

NIVELES DE AUDIENCIA DE
TELEVISIÓN
EN ADOLESCENTES DE
13 A 17 AÑOS

INFORME TRIMESTRAL
(JULIO, AGOSTO Y SEPTIEMBRE 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%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 trimestral de los niveles de audiencia que se registraron a partir de la exposición y consumo de contenidos televisivos por la población adolescente (personas de 13 a 17 años).
- Dicha información se obtuvo a través de las bases de datos de la empresa Nielsen IBOPE México, compilada de manera electrónica a través de dispositivos llamados "people meter".
- Este tipo de levantamiento permite conocer los hábitos de exposición a la televisión de las personas de 4 años en adelante que cuentan con al menos un televisor funcionando en su hogar. El 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 reporte hace énfasis en los niveles de audiencia de la televisión durante el tercer trimestre de 2024 (julio a septiembre); asimismo, se presenta una comparativa con los datos obtenidos durante el mismo trimestre de 2023.

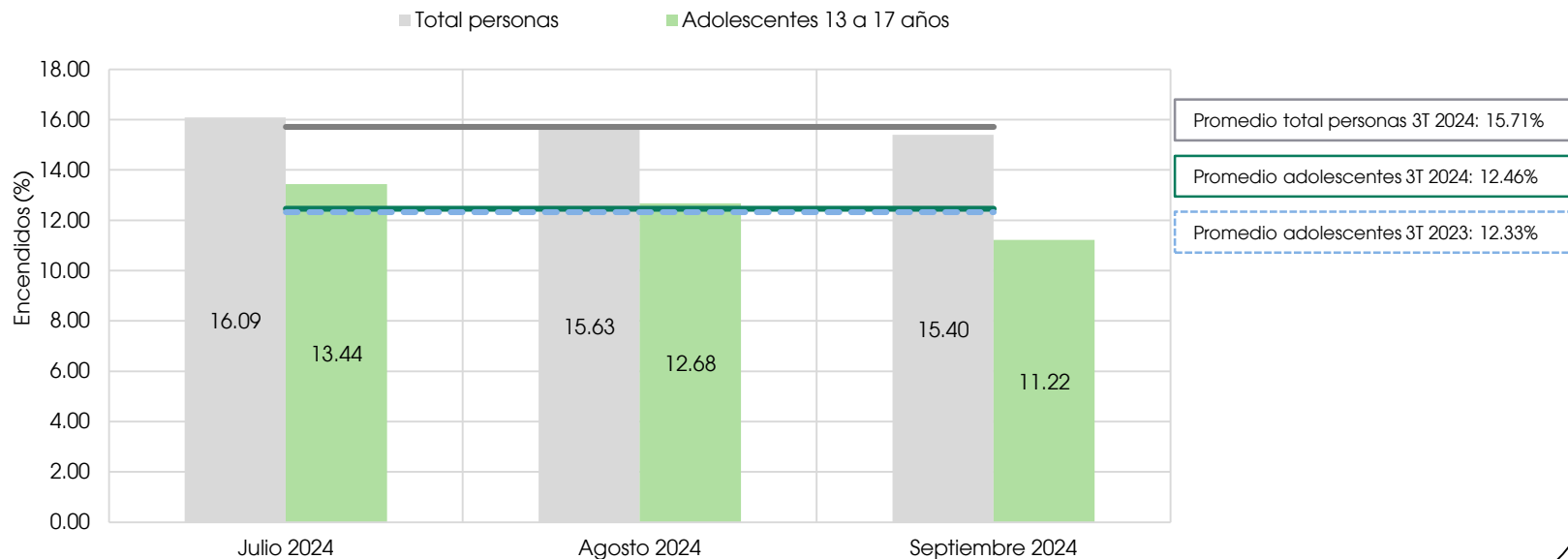
Televisión		
Especificaciones	Se consideran a personas de 4 o más años que cuenten con un televisor funcional en el hogar. Se incluyen a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers).	
Cobertura	28 ciudades que comprende el estudio de Nielsen IBOPE México	
Targets*	Total personas	13 - 17 años
Universo	58,404,408	4,988,250
NSE*	Personas ABC+	1,433,991
	Personas C	1,109,132
	Personas C-D+	1,737,185
	Personas DE	707,942
Personas con acceso a Televisión de paga*	25,376,737	2,248,839

*Nielsen BOPE México MSS TV, Evaluación de targets del del 1 de julio al 30 de septiembre de 2024.



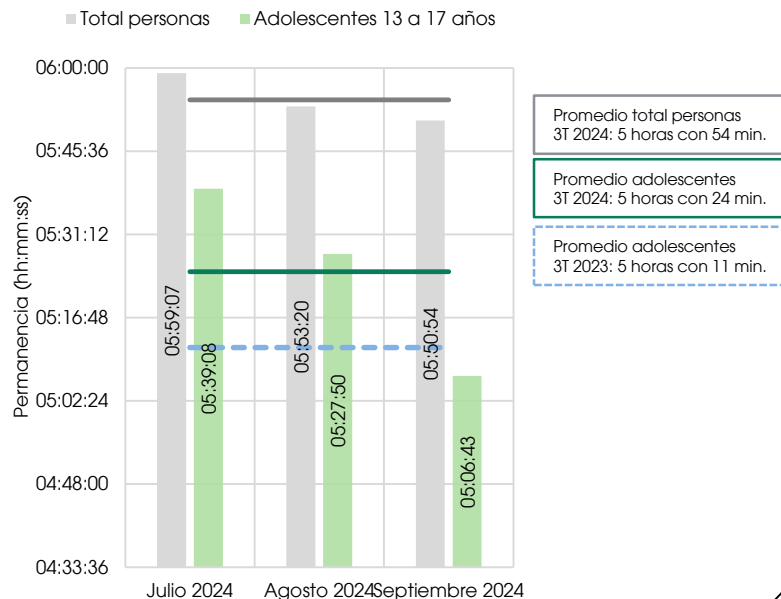
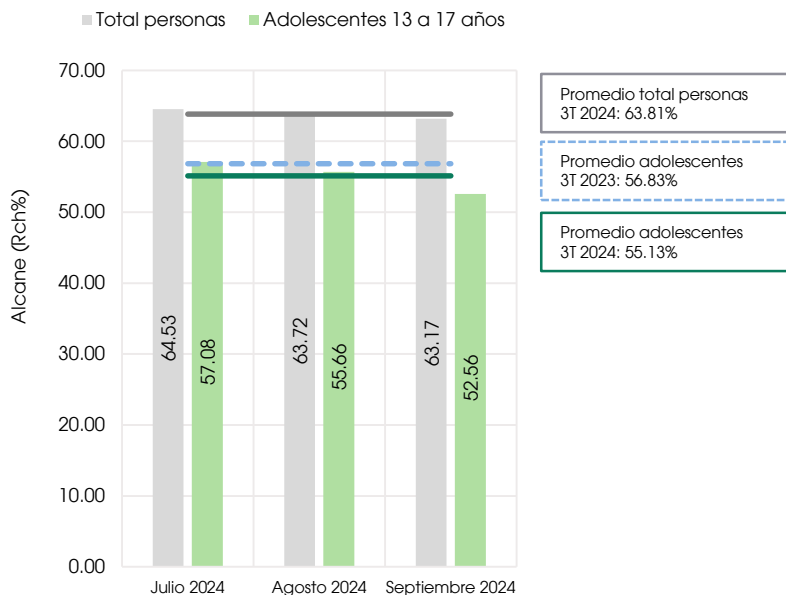
NIVEL DE ENCENDIDOS

- Las y los adolescentes de 13 a 17 años registraron un porcentaje promedio de encendidos de 12.46% (621,581 adolescentes) de julio a septiembre de 2024, el cual se mantuvo estable con respecto al tercer trimestre de 2023 cuando su encendido promedio fue de 12.33%.
- Por otro lado, el consumo televisivo adolescente fue inferior al de la población en general, ya que el número de personas con la televisión encendida en el tercer trimestre de 2024 fue de 9,176,274, lo que representó el 15.71% del total de la población.



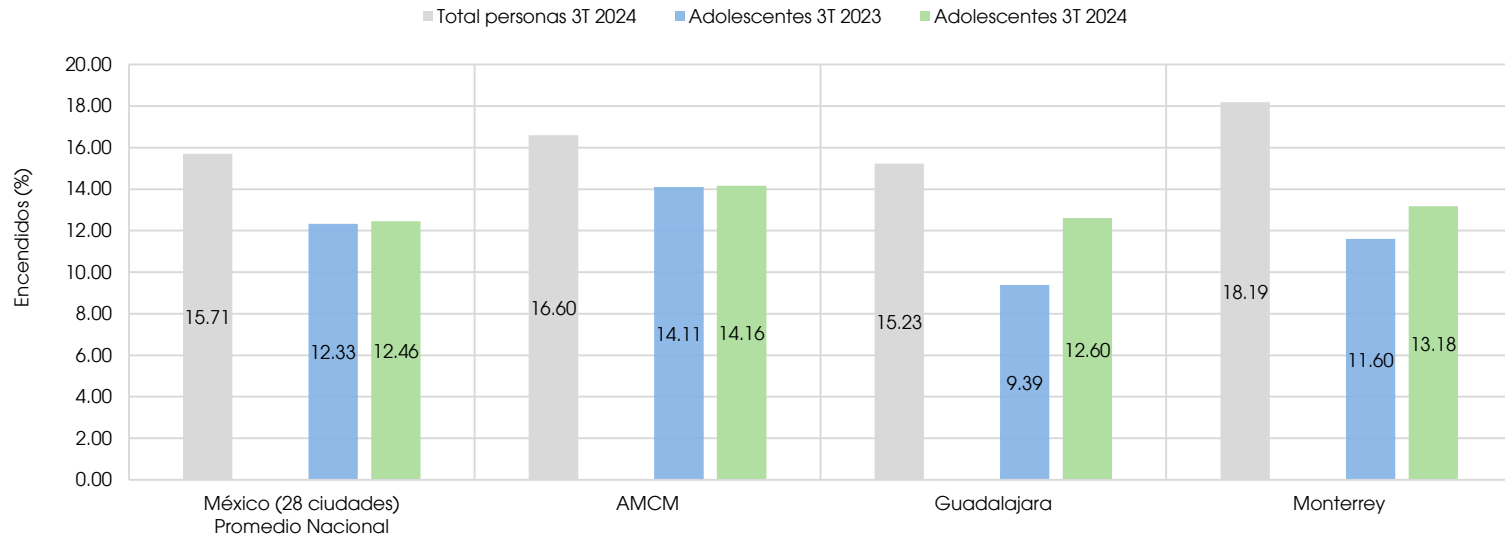
ALCANCE Y TIEMPO PROMEDIO DE PERMANENCIA

- Durante el tercer trimestre de 2024, en promedio 55 de cada 100 adolescentes fueron alcanzados al menos un minuto al día por el televisor.
- Además, cada adolescente pasó en promedio 5 horas con 24 minutos al día frente al televisor; mientras que la población en general estuvo expuesta mayor tiempo, al registrar en promedio 5 horas y 54 minutos durante estos tres meses de 2024.



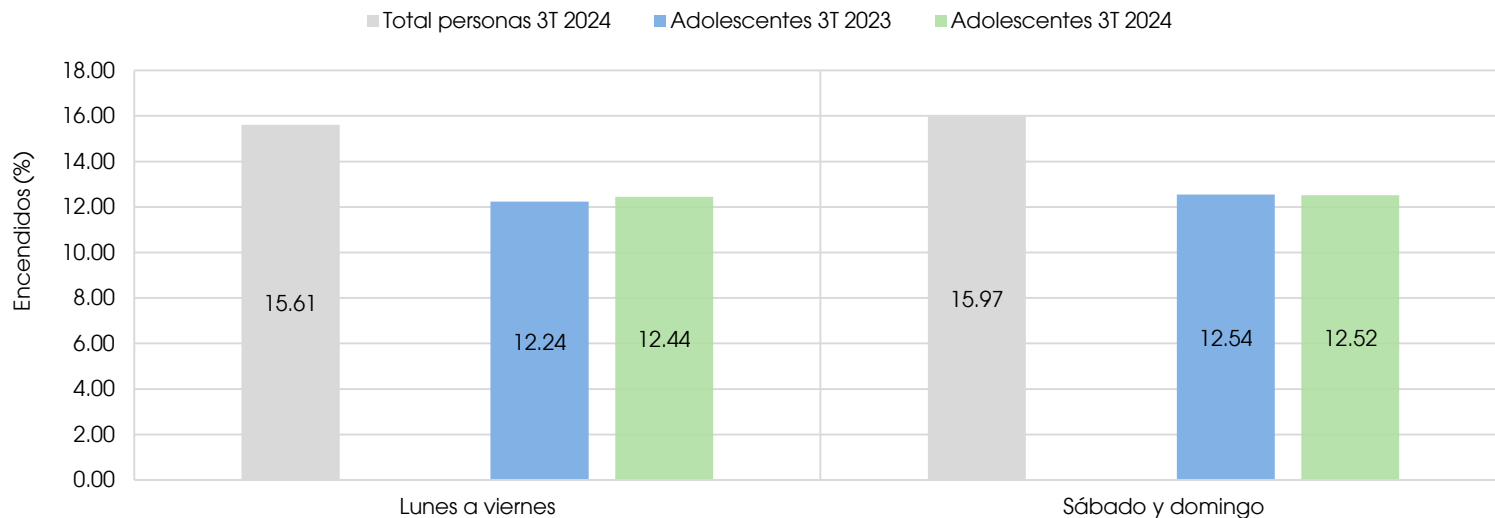
ENCENDIDOS POR REGIONES

- Al analizar el consumo televisivo de adolescentes por región durante el tercer trimestre de 2024, se identificó que en la Ciudad de México se presentó el mayor porcentaje de encendidos con 14.16%, seguido de la ciudad de Monterrey con 13.18%.
- Por otro lado, tanto en el trimestre analizado como en el tercer trimestre del año anterior, la ciudad de Guadalajara registró el porcentaje de encendido adolescente más bajo, con 12.60% y 9.39%, respectivamente.



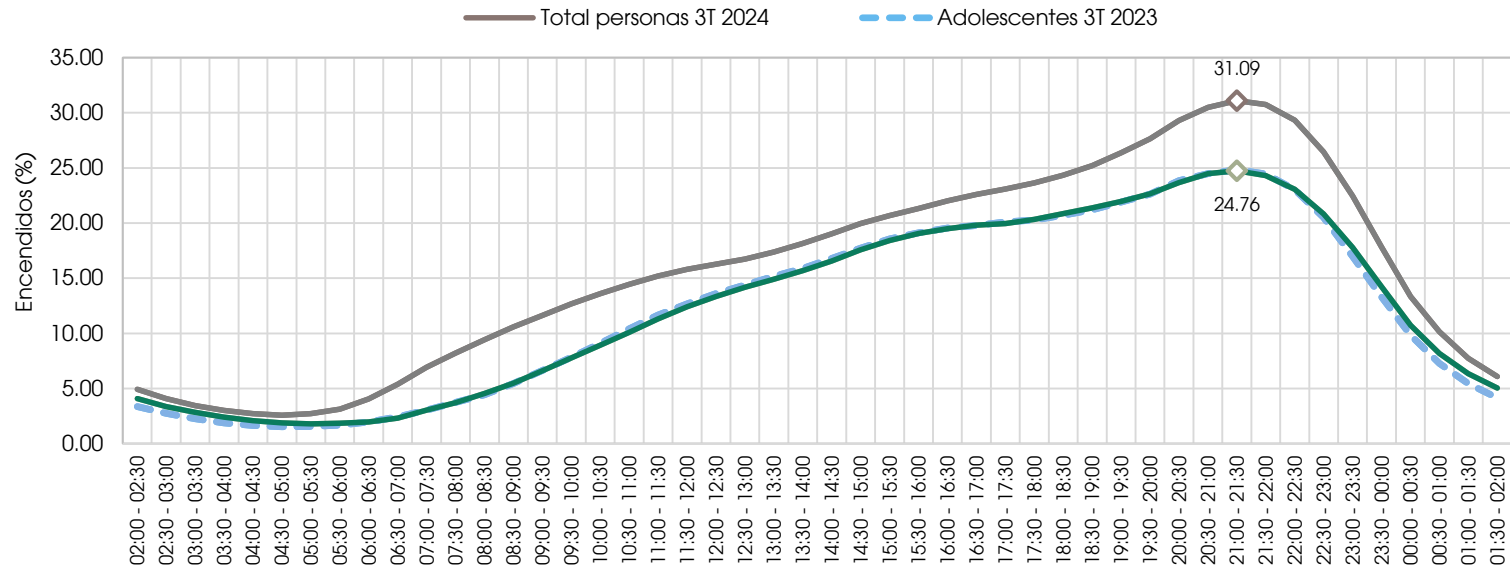
ENCENDIDOS POR DÍA DE LA SEMANA

- Como se observa en la gráfica, el consumo televisivo de adolescentes no mostró mayores diferencias entre los días de lunes a viernes y los días de fin de semana.
- Asimismo, el porcentaje de encendido de las y los adolescentes se mantuvo prácticamente estable respecto del tercer trimestre de 2023 tanto de lunes a viernes como en sábados y domingos.



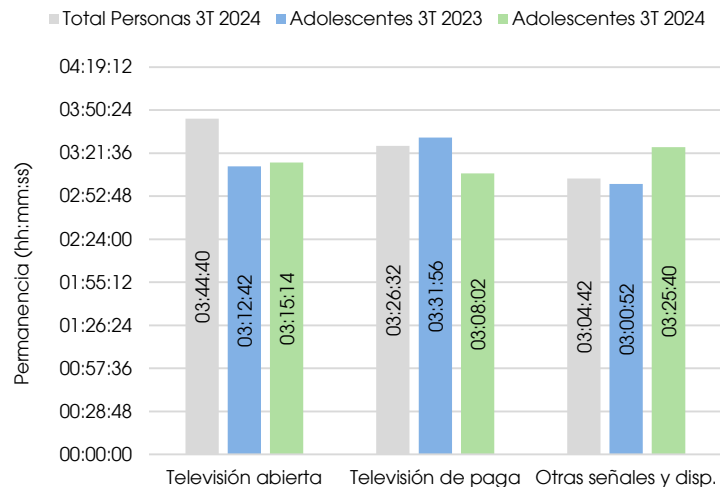
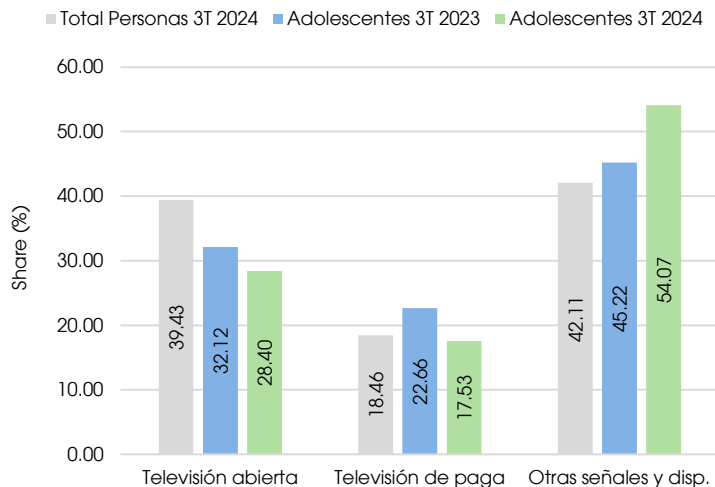
ENCENDIDOS POR HORA

- En el trimestre analizado, el momento de mayor exposición a la televisión de las y los adolescentes, así como del total de personas, fue de las 21:00 a las 21:30 horas, con encendidos de 24.76% y 31.09% para cada grupo respectivamente.
- Además, se identificó que la tendencia del consumo de las y los adolescentes a lo largo del día fue prácticamente igual a la registrada en el tercer trimestre de 2023.



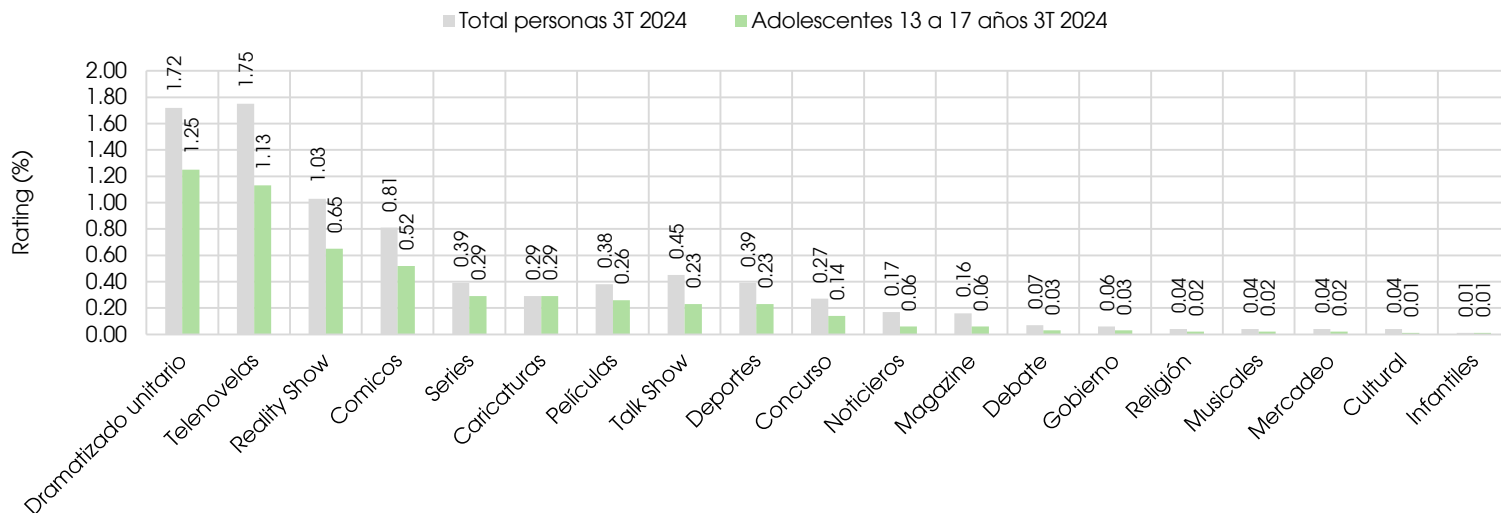
PARTICIPACIÓN POR TIPO DE SEÑAL

- Otras señales y dispositivos, entre las que se consideran plataformas de streaming, videojuegos y otros dispositivos conectados al televisor, fue la señal más vista por las y los adolescentes durante el tercer trimestre de 2024, la cual representó el 54.07% de su consumo televisivo y su tiempo de permanencia fue de 3 horas y 25 minutos al día.
- Por otra parte, la televisión abierta fue la segunda opción de consumo para el segmento adolescente, con el 28.40% de su exposición, y un tiempo promedio de visionado de 3 horas y 15 minutos al día.



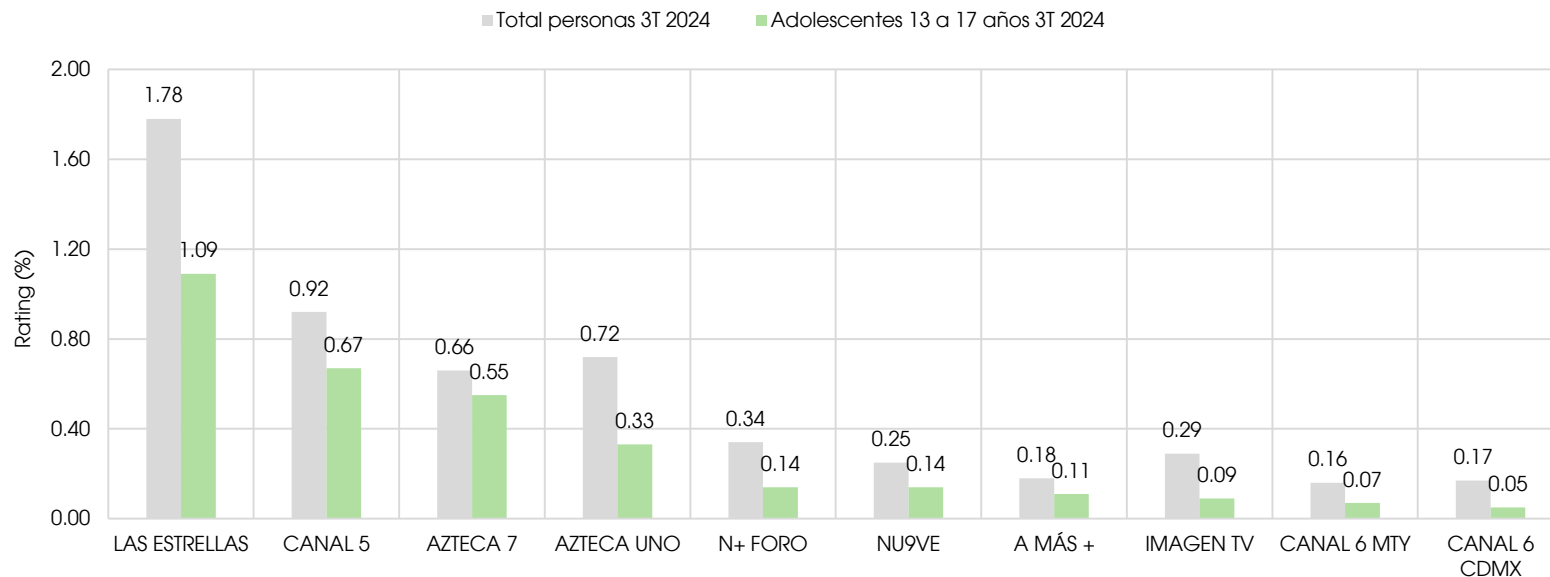
AUDIENCIA POR GÉNERO PROGRAMÁTICO

- Los géneros que se identificaron con mayor nivel de audiencia (rating) en adolescentes fueron Dramatizado Unitario y Telenovelas.
- Como se observa en la gráfica, las y los adolescentes registraron porcentajes de rating inferiores en todos los géneros programáticos, en comparación con el rating de la población en general.



CANALES DE TV ABIERTA CON MAYOR AUDIENCIA A NIVEL NACIONAL

- La siguiente gráfica muestra los diez canales de televisión abierta con mayor rating en la población adolescente a nivel nacional para el tercer trimestre de 2024, destaca el canal Las Estrellas con un rating de 1.09%, notablemente mayor al resto de canales.
- De este listado, todos los canales tuvieron un rating menor por parte de las y los adolescentes en comparación con el rating del universo de personas de 4 años o más.



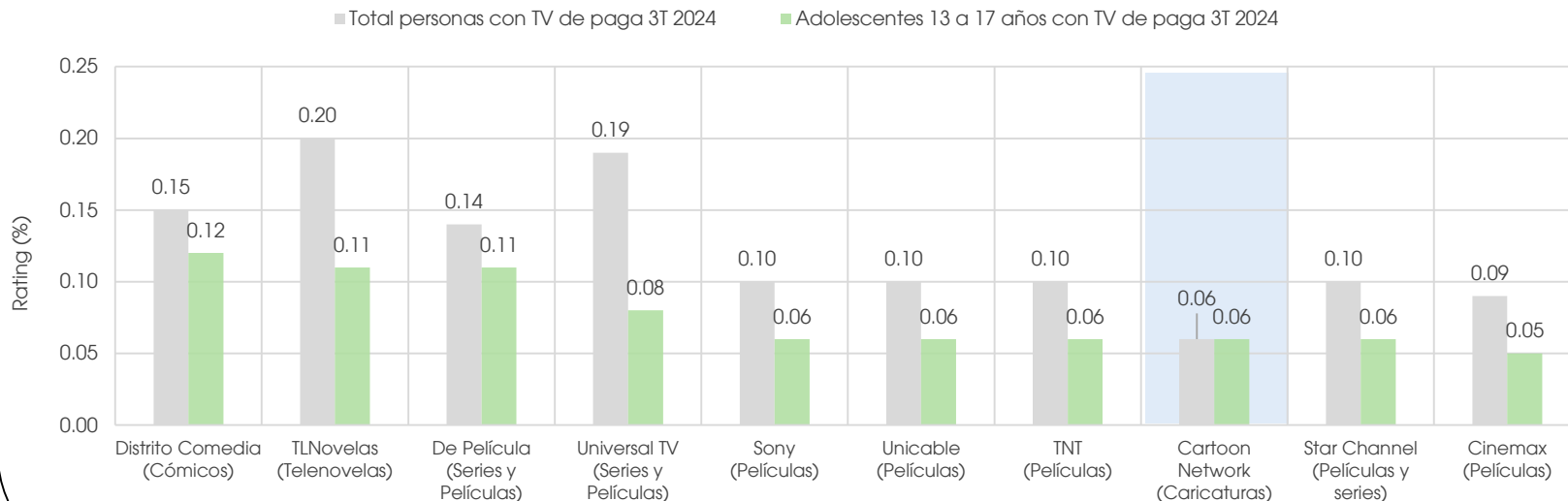
PROGRAMAS DE MAYOR AUDIENCIA ADOLESCENTE EN TELEVISIÓN ABIERTA

La siguiente tabla muestra los 3 programas que registraron mayor audiencia adolescente en los 10 canales más vistos durante el tercer trimestre de 2024.

Canal	Programa	Género	Día de transmisión	Horario	Rating (%)	Tiempo promedio de permanencia
Las Estrellas	La casa de los famosos T2	Reality show	Domingo	20:30 – 23:02	4.21	01:13:35
	Esp. Ceremonia 24 Aniv. Independencia	Gobierno	Domingo	22:54 – 23:28	4.06	00:30:24
	Fugitivas	Telenovelas	Lunes a viernes	20:30 – 21:30	3.06	00:40:16
Canal 5	Post Box Internacional	Deportes	Sábado	22:20 – 22:29	7.55	00:08:22
	Previo Box Internacional	Deportes	Sábado	21:00 – 21:33	5.59	00:22:59
	FSI Argentina vs Colombia	Deportes	Domingo	18:58 – 22:09	4.23	01:29:09
Azteca 7	FSI Argentina vs Colombia	Deportes	Domingo	19:00 – 22:45	3.79	01:48:29
	P. Hotel Transylvania 2	Películas	Sábado	21:45 – 23:29	2.75	01:06:49
	Previo Argentina vs Colombia	Deportes	Domingo	17:45 – 19:00	2.73	00:39:12
Azteca Uno	MasterChef Celebrity	Concurso	Domingo	19:02 – 22:00	1.28	01:16:56
	P. Maléfica 2: dueña del mal	Películas	Domingo	17:29 – 20:00	1.27	01:08:41
	P. Coco	Películas	Domingo	17:48 – 20:00	1.23	00:56:46
N+ Foro	Esp. Ceremonia 24 Aniv. Independencia	Gobierno	Domingo	22:54 – 23:28	1.21	00:27:01
	Esp. Desfile Militar	Gobierno	Lunes	09:50 – 13:31	0.80	01:01:03
	Fiestas Patrias	Magazine	Domingo	20:49 – 22:17	0.71	00:27:32
Nu9ve	FSI América vs Rapids	Deportes	Sábado	20:00 – 22:27	1.84	01:29:04
	FSI América vs St. Louis	Deportes	Martes	20:30 – 22:46	1.38	00:58:39
	FSI América vs Atlas	Deportes	Viernes	20:00 – 22:13	1.11	00:48:26
A MÁS +	P. Inferno en la frontera	Películas	Sábado	21:30 – 23:00	0.89	00:48:08
	P. Sucedió en Jalisco	Películas	Miércoles	18:45 – 20:30	0.73	00:55:03
	P. Arriba las manos Texano	Películas	Miércoles	18:45 – 20:30	0.70	01:07:06
Imagen TV	Tres hermanas	Telenovelas	Lunes a viernes	20:34 – 21:31	0.48	00:48:16
	P. Cazadores de monstruos	Películas	Sábado	18:37 – 20:30	0.38	00:43:42
	P. Snatch cerdos y diamantes	Películas	Domingo	19:53 – 22:00	0.33	00:57:29
Canal 6 MTY	Not. Telediario vespertino MTY	Noticieros	Lunes a viernes	12:00 – 15:00	0.19	01:04:53
	Not. Telediario nocturno fin de semana MTY	Noticieros	Sábado	19:30 – 20:45	0.18	00:48:17
	C4 en alerta	Noticieros	Lunes a viernes	18:00 – 19:00	0.14	00:28:19
Canal 6 CDMX	C4 en alerta	Noticieros	Lunes a viernes	17:57 – 18:57	0.28	00:30:29
	CV Directo – jade chief	Mercadeo	Sábado	03:29 – 03:58	0.17	00:28:51
	Not. Telediario	Noticieros	Lunes a viernes	18:57 – 20:59	0.14	00:26:48

CANALES DE TV DE PAGA CON MAYOR AUDIENCIA A NIVEL NACIONAL

- Al analizar los diez canales de televisión de paga más vistos por las y los adolescentes durante el tercer trimestre de 2024, se observó que la mayoría corresponden a contenidos de Películas.
- Además, como se observa en la gráfica, Cartoon Network fue el único canal del listado donde las y los adolescentes tuvieron un rating igual al registrado por el total personas con acceso a televisión de paga. En el resto de canales el rating de adolescentes fue notablemente menor.



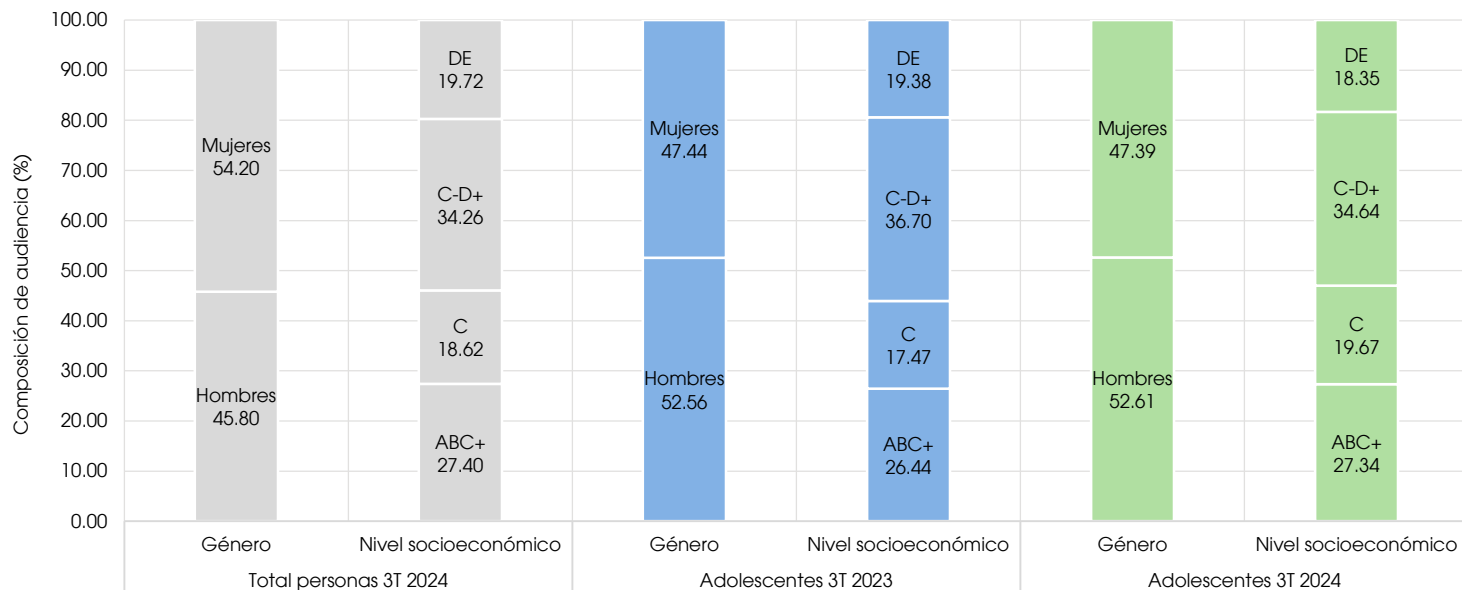
PROGRAMAS DE MAYOR AUDIENCIA INFANTIL EN TELEVISIÓN DE PAGA

La siguiente tabla muestra los 3 programas que registraron mayor audiencia en adolescentes para los canales de la televisión de paga con mayor audiencia.

Canal	Programa	Género	Día de transmisión	Rating (%)	Tiempo promedio de permanencia
Distrito Comedia	Tal para cual	Películas	Lunes	0.38	00:22:30
	Renta congelada	Cómicos	Lunes a viernes	0.35	00:15:04
	El príncipe del barrio	Cómicos	Lunes a domingo	0.23	00:17:37
TL Novelas	Mi fortuna es amarte	Telenovelas	Lunes a domingo	0.29	00:43:15
	Esp. Confesiones la intrusa	Telenovelas	Miércoles	0.24	00:50:00
	Simplemente María	Telenovelas	Lunes a domingo	0.24	00:52:43
De Película	P. Toña Machetes	Películas	Domingo	0.84	01:18:49
	P. El Noa Noa	Películas	Domingo	0.81	01:13:23
	P. Contrabando y muerte	Películas	Sábado	0.77	00:32:30
Universal TV	Policías de Chicago	Serie	Miércoles	0.27	00:26:00
	FBI: Most wanted	Serie	Viernes y sábado	0.20	00:27:33
	The Irrational	Serie	Jueves	0.18	00:37:00
Sony	P. Alvin y las ardillas 2	Películas	Miércoles	0.71	01:37:22
	P. La cueva	Películas	Sábado	0.64	00:52:25
	P. Bad Boys	Películas	Sábado	0.51	00:54:48
Unicable	P. Mamá soy Paquito	Películas	Domingo	0.64	01:55:00
	P. Mentiras	Películas	Domingo	0.60	01:44:00
	P. Del otro lado del puente	Películas	Domingo	0.45	01:52:00
TNT	P. Geotormenta	Películas	Sábado y domingo	0.65	00:56:07
	P. Troya	Películas	Viernes y sábado	0.54	01:17:47
	P. Mortal Kombat	Películas	Martes, domingo y lunes	0.42	00:54:51
Cartoon Network	P. Space Jam: un nuevo legado	Películas	Miércoles y domingo	0.38	01:00:48
	P. Shazam	Películas	Jueves	0.29	02:06:56
	P. La gran aventura LEGO 2	Películas	Domingo y jueves	0.28	00:39:09
Star Channel	P. Barry Seal: Sólo en América	Películas	Jueves	0.49	01:10:42
	P. Maze Runner	Películas	Domingo y lunes	0.43	02:04:38
	P. Búsqueda implacable	Películas	Sábado y lunes	0.42	01:00:07
Cinemax	P. Shrek 2	Películas	Lunes	0.74	00:50:09
	P. Si te casas... te mato	Películas	Viernes	0.55	00:35:23
	P. Si te casas... te mato	Películas	Lunes	0.39	01:11:33

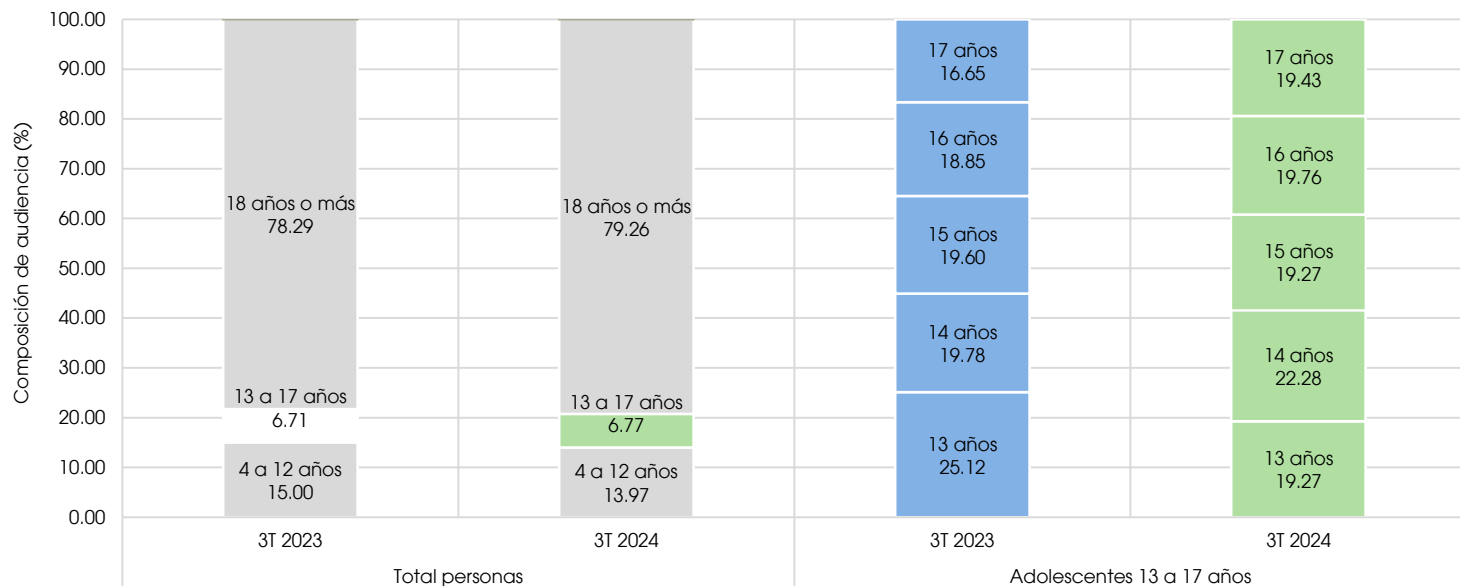
PERFIL DE AUDIENCIA

- Para el grupo etario de 13 a 17 años, se observó que durante el tercer trimestre de 2024 hubo una mayor participación por parte de los hombres (52.61%). Además, destacó el nivel socioeconómico medio-bajo C-D+ (34.66%).
- Respecto a la población en general, hubo un consumo mayor por el grupo de mujeres durante el mismo trimestre; no obstante, el nivel C-D+ también fue el de mayor consumo.



PERFIL DE AUDIENCIA POR EDADES

- La población adolescente aportó el 6.77% del total del consumo televisivo durante el tercer trimestre de 2024 y mantiene su participación estable respecto al mismo trimestre de 2023.
- Al desagregar individualmente las edades de las y los adolescentes, se pudo observar que el grupo de 14 años representó el porcentaje más alto de audiencia durante el tercer trimestre de 2024, ya que aportó el 22.28% del visionado en adolescentes.



Hallazgos

- Las y los adolescentes de 13 a 17 años registraron un porcentaje promedio de encendidos de 12.46% (621,581 adolescentes) de julio a septiembre de 2024.
- 55 de cada 100 adolescentes estuvieron expuestos al menos un minuto a contenidos televisivos, y en promedio cada adolescente pasó 5 horas y 24 minutos al día frente al televisor.
- Al analizar el consumo televisivo de adolescentes por región, se observó que la Ciudad de México fue la de mayor porcentaje de encendidos durante el tercer trimestre de 2024 con 14.16%.
- Su momento de mayor audiencia fue de las 21:00 a las 21:30 horas con 24.83% de encendido.
- Otras señales y dispositivos fue la señal más vista para las y los adolescentes al representar el 54.07% de su consumo televisivo.
- Por otra parte, la televisión abierta fue la segunda opción de consumo para este segmento, con el 28.40% de su exposición, y un tiempo promedio de permanencia de 3 horas y 15 minutos.
- Otras señales y dispositivos, entre las que se consideran plataformas de streaming, videojuegos y otros dispositivos conectados al televisor, fue la señal que registró el mayor tiempo de permanencia con 3 horas y 25 minutos al día en el tercer trimestre de 2024.
- Los géneros con mayor rating en la población adolescente fueron Dramatizado Unitario y Telenovelas.
- Los canales de la televisión abierta de mayor audiencia adolescente fueron Las Estrellas y Canal 5.
- Este grupo etario de 13 a 17 años aportó el 6.77% del consumo televisivo para el total personas de julio a septiembre de 2024.
- Al desagregar individualmente las edades de las y los adolescentes, se observó que su consumo se distribuyó casi equitativamente, aunque el grupo de 14 años representó el porcentaje más alto de audiencia.

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 julio a septiembre 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 13 a 17 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 julio a septiembre 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 13 a 17 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 julio a septiembre 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 13 a 17 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 julio a septiembre de 2024 y 2023 (agrupados por días de la semana, lunes a viernes y sábados y domingos). 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 13 a 17 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 julio a septiembre de 2024 y 2023 (desglosados por segmentos de 30 minutos). 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 13 a 17 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 julio a septiembre 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, N+ Foro, Canal 5, Azteca 7, Nu9ve, Canal Once, Canal 22, Canal 28, ADN40, Excelsior TV, Cadena tres, Canal 4, TV Mexiquense, Canal 21 /GDL) Loc Tvsá, 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, Telemundo Tijuana, Telemax, Mundo Fox (Matamoros), Loc Tvsá 28 Cd., C24 Televisa del Golfo, TV3 Puebla, Bajío TV, Telever, Surestv, Spise, Canal 12, Televisa Sonora, Tu Canal Mexicalí, 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 GDL, Milenio TV 2019, Loc Ot 28 Cds., Multimedios 6 Puebla, Canal 6 Tuxtla, Free TV, La Octava, Heraldito TV, Aprenden en Casa II Canal 6 MTY -2 y PopCorn Cnetral); **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:** (Aof 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 13 a 17 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 julio a septiembre 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 IBOPE (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 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 GDL 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 13 a 17 años de edad que tengan acceso a una televisión funcionando en su hogar incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers). Se consideran los Niveles Socioeconómicos: ABC+, C, C-D+ y DE.
1. Por criterios del IFT se omitió el género "General".

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 julio a septiembre de 2024. La variable de consulta es Rating en porcentaje (rat%) para los 10 canales de mayor audiencia en las 28 ciudades (Las Estrellas, Canal 5, Azteca 7, Azteca Uno, N+ Foro, Nu9ve, A MÁS +, Imagen TV, Canal 6 MTY 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 13 a 17 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 julio a septiembre de 2024. La variable de consulta es Rating en porcentaje (rat%) para los 10 canales de mayor audiencia en las ciudades (Las Estrellas, Canal 5, Azteca 7, Azteca Uno, N+ Foro, Nu9ve, A MÁS +, Imagen TV, Canal 6 MTY 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 13 a 17 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 julio a septiembre de 2024. La variable de consulta es Rating en porcentaje (rat%) para los 10 canales de paga de mayor audiencia en personas de 13 a 17 años con acceso a televisión de paga en las 28 ciudades (Distrito Comedia, TL Novelas, De Película, Universal TV, TNT, Sony, Unicable, Star Channel, Cartoon Network y Cinemax), que reporte Nielsen IBOPE. 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 13 a 17 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.

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 julio a septiembre de 2024. La variable de consulta es Rating en porcentaje (rat%) para los 10 canales de paga de mayor audiencia en personas de 13 a 17 años con acceso a televisión de paga en las 28 ciudades (Distrito Comedia, TL Novelas, De Película, Universal TV, TNT, Sony, Unicable, Star Channel, Cartoon Network y Cinemax), que reporte Nielsen IBOPE. 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 13 a 17 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.

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 julio a septiembre 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 13 a 17 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 julio a septiembre de 2024 y 2023 (desglosados por grupos de edades). 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 13 a 17 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 período 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 julio al 30 de septiembre 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 julio al 30 de septiembre de 2024.

