

# WORLD RADIO DAY

13 FEBRERO

## 1 ALCANCE. COBERTURA.

**32 millones**  
DE PERSONAS ESCUCHA  
LA RADIO MENSUALMENTE.

1 de cada 2 lo hace a diario.  
El alcance y la escala son fundamentales  
para la construcción de marca.

## 2 CONSUMO. FIDELIDAD.

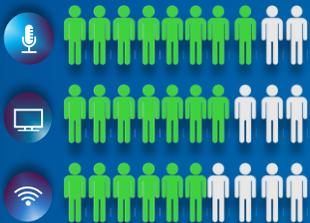
**3h** CADA OYENTE CONSUME  
DE MEDIA 3 HORAS DIARIAS  
DE CONTENIDO DE RADIO.

El oyente de radio es fiel al medio cada día.

## 3 NOTORIEDAD. RECUERDO.

EL MEDIO LÍDER EN ROI POR NOTORIEDAD.  
EL DE 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,  
un mayor número de veces.

## 6 ENTORNO SEGURO.



CONTENIDO  
DE CALIDAD.  
SIN FAKE NEWS.

La publicidad en radio está  
bajo normas más estrictas  
de control. Mayor seguridad  
para las marcas.

## 8 SEGMENTACIÓN REAL.

### TIPO DE CONTENIDO.

Generalista, musical,  
deportiva, informativa.

### UBICACIÓN

Comunidades,  
provincias, municipios.

### TARGETS/

### SOCIODEMOGRÁFICA.

Individuos, jóvenes, adultos, RCH...



## 9 CONSTRUCTORA DE MARCAS.



### POTENCIA Y GENERA CONFIANZA EN EL CONSUMIDOR.

Genera tráfico web, descargas de apps, ventas al ecommerce.  
Aumento de búsquedas en internet.

## 10 ROI. EFICACIA.

LA RADIO ES EL MEDIO ROI POR EXCELENCIA.  
MEDIO CON MENOR COSTE POR IMPACTO (CPM).

ROI ventas: 1€/7€. Índice 145 inversión/notoriedad.



Fuentes: Audiencia y Consumo; EGM 3ºOLA 2023. Notoriedad; 2º ESTUDIO IMOP EFICACIA PUBLICITARIA EN MEDIOS. Credibilidad y Confianza; ESTUDIO APPINIO RELEVANCIA EN MEDIOS OCTUBRE 2023. ROI; ESTUDIO ROI MULTIPLIER RADIOCENTRE UK.

"Tenemos 100  
razones por las cuales  
debes invertir en  
publicidad en radio ...

**100**  
YEARS  
RADIO  
ANNIVERSARY

... pero sólo nos  
hacen falta 10 para  
convencerte "



## 4 CREDIBILIDAD. CONFIANZA.

ES UN MEDIO RELEVANTE EN LA SOCIEDAD.  
LÍDER EN CREDIBILIDAD Y CONFIANZA.



de las personas opina que la radio es el  
medio líder en credibilidad en España y  
donde se deposita más confianza.  
Gran capacidad de prescripción.

## 5 FORMATOS. FLEXIBILIDAD.

EL AUDIO COMO  
ELEMENTO CENTRAL.

La radio genera comunidades  
con un alto grado de  
engagement y fidelidad.



## 7 MULTIDISPOSITIVO.

MULTIPLICACIÓN DE LOS DISPOSITIVOS  
PARA EL CONSUMO DE AUDIO.

Cómo, cuándo y dónde el oyente quiera.



La radio, el mejor medio para la inversión publicitaria.

AERC RadioValue