

**PROVINCIA DE RÍO NEGRO**

**CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**

**MEDICION DE AUDIENCIA  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

**INFORME FINAL**



**TOMO II - OCTUBRE 2023  
INFORME FINAL**

<b>I - PRESENTACIÓN</b>	<b>Página</b>	<b>3</b>
<b>II - OBJETIVOS Y ALCANCE</b>	<b>Página</b>	<b>4</b>
<b>III - PLAN DE TAREAS ETAPA PREPARACIÓN</b>	<b>Página</b>	<b>5</b>
<b>IV - FORMULARIO</b>	<b>Página</b>	<b>6</b>
<b>V - METODOLOGÍA</b>	<b>Página</b>	<b>7</b>
<b>VI - TRABAJO DE CAMPO</b>	<b>Página</b>	<b>8</b>
<b>VII - TRABAJO DE CAMPO</b>	<b>Página</b>	<b>9</b>
<b>VIII - TRABAJO DE CAMPO</b>	<b>Página</b>	<b>10</b>
<b>IX - TRABAJO DE CAMPO</b>	<b>Página</b>	<b>11</b>
<b>X - CARGA Y SUPERVISIÓN</b>	<b>Página</b>	<b>12</b>
<b>XI - ETAPA FINAL</b>	<b>Página</b>	<b>13 a 17</b>
<b>XII - BARILOCHE – FINAL</b>	<b>Página</b>	<b>18 a 34</b>
<b>XIII - EL BOLSÓN – FINAL</b>	<b>Página</b>	<b>35 a 51</b>
<b>XIV - CIPOLLETTI – FINAL</b>	<b>Página</b>	<b>52 a 68</b>
<b>XV - CINCO SALTOS - FINAL</b>	<b>Página</b>	<b>69 a 85</b>
<b>XVI - GENERAL ROCA - FINAL</b>	<b>Página</b>	<b>86 a 102</b>
<b>XVII - ALLEN – FINAL</b>	<b>Página</b>	<b>103 a 119</b>
<b>XVIII - VILLA REGINA – FINAL</b>	<b>Página</b>	<b>120 a 136</b>
<b>XIX - VIEDMA</b>	<b>Página</b>	<b>137 a 153</b>
<b>XX – COMENTARIO Y CONCLUSIÓN</b>	<b>Página</b>	<b>154 a 177</b>

- El presente «Estudio de Investigación Medición de Comunicación» en la provincia de Río Negro, tuvo la realización desde el 12 de julio al 6 de octubre del año 2023, con un informe parcial cumplido los 30 días y el actual final.
- Los trabajos de llevaron a cabo a través de la financiación de Consejo Federal de Inversiones, y la dirección de su equipo técnico, y la supervisión general de la provincia de Rio Negro a través de la Secretaría de Comunicación.
- La tarea se cumplió en San Carlos de Bariloche, El Bolsón, Cipolletti, Cinco Saltos, General Roca, Allen, Villa Regina y Viedma.

- Los trabajos de investigación se realizaron con el objetivo de conocer principalmente el modo de informarse de los oyentes, televidentes, e internautas de lo que sucede en la provincia de Rio Negro.
- **Objetivos específicos:** Para cuantificar en porcentajes el caudal de audiencia la secretaría de Comunicación confeccionó un formulario que previa supervisión del equipo técnico del CFI fue entregado a la Consultora.
- **Alcance:** El sondeo de opinión comprendió a las siguientes localidades con un total de 6.200 encuestas.

<u>Localidad</u>	<u>Cantidad de Encuestas</u>
San Carlos de Bariloche	1.200
El Bolsón	500
Cipolletti	1.000
Cinco Saltos	500
General Roca	1.000
Allen	600
Villa Regina	600
Viedma	800

#### **Etapas de preparación**

La primer semana consistió en la organización de la Consultora para las tareas del estudio sobre «el relevamiento» en diferentes localidades.

El programador y analista de sistema ocupó su lugar con una pc e impresoras y todos los insumos necesarios para desarrollar su función.

La coordinadora de campo armó el dispositivo para la capacitación de cada coordinador de grupo y encuestadores en forma presencial y online. Además preparó conjuntamente con la contraparte provincial la hoja de ruta para el sondeo en cada localidad.

Los coordinadores de los diferentes grupos recibieron las instrucciones del idóneo sobre movilidad, rendición de gastos, aspectos logísticos y el contacto con los encuestadores en cada lugar.

La supervisora de la logística inició su tarea con la impresión de los formularios recibidos por parte de la Secretaría de Comunicación de provincia, la preparación de las cajas, con útiles y necesidades en cada localidad.

El formulario confeccionado por la Secretaría de Comunicación de Rio Negro contiene el siguiente cuestionario.

Fecha: ...../...../2023 Hora de inicio encuesta: .....

**SONDEO MEDIOS DE COMUNICACIÓN: VIEDMA**

Ud, vive en Viedma?, si dice **Sí** continuar, si dice **No**, buscar otro.

1) ¿Por qué medios de comunicación se informa de lo que sucede en Rio Negro?(Por prioridad 1-2-3)

a-  Radio b-  Televisión c-  Diarios d-  Redes sociales  
 e-  Otros, cuáles?..... f-  No se informa

2) ¿Por qué redes sociales prefiere informarse de lo que sucede en Rio Negro?(Por prioridad 1-2-3)

a-  Facebook b-  Instagram c-  Twitter d-  You Tube  
 e-  Otros, cuáles?..... f-  No utiliza redes

3) ¿Escucha radio? a-  Sí b-  No c-  A veces 4) ¿En qué horarios escucha? a-  6 a 12 b-  12 a 18 c-  18 a 00

5) Para los que dicen **Sí** o **A veces**... ¿Qué días, en qué horario y qué emisoras escucha? VER TARJETA N°1

HORARIOS			
DIAS	6 a 12	12 a 18	18 a 24
Lunes			
Martes			
Miércoles			
Jueves			
Viernes			

En los casilleros en blanco deberán completarse con el número de la/s radios que escucha según tarjeta N°1.

En los horarios que no escucha radio, completar con X.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29		
1	AM LU15 RADIO VDMA	800									11	FM SIGNOS	91.3								21	FM LA PUNTUAL	99.5								
2	FM PATAGONIA	90.5									12	FM PRESENCIA	92.9								22	FM MEGA	95.5								
3	INTEGRACIÓN RIONEGRINA	92.1									13	FM ECO	97.1								23	FM EL RAYO	95.9								
4	AM NACIONAL	1.150									14	FM ATLANTICA	98.5								24	FM PASIÓN	103.3								
5	FM DE LA COSTA	99.9									15	FM FRECUENCIA VvP	90.1								25	FM GEO	97.9								
6	FM RAÍCES	91.7									16	FM SEÑALES	100.3								26	FM TROPICO	88.1								
7	FM UNO	89.7									17	FM NATIVA	101.1								27	FM AUSTRAL	99.1								
8	FM NACIONAL	93.5									18	FM POPULAR	105.9								28	FM SOL DE MAYO	95.1								
9	FM ENCUENTRO	103.9									19	FM PACHA	104.3								29	OTRAS, CUÁLES?									
10	FM DEL SOL	89.1									20	FM RADIO NOTICIAS	105.5																		

6) ¿Escucha radio sábado y domingo? a-  Sí b-  No c-  A veces

7) ¿En qué horarios escucha? a-  6 a 12 b-  12 a 18 c-  18 a 00

8) Para los que dicen sí y a veces, ¿días y horarios, qué emisora escucha?

DIAS	6 a 12	12 a 18	18 a 24
Sábado			
Domingo			

9) Ud, mira... Enumerar por orden de prioridad.(1-2-3-4-5)

A	LOS CANALES DE AIRE (9 – 11 – 13 - América-TvP)	D	PLATAFORMAS (NETFLIX, ETC)
B	CANALES DE CABLE	E	YOU TUBE
C	CANALES LOCALES	F	NO MIRA

10) Para los que miran TELEVISIÓN...

¿Qué días, en qué horario y qué canales mira? VER TARJETA N°2

HORARIOS			
DIAS	6 a 12	12 a 18	18 a 24
Lunes			
Martes			
Miércoles			
Jueves			
Viernes			

En los casilleros en blanco deberán completarse con el número el/los canales que mira según tarjeta N°2.

En los horarios que no ve Tv, completar con X.

2	CANAL 2 SUPERCANAL
3	CANAL ENCUENTRO VDMA
4	CANAL 4 AMERICA
7	TELEVISION PUBLICA BS AS
9	CANAL 9 BUENOS AIRES
10	CANAL 10 RIO NEGRO
11	CANAL 11 TELEFE
13	CANAL 13 BUENOS AIRES
	OTROS, CUÁLES?
14	

11) ¿Mira Televisión sábados y domingos? a-  Sí b-  No c-  A veces

12) Para los que dicen **Sí** o **A veces**... ¿Qué día y horarios, qué canales mira?

DIAS	6 a 12	12 a 18	18 a 24
Sábado			
Domingo			

13) ¿Mira canal 10 de Rio Negro? a-  Sí b-  No c-  A veces

14) Visita alguna página web para informarse? 14) bis. Para los que dicen sí o a veces, Cuáles? TARJETA N°3

a-  Sí b-  No c-  A veces

	Opc.		Opc.
A	DIARIO RIO NEGRO	G	LO PRINCIPAL
B	NOTICIAS NET	H	EL DELITOMETRO
C	MAPUCHITO	I	APP NOTICIAS
D	LA PALABRA	J	CADENA INTEGRACION
E	ADN RIO NEGRO	K	OTROS CUAL?
F	VDM NOTICIAS	L	NO VISITA LA WEB

13.- A) Sexo: 1-  MASCULINO 2-  FEMENINO 3-  EDAD DEL ENCUESTADO.....

14.- B) Edad: 1-  16 a 29 2-  30 a 49 3-  50 a 65 4-  + de 65

15.- C) Estudios: 1-  PRIMARIO 2-  SECUNDARIO 3-  TERC/UNIVER. 4-  OTROS 5-  SIN ESTUDIOS

16.- D) Ocupación: 1-  AMA DE CASA 2-  DOCENTE 3-  PROFESIONAL 4-  ESTUDIANTE 5-  OBR./EMP.  
 6-  EMP. PÚBLICO 7-  AUTÓNOMO 8-  COMERCIANTE 9-  DESOCUPADO 10-  JUBILADO

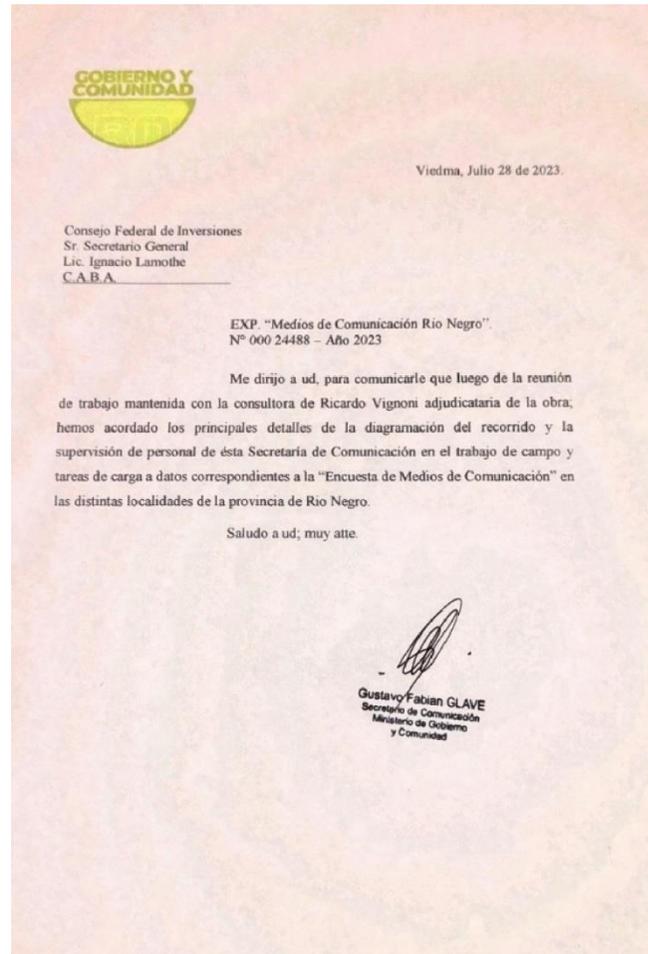
Barrio: ..... Encuestador/a: .....

Hora Finalización de encuesta: .....

Para llevar adelante el «Estudio», hemos confeccionado con la Secretaría de Comunicación un formulario de acuerdo a vuestro requerimiento y aprobación, para la realización del trabajo de campo.

En la encuesta se tuvo en cuenta a demás del cuestionario de «Medios», la distribución etarea; edad y sexo, estudios alcanzados y ocupación.

El trabajo de campo se desarrolla luego de haber acordado con la contraparte provincial los diferentes detalles en la reunión mantenida el 28/7/23.



Las tareas dieron inicio el lunes 31 de julio de acuerdo con la comunicación enviada al CFI.



Viedma, 31 de julio de 2023.

**Sr. Secretario General**  
**Ing. IGNACIO LAMOTHE**  
**Consejo Federal de Inversiones**

Tengo el agrado de dirigirme a usted con el fin de comunicarle que habiendo terminado la capacitación y organización interna de la consultora y luego de la reunión mantenida con el sr. Gustavo Glave Secretario de Comunicación de Rio Negro, en donde la contraparte provincial nos hizo entrega del mapeo y diagrama del recorrido a realizar en las diferentes localidades, en el día de la fecha iniciamos trabajo de campo de la "Encuesta Provincial de Medios de Comunicación para la provincia de Rio Negro" en un todo de acuerdo al plan de trabajo establecido en el contrato de obra.

Saludo atte.

Ricardo Vignoni  
Idóneo.

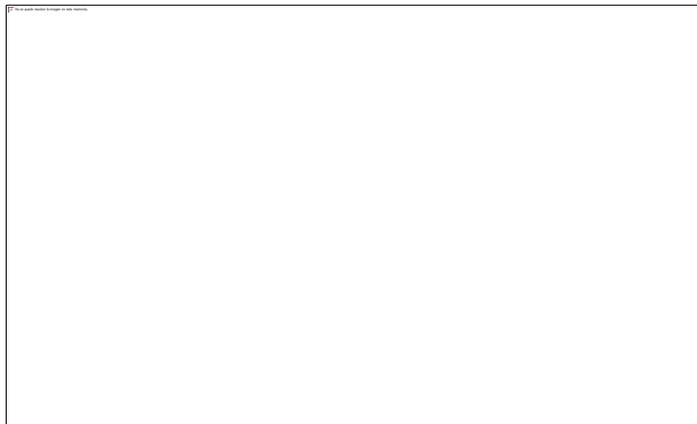
Con el propósito de adelantar los tiempos de realización teniendo en cuenta las condiciones meteorológicas adversas que se presentan en la región, especialmente en la zona cordillerana de El Bolsón y Bariloche, hemos dispuesto ampliar los horarios de supervisores, encuestadores y los días laborales, utilizando sábados, domingos y feriados.

En los primeros 10 días del sondeo desde el 31 de julio al 9 de agosto, los equipos cumplieron el siguiente diagrama.

**Equipo n° 1:** Supervisado por Fernando Vignoni con vehículo de transporte y 2 encuestadores cumplió funciones en la ciudad de Viedma con un rendimiento en los 10 días de trabajo: 1 encuestador diariamente 22 encuestas por día x2 encuestadores x10 días = 440 encuestas.

**Equipo n° 2:** Supervisado por Claudio Mozzoni con vehículo de transporte y 3 encuestadores cumplió funciones en las ciudades de General Roca y Cipolletti, con un rendimiento en los 10 días de trabajo: 1 encuestador diariamente 24 encuestas por día x3 encuestadores x 10 días = 720 encuestas distribuidas en 321 encuestas para Cipolletti y 399 encuestas para General Roca.

Imágenes de supervisores y encuestadores en plena actividad de supervisión y sondeos.



Todas las encuestas arribadas a la base de datos fueron de la primer etapa evaluadas por el personal de la Secretaría de Comunicación quien ordenó la carga y supervisó los resultados parciales de:

- ✓ 399 encuestas General Roca
- ✓ 321 encuestas Cipolletti
- ✓ 440 encuestas Viedma

# ETAPA FINAL



OCTUBRE 2023

La etapa final se llevó a cabo dentro de las mismas características que en el inicio, reforzando las tareas con ampliación de horarios, utilización de fines de semana y feriados para amortiguar la pérdida de días por lluvias, vientos, nevadas intensas en la cordillera y temperaturas bajas, calles destruidas en Bariloche y rutas casi intransitables como la de Bariloche a Bolsón.

Es importante destacar la buena predisposición de la contraparte provincial a través de la Secretaría de Medios que estuvo permanentemente asistiendo en la distribución de áreas a relevar y en la supervisión, evaluación en la carga de datos y en la resolución de todo tipo de consultas que se fueron registrando.

Los supervisores y encuestadores cumplieron con el diagrama diario.

Equipo n° 1, supervisión Fernando Vignoni con vehículo de transporte y 2 encuestadores trabajaron en:

**Viedma:** Cumplimentando el trabajo parcial de 440 encuestas hasta complementar el total 800.

**Bolsón:** Realización de las 500 encuestas asignadas con vehículo de transporte y 2 encuestadores.

**Bariloche:** En principio inicio con transporte y 2 encuestadores luego se incorporó el equipo n°2 con Claudio Mozzoni y 3 encuestadores hasta la terminación de las 1.200 encuestas.

Equipo n° 2, supervisión Claudio Mozzoni con vehículo de transporte y 3 encuestadores.

**Cipolletti:** Completo el parcial de 321 hasta llegar al total de 1.000 encuestas.

**General Roca:** Completo el parcial de 399 hasta llegar al total de 1.000.

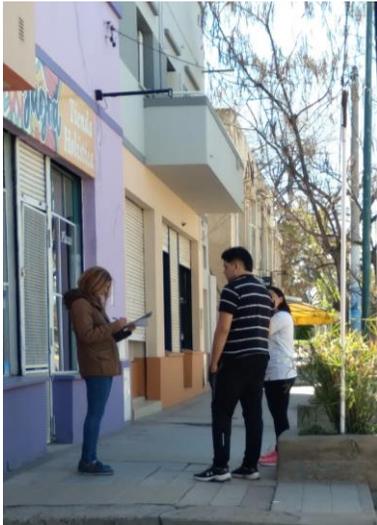
**Villa Regina:** Realización del total 600 encuestas.

**Cinco Saltos:** Realización del total de 500 encuestas.

**Allen:** Realización del total 600 encuestas.

**Bariloche:** Colaboró con Fernando Vignoni hasta la finalización de las 1.200 encuestas.





# MEDICIÓN DE AUDIENCIA MEDIOS DE COMUNICACIÓN

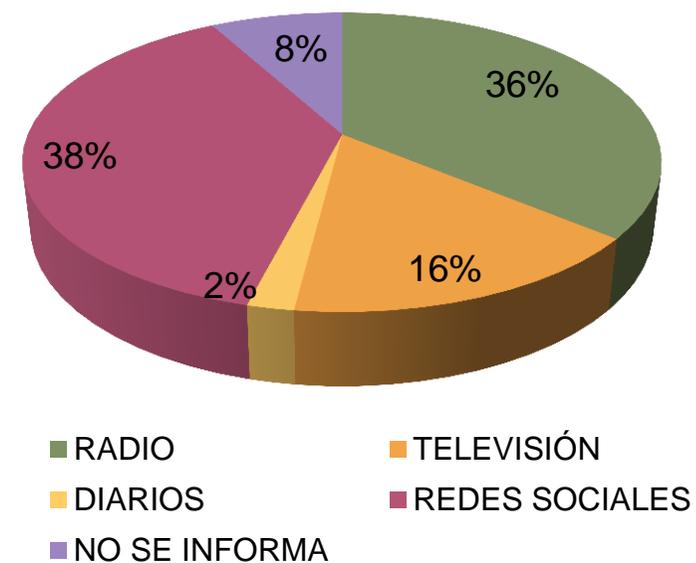
**BARILOCHE  
FINAL**



OCTUBRE 2023

¿POR QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE INFORMA DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

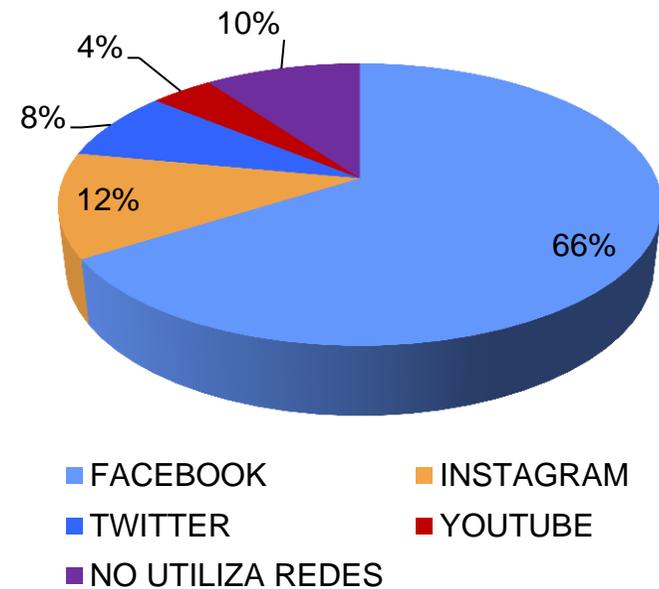
RADIO	36%
TELEVISIÓN	16%
DIARIOS	2%
REDES SOCIALES	38%
NO SE INFORMA	8%



**¿POR QUÉ REDES SOCIALES PREFIERE INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?**

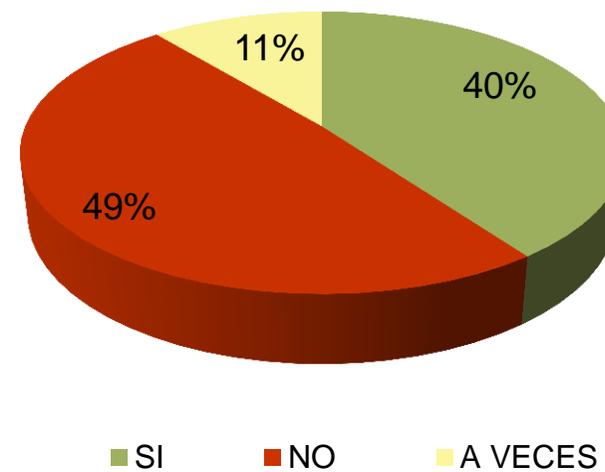
(Responden 38%)

FACEBOOK	66%
INSTAGRAM	12%
TWITTER	8%
YOU TUBE	4%
NO UTILIZA REDES	10%



¿ESCUCHA RADIO?

SI	40%
NO	49%
A VECES	11%



\*Escucha radios no significa que se informe por la radio.

## ¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?

LUNES A VIERNES

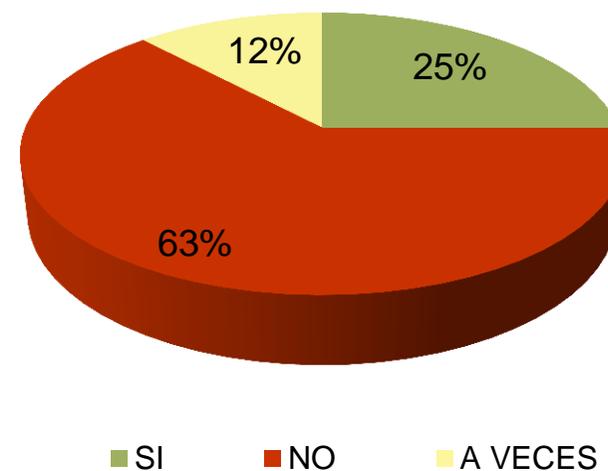
(Los que escuchan si y a veces 51%)

RADIO	6 A 12	12 A 18	18 A 24
103.1 FM RADIO 6	27%	13%	11%
89.1 FM BARILOCHE	9%	7%	5%
93.7 FM EL CORDILLERANO	10%	7%	6%
101.9 FM 100 BSAS	9%	19%	20%
91.3 FM TERRENA	7%	5%	4%
106.1 FM NYC	5%	3%	5%
89.9 FM CON VOS	4%	5%	6%
LRA 30 AM590 RADIO NACIONAL BARILOCHE	7%	6%	4%
*OTRAS	12%	14%	16%
No escucha en ese horario	10%	21%	23%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

¿ESCUCHA RADIO LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?

SI	25%
NO	63%
A VECES	12%



**¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?  
SÁBADOS**

(Los que escuchan sí y a veces 37%)

<b>RADIO</b>	<b>6 a 12</b>	<b>12 a 18</b>	<b>18 a 24</b>
103.1 FM RADIO 6	14%	7%	6%
89.1 FM BARILOCHE	7%	6%	4%
93.7 FM EL CORDILLERANO	7%	6%	6%
101.9 FM 100 BSAS	11%	10%	12%
91.3 FM TERRENA	7%	5%	4%
106.1 FM NYC	3%	4%	5%
89.9 FM CON VOS	3%	4%	4%
LRA 30 AM590 RADIO NACIONAL BARILOCHE	9%	5%	5%
*OTRAS	14%	16%	12%
No escucha en ese horario	25%	37%	42%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

**¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?  
DOMINGOS**

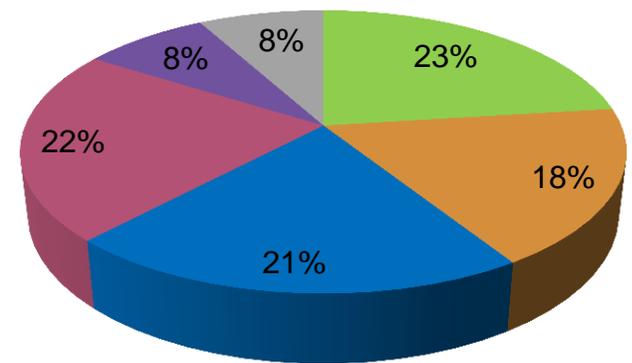
(Los que escuchan sí y a veces 37%)

RADIO	6 a 12	12 a 18	18 a 24
103.1 FM RADIO 6	15%	6%	8%
89.1 FM BARILOCHE	7%	5%	4%
93.7 FM EL CORDILLERANO	9%	9%	6%
101.9 FM 100 BSAS	9%	12%	8%
91.3 FM TERRENA	6%	5%	4%
106.1 FM NYC	3%	3%	3%
89.9 FM CON VOS	3%	2%	2%
LRA 30 AM590 RADIO NACIONAL BARILOCHE	7%	4%	3%
*OTRAS	12%	10%	12%
No escucha en ese horario	29%	44%	50%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

¿CUÁLES MEDIOS VISUALES MIRA CON MÁS FRECUENCIA?

CANALES DE TELEVISIÓN DE AIRE	23%
CANALES DE TELEVISIÓN DE CABLE	18%
CANALES LOCALES	21%
PLATAFORMAS VIRTUALES (Netflix, Paramount, Etc.)	22%
YOUTUBE	8%
NO MIRA	8%



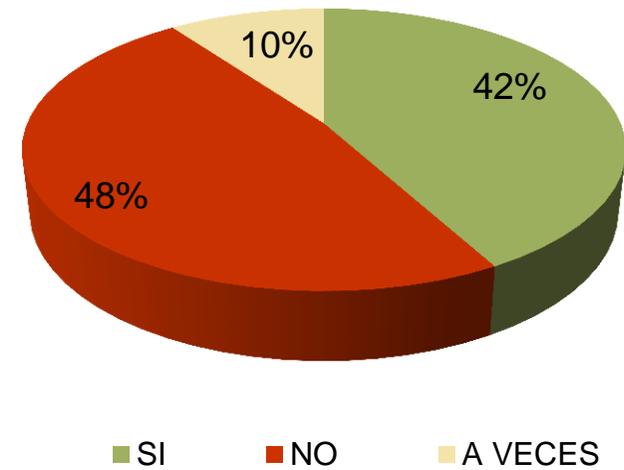
- TV DE AIRE
- TV DE CABLE
- CANALES LOCALES
- PLATAFORMAS
- YOUTUBE
- NO MIRA

\*Mira medios visuales no significa que se informe por esos medios,

¿MIRA TELEVISIÓN DE LUNES A VIERNES?

(Opinan 52%)

SI	42%
NO	48%
A VECES	10%



\*Mira medios visuales no significa que se informe por este medio.

## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

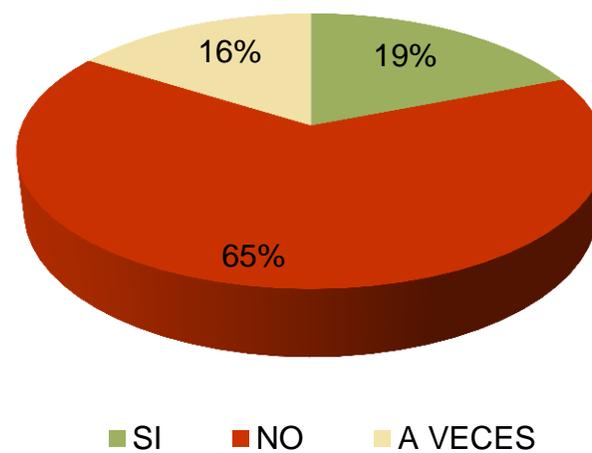
LUNES A VIERNES  
(Los que miran sí y a veces 52%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMERICA	3%	4%	5%
CANAL 6 BARILOCHE	7%	12%	14%
CANAL 7 TV PUBLICA	4%	5%	5%
CANAL 9 BS. AS.	3%	4%	5%
CANAL 11 TELEFE	5%	9%	11%
CANAL 13	5%	7%	8%
BTC CANAL 2 BARILOCHE	1%	4%	4%
AVC CANAL 3 BARILOCHE	1%	3%	3%
PROGRAMAS DE CABLE	21%	24%	26%
NO MIRA EN ESE HORARIO	50%	28%	19%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otros"

¿MIRA TELEVISIÓN LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?

SI	19%
NO	65%
A VECES	16%



## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

SABADOS

(Responden los que miran sí y a veces 35%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMERICA	4%	5%	6%
CANAL 6 BARILOCHE	6%	8%	12%
CANAL 7 TV PUBLICA	8%	12%	8%
CANAL 9 BS. AS.	4%	4%	5%
CANAL 11 TELEFE	6%	8%	12%
CANAL 13	5%	6%	10%
BTC CANAL 2 BARILOCHE	3%	3%	3%
PROGRAMAS DE CABLE	18%	22%	24%
NO MIRA EN ESE HORARIO	46%	32%	20%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otros"

## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

DOMINGOS

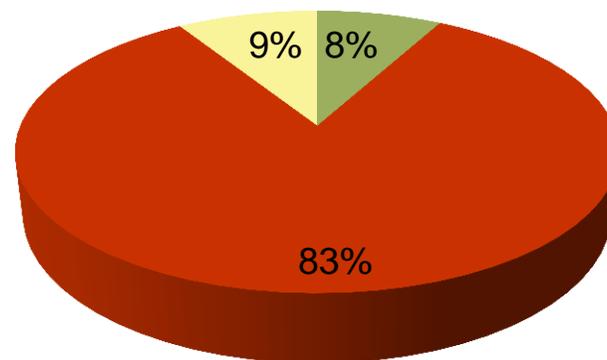
(Responden los que miran sí y a veces 35%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMERICA	3%	4%	5%
CANAL 6 BARILOCHE	6%	9%	12%
CANAL 7 TV PUBLICA	9%	11%	9%
CANAL 9 BS. AS.	3%	4%	4%
CANAL 11 TELEFE	6%	9%	14%
CANAL 13	4%	7%	8%
BTC CANAL 2 BARILOCHE	3%	3%	4%
PROGRAMAS DE CABLE	24%	22%	24%
NO MIRA EN ESE HORARIO	42%	31%	20%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otros"

¿MIRA CANAL 10 DE RIO NEGRO?

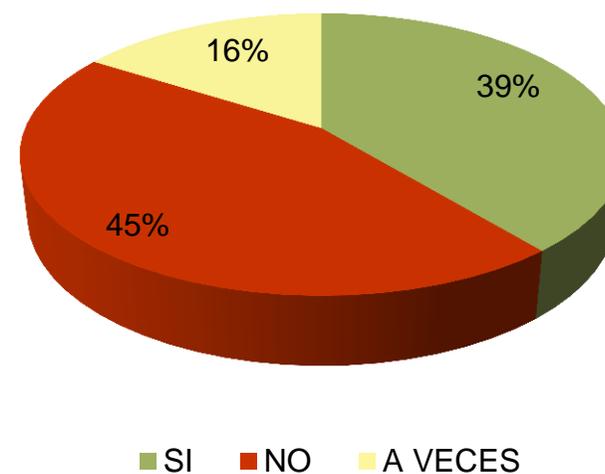
SI	8%
NO	83%
A VECES	9%



■ SI    ■ NO    ■ A VECES

¿VISITA ALGUNA PÁGINA WEB PARA INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

SÍ	39%
NO	45%
A VECES	16%



**¿CUÁLES PÁGINAS WEB VISITA CON MÁS FRECUENCIA PARA INFORMARSE?**

(Responde 55%)

EL CORDILLERANO	21%
BARILOCHE 2000	19%
CADENA INTEGRACIÓN	3%
BARILOCHE OPINA	4%
DIARIO RIO NEGRO	12%
BARILOCHE NOTICIAS	4%
ANB	7%
DIARIO DIGITAL BARILOCHE	4%
ADN	5%
OTRAS	8%
NO VISITA WEB	13%

\*Las web con menos del 3% se encuentran incluidas en “otras”

# MEDICIÓN DE AUDIENCIA MEDIOS DE COMUNICACIÓN

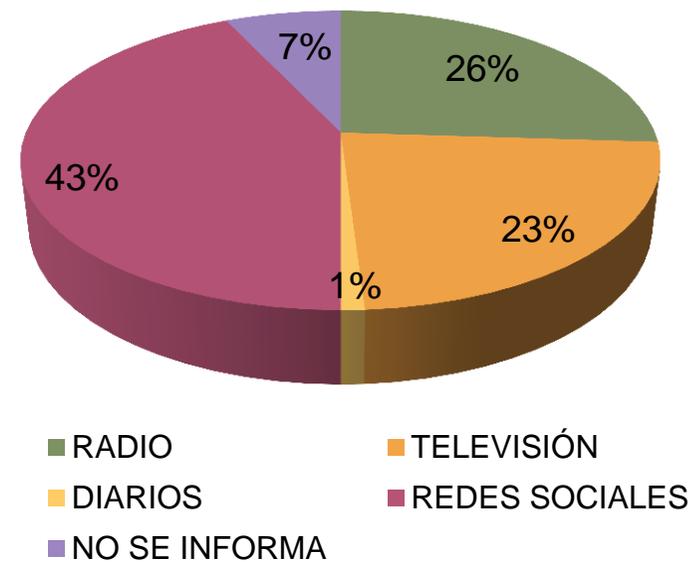
## EL BOLSÓN FINAL



OCTUBRE 2023

¿POR QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE INFORMA DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

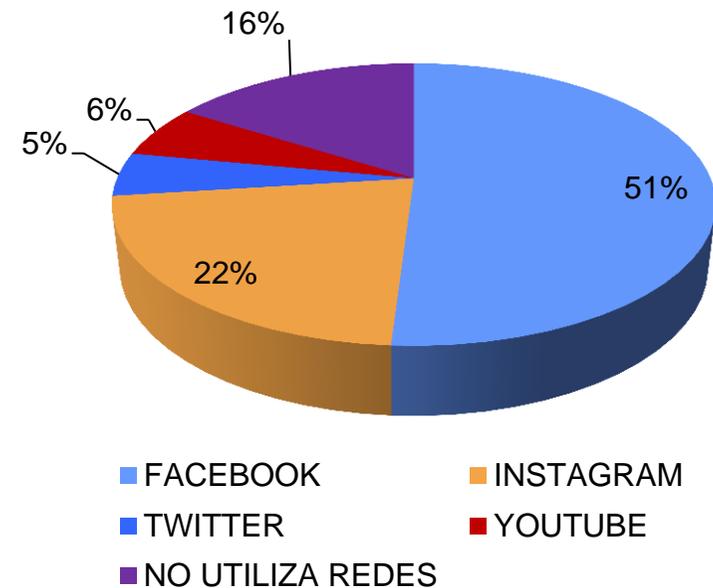
RADIO	26%
TELEVISIÓN	23%
DIARIOS	1%
REDES SOCIALES	43%
NO SE INFORMA	7%



**¿POR QUÉ REDES SOCIALES PREFERE INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?**

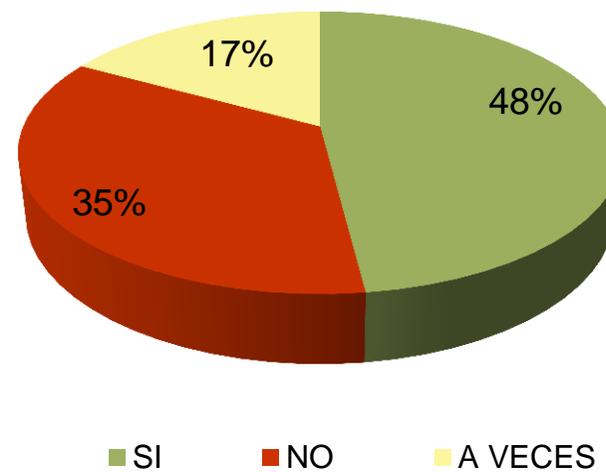
(Responden 43%)

FACEBOOK	51%
INSTAGRAM	22%
TWITTER	5%
YOU TUBE	6%
NO UTILIZA REDES	16%



## ¿ESCUCHA RADIO?

SI	48%
NO	35%
A VECES	17%



\*Escucha radios no significa que se informe por la radio.

## ¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?

LUNES A VIERNES

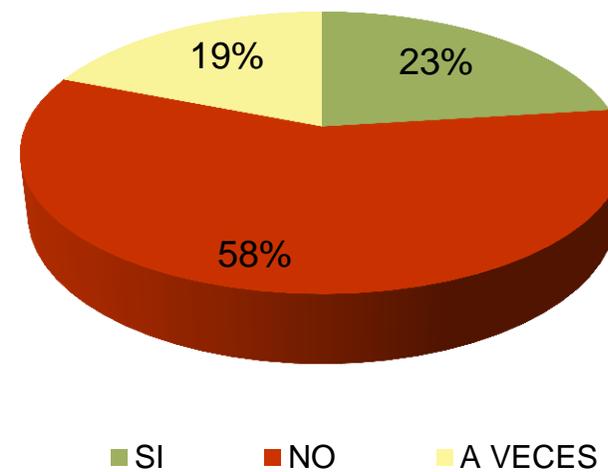
(Los que escuchan si y a veces 65%)

RADIO	6 a 12	12 a 18	18 a 24
88.7 FM LA CONTINUA	8%	3%	2%
89.1 FM ALAS	10%	12%	14%
92.3 FM RADIO NACIONAL	23%	10%	10%
93.3 FM PATAGONIA ANDINA	9%	7%	5%
96.3 FM PARAÍSO 42	7%	5%	2%
97.1 FM ACTIVA	3%	2%	4%
106.7 FM RADIO EL BOLSÓN	3%	4%	3%
104.1 FM DEL BOSQUE	2%	4%	4%
100.7 FM CIUDAD	4%	2%	2%
LRA 57 AM RADIO NACIONAL	5%	3%	2%
98.7 FM PILTRI	2%	4%	2%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO	15%	30%	38%
OTRAS RADIOS	9%	14%	12%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

¿ESCUCHA RADIO LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?

SI	23%
NO	58%
A VECES	19%



**¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?  
SÁBADOS**

(Los que escuchan sí y a veces 42%)

<b>RADIO</b>	<b>6 a 12</b>	<b>12 a 18</b>	<b>18 a 24</b>
88.7 FM LA CONTINUA	7%	6%	3%
89.1 FM ALAS	4%	5%	3%
89.5 FM AIRE	4%	2%	2%
89.9 FM CUMBRES ROCOSAS	4%	2%	4%
92.3 FM RADIO NACIONAL	23%	4%	10%
93.3 FM PATAGONIA ANDINA	4%	3%	2%
96.3 FM PARAÍSO 42	4%	3%	2%
104.1 FM DEL BOSQUE	2%	6%	3%
LRA 57 AM RADIO NACIONAL	3%	3%	2%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO	37%	56%	56%
OTRAS RADIOS	8%	10%	13%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

**¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?  
DOMINGOS**

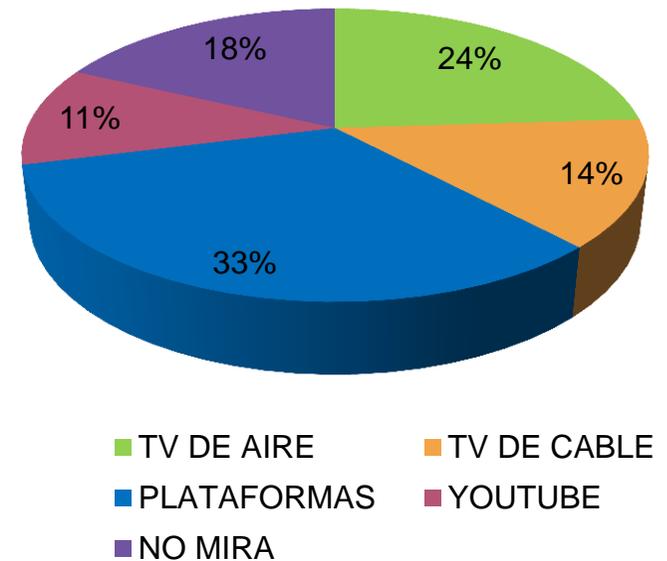
(Los que escuchan sí y a veces 42%)

<b>RADIO</b>	<b>6 a 12</b>	<b>12 a 18</b>	<b>18 a 24</b>
88.7 FM LA CONTINUA	10%	7%	2%
89.1 FM ALAS	5%	7%	2%
89.9 FM CUMBRES ROCOSAS	5%	2%	4%
92.3 FM RADIO NACIONAL	20%	8%	11%
93.3 FM PATAGONIA ANDINA	5%	5%	2%
96.3 FM PARAÍSO 42	5%	3%	2%
104.1 FM DEL BOSQUE	2%	6%	4%
LRA 57 AM RADIO NACIONAL	4%	3%	2%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO	30%	48%	54%
OTRAS RADIOS	14%	11%	17%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

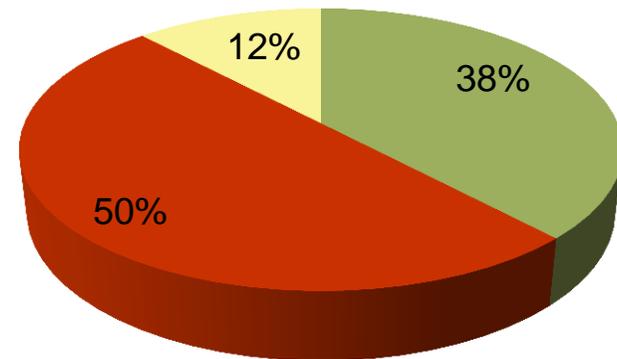
¿CUÁLES MEDIOS VISUALES MIRA CON MÁS FRECUENCIA?

CANALES DE TELEVISIÓN DE AIRE	24%
CANALES DE TELEVISIÓN DE CABLE	14%
PLATAFORMAS VIRTUALES (Netflix, Paramount, Etc.)	33%
YOUTUBE	11%
NO MIRA	18%



¿MIRA TELEVISIÓN DE LUNES A VIERNES?

SI	38%
NO	50%
A VECES	12%



■ SI    ■ NO    ■ A VECES

\*Mira televisión no significa que se informe por este medio.

**¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?  
LUNES A VIERNES**

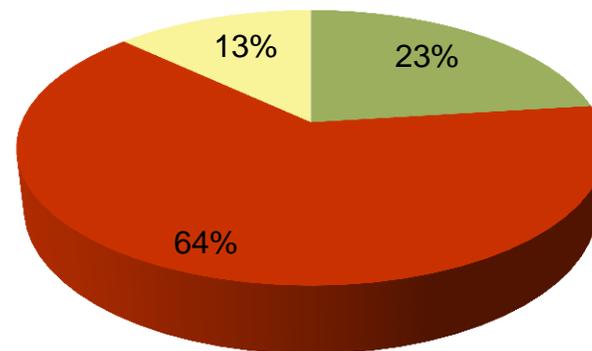
(Los que miran sí y a veces 50%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMÉRICA BS.AS.	6%	5%	6%
CANAL 4 CABLE VISIÓN BOLSÓN	0%	0%	8%
CANAL 35 AIRE SINTONÍA 14 BOLSÓN	0%	2%	3%
TV PÚBLICA BS.AS.	4%	5%	7%
CANAL 9 BS.AS.	4%	5%	4%
CANAL 10 RIO NEGRO	3%	8%	9%
CANAL 11 TELEFE	7%	10%	12%
CANAL 13 BS.AS.	5%	8%	9%
CANALES DE CABLE	15%	12%	17%
NO MIRA EN ESE HORARIO	56%	45%	25%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otras"

¿MIRA TELEVISIÓN LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?

SI	23%
NO	64%
A VECES	13%



■ SI   ■ NO   ■ A VECES

## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

## SABADOS

(Responden los que miran sí y a veces 36%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMÉRICA BS.AS.	5%	6%	6%
CANAL 4 CABLE VISIÓN EL BOLSÓN	0%	0%	4%
TV PÚBLICA BS.AS.	9%	9%	8%
CANAL 9 BS.AS.	5%	5%	6%
CANAL 10 RIO NEGRO	0%	6%	7%
CANAL 11 TELEFE	8%	9%	12%
CANAL 13 BS.AS.	8%	8%	10%
CANALES DE CABLE	20%	22%	25%
NO MIRA EN ESE HORARIO	45%	35%	22%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otras"

## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

## DOMINGOS

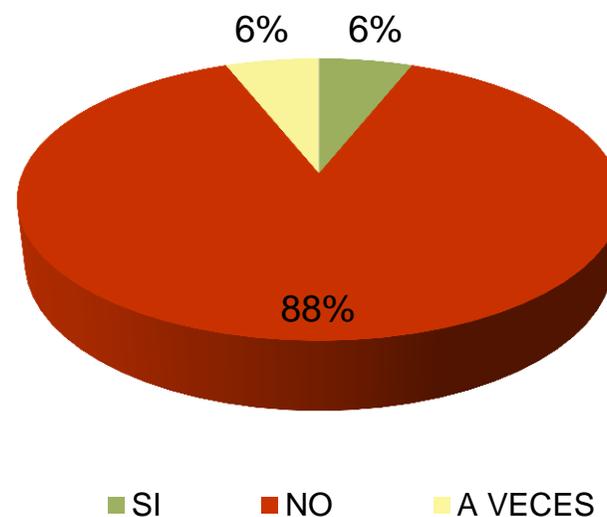
(Responden los que miran sí y a veces 36%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMÉRICA BS.AS.	5%	6%	7%
CANAL 4 CABLE VISIÓN EL BOLSÓN	0%	0%	4%
TV PÚBLICA BS.AS.	10%	14%	7%
CANAL 9 BS.AS.	4%	6%	6%
CANAL 10 RIO NEGRO	0%	5%	8%
CANAL 11 TELEFE	7%	8%	14%
CANAL 13 BS.AS.	6%	7%	12%
CANALES DE CABLE	18%	20%	24%
NO MIRA EN ESE HORARIO	50%	34%	18%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otras"

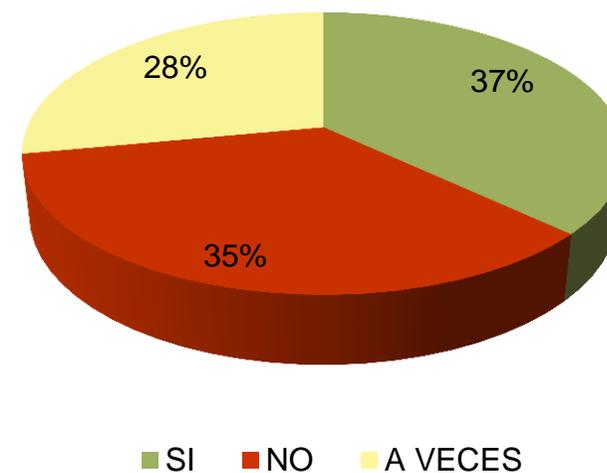
¿MIRA CANAL 10 DE RIO NEGRO?

SI	6%
NO	88%
A VECES	6%



¿VISITA ALGUNA PÁGINA WEB PARA INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

SÍ	37%
NO	35%
A VECES	28%



## ¿CUÁLES PÁGINAS WEB VISITA CON MÁS FRECUENCIA PARA INFORMARSE?

(Responde 65%)

DIARIO RIO NEGRO	16%
NOTICIASNET	3%
EL CORDILLERANO	9%
NOTICIASDELBOLSON	19%
INFOCHUCAO	11%
NOTICIASDELACOMARCA	6%
LIMITE42	4%
BOLSONWEB	3%
OTRAS	13%
NO VISITA WEB	16%

\*Las web con menos del 3% se encuentran incluidos en "otras"

# MEDICIÓN DE AUDIENCIA MEDIOS DE COMUNICACIÓN

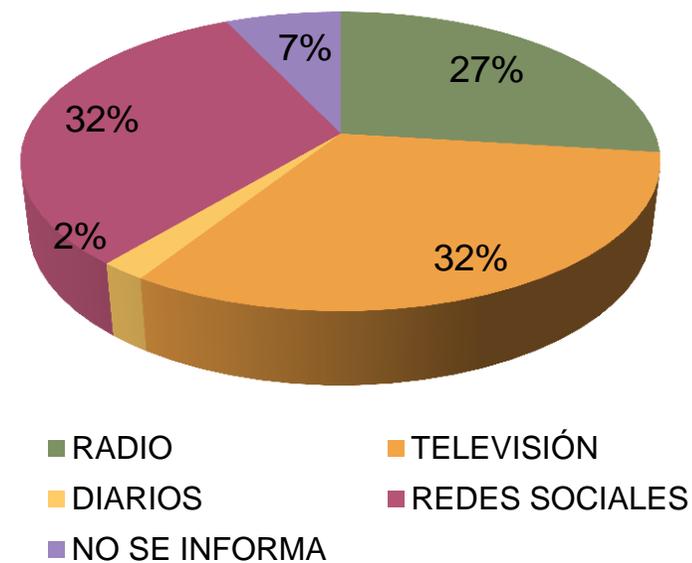
**CIPOLLETTI  
FINAL**



OCTUBRE 2023

¿POR QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE INFORMA DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

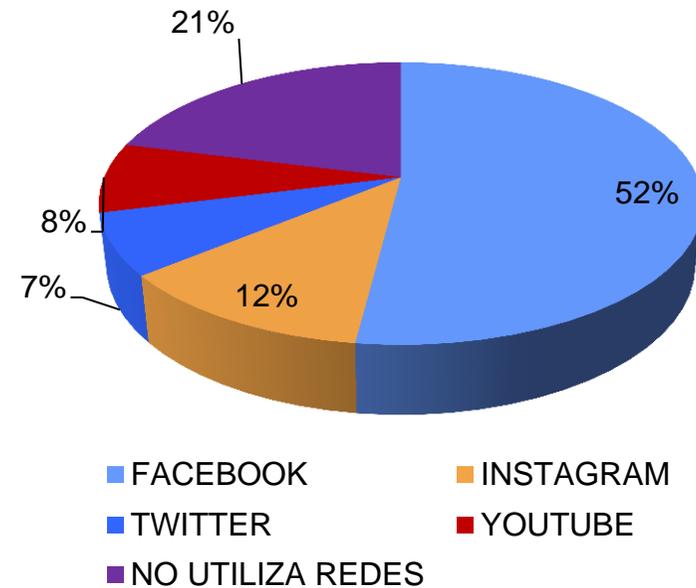
RADIO	27%
TELEVISIÓN	32%
DIARIOS	2%
REDES SOCIALES	32%
NO SE INFORMA	7%



¿POR QUÉ REDES SOCIALES PREFIERE INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

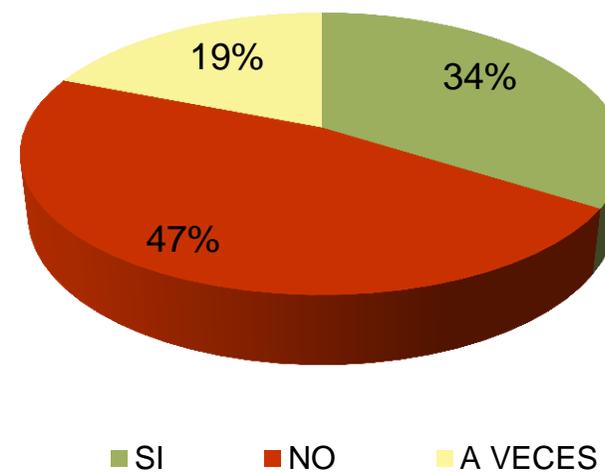
(Responden 32%)

FACEBOOK	52%
INSTAGRAM	12%
TWITTER	7%
YOU TUBE	8%
NO UTILIZA REDES	21%



¿ESCUCHA RADIO?

SI	34%
NO	47%
A VECES	19%



\*Escucha radios no significa que se informe por la radio.

## ¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?

LUNES A VIERNES

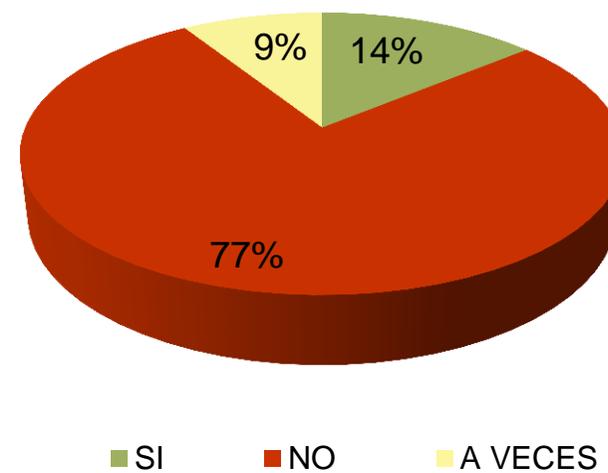
(Los que escuchan si y a veces 53%)

RADIO	6 a 12	12 a 18	18 a 24
AM 690 LU19 LA VOZ DEL COMAHUE	23%	15%	10%
FM 105.9 PUERTO ARGENTINO	21%	15%	10%
FM 99.7 SAN SEBASTIÁN	4%	7%	4%
FM 102.9 COMAHUE	4%	4%	4%
AM LU5 RADIO NEUQUEN	4%	3%	2%
FM 99.1 CIPOLLETTI	4%	4%	4%
FM 98.1 RADIO MEET	6%	7%	5%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO	24%	35%	46%
OTRAS RADIOS	10%	10%	15%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

¿ESCUCHA RADIO LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?

SI	14%
NO	77%
A VECES	9%



**¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?  
SÁBADOS**

(Los que escuchan sí y a veces 23%)

RADIO	6 a 12	12 a 18	18 a 24
AM 690 LU19 LA VOZ DEL COMAHUE	17%	11%	9%
FM 105.9 PUERTO ARGENTINO	18%	10%	8%
AM 600 LU5 RADIO RQN	3%	5%	3%
FM 89.7 GALAS	3%	4%	4%
FM 98.1 RADIO MEET	6%	6%	7%
FM 99.7 SAN SEBASTIÁN	4%	4%	5%
OTRAS RADIOS	9%	10%	9%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO	40%	50%	55%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

**¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?  
DOMINGOS**

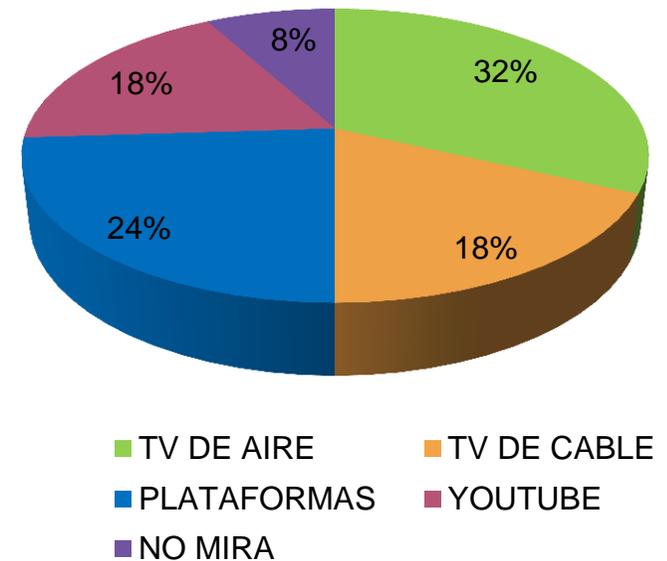
(Los que escuchan sí y a veces 20%)

RADIO	6 a 12	12 a 18	18 a 24
AM 690 LU19 LA VOZ DEL COMAHUE	18%	14%	9%
FM 105.9 PUERTO ARGENTINO	18%	14%	9%
AM 600 LU5 RADIO RQN	4%	3%	4%
FM 89.7 GALAS	4%	3%	3%
FM 98.1 RADIO MEET	7%	8%	7%
FM 99.7 SAN SEBASTIÁN	4%	6%	6%
OTRAS RADIOS	9%	10%	10%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO	36%	42%	52%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

¿CUÁLES MEDIOS VISUALES MIRA CON MÁS FRECUENCIA?

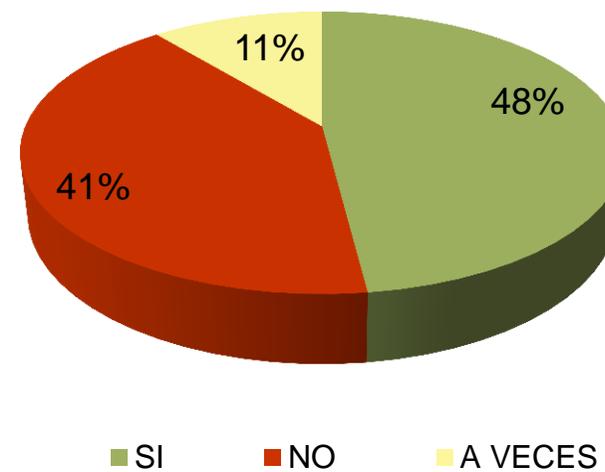
CANALES DE TELEVISIÓN DE AIRE	32%
CANALES DE TELEVISIÓN DE CABLE	18%
PLATAFORMAS VIRTUALES (Netflix, Paramount, Etc.)	24%
YOUTUBE	18%
NO MIRA	8%



\*Mira medios visuales no significa que se informe por esos medios.

## ¿MIRA TELEVISIÓN DE LUNES A VIERNES?

SI	48%
NO	41%
A VECES	11%



\*Que mire televisión no significa que se informe por ese medio.

## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

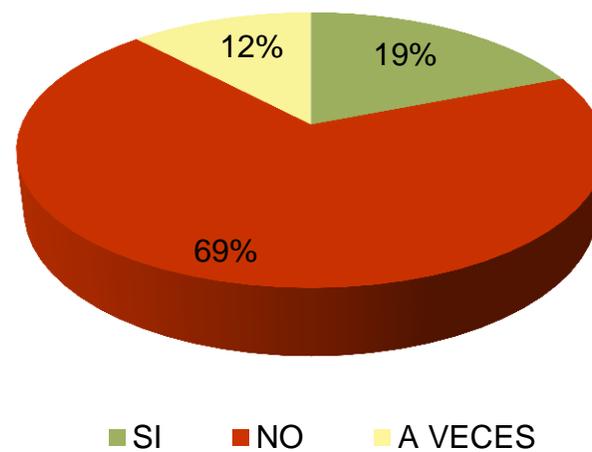
LUNES A VIERNES  
(Los que miran sí y a veces 59%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMÉRICA BS.AS.	4%	5%	5%
CANAL 7 NEUQUÉN	9%	17%	21%
CANAL 8 SOMOS EL VALLE	3%	4%	3%
TV PÚBLICA	4%	4%	4%
CANAL 9 BS.AS.	3%	2%	3%
CANAL 10 RIO NEGRO	8%	14%	15%
CANAL 11 TELEFE	7%	9%	11%
CANAL 13 BS.AS.	4%	4%	7%
CANALES DE CABLE	20%	19%	15%
NO MIRA EN ESE HORARIO	38%	22%	16%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otros"

¿MIRA TELEVISIÓN LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?

SI	19%
NO	69%
A VECES	12%



## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

## SÁBADOS

(Responden los que miran sí y a veces 31%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMÉRICA BS.AS.	6%	4%	5%
CANAL 7 NEUQUÉN	12%	16%	18%
CANAL 8 SOMOS EL VALLE	2%	4%	4%
TV PÚBLICA	9%	10%	9%
CANAL 9 BS.AS.	5%	4%	4%
CANAL 10 RIO NEGRO	6%	9%	10%
CANAL 11 TELEFE	9%	11%	13%
CANAL 13 BS.AS.	5%	6%	7%
CANALES DE CABLE	14%	13%	15%
NO MIRA EN ESE HORARIO	32%	23%	15%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en “otros”

## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

DOMINGOS

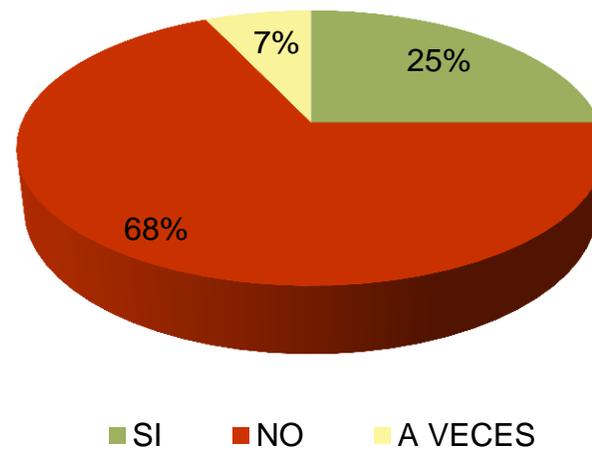
(Responden los que miran sí y a veces 31%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMÉRICA BS.AS.	4%	5%	5%
CANAL 7 NEUQUÉN	11%	14%	16%
CANAL 8 SOMOS EL VALLE	3%	2%	3%
TV PÚBLICA	10%	10%	9%
CANAL 9 BS.AS.	4%	4%	4%
CANAL 10 RIO NEGRO	9%	10%	11%
CANAL 11 TELEFE	7%	9%	11%
CANAL 13 BS.AS.	4%	4%	7%
CANALES DE CABLE	12%	14%	17%
NO MIRA EN ESE HORARIO	36%	28%	17%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en “otros”

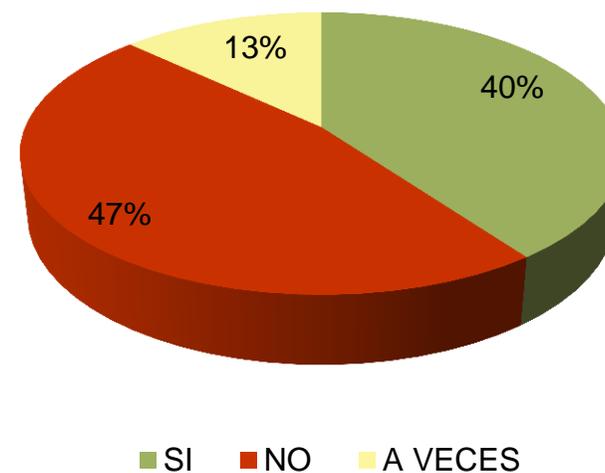
¿MIRA CANAL 10 DE RIO NEGRO?

SI	25%
NO	68%
A VECES	7%



¿VISITA ALGUNA PÁGINA WEB PARA INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

SÍ	40 %
NO	47%
A VECES	13%



**¿CUÁLES PÁGINAS WEB VISITA CON MÁS FRECUENCIA PARA INFORMARSE?**

(Responde 53%)

DIARIORIONEGRO	27%
CIPOLLETTIDIGITAL	17%
LAVOZDECIPOLLETTI	11%
CIPOLLETTINOTICIAS	8%
PATAGONIAPOST	6%
ADN NOTICIAS	4%
INTEGRACIÓN RIONEGRINA	5%
OTRAS	11%
NO VISITA	11%

# MEDICIÓN DE AUDIENCIA MEDIOS DE COMUNICACIÓN

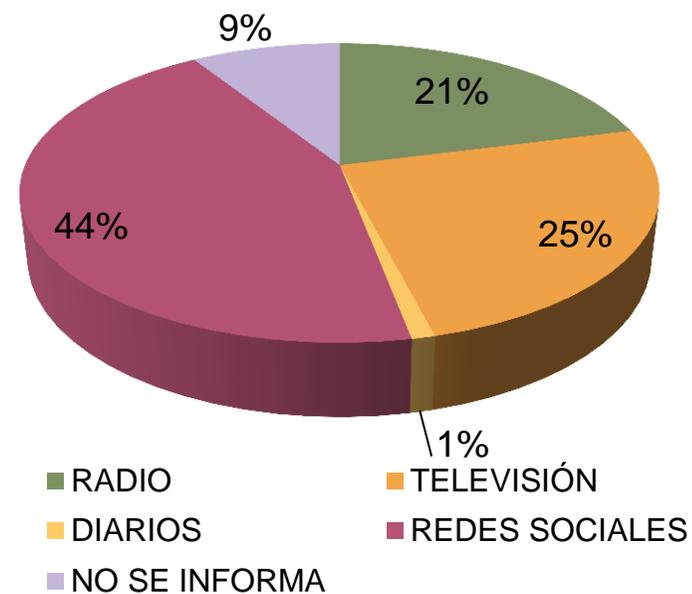
## CINCO SALTOS FINAL



OCTUBRE 2023

¿POR QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE INFORMA DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

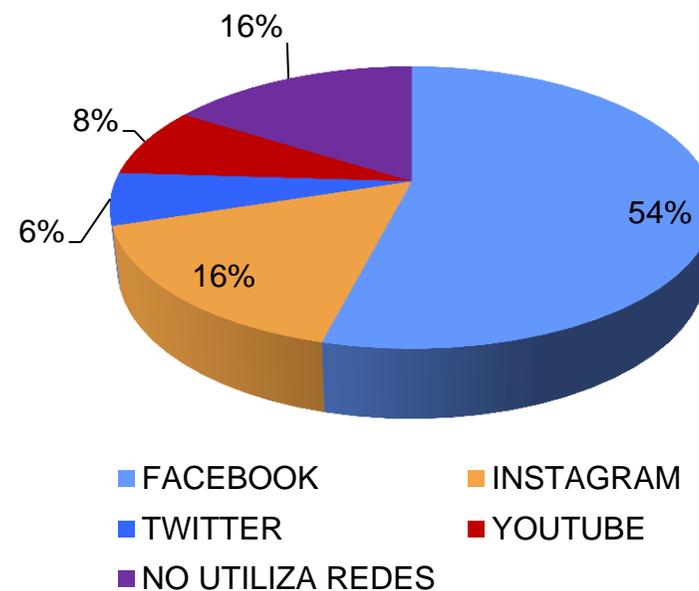
RADIO	21%
TELEVISIÓN	25%
DIARIOS	1%
REDES SOCIALES	44%
NO SE INFORMA	9%



¿POR QUÉ REDES SOCIALES PREFIERE INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

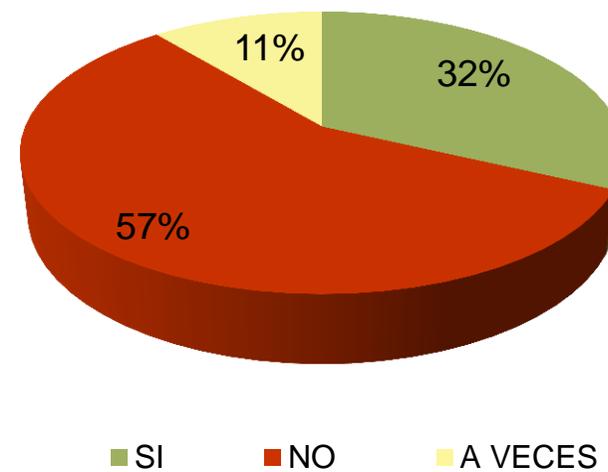
(Responden 44%)

FACEBOOK	54%
INSTAGRAM	16%
TWITTER	6%
YOU TUBE	8%
NO UTILIZA REDES	16%



¿ESCUCHA RADIO?

SI	32%
NO	57%
A VECES	11%



\*Escucha radios no significa que se informe por la radio.

**¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?**

LUNES A VIERNES

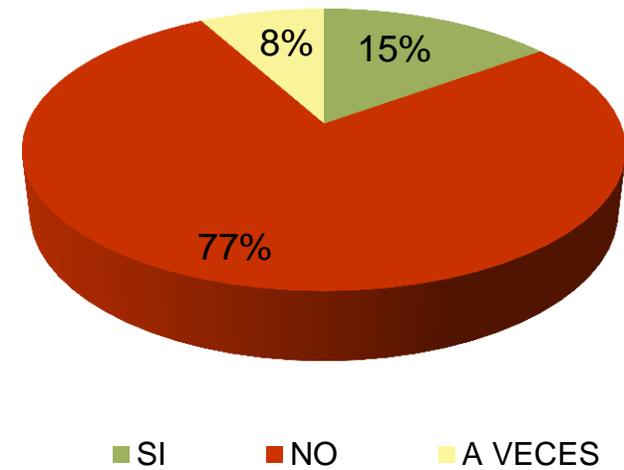
(Los que escuchan si y a veces 43%)

<b>RADIO</b>	<b>6 a 12</b>	<b>12 a 18</b>	<b>18 a 24</b>
99.5 FM URBANA	21%	13%	8%
96.3 FM CINCO SALTOS	17%	17%	9%
94.5 FM CIUDAD	5%	3%	4%
88.3 FM MUNICIPAL	5%	5%	4%
90.3 FM HORIZONTE	3%	3%	5%
95.6 FM SATÉLITE	3%	4%	4%
107.9 FM FUEGO	2%	3%	3%
100.7 FM ACTIVA	2%	3%	5%
740 AM LA CARRETERA ALLEN	2%	3%	3%
690 AM LU19 CIPOLLETTI	11%	8%	8%
OTRAS RADIOS	11%	10%	13%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO	18%	28%	34%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

¿ESCUCHA RADIO LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?

SI	15%
NO	77%
A VECES	8%



**¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?  
SÁBADOS**

(Los que escuchan sí y a veces 23%)

<b>RADIO</b>	<b>6 a 12</b>	<b>12 a 18</b>	<b>18 a 24</b>
99.5 FM URBANA	19%	12%	8%
96.3 FM CINCO SALTOS	10%	7%	7%
94.5 FM CIUDAD	3%	4%	4%
88.3 FM MUNICIPAL	16%	11%	7%
90.3 FM HORIZONTE	3%	3%	3%
95.6 FM SATÉLITE	2%	3%	4%
107.9 FM FUEGO	2%	3%	3%
100.7 FM ACTIVA	4%	4%	3%
690 AM LU19 CIPOLLETTI	6%	5%	6%
OTRAS RADIOS	9%	11%	13%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO	26%	37%	42%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

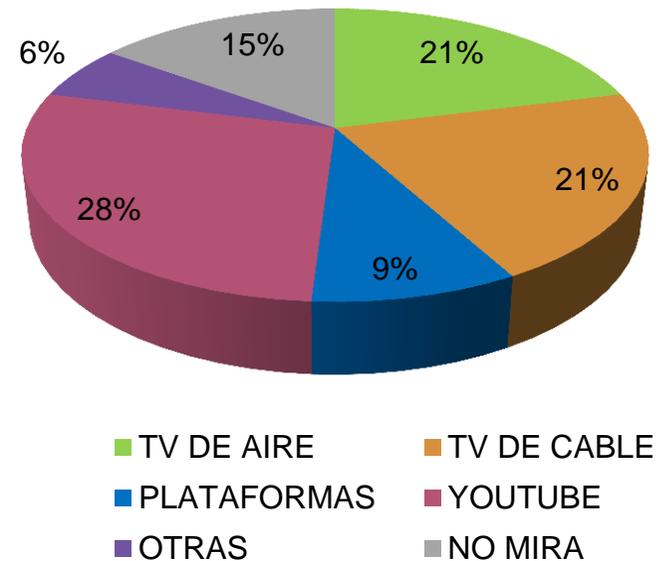
**¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?**  
**DOMINGOS**  
 (Los que escuchan sí y a veces 23%)

<b>RADIO</b>	<b>6 a 12</b>	<b>12 a 18</b>	<b>18 a 24</b>
99.5 FM URBANA	15%	10%	12%
96.3 FM CINCO SALTOS	9%	8%	9%
88.3 FM MUNICIPAL	11%	9%	5%
100.7 FM ACTIVA	4%	5%	5%
740 AM LA CARRETERA ALLEN	6%	5%	4%
690 AM LU19 CIPOLLETTI	10%	11%	4%
OTRAS RADIOS	11%	10%	13%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO	34%	42%	48%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

¿CUÁLES MEDIOS VISUALES MIRA CON MÁS FRECUENCIA?

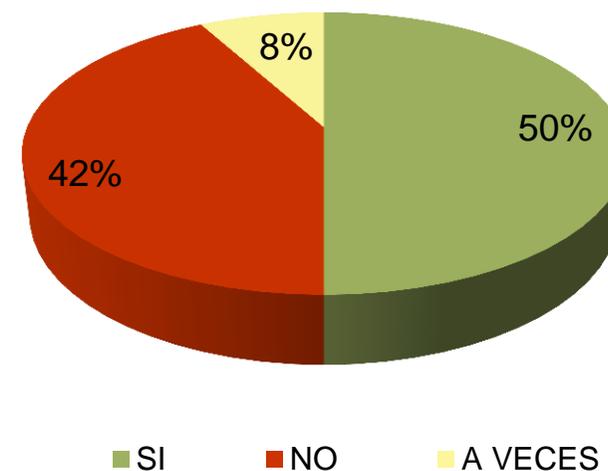
CANALES DE TELEVISIÓN DE AIRE	21%
CANALES DE TELEVISIÓN DE CABLE	21%
CANALES LOCALES	9%
PLATAFORMAS VIRTUALES (Netflix, Paramount, Etc.)	28%
YOUTUBE	6%
NO MIRA	15%



\*Que vea medios visuales no quiere decir que se informe por esos medios.

## ¿MIRA TELEVISIÓN DE LUNES A VIERNES?

SI	50%
NO	42%
A VECES	8%



\*Que mire televisión no significa que se informe por este mismo medio.

## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

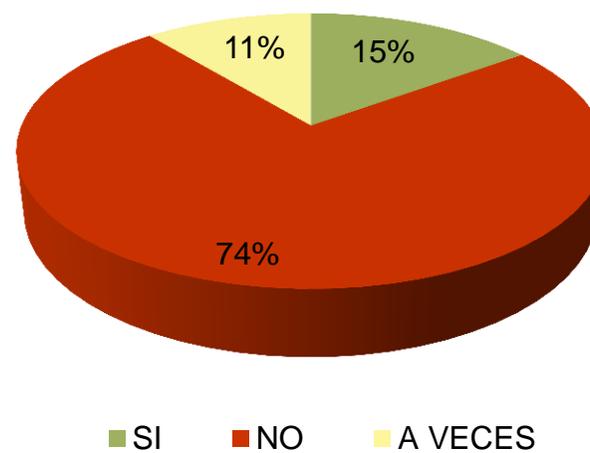
LUNES A VIERNES  
(Los que miran sí y a veces 58%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMERICA BS AS	2%	3%	3%
TV PÚBLICA BS AS	4%	3%	4%
CANAL SOMOS EL VALLE	4%	3%	5%
CANAL 9 BS AS	4%	6%	3%
CANAL 7 NEUQUÉN	22%	9%	14%
CANAL 10 RIO NEGRO	10%	14%	12%
CANAL 11 TELEFE	4%	8%	12%
CANAL 13 BUENOS AIRES	4%	6%	7%
CANALES DE CABLE	16%	22%	22%
NO MIRA EN ESE HORARIO	30%	26%	18%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otros"

¿MIRA TELEVISIÓN LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?

SI	15%
NO	74%
A VECES	11%



## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

## SABADOS

(Responden los que miran sí y a veces 36%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMERICA BS AS	2%	3%	4%
TV PUBLICA BS AS	7%	11%	9%
CANAL SOMOS EL VALLE	4%	3%	3%
CANAL 7 NEUQUÉN	10%	7%	13%
CANAL 9 BS AS	4%	4%	5%
CANAL 10 RIO NEGRO	9%	11%	8%
CANAL 11 TELEFE	6%	7%	12%
CANAL 13 BS AS	3%	5%	7%
CANALES DE CABLE	19%	20%	24%
NO MIRA EN ESE HORARIO	36%	29%	15%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otros"

## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

DOMINGO

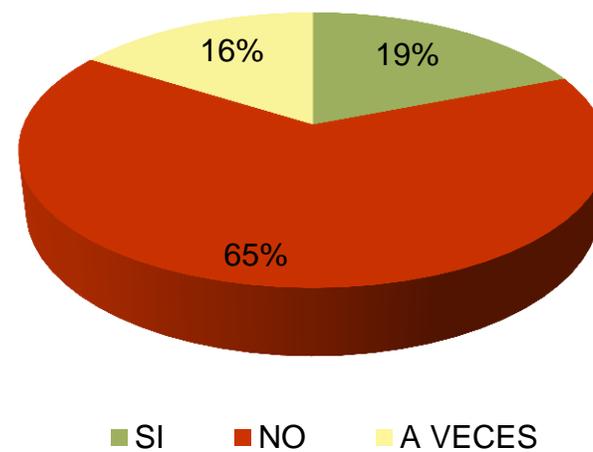
(Responden los que miran sí y a veces 36%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMERICA BS AS	3%	2%	4%
TV PUBLICA BS AS	11%	13%	8%
CANAL SOMOS EL VALLE	2%	3%	4%
CANAL 7 NEUQUÉN	9%	11%	13%
CANAL 9 BS AS	3%	3%	4%
CANAL 10 RIO NEGRO	7%	8%	11%
CANAL 11 TELEFE	6%	8%	11%
CANAL 13 BS AS	3%	5%	7%
CANALES DE CABLE	17%	20%	24%
NO MIRA EN ESE HORARIO	39%	27%	14%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en “otros”

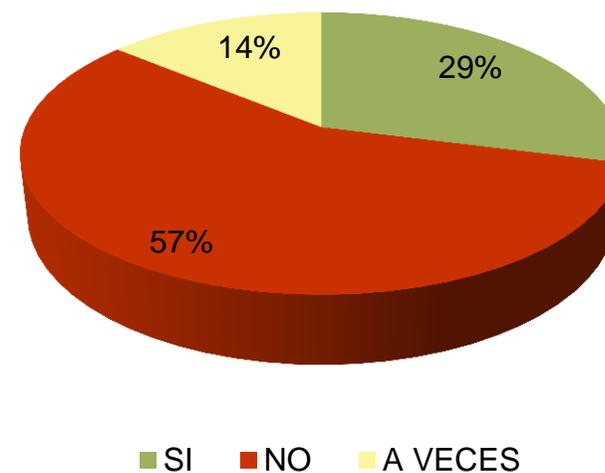
¿MIRA CANAL 10 DE RIO NEGRO?

SI	19%
NO	65%
A VECES	16%



¿VISITA ALGUNA PÁGINA WEB PARA INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

SÍ	29%
NO	57%
A VECES	14%



**¿CUÁLES PÁGINAS WEB VISITA CON MÁS FRECUENCIA PARA INFORMARSE?**

(Responde 43%)

DIARIO RIO NEGRO	32%
CINCO SALTOS AL DIA	14%
PERIODICO PRESENCIA	6%
FM CINCO SALTOS	6%
CADENA INTEGRACIÓN	4%
ADN	4%
OTROS	15%
NO VISITA	19%

# MEDICIÓN DE AUDIENCIA MEDIOS DE COMUNICACIÓN

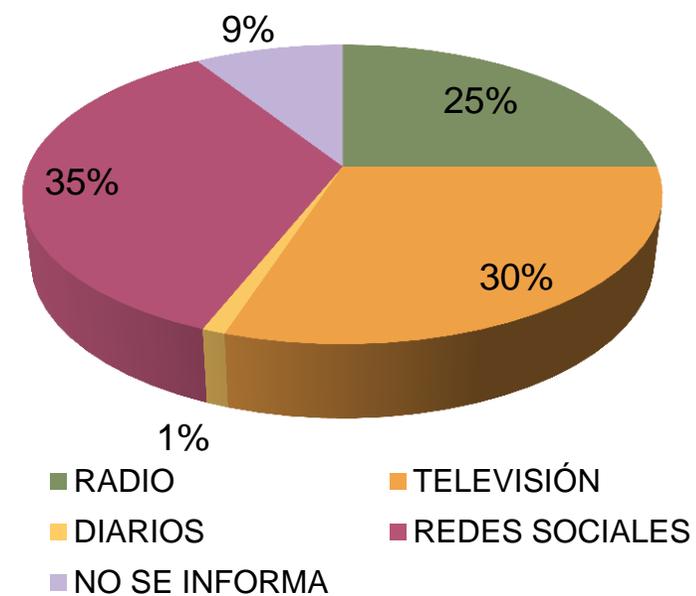
## GENERAL ROCA FINAL



OCTUBRE 2023

¿POR QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE INFORMA DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

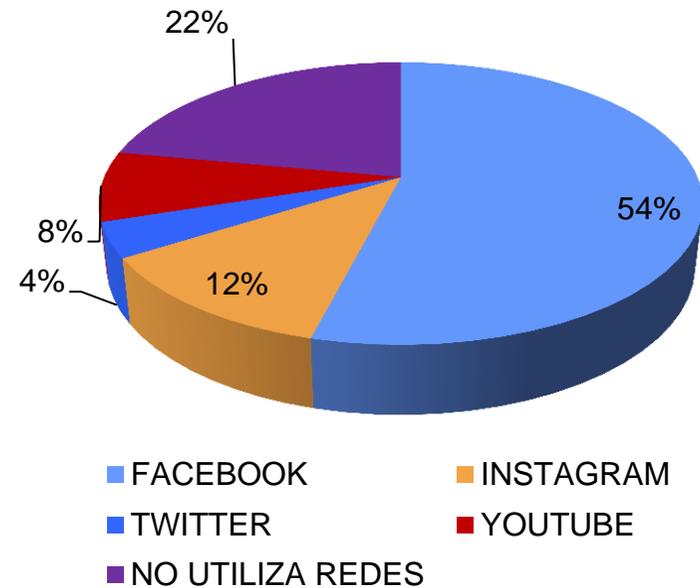
RADIO	25%
TELEVISIÓN	30%
DIARIOS	1%
REDES SOCIALES	35%
NO SE INFORMA	9%



¿POR QUÉ REDES SOCIALES PREFERE INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

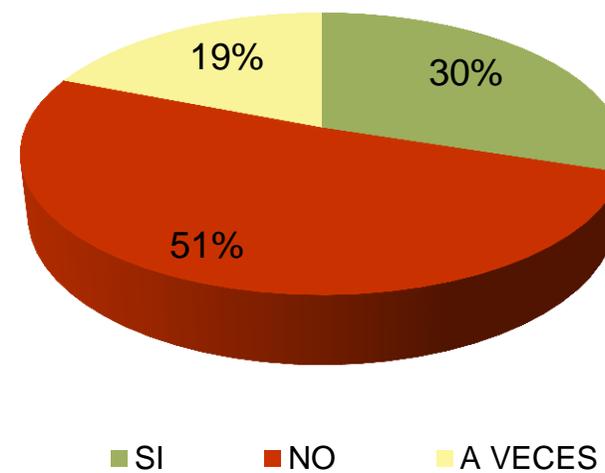
(Responden 35%)

FACEBOOK	54%
INSTAGRAM	12%
TWITTER	4%
YOU TUBE	8%
NO UTILIZA REDES	22%



## ¿ESCUCHA RADIO?

SI	30%
NO	51%
A VECES	19%



\*Escucha radios no significa que se informe por la radio.

## ¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?

LUNES A VIERNES

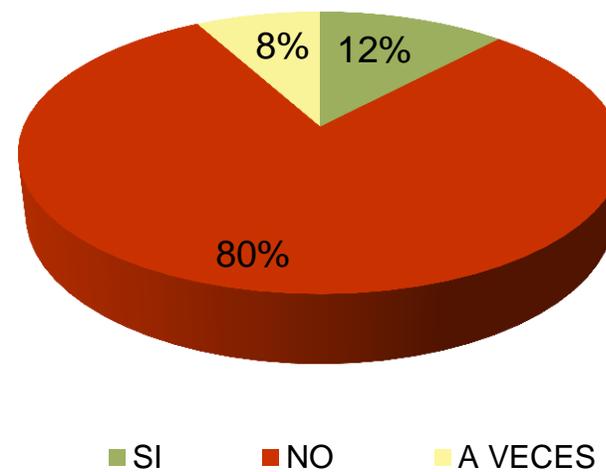
(Los que escuchan si y a veces 49%)

RADIO	6 a 12	12 a 18	18 a 24
AM LU18 RADIO DEL VALLE 640	28%	16%	9%
99.3 FM COLOR - LA 100	5%	8%	14%
90.9 FM RIO NEGRO	8%	6%	6%
93.5 FM CNN ROCA	7%	5%	13%
103.5 FM VIDA NUEVA	4%	6%	4%
91.9 FM RN RADIO	7%	4%	3%
101.9 FM LA RED	5%	7%	6%
102.5 FM EMOCIONES	4%	6%	4%
96.3 FM LA SUPER	6%	4%	4%
102.5 FM MEDIOS DEL AIRE	5%	5%	4%
OTRAS RADIOS	9%	8%	9%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO	12%	25%	24%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

¿ESCUCHA RADIO LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?

SI	12%
NO	80%
A VECES	8%



**¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?  
SÁBADOS**

(Los que escuchan sí y a veces 20%)

<b>RADIO</b>	<b>6 a 12</b>	<b>12 a 18</b>	<b>18 a 24</b>
AM LU18 RADIO DEL VALLE 640	14%	12%	8%
99.3 FM COLOR - LA 100	12%	9%	9%
90.9 FM RIO NEGRO	5%	4%	5%
91.7 FM FIESTA	4%	9%	5%
103.5 FM VIDA NUEVA	5%	3%	3%
93.5 FM CNN ROCA	4%	3%	4%
100.9 FM LATINA	4%	3%	4%
101.9 FM LA RED	4%	5%	5%
96.3 FM LA SUPER	5%	4%	3%
98.5 FM RADIO SHOW 98.5	3%	3%	4%
94.5 FM LA CIMA	5%	4%	5%
OTRAS RADIOS	11%	10%	6%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO	24%	31%	39%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

**¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?  
DOMINGOS**

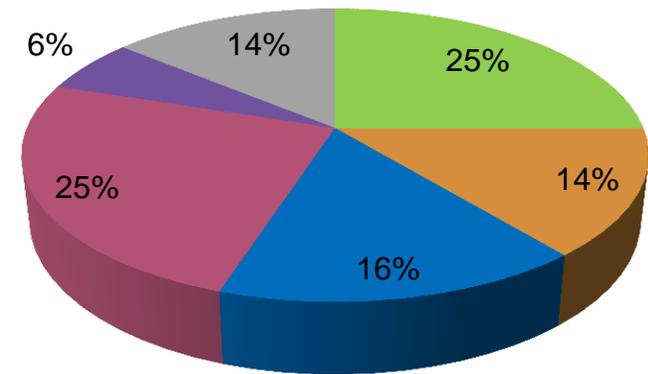
(Los que escuchan sí y a veces 20%)

<b>RADIO</b>	<b>6 a 12</b>	<b>12 a 18</b>	<b>18 a 24</b>
AM LU18 RADIO DEL VALLE 640	12%	10%	7%
103.5 FM VIDA NUEVA	4%	5%	6%
90.9 FM RIO NEGRO	4%	3%	2%
91.7 FM FIESTA	6%	5%	5%
99.3 FM COLOR - LA 100	5%	7%	6%
93.5 FM CNN ROCA	4%	3%	3%
100.9 FM LATINA	6%	3%	5%
101.9 FM LA RED	3%	3%	4%
98.5 FM RADIO SHOW	4%	3%	2%
94.5 FM LA CIMA	5%	5%	5%
OTRAS RADIOS	11%	10%	10%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO	36%	43%	45%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

¿CUÁLES MEDIOS VISUALES MIRA CON MÁS FRECUENCIA?

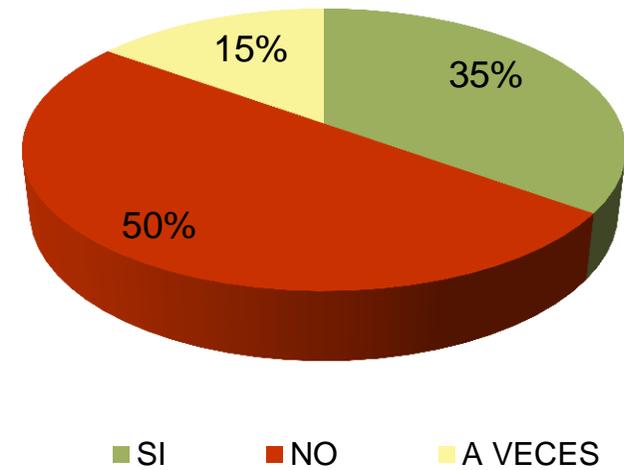
CANALES DE TELEVISIÓN DE AIRE	25%
CANALES DE TELEVISIÓN DE CABLE	14%
CANALES LOCALES	16%
PLATAFORMAS VIRTUALES (Netflix, Paramount, Etc.)	25%
YOUTUBE	6%
NO MIRA	14%



- TV DE AIRE
- TV DE CABLE
- CANALES LOCALES
- PLATAFORMAS
- YOUTUBE
- NO MIRA

¿MIRA TELEVISIÓN DE LUNES A VIERNES?

SI	35%
NO	50%
A VECES	15%



\*Que mire televisión no significa que se informe por este mismo medio.

## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

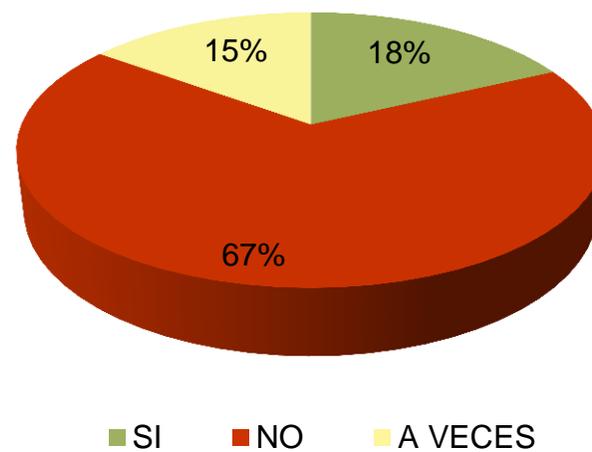
LUNES A VIERNES  
(Los que miran sí y a veces 50%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMERICA BS AS	5%	4%	5%
TV PÚBLICA	6%	5%	4%
CANAL 7 NEUQUÉN	6%	6%	4%
CANAL SOMOS EL VALLE	9%	8%	8%
CANAL 9 BS AS	5%	4%	4%
CANAL 10 RIO NEGRO	14%	19%	23%
CANAL 11 TELEFE	5%	10%	12%
CANAL 13 BUENOS AIRES	5%	7%	9%
CANALES DE CABLE	16%	15%	13%
NO MIRA EN ESE HORARIO	29%	22%	18%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otros"

¿MIRA TELEVISIÓN LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?

SI	18%
NO	67%
A VECES	15%



## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

## SÁBADOS

(Responden los que miran sí y a veces 33%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMERICA BS AS	5%	6%	5%
CANAL 7 TV PÚBLICA	10%	12%	9%
CANAL SOMOS EL VALLE	6%	7%	8%
CANAL 9 BS AS	5%	5%	6%
CANAL 10 RIO NEGRO	11%	15%	17%
CANAL 11 TELEFE	8%	10%	12%
CANAL 13 BS AS	7%	7%	10%
CANALES DE CABLE	14%	12%	15%
NO MIRA EN ESE HORARIO	34%	26%	18%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otros"

## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

DOMINGO

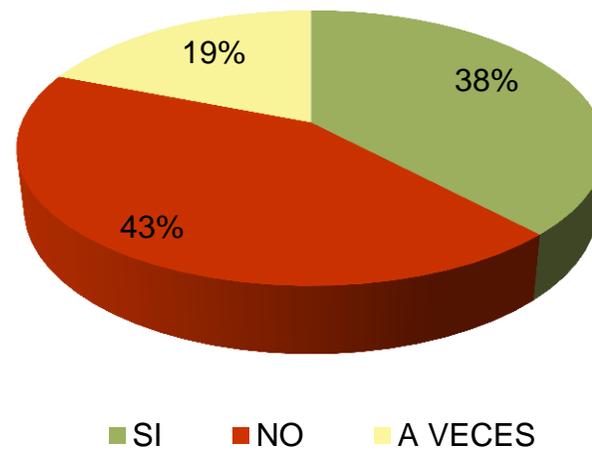
(Responden los que miran sí y a veces 33%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMERICA BS AS	3%	5%	6%
CANAL 7 TV PÚBLICA	10%	12%	9%
CANAL SOMOS EL VALLE	5%	6%	5%
CANAL 9 BS AS	5%	5%	5%
CANAL 10 RIO NEGRO	13%	17%	22%
CANAL 11 TELEFE	8%	11%	14%
CANAL 13 BS AS	6%	8%	10%
CANALES DE CABLE	15%	10%	13%
NO MIRA EN ESE HORARIO	35%	26%	16%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otros"

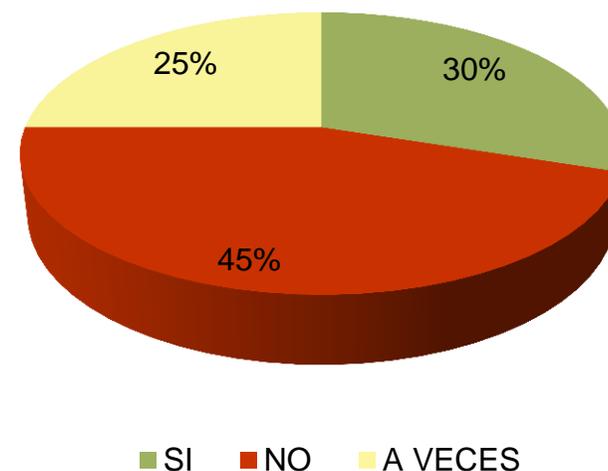
¿MIRA CANAL 10 DE RIO NEGRO?

SI	38%
NO	43%
A VECES	19%



¿VISITA ALGUNA PÁGINA WEB PARA INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

SÍ	30%
NO	45%
A VECES	25%



**¿CUÁLES PÁGINAS WEB VISITA CON MÁS FRECUENCIA PARA INFORMARSE?**

(Responde 55%)

DIARIO RIO NEGRO	24%
AN ROCA	22%
TODOS NOTICIAS ROCA	10%
LA COMUNA	9%
LA SUPER DIGITAL	6%
RN QN	5%
DIARIO 10	4%
TODOS ROCA	5%
OTROS	15%
NO VISITA	12%

# MEDICIÓN DE AUDIENCIA MEDIOS DE COMUNICACIÓN

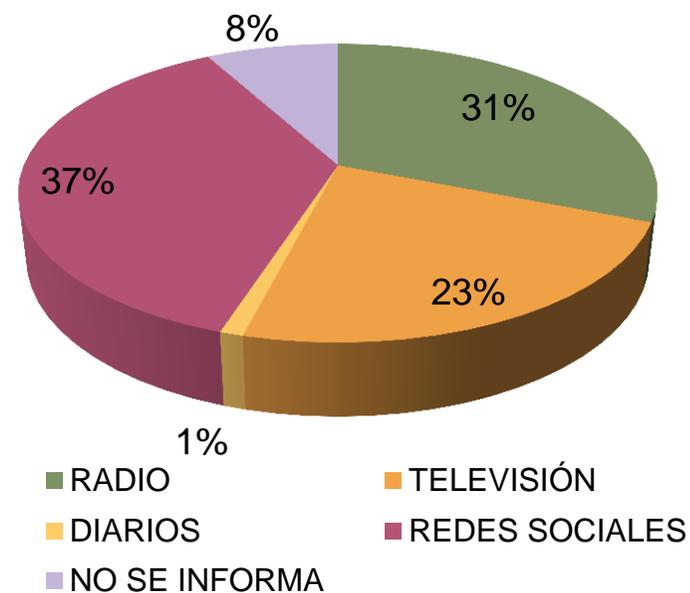
**ALLEN  
FINAL**



OCTUBRE 2023

¿POR QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE INFORMA DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

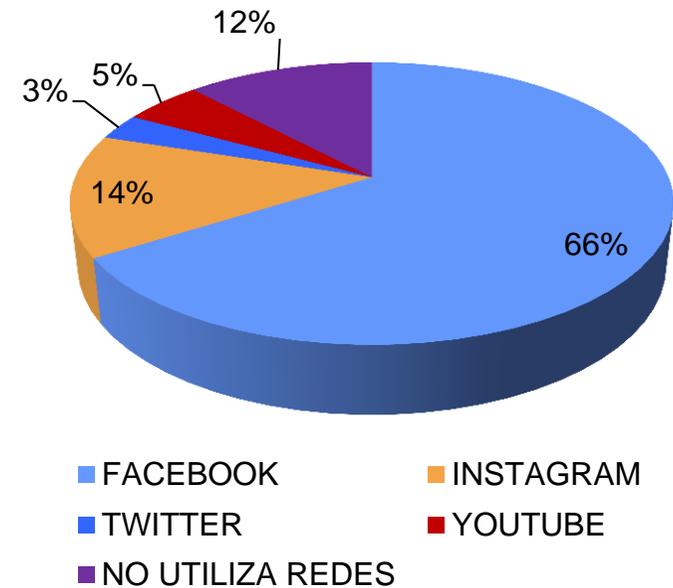
RADIO	31%
TELEVISIÓN	23%
DIARIOS	1%
REDES SOCIALES	37%
NO SE INFORMA	8%



¿POR QUÉ REDES SOCIALES PREFIERE INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

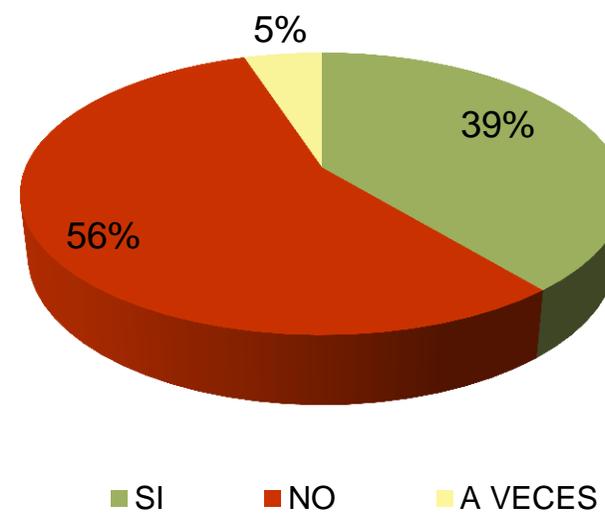
(Responden 37%)

FACEBOOK	66%
INSTAGRAM	14%
TWITTER	3%
YOU TUBE	5%
NO UTILIZA REDES	12%



## ¿ESCUCHA RADIO?

SI	39%
NO	56%
A VECES	5%



\*Escucha radios no significa que se informe por la radio.

## ¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?

LUNES A VIERNES

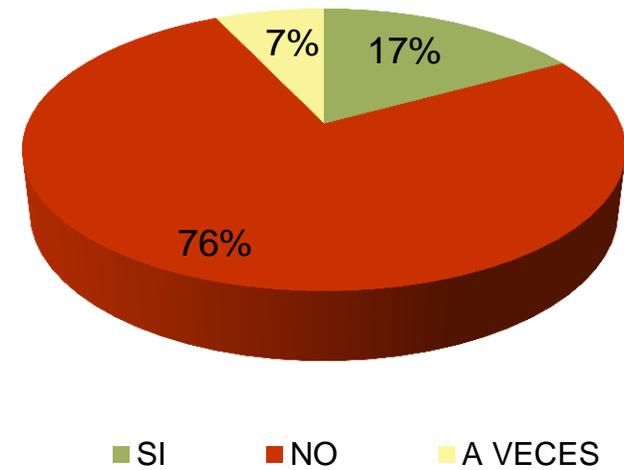
(Los que escuchan si y a veces 44%)

RADIO		6 a 12	12 a 18	18 a 24
740	AM LA CARRETERA	5%	7%	5%
96.9	FM TERAPIA	30%	20%	10%
98.7	FM LÍDER	13%	9%	6%
640	LU19 CIPOLLETTI	6%	6%	8%
106.7	FM LIBRA	5%	4%	6%
99.5	FM AN ALLEN	6%	4%	6%
88.3	FM PASIÓN	2%	6%	8%
OTRAS RADIOS		6%	9%	9%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO		27%	35%	42%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

¿ESCUCHA RADIO LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?

SI	17%
NO	76%
A VECES	7%



**¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?  
SÁBADOS**

(Los que escuchan sí y a veces 24%)

<b>RADIO</b>	<b>6 a 12</b>	<b>12 a 18</b>	<b>18 a 24</b>
740 AM LA CARRETERA	5%	5%	3%
96.9 FM TERAPIA	20%	11%	9%
98.7 FM LÍDER	12%	7%	5%
640 LU19 CIPOLLETTI	5%	7%	8%
106.7 FM LIBRA	9%	10%	10%
99.5 FM AN ALLEN	3%	4%	2%
88.3 FM PASIÓN	2%	2%	3%
OTRAS RADIOS	6%	8%	6%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO	38%	46%	54%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?  
DOMINGOS

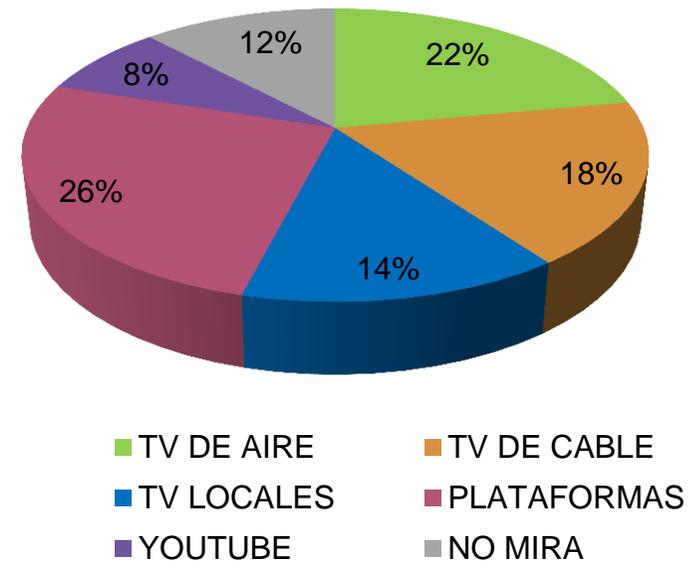
(Los que escuchan sí y a veces 24%)

RADIO		6 a 12	12 a 18	18 a 24
740	AM LA CARRETERA	6%	5%	4%
96.9	FM TERAPIA	14%	10%	8%
98.7	FM LÍDER	7%	6%	5%
640	LU19 CIPOLLETTI	8%	9%	7%
106.7	FM LIBRA	7%	4%	6%
99.5	FM AN ALLEN	4%	3%	3%
88.3	FM PASIÓN	2%	3%	4%
OTRAS RADIOS		6%	6%	4%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO		46%	54%	59%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

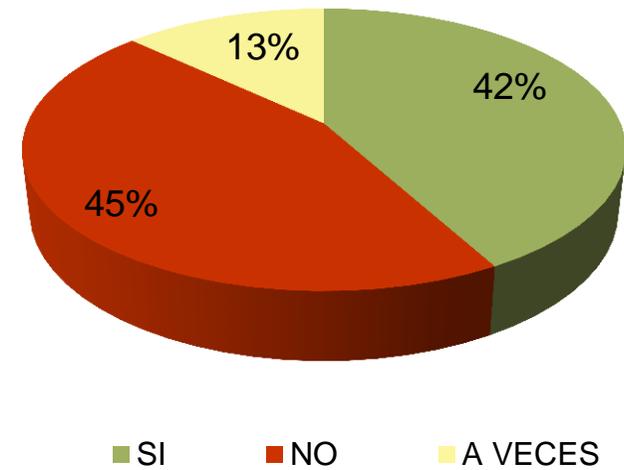
¿CUÁLES MEDIOS VISUALES MIRA CON MÁS FRECUENCIA?

CANALES DE TELEVISIÓN DE AIRE	22%
CANALES DE TELEVISIÓN DE CABLE	18%
CANALES LOCALES	14%
PLATAFORMAS VIRTUALES (Netflix, Paramount, Etc.)	26%
YOUTUBE	8%
NO MIRA	12%



## ¿MIRA TELEVISIÓN DE LUNES A VIERNES?

SI	42%
NO	45%
A VECES	13%



\*Que mire televisión no significa que se informe por este mismo medio.

## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

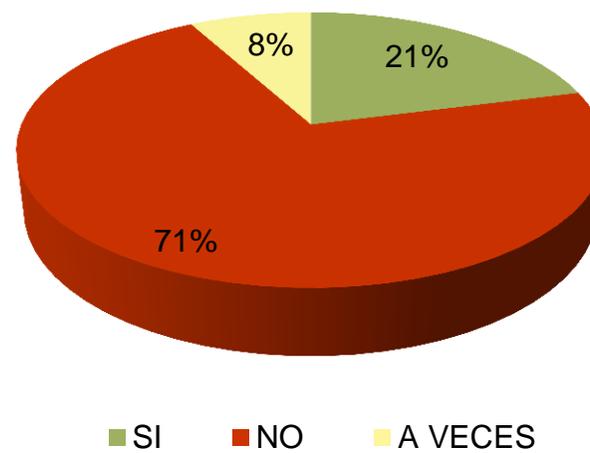
LUNES A VIERNES  
(Los que miran sí y a veces 55%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMERICA BS AS	5%	4%	5%
TV PÚBLICA BS AS	3%	3%	3%
CANAL SOMOS EL VALLE	4%	6%	4%
CANAL 7 NEIQUÉN	7%	14%	12%
CANAL 9 BS AS	4%	3%	3%
CANAL 10 RIO NEGRO	9%	11%	14%
CANAL 11 TELEFE	8%	12%	16%
CANAL 13 BUENOS AIRES	6%	4%	8%
CANALES DE CABLE	11%	12%	18%
NO MIRA EN ESE HORARIO	43%	31%	17%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otros"

## ¿MIRA TELEVISIÓN LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?

SI	21%
NO	71%
A VECES	8%



## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

## SABADOS

(Responden los que miran sí y a veces 29%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMERICA BS AS	3%	4%	4%
TV PUBLICA BS AS	6%	6%	4%
CANAL SOMOS EL VALLE	4%	4%	4%
CANAL 7 NEUQUÉN	9%	11%	18%
CANAL 9 BS AS	3%	4%	3%
CANAL 10 RIO NEGRO	5%	9%	13%
CANAL 11 TELEFE	7%	11%	16%
CANAL 13 BS AS	5%	7%	9%
CANALES DE CABLE	11%	13%	13%
NO MIRA EN ESE HORARIO	47%	31%	16%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otros"

## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

DOMINGO

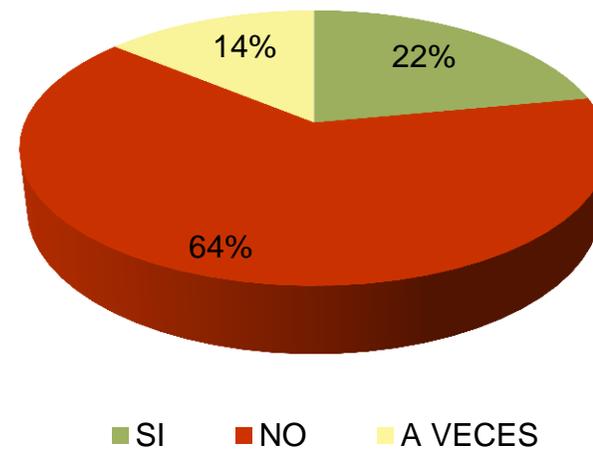
(Responden los que miran sí y a veces 29%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMERICA BS AS	3%	4%	3%
TV PUBLICA BS AS	8%	9%	6%
CANAL SOMOS EL VALLE	4%	5%	4%
CANAL 7 NEUQUÉN	8%	9%	12%
CANAL 9 BS AS	3%	2%	3%
CANAL 10 RIO NEGRO	6%	8%	11%
CANAL 11 TELEFE	6%	10%	14%
CANAL 13 BS AS	3%	6%	8%
CANALES DE CABLE	14%	16%	18%
NO MIRA EN ESE HORARIO	45%	31%	21%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otros"

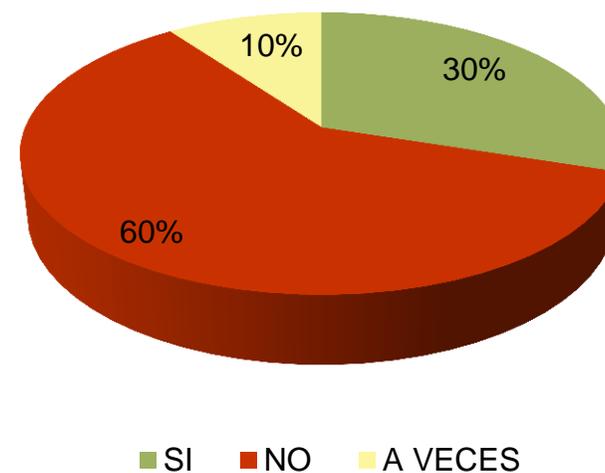
¿MIRA CANAL 10 DE RIO NEGRO?

SI	22%
NO	64%
A VECES	14%



¿VISITA ALGUNA PÁGINA WEB PARA INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

SÍ	30%
NO	60%
A VECES	10%



**¿CUÁLES PÁGINAS WEB VISITA CON MÁS FRECUENCIA PARA INFORMARSE?**

(Responde 40%)

DIARIO RIO NEGRO	18%
NOTICIASNET	4%
AN ALLEN	18%
LA MAÑANA DE NEUQUÉN	9%
INFO ALLEN	9%
DIARIO ALLEN	11%
CADENA INTEGRACIÓN	4%
OTROS	12%
NO VISITA WEB	15%

# MEDICIÓN DE AUDIENCIA MEDIOS DE COMUNICACIÓN

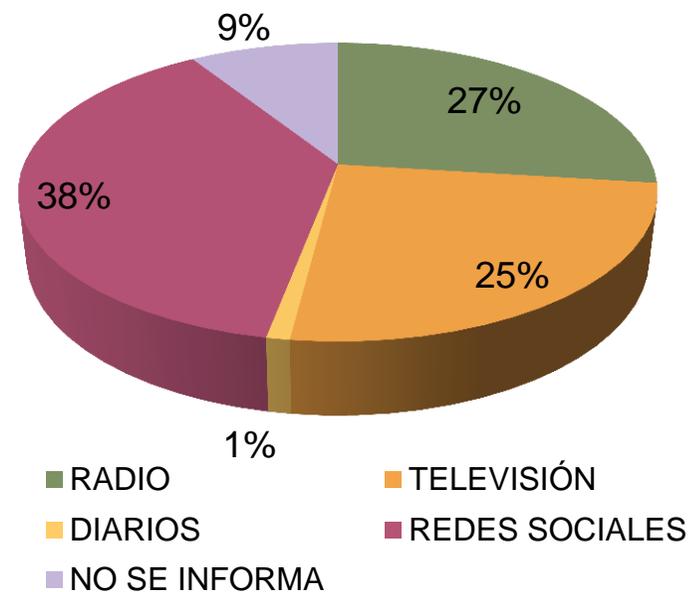
**VILLA REGINA  
FINAL**



OCTUBRE 2023

¿POR QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE INFORMA DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

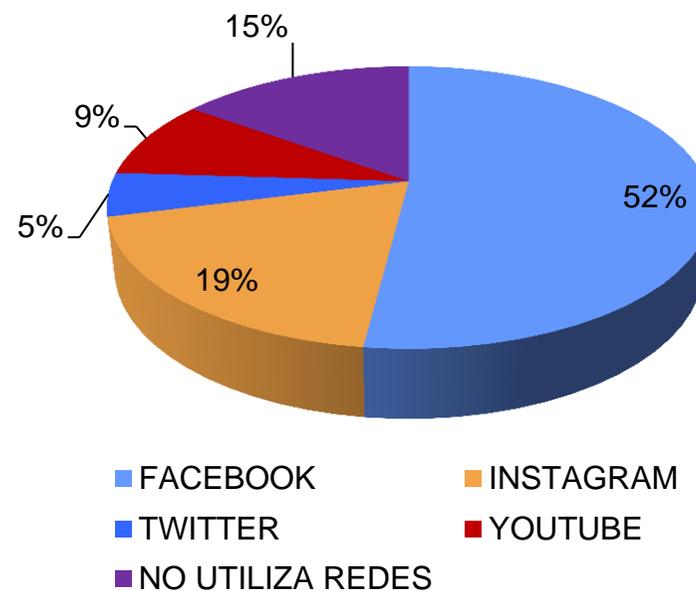
RADIO	27%
TELEVISIÓN	25%
DIARIOS	1%
REDES SOCIALES	38%
NO SE INFORMA	9%



¿POR QUÉ REDES SOCIALES PREFIERE INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

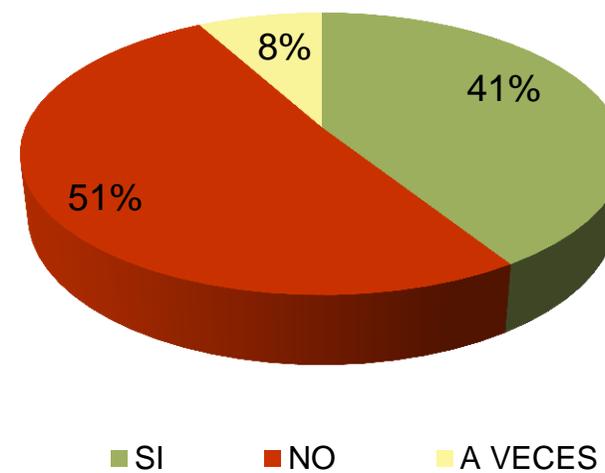
(Responden 38%)

FACEBOOK	52%
INSTAGRAM	19%
TWITTER	5%
YOU TUBE	9%
NO UTILIZA REDES	15%



## ¿ESCUCHA RADIO?

SI	41%
NO	51%
A VECES	8%



\*Escucha radios no significa que se informe por la radio.

## ¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?

LUNES A VIERNES

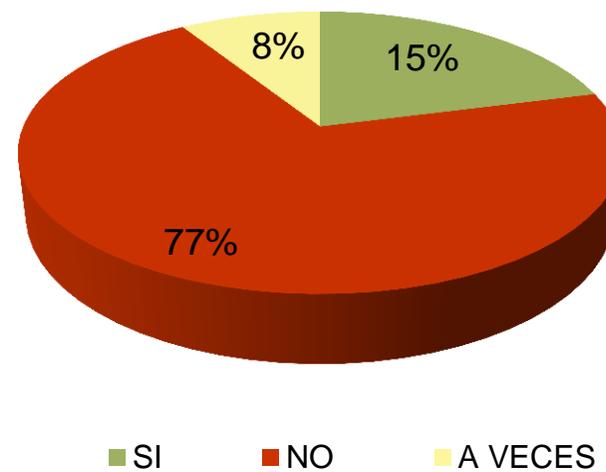
(Los que escuchan si y a veces 49%)

RADIO	6 a 12	12 a 18	18 a 24
AM 1000 LU16	9%	5%	5%
90.1 FM NOVENTA	10%	6%	5%
92.7 FM LU 16	5%	6%	6%
93.7 FM DEL SOL	38%	20%	10%
96.7 FM LUZ	10%	6%	7%
96.9 FM CONCEPTOS	3%	4%	4%
101.5 FM ECLIPSE	2%	8%	4%
95.1 FM MAGIC	2%	8%	4%
OTRAS RADIOS	9%	13%	16%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO	12%	24%	39%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

¿ESCUCHA RADIO LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?

SI	19%
NO	70%
A VECES	11%



## ¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?

## SÁBADOS

(Los que escuchan sí y a veces 30%)

RADIO	6 a 12	12 a 18	18 a 24
AM 1000 LU16	9%	6%	5%
90.1 FM NOVENTA	7%	4%	4%
93.7 FM DEL SOL	26%	12%	8%
96.7 FM LUZ	7%	5%	4%
96.9 FM CONCEPTOS	3%	2%	2%
101.5 FM ECLIPSE	3%	5%	5%
95.1 FM MAGIC	2%	5%	3%
OTRAS RADIOS	8%	11%	14%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO	35%	50%	55%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

## ¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?

DOMINGOS

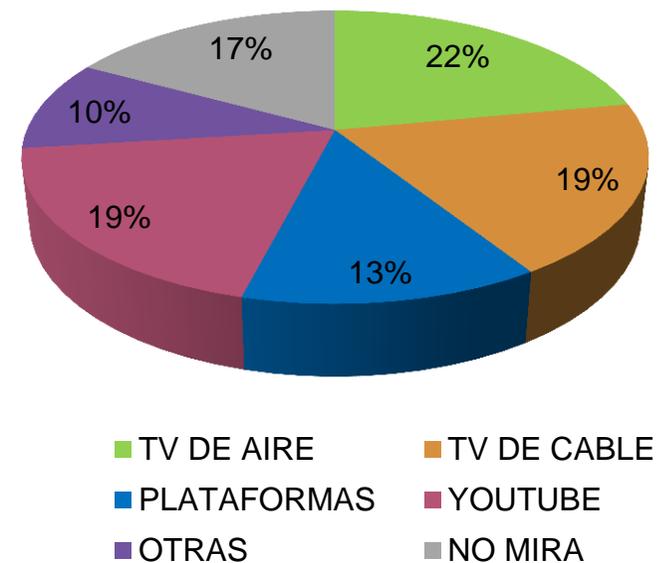
(Los que escuchan sí y a veces 30%)

RADIO	6 a 12	12 a 18	18 a 24
AM 1000 LU16	10%	8%	4%
90.1 FM NOVENTA	6%	9%	6%
93.7 FM DEL SOL	22%	14%	10%
96.7 FM LUZ	8%	6%	8%
101.5 FM ECLIPSE	4%	6%	7%
OTRAS RADIOS	14%	14%	12%
NO ESCUCHA EN ESE HORARIO	36%	43%	53%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

¿CUÁLES MEDIOS VISUALES MIRA CON MÁS FRECUENCIA?

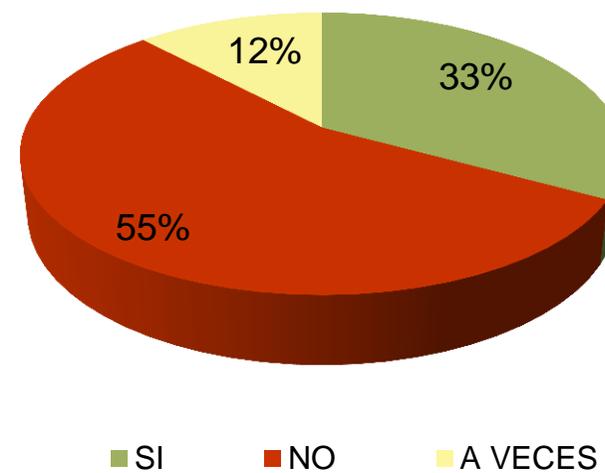
CANALES DE TELEVISIÓN DE AIRE	22%
CANALES DE TELEVISIÓN DE CABLE	19%
CANALES LOCALES	13%
PLATAFORMAS VIRTUALES (Netflix, Paramount, Etc.)	19%
YOUTUBE	10%
NO MIRA	17%



\*Mira medios visuales no significa que se informe por esos medios,

## ¿MIRA TELEVISIÓN DE LUNES A VIERNES?

SI	33%
NO	55%
A VECES	12%



\*Que mire televisión no significa que se informe por este medio.

## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

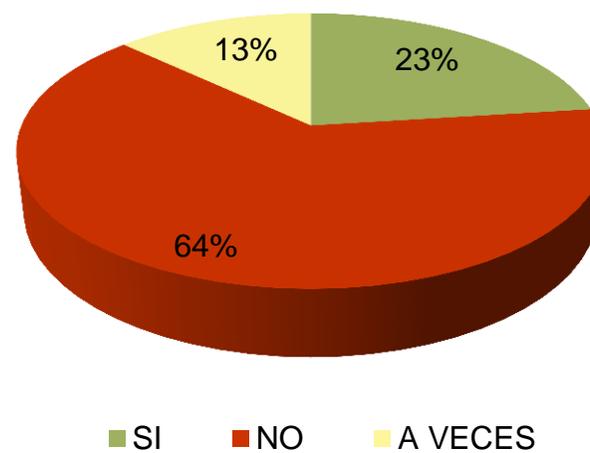
LUNES A VIERNES  
(Los que miran sí y a veces 45%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMÉRICA	3%	4%	6%
CANAL 7 TV PÚBLICA	3%	3%	4%
CANAL 9 BS.AS	4%	6%	8%
CANAL 11 TELEFE	5%	9%	14%
CANAL 13	6%	7%	10%
CANAL 10 RÍO NEGRO	7%	6%	9%
PROGRAMA DE CABLE	20%	24%	20%
NO MIRA EN ESE HORARIO	52%	41%	29%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en “otros”

¿MIRA TELEVISIÓN LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?

SI	23%
NO	64%
A VECES	13%



## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

## SÁBADOS

(Responden los que miran sí y a veces 36%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMÉRICA	4%	4%	7%
CANAL 7 TV PÚBLICA	9%	11%	9%
CANAL 9 BS.AS	5%	6%	5%
CANAL 11 TELEFE	7%	9%	13%
CANAL 13	6%	9%	11%
CANAL 10 RÍO NEGRO	6%	7%	9%
PROGRAMA DE CABLE	22%	25%	27%
NO MIRA EN ESE HORARIO	41%	29%	19%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otros"

## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

DOMINGO

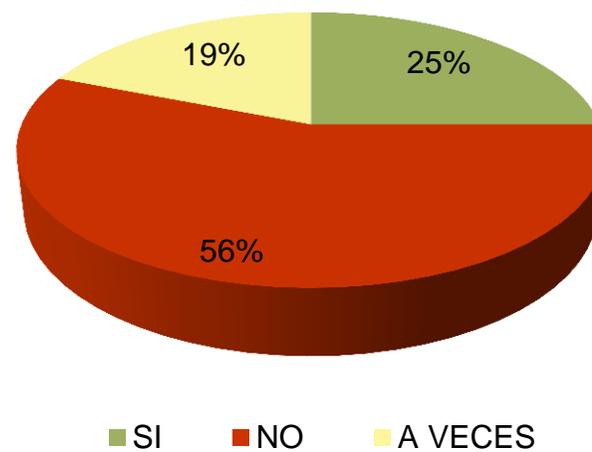
(Responden los que miran sí y a veces 36%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMÉRICA	4%	6%	7%
CANAL 7 TV PÚBLICA	9%	14%	9%
CANAL 9 BS.AS	5%	6%	6%
CANAL 11 TELEFE	7%	10%	16%
CANAL 13	6%	9%	13%
CANAL 10 RÍO NEGRO	8%	9%	12%
PROGRAMA DE CABLE	20%	14%	20%
NO MIRA EN ESE HORARIO	41%	32%	17%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otros"

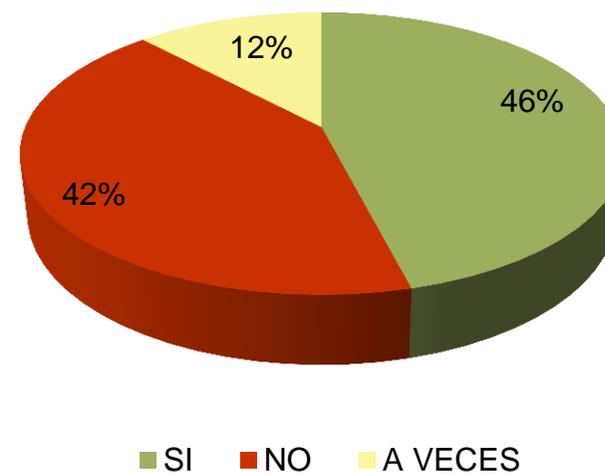
¿MIRA CANAL 10 DE RIO NEGRO?

SI	25%
NO	56%
A VECES	19%



¿VISITA ALGUNA PÁGINA WEB PARA INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

SÍ	46%
NO	42%
A VECES	12%



**¿CUÁLES PÁGINAS WEB VISITA CON MÁS FRECUENCIA PARA INFORMARSE?**

(Responde 58%)

DIARIO RIO NEGRO	21%
LA COMUNA	31%
LA TAPA	10%
VILLA REGINALANDIA	6%
LU16 RADIORIONEGRO	5%
CADENA INTEGRACIÓN	3%
ADN	4%
OTRAS	10%
NO VISITA WEB	10%

# MEDICIÓN DE AUDIENCIA MEDIOS DE COMUNICACIÓN

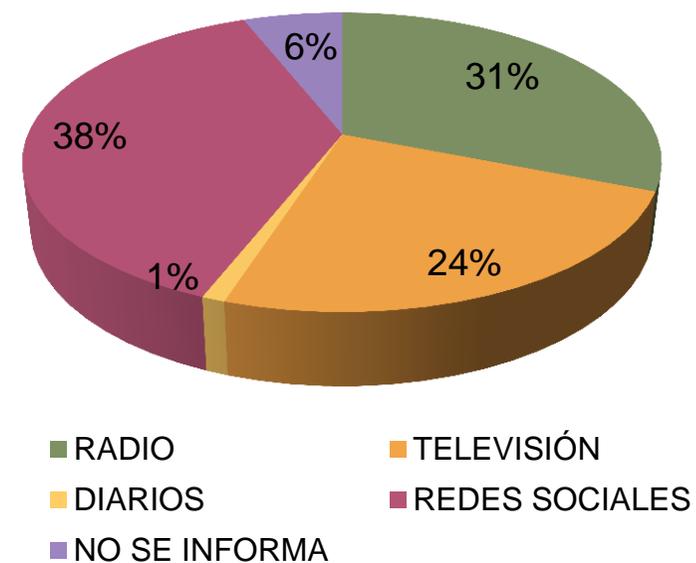
**VIEDMA  
FINAL**



OCTUBRE 2023

¿POR QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE INFORMA DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

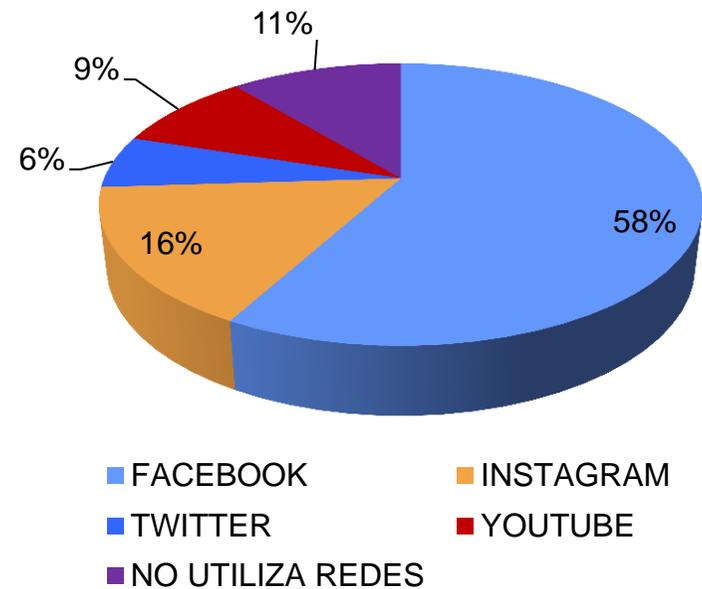
RADIO	31%
TELEVISIÓN	24%
DIARIOS	1%
REDES SOCIALES	38%
NO SE INFORMA	6%



**¿POR QUÉ REDES SOCIALES PREFIERE INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?**

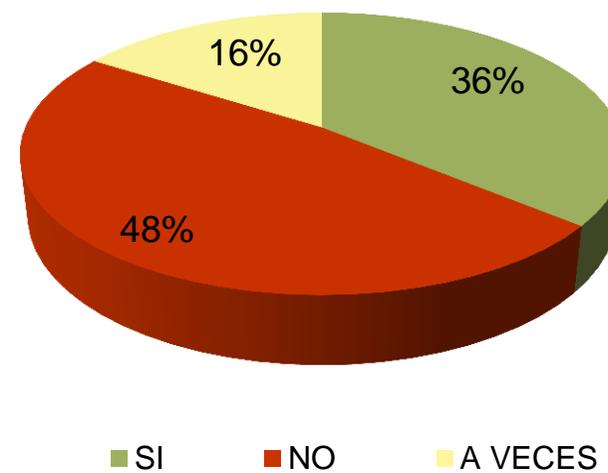
(Responden 38%)

FACEBOOK	58%
INSTAGRAM	16%
TWITTER	6%
YOU TUBE	9%
NO UTILIZA REDES	11%



## ¿ESCUCHA RADIO?

SI	36%
NO	48%
A VECES	16%



\*Escucha radios no significa que se informe por la radio.

## ¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?

LUNES A VIERNES

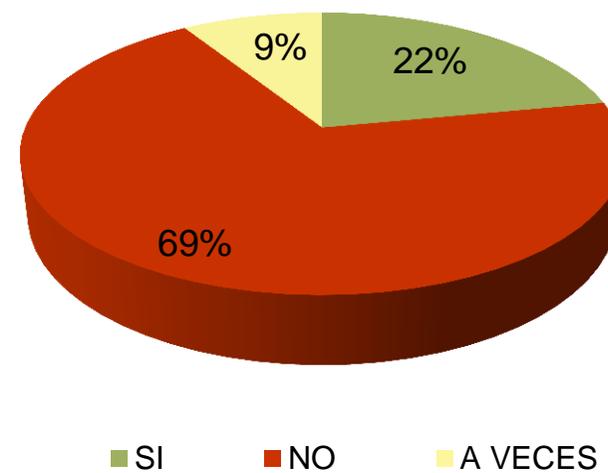
(Los que escuchan si y a veces 52%)

RADIO	6 a 12	12 a 18	18 a 24
105.9 FM RADIO POPULAR	11%	13%	11%
AM LU15 RADIO VIEDMA AM 800	14%	7%	8%
AM 1150 NACIONAL	3%	3%	3%
90.5 FM RADIO PATAGONIA	10%	11%	9%
92.1 FM INTEGRACIÓN RIONEGRINA	13%	8%	9%
103.9 FM ENCUENTRO	6%	4%	3%
89.7 FM RADIO UNO	5%	4%	3%
105.5 FM RADIO NOTICIAS	7%	5%	3%
91.7 FM RAÍCES	4%	4%	2%
104.3 FM PACHA	4%	5%	2%
92.9 FM PRESENCIA	4%	3%	2%
*OTRAS	9%	10%	11%
No escucha en ese horario	10%	23%	34%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

¿ESCUCHA RADIO LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?

SI	22%
NO	69%
A VECES	9%



**¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?  
SÁBADOS**

(Los que escuchan sí y a veces 31%)

RADIO	6 a 12	12 a 18	18 a 24
AM 800 LU 15 RADIO VIEDMA	8%	7%	7%
90.5 FM RADIO PATAGONA	12%	9%	6%
92.1 FM RADIO INTEGRACIÓN RIONEGRINA	8%	10%	8%
AM 1150 RADIO NACIONAL	3%	4%	4%
105.5 FM NOTICIAS DE LA COSTA	6%	6%	4%
91.7 FM RAÍCES	4%	4%	3%
91.7 FM RADIO ENCUENTRO	4%	3%	3%
89.7 FM RADIO UNO	4%	3%	3%
98.5 FM ATLANTICA	5%	3%	5%
105.9 FM POPULAR	11%	10%	6%
*OTRAS	8%	7%	9%
No escucha en ese horario	27%	34%	42%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

**¿QUÉ RADIO ESCUCHA Y EN CUAL DE ESTOS HORARIOS?  
DOMINGOS**

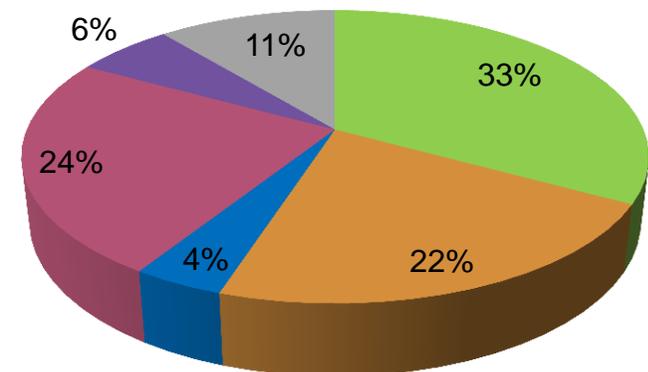
(Los que escuchan sí y a veces 31%)

RADIO	6 a 12	12 a 18	18 a 24
AM 800 LU 15 RADIO VIEDMA	9%	7%	6%
90.5 FM RADIO PATAGONA	10%	7%	6%
92.1 FM RADIO INTEGRACIÓN RIONEGRINA	8%	10%	6%
AM 1150 RADIO NACIONAL	5%	6%	3%
105. FM NOTICIAS DE LA COSTA	6%	8%	4%
91.7 FM RAÍCES	3%	2%	2%
103.9 FM RADIO ENCUENTRO	5%	3%	4%
89.1 FM DEL SOL	5%	3%	4%
105.9 FM POPULAR	10%	6%	6%
*OTRAS	7%	7%	10%
No escucha en ese horario	32%	41%	49%

\*Las radios con audiencia menor del 3% se encuentran incluidas en "otras"

**¿CUÁLES MEDIOS VISUALES MIRA CON MÁS FRECUENCIA?**

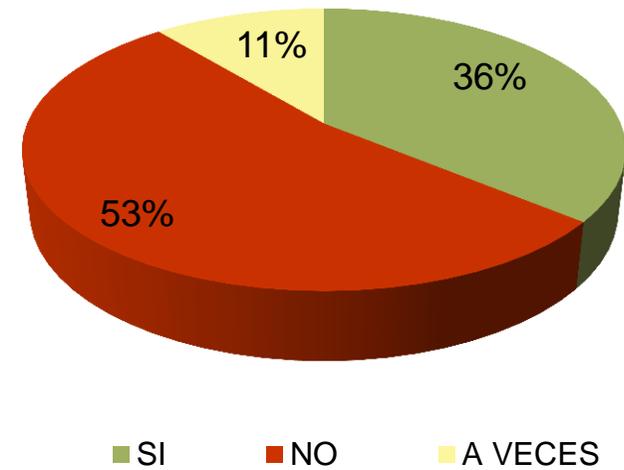
CANALES DE TELEVISIÓN DE AIRE	33%
CANALES DE TELEVISIÓN DE CABLE	22%
CANALES LOCALES	4%
PLATAFORMAS VIRTUALES (Netflix, Paramount, Etc.)	24%
YOUTUBE	6%
NO MIRA	11%



- TV DE AIRE
- TV DE CABLE
- CANALES LOCALES
- PLATAFORMAS
- YOUTUBE
- NO MIRA

¿MIRA TELEVISIÓN DE LUNES A VIERNES?

SI	36%
NO	53%
A VECES	11%



\*Que mire televisión no significa que se informe por este mismo medio.

## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

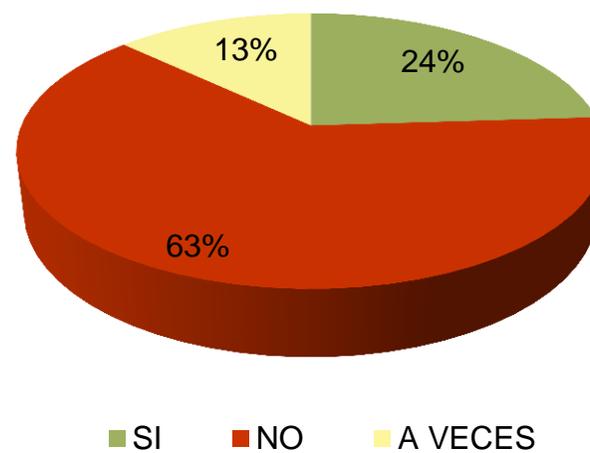
LUNES A VIERNES  
(Los que miran sí y a veces 47%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMERICA	4%	6%	7%
CANAL 7 TV PUBLICA	6%	7%	7%
CANAL 9 BS. AS.	5%	7%	8%
CANAL 11 TELEFE	8%	13%	19%
CANAL 13	5%	9%	14%
CANAL 10 RIO NEGRO	4%	6%	7%
CANAL 2 VIEDMA	6%	7%	7%
PROGRAMA DE CABLE	12%	16%	18%
NO MIRA EN ESE HORARIO	50%	29%	13%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otros"

¿MIRA TELEVISIÓN LOS SÁBADOS Y DOMINGOS?

SI	24%
NO	63%
A VECES	13%



## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

## SABADOS

(Responden los que miran sí y a veces 37%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMERICA	4%	5%	5%
CANAL 7 TV PUBLICA	9%	8%	7%
CANAL 9 BS. AS.	5%	6%	6%
CANAL 11 TELEFE	11%	15%	18%
CANAL 13	7%	9%	13%
CANAL 10 RIO NEGRO	3%	4%	6%
CANAL 2 VIEDMA	3%	3%	4%
PROGRAMA DE CABLE	8%	12%	22%
NO MIRA EN ESE HORARIO	50%	38%	19%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en "otros"

## ¿EN CUAL DE ESTOS HORARIOS Y QUE CANAL MIRA?

DOMINGOS

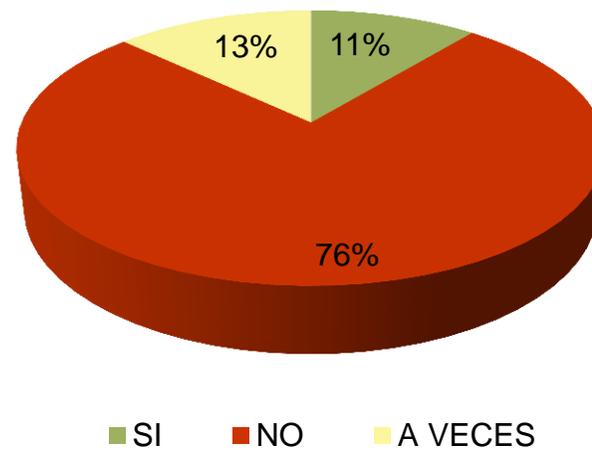
(Responden los que miran sí y a veces 37%)

CANALES DE TV	6 a 12	12 a 18	18 a 24
CANAL 4 AMERICA	4%	4%	6%
CANAL 7 TV PUBLICA	9%	12%	9%
CANAL 9 BS. AS.	3%	4%	5%
CANAL 11 TELEFE	12%	14%	17%
CANAL 13	8%	10%	12%
CANAL 10 RIO NEGRO	4%	8%	9%
CANAL 2 VIEDMA	4%	4%	4%
PROGRAMA DE CABLE	8%	12%	17%
NO MIRA EN ESE HORARIO	48%	32%	21%

\*Los canales con audiencia menor del 3% se encuentran incluidos en “otros”

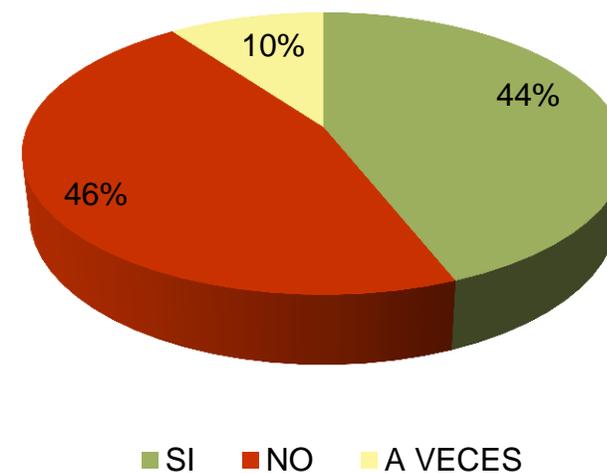
**¿MIRA CANAL 10 DE RIO NEGRO?**

SI	11%
NO	76%
A VECES	13%



¿VISITA ALGUNA PÁGINA WEB PARA INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

SÍ	44%
NO	46%
A VECES	10%



**¿CUÁLES PÁGINAS WEB VISITA CON MÁS FRECUENCIA PARA INFORMARSE?**

(Responde 54%)

NOTICIAS NET	25%
MAPUCHITO	10%
EL DELITOMETRO	10%
DIARIO RIO NEGRO	10%
CADENA INTEGRACION	7%
APP	5%
ADN	9%
OTRAS	13%
NO VISITA	11%

\*Las web con menos del 3% se encuentran incluidas en "otras"



**COMENTARIO FINAL  
Y CONCLUSIONES  
PROVINCIA DE RIO NEGRO**

- ✓ A continuación se vuelve a agregar un comentario de cada localidad, para tener un resumen puntual sobre las preferencias de medios.
- ✓ Las redes sociales marcan su crecimiento en la provincia de Rio Negro, al igual que las radios y las páginas web informativas, la televisión se ha mantenido ésta, según datos comparativos que se agregan.
- ✓ La gente elige para informarse fundamentalmente las redes sociales, y así queda reflejado en Bariloche, El Bolsón, Cipolletti, Cinco Saltos, General Roca, Allen, Villa Regina y Viedma.
- ✓ Seguidamente se ofrece un resumen general sobre cuáles medios de comunicación consumen en cada ciudad o localidad de la provincia.
- ✓ También se incluye un detalle sobre la cantidad de habitantes mayores de 16 años por localidad, para poder realizar una evaluación sobre la incidencia de la comunicación en cada lugar.

¿POR CUÁLES MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE INFORMA DE LO QUE SUCEDE EN RIO NEGRO?

CIUDAD	RADIO	TELEVISIÓN	DIARIOS	REDES SOCIALES	NO SE INFORMA
BARILOCHE	36%	16%	2%	38%	8%
EL BOLSÓN	26%	23%	1%	43%	7%
CIPOLLETTI	27%	32%	2%	32%	7%
CINCO SALTOS	21%	25%	1%	44%	9%
GRAL. ROCA	25%	30%	1%	35%	9%
ALLEN	31%	23%	1%	37%	8%
VILLA REGINA	27%	25%	1%	38%	9%
VIEDMA	31%	24%	1%	38%	6%

## XX – 3 DETALLE HABITANTES POR LOCALIDAD

RIO NEGRO

CANTIDAD DE HABITANTES MAYORES DE 16 AÑOS EN CADA LOCALIDAD ENCUESTADA.

TOTAL PROVINCIAL DE HABITANTES 598.000

Bariloche	120.000 Habitantes
Cipolletti	69.000 Habitantes
General Roca	86.000 Habitantes
El Bolsón	22.000 Habitantes
Allen	24.000 Habitantes
Cinco Saltos	22.000 Habitantes
Villa Regina	29.000 Habitantes
Viedma	55.000 Habitantes

- ✓ Las redes sociales 38% y la radio 36% son los medios de mayor preferencia.
- ✓ Escucha radio el 51%.
- ✓ FM Radio 6 y FM 100, lideran en distintos horarios.
- ✓ Los canales de televisión de aire (23%) y las plataformas digitales (22%) son los visuales vistos con más frecuencia.
- ✓ Mira televisión el 52%.
- ✓ Telefe y Canal 6 de Bariloche es elegido en todos los horarios.
- ✓ 2% lee diario impreso en papel.
- ✓ El 55% visita alguna página web de noticias.
- ✓ Dentro de los diarios digitales, El Cordillerano (21%) es el más preferido para informarse.
- ✓ 66% Utiliza Facebook.

- ✓ Las redes sociales 43% son las preferidas para informarse.
- ✓ Escucha radio el 65%.
- ✓ 92.3 Radio Nacional Bariloche es la más escuchada.
- ✓ Los medios visuales más vistos son plataformas virtuales (33%).
- ✓ Mira televisión el 50%.
- ✓ Lee diario impreso en papel sólo el 1%.
- ✓ El 65% visita alguna página web de noticias.
- ✓ Dentro de los diarios digitales, Noticias Bolsón (19%) y Diario Rio Negro (16%) son los elegidos para informarse.
- ✓ 51% Utiliza Facebook.

- ✓ La televisión y las redes sociales con el 32% son los medios preferidos para informarse.
- ✓ 53% Escucha radio.
- ✓ LU19 La Voz del Comahue 23% y Puerto Argentino con el 21%, son las radios de mayor audiencia.
- ✓ 59% Mira Televisión.
- ✓ Canal 7 de Neuquén es el medio que lidera los diferentes horarios.
- ✓ 2% Lee diarios impresos en papel.
- ✓ 53% Visita las páginas web.
- ✓ Diario Rio Negro (38%) y Cipolletti Digital son las preferidas.
- ✓ 52% Utiliza Facebook.

- ✓ La radio 33% y las redes sociales 33% son los medios preferidos para informarse.
- ✓ 47% Escucha radio.
- ✓ FM Cinco Saltos 99.5 y FM Urbana 96.3 son las de mayor audiencia.
- ✓ 61% Mira televisión.
- ✓ Dentro de la programación, Telefe y Canal 7 de Neuquén tienen mayor preferencia.
- ✓ El 27% mira Canal 10 de Rio Negro.
- ✓ El 5% lee diario impresos en papel.
- ✓ El 45% visita alguna página web de noticias.
- ✓ En el grupo de diarios digitales, diario Rio Negro es el más visitado con un 66% y Cinco Saltos al Día le sigue con un 12%.
- ✓ El 53% utiliza Facebook.

- ✓ Las redes sociales 35% y la televisión 30% son los medios preferidos.
- ✓ Un 49% escucha radio.
- ✓ AM LU18 Radio del Valle lidera ampliamente todos los sectores horarios.
- ✓ 50% Mira televisión.
- ✓ Canal 10 de Rio Negro lidera todos los sectores horarios.
- ✓ 57% Mira Canal 10 de Rio Negro.
- ✓ El 2% lee diarios impresos.
- ✓ 55% Visita agencia de noticias.
- ✓ Diario Rio Negro 24% y AN Roca 22% son las preferidas.
- ✓ 54% Utiliza Facebook.

- ✓ Las redes sociales (37%) son el medio de comunicación preferido para informarse.
- ✓ Escucha radio 44%.
- ✓ Terapia 98.7 es la radio más escuchada.
- ✓ Mira televisión el 55%.
- ✓ 36% Mira Canal 10 de Rio Negro.
- ✓ Lee diarios impresos en papel el 1%.
- ✓ El 40% visita agencias de noticias web.
- ✓ Diario Rio Negro (18%) y AN Allen (18%) son las más visitadas.
- ✓ El 66% Utiliza Facebook.

- ✓ Las redes sociales con el 38%, es el medio más elegido para informarse.
- ✓ 49% Escucha radio.
- ✓ FM Del Sol 93.7 lidera en todos los horarios.
- ✓ Mira televisión el 45%.
- ✓ Canal Telefe tiene la mayor audiencia en la televisión.
- ✓ Lee diario impreso el 1%.
- ✓ 58% Visita agencias de noticias.
- ✓ Dentro de los sitios web La Comuna (31%) es el más visitado.
- ✓ 52% Utiliza Facebook.

- ✓ 38% Utiliza redes sociales para informarse.
- ✓ Escucha radio el 52%.
- ✓ Las radios más sintonizadas son FM Cadena Integración, FM Radio Popular y LU15.
- ✓ Mira televisión el 47%.
- ✓ Dentro de la programación, Telefe es la más vista.
- ✓ 1% Lee diarios impresos.
- ✓ 54% Visita alguna agencia digitales de noticias para informarse.
- ✓ En el grupo de diarios digitales Noticias Net (25%), Mapuchito (10%), el Delitómetro (10%) y Diario Rio Negro con 10% son las más visitadas.
- ✓ Un 58% utiliza Facebook.



## **CONCLUSIONES INFORME FINAL**



## **DATOS COMPARATIVOS**

**EL GRAN AVANCE EN LA COMUNICACIÓN EN LA PROVINCIA DE RIO NEGRO LO VIENE DANDO LAS REDES SOCIALES QUE HAN PASADO A COMANDAR LAS PREFERENCIAS DE LOS RIONEGRINOS PARA INFORMARSE.**

CIUDAD	RADIO	TELEVISIÓN	DIARIOS	REDES SOCIALES
BARILOCHE	36%	16%	2%	38%
EL BOLSÓN	26%	23%	1%	43%
CIPOLLETTI	27%	32%	2%	32%
CINCO SALTOS	21%	25%	1%	44%
GRAL. ROCA	25%	30%	2%	35%
ALLEN	31%	23%	1%	37%
VILLA REGINA	27%	25%	1%	38%
VIEDMA	31%	24%	1%	38%

- ✓ La audiencia de radio, después de la pandemia ha incrementado su nivel de oyentes en casi todas las localidades a excepción de Allen que se mantiene igual tomando como referencia en sondeo del año 2021.
- ✓ En la mayoría de las ciudades el liderazgo de audiencia mantiene a las mismas emisoras.

Bariloche	FM Radio 6 y FM 100
El Bolsón	FM Radio Nacional
Cipolletti	AM LU19 y Puerto Argentino
Cinco Saltos	FM Urbano
Gral. Roca	AM LU18
Allen	FM Terapia
Villa Regina	FM El Sol
Viedma	FM Cadena Integración – LU15 Radio Viedma y FM Popular

- ✓ La televisión a excepción de Bariloche que ha descendido, el resto ha incrementado su público de televidentes, aquí también con los mismos liderazgos que en sondeos anteriores:

Bariloche	Canal 6 y Telefe
El Bolsón	Telefe
Cipolletti	Canal 7 Neuquén
Cinco Saltos	Canal 7 Neuquén
Gral. Roca	Canal 10 Gral. Roca
Allen	Telefe
Villa Regina	Telefe
Viedma	Telefe

- ✓ Evidentemente el gran perdedor de los últimos tiempos han sido los medios periodísticos impresos.
- ✓ Una gran mayoría han dejado de editarse, otros aparecen los fines de semana y los habituales redujeron su tiraje.
- ✓ La diferencia con la encuesta del 2021 queda reflejada en el último sondeo con porcentaje que ninguno de los casos supera el 2%.

LOCALIDADES	LECTURA DE DIARIOS 2021	LECTURA DE DIARIOS 2023
Bariloche	5%	2%
El Bolsón	5%	1%
Cipolletti	5%	2%
Cinco Saltos	2%	1%
Gral. Roca	4%	2%
Allen	4%	1%
Villa Regina	7%	1%
Viedma	3%	1%

- ✓ Las páginas de noticias online han ampliado el mercado rionegrino a través de las páginas web que generan una gran competencia por ofrecer un servicio periodístico al instante y en cualquier momento.
- ✓ El incremento fue notorio en los últimos años.

CIUDAD	2021 Visita web	2023 Visita web
BARILOCHE	43%	55%
EL BOLSÓN	35%	65%
CIPOLLETTI	36%	53%
CINCO SALTOS	36%	43%
GRAL. ROCA	38%	55%
ALLEN	34%	40%
VILLA REGINA	47%	58%
VIEDMA	61%	54%

¿POR CUÁLES REDES SOCIALES PREFIERE INFORMARSE DE LO QUE SUCEDE EN LA PROVINCIA DE RIO NEGRO?

(Es importante tomar en cuenta el porcentaje que dice utilizarlas para informarse)

RESPONDE	CIUDAD	FACEBOOK %	INSTAGRAM %	TWITER %	YOUTUBE %	NO UTILIZA REDES %
38%	BARILOCHE	66	12	8	4	10
43%	EL BOLSÓN	51	22	5	6	16
32%	CIPOLLETTI	52	12	7	8	21
44%	CINCO SALTOS	54	16	6	8	16
35%	GRAL. ROCA	54	12	4	8	22
37%	ALLEN	66	14	3	5	12
38%	VILLA REGINA	52	19	5	9	15
38%	VIEDMA	58	16	6	9	11

**XX – g) RESUMEN GENERAL DE AUDIENCIA POR CADA MEDIO 2021/2023**

**RIO NEGRO**

2021	ESCUCHA RADIO	MIRAN TV	LEEN DIARIO	VISITAN AGENCIAS DIGITALES
BARILOCHE	43%	56%	5%	43%
EL BOLSON	48%	41%	5%	35%
CIPOLLETTI	41%	50%	5%	36%
CINCO SALTOS	32%	53%	2%	36%
GRAL. ROCA	42%	46%	4%	38%
ALLEN	44%	54%	4%	34%
VILLA REGINA	47%	37%	7%	47%
VIEDMA	46%	51%	3%	61%

2023	ESCUCHA RADIO	MIRAN TV	LEEN DIARIO	VISITAN AGENCIAS DIGITALES	VISITAN REDES SOCIALES
BARILOCHE	51%	52%	2%	55%	38%
EL BOLSON	65%	50%	1%	65%	43%
CIPOLLETTI	53%	59%	2%	53%	32%
CINCO SALTOS	43%	58%	1%	43%	44%
GRAL. ROCA	49%	50%	2%	55%	35%
ALLEN	44%	55%	1%	40%	37%
VILLA REGINA	49%	45%	1%	58%	38%
VIEDMA	52%	47%	1%	54%	38%

- ✓ En el Estudio de Investigación de Audiencia de Medios de Comunicación de la provincia de Rio Negro, surgen datos interesantes para evaluar y comparar con trabajos similares realizados por esta Consultora. En tal sentido se agregan cuadros de referencias para observar las variaciones más significativas en cada localidad.
- ✓ Resulta interesante observar el consumo en las regiones cordilleranas, integradas por Bariloche – Bolsón, Alto valle con Cipolletti, Cinco Saltos, Allen, Gral. Roca, Villa Regina y Valle Inferior con la capital provincial Viedma, en todas se observa en crecimiento de las redes sociales en la pregunta; para informarse de lo que sucede en la provincia.

- ✓ La radio mantiene el caudal de oyentes después de la pandemia, con casi los mismos liderazgos, aunque con porcentajes inferiores comparando con sondeos anteriores. Esa leve disminución está concentrándose en una diversidad de FM barriales con pequeños porcentajes de audiencia todavía incipientes.
- ✓ La gran mayoría de medios radiales no poseen servicios informativos locales, siendo preferidas por los oyentes por la buena música o por programas de entretenimientos, buscando otras alternativas para informarse.
- ✓ La televisión presenta características similares a la hora de informarse, los televidentes, si bien miran determinados canales, no utilizan este medio para saber de lo que sucede en Rio Negro.

- ✓ La lectura de los medios periodísticos impresos va disminuyendo año tras año en favor de los medios digitales que compiten en estos espacios.
- ✓ Dentro de las redes sociales el facebook es el más utilizado para informarse.

En síntesis

- ✓ Incremento de Redes Sociales para informarse.
- ✓ La radio y la televisión mantiene su audiencia pero no son utilizados masivamente como vínculo informativo.
- ✓ Páginas web con mayor cantidad de lectores.



Viedma, Octubre 6 de 2023.

**SR. SECRETARIO GENERAL  
LIC. IGNACIO LAMOTHE  
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES  
C.A.B.A.**

Tengo el agrado de dirigirme a usted con el fin de informarle que hemos recibido por parte de la consultora de Ricardo Vignoni el informe final del “Estudio de Investigación de Audiencia de Medios de Comunicación”, realizado en las principales ciudades de la provincia de Río Negro.

Al respecto queremos señalar que hemos fiscalizado las acciones realizadas por la citada empresa, en los trabajos de campo, carga de datos y demás tareas.

Se ha cumplido con todos los procesos indicados en el respectivo contrato con notable eficiencia y gran profesionalismo.

No tenemos ningún tipo de observaciones que formular, hemos recibido ejemplares color, digital y la base de datos.

Salvo mejor opinión, solicitamos la aprobación del informe final.

Saludo a ud; muy atte.

  
Gustavo Fabian GLAVE  
Secretario de Comunicación  
Ministerio de Gobierno  
y Comunidad