

13 de febrero, Día Mundial de la Radio

LA ESCUCHA DE PODCASTS SUPERA POR PRIMERA VEZ EL MILLÓN DE PERSONAS EN 2021

- En España, más de veintidós millones de personas (el 55% de la población) escuchan la radio como media diaria
- Los hombres conectan más que las mujeres: 58,2% de ellos, frente al 51,2% de ellas
- Las edades intermedias (35 a 64 años) son las que cuentan con un mayor porcentaje de oyentes
- Los podcasts de programas de radio emitidos previamente en directo lideran el ranking de tipos de podcast favoritos
- Entretenimiento, gustos parecidos a uno mismo e imparcialidad, son la combinación perfecta a la hora de escoger la radio que se escucha

Madrid, 11 de febrero de 2022.- Este domingo, 13 de febrero, se celebra el Día Mundial de la Radio, medio imprescindible para nuestra vida y que, entre otras cosas, nos ha venido informando, entreteniendo, enseñando y también acompañando, desde hace más de cien años.

A esas imágenes de las familias escuchando atentamente las noticias en torno al aparato de radio, o del que sigue, nervioso, el partido de su equipo en un transistor, o de la que disfruta de su “morning show” en el coche al ir a trabajar, se añaden **nuevos dispositivos de escucha**, como es el **teléfono móvil**, los **nuevos sistemas de distribución como Internet**, o las **nuevas formas de escucha**, como es la **audiencia en diferido o los podcasts**.



Todas estas posibilidades, las ya asentadas y las nuevas, hacen que la radio no sólo no pierda importancia, sino que la gane, incorporando cada día nuevos oyentes para los que la radio pasará a ser uno de sus medios de referencia.

Esta nota contiene algunas pinceladas de la gran cantidad de información que los estudios elaborados por AIMC recogen del medio radio que este domingo estará de aniversario.

Más de veintidós millones de personas escuchan la radio en un día normal

La **penetración de la radio**, según datos de la **tercera Ola del EGM de 2021**, es el **54,6%**, es decir, como media, al día, el 54,6% de los españoles de más de 13 años escucha la radio, lo que en cifras absolutas son más de veintidós millones de personas.

Los hombres conectan más con la radio que las mujeres: el 58,2% de ellos frente al 51,2% de ellas, y son las edades intermedias (35 a 64 años) las que cuentan con un mayor porcentaje de oyentes. Concretamente los de 45 a 54 años, con un 63,8% los que registran un dato mayor.

		Total población (000)	Oyentes Radio (Ayer)	
			Absolutos (000)	%
SEXO	Total	40.948	22.364	54,6
	Hombre	19.907	11.582	58,2
	Mujer	21.041	10.782	51,2
EDAD 1	14 a 19	2.923	1.255	42,9
	20 a 24	2.364	1.100	46,5
	25 a 34	5.220	2.705	51,8
	35 a 44	7.043	4.168	59,2
	45 a 54	7.603	4.852	63,8
	55 a 64	6.419	3.817	59,5
	65 a 74	4.695	2.513	53,5
	75 y más	4.681	1.954	41,7

Datos EGM: Tercer Año Móvil 2021

La escucha de podcasts en el día de ayer supera por primera vez el millón de personas

La escucha de radio a través de las ondas, con casi veinte millones de usuarios (un 48,0 % del total de la población) es la forma más utilizada por los españoles para oír la radio.

Esta opción es seguida a gran distancia por la de Internet, que con más de tres millones de personas, es sin duda la que más crece, concretamente en 891.000 personas con respecto a 2020, lo que supone un aumento del 38,7 %.

La alternativa de escuchar la radio a través de la TDT también experimenta un importante incremento este año, seleccionada por 193.000 personas más, lo que supone un avance del 38,1%.

	ABSOLUTOS (Miles de individuos)			% sobre total población		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
A través de las ondas (OM/ FM)	40.288	40.565	40.948	40.288	40.565	40.948
Radio Internet	21.343	20.606	19.660	21.343	20.606	19.660
Radio TDT	1.939	2.304	3.195	1.939	2.304	3.195
	484	506	699	484	506	699

Datos: EGM

Al analizar la escucha de radio por Internet en el día anterior, tanto la que se hace por streaming, como la que se hace a través de podcast, presentan grandes incrementos con respecto a 2020.

	ABSOLUTOS (Miles de individuos)						% sobre Total población					
	2019	2020	2021	1ª Ola 21	2ª Ola 21	3ª Ola 21	2019	2020	2021	1ª Ola 21	2ª Ola 21	3ª Ola 21
Radio Internet	1.939	2.304	3.195	3.152	3.225	3.207	4,8	5,7	7,8	7,7	7,9	7,8
Streaming	1.501	1.765	2.413	2.054	2.466	2.342	3,7	4,4	5,9	5,0	6,0	5,7
Podcast	501	616	951	747	914	1.067	1,2	1,5	2,3	1,8	2,2	2,6

Datos EGM

Si bien 3 de cada 4 individuos que escuchan la radio por internet, lo hacen de programas emitidos en directo (un 36,7% más que el año anterior), la opción podcast ha experimentado un crecimiento aún mayor, con un aumento anual del 54,4%, siendo utilizada por 3 de cada 10 individuos que escuchan la radio por internet.

Es reseñable que en esta tercera Ola del EGM de 2021, la escucha “en el día de ayer” de podcasts, por primera vez supera la cifra del millón de oyentes, concretamente 1.067.000.

Los podcasts de programas de radio, consumidos de manera asíncrona a su emisión, lideran el ranking de tipos de podcast más escuchados

El estudio AIMC Marcas de 2021, del que en esta nota damos algún anticipo, ya que sus resultados se entregarán a finales de este mes, muestra que algo más de ocho millones de personas declaran escuchar alguna vez podcasts.

Los podcasts de programas de radio que se consumen independientemente a su momento de emisión, son claramente los más escogidos por los oyentes, señalado por el 42,6% de ellos.

Las otras categorías de podcasts más escogidas son: Música (26,8%), Humor (26,3%) e Historia (17,4%).

RANKING 10 TIPOS ESCUCHADOS DE PODCASTS	
Base: Podcasts	%
Programas de radio (*)	42,6
Música	26,8
Humor	26,3
Historia	17,4
Deportes	15,9
Culturales	15,8
Educativos	13,9
Noticias y política	11,9
Estilo de vida y salud	11,7
Misterio	11,5

Datos: AIMC Marcas 2021

(*) consumidos de manera asíncrona a su emisión

Hay que tener en cuenta que las cadenas de radio, en la actualidad, no solo producen programas que formarán parte de sus parrillas de emisión, sino que cada vez producen más programas, no para su emisión convencional, sino para que los oyentes puedan escucharlos cuando quieran, es decir “podcasts *exprofeso*”.

Entretenimiento, gustos parecidos a uno mismo e imparcialidad es la combinación perfecta a la hora de escoger la cadena de radio que se escucha

A la hora de escoger una emisora de radio, un 54,9% de los entrevistados se inclina por las más entretenidas. Pero además de la diversión, el hecho de que el estilo y el gusto de la cadena sean parecidos a los de uno mismo, también es un factor fundamental, tal como declara 39,2% de los encuestados. Y no sólo los gustos, sino también compartir ideologías y valores, señalado por el 29,3%.

Por último, destacar que un tercio de los entrevistados, considera que para escoger una cadena de radio, esta tiene que ser imparcial y objetiva.

CRITERIOS PARA LA ELECCIÓN DE CADENAS DE RADIO

Las más entretenidas	54,9
Tienen un gusto y un estilo parecido al mío	39,2
Las que son más imparciales y objetivas	33,0
Tienen ideologías/opiniones similar a la mía	29,3
Defienden valores de progreso y modernidad	14,1
Las más importantes, tienen más prestigio	13,0
Las que defienden los valores tradicionales	8,1

Datos: AIMC Marcas 2021

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 128 empresas asociadas, entre las que se encuentran los medios de comunicación (canales de televisión, cadenas y emisoras de radio, sitios de Internet, periódicos, revistas, distribuidoras de publicidad en cine, exclusivistas de exterior, etc.) y empresas del sector publicitario (anunciantes, agencias de medios, consultores, etc.).

Sus fines son la investigación, medición y control de la audiencia de los diferentes medios para distribuir sus informes entre sus asociados. En 2018, la asociación conmemoró el 50º Aniversario del EGM, estudio del que es gestora desde 1988 y que ofrece el conocimiento más riguroso, objetivo y transparente sobre el consumo de los medios de comunicación en España, además de estar elaborado con el máximo consenso de todos sus asociados.

Para más información: <http://www.aimc.es>  