

**NOTA DE PRENSA**  
**LA RADIO ES JUNTO A INTERNET Y EXTERIOR, LOS ÚNICOS**  
**MEDIOS QUE CRECIERON EN AUDIENCIA SEGÚN EL ESTUDIO**  
**GENERAL DE MEDIOS (EGM)**

La evolución del número de oyentes respecto al mismo acumulado del año pasado, la coloca en 22.364 millones.

Fuente EGM 1ª Ola 2009. Elaboración: Enrique Cano, Director General Técnico de Mass Media.

**La Radio crece en oyentes un 11% respecto a la misma oleada del año anterior**

El universo de estudio, mayores de 13 años de la población española creció un 3% (cerca de 1.2 millones de personas) respecto al año anterior, superando la cifra de 39 millones.

La audiencia del medio radio alcanza a 22.3 millones de oyentes, alcanzando al 57% del total población española. Estos datos convierten al medio radio como el segundo en influencia en la sociedad española. La audiencia se incrementa en un 11% y en el caso de la radio temática el crecimiento alcanza un 16%.

La radio temática continúa superando la audiencia de generalista desde la 2ª oleada de 2006, y alcanza una audiencia que supera los 12.5 millones de oyentes.

Es de destacar en la estacionalidad del medio radio, el menor consumo en los periodos de estudio, se produce a lo largo de la segunda oleada del EGM: mayo y junio.

	EGM: 1ª Ola 2009	EGM: 3ª Ola 2008	EGM: 2ª Ola 2008	EGM: 1ª Ola 2008	Evolución 1ª '09 vs 1ª '08	Evolución 1ª '09 vs 3ª '08
Universo	39.462	38.261	38.261	38.261	3%	3%
<b>TOTAL OYENTES</b>	<b>22.364</b>	<b>20.865</b>	<b>19.887</b>	<b>20.207</b>	<b>11%</b>	<b>7%</b>
<b>TOTAL GENERALISTA</b>	<b>11.376</b>	<b>10.803</b>	<b>10.494</b>	<b>10.697</b>	<b>6%</b>	<b>5%</b>
<b>TOTAL TEMÁTICA</b>	<b>12.550</b>	<b>11.330</b>	<b>10.569</b>	<b>10.845</b>	<b>16%</b>	<b>11%</b>

## RADIO GENERALISTA

La Ser sigue liderando el ranking de cadenas superando los 4.7 MM de oyentes, mientras que Onda Cero mantiene la 2ª posición superando los 2.0 MM de oyentes.

Respecto a evolución de audiencia, a la caída de la Cope, 4%, Punto Radio se aproxima al medio millón de oyentes, con un incremento del 8%

En cuanto a programas, Hoy por Hoy mantiene su liderazgo de más de casi 3 MM de oyentes. Aunque debe destacarse el crecimiento operado por Onda Cero en el programa de la mañana de Carlos Herrera.

El mayor crecimiento por la tarde, lo ha tenido el programa de Julia Otero en Onda Cero.

	EGM: 1ª Ola 2009	EGM: 3ª Ola 2008	EGM: 2ª Ola 2008	EGM: 1ª Ola 2008	Evolución 1ª '09 vs 1ª '08	Evolución 1ª '09 vs 3ª '08
<b>TOTAL GENERALISTA</b>	<b>11.376</b>	<b>10.803</b>	<b>10.494</b>	<b>10.697</b>	<b>6%</b>	<b>5%</b>
Ser	4.790	4.622	4.419	4.659	3%	4%
Onda Cero	2.039	1.872	1.850	1.811	13%	9%
Cope	1.867	1.737	1.872	1.937	-4%	7%
Rne	1224	1.127	999	961	27%	9%
Punto Radio	487	432	436	452	8%	13%
Catalunya Radio	453	478	525	477	-5%	-5%
Rac 1	418	373	289	298	40%	12%
Canal Sur Radio	398	368	310	331	20%	8%
Radio Euskadi	238	237	211	199	20%	0%
Radio Galega	107	141	135	135	-21%	-24%
Onda Madrid	58	34	35	41	41%	71%
Radio 9	53	58	65	56	-5%	-9%
Euskadi Irratia	49	86	49	89	-45%	-43%
Com Radio	47	36	24	28	68%	31%
Radio Vitoria	31	35	40	34	-9%	-11%
Aragón Radio	23	17	18	13	77%	35%
Herri Irratia	20	40	25	16	25%	-50%
Radio Voz	18	20	37	29	-38%	-10%
IB3	17	7	5	6	183%	143%
Ona FM	16	21	17	10	60%	-24%
Onda Regional Murcia	10	6	10	4	150%	67%
Canal Extremadura Radio	9	1	9	15	-40%	800%
Radio 4	7	10	10	9	-22%	-30%
Radio Principado de Asturias	6	3	5	3	100%	100%
Radio Balear	5	11	10	17	-71%	-55%

## Radio Temática

La radio temática se caracteriza por una mayor dispersión de audiencia entre cadenas.

Cadena 40 mantiene su liderazgo superando los 3.6 MM de oyentes, cifra que ha incrementado un 16% respecto al año anterior. Dial se mantiene como la segunda cadena en audiencia con cerca de 1.6 MM. Cadena 100 mantiene la revolución en fórmula y se convierte en la tercera emisora: crece un 26% y alcanza 1.2 MM de oyentes. Kiss pasa a ser la cuarta emisora con 1.1 MM de oyentes. Destacan los altos crecimientos de Europa FM, Máxima, Radio Marca, Radio Olé y Canal Fiesta.

	EGM: 1ª Ola 2009	EGM: 3ª Ola 2008	EGM: 2ª Ola 2008	EGM: 1ª Ola 2008	Evolución 1ª '09 vs 1ª '08	Evolución 1ª '09 vs 3ª '08
<b>TOTAL TEMÁTICA</b>	<b>12.550</b>	<b>11.330</b>	<b>10.569</b>	<b>10.845</b>	<b>16%</b>	<b>11%</b>
C40	3649	3254	3069	3140	16%	12%
Dial	1578	1549	1394	1530	3%	2%
C100	1231	1055	889	975	26%	17%
Kiss FM	1133	1141	1088	1159	-2%	-1%
EuropaFM	879	848	738	725	21%	4%
M80	556	504	485	533	4%	10%
Máxima FM	494	436	329	335	47%	13%
Radio Marca	489	402	340	352	39%	22%
Radio Olé	487	446	384	404	21%	9%
Canal Fiesta Radio	387	325	296	252	54%	19%
R5tn	350	282	342	417	-16%	24%
Rne R3	331	297	295	261	27%	11%
Flaix	245	192	230	150	63%	28%
Rac 105	233	156	121	133	75%	49%
Radio Tele Taxi	210	212	209	207	1%	-1%
Intereconomía	147	158	148	155	-5%	-7%
Rock & Gol	142	105	108	142	0%	35%
Radio Clásica Rne	130	123	102	105	24%	6%
Catalunya Informació	125	116	103	106	18%	8%
Flaixbac	117	138	152	116	1%	-15%
Cadena Top	100	80	74	57	75%	25%
Nervión	91	92	102	129	-29%	-1%
Euskadi Gaztea	57	81	90	65	-12%	-30%
Radio Castilla Mancha	39	44	41	31	26%	-11%
ICAT	38	38	20	20	90%	0%
Radio RM	32	33	46	39	-18%	-3%
Onda Melodía	28	52	47	42	-33%	-46%
Catalunya Música	26	18	20	20	30%	44%
Eitb Musika	12	24	17	36	-67%	-50%
Cadena Segre	11	1	4	5	120%	1000%
Radio Galega Música	11	7	14	13	-15%	57%
Radio Estel	5	15	6	14	-64%	-67%
GUMFM	5	1	3	8	-38%	400%
Radio Andalucía	5	6	5	6	-17%	-17%
STYLCL	1	2	1	2	-50%	-50%
Sí Radio	0					
STYLFM	0	1	0	0		-100%
Canal Flamenco Radio	0	0				

### **Características particulares del medio Radio**

**El punto máximo de audiencia transcurre en el intervalo de 9 a 11 horas donde se superan los 6 millones de oyentes.**

A lo largo del día el 37% de la audiencia es en mañana (6-12 h.) donde tanto generalista y temática reparten su audiencia. El consumo de tarde se concentra con mayor fuerza en radio temática, mientras que en noche se concentra en generalista.

Por comunidades destaca el alto consumo de centro y norte peninsular, ampliado al este en cobertura acumulada (audiencia en los últimos 30 días).

Por perfil destacan hombres de más de 35 años de clase alta y media alta en generalista; de 14 a 44 de clase alta y media en temática. **Destaca el medio radio por su alta cobertura en población de alto poder adquisitivo: 70% de cobertura en target clase alta y media alta.**