

LA RADIO: UN MEDIO CON MUCHO ALCANCE QUE ACOMPAÑA SIEMPRE

La radio informa, entretiene y acompaña. Está cerca siempre.

Buenos Aires, mayo 2020.- Según un estudio online realizado por Kantar IBOPE Media Argentina sobre la escucha de la radio durante la cuarentena en Buenos Aires, Córdoba y Mendoza, los oyentes mantuvieron sus hábitos de escucha y a la vez, un 13% descubrió nuevos programas y/o nuevas emisoras. Además, el 50% de los oyentes de radio escucha la misma cantidad de tiempo durante la cuarentena que habitualmente.



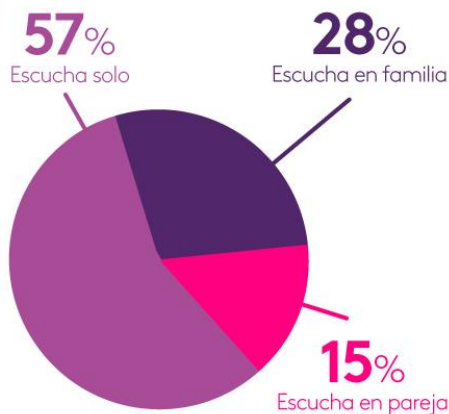
En líneas generales, los oyentes de radio mantuvieron sus hábitos de escucha y un **13%** descubrió nuevos programas y/o nuevas emisoras.



El **50%** de los oyentes de radio escucha la misma cantidad de tiempo durante la cuarentena que habitualmente.



Durante la cuarentena la mayoría de los oyentes aseguraron comenzar a escuchar radio más tarde de lo habitual, siendo de 9 a 13hs el horario en que más se concentra esta actividad.



Fuente: Kantar IBOPE Media. Encuesta online de 475 casos realizada a oyentes de radio residentes en las áreas urbanas de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza entre el 27/04 y el 03/05/20

De acuerdo con los resultados, la mayoría de los oyentes comienza a escuchar radio más tarde de lo habitual, siendo de 9 a 13 hs el horario en que más se concentra esta actividad.

Un insight para destacar que surge de este estudio es que el 81% de los oyentes de radio se mantiene atento escuchando la publicidad mientras espera la continuación del programa.



El **81%** de los oyentes de radio se mantiene atento escuchando la publicidad mientras espera la continuación del programa.

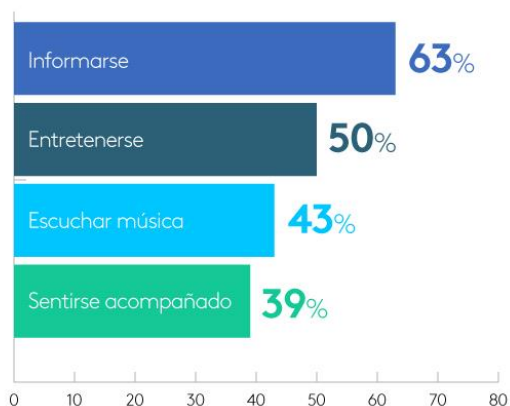


Fuente: Kantar IBOPE Media. Encuesta online de 475 casos realizada a oyentes de radio residentes en las áreas urbanas de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza entre el 27/04 y el 03/05/20

Otro dato interesante es que el 57% de los oyentes prefiere escuchar la radio solo, mientras que el 28% lo hace en familia y el 15% en pareja.

Por otra parte, los motivos para escuchar radio durante este período de aislamiento social son múltiples y los que más se destacan son informarse (63%), entretenerse (50%), escuchar música (43%) y sentirse acompañado (39%).

Los motivos para escuchar radio durante este período de aislamiento social son múltiples y pueden resumirse en



El **85%** de los oyentes de radio escuchan música durante la cuarentena y eligen hacerlo a través de estas opciones:



Fuente: Kantar IBOPE Media. Encuesta online de 475 casos realizada a oyentes de radio residentes en las áreas urbanas de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza entre el 27/04 y el 03/05/20

El 85% de los oyentes de radio escucha de música durante la cuarentena y eligen hacerlo a través de distintas opciones como Spotify (52%), radios musicales (36%) y radios musicales en Internet (14%).

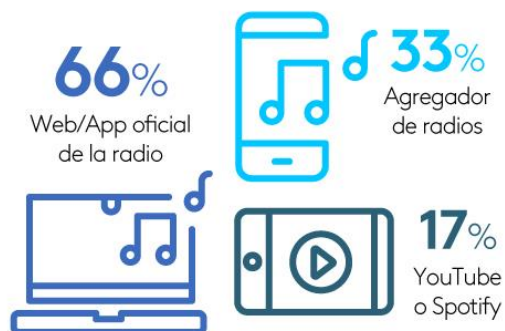
Los dispositivos elegidos para escuchar radio en casa durante esta etapa de aislamiento social son el aparato común de radio (66%), radio por Internet en la notebook/PC (25%), Internet en el celular (24%), en la radio del celular sin conexión a Internet (24%) y en un canal de TV (9%).



Quienes escuchan radio por Internet eligen hacerlo alternando más de una posibilidad, como la web o la app oficial de la radio, usada por el 66% de los oyentes, el agregador de radios por un 33% y el 17% prefieren YouTube o Spotify.

Otro dato interesante es que el 30% de los oyentes de radio también escucha recortes de programas y más de la mitad prefiere hacerlo durante la noche y la madrugada.

Quienes escuchan radio por internet eligen hacerlo alternando más de una posibilidad



El **30%** de los oyentes de radio también escuchan recortes de programas y más de la mitad prefieren hacerlo durante la noche y la madrugada.

Fuente: Kantar IBOPE Media.
Encuesta online de 475 casos realizada a oyentes de radio residentes en las áreas urbanas de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza entre el 27/04 y el 03/05/20

Podcasts

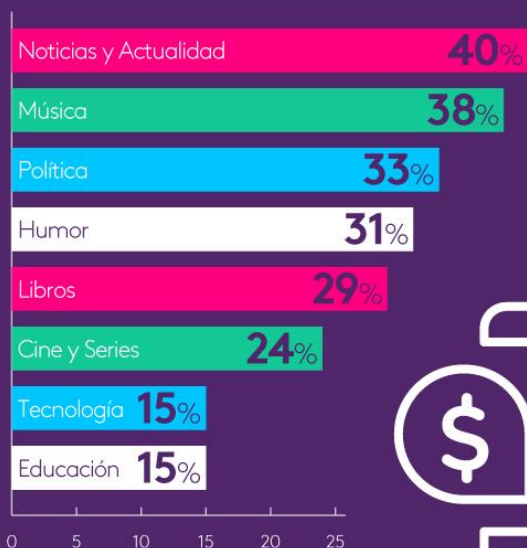
El 18% de los oyentes de radio también escuchan podcasts y dentro de los múltiples temas que les interesan el que más se destaca son las noticias y actualidad con un 40%, luego le sigue la música con un 38%, mientras que el 33% prefiere escuchar sobre política. Otros temas que eligen escuchar los oyentes en los podcasts son humor (31%), libros (29%), cine y series (24%) y, por último, educación y tecnología (15%).

Las plataformas más elegidas para escuchar podcasts son Spotify (70%), YouTube (40%) y la web (28%).

La mitad de los oyentes consideran que la publicidad es necesaria, la prefieren al comienzo del podcast y que la misma sea orgánica.



El **18%** de los oyentes de radio también escuchan podcasts y dentro de los múltiples temas que les interesan se destacan



Las plataformas más elegidas para escuchar podcasts son



La mitad de los oyentes de podcasts consideran que publicidad es necesaria, la prefieren al comienzo del podcast y que la misma sea orgánica.

Fuente: Kantar IBOPE Media.
Encuesta online de 475 casos realizada a oyentes de radio residentes en las áreas urbanas de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza entre el 27/04 y el 03/05/20

Fuente: Kantar IBOPE Media. Encuesta online de 475 casos realizada a oyentes de radio residentes en las áreas urbanas de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza entre el 27/04 y el 03/05/20.

###

Acerca de Kantar:

Kantar es la empresa líder mundial de consultoría e información basada sobre la evidencia. Tenemos una comprensión completa, única y cabal de cómo las personas piensan, sienten y actúan, global y localmente en más de 90 mercados. Al combinar la profunda experiencia de nuestra gente, nuestros recursos de datos y benchmarks, nuestros análisis innovadores y tecnología, ayudamos a nuestros clientes a **comprender a las personas e inspirar el crecimiento.**