

# Pandemia de coronavirus dio un empuje a la radio de CDMX en 2020, con alcance de 9 millones de escuchas por mes

---

 [eleconomista.com.mx/empresas/Pandemia-de-coronavirus-dio-un-empuje-a-la-radio-de-CDMX-en-2020-20210102-0005.html](https://eleconomista.com.mx/empresas/Pandemia-de-coronavirus-dio-un-empuje-a-la-radio-de-CDMX-en-2020-20210102-0005.html)

Por Jorge Monroy Hace 5 horas

[El Economista](#) > [Empresas](#)  
Industria de radiodifusión

**La radio noticiosa y musical fue la mayor beneficiada con los aumentos en las cuotas de audiencias, por aquellos que buscaron informarse oportunamente sobre el nuevo virus y también por los que prefirieron buscar contenido de entretenimiento para no estar tan en contacto con todo lo relacionado con el asunto Covid-19.**



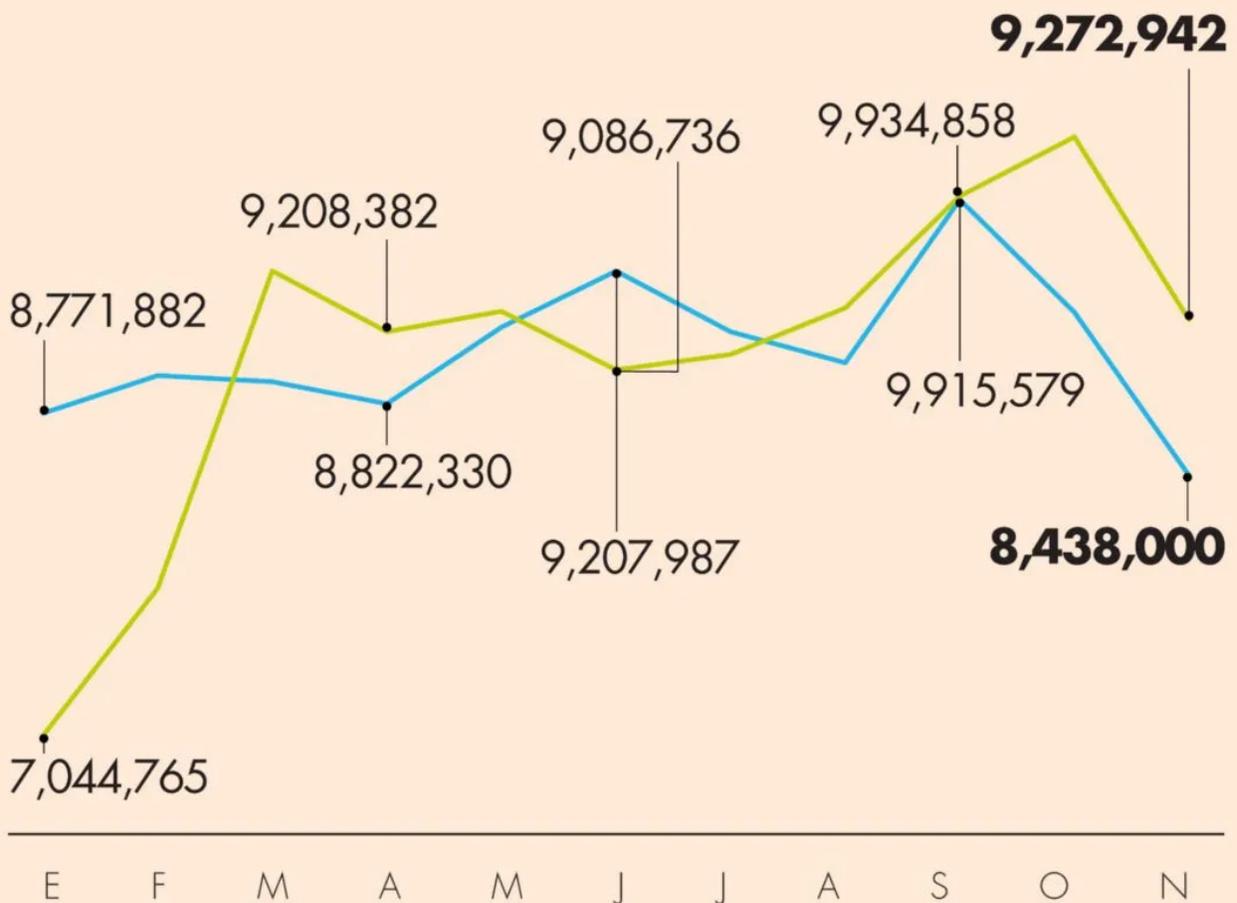
Nicolás Lucas 02 de enero de 2021, 11:37

# La radio de CDMX se escuchó más con la pandemia

La aparición del coronavirus en México hizo que las audiencias se acercaran más a la radio para informarse y para entretenerse, especialmente en octubre, cuando la radio tocó la marca de los 10 millones de escuchas.

## Alcance total personas | MILLONES DE PERSONAS

● 2019 ● 2020



FUENTE: Mediómetro INRA, para una población de 17 millones 30,409 personas del Valle de México pertenecientes a los segmentos de población A/B, C y D, de 13 a 65 años de edad, que escucharon radio por al menos 15 minutos entre las 06:00 y las 23:59 horas de lunes a domingo en entre el 1 de enero y el 30 de noviembre de 2019 y en el mismo periodo de 2020.

GRÁFICO: EL ECONOMISTA

En marzo de 2020, cuando inició la Jornada Nacional de la Sana Distancia por la Covid, la cuota de audiencia dio un salto de 1.7 millones para el sector radiofónico.

La llegada de la **pandemia de coronavirus** a México significó un incremento de 834,942 oyentes netos para la radio capitalina entre enero y noviembre, aproximadamente 9.9% más radioescuchas que en el mismo tiempo 2019 y hubo un mes, octubre, en el que más de 10.25 millones de personas escucharon radio en el Valle de México, de acuerdo con la casa de mediciones **INRA**.

La **radio noticiosa** y **musical** fue la mayor beneficiada con los aumentos en las cuotas de audiencias, por aquellos que buscaron informarse oportunamente sobre el nuevo virus y también por los que prefirieron buscar contenido de entretenimiento para no estar tan en contacto con todo lo relacionado con el asunto **Covid-19**.

Si bien la radio en su conjunto incrementó el número de oyentes, será hasta el primer trimestre del 2021 cuando se conozca cuánto y de qué manera el coronavirus impactó a la **economía de la radio mexicana**.

INRA ya adelantó que entre abril y mayo del 2020, cuando la pandemia tuvo su mayor efecto en México, en lo que ahora puede calificarse como la primera etapa de la emergencia sanitaria, la **inversión publicitaria en radio** cayó 28% respecto al igual periodo de 2019, y pese que la radio sumó entonces 600,000 escuchas, también frente al mismo tiempo del año pasado.

# Radio Fórmula y Radiópolis lideran a radio de noticias

**Radio hablada/noticiosa** | MILLONES DE PERSONAS

EMISORA	AUDIENCIA TOTAL
<b>● Periodo</b>   ENERO - NOVIEMBRE 2019	
<b>Radio Uno</b> 104.1	<b>3,492,235</b>
<b>Radio Fórmula</b> 103.3	<b>3,330,858</b>
<b>W Radio</b> 96.9	<b>3,038,132</b>
<b>● Periodo</b>   ENERO - NOVIEMBRE 2020	
<b>W Radio</b> 96.9	<b>4,075,233</b>
<b>Radio Uno</b> 104.1	<b>3,690,558</b>
<b>88.9 Noticias</b>	<b>3,623,939</b>

FUENTE: MEDIÓMETRO INRA

GRÁFICO: EL ECONOMISTA

Para tenerlo más claro, la radio en su conjunto transmitió 247,701 anuncios en enero de 2020 y ya en abril la cuota descendió a 178,844 avisos. En julio, el número de anuncios transmitidos sumaba 244,950. Los datos para el segundo semestre del 2020 aún están en elaboración.

Volviendo a las audiencias, durante el 2020 el mejor mes del año para los radiodifusores por número de escuchas fue octubre, con 10 millones 251,545 oyentes, contra los 9 millones 915,579 escuchas de septiembre de 2019, el mejor mes para ese año.

En marzo de 2020, cuando inició la **Jornada Nacional de la Sana Distancia** por la Covid, la cuota de audiencia dio un salto de 1.7 millones para el sector radiofónico y ésta no bajó de la marca de los 9 millones de oyentes netos en el resto del año, al menos hasta

noviembre pasado.

En lo que toca por segmentos radiofónicos, **Radio Fórmula**, **Radiópolis**, **Grupo Radio Centro**, **MVS Comunicaciones** y **Grupo ACIR**, en ese orden, lideraron los noticieros en 2019. Pero en 2020, entre enero y noviembre, las audiencias reacomodaron el cuadrante y con aumentos para todos. W Radio, Radio Uno y 88.9 Noticias ocuparon las primeras tres posiciones del segmento y seguidamente La Octava, que quedó en cuarto lugar.

## Tres cadenas ganan en la radio juvenil

**Radio musical/entretenimiento juvenil** | MILLONES DE PERSONAS

EMISORA	AUDIENCIA TOTAL
<b>● Periodo</b>   ENERO - NOVIEMBRE 2019	
<b>Los 40</b> 101.7	<b>5,583,737</b>
<b>Alfa</b> 91.3	<b>5,358,050</b>
<b>Exa FM</b> 104.9	<b>5,228,613</b>
<b>● Periodo</b>   ENERO - NOVIEMBRE 2020	
<b>Los 40</b> 101.7	<b>6,102,820</b>
<b>Exa FM</b> 104.9	<b>5,180,463</b>
<b>Alfa</b> 91.3	<b>5,064,290</b>

FUENTE: MEDIÓMETRO INRA

GRÁFICO: EL ECONOMISTA

La radio juvenil estuvo dominada por tres grupos radiofónicos en 2019 y 2020: Radiópolis, con Los 40, ganador en los dos años. Y seguido por **Alfa 91.3** de Radio Centro y **Exa** de MVS, que intercambiaron lugar en 2020. El siguiente en la lista es Match, de Grupo ACIR.

La radio popular, entre la vernácula, grupera, salsa, cumbia y otros géneros que cabrían en este segmento se volvió una pelea de tres compañías: Radiópolis con la **Ke-Buena**; **La Z**, de Grupo Radio Centro y ahora **La Mejor**, de MVS.

Ésta última recién apareció en la banda de frecuencia modulada y pronto remontó la audiencia en la emisora de los 97.7 Megahercios.

En este rubro son destacables las cuotas que alcanzan otras emisoras de la banda de amplitud modulada, como el caso de la Sabrosita 590, del grupo NRM Comunicaciones.



Pero también está el caso de la extinta El Barrilito, que ahora rebautizada como La Bandolera, tuvo este año 1.5 millones de oyentes netos.

El otro ejemplo es Tropicalísima, estación de radio pública, con sus cerca de 400,000 radioescuchas.

## ■ ACIR y Radio Centro son líderes en la radio musical

### Radio comercial musical | MILLONES DE PERSONAS

EMISORA	AUDIENCIA TOTAL
● <b>Periodo</b>   ENERO - NOVIEMBRE 2019	
<b>Amor</b> 95.3	<b>4,465,928</b>
<b>Mix FM</b> 106.5	<b>4,076,951</b>
<b>Stereo Joya</b> 93.7	<b>3,855,911</b>
● <b>Periodo</b>   ENERO - NOVIEMBRE 2020	
<b>Amor</b> 95.3	<b>5,829,533</b>
<b>Mix FM</b> 106.5	<b>4,481,068</b>
<b>Stereo Joya</b> 93.7	<b>4,231,535</b>

FUENTE: MEDIÓMETRO INRA

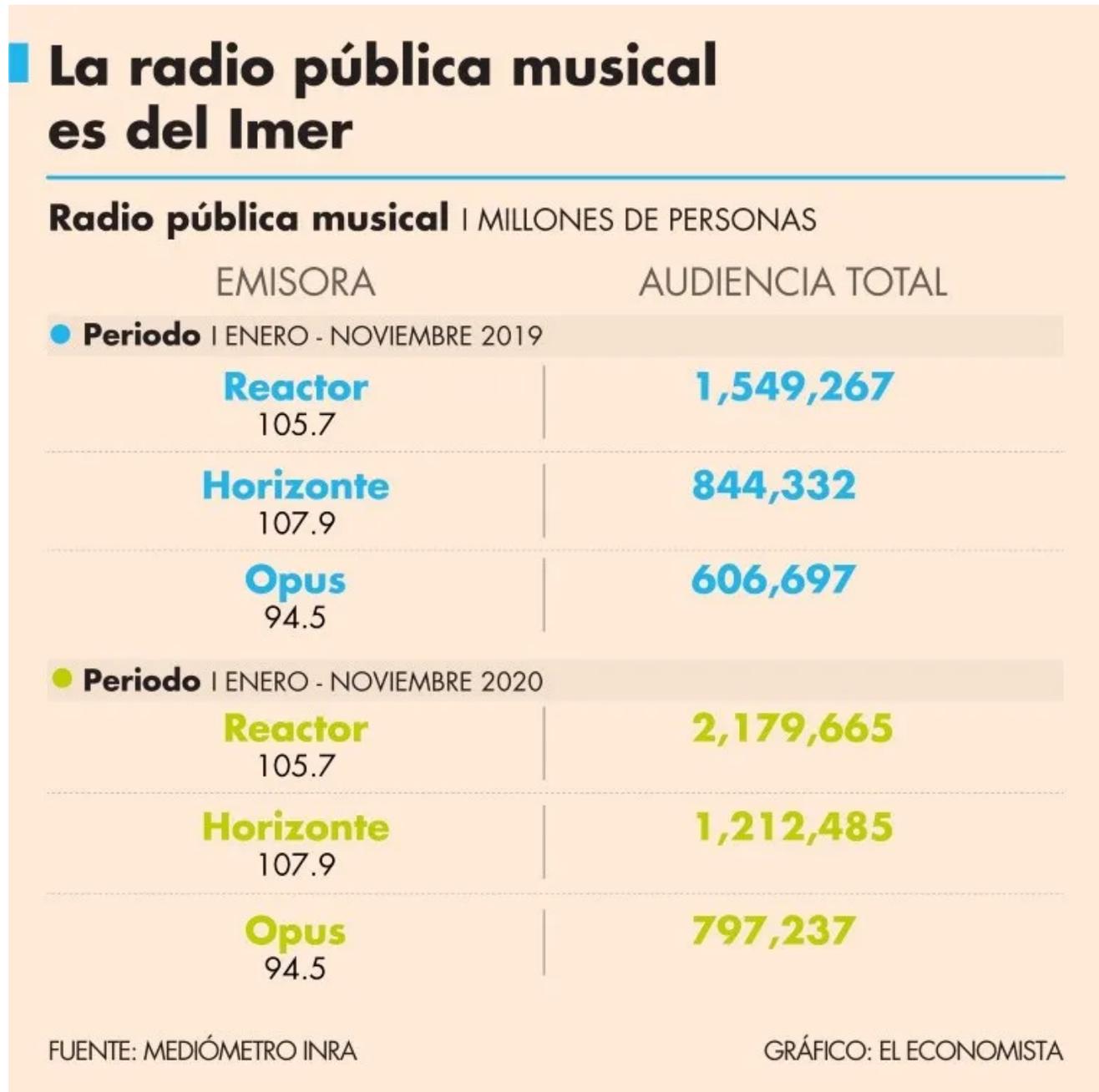
GRÁFICO: EL ECONOMISTA

Dentro de la radio musical más enfocada en el público adulto sobresalen históricas estaciones, como Stereo Joya, Universal Stereo, Amor y Mix FM, marcas propiedad de Radio Centro y Grupo ACIR, que este año fueron escuchadas por más de cuatro millones de capitalinos cada una.

Aquí, otra marca histórica es El Fonógrafo, que pese a su combinación con los conceptos de la 1030 AM, atrajo 1.5 millones de radioescuchas. La B Grande, del Imer, atrapó a su vez a medio millón de oyentes.

El **Instituto Mexicano de la Radio (Imer)** tuvo en 2020 motivo para solicitar mayores presupuestos, pues aun con dos años de recortes, sus emisoras de corte musical presentaron alzas.

Los números de Reactor, Horizonte y Opus crecieron 40.69, 43.60 y 31.4%, respectivamente, entre enero y noviembre de 2020 en comparación a sus mismos datos del 2019.



En el año de la pandemia, también hubo datos positivos para la radio pública hablada. Radio UNAM FM creció 7.74% sus audiencias en el año; Ibero 90.9 lo hizo en 20% y Radio Educación FM aumentó sus cuotas en 12%, pero a diferencia de los dos primeras que ya cuentan con más de una década de vida, esta emisora cuenta con un año de presencia en el cuadrante y ha tratado de conseguir oyentes a pesar de los continuos recortes presupuestales.

Las estaciones que siguen siendo una novedad son Aire Libre y Violeta Radio, una es comercial y la otra es de tipo social.

La primera recientemente cumplió dos años de vida y su audiencia a noviembre de 2020 llegó a dos millones de escuchas, frente a 1.83 millones de hace un año. La segunda ya es escuchada por cerca de 150,000 personas interesadas en los temas de inclusión y feminismo.

## Radio Educación FM despega 12% en su primer año de vida

Radio pública/social hablada | MILLONES DE PERSONAS

EMISORA	AUDIENCIA TOTAL
<b>● Periodo</b>   ENERO - NOVIEMBRE 2019	
<b>Radio UNAM FM</b> 96.1	<b>939,915</b>
<b>Ibero</b> 90.9	<b>505,801</b>
<b>Radio Educación FM</b> 96.5	<b>306,004</b>
<b>● Periodo</b>   ENERO - NOVIEMBRE 2020	
<b>Radio UNAM FM</b> 96.1	<b>1,012,724</b>
<b>Ibero</b> 90.9	<b>611,705</b>
<b>Radio Educación FM</b> 96.5	<b>342,553</b>

FUENTE: MEDIÓMETRO INRA

GRÁFICO: EL ECONOMISTA