

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

INFORME TRIMESTRAL  
(ABRIL, MAYO Y JUNIO 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 segundo trimestre de 2024. Así como una comparativa ante los datos registrados durante el mismo trimestre del año anterior.

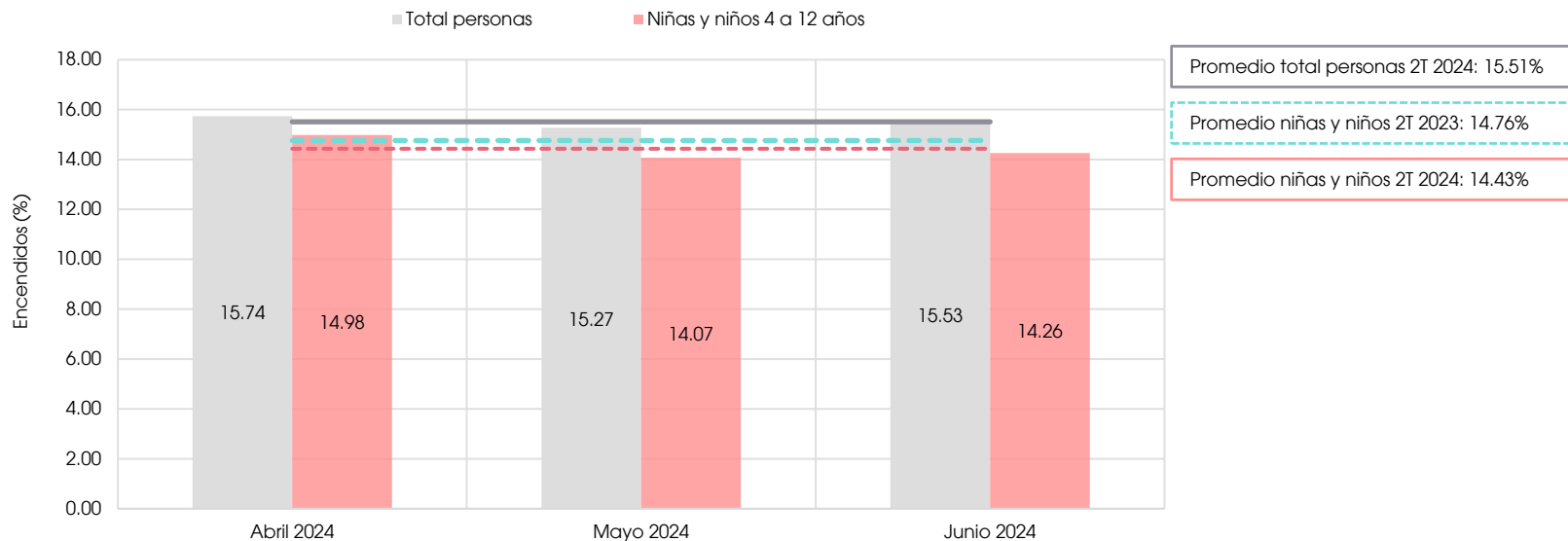
Televisión		
<b>Especificaciones</b>	Se consideran a personas de 4 o más años que cuenten con un televisor funcional en el hogar. Se incluyen a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers).	
<b>Cobertura</b>	28 ciudades que comprende el estudio de Nielsen IBOPE México	
<b>Targets*</b>	Total personas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

\*Nielsen BOPE México MSS TV, Evaluación de targets del del 1 de abril al 30 de junio de 2024.



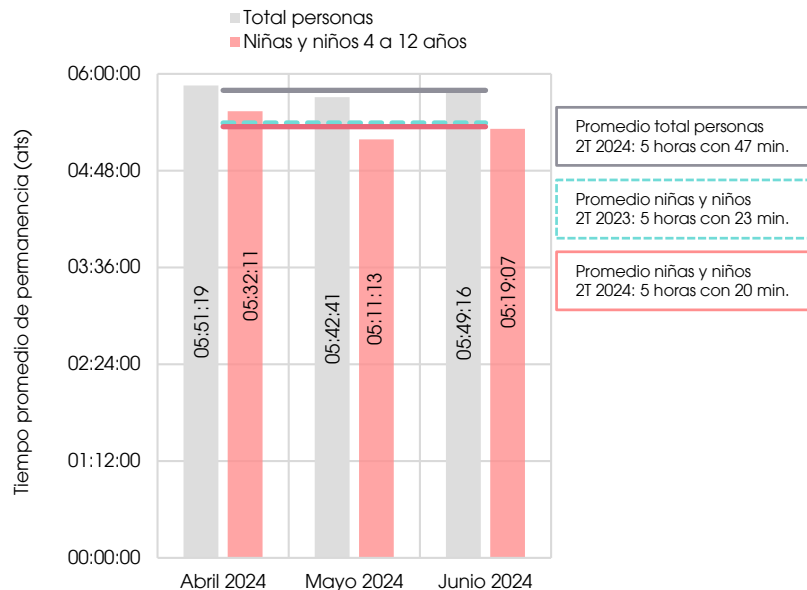
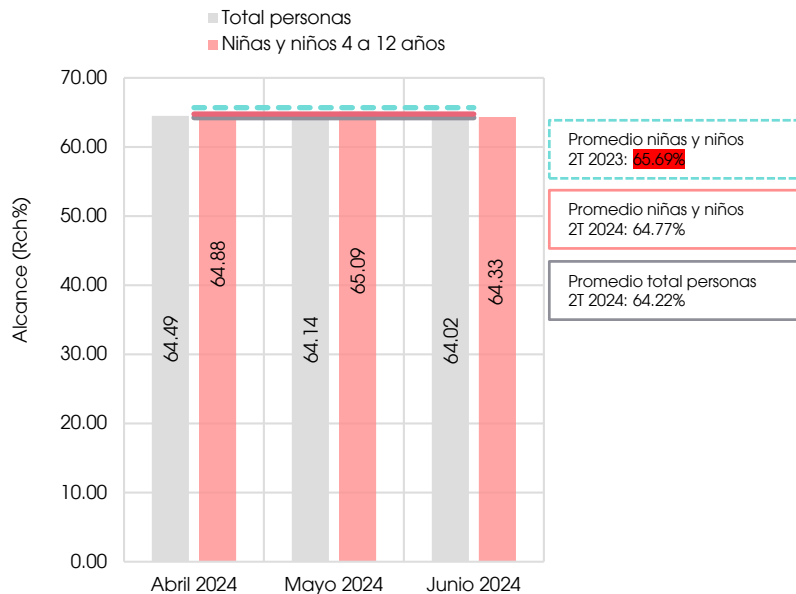
# NIVEL DE ENCENDIDOS

- La población infantil de 4 a 12 años registró un encendido televisivo promedio de 14.43% durante el segundo trimestre de 2024; es decir, que 1,243,024 niñas y niños estuvieron expuestos a este medio.
- Durante este periodo de análisis hubo un promedio de 9,057,523 personas con la televisión encendida, lo que representó el 15.51% del total de la población de 4 años en adelante.



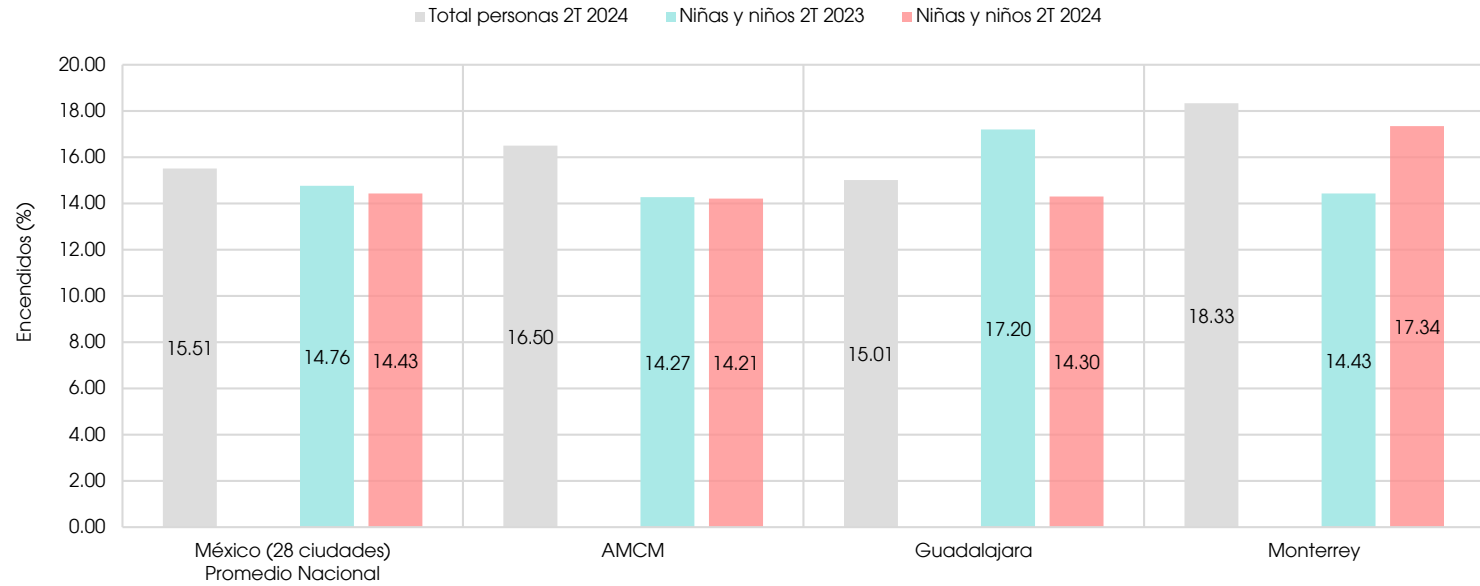
# ALCANCE Y TIEMPO PROMEDIO DE PERMANENCIA

- Durante el segundo 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 20 minutos frente al televisor.
- Para la población en general en este mismo trimestre el alcance de la televisión fue 64.22% y registraron un tiempo de visionado promedio de 5 horas y 47 minutos al día.



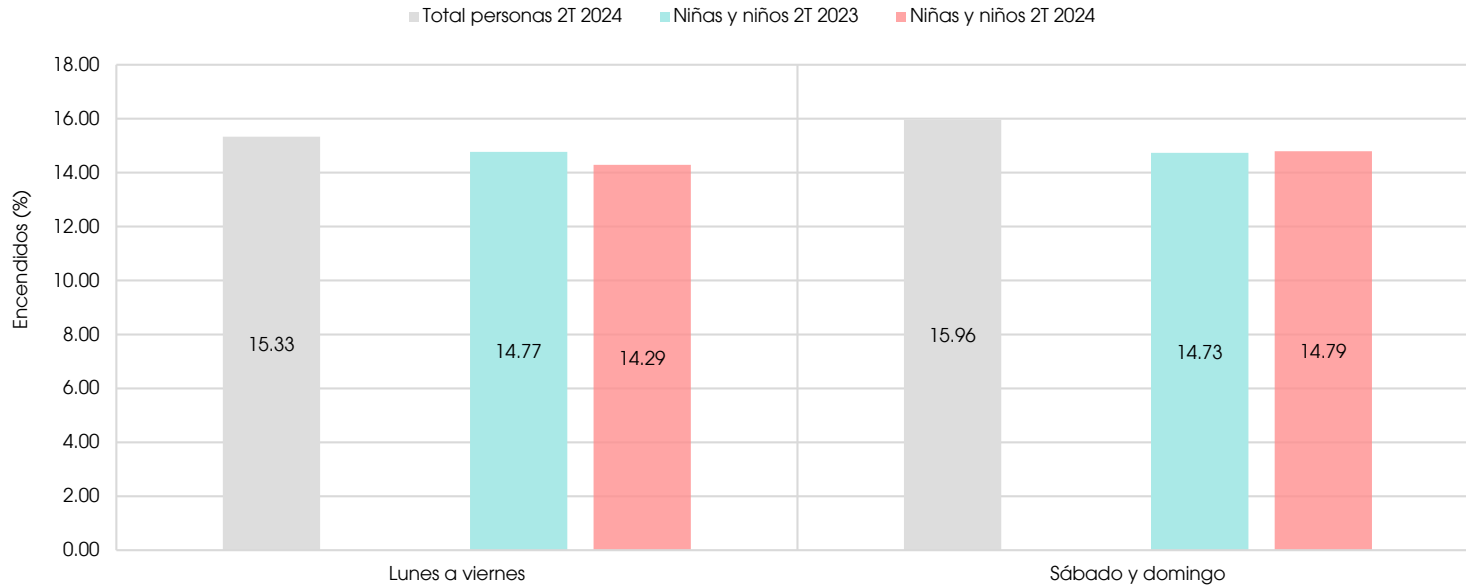
# ENCENDIDOS POR REGIONES

- Durante el segundo 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 17.34% y 18.33% respectivamente.
- Por el contrario, la Ciudad de México fue la que tuvo menor encendido para el grupo infantil con 14.21%, mientras que para el total personas el encendido más bajo se registró en Guadalajara, con 15.01%.



# ENCENDIDOS POR DÍA DE LA SEMANA

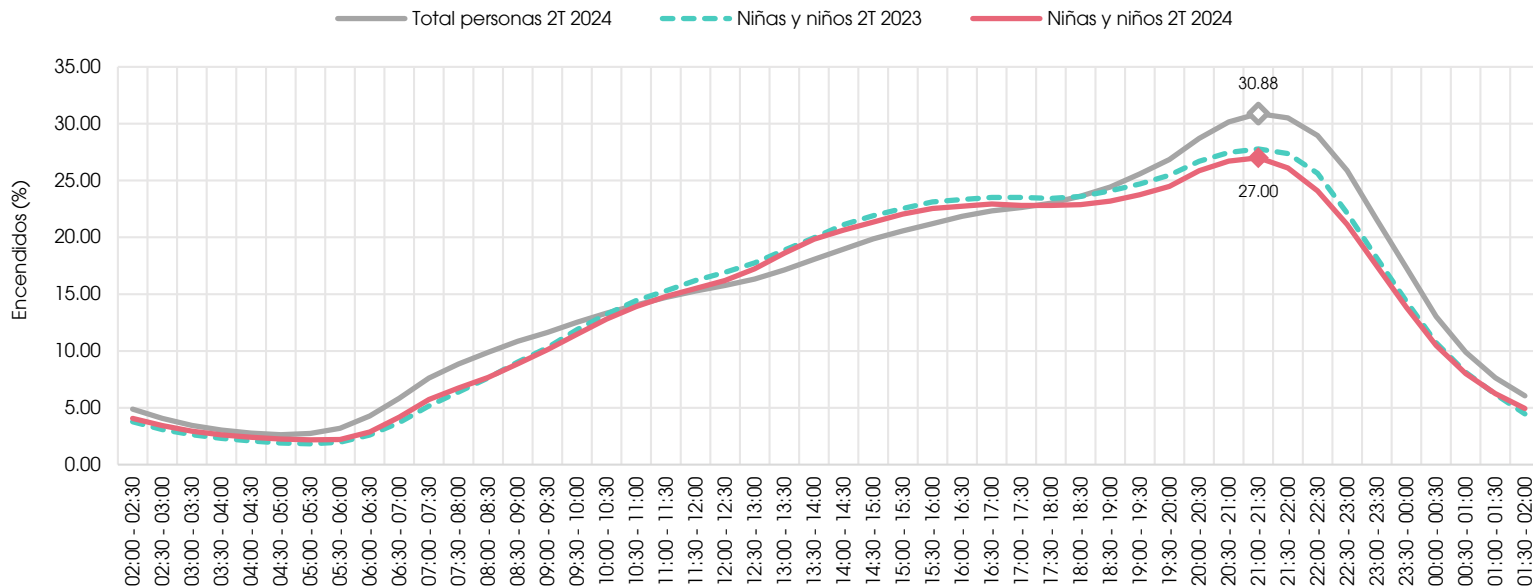
- De abril a junio de 2024, tanto el grupo de niñas y niños como el de total personas tuvieron un mayor consumo televisivo los fines de semana.
- Además, se observa que niñas y niños de 4 a 12 años han tenido un visionado estable en ambos trimestres analizados.





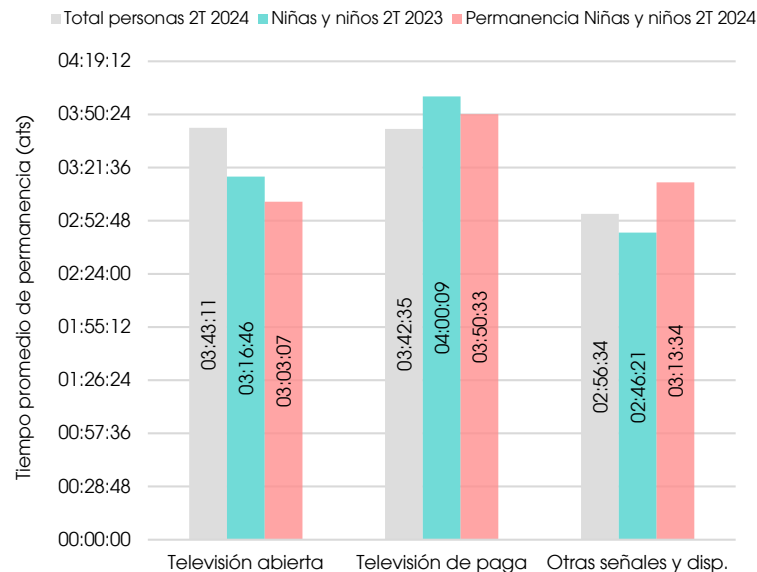
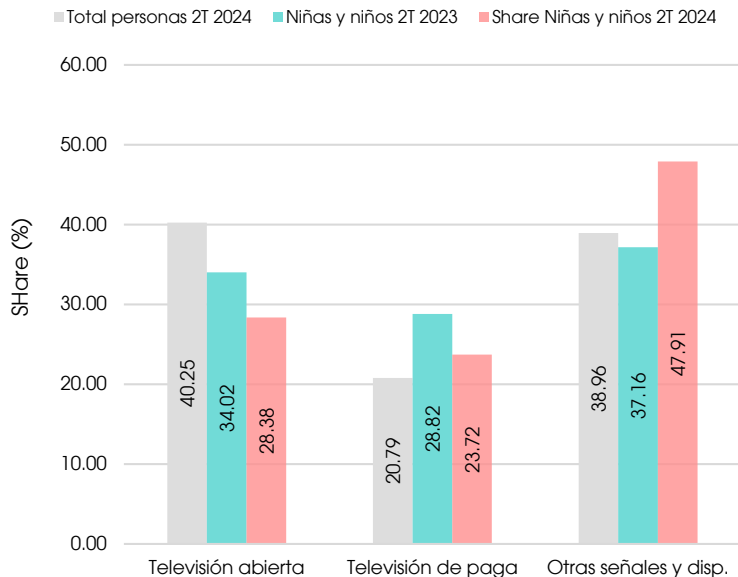
# ENCENDIDOS POR HORA

- Para las niñas y niños, el momento de mayor exposición a la televisión durante el segundo trimestre de 2024, fue de las 21:00 a las 21:30 horas con un encendido de 27.00%.
- Mientras que para el total personas el horario de mayor porcentaje de encendidos se registró a la misma hora, pero con un encendido mayor (30.88%).



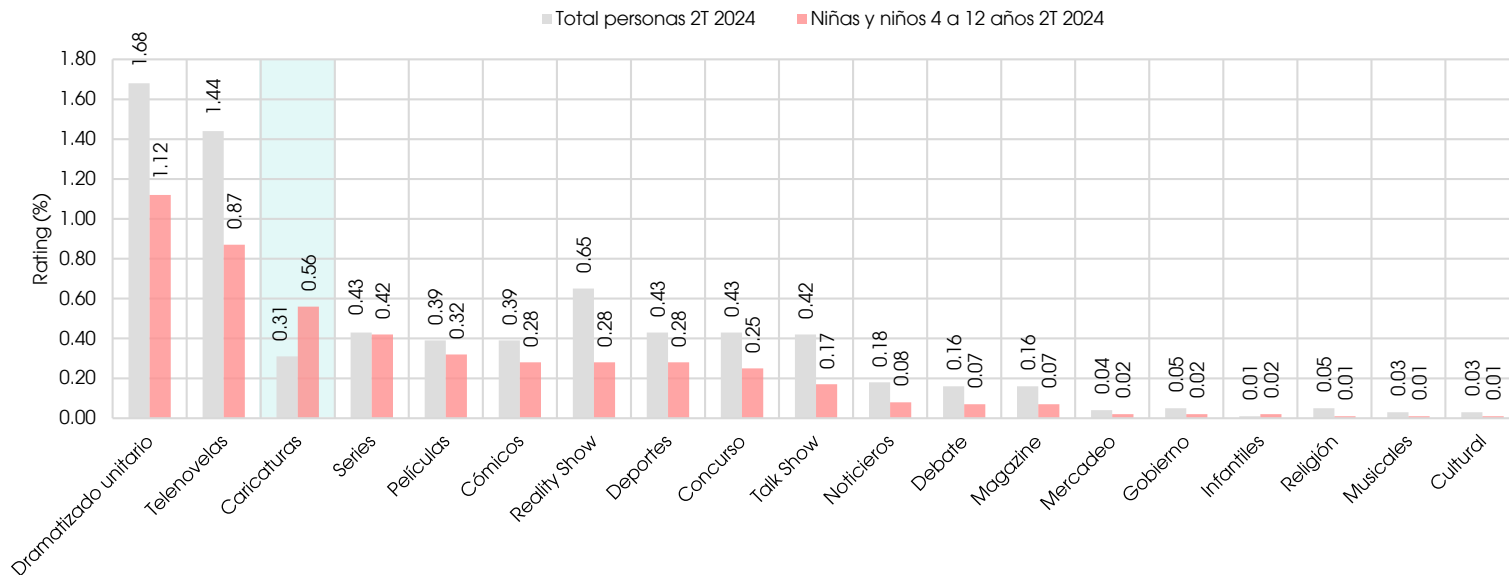
# PARTICIPACIÓN POR TIPO DE SEÑAL

- El consumo de otras señales y dispositivos fue la primera opción de visionado para el segmento infantil al registrar 47.91% 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 50 minutos para el segundo trimestre de 2024.
- Por otro lado, para el total personas la televisión abierta fue la señal más vista en este trimestre, con el 40.25% de participación.



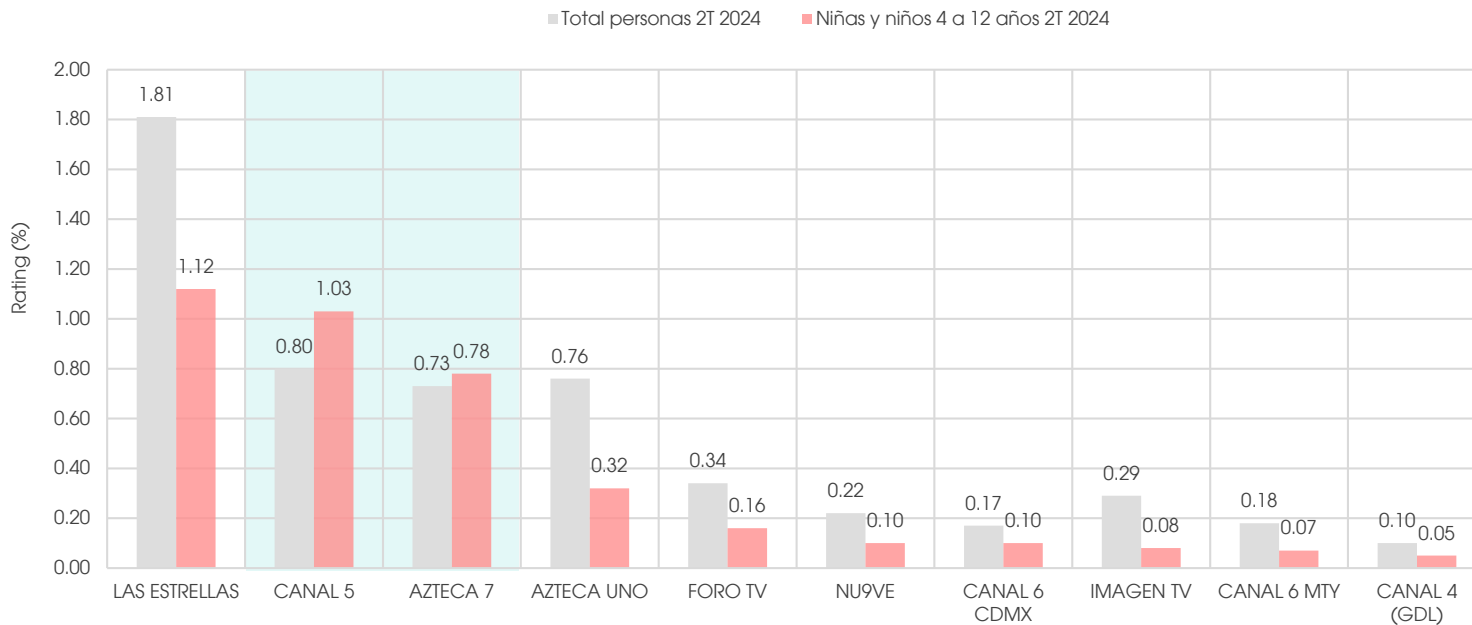
# AUDIENCIA POR GÉNERO PROGRAMÁTICO

- 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.



# 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 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.



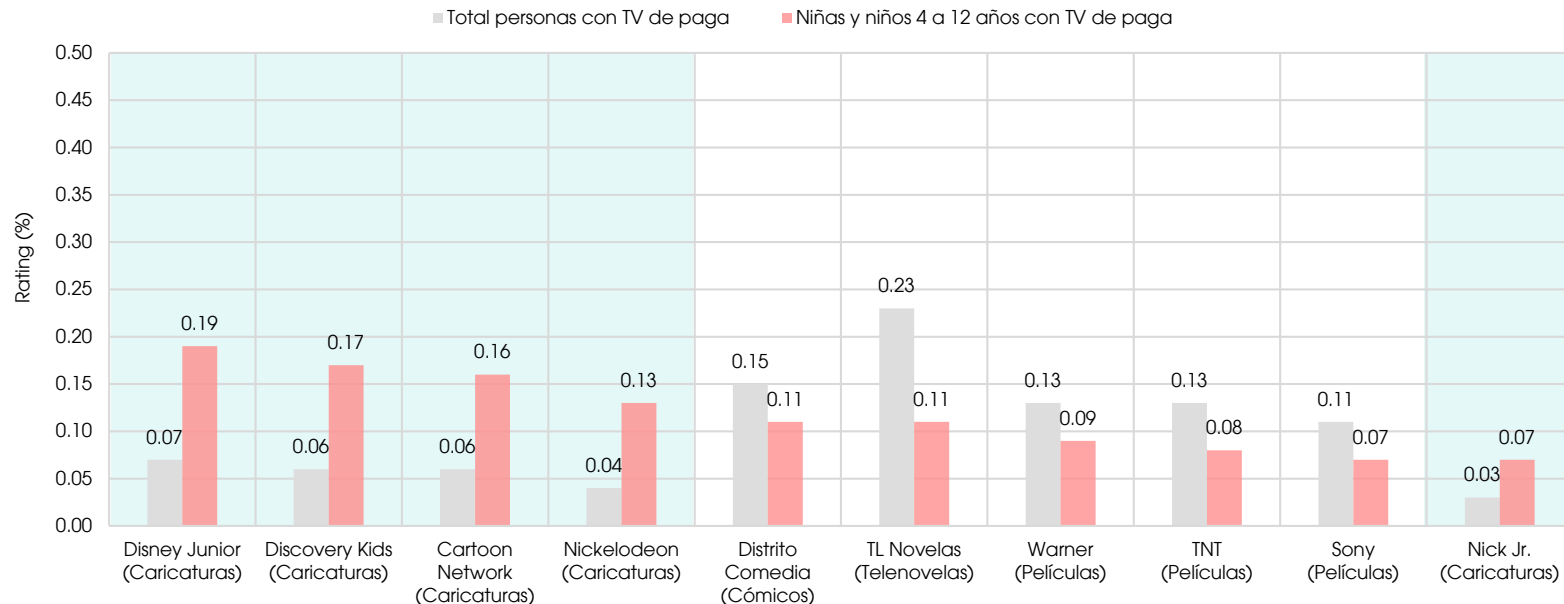
# PROGRAMAS DE MAYOR AUDIENCIA INFANTIL EN TELEVISIÓN ABIERTA

La siguiente tabla muestra los 3 programas que registraron mayor audiencia de niñas y niños en los 10 canales más vistos durante el segundo trimestre de 2024.

Canal	Programa	Género	Día de transmisión	Horario	Rating (%)	Tiempo promedio de permanencia
Las Estrellas	El amor no tiene receta	Telenovelas	Lunes a viernes	20:30 – 21:30	3.80	00:40:24
	La historia de Juana	Telenovelas	Lunes a viernes	21:30 – 22:30	3.26	00:37:58
	Marea de pasiones	Telenovelas	Lunes a viernes	21:30 – 22:30	3.06	00:36:45
Canal 5	FSN América vs Cruz Azul	Deportes	Domingo	19:34 – 21:47	6.04	01:15:10
	Post América vs Cruz Azul	Deportes	Domingo	21:47 – 22:18	5.52	00:22:43
	FSN América vs Guadalajara	Deportes	Sábado	19:55 – 22:03	5.32	01:00:32
Azteca 7	Box Diamante Canelo vs Munguía	Deportes	Sábado	21:20 – 22:34	5.53	00:48:13
	Box Diamante Canelo vs Munguía post	Deportes	Sábado	22:34 – 22:40	5.07	00:45:23
	Box Azteca	Deportes	Sábado	20:47 – 21:20	4.79	00:19:25
Azteca Uno	Box Diamante Canelo vs Munguía	Deportes	Sábado	21:20 – 22:34	1.16	00:52:04
	MasterChef Celebrity	Concurso	Domingo	19:59 - 23:01	1.06	01:10:56
	Tentados por la fortuna	Reality Show	Lunes a viernes	21:30 – 22:30	0.92	00:34:41
Foro TV	Especial Gran Eclipse 2024	Noticieros	Lunes	10:49 – 14:00	2.60	00:58:57
	Esp. Noticias N más elecciones MX24	Noticieros	Domingo	16:00 – 16:59	0.52	00:39:27
	Esp. Noticias N más elecciones MX24	Noticieros	Domingo	16:59 – 18:00	0.46	00:25:56
Nu9ve	P. El amor tiene cara de mujer	Películas	Sábado	20:45 – 22:45	0.99	01:00:26
	FSN Necaxa vs Gallos	Deportes	Jueves	18:55 – 21:15	0.96	00:57:11
	Especial Ámame más	Magazine	Martes	22:00 – 23:00	0.86	00:28:51
Canal 6 CDMX	C4 en alerta	Noticieros	Lunes a viernes	18:00 – 18:58	0.34	00:35:04
	Meta 2024 la noche electoral	Noticieros	Domingo	22:10 – 24:45	0.21	00:36:36
	Not. Telediario	Noticieros	Lunes a viernes	18:58 – 21:01	0.19	00:36:43
Imagen TV	P. Hollywood departamento homicidios	Películas	Domingo	17:33 – 19:59	0.42	01:12:28
	P. Me llaman radio	Películas	Sábado	18:21 – 20:30	0.37	00:46:02
	2do Debate Presidencial 2024	Debate	Domingo	19:59 – 21:57	0.36	00:46:00
Canal 6 MTY	Not. Telediario vespertino MTY	Noticieros	Lunes a viernes	12:00 – 15:00	0.17	00:54:30
	Bailadísimo	Magazine	Miércoles	21:30 – 25:00	0.16	00:58:52
	Meta 24	Noticieros	Domingo	16:20 – 18:13	0.14	00:42:26
Canal 4 (GDL)	P. Me gustan valentones	Películas	Miércoles	17:00 – 19:00	0.23	00:50:23
	Not. Código 4	Noticieros	Lunes a viernes	20:00 – 21:00	0.19	00:40:10
	P. Caminos de Michoacán	Películas	Lunes	17:00 – 19:00	0.19	00:53:50

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



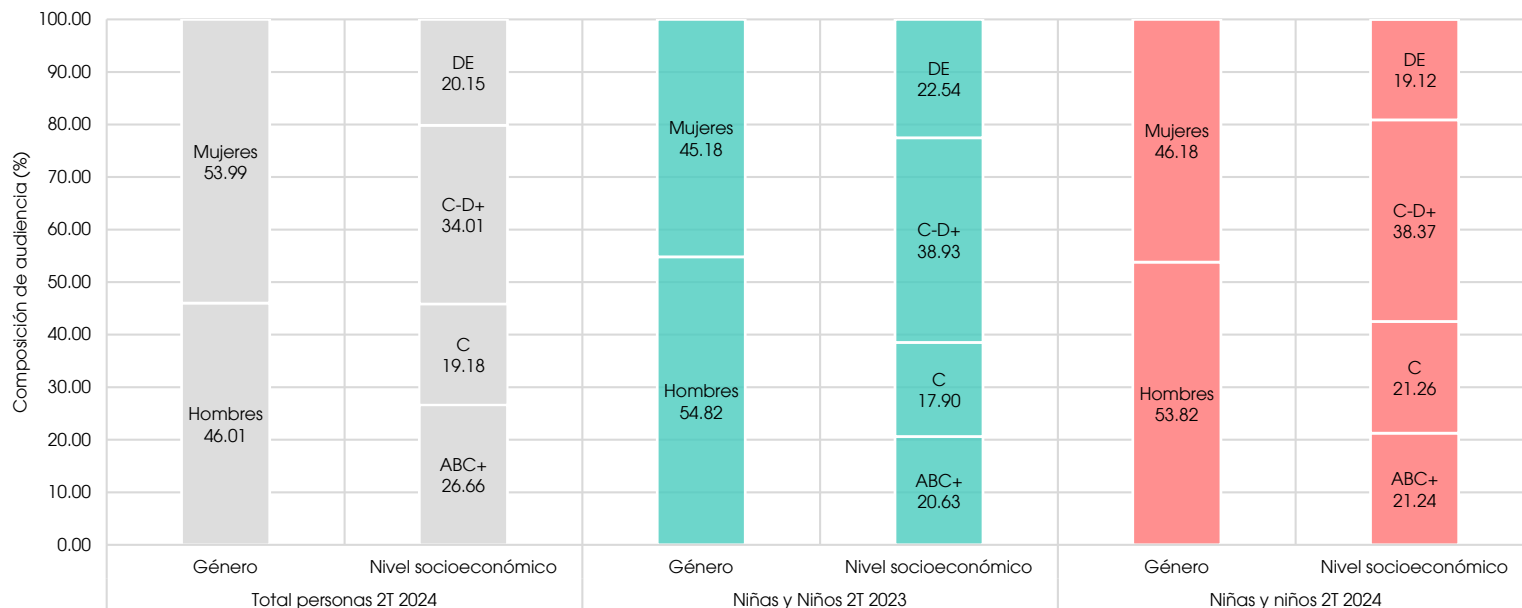
# PROGRAMAS DE MAYOR AUDIENCIA INFANTIL EN TELEVISIÓN DE PAGA

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
Disney Junior	Mickey Mouse aventuras sobre ruedas	Caricaturas	Varios	0.47	00:18:34
	PJ Masks	Caricaturas	Domingo	0.46	00:23:01
	Doctora juguetes rescate en el ártico	Caricaturas	Sábado y lunes	0.43	01:00:10
Discovery Kids	Quantum heroes dinoster	Caricaturas	Lunes a viernes	0.34	00:10:58
	Peppa Pig: 10 Years Of Muddy Puddles	Caricaturas	Viernes y sábado	0.31	00:15:55
	Jorge el curioso	Caricaturas	Lunes a viernes	0.30	00:28:24
Cartoon Network	P. Hotel Transylvania 2	Películas	Miércoles y domingo	0.49	00:41:37
	P. Hotel Transylvania 3	Películas	Viernes y sábado	0.47	00:35:29
	P. Angry Birds	Películas	Viernes y sábado	0.42	00:32:24
Nickelodeon	P. No time to spy	Películas	Lunes a domingo	0.31	00:35:03
	Kamp Koral	Caricaturas	Lunes a domingo	0.22	00:10:33
	The really loud house	Series	Lunes a domingo	0.20	00:23:03
Distrito Comedia	María de todos los Ángeles	Cómicos	Lunes a domingo	0.18	00:16:59
	Nosotros los guapos	Cómicos	Lunes a domingo	0.17	00:29:43
	Maratón vecinos	Cómicos	Sábado y domingo	0.17	00:29:25
TL Novelas	Amores verdaderos	Telenovelas	Lunes a domingo	0.20	00:42:12
	Lo que a vida me robó	Telenovelas	Lunes a domingo	0.18	00:43:14
	La otra	Telenovelas	Lunes a viernes	0.16	00:30:10
Warner	P. Harry Potter y el prisionero de Azkabán	Películas	Sábado y domingo	0.64	01:25:43
	P. City of angels	Películas	Lunes	0.42	02:00:00
	P. Harry Potter y la orden del Fénix	Películas	Sábado y domingo	0.42	00:56:24
TNT	FSI Borussia Dortmund vs PSG	Deportes	Miércoles	1.47	01:11:24
	FSI Borussia Dortmund vs Madrid	Deportes	Sábado	1.29	01:25:56
	FSI Madrid vs Bayern M.	Películas	Miércoles	1.23	00:53:43
Sony	P. Hotel Transylvania	Películas	Lunes	1.00	00:51:30
	P. Hotel Transylvania 2	Películas	Lunes y martes	0.61	00:43:04
	P. Madagascar 3	Películas	Miércoles y jueves	0.42	01:04:05
Nick Jr.	Bossy Bear	Caricaturas	Jueves	0.24	00:22:40
	Santiago de los mares	Caricaturas	Lunes, jueves y viernes	0.23	00:28:32
	Super Cute Little Babies	Caricaturas	Lunes a viernes	0.14	00:05:03

# PERFIL DE AUDIENCIA

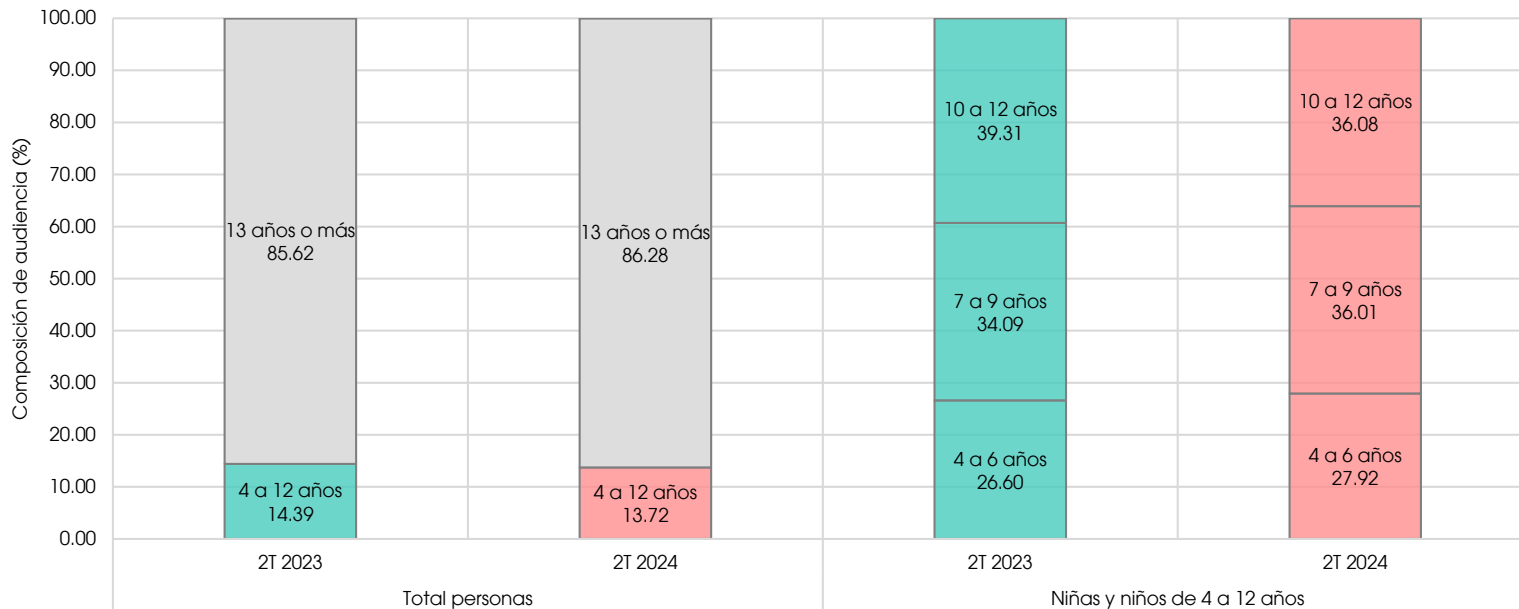
- Durante el segundo trimestre de 2024, entre la audiencia infantil destacó la presencia de niños, a diferencia de lo ocurrido en el total de la población, donde fueron las mujeres quienes aportaron mayor audiencia del total del consumo.
- Respecto a los niveles socioeconómicos, en ambos grupos destacó el nivel C-D+ (medio-bajo), con 38.37% de participación en el segmento infantil y 34.01% entre el total de personas.





# PERFIL DE AUDIENCIA POR EDADES

- En el segundo trimestre de 2024, niñas y niños de 4 a 12 años aportaron el 13.72% de la audiencia generada por la televisión.
- Dentro de este consumo infantil, los segmentos de 7 a 9 y 10 a 12 años fueron los que aportaron mayor porcentaje de consumo, con 36% cada uno.



# Hallazgos

- La población infantil de 4 a 12 años registró un encendido televisivo promedio de 14.43% durante el segundo trimestre de 2024; es decir, que 1,243,024 niñas y niños estuvieron expuestos a este medio.
- La televisión alcanzó al 64.77% de las niñas y los niños, quienes en promedio pasaron 5 horas y 20 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 27.00%.
- Otras señales y dispositivos fue señal más vista para niñas y niños durante el segundo trimestre de 2024, ya que representó el 47.91% 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 50 minutos.
- Los géneros con mayor rating en niñas y niños fueron Dramatizado Unitario y Telenovelas.
- 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 Disney Junior y Discovery Kids.
- Respecto a la composición de audiencia para el grupo etario infantil destaca el consumo de niños. Además, fueron las edades de 7 a 9 y 10 a 12 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 38.37%.

# 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 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 abril a junio 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 abril a junio 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 abril a junio 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 abril a junio 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 abril a junio 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, Nu9ve, Canal Once, Canal 22, Canal 28, ADN40, Excélsior 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), 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, CJ Grand Shopping, Altavisión, Canal 22.2, Telerumbo Tijuana, Telemax, Mundo Fox (Matamoros), Loc Tvs 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, Heraldos TV, Aprenden en Casa II y Canal 6 MTY -2);

**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 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 Tvs2 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, Ingenio 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 abril a junio 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, Nu9ve, Canal 6 CDMX, Imagen TV, Canal 6 MTY y Canal 4 (GDL). 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 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 (Las Estrellas, Canal 5, Azteca 7, Azteca Uno, Foro TV, Nu9ve, Canal 6 CDMX, Imagen TV, Canal 6 MTY y Canal 4 (GDL). 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 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 (Disney Junior, Discovery Kids, Cartoon Network, Nickelodeon, Distrito Comedia, TL Novelas, Warner, TNT, Sony y Nick Junior). 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 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 (Disney Junior, Discovery Kids, Cartoon Network, Nickelodeon, Distrito Comedia, TL Novelas, Warner, TNT, Sony y Nick Junior). 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 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 abril a junio 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 abril al 30 de junio 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 abril al 30 de junio de 2024.

