INFORME TÉCNICO

ANÁLISIS DE AUDIENCIA RADIAL – ECAR
Campañas: Prevención del Reclutamiento y Especiales

1. Introducción

En el marco de las campañas institucionales desarrolladas por la Defensoría del Pueblo durante el periodo de diciembre de 2025 —la **Campaña de Prevención del Reclutamiento de niños, niñas y adolescentes** y la **Campaña de Especiales para la difusión de resultados temáticos**— SIMON SEIN S.A.S. ejecutó el plan de medios con un componente estratégico en radio, considerando su alta penetración territorial, credibilidad comunitaria y capacidad de llegada a poblaciones urbanas, rurales y de difícil acceso digital.

Para la planeación, ordenación y optimización de la pauta radial en ambas campañas, se tomó como principal insumo técnico el **Estudio Continuo de Audiencia Radial (ECAR)**, reconocido en Colombia como la fuente especializada para la medición de hábitos de escucha, alcance, participación de emisoras y comportamiento de audiencias por territorio y franja horaria.

2. Objetivo del informe

Presentar el análisis técnico de audiencia radial que sirvió de soporte para la selección de emisoras, definición de franjas horarias y frecuencia de emisión en las campañas de Prevención del Reclutamiento y Especiales, con base en los resultados del ECAR, garantizando decisiones informadas, eficientes, verificables y alineadas con los objetivos institucionales de comunicación pública, protección de derechos y divulgación de información estratégica.

3. Marco metodológico – ECAR

El **Estudio Continuo de Audiencia Radial (ECAR)** mide de forma periódica el comportamiento de escucha de radio en las principales ciudades y regiones del país, analizando variables como:

- Emisoras más escuchadas por mercado.
- Audiencia promedio por franja horaria.
- Perfil general del oyente (segmentación básica).
- Frecuencia de consumo diario.
- Penetración territorial y participación por región.

Este estudio permite identificar tanto emisoras de alto alcance masivo como emisoras de alta relevancia regional y comunitaria, fundamentales para campañas de carácter social, preventivo e informativo.

4. Análisis de resultados relevantes para las campañas

4.1 Importancia de la radio en campañas sociales e institucionales

De acuerdo con los patrones identificados en ECAR:

- La radio mantiene altos niveles de consumo diario, especialmente en franjas de la mañana, mediodía y tarde.
- Presenta alta penetración en municipios intermedios, zonas rurales y territorios con limitaciones de conectividad digital.
- Es un medio eficaz para la difusión de mensajes institucionales, educativos, preventivos y de interés público, gracias a su cercanía cultural con las comunidades.

Estas características hacen de la radio un canal estratégico tanto para mensajes de prevención del reclutamiento como para la divulgación de contenidos temáticos y de interés social.

4.2 Selección estratégica de emisoras

Con base en el análisis ECAR, SIMON SEIN S.A.S. priorizó emisoras que cumplieran con los siguientes criterios:

- Amplia cobertura territorial o alta penetración local.
- Reconocimiento, credibilidad y posicionamiento comunitario.
- Programación informativa, comunitaria, cultural o de interés social.
- Capacidad de llegar a públicos familiares, juveniles y comunitarios.

Las emisoras seleccionadas permitieron amplificar los mensajes institucionales, garantizar repetición suficiente para generar recordación y asegurar cobertura efectiva en territorios priorizados por la Defensoría del Pueblo.

4.3 Franjas horarias priorizadas

El estudio ECAR evidencia mayor concentración de audiencia en las siguientes franjas:

- **Franja matutina (05:00 a 09:00):** Alta sintonía comunitaria, familiar y laboral temprana.
- **Franja del mediodía (11:00 a 14:00):** Escucha activa en entornos domésticos y laborales.
- **Franja vespertina (16:00 a 19:00):** Retorno al hogar y consumo informativo.

Estas franjas fueron utilizadas estratégicamente para la emisión de cuñas, mensajes institucionales y contenidos de divulgación de ambas campañas.

5. Aplicación del estudio ECAR en la ejecución del plan de medios

Los resultados del ECAR fueron utilizados por SIMON SEIN S.A.S. para:

- Definir la mezcla de emisoras nacionales, regionales y locales.
- Determinar la frecuencia y repetición óptima de los mensajes.
- Optimizar la relación entre inversión y alcance efectivo.
- Garantizar cobertura en territorios priorizados.
- Sustentar técnicamente la planeación y ordenación de compra de espacios radiales.

Este enfoque permitió una ejecución coherente con los objetivos de prevención, protección de derechos y divulgación de información pública.

6. Valor agregado para la Defensoría del Pueblo

El análisis y la información técnica derivada del Estudio ECAR fueron entregados a la Defensoría del Pueblo en formato físico y/o magnético, sin costo adicional, como valor agregado por parte de SIMON SEIN S.A.S., fortaleciendo la toma de decisiones estratégicas, la transparencia en la ejecución del plan de medios y la trazabilidad técnica de la inversión pública.

7. Conclusiones

- El ECAR constituyó un insumo técnico fundamental para la planificación de ambas campañas.
- La radio demostró ser un medio estratégico para mensajes de prevención, protección de derechos y divulgación social.
- La selección de emisoras y franjas se realizó con criterios objetivos, técnicos y verificables.
- La ejecución del plan de medios se sustentó en análisis especializados y buenas prácticas del sector.

Cordialmente,



CLAUDIA ISABEL RUBIANO RIVERA
CC 37.670.440
GERENTE GENERAL Y REPRESENTANTE LEGAL

Calle 127A #7-19 oficina 210
isabel.rubiano@simonsein.com
www.simonsein.com
3125923363

Simön Seïn

Calle 127A #7-19 oficina 210
isabel.rubiano@simonsein.com
www.simonsein.com
3125923363

more than one way