

Trabajo Final de Grado

Licenciatura en Publicidad

Alumno: Alexis Pinto

Índice

1.	Introducción:.....	3
2.	Brief de Agencia:.....	4
2.	Estrategia general de campaña:	28
3.	Brief Creativo:.....	42
4.	Brief de Medios:	54
5.	Conclusión:	65
6.	Bibliografía:	66

1. Introducción:

La presente campaña publicitaria marcará un hito en la emisora de Radio “Rock & Pop”, conmemorando sus 40 años como una de las emisoras radiales más emblemáticas de Argentina. Con una visión de fortalecer su posicionamiento y ampliar su conexión con la audiencia, esta iniciativa se propone cumplir una ambiciosa promesa: Arrancar siendo la sexta radio más escuchada del país y terminar la campaña siendo la radio más escuchada de Argentina.

El posicionamiento deseado de la emisora fue identificado gracias al análisis profundo. Este diagnóstico permitió construir una estrategia que no solo responde a los desafíos del mercado actual, sino que también proyecta una transformación significativa.

Este desarrollo se estructura como un recorrido que, al igual que la campaña, atraviesa distintas etapas. Comenzando con el análisis detallado del anunciante, pasando por la estrategia de comunicación, desarrollando la creatividad de la campaña integral y culminando en la implementación en los medios de comunicación.

Finalmente, cabe destacar que la estrategia y la creatividad planteadas que se expondrán a continuación en esta campaña no solo cumplirá su promesa de liderazgo en audiencia, sino que establecería un nuevo estándar en la industria radial argentina y porque no en el mundo.

2. Brief de Agencia:

Rock & Pop forma parte del Grupo **Alpha Media Group** :

Alpha Media Group es un conglomerado de medios de comunicación que ha crecido de manera significativa en Argentina, consolidándose como uno de los principales actores en el ámbito radiofónico del país. Se ha especializado en generar, producir y distribuir contenido periodístico y de entretenimiento con alcance a todo el país, a través de:

-Radio Rivadavia AM 630

-FM Rock & Pop 95.9

-Metro 95.1

-La Uno 103.1 FM

-AM 990

-Blue 100.7

-AM 550

-Entre otras, y más de 100 repetidoras en todo el país.

El crecimiento de Alpha Media Group ha tenido un impacto significativo en la industria de medios en Argentina. Su capacidad para mantener emisoras relevantes y adaptarse a los cambios en la audiencia y tecnología ha sido clave en su éxito.

Principales competidores de Alpha Media Group:

1. Grupo Clarín: A través de Radio Mitre y La 100, Grupo Clarín es uno de los principales competidores. Radio Mitre es líder en audiencia en muchas franjas horarias, mientras que La 100 es muy popular en el segmento musical.
2. Grupo Indalo: Con emisoras como Radio 10 y Mega 98.3, Grupo Indalo es otro gran competidor. Radio 10 es especialmente fuerte en noticias y “talk shows”, mientras que Mega 98.3 tiene una audiencia fiel en el segmento de rock nacional.
3. Grupo América: A través de Radio La Red y FM Una, Grupo América también compite fuertemente en el mercado, especialmente en el ámbito de noticias deportivas y entretenimiento.

Ciclo de vida de Alpha Media Group en ARG-2024:

MADUREZ

1. Portafolio Consolidado: Alpha Media Group ha logrado consolidar un amplio portafolio de emisoras de radio, incluyendo estaciones de gran relevancia como Rock & Pop, Metro 95.1 y Radio Rivadavia. Estas emisoras tienen un fuerte reconocimiento de marca y una base de audiencia estable.
2. Reconocimiento y Premios: La obtención de numerosas nominaciones y premios, como los Martín Fierro, indica que el grupo ha alcanzado un nivel elevado de prestigio y estabilidad en el mercado.
3. Diversificación y Adaptación: Aunque su presencia sigue siendo sólida en la radio tradicional, Alpha Media Group ha comenzado a explorar oportunidades digitales, lo que es característico

de empresas en etapa de madurez que buscan nuevas avenidas de crecimiento para mantenerse competitivas.

4. Competencia Fuerte pero Estable: A pesar de la competencia intensa en el sector, Alpha Media Group ha logrado mantener una posición sólida, lo que sugiere que ha alcanzado un punto de estabilidad pero con la necesidad de innovar para evitar la declinación.

HISTORIA DE ROCK & POP:

La Radio Rock & Pop de Argentina fue fundada en 1985 en Buenos Aires y rápidamente se consolidó como una de las emisoras más influyentes en la escena musical del país. Desde sus inicios, se destacó por su programación centrada en la música rock y pop, tanto nacional como internacional, logrando captar una audiencia joven y adulta que buscaba un espacio donde estos géneros fueran protagonistas. Durante las décadas siguientes, Rock & Pop se convirtió en un ícono cultural, ofreciendo además de música, programas de entretenimiento, entrevistas y debates sobre temas de actualidad y cultura popular. A lo largo de su trayectoria, la emisora ha sido clave en la difusión de artistas locales y extranjeros, consolidándose como una plataforma importante para la promoción musical en Argentina. Su impacto cultural la posicionó como una referencia en el ámbito radial, siendo pionera en el desarrollo de una identidad “rockera” en el país. Hoy en día, Rock & Pop sigue siendo una emisora de referencia, parte del grupo Alpha Media, manteniendo su legado como un símbolo de la música y la cultura juvenil. pionera en su estilo y en su forma de generar un **vínculo estrecho** con los oyentes. **Música, entretenimiento e información con un lenguaje llano, ácido y honesto.**

A partir de su nacimiento, la radio comienza a pegar en el público porque desde su inicio tiene un concepto de **radio segmentada** que hasta ese momento no existía. Comenzó como una

radio de rock las 24 horas, lo cual era una idea tomada del extranjero pero que acá nunca se había hecho. La revolución era justamente esa: una radio que en cualquier momento del día que sea sintonizada iba a estar pasando rock. El **auge comercial** de la radio empieza en los 90, como era una radio que pasaba grupos tan específicos, con una identidad tan clara, los anunciantes no querían involucrarse con ella en un principio. Empiezan a hacerlo **cuando los oyentes alcanzan números importantes**, y eso fue en los 90.

Desde su inicio y hasta 1995, era transmitida por la Frecuencia Modulada 106.3 MHz, de Radio Buenos Aires, luego el 1 de noviembre de 1996 cambiaron definitivamente a la frecuencia 95.9 MHz. Algunos de los programas más icónicos de Rock & Pop fueron: “¿Cuál es?” (1993–2011), “Radio Bangkok” (1987–1989) “Tarde negra” (1999–2011), ‘Day Tripper’ (1998–2013). *Los conductores, locutores y columnistas icónicos* incluyen entre otros a **Mario Pergolini, Ari Paluch, Lalo Mir, Elizabeh Vernaci, Douglas Vinci, Eduardo de la Puente y Norberto “Ruso” Vereza**. *Sus productores más influyentes fueron Nahuel Suárez, Bobby Flores, Roberto Pildayn, y Pablo Kohluber.*

El público al que apuntaba Rock & Pop era específico, era a un **público joven que quería escuchar rock**. Los primeros dos años fueron de pura música, que era la idea original de Daniel Grinbank, él quería pasar 12 temas por hora. Pero después empezó a tener programas propios porque al aparecer otras radios segmentadas, Rock & Pop tuvo que distinguirse más, y comenzó a formar su identidad. La radio tuvo un **rol social** significativo, en un principio fue un bastión de resistencia de la democracia (surgió junto con ella, luego del fin de la dictadura militar del 76) y tomó medidas para representar esa lucha: pasó temas prohibidos como “Señor Cobranza” y ayudó a Organizaciones Gubernamentales.

Hoy en día la radio ya no tiene más el alcance y el reconocimiento que supo tener en los años 90' y 2000'. Si bien la marca de la Rock and Pop sigue en el inconsciente colectivo de la sociedad, como radio ya casi ni aparece en las mediciones de las radios más escuchadas. **Los últimos dueños de la Rock and Pop**, a diferencia de Grinbank que sabía hacia donde debía apuntar la radio en cuanto a su identidad, no la potenciaron, lo que hicieron fue mantener la marca.

Evolución de Rock & Pop y análisis por décadas:

Década de 1980: Los Inicios y la Revolución Cultural:

- En 1985, Rock & Pop nace en un contexto histórico crucial para Argentina: el regreso a la democracia tras años de dictadura militar. La juventud buscaba nuevas expresiones de libertad, y la radio fue una plataforma clave para esto.
- Daniel Grinbank, vio la necesidad de una emisora dedicada a los géneros musicales más contemporáneos, alejándose de las radios tradicionales de la época.
- Desde el inicio, Rock & Pop tuvo un enfoque en el rock y el pop internacional, géneros que no estaban bien representados en la radio argentina. Era una alternativa fresca y modernizadora.

Estilo musical:

- La emisora promovió una explosión cultural al introducir a los oyentes argentinos a artistas como **The Rolling Stones, The Beatles, Led Zeppelin, Queen** y muchas otras bandas internacionales que tenían poca difusión local en ese entonces.
- También apoyó el **new wave**, el **punk** y el **synth-pop**, todos géneros emergentes que conectaban con la energía de una nueva generación deseosa de cambio.

- La radio no solo transmitía música, sino que sus programas y conductores tenían un estilo único, irreverente y cercano. Se creó un fuerte lazo con la audiencia a través de programas como **"Malas Compañías"** con Mario Pergolini y Ari Paluch en la conducción de **"Feedback"**, con figuras clave como Lalo Mir y Bobby Flores.
- La cultura del **humor ácido y la crítica social** era una constante en la programación, lo que atraía a jóvenes y adultos jóvenes que encontraban en Rock & Pop una voz fuera del mainstream.
- La emisora rápidamente se convirtió en un **fenómeno de "contracultura"**, reuniendo a una audiencia que buscaba alejarse de la censura y la represión de los medios tradicionales durante la dictadura.
- Estableció una relación profunda con la juventud y contribuyó al **boom del rock nacional** en la década del 80, apoyando a bandas locales emergentes como **Soda Stereo** y **Virus**.

Década de 1990: Auge y Consolidación como Emisora de Referencia:

- En los años 90, Rock & Pop alcanzó su **apogeo**. Con una economía más estable y una sociedad más liberal, la radio supo consolidar su base de oyentes y expandirse en términos de audiencia y programación.
- En esta década, la radio se adaptó a los gustos locales al ampliar su foco hacia el **rock nacional**. Bandas como **Soda Stereo, Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota, Los Fabulosos Cadillacs y Divididos** se convirtieron en piezas centrales de la programación.
- Los 90 fueron una época dorada para el rock argentino, y Rock & Pop fue un aliado fundamental en la difusión de estos grupos, acompañando la explosión de conciertos y festivales.
- Se afianzaron conductores de gran renombre, como Mario Pergolini, ¿quién con su programa "Cuál es?" se convirtió en un referente de la radio y la cultura juvenil. Su estilo sarcástico y rebelde sintonizaba con la juventud de la época.
- Rock & Pop no solo era una emisora, sino que empezó a organizar y ser parte de grandes eventos. Fue un actor clave en la organización de conciertos masivos y festivales de rock, como el **Rock & Pop Festival**, que trajo a Argentina a artistas internacionales y locales de renombre.
- Además de la música, Rock & Pop se convirtió en una plataforma para debates y críticas sobre política y sociedad. En plena **era Menemista**, la radio reflejaba las tensiones sociales y el descontento de una parte importante de la juventud y la clase media.

Década de 2000:

Adaptación a la Era Digital y Primeros Desafíos:

- A comienzos de los 2000, el consumo de música comenzó a diversificarse rápidamente con la llegada de Internet y plataformas como **Napster y Kazaa** (aplicaciones 2p2 de intercambio de

archivos). Rock & Pop, como otras radios tradicionales, se enfrentó a la competencia del formato digital.

- Durante estos años, la emisora trató de actualizarse con nuevas propuestas, aunque el enfoque seguía siendo el rock clásico y el pop de los 80 y 90. Mario Pergolini seguía siendo una figura central hasta su partida en 2006.
- Programas como "**Cuál es?**" se mantuvieron como referentes, pero la radio empezó a sentir el impacto del envejecimiento de su audiencia, mientras que las nuevas generaciones preferían el contenido más inmediato que ofrecía Internet.
- Rock & Pop lanzó su **sitio web** y comenzó a transmitir online para seguir conectando con los oyentes más jóvenes. Sin embargo, el uso de las redes sociales y plataformas de streaming todavía era incipiente en comparación con la evolución posterior.
- Nuevos conductores y programas buscaron mantener viva la esencia de la radio, pero sin el impacto cultural de décadas anteriores. El crecimiento de la televisión por cable y la digitalización restó protagonismo a las emisoras de radio tradicionales.
- Nuevas emisoras como **Vorterix** (fundada por Pergolini en 2012) y **Mega 98.3** surgieron como competencia directa, captando a parte de la audiencia juvenil que antes pertenecía a Rock & Pop.

Década de 2010: Declive y Reinención Forzada

- A medida que servicios como **Spotify** y **Apple Music** ganaban popularidad, la radio enfrentó una **competencia feroz** de plataformas que permitían a los usuarios crear sus propias listas de reproducción y consumir contenido sin interrupciones.
- La base de oyentes de Rock & Pop comenzó a **envejecer**, y la emisora tuvo dificultades para atraer a las nuevas generaciones, que preferían consumir música de manera personalizada y on-demand.
- La radio atravesó varias crisis internas, incluyendo cambios de administración, que impactaron en la calidad de su programación y en la estabilidad de sus figuras. Muchos conductores y productores clave dejaron la emisora.
- La emisora intentó adaptarse al entorno digital con contenido en redes sociales, transmisión por streaming y la creación de programas más dinámicos, pero sin lograr capturar del todo la atención de las nuevas audiencias.
- Aunque la organización de eventos y festivales continuó siendo parte del ADN de Rock & Pop, fue perdiendo protagonismo frente a nuevas emisoras y plataformas, y su impacto cultural ya no era el mismo.

Década de 2020: El Futuro de una Radio Icónica

- En la década actual, Rock & Pop ha tenido que enfocarse completamente en el entorno digital. Si bien sigue siendo una emisora relevante en FM, el crecimiento en plataformas de streaming y redes sociales es crucial para su supervivencia.
- Actualmente, la radio es parte del grupo **Alpha Media**, lo que le ha dado cierta estabilidad financiera, aunque los desafíos para seguir siendo relevante en un mundo dominado por la música digital son enormes.
- La emisora sigue apostando al **rock clásico** y **programas emblemáticos**, pero sin lograr adaptarse plenamente a los nuevos gustos musicales de las generaciones jóvenes. Aunque ha renovado su contenido, los géneros más actuales como el Trap, el Indie y la música electrónica no están bien representados.
- Rock & Pop ha intensificado su presencia en redes sociales y plataformas digitales, pero enfrenta una feroz competencia de emisoras como **Vorterix** y el contenido generado por usuarios en **YouTube** y **Spotify**.
- La radio sigue luchando por **reinventarse** y captar audiencias más jóvenes, pero depende mucho de su legado y de los oyentes que la han seguido desde los años 80 y 90. Su principal desafío sigue siendo la **adaptación al consumo on-demand**.

En resumen, Rock & Pop ha atravesado **cuatro décadas de evolución**, pasando de ser un ícono cultural y contracultural en los 80 y 90, a enfrentar dificultades en la adaptación digital en las décadas más recientes. La emisora se encuentra en un **momento crucial**, donde la reinvención y la adaptación a nuevas plataformas y formatos de consumo serán esenciales para su supervivencia.

Posicionamiento de Rock & POP:

Actual: Nostalgia y legado del rock: es reconocida por su fuerte identidad histórica, vinculada a la música rock y la contracultura juvenil de los 80s y 90s. Su audiencia principal está envejeciendo (35-55 años), y la radio ha perdido relevancia frente a las plataformas digitales y nuevas tendencias. Aunque sigue siendo un ícono, enfrenta el desafío de atraer a nuevas generaciones.

Deseado: Renovación y conexión con nuevas generaciones: Mantener su esencia “rockera”, pero con una oferta musical más diversa y moderna. Rejuvenecer su audiencia (millennials y Gen Z), expandir su presencia digital y presencial con contenido innovador y experiencias a nivel País. Posicionarse como un referente cultural que combine su legado con las tendencias contemporáneas, conectando el rock como estilo de vida y comunidad.

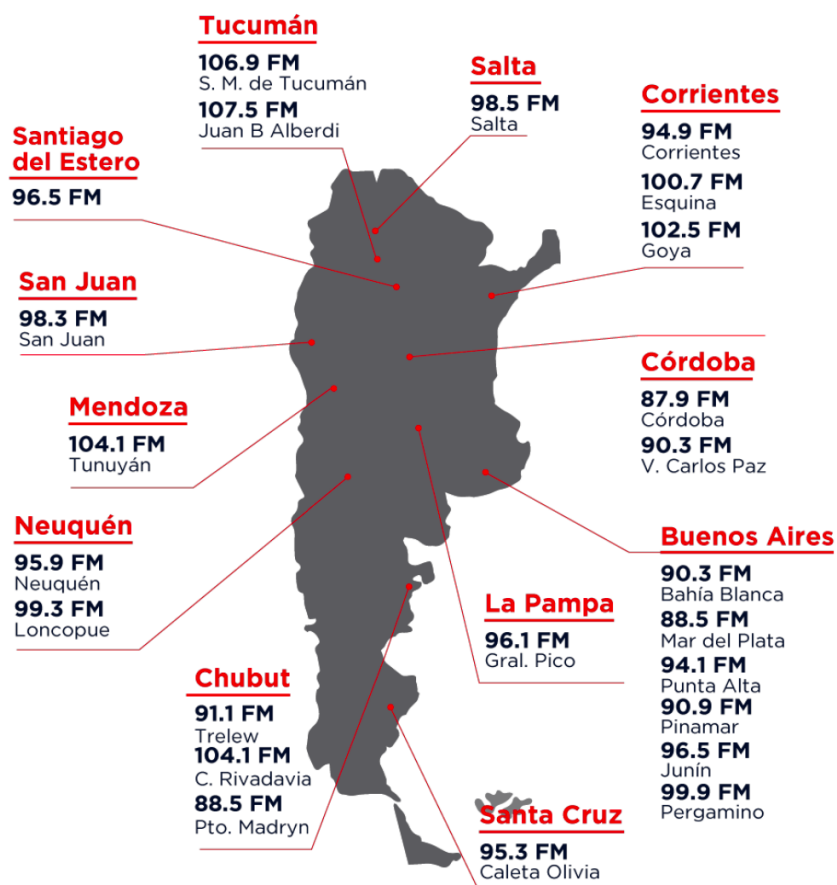
DISTRIBUCIÓN:

Cobertura Nacional:

Además de las repetidoras, Rock & Pop está disponible a través de su sitio web y aplicaciones móviles, lo que permite una cobertura nacional e internacional mediante streaming online.

Esta distribución de repetidoras permite a Rock & Pop tener una amplia presencia en las principales ciudades y provincias del país, llegando a una gran audiencia en distintos puntos de Argentina.

Es la **red nacional del rock**, que transmite toda la programación de Rock & Pop a las plazas más importantes de todo el país, sumando un total de **24 repetidoras**:



COMPETENCIA:

(por orden de Rating según IBOPE actual)

1. La 100 (FM 99.9)

- Fundada en 1982, La 100 ha sido una de las emisoras líderes en Argentina. Se caracteriza por su programación centrada en música pop y rock comercial, con una mezcla de éxitos actuales y clásicos. Su crecimiento fue constante en las últimas décadas, consolidándose gracias a programas populares como "El Club del Moro" y otros espacios de entretenimiento que la posicionaron como una de las emisoras más escuchadas.
- Puntos fuertes frente a Rock & Pop:
 - Audiencia masiva: La 100 tiene una audiencia mucho más amplia, dirigida tanto a jóvenes como a adultos, con música popular que abarca un espectro muy grande de géneros.
 - Éxitos actuales: Su enfoque en hits del momento le permite atraer a oyentes interesados en lo más reciente de la música, algo que Rock & Pop no aborda con tanta frecuencia.

2. Aspen (FM 102.3)

- **Aspen** comenzó sus emisiones en 1985, especializándose desde un principio en música internacional de los 80 y 90. Conocida por su lema "Classic Hits", se ha mantenido como una de las principales emisoras para quienes buscan escuchar éxitos anglosajones de décadas pasadas. Su perfil elegante y nostálgico atrae a una audiencia adulta que valora la música internacional de calidad.
- Puntos fuertes frente a Rock & Pop:

- **Selección de clásicos anglosajones:** Aspen se distingue por una programación curada exclusivamente en hits internacionales, especialmente de los 80 y 90, con una presencia mínima de locución, lo que permite disfrutar de la música sin interrupciones.
- **Público adulto fiel:** Su enfoque en clásicos internacionales ha logrado captar un segmento adulto que busca una experiencia más relajada y nostálgica.

3. Radio Disney (FM 94.3)

- Historia: Radio Disney comenzó en Argentina en 2001, como parte del lanzamiento global de radios de Disney. Se especializa en música pop juvenil, con un enfoque en artistas populares entre adolescentes y jóvenes adultos. Su programación incluye éxitos tanto en inglés como en español, y es conocida por su tono optimista y positivo, reflejando la marca Disney.
- Puntos fuertes frente a Rock & Pop:
 - Enfoque juvenil: Radio Disney está dirigida principalmente a adolescentes y jóvenes, lo que le permite ser la emisora preferida de ese segmento etario, mientras que Rock & Pop tiene un público más adulto.
 - Música contemporánea: Se enfoca en los éxitos pop del momento, algo que Rock & Pop no cubre, ya que está más centrada en el rock clásico y alternativo.

4. Urbana Play (FM 104.3)

- **Urbana Play** es una emisora relativamente nueva, lanzada en 2021. Nació con el objetivo de ofrecer una programación innovadora, centrada en el entretenimiento, la música y el contenido digital. Está dirigida a una audiencia joven-adulta, con un enfoque en música alternativa, pop y rock, junto con programas de actualidad y análisis cultural. Urbana Play se ha posicionado como una emisora con fuerte presencia en redes sociales y plataformas digitales.
- **Puntos fuertes frente a Rock & Pop:**
 - **Presencia digital:** Urbana Play tiene una gran fortaleza en su estrategia digital, con contenido multimedia y una integración fluida entre la radio y las redes sociales.
 - **Enfoque alternativo:** La programación incluye música alternativa y contenido cultural actualizado, con una propuesta más fresca que puede atraer a oyentes más jóvenes que buscan algo moderno y cuenta con grandes figuras muy reconocidas en el país.

5. Radio Pop (FM 101.5)

- Radio Pop fue fundada en 1998 y se centra en la música popular, especialmente pop y hits comerciales. Tiene un enfoque en el entretenimiento, el humor y la interacción con los oyentes. Su programación es ligera y está dirigida a un público joven que busca escuchar música mientras se entretiene con programas de humor y farándula.
- **Puntos fuertes frente a Rock & Pop:**
 - **Humor y entretenimiento:** Radio Pop tiene una programación más centrada en el humor y el entretenimiento liviano, lo que le permite atraer a una audiencia más joven que busca algo relajado.

- Música comercial: Su enfoque en el pop y los éxitos actuales le permite llegar a un público que busca música más comercial y fácil de escuchar.

6. Mega (FM 98.3)

- **Mega** fue lanzada en 1999 y se posicionó rápidamente como la radio dedicada exclusivamente al rock nacional, lo que le dio un lugar único en el dial. Desde entonces, ha mantenido un enfoque constante en la música argentina, con una fuerte curaduría de bandas de rock local como Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota, La Renga, y Los Piojos, entre otros.
- **Puntos fuertes frente a Rock & Pop:**
 - **Rock nacional:** Mega es la emisora líder en cuanto a rock nacional, y es el lugar preferido para quienes buscan escuchar exclusivamente música argentina.
 - **Fidelidad del público “rockero” local:** Su programación 100% dedicada al rock argentino le ha permitido construir una audiencia muy fiel, especialmente entre los fanáticos de bandas icónicas del país.

ANALISIS FODA

Fortalezas:

- Marca consolidada y reconocida: Rock & Pop cumple 40 años de trayectoria y es un ícono en la radio argentina, especialmente en el género rock.
- Fidelidad de la audiencia: Cuenta con un público adulto leal que ha seguido la emisora desde sus inicios, garantizando una base sólida de oyentes.
- Identidad clara: Su especialización en rock y pop le otorga una identidad bien definida, posicionándola como referente en la difusión de estos géneros.
- Cobertura multiplataforma: Además de la radio tradicional, la emisora tiene presencia digital, permitiendo que se escuche en streaming y a través de aplicaciones.

Oportunidades:

- Expansión digital: El consumo de contenido en línea sigue en aumento. Rock & Pop puede aprovechar esto lanzando más contenido exclusivo en plataformas digitales, como podcasts o videos.
- Colaboraciones con artistas emergentes y actuales: La radio tiene la oportunidad de conectarse con las nuevas generaciones apoyando a bandas emergentes y artistas que atraen a públicos más jóvenes.
- Innovación en la experiencia del usuario: Mejorar la interacción en tiempo real con oyentes mediante redes sociales, chats en vivo, encuestas, y contenido personalizado.
- Posicionarse en nuevos nichos musicales: Integrar géneros como el indie, el rock alternativo y el electro-pop para atraer a audiencias más jóvenes.

Debilidades:

- Envejecimiento de la audiencia: Su público principal pertenece a generaciones mayores, y atraer a las nuevas generaciones ha sido un reto debido al cambio de hábitos en el consumo de medios.
- Competencia limitada en el ámbito de los eventos: Aunque el rock tiene una base sólida en eventos y recitales, Rock & Pop no organiza con regularidad eventos o festivales relevantes que conecten a su audiencia con artistas actuales, lo que podría fortalecer su vínculo con los oyentes.
- Dependencia del rock clásico: Aunque es una fortaleza en ciertos aspectos, su enfoque predominante en rock clásico puede alienar a oyentes más jóvenes interesados en géneros musicales más actuales o diversos.

Amenazas:

- Competencia con plataformas de streaming y medios digitales: Servicios como Spotify, Apple Music y YouTube ofrecen experiencias más personalizadas y son preferidos por las generaciones jóvenes, lo que puede reducir la audiencia de la radio tradicional.
- Otras emisoras y medios especializados: Radios como Vorterix o medios enfocados en nichos musicales más modernos están captando parte de la audiencia joven que Rock & Pop necesita atraer.
- Cambios en el mercado publicitario: La migración de presupuestos publicitarios hacia plataformas digitales con mayor capacidad de segmentación puede reducir el flujo de ingresos por publicidad en la radio tradicional.

CICLO DE VIDA:

1. Introducción (1985 - Inicios de los 90)

- **Lanzamiento:** Rock & Pop nació en 1985, en plena explosión del rock nacional, con bandas como Soda Stereo, Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota y Virus en auge. Se lanzó como una emisora especializada en rock, tanto nacional como internacional, con un estilo irreverente y juvenil.
- **Características:** Durante esta etapa, la radio era innovadora y respondía a una demanda creciente por contenido de rock y cultura alternativa. Programas como "Malas compañías" y "El loco de la colina" marcaron una diferencia frente a las radios más tradicionales.
- **Audiencia:** Atraía principalmente a jóvenes y adolescentes, que veían en Rock & Pop una forma de expresión y conexión con la cultura rockera.

2. Crecimiento (Mediados de los 90 - Principios de los 2000)

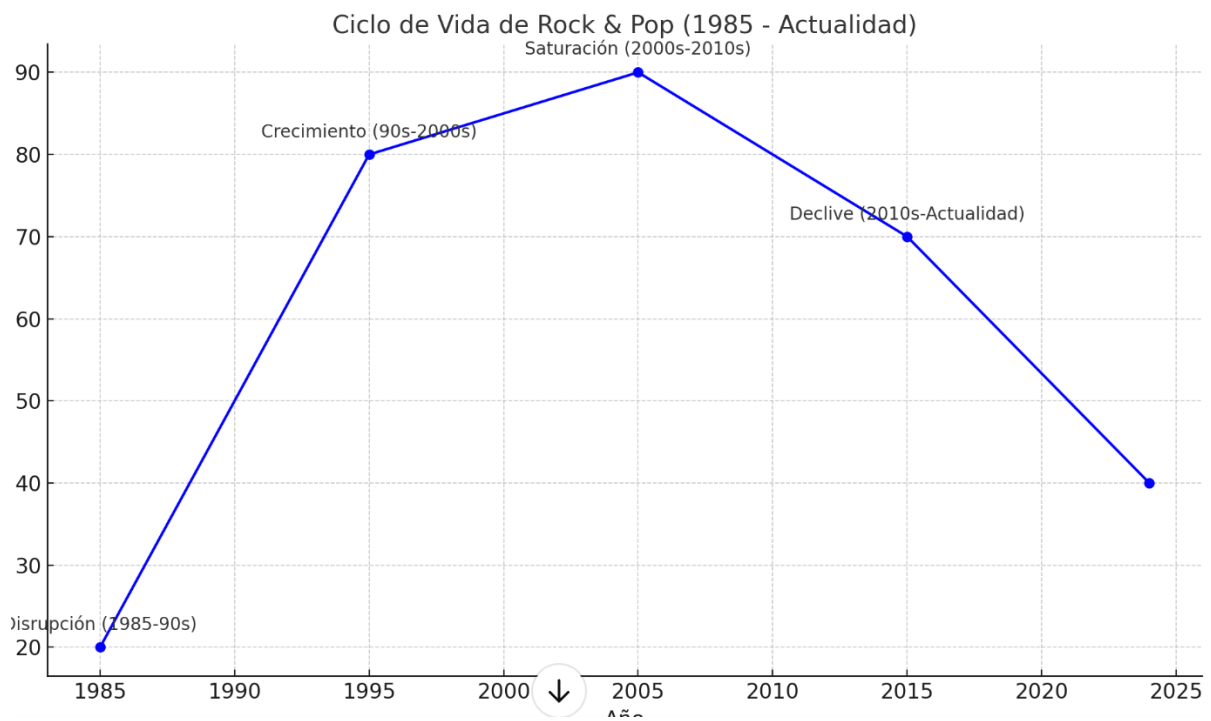
- **Consolidación:** A lo largo de los años 90, Rock & Pop experimentó un crecimiento importante, convirtiéndose en una referencia para el público rockero. Su estilo único, su propuesta disruptiva y los grandes programas de conductores legendarios la posicionaron como una de las radios más influyentes.
- **Expansión de audiencia:** A medida que las generaciones crecían, la radio expandió su audiencia hacia adultos jóvenes que habían crecido escuchando sus programas. Se consolidó como la emisora de referencia para los fanáticos del rock, acompañando grandes cambios en la industria musical y en la tecnología (con la aparición de internet).
- **Éxito comercial:** La radio comenzó a atraer grandes anunciantes, aprovechando su posicionamiento como medio alternativo con una base de oyentes leales.

3. Madurez (2000 - Mediados de los 2010)

- **Estabilidad y liderazgo:** A lo largo de los 2000, Rock & Pop mantuvo su liderazgo en la radio de rock. Continuó con programas exitosos, pero en esta etapa la competencia en el mercado radial empezó a intensificarse con el surgimiento de nuevas emisoras y plataformas digitales.
- **Diversificación del contenido:** Aunque siguió siendo una emisora dedicada al rock, la programación se diversificó, incluyendo programas con análisis más profundo de la cultura, humor, actualidad, y menos dependencia exclusiva de la música.
- **Cambio de hábitos de consumo:** Con la llegada de la tecnología digital y la creciente competencia del streaming musical (Spotify, YouTube), el consumo de radio en general, y de Rock & Pop en particular, comenzó a cambiar, perdiendo parte del terreno ganado.

4. Declive (Finales de los 2010 - Actualidad)

- **Disminución de audiencia:** Durante la última década, Rock & Pop ha enfrentado desafíos importantes, como la fragmentación de su audiencia hacia otras plataformas digitales (podcasts, streaming) y la aparición de emisoras como **Urbana Play**, que supieron adaptarse mejor a las nuevas tendencias.
- **Competencia digital:** Con la creciente oferta de contenido en internet, la radio ha perdido parte de su atractivo, especialmente entre las nuevas generaciones, que prefieren formatos on-demand y música a medida.
- **Crisis económica y gestión interna:** La crisis económica del país también ha afectado a la industria radial en general, y Rock & Pop no ha sido la excepción, con problemas financieros y cambios en su gestión que han debilitado su posición.
- **Audiencia envejecida:** Gran parte de su audiencia más fiel pertenece a un grupo demográfico mayor de 35-45 años, mientras que la radio ha tenido dificultades para captar a nuevas generaciones.



CONSUMIDOR :

Sexo:

- **Predominantemente masculino:** Aunque la audiencia de Rock & Pop es mixta, existe una inclinación mayoritaria hacia el público masculino. La programación de la emisora, centrada en el rock clásico y temas culturales tradicionalmente asociados a la música rock, ha mantenido un perfil más atractivo para los hombres.

Dividido de la siguiente manera:

70% Hombres – 30% mujeres

Edad:

- **Entre 25 y 49 años:** Este rango lo conforma el 65% de la audiencia, La audiencia, compuesta mayoritariamente por personas que crecieron escuchando la emisora en sus décadas doradas (1980 y 1990). Son oyentes que tienen una fuerte conexión emocional con la música y los programas de esa época. También hay un segmento más joven (entre 25 y 35 años), pero en menor medida.

Nivel socioeconómico:

- **Clase media a media-alta:** La mayoría de los oyentes proviene de sectores con acceso a educación superior y una situación económica relativamente estable. El contenido de la emisora, que mezcla rock, análisis cultural y temas de actualidad, atrae a un público con intereses culturales y acceso a bienes de consumo como conciertos y tecnología.

Perfil Psicográfico (Mapa Actitudinal):

- **Independientes, nostálgicos y con interés cultural:**
 - **Nostálgicos:** Muchos oyentes tienen un vínculo fuerte con la música y la cultura de los 80 y 90, por lo que tienden a consumir productos que les recuerdan esa época, como las bandas clásicas y programas con un enfoque en el pasado.
 - **Culturalmente activos:** Les interesa el análisis crítico de la música, la cultura y la sociedad. No solo buscan entretenimiento, sino también contenido con profundidad, como entrevistas, discusiones sobre la escena musical y temas sociales.
 - **Independientes y críticos:** Son personas con una postura crítica frente a los medios masivos convencionales, buscando propuestas que se salgan de lo mainstream. Aprecian el humor ácido, la irreverencia y la autenticidad.
 - **Aficionados al rock:** El perfil psicográfico refleja un fuerte apego al rock clásico, tanto internacional como nacional. Valoran la música como una parte esencial de su identidad personal y social.

Lugar de residencia:

- **Principalmente zonas urbanas:** La audiencia de Rock & Pop se concentra en **grandes ciudades** y **áreas metropolitanas**, principalmente en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y el Gran Buenos Aires. También tiene oyentes en otras grandes urbes de Argentina, como Córdoba, Rosario, Mendoza, y en menor medida en otras provincias.
- **Alcance nacional:** Aunque su fuerte está en Buenos Aires, gracias a la digitalización y el streaming, la radio llega a todo el país, permitiendo a oyentes de ciudades más pequeñas y áreas rurales acceder al contenido con un total de 24 repetidoras a nivel país.

Desarrollo de 2 Buyer Persona de Rock & Pop:

- **Nombre:** Juliana, 28 años
- **Sexo:** Femenino
- **Ocupación:** Community manager freelance
- **Nivel socioeconómico:** Clase media
- **Ubicación:** Palermo, Buenos Aires
- **Estado civil:** En pareja, sin hijos

Descripción: Juliana es parte de una generación más joven que descubrió Rock & Pop por sus padres y tíos, pero ha forjado su propio camino en el mundo del rock. Se define como una “nueva rockera” que mezcla el gusto por el rock clásico con géneros más modernos como el indie, el post-punk revival y el rock alternativo. Aunque consume la mayor parte de su música en plataformas como Spotify, disfruta de la programación de Rock & Pop cuando quiere escuchar un contenido más curado y con interacción en vivo. A menudo sigue la radio a través de su transmisión en línea o redes sociales.

- **Nombre:** Sebastián, 45 años
- **Sexo:** Masculino
- **Ocupación:** Ingeniero industrial en una empresa automotriz
- **Nivel socioeconómico:** Clase media-alta
- **Ubicación:** Quilmes, Buenos Aires
- **Estado civil:** Casado, dos hijos (12 y 8 años)

Descripción: Sebastián es un ingeniero con una vida familiar estable y una pasión por el rock que ha mantenido desde su adolescencia. Creció escuchando Radio Rock & Pop, que fue su puerta de entrada a bandas como AC/DC, Guns N' Roses y Soda Stereo. Aunque tiene un empleo exigente y una familia que requiere su atención, sigue siendo un fiel oyente de la emisora, especialmente cuando se traslada al trabajo o durante sus momentos de descanso. Sebastián disfruta de la programación nostálgica, pero también está interesado en descubrir nuevos lanzamientos de bandas que mantienen el espíritu del rock. También le gusta compartir la música con sus hijos, quienes comienzan a interesarse por el género.

CAMPAÑA PUBLICITARIA:

- Fecha de inicio: 01-01-2025
- Duración: 12 meses
- Cobertura: Argentina, cobertura nacional.
- Campaña 360.
- Rock & Pop cumple 40 años.



2. Estrategia general de campaña:

Objetivo:

Objetivo General: Hacer que Rock & Pop sea la voz del rock a nivel nacional, generando cercanía y experiencias memorables en cada provincia. Esto posicionará a la emisora como una marca inclusiva y cercana que entiende la esencia del rock local y nacional.

Estrategia de Cobertura:

La campaña "Road & Pop" recorrerá **12 provincias en 12 meses**, llevando radio en vivo y eventos de rock a cada región. Cada evento tendrá como eje la identidad y la cultura local fusionadas con la música y el estilo de Rock & Pop. La estrategia es de cercanía: hacer que el público se sienta escuchado, comprendido y representado, conectando de manera directa con la emisora y el género.

Cada Activación Incluirá:

- **Conciertos en Vivo:** Bandas emergentes relacionadas con cada provincia + artistas invitados reconocidos, **para resaltar el talento regional y conectarlo con la esencia de Rock & Pop.**
- **Activaciones BTL:** Experiencias interactivas como murales colaborativos, estaciones de personalización de merchandising y trivias sobre la historia del rock en Argentina.
- **Transmisiones en Vivo:** Cobertura de cada evento en Rock & Pop, creando una conexión entre el público local y la audiencia nacional.
- **Redes Sociales:** Seguimiento minuto a minuto de toda la acción. Concurso de entradas, detrás de escena, votaciones de canciones y experiencias en Instagram, Facebook, y YouTube para atraer audiencia de toda Argentina.

Etapas estratégicas:



Etapas 1 Apertura - Lanzamiento:

Mes 1 – enero 2025 - Ushuaia (Tierra del Fuego)

- Evento de apertura, lanzamiento de "Road & Pop".
- Radio en vivo.
- Concierto al aire libre en un espacio emblemático. Entrega de Merchandising y entrevistas en vivo con músicos locales. Cobertura minuto a minuto de Redes sociales.
- Empezar desde el sur para representar el comienzo de un viaje que unirá todo el país.
- Promesa: **“Empezamos en el fin del mundo siendo la 6ta radio más escuchada de Argentina”**
- Se grabará y se subirá a nuestro canal de Youtube la primer capsula musical: **“ROAD & POP – en el Fin del Mundo”**

Etapas 2 Apertura – Recorrido ruta 40:

Mes 2 al 11 – Feb a Nov 2025 – (Santa Cruz, Chubut, Río Negro, Neuquén, Mendoza, San Juan, La Rioja, Catamarca, Tucumán, Salta)

Comienza el Viaje de 40 años de la radio viajando por la Ruta 40 "Road & Pop".

- 1 evento por mes en locaciones significativas, destacando la cultura local y la historia del rock en cada provincia.
- Radio en vivo.
- Escenarios móviles, estaciones de rock para interactuar con la música, y cabinas de radio donde los asistentes pueden grabar mensajes y selecciones de temas en vivo.
- Reflejar el compromiso de Rock & Pop con la diversidad cultural y musical de cada región.
- Promesa: **“Mes a mes vamos a subir en el ranking de las radios más escuchadas de Argentina”**

- Se grabará y se subirá a nuestro canal de Youtube en cada provincia seleccionada su capsula musical:



Cápsulas musicales en YouTube "Road & Pop - [nombre de la provincia]" para extender el impacto y crear un legado visual de cada parada. Cada video funcionará como una "postal musical" de la experiencia en cada lugar, permitiendo que tanto los asistentes como los seguidores de Rock & Pop revivan los momentos más icónicos en cualquier momento.

Referencias: "FA" – "CERCLE"

- **"ROAD & POP – Santa Cruz"**
- **"ROAD & POP – Chubut"**
- **"ROAD & POP – Rio Negro"**
- **"ROAD & POP – Neuquén"**
- **"ROAD & POP – Mendoza"**
- **"ROAD & POP – San Juan"**
- **"ROAD & POP – La Rioja"**
- **"ROAD & POP – Catamarca"**
- **"ROAD & POP – Tucumán"**
- **"ROAD & POP – Salta"**

Etapas 3 Cierre- Final del Recorrido:

Mes 12 –diciembre 2025 – Jujuy (La Quiaca)

Habiendo Llegado al final del recorrido de la ruta 40 simbolizaremos el viaje de la radio desde su inicio cumpliendo 40 años "Road & Pop".

- Activaciones BTL: Solo en la activación de apertura y cierre se realizará una experiencia interactiva de un MURAL COLABORATIVO conmemorando los 40 años de Rock argentino desde 1985 hasta el 2025. Esta activación va a ser cubierta por prensa de “El Ojo del Arte”. Esta acción no solo crea un espacio de interacción, sino que también deja un legado artístico y visual en cada comunidad, reforzando el vínculo emocional con la audiencia



- Gran escenario con cobertura nacional, estaciones de transmisión en vivo, y mensajes de cada provincia recopilados a lo largo de la campaña
- Radio en vivo.
- Cierre épico que une al país, conmemorando el recorrido de Rock & Pop y su conexión nacional
- Promesa: **“Llegamos a la Quiaca y somos la radio más escuchada de Argentina”**
- Se grabará y se subirá a nuestro canal de Youtube en cada provincia seleccionada su capsula musical: **“ROAD & POP – en la Quiaca”**

Line Up de artistas y bandas:

Ushuaia (Tierra del Fuego) - Lanzamiento

- **Emergentes: *Vuelo Nocturno* y *Los Siberianos***

Ambos representan el espíritu introspectivo y atmosférico que resuena bien con el paisaje patagónico. La sensación de vastedad y aislamiento en su música conecta con el carácter austral de Ushuaia.

- **Reconocido: *Aguaviva***

Banda que se identifica con el sonido alternativo y reflexivo, en sintonía con los espacios abiertos de Tierra del Fuego y el clima frío y melancólico del fin del mundo.

- **Headliner: *La Mississippi***

Su blues y rock tradicional evocan paisajes profundos y emotivos, haciendo eco en el espíritu de la Patagonia, donde su música ha sido bien recibida en festivales previos.

Santa Cruz

- **Emergentes: *Hombre Pez***

Banda con influencia de psicodelia y garage, una combinación que conecta bien con el entorno abierto y agreste de Santa Cruz. Su música refleja el espíritu explorador que caracteriza a esta provincia.

- **Reconocido: *Nagual***

Con su mezcla de rock y raíces folclóricas, su estilo complementa el espíritu autóctono de la Patagonia, logrando conexión con las comunidades locales.

- **Headliner: *Dilom***

Su estilo fresco y provocador conecta con audiencias jóvenes de toda Argentina, incluyendo Santa Cruz, donde el trap y el indie están en auge.

Chubut

- **Emergentes: *Las Ligas Menores***

Banda indie que ha tocado en diversas ciudades de la Patagonia y tienen una fuerte audiencia joven en Chubut. Su sonido alternativo es bien recibido en la región.

- **Reconocido: *Sig Ragga***

Con una propuesta ecléctica, que mezcla rock con elementos autóctonos y tropicales, se adapta bien a la diversidad cultural de Chubut.

- **Headliner: *Babasónicos***

Esta banda es un referente del rock nacional con gran popularidad en la Patagonia, y su estilo experimental ha sido bien acogido en la región.

Río Negro

- **Emergentes: *Las Sombras***

Banda de rock alternativo y poético tienen una conexión con el público de Bariloche y otras ciudades de Río Negro, donde han tenido buena recepción en eventos locales.

- **Reconocido: *Estelares***

Su música lírica y nostálgica resuena con el público de la región, especialmente en lugares donde la conexión emocional y el paisaje se encuentran, como Bariloche.

- **Headliner: *Los Auténticos Decadentes***

La diversidad y fiesta que representan encajan perfectamente en Río Negro, donde se valora su energía y estilo festivo que anima cualquier evento.

Neuquén

- **Emergentes:** *Bestia Bebé y Barbi Recanati*

tradicional Artistas indie que cuentan con una audiencia en crecimiento en el sur, y cuyos estilos representan un contraste atractivo con el rock en la zona.

- **Reconocido:** *Perota Chingó*

Con un estilo cercano al folk y al rock alternativo, su música armoniza con el paisaje montañoso y el espíritu de aventura que caracteriza a Neuquén.

- **Muy Conocido:** *Las Pelotas*

Banda clásica del rock nacional, con un estilo que ha sido bien recibido en la Patagonia, donde la banda ha hecho varias presentaciones exitosas en el pasado.

Mendoza

- **Emergentes:** *Mi Amigo Invencible y Pasado Verde*

Ambas bandas son originarias de Mendoza y han ganado reconocimiento en la escena indie, lo que fortalece la identidad local en el evento.

- **Reconocido:** *Usted Señálemelo*

También de Mendoza, representan una de las bandas más influyentes de la nueva generación, con un sonido que fusiona el rock con elementos electrónicos y psicodélicos.

- **Headliner:** *Karamelo Santo*

Banda emblemática mendocina, ideal para conectar con el amor por el rock fusión alternativo.

San Juan

- **Emergentes: *Los Huéspedes***

Banda local que tiene un estilo característico de la región cuyana, que mezcla rock con influencias andinas.

- **Reconocido: *Banda de Turistas***

Tienen una propuesta de rock pop muy popular en el interior del país, con seguidores en San Juan.

- **Headliner: *Bersuit Vergarabat***

Su estilo mestizo y popular conecta con las tradiciones de San Juan, lo que asegura una excelente acogida.

La Rioja

- **Emergentes: *Gordo Sánchez y La Chancha Muda***

Artistas emergentes de la región con un sonido potente y con raíces locales, resonando bien con la identidad riojana.

- **Reconocido: *Onda Vaga***

Su estilo bohemio y mestizo es ideal para un público que disfruta de la fusión de géneros.

- **Headliner: *Los Pericos***

Su estilo de reggae y ska es perfecto para conectar con el público salteño, siempre dispuesto a disfrutar de un buen show.

Catamarca

Emergentes: *Carajo Eterno* y *El Natty Combo*

Ambas tienen influencias de rock y reggae, estilos que encajan bien en los eventos de Catamarca, donde hay una importante audiencia joven.

- **Reconocido: *La Franela***

Con su estilo festivo y letras conectadas a la vida cotidiana, suelen tener buena recepción en eventos en el norte del país.

- **Headliner: *Rata Blanca***

Una leyenda del rock argentino, que atrae a seguidores de varias generaciones en el norte argentino.

Tucumán

- **Emergentes: *La Popeye* y *Kuma***

Bandas locales emergentes que representan el nuevo rock tucumano.

- **Reconocido: *Eruca Sativa***

Conexión importante en el norte del país y un estilo que mezcla la potencia del rock con letras profundas.

- **Headliner: Los Cafres**

Su estilo reggae conecta con el clima y el público de la región.

Salta

- **Emergentes: *Chaco y Gauchos de Acero***

Bandas jóvenes de la región, con fuerte identidad local en su sonido y estilo.

- **Reconocida: *Árbol***

Con su rock alternativo y enérgico, ha ganado una audiencia significativa en el interior del país.

- **Headliner: *La Renga***

- Esta banda tiene una conexión profunda con los seguidores del rock en Salta, siendo una de las favoritas del norte argentino.

Jujuy (La Quiaca) - Cierre

- **Emergentes: *Perro Ciego y De la Tierra***

Artistas jujeños que combinan el rock con sonidos andinos, muy representativos de la identidad local.

- **Reconocido: *Catupecu Machu***

Una banda con mucho poder escénico que gusta del público jujeño.

- **Headliner: *Divididos***

La "aplanadora del rock" tiene una conexión especial con el público de Jujuy, siendo aclamada en festivales regionales. Sería una revancha del histórico recital que realizaron la presentación de "amapola del 66" en la provincia en el 2010.

KPI's y Evaluación de Resultados:

- **Asistencia a Eventos:** Número de asistentes por evento.
- **Interacciones Digitales:** Seguimiento de interacciones en redes sociales, participación en concursos, uso de hashtag #RoadAndPop.
- **Alcance de la Transmisión:** Audiencia alcanzada a través de transmisiones en vivo en Rock & Pop. Audiencia de radio en vivo + audiencia de streaming en Youtube.
- **Prensa y Cobertura Local:** Cantidad y calidad de cobertura de medios en cada provincia.
- **Satisfacción del Público:** Encuestas de satisfacción y feedback de los asistentes.

Logística:

1. **Vehículos y Tracción:** Un camión con sistema de tracción 4x4 y alta capacidad de carga sería fundamental para transitar por los tramos más difíciles y recorrer toda la ruta, especialmente en zonas de montaña o terrenos irregulares.
2. **Acompañamiento Técnico y Soporte Mecánico:** Equipar el convoy con un equipo de soporte técnico y mecánico que pueda atender posibles fallas o requerimientos en el camino y, a su vez, coordinar los puntos de parada y abastecimiento en cada provincia.
3. **Generador de Energía y Conectividad:** Un generador propio de energía y antenas de transmisión portátil para mantener la conectividad constante, garantizando que la transmisión en vivo funcione en cada ubicación.
4. **Coordinación Local:** Contactar a autoridades locales y servicios de apoyo en cada provincia para prever permisos, seguridad vial y asistencia en zonas de tránsito complicado o con restricciones específicas.
5. **Planificación de Rutas Alternativas:** En caso de que algún tramo de la Ruta 40 esté cerrado o presente problemas, es clave contar con rutas alternativas ya planificadas y priorizar la seguridad y los tiempos.

6. **Equipo de redes sociales y filmación:** Se encargará de capturar cada momento clave del viaje.

Estos equipos seguirán el recorrido en tiempo real, documentando tanto los conciertos como la experiencia del equipo de Rock & Pop en cada provincia. Además, serán responsables de crear contenido para las cápsulas de YouTube "Road & Pop - [provincia]" y de alimentar las redes sociales con stories, publicaciones, y transmisiones en vivo, aumentando el alcance y la interacción con la audiencia.

3. Brief Creativo:

Objetivo Creativo:

Posicionar a Rock & Pop como la radio de referencia en el rock nacional, celebrando sus 40 años a través de una experiencia que une generaciones de oyentes y conecta con todo el país. La meta es transformar a Rock & Pop en la radio más escuchada de Argentina, desde Ushuaia hasta La Quiaca, mientras se fortalecen sus lazos con la cultura y la música de cada región.

Target:

Primario:

Hombres y mujeres jóvenes de 18 a 40 años que valoran la autenticidad y disfrutan del rock, indie y trap emergente. Son personas que buscan experiencias nuevas y fuera de los circuitos tradicionales, conectándose con la música a través de eventos culturales y redes sociales. Prefieren marcas que se expresen de manera disruptiva y audaz.

Secundario:

Hombres y mujeres entre 40 y 60 años que son oyentes históricos de Rock & Pop. Este grupo, con un enfoque nostálgico, busca revivir la esencia del rock clásico y conectar con los sonidos actuales de una manera que respete sus raíces musicales. Valoran la continuidad y autenticidad de la radio y suelen compartir estos eventos con nuevas generaciones.

Variables Blandas:

- **Motivaciones:** Conectar con el rock de una forma auténtica y cercana en cada provincia, ya sea para descubrir nuevos artistas o revivir recuerdos.
- **Frustraciones:** Escasez de propuestas accesibles y auténticas fuera de las grandes ciudades; pérdida de autenticidad en medios musicales.
- **Comportamientos:** Activos en redes sociales y buscan experiencias culturales que sientan propias y en comunidad. El público mayor tiene afinidad por documentales y medios tradicionales, mientras que el más joven se inclina por contenido digital.

Perfil Psicográfico y Demográfico

Psicográfico:

- Personalidad rebelde, auténtica y nostálgica en el público mayor; creativa y aventurera en el target joven.
- Valores de autenticidad, conexión cultural y pasión por la música y el rock argentino.
- Estilos de vida distintos según la edad: los más jóvenes buscan experiencias emergentes, mientras los mayores valoran recordar sus años jóvenes y conectar con la escena actual de manera genuina.

Demográfico:

- **Género:** Masculino y femenino

- **Edad:** Target primario de 18 a 40 años; target secundario de 40 a 60 años
- **Nivel socioeconómico:** Medio a medio-alto
- **Ubicación:** Diversas provincias de Argentina, recorriendo la Ruta 40
- **Educación:** Predominantemente terciaria y universitaria, con estabilidad laboral en el target secundario.

P.U.C. Propuesta Única a Comunicar:

Rock & Pop recorre Argentina llevando lo mejor del rock nacional a cada provincia, celebrando 40 años de historia.

Concepto:

" Festejamos 40 años por toda la Ruta 40".

La radio que llevó el rock a la vida de los argentinos desde hace 40 años ahora lleva el rock a todo el país, recorriendo la Ruta 40 de Ushuaia a la Quiaca.

40 AÑOS DE RADIO.



Insight: “Si la montaña no va al Rock, El Rock va a la montaña”.

La esencia del rock ha estado en la vida de los argentinos durante 40 años gracias a Rock & Pop.
Ahora, la radio se acerca a cada oyente, llevando consigo historia y música a los lugares más remotos y
diversos de Argentina.

(Branding de campaña)



Estrategia del mensaje:

Tono comunicacional: Rebelde, cercano, auténtico, atrevido y memorable.

El tono comunicacional será rebelde y auténtico, hablando sin formalidades para conectar con el espíritu joven y libre del target principal. Nos dirigimos de forma cercana, como lo haría un amigo que invita a vivir la experiencia, y con un toque de atrevimiento que desafía lo convencional. Cada mensaje debe ser memorable, resonando con la esencia irreverente del rock y el sentido de aventura del viaje por la Ruta 40.

Racional Creativo:

"Road & Pop - Festejamos 40 años por toda la Ruta 40"

Es el homenaje de Rock & Pop a su historia y legado en Argentina. Para celebrar estas cuatro décadas, sale del estudio y recorre el país, llevando el ***Rock a la montaña***, de Ushuaia a La Quiaca. Esta gira no solo busca conectar con audiencias locales, sino demostrar que el rock es atemporal y llega hasta donde la gente esté. Road & Pop combina a íconos históricos del rock con el sonido fresco del trap y el indie actual, capturando cada evento en cápsulas cinematográficas para que el viaje quede grabado para siempre. Es una declaración de vigencia y autenticidad, una celebración del pasado y un compromiso con el futuro del rock argentino. Road & Pop quedará vivo para siempre en el corazón de Argentina y para todo el mundo

Merchandising:



Piezas creativas: Vía Pública Nacional



Racional: Circuito de Vía pública por todo Argentina donde nos centraremos en comunicar la acción general de la campaña para fomentar la compra de entradas del festival y generar más comunidad en Youtube e Instagram. Mientras el “Call to Action” y las redes sociales conectan con el público digital. La pieza logra alto impacto y recordación en formatos OOH y DOH.



Lugar: Santa Cruz,

Racional: Las piezas locales conectan con el público usando juegos de palabras que combinan la identidad de cada provincia con el artista principal del festival.

El diseño refuerza la localización y pertenencia con paisajes icónicos y un llamado a la acción claro, posicionando a Rock & Pop como la radio que lleva el rock a todo el país.

Piezas creativas: Circuito Provincial Vía Pública



Lugar: Río Negro, Argentina.

Racional La pieza utiliza un **juego de palabras** para conectar con la identidad local y el público objetivo. Con un tono cercano y humorístico, hace referencia a Río Negro y al artista principal del

festival, logrando **relevancia y pertenencia**. El diseño resalta la propuesta de Rock & Pop como la radio que lleva el rock a cada rincón del país, con una llamada a la acción clara e información clave del evento.

Piezas creativas: Circuito Provincial Vía Pública



Lugar: San Juan, Argentina.

Racional: La pieza aprovecha el doble sentido de la palabra "banda", jugando con la idea de la banda musical *Banda de Turistas* y la afluencia turística característica de San Juan. Este juego de palabras crea un mensaje localmente relevante y atractivo.

Piezas creativas: Estrategia digital: Tráfico



Racional: Esta pieza digital desde Meta Ads para tráfico Web es estratégicamente creada para fomentar la compra de entradas de los festivales de “Road & Pop”.

Piezas creativas: Estrategía digital: Alcance



Racional: Alcance al perfil de Instagram para generar mayor comunidad que vea el Instagram y se informe del día a día del proyecto.

Se hará 1 Reel por día con una generadora de contenido donde contará el minuto a minuto de Road & Pop festejando los 40 años por la ruta 40.

4. Brief de Medios:

Objetivo de Medios:

- Alcanzar un **65% de la audiencia total objetivo** del grupo etario de 18 a 40 años, estipulado en 18.2M para el 2025 pr sobre el total de población de Argentina (46.8M según INDEC 2025), centrándose en segmentos relevantes quienes tienen un alto consumo de medios digitales, radiales y redes sociales.

Frecuencia:

- **Etapas de Lanzamiento (enero - febrero):** Una frecuencia de **4-5** de frecuencia promedio para generar expectativas y comunicar la propuesta.
- **Etapas de Desarrollo (marzo - octubre):** Incrementar la frecuencia a **3** de frecuencia promedio, sosteniendo el interés con contenido de eventos y cápsulas cinematográficas.
- **Etapas de Cierre (noviembre - diciembre):** **5-6** de frecuencia promedio, enfatizando el recorrido final y el impulso de ser la radio más escuchada.

Audiencia:

-Nuevos oyentes: Hombres y mujeres de 18-40 años que consumen música a través de redes sociales, YouTube, plataformas de streaming, y eventos en vivo, interesados en experiencias culturales novedosas.

-Público general: Amantes del rock y la música en general que usan medios tradicionales como radio y televisión y medios digitales para seguir eventos masivos.

Estrategia de medios:

Medios digitales META (40%): Utilizar Instagram y Facebook para compartir contenidos dinámicos en tiempo real: highlights de cada evento, entrevistas a artistas y transmisiones en vivo. Los influencers locales serán claves para la amplificación en cada provincia, logrando viralizar el contenido y captar a nuevos seguidores jóvenes.

-Contenido central de Instagram y Tik Tok desde el perfil de Rock & Pop: “365 días para ser la radio más escuchada del país”

Contenido Diario "1er día de 365 para ser la radio más escuchada de Argentina"

- **Objetivo:** Crear un seguimiento diario en redes sociales, destacando el progreso y las experiencias vividas en el recorrido de la Ruta 40.
- **Ejecución:** Un creador de contenidos subirá un video diario que capture momentos detrás de cámaras, entrevistas breves, clips de los eventos y desafíos del equipo en cada provincia. Cada publicación mantendrá la narrativa y expectativa de alcanzar la meta final en La Quiaca, con el mensaje “Hoy, 1 día menos para ser la radio más escuchada de Argentina.”

- **Engagement:** Con este enfoque, se invita a la audiencia a vivir el recorrido junto a la radio, generando un sentido de comunidad y expectativa.
- **Campañas Paid Media de Meta:** 40% Alcance -60% tráfico.
- **Campaña de influencer (12 Influencers):** Seleccionamos 1 influencer por mes, entregándole un “Kit influencer de merchandising de ROAD & POP y cubrirá en un video el resumen del evento que le seleccionaremos.

YouTube (20%): Crear cápsulas en formato de video para YouTube y playlists exclusivas de cada parada, generando contenido atemporal y permitiendo que la audiencia reviva la experiencia. Esto reforzará el vínculo emocional con Rock & Pop, proyectando la campaña a una audiencia nacional e internacional.

Medios Tradicionales (25%): Vía pública GRUPO VÍA, radios regionales, y prensa escrita en cada provincia para impulsar la llegada de Rock & Pop y aumentar la cobertura y credibilidad del evento.

Prensa y Relaciones Públicas (15%): Gestionar apariciones en medios masivos de alto impacto y en portales de entretenimiento, que amplifiquen el recorrido y fortalezcan la imagen de Rock & Pop como pionera en el mundo del rock argentino.

Estrategia - Holding de medios Alpha:

Grupo Vía (Vía Pública)

- **Cobertura Nacional:** Alpha Media se apoya en Grupo Vía para implementar anuncios en vía pública a lo largo de la Ruta 40, desde Ushuaia hasta La Quiaca, captando a la audiencia en puntos estratégicos en cada ciudad y reforzando la presencia visual de la campaña.

- **Visibilidad Constante:** Vallas y pantallas LED mostrarán la cuenta regresiva hasta el evento final en La Quiaca, generando expectativa y recordando el avance de la gira.

Radios

- **Emisoras de Alpha Group:** La red de radios de Alpha (Blue y La Uno) amplificarán la campaña con cuñas y menciones, promoviendo cada evento y destacando el contenido de “Road & Pop” en múltiples estaciones para ampliar el alcance y atraer nuevos oyentes.
- **Programación Especial:** La cobertura radial incluirá entrevistas y reportajes en vivo de cada parada, fortaleciendo la conexión con el público local y creando un relato constante del viaje.

Prensa por Noticias Argentinas

- **Cobertura Nacional y Regional:** Noticias Argentinas, medio del holding, cubrirá cada etapa de la gira, asegurando una visibilidad constante en medios digitales y tradicionales con reportajes y notas destacadas en cada provincia.
- **Actualización Constante:** La cobertura resaltaré hitos importantes, artistas participantes, y el impacto de cada evento, asegurando que la narrativa del aniversario de Rock & Pop llegue a audiencias en todo el país.

Estrategia BTL: Mural Colaborativo de El Ojo del Arte

- **Muralismo Colaborativo 40 años de Rock Nacional en Provincias Seleccionadas:** *El Ojo del Arte*, otro medio del grupo, coordinará actividades de muralismo colaborativo en el evento de apertura y cierre, integrando a la comunidad y reflejando 40 años de historia del rock argentino en murales que permanecerán en las ciudades.
- **Integración Cultural y Artística:** Esta activación no solo crea un espacio de interacción, sino que también deja un legado artístico y visual en cada comunidad, reforzando el vínculo emocional con la audiencia.

Categoría Web “Road & Pop” en la Página Oficial de Rock & Pop

- **Hub Digital de la Campaña:** Una sección especial en el sitio web de Rock & Pop actualiza en tiempo real el progreso de la gira, noticias, videos, cápsulas y otros contenidos exclusivos.
- **Archivo Digital Permanente:** Esta categoría funciona como un archivo en línea que permite a los oyentes y seguidores acceder a la experiencia en cualquier momento, documentando la gira y los eventos para el futuro.

Calendarización Anual:

- **Mes 1-2 (Lanzamiento):** Lanzamiento de la campaña, promoción de la primera parada en Ushuaia. Ampla difusión en redes sociales y anuncios en medios tradicionales locales y nacionales.
- **Mes 3-10 (Desarrollo):** En cada provincia, contenido diario en redes y YouTube para documentar el evento en tiempo real y consolidar los hitos de la campaña. Refuerzo en plataformas de streaming y anuncios en medios locales.
- **Mes 11-12 (Cierre y Retrospectiva):** Cierre de la campaña en La Quiaca. Producción de contenido especial recopilando los mejores momentos del recorrido. Publicidad enfocada en los medios nacionales, cierre en plataformas de streaming, y cápsula final en YouTube con la promesa de posicionar a Rock & Pop como la radio más escuchada.

1era ETAPA - Apertura

2025	ENERO	FEBRERO
MEDIOS DIGITALES		
META	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X X X X	X X X X
YOUTUBE	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X X X X	X X
VÍA PÚBLICA - COBERTURA NACIONAL		
OHH	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X X	X
DOH	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X
VÍA PÚBLICA - COBERTURA PROVINCIAL		
OHH	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X X	X
DOH	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X
PRENSA		
NOTICIAS ARGENTINAS	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X X X X	X X
RADIO		
BLUE	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X
LA UNO	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X

2da ETAPA

2025	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
MEDIOS DIGITALES				
META	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X X X	X X X	X X X	X X X
YOUTUBE	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X	X	X
VÍA PÚBLICA - COBERT				
OHH	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X	X	X
DOH	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X	X	X
VÍA PÚBLICA - COBERT				
OHH	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X	X	X
DOH	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X	X	X
PRENSA				
NOTICIAS ARGENTINAS	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
			X	
RADIO				
BLUE	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X	X	X
LA UNO	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X	X	X

3era ETAPA - Cierre

2025	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
MEDIOS DIGITALES		
META	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X X X X	X X X X
YOUTUBE	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X X X X	X X X X
VÍA PÚBLICA - COBERTURA		
OHH	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X X
DOH	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X X X X
VÍA PÚBLICA - COBERTURA		
OHH	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X
DOH	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X
PRENSA		
NOTICIAS ARGENTINAS	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
		X
RADIO		
BLUE	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X
LA UNO	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4	Sem 1 / Sem 2 / Sem 3 / Sem 4
	X	X

5. Conclusión:

La campaña "ROAD & POP - Festejamos 40 años por toda la Ruta 40" representa una estrategia integral que combina análisis, creatividad y planificación para reposicionar a Rock & Pop en el mercado radial argentino. A lo largo del recorrido, se ha identificado el contexto actual de la emisora, sus desafíos y oportunidades, estableciendo un plan de acción concreto y alineado con sus objetivos de crecimiento.

La propuesta creativa y la estrategia de medios han sido diseñadas para maximizar el impacto y la recordación de la marca, aprovechando tanto los canales tradicionales como las plataformas digitales. La combinación de eventos en vivo, activaciones, contenido audiovisual y una fuerte presencia en redes sociales permite conectar con nuevas audiencias sin perder la esencia que ha caracterizado a Rock & Pop durante cuatro décadas.

Si esta campaña se implementa de manera efectiva, la emisora no solo logrará su objetivo de convertirse en la radio más escuchada del país, sino que también consolidará un nuevo estándar en la industria, demostrando cómo una marca con historia puede reinventarse sin perder su identidad. Esta acción no es solo una celebración, sino un punto de inflexión que definirá el futuro de Rock & Pop, asegurando su relevancia y liderazgo en los años venideros.

6. Bibliografía:

- Coureau, G. y Anselmi, F. (2014). *Rock And Pop: La imaginación al poder*. Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- Infobae. (2023, 5 de agosto). La radio que nació con la democracia, junto a una nueva generación que solo quería rock. Infobae. Recuperado de <https://www.infobae.com/sociedad/2023/08/05/la-radio-que-nacio-con-la-democracia-junto-a-una-nueva-generacion-que-solo-queria-rock/>
- Kantar IBOPE Media Argentina. (2024). *Ranking de radios más escuchadas en Argentina*. Kantar IBOPE Media.
- La Nación. (2015, 9 de julio). *Rock & Pop: 30 años de la primera radio moderna*. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/lifestyle/rock-and-pop-30-anos-de-la-primera-radio-moderna-nid1823043/>
- LatinSpots. (2005, 19 de abril). Los 20 años de la Rock & Pop. LatinSpots. Recuperado de <https://www.latinspots.com/noticia/los-20-aos-de-la-rock-pop/8396>
- Nasra, S. (2022, 22 de octubre). *Rock & Pop: La emisora que cambió la forma de hacer radio*. Medium. Recuperado de <https://medium.com/%40SantiNasra/rock-pop-la-emisora-que-cambio-la-forma-de-hacer-radio-d166a4de6d38>

- Rojas, B. (2021, 10 de agosto). *La revolución de la frecuencia FM*. Medium.
Recuperado de <https://medium.com/%40brendarojas/la-revoluci%C3%B3n-de-la-frecuencia-f-m-57a1df477d34>