









AVANTΣ

EGM ANDALUCÍA

2ª OIa 2024



2º Acumulado
y 01a 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

AVANTΣ

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

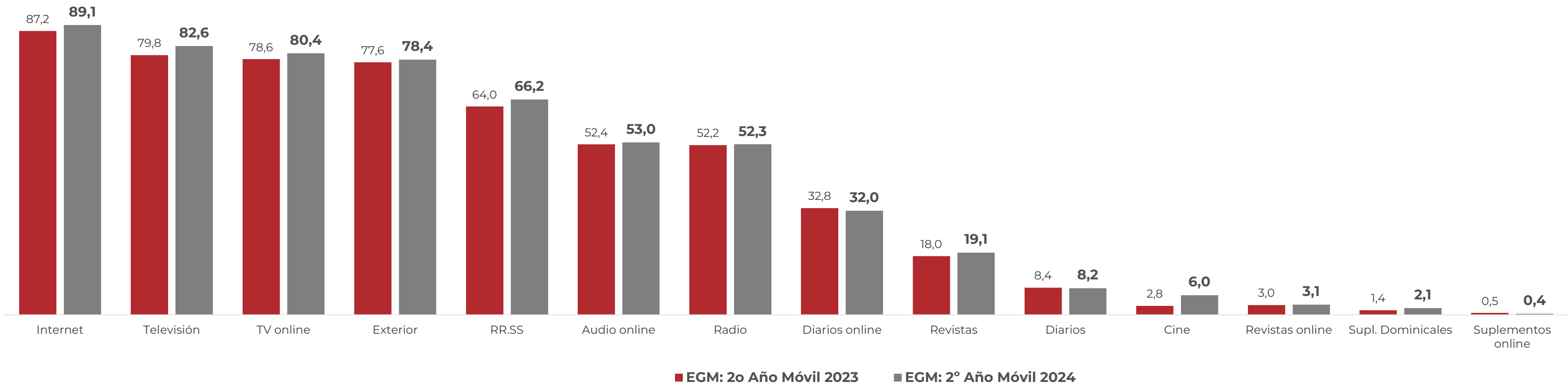
El medio **Cine**, sigue registrando una **subida considerable de audiencia** en este periodo vs el anterior analizado.

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

AVANTΣ



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



2. CONSUMO DE RADIO

2ª OIa 2024

AVANT^{IT}Σ

CONSUMO DE RADIO

AVANTΣ

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.

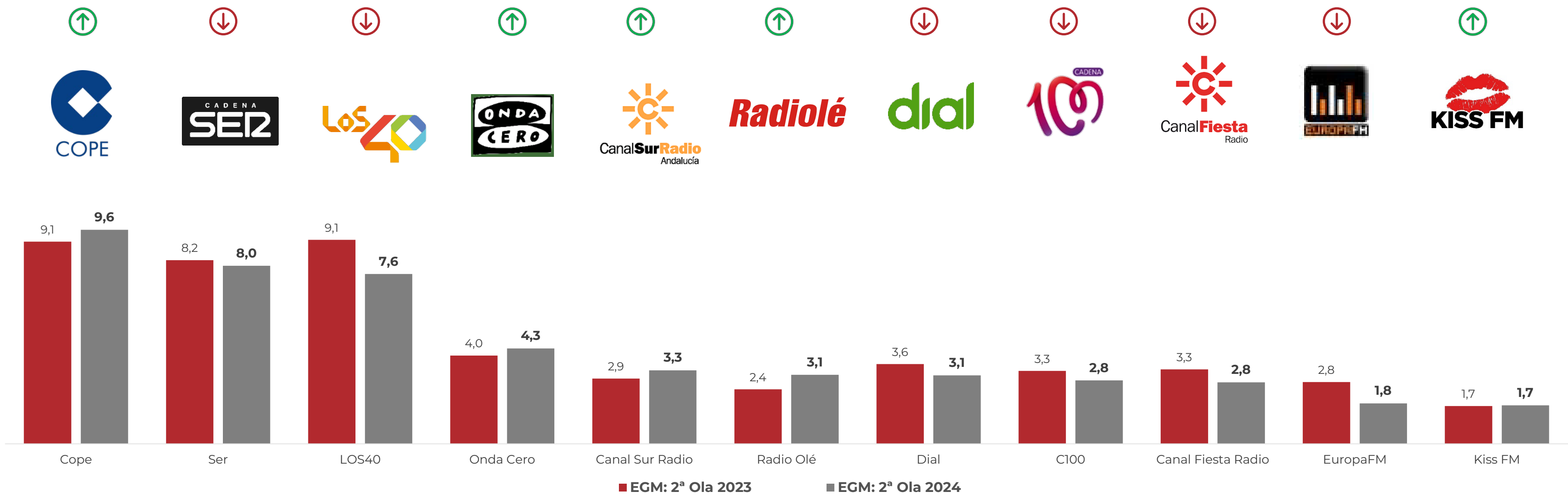
Los40, en esta **Segunda Ola del EGM 2024**, sigue siendo la **emisora con mayor liderazgo dentro de las temáticas**, aunque registra una caída de audiencia frente al mismo periodo del año anterior. El programa *Anda Ya*, sigue **en primera posición** del ranking de los **programas matinales temáticos**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

AVANTΣ



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

CONSUMO DE RADIO



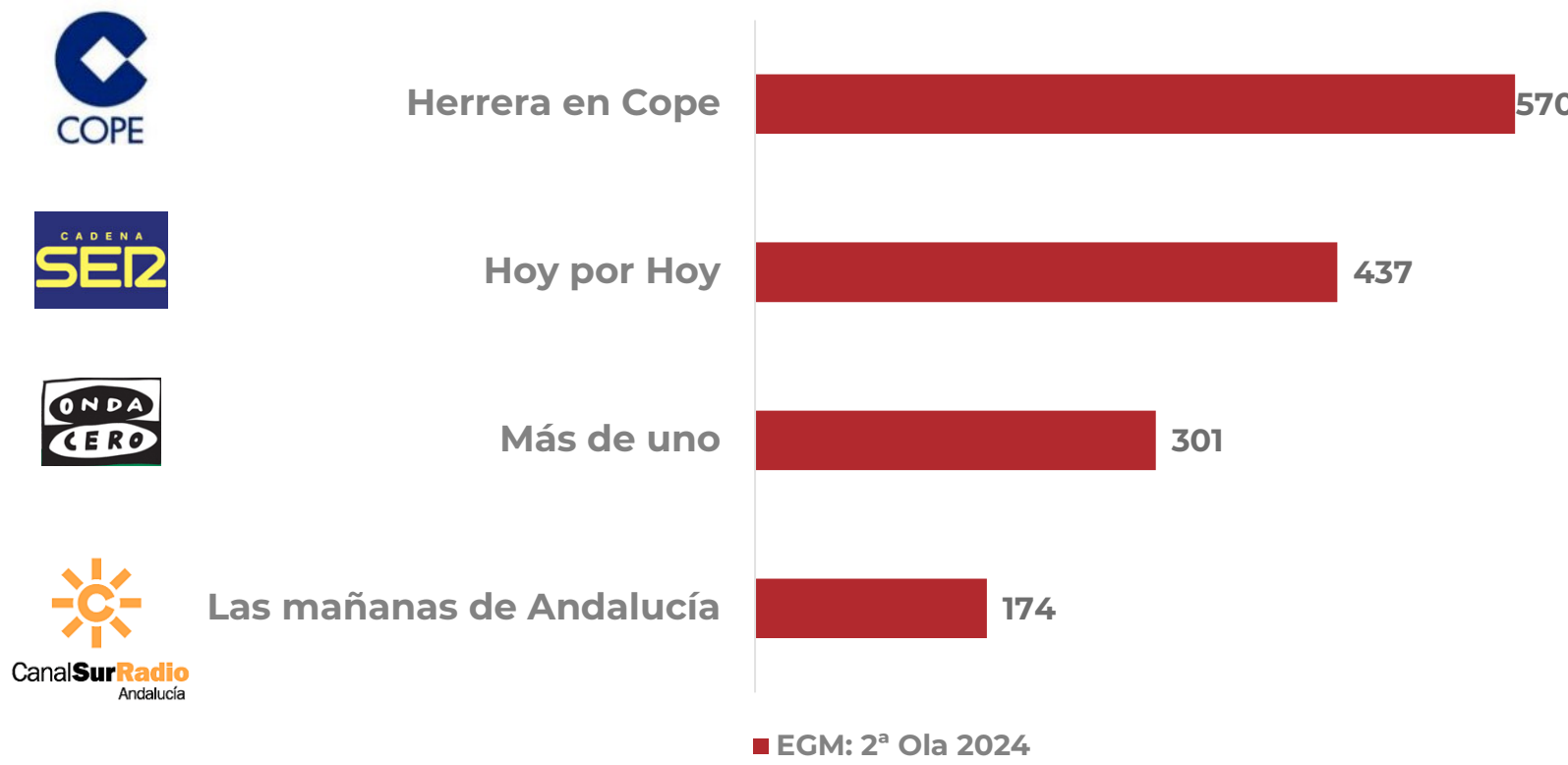
Emisoras	EGM: 2ª Ola 2023	EGM: 2ª Ola 2024	Diferencia (000)
Cope	671	718	46
Ser	610	597	-13
LOS40	678	570	-108
Onda Cero	293	320	27
Canal Sur Radio	217	246	29
Radio Olé	181	232	50
Dial	265	229	-35
C100	242	213	-29
Canal Fiesta Radio	247	206	-41
EuropaFM	205	136	-69
Kiss FM	125	129	4
LOS40 Classic	123	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

AVANTΣ

MAÑANAS Y MORNING SHOW LABORABLES

EMISORAS GENERALISTAS



EMISORAS MUSICALES



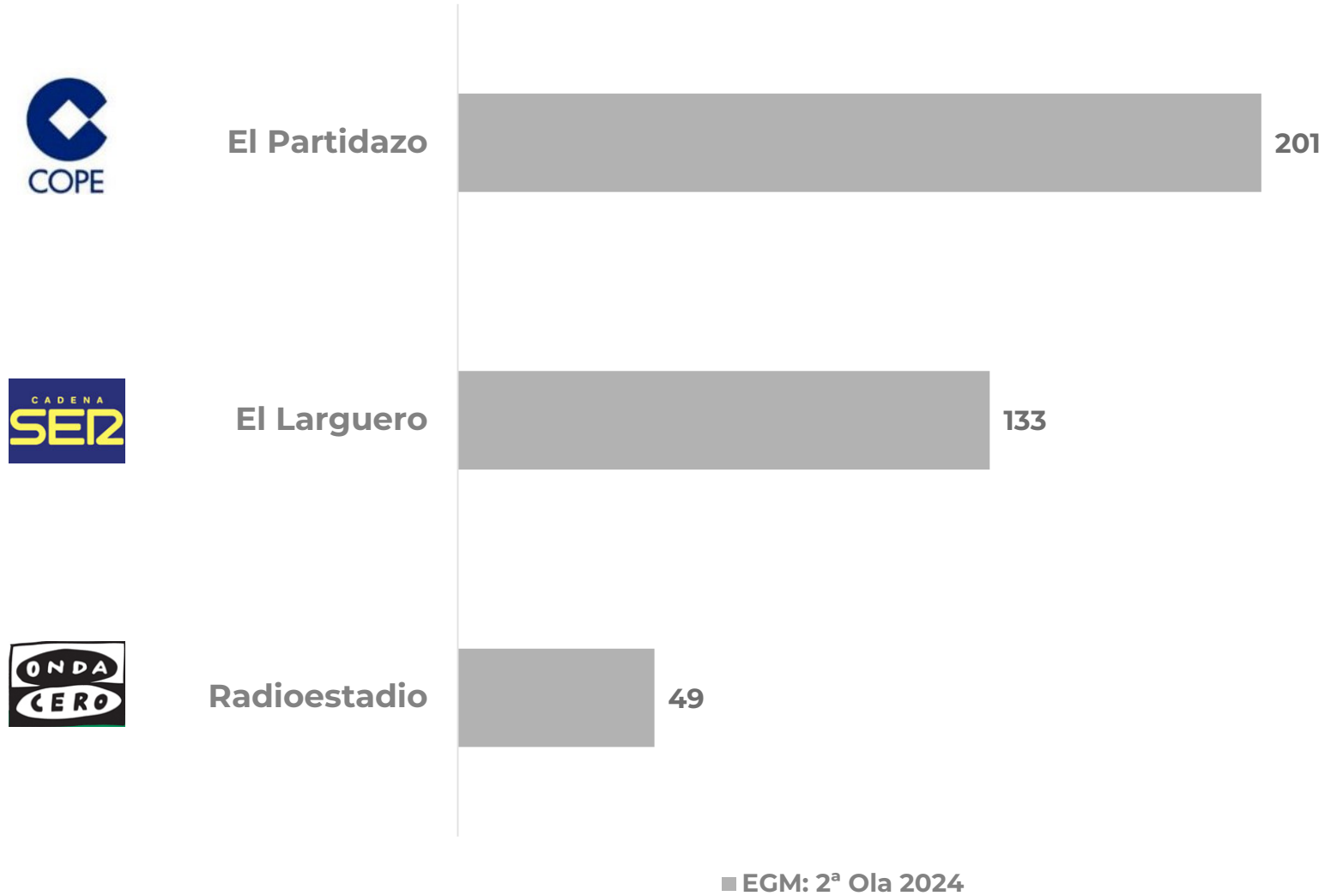
Fuente: EGM 2ª Ola 2024. Andalucía. Audiencias día de ayer en miles (000) (promedio L a V).

CONSUMO DE RADIO

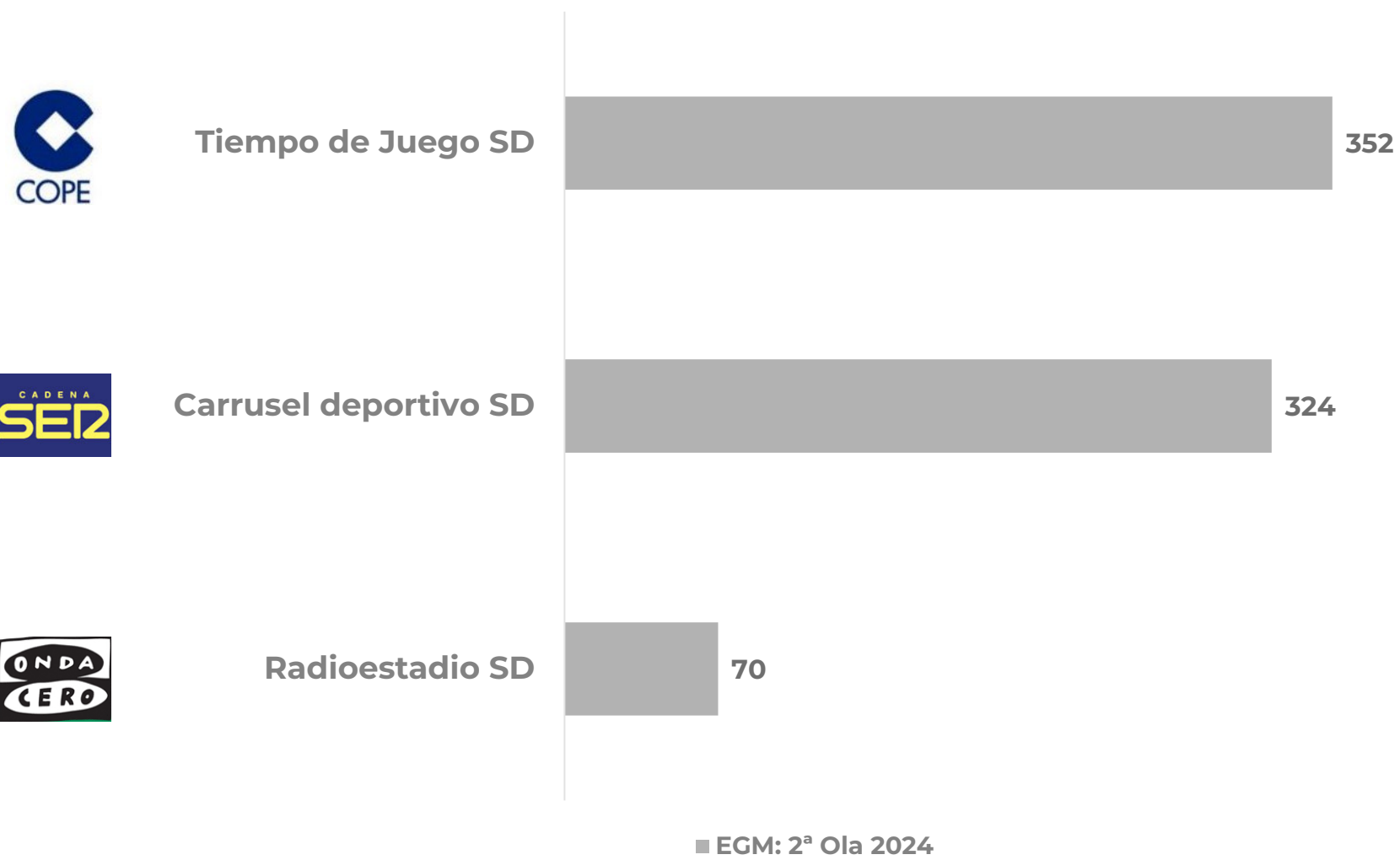
AVANTΣ

DEPORTES LABORABLE Y FIN DE SEMANA

PROGRAMAS LUNES A VIERNES



PROGRAMAS FIN DE SEMANA



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



3. CONSUMO DE PRENSA

2º Acumulado
Móvil 2024

CONSUMO DE PRENSA

AVANTΣ

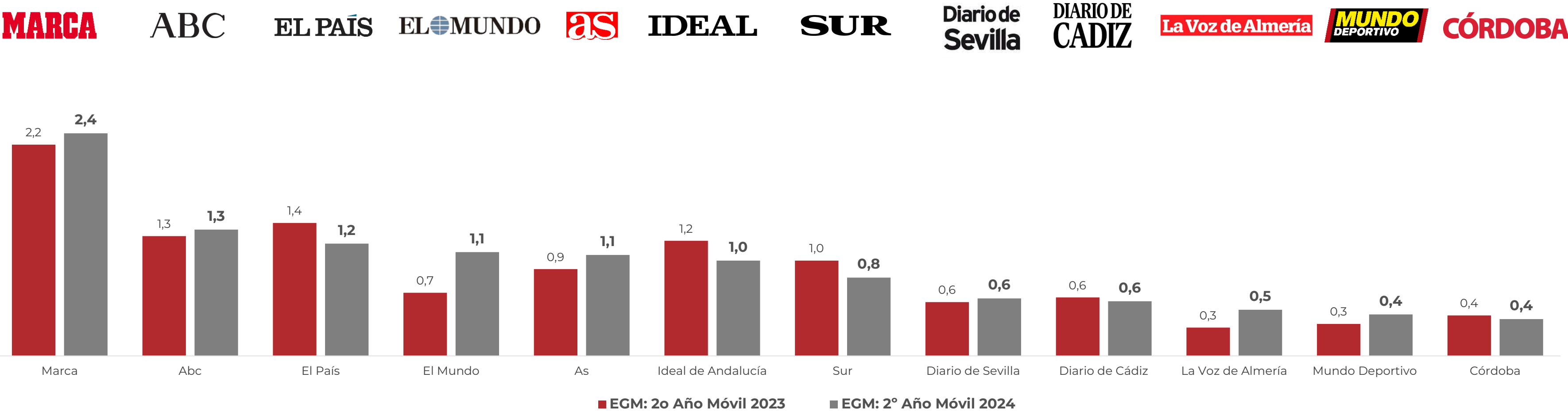
En cuanto a **Prensa Deportiva**, el diario **Marca**, sigue aumentando significativamente sus lectores (+10K), seguido de **AS**, el cual refleja un incremento significativo (+12K), y de **Mundo Deportivo** (+7K).

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).



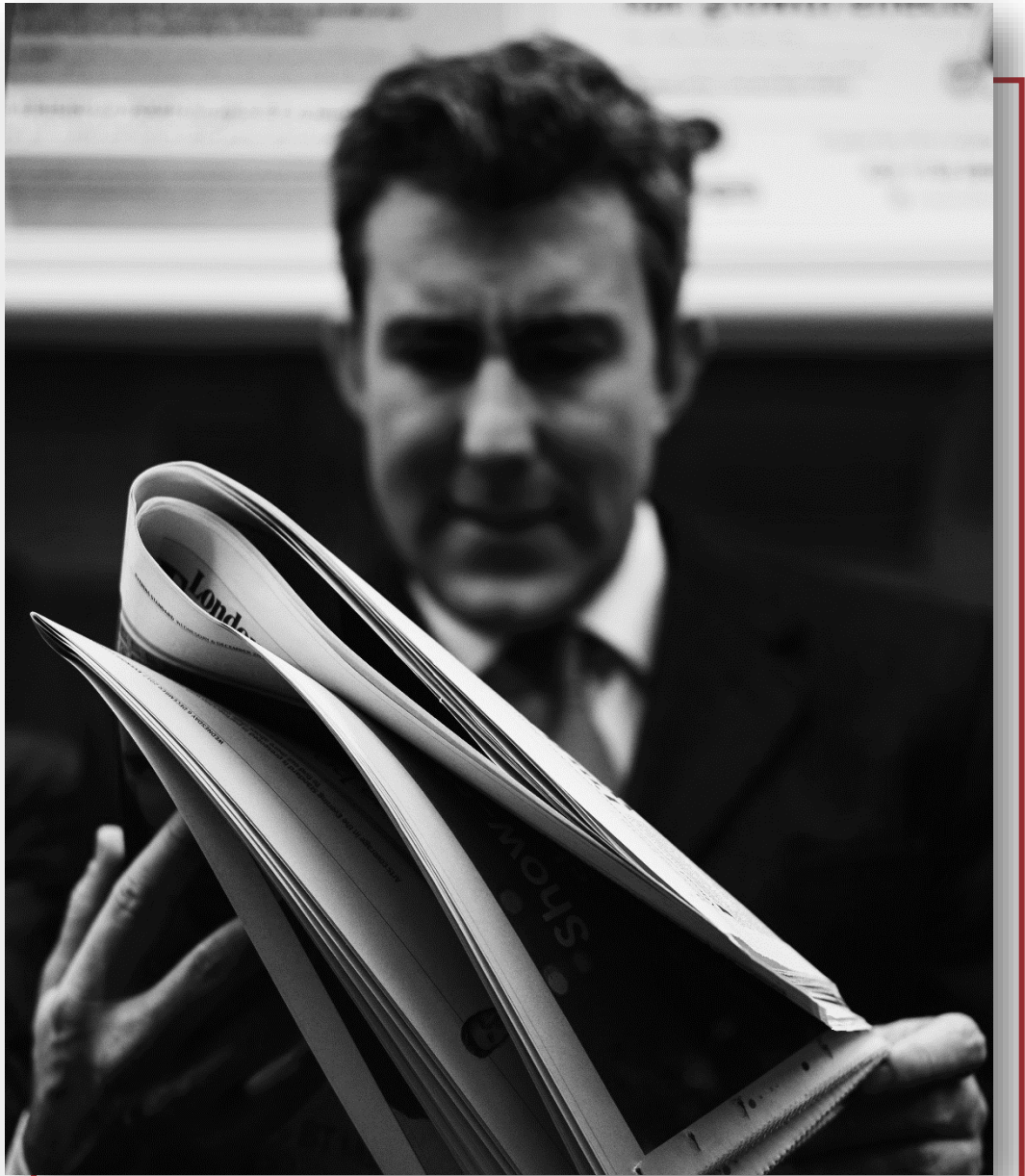
CONSUMO DE PRENSA

AVANTΣ



Fuente: EGM 2º Acumulado 2024 vs 2º Acumulado 2023. Andalucía. Dato en % (media lectores diarios).

CONSUMO DE PRENSA



Diarios	EGM: 2o Año Móvil	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

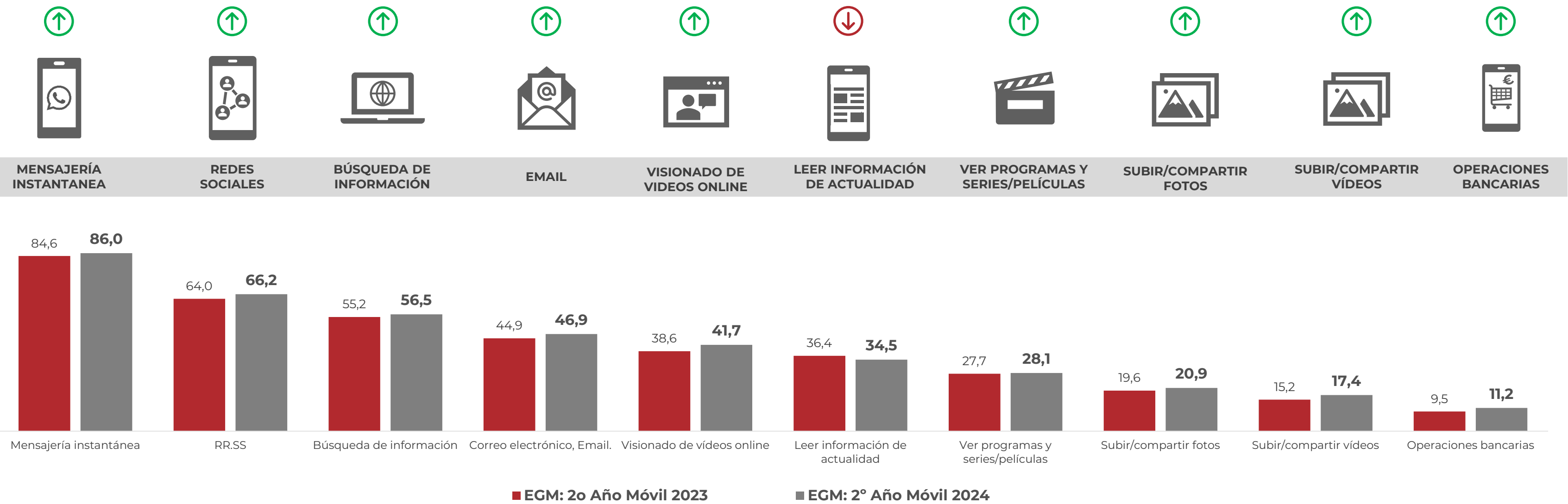


4 . CONSUMO ONLINE

2º Acumulado
Móvil 2024

CONSUMO ONLINE

AVANTΣ

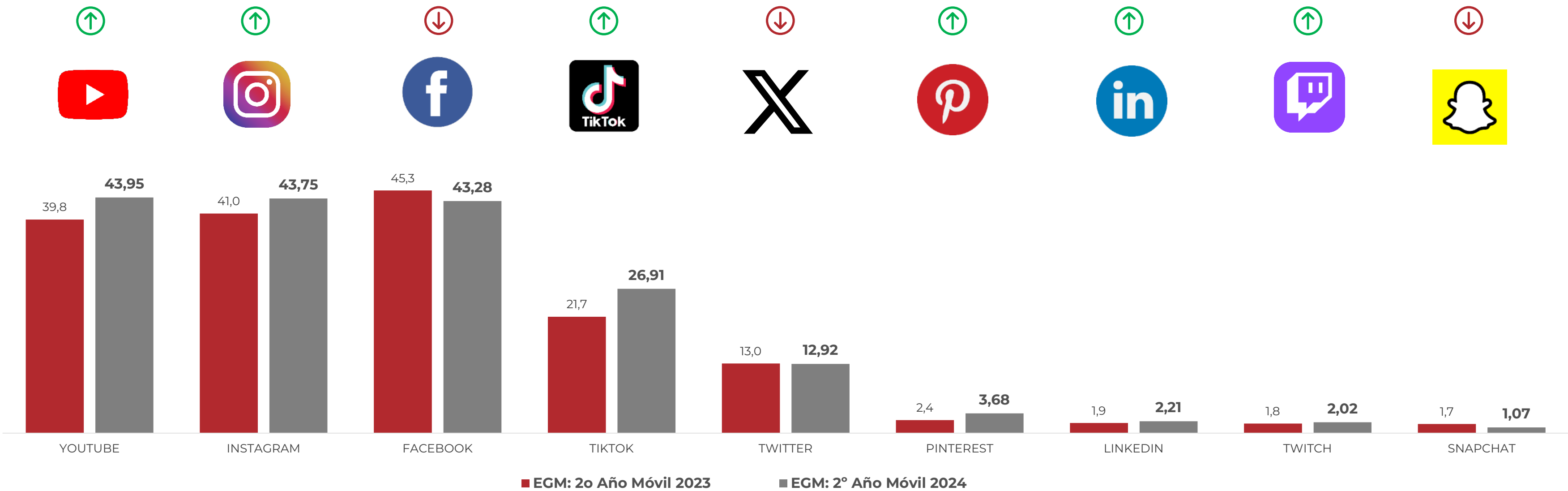


Fuente: EGM 2º Acumulado 2024 vs 2º Acumulado 2023. Andalucía. Dato en %.

CONSUMO ONLINE

AVANTΣ

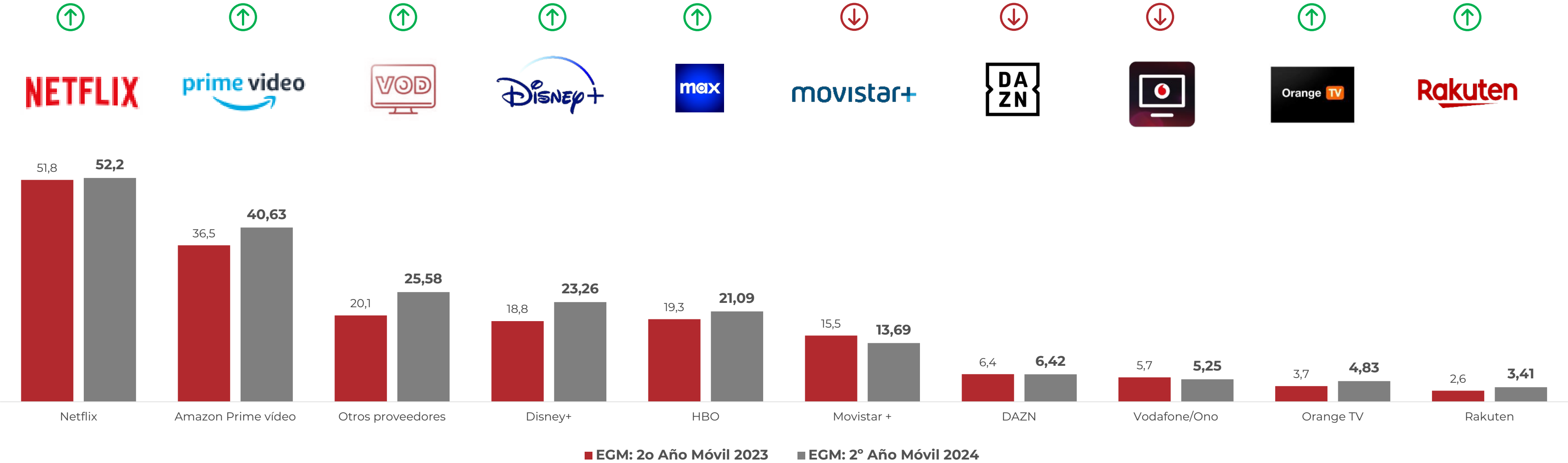
REDES SOCIALES MÁS UTILIZADAS



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

CONSUMO ONLINE

PLATAFORMAS DE VOD MÁS UTILIZADAS

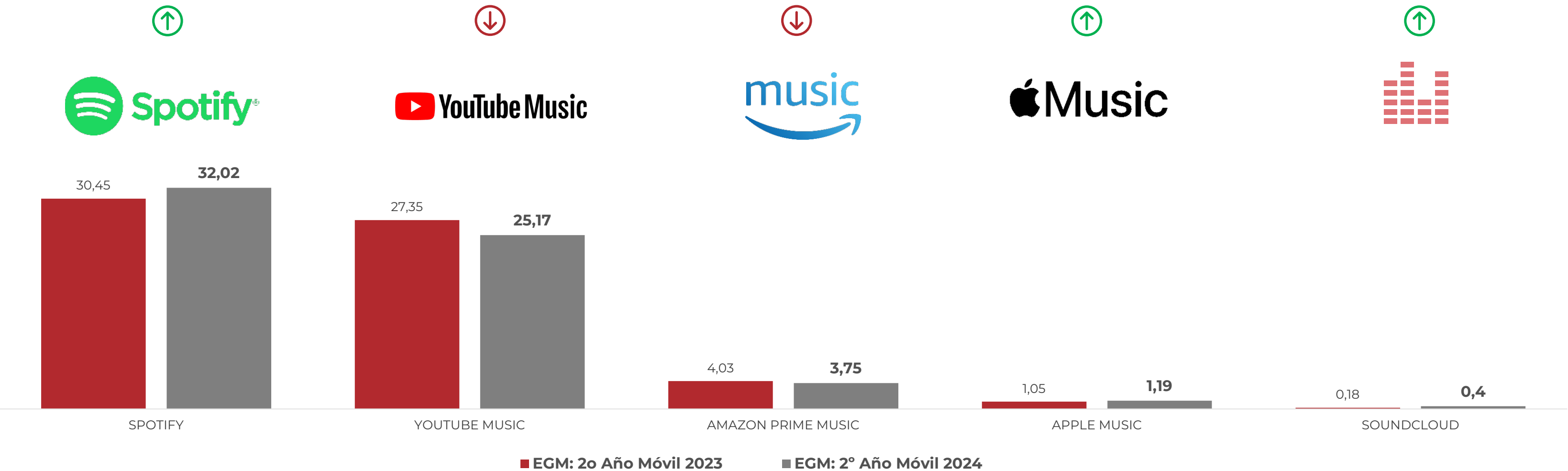


Fuente: EGM 2º Acumulado 2024 vs 2º Acumulado 2023. Andalucía. Dato en %.

CONSUMO ONLINE

AVANTΣ

MÚSICA EN STREAMING



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



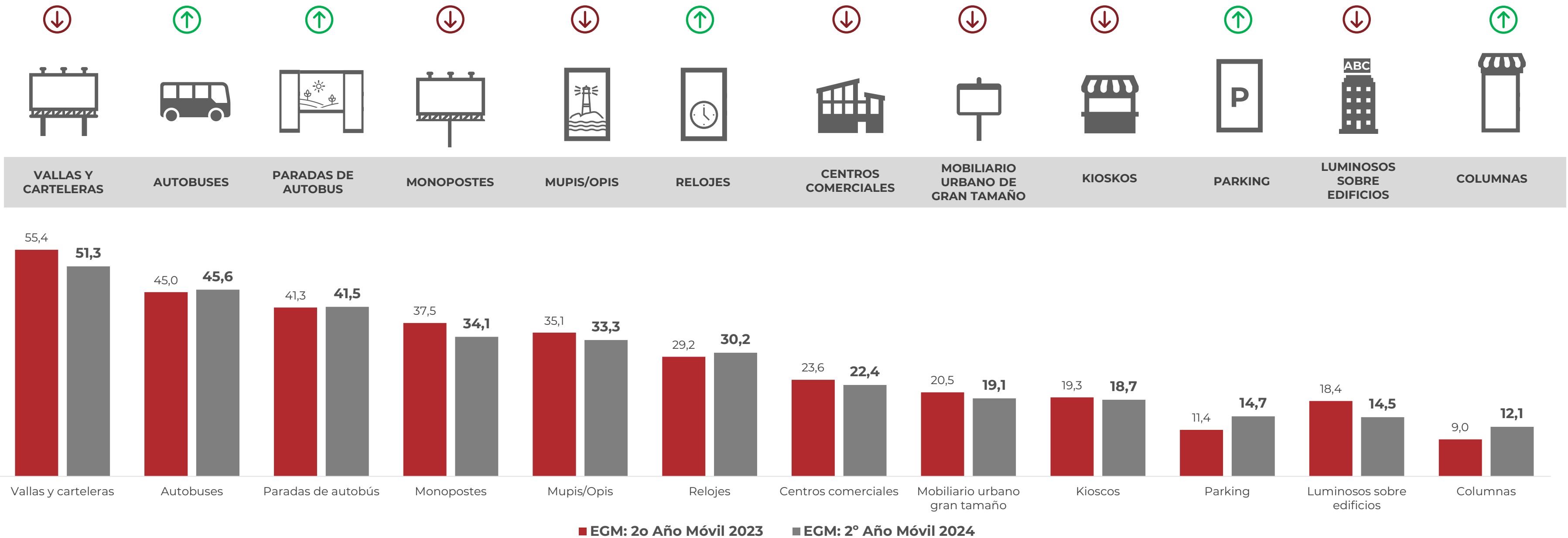
5 . CONSUMO DE EXTERIOR

2º Acumulado
Móvil 2024

AVANTΣ

CONSUMO DE EXTERIOR

AVANTΣ



Fuente: EGM 2º Acumulado 2024 vs 2º Acumulado 2023. Andalucía. Audiencias última semana en %.

CONSUMO DE EXTERIOR



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

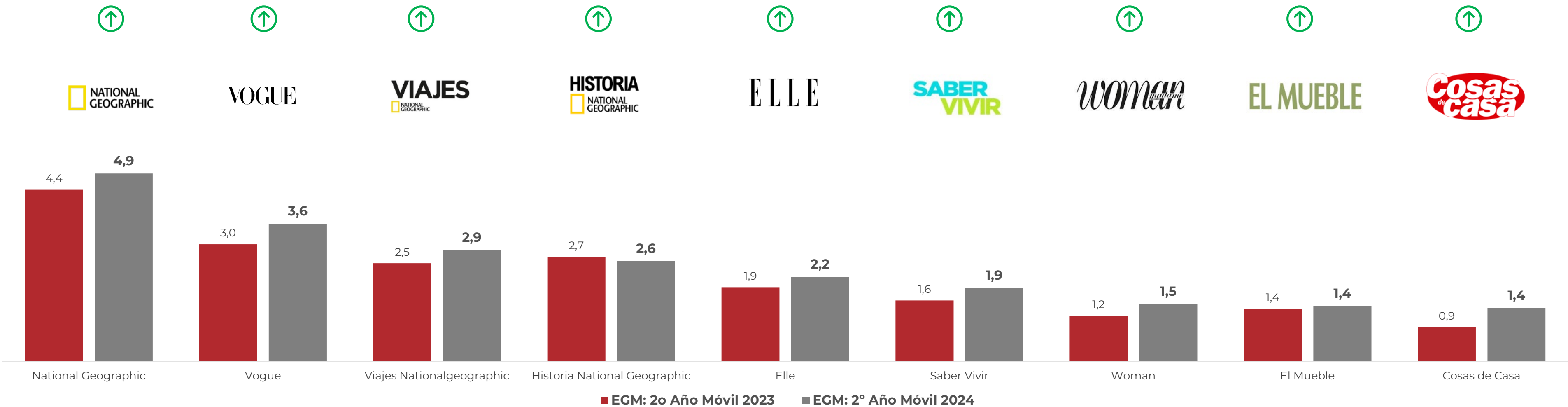


6 . CONSUMO DE REVISTAS

2º Acumulado
Móvil 2024

CONSUMO DE REVISTAS

AVANTΣ



Fuente: EGM 2º Acumulado 2024 vs 2º Acumulado 2023. Andalucía (media lectores diarios).

CONSUMO DE REVISTAS

AVANTΣ



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

Fuente: EGM 2º Acumulado 2024 vs 2º Acumulado 2023. Andalucía (media lectores diarios).

¡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.rodriquezdelaborbolla@avantemedios.com



[avantemedios.com](https://www.avantemedios.com)