

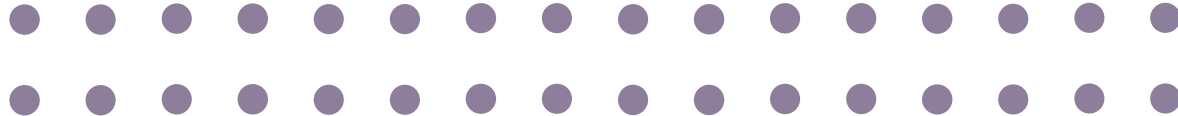


NIVELES DE AUDIENCIA DE RADIO EN NIÑAS Y NIÑOS DE 8 A 12 AÑOS DE EDAD

INFORME TRIMESTRAL
ENERO, FEBRERO Y MARZO 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 primer trimestre de 2021 (enero a marzo); 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

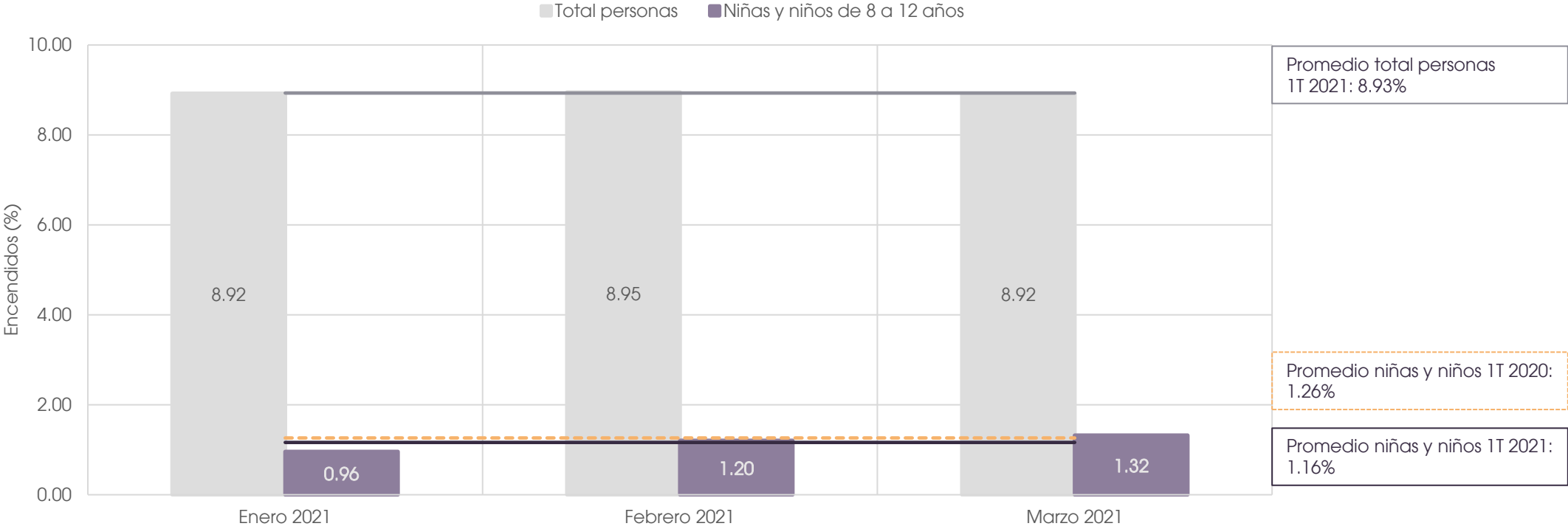


Encendidos



La presencia de niñas y niños, de entre 8 a 12 años de edad con la radio encendida en las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey durante el primer trimestre de 2021, fue de 1.16%; es decir, 25,985. Por otro lado, el consumo de radio de la misma población, en el mismo trimestre de 2020, fue de 1.26%.

Para el primer trimestre de 2021, el número de personas expuestas del total de la población fue de 2,386,138. Lo que representó el 8.93% 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 enero a marzo 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.

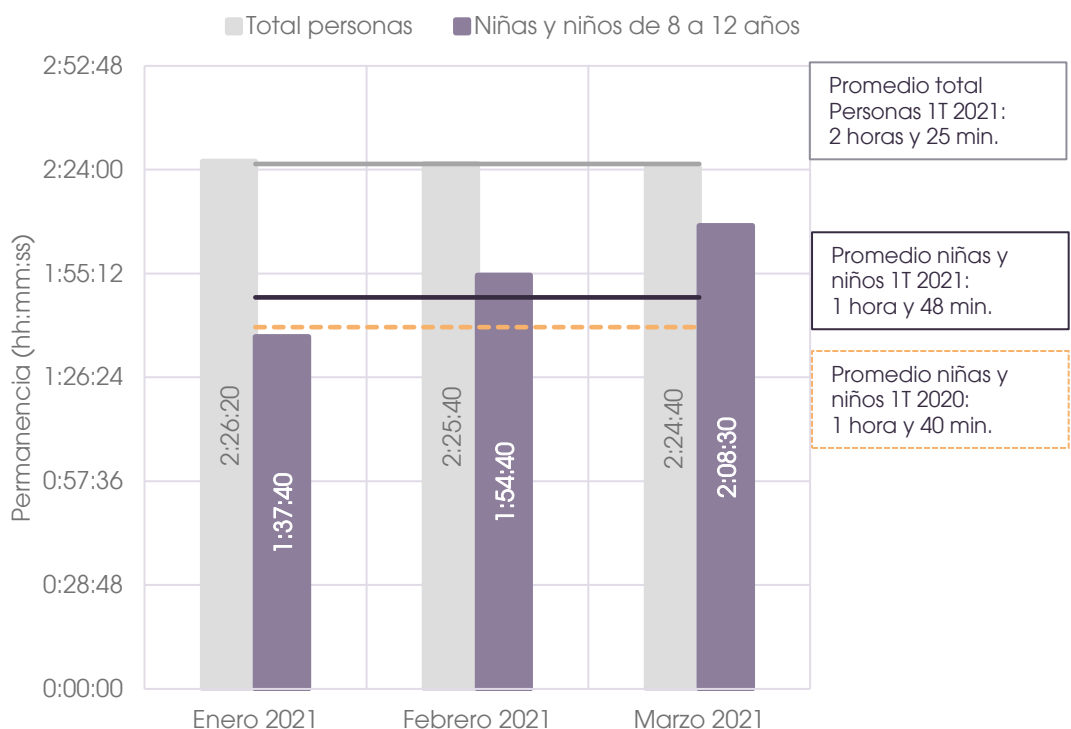
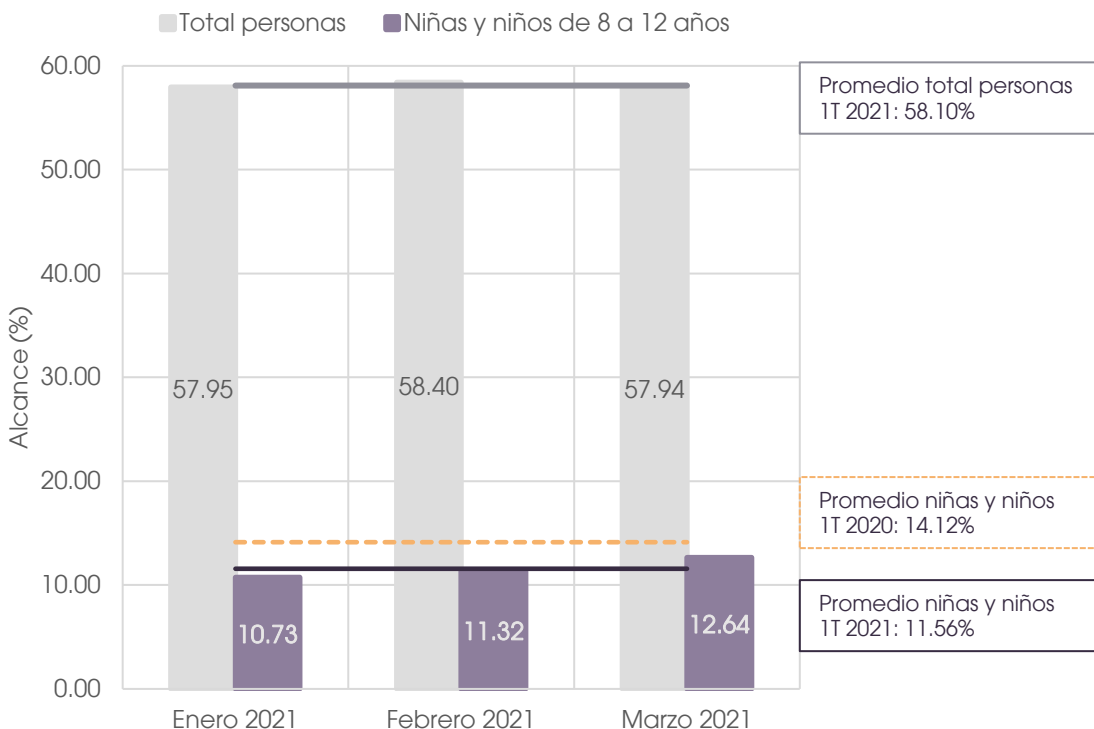
Alcance y tiempo promedio de escucha



Durante el primer trimestre de 2021, el segmento infantil reportó un alcance de 11.56% y, para el mismo trimestre de 2020 el alcance fue de 14.12%.

Para el total de personas, el alcance promedio para las tres ciudades analizadas fue de 58.10%.

Así mismo, las niñas y niños registraron un tiempo promedio de escucha de una hora y cuarenta y ocho minutos, el cual fue menor frente al tiempo que permaneció el total personas con un promedio de dos horas y veinticinco minutos.

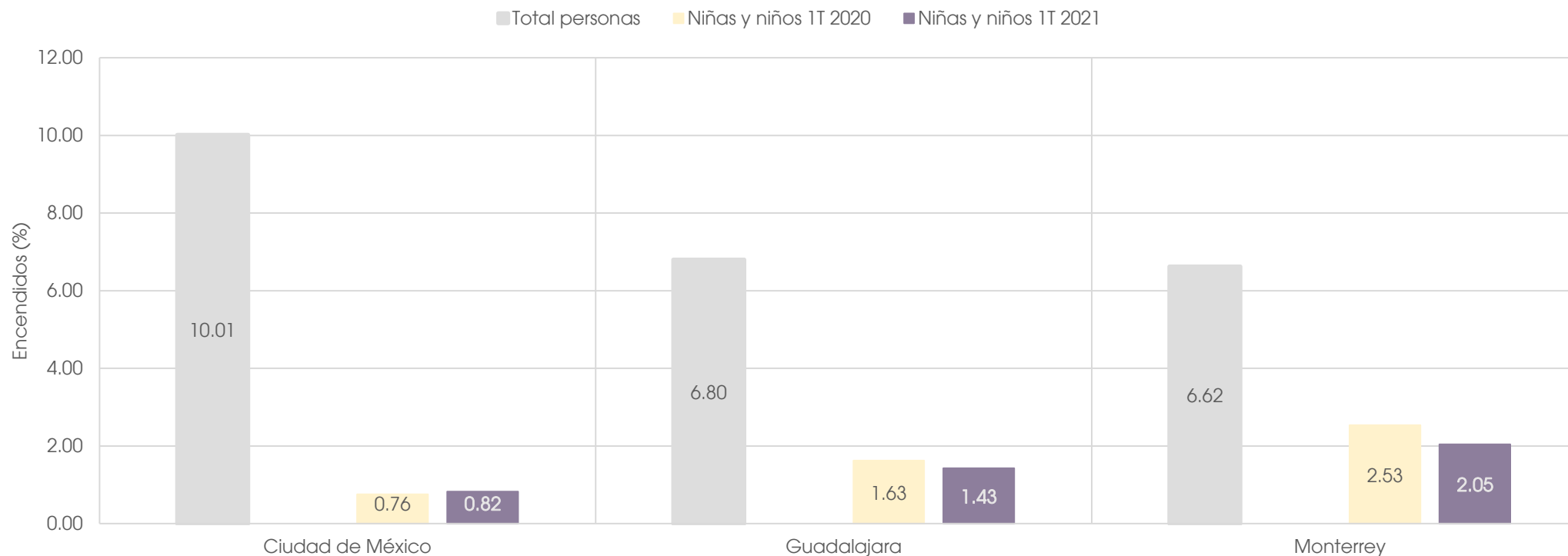


Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de enero a marzo de 2020 y 2021. La variable de consulta es el alcance (rch%) y tiempo promedio de escucha que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son 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



Durante el periodo analizado hubo un mayor consumo de la radio por parte de las y los niños en la ciudad de Monterrey (2.25%), mientras que la Ciudad de México fue la que registró el porcentaje más bajo para este segmento. Esta tendencia se invirtió para el total personas, ya que la Ciudad de México fue donde registraron un mayor porcentaje de encendido de la radio (10.01%) y, en Monterrey el menor con 6.62%.

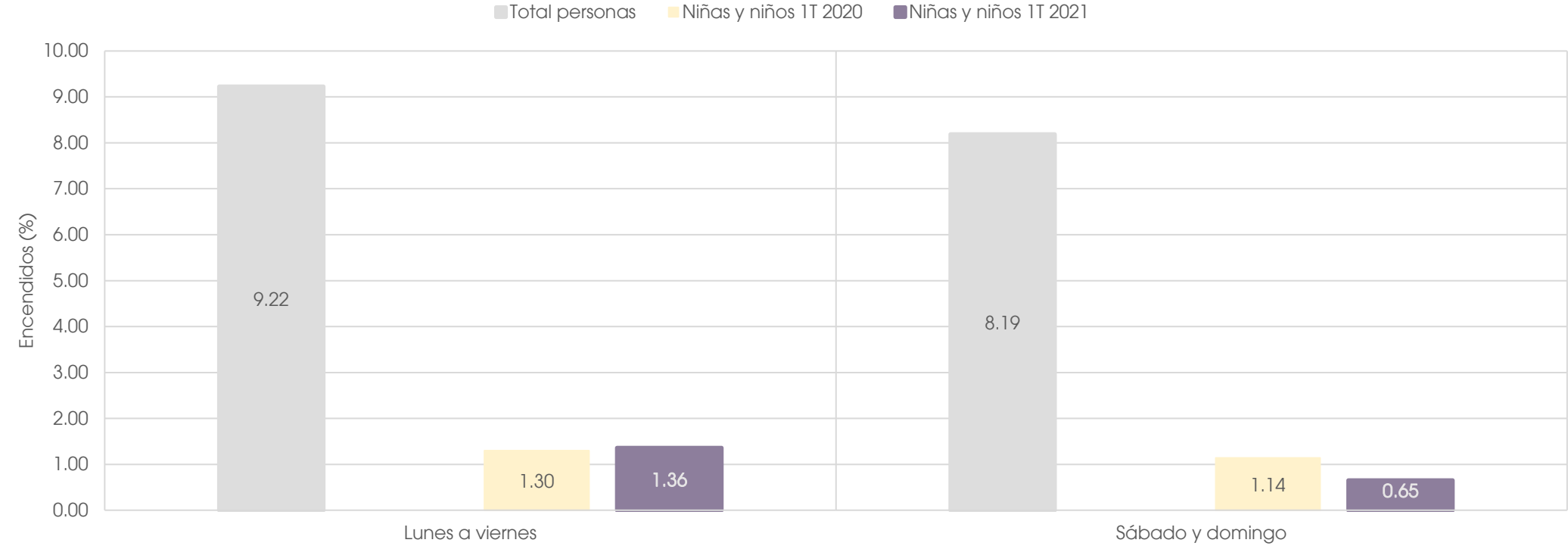


Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de enero a marzo de 2020 y 2021. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de 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 52% los fines de semana, respecto de lunes a viernes.



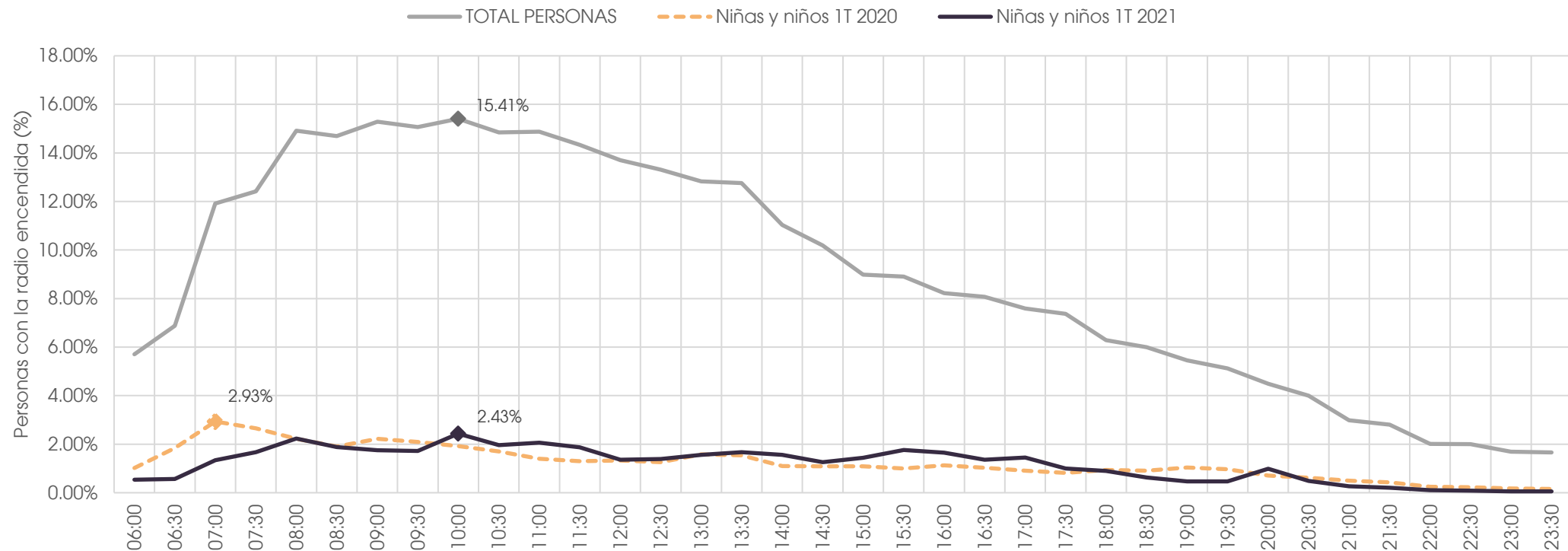
Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de enero a marzo de 2020 y 2021. La variable de consulta es el porcentaje de encendidos (tvr%) que considera la suma del total de estaciones de AM y FM. Los dominios considerados son Ciudad de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



De enero a marzo de 2021, el momento de mayor exposición a la radio para el segmento infantil fue de 10:00 a 10:30 horas, con un encendido de 2.43%, mientras que para el mismo periodo de 2020, fue de las 07:00 a las 07:30 horas con un encendido de 2.93%.

Para total personas el momento de mayor consumo fue de 10:00 a 10:30 horas, cuando el 15.41% tuvo la radio encendida.



Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de enero a marzo 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 3 estaciones que registraron mayor audiencia infantil durante enero, febrero y marzo de 2021 para las bandas AM y FM

Destaca la programación de género Pop español inglés en la banda FM.

Las ciudades de Guadalajara y Monterrey no registraron audiencia infantil para la banda AM.

Ciudad	Estación	Banda	Perfil estación	Rat%
Ciudad de México	Radio Omega	AM	Hablada	0.03
	Radio Felicidad	AM	Balada en Español	0.01
	Radio Fórmula 1470	AM	Hablada	0.01
	Los 40	FM	Pop español / inglés	0.34
	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.28
	106.5 MIX	FM	Pop inglés	0.17
Guadalajara	EXA FM	FM	Pop español / inglés	0.52
	Los 40	FM	Pop español / inglés	0.38
	Match	FM	Pop español / inglés	0.20
Monterrey	FMTU Zona Urbana	FM	Urbana / Balada	0.48
	Premier	FM	Pop español	0.35
	Digital	FM	Pop español / inglés	0.28

Fuente: Información tomada de la Base de Datos de INRA a través del software Integramedios. Datos obtenidos de enero a marzo de 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. El target utilizado fue 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.

HALLAZGOS



El consumo radiofónico en las niñas y niños de 8 a 12 años durante el primer trimestre de 2021 fue de 1.16%; es decir, 35,25,985419 expuestos a la radio, porcentaje considerablemente menor si se compara con el consumo del total de personas con 8.93%.

La penetración y el consumo de la radio en el país por parte del público infantil es escasa.¹

El porcentaje de las y los niños alcanzados por la radio en este trimestre fue de 11.56% (269,104 niñas y niños), quienes permanecieron un tiempo promedio de escucha de una hora y cuarenta y ocho minutos.

La ciudad donde destacó el consumo infantil de la radio para este periodo fue Monterrey, con un encendido de 2.05%. Por otro lado, la Ciudad de México fue la que tuvo un menor consumo en la radio para las y los niños.

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.

De enero a marzo de 2021, el momento de mayor exposición a la radio para el segmento infantil fue de 10:00 a 10:30 horas con un encendido de 2.43%.

91% de las niñas y niños que escuchan la radio, lo hacen principalmente en su hogar; y, 52% a través de estéreo o grabadora.²

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

18% de las niñas y niños declararon escuchar la radio, siendo los programas musicales los más escuchados en un 83%.²

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

62% de las niñas y niños consumen la banda FM, mientras que el 14% lo hace en la banda AM, el 16% consume ambas y el 9% restante no sabe.²

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/estudiosobreprogramacionparapublicoinfantil2017300418_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>