



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

INFORME TRIMESTRAL
(ENERO, FEBRERO Y MARZO DE 2022)

 **ift** INSTITUTO FEDERAL DE
TELECOMUNICACIONES

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 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.

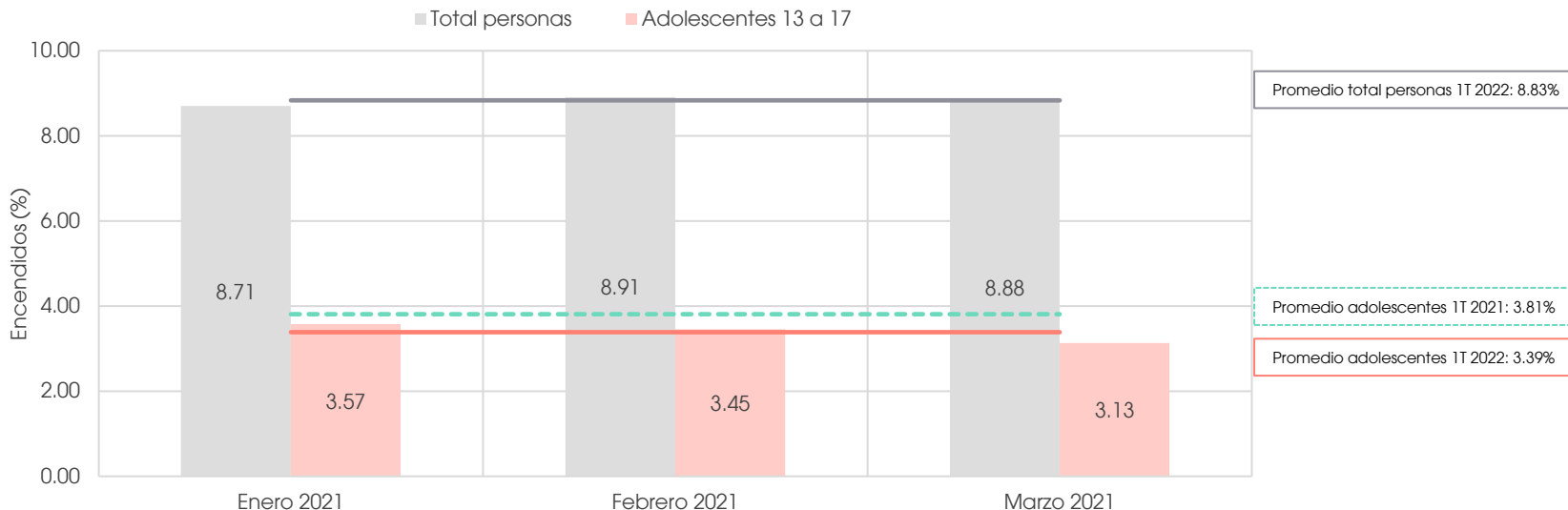
Este Informe hace énfasis en los niveles de audiencia registrados por la radio durante el primer trimestre de 2022 (enero a marzo), así como el detalle de los datos de radio durante el mismo trimestre pero del año 2021.

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	13 - 17
Total 3 plazas	26,993,976	2,324,431
Ciudad de México	18,065,368	1,469,452
Guadalajara	4,561,934	447,734
Monterrey	4,366,674	407,245

Encendidos

En la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey el segmento de 13 a 17 años tuvo un consumo de radio de 3.39% durante el primer trimestre de 2022, es decir que 78,718 adolescentes estuvieron expuestos a este medio. Dicho porcentaje fue menor en comparación con lo que promediaban durante el mismo trimestre de 2021 con 3.81% de encendido.

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

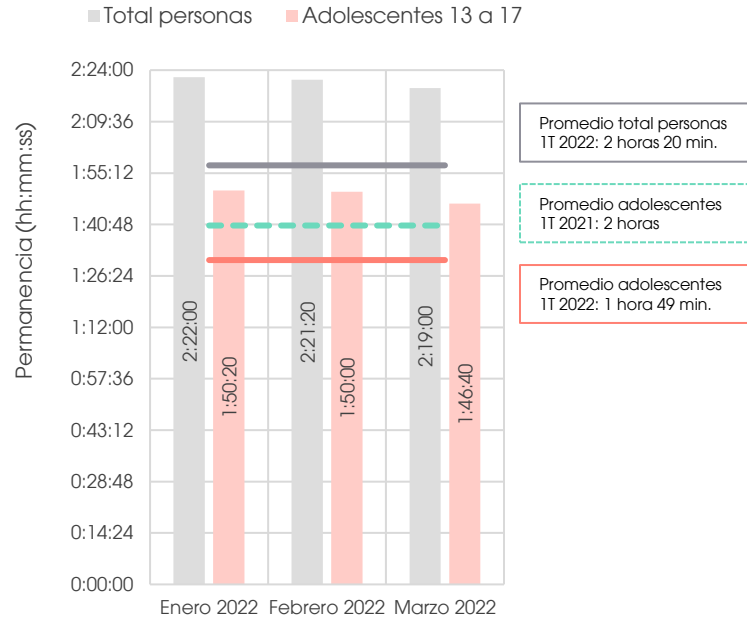
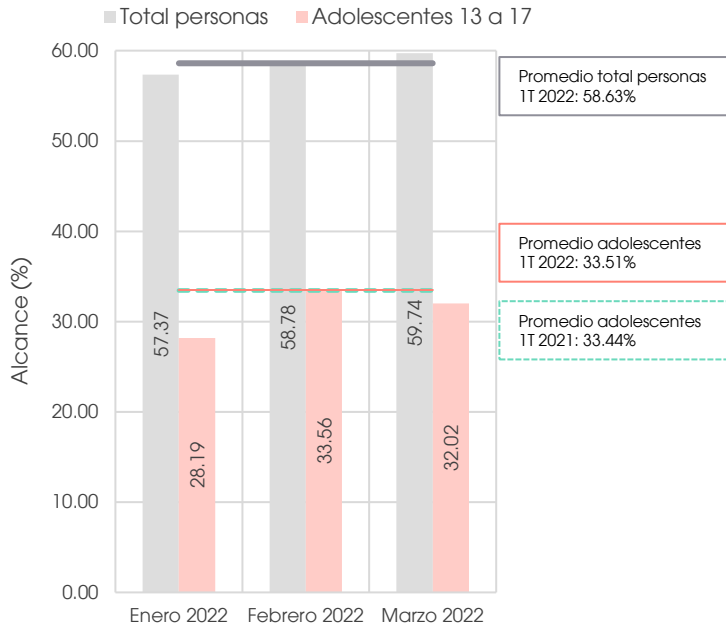


Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de enero a marzo de 2022 y 2021. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Los target utilizados son personas de 8 años en adelante y el grupo de 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 2022, en promedio el 33.51% de las y los adolescentes de las 3 ciudades analizadas fueron alcanzados por la radio, mismos que en promedio permanecieron 1 hora con 49 minutos escuchando la radio.

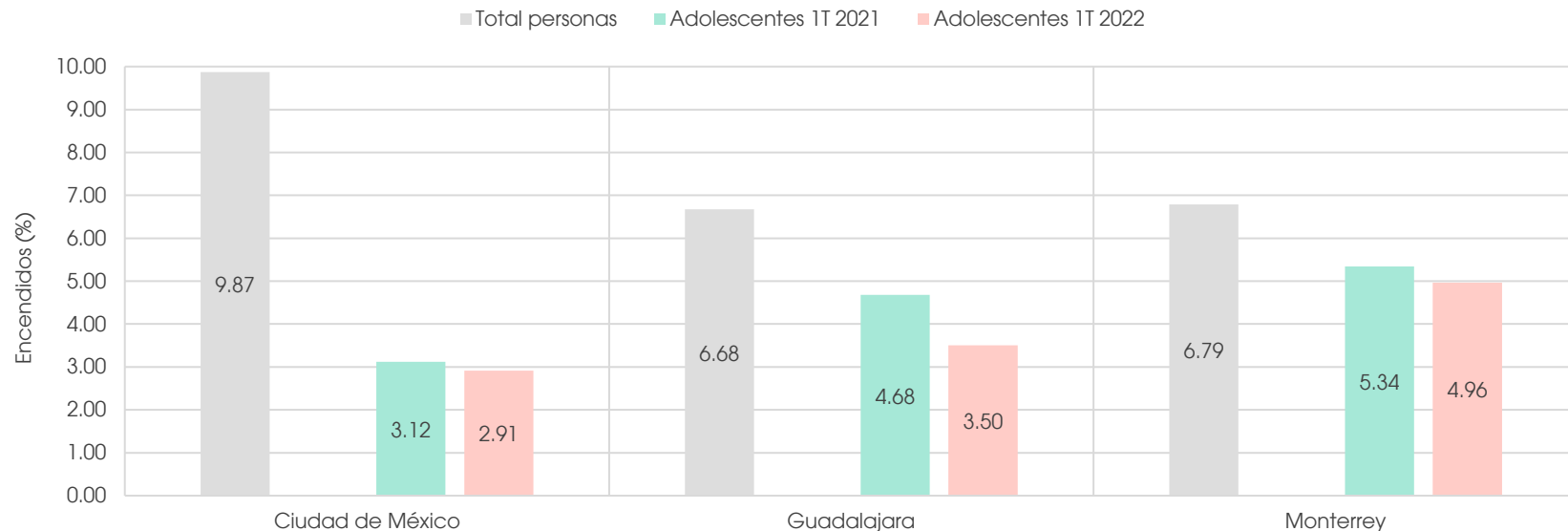
Dichos datos registrados por las y los adolescentes, fueron menores que lo promediado por el total personas, con 58.63% de alcance y un tiempo promedio de escucha de 2 horas y 20 minutos.



Encendidos por ciudad

Durante el periodo analizado hubo un mayor consumo de la radio por parte de las y los adolescentes en la ciudad de Monterrey (4.96%), mientras que la Ciudad de México fue la que registró el porcentaje más bajo para este segmento.

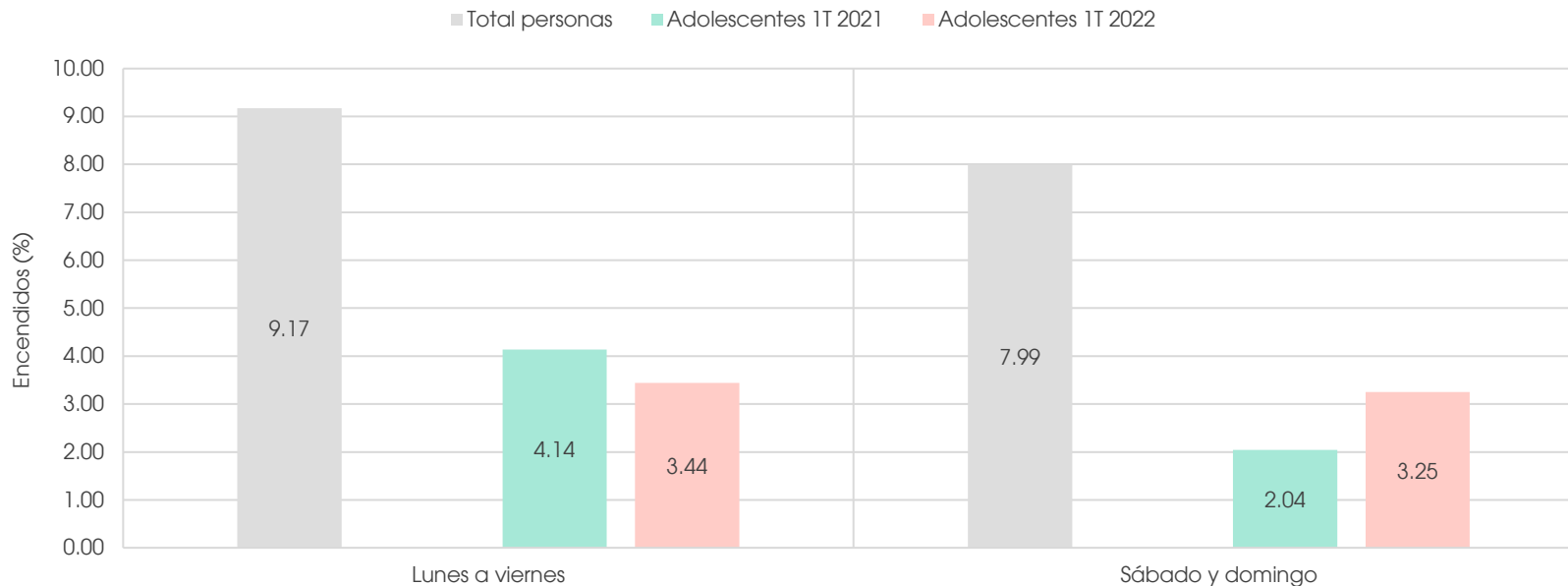
Dicho comportamiento se invirtió para el grupo de total personas, ya que registraron un mayor porcentaje de encendido de la radio en la Ciudad de México con 9.87%.



Encendidos por día de la semana

El consumo de la radio de las y los adolescentes de 13 a 17 años durante el primer trimestre de 2022 fue similar en cualquier día de la semana.

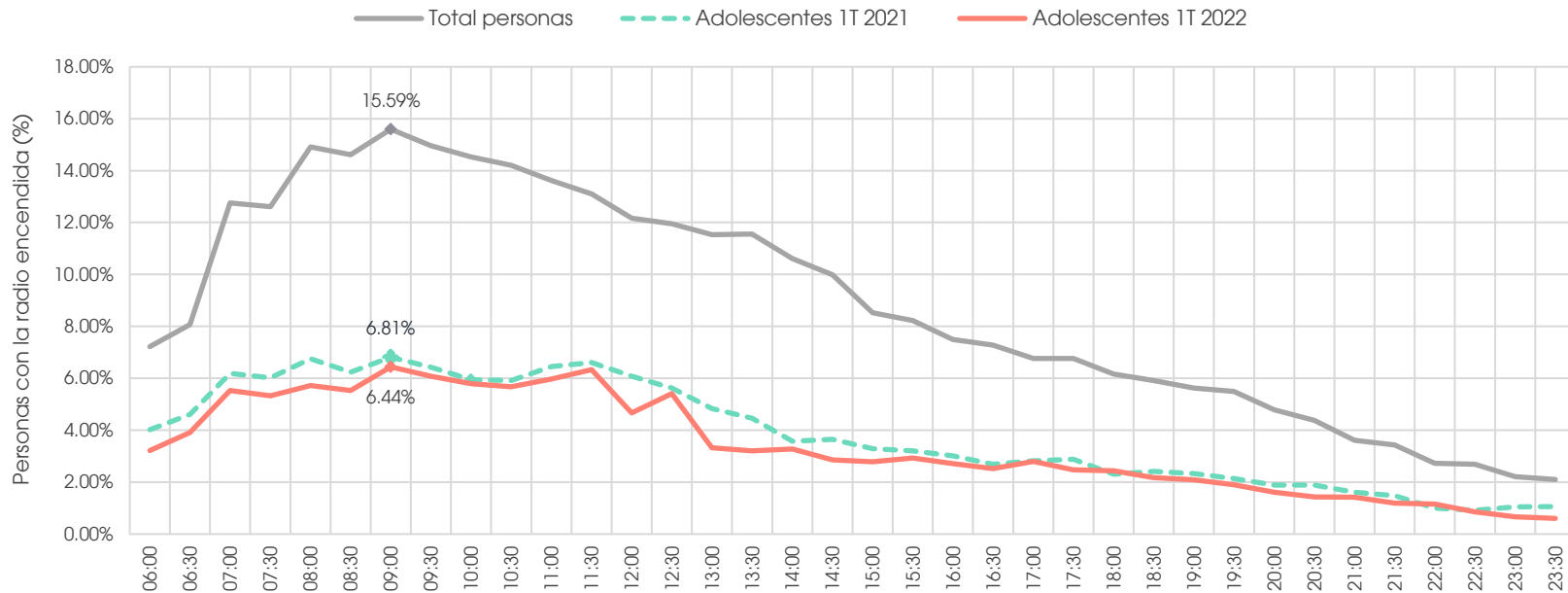
Como se observa en la gráfica, el consumo de este grupo etario disminuyó de lunes a viernes con respecto a lo registrado en el mismo trimestre de 2021, mientras que para los fines de semana aumentó su consumo.



Encendidos por hora

De enero a marzo de 2022, el momento de mayor exposición a la radio para el segmento adolescente fue de 09:00 a las 09:30 horas con un encendido de 6.44%, mientras que para el mismo periodo de 2021 fue a la misma hora pero con 6.81% de encendido.

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



Estaciones de radio más escuchadas

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

Ciudad	Estación	Banda	Perfil estación	Rating %
Ciudad de México	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.50
	LOS 40	FM	Pop español / inglés	0.42
	Oye 89.7	FM	Pop español / inglés	0.31
	Radio Felicidad	AM	Balada en español	0.03
	Radio Fórmula 1470	AM	Hablada	0.02
	Ke Buena	AM	Grupera / Tropical	0.01
Guadalajara	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.61
	Los 40	FM	Pop español / inglés	0.57
	La Mejor	FM	Grupera / Tropical	0.41
Monterrey	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.67
	Digital	FM	Pop español / inglés	0.57
	LOS 40	FM	Pop español / inglés	0.54
	RG La Deportiva	AM	Deportes	0.08

HALLAZGOS

El segmento de 13 a 17 años tuvo un consumo radiofónico promedio de 3.39% durante el primer trimestre de 2022, mientras que el porcentaje del total de personas con la radio encendida era de 8.83%.

"Los adolescentes de 15 a 19 años en su mayoría, entrevistados del NSE C+, mencionaron que no escuchan la radio, pues gozan de mayor autonomía en relación con el uso y consumo de medios".¹

Además, en promedio el 33.51% de las y los adolescentes de las 3 ciudades analizadas fueron alcanzadas por la radio, mismos que en promedio permanecieron 1 hora y 49 minutos escuchando este medio.

La ciudad donde destacó el consumo en las y los adolescentes para este periodo fue Monterrey con un encendido de 4.96%. Por otro lado, la Ciudad de México fue la que registró su menor consumo en la radio durante el trimestre.

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 6.44%.

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

"...Normalmente busco donde pasan así como puras canciones de todo tipo. A veces estoy muy aburrida y me pongo a escuchar noticias. (CDMX/C/M/13/Estudiante de secundaria)".²

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

