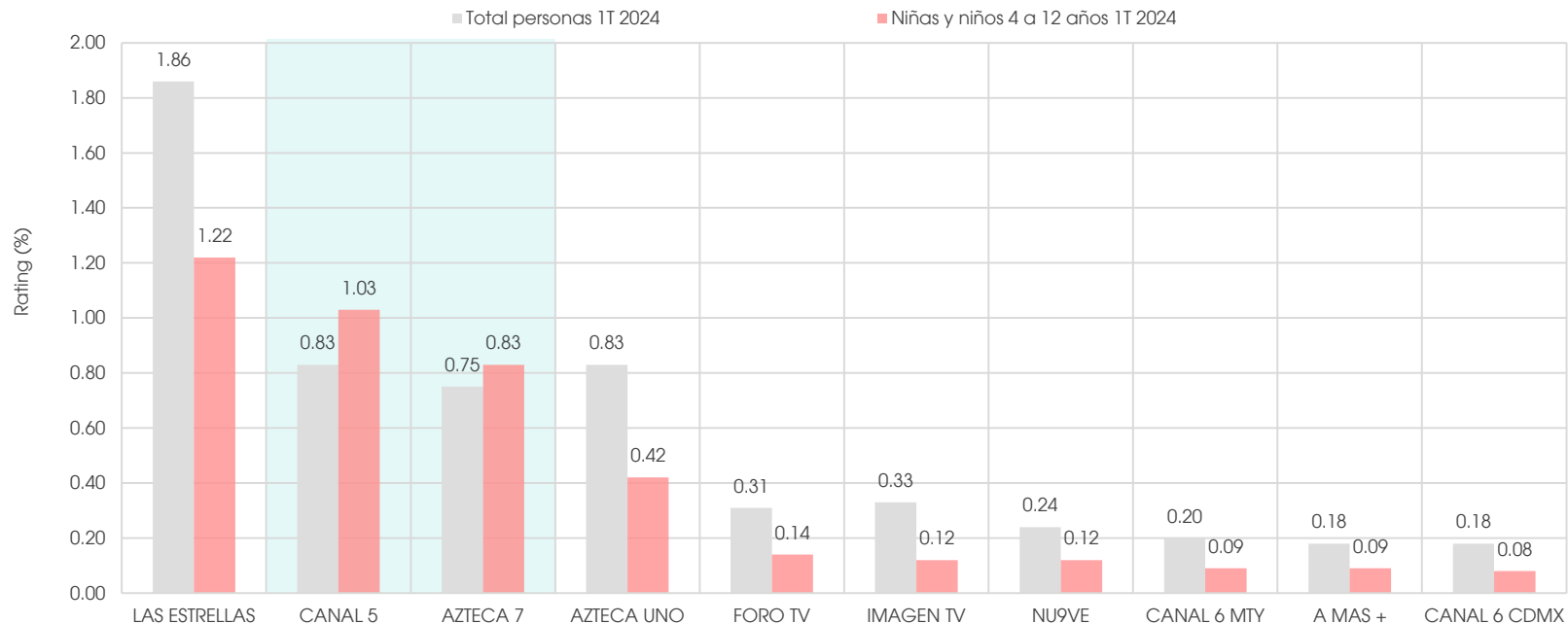
AUDIENCIA POR GÉNERO PROGRAMÁTICO

- 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 por parte de la población en general; sin embargo, la población de 4 a 12 años registró un rating mayor en el género Caricaturas e Infantiles.



CANALES DE TV ABIERTA CON MAYOR AUDIENCIA A NIVEL NACIONAL

- Al analizar los diez canales de televisión abierta con mayor rating para niñas y niños durante el primer trimestre de 2024, se observó que solo en los casos de Canal 5 y Azteca 7 este segmento etario tuvo un rating superior respecto del total de la población.



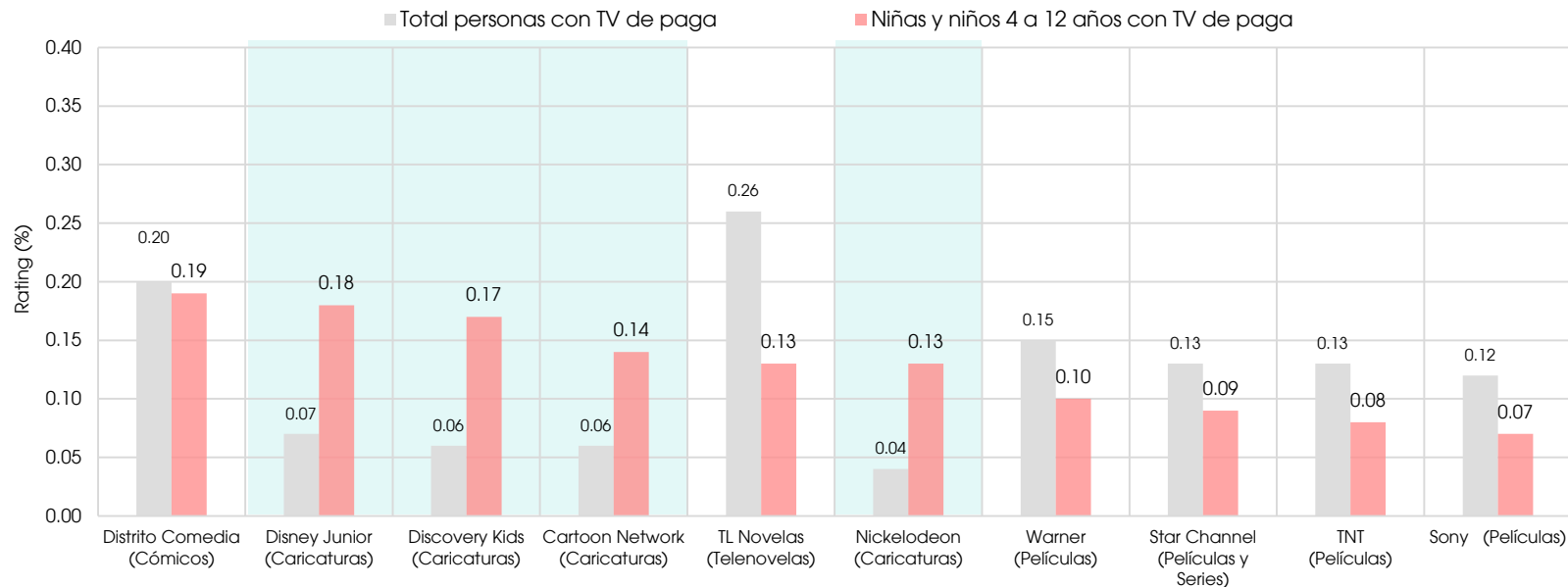
PROGRAMAS DE MAYOR AUDIENCIA INFANTIL EN TELEVISIÓN ABIERTA

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 2024.

| Canal | Programa | Género | Día de transmisión | Horario | Rating (%) | Tiempo promedio de permanencia |
|---------------|---|----------------------|--------------------|---------------|------------|--------------------------------|
| Las Estrellas | Golpe de suerte | Telenovelas | Lunes a viernes | 20:30 - 21:30 | 4.13 | 00:41:16 |
| | El amor no tiene receta | Telenovelas | Lunes a viernes | 20:30 - 21:30 | 3.67 | 00:38:34 |
| | La rosa de Guadalupe | Dramatizado unitario | Lunes a viernes | 19:30 - 20:30 | 3.52 | 00:45:58 |
| Canal 5 | P. Kung Fu Panda | Películas | Domingo | 20:15 - 22:15 | 3.67 | 00:58:30 |
| | FSN Guadalajara vs América | Deportes | Sábado | 21:09 - 23:15 | 3.44 | 00:55:48 |
| | P. Los Croods 2: la nueva era | Películas | Domingo | 15:10 - 17:00 | 3.40 | 01:08:18 |
| Azteca 7 | P. Son como niños 2 | Películas | Sábado | 20:46 - 22:58 | 3.60 | 01:05:56 |
| | P. Piratas del Caribe 3: el fin del mundo | Películas | Domingo | 18:17 - 21:47 | 3.58 | 01:23:01 |
| | P. Frozen 2 | Películas | Domingo | 18:57 - 21:09 | 3.54 | 01:00:11 |
| Azteca Uno | Exatión México | Reality Show | Lunes a viernes | 20:25 - 22:30 | 1.63 | 01:05:27 |
| | Hechos noche | Noticieros | Lunes a viernes | 22:29 - 23:15 | 0.99 | 00:23:35 |
| | Survivor | Reality Show | Lunes a viernes | 20:30 - 22:30 | 0.96 | 00:53:50 |
| Foro TV | Historias por contar Foro TV | Magazine | Domingo | 15:30 - 16:30 | 0.35 | 00:11:46 |
| | Not. Hora 21 | Noticieros | Lunes y viernes | 21:00 - 22:00 | 0.34 | 00:22:34 |
| | Not. En 1ª hora | Noticieros | Lunes a viernes | 20:00 - 21:00 | 0.33 | 00:24:07 |
| Imagen TV | P. La era del mañana | Películas | Domingo | 12:30 - 14:08 | 0.91 | 01:09:30 |
| | P. La carrera del sol | Películas | Domingo | 17:59 - 19:49 | 0.70 | 00:52:04 |
| | P. Sharknado 2 | Películas | Sábado | 16:46 - 18:23 | 0.59 | 00:39:52 |
| Nu9ve | P. Las guaruras | Películas | Sábado | 20:45 - 22:30 | 0.78 | 01:05:11 |
| | P. Valentín de la Sierra | Películas | Domingo | 20:00 - 22:00 | 0.72 | 00:35:25 |
| | P. Secreto de confesión | Películas | Domingo | 22:00 - 00:02 | 0.71 | 00:40:56 |
| Canal 6 MTY | Not. Telediario vespertino MTY | Noticieros | Lunes a viernes | 12:00 - 15:00 | 0.19 | 00:55:59 |
| | Not. Telediario matutino MTY | Noticieros | Lunes a viernes | 06:00 - 10:00 | 0.16 | 01:09:37 |
| | Vivalavi | Magazine | Lunes a sábado | 10:00 - 12:00 | 0.12 | 00:38:18 |
| A MÁS + | P. El mexicano feo | Películas | Domingo | 20:19 - 22:11 | 1.01 | 00:43:58 |
| | P. Un hombre peligrosos | Películas | Domingo | 20:55 - 22:36 | 0.88 | 01:08:47 |
| | P. El hombre y el monstruo | Películas | Miércoles | 10:30 - 19:54 | 0.78 | 01:02:31 |
| Canal 6 CDMX | C4 en alerta | Noticieros | Lunes a viernes | 17:30 - 18:26 | 0.29 | 00:38:35 |
| | Mister Balentain | Magazine | Viernes | 10:00 - 11:58 | 0.21 | 00:59:39 |
| | Inaudito | Magazine | Lunes y domingo | 01:00 - 08:50 | 0.18 | 00:22:28 |

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 2024, destacaron aquellos dedicados a la transmisión de Caricaturas. ¹
- Como se observa en la gráfica, en los canales Disney Jr., Discovery Kids, Cartoon Network y Nickelodeon se registró un rating infantil notablemente superior que el correspondiente al universo de personas de 4 años o más.



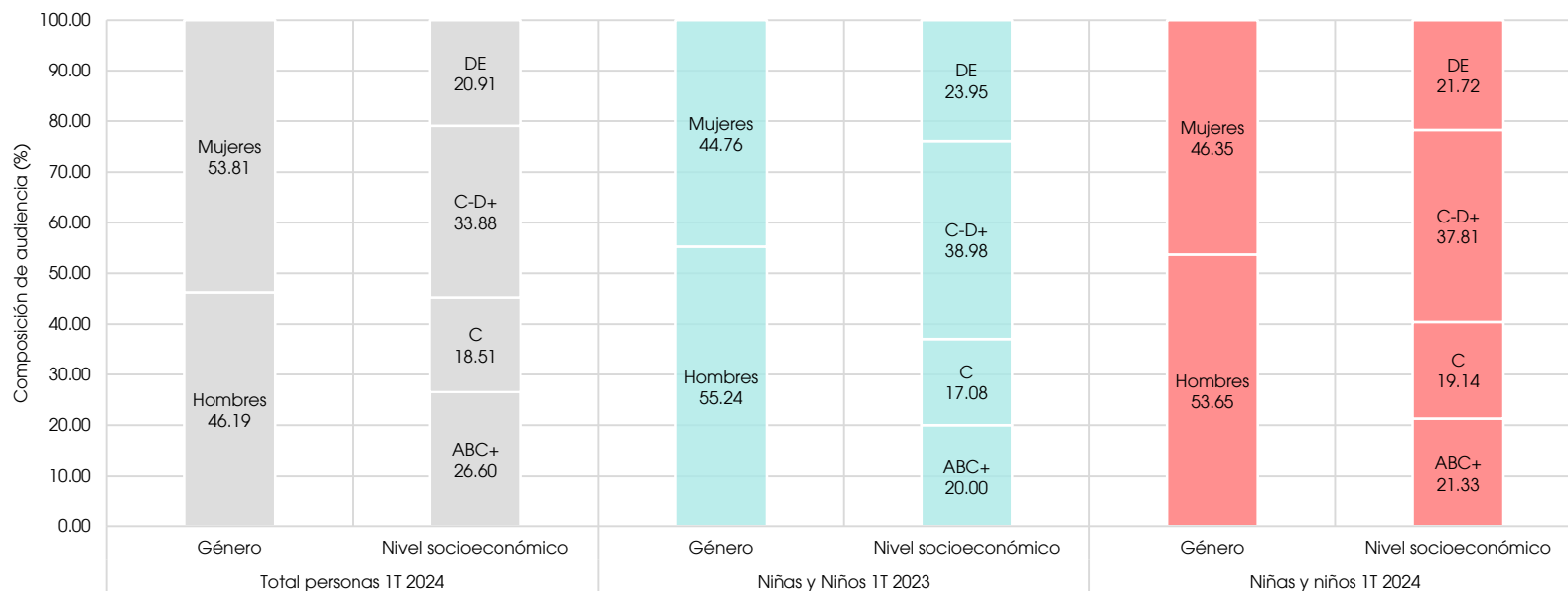
PROGRAMAS DE MAYOR AUDIENCIA INFANTIL EN TELEVISIÓN DE PAGA

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.

| Canal | Programa | Género | Día de transmisión | Rating (%) | Tiempo promedio de permanencia |
|------------------|--------------------------------------|-------------|----------------------------|------------|--------------------------------|
| Distrito Comedia | Maratón 40 y 20 | Cómicos | Sábado y domingo | 0.31 | 00:34:24 |
| | Nosotros los guapos | Cómicos | Lunes a domingo | 0.31 | 00:34:38 |
| | Maratón Vecinos | Cómicos | Sábado y domingo | 0.30 | 00:42:27 |
| Disney Junior | P. Zog | Películas | Domingo | 0.78 | 00:25:12 |
| | P. Zog y los doctores voladores | Películas | Domingo | 0.51 | 00:16:19 |
| | Jake y pirates: país de nunca jamás | Caricaturas | Miércoles y jueves | 0.40 | 00:38:12 |
| Discovery Kids | P. Dinoking Joutney fire mountain | Películas | Sábado | 0.50 | 00:49:44 |
| | P. Mini beat power rockers | Películas | Domingo | 0.44 | 00:33:39 |
| | P. Jorge el curioso | Caricaturas | Lunes a viernes | 0.32 | 00:29:06 |
| Cartoon Network | P. The angry birds 2 | Películas | Sábado | 0.92 | 00:54:55 |
| | P. Hotel Transylvania 2 | Películas | Miércoles y domingo | 0.39 | 00:34:06 |
| | P. Hotel Transylvania | Películas | Viernes y sábado | 0.38 | 00:38:05 |
| TL Novelas | Destilando amor | Telenovelas | Lunes a domingo | 0.36 | 01:01:45 |
| | Amores verdaderos | Telenovelas | Lunes a domingo | 0.19 | 00:48:29 |
| | Corazón indomable | Telenovelas | Lunes a domingo | 0.19 | 00:39:40 |
| Nickelodeon | The Patrick star show | Caricaturas | Lunes a domingo | 0.23 | 00:16:52 |
| | Big nate | Caricaturas | Lunes a viernes | 0.18 | 00:20:50 |
| | The really Loud House | Series | Lunes a viernes | 0.17 | 00:26:12 |
| Warner | P. Godzilla vs Kong | Películas | Sábado y domingo | 0.70 | 00:45:10 |
| | P. Escuadrón suicida | Películas | Martes y miércoles | 0.56 | 01:08:37 |
| | P. Space Jam | Películas | Viernes y sábado | 0.55 | 00:39:47 |
| Star Channel | P. Fast and furious | Películas | Sábado | 0.59 | 01:00:27 |
| | P. Titanes del Pacífico | Películas | Viernes | 0.56 | 01:27:25 |
| | P. Kingsman the golden circle | Películas | Domingo | 0.51 | 00:46:22 |
| TNT | FSI Porto vs Arsenal | Deportes | Miércoles | 0.54 | 00:34:40 |
| | FSI RB Leipzig vs R. Madrid | Deportes | Martes y miércoles | 0.44 | 00:49:06 |
| | P. Charlie y la fábrica de chocolate | Películas | Varios | 0.39 | 00:43:29 |
| Sony | P. Son como niños | Películas | Martes, miércoles y sábado | 0.60 | 00:55:48 |
| | P. Hotel Transylvania 3 | Películas | Domingo | 0.44 | 00:33:11 |
| | P. Littleman | Películas | Sábado y domingo | 0.37 | 01:00:55 |

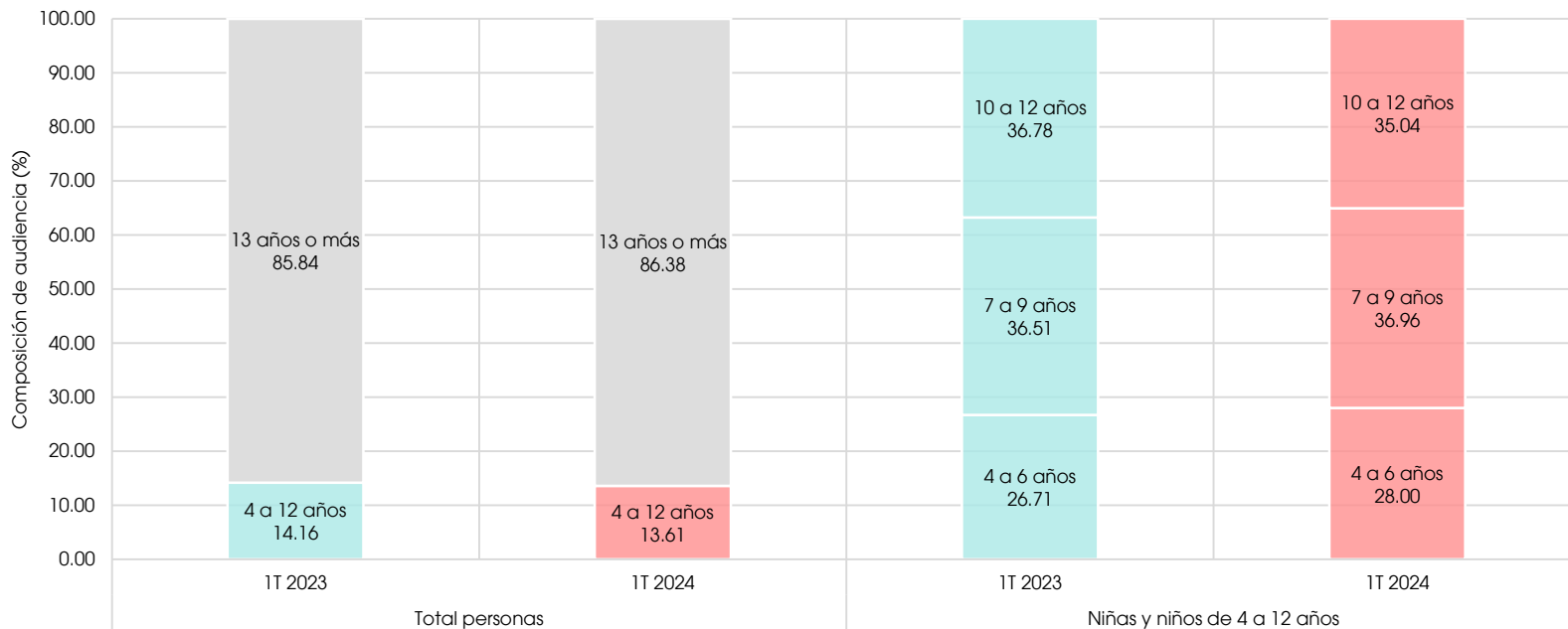
PERFIL DE AUDIENCIA

- Durante el primer trimestre de 2024, entre la audiencia infantil 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 ambos grupos destacó el nivel C-D+ (medio-bajo), con 37.81% de participación en el segmento infantil y 33.88% entre el total de personas.



PERFIL DE AUDIENCIA POR EDADES

- En el primer trimestre de 2024, niñas y niños de 4 a 12 años aportaron el 13.61% de la audiencia generada por la televisión.
- Dentro de este consumo infantil, el segmento de 7 a 9 años fue el que aportó un mayor porcentaje de consumo (36.96%)



Hallazgos

- La población infantil de 4 a 12 años registró un encendido televisivo promedio de 14.73% durante el primer trimestre de 2024; es decir, que 1,268,578 niñas y niños estuvieron expuestos a este medio.
- La televisión alcanzó al 64.83% de las niñas y los niños, quienes en promedio pasaron 5 horas y 26 minutos al día 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 28.48%.
- Otras señales y dispositivos fue señal más vista para niñas y niños durante el primer trimestre de 2024, ya que representó el 45.04% de su consumo televisivo.
- A pesar de que la televisión de paga fue la tercera opción de consumo infantil, esta misma señal registró el mayor tiempo promedio de permanencia con 3 horas y 59 minutos.
- Los géneros con mayor rating en niñas y niños fueron Dramatizado Unitario y Telenovelas.
- Por otra parte, los canales de televisión abierta con mayor rating para este grupo poblacional fueron Las Estrellas y Canal 5.
- Entre los canales de televisión de paga más vistos por las niñas y niños, destacan Distrito Comedia y Disney Junior.
- Respecto a la composición de audiencia para el grupo etario infantil destaca el consumo de niños. Además, fueron las edades de 7 a 9 años las que registraron el mayor porcentaje de consumo.
- Respecto a los niveles socioeconómicos, en el consumo infantil destacó el nivel C-D+ al ser el de mayor presencia con 37.81%.

Anexo 1. Fuentes

Fuente gráfica "Nivel de encendidos": Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2024 y 2023 (desglosados por mes). La variable de consulta es Encendidos en porcentaje (Tvr%) y Encendidos en miles de personas (Tvr#) para todos los canales de 28 Ciudades. 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.

Fuente gráfica "Alcance y tiempo promedio de permanencia": Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2024 y 2023 (desglosados por mes). Las variables de consulta son Alcance en porcentaje (Rch%) y Tiempo promedio de permanencia (ats) para todos los canales de 28 Ciudades. 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.

Fuente gráfica "Encendido por Regiones": Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2024 y 2023 (desglosados por dominio: 28 ciudades, AMCM, así como Guadalajara y Monterrey como dominios indicativos). La variable de consulta es Encendidos en porcentaje (Tvr%) para todos los canales de 28 Ciudades. 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.

Fuente gráfica "Encendido por día de la semana": Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2024 y 2023 (agrupados por días de la semana lunes a viernes y sábado y domingo). La variable de consulta es Encendidos en porcentaje (Tvr%) para todos los canales de 28 Ciudades. 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.

Fuente gráfica "Encendidos por hora": Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2024 y 2023 . La variable de consulta es Encendidos en porcentaje (Tvr%) para todos los canales de 28 Ciudades. Considerando la información de lunes a domingo, las 24:00 horas del día (desglosadas por franjas horarias de 30 minutos). 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.

Fuente gráfica "Participación por tipo de señal": Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2024 y 2023 . 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, Nueve, Canal Once, Canal 22, Canal 28, ADN40, Excelsior TV, Cadena tres, Canal 4, TV Mexiquense, Canal 21 /GDL) Loc Tvsas, Más Visión (+V), Canal 4 (GDL), Canal 5 (GDL), Canal 7 Univ., Canal 8 (Televisa MTY), Canal 6 MTY, 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, La TV, Teleritmo, Once niños, C.J Grand Shopping, Altavisión, Canal 22.2, Telemundo Tijuana, Telemax, Mundo Fox (Matamoros), Loc Tvsas 28 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, Canal 6 CDMX, Multimedios 6.2, MVS TV, Canal del Congreso, Capital 21, Ingenio TV, Canal 6 Guadalajara, Milenio TV 2019, Loc Of 28 Cds., Multimedios 6 Puebla, Canal 6 Tuxtla, Free TV, La Octava, Heraldo 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.

Anexo 1. Fuentes

Fuente gráfica "Audiencia por Género Programático": Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2024 (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: (Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Foro TV, Canal 5, Azteca 7, Nu9ve, Canal Once, Canal 22, ADN40, TV Mexiquense, Más Visión (+V), Canal 4 (GDL), Canal 8 (Televisa MTY), Canal 6 MTY, Canal 4 (Televisa MTY), Loc Tvsá 28 Cd., Azteca Uno -1 Hr., Azteca Uno -2 Hrs., A MÁS +, Canal Catorce, TV UNAM, Once Niños, Canal 22.2, Canal 6 CDMX, MVS TV, Ingenito TV, Canal 6 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.

Fuente gráfica "Canales TV abierta con mayor nivel de audiencia a nivel nacional": Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2024. 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, Foro TV, Imagen TV, Nu9ve, Canal 6 MTY A MÁS + y Canal 6 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.

Fuente tabla "Programas de mayor audiencia infantil en televisión abierta": Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2024. 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, Foro TV, Imagen TV, Nu9ve, Canal 6 MTY A MÁS + y Canal 6 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.

Fuente gráfica "Canales TV de paga con mayor nivel de audiencia a nivel nacional": Base de Datos de Ratings TV Tres Dominios, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2024. 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 (Distrito Comedia, Disney Junior, Discovery Kids, Cartoon Network, TL Novelas, Nickelodeon, Warner, Star Channel, TNT y Sony). 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.

Fuente tabla "Programas de mayor audiencia infantil en televisión de paga": Base de Datos de Ratings TV Tres Dominios, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2024. 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 (Distrito Comedia, Disney Junior, Discovery Kids, Cartoon Network, TL Novelas, Nickelodeon, Warner, Star Channel, TNT y Sony). 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.

Fuente gráfica "Perfil de audiencia: Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2024 y 2023 (desglosados por segmentos demográficos: NSE y género). La variable de consulta es Adhesión (adh%) para todos los canales de 28 Ciudades. 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.

Fuente gráfica "Perfil de audiencia por edades": Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2024 y 2023 (desglosados por segmentos demográficos: edad). La variable de consulta es Adhesión (adh%) para todos los canales de 28 Ciudades, desglosado por grupos de edades. 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.

Anexo 2. 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 aborde 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 2. 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 aborde 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 periodo 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 2. 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+ | 30.71% |
| C | 19.68% |
| C - D+ | 32.43% |
| DE | 17.18% |

*Nielsen BOPE *Nielsen BOPE México MSS TV, Evaluación de targets del 1 de enero al 31 de marzo de 2024.

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. 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 enero al 31 de marzo de 2024.

