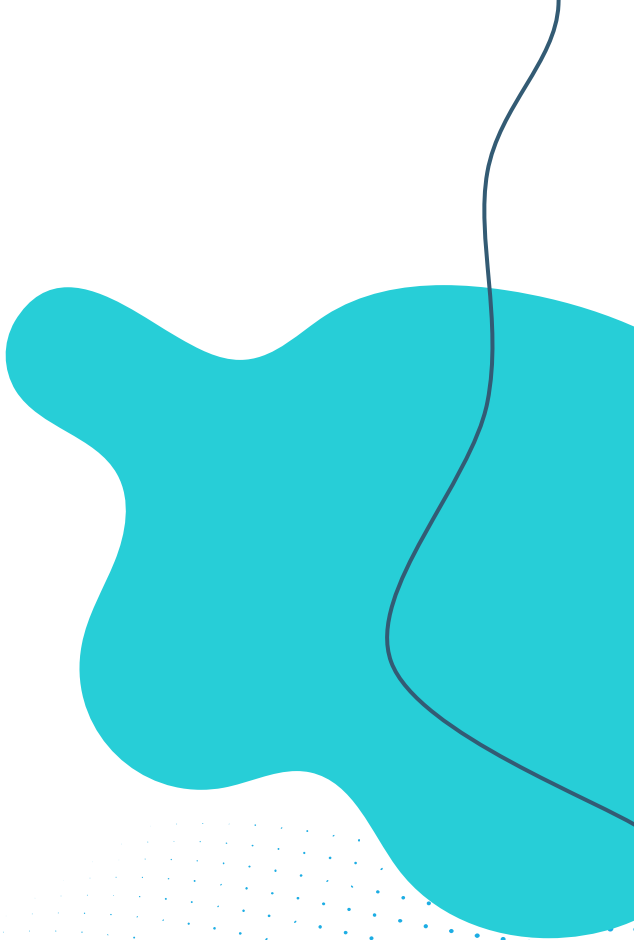
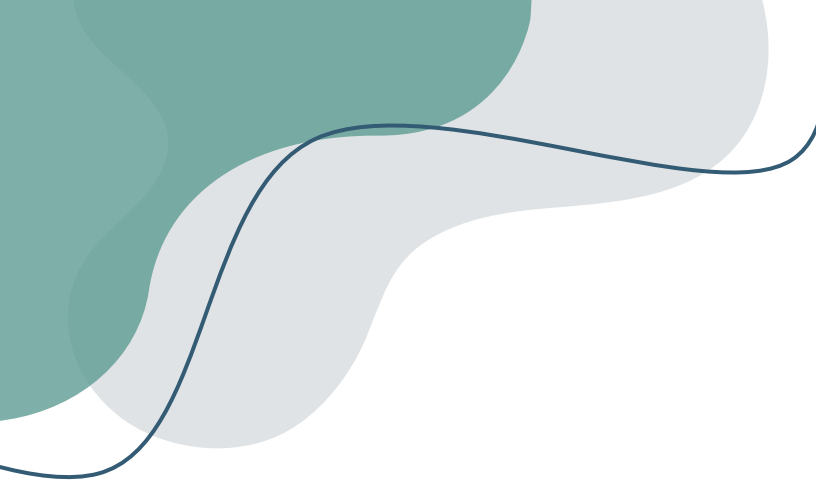




NIVELES DE AUDIENCIA DE TELEVISIÓN EN NIÑAS Y NIÑOS DE 4 A 12 AÑOS DE EDAD

REPORTE TRIMESTRAL
ENERO, FEBRERO Y MARZO 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	20

METODOLOGÍA

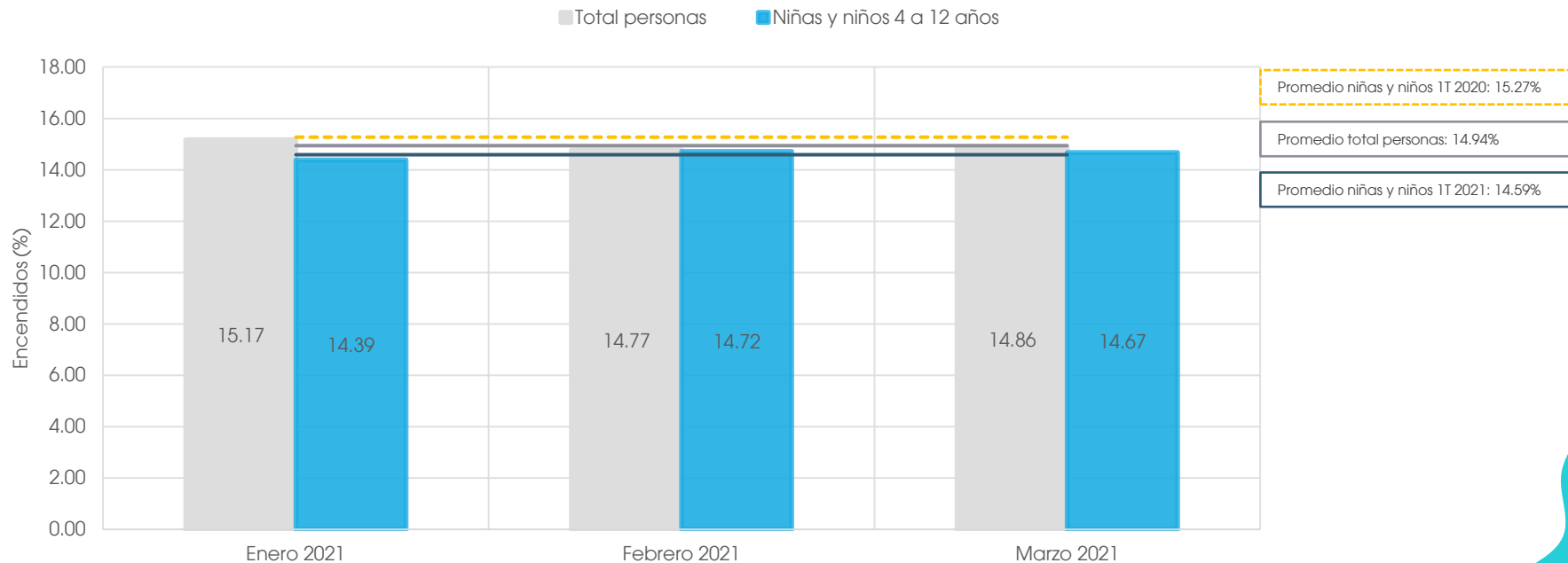
- El objetivo del presente Reporte es realizar un seguimiento trimestral de los niveles de audiencia que se registraron, a partir de la exposición y consumo de contenidos televisivos, por parte de la población infantil.
- Dicha información se obtuvo de las bases de datos de televisión de la empresa Nielsen 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 cuenten 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 primer trimestre de 2021 (enero a marzo); 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		57,465,601	8,969,991
NSE*	Personas ABC+	15,274,938	1,946,203
	Personas C	9,450,338	1,465,748
	Personas D+	21,642,901	3,477,659
	Personas DE	11,097,424	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 enero al 31 de marzo de 2021.

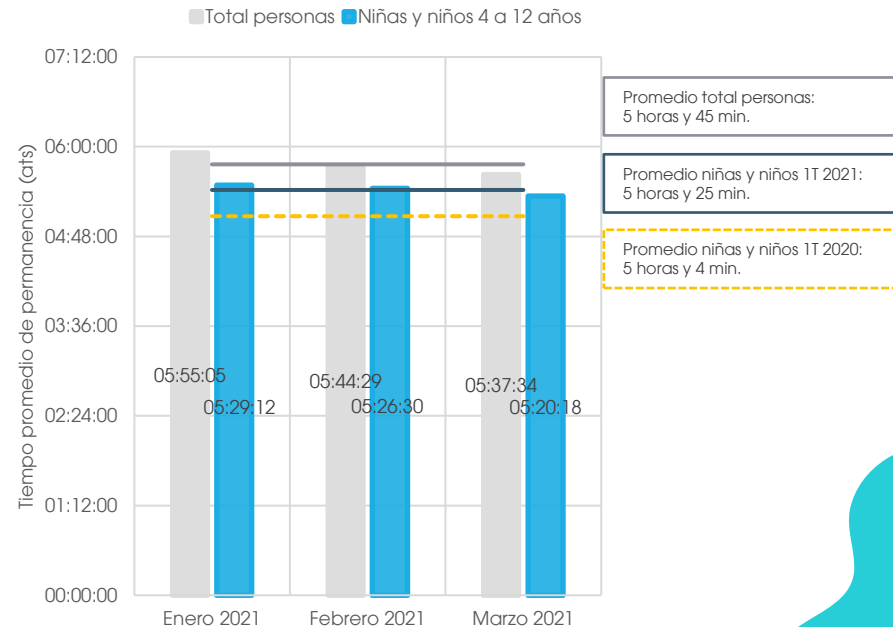
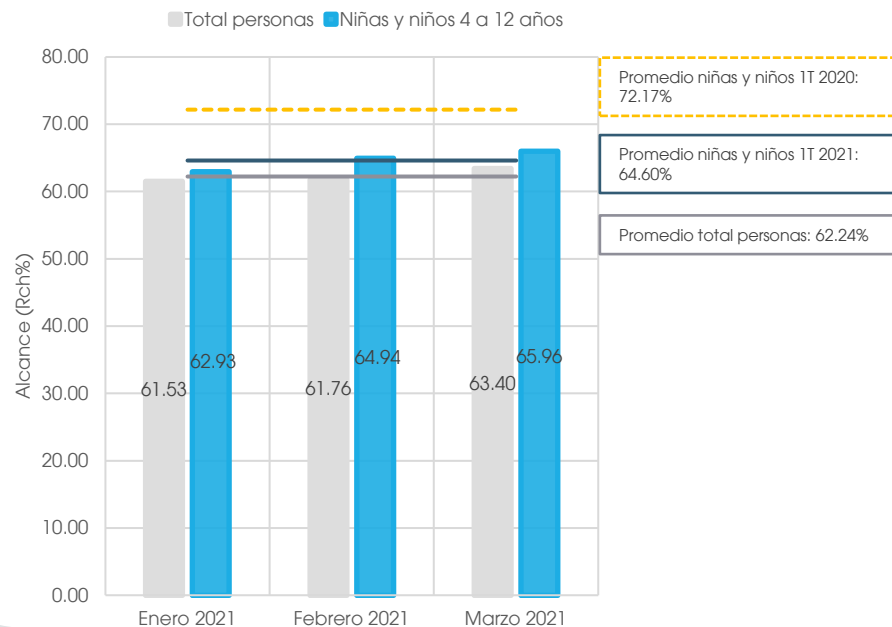
NIVEL DE ENCENDIDOS

- El número de personas con la televisión encendida durante el periodo de enero a marzo de 2021 fue de 8,585,404, lo que representa al 14.94% del total del universo.
- Las niñas y niños de 4 a 12 años registraron un nivel de encendidos de 14.59% durante el mismo periodo, es decir, que 1,308,912 niñas y niños tuvieron la televisión encendida; porcentaje que disminuyó en comparación con el primer trimestre de 2020, cuando el promedio fue de 15.27%.



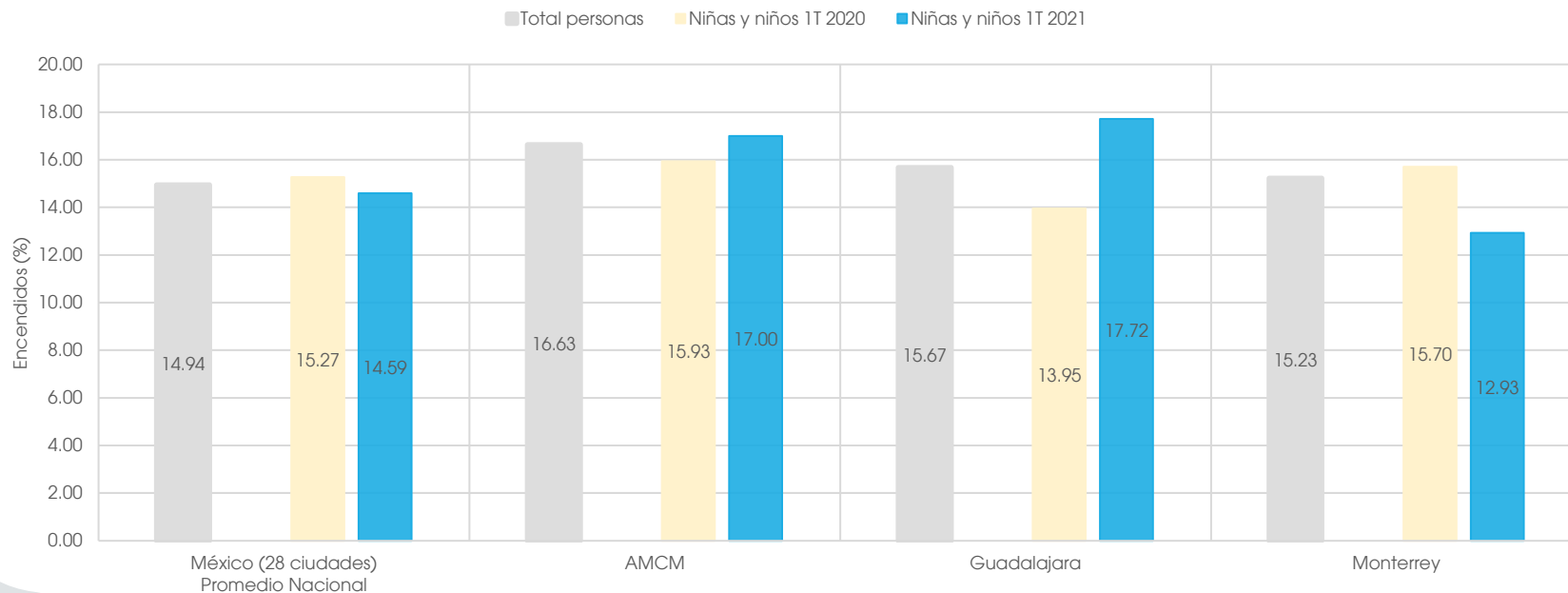
ALCANCE Y TIEMPO DE PERMANENCIA

- Durante el primer trimestre de 2021, en promedio 6 de cada 10 niñas y niños estuvieron expuestos al menos un minuto a la televisión, mientras que en el mismo trimestre de 2020, fueron 7 de cada 10 niños.
- Para la población en general en el primer trimestre de 2021, 6 de cada 10 personas estuvieron expuestas al menos un minuto a la TV.
- En el primer trimestre de 2021, la población en general estuvo expuesta al televisor un tiempo promedio de 5 horas y 45 minutos al día, mientras que niñas y niños de 4 a 12 años vieron la contenidos por este medio en promedio 5 horas y 25 minutos; aproximadamente 20 minutos más que lo que se registró en el primer trimestre de 2020.



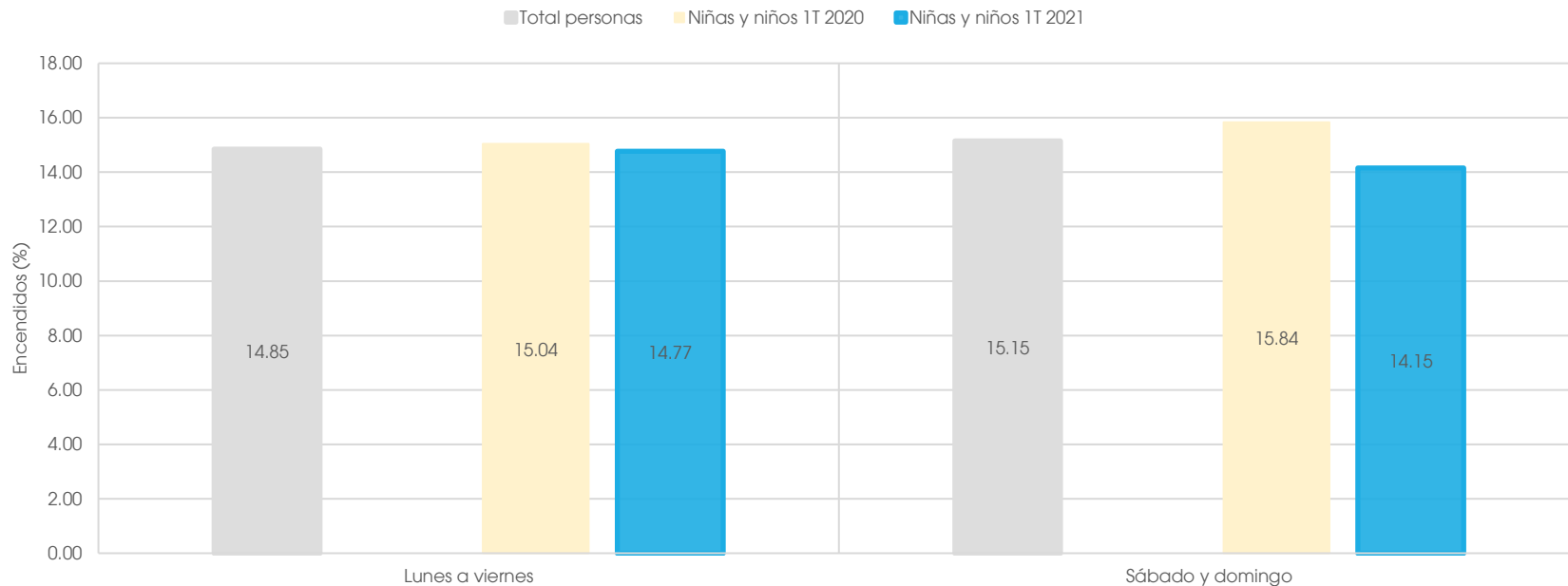
ENCENDIDOS POR REGIONES

- Durante el primer trimestre de 2021, las niñas y niños tuvieron una superioridad en el porcentaje de encendidos frente al total personas en la Ciudad de México y Guadalajara.
- Así mismo, el porcentaje de encendidos de niñas y niños en estas dos regiones, fue mayor durante el periodo de enero a marzo de 2021, en comparación con lo registrado en el mismo periodo de 2020.
- Por otra parte, Monterrey fue la ciudad con el menor registro de encendidos, específicamente en el segmento infantil, para el periodo de 2021 con un registro de 12.93%.



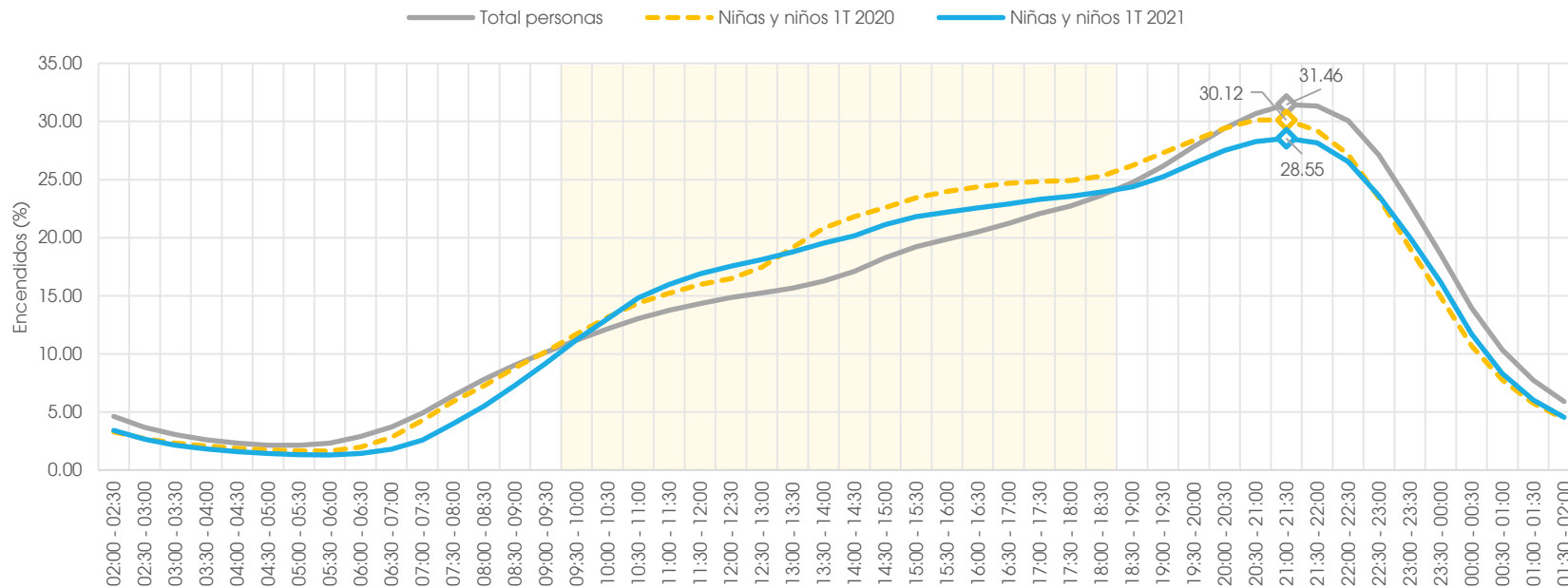
ENCENDIDOS POR DÍA DE LA SEMANA

- Durante el primer trimestre de 2021, se observó un 14.77% de niñas y niños expuestos a la televisión de lunes a viernes, mientras que en fines de semana su promedio fue de 14.15%.
- De lunes a viernes las y los niños tuvieron una exposición menor en comparación con el total de personas, tendencia que se replicó los fines de semana.
- Finalmente se observa que, el consumo infantil durante los meses de enero, febrero y marzo de 2021, disminuyó en comparación con el registro del mismo periodo durante 2020.



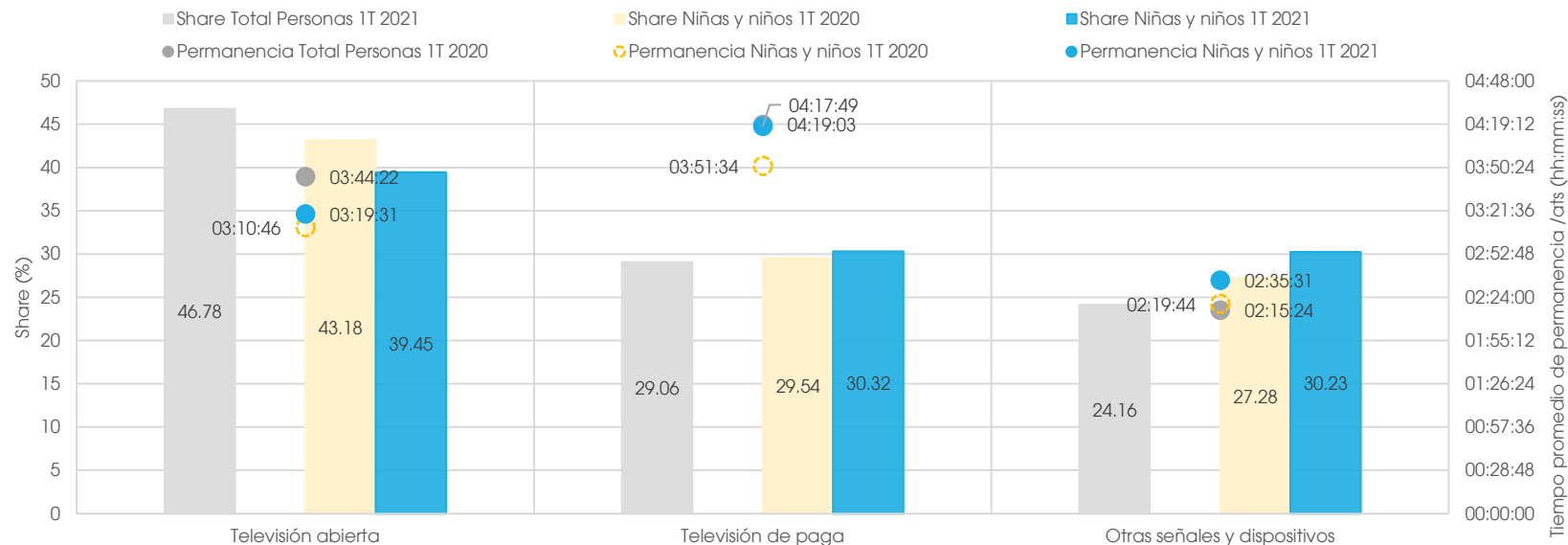
ENCENDIDOS POR HORA

- El momento de mayor exposición a la televisión para el total personas y para las niñas y niños durante el primer trimestre de 2021, fue de las 21:00 a las 21:30 horas, donde se registró un encendido de 31.46% y 28.55% para cada grupo referido respectivamente.
- Durante el mismo trimestre de 2020, el momento máximo de audiencia para niñas y niños, se observó a en el mismo horario de las 21:00 a las 21:30 horas; con un registro mayor en la variable de encendido, al registrar 30.12%.
- La superioridad de dicha variable, en la población infantil, en comparación al total personas, se aprecia principalmente de las 09:30 y hasta las 18:30 con diferencias de entre 2 y 3 puntos porcentuales.



PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA POR TIPO DE SEÑAL

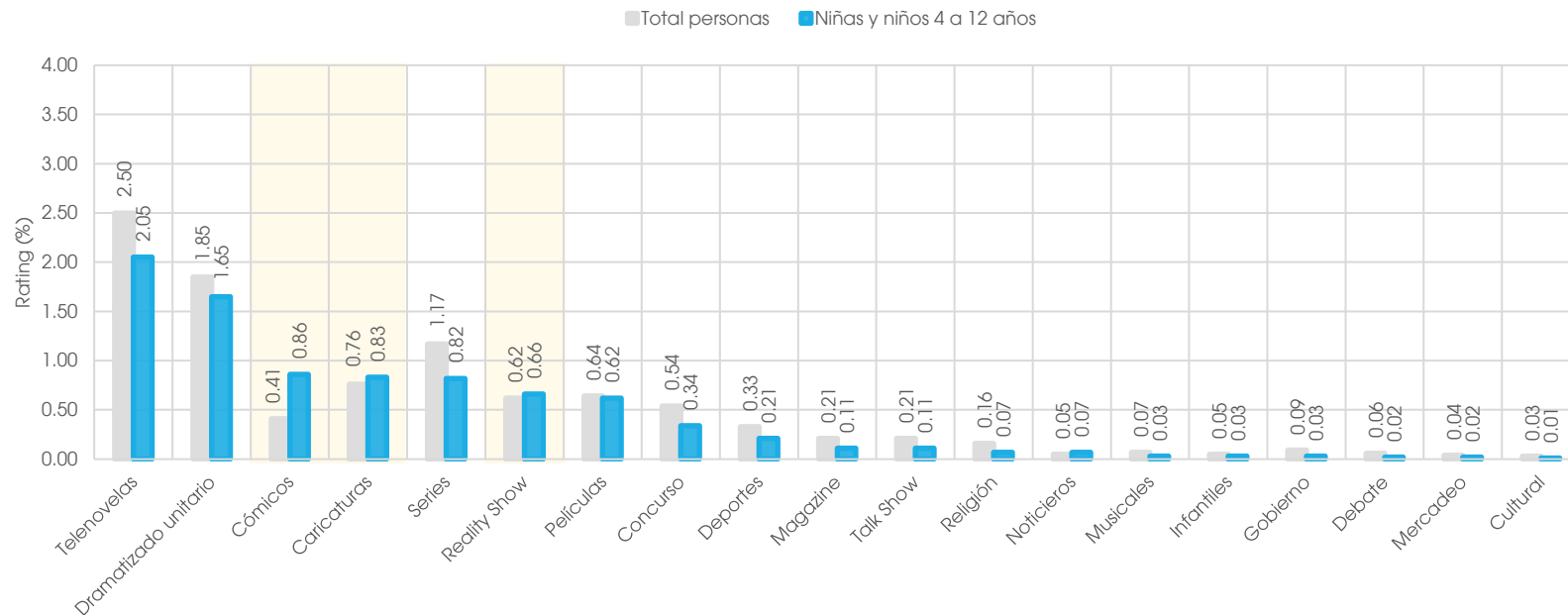
- La televisión abierta fue la señal más vista en ambos grupos poblacionales analizados durante el primer trimestre de 2021. Para el total de la población representó el 46.78% de su consumo televisivo y, para las niñas y niños el 39.45%, dicho porcentaje disminuyó respecto a lo registrado en el mismo periodo de 2020, cuando la televisión abierta representaba el 43.18% de su consumo.
- Por otra parte, la programación de la televisión de paga, fue la segunda opción de consumo tanto para niñas y niños, como para adultos.
- El consumo de otras señales y dispositivos (considerando videojuegos y plataformas digitales), registró mayor porcentaje de consumo en las población infantil, quienes les dedicaron en promedio 2 horas y 35 minutos al día; lo que significó 16 minutos más que lo registrado por este grupo en el primer trimestre de 2020.



Fuente: Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo 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, Excelsior TV, Cadena Tres, Canal 4, TV Mexiquense, Canal 21 (GDL) Loc Tvs, Más Visión (+V), Canal 4 (GDL), Canal 5 (GDL), Canal 7 Univ, Canal 8 (Televisa MTY), 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, Teleritmo, Once Niños, CJ Grand Shopping, Altavisión, Canal 22, Telemundo Tijuana, Telemex, Mundo Fox (Matamoros), Loc Tvs 28 Cd., C24 Televisa Del Golfo, TV3 Puebla, Bajío TV, Telever, Surestv, Sipse, Canal 12, Televisa Sonora, Tu Canal Mexicali, Tu Canal Tijuana, Tu Canal Ciudad Juárez, RCG, Las Estrellas El Paso, RCG -2 Hrs., Canal 7 Un Canal De 10, Canal 3 -1 Hr., Canal 3 -2 Hrs., Canal 3, RCG -1 Hr., Canal 13 Televisa, Canal 7 (SLP), Vallevisión, Las Estrellas Matamoros/Reynosa, Canal 10, Azteca Uno -1 Hr., Azteca Uno -2 Hrs., A MÁS +, Canal Catorce, TV UNAM, 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, Herald 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

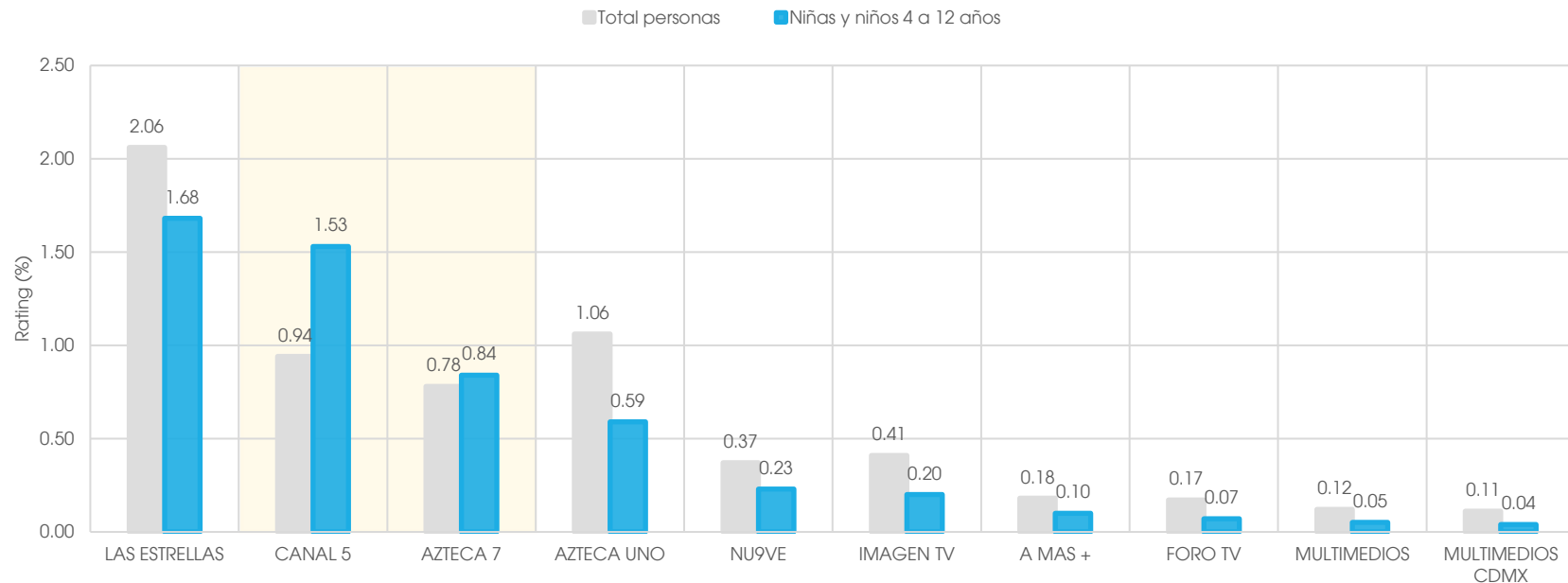
- Los géneros con mayor rating registrado, en la población de niñas y niños, fueron las telenovelas y dramatizados unitarios, lo mismo se observó en personas mayores de edad.
- En la mayoría de los géneros, se observó un mayor nivel de audiencia (rating) por parte de la población en general; sin embargo, los géneros cómicos, caricaturas y series, presentaron mayores niveles de audiencia entre niñas y niños.



Fuente: Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos enero a marzo 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, 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

- La siguiente gráfica muestra los diez canales de televisión abierta con mayor rating para niñas y niños.
- A pesar de que Las Estrellas no cuenta con programación dirigida al público infantil, fue el canal con mayor rating para este segmento, al igual que para el total de personas.
- Solo en los casos de Canal 5 y Azteca 7, se observó un rating mayor en niñas y niños, respecto al rating de las personas mayores de edad.



Fuente: Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo 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 (Las Estrellas, Canal 5, Azteca 7, Azteca Uno, Nu9ve, Imagen TV, A MÁS +, Foro TV, Multimedios y Multimedios 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 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

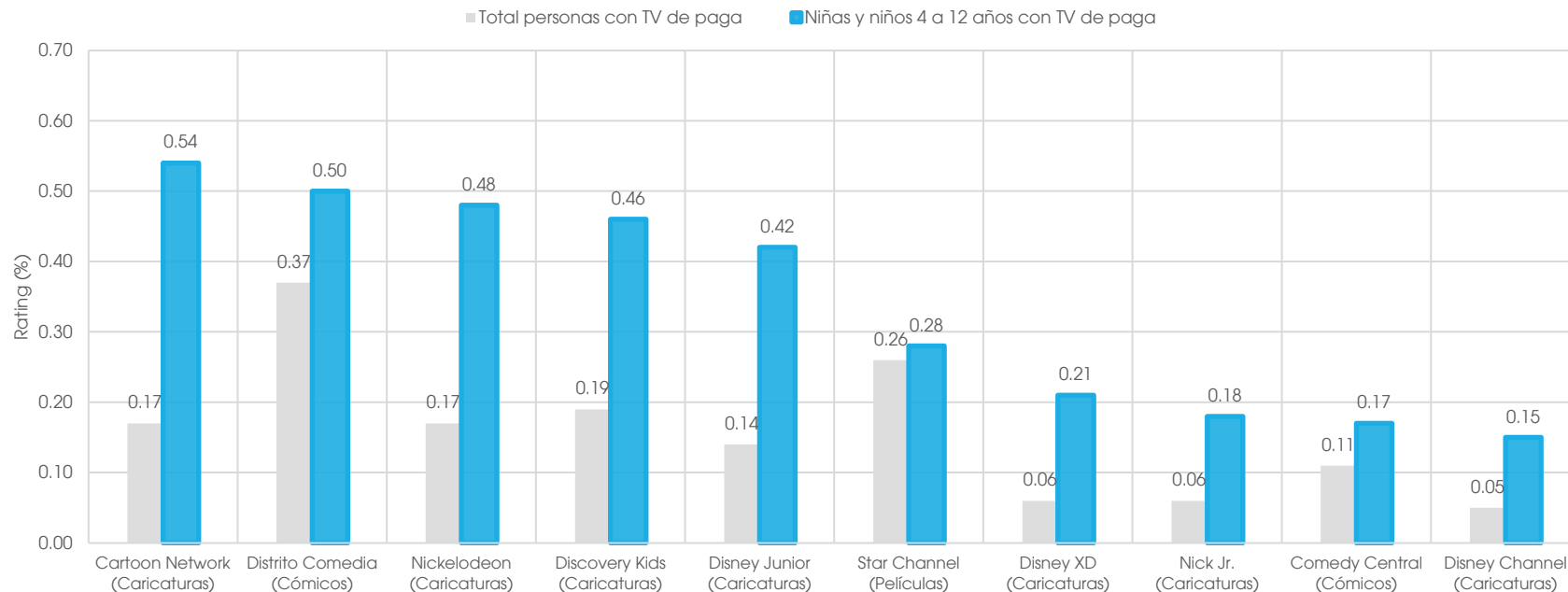
- La siguiente tabla muestra los canales, con sus respectivos 3 programas que registraron mayor audiencia entre la población de niñas y niños, durante el primer trimestre de 2021.

Canal	Programa	Género	Día de transmisión	Horario	Rating (%)	Tiempo promedio de permanencia
Las Estrellas	Vencer el desamor	Telenovelas	Lunes a viernes	20:30 - 21:30	5.63	00:41:21
	La Rosa de Guadalupe	Dramatizado unitario	Lunes a viernes	19:30 - 20:30	5.33	00:40:27
	La mexicana y el güero	Telenovelas	Lunes a viernes	18:30 - 19:30	5.06	00:42:27
Canal 5	P. Trolls	Películas	Domingo	22:15 - 00:00	5.76	01:00:00
	P. Los Croods	Películas	Domingo	22:15 - 00:12	5.46	00:59:58
	P. Shrek para siempre	Películas	Domingo	20:15 - 22:15	5.35	01:06:06
Azteca 7	P. Coco	Películas	Domingo	14:53 - 17:00	5.90	01:23:53
	P. La era de hielo 4	Películas	Sábado	19:00 - 21:00	5.15	00:58:40
	P. Hotel Transilvania 2	Películas	Sábado	17:06 - 19:00	4.57	01:08:04
Azteca Uno	Exatlon México Titanes vs Héroes dom.	Reality show	Domingo	20:00 - 23:10	2.51	01:18:47
	Exatlon México Titanes vs Héroes	Reality show	Lunes a viernes	19:30 - 22:30	2.39	01:09:46
	La voz kids	Concurso	Lunes y martes	19:30 - 22:30	1.94	00:50:35
Nu9ve	P. Ojo por ojo	Películas	Sábado	19:00 - 20:45	1.74	00:51:54
	P. El cara parchada	Películas	Sábado	20:45 - 22:45	1.58	00:56:17
	P. México norte	Películas	Domingo	18:30 - 20:30	1.29	00:59:29
Imagen TV	Tierra amarga	Telenovelas	Lunes a viernes	21:30 - 22:30	0.79	00:39:15
	P. Mi hijastra	Películas	Domingo	17:00 - 19:00	0.73	00:48:39
	Señora Fazilet y sus hijas	Series	Lunes a viernes	21:30 - 22:20	0.67	00:40:15
A MÁS +	P. Cacería humana	Películas	Sábado	20:35 - 22:00	1.24	00:47:42
	P. Ratas de la ciudad	Películas	Sábado	22:00 - 23:30	1.20	00:50:02
	P. Juan desalmado	Películas	Sábado	20:25 - 22:00	0.91	00:43:10
Foro TV	Not. Hora 21	Noticieros	Lunes a viernes	21:00 - 22:00	0.21	00:17:59
	Esp. Día de inauguración Joe Biden	Noticieros	Miércoles	09:58 - 13:13	0.20	00:37:12
	Not. Las noticias de las 12:00	Noticieros	Sábado	12:00 - 12:30	0.20	00:13:41
Multimedios	Reporteros TD	Deportes	Sábado	12:00 - 14:00	0.21	01:28:52
	Previo al partido Tigres vs Bayern	Deportes	Jueves	11:00 - 12:00	0.14	00:23:14
	Es Show	Magazine	Lunes y martes	21:30 - 25:00	0.13	00:42:34
Multimedios CDMX	Cake Boss T7-E13	Magazine	Jueves	18:30 - 19:00	0.38	00:20:28
	Cake Boss T7-E11	Magazine	Martes	18:30 - 19:00	0.32	00:19:39
	Vestido de novia T11-E17	Magazine	Viernes	17:30 - 18:00	0.31	00:18:45

Fuente: Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo 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 (Las Estrellas, Canal 5, Azteca 7, Azteca Uno, Nu9ve, Imagen TV, A MÁS +, Foro TV, Multimedios y Multimedios 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 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 dedicados a la transmisión de caricaturas, al ocupar 7 posiciones de la lista.
- A pesar de que los canales Distrito Comedia y Comedy Central no cuentan con programación dirigida específicamente al segmento infantil, se posicionaron dentro de los primeros 10 canales con mayor consumo, durante el primer trimestre de 2021.



Fuente: Base de Datos de Ratings TV Tres Dominios, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo 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 las 28 Ciudades que reporte Nielsen IBOPE (Cartoon Network, Distrito comedia, Nickelodeon, Discovery Kids, Disney Junior, Star Channel, Disney XD, Nick Jr., Comedy Central y Disney Channel). 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

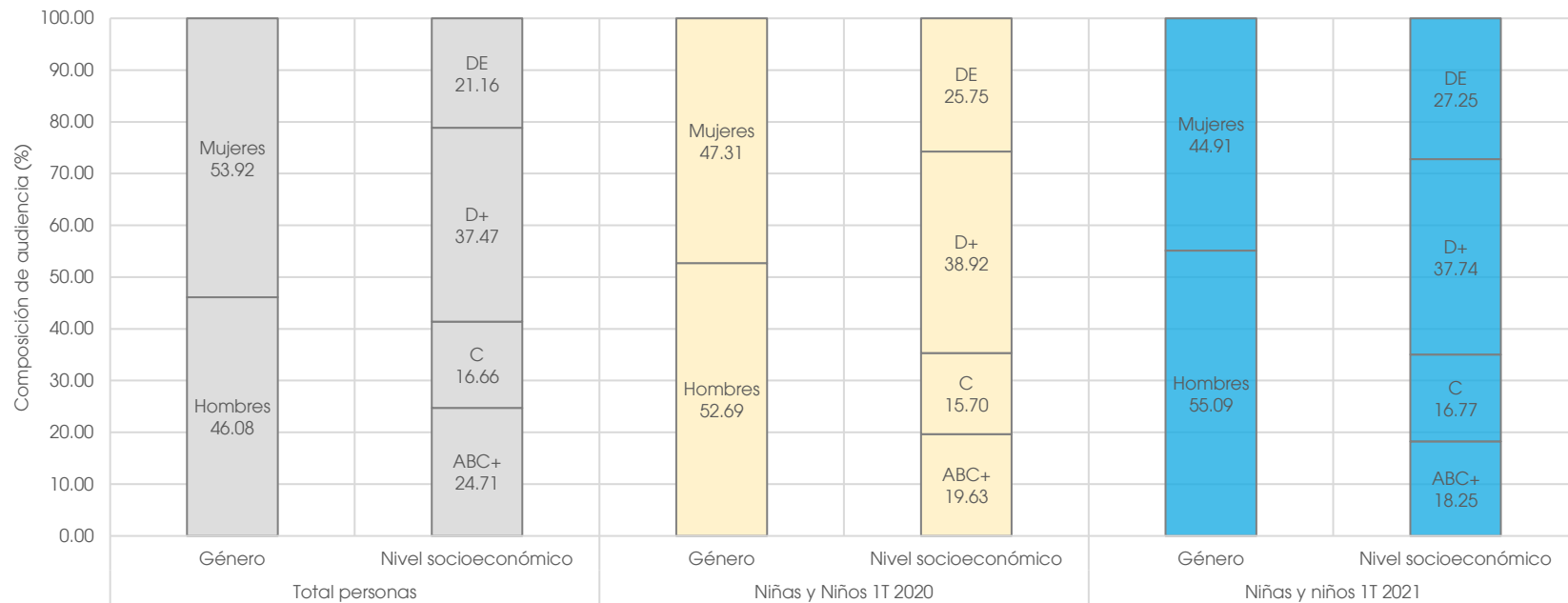
- La siguiente tabla muestra los canales de televisión de paga con sus tres respectivos programas que registraron mayor audiencia entre el grupo poblacional de niñas y niños, es así que, se puede apreciar que la mayoría son Películas de carácter infantil.

Canal	Programa	Género	Día de transmisión	Rating (%)	Tiempo promedio de permanencia
Cartoon Network	Tom and Jerry: Meet Sherlock Holmes	Infantiles	Lunes	1.88	00:33:01
	P. Tom and Jerry: Spy Quest	Películas	Viernes	1.65	00:31:37
	Toontorial	Caricaturas	Lunes	1.16	00:04:56
Distrito Comedia	Nosotros los guapos	Cómicos	Lunes a viernes	0.93	00:33:15
	Maratón La familia Peluche	Cómicos	Miércoles, viernes, sábado y domingo	0.87	00:44:54
	Maratón nosotros los guapos	Cómicos	Miércoles, viernes, sábado y domingo	0.86	00:47:40
Nickelodeon	Kamp Koral	Caricaturas	Martes y viernes	1.07	00:06:32
	Gabbin Gaperman	Magazine	Varios	0.86	00:12:58
	Gabbin with Gaperman	Caricaturas	Domingo y jueves	0.84	00:09:00
Discovery Kids	P. ¡Perrito!	Películas	Viernes	1.22	00:05:00
	P. Pac-Man y las aventuras fantasmales	Películas	Jueves	0.92	00:20:12
	P. Stuart Little 2: La Aventura continua	Películas	Sábado y domingo	0.91	00:35:10
Disney Junior	Doctora juguetes ya llegó la doctora	Caricaturas	Varios	1.10	00:21:50
	La rata pirata	Caricaturas	Viernes	0.80	00:21:21
	Calle d'almatas 101	Caricaturas	Lunes a domingo	0.67	00:12:43
Star Channel	P. Río 2	Películas	Varios	0.92	00:42:06
	P. Minions	Películas	Viernes, sábado y domingo	0.92	00:36:45
	P. Deadpool 2	Películas	Viernes, sábado y domingo	0.88	00:41:24
Disney XD	P. Yo kai watch la película	Películas	Sábado	0.65	00:34:01
	Lego Star wars	Caricaturas	Domingo	0.59	00:08:01
	P. Phineas y Ferb la película	Películas	Viernes, sábado y domingo	0.53	00:41:36
Nick Jr.	La patrulla canina	Caricaturas	Lunes a domingo	0.28	00:17:35
	School of Roars	Caricaturas	Lunes a viernes	0.27	00:16:36
	Blues Clues & You!	Infantiles	Lunes a domingo	0.26	00:19:09
Comedy Central	Mi corazón es tuyo	Telenovelas	Lunes a domingo	0.54	00:43:52
	XHDRBZ	Cómicos	Miércoles, jueves y viernes	0.41	00:29:28
	P. The spongebob squarepants movie	Películas	Sábado	0.36	00:25:34
Disney Channel	Miraculous secretos	Caricaturas	Sábado	0.66	00:22:31
	Miraculous Planetada	Cómicos	Miércoles, viernes y sábado	0.57	00:12:00
	Phineas y Ferb los expedients Osba	Caricaturas	Sábado	0.55	00:22:33

Fuente: Base de Datos de Ratings TV Tres Dominios, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo 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 las 28 Ciudades que reporte Nielsen IBOPE (Cartoon Network, Distrito comedia, Nickelodeon, Discovery Kids, Disney Junior, Star Channel, Disney XD, Nick Jr., Comedy Central y Disney Channel). 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

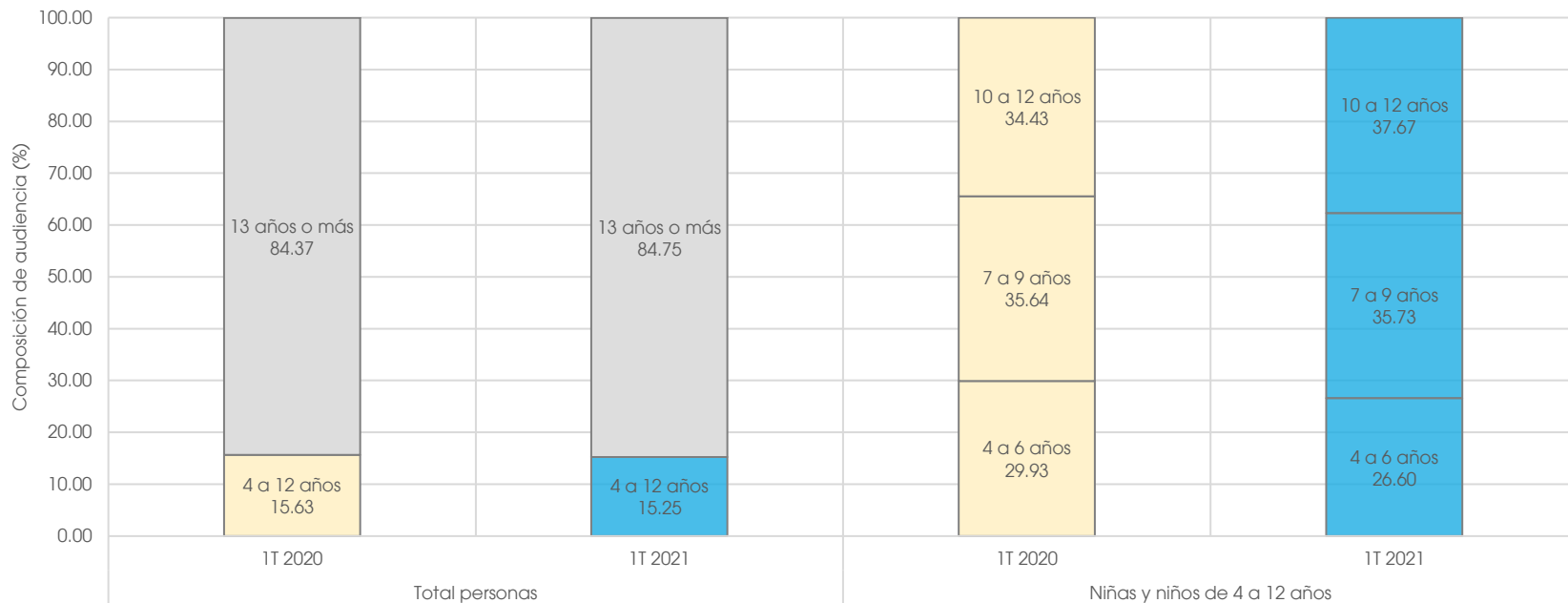
- Durante el trimestre analizado, destaca la presencia de niños con un 52.69%, referente al nivel socioeconómico, casi el 65% fueron de los niveles medio bajo y bajo.
- En el caso del total de personas, destaca la presencia de mujeres, con un 53.92%. Respecto a los niveles socioeconómicos, distinguieron los niveles D+, seguido del ABC+.



Fuente: Base de Datos de Audiencias - Ratings TV 28 Ciudades de Nielsen IBOPE, software de explotación MSS TV. Datos obtenidos de enero a marzo de 2020 y 2021 (desglosados por segmentos demográficos: NSE y género). La variable de consulta es Adhesión (adh%) para todos los canales de 28 Ciudades. Considerando la información de lunes a domingo, las 24:00 horas del día. Los datos consultados corresponden al universo de personas de 4 años o más y el grupo de 4 a 12 años de edad que tengan acceso a una televisión funcionando en su hogar incluyendo a los usuarios visitantes en el hogar (Guest Viewers). Se consideran los Niveles Socioeconómicos: ABC+, C, D+ y DE.

PERFIL DE AUDIENCIA POR EDADES

- Del total de la audiencia generada, a propósito del consumo de contenidos televisivos durante el primer trimestre de 2021, el 15.25% fueron niñas y niños de 4 a 12 años.
- Dentro de este consumo infantil, más del 70% de la audiencia fue conformada por niñas y niños de entre los 7 a 12 años.



HALLAZGOS

A continuación se recopilan los principales hallazgos y características de los hábitos de consumo de televisión en niñas y niños; mismos que en esta entrega, se ilustran con citas verbales y hallazgos obtenidos de estudios cualitativos y otros recursos de información propios del Instituto.

Durante el primer trimestre de 2021 el segmento de 4 a 12 años reportó un consumo televisivo del 14.59%; porcentaje que disminuyó en comparación con el primer trimestre de 2020, periodo en que el encendido promedio fue de 15.27%.

En el primer trimestre de 2021, la población en general estuvo expuesta al televisor un tiempo promedio de 5 horas y 45 minutos al día, mientras que cada niña o niño de 4 a 12 años pasó en promedio 5 horas y 25 minutos viendo contenidos de dicho medio.

"Tenemos la televisión prendida casi todo el día, está en la sala y la tenemos como de fondo" (Hogar con TV de paga, D', Querétaro) ¹

También se identificó que el momento de mayor exposición a la televisión durante el primer trimestre de 2021 para las niñas y niños, fue de las 21:00 a 21:30 horas, con un encendido promedio de 28.55%.

La televisión abierta fue la señal más vista por la población infantil, durante el primer trimestre de 2021, con un registro de 39.45% del consumo televisivo, seguido por la televisión de paga, con un 30.32% de participación.

Niñas, niños y adolescentes consumen contenido todos los días de la semana. De lunes a viernes, se observa un mayor consumo de televisión abierta, mientras que los fines de semana, los niños de 14 años tienden a ver y entrenarse con contenidos de televisión restringida, es decir, Netflix, Disney+, YouTube gratuito y redes sociales. 1

El consumo de otras señales y dispositivos (considerando videojuegos y plataformas digitales), fue en promedio de 2 horas y 35 minutos al día para niñas y niños.

Para el primer trimestre de 2021, los géneros con mayor nivel de audiencia (rating) en niñas y niños fueron las telenovelas y los dramatizados unitarios.

La relación de niñas, niños y adolescentes con los contenidos que consumen en la televisión, ha cambiado de manera radical...ya no se trata de una pantalla sino de múltiples monitores y pantallas donde pueden ver imágenes, no siempre adecuadas a su edad y desarrollo. 2

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.

HALLAZGOS

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

Cartoon Network fue el canal de TV de Paga más visto por niños de 4 a 12 años.³

Respecto al análisis de la composición de audiencia, se observó que destacó la presencia de niños; a diferencia de lo ocurrido a total personas, donde fueron las mujeres quienes aportaron mayor audiencia en el visionado de contenidos televisivos.

El segmento etario de 4 a 12 años fue el único en el que los hombres tuvieron mayor exposición que las mujeres; con 17.71% más niños que niñas expuestos al televisor a nivel nacional.³

En el propio 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.

1 - Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2021). Estudio las audiencias infantiles y el consumo de la publicidad televisiva, consultado en línea en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/medios-y-contenidos-audiovisuales/audienciasinfantilesypublicidad202001.pdf>
2 - Sistema Nacional de Protección de Niñas, Niños y Adolescentes. (2019). ¿Qué tanto sabes sobre niñez y televisión?, consultado en línea n: <https://www.gob.mx/sipinna/articulos/que-tanto-sabes-sobre-ninez-y-television?idiom=es>
3 - Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2021). Reporte Trimestral de Audiencias de Radio y Televisión con Perspectiva de Género 1T 2021, consultado en línea en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/medios-y-contenidos-audiovisuales/reportetrimestraldeaudienciasderadioytelevisionconperspectivadegenero1t2021.pdf>

Anexo 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.

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 enero y marzo 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 enero al 31 de marzo 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 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.