

NIVELES DE AUDIENCIA DE RADIO EN NIÑAS Y NIÑOS DE 8 A 12 AÑOS DE EDAD

INFORME TRIMESTRAL
(ENERO, FEBRERO Y MARZO DE 2022)



Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales

ÍNDICE

Metodología

03

Encendidos

04

Alcance y tiempo promedio de escucha

05

Encendidos por ciudad

06

Encendidos por día de la semana

07

Tendencia por hora

08

Estaciones de radio más escuchadas

09

Hallazgos

10

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 infantil, específicamente, niñas y niños de 8 a 12 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.

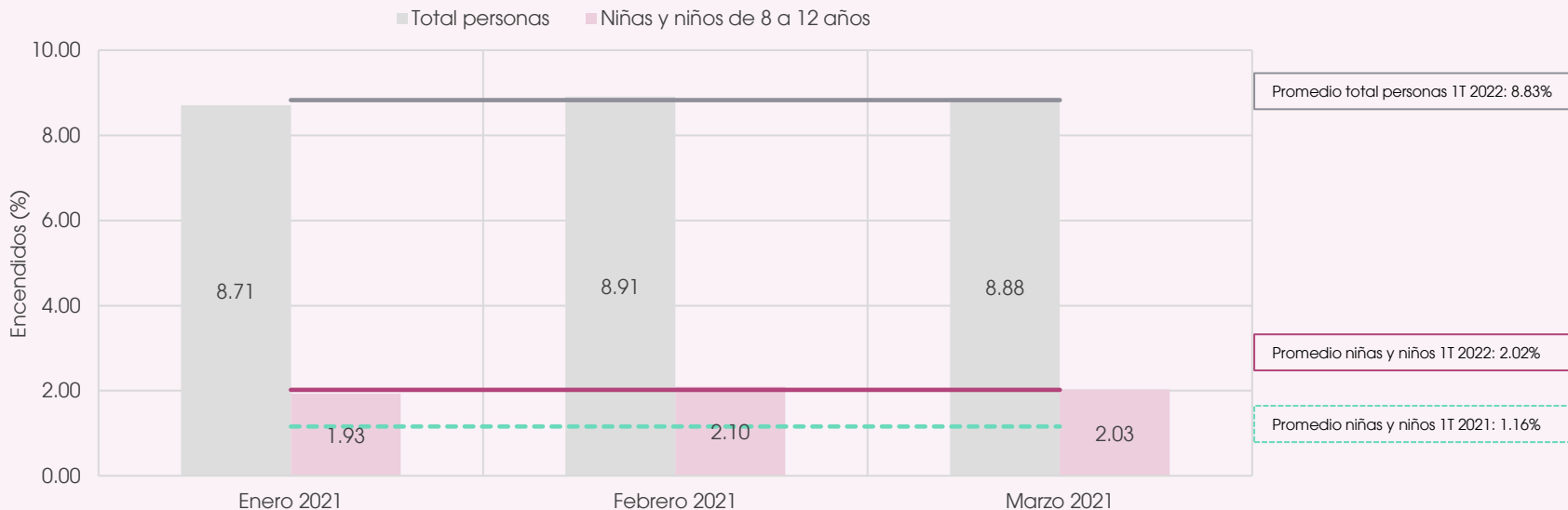
Este Informe hace énfasis en los niveles de audiencia registrados por la radio durante el primer trimestre de 2022 (enero a marzo), así como el detalle de los datos de radio durante el mismo trimestre pero del año 2021.

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	8 - 12
Total 3 plazas	26,993,976	2,223,517
Ciudad de México	18,065,368	1,384,506
Guadalajara	4,561,934	443,169
Monterrey	4,366,674	395,842

Encendidos

El porcentaje de niñas y niños de 8 a 12 años con la radio encendida en la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey durante el primer trimestre de 2022 fue de 2.02%; es decir 44,942 niñas y niños. Su consumo de radio para el mismo trimestre de 2021 fue menor ya que registraban 1.16%.

Para el periodo de enero a marzo de 2022 el número total de personas expuestas a la radio fue de 2,384,482, lo que representó el 8.83% del universo de medición para estas 3 ciudades.

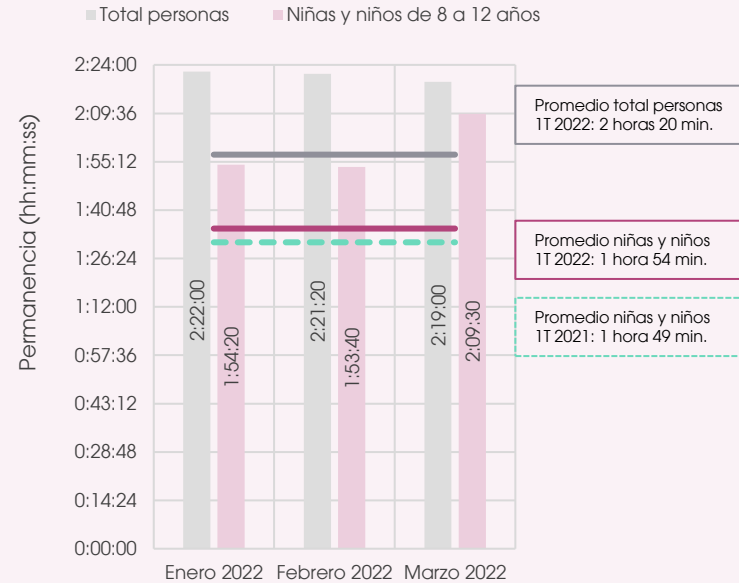
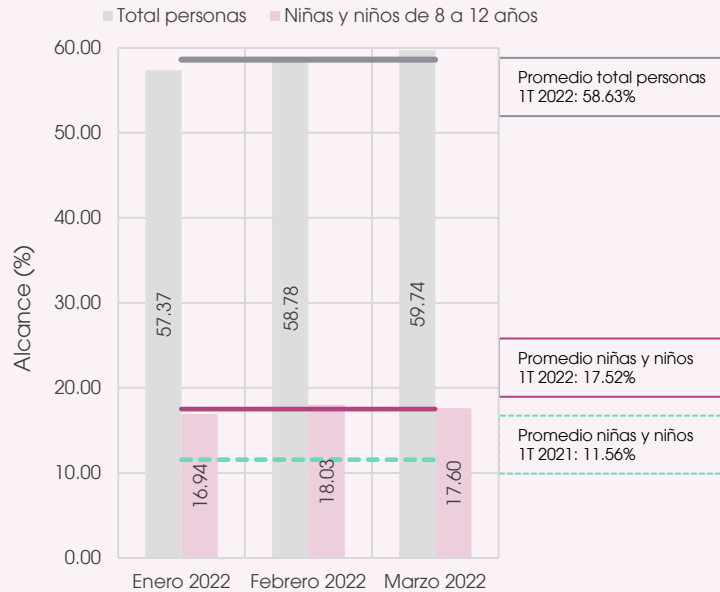


Alcance y tiempo promedio de escucha

Durante el primer trimestre de 2022, el segmento infantil tuvo un alcance de 17.52%, mientras que para el mismo trimestre de 2021 fue de 11.56%.

Para el total personas el alcance promedio en las 3 ciudades analizadas fue de 58.63%.

Así mismo, las niñas y niños registraron un tiempo promedio de escucha de 1 hora y 54 minutos, el cual fue menor frente al tiempo que permaneció el total personas con un promedio de 2 horas y 20 minutos.

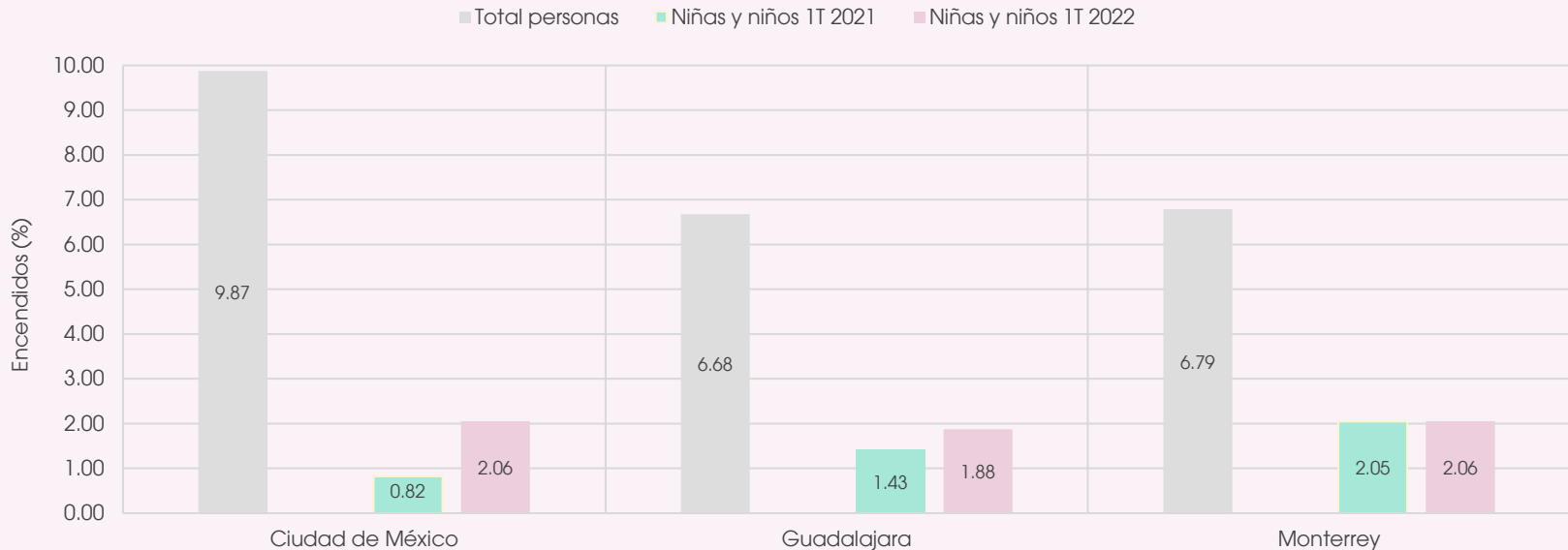


Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de enero a marzo de 2022 y 2021. La variable de consulta es el alcance (rch%) y tiempo promedio de escucha que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Los target utilizados son personas de 8 años en adelante y el grupo de 8 a 12 años, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

Encendidos por ciudad

El consumo radiofónico de las y los niños durante el primer trimestre de 2022, fue similar en las tres ciudades analizadas, a diferencia de lo ocurrido con el total personas donde la Ciudad de México registró un mayor porcentaje de encendido.

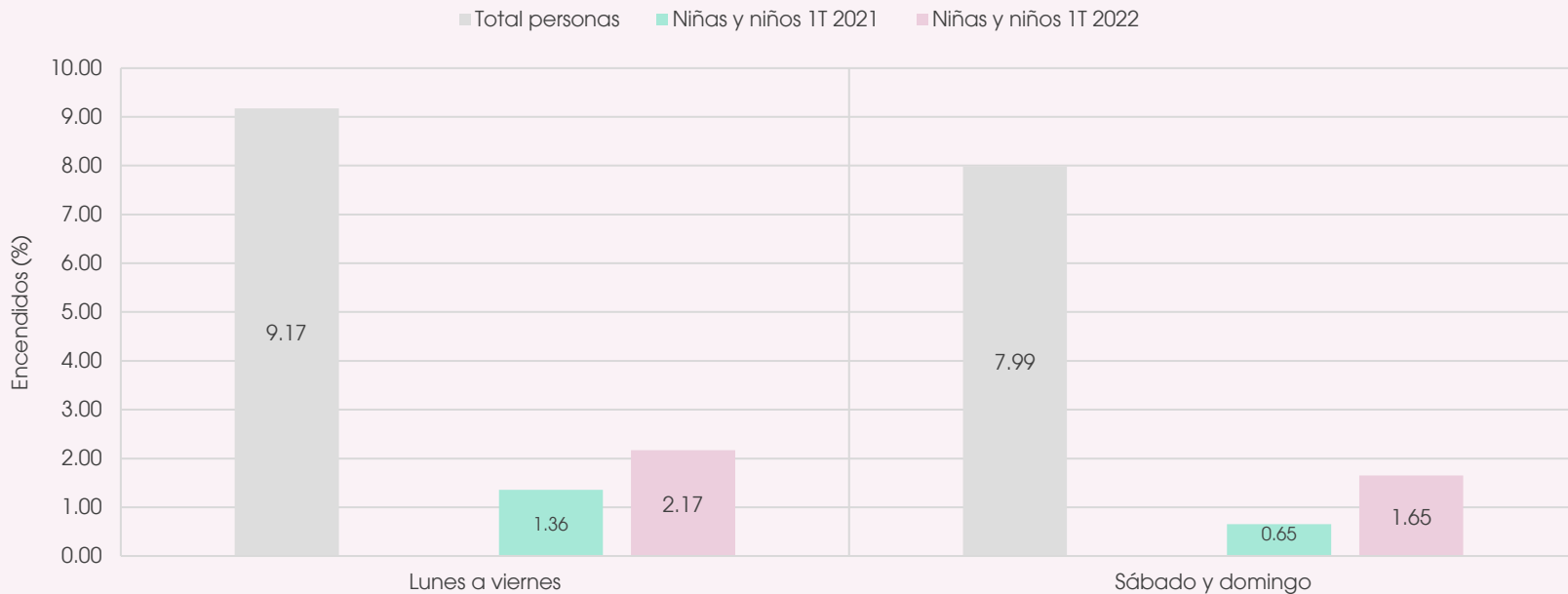
Además, se observó que en la Ciudad de México y Guadalajara el porcentaje de encendido por parte de las y los niños registró incrementos en comparación con el mismo trimestre de 2021.



Encendidos por día de la semana

Tanto las niñas y los niños como la población en general, tuvieron un mayor consumo de radio de lunes a viernes.

Específicamente, niñas y niños disminuyeron su consumo radiofónico un 24% durante los fines de semana, en comparación con lo registrado de lunes a viernes en el primer trimestre de 2022.

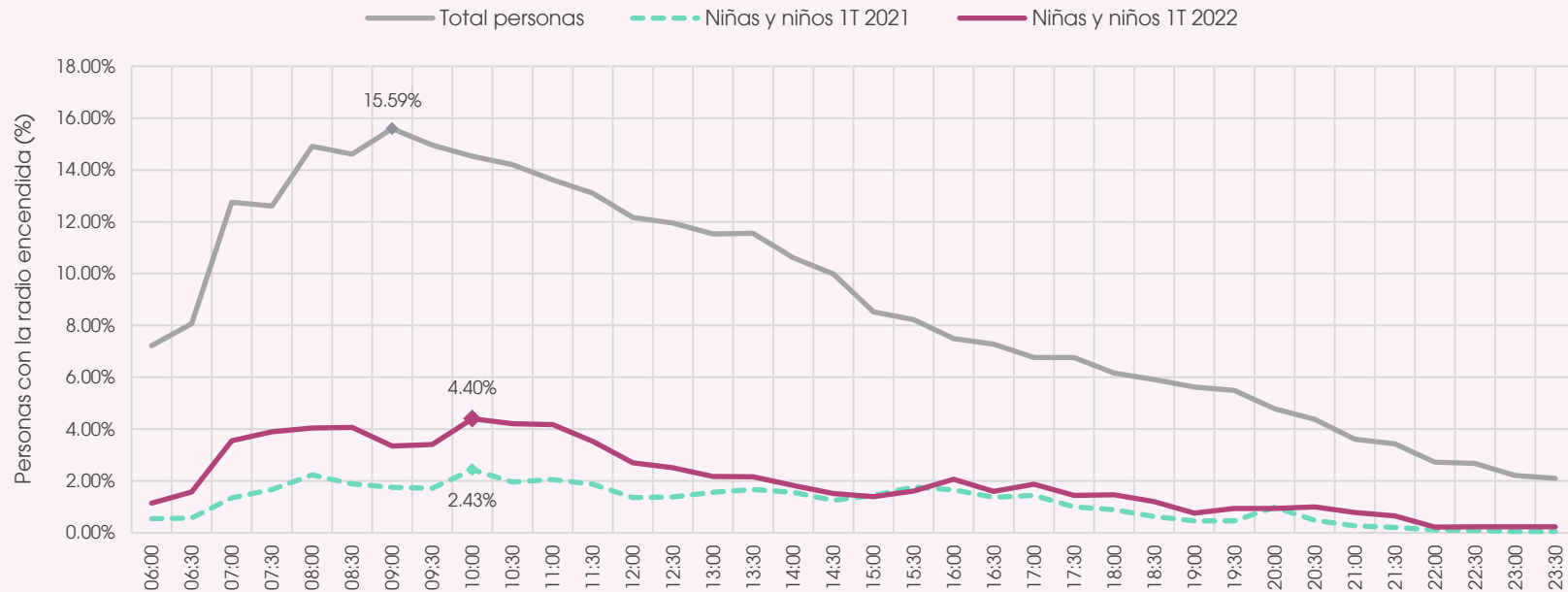


Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de enero a marzo de 2022 y 2021. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Los target utilizados son personas de 8 años en adelante y el grupo de 8 a 12 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

Durante el primer trimestre de 2022, el momento de mayor exposición a la radio para el segmento infantil fue de 10:00 a 10:30 horas con un encendido de 4.40%, mientras que para el mismo periodo de 2021 fue a la misma hora pero con un encendido de 2.43%.

Para total personas el momento de mayor consumo fue de 09:00 a 09:30 horas, cuando el 15.59% tuvo la radio encendida.



Estaciones de radio más escuchadas

La siguiente tabla muestra las 3 estaciones que registraron mayor audiencia infantil para las bandas AM (Amplitud Modulada) y FM (Frecuencia Modulada), en las cuales se aprecia que destacó la preferencia por estaciones que contienen programación musical del género: Pop español / inglés en la banda FM.

Ciudad	Estación	Banda	Perfil estación	Rating %
Ciudad de México	Radio Fórmula 1470	AM	Hablada	0.10
	Radio 710	AM	Balada en Español	0.01
	Joya 93.7	FM	Balada en español	0.36
	Los 40	FM	Pop español / inglés	0.33
	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.29
Guadalajara	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.51
	Los 40	FM	Pop español / inglés	0.40
	Rock & Soul	FM	Rock Pop Internacional	0.34
Monterrey	RG La Deportiva	AM	Deportes	0.04
	Radio Fórmula MTY 770	AM	Hablada	0.01
	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.38
	Digital	FM	Pop español / inglés	0.35
	Premier	FM	Pop español	0.23

HALLAZGOS

El consumo radiofónico en las niñas y niños de 8 a 12 años durante el primer trimestre de 2022 fue de 2.02%; es decir, que hubo 44,942 niñas y niños expuestos a la radio en la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, porcentaje menor si se compara con el consumo del total personas con 8.83% (2,384,482 personas con la radio encendida).

Niñas y niños de 5 a 9 años y de 10 a 14 refieren no escuchar radio. Cuando lo hacen, obedece a un consumo indirecto pues sus madres, padres o cuidadores son quienes lo escuchan. ¹

El porcentaje de niñas y niños alcanzados por la radio en este trimestre fue de 17.52% (389,653 niñas y niños), quienes permanecieron un tiempo promedio de escucha de 1 hora y 54 minutos.

Durante el período analizado hubo un mayor consumo de la radio por parte de las y los niños en la Ciudad de México y Monterrey (2.06% cada uno).

Tanto las niñas y los niños como la población en general, tuvieron un mayor consumo de radio de lunes a viernes en comparación con los fines de semana.

De enero a marzo de 2022, el momento de mayor exposición a la radio para el segmento infantil fue de 10:00 a 10:30 horas con un encendido de 4.40%, mientras que para el mismo periodo de 2021 fue a la misma hora pero con un encendido de 2.43%.

“Es común que escuchen radio en el automóvil del hogar (sobre todo el NSE C+) o en el transporte público”. ²

De las 3 estaciones que registraron mayor audiencia infantil en la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, destacó la preferencia por estaciones que contienen programación musical de género Pop español / inglés en la banda FM.

1 y 2- Estudio diagnóstico de conocimientos, habilidades y actitudes de las audiencias respecto de los medios de comunicación y los contenidos audiovisuales que transmiten (diciembre 2021), consultado en línea en: http://www.ift.org.mx/sites/all/themes/bootstrap/templates/ift-umca/files/pdfs/eramca/Diagnostico_de_conocimientos_habilidades_y_actitudes_1507.pdf