

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

INFORME TRIMESTRAL
(ENERO, FEBRERO Y MARZO 2021)



Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales



ÍNDICE



Metodología	3
Encendidos	4
Alcance y tiempo promedio de escucha	5
Encendidos por ciudad	6
Encendidos por día de la semana	7
Tendencia por hora	8
Estaciones de radio más escuchadas	9
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 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 primer trimestre de 2021 (enero a marzo).

Así como el detalle de los datos de radio durante el mismo trimestre pero del año 2020.

Radio		
Especificaciones	Personas de 13 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	26,723,957	2,339,885
Ciudad de México	17,954,069	1,485,574
Guadalajara	4,466,521	447,487
Monterrey	4,303,367	406,824

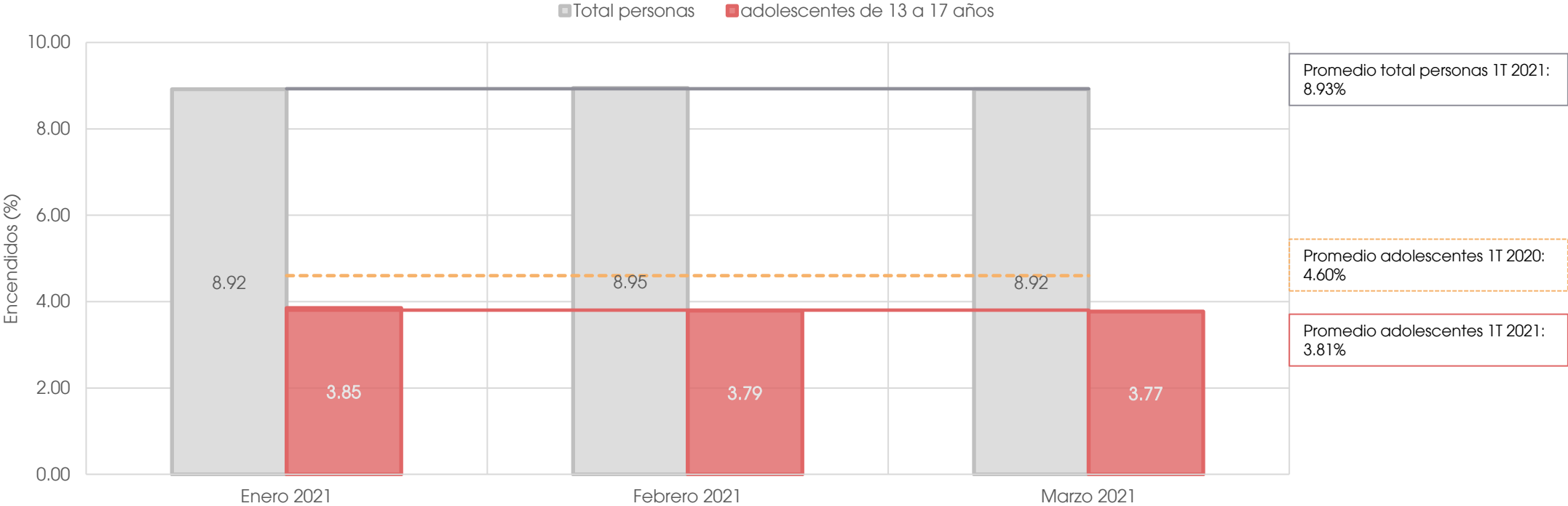


Encendidos



En la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey el segmento de 13 a 17 años tuvo un consumo de radio de 3.81% durante el primer trimestre de 2021, es decir que 89,035 adolescentes estuvieron expuestos a este medio. Dicho porcentaje fue menor en comparación con lo que promediaban durante el mismo trimestre de 2020 con 4.60% de encendido.

Por otro lado, el número total de personas con la radio encendida para el periodo de enero a marzo de 2021 fue de 2,386,138, lo que representó el 8.93% del universo de medición para estas 3 ciudades.



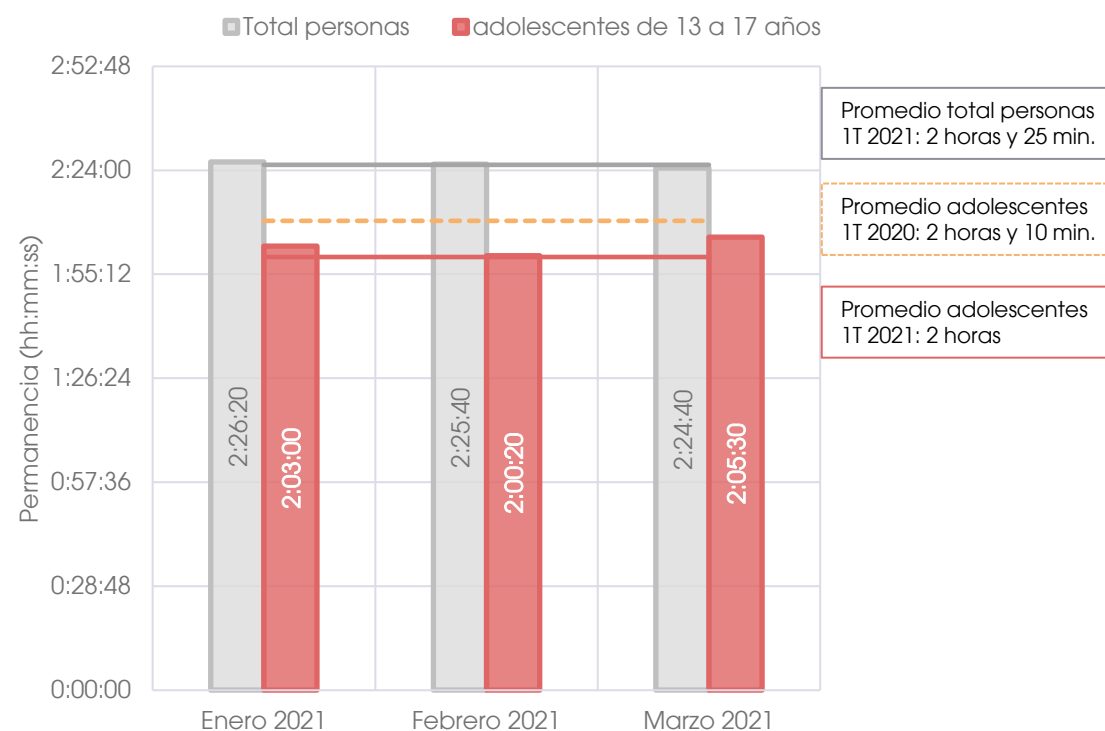
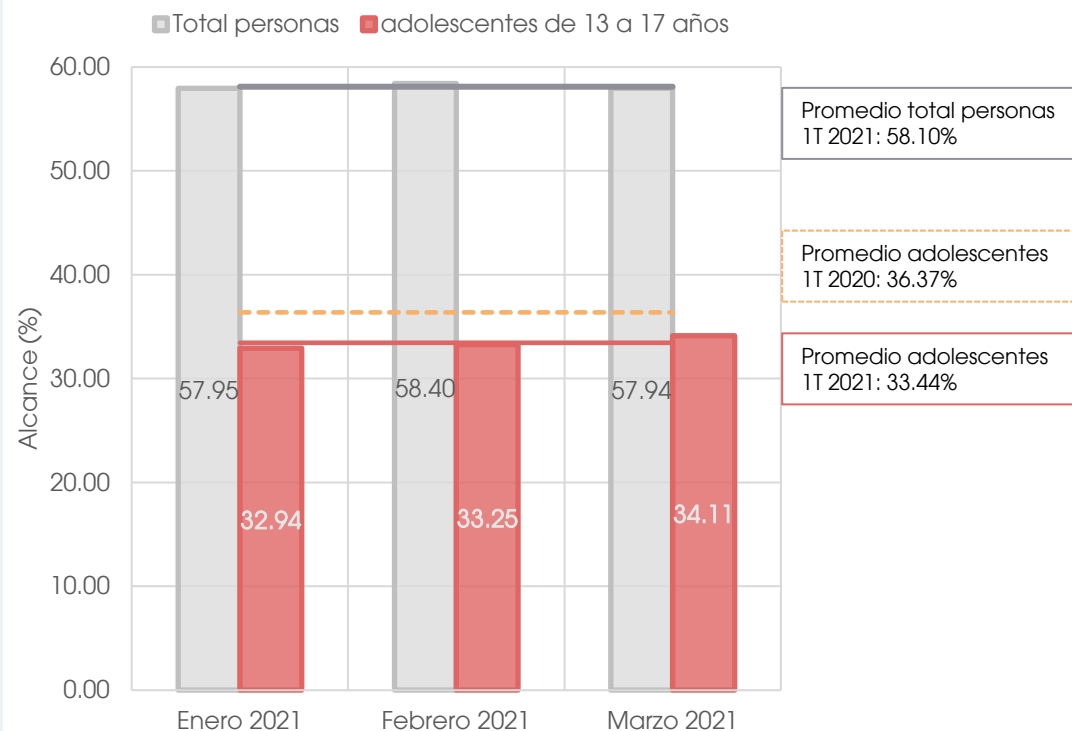
Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de enero a marzo de 2020 y 2021. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Los target utilizados son personas de 8 años en adelante y el grupo de 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



Durante el primer trimestre de 2021, en promedio el 34.44% de las y los adolescentes de las 3 ciudades analizadas fueron alcanzadas por la radio, mismos que en promedio permanecieron 2 horas escuchando la radio.

Dichos datos registrados por los adolescentes, fueron menores que lo promediado por el total personas, con 58.10% de alcance y un tiempo de escucha de 2 horas y 25 minutos.

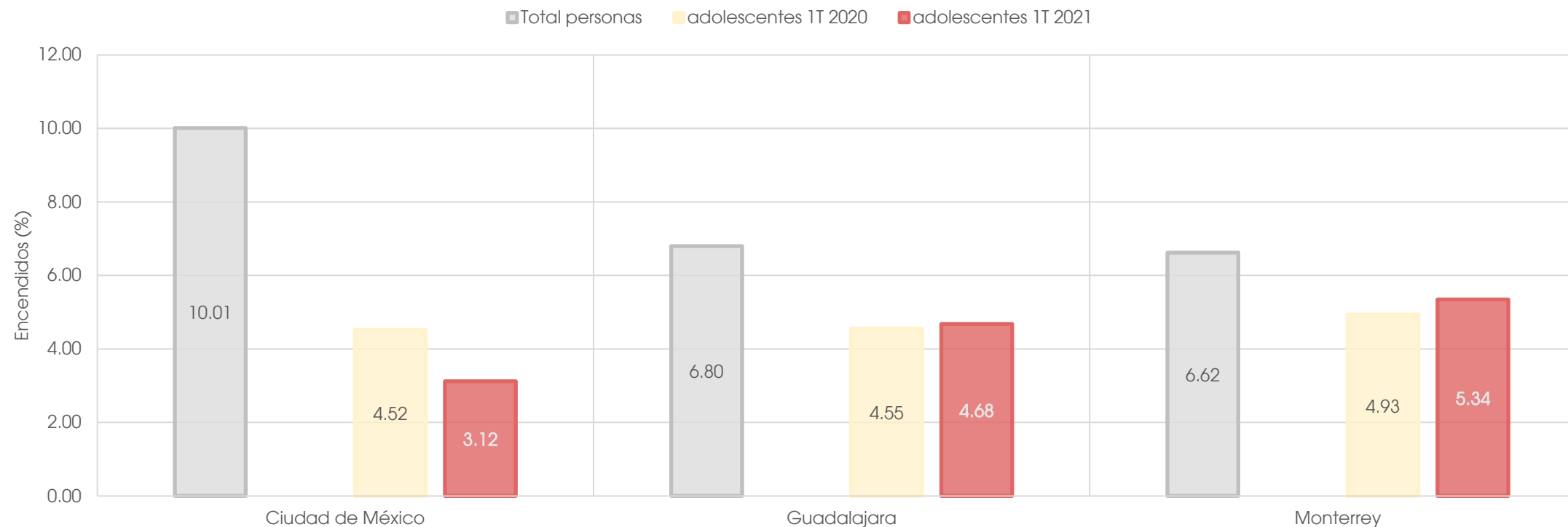


Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de enero a marzo de 2020 y 2021. La variable de consulta es el alcance (rch%) y tiempo promedio de escucha que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Los target utilizados son personas de 8 años en adelante y el grupo de 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

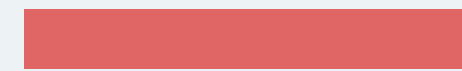


Durante el periodo analizado hubo un mayor consumo de la radio por parte de los adolescentes en la ciudad de Monterrey (5.34%), mientras que la Ciudad de México fue la que registró el porcentaje más bajo para este segmento. Esta tendencia se invirtió para el total personas, ya que la Ciudad de México fue donde registraron un mayor porcentaje de encendido de la radio (10.01%), y en Monterrey el menor con 6.62%.



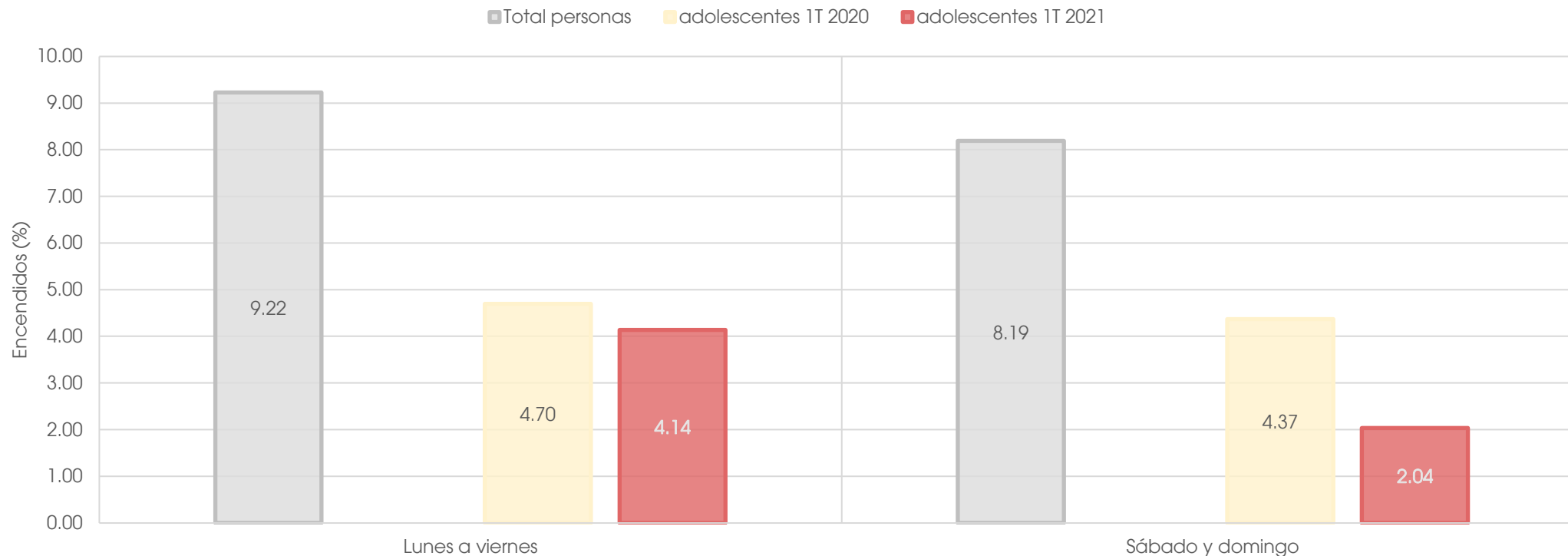
Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de enero a marzo de 2020 y 2021. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Los target utilizados son personas de 8 años en adelante y el grupo de 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

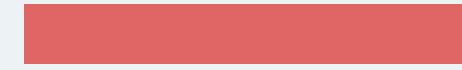


Tanto las y los adolescentes como la población en general, tuvieron un mayor consumo de radio de lunes a viernes en comparación con los fines de semana.

El consumo del grupo de 13 a 17 años en el primer trimestre de 2021 fue menor en comparación con el mismo periodo de 2020, con una disminución de 13% de lunes a viernes y 115% en fines de semana.

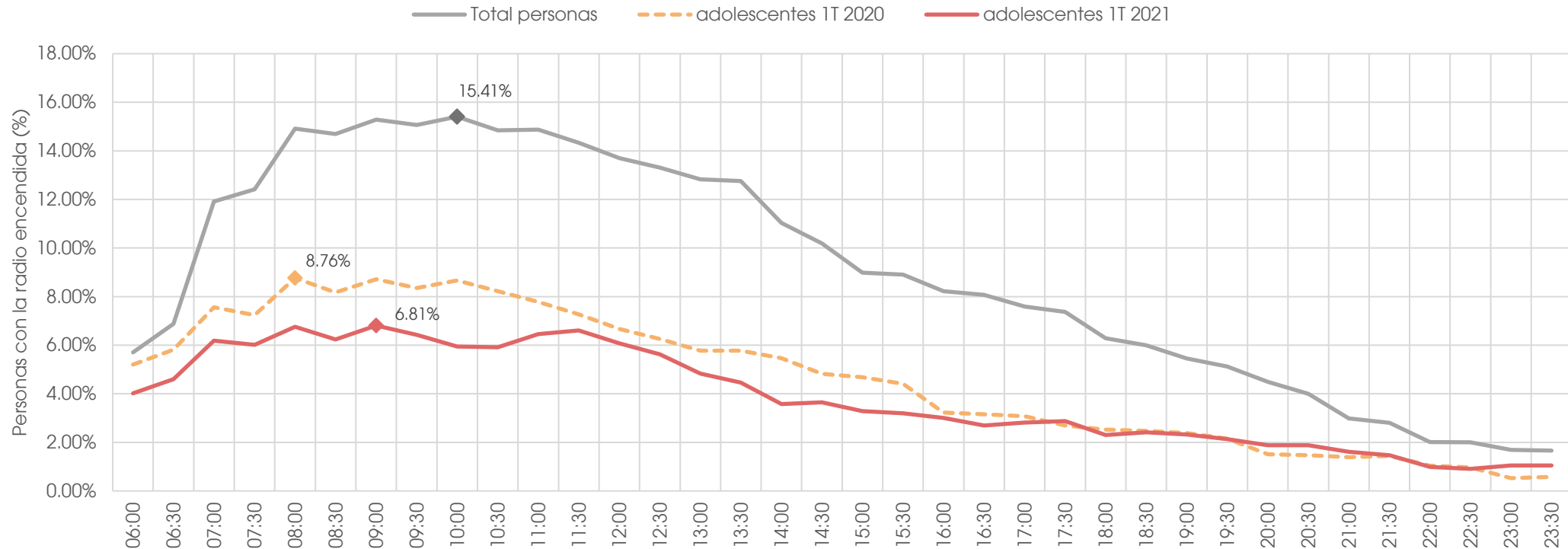


Tendencia por hora



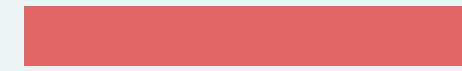
De enero a marzo de 2021, el momento de mayor exposición a la radio para el segmento adolescente fue de 09:00 a 09:30 horas con un encendido de 6.81%, mientras que para el mismo periodo de 2020 fue de las 08:00 a las 08:30 horas con un encendido de 8.76%.

Para el total de personas el momento de mayor audiencia fue de 10:00 a 10:30 horas, cuando el 15.41% tuvo la radio encendida.



Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de enero a marzo de 2020 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 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



Con base en las tres estaciones de mayor audiencia adolescente para ambas bandas radiofónicas, destacó la banda FM en las tres ciudades analizadas, específicamente, la programación de género Pop español / inglés.

Ciudad	Estación	Banda	Perfil estación	Rating %
Ciudad de México	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.65
	LOS 40	FM	Pop español / inglés	0.52
	Match	FM	Pop inglés	0.33
	Radio Felicidad	AM	Balada en Español	0.05
	ABC Radio	AM	Hablada / Balada	0.02
Guadalajara	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.69
	LOS 40	FM	Pop español / inglés	0.65
	La Mejor	FM	Grupera / Tropical	0.43
Monterrey	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.68
	D-99	FM	Rock Inglés	0.64
	Digital	FM	Pop español / inglés	0.62

HALLAZGOS



El segmento de 13 a 17 años tuvo un consumo radiofónico promedio de 3.81% durante el primer trimestre de 2021.

Además, en promedio el 34.44% de las y los adolescentes de las 3 ciudades analizadas fueron alcanzadas por la radio, mismos que en promedio permanecieron 2 horas escuchando la radio.

El consumo de radio no sólo es absolutamente minoritario entre los adolescentes, sino que además solo ocurre de manera indirecta durante los traslados en automóvil desde y hacia sus escuelas. ¹

La ciudad donde destacó el consumo en los adolescentes para este periodo fue Monterrey con un encendido de 5.34%. Por otro lado, la Ciudad de México fue la que tuvieron su menor consumo en la radio.

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

El momento de mayor exposición a la radio para el segmento adolescente fue de 09:00 a 09:30 horas con un encendido de 6.81%,

El 92% de los jóvenes que mencionaron escuchar la radio lo hacen desde sus hogares. ¹

Dentro de las 3 estaciones que registraron mayor audiencia adolescente destaca la programación de género Pop español / inglés en la banda FM en las tres ciudades.

Respecto a los contenidos de radio, es una tendencia generalizada es que su consumo es indirecto, es decir a través de lo que escuchan sus padres. Mayoritariamente se trata de programas musicales y noticieros. ¹

Finalmente, Monterrey y Guadalajara no registraron audiencia adolescente para la banda AM.