

A woman with dark hair is shown in profile, wearing large orange headphones. She is looking down at a smartphone held in her hand. The background is dark and out of focus, suggesting an indoor setting. The overall mood is focused and modern.

KANTAR IBOPE MEDIA

# Data Stories

Del consumo de radio a audio

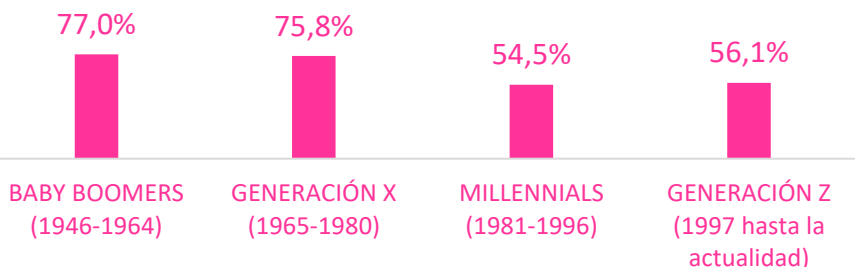
## Audio: compañía, entretenimiento & información

En esta edición mostramos cómo la crisis del coronavirus ha provocado que se aceleren las tendencias relacionadas con la adopción de tecnología, especialmente en lo que respecta al consumo de audio.

El consumo de este tipo de contenidos tiene una característica muy peculiar: la simultaneidad. Es posible escuchar la radio, música o podcast mientras realizamos otras actividades. Lavar platos, trabajar y conducir son tareas que conviven muy bien con el audio y las personas tienen una identificación muy especial con este tipo de contenidos. ¡Vea a continuación las ideas que hemos separado para usted!



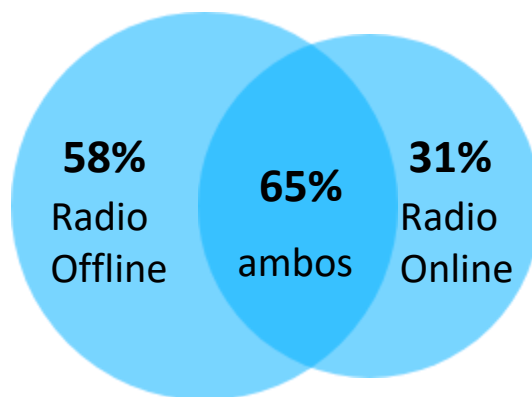
OYENTES DE RADIO, SEGÚN SU GENERACIÓN



En Chile **64,8%** de las personas consumen radio offline u online

## De la radio al audio

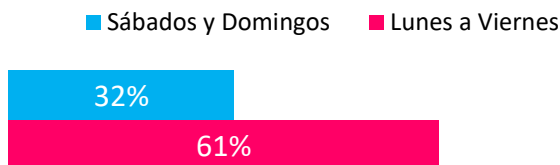
El contenido de audio es súper versátil y tiene múltiples formas de difusión. La radio está presente en la vida cotidiana de los chilenos hace muchos años y no da señales de perder fuerza y relevancia. Por el contrario, agregó características muy importantes con la difusión de lo digital. La radio siempre ha sido portátil, ágil e interactiva, pero ahora todo gana escala y agrega los beneficios de la distribución de contenido bajo demanda.



## Radio 24/7

La radio los acompaña en su día a día, sea camino al trabajo, en el auto, para actualización de una noticia o solo por entretenimiento y compañía.

### DÍAS QUE SUELEN ESCUCHAR RADIO



Las formas preferidas que suelen escuchar la radio son las siguientes:

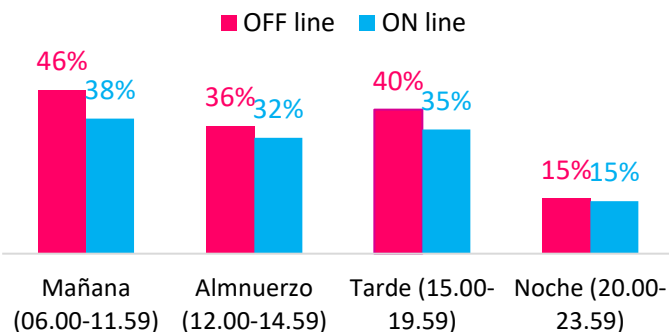
68%

Emisora de radio en aparato tradicional, radio de automóviles, etc. sin acceso a Internet

48%

Emisora de radio por el sitio de la emisora, aplicaciones, etc., con acceso a Internet

Los horarios a conectarse son principalmente por la mañana para un rápida actualización de noticias, 37% accede a través de su smartphone y 40% a través de un aparato de radio común.



2 Hr 40 MIN

Es el tiempo promedio de escucha de cada oyentes en un día típico.

Los géneros musicales favoritos de los oyentes de radio son los siguientes:

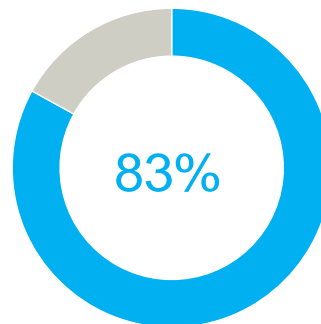
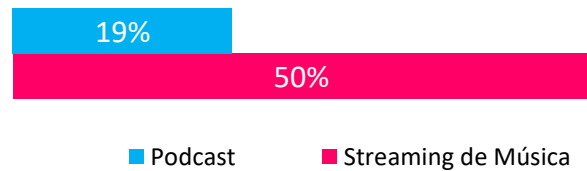




## I ♥ Music

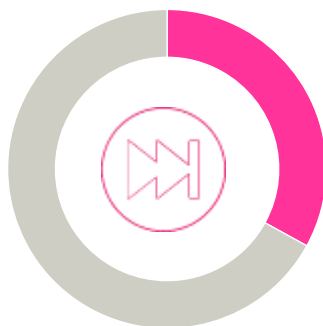
La música es una pasión nacional y la difusión de los servicios de Audio on Demand (AoD) ha contribuido a que las personas puedan escuchar sus éxitos favoritos en cualquier momento, dispositivo o ubicación. Consideramos AoD como servicios de transmisión por suscripción.

### OYENTES DE RADIO OFFLINE + ONLINE (% entre usuarios de internet)



de los oyentes de AoD dicen que la música es una parte importante de la vida.

El tiempo semanal promedio dedicado a los servicios de streaming de música **es de 18 horas y 23 minutos por persona.**



33%

de los usuarios dijeron que tienen el servicio de streaming Spotify, el 20% de forma gratuita y un 13% lo tiene de forma pagada.

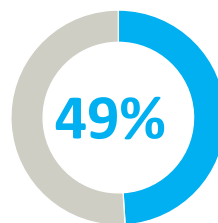


# Mucho más allá de la música

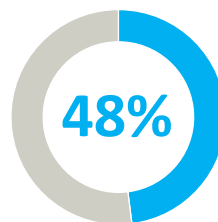
## Podcast

Creadores y oyentes apasionados se encuentran en este formato que ha ido creciendo en Chile. Desde juegos hasta cocina, los temas variados reúnen una audiencia fiel en los feeds de varios agregadores.

Los usuarios de podcast siempre llevan consigo la radio tradicional.



de los oyentes confían también en la radio para mantenerse informados.



opinan que tener la posibilidad de escuchar radio online, cambió la forma de escuchar radio.

**35%**

de los oyentes de AoD escuchan podcasts en estos servicios.

**17,6%**

De las personas que tienen Smartphone escucha podcast.



Diferentes generaciones y roles en la familia escuchan Podcasts.



Niños 12-17  
15,3%



Jóvenes 18-24  
19,2%



Mujeres 25-34  
12,9%



Hombres 25-34  
11,9%

## **Sobre Kantar IBOPE Media**

Kantar IBOPE Media forma parte de Kantar, líder mundial en datos, conocimientos y consultoría. Ofrecemos la información más completa y precisa sobre consumo, desempeño e inversión de medios, brindando a los clientes latinoamericanos datos para una mejor toma de decisiones. Kantar IBOPE Media tiene aproximadamente 3,500 empleados y opera en 15 países de América Latina.

<http://kantaribopemedia.cl/>

Para mayor información contacte con:  
Renato.aguilera@kantaribopemedia.com