



30> MEDIAMAX

**La radio es el
medio offline
más elegido
por los
argentinos.**

Research by Mediamax

**EL 78.7%
ELIGE
LA RADIO**

**EL 73.1%
ELIGE LA
TELEVISIÓN**

**EL 17.0%
ELIGE EL
DIARIO**

¿Cómo implementamos la metodología del estudio?

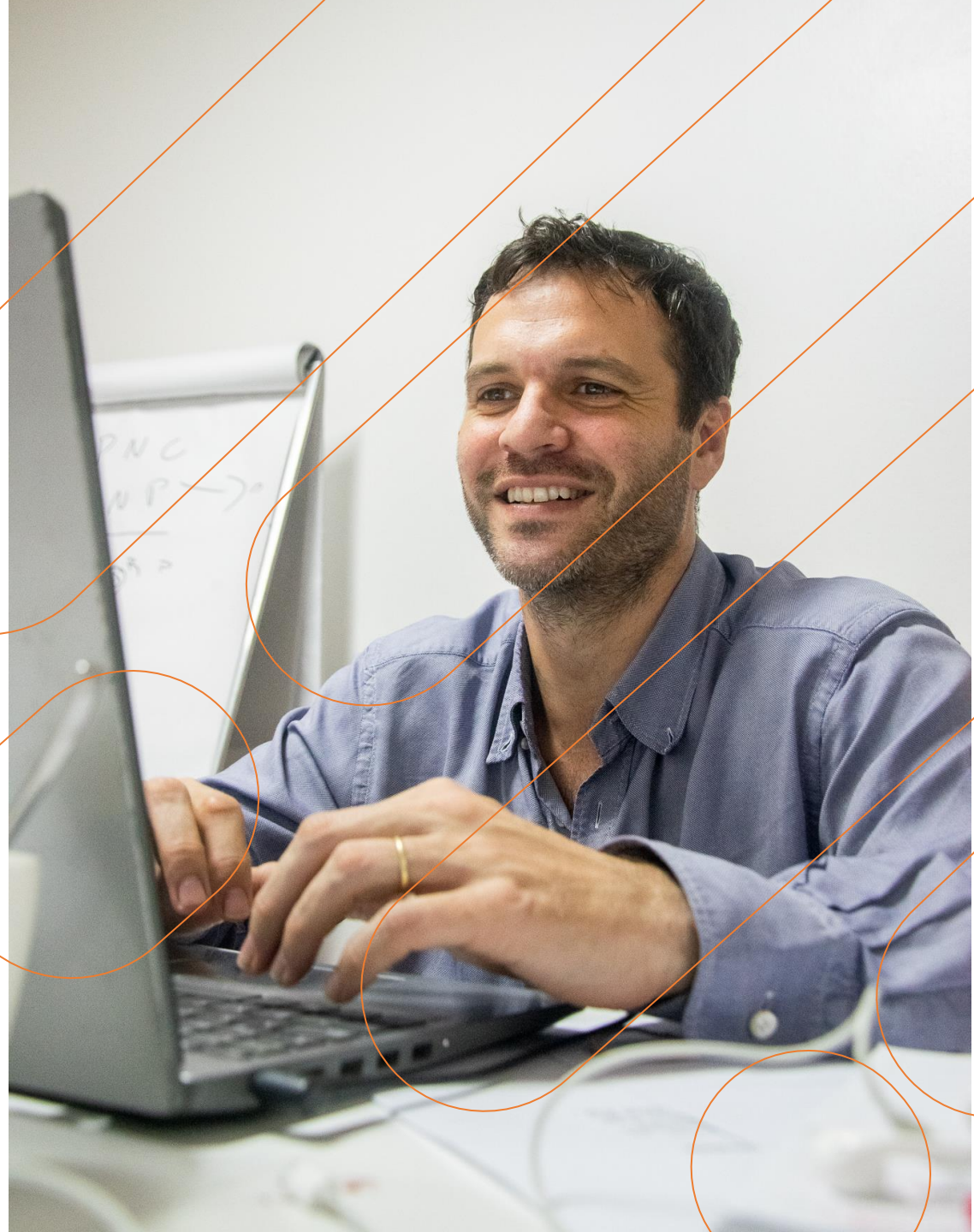
Research by Mediamax

Una muestra a nivel federal

Todos los años, el equipo de research analiza los hábitos de consumo en cada región del país con el objetivo de ofrecerle a sus clientes los medios más adecuados para su producto y/o servicio.

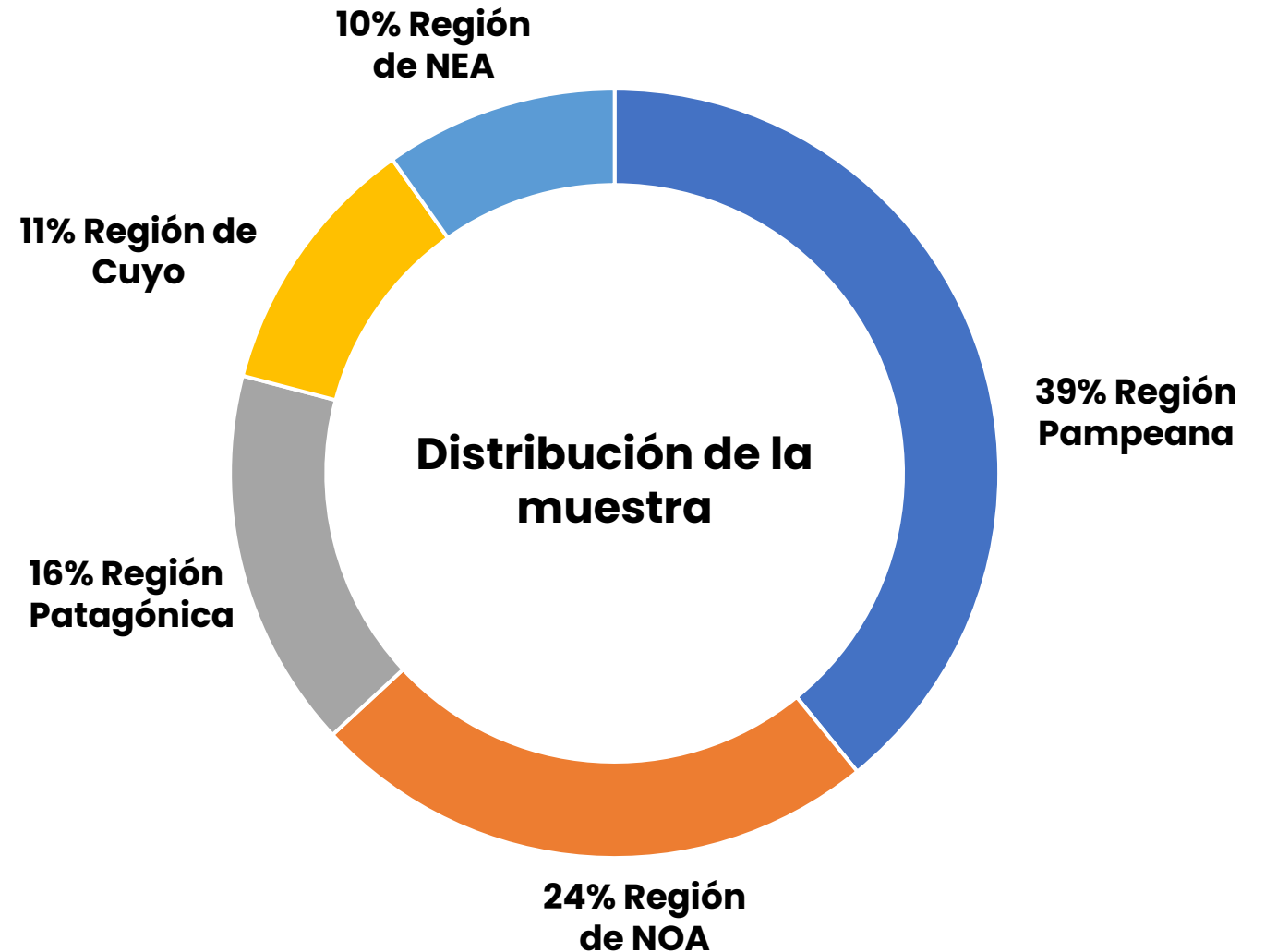
¿Cómo se recolecta la información?

A través de encuestas online, Mediamax obtiene información sobre los hábitos y preferencias del consumo semanal de cada plaza del país.



MUESTRA DE 15 A 60 AÑOS

Para el estudio **se evaluaron a 3854 personas entre 2022 y 2023**, distribuidos estratégicamente en las diferentes plazas del país, para obtener un número representativo de Argentina.

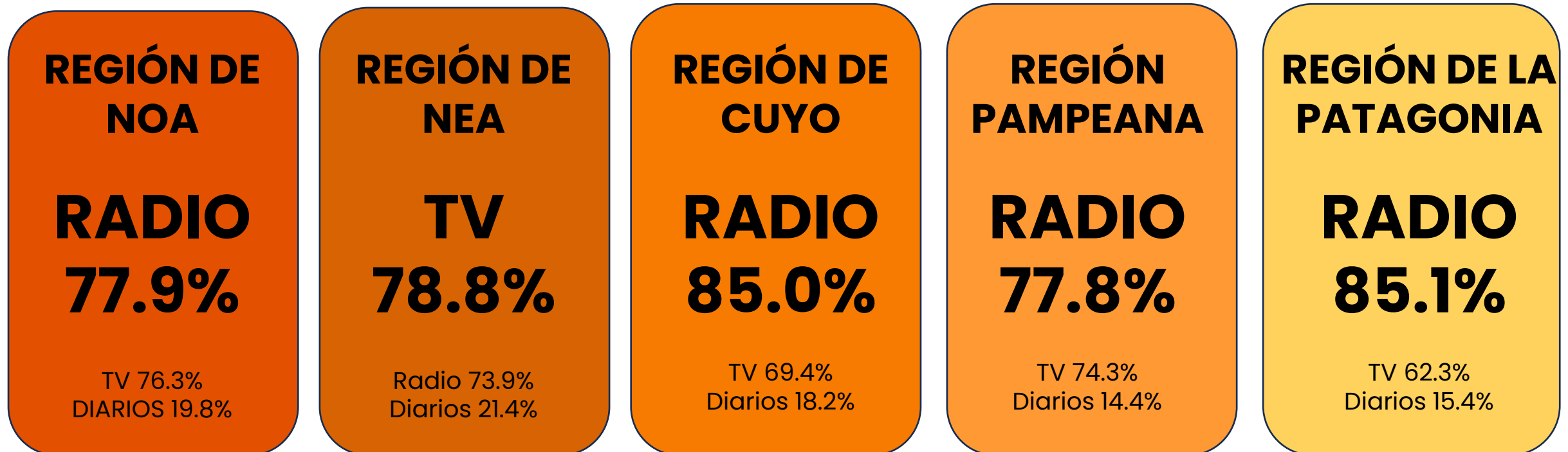


Para entender los resultados, es clave comprender que los hábitos y preferencias de consumo se modifican en cada localidad y región. Por eso, debemos saber a dónde queremos comunicar para saber cómo debemos hacerlo.

Research by Mediamax

Consumo de medios por región

Estudio by reserach Mediamax



En el norte y en la región pampeana del país podemos visualizar una paridad de preferencia de medios entre la radio y la televisión, mientras que en cuyo y la Patagonia aumenta considerablemente la elección de la radio por sobre la tv.

Análisis de la muestra

Research by Mediamax

La Radio

Un fenómeno local

Los resultados se pueden explicar fácilmente por el tipo de consumo que existe en cada región, y la idiosincrasia de cada provincia y ciudad.

El nivel de consumo de TV crece en las regiones norteañas del país porque existe una oferta de medios locales muy superior a las de otras zonas y el nivel de penetración del cable es alto.

El consumo general de la radio como medio offline líder responde a la cercanía de este medio con sus oyentes, en donde cada rincón tiene una emisora local que informa lo que pasa en su ciudad o pueblo en vivo, el medio de consulta por excelencia. Es servicio, compañía.

Los medios como TV y Gráfica llegan con la noticia consumada y se especializan en su análisis y desarrollo.

Sin embargo, la región no es el único factor que debemos tener en cuenta, sino también la edad de quiénes participan del estudio.

Research by Mediamax

**Por eso, focalizamos también
nuestro análisis en un target más
joven, de 15 a 45 años.**

Research by Mediamax

Pero, al igual que en la muestra más amplia, la radio se volvió a posicionar como el medio tradicional más elegido.

Research by Mediamax

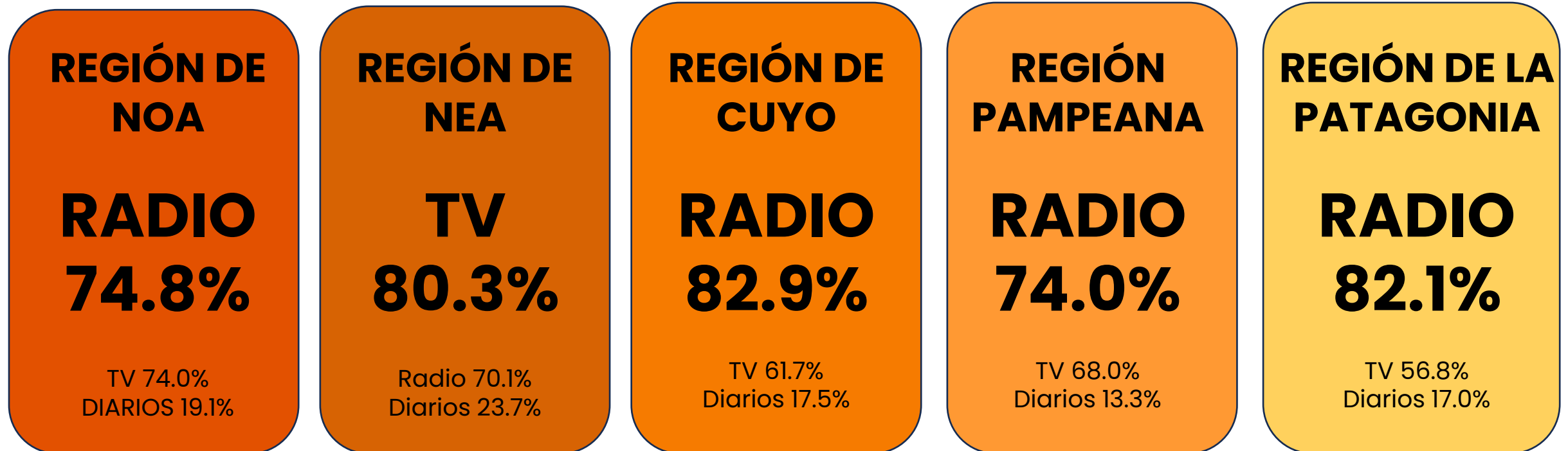
**EL 75.6%
ELIGE
LA RADIO**

**EL 68.3%
ELIGE LA
TELEVISIÓN**

**EL 16.9%
ELIGE EL
DIARIO**

Consumo de medios por región

Target de 15 a 45 años.



Con un target más joven, podemos visualizar que, pese a la pequeña disminución del consumo a nivel general, se mantiene la brecha a favor de la radio en Cuyo y la Patagonia, mientras que en la región pampeana y el norte existe una paridad a la hora de la elección.

Conclusiones generales:

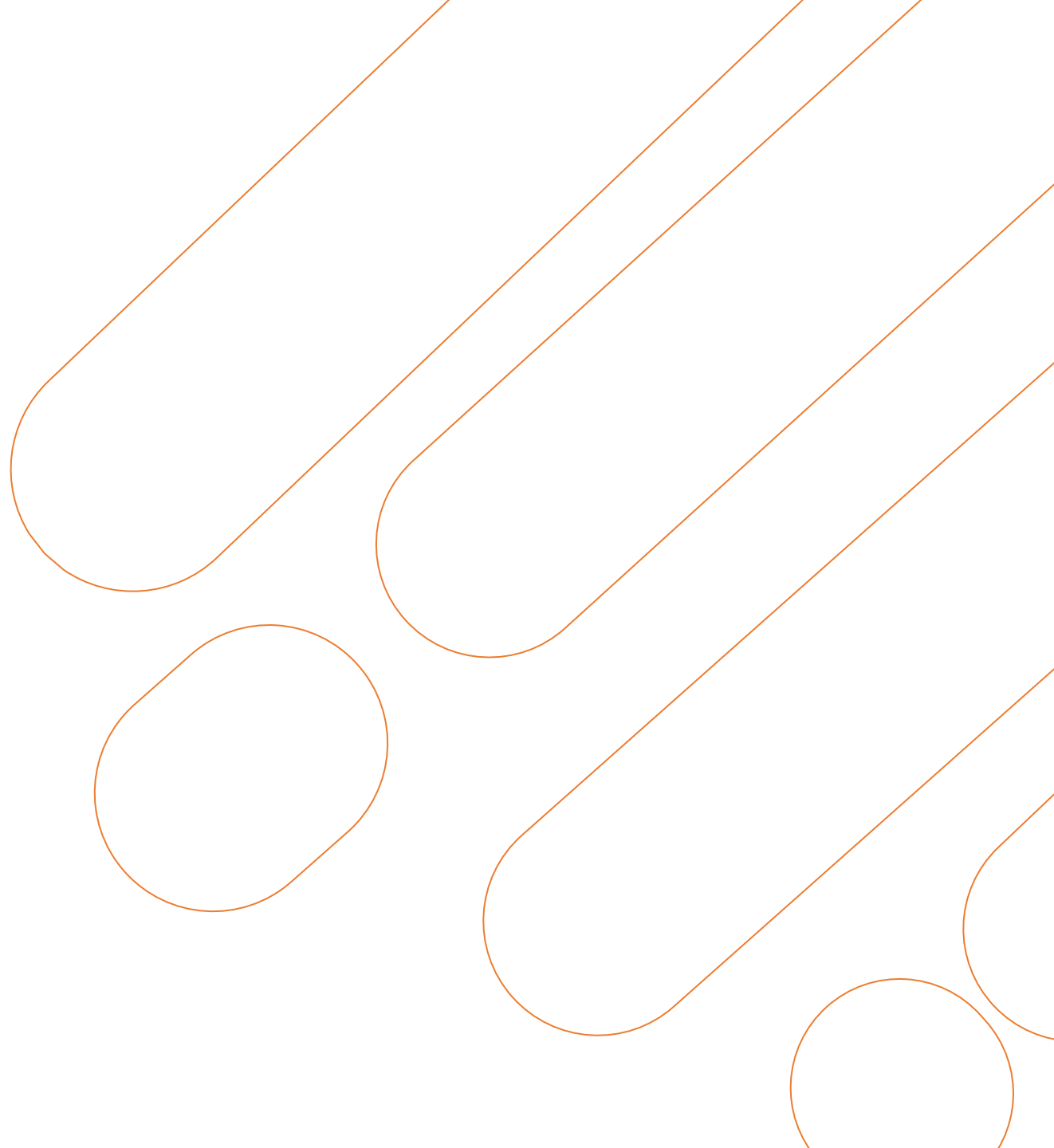
¿Por qué la radio es el medio más elegido en el interior del país ante el incremento de los medios audiovisuales?

Research by Mediamax

CANTIDAD DE SEÑALES LOCALES EN TODO EL PAÍS.

La radio es el único medio de comunicación con multiplicidad de opciones y perfiles en cada ciudad, con programas en vivo y señales enfocadas en los lugares de transmisión.

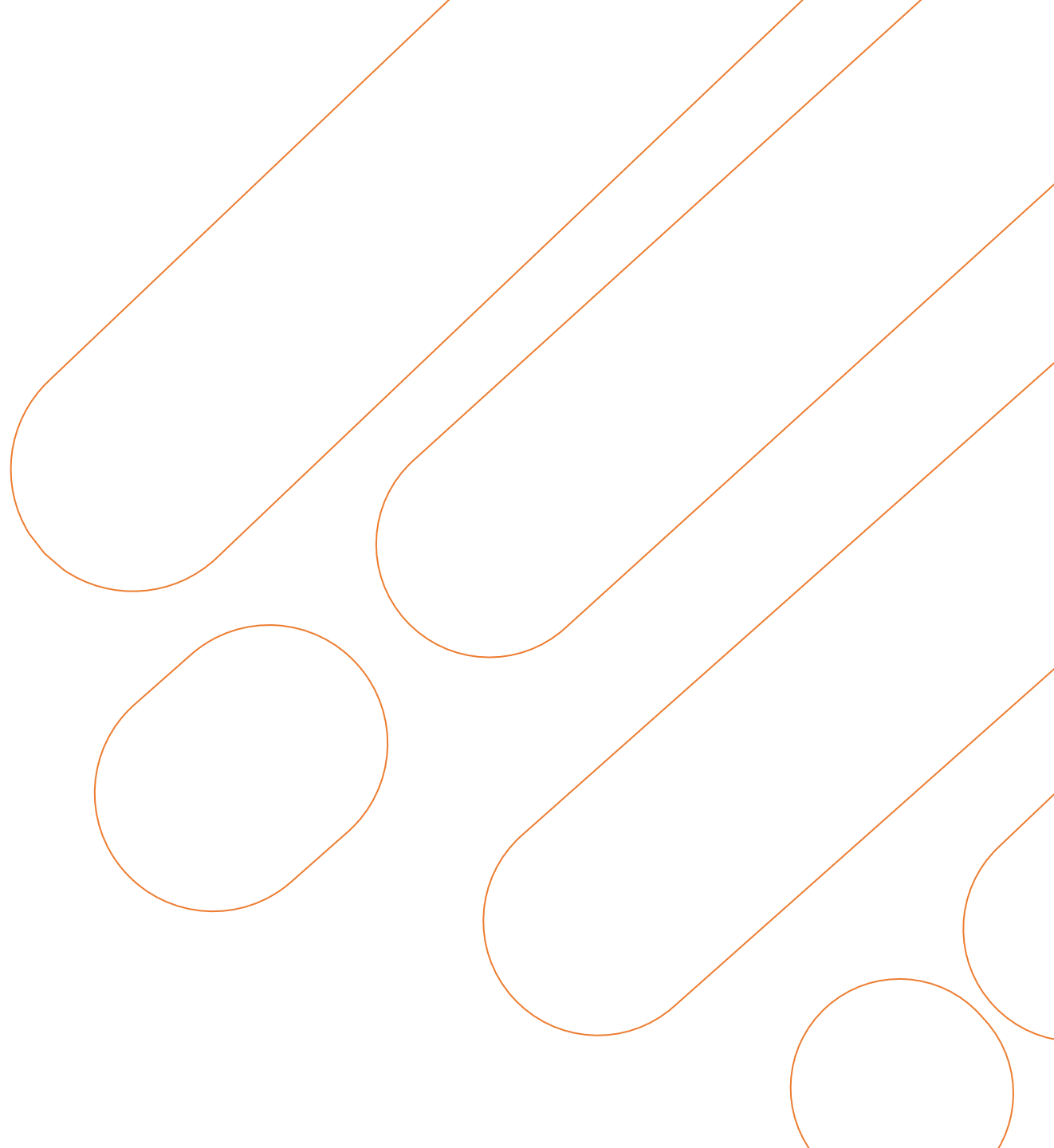
La televisión en cambio, cuenta con una menor variedad de señales propias, ya que algunas retransmiten contenido desde Buenos Aires o cuentan con algunas secciones específicas hechas en su ciudad de origen.



FACILIDAD A LA HORA DE ACCEDER A LA TRANSMISIÓN.

Otro de los puntos fundamentales de preferencia de las comunidades por la radio se relaciona con la facilidad que tienen los usuarios para poder sintonizar la transmisión. (radio, smartphones, automóviles, aplicaciones, streaming)

Un plus que contrasta con la televisión, ya que las señales que pueden verse de manera digital requiere una mayor cantidad de velocidad/datos.

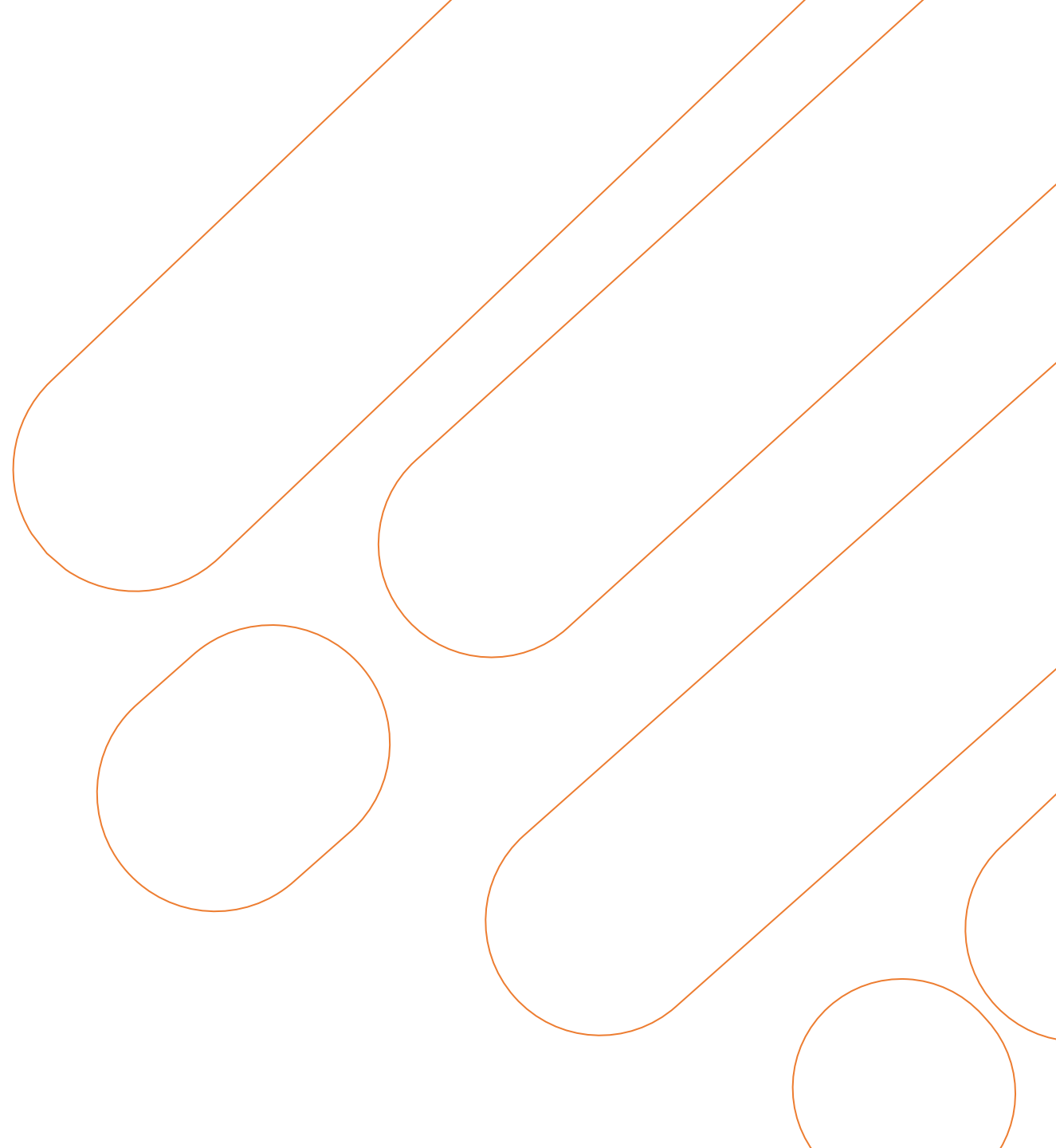


LA RADIO ES GRATIS E INTERACTIVA

Sin dudas, el tercer punto clave para entender los resultados tiene que ver con el acceso económico del usuario.

El acceso a la señal de radio es totalmente gratuita y hay una oferta muy amplia de elección en AM o FM.

Al ser un medio en vivo permite la interacción del oyente en tiempo real y recepción de la noticia al instante.



¡MUCHAS GRACIAS!
30> MEDIAMAX