



**ESTUDIO SOBRE
EL CONSUMO DE
AUDIO DIGITAL**

>> 2021

Chile

ACERCA DEL ESTUDIO



NOS PROPUSIMOS REALIZAR UN ESTUDIO ACERCA DE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE **AUDIO DIGITAL** EN CHILE CON LA FINALIDAD DE CONOCER LAS **VARIACIONES** EN LOS PARÁMETROS DE **ESCUCHA** DE LOS OYENTES LOCALES.

LA **TÉCNICA** UTILIZADA PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS FUE UN **CUESTIONARIO ONLINE** AUTOADMINISTRADO POR COMPUTADORA EN RADIOS POR INTERNET Y SITIOS DE AUDIO STREAMING.

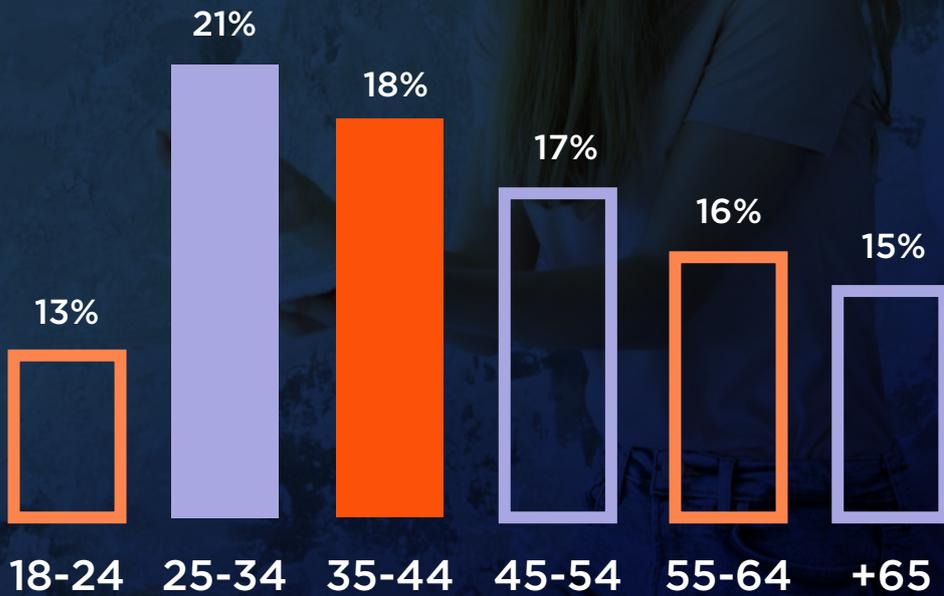
EL UNIVERSO SE COMPUSO POR **HOMBRES Y MUJERES** DE MÁS DE 18 AÑOS.

➤ La **muestra escogida** para llevar a cabo la investigación fueron **1000** casos de encuestas por Internet realizadas en **Chile** del **1 al 15 de enero** de 2021, con la intención de:

- **Descubrir** los hábitos en el consumo de contenidos de **audio digital**.
- **Identificar** cuáles son las preferencias y los tipos de contenidos de **audio digital** más valorados por los usuarios.
- **Conocer** los procesos y parámetros de compra de productos publicitados en entornos de **audio digital**.

PERFIL DEL USUARIO

CONSUMO POR EDAD



CONSUMO POR DISPOSITIVO



CONSUMO POR GÉNERO



HÁBITOS DE CONSUMO

CONTENIDO MÁS ESCUCHADO

MÚSICA 74%

RADIO EN INTERNET 14%

PODCASTS 20%

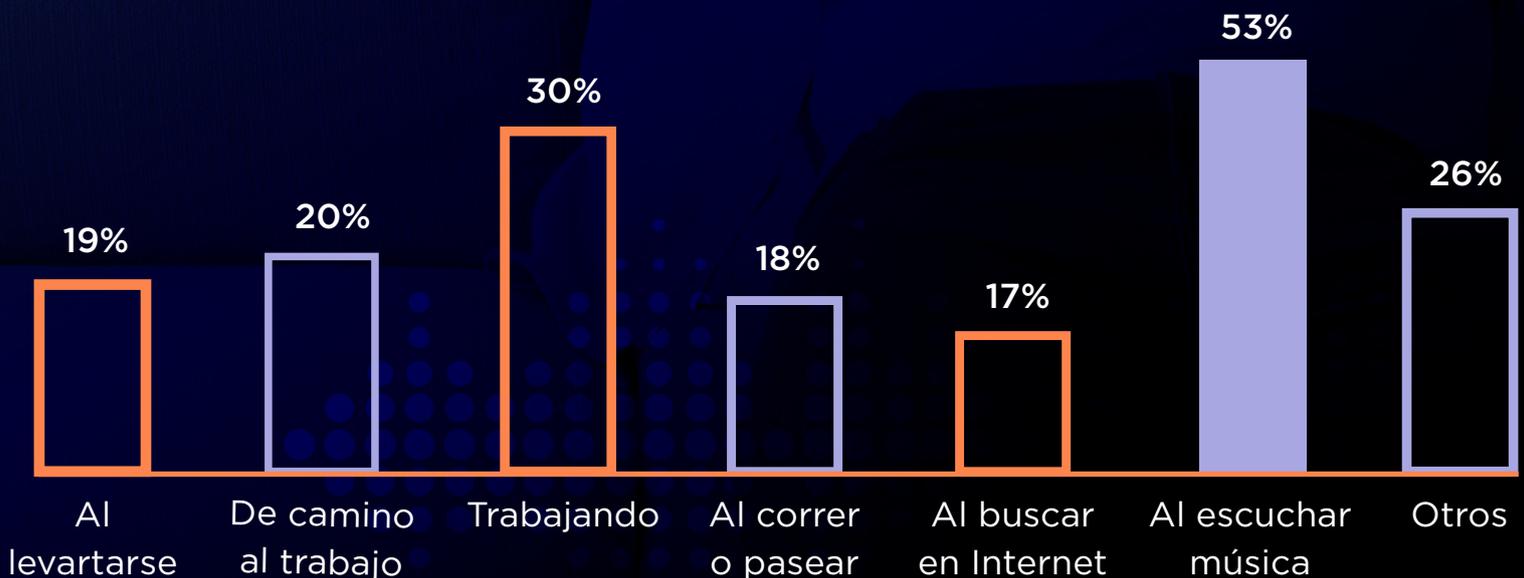
NINGUNO DE LOS ANTERIORES 19%



34%

CONSUME **AUDIO DIGITAL**
ENTRE UNA Y 3 HORAS
DIARIAS

EN CUÁL DE LAS SIGUIENTES SITUACIONES CONSUMEN /ESCUCHAN **AUDIO DIGITAL**



CONSUMO DE PODCASTS



ESCUCHA PODCASTS
DE 1 A 3 **VECES** POR
SEMANA



ESCUCHA ENTRE
2 Y 5 **PROGRAMAS**
REGULARMENTE

MOMENTOS DE ESCUCHA

EN LA MAÑANA- DESPERTAR **25%**

DE CAMINO AL TRABAJO **41%**

TRABAJANDO **36%**

HACIENDO EJERCICIO **37%**

POR DISTRACCIÓN O RELAJACIÓN **66%**

OTROS **24%**

PLATAFORMA MÁS UTILIZADA

 Spotify  **64%**

OTROS  **24%**

 Google Podcasts  **10%**

 **1%**

PODCASTERS WEB/APP  **14%**

 Apple Podcasts  **13%**

TIPOS DE PODCASTS MÁS CONSUMIDOS

49%
MÚSICA

35%
NOTICIAS

32%
HUMOR

27%
SALUD-
BIENESTAR

26%
POLÍTICA

16%
TECNOLOGÍA

CONSUMO DE RADIO ONLINE

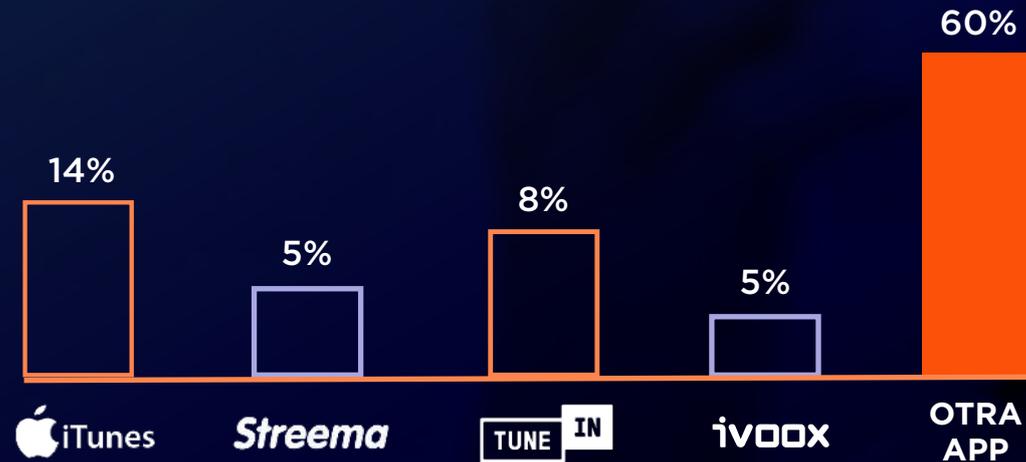


ESCUCHA RADIO
MÁS DE 7 VECES
POR SEMANA

FORMAS DE ESCUCHA



PLATAFORMA MÁS UTILIZADA



EL CONTENIDO MÁS CONSUMIDO EN LA RADIO

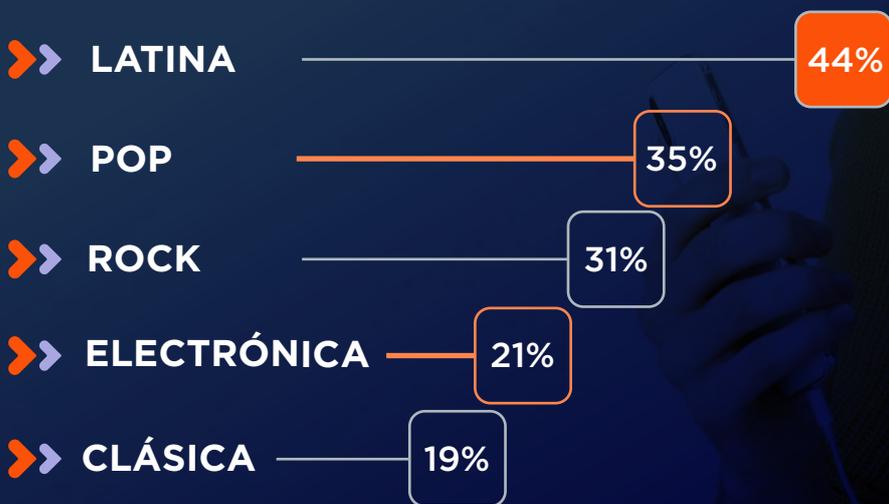


CONSUMO DE MÚSICA ONLINE

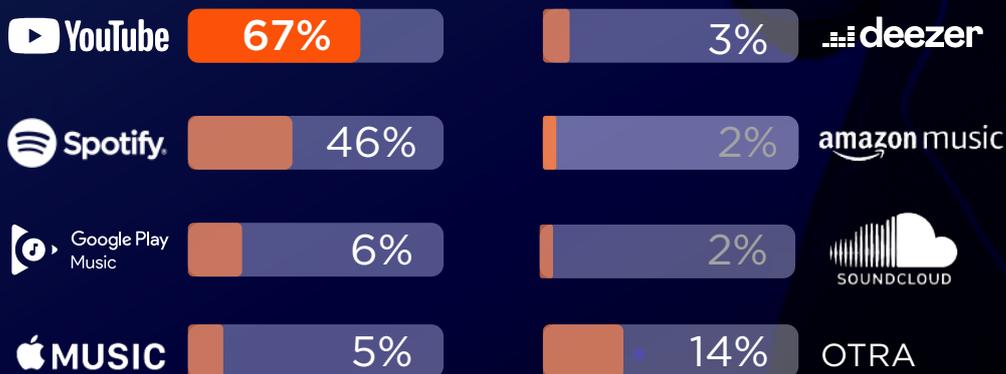


ESCUCHA MÚSICA
MÁS DE 7 VECES
POR SEMANA

GÉNERO MUSICAL MÁS ESCUCHADO



PLATAFORMA MÁS UTILIZADA



63%

NO PAGA UNA SUSCRIPCIÓN
A UNA APP O SERVICIO PARA
ESCUCHAR MÚSICA ONLINE



PUBLICIDAD EN AUDIO DIGITAL



COMPRÓ EN 2020 ENTRE 1 Y 3 PRODUCTOS LUEGO DE ESCUCHAR UN ANUNCIO EN AUDIO DIGITAL

CATEGORÍA DE PRODUCTOS O SERVICIOS MÁS ADQUIRIDOS EN 2020

TECNOLOGÍA 41%

PRODUCTOS DE SUPERMERCADO 28%

ELECTRODOMÉSTICOS 27%

AUTOS O MOTOS 21%

SEGUROS 21%

PRODUCTOS BANCARIOS 21%

EDUCACIÓN 19%

TURISMO 19%

TICKETS PARA EVENTOS 18%

INVERSIONES 17%

ROPA O ZAPATOS 16%

36%

PIENSA QUE ES LEVE A MODERADA LA PUBLICIDAD EN AUDIO DIGITAL



ACERCA DE CISNEROS INTERACTIVE - AUDIO ADVERTISING

Es la división especializada en audio digital que agrupa diferentes iniciativas del grupo que incluyen: Audio.ad Digital Audio Advertising Network, Audiotrade Audio Centric DSP, Audiospot.shop plataforma publicitaria self service, Audio.ad Podcast Network y Spotify for Brands Exclusive Sales Partner en 12 países de Latinoamérica.

ACERCA DE BRANDWATCH

Brandwatch es la empresa líder a nivel mundial en social intelligence. Sus equipos crean soluciones inteligentes de software para satisfacer las necesidades de más de 1200 negocios vanguardistas como Unilever, Whirlpool, British Airways, Walmart y Dell.

Brandwatch- Qriously es una compañía de tecnología publicitaria con sede en Londres, propiedad de Brandwatch, que se encarga de medir en tiempo real el comportamiento de dos mil millones de usuarios alrededor del mundo a través de encuestas realizadas con smartphones en tiempo real.



CISNEROS
INTERACTIVE



Brandwatch