



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

REPORTE TRIMESTRAL
ABRIL, MAYO Y JUNIO 2021.

CONSIDERACIONES

El presente Reporte fue elaborado por la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), a partir del uso de datos recopilados a través de muestreo, por parte de la empresa Nielsen IBOPE México S.A. de C.V. (Nielsen IBOPE), por lo que la información presentada debe ser considerada como estimaciones. Se recomienda al lector consultar el Anexo 1: Definiciones.

La información que contiene este reporte en cuanto a su análisis, interpretación y cálculos de variaciones es responsabilidad del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) y, realizada 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 presente Reporte coincide 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 en el contexto de 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 enero 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 | 4 | | |
| Nivel de encendidos | 5 | | |
| Alcance y tiempo de permanencia | 6 | | |
| Encendidos por regiones..... | 7 | | |
| Encendidos por día de la semana | 8 | | |
| Encendidos por hora | 9 | | |
| 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 en canales de la TV de paga | 15 |
| | | Perfil de audiencia | 16 |
| | | Perfil de audiencia por edades | 17 |
| | | Hallazgos..... | 18 |
| | | Anexo 1. Definiciones | 19 |

METODOLOGÍA

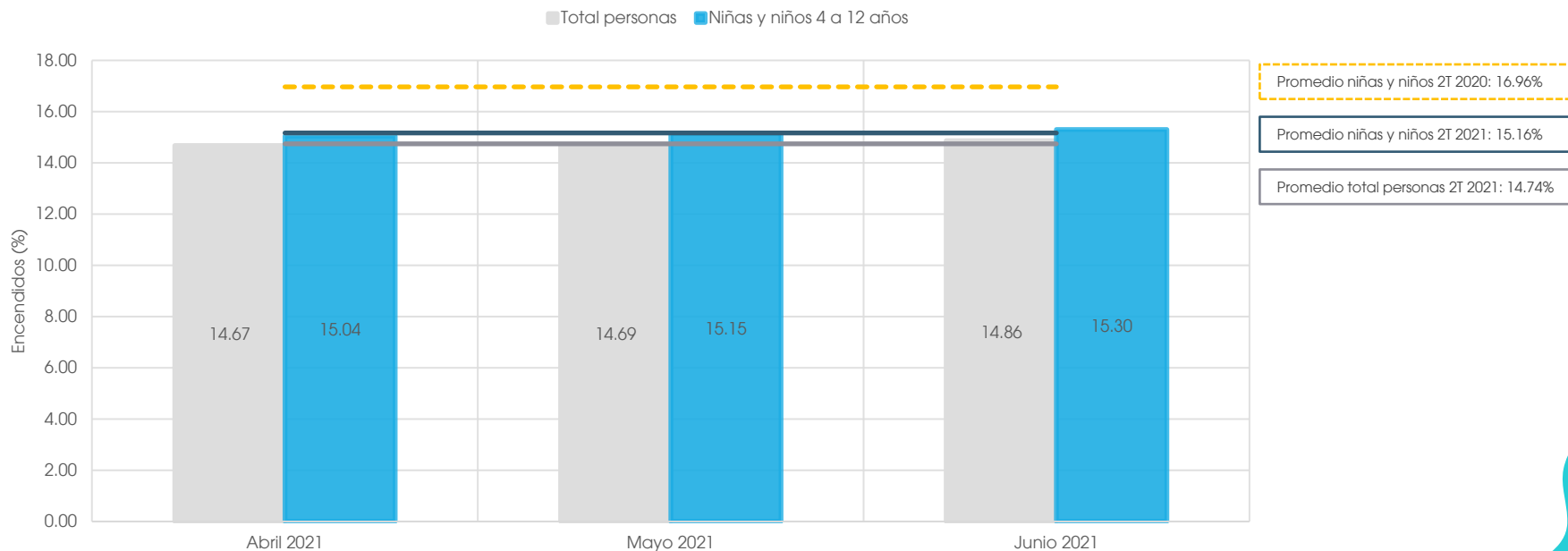
- El objetivo del presente Reporte es realizar un seguimiento trimestral de los niveles de audiencia que se registraron, a partir de la exposición y consumo de contenidos televisivos, por parte de la población infantil.
- Dicha información se obtuvo de las bases de datos de televisión de la empresa Nielsen IBOPE México, compiladas 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 los cuales pueden consultarse en los siguientes dominios conglomerado de 28 ciudades, Área Metropolitana de la Ciudad de México (AMCM), Guadalajara y Monterrey (considerados dominios indicativos), así como el conglomerado de las 25 ciudades restantes
- Este Reporte hace énfasis en los niveles de audiencia de televisión, que se registraron durante el segundo trimestre de 2021 (abril a junio) así como también, expone los resultados de la comparación de los datos que se obtuvieron durante el mismo trimestre del 2020.

| Televisión | | | |
|-----------------------------------|---|------------|-----------|
| Especificaciones | Personas de 4 o más años que cuenten con un televisor funcional en el hogar. Se incluyen a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers). | | |
| Cobertura | 28 ciudades que comprende el estudio de Nielsen IBOPE México | | |
| Targets* | Total personas | 4 - 12 | |
| Universo | | | |
| NSE* | Personas ABC+ | 57,465,601 | 8,969,991 |
| | Personas C | 15,274,938 | 1,946,203 |
| | Personas D+ | 9,450,338 | 1,465,748 |
| | Personas DE | 21,642,901 | 3,477,659 |
| Personas con acceso a TV de paga* | | 11,097,424 | 2,080,381 |
| | | 26,914,508 | 4,147,199 |

*Nielsen BOPE México MSS TV, Evaluación de targets del 1 de abril al 30 de junio de 2021.

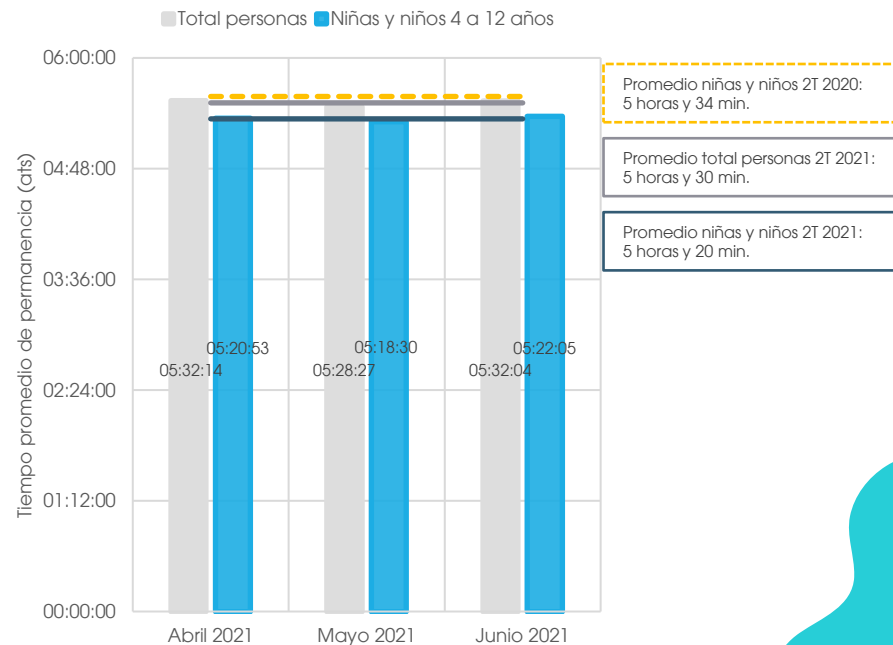
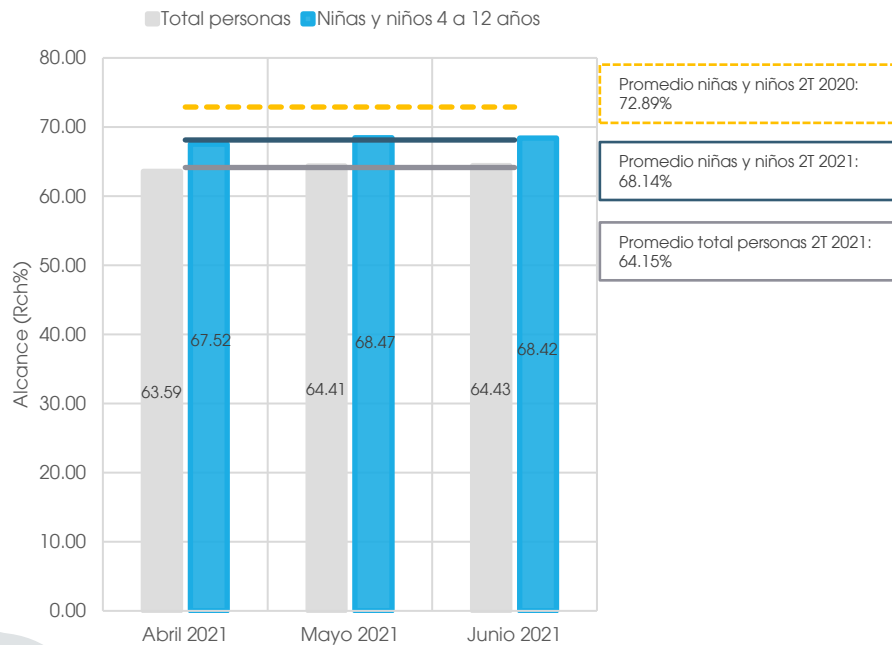
NIVEL DE ENCENDIDOS

- Las niñas y niños de 4 a 12 años registraron un nivel de encendidos de 15.16% durante el segundo trimestre de 2021; es decir, que 1,360,154 dicha población, tuvo la televisión encendida; porcentaje que disminuyó en comparación con el segundo trimestre de 2020, cuando su encendido promedio fue de 16.96%.
- El número de personas con la televisión encendida durante el periodo de abril a junio de 2021 fue de 8,468,792 personas, lo que representó al 14.74% del total de la población.



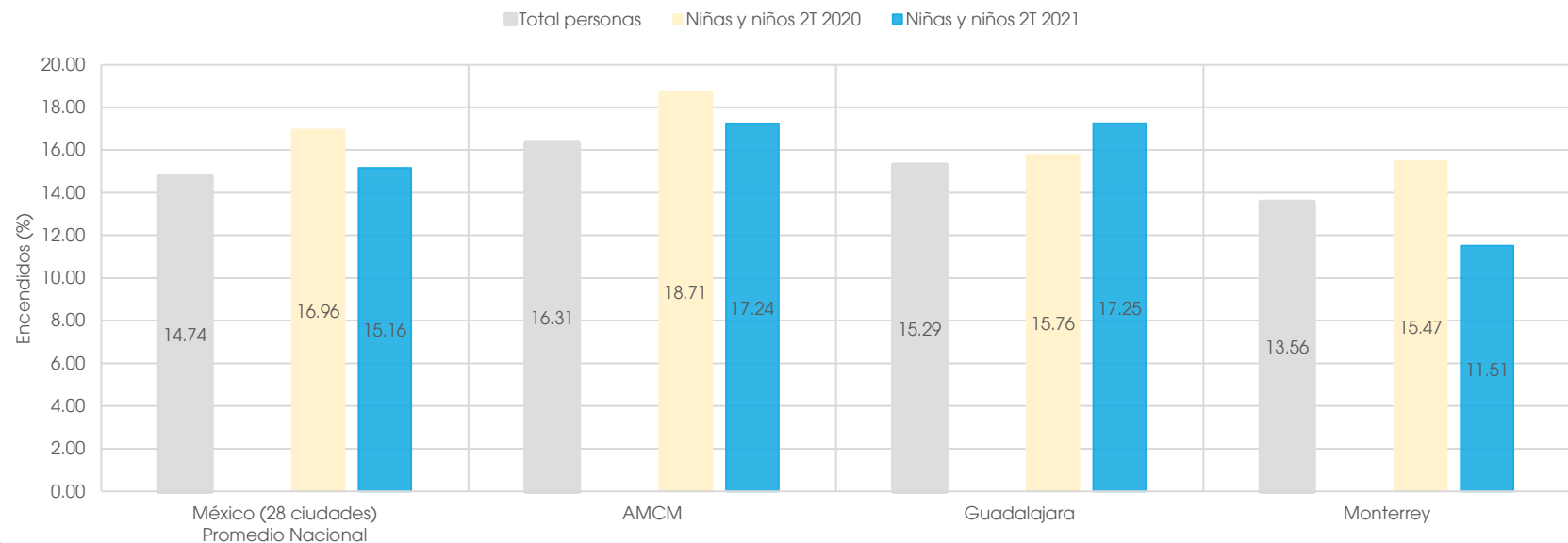
ALCANCE Y TIEMPO DE PERMANENCIA

- Durante el segundo trimestre de 2021, en promedio 6 de cada 10 niñas y niños estuvieron expuestos al menos un minuto a la televisión y, permanecieron un tiempo promedio de 5 horas con 20 minutos frente al televisor.
- Para la población en general en este mismo trimestre, 6 de cada 10 personas estuvieron expuestas al menos un minuto a la TV, con un tiempo de exposición promedio de 5 horas y 30 minutos al día, es decir, 10 minutos más que las niñas y niños.



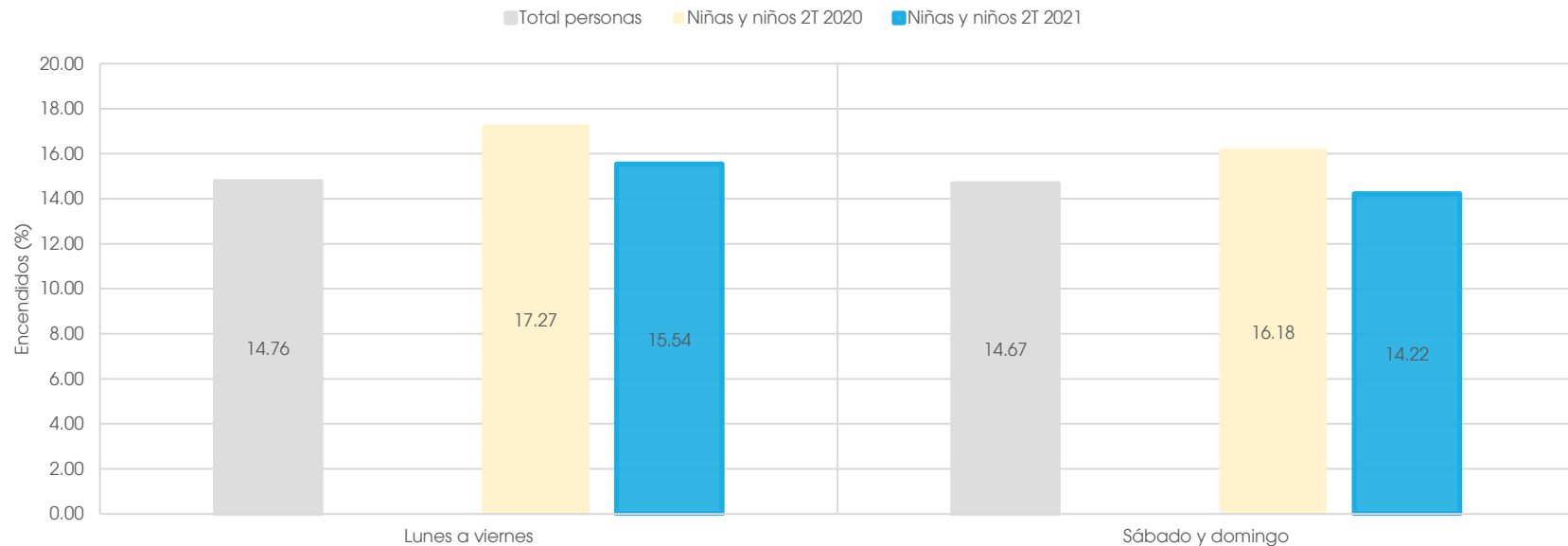
ENCENDIDOS POR REGIONES

- Durante el segundo trimestre de 2021, las niñas y niños reportaron un mayor porcentaje de encendidos, comparado con el total personas en la Ciudad de México y Guadalajara; mientras que en Monterrey el consumo fue menor al promedio del total de personas.
- El segmento infantil incrementó su porcentaje de encendidos en Guadalajara para el segundo trimestre de 2021, respecto a lo que se registró el mismo trimestre de 2020.



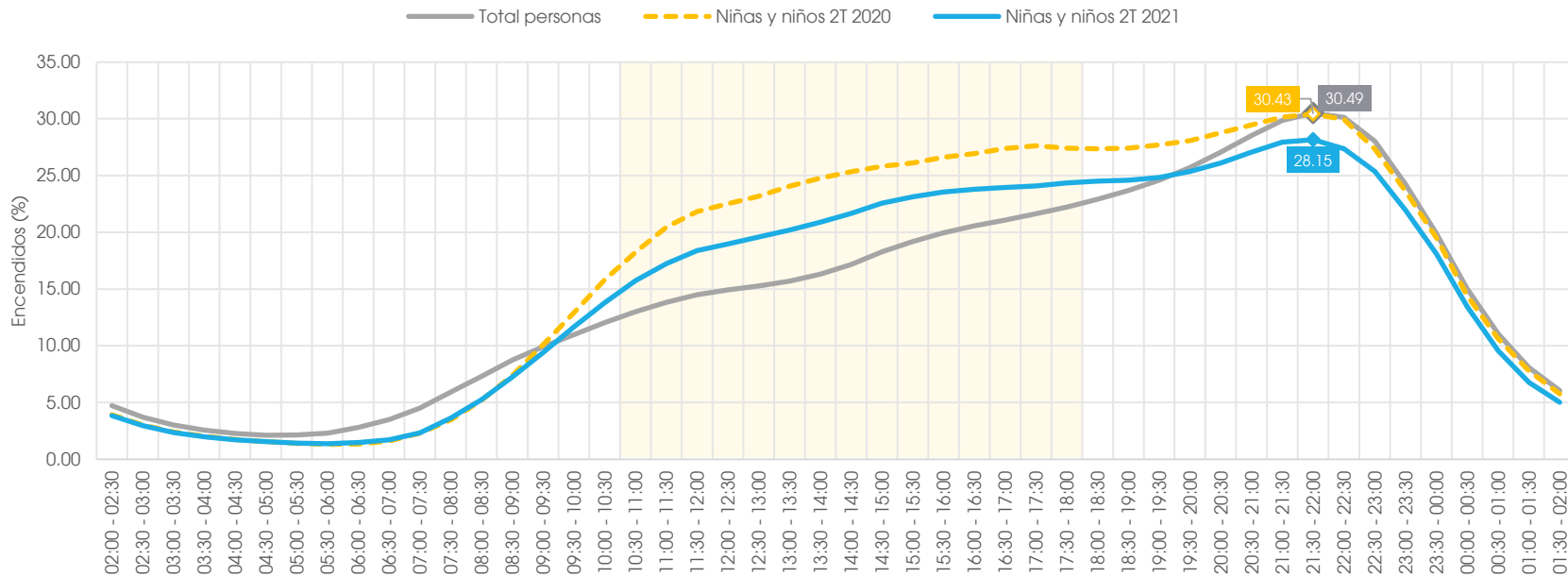
ENCENDIDOS POR DÍA DE LA SEMANA

- Durante el segundo trimestre de 2021, se reportó un 15.54% de presencia de niñas y niños expuestos a la televisión de lunes a viernes, mientras que en fines de semana el promedio fue el 14.22%.
- Finalmente, se observa que el consumo infantil en los meses de abril, mayo y junio de 2021, disminuyó en comparación con lo registrado en los mismos meses del 2020, independientemente del día de la semana.



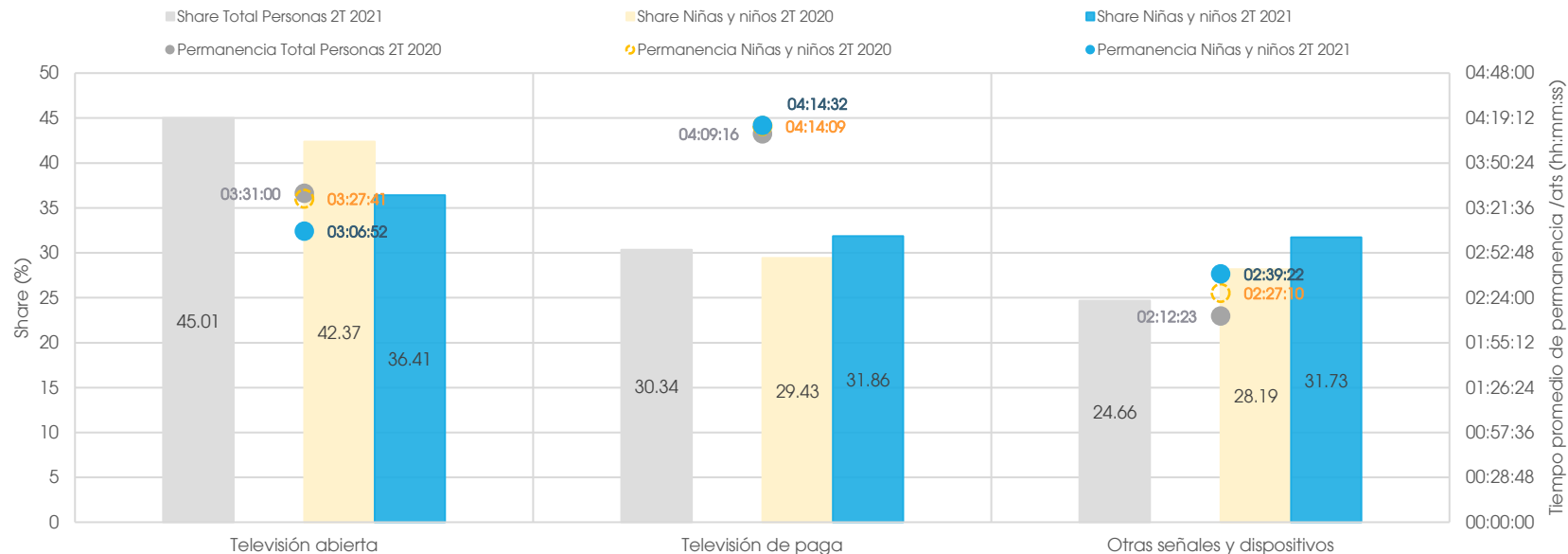
ENCENDIDOS POR HORA

- El momento de mayor exposición a la televisión para adultos y para la población infantil durante el segundo trimestre de 2021, fue de las 21:30 a las 22:00 horas, donde se registró un nivel de encendidos del 30.49% en el caso del total de personas y, de un 28.15% en cuanto a la población de niñas y niños se refiere.
- Para el mismo trimestre de 2020, el momento máximo de audiencia para niñas y niños ocurrió en el mismo bloque horario, donde el nivel de encendidos fue de 30.43%.
- El mayor nivel de encendidos por parte de niñas y niños, comparado al encendido del total de personas, se apreció principalmente a partir de las 10:30 y, hasta las 18:00 horas; con diferencias de entre 2 y 4 puntos porcentuales.



PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA POR TIPO DE SEÑAL

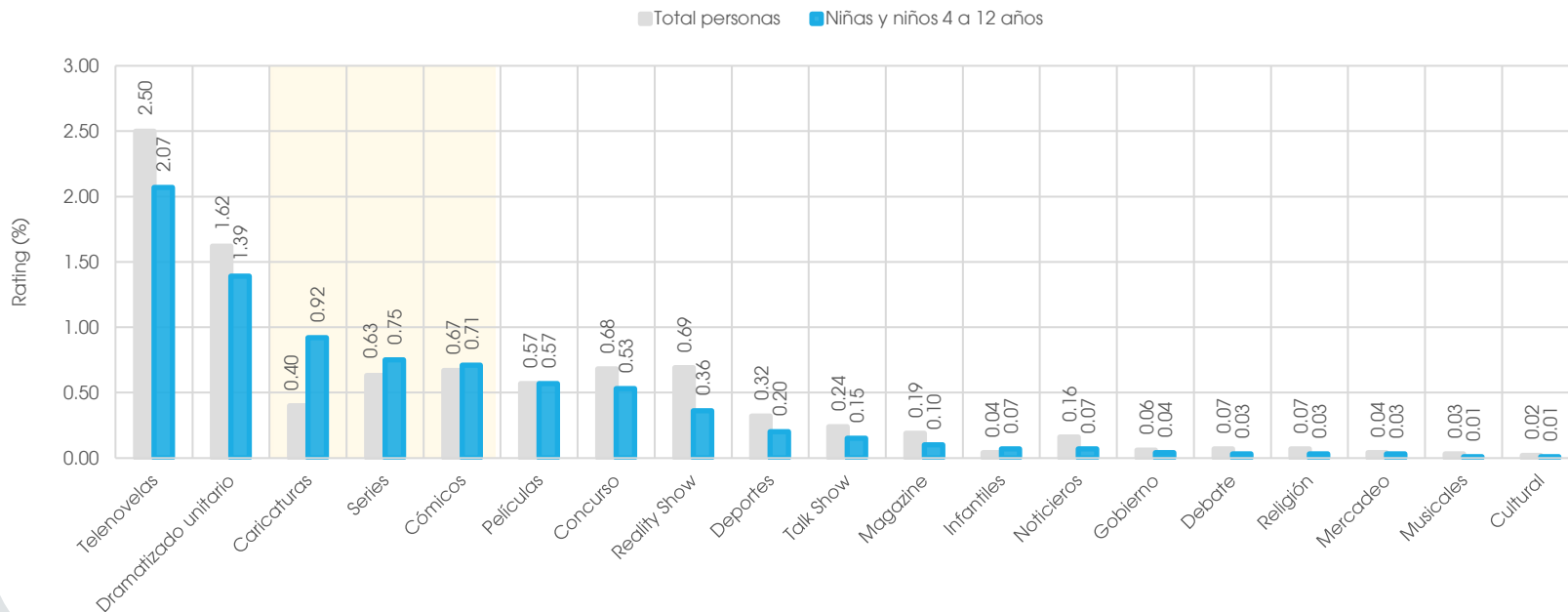
- La televisión abierta fue la señal más vista en ambos grupos poblacionales (adultos y niñas y niños) analizados durante el segundo trimestre de 2021. Para el total de personas representó el 45.01% de su consumo televisivo y, para las niñas y niños el 36.41%; dicho porcentaje, disminuyó respecto al registro de niñas y niños en el mismo periodo de 2020, periodo en que la televisión abierta representaba el 42.37% de su consumo.
- Por otra parte la Televisión de paga, fue la segunda opción de consumo para ambos grupos de edad.
- En cuanto al visionado de otras señales y dispositivos (considerando videojuegos y plataformas digitales), las niñas y niños dedicaron en promedio 2 horas y 39 minutos al día, mientras que en el mismo trimestre de 2020, su tiempo promedio de permanencia fue menor con 2 horas y 27 minutos.



Fuente: Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de abril a junio de 2020 y 2021. Las variables de consulta son Share (Shr%) y Tiempo promedio de permanencia (ats) para todos los canales de 28 Ciudades que reportan audiencia para el periodo evaluado, agrupados por **Televisión abierta**: Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Foro TV, Canal 5, Azteca 7, Nu9ve, Canal Once, Canal 22, Canal 28, ADN40, Excélsior TV, Cadena Tres, Canal 4, TV Mexiquense, Canal 21 (GDL) Loc Tvsa, Más Visión (+V), Canal 4 (GDL), Canal 5 (GDL), Canal 7 Univ, Canal 8 (Televisa MTY), Multimedios, Canal 28 Gob, Canal 4 (Televisa MTY), Canal 53 Univ, Multimedios 2, Canal 44 El Canal De Las Noticias, Canal 66 El Canal De Las Noticias, Trecevisión, Latv, Telerítmio, Once Niños, CJ Grand Shopping, Altavisión, Canal 22.2, Telemundo Tijuana, Telemax, Mundo Fox (Matamoros), Loc Tvsa 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, Multimedios CDMX, Multimedios 6.2, MVS TV, Canal Del Congreso, Capital 21, Ingenio TV, Multimedios Guadalajara, Milenio TV 2019, Loc Ot 28 Cds., Multimedios 6 Puebla, La Octava, Heraldito TV y Aprende En Casa II); **Televisión de paga**: (se considera la suma de todos los canales exclusivos de Televisión de paga que mide Nielsen IBOPE) y **Otras señales o dispositivos**: (Aot Aire, Devices And Others, OT VCR VJ y Tsv). Considerando la información de lunes a domingo, las 24:00 horas del día. Los datos consultados corresponden al universo de personas de 4 años o más y el grupo de 4 a 12 años de edad que tengan acceso a una televisión funcionando en su hogar incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers). Se consideran los Niveles Socioeconómicos: ABC+, C, D+ y DE.

AUDIENCIA POR GÉNERO PROGRAMÁTICO

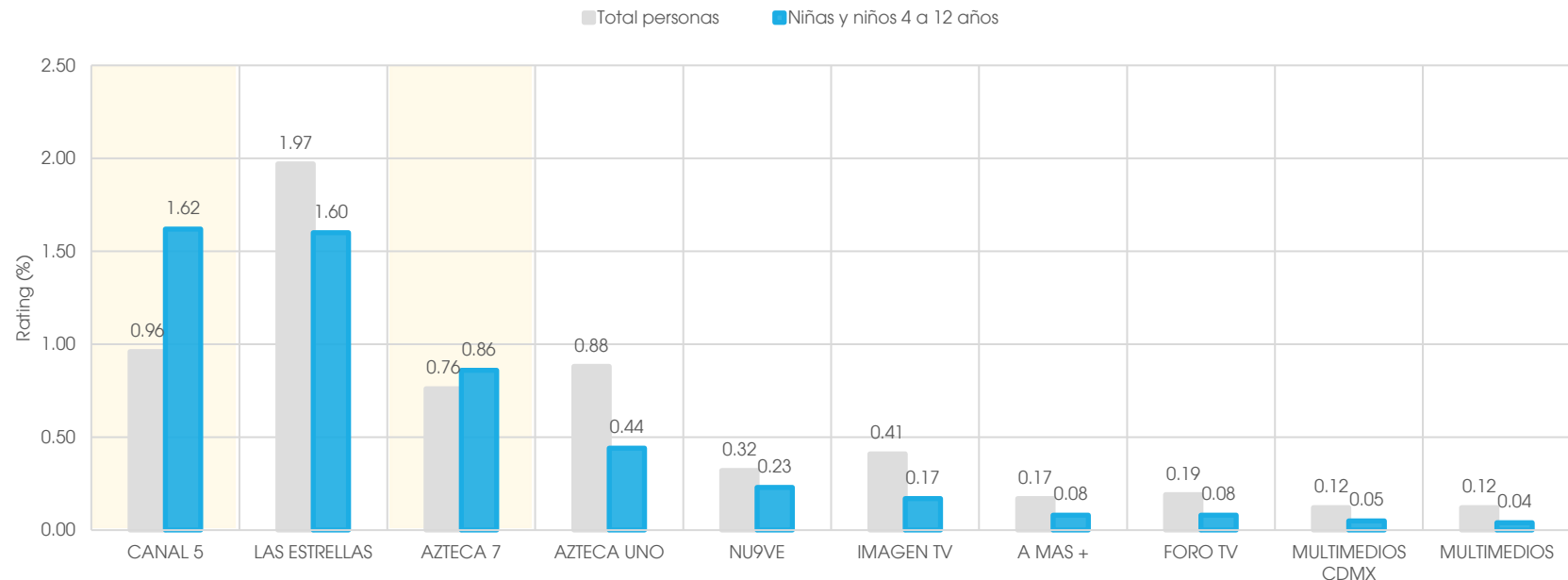
- Los géneros con más rating en niñas y niños fueron las telenovelas y los dramatizados unitarios, al igual que ocurrió con el total de personas.
- En la mayoría de los géneros se registró mayor nivel de audiencia (rating) por parte de la población en general; sin embargo, las población infantil, registró un mayor rating en los géneros de caricaturas, series y cómicos, en comparación con la población en general.



Fuente: Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos abril a junio de 2021 (desglosados por género programático). La variable de consulta es Rating en porcentaje (rat%) para todos los canales de televisión abierta que reportaron programación para este periodo en el estudio de Nielsen IBOPE (Azteca Uno, Las Estrellas, Imagen TV, Foro TV, Canal 5, Azteca 7, Nu9ve, Canal Once, Canal 22, ADN40, TV Mexiquense, Más Visión (+V), Canal 4 (GDL), Canal 8 (Televisa MTY), Multimédios, Canal 4 (Televisa MTY), Azteca Uno -1 Hr., Azteca Uno -2 Hrs., A MÁS +, Canal Catorce, TV UNAM, Canal 22.2, Multimédios CDMX, MVS TV, Multimédios Guadalajara y Milenio TV 2019). Considerando la información de lunes a domingo, las 24:00 horas del día. Los datos consultados corresponden al universo de personas de 4 años o más y el grupo de 4 a 12 años de edad que tengan acceso a una televisión funcionando en su hogar incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers). Se consideran los Niveles Socioeconómicos: ABC+, C, D+ y DE.

CANALES DE TV ABIERTA CON MAYOR AUDIENCIA A NIVEL NACIONAL

- Al analizar los diez canales de televisión abierta con mayor rating, en la población de niñas y niños durante este segundo trimestre de 2021, se observó que, los Canales 5 y Azteca 7, reportaron los niños tuvieron un rating superior respecto del total personas.
- Al estudiar los canales de televisión abierta se observó que, los canales 5 y Azteca 7, reportaron una mayor presencia de niñas y niños, comparado con el nivel de audiencia generado por la población adulta.



Fuente: Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de abril a junio de 2021 (desglosados por canal). 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 (Canal 5, Las Estrellas, Azteca 7, Azteca Uno, Nu9ve, Imagen TV, A MÁS +, Foro TV, Multimédios CDMX y Multimédios). 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, D+ y DE.

PROGRAMAS DE MAYOR AUDIENCIA INFANTIL EN TELEVISIÓN ABIERTA

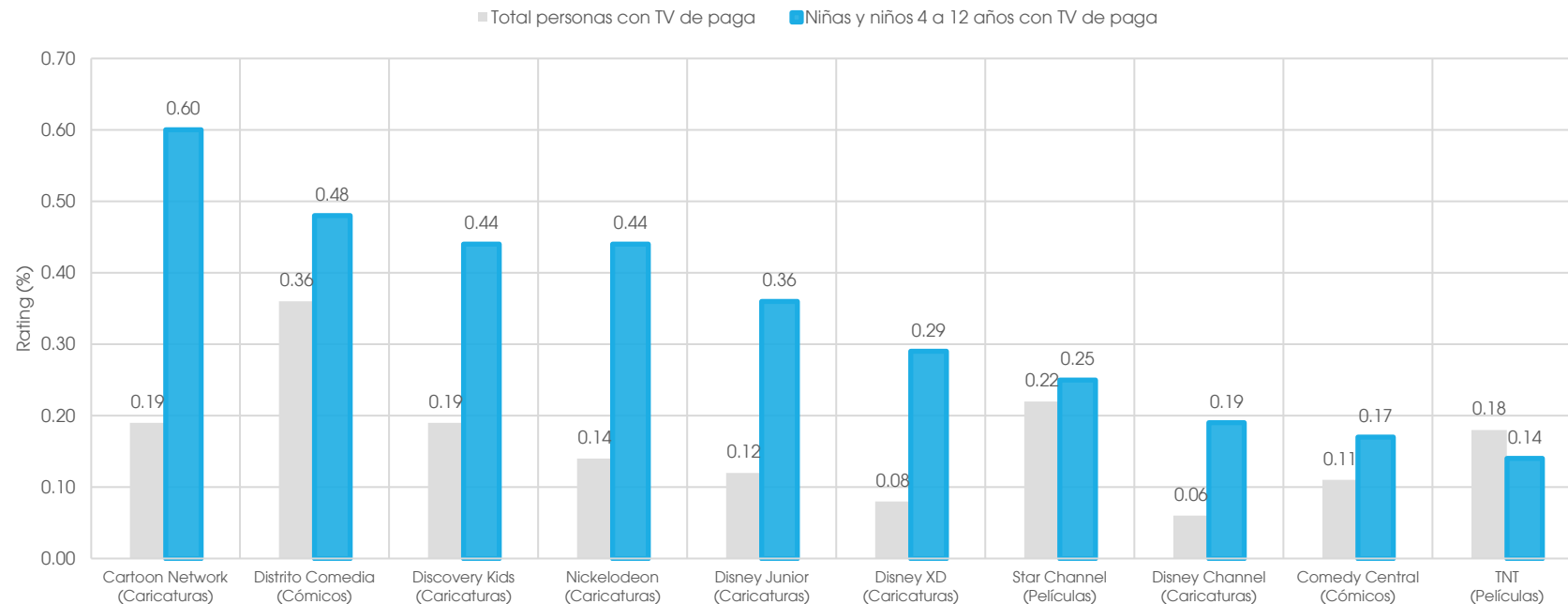
La siguiente tabla muestra los canales y los tres programas que registraron mayor audiencia de niñas y niños, durante el segundo trimestre de 2021.

| Canal | Programa | Género | Día de transmisión | Horario | Rating (%) | Tiempo promedio de permanencia |
|------------------|---|----------------------|--------------------|---------------|------------|--------------------------------|
| Canal 5 | P. La vida secreta de tus mascotas | Películas | Domingo | 22:15 – 00:07 | 6.29 | 01:03:15 |
| | P. Madagascar | Películas | Domingo | 20:15 – 22:15 | 5.79 | 00:58:36 |
| | P. Kong la isla calavera | Películas | Domingo | 21:45 – 00:09 | 5.22 | 01:15:07 |
| Las Estrellas | Qué le pasa a mi familia | Telenovelas | Lunes a viernes | 20:30 – 21:30 | 5.03 | 00:39:38 |
| | La Rosa de Guadalupe | Dramatizado unitario | Lunes a viernes | 19:15 – 20:30 | 4.69 | 00:48:50 |
| | FSN. América vs Pachuca simulcast | Deportes | Domingo | 19:55 – 22:10 | 4.32 | 00:57:30 |
| Azteca 7 | P. Coco | Películas | Domingo | 20:37 – 23:00 | 9.16 | 01:26:41 |
| | P. El libro de la selva | Películas | Domingo | 21:45 – 00:00 | 5.72 | 01:05:29 |
| | P. Alicia a través del espejo | Películas | Domingo | 23:05 – 25:10 | 4.93 | 01:03:02 |
| Azteca Uno | Exatlon México Titanes vs Héroes dom. | Reality show | Domingo | 20:05 – 23:35 | 3.28 | 01:39:03 |
| | Exatlon México Titanes vs Héroes | Reality show | Jueves y viernes | 19:30 – 22:30 | 1.81 | 00:53:58 |
| | La voz kids | Concurso | Lunes y martes | 19:30 – 22:30 | 1.79 | 00:53:53 |
| Nu9ve | 100 días para enamorarnos | Serías | Lunes a miércoles | 00:00 – 00:35 | 1.15 | 00:22:25 |
| | Jenni Rivera mariposa de barrio | Telenovelas | Lunes a viernes | 22:30 – 00:00 | 1.13 | 00:46:34 |
| | P. El hijo de Lamberto Quintero | Películas | Domingo | 22:15 – 00:15 | 0.99 | 00:49:05 |
| Imagen TV | P. Perros de batalla | Películas | Sábado | 19:00 – 21:00 | 0.90 | 00:55:26 |
| | P. Regreso a la era de los dinosaurios | Películas | Sábado | 15:00 – 17:00 | 0.67 | 00:59:56 |
| | P. El ataque del tiburón 5 cabezas | Películas | Sábado | 15:00 – 17:00 | 0.66 | 00:36:29 |
| A MÁS + | P. El mariachi canta | Películas | Jueves | 17:50 – 19:30 | 0.75 | 00:40:17 |
| | P. Los bárbaros del norte | Películas | Miércoles | 16:00 – 17:40 | 0.62 | 01:00:34 |
| | P. Tampico | Películas | Sábado | 21:00 – 23:00 | 0.61 | 00:35:57 |
| Foro TV | Not. Última hora | Noticieros | Lunes y martes | 12:30 – 15:00 | 0.44 | 00:43:19 |
| | Esp. Decisión 2021 | Debate | Domingo | Varios | 0.34 | 00:42:00 |
| | Not. Hora 21 | Noticieros | Lunes a viernes | 21:00 – 22:00 | 0.25 | 00:18:45 |
| Multimedios CDMX | Cobertura meta 21 1a hora | Noticieros | Sábado | 20:00 – 21:00 | 0.29 | 00:30:52 |
| | Homenajes: Rocío Dúrcal | Magazine | Sábado | 16:00 – 17:00 | 0.25 | 00:36:00 |
| | Cobertura esp. Caída L12 metro 2da hora | Noticieros | Lunes | 00:00 – 25:00 | 0.19 | 00:20:06 |
| Multimedios | Previo Santos vs Monterrey | Deportes | Jueves | 20:00 – 21:00 | 0.23 | 00:39:33 |
| | Homenaje a Mariana Levy | Magazine | Sábado | 16:00 – 17:00 | 0.15 | 00:23:16 |
| | BLM Saraperos vs sulfanes | Deportes | Domingo | 17:00 – 20:00 | 0.14 | 02:33:34 |

Fuente: Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de abril a junio de 2021 (desglosados por canal). 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 (Canal 5, Las Estrellas, Azteca 7, Azteca Uno, Nu9ve, Imagen TV, A MÁS +, Foro TV, Multimedios CDMX y Multimedios). 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, D+ y DE.

CANALES DE TV DE PAGA CON MAYOR AUDIENCIA A NIVEL NACIONAL

- Entre los diez canales de televisión de paga más vistos por niñas y niños, destacan aquellos que programan caricaturas, los cuales ocupan seis posiciones de la lista.
- El canal TNT es el único incluido de la lista de los más visto, con menor rating de niñas y niños, comparado con el total de personas.



PROGRAMAS DE MAYOR AUDIENCIA EN CANALES DE LA TV DE PAGA

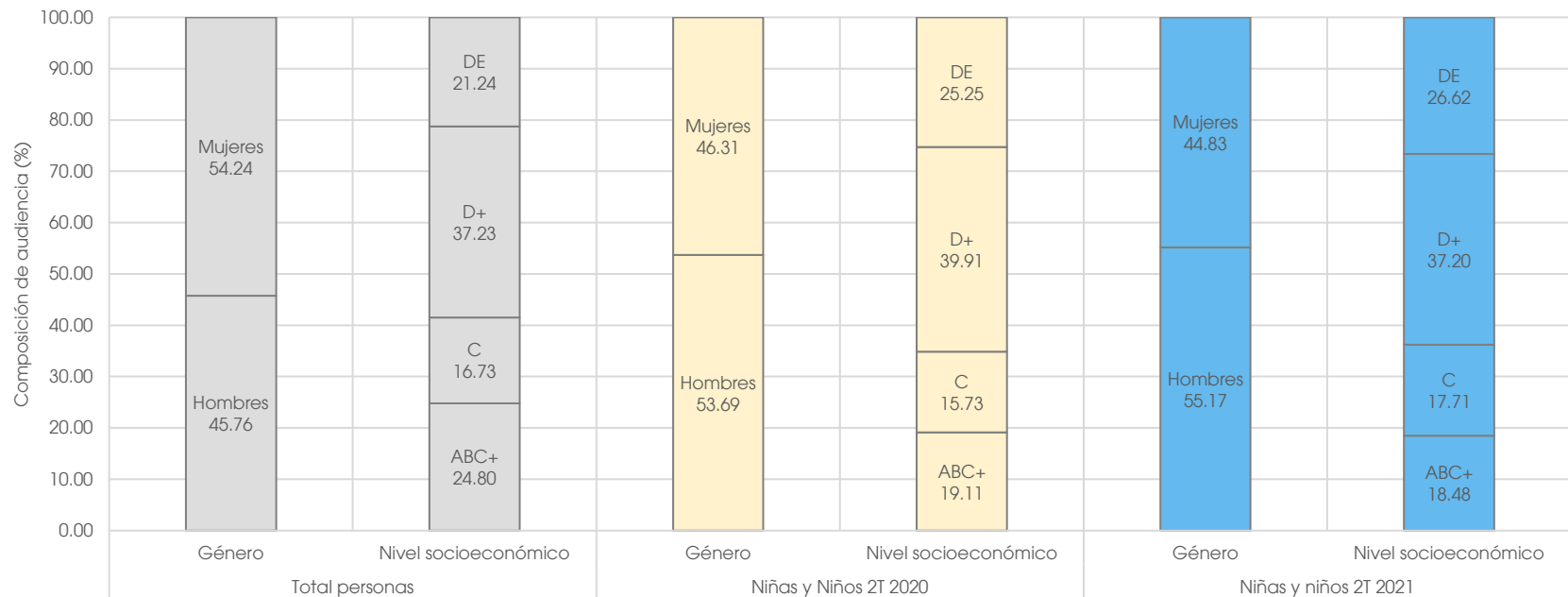
La siguiente tabla muestra los canales de televisión de paga y sus respectivos tres programas que registraron mayor audiencia en niñas y niños; también se aprecia que la mayoría de estos contenidos, fueron películas, caricaturas y programas cómicos.

| Canal | Programa | Género | Día de transmisión | Rating (%) | Tiempo promedio de permanencia |
|------------------|--|-------------|-----------------------------|------------|--------------------------------|
| Cartoon Network | P. Lego: la película | Películas | Viernes y sábado | 1.53 | 00:45:56 |
| | P. Hotel Transylvania 2 | Películas | Viernes y sábado | 1.37 | 00:43:02 |
| | P. Hotel Transylvania | Películas | Viernes y sábado | 1.14 | 00:48:33 |
| Distrito Comedia | La familia Peluche | Cómicos | Lunes a viernes | 0.78 | 00:32:12 |
| | Maratón Una familia de diez T3 | Cómicos | Sábado y domingo | 0.75 | 00:46:47 |
| | Nosotros los guapos | Cómicos | Lunes a viernes | 0.75 | 00:31:57 |
| Discovery Kids | P. Rock Dog: el perro rockero | Películas | Sábado | 1.37 | 00:45:48 |
| | P. Space Dogs | Películas | Miércoles | 1.18 | 00:36:57 |
| | P. Stuart Little 2: La Aventura continua | Películas | Viernes | 1.06 | 00:32:16 |
| Nickelodeon | P. Splitting Adam | Películas | Lunes | 0.78 | 00:42:07 |
| | Unfiltered | Magazine | Jueves y viernes | 0.76 | 00:24:37 |
| | The Casagrandes | Caricaturas | Lunes a domingo | 0.68 | 00:22:23 |
| Disney Junior | P. Princesita Sofía palacio en agua | Películas | Viernes | 0.96 | 00:34:12 |
| | P. Splash | Películas | Viernes | 0.80 | 00:53:27 |
| | P. Dive Olly and pirate rescue | Películas | Sábado | 0.75 | 00:30:25 |
| Disney XD | Lego star wars all star rodand BB-8 | Caricaturas | Martes | 1.15 | 00:16:09 |
| | Lego star wars all star persec han | Caricaturas | Martes | 1.08 | 00:18:31 |
| | Phineas y Ferb star wars | Caricaturas | Martes | 0.84 | 00:24:36 |
| Star Channel | P. Un jefe en pañales | Películas | Viernes y sábado | 1.39 | 00:52:04 |
| | P. Kingsman the secret service | Películas | Domingo | 1.03 | 00:48:39 |
| | P. Bohemian Rapsody | Películas | Lunes | 1.01 | 00:41:46 |
| Disney Channel | Watch zombies on | Magazine | Martes | 1.16 | 00:06:57 |
| | Hotel Transylvania la serie | Caricaturas | Domingo | 0.68 | 00:11:55 |
| | P. Descendientes 3 | Películas | Lunes, jueves y viernes | 0.51 | 00:47:08 |
| Comedy Central | Mi corazón es tuyo | Telenovelas | Lunes a domingo | 0.47 | 00:39:26 |
| | XHDRBZ | Cómicos | Miércoles, jueves y viernes | 0.39 | 00:30:12 |
| | La Familia P.Luche | Cómicos | Lunes a sábado | 0.34 | 00:32:08 |
| TNT | P. Escuadrón suicida | Películas | Viernes, sábado y domingo | 0.67 | 00:54:14 |
| | La muchacha que limpia | Serías | Viernes | 0.60 | 00:23:21 |
| | P. Robin Hood: príncipe de los ladrones | Películas | Lunes | 0.59 | 01:31:21 |

Fuente: Base de Datos de Ratings TV Tres Dominios, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de abril a junio de 2021 y desglosados por canal. 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 los 28 Ciudades que reporte Nielsen IBOPE (Cartoon Network, Distrito comedia, Discovery Kids, Nickelodeon, Disney Junior, Disney XD, Star Channel, Disney Channel, Comedy Central y TNT). 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, D+ y DE.

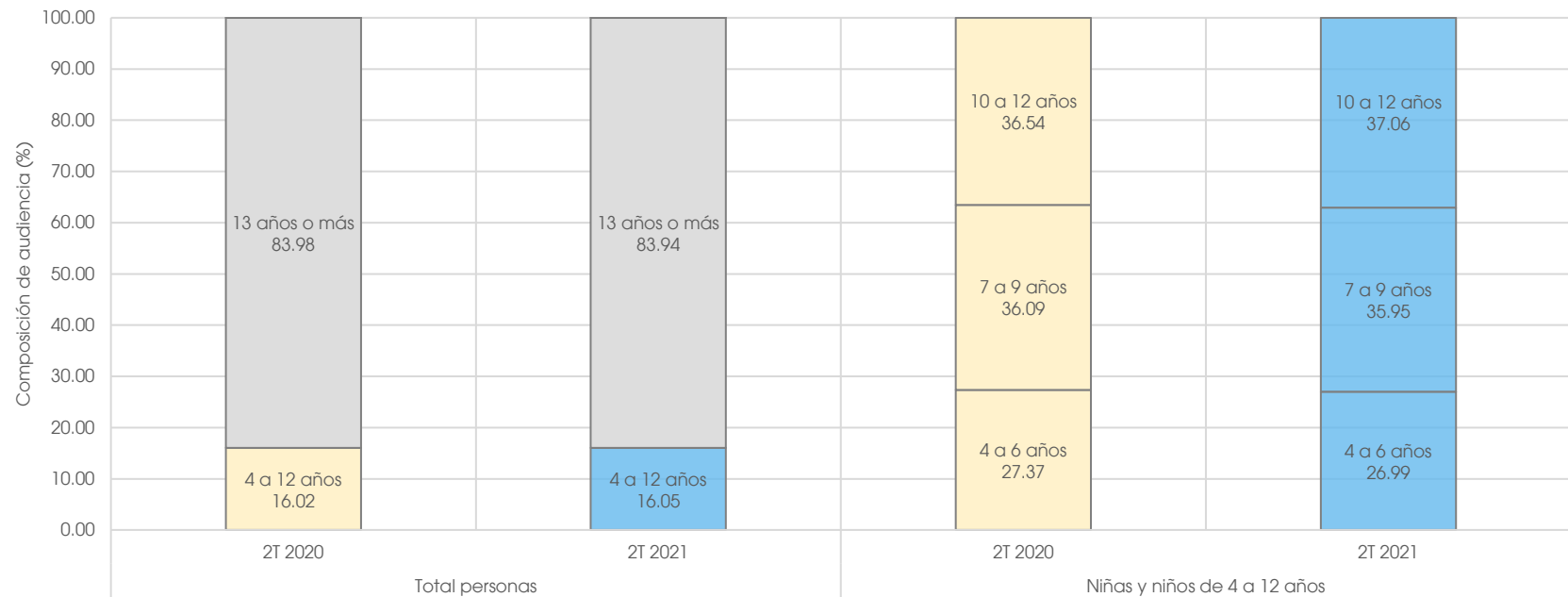
PERFIL DE AUDIENCIA

- En la propia población infantil, durante el segundo trimestre de 2021, destacó la presencia de niños con un 55.17%; mientras que en el universo de personas adultas, destacó la presencia de mujeres, quienes aportaron mayor audiencia del total de consumo.
- Respecto de los niveles socioeconómicos, en el consumo infantil destacaron los niveles D+ y DE (medio bajo y bajo) como los de mayor presencia, mientras que, para el total personas fueron los de niveles D+, seguido del ABC+.



PERFIL DE AUDIENCIA POR EDADES

- El 16.05% de la audiencia total en el segundo trimestre de 2021, fue aportado por niñas y niños de 4 a 12 años de edad.
- Dentro de este consumo infantil, más del 70% de la audiencia fue conformada por niñas y niños, de entre las edades de 7 a 12 años.



HALLAZGOS

A continuación se presentan hallazgos y características de los hábitos de consumo de televisión por parte de niñas y niños registrados durante el segundo trimestre de 2021 y, para ilustrar brevemente, se integran citas verbales extraídas de estudios cualitativos y otros recursos de información propios del IFT.

Durante el segundo trimestre de 2021, el segmento de 4 a 12 años reportó un consumo televisivo del 15.16%; es decir que, 1,360,154 niñas y niños estuvieron con la televisión encendida durante el periodo referido.

La población infantil registró un alcance de 68.14% durante el segundo trimestre de 2021 y, en promedio pasaron 5 horas y 20 minutos viendo contenidos televisivos.

La televisión está presente en la mayoría de los hogares; por lo regular se enciende para que los más pequeños se distraigan o como acompañamiento para la madre durante las mañanas. En todas las ciudades funciona como el medio a través del cual ven contenidos en familia -más por las tardes o fines de semana-.¹

Se identificó que el bloque horario de mayor exposición a la televisión por parte de la población de niñas y niños, fue de entre las 21:30 a 22:00 horas, con un encendido de 28.15%.

La televisión abierta fue la señal más vista por niñas y niños durante el segundo trimestre de 2021, ya que representó el 36.41% de su consumo televisivo, seguida de la televisión de paga, con el 31.86% de participación.

(Los padres) consideran que la televisión abierta tiene muy segmentada su programación, según la edad de su audiencia; las opciones infantiles se encuentran presentes solo durante la mañana. Por lo tanto, los padres y madres recurren a televisión de paga u otras plataformas cuando quieren entretener a sus hijos por la tarde.¹

Para el segundo trimestre de 2021, los géneros con más rating en niñas y niños fueron Telenovelas y Dramatizado unitario.

*"Vemos La rosa de Guadalupe, a veces los temas son muy fuertes, pero les digo que la veamos para que aprendan que hasta sus mejores amigos pueden ser malos, algo aprenden de valores"
(Madre de familia, TVPD+, Acapulco).¹*

Por otra parte, entre los canales de televisión abierta con mayor rating para niñas y niños, se encuentran los casos de Canal 5 y Azteca 7, donde su consumo fue mayor que el registrado por el total personas.

En muchas ocasiones, niñas, niños y adolescentes están expuestos de manera cotidiana a contenidos que no son dirigidos al público infantil, principalmente de televisión abierta -telenovelas, dramatizado unitario, programas cómicos-.¹

Entre los canales de televisión de paga más vistos por las niñas y niños, destacan aquellos dedicados a la transmisión de Caricaturas.

Respecto a la composición de audiencia en el medio, para el grupo etario infantil destaca el consumo de niños. Además, dentro de este consumo infantil, fueron las edades de 7 a 12 años las que registraron más del 70% de dicha audiencia.

Respecto a los niveles socioeconómicos, fueron los niveles D+ y DE los que principalmente destacaron dentro del consumo televisivo en niñas y niños.

Anexo 1. Definiciones

Universo:

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

Alcance o Reach (rch%):

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

Rating (rat%):

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

Share (shr%):

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

Encendidos (tvr%):

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

Average Time Spent (ats):

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

Adhesión (adh%):

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

Género:

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

Género Cultural:

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

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

Género Noticiero:

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

Género Religión:

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

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

Género Debate:

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

Género Gobierno:

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

Género Partidos Políticos:

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

Anexo 1. Definiciones

Género Telenovelas:

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

Género Dramatizado Unitario:

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

Género Musicales:

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

Género Cómico:

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

Género Concurso:

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

Género Deportes:

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

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

Género Series:

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

Género Películas:

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

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

Género Infantil:

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

Género Caricaturas:

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

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

Género Mercadeo:

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

Género Magazine:

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

Género Reality Show:

También conocidos como Televisión Real, es un género televisivo en donde un grupo de personas –comunes o famosas- permite que sus vidas sean grabadas durante un 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 1. Definiciones

Niveles Socioeconómicos de acuerdo con la Asociación Mexicana de Inteligencia de Mercado y Opinión Pública (AMAI)

El índice de Niveles Socioeconómicos (NSE) es la norma, basada en análisis estadístico, que permite agrupar y clasificar a los hogares mexicanos de acuerdo a su capacidad para satisfacer las necesidades de sus integrantes en términos de: vivienda, salud, energía, tecnología, prevención y desarrollo intelectual. La satisfacción de estas dimensiones determina su calidad de vida y bienestar

ABC+: Son los segmentos con el más alto nivel de vida del país. Estos tienen cubiertas todas las necesidades de bienestar y la mayoría cuenta con recursos para invertir y planear para el futuro.

C: Se caracteriza por haber alcanzado un nivel de vida práctica y con ciertas comodidades. Cuenta con una infraestructura básica en entretenimiento y tecnología.

D+: Este segmento tiene cubierta la mínima infraestructura sanitaria de su hogar.

DE: Son los segmentos con menor calidad de vida, carecen de la mayoría de los servicios y bienes satisfactorios.

Niveles Socioeconómicos de acuerdo con Nielsen IBOPE México.

| Nivel Socioeconómico | Porcentaje de telehogares representados en las 28 ciudades medidas por el estudio de Nielsen IBOPE, entre abril y junio de 2021* |
|----------------------|--|
| ABC+ | 26.58% |
| C | 16.45% |
| D+ | 37.66% |
| DE | 19.31% |

*Nielsen BOPE México MSS TV, Evaluación de targets del 1 de abril al 30 de junio de 2021.

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