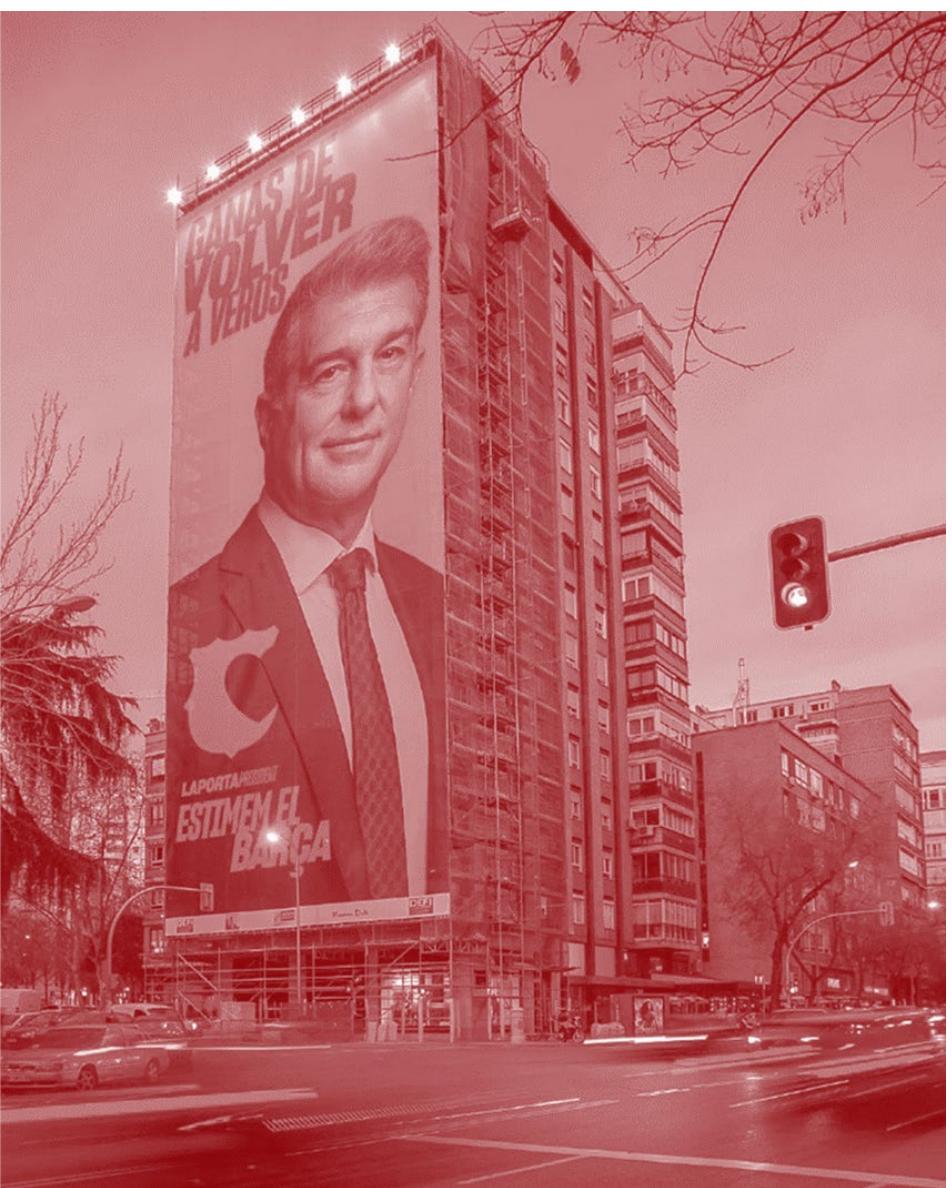


AVANTEΣ

EGM ANDALUCÍA

2^a Ola 2024



**2º Acumulado
y Ola 2024**

-  **1 | Consumo de Medios**
-  **2 | Consumo de Radio**
-  **3 | Consumo de Prensa**
-  **4 | Consumo Online**
-  **5 | Consumo de Exterior**
-  **6 | Consumo de Revistas**





1. CONSUMO DE MEDIOS

2º Acumulado 2024

CONSUMO DE MEDIOS

AVANTE

En **Andalucía**, el medio más consumido sigue siendo Internet, seguido de la Televisión (que al igual que en Nacional continúa incrementando su penetración en +0,8%). En 3º lugar se mantiene la TV Online, y le sigue de cerca Exterior y RR.SS. En esta 2ª ola, la Radio en Andalucía refleja un incremento de penetración de audiencia del + 0,33%.

RADIO

Respecto a las **Emisoras Generalistas** podemos seguir destacando el liderazgo de **Cope**, la cual sigue creciendo (+3,86%) vs Ser, que pese a ser líder en nacional, en esta región refleja una pequeña caída de oyentes.

En cuanto a las **temáticas**, **Los40** se mantiene en primera posición, seguida de Radio Olé, la cual adelanta a Canal Fiesta Radio en el ranking.

INTERNET

Internet mantiene el liderazgo, y sigue situándose en la primera posición del consumo de medios andaluz, con los mejores datos de penetración, con un incremento de 2 puntos vs el mismo periodo del año 2023.

El entorno digital y la creciente digitalización hacen que este medio se encuentre en un continuo crecimiento de audiencia.

EXTERIOR

En Andalucía **Exterior sigue creciendo, incrementando sus niveles de audiencia**, frente al anterior acumulado (+4,37%).

Se sitúa en **4ª posición** en el ranking de medios, con el **78,44%** de **penetración**, encontrándose a 3,6 puntos por debajo que nacional.

CINE/PRENSA/REVISTAS

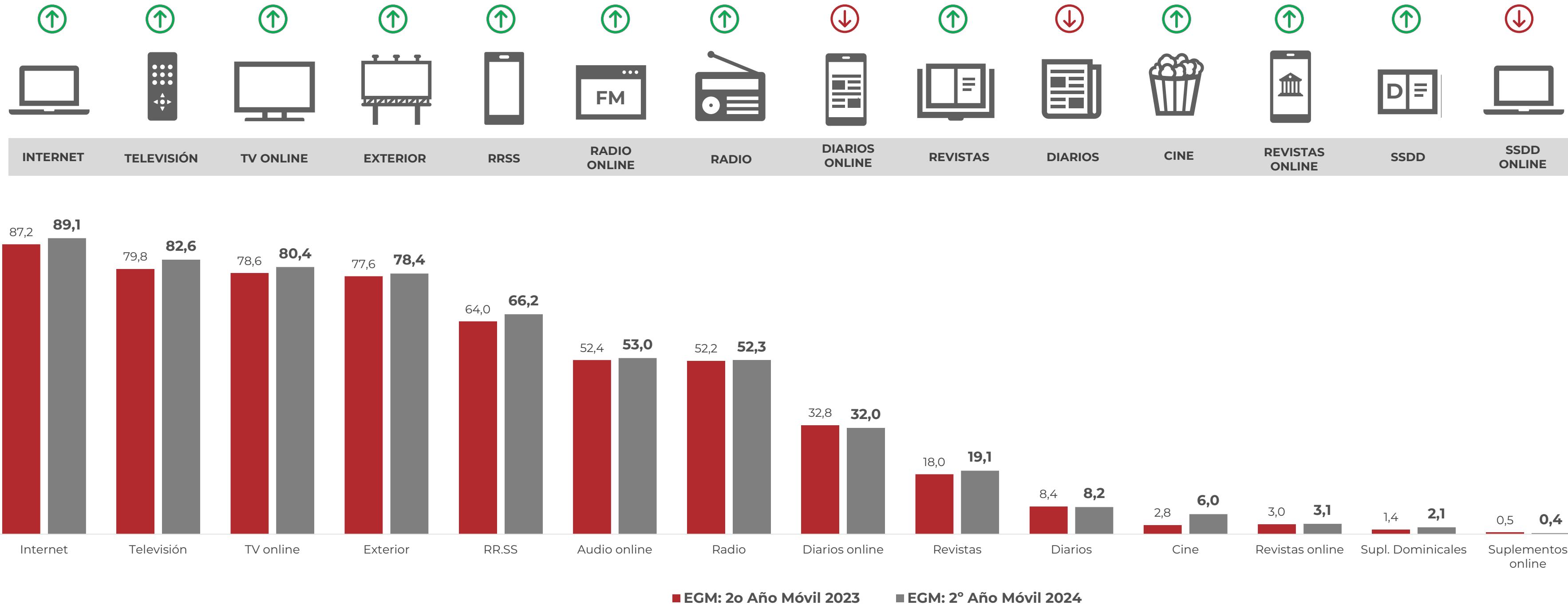
El medio **Cine**, sigue registrando una **subida considerable de audiencia** en este periodo vs el anterior analizado.

En este acumulado, presenta un **6,02%** de **penetración** frente a un 2,75% del pasado, lo que supone un **crecimiento de +118,91%**.

En el ámbito nacional, se registran cifras de incremento similares (3,48 vs 6,56).

CONSUMO DE MEDIOS

AVANTE



Fuente: EGM 2º Acumulado 2024 vs 2º Acumulado 2023. Andalucía.



2. CONSUMO DE RADIO

2ª Olea 2024

CONSUMO DE RADIO

AVANTE

En **Andalucía**, en esta **Segunda Ola del EGM 2024**, la **Radio** registra una penetración del **52,34%** para el TT Individuos del territorio, con un **aumento de +0,3 puntos** vs el dato registrado en la Segunda Ola del EGM 2023.

Entre las **Emisoras Generalistas**, **COPE**, con 718.000 oyentes continúa un año más **liderando el ranking** de cadenas, seguida de la **Ser**, la cual registra una caída significativa de oyentes. Destacamos, **Onda Cero y Canal Sur** como las emisoras que más crecen en oyentes en la región andaluza.

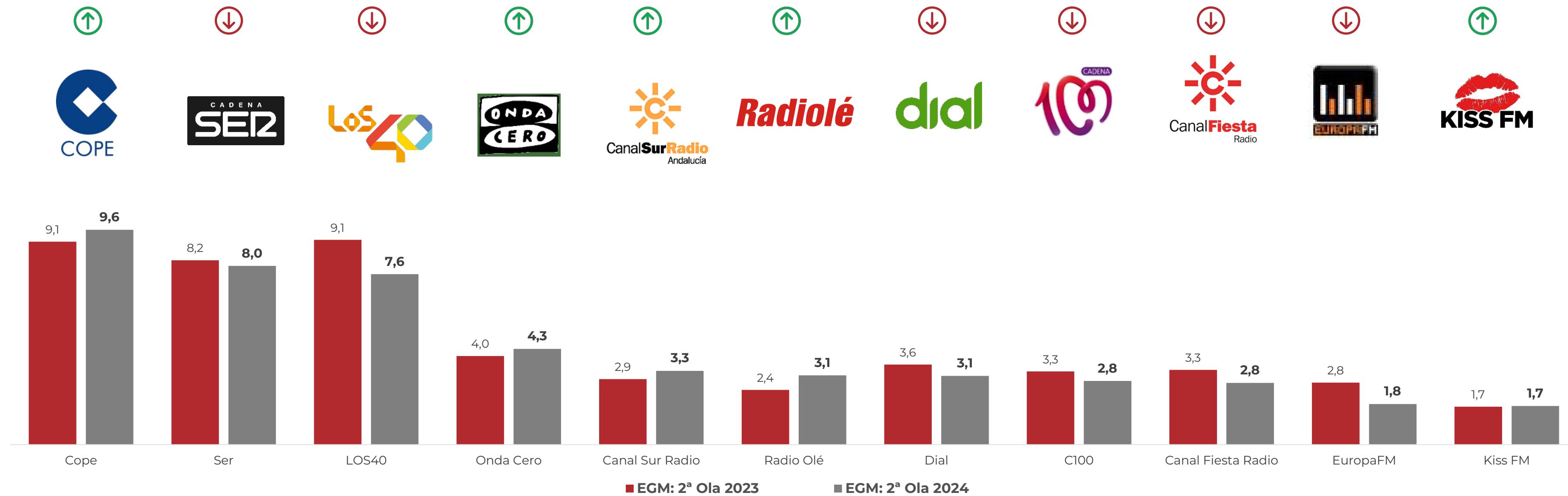
Los40, en esta **Segunda Ola del EGM 2024**, sigue siendo la **emisora con mayor liderazgo dentro de las temáticas**, aunque registra una caída de audiencia frente al mismo periodo del año anterior. El programa *Anda Ya*, sigue **en primera posición** del ranking de los **programas matinales temáticos** que más oyentes recoge (345K).

El Partidazo de **Cope** **lidera** los **programas deportivos entre semana**, y en el fin de semana *Tiempo de Juego* sigue líder frente a *Carrusel Deportivo* y *Radio Estadio*.



CONSUMO DE RADIO

AVANTEΣ



Fuente: EGM 2nd Ola 2024 vs 2nd Ola 2023. Andalucía. Audiencias día de ayer en % (promedio L a D).

CONSUMO DE RADIO

AVANTE

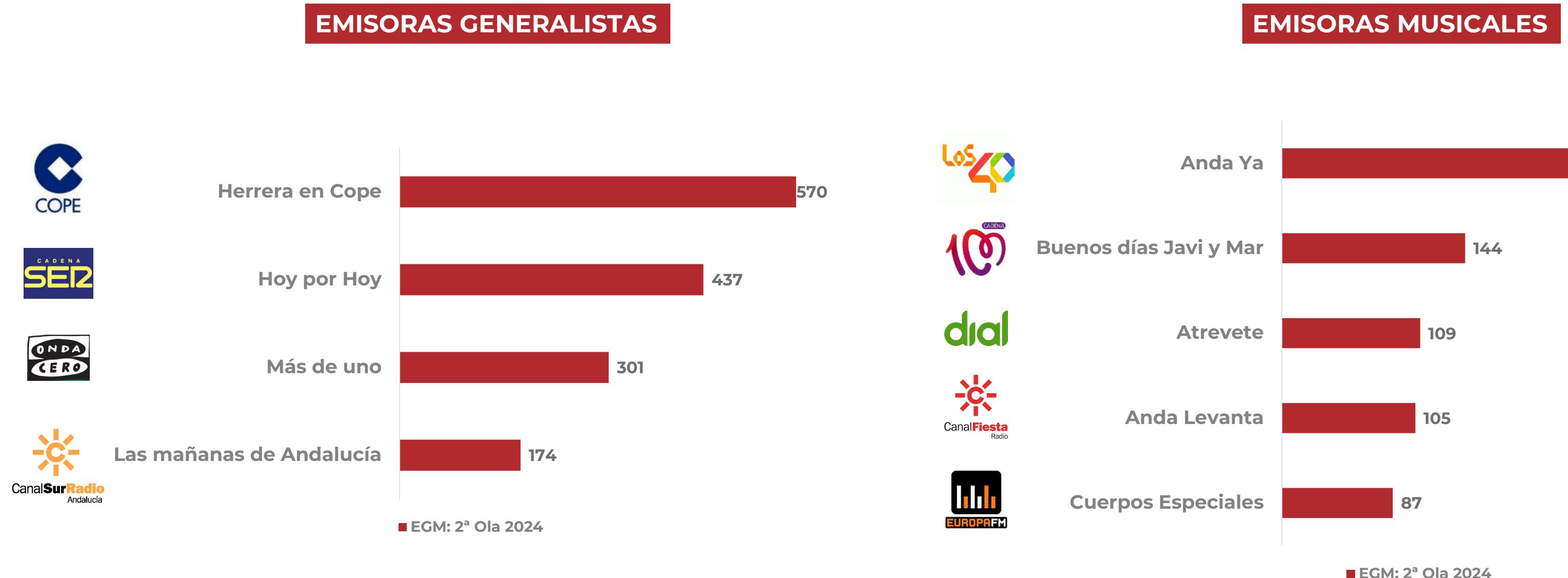


Emisoras	EGM: 2ª Ola 2023	EGM: 2ª Ola 2024	Diferencia (000)
Cope	671	718	46
Ser	610	597	-13
LOS40	678	570	-108
Onda Cero	293	320	27
Canal Sur Radio	217	246	29
Radio Olé	181	232	50
Dial	265	229	-35
C100	242	213	-29
Canal Fiesta Radio	247	206	-41
EuropaFM	205	136	-69
Kiss FM	125	129	4
LOS40 Classic	123	117	-6
Rock FM	86	109	23
EsRadio	72	103	31
RNE	115	83	-32
Radio Marca	55	67	12
Radio 5	40	46	6
Radio 3	51	41	-10
LOS40 Urban	27	36	9
Radio Clásica	31	33	2
MegaStar FM	14	22	9
Hit FM	2	12	10
Radio Andalucía	6	10	4
Melodía FM	9	4	-5
LOS40 Dance	12	2	-10

CONSUMO DE RADIO

AVANTE

MAÑANAS Y MORNING SHOW LABORABLES



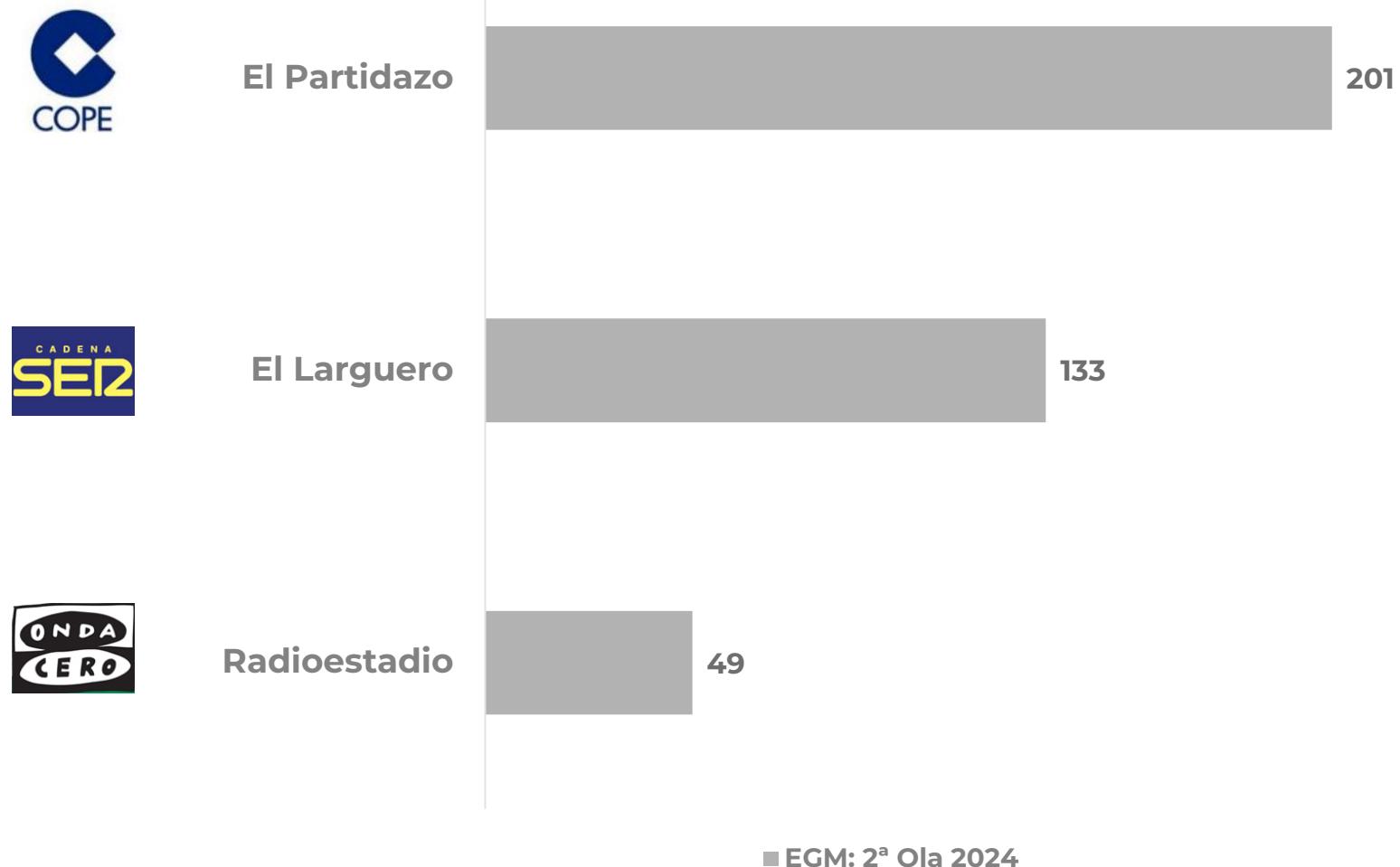
Fuente: EGM 2ª Ola 2024. Andalucía. Audiencias día de ayer en miles (000) (promedio L a V).

CONSUMO DE RADIO

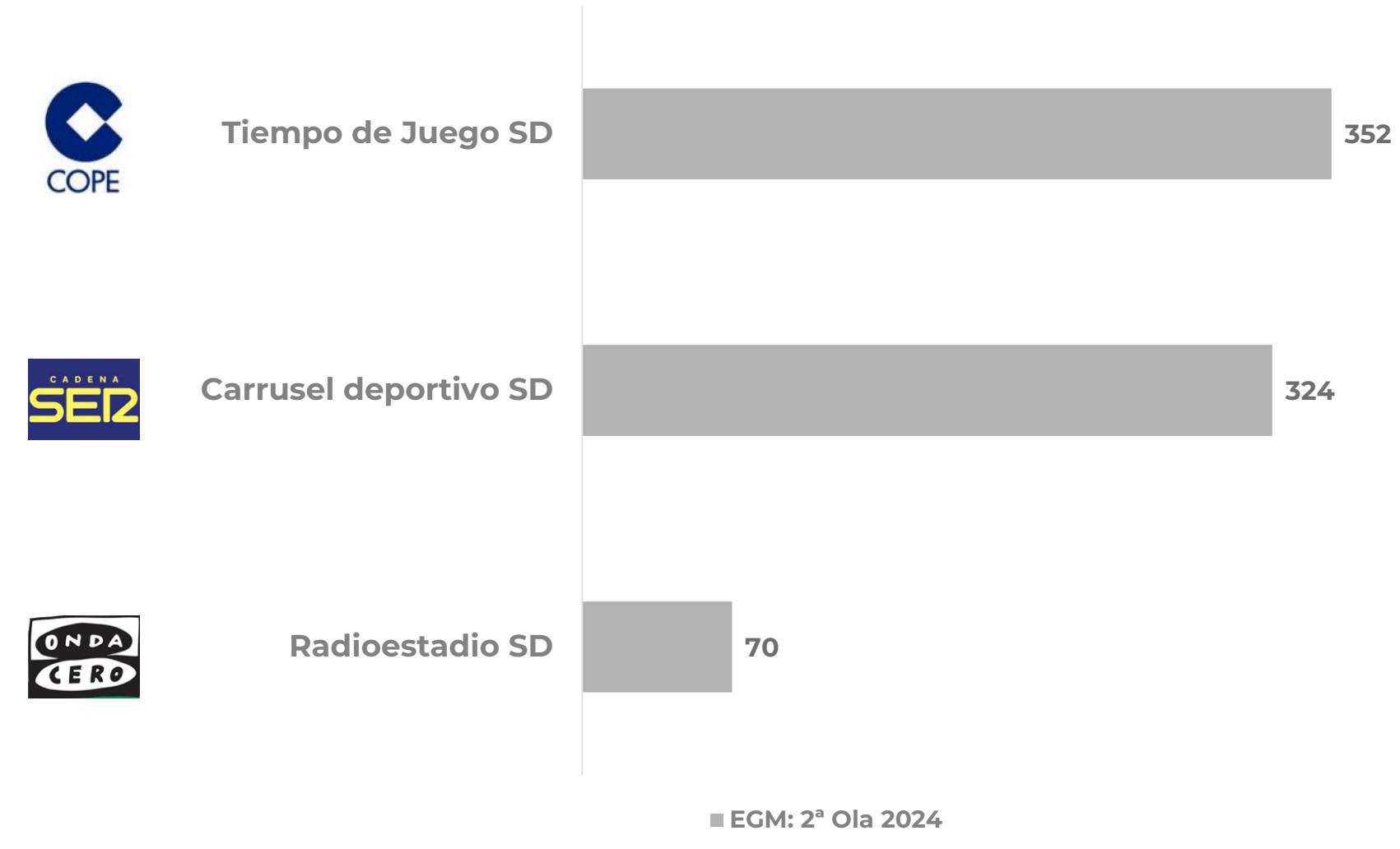
AVANTE

DEPORTES LABORABLE Y FIN DE SEMANA

PROGRAMAS LUNES A VIERNES



PROGRAMAS FIN DE SEMANA



Fuente: EGM 2^a Ola 2024. Andalucía. Audiencias día de ayer en miles (000).



3. CONSUMO DE PRENSA

2º Acumulado
Móvil 2024

CONSUMO DE PRENSA

AVANTEΣ

En cuanto a **Prensa Deportiva**, el diario **Marca**, sigue aumentando significativamente sus lectores (+10K), seguido de **AS**, el cual refleja un incremento significativo (+12K), y de **Mundo Deportivo** (+7K).

Respecto a la **Prensa Generalista**, **ABC** sigue en primera posición del ranking, reflejando una subida de lectores (+7K), seguido de **El País**, e **Ideal Andalucía**, los cuales sufren una caída de audiencia de (-15K).



CONSUMO DE PRENSA

AVANTEΣ

MARCA

ABC

EL PAÍS

EL MUNDO

as

IDEAL

SUR

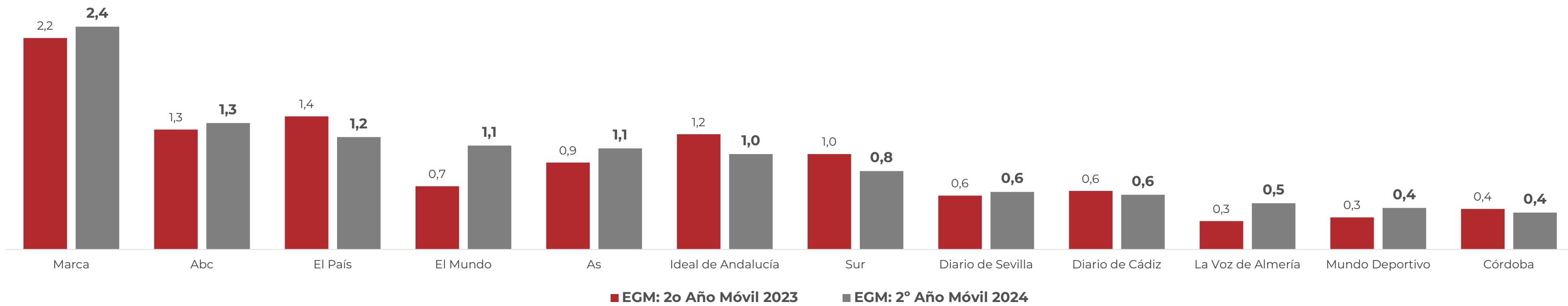
**Diario de
Sevilla**

**DIARIO DE
CÁDIZ**

La Voz de Almería

**MUNDO
DEPORTIVO**

CÓRDOBA



CONSUMO DE PRENSA

AVANTEΣ



Diarios	EGM: 2º Año Móvil		Diferencia (000)
	2023	2024	
Marca	166	177	10
Abc	94	101	7
El País	104	89	-15
El Mundo	50	82	32
As	68	80	12
Ideal de Andalucía	90	75	-15
Sur	75	62	-12
Diario de Sevilla	42	45	3
Diario de Cádiz	46	43	-3
La Voz de Almería	22	37	15
Mundo Deportivo	26	33	7
Córdoba	32	29	-3
La Razón	19	24	5
Granada Hoy	22	22	0
Jaén	24	22	-2
20 Minutos (7/5)	21	22	0
Málaga Hoy	16	20	4
Huelva Información	15	19	3
El Economista (7/5)	8	18	10
La Opinión de Málaga	19	17	-2
Diario de Jerez	17	16	-2
Sport	14	14	-0
Europa Sur	1	11	9
Expansión (7/6)	11	11	-0
Diario de Almería	12	10	-2

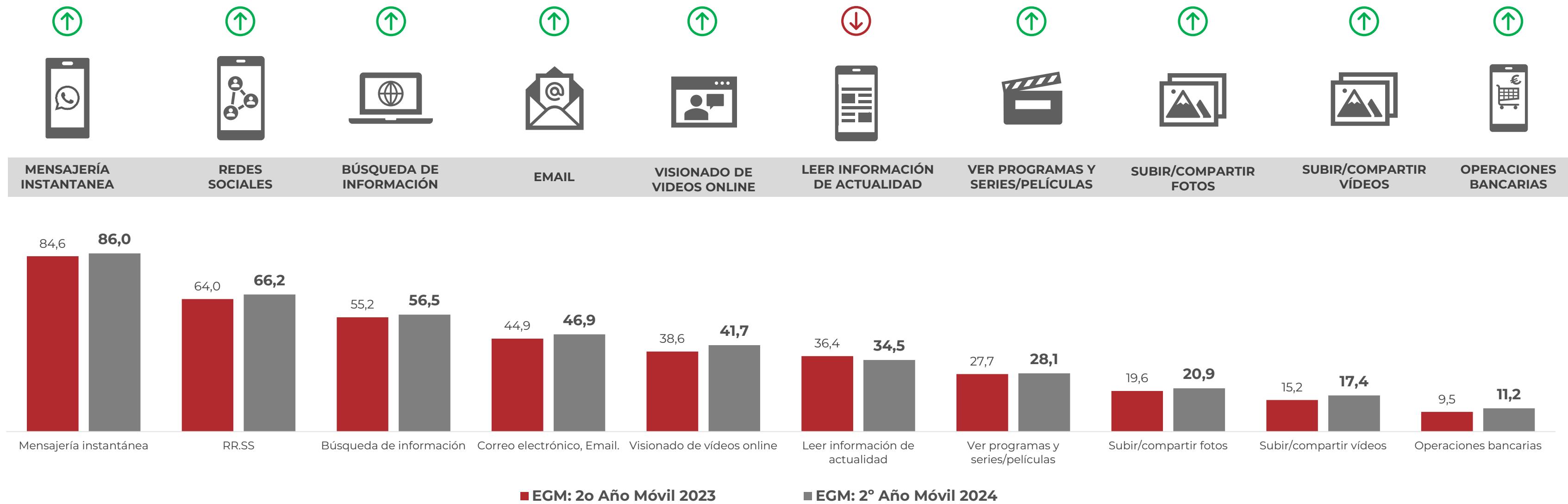


4 . CONSUMO ONLINE

2º Acumulado
Móvil 2024

CONSUMO ONLINE

AVANTEΣ

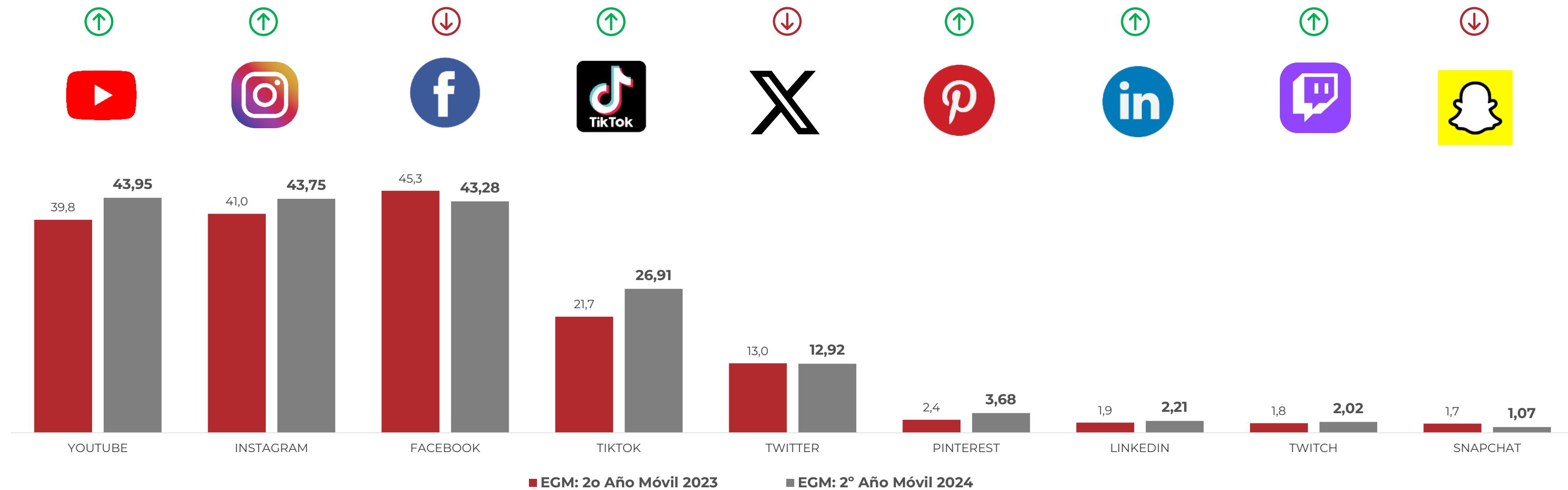


Fuente: EGM 2º Acumulado 2024 vs 2º Acumulado 2023. Andalucía. Dato en %.

CONSUMO ONLINE

AVANTE

REDES SOCIALES MÁS UTILIZADAS

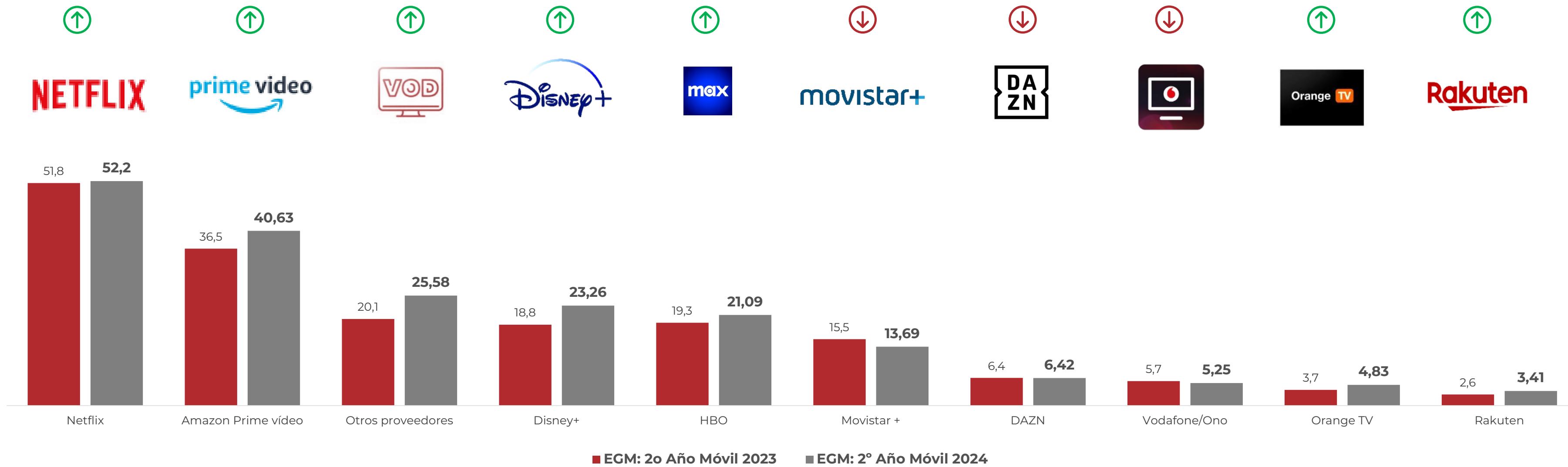


Fuente: EGM 2º Acumulado 2024 vs 2º Acumulado 2023. Andalucía. Dato en %.

CONSUMO ONLINE

AVANTE

PLATAFORMAS DE VOD MÁS UTILIZADAS

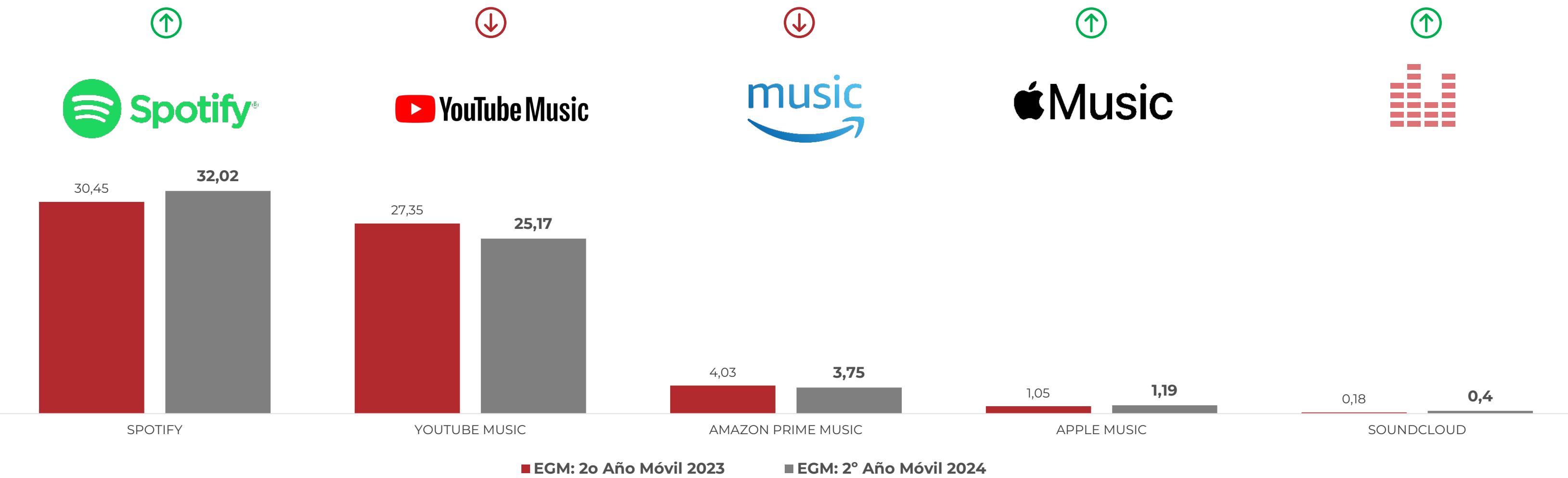


Fuente: EGM 2º Acumulado 2024 vs 2º Acumulado 2023. Andalucía. Dato en %.

CONSUMO ONLINE

AVANTE

MÚSICA EN STREAMING



Fuente: EGM 2º Acumulado 2024 vs 2º Acumulado 2023. Andalucía. Dato en %.

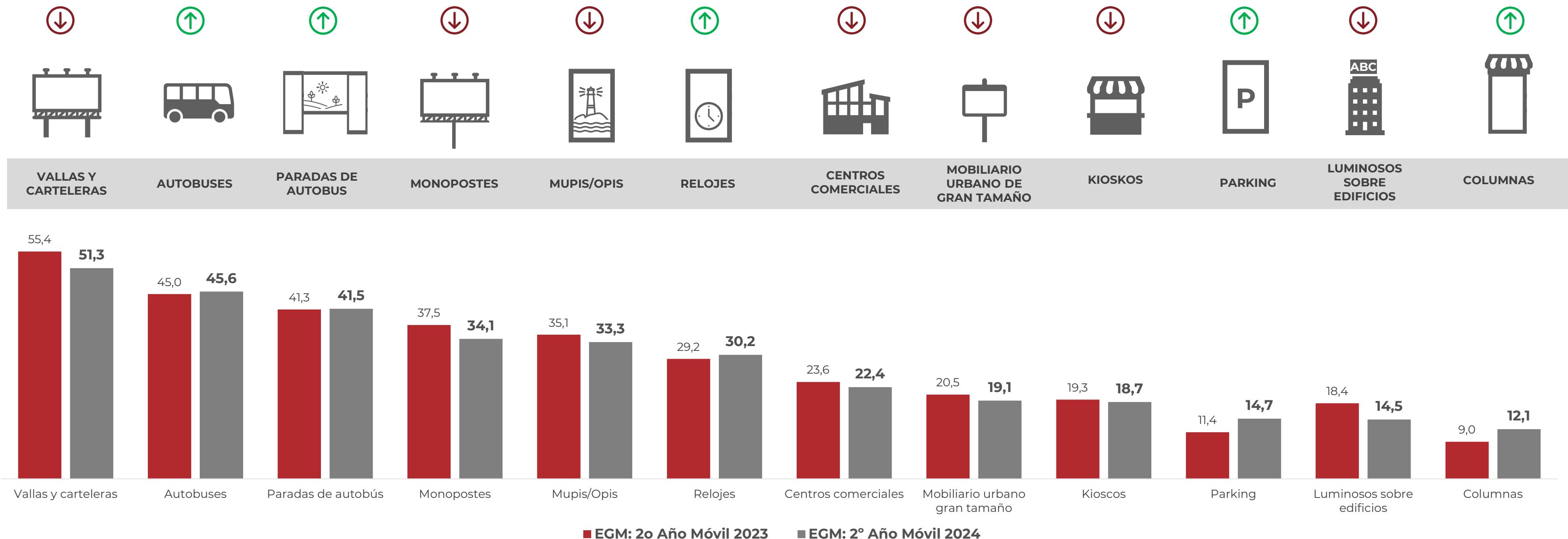


5 . CONSUMO DE EXTERIOR

2º Acumulado
Móvil 2024

CONSUMO DE EXTERIOR

AVANTEΣ



■ EGM: 2^o Año Móvil 2023

■ EGM: 2^o Año Móvil 2024

CONSUMO DE EXTERIOR

AVANTEΣ



Soporte	EGM: 2º Año Móvil 2023	EGM: 2º Año Móvil 2024	Diferencia (000)
Vallas y carteleras	4.110	3.844	-266
Autobuses	3.340	3.418	78
Paradas de autobús	3.063	3.105	41
Monopostes	2.782	2.554	-228
Mupis/Opis	2.606	2.496	-110
Relojes	2.170	2.263	94
Centros comerciales	1.752	1.674	-78
Mobiliario urbano gran tamaño	1.523	1.427	-96
Kioscos	1.433	1.403	-30
Parking	843	1.099	257
Luminosos sobre edificios	1.367	1.083	-284
Columnas	671	907	236
TV en loterías/quinielas	771	906	135
Contenedores	492	692	200
Lonas publicitarias edificios	651	651	-0
Mástiles bandera	572	643	71
Tren	242	358	116
Publicidad en Metro	191	257	66
Aeropuertos	124	175	51
Bicicletas	98	158	60



6. CONSUMO DE REVISTAS

2º Acumulado
Móvil 2024

CONSUMO DE REVISTAS

AVANTEΣ



VOGUE

VIAJES
NATIONAL
GEOGRAPHIC

HISTORIA
NATIONAL
GEOGRAPHIC

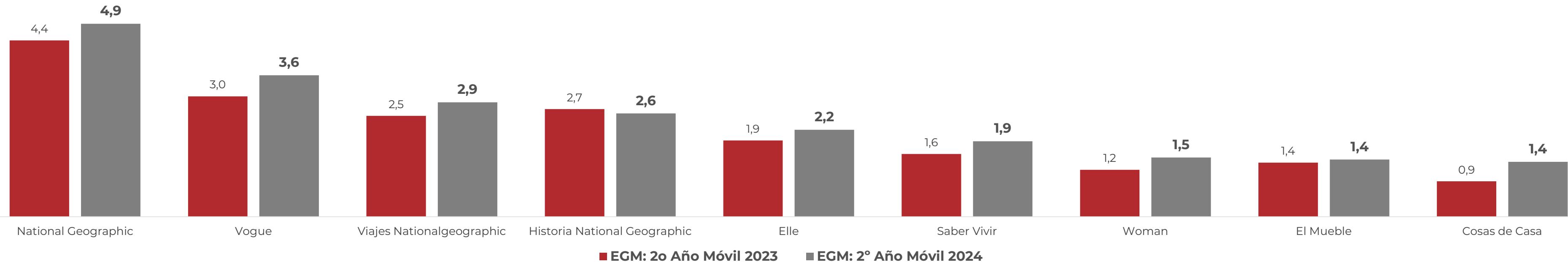
ELLE

SABER
VIVIR

Woman

EL MUEBLE

Cosas
de
casa



■ EGM: 2º Año Móvil 2023

■ EGM: 2º Año Móvil 2024

CONSUMO DE REVISTAS

AVANTE



Revista	EGM: 2º Año Móvil 2023	EGM: 2º Año Móvil 2024	Diferencia (000)
National Geographic	329	364	34
Vogue	225	266	42
Viajes Nationalgeographic	189	216	28
Historia National Geographic	201	195	-6
Elle	142	164	22
Saber Vivir	117	143	26
Woman	88	112	24
El Mueble	101	108	7
Cosas de Casa	66	104	38
Elle Decoration	75	98	23
Coches	73	96	24
Telva	71	82	11
Men's Health	77	81	4
Viajar	72	80	8
Hola Fashion	46	77	32
Love Cocina	41	73	32
Motos 2000	56	70	15
Cuerpo-mente	48	68	21
Interiores	42	67	25
Autopista	59	66	7
Marie Claire	49	62	13
Clara	53	62	9
Sport Life	49	61	12
Harper's Bazaar	43	60	17

¡GRACIAS!



Almudena del Río

Directora Andalucía Oriental

678 482 442

almudena.delrio@avantemedios.com



Ramón Rodríguez de la Borbolla

Director Andalucía Occidental

647 206 011

ramon.rodriguezdelaborbolla@avantemedios.com



avantemedios.com