



# EMOCIÓN Y PASIÓN, LA RADIO DEPORTIVA

 @radiovalue-es

 @RadioValue

 <http://RadioValue.es>

AERC RadioValue 

# Un medio joven que ha cumplido 100 años

---

## ¡Hay Cantera!



La Radio Deportiva es una entrada natural para los jóvenes

# GRAN MOMENTO PUBLICITARIO SOSTENIDO

LA INVERSIÓN  
PUBLICITARIA DE LA RADIO  
SIGUE CRECIENDO POR  
ENCIMA DEL RESTO DE  
MEDIOS TRADICIONALES  
**Inversión publicitaria 2023**

# x3

**Radio**  
**414 mill €**

**+3%**

**Medios Tradicionales**  
**2.958 mill €**

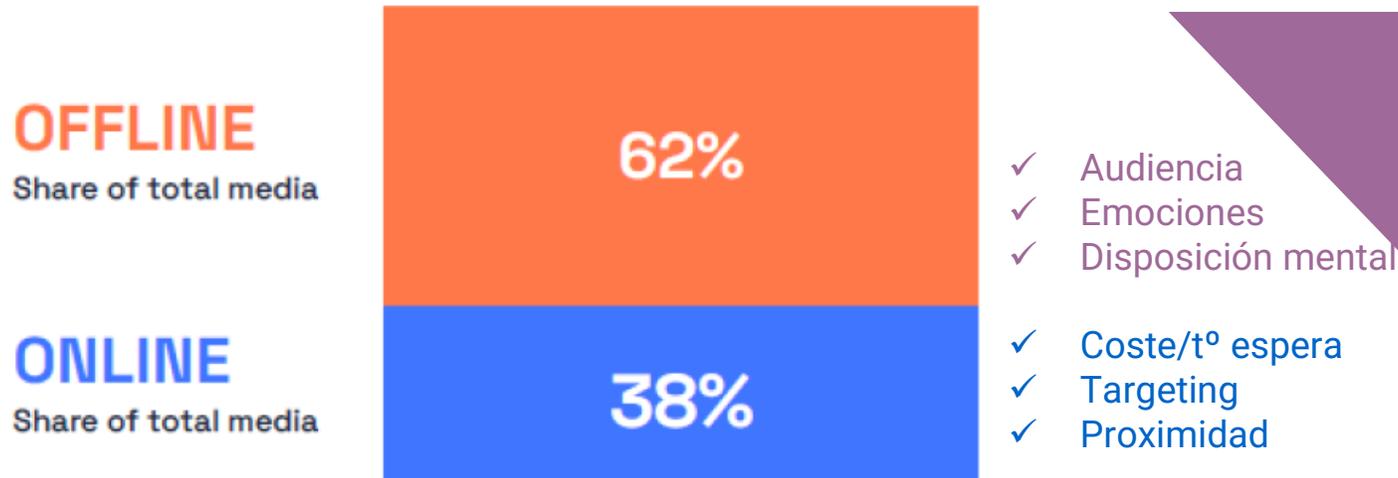
**+1,2%**

- La Radio **aumentó su participación** de mercado un año más.
- Alcanzando el **14% de cuota** entre los medios tradicionales y el 6,1% del total.
- En el **1er cuarto de 2024** (ene-abr) sigue creciendo un +2,6% (vs -0,7%).
- 3er medio publicitario en volumen (tras Digital y TV).

**Previsiones cumplidas** - Diez tendencias 2023 AEA: Se espera que la Radio mantenga su solidez creciendo por encima del Mercado.

# LOS NEGOCIOS ONLINE VUELCAN SUS PRESUPUESTOS EN OFFLINE

## Inversiones en Publicidad de Marcas de Negocios Online Offline vs Online



## La Radio es un Multiplicador de Conversiones +9% y a coste menor que el resto de medios



Los actuales Modelos de Atribución **excluyen el 92% del verdadero efecto de la publicidad en Radio**

# TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA RADIO (DXR)

- El **31%** de los oyentes de Radio, lo hacen en alguna ocasión **a través de Internet**.
- Llegando hasta un **41%** en el caso de los **jóvenes**.
- Contenido y formatos **“a la carta”**.
- Alto **perfil cualitativo** en los oyentes digitales.
- Los Podcast potencian el consumo de Radio: **84%** de podcast que se escuchan **provienen de programas de Radio**.



Estamos en el año 50 antes de Jesucristo. Toda la Galia está ocupada por los romanos... ¿Toda? ¡No! Una aldea poblada por irreductibles galos resiste todavía y siempre al invasor. Y la vida no es fácil para las guarniciones de legionarios romanos en los reducidos campamentos de Babaórum, Acuárium, Laudánum y Petibónum...

Los inputs informativos con los que  
comienza el día:

Empiezan su día (8 a 9, L-V) escuchando la Radio

Se presta más **atención** a los **anuncios**.

Los mensajes que más **se identifican**.

La comunicación **indispensable**.

Se quiere para estar **mejor informado** que otras personas.

Se quiere para encontrar información y noticias **fiables** y **creíbles**.

Se quiere que más **le gusta la publicidad**.

Se quiere que la **publicidad** está **mejor integrada** con el resto de

z.





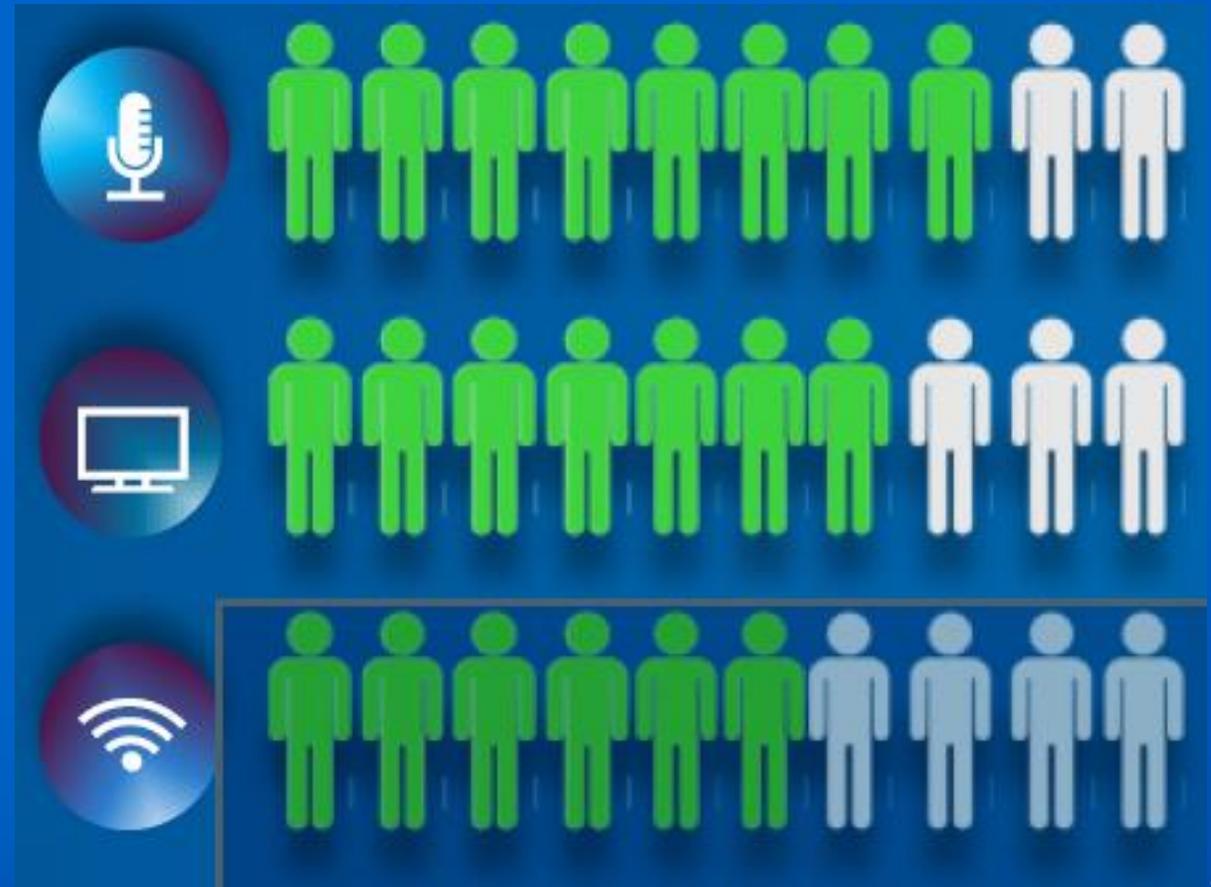
## INNOVACIÓN & VERSATILIDAD EN EL MEDIO RADIO

La publicidad en Radio ofrece **CREATIVIDAD, FLEXIBILIDAD** y proporciona al anunciante la posibilidad de **ADAPTAR** su publicidad al oyente

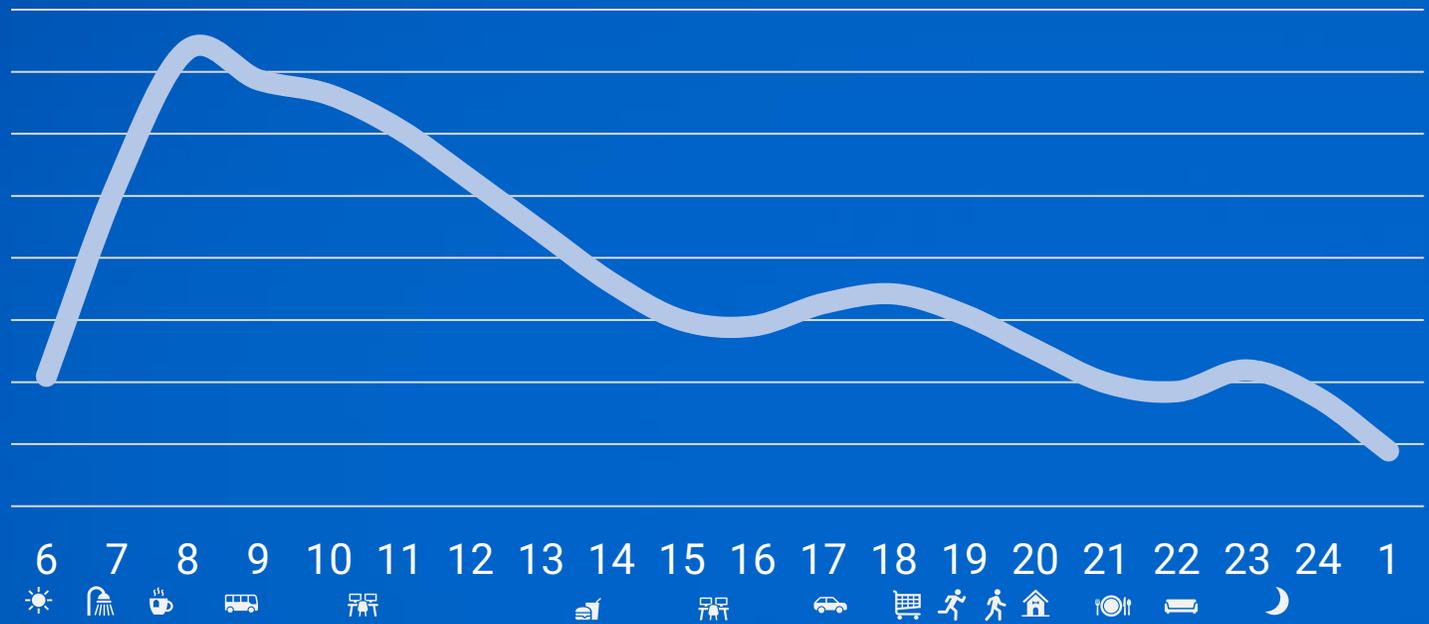
Los formatos especiales de publicidad en Radio **AUMENTAN EL RECUERDO DE LAS CAMPAÑAS**

# LÍDER EN ROI POR NOTORIEDAD MAYOR RECUERDO Y DE MAYOR CALIDAD

**8 de cada 10 PERSONAS RECUERDA PUBLICIDAD EN RADIO**  
El medio de la emoción, a través de la cual se recuerdan más marcas y un mayor número de veces.



# LA RADIO, COMPAÑERA EN EL DÍA A DÍA



## TIEMPO DIARIO DE ESCUCHA

- 🕒 2h 46min Radio Generalista
- 🕒 2h 22min Radio temática Musical



## ✔ CONTRIBUCIÓN ECONÓMICA

- La Industria de la **Información y Comunicaciones** representa un **3,3% del PIB** español. en 2022, con un crecimiento del 8.1% respecto al año anterior
- La **Publicidad** representa el **0,9% del PIB** español.
- La Radio e industrias asociadas **emplean a más de 25.000 personas** de manera directa e indirecta.

## ✔ CULTURA

- La Radio es un pilar fundamental en la **difusión de la cultura**, facilitando el acceso a noticias, deportes y entretenimiento.
- Los programas de Radio, especialmente los deportivos y musicales, juegan un rol crucial en mantener la **cohesión cultural** y ofrecer un **sentido de comunidad** a los oyentes.

## ✔ INNOVACIÓN y CREATIVIDAD

- La Radio ha creado **nuevos formatos** y contenidos, **adaptándose** a los avances tecnológicos y hábitos de vida. Por ejemplo, más del 80% de los podcasts escuchados en España son programas de Radio y la interacción con los oyentes en **RRSS** en **tiempo real** es parte esencial de las emisiones en directo.
- La **creatividad** en la Radio se refleja en la capacidad de las cadenas para innovar en la forma de presentar noticias y eventos deportivos, adaptándose a NNTT y canales digitales.

# LA RADIO EN SU MEJOR MOMENTO

**por audiencia  
por innovación  
por eficacia publicitaria  
por un target de presente y futuro  
por credibilidad  
por un contexto de emoción**





# ¡Muchas Gracias!

EMOCIÓN Y PASIÓN,  
LA RADIO DEPORTIVA

## AERC RadioValue

 @radiovalue-es

 @RadioValue

 <http://RadioValue.es>

