



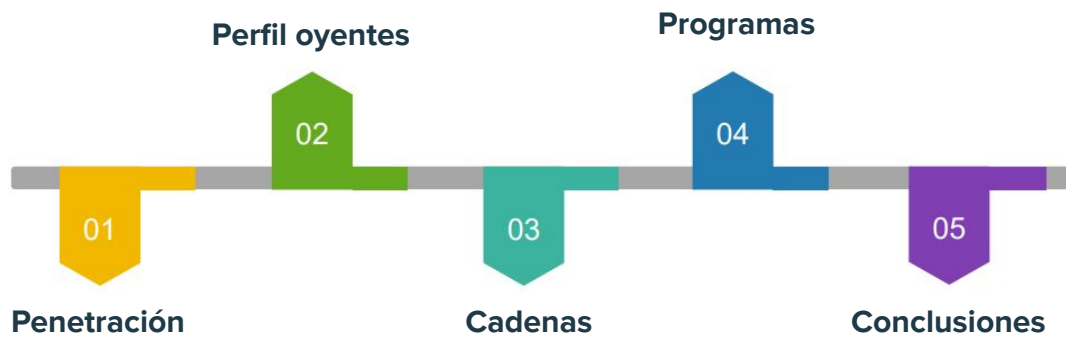
EL CLUB  
DE LA RADIO

# ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS

27 Noviembre 2019 (III OLA)

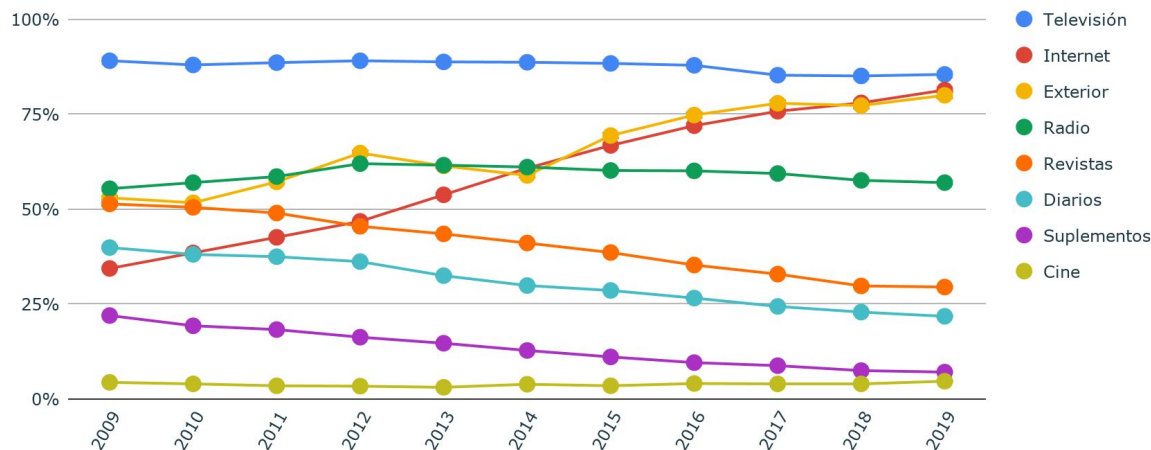


# ÍNDICE



# EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA EN RADIO

Evolución audiencias en medios

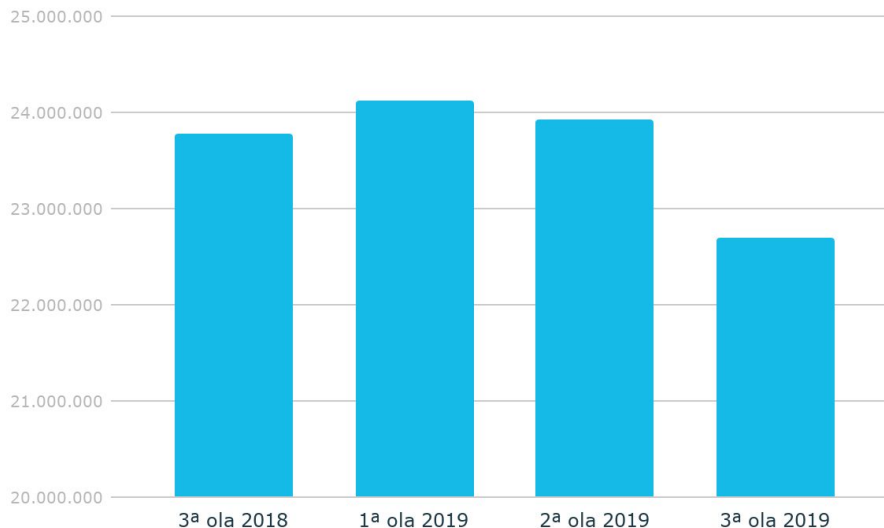


La **radio es el 4º medio** de comunicación en audiencia, por detrás de Televisión, Internet y Exterior.

## EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA EN RADIO

La **audiencia en radio** continúa con su tendencia descendente, con un 5,14% menos, debido a la caída de la mayoría de **cadenas generalistas y musicales**, que pierden 1.326.000 de oyentes en estos 5 meses y 950.000 con respecto al mismo período de 2018.

Las únicas que aumentan su audiencia son las **informativas**, con 147.000 oyentes más que en la 2ª ola.



## PERFIL DEL OYENTE DE RADIO

### Índice Socioeconómico

Nivel de ingresos y educativo **Medio**

### Lugar de escucha

La suma de los que la escuchan **fuera de casa** (el trabajo y el coche) supera a los de casa.



### Género

- Hombres (51,7%)
- Mujeres (48,3%)

### Edad

Entre 35 y 54 años

### Perfil geográfico

- Navarra
- Aragón
- Cantabria
- Castilla León

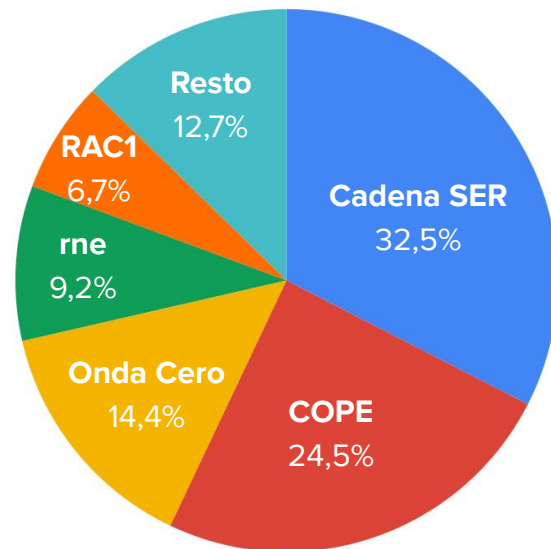
## OYENTES POR TIPO DE CADENA

### CADENAS GENERALISTAS

Las cadenas generalistas, caen en audiencia un 8,4% hasta los 11,2 millones de oyentes. **Cadena SER continúa líder**, aumentando un 0,7% con respecto a la ola anterior y agrandando la distancia con **COPE** en más de 1 millón, que decrece un 1,11%.

Las otras cadenas generalistas que crecen son **Radio Marca** un 20,5%, **Radio Galega** un 36,1% y **Radio Euskadi** 44,2%. El resto decrecen todas, las más destacadas **Radio COPE** con -1,1%, **Onda Cero** -8,45, **RAC1** -3,42% y **esRadio** -7,05%.

En **programas deportivos** llega el fin del liderazgo “El Larguero” de la SER, que después de 25 años es superado por Juanma Castaño y El partidazo, que consiguen 790.000 oyentes diarios.



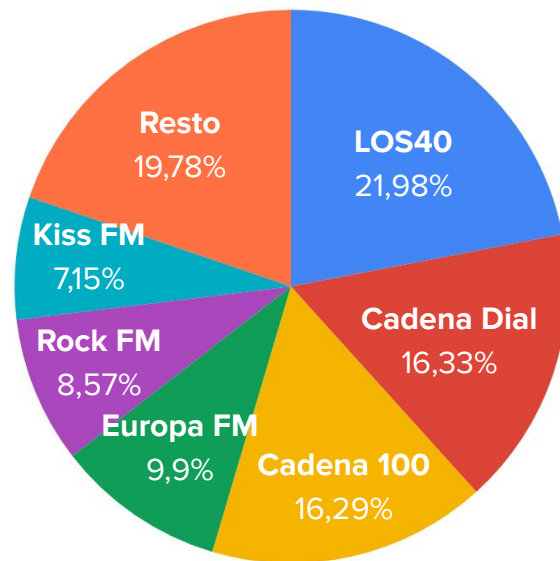
## OYENTES POR TIPO DE CADENA

### CADENAS MUSICALES

La audiencia de las cadenas musicales pierde los oyentes aumentados en la ola anterior, llegando a los 12,92 millones de oyentes diarios.

**LOS40** continúa siendo la radio musical más escuchada con 2,8 millones de oyentes (-1%), seguida de muy cerca por de **Cadena Dial** (+6,1%) y de **Cadena 100** (+10,7) que superan de nuevo los 2 millones de oyentes.

**Europa FM**, **Rock FM** pierden impulso y decaen un -4,4% y -2% respectivamente. Pero la mayor caída la protagoniza **Kiss FM** que pierde un -16,4% y baja del millón de oyentes.



## OYENTES POR PROGRAMA / FRANJA HORARIA

	Radio Generalista	Radio Temática	TOTAL
MAÑANA (06:00-12:00)	21,7%	22,1%	44,8%
MEDIODÍA (12:00-16:00)	7,5%	13,0%	21,2%
TARDE (16:00-20:00)	6,2%	10,3%	17,0%
NOCHE (20:00-06:00)	9,8%	5,5%	15,7%
TOTAL	45,3%	50,9%	98,8%

En **radios generalistas** la mayoría de oyentes prefieren el horario entre 08:00 y 12:00. Sigue “Hoy por hoy” como líder de las mañanas, después de la llegada de Àngels Barceló, aunque baja un 2% sus oyentes.

En **radios temáticas** se reparte un poco más la audiencia entre las 08:00 y las 14:00, liderando Anda Ya! de LOS40, que desciende un 1% su audiencia y Cadena Dial que aumenta un 6,1%.



## CONCLUSIONES

- La **audiencia** de la radio disminuye en 1.229.000 oyentes con respecto a la anterior ola del EGM.
- El **perfil de los oyentes** es principalmente **maduro**, con pocos menores de 25 años.
- Las **emisoras musicales** continúan **por delante de las generalistas** en número de oyentes.
- **Grupo PRISA** consigue un año más ser **líder de audiencia** en radio generalista con Cadena SER y en radios musicales con LOS40 y Cadena Dial.
- Los **horarios con más oyentes** son entre las 08:00h y las 12:00h en radios generalistas y en las temáticas entre las 08:00h y las 14:00h.



[www.elclubdelaradio.com](http://www.elclubdelaradio.com)