

INFORME TRIMESTRAL DE AUDIENCIAS

Cifras de audiencias Enero - Febrero - Marzo
de 2026

Informe Trimestral



La información expuesta a continuación certifica la respuesta de los televidentes Colombianos a nuestros contenidos emitidos, correspondientes al periodo entre jueves **1** de enero al martes **31** de marzo de 2026, el estudio de monitoreo de audiencias que emite estos resultados pertenece a CNC (Claro).

Variables expuestas en nuestro análisis:

- Reach (Rch#) - Alcance Bruto: Cualquier televidente que ha invertido por lo menos un minuto en programa.
- Composición de Audiencia (Adh%): Muestra las características Socio-demográficas en %, de la gente expuesta a un programa específico.
- Las cifras presentadas en este informe corresponden a un nuevo universo de personas expandidas.
- Rating (RAT#) rating es la medida del consumo de un programa de TV o de radio, de un bloque horario, de una tanda publicitaria o de un medio de comunicación, teniendo en cuenta un target (o público objetivo).



MUSIC FOR LIFE

Se renueva, trae nueva **programación fresca y diversa para acompañarte toda la semana.** Desde los **éxitos de los famosos** hasta **lo mejor de los artistas emergentes**, pasando por **entrevistas exclusivas y programas llenos de sorpresas**, cada día te espera una experiencia musical única.

Aquí te contamos todo lo que puedes disfrutar:

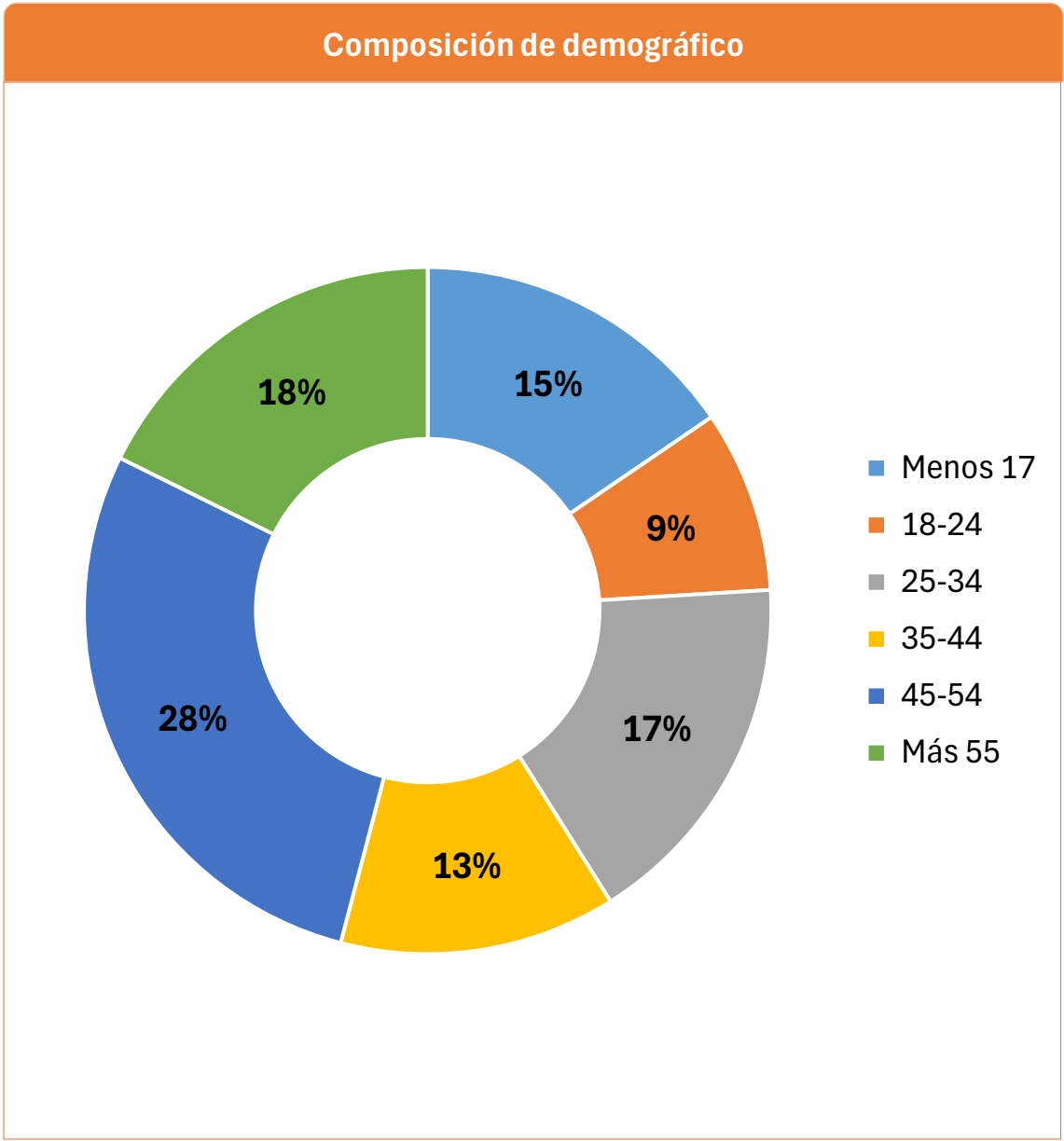
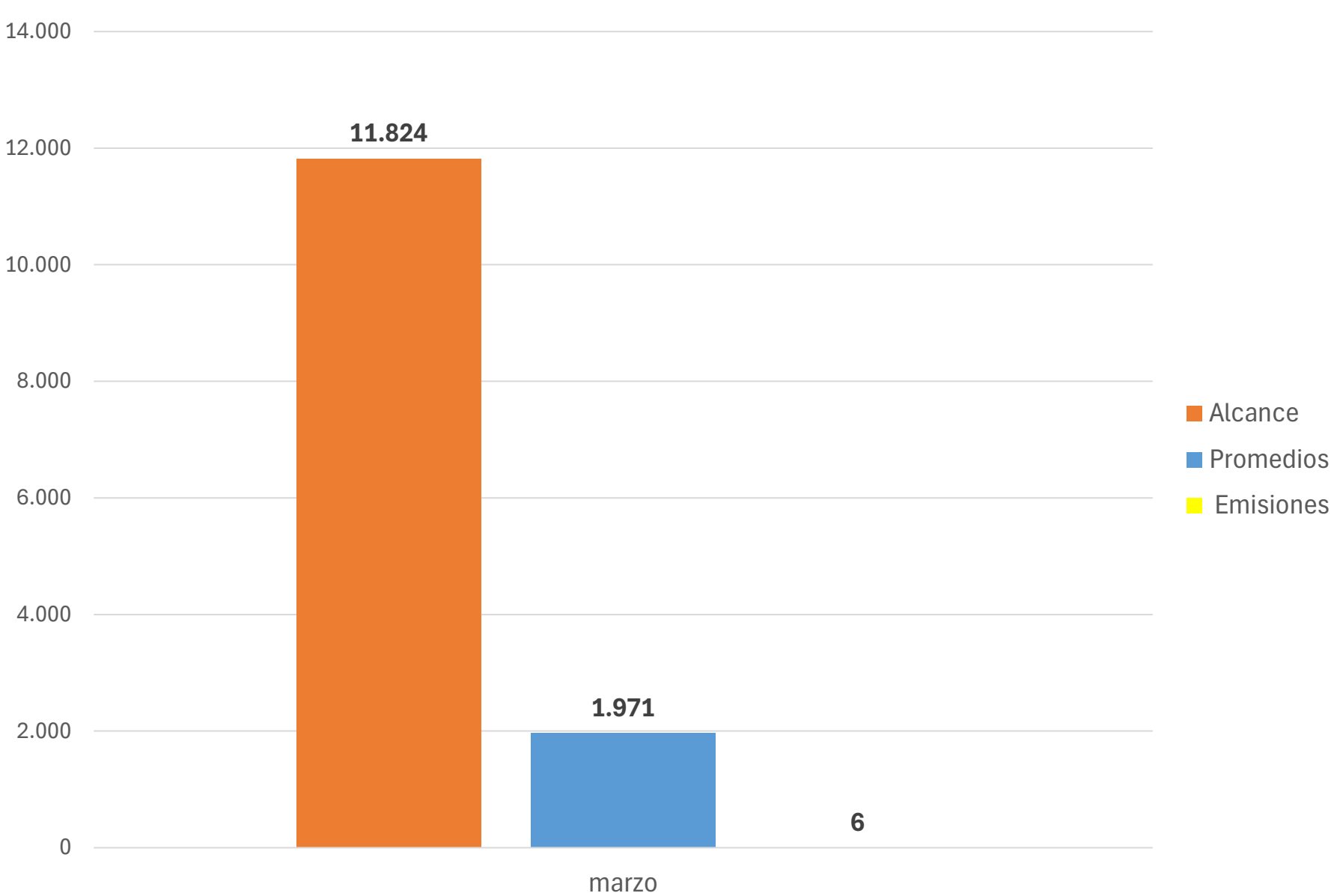
- Lunes a las 11:00 p.m.: “Music For Life a través de la música” – Descubre las canciones que han marcado a los grandes artistas.
- Martes a las 10:30 p.m.: “Emergentes” – Una ventana abierta a los talentos nuevos y prometedores de la industria musical.
- Miércoles a las 10:30 p.m.: “Con Julio” – Acompaña a Julio en un programa lleno de entrevistas y anécdotas inolvidables.
- Jueves a las 10:30 p.m.: “Resonantes” – Conéctate con las vibras más fuertes y los ritmos que hacen eco en la escena actual.
- Viernes a las 10:30 p.m.: “Hasta las Trece” – Relájate y empieza tu fin de semana con lo mejor de la música en compañía de los que saben.

Music for life

Entre el periodo 01 de enero al 31 de marzo de 2026 se ha visto por:

11.824 PERSONAS

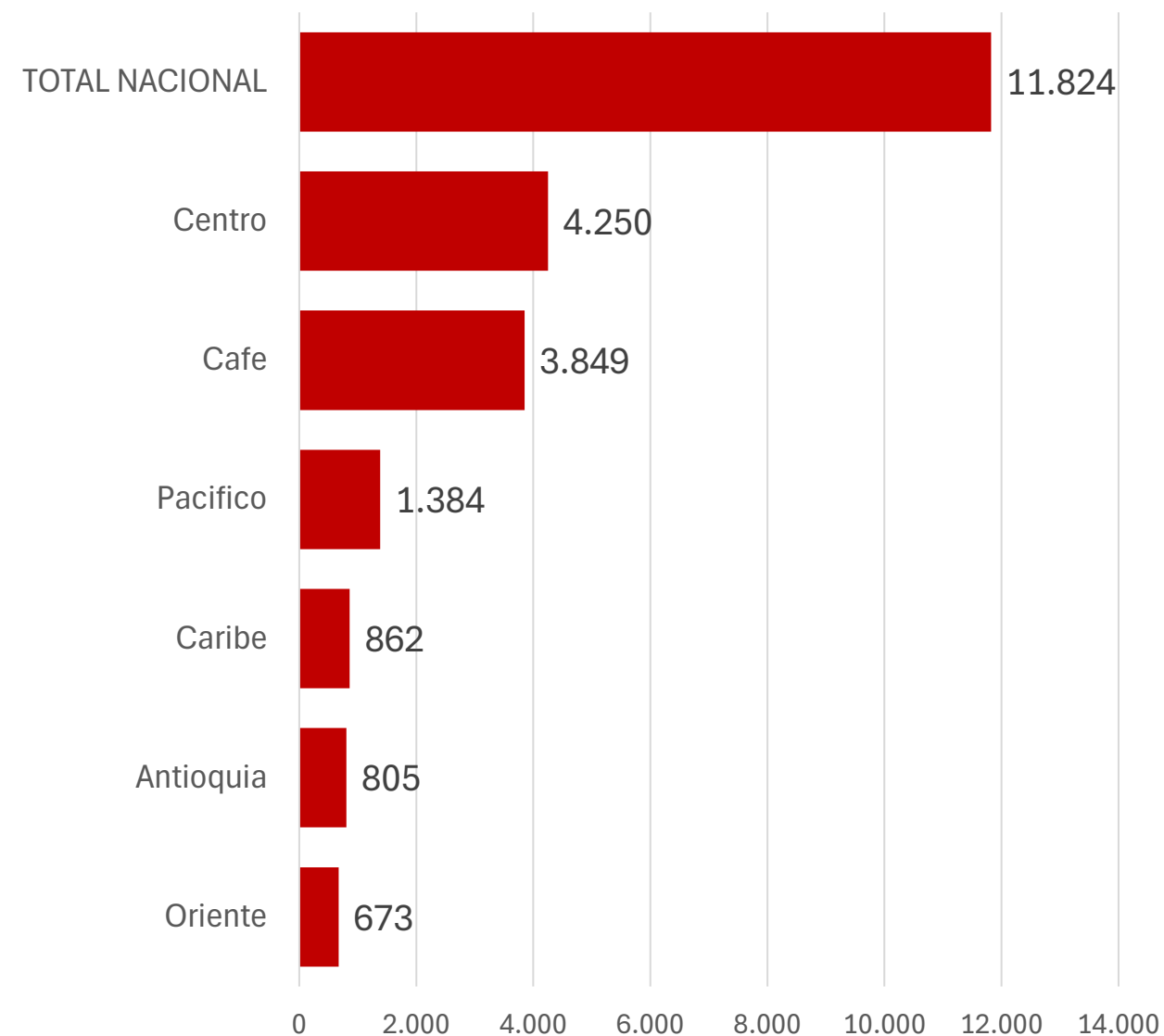
ALCANCE ACUMULADO / ALCANCE PROMEDIO / NÚMERO DE EMISIONES



Durante el primer trimestre de 2026, Music For Life se mantuvo en su horario habitual de lunes a viernes, con una duración de 60 minutos por emisión. En total, se realizaron 6 emisiones entre el 1 de enero y el 31 de marzo, alcanzando una audiencia acumulada de 11.824 personas. Su promedio por emisión es de 1.971 personas.

Regiones desde donde nos ven

RANKING DE REGIONES / RATING ESTUDIO CLARO



En términos geográficos, las regiones Centro y el Eje cafetero concentraron el 68% del total de la audiencia, manteniendo el patrón de predominio urbano que caracteriza al formato.

Respecto a la composición demográfica, Music For Life continúa siendo un espacio de preferencia para audiencias adultas. El 59% de sus espectadores tienen más de 35 años, destacándose el grupo de 45 a 54 años con un 28%.



Es un **informativo Regional** que va más allá de las noticias para **contar las historias de vida que nos emocionan y nos motivan.**

Con una red de **corresponsales en los 14 departamentos** de la Región Trece, nuestro Informativo ofrece una **cobertura completa y diversa de todo el territorio colombiano**. Desde relatos de superación hasta momentos conmovedores, damos a conocer lo mejor de la humanidad, celebrando cada logro y cada historia que nos llena de esperanza. En Enlace Trece, **mostramos el poder transformador del amor, la solidaridad y la resiliencia.**

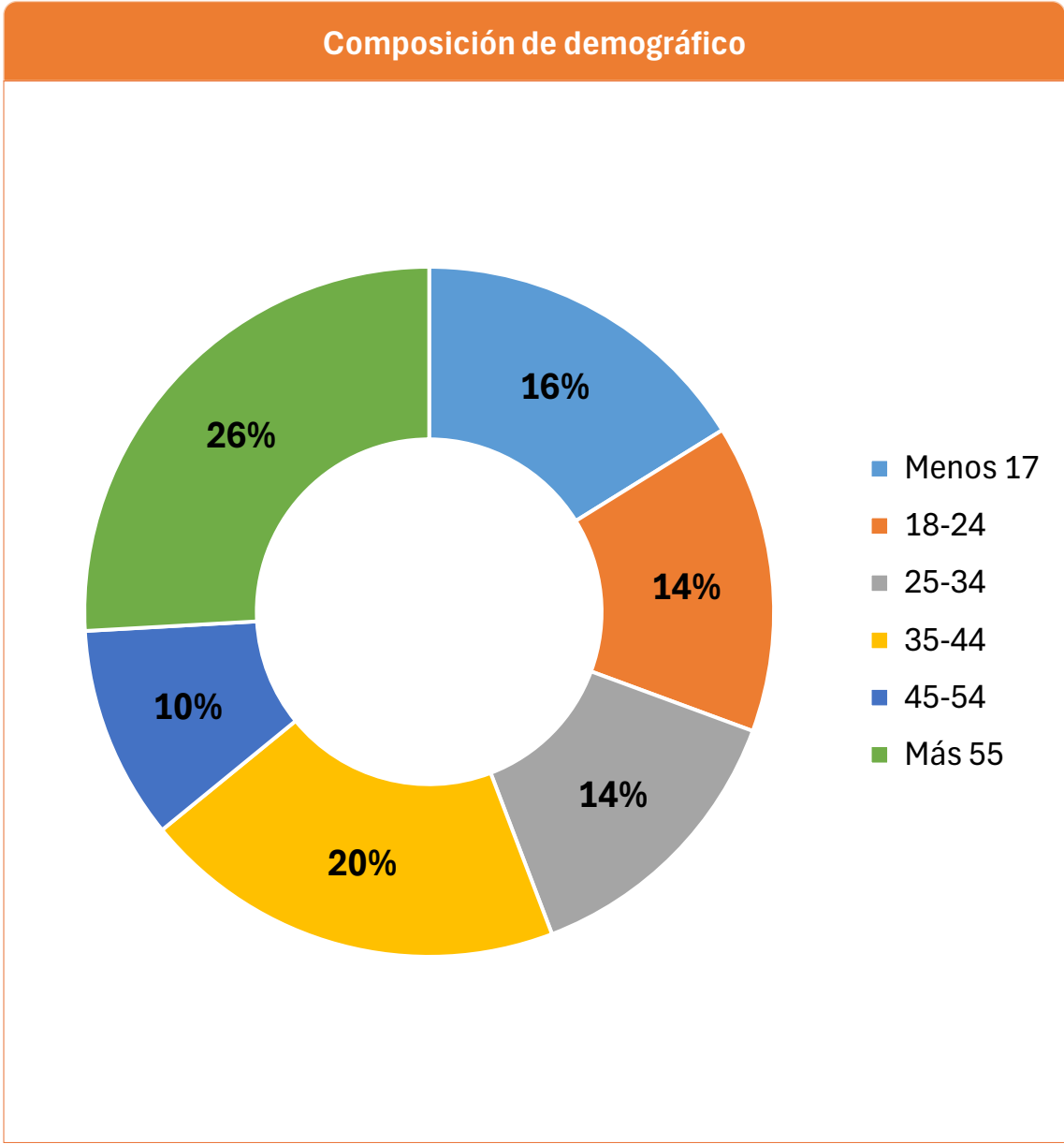
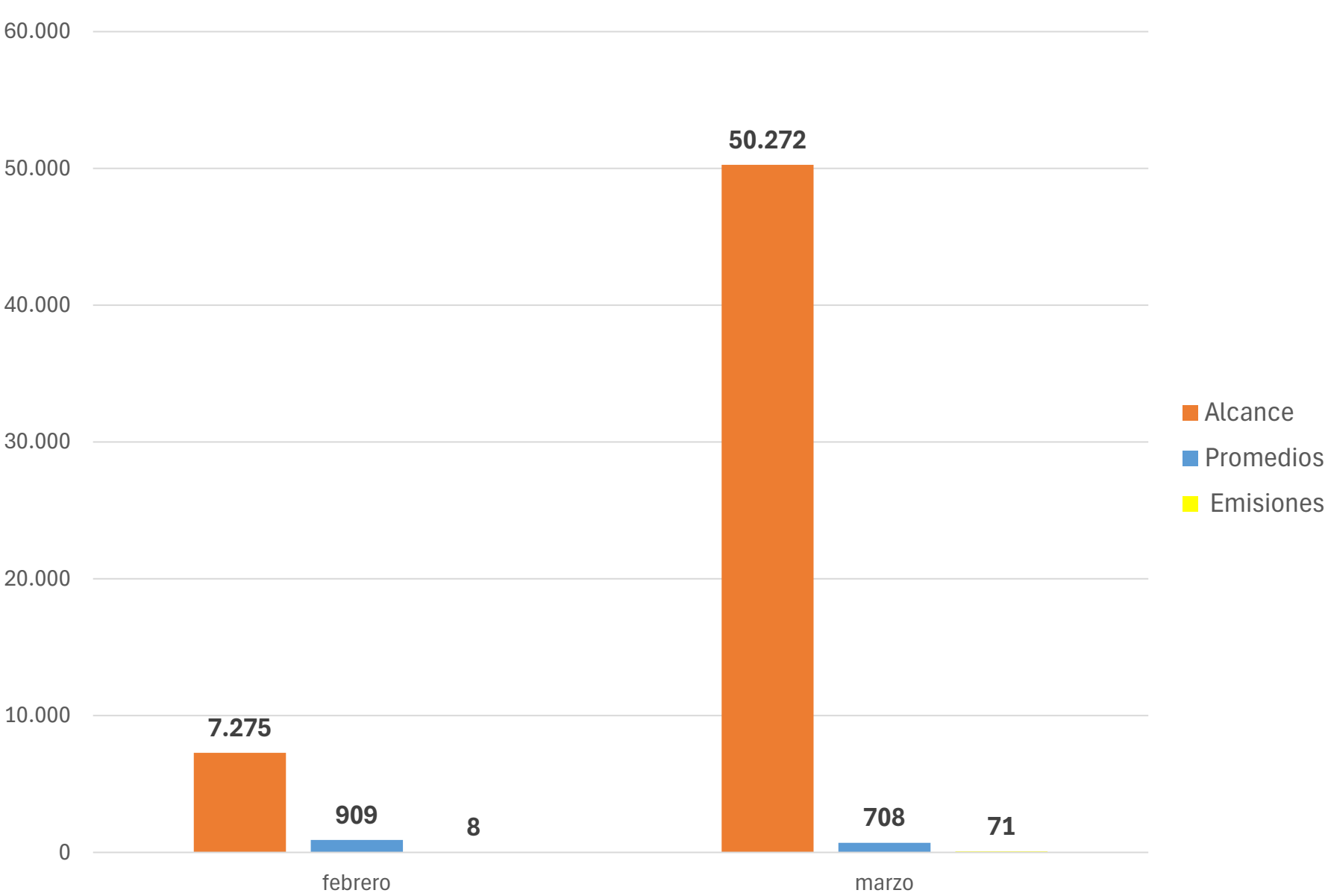
Enlace Trece, una ventana hacia un futuro lleno de positivismo y donde cada historia cuenta, por eso nuestro slogan: ENLACE TRECE, PERIODISMO A PROFUNDIDAD EN NUESTRAS REGIONES.

Enlace Trece

Entre el periodo 01 de enero al 31 de marzo de 2026 se ha visto por:

57.547 PERSONAS

ALCANCE ACUMULADO / ALCANCE PROMEDIO / NÚMERO DE EMISIONES

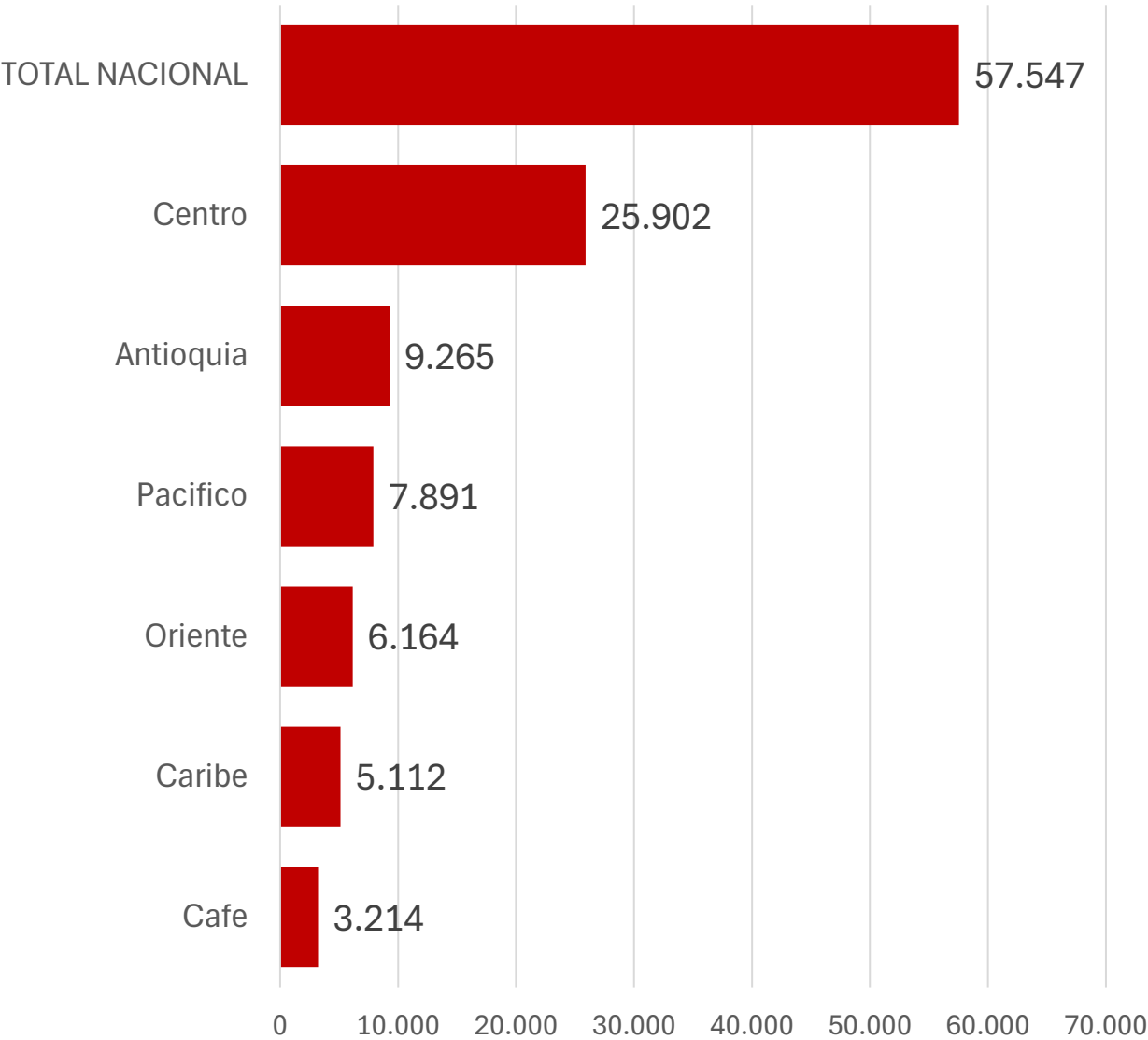


Enlace Trece se emitió de lunes a viernes en su horario regular, con una duración extendida de 90 minutos por emisión, totalizando 71 emisiones entre enero y marzo de 2026. Durante este periodo, fue visto por 57.547 personas, destacándose marzo como el mes de mayor rendimiento al concentrar 50.272 personas y el mayor volumen de emisiones (71).



Regiones desde donde nos ven

RANKING DE REGIONES / RATING ESTUDIO CLARO



En la distribución territorial, la región de Centro aporta el 45% del total de la audiencia, confirmando que el programa mantiene una fuerte sintonía en esta región urbana.

En cuanto al perfil demográfico, Enlace Trece presenta una composición madura, con un predominio de las edades de más de 55 años (26%), seguido por edades de 35 a 44 años (20%). Sin embargo, también logra captar un público joven menor de 17 años (16%).



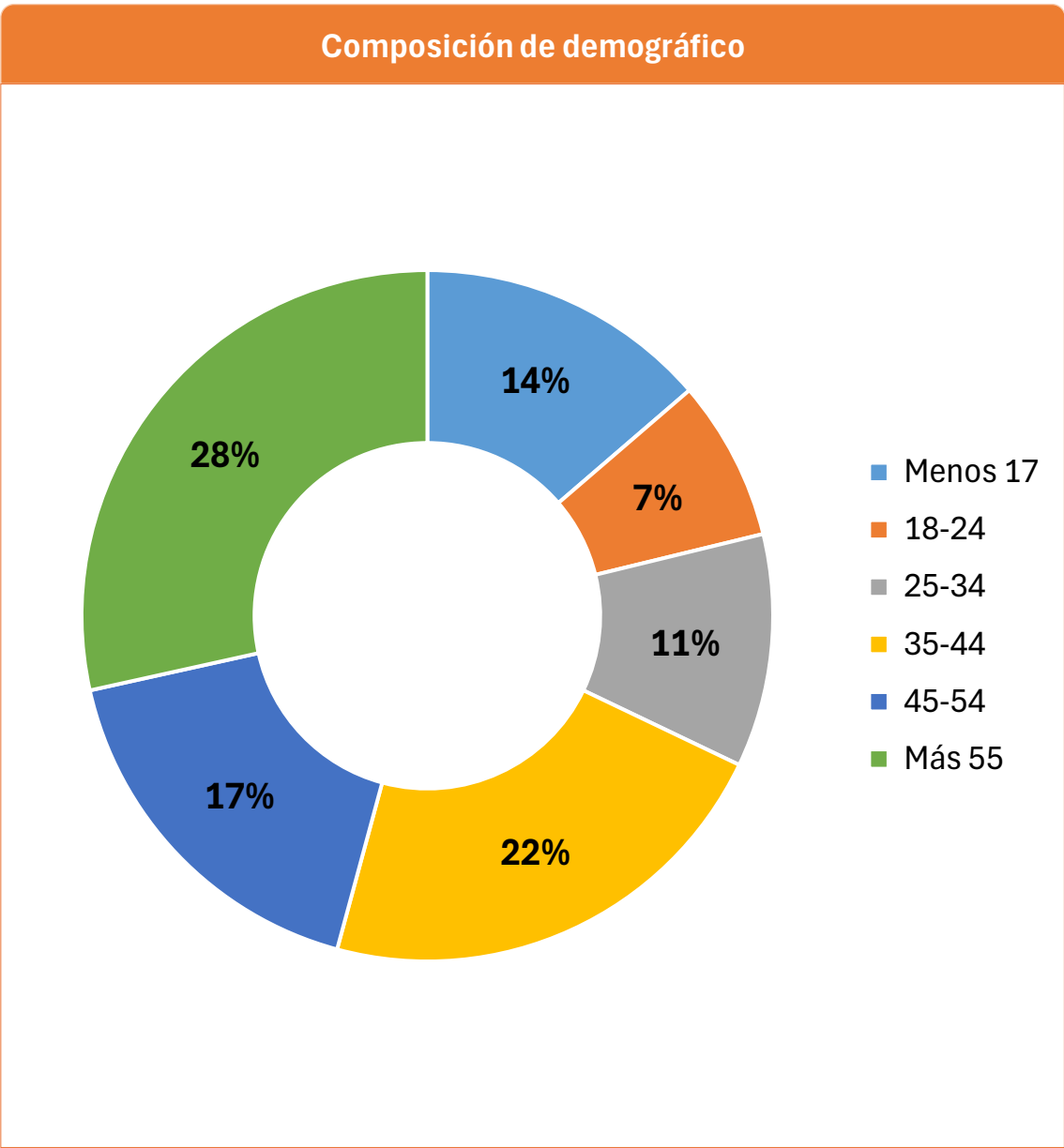
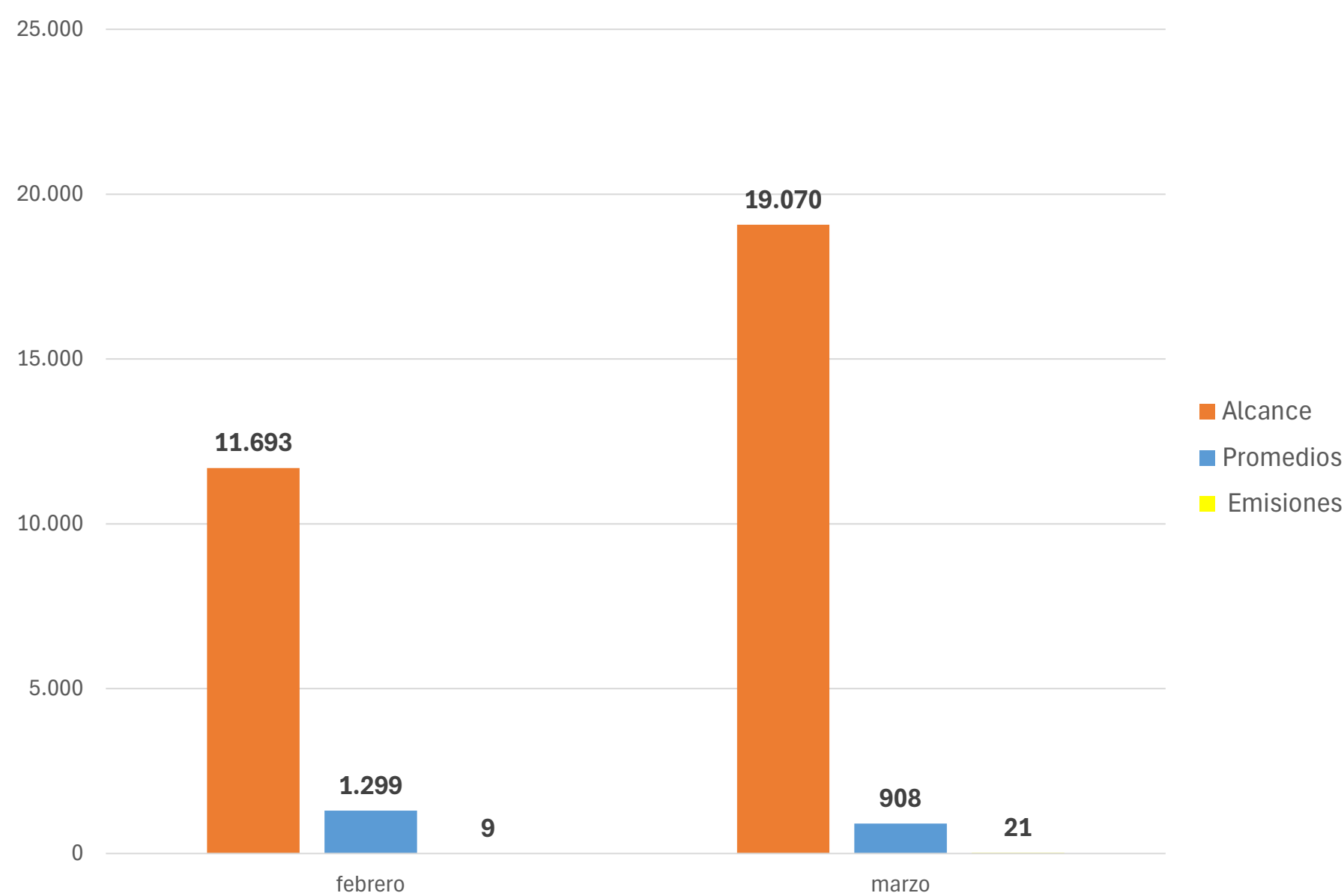
El magazine matutino de la televisión pública SALIÓ EL SOL es un espacio cercano, dinámico y agradable que se emite por Canal Trece, diseñado para acompañar y dar los buenos días a los televidentes de las regiones y provincias de Colombia. Con una propuesta fresca y de interés general, el programa se transmite de lunes a viernes a partir de las 8:30 de la mañana.

Salió el Sol

Entre el periodo 01 de enero al 31 de marzo de 2026 se ha visto por:

30.763 PERSONAS

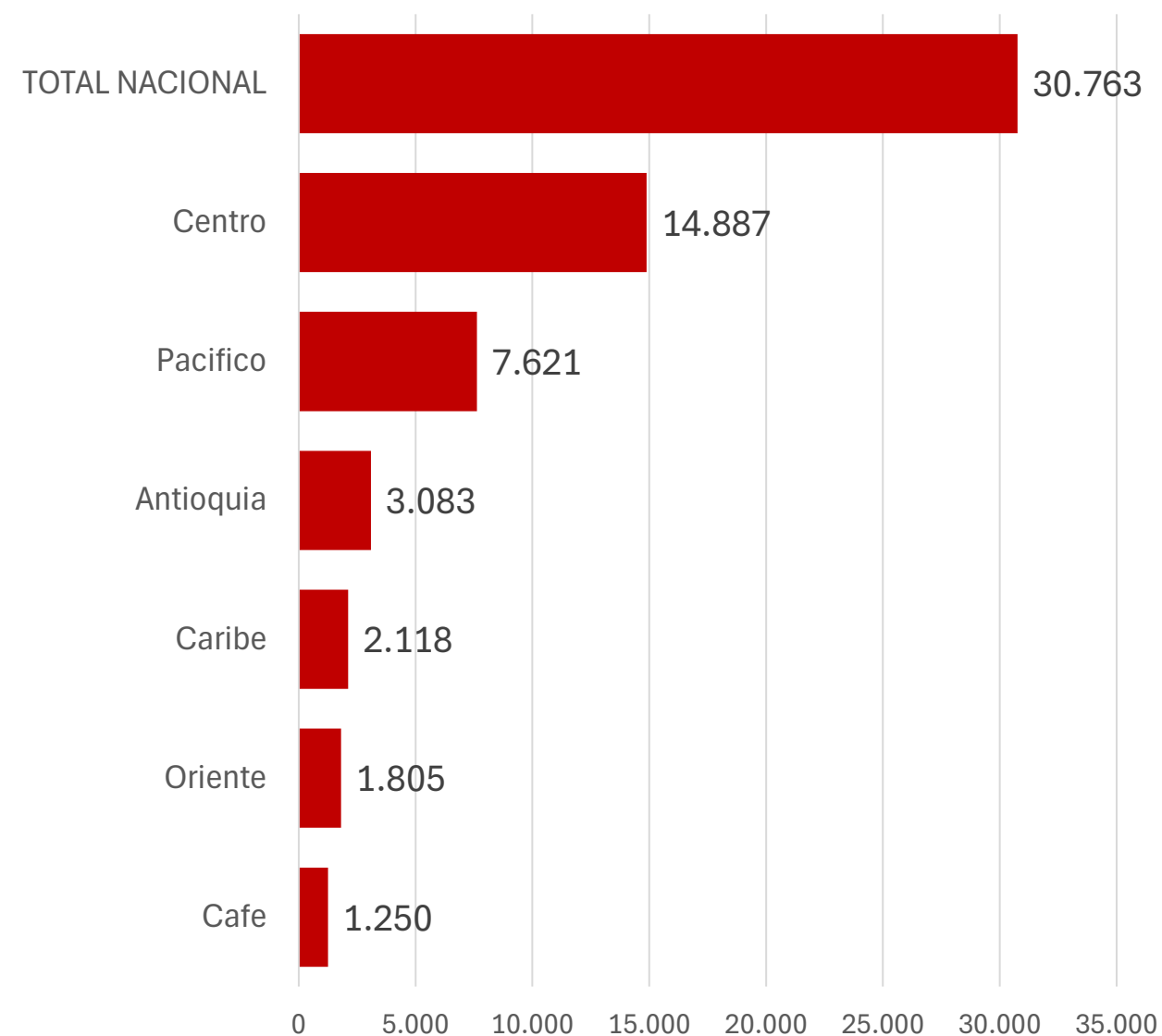
ALCANCE ACUMULADO / ALCANCE PROMEDIO / NÚMERO DE EMISIONES



Salió el Sol se emitió de lunes a viernes a partir de las 8:30 a.m., con una duración de 210 minutos por emisión. Durante el primer trimestre de 2026 se realizaron 30 emisiones, alcanzando una audiencia de 30.763 personas. El mes de marzo marcó su mayor pico con 19.070 personas.

Regiones desde donde nos ven

RANKING DE REGIONES/ RATING ESTUDIO CLARO



En términos de distribución territorial, la región Centro concentra el 48% de la audiencia total.

En cuanto a la composición demográfica, Salió el Sol presenta una audiencia adulta. Las edades de más de 35 años representan el 67% siendo el de más de 55 años el más representativo con el 28%.



programa que se emite de lunes a viernes, a partir de las 2:30 p. m., con una propuesta fresca, divertida y totalmente conectada con las nuevas generaciones.

Geekers es el lugar donde todo fan se siente en casa. Un espacio hecho a la medida de quienes vibran con el K-pop y el J-pop, el anime y el manga, los videojuegos, el cosplay, los juegos de rol, los cómics, la ciencia ficción, la fantasía medieval, el cine, la tecnología y toda la galaxia creativa que compone la cultura pop contemporánea.

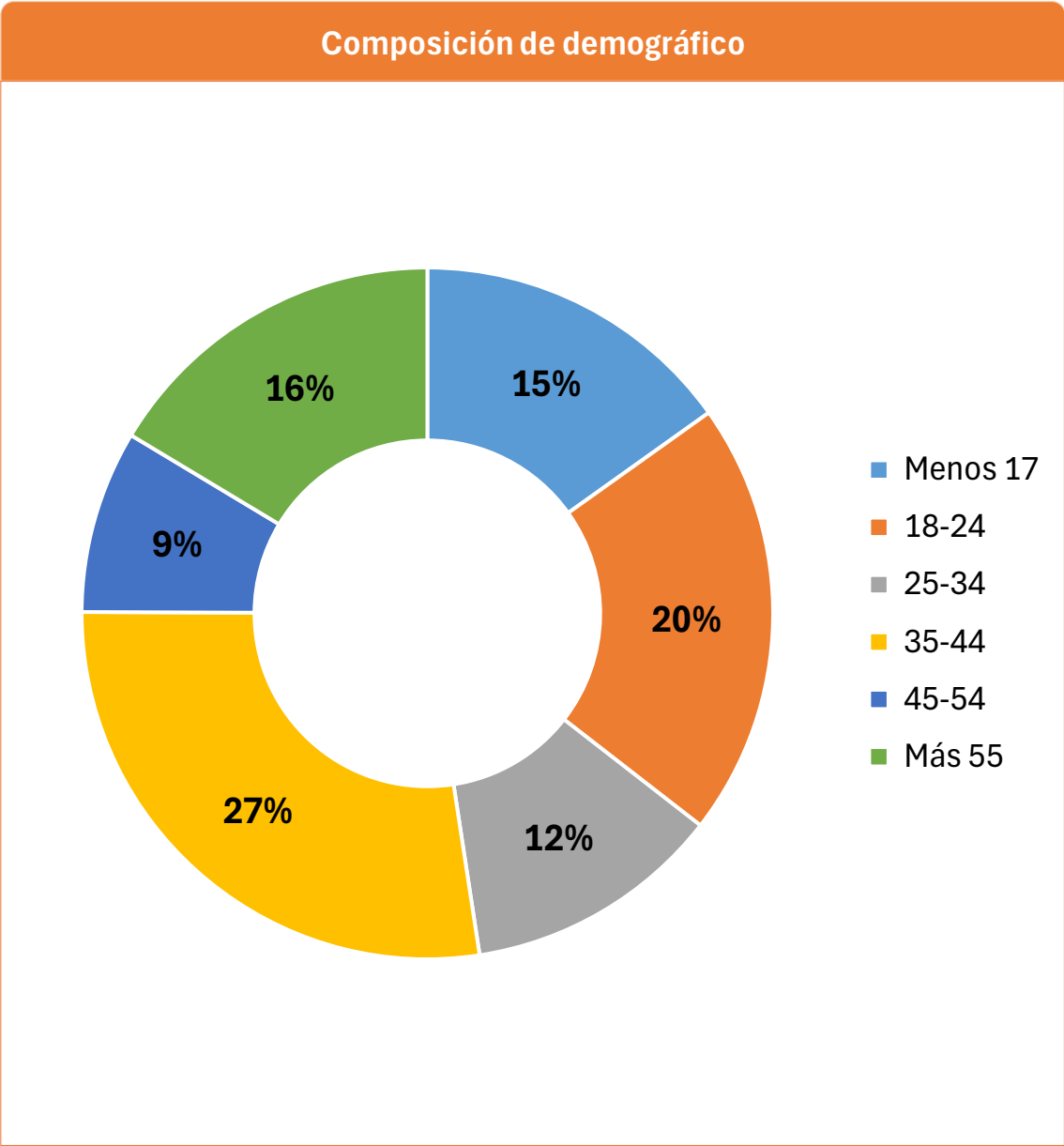
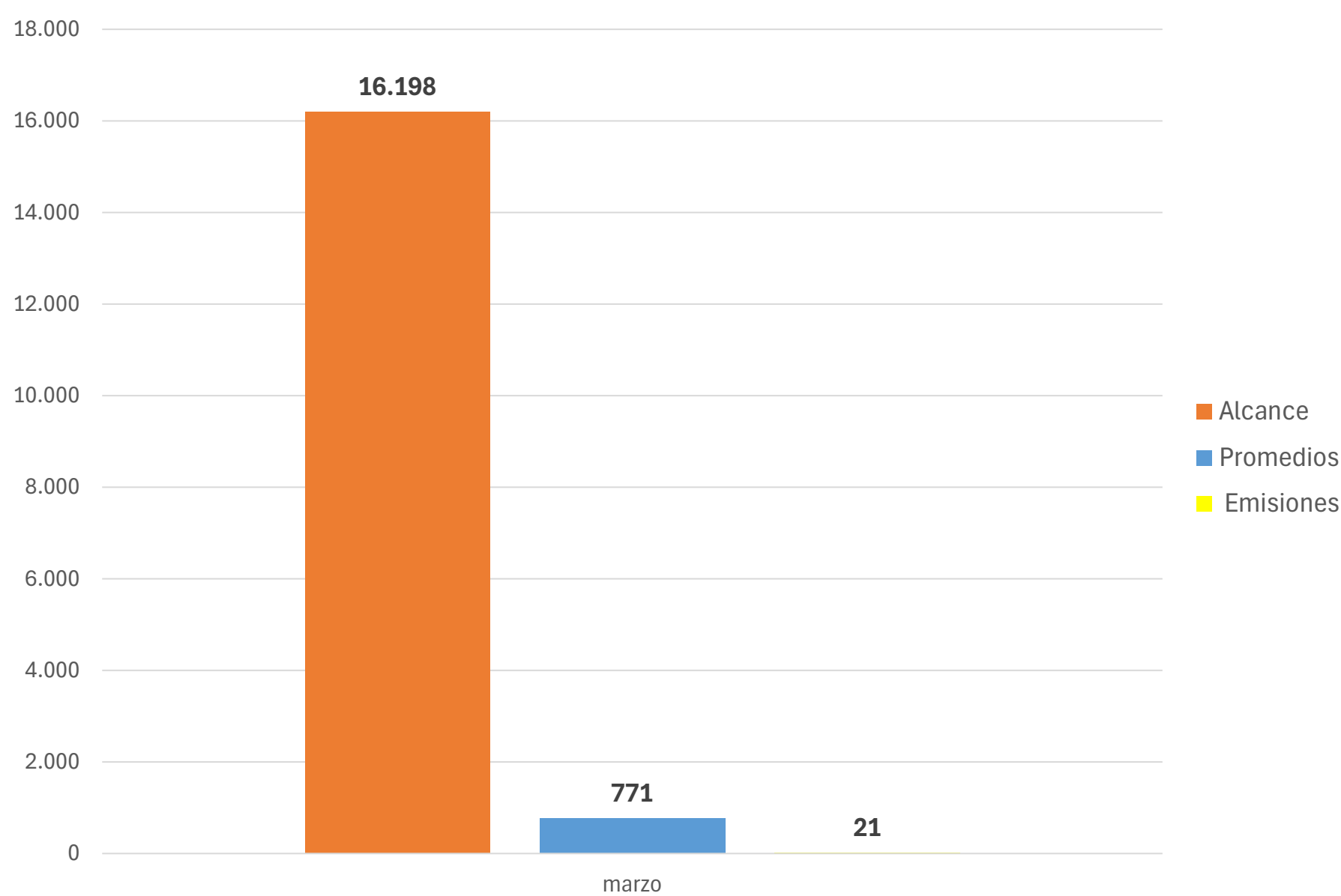
Este programa combina transmisiones en vivo con secciones pregrabadas para ofrecer una experiencia dinámica, visualmente impactante y llena de sorpresas. Cada capítulo reúne a estudiantes y jóvenes fanáticos que comparten, reaccionan, debaten y se enfrentan a retos épicos, trivias geek, batallas creativas y desafíos únicos que ponen a prueba su conocimiento y su imaginación.

Geekers

Entre el periodo 01 de enero al 31 de marzo de 2026 se ha visto por:

16.198 PERSONAS

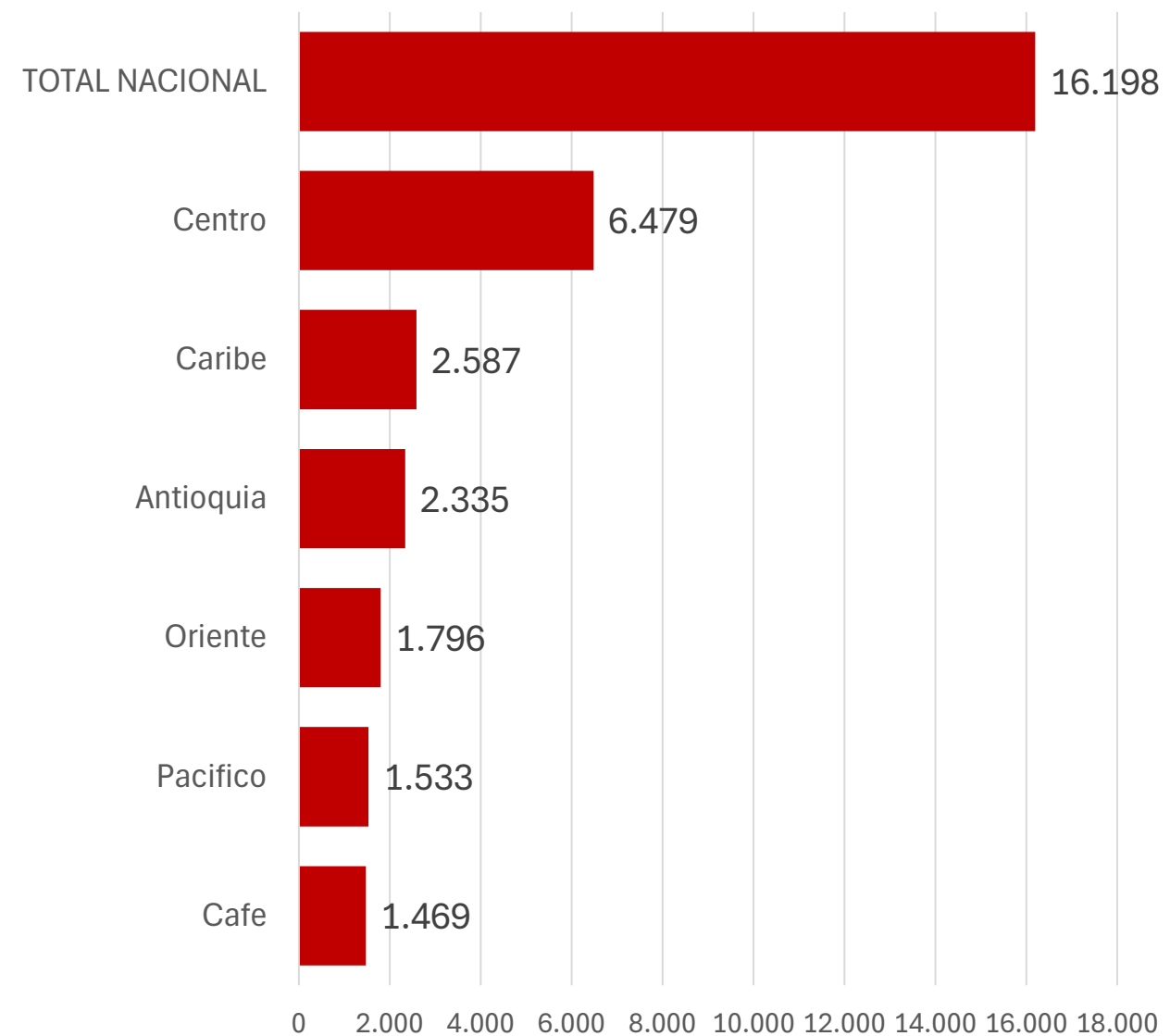
ALCANCE ACUMULADO / ALCANCE PROMEDIO / NÚMERO DE EMISIONES



Durante el primer trimestre de 2026, Geekers se emitió de lunes a viernes a las 2:30 p.m., con una duración de 120 minutos por emisión. En total, se realizaron 21 emisiones, alcanzando una audiencia de 16.198 personas, con un promedio de 771 personas por emisión.

Regiones desde donde nos ven

RANKING DE REGIONES / RATING ESTUDIO CLARO



Las regiones Centro, Cribé y Antioquia representaron el 70% del total de la audiencia, consolidando a Geekers como un programa de conexión con públicos urbanos interesados en tecnología, cultura digital y entretenimiento.

En cuanto a la composición etaria, Geekers presenta un perfil mixto con predominio de adultos jóvenes. El grupo de 35 a 44 años concentra el 27% de la audiencia, seguido por los jóvenes de 18 a 24 años (20%) y el segmento de mayores de 55 años (16%).

Se evidencia que los programas con mayor continuidad y frecuencia de emisión, como Enlace Trece y Salió el Sol, logran consolidar un alcance significativo y una relación sostenida con la audiencia, especialmente a partir del impulso operativo del mes de marzo, donde se concentra el mayor volumen de emisiones y consumo. A su vez, formatos como Music For Life, pese a una menor cantidad de emisiones, mantienen un desempeño estable en términos de promedio por capítulo. En el ámbito territorial, se confirma una fuerte concentración en la región Centro, seguida por zonas como el Eje Cafetero, Antioquia y Pacífico, lo que se evidencia el posicionamiento del canal en entornos urbanos.

En cuanto a la composición demográfica, los resultados evidencian una segmentación clara según la naturaleza de los contenidos. Programas como Music For Life, Enlace Trece y Salió el Sol se consolidan en audiencias adultas mayores de 35 años, con especial relevancia en los segmentos de más de 45 años, lo que se evidencia afinidad con contenidos informativos, culturales y de entretenimiento tradicional. En contraste, Geekers se posiciona como un formato diferencial dentro de la oferta Inhouse, al lograr una conexión equilibrada con públicos jóvenes y adultos jóvenes, particularmente entre los 18 y 44 años.

The background of the image is white with a pattern of orange dots of varying sizes. The dots are arranged in a way that they appear to be radiating from the corners, creating a sense of movement and depth. The dots are more densely packed in the corners and become sparser towards the center.

Trace.

Somos más de
lo que quieres