

La radio a lo largo de la semana

La información que contiene el estudio de audiencias radiofónicas que realizamos en Nielsen IBOPE nos da la posibilidad de conocer su comportamiento cada uno de los días de la semana.

Esta información puede contribuir a la creación de estrategias más específicas en diferentes áreas: programación, promoción, comercialización, entre otras.

Como lo hemos mostrado en ocasiones anteriores, el número de personas que escucha la radio entre semana es mayor al del fin de semana; sin embargo, es importante decir que el viernes es el día que registra mayor número de personas alcanzadas por el medio, pues quienes la escuchan lo hacen en promedio 3 horas 47 minutos durante el día, 11 minutos por arriba del tiempo promedio de toda la semana.

Por el contrario, durante el domingo el alcance del medio se encuentra 16% por debajo del promedio de toda la semana y el tiempo de exposición durante este día es de 3 horas 10 minutos, es decir, apenas 12% menos del tiempo dedicado a lo largo de la semana.

Nuestro estudio cuenta con la posibilidad de fragmentar aún más la información de los radioescuchas, proporcionando datos interesantes del hábito de exposición a la radio.

Como podemos apreciar en el siguiente gráfico, la exposición a la radio comienza más temprano en días hábiles; sin embargo, el punto de mayor alcance de todos los días se registra entre las 10:00 y las 12:00 horas. Nuevamente destaca el día viernes que alcanza a un mayor número de personas más temprano y su alcance es mayor por la tarde comparado con el resto de los días de la semana. El sábado es el día que más personas son alcanzadas entre las 11:00 y las 13:00 horas.

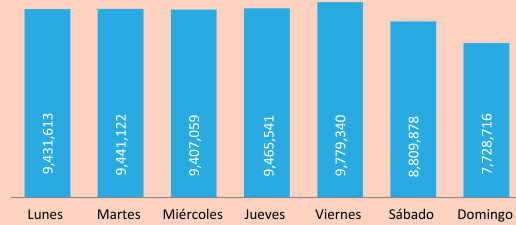
Como lo hemos visto antes, el hogar es el lugar donde las personas acostumbran a escuchar más la radio. En el gráfico del lado derecho podemos ver que este hábito se reduce hasta 5% en promedio el viernes; en cuanto al empleo y el transporte, este día es en el que mayor número de personas alcanza la radio.

El 20% de las personas que escucha la radio los domingos, lo hace mientras se transportan en su auto particular y es el día que menor alcance registra en el empleo.

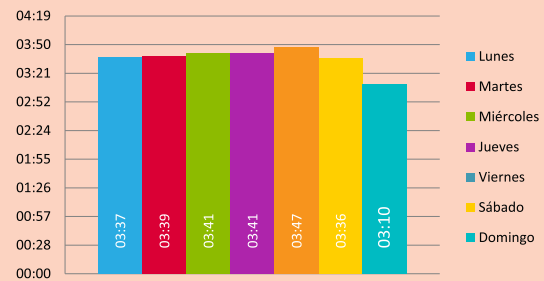
Con el estudio de medición de audiencias radiofónicas de Nielsen IBOPE es posible segmentar y fragmentar la información de los radioescuchas, lo que permite conocer a estos públicos e instrumentar estrategias de comunicación y contenidos atractivas para el auditorio, así como explicar el hábito de escuchar la radio. **N**

Fuente: *Radio Audience Measurement*. Área Metropolitana de la Ciudad de México. Base semestral por día de la semana, enero a junio 2013. 6:00-24:00 horas. Personas Alcanzadas y Tiempo Promedio de Escucha.

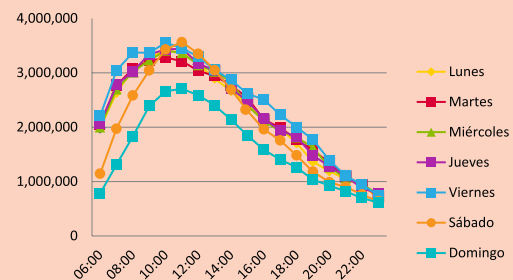
PERSONAS ALCANZADAS POR DÍA DE LA SEMANA



TIEMPO DE ESCUCHA POR DÍA DE LA SEMANA



PERSONAS ALCANZADAS POR DÍA DE LA SEMANA Y HORA



PERSONAS ALCANZADAS POR DÍA DE LA SEMANA Y LUGAR DE ESCUCHA

