# IGNIS TRANSMEDIA

## HIGHLIGHTS EN EL ECOSISTEMA DE BIGDATA

# Música Multiplataforma

UNA PUBLICACIÓN DE:

IGNIS MEDIA AGENCY

N°11 2018

IGNIS TRANSMEDIA

PORTABILIDAD

MOBILE

APPS

JÓVENES

+ FRECUENCIA

# MÚSICA MOBILE

En la Argentina, **escuchar música sigue siendo una práctica universal**. Solamente un 2% de la población no desarrolló nunca esta costumbre.

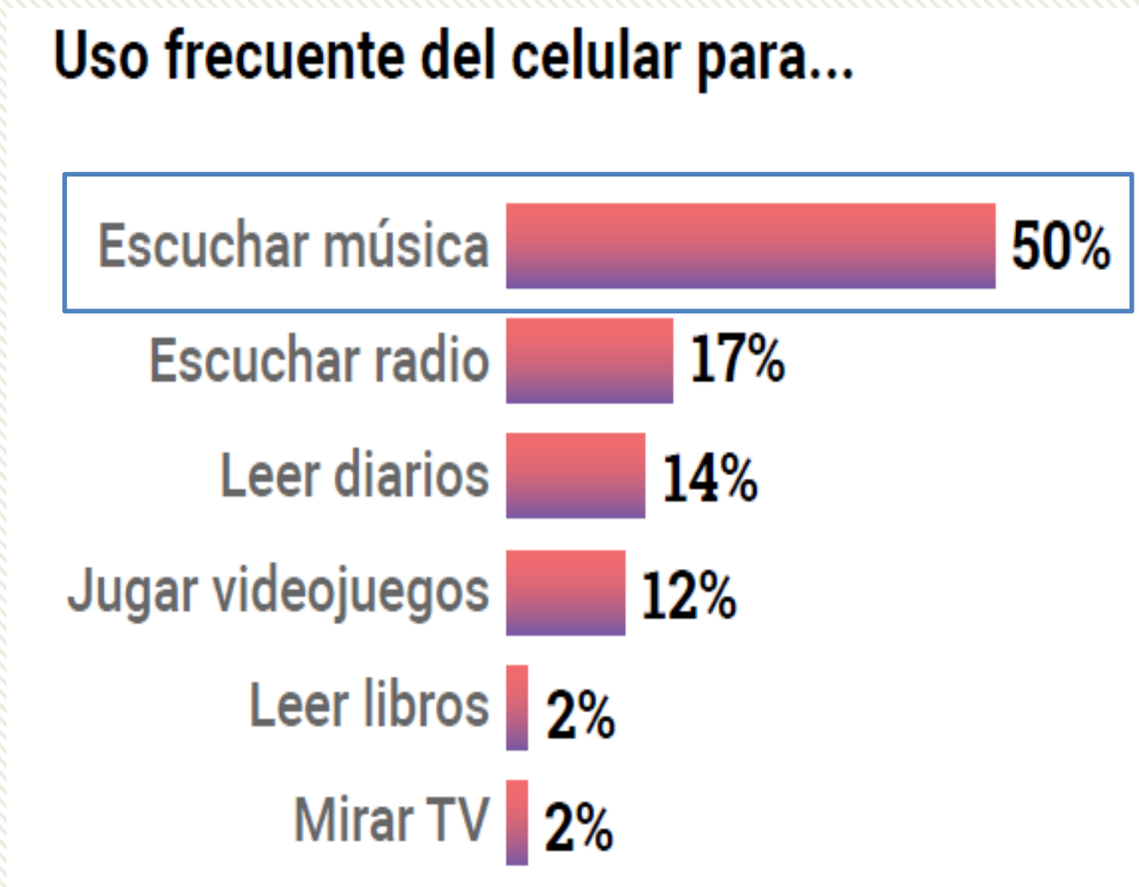
En 2017 apenas el 7,2% de la población escuchó música en mp3 y un 6,8%, en pasa-cassette. En cambio, **el celular pasó a ser el aparato más utilizado para escuchar música** (56%),

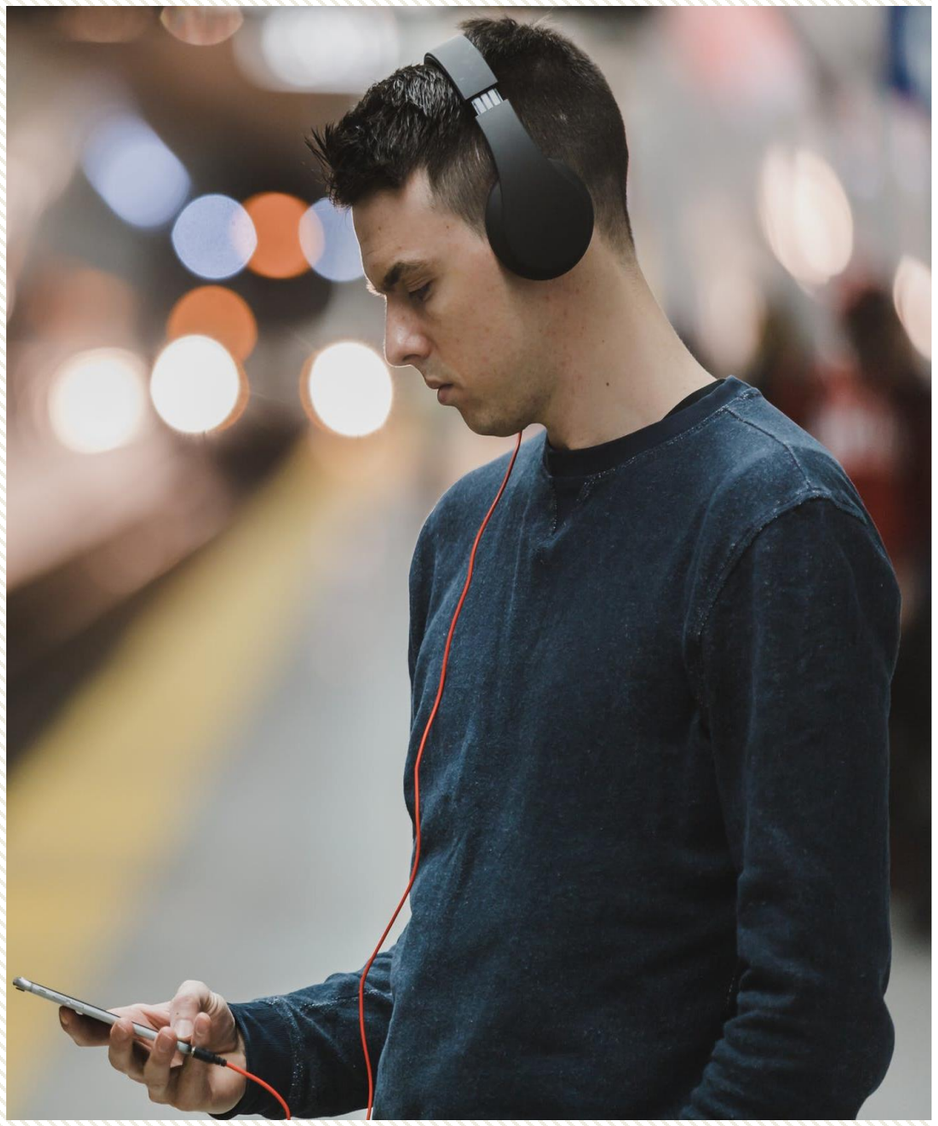
El celular es el principal soporte de escucha y la aparición de plataformas que almacenan grandes volúmenes de información hizo de la música un hábito tan frecuente como portable. Aunque se trata de una práctica extendida en casi todas las edades, la escucha de música, y en particular mediante el celular, es muy intensa entre los jóvenes.

Fuente: Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017

# MÚSICA MOBILE

IGNIS TRANSMEDIA



Se escucha un promedio de alrededor 2 HORAS Y 45 MINUTOS DIARIOS de música.

Entre los géneros más escuchados se destacan:

- ROCK NACIONAL,
- CUMBIA
- MÚSICA ROMÁNTICA

.

Fuente: Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017

# MÚSICA ONLINE

IGNIS TRANSMEDIA

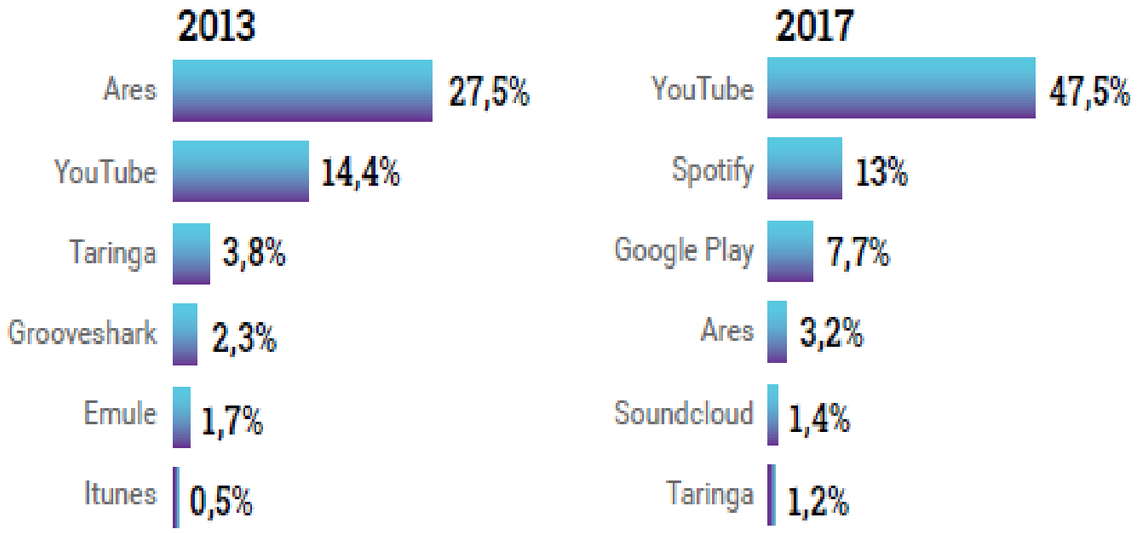
Existe un marcado **crecimiento de la escucha de música online**. Mientras en 2013 sólo un 16% solía hacerlo frecuentemente, hoy lo hace el **44% de los argentinos.**

De lo contrario, la descarga de música cayó cerca de 10 puntos porcentuales.

DESCARGAR / ESCUCHAR MÚSICA 2013 VS 2017

**YouTube (47,5%)** es la plataforma preferida para escuchar música. Le sigue Spotify pero muy por debajo (13%)

SITIOS PROGRAMAS O APLICACIONES EMPLEADOS PARA BAJAR O ESCUCHAR MÚSICA 2013 VS 2017



RANKING DE SITIOS WEB DE MÚSICA, ACORDES Y LETRAS

| SITIOS WEB DE MÚSICA | TOTAL DE VISITANTES ÚNICOS (000) |
|---|---|
| MÚSICA.COM | 1.172 |
| SPOTIFY.COM | 911 |
| LACUERDA.NET | 765 |
| LETRAS.COM | 626 |
| SOUNDCLOUD.COM | 277 |
| MUSIXMATCH.COM | 262 |
| GENIUS.COM | 235 |
| SONGSTRADUCIDAS.COM | 176 |
| ROCK.COM.AR | 141 |
| ULTIMATE-GUITAR.COM | 126 |

Fuente: Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017// TGI ene-dic 2017  feb-jul 2013// Comscore abril 2018

# TRANSFORMACIÓN DE LA RADIO

IGNIS TRANSMEDIA

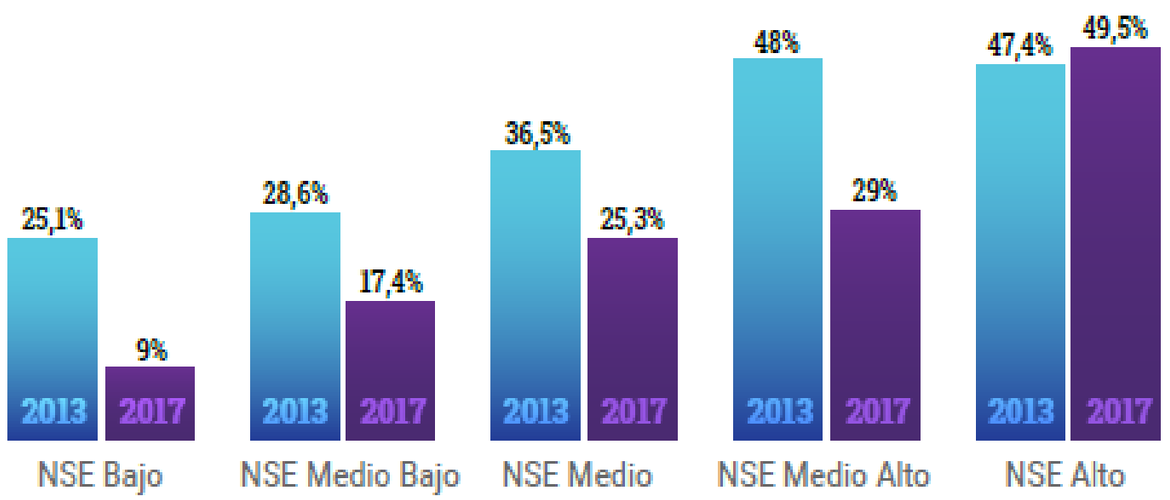
Entre 2013 y 2017,según el estudio Target Group Index, **disminuyó un 9% la proporción de oyentes de radio**. Se explica, en parte, por la caída de la escucha entre los jóvenes de 18 a 24 años (pasó del 20% al 16%).

La radio ha experimentado algunas transformaciones: **los jóvenes comienzan a escuchar radio través de internet,** sin embargo el aparato transmisor sigue vigente, la mayor parte de quienes lo utilizan son adultos. Esto pone en evidencia que **no todos consumen radio de la misma forma.**

El comportamiento de la escucha de radio por edad también muestra diferencias en cuanto a las preferencias de programación: el 47% de los radioescuchas elige programas musicales - **PARA LOS MÁS JÓVENES, ESCUCHAR RADIO EQUIVALE A ESCUCHAR MÚSICA** -y las emisiones informativas comienzan a ganar terreno a partir de los 34 años.

## RECITALES

ASISTENCIA A RECITALES POR NIVEL SOCIOECONÓMICO 2013 VS 2017




## NSE alto medio

## Jóvenes

También son los jóvenes los que disfrutan de la música en los recitales. La población de los estratos bajos es la que menos asiste y la que más dejó de ir entre 2013 y 2017. En 2013 un 34% de la población había asistido a algún espectáculo de música en vivo durante el año, mientras que en 2017 esa proporción fue del 22%. **Entre las personas que dejaron de asistir, 7 de cada 10 pertenecen a sectores socioeconómicos medios y bajos.**

40% de los que asisten a shows musicales utilizan **streaming de música**, Spotify es el primero con el 20%

38% vio videos online de música/shows/ videoclips. La mayoría a través de su smartphone

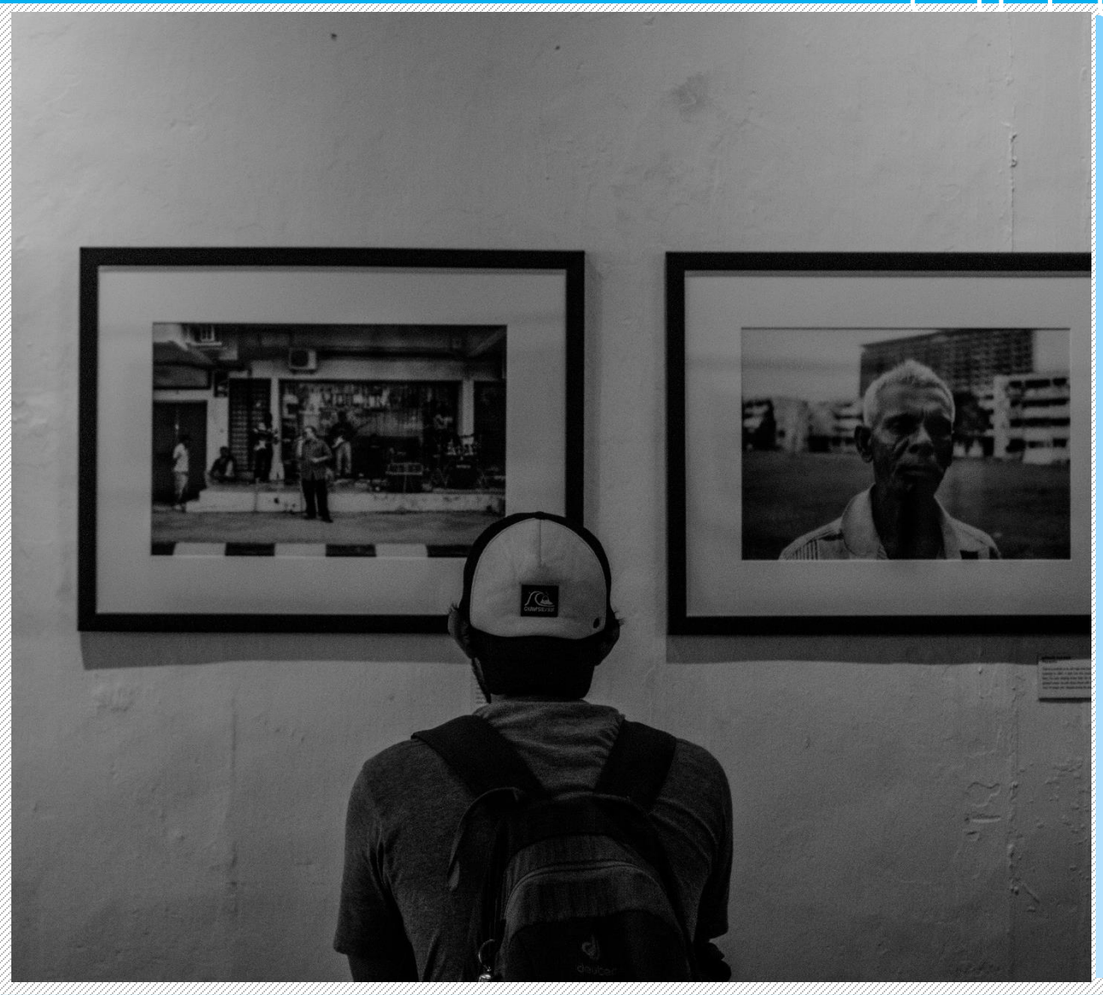
## Redes sociales afines

YouTube Instagram

# ESPECTÁCULOS

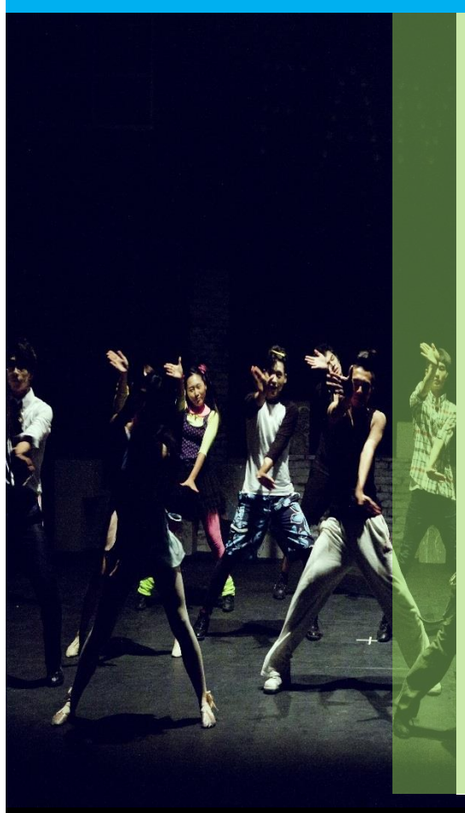
IGNIS TRANSMEDIA

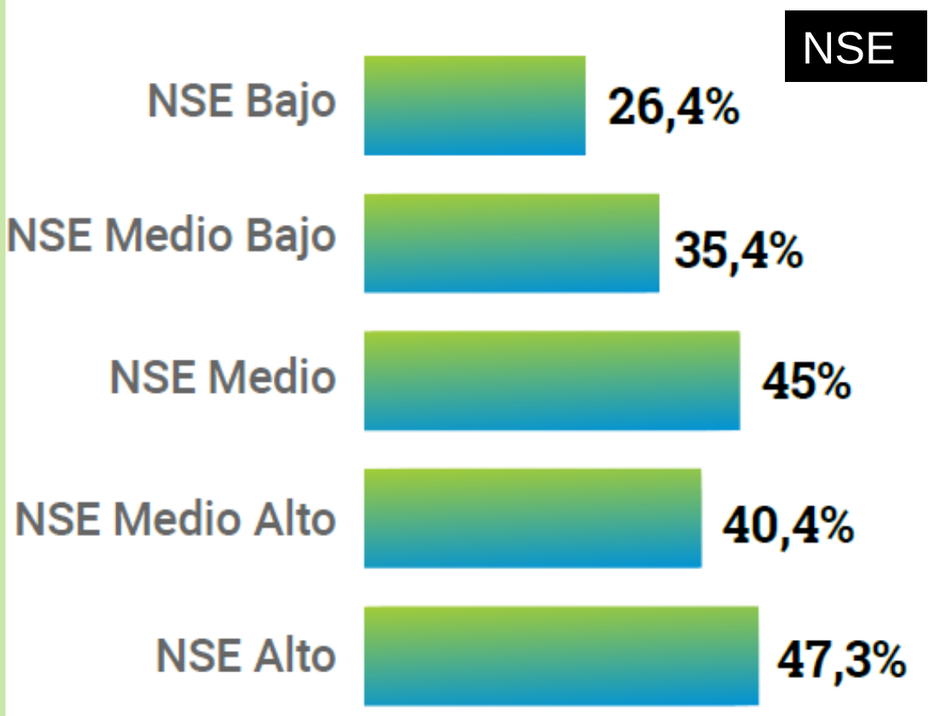
## La música ocupa el segundo puesto en el gasto promedio de consumos culturales

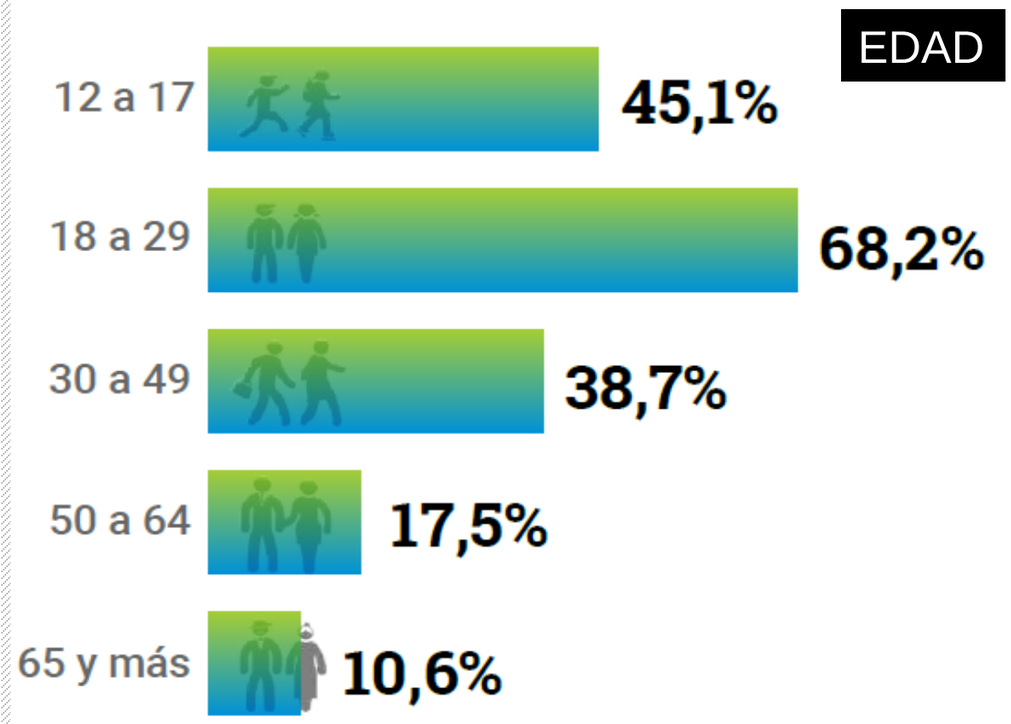


1. Patrimonio (Entradas a museos, carnavales, fiestas populares y/o regionales, etc.)
2. Música grabada (Abonos, descargas, suscripciones o aplicaciones, etc.)
3. Diarios de papel
4. TV, Películas, series (Netflix, canales premium, On Demand, descargas pagas, etc.)
5. Videojuegos (Compra o descarga de videojuegos)

## BAILE EN: BAILANTA BARES BOLICHES






## Espacios de entretenimiento + jóvenes + NSE medio alto

Fuente: Encuesta Nacional de Consumos Culturales 2017

MUSIC

IGNIS TRANSMEDIA

# Personas que escuchan música frecuentemente:

## Perfil actitudinal

- La música forma parte importante de su vida
- Afines a asistir a espectáculos musicales y tocar instrumentos
- Prefieren productos de empresas que apoyan proyectos sociales o culturales. También aquellas que se comprometen a combatir desigualdades sociales
- Les encanta la idea de viajar al exterior
- Acceden internet para buscar información
- Usuarios de redes sociales
- Escuchan radio frecuentemente y confían en este medio para mantenerse informados
- Creen que comprar por internet es fácil, buscan ofertas y compran impulsivamente

## Perfil sociodemográfico

- Ambos
- NSE medio alto
- Gen Z
- Millennials
- Gen X

Fuente: TGI ene-dic 2017

# Personas que escuchan música frecuentemente

## GENERACIÓN STREAMING

**55%** accede a internet a través de su **smartphone**
27% lo hace solo a través de su smartphone

Son afines a la **radio on** y a escucharla en smartphone

**1 de cada 3** vio videos musicales online, la mayoría lo hizo a través de smartphone

Suelen subir videos a internet y videoclips para compartirlos

Consultan en internet para tareas/ trabajos

**39%** bajó algún aplicativo

Afines a apps de entretenimiento (juegos, libros digitales, otros)

## USUARIOS REDES SOCIALES

**+ Cobertura**

facebook.
YouTube

**+ Afinidad**

Instagram
twitter

## Escuchan radio frecuentemente

## Radios afines (+ FM)

Radio Disney
LOS 40
95.1 METRO

## SON AFINES AL STREAMING DE MÚSICA

## Principales plataformas

Spotify
Google Play Music
MUSIC

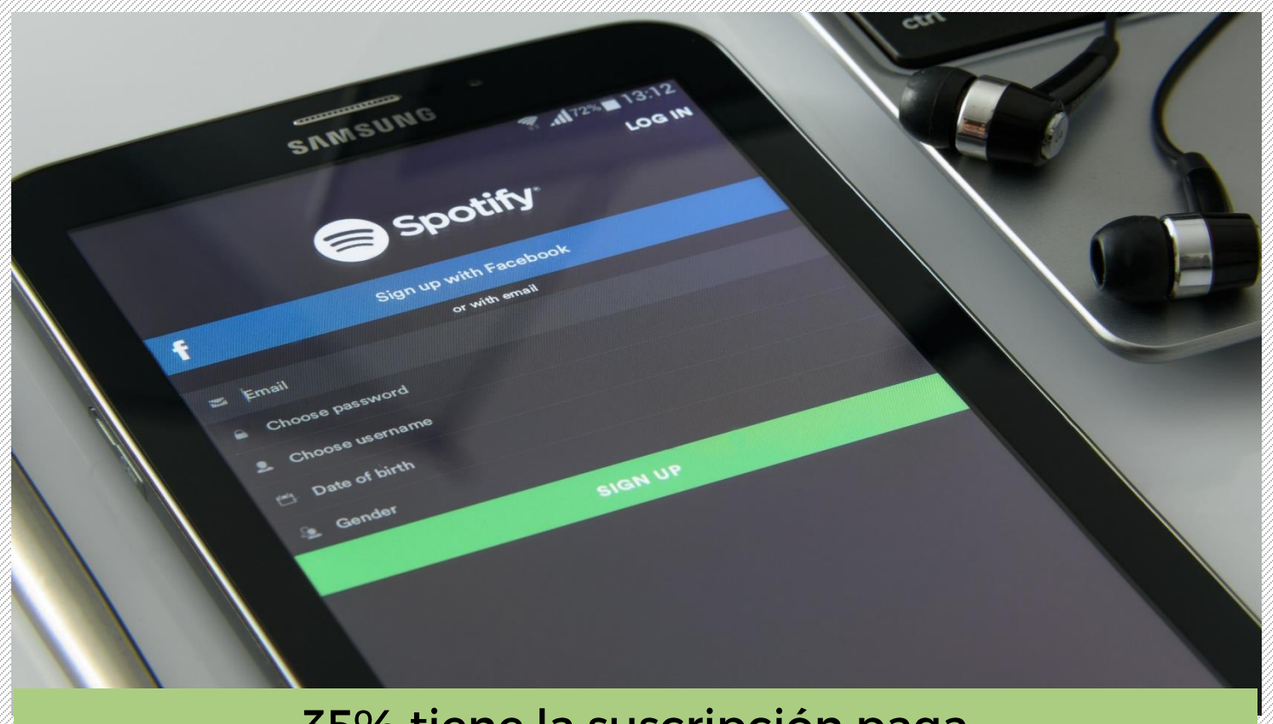
Fuente: TGI ene-dic 2017

# STREAMING

## Usuarios de Spotify®

17% de alcance App
4% de alcance en solo mobile browser
3% de alcance solo desktop

Gen X | Millennials | Gen Z | Ambos




35% tiene la suscripción paga

34% escucha música frecuentemente

Afines a apps de red social y entretenimiento

### Redes sociales utilizadas últimos 30 días

- YouTube 83%
- 45% + **Afinidad**
- 92%
- 19%

## NSE medio alto

83% accede a internet a través de su smartphone

72% a través de laptop /desktop

55% bajó apps

### Usuarios de e-commerce

84% vio videos online en lo últimos 30 días

Más de la mitad vio videos On Demand en lo últimos 30 días

42% vio videos de música/shows/ videoclips en los últimos 30 días

85% accede a redes sociales a través de su smartphone

Afines a la radio online

46% accede a internet a través de su smartphone mientras ve TV

38% escucha música mientras accede a internet

Fuente: TGI ene-dic 2017

# E X P E R I E N C I A S

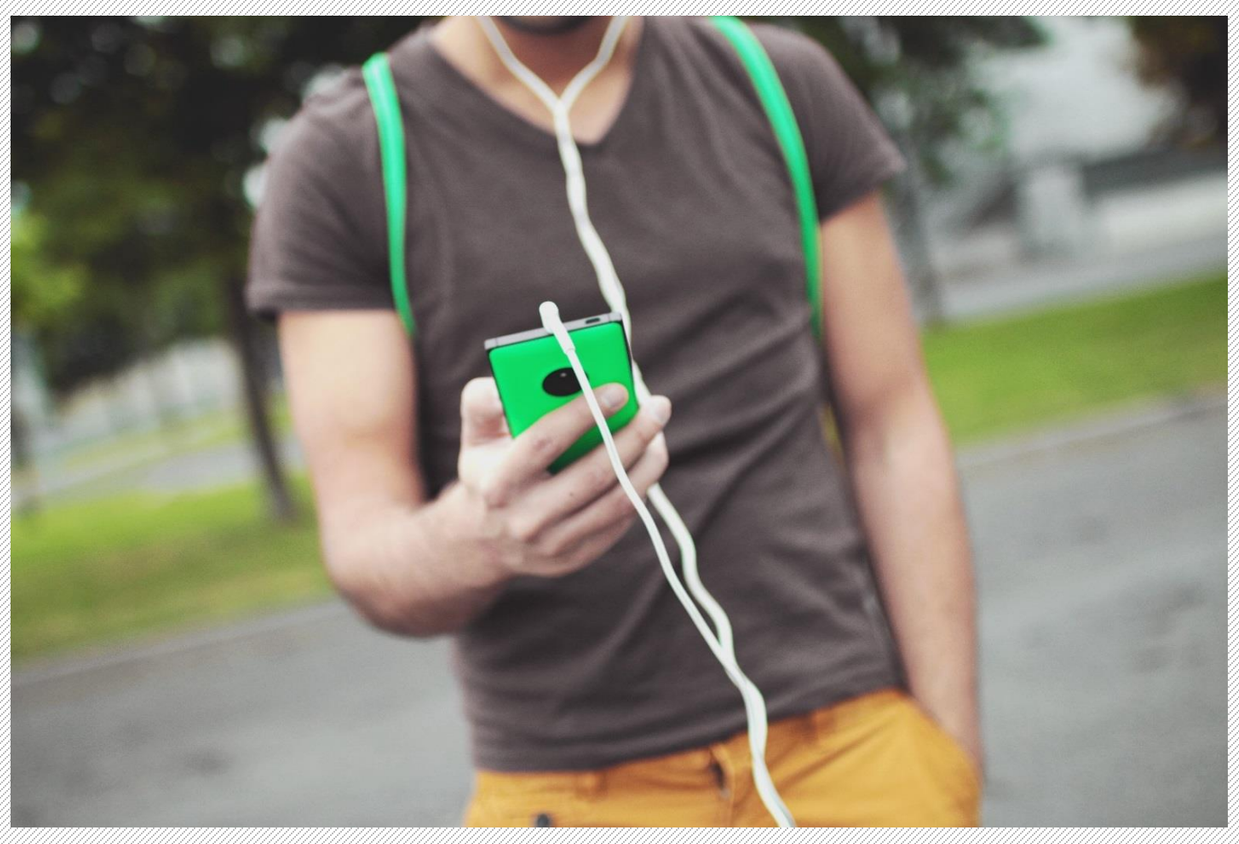
## R A D I O + S T R E A M I N G D E M Ú S I C A

### Primera app de streaming de música On Demand desarrollada en Argentina

## Cienradios Play

+ 100.000 descargas

Cienradios de Radio Mitre se asociación con Deezer, uno de los líderes globales de música en streaming.



Es de descarga gratuita y ofrece un Upgrade premium pago

**100 Match** ofrece la posibilidad de elegir el estilo de música para escuchar la radio

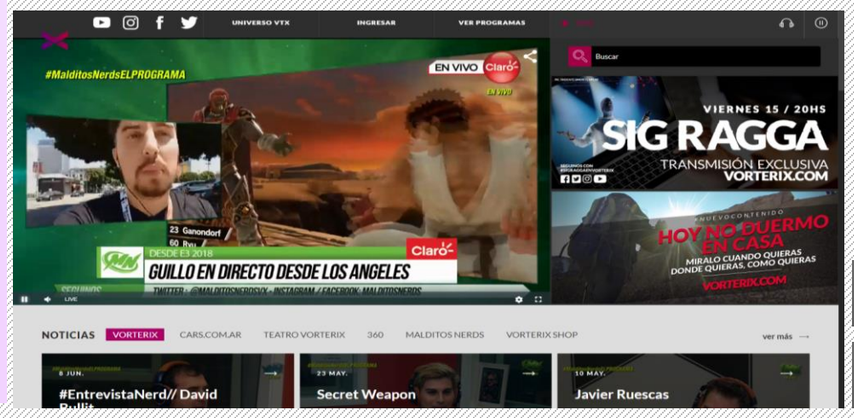
# E X P E R I E N C I A S

## C a s o  m u l t i p l a t a f o r m a  V o r t e r i x

### R a d i o

VORTERIX
ROCK 103.1

### P á g i n a  w e b



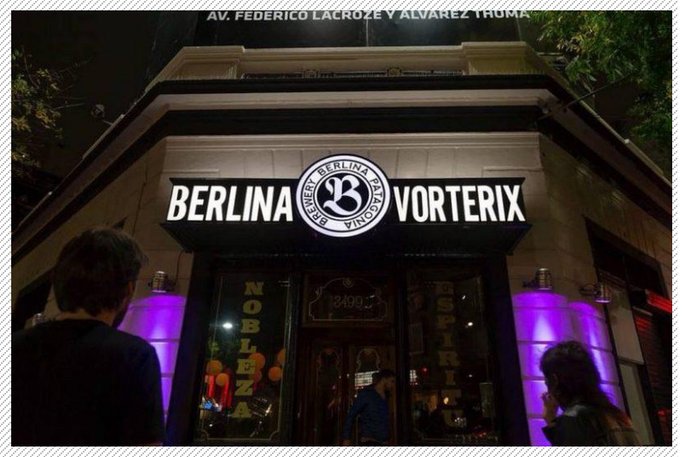

### 57.000 visitantes únicos

| Contiene: | Suscripción por API |
|---|---|
| Radio en vivo | Documentales |
| Películas | Videos 360° |

## Espacios de entretenimiento

### TEATRO

### BAR




# R E D E S  S O C I A L E S

### YouTube 8.262.623 visualizaciones totales

Video con más visualizaciones

Radio En Vivo

| | |
|---|---|
| 458.478 Me Gusta | |
| 159.570 Seguidores | |
| 341.929 Seguidores | |

IGNIS
MEDIA AGENCY

para ver más publicaciones

www.ignis-arg.com