MARCO GENERAL

DE LOS MEDIOS EN ESPAÑA

2025

AIMC

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

ÍNDICE

I. PRESENTACIÓN 3

II. POBLACIÓN - 2024 5

TABLAS

Población por tamaño de hábitat (14 años o más) 5
Número de hogares, población (14 años o más) y tamaño EGM medio de hogar 5
Población de 14 años o más por:
- sexo y grupos de edad 6
- índice socioeconómico 7

Distribución del RCH (responsable de las compras habituales del hogar) por:
- situación laboral 8
- grupos de edad 8

GRÁFICOS

Población (14 años o más) por Comunidad Autónoma 9
Hogares por Comunidad Autónoma 9
Pirámide de edades (14 años o más) 10

III. AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS 11

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

Evolución de la audiencia general de los medios. Penetración (1980-2024) 11
Evolución del consumo diario de radio y televisión (1991-2024) 12
Penetración de los medios en España. 2024 13
Perfil de la audiencia de los medios en España. 2024 14
Estructura del consumo de medios en España – gráficos. 2024 15
Penetración de los medios por Comunidad Autónoma. 2024 19
Consumo promedio diario de radio y TV por Comunidad Autónoma. 2024 19
Mapas de España de consumo relativo de los medios. 2024 20
Mapas de España de consumo promedio diario de radio y TV. 2024 25
Consumo diario de radio y televisión. 2024 26
Consumo diario de radio y televisión - gráfico. 2024 27

RADIO

Consumo de radio por tipo de emisión y lugar de escucha. 2024 28
Consumo de radio según lugar de escucha - gráfico. 2024 29
Consumo de radio según tipo de emisión - gráfico. 2024 29
Consumo promedio diario de radio. 2024 30
Evolución del consumo de radio. (1996-2024) 30
Audiencia acumulada diaria de radio. 2024 31
Evolución de la audiencia de radio según tipo de emisión. (2001-2024) 31
Evolución de la audiencia de radio según tipo de onda. (2001-2024) 31
Evolución de la audiencia de radio según tipo de emisión - gráfico. (2001-2024) 32
Evolución de la audiencia de radio según tipo de onda - gráfico. (2001-2024) 32
Evolución de la audiencia acumulada diaria de las cadenas de radio. (2004-2024) 33
Evolución de la audiencia acumulada diaria de radio - gráfico. (2004-2024) 34
Evolución del share de las cadenas de radio. (2004-2024) 35
Evolución del share de las cadenas de radio - gráfico. (2004-2024) 36
Share de las cadenas. Radio Generalista / Temática. 2024 37

TELEVISIÓN

Consumo promedio diario de televisión. 2024 37
Audiencia acumulada diaria de televisión. 2024 38
Evolución de la audiencia acumulada diaria de las cadenas de televisión (2008-2024) 38
Evolución del consumo de TV por Comunidad Autónoma (2008-2024) 39

Minutos promedio de visionado por Comunidad Autónoma - gráfico. (2015-2024) 39
Evolución de la audiencia acumulada diaria. Cadenas Nacionales/Autonómicas - gráfico.(2008-2024) 40
Share de las cadenas de TV. (2008-2024) 41
Evolución del share de Cadenas Autonómicas . (2008-2024) 42
Canales temáticos. 2024 43
Televisión local por Comunidad Autónoma. 2024 44
Emisoras de televisión local. 2024 44
Evolución de la televisión de pago (2015-2024) 45
Evolución del consumo diario de contenido televisivo por plataforma OTT. (2021-2024) 46

MEDIOS IMPRESOS

Evolución de la audiencia de diarios según tipo de lector - papel/internet (2000-2024) 47
Evolución de la audiencia de diarios por internet según dispositivo y formato de acceso (2015-2024) 48
Evolución de la audiencia de diarios (papel+visor digital) según tipo (1997-2024) 49
Evolución de la audiencia de diarios (papel+visor digital) (2008-2024) 50
Evolución de la audiencia de suplementos (papel+visor digital) (2008-2024) 51
Evolución de la audiencia de revistas según tipo de lector - papel/internet. (2019-2024) 52
Perfil de la audiencia de revistas según tipo de lector - papel/internet. 2024 52
Ranking de revistas Brand Media (papel+internet). 2024 53
Evolución de la audiencia de revistas semanales (papel+visor digital) (2008-2024) 54
Evolución de la audiencia de revistas mensuales (papel+visor digital) (2008-2024) 54
Evolución de la audiencia de revistas bimestrales (papel+visor digital) (2013-2024) 56
Evolución de la audiencia de revistas trimestrales (papel+visor digital). (2021-2024) 56
Evolución de la audiencia. Diarios/Suplementos/Revistas (papel+visor digital) - gráfico (2008-2024) 57
Audiencia de diarios/suplementos (papel+visor digital) - gráfico. 2024 59
Audiencia de revistas (papel+visor digital) - gráfico. 2024 60

CINE

Hábito de asistencia al cine. 2024 61
Audiencia quincenal de cine por exclusivista. 2024 61

EXTERIOR

Exterior - Tipología de soportes. 2024 62

INTERNET

Datos generales. (1996-2024) 63
Penetración de Internet por variables sociodemográficas. 2024 64
Internet por Comunidad Autónoma – tabla y mapas. 2024 65
Lugar de acceso a Internet en el último mes. 2024 66
Dispositivo de acceso a Internet en el último mes. 2024 66
Servicios/Actividades en internet durante el último mes. 2024 67
Sitios de Internet. 2024 68
Redes sociales. 2024 69
Música en streaming. 2024 70

IV. EQUIPAMIENTO DE HOGARES 71

Evolución del equipamiento de hogares (2008-2024) 71
Evolución del equipamiento de hogares - gráfico (2008-2024) 72

V. ESTILOS DE VIDA 73

Evolución de la penetración (2001-2024) 73

VI. FICHA TÉCNICA EGM 74

I. PRESENTACIÓN

El Marco General de los Medios en España es una de las publicaciones de AIMC más demandadas y que despierta más interés no sólo entre nuestros asociados, sino también en el mercado en general, en los profesionales del periodismo y la información (especialmente económica y publicitaria) y en los centros de estudios.

En él se muestra una visión general de las audiencias de los diferentes medios españoles, de acuerdo con los datos del Estudio General de Medios (EGM), estudio realizado por AIMC. Además, el Marco se completa con:

- cifras referidas a la población objeto de estudio del EGM, sacadas del "*Universo del Estudio General de Medios*", que todos los años elabora y actualiza AIMC.
- información acerca del equipamiento de los hogares, tomada del EGM.
- y datos relativos a estilos de vida de los individuos, también obtenidos del EGM.

La presente edición refleja la situación en el año 2024, y también la perspectiva histórica para muchos de los datos, mediante tablas y gráficos de fácil consulta. Los datos del Marco General se obtienen del acumulado de las tres olas que anualmente se realizan del EGM. A causa de las medidas de confinamiento provocadas por la pandemia de Covid-19, en 2020 hubo que suspender la realización de la 2ª ola del EGM. Los datos de 2020 del presente libro se corresponden con el año móvil establecido oficialmente, que, para mantener el tradicional volumen de la muestra y la solidez de las estimaciones, se definió de la manera habitual, acumulando las tres últimas oleadas disponibles en ese momento, es decir, 3ª 2020 (9 septiembre - 17 noviembre) + 1ª 2020 (8 enero - 17 marzo) + 3ª 2019 (4 septiembre - 12 noviembre).

Deseamos que el contenido del presente libro sea de utilidad para todas aquellas personas que lo consulten.

AIMC.

II. POBLACIÓN - 2024

POBLACIÓN POR TAMAÑO DE HÁBITAT (14 AÑOS O MÁS) - 2024

% Horizontales

	TOTAL	Menos de 2.000	De 2.001 a 5.000	De 5.001 a 10.000	De 10.001 a 50.000	De 50.001 a 200.000	De 200.001 a 500.000	Capital de provincia
TOTAL	**42.131.281**	**5,6**	**6,4**	**8,2**	**26,8**	**16,4**	**5,0**	**31,7**
ANDALUCÍA	7.490.819	3,2	7,4	8,5	29,5	20,9	2,5	27,9
ARAGÓN	1.163.673	15,9	7,7	6,1	12,9	0,0	0,0	57,5
ASTURIAS	907.480	4,0	3,7	6,9	24,6	12,7	26,6	21,4
BALEARES	1.113.067	1,0	3,8	10,1	40,9	8,8	0,0	35,4
CANARIAS	2.076.197	0,7	3,0	6,5	36,0	27,0	0,0	26,8
CANTABRIA	524.125	7,7	13,0	14,9	26,3	8,7	0,0	29,3
C. LEÓN	2.123.884	24,8	8,6	10,3	10,9	2,7	0,0	42,8
C. LA MANCHA	1.802.601	14,8	16,1	13,3	28,7	4,0	0,0	23,1
CATALUÑA	6.843.046	4,4	5,7	8,2	28,2	15,6	11,9	25,9
C. VALENCIANA	4.543.769	3,8	5,2	8,1	37,7	14,9	4,7	25,5
EXTREMADURA	926.052	20,8	15,7	13,6	21,0	5,6	0,0	23,3
GALICIA	2.423.869	5,3	9,9	14,1	34,2	6,0	10,8	19,7
MADRID	6.064.337	0,7	1,6	3,3	8,3	34,3	3,1	48,6
MURCIA	1.333.628	0,3	0,6	2,9	40,6	11,2	14,2	30,2
NAVARRA	582.092	12,9	18,8	10,1	27,5	0,0	0,0	30,6
PAÍS VASCO	1.932.552	5,0	4,9	9,1	34,7	10,9	0,0	35,5
LA RIOJA	280.088	12,0	11,3	10,2	19,5	0,0	0,0	46,9

NÚMERO DE HOGARES, POBLACIÓN (14 AÑOS O MÁS) Y TAMAÑO EGM (*) MEDIO DE HOGAR - 2024

	Hogares	Población	Tamaño Promedio
TOTAL	**19.284.220**	**42.131.281**	**2,18**
ANDALUCÍA	3.366.805	7.490.819	2,22
ARAGÓN	553.147	1.163.673	2,10
ASTURIAS	455.971	907.480	1,99
BALEARES	485.108	1.113.067	2,29
CANARIAS	901.631	2.076.197	2,30
CANTABRIA	248.415	524.125	2,11
C. LEÓN	1.029.795	2.123.884	2,06
C. LA MANCHA	809.650	1.802.601	2,23
CATALUÑA	3.136.899	6.843.046	2,18
C. VALENCIANA	2.114.915	4.543.769	2,15
EXTREMADURA	437.150	926.052	2,12
GALICIA	1.116.678	2.423.869	2,17
MADRID	2.725.593	6.064.337	2,22
MURCIA	576.888	1.333.628	2,31
NAVARRA	267.291	582.092	2,18
PAÍS VASCO	924.654	1.932.552	2,09
LA RIOJA	133.630	280.088	2,10

(*) El tamaño EGM corresponde al número promedio de personas de 14 años o más

POBLACIÓN DE 14 AÑOS O MAS POR SEXO Y GRUPOS DE EDAD - 2024

Datos porcentuales

	Población 14 o más	14-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65-74	75 o más
TOTAL	**100,0**	**7,5**	**6,1**	**12,7**	**15,4**	**18,6**	**16,2**	**11,8**	**11,7**
Hombres	**48,6**	51,8	51,6	50,6	49,5	50,0	48,9	47,1	40,3
Mujeres	**51,4**	48,2	48,4	49,4	50,5	50,0	51,1	52,9	59,7
ANDALUCÍA	**100,0**	**8,1**	**6,4**	**13,0**	**15,9**	**18,5**	**16,5**	**11,4**	**10,2**
Hombres	**48,9**	51,6	52,0	51,1	49,6	50,0	49,0	47,5	40,7
Mujeres	**51,1**	48,4	48,0	48,9	50,4	50,0	51,0	52,5	59,3
ARAGÓN	**100,0**	**7,3**	**5,9**	**11,9**	**14,5**	**18,1**	**16,4**	**12,5**	**13,5**
Hombres	**48,9**	52,1	52,0	51,1	49,9	50,5	49,8	47,8	40,5
Mujeres	**51,1**	47,9	48,0	48,9	50,1	49,5	50,2	52,2	59,5
ASTURIAS	**100,0**	**5,7**	**4,5**	**9,0**	**13,5**	**18,6**	**17,8**	**15,5**	**15,5**
Hombres	**47,4**	51,6	51,5	50,3	49,5	49,6	48,2	46,3	38,5
Mujeres	**52,6**	48,4	48,5	49,7	50,5	50,4	51,8	53,7	61,5
BALEARES	**100,0**	**7,2**	**6,2**	**14,8**	**18,1**	**19,3**	**15,1**	**10,3**	**9,0**
Hombres	**49,7**	52,3	51,4	50,3	50,3	51,5	50,1	47,6	42,0
Mujeres	**50,3**	47,7	48,6	49,7	49,7	48,5	49,9	52,4	58,0
CANARIAS	**100,0**	**6,9**	**6,3**	**13,8**	**16,4**	**19,5**	**16,9**	**11,0**	**9,2**
Hombres	**49,1**	51,5	50,7	49,5	49,5	50,6	49,7	48,1	42,5
Mujeres	**50,9**	48,5	49,3	50,5	50,5	49,4	50,3	51,9	57,5
CANTABRIA	**100,0**	**6,9**	**5,4**	**10,2**	**14,6**	**18,8**	**17,1**	**14,0**	**13,2**
Hombres	**48,3**	52,0	51,3	51,1	49,8	49,8	48,8	47,4	39,2
Mujeres	**51,7**	48,0	48,7	48,9	50,2	50,2	51,2	52,6	60,8
C. LEÓN	**100,0**	**6,1**	**5,1**	**10,2**	**13,3**	**17,4**	**17,8**	**14,1**	**16,0**
Hombres	**49,0**	51,6	51,5	51,5	50,7	50,5	50,0	49,5	41,1
Mujeres	**51,0**	48,4	48,5	48,5	49,3	49,5	50,0	50,5	58,9
C. LA MANCHA	**100,0**	**7,8**	**6,3**	**12,6**	**15,5**	**18,3**	**16,7**	**11,2**	**11,7**
Hombres	**50,0**	52,0	52,3	52,1	51,3	51,1	50,6	49,2	41,4
Mujeres	**50,0**	48,0	47,7	47,9	48,7	48,9	49,4	50,8	58,6
CATALUÑA	**100,0**	**7,9**	**6,6**	**13,7**	**15,4**	**18,5**	**15,1**	**11,3**	**11,5**
Hombres	**48,5**	52,2	52,1	50,8	49,0	49,9	48,7	46,3	40,0
Mujeres	**51,5**	47,8	47,9	49,2	51,0	50,1	51,3	53,7	60,0
C. VALENCIANA	**100,0**	**7,6**	**6,1**	**12,3**	**15,2**	**18,8**	**16,4**	**12,2**	**11,4**
Hombres	**48,8**	51,7	51,5	50,8	49,6	50,3	49,0	47,1	41,1
Mujeres	**51,2**	48,3	48,5	49,2	50,4	49,7	51,0	52,9	58,9
EXTREMADURA	**100,0**	**7,0**	**5,9**	**12,2**	**14,6**	**17,2**	**17,8**	**12,5**	**12,8**
Hombres	**49,3**	51,5	51,4	51,0	50,8	50,4	50,2	49,6	40,7
Mujeres	**50,7**	48,5	48,6	49,0	49,2	49,6	49,8	50,4	59,3
GALICIA	**100,0**	**6,0**	**4,8**	**10,2**	**14,3**	**18,5**	**16,5**	**13,7**	**16,0**
Hombres	**47,8**	51,6	51,4	50,6	49,9	49,5	48,4	46,9	39,9
Mujeres	**52,2**	48,4	48,6	49,4	50,1	50,5	51,6	53,1	60,1
MADRID	**100,0**	**7,6**	**6,5**	**14,0**	**16,1**	**19,0**	**15,3**	**10,7**	**10,8**
Hombres	**47,3**	51,4	50,4	49,1	48,6	48,7	47,2	44,6	38,8
Mujeres	**52,7**	48,6	49,6	50,9	51,4	51,3	52,8	55,4	61,2
MURCIA	**100,0**	**8,6**	**7,1**	**14,1**	**16,3**	**18,7**	**15,5**	**10,3**	**9,4**
Hombres	**49,8**	52,3	53,0	52,4	50,3	51,1	49,6	47,5	41,0
Mujeres	**50,2**	47,7	47,0	47,6	49,7	48,9	50,4	52,5	59,0
NAVARRA	**100,0**	**7,9**	**6,6**	**12,4**	**14,6**	**18,4**	**16,0**	**11,9**	**12,3**
Hombres	**49,0**	51,5	51,1	50,8	49,5	50,4	49,8	48,5	41,0
Mujeres	**51,0**	48,5	48,9	49,2	50,5	49,6	50,2	51,5	59,0
PAÍS VASCO	**100,0**	**7,1**	**5,7**	**10,8**	**13,6**	**18,2**	**17,0**	**13,4**	**14,1**
Hombres	**47,9**	51,7	51,6	50,1	49,1	49,8	48,6	46,7	39,4
Mujeres	**52,1**	48,3	48,4	49,9	50,9	50,2	51,4	53,3	60,6
LA RIOJA	**100,0**	**7,4**	**5,9**	**11,4**	**14,8**	**18,5**	**16,4**	**12,5**	**13,1**
Hombres	**48,8**	51,7	51,0	50,1	49,5	50,6	49,5	48,7	41,2
Mujeres	**51,2**	48,3	49,0	49,9	50,5	49,4	50,5	51,3	58,8

POBLACIÓN (14 AÑOS O MÁS) POR ÍNDICE SOCIOECONÓMICO - 2024

% Horizontales

	Población (miles)	IA1	IA2	IB	IC	ID	IE1	IE2
TOTAL	**42131**	**11,8**	**18,2**	**14,4**	**24,9**	**10,5**	**14,0**	**6,1**
ANDALUCÍA	7491	8,7	15,6	14,3	25,5	11,7	16,4	7,8
ARAGÓN	1164	8,9	17,7	14,2	26,3	10,1	16,4	6,3
ASTURIAS	907	8,4	17,0	13,1	26,5	11,5	15,3	8,2
BALEARES	1113	13,2	20,5	15,5	24,3	11,1	11,9	3,5
CANARIAS	2076	10,0	16,6	15,0	26,5	11,5	15,0	5,5
CANTABRIA	524	9,1	20,2	16,3	25,9	9,9	12,3	6,3
C. LEÓN	2124	8,3	15,9	13,3	26,3	12,0	17,1	7,1
C. LA MANCHA	1803	10,0	17,1	13,8	26,3	10,7	15,0	7,1
CATALUÑA	6844	15,1	20,0	14,5	23,4	9,7	12,2	5,1
C. VALENCIANA	4544	10,2	17,3	14,0	25,7	10,8	15,0	7,0
EXTREMADURA	926	8,0	16,9	12,3	24,1	10,1	18,1	10,7
GALICIA	2423	12,6	19,0	12,5	25,6	11,9	12,5	5,9
MADRID	6064	17,0	22,1	16,1	22,7	8,1	10,3	3,6
MURCIA	1334	10,5	16,5	14,3	27,1	9,1	15,2	7,2
NAVARRA	582	13,2	17,1	15,6	25,8	10,8	12,4	5,1
PAÍS VASCO	1932	12,0	17,9	13,9	24,6	11,0	14,7	5,9
LA RIOJA	280	9,6	14,6	14,5	28,8	10,9	14,9	6,7

Nota: IA1 - Mayor índice socioeconómico
IE2 - Menor índice socioeconómico

DISTRIBUCIÓN DEL RCH (RESPONSABLE DE LAS COMPRAS HABITUALES DEL HOGAR) POR SITUACIÓN LABORAL - 2024

% Horizontales

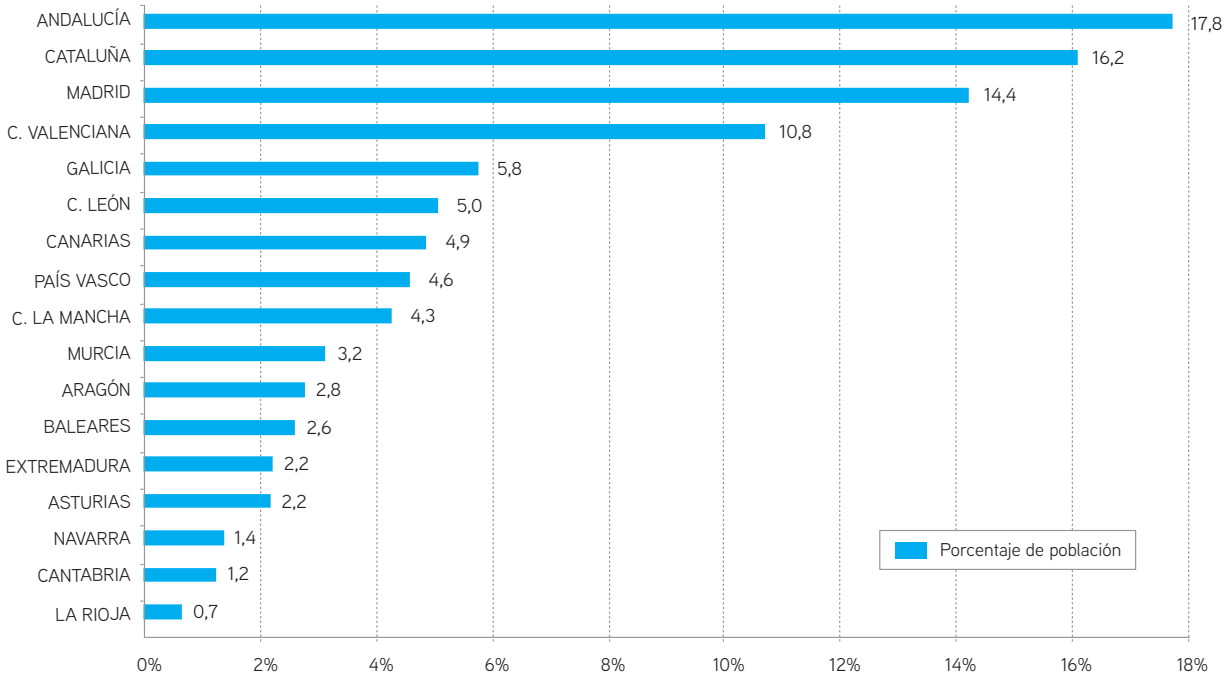
	Población (miles)	Actividad del RCH	
		Trabaja	No trabaja
TOTAL	19.280	48,1	51,9
ANDALUCÍA	3.374	43,0	57,0
ARAGÓN	535	43,8	56,2
ASTURIAS	468	39,3	60,7
BALEARES	496	58,7	41,3
CANARIAS	929	46,5	53,5
CANTABRIA	256	47,7	52,3
C. LEÓN	1.051	44,6	55,4
C. LA MANCHA	762	46,6	53,4
CATALUÑA	2.958	49,6	50,4
C. VALENCIANA	2.133	47,3	52,7
EXTREMADURA	424	40,9	59,1
GALICIA	1.142	45,1	54,9
MADRID	2.857	58,4	41,6
MURCIA	588	47,8	52,2
NAVARRA	266	52,6	47,4
PAÍS VASCO	905	46,2	53,8
LA RIOJA	136	47,2	52,8

DISTRIBUCIÓN DEL RCH (RESPONSABLE DE LAS COMPRAS HABITUALES DEL HOGAR) POR GRUPOS DE EDAD - 2024

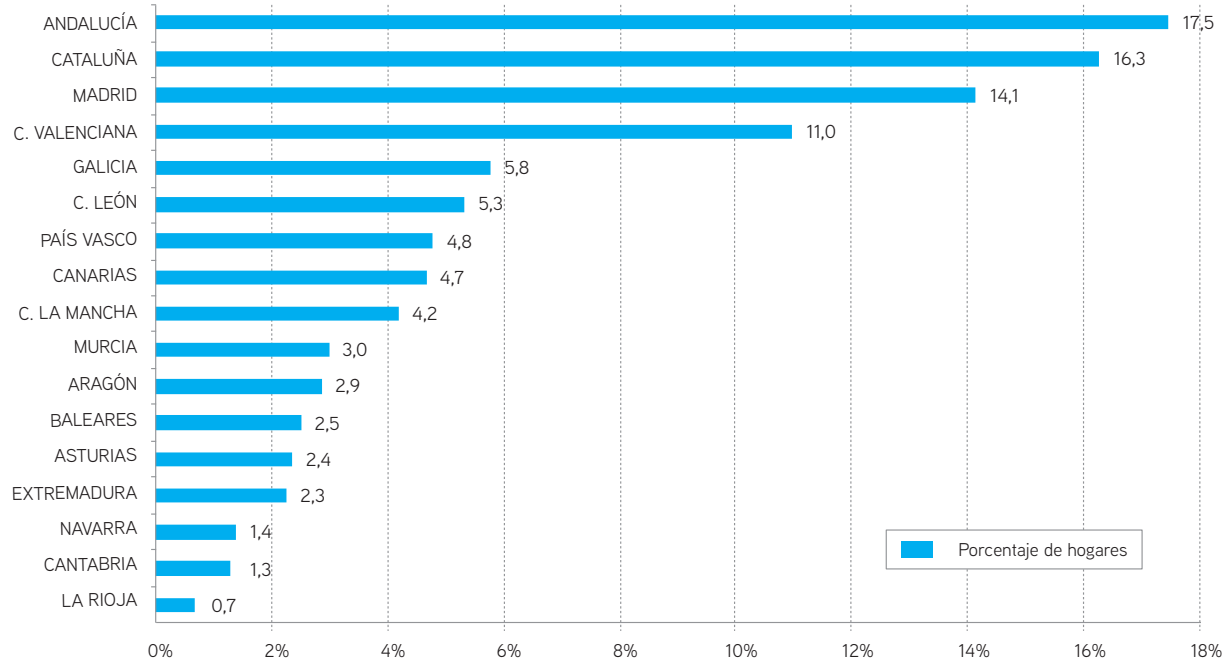
% Horizontales

	Población (miles)	Hasta 34	De 35 a 54	55 o más
TOTAL	19.280	9,0	38,7	52,3
ANDALUCÍA	3.374	9,4	39,1	51,5
ARAGÓN	535	8,7	33,7	57,6
ASTURIAS	468	5,9	30,8	63,3
BALEARES	496	11,5	44,1	44,4
CANARIAS	929	9,4	41,0	49,6
CANTABRIA	256	7,4	38,1	54,6
C. LEÓN	1.051	6,7	32,9	60,4
C. LA MANCHA	762	7,9	39,0	53,1
CATALUÑA	2.958	9,2	38,9	51,9
C. VALENCIANA	2.133	9,0	38,4	52,6
EXTREMADURA	424	7,4	34,0	58,6
GALICIA	1.142	6,8	35,8	57,4
MADRID	2.857	11,9	42,4	45,7
MURCIA	588	8,3	43,8	47,9
NAVARRA	266	8,7	39,5	51,8
PAÍS VASCO	905	6,9	35,8	57,3
LA RIOJA	136	5,9	35,4	58,7

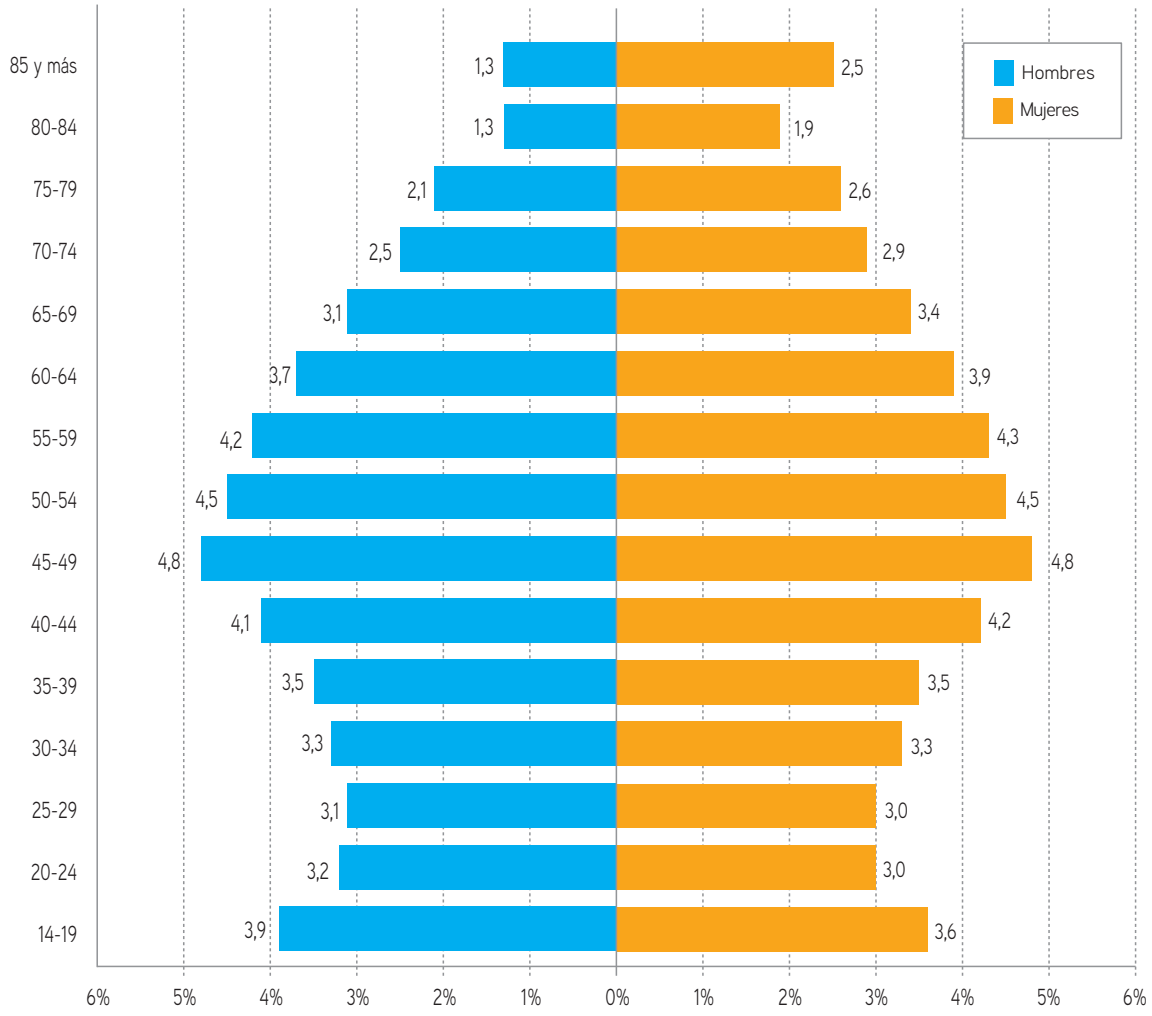
POBLACIÓN (14 AÑOS O MÁS) POR COMUNIDAD AUTÓNOMA - 2024



HOGARES POR COMUNIDAD AUTÓNOMA - 2024



PIRÁMIDE DE EDADES (14 AÑOS O MÁS) - 2024



III. AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA GENERAL DE LOS MEDIOS - 1980-2024

Penetración %

	Universo (miles)	DIARIOS			SUPLEMENTOS			REVISTAS			RADIO		TELEVISIÓN	CINE	EXTERIOR
		Papel+ Internet	Papel	Internet	Papel+ Internet	Papel	Internet	Papel+ Internet	Papel	Internet	TOTAL	Internet			
1980(*)	23.752		26,7						49,6		51,4		81,1	12,5	
1981(*)	23.752		30,5			12,7			49,7		53,9		82,0	12,7	
1982	27.438		30,4			18,6			38,2		62,0		79,8	13,5	
1983	27.439		33,9			21,2			45,8		59,7		80,3	12,5	
1984	27.876		33,1			26,0			55,5		60,7		86,7	9,9	
1985	28.661		31,4			28,2			56,6		56,1		86,6	9,4	
1986	28.918		31,2			30,3			51,7		55,3		87,9	8,3	
1987	28.918		30,1			30,0			52,1		54,7		86,7	7,7	
1988	30.050		30,0			30,2			54,9		53,0		87,2	6,7	
1989	31.310		30,2			32,0			55,8		53,0		86,1	6,6	
1990	31.575		31,9			35,3			56,8		50,5		87,4	6,7	
1991	32.000		32,4			36,1			58,2		52,2		89,5	6,3	
1992	32.000		33,6			36,6			57,9		52,4		89,5	6,9	
1993	32.000		36,4			37,9			56,2		52,9		90,1	7,6	
1994	32.332		36,8			36,1			54,0		55,4		90,4	7,8	
1995	33.576		38,0			33,8			54,7		56,5		91,1	8,3	
1996	33.794		38,2			32,9			55,6		56,6		91,3	9,3	
1997	33.984		37,7			32,4			54,7		55,0		90,7	8,8	
1998	34.132		36,9			31,9			53,2		53,5		89,4	10,2	
1999	34.497		35,2			31,3			53,3		53,0		89,4	10,2	
2000	34.733	36,5	36,3	0,7		32,1		53,8	53,6	1,6	52,9		89,2	11,0	
2001	34.817	36,3	35,9	1,2		30,4		53,2	52,8	2,5	52,4		89,2	11,2	
2002	34.817	38,2	37,4	2,2		29,5		51,9	51,4	2,7	54,7		89,9	10,2	
2003	35.243	40,5	39,7	2,6		29,4		53,7	53,1	3,2	57,9		90,7	9,0	
2004	36.405	42,1	41,1	3,5		30,4		55,8	55,1	3,7	56,8		89,6	8,9	
2005	37.084	42,3	41,1	4,0		27,7		54,5	53,8	3,7	55,5		88,9	7,1	
2006	37.439	41,7	41,8	4,7		25,4		48,7	47,7	3,7	56,1		88,6	6,0	50,7
2007	37.911	41,8	41,3	6,3		24,9		50,5	49,4	4,6	54,7		88,7	5,3	52,0
2008	38.261	45,5	42,1	7,8		21,7		54,8	53,3	4,4	53,1		88,5	4,2	50,9
2009	39.462	44,5	39,8	9,9		21,9		53,1	51,3	5,2	55,3		89,0	4,3	52,9
2010	39.435	45,1	38,0	13,6		19,2		52,3	50,4	5,5	56,9	2,1	87,9	3,9	51,6
2011	39.485	45,8	37,4	15,9		18,2		51,1	48,9	6,0	58,5	2,6	88,5	3,4	57,1
2012	39.449	46,4	36,1	18,7		16,2		48,0	45,4	6,4	61,9	3,3	89,1	3,3	64,7
2013	39.331	43,8	32,4	19,3	14,9	14,6	0,5	45,4	43,4	6,1	61,5	3,2	88,7	3,0	61,3
2014	39.681	43,3	29,8	21,6	13,1	12,7	0,6	43,7	41,0	7,1	61,0	3,7	88,6	3,8	58,8
2015	39.724	42,0	28,5	21,0	11,4	11,0	0,7	41,6	38,5	7,5	60,1	3,7	88,3	3,4	69,3
2016	39.716	42,3	26,5	23,8	9,9	9,5	0,6	38,8	35,2	8,1	60,0	3,9	87,8	4,0	74,7
2017	39.783	43,2	24,3	27,0	9,1	8,7	0,6	37,1	32,8	8,9	59,3	4,5	85,2	3,9	77,8
2018	39.852	42,8	22,8	28,2	8,2	7,4	1,1	35,1	29,7	10,1	57,5	4,4	85,0	3,9	77,2
2019	40.288	42,5	21,7	28,4	7,9	7,0	1,0	35,0	29,4	10,6	56,9	4,8	85,4	4,6	81,3
2020	40.565	42,3	18,4	30,4	7,0	5,9	1,2	32,9	26,1	11,0	55,5	5,7	85,1	3,3	79,9
2021	40.948	42,6	13,7	34,0	6,0	4,6	1,3	31,5	22,6	13,3	54,6	7,8	83,3	1,6	76,9
2022	41.118	41,8	13,7	33,2	5,4	4,0	1,4	30,3	22,2	12,2	54,4	10,2	79,3	2,5	77,1
2023	41.655	40,6	13,7	32,1	5,3	4,1	1,2	35,5	26,0	13,2	54,3	11,3	81,1	3,6	79,6
2024	42.131	39,9	13,3	31,9	4,6	3,5	1,3	33,2	23,7	12,8	54,2	12,8	80,9	6,9	81,4

Notas: Hasta 1984 la población es de 15 o más años, y a partir de 1985 es de 14 o más años.
Audiencia acumulada diaria para radio y televisión.
Para medios impresos:

- papel: lectura durante periodo de publicación (diaria para diarios, semanal para revistas semanales y suplementos, mensual para revistas mensuales, etc.).
- internet: acceso diario (diarios), semanal (suplementos) y mensual (revistas).
- hasta 2017 lectores del visor digital/pdf incluidos en Internet. A partir de 2018 incluidos en papel.

Para cine, hasta 2023 audiencia semanal, y desde 2024 audiencia quincenal.
Para exterior, hasta 2014 visto publicidad en el día de ayer, y desde 2015 en la última semana.

(*) Durante este año Canarias está excluido del universo objeto de estudio

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DIARIO DE RADIO Y TELEVISIÓN - 1991-2024

Consumo diario. Minutos

	TOTAL RADIO	RADIO GENERALISTA	RADIO TEMÁTICA	TELEVISIÓN
1991	105	66	39	218
1992	105	67	38	199
1993	108	72	36	209
1994	103	62	40	222
1995	101	64	36	221
1996	102	61	38	229
1997	100	58	39	231
1998	96	52	40	222
1999	95	51	40	224
2000	95	51	40	222
2001	94	50	39	226
2002	103	53	44	235
2003	118	59	55	246
2004	115	59	52	239
2005	110	55	51	222
2006	112	54	54	222
2007	108	52	53	220
2008	104	50	51	225
2009	108	50	54	229
2010	107	48	55	227
2011	110	49	57	237
2012	114	52	59	242
2013	111	49	58	243
2014	108	48	57	238
2015	105	47	55	238
2016	104	47	54	223
2017	103	46	54	215
2018	99	45	51	210
2019	97	47	49	213
2020	94	46	47	209
2021	92	48	44	208
2022	94	49	44	186
2023	93	48	44	187
2024	92	48	44	187

PENETRACIÓN DE LOS MEDIOS EN ESPAÑA - 2024

% Horizontales

	Población (miles)	DIARIOS			SUPLEMENTOS			REVISTAS			RADIO		TELEVISIÓN	CINE	EXTERIOR
		Papel+ Internet	Papel	Internet	Papel+ Internet	Papel	Internet	Papel+ Internet	Papel	Internet	TOTAL	Internet			
TOTAL	42.131	39,9	13,3	31,9	4,6	3,5	1,3	33,2	23,7	12,8	54,2	12,8	80,9	6,9	81,4
SEXO															
Hombre	20.469	46,5	16,1	37,3	4,5	3,6	1,2	30,0	21,6	11,4	57,7	14,6	80,8	7,5	83,5
Mujer	21.663	33,6	10,7	26,8	4,6	3,5	1,4	36,2	25,7	14,2	50,9	11,1	81,0	6,2	79,4
HÁBITAT															
Hasta 2.000	2.377	35,5	14,2	25,9	4,3	3,6	0,9	27,8	20,6	9,1	51,6	9,9	82,9	4,2	69,2
De 2 a 5.000	2.678	36,1	12,7	27,9	4,1	3,4	1,1	29,5	21,4	10,4	53,7	10,7	83,1	5,1	70,7
De 5 a 10.000	3.456	36,1	13,5	27,4	4,6	3,8	1,0	29,5	21,8	10,4	57,2	12,1	82,0	5,1	74,6
De 10 a 50.000	11.342	37,8	12,5	30,3	4,2	3,2	1,2	30,6	21,9	11,6	55,1	12,1	81,2	5,6	77,2
De 50 a 200.000	9.848	41,4	13,0	34,0	4,8	3,7	1,4	35,6	25,2	14,3	55,2	13,1	81,2	8,1	83,8
De 200 a 500.000	5.644	43,4	16,6	33,5	5,2	4,3	1,1	33,6	24,2	13,1	54,0	13,0	77,7	8,1	87,4
De 500 a 1.000.000	2.398	41,4	11,5	34,3	4,8	3,5	1,8	36,8	24,9	15,2	51,3	14,0	81,6	8,5	88,4
Barcelona Capital	1.440	40,9	14,6	32,9	2,7	1,9	1,0	40,8	31,4	13,8	48,2	18,3	74,2	8,6	95,5
Madrid Capital	2.948	45,2	11,9	39,0	5,4	3,9	2,1	39,6	26,8	17,9	51,9	15,5	83,2	8,6	92,6
ÍNDICE SOCIOECONÓMICO (*)															
IA1	4.976	48,6	14,6	41,7	5,6	4,3	1,7	41,6	30,0	17,1	61,7	19,2	77,4	9,7	87,7
IA2	7.667	48,2	14,3	41,1	5,0	3,7	1,6	39,3	27,3	16,9	61,0	17,1	79,1	8,7	86,4
IB	6.068	45,9	14,2	38,6	4,8	3,7	1,5	37,1	26,2	15,5	59,1	15,4	78,7	8,0	85,8
IC	10.501	39,7	12,8	31,7	4,3	3,3	1,2	32,6	22,6	12,6	54,3	12,2	80,2	6,6	83,6
ID	4.422	35,3	14,0	25,2	4,7	3,8	1,1	29,1	21,0	10,3	49,9	9,1	83,1	5,5	77,5
IE1	5.915	29,4	12,5	19,9	4,0	3,2	0,9	23,5	17,6	7,3	44,6	6,9	85,5	4,0	73,2
IE2	2.581	16,7	8,6	9,3	3,4	2,9	0,6	21,2	17,6	4,4	36,2	3,6	87,5	3,1	60,3
EDAD															
14 a 19	3.151	25,5	6,4	22,1	3,2	2,0	1,4	33,4	23,4	13,1	40,8	10,0	70,6	9,2	88,2
20 a 24	2.593	33,9	8,3	29,3	3,6	2,6	1,2	39,3	27,4	15,9	45,2	12,6	72,1	11,4	89,6
25 a 34	5.350	39,6	9,4	34,9	3,7	2,6	1,4	35,4	23,5	16,4	50,0	15,1	71,8	9,2	87,7
35 a 44	6.471	45,8	11,6	39,9	4,3	3,1	1,4	36,4	24,1	16,2	58,1	16,8	75,6	7,5	86,6
45 a 54	7.822	48,9	15,5	40,9	4,9	3,8	1,5	37,0	25,8	15,5	64,5	17,1	82,4	7,0	84,3
55 a 64	6.825	45,7	16,4	36,2	5,2	4,1	1,5	33,8	24,9	12,4	61,0	13,4	86,3	6,0	81,0
65 a 74	4.986	38,0	17,3	26,1	5,5	4,7	1,1	27,7	21,3	8,5	52,9	8,5	88,6	4,5	74,4
75 o más	4.933	24,1	15,2	11,1	4,9	4,3	0,6	21,8	19,0	3,5	42,3	3,5	91,6	2,9	61,9
Edad Promedio (Años)	49,0	48,5	53,4	46,5	51,5	53,2	46,5	46,7	47,9	43,7	49,2	45,1	50,7	42,7	47,1
ACTIVIDAD ACTUAL															
Trabaja	21.496	47,4	13,9	40,4	4,7	3,5	1,5	37,6	26,2	16,0	61,3	16,9	78,5	8,2	86,3
No Trabaja	20.635	32,0	12,7	23,0	4,5	3,6	1,1	28,5	21,0	9,5	46,7	8,5	83,4	5,5	76,3

Notas: Audiencia acumulada diaria para radio y televisión.
Para medios impresos:
- papel: lectura durante periodo de publicación (diaria para diarios, semanal para revistas semanales y suplementos, mensual para revistas mensuales, etc.).
- internet: acceso diario (diarios), semanal (suplementos) y mensual (revistas).
- lectores del visor digital/pdf incluido en papel.

Audiencia quincenal para cine.
Visto publicidad en la última semana para exterior.

(*) IA1 - Mayor índice socioeconómico / IE2 - Menor índice socioeconómico

PERFIL DE LA AUDIENCIA DE LOS MEDIOS EN ESPAÑA - 2024

% Verticales

	TOTAL POBLACIÓN	DIARIOS			SUPLEMENTOS			REVISTAS			RADIO		TELEVISIÓN	CINE	EXTERIOR
		Papel+ Internet	Papel	Internet	Papel+ Internet	Papel	Internet	Papel+ Internet	Papel	Internet	TOTAL	Internet			
TOTAL (miles)	42.131	16.792	5.612	13.427	1.931	1.495	545	13.979	9.982	5.409	22.823	5.392	34.102	2.888	34.290
SEXO															
Hombre	48,6	56,7	58,8	56,8	48,2	49,9	43,6	44,0	44,3	43,3	51,7	55,3	48,5	53,1	49,8
Mujer	51,4	43,3	41,2	43,2	51,8	50,1	56,4	56,0	55,7	56,7	48,3	44,7	51,5	46,9	50,2
HÁBITAT															
Hasta 2.000	5,6	5,0	6,0	4,6	5,3	5,7	3,9	4,7	4,9	4,0	5,4	4,3	5,8	3,5	4,8
De 2 a 5.000	6,4	5,8	6,0	5,6	5,7	6,0	5,3	5,6	5,7	5,1	6,3	5,3	6,5	4,7	5,5
De 5 a 10.000	8,2	7,4	8,3	7,1	8,2	8,7	6,6	7,3	7,5	6,6	8,7	7,8	8,3	6,0	7,5
De 10 a 50.000	26,9	25,5	25,3	25,6	24,8	24,4	25,4	24,8	24,8	24,3	27,4	25,5	27,0	22,1	25,5
De 50 a 200.000	23,4	24,3	22,7	24,9	24,6	24,0	24,8	25,1	24,9	26,1	23,8	23,8	23,5	27,6	24,1
De 200 a 500.000	13,4	14,6	16,7	14,1	15,2	16,1	11,7	13,6	13,7	13,6	13,4	13,6	12,9	15,9	14,4
De 500 a 1.000.000	5,7	5,9	4,9	6,1	6,0	5,6	8,1	6,3	6,0	6,8	5,4	6,2	5,7	7,1	6,2
Barcelona Capital	3,4	3,5	3,8	3,5	2,0	1,8	2,6	4,2	4,5	3,7	3,0	4,9	3,1	4,3	4,0
Madrid Capital	7,0	7,9	6,2	8,6	8,2	7,7	11,5	8,3	7,9	9,7	6,7	8,5	7,2	8,8	8,0
ÍNDICE SOCIOECONÓMICO (*)															
IA1	11,8	14,4	13,0	15,5	14,4	14,2	15,5	14,8	15,0	15,7	13,5	17,7	11,3	16,7	12,7
IA2	18,2	22,0	19,5	23,5	19,7	18,8	22,5	21,5	21,0	24,0	20,5	24,4	17,8	23,0	19,3
IB	14,4	16,6	15,4	17,4	15,1	14,8	16,7	16,1	15,9	17,4	15,7	17,3	14,0	16,9	15,2
IC	24,9	24,8	24,0	24,8	23,4	23,4	22,8	24,5	23,8	24,5	25,0	23,8	24,7	24,1	25,6
ID	10,5	9,3	11,0	8,3	10,7	11,1	9,2	9,2	9,3	8,5	9,7	7,5	10,8	8,4	10,0
IE1	14,0	10,3	13,2	8,8	12,2	12,7	10,3	9,9	10,4	7,9	11,6	7,6	14,8	8,2	12,6
IE2	6,1	2,6	4,0	1,8	4,5	4,9	3,1	3,9	4,6	2,1	4,1	1,7	6,6	2,7	4,5
EDAD															
14 a 19	7,5	4,8	3,6	5,2	5,3	4,2	8,3	7,5	7,4	7,6	5,6	5,9	6,5	10,0	8,1
20 a 24	6,2	5,2	3,9	5,7	4,9	4,5	5,9	7,3	7,1	7,6	5,1	6,1	5,5	10,2	6,8
25 a 34	12,7	12,6	8,9	13,9	10,4	9,3	13,3	13,6	12,6	16,3	11,7	15,0	11,3	17,1	13,7
35 a 44	15,4	17,6	13,4	19,2	14,4	13,6	16,5	16,9	15,6	19,4	16,5	20,1	14,4	16,8	16,4
45 a 54	18,6	22,8	21,5	23,9	20,0	19,8	21,8	20,7	20,2	22,4	22,1	24,9	18,9	19,1	19,2
55 a 64	16,2	18,6	20,0	18,4	18,5	18,7	18,4	16,5	17,0	15,7	18,2	17,0	17,3	14,1	16,1
65 a 74	11,8	11,3	15,4	9,7	14,2	15,6	9,8	9,9	10,6	7,8	11,6	7,9	12,9	7,7	10,8
75 o más	11,7	7,1	13,3	4,1	12,4	14,3	5,9	7,7	9,4	3,2	9,1	3,2	13,3	5,0	8,9
Edad Promedio (años)	49,0	48,5	53,4	46,5	51,5	53,2	46,5	46,7	47,9	43,7	49,2	45,1	50,7	42,7	47,1
ACTIVIDAD ACTUAL															
Trabaja	51,0	60,7	53,3	64,7	52,3	51,0	57,8	57,9	56,5	63,7	57,8	67,5	49,5	60,7	54,1
No Trabaja	49,0	39,3	46,7	35,3	47,7	49,0	42,2	42,1	43,5	36,3	42,2	32,5	50,5	39,3	45,9

Notas: Audiencia acumulada diaria para radio y televisión.
Para medios impresos:
- papel: lectura durante periodo de publicación (diaria para diarios, semanal para revistas semanales y suplementos, mensual para revistas mensuales, etc.).
- internet: acceso diario (diarios), semanal (suplementos) y mensual (revistas).
- lectores del visor digital/pdf incluido en papel.

Audiencia quincenal para cine..

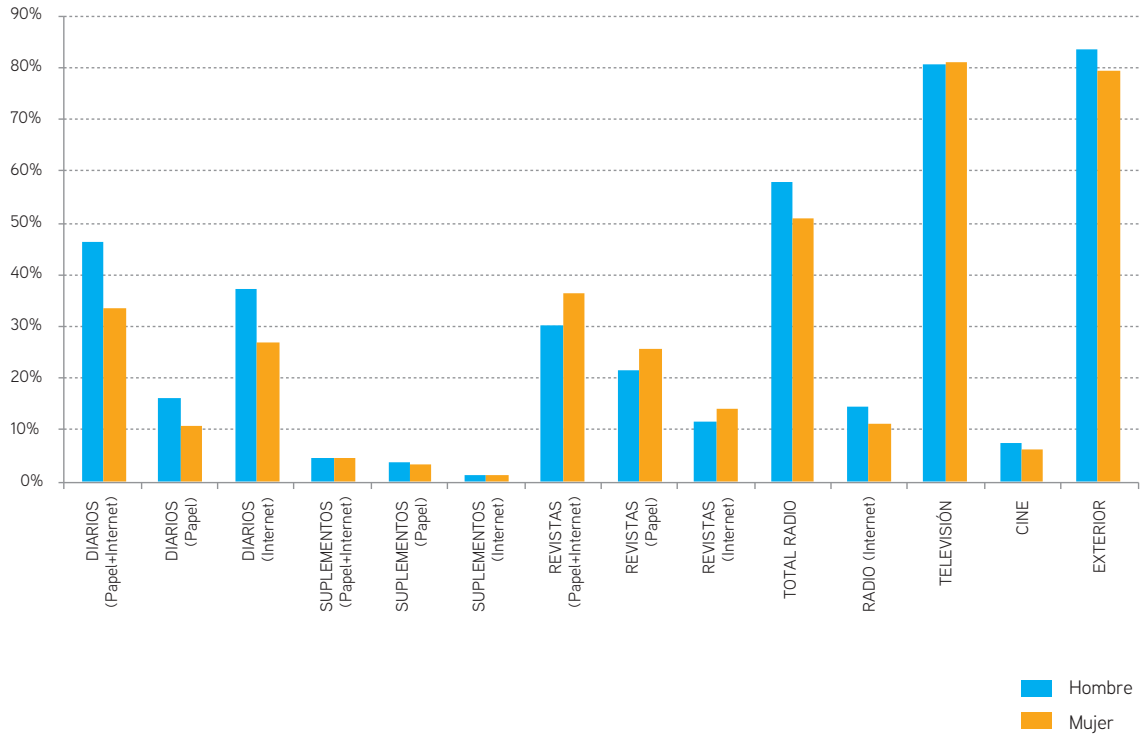
Visto publicidad en la última semana para exterior

(*) IA1 - Mayor índice socioeconómico / IE2 - Menor índice socioeconómico

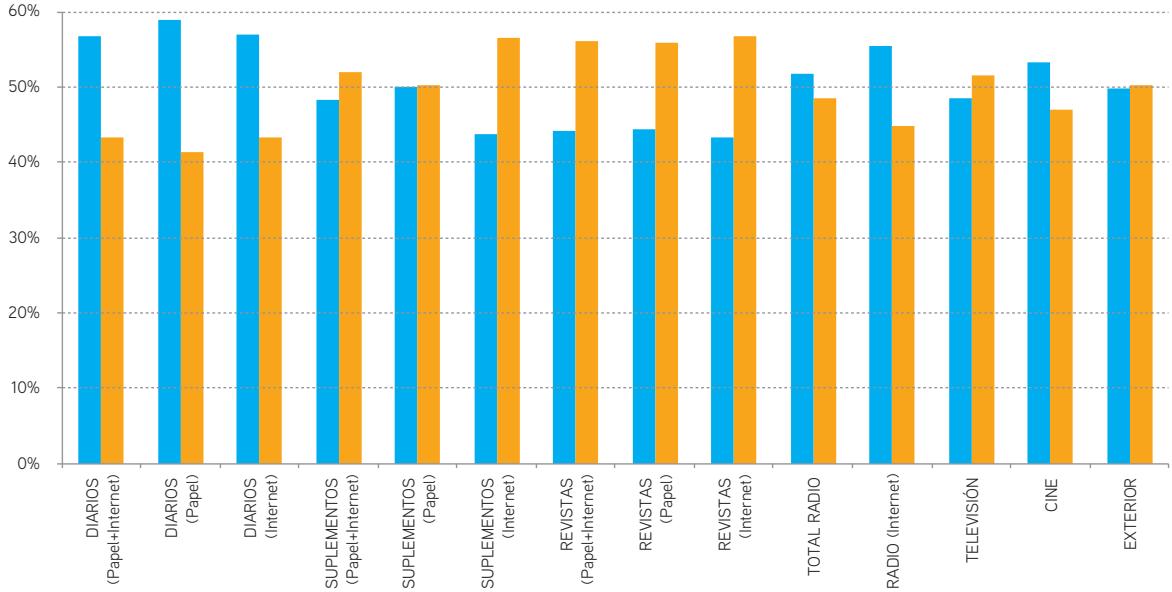
ESTRUCTURA DEL CONSUMO DE MEDIOS EN ESPAÑA - 2024

Según Sexo

PORCENTAJE DE AUDIENCIA SOBRE EL TOTAL DE LA POBLACIÓN



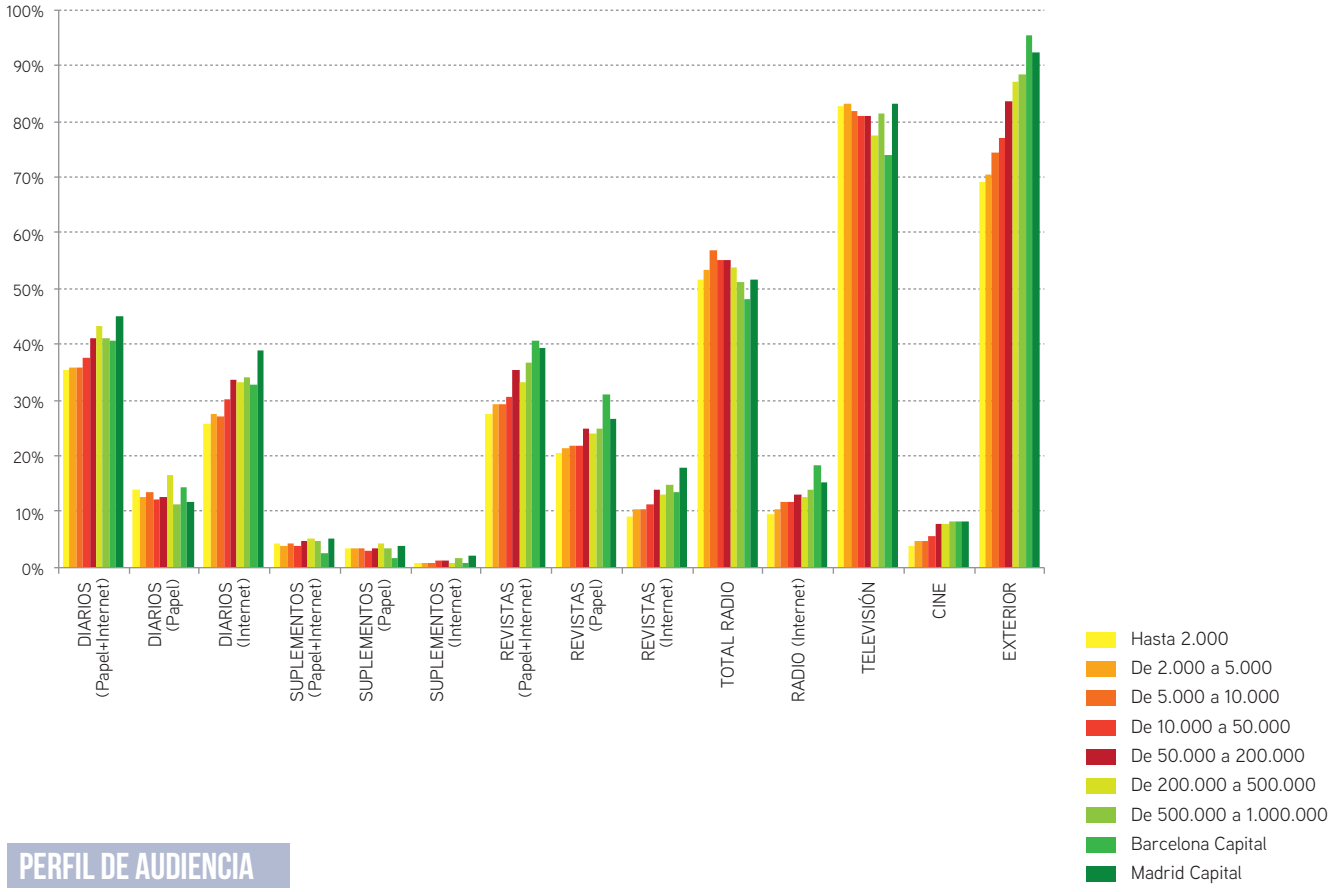
PERFIL DE AUDIENCIA



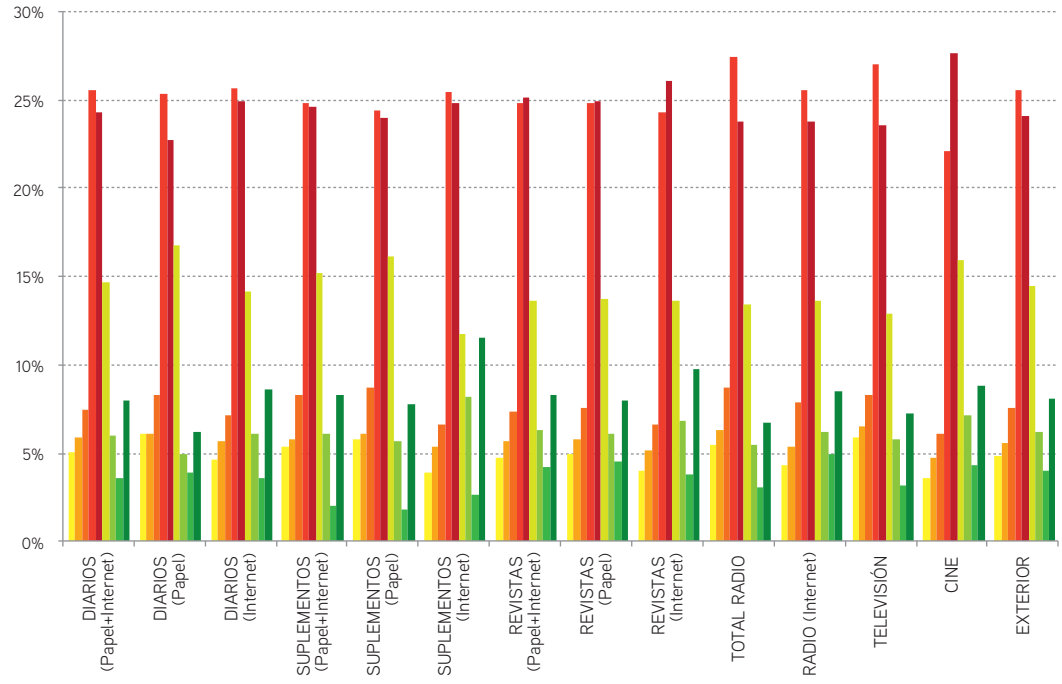
ESTRUCTURA DEL CONSUMO DE MEDIOS EN ESPAÑA - 2024

Según tamaño de hábitat

PORCENTAJE DE AUDIENCIA SOBRE EL TOTAL DE LA POBLACIÓN



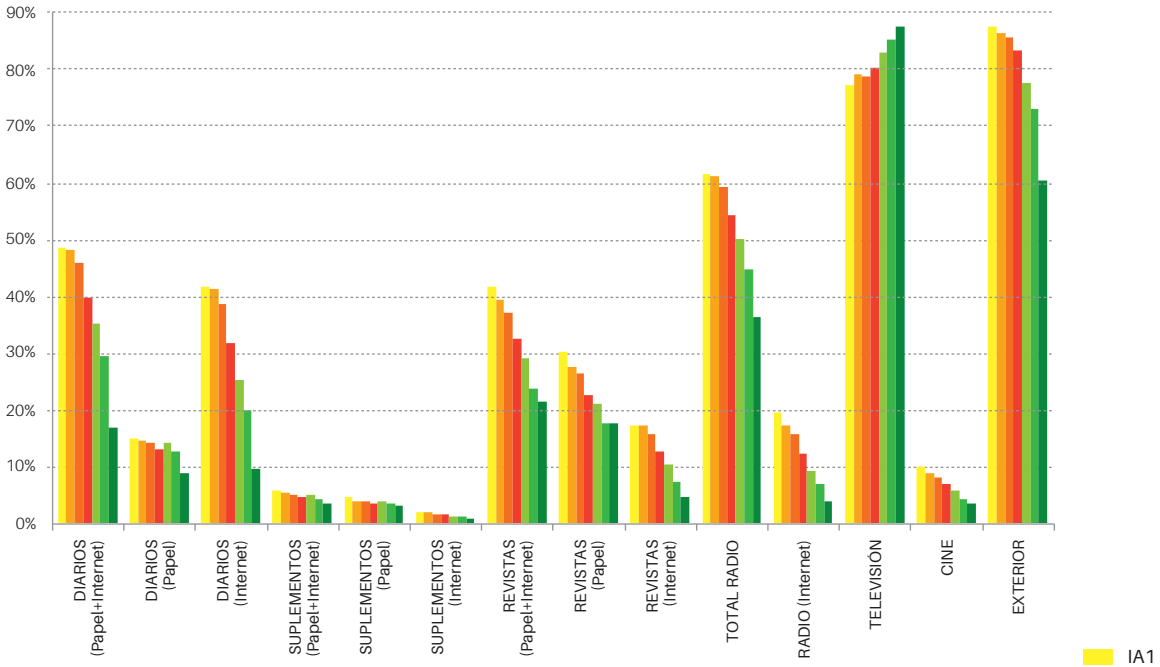
PERFIL DE AUDIENCIA



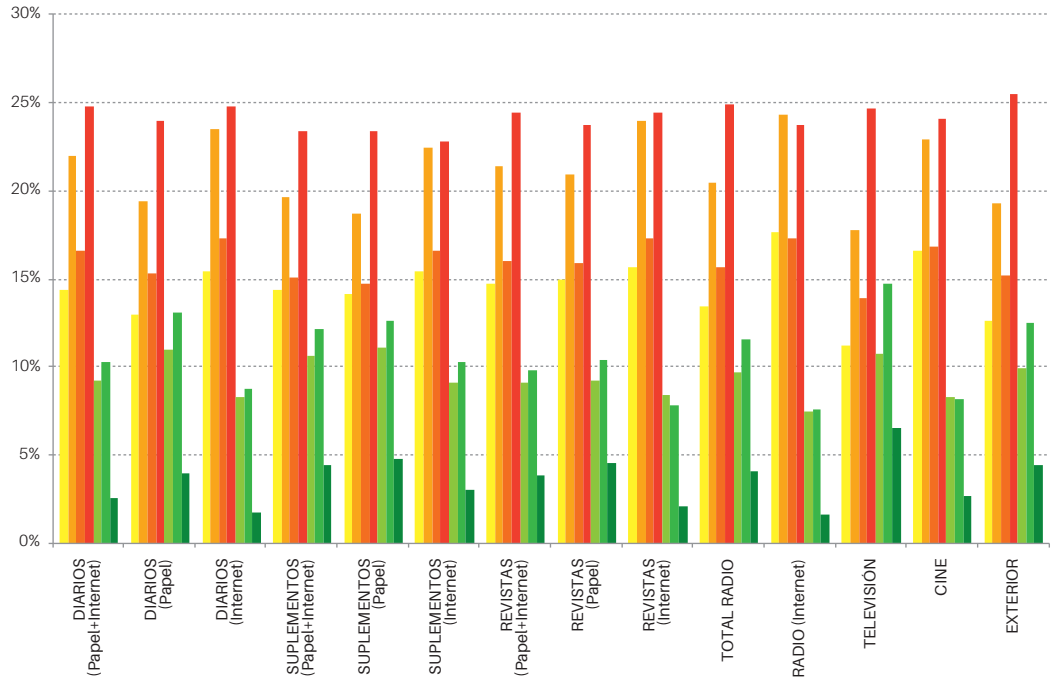
ESTRUCTURA DEL CONSUMO DE MEDIOS EN ESPAÑA - 2024

Según índice socioeconómico

PORCENTAJE DE AUDIENCIA SOBRE EL TOTAL DE LA POBLACIÓN



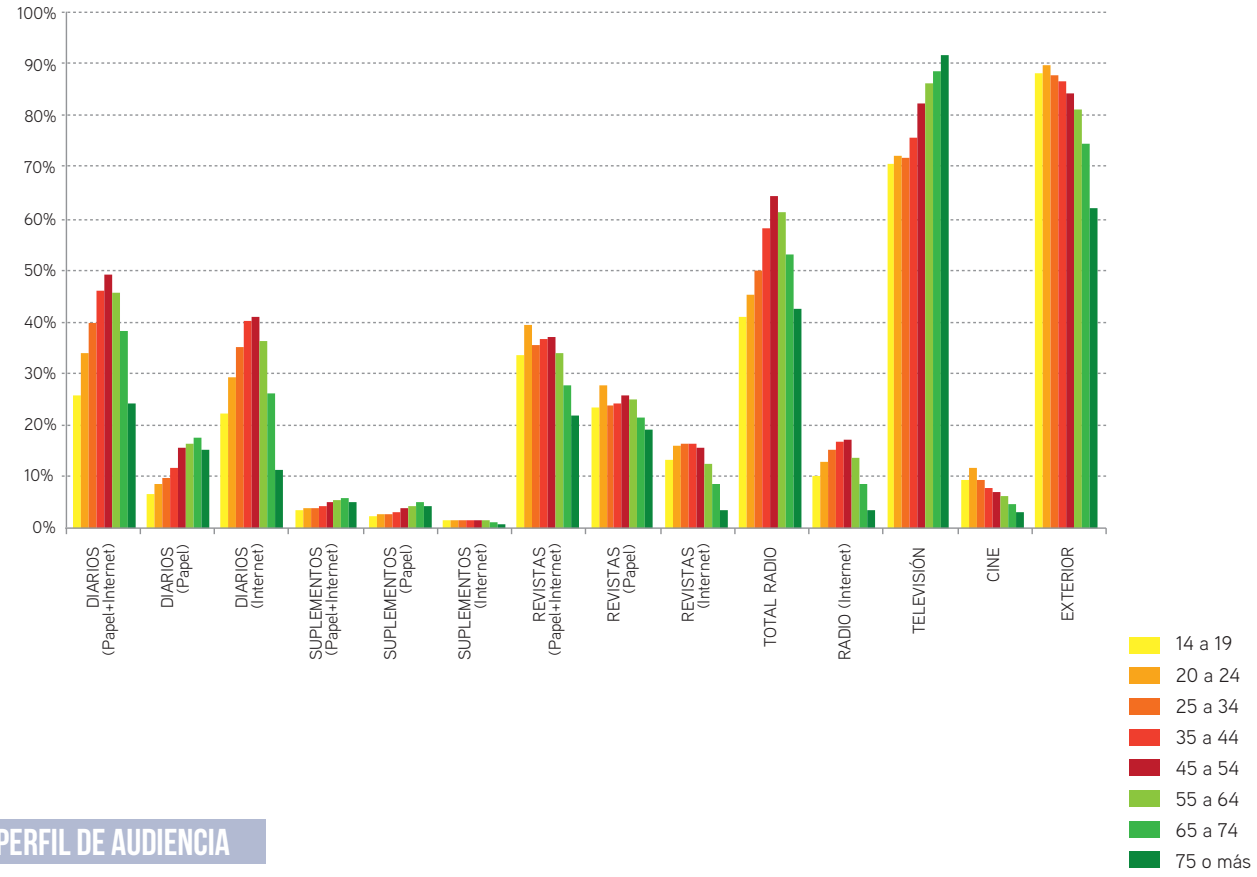
PERFIL DE AUDIENCIA



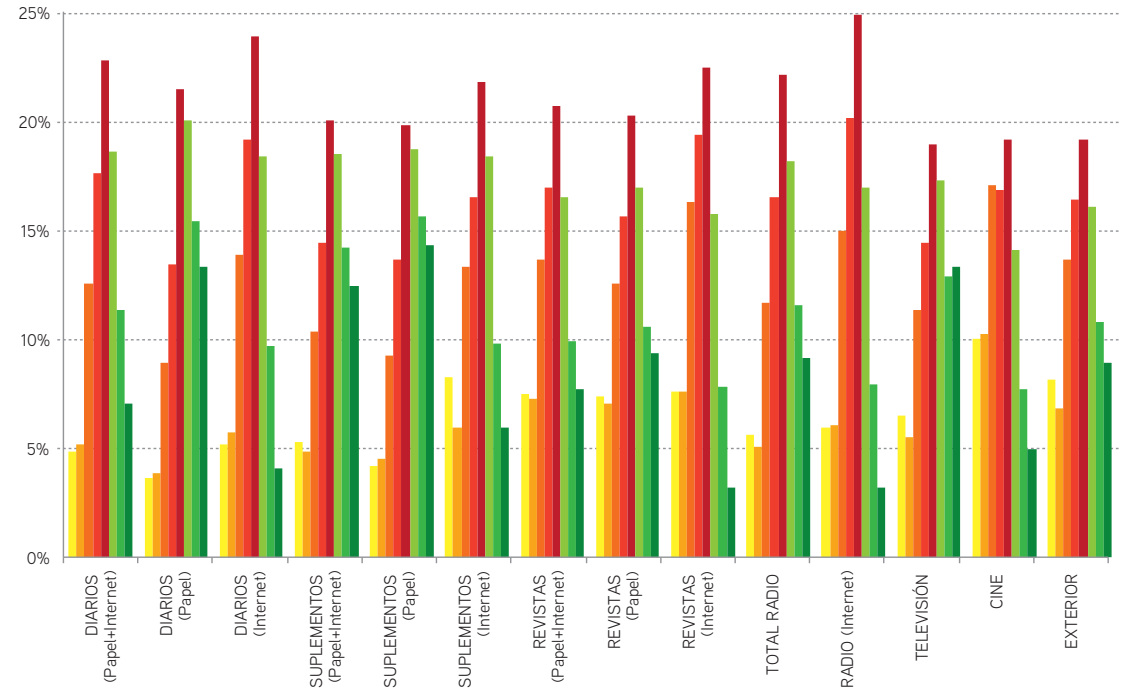
ESTRUCTURA DEL CONSUMO DE MEDIOS EN ESPAÑA - 2024

Según edad

PORCENTAJE DE AUDIENCIA SOBRE EL TOTAL DE LA POBLACIÓN



PERFIL DE AUDIENCIA



PENETRACIÓN DE LOS MEDIOS POR COMUNIDAD AUTÓNOMA - 2024

% Horizontales

	TOTAL POBLACIÓN (miles)	DIARIOS			SUPLEMENTOS			REVISTAS			RADIO		TELEVISIÓN	CINE	EXTERIOR
		Papel+ Internet	Papel	Internet	Papel+ Internet	Papel	Internet	Papel+ Internet	Papel	Internet	TOTAL	Internet			
TOTAL	**42.131**	**39,9**	**13,3**	**31,9**	**4,6**	**3,5**	**1,3**	**33,2**	**23,7**	**12,8**	**54,2**	**12,8**	**80,9**	**6,9**	**81,4**
ANDALUCÍA	7.491	36,2	9,5	30,5	3,0	2,1	1,1	29,5	19,4	13,0	52,4	12,3	82,1	6,0	77,2
ARAGÓN	1.164	39,7	15,9	27,7	6,1	5,4	0,8	33,0	25,9	9,4	52,0	11,8	84,4	5,2	87,7
ASTURIAS	907	51,8	26,4	35,9	6,2	6,0	0,2	33,7	28,4	9,2	56,5	10,9	75,0	4,1	87,5
BALEARES	1.113	52,9	22,6	40,3	6,2	4,0	2,2	38,0	26,6	15,0	56,5	10,9	74,5	13,2	76,3
CANARIAS	2.076	37,1	8,8	32,5	2,6	1,9	1,1	32,2	21,6	13,7	51,0	10,5	65,6	5,0	73,9
CANTABRIA	524	47,3	19,9	35,6	10,0	9,2	1,1	40,1	30,4	14,8	60,1	11,4	77,4	11,6	79,7
C. LEÓN	2.124	45,7	18,2	34,5	5,4	3,9	1,5	32,2	23,5	11,8	57,2	12,9	80,7	7,8	81,8
C. LA MANCHA	1.803	35,2	7,4	31,0	3,4	2,0	1,6	30,9	22,0	13,0	55,3	11,0	88,3	5,1	74,2
CATALUÑA	6.844	35,4	11,9	28,3	2,7	2,0	0,8	35,6	26,9	11,7	55,0	14,8	81,3	6,2	83,9
C. VALENCIANA	4.544	32,9	8,7	27,9	3,4	2,1	1,7	30,0	21,0	11,8	53,2	13,1	82,1	7,6	82,6
EXTREMADURA	926	36,9	10,0	31,4	1,5	1,3	0,4	27,4	19,3	11,1	50,0	11,3	82,2	3,2	65,1
GALICIA	2.423	48,8	26,6	32,5	8,6	7,6	1,3	35,1	27,1	13,1	57,0	9,5	79,2	4,7	77,9
MADRID	6.064	43,0	10,4	37,5	4,9	3,4	2,0	38,0	25,9	16,9	53,3	14,9	84,2	8,8	87,2
MURCIA	1.334	34,7	8,8	29,1	2,2	1,5	0,8	24,2	16,1	10,8	51,0	11,4	80,6	7,8	87,0
NAVARRA	582	55,0	30,6	32,6	13,3	12,5	1,1	34,5	25,2	10,9	57,5	14,1	81,5	9,4	83,3
PAÍS VASCO	1.932	50,6	24,5	35,4	12,7	11,6	1,5	37,7	28,5	11,5	58,5	13,4	79,2	8,0	84,8
LA RIOJA	280	42,7	25,0	26,0	5,8	4,0	1,8	29,7	21,7	8,0	56,9	6,5	80,1	3,5	91,8

Medios impresos:

- papel: lectura durante periodo de publicación (diaria para diarios, semanal para revistas semanales y suplementos, mensual para revistas mensuales, etc.).
- internet: acceso diario (diarios), semanal (suplementos) y mensual (revistas).
- lectores del visor digital/pdf incluido en papel.

Radio y televisión: audiencia acumulada diaria.

Cine: audiencia quincenal.

Exterior: visto publicidad en la última semana

CONSUMO PROMEDIO DIARIO DE RADIO Y TELEVISIÓN POR COMUNIDAD AUTÓNOMA - 2024

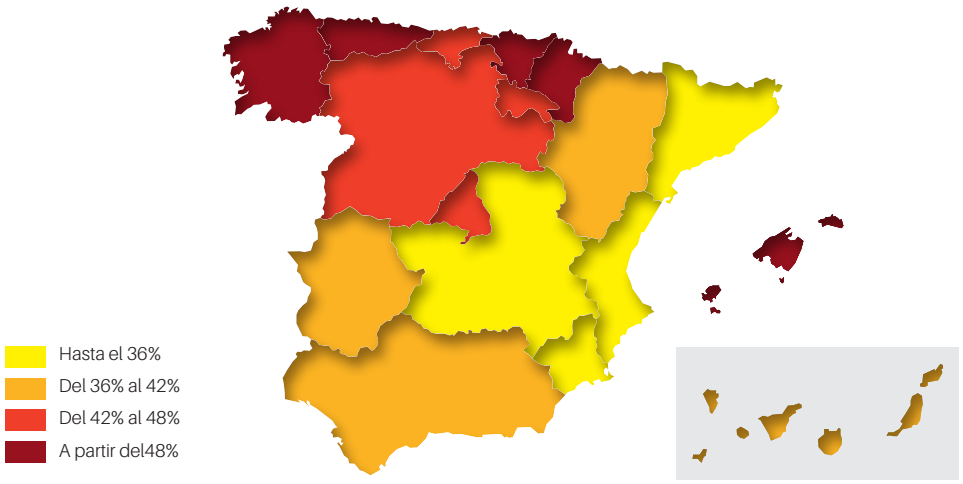
Media en minutos sobre total población

	RADIO	TELEVISIÓN
TOTAL	**92**	**187**
ANDALUCÍA	87	195
ARAGÓN	89	212
ASTURIAS	99	175
BALEARES	97	145
CANARIAS	86	149
CANTABRIA	99	171
C. LEÓN	104	175
C. LA MANCHA	101	215
CATALUÑA	93	185
C. VALENCIANA	90	193
EXTREMADURA	80	187
GALICIA	95	182
MADRID	90	202
MURCIA	85	177
NAVARRA	95	169
PAÍS VASCO	99	170
LA RIOJA	112	197

CONSUMO RELATIVO DE DIARIOS - 2024

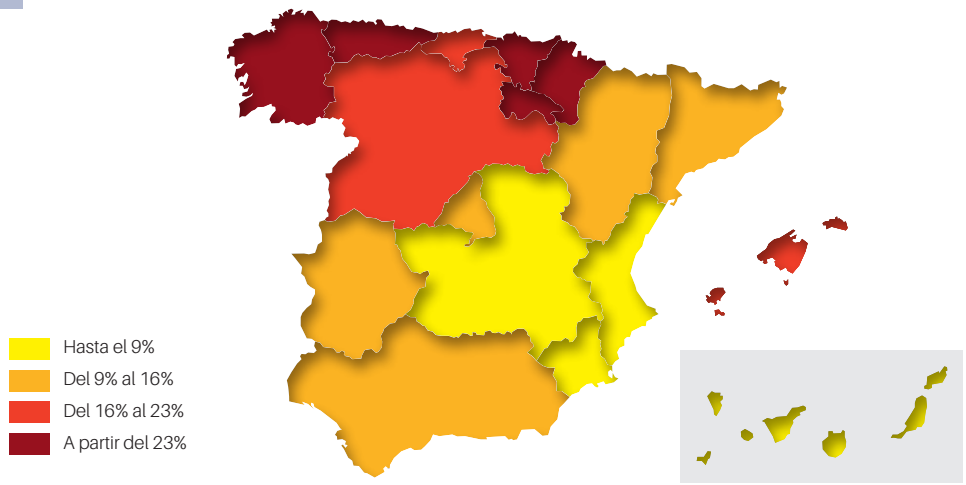
PAPEL + INTERNET

Penetración (%)



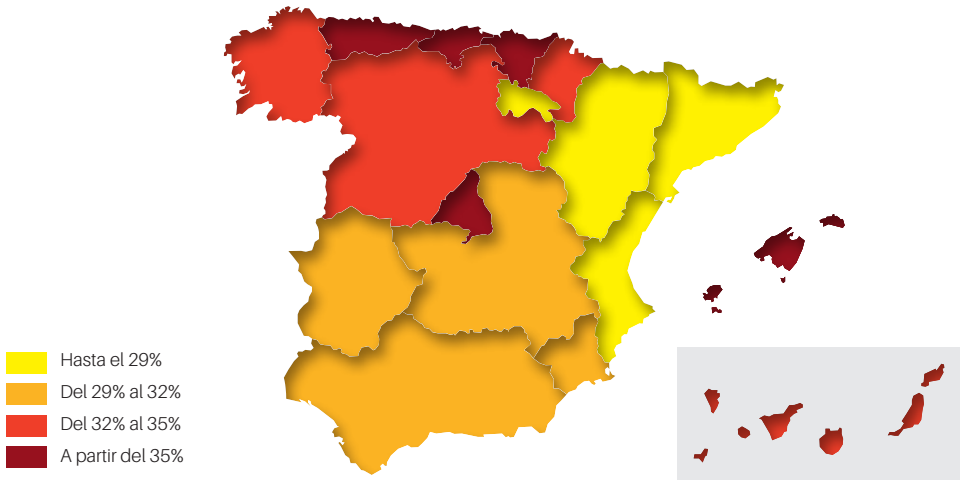
PAPEL + VISOR DIGITAL/PDF

Penetración (%)



INTERNET

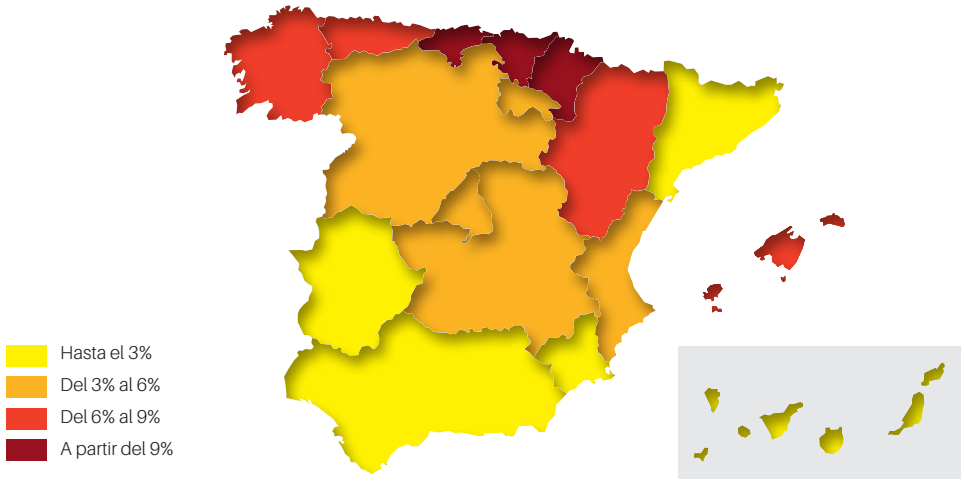
Penetración (%)



CONSUMO RELATIVO DE SUPLEMENTOS - 2024

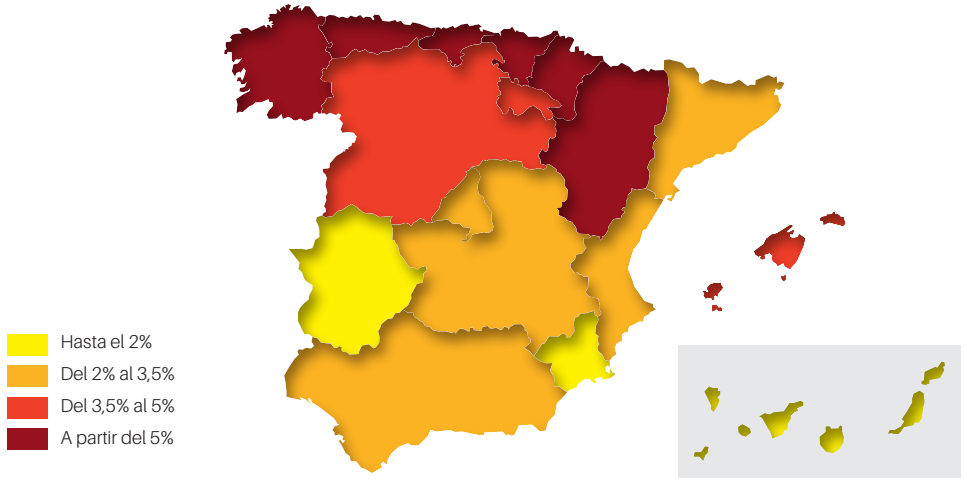
PAPEL + INTERNET

Penetración (%)



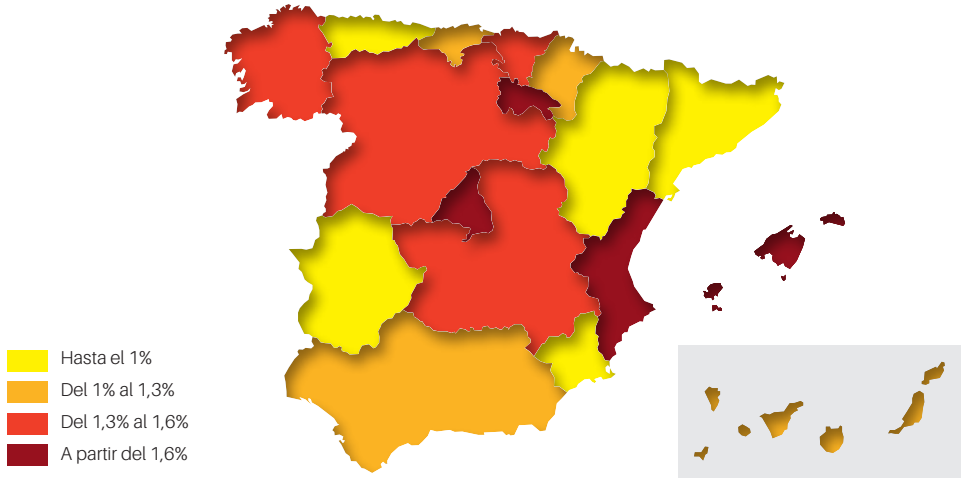
PAPEL + VISOR DIGITAL/PDF

Penetración (%)



INTERNET

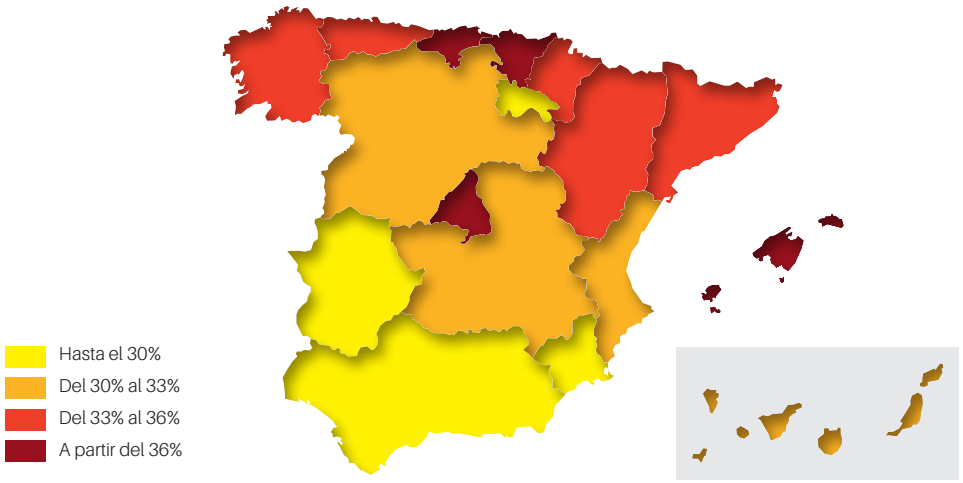
Penetración (%)



CONSUMO RELATIVO DE REVISTAS - 2024

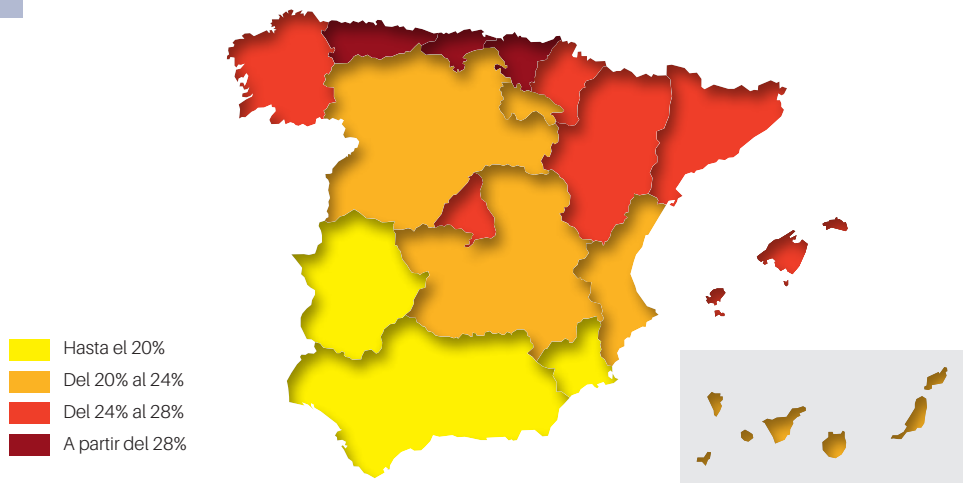
PAPEL + INTERNET

Penetración (%)



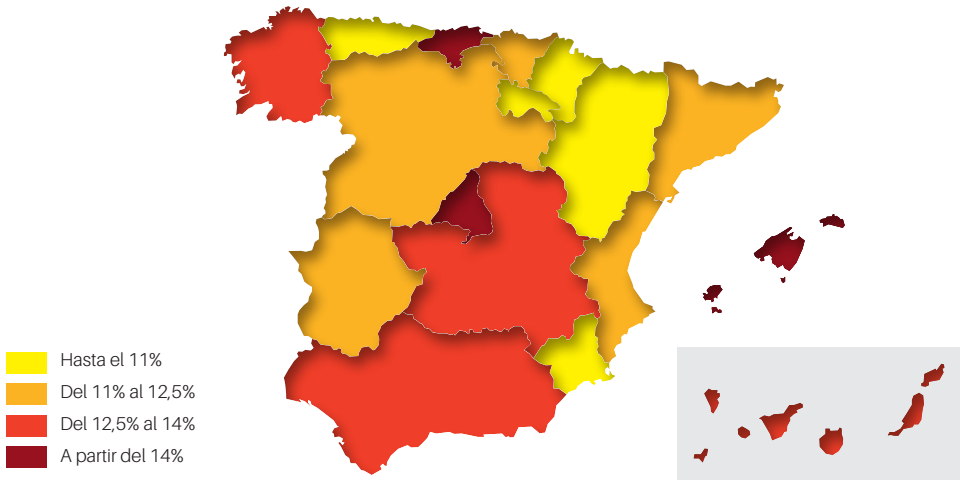
PAPEL + VISOR DIGITAL/PDF

Penetración (%)



INTERNET

Penetración (%)

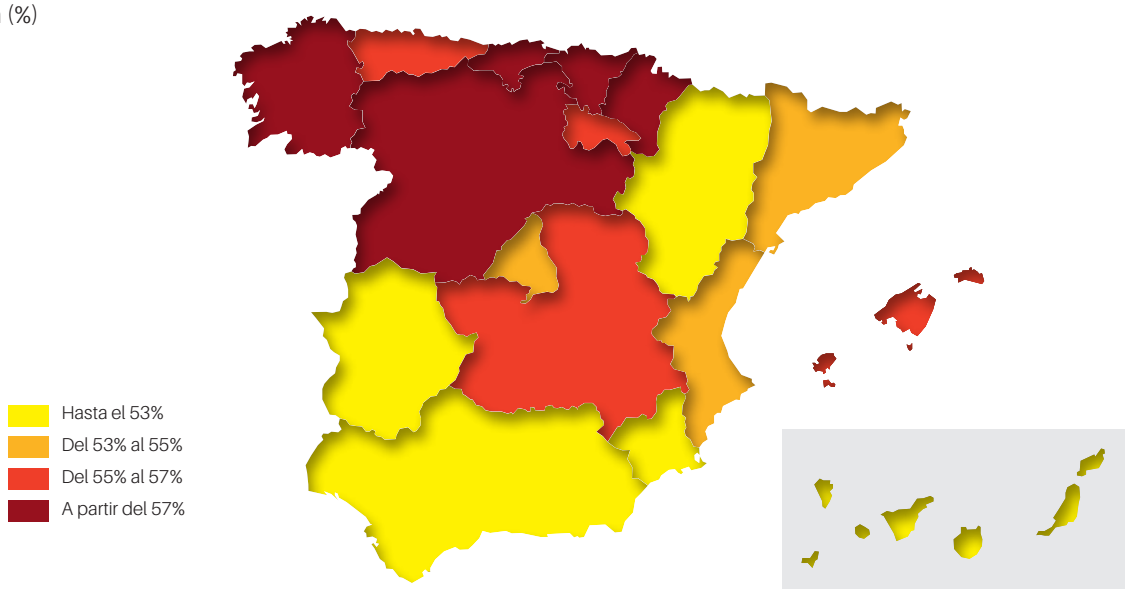


CONSUMO RELATIVO DE RADIO - 2024

TOTAL RADIO

Audiencia acumulada diaria

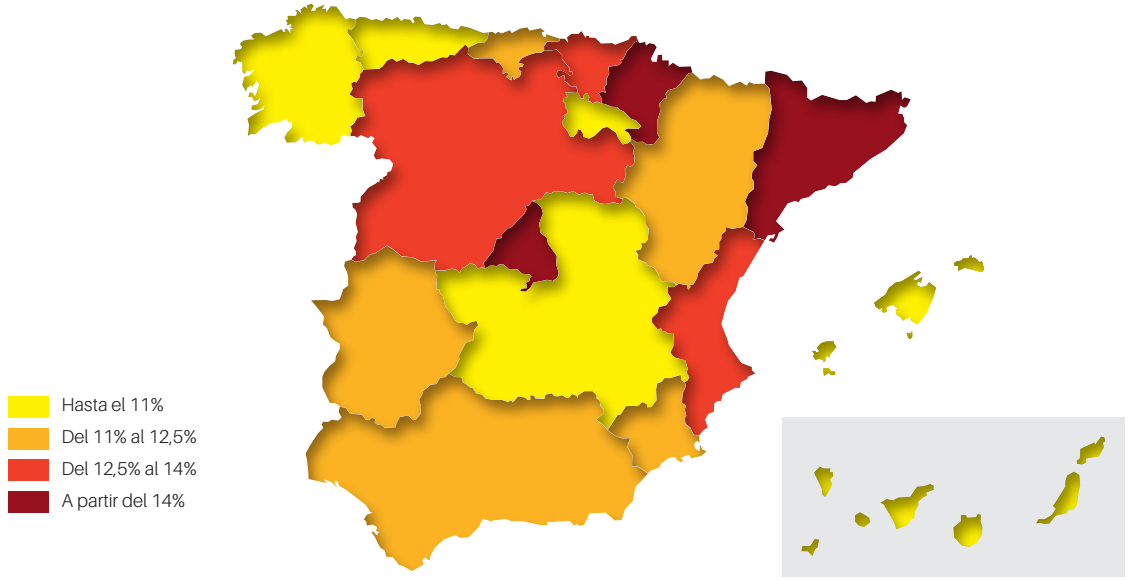
Penetración (%)



RADIO POR INTERNET

Audiencia acumulada diaria

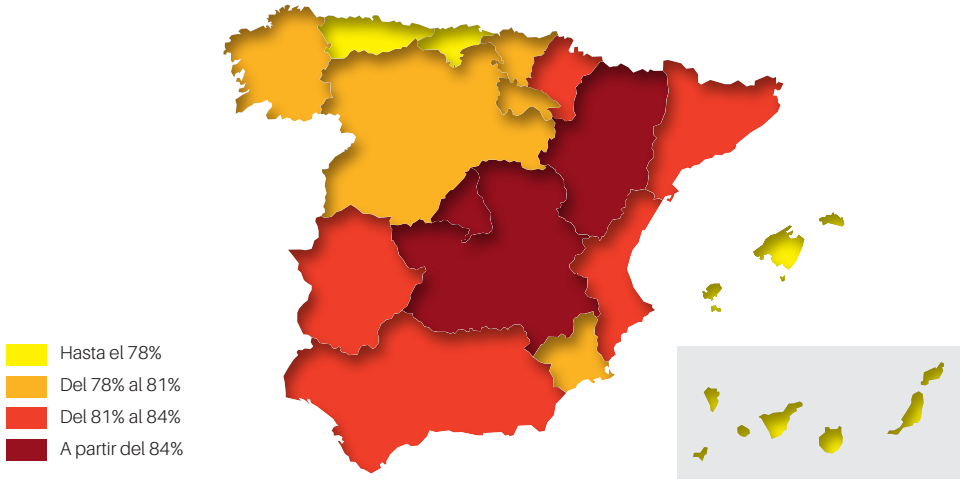
Penetración (%)



CONSUMO RELATIVO DE TELEVISIÓN - 2024

Audiencia acumulada diaria

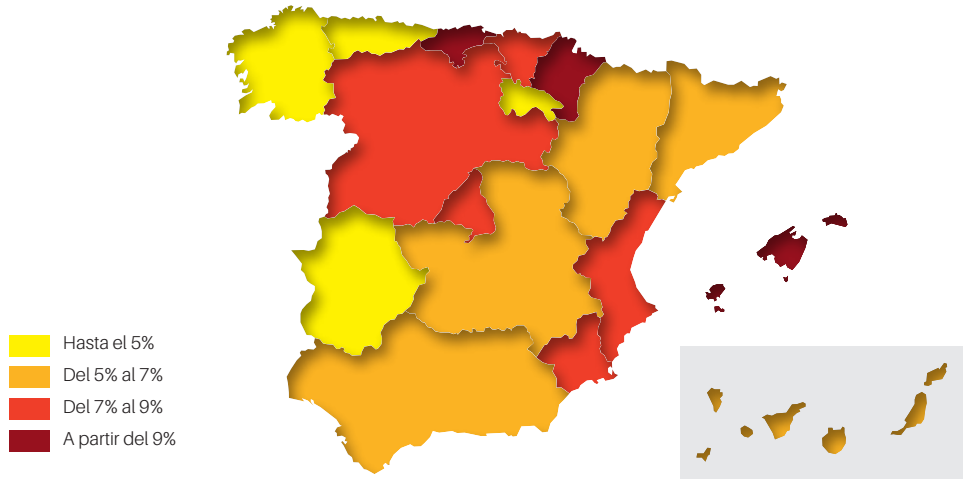
Penetración (%)



CONSUMO RELATIVO DE CINE - 2024

Audiencia quincenal

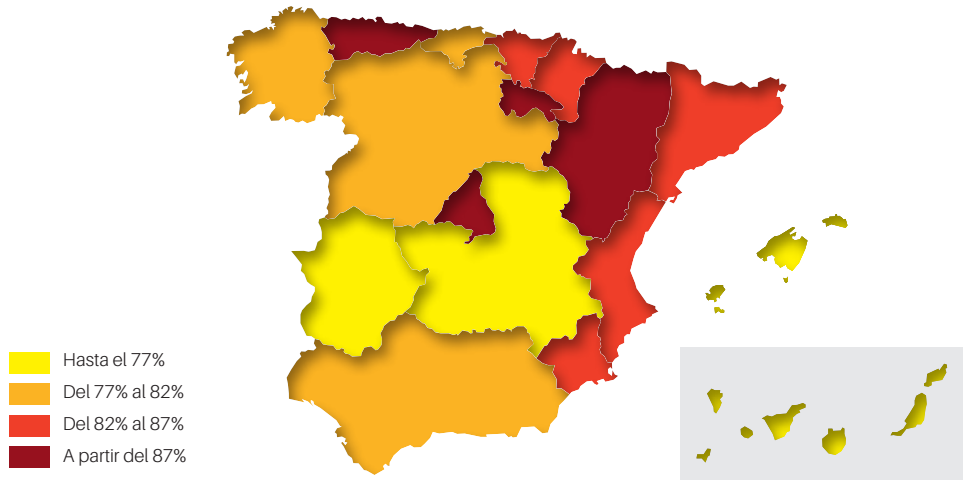
Penetración (%)



CONSUMO RELATIVO DE PUBLICIDAD EXTERIOR - 2024

Visto publicidad en la última semana

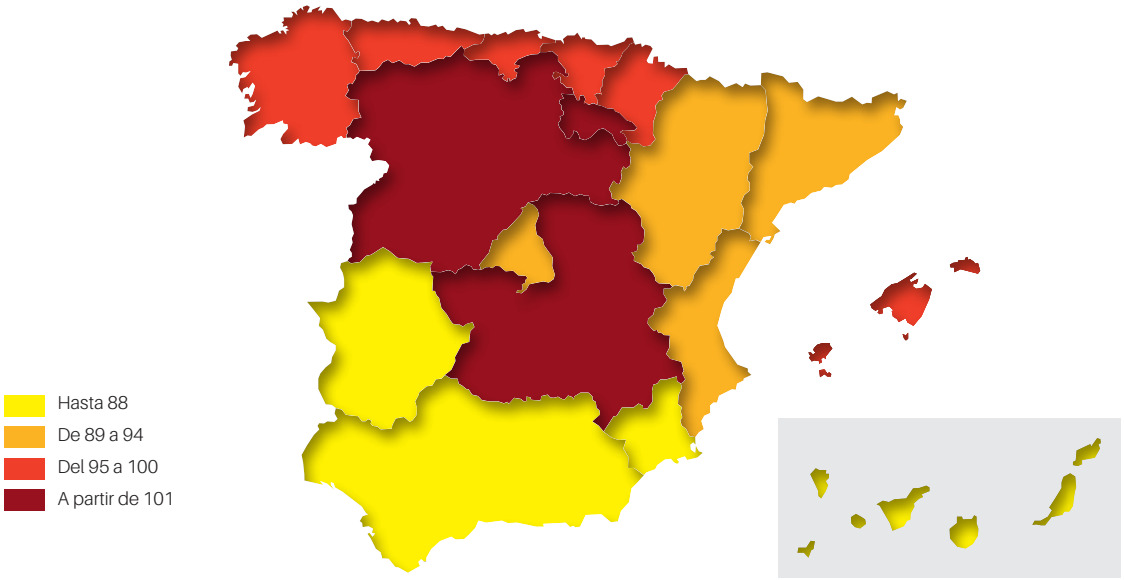
Penetración (%)



CONSUMO PROMEDIO DE RADIO - 2024

Minutos de escucha diaria por persona

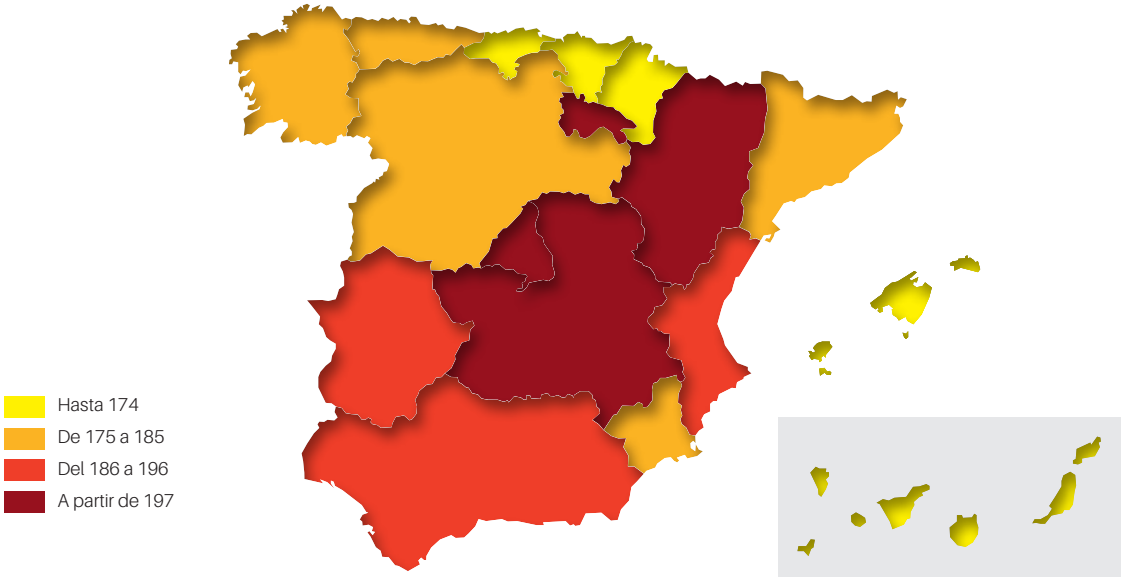
Media en Minutos



CONSUMO PROMEDIO DE TELEVISIÓN - 2024

Minutos de visionado diario por persona

Media en Minutos



CONSUMO DIARIO DE RADIO Y TELEVISIÓN - 2024

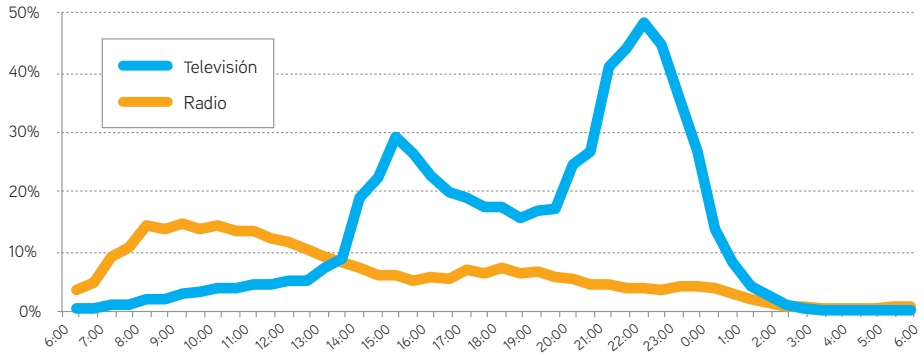
Audiencia en porcentajes

Períodos Horarios	LUNES - DOMINGO		LUNES - VIERNES		SÁBADO		DOMINGO	
	Radio	Televisión	Radio	Televisión	Radio	Televisión	Radio	Televisión
06:00 a 06:30	3,7	0,5	4,3	0,5	2,5	0,4	2,1	0,5
06:30 a 07:00	4,8	0,6	5,7	0,7	2,9	0,5	2,5	0,6
07:00 a 07:30	9,1	1,1	10,7	1,3	5,5	0,9	4,6	0,9
07:30 a 08:00	10,8	1,2	12,9	1,3	6,2	0,9	5,2	0,9
08:00 a 08:30	14,4	2,1	16,8	2,2	9,2	1,7	8,1	1,8
08:30 a 09:00	13,8	2,2	15,7	2,2	9,3	2,0	8,4	2,0
09:00 a 09:30	14,8	3,1	16,2	3,2	11,8	3,1	10,8	2,8
09:30 a 10:00	13,7	3,4	14,8	3,5	11,4	3,4	10,4	3,2
10:00 a 10:30	14,5	4,0	15,1	3,9	13,9	4,4	12,2	3,9
10:30 a 11:00	13,4	3,9	13,9	3,8	12,9	4,0	11,4	3,8
11:00 a 11:30	13,4	4,5	13,6	4,5	13,8	4,4	12,0	4,6
11:30 a 12:00	12,3	4,5	12,5	4,5	12,7	4,4	10,9	4,5
12:00 a 12:30	11,6	5,2	11,8	5,1	12,0	5,5	10,4	5,5
12:30 a 13:00	10,3	5,1	10,6	5,0	10,5	5,4	8,8	5,2
13:00 a 13:30	9,3	7,3	9,7	7,2	9,1	7,5	7,0	7,4
13:30 a 14:00	8,4	8,9	9,0	9,0	7,8	8,7	6,2	8,7
14:00 a 14:30	7,3	19,0	8,0	19,2	5,8	18,6	5,0	18,4
14:30 a 15:00	6,1	22,4	6,8	22,6	4,9	22,1	4,1	21,7
15:00 a 15:30	6,0	29,1	6,8	29,3	4,1	28,8	4,0	28,4
15:30 a 16:00	5,2	26,3	5,9	26,4	3,7	26,5	3,3	25,8
16:00 a 16:30	5,9	22,9	6,5	22,6	4,5	23,4	4,0	23,4
16:30 a 17:00	5,5	19,9	6,0	19,6	4,3	20,9	3,9	20,8
17:00 a 17:30	6,9	18,9	7,6	18,6	5,6	19,7	5,1	19,9
17:30 a 18:00	6,4	17,4	6,9	17,0	5,0	18,0	4,8	18,4
18:00 a 18:30	7,2	17,5	7,6	17,0	6,5	18,2	6,2	19,0
18:30 a 19:00	6,4	15,7	6,7	15,2	5,9	16,3	5,6	17,3
19:00 a 19:30	6,8	16,8	7,0	16,3	6,4	17,4	6,3	18,4
19:30 a 20:00	5,9	17,1	6,0	16,8	5,7	17,2	5,6	18,8
20:00 a 20:30	5,5	24,6	5,6	24,6	5,2	23,5	5,3	25,9
20:30 a 21:00	4,7	26,9	4,8	27,1	4,3	25,1	4,5	27,7
21:00 a 21:30	4,5	40,8	4,6	41,7	4,2	37,7	4,5	39,3
21:30 a 22:00	3,9	43,9	3,9	44,9	3,7	40,4	3,9	42,1
22:00 a 22:30	4,1	48,4	4,2	49,1	3,8	46,1	3,9	47,1
22:30 a 23:00	3,7	44,5	3,8	45,2	3,5	42,6	3,7	42,9
23:00 a 23:30	4,2	35,3	4,3	35,7	3,8	34,2	4,0	34,4
23:30 a 24:00	4,4	26,6	4,6	26,8	3,9	26,5	3,9	25,8
00:00 a 00:30	4,0	13,7	4,0	13,7	4,1	14,3	3,7	13,5
00:30 a 01:00	3,1	8,2	3,1	8,2	3,3	8,9	2,9	8,0
01:00 a 01:30	2,1	4,2	2,1	4,1	2,2	4,6	1,8	4,0
01:30 a 02:00	1,4	2,7	1,5	2,6	1,6	3,0	1,2	2,8
02:00 a 02:30	1,0	1,2	1,1	1,2	1,0	1,3	0,9	1,2
02:30 a 03:00	0,9	0,7	0,9	0,8	0,8	0,7	0,8	0,7
03:00 a 03:30	0,7	0,4	0,8	0,4	0,7	0,4	0,6	0,3
03:30 a 04:00	0,7	0,3	0,7	0,4	0,7	0,3	0,6	0,2
04:00 a 04:30	0,7	0,3	0,8	0,3	0,7	0,4	0,6	0,2
04:30 a 05:00	0,7	0,2	0,7	0,2	0,6	0,3	0,6	0,3
05:00 a 05:30	0,8	0,2	0,9	0,3	0,8	0,2	0,7	0,1
05:30 a 06:00	0,8	0,2	0,9	0,2	0,7	0,2	0,7	0,1

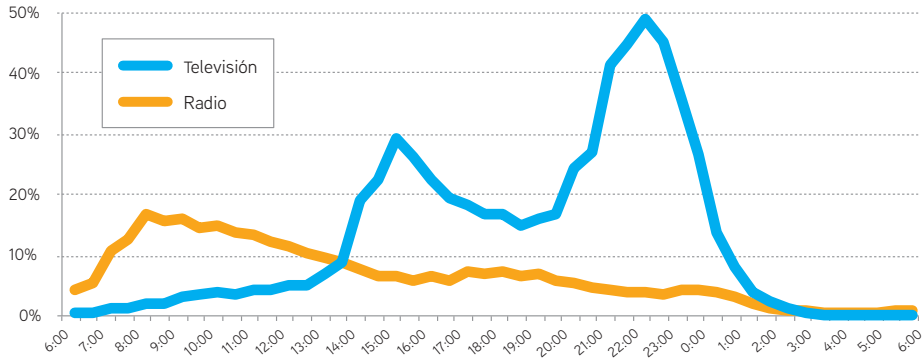
CONSUMO DIARIO DE RADIO Y TELEVISIÓN - 2024

Audiencia en porcentajes

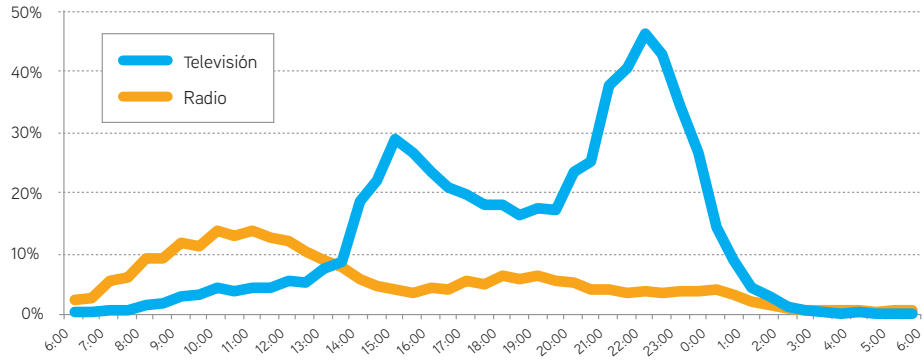
LUNES - DOMINGO



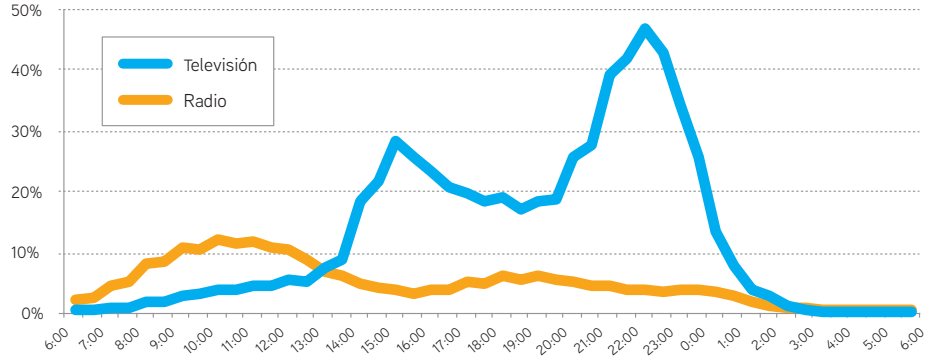
LUNES - VIERNES



SÁBADO



DOMINGO



CONSUMO DE RADIO POR TIPO DE EMISIÓN Y LUGAR DE ESCUCHA - 2024

Audiencia en porcentajes

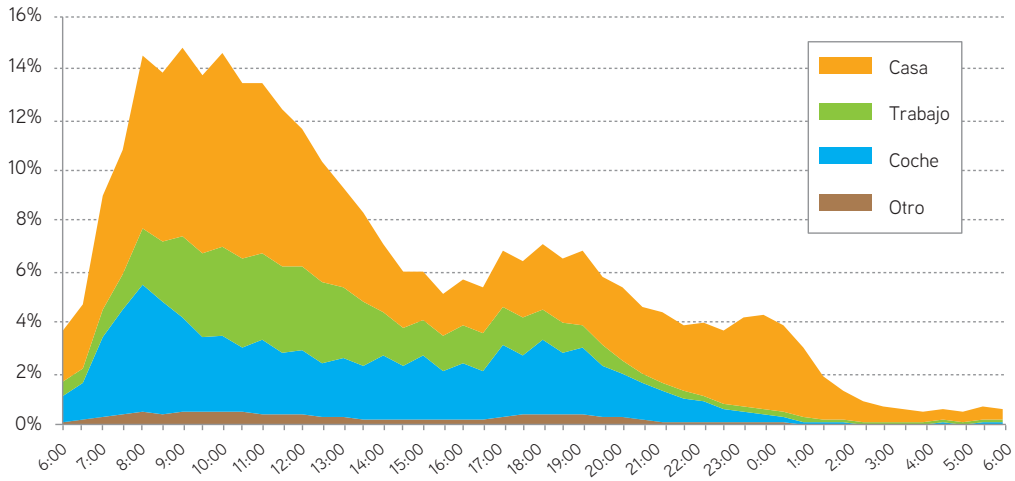
Períodos Horarios	TOTAL	TIPO DE EMISIÓN		LUGAR DE ESCUCHA			
		Radio Generalista	Radio Temática	Casa	Trabajo	Coche	Otro
06:00 a 06:30	3,7	2,5	1,2	2,0	0,6	1,0	0,1
06:30 a 07:00	4,8	3,3	1,6	2,5	0,6	1,4	0,2
07:00 a 07:30	9,1	5,9	3,3	4,5	1,1	3,1	0,3
07:30 a 08:00	10,8	6,8	4,2	4,9	1,4	4,1	0,4
08:00 a 08:30	14,4	8,8	5,8	6,8	2,2	5,0	0,5
08:30 a 09:00	13,8	8,2	5,8	6,6	2,4	4,4	0,4
09:00 a 09:30	14,8	8,2	6,7	7,4	3,2	3,7	0,5
09:30 a 10:00	13,7	7,5	6,3	7,0	3,3	2,9	0,5
10:00 a 10:30	14,5	7,1	7,4	7,6	3,5	3,0	0,5
10:30 a 11:00	13,4	6,3	7,1	6,9	3,5	2,5	0,5
11:00 a 11:30	13,4	6,0	7,5	6,7	3,4	2,9	0,4
11:30 a 12:00	12,3	5,4	7,0	6,2	3,4	2,4	0,4
12:00 a 12:30	11,6	4,8	6,9	5,4	3,3	2,5	0,4
12:30 a 13:00	10,3	4,1	6,2	4,7	3,2	2,1	0,3
13:00 a 13:30	9,3	3,6	5,7	3,9	2,8	2,3	0,3
13:30 a 14:00	8,4	3,3	5,1	3,5	2,5	2,1	0,2
14:00 a 14:30	7,3	3,1	4,3	2,7	1,7	2,5	0,2
14:30 a 15:00	6,1	2,6	3,6	2,2	1,5	2,1	0,2
15:00 a 15:30	6,0	2,6	3,5	1,9	1,4	2,5	0,2
15:30 a 16:00	5,2	2,2	3,0	1,6	1,4	1,9	0,2
16:00 a 16:30	5,9	2,5	3,4	1,8	1,5	2,2	0,2
16:30 a 17:00	5,5	2,4	3,2	1,8	1,5	1,9	0,2
17:00 a 17:30	6,9	2,9	4,1	2,2	1,5	2,8	0,3
17:30 a 18:00	6,4	2,6	3,8	2,2	1,5	2,3	0,4
18:00 a 18:30	7,2	3,1	4,3	2,6	1,2	2,9	0,4
18:30 a 19:00	6,4	2,8	3,7	2,5	1,2	2,4	0,4
19:00 a 19:30	6,8	3,1	3,7	2,9	0,9	2,6	0,4
19:30 a 20:00	5,9	2,8	3,1	2,7	0,8	2,0	0,3
20:00 a 20:30	5,5	2,9	2,6	2,9	0,5	1,7	0,3
20:30 a 21:00	4,7	2,6	2,1	2,6	0,4	1,4	0,2
21:00 a 21:30	4,5	2,7	1,8	2,8	0,3	1,2	0,1
21:30 a 22:00	3,9	2,4	1,5	2,6	0,3	0,9	0,1
22:00 a 22:30	4,1	2,7	1,5	2,9	0,2	0,8	0,1
22:30 a 23:00	3,7	2,7	1,1	2,9	0,2	0,5	0,1
23:00 a 23:30	4,2	3,2	1,0	3,5	0,2	0,4	0,1
23:30 a 24:00	4,4	3,5	0,9	3,7	0,2	0,3	0,1
00:00 a 00:30	4,0	3,3	0,8	3,4	0,2	0,2	0,1
00:30 a 01:00	3,1	2,6	0,5	2,7	0,2	0,1	0,0
01:00 a 01:30	2,1	1,7	0,4	1,7	0,1	0,1	0,0
01:30 a 02:00	1,4	1,1	0,3	1,1	0,1	0,1	0,0
02:00 a 02:30	1,0	0,8	0,3	0,8	0,1	0,0	0,0
02:30 a 03:00	0,9	0,6	0,2	0,6	0,1	0,0	0,0
03:00 a 03:30	0,7	0,5	0,2	0,5	0,1	0,0	0,0
03:30 a 04:00	0,7	0,5	0,2	0,4	0,1	0,0	0,0
04:00 a 04:30	0,7	0,5	0,2	0,4	0,1	0,1	0,0
04:30 a 05:00	0,7	0,5	0,2	0,4	0,1	0,0	0,0
05:00 a 05:30	0,8	0,6	0,3	0,5	0,1	0,1	0,0
05:30 a 06:00	0,8	0,6	0,3	0,4	0,1	0,1	0,0

Consolidación total día

Audiencia acumulada	54,2	29,4	31,2	28,4	5,7	26,1	3,0
Participación	100,0	51,8	47,6	49,8	19,8	26,9	3,5

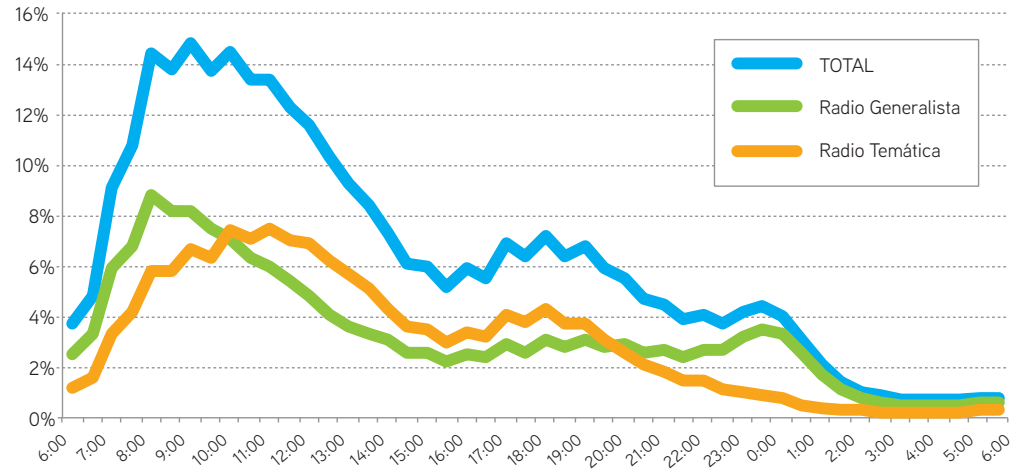
CONSUMO DE RADIO SEGÚN LUGAR DE ESCUCHA - 2024

Audiencia en porcentajes



CONSUMO DE RADIO SEGÚN TIPO DE EMISIÓN - 2024

Audiencia en porcentajes



CONSUMO PROMEDIO DIARIO DE RADIO - 2024

Media en minutos sobre el total población

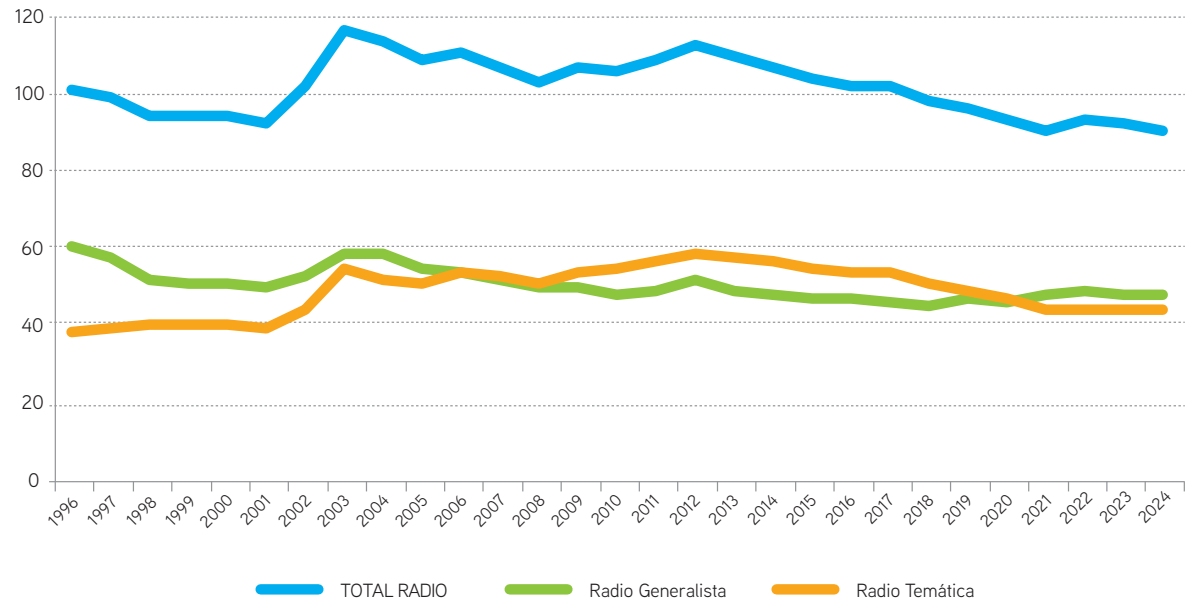
	TOTAL	POR TIPO DE EMISIÓN		POR DÍAS DE LA SEMANA		
		Radio Generalista	Radio Temática	L-V	Sábado	Domingo
TOTAL	**91,8**	**47,5**	**43,7**	**98,5**	**79,1**	**71,3**
MAÑANA (06:00-12:00)	**41,6**	22,5	18,9	45,6	33,6	29,6
MEDIODÍA (12:00-16:00)	**19,3**	7,8	11,4	20,6	17,4	14,6
TARDE (16:00-20:00)	**15,3**	6,5	8,7	16,3	13,2	12,5
NOCHE (20:00-06:00)	**15,6**	10,7	4,8	16,0	14,9	14,6

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE RADIO - 1996-2024

Media en minutos sobre el total población

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
TOTAL RADIO	102	100	96	95	95	94	103	118	115	110	112	108	104	108	107	110	114	111	108	105	104	103	99	97	94	92	94	93	92
RADIO GENERALISTA	61	58	52	51	51	50	53	59	59	55	54	52	50	50	48	49	52	49	48	47	47	46	45	47	46	48	49	48	48
RADIO TEMÁTICA	38	39	40	40	40	39	44	55	52	51	54	53	51	54	55	57	59	58	57	55	54	54	51	49	47	44	44	44	44

Minutos de escucha



AUDIENCIA ACUMULADA DIARIA DE RADIO - 2024

En porcentajes

	TOTAL	POR TIPO DE EMISIÓN		POR DÍAS DE LA SEMANA		
		Radio Generalista	Radio Temática	L-V	Sábado	Domingo
TOTAL	**54,2**	**29,4**	**31,2**	**56,9**	**48,5**	**46,3**
MAÑANA (06:00-12:00)	**39,2**	21,0	20,2	42,9	31,8	28,5
MEDIODÍA (12:00-16:00)	**22,8**	9,9	13,7	24,1	20,5	18,6
TARDE (16:00-20:00)	**17,8**	7,6	10,8	19,1	14,7	14,4
NOCHE (20:00-06:00)	**16,7**	10,8	6,4	17,2	15,8	15,3

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE RADIO SEGÚN TIPO DE EMISIÓN - 2001-2024

Penetración (%)

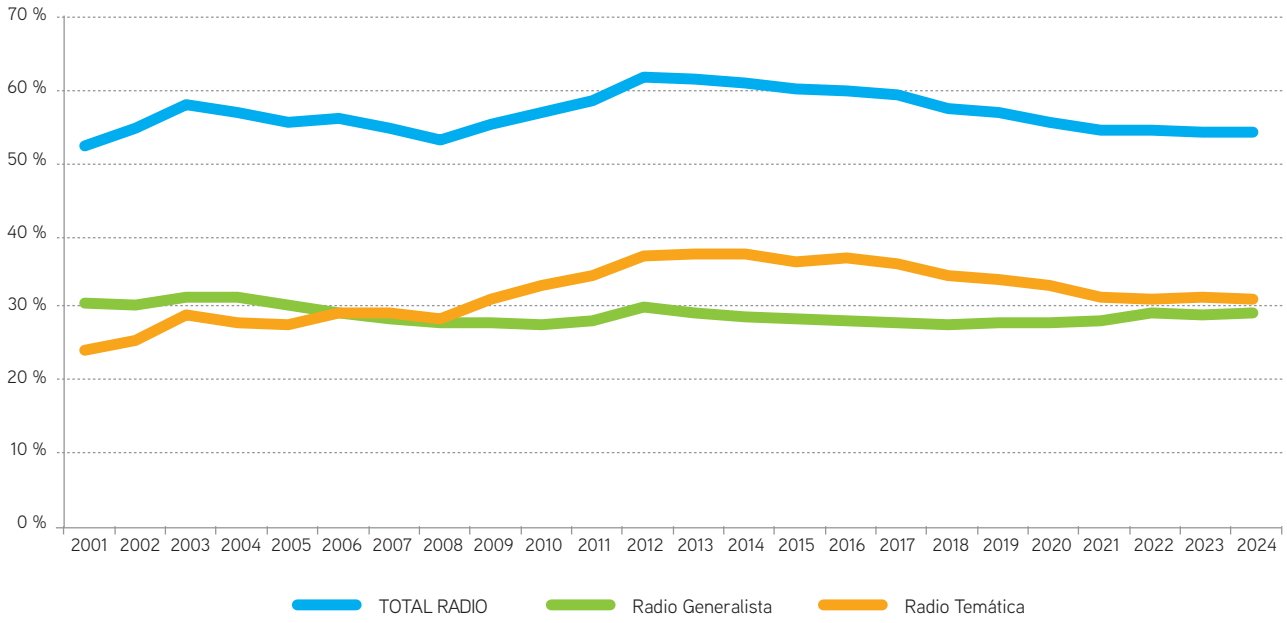
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
TOTAL RADIO	**52,4**	**54,7**	**57,9**	**56,8**	**55,5**	**56,1**	**54,7**	**53,1**	**55,3**	**56,9**	**58,5**	**61,9**	**61,5**	**61,0**	**60,1**	**60,0**	**59,3**	**57,5**	**56,9**	**55,5**	**54,6**	**54,4**	**54,3**	**54,2**
Radio Generalista	30,6	30,4	31,4	31,5	30,4	29,2	28,4	27,9	27,9	27,8	28,3	30,2	29,2	28,7	28,4	28,2	27,9	27,6	28,0	27,9	28,3	29,2	29,0	29,4
Radio Temática	24,1	25,6	29,1	28,0	27,7	29,4	29,2	28,5	31,1	33,0	34,6	37,3	37,4	37,4	36,5	36,8	36,2	34,4	33,8	33,0	31,6	31,2	31,4	31,2

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE RADIO SEGÚN TIPO DE ONDA - 2001-2024

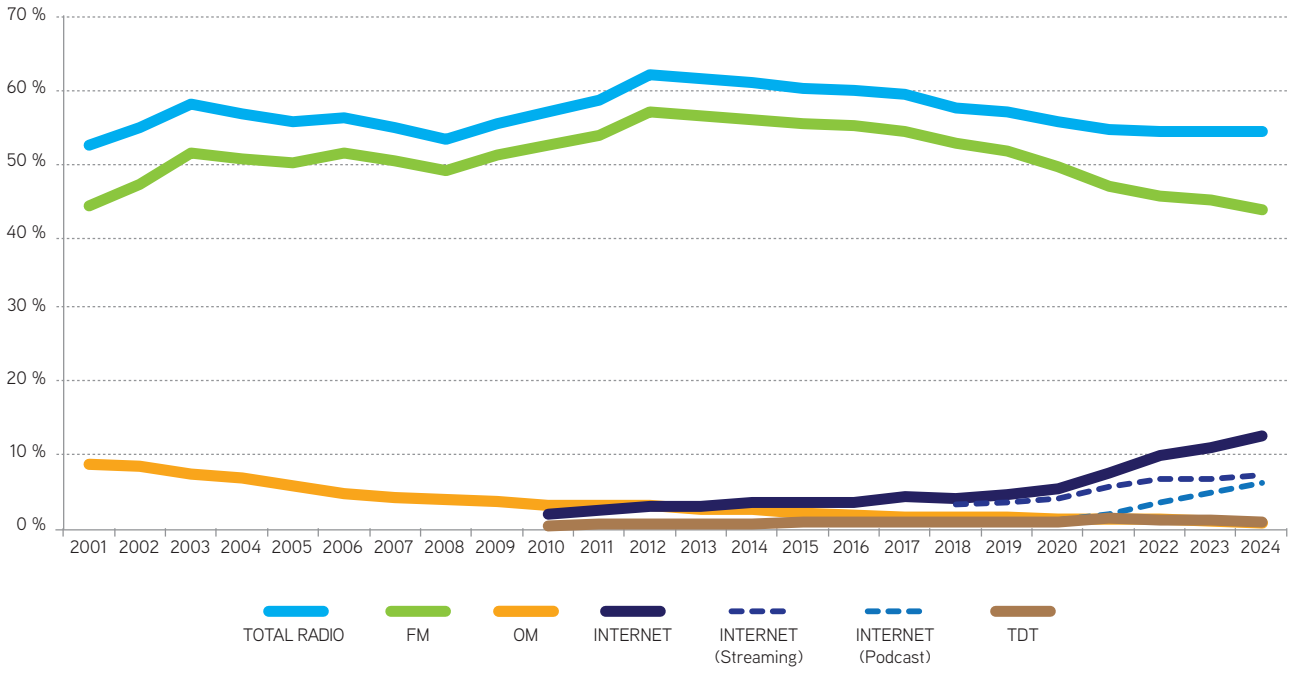
Penetración (%)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
TOTAL RADIO	**52,4**	**54,7**	**57,9**	**56,8**	**55,5**	**56,1**	**54,7**	**53,1**	**55,3**	**56,9**	**58,5**	**61,9**	**61,5**	**61,0**	**60,1**	**60,0**	**59,3**	**57,5**	**56,9**	**55,5**	**54,6**	**54,4**	**54,3**	**54,2**
OM	9,0	8,8	7,7	7,2	6,1	5,0	4,5	4,1	3,9	3,5	3,4	3,4	2,9	2,9	2,3	2,1	1,8	1,8	1,7	1,6	1,4	1,4	1,2	1,0
FM	44,2	47,2	51,3	50,6	50,1	51,4	50,3	49,0	51,0	52,4	53,8	56,9	56,5	55,9	55,4	55,2	54,4	52,6	51,7	49,6	46,9	45,4	44,9	43,7
INTERNET										2,1	2,6	3,3	3,2	3,7	3,7	3,9	4,5	4,4	4,8	5,7	7,8	10,2	11,3	12,8
Streaming																		3,5	3,7	4,4	5,9	7,0	7,0	7,5
Podcast																		1,0	1,2	1,5	2,3	3,7	5,2	6,5
TDT										0,6	0,8	0,9	0,8	0,9	1,0	1,1	1,2	1,1	1,2	1,2	1,7	1,3	1,4	1,2

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE RADIO SEGÚN TIPO DE EMISIÓN - 2001-2024



EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE RADIO SEGÚN TIPO DE ONDA - 2001-2024



EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA ACUMULADA DIARIA DE LAS CADENAS DE RADIO - 2004-2024

En porcentajes

Radio Generalista

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
TOTAL	**31,5**	**30,4**	**29,2**	**28,4**	**27,9**	**27,9**	**27,8**	**28,3**	**30,2**	**29,2**	**28,7**	**28,4**	**28,2**	**27,9**	**27,6**	**28,0**	**27,9**	**28,3**	**29,2**	**29,0**	**29,4**
SER	14,2	13,0	12,5	12,2	11,9	11,8	11,2	10,3	11,4	11,4	11,2	11,1	10,7	10,3	9,8	9,7	9,8	9,5	9,8	9,6	9,7
COPE	5,1	5,7	5,6	5,4	4,8	4,4	3,5	4,2	4,2	4,7	4,8	5,1	6,5	6,6	6,6	7,4	7,4	7,7	8,2	8,0	8,0
ONDA CERO	5,4	4,6	4,5	4,6	4,8	5,0	5,2	5,7	5,9	6,0	6,0	5,4	4,4	4,5	4,4	4,3	4,1	4,2	4,3	4,3	4,5
RNE	4,2	3,6	3,2	2,9	2,7	3,0	3,4	3,9	4,2	3,3	3,1	3,2	3,3	3,4	3,3	3,0	2,7	2,6	2,5	2,3	2,1
RAC 1	0,4	0,5	0,7	0,7	0,8	1,1	1,3	1,4	1,6	1,6	1,8	1,9	1,8	2,0	2,1	2,0	2,0	2,2	2,0	2,0	2,0
CATALUNYA RADIO	1,5	1,5	1,4	1,3	1,3	1,1	1,2	1,3	1,5	1,5	1,4	1,5	1,4	1,6	1,6	1,6	1,5	1,3	1,4	1,4	1,5
ESRADIO									0,5	0,6	0,8	0,8	0,9	0,9	1,0	1,3	1,3	1,5	1,6	1,5	1,5
CANAL SUR RADIO	0,9	0,9	0,8	0,8	0,9	0,9	0,8	0,8	0,9	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7	0,6	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5
RADIO EUSKADI	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5	0,4	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3
RADIO GALEGA	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3
EUSKADI IRRATIA	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2
RADIO CASTILLA-LA MANCHA (2)								0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
RADIO VOZ	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
RADIO 9	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2											
ABC PUNTO RADIO (3)		1,1	1,2	1,2	1,1	1,2	1,2	1,1	1,1												
ONA CATALANA/ONA FM (1)	0,1					0,1	0,1	0,2	0,1												
ONDA VASCA								0,2	0,1												
ONDA MADRID	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1		0,1	0,1													
COM RADIO	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1													
HERRI IRRATIA	0,1	0,1	0,1		0,1																

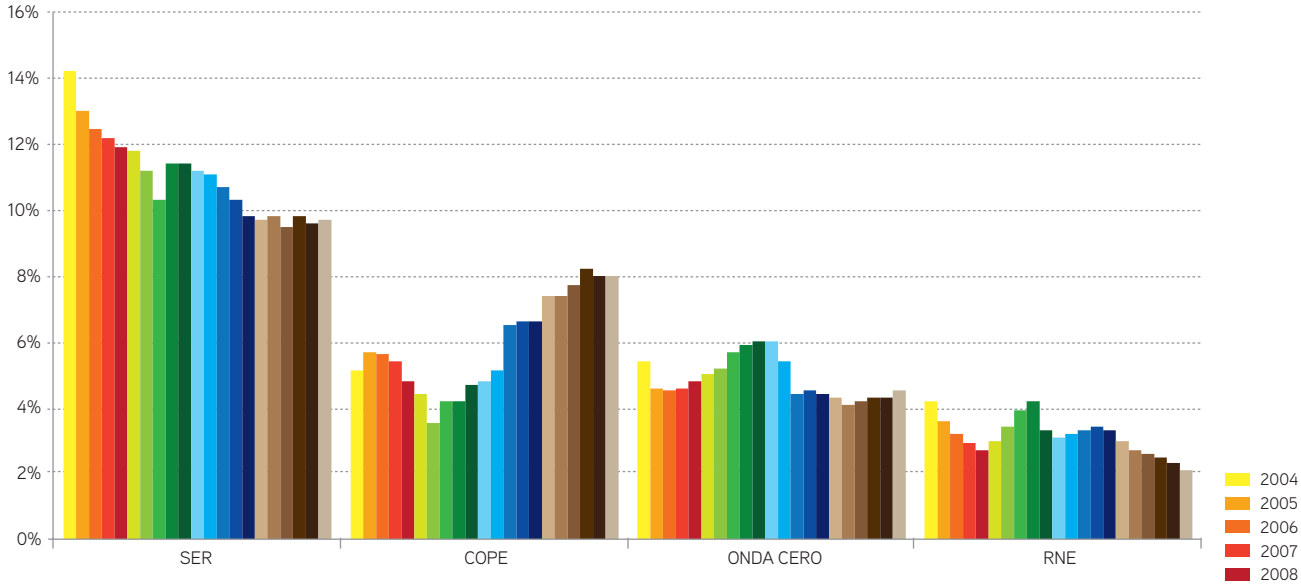
Radio Temática

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
TOTAL	28,0	27,7	29,4	29,2	28,5	31,1	33,0	34,6	37,3	37,4	37,4	36,5	36,8	36,2	34,4	33,8	33,0	31,6	31,2	31,4	31,2
LOS40	6,9	7,5	8,8	8,5	8,2	8,6	9,0	9,3	9,5	8,9	8,0	7,4	7,0	6,7	6,9	6,7	6,8	6,7	6,8	7,3	6,8
CADENA 100	2,1	1,8	1,3	1,9	2,5	3,2	3,9	3,9	4,1	4,3	4,2	4,2	4,3	5,0	4,8	4,5	4,2	4,0	3,8	3,8	4,0
DIAL	3,9	3,9	4,3	4,1	3,9	4,2	4,8	5,2	5,7	5,4	5,5	5,5	5,3	5,4	5,1	4,8	4,4	3,5	3,6	3,5	3,4
KISS FM	3,5	3,3	3,4	3,1	3,0	2,9	2,6	2,5	2,5	2,2	2,2	2,1	2,3	2,3	2,4	2,3	2,2	2,1	2,1	2,1	2,2
ROCK FM (4)			0,2	0,3	0,3	0,4	0,3	0,6	0,9	1,7	2,2	2,4	2,6	2,5	2,6	2,5	2,5	2,2	2,2	2,0	2,1
LOS40 CLASSIC (8)	1,5	2,1	2,2	2,1	1,3	1,3	1,2	1,1	1,4	1,5	1,5	1,3	1,2	1,0	1,1	1,2	1,3	1,4	1,6	1,7	1,7
EUROPA FM	0,7	0,6	1,1	1,7	2,0	2,4	3,0	3,6	4,7	4,8	4,9	4,5	4,4	4,2	3,5	3,1	2,8	2,3	1,8	1,9	1,7
RADIO MARCA	0,4	0,6	0,8	0,9	1,0	1,3	1,5	1,4	1,5	1,4	1,3	1,1	1,1	1,0	0,9	0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	1,1
RADIO 3	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7	0,8	0,8	0,8	1,1	1,0	1,1	1,2	1,2	1,2	1,1	1,0	1,0	1,0	1,0	0,9	0,9
RADIOLÉ	0,8	1,0	1,2	1,2	1,1	1,2	1,1	1,2	1,2	1,2	1,3	1,4	1,4	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1	0,9	0,7	0,8
LOS40 URBAN (10)													0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,5	0,8	0,9	0,8
FLAIXBAC	0,4	0,4	0,5	0,3	0,4	0,4	0,5	0,6	0,7	0,7	0,7	0,7	0,9	0,9	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
FLAIX	0,5	0,4	0,4	0,4	0,5	0,7	0,8	1,0	1,0	0,9	0,8	0,7	0,7	0,6	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,5	0,6
CANAL FIESTA RADIO	1,2	1,0	0,9	0,8	0,8	0,9	0,8	0,8	0,8	0,8	0,9	1,0	0,9	1,0	0,9	0,8	0,8	0,7	0,6	0,6	0,6
RADIO 5 TODO NOTICIAS	1,8	1,4	1,3	1,3	0,9	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5
RADIO CLASICA RNE	0,4	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5
HIT FM								0,2	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,5
RAC 105	0,2	0,4	0,5	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	0,7	0,6	0,6	0,5	0,6	0,6	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
RADIO TELE TAXI	0,8	0,8	0,6	0,6	0,5					0,4	0,3	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,3
MEGASTAR FM										0,2	0,6	0,8	0,8	0,7	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3
MELODÍA FM (6)							0,2	0,2	0,3	0,4	0,6	0,5	0,7	0,7	0,6	0,5	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2
CATALUNYA INFORMACIÓ	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
GAZTEA (7)	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
LOS40 DANCE (9)	0,6	0,5	0,6	0,7	1,0	1,3	1,6	1,7	1,9	2,0	1,8	1,5	1,2	1,0	0,7	0,3	0,2		0,1	0,1	0,1
INTERECONOMÍA	0,2	0,2	0,2	0,3	0,4		0,5	0,5	0,4	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1		0,1	0,1	0,1	
CADENA TOP	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1			
LOCA FM															0,2	0,3	0,3				
RADIO RM	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1					0,1	0,1										
FUN RADIO (5)									0,3	0,2											
RADIO CASTILLA-LA MANCHA (2)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1														
RADIO NERVIÓN		0,3	0,3	0,3	0,3																
RADIO CLUB 25	0,2	0,2	0,2																		
ONA CATALANA (1)		0,1																			
ONA MÚSICA	0,1	0,1																			

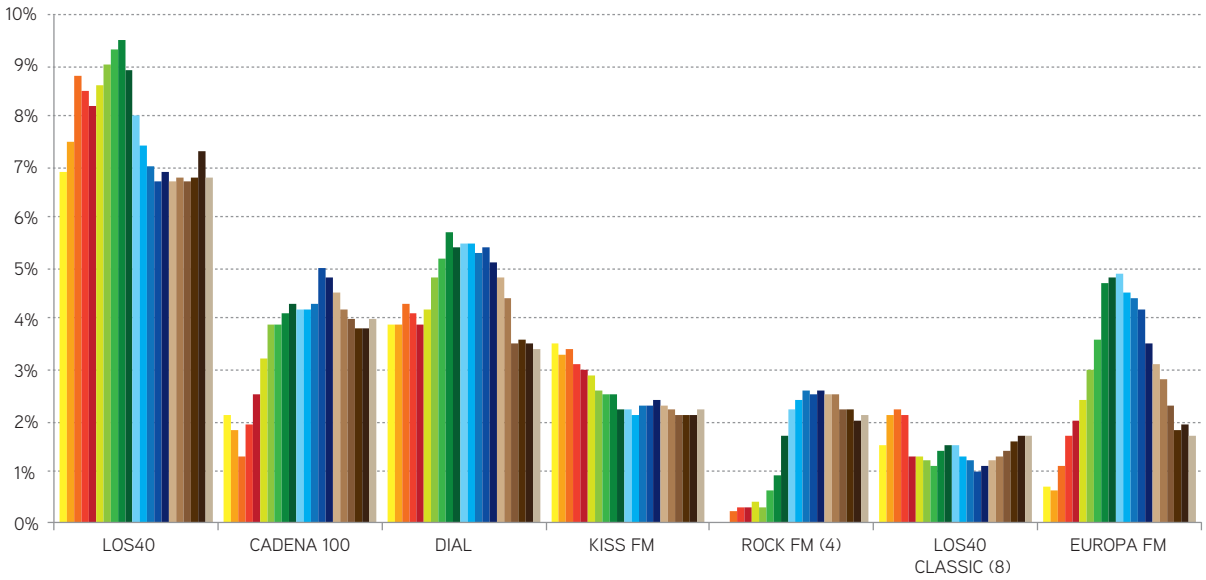
(1) A partir de la 3ª Ola de 2005 Ona Catalana pasa de ser generalista a temática y en la 2ª Ola de 2007 vuelve a ser generalista cambiando su denominación "Ona Catalana" por "Ona FM".
(2) A partir de la 3ª Ola de 2011 Radio Castilla-La Mancha pasa de ser temática a generalista.
(3) En 2011 cambia su denominación "Punto Radio" por "ABC Punto Radio".
(4) En 2012 cambia su denominación "Rock&Gol" por "Rock FM".
(5) En 2013 cambia su denominación "Loca Fun Radio" por "Fun Radio".
(6) En 2014 cambia su denominación "Onda Melodía" por "Melodía FM".
(7) En 2018 cambia su denominación "Euskadi Gaztea" por "Gaztea".
(8) En 2019 cambia su denominación "M80" por "Los40 Classic".
(9) En 2019 cambia su denominación "Máxima FM" por "Los40 Dance".
(10) En 2020 cambia su denominación "Ke Buena" por "Los40 Urban".

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA ACUMULADA DIARIA - 2004-2024

RADIO GENERALISTA



RADIO TEMÁTICA



(4) En 2012 cambia su denominación "Rock & Gol" por "Rock FM".
(8) En 2019 cambia su denominación "M80" por "Los40 Classic"

EVOLUCIÓN DEL SHARE DE LAS CADENAS DE RADIO - 2004-2024

En porcentajes

Radio Generalista

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
SER	41,2	38,4	38,7	38,7	38,4	38,1	36,2	32,2	34,1	35,5	35,7	35,4	34,0	32,7	30,6	29,7	30,4	29,6	29,5	30,1	28,9
COPE	14,6	17,5	17,9	18,2	16,1	14,2	10,6	11,9	11,2	13,1	13,6	15,1	20,8	21,5	22,3	24,6	24,6	25,3	26,7	25,3	25,4
ONDA CERO	15,6	13,4	13,3	14,3	15,5	16,4	17,2	18,9	17,9	19,5	19,0	16,4	12,5	12,4	13,0	12,3	11,9	11,9	11,4	11,2	11,8
RAC 1	1,0	1,4	2,1	2,3	2,8	3,7	4,5	4,7	5,1	5,5	5,8	6,3	6,0	7,1	7,5	7,0	6,9	7,1	6,3	6,6	6,1
RNE	11,0	10,1	9,4	8,1	7,8	8,7	10,4	11,1	11,5	8,5	8,9	9,3	9,5	9,6	9,8	8,7	7,6	7,2	6,3	6,1	5,4
ESRADIO										1,8	2,4	2,8	2,8	2,7	3,1	3,9	4,2	4,9	4,9	4,5	4,4
CATALUNYA RADIO	4,0	4,2	3,9	3,6	3,6	2,9	3,1	3,4	3,7	3,5	3,4	3,7	3,4	4,2	4,2	4,2	4,2	3,4	3,4	3,6	3,8
CANAL SUR RADIO	2,4	2,4	2,2	2,6	2,8	2,7	2,5	2,6	2,2	2,5	2,4	2,5	2,3	1,9	1,7	2,0	1,5	1,8	1,5	1,5	1,5
RADIO EUSKADI	2,0	2,0	1,8	1,7	1,9	1,6	1,2	1,2	1,1	1,2	1,1	1,3	1,2	1,0	1,1	0,8	1,3	1,0	1,0	1,0	0,9
RADIO GALEGA	1,0	1,1	1,3	1,1	1,0	0,8	0,9	1,0	1,0	1,2	1,0	1,0	0,9	0,9	1,0	1,1	1,5	1,0	0,8	0,9	0,8
EUSKADI IRRATIA	0,5	0,4	0,5	0,5	0,6	0,4	0,5	0,6	0,5	0,6	0,6	0,7	0,5	0,8	0,6	0,5	0,4	0,6	0,6	0,6	0,6
RADIO CASTILLA-LA MANCHA (2)									0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2	0,4
RADIO VOZ	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,3	0,3	0,3	0,5	0,4	0,4	0,5	0,3	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2
RADIO 9	0,3	0,4	0,4	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3	0,4											
ABC PUNTO RADIO (3)		3,4	3,5	3,6	3,5	3,7	4,0	3,2	3,1												
ONA CATALANA/ONA FM (1)	0,3					0,2	0,4	0,6	0,4												
ONDA VASCA								0,4	0,3												
ONDA MADRID	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2		0,2	0,2													
COM RADIO	0,5	0,4	0,3	0,2	0,2	0,3	0,2	0,3													
HERRI IRRATIA	0,2	0,2	0,2		0,2																
RESTO	5,0	4,3	4,2	4,3	4,8	5,8	7,6	7,0	7,0	6,1	5,3	4,9	5,4	4,4	4,6	4,7	5,0	5,6	7,1	8,2	9,8

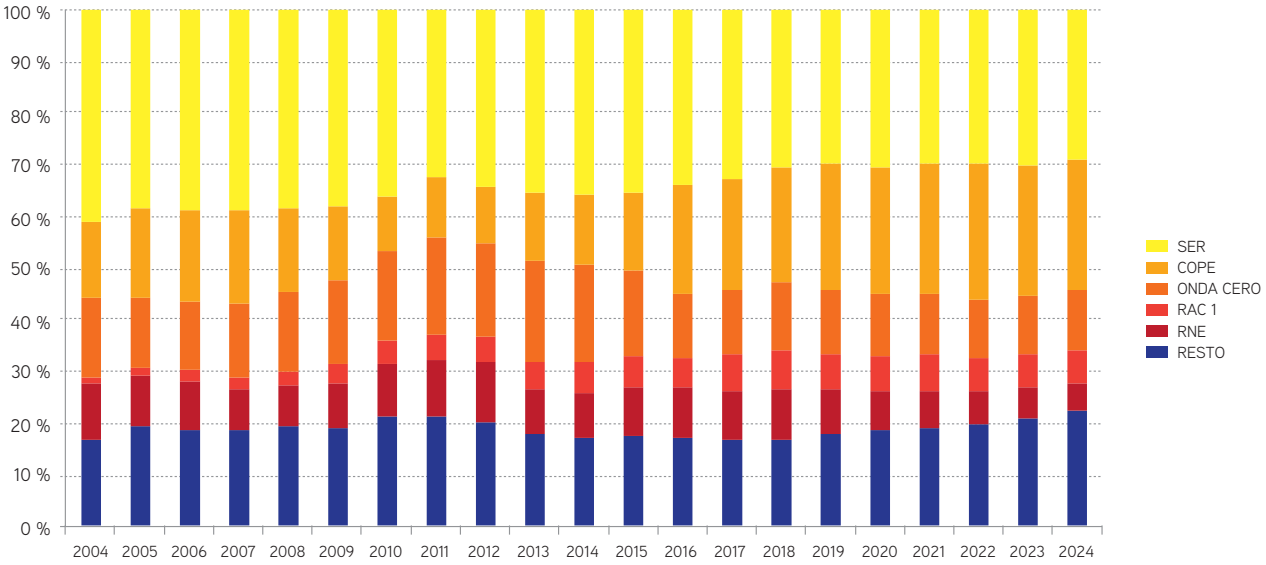
Radio Temática

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
LOS40	21,5	23,1	25,5	24,2	23,8	22,2	21,9	21,4	20,4	18,8	16,5	15,7	14,7	14,0	14,4	15,3	16,4	16,4	17,0	18,3	17,3
CADENA 100	6,9	6,0	4,1	5,9	8,7	9,5	11,2	10,3	9,7	9,9	10,1	9,8	10,7	12,5	12,9	11,9	11,5	10,9	10,8	10,9	10,9
DIAL	13,5	13,2	13,3	12,6	13,1	12,4	13,3	13,5	13,4	12,7	13,1	13,1	13,1	13,3	13,5	13,1	11,6	9,9	10,0	10,2	9,8
KISS FM	10,7	10,5	10,4	8,8	8,7	7,8	6,2	5,7	5,2	4,5	4,5	4,7	5,0	5,0	5,8	5,3	5,5	5,7	5,6	5,7	5,8
LOS40 CLASSIC (7)	4,7	6,3	6,0	5,6	3,8	3,5	3,0	2,7	3,0	3,7	3,2	2,8	2,6	2,2	2,9	3,2	3,7	4,0	5,1	4,7	5,6
ROCK FM (4)				1,0	1,0	1,1	0,8	1,6	2,0	4,0	5,2	5,6	5,8	5,8	6,5	6,0	6,4	5,9	5,8	5,2	5,5
EUROPA FM	1,9	1,8	3,1	4,8	5,8	6,2	6,9	8,0	9,4	10,1	10,1	9,9	9,3	8,9	7,2	6,9	6,3	5,2	3,9	3,8	3,5
RADIO MARCA	1,2	1,9	2,2	2,3	2,7	3,3	3,6	3,2	3,4	2,8	2,8	2,7	2,6	2,1	2,1	2,2	2,3	2,4	2,8	2,8	2,9
RADIOLÉ	3,0	3,7	4,1	4,4	3,7	3,6	3,3	3,6	3,0	3,2	3,3	3,5	3,7	3,5	3,1	3,5	3,1	3,5	3,0	2,6	2,8
RADIO 3	2,3	2,2	2,3	2,1	2,4	2,1	2,0	2,0	2,5	2,3	2,5	3,0	2,9	3,0	2,9	3,0	2,8	3,1	3,2	2,5	2,4
LOS40 URBAN (9)														0,3	0,5	0,4	0,7	1,6	2,1	2,9	2,2
CANAL FIESTA RADIO	4,3	3,6	3,1	2,8	2,6	2,6	2,4	2,2	2,0	2,2	2,4	2,5	2,4	2,7	2,6	2,5	2,0	2,1	1,8	1,7	1,6
RADIO 5 TODO NOTICIAS	4,2	3,4	3,0	3,0	2,2	2,0	1,8	1,7	1,6	1,5	1,6	1,6	1,6	1,5	1,4	1,2	1,4	1,5	1,5	1,4	1,4
FLAIXBAC	1,2	1,2	1,1	0,8	0,8	0,7	1,1	1,1	1,2	1,1	1,0	1,3	1,5	1,4	1,1	1,5	1,3	1,3	1,4	1,2	1,4
RADIO TELE TAXI	2,9	3,2	2,2	2,2	1,9					1,0	0,9	1,2	1,3	1,2	1,2	1,5	1,7	1,8	1,5	1,6	1,3
FLAIX	1,3	1,0	1,0	1,1	1,3	1,6	1,7	1,9	1,9	1,5	1,3	1,2	1,1	1,1	1,0	1,0	1,2	1,2	1,6	1,2	1,3
RADIO CLASICA RNE	1,1	1,0	1,0	0,8	0,8	0,8	0,7	0,8	0,8	0,8	0,9	1,0	0,9	1,1	1,1	1,1	1,1	1,4	1,3	1,3	1,2
HIT FM								0,5	1,0	0,8	0,9	0,7	0,8	1,1	1,3	1,0	1,0	1,2	0,9	0,9	1,0
RAC 105	0,6	1,1	1,3	1,2	1,1	1,5	1,4	1,4	1,4	1,4	1,3	1,2	1,3	1,4	0,9	1,0	1,0	0,9	1,1	1,1	1,0
MEGASTAR FM											1,1	1,5	1,5	1,2	0,9	0,9	0,7	0,8	0,8	0,7	0,6
MELODÍA FM (5)							0,5	0,6	0,8	1,1	1,5	1,4	1,4	1,7	1,5	1,2	0,9	0,7	0,9	0,4	0,5
LOS40 DANCE (8)	1,6	1,5	1,6	1,9	2,3	3,2	3,8	3,9	3,4	3,7	3,5	3,0	2,4	1,9	1,5	0,7	0,5			0,3	0,4
CATALUNYA INFORMACIÓ	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,4	0,5	0,4	0,3
GAZTEA (6)	0,5	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	0,6	0,4	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3	0,4	0,2	0,3	0,2
INTERECONOMÍA	0,4	0,5	0,5	0,8	0,9		1,0	0,9	0,8	0,5	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1		0,2	0,2	0,1	
CADENA TOP	0,6	0,4	0,4	0,6	0,7	0,9	0,6	0,6	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,4	0,3	0,4			
LOCA FM																0,7	0,7				
RADIO RM	0,6	0,6	0,5	0,3	0,4					0,2	0,3										
FUN RADIO										0,3											
RADIO CASTILLA-LA MANCHA (2)	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2														
RADIO NERVIÓN			0,8	1,1	0,9																
RADIO CLUB 25	0,6	0,8	0,8																		
ONA CATALANA (1)			0,1																		
ONA MUSICA	0,3	0,5																			
RESTO	13,0	11,1	10,4	10,5	9,1	13,8	11,6	11,4	11,7	10,5	10,6	11,3	12,0	11,9	12,6	13,7	15,1	17,1	17,0	17,8	19,1

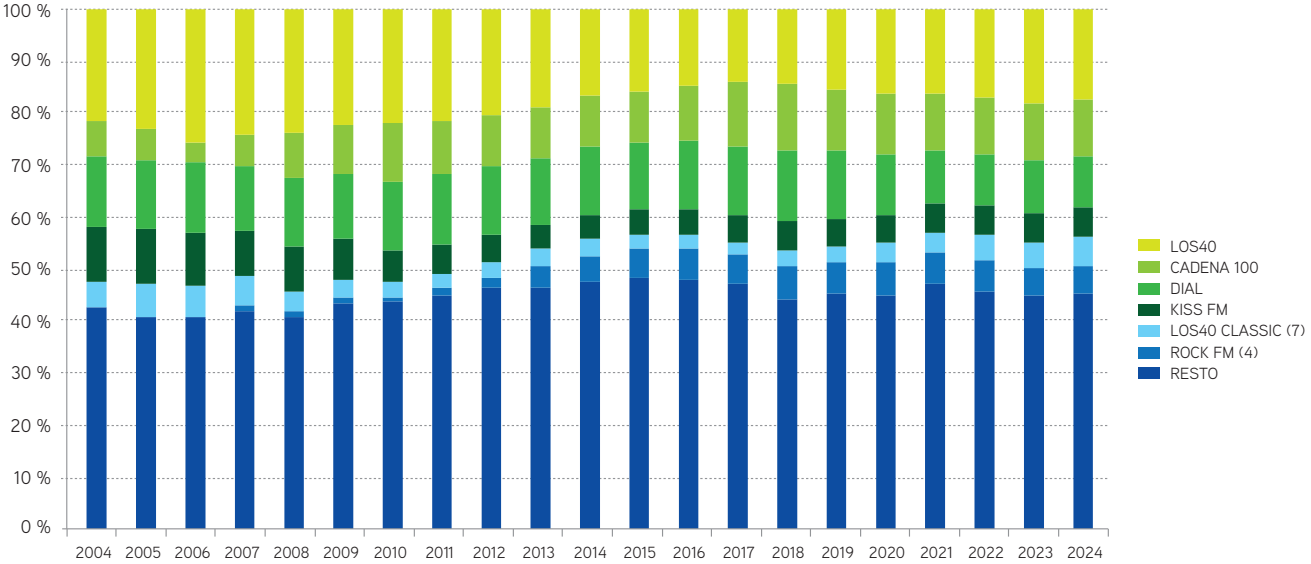
(1) A partir de la 3ª Ola de 2005 Ona Catalana pasa de ser generalista a temática y en la 2ª Ola de 2007 vuelve a ser generalista cambiando su denominación "Ona Catalana" por "Ona FM".
(2) A partir de la 3ª Ola de 2011 Radio Castilla-La Mancha pasa de ser temática a generalista.
(3) En 2011 cambia su denominación "Punto Radio" por "ABC Punto Radio".
(4) En 2012 cambia su denominación "Rock&Gol" por "Rock FM".
(5) En 2014 cambia su denominación "Onda Melodía" por "Melodía FM".
(6) En 2018 cambia su denominación "Euskadi Gaztea" por "Gaztea".
(7) En 2019 cambia su denominación "M80" por "Los40 Classic".
(8) En 2019 cambia su denominación "Máxima FM" por "Los40 Dance".
(9) En 2020 cambia su denominación "Ke Buena" por "Los40 Urban".

EVOLUCIÓN DEL SHARE DE LAS CADENAS DE RADIO - 2004-2024

RADIO GENERALISTA



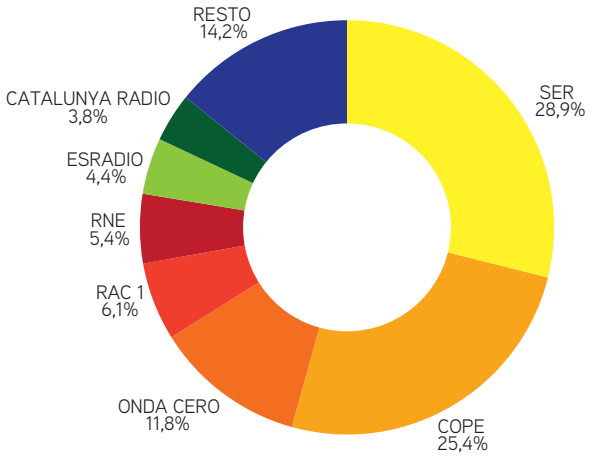
RADIO TEMÁTICA



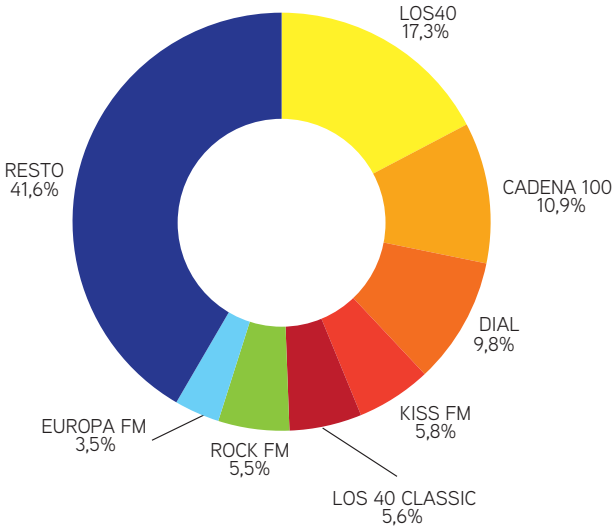
(4) En 2012 cambia su denominación "Rock&Gol" por "Rock FM".
(7) En 2019 cambia su denominación "M80" por "Los40 Classic".

SHARE DE LAS CADENAS DE RADIO - 2024

RADIO GENERALISTA



RADIO TEMÁTICA



TELEVISIÓN

CONSUMO PROMEDIO DIARIO DE TELEVISIÓN - 2024

Media en minutos sobre el total de la población

	TOTAL L-D	L-V	SÁBADO	DOMINGO
TOTAL (BLOQUE HORARIO)	**187,3**	**187,9**	**184,5**	**187,0**
MADRUGADA (04:00-08:00)	1,4	1,5	1,1	1,1
MAÑANA (08:00-13:30)	13,6	13,6	13,7	13,4
SOBREMESA (13:30-17:00)	44,6	44,6	44,7	44,2
TARDE (17:00-20:00)	31,0	30,3	32,0	33,6
NOCHE (20:00-04:00)	96,8	97,9	92,9	94,8

AUDIENCIA ACUMULADA DIARIA DE TELEVISIÓN - 2024

En porcentajes

	TOTAL L-D	L-V	SÁBADO	DOMINGO
TOTAL (BLOQUE HORARIO)	**80,9**	**81,7**	**78,8**	**79,5**
MADRUGADA (04:00-08:00)	2,6	2,8	2,1	2,0
MAÑANA (08:00-13:30)	14,6	14,6	15,0	14,6
SOBREMESA (13:30-17:00)	43,5	43,7	43,1	42,9
TARDE (17:00-20:00)	29,5	29,1	29,9	31,4
NOCHE (20:00-04:00)	67,7	68,9	63,9	65,6

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA ACUMULADA DIARIA DE LAS CADENAS DE TELEVISIÓN - 2008-2024

En porcentajes

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
LA 1	28,3	30,7	34,3	33,6	30,1	24,2	23,6	22,9	21,5	21,2	21,2	21,7	22,1	20,4	19,6	20,1	19,7
LA 2	7,5	6,4	4,9	4,5	4,5	5,2	5,4	5,6	4,6	4,7	4,8	5,2	5,2	5,6	5,8	5,5	4,4
ANTENA 3	33,1	30,8	26,9	25,7	25,7	29,1	28,1	27,7	27,3	26,5	27,1	27,2	26,2	28,7	27,5	26,0	24,3
TELE 5	33,5	28,4	26,7	24,9	26,2	25,3	26,3	26,5	25,1	21,5	21,7	23,5	22,1	21,0	16,5	15,1	14,0
CUATRO	13,4	15,1	13,3	12,7	11,2	12,4	13,0	14,5	12,6	11,6	11,1	10,2	10,8	9,6	8,0	7,7	8,1
LA SEXTA	10,5	14,5	12,8	12,1	9,6	12,4	13,6	14,8	14,1	12,9	12,7	14,4	13,9	12,5	11,6	10,8	9,6
TOTAL AUTONÓMICAS	24,9	25,0	22,7	20,6	19,5	17,3	16,2	16,8	15,9	15,8	16,1	16,7	16,1	17,4	16,0	15,7	14,7
AUTONÓMICAS PÚBLICAS	24,2	24,1	21,5	19,6	18,4	16,2	15,3	15,9	15,0	14,9	15,4	16,0	15,5	16,8	15,4	15,2	14,3
TV3	4,6	4,7	4,0	4,1	3,4	3,9	3,6	3,5	3,6	3,9	4,0	4,2	4,5	4,2	4,2	4,2	4,0
33					0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1
SUPER3/SX3					0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1		0,1	0,1
3/24 TV							0,4	0,4	0,4	0,6	0,6	0,9	0,8	0,8	0,5	0,5	0,6
ESPORT 3							0,2	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3
ETB-1	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,5	0,4	0,5	0,4	0,3	0,4
ETB-2	1,8	1,8	1,3	1,2	1,0	1,0	0,9	0,9	1,1	1,2	1,4	1,4	1,3	1,0	1,0	1,0	0,8
ETB-3									0,1								
TVG	2,0	1,8	1,9	1,5	1,7	1,4	1,4	1,8	1,4	1,5	1,4	1,4	1,3	1,6	1,6	1,5	1,4
TVG2			0,1	0,1	0,1	0,1	0,1					0,1	0,1			0,1	0,1
TELEMADRID	2,2	2,3	2,1	1,9	1,9	0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	1,1					1,4	1,0
LA OTRA	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1								0,1	
CANAL SUR	5,9	5,4	5,1	4,8	4,5	4,2	4,0	4,3	3,8	3,4	3,5	3,3	2,9	2,9	2,8	2,9	2,9
CANAL SUR 2/ANDALUCÍA TV	1,0	0,7	0,6	0,4	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1		0,1	0,1	0,1	0,1
TV CANARIA	0,8	0,9	0,9	0,8	0,9	0,8	0,9	0,8	0,7	0,6	0,6	0,6	0,7	1,1	0,5	0,6	0,5
TV CANARIA 2	0,1	0,1	0,1	0,1													
TV CAST. MANCHA/CMM	1,1	1,1	0,9	0,8	0,8	0,6	0,7	0,6	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,5	0,7	0,6	0,5
IB3	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,4	0,2	0,3	0,3
ARAGÓN TV	0,7	0,8	0,7	0,6	0,7	0,8	0,7	0,8	0,7	0,6	0,6	0,7	0,7	0,7	0,6	0,5	0,5
TPA	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,6	0,5	0,3	0,4	0,3	0,4	0,5	0,5	0,5	0,4
TPA2								0,1						0,1			
LA 7 REG. MURCIA	0,3	0,3	0,3	0,4	0,2	0,1				0,2	0,2	0,2	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3
À PUNT												0,4	0,3	0,6	0,5	0,6	0,6
CANAL 9	2,9	2,9	2,2	1,7	1,7	1,2											
PUNT 2/NOU 2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1												
NOU 24				0,1	0,1												
CANAL EXTREMADURA	0,2	0,2	0,3	0,2	0,3	0,3											
AUTONÓMICAS PRIVADAS	0,7	0,8	1,1	1,0	1,3	1,5	1,4	1,4	1,2	1,1	0,8	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,2
CYL TV / LA 7					0,2	0,3					0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1
CYL 8 / LA 8					0,1	0,2					0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
8 TV (Cat)					0,8	1,0	0,9	0,9	0,8	0,6	0,3	0,1	0,1	0,1	0,2		
V TELEVISIÓN					0,1	0,1											
AUTONÓMICAS INTERNAC.	0,4	0,5	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,1	0,2	0,3	0,2	0,2
TOTAL TEMÁTICAS	11,1	15,7	22,4	29,9	35,1	37,5	33,4	32,4	34,2	34,6	34,7	34,5	33,3	31,8	29,9	28,4	26,4
TEMÁTICAS PAGO	7,0	7,0	7,3	7,7	6,8	5,9	6,4	6,6	7,9	9,9	10,8	10,9	10,5	10,2	9,3	8,7	7,4
RESTO TEMÁTICAS (TDT)	4,6	9,4	16,3	23,8	29,8	33,0	28,3	27,1	28,0	26,8	26,7	26,9	25,8	24,7	23,2	22,3	20,7
TV LOCAL	2,1	1,4	1,0	0,8	1,1	1,0	1,2	0,8	0,8	0,8	0,7	1,1	1,0	1,0	0,9	1,1	1,1
RESTO TV´S (*)	2,0	0,7	4,1	4,7	0,6	0,6	0,6	0,7	1,7	1,4	2,8	4,1	7,5	9,8	10,9	18,0	19,1

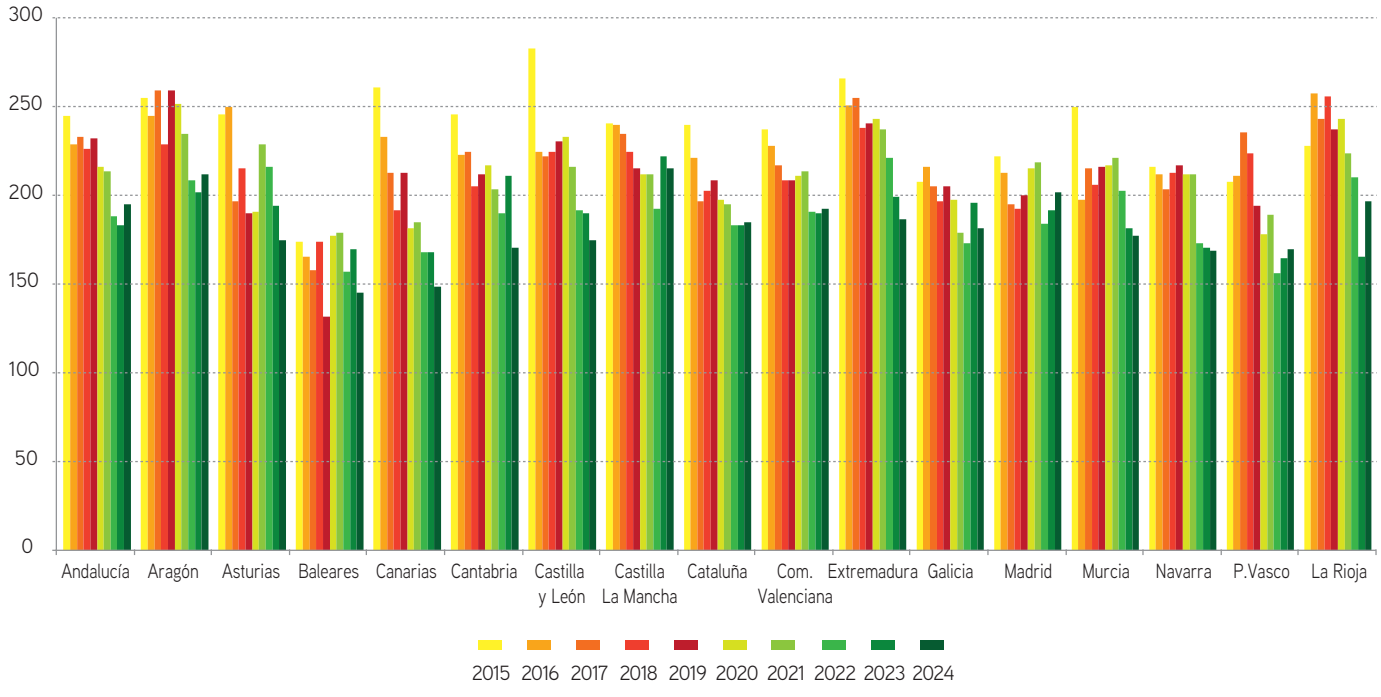
(*) Resto TV recoge todo aquello que no se puede asignar a un canal "regular" así como contenidos televisivos que no corresponden a canales de difusión lineal, por ejemplo, plataformas de video a la carta.

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE TV POR COMUNIDAD AUTÓNOMA - 2008-2024

Minutos promedio de visionado

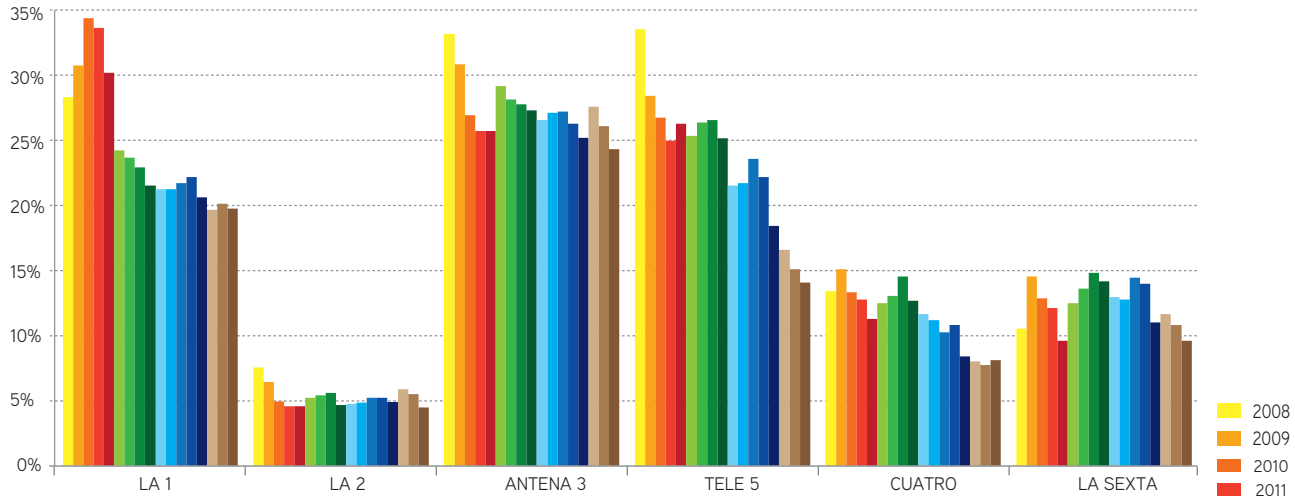
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
TOTAL (minutos)	**225**	**229**	**227**	**237**	**242**	**243**	**238**	**238**	**223**	**215**	**210**	**213**	**209**	**208**	**186**	**187**	**187**
ANDALUCÍA	222	230	235	241	244	247	231	245	229	233	226	232	216	214	188	183	195
ARAGÓN	258	257	253	257	265	256	238	255	245	259	229	259	252	235	209	202	212
ASTURIAS	218	209	224	218	217	249	243	246	250	197	215	190	191	229	216	194	175
BALEARES	231	232	214	239	178	204	207	174	166	158	174	132	177	179	157	170	145
CANARIAS	223	228	227	230	258	269	268	261	233	213	192	213	182	185	168	168	149
CANTABRIA	202	203	190	211	194	228	231	246	223	225	205	212	217	204	190	211	171
CASTILLA Y LEÓN	233	241	252	270	293	305	287	283	225	222	225	231	233	216	192	190	175
CASTILLA-LA MANCHA	244	240	238	250	255	238	237	241	240	235	225	215	212	212	193	222	215
CATALUÑA	230	234	223	231	231	239	237	240	221	197	203	209	198	195	183	183	185
C. VALENCIANA	238	245	234	252	269	255	250	237	228	217	209	209	211	214	191	190	193
EXTREMADURA	265	259	277	264	300	289	293	266	251	255	238	241	243	237	221	199	187
GALICIA	192	198	202	207	223	189	209	208	216	205	197	205	198	179	173	196	182
MADRID	213	213	215	230	225	229	221	222	213	195	193	200	215	219	184	192	202
MURCIA	240	222	233	243	256	254	254	250	198	215	206	216	217	221	203	182	177
NAVARRA	223	226	205	215	209	243	241	216	212	204	213	217	212	212	173	171	169
PAÍS VASCO	194	221	196	215	206	213	220	208	211	236	224	194	178	189	156	165	170
LA RIOJA	217	242	209	251	255	232	188	228	258	243	256	237	243	224	210	166	197

MINUTOS PROMEDIO DE VISIONADO POR COMUNIDAD AUTÓNOMA - 2015-2024

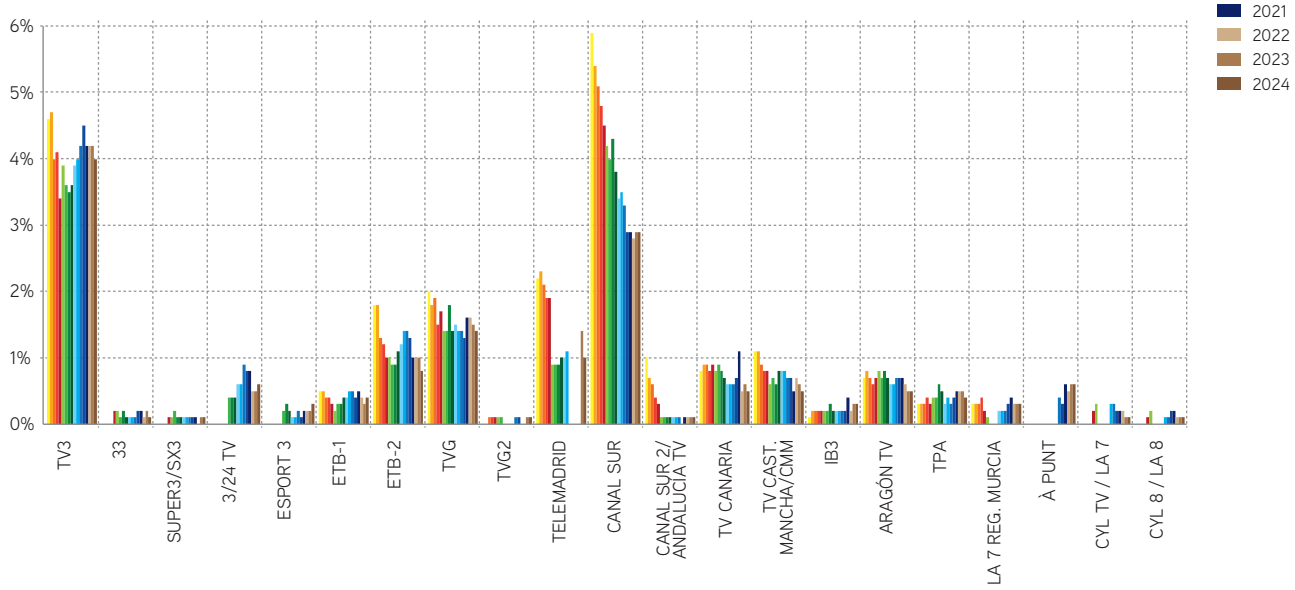


EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA ACUMULADA DIARIA - 2008-2024

CADENAS NACIONALES

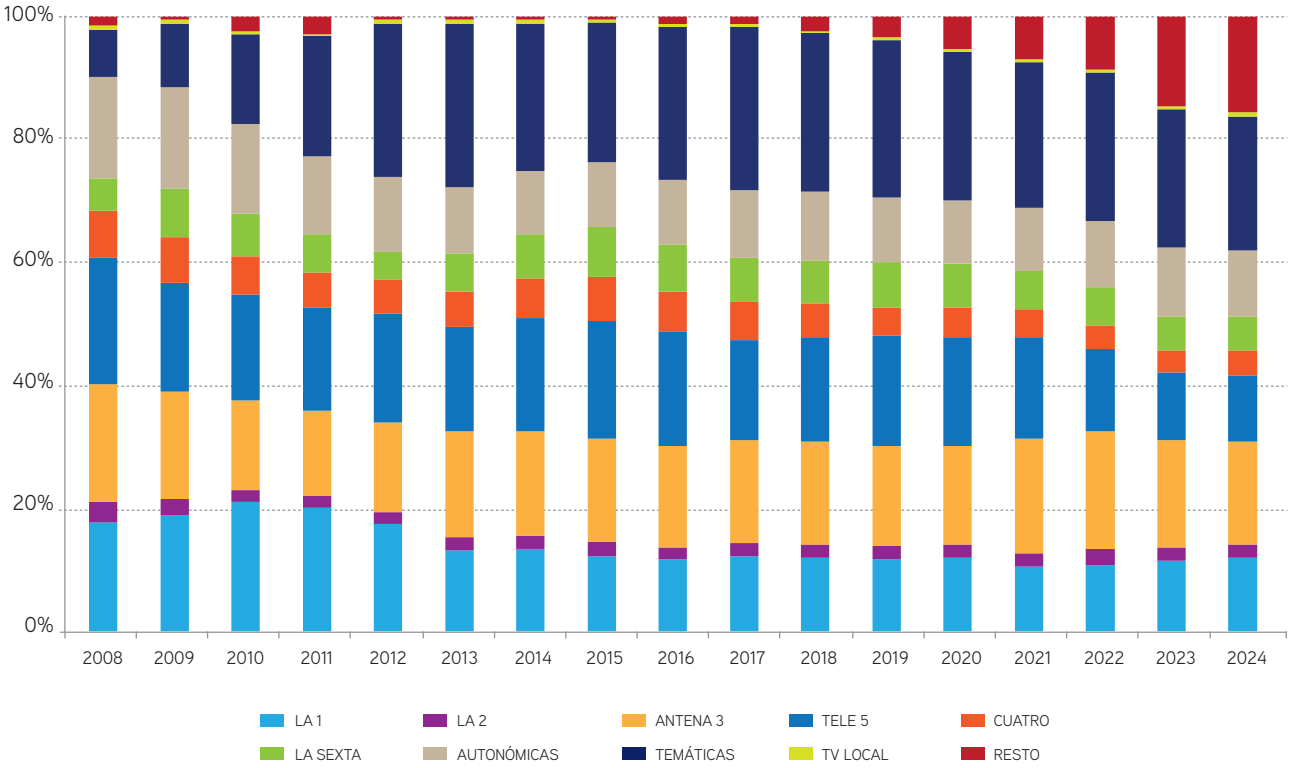


CADENAS AUTONÓMICAS (*)



(*) Porcentaje referido al total de España.

SHARE DE LAS CADENAS DE TELEVISIÓN - 2008-2024



En porcentajes

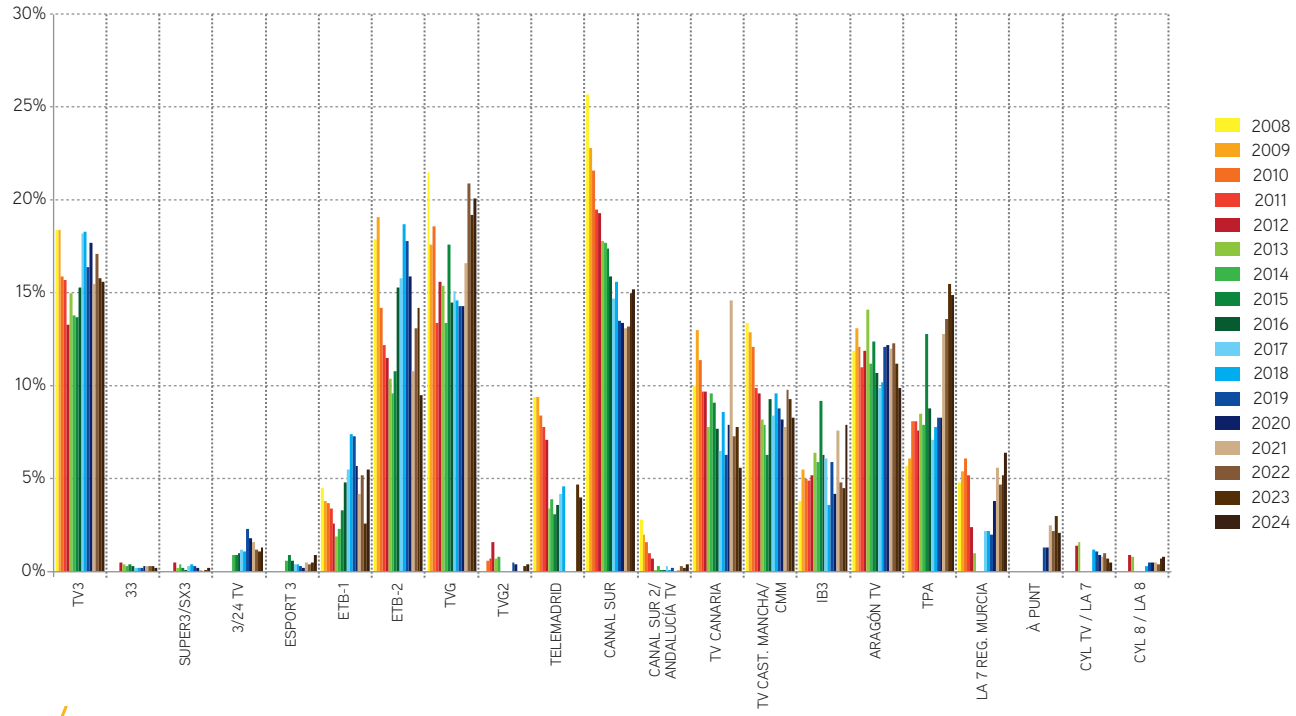
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
LA 1	17,8	18,8	21,1	20,2	17,6	13,2	13,4	12,3	11,7	12,3	12,1	11,8	12,1	10,5	10,9	11,5	12,1
LA 2	3,4	2,8	2,0	1,8	1,8	2,2	2,3	2,4	1,9	2,1	2,1	2,2	2,1	2,3	2,5	2,3	2,0
ANTENA 3	19,5	17,5	14,4	14,0	14,6	17,2	16,9	16,6	16,5	16,8	16,8	16,2	16,0	18,6	19,1	17,3	16,7
TELE 5	20,6	17,5	17,4	16,8	17,9	17,0	18,4	19,1	18,7	16,2	17,0	18,0	17,6	16,5	13,5	11,0	10,8
CUATRO	6,8	7,5	6,2	5,8	5,3	5,8	6,5	7,3	6,6	6,2	5,5	4,5	5,0	4,4	3,8	3,7	4,1
LA SEXTA	5,4	8,0	6,8	6,1	4,7	6,2	7,2	8,0	7,6	7,3	6,8	7,4	7,1	6,2	6,2	5,6	5,5
AUTONÓMICAS	16,6	16,5	14,8	12,7	12,2	10,8	10,4	10,5	10,5	10,9	11,2	10,6	10,2	10,5	10,8	11,1	10,7
PÚBLICAS	16,2	15,8	14,0	12,1	11,5	10,0	9,6	9,8	9,9	10,3	10,9	10,3	10,0	10,2	10,5	10,7	10,5
PRIVADAS	0,4	0,5	0,6	0,5	0,6	0,7	0,7	0,6	0,6	0,4	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1
INTERNACIONALES	0,0	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1
TEMÁTICAS	7,6	10,1	14,4	19,6	25,0	26,6	23,9	22,8	24,9	26,6	26,0	25,5	24,3	23,6	24,3	22,5	21,9
DE PAGO	5,0	4,7	4,9	5,0	4,8	3,9	4,3	4,4	5,6	7,1	7,4	7,0	6,6	6,4	6,7	6,1	5,5
RESTO (TDT)	2,6	5,4	9,6	14,6	20,2	22,7	19,6	18,3	19,3	19,4	18,7	18,5	17,7	17,1	17,5	16,5	16,4
TV LOCAL	0,9	0,7	0,5	0,4	0,5	0,5	0,6	0,4	0,4	0,4	0,3	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5	0,6
RESTO (*)	1,3	0,5	2,4	2,7	0,5	0,5	0,5	0,5	1,2	1,2	2,2	3,3	5,1	6,9	8,5	14,6	15,5

(*) Resto TV recoge todo aquello que no se puede asignar a un canal "regular" así como contenidos televisivos que no corresponden a canales de difusión lineal, por ejemplo,plataformas de video a la carta.

EVOLUCIÓN DEL SHARE DE CADENAS AUTONÓMICAS - 2008-2024

Cifra de participación referida al ámbito geográfico oficial de cada una de ellas

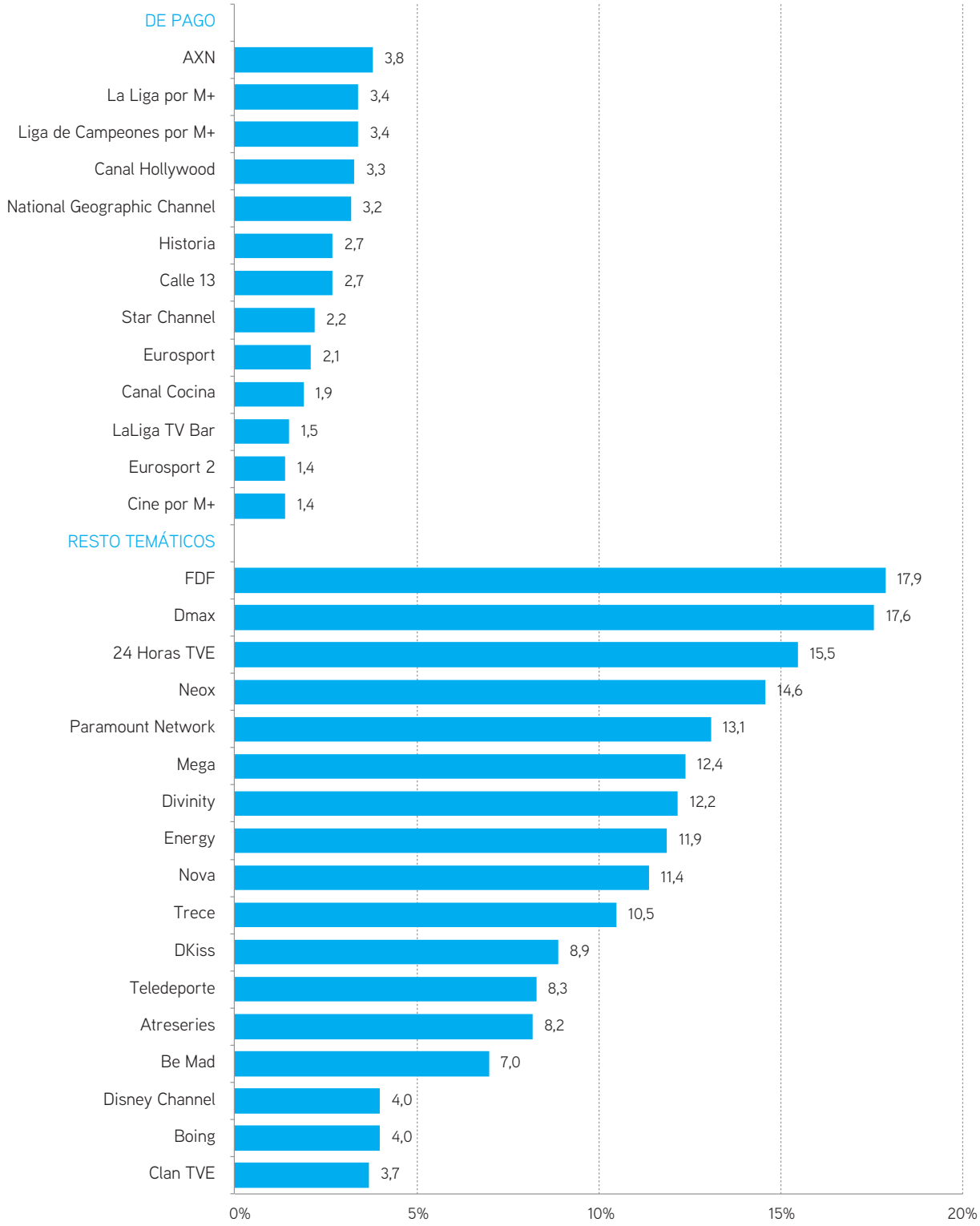
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
AUTONÓMICAS PÚBLICAS																	
TV3	18,4	18,4	15,9	15,7	13,3	15,0	13,8	13,7	15,3	18,2	18,3	16,4	17,7	15,5	17,1	15,8	15,6
33					0,5	0,4	0,3	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2
SUPER3/SX3					0,5	0,2	0,4	0,2	0,1	0,3	0,4	0,3	0,2	0,1		0,1	0,2
3/24 TV							0,9	0,9	1,0	1,2	1,1	2,3	1,8	1,6	1,2	1,1	1,3
ESPORT 3							0,6	0,9	0,6	0,4	0,4	0,3	0,2	0,5	0,4	0,5	0,9
ETB-1	4,5	3,8	3,7	3,4	2,6	1,9	2,3	3,3	4,8	5,5	7,4	7,3	5,7	4,2	5,2	2,6	5,5
ETB-2	17,9	19,1	14,2	12,2	11,5	10,4	9,6	10,8	15,3	15,8	18,7	17,8	15,9	10,8	13,1	14,2	9,5
ETB-3									0,3								
TVG	21,5	17,6	18,6	13,4	15,6	15,4	13,4	17,6	14,5	15,1	14,6	14,3	14,3	16,6	20,9	19,2	20,1
TVG2			0,6	0,7	1,6	0,7	0,8					0,5	0,4			0,3	0,4
TELEMADRID	9,4	9,4	8,4	7,8	7,1	3,4	3,9	3,1	3,6	4,2	4,6					4,7	4,0
LA OTRA	0,2	0,3	0,5	0,3	0,5	0,4	0,5	0,4								0,4	
CANAL SUR	25,7	22,8	21,6	19,5	19,3	17,8	17,7	17,4	15,9	14,7	15,6	13,5	13,4	13,1	13,2	15,0	15,2
CANAL SUR 2/ANDALUCÍA TV	2,8	2,0	1,6	1,0	0,7	0,1	0,3	0,1	0,1	0,3	0,1	0,2		0,1	0,3	0,2	0,4
TV CANARIA	10,0	13,0	11,4	9,7	9,7	7,8	9,6	9,1	7,7	6,5	8,6	6,3	7,9	14,6	7,3	7,8	5,6
TV CANARIA 2	0,7	0,8	0,9	0,9													
TV CAST. MANCHA/CMM	13,4	12,9	12,1	9,9	9,6	8,2	7,9	6,3	9,3	8,4	9,6	8,8	8,2	7,8	9,8	9,3	8,3
IB3	3,8	5,5	5,0	4,9	5,2	6,4	5,9	9,2	6,3	6,1	3,6	5,9	4,2	7,6	4,8	4,5	7,9
ARAGÓN TV	11,9	13,1	12,1	11,0	11,9	14,1	11,2	12,4	10,7	9,9	10,2	12,1	12,2	12,0	12,3	11,2	9,9
TPA	5,7	6,1	8,1	8,1	7,6	8,5	7,9	12,8	8,8	7,1	7,8	8,3	8,3	12,8	13,6	15,5	14,9
TPA2								0,5						1,3			
LA 7 REG. MURCIA	4,8	5,4	6,1	5,2	2,4	1,0				2,2	2,2	2,0	3,8	5,6	4,7	5,2	6,4
À PUNT												1,3	1,3	2,5	2,2	3,0	2,1
CANAL 9	14,2	15,2	11,9	8,1	7,9	4,6											
PUNT2/NOU2	0,7	0,4	0,4	0,2	0,2												
NOU 24				0,4	0,4												
CANAL EXTREMADURA	2,5	3,9	5,6	3,7	3,8	4,2											
AUTONÓMICAS PRIVADAS																	
CYL TV / LA 7					1,4	1,6					1,2	1,1	0,9	0,8	1,0	0,7	0,5
CYL 8 / LA 8					0,9	0,8					0,3	0,5	0,5	0,5	0,4	0,7	0,8
8 TV (Cat)					2,6	3,1	3,1	2,9	2,8	2,0	1,0	0,3	0,3	0,3	0,3		
V TELEVISIÓN					0,5	0,3											



CANALES TEMÁTICOS - 2024

Audiencia acumulada últimos 30 días. En porcentajes

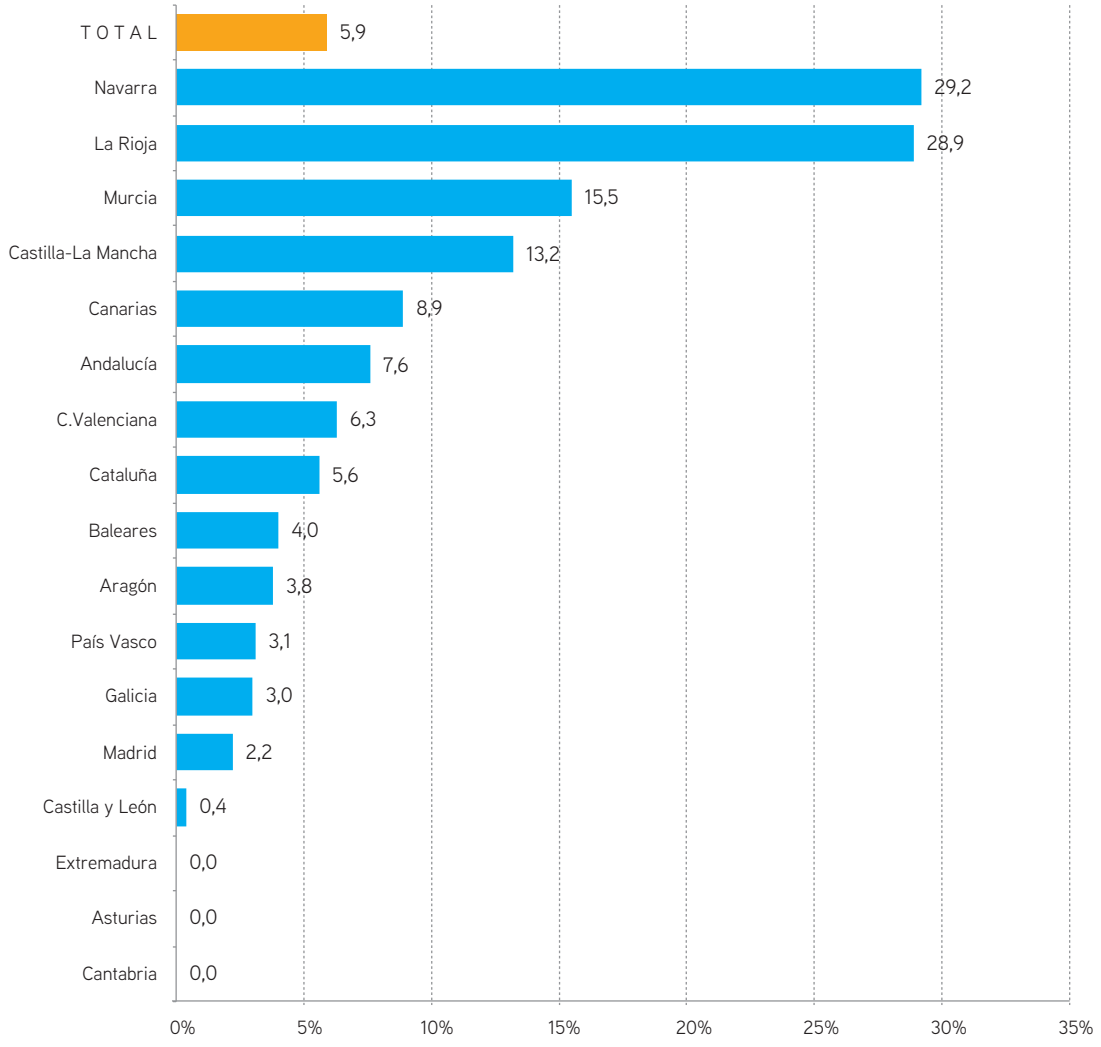
Ranking 30 primeros canales (⋆).



(⋆) Exclusivamente canales controlados por AIMC.

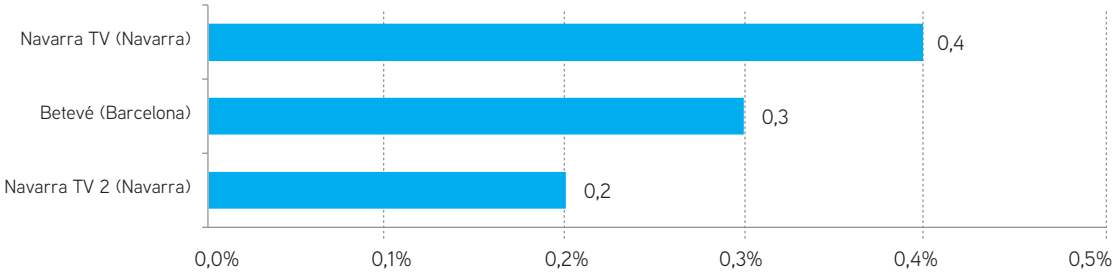
TELEVISIÓN LOCAL POR COMUNIDAD AUTÓNOMA - 2024

Audiencia acumulada últimos 30 días. En porcentajes



EMISORAS DE TELEVISIÓN LOCAL (*) - 2024

Audiencia acumulada últimos 30 días. En porcentajes



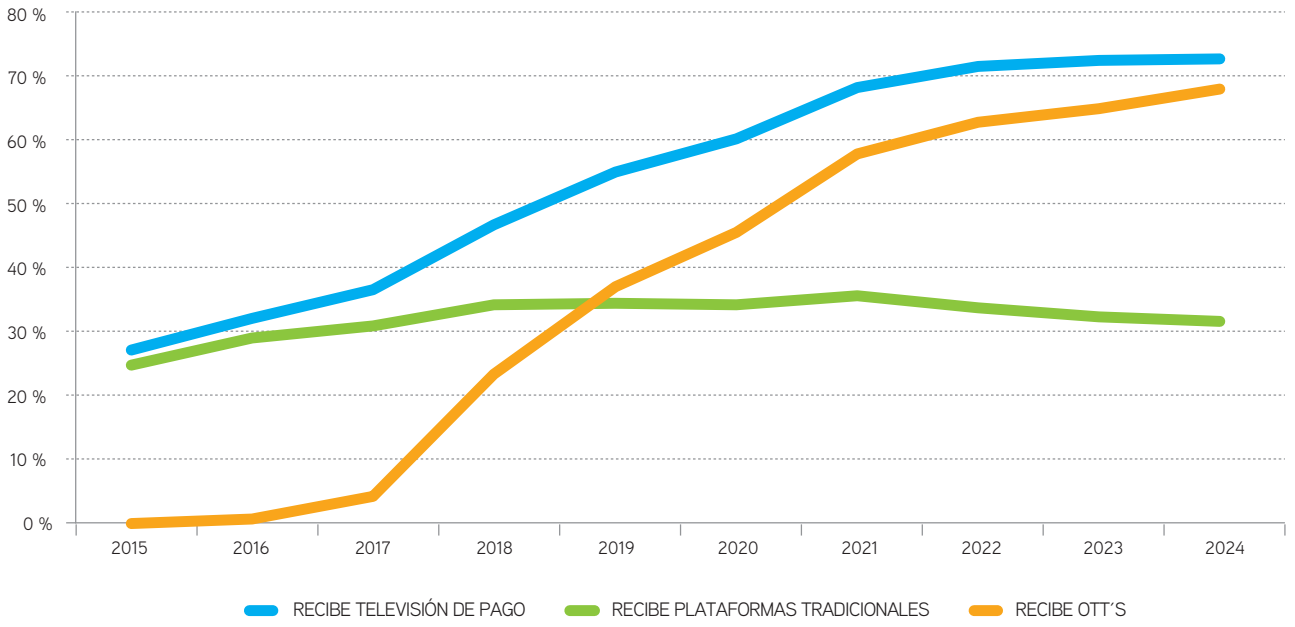
(*) Exclusivamente canales controlados por AIMC.

EVOLUCIÓN DE LA TELEVISIÓN DE PAGO - 2015-2024

(% individuos con acceso)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
RECIBE TELEVISIÓN DE PAGO	**27,3**	**32,2**	**36,7**	**46,9**	**55,2**	**60,3**	**68,4**	**71,6**	**72,5**	**73,9**
RECIBE PLATAFORMAS TRADICIONALES	**24,9**	**29,0**	**31,1**	**34,3**	**34,4**	**34,2**	**35,6**	**33,9**	**32,5**	**31,6**
Movistar Plus+	16,2	17,1	17,2	20,2	21,0	20,8	21,7	20,6	19,2	18,4
Vodafone TV/Ono	5,2	6,4	7,6	7,4	6,8	6,9	6,8	6,1	5,6	5,9
Orange TV	0,9	2,3	2,9	4,3	4,7	4,6	5,3	5,2	5,0	5,1
Jazztel TV	0,2	0,6	0,8						0,9	1,3
Euskaltel TV	0,8	1,1	1,2	1,1	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0	0,9
R Galicia	0,7	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,6
Telecable Asturias	0,8	0,7	0,8	0,8	0,7	0,6	0,5	0,6	0,5	0,5
Virgin Telco							0,1	0,2	0,2	0,2
RECIBE OTT´S	**0,0**	**0,7**	**4,3**	**23,4**	**37,1**	**45,7**	**58,0**	**62,8**	**65,0**	**68,1**
Netflix		0,7	4,0	19,3	31,5	39,1	50,2	54,5	51,7	53,2
Amazon Prime Video			0,1	4,6	11,3	18,5	31,4	35,3	38,3	42,2
Disney+						7,9	11,2	16,3	21,2	22,9
Max / HBO Max			0,6	6,1	10,4	11,9	14,7	19,1	21,2	20,7
DAZN					1,6	1,9	3,6	5,8	7,6	8,0
Filmin					0,7	1,0	1,7	2,1	2,6	2,7
Rakuten TV	0,0	0,1	0,1	0,4	1,1	1,3	1,9	2,4	3,2	
Sky				0,7	1,3	1,1				
beIN Connect			0,2	1,4	0,7					

Nota: Se incluye tanto a individuos que pagan por ello como a los que acceden gratuitamente



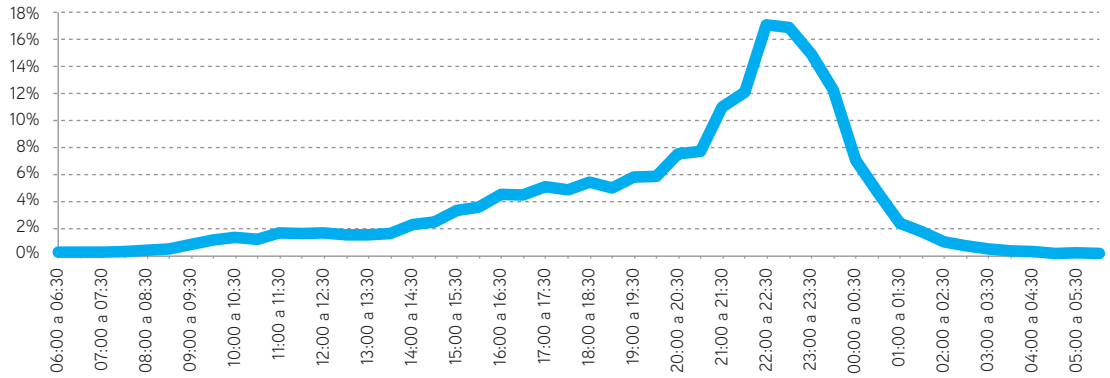
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DIARIO DE CONTENIDO TELEVISIVO POR PLATAFORMA OTT(*) - 2021-2024

Audiencia en porcentajes

	2021	2022	2023	2024
Audiencia acumulada diaria	20,9	26,0	30,6	38,6

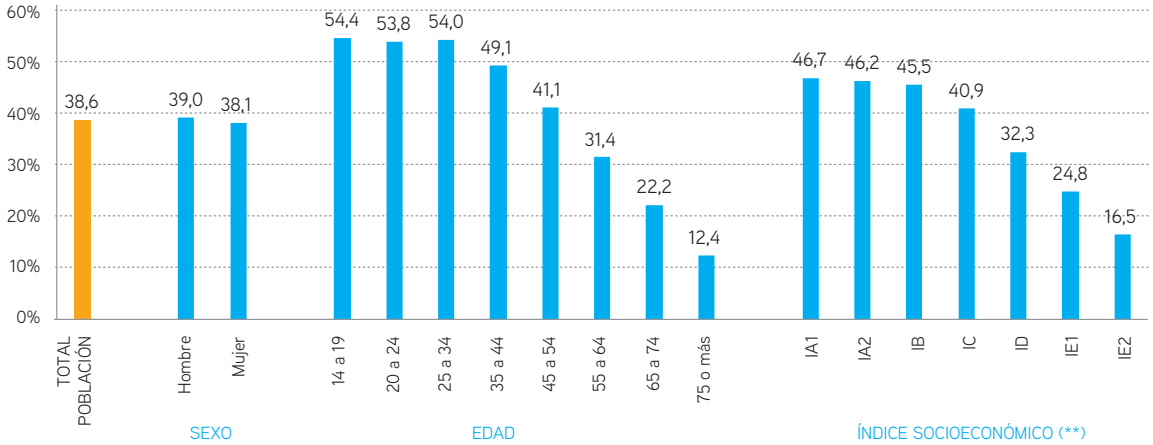
POR PERIODOS HORARIOS - 2024

06:00 a 06:30	0,2	12:00 a 12:30	1,6	18:00 a 18:30	5,4	00:00 a 00:30	7,0
06:30 a 07:00	0,2	12:30 a 13:00	1,5	18:30 a 19:00	5,0	00:30 a 01:00	4,7
07:00 a 07:30	0,2	13:00 a 13:30	1,5	19:00 a 19:30	5,8	01:00 a 01:30	2,3
07:30 a 08:00	0,3	13:30 a 14:00	1,6	19:30 a 20:00	5,8	01:30 a 02:00	1,7
08:00 a 08:30	0,4	14:00 a 14:30	2,3	20:00 a 20:30	7,5	02:00 a 02:30	0,9
08:30 a 09:00	0,4	14:30 a 15:00	2,5	20:30 a 21:00	7,7	02:30 a 03:00	0,7
09:00 a 09:30	0,8	15:00 a 15:30	3,3	21:00 a 21:30	11,0	03:00 a 03:30	0,4
09:30 a 10:00	1,1	15:30 a 16:00	3,5	21:30 a 22:00	12,1	03:30 a 04:00	0,3
10:00 a 10:30	1,3	16:00 a 16:30	4,5	22:00 a 22:30	17,1	04:00 a 04:30	0,2
10:30 a 11:00	1,2	16:30 a 17:00	4,4	22:30 a 23:00	16,9	04:30 a 05:00	0,1
11:00 a 11:30	1,6	17:00 a 17:30	5,1	23:00 a 23:30	14,9	05:00 a 05:30	0,1
11:30 a 12:00	1,6	17:30 a 18:00	4,8	23:30 a 24:00	12,3	05:30 a 06:00	0,1



PENETRACIÓN POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS - 2024

Audiencia acumulada diaria



(*) Plataformas de video bajo demanda de pago por Internet (Netflix, Amazon Prime Video, Disney+, Max, DAZN...).

(**) IA1 mayor índice socioeconómico. IE2 menor índice socioeconómico.

MEDIOS IMPRESOS

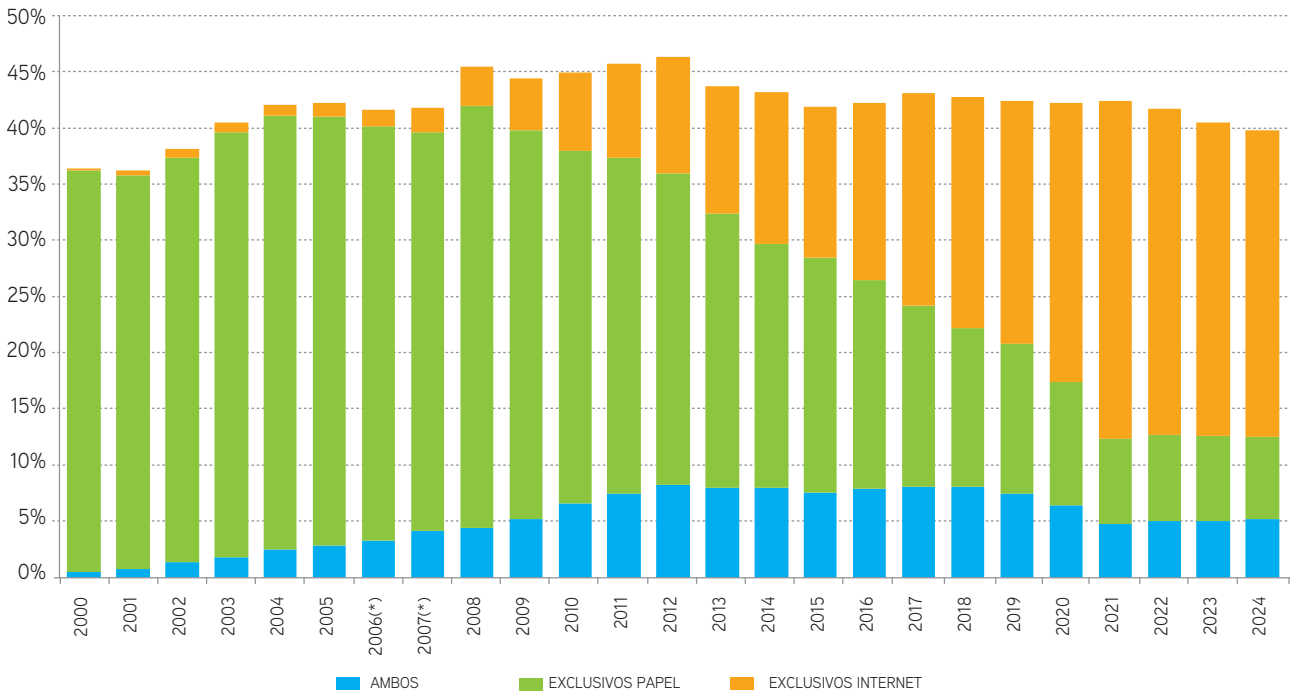
EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE DIARIOS SEGÚN TIPO DE LECTOR (PAPEL/INTERNET) - 2000-2024

Audiencia diaria. Penetración %.

		LECTORES DE DIARIOS					
		TOTAL DIARIOS (PAPEL + INTERNET)	TOTAL		EXCLUSIVOS		AMBOS (PAPEL E INTERNET)
	UNIVERSO (miles)		PAPEL	INTERNET	PAPEL	INTERNET	
2000	34.733	36,5	36,3	0,7	35,8	0,2	0,5
2001	34.817	36,3	35,9	1,2	35,1	0,4	0,8
2002	34.817	38,2	37,4	2,2	36,1	0,8	1,4
2003	35.243	40,5	39,7	2,6	37,9	0,8	1,8
2004	36.405	42,1	41,1	3,5	38,7	1,0	2,5
2005	37.084	42,3	41,1	4,0	38,3	1,2	2,8
2006(*)	37.439	41,7	40,2	4,7	36,9	1,5	3,3
2007(*)	37.911	41,8	39,7	6,3	35,6	2,1	4,1
2008	38.261	45,5	42,1	7,8	37,7	3,4	4,4
2009	39.462	44,5	39,8	9,9	34,6	4,7	5,2
2010	39.435	45,1	38,0	13,6	31,4	7,0	6,6
2011	39.485	45,8	37,4	15,9	29,9	8,4	7,5
2012	39.449	46,4	36,1	18,7	27,8	10,4	8,3
2013	39.331	43,8	32,4	19,3	24,4	11,3	8,0
2014	39.681	43,3	29,8	21,6	21,7	13,5	8,0
2015	39.724	42,0	28,5	21,0	20,9	13,4	7,6
2016	39.716	42,3	26,5	23,8	18,5	15,8	7,9
2017	39.783	43,2	24,3	27,0	16,2	18,9	8,1
2018	39.852	42,8	22,2	28,7	14,1	20,6	8,1
2019	40.288	42,5	20,8	29,1	13,4	21,7	7,4
2020	40.565	42,3	17,4	31,3	11,0	24,9	6,4
2021	40.948	42,6	12,5	34,9	7,6	30,1	4,8
2022	41.118	41,8	12,7	34,1	7,7	29,1	5,0
2023	41.655	40,6	12,6	33,0	7,6	28,0	5,0
2024	42.131	39,9	12,5	32,6	7,3	27,4	5,2

Nota: Internet incluye los lectores a través de web, app, visor digital o pdf.

(*) Datos del estudio EGM Multimedia.

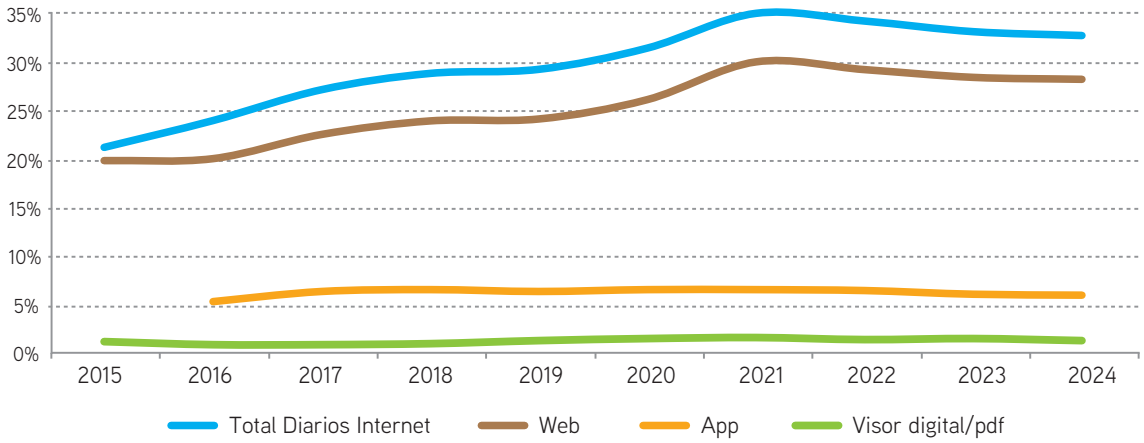


EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE DIARIOS POR INTERNET SEGÚN DISPOSITIVO Y FORMATO DE ACCESO - 2015-2024

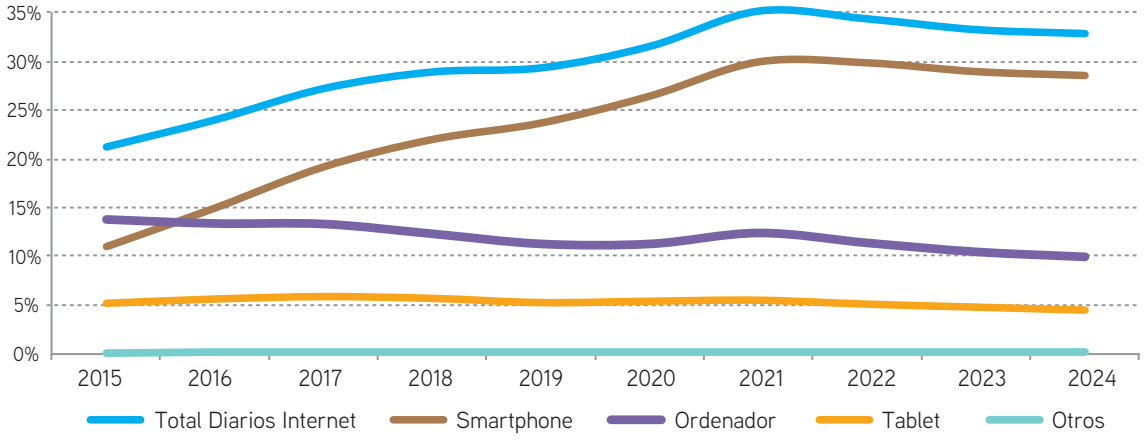
Audiencia diaria. Penetración %.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Total Diarios Internet	**21,0**	**23,8**	**27,0**	**28,7**	**29,1**	**31,3**	**34,9**	**34,1**	**33,0**	**32,6**
Por formato de acceso										
Web	19,7	19,9	22,4	23,8	24,0	26,0	29,9	29,1	28,3	28,1
App		5,1	6,2	6,4	6,2	6,4	6,4	6,3	5,9	5,8
Visor digital/pdf	1,0	0,7	0,7	0,8	1,1	1,3	1,4	1,2	1,3	1,1
Por dispositivo										
Smartphone	10,8	14,7	18,9	21,7	23,4	26,2	29,7	29,6	28,7	28,3
Ordenador	13,6	13,2	13,1	12,1	11,1	11,1	12,2	11,2	10,3	9,8
Tablet	5,0	5,4	5,7	5,5	5,1	5,2	5,3	4,9	4,6	4,3
Otros	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

FORMATO



DISPOSITIVO



EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE DIARIOS (PAPEL+VISOR DIGITAL) SEGÚN TIPO (*) - 1997-2024

Audiencia diaria. Penetración %.

	UNIVERSO (miles)	TOTAL DIARIOS	INFORMACIÓN GENERAL	ECONÓMICOS	DEPORTIVOS	DE PAGO	GRATUITOS
1997	33.984	37,7	32,7	0,4	10,8		
1998	34.132	36,9	32,2	0,5	10,2		
1999	34.497	35,2	30,6	0,6	9,5		
2000	34.733	36,3	32,0	0,6	9,7		
2001	34.817	35,9	31,5	0,5	9,4		
2002	34.817	37,4	33,4	0,4	9,9	35,8	2,7
2003	35.243	39,7	35,9	0,5	10,5	37,3	4,1
2004	36.405	41,1	37,2	0,5	11,1	38,2	5,4
2005	37.084	41,1	37,3	0,6	10,7	36,5	8,0
2006	37.439	41,8	38,0	0,6	10,4	36,6	8,5
2007	37.911	41,3	37,4	0,6	10,4	35,7	9,4
2008	38.261	42,1	38,0	0,7	10,9	35,8	10,8
2009	39.462	39,8	35,2	0,7	11,4	35,2	7,8
2010	39.435	38,0	33,3	0,6	11,6	33,9	7,0
2011	39.485	37,4	32,5	0,6	12,0	33,6	6,3
2012	39.449	36,1	31,3	0,7	12,0	33,0	5,0
2013	39.331	32,4	27,9	0,6	10,7	30,7	3,0
2014	39.681	29,8	25,6	0,6	9,8	28,2	2,6
2015	39.724	28,5	24,7	0,5	9,2	27,1	2,5
2016	39.716	26,5	22,8	0,5	8,7	25,0	2,2
2017	39.783	24,3	21,2	0,4	7,7	23,1	1,8
2018	39.852	22,8	19,9	0,5	6,8	21,6	1,7
2019	40.288	21,7	18,9	0,5	6,5	20,5	1,6
2020	40.565	18,4	16,2	0,4	5,1	17,4	1,3
2021	40.948	13,7	12,1	0,5	3,1	12,9	0,9
2022	41.118	13,7	12,1	0,4	3,4	12,9	0,9
2023	41.655	13,7	12,0	0,4	3,6	13,0	0,9
2024	42.131	13,3	11,5	0,5	3,6	12,6	0,8

(*) Hasta 2017 lectores en papel. A partir de 2018 se incluye papel y visor digital/pdf.

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE DIARIOS (PAPEL+VISOR DIGITAL) (*) - 2008-2024

Audiencia diaria. Penetración %.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Total Lectores Prensa	**42,1**	**39,8**	**38,0**	**37,4**	**36,1**	**32,4**	**29,8**	**28,5**	**26,5**	**24,3**	**22,8**	**21,7**	**18,4**	**13,7**	**13,7**	**13,7**	**13,3**
DE PAGO																	
Marca	6,8	7,1	7,3	7,5	7,6	7,1	6,3	5,9	5,5	4,8	4,3	4,1	3,3	2,0	2,2	2,3	2,3
El País	5,8	5,3	4,9	4,9	4,9	4,6	4,1	3,7	3,1	2,7	2,6	2,5	2,3	1,8	1,8	1,9	1,7
El Mundo	3,5	3,3	3,3	3,1	3,0	2,8	2,5	2,3	1,9	1,7	1,8	1,7	1,5	1,1	1,1	1,1	1,2
As	3,3	3,3	3,5	3,7	3,8	3,4	3,3	3,0	2,9	2,6	2,1	1,9	1,6	0,9	1,0	1,0	1,1
La Voz de Galicia	1,6	1,5	1,5	1,6	1,6	1,5	1,5	1,4	1,4	1,4	1,3	1,3	1,0	0,8	0,8	1,0	0,9
La Vanguardia	1,8	1,9	1,9	2,1	2,1	1,9	1,7	1,7	1,5	1,5	1,4	1,4	1,2	1,0	0,9	0,9	0,8
ABC	1,8	1,8	1,9	1,7	1,6	1,4	1,3	1,3	1,1	1,0	1,0	1,1	1,1	0,9	0,9	0,7	0,8
Mundo Deportivo	1,5	1,6	1,7	1,8	1,8	1,5	1,5	1,4	1,2	1,1	1,0	1,0	0,7	0,6	0,5	0,6	0,6
El Correo	1,4	1,3	1,2	1,1	1,2	1,1	1,0	1,1	1,0	0,9	0,8	0,7	0,7	0,6	0,7	0,6	0,5
Sport	1,5	1,7	1,9	1,8	1,8	1,5	1,3	1,2	1,1	1,0	0,9	0,9	0,7	0,4	0,4	0,5	0,5
La Nueva España	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,4	0,4	0,4	0,4
El Periódico	2,1	1,9	2,0	1,9	1,6	1,6	1,4	1,3	1,2	1,1	0,9	0,9	0,7	0,5	0,5	0,4	0,4
El Diario Vasco	0,8	0,8	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,3	0,4	0,4	0,4
Faro de Vigo	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,7	0,6	0,6	0,5	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4
Última Hora	0,5	0,6	0,6	0,5	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
Expansión (1)	0,4	0,5	0,5	0,4	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
La Razón	1,1	0,9	0,9	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,3	0,3	0,4	0,3
Heraldo de Aragón	0,7	0,7	0,7	0,8	0,8	0,7	0,6	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,3	0,3	0,3	0,3
Diario de Navarra	0,6	0,5	0,5	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3
El Comercio	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
El Diario Montañés	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	0,2
El Norte de Castilla	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
Levante	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,5	0,5	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2
Diario de Mallorca	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Diario de Noticias	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
Ara				0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
El Progreso	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
La Verdad	0,7	0,7	0,6	0,7	0,7	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,3	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
Ideal de Andalucía	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2
Sur	0,4	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,1	0,2	0,2	0,2
El Economista (2)		0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2			0,1	0,1	0,1	0,2
Información Alicante	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1
La Rioja	0,2	0,3	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
La Región	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1
Cinco Días (1)	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Diario de Burgos	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,1
Diario de Cádiz	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Diario de León	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
La Gaceta de Salamanca	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1			0,1	0,1
El Día	0,5	0,6	0,5	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1
Segre	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
El Punt Avui (4)				0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1
Las Provincias	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1
La Provincia	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Mediterráneo	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Deia	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Hoy Diario de Extremadura	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Diario de Avisos	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Canarias 7	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Diario de Sevilla	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
La Voz de Almería		0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1		0,1	0,1
Córdoba	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Diari de Tarragona			0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
El Correo Gallego	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE DIARIOS (PAPEL+VISOR DIGITAL) (*) - 2008-2024 (CONT.)

Audiencia diaria. Penetración %.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Jaén	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	
Super Deporte	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1			0,1	
El Correo de Andalucía	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1							
La Gaceta			0,5	0,5	0,4	0,2											
Público	0,4	0,6	0,6	0,8													
El Punt (4)	0,4	0,4	0,4														
Avui (4)	0,4	0,3	0,3														
Gara	0,2																
GRATUITOS																	
20 Minutos (3)	7,6	6,0	5,8	5,4	4,8	3,1	2,7	2,5	2,3	1,8	1,5	1,5	1,2	0,7	0,7	0,7	0,6
Diari Més (3)					0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	
Viva (3)	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1		0,1		
Qué! (3)	5,9	4,3	3,8	3,4													
ADN (3)	4,7	3,5	3,0	2,6													
Metro Directo (3)	4,8																
Nervión (3)	0,3																

(*) Hasta 2017 audiencia en papel. A partir de 2018 se incluye papel y visor digital/pdf.
(1) Se publica de lunes a sábado.
(2) Se publica de martes a sábado.
(3) Se publica de lunes a viernes.
(4) A mediados de 2011 "El Punt" y "Avui" se fusionaron en "El Punt Avui".

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE SUPLEMENTOS (PAPEL+VISOR DIGITAL) (*) - 2008-2024

Audiencia semanal. Penetración %.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Total Lectores	**21,7**	**21,9**	**19,2**	**18,2**	**16,2**	**14,6**	**12,7**	**11,0**	**9,5**	**8,7**	**7,4**	**7,0**	**5,9**	**4,6**	**4,0**	**4,1**	**3,5**
XL Semanal (3)	8,7	8,9	7,8	7,3	6,4	6,3	5,8	5,1	4,4	4,6	4,0	3,6	3,1	2,7	2,6	2,4	2,0
El País Semanal/EPS	6,2	6,1	5,4	5,0	4,3	3,8	3,5	3,2	2,5	2,2	1,9	2,0	1,8	1,5	1,5	1,5	1,4
Mujer Hoy (4)	5,4	5,5	4,9	5,1	4,4	4,0	3,6	3,2	2,9	2,6	2,3	2,1	1,6	1,5	1,0		
Magazine La Vanguardia	3,6	3,4	3,3	3,5	3,2	2,3	2,0	1,7	1,7	1,7	1,3	1,2	0,9				
Brisas	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1				
La Revista Canaria C7	0,3	0,4	0,3	0,3	0,2	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1				
Yo Dona	1,0	1,2	1,1	1,1	1,3	1,1	0,9	0,8	0,7	0,6	0,5	0,5					
XL Dominical (2) (3)	2,5	1,9	1,4	1,4	1,1	1,0	1,1	1,1	0,6								
Hoy Corazón (1)		0,9	1,0	1,2	0,8	0,7	0,8										

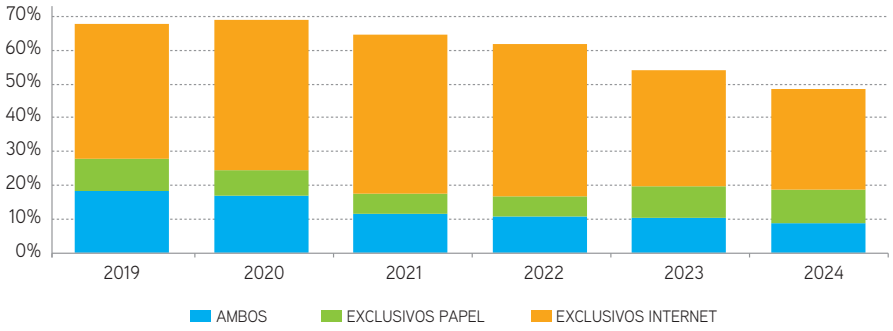
(*) Hasta 2017 audiencia en papel. A partir de 2018 se incluye papel y visor digital/pdf.
(1) En 2015 el suplemento "Hoy Corazón" se convierte en revista semanal y cambia su denominación por "Corazón TVE".
(2) En 2016 cambia su denominación "Dominical" por "XL Dominical".
(3) Desde 2017 "XL Semanal" incluye "XL Dominical".
(4) En 2023 el suplemento "Mujer Hoy" se convierte en revista mensual.

BRAND MEDIA AIMC (FUSIÓN EGM-COMSCORE)(*)

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE REVISTAS SEGÚN TIPO DE LECTOR (PAPEL/INTERNET)(*) - 2019-2024

Audiencia mensual. Penetración %.

	LECTORES DE REVISTAS					
	BRAND MEDIA (PAPEL + INTERNET)	TOTAL		EXCLUSIVOS		AMBOS (PAPEL E INTERNET)
		PAPEL	INTERNET	PAPEL	INTERNET	
2019	68,2	28,0	58,7	9,5	40,2	18,5
2020	69,4	24,7	61,8	7,6	44,8	17,0
2021	64,9	17,6	59,0	5,9	47,3	11,7
2022	62,2	16,8	56,3	5,9	45,4	10,9
2023	54,3	19,8	45,0	9,3	34,5	10,5
2024	48,8	18,8	38,8	10,0	30,0	8,8



PERFIL DE LA AUDIENCIA DE REVISTAS SEGÚN TIPO DE LECTOR (PAPEL/INTERNET)(*) - 2024

En porcentajes.

	REVISTAS		
	BRAND MEDIA (PAPEL + INTERNET)	PAPEL	INTERNET
POR SEXO			
Hombre	36,6	36,7	34,4
Mujer	63,4	63,3	65,6
POR EDAD			
14 a 19	3,8	7,6	1,7
20 a 24	4,0	7,2	2,2
25 a 34	11,8	12,2	11,4
35 a 44	16,6	14,5	17,4
45 a 54	22,0	20,0	23,6
55 a 64	19,8	17,2	21,5
65 a 74	12,7	11,1	13,5
75 o más	9,4	10,1	8,8
Edad promedio (años)	50,6	48,3	51,8
POR ÍNDICE SOCIOECONÓMICO (**)			
IA1	12,3	14,9	11,3
IA2	18,9	20,8	18,6
IB	14,9	15,7	14,9
IC	25,6	23,5	26,5
ID	10,5	9,5	10,8
IE1	12,9	10,6	13,3
IE2	5,0	5,0	4,7

(*) Datos procedentes de *Brand Media AIMC*, obtenidos mediante la fusión de datos EGM (lectores mensuales en papel o visor digital - año 2024) y Comscore (usuarios únicos mensuales en web o app - mayo-junio-septiembre 2024) para 16 revistas pertenecientes a 4 grupos editoriales (Prensa Ibérica; Hola; Grupo RBA; Semana).

(**) IA1 mayor índice socioeconómico. IE2 menor índice socioeconómico.

BRAND MEDIA AIMC (FUSIÓN EGM-COMSCORE)(*)

RANKING DE REVISTAS BRAND MEDIA (PAPEL+INTERNET)(*) - 2024

Audiencia mensual. Penetración %.

	BRAND MEDIA (PAPEL + INTERNET)	PAPEL	INTERNET
Lecturas	23,4	4,9	20,1
Hola	23,1	9,3	16,3
National Geographic España	11,4	5,7	6,5
El Mueble	10,5	1,6	9,3
Semana	9,7	3,6	6,6
Clara	9,2	1,0	8,4
Viajes National Geographic	6,2	3,3	3,1
In Style	5,7	0,6	5,2
Viajar	5,1	1,3	4,0
National Geographic Historia	4,7	2,9	2,0
Hola Fashion	4,4	1,1	3,4
Cuerpo-mente	4,1	1,1	3,1
Woman-Madame Figaro	4,0	1,4	2,7
Saber Vivir	3,8	2,2	1,7
Interiores	2,3	0,8	1,6
Arquitectura y Diseño	1,7	0,6	1,2

(*) Datos procedentes de *Brand Media AIMC,* obtenidos mediante la fusión de datos EGM (lectores mensuales en papel o visor digital - año 2024) y Comscore (usuarios únicos mensuales en web o app - mayo-junio-septiembre 2024) para 16 revistas pertenecientes a 4 grupos editoriales (Prensa Ibérica; Hola; Grupo RBA; Semana).

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE REVISTAS SEMANALES (PAPEL+VISOR DIGITAL) (*) - 2008-2024

Audiencia semanal. Penetración %.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Total Lectores	**25,5**	**24,2**	**23,8**	**22,2**	**21,0**	**20,9**	**19,9**	**18,0**	**15,9**	**13,9**	**12,5**	**12,0**	**10,3**	**8,6**	**8,0**	**9,5**	**8,9**
Hola	6,4	6,2	6,5	6,4	5,8	6,2	5,8	5,5	5,6	5,0	4,8	4,5	3,8	2,6	3,0	4,0	4,0
Pronto	9,2	9,3	8,9	8,7	9,0	9,0	8,6	8,0	7,2	6,5	5,8	5,7	4,9	4,3	3,9	4,1	3,9
Lecturas	3,2	3,2	3,7	3,2	3,0	3,5	3,5	3,5	3,4	2,9	2,6	2,6	2,0	1,6	1,8	2,1	2,0
Diez Minutos	3,7	3,6	3,8	3,7	3,2	3,2	2,8	2,7	2,8	2,5	2,1	2,1	1,8	1,3	1,2	1,7	1,6
Semana	3,6	3,4	3,3	3,2	2,8	2,8	2,7	2,0	1,6	1,5	1,6	1,5	1,4	1,1	1,1	1,5	1,5
Autopista (4)	0,7	0,5	0,5	0,5	0,5	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2			
El Jueves	1,9	1,8	1,5	1,4	1,4	1,5	1,4	1,1	1,1	1,1	1,0	1,1	0,9				
¡Qué Me Dices!	3,0	2,7	2,5	1,6	1,6	1,5	1,3	1,3	0,9	0,8	0,6	0,6	0,4				
Mía	1,5	1,2	1,2	1,1	1,0	1,0	0,8	0,7	0,6	0,6	0,5	0,4	0,4				
Corazón TVE (2)								0,7	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4				
Coche Actual (3)	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2									
Solo Moto Actual (1)	0,7	0,6	0,5	0,4	0,3	0,3											

(*) Hasta 2017 audiencia en papel. A partir de 2018 se incluye papel y visor digital/pdf.
(1) Hasta 2013 periodicidad semanal. En 2014 pasó a ser quincenal y en 2017 mensual.
(2) En 2015 el suplemento "Hoy Corazón" se convierte en revista semanal y cambia su denominación por "Corazón TVE".
(3) Hasta 2015 periodicidad semanal. En 2016 pasó a ser quincenal y en 2021 mensual.
(4) Hasta 2021 periodicidad semanal. En 2022 pasó a ser mensual.

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE REVISTAS MENSUALES (PAPEL+VISOR DIGITAL) (*) - 2008-2024

Audiencia mensual. Penetración %.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Total Lectores	**42,8**	**40,5**	**38,9**	**36,6**	**33,1**	**30,1**	**27,7**	**26,1**	**23,2**	**21,4**	**19,2**	**19,4**	**17,2**	**14,6**	**14,0**	**19,0**	**17,2**
National Geographic	4,1	3,8	3,8	3,8	3,6	4,1	4,4	4,6	3,9	4,0	3,8	3,8	3,7	3,1	3,3	5,8	5,7
Vogue	1,9	2,0	2,0	2,3	2,3	2,5	2,4	2,3	1,8	1,8	1,7	1,8	1,8	1,8	1,9	3,4	3,5
Viajes National Geographic	1,4	1,2	1,3	1,3	0,9	1,4	1,3	1,4	1,3	1,3	1,3	1,6	1,4	1,4	1,5	3,3	3,3
Historia Nat. Geographic	2,0	1,9	1,9	1,9	2,0	2,4	2,3	2,1	2,1	1,6	1,4	1,8	1,6	1,8	1,8	3,0	2,9
Saber Vivir	3,5	3,4	3,2	3,0	3,1	3,3	3,5	3,1	2,6	2,3	2,1	2,1	1,6	1,5	1,4	2,1	2,2
Elle	1,8	1,7	1,8	1,8	1,6	1,9	1,7	1,7	1,4	1,3	1,3	1,3	1,2	1,1	1,1	2,1	2,2
El Mueble	3,5	2,7	2,7	2,5	2,0	1,8	1,6	1,3	1,0	1,1	1,0	1,1	1,1	1,0	1,1	1,8	1,6
Woman	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7	0,8	0,5	0,5	0,5	0,6	0,5	0,6	0,6	1,4	1,4
Cosas de Casa	2,1	1,8	1,7	1,7	1,6	1,5	1,7	1,4	1,2	1,1	0,9	0,9	0,8	0,8	0,8	1,2	1,4
Elle Decoration										0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,6	1,3	1,3
Coches				0,4	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	1,2	1,3
Viajar	0,8	0,7	0,7	0,7	0,5	0,6	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,6	0,7	0,6	0,6	1,2	1,3
Autopista (8)															0,7	1,1	1,1
Cuerpo-mente	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,6	0,6	0,5	0,6	0,5	0,5	0,6	1,1	1,1
Telva	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,0	1,0	0,7	0,7	0,6	0,7	0,6	0,6	0,6	1,1	1,1
Men's Health	0,6	0,6	0,7	0,7	0,8	0,6	0,8	0,7	0,8	0,6	0,5	0,7	0,6	0,6	0,5	1,2	1,1
Hola Fashion							0,4	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5	0,5	0,4	0,5	1,0	1,1
Clara	1,4	1,1	1,0	0,9	0,8	0,8	0,8	0,6	0,4	0,4	0,4	0,6	0,6	0,5	0,5	1,0	1,0
Mujer Hoy (11)																1,2	0,9
Harper's Bazaar								0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,3	0,7	0,9
Motos 2000								0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,9	0,9
Love Cocina								0,4	0,4	0,4	0,2			0,2	0,2	0,8	0,8
Vanity Fair		0,3	0,3	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,8	0,8
Automóvil	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,6	0,8

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE REVISTAS MENSUALES (PAPEL+VISOR DIGITAL) (*) - 2008-2024 (CONT.)

Audiencia mensual. Penetración %.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Interiores	0,7	0,6	0,5	0,6	0,4	0,5	0,6	0,4	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,7	0,8
Marie Claire	0,8	0,7	0,8	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,8	0,7
Coche Actual (4)														0,4	0,4	0,6	0,7
Sport Life	0,7	0,7	0,8	0,8	0,9	0,9	0,8	0,8	0,7	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,8	0,7
InStyle	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,5	0,6
Ad	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,6	0,6
Arquitectura y Diseño	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,6	0,6
Gadget														0,2	0,1	0,3	0,4
Fotogramas	1,5	1,4	1,4	1,0	1,1	1,1	1,1	1,0	0,8	0,8	0,8	1,1	1,0	0,9	1,0	1,6	
Solo Moto (3)												0,6	0,5	0,5	0,4	0,8	
Cocina Fácil	1,7	1,8	1,7	1,6	1,6	1,9	2,0	1,7	1,4	1,4	1,2	1,2	1,1	0,9	0,9		
Saber Cocinar							0,7	0,8	0,7	0,7	0,7	0,6	0,7	0,7	0,9		
Viva la Vida												0,4	0,4	0,5	0,6		
PlayManía	0,9	0,8	0,7	0,6	0,7	0,7	0,6				0,3	0,4	0,3	0,2	0,3		
Muy Interesante	6,2	6,0	5,7	5,5	5,6	5,6	5,3	4,8	4,2	3,8	3,4	3,6	3,3	2,9			
Cosmopolitan (9)	2,1	2,1	2,0	1,7	1,9	1,8	1,6	1,5	1,3	1,2	1,1	1,5	1,4	1,2			
Car and Driver (9)	0,6	0,6	0,7	0,7	0,6	0,7	0,6	0,5	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3			
Nuevo Estilo (10)	1,1	0,9	0,8	0,8	0,6	0,7	0,7	0,6	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3			
Solo Camión (9)	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,1			
Glamour (5)	1,5	1,5	1,5	1,4	1,4	1,6	1,3	1,2	1,0	0,9	0,9	1,0	1,0				
Runners World (6)	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3				
Conde Nast Traveler (5)				0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2				
Solo Auto 4x4 (7)	0,6	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1				
Solo Moto Actual (1) (3)										0,6	0,6						
Solo Moto 30 (3)	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,4	0,5	0,4						
Racc Club (2)	2,2	2,1	1,7	1,3	1,2	1,2	1,2	0,9	0,7								

(*) Hasta 2017 audiencia en papel. A partir de 2018 se incluye papel y visor digital/pdf.
(1) Hasta 2013 periodicidad semanal. En 2014 pasó a ser quincenal y en 2017 mensual.
(2) Hasta 2016 periodicidad mensual. En 2017 pasó a ser bimestral y en 2021 trimestral.
(3) En 2019 "Solo Moto Actual" y "Solo Moto 30" se fusionaron en "Solo Moto".
(4) Hasta 2015 periodicidad semanal. En 2016 pasó a ser quincenal y en 2021 mensual.
(5) Hasta 2020 periodicidad mensual. En 2021 pasó a ser bimestral.
(6) Hasta 2020 periodicidad mensual. En 2021 pasó a ser trimestral.
(7) En 2021 "Solo Auto 4x4" pasa de periodicidad mensual a trimestral y cambia su denominación por "Solo Auto".
(8) Hasta 2021 periodicidad semanal. En 2022 pasó a ser mensual.
(9) Hasta 2021 periodicidad mensual. En 2022 pasó a ser bimestral.
(10) Hasta 2021 periodicidad mensual. En 2022 pasó a ser trimestral.
(11) En 2023 el suplemento "Mujer Hoy" se convierte en revista mensual.

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE REVISTAS BIMESTRALES (PAPEL+VISOR DIGITAL) (*) - 2013-2024

Audiencia bimestral. Penetración %.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Total Lectores	**1,2**	**1,4**	**1,8**	**1,7**	**2,7**	**2,5**	**4,5**	**4,3**	**3,7**	**4,7**	**4,5**	**3,8**
Cosmopolitan (3)										1,6	3,0	2,8
Conde Nast Traveler (2)									0,3	0,4	0,8	0,8
Car and Driver (3)										0,5	0,9	
Solo Camión (3)										0,2	0,5	
Nat. Geographic Edic. Espec.							1,1	1,2	1,1	1,2		
Lecturas Especial Cocina	1,2	1,3	0,9	1,0	1,0	0,9	1,0	0,9	0,8	0,7		
Hist. Nat. Geog. Edic. Espec.							0,7	0,7	0,7	0,7		
Casas de Campo					0,4	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4		
Glamour (2)									1,1			
Racc Club (1)					0,9	0,7	0,8	0,9				

(*) Hasta 2017 audiencia en papel. A partir de 2018 se incluye papel y visor digital/pdf.
(1) Hasta 2016 periodicidad mensual. En 2017 pasó a ser bimestral y en 2021 trimestral.
(2) Hasta 2020 periodicidad mensual. En 2021 pasó a ser bimestral.
(3) Hasta 2021 periodicidad mensual. En 2022 pasó a ser bimestral.

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE REVISTAS TRIMESTRALES (PAPEL+VISOR DIGITAL) - 2021-2024

Audiencia trimestral. Penetración %.

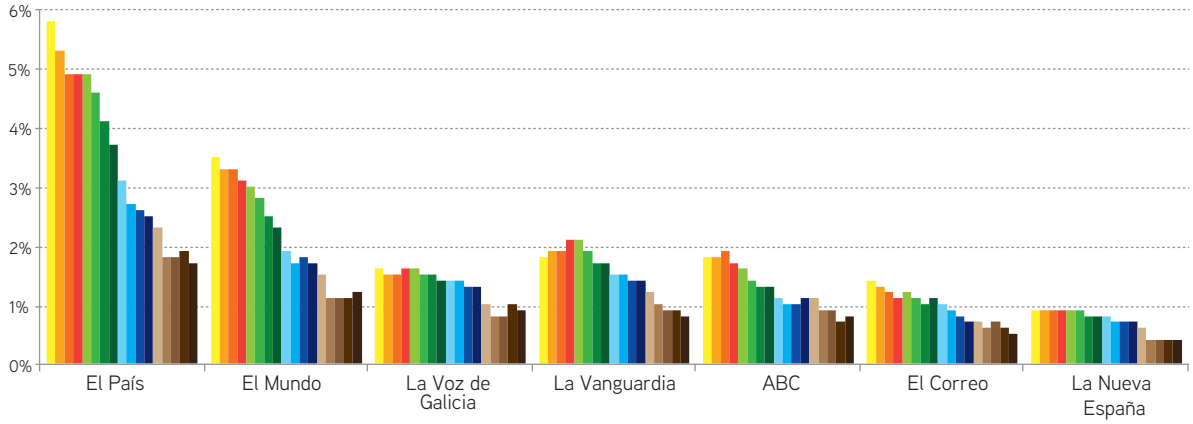
	2021	2022	2023	2024
Total Lectores	**1,5**	**2,2**	**3,5**	**3,6**
Nuevo Estilo (4)		0,5	1,1	1,2
Racc Club (1)	1,0	1,0	1,3	1,1
Runners World (2)	0,4	0,4	0,7	0,9
Solo Auto (3)	0,3			

(1) Hasta 2016 periodicidad mensual. En 2017 pasó a ser bimestral y en 2021 trimestral.
(2) Hasta 2020 periodicidad mensual. En 2021 pasó a ser trimestral.
(3) En 2021 "Solo Auto 4x4" pasa de periodicidad mensual a trimestral y cambia su denominación por "Solo Auto".
(4) Hasta 2021 periodicidad mensual. En 2022 pasó a ser trimestral.

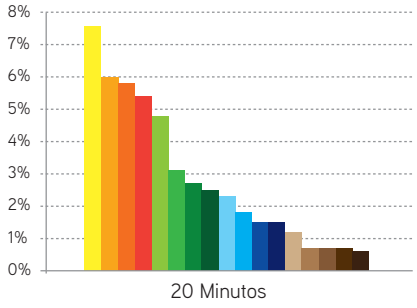
EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA - 2008-2024

DIARIOS (PAPEL+VISOR DIGITAL) (*)

DE PAGO - INFORMACIÓN GENERAL

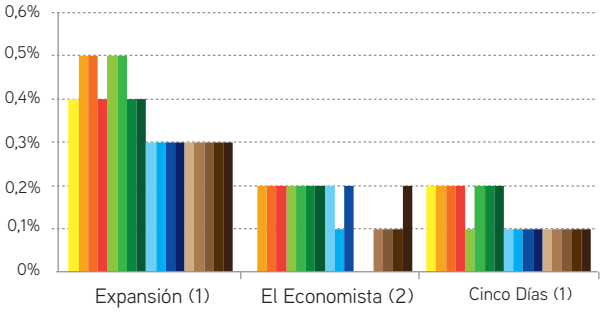


GRATUITOS - INF. GENERAL



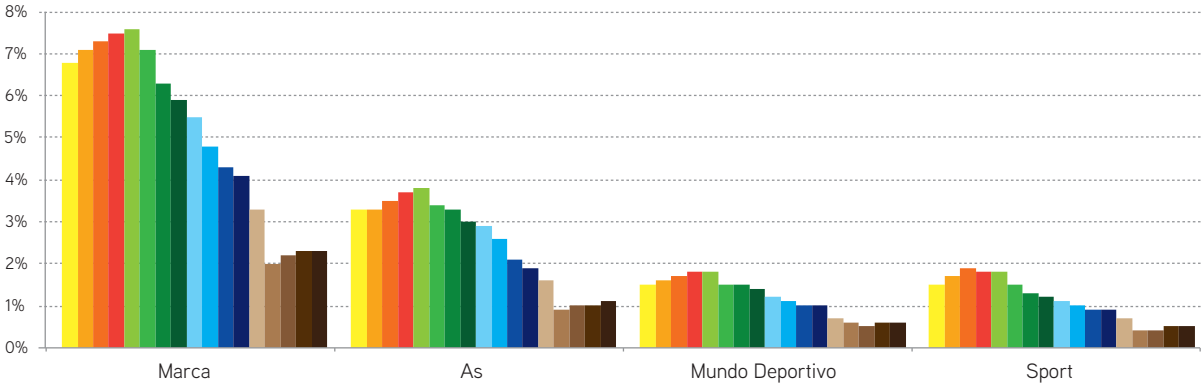
Se publica de lunes a viernes

DE PAGO - ECONÓMICOS



(1) Se publica de lunes a sábado.
(2) Se publica de martes a sábado.

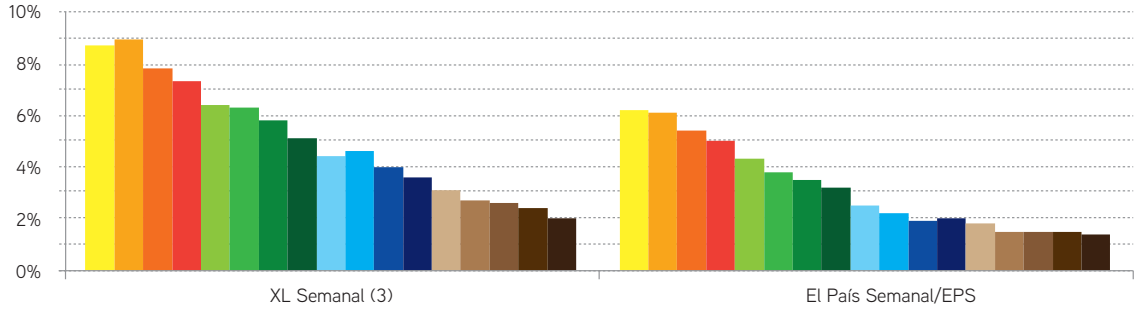
DE PAGO - DEPORTIVOS



(*) Hasta 2017 audiencia en papel. A partir de 2018 se incluye papel y visor digital/pdf.

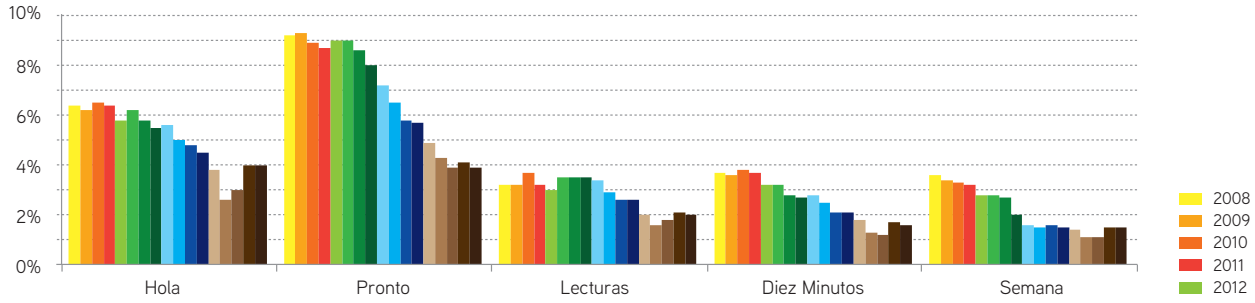
EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA - 2008-2024 (CONT.)

SUPLEMENTOS (PAPEL+VISOR DIGITAL) (*)

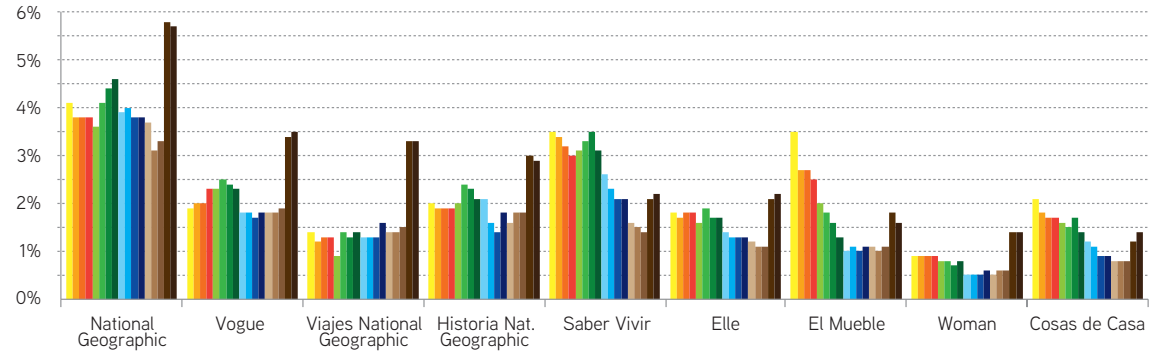


(3) Desde 2017 "XL Semanal" incluye "XL Dominical".

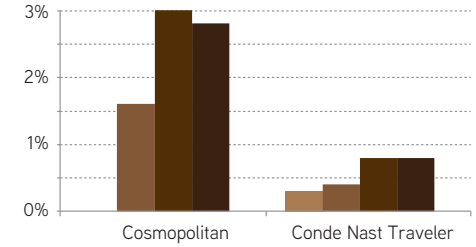
REVISTAS SEMANALES (PAPEL+VISOR DIGITAL) (*)



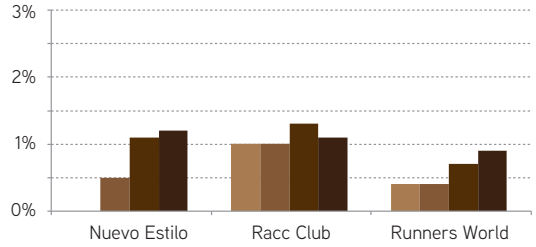
REVISTAS MENSUALES (PAPEL+VISOR DIGITAL) (*)



REVISTAS BIMESTRALES (PAPEL+VISOR DIGITAL)

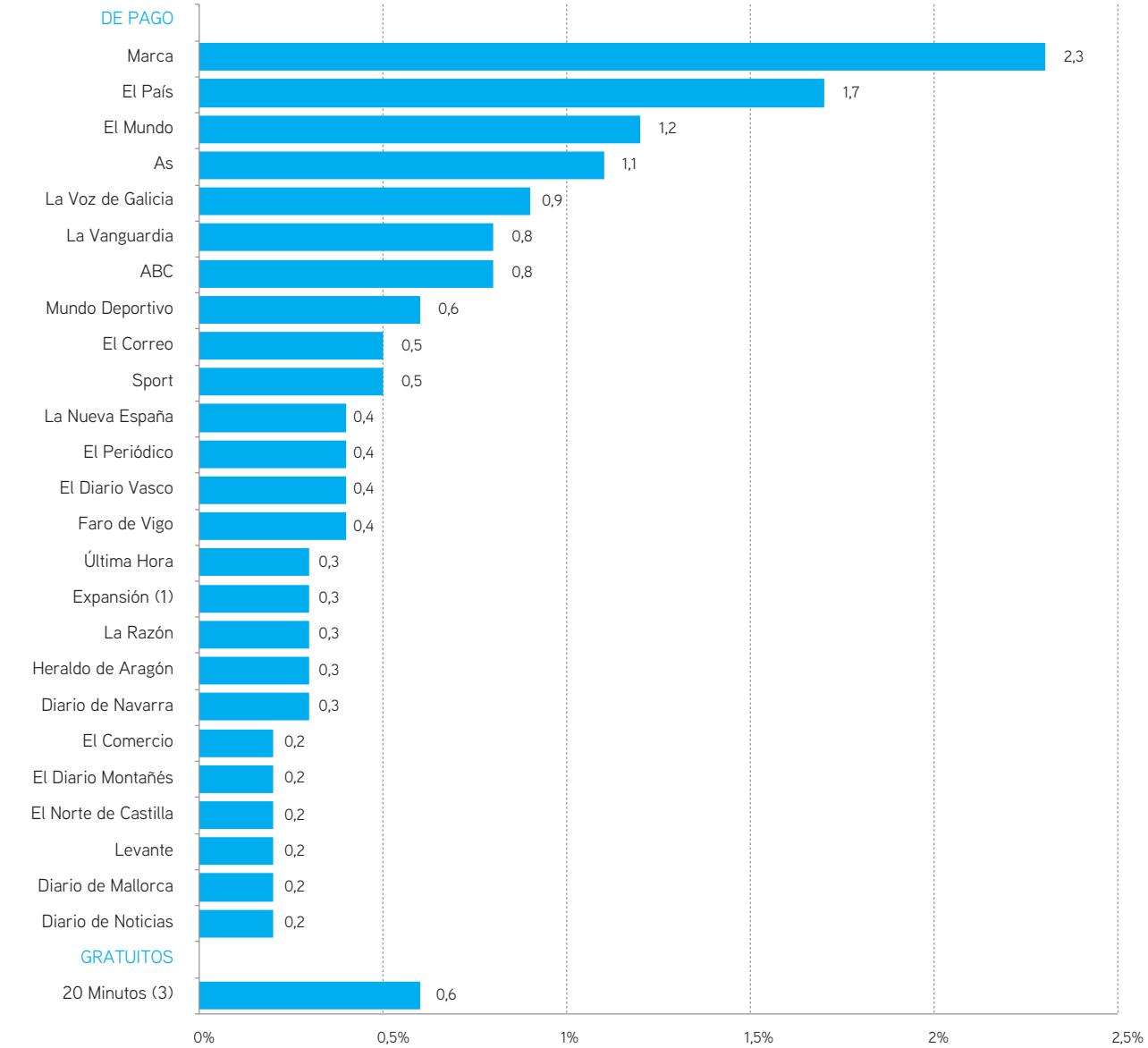


REVISTAS TRIMESTRALES (PAPEL+VISOR DIGITAL)



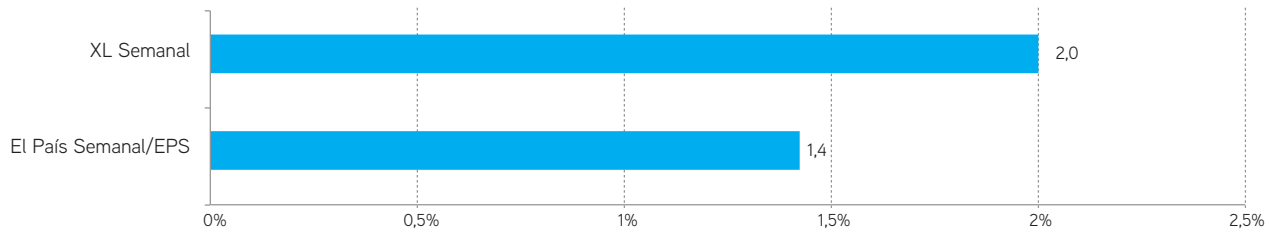
(*) Hasta 2017 audiencia en papel. A partir de 2018 se incluye papel y visor digital/pdf.

AUDIENCIA DE DIARIOS (PAPEL+VISOR DIGITAL) - 2024

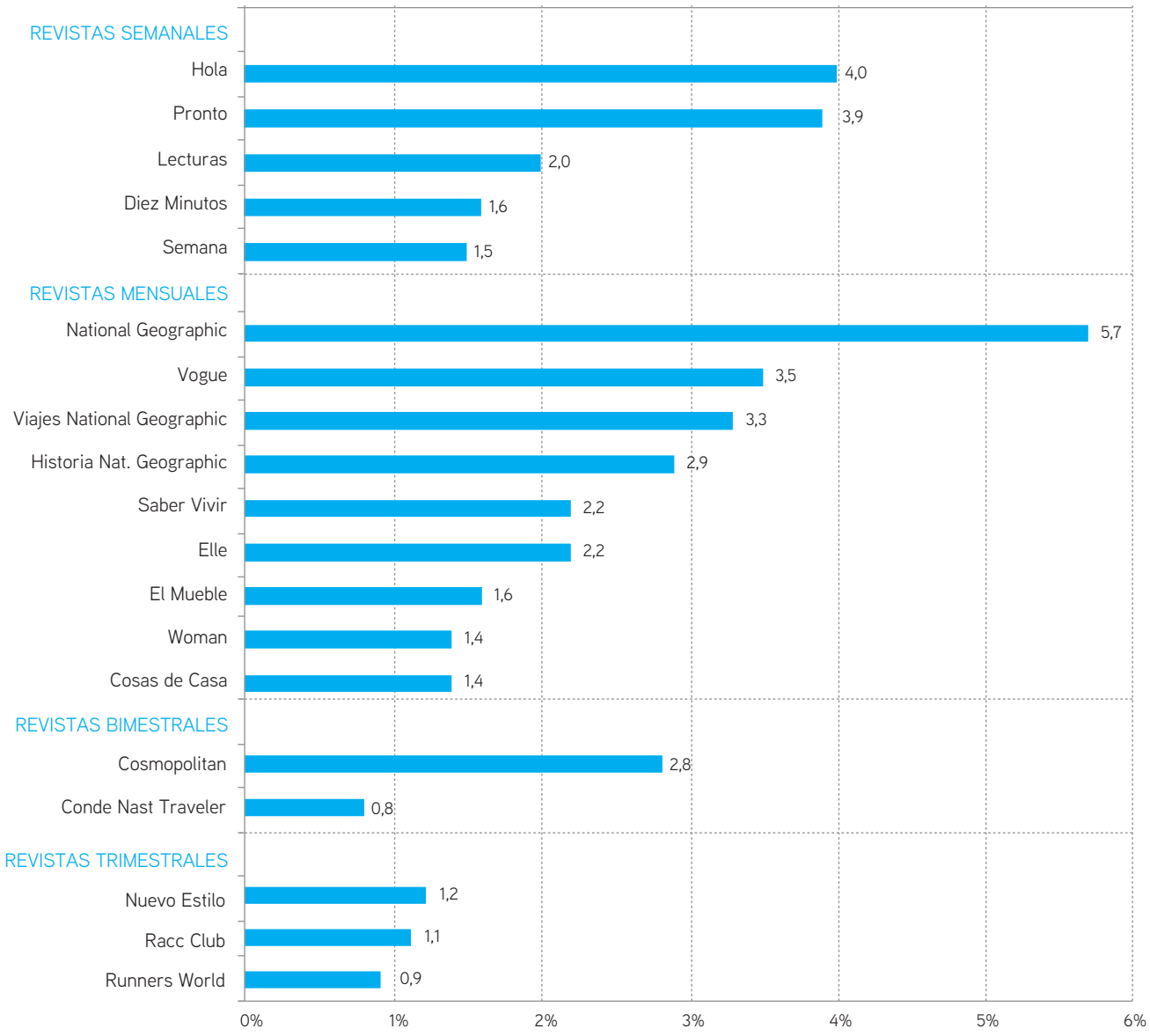


(1) Se publica de lunes a sábado .
(3) Se publica de lunes a viernes.

AUDIENCIA DE SUPLEMENTOS (PAPEL+VISOR DIGITAL) - 2024



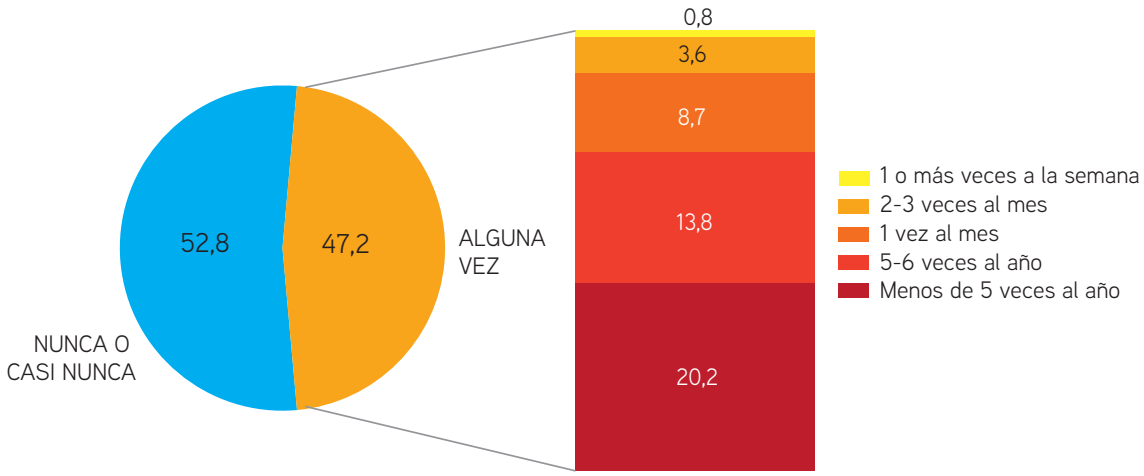
AUDIENCIA DE REVISTAS (PAPEL+VISOR DIGITAL) - 2024



CINE

HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE - 2024

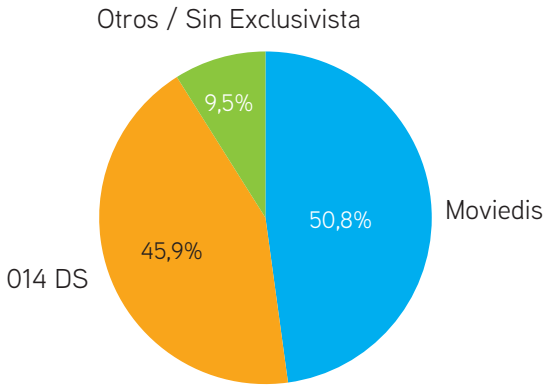
% Individuos.



AUDIENCIA QUINCENAL DE CINE POR EXCLUSIVISTA - 2024

Penetración (% sobre la audiencia quincenal del cine).

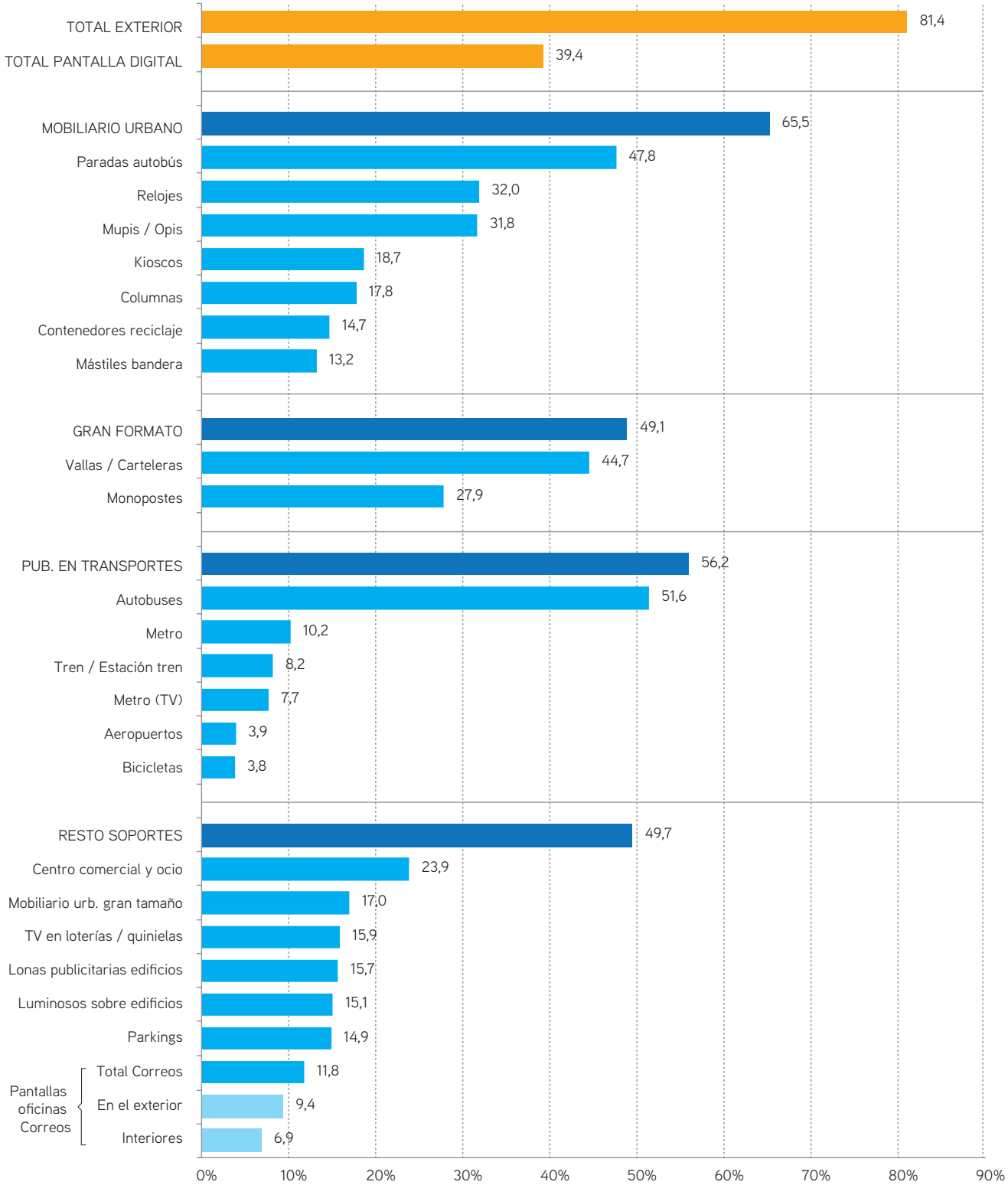
AUDIENCIA QUINCENAL DEL CINE (EN MILES): 2.888



Nota: La suma de los porcentajes supera el 100% porque existen individuos que acuden a salas de cine de diferente exclusivista en la misma quincena.

EXTERIOR - TIPOLOGÍA DE SOPORTES - 2024

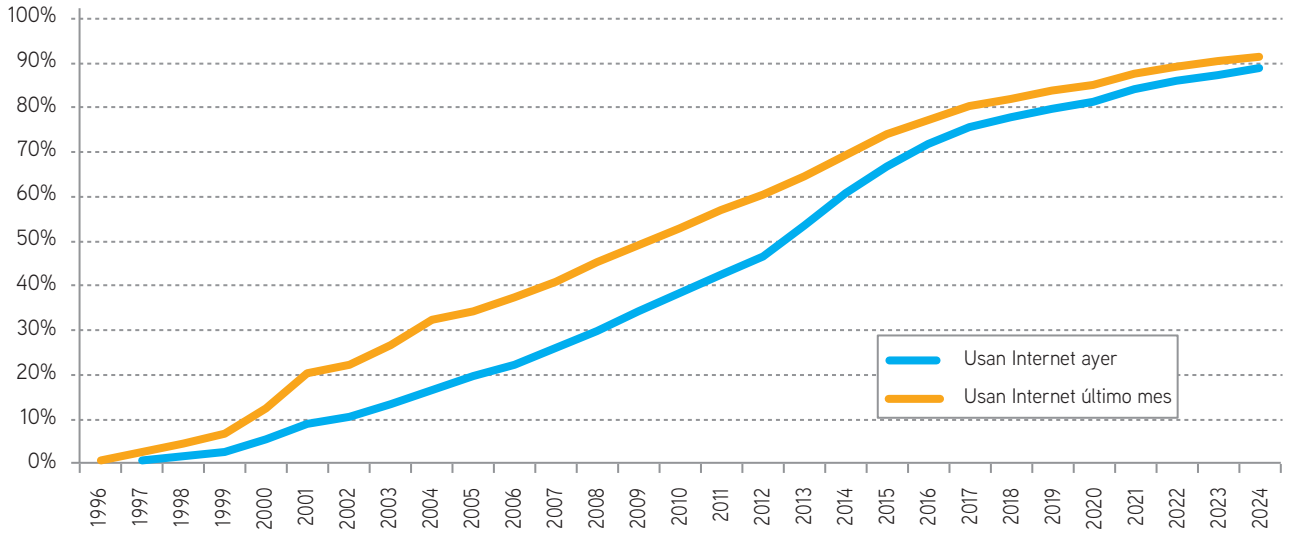
% de individuos que han visto publicidad en la última semana en...



INTERNET

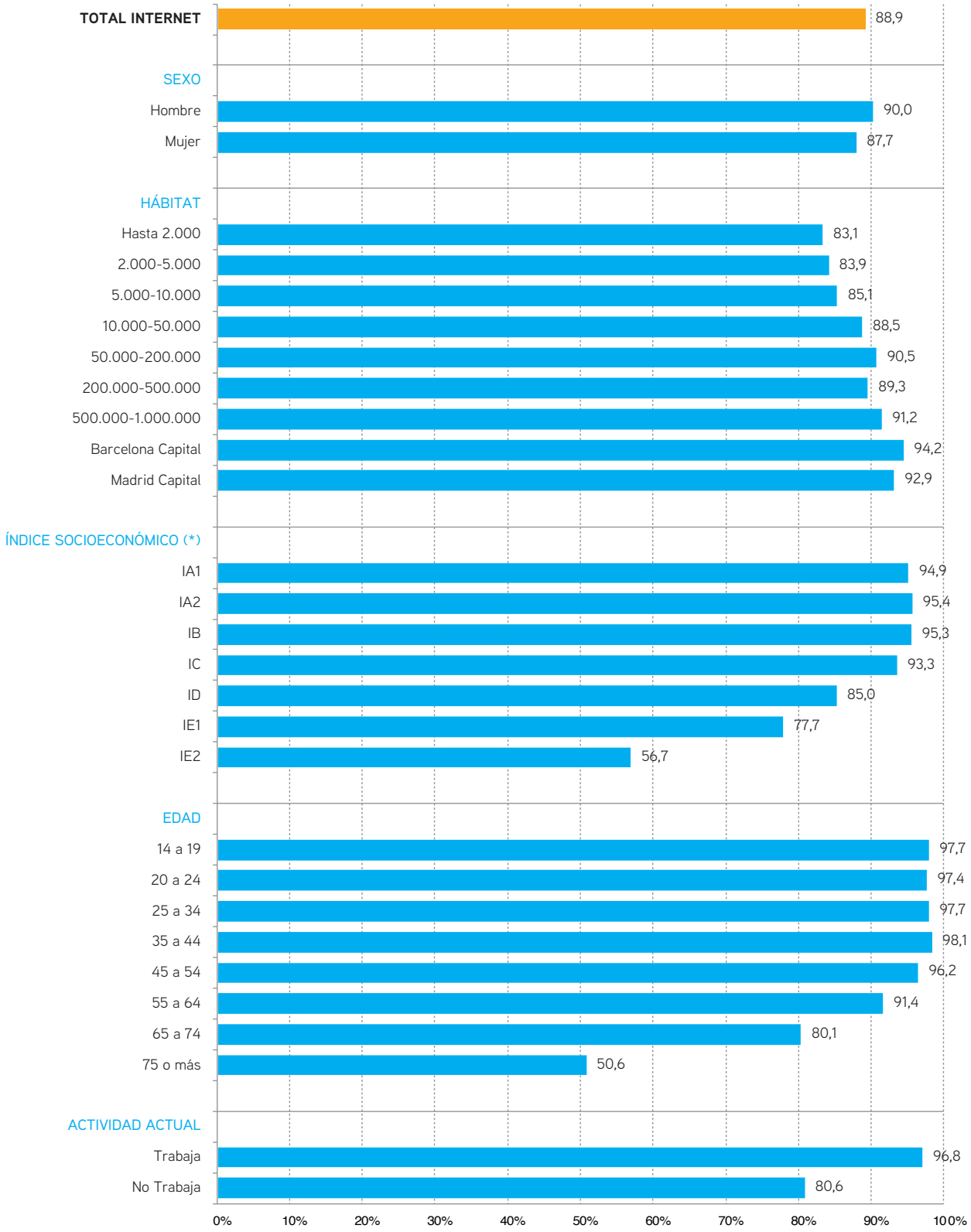
DATOS GENERALES - 1996-2024

	Consumo Internet diario (minutos)	Conexión a Internet en el hogar (%)	Usan Internet último mes (%)	Usan Internet ayer (%)	Usan Ordenador (%)	Usan Ordenador habitualmente (%)	Usan Tablet (%)	Usan Tablet habitualmente (%)
1996			1,0		19,4	13,2		
1997			2,7	0,9	21,7	15,0		
1998			4,6	1,8	24,7	17,5		
1999			7,0	2,9	26,9	19,2		
2000	5		12,6	5,6	29,8	21,8		
2001	9	18,2	20,4	9,0	33,1	24,6		
2002	12	21,9	22,5	10,6	33,7	24,3		
2003	17	25,3	26,9	13,6	37,1	27,6		
2004	23	29,6	32,4	16,8	40,7	28,9		
2005	27	32,7	34,4	19,7	42,2	29,9		
2006	32	35,6	37,5	22,2	43,4	31,6		
2007	36	41,8	41,1	26,2	45,6	34,3		
2008	42	46,9	45,4	29,9	49,5	38,1		
2009	49	51,9	49,3	34,3	52,8	41,5		
2010	57	56,6	53,0	38,4	55,5	44,6		
2011	63	62,5	57,1	42,5	59,1	48,3		
2012	73	64,4	60,4	46,7	61,6	50,7		
2013	90	67,4	64,5	53,7	60,9	51,8	17,5	14,3
2014	100	72,6	69,3	60,7	60,1	49,6	20,2	13,9
2015	103	76,6	74,1	66,7	59,4	48,3	24,1	16,4
2016	108	82,5	77,3	71,9	57,8	46,9	23,9	17,3
2017	118	84,9	80,3	75,7	57,0	45,3	25,0	17,9
2018	140	86,4	82,1	77,9	56,7	44,6	25,0	17,6
2019	161	86,6	83,9	79,9	57,3	45,3	26,7	17,9
2020	182	87,6	85,1	81,4	56,9	45,3	26,1	17,0
2021	215	89,6	87,6	84,3	59,0	47,6	28,0	18,0
2022	219	90,5	89,2	86,1	59,4	47,6	26,8	16,6
2023	243	91,2	90,5	87,5	60,8	47,9	28,3	18,1
2024	243	92,2	91,5	88,9	59,8	48,2	28,4	18,2



PENETRACIÓN DE INTERNET POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS - 2024

Uso diario (% individuos)



(*) IA1 mayor índice socioeconómico / IE2 menor índice socioeconómico.

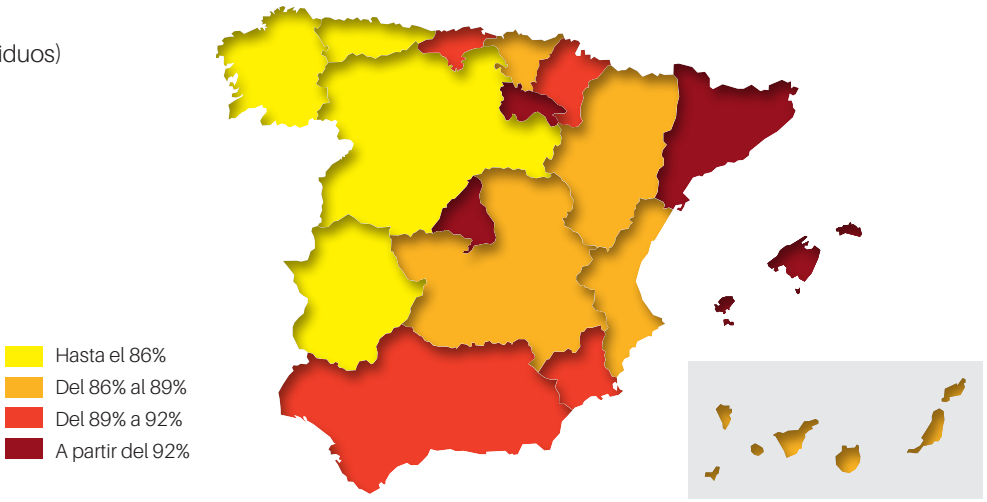
INTERNET POR COMUNIDAD AUTÓNOMA - 2024

	Uso diario (% individuos)	Consumo diario (minutos) (*)
TOTAL	**88,9**	**243**
ANDALUCÍA	89,2	238
ARAGÓN	87,7	207
ASTURIAS	84,4	177
BALEARES	92,9	260
CANARIAS	88,7	213
CANTABRIA	90,1	206
C. LEÓN	84,9	219
C. LA MANCHA	88,3	210
CATALUÑA	92,2	268
C. VALENCIANA	88,6	248
EXTREMADURA	84,9	233
GALICIA	75,7	194
MADRID	92,6	296
MURCIA	89,2	255
NAVARRA	90,1	222
PAÍS VASCO	86,3	220
LA RIOJA	93,4	210

(*) Media en minutos sobre total población.

Uso diario

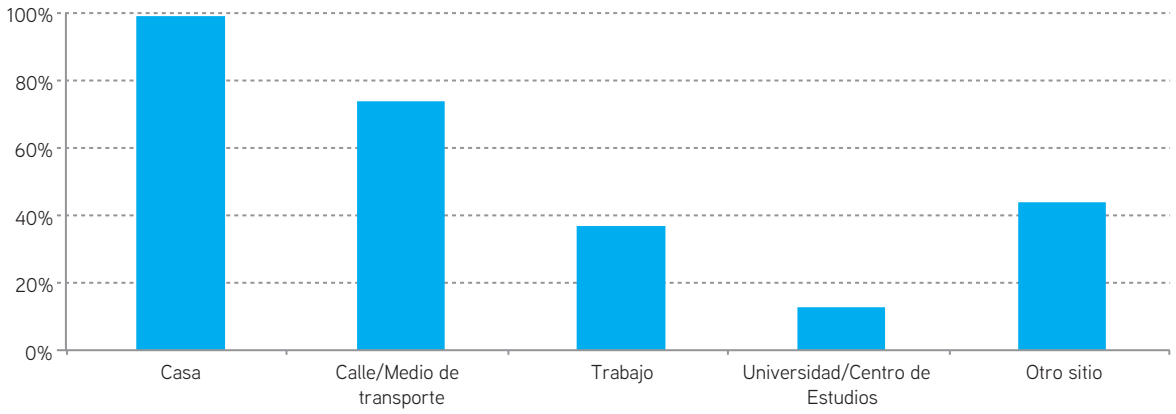
Penetración (% individuos)



Minutos de uso diario por persona

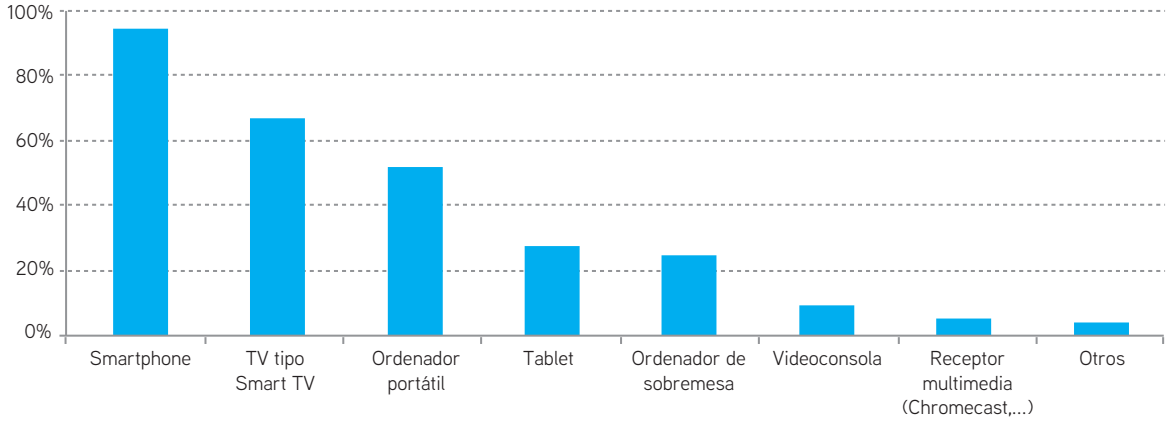
LUGAR DE ACCESO A INTERNET EN EL ÚLTIMO MES - 2024

	Miles de individuos	%
Casa	38.426	99,7
Calle/Medio de transporte	28.565	74,1
Trabajo	14.332	37,2
Universidad/Centro de Estudios	5.000	13,0
Otro sitio	16.950	44,0
Total usuarios último mes	**38.561**	**100,0**



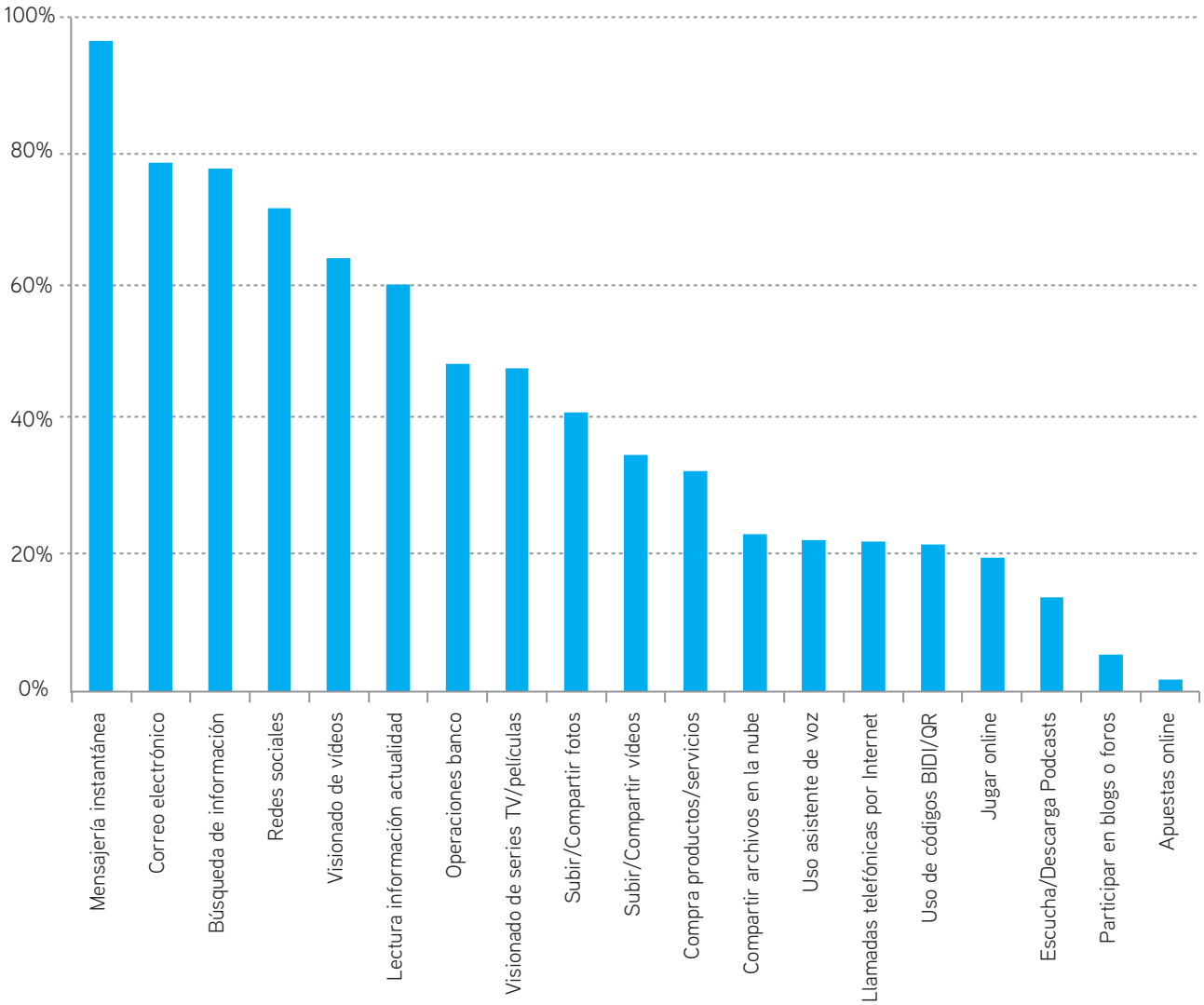
DISPOSITIVO DE ACCESO A INTERNET EN EL ÚLTIMO MES - 2024

	Miles de individuos	%
Smartphone	36.172	93,8
TV tipo Smart TV	25.733	66,7
Ordenador portátil	19.950	51,7
Tablet	10.591	27,5
Ordenador de sobremesa	9.399	24,4
Videoconsola	3.601	9,3
Receptor multimedia (Chromecast,...)	2.051	5,3
Otros	1.747	4,1
Total usuarios último mes	**38.561**	**100,0**



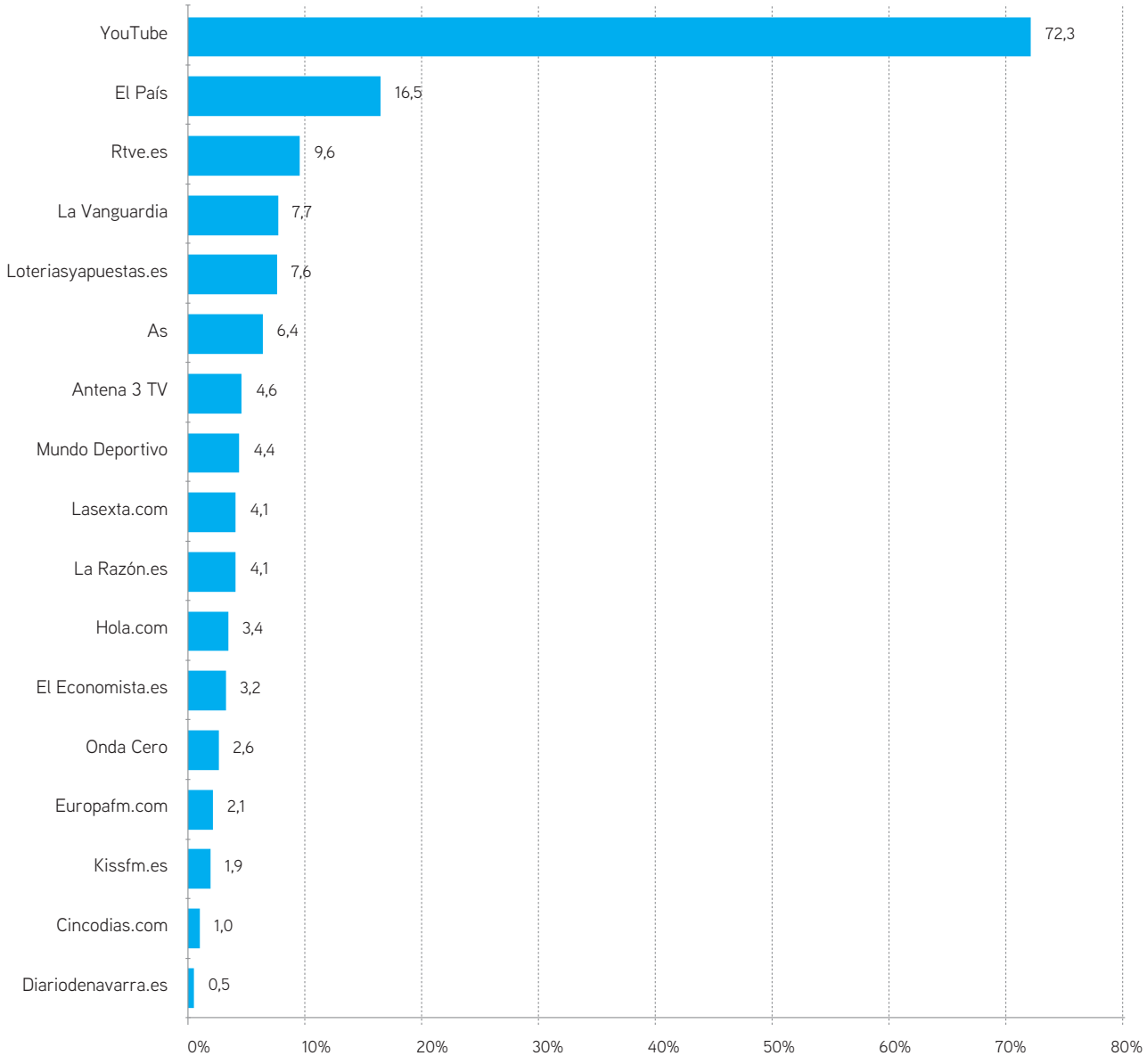
SERVICIOS/ACTIVIDADES EN INTERNET DURANTE EL ÚLTIMOS MES - 2024

	Miles de individuos	%
Mensajería instantánea	37.223	96,5
Correo electrónico	30.233	78,4
Búsqueda de información	29.875	77,5
Redes sociales	27.660	71,7
Visionado de vídeos	24.776	64,3
Lectura información actualidad	23.282	60,4
Operaciones banco	18.738	48,6
Visionado de series TV/películas	18.513	48,0
Subir/Compartir fotos	15.796	41,0
Subir/Compartir vídeos	13.526	35,1
Compra productos/servicios	12.625	32,7
Compartir archivos en la nube	9.003	23,3
Uso asistente de voz	8.625	22,4
Llamadas telefónicas por Internet	8.526	22,1
Uso de códigos BIDI/QR	8.405	21,8
Jugar online	7.613	19,7
Escucha/Descarga Podcasts	5.336	13,8
Participar en blogs o foros	2.050	5,3
Apuestas online	651	1,7
Total usuarios último mes	**38.561**	**100,0**



SITIOS DE INTERNET(*) - 2024

Visitantes únicos / últimos 30 días. Penetración %



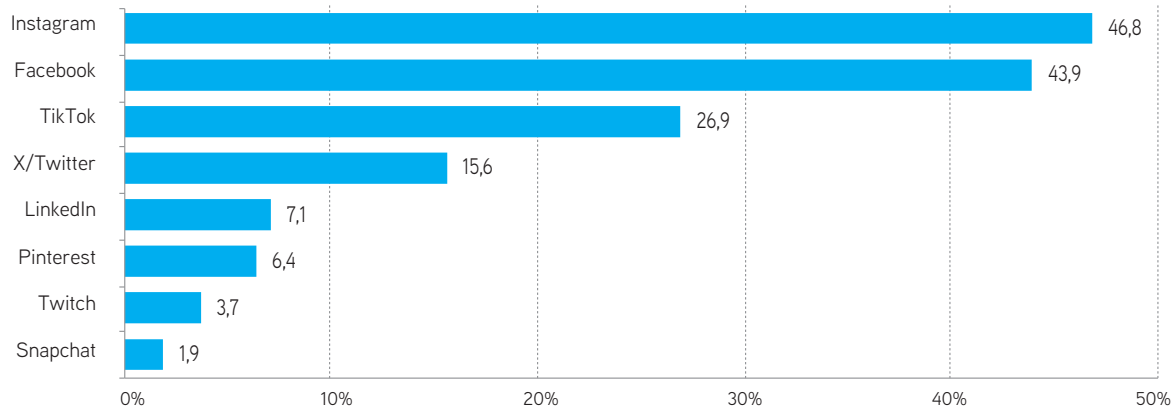
(*) Información referida exclusivamente a los sitios controlados por el EGM.

REDES SOCIALES - 2024

USO ÚLTIMOS 30 DÍAS

% individuos

USO DE CUALQUIER RED SOCIAL ÚLTIMOS 30 DÍAS: 65,7%



PERFIL USUARIO ÚLTIMOS 30 DÍAS

% individuos

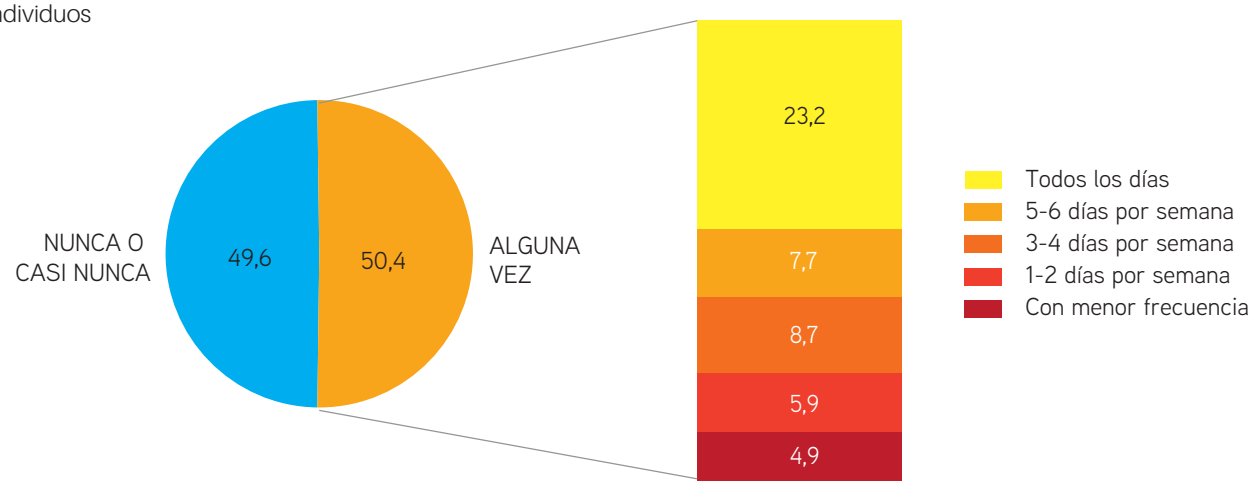
	TOTAL POBLACIÓN	TOTAL REDES SOCIALES	INSTAGRAM	FACEBOOK	TIKTOK	X/TWITTER	LINKEDIN	PINTEREST	TWITCH	SNAPCHAT
SEXO										
Hombre	48,6	47,1	45,3	45,1	44,4	57,4	51,3	24,0	70,7	38,5
Mujer	51,4	52,9	54,7	54,9	55,6	42,6	48,7	76,0	29,3	61,5
EDAD										
14 a 19	7,5	9,7	11,9	5,7	16,0	12,7	5,9	16,4	21,6	22,7
20 a 24	6,2	7,9	9,8	5,1	11,9	12,3	9,3	11,6	16,9	12,4
25 a 34	12,7	16,3	19,6	14,2	20,2	21,1	24,0	20,6	25,4	23,7
35 a 44	15,4	18,9	20,0	19,8	17,7	18,5	22,7	17,6	16,4	16,7
45 a 54	18,6	19,9	18,3	22,7	15,7	16,9	20,3	16,0	10,4	11,1
55 a 64	16,2	15,0	11,9	17,9	10,2	11,0	11,2	10,6	5,0	6,6
65 a 74	11,8	8,0	5,5	9,6	5,1	4,9	4,6	5,0	2,7	3,8
75 y más	11,7	4,3	3,0	5,0	3,0	2,7	1,9	2,3	1,6	2,9
Edad Promedio (años)	49,0	43,4	40,1	46,6	38,0	38,6	40,4	37,6	32,3	34,3
ÍNDICE SOCIOECONÓMICO(*)										
IA1	11,8	13,6	14,8	12,2	14,9	17,2	20,6	16,2	17,4	17,5
IA2	18,2	20,4	21,6	18,9	20,6	24,9	28,1	22,6	22,2	19,6
IB	14,4	16,2	16,9	15,7	16,3	18,2	18,2	16,3	17,5	17,7
IC	24,9	26,5	26,6	27,5	26,3	23,2	20,1	27,1	24,9	23,6
ID	10,5	9,4	8,5	10,2	9,0	7,2	6,0	7,6	7,2	8,6
IE1	14,0	10,7	9,0	11,9	9,8	7,2	5,7	7,5	8,4	9,5
IE2	6,1	3,2	2,6	3,6	3,1	2,0	1,3	2,7	2,4	3,5
ACTIVIDAD ACTUAL										
Trabaja	51,0	58,5	60,3	59,6	55,5	62,0	71,2	56,7	55,6	52,7
No trabaja	49,0	41,5	39,7	40,4	44,5	38,0	28,8	43,3	44,4	47,3

(*) IA1 mayor índice socioeconómico. IE2 menor índice socioeconómico.

MÚSICA EN STREAMING (ONLINE) - 2024

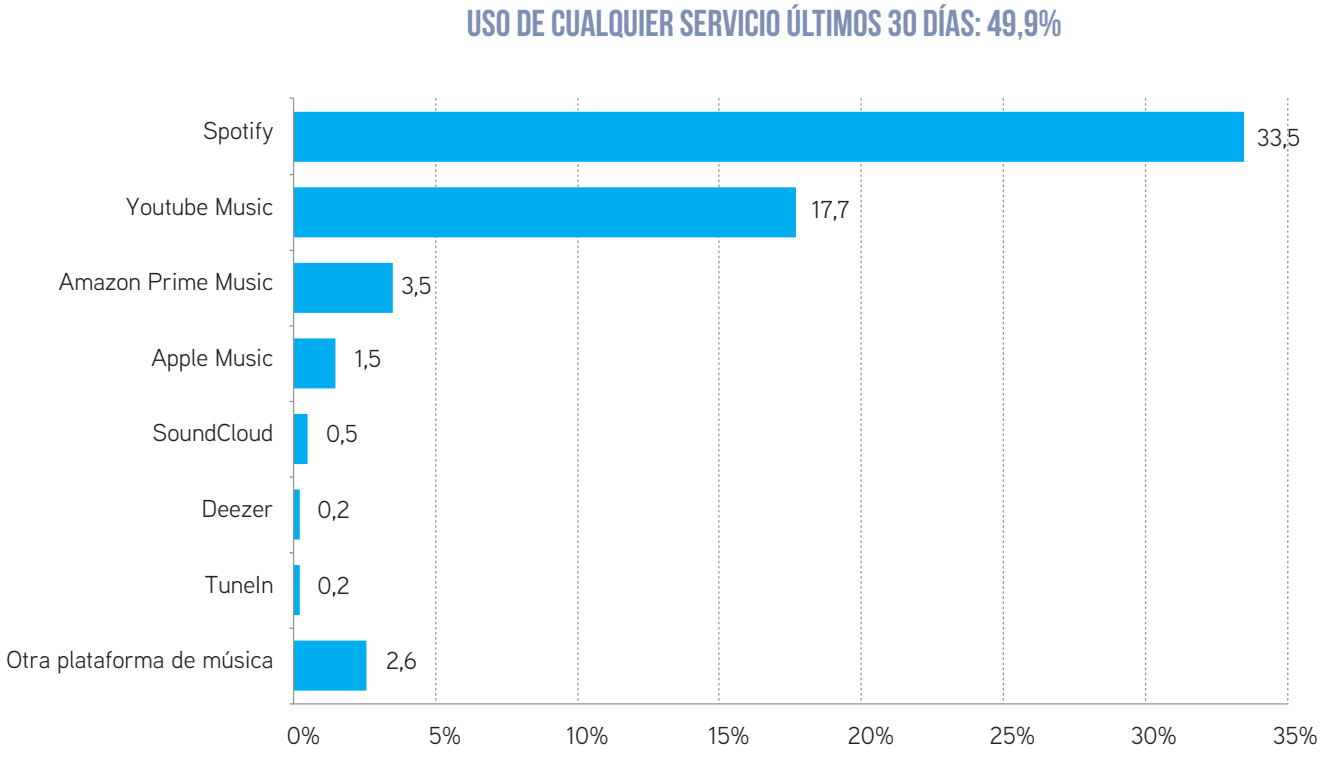
FRECUENCIA

% individuos



SERVICIO UTILIZADO (ÚLTIMOS 30 DÍAS)

% individuos



IV. EQUIPAMIENTO DE HOGARES

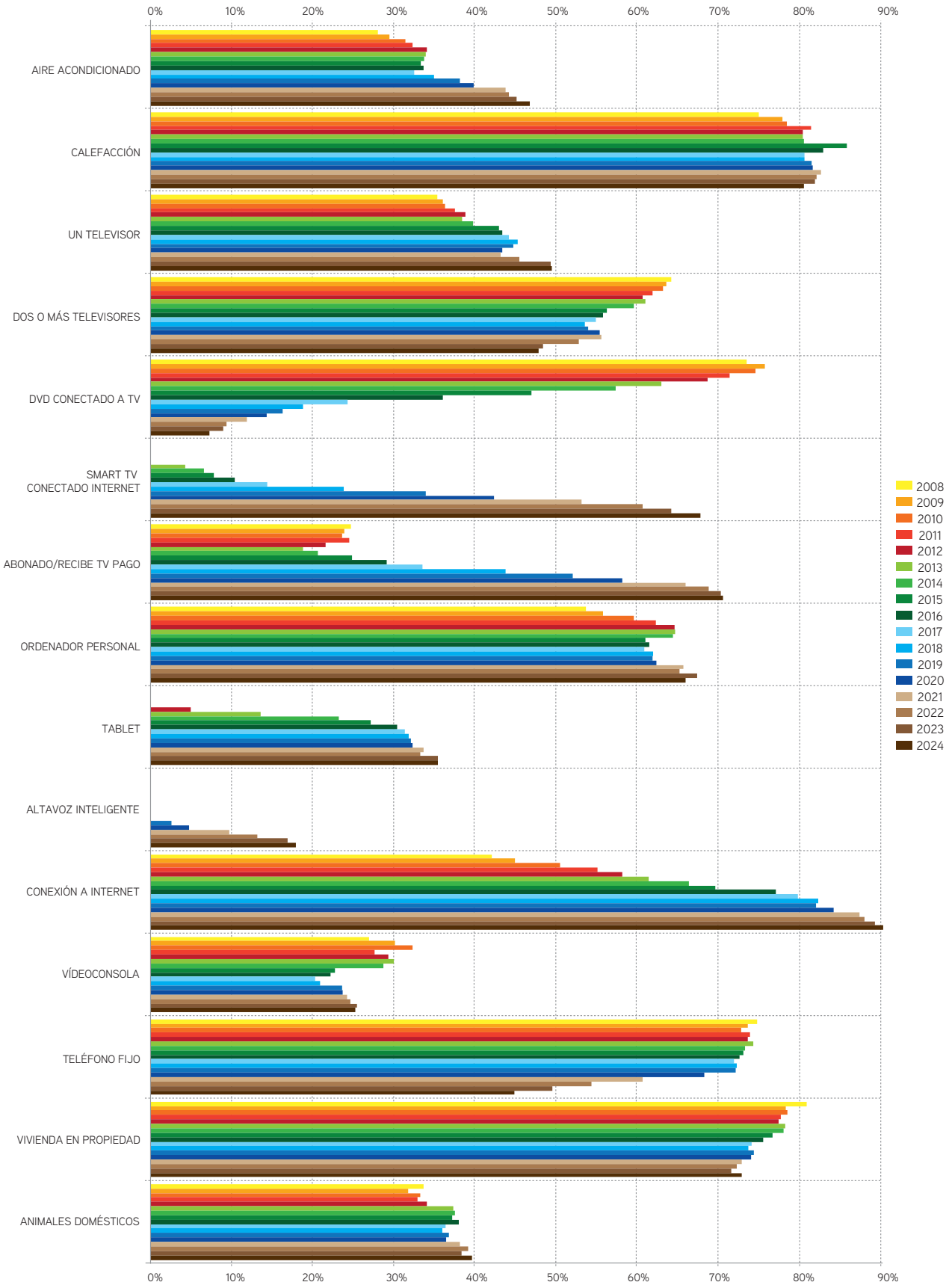
EVOLUCIÓN DEL EQUIPAMIENTO - 2008-2024

(% de hogares)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
AIRE ACONDICIONADO	28,0	29,4	31,4	32,3	34,0	33,9	33,7	33,3	33,6	32,5	34,9	38,1	39,8	43,7	44,1	45,1	46,7
CALEFACCIÓN	74,9	77,8	78,3	81,3	80,3	80,3	80,4	85,7	82,8	80,5	80,5	81,4	81,5	82,5	82,0	81,8	80,4
INDIVIDUAL	65,6	67,7	69,0	72,1	70,5	70,9	72,7	77,9	75,4	74,0	73,2	71,2	70,7	72,9	73,8	73,1	72,2
CENTRAL	9,3	10,1	9,3	9,2	9,8	9,4	7,7	7,7	7,4	6,4	7,3	10,2	10,8	9,6	8,2	8,7	8,2
SEGURO MULTIRRIESGO HOGAR	67,5	66,1	68,2	68,5	69,3	69,2	70,6	69,5	68,9	68,1	67,1	69,9	70,5	70,0	71,5	73,7	73,9
TELEVISOR	99,5	99,5	99,4	99,3	99,3	99,3	99,2	99,1	99,0	98,8	98,7	98,5	98,6	98,6	98,1	97,6	97,2
UNO	35,3	36,0	36,3	37,5	38,8	38,4	39,7	42,9	43,3	44,1	45,2	44,7	43,3	43,1	45,4	49,3	49,4
DOS O MÁS	64,1	63,5	63,1	61,8	60,6	60,9	59,5	56,2	55,7	54,8	53,5	53,9	55,3	55,5	52,7	48,3	47,8
TV PLANO	23,9	38,7	52,3	64,7	73,1	79,3	82,7	88,2	91,2								
TV 3D						2,2	2,5	3,9	2,7	3,8	3,6	3,0	3,0	2,8	2,1	2,0	2,2
CON DVD CONECTADO	73,4	75,6	74,5	71,3	68,6	62,9	57,3	46,9	36,0	24,3	18,8	16,3	14,3	11,9	9,4	9,0	7,3
SMART TV								15,9	17,5	21,6	31,3	41,3	49,1	58,4	65,5	69,4	72,4
SMART TV CONECTADO INTERNET						4,3	6,6	7,8	10,4	14,4	23,8	33,9	42,3	53,1	60,6	64,1	67,7
ANTENA PARABÓLICA	20,4	21,2	20,4	21,8	16,8	17,4	17,6				9,9	13,6	15,0	17,9	14,8	14,0	13,6
APARATO VÍDEO	43,7	34,5	19,2	14,0	12,7	10,5	9,6										
ABONADO/RECIBE TV PAGO	24,7	23,9	23,6	24,5	21,6	18,8	20,6	24,8	29,1	33,5	43,7	52,0	58,1	65,9	68,7	70,2	71,5
CABLE/VÍDEO COMUNITARIO	11,9	11,9	12,1	12,4	11,7	10,0	10,2										
IP TV	3,2	3,6	4,3	4,5	3,7	2,9	4,5										
TDT DE PAGO			1,5	2,0	1,6	1,5	1,3										
ORDENADOR PERSONAL	53,6	55,7	59,5	62,2	64,5	64,6	64,3	60,9	61,4	60,8	61,9	61,8	62,3	65,6	65,1	67,3	65,9
SOBREMESA	44,6	42,7	42,4	41,0	39,1	37,7	34,7	31,1	29,8	28,8	28,3	27,3	25,7	25,0	23,4	24,4	22,9
PORTÁTIL	19,7	26,3	34,2	39,8	45,8	46,9	48,4	46,6	47,9	47,4	48,5	49,7	51,3	55,6	56,1	58,1	57,6
TABLET					5,0	13,6	23,2	27,1	30,4	31,3	31,8	32,1	32,3	33,6	33,2	35,4	35,4
ALTAVOZ INTELIGENTE												2,6	4,8	9,7	13,2	16,9	17,9
CONEXIÓN A INTERNET	42,0	44,9	50,4	55,0	58,1	61,3	66,3	69,5	77,0	79,7	82,2	81,9	84,1	87,3	87,9	89,2	90,2
VÍDEOCONSOLA	26,9	30,1	32,3	27,6	29,3	30,0	28,7	22,7	22,2	20,3	20,9	23,6	23,7	24,2	24,6	25,4	25,2
TELÉFONO (*)	98,3	98,6	98,9	98,9	99,0	98,9	98,5	98,9	99,1	99,2	99,3	99,3	99,3	99,4	99,4	99,5	99,5
FIJO	74,7	73,5	72,7	73,8	73,5	74,2	73,2	73,0	72,5	71,8	72,2	72,0	68,2	60,6	54,3	49,5	44,8
MÓVIL	85,7	88,2	90,6	90,7	91,2	92,3	92,2	92,8	94,2	94,6	95,2	95,6	96,4	97,0	97,2	97,5	97,9
SÓLO FIJO	12,7	10,4	8,4	8,2	7,8	6,6	6,4	6,1	4,9	4,6	4,1	3,7	2,9	2,4	2,2	2,0	1,7
SÓLO MÓVIL	23,7	25,2	26,2	25,1	25,5	24,7	25,4	25,9	26,6	27,4	27,1	27,3	31,1	38,8	45,1	50,0	54,7
FIJO Y MÓVIL	62,0	63,0	64,3	65,6	65,7	67,6	66,8	66,9	67,7	67,3	68,1	68,4	65,3	58,2	52,1	47,5	43,1
COCHE															73,6	73,5	73,3
UNO															48,9	48,8	48,1
DOS O MÁS															24,7	24,7	25,2
MOTO															9,9	10,7	10,8
UNA															8,6	9,5	9,5
DOS O MÁS															1,2	1,3	1,4
VIVIENDA PRINCIPAL																	
EN PROPIEDAD	80,8	78,2	78,4	77,6	77,3	78,1	77,9	76,6	75,4	74,0	73,6	74,3	73,9	72,8	72,2	71,5	72,8
EN ALQUILER	17,3	19,6	19,5	20,4	20,6	20,0	20,4	21,4	22,5	24,0	24,0	23,1	23,3	24,1	24,9	25,3	24,2
OTRO RÉGIMEN DE POSESIÓN	1,8	2,1	2,0	2,0	2,1	1,9	1,8	2,1	2,1	2,0	2,4	2,6	2,8	3,1	2,9	3,2	3,0
INDIVIDUAL	38,6	36,7	37,1	36,5	37,3	37,0	36,3	36,9	34,8	34,6	35,5	36,2	35,6	36,9	35,6	35,4	37,0
EN BLOQUE	61,3	63,3	62,9	63,5	62,7	63,0	63,7	63,1	65,2	65,4	64,5	63,8	64,4	63,1	64,4	64,6	63,0
ANIMALES DOMÉSTICOS	**33,6**	**31,7**	**33,2**	**32,9**	**34,0**	**37,3**	**37,5**	**37,2**	**38,0**	**36,3**	**36,0**	**36,7**	**36,4**	**38,1**	**39,1**	**38,3**	**39,6**
PERROS	21,3	20,3	21,5	21,7	22,6	24,0	24,8	24,8	25,1	24,1	24,1	24,8	24,2	25,4	26,1	24,9	25,9
GATOS	9,7	8,8	9,0	8,7	8,9	9,2	9,4	9,9	10,0	9,5	10,1	10,8	10,6	12,1	12,9	13,4	14,2
PÁJAROS	9,1	8,5	8,5	8,1	8,4	8,0	7,6	7,0	7,6	6,8	6,2	5,6	5,5	4,9	5,0	4,2	4,3

(*) Consolidación de teléfono fijo y teléfono móvil.

EVOLUCIÓN DEL EQUIPAMIENTO DE HOGARES - 2008-2024



V. ESTILOS DE VIDA

EVOLUCIÓN DE LA PENETRACIÓN - 2001-2024

(% de individuos)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ECONOMÍA																								
Seguro de vida	12,7	14,6	19,9	21,4	23,1	21,6	25,5	24,0	26,0	23,8	22,6	19,6	21,6	20,0	18,9	18,7	16,9	15,5	19,4	17,9	19,4	19,1	20,9	21,0
Seguro privado para enfermedad	8,2	7,9	9,4	10,2	9,9	8,5	8,9	7,7	8,5	8,4	7,5	6,6	7,4	7,4	7,2	7,4	6,9	7,5	9,1	8,7	10,1	10,5	10,8	11,3
Tarjeta de gran almacén	19,9	18,4	20,6	22,2	21,1	19,1	19,1	17,8	19,3	17,6	16,4	17,4	17,7	16,6	17,0	15,8	16,6	17,2	19,7	18,2	17,4	17,3	16,2	16,4
Tarjeta de crédito	28,7	30,8	35,0	36,2	36,0	34,8	36,3	35,0	44,1	40,4	40,3	39,2	41,7	43,2	42,9	44,5	43,5	43,7	51,7	52,3	55,1	51,7	52,9	48,9
Tarjeta cajero	43,7	46,2	48,4	52,9	51,6	48,5	50,0	51,4																
Tarjeta fidelización	11,8	11,1	10,5	11,4	11,5	9,3	10,4	11,8	15,0	12,0	12,9	14,4	18,1	18,4	17,9	18,4	18,0	17,7	18,5	17,9	15,9	14,6	17,4	18,1
Fondos/Acciones/Bonos	6,1	5,7	5,7	5,8	5,5	4,2	4,3	3,3	3,5	2,5	2,4	2,6	3,2	3,1	2,9	2,4	2,4	3,0	3,6	3,5	3,8	4,2	4,8	5,4
Préstamo hipotecario o personal	14,6	16,4	20,4	20,5	21,7	22,2	22,9	24,3	24,3	23,0	20,4	19,0	20,2	18,7	17,6	16,3	15,8	15,0	18,1	17,5	18,2	16,8	17,6	17,4
Plan de pensiones/de jubilación	8,2	8,3	9,0	9,8	9,5	8,4	8,4	7,5	6,8	6,1	5,2	5,0	5,5	4,9	4,8	4,1	3,9	4,9	6,7	6,8	7,1	6,9	7,3	6,8
ACTIVIDADES REALIZADAS (Últimos 30 días)																								
Running	6,1	6,5	6,3	7,3	5,4	6,4	7,6	8,3	7,5	7,2	8,5	8,6	9,6	10,8	10,4	11,8	10,2	9,9	10,5	11,3	12,6	10,3	10,9	10,2
Ir a un gimnasio	7,8	7,8	8,5	8,8	8,6	8,2	8,7	9,1	9,4	9,9	9,7	9,7	10,1	10,8	11,2	12,0	12,4	12,4	13,4	12,3	9,8	13,0	16,5	18,9
Senderismo									4,2	6,0	7,3	7,1	7,8	8,3	8,5	9,0	8,5	8,4	9,3	10,2	11,7	10,8	11,9	12,5
Esquiar	0,7	0,8	1,0	0,8	0,9	0,9	0,6	0,8	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,4	0,5	0,4	0,5	0,2	0,5	0,4	0,4
Fútbol						6,2	6,1	6,9	8,3	6,6	6,6	6,3	6,4	6,0	5,6	5,5	5,2	4,8	4,3	4,0	2,9	3,9	4,4	4,5
Eventos culturales (teatro, museo, exposición,…)	11,1	10,6	11,1	11,3	10,8	9,6	10,4	9,5	9,5	8,4	8,5	7,6	8,2	8,1	8,6	8,4	9,1	10,0	14,7	11,2	5,9	11,9	14,7	16,0
Ir a discoteca	18,3	17,7	17,9	17,4	16,0	16,1	16,2	16,1	15,2	13,6	13,4	12,4	11,6	10,8	10,2	10,0	9,5	8,5	9,6	7,1	1,6	7,1	9,2	8,9
Ir al fútbol	7,6	8,0	8,1	7,8	7,5	6,3	5,4	5,5	4,9	4,4	4,3	4,0	4,3	4,1	3,7	4,3	4,1	4,2	4,4	3,4	1,6	4,4	5,4	5,9
Cenar fuera de casa	44,5	45,8	51,3	52,1	50,9	50,7	51,6	49,8	47,9	46,4	46,2	44,4	44,1	44,2	45,8	47,8	48,3	48,7	53,4	48,6	29,8	49,7	55,3	57,4
Ir establ. comida rápida		22,9	22,0	22,3	20,6	20,4	20,6	22,1	23,0	23,6	23,4	23,2	23,7	23,5	23,2	24,3	23,8	26,9	31,0	28,2	23,1	28,5	31,7	33,7
Pedir comida a domicilio																				19,1	26,0	24,2	24,6	24,1
Bricolaje casero	13,8	11,5	12,2	13,1	11,5	8,5	9,3	10,1	9,8	8,3	8,8	8,3	10,3	9,2	9,0	8,8	9,2	10,8	11,7	12,7	13,5	12,9	14,1	14,5
Ir centro belleza/spa																		6,7	9,2	9,3	9,3	9,0	9,8	10,7
Salida/Excursión fin de semana																		14,5	18,3	16,1	15,1	19,0	22,5	22,6
Tareas voluntariado/ONG																					1,9	2,6	2,8	2,6
Uso app movilidad (coche/moto/bici/patinete)																					2,4	2,5	3,8	3,8
JUEGOS DE AZAR (Últimos 30 días)																								
Cupones/Juegos Once	40,4	37,3	30,8	29,6	25,2	22,6	19,7	19,9	18,4	17,0	17,8	17,6	16,8	16,2	15,3	15,2	14,6	13,3	14,0	12,8	12,4	12,9	12,5	13,4
Décimos Lotería	18,8	16,0	14,1	13,2	12,9	11,9	10,2	12,1	11,6	12,1	11,9	11,7	10,4	10,1	10,2	12,5	11,7	12,2	13,3	14,2	11,5	12,1	12,2	14,1
Primitiva/Bonoloto/Euromillón	31,6	29,7	29,3	30,5	29,7	27,5	27,4	29,8	28,9	29,8	30,7	29,6	28,1	29,3	28,5	28,9	26,8	27,0	26,6	25,7	24,9	24,4	23,2	24,1
Quiniela fútbol	12,4	11,6	10,6	9,7	9,2	7,1	6,7	6,8	6,1	6,0	5,2	4,8	4,4	4,0	3,2	2,9	2,4	2,2	1,9	1,8	1,5	1,5	1,7	1,9

VI. FICHA TÉCNICA EGM

EGM-MULTIMEDIA

Universo:
Individuos de 14 ó más años residentes en hogares ubicados en municipios dentro de la España Peninsular, Islas Baleares e Islas Canarias.

Tipo de entrevista:
- Personal "face to face" asistida por ordenador (CAPI) en el hogar del entrevistado.
- Online a través de internet (CAWI).

Diseño muestral:
- Polietápico estratificado.
- Afijación proporcional por Comunidades Autónomas y provincias.
- Desproporción interna en cada provincia para aumentar la razón de muestreo en municipios de más de 50.000 habitantes (incluidas las capitales de provincia que no lleguen a esa cifra). En cada comunidad y hábitat la distribución por provincias es proporcional.
- Mínimo muestral provincial de 70 entrevistas por ola, 210 al año.

Tamaño muestral año 2024:
29.766 entrevistas (23.153 personales "face to face" + 6.613 online).

Trabajo de campo:
Selección de las unidades muestrales:

Entrevistas personales "face to face":
- Selección aleatoria de secciones censales de acuerdo a la distribución muestral.
- Realización de hasta 7 entrevistas en cada sección censal: 6 probabilísticas y una por cuotas cruzadas de sexo, grupo de edad y actividad (trabaja-no trabaja).
- Selección del hogar mediante procedimiento de rutas aleatorias circunscritas a secciones censales.
- Selección de la persona en el hogar, mediante un procedimiento aleatorio.
- Sustituciones por personas del mismo sexo, grupo de actividad e intervalo de edad.

Entrevistas online:

Envío por correo electrónico o whatsapp de un enlace al cuestionario a:
- personas contactadas aleatoriamente por teléfono, que aceptan responder una entrevista online.
- miembros de un panel online externo.

Plazo de realización:
3ª ola 2024. Del 2 de septiembre al 3 de noviembre 2024: 7.732 entrevistas "face to face" + 2.198 entrevistas online.

2ª ola 2024. Del 20 de marzo al 28 de mayo 2024: 7.718 entrevistas "face to face" + 2.182 entrevistas online.

1ª ola 2024. Del 10 de enero al 12 de marzo 2024: 7.703 entrevistas "face to face" + 2.233 entrevistas online.

EGM-RADIO

Para el medio Radio, a las entrevistas personales "face to face" y online del EGM multimedia se suman las entrevistas de una ampliación monomedia telefónica en la que se aborda únicamente este medio. Teniendo en cuenta esta ampliación, las características del EGM para el medio Radio son las siguientes:

Universo:
Individuos de 14 ó más años residentes en hogares ubicados en municipios dentro de la España Peninsular, Islas Baleares e Islas Canarias.

Tipo de entrevista:

- Personal "face to face" asistida por ordenador (CAPI) en el hogar del entrevistado.
- Online a través de internet (CAWI).
- Telefónica asistida por ordenador (CATI).

Diseño muestral:

- Polietápico estratificado.
- Afijación proporcional por Comunidades Autónomas y provincias.
- En la parte multimedia, desproporción interna en cada provincia para aumentar la razón de muestreo en municipios de más de 50.000 habitantes (incluidas las capitales de provincia que no lleguen a esa cifra). En la parte monomedia telefónica, completamente proporcional.
- En cada comunidad y hábitat la distribución por provincias es proporcional.
- Mínimo muestral provincial de 156 entrevistas por ola, 470 al año.
- Incremento muestral en las comunidades de Andalucía, Aragón, Asturias, Baleares, Canarias, Castilla-La Mancha, Cataluña, Galicia, Murcia, País Vasco y Comunidad Valenciana.
- Ampliación muestral en Cataluña.

Tamaño muestral año 2024:
78.043 entrevistas (23.153 personales "face to face" + 6.613 online + 48.277 telefónicas).

Trabajo de campo:

Selección de las unidades muestrales:

Entrevistas personales "face to face":

- Selección aleatoria de secciones censales de acuerdo a la distribución muestral.
- Realización de hasta 7 entrevistas en cada sección censal: 6 probabilísticas y una por cuotas cruzadas de sexo, grupo de edad y actividad (trabaja-no trabaja).
- Selección del hogar mediante procedimiento de rutas aleatorias circunscritas a secciones censales.
- Selección de la persona en el hogar, mediante un procedimiento aleatorio.
- Sustituciones por personas del mismo sexo, grupo de actividad e intervalo de edad.

Entrevistas online:

Envío por correo electrónico o whatsapp de un enlace al cuestionario a:

- personas contactadas aleatoriamente por teléfono, que aceptan responder una entrevista online.
- miembros de un panel online externo.

Entrevistas telefónicas:

Distribución de las entrevistas:

- 19% realizadas a individuos que viven en hogares donde sólo disponen de teléfono móvil (hogares exclusivamente móviles).
- 32% con llamadas a teléfonos móviles a individuos con teléfono fijo en el hogar.
- 49% restante con llamadas a teléfonos fijos.

Selección aleatoria de teléfonos fijos.

Selección aleatoria de teléfonos móviles en base a un sistema de generación aleatoria de números de teléfono.

Selección de la persona a entrevistar:

- En las llamadas a fijo selección aleatoria de una persona de entre las que viven en el hogar con 14 años o más.
- En las llamadas a móviles se entrevista al usuario del teléfono.

Sustituciones de no contacto y negativas por otro hogar del mismo municipio.

Plazo de realización:

3ª ola 2024. Del 2 de septiembre al 10 de noviembre 2024: 16.082 entrevistas telefónicas.

Del 2 de septiembre al 3 de noviembre 2024: 7.732 entrevistas "face to face" + 2.198 entrevistas online.

2ª ola 2024. Del 20 de marzo al 4 de junio 2024: 16.067 entrevistas "telefónicas".

Del 20 de marzo al 28 de mayo 2024: 7.718 entrevistas "face to face" + 2.182 entrevistas online.

1ª ola 2024. Del 10 de enero al 19 de marzo 2024: 16.128 entrevistas "telefónicas".

Del 10 de enero al 12 de marzo 2024: 7.703 entrevistas "face to face" + 2.233 entrevistas online.

EGM-PRENSA

Para el medio Diarios, a las entrevistas personales "face to face" y online del EGM multimedia se suman las entrevistas de una ampliación monomedia telefónica en la que se aborda únicamente este medio. Teniendo en cuenta esta ampliación, las características del EGM para el medio Diarios son las siguientes:

Universo:
Individuos de 14 ó más años residentes en hogares ubicados en municipios dentro de la España Peninsular, Islas Baleares e Islas Canarias.

Tipo de entrevista:

- Personal "face to face" asistida por ordenador (CAPI) en el hogar del entrevistado.
- Online a través de internet (CAWI).
- Telefónica asistida por ordenador (CATI).

Diseño muestral:

- Polietápico estratificado.
- Afijación proporcional por Comunidades Autónomas y provincias.
- Desproporción interna en cada provincia para aumentar la razón de muestreo en municipios de más de 50.000 habitantes (incluidas las capitales de provincia que no lleguen a esa cifra). En cada comunidad y hábitat la distribución por provincias es proporcional.
- Mínimo muestral provincial de 250 entrevistas por ola, 750 al año.

Tamaño muestral año 2024:
74.860 entrevistas (23.153 personales "face to face" + 6.613 online + 45.094 telefónicas).

Trabajo de campo:

Selección de las unidades muestrales:

Entrevistas personales "face to face":

- Selección aleatoria de secciones censales de acuerdo a la distribución muestral.
- Realización de hasta 7 entrevistas en cada sección censal: 6 probabilísticas y una por cuotas cruzadas de sexo, grupo de edad y actividad (trabaja-no trabaja).
- Selección del hogar mediante procedimiento de rutas aleatorias circunscritas a secciones censales.
- Selección de la persona en el hogar, mediante un procedimiento aleatorio.
- Sustituciones por personas del mismo sexo, grupo de actividad e intervalo de edad.

Entrevistas online:

Envío por correo electrónico o whatsapp de un enlace al cuestionario a:

- personas contactadas aleatoriamente por teléfono, que aceptan responder una entrevista online.
- miembros de un panel online externo.

Entrevistas telefónicas:

Distribución de las entrevistas:

- 19% realizadas a individuos que viven en hogares donde sólo disponen de teléfono móvil (hogares exclusivamente móviles).
- 46% con llamadas a teléfonos móviles a individuos con teléfono fijo en el hogar.
- 35% restante con llamadas a teléfonos fijos.

Selección aleatoria de teléfonos fijos.

Selección aleatoria de teléfonos móviles en base a un sistema de generación aleatoria de números de teléfono.

Selección de la persona a entrevistar:

- En las llamadas a fijo selección aleatoria de una persona de entre las que viven en el hogar con 14 años o más.
- En las llamadas a móviles se entrevista al usuario del teléfono.

Sustituciones de no contacto y negativas por otro hogar del mismo municipio.

Plazo de realización:

3ª ola 2024. Del 2 de septiembre al 10 de noviembre 2024: 15.044 entrevistas telefónicas.

Del 2 de septiembre al 3 de noviembre 2024: 7.732 entrevistas "face to face" + 2.198 online

2ª ola 2024. Del 20 de marzo al 4 de junio 2024: 15.042 entrevistas "telefónicas"

Del 20 de marzo al 28 de mayo 2024: 7.718 entrevistas "face to face" + 2.182 online

1ª ola 2024. Del 10 de enero al 19 de marzo 2024: 15.008 entrevistas "telefónicas"

Del 10 de enero al 12 de marzo 2024: 7.703 entrevistas "face to face" + 2.233 online

EGM-REVISTAS

Para el medio Revistas, a las entrevistas personales "face to face" y online del EGM multimedia se suman las entrevistas de una ampliación monomedia también personal y online en la que se aborda únicamente este medio. Teniendo en cuenta esta ampliación, las características del EGM para el medio Revistas son las siguientes:

Universo:
Individuos de 14 ó más años residentes en hogares ubicados en municipios dentro de la España Peninsular, Islas Baleares e Islas Canarias.

Tipo de entrevista:

- Personal "face to face" asistida por ordenador (CAPI) en el hogar del entrevistado.
- Online a través de internet (CAWI).

Diseño muestral:

- Polietápico estratificado.
- Afijación proporcional por Comunidades Autónomas y provincias.
- Desproporción interna en cada provincia para aumentar la razón de muestreo en municipios de más de 50.000 habitantes (incluidas las capitales de provincia que no lleguen a esa cifra). En cada comunidad y hábitat la distribución por provincias es proporcional.
- Mínimo muestral provincial en la parte procedente del estudio multimedia de 70 entrevistas por ola, 210 al año

Tamaño muestral año 2024:
58.999 entrevistas (23.153 personales multimedia + 6.613 online multimedia + 9.820 personales monomedia + 19.413 online monomedia).

Trabajo de campo:

Selección de las unidades muestrales:

Entrevistas personales "face to face" multimedia:

- Selección aleatoria de secciones censales de acuerdo a la distribución muestral.
- Realización de hasta 7 entrevistas en cada sección censal: 6 probabilísticas y una por cuotas cruzadas de sexo, grupo de edad y actividad (trabaja-no trabaja).
- Selección del hogar mediante procedimiento de rutas aleatorias circunscritas a secciones censales.
- Selección de la persona en el hogar, mediante un procedimiento aleatorio.
- Sustituciones por personas del mismo sexo, grupo de actividad e intervalo de edad.

Entrevistas online multimedia:

Envío por correo electrónico o whatsapp de un enlace al cuestionario a:

- personas contactadas aleatoriamente por teléfono, que aceptan responder una entrevista online.
- miembros de un panel online externo.

Entrevistas personales "face to face" monomedia Revistas:

- Selección aleatoria de secciones censales de acuerdo a la distribución muestral.
- Realización de hasta 8 entrevistas en cada sección censal.
- Selección de la persona de la sección censal, mediante un procedimiento de cuotas cruzadas de las variables sexo, grupo de edad y actividad (trabaja-no trabaja).

Entrevistas online monomedia Revistas:

- Envío por correo electrónico de un enlace al cuestionario a personas pertenecientes a un panel online externo.

Plazo de realización:

3ª ola 2024. Del 2 de septiembre al 3 de noviembre 2024: 7.732 entrevistas "face to face" multimedia + 2.198 online multimedia + 3.264 "face to face" monomedia + 6.577 online monomedia.

2ª ola 2024. Del 20 de marzo al 28 de mayo 2024: 7.718 entrevistas "face to face" multimedia + 2.182 online multimedia + 3.259 "face to face" monomedia + 6.379 online monomedia.

1ª ola 2024. Del 10 de enero al 12 de marzo 2024: 7.703 entrevistas "face to face" multimedia + 2.233 online multimedia + 3.297 "face to face" monomedia + 6.457 online monomedia.

EGM-TELEVISIÓN

Para el medio Televisión, a las entrevistas personales "face to face" y online del EGM multimedia se suman las entrevistas de una ampliación monomedia telefónica en la que se aborda únicamente parte de este medio. Teniendo en cuenta esta ampliación, las características del EGM para el medio Televisión son las siguientes:

Universo:
Individuos de 14 ó más años residentes en hogares ubicados en municipios dentro de la España Peninsular, Islas Baleares e Islas Canarias.

Tipo de entrevista:

- Personal "face to face" asistida por ordenador (CAPI) en el hogar del entrevistado.
- Online a través de internet (CAWI).
- Telefónica asistida por ordenador (CATI).

Diseño muestral:

- Polietápico estratificado.
- Afijación proporcional por Comunidades Autónomas y provincias.
- Desproporción interna en cada provincia para aumentar la razón de muestreo en municipios de más de 50.000 habitantes (incluidas las capitales de provincia que no lleguen a esa cifra). En cada comunidad y hábitat la distribución por provincias es proporcional.

Tamaño muestral año 2024:
42.816 entrevistas (23.153 personales "face to face" + 6.613 online + 13.050 telefónicas).

Trabajo de campo:

Selección de las unidades muestrales:

Entrevistas personales "face to face":

- Selección aleatoria de secciones censales de acuerdo a la distribución muestral.
- Realización de hasta 7 entrevistas en cada sección censal: 6 probabilísticas y una por cuotas cruzadas de sexo, grupo de edad y actividad (trabaja-no trabaja).
- Selección del hogar mediante procedimiento de rutas aleatorias circunscritas a secciones censales.
- Selección de la persona en el hogar, mediante un procedimiento aleatorio.
- Sustituciones por personas del mismo sexo, grupo de actividad e intervalo de edad.

Entrevistas online:

Envío por correo electrónico o whatsapp de un enlace al cuestionario a:

- personas contactadas aleatoriamente por teléfono, que aceptan responder una entrevista online.
- miembros de un panel online externo.

Entrevistas telefónicas:

Las preguntas del monomedia de televisión están incluidas al final de una parte de las entrevistas del monomedia de radio.

Distribución de las entrevistas:

- 19% realizadas a individuos que viven en hogares donde sólo disponen de teléfono móvil (hogares exclusivamente móviles).
- 46% con llamadas a teléfonos móviles a individuos con teléfono fijo en el hogar.
- 35% restante con llamadas a teléfonos fijos.

Selección aleatoria de teléfonos fijos.

Selección aleatoria de teléfonos móviles en base a un sistema de generación aleatoria de números de teléfono.

Selección de la persona a entrevistar:

- En las llamadas a fijo selección aleatoria de una persona de entre las que viven en el hogar con 14 años o más.
- En las llamadas a móviles se entrevista al usuario del teléfono.

Sustituciones de no contacto y negativas por otro hogar del mismo municipio.

Plazo de realización:

3ª ola 2024. Del 2 de septiembre al 10 de noviembre 2024: 4.361 entrevistas telefónicas.

Del 2 de septiembre al 3 de noviembre 2024: 7.732 entrevistas "face to face" + 2.198 entrevistas online

2ª ola 2024. Del 20 de marzo al 4 de junio 2024: 4.350 entrevistas telefónicas.

Del 20 de marzo al 28 de mayo 2024: 7.718 entrevistas "face to face" + 2.182 entrevistas online

1ª ola 2024. Del 10 de enero al 19 de marzo 2024: 4.339 entrevistas telefónicas.

Del 10 de enero al 12 de marzo 2024: 7.703 entrevistas "face to face" + 2.233 entrevistas online

La información y datos contenidos en esta publicación son propiedad de AIMC. Los mismos no pueden ser reproducidos ni en todo, ni en parte, ni por ningún medio, sin permiso previo de AIMC.
En todo caso, será obligatorio la cita de AIMC, como fuente y titular de la información.

Realización: End to End Convergencia Comunicacional

AIMC

ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

© AIMC - c/ Basílica, 19 - 8º A. 28020 Madrid. Tel. 91 570 11 74
aimc@aimc.es - **www.aimc.es**