

MARCO GENERAL

DE LOS MEDIOS EN ESPAÑA

2024



ALMC

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN
DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

I. PRESENTACIÓN	3
II. POBLACIÓN - 2023	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 (1980-2023)	11
Evolución del consumo diario de radio y televisión (1991-2023)	12
Penetración de los medios en España. 2023	13
Perfil de la audiencia de los medios en España. 2023	14
Estructura del consumo de medios en España - gráficos. 2023	15
Penetración de los medios por Comunidad Autónoma. 2023	19
Consumo promedio diario de radio y TV por Comunidad Autónoma. 2023	19
Mapas de España de consumo relativo de los medios. 2023	20
Mapas de España de consumo promedio diario de radio y TV. 2023	25
Consumo diario de radio y televisión. 2023	26
Consumo diario de radio y televisión - gráfico. 2023	27
RADIO	
Consumo de radio por tipo de emisión y lugar de escucha. 2023	28
Consumo de radio según lugar de escucha - gráfico. 2023	29
Consumo de radio según tipo de emisión - gráfico. 2023	29
Consumo promedio diario de radio. 2023	30
Evolución del consumo de radio. (1995-2023)	30
Audiencia acumulada diaria de radio. 2023	31
Evolución de la audiencia de radio según tipo de emisión. (2000-2023)	31
Evolución de la audiencia de radio según tipo de onda. (2000-2023)	31
Evolución de la audiencia de radio según tipo de emisión - gráfico. (2000-2023)	32
Evolución de la audiencia de radio según tipo de onda - gráfico. (2000-2023)	32
Evolución de la audiencia acumulada diaria de las cadenas de radio. (2003-2023)	33
Evolución de la audiencia acumulada diaria de radio - gráfico. (2003-2023)	34
Evolución del share de las cadenas de radio. (2003-2023)	35
Evolución del share de las cadenas de radio - gráfico. (2003-2023)	36
Share de las cadenas. Radio Generalista / Temática. 2023	37
TELEVISIÓN	
Consumo promedio diario de televisión. 2023	37
Audiencia acumulada diaria de televisión. 2023	38
Evolución de la audiencia acumulada diaria de las cadenas de televisión (2007-2023)	38
Evolución del consumo de TV por Comunidad Autónoma (2007-2023)	39

Minutos promedio de visionado por Comunidad Autónoma - gráfico. (2014-2023)	39
Evolución de la audiencia acumulada diaria. Cadenas Nacionales/Autonómicas - gráfico.(2007-2023)	40
Share de las cadenas de TV. (2007-2023)	41
Evolución del share de Cadenas Autonómicas . (2007-2023)	42
Canales temáticos. 2023	43
Televisión local por Comunidad Autónoma. 2023	44
Emisoras de televisión local. 2023	44
Evolución de la televisión de pago (2015-2023)	45
Evolución del consumo diario de contenido televisivo por plataforma OTT. (2021-2023)	46
MEDIOS IMPRESOS	
Evolución de la audiencia de diarios según tipo de lector - papel/internet (2000-2023)	47
Evolución de la audiencia de diarios por internet según dispositivo y formato de acceso (2015-2023)	48
Evolución de la audiencia de diarios (papel+visor digital) según tipo (1997-2023)	49
Evolución de la audiencia de diarios (papel+visor digital) (2007-2023)	50
Evolución de la audiencia de suplementos (papel+visor digital) (2007-2023)	51
Evolución de la audiencia de revistas según tipo de lector - papel/internet. (2019-2023)	52
Perfil de la audiencia de revistas según tipo de lector - papel/internet. 2023	52
Ranking de revistas Brand Media (papel+internet). 2023	53
Evolución de la audiencia de revistas semanales (papel+visor digital) (2007-2023)	54
Evolución de la audiencia de revistas mensuales (papel+visor digital) (2007-2023)	54
Evolución de la audiencia de revistas bimestrales (papel+visor digital) (2013-2023)	56
Evolución de la audiencia de revistas trimestrales (papel+visor digital). (2021-2023)	56
Evolución de la audiencia. Diarios/Suplementos/Revistas (papel+visor digital) - gráfico (2007-2023)	57
Audiencia de diarios/suplementos (papel+visor digital) - gráfico. 2023	59
Audiencia de revistas (papel+visor digital) - gráfico. 2023	60
CINE	
Hábito de asistencia al cine. 2023	61
Audiencia de cine por exclusivista. 2023	61
EXTERIOR	
Exterior - Tipología de soportes. 2023	62
INTERNET	
Datos generales. (1996-2023)	63
Penetración de Internet por variables sociodemográficas. 2023	64
Internet por Comunidad Autónoma - tabla y mapas. 2023	65
Lugar de acceso a Internet en el último mes. 2023	66
Dispositivo de acceso a Internet en el último mes. 2023	66
Servicios/Actividades en internet durante el último mes. 2023	67
Sitios de Internet. 2023	68
Redes sociales. 2023	69
Música en streaming. 2023	70
IV. EQUIPAMIENTO DE HOGARES	71
Evolución del equipamiento de hogares (2007-2023)	71
Evolución del equipamiento de hogares - gráfico (2007-2023)	72
V. ESTILOS DE VIDA	73
Evolución de la penetración (2000-2023)	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 2023, 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 - 2023

POBLACIÓN POR TAMAÑO DE HÁBITAT (14 AÑOS O MÁS) - 2023

% 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	41.655.164	5,7	6,3	8,3	26,8	16,1	5,0	31,8
ANDALUCÍA	7.420.772	3,3	7,3	8,7	29,9	20,1	2,5	28,1
ARAGÓN	1.155.933	15,9	7,6	6,1	12,8	0,0	0,0	57,6
ASTURIAS	908.142	4,0	3,7	6,9	24,6	12,7	26,6	21,5
BALEARES	1.088.312	1,0	3,8	10,0	40,7	8,7	0,0	35,8
CANARIAS	2.040.907	0,7	3,0	6,4	36,0	27,0	0,0	26,9
CANTABRIA	520.946	7,7	12,9	14,9	26,3	8,8	0,0	29,5
C. LEÓN	2.123.869	24,9	8,5	10,2	10,8	2,7	0,0	42,9
C. LA MANCHA	1.788.871	14,8	15,9	13,3	28,7	4,0	0,0	23,2
CATALUÑA	6.739.923	4,5	5,7	8,3	28,0	15,7	11,9	26,0
C. VALENCIANA	4.479.616	3,8	5,3	8,2	37,5	14,9	4,7	25,6
EXTREMADURA	926.114	21,1	15,5	13,6	21,0	5,6	0,0	23,2
GALICIA	2.416.436	5,4	9,9	14,0	34,1	6,0	10,8	19,7
MADRID	5.958.945	0,7	1,6	3,4	8,8	33,4	3,1	49,0
MURCIA	1.313.199	0,3	0,6	2,8	40,5	11,2	14,2	30,3
NAVARRA	575.142	13,0	18,8	10,1	27,4	0,0	0,0	30,7
P. VASCO	1.920.463	5,0	4,8	9,0	34,7	10,9	0,0	35,6
LA RIOJA	277.574	11,9	11,3	10,1	19,5	0,0	0,0	47,2

NÚMERO DE HOGARES, POBLACIÓN (14 AÑOS O MÁS) Y TAMAÑO EGM (*) MEDIO DE HOGAR - 2023

	Hogares	Población	Tamaño Promedio
TOTAL	19.063.153	41.655.164	2,19
ANDALUCÍA	3.330.066	7.420.772	2,23
ARAGÓN	548.601	1.155.933	2,11
ASTURIAS	455.714	908.142	1,99
BALEARES	475.359	1.088.312	2,29
CANARIAS	885.988	2.040.907	2,30
CANTABRIA	246.840	520.946	2,11
C. LEÓN	1.027.397	2.123.869	2,07
C. LA MANCHA	802.707	1.788.871	2,23
CATALUÑA	3.095.976	6.739.923	2,18
C. VALENCIANA	2.084.944	4.479.616	2,15
EXTREMADURA	435.679	926.114	2,13
GALICIA	1.111.627	2.416.436	2,17
MADRID	2.679.433	5.958.945	2,22
MURCIA	567.496	1.313.199	2,31
NAVARRA	263.916	575.142	2,18
P. VASCO	918.892	1.920.463	2,09
LA RIOJA	132.518	277.574	2,09

(*) 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 - 2023

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	7,4	6,0	12,7	15,9	18,6	16,1	11,7	11,5
Hombres	48,6	51,7	51,6	50,5	49,7	50,1	48,9	47,0	40,1
Mujeres	51,4	48,3	48,4	49,5	50,3	49,9	51,1	53,0	59,9
ANDALUCÍA	100,0	8,1	6,3	13,1	16,5	18,5	16,4	11,2	10,0
Hombres	49,0	51,6	52,0	51,0	49,8	50,0	49,0	47,5	40,6
Mujeres	51,0	48,4	48,0	49,0	50,2	50,0	51,0	52,5	59,4
ARAGÓN	100,0	7,1	5,8	11,8	15,0	18,2	16,4	12,3	13,3
Hombres	48,9	52,1	52,2	51,0	50,0	50,7	49,9	47,7	40,3
Mujeres	51,1	47,9	47,8	49,0	50,0	49,3	50,1	52,3	59,7
ASTURIAS	100,0	5,6	4,4	9,1	14,2	18,5	17,8	15,3	15,1
Hombres	47,4	51,5	51,6	50,4	49,6	49,6	48,1	46,3	38,2
Mujeres	52,6	48,5	48,4	49,6	50,4	50,4	51,9	53,7	61,8
BALEARES	100,0	7,2	6,1	14,8	18,5	19,3	15,0	10,3	8,9
Hombres	49,7	52,3	51,4	50,3	50,4	51,6	50,0	47,5	41,9
Mujeres	50,3	47,7	48,6	49,7	49,6	48,4	50,0	52,5	58,1
CANARIAS	100,0	7,0	6,2	13,9	16,8	19,7	16,6	10,8	9,1
Hombres	49,2	51,6	50,7	49,4	49,6	50,7	49,7	48,1	42,3
Mujeres	50,8	48,4	49,3	50,6	50,4	49,3	50,3	51,9	57,7
CANTABRIA	100,0	6,8	5,2	10,3	15,3	18,7	17,1	13,7	12,9
Hombres	48,3	52,0	51,2	51,0	50,1	49,9	48,8	47,4	38,9
Mujeres	51,7	48,0	48,8	49,0	49,9	50,1	51,2	52,6	61,1
C. LEÓN	100,0	6,1	5,0	10,2	13,9	17,5	17,7	13,8	15,8
Hombres	49,0	51,4	51,7	51,6	50,7	50,6	50,1	49,5	40,8
Mujeres	51,0	48,6	48,3	48,4	49,3	49,4	49,9	50,5	59,2
C. LA MANCHA	100,0	7,7	6,2	12,7	16,1	18,4	16,5	11,0	11,5
Hombres	50,0	51,8	52,3	52,0	51,4	51,2	50,7	49,0	41,3
Mujeres	50,0	48,2	47,7	48,0	48,6	48,8	49,3	51,0	58,7
CATALUÑA	100,0	7,8	6,4	13,5	15,9	18,6	15,1	11,4	11,3
Hombres	48,5	52,1	52,1	50,6	49,1	50,1	48,7	46,3	39,9
Mujeres	51,5	47,9	47,9	49,4	50,9	49,9	51,3	53,7	60,1
C. VALENCIANA	100,0	7,6	6,0	12,3	15,8	18,8	16,2	12,1	11,2
Hombres	48,8	51,6	51,5	50,7	49,8	50,4	49,0	47,0	41,0
Mujeres	51,2	48,4	48,5	49,3	50,2	49,6	51,0	53,0	59,0
EXTREMADURA	100,0	7,0	5,9	12,4	15,0	17,4	17,7	12,1	12,6
Hombres	49,3	51,4	51,5	51,0	50,8	50,5	50,4	49,4	40,5
Mujeres	50,7	48,6	48,5	49,0	49,2	49,5	49,6	50,6	59,5
GALICIA	100,0	5,9	4,7	10,3	15,0	18,4	16,4	13,7	15,7
Hombres	47,8	51,6	51,4	50,6	49,9	49,5	48,4	47,0	39,7
Mujeres	52,2	48,4	48,6	49,4	50,1	50,5	51,6	53,0	60,3
MADRID	100,0	7,5	6,2	13,8	16,7	19,1	15,2	10,8	10,6
Hombres	47,3	51,3	50,5	49,1	48,7	48,8	47,2	44,6	38,6
Mujeres	52,7	48,7	49,5	50,9	51,3	51,2	52,8	55,4	61,4
MURCIA	100,0	8,6	6,9	14,1	17,0	18,7	15,3	10,1	9,2
Hombres	49,8	52,3	52,6	52,1	50,4	51,2	49,6	47,4	40,9
Mujeres	50,2	47,7	47,4	47,9	49,6	48,8	50,4	52,6	59,1
NAVARRA	100,0	7,8	6,4	12,3	15,1	18,5	15,9	11,8	12,1
Hombres	49,0	51,5	51,2	50,7	49,7	50,6	49,9	48,4	40,8
Mujeres	51,0	48,5	48,8	49,3	50,3	49,4	50,1	51,6	59,2
P. VASCO	100,0	7,0	5,5	10,7	14,2	18,3	17,0	13,4	13,8
Hombres	47,9	51,6	51,5	50,0	49,3	50,0	48,5	46,8	39,1
Mujeres	52,1	48,4	48,5	50,0	50,7	50,0	51,5	53,2	60,9
LA RIOJA	100,0	7,4	5,7	11,4	15,5	18,4	16,4	12,4	12,9
Hombres	48,9	51,4	51,1	49,9	49,8	50,7	49,5	48,9	40,9
Mujeres	51,1	48,6	48,9	50,1	50,2	49,3	50,5	51,1	59,1

POBLACIÓN (14 AÑOS O MÁS) POR ÍNDICE SOCIOECONÓMICO - 2023

% Horizontales

	Población (miles)	IA1	IA2	IB	IC	ID	IE1	IE2
TOTAL	41655	10,8	17,9	14,4	25,1	11,1	14,5	6,3
ANDALUCÍA	7421	8,4	15,8	14,4	25,6	11,7	16,1	8,0
ARAGÓN	1156	8,2	15,9	13,1	26,2	12,5	17,6	6,4
ASTURIAS	908	8,3	15,7	14,5	26,0	10,9	16,8	7,8
BALEARES	1088	11,1	21,3	14,5	25,0	11,0	13,0	4,1
CANARIAS	2041	9,6	17,0	14,7	27,0	11,1	13,8	6,8
CANTABRIA	521	9,6	19,5	13,1	28,5	10,9	14,5	3,9
C. LEÓN	2124	7,7	15,5	13,8	25,4	12,3	17,5	7,9
C. LA MANCHA	1789	8,5	15,1	13,3	25,1	12,0	18,0	7,9
CATALUÑA	6741	13,7	19,8	14,5	24,7	10,4	12,0	4,8
C. VALENCIANA	4479	8,5	16,2	14,2	25,6	12,6	15,9	7,1
EXTREMADURA	926	7,4	15,1	12,0	26,5	10,9	17,8	10,3
GALICIA	2416	11,1	19,0	14,1	24,6	12,5	12,8	5,9
MADRID	5959	15,6	21,8	15,7	22,5	9,1	11,5	3,8
MURCIA	1313	8,9	17,1	14,2	26,0	10,4	16,9	6,5
NAVARRA	575	10,9	19,1	13,7	26,2	10,5	13,5	6,1
P. VASCO	1920	11,8	17,5	14,2	25,9	10,9	14,3	5,5
LA RIOJA	278	9,6	20,7	12,1	24,3	10,8	15,7	6,9

Nota: IA1 - Mayor índice socioeconómico

IE2 - Menor índice socioeconómico

DISTRIBUCIÓN DEL RCH (RESPONSABLE DE LAS COMPRAS HABITUALES DEL HOGAR) POR SITUACIÓN LABORAL - 2023

% Horizontales

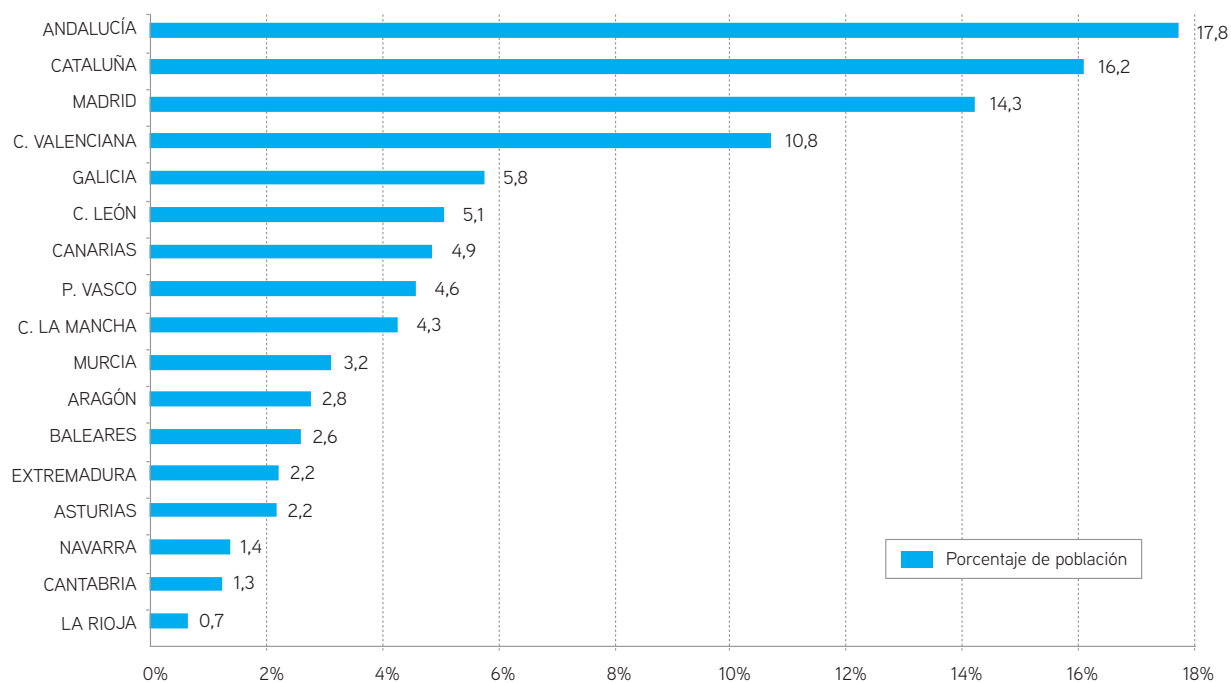
	Población (miles)	Actividad del RCH	
		Trabaja	No trabaja
TOTAL	19.055	48,8	51,2
ANDALUCÍA	3.287	45,2	54,8
ARAGÓN	514	45,4	54,6
ASTURIAS	452	41,8	58,2
BALEARES	508	59,0	41,0
CANARIAS	906	47,3	52,7
CANTABRIA	245	49,9	50,1
C. LEÓN	1.047	44,7	55,3
C. LA MANCHA	801	44,2	55,8
CATALUÑA	2.944	50,5	49,5
C. VALENCIANA	2.063	47,1	52,9
EXTREMADURA	427	42,2	57,8
GALICIA	1.137	45,1	54,9
MADRID	2.860	58,1	41,9
MURCIA	559	47,8	52,2
NAVARRA	257	46,4	53,6
P. VASCO	918	49,7	50,3
LA RIOJA	129	47,8	52,2

DISTRIBUCIÓN DEL RCH (RESPONSABLE DE LAS COMPRAS HABITUALES DEL HOGAR) POR GRUPOS DE EDAD - 2023

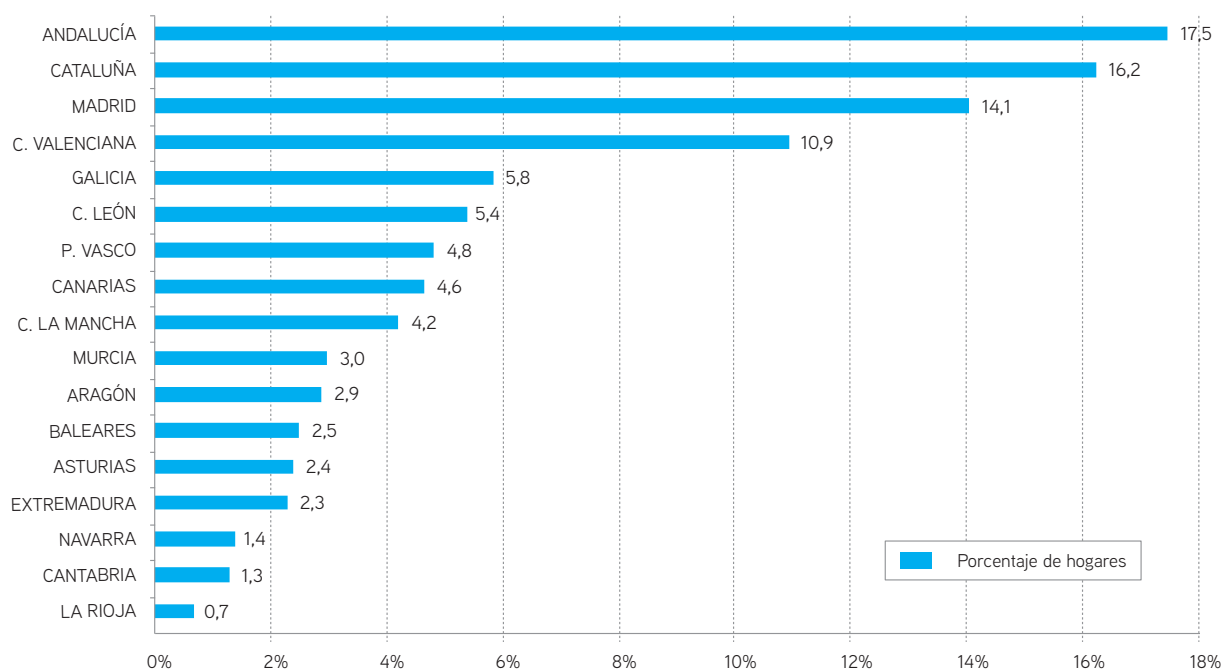
% Horizontales

	Población (miles)	Actividad del RCH		
		Hasta 34	De 35 a 54	55 o más
TOTAL	19.055	9,0	39,7	51,2
ANDALUCÍA	3.287	9,5	41,4	49,2
ARAGÓN	514	8,8	34,9	56,3
ASTURIAS	452	6,0	35,8	58,3
BALEARES	508	11,7	42,2	46,1
CANARIAS	906	8,7	40,8	50,5
CANTABRIA	245	7,8	40,5	51,6
C. LEÓN	1.047	6,8	34,2	59,0
C. LA MANCHA	801	7,8	40,1	52,1
CATALUÑA	2.944	8,6	39,5	51,9
C. VALENCIANA	2.063	9,6	38,7	51,8
EXTREMADURA	427	8,0	37,4	54,6
GALICIA	1.137	7,5	36,8	55,7
MADRID	2.860	11,3	43,5	45,2
MURCIA	559	11,4	42,3	46,3
NAVARRA	257	9,0	35,7	55,3
P. VASCO	918	6,8	37,3	55,9
LA RIOJA	129	5,4	37,7	56,8

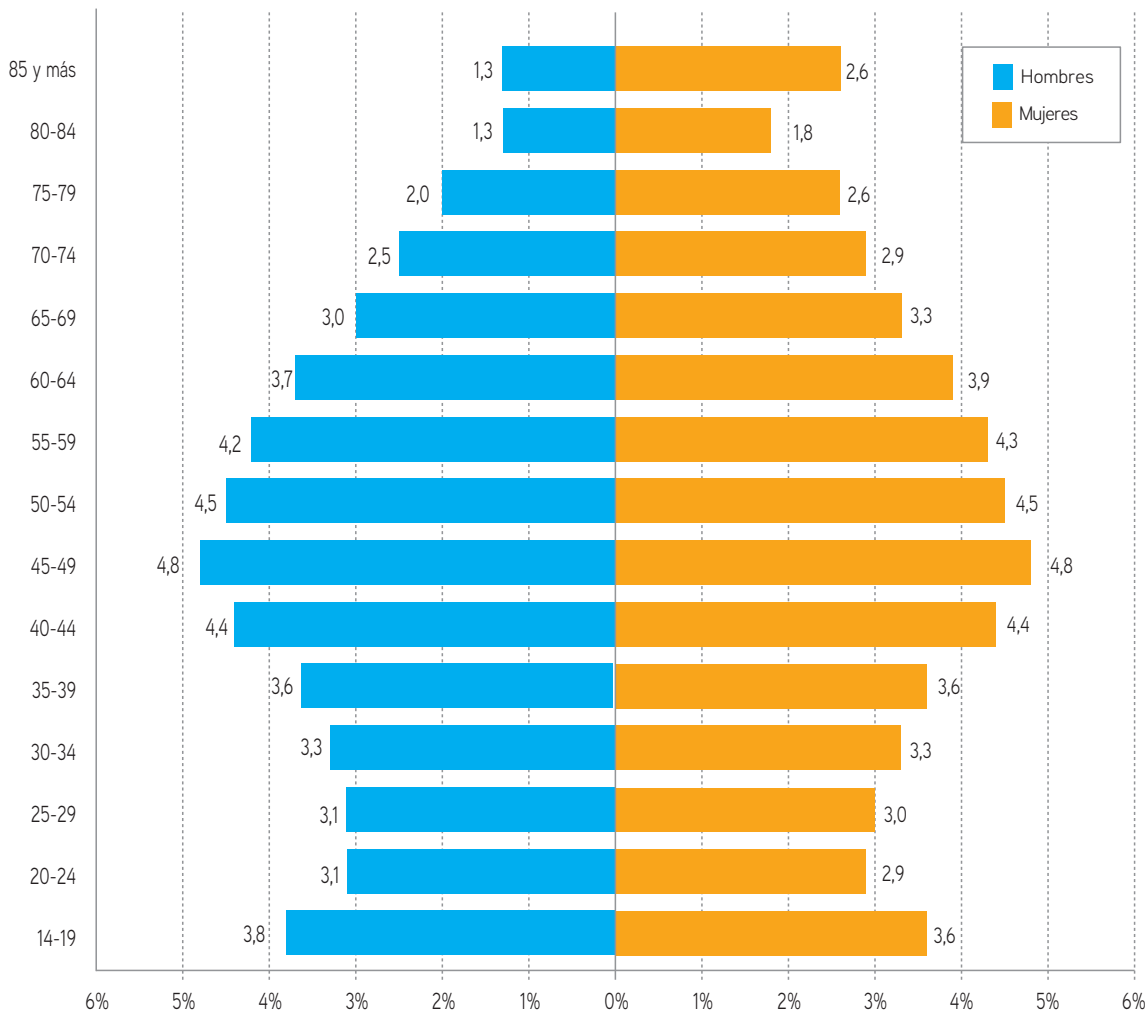
POBLACIÓN (14 AÑOS O MÁS) POR COMUNIDAD AUTÓNOMA - 2023



HOGARES POR COMUNIDAD AUTÓNOMA - 2023



PIRÁMIDE DE EDADES (14 AÑOS O MÁS) - 2023



III. AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA GENERAL DE LOS MEDIOS - 1980-2023

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	4,9	79,6

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 2022 audiencia semanal. En 2023 audiencia semanal en las dos primeras olas y quincenal en la 3ª.

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 - 1991-2023

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

PENETRACIÓN DE LOS MEDIOS EN ESPAÑA - 2023

% 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	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	4,9	79,6
SEXO															
Hombre	20.244	47,1	16,5	37,4	4,9	3,8	1,0	32,9	24,0	12,1	57,7	12,7	80,8	5,2	82,0
Mujer	21.411	34,5	11,0	27,1	5,6	4,4	1,4	37,9	27,8	14,2	51,2	10,0	81,5	4,5	77,4
HÁBITAT															
Hasta 2.000	2.370	36,6	14,6	26,5	4,8	3,9	0,8	31,6	24,2	9,8	54,1	9,6	84,1	2,7	67,7
De 2 a 5.000	2.637	35,7	12,8	27,1	4,7	3,9	0,8	30,5	22,7	10,1	53,2	9,1	84,4	3,1	69,7
De 5 a 10.000	3.443	37,0	13,1	28,7	5,0	4,2	0,9	33,0	24,5	11,2	54,7	9,5	82,8	3,8	73,1
De 10 a 50.000	11.243	38,8	13,1	30,6	4,8	3,7	1,0	32,9	24,0	12,1	54,9	10,9	80,9	4,1	76,4
De 50 a 200.000	9.474	41,6	13,7	33,3	5,0	3,8	1,4	35,7	25,6	13,8	55,3	11,4	81,2	5,8	80,9
De 200 a 500.000	5.790	44,2	16,3	34,1	6,5	5,4	1,1	38,3	28,1	14,6	55,4	11,4	79,7	5,7	87,1
De 500 a 1.000.000	2.412	41,5	11,3	34,2	5,8	4,2	1,6	37,8	26,3	15,6	50,4	12,4	79,6	5,6	87,0
Barcelona Capital	1.417	42,8	15,1	33,1	3,7	3,0	0,8	43,0	32,9	15,4	47,3	14,6	76,5	6,3	94,3
Madrid Capital	2.869	47,5	12,2	41,1	7,2	5,0	2,6	44,1	32,9	17,5	54,6	15,0	81,1	6,3	86,2
ÍNDICE SOCIOECONÓMICO (*)															
IA1	4.484	50,2	15,1	42,6	5,8	4,2	1,7	43,7	31,7	17,6	61,8	17,3	77,3	6,7	84,8
IA2	7.460	49,5	15,3	41,4	5,7	4,5	1,4	42,0	30,3	16,8	60,8	15,3	78,6	6,4	84,3
IB	5.980	46,1	14,0	38,1	5,5	4,1	1,4	40,9	29,4	16,4	59,6	13,8	79,3	5,9	84,2
IC	10.450	40,9	13,3	32,4	5,2	4,1	1,2	34,6	24,8	13,1	55,3	10,6	81,0	4,7	81,5
ID	4.638	35,7	13,8	25,9	5,1	4,0	1,1	32,1	23,8	10,6	49,5	8,2	82,1	4,1	77,1
IE1	6.039	30,3	12,8	20,5	4,7	3,9	0,8	26,0	20,1	8,1	45,3	6,2	85,8	2,7	72,3
IE2	2.604	17,9	9,0	10,3	4,3	3,7	0,6	21,6	18,1	4,5	36,7	3,4	87,2	2,1	60,7
EDAD															
14 a 19	3.093	26,2	6,8	22,1	4,1	2,8	1,2	36,9	26,2	14,1	41,0	10,1	72,8	8,2	86,6
20 a 24	2.495	33,8	8,3	29,4	4,4	2,8	1,6	41,2	29,9	16,8	43,8	11,4	69,1	8,4	87,1
25 a 34	5.272	42,1	9,6	37,1	4,1	3,0	1,2	38,6	25,8	17,2	50,0	13,4	73,4	7,6	85,3
35 a 44	6.636	47,5	12,2	41,1	4,5	3,2	1,3	39,5	27,2	17,3	58,5	14,9	75,9	5,3	84,7
45 a 54	7.757	48,5	15,2	40,1	5,8	4,4	1,5	39,3	28,2	15,9	64,4	14,6	81,7	4,4	83,3
55 a 64	6.704	45,6	16,9	35,3	6,1	4,9	1,4	35,9	26,8	12,4	60,7	11,5	86,9	3,8	78,4
65 a 74	4.892	38,8	18,1	26,1	6,2	5,3	1,0	28,8	23,4	7,5	54,3	7,3	89,2	3,0	71,6
75 o más	4.805	24,5	15,9	10,8	5,8	5,3	0,4	22,5	20,2	3,1	42,3	2,9	91,3	1,5	62,0
Edad Promedio (Años)	48,9	48,2	53,4	46,1	51,6	53,3	45,6	46,3	47,5	43,0	49,2	44,5	50,5	40,4	47,1
ACTIVIDAD ACTUAL															
Trabaja	21.457	48,0	14,1	40,5	5,3	4,0	1,4	40,7	29,1	16,6	61,3	14,7	78,2	5,7	84,3
No Trabaja	20.198	32,7	13,2	23,1	5,2	4,2	1,0	30,0	22,7	9,6	47,0	7,6	84,2	4,0	74,6

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.

Para cine, audiencia semanal en las dos primeras olas y quincenal en la 3ª.

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 - 2023

% 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)	41.655	16.921	5.695	13.375	2.194	1.716	503	14.778	10.821	5.495	22.635	4.698	33.797	2.024	33.168
SEXO															
Hombre	48,6	56,4	58,6	56,6	45,1	45,3	40,6	45,1	44,9	44,5	51,6	54,6	48,4	52,4	50,1
Mujer	51,4	43,6	41,4	43,4	54,9	54,7	59,4	54,9	55,1	55,5	48,4	45,4	51,6	47,6	49,9
HÁBITAT															
Hasta 2.000	5,7	5,1	6,1	4,7	5,2	5,4	3,7	5,1	5,3	4,2	5,7	4,8	5,9	3,1	4,8
De 2 a 5.000	6,3	5,6	5,9	5,3	5,7	6,0	4,1	5,5	5,5	4,9	6,2	5,1	6,6	4,0	5,5
De 5 a 10.000	8,3	7,5	7,9	7,4	7,9	8,4	6,3	7,7	7,8	7,0	8,3	7,0	8,4	6,5	7,6
De 10 a 50.000	27,0	25,8	25,9	25,7	24,4	24,0	22,6	25,1	25,0	24,8	27,2	26,1	26,9	23,0	25,9
De 50 a 200.000	22,7	23,3	22,8	23,6	21,5	21,0	25,5	22,9	22,4	23,8	23,1	23,0	22,8	27,2	23,1
De 200 a 500.000	13,9	15,1	16,6	14,7	17,2	18,3	12,9	15,0	15,0	15,4	14,2	14,0	13,6	16,3	15,2
De 500 a 1.000.000	5,8	5,9	4,8	6,2	6,4	6,0	7,9	6,2	5,9	6,8	5,4	6,4	5,7	6,7	6,3
Barcelona Capital	3,4	3,6	3,8	3,5	2,4	2,5	2,2	4,1	4,3	4,0	3,0	4,4	3,2	4,4	4,0
Madrid Capital	6,9	8,1	6,1	8,8	9,4	8,4	14,8	8,6	8,7	9,1	6,9	9,1	6,9	8,9	7,5
ÍNDICE SOCIOECONÓMICO (*)															
IA1	10,8	13,3	11,9	14,3	11,9	11,1	15,0	13,3	13,1	14,4	12,2	16,5	10,3	14,8	11,5
IA2	17,9	21,8	20,0	23,1	19,5	19,4	20,9	21,2	20,9	22,8	20,0	24,4	17,4	23,6	19,0
IB	14,4	16,3	14,7	17,0	15,0	14,4	16,9	16,6	16,2	17,8	15,8	17,6	14,0	17,5	15,2
IC	25,1	25,2	24,4	25,3	24,7	25,1	24,0	24,5	24,0	25,0	25,5	23,6	25,0	24,3	25,7
ID	11,1	9,8	11,3	9,0	10,9	10,7	10,5	10,1	10,2	9,0	10,1	8,1	11,3	9,3	10,8
IE1	14,5	10,8	13,6	9,3	12,9	13,7	9,4	10,6	11,2	8,9	12,1	8,0	15,3	7,9	13,2
IE2	6,3	2,7	4,1	2,0	5,1	5,6	3,3	3,8	4,4	2,1	4,2	1,9	6,7	2,7	4,8
EDAD															
14 a 19	7,4	4,8	3,7	5,1	5,7	5,1	7,4	7,7	7,5	8,0	5,6	6,6	6,7	12,5	8,1
20 a 24	6,0	5,0	3,6	5,5	5,0	4,1	8,1	7,0	6,9	7,6	4,8	6,1	5,1	10,3	6,6
25 a 34	12,7	13,1	8,9	14,6	9,8	9,2	12,4	13,8	12,6	16,5	11,6	15,0	11,4	19,8	13,6
35 a 44	15,9	18,6	14,2	20,4	13,6	12,5	17,6	17,7	16,7	20,9	17,1	21,1	14,9	17,3	16,9
45 a 54	18,6	22,3	20,7	23,2	20,6	19,9	22,7	20,6	20,2	22,5	22,1	24,2	18,8	16,9	19,5
55 a 64	16,1	18,1	19,9	17,7	18,8	19,2	18,3	16,3	16,6	15,1	18,0	16,4	17,2	12,4	15,8
65 a 74	11,7	11,2	15,6	9,5	13,9	15,0	9,4	9,5	10,6	6,7	11,7	7,6	12,9	7,1	10,6
75 o más	11,5	7,0	13,4	3,9	12,6	14,9	4,1	7,3	8,9	2,8	9,0	3,0	13,0	3,6	9,0
Edad Promedio (años)	48,9	48,2	53,4	46,1	51,6	53,3	45,6	46,3	47,5	43,0	49,2	44,5	50,5	40,4	47,1
ACTIVIDAD ACTUAL															
Trabaja	51,5	60,9	53,1	65,0	52,2	50,3	61,0	59,0	57,6	64,8	58,1	67,3	49,7	60,4	54,6
No Trabaja	48,5	39,1	46,9	35,0	47,8	49,7	39,0	41,0	42,4	35,2	41,9	32,7	50,3	39,6	45,4

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.

Para cine, audiencia semanal en las dos primeras olas y quincenal en la 3ª.

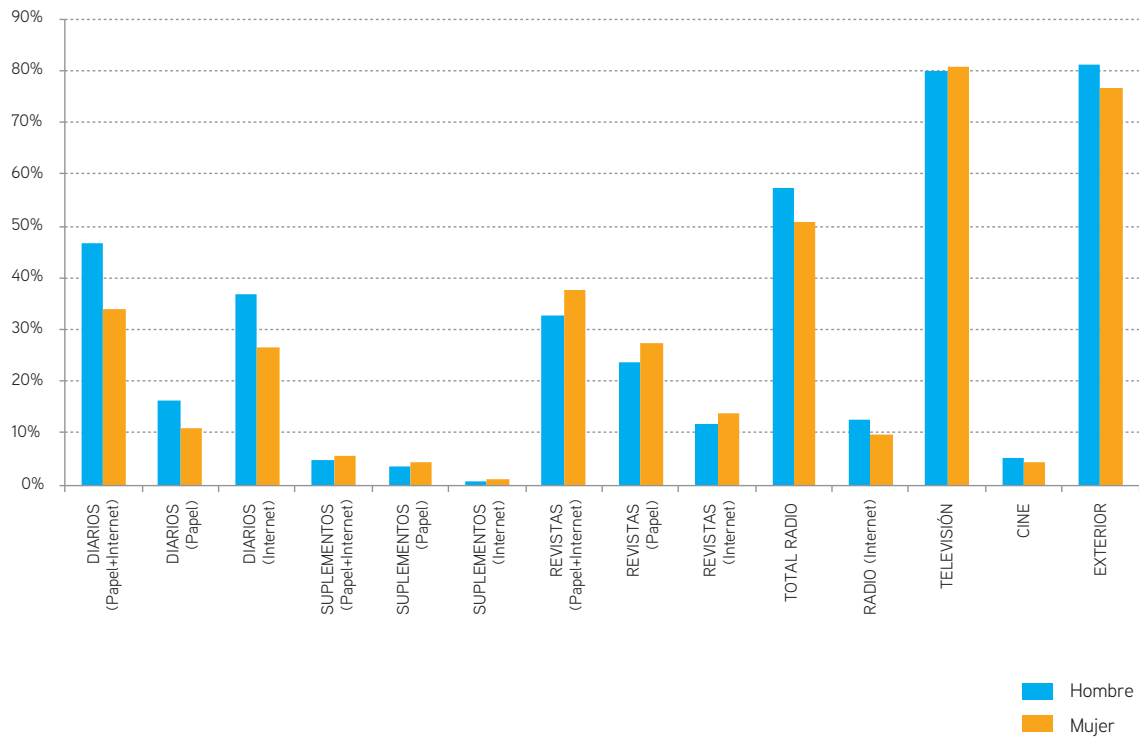
Visto publicidad en la última semana para exterior

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

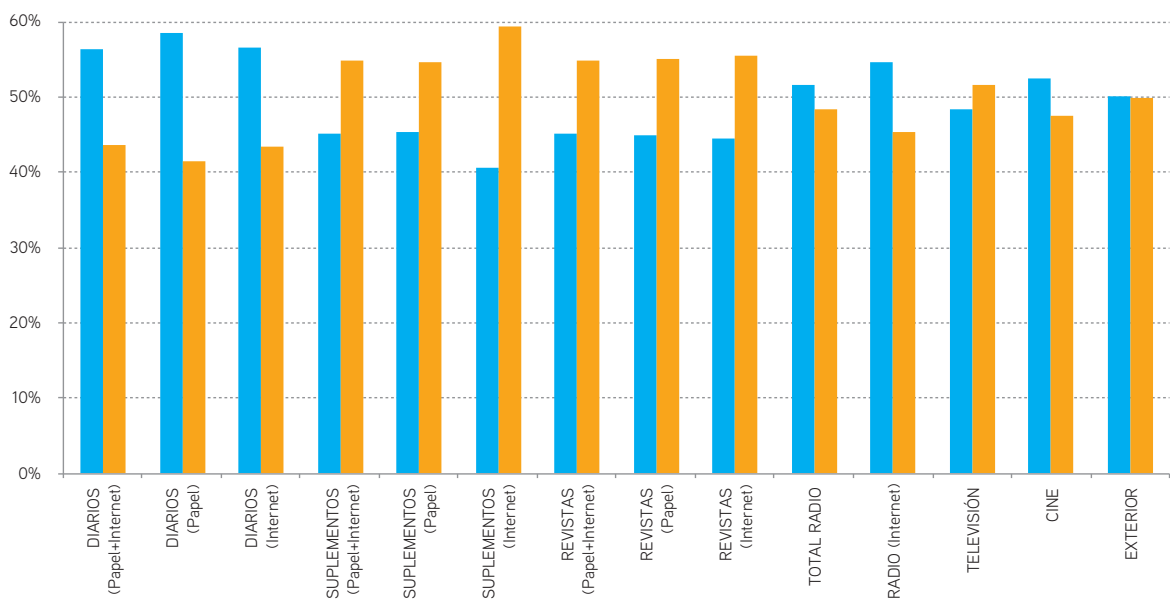
ESTRUCTURA DEL CONSUMO DE MEDIOS EN ESPAÑA - 2023

Según Sexo

PORCENTAJE DE AUDIENCIA SOBRE EL TOTAL DE LA POBLACIÓN



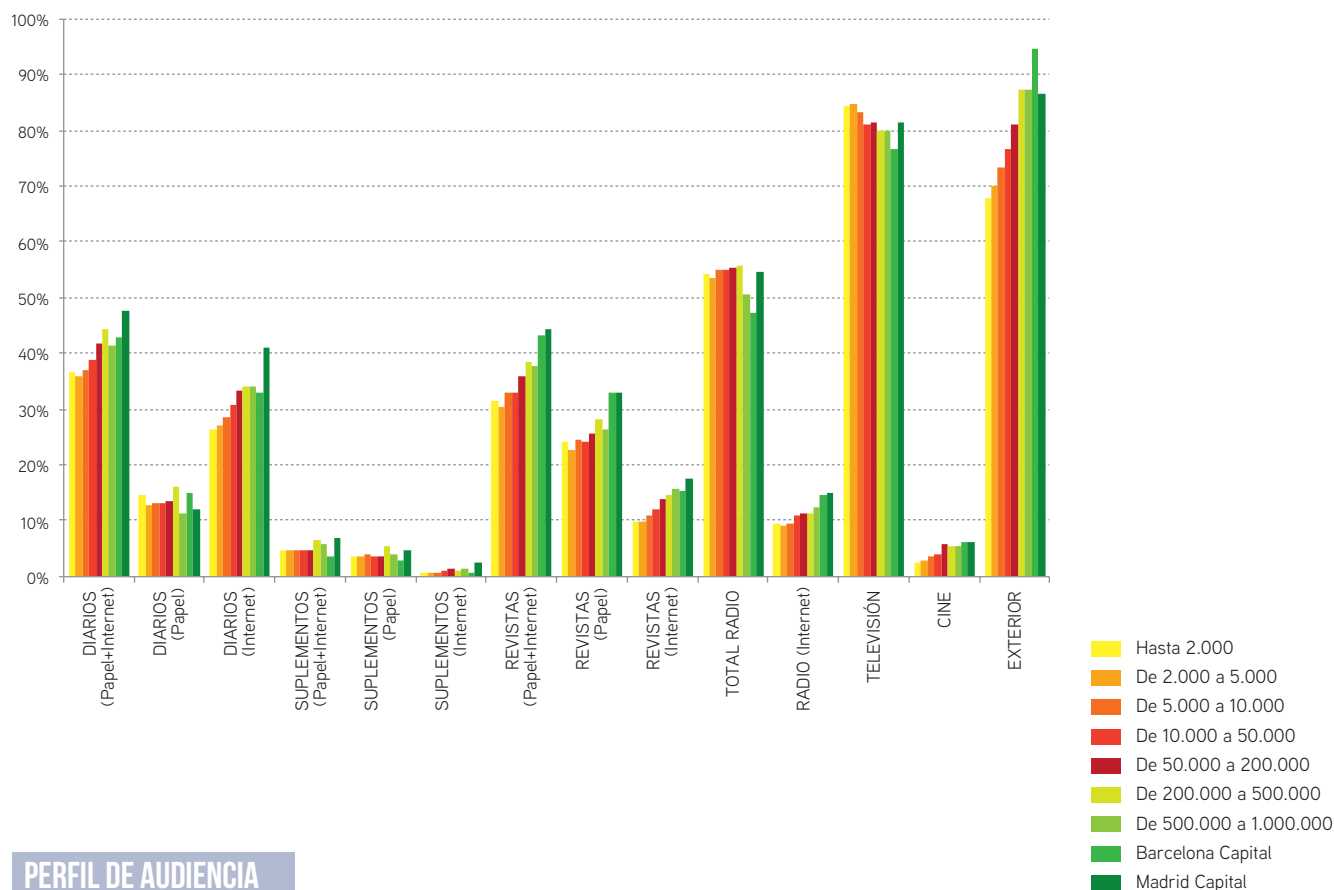
PERFIL DE AUDIENCIA



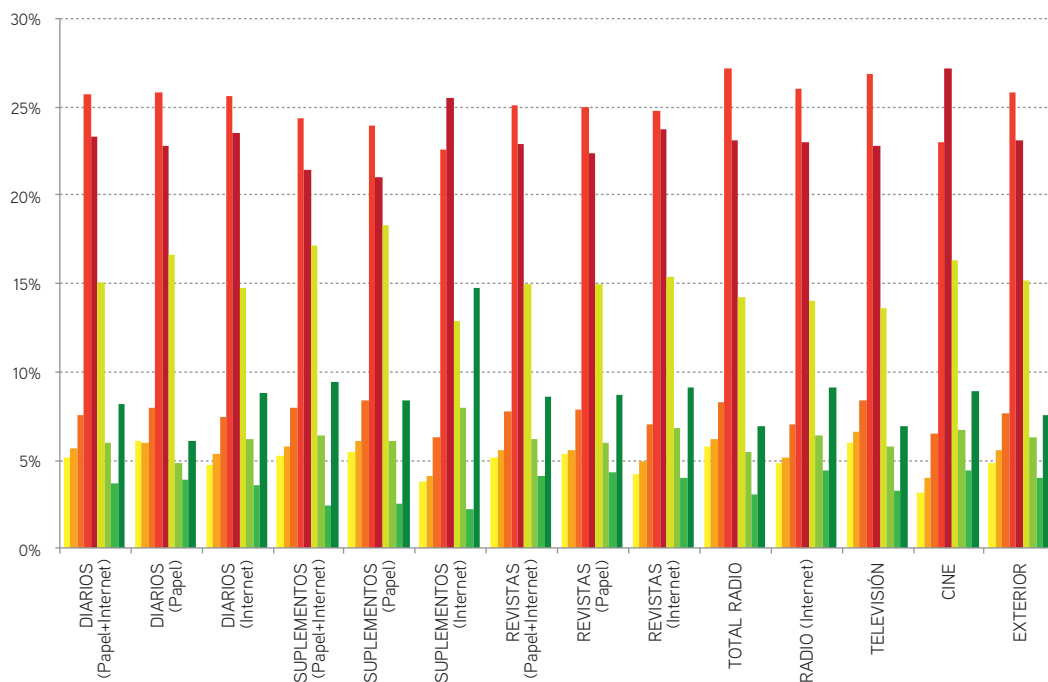
ESTRUCTURA DEL CONSUMO DE MEDIOS EN ESPAÑA - 2023

Según tamaño de hábitat

PORCENTAJE DE AUDIENCIA SOBRE EL TOTAL DE LA POBLACIÓN



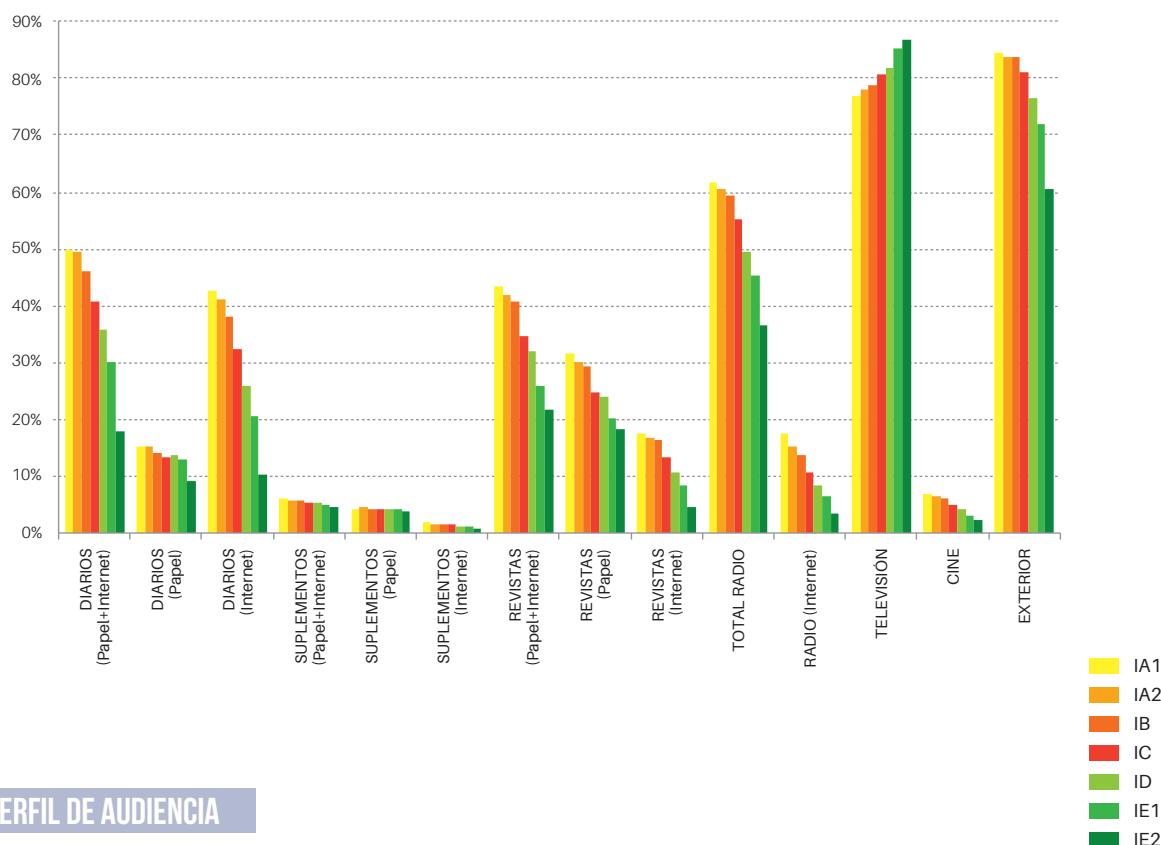
PERFIL DE AUDIENCIA



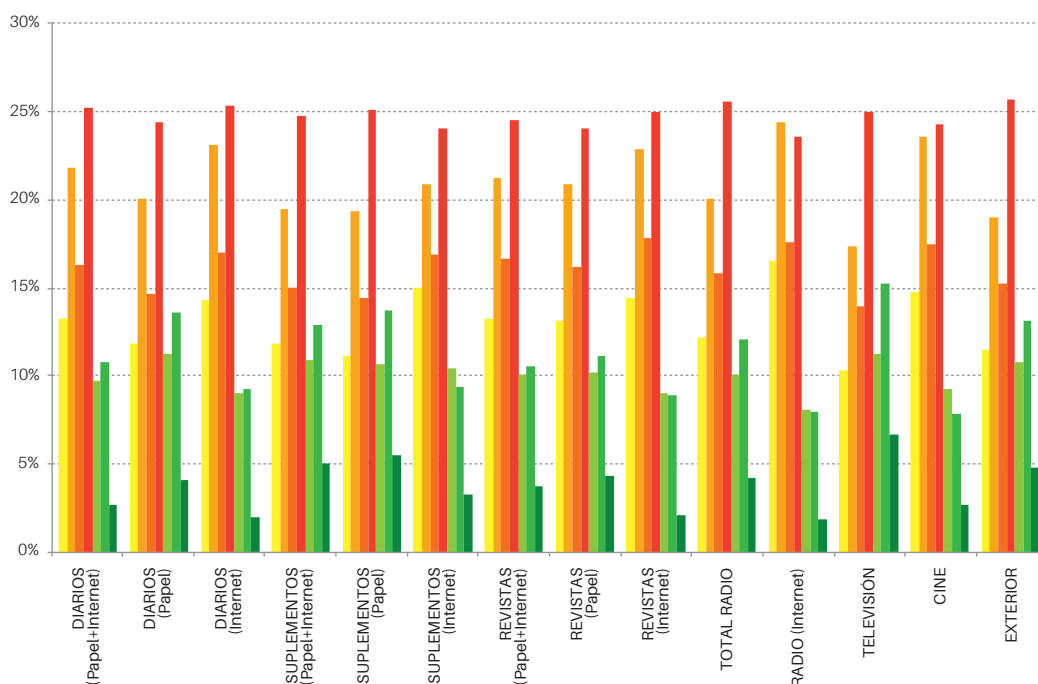
ESTRUCTURA DEL CONSUMO DE MEDIOS EN ESPAÑA - 2023

Según índice socioeconómico

PORCENTAJE DE AUDIENCIA SOBRE EL TOTAL DE LA POBLACIÓN



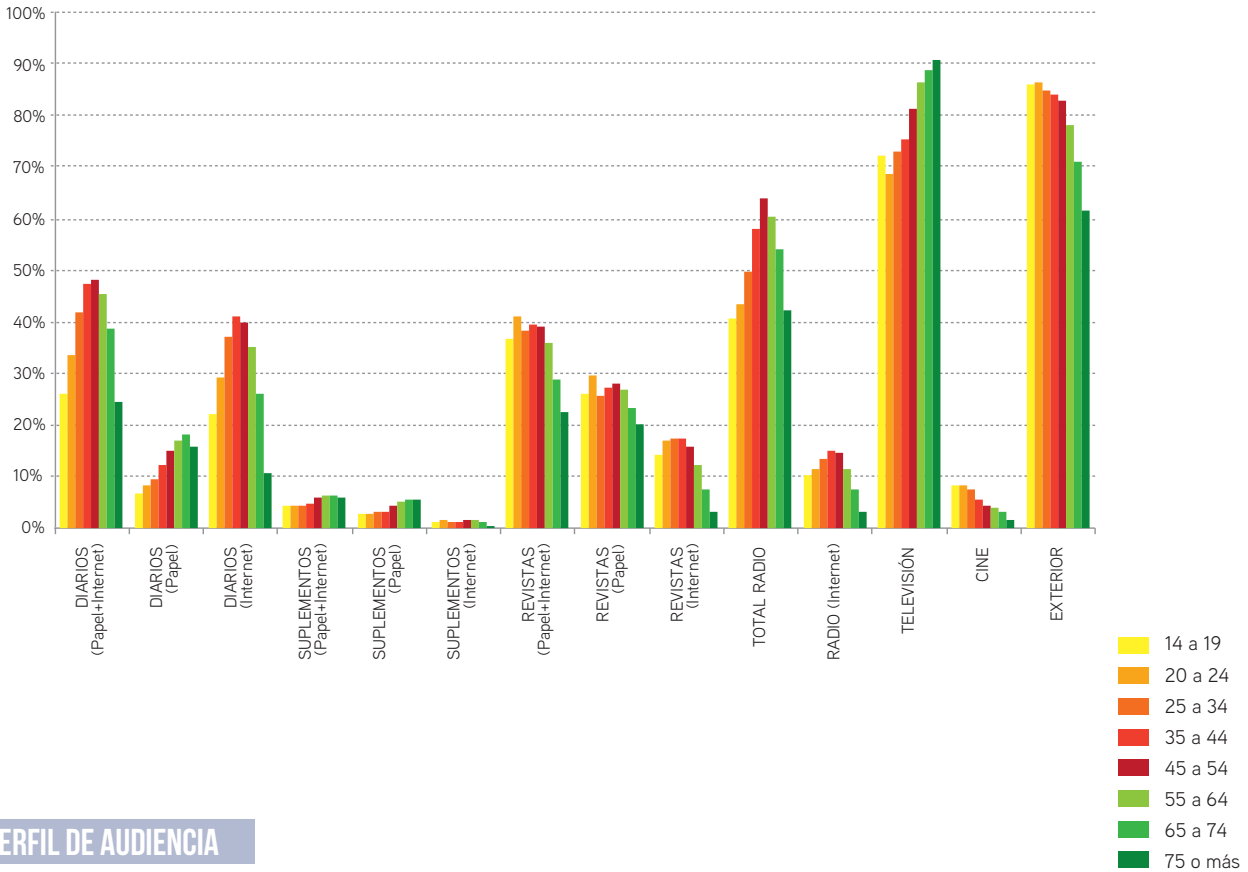
PERFIL DE AUDIENCIA



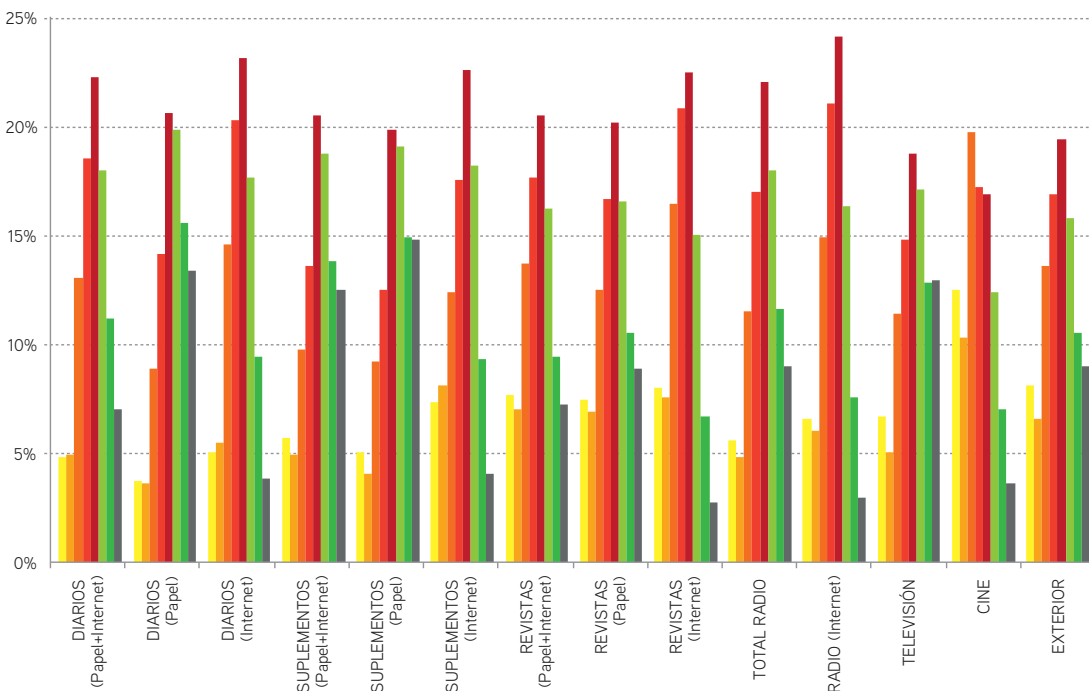
ESTRUCTURA DEL CONSUMO DE MEDIOS EN ESPAÑA - 2023

Según edad

PORCENTAJE DE AUDIENCIA SOBRE EL TOTAL DE LA POBLACIÓN



PERFIL DE AUDIENCIA



PENETRACIÓN DE LOS MEDIOS POR COMUNIDAD AUTÓNOMA - 2023

% 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	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	4,9	79,6
ANDALUCÍA	7.421	36,9	9,2	31,8	2,9	1,6	0,9	30,2	19,7	13,9	52,0	10,5	80,9	4,4	79,4
ARAGÓN	1.156	37,0	15,2	25,7	8,8	7,2	1,4	33,8	26,3	9,7	51,3	11,3	83,1	3,7	82,8
ASTURIAS	908	51,4	26,0	34,2	8,7	7,4	1,0	37,5	31,9	10,2	56,4	11,3	80,0	3,0	83,7
BALEARES	1.088	52,5	21,4	40,6	7,0	4,7	3,1	46,5	34,0	16,0	56,6	11,4	76,4	8,6	70,4
CANARIAS	2.041	37,5	7,6	33,0	2,9	2,1	0,8	33,8	23,3	14,1	47,8	9,6	73,7	4,1	76,2
CANTABRIA	521	52,1	25,9	38,0	15,6	14,2	1,2	44,6	32,4	18,0	64,2	11,4	86,4	7,9	85,5
C. LEÓN	2.124	45,2	18,8	33,4	7,7	6,3	1,4	36,6	28,0	11,4	58,6	10,0	82,3	4,7	76,9
C. LA MANCHA	1.789	35,1	7,7	30,3	2,8	1,6	1,4	28,0	20,1	10,6	54,8	9,6	89,0	3,8	72,8
CATALUÑA	6.741	37,8	13,4	29,0	3,2	2,5	0,8	37,8	29,2	12,1	54,7	12,6	81,2	4,6	81,3
C. VALENCIANA	4.479	32,8	8,3	27,8	3,0	2,5	0,7	31,6	22,0	12,7	50,4	10,2	79,8	4,9	79,3
EXTREMADURA	926	36,0	9,0	31,0	4,1	3,4	0,7	31,9	22,0	13,8	50,4	11,5	85,9	3,4	61,5
GALICIA	2.416	49,2	27,9	30,5	9,9	9,5	0,9	37,9	30,2	12,5	57,2	8,1	80,5	3,5	78,9
MADRID	5.959	45,6	11,2	39,7	5,4	3,5	2,2	41,1	30,0	16,5	54,9	13,1	82,4	6,5	81,9
MURCIA	1.313	32,5	10,9	25,3	3,6	2,9	1,1	29,5	22,2	11,9	62,4	14,8	81,2	5,5	90,7
NAVARRA	575	50,4	26,7	31,4	13,4	13,4	0,0	39,9	30,4	10,8	56,4	12,1	84,8	5,6	83,8
P. VASCO	1.920	51,2	24,2	34,0	14,2	12,1	2,1	39,9	30,5	12,2	58,9	11,4	79,2	5,3	81,7
LA RIOJA	278	48,9	28,3	31,9	7,7	7,5	0,2	35,0	26,0	7,5	64,6	15,1	76,2	1,0	81,6

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 semanal en las dos primeras olas y quincenal en la 3ª.

Exterior: visto publicidad en la última semana

CONSUMO PROMEDIO DIARIO DE RADIO Y TELEVISIÓN POR COMUNIDAD AUTÓNOMA - 2023

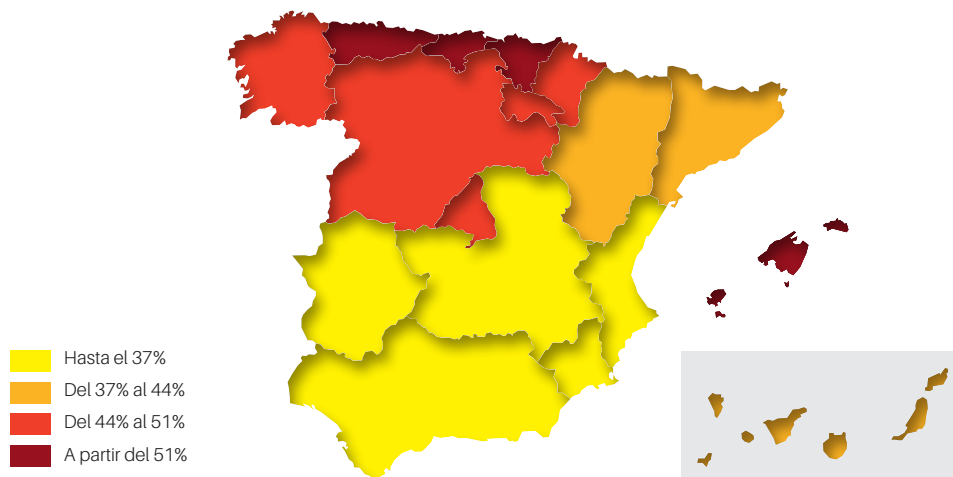
Media en minutos sobre total población

	RADIO	TELEVISIÓN
TOTAL	93	187
ANDALUCÍA	87	183
ARAGÓN	97	202
ASTURIAS	99	194
BALEARES	90	170
CANARIAS	85	168
CANTABRIA	113	211
C. LEÓN	105	190
C. LA MANCHA	99	222
CATALUÑA	93	183
C. VALENCIANA	87	190
EXTREMADURA	89	199
GALICIA	98	196
MADRID	94	192
MURCIA	93	182
NAVARRA	89	171
P. VASCO	99	165
LA RIOJA	112	166

CONSUMO RELATIVO DE DIARIOS - 2023

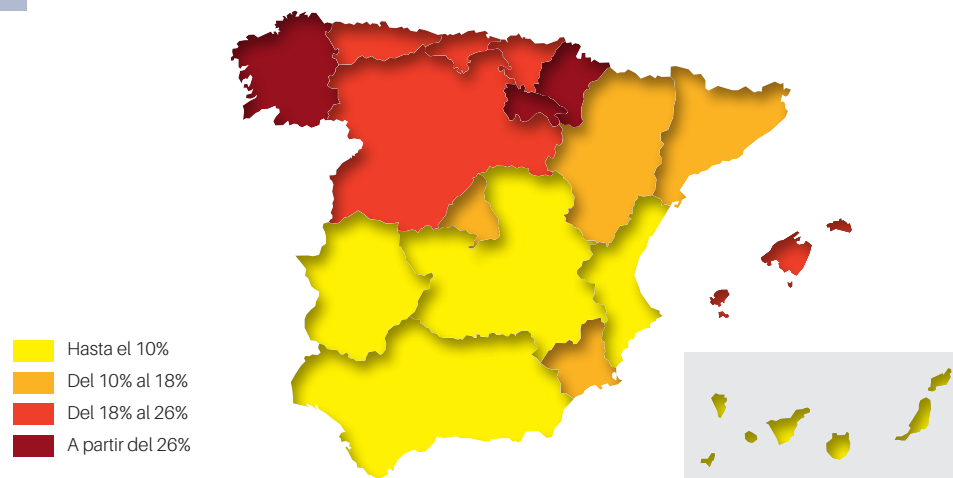
PAPEL + INTERNET

Penetración (%)



PAPEL + VISOR DIGITAL/PDF

Penetración (%)



INTERNET

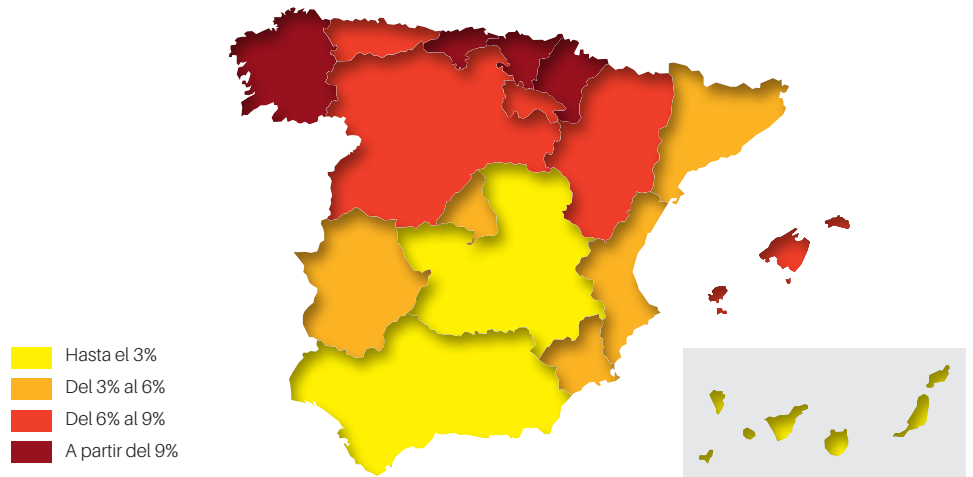
Penetración (%)



CONSUMO RELATIVO DE SUPLEMENTOS - 2023

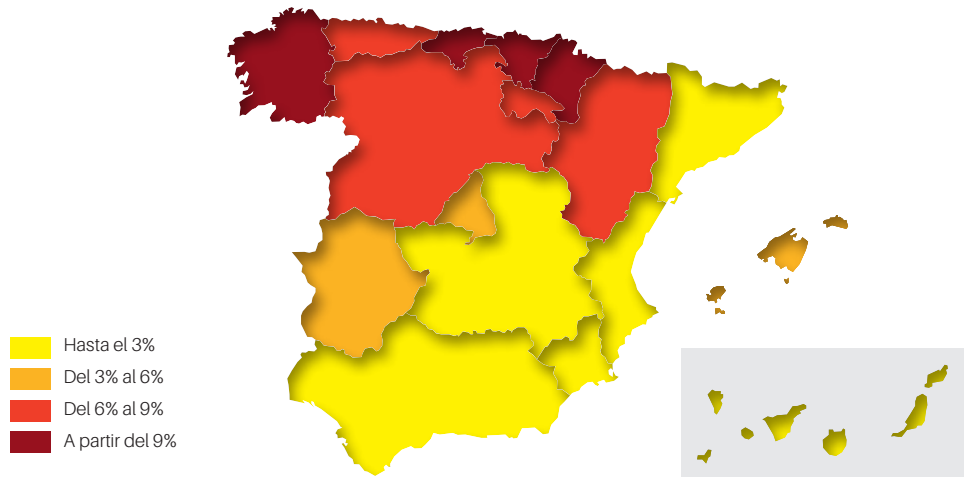
PAPEL + INTERNET

Penetración (%)



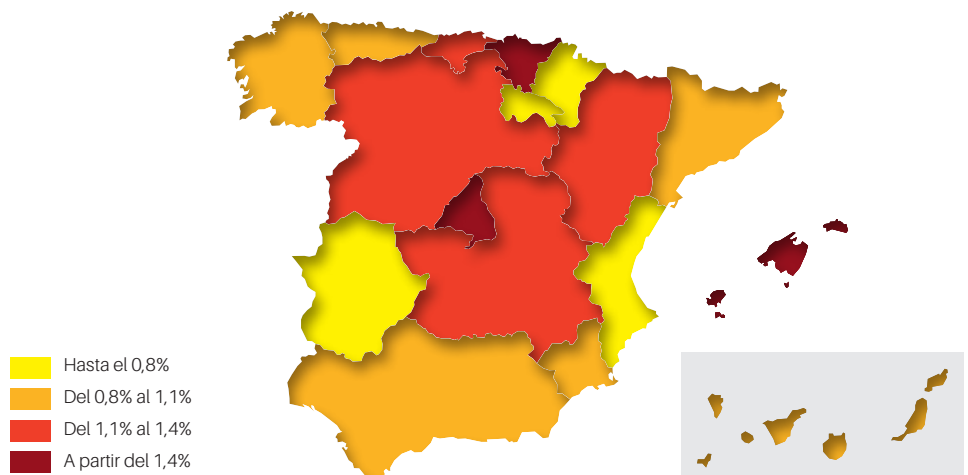
PAPEL + VISOR DIGITAL/PDF

Penetración (%)



INTERNET

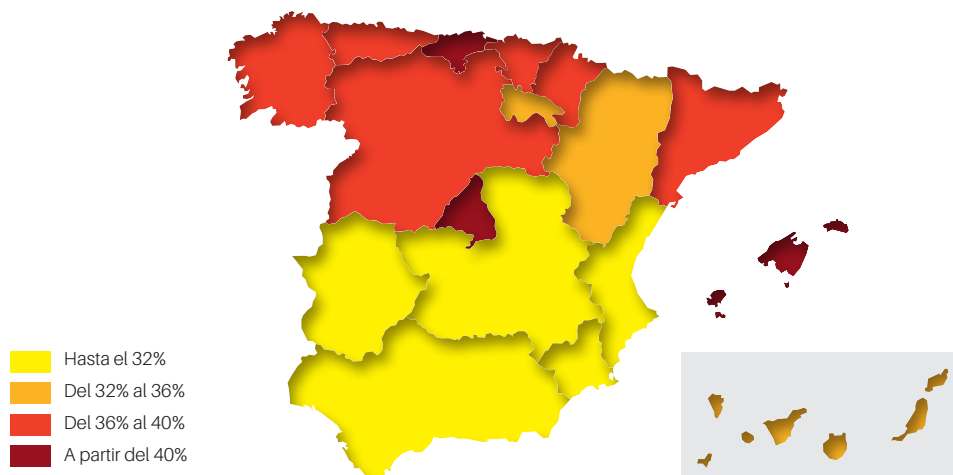
Penetración (%)



CONSUMO RELATIVO DE REVISTAS - 2023

PAPEL + INTERNET

Penetración (%)



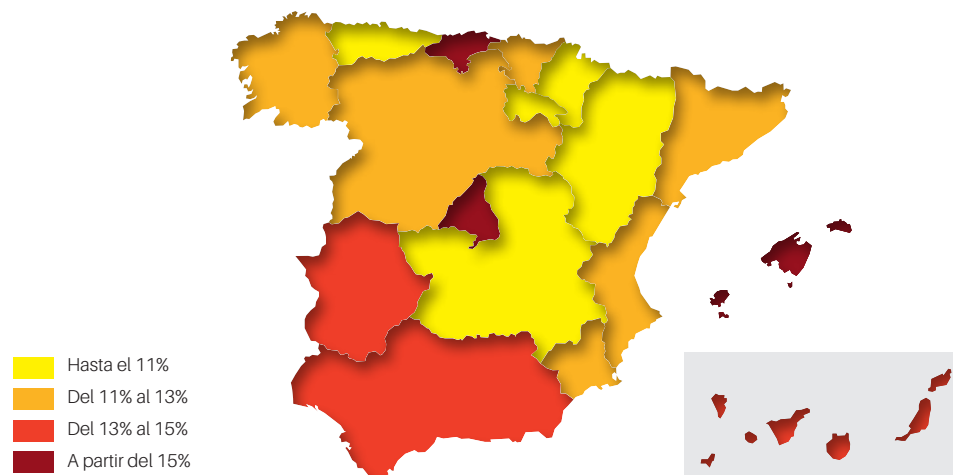
PAPEL + VISOR DIGITAL/PDF

Penetración (%)



INTERNET

Penetración (%)

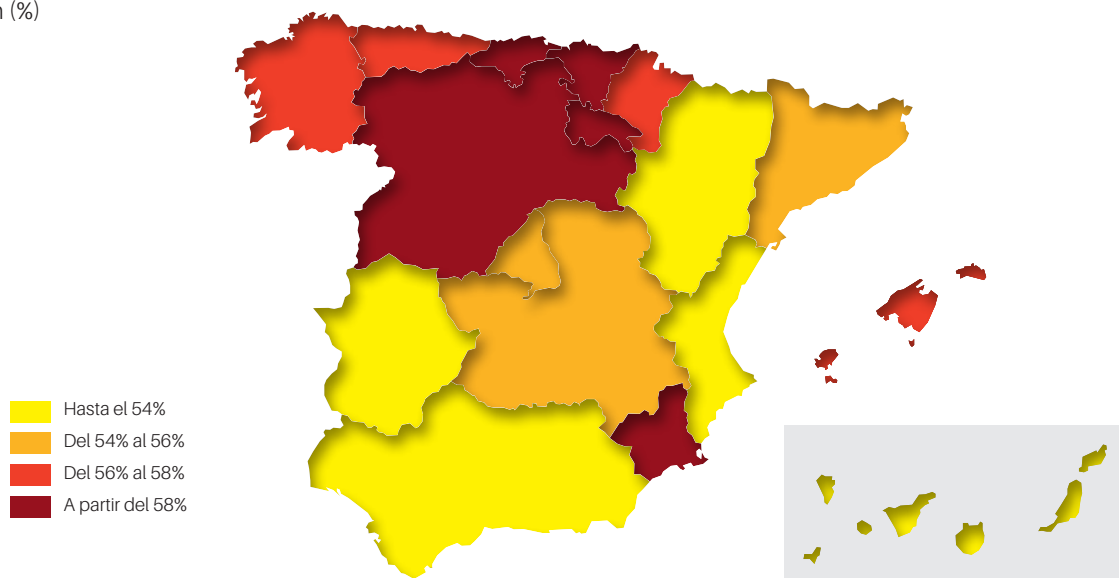


CONSUMO RELATIVO DE RADIO - 2023

TOTAL RADIO

Audiencia acumulada diaria

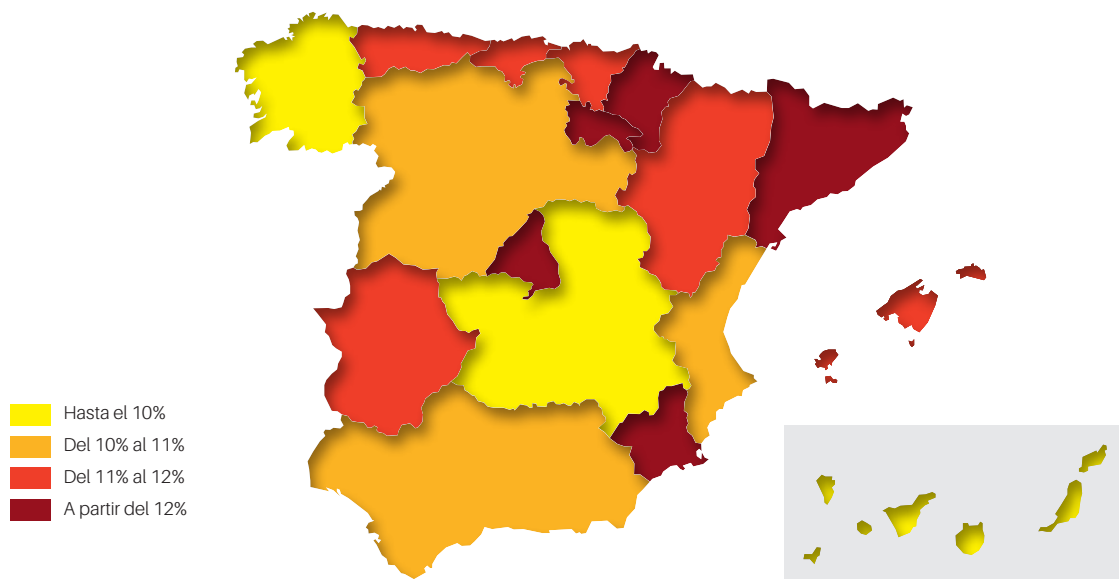
Penetración (%)



RADIO POR INTERNET

Audiencia acumulada diaria

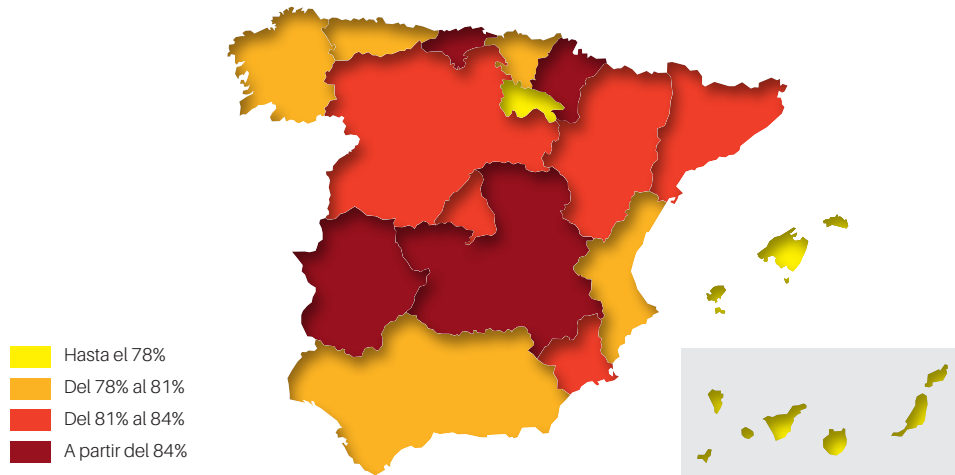
Penetración (%)



CONSUMO RELATIVO DE TELEVISIÓN - 2023

Audiencia acumulada diaria

Penetración (%)

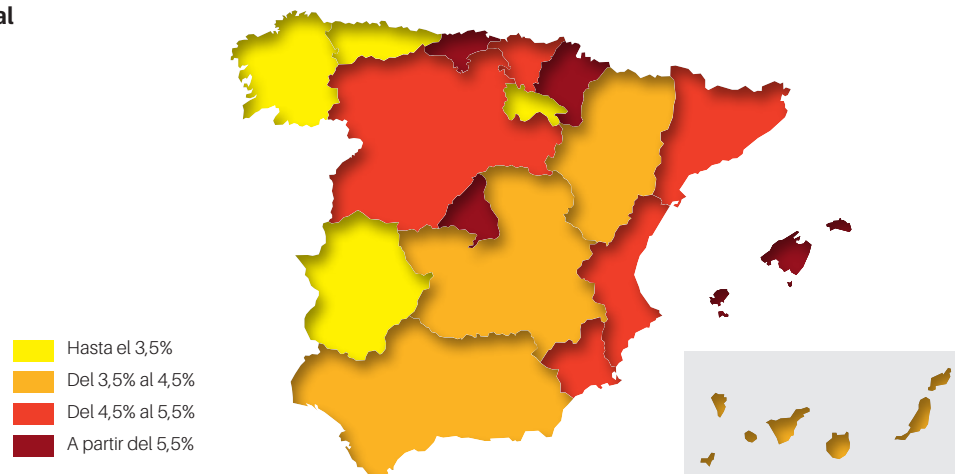


CONSUMO RELATIVO DE CINE - 2023

1ª y 2ª ola: audiencia semanal

3ª ola: audiencia quincenal

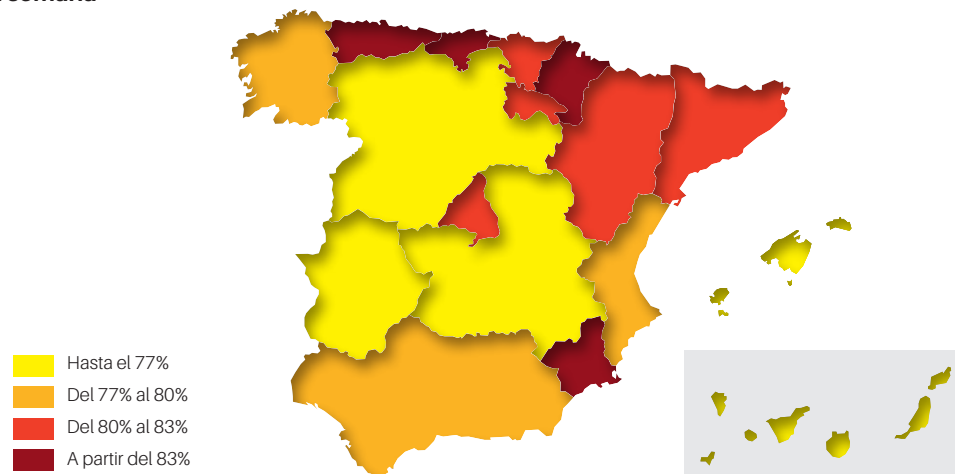
Penetración (%)



CONSUMO RELATIVO DE PUBLICIDAD EXTERIOR - 2023

Visto publicidad en la última semana

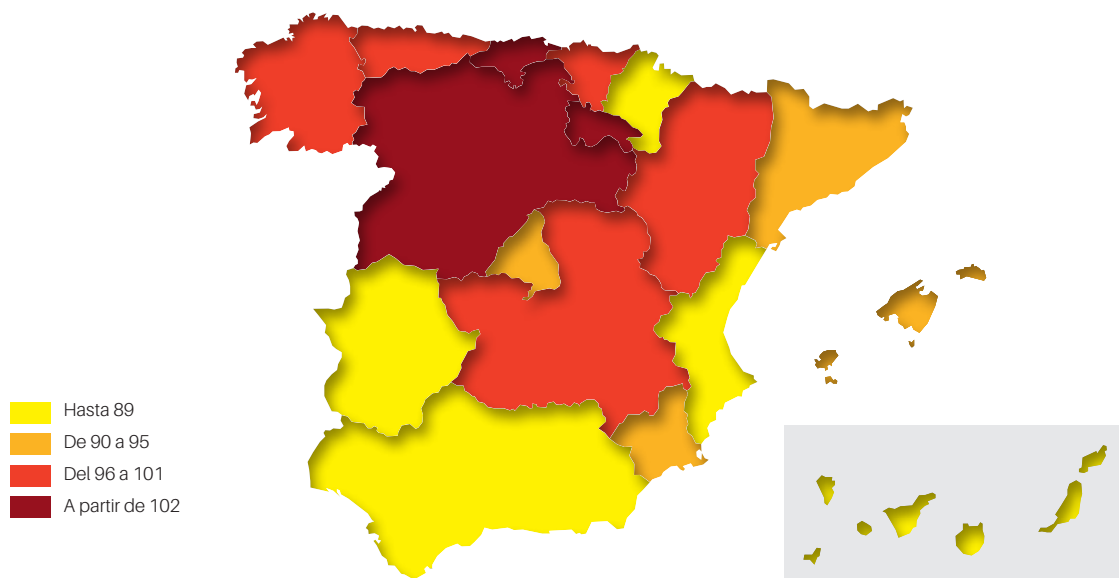
Penetración (%)



CONSUMO PROMEDIO DE RADIO - 2023

Minutos de escucha diaria por persona

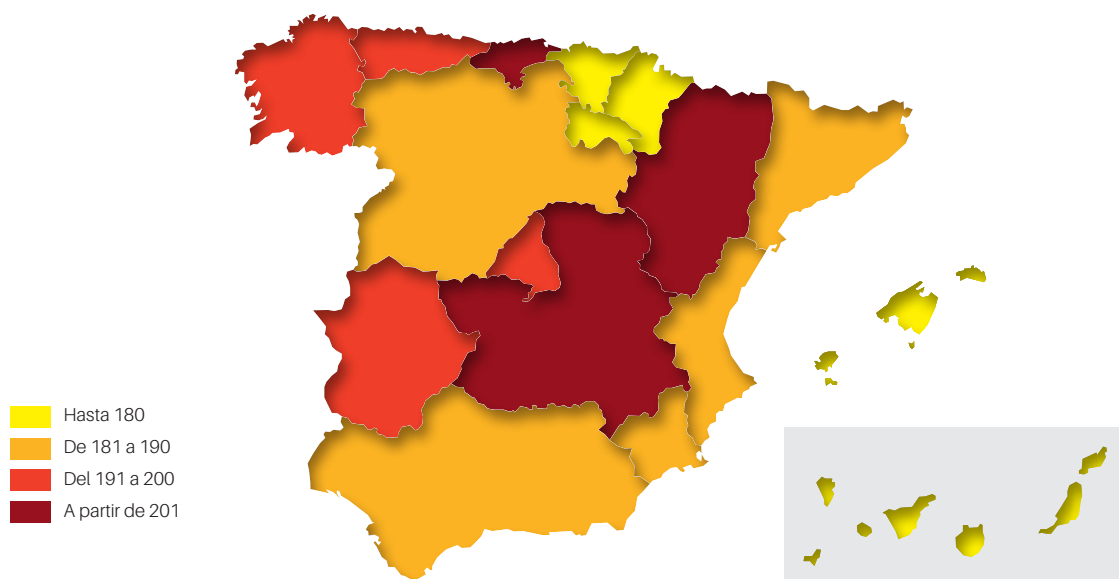
Media en Minutos



CONSUMO PROMEDIO DE TELEVISIÓN - 2023

Minutos de visionado diario por persona

Media en Minutos



CONSUMO DIARIO DE RADIO Y TELEVISIÓN - 2023

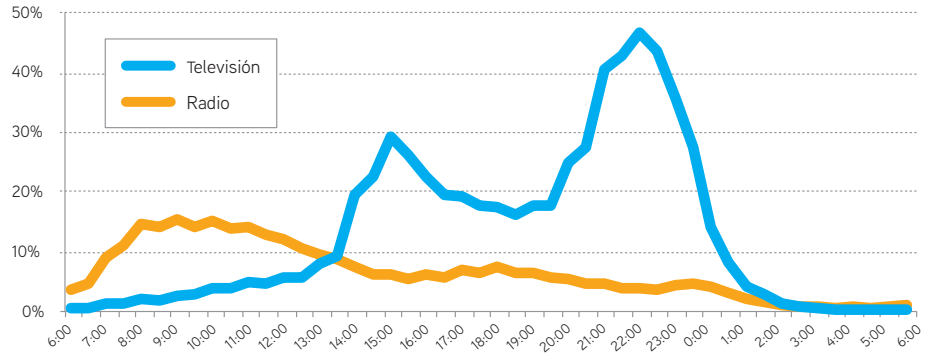
Audiencia en porcentajes

Períodos Horarios	LUNES - DOMINGO		LUNES - VIERNES		SÁBADO		DOMINGO	
	Radio	Televisión	Radio	Televisión	Radio	Televisión	Radio	Televisión
06:00 a 06:30	3,5	0,4	4,2	0,4	2,0	0,4	1,5	0,4
06:30 a 07:00	4,7	0,6	5,6	0,6	2,5	0,4	2,1	0,4
07:00 a 07:30	9,0	1,2	10,8	1,3	4,9	0,9	4,3	1,0
07:30 a 08:00	11,1	1,3	13,4	1,4	5,6	0,9	5,1	1,1
08:00 a 08:30	14,6	1,9	16,9	2,0	9,7	1,6	7,7	1,8
08:30 a 09:00	14,1	1,8	16,1	1,8	9,7	1,6	8,4	1,6
09:00 a 09:30	15,4	2,6	16,9	2,7	12,7	2,4	10,6	2,5
09:30 a 10:00	14,0	2,8	15,3	2,7	11,9	2,8	9,9	3,0
10:00 a 10:30	15,0	3,9	15,8	3,8	14,1	4,0	12,0	4,0
10:30 a 11:00	13,9	3,8	14,5	3,7	13,6	4,0	11,5	3,9
11:00 a 11:30	14,2	4,8	14,5	4,7	14,5	5,1	12,1	4,8
11:30 a 12:00	12,9	4,7	13,3	4,6	12,7	4,9	11,1	4,5
12:00 a 12:30	12,1	5,6	12,2	5,6	12,6	5,8	10,7	5,2
12:30 a 13:00	10,6	5,5	11,0	5,5	10,6	5,9	9,1	5,1
13:00 a 13:30	9,5	7,8	9,9	7,8	9,0	8,2	7,9	7,3
13:30 a 14:00	8,6	9,1	9,1	9,2	8,1	9,5	6,6	8,6
14:00 a 14:30	7,3	19,4	8,2	19,5	5,2	19,9	5,0	18,0
14:30 a 15:00	6,0	22,6	6,7	22,8	4,5	23,0	4,0	21,0
15:00 a 15:30	6,1	29,3	6,9	29,2	4,1	30,2	4,1	28,5
15:30 a 16:00	5,3	26,2	5,9	26,1	3,5	27,1	3,6	26,0
16:00 a 16:30	6,0	22,6	6,5	22,1	4,7	23,5	4,5	23,7
16:30 a 17:00	5,6	19,4	6,1	19,0	4,3	20,5	4,3	20,5
17:00 a 17:30	6,9	19,3	7,4	18,9	5,5	20,5	5,7	20,0
17:30 a 18:00	6,3	17,7	6,8	17,3	5,0	18,7	5,0	18,3
18:00 a 18:30	7,3	17,5	7,5	17,2	6,4	18,4	6,6	18,1
18:30 a 19:00	6,3	16,2	6,5	15,8	5,6	17,5	5,8	17,0
19:00 a 19:30	6,5	17,8	6,7	17,7	5,7	18,1	6,2	18,2
19:30 a 20:00	5,6	17,6	5,8	17,6	4,9	17,5	5,4	18,1
20:00 a 20:30	5,4	24,8	5,5	25,1	4,8	23,8	5,1	24,3
20:30 a 21:00	4,6	27,3	4,7	27,9	4,3	25,4	4,4	26,2
21:00 a 21:30	4,5	40,6	4,6	41,2	4,1	38,1	4,5	39,7
21:30 a 22:00	3,8	42,7	3,7	43,6	3,8	39,5	4,0	41,6
22:00 a 22:30	3,9	46,7	3,9	47,6	3,9	44,0	3,9	45,2
22:30 a 23:00	3,6	43,5	3,6	44,2	3,3	41,2	3,6	42,1
23:00 a 23:30	4,2	35,7	4,3	36,1	3,6	35,0	4,1	34,5
23:30 a 24:00	4,5	27,4	4,6	27,5	3,8	27,6	4,3	26,9
00:00 a 00:30	4,0	14,1	4,1	14,0	3,6	14,6	3,9	13,8
00:30 a 01:00	3,1	8,2	3,2	8,1	2,9	8,6	3,2	8,2
01:00 a 01:30	2,1	4,0	2,1	3,8	2,0	4,5	2,2	4,0
01:30 a 02:00	1,4	2,7	1,4	2,6	1,4	3,1	1,4	2,7
02:00 a 02:30	1,0	1,2	1,0	1,1	0,9	1,5	0,9	1,2
02:30 a 03:00	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7	1,0	0,7	0,9
03:00 a 03:30	0,7	0,5	0,7	0,4	0,6	0,6	0,6	0,5
03:30 a 04:00	0,6	0,3	0,7	0,3	0,5	0,4	0,5	0,4
04:00 a 04:30	0,7	0,2	0,7	0,2	0,5	0,3	0,5	0,2
04:30 a 05:00	0,6	0,2	0,7	0,2	0,5	0,3	0,4	0,3
05:00 a 05:30	0,8	0,2	0,9	0,2	0,5	0,4	0,5	0,2
05:30 a 06:00	0,9	0,2	1,0	0,2	0,5	0,4	0,6	0,2

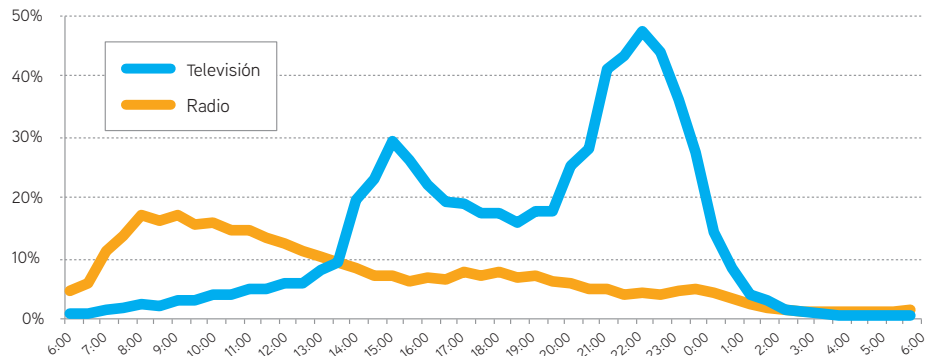
CONSUMO DIARIO DE RADIO Y TELEVISIÓN - 2023

Audiencia en porcentajes

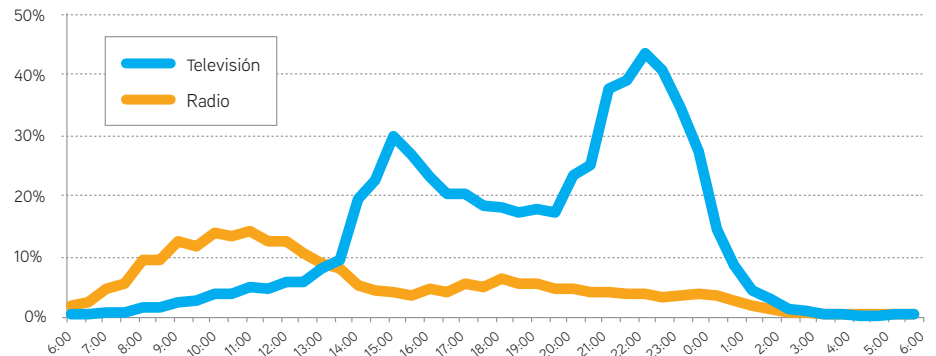
LUNES - DOMINGO



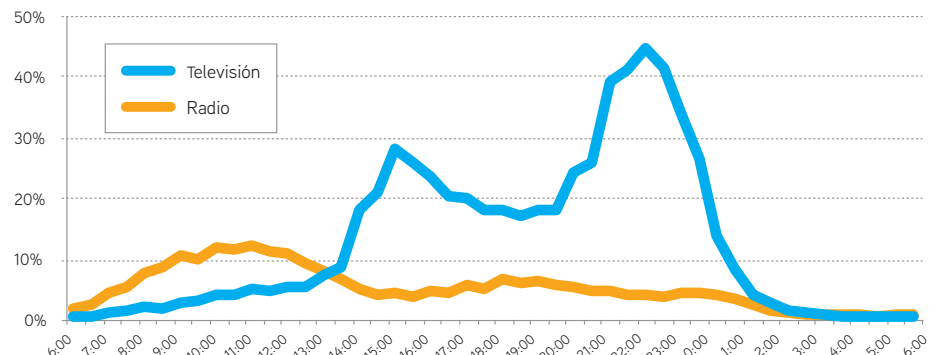
LUNES - VIERNES



SÁBADO



DOMINGO



RADIO

CONSUMO DE RADIO POR TIPO DE EMISIÓN Y LUGAR DE ESCUCHA - 2023

Audiencia en porcentajes

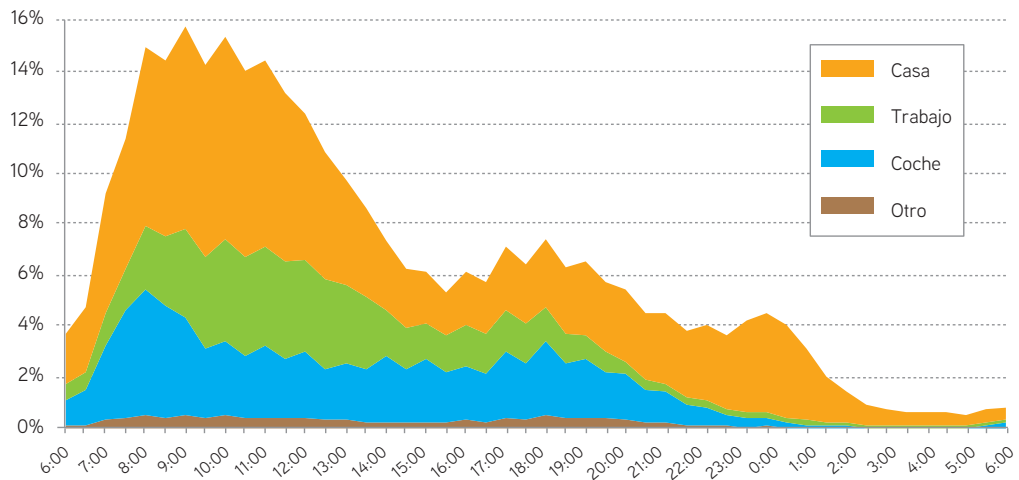
Períodos Horarios	TOTAL	TIPO DE EMISIÓN		LUGAR DE ESCUCHA			
		Radio Generalista	Radio Temática	Casa	Trabajo	Coche	Otro
06:00 a 06:30	3,5	2,4	1,1	2,0	0,6	1,0	0,1
06:30 a 07:00	4,7	3,2	1,5	2,5	0,7	1,4	0,1
07:00 a 07:30	9,0	5,9	3,2	4,7	1,3	2,9	0,3
07:30 a 08:00	11,1	6,9	4,3	5,1	1,6	4,2	0,4
08:00 a 08:30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

Consolidación total día

Audiencia acumulada	54,3	29,0	31,4	29,2	6,2	25,8	2,9
Participación	100,0	51,3	47,9	50,2	21,1	25,4	3,3

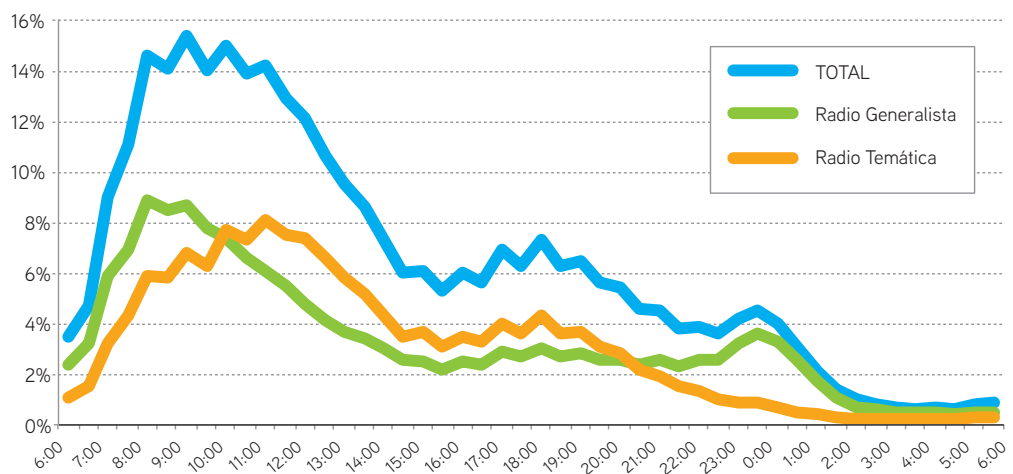
CONSUMO DE RADIO SEGÚN LUGAR DE ESCUCHA - 2023

Audiencia en porcentajes



CONSUMO DE RADIO SEGÚN TIPO DE EMISIÓN - 2023

Audiencia en porcentajes



CONSUMO PROMEDIO DIARIO DE RADIO - 2023

Media en minutos sobre el total población

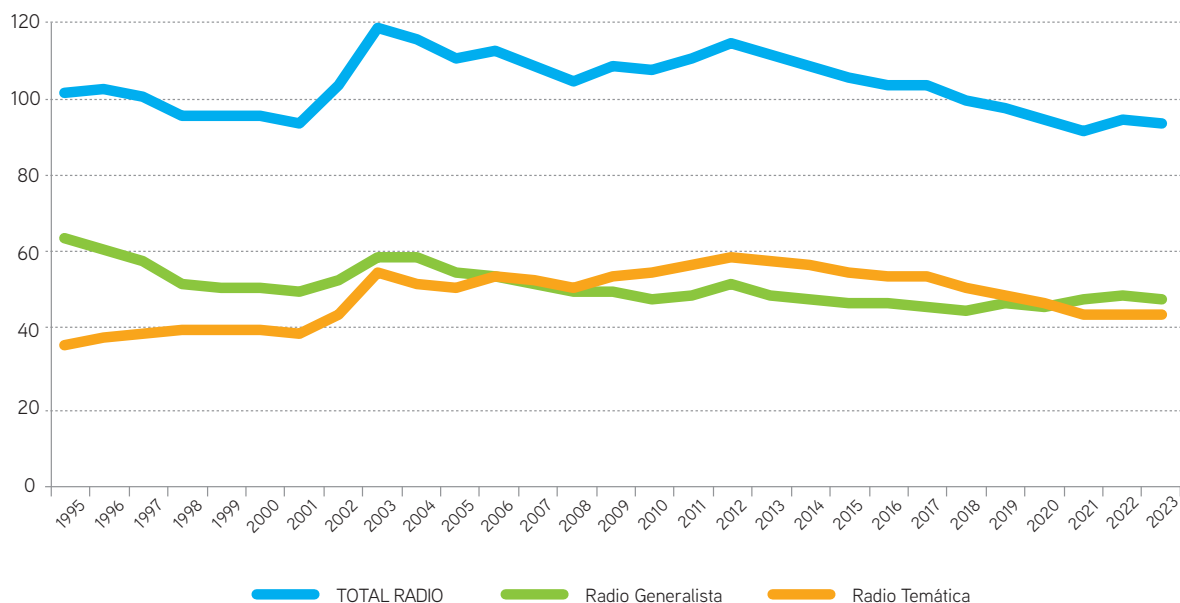
	TOTAL	POR TIPO DE EMISIÓN		POR DÍAS DE LA SEMANA		
		Radio Generalista	Radio Temática	L-V	Sábado	Domingo
TOTAL	92,7	47,5	44,4	99,8	77,9	72,0
MAÑANA (06:00-12:00)	42,7	23,0	19,3	47,1	34,2	28,9
MEDIODÍA (12:00-16:00)	19,6	7,7	11,7	21,0	17,3	15,3
TARDE (16:00-20:00)	15,1	6,4	8,6	16,0	12,6	13,1
NOCHE (20:00-06:00)	15,3	10,4	4,8	15,6	13,9	14,8

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE RADIO - 1995-2023

Media en minutos sobre el total población

	1995	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
TOTAL RADIO	101	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
RADIO GENERALISTA	64	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
RADIO TEMÁTICA	36	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

Minutos de escucha



AUDIENCIA ACUMULADA DIARIA DE RADIO - 2023

En porcentajes

	TOTAL	POR TIPO DE EMISIÓN		POR DÍAS DE LA SEMANA		
		Radio Generalista	Radio Temática	L-V	Sábado	Domingo
TOTAL	54,3	29,0	31,4	56,9	49,9	46,1
MAÑANA (06:00-12:00)	39,6	20,9	20,5	43,2	32,8	28,3
MEDIODÍA (12:00-16:00)	22,8	9,4	13,9	24,0	20,5	18,6
TARDE (16:00-20:00)	17,6	7,2	10,8	18,6	15,1	14,9
NOCHE (20:00-06:00)	16,6	10,5	6,5	17,1	15,1	15,3

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE RADIO SEGÚN TIPO DE EMISIÓN - 2000-2023

Penetración (%)

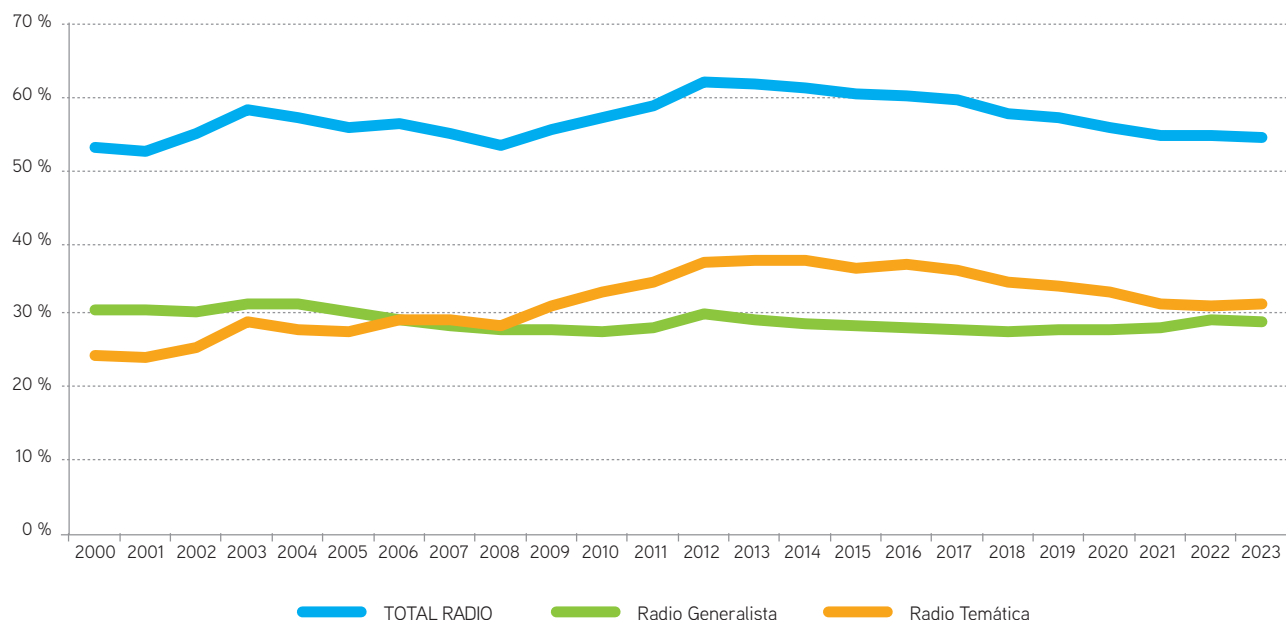
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TOTAL RADIO	52,9	52,4	54,7	57,9	56,8	55,5	56,1	54,7	53,1	55,3	56,9	58,5	61,9	61,5	61,0	60,1	60,0	59,3	57,5	56,9	55,5	54,6	54,4	54,3
Radio Generalista	30,8	30,6	30,4	31,4	31,5	30,4	29,2	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
Radio Temática	24,6	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

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE RADIO SEGÚN TIPO DE ONDA - 2000-2023

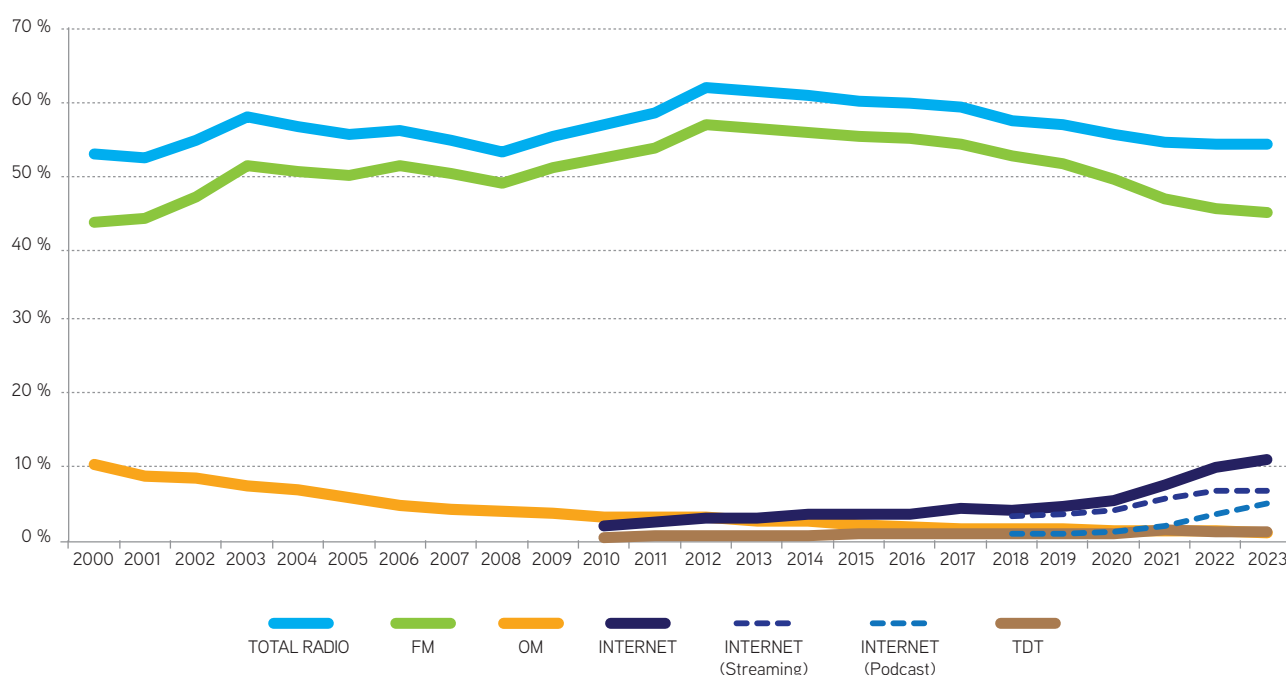
Penetración (%)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TOTAL RADIO	52,9	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
OM	10,7	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
FM	43,6	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
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
Streaming																			3,5	3,7	4,4	5,9	7,0	7,0
Podcast																			1,0	1,2	1,5	2,3	3,7	5,2
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

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE RADIO SEGÚN TIPO DE EMISIÓN - 2000-2023



EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE RADIO SEGÚN TIPO DE ONDA - 2000-2023



EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA ACUMULADA DIARIA DE LAS CADENAS DE RADIO - 2003-2023

En porcentajes

Radio Generalista	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TOTAL	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
SER	13,7	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
COPE	4,4	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
ONDA CERO	5,7	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
RNE	4,6	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
RAC 1	0,3	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
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
CATALUNYA RADIO	1,6	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
CANAL SUR RADIO	0,9	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
RADIO GALEGA	0,4	0,4	0,4	0,5	0,4	0,4	0,3	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
RADIO EUSKADI	0,7	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	0,4	0,3	0,4	0,4	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	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2
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	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
RADIO CASTILLA-LA MANCHA (3)									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
RADIO 9	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2										
ABC PUNTO RADIO (4)				1,1	1,2	1,2	1,1	1,2	1,2	1,1	1,1										
ONA CATALANA/ONA FM (2)	0,2	0,1					0,1	0,1	0,2	0,1											
ONDA VASCA									0,2	0,1											
ONDA MADRID (1)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1		0,1	0,1												
COM RADIO	0,2	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		0,1															

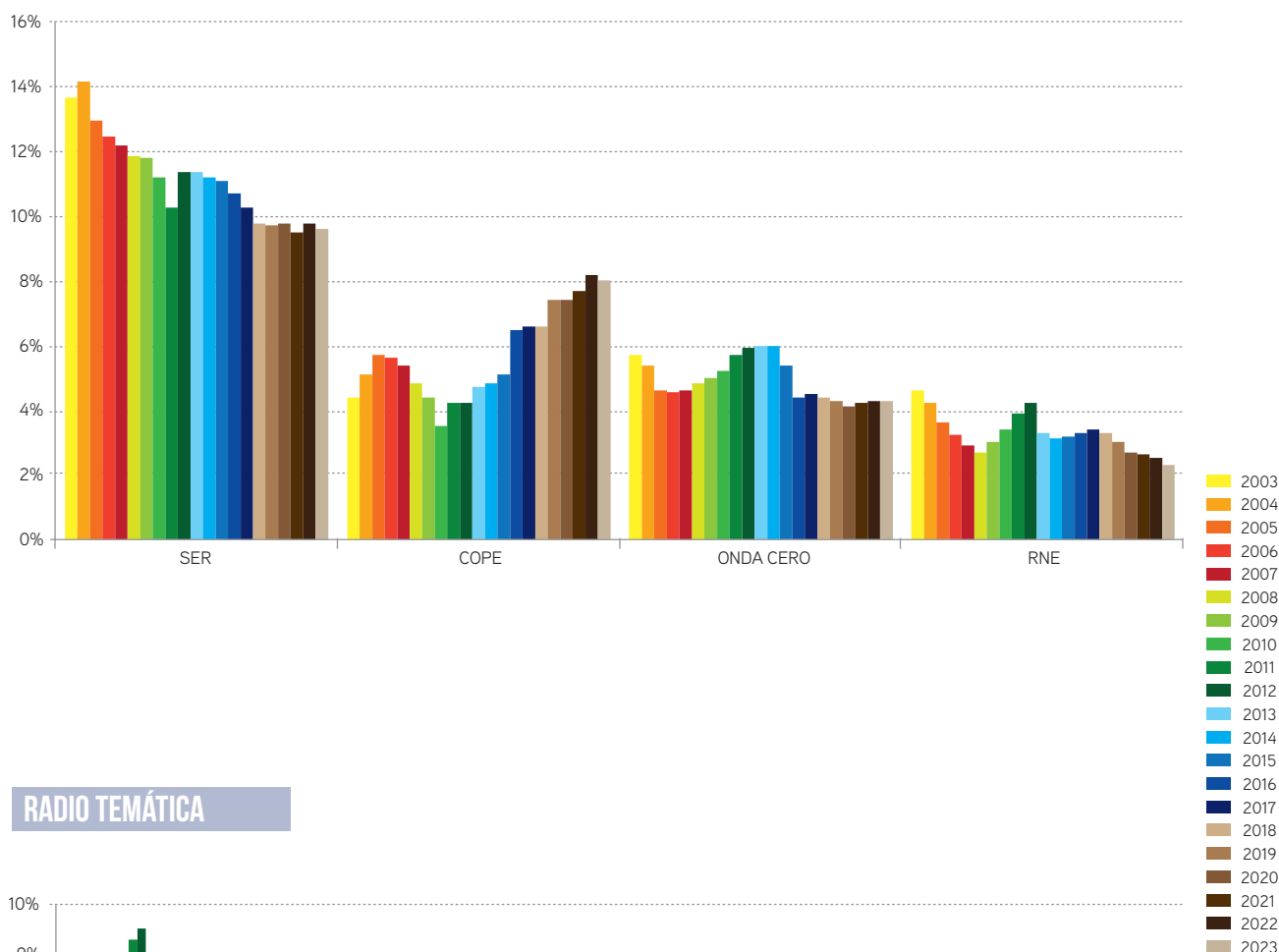
Radio Temática	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TOTAL	29,1	28,0	27,7	29,4	29,2	28,5	31,1	33,0	34,6	37,3	37,4	37,4	36,5	36,8	36,2	34,4	33,8	33,0	31,6	31,2	31,4
LOS40	7,4	6,9	7,5	8,8	8,5	8,2	8,6	9,0	9,3	9,5	8,9	8,0	7,4	7,0	6,7	6,9	6,7	6,8	6,7	6,8	7,3
CADENA 100	2,1	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
DIAL	4,5	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
KISS FM	3,3	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
ROCK FM (5)				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
EUROPA FM	0,8	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
LOS40 CLASSIC (9)	1,4	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
RADIO MARCA	0,3	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	1,0	1,0	1,0
RADIO 3	0,8	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
LOS40 URBAN (11)														0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,5	0,8	0,9
RADIOLÉ	1,0	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
CANAL FIESTA RADIO	1,2	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
FLAIXBAC	0,4	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
RADIO 5 TODO NOTICIAS	2,1	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
FLAIX	0,6	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	0,6	0,6	0,5	0,5
RADIO CLASICA RNE	0,4	0,4	0,3	0,4	0,3	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	0,5	0,5	0,5
RAC 105	0,2	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
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
RADIO TELE TAXI	0,9	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
MEGASTAR FM											0,2	0,6	0,8	0,8	0,7	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3
CATALUNYA INFORMACIÓ	0,3	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
MELODÍA FM (7)								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
GAZTEA (8)	0,2	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
LOS40 DANCE (10)	0,5	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
INTERECONOMÍA	0,2	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	0,2	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	0,1	0,1
LOCA FM																	0,2	0,3	0,3		
RADIO RM	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1						0,1	0,1								
FUN RADIO (6)												0,3	0,2								
RADIO CASTILLA-LA MANCHA (3)	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1													
RADIO NERVIÓN				0,3	0,3	0,3															
RADIO CLUB 25	0,2	0,2	0,2	0,2																	
ONA CATALANA (2)				0,1																	
ONA MÚSICA	0,1	0,1	0,1																		
HIT RADIO	0,6																				

(1) En 2004 cambia su denominación "Telemadrid Radio" por "Onda Madrid"
 (2) 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".
 (3) A partir de la 3ª Ola de 2011 Radio Castilla-La Mancha pasa de ser temática a generalista.
 (4) En 2011 cambia su denominación "Punto Radio" por "ABC Punto Radio".
 (5) En 2012 cambia su denominación "Rock&Gol" por "Rock FM".

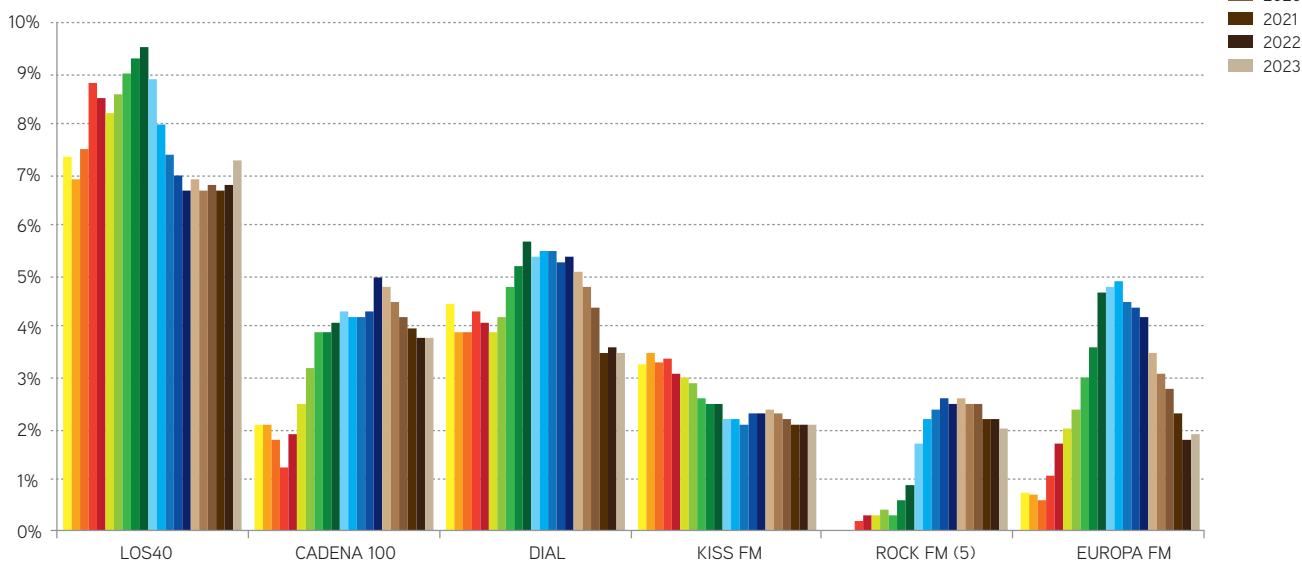
(6) En 2013 cambia su denominación "Loca Fun Radio" por "Fun Radio".
 (7) En 2014 cambia su denominación "Onda Melodía" por "Melodía FM".
 (8) En 2018 cambia su denominación "Euskadi Gaztea" por "Gaztea".
 (9) En 2019 cambia su denominación "M80" por "Los40 Classic".
 (10) En 2019 cambia su denominación "Máxima FM" por "Los40 Dance".
 (11) En 2020 cambia su denominación "Ke Buena" por "Los40 Urban".

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA ACUMULADA DIARIA - 2003-2023

RADIO GENERALISTA



RADIO TEMÁTICA



(5) En 2012 cambia su denominación "Rock & Gol" por "Rock FM".

EVOLUCIÓN DEL SHARE DE LAS CADENAS DE RADIO - 2003-2023

En porcentajes

Radio Generalista	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
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	39,8	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
COPE	12,3	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
ONDA CERO	16,9	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
RAC 1	0,8	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
RNE	12,7	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
ESRADIO											1,8	2,4	2,8	2,8	2,7	3,1	3,9	4,2	4,9	4,9	4,5
CATALUNYA RADIO	4,5	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
CANAL SUR RADIO	2,2	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
RADIO EUSKADI	2,0	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
RADIO GALEGA	1,0	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
EUSKADI IRRATIA	0,5	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
RADIO VOZ	0,2	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
RADIO CASTILLA-LA MANCHA (3)										0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,2
RADIO 9	0,3	0,3	0,4	0,4	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3	0,4										
ABC PUNTO RADIO (4)			3,4	3,5	3,6	3,5	3,7	4,0	3,2	3,1											
ONA CATALANA/ONA FM (2)	0,5	0,3					0,2	0,4	0,6	0,4											
ONDA VASCA									0,4	0,3											
ONDA MADRID (1)	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2		0,2	0,2												
COM RADIO	0,6	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		0,2															
RESTO	5,3	5,0	4,3	22,0	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

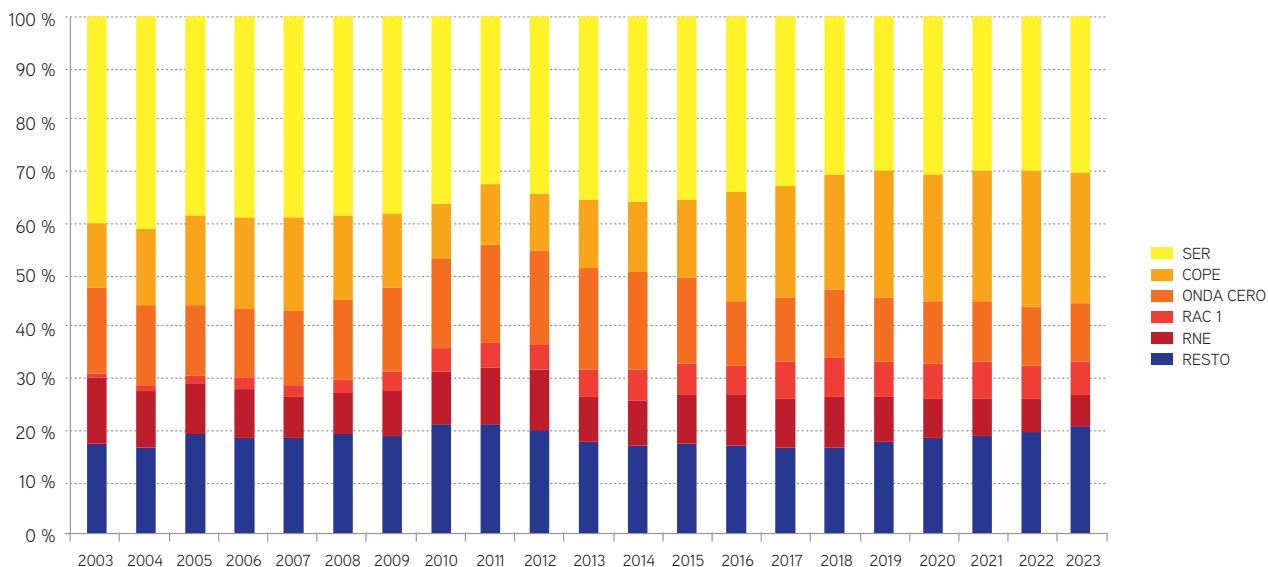
Radio Temática	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
LOS40	21,3	21,5	23,1	25,5	24,2	23,8	22,2	21,9	21,4	20,4	18,8	16,5	15,7	14,7	14,0	14,4	15,3	16,4	16,4	17,0	18,3
CADENA 100	6,9	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
DIAL	14,9	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
KISS FM	9,8	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
ROCK FM (5)					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
LOS40 CLASSIC (8)	3,9	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
EUROPA FM	2,1	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
LOS40 URBAN (10)															0,3	0,5	0,4	0,7	1,6	2,1	2,9
RADIO MARCA	0,7	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
RADIOLÉ	3,8	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
RADIO 3	2,6	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
CANAL FIESTA RADIO	3,8	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
RADIO TELE TAXI	3,6	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	1,6
RADIO 5 TODO NOTICIAS	4,9	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
RADIO CLASICA RNE	0,9	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
FLAIX	1,6	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
FLAIXBAC	1,4	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
RAC 105	0,5	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
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
MEGASTAR FM												1,1	1,5	1,5	1,2	0,9	0,9	0,7	0,8	0,8	0,7
MELODÍA FM (6)								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
CATALUNYA INFORMACIÓ	0,7	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
LOS40 DANCE (9)	1,4	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
GAZTEA (7)	0,4	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
INTERECONOMÍA	0,4	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	0,8	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	0,6	0,5	0,3	0,4						0,2	0,3								
FUN RADIO												0,3									
RADIO CASTILLA-LA MANCHA (3)	0,5	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	0,6	0,8	0,8																	
ONA CATALANA (2)				0,1																	
ONA MUSICA	0,3	0,3	0,5																		
HIT RADIO	2,0																				
RESTO	9,7	13,0	11,1	14,5	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

- (1) En 2004 cambia su denominación "Telemadrid Radio" por "Onda Madrid"
(2) 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".
(3) A partir de la 3ª Ola de 2011 Radio Castilla-La Mancha pasa de ser temática a generalista.
(4) En 2011 cambia su denominación "Punto Radio" por "ABC Punto Radio".
(5) En 2012 cambia su denominación "Rock&Gol" por "Rock FM".

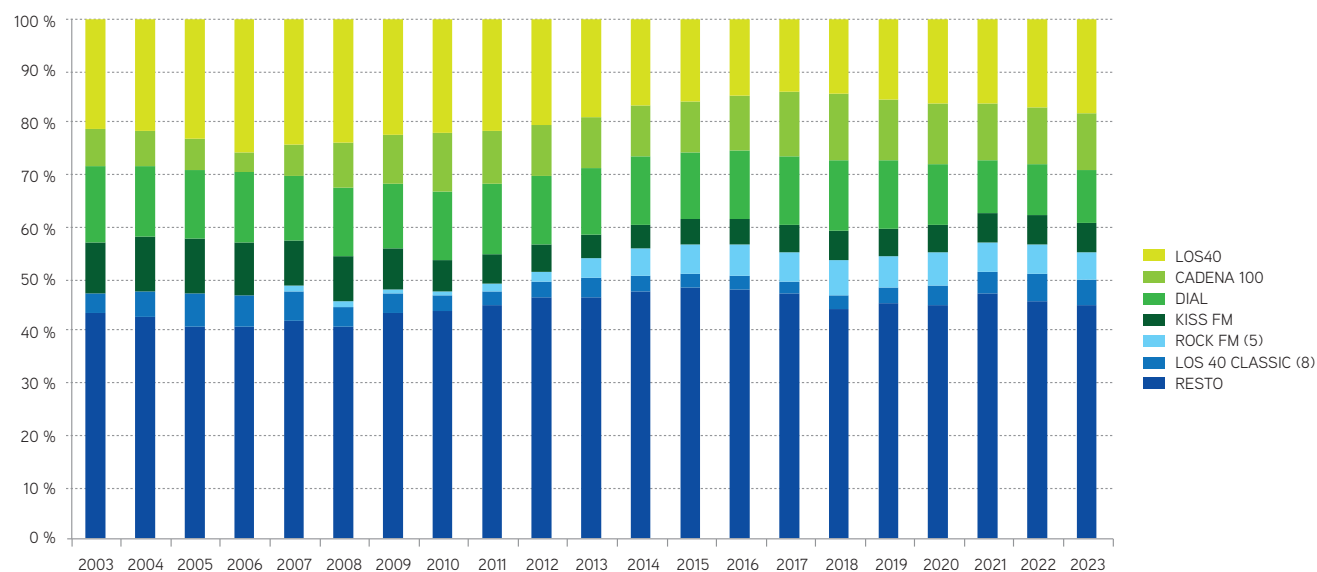
- (6) En 2014 cambia su denominación "Onda Melodía" por "Melodía FM".
(7) En 2018 cambia su denominación "Euskadi Gaztea" por "Gaztea".
(8) En 2019 cambia su denominación "M80" por "Los40 Classic".
(9) En 2019 cambia su denominación "Máxima FM" por "Los40 Dance".
(10) En 2020 cambia su denominación "Ke Buena" por "Los40 Urban".

EVOLUCIÓN DEL SHARE DE LAS CADENAS DE RADIO - 2003-2023

RADIO GENERALISTA



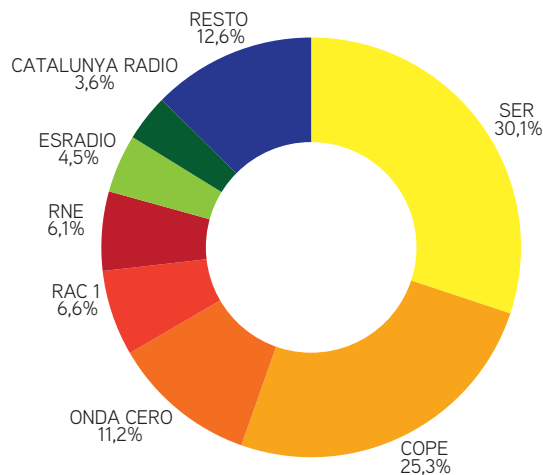
RADIO TEMÁTICA



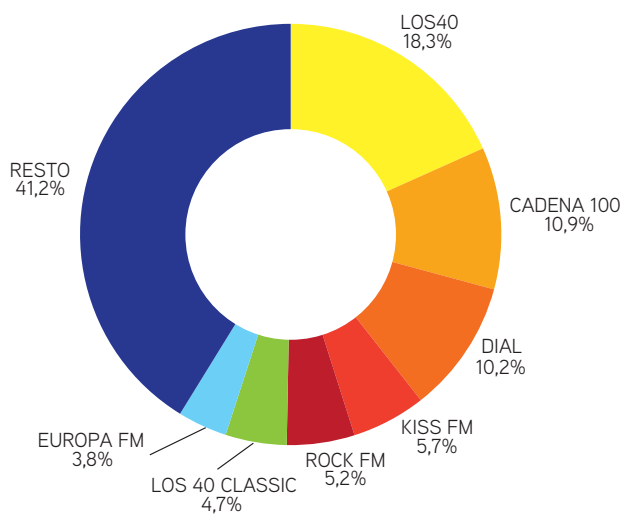
(5) En 2012 cambia su denominación "Rock&Gol" por "Rock FM".
 (8) En 2019 cambia su denominación "M80" por "Los40 Classic".

SHARE DE LAS CADENAS DE RADIO - 2023

RADIO GENERALISTA



RADIO TEMÁTICA



TELEVISIÓN

CONSUMO PROMEDIO DIARIO DE TELEVISIÓN - 2023

Media en minutos sobre el total de la población

	TOTAL	L-D	L-V	SÁBADO	DOMINGO
TOTAL (BLOQUE HORARIO)	187,3	187,9	187,1	187,1	184,7
MADRUGADA (04:00-08:00)	1,3	1,3	1,3	1,2	1,1
MAÑANA (08:00-13:30)	13,5	13,5	13,5	13,9	13,1
SOBREMESA (13:30-17:00)	44,6	44,6	44,4	46,1	43,9
TARDE (17:00-20:00)	31,8	31,8	31,3	33,2	32,9
NOCHE (20:00-04:00)	96,1	96,1	97,3	92,7	93,6

AUDIENCIA ACUMULADA DIARIA DE TELEVISIÓN - 2023

En porcentajes

	TOTAL L-D	L-V	SÁBADO	DOMINGO
TOTAL (BLOQUE HORARIO)	81,1	81,8	79,6	79,1
MADRUGADA (04:00-08:00)	2,4	2,6	1,9	1,9
MAÑANA (08:00-13:30)	14,9	14,7	16,0	14,5
SOBREMESA (13:30-17:00)	44,0	44,0	45,0	43,1
TARDE (17:00-20:00)	31,1	31,0	31,6	31,4
NOCHE (20:00-04:00)	68,3	69,3	65,4	66,2

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA ACUMULADA DIARIA DE LAS CADENAS DE TELEVISIÓN - 2007-2023

En porcentajes

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
LA 1	29,4	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
LA 2	7,2	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
ANTENA 3	37,1	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
TELE 5	32,3	33,5	28,4	26,7	24,9	26,2	25,3	26,3									
CUATRO	12,9	13,4	15,1	13,3	12,7	11,2	12,4	13,0									
LA SEXTA	9,4	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
TOTAL AUTONÓMICAS	23,6	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
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
TV3	4,9	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
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
SUPER3/SX3						0,1	0,1	0,2	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
ESPORT 3								0,2	0,3	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2
ETB-1	0,4	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
ETB-2	1,7	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
ETB-3										0,1							
TVG	1,9	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
TVG2				0,1	0,1	0,1	0,1	0,1					0,1	0,1			0,1
TELEMADRID	2,4	2,2	2,3	2,1	1,9	1,9	0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	1,1					1,4
LA OTRA		0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1								0,1
CANAL SUR	5,7	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
CANAL SUR 2/ANDALUCÍA TV	0,8	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
TV CANARIA	0,7	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
TV CANARIA 2		0,1	0,1	0,1	0,1												
TV CAST. MANCHA/CMM	1,1	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
IB3	0,2	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
ARAGÓN TV	0,5	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
TPA	0,2	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
TPA2									0,1						0,1		
LA 7 REG. MURCIA	0,2	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
À PUNT													0,4	0,3	0,6	0,5	0,6
CANAL 9	3,2	2,9	2,9	2,2	1,7	1,7	1,2										
PUNT 2/NOU 2	0,4	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1											
NOU 24					0,1	0,1											
CANAL EXTREMADURA	0,2	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
CYL TV / CYL 7						0,2	0,3					0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,1
LA 8 / CYL 8						0,1	0,2					0,1	0,1	0,2	0,2	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
TOTAL TEMÁTICAS	11,1	15,7	22,4	29,9	35,1	37,5	33,4	32,4	34,2	34,6	34,7	34,7	34,5	33,3	31,8	29,9	28,4
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
RESTO TEMÁTICAS		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
TV LOCAL	2,9	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
RESTO TV'S	10,3	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

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE TV POR COMUNIDAD AUTÓNOMA - 2007-2023

Minutos promedio de visionado

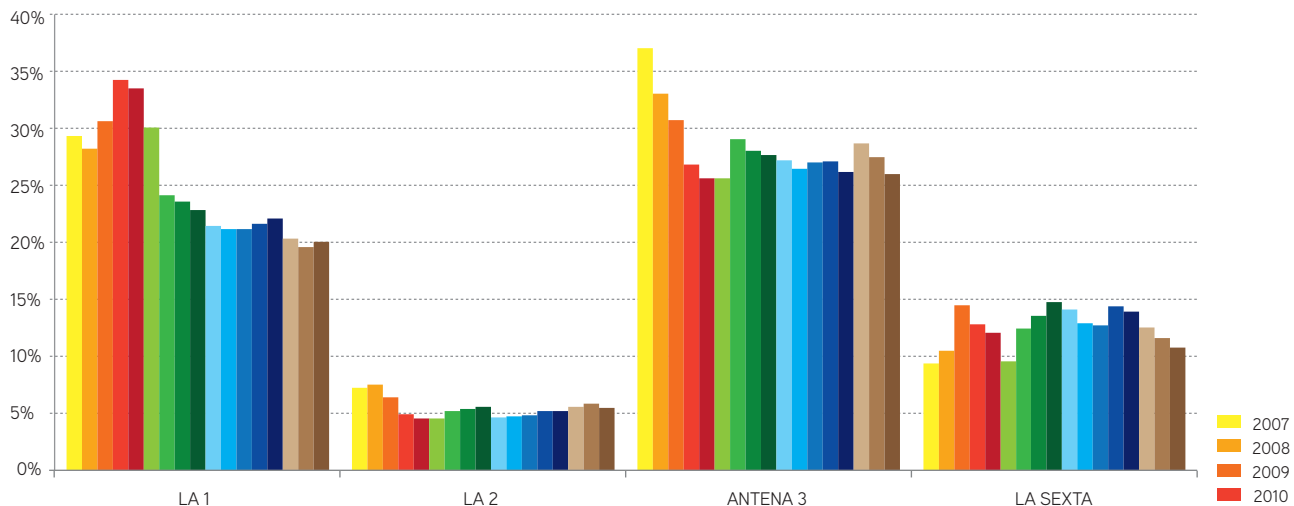
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
TOTAL (minutos)	220	225	229	227	237	242	243	238	238	223	215	210	213	209	208	186	187
ANDALUCÍA	222	222	230	235	241	244	247	231	245	229	233	226	232	216	214	188	183
ARAGÓN	256	258	257	253	257	265	256	238	255	245	259	229	259	252	235	209	202
ASTURIAS	221	218	209	224	218	217	249	243	246	250	197	215	190	191	229	216	194
BALEARES	232	231	232	214	239	178	204	207	174	166	158	174	132	177	179	157	170
CANARIAS	201	223	228	227	230	258	269	268	261	233	213	192	213	182	185	168	168
CANTABRIA	185	202	203	190	211	194	228	231	246	223	225	205	212	217	204	190	211
CASTILLA Y LEÓN	231	233	241	252	270	293	305	287	283	225	222	225	231	233	216	192	190
CASTILLA-LA MANCHA	258	244	240	238	250	255	238	237	241	240	235	225	215	212	212	193	222
CATALUÑA	217	230	234	223	231	231	239	237	240	221	197	203	209	198	195	183	183
C. VALENCIANA	234	238	245	234	252	269	255	250	237	228	217	209	209	211	214	191	190
EXTREMADURA	257	265	259	277	264	300	289	293	266	251	255	238	241	243	237	221	199
GALICIA	191	192	198	202	207	223	189	209	208	216	205	197	205	198	179	173	196
MADRID	209	213	213	215	230	225	229	221	222	213	195	193	200	215	219	184	192
MURCIA	218	240	222	233	243	256	254	254	250	198	215	206	216	217	221	203	182
NAVARRA	208	223	226	205	215	209	243	241	216	212	204	213	217	212	212	173	171
PAÍS VASCO	197	194	221	196	215	206	213	220	208	211	236	224	194	178	189	156	165
LA RIOJA	238	217	242	209	251	255	232	188	228	258	243	256	237	243	224	210	166

MINUTOS PROMEDIO DE VISIONADO POR COMUNIDAD AUTÓNOMA - 2014-2023

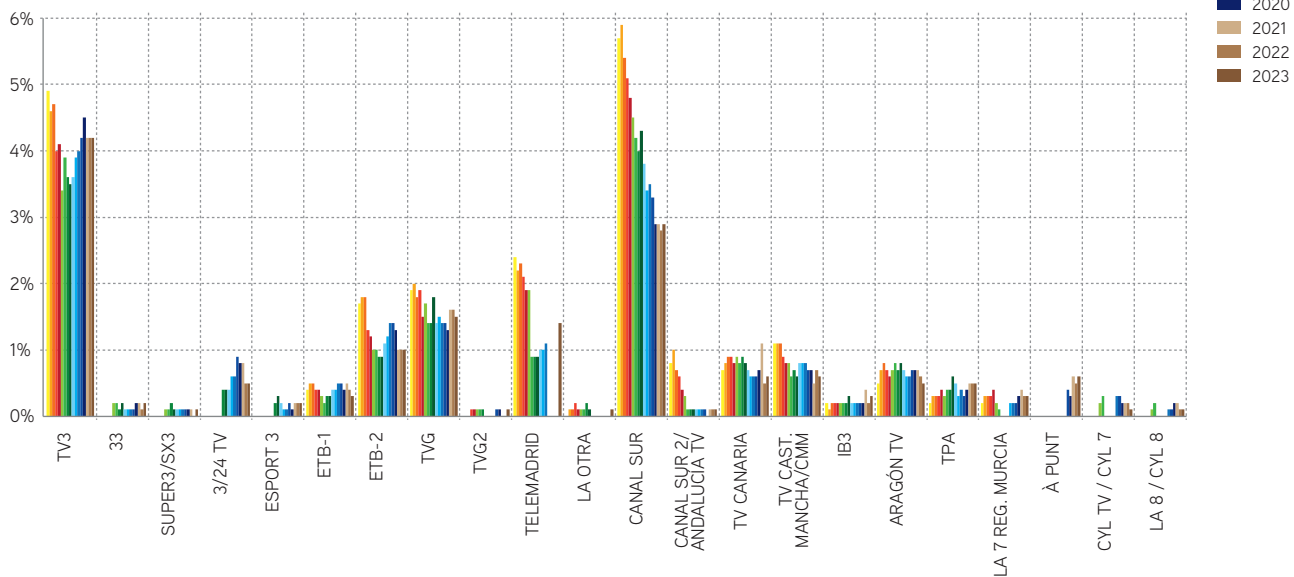


EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA ACUMULADA DIARIA - 2007-2023

CADENAS NACIONALES

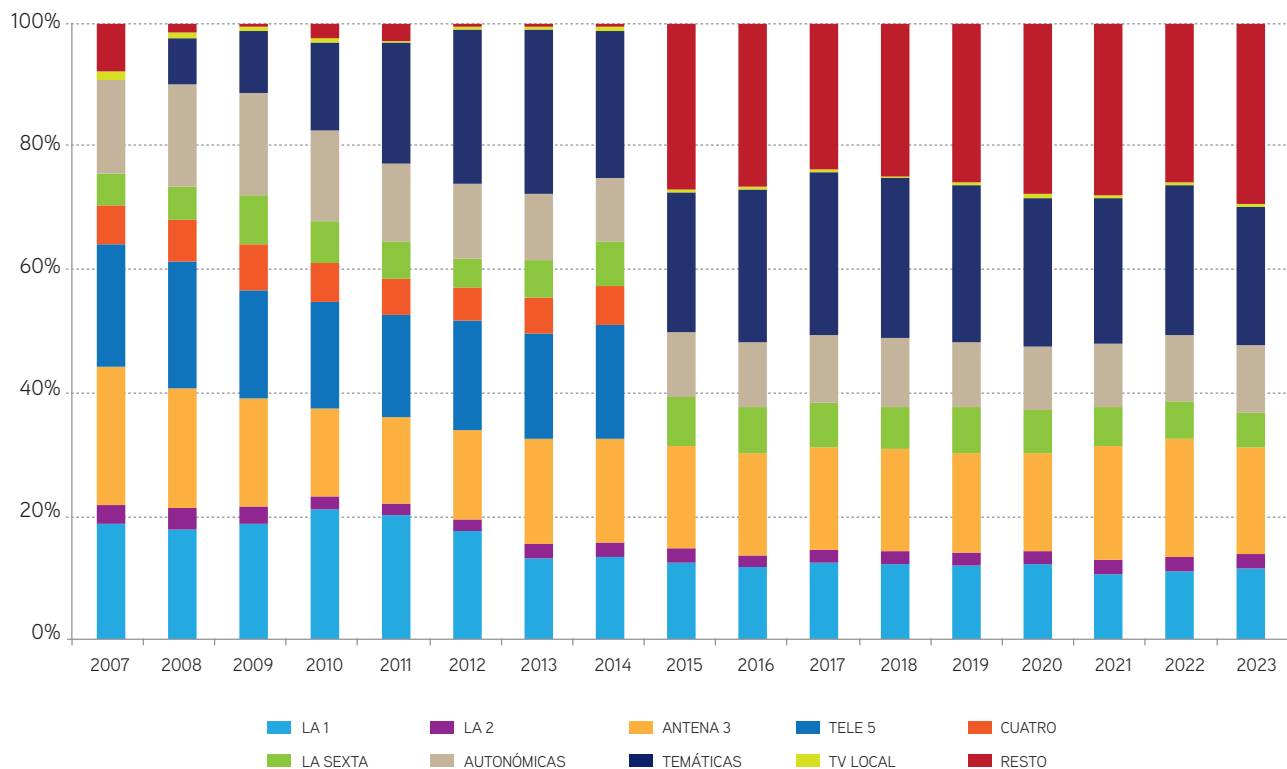


CADENAS AUTONÓMICAS (*)



(*) Porcentaje referido al total de España.

SHARE DE LAS CADENAS DE TELEVISIÓN - 2007-2023



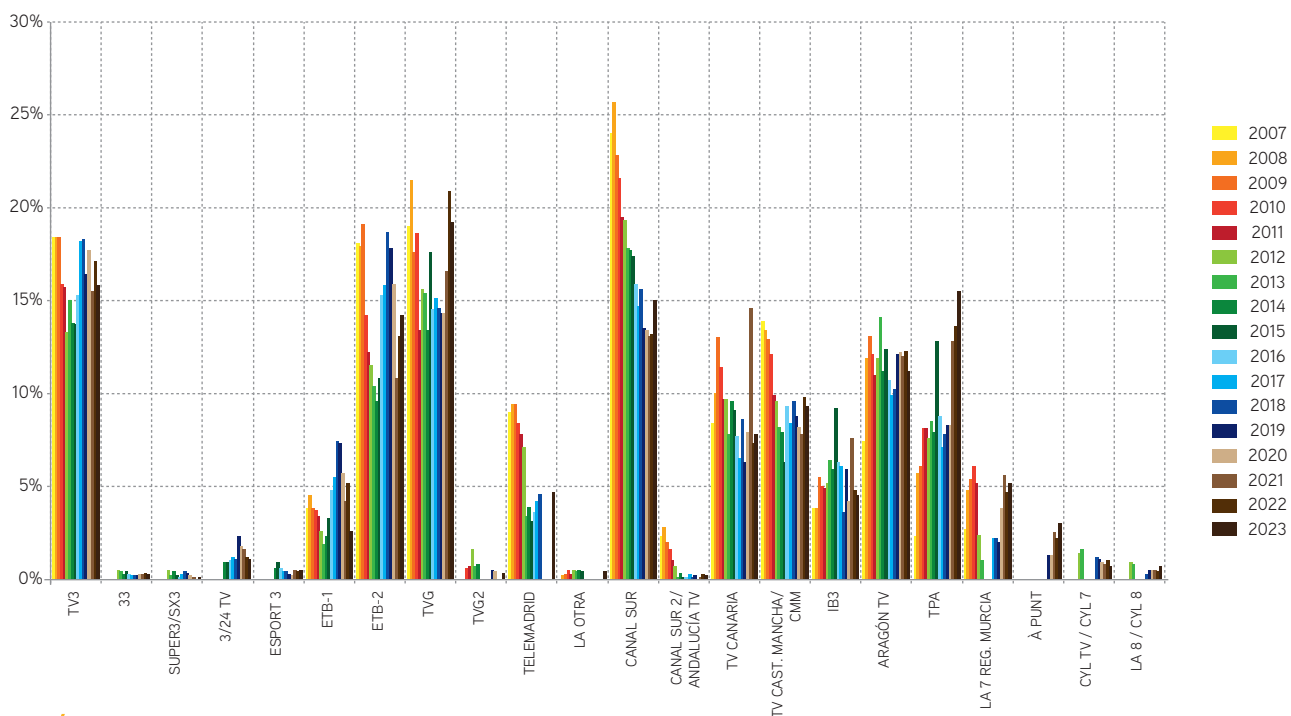
En porcentajes

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
LA 1	18,7	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
LA 2	3,1	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
ANTENA 3	22,5	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
TELE 5	19,9	20,6	17,5	17,4	16,8	17,9	17,0	18,4									
CUATRO	6,4	6,8	7,5	6,2	5,8	5,3	5,8	6,5									
LA SEXTA	5,0	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
AUTONÓMICAS	15,4	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
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
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
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	0,1	0,1
TEMÁTICAS	7,6	10,1	14,4	19,6	25,0	26,6	23,9	22,8	22,8	24,9	26,6	26,0	25,5	24,3	23,6	24,3	22,5
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
RESTO		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
TV LOCAL	1,4	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
RESTO	7,6	1,3	0,5	2,4	2,7	0,5	0,5	0,5	27,0	26,5	23,6	24,7	25,8	27,7	27,9	25,8	29,2

EVOLUCIÓN DEL SHARE DE CADENAS AUTONÓMICAS - 2007-2023

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

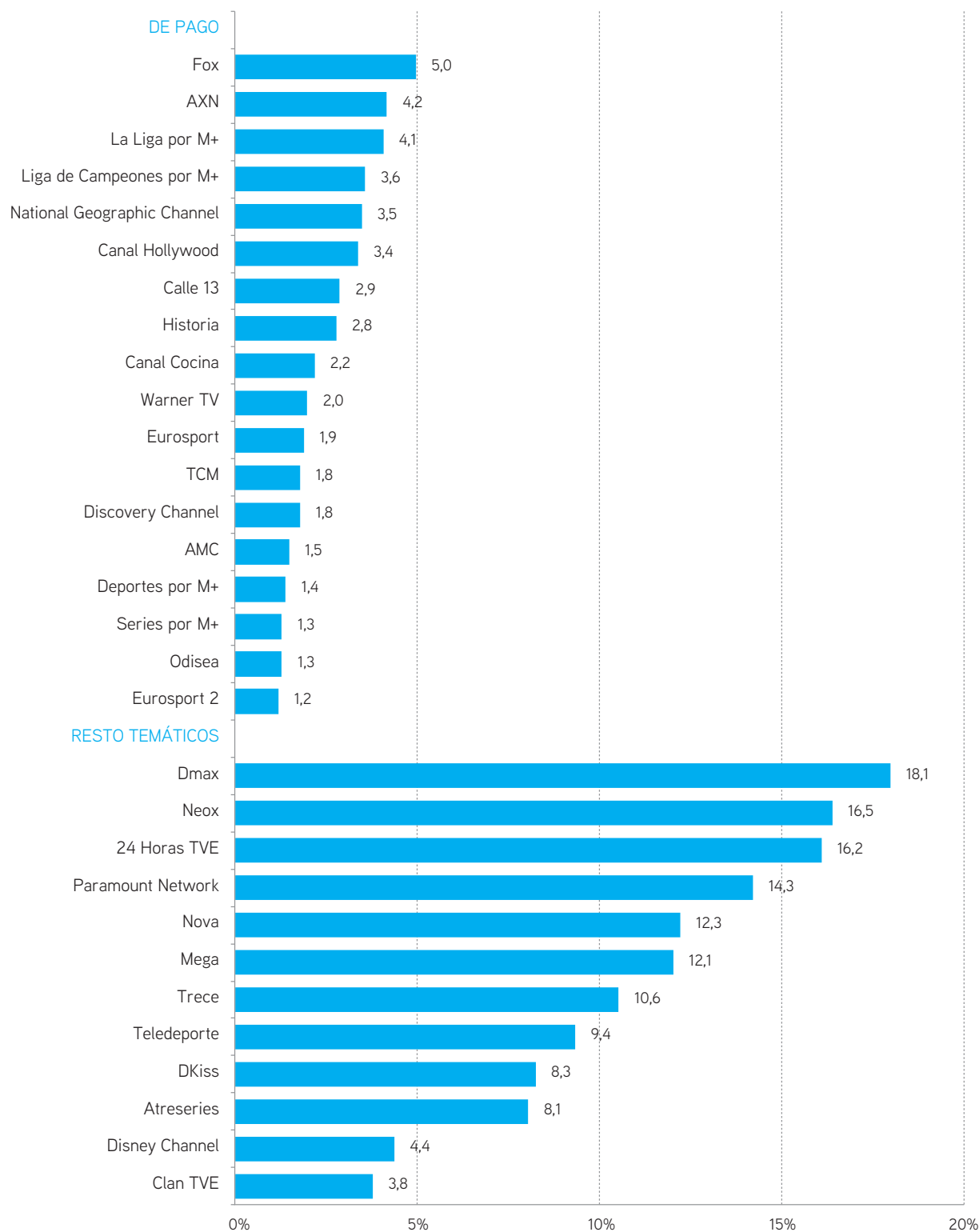
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
AUTONÓMICAS PÚBLICAS																	
TV3	18,4	18,4	18,4	15,9	15,7	13,3	15,0	13,8	13,7	15,3	18,2	18,3	16,4	17,7	15,5	17,1	15,8
33						0,5	0,4	0,3	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3
SUPER3/SX3						0,5	0,2	0,4	0,2	0,1	0,3	0,4	0,3	0,2	0,1		0,1
3/24 TV								0,9	0,9	1,0	1,2	1,1	2,3	1,8	1,6	1,2	1,1
ESPORT 3								0,6	0,9	0,6	0,4	0,4	0,3	0,2	0,5	0,4	0,5
ETB-1	3,8	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
ETB-2	18,1	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
ETB-3										0,3							
TVG	19,0	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
TVG2				0,6	0,7	1,6	0,7	0,8					0,5	0,4			0,3
TELEMADRID	9,0	9,4	9,4	8,4	7,8	7,1	3,4	3,9	3,1	3,6	4,2	4,6					4,7
LA OTRA		0,2	0,3	0,5	0,3	0,5	0,4	0,5	0,4								0,4
CANAL SUR	24,0	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
CANAL SUR 2/ANDALUCÍA TV	2,3	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
TV CANARIA	8,4	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
TV CANARIA 2		0,7	0,8	0,9	0,9												
TV CAST. MANCHA/CMM	13,9	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
IB3	3,8	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
ARAGÓN TV	7,4	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
TPA	2,3	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
TPA2									0,5						1,3		
LA 7 REG. MURCIA	2,7	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
À PUNT													1,3	1,3	2,5	2,2	3,0
CANAL 9	15,2	14,2	15,2	11,9	8,1	7,9	4,6										
PUNT2/NOU2	1,1	0,7	0,4	0,4	0,2	0,2											
NOU 24				0,4	0,4												
CANAL EXTREMADURA	2,4	2,5	3,9	5,6	3,7	3,8	4,2										
AUTONÓMICAS PRIVADAS																	
CYL TV / CYL 7						1,4	1,6					1,2	1,1	0,9	0,8	1,0	0,7
LA 8 / CYL 8						0,9	0,8					0,3	0,5	0,5	0,5	0,4	0,7
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	0,3
V TELEVISIÓN						0,5	0,3										



CANALES TEMÁTICOS - 2023

Audiencia acumulada últimos 30 días. En porcentajes

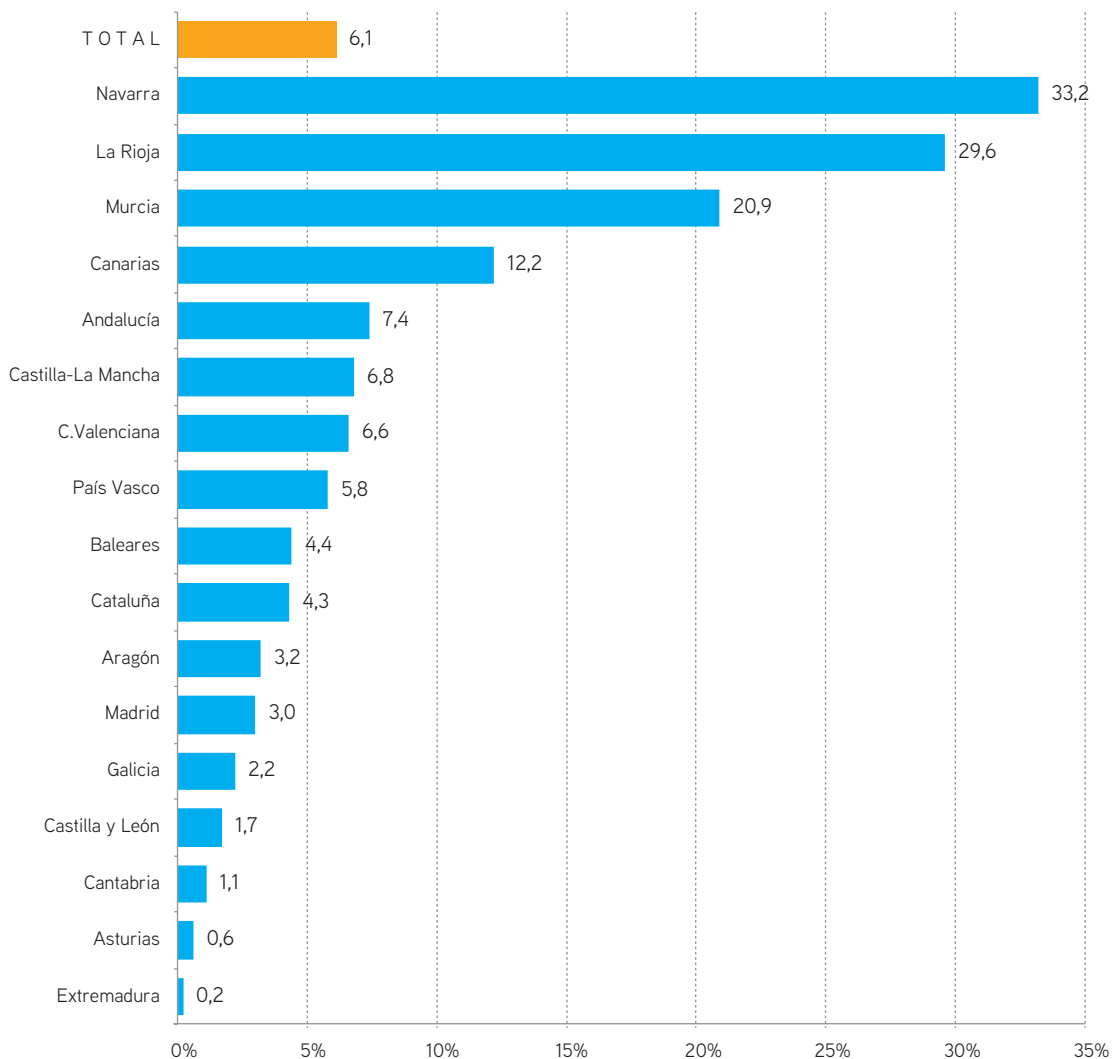
Ranking 30 primeros canales (*).



(*). Exclusivamente canales controlados por AIMC.

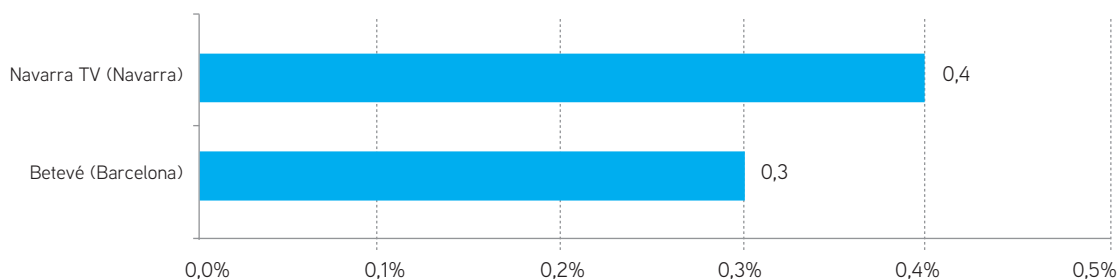
TELEVISIÓN LOCAL POR COMUNIDAD AUTÓNOMA - 2023

Audiencia acumulada últimos 30 días. En porcentajes



EMISORAS DE TELEVISIÓN LOCAL (*) - 2023

Audiencia acumulada últimos 30 días. En porcentajes



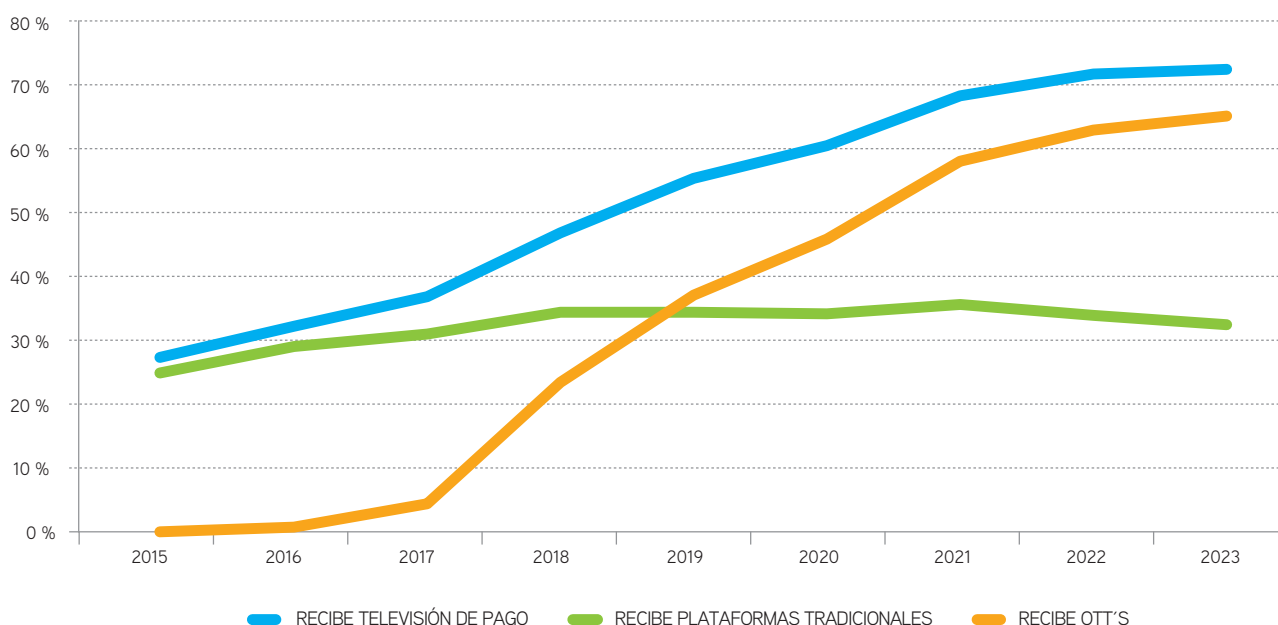
(*) Exclusivamente canales controlados por AIMC.

EVOLUCIÓN DE LA TELEVISIÓN DE PAGO - 2015-2023

(% individuos con acceso)

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



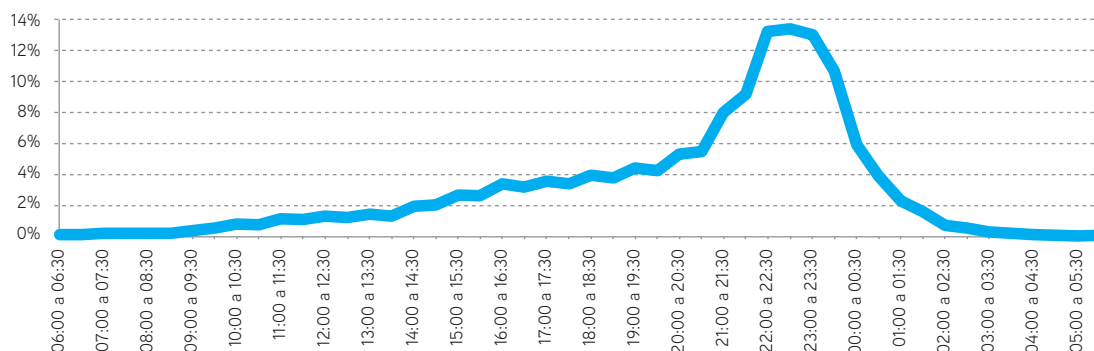
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DIARIO DE CONTENIDO TELEVISIVO POR PLATAFORMA OTT(*) - 2021-2023

Audiencia en porcentajes

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

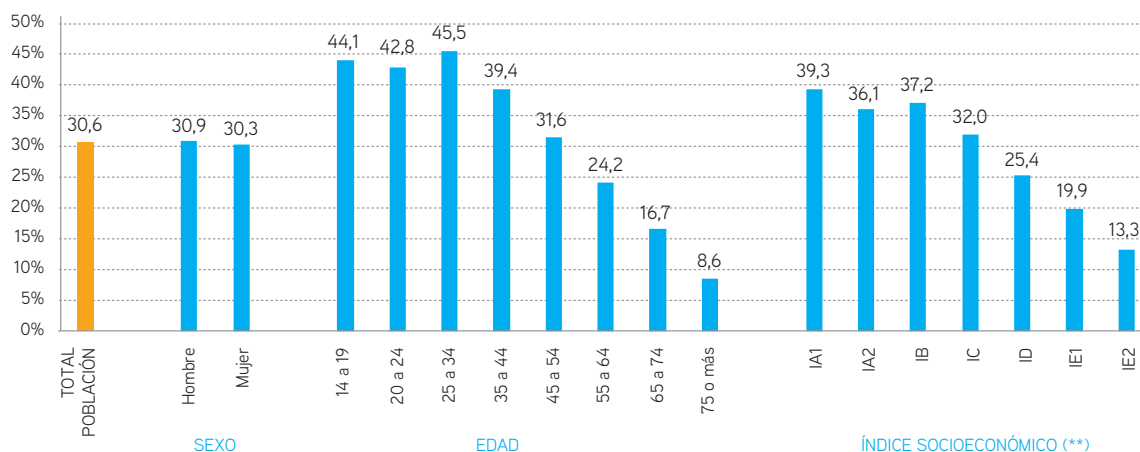
POR PERIODOS HORARIOS - 2023

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



PENETRACIÓN POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS - 2023

Audiencia acumulada diaria



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

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

MEDIOS IMPRESOS

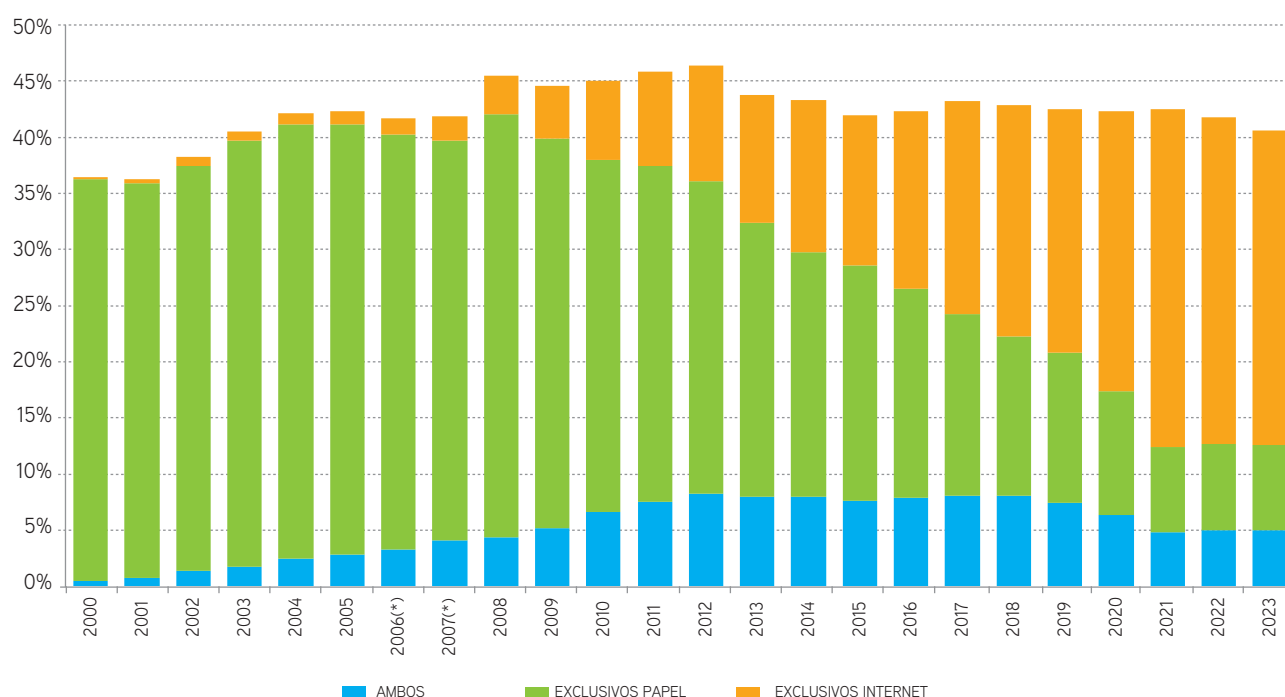
EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE DIARIOS SEGÚN TIPO DE LECTOR (PAPEL/INTERNET) - 2000-2023

Audiencia diaria. Penetración %.

UNIVERSO (miles)	LECTORES DE DIARIOS						
	TOTAL DIARIOS (PAPEL + INTERNET)	TOTAL		EXCLUSIVOS		AMBOS (PAPEL E INTERNET)	
		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

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

(*) Datos del estudio EGM Multimedia.

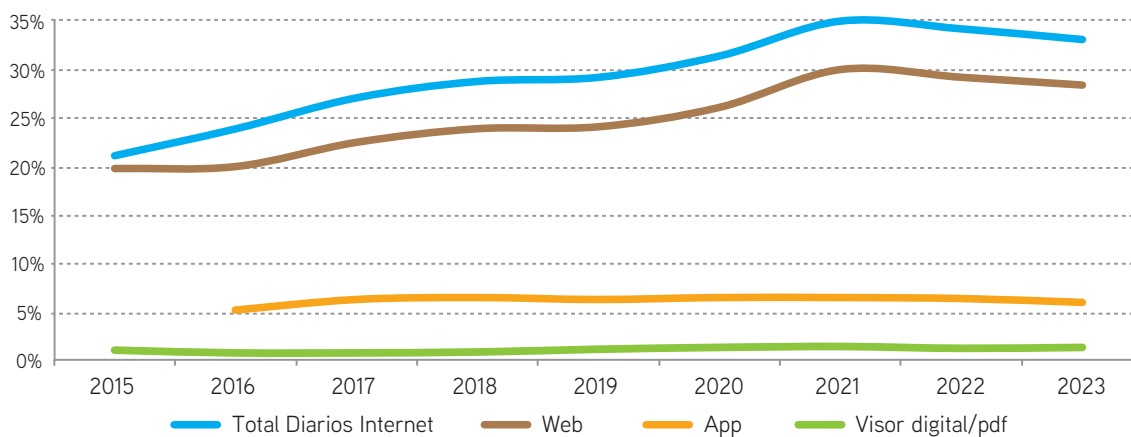


EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE DIARIOS POR INTERNET SEGÚN DISPOSITIVO Y FORMATO DE ACCESO - 2015-2023

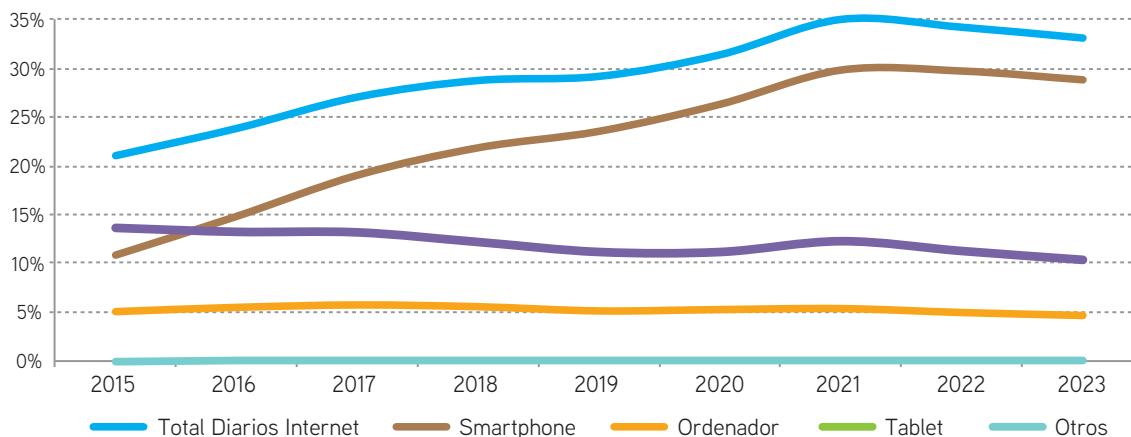
Audiencia diaria. Penetración %.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Total Diarios Internet	21,0	23,8	27,0	28,7	29,1	31,3	34,9	34,1	33,0
Por formato de acceso									
Web	19,7	19,9	22,4	23,8	24,0	26,0	29,9	29,1	28,3
App		5,1	6,2	6,4	6,2	6,4	6,4	6,3	5,9
Visor digital/pdf	1,0	0,7	0,7	0,8	1,1	1,3	1,4	1,2	1,3
Por dispositivo									
Smartphone	10,8	14,7	18,9	21,7	23,4	26,2	29,7	29,6	28,7
Ordenador	13,6	13,2	13,1	12,1	11,1	11,1	12,2	11,2	10,3
Tablet	5,0	5,4	5,7	5,5	5,1	5,2	5,3	4,9	4,6
Otros	0,0	0,0	0,0	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 (*) - 1997-2023

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

(*) 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) (*) - 2007-2023

Audiencia diaria. Penetración %.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Total Lectores Prensa	41,3	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
DE PAGO																	
Marca	6,3	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
El País	5,9	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
El Mundo	3,7	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
As	3,1	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
La Voz de Galicia	1,5	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
La Vanguardia	1,9	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
ABC	1,7	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
Mundo Deportivo	1,5	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
El Correo	1,4	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
Sport	1,6	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
La Nueva España	1,0	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
Faro de Vigo	0,7	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
El Diario Vasco	0,8	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
El Periódico	2,1	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
La Razón	1,1	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
Heraldo de Aragón	0,8	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
Última Hora	0,5	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
Expansión (1)	0,5	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
El Diario Montañés	0,5	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
Diario de Navarra	0,6	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
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	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2
Ideal de Andalucía	0,5	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
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
El Norte de Castilla	0,6	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
Levante	0,8	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
El Progreso	0,2	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
La Verdad	0,6	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
Diario de Mallorca	0,3	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
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
Diario de Burgos	0,2	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
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	0,2	0,1	0,1	0,2
Información Alicante	0,6	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
Sur	0,5	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
Las Provincias	0,5	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
La Rioja	0,3	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
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
Segre	0,2	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
El Día	0,6	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
Diario de Noticias	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	0,1	0,1	0,1	0,1
Diario de León	0,3	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
Mediterráneo	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	0,1	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	0,2	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
Diario de Cádiz	0,5	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
La Provincia	0,5	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
Cinco Días (1)	0,2	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
Hoy Diario de Extremadura	0,4	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
Canarias 7	0,4	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
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	0,2	0,1			0,1
Córdoba	0,3	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
El Correo Gallego	0,2	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
Deia	0,2	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
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
Jaén	0,2	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

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE DIARIOS (PAPEL+VISOR DIGITAL) (*) - 2007-2023 (CONT.)

Audiencia diaria. Penetración %.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Diario de Avisos	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	0,1	0,1	0,1	0,1
Super Deporte	0,2	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	0,2	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	0,4													
Avui (4)	0,3	0,4	0,3	0,3													
La Voz de Asturias	0,2	0,1	0,1	0,1													
Gara	0,2	0,2															
GRATUITOS																	
20 Minutos (3)	6,6	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
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)	5,2	5,9	4,3	3,8	3,4												
ADN (3)	3,7	4,7	3,5	3,0	2,6												
Metro Directo (3)	4,5	4,8															
Nervión (3)	0,1	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) (*) - 2007-2023

Audiencia semanal. Penetración %.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Total Lectores	24,9	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
XL Semanal (3)	8,9	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
El País Semanal/EPS	7,9	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
Mujer Hoy (4)	5,8	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	4,4	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	0,3	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	0,4	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	1,1	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)	2,7	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".

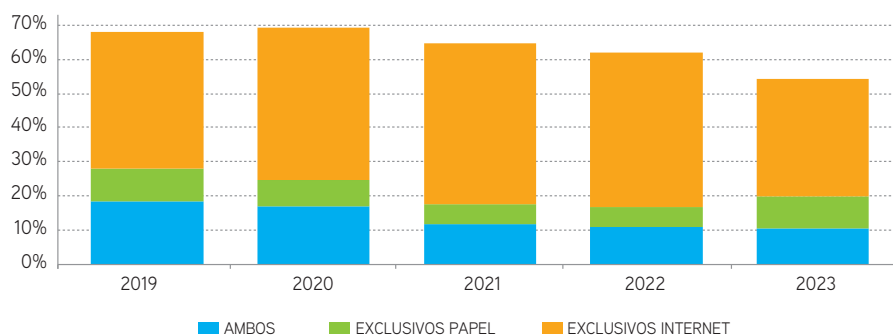
(4) En 2023 el suplemento "Mujer Hoy" se convierte en revista mensual.

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

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE REVISTAS SEGÚN TIPO DE LECTOR (PAPEL/INTERNET)(*) - 2019-2023

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



PERFIL DE LA AUDIENCIA DE REVISTAS SEGÚN TIPO DE LECTOR (PAPEL/INTERNET)(*) - 2023

En porcentajes.

	REVISTAS		
	BRAND MEDIA (PAPEL + INTERNET)	PAPEL	INTERNET
POR SEXO			
Hombre	36,0	37,3	33,3
Mujer	64,0	62,7	66,7
POR EDAD			
14 a 19	4,3	7,7	2,5
20 a 24	4,9	6,8	4,0
25 a 34	11,9	12,2	11,6
35 a 44	17,2	16,4	17,4
45 a 54	21,0	19,5	22,1
55 a 64	19,5	16,4	21,2
65 a 74	12,5	10,9	13,2
75 o más	8,9	10,1	8,0
Edad promedio (años)	49,8	48,0	50,7
POR ÍNDICE SOCIOECONÓMICO (**)			
IA1	11,1	13,0	10,6
IA2	18,6	20,4	18,5
IB	15,2	16,3	15,2
IC	25,6	23,9	26,2
ID	10,9	9,9	11,1
IE1	13,5	11,6	13,7
IE2	5,0	4,9	4,7

(*) Datos procedentes de Brand Media AIMC, obtenidos mediante la fusión de datos EGM (lectores mensuales en papel o visor digital - año 2023) y Comscore (usuarios únicos mensuales en web o app - mayo-junio-septiembre 2023) para 17 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)(*) - 2023

Audiencia mensual. Penetración %.

	BRAND MEDIA (PAPEL + INTERNET)	PAPEL	INTERNET
Hola	30,1	9,7	23,9
Lecturas	21,0	5,2	17,2
Semana	12,4	3,7	9,4
Clara	11,9	1,0	11,2
National Geographic España	11,3	5,8	6,3
El Mueble	9,7	1,8	8,3
Hola Fashion	6,1	1,0	5,2
Viajes National Geographic	5,9	3,3	2,7
Woman-Madame Figaro	5,5	1,4	4,2
Cocina Fácil	5,4	1,8	3,7
Saber Vivir	5,2	2,1	3,3
National Geographic Historia	4,8	3,0	2,0
In Style	3,9	0,5	3,4
Viajar	3,6	1,2	2,5
Cuerpo-mente	3,4	1,1	2,4
Arquitectura y Diseño	2,0	0,6	1,4
Interiores	1,1	0,7	0,5

(*) Datos procedentes de *Brand Media AIMC*, obtenidos mediante la fusión de datos EGM (lectores mensuales en papel o visor digital - año 2023) y Comscore (usuarios únicos mensuales en web o app - mayo-junio-septiembre 2023) para 17 revistas pertenecientes a 4 grupos editoriales (Prensa Ibérica; Hola; Grupo RBA; Semana).

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE REVISTAS SEMANALES (PAPEL+VISOR DIGITAL) (*) - 2007-2023

Audiencia semanal. Penetración %.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Total Lectores	22,5	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
Pronto	8,2	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
Hola	5,7	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
Lecturas	2,8	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
Diez Minutos	3,1	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
Semana	3,0	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
Autopista (4)	0,4	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	1,5	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!	2,6	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	1,4	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)	0,3	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2								
Solo Moto Actual (1)	0,5	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) (*) - 2007-2023

Audiencia mensual. Penetración %.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Total Lectores	38,6	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
National Geographic	3,3	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
Vogue	1,7	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
Viajes National Geographic	1,3	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
Historia Nat. Geographic	1,8	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
Saber Vivir	3,1	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
Elle	1,6	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
El Mueble	3,3	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
Fotogramas	1,5	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
Woman	1,0	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
Elle Decoration											0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,6	1,3
Cosas de Casa	2,0	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
Mujer Hoy (12)																	1,2
Men's Health	0,4	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
Coches				0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,3	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	1,2
Viajar	0,8	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
Autopista (9)																0,7	1,1
Cuerpo-mente	0,8	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
Telva	0,9	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
Hola Fashion							0,4	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5	0,4	0,5	1,0
Clara	1,2	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
Motos 2000									0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,9
Sport Life	0,6	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
Solo Moto (3)													0,6	0,5	0,5	0,4	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

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE REVISTAS MENSUALES (PAPEL+VISOR DIGITAL) (*) - 2007-2023 (CONT.)

Audiencia mensual. Penetración %.

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Marie Claire	0,6	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
Love Cocina									0,4	0,4	0,4	0,2			0,2	0,2	0,8
Harper's Bazaar									0,2	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,2	0,3	0,7
Interiores	0,6	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
Coche Actual (5)															0,4	0,4	0,6
Automóvil	0,5	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
Arquitectura y Diseño	0,6	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
Ad	0,3	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
InStyle	0,4	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
Gadget															0,2	0,1	0,3
Cocina Fácil	1,4	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	
PlayMania	0,8	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	5,5	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 (10)	2,1	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 (10)	0,4	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 (11)	1,2	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 (10)	0,3	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		
Mi Bebé y Yo	1,6	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,1	1,8	1,6	1,4	1,5	1,3	1,2	1,1			
Micasa	1,4	1,4	1,1	1,1	1,2	1,3	1,6	1,6	1,4	1,2	1,1	1,0	1,3	1,1			
Glamour (6)	1,3	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			
Muy Historia									0,8	0,8	0,7	0,6	0,8	0,8			
Mente Sana	1,0	1,0	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5	0,6	0,7	0,6	0,6	0,5			
Casa Diez	1,6	1,7	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	1,2	0,9	0,8	0,6	0,6	0,5			
Labores del Hogar	1,0	1,1	1,0	1,0	1,0	0,9	1,1	1,0	0,8	0,7	0,6	0,6	0,6	0,5			
Autofácil	0,4	0,3	0,4	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,5	0,5			
Emprendedores	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4			
Historia y Vida	0,5	0,7	0,6	0,5	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4			
Patrones	0,5	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,3			
Runners World (7)	0,2	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			
Autovía	0,5	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3			
Moto Verde	0,7	0,9	0,8	0,8	0,6	0,7	0,6	0,6	0,5	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2			
Conde Nast Traveler (6)					0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2			
DeViajes	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2			
Todo Terreno	0,3	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2			
Solo Auto 4x4 (8)	0,5	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			
La Moto	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1			
Divinity/Delooks								1,0	1,1	1,0	1,1	1,0	0,4	0,1			
Speak Up	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1			
Solo Moto Actual (1) (3)												0,6	0,6				
Ser Padres (4)	1,2	1,3	1,1	1,2	1,1	1,1	1,0	0,9	0,8	0,6	0,5	0,4					
Solo Moto 30 (3)	0,6	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)	1,5	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 2018 periodicidad mensual. En 2019 pasó a ser bimestral.

(5) Hasta 2015 periodicidad semanal. En 2016 pasó a ser quincenal y en 2021 mensual.

(6) Hasta 2020 periodicidad mensual. En 2021 pasó a ser bimestral.

(7) Hasta 2020 periodicidad mensual. En 2021 pasó a ser trimestral.

(8) En 2021 "Solo Auto 4x4" pasa de periodicidad mensual a trimestral y cambia su denominación por "Solo Auto".

(9) Hasta 2021 periodicidad semanal. En 2022 pasó a ser mensual.

(10) Hasta 2021 periodicidad mensual. En 2022 pasó a ser bimestral.

(11) Hasta 2021 periodicidad mensual. En 2022 pasó a ser trimestral.

(12) En 2023 el suplemento "Mujer Hoy" se convierte en revista mensual.

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE REVISTAS BIMESTRALES (PAPEL+VISOR DIGITAL) (*) - 2013-2023

Audiencia bimestral. Penetración %.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Total Lectores	1,2	1,4	1,8	1,7	2,7	2,5	4,5	4,3	3,7	4,7	4,5
Cosmopolitan (4)										1,6	3,0
Car and Driver (4)										0,5	0,9
Conde Nast Traveler (3)									0,3	0,4	0,8
Solo Camión (4)										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 (3)									1,1		
Racc Club (1)					0,9	0,7	0,8	0,9			
Ser Padres (2)							0,6	0,5			
Lecturas Postres		0,6	0,5	0,6	0,5	0,6	0,7	0,5			
Saber Vivir Extra			0,6	0,5	0,3	0,3	0,4	0,4			

(*) 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 2018 periodicidad mensual. En 2019 pasó a ser bimestral.

(3) Hasta 2020 periodicidad mensual. En 2021 pasó a ser bimestral.

(4) Hasta 2021 periodicidad mensual. En 2022 pasó a ser bimestral.

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE REVISTAS TRIMESTRALES (PAPEL+VISOR DIGITAL) - 2021-2023

Audiencia trimestral. Penetración %.

	2021	2022	2023
Total Lectores	1,5	2,2	3,5
Racc Club (1)	1,0	1,0	1,3
Nuevo Estilo (4)		0,5	1,1
Runners World (2)	0,4	0,4	0,7
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.

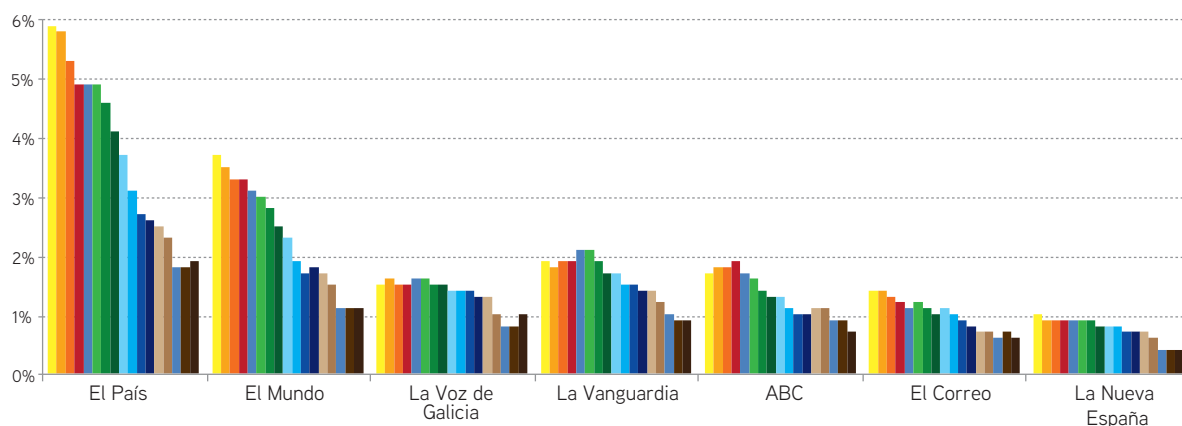
(3) En 2021 "Solo Auto 4x4" pasa de periodicidad mensual a trimestral y cambia su denominación por "Solo Auto".

(4) Hasta 2021 periodicidad mensual. En 2022 pasó a ser trimestral.

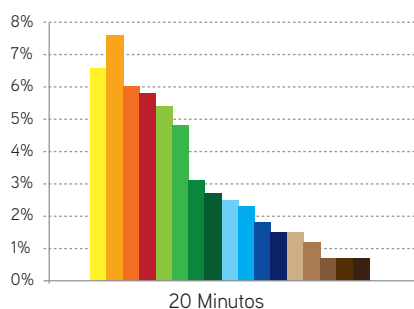
EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA - 2007-2023

DIARIOS (PAPEL+VISOR DIGITAL) (*)

DE PAGO - INFORMACIÓN GENERAL

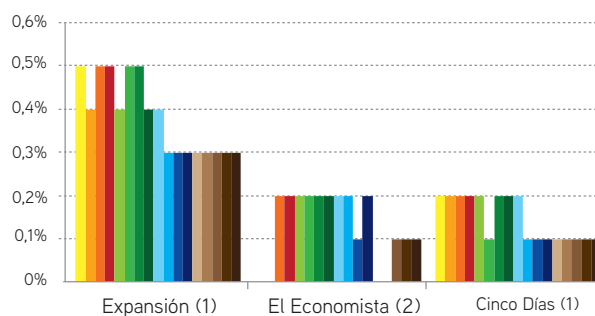


GRATUITOS - INF. GENERAL



Se publica de lunes a viernes

DE PAGO - ECONÓMICOS

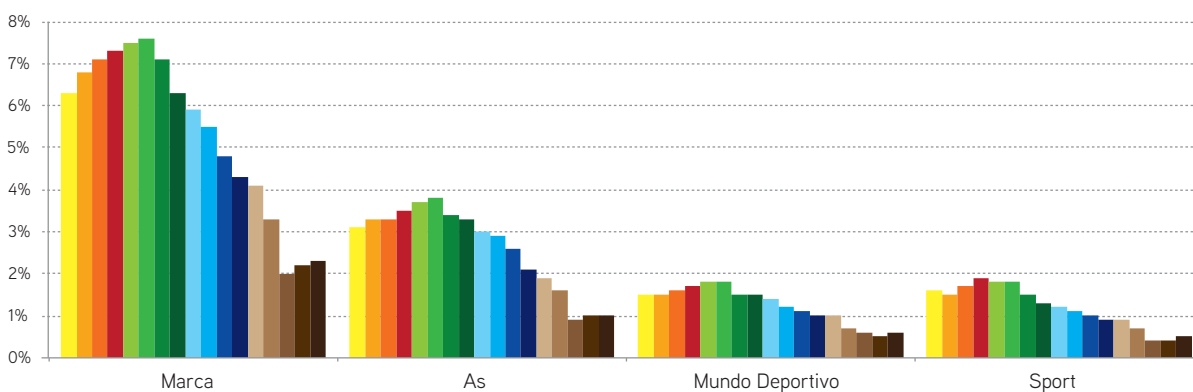


(1) Se publica de lunes a sábado.

(2) Se publica de martes a sábado.



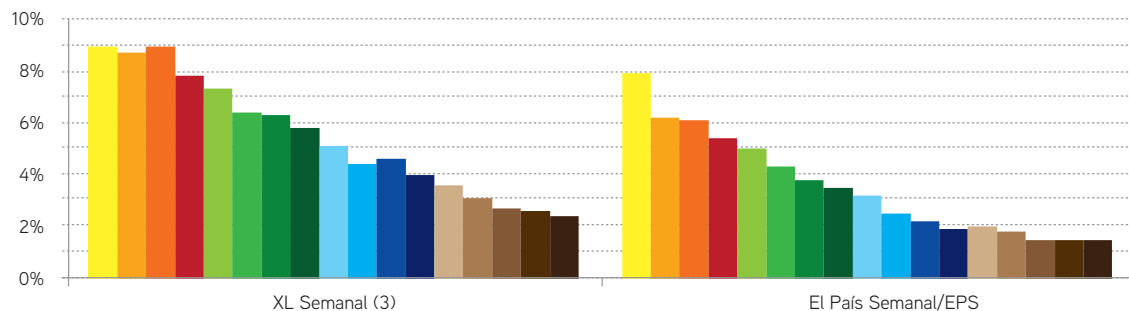
DE PAGO - DEPORTIVOS



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

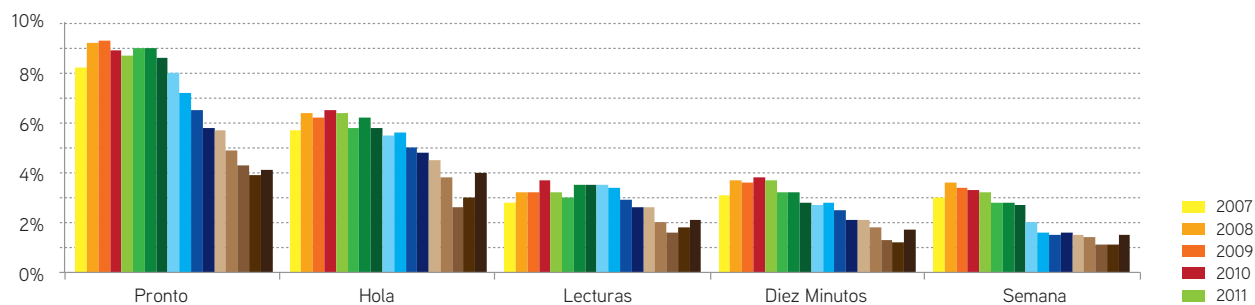
EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA - 2007-2023 (CONT.)

SUPLEMENTOS (PAPEL + VISOR DIGITAL) (*)

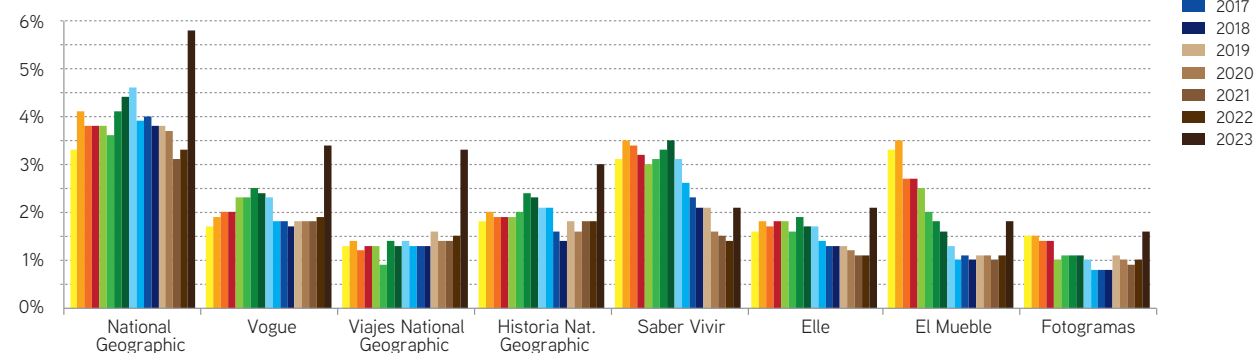


(3) Desde 2017 "XL Semanal" incluye "XL Dominical".

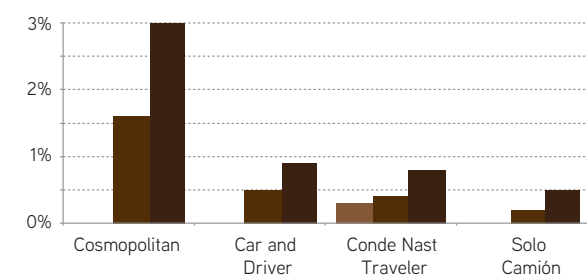
REVISTAS SEMANALES (PAPEL + VISOR DIGITAL) (*)



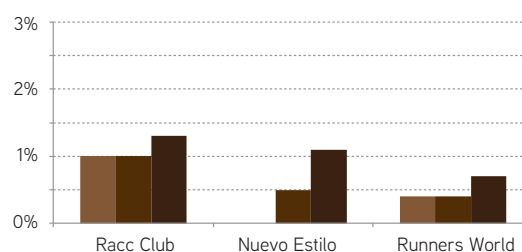
REVISTAS MENSUALES (PAPEL + VISOR DIGITAL) (*)



REVISTAS BIMESTRALES (PAPEL + VISOR DIGITAL)

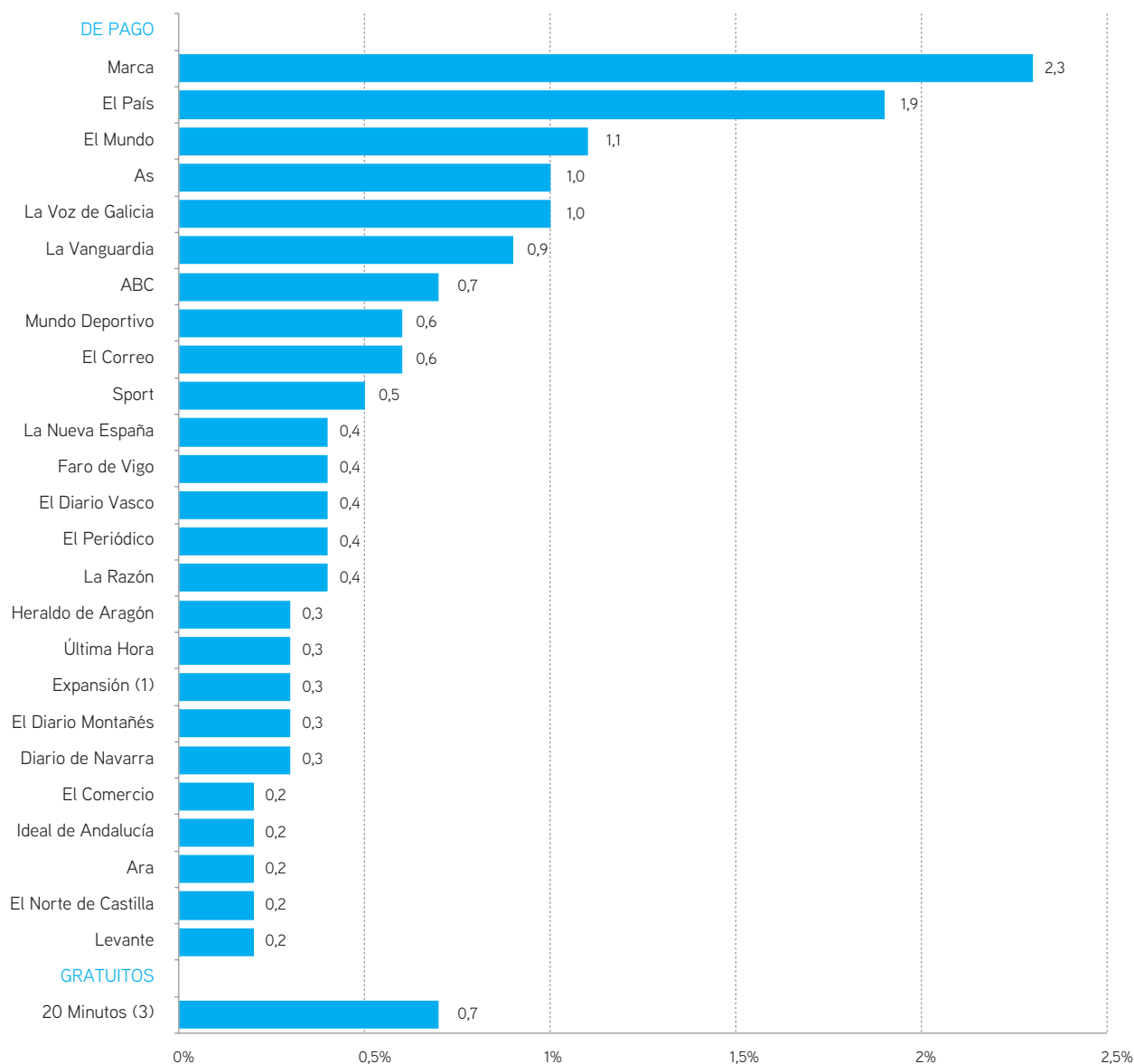


REVISTAS TRIMESTRALES (PAPEL + VISOR DIGITAL)



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

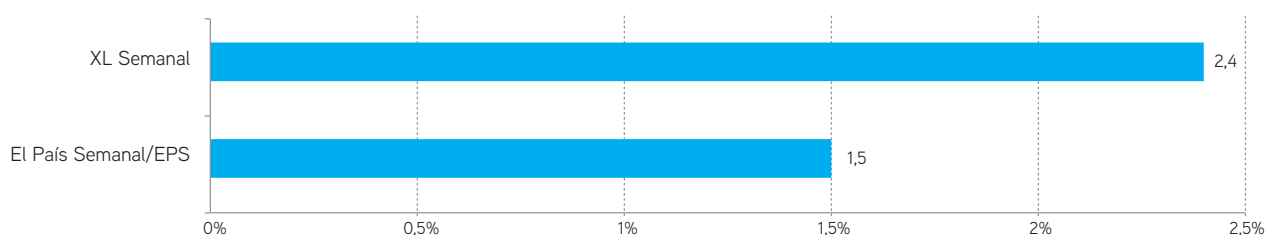
AUDIENCIA DE DIARIOS (PAPEL+VISOR DIGITAL) - 2023



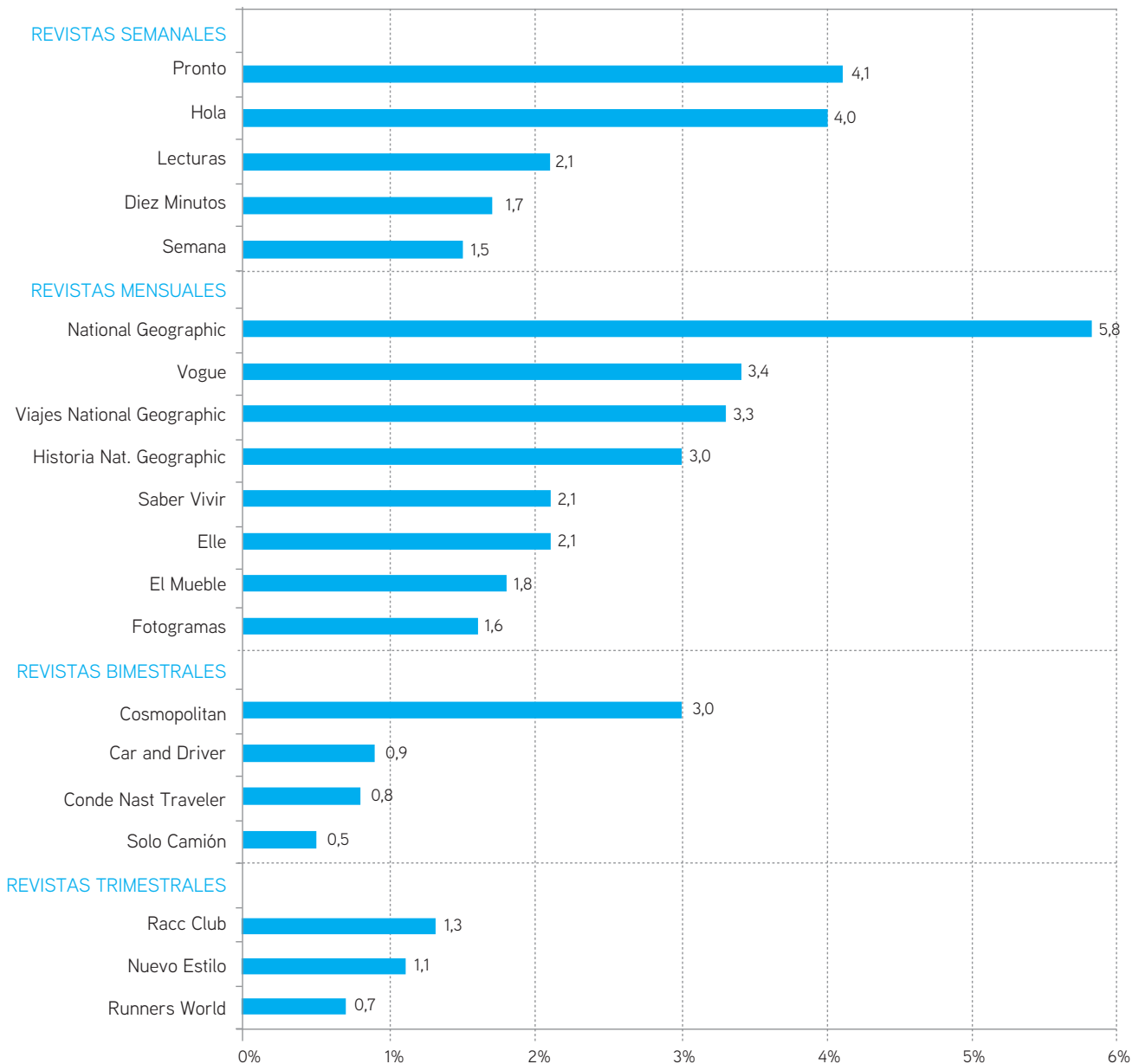
(1) Se publica de lunes a sábado.

(3) Se publica de lunes a viernes.

AUDIENCIA DE SUPLEMENTOS (PAPEL+VISOR DIGITAL) - 2023



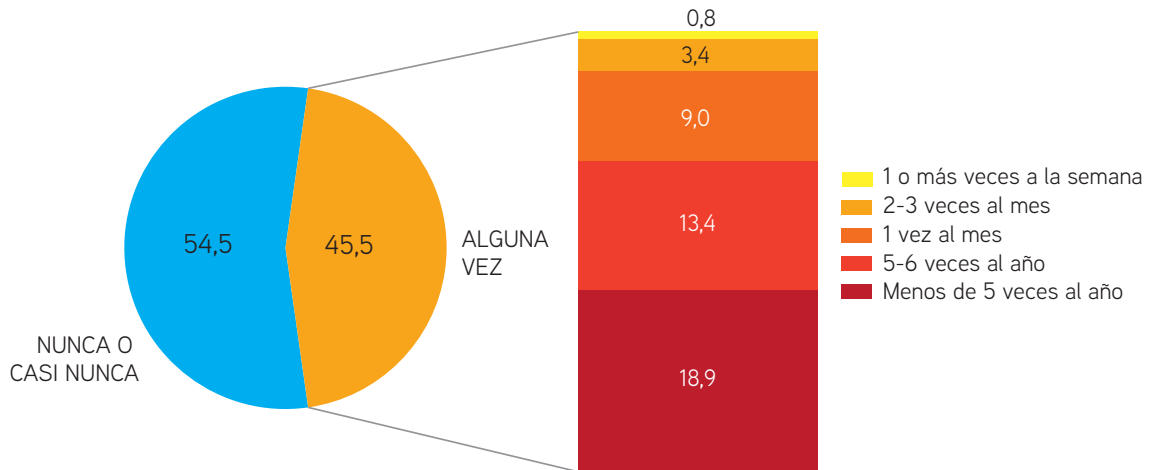
AUDIENCIA DE REVISTAS (PAPEL+VISOR DIGITAL) - 2023



CINE

HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE - 2023

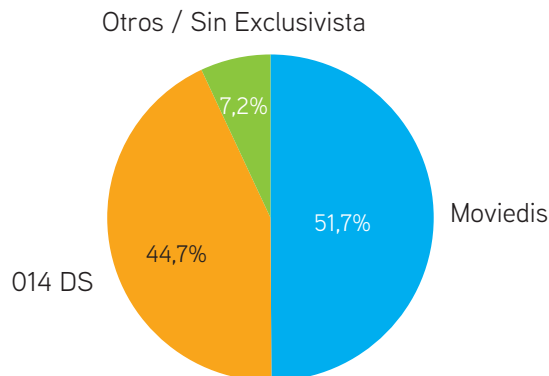
% Individuos.



AUDIENCIA DE CINE POR EXCLUSIVISTA - 2023

Penetración (% sobre la audiencia del cine).

AUDIENCIA DEL CINE (EN MILES): 2.024



Notas:

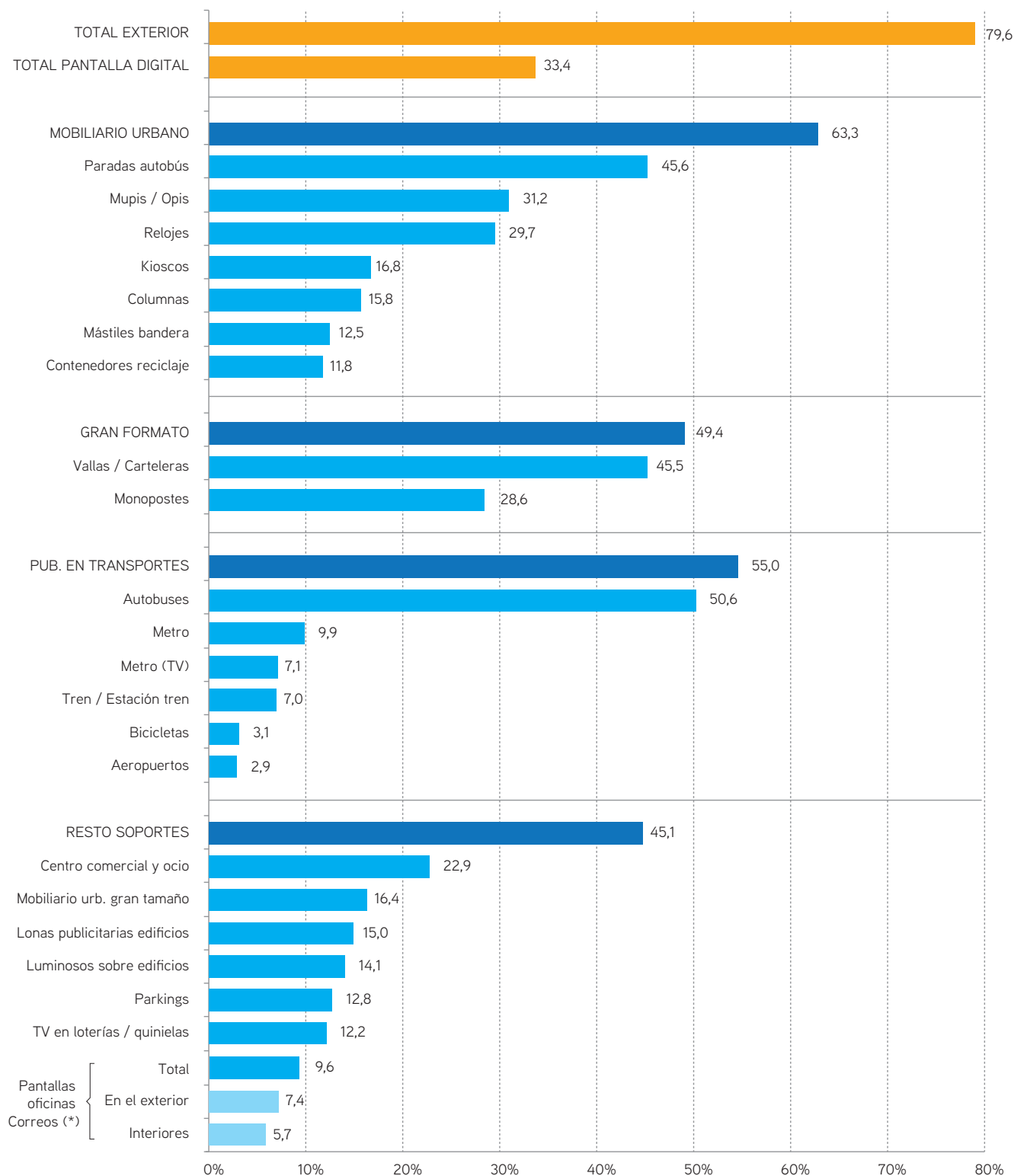
- Promedio de audiencia de las tres olas de 2023 (en 1ª y 2ª ola audiencia semanal; en 3ª ola audiencia quincenal).

- La suma de los porcentajes supera el 100% porque existen individuos que acuden a salas de cine de diferente exclusivista en el periodo estudiado.

EXTERIOR

EXTERIOR - TIPOLOGÍA DE SOPORTES - 2023

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

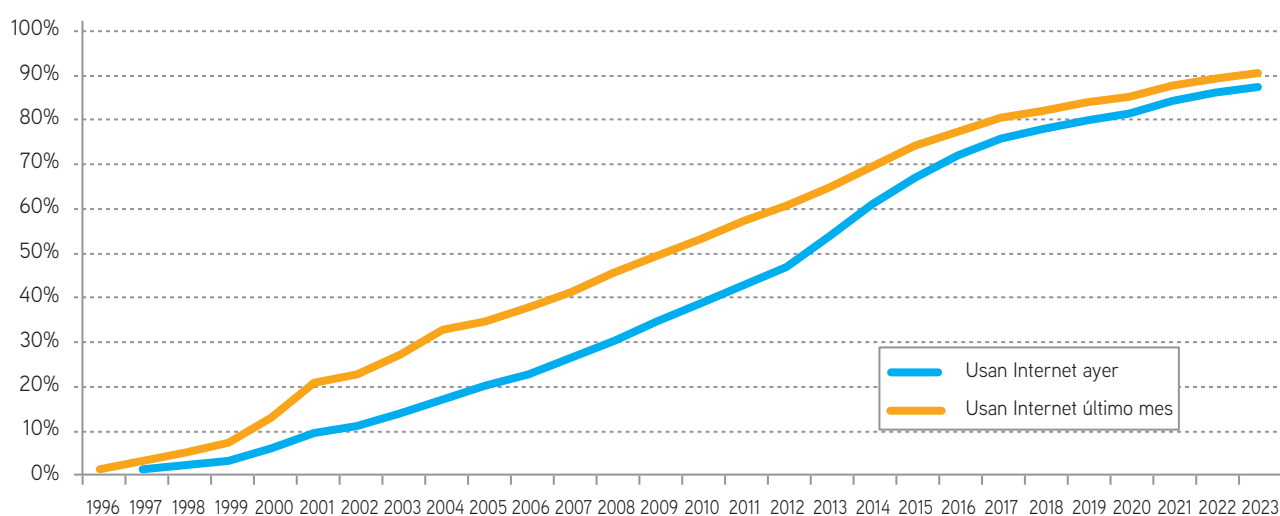


(*) Promedio de la 2ª y 3ª ola 2023

INTERNET

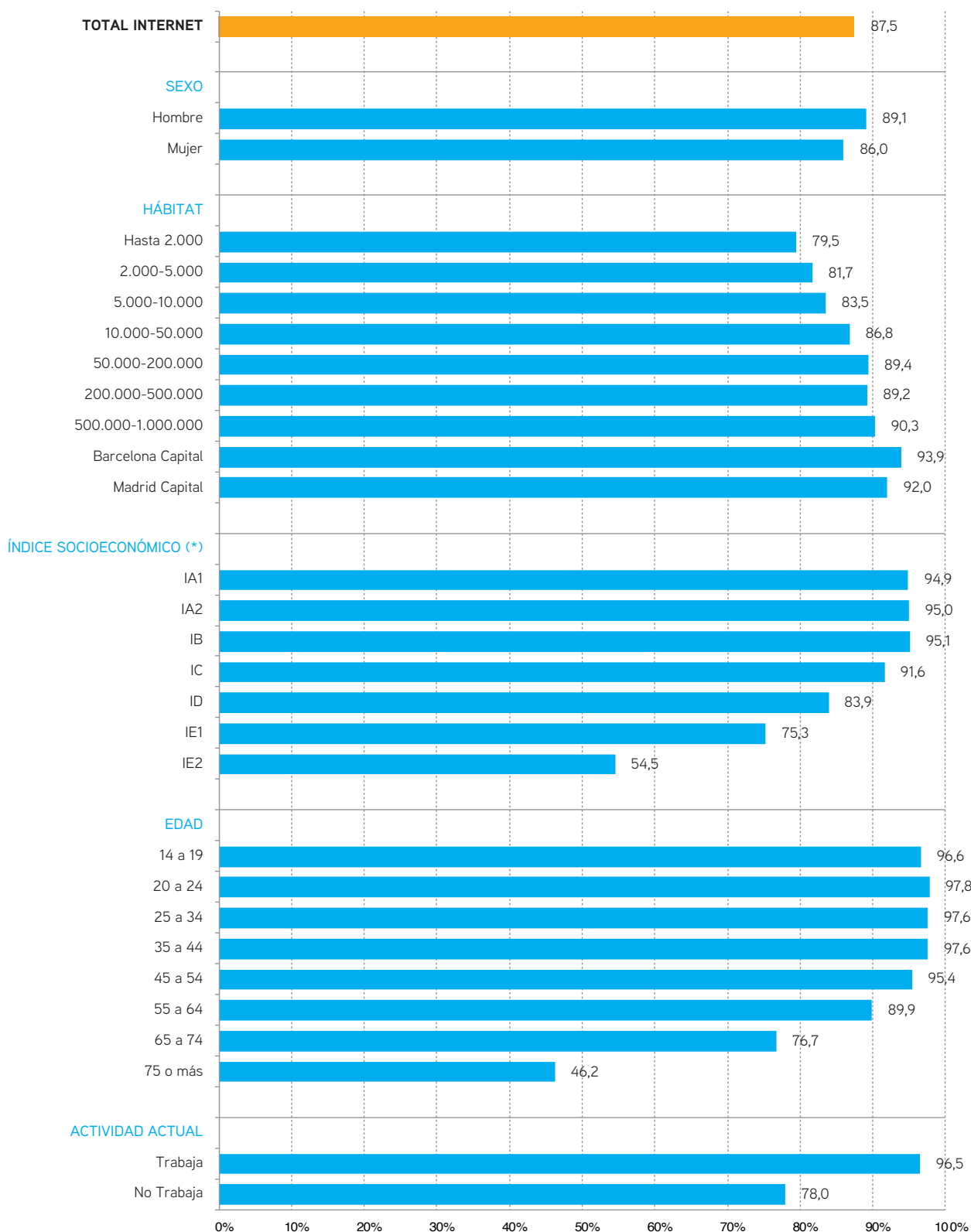
DATOS GENERALES - 1996-2023

	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



PENETRACIÓN DE INTERNET POR VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS - 2023

Uso diario (% individuos)



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

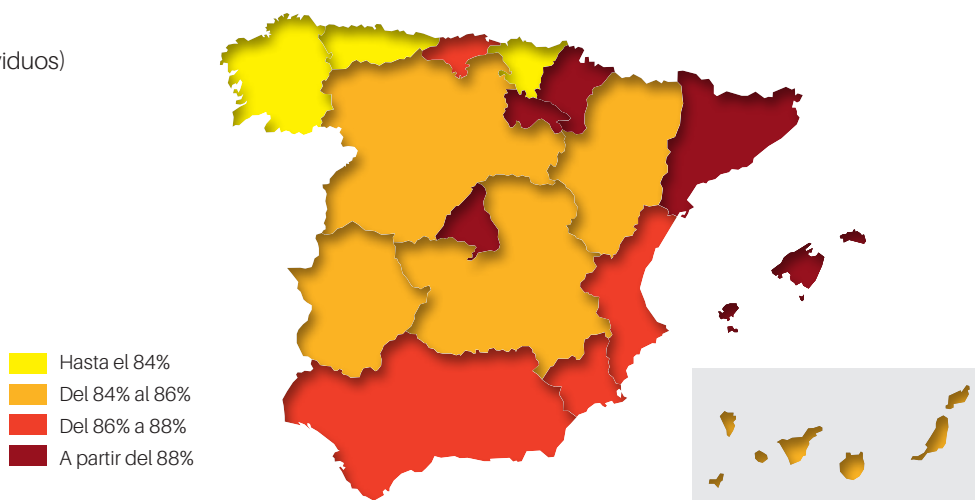
INTERNET POR COMUNIDAD AUTÓNOMA - 2023

	Uso diario (% individuos)	Consumo diario (minutos) (*)
TOTAL	87,5	243
ANDALUCÍA	87,9	230
ARAGÓN	85,4	206
ASTURIAS	81,7	206
BALEARES	91,7	266
CANARIAS	85,9	218
CANTABRIA	87,1	198
C. LEÓN	84,8	200
C. LA MANCHA	84,9	215
CATALUÑA	91,0	281
C. VALENCIANA	87,3	228
EXTREMADURA	84,3	232
GALICIA	76,8	203
MADRID	92,1	307
MURCIA	87,8	284
NAVARRA	88,9	206
P. VASCO	82,9	191
LA RIOJA	90,1	176

(*) Media en minutos sobre total población.

Uso diario

Penetración (% individuos)

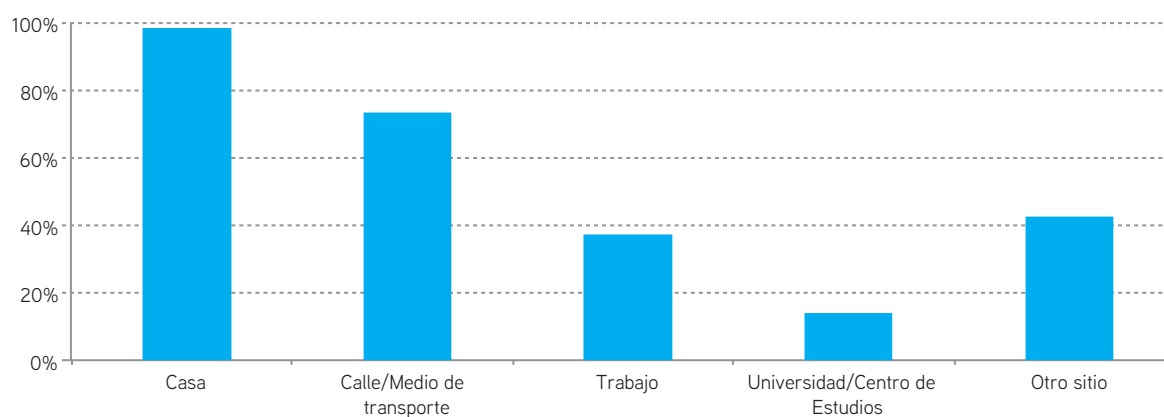


Minutos de uso diario por persona



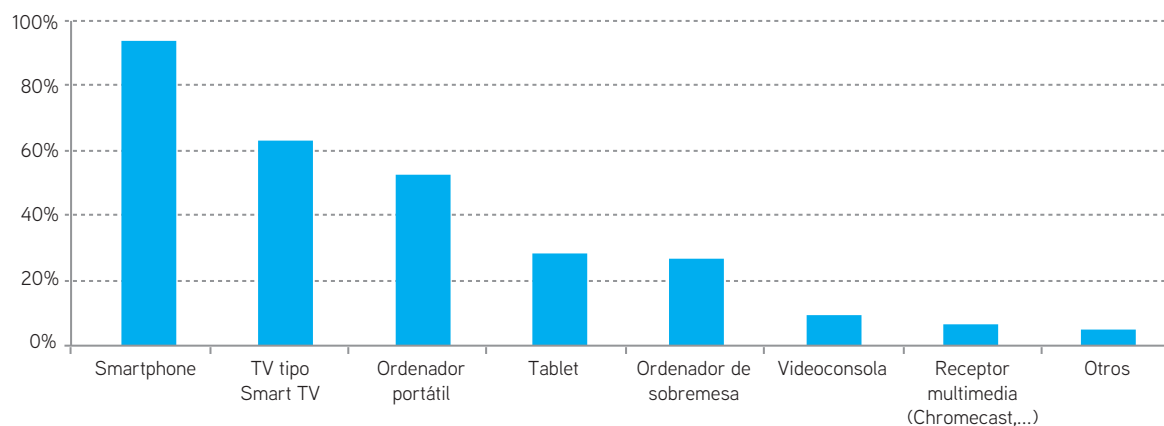
LUGAR DE ACCESO A INTERNET EN EL ÚLTIMO MES - 2023

	Miles de individuos	%
Casa	37.569	99,7
Calle/Medio de transporte	27.890	74,0
Trabajo	14.563	38,6
Universidad/Centro de Estudios	5.166	13,7
Otro sitio	15.654	41,5
Total usuarios último mes	37.693	100,0



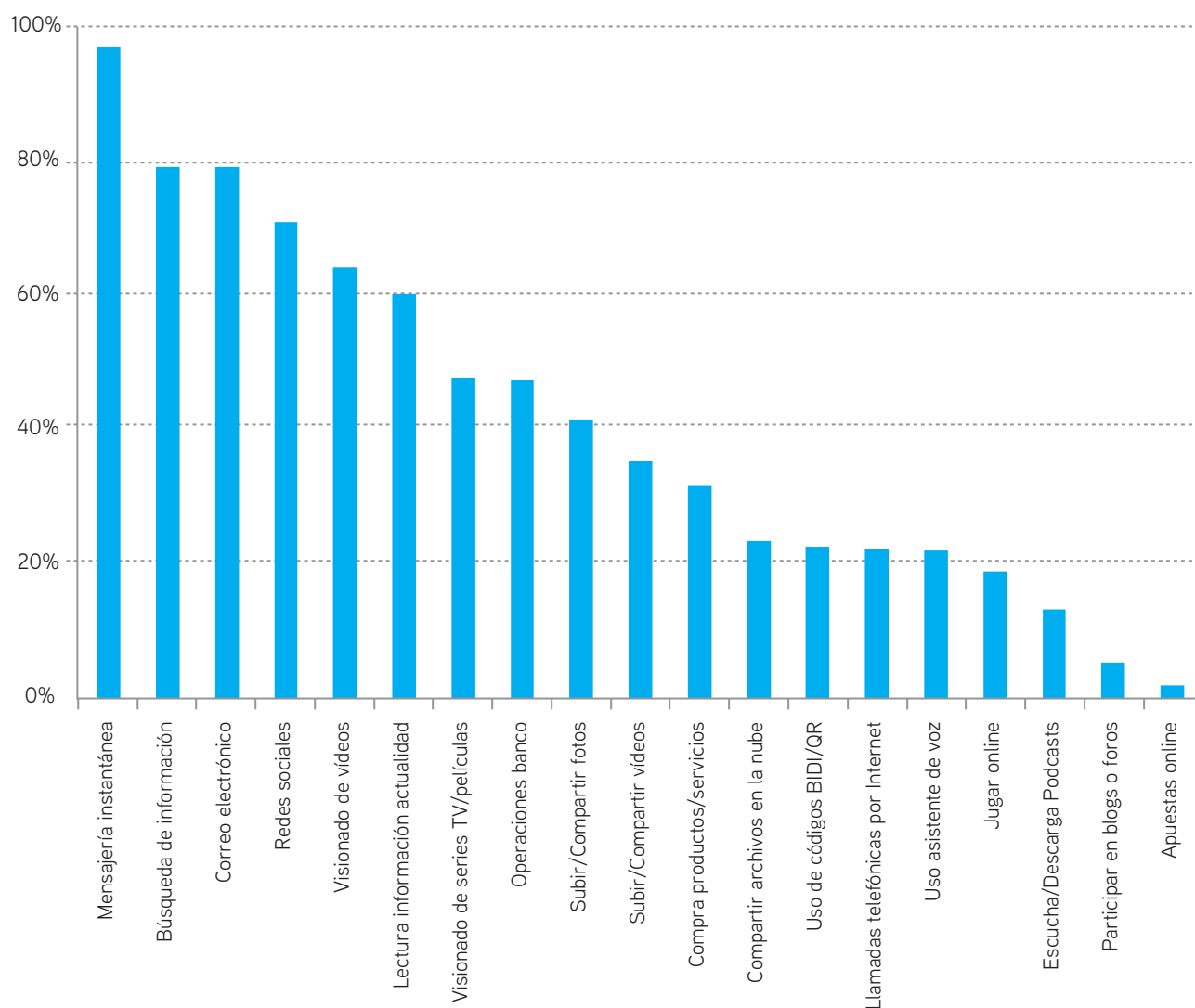
DISPOSITIVO DE ACCESO A INTERNET EN EL ÚLTIMO MES - 2023

	Miles de individuos	%
Smartphone	35.310	93,7
TV tipo Smart TV	23.639	62,7
Ordenador portátil	19.773	52,5
Tablet	10.665	28,3
Ordenador de sobremesa	9.970	26,4
Videoconsola	3.392	9,0
Receptor multimedia (Chromecast,...)	2.391	6,3
Otros	1.851	4,4
Total usuarios último mes	37.693	100,0



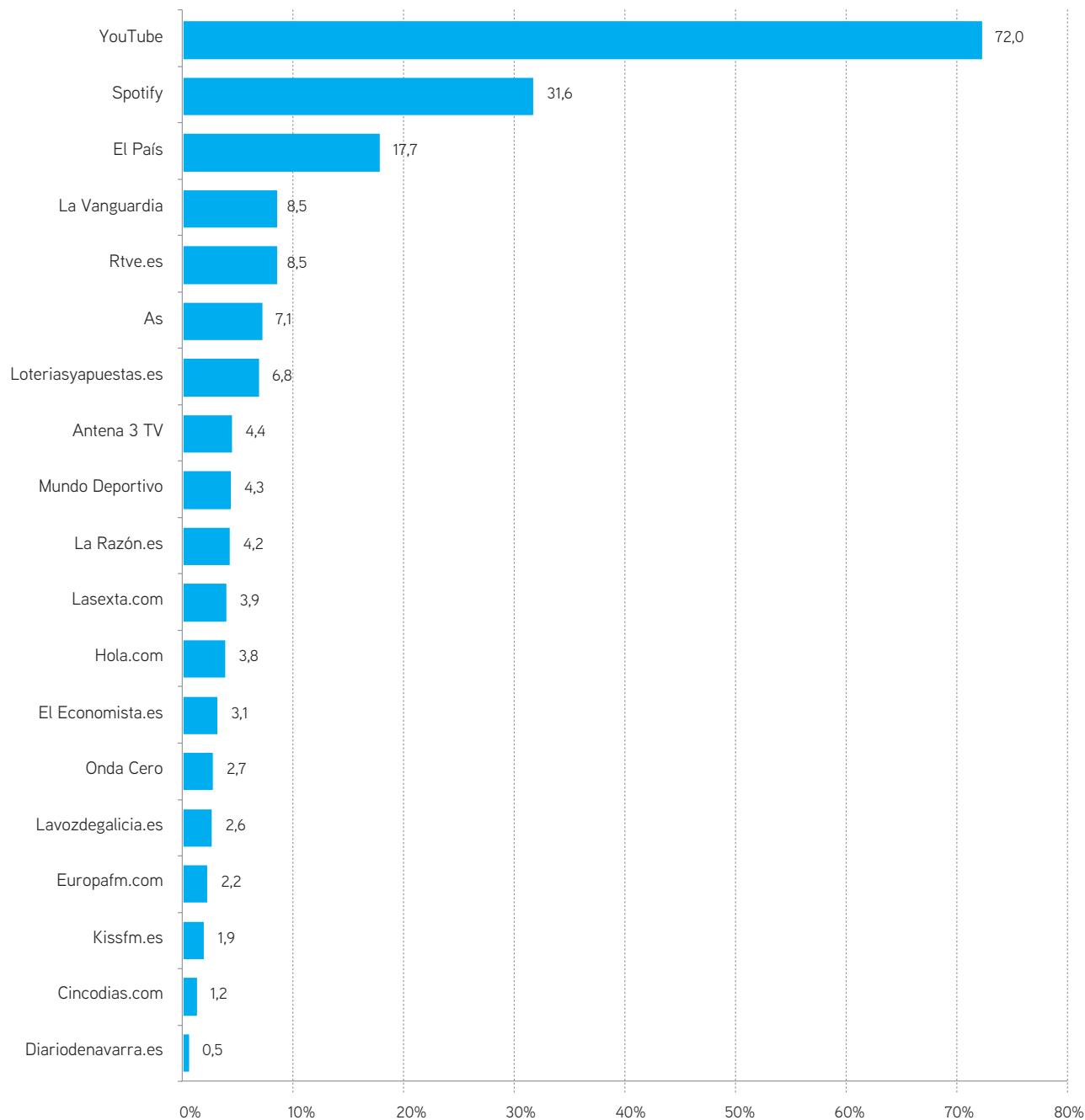
SERVICIOS/ACTIVIDADES EN INTERNET DURANTE EL ÚLTIMOS MES - 2023

	Miles de individuos	%
Mensajería instantánea	36.562	97,0
Búsqueda de información	29.859	79,2
Correo electrónico	29.856	79,2
Redes sociales	26.697	70,8
Visionado de vídeos	24.167	64,1
Lectura información actualidad	22.638	60,1
Visionado de series TV/películas	17.952	47,6
Operaciones banco	17.874	47,4
Subir/Compartir fotos	15.664	41,6
Subir/Compartir vídeos	13.285	35,2
Compra productos/servicios	11.931	31,7
Compartir archivos en la nube	8.811	23,4
Uso de códigos BIDI/QR	8.532	22,6
Llamadas telefónicas por Internet	8.356	22,2
Uso asistente de voz	8.291	22,0
Jugar online	7.136	18,9
Escucha/Descarga Podcasts	5.008	13,3
Participar en blogs o foros	1.971	5,2
Apuestas online	747	2,0
Total usuarios último mes	37.693	100,0



SITIOS DE INTERNET(*) - 2023

Visitantes únicos / últimos 30 días. Penetración %



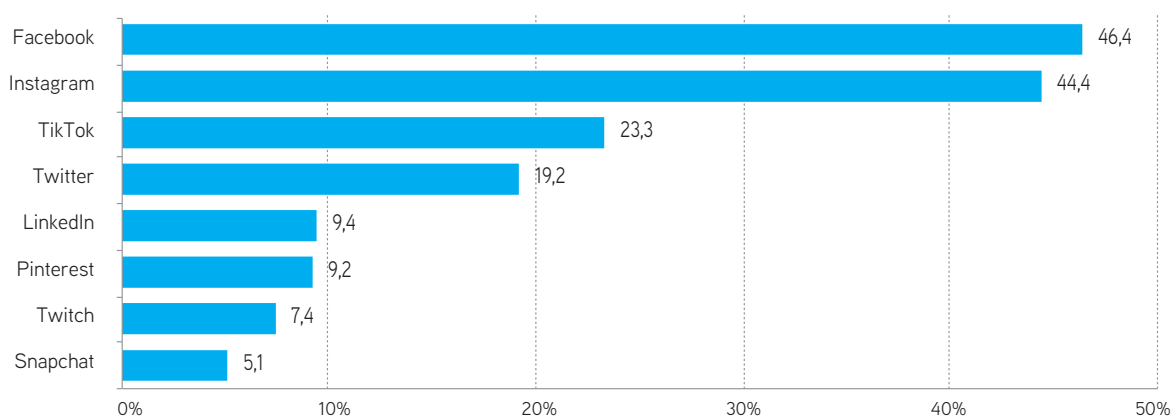
(*) Información referida exclusivamente a los sitios controlados por el EGM.

REDES SOCIALES - 2023

USO ÚLTIMOS 30 DÍAS

% individuos

USO DE CUALQUIER RED SOCIAL ÚLTIMOS 30 DÍAS: 64,1%



PERFIL USUARIO ÚLTIMOS 30 DÍAS

% individuos

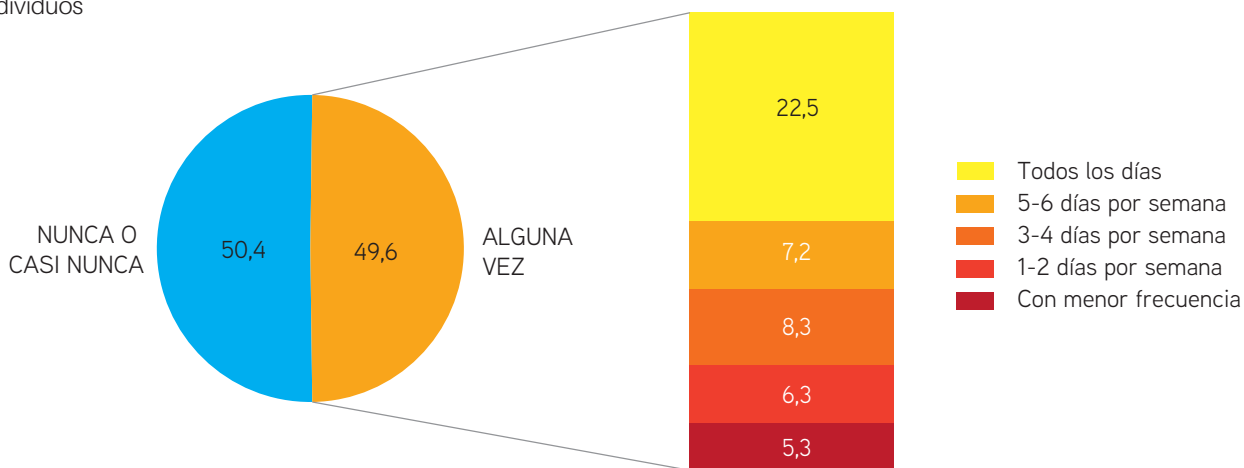
	TOTAL POBLACIÓN	TOTAL REDES SOCIALES	FACEBOOK	INSTAGRAM	TIKTOK	TWITTER	LINKEDIN	PINTEREST	TWITCH	SNAPCHAT
SEXO										
Hombre	48,6	47,5	45,3	45,3	43,9	55,4	51,4	30,5	58,8	36,0
Mujer	51,4	52,5	54,7	54,7	56,1	44,6	48,6	69,5	41,2	64,0
EDAD										
14 a 19	7,4	9,8	6,1	12,4	17,1	13,5	7,6	16,3	18,5	17,2
20 a 24	6,0	7,9	5,7	10,3	12,5	11,8	10,9	12,8	16,6	14,2
25 a 34	12,7	16,8	15,2	20,7	20,6	21,3	22,7	20,3	22,0	18,9
35 a 44	15,9	19,6	20,7	20,9	18,6	19,6	23,6	18,4	18,4	20,4
45 a 54	18,6	19,9	22,1	17,3	14,7	16,6	18,8	15,6	12,4	15,0
55 a 64	16,1	14,4	16,8	10,8	9,5	10,2	10,7	9,9	7,2	8,8
65 a 74	11,7	7,7	9,0	4,9	4,3	4,6	3,7	4,3	3,1	3,5
75 y más	11,5	3,9	4,5	2,7	2,7	2,5	2,0	2,4	1,7	2,0
Edad Promedio (años)	48,9	42,8	45,6	39,1	37,0	38,2	39,4	37,2	34,3	36,3
ÍNDICE SOCIOECONÓMICO(*)										
IA1	10,8	12,7	11,8	13,8	12,7	15,3	18,8	14,9	16,0	15,4
IA2	17,9	20,3	19,1	22,0	20,6	23,8	26,6	24,2	24,4	21,0
IB	14,4	16,4	15,8	17,3	16,7	17,6	18,8	17,1	16,7	16,3
IC	25,1	26,3	27,1	26,1	26,7	24,9	20,8	24,7	24,8	26,2
ID	11,1	10,0	10,6	9,2	9,7	8,6	7,7	8,8	8,8	10,3
IE1	14,5	10,9	12,0	9,0	10,3	7,7	5,6	7,9	7,1	8,6
IE2	6,3	3,3	3,6	2,7	3,3	2,1	1,7	2,4	2,2	2,4
ACTIVIDAD ACTUAL										
Trabaja	51,5	59,7	60,8	61,5	56,5	61,8	69,8	58,9	58,4	59,1
No trabaja	48,5	40,3	39,2	38,5	43,5	38,2	30,2	41,1	41,6	40,9

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

MÚSICA EN STREAMING (ONLINE) - 2023

FRECUENCIA

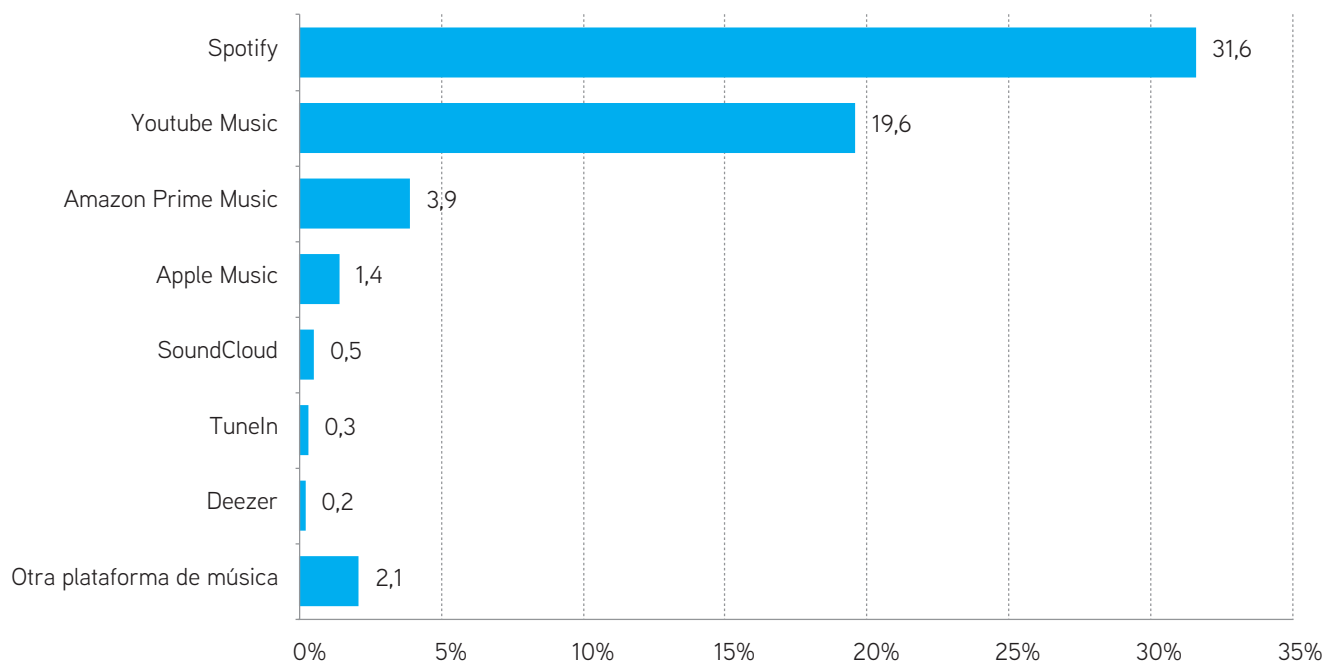
% individuos



SERVICIO UTILIZADO (ÚLTIMOS 30 DÍAS)

% individuos

USO DE CUALQUIER SERVICIO ÚLTIMOS 30 DÍAS: 49,1%



IV. EQUIPAMIENTO DE HOGARES

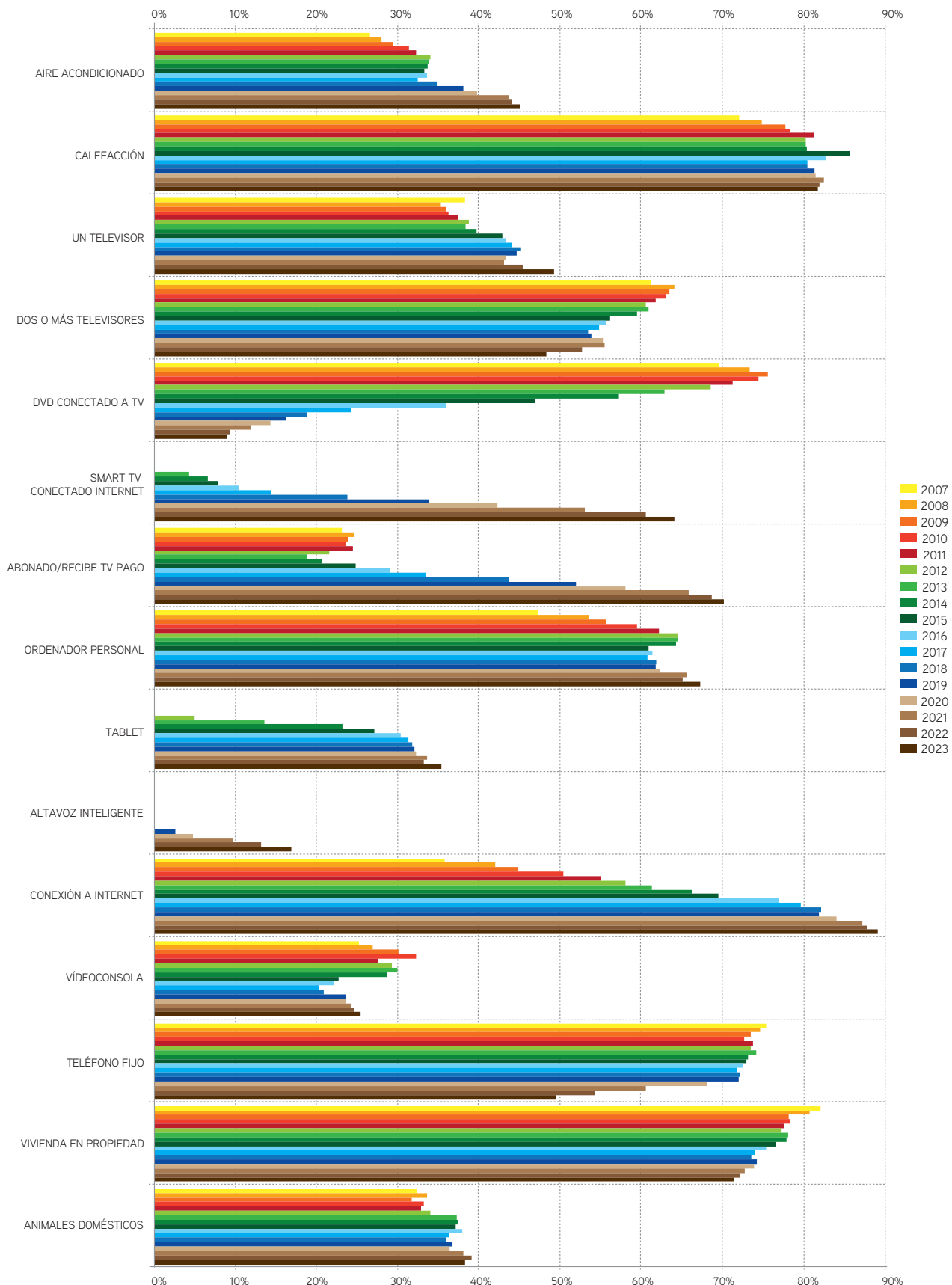
EVOLUCIÓN DEL EQUIPAMIENTO - 2007-2023

(% de hogares)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
AIRE ACONDICIONADO	26,6	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
CALEFACCIÓN	72,1	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
INDIVIDUAL	62,6	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
CENTRAL	9,5	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
SEGURO MULTIRRIESGO HOGAR	68,5	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
TELEVISOR	99,5	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
UNO	38,3	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
DOS O MÁS	61,2	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
TV PLANO	12,7	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
CON DVD CONECTADO	69,6	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
SMART TV									15,9	17,5	21,6	31,3	41,3	49,1	58,4	65,5	69,4
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
ANTENA PARABÓLICA	20,1	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
APARATO VÍDEO	56,3	43,7	34,5	19,2	14,0	12,7	10,5	9,6									
ABONADO/RECIBE TV PAGO	23,1	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
CABLE/VÍDEO COMUNITARIO	11,4	11,9	11,9	12,1	12,4	11,7	10,0	10,2									
IP TV	2,4	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	47,3	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
SOBREMESA	41,4	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
PORTÁTIL	13,1	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
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	
ALTAVOZ INTELIGENTE												2,6	4,8	9,7	13,2	16,9	
CONEXIÓN A INTERNET	35,8	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
VÍDEOCONSOLA	25,2	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
TELÉFONO (*)	98,1	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
FIJO	75,4	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
MÓVIL	83,5	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
SÓLO FIJO	14,6	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
SÓLO MÓVIL	22,7	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
FIJO Y MÓVIL	60,8	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
COCHE																73,6	73,5
UNO																48,9	48,8
DOS O MÁS																24,7	24,7
MOTO																9,9	10,7
UNA																8,6	9,5
DOS O MÁS																1,2	1,3
VIVIENDA PRINCIPAL																	
EN PROPIEDAD	82,1	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
EN ALQUILER	15,9	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
OTRO RÉGIMEN DE POSESIÓN	2,0	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
INDIVIDUAL	38,5	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
EN BLOQUE	61,5	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
ANIMALES DOMÉSTICOS	32,4	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
PERROS	20,2	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
GATOS	9,2	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
PÁJAROS	9,1	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

(*) Consolidación de teléfono fijo y teléfono móvil.

EVOLUCIÓN DEL EQUIPAMIENTO DE HOGARES - 2007-2023



V. ESTILOS DE VIDA

EVOLUCIÓN DE LA PENETRACIÓN - 2000-2023

(% de individuos)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
ECONOMÍA																								
Seguro de vida	13,0	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
Seguro privado para enfermedad	7,7	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
Tarjeta de gran almacén	19,1	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
Tarjeta de crédito	28,1	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
Tarjeta cajero	44,0	43,7	46,2	48,4	52,9	51,6	48,5	50,0	51,4															
Tarjeta fidelización	10,6	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
Fondos/Acciones/Bonos	5,9	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
Préstamo hipotecario o personal	14,3	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
Plan de pensiones/de jubilación	8,0	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
ACTIVIDADES REALIZADAS (Últimos 30 días)																								
Running	6,2	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
Ir a un gimnasio	7,4	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
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	
Esquiar	0,8	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
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	
Eventos culturales (teatro, museo, exposición,...)	10,8	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
Ir a discoteca	18,6	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
Ir al fútbol	7,9	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
Cenar fuera de casa	41,9	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
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
Pedir comida a domicilio																						26,0	24,2	24,6
Bricolaje casero	13,7	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
Ir centro belleza/spa																			6,7	9,2	9,3	9,3	9,0	9,8
Salida/Excursión fin de semana																			14,5	18,3	16,1	15,1	19,0	22,5
Tareas voluntariado/ONG																						1,9	2,6	2,8
Uso app movilidad (coche/moto/bici/patinete)																						2,4	2,5	3,8
JUEGOS DE AZAR (Últimos 30 días)																								
Cupones/Juegos Once	40,7	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
Décimos Lotería	17,7	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
Primitiva/Bonoloto/Euromillón	30,3	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
Quiniela fútbol	12,6	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

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 2023:

29.885 entrevistas (23.218 personales "face to face" + 6.667 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 2023. Del 4 de septiembre al 5 de noviembre 2023: 7.731 entrevistas "face to face" + 2.230 entrevistas online.

2ª ola 2023. Del 22 de marzo al 30 de mayo 2023: 7.753 entrevistas "face to face" + 2.215 entrevistas online.

1ª ola 2023. Del 11 de enero al 14 de marzo 2023: 7.734 entrevistas "face to face" + 2.222 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 2023:

78.132 entrevistas (23.218 personales "face to face" + 6.667 online + 48.247 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).

- 36% con llamadas a teléfonos móviles a individuos con teléfono fijo en el hogar.
- 45% 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 2023. Del 4 de septiembre al 12 de noviembre 2023: 16.068 entrevistas telefónicas.

Del 4 de septiembre al 5 de noviembre 2023: 7.731 entrevistas "face to face" + 2.230 entrevistas online.

2ª ola 2023. Del 22 de marzo al 6 de junio 2023: 16.088 entrevistas "telefónicas".

Del 22 de marzo al 30 de mayo 2023: 7.753 entrevistas "face to face" + 2.215 entrevistas online.

1ª ola 2023. Del 11 de enero al 21 de marzo 2023: 16.091 entrevistas "telefónicas".

Del 11 de enero al 14 de marzo 2023: 7.734 entrevistas "face to face" + 2.222 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 2023:

75.065 entrevistas (23.218 personales "face to face" + 6.667 online + 45.180 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).
- 36% con llamadas a teléfonos móviles a individuos con teléfono fijo en el hogar.
- 45% 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 2023. Del 4 de septiembre al 12 de noviembre 2023: 15.049 entrevistas telefónicas.

Del 4 de septiembre al 5 de noviembre 2023: 7.731 entrevistas "face to face" + 2.230 online.

2ª ola 2023. Del 22 de marzo al 6 de junio 2023: 15.064 entrevistas "telefónicas".

Del 22 de marzo al 30 de mayo 2023: 7.753 entrevistas "face to face" + 2.215 online.

1ª ola 2023. Del 11 de enero al 21 de marzo 2023: 15.067 entrevistas "telefónicas".

Del 11 de enero al 14 de marzo 2023: 7.734 entrevistas "face to face" + 2.222 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 2023:

59.360 entrevistas (23.218 personales multimedia + 6.667 online multimedia + 9.907 personales monomedia + 19.568 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 2023. Del 4 de septiembre al 5 de noviembre 2023: 7.731 entrevistas “face to face” multimedia + 2.230 online multimedia + 3.286 “face to face” monomedia + 6.588 online monomedia.

2ª ola 2023. Del 22 de marzo al 30 de mayo 2023: 7.753 entrevistas “face to face” multimedia + 2.215 online multimedia + 3.308 “face to face” monomedia + 6.439 online monomedia.

1ª ola 2023. Del 11 de enero al 14 de marzo 2023: 7.734 entrevistas “face to face” multimedia + 2.222 online multimedia + 3.313 “face to face” monomedia + 6.541 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 2023:

42.998 entrevistas (23.218 personales “face to face” + 6.667 online + 13.113 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).
- 36% con llamadas a teléfonos móviles a individuos con teléfono fijo en el hogar.

- 45% 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 2023. Del 4 de septiembre al 12 de noviembre 2023: 4.364 entrevistas telefónicas.

Del 4 de septiembre al 5 de noviembre 2023: 7.731 entrevistas “face to face” + 2.230 entrevistas online.

2ª ola 2023. Del 22 de marzo al 6 de junio 2023: 4.376 entrevistas telefónicas.

Del 22 de marzo al 30 de mayo 2023: 7.753 entrevistas “face to face” + 2.215 entrevistas online.

1ª ola 2023. Del 11 de enero al 21 de marzo 2023: 4.373 entrevistas telefónicas.

Del 11 de enero al 14 de marzo 2023: 7.734 entrevistas “face to face” + 2.222 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



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