

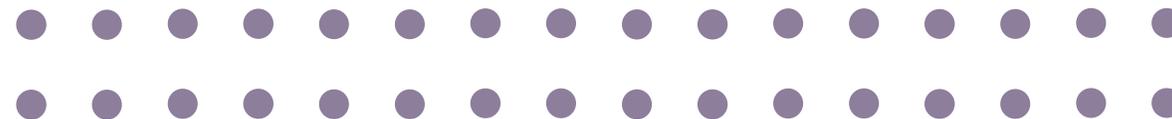


# NIVELES DE AUDIENCIA DE RADIO EN NIÑAS Y NIÑOS DE 8 A 12 AÑOS DE EDAD

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 infantil (8 a 12 años).

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 (abril a junio); así como también, expone la comparación de los datos que se obtuvieron durante el mismo trimestre del 2020.

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	26,723,957	2,241,323
Ciudad de México	17,954,069	1,401,447
Guadalajara	4,466,521	444,039
Monterrey	4,303,367	395,837

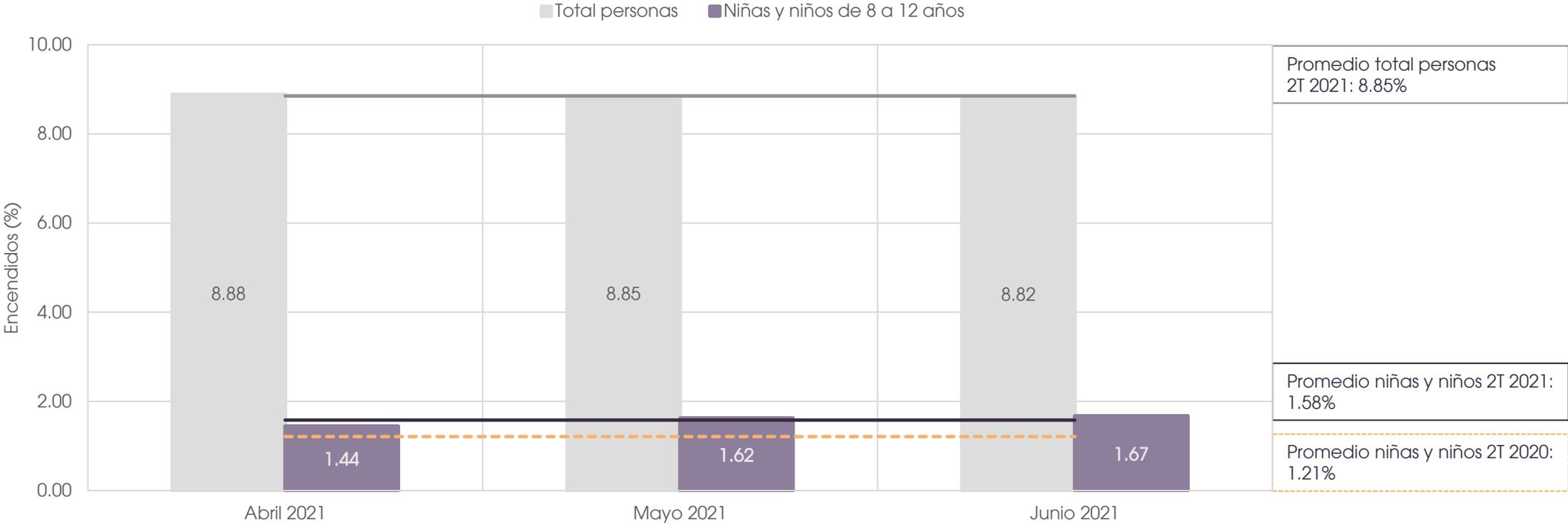


# Encendidos



El porcentaje de niñas y niños de 8 a 12 años con la radio encendida en las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey durante el segundo trimestre de 2021 fue de 1.58%; es decir, 35,419. Por otro lado, su consumo de radio para el mismo trimestre de 2020 fue de 1.21%.

Para el periodo de abril a junio de 2021, el número de personas expuestas del total población 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 8 a 12 años, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

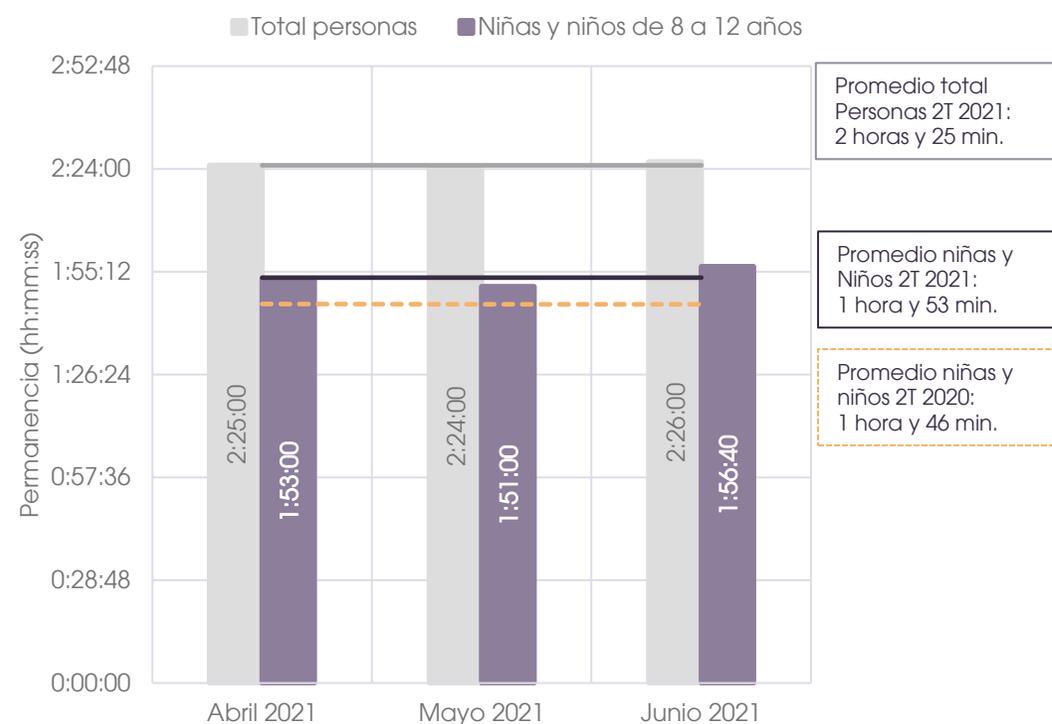
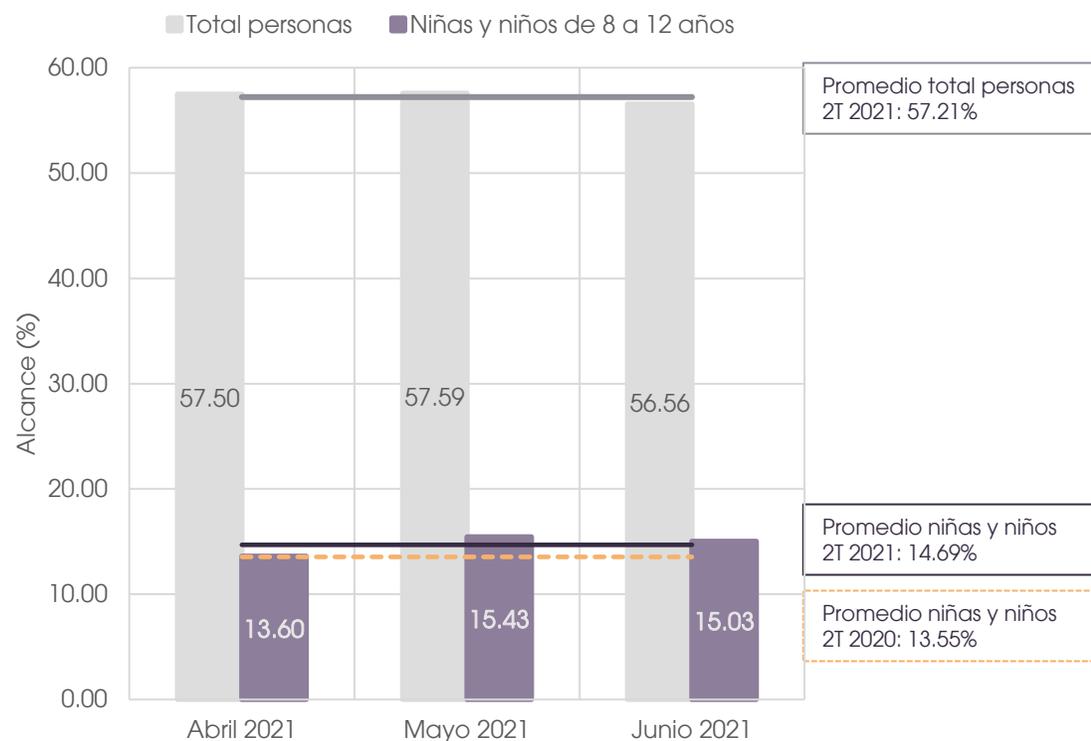
# Alcance y tiempo promedio de escucha



Durante el segundo trimestre de 2021, el segmento infantil tuvo un alcance de 14.69% y, para el mismo trimestre de 2020 el alcance fue de 13.55%.

Para el total de personas, el alcance promedio para las tres ciudades analizadas fue de 57.21%.

Así mismo, las niñas y niños registraron un tiempo promedio de escucha de una hora y cincuenta y tres minutos, exposición menor, comparado con lo sucedido en el total de personas, con un promedio de dos horas y veinticinco minutos.



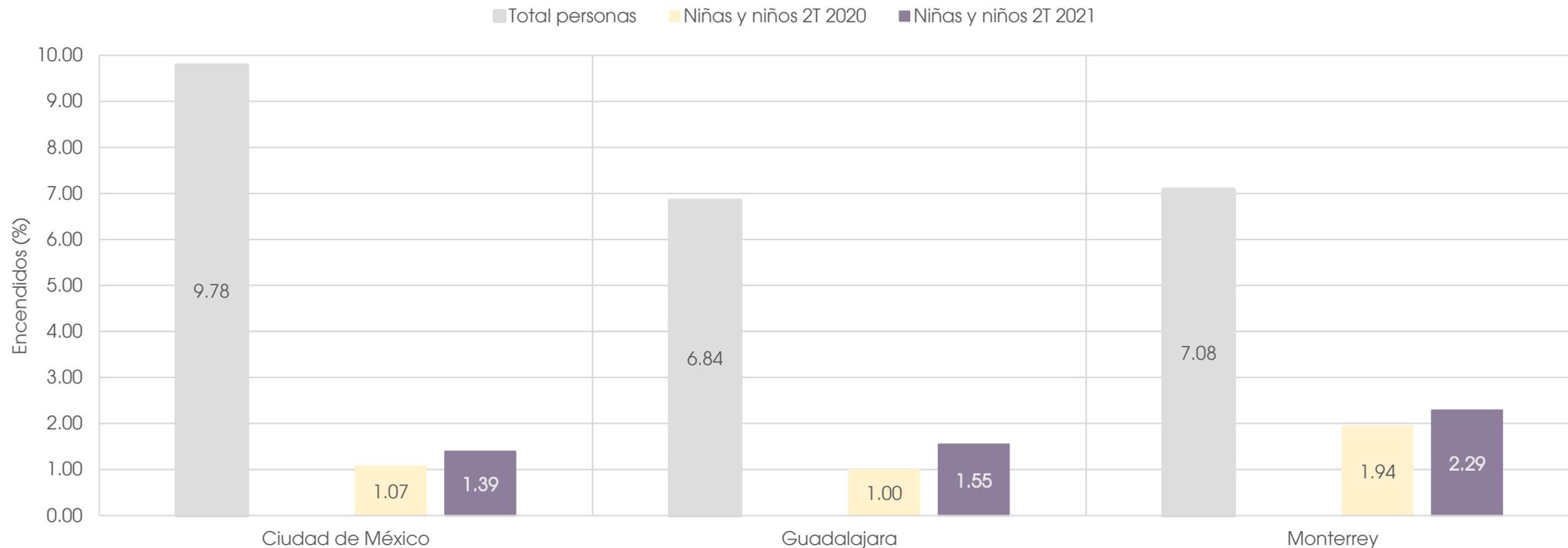
Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de abril a junio de 2020 y 2021. La variable de consulta es el alcance (rch%) y tiempo promedio de escucha que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son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



A partir del análisis del segundo trimestre del 2021, se identificó un mayor consumo de contenidos radiofónicos por parte de la población infantil en la ciudad de Monterrey (2.29%), mientras que en la Ciudad de México, el porcentaje fue el más bajo para este segmento.

Dicho comportamiento fue opuesto para el total personas, quienes registraron un mayor porcentaje de encendido de la radio en la Ciudad de México con 9.78%.

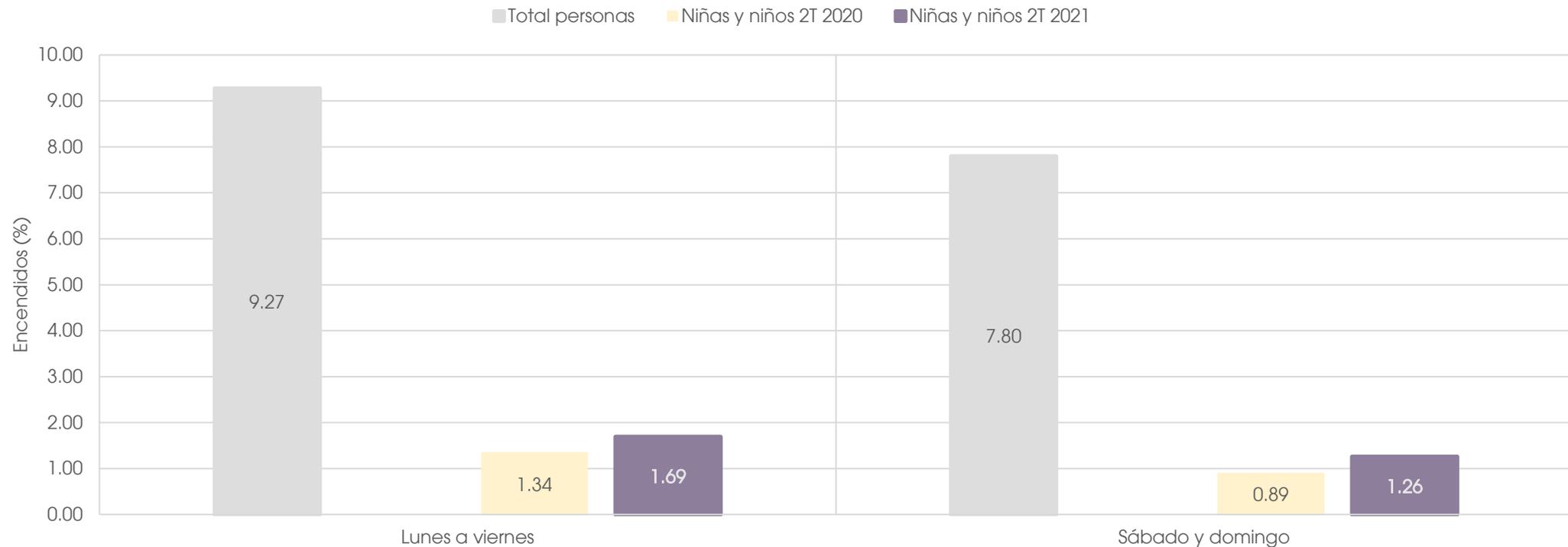


Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de abril a junio de 2020 y 2021. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey. Los target utilizados son personas de 8 años en adelante y el grupo de 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 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 en comparación con los fines de semana. Específicamente, la disminución del consumo de las y los niños fue de 26% los fines de semana, respecto de lunes a viernes.



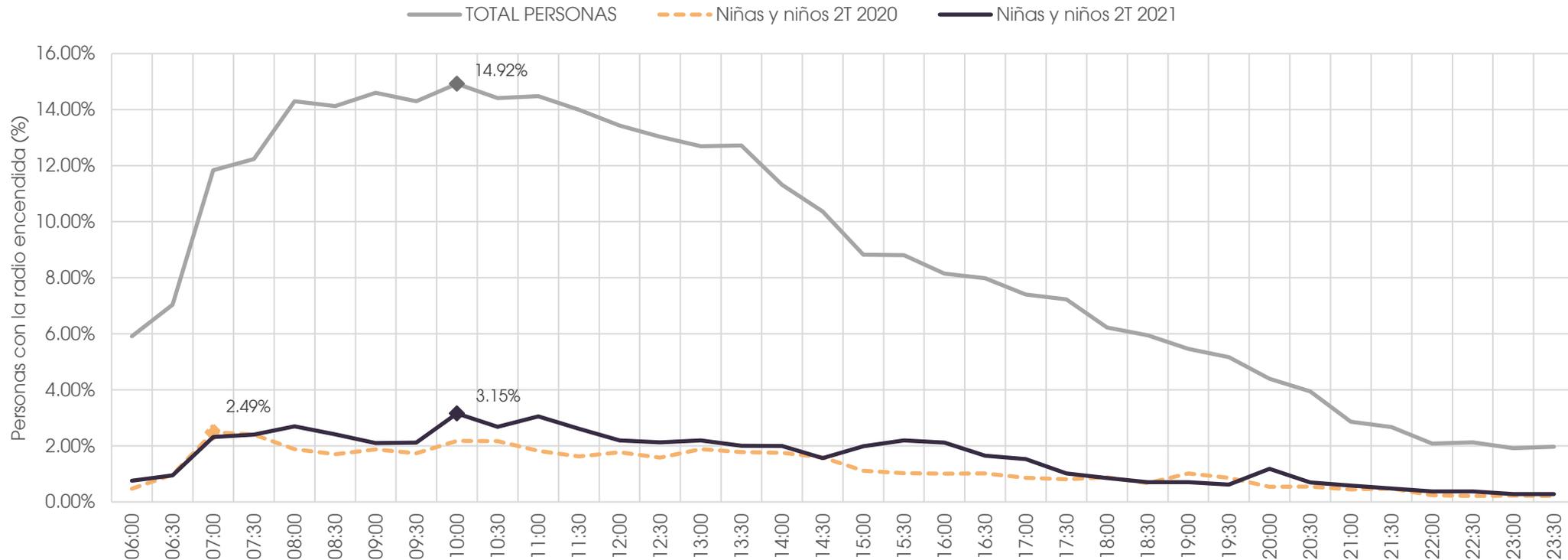
Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de abril a junio de 2020 y 2021. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de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

# Tendencia por hora



Durante el segundo trimestre de 2021, el momento de mayor exposición a la radio para el segmento infantil fue de 10:00 a 10:30 horas, donde se reportó un encendido de 3.15%, mientras que para el mismo periodo de 2020, el momento de mayor exposición fue de las 07:00 a las 07:30 horas con un encendido de 2.49%.

Para total personas el momento de mayor consumo 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 8 a 12 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



La siguiente tabla muestra las tres estaciones que registraron mayor audiencia infantil para las bandas AM y FM, destacando la programación de género Pop español / inglés en la banda FM.

Finalmente, las ciudades de Guadalajara y Monterrey no registraron audiencia infantil para la banda AM.

Ciudad	Estación	Banda	Perfil estación	Rating %
Ciudad de México	Radio Omega	AM	Hablada	0.02
	Radio Fórmula 1470	AM	Hablada	0.01
	Radio Felicidad	AM	Balada en Español	0.01
	Los 40	FM	Pop español / inglés	0.17
	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.15
	Radio Disney	FM	Pop español / inglés	0.09
Guadalajara	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.45
	Los 40	FM	Pop español / inglés	0.31
	Match	FM	Pop español / inglés	0.21
Monterrey	FMTU Zona Urbana	FM	Urbana / Balada	0.45
	Digital	FM	Pop español / inglés	0.29
	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.23

# HALLAZGOS



El consumo radiofónico en la población infantil de 8 a 12 años durante el segundo trimestre de 2021 fue de 1.58%, es decir, que hubo 35,419 niñas y niños expuestos a la programación radiofónica, porcentaje menor si se compara con el consumo del total personas con 8.85%, lo cual representa 2,365,893 individuos con la radio encendida.

## *La penetración y el consumo de la radio en el país por parte del público infantil es escasa. <sup>1</sup>*

El porcentaje de niñas y niños alcanzados por la radio en este trimestre fue de 14.69% (329,196 niñas y niños), quienes permanecieron un tiempo promedio de escucha de una hora y cincuenta y tres minutos.

La ciudad donde destacó el consumo infantil de la radio para este periodo fue Monterrey, con un encendido de 2.29%. Por otro lado, la Ciudad de México fue la que tuvo un menor consumo de radio por parte de niñas y niños.

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

De abril a junio de 2021, fue el momento de mayor exposición a la radio del segmento infantil, el cual fue de 10:00 a 10:30 horas, con un encendido de 3.15%.

## *Los programas de radio más escuchados son Musicales, Noticias y Deportes. <sup>2</sup>*

En cuanto a las tres estaciones que registraron mayor audiencia infantil de abril a junio de 2021 para las bandas AM y FM, destaca la programación de género Pop español / inglés en la banda FM.

## *Datos de la ENCCA 2019, reflejan que el 62% de las niñas y niños que escuchan radio, lo hacen a través de la banda FM, mientras que el 14% lo hace en la banda AM, el 16% declaró escuchar ambas frecuencias y el 9% restante no sabe.<sup>2</sup>*

Finalmente, las ciudades de Guadalajara y Monterrey no registraron audiencia infantil para la banda AM.

1 – Instituto Federal de Telecomunicaciones. Estudios sobre oferta y consumo de programación para público infantil en radio, televisión radiodifundida y restringida. Abril 2018, consultado en línea en: [http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/estudiosobreprogramacionparapublicoainfantil2017300418\\_1.pdf#page49](http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/estudiosobreprogramacionparapublicoainfantil2017300418_1.pdf#page49)

2- Instituto Federal de Telecomunicaciones. Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2019, consultado en línea en: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/medios-y-contenidos-audiovisuales/01encca2019vp.pdf#page48>