



NIVELES DE AUDIENCIA DE RADIO EN ADOLESCENTES DE 13 A 17 AÑOS

INFORME TRIMESTRAL
(ABRIL, MAYO Y JUNIO DE 2023)



Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales

ÍNDICE



03 Metodología

04 Encendidos

05 Alcance y tiempo promedio de escucha

06 Encendidos por Ciudad

07 Encendidos por día de la semana

08 Tendencia por hora

09 Estaciones más escuchadas

10 Hallazgos



METODOLOGÍA

El objetivo del presente informe es realizar un seguimiento de los niveles de audiencia registrados por la radio de manera trimestral en la población adolescente, específicamente de 13 a 17 años de edad.

La información presentada fue obtenida con Bases de Datos de INRA a través del software INRAM, quien realiza un levantamiento mensual mediante entrevistas cara a cara. Se consideró únicamente Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, debido a la disponibilidad de la información.

Este Informe hace énfasis en los niveles de audiencia registrados por la radio durante el segundo trimestre de 2023 (abril a junio), así como su comparación con lo registrado en el mismo trimestre de 2022.

RADIO		
Especificaciones	Personas de 8 o más años, a partir de datos recopilados por Investigación de Mercados INRA (INRA).	
Cobertura	Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.	
Targets	Total personas	13 - 17
Total 3 plazas	27,217,255	2,308,181
Ciudad de México	18,172,944	1,452,933
Guadalajara	4,614,965	447,626
Monterrey	4,429,346	407,622



Encendidos



04

05

06

07

08

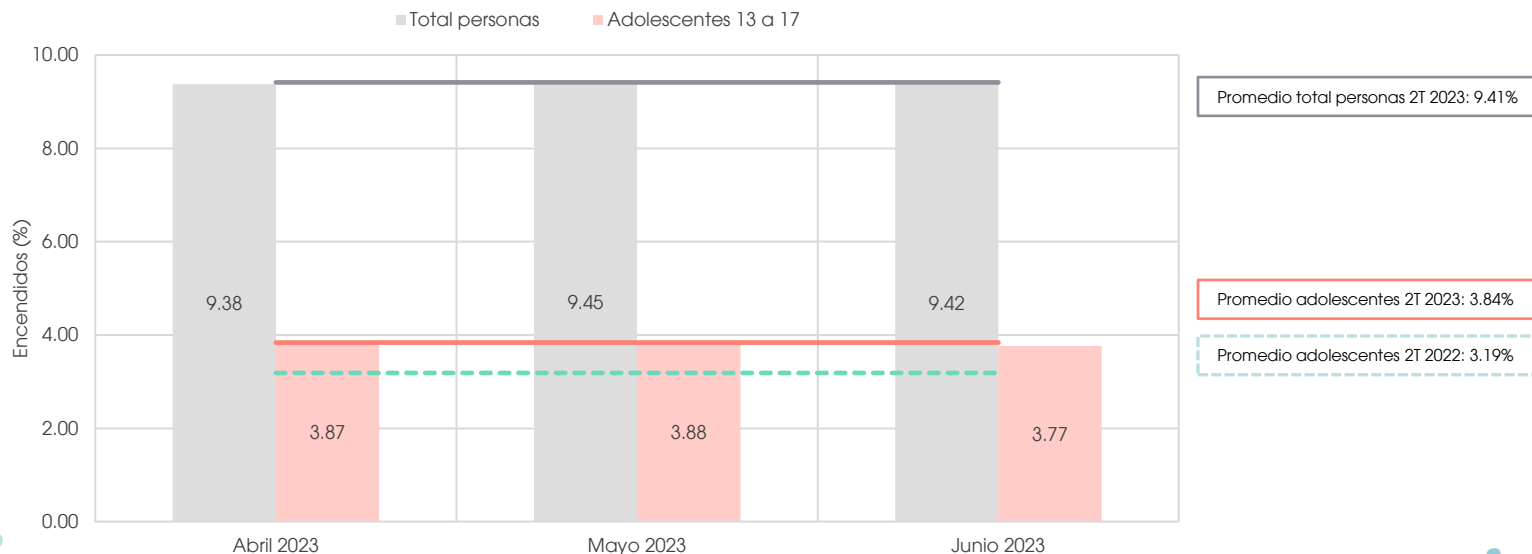
09

10



En la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey el segmento de 13 a 17 años tuvo un consumo de radio de 3.84% durante el segundo trimestre de 2023, es decir que 88,575 adolescentes estuvieron expuestos a este medio. Dicho porcentaje fue mayor en comparación con lo que promediaban durante el mismo trimestre de 2022 con 3.19% de encendido.

Por otro lado, el número total de personas con la radio encendida para el periodo de abril a junio de 2023 fue de 2,561,975; lo que representó el 9.41% del universo de medición para estas 3 ciudades.



Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de abril a junio de 2023 y 2022. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Los target utilizados son personas de 8 años en adelante y el grupo de 13 a 17 años, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

Alcance y tiempo promedio de escucha



04

05

06

07

08

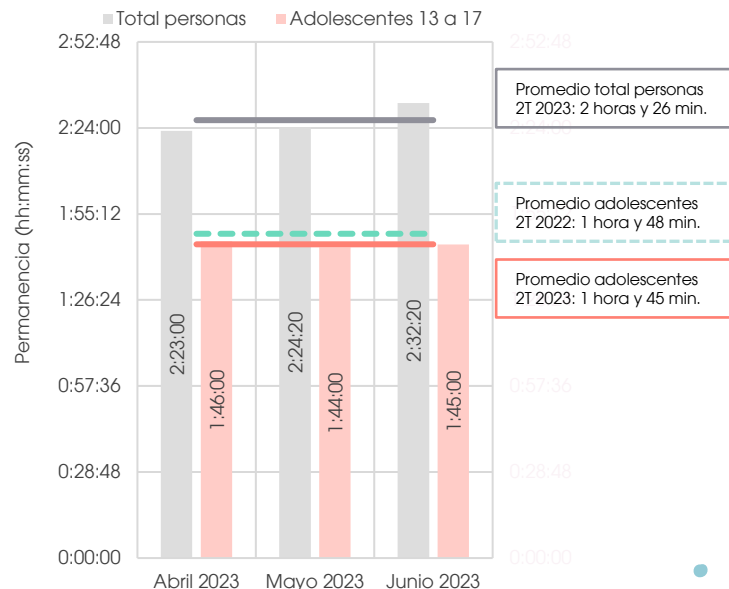
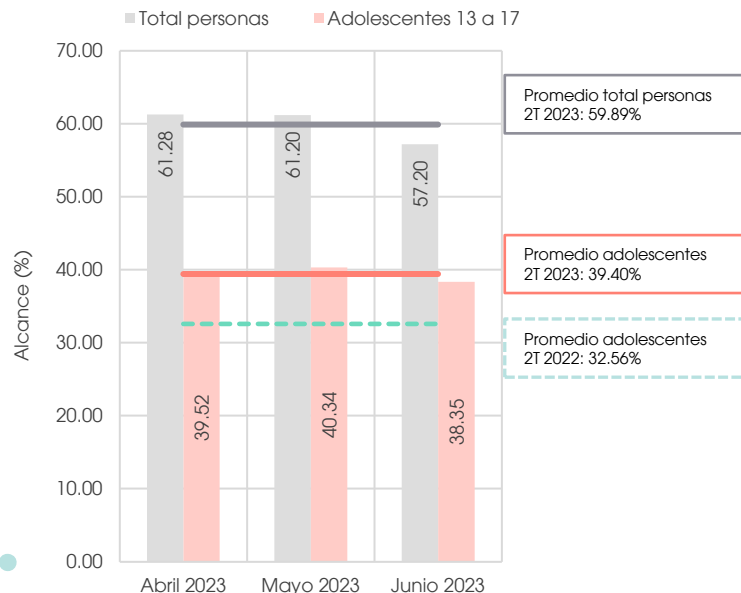
09

10



Durante el segundo trimestre de 2023, en promedio el 39.40% de las y los adolescentes de las 3 ciudades analizadas fueron alcanzadas por la radio, mismos que en promedio permanecieron 1 hora con 45 minutos escuchando la radio, prácticamente igual que en el mismo trimestre de 2022.

Por su parte, la población en general tuvo un mayor alcance y un mayor tiempo de escucha a la radio de abril a junio 2023, como se observa en las gráficas.



Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de abril a junio de 2023 y 2022. La variable de consulta es el alcance (rch%) y tiempo promedio de escucha que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Los target utilizados son personas de 8 años en adelante y el grupo de 13 a 17 años, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

Encendidos por Ciudad



04

05

06

07

08

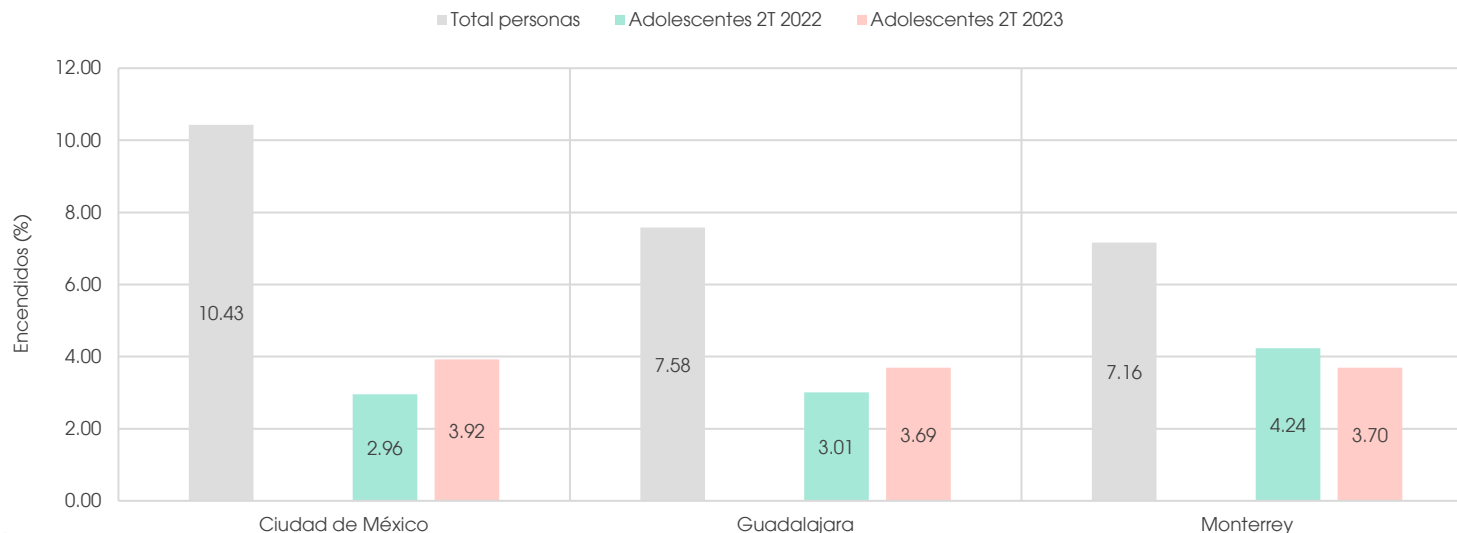
09

10



Durante el periodo analizado, las y los adolescentes de Ciudad de México fueron quienes tuvieron un mayor consumo radiofónico, con 3.92%, tendencia que se replicó en el total personas, pero con 10.43% de encendido en el trimestre.

Por otro lado, las y los adolescentes de Ciudad de México y Guadalajara tuvieron incrementos y solo Monterrey registró una disminución en su escucha respecto al mismo trimestre del año anterior.



Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de abril a junio de 2023 y 2022. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Los target utilizados son personas de 8 años en adelante y el grupo de 13 a 17 años, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

Encendidos por día de la semana



04

05

06

07

08

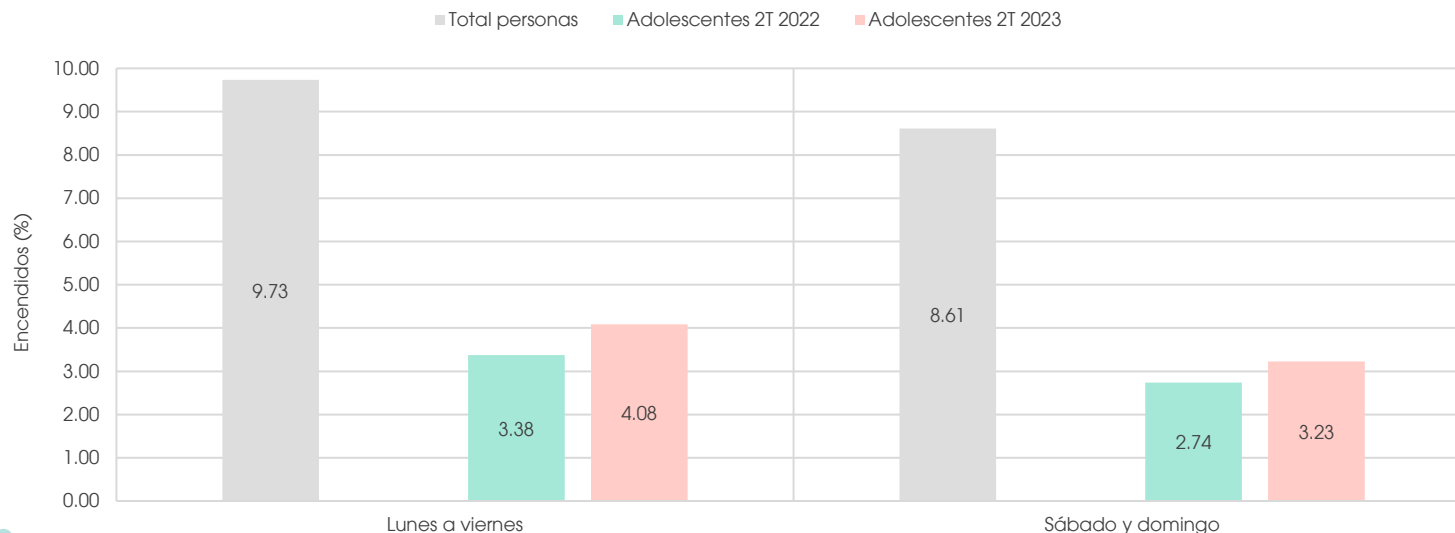
09

10



Las y los adolescentes tuvieron un mayor consumo de radio de lunes a viernes en comparación con los fines de semana, tendencia que se replicó en el grupo de total personas.

Como se observa en la gráfica, la escucha de radio de adolescentes en el segundo trimestre de 2023 registró incrementos respecto al mismo trimestre de 2022, sin importar el día de la semana.



Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de abril a junio de 2023 y 2022. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Los target utilizados son personas de 8 años en adelante y el grupo de 13 a 17 años, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a viernes y sábado y domingo.

Encendidos por hora



04

05

06

07

08

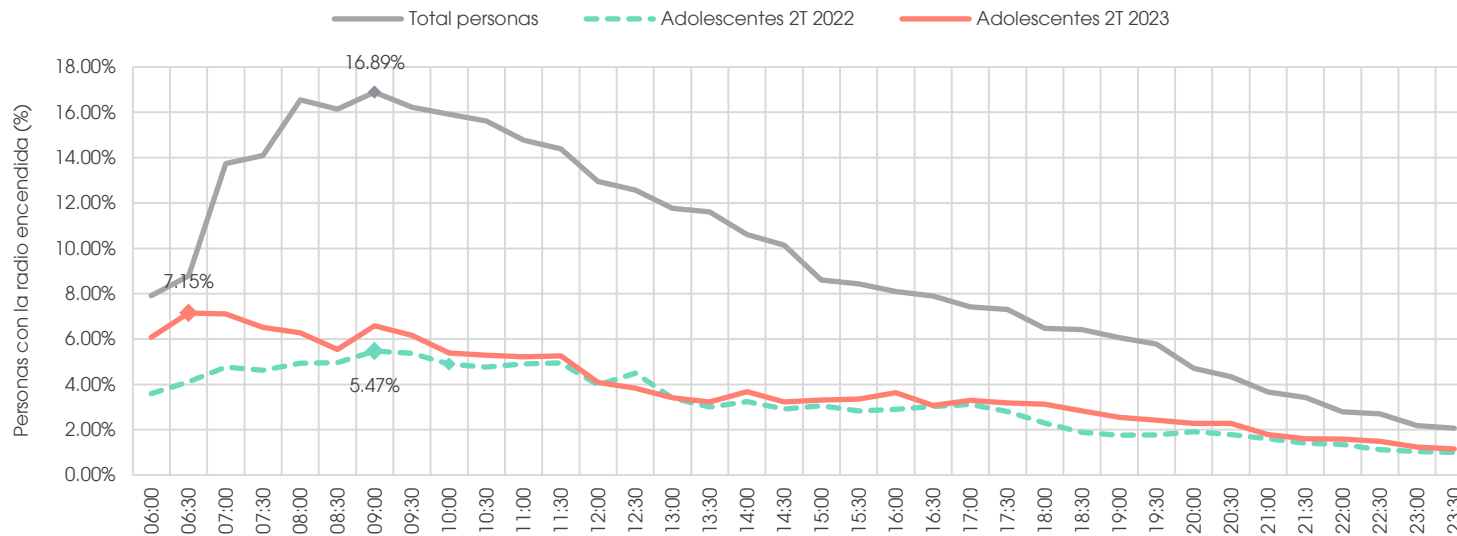
09

10



De abril a junio de 2023, el momento de mayor exposición a la radio para el segmento adolescente fue de 06:30 a las 07:00 horas con un encendido de 7.15%.

Además, como se observa en la gráfica, durante el segundo trimestre de 2022 las y los adolescentes registraron su momento de mayor encendido de 09:00 a 09:30 horas con 5.47%.



Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integremedios. Datos obtenidos de abril a junio de 2023 y 2022. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Los target utilizados son personas de 8 años en adelante y el grupo de 13 a 17 años, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

Estaciones de radio más escuchadas



04

05

06

07

08

09

10



Con base en las tres estaciones de mayor audiencia adolescente, en cada ciudad analizada destacó el consumo de la banda FM y específicamente la programación musical de género Pop español / inglés.

Ciudad	Estación	Banda	Perfil estación	Rating %
Ciudad de México	Los 40	FM	Pop español / inglés	0.46
	Oye 89.7	FM	Pop español / inglés	0.42
	La Ke Buena	FM	Grupera / Tropical	0.37
	La Ke Buena	AM	Grupera / Tropical	0.04
	Radio Felicidad	AM	Balada en español	0.02
	Sabrosita 590	AM	Música Tropical	0.02
Guadalajara	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.62
	Los 40	FM	Pop español / inglés	0.46
	La Mejor	FM	Grupera / Tropical	0.45
	HK La voz de Guadalajara	AM	Música del recuerdo	0.01
	Radio María	AM	Música Cristiana	0.01
Monterrey	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.44
	La Mejor	FM	Grupera / Tropical	0.41
	Los 40	FM	Pop español / inglés	0.38

Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de abril a junio de 2023. La variable de consulta es rating (rat%) para las 3 estaciones de mayor audiencia adolescente en las bandas FM y AM. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. El target utilizado es el grupo de 13 a 17 años, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.



04

05

06

07

08

09

10



Hallazgos

El segmento de 13 a 17 años tuvo un consumo radiofónico promedio de 3.84% durante el segundo trimestre de 2023.

Además, en promedio el 39.40% de las y los adolescentes de las 3 ciudades analizadas fueron alcanzadas por la radio, mismos que en promedio permanecieron 1 hora y 45 minutos escuchando la radio.

Las y los adolescentes de Ciudad de México fueron quienes tuvieron un mayor consumo radiofónico, con 3.92%, tendencia que se replicó en el total personas, pero con 10.43% de encendido en el trimestre.

Las y los adolescentes tuvieron un mayor consumo de radio de lunes a viernes en comparación con los fines de semana, tendencia que se replicó en el grupo de total personas.

El momento de mayor exposición a la radio para el segmento adolescente fue de 06:30 a 07:00 horas con un encendido de 7.15%.

Para las 3 estaciones que registraron mayor audiencia adolescente de cada ciudad analizada, destacó la programación musical de género Pop español / inglés en la banda FM.