



**INFORME TRIMESTRAL
NIVELES DE AUDIENCIA DE RADIO
EN NIÑAS Y NIÑOS DE
8 A 12 AÑOS
(JULIO, AGOSTO Y SEPTIEMBRE 2020)**



ÍNDICE

Metodología	3
Encendidos	4
Alcance y tiempo promedio de escucha	5
Encendidos por ciudad	6
Encendidos por día de la semana	7
Tendencias por hora	8
Estaciones de radio más escuchadas	9
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 infantil, específicamente, niñas y niños de 8 a 12 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 tercer trimestre de 2020 (julio a septiembre).

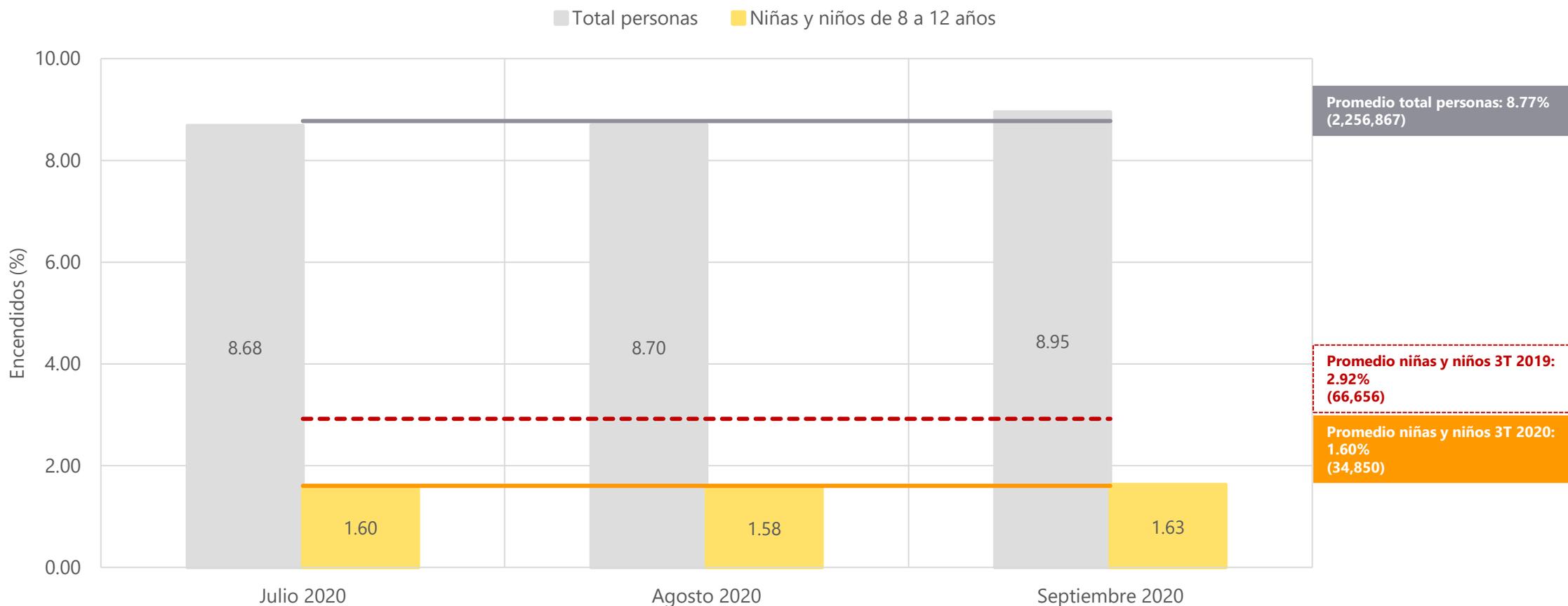
Así como el detalle de los datos de radio durante el mismo trimestre pero del año 2019.

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	25,719,352	2,174,019
Ciudad de México	17,030,409	1,333,600
Guadalajara	4,449,725	444,595
Monterrey	4,239,218	395,824



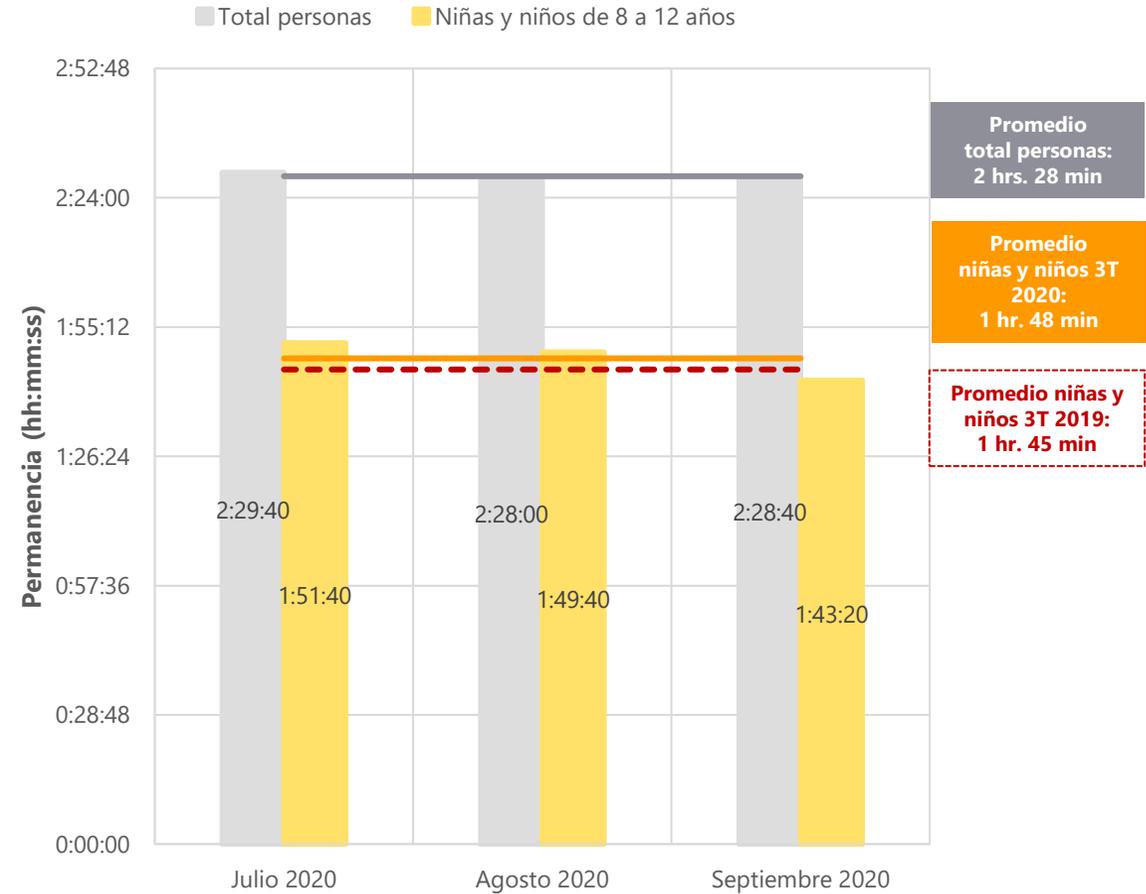
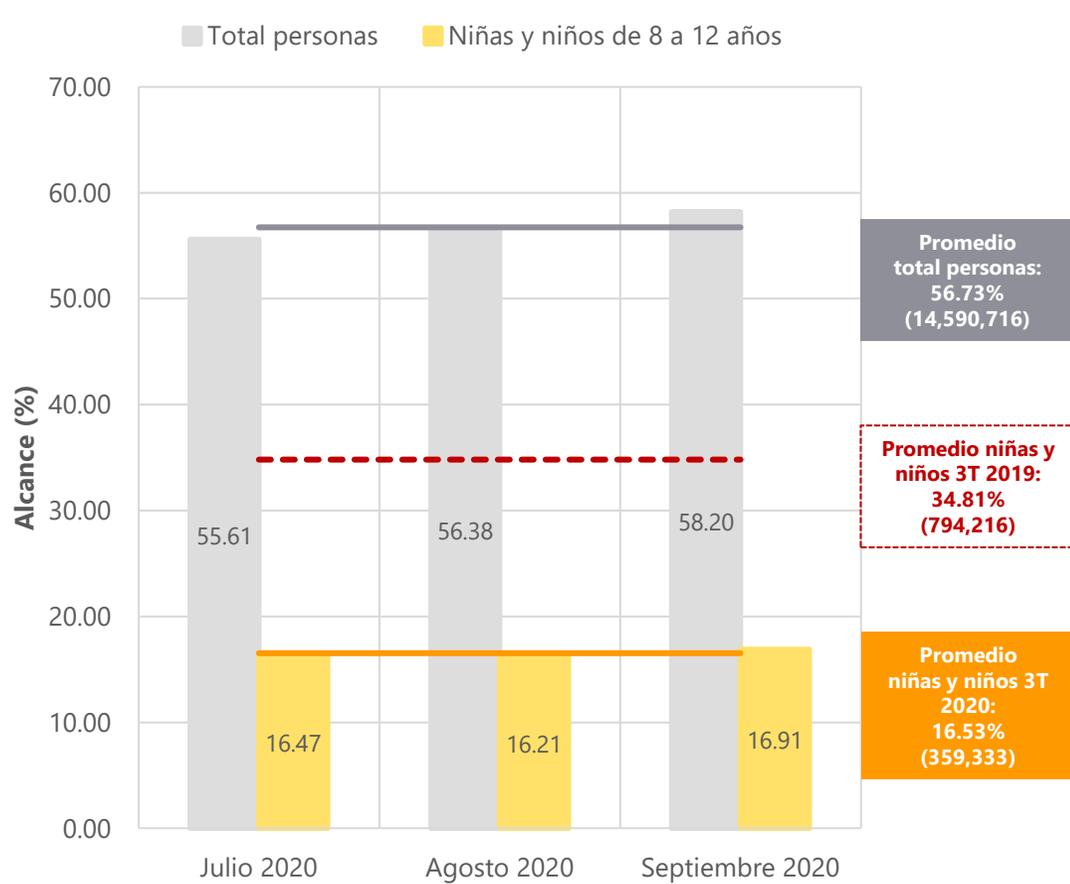
ENCENDIDOS

- El promedio de personas con la radio encendida para el periodo julio a septiembre de 2020 en la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey fue de 2,256,867 personas, lo que representa el 8.77% del universo total de las personas consideradas por la medición de INRA para estas 3 ciudades.
- Para el segmento infantil el consumo durante el tercer trimestre de 2020 fue de 1.60%; es decir 34,850 niñas y niños. Para el mismo trimestre de 2019, el 2.92% de este grupo sintonizó la radio.
- Como se observa en la gráfica, para cada grupo, el consumo radiofónico durante los tres meses tuvo un comportamiento similar.



ALCANCE Y TIEMPO PROMEDIO DE ESCUCHA

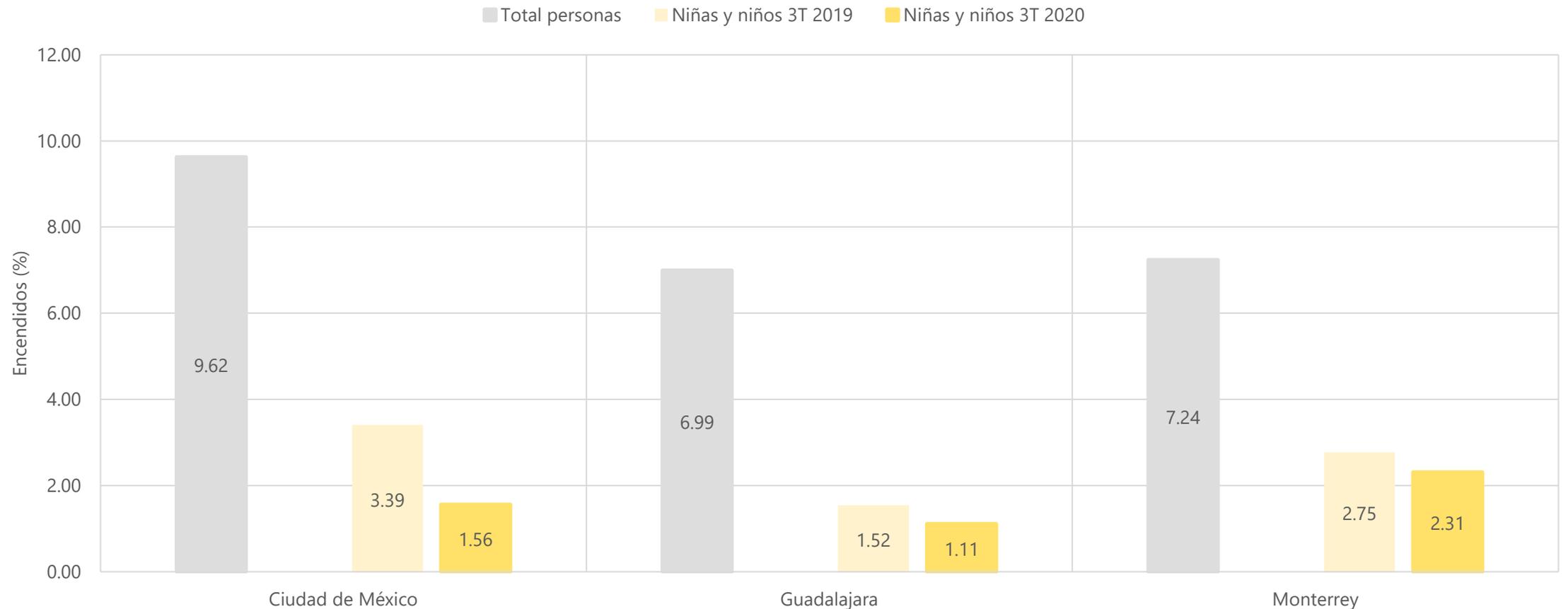
- Durante el tercer trimestre de 2020, en promedio el 56.73% del total personas de las 3 ciudades analizadas fueron alcanzadas por la radio, mientras que para el segmento infantil el alcance fue de 16.53%, el cual fue menor en comparación con lo registrado durante el tercer trimestre de 2019 (34.81%).
- El total personas registro un tiempo de permanencia de 2 horas y 28 minutos, mientras que las niñas y niños permanecieron solo 1 hora y 48 minutos, tiempo que se mantuvo estable respecto del tercer trimestre de 2019.



Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de julio a septiembre de 2019 y 2020. 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. El target utilizado es hombres y mujeres de 8 años en adelante, todos los niveles socioeconómicos. Horario de consulta de las 06:00 a 24:00 horas de lunes a domingo.

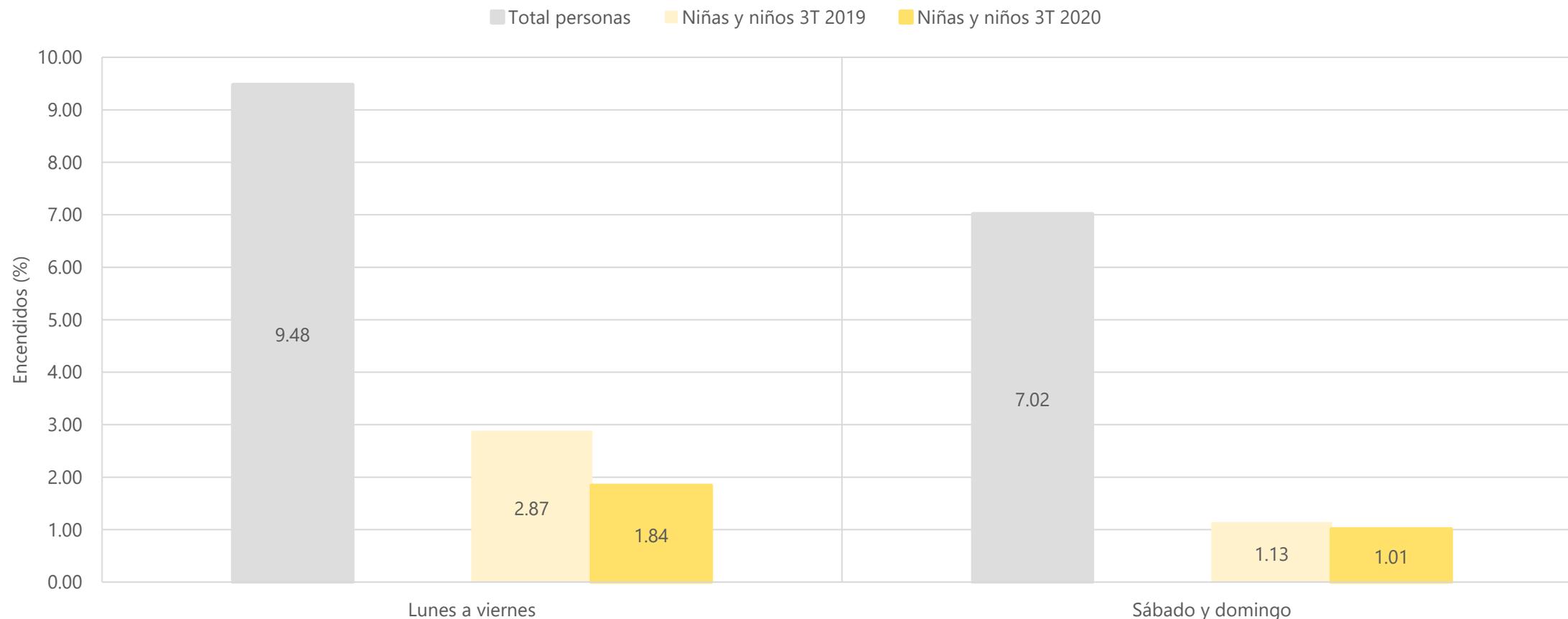
ENCENDIDOS POR CIUDAD

- En el tercer trimestre de 2020, la plaza de mayor consumo para el total personas fue la Ciudad de México, con un encendido de 9.62%.
- No obstante, la ciudad donde destacó el consumo infantil fue Monterrey con un encendido de 2.31%, a diferencia del tercer trimestre de 2019, cuando la Ciudad de México era la que registraba mayor consumo (3.39%).
- La ciudad de Guadalajara fue la que tuvo un menor consumo en la radio para ambos grupos analizados.



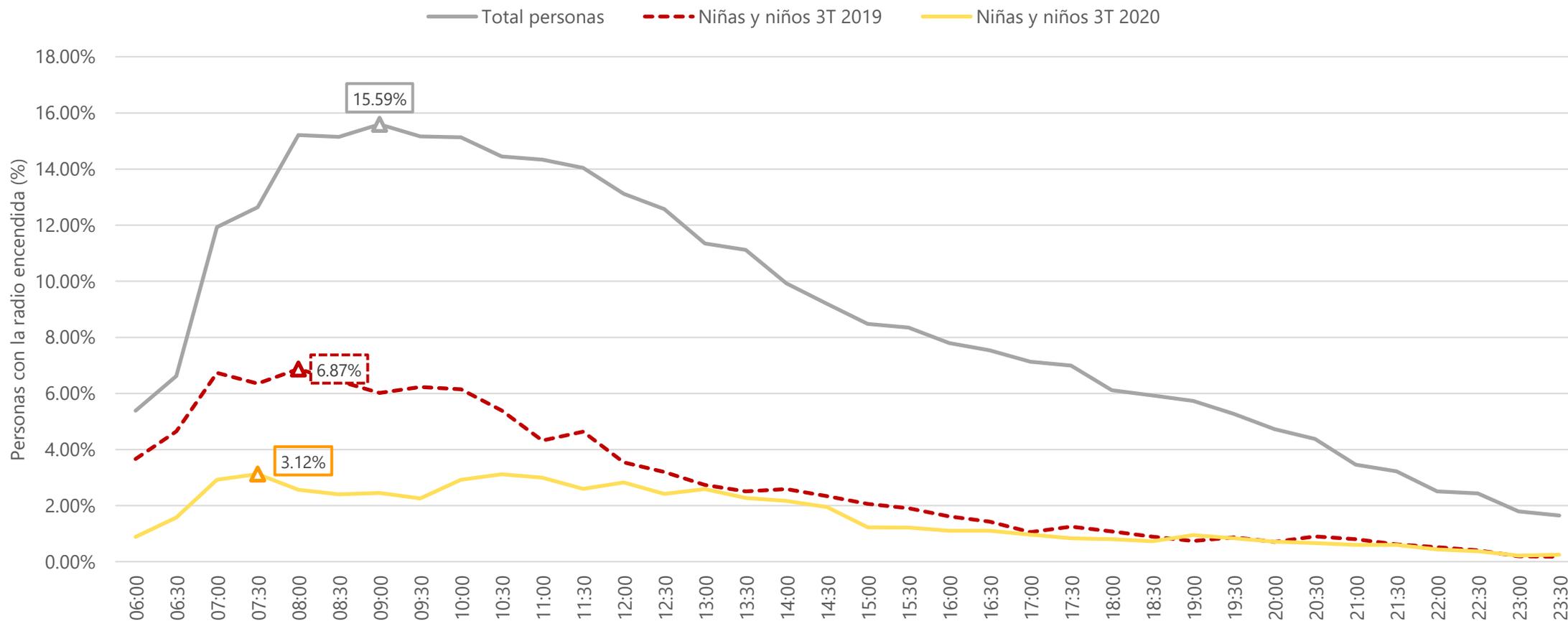
ENCENDIDOS POR DÍA DE LA SEMANA

- Se observa que durante el tercer trimestre de 2020 hubo un mayor consumo de radio de lunes a viernes en comparación con los fines de semana. Las niñas y niños obtuvieron un encendido 81.68% mayor de lunes a viernes y 35.09% superior para el total personas.
- Como se observa en la gráfica, el consumo infantil en el tercer trimestre de 2020 fue menor en comparación con el mismo periodo de 2019, con una disminución de 35.92% de lunes a viernes y 10.42% en fines de semana.



TENDENCIAS POR HORA

- El momento de mayor exposición a la radio para el segmento infantil de julio a septiembre de 2020 fue de 07:30 a 08:00 horas con un encendido de 3.12%. Mientras que para el mismo periodo del año 2019, fue a las 08:00 horas con un encendido máximo de 6.87%.
- Para total personas el momento de mayor consumo fue de 09:00 a 09:30 horas, cuando el 15.59% tuvo la radio encendida.



ESTACIONES DE RADIO MÁS ESCUCHADAS

La siguiente tabla muestra las 3 estaciones que registraron mayor audiencia infantil durante julio, agosto y septiembre de 2020 para las bandas AM y FM.

- Destaca la programación de género Pop español / inglés en la banda FM.
- La Ciudad de Guadalajara no registró audiencia infantil para la banda AM.
- En Monterrey se registró audiencia infantil para 2 estaciones de la banda AM.

Ciudad	Estación	Banda	Perfil estación	Rat%
Ciudad de México	Mil AM	AM	Hablada / Balada	0.02
	Radio Fórmula 1470	AM	Hablada	0.01
	W Deportes	AM	Deportes	0.01
	La Zeta	FM	Grupera / Tropical	0.19
	Ke Buena	FM	Grupera / Tropical	0.17
	Radio Disney	FM	Pop español / inglés	0.16
Guadalajara	Los 40	FM	Pop español / inglés	0.39
	94.7 FM	FM	Pop español / inglés	0.19
	Match	FM	Pop español / inglés	0.19
Monterrey	RG La Deportiva	AM	Deportes	0.02
	Radio Recuerdo	AM	Música del Recuerdo	0.01
	FMTU Zona Urbana	FM	Urbana / Balada	0.44
	D-99	FM	Rock Inglés	0.36
	Digital	FM	Pop español / inglés	0.34

HALLAZGOS

- A partir del análisis realizado a lo largo de este reporte, a continuación se presenta la recopilación de los principales hallazgos y características de los hábitos de consumo de la radio en niñas y niños; mismos que se complementan con citas verbales y hallazgos extraídos de estudios cualitativos, así como otros recursos de información propios del IFT o externos.
- El promedio de personas con la radio encendida para el periodo julio a septiembre de 2020 en la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey fue de 2,256,867 personas, lo que representa el 8.77% del universo total de las personas consideradas por la medición de INRA para estas 3 ciudades.
- Para el segmento infantil el consumo durante el tercer trimestre de 2020 fue de 1.60%; es decir 34,850 niñas y niños. Para el mismo trimestre de 2019, el 2.92% de este grupo sintonizó la radio.
- Durante el tercer trimestre de 2020, en promedio el 56.73% del total personas de las 3 ciudades analizadas fueron alcanzadas por la radio, mientras que para el segmento infantil el alcance fue de 16.53%, el cual fue menor en comparación con lo registrado durante el tercer trimestre de 2019 (34.81%).
- Esta variación podría estar relacionada con el impacto de la pandemia por SARS-CoV-2 en las vidas de niñas y niños. Si bien, el tiempo de escucha dentro de casa aumentó, se identificó un decremento de audiencias del 31% en el auto, trabajo y transporte público¹.
- En ese sentido, y tomando en cuenta que el consumo de radio de niñas y niños suele ser acompañado², esta reducción de audiencias también podría relacionarse con una menor exposición a dicho medio en espacios fuera de casa, sobre todo en horarios clave de traslado hacia la escuela.

“Por la hora (camino a la escuela) o solo en vacaciones cuando andamos en la calle y en el coche, ponemos Alfa Radio con Toño Esquinca que es toda la mañana y música que les gusta”.
(Padres de Familia, Nivel socioeconómico DD+, Toluca)

“No sé, solo la prende mi mamá y yo la voy escuchando”. (10-12 años. Nivel socioeconómico CC+, Ciudad de México).³

- El total personas registro un tiempo de permanencia de 2 horas y 28 minutos, mientras que las niñas y niños permanecieron solo 1 hora y 48 minutos, tiempo que se mantuvo estable respecto del tercer trimestre de 2019.

¹ Nielsen IBOPE. (2020). Consumo de TV y radio en contingencia. Nielsen IBOPE. Recuperado de: <https://www.nielsenibope.com/2020/07/13/consumo-de-tv-y-radio-en-contingencia/>

² Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2019). Encuesta nacional de consumo de contenidos audiovisuales. IFT. Recuperado de: <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/medios-y-contenidos-audiovisuales/01encca2019vpp.pdf>

³ Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2017). Apropiación de contenidos de radio y televisión en audiencias infantiles. IFT. Recuperado de: http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/comunicacion-y-medios/est.cualitativoinfantil-apropiaciondecontenidos_2.pdf



HALLAZGOS

- En el tercer trimestre de 2020, la plaza de mayor consumo para el total personas fue la Ciudad de México, con un encendido de 9.62%.
- No obstante, la ciudad donde destacó el consumo infantil fue Monterrey con un encendido de 2.31%, a diferencia del tercer trimestre de 2019, cuando la Ciudad de México era la que registraba mayor consumo (3.39%).
- La ciudad de Guadalajara fue la que tuvo un menor consumo en la radio para ambos grupos analizados.
- 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.
- El consumo infantil en el tercer trimestre de 2020 fue menor en comparación con el mismo periodo de 2019, con una disminución de 35.92% de lunes a viernes y 10.42% en fines de semana.
- El momento de mayor exposición a la radio para el segmento infantil de julio a septiembre de 2020 fue de 07:30 a 08:00 horas con un encendido de 3.12%. Mientras que para el mismo periodo del año 2019, fue a las 08:00 horas con un encendido máximo de 6.87%.
- Para total personas el momento de mayor consumo fue de 09:00 a 09:30 horas, cuando el 15.59% tuvo la radio encendida.
- Destaca la programación de género Pop español / inglés en la banda FM.
- La Ciudad de Guadalajara no registró audiencia infantil para la banda AM y en Monterrey solo hubo consumo infantil en 2 estaciones de esta banda.

