INFORME TRIMESTRAL DE AUDIENCIAS

Cifras de audiencias Julio - Agosto - Septiembre de 2026

Informe **Trimestral**

La información expuesta a continuación certifica la respuesta de los televidentes Colombianos a nuestros contenidos emitidos, correspondientes al periodo entre miércoles **1** de julio al miércoles **30** de septiembre 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).



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.

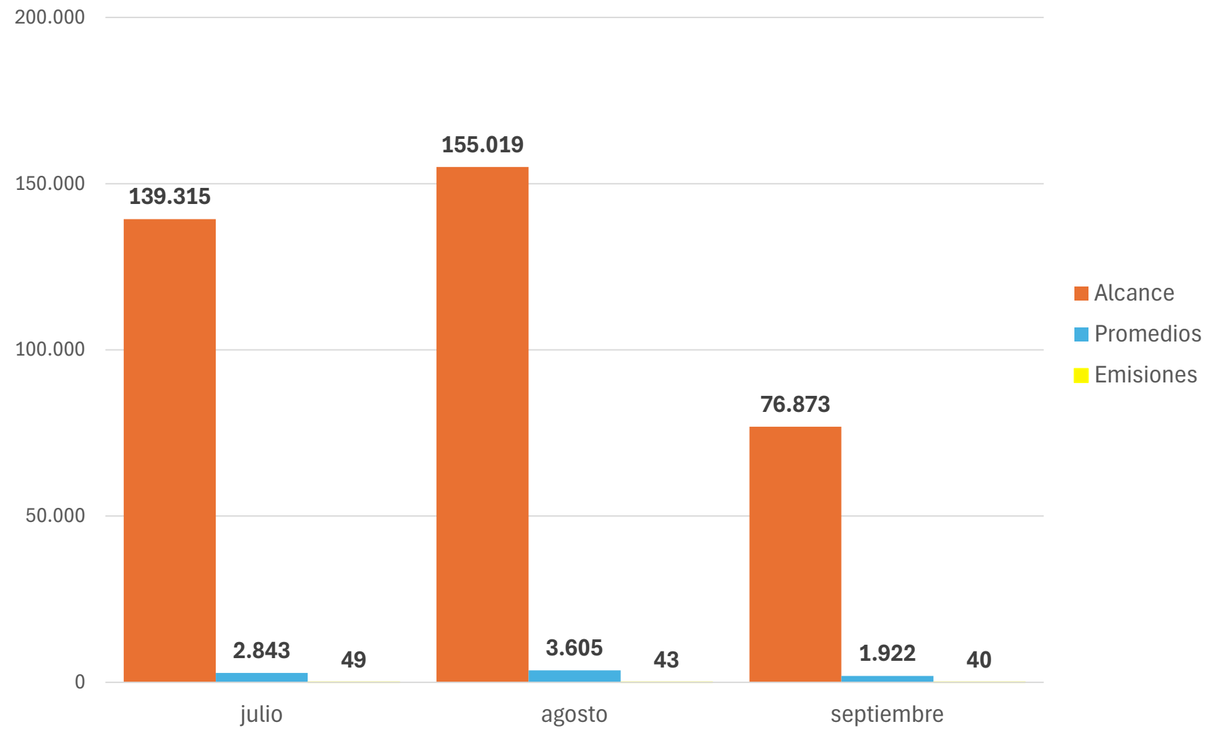
– Sábado a las 10:00 p.m.: "Music For Life Round Trece" – Presenta un conteo de las 13 canciones más sonadas y populares de la semana en diversas plataformas digitales y la programación del canal

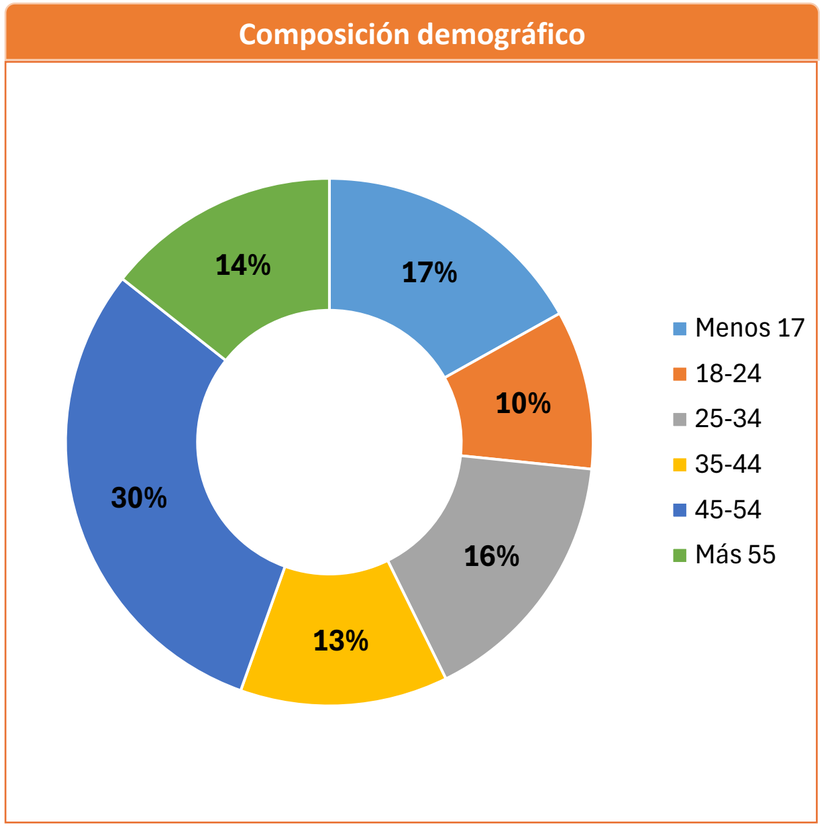
Music for life

Entre el periodo 01 de julio al 30 de septiembre de 2026 se ha visto por:

371.207 PERSONAS

ALCANCE ACUMULADO / ALCANCE PROMEDIO / NÚMERO DE EMISIONES

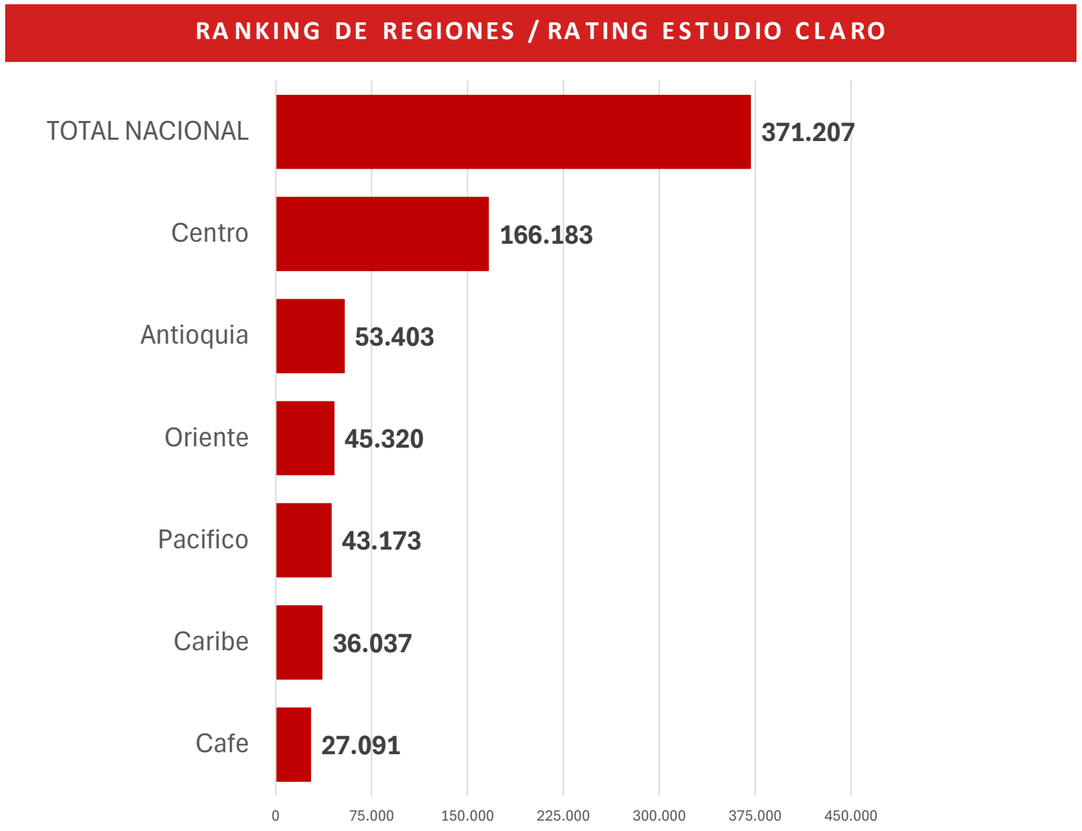




Durante el tercer trimestre de 2026, Music For Life se mantuvo en su horario habitual de lunes a sábado, con una duración de 60 minutos por emisión. El programa alcanzó una audiencia acumulada de 371.207 personas a través de 132 emisiones. Agosto fue el mes de mayor desempeño, con 155.019 personas alcanzadas y un promedio de 3.605 por emisión en 43 emisiones, superando a julio, que registró 139.315 personas y un promedio de 2.843 en 49 emisiones. En septiembre se presentó una reducción en los niveles de audiencia, con 76.873 personas y un promedio de 1.922 durante 40 emisiones.

Fuente: Estudio CNC y Claro Raitings

Regiones desde donde nos ven



En el ámbito territorial, la región Centro concentró la mayor audiencia del programa, con 166.183 personas, equivalentes a cerca del 45% del total nacional, mostrando una fortaleza de MUSIC FOR LIFE en esta zona. A una distancia considerable se ubicaron Antioquia, con 53.403 personas (14%), y Oriente, con 45.320 (12%), seguidas por Pacífico con 43.173 (12%), Caribe con 36.037 (10%) y Café con 27.091 (7%).

En cuanto al perfil demográfico, MUSIC FOR LIFE presentó una audiencia predominantemente adulta: el grupo de 45 a 54 años fue el más representativo, con el 30%, seguido por los menores de 17 años con 17% y las personas de 25 a 34 años con 16%. Los mayores de 55 años representaron el 14%, mientras que el segmento de 35 a 44 años alcanzó el 13% y el de 18 a 24 años el 10%.

Fuente: Estudio CNC y Claro Raitings

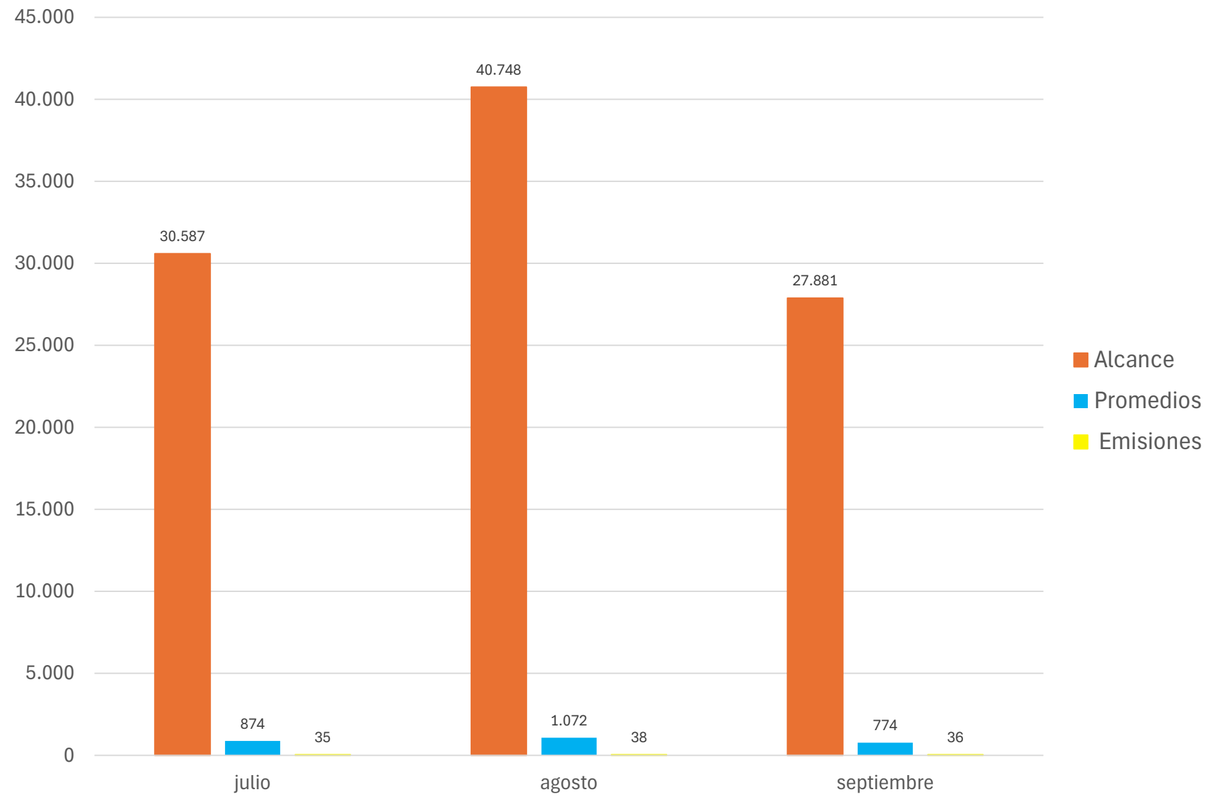
Es un **informativo Regional** que va más allá de las noticias para **contar las historias de vida que nos emocionan y nos motivan.** Con una red de **corresponsales en los 14 departamentos** de la Región Trece, nuestro Informativo ofrece una **cobertura completa y diversa de todo el territorio colombiano**. 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.

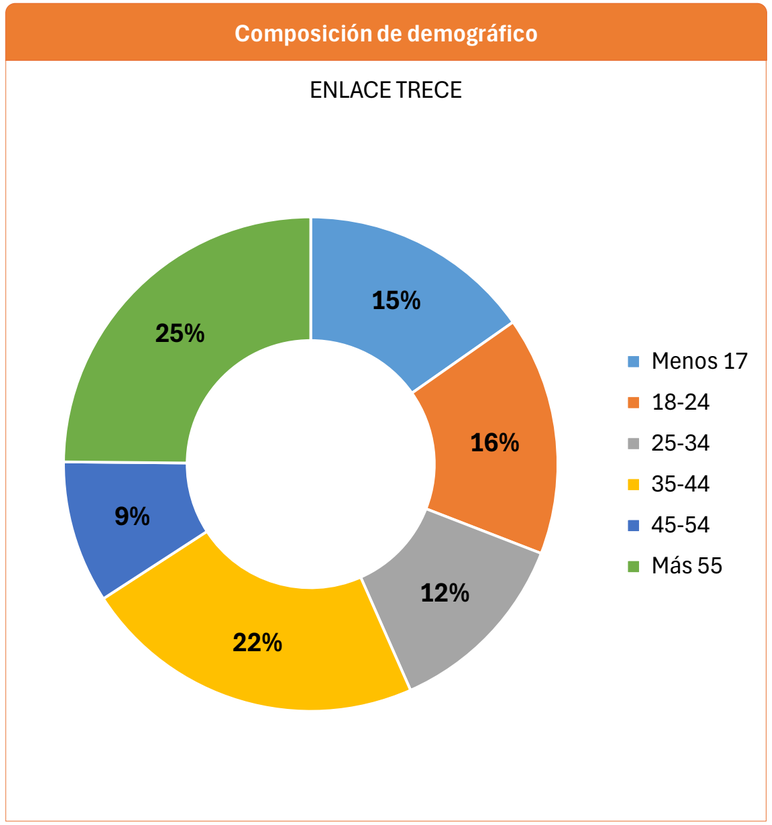
Enlace Trece

Entre el periodo 01 de julio al 30 de septiembre de 2026 se ha visto por:

99.217 PERSONAS

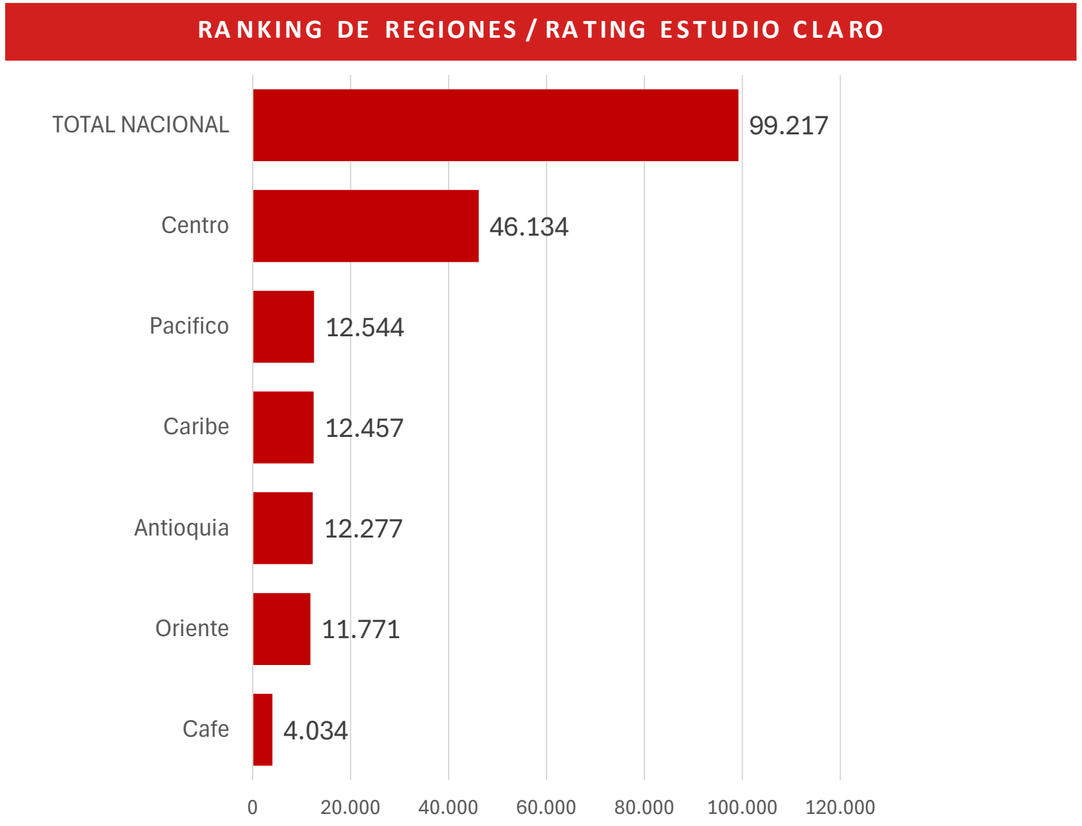
ALCANCE ACUMULADO / ALCANCE PROMEDIO / NÚMERO DE EMISIONES





Enlace Trece se emitió de lunes a viernes en su horario regular, con una duración extendida de 90 minutos por emisión, con una audiencia acumulada de 99.217 personas a través de 109 emisiones. Agosto fue el mes de mejor desempeño, con 40.748 personas alcanzadas y un promedio de 1.072 por emisión en 38 emisiones, superando a julio, que registró 30.587 personas y un promedio de 874 en 35 emisiones. Por su parte, septiembre presentó el nivel más bajo del trimestre, con 27.881 personas y un promedio de 774 durante 36 emisiones.

Regiones desde donde nos ven



En términos geográficos, la región Centro concentró ampliamente la mayor audiencia, con 46.134 personas, equivalentes a cerca del 46% del total nacional. A continuación se ubicaron Pacífico con 12.544 personas, Caribe con 12.457, Antioquia con 12.277 y Oriente con 11.771, todas con participaciones cercanas al 12%–13%, mientras que la región Café registró 4.034 personas, alrededor del 4%.

Respecto al perfil demográfico, ENLACE TRECE presentó una mayor afinidad con públicos adultos. El segmento de más de 55 años fue el más representativo, con el 25%, seguido por las personas de 35 a 44 años con 22%. Los grupos de 18 a 24 años y menores de 17 años aportaron el 16% y 15%, respectivamente, mientras que las personas de 25 a 34 años representaron el 12% y las de 45 a 54 años el 9%.

Fuente: Estudio CNC y Claro Raitings



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.

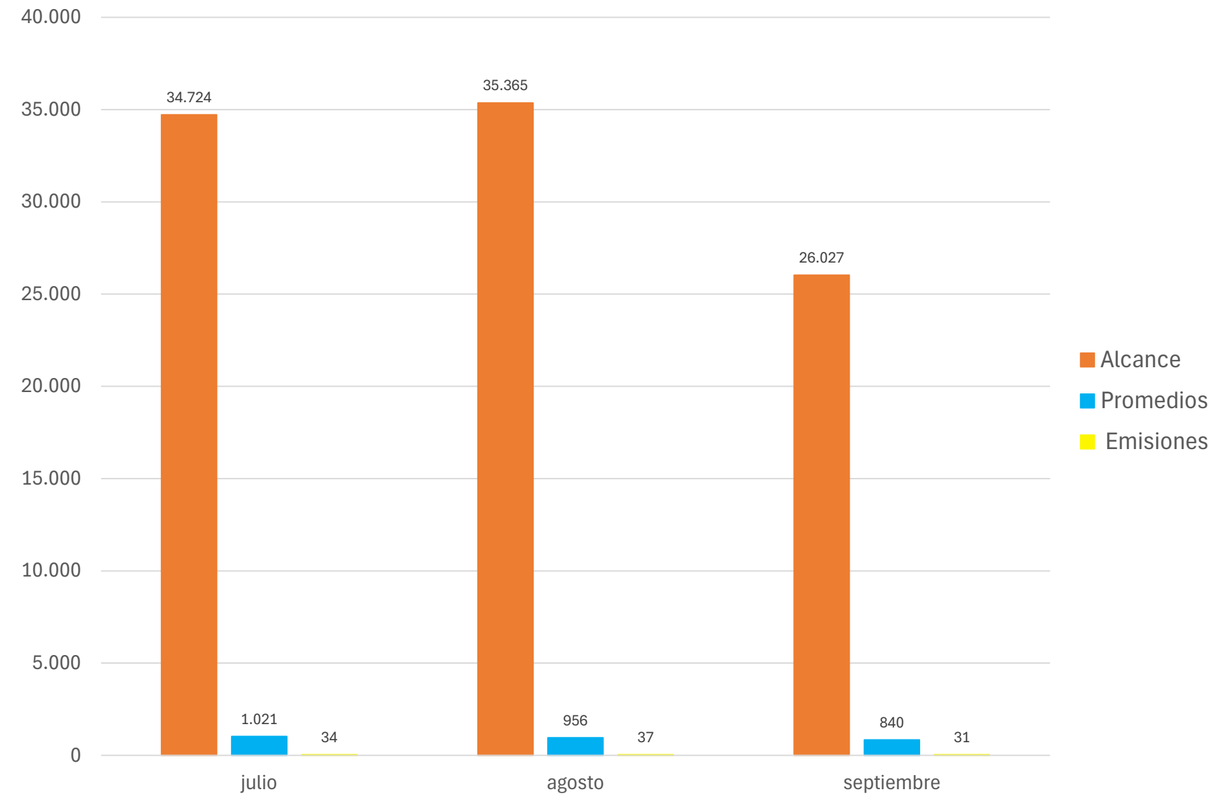
Este programa combina transmisiones en vivo con secciones pregrabadas para ofrecer una experiencia dinámica, visualmente impactante y llena de sorpresas. Cada capítulo reúne a estudiantes y jóvenes fanáticos que comparten, reaccionan, debaten y se enfrentan a retos épicos, trivias geek, batallas creativas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

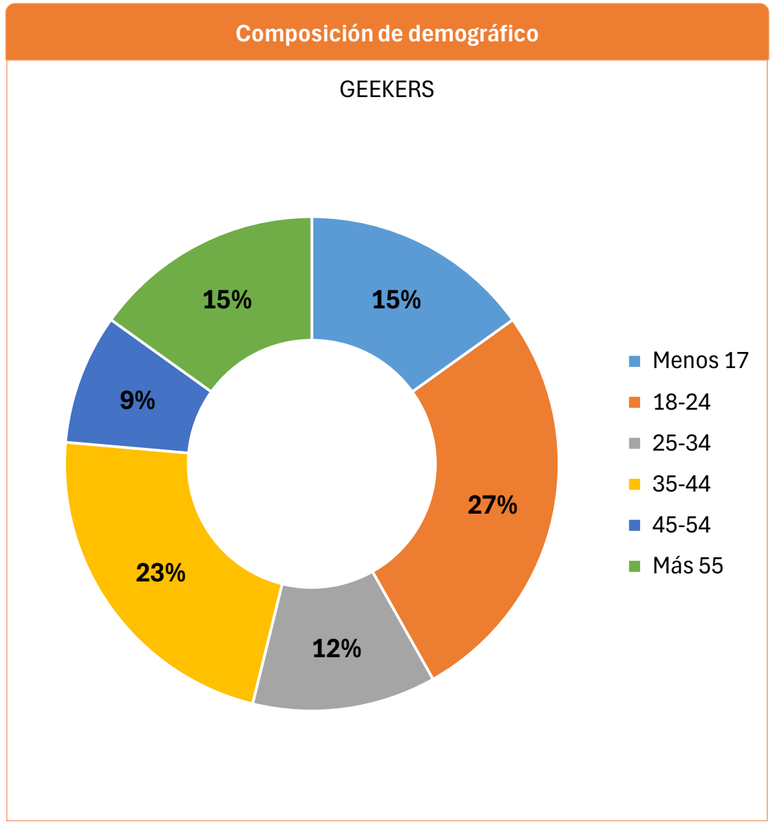
Geekers

Entre el periodo 01 de julio al 30 de septiembre de 2026 se ha visto por:

96.116 PERSONAS

ALCANCE ACUMULADO / ALCANCE PROMEDIO / NÚMERO DE EMISIONES

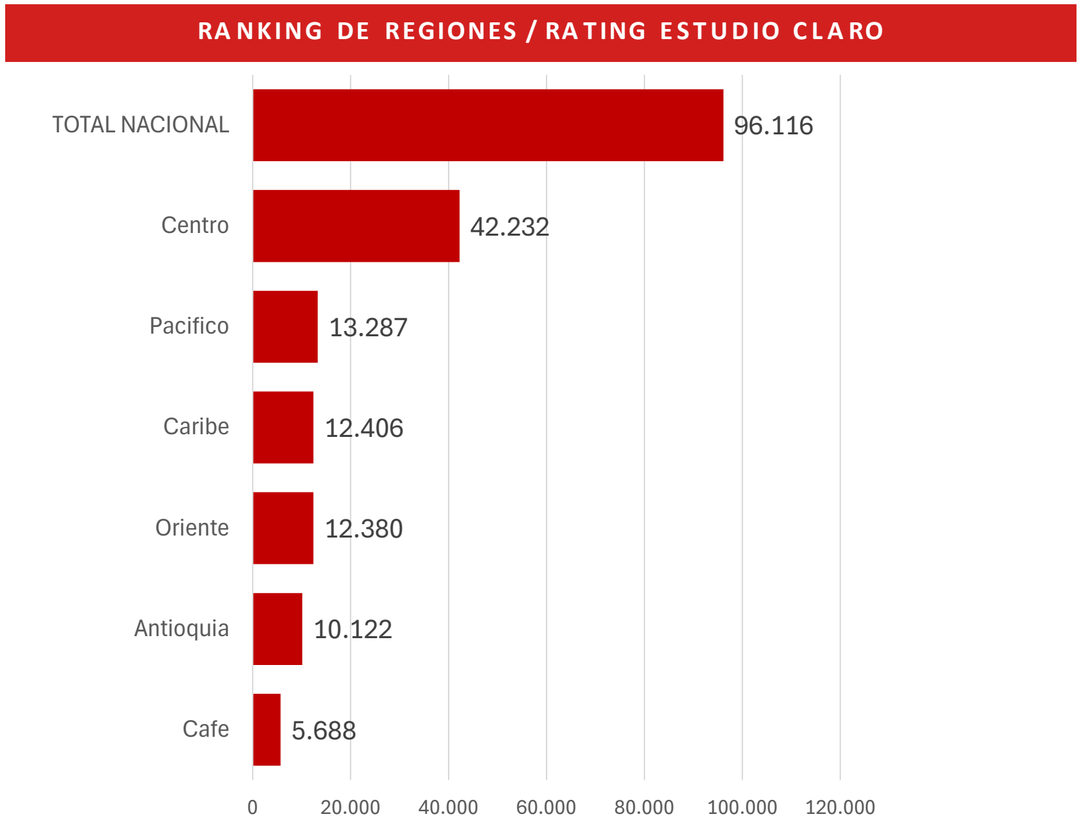




Durante el segundo trimestre de 2026, Geekers se emitió de lunes a viernes a las 2:30 p.m., alcanzando una audiencia acumulada de 96.116 personas a través de 102 emisiones. Agosto registró el mayor alcance mensual, con 35.365 personas en 37 emisiones, seguido muy de cerca por julio con 34.724 personas en 34 emisiones; sin embargo, julio presentó el mejor promedio por emisión, con 1.021 personas frente a 956 en agosto.

Fuente: Estudio CNC y Claro Raitings

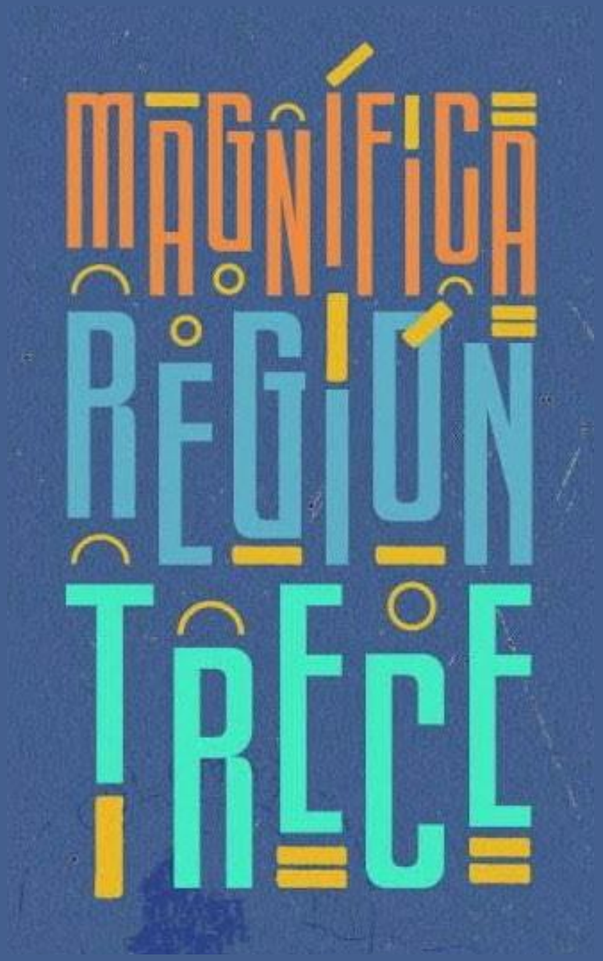
Regiones desde donde nos ven



Geográficamente, la región Centro concentró la mayor audiencia de GEEKERS, con 42.232 personas, equivalentes aproximadamente al 44% del total nacional. A continuación se ubicaron Pacífico con 13.287 personas, Caribe con 12.406, Oriente con 12.380 y Antioquia con 10.122, mientras que la región Café registró 5.688 personas.

Respecto al perfil demográfico, GEEKERS presentó una mayor afinidad con públicos jóvenes y adultos jóvenes. El segmento de 18 a 24 años fue el más representativo, con el 27%, seguido por las personas de 35 a 44 años con el 23%. Los menores de 17 años y los mayores de 55 años representaron cada uno cerca del 15%, mientras que el grupo de 25 a 34 años alcanzó el 12% y el de 45 a 54 años el 9%. En conjunto, los segmentos entre 18 y 44 años concentraron alrededor del 62% de la audiencia.

Fuente: Estudio CNC y Claro Raitings



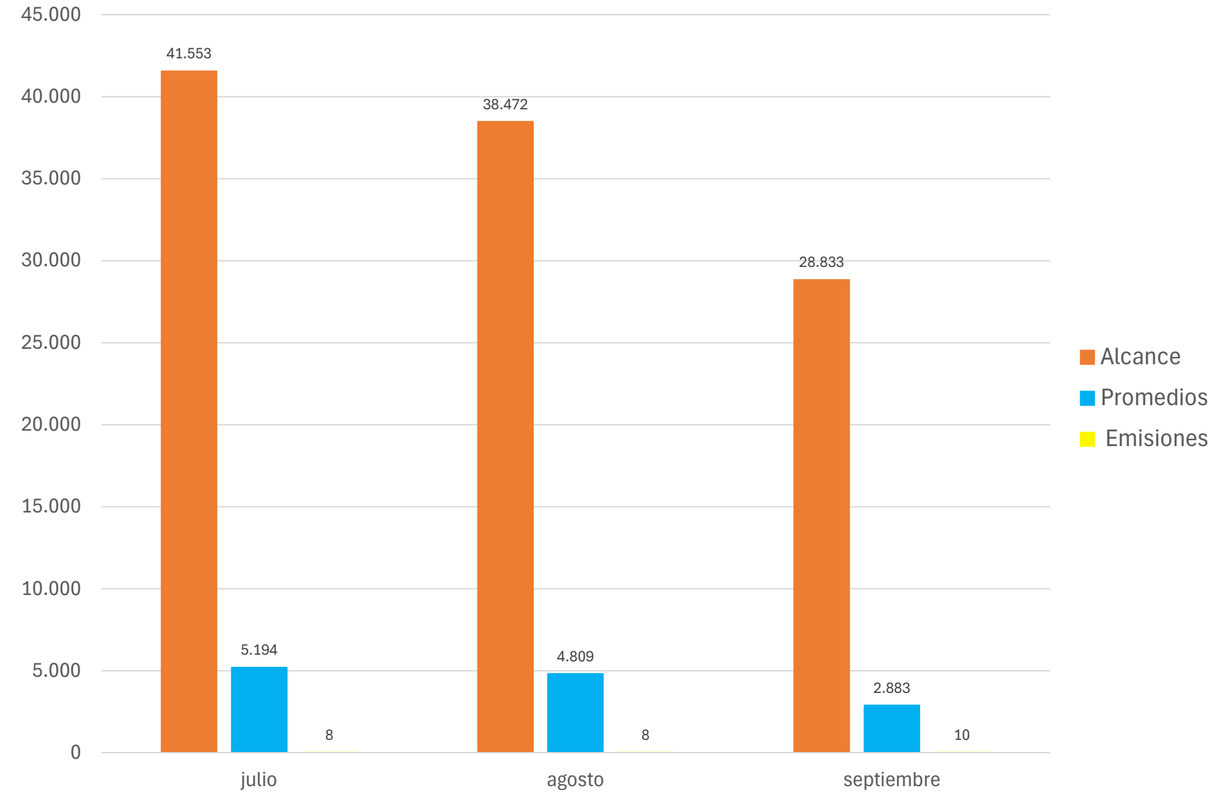
Es un espacio semanal en el que se destacan las **tradiciones y los saberes Ancestrales** que confluyen alrededor de las **festividades nacionales** a través de los ojos de dos personas que las viven y que quieren encontrar en ellas la razón de que Colombia, a pesar de ser un territorio con desigualdades, violencia, corrupción y falta de educación, sea, aunque por cortos periodos de tiempo, uno de los países más felices del mundo.

Magnífica Región Trece

Entre el periodo 01 de julio al 30 de septiembre de 2026 se ha visto por:

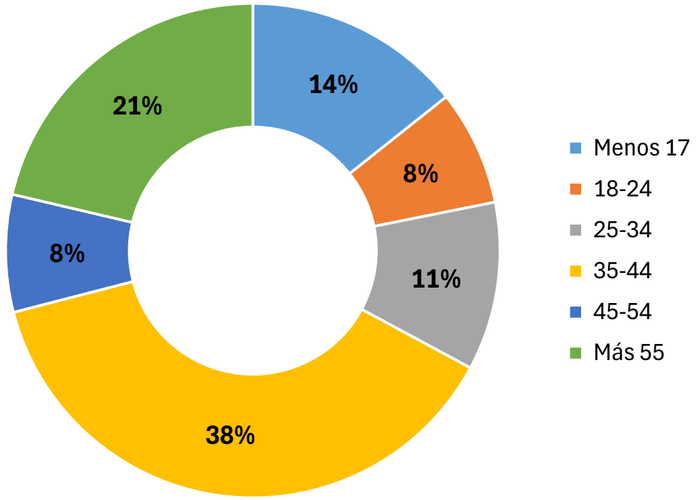
108.858 PERSONAS

ALCANCE ACUMULADO / ALCANCE PROMEDIO / NÚMERO DE EMISIONES



Composición de demográfico

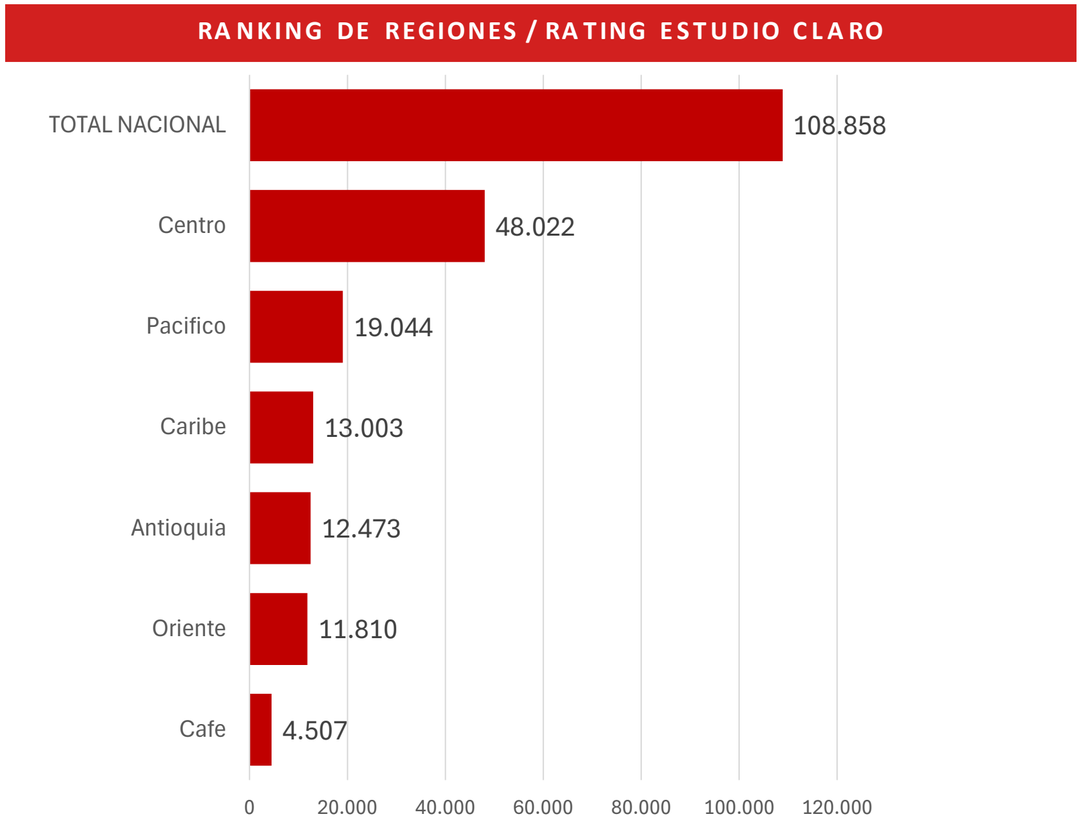
MAGNÍFICA REGIÓN TRECE



Durante el segundo trimestre de 2026, Magnífica Región Trece emitido de sábado y domingo a las 2:00 p.m., con una duración de 30 minutos por episodio. alcanzó una audiencia acumulada de 108.858 personas a través de 26 emisiones. Julio fue el mes de mejor desempeño, con 41.553 personas alcanzadas y un promedio de 5.194 por emisión en 8 emisiones, seguido por agosto con 38.472 personas y un promedio de 4.809, también en 8 emisiones. En septiembre, aunque el programa aumentó a 10 emisiones, el alcance descendió a 28.833 personas y el promedio se ubicó en 2.883, constituyéndose como el mes de menor rendimiento del trimestre.

Fuente: Estudio CNC y Claro Raitings

Regiones desde donde nos ven



Territorialmente, la región Centro lideró ampliamente la audiencia, con 48.022 personas, equivalentes a cerca del 44% del total nacional. Le siguió Pacífico con 19.044 personas, aproximadamente el 17%, mientras que Caribe registró 13.003, Antioquia 12.473 y Oriente 11.810, con participaciones relativamente cercanas entre sí. Finalmente, la región Café alcanzó 4.507 personas, alrededor del 4% del total.

El programa mostró una marcada afinidad con las audiencias adultas. El segmento de 35 a 44 años concentró el 38%, convirtiéndose ampliamente en el principal público del programa, seguido por las personas mayores de 55 años con el 21%. Los menores de 17 años representaron el 14%, las personas de 25 a 34 años el 11%, mientras que los grupos de 18 a 24 y de 45 a 54 años aportaron un 8% cada uno.

Fuente: Estudio CNC y Claro Raitings



Trascendiendo su dimensión de programa del **defensor del televidente, "Toma el control" es un espacio de inclusión, opinión y participación activa de las audiencias** sobre los contenidos de Canal Trece, dando cumplimiento a la actualización normativa en materia de contenidos: **Participación ciudadana y protección y defensa del televidente.**

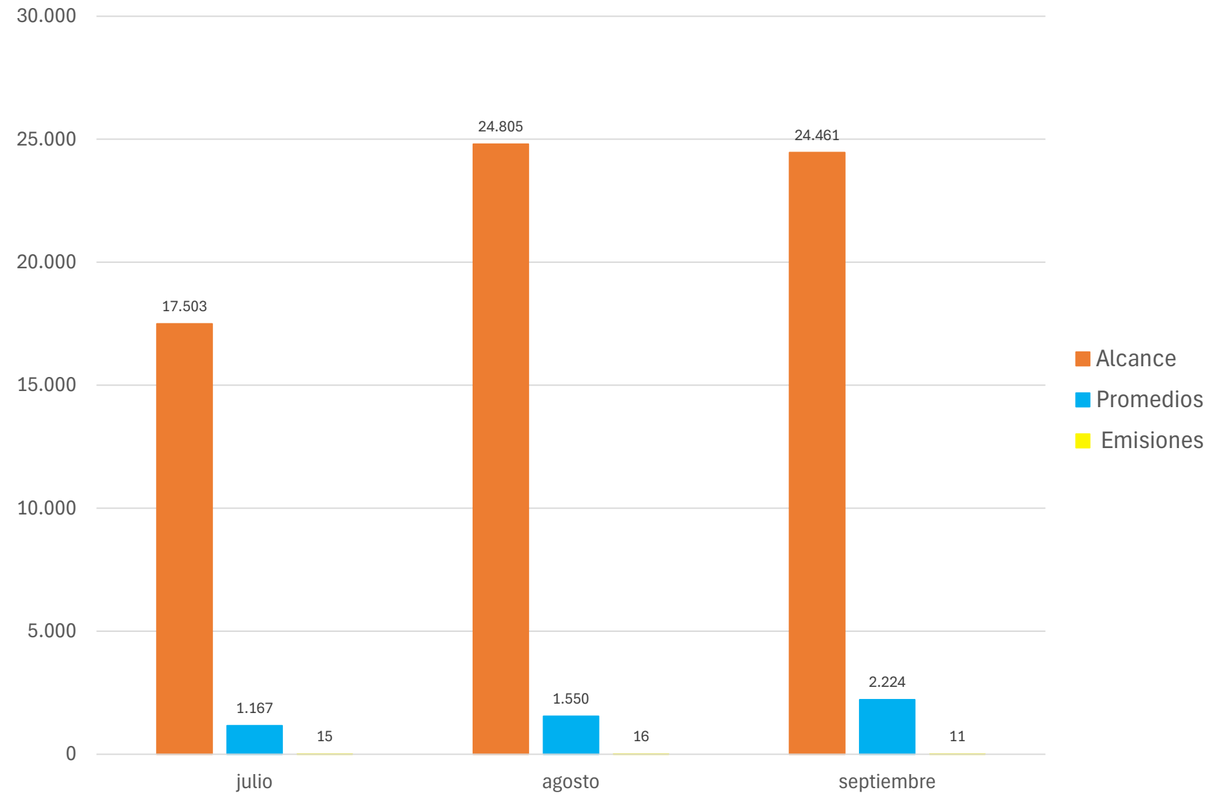
Toma el Control, es conducido por Christian Briceño, periodista sordo, quien está del lado del televidente respondiendo sus preguntas y generando discusiones y debates alrededor de ellas.

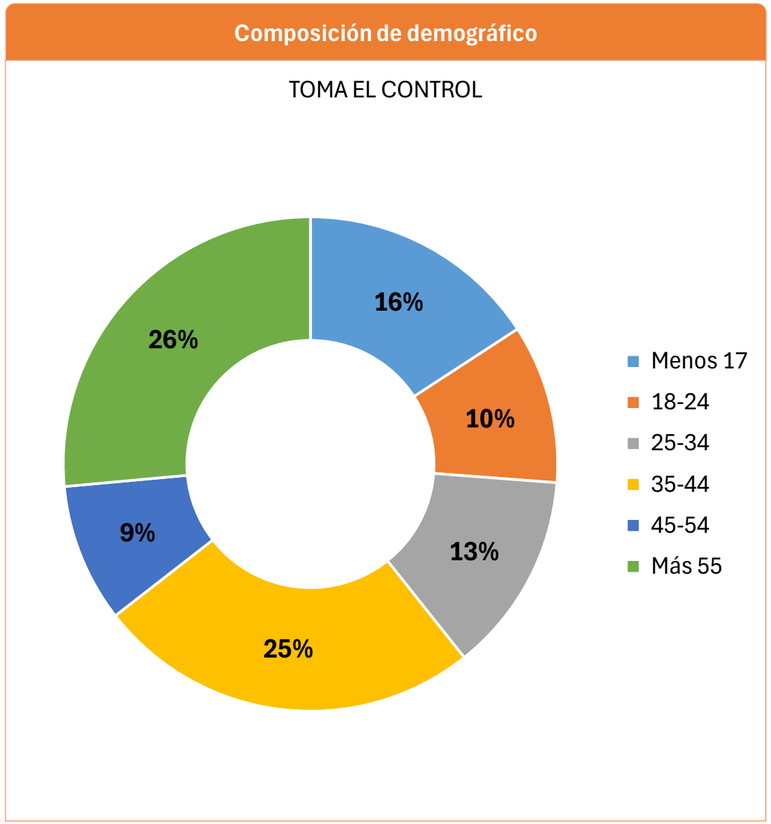
Toma el control

Entre el periodo 01 de julio al 30 de septiembre de 2026 se ha visto por:

66.770 PERSONAS

ALCANCE ACUMULADO / ALCANCE PROMEDIO / NÚMERO DE EMISIONES

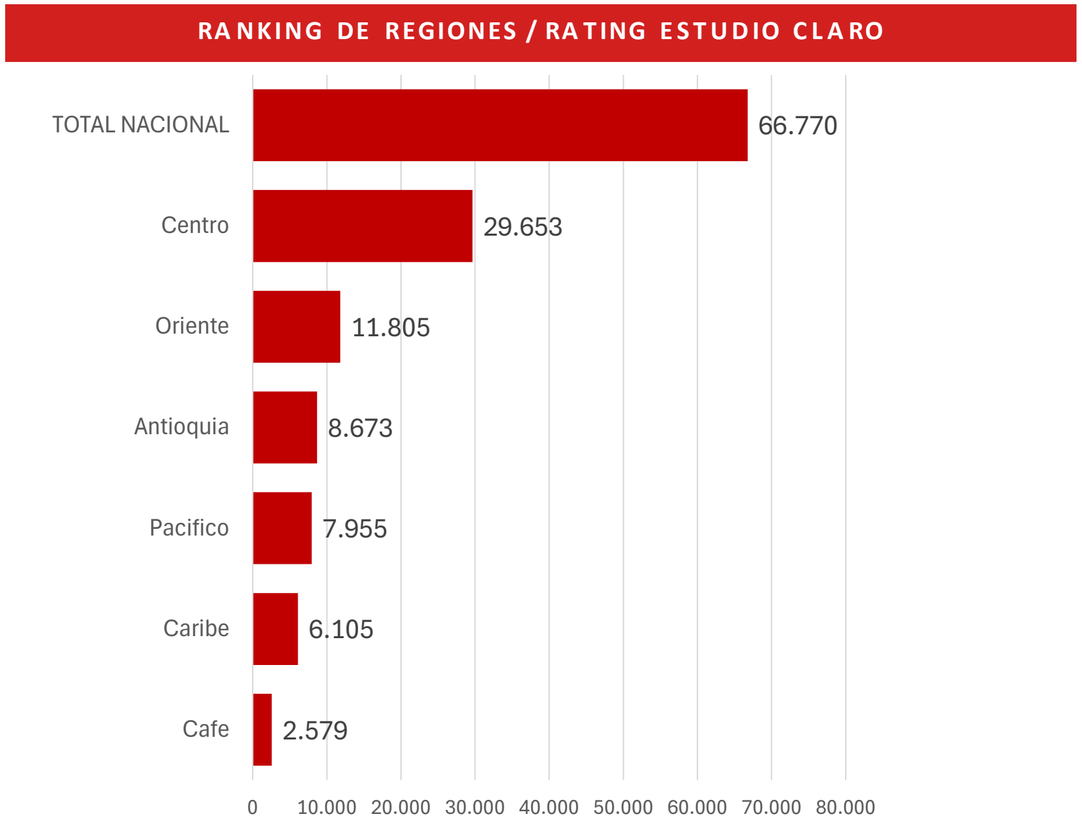




Toma el Control se emitió los sábados a las 8:00 a.m., con una duración de 30 minutos por emisión. Con una audiencia acumulada de 66.770 personas. Se realizaron 42 emisiones durante el periodo: 15 en julio, 16 en agosto y 11 en septiembre. Agosto registró el mayor alcance mensual, con 24.805 personas, seguido muy de cerca por septiembre con 24.461, mientras que julio alcanzó 17.503. Sin embargo, septiembre presentó el mejor promedio por emisión del trimestre, con 2.224 personas, superando ampliamente las 1.550 de agosto y las 1.167 de julio.

Fuente: Estudio CNC y Claro Raitings

Regiones desde donde nos ven



En términos territoriales, la región Centro concentró la mayor audiencia, con 29.653 personas, equivalentes aproximadamente al 44% del total nacional. En segundo lugar se ubicó Oriente con 11.805 personas, cerca del 18%, seguida por Antioquia con 8.673 y Pacífico con 7.955. Caribe registró 6.105 personas y la región Café 2.579, siendo esta última la de menor participación. En conjunto, Centro y Oriente concentraron cerca del 62% de la audiencia.

En cuanto a la composición etaria, presentó una marcada afinidad con las audiencias adultas. El grupo de más de 55 años fue el de mayor participación, con el 26%, seguido muy de cerca por las personas de 35 a 44 años con el 25%. Los menores de 17 años representaron el 16%, el segmento de 25 a 34 años el 13%, las personas de 18 a 24 años el 10% y las de 45 a 54 años el 9%. En conjunto, los públicos de 35 años o más concentraron alrededor del 60% de la audiencia.

Fuente: Estudio CNC y Claro Raitings



programa que se emite los miércoles, a partir de las 7:30 p. m., con
Sin Libreto Podcast es un espacio televisivo y digital de Canal Trece que busca conectar a la audiencia con las historias humanas que existen detrás de los escenarios y la fama.

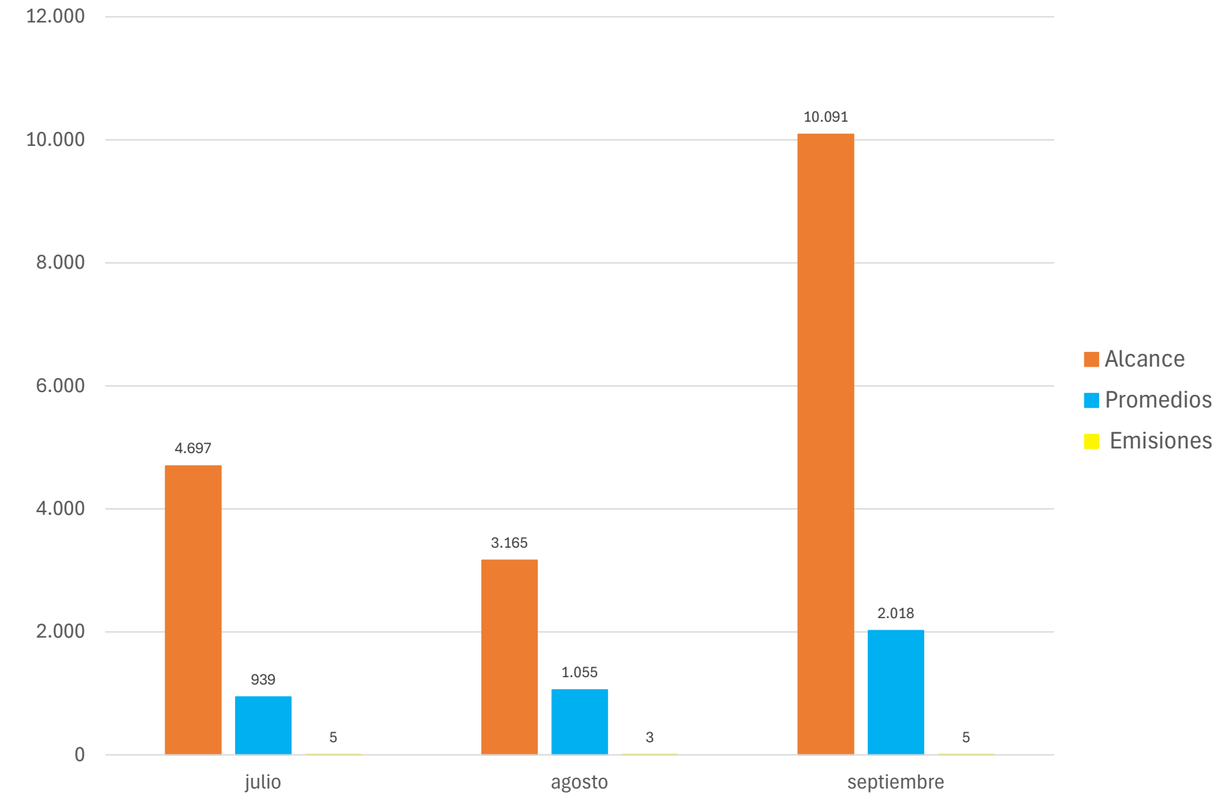
.

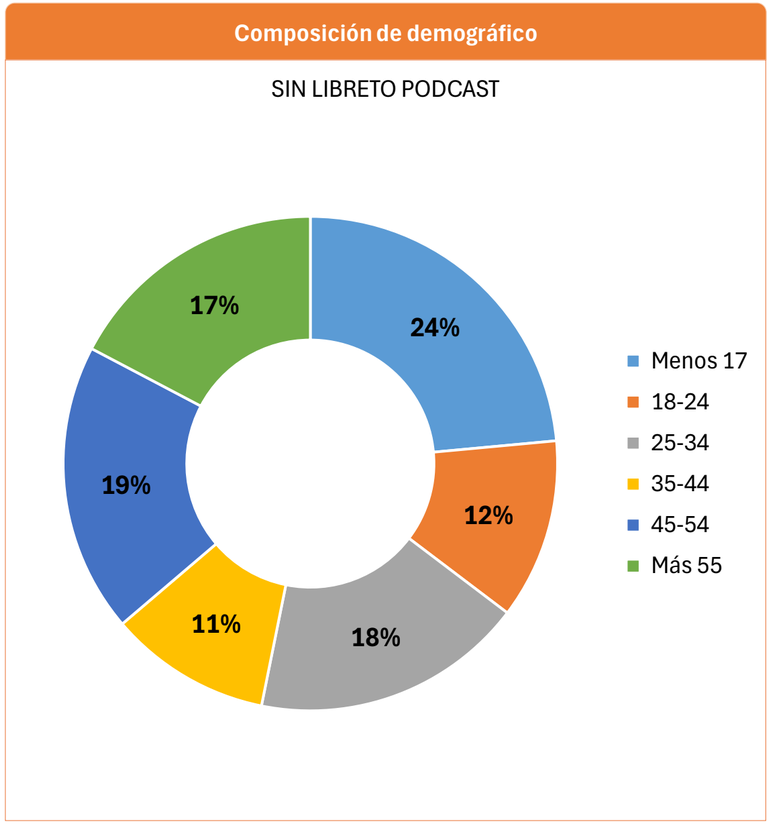
Sin Libreto Podcast

Entre el periodo 01 de julio al 30 de septiembre de 2026 se ha visto por:

17.953 PERSONAS

ALCANCE ACUMULADO / ALCANCE PROMEDIO / NÚMERO DE EMISIONES

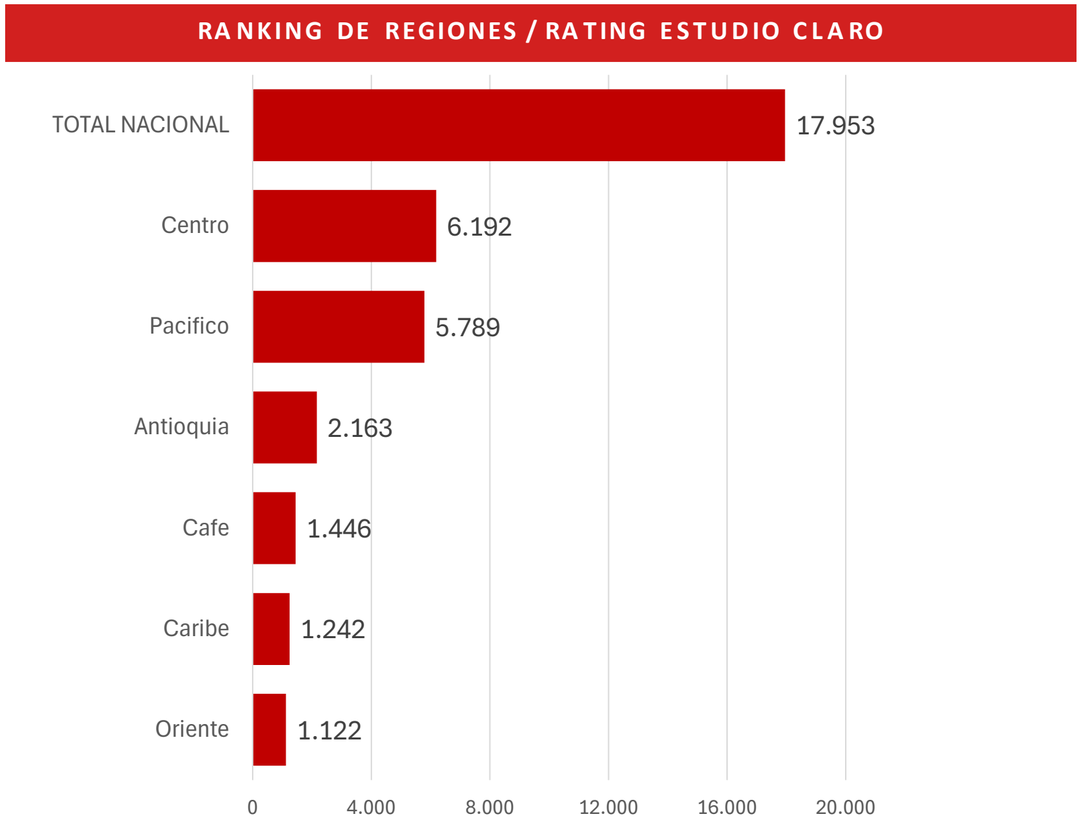




Durante el segundo trimestre de 2026, Sin Libreto Podcast se emitió los miércoles a las 7:30 p.m., con una audiencia acumulada de 17.953 personas a través de 13 emisiones. Septiembre fue claramente el mes de mejor desempeño, con 10.091 personas alcanzadas y un promedio de 2.018 por emisión en 5 emisiones, concentrando cerca del 56% del alcance total del trimestre. Julio registró 4.697 personas y un promedio de 939 en 5 emisiones, mientras que agosto presentó el menor alcance, con 3.165 personas y un promedio de 1.055 en 3 emisiones.

Fuente: Estudio CNC y Claro Raitings

Regiones desde donde nos ven



En la distribución territorial, la región Centro lideró la audiencia, con 6.192 personas, equivalente aproximadamente al 34% del total nacional, seguida muy de cerca por Pacífico, con 5.789 personas y una participación cercana al 32%. A mayor distancia se ubicaron Antioquia con 2.163 personas, Café con 1.446, Caribe con 1.242 y Oriente con 1.122.

En cuanto a la composición etaria, presentó una composición relativamente diversa y con presencia en distintos grupos etarios. Los menores de 17 años constituyeron el segmento individual de mayor participación, con el 24%, seguidos por las personas de 45 a 54 años con el 19%, las de 25 a 34 años con el 18% y los mayores de 55 años con el 17%. Los grupos de 18 a 24 y de 35 a 44 años representaron el 12% y 11%, respectivamente.

Fuente: Estudio CNC y Claro Raitings

Hallazgos y conclusiones Trimestral

Los programas INHOUSE analizados alcanzaron en conjunto 760.121 personas a través de 424 emisiones, evidenciando desempeños diferenciados según la frecuencia y naturaleza de cada contenido. MUSIC FOR LIFE se consolidó como el programa de mayor alcance, con 371.207 personas, concentrando cerca del 49% de la audiencia total; le siguieron MAGNÍFICA REGIÓN TRECE con 108.858, ENLACE TRECE con 99.217, GEEKERS con 96.116, TOMA EL CONTROL con 66.770 y SIN LIBRETO PODCAST con 17.953. Agosto fue un mes especialmente favorable para MUSIC FOR LIFE, ENLACE TRECE y GEEKERS, mientras que MAGNÍFICA REGIÓN TRECE registró su mejor resultado en julio y SIN LIBRETO PODCAST mostró su mayor crecimiento en septiembre. TOMA EL CONTROL también evidenció una evolución positiva al cierre del trimestre, al alcanzar en septiembre prácticamente el mismo volumen de agosto con menos emisiones y registrar su mejor promedio por emisión.

La programación INHOUSE muestra una fuerte concentración territorial en la región Centro, que fue líder en los programas y reunió aproximadamente el 45% de la audiencia acumulada, aunque contenidos como SIN LIBRETO PODCAST mostraron una presencia particularmente relevante en Pacífico. Demográficamente, predomina un perfil adulto en MUSIC FOR LIFE, ENLACE TRECE, MAGNÍFICA REGIÓN TRECE y TOMA EL CONTROL, mientras que GEEKERS se diferencia por una mayor concentración entre los 18 y 44 años y SIN LIBRETO PODCAST presenta una composición más intergeneracional, con participación destacada de menores de 17 años y públicos adultos.

trece

Somos más de
lo que quieres