



INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

NIVELES DE AUDIENCIA RADIO

(Enero a diciembre de 2024)

Día Mundial de la Radio
13 de febrero de 2025

ÍNDICE

ANTECEDENTES	3
PRESENTACIÓN.....	4
METODOLOGÍA.....	7
NIVELES DE AUDIENCIA DE RADIO	8
ENCENDIDOS	8
ALCANCE.....	9
TIEMPO PROMEDIO DE ESCUCHA	10
ENCENDIDO POR DÍA DE LA SEMANA	11
TENDENCIA POR MEDIA HORA	12
COMPOSICIÓN DE AUDIENCIA	13
PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA POR BANDA	16
PARTICIPACIÓN POR TIPO DE ESTACIONES.....	17
ESTACIONES DE RADIO MÁS ESCUCHADAS.....	18
PRINCIPALES HALLAZGOS.....	20
ANEXO. DEFINICIONES	21

ANTECEDENTES

En octubre de 2011 la Conferencia General de la UNESCO proclamó la fecha del **13 de febrero como el Día Mundial de la Radio**, fecha en que se conmemora la creación de la Radio de las Naciones Unidas en 1946. Esta idea nace del presidente de la Academia Española de la Radio, Jorge Álvarez, quien en 2008 solicitó la instauración de esta celebración al Director General de la UNESCO, Koichir Matsuura.

La radio constituye una plataforma sólida que une espacios y audiencias, al ser una importante fuente de información y conocimiento para millones de personas, que trasciende entre generaciones, que inspira y da voz a mujeres y hombres, que escucha a sus oyentes, pero, sobre todo, que responde a sus necesidades ante cualquier situación, pues es un eje principal entre los medios, al servicio de los derechos humanos y la dignidad.

Ciertamente los servicios radiofónicos de la radio se encuentran en constante cambio debido a la convergencia de medios adaptándose a nuevas formas tecnológicas como la banda ancha y teléfonos móviles, lo que le permite seguir tendiendo audiencias masivas, como medio robusto y vital para transmitir de manera informativa y de entretenimiento.

La radio mexicana tiene ya una historia de más de cien años en los que el acto de sintonizar alguna frecuencia se convirtió en un sencillo acto cotidiano, casi natural, practicado por millones de personas que acompañan la jornada diaria con la música, charlas o información que la radio ofrece.¹

Datos de la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2024², realizada por este Instituto, refiere que el 34% de los hogares en México cuenta con al menos un aparato

¹ Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla (UPAEP) - [Revista de Comunicación y Cultura: https://mexico.mom-gmr.org/uploads/tx_lfrogmom/documents/16-1329_import.pdf](https://mexico.mom-gmr.org/uploads/tx_lfrogmom/documents/16-1329_import.pdf)

² Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2024 del IFT: https://umca.ift.org.mx/uploads/contenido_tema/451/REPORTE%20ENCCA%202024.pdf

de radio, estéreo o grabadora, a través de los cuales la población mexicana tiene la posibilidad de sintonizar y escuchar alguna de las 2,445 estaciones Comerciales, Públicas o Sociales disponibles, de acuerdo a lo reportado en los Datos Abiertos del Registro Público de Concesiones del IFT hasta el 4 de febrero de 2025.³

DISTRIBUCIÓN DE ESTACIONES RADIOFÓNICAS POR TIPO DE CONCESIÓN

Banda	Comercial	Público	Social	Total
AM	279	54	35	368
FM	1,211	303	563	2,077
TOTAL	1,490	357	598	2,445

Lo anterior gracias a que la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión del año 2013 ordenó al IFT buscar el mejor uso eficiente de las frecuencias radioeléctricas, de ahí que esta autoridad ha entregado también concesiones para comunidades indígenas, para organizaciones de la sociedad civil sin fines de lucro, así como para Entidades Públicas, que hasta hace pocos años carecían de una frecuencia de radio.⁴ Asimismo, vale la pena destacar que en 2024 el IFT aprobó la primera solicitud de concesión de uso social afromexicana para la prestación del servicio de radiodifusión.⁵

³ Registro Público de Concesiones: <https://rpc.ift.org.mx/vrpc/visor/downloads>

⁴ El Economista: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Dia-Mundial-de-la-Radio-Cuantos-mexicanos-la-escuchan-todavia-20240213-0015.html>

⁵ El Pleno del IFT aprobó la primera solicitud de concesión de uso social afromexicana para la prestación del servicio de radiodifusión. <https://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/es/el-pleno-del-ift-aprobo-la-primera-solicitud-de-concesion-de-uso-social-afromexicana-para-la#:~:text=27%20de%20junio-,El%20Pleno%20del%20IFT%20aprob%C3%B3%20la%20primera%20solicitud%20de%20concesi%C3%B3n,27%20de%20junio%20de%202024.>

PRESENTACIÓN

En el marco del Día Mundial de la Radio, la Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales del IFT presenta este Reporte especial referente al consumo de radio en personas de 8 años en adelante, originarios de tres de las principales ciudades del país, es decir, de Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey; los datos que se estudian corresponden al periodo enero a diciembre de 2024.

Este Reporte analiza variables del consumo de radio como son: el porcentaje de personas con la radio encendida, el alcance de este medio, el tiempo promedio de escucha, el consumo por día de la semana, los horarios y programación con mayor audiencia; al igual que la distribución de dicho consumo por tipo de banda; así como también, la composición de audiencia por sexo, edades y niveles socioeconómicos. Finalmente, se detalla la información a partir de las estaciones que más sintonizan las personas de 8 años en adelante, en las plazas mencionadas.

La fuente de información corresponde a las bases de datos del estudio Mediómetro, licenciadas al IFT para el año 2024 por la empresa de Investigación de Mercados INRA.

La realización de este Reporte es importante ya que de acuerdo a la Estrategia-Hoja de Ruta 2021-2025 del Instituto Federal de Telecomunicaciones, específicamente en la Línea de Acción Regulatoria 4.3.2, refiere que éste debe generar información en materia de audiencias, contenidos y mercados audiovisuales que constituyan insumos para promover los derechos de las audiencias fomentando el desarrollo de contenidos y la pluralidad de los mismos, así como para la toma de decisiones de política pública y regulatoria; debido a que la generación de información confiable y de calidad es un insumo crucial para la toma de decisiones regulatorias en materia de audiencias y mercados audiovisuales.

De esta forma, el presente Reporte se suma a la lista de esfuerzos del IFT, a través de los cuales se hace pública información confiable en materia de audiencias y contenidos audiovisuales, que permiten la comprensión de las tendencias y evolución del ecosistema digital en sus dimensiones de oferta y consumo de medios, particularmente para el caso de la radio.

METODOLOGÍA

La información que se presenta, se obtuvo de las Bases de datos de la empresa INRA, mediante el estudio Mediómetro y el software de explotación INRAM, que corresponden al levantamiento mensual, mediante entrevistas cara a cara. Para este Reporte, se consideraron únicamente la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, debido a la disponibilidad de la información.

Este documento hace énfasis en los niveles de audiencia que se registraron a partir del consumo de radio de enero a diciembre de 2024, con base en el hábito de escucha del grupo poblacional de personas de 8 años en adelante.

UNIVERSOS DE REFERENCIA				
	Agrupado Tres ciudades	Ciudad de México	Guadalajara	Monterrey
Total	27,434,120	18,277,048	4,665,788	4,491,284
A/B	1,920,387	1,279,394	326,604	314,389
C	9,053,259	6,031,425	1,539,710	1,482,124
D	16,460,474	10,966,229	2,799,474	2,694,771
Hombres	12,185,720	8,089,713	2,063,701	2,032,306
Mujeres	15,248,400	10,187,335	2,602,087	2,458,978
8 a 12 años	2,187,556	1,351,822	439,837	395,897
13 a 17	2,290,885	1,435,887	447,097	407,901
18 a 24	3,367,221	2,141,128	634,612	591,481
25 a 34	4,976,756	3,243,146	899,725	833,885
35 a 44	4,562,956	3,057,769	771,100	734,087
45 a 54	4,052,620	2,775,046	631,565	646,009
55 a 64	3,114,286	2,186,297	451,380	476,609
65 o más	2,881,840	2,085,953	390,472	405,415

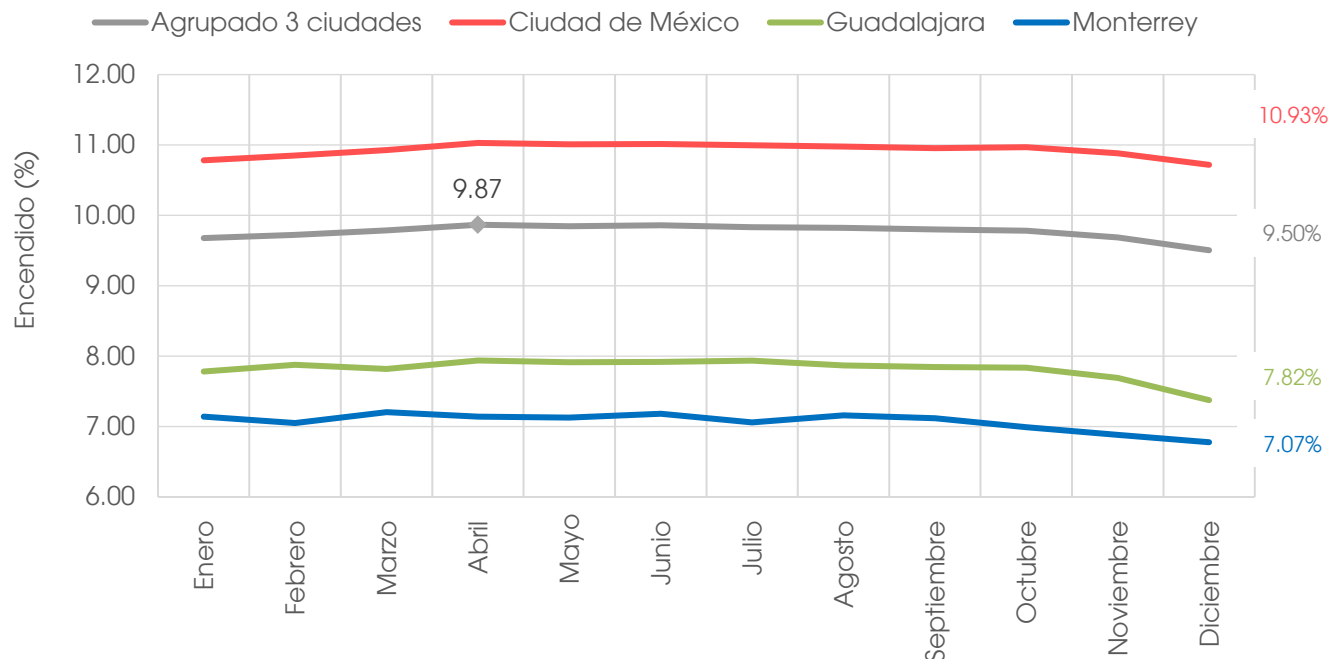
NIVELES DE AUDIENCIA DE RADIO

ENCENDIDOS

Durante 2024, **el porcentaje de personas** de 8 años o más **que tuvieron la radio encendida** en la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey tuvo un comportamiento estable entre el 9.50% y el 9.87%. Específicamente el promedio anual para el agrupado de estas ciudades fue de **9.77%** (2,679,098 personas).

De las tres ciudades analizadas, **la Ciudad de México fue donde las personas tuvieron mayor porcentaje de encendido radiofónico** con un promedio de **10.93%** de enero a diciembre de 2024, mientras que Guadalajara y Monterrey tuvieron un promedio anual menor al 8%, como se observa en la gráfica.

Finalmente, fue **en el mes de diciembre** donde todas las plazas registraron el menor **porcentaje** de encendido para la radio durante este periodo.



Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software INRAM. Datos obtenidos de enero a diciembre de 2024. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. El target utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante y todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

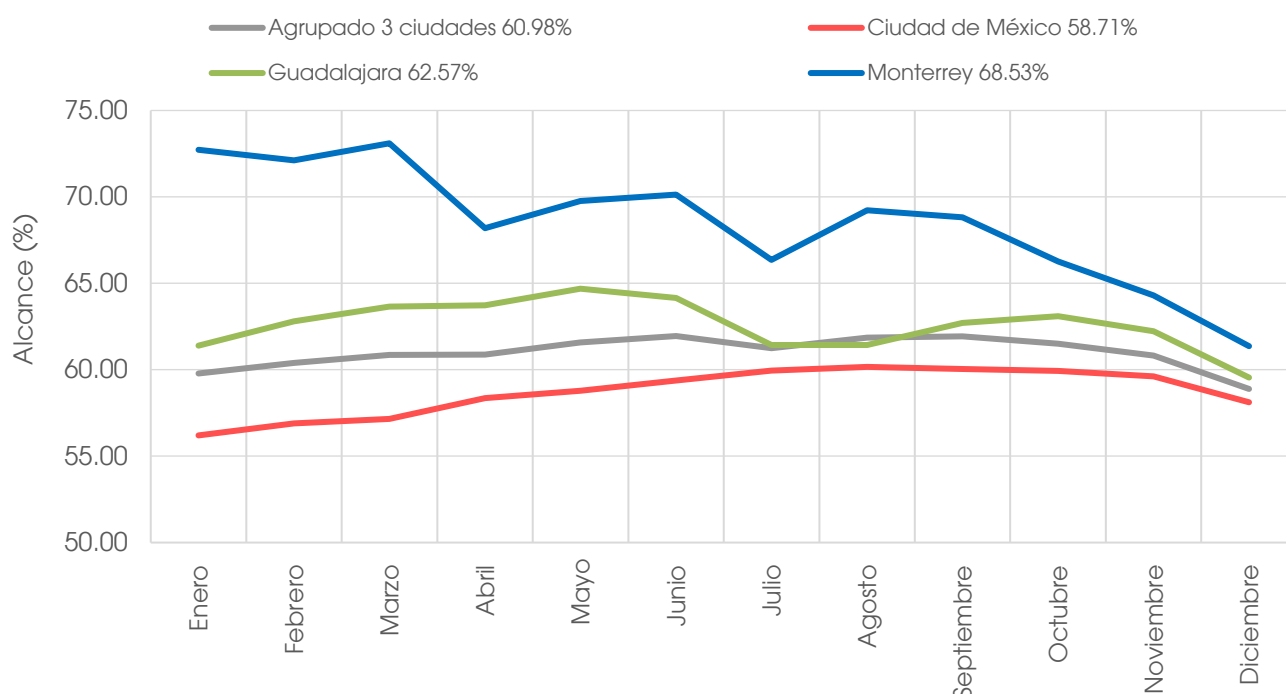
ALCANCE

Para el periodo analizado, en el agrupado de las tres ciudades la radio alcanzó al **60.98% de la población; es decir que 16,728,615 personas estuvieron expuestas** a la radio en algún momento del día. Este comportamiento se mantuvo estable al disminuir solo en 2% de enero a diciembre.

Particularmente, fue la ciudad de Monterrey donde se registró el mayor índice de exposición a la radio con 68.53% de alcance. No obstante, este disminuyó 16% durante los 12 meses del año.

Por otro lado, la Ciudad de México tuvo un alcance promedio de **58.71%**, el cual aumentó 3% de enero a diciembre de 2024.

Finalmente, la Ciudad de Guadalajara alcanzó en promedio al 62.57% de sus habitantes y presentó una ligera disminución de 3% durante el año.



Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software INRAM. Datos obtenidos de enero a diciembre de 2024. La variable de consulta es el alcance (rch%) que considera la suma del total de estaciones. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. El target utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante y todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

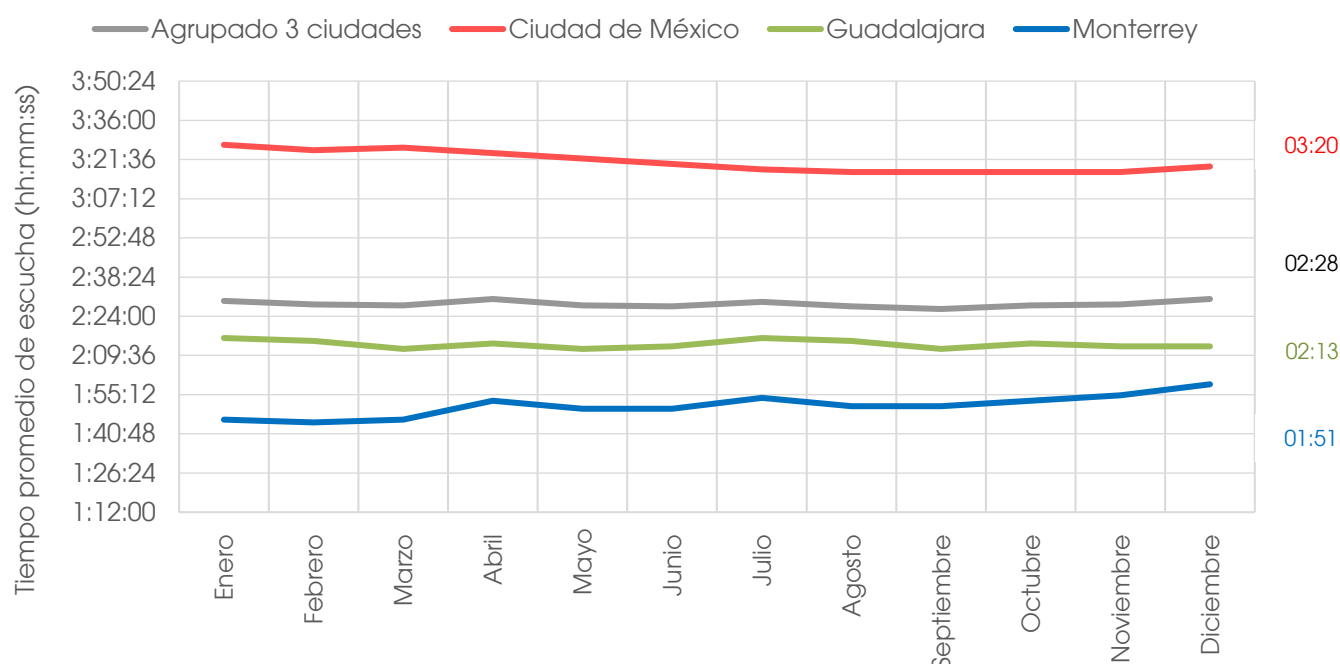
TIEMPO PROMEDIO DE ESCUCHA

De forma general, **las personas de 8 años en adelante** de las tres ciudades analizadas, **registraron un tiempo promedio de escucha a la radio de 2 horas y 28 minutos** entre enero y diciembre de 2024.

En particular, **la Ciudad de México destacó con el mayor tiempo de escucha, al registrar 3 horas y 20 minutos de exposición al día**, aunque este tiempo experimentó una disminución del 4% durante el año.

Por su parte, **Guadalajara tuvo un promedio de 2 horas y 13 minutos**, y que como se observa en la línea verde de la gráfica no tuvo cambios significativos en su tiempo de escucha a lo largo del año.

Finalmente, **Monterrey registró el menor tiempo de escucha con 1 hora y 51 minutos**; no obstante, éste aumentó un 12% de enero a diciembre.

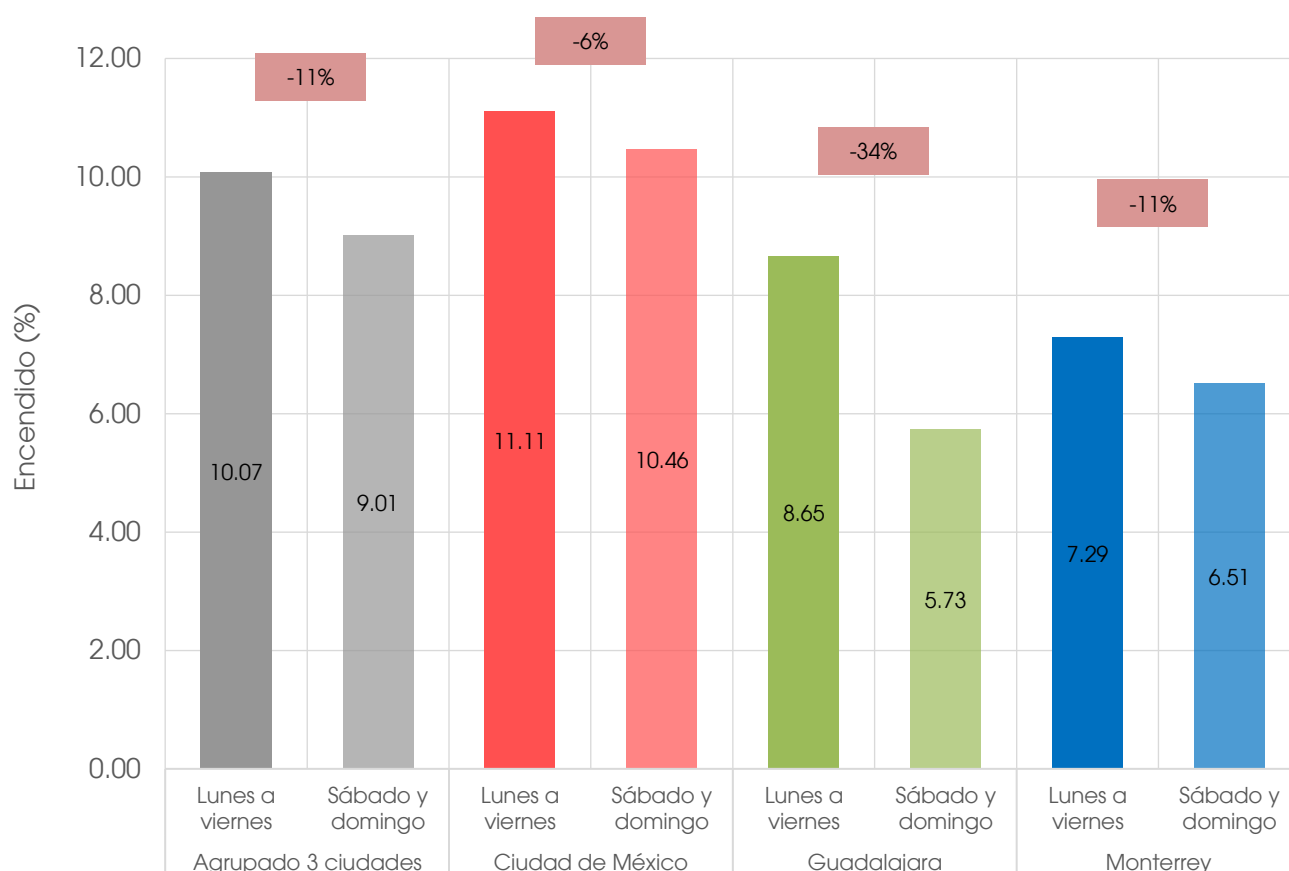


Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software INRAM. Datos obtenidos de enero a diciembre de 2024. La variable de consulta es tiempo promedio de escucha que considera la suma del total de estaciones. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. El target utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante y todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

ENCENDIDO POR DÍA DE LA SEMANA

En este apartado, se observa que la población en general de las tres ciudades, tuvo un mayor consumo de radio de lunes a viernes (10.07%), en comparación con los fines de semana (9.01%).

Se identificó también, que la ciudad de Guadalajara es donde las personas redujeron su consumo hasta un 34% durante los fines de semana, mientras que la Ciudad de México y Monterrey solamente redujeron su encendido en un 6% y 11%, respectivamente.



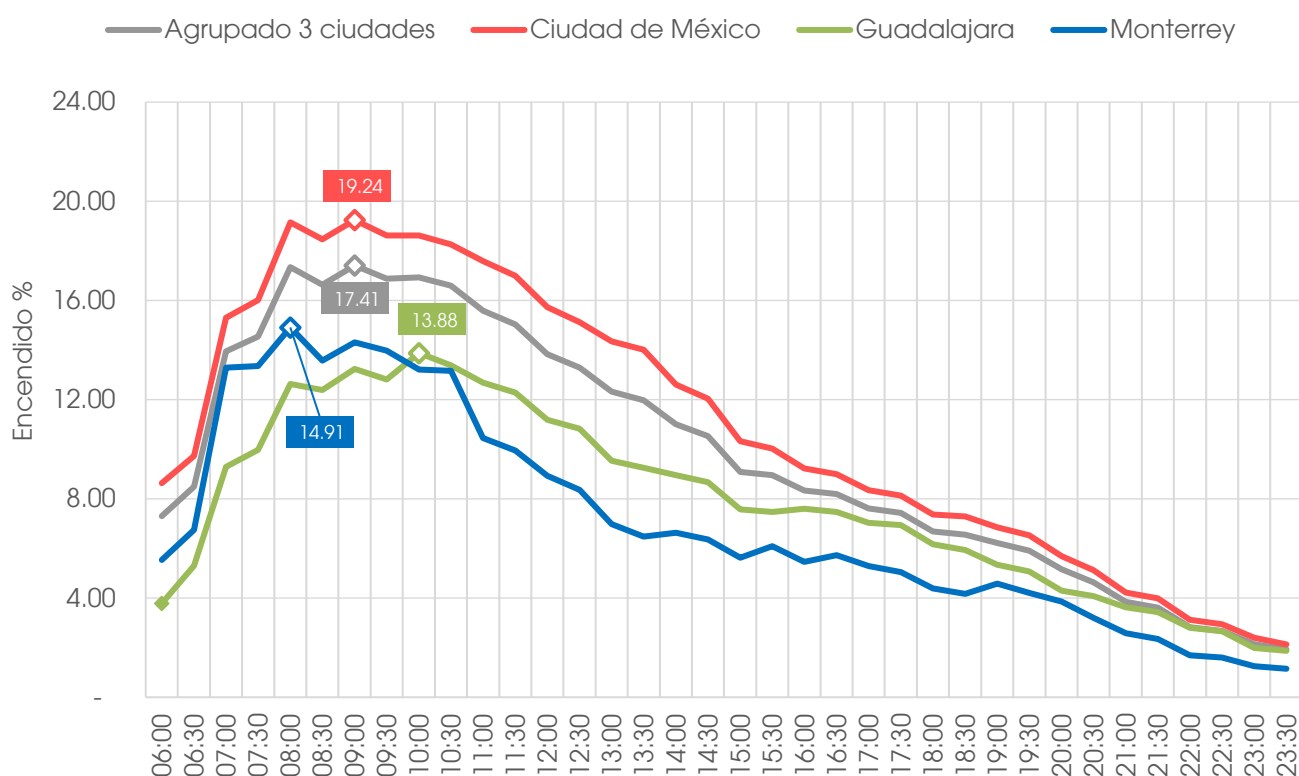
Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software INRAM. Datos obtenidos de enero a diciembre de 2024, desglosados de lunes a viernes y sábados y domingos. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. El target utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante y todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas.

TENDENCIA POR MEDIA HORA

Al considerar el agrupado de las tres ciudades analizadas de enero a diciembre de 2024, se observó que el **horario de mayor exposición a la radio para el total personas fue de las 09:00 a las 09:30 horas** con un encendido de 17.41%

En dicho horario se registró también el mayor consumo en la Ciudad de México con 19.24% de encendido.

Finalmente, **se aprecia que la radio muestra sus niveles más bajos de consumo después de las 16:00 horas cuando el encendido es menor al 10% para todas las plazas y el agrupado de éstas.**

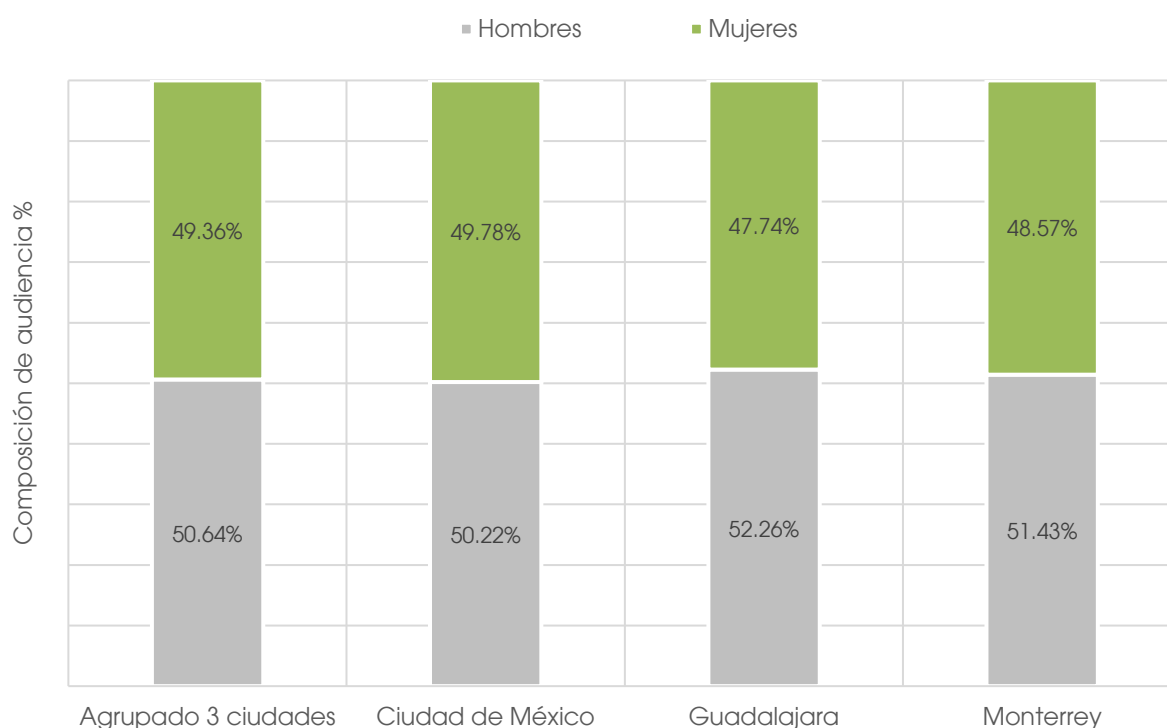


Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software INRAM. Datos obtenidos de enero a diciembre de 2024. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (ivr%) que considera la suma del total de estaciones. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. El target utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante y todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

COMPOSICIÓN DE AUDIENCIA

Durante el 2024, el consumo de radio fue prácticamente equitativo entre hombres y mujeres, con una aportación de 50.64% y 49.36%, respectivamente.

Dicha tendencia se observó para cada una de las ciudades, no obstante, la mayor distinción de consumo entre sexo de la audiencia, se identificó en Guadalajara, donde los hombres aportaron el 52.26% y las mujeres el 47.74% restante.



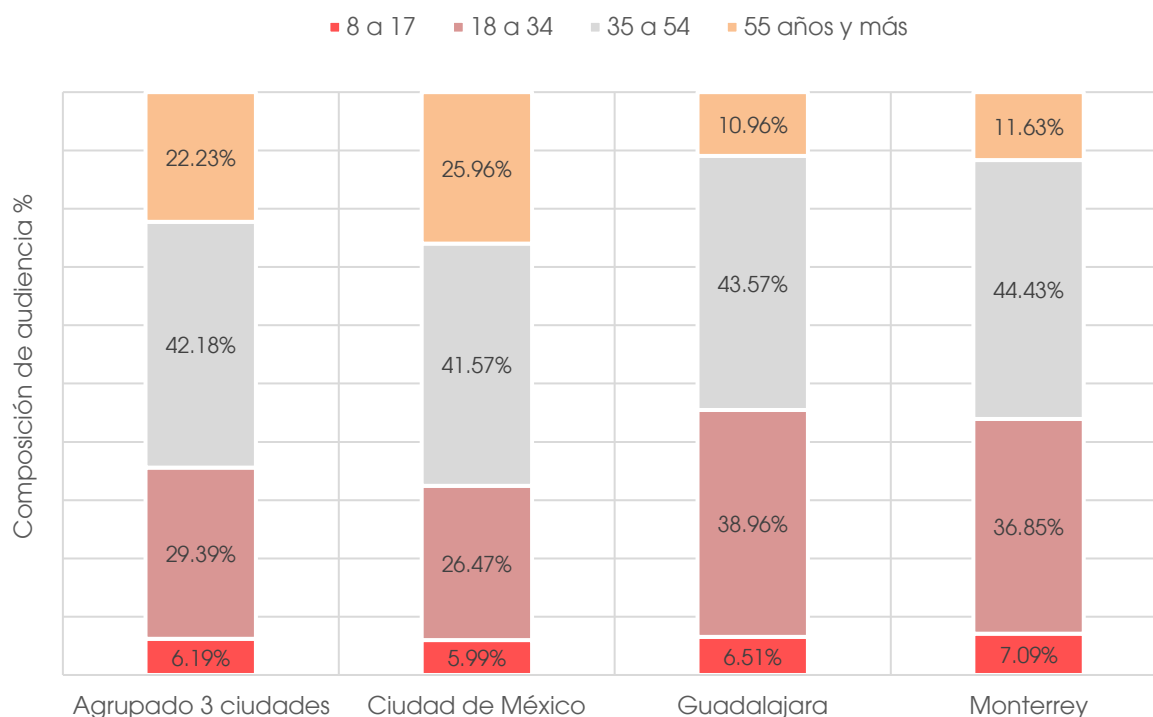
Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software INRAM. Datos obtenidos de enero a diciembre de 2024. La variable de consulta es composición de audiencia (adh%), que considera la suma del total de estaciones. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Los targets utilizados son hombres y mujeres de 8 años en adelante y todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

Respecto a las edades que escuchan mayormente la radio, destaca **el grupo de personas de 35 a 54 años, que de forma general aportaron el 42.18% de la audiencia** y su aportación más alta ocurrió en Monterrey con 43.57%.

Asimismo, **el segundo rango de edad con mayor escucha a la radio, fue el de 18 a 34 años, con el 29.39% de aportación** para el agrupado de las tres ciudades y destaca la ciudad de Guadalajara con el porcentaje más alto 38.96%.

Posteriormente, **el segmento de 55 años o más aportó el 22.23% de la audiencia durante este año** y fue en la Ciudad de México donde se registró la aportación más alta de este grupo con 25.96%.

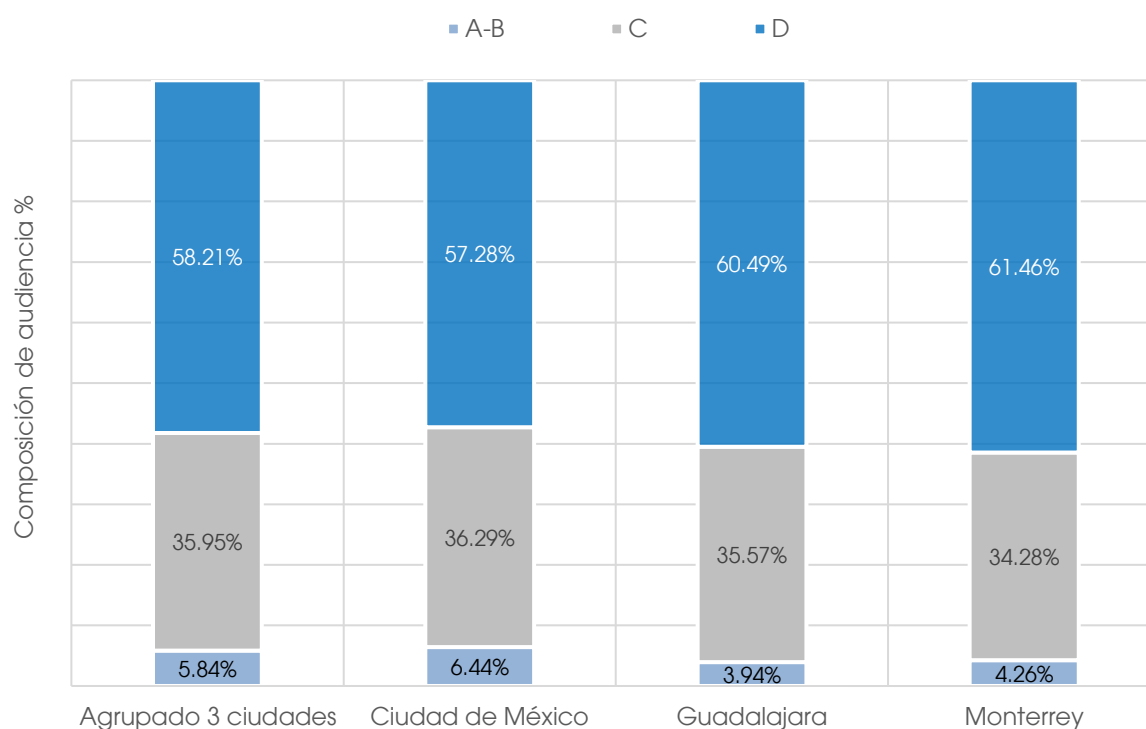
Finalmente, **la población infantil y adolescente de 8 a 17 años fue la que tuvo menor exposición a la radio ya que aportó el 6.19% de la audiencia** y fue Monterrey donde tuvieron mayor presencia, con el 7.09%.



Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software INRAM. Datos obtenidos de enero a diciembre de 2024. La variable de consulta es composición de audiencia (adh%), que considera la suma del total de estaciones. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Los targets utilizados son: personas de 8 a 17 años, 18 a 34, 35 a 54 y 55 años o más y todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

Respecto al análisis por niveles socioeconómicos, se observa que, **a menor nivel, existe mayor consumo radiofónico; es decir, que el nivel bajo “D” aportó la mayoría de la audiencia para el agrupado de las tres ciudades, con 58.21%**. Tendencia que se replicó de forma individual en las tres ciudades.

Por otro lado, se observa que los niveles altos “A-B”, únicamente aportaron entre el 3.94% y 6.44% de la audiencia de enero a diciembre de 2024.



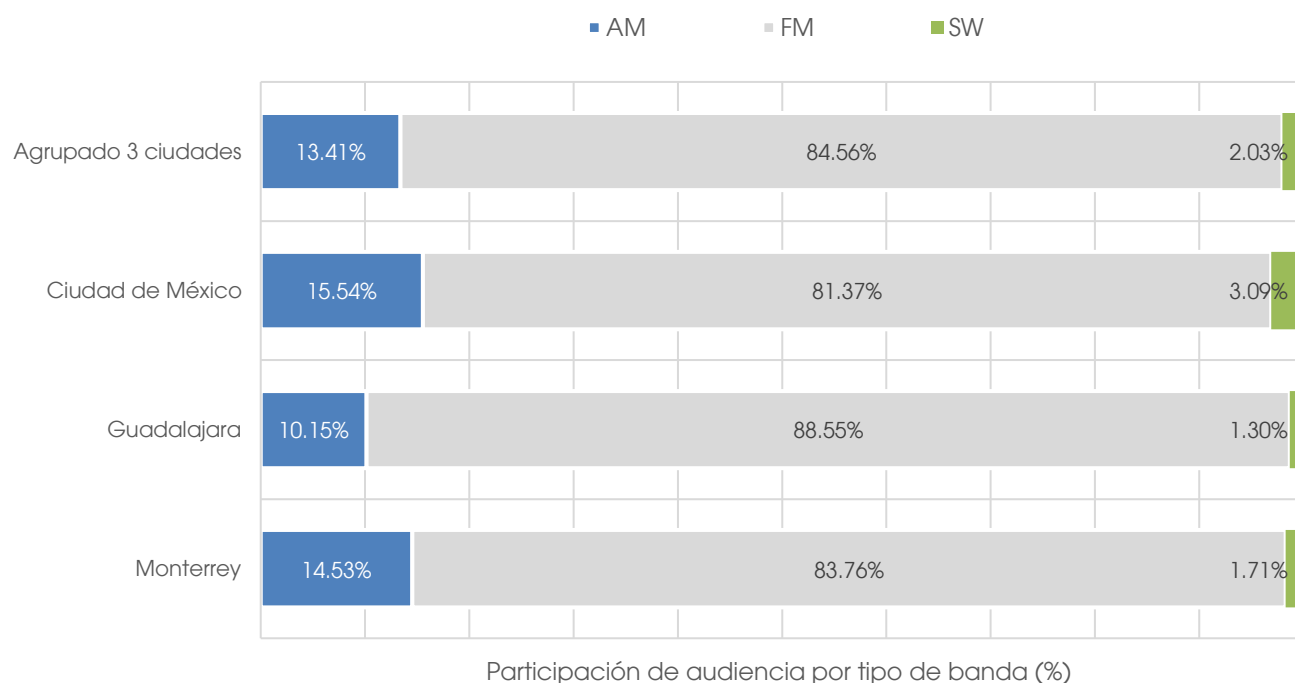
Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software INRAM. Datos obtenidos de enero a diciembre de 2024. La variable de consulta es composición de audiencia (adh%), que considera la suma del total de estaciones. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. El target utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante y con desglose de los niveles socioeconómicos A-B, C y D. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

PARTICIPACIÓN DE AUDIENCIA POR BANDA

Al desagregar el consumo radiofónico por banda, **se observó que las y los radioescuchas en México tuvieron un mayor consumo para la banda de Frecuencia Modulada (FM)**, con más del 80% de participación en el agrupado y en cada una de las ciudades.

Por otro lado, **la banda Amplitud Modulada (AM), aportó el 13.41% de la audiencia y destacaron la Ciudad de México y Monterrey donde esta banda aportó alrededor del 15%** durante el periodo de enero a diciembre de 2024.

Finalmente, el 2% restante de la audiencia fue aportado por el consumo denominado *switching* (sw), que considera grabaciones, streaming radio y otros.



Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software INRAM. Datos obtenidos de enero a diciembre de 2024. La variable de consulta es la participación de audiencia o share (shr%) por tipo de banda, que considera la suma del total de estaciones. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. El target utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante y todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

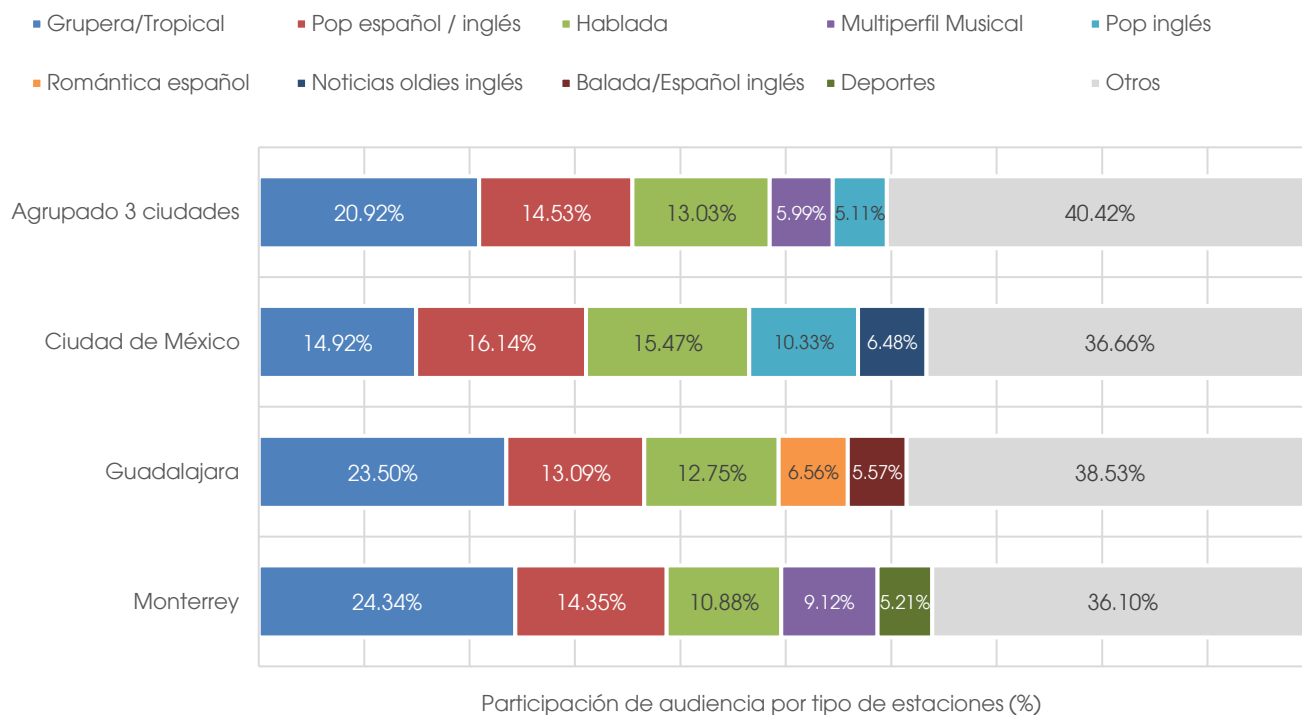
PARTICIPACIÓN POR TIPO DE ESTACIONES

A continuación, se identifican los cinco tipos de estación con mayor participación de audiencia para el agrupado de las tres ciudades y de forma individual para cada plaza.

De forma general, **las estaciones más escuchadas, fueron aquellas que transmiten música Grupera – tropical (20.92% de participación), Pop en español - inglés (14.53%), Contenidos hablados (13.03%), Multi perfil musical (5.99%) y Pop inglés (5.11%).**

En las tres ciudades, se replican los primeros tres tipos de estación, no obstante, según la ciudad puede variar el orden y el tipo de estaciones más escuchadas.

Específicamente, **en la Ciudad de México, el quinto tipo de estación más escuchada fue Noticias y Oldies en inglés con 6.48% de participación.** Para Guadalajara el cuarto lugar lo ocuparon las estaciones de música Romántica en español con 6.56%, seguidas de Baladas en español - inglés con 5.57%. Finalmente, en la ciudad de Monterrey las estaciones de Deportes se colocaron en la quinta posición con el 5.21%.



Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software INRAM. Datos obtenidos de enero a diciembre de 2024. La variable de consulta es la participación de audiencia o share (shr%) por tipo de estación, que considera la suma del total de estaciones. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. El target utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante y todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

ESTACIONES DE RADIO MÁS ESCUCHADAS

Las siguientes tablas muestran las 5 estaciones que registraron mayor audiencia de enero a diciembre de 2024 para el total personas en las bandas FM (Frecuencia Modulada) y AM (Amplitud Modulada) en Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.

Se aprecia que **en las tres ciudades el perfil de las estaciones más escuchadas es musical con enfoque en los géneros Grupera Tropical** y en segundo lugar corresponde a los perfiles de Hablada y Pop español - inglés.

Ciudad	Estación	Banda	Perfil estación	Rating (%)
Ciudad de México	La Ke Buena	FM	Grupera Tropical	0.59
	Joya 93.7	FM	Balada en español	0.56
	La Mejor	FM	Grupera Tropical	0.53
	Los 40	FM	Pop español - inglés	0.49
	Exa FM	FM	Pop español - inglés	0.49
	Sabrosita 590	AM	Música Tropical	0.22
	Radio Fórmula 1470	AM	Hablada	0.15
	Radio Felicidad	AM	Balada en español	0.13
	Stereo Cien	AM	Noticias - oldies inglés	0.13
	Radio Fórmula 970	AM	Hablada	0.12

Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software INRAM. Datos obtenidos de enero a diciembre de 2024. La variable de consulta es rating (rat%), que considera la suma del total de estaciones. El dominio considerado es Ciudad de México. El target utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante y todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

Ciudad	Estación	Banda	Perfil estación	Rating (%)
Guadalajara	La Mejor	FM	Grupera Tropical	0.46
	La Ke Buena	FM	Grupera Tropical	0.45
	Fiesta Mexicana	FM	Grupera Tropical	0.39
	Exa FM	FM	Pop español - inglés	0.34
	La Bestia Grupera	FM	Grupera Tropical	0.30
	Radio Metrópoli	AM	Hablada	0.18
	HK La voz de Guadalajara	AM	Música del recuerdo	0.12
	Radio Gallito	AM	Ranchera	0.10
	Radio Fórmula Jalisco 1230	AM	Hablada	0.08
	Radio Fórmula Jalisco 970	AM	Hablada	0.07

Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software INRAM. Datos obtenidos de enero a diciembre de 2024. La variable de consulta es rating (rat%), que considera la suma del total de estaciones. El dominio considerado es Guadalajara. El target utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante y todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

Ciudad	Estación	Banda	Perfil estación	Rating (%)
Monterrey	La Mejor	FM	Grupera Tropical	0.47
	La Caliente	FM	Grupera Tropical	0.47
	La Lupe	FM	Multi perfil musical	0.44
	Exa FM	FM	Pop español - inglés	0.32
	La Sabrosita	FM	Grupera Tropical	0.31
	Milenio Noticias 1090	AM	Noticias	0.16
	Radio Fórmula MTY 770	AM	Hablada	0.14
	La Gran AW	AM	Hablada	0.11
	Radio Fórmula MTY 1230	AM	Hablada	0.09
	Radio Recuerdo	AM	Música del recuerdo	0.09

Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software INRAM. Datos obtenidos de enero a diciembre de 2024. La variable de consulta es rating (rat%), que considera la suma del total de estaciones. El dominio considerado es Monterrey. El target utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante y todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

PRINCIPALES HALLAZGOS

- El porcentaje de personas de 8 años o más que tuvieron la **radio encendida** en las tres ciudades se mantuvo estable entre el 9.50% y el 9.87%, con un **promedio anual de 9.77% (2,679,098 personas)**.
- La Ciudad de México presentó el **encendido** más alto, con 10.93%, mientras que Guadalajara y Monterrey se mantuvieron por debajo del 8%.
- La radio **alcanzó al 60.98% de la población en las tres ciudades**, lo que equivale a 16,728,615 personas.
- Monterrey tuvo el **mayor índice de alcance (68.53%)**, aunque con una disminución del 16% durante el año. Mientras que la Ciudad de México mostró un aumento del 3% en su alcance y Guadalajara tuvo una ligera disminución del 3%.
- El **tiempo promedio de escucha** para el agrupado de las tres ciudades, fue de **2 horas y 28 minutos**.
- Específicamente, la **Ciudad de México** tuvo el mayor tiempo de escucha (**3 horas y 20 minutos**), aunque con una disminución del 4%.
- **Monterrey**, a pesar de tener el menor tiempo de escucha (**1 hora y 51 minutos**), experimentó un aumento del 12% durante 2024.
- En las tres ciudades se observó un **mayor consumo de radio de lunes a viernes** (10.07%) en comparación con los fines de semana (9.01%).
- El **horario de mayor exposición fue de 09:00 a 09:30 horas**, con un encendido promedio del 17.41%. Así mismo, se identificó que **después de las 16:00 horas, el consumo de radio disminuyó a menos del 10% en las tres ciudades** analizadas.
- Respecto a la **participación de audiencia por sexo**, el consumo fue casi equitativo entre **hombres (50.64%) y mujeres (49.36%)**.
- El **grupo de edad** con mayor participación de escucha fue el de **35 a 54 años (42.18%)**. Caso contrario, la audiencia infantil y adolescente (8 a 17 años) tuvo la menor aportación (6.19%).
- En los **niveles socioeconómicos**, se observó un mayor consumo radiofónico en niveles bajos **"D" (58.21%)**. Ya que los niveles altos "A/B" aportaron entre el 3.94% y 6.44%.
- La **banda FM** tuvo **casi el 85% de participación**, mientras que la AM aportó el 13%, y el 2% restante corresponde al *switching* o consumo alternado de estaciones en el tiempo mínimo de acreditación de audiencia (15 minutos), al consumo de *streaming* y grabaciones.
- Las **estaciones más escuchadas** fueron de **música Grupera Tropical (20.92%)**, Pop en español-inglés (14.53%) y Contenidos hablados (13.03%).

ANEXO. DEFINICIONES

Alcance: Es una expresión porcentual que se define como el número de personas distintas que sintonizaron una emisora en particular, sin importar el tiempo, duración o volumen de la exposición.

Encendido: Porcentaje de personas que escucharon la radio en un momento determinado, sin importar la estación.

Perfil de audiencia: Indica la composición demográfica de los radioescuchas para la radio en general o para una estación determinada.

Rating: Porcentaje de personas que estuvieron escuchando la radio en una estación y en un periodo de tiempo determinados.

Tiempo promedio de escucha: Tiempo promedio de exposición se refiere al tiempo de sintonía promedio que los escuchas dedican a una emisora en particular.

Universo: Es el total de elementos dentro de un estudio y sirve para determinar el tamaño de un mercado.

Switching: Consumo alternado de estaciones en el tiempo mínimo de acreditación de audiencia (15 minutos), al consumo de streaming y grabaciones.