

**Estudio de Audio**

# **RDF 2025: Innovación Digital**

# El Estudio de Audio 2024 analiza cómo consumimos audio en sus distintos formatos: radio, pódcast, audiolibros y plataformas digitales.

Destaca el crecimiento continuo del podcast y los audiolibros, con un 84% y 71% de escucha respectivamente, además del aumento en el consumo desde plataformas como YouTube y Spotify.

También subraya el impacto del audio como medio para entretenér, educar y conectar emocionalmente con las audiencias.

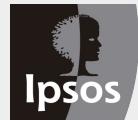
# Metodología

Empresa de Investigación  
de Mercado **Ipsos**

**Cuestionario** semi-estructurado  
autoadministrado a través de la  
plataforma Ipsos Digital.

**Duración** de 12-15 minutos

**Grupo Objetivo:** Hombres y  
Mujeres de 18 y más años,  
ABC1C2C3 a nivel nacional.



**Muestra:** 835 casos. Los resultados  
se ponderaron en base a los pesos  
de la población de cada uno de los  
macrosegmentos considerados GSE;  
Sexo, Edad y Zonas geográficas.

**Trabajo de campo:** Del 6 al 10 de  
octubre.

**SONAR**

**TELE13** RADIO  
103.3FM

**Play**

**Radio13C**  
102.1 FM

**EMISOR**  
PODCASTING

# Todos Conocen el Audio

P: ¿Cuál de los siguientes tipos de formato de audio conoces?

Año	2021	2022	2023	2024
<b>Radio am/fm</b>	85%	97%	94%	95%
<b>Radio digital</b>	76%	94%	94%	96%
<b>Audiolibros</b>	51%	71%	77%	81%
<b>Podcast</b>	42%	57%	80%	91%

<b>Total Radio</b>	S/I	S/I	98.3%	98.6%
<b>Total Audio Digital</b>	S/I	S/I	97.9%	99.4%

## El impacto del audio

El audio de contenido **radial y el audio, en su totalidad, digital, es conocido por toda la población.**



# Todos han escuchado Audio

P: ¿Cuál de los siguientes tipos de formato de audio has escuchado alguna vez?

Año	2021	2022	2023	2024
<b>Radio am/fm</b>	73%	96%	92%	91%
<b>Radio digital</b>	61%	91%	89%	90%
<b>Audiolibros</b>	32%	55%	66%	71%
<b>Podcast</b>	30%	45%	73%	84%

<b>Total Radio</b>	S/I	S/I	97%	97%
<b>Total Audio Digital</b>	S/I	S/I	96%	98%

La fuerza del contenido digital

Los contenidos digitales de **audiolibro y podcast, siguen su tendencia al alza año a año a nivel de escucha.**

# Todos Escuchan más Audio

P: En relación al año pasado y a tu consumo de contenidos de audio en cualquiera de sus formatos, este año escuchas

Año	2022	2023	2024
<b>Más</b>	46%	47%	50%
<b>Lo mismo</b>	38%	40%	34%
<b>Menos</b>	16%	13%	16%

El consumo sigue creciendo

**El 50% de la población escucha más audio que el año anterior.**  
¡Tercer año consecutivo!

## Radio | Doble Click en el consumo

P: ¿En los últimos 30 días, has escuchado...?

Año	2024
Radio am/fm	91%
Radio digital	62%

Radio y digital, aliados clave

**La radio, tiene un alcance mensual del 94.8%. Un 62% lo consume desde fuentes digitales y un 91% desde la radio tradicional.**

El 50% de la audiencia, escucha tanto desde radio tradicional como digital.



# Radio | Doble Click en el consumo

P: Entre lunes y viernes, ¿cuántos días escuchas...?

Año	2024
Radio am/fm	91%
Radio digital	62%

## Hábito y fidelidad al audio

De los auditores de radio, **el 58% lo hace al menos 3 veces a la semana** (lun-vie) en canal tradicional y, **68% de los auditores digitales, lo hacen al menos 3 veces a la semana.**

**El fiel hábito de consumo es con el medio, no con el canal de distribución.**



## Radio | Doble Click en el consumo

P: ¿cuáles son los horarios en los que escuchas...? respuesta múltiple. Base consumo 30 días.

P: Entre las siguientes alternativas, ¿cuál es tu principal razón para escuchar...?

Horarios	radio am/fm			radio digital		
	2022	2023	2024	2022	2023	2024
6 a 7	24%	23%	20%	19%	16%	14%
7 a 9	25%	37%	25%	14%	17%	20%
9 a 13	32%	32%	30%	25%	31%	31%
13 a 16	22%	20%	19%	22%	19%	22%
16 a 18	17%	15%	20%	20%	16%	26%
18 a 21	19%	11%	19%	20%	20%	19%
21 a 06	6%	5%	7%	11%	11%	10%

### Un medio que se adapta

Durante el día, el % de auditores dentro de cada canal de distribución de la radio va adaptándose. Y, la principal razón para escuchar, la entretenición.



# Radio | Doble Click en el consumo

P: Entre lunes y viernes, ¿cuántos días escuchas...?

Frecuencia	Radio am fm	Radio auto
Siempre	<b>23.5%</b>	<b>28.8%</b>
Casi siempre	<b>26.0%</b>	<b>23.0%</b>
A veces	28.1%	19.8%
Casi nunca	13.4%	10.4%
Nunca	8.9%	10.7%

## La relevancia de la radio

Dentro de los auditores de radio tradicional, la frecuencia casi siempre y siempre se dan, principalmente, desde la radio am/fm y del auto.



## Radio | Doble Click en el consumo

P: ¿cuáles son los horarios en los que escuchas...? respuesta múltiple. Base consumo 30 días.

P: Entre las siguientes alternativas, ¿cuál es tu principal razón para escuchar...?

	app	web	smarttv	asistentes de voz	agregadores	spotify	youtube
Siempre	<b>32.2%</b>	<b>33.8%</b>	20.9%	9.4%	8.8%	<b>30.2%</b>	<b>36.2%</b>
Casi siempre	<b>37.5%</b>	<b>35.8%</b>	27.7%	22.6%	12.6%	<b>27.9%</b>	<b>29.6%</b>
A veces	24.0%	21.6%	27.7%	26.5%	15.8%	25.0%	21.3%
Casi nunca	3.3%	7.6%	10.5%	17.3%	20.1%	6.3%	7.2%
Nunca	3.0%	1.2%	13.2%	24.2%	42.7%	10.6%	5.7%

### Digital como protagonista

En el caso de la Radio Digital, tanto la app y web, son los principales canales de sintonía para los auditores de mayor hábito. Sin embargo, Spotify y Youtube, son hoy un canal de distribución muy relevante para esta audiencia.

## Podcast | Doble Click en el consumo

P: ¿En los últimos 30 días, has escuchado...?

P: Entre lunes y viernes, ¿cuántos días escuchas...?

P: Entre las siguientes alternativas, ¿cuál es tu principal razón para escuchar...?

Entretención como motor principal:

**47%**

1 de cada 2 personas escucha podcast en el último mes.

**68%**

Escucha, al menos, 3 veces a la semana.

**30%**

Escucha los primeros 5 días de la semana (lun a vie).

# Podcast | Doble Click en el consumo

P: ¿cuáles son los horarios en los que escuchas...? respuesta múltiple. Base consumo 30 días.

Horarios	Podcast		
	2022	2023	2024
6 a 7	18%	14%	12%
7 a 9	8%	13%	11%
9 a 13	11%	16%	17%
13 a 16	14%	17%	19%
16 a 18	17%	22%	24%
18 a 21	33%	23%	33%
21 a 06	33%	28%	27%

## Podcast: un formato al alza

Desde la mañana, el consumo sube bloque a bloque. Entre las 18 y 21 horas, 1 de cada 3 auditores de podcast está escuchando.

# Podcast | Doble Click en el consumo

P ¿Qué dispositivos usas para escuchar...? Base consumo 30 días Podcast

	app	web	smarttv	asistentes de voz	agregadores	spotify	youtube
Siempre	32.9%	29.6%	15.2%	9.2%	6.7%	34.4%	37.2%
Casi siempre	31.6%	30.8%	20.3%	11.4%	9.7%	21.0%	25.7%
A veces	22.0%	24.2%	28.8%	18.1%	14.4%	19.4%	24.2%
Casi nunca	7.8%	6.6%	14.2%	23.5%	18.1%	10.9%	5.0%
Nunca	5.7%	8.8%	21.4%	37.7%	51.0%	14.3%	7.8%

## Plataformas que conectan

Los auditores de podcasts, tienen como mayor plataforma de consumo frecuente a Youtube. Y entre las respuestas “siempre” y “casi siempre”, hay 1.5MM de auditores. Spotify, la web y las apps, son los otros lugares que reúnen al mayor volumen de audiencia y una mayor frecuencia de consumo.



## Audiolibros | Doble Click en el consumo

P: ¿En los últimos 30 días, has escuchado...?

P: ¿En los últimos 7 días, has escuchado...?

P: Entre lunes y viernes, ¿cuántos días escuchas...?

P: Entre las siguientes alternativas, ¿cuál es tu principal razón para escuchar...?

Consumo arraigado en los auditores:

**23%** 1 de cada 4 personas escucha audiolibros en el último mes.

**18%** 1 de cada 5 personas escucha audiolibros en la última semana.

El aprendizaje sigue liderando:

**45%** Escucha, al menos, 3 veces a la semana.

**29%** Escucha los primeros 5 días de la semana (lun a vie).  
Cifra muy similar al otro contenido de audio on demand, el podcast.



## Audiolibros | Doble Click en el consumo

P: ¿cuáles son los horarios en los que escuchas...? respuesta múltiple. Base consumo 30 días

Horarios	Audiolibros		
	2022	2023	2024
6 a 7	18%	11%	13%
7 a 9	5%	4%	10%
9 a 13	7%	7%	14%
13 a 16	6%	13%	10%
16 a 18	7%	20%	17%
18 a 21	27%	25%	30%
21 a 06	37%	25%	26%

### El horario del audio

Y, como el podcast, la mayor preferencia de escuchar entre sus auditores, está al término de la jornada diaria, desde las 18 horas.



## Audiolibros | Doble Click en el consumo

P ¿Qué dispositivos usas para escuchar...? Base consumo 30 días Audiolibros

	app	web	smarttv	asistentes de voz	agregadores	spotify	youtube
Siempre	30.9%	24.0%	14.4%	6.6%	8.7%	21.8%	31.2%
Casi siempre	27.3%	34.7%	20.1%	17.2%	14.4%	19.4%	23.8%
A veces	30.8%	26.3%	26.3%	22.4%	22.0%	26.4%	21.4%
Casi nunca	7.2%	10.1%	15.1%	22.0%	16.8%	15.0%	11.6%
Nunca	3.7%	4.9%	24.2%	31.7%	38.0%	17.4%	11.9%

### Audiencias que evolucionan

Entre los más habituales auditores (“siempre” y “casi siempre”), el consumo está sobre todo en Youtube, webs y apps.

**Estudio de Audio**

# **RDF 2025: Innovación Digital**