

A photograph of a person sitting in a light-colored armchair, holding a cup. The person is wearing a blue and white striped shirt. In the background, there is a window with a dark blue frame and a lamp with a white shade. The scene is set in a room with light-colored walls.

Estudio de Hábitos de Escuchar la Radio Fuera del Hogar

2006

Asociación de Radiodifusores del Valle de México

Mensaje

Ya sea por necesidad o placer, los habitantes de las grandes ciudades del mundo pasamos menos tiempo en nuestros hogares: muchas horas en el trabajo y otras tantas en el auto mientras nos desplazamos de un lugar a otro.

Esta situación ubica a la Radio en una posición estratégica; nuestro medio es una excelente opción para impactar a los habitantes de todos los niveles socioeconómicos, mientras nos desplazamos, trabajamos o nos divertimos.

Esta realidad ha sido avalada a través del estudio que tienes en las manos, realizado por Pearson con los más altos estándares de investigación, y supervisado por los Comités de Investigación y Fomento de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México, donde colaboran profesionales de los grupos de Radio que operan en la ciudad de México.

Se trata de una radiografía de nuestros hábitos como radioescuchas capitalinos mientras estamos fuera del hogar. Su utilidad es invaluable, tanto para los anunciantes como para sus asesores en la búsqueda de medios de publicidad y promoción eficaces.

Con este estudio, la ARVM reitera su compromiso de aportar información sobre nuestro medio y los agentes con los que interactúa. Me llena de orgullo poder contribuir en este sentido. Estoy convencida que habrá múltiples oportunidades para complementar y fortalecer ésta y todas las investigaciones patrocinadas por la Radio.

Un medio que va contigo.

Karen Sánchez Abbott
Presidenta del Consejo Directivo

Objetivo de la Investigación

Conocer los hábitos del radioescucha del Área Metropolitana de la Ciudad de México mientras se encuentra fuera del hogar.

Metodología

Población Objetivo Estudiada:

Sexo: Hombres y Mujeres
Edad: Mayores de 13 Años
Niveles Socioeconómicos: B/C+, C y D+/D
Ubicación: Residentes del Área Metropolitana de la Ciudad de México

Características de la Investigación

Considerando como público objetivo a aquellas personas que escuchan la radio al menos 20 horas a la semana y de éstas al menos 12 horas fuera del hogar.

El levantamiento del campo se realizó del 23 de septiembre al 19 de octubre de 2005.

El estudio fue elaborado por la empresa Pearson.

• Método de recolección de datos:

Entrevista personal cara a cara, casa por casa.

• Diseño muestral:

Se hizo un sorteo aleatorio de colonias de acuerdo a la proporción de niveles socioeconómicos requeridos. No se realizaron más de 30 entrevistas por punto muestral.

• Muestra:

Se levantaron 1,000 entrevistas efectivas.



Promedio de horas a la semana que escucha la radio (%)

Dentro del Hogar
15.2

Fuera del Hogar
26.6

**La Radio:
un medio que va contigo.**

Al día, la radio se escucha fuera del hogar durante 3.8 horas en promedio. En el auto particular el tiempo promedio de escucha es de 2 horas diariamente.

En promedio, los habitantes del Área Metropolitana de la Ciudad de México escuchan la radio **39.6 horas a la semana dentro y fuera del hogar.**

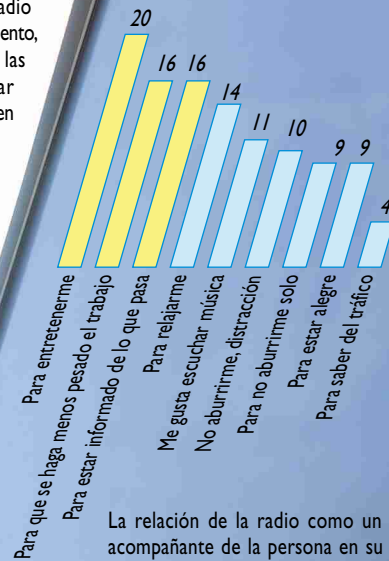
Incidencia de escuchar la radio fuera del hogar (%)

		INCIDENCIA
Sexo	Masculino	54.6
	Femenino	39.3
Edad	13 - 17 años	48.3
	18 - 24 años	55.3
	25 - 34 años	51.4
	35 - 44 años	47.2
	45 - 54 años	44.2
	+ 55 años	26.0
NSE	B/C+	53.0
	C	43.3
	D+/D	46.8

Los mayores porcentajes de incidencia se encuentran entre hombres (55%) jóvenes de 18 a 24 años (55%) y personas de nivel socioeconómico BC+ (53%).

Razones por las que escucha la radio (%)

Las personas escuchan la radio principalmente por entretenimiento, para hacer menos pesadas las horas laborales y estar informado de lo que pasa en el mundo.



La relación de la radio como un acompañante de la persona en su vida cotidiana es clara: en el trabajo, en el auto y en general, para no sentirse solo o mejorar su estado de ánimo.

Base. Total Respuestas, ordenado con respecto a la primera mención.

Razones y perfil de las personas que escuchan la radio (%)

		Para entretenerme	Para que se haga menos pesado el trabajo	Para estar informado de lo que pasa	Para relajarme	Me gusta escuchar música	No aburrirme, distracción	Para no aburrirme solo	Para estar alegre	Para saber del tráfico
Sexo										
Masculino	59.1	57.5	67.7	62.0	71.9	58.8	74.0	51.7	54.0	75.0
Femenino	40.9	42.5	32.3	38.0	28.1	41.2	26.0	48.3	46.0	25.0
Edad										
13 - 17 años	15.7	20.5	5.0	3.8	11.9	16.7	10.6	23.0	20.7	2.5
18 - 24 años	25.5	27.5	21.1	17.7	23.0	30.6	35.6	19.5	25.3	7.5
25 - 34 años	26.0	21.5	28.6	29.7	25.2	30.7	26.9	27.6	25.3	40.0
35 - 44 años	16.9	14.5	24.2	20.9	20.7	11.4	16.3	13.8	20.7	20.0
45 - 54 años	8.7	8.5	14.3	16.5	11.1	5.3	7.7	6.9	3.4	20.0
+ 55 años	7.2	7.5	6.8	11.4	8.1	5.3	2.9	9.2	4.6	10.0
Nivel socioeconómico										
B/C+	19.4	17.5	6.8	20.9	13.3	19.3	31.7	18.4	28.7	22.5
C	20.1	28.0	16.8	24.7	20.0	17.5	20.2	23.0	12.6	22.5
D+/D	60.5	54.5	76.4	54.4	66.7	63.2	48.1	58.6	58.7	55.0
Ocupación										
Empleado	27.1	25.5	38.6	32.9	32.7	26.3	33.8	17.2	26.4	40.0
Estudiante	26.3	32.0	4.3	8.9	20.0	35.1	31.8	36.9	27.7	2.5
Comerciante	6.7	6.0	10.6	6.3	4.4	4.4	1.9	13.8	10.3	10.0
Ama de casa	6.5	6.0	0.6	7.6	5.2	7.0	3.8	6.9	13.8	
Profesionista	5.1	7.0	3.1	8.2	2.2	7.0	4.8	2.3	1.1	12.5
Técnico	4.8	5.0	9.9	4.4	8.1	5.3	3.8	1.1	2.3	7.5
Oficinista	4.2	2.0	8.7	5.1	6.7	2.6	1.9	3.4	2.3	
Obrero	3.9	3.0	9.3	2.5	4.4	0.9	1.9	1.1	4.6	
Otros	15.4	13.5	14.9	24.1	16.3	11.4	16.3	17.3	11.5	27.5
Base	1000	200	161	158	135	114	104	87	87	40

Población que escuchó la radio por horas del día (%)

El porcentaje de las personas que escuchan la radio fuera del hogar llega al 30% a partir de las 6 de la mañana y se mantiene con ligeras variaciones hasta las 6 de la tarde. Se alcanzan máximos de audiencia entre las 6 y las 11 de la mañana y de las 2 a las 6 de la tarde.



Dónde y cómo se escucha la radio (%)

	(%)	Horas que escucha la radio	Número de personas con las que escucha la radio
TRABAJO	51	4.9	3.1
AUTO particular	36	2.0	1.2
MICROBUS / COMBI	33	1.8	20.2

51% de las personas escuchan la radio en su trabajo. Este segmento está conformado principalmente por hombres de 25 a 34 años, empleados de nivel medio.

Cuando se encuentran en el auto, en promedio escuchan la radio 2 horas al día en compañía de 1.2 personas en promedio.

36% de las personas escuchan la radio en su auto particular.

33% de las personas escuchan la radio en el microbús o combi, este porcentaje se compone principalmente de mujeres de 18 a 24 años, estudiantes o empleadas de nivel medio quienes en promedio la escuchan 1.8 horas al día en compañía de 20.2 personas.

Base. Los porcentajes no suman 100% por ser multi-respuesta

Perfil de las personas que escuchan la radio en el trabajo (%)

	Total	Trabajo
Sexo		
Masculino	59.1	65.0
Femenino	40.9	35.0

	Total	Trabajo
Edad		
13 - 17 años	15.7	4.9
18 - 24 años	25.5	21.4
25 - 34 años	26.0	33.6
35 - 44 años	16.9	21.8
45 - 54 años	8.7	11.4
+ 55 años	7.2	6.9

	Total	Trabajo
Nivel Socioeconómico		
B/C+	19.4	12.8
C	20.1	21.4
D+/D	60.5	65.8

	Total	Trabajo
Ocupación		
Empleado nivel medio	27.1	33.9
Estudiante	26.3	4.1
Comerciante	6.7	11.0
Ama de casa	6.5	0.6
Profesionista nivel alto	5.1	5.5
Técnico oficio	4.8	7.5
Oficinista empleado nivel bajo	4.2	7.5
Obrero	3.9	5.7
Profesionista independiente	3.0	4.3
Vendedor	3.2	4.3
Jubilado/Retirado	1.5	
Otros	3.9	9.7
Rehusó/No contestó	3.8	5.9

Base 1000 509

¿Qué escucha con más frecuencia cuando está en el trabajo? (%)



Base. Total de población que escucha la radio en el trabajo. Los porcentajes no suman 100% por ser multi-respuesta. Principales menciones.

Perfil de las personas que escuchan la radio en el auto particular (%)

	Total	Auto particular
Sexo		
Masculino	59.1	63.7
Femenino	40.9	36.3
Edad		
13 - 17 años	15.7	12.9
18 - 24 años	25.5	21.4
25 - 34 años	26.0	27.7
35 - 44 años	16.9	17.6
45 - 54 años	8.7	10.4
+ 55 años	7.2	9.9
Nivel socioeconómico		
B/C+	19.4	39.3
C	20.1	21.4
D+/D	60.5	39.3
Ocupación		
Empleado nivel medio	27.1	23.9
Estudiante	26.3	25.8
Comerciante	6.7	4.7
Ama de casa	6.5	9.6
Profesionista nivel alto	5.1	12.4
Técnico oficio	4.8	3.0
Oficinista empleado nivel bajo	4.2	1.6
Obrero	3.9	
Profesionista independiente	3.0	4.4
Vendedor	3.2	2.5
Jubilado/Retirado	1.5	3.0
Otros	3.9	5.6
Rehusó/No contestó	3.8	2.5
Base	1000	364

¿Qué escuchan con más frecuencia cuando están en el auto particular? (%)



Base. Total de población que escucha la radio en el auto particular. Los porcentajes no suman 100% por ser multi-respuesta. Principales menciones.

Perfil de las personas que escuchan la radio en el microbús /combi(%)

	Total	Microbús/Combi
Sexo		
Masculino	59.1	46.8
Femenino	40.9	53.2

	Total	Microbús/Combi
Edad		
13 - 17 años	15.7	25.8
18 - 24 años	25.5	32.2
25 - 34 años	26.0	19.5
35 - 44 años	16.9	13.7
45 - 54 años	8.7	5.2
+ 55 años	7.2	3.6

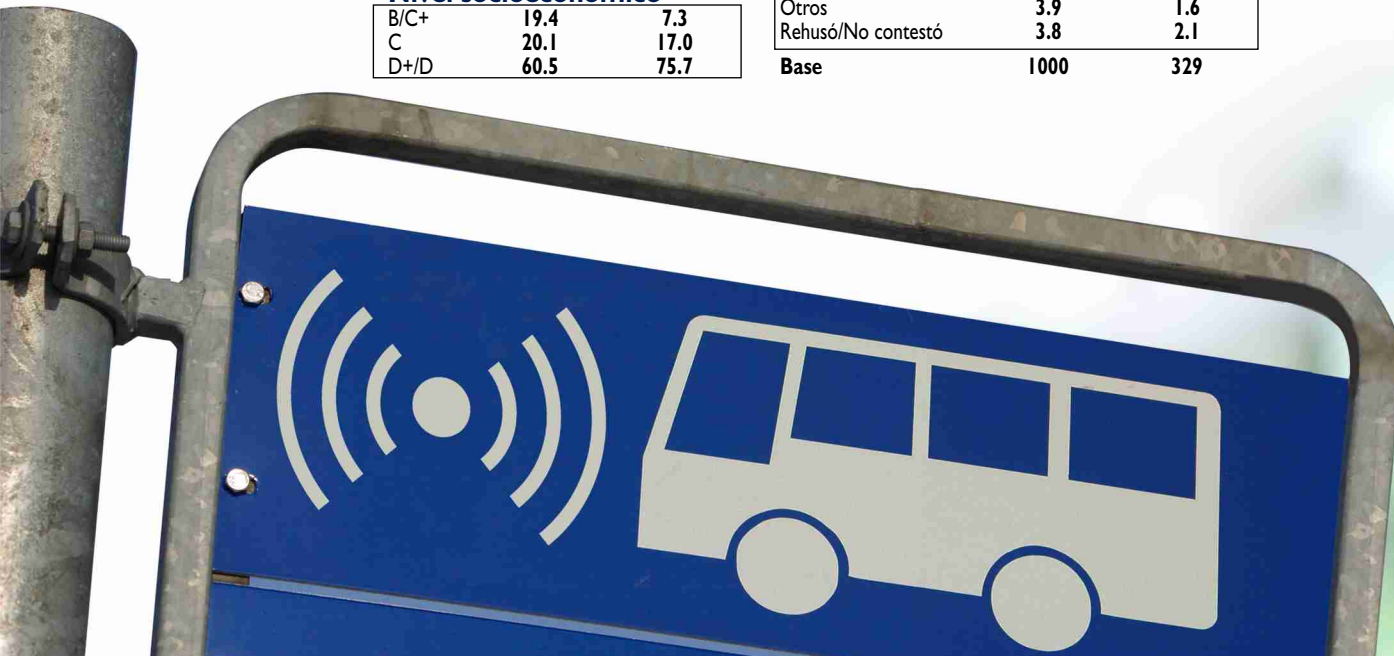
	Total	Microbús/Combi
Nivel socioeconómico		
B/C+	19.4	7.3
C	20.1	17.0
D+/D	60.5	75.7

	Total	Microbús/Combi
Ocupación		
Empleado nivel medio	27.1	19.5
Estudiante	26.3	42.9
Comerciante	6.7	3.3
Ama de casa	6.5	8.2
Profesionista nivel alto	5.1	0.9
Técnico oficina	4.8	3.3
Oficinista empleado nivel bajo	4.2	5.2
Obrero	3.9	7.6
Profesionista independiente	3.0	2.1
Vendedor	3.2	3.0
Jubilado/Retirado	1.5	0.3
Otros	3.9	1.6
Rehusó/No contestó	3.8	2.1
Base	1000	329

¿Qué escucha con más frecuencia cuando está en el microbús /combi?(%)

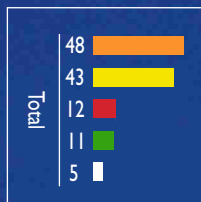
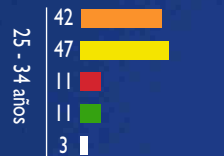
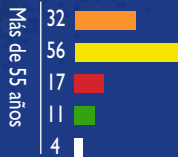
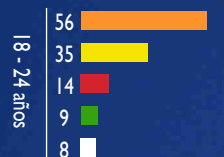
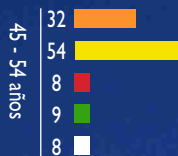
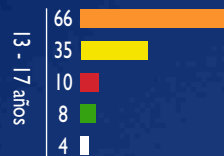


Base. Total de población que escucha la radio en el microbús/combi. Los porcentajes no suman 100% por ser multi-respuesta. Principales menciones.



Medios de transporte utilizados habitualmente(%)

Personas que escuchan la radio

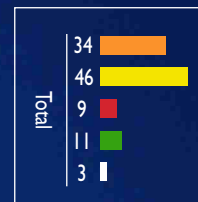
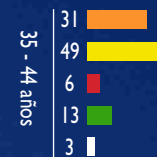
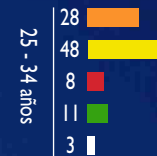
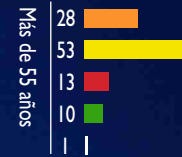
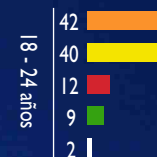
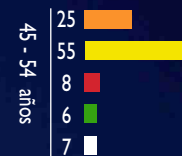
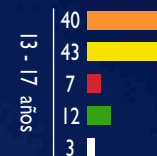


Días laborables

B / C+	C	D+ / D	TOTAL
15	47	58	48
82	46	29	43
3	15	13	12
6	15	11	11
3	7	5	5

Días NO laborables

B / C+	C	D+ / D	TOTAL
7	31	43	34
82	52	33	46
2	9	11	9
4	10	13	11
2	3	3	3

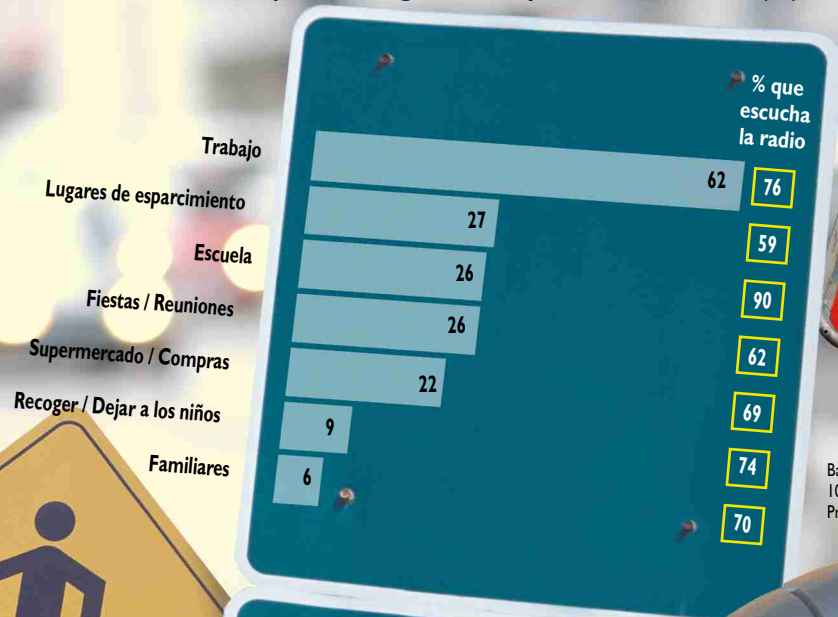


En días laborables, el principal medio de transporte es microbús y auto particular (48% y 43% respectivamente).

El porcentaje de uso de auto particular aumenta conforme aumenta la edad. En el nivel BC+ el porcentaje de uso es del 82%.

En los días no laborables se incrementa el uso del auto particular en todas las edades y particularmente en el nivel C.

Lugares a los que se dirige con mayor frecuencia (%)



El 76% de las personas que se dirigen a su trabajo escuchan la radio; el 69% mientras conduce al supermercado y el 90% de quienes van hacia la escuela.

Base. Los porcentajes no suman 100% por ser multi-respuesta. Principales menciones.

* Tiempo invertido cuando va en...

	Días laborables	Días NO laborables
Auto particular	1.9 horas	1.9 horas
Microbús / Combi	1.7 horas	1.0 hora
Taxi	0.9 horas	0.9 horas
Metro	0.9 horas	0.9 horas
Autobús / Metrobús	0.9 horas	0.9 horas
Otros	0.5 horas	0.9 horas

El tiempo invertido en transporte depende del medio utilizado, aquellos que utilizan auto particular invierten cerca de 2 horas diarias, los que usan microbús o combi declaran de 1.7 a 1.0, dependiendo si es día laborable o no, mientras que el promedio de quienes usan los demás medios de transporte (taxi, metro, autobús) es de cerca de una hora diaria.

*Mediana



¿Ha notado usted algún cambio en el número de automóviles en la ciudad en el último año?

El 70% de las personas percibe un aumento de automóviles en la ciudad en el último año.

¿Cómo le ha afectado?(%)

Hay más tráfico	51	Tardo más en llegar a la escuela	6
Hay más contaminación	23	Hay más ruido	6
Tardo más tiempo en llegar a mi destino	21		
Provoca estrés	11	Multiplicidad	1.6
Tengo que levantarme más temprano	9		
Hago más tiempo para llegar a mi trabajo	9		
Llego más tarde al trabajo	8		

Más automóviles significa más radios encendidos durante más tiempo.

Base. Total de población que escucha la radio. Principales menciones

¿Ha cambiado la frecuencia con la que escucha la Radio?(%)

Ha aumentado 49

Ha aumentado mucho 15

El 64% considera que la frecuencia con la que escucha la radio ha aumentado, la principal razón es porque se percibe mayor variedad de música y porque hacen más tiempo en trasladarse de un lado a otro.

¿Por qué ha aumentado la frecuencia con la que escucha la radio?(%)

Hay más variedad de música	15
Hago más tiempo en trasladarme de un lado a otro	14
En el trabajo siempre escucho radio	12
Hay más programas	10
Hace tiempo no escuchaba radio	10
Tengo más tiempo libre	6
Me gusta escuchar música	6
Antes no trabajaba y ahora sí	5
Hay más estaciones	5
Es más interesante la radio que la TV	5
Siempre escucho las noticias	4

Base **643**
Multiplicidad **1.1**

Base. Total población que escucha la radio. Principales menciones

La Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM) integra y representa a los 16 Grupos Radiofónicos que concentran las 52 estaciones concesionadas en el Distrito Federal. Desde 1973 trabaja posicionando a la Radio como el medio de comunicación más efectivo a través de la Investigación, Promoción y Vinculación del medio sonoro.



Asociación de Radiodifusores del Valle de México, A.C.

Copérnico 67, Col. Nueva Anzures

Tels.: 5545 8785 • 55459844

www.laradioenmexico.com

info@laradioenmexico.com



***La Radio:
un medio que va contigo.***