

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



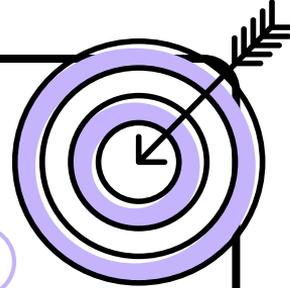
Consideraciones

- El presente Informe lo elabora la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales, del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT); a partir de datos recopilados a través de muestreo, por la empresa Nielsen IBOPE México S.A. de C.V. (Nielsen IBOPE), por lo cual la información que se presenta debe ser considerada como estimaciones. Se recomienda al lector consultar el Anexo 1: Definiciones.
- La información que contiene este documento en cuanto a su análisis, interpretación y cálculos de variaciones se realizó 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. quien ha validado al IFT que la información estadística de audiencias de televisión contenida en este Informe concuerda con las bases de datos licenciadas al IFT por parte de 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%C3%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

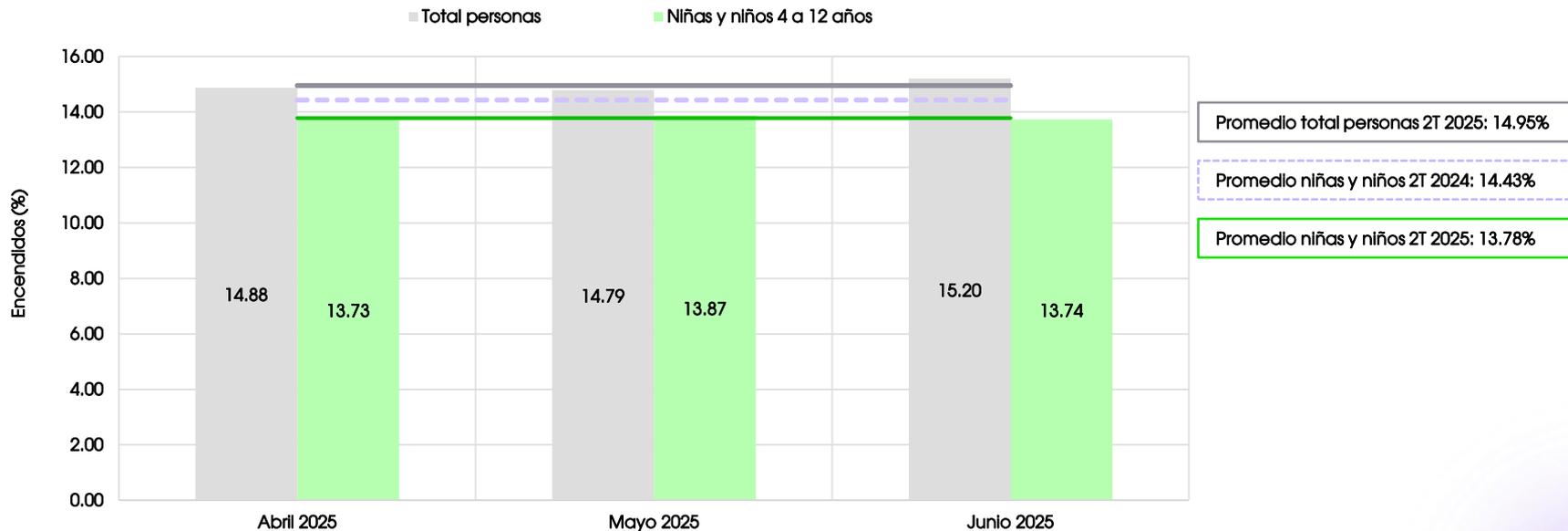
- El objetivo del presente Informe es realizar un seguimiento de las tendencias de los niveles de audiencia de televisión, que se registran a partir del visionado de la población adolescente de manera trimestral.
- La información del consumo televisivo se obtuvo a partir del análisis de las bases de información de la empresa Nielsen IBOPE México, compiladas 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 cuentan 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 del visionado de televisión que se registraron durante el segundo trimestre de 2025. Así como una comparativa con los datos del mismo trimestre del año inmediato 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		Total personas	4 a 12 años
Universo		60,605,522	8,577,468
NSE*	Personas ABC+	18,977,875	2,217,030
	Personas C	12,282,072	1,734,615
	Personas C-D+	20,309,153	3,329,249
	Personas DE	9,036,422	1,296,574
Personas con acceso a Televisión de paga*		24,997,468	3,731,505

*Nielsen BOPE México MSS TV, Evaluación de targets del del 1 de abril al 30 de junio de 2025.

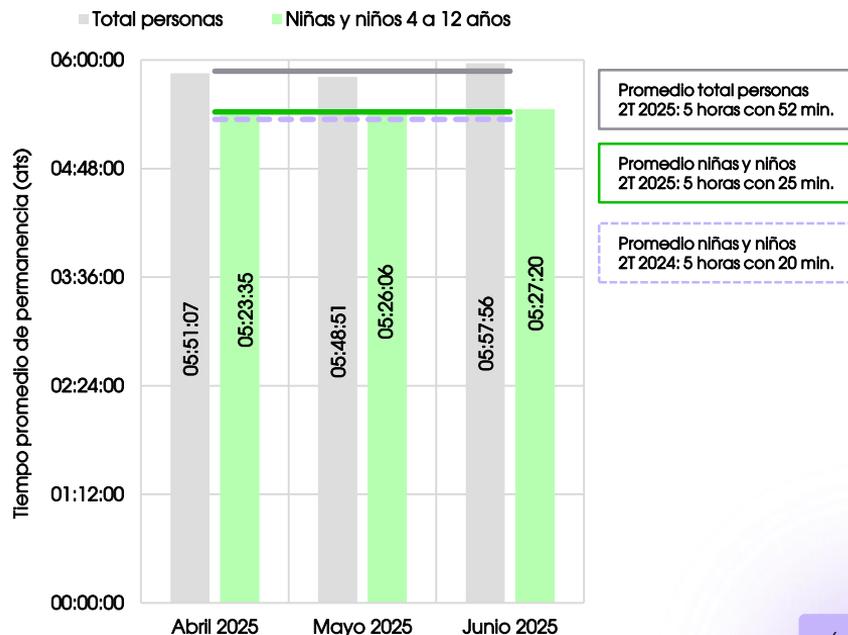
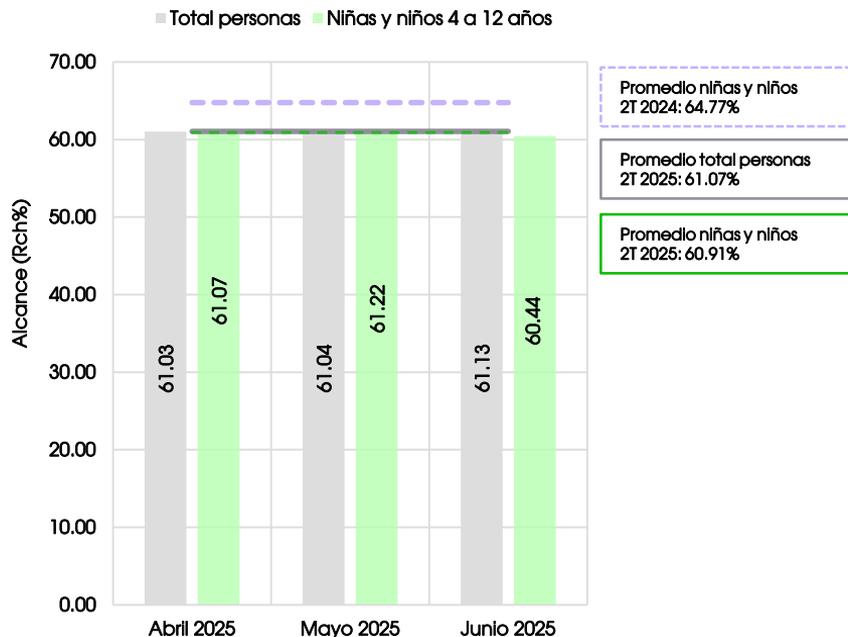
NIVEL DE ENCENDIDOS

- La población infantil de 4 a 12 años registró un encendido televisivo de 13.78% durante el segundo trimestre de 2025; es decir, que en México 1,182,126 niñas y niños estuvieron expuestos a este medio. Este registro fue 5% menor en comparación con el segundo trimestre del año anterior.
- Durante este periodo de análisis, se observó un promedio de 9,062,218 personas con la televisión encendida, lo que representó el 14.95% del total de la población de 4 años en adelante.



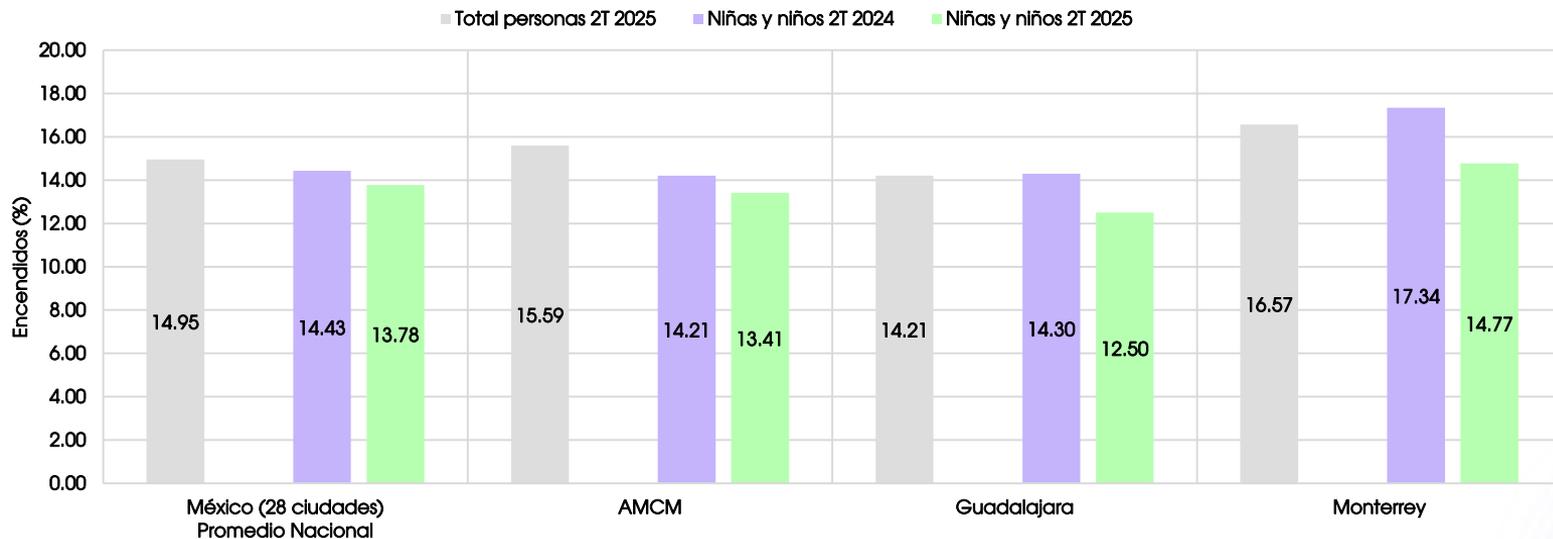
ALCANCE Y TIEMPO PROMEDIO DE PERMANENCIA

- Durante el segundo trimestre de 2025, 61 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 25 minutos frente al televisor.
- Para la población en general en este mismo trimestre el alcance de la televisión fue de 61.07% y registraron un tiempo de visionado de 5 horas y 52 minutos al día.



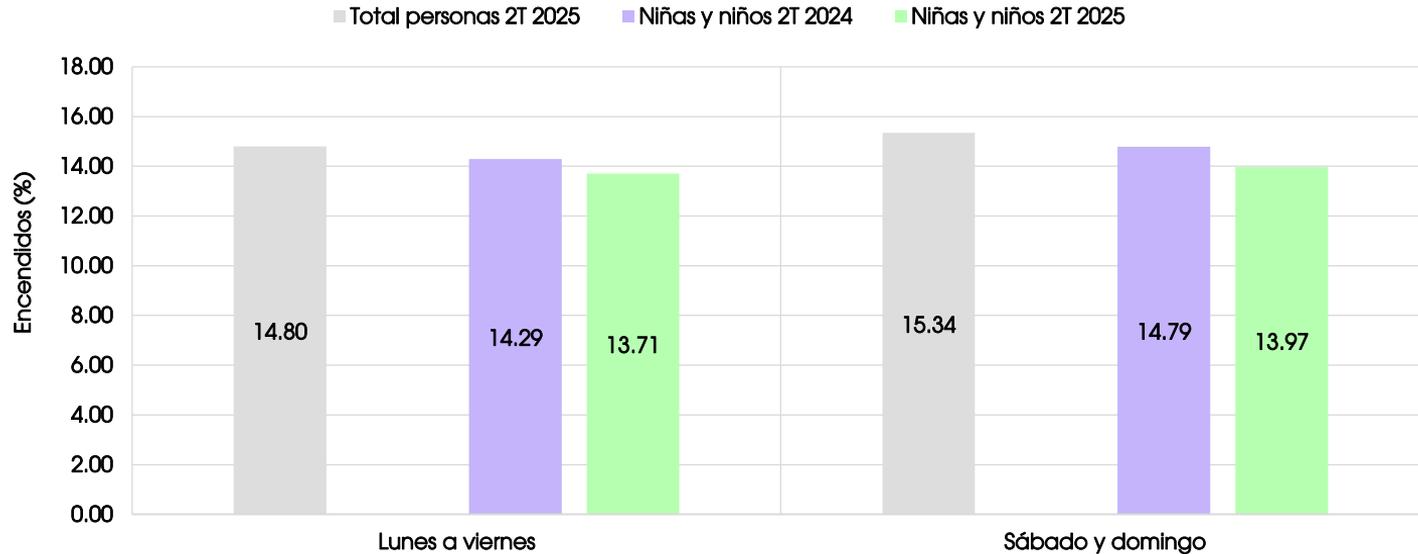
ENCENDIDOS POR REGIONES

- Durante el segundo trimestre de 2025, la ciudad de Monterrey registró el mayor porcentaje de encendido para las niñas y niños, así como para el total de personas, con 14.77% y 16.57% respectivamente.
- Por el contrario, en Guadalajara se registró el menor encendido del grupo infantil, con 12.50%; tendencia que se replicó para el grupo de personas de 4 años o más con 14.21%.
- Se observa que en todas las regiones hubo una disminución en el encendido infantil con respecto al año anterior, y destaca la ciudad de Monterrey con una reducción de 15%.



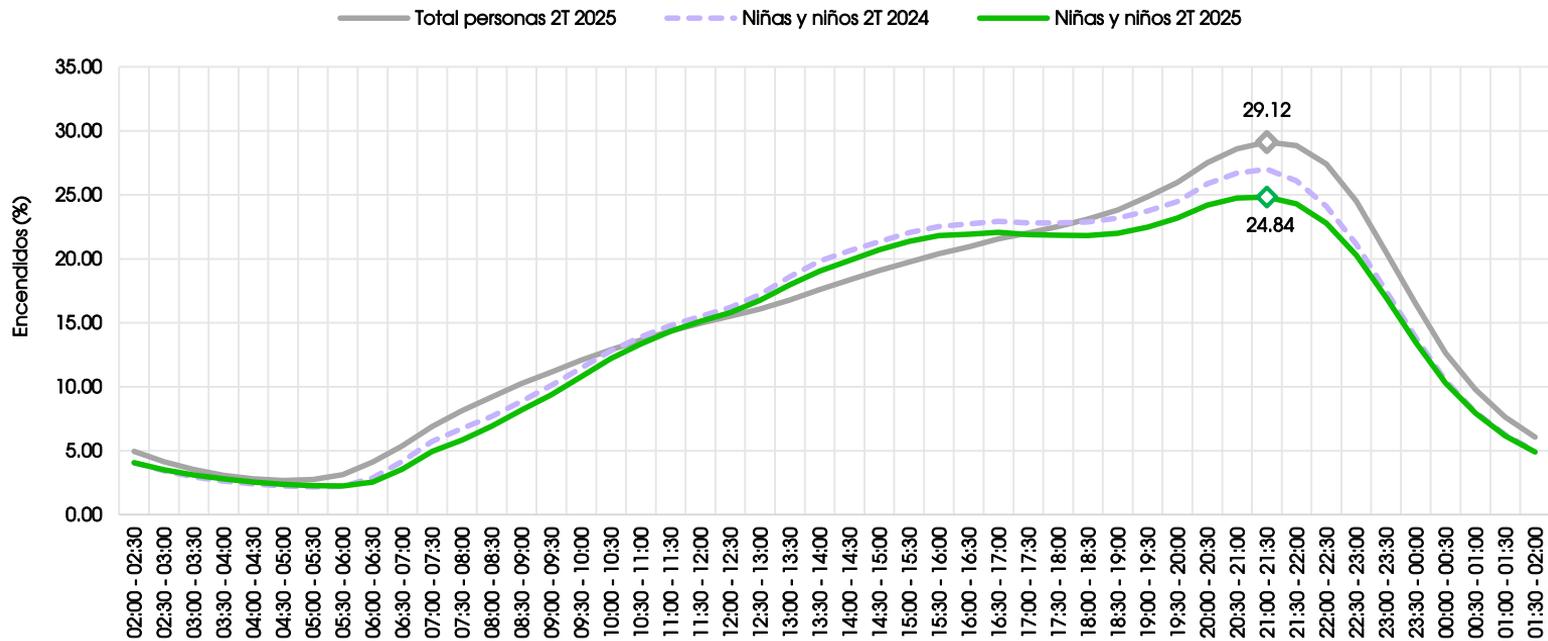
ENCENDIDOS POR DÍA DE LA SEMANA

- De abril a junio de 2025, tanto el grupo de niñas y niños como el de total personas tuvieron un consumo televisivo ligeramente mayor durante los fines de semana.
- Por otro lado, se observó que en este periodo, las niñas y los niños de 4 a 12 años tuvieron un porcentaje de exposición menor en comparación con el mismo periodo del año anterior, independientemente del día de la semana.



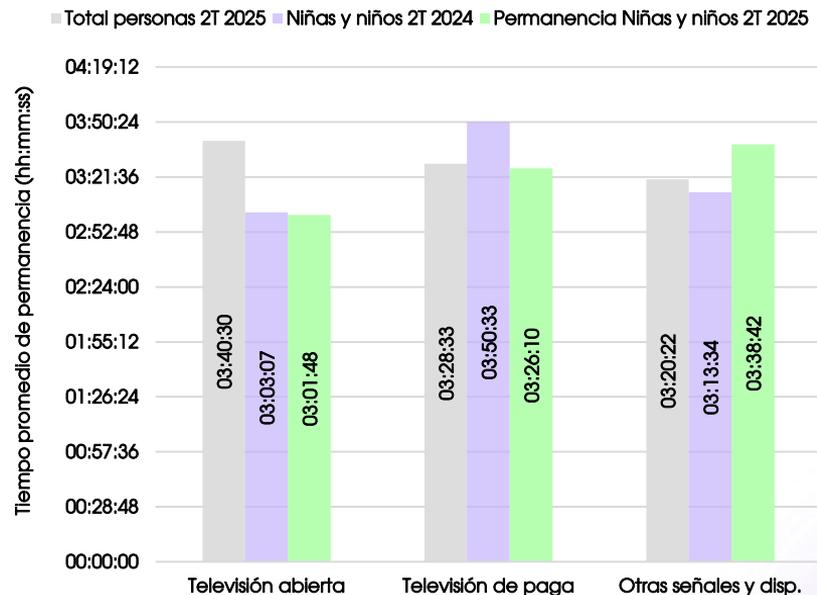
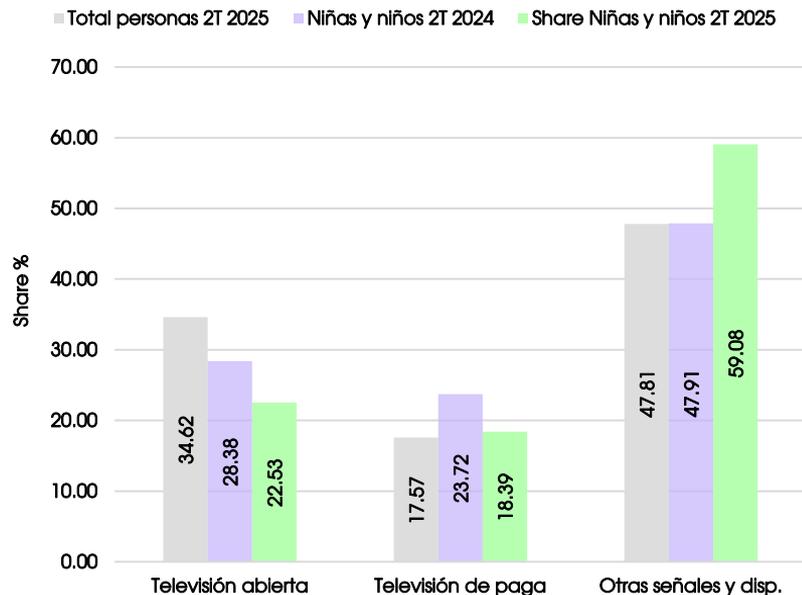
ENCENDIDOS POR HORA

- Para las niñas y niños, el momento de mayor exposición a la televisión durante el segundo trimestre de 2025, fue de las 21:00 a las 21:30 horas con un encendido de 24.84%.
- Para el total de personas, el horario con mayor número de televidentes se registró a la misma hora, pero con un porcentaje mayor; al registrar el 29.12% de encendido televisivo.



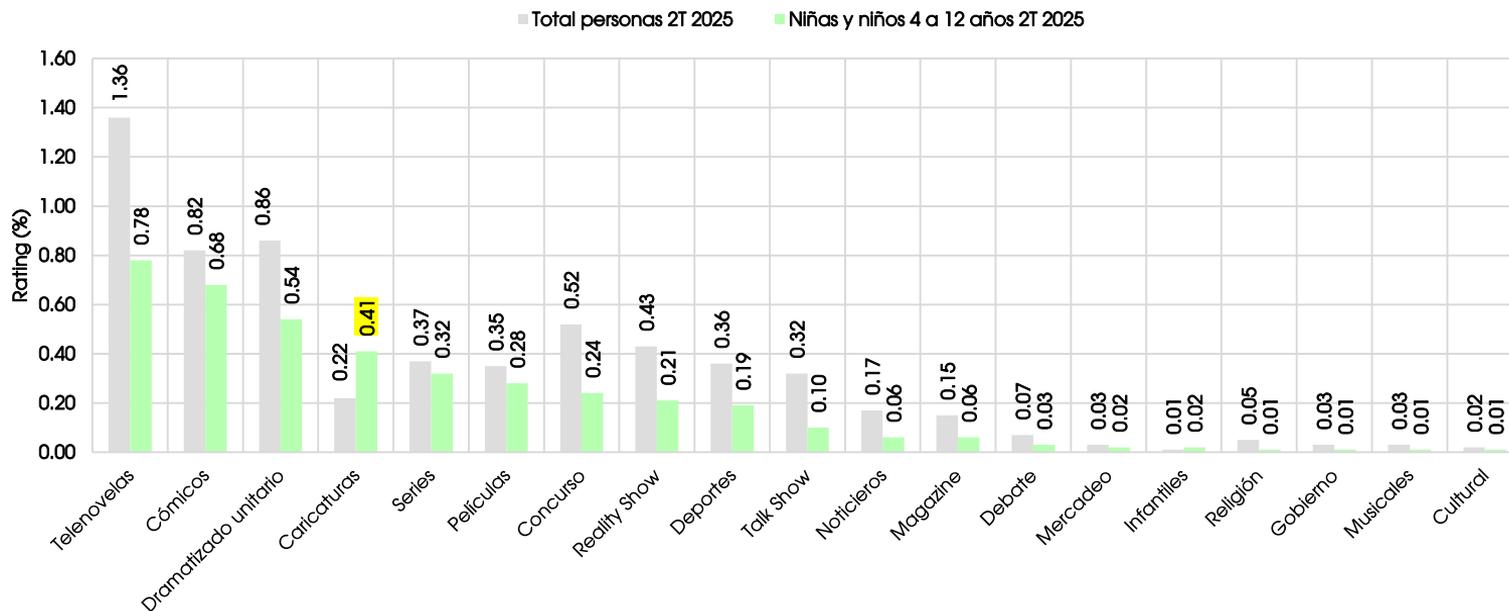
PARTICIPACIÓN POR TIPO DE SEÑAL

- El consumo de otras señales y dispositivos fue la primera opción de visionado para el segmento infantil al registrar una participación de 59.08%, así como un tiempo promedio de permanencia de 3 horas y 38 minutos, para el segundo trimestre de 2025.
- Asimismo, la televisión abierta, fue la segunda opción de visionado por parte de la población infantil, con 22.53% de participación y una permanencia de 3 horas y 1 minuto.



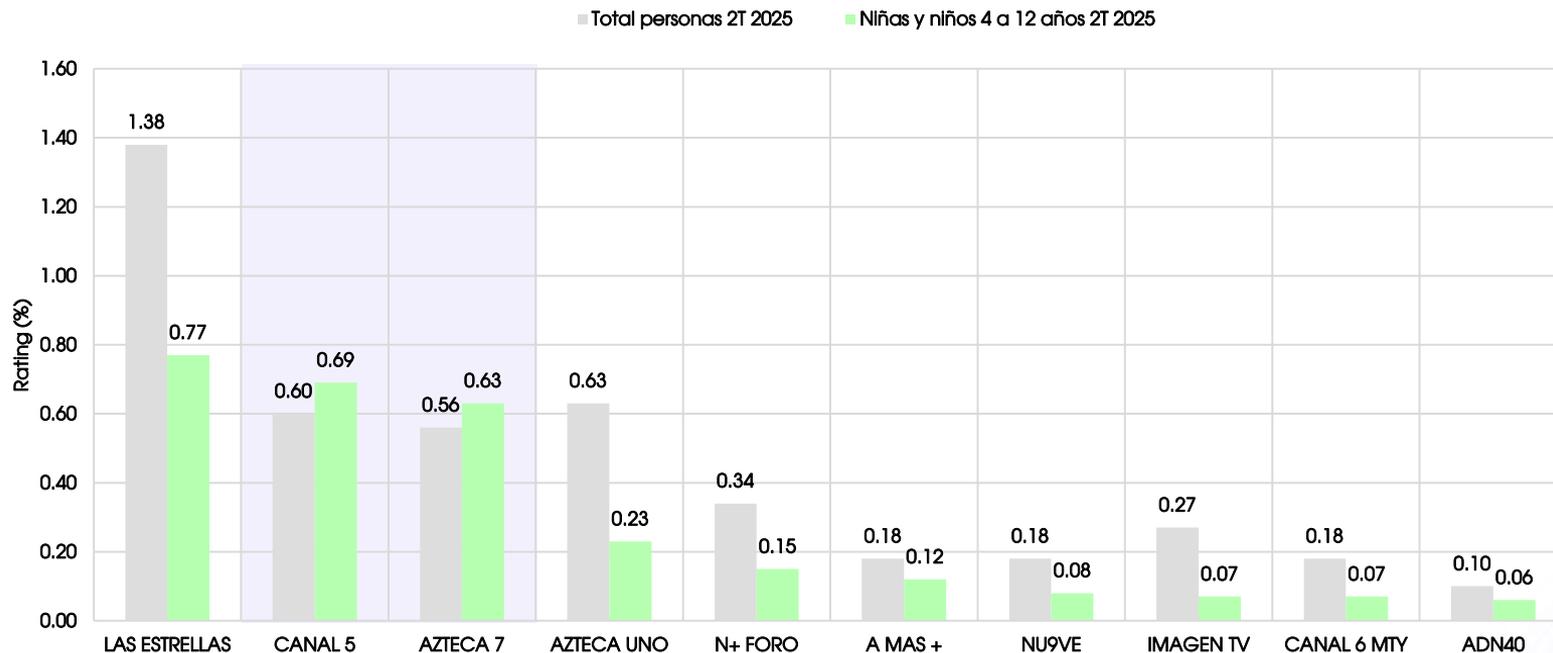
AUDIENCIA POR GÉNERO PROGRAMÁTICO

- El género con más rating en niñas y niños fue 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 de Caricaturas.



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 segundo trimestre de 2025, se observó que solo en los casos de Canal 5 y Azteca 7; este segmento etario tuvo una audiencia superior respecto del total de la población.

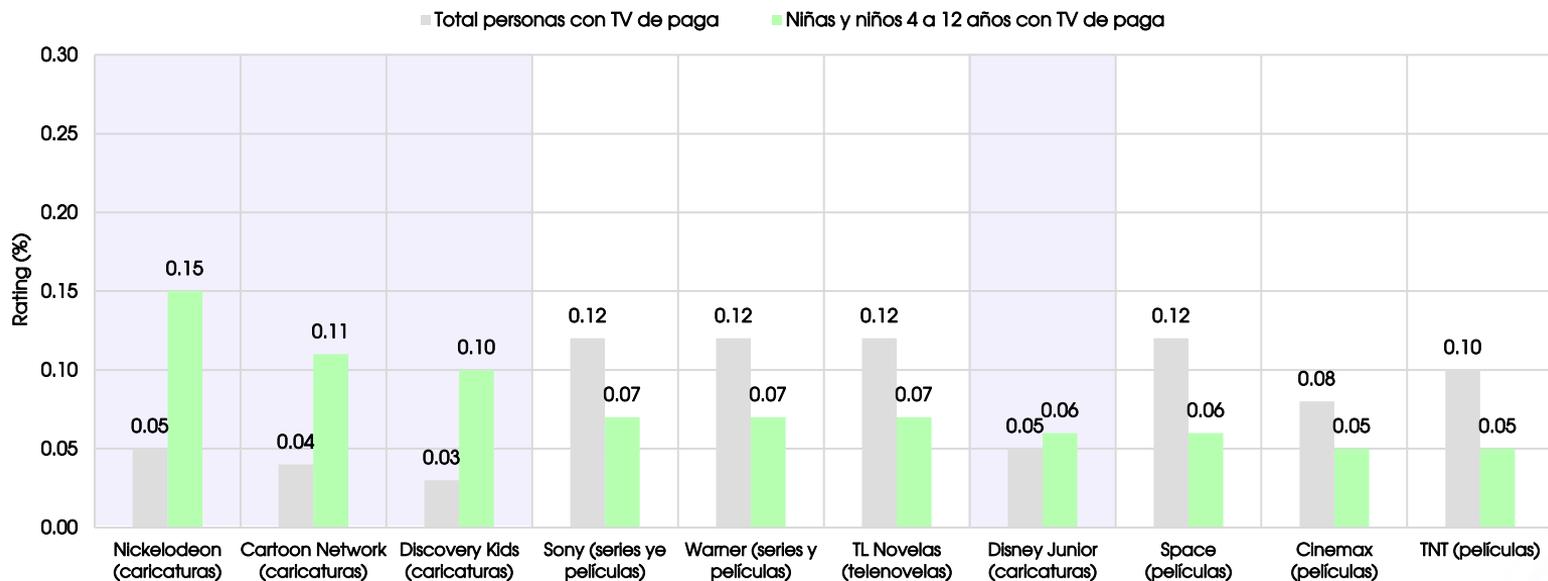


3 PROGRAMAS DE MAYOR AUDIENCIA INFANTIL, EN 10 CANALES DE TV ABIERTA MÁS VISTOS 2T 2025

CANAL	PROGRAMA	GÉNERO	DÍA DE TRANSMISIÓN	HORARIO	RATING (%)	TIEMPO PROMEDIO DE PERMANENCIA
Las Estrellas	Post al partido	Deportes	Domingo	21:12 – 21:55	3.36	00:28:31
	FSN Toluca vs América	Deportes	Domingo	19:10 – 21:12	3.28	01:01:02
	A. Mar donde el amor teje sus redes	Telenovelas	Lunes a viernes	20:30 – 21:30	2.18	00:37:51
Canal 5	FSN Cruz Azul vs América	Deportes	Jueves	19:50 – 22:07	3.68	01:07:08
	P. Rápidos y Furiosos 8	Películas	Domingo	21:24 – 24:09	3.35	01:01:07
	FSN América vs Cruz Azul	Deportes	Sábado y domingo	20:03 – 22:20	3.34	01:13:11
Azteca 7	P. Hotel Transylvania 3	Películas	Domingo	20:03 – 22:08	3.18	01:29:11
	P. Coco	Películas	Sábado	19:57 – 22:00	3.11	01:00:59
	FSN Toluca vs América	Deportes	Domingo	18:46 – 21:12	3.10	01:02:26
Azteca Uno	P. La Sirenita	Películas	Domingo	18:16 – 20:03	0.84	01:03:18
	Esp. Farsa Electoral 2025	Magazine	Domingo	20:10 – 20:40	0.81	00:19:50
	Hechos corte informativo	Noticieros	Jueves	10:08 – 11:45	0.71	00:52:21
N+ Foro	Anatomía del mal	Magazine	Domingo	19:00 – 19:53	0.49	00:31:12
	Semana Santa 2025	Noticieros	Viernes	12:00 – 16:06	0.41	00:46:07
	Not. Las noticias de las 22:00	Noticieros	Lunes a viernes	22:00 – 22:30	0.34	00:17:17
A Más +	P. El hombre de negro	Películas	Domingo	20:30 – 22:15	0.87	00:53:19
	P. Los dos apóstoles	Películas	Martes	18:00 – 19:45	0.72	01:11:53
	P. La hija del ministro	Películas	Viernes	14:30 – 16:15	0.60	01:10:58
Nu9ve	P. La banda del carro rojo	Películas	Domingo	19:45 – 21:59	0.85	01:05:22
	P. Carreras parejeras	Películas	Domingo	17:45 – 19:45	0.58	00:42:32
	P. La hija de nadie	Películas	Domingo	18:00 – 20:00	0.57	00:41:50
Imagen TV	P. El turista	Películas	Domingo	17:41 – 19:34	0.46	01:51:00
	P. Más fuerte que el destino	Películas	Domingo	16:58 – 19:26	0.29	00:50:31
	Por un amor	Telenovelas	Lunes a viernes	21:31 – 22:28	0.29	00:39:04
Canal 6 MTY	Especial del Día del niño	Magazine	Miércoles	22:30 – 01:00	0.24	01:04:08
	No. Telediario vespertino MTY	Noticieros	Lunes a viernes	12:00 – 15:00	0.15	01:12:28
	Vivalavi	Magazine	Lunes a sábado	10:00 – 12:00	0.10	00:50:26
ADN40	Esp. Falsa Electoral 2025	Magazine	Domingo	20:10 – 20:40	0.39	00:23:00
	Viacrucis al momento	Noticieros	Viernes	12:01 – 16:24	0.34	01:06:31
	Box Internacional	Deportes	Sábado	22:00 – 24:24	0.31	00:34:21

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 entre abril y junio de 2025, destacaron aquellos dedicados a la transmisión de Caricaturas y Películas.
- Como se observa en la gráfica, en los canales *Nickelodeon*, *Cartoon Network*, *Discovery Kids*, y *Disney Junior* se registró un rating infantil notablemente superior que el correspondiente al universo de personas de 4 años o más.



3 PROGRAMAS DE MAYOR AUDIENCIA INFANTIL, EN 10 CANALES DE TV DE PAGA MÁS VISTOS 2T 2025

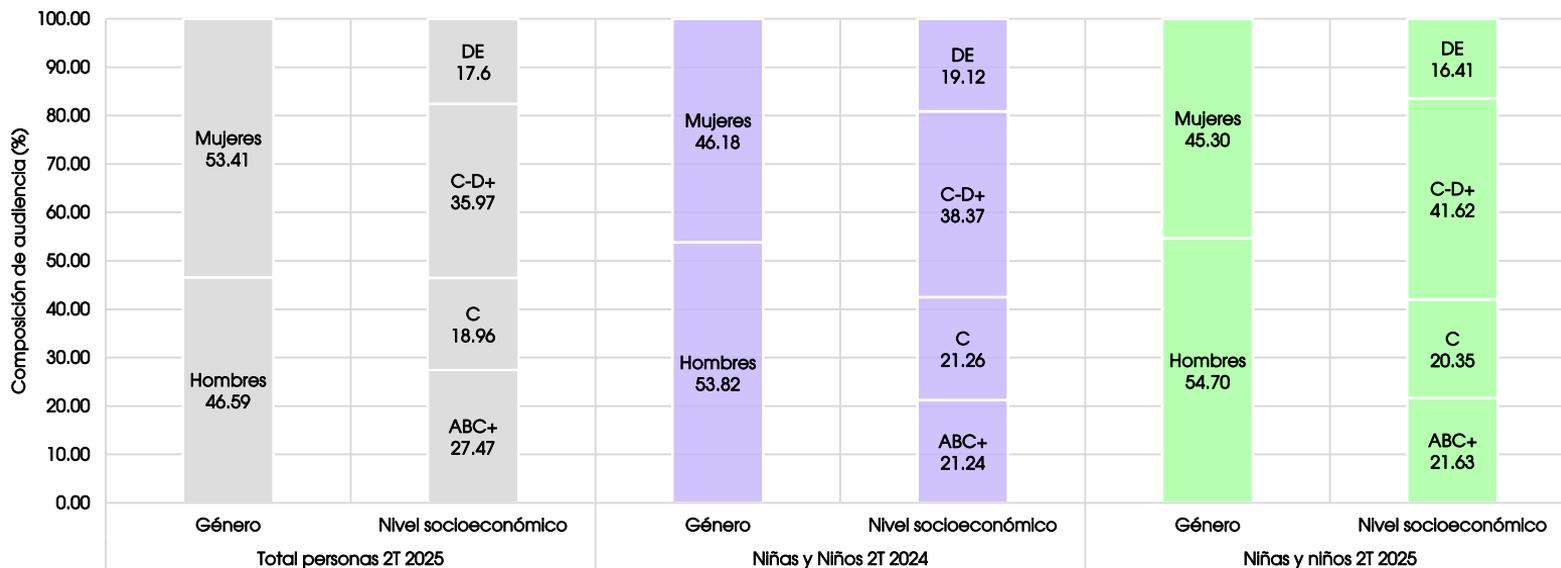
CANAL	PROGRAMA	GÉNERO	DÍA DE TRANSMISIÓN	RATING (%)	TIEMPO PROMEDIO DE PERMANENCIA
Cartoon Network	P. Space Jam un nuevo legado	Películas	Domingo	0.57	00:59:08
	P. El gato con botas	Películas	Viernes y sábado	0.55	00:43:40
	P. La vida secreta de tus mascotas	Películas	Viernes a domingo	0.46	01:01:10
Discovery Kids	P. Pie pequeño	Películas	Viernes y sábado	0.44	01:31:43
	P. Capitán Calzoncillos	Películas	Viernes y sábado	0.38	00:26:32
	P. Cómo entrenar a tu dragón	Películas	Viernes y sábado	0.31	00:29:59
Sony	P. Hotel Transylvania	Películas	Domingo	1.40	01:16:27
	P. Resident Evil: capítulo final	Películas	Domingo	0.48	01:43:41
	P. Resident Evil: bienvenidos a Raccoon	Películas	Domingo	0.40	01:28:57
Warner	P. Shrek tercero	Películas	Sábado y domingo	0.94	01:02:39
	P. Shrek para siempre	Películas	Sábado y domingo	0.74	00:55:24
	P. Shrek 2	Películas	Sábado y domingo	0.66	00:44:28
TL Novelas	Retrato de familia	Telenovelas	Sábado	0.33	01:13:52
	Cuando me enamoro	Telenovelas	Lunes a domingo	0.17	00:56:15
	Amor real	Telenovelas	Lunes a domingo	0.11	00:46:44
Disney Junior	Spidey y sus sorprendentes amigos Glow Webs G.	Caricaturas	Lunes a viernes	0.16	00:17:14
	Spidey y sus sorprendentes amigos	Caricaturas	Lunes a domingo	0.11	00:18:36
	Princesita Sofía	Caricaturas	Martes, sábado y domingo	0.10	00:53:41
Space	P. Contagio	Películas	Martes y miércoles	0.49	00:54:18
	P. Una pareja explosiva 3	Películas	Domingo y lunes	0.40	00:55:14
	P. ¿Qué pasó ayer? 3	Películas	Miércoles y jueves	0.36	01:19:13
Cinemax	P. Shrek 2	Películas	Jueves y sábado	0.67	00:55:49
	P. Shrek tercero	Películas	Jueves a sábado	0.52	01:17:17
	P. Los cazafantasmas 2	Películas	Domingo	0.43	01:31:05
Universal TV*	La ley y el orde: UVE	Series	Martes a domingo	0.10	00:28:44
	Blue Bloods	Series	Martes, sábado y domingo	0.08	00:24:46
	La ley y el orden	Series	Martes, viernes, sábado y domingo	0.06	00:23:00
AXN*	NCIS: orígenes	Series	Miércoles	0.30	01:40:01
	Mentes criminales	Series	Lunes a domingo	0.11	00:48:46
	Hudson y Rex	Series	Jueves	0.08	00:22:34

Consultar fuente en Anexo 1. Fuentes.

*Se agrega programación de Universal TV y AXN, que se posicionaron en el onceavo y doceavo lugar, toda vez que Nickelodeon y TNT dejaron de reportar programación para Nielsen IBOPE México.

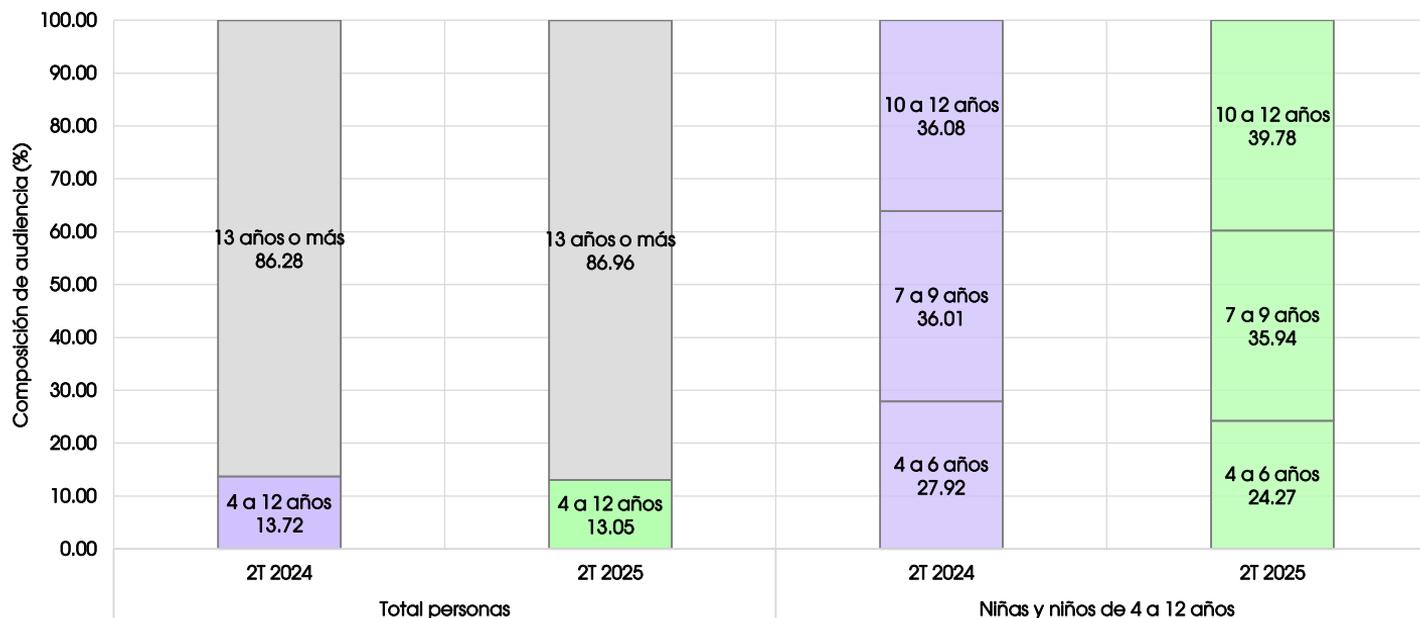
PERFIL DE AUDIENCIA

- Durante el segundo trimestre de 2025, 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 consumo televisivo.
- Respecto a los niveles socioeconómicos, en ambos grupos destacó el nivel C-D+ (medio-bajo), con 41.62% de participación en el segmento infantil y 35.97% entre el total de personas.



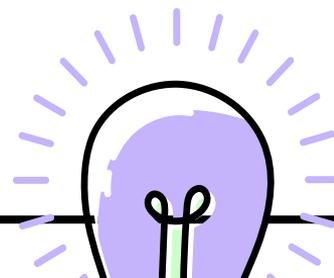
PERFIL DE AUDIENCIA POR EDADES

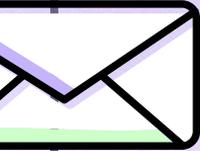
- En el segundo trimestre de 2025, niñas y niños de 4 a 12 años aportaron el 13.05% de la audiencia generada por la televisión.
- Dentro del segmento infantil, específicamente las edades de 10 a 12 años fueron las que aportaron mayor porcentaje de consumo con el 39.78% de participación.



Hallazgos

- La población infantil de 4 a 12 años **registró un encendido televisivo promedio de 13.78%** durante el segundo trimestre de 2025; es decir, que **1,182,126 niñas y niños estuvieron expuestos a este medio.**
- La televisión **alcanzó al 60.91% de las niñas y los niños**, quienes en promedio **pasaron 5 horas y 25 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 24.84%.
- **Otras señales y dispositivos fue señal más vista para niñas y niños durante el segundo trimestre de 2025**, ya que representó el 59.08% de su consumo.
- Asimismo, **la segunda opción de visionado por parte de la población infantil, fue la televisión abierta**, con 22.53% de participación y en donde pasaron en promedio 3 horas con 1 minuto al día.
- Los **géneros con mayor rating** en niñas y niños fueron Telenovelas y Cómicos.
- Los **canales de televisión abierta con mayor rating** para este grupo poblacional fueron Las Estrellas, Canal 5 y Azteca 7.
- Entre **los canales de televisión de paga más vistos** por las niñas y niños, destacan *Nickelodeon, Cartoon Network, y Discovery Kids.*
- Respecto a la composición de audiencia para el grupo etario infantil **destacó la presencia de los niños (54.70%)**. Además, **fueron las edades de 10 a 12 años** las que registraron el mayor porcentaje de consumo (39.78%).
- En los **niveles socioeconómicos, el consumo infantil destacó el nivel C-D+ (medio-bajo)** al ser el de mayor presencia con 41.62%.





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 abril a junio de 2025 y 2024 (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 abril a junio de 2025 y 2024 (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.

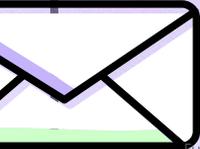
Fuente gráfica "Encendido por Regiones": Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de abril a junio de 2025 y 2024 (desglosados por dominio: 28 ciudades, AMCM, así como Guadalajara y Monterrey como dominios indicativos). La 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 abril a junio de 2025 y 2024 (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 abril a junio de 2025 y 2024 . 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 abril a junio de 2025 y 2024 . 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:** (A más +, ADN40, Altavisión, Aprende en casa II, Azteca 7, Azteca Uno, Azteca Uno -1 hora, Azteca Uno - 2 horas, Bajío TV, C24 Televisa del Golfo, Cadena Tres, Canal 10, Canal 12, Canal 13 (GDL Albavisión), Canal 13 Televisa, Canal 21 GDL Loc tvsa, Canal 22, Canal 22.2, Canal 28, Canal 28 GOB, Canal 3, Canal 3 -1 hora, Canal 3 -2 horas, Canal 4, Canal 4 (GDL), Canal 4 (Televisa MTY), Canal 44 el Canal de las Noticias, Canal 5, Canal 5(GDL), Canal 53 Univ., Canal 6 CDMX, Canal 6 GDL, Canal 6 MTY, Canal 6 MTY -2, Canal 6 Tuxtla, Canal 66 en canal de las noticias, Canal 7 (SLP), Canal 7 un canal de 10, Canal 7 Univ., Canal 8 (Televisa MTY), Canal Catorce, Canal del Congreso, Canal Once, Capital 21, CGTN Español, CJ Grand Shopping, Excelsior TV, Free TV, Herald TV, Imagen TV, Ingenio TV, La Octava, Las Estrellas, Las Estrellas el paso, Las Estrellas Matamoros/Reynosa, La TV, Loc Ot 28 cds., Loc tvsa 28 cd., Más visión (+V), Milenio TV 2019, Multimedia 2, Multimedia 6 Puebla, Multimedia 6.2, Mundo Fox (Matamoros), MVS TV, N+ Foro, Nu9ve, Once Niños, Popcorn Central, RCG, RCG -1 hora, RCG -2 horas, SIPSE, SURESTV, Telemax, Telemundo Tijuana, Teleritmo, Telever, Televisa Sonora, Trecevisión, Tu Canal Ciudad Juárez, Tu Canal Mexicali, Tu Canal Tijuana, TV Mexiquense, TV UNAM, TV3 Puebla y Vallevisión); **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 abril a junio de 2025 (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, N+ Foro, 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), Azteca Uno -1 hora, Azteca Uno -2 horas, A MÁS +, Canal Catorce, TV UNAM, Once Niños, Canal 22.2, Canal 6 CDMX, Ingenio TV, Canal 6 GDL, Milenio TV 2019 y Popcorn Central). 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 abril a junio de 2025. 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, Azteca 7, Canal 5, Azteca Uno, N+ Foro, Canal 6 CDMX, Nu9ve, A MÁS +, Imagen TV y Canal 6 MTY). 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 abril a junio de 2025. 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, Azteca 7, Canal 5, Azteca Uno, N+ Foro, Canal 6 CDMX, Nu9ve, A MÁS +, Imagen TV y Canal 6 MTY). 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 abril a junio de 2025. 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, Nickelodeon, Sony, Disney Junior, Warner, Universal TV, Cinemax, Space y Nick Jr.). 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 abril a junio de 2025. 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, Nickelodeon, Sony, Disney Junior, Warner, Universal TV, Cinemax, Space y Nick Jr.). 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 abril a junio de 2025 y 2024 (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 abril a junio de 2025 y 2024 (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).

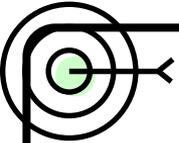
Género Reality Show:

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

*Nielsen BOPE *Nielsen BOPE México MSS TV, Evaluación de targets del 1 de abril al 30 de junio de 2025.

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 abril al 30 de junio de 2025.

Nivel Socioeconómico	Porcentaje de telehogares representados en las 28 ciudades medidas por el estudio de Nielsen IBOPE*
ABC+	31.31%
C	20.27%
C - D+	33.51%
DE	14.91%



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

