

## **Monitoreo de publicidad de la radio en Guadalajara**

### **INTRODUCCIÓN Y METODOLOGÍA**

La radio llegó a Guadalajara el 11 de octubre de 1923 a las 20:00 horas, a partir de ahí se convirtió en parte del día a día de todos los ciudadanos hasta la fecha; es un medio que lleva información y entretenimiento a gran parte de la población tapatía así como del resto del país.

Como todos los consumidores de radio saben, existen diferentes tipos de estaciones, unas que transmiten únicamente música, otras mayormente habladas y existen las mixtas. Lo que tienen en común la mayoría de ellas es que transmiten gran parte del tiempo algo de publicidad, ya sea comercial o del gobierno.

Cada estación establece sus tarifas en cuanto a lo que publicidad se refiere y también decide que tanto tiempo invierte en los bloques publicitarios.

En la siguiente investigación, analizamos qué es lo que tiene una estación que generan que sus segundos transmitidos sean más caros que en otra estación y viceversa. Para lograr lo anterior, se monitorearon seis estaciones durante una hora en dos días y dos momentos diferentes. Se midió el tiempo de publicidad, así como su contenido y el género de música que transmitía.

### **CONTEXTO DE LA RADIO EN GUADALAJARA**

La radio en Guadalajara es fundamental en la vida cotidiana y política de la metrópoli. Las 47 estaciones -23 de FM y 24 de AM- forma parte del mapa de medios de comunicación que diariamente informan y entretienen a los consumidores.

Y como en la capital del país, la primera estación fue la “W”, que actualmente le pertenece la concesión a Grupo Televisa y forma parte del conjunto de cinco frecuencias del corporativo en Guadalajara.

Así como Grupo Televisa es propietario de un porcentaje elevado del total de las estaciones, Grupo Radiorama transmite sus contenidos a través de siete frecuencias –como DK 1250am o HK 960am, dos estaciones longevas-.

Guadalajara escucha la radio comercial en su mayoría, como consecuencia de que tan sólo tres estaciones son permisionadas, dos de ellas del Sistema

Jalisciense de Radio y Televisión (SJRTV). Es por esto transmiten el mismo contenido en AM que en FM. La tercera cadena de radio con permiso del gobierno es Radio UDG de la Universidad de Guadalajara, máxima casa de estudios de Jalisco.

¿Qué tipo de contenidos se transmite? ¿Música? ¿Charlas o noticias? Guadalajara tiene un equilibrio en su contenido. En muchas de sus estaciones se mezclan los sonidos de la voz con la de los instrumentos, la información y el entretenimiento pero es en una que sólo se transmite música clásica: Millenium Bella Música.

Corporativos como Radiorama transmiten más allá de las fronteras de la Zona Metropolitana de Guadalajara y cerca de una treintena de estaciones, de acuerdo con el censo realizado en octubre de 2013 por el grupo de Observatorio de la Comunicación I, llevan a otros estados sus contenidos.

Así es como en prácticamente una docena de cabezas son las propietarias de lo que escuchamos al prender el aparato receptor de ondas radiales; al subir al auto, al momento de trabajar en la oficina, al levantarnos o realizamos demás actividades que acompañamos con la radio.

## MARCO METODOLÓGICO

En esta investigación se analizan las tres estaciones de radio con tarifas publicitarias más caras y las tres más baratas, comparando sus contenidos.

En las mayoritariamente musicales los géneros, en las mayoritariamente habladas, si son de entretenimiento o de información y en las mixtas ambos rubros.

De igual manera, se medirá la publicidad es decir, cantidad de anuncios y su tiempo total en minutos. Todo esto en el mismo horario, (hora acordada por los tres equipos) para poder tener resultados en un determinado tiempo.

El primero monitoreo se realizó el lunes 4 de noviembre a partir de las 21:00 horas y el segundo el jueves 7 de noviembre a partir de las 8:00 horas con excepción de *La Voz*, que se monitoreó el lunes 11 de noviembre también a las 8:00 horas para posteriormente comparar ambos resultados.

Pensamos este tipo de investigación bajo el supuesto de que las tarifas no varían según la hora del día, los contenidos encontrados en cada estación a una hora determinada, nos pondrán en contexto de qué es lo que hace la diferencia de tarifas publicitarias más altas o bajas.

Se busca encontrar cuales son los tipos de contenidos y sus diferencias.

Estación	Precio por 30"
La Z	\$4500
Radio red 700 AM	\$2673
La Voz de Guadalajara 960AM	\$777

Radio Mujer	\$650
Canal 1410 AM	\$450
Radio ranchito	\$384

## RESULTADOS

### ESTACIONES MUSICALES

La Zeta 107.5 FM es la estación musical que más cobra por un comercial de 30 segundos. El precio estándar según las investigaciones realizadas por el grupo de Observatorio de la Comunicación I, es de \$4,500 pesos.

Durante el monitoreo que se realizó el lunes 4 de noviembre a las 21:00 horas, se transmitieron un total de 31 spots -21 de gobierno, 10 propios -ninguno comercial-, lo que representa 577 segundos o poco más de 9 minutos.

Los anuncio de La Zeta se intercalaban con las canciones y fueron de aproximadamente de 3 min cada bloque. La voz de estos spot propios es medio ronca simulando, masculino y con un tono ranchero. Los temas de los que se habla en los anuncios gubernamentales son:

- Cámara de Diputados: “Jóvenes por México”.
- Secretaria de Salud: vacuna influenza.
- Senado de la República: equidad de género, 60 aniversario del voto de la mujer.
- CNDH: tus derechos humanos.
- Reforma Educativa: Yo estoy a favor, infórmate.
- INEGI.
- CNDH: Niños tienen derecho a...
- Reforma Educativa: Maestro, infórmate y conoce más.
- La Hora Nacional: México está en tus oídos.
- Secretaría de Salud: prevención del cólera.

Mientras que la música en su mayoría fue de banda y ranchera; se presume que la Zeta es la estación más escuchada por su contenido popular y aunque durante esta hora de monitoreo no registro una ganancia, si tomamos en cuenta los nueve minutos de bloques de comerciales que puede registrar en una horario con mayor audiencia y le restamos los tres minutos de spots gubernamentales puede llegar a tener ingresos importantes.

En el segundo monitoreo, los datos arrojados cambiaron. Sólo se registraron 4 minutos de un bloque de publicidad con un total de 12 spots – 5 propios, 1 de gobierno, 6 comerciales:

Propio: La Zeta cambia.  
Gobierno: IFE.

Comercial: Tuny.  
Comercial: Acron.  
Comercial: Home Depot.  
Comercial: Oxxo.  
Comercial: Soriana.  
Propio: La Zeta ...transmitimos en...  
Comercial: Abastos.

En este horario, en tan sólo una hora, se obtuvo una ganancia de \$27,000 pesos, si nos basamos en los datos del tabulador del monitoreo.

Si comparamos La Zeta –estación musical que vende más caro sus espacios publicitarios- con la más barata, La Voz de Guadalajara 960AM, que vende el espacio a \$777 pesos los 30 segundos y que durante la misma hora del primer monitoreo se registraron un total de 20 spot -14 propios, 5 gubernamentales y 1 comercial-. Sumados son 700 segundos, es decir, poco más de 11 minutos lo cual implica que su ganancia fue mayor aunque en las horas de mayor audiencia podría cambiar los resultados.

Fueron pocos los bloques publicitarios, y los que se registraron se separaron en 456 segundos de comerciales de gobierno (PROFECO, IFE, CNDH, Secretaría de Salud, Cámara de Senadores); 219 segundos con publicidad misma de la estación y 24 segundos en comerciales de banquetería, entre otros.

El contenido fue mayoritariamente musical con canciones románticas, baladas y boleros de los años 70 a la actualidad. Después de cada canción se pudo escuchar un anuncio de la misma estación seguido por la hora exacta. A las 9:39 pm transmitieron un noticiero de un minuto dirigido por Alfonso Javier Vázquez (Noticiero en punto).

En el segundo monitoreo, el lunes 11 de noviembre de 2013 de 8:00 a 9:00 horas, se obtuvieron resultados distintos en relación a la cantidad de spots publicitarios; un total de 45 espacios -18 propios, 12 gubernamentales, 15 comerciales- con un total de 820 segundos, es decir, poco más de 13 minutos.

La hora de monitoreo comenzó con 11 minutos en la que difundieron el noticiero de Notisistema, ahí los spots fueron anuncios comerciales; a la mitad del programa hubo un bloque de anuncios solo de gobierno que duró 4 minutos. Y como dato a destacar es que el único anuncio que se repitió fue Farmacias Guadalajara.

Según los datos de la tabla de monitoreo, y la cantidad de espacios comerciales durante la última hora del conteo de spots, la ganancia de La Voz fue de \$11, 655 pesos; incrementando 14 veces en comparación con la primera hora monitoreada.

ESTACIONES MIXTAS

Por otro lado, Radio ranchito 1340 AM, es una estación mixta y concesionada que se emite en la Zona Metropolitana de Guadalajara y en otros municipios. El precio estándar por spot de esta estación es de \$380 pesos.

Durante el monitoreo, se transmitieron un total de 11 anuncios de publicidad de los cuales se distinguieron 4 producidos por Radio Ranchito, 6 spots gubernamentales y solamente 1 perteneciente al ámbito comercial. Asimismo, el total de estos spots tuvo una duración de 589 segundos es decir alrededor de 10 minutos. Además, se pudo observar que el tipo de música emitida por Radio Ranchito es ranchera. También ponen música de banda y boleros. Esto nos hace deducir que su público es gente que le gusta la música popular mexicana. Además, según las observaciones, se destaca que existe un número significativo de cortinillas en esta estación.

Como mencionamos, Radio Ranchito emite contenidos muy dirigidos a un público que disfruta de la música popular mexicana y podemos observar que casi la mitad de su publicidad resulta ser propia mientras que casi el 55% de su publicidad es de tipo gubernamental. Si hacemos un cálculo en los casi diez minutos de spots de publicidad, podemos constatar que Radio Ranchito no es una estación que destaque por la ganancia dentro de su publicidad ya que casi toda resulta ser publicidad del gobierno.

Durante el segundo monitoreo se llegó a nuevas conclusiones. En el caso de Radio Ranchito, el contenido fue el mismo: esa hora fue mayoritariamente hablada. Sin embargo, en el ámbito de la publicidad, hubo diferencias notables ya que pudimos constatar que por la mañana Radio Ranchito tiene tres anuncios propios menos que en la noche. En el caso de la publicidad gubernamental, los números se quedaron iguales, es decir en una hora se emitieron un total de seis anuncios gubernamentales. Asimismo, algo que destacó notablemente fue la publicidad comercial, mientras que en la noche sólo se transmitió una, por la mañana se transmitieron cinco.

Analizando los resultados arrojados, podemos decir que radio Ranchito tiene mucho más ganancias en la mañana que en la noche ya que en la mañana transmite mucho más publicidad comercial y menos publicidad propia. Sin embargo, la duración total de anuncios en la mañana fue menor que en la noche, con una diferencia de 224 segundos, es decir casi cuatro minutos. Se observó que tanto como en la mañana como en la noche, se transmite el mismo género de canciones tales como música ranchera, banda y boleros y el radio escucha que monitoreó notó que el número de cortinillas era muy elevado en ambas horas.

Por otro lado, tenemos otra estación mixta, Canal 1410 am. A diferencia de Radio Ranchito, esta estación abarca un público mucho más extenso por emitirse no sólo en Jalisco sino en otros estados. Comparando estas dos estaciones podemos ver que Canal 1410, tiene un precio mucho más alto en los spots de publicidad, mientras que Radio Ranchito cobra \$384 pesos, Canal 1410 pide \$4,500 pesos es decir una diferencia de más de 4 mil pesos. Sin embargo, Canal 1410 tiene una publicidad casi nula, ya que la duración total de ésta última en una hora fue únicamente de un minuto. Sus

contenidos al igual que Radio Ranchito resultan ser para un público que disfrute la música popular mexicana. Sin embargo esta frecuencia además de banda, también destina parte de su espacio a las cumbias y la salsa, entre otras. Se observó que cada cuatro canciones se emitía un total de dos spots. En este espacio de publicidad, Canal 1410 emitió 1 anuncio propio, es decir de la misma estación, 4 gubernamentales y sólo 1 de tipo comercial. Por ello podemos deducir que es una estación que gana muy poco con la publicidad que tiene.

El Canal 1410 es una estación dirigida a personas adultas y es una frecuencia con muy mala calidad en el sonido. Cuesta mucho trabajo la comprensión total de lo que se emite a causa del ruido en la señal.

Después del segundo monitoreo, pudimos notar que Canal 1410 efectivamente tuvo cambios relevantes en cuanto a la emisión de publicidad. En primer lugar, durante este monitoreo hubo un total de 4 minutos de publicidad esto es de gran relevancia ya que en el primer monitoreo no se emitió más que un minuto. Sin embargo, en estos cuatro minutos de publicidad resulta de gran importancia ya que hubo un total de 4 espacios propios, 7 espacios reservados a la publicidad del gobierno y 0 espacio para el ámbito comercial. Esto es de gran relevancia porque nos dice de qué manera Canal 1410 no es una estación que le da preferencia a la publicidad comercial.

Comparando con el primer monitoreo, esta frecuencia transmitió mucho más publicidad propia por la mañana que por la noche, dejando una diferencia de tres publicidades. Además, en vez de transmitir cuatro publicidades gubernamentales (en la mañana), transmitió siete. Lo anterior indica que la publicidad gubernamental impera en esta estación.

Se observó que los bloques de canciones fueron más grandes, ya que aproximadamente pasaron cuatro canciones por bloque. El tipo de música no cambió, fue variada pero el género siguió siendo el mismo, centrado principalmente en banda, cumbias, música norteña entre otras.

Una de las conclusiones es que Radio Ranchito cambió radicalmente en cuanto a la emisión de publicidad comercial, eso quiere decir que el horario matutino es mucho más escuchado que el nocturno ya que dedica en la mañana más tiempo a la publicidad comercial y menos tiempo a la publicidad propia. No obstante, Radio Ranchito se hace mucho más publicidad de sí misma en la noche y le da importancia a la publicidad gubernamental.

En el caso de Canal 1410 es impresionante que casi no tome en cuenta a los anuncios de publicidad. Además, a diferencia de Radio Ranchito, Canal 1410 se hace mucho más publicidad en la mañana que en la noche. Son estaciones que en general ganan poco por contenido comerciales ya que prefieren hacerse publicidad propia o bien darle espacios al gobierno.

ESTACIONES MAYORITARIAMENTE HABLADAS

Radio red 700 AM es una estación concesionada perteneciente al grupo Radio Centro, la programación en su mayoría es hablada dividida en programas de contenido y noticias, su precio estándar es de 2,673 pesos por 30 segundos.

La publicidad que se transmitió durante la hora completa en el primer monitoreo fue de 375 segundos es decir aproximadamente seis minutos en los cuales hubieron 15 anuncios: 8 propios y 7; no hubo ningún anuncio comercial.

En cuanto al contenido dentro de la programación se transmitió el programa Negociando, con Ramón Pieza, donde se trataron temas políticos actuales de manera analítica y paciente (voz experimentada), hilándolos y haciendo comparaciones; información cargada y de oposición; lo rescatable fue que el conductor filtró una serie de comentarios del público, dándole voz al ciudadano; para los intermedios, se utilizó la canción "Ya no me quiere" de Elvira Ríos.

El contenido en esta estación en nuevo monitoreo fue sorprendente pues mientras que el tema principal fueron noticias, sobre todo del Distrito Federal pues es una radiodifusora de esa área del país, también se mencionaron hechos ocurridos en la república. Hablaron acerca de finanzas, y de las reformas basándose en opiniones personales. Hubo algunas notas deportivas y se leyeron comentarios del público lo cual resulta interesante pues se le dio voz al público y se le permitió tener comunicación con la estación y en especial con el programa de noticias de Sergio Sarmiento y Guadalupe Juárez en "La red de radio red".

En cuanto a la publicidad se encontró contenido muy diferente al del primer monitoreo, esta vez fue: Propia: 13 anuncios gubernamental 6 propios y 13 comerciales. La duración total de la publicidad fue de 15 minutos. En esta ocasión pudimos percibir un mayor número de espacios publicitarios, y destacan principalmente los comerciales sin embargo es importante decir que en duración los gubernamentales tuvieron más tiempo al aire con 3 minutos en total, contra 2:45 de anuncios comerciales.

El tiempo de publicidad fue muy diferente mediante los dos monitoreos, en el primero fueron escasos 6 minutos y en el segundo se llegó a los 15. En el segundo a diferencia del primer ejercicio se encontraron un total de 13 comerciales lo que nos habla de ganancias para la estación sin dejar de publicitar al gobierno.

Por otro lado, la estación Radio mujer 1040 AM es concesionada y pertenece al grupo Promomedios de Occidente y se transmite tanto en México como en otro países. La tarifa media para su publicidad es de \$650 pesos por 30 segundos.

La publicidad durante la hora de monitoreo tuvo una duración de 1001 segundos lo que suma aproximadamente 16 minutos. Durante los cuales hubieron 21 anuncios, 19 propios y trataban sobre consejos de salud y aludían a programas de la misma frecuencia modulada, uno gubernamental sobre la reforma educativa y uno comercial de una bebida energética; todo esto dividido en cuatro bloques publicitarios.

A diferencia de Radio Red, en esta estación sólo se transmitió una cápsula informática de 5 minutos en los que resumían las noticias más importantes y el resto de la hora (sin contar el tiempo de comerciales) fue un discurso a cerca de la salud y de cómo tener una buena alimentación.

En el monitoreo realizado el jueves 7 de noviembre de 2013. La situación de la publicidad fue bastante distinta a la anterior. Los comerciales tuvieron una duración de 720 segundos lo que es lo mismo que 12 minutos. Divididos en tres bloques de 4 minutos cada uno.

Los spots estuvieron divididos en 12 propios, 10 gubernamentales y 3 comerciales. Lo que nos indica que la programación propia sigue siendo la más dominante en la estación, en cuanto a contenido se trató el tema de la salud bucal el conductor era un supuesto doctor sin embargo parecía más broma que consejos profesionales lo que le quita credibilidad al programa.

De nuevo fue superior la publicidad propia de la estación esta vez, sin embargo, aumentó significativamente la cantidad de propaganda gubernamental y de manera poco interesante la comercial. Lo que nos indica que el espacio publicitario no es lo que subsidia a esta estación.

## **CONCLUSIONES**

Tras realizar el primer monitoreo durante 21,600 segundos llegamos a conclusiones que no esperamos cuando comenzó la investigación.

Primero, notamos que el hecho de que la tarifa por spot sea más cara, no implica que la radiodifusora esté ganando más. Como vimos anteriormente, existen estaciones que en toda la hora no obtuvieron ganancias y otras con tarifas más económicas si lo hicieron.

Por otro lado, resalta en todas las estaciones que una gran parte del bloque de publicidad lo abarcan anuncios gubernamentales, como en el caso de Canal 1410 que es cuatro del gobierno a uno del resto.

Otro punto importante es que en cuanto a géneros musicales, podemos notar cómo la música popular mexicana como banda y ranchera, es la que tiene más audiencia por lo cual sus tarifas son las más caras pero también las más baratas en otras estaciones con menos alcance.

Notamos, por otro lado, que las estaciones utilizan mucha parte de su programación, para anunciarse a ellas mismas. Tres de las estaciones



monitoreadas tuvieron un anuncio comercial mientras que los otros tres no tuvieron ninguno de este tipo.

Decidimos después de estas conclusiones, realizar un segundo monitoreo en otro horario para contrastar los resultados. Después de escuchar durante otra hora, las mismas 6 estaciones pero en un horario matutino, los resultados si fueron muy diferentes.

En la mayoría de las estaciones, los spots comerciales aumentaron hasta 14 veces, haciendo así ganar a la estación más que en el horario nocturno. Esto refleja que las marcas aprovechas los horarios matutinos para anunciarse.

Otro descubrimiento, fue que a pesar de cambiar de horario, los anuncios gubernamentales siguen siendo bastantes durante una hora (ver anexo 1). No disminuyen, solo que se mezclan con más comerciales y anuncios propios de las estaciones que también predominan en ambos horarios. A excepción de canal 1410 que si da mucha más preferencia a anuncios del gobierno, inclusive no tuvo ningún espacio comercial.

Concluimos, que las estaciones sí dan mucho espacio a los spots del gobierno, tanto en la mañana como en la noche. Lo que varía son los spots publicitarios comerciales que en la noche fueron casi nulos y en la mañana aumentan en gran medida. Otra situación que permanece y que toma gran parte de los bloques publicitarios son los anuncios de la propia estación.

## Anexo 1

Tabla de monitoreo de las estaciones de la radio en Guadalajara

	Estación	Horario	Gobierno	Propio	Comercial	Totales	Totales grales.
1	La Z	8:00-9:00	1	0	6	7	118
		21:00-22:00	21	10	0	31	104
2	La Voz 960 AM	8:00-9:00	12	18	15	45	
		21:00-22:00	5	14	1	20	
3	Canal 1410	8:00-9:00	7	4	0	11	
		21:00-22:00	4	1	1	6	
4	Radio Ranchito	8:00-9:00	6	1	5	12	
		21:00-22:00	6	4	1	11	
5	Radio Red	8:00-9:00	6	0	13	19	
		21:00-22:00	7	8	0	15	
6	1040	8:00-9:00	10	12	3	25	
		21:00-	0	19	0	21	

	22:00					
Total de anuncios		85	91	45	221	

## Producto de Comunicación Guiones

### Metodología

*Decidimos realizar tres spots de aproximadamente 30" dirigidos principalmente a alumnos del ITESO. La idea es difundirlos a través de redes sociales, se buscó que fueran breves e interesantes. Si la persona se muestra interesada por su contenido, tendrá la opción de vincularse a los demás spots o bien a la cápsula de mayor duración donde daremos más detalles de los resultados.*

### Spots (aprox. 30")

#### Precios

¿Alguna vez te has preguntado cuánto dinero genera una estación de radio musical en Guadalajara? Checa estos datos: Según estudios realizados por alumnos del ITESO la estación Z 107.5FM tiene las tarifas más altas de espacio publicitario en nuestra ciudad. \$4,500 es lo que cobra por un Spot de solo 30"; con este dinero podrías comprar más de cinco spot de la misma duración en otras estaciones como la Voz 960AM ya que su costo es de solo \$780. Gran diferencia, ¿no?

#### Horarios

Si quisieras anunciar algo en la radio ¿cuál crees que sería el mejor horario para hacerlo? Según un estudio realizado por alumnos del ITESO las estaciones de radio en Guadalajara tienden a transmitir mucha más publicidad durante la mañana que durante la noche. Por ejemplo la estación Canal 1410 de AM, transmite el doble de anuncios durante la mañana que durante la noche midiendo horas específicas; o La voz 960AM que también registró más del doble de anuncios comerciales durante el horario matutino. Si quieres conocer más detalles da click en nuestra cápsula.

#### Distribución de compradores

¿Tienes idea de cuánto gasta el gobierno en spots publicitarios de radio en Guadalajara? Según un estudio realizado por alumnos del ITESO a 6 estaciones de radio de nuestra ciudad, el comprador más importante de

espacio publicitario es el gobierno. Instituciones como la CNDH, la cámara de Diputados y la secretaría de Salud abarcan hasta el 65% de los anuncios transmitidos durante horas específicas. En el caso de la estación Z 107.5 FM, durante una hora se registraron 21 anuncios gubernamentales de 30" los cuales pudieron haber implicado un gasto de hasta \$94,000 pesos. Parece que sí les importa publicitarse ¿no?

## Podcast (aprox. 3:45min.)

¡Hola! Alguna vez te has preguntado, ¿cuáles son las estaciones de radio más caras de Guadalajara y qué tipo de contenidos tiene que las hacen ser las más caras? Bueno, primero hay que comenzar por entender qué factores determinan el precio de los espacios publicitarios en la radio. Así lo explicó el experto en radio y docente del ITESO Gilberto Domínguez. //

*La radio se cotiza por el ratig y el share. [Estos] son dos mecanismos de verificación de audiencia. [El primero] mide la cantidad total de radioescuchas y [el segundo] las audiencias por segmento de consumo (A+, A, B, C, D). //*

En otras palabras las tarifas de la radio se comportan de la misma forma que las de televisión o las de prensa: entre mayor sea su audiencia, más altas son las tarifas. Ahora sí, volvemos a nuestra pregunta ¿Cuáles son las estaciones más caras de Guadalajara y qué tipo de contenido tienen? Bueno, pues según un estudio realizado este semestre por alumnos de la carrera de comunicación en el ITESO, hay un empate entre las estaciones más caras de Guadalajara. Tanto la Z 107.5 FM como Canal 1410 de AM ofrecen una tarifa base de nada más y nada menos que \$4,500 pesos por cada Spot de 30". Según los monitoreos que se realizaron durante esta investigación, entre las nueve y las diez PM de un jueves, se registraron 21 spots publicitarios, mismos que implican una ganancia de aproximadamente 90,000 pesos para la estación. Ahora bien, otro monitoreo realizado durante un lunes de ocho a nueve de la mañana registró solamente 7 spots comerciales, lo cual indica que no en todos los horarios hay una ganancia tan elevada. //

Para responder a la segunda pregunta has de saber que se dividieron las estaciones en tres tipos, habladas, mixtas y musicales; esta clasificación permitió dar cuenta de qué tipo de contenidos son los de mayor rating en nuestra ciudad. He aquí los resultados: en promedio las estaciones más baratas son las **musicales**, pues cobran \$1,418 pesos por cada spot de 30" (aunque hay que aclarar que en esta categoría hubo 6 estaciones de las que

no se registró tarifa, lo cual podría afectar decisivamente el promedio final); en segundo puesto están las estaciones **habladas**, (en cuyo caso solamente hizo falta registrar una tarifa), su promedio es de \$1,450 pesos, únicamente 22 más que las musicales. Y las ganadoras indiscutibles con los precios más altos son las estaciones **mixtas** (en cuyo caso solamente hizo falta un registro de tarifa), éstas ofrecen una tarifa promedio de \$1,536 pesos. //

Así que según los resultados de este estudio, la gente de Guadalajara prefiere escuchar las estaciones mixtas, o sea las que ofrecen contenidos tanto musicales como hablados. Estas son estaciones como Canal 1410 AM, Radio Metrópoli 1150AM, Romance 99.5 y La Mejor FM. //

Respecto a cuáles son los contenidos más cotizados, las dos estaciones más caras, que son La Z y Canal 1410, transmiten contenidos musicales de género banda y ranchera, además de programas populares con una audiencia mayoritaria aparentemente de NSE entre E y C. Esto se puede comparar con los grandes consorcios televisivos como Televisa y TV Azteca, cuyas audiencias pertenece en mayor medida a los mismos NSE. También parece relevante apuntar que ambas estaciones pertenecen a la misma compañía llamada Grupo Radio México, cuyo dueño es Francisco Aguirre Gómez, quien también posee otras 35 estaciones a lo largo del país.//

Ahora te toca hablar a ti: comenta este post y dinos si has escuchado alguna de estas estaciones o si alguna está dentro de tus favoritas. Tu opinión es muy importante para nosotros; sigue escuchando la radio.

#### Anexo 2

	Hablada 12	Musicales 16	Mixtas 8
Tarifas de todas las estaciones sumadas	\$17,403	\$22,687	\$12,285
Tarifa Promedio	<b>\$1,450</b>	<b>\$1,418</b>	<b>\$1,536</b>

#### Fuentes

Mandujano, M. (2010). *¿Y dónde está tu audiencia? Digo, para invertir ahí.* Consultado desde: Merca2.0: [www.merca20.com/y-donde-esta-tu-audiencia-digo-para-invertir-ahi/](http://www.merca20.com/y-donde-esta-tu-audiencia-digo-para-invertir-ahi/) Fecha de consulta: 18.11.2013.

