



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 €

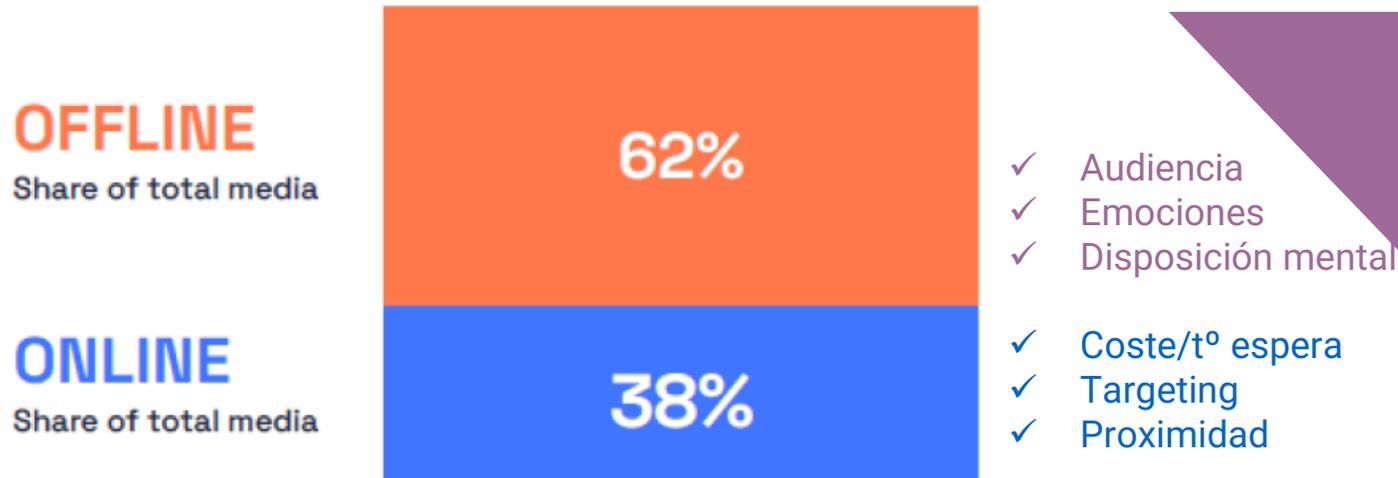
+1,2%

- 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



OFFLINE

Share of total media

62%

ONLINE

Share of total media

38%

- ✓ Audiencia
- ✓ Emociones
- ✓ Disposición mental
- ✓ Coste/tº espera
- ✓ Targeting
- ✓ Proximidad

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...

LA RADIO, UN MEDIO REFERENTE

🕒 Medio de quien recibimos los inputs informativos con los que empezamos nuestra jornada:

8,8 millones de oyentes empiezan su día (8 a 9, L-V) escuchando la Radio (x8 vs TV).

97%

Medio donde presta más **atención** a los **anuncios**.

Medio con el que más **se identifican**.

Medio de comunicación **indispensable**.

Mejor medio para estar **mejor informado** que otras personas.

96%

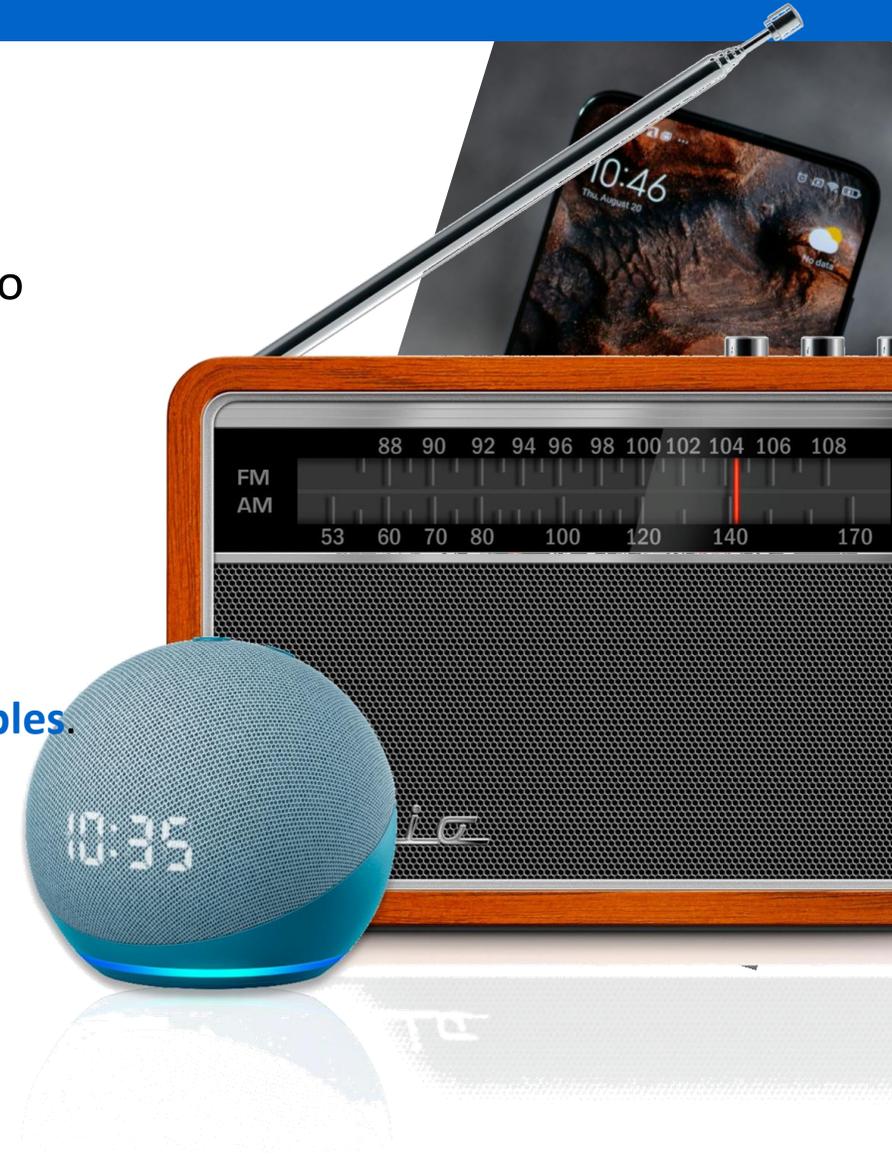
Mejor medio para encontrar información y noticias **fiables** y **creíbles**.

Medio donde más **le gusta la publicidad**.

95%

Medio donde la **publicidad** está **mejor integrada** con el resto de contenidos.

Base: escuchan Radio alguna vez.





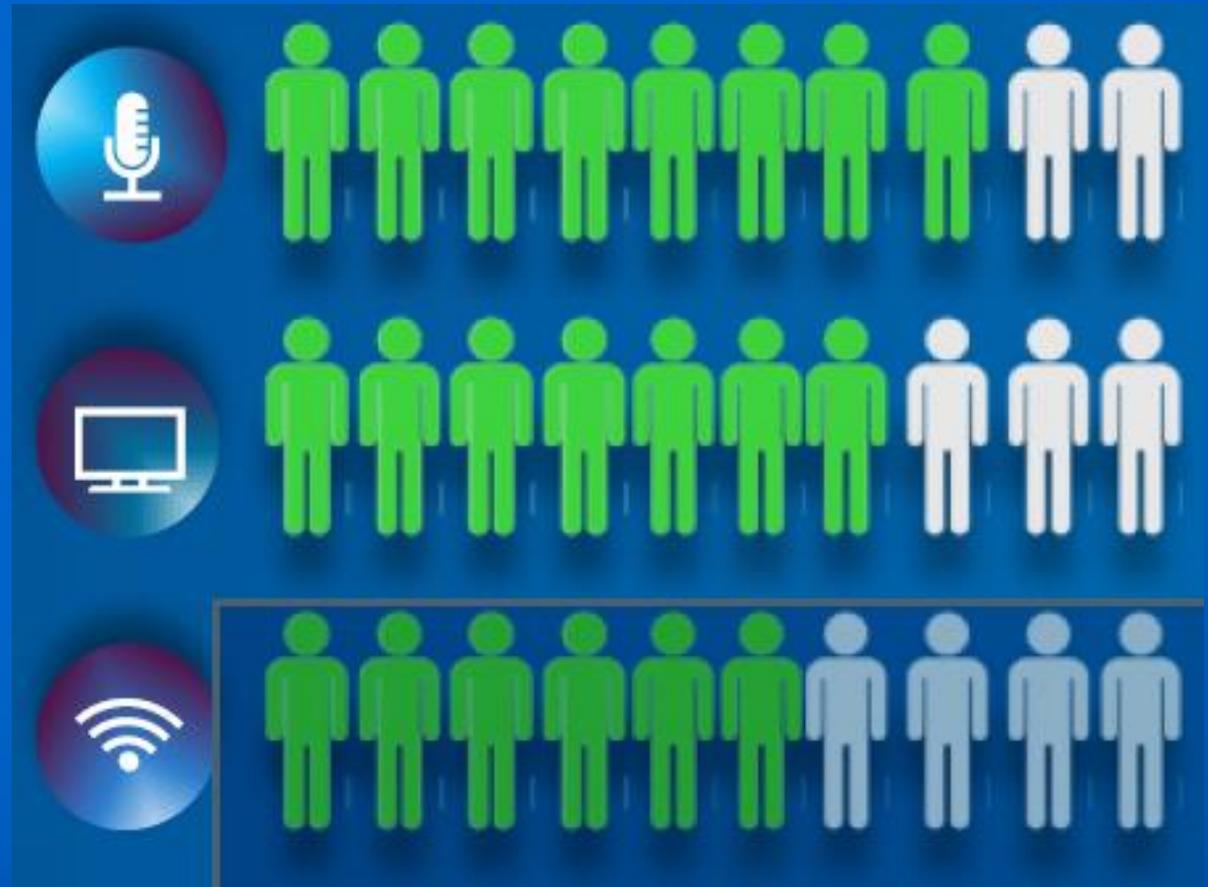
INNOVACIÓN & VERSATILIDAD EN EL MEDIO RADIO

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

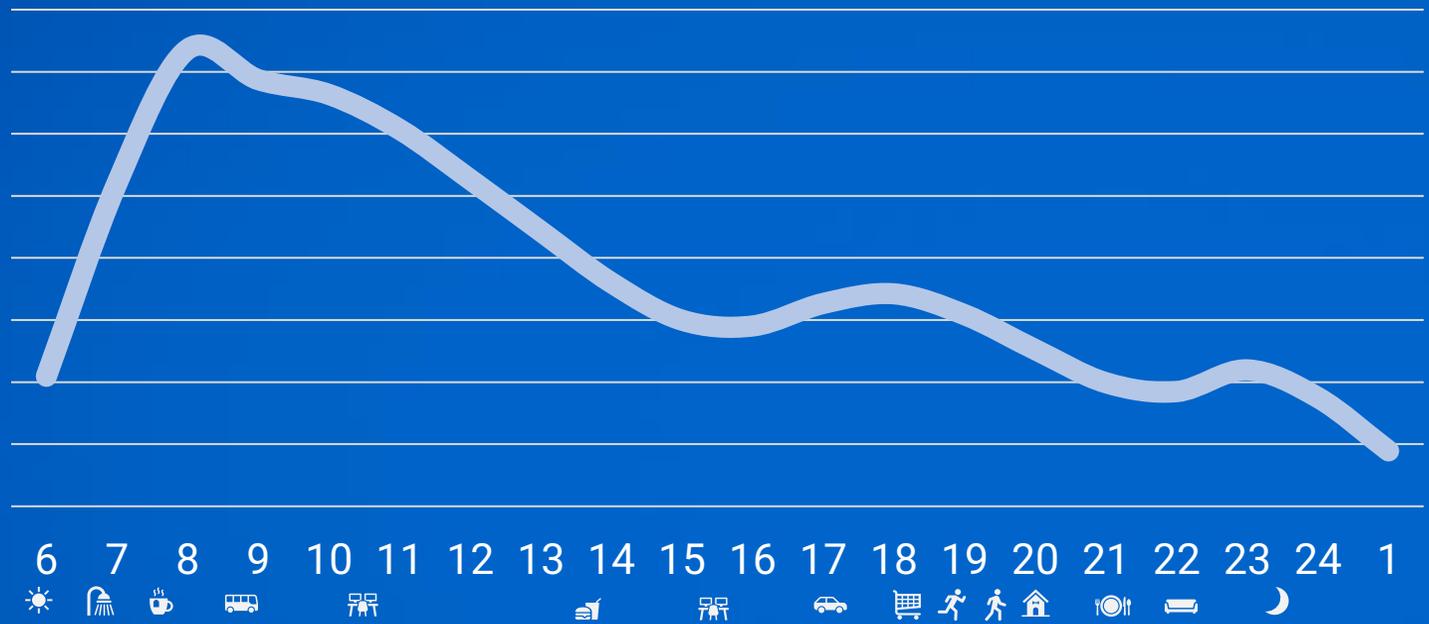
Los formatos especiales de publicidad en Radio **AUMENTAN EL RECUERDO DE LAS CAMPAÑAS**

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>

