

OVERVIEW
RADIO
ANUAL 2019



aam.cl

AAM
ASOCIACIÓN
AGENCIAS DE
MEDIOS

CONTENIDO

I. Hitos de la Radio Año 2019

Radio Futuro y sus 30 años	P.4
Debuta día Mundial de La Radio (UNESCO)	P.4
TXS la primera radio de Ciencias y Tecnología Online	P.4
Radio Beethoven terminó sus transmisiones después de 38 años	P.4

II. Análisis de Audiencia

Audiencia HM 15++ ABCD	P.6
Jóvenes HM 15 – 34 ABCD	P.10
Dueñas de casa ABCD	P.14
Adultos HM 25++ ABCD	P.18
Mujeres 25++ ABCD	P.22
Hombres 25++ ABCD	P.26

III. Inversión Publicitaria Neta Año 2019	P.30
---	------

IV. Coming Soon	P.32
-----------------	------

HITOS PRINCIPALES

AÑO 2019



LA FUTURO Y SUS 30 AÑOS

30 Años de radio Futuro, además de crear espacio dedicado al fútbol con el programa llamado futuro fútbol club, conducido por destacados comentaristas para mostrar un cambio en como se ve esta radio. Ya pasando por espacios periodísticos hasta ahora llegando al deporte.

Fuente: Futuro.cl



DÍA MUNDIAL DE LA RADIO 2019

El 13 de febrero de 2019 la UNESCO celebro la octava edición del Día Mundial de la Radio. Sobre esta base, el tema del Día Mundial de la Radio 2019 será “Diálogo, tolerancia y paz”. La radio también puede ayudar a difundir la tolerancia y superar las diferencias para reunir a las personas en torno a objetivos y causas comunes, como el derecho a la educación y a la salud para todos.

Fuente: Unesco.com



TXS PRIMERA RADIO DEDICADA A CIENCIA Y TEGNOLOGÍA ADEMÁS DE SER 100% ONLINE

Fundada por el periodista Gabriel Salas y el Boris Martínez esta radio fue lanzada por primera vez el 2 de mayo a través del sitio www.txsradio.com, con una parrilla inicial de 5 programas conducidos por connotados personajes como Gabriel León, Valeria Ortega, Jaime Coloma y Felipe Ovalle, por nombrar algunos. Ya en su primera semana han alcanzado una audiencia promedio de 1.000 escuchas por conexión.

Fuente: Innovacion.cl

beethoven RADIO BEETHOVEN TERMINÓ SUS TRANSMISIONES DESPUÉS DE 38 AÑOS

A partir del 1 de diciembre el dial de Beethoven, 96.5, pasa a ser de Inicia Radio, una señal cristiana que ocupará el espacio.

Fuente: Beethoven.cl



AUDIENCIA

AÑO 2019

Targets Analizados:

1. HM 15++ años ABCD
2. HM 15-34 años ABCD
3. DDC ABCD
4. HM 25++ años ABCD
5. Mujeres 25++ años ABCD
6. Hombres 25++ años ABCD

RADIOESCUCHA 15++ ABCD

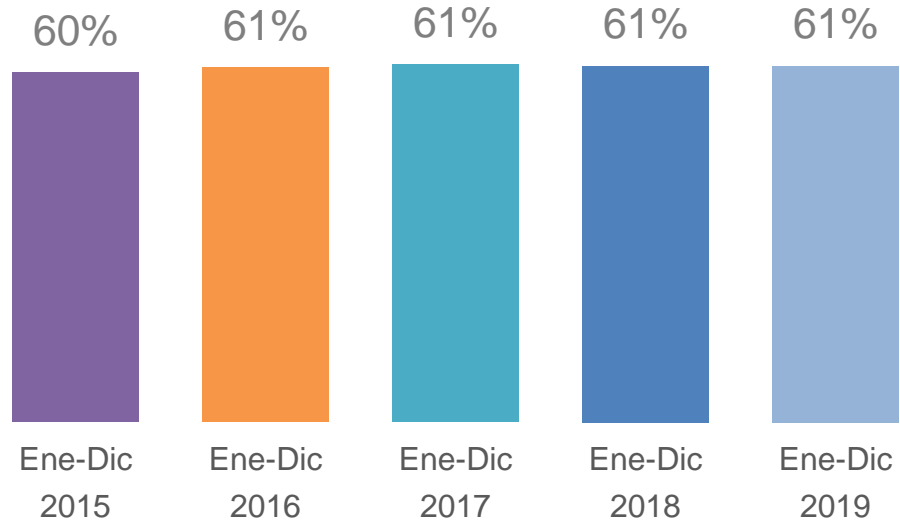
(Personas: 4.673.061 / Muestra: 14.792)

Audiencia Total Radio

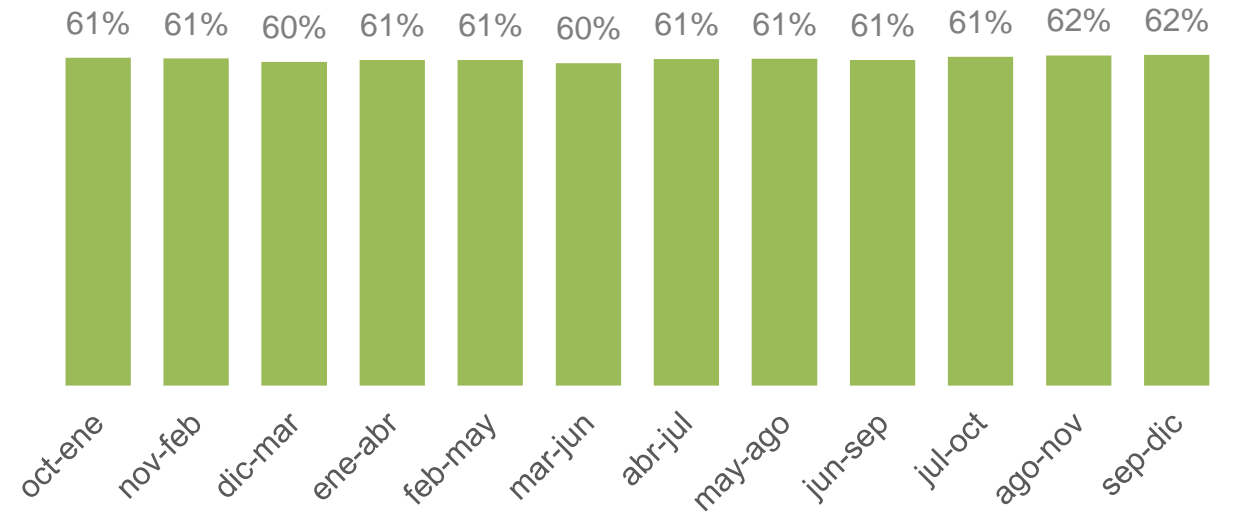
Total Radioescucha HM 15++ años ABCD

Se mantiene estable la audiencia de la radio los últimos 4 años.

Histórico



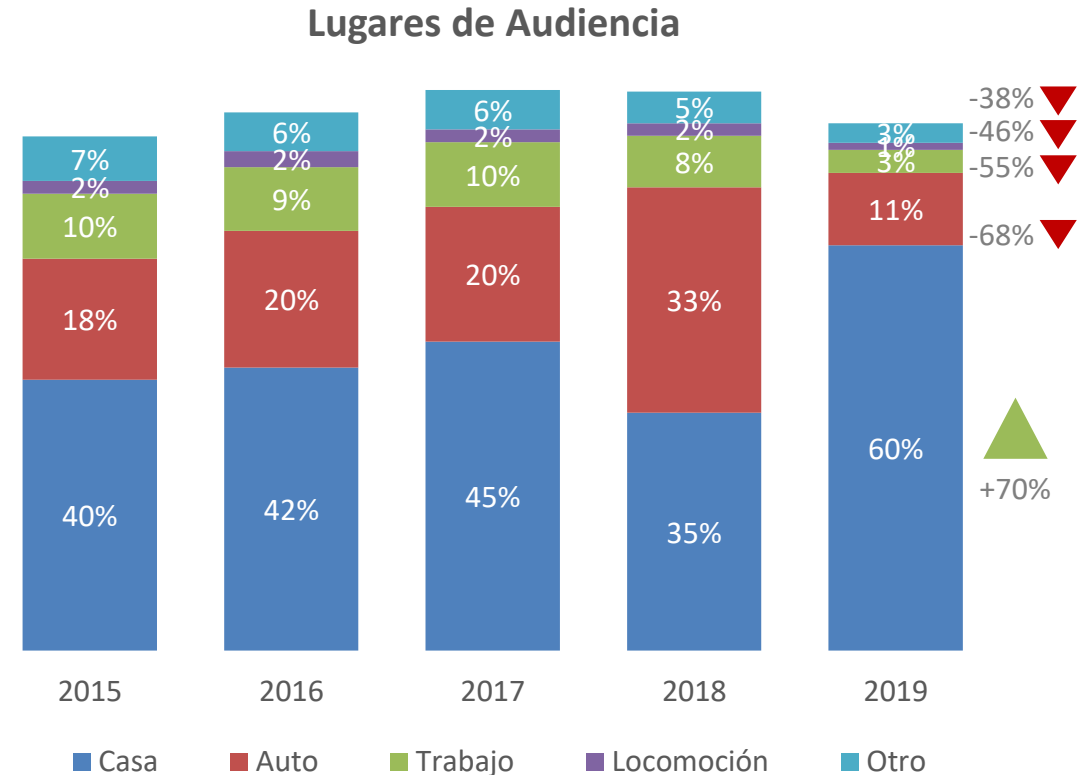
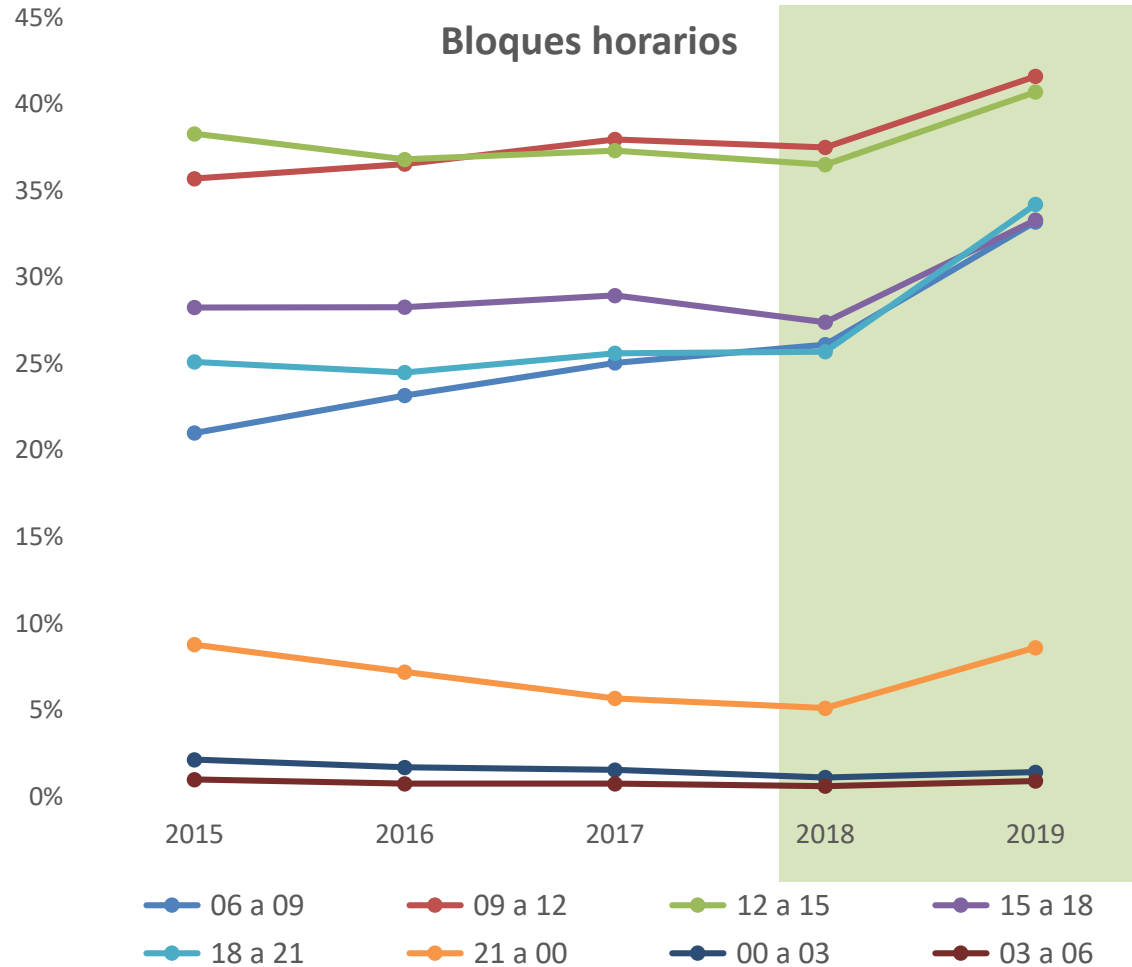
Desglose Enero-Diciembre 2019



Bloques Horarios y Lugar de Audiencia

Total Radioescucha HM 15++ años ABCD

En relación al año 2018 y este 2019 aumentó el consumo en los distintos bloques horarios. Los datos este ultimo año son liderados principalmente por el consumo desde sus Hogares.



Fuente: Ipsos, Poppy / Lun a Sáb.

Top 20 – Ranking Radios

Total Radioescucha HM 15++ años ABCD

Las tres radios más escuchadas.

CORAZON
101.3

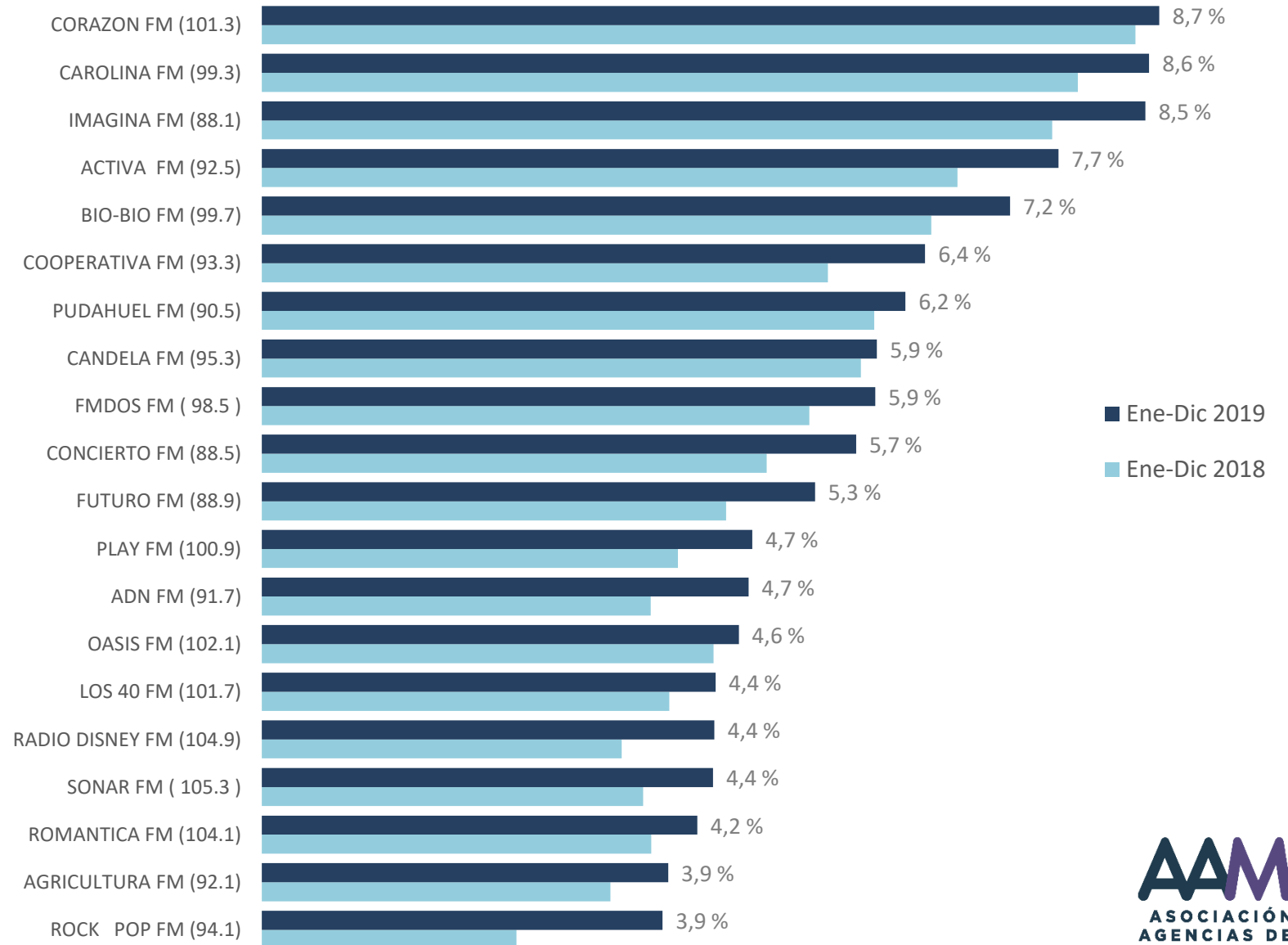


carolina
99.3

radio
imagina
88.1 fm

Con respecto a igual período año 2018, destacamos la variaciones de las siguientes Radios:

Radio ADN (var 25,1%),
Radio Disney (var 25.8%)
Radio Rock&Pop (var 57,3%).



■ Ene-Dic 2019
■ Ene-Dic 2018



JÓVENES 15-34 ABCD

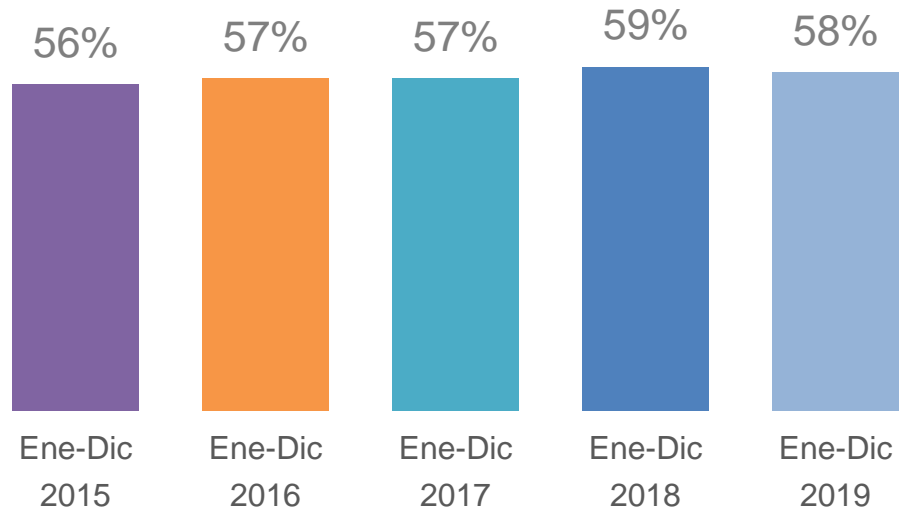
(Personas: 1.792.996 / Muestra: 6.946)

Audiencia Total Radio

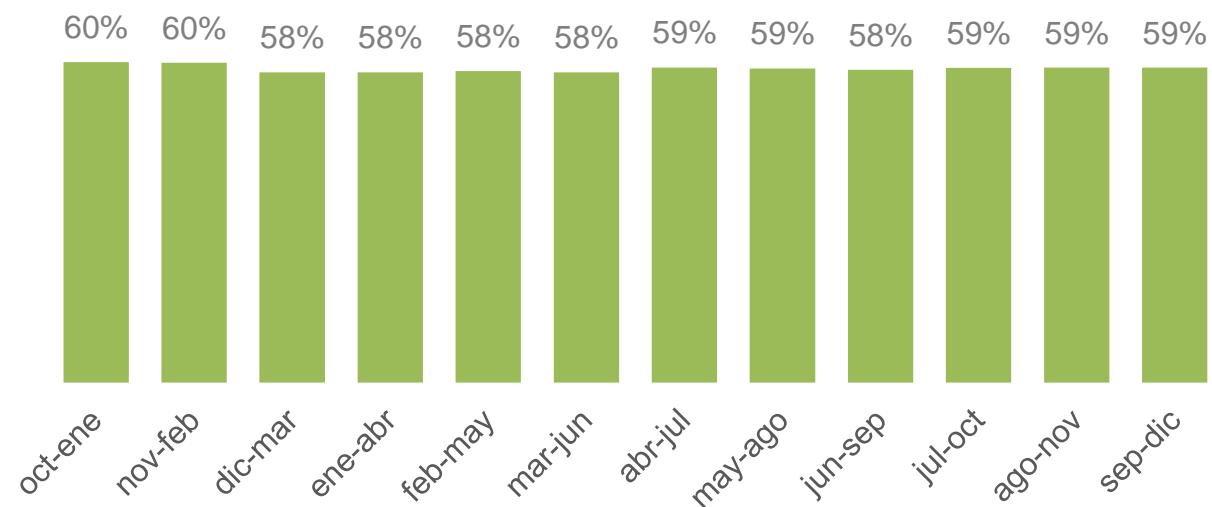
Jóvenes HM 15-34 años ABCD

En los jóvenes **entre 15 y 34 años**, se mantiene homogéneo el consumo de radio, en comparación al año pasado, solo vemos una leve baja en el consumo anual. En cuanto al consumo mensual se ve bastante homogéneo.

Histórico

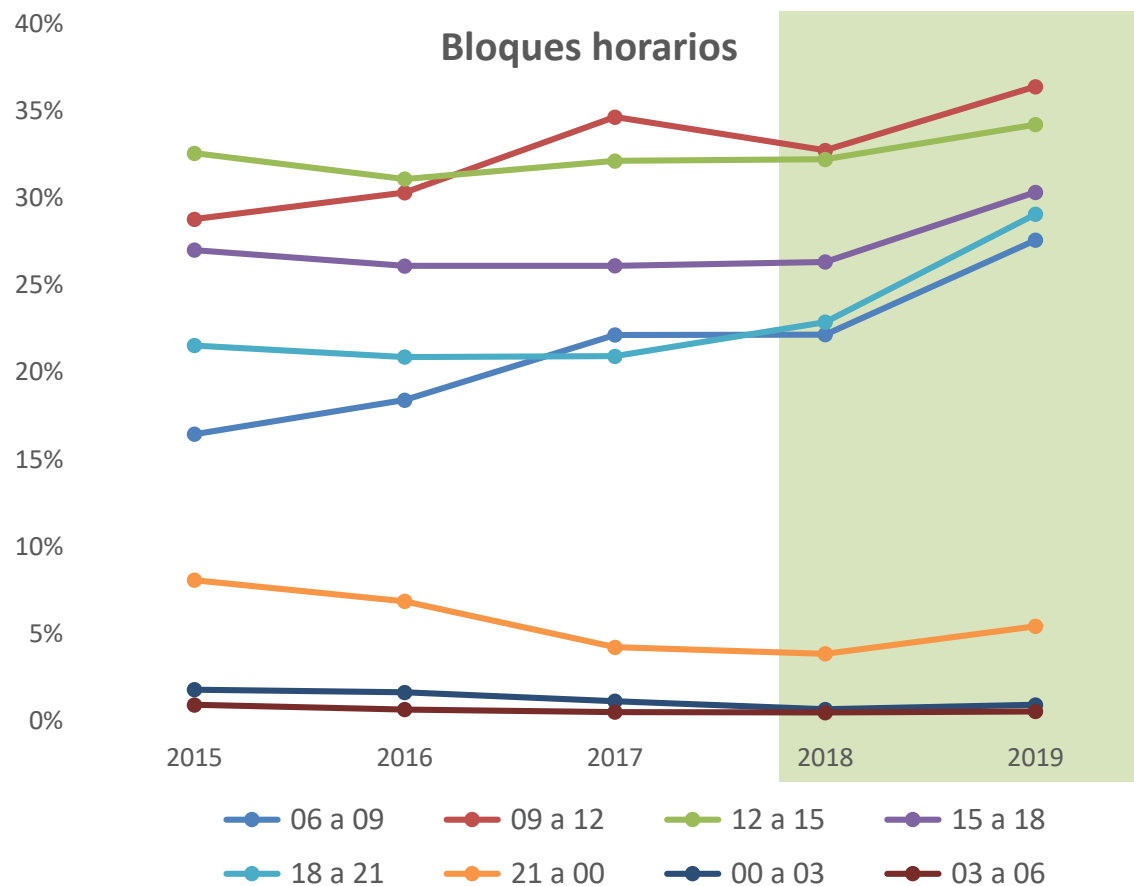


Desglose Enero-Diciembre 2019



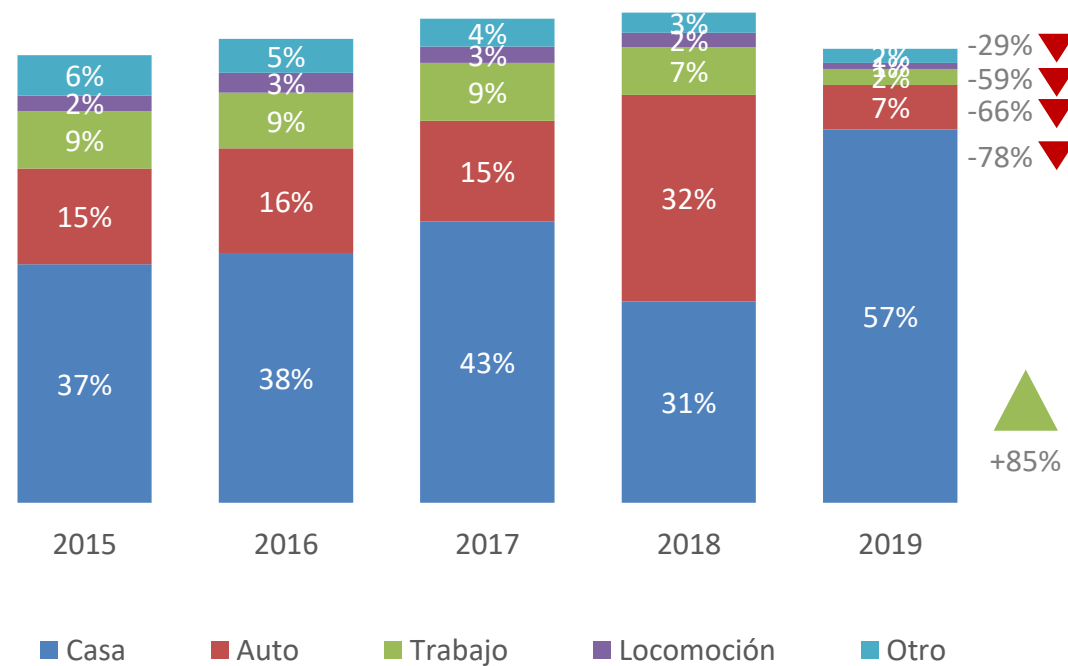
Bloques Horarios y Lugar de Audiencia

Jóvenes HM 15-34 años ABCD



Durante el año 2019 hubo alzas considerables en algunos bloques horarios como son de **06:00 a 12:00 y 18:00 a 21:00 hrs.** Escuchar **radio en la casa** presenta un alza considerable tomando en cuenta el mismo periodo del 2018. El resto de los lugares presentan cifras negativas.

Lugares de Audiencia



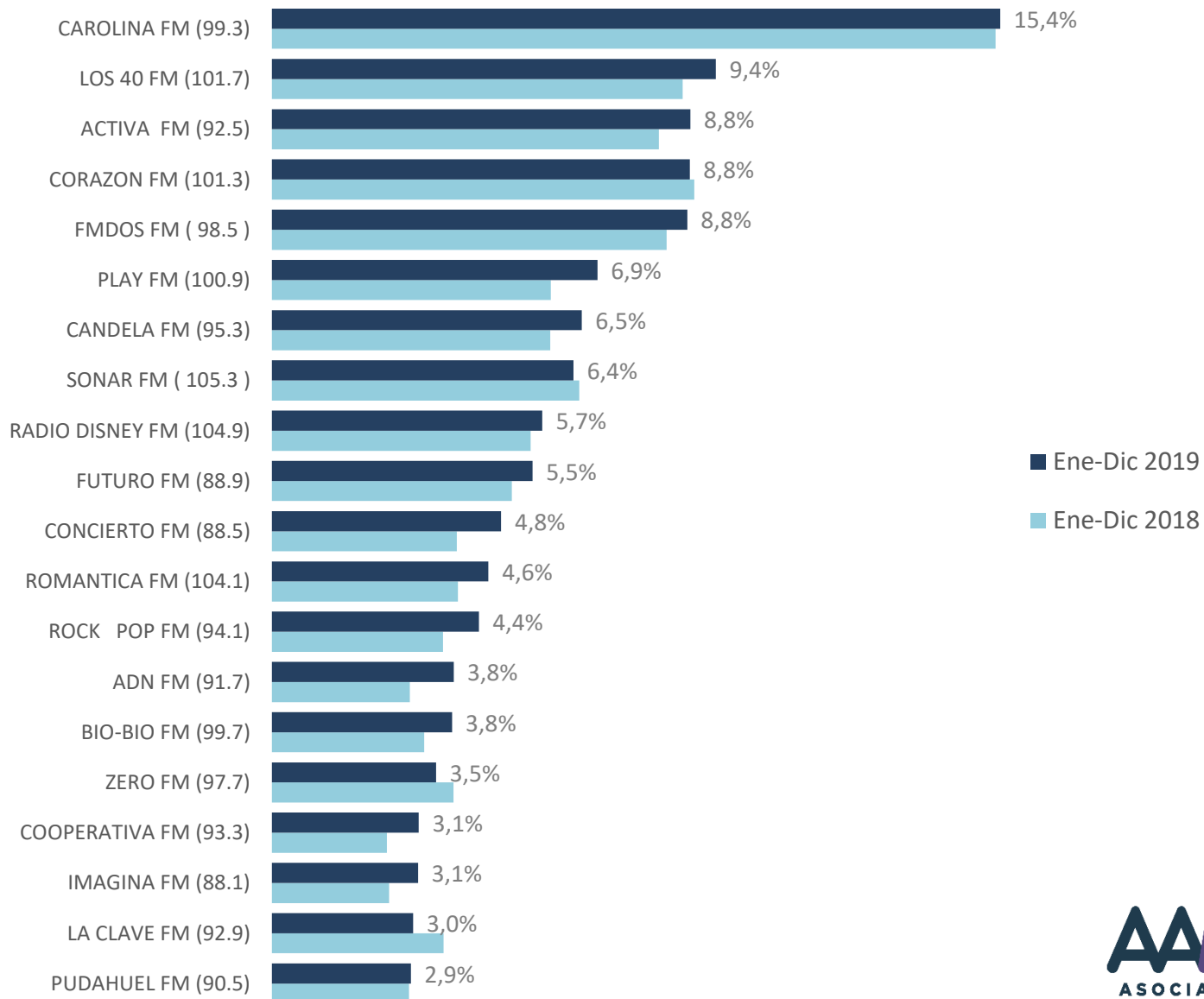
Top 20 – Ranking Radios

Jóvenes HM 15-34 años ABCD

Las tres radios más escuchadas por los jóvenes 15-34 años:



Destacamos la variación que tuvieron las siguientes radios comparando el performance de este 2019 vs el año 2018:
Radio Cooperativa (var 27,6%),
Radio ADN (var 31.7%)
Radio Concierto (var 23,9%).



DUEÑAS DE CASA ABCD

(Personas: 851.210 / Muestra: 2.183)

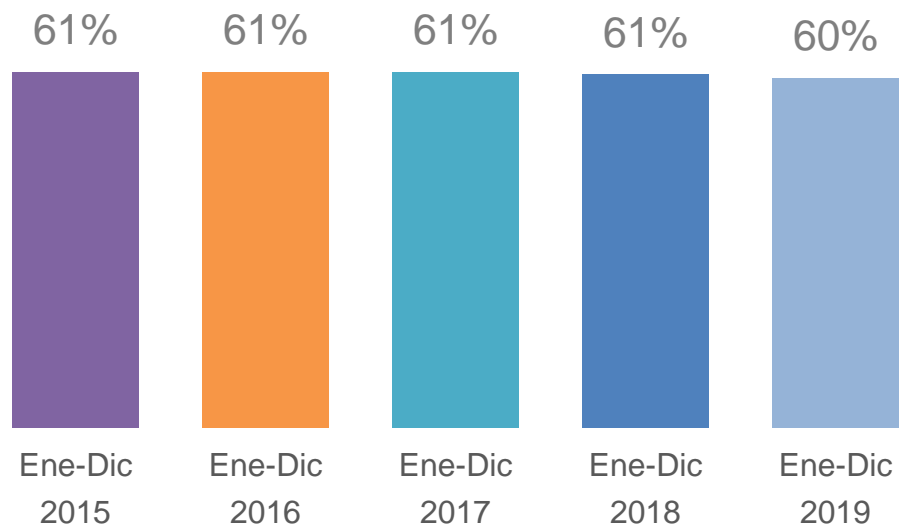
Audiencia Total Radio

DDC ABCD

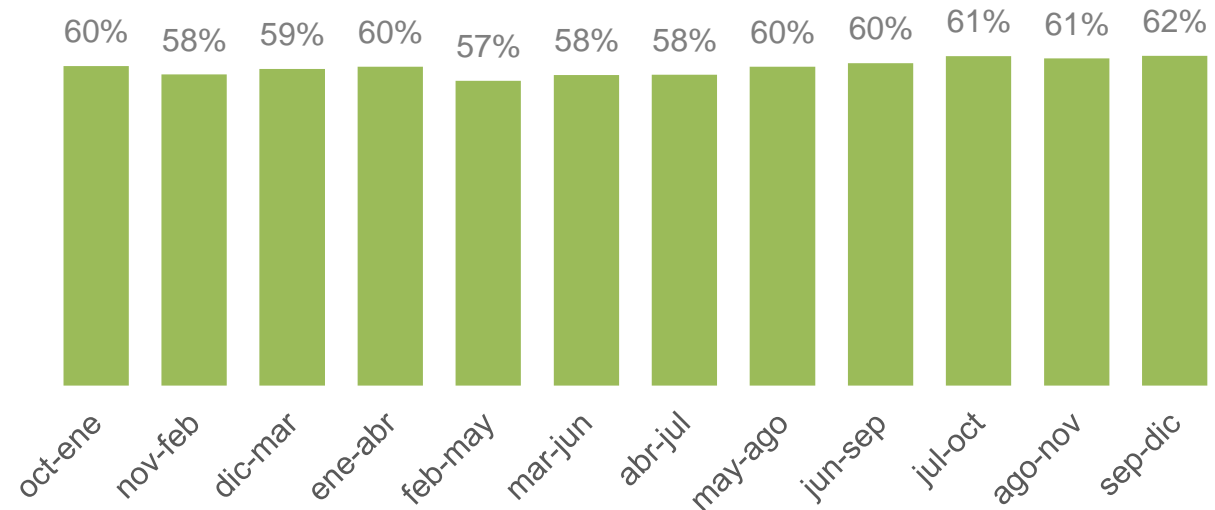
Se presenta una leve baja en la penetración del medio en las **Dueñas de Casa** en comparación con el año 2018.

En cuanto al comportamiento mes a mes vemos como la línea es bastante homogénea, sin embargo los índices de audiencia para el 2019 fueron en alza desde mayo en adelante.

Histórico



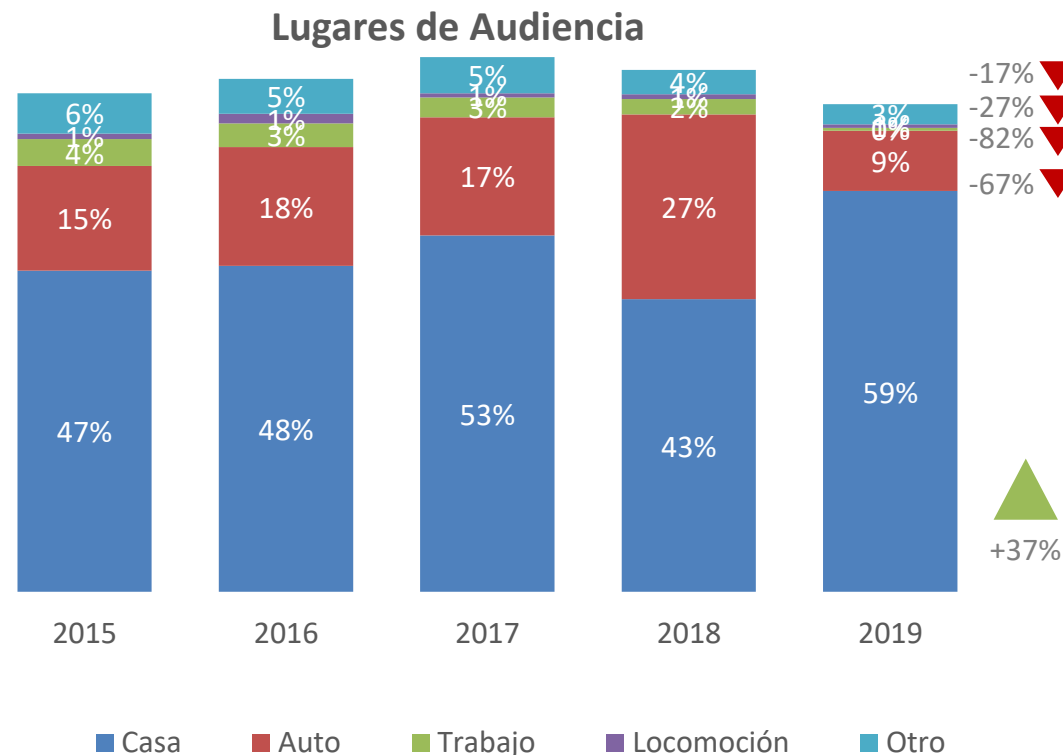
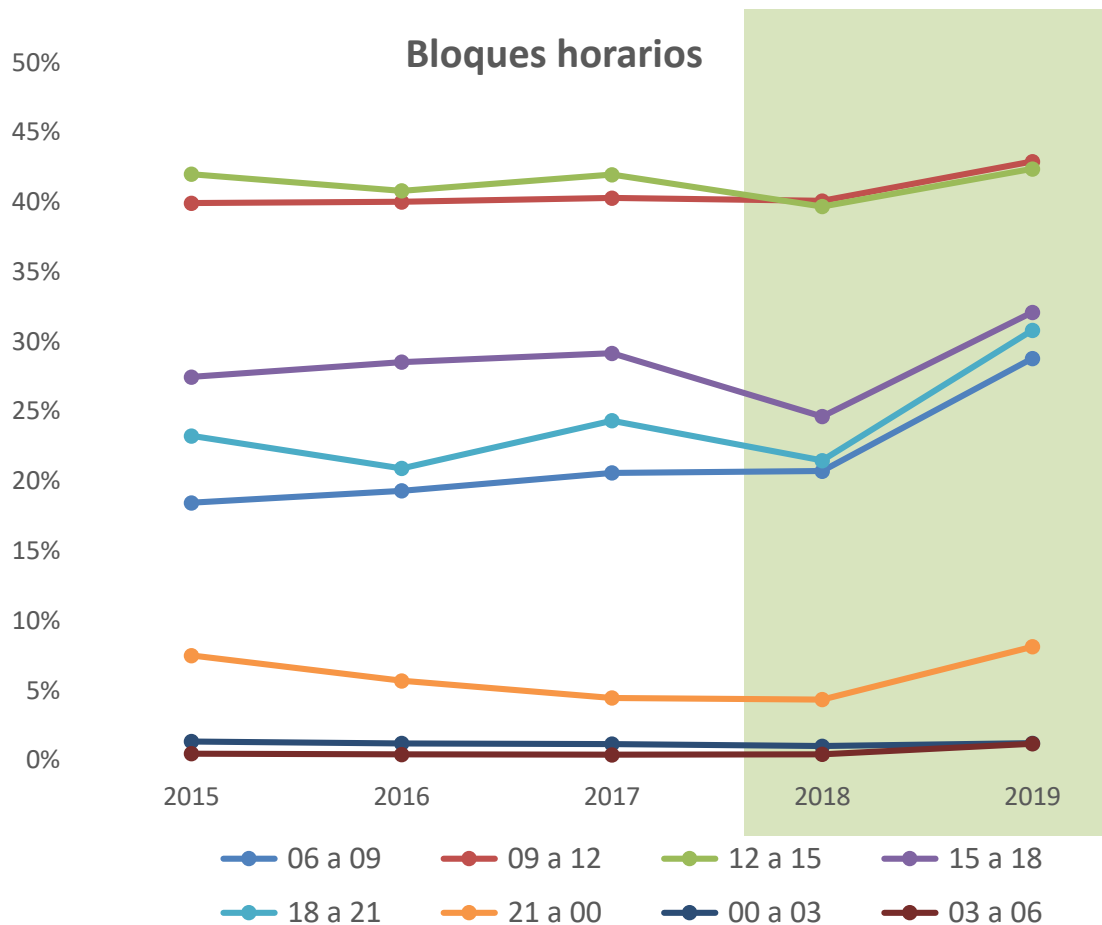
Desglose Enero-Diciembre 2019



Bloques Horarios y Lugar de Audiencia

DDC ABCD

Las DDC presentan un interesante alza en los tramos; **06 a 09 hrs**, **15 a 18 hrs** y también en la hora de mayor congestión de **18 a 21**, cuando retornan muchas de ellas a sus hogares. Están escuchando **MÁS** radio en sus **Casas**.



Fuente: Ipsos, Poppy / Lun a Sáb.

Top 20 – Ranking Radios

DDC ABCD

Las tres radios más escuchadas por DDC:



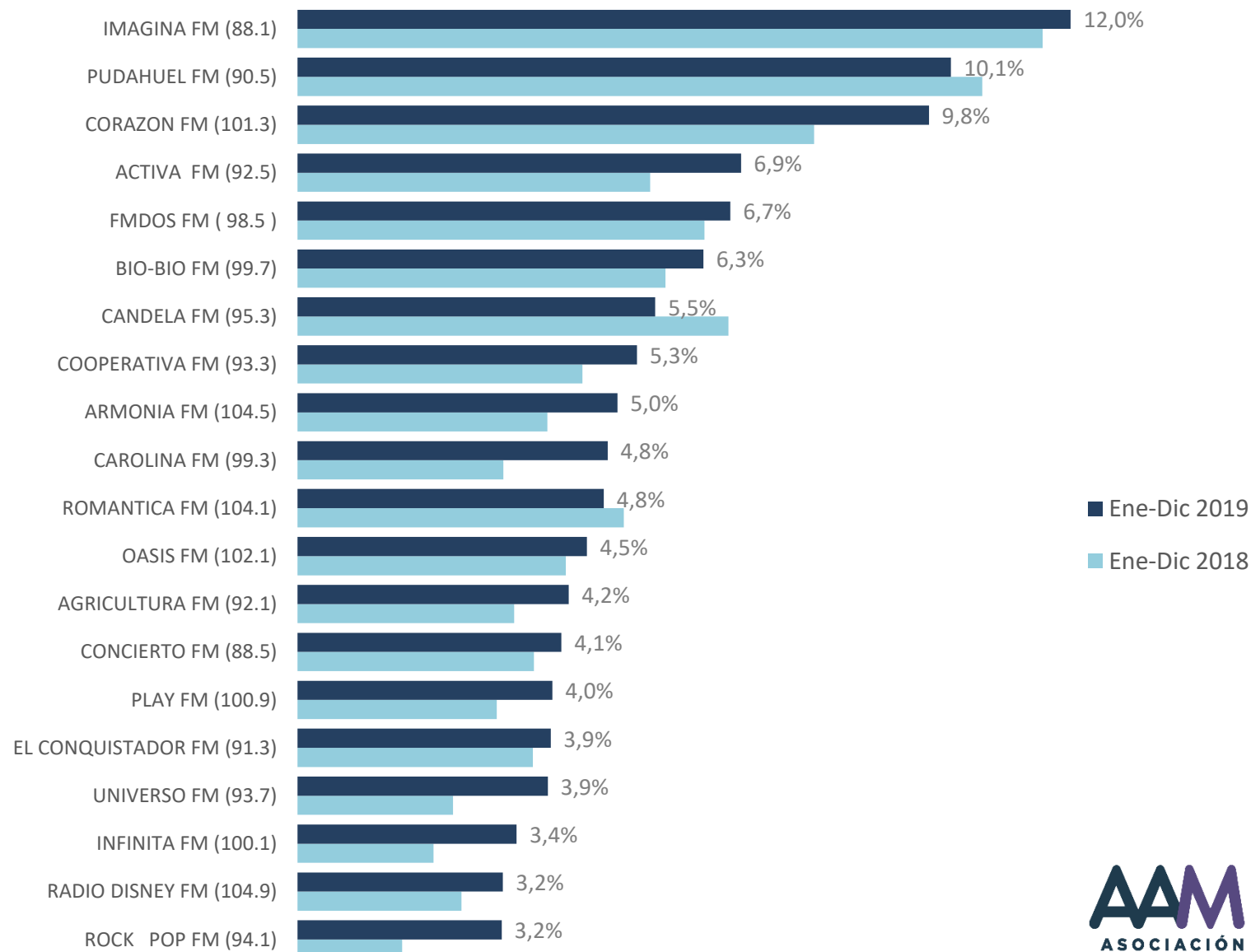
El top 3 de radios preferidas por DDC lo lideran radios que se caracterizan en tener muchos programas de conversación.

Destacamos la variación que tuvieron las siguientes radios comparando el performance de este 2019 vs el año 2018:

Radio Carolina (var 50,8%),

Radio Activa (var 25.8%)

Radio Corazón (var 22,2%).



■ Ene-Dic 2019

■ Ene-Dic 2018

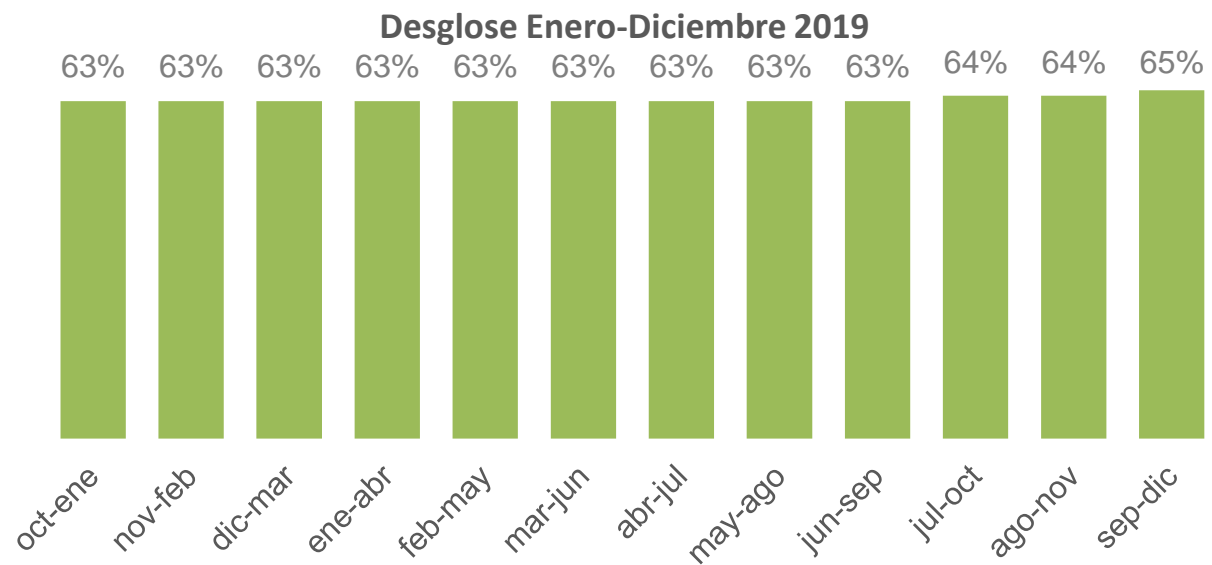
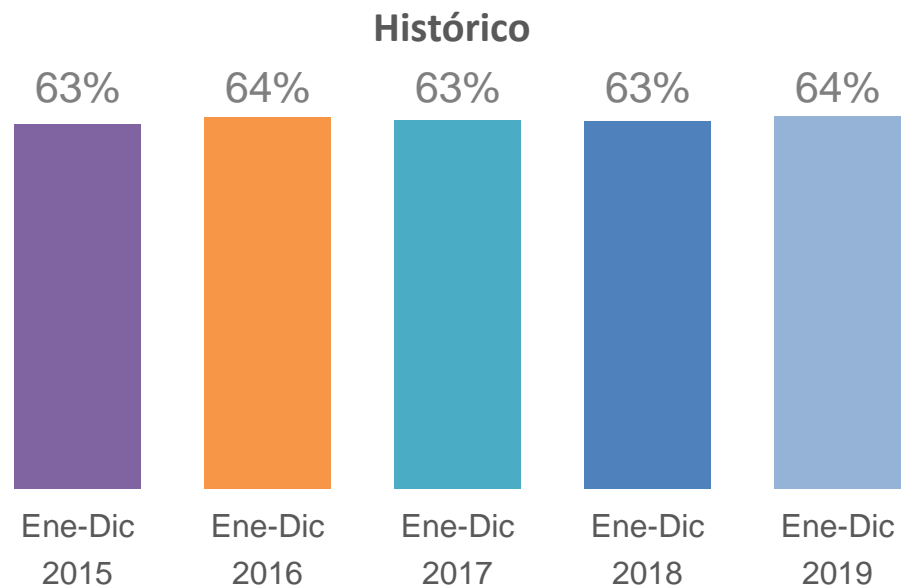
ADULTOS 25++ ABCD

(Personas: 3.832.393 / Muestra: 10.348)

Audiencia Total Radio

Adultos HM 25++ años ABCD

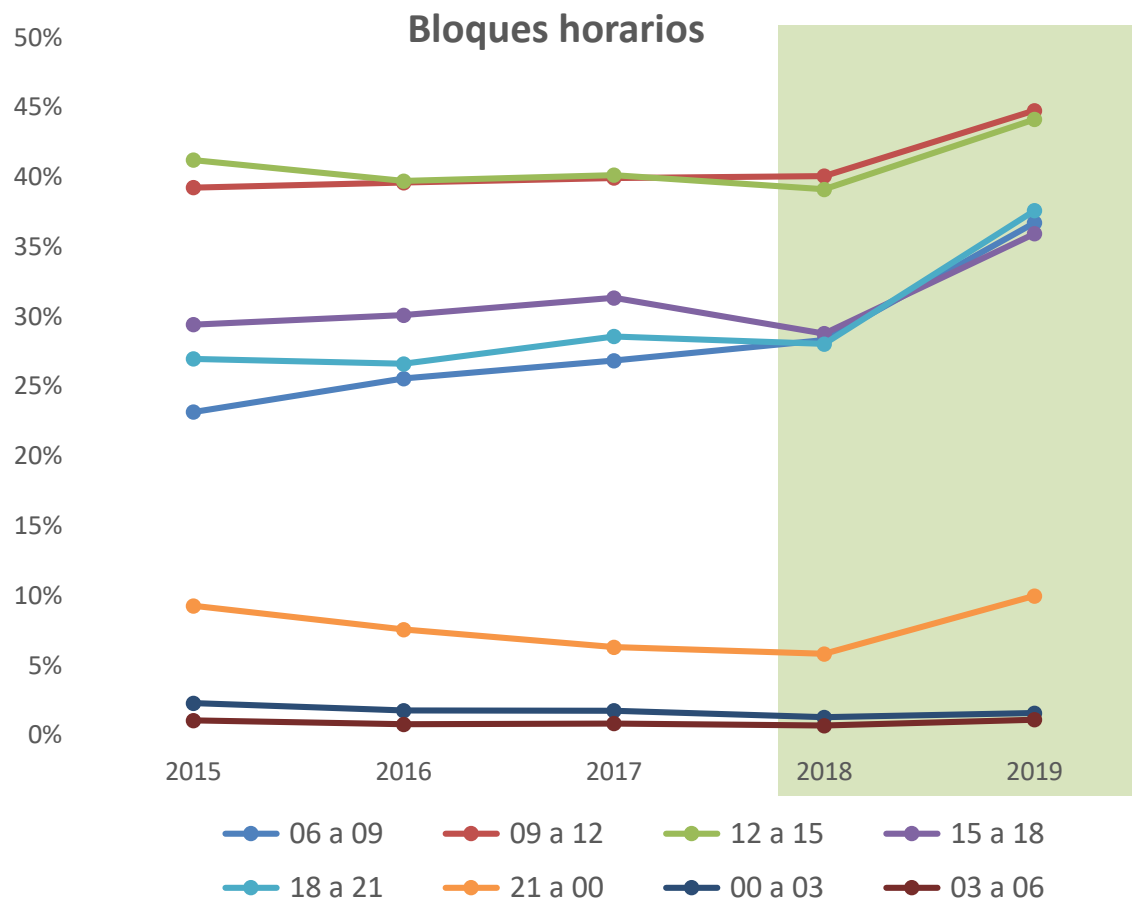
Muestra una leve alza en el histórico este **2019** y en cuanto al comportamiento mensual, el alza se mantiene desde **julio a diciembre**.



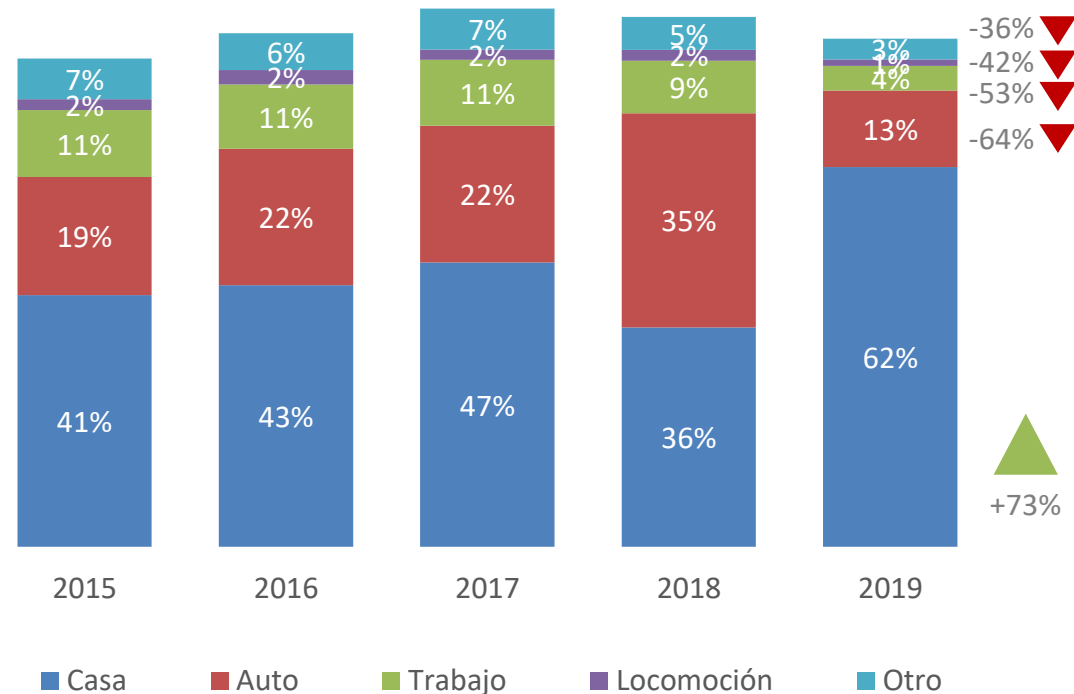
Bloques Horarios y Lugar de Audiencia

Adultos HM 25++ años ABCD

En HM 25++ hay un alza de consumo en horarios de actividad, siendo mas considerable en los bloques de **06:00 a 09:00** y **18:00 a 21:00**. Ellos están escuchando mas radio y el lugar que destaca este 2019 es en su CASA. Aquí **presentan la mayor alza**.



Lugares de Audiencia



Top 20 – Ranking Radios

Adultos HM 25++ años ABCD

Las tres radios más escuchadas por Adultos 25++ años:

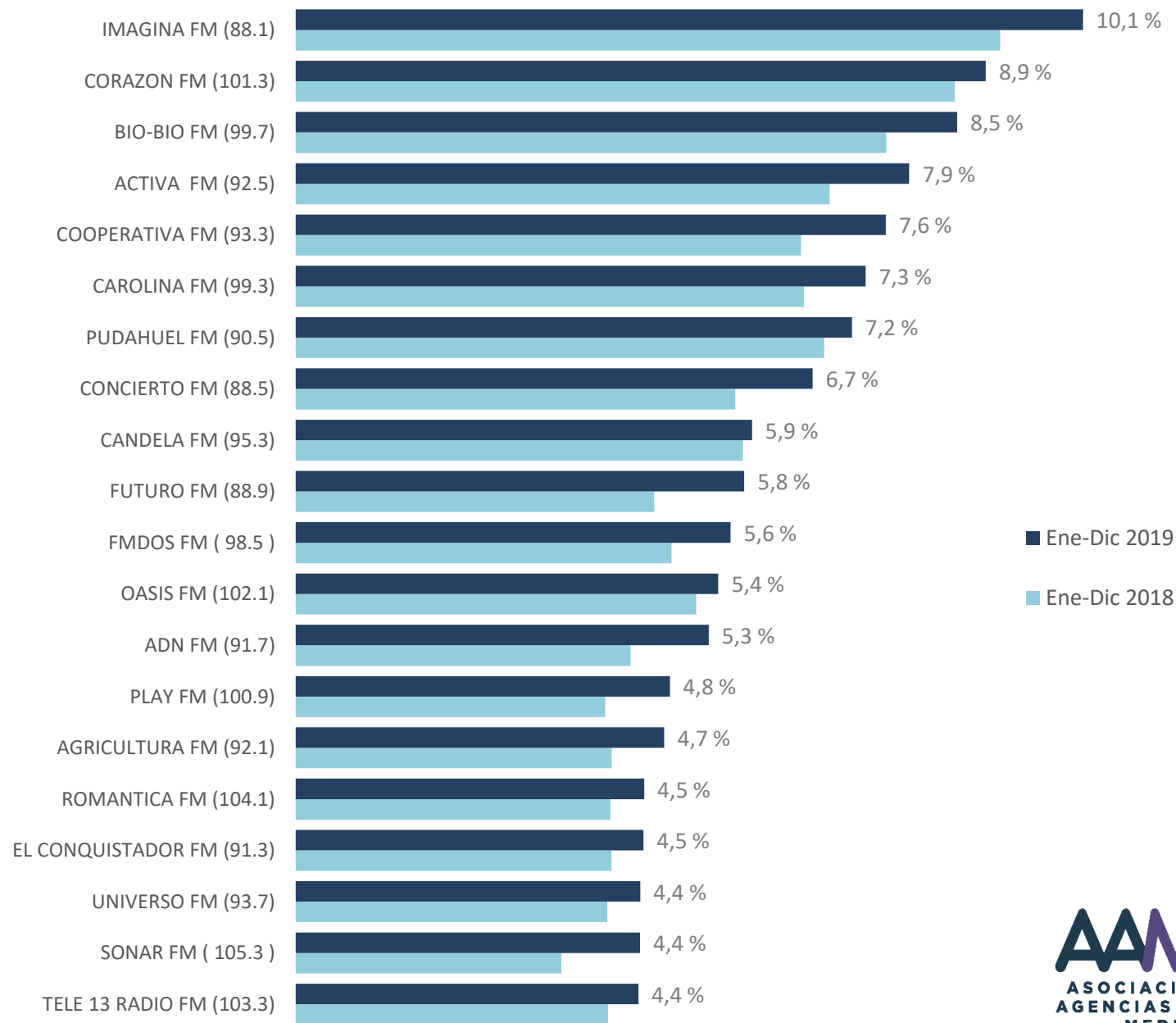


El top 3 de radios preferidas por nuestro target lo lideran radios que tienen una línea editorial muy distinto, música romántica, entretenimiento y foco informativo.

Destacamos la variación que tuvieron las siguientes radios comparando el performance de este 2019 vs el año 2018:

**Radio Cooperativa (var 16,8%),
Radio FMDos (var 17.5%)
Radio ADN (var 23,3%).**

Fuente: Ipsos, Poppy / Lun a Sáb.



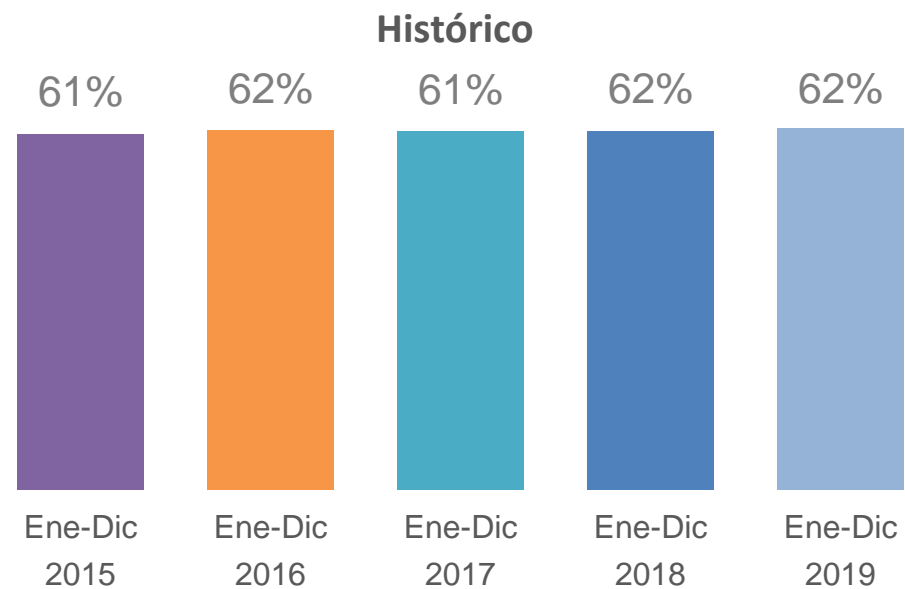


MUJERES 25++ ABCD

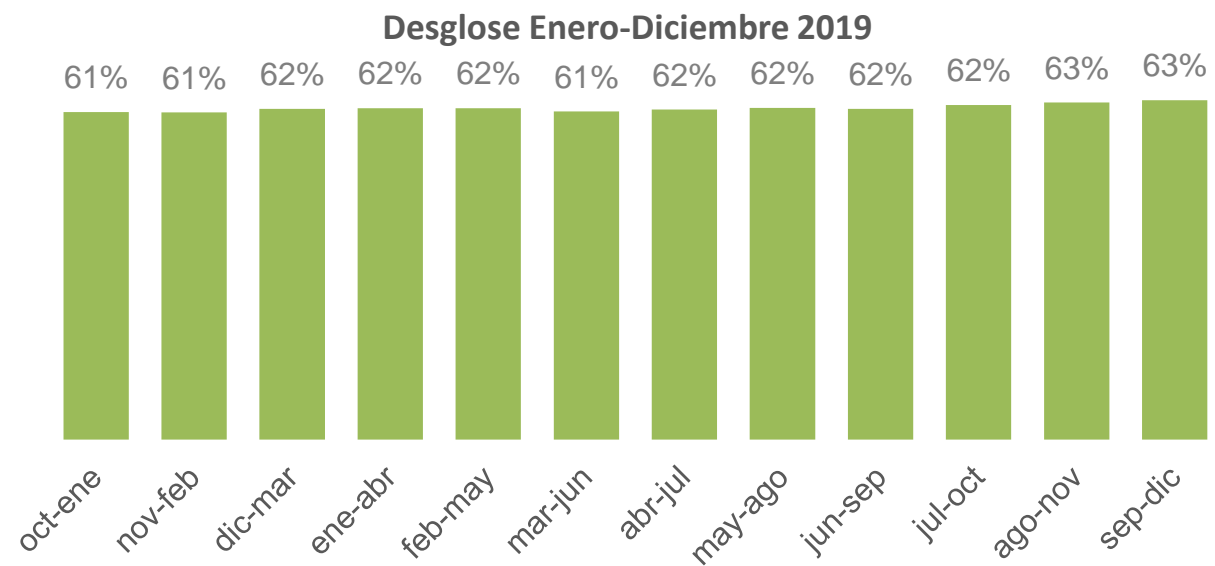
(Personas: 2.010.425 / Muestra: 5.129)

Audiencia Total Radio

Mujeres 25++ años ABCD



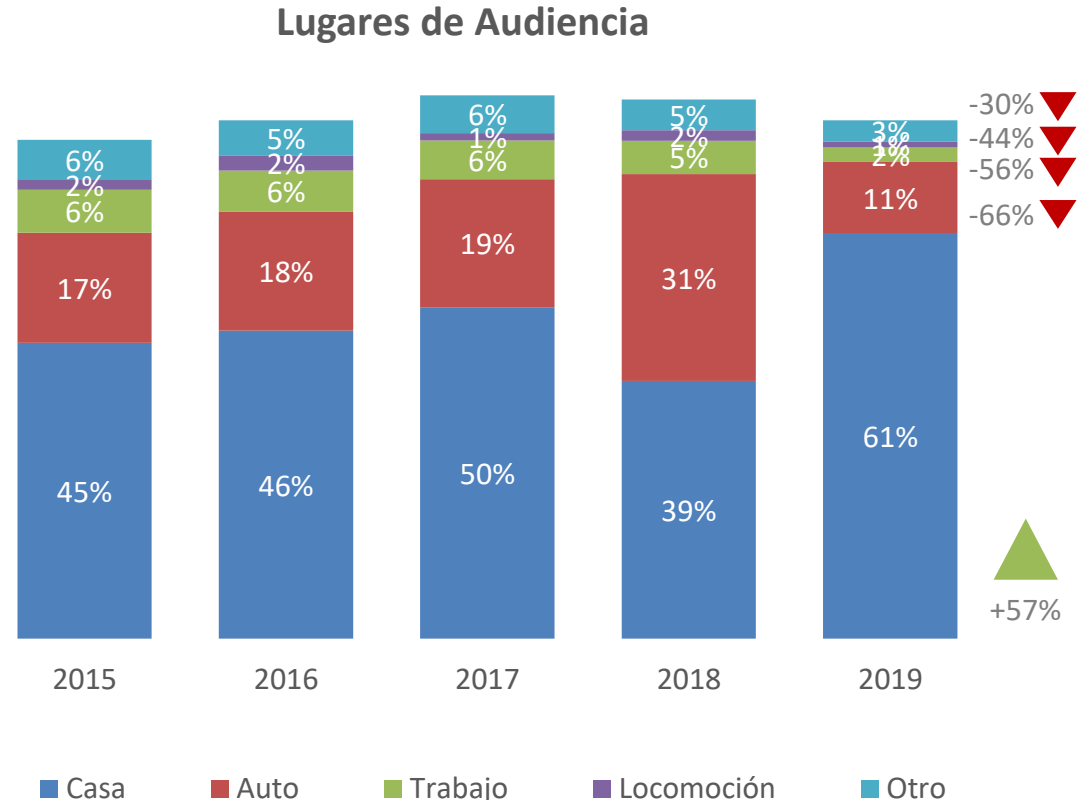
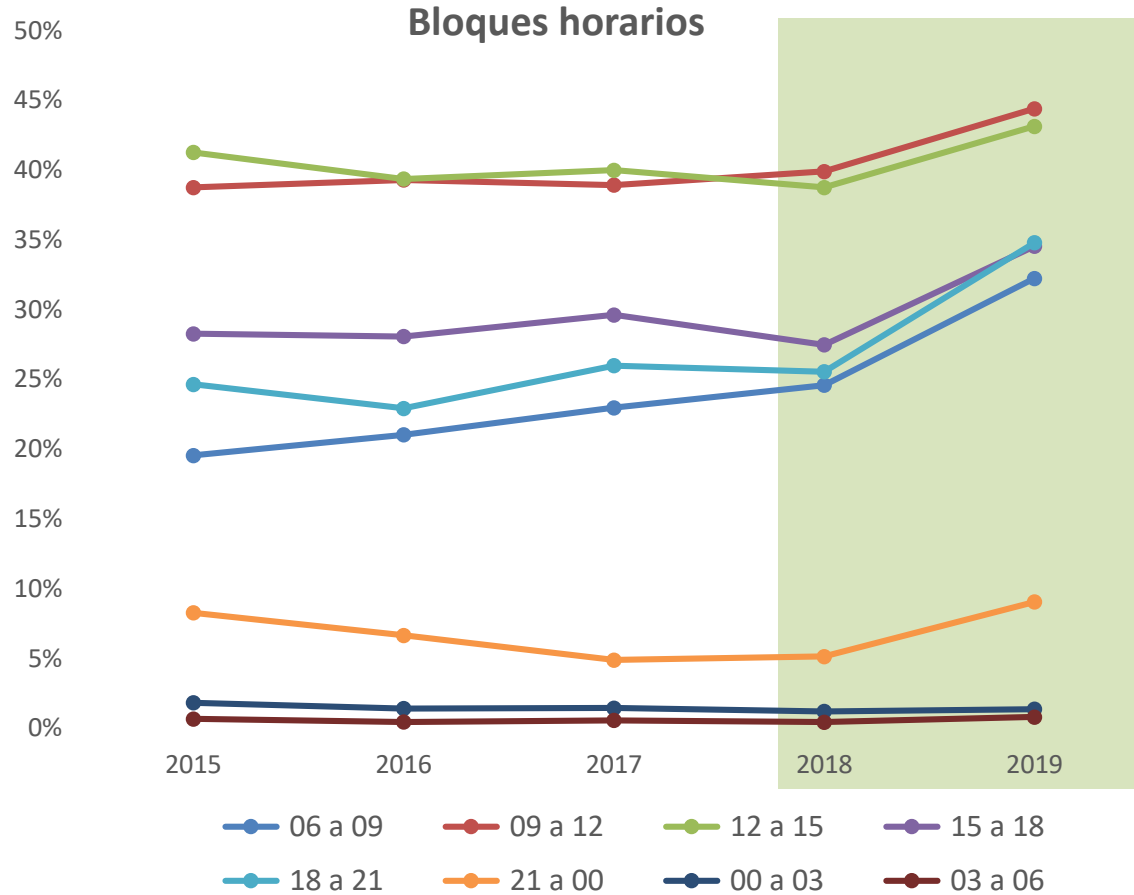
No presenta mayores cambios en la penetración de la radio en Mujeres mayores de 25 años.



Bloques Horarios y Lugar de Audiencia

Mujeres 25++ años ABCD

En general el target ha incrementado su penetración en todos los bloques, a excepción del traspnoche. La audiencia esta prefiriendo escuchar **radio desde su Casa**. También en este target es el lugar de consumo que creció considerablemente.



Fuente: Ipsos, Poppy / Lun a Sáb.

Top 20 – Ranking Radios

Mujeres 25++ años ABCD

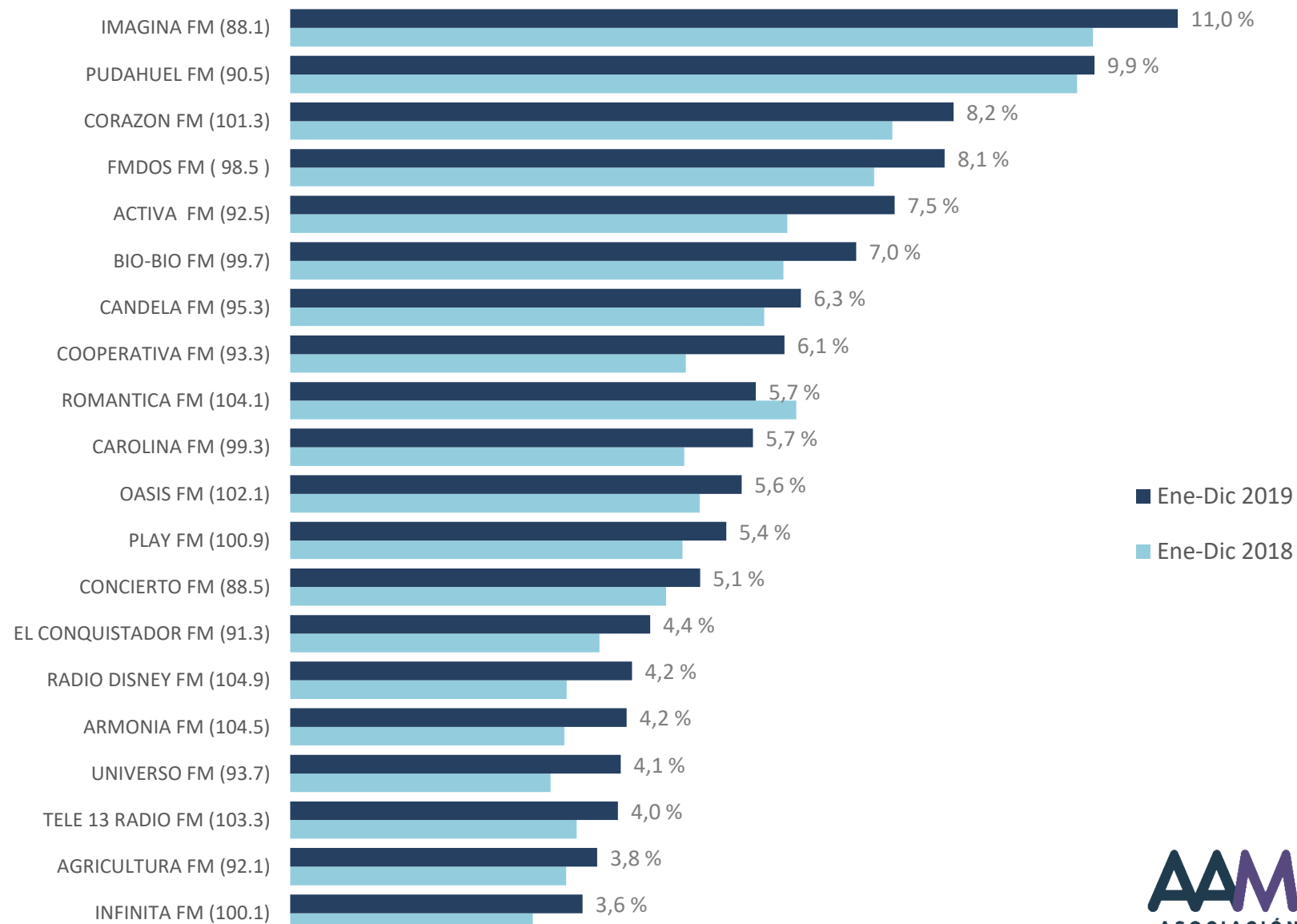
Las tres radios más escuchadas por Mujeres 25++ años:



El top 3 de radios preferidas por nuestro target lo lideran radios que tienen una línea editorial muy distinto, música romántica, entretención y foco informativo.

Destacamos la variación que tuvieron las siguientes radios comparando el performance de este 2019 vs el año 2018:

Radio Activa (var 21,6%),
Radio Cooperativa (var 24.9%)
Radio Disney (var 23,6%).

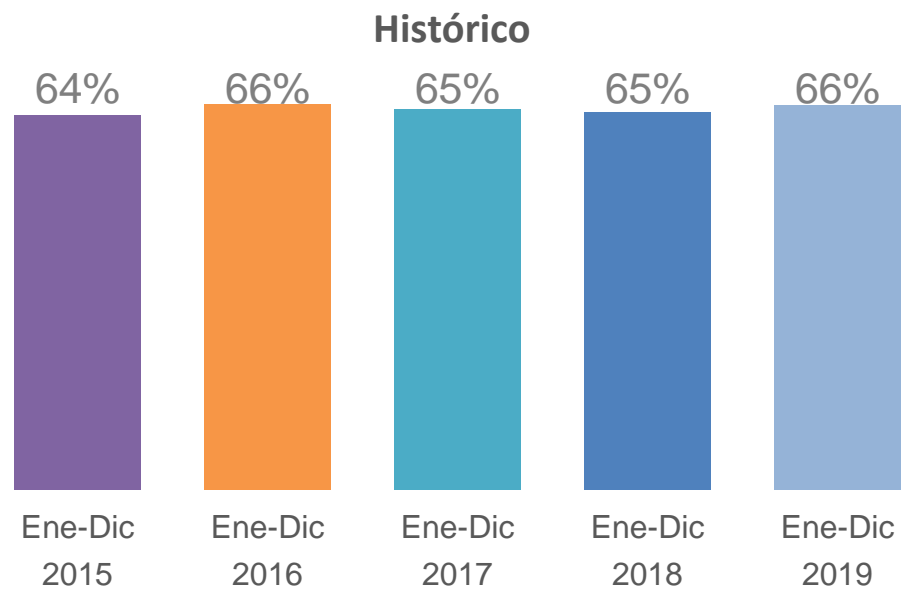


HOMBRES 25++ ABCD

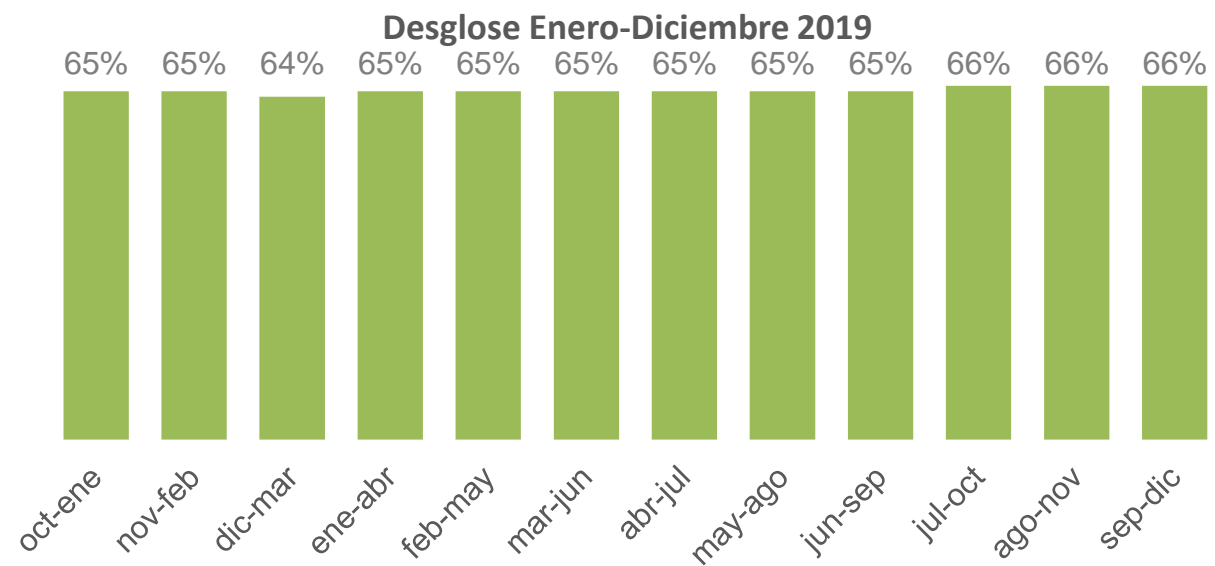
(Personas: 1.821.968 / Muestra: 5.219)

Audiencia Total Radio

Hombres 25++ años ABCD

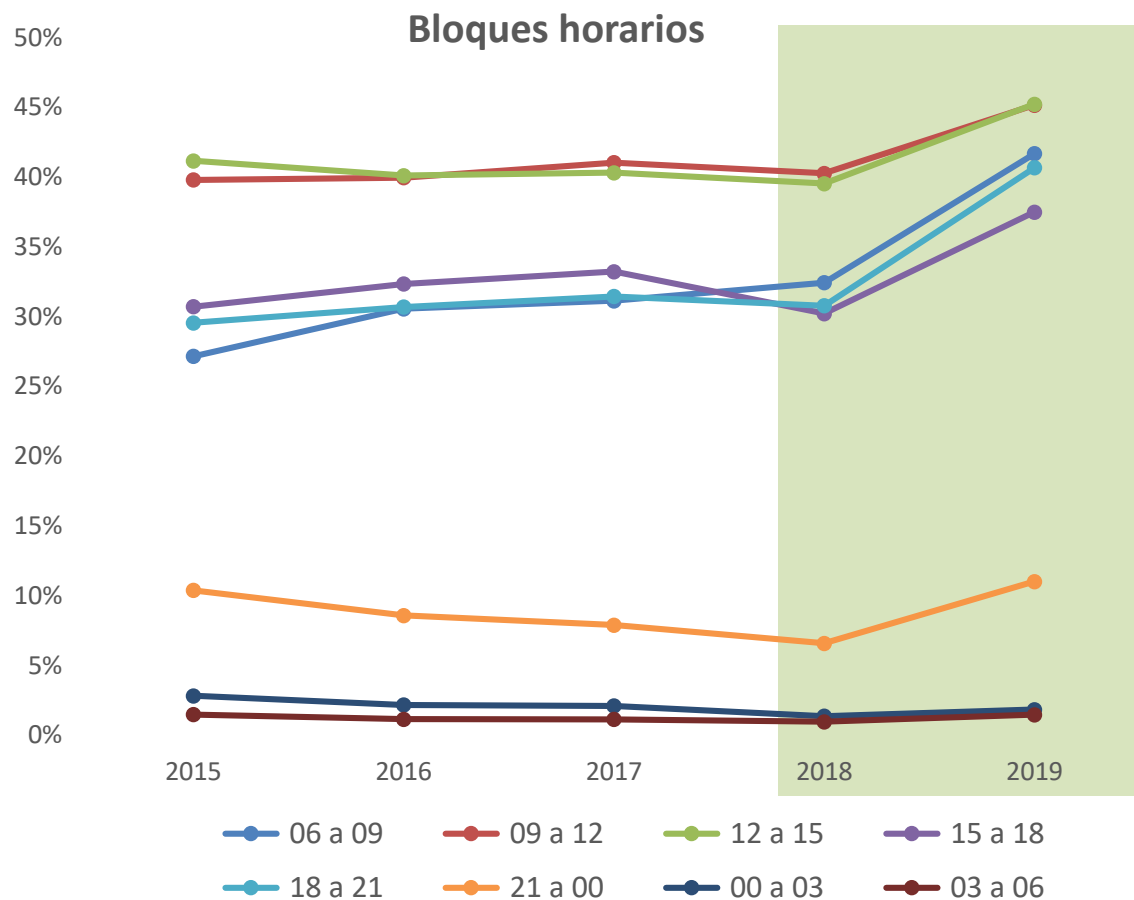


Se ve una leve alza en cuanto al consumo de radio en **Hombres** mayores de 25 años.

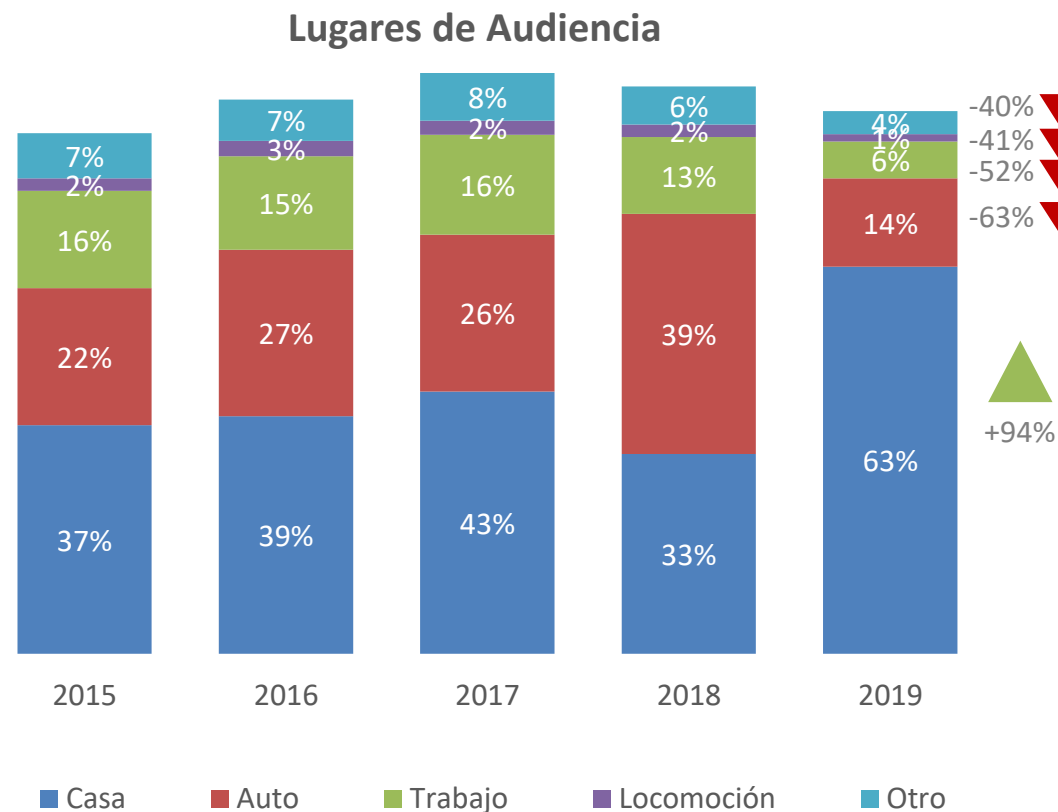


Bloques Horarios y Lugar de Audiencia

Hombres 25++ años ABCD



Los hombres al igual que las mujeres han aumentando su escucha en gran parte de los bloques.
En cuanto a los sitios donde prefiere escuchar Radio en **Casa**, siguiendo con la tendencia que hemos apreciado en el resto de los targets.



Top 20 – Ranking Radios

Hombres 25++ años ABCD

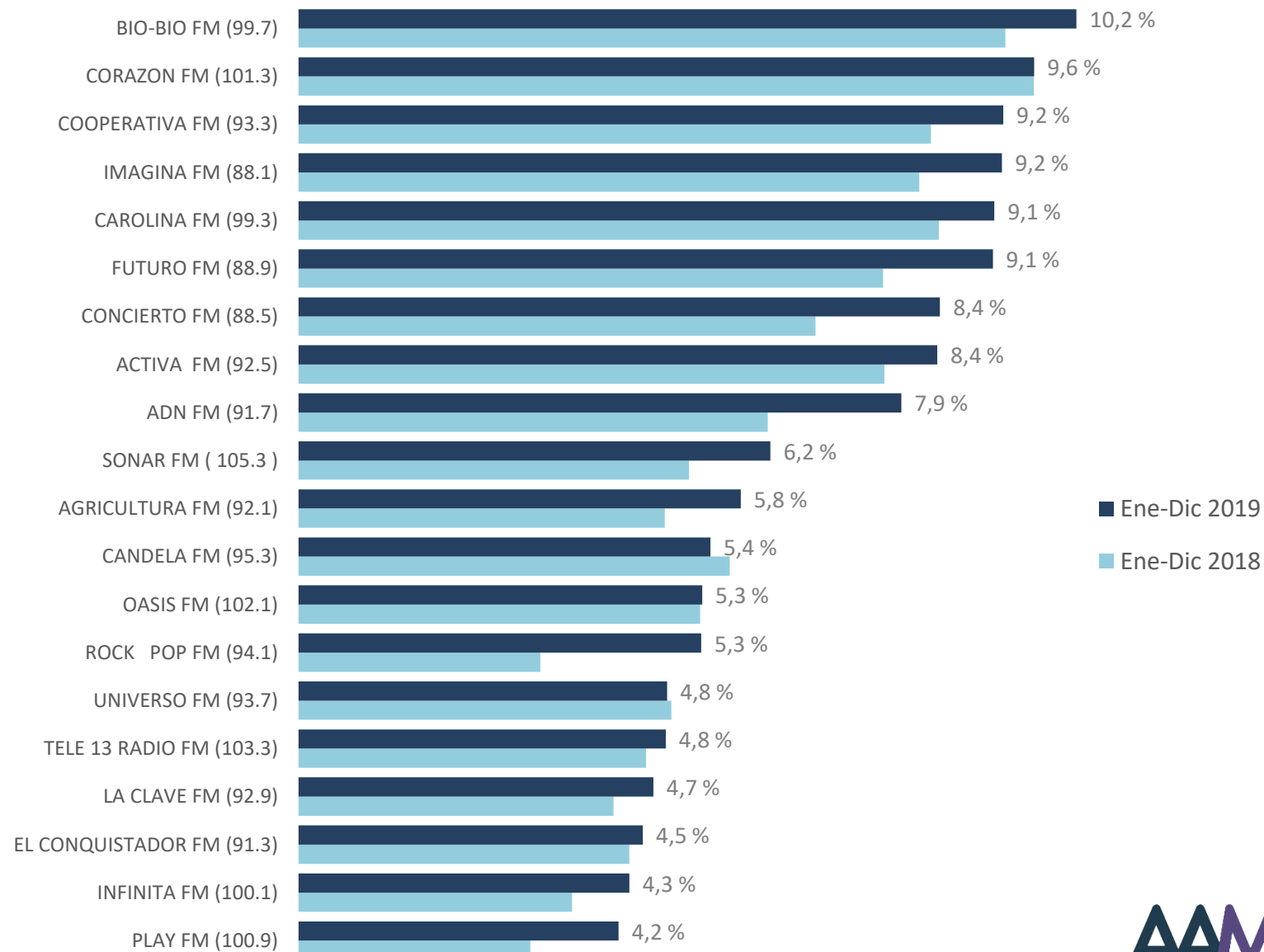
Las tres radios más escuchadas por Hombres 25++ años:



El top 3 de radios preferidas por nuestro target lo lideran radios que tienen una línea editorial muy distinto, entretenimiento y foco informativo - actualidad.

Destacamos la variación que tuvieron las siguientes radios comparando el performance de este 2019 vs el año 2018:

Radio Concierto (var 24,1%),
Radio ADN (var 28.5%)
Radio Rock&Pop (var 66,6%).



INVERSIÓN

AÑO 2019

PUBLICITARIA

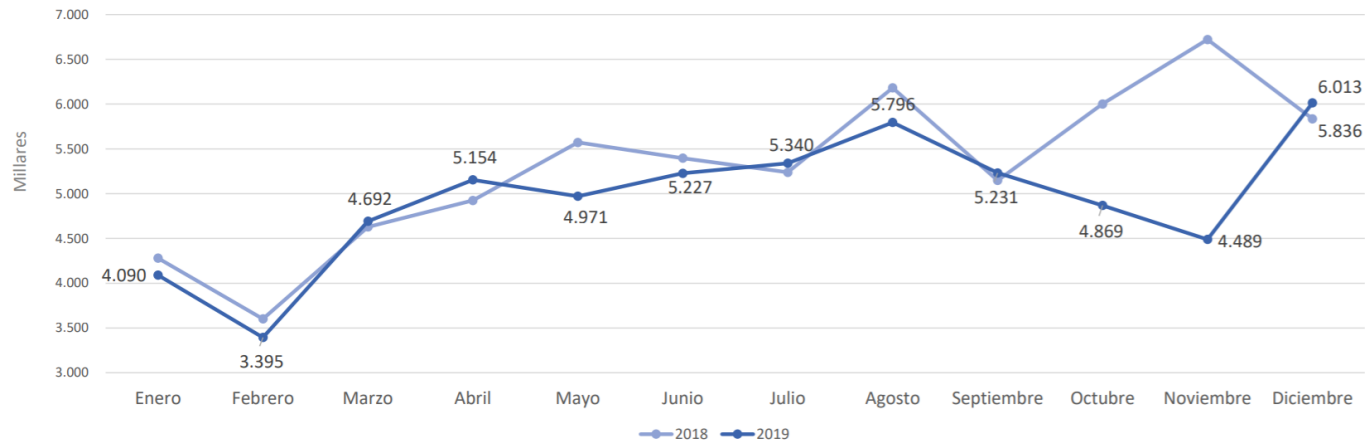
Durante el año 2019 la inversión publicitaria general, bajo un 7,4% en relación a igual período año anterior. De la inversión, el 83% de la inversión anual 2019 se concentró en 4 medios:

- Digital: 33%
- TV abierta: 28%
- Vía pública: 13%
- Diario: 10%

Radio por su parte, bajó en un -3% en relación al mismo periodo del año anterior. Representa el 9% de la inversión publicitaria total año 2019, subiendo 1% de participación en relación al año 2018.

RADIO | INVERSIÓN PUBLICITARIA AÑO 2019

INVERSIÓN NETA MENSUAL AÑO 2018 - 2019 CIFRAS NOMINALES (\$000)



INVERSIÓN NETA MENSUAL ACUMULADA ANUAL 2018 - 2019 CIFRAS NOMINALES (\$000) Y EN UF (000)

RADIO			ACUMULADO 2019		VARIACIÓN	
MESES	ACUM 2018	\$UF (000)	\$ (000)	\$UF (000)	NOMINAL	REAL
ENERO	4.279.874	160	4.511.773	164	5%	3%
ENE A FEB	7.881.870	294	8.263.143	300	5%	2%
ENE A MAR	12.510.515	465	13.368.652	485	7%	4%
ENE A ABR	17.434.469	648	18.586.574	674	7%	4%
ENE A MAY	23.006.092	854	23.922.867	867	4%	1%
ENE A JUN	28.402.369	1.053	29.228.280	1.056	3%	0%
ENE A JUL	33.640.338	1.246	34.676.166	1.251	3%	0%
ENE A AG	39.821.629	1.473	40.500.538	1.460	2%	-1%
ENE A SEPT	44.969.057	1.661	45.672.898	1.644	2%	-1%
ENE A OCT	50.970.942	1.880	50.866.895	1.829	0%	-3%
ENE A NOV	57.691.468	2.125	55.431.704	1.992	-4%	-6%
ENE A DIC	63.527.230	2.336	61.445.000	2.204	-3%	-6%

\$ (000)	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	TOTAL ACUM.
2018	4.279.874	3.601.996	4.628.644	4.923.954	5.571.623	5.396.277	5.237.969	6.181.291	5.147.428	6.001.885	6.720.526	5.835.762	63.527.230
SHARE	7%	6%	7%	8%	9%	8%	8%	10%	8%	9%	11%	9%	
2019	4.511.773	3.751.370	5.105.509	5.217.922	5.336.293	5.305.413	5.447.886	5.824.371	5.172.360	5.193.997	4.564.809	6.013.296	61.445.000
SHARE	7%	6%	8%	8%	9%	9%	9%	9%	8%	8%	7%	10%	
Var. vs 2018	5%	4%	10%	6%	-4%	-2%	4%	-6%	0%	-13%	-32%	3%	-3%

COMING SOON |



AUMENTO DE STREAMING

Gracias al estudio “Stream your life” (WOM) se descubrió que los chilenos somos melómanos: un 69% de los entrevistados escucha más de una hora de música al día, mientras que aseguran que las principales razones para escuchar música son “subir el ánimo, con un 84% de las menciones, e “inspirarse”, con un 68%. El sondeo también destacó que un 27% de los encuestados paga por su aplicación de música en streaming, siendo la principal razón la calidad del servicio (con un 40%), seguida por la “melomanía” (con un 33%). Un sorprendente 64% aseguró que incluso pagaría más por una aplicación con mayor calidad y mejores beneficios, lo que nos da luces del crecimiento que puede tener esta forma de consumir música entre los más jóvenes.



PODCAST Y EL CONSUMO MÓVIL

El podcast está planteando si no una revolución de la “escucha”, una alternativa importante sobre todo en el público más joven. La mayor audiencia está entre los 25 y 54 años, según Edison Research, citado por Postedin que consigna, además, que el 69% de los podcasts se escuchan desde dispositivos móviles.

ZERO

RADIO ZERO TRANSMITIRÁ HASTA EL 31 DE ENERO: EN SU DIAL RETORNARÁ LA RADIO BEETHOVEN

La propiedad de la señal que en el FM se encontraba en el dial 97.7 pasará de Copesa a la Pontificia Universidad Católica. Así lo informó la casa de estudios a través de un correo que hizo llegar a la comunidad estudiantil.





OVERVIEW

ANUAL 2019