



ESTUDIO SOBRE
EL CONSUMO DE
AUDIO DIGITAL

»» 2021

*Centroamérica
y El Caribe*

 **CISNEROS**
INTERACTIVE

 Brandwatch

NUUESTRO EQUIPO

Honduras



Pedro Utreras
Managing Partner

**Ana Lucía
Armas**
Sales Executive



**Nathalia
Fernández**
Head of Sales CAM



Fernando Ruiz
Sales Executive

Audio.ad

Spotify

ACERCA DEL **ESTUDIO**



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

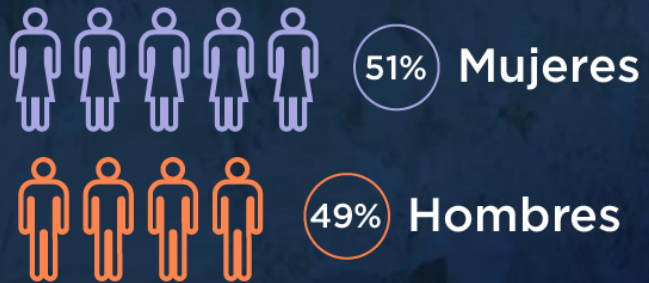
LA **TÉCNICA** UTILIZADA PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS FUE UN **CUESTIONARIO ONLINE** AUTOADMINISTRADO POR COMPUTADORA EN RADIOS POR INTERNET Y SITIOS DE AUDIO STREAMING.

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

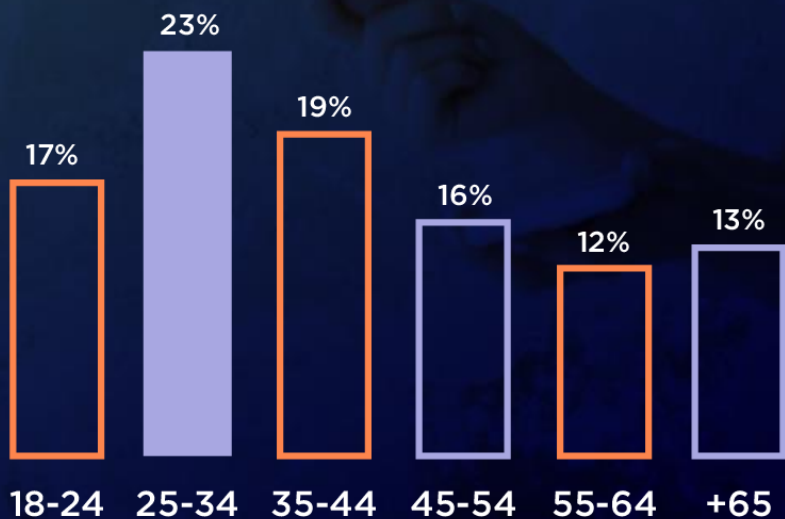
- La **muestra escogida** para llevar a cabo la investigación fueron 1000 casos de encuestas por Internet realizadas en **Puerto Rico, República Dominicana, Guatemala, Costa Rica, Panamá, Honduras y El Salvador** del 1 al 15 de enero de 2021, con la intención de:
 - **Descubrir** los hábitos en el consumo 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

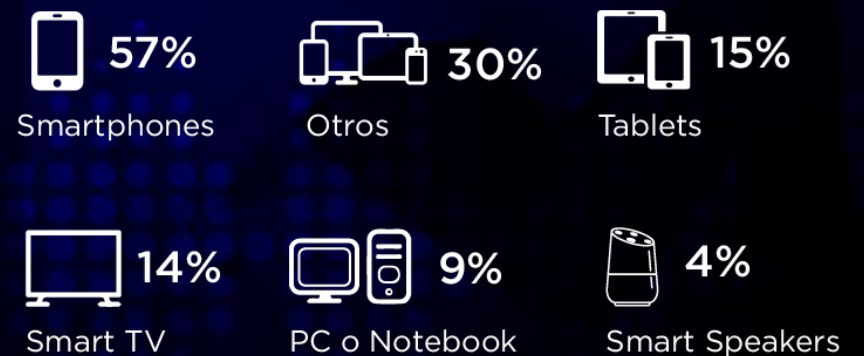
CONSUMO POR GÉNERO



CONSUMO POR EDAD



CONSUMO POR DISPOSITIVO



HÁBITOS DE CONSUMO

CONTENIDO MÁS ESCUCHADO

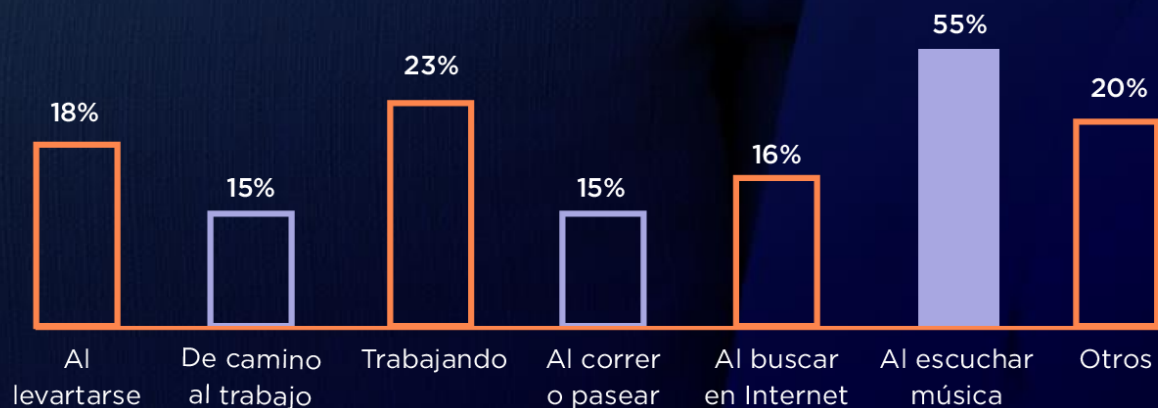
MÚSICA 76%

RADIO EN INTERNET 16%

PODCASTS 20%

NINGUNO DE LOS ANTERIORES 15%

EN CUÁL DE LAS SIGUIENTES SITUACIONES CONSUMEN / ESCUCHAN AUDIO DIGITAL



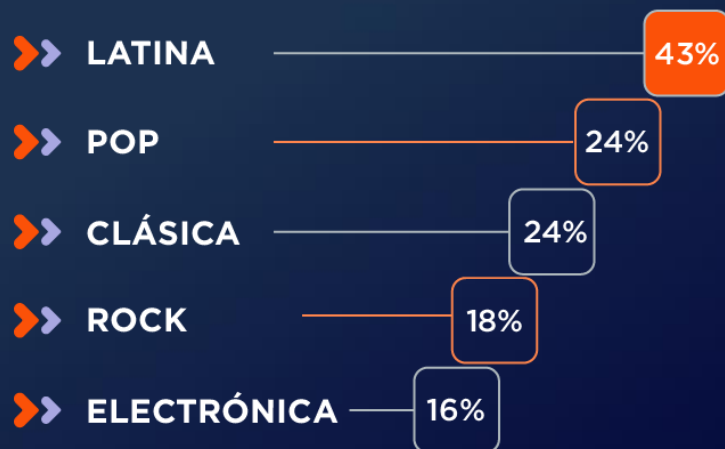
35%
CONSUME AUDIO DIGITAL
ENTRE UNA Y 3 HORAS
DIARIAS

CONSUMO DE MÚSICA ONLINE

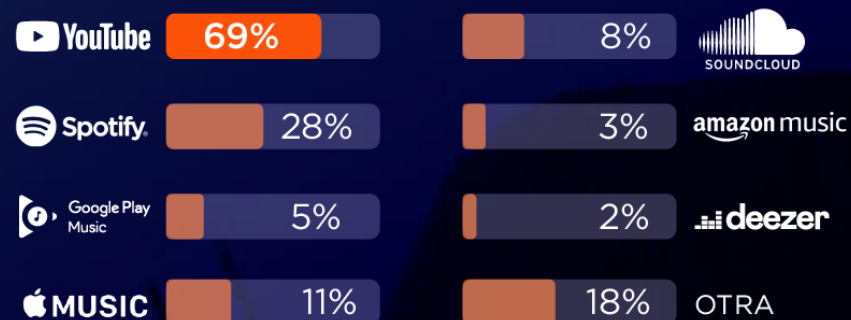


ESCUCHA MÚSICA
MÁS DE 7 VECES
POR SEMANA

GÉNERO MUSICAL MÁS ESCUCHADO



PLATAFORMA MÁS UTILIZADA



75%

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



CONSUMO DE PODCASTS



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



ESCUCHA ENTRE 2 Y 5
PROGRAMAS EN
PARTICULAR

MOMENTOS DE ESCUCHA

EN LA MAÑANA AL DESPERTAR **28%**

DE CAMINO AL TRABAJO **28%**

TRABAJANDO **26%**

HACIENDO EJERCICIO **24%**

POR DISTRACCIÓN O RELAJACIÓN 51%

OTROS **21%**

PLATAFORMA MÁS UTILIZADA

 Spotify **47%**

OTROS **26%**

PODCASTERS WEB/APP **25%**

 Google Podcasts **18%**

 Apple Podcasts **14%**

 iVoox **10%**

TIPOS DE PODCASTS MÁS CONSUMIDOS

52%
MÚSICA

39%
HUMOR

30%
NOTICIAS

25%
CRECIMIENTO
PERSONAL

22%
POLÍTICA

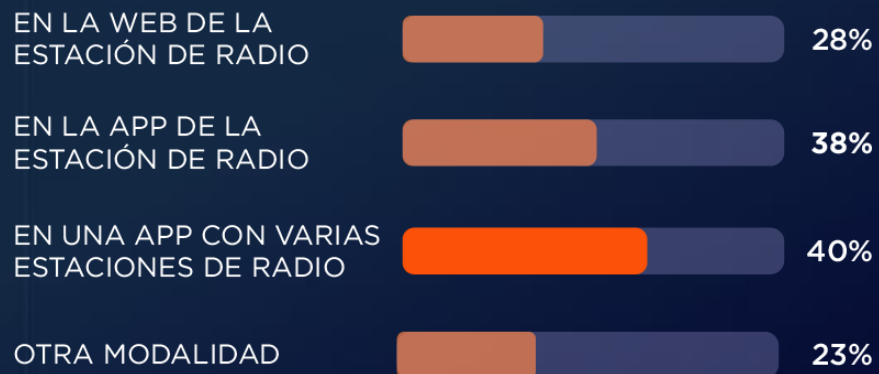
16%
TECNOLOGÍA

CONSUMO DE RADIO ONLINE

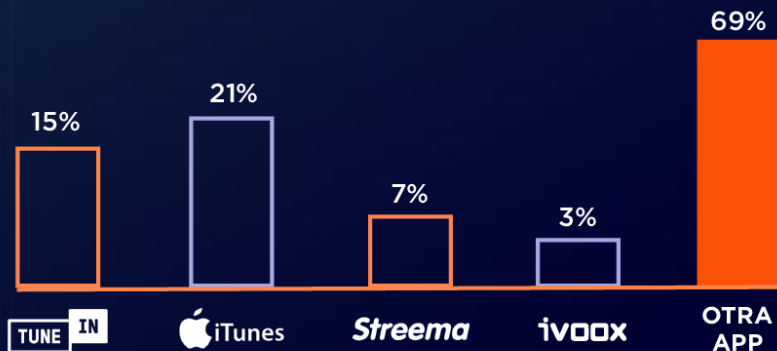


ESCUCHA RADIO DE 1 A 3 VECES POR SEMANA

FORMAS DE ESCUCHA



PLATAFORMA MÁS UTILIZADA



EL CONTENIDO MÁS CONSUMIDO EN LA RADIO



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 34%

ELECTRODOMÉSTICOS 28%

EDUCACIÓN 22%

PRODUCTOS DE SUPERMERCADO **20%**

PRODUCTOS BANCARIOS **17%**

AUTOS O MOTOS **15%**

TURISMO **13%**

INVERSIONES **12%**

ROPA O ZAPATOS **11%**

TICKETS PARA EVENTOS **9%**

SEGUROS **8%**

33%

PIENSA QUE ES 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.

