



**INFORME TRIMESTRAL
NIVELES DE AUDIENCIA DE
TELEVISIÓN EN NIÑAS Y NIÑOS
DE 4 A 12 AÑOS DE EDAD
(JULIO, AGOSTO Y SEPTIEMBRE 2020)**



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) e Investigación de Mercados INRA, 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 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/5/2019/11/GUIA_USO_DATOS_AUDIENCIA_TAM_2019.pdf



ÍNDICE

Metodología	4	Canales de TV abierta con mayor audiencia a nivel nacional	13
Niveles de audiencia de televisión	5	Programas de mayor audiencia infantil en televisión abierta	14
Nivel de encendidos	6	Canales de TV de paga con mayor audiencia a nivel nacional	15
Alcance y tiempo de permanencia	7	Programas de mayor audiencia en canales de la TV de paga	16
Nivel de encendidos por regiones	8	Perfil de audiencia	17
Encendidos por día de la semana	9	Perfil de audiencia por edades	18
Encendidos por hora	10	Hallazgos	19
Participación de audiencia por tipo de señal	11	Anexos	21
Audiencia por género programático	12		



METODOLOGÍA

El objetivo del presente informe es realizar un seguimiento de los niveles de audiencia registrados en la televisión de manera trimestral en las audiencias infantiles.

La información del consumo televisivo es obtenida a través 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 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 (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 tercer trimestre de 2020 (julio a septiembre). Así como una retrospectiva de los datos durante el mismo trimestre pero de 2019.

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	57,465,601	8,969,991
NSE*	Personas ABC+	1,946,203
	Personas C	1,465,748
	Personas D+	3,477,659
	Personas DE	2,080,381
Personas con acceso a TV de paga*	26,914,508	4,147,199

*Nielsen BOPE México MSS TV, Evaluación de targets del 1 de julio al 30 de septiembre de 2020.

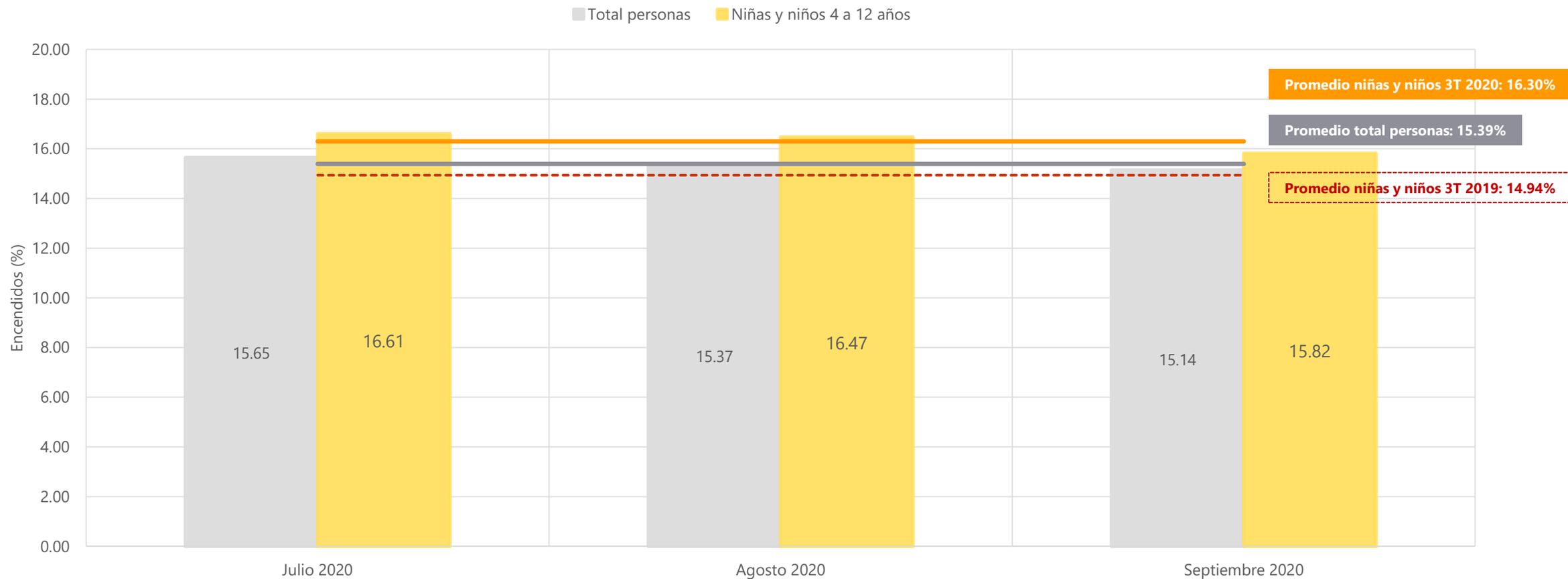




**NIVELES DE
AUDIENCIA
DE TELEVISIÓN**

NIVEL DE ENCENDIDOS

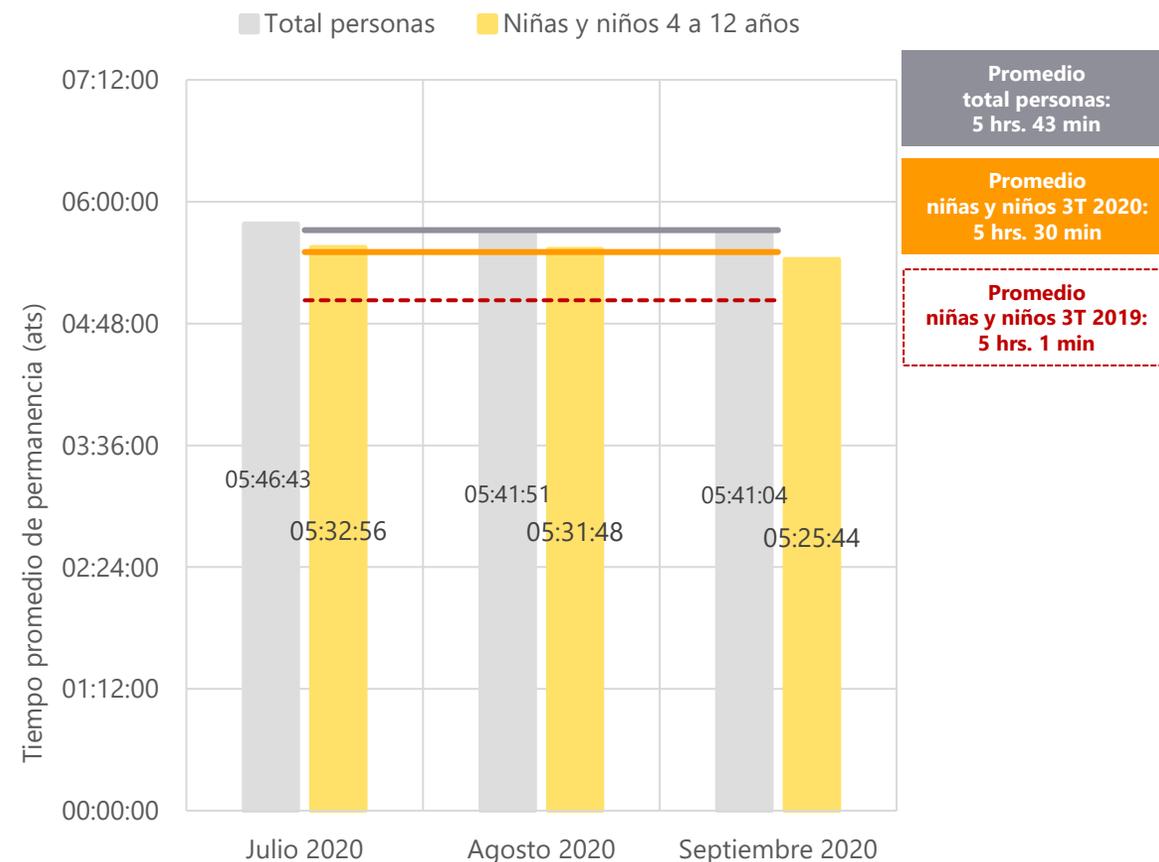
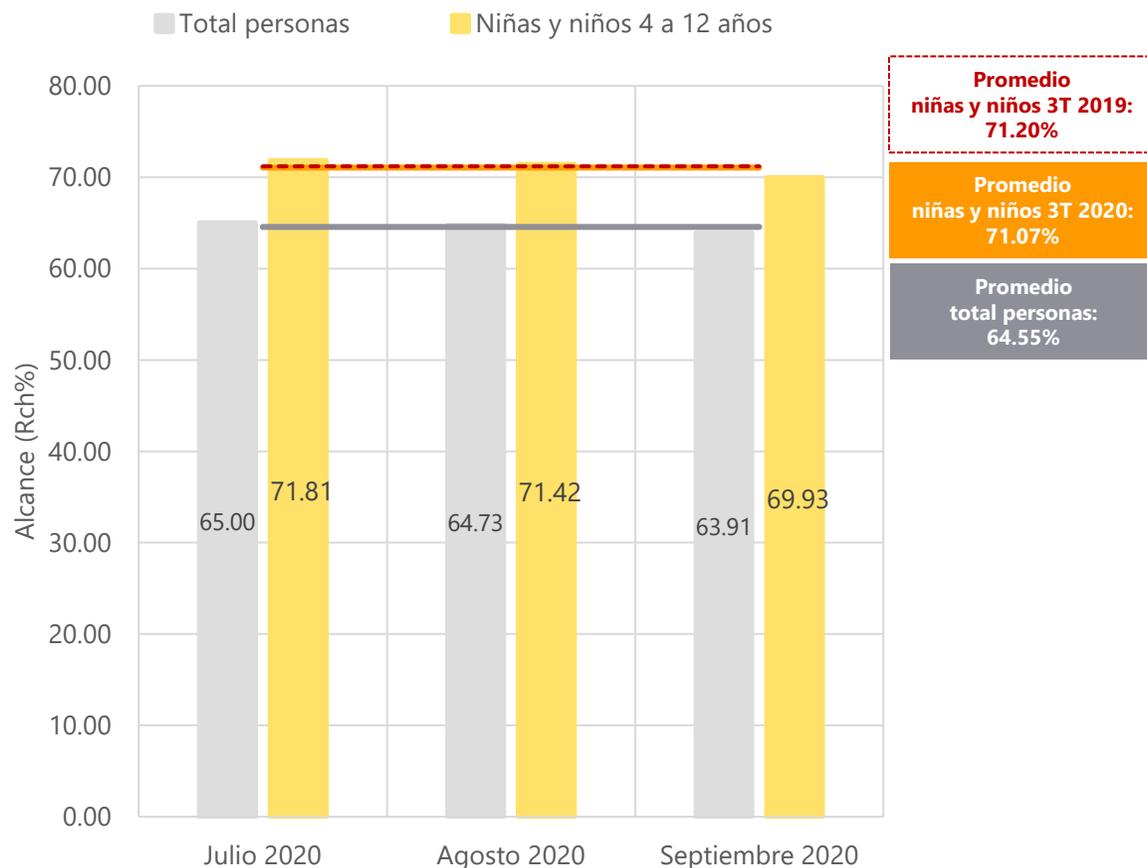
- El número de personas con la televisión encendida durante el periodo de julio a septiembre de 2020 fue de 8,842,803 personas, lo que representa al 15.39% del total de las personas.
- Por otro lado, el segmento de 4 a 12 años tuvo un nivel de encendidos del 16.30% durante el mismo periodo; es decir, 1,462,478 niñas y niños, porcentaje que aumentó 2 puntos porcentuales en comparación con el tercer trimestre de 2019, cuando su encendido promedio fue de 14.94%.
- Para ambos grupos (targets) analizados, el consumo fue estable durante el tercer trimestre de 2020, con diferencias menores a 1 punto porcentual en el encendido de un mes a otro.



Fuente: Base de Datos de Ratings TV Cinco Dominios, Base de Datos de Audiencias - Ratings TV y Base de Datos de Audiencias - Ratings TV Cinco Dominios Transición de Nielsen IBOPE, mediante el software de explotación MSS-TV. Datos obtenidos de julio a septiembre de 2019 y 2020 (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, D+ y DE.

ALCANCE Y TIEMPO DE PERMANENCIA

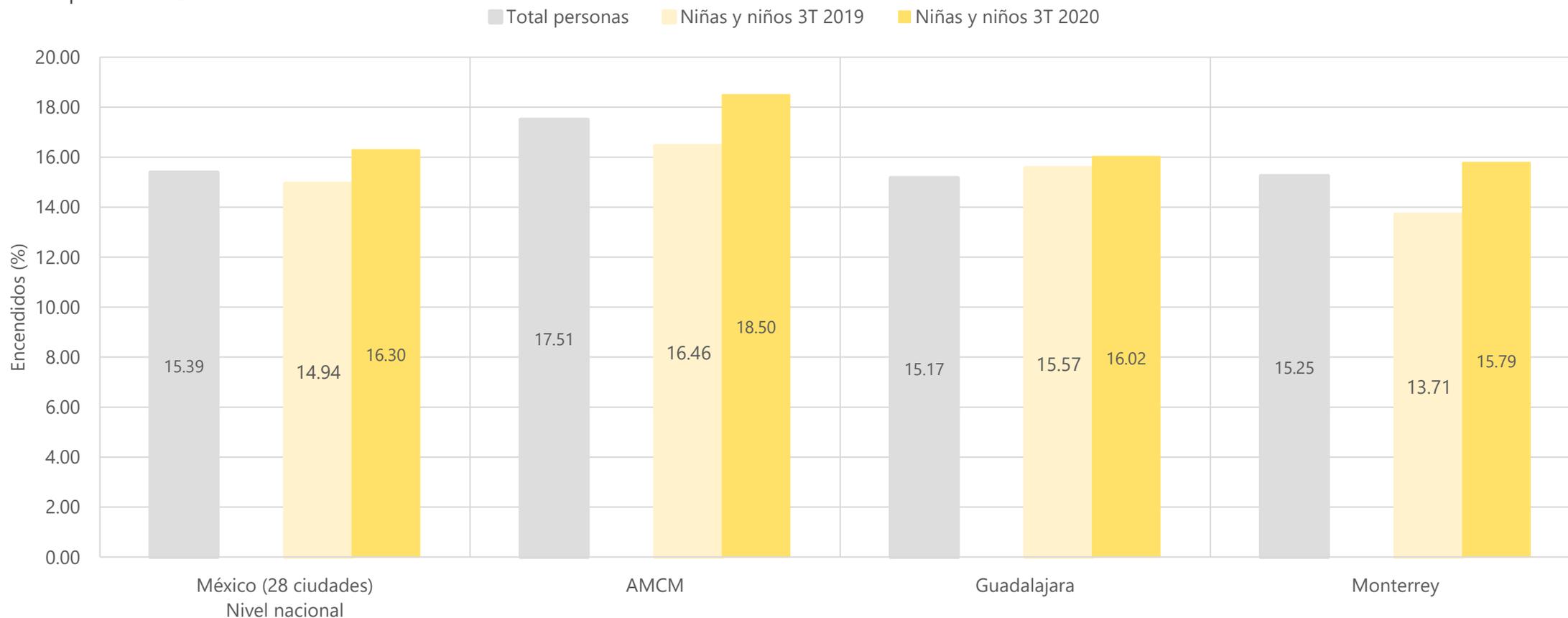
- En promedio 7 de cada 10 niñas y niños estuvieron expuestos al menos un minuto a la televisión, de la misma manera que ocurrió en el tercer trimestre de 2019, mientras que para la población en general el promedio fue de 6 por cada 10 personas.
- Durante el tercer trimestre de 2020, cada niña o niño de 4 a 12 años pasó en promedio 5 horas y 30 minutos frente al televisor al día; es decir, 29 minutos más que el promedio obtenido del tercer trimestre de 2019. Por otro lado, la población en general estuvo expuesta 5 horas y 43 minutos en el 2020.
- Como se parecía en los gráficos, tanto el total personas como las niñas y niños no registraron variaciones significativas en su porcentaje de alcance y su tiempo de permanencia.



Fuente: Base de Datos de Ratings TV Cinco Dominios, Base de Datos de Audiencias - Ratings TV y Base de Datos de Audiencias - Ratings TV Cinco Dominios Transición de Nielsen IBOPE mediante el software de explotación MSS-TV. Datos obtenidos de julio a septiembre de 2019 y 2020 (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, D+ y DE.

NIVEL DE ENCENDIDOS POR REGIONES

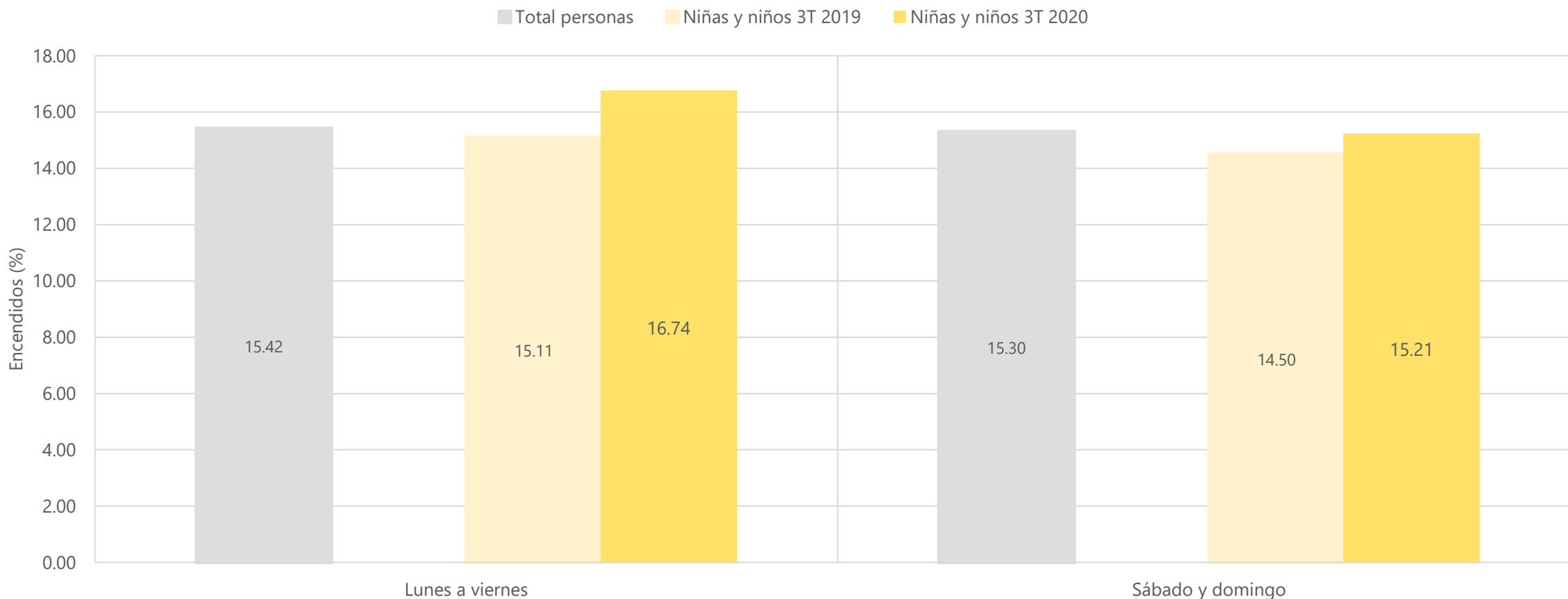
- Durante el tercer trimestre de 2020, la superioridad en el porcentaje de encendidos que tuvieron niñas y niños frente al total personas a nivel nacional, se replica en la desagregación de las tres principales ciudades.
- Al analizar el consumo televisivo por ciudad, se observa que en la Ciudad de México la población en general y las niñas y niños superaron al promedio nacional, mientras que en Guadalajara y Monterrey el consumo de ambos grupos (targets) fue menor a éste.
- Así mismo, el porcentaje de encendidos de niñas y niños en las cuatro regiones analizadas, durante el periodo julio-septiembre de 2020 fue superior en comparación a lo registrado en el mismo periodo de 2019.



Fuente: : Base de Datos de Ratings TV Cinco Dominios, Base de Datos de Audiencias - Ratings TV y Base de Datos de Audiencias – Ratings TV Cinco Dominios Transición de Nielsen IBOPE, mediante el software de explotación MSS-TV. Datos obtenidos de julio a septiembre de 2019 y 2020 y desglosados por dominio; 28 ciudades, 25 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, D+ y DE.

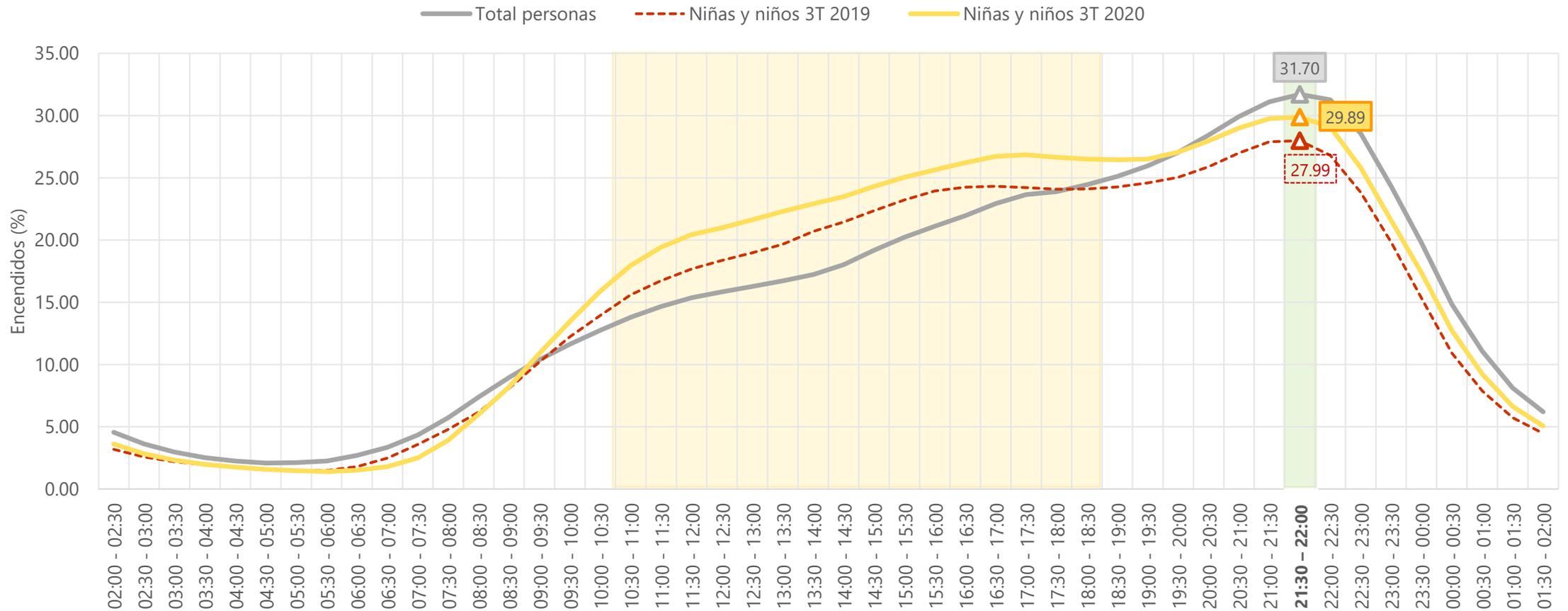
ENCENDIDOS POR DÍA DE LA SEMANA

- De lunes a viernes, en promedio hubo un 16.74% de niñas y niños con el televisor encendido; mientras que en fines de semana el promedio del target durante el periodo julio a septiembre 2020 fue de 15.21%.
- De lunes a viernes los niños tuvieron una exposición mayor (+8.56%) en comparación con el total personas, tendencia que se invirtió los fines de semana con un consumo 0.59% menor.
- Finalmente, se aprecia que en comparación con el tercer trimestre de 2019, el consumo para julio, agosto y septiembre de 2020 aumentó tanto de lunes a viernes como en fines de semana.



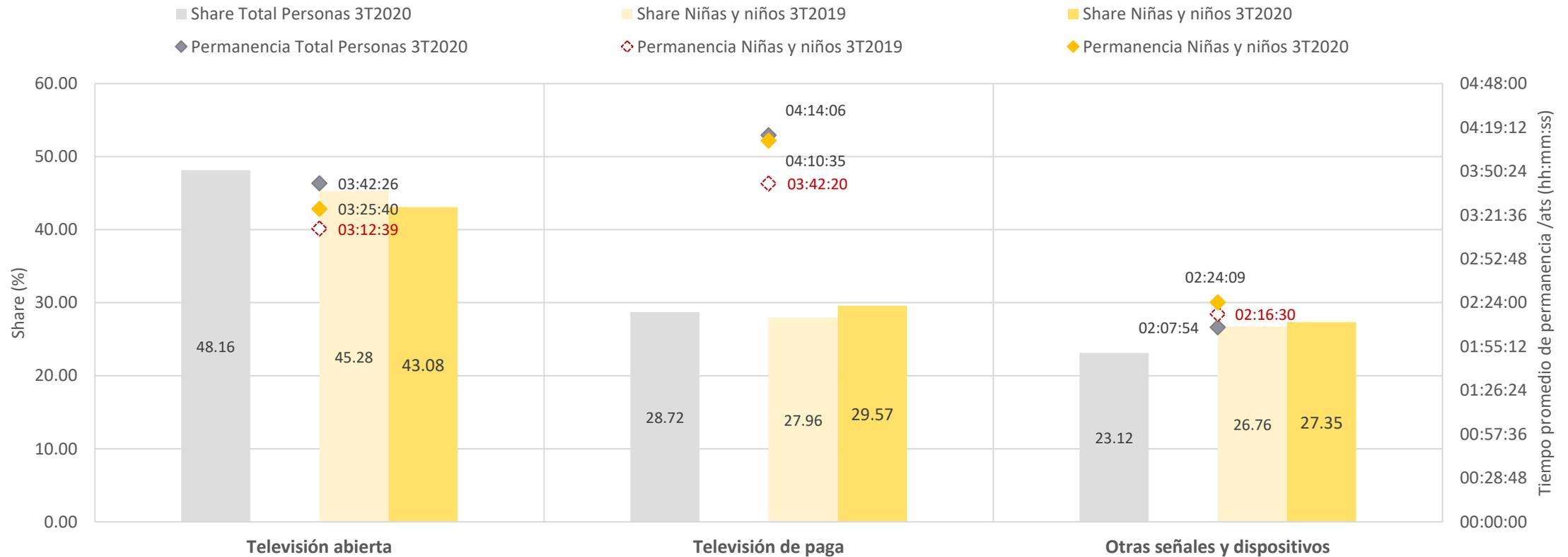
ENCENDIDOS POR HORA

- El momento de mayor exposición a la televisión para el total personas y para las niñas y niños, fue de 21:30 a 22:00 horas, con un encendido de 31.70% y 29.89% para cada grupo (target) respectivamente, durante el tercer trimestre de 2020.
- Destaca que para el mismo trimestre de 2019, el momento máximo de audiencia para niñas y niños fue a la misma hora pero con un encendido de 27.99%.
- En comparación con la población en general, el consumo infantil fue notablemente mayor entre las 10:30 y las 18:30 horas.



PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA POR TIPO DE SEÑAL

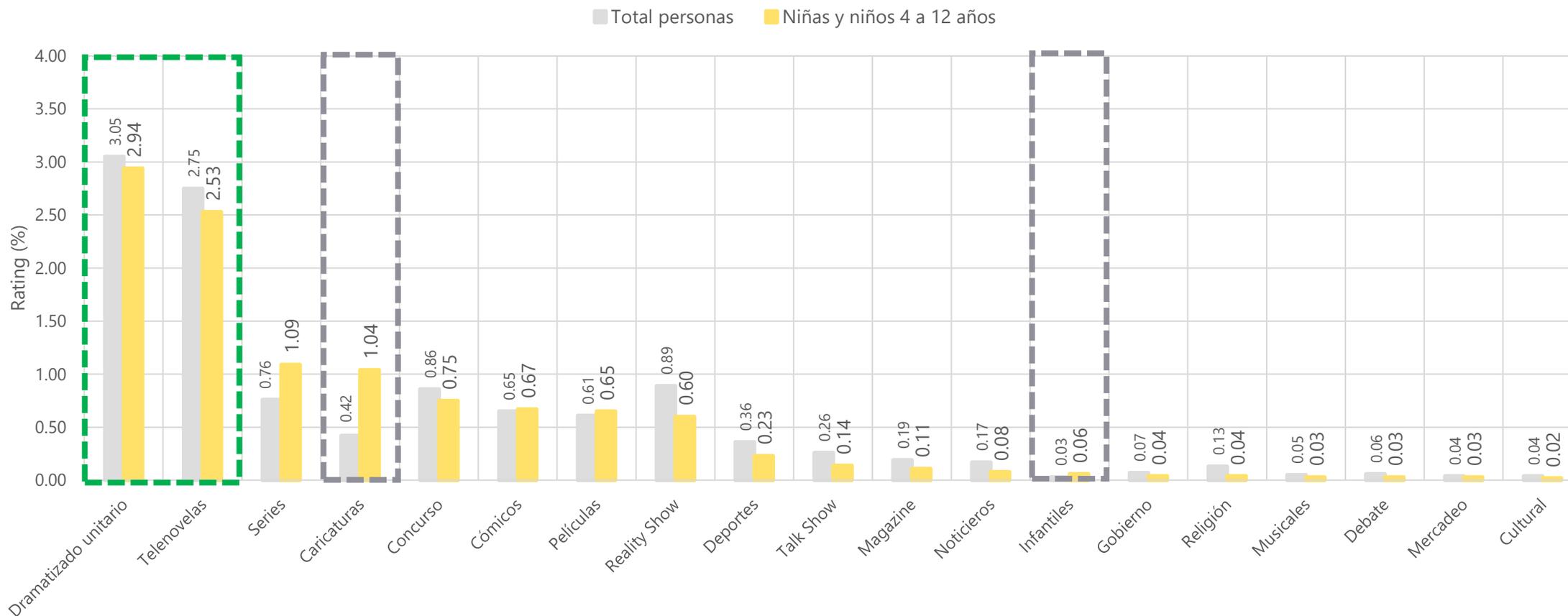
- La televisión abierta fue la señal más vista en ambos targets analizados durante el tercer trimestre de 2020. Para el total personas representó el 48.16% de su consumo televisivo y para las niñas y niños el 43.08%, este porcentaje disminuyó respecto a lo registrado por los menores en el mismo periodo de 2019, cuando la televisión abierta representaba el 45.28% de su consumo.
- Por otra parte la Televisión de paga es la segunda opción de consumo para ambos targets, con casi el 30% de participación.
- El consumo de otras señales y dispositivos (considerando videojuegos y plataformas digitales), tuvo mayor porcentaje de consumo en las niñas y niños, quienes les dedicaron en promedio 2 horas y 24 minutos al día, lo cual fue 12.71% mayor que lo registrado por el total personas en el 2020.



Fuente: Base de Datos de Ratings TV Cinco Dominios, Base de Datos de Audiencias - Ratings TV y Base de Datos de Audiencias - Ratings TV Cinco Dominios Transición de Nielsen IBOPE, mediante el software de explotación MSS-TV. Datos obtenidos de julio a septiembre de 2019 y 2020. 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, Excelsior 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), Multimédios, Canal 28 Gob, Canal 4 (Televisa Mty), Canal 53 Univ, Multimédios 2, Canal 44 El Canal De Las Noticias, Canal 66 El Canal De Las Noticias, Trecevisión, Latv, Teleritmo, 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+, Canal Catorce, TV UNAM, Multimédios CDMX, Multimédios 6.2, Mvs TV, Canal Del Congreso, Capital 21, Ingenio TV, Multimédios Guadalajara, Milenio TV 2019, Loc Ot 28 Cds., Multimédios 6 Puebla, La Octava, Heraldo 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

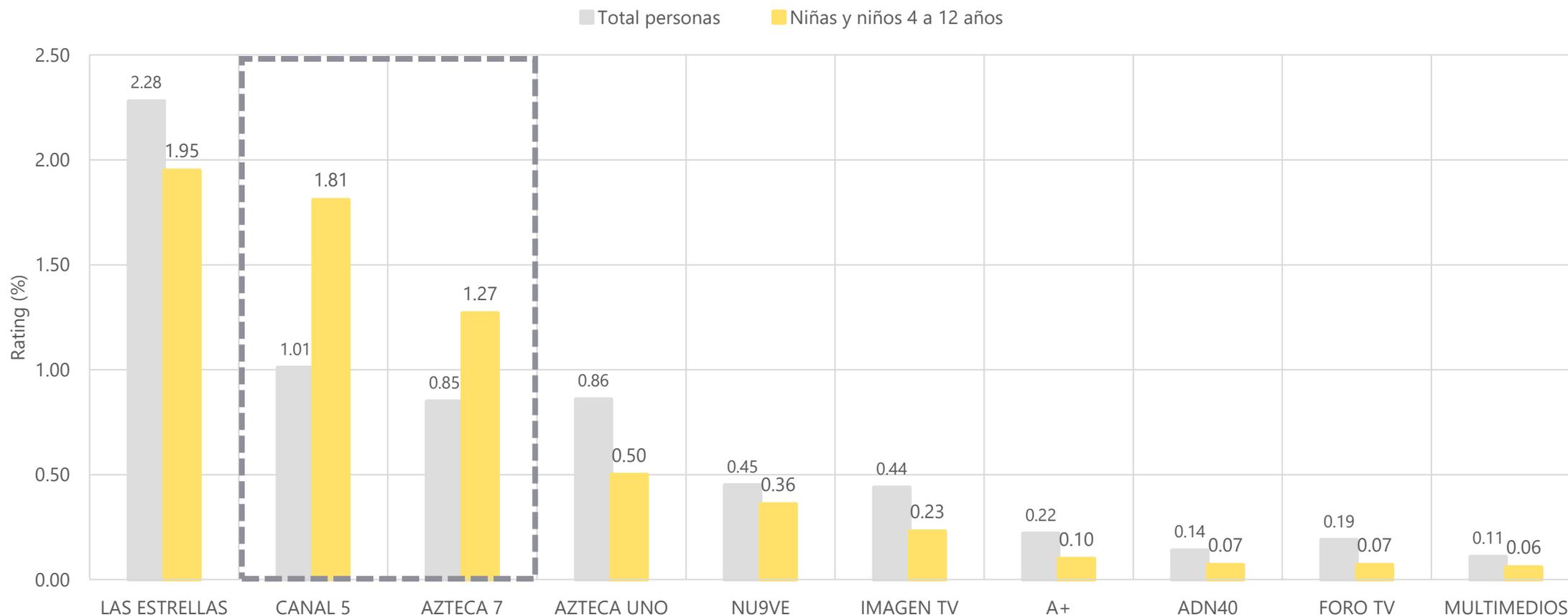
- Para el tercer trimestre de 2020, los géneros con más rating en niñas y niños fueron Dramatizado unitario y Telenovelas, al igual que ocurrió con el total de personas.
- En la mayoría de los géneros se registró mayor rating por parte de la población en general, mientras que en los géneros Series, Caricaturas, Cómicos, Películas e Infantiles las niñas y niños tuvieron ratings más altos.
- Finalmente, en el tercer trimestre de 2019, el género Dramatizado unitario también fue el más consumido por los menores de 4 a 12 años de edad, seguido de Series y Caricaturas, mientras que las Telenovelas ocupaban el cuarto lugar.



Fuente: Base de Datos de Ratings TV Cinco Dominios, Base de Datos de Audiencias - Ratings TV y Base de Datos de Audiencias - Ratings TV Cinco Dominios Transición de Nielsen IBOPE, mediante el software de explotación MSS-TV. Datos obtenidos de julio a septiembre de 2019 y 2020 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, Mas Visión (+V), Canal 4 (Gdl), Canal 8 (Televisa Mty), Multimédios, Canal 4 (Televisa Mty), Azteca Uno -1 Hr., Azteca Uno -2 Hrs., A+, Canal Catorce, TV Unam, Once Niños, Canal 22.2, Multimédios CDMX, Mvs TV, Multimédios Guadalajara, 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

- La siguiente gráfica muestra los 10 canales de televisión abierta con mayor rating para niñas y niños.
- Cabe destacar, que solo en los casos de Canal 5 y Azteca 7, se observó un rating mayor en niñas y niños respecto al rating del total personas.
- Foro TV, ADN40 y MultimEDIOS son los que registran menor audiencia infantil durante el trimestre, sin embargo, no son canales dirigidos para dicho público.



Fuente: : Base de Datos de Ratings TV Cinco Dominios, Base de Datos de Audiencias - Ratings TV y Base de Datos de Audiencias - Ratings TV Cinco Dominios Transición de Nielsen IBOPE, mediante el software de explotación MSS-TV. Datos obtenidos julio a septiembre de 2020 y 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 (Las Estrellas, Canal 5, Azteca 7, Azteca Uno, Nu9ve, Imagen TV, A+, ADN 40, Foro TV 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.

PROGRAMAS DE MAYOR AUDIENCIA INFANTIL EN TELEVISIÓN ABIERTA

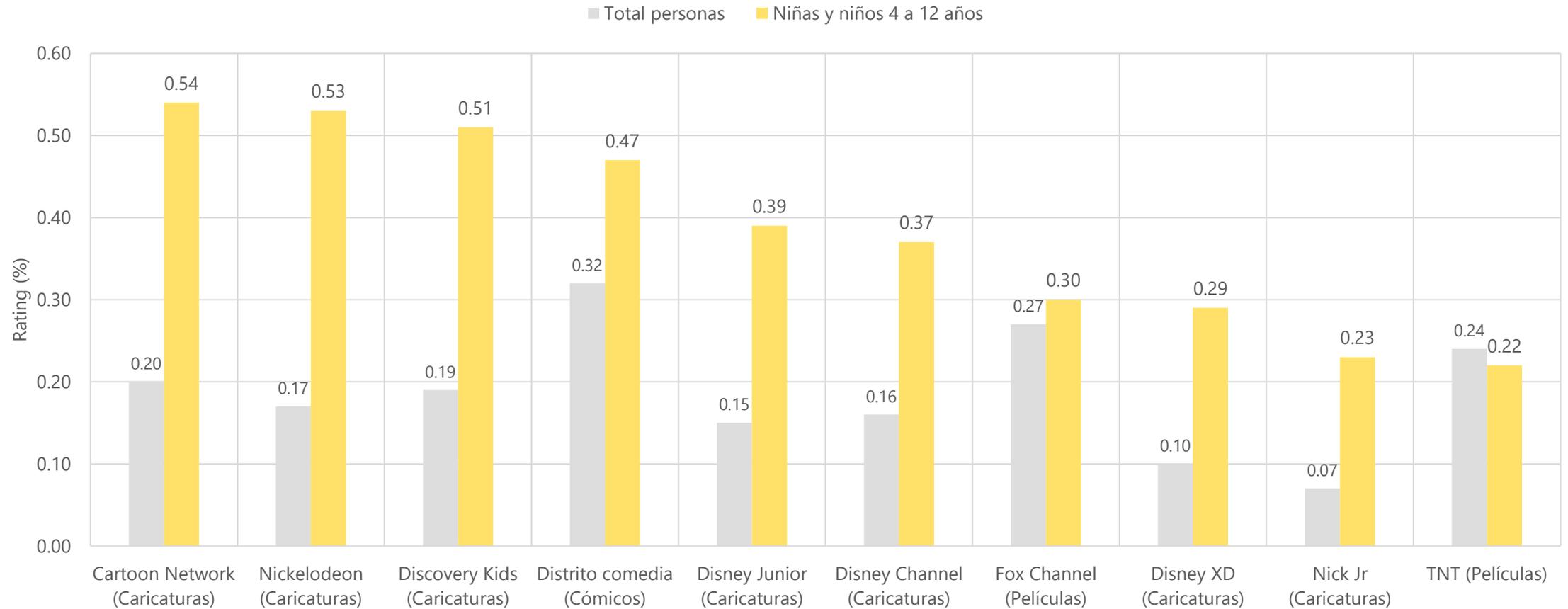
- La siguiente tabla muestra los 3 programas que registraron mayor audiencia en niñas y niños durante el tercer trimestre de 2020, para cada uno de los canales que a continuación se enlistan.

Canal	Programa	Género	Día de transmisión	Horario	Rating (%)	Tiempo promedio de permanencia
Las Estrellas	Te doy la vida	Telenovelas	Lunes a viernes	18:30 – 19:30	7.81	00:53:19
	Destilando amor	Telenovelas	Lunes a viernes	16:30 – 17:30	6.84	00:41:18
	Rubí	Telenovelas	Lunes a viernes	21:30 – 22:30	6.80	00:37:45
Canal 5	P. Un jefe en pañales	Películas	Domingo	22:00 – 00:00	7.60	01:15:53
	P. Las Brujas	Películas	Domingo	20:00 – 22:00	5.56	00:54:29
	Me caigo de risa	Cómicos	Lunes a jueves	20:30 – 22:30	5.50	01:03:33
Azteca 7	P. Intensamente	Películas	Sábado	20:55 – 22:55	5.76	01:05:44
	P. Alvin y las ardillas	Películas	Domingo	20:00 – 22:00	5.68	01:08:15
	P. La Bella y la Bestia	Películas	Domingo	20:00 – 22:00	5.53	01:08:56
Azteca Uno	Exatlon México Titanes vs Héroes	Reality show	Lunes a viernes	19:30 – 22:30	2.74	01:06:50
	Exatlon México Titanes vs Héroes dom.	Reality show	Domingo	20:00 – 23:10	2.64	01:15:35
	Don't no lo hagas	Concurso	Lunes	19:30 – 22:30	1.80	01:00:52
Nu9ve	Sin senos sí hay paraíso 2	Telenovelas	Lunes a viernes	22:30 – 00:00	2.51	00:54:19
	Sin senos sí hay paraíso 3	Telenovelas	Lunes a viernes	22:30 – 00:00	2.41	00:57:20
	Decisiones de mujeres	Dramatizado unitario	Viernes	22:30 – 00:00	1.71	00:30:51
Imagen TV	P. Milagro en la celda 7	Películas	Domingo	18:30 – 20:55	1.71	01:17:39
	FSN Gallos vs América	Deportes	Domingo	21:00 – 23:00	1.13	01:06:47
	P. Bajo hielo parte 2	Películas	Domingo	14:00 – 16:00	1.01	00:57:29
A+	P. Carlos el terrorista	Películas	Sábado	20:30 – 22:00	0.72	00:28:40
	No es normal 3	Magazine	Sábado	19:50 – 20:30	0.66	00:23:05
	P. Bonitas las tapatías	Películas	Lunes	12:00 – 13:40	0.61	01:10:28
ADN40	Esp. Ceremonia 210 aniv. Independencia	Gobierno	Martes	22:45 – 23:20	0.60	00:13:48
	Esp. Desfile militar	Gobierno	Miércoles	11:15 – 13:00	0.54	00:41:24
	Grito de México fiesta azteca sim	Magazine	Martes	23:20 – 23:00	0.37	00:13:03
Foro TV	Esp. Desfile militar	Gobierno	Miércoles	11:00 – 13:00	0.84	00:32:13
	Esp. Conferencia de prensa del T-MEC	Gobierno	Miércoles	14:45 – 15:00 17:39 – 17:48	0.22	00:13:56
	Esp. Por el planeta (R)	Magazine	Domingo	19:00 – 20:00	0.22	00:20:20
Multimedios	Homenaje Roberto Hernández Jr.	Magazine	Sábado	16:00 – 17:00	0.36	00:54:00
	Esp. Ceremonia 210 aniv. Independencia	Gobierno	Martes	22:45 – 23:20	0.26	00:19:16
	FSN Monterrey vs Santos	Deportes	Sábado	19:00 – 21:00	0.17	01:30:18

Fuente: Base de Datos de Ratings TV Cinco Dominios, Base de Datos de Audiencias - Ratings TV y Base de Datos de Audiencias - Ratings TV Cinco Dominios Transición de Nielsen IBOPE, mediante el software de explotación MSS-TV. Datos obtenidos de julio a septiembre de 2020 y desglosados por canal. La variable de consulta es Rating en porcentaje (rat%) y Tiempo promedio de permanencia (ats), para los 10 canales de mayor audiencia en personas de 4 a 12 años en las 28 ciudades (Las Estrellas, Canal 5, Azteca 7, Azteca Uno, Nu9ve, Imagen TV, A+, ADN40, Foro TV, 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 a 12 años 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 10 canales de televisión de paga más vistos por las niñas y niños, destacan aquellos dedicados a la transmisión de Caricaturas, al ocupar 7 posiciones de la lista.



Fuente: Base de Datos de Audiencias-Ratings TV Tres Dominios Transición de Nielsen IBOPE, mediante el software de explotación MSS-TV. Datos obtenidos de julio a septiembre de 2020 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 las 28 Ciudades (Cartoon Network, Nickelodeon, Discovery Kids, Distrito comedia, Disney Junior, Disney Channel, Fox Channel, Disney XD, Nick Jr. y TNT), 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 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.

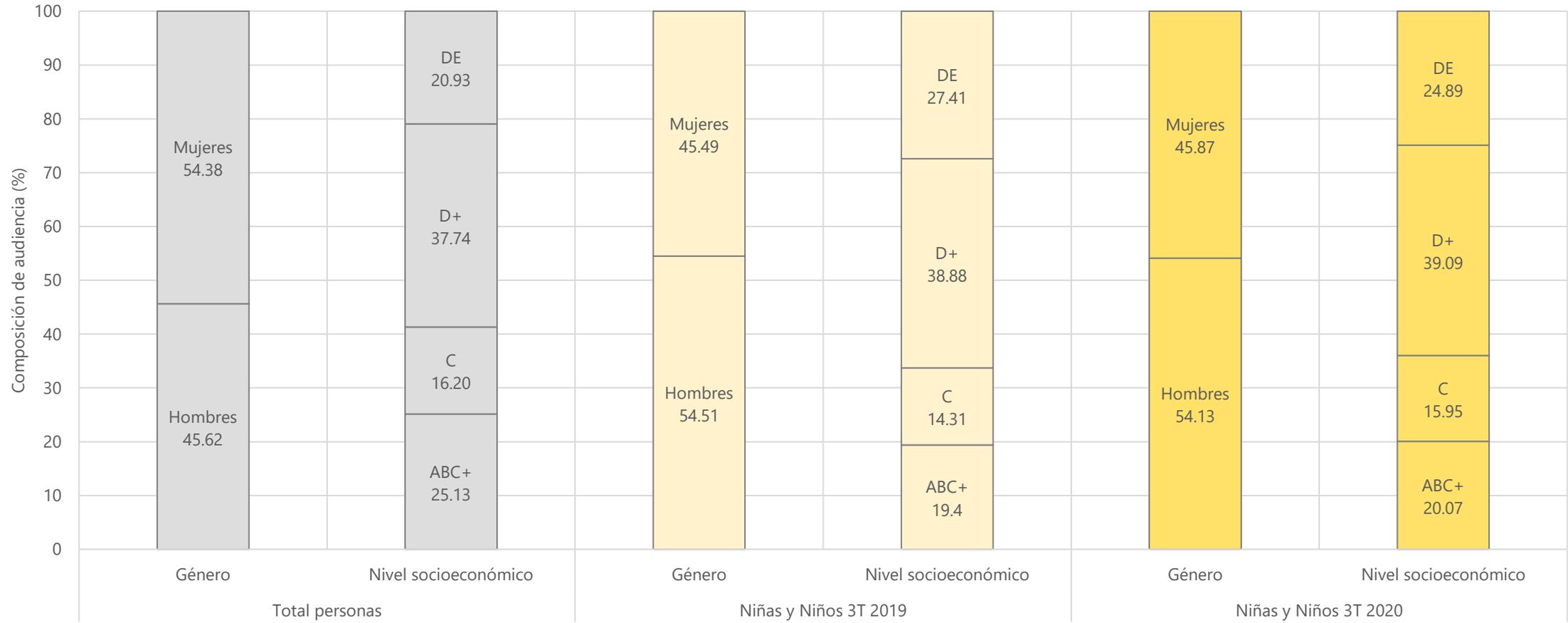
PROGRAMAS DE MAYOR AUDIENCIA EN CANALES DE LA TV DE PAGA

- 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 que a continuación se enlistan, donde se puede apreciar que la mayoría fueron Películas.
- Y que la mayoría de los contenidos fueron de carácter infantil, incluyendo las películas más vistas.

Canal	Programa	Género	Día de transmisión	Rating (%)	Tiempo promedio de permanencia
Cartoon Network	P. Hotel Transylvania	Películas	Viernes y sábado	1.46	00:40:53
	Lego: Jurassic World: la exhibición	Infantiles	Miércoles	1.20	00:15:57
	Girls Drawin Girls	Caricaturas	Viernes, lunes y martes	1.17	00:04:36
Nickelodeon	Esp. Hangin at home	Caricaturas	Viernes	1.41	00:20:50
	Bixler high private eye	Series	Jueves	0.96	00:35:05
	P. Victorious locked up	Películas	Lunes	0.96	00:35:04
Discovery Kids	Peppa: Alrededor del mundo	Caricaturas	Varios	1.11	00:12:21
	Reyes de las olas	Películas	Sábado	1.08	00:44:20
	Jorge el curioso y el festival de Ha	Caricaturas	Domingo	1.05	00:31:53
Distrito Comedia	Maratón una familia de diez T3	Cómicos	Sábado y domingo	0.83	00:45:00
	Nosotros los guapos	Cómicos	Lunes a viernes	0.79	00:27:40
	Vecinos	Cómicos	Lunes a viernes	0.74	00:29:35
Disney Junior	P. La princesa y el sapo	Películas	Sábado	0.86	01:02:23
	P. Blanca nieves y los siete enanos	Películas	Varios	0.81	00:38:03
	P. Moana	Películas	Domingo	0.80	00:36:20
Disney Channel	P. Trolls	Películas	Sábado y jueves	1.51	00:37:48
	P. Coco	Películas	Varios	1.41	00:40:48
	P. Los increíbles 2	Películas	Varios	1.35	00:42:43
Fox Channel	P. Minions	Películas	Varios	1.44	00:46:09
	P. Kung Fu Panda	Películas	Martes, jueves y domingo	1.37	00:55:51
	P. Valiente	Películas	Martes	1.33	00:51:22
Disney XD	Larva	Caricaturas	Miércoles	1.33	00:04:52
	P. Ratatouille	Películas	Varios	1.05	00:42:12
	Spider-man maximum venom	Caricaturas	Lunes	0.98	00:38:11
Nick Jr.	La patrulla canina	Caricaturas	Varios	0.45	00:21:26
	Paw Patrol	Caricaturas	Lunes a domingo	0.36	00:18:27
	Las aventuras de Paddington	Caricaturas	Varios	0.30	00:18:36
TNT	P. Terminator: La salvación	Películas	Sábado y domingo	0.78	00:54:49
	P. Son como niños	Películas	Viernes y sábado	0.74	00:48:10
	P. Ant-Man: El hombre hormiga	Películas	Miércoles y jueves	0.73	00:46:48

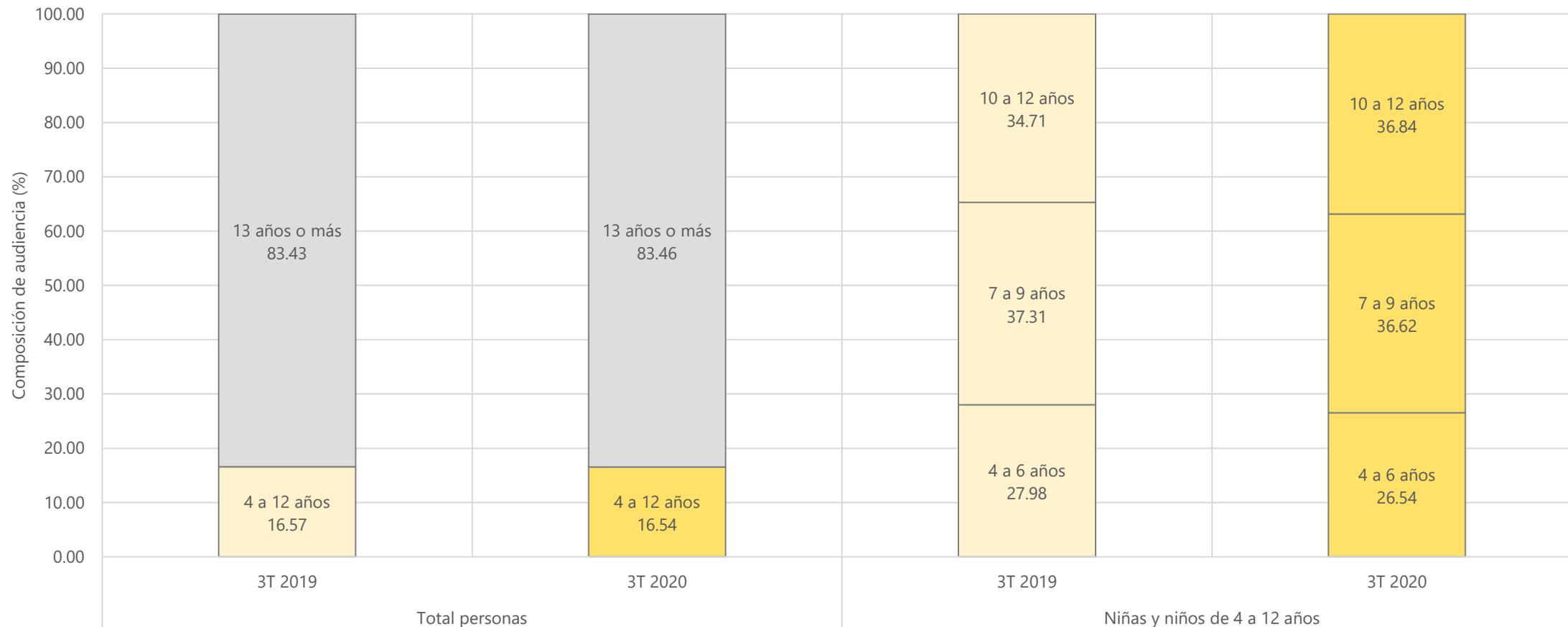
PERFIL DE AUDIENCIA

- Para el grupo etario infantil, durante el tercer trimestre de 2020 destaca el consumo de niños, a diferencia de lo ocurrido en el total de personas, donde fueron las mujeres quienes aportaron mayor audiencia.
- Respecto a los niveles socioeconómicos, en el mismo periodo destacaron los niveles D+ y DE en las niñas y niños como los más altos, mientras que para total personas fue el nivel D+ seguido del ABC+.



PERFIL DE AUDIENCIA POR EDADES

- Del total de la audiencia del tercer trimestre de 2020, el 16.54% fueron niñas y niños de 4 a 12 años.
- Dentro de este consumo infantil, fueron las edades de 7 a 12 años las que registraron más del 70% de dicha audiencia.



Fuente: Base de Datos de Ratings TV Cinco Dominios, Base de Datos de Audiencias - Ratings TV y Base de Datos de Audiencias - Ratings TV Cinco Dominios Transición de Nielsen IBOPE, mediante el software de explotación MSS-TV. Datos obtenidos de julio a septiembre de 2019 y 2020 y desglosados por segmentos demográficos. La variable de consulta es Adhesión (adh%) para todos los canales de 28 Ciudades, desglosado por demográfico: rangos de edad y grupos de 4 a 6 años, 7 a 9 años y 7 a 12. 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.

HALLAZGOS

A partir del análisis realizado a lo largo de este reporte, a continuación se presenta una recopilación de los principales hallazgos y características de los hábitos de consumo de televisión en niñas y niños; mismos que se complementan con citas verbales y hallazgos extraídos de estudios cualitativos y otros recursos de información propios del IFT.

Inicialmente se observó que durante el tercer trimestre de 2020 el segmento de 4 a 12 años tuvo un consumo televisivo del 16.30%; porcentaje que aumentó alrededor de 2 puntos en comparación con el tercer trimestre de 2019.

Este incremento fue impulsado principalmente por el aumento de 29 minutos en el tiempo que niñas y niños estuvieron frente al televisor, registrando 5 horas y media en este periodo.

Dicha tendencia se ha replicado en diversos estudios cualitativos, donde se ha identificado un mayor tiempo de exposición a los contenidos, derivado de que la televisión y otros dispositivos han sustituido actividades fuera de casa debido al confinamiento por COVID-19, ya que han pasado de solamente entretener para también convertirse en herramientas académicas y de socialización.

“Es que como ya no salen a ningún lado tenemos mucho más tiempo que antes, antes llegaban de la escuela y era una corredera, para llevarlos a natación y al fútbol”

(Madre de familia, Reynosa, C+)¹

“Pues antes no veíamos televisión por las mañanas solo en la noche y ahora con las clases estamos más tiempo en televisión”

(Madre de familia, Reynosa, D+)¹

También se identificó que el momento de mayor exposición a la televisión durante el tercer trimestre de 2020 para las niñas y niños fue de 21:30 a 22:00 horas, con un encendido de 29.89%.

“La tele la vemos más en la tarde, como de las 4 y hasta la noche [...] a veces alguna novela y ya después en la tarde vemos Exatlón, el que sale a las 6:30”

(Madre de familia, Culiacán, C+)¹

“Hay veces en las que salgo en la madrugada de mi cuarto y ellos siguen en la sala a la 1 o 2 am, con la TV prendida y ellos viendo su celular.”

(Madre de familia, Veracruz, C+)²

La televisión abierta fue la señal más vista para las niñas y niños durante el tercer trimestre de 2020, ya que representó el 43.08% de su consumo televisivo, seguida de la Televisión de paga como la segunda opción de consumo, con casi el 30% de participación.

“Nosotros si vemos la tele, la Máscara y luego Exatlón en la televisión normal”.

(Madre de familia, Tapachula, D+)²

Por otra parte, las niñas y niños dedicaron en promedio 2 horas y 24 minutos al día al consumo de otras señales y dispositivos (considerando videojuegos y plataformas digitales).

“Mi mamá me deja ver Netflix de 6 a 8 de la noche y elijo ver o un capítulo de Stranger Things o una película de la sección KIDS, luego ya tenemos que apagar la TV...”

(Niño 11 años, Ciudad de México, D+)²

“A causa del Coronavirus sí ha aumentado el número de horas de consumir TV e internet, YouTube y Netflix, antes era salir al parque a jugar con vecinos, ahora con el confinamiento pasan más tiempo viendo TV y tablet”

(Padre de familia, Culiacán, C+)¹



HALLAZGOS

Para el tercer trimestre de 2020, los géneros con más rating en niñas y niños fueron Dramatizado unitario y Telenovelas. Asimismo, en el tercer trimestre de 2019, Dramatizado unitario también fue el más consumido por los menores de 4 a 12 años de edad, mientras que las Telenovelas ocupaban el cuarto lugar.

Respecto al hallazgo anterior, resulta relevante identificar variables que puedan explicarlo, como el visionado familiar, en el que los miembros del hogar consumen contenidos en conjunto y que no necesariamente representan los intereses, motivaciones o deseos de las niñas y los niños.

"Acostumbré a mis hijos desde chiquitos a que vieran los programas que a mí y a mi esposa nos gustan"
(Padres de familia, Tijuana, C/C+)³

"En la tele vemos programas que puedan ver ellos, algunas telenovelas, no cualquiera, como La Rosa de Guadalupe, Como dice El Dicho... Me Caigo de Risa, también vemos"
(Madre de familia, Campeche, D+)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.

"Ve más el canal 5 y en los momentos que pasa un comercial le cambia de canal"
(Madre de familia, Coatzacoalcos, C+)¹

"A nosotros nos gusta mucho ver Exatlón (Azteca 7), es un programa que vemos todos juntos, yo le voy al equipo azul y los niños al rojo y les echamos porras a los equipos"
(Madre de familia, Reynosa, D+)¹

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

"Canales solo les permito ver Nick jr. Disney Jr. o Disney Channel y Discovery Kids para evitar que vean algo que no deberían"
(Madre de familia, Colima, C+)¹

También se observó que para el grupo etario infantil destaca el consumo de niños, a diferencia de lo ocurrido en el total de personas, donde fueron las mujeres quienes aportaron mayor audiencia.

Además, dentro del 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.

Además, en recientes estudios cualitativos del IFT se ha observado la posibilidad de que el consumo de contenidos en los NSE altos se distribuya en una mayor diversidad de opciones, toda vez que es común que tengan acceso a una gama más amplia de dispositivos y plataformas digitales a las que se pueden exponer, y que de acuerdo a lo reportado en la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2019, la principal opción para consumir este tipo de contenidos es el teléfono celular.

1 - Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2020). Estudio sobre las audiencias infantiles y el consumo de publicidad televisiva.

2 - Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2020). Las audiencias infantiles y el consumo de contenidos en plataformas over the top.

3 - Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2017). Estudio Apropiación de Contenidos de Radio y Televisión en Audiencias Infantiles.





ANEXOS

1. Definiciones

Universo:

Conjunto de individuos o elementos que tienen una o más características en común y que se someten a un estudio estadístico. En este caso conformado por los individuos capaces de recibir señales de audio y video asociado (televisión) o radio.

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.



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).



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 julio y septiembre de 2020*
ABC+	26.58%
C	16.45%
D+	37.66%
DE	19.31%

*Nielsen BOPE México MSS TV, Evaluación de targets del 1 de julio al 30 de septiembre de 2020.

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 primer 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.

