



**Estudio de cobertura
incremental del
Audio Digital en la
planificación de radio
en Latinoamérica 2017**

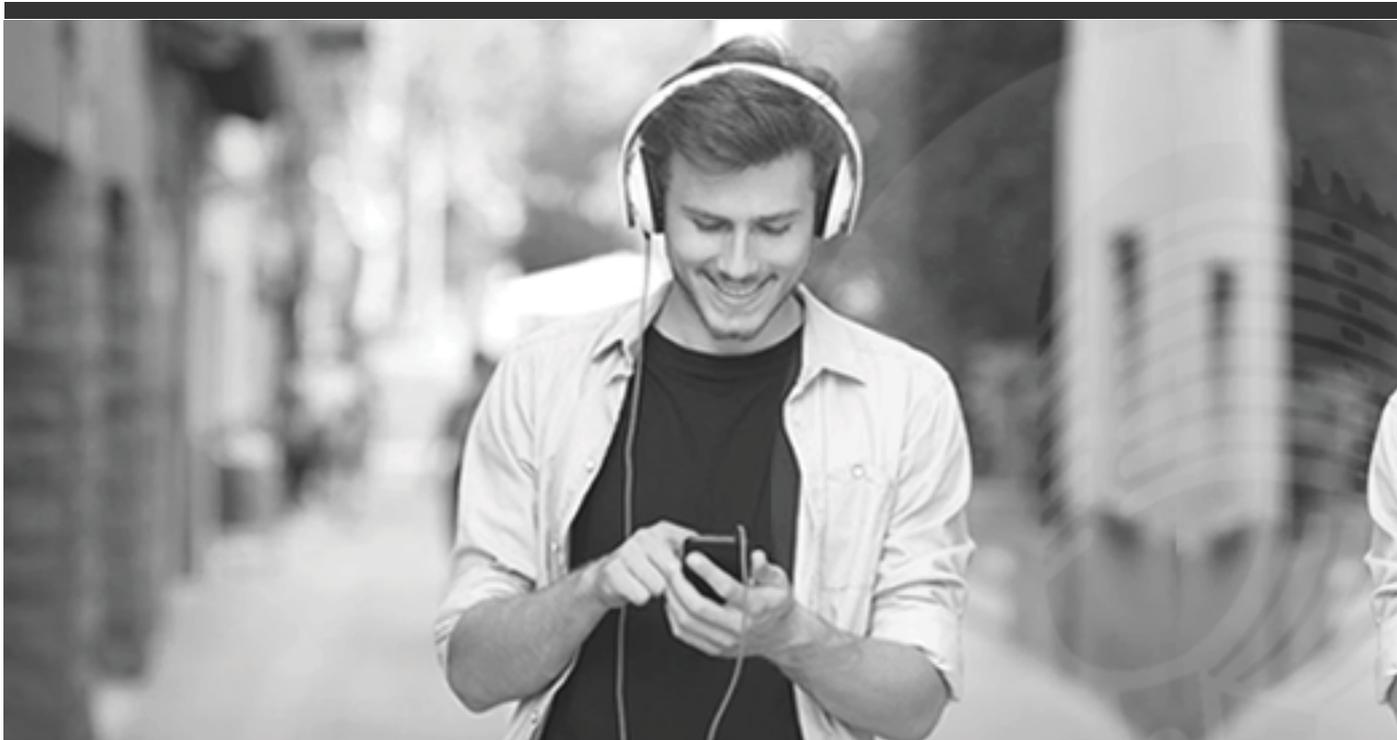
ESTE ESTUDIO FUE LLEVADO A CABO POR



MINDSHARE



Contexto



Audio.ad junto a Mindshare han conducido diversos análisis competitivos y de audiencia en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú para evaluar la cobertura de radio tradicional y cómo las plataformas digitales ayudan a construir mayores alcances de audiencias.

Se han computado los costos por impresión y por punto de rating y se han modelado curvas de cobertura de la radio tradicional y de audio digital para analizar el costo por punto de alcance.

Los resultados arrojan una **MAYOR EFICIENCIA EN LA COMPRA** de radio digital, debido a su control de **FRECUENCIA e INTELIGENCIA** en la segmentación.

Contexto

El consumo de **AUDIO DIGITAL** en América Latina crece de forma exponencial como demuestran los estudios que llevó adelante Audio.Ad en los últimos dos años en los mercados de Latinoamérica.

En Estados Unidos los presupuestos del medio tradicional Radio, han cambiado el enfoque para llamarse “Presupuestos de Audio”, agregando los canales digitales para la distribución de los Audio Spots que tradicionalmente se escuchaban en la radio terrestre.

Según el estudio de
 eMarketer™
se calcula en EEUU



2018

25

% DEL PRESUPUESTO DE AUDIO
será vehiculizado a través de plataformas digitales
como los streamings de las radios tradicionales,

los servicios de audio **ON DEMAND** como Pandora, Spotify o Soundcloud y un sinfín de nuevos podcasts que se han desarrollado en los últimos años a una velocidad sin precedentes.

Radios tradicionales: más inversión pero a tasas decrecientes

\$2.1 MIL Millones en la región es la inversión en medios de radio.-

6% DE PARTICIPACIÓN EN EL MIX DE MEDIOS. (cayendo de un 10% en 2001). La caída en las audiencias de radio offline, la inflación de precios y el cambio a medios digitales han afectado su crecimiento año a año.

50 % DE LA INVERSIÓN ES EN BRASIL. Los principales mercados de inversión en Radio son Brasil, México y Colombia.

66 % ES EL NIVEL DE ALCANCE MÁXIMO DE RADIO OFFLINE EN BRASIL.-

51 % ES EL NIVEL DE ALCANCE MÁXIMO DE RADIO OFFLINE EN ARGENTINA.-



Resultados del análisis competitivo



A NIVEL REGIONAL, LOS ANUNCIANTES CON MAYOR INVERSIÓN EN RADIO PERTENECEN AL SECTOR DE TELECOMUNICACIONES, RETAIL Y COMESTIBLES.

CPMs Regionales



A nivel regional, los **CPMs** varían de un mercado a otro.

Argentina, Colombia y Mexico se ubican con CPMs semejantes, mientras que Chile y Peru presentan los costos mas altos.

Debido a los bajos niveles de audiencia de radio en Brasil y en Mexico, y a los altos costos, en el caso de Perú, estos mercados son quienes presentan los CPRs más altos.

CPR por Mercado:

**por mercado en dólares



Alcance máximo de radio Online por mercado



Y DE LA MISMA FORMA QUE LA PENETRACIÓN DE INTERNET VARIA DE UN MERCADO AL SIGUIENTE, TAMBIÉN VARÍA LA UTILIZACIÓN DE RADIO DIGITAL TANTO ESTE MEDIO COMO LA RADIO TRADICIONAL PRESENTAN DISTINTOS GRADOS DE PENETRACIÓN POR TARGET.



Principales conclusiones

LAS AUDIENCIAS EN ENTORNOS DIGITALES DE AUDIO YA HAN ALCANZADO EL VOLUMEN CRÍTICO NECESARIO PARA VOLVERSE SIGNIFICATIVAS EN LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE LAS MARCAS.



Es posible alcanzar niveles de cobertura superiores con la combinación de radio tradicional y digital.



La radio digital provee un mayor alcance por TRP debido a su control de frecuencia.



Este CPM se considera en cobertura 1+; la radio tradicional se desempeña mejor para generar frecuencia y su costo por impacto (CPM) sí será constante.

PRONÓSTICO DE ANUNCIOS DE AUDIO DIGITAL EN EE.UU.

Los porcentajes de presupuestos destinados a AUDIO DIGITAL están aumentando debido a la creciente eficiencia del audio digital frente al audio tradicional (radio).

15 % presupuesto para Audio Digital en 2015

25 % presupuesto para Audio Digital en 2018



Curva de alcance de cobertura combinado Argentina**

51,60 %

Cobertura máxima de Radio offline (AR)

22,69%

Cobertura máxima de Radio online (AR)

62,58%

Máximo combinado alcanzado (AR)

**Los valores de escenario combinado son: RADIO OFFLINE ; TRPs 135, Impresiones 1.652.829, Costo AR\$309.708.-
RADIO ONLINE; TRPs 41, Impresiones 501.970, Costo AR\$235.149.- TOTAL AR\$544.857.-

Curva de alcance de cobertura combinado México**

55,40 %

Cobertura máxima de Radio offline (MX)

21,37%

Cobertura máxima de Radio online (MX)

64,93%

Máximo combinado alcanzado (MX)

**Los valores de escenario combinado son: RADIO OFFLINE ; TRPs 198, Impresiones 13.865.413, Costo MX\$2.375.256.- RADIO ONLINE; TRPs 38, Impresiones 2.661.039, Costo MX\$1.139.643.- TOTAL MX\$3.514.899.-



Curva de alcance de cobertura combinado Chile**

59,00 %

Cobertura máxima de Radio offline (CH)

43,82%

Cobertura máxima de Radio online (CH)

76,97%

Máximo combinado alcanzado (CH)

**Los valores de escenario combinado son: RADIO OFFLINE ; TRPs 121, Impresiones 1.249.116, Costo CHI\$35.526.575.-
RADIO ONLINE; TRPs 52, Impresiones 536.810, Costo CHI\$38.169.047.- TOTAL CHI\$73.695.622.-

Curva de alcance de cobertura combinado Colombia**

43,30 %

Cobertura máxima de Radio offline (CO)

15,43%

Cobertura máxima de Radio online (CO)

52,05%

Máximo combinado alcanzado (CO)

**Los valores de escenario combinado son: RADIO OFFLINE ; TRPs 504, Impresiones 14.930.768, Costo COL\$466.582.433.-
RADIO ONLINE; TRPs 40, Impresiones 1.184.982, Costo COL\$92.575.880.- TOTAL COL\$559.158.313.-



Curva de alcance de cobertura combinado Brasil**

61,70 %

Cobertura máxima de Radio offline (BR)

30,53%

Cobertura máxima de Radio online (BR)

73,39%

Máximo combinado alcanzado (BR)

**Los valores de escenario combinado son: RADIO OFFLINE ; TRPs 121, Impresiones 4.731.438, Costo BR\$865.943.-
RADIO ONLINE; TRPs 47, Impresiones 1.837.831, Costo BR\$840.895.- TOTAL BR\$1.706.837.-

Curva de alcance de cobertura combinado Perú**

57,30 %

Cobertura máxima de Radio offline (PE)

13,87%

Cobertura máxima de Radio online (PE)

63,22%

Máximo combinado alcanzado (PE)

**Los valores de escenario combinado son: RADIO OFFLINE ; TRPs 357, Impresiones 10.983.105, Costo
PER\$756.597.- RADIO ONLINE; TRPs 3, Impresiones 92.295, Costo PER\$36.918.- TOTAL PER\$797.515.-

