



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

INFORME TRIMESTRAL  
(ABRIL, MAYO Y JUNIO DE 2022)



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.

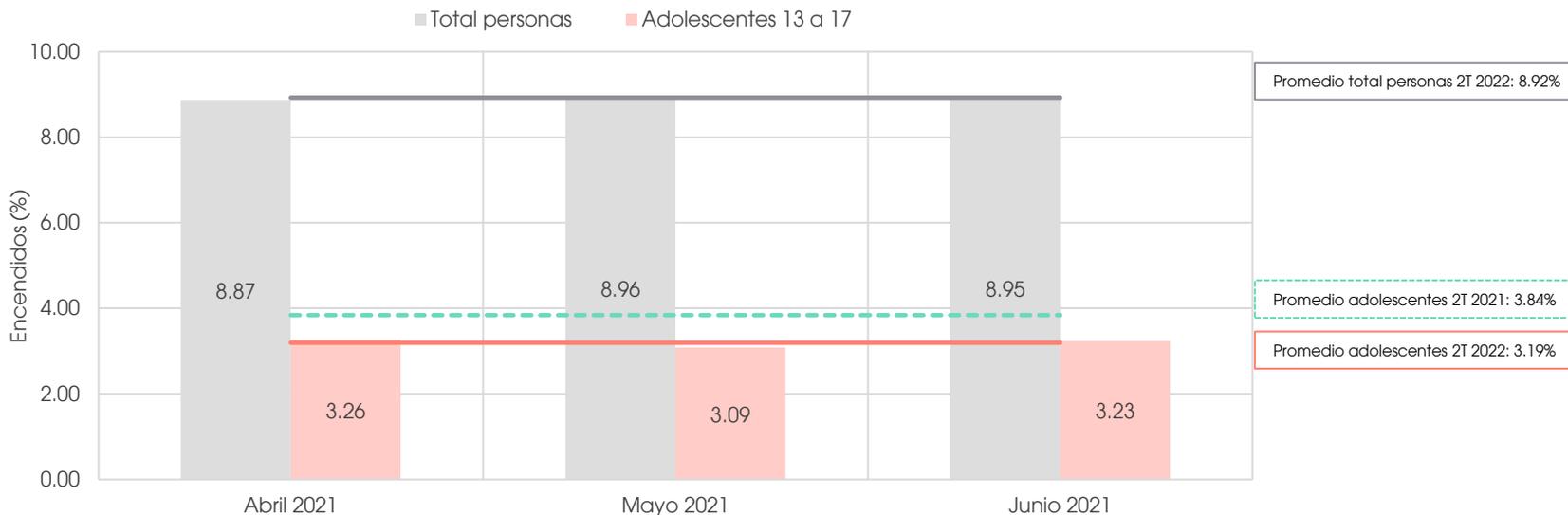
Este Informe hace énfasis en los niveles de audiencia registrados por la radio durante el segundo trimestre de 2022 (abril a junio), así como el detalle de los datos de radio durante el mismo trimestre pero del año 2021.

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 3.19% durante el segundo trimestre de 2022, es decir que 74,256 adolescentes estuvieron expuestos a este medio. Dicho porcentaje fue menor en comparación con lo que promediaban durante el mismo trimestre de 2021 con 3.84% de encendido.

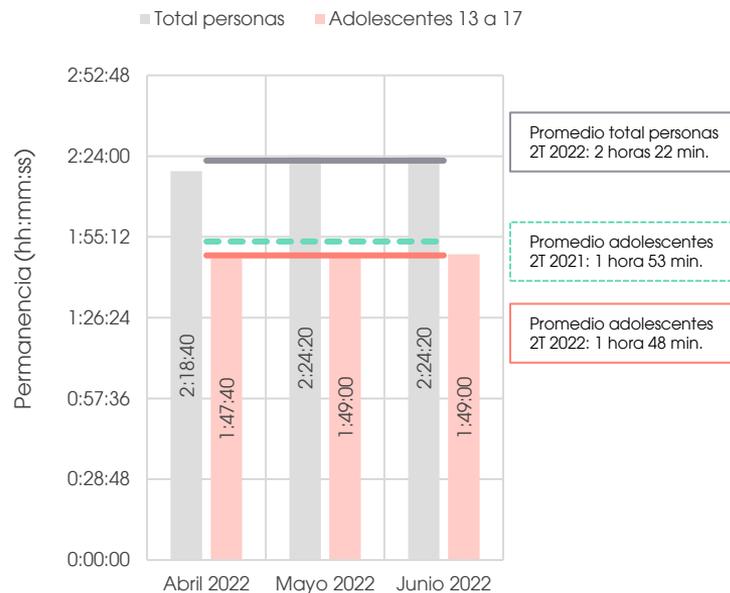
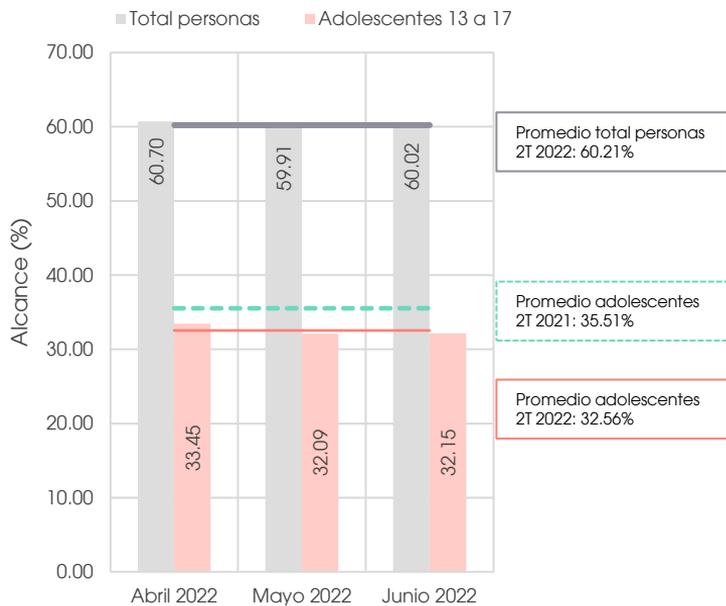
Por otro lado, el número total de personas con la radio encendida para el periodo de abril a junio de 2022 fue de 2,409,171 lo que representó el 8.92% del universo de medición para estas 3 ciudades.



# Alcance y tiempo promedio de escucha

Durante el segundo trimestre de 2022, en promedio el 32.56% de las y los adolescentes de las 3 ciudades analizadas fueron alcanzadas por la radio, mismos que en promedio permanecieron 1 hora con 48 minutos escuchando la radio.

Dichos datos registrados por los adolescentes, fueron menores que lo promediado por el total personas, con 60.21% de alcance y un tiempo de escucha de 2 horas y 22 minutos.

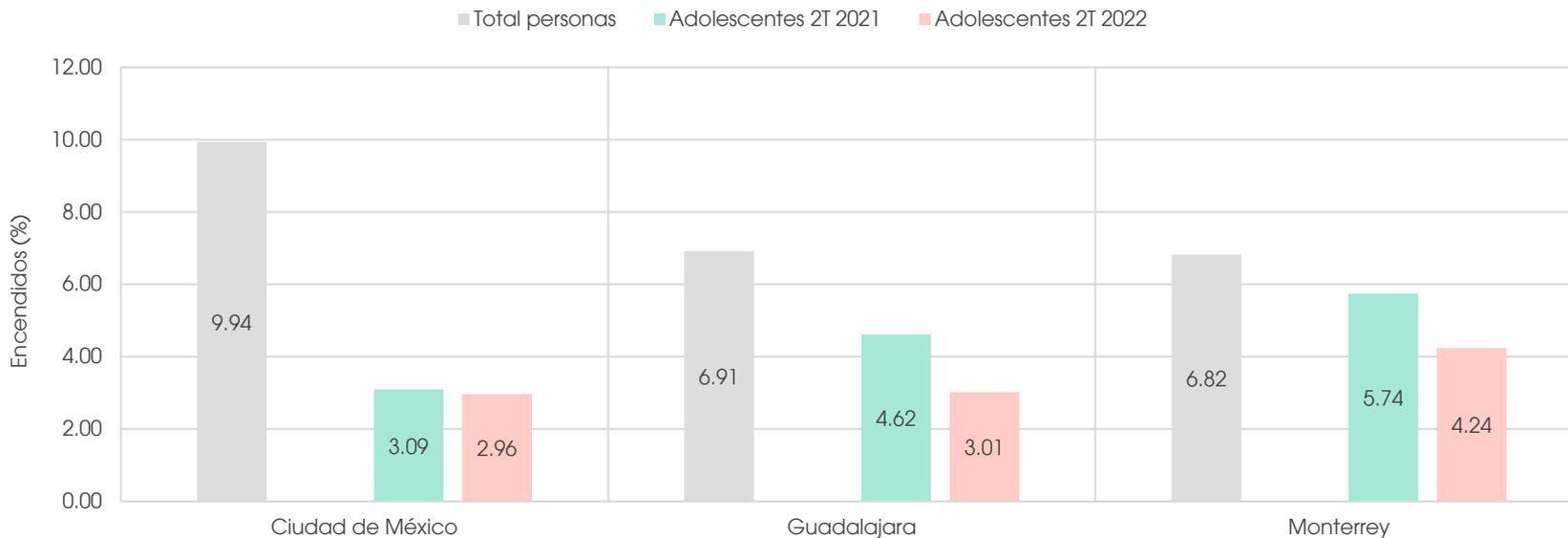


Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de abril a junio de 2022 y 2021. La variable de consulta es el alcance (rch%) y tiempo promedio de escucha que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son 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 las y los adolescentes en la ciudad de Monterrey (4.24%), 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 9.94%.

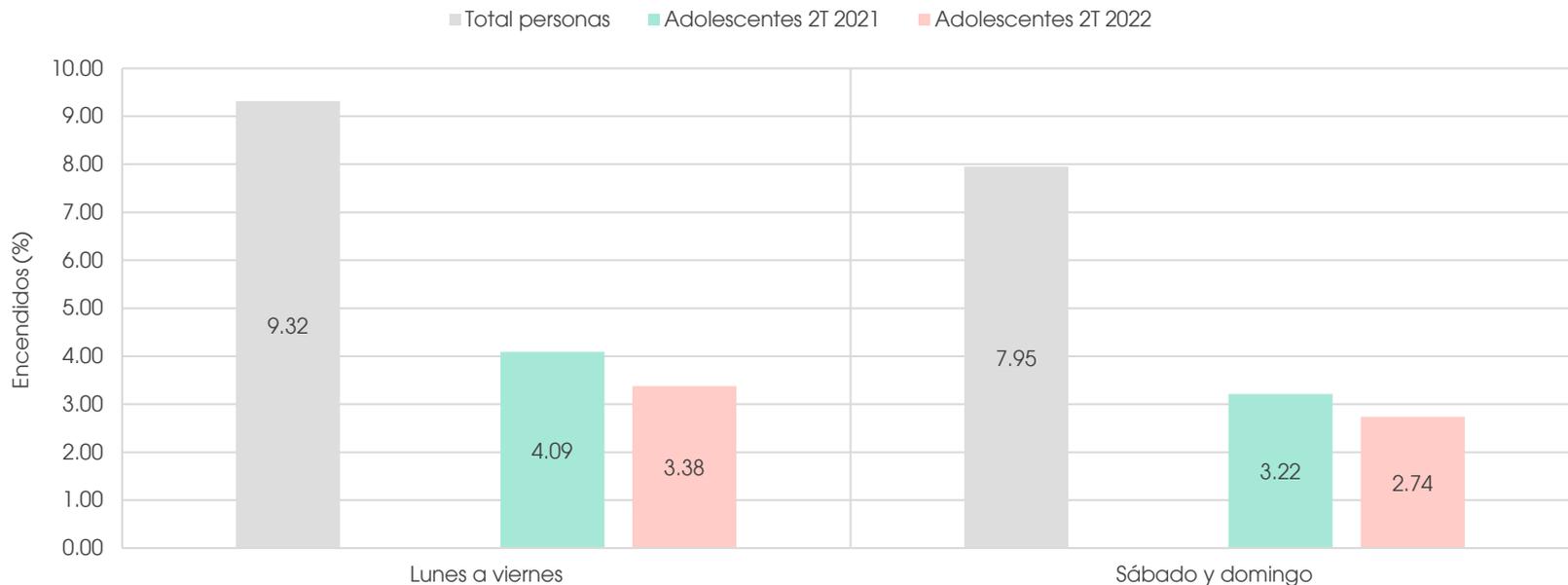


Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de abril a junio de 2022 y 2021. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de 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.

# 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.

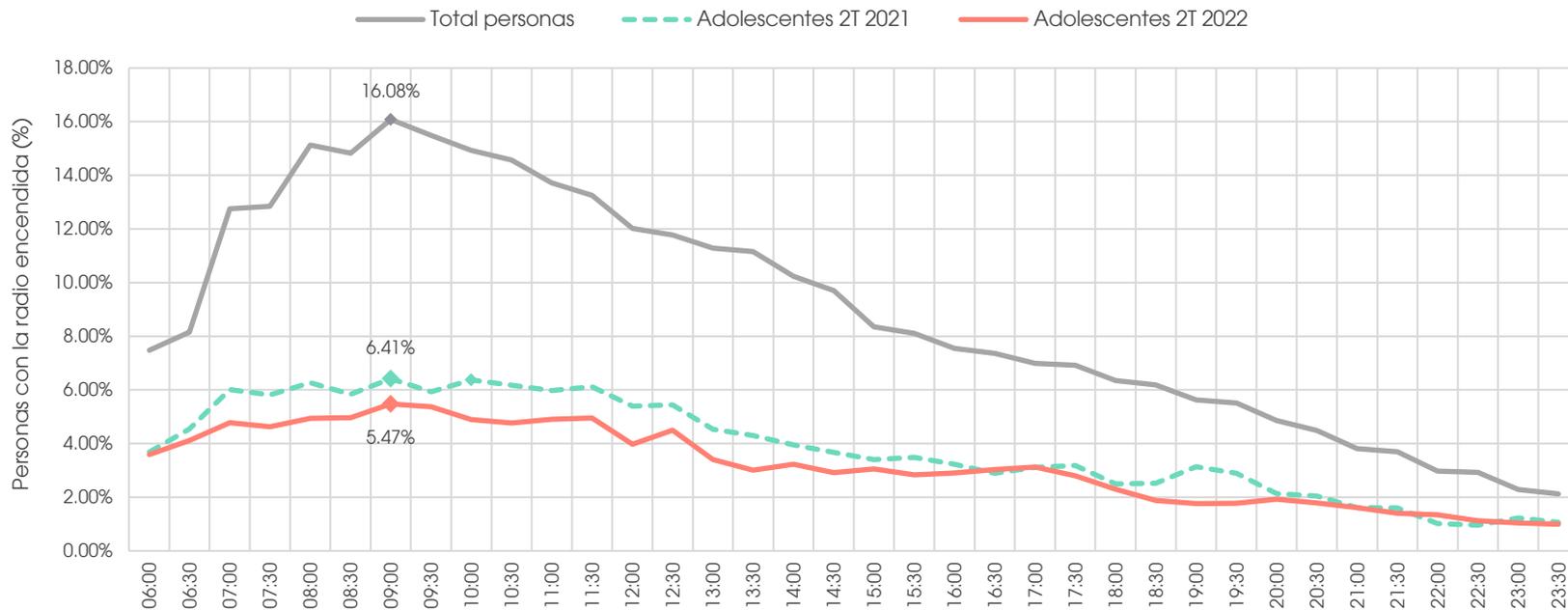
Por otro lado, el consumo de la radio por el grupo de 13 a 17 años durante el segundo trimestre de 2022 estuvo por debajo del porcentaje de encendido en comparación con el mismo trimestre de 2021, sin importar el día de la semana.



# Encendidos por hora

De abril a junio 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 5.47%, mientras que para el mismo periodo de 2021 fue a la misma hora pero con un encendido mayor al registrar 6.41%.

Para el total de personas el momento de mayor audiencia también fue de 09:00 a 09:30 horas, cuando el 16.08% 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 musical de género Pop español / inglés.

Ciudad	Estación	Banda	Perfil estación	Rating %
Ciudad de México	Los 40	FM	Pop español / inglés	0.39
	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.38
	Match	FM	Pop español / inglés	0.32
	Ke Buena	AM	Grupera / Tropical	0.08
	Radio Fórmula 1470	AM	Hablada	0.02
Guadalajara	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.61
	Los 40	FM	Pop español / inglés	0.47
	KY 94.7	FM	Urbana / Balada	0.30
Monterrey	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.62
	La Mejor	FM	Grupera /Tropical	0.48
	Los 40	FM	Pop español / inglés	0.47
	RG La Deportiva	AM	Deportes	0.07

# HALLAZGOS

El segmento de 13 a 17 años tuvo un consumo radiofónico promedio de 3.19% durante el segundo trimestre de 2022.

Además, en promedio el 32.56% de las y los adolescentes de las 3 ciudades analizadas fueron alcanzadas por la radio, mismos que en promedio permanecieron 1 hora y 48 minutos escuchando la radio.

La ciudad donde destacó el consumo en los adolescentes para este periodo fue Monterrey con un encendido de 4.24%. Por otro lado, la Ciudad de México fue la que registró 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 5.47%.

Para las 3 estaciones que registraron mayor audiencia adolescente de cada ciudad analizada, destacó la programación musical de género Pop español / inglés en la banda FM.

