



# CASTILLA Y LEÓN

3<sup>a</sup> Ola 2025

AVANTE

# egm CASTILLA Y LEÓN

3er Acumulado  
y Ola 2025

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





3er Acumulado 2025

# 1. CONSUMO DE MEDIOS

AVANTE

# CONSUMO DE MEDIOS

AVANTE

En **Castilla y León**, el medio **Internet** mantiene su posición de liderazgo, consolidándose nuevamente como el medio con mayor penetración en la región. En segundo lugar, se sitúa la **Televisión**, que asciende en el ranking y adelanta al medio **Exterior**, ahora en tercera posición. Los dos medios líderes experimentan una ligera subida respecto al acumulado anterior, al contrario que el tercero, que experimenta un pequeño descenso.

En términos generales, no se observan grandes variaciones en la evolución de los medios. La subida más destacada corresponde a la **Radio** y las **Revistas**, creciendo ambas en un 3%. Por otro lado, los descensos más significativos se registran en **Cine**, con una caída del 19%, en **Suplemento Dominicales**, con un 10% y en **Diarios**, con un 7% menos de penetración. La **Televisión Conectada** sigue experimentando una tendencia positiva.

## RADIO

En esta edición del EGM, la **Radio** ha registrado una penetración del 58,85%, y continúa **situándose en la posición número 6**.

Experimenta una de las mayores tasas de crecimiento del estudio, con un aumento aproximado del 3%. Sin embargo, su **versión online**, esta vez se queda lejos del 50% de penetración.

## INTERNET

**Internet** sigue liderando la audiencia en los medios, alcanzando un 85% de cobertura, registrando un **ligero aumento del 0,5%** respecto al acumulado anterior. Las **redes sociales, sin embargo, pierden** alcance y caen **un 3%**. Por el contrario, la **Televisión conectada/el vídeo online y la radio online** muestran un **crecimiento** en su audiencia, consolidando su presencia y ganando terreno en el mercado.

## EXTERIOR

El medio **Exterior** es el tercer medio en cobertura, con un **80% de penetración**, situándose detrás de la televisión convencional. Sin embargo, pierde alcance respecto al acumulado anterior, lo que le ha hecho obtener el tercer puesto en el ranking.

## CINE/MEDIOS GRÁFICOS

En esta ocasión, el **Cine** es el medio que sufre el descenso más acusado, con una caída del **19%**.

En el caso de los **medios impresos**, ocurre algo similar, registrando descensos significativos en **Diarios** y **Suplementos Dominicales**. Su versión online también disminuye, con una pérdida del casi **6%**.

# CONSUMO DE MEDIOS

AVANTΣ



■ EGM: 3er Año Móvil 2024 ■ EGM: 3er Año Móvil 2025

Fuente: EGM 3er Acumulado 2025 vs 3er Acumulado 2024. CYL.



## 2. CONSUMO DE RADIO

3<sup>a</sup> Olía 2025

AVANTEΣ

# CONSUMO DE RADIO

AVANTE

En la Tercera Ola del EGM 2025, la **Radio** registra una penetración del **58,85%** en el total de individuos de Castilla y León, con un incremento de **2,83 puntos** respecto a la ola anterior.

Entre las emisoras generalistas, **SER** ocupa la primera posición del ranking, ganando 25.000 oyentes. Sin embargo, **COPE**, a pesar de ser el segundo en el ranking, pierde 15.000 oyentes.

En el ranking continúan **Los 40**, que pierde 47.000 oyentes; **Onda Cero**, que gana 45.000; **Cadena 100**, que crece en 15.000 oyentes y finalmente **Dial**, que registra el mayor descenso, perdiendo 70.000 en total.

En cuanto a los programas, **Hoy por Hoy** sigue liderando en las mañanas, seguido por **Herrera en COPE** y **Más de Uno**.

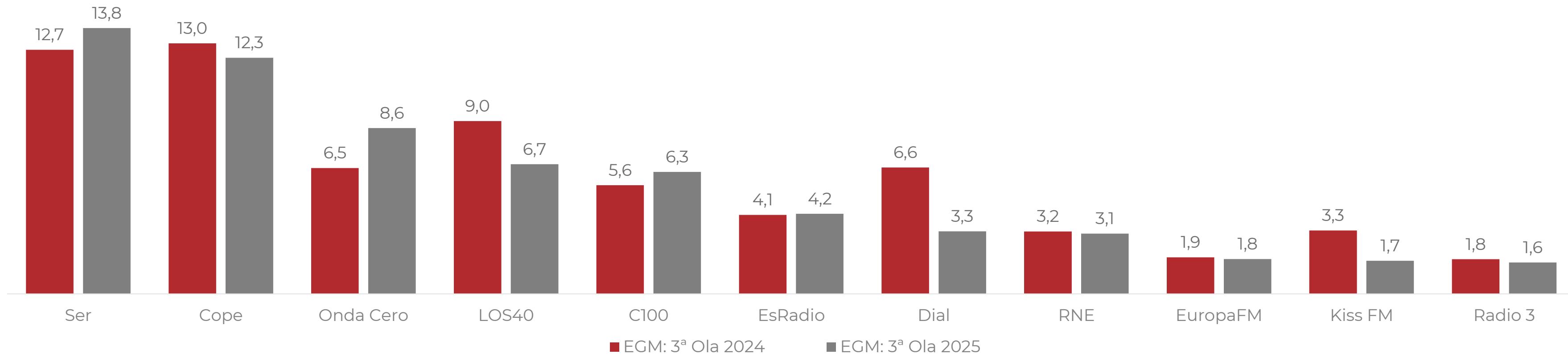
En la franja deportiva de lunes a viernes, el programa con más audiencia es **El Larguero** de SER. Durante los fines de semana, el programa deportivo más escuchado es **Tiempo de Juego** de COPE, seguido de **El Carrusel Deportivo** y **Marcador**.

En radio musical, el matinal de Los 40, **Anda Ya**, es el más escuchado, seguido de **Buenos Días Javi y Mar**, de Cadena 100, y **Atrévete** de Dial.



# CONSUMO DE RADIO

AVANTE



# CONSUMO DE RADIO

AVANTE



Emisoras	EGM: 3ª Ola 2024	EGM: 3ª Ola 2025	Diferencia (000)
Ser	269	294	25
Cope	276	261	-15
Onda Cero	139	183	45
LOS40	190	143	-47
C100	120	135	15
EsRadio	87	89	2
Dial	139	69	-70
RNE	69	67	-2
EuropaFM	40	39	-2
Kiss FM	70	37	-33
Radio 3	38	35	-4
Radio Marca	23	34	11
LOS40 Classic	35	31	-4
Rock FM	37	20	-17
Radio Olé	5	17	12
Radio 5	17	12	-5
Radio Clásica	6	6	-1
LOS40 Urban	5	3	-2
Intereconomía	0	1	1
LOS40 Dance	1	1	0
Hit FM	0	1	1
Catalunya Radio	0	1	1
Radio Libertad	1	0	-1
MegaStar FM	1	0	-1
Flaix	0	0	0

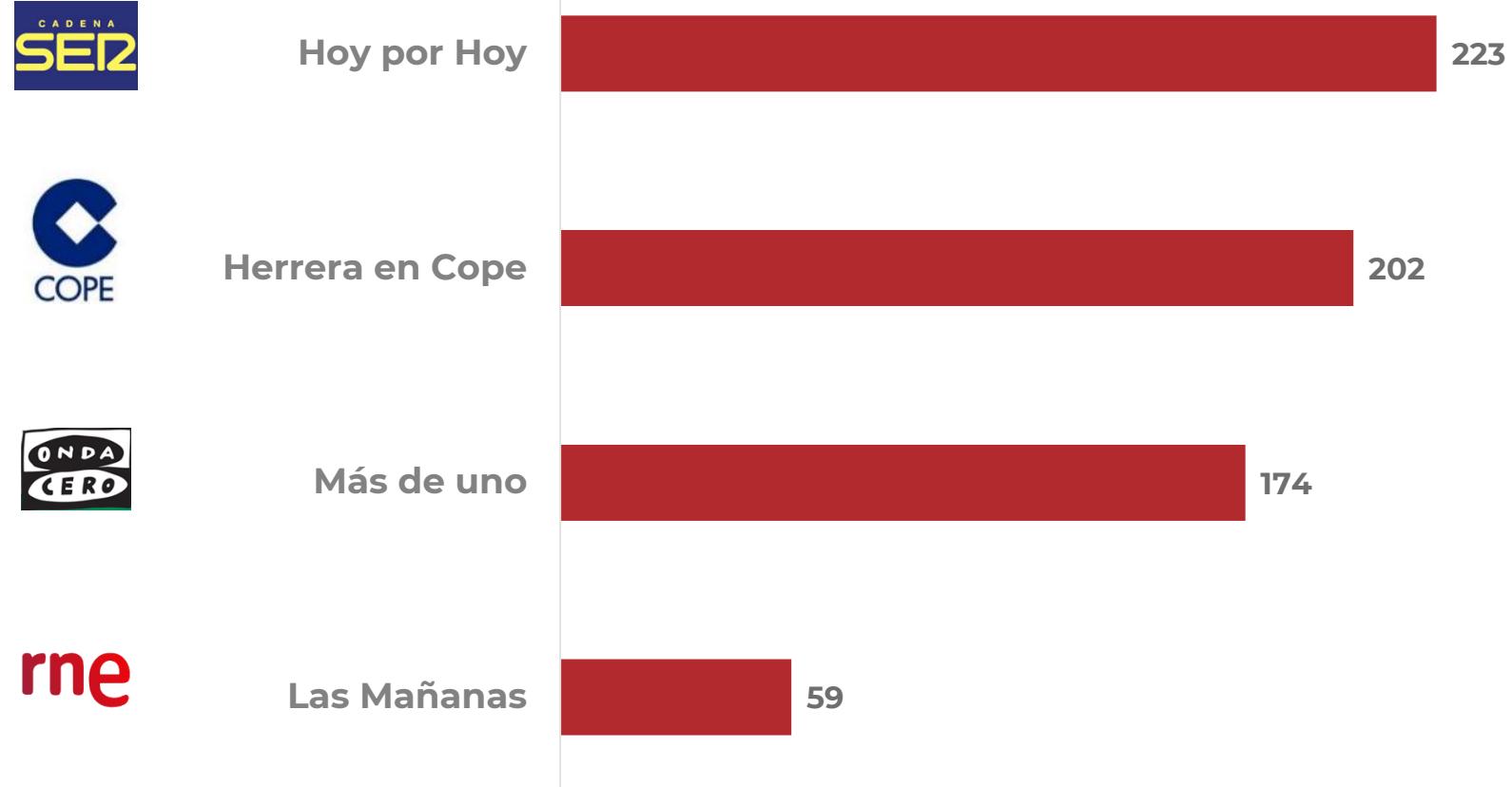
Fuente: EGM 3ª Ola 2025 vs 3ª Ola 2024. CYL. Audiencias día de ayer en miles (000) (promedio L a D).

# CONSUMO DE RADIO

AVANTE

MAÑANAS Y MORNING SHOW LABORABLES

## EMISORAS GENERALISTAS



## EMISORAS MUSICALES

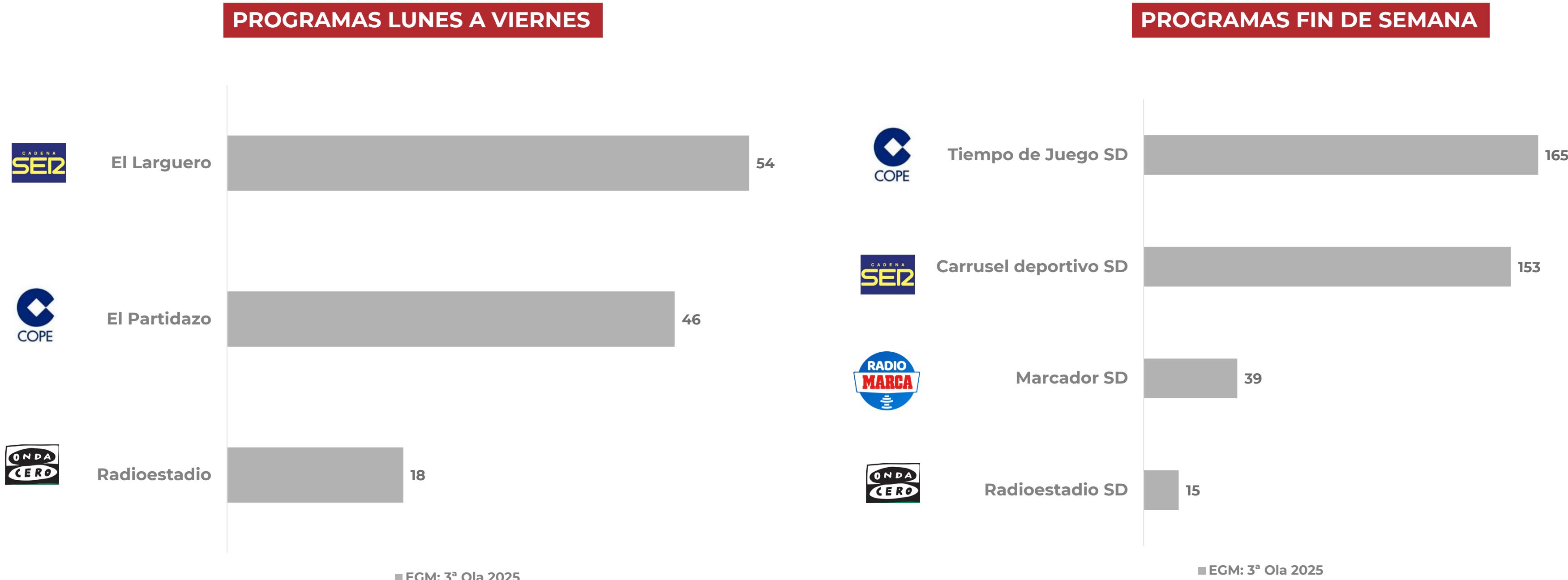


Fuente: EGM 3<sup>a</sup> Ola 2025. CYL. Audiencias día de ayer en miles (000) (promedio L a V).

# CONSUMO DE RADIO

AVANTΣ

## DEPORTES LABORABLE Y FIN DE SEMANA



Fuente: EGM 3<sup>a</sup> Ola 2025. CYL. Audiencias día de ayer en miles (000).



## 3. CONSUMO DE PRENSA

3er Acumulado  
Móvil 2025

# CONSUMO DE PRENSA

AVANTΣ

**Marca** continúa liderando el ranking, ganando 7.000 lectores. **Diario de León** le arrebata el segundo puesto a **El Norte de Castilla**, ganando 7.000 lectores. Sorprende la cantidad de lectores que pierde **El Norte de Castilla**, 27.000 en total.

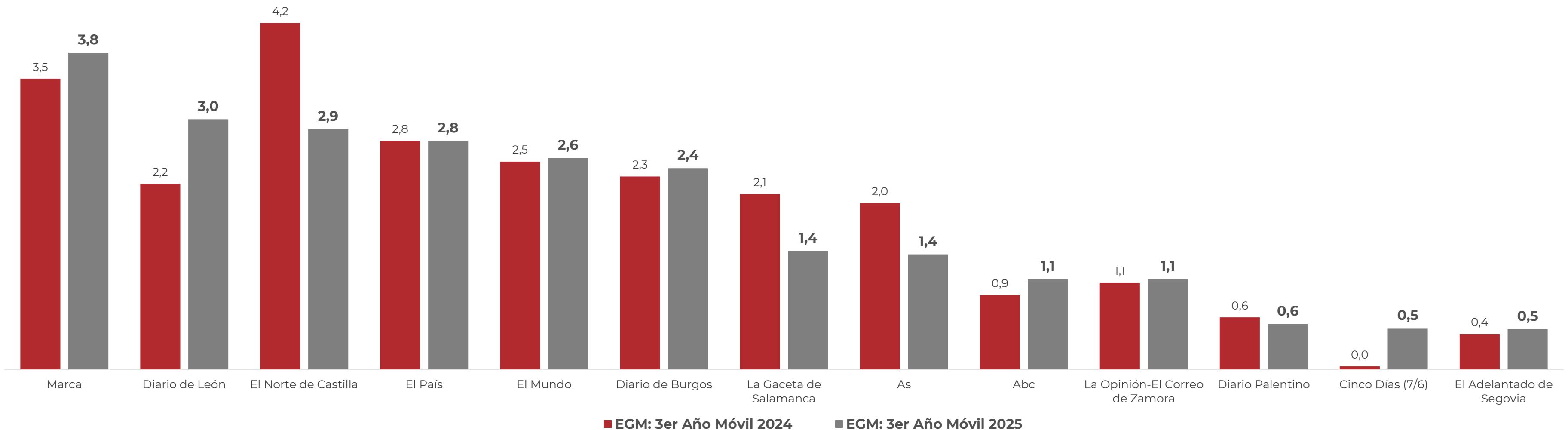
El tercer puesto lo ocupa **El País** con 59.000 lectores, seguido por **El Mundo** con 54.000 lectores y **Diario de Burgos** con 52.000. Cabe destacar que ninguno de ellos pierde lectores respecto al anterior acumulado.



# CONSUMO DE PRENSA

AVANTΣ

**MARCA** Diario de León El Norte de Castilla **EL PAÍS** **EL MUNDO** Diario de Burgos LA GACETA **as** **ABC** **La Opinión**  
El Correo de Zamora **Diario Palentino** **CincoDías** EL ADELANTADO  
DE SEGOVIA



Fuente: EGM 3er Acumulado 2025 vs 3er Acumulado 2024. CYL. Dato en % (media lectores diarios).

# CONSUMO DE PRENSA

AVANTΣ



Diarios	EGM: 3er Año Móvil	EGM: 3er Año Móvil	Diferencia (000)
	2024	2025	
Marca	75	81	7
Diario de León	48	64	17
El Norte de Castilla	89	62	-27
El País	59	59	0
El Mundo	53	54	1
Diario de Burgos	50	52	2
La Gaceta de Salamanca	45	30	-15
As	43	30	-13
La Opinión-El Correo de Zamora	22	23	1
Abc	19	23	4
Diario Palentino	13	12	-2
Cinco Días (7/6)	1	11	10
El Adelantado de Segovia	9	10	1
Mundo Deportivo	8	10	2
La Razón	9	9	-0
Expansión (7/6)	4	9	5
La Nueva Crónica	9	8	-1
El Economista (7/5)	3	8	4
El Correo	8	6	-2
Sport	2	5	2
Diario de Ávila	9	2	-7
La Vanguardia	3	1	-1
20 Minutos (7/5)	5	1	-4
La Nueva España	1	1	0
El Diario Montañés	0	1	0

Fuente: EGM 3er Acumulado 2025 vs 3er Acumulado 2024. CYL (media lectores diarios).



Móvil 2025  
3er Acumulado

## 4 . CONSUMO ONLINE

# CONSUMO ONLINE

AVANTΣ

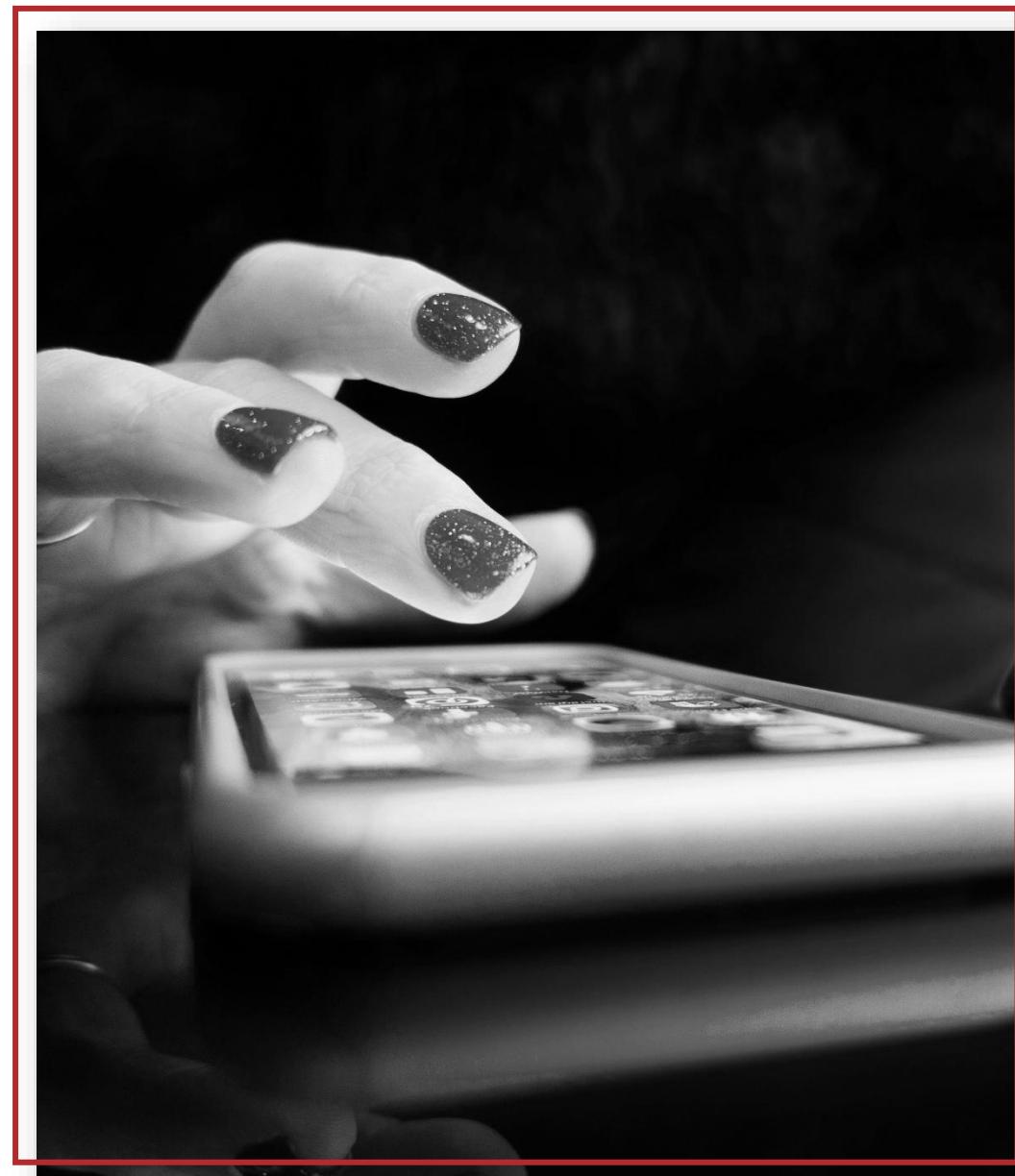
En Castilla y León, el consumo de **Mensajería Instantánea** mantiene su posición como líder indiscutible, con un **84% de penetración**, por delante de las **Redes Sociales (53,2%)** y **Búsqueda de información (52,2%)**.

Por otro lado, **YouTube** y **Facebook** pierden fuerza en la región, con una caída en alcance del **27% y 14%**, respectivamente, cediendo de nuevo la primera posición a **Instagram**, que crece un **4%** en penetración. **TikTok** continúa en cuarta posición, con una subida del casi **7%**.

En cuanto a las plataformas de vídeo bajo demanda, se sigue apostando por **Netflix**, que alcanza un **46%** de cobertura. Le sigue **Prime Video**, con una subida del **11%**.

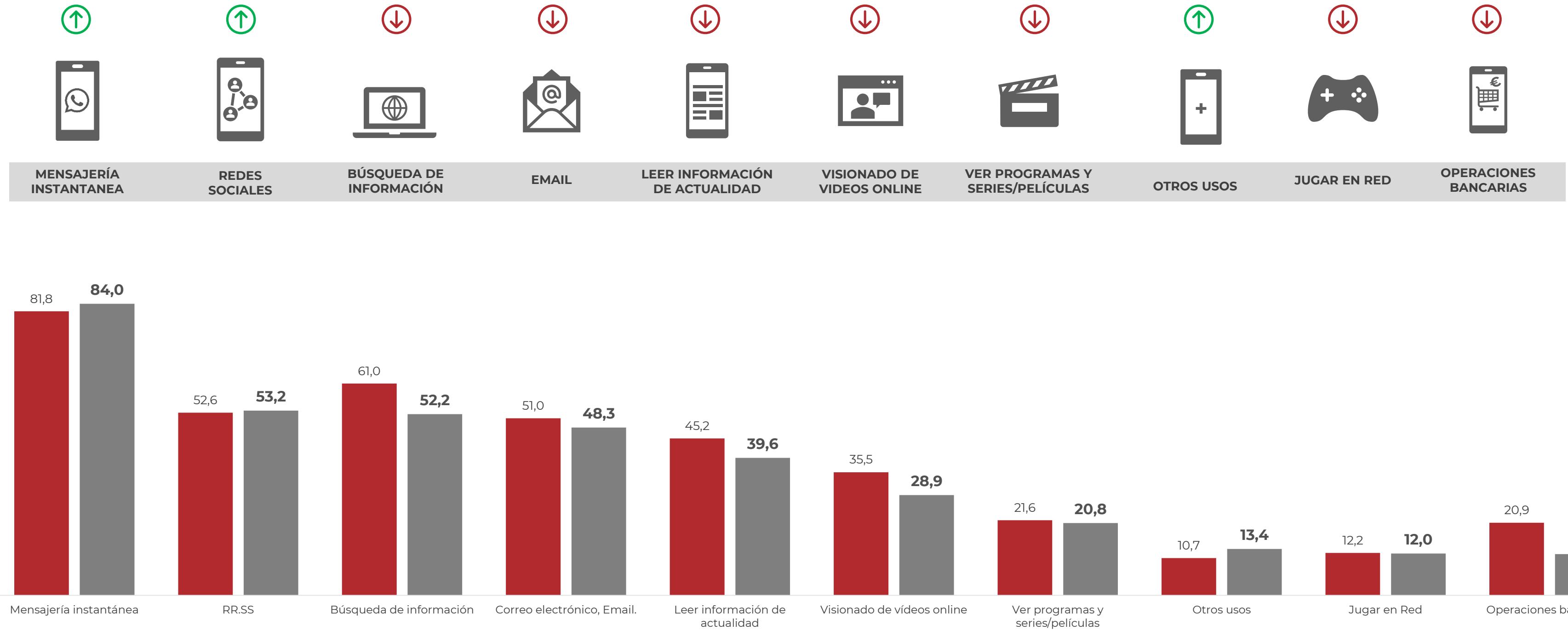
En general, todas las plataformas de vídeo aumentan su audiencia, a excepción de **HBO**, que pierde un **2,46%**.

En el ámbito de la música en streaming, **Spotify** continúa liderando con un **30%** de penetración. **YouTube Music** ocupa el segundo puesto, aunque registra una caída considerable del **11,5%**. Por su parte, **Amazon Prime Music**, que se encuentra en tercera posición, experimenta un crecimiento notable del casi 20%.



# CONSUMO ONLINE

AVANTΣ

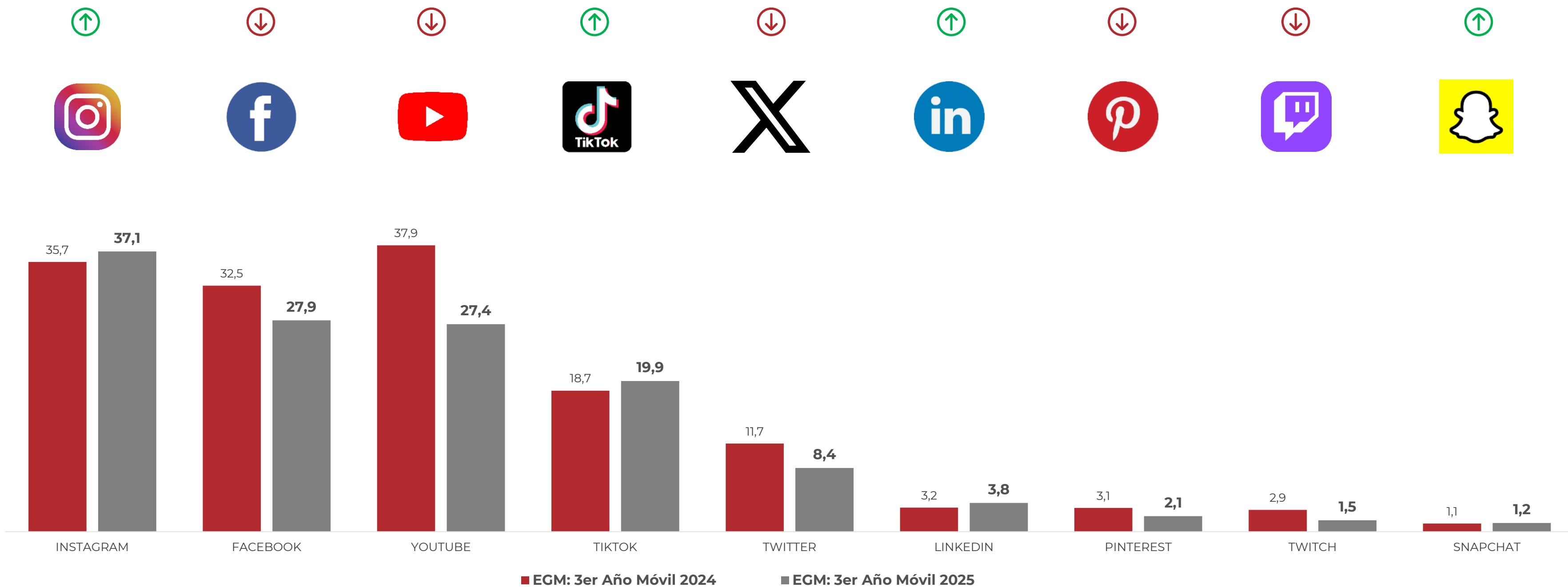


Fuente: EGM 3er Acumulado 2025 vs 3er Acumulado 2024. CYL. Dato en %.

# CONSUMO ONLINE

AVANTE

## REDES SOCIALES MÁS UTILIZADAS

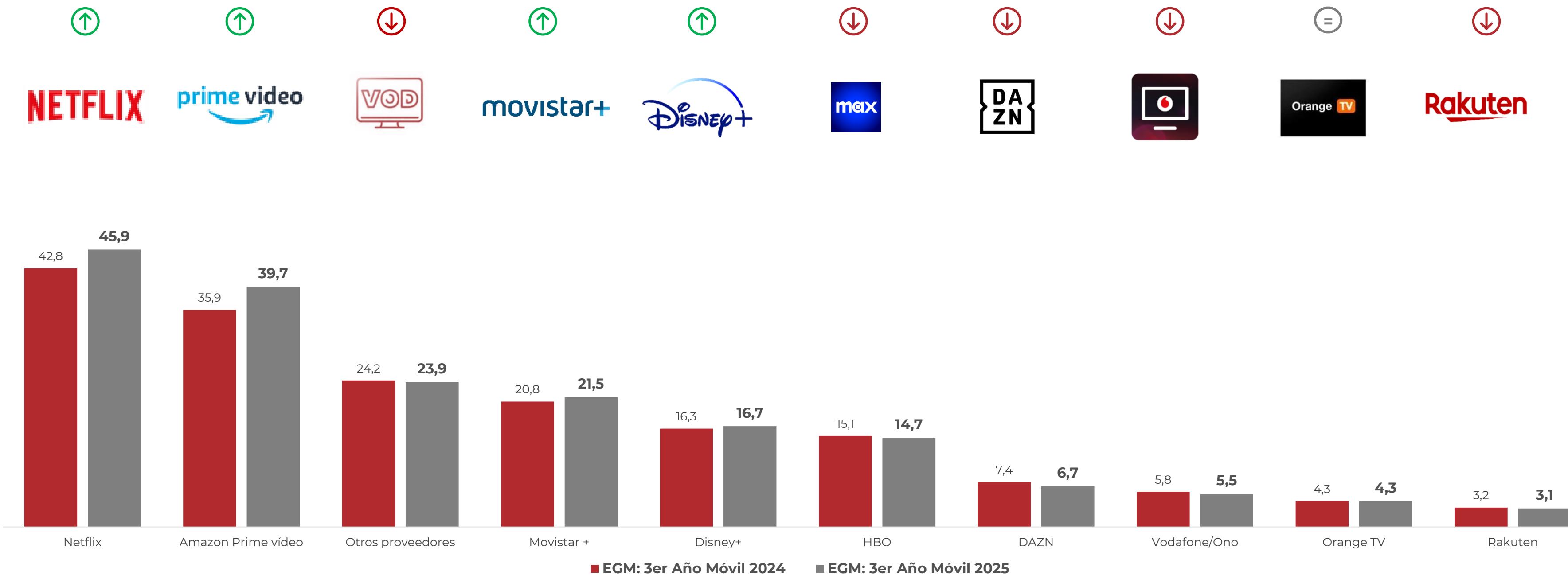


Fuente: EGM 3er Acumulado 2025 vs 3er Acumulado 2024. CYL. Dato en %.

# CONSUMO ONLINE

AVANTΣ

## PLATAFORMAS DE VOD MÁS UTILIZADAS

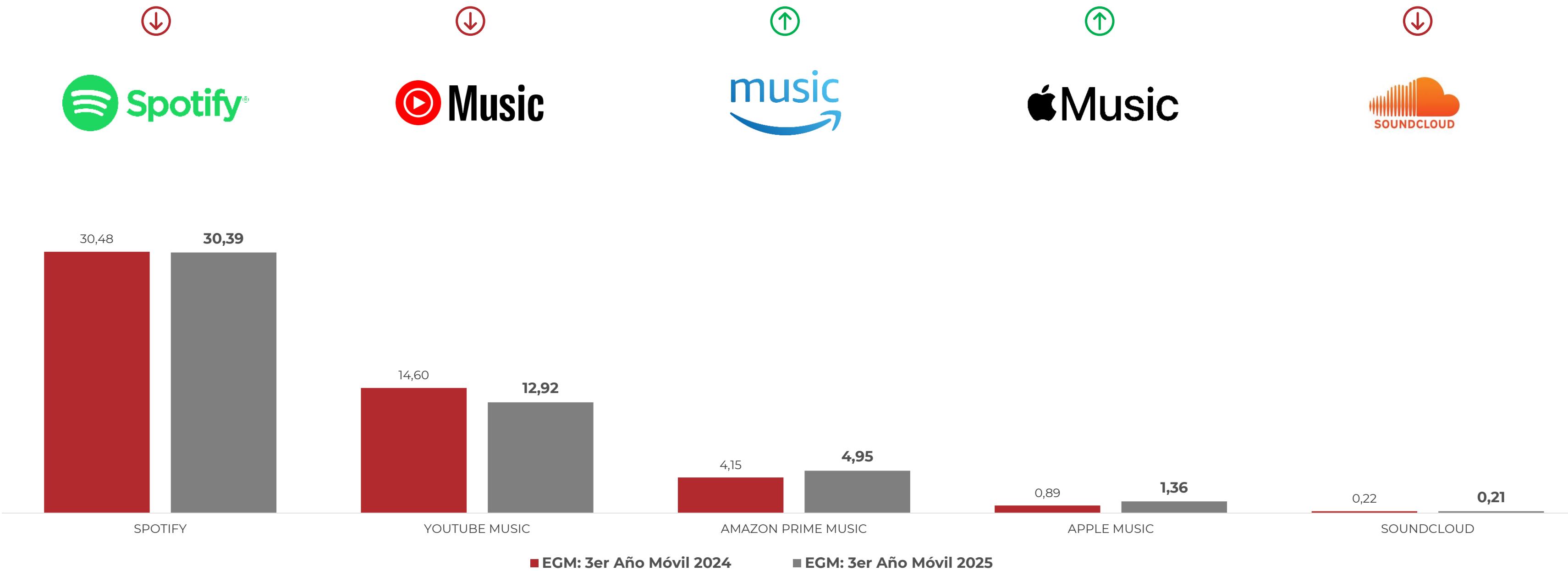


Fuente: EGM 3er Acumulado 2025 vs 3er Acumulado 2024. CYL. Dato en %.

# CONSUMO ONLINE

AVANTΣ

## MÚSICA EN STREAMING



Fuente: EGM 3er Acumulado 2025 vs 3er Acumulado 2024. CYL. Dato en %.

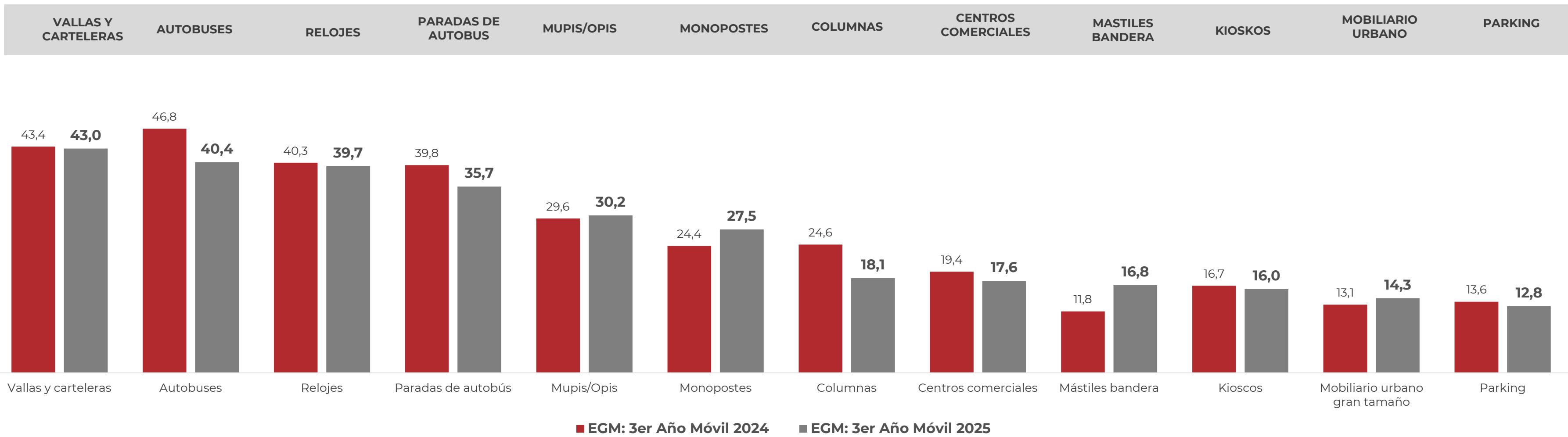
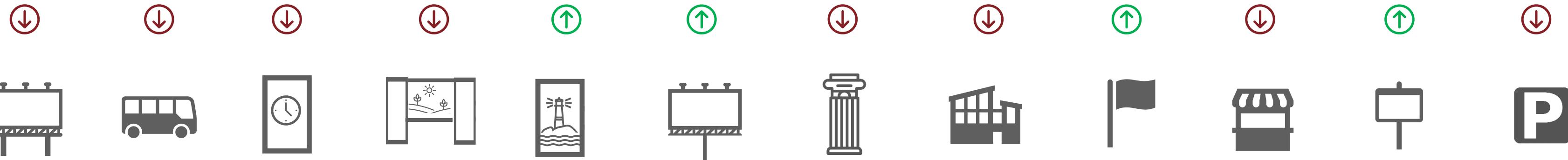


Móvil Acumulado  
2025

## 5 . CONSUMO DE EXTERIOR

# CONSUMO DE EXTERIOR

AVANTΣ



Fuente: EGM 3er Acumulado 2025 vs 3er Acumulado 2024. CYL. Audiencias última semana en %.

# CONSUMO DE EXTERIOR

AVANTΣ



Soporte	EGM: 3er Año Móvil 2024	EGM: 3er Año Móvil 2025	Diferencia (000)
<b>Vallas y carteleras</b>	922	916	-5
<b>Autobuses</b>	994	861	-133
<b>Relojes</b>	855	845	-11
<b>Paradas de autobús</b>	846	761	-85
<b>Mupis/Opis</b>	628	643	15
<b>Monopostes</b>	517	586	69
<b>Columnas</b>	523	387	-136
<b>Centros comerciales</b>	412	375	-36
<b>Mástiles bandera</b>	250	358	108
<b>Kioscos</b>	355	342	-13
<b>Mobiliario urbano gran tamaño</b>	278	305	27
<b>Parking</b>	290	272	-18
<b>TV en loterías/quinielas</b>	344	255	-89
<b>Contenedores</b>	324	224	-100
<b>Lonas publicitarias edificios</b>	221	223	2
<b>Luminosos sobre edificios</b>	209	168	-41
<b>Correos Pantallas en el exterior</b>	199	115	-84
<b>Correos Pantallas interiores</b>	124	91	-33
<b>Tren</b>	108	64	-43
<b>Aeropuertos</b>	40	22	-18
<b>Publicidad en Metro</b>	0	0	0
<b>Bicicletas</b>	0	0	0



# 6. CONSUMO DE REVISTAS

Zer Acumil ad0

Móvi | 2025

AVANTEΣ

# CONSUMO DE REVISTAS

AVANTΣ



**pronto**

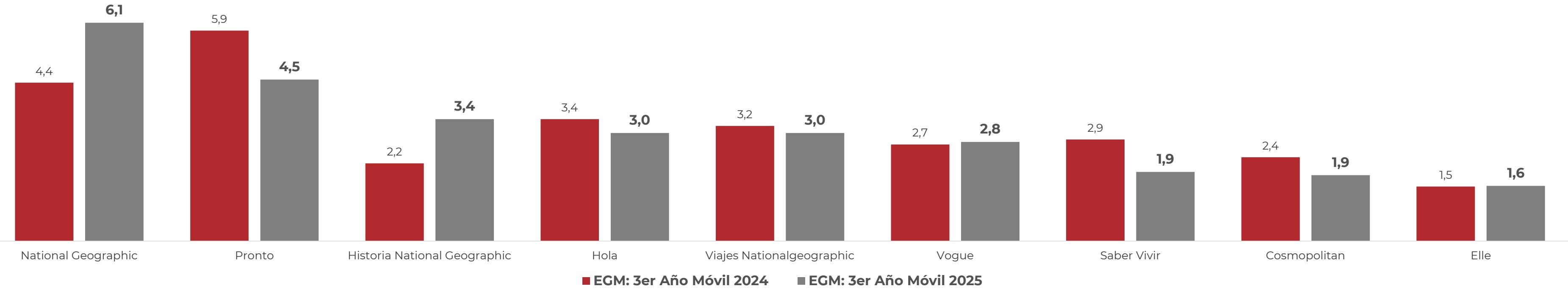


**VOGUE**



**COSMOPOLITAN**

**ELLE**



Fuente: EGM 3er Acumulado 2025 vs 3er Acumulado 2024. CYL (media lectores diarios).

# CONSUMO DE REVISTAS

AVANTΣ



Revista	EGM: 3er Año Móvil 2024	EGM: 3er Año Móvil 2025	Diferencia (000)
National Geographic	94	130	36
Pronto	125	97	-29
Historia National Geographic	46	73	27
Hola	73	65	-8
Viajes Nationalgeographic	69	64	-4
Vogue	58	59	2
Saber Vivir	60	41	-19
Cosmopolitan	50	39	-10
Elle	32	33	1
Lecturas	37	33	-4
Cosas de Casa	32	31	-0
Semana	35	31	-5
El Mueble	31	30	-0
Diez Minutos	29	30	1
Coches	22	27	6
Telva	18	25	7
Woman	28	23	-5
Mujer Hoy	17	23	6
Automóvil	19	23	4
Autopista	26	23	-3
Elle Decoration	17	22	5
Clara	22	21	-1
Conde Nast Traveler	14	20	6
Cuerpo-mente	20	19	-1

¿Quieres saber más?

# ¡GRACIAS!

**Beatriz Colomo**

Business & Client Director Castilla y León

**629 112 882**

**[beatriz.colomo@avantemedios.com](mailto:beatriz.colomo@avantemedios.com)**

**[avantemedios.com](http://avantemedios.com)**

