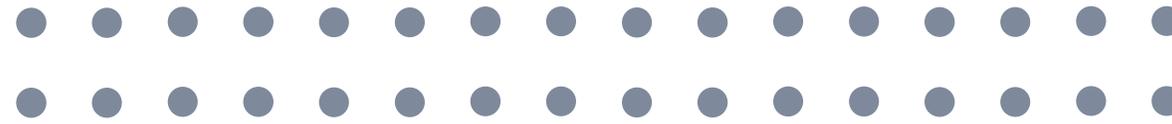


NIVELES DE AUDIENCIA DE RADIO EN ADOLESCENTES DE 13 A 17 AÑOS DE EDAD

INFORME TRIMESTRAL
ABRIL, MAYO Y JUNIO 2021



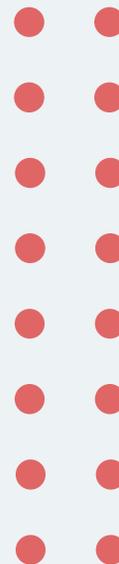
Unidad de Medios y Contenidos Audiovisuales



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 Reporte es realizar un seguimiento trimestral de los niveles de audiencia que se registraron a partir de la exposición y consumo de contenidos radiofónicos, por parte de la población adolescente.

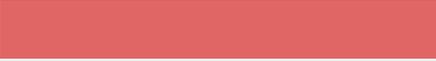
Dicha información se obtuvo de las bases de datos de radio de la empresa INRA, compiladas de manera mensual, mediante entrevistas cara a cara. Para este Reporte, se consideraron únicamente las plazas de Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.

Este Reporte hace énfasis en los niveles de audiencia de radio, que se registraron durante el segundo trimestre de 2021 (enero a marzo); así como también, expone a comparación de los datos que se obtuvieron durante el mismo trimestre del 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 |

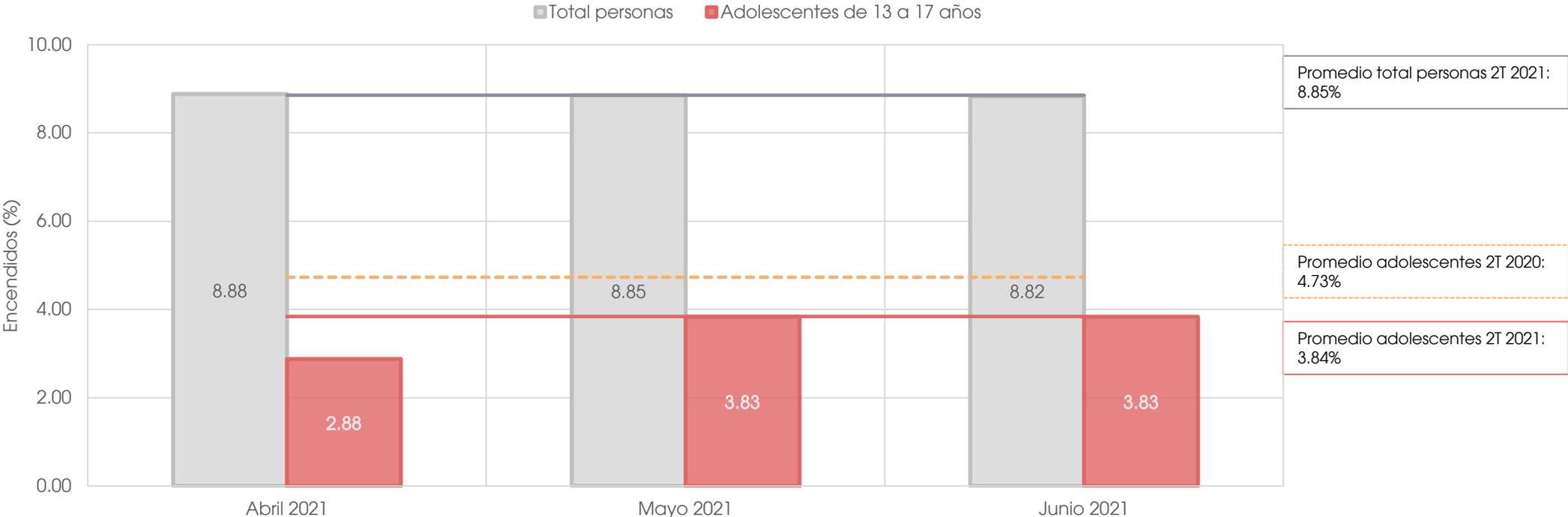


Encendidos



En las ciudades 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 2021, es decir que 89,925 adolescentes estuvieron expuestos a este medio. Dicho porcentaje fue menor en comparación con el promedio del mismo trimestre de 2020 con 4,73% de encendido.

Por otro lado, el número total de personas con la radio encendida para el periodo de abril a junio de 2021 fue de 2,365,893, lo que representó el 8,85% del universo de medición para estas tres ciudades.



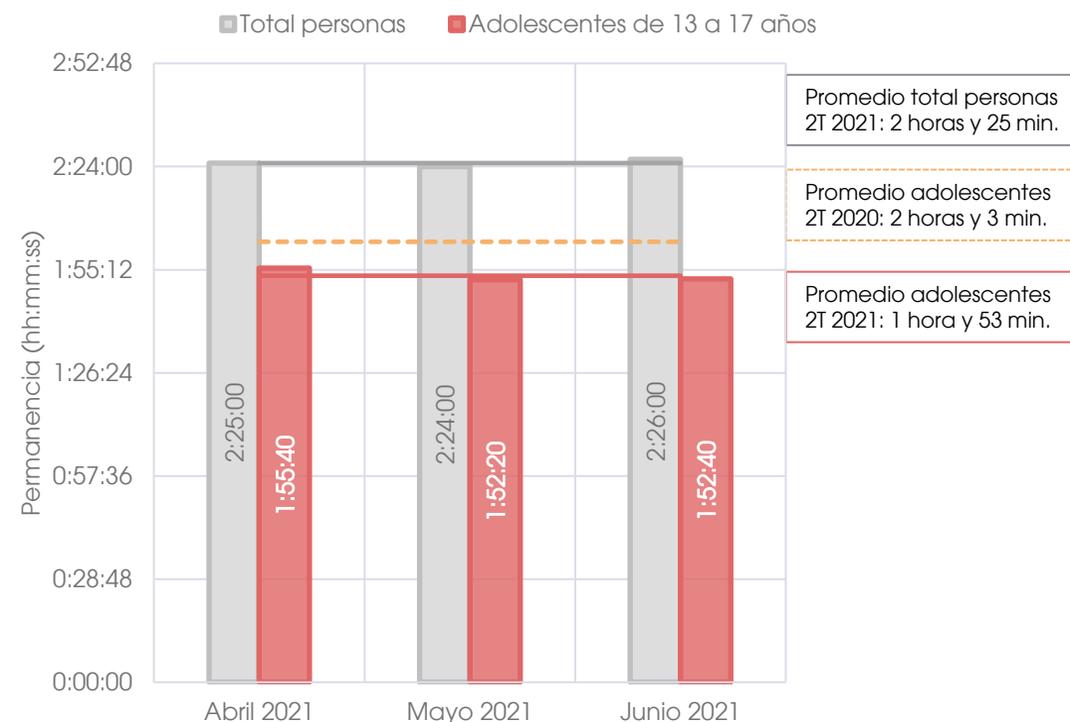
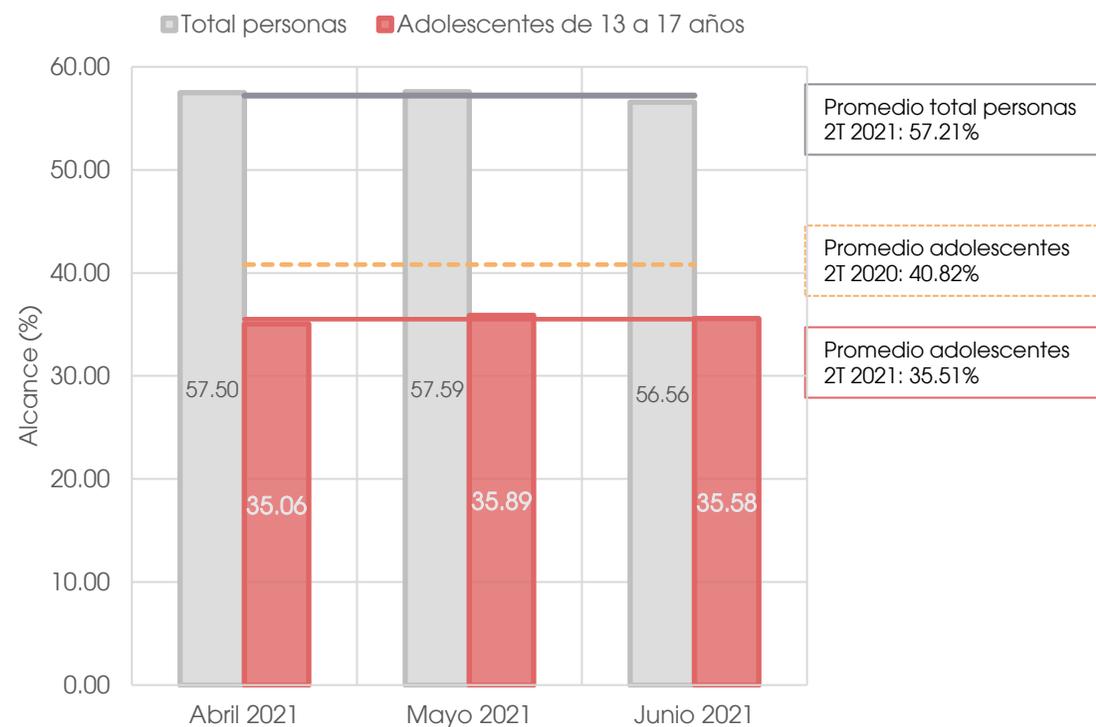
Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de abril a junio de 2020 y 2021. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de 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 segundo trimestre de 2021, en promedio el 35.51% de las y los adolescentes de las 3 ciudades analizadas fueron alcanzadas por la radio, mismos que en promedio permanecieron una hora con treinta y cinco minutos escuchando la radio.

Dichos datos registrados por los adolescentes, fueron menores el promedio del total de personas, con 57.21% de alcance y un tiempo de escucha de dos horas y veinticinco minutos.



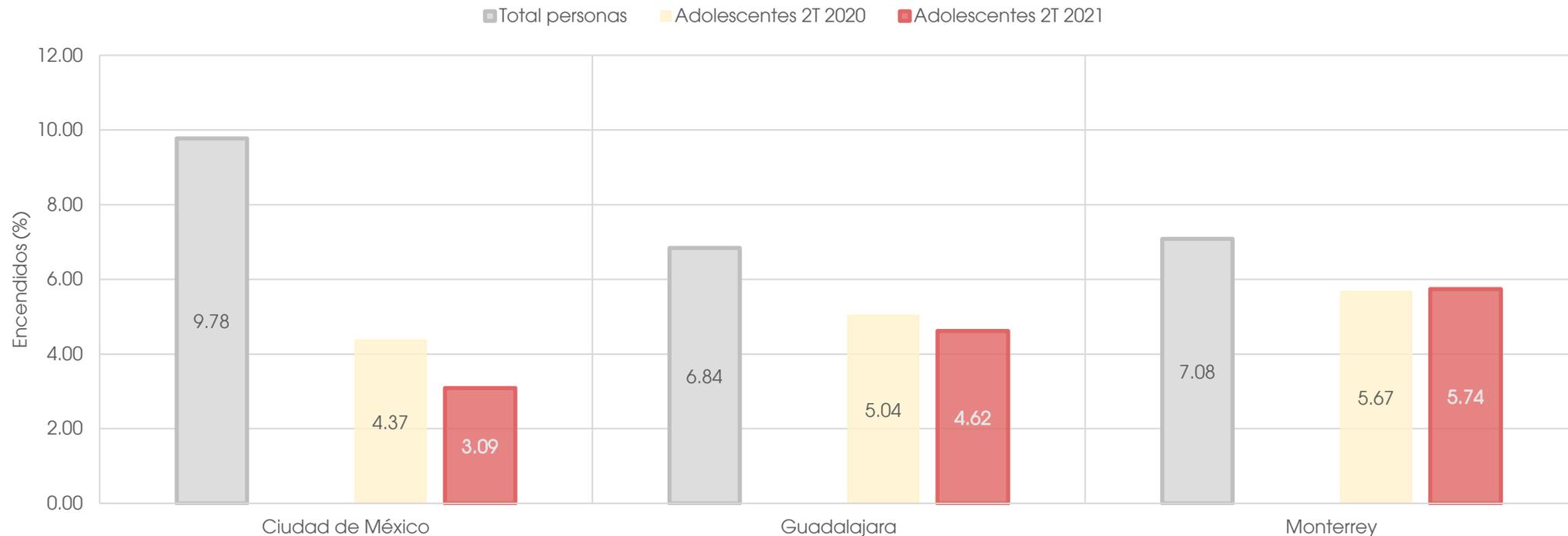
Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de abril a junio de 2020 y 2021. La variable de consulta es el alcance (rch%) y tiempo promedio de escucha que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son 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, se observó un mayor consumo de contenido radiofónico por parte de los adolescentes en la ciudad de Monterrey (5.74%), mientras que en la Ciudad de México fue donde se registró el porcentaje más bajo para este segmento.

Dicha tendencia se invirtió para el total personas, ya que registraron un mayor porcentaje de encendido de la radio en la Ciudad de México con 9.78%.



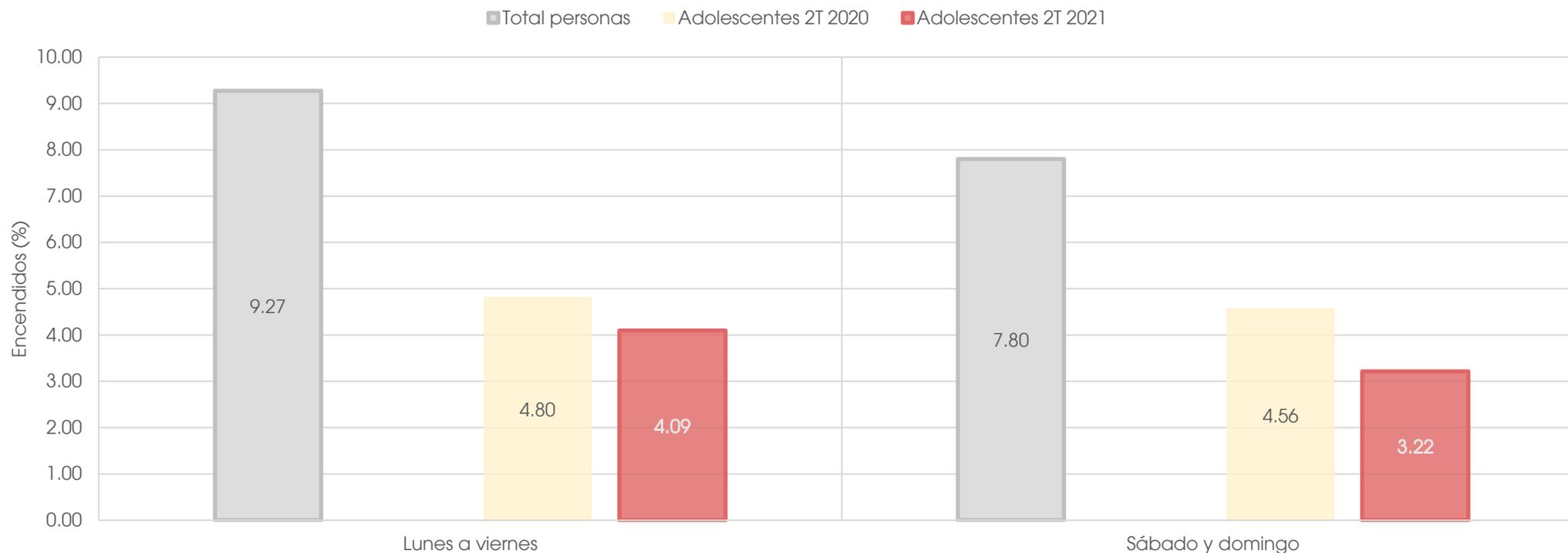
Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de abril a junio de 2020 y 2021. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de 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



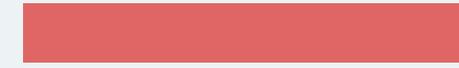
Tanto las y los adolescentes como la población en general, tuvieron un mayor consumo de radio de lunes a viernes en comparación con los fines de semana.

El consumo del grupo de 13 a 17 años en el segundo trimestre de 2021 fue menor en comparación con el mismo periodo de 2020, con una disminución de 15% de lunes a viernes y 29% en fines de semana.



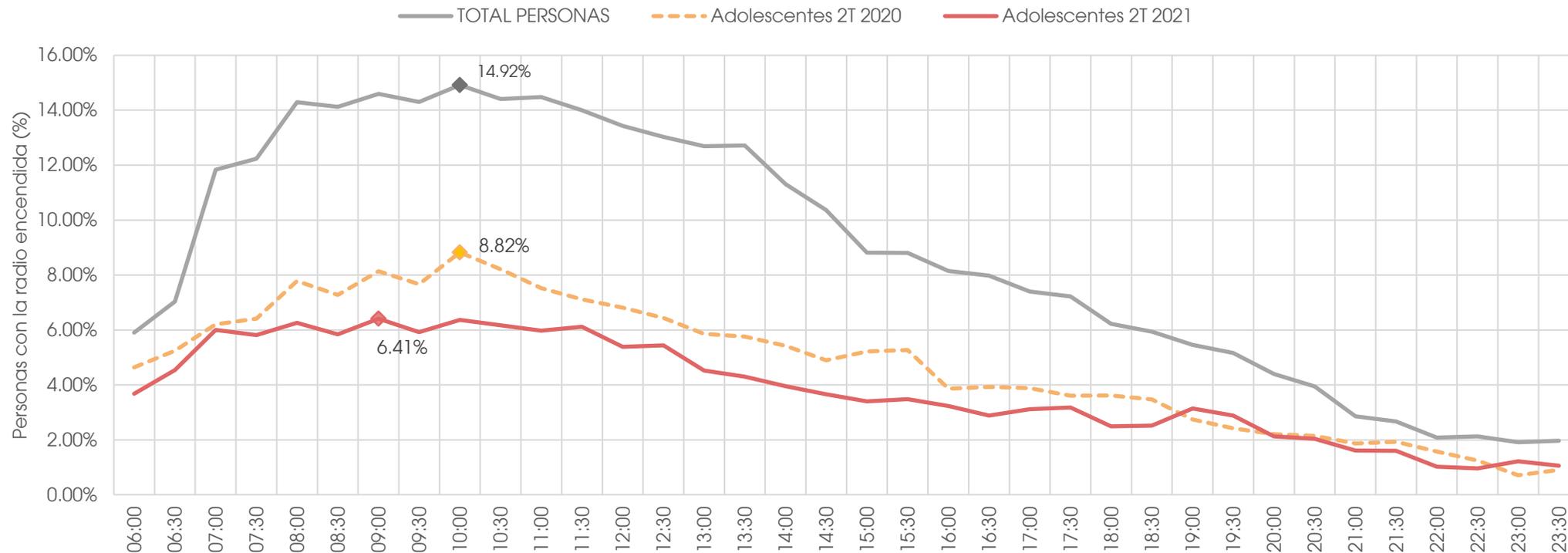
Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de abril a junio de 2020 y 2021. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de 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 viernes y sábado y domingo.

Tendencia por hora



De abril a junio 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 6.41%, mientras que para el mismo periodo de 2020 fue de las 10:00 a las 10:30 horas, con un encendido de 8.82%.

Para el total de personas el momento de mayor audiencia fue de 10:00 a 10:30 horas, cuando el 14.92% tuvo la radio encendida.



Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de abril a junio 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 | 0.59 |
| | LOS 40 | FM | Pop español / inglés | 0.42 |
| | Match | FM | Pop inglés | 0.33 |
| | Radio Felicidad | AM | Balada en Español | 0.04 |
| Guadalajara | EXA FM | FM | Pop español / inglés | 0.69 |
| | LOS 40 | FM | Pop español / inglés | 0.66 |
| | Rock & Soul | FM | Rock Pop Int. | 0.42 |
| Monterrey | EXA FM | FM | Pop español / inglés | 0.72 |
| | Digital | FM | Pop español / inglés | 0.60 |
| | LOS 40 | FM | Pop español / inglés | 0.59 |
| | RG La Deportiva | AM | Deportes | 0.07 |

HALLAZGOS



El segmento de 13 a 17 años tuvo un consumo radiofónico promedio de 3.84% durante el segundo trimestre de 2021.

En promedio el 35.51% de las y los adolescentes de las tres ciudades analizadas fueron alcanzadas por la radio, mismos que en promedio permanecieron una hora y cincuenta y tres minutos 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 5.67%. Mientras que en la Ciudad de México, el consumo fue menor.

Tanto las y los adolescentes como la población en general, reportaron 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 6.41%,

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 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, la ciudad de Guadalajara no registró audiencia adolescente para la banda AM.