

**La radio en España da un gran avance en la medición de sus audiencias**



## **EL EGM INTEGRARÁ EN LA OLA DE DICIEMBRE LOS DATOS DE AUDIENCIA CENSALES DE LA ESCUCHA DE RADIO EN DIRECTO POR INTERNET**

**Se trata de la primera medición de audiencia de radio basada en datos censales a nivel internacional**

Madrid, 12 de noviembre de 2024

**En la próxima ola de EGM, la tercera de 2024, el dato de escucha por streaming/directo de las principales cadenas de radio, se obtendrá por primera vez de forma censal.**

Esta es la **primera operación de medición de audiencia a nivel mundial** en la que se integran los oyentes de radio en directo vía internet, obtenidos por procedimientos censales, con el resto de oyentes de radio que utilizan otras fuentes de señal (OM/FM, plataformas digitales en el televisor, o la escucha de podcast/diferido), obtenidos mediante encuestas.

El proyecto comenzó a idearse en 2019 y ahora verá cumplido su objetivo: poner a disposición del mercado a través de **la fuente oficial de audiencia de radio, un dato aún más robusto y con la mayor granularidad posible.**

Después de años de intenso trabajo conjunto entre las principales cadenas de radio, ODEC (la empresa que ha desarrollado el proyecto) y la dirección técnica de AIMC, el próximo 10 de diciembre, —fecha en la que se publicarán los datos de la tercera ola del EGM— se incluirá, por primera vez, la audiencia a través de Internet vía streaming/directo de las principales cadenas de radio, **obtenida directamente a partir de sus datos censales de consumo.**

**La escucha por streaming representa casi un 14% de la audiencia de radio y sigue creciendo de manera constante,** aumentando su relevancia con cada nueva ola. Este proyecto posiciona a la radio y a AIMC de forma óptima para seguir evolucionando, dado que el dato oficial de audiencia de la radio en España contará por primera vez con una medición censal y más sólida.

Con la puesta en funcionamiento de esta medición censal, **se refuerza además la metodología actual del EGM**, ya que se observa un elevado grado de cercanía entre la medición del streaming por el método anterior vs el nuevo basado en datos censales.

El proyecto ganador presentado por ODEC partía de las siguientes premisas:

- Recogida de la información de los servicios de señal en streaming directamente desde los servidores de audio de cada cadena seleccionada
- Depuración del tráfico no humano
- Homogeneización y creación de una única base, conteniendo las sesiones de escucha desde España.

El proceso de la recogida de los datos mediante logs permite obtener la información de la escucha en directo vía Internet de las cadenas de radio incluso en la mayoría de plataformas externas, lo que aporta mucha más precisión. El reto ha sido convertir unas sesiones de escucha en individuos —considerando que una misma persona puede conectarse desde varios dispositivos (teléfono, tablet, ordenador, etc.)— y asignarle sus características sociodemográficas, para lo cual se utilizan los datos del EGM.

Finalmente, esta información se traslada al EGM para cada cadena con sus respectivos promedios de día de la semana por medias horas, de manera que se **garantiza al mercado la posibilidad de seguir trabajando como hasta ahora**, con la evolución de que la parte de la escucha en directo a través de Internet estará fundamentada en datos censales y no muestrales.

**El siguiente objetivo es aplicar esta metodología para integrar de manera censal los datos de audiencia de PODCAST. Además, el éxito de este proyecto abre las puertas a utilizar un sistema similar, censal, en la medición de las audiencias de otros medios a través de Internet.**

En el proyecto actual participan un total de 36 cadenas de radio pertenecientes a los siguientes grupos de comunicación:

PRISA (SER) · Ábside Media (COPE) · Atresmedia (Onda Cero) · 3Cat (Catalunya Ràdio) · Grupo GODÓ (RAC1)  
· RTVA (Canal Sur) · KISS (Kiss FM) · Radio MARCA · RTVE (RNE) · Grup FLAIX · Esradio

#### Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 117 empresas asociadas, entre las que se encuentran los medios de comunicación (canales de televisión, cadenas y emisoras de radio, sitios de Internet, periódicos, revistas, distribuidoras de publicidad en cine, exclusivistas de exterior, etc.) y empresas del sector publicitario (anunciantes, agencias de medios, consultores, etc.). Sus fines son la investigación, medición y control de la audiencia de los diferentes medios para distribuir sus informes entre sus asociados. En 2018, la asociación conmemoró el 50º Aniversario del EGM, estudio del que es gestora desde 1988 y que ofrece el conocimiento más riguroso, objetivo y transparente sobre el consumo de los medios de comunicación en España, además de estar elaborado con el máximo consenso de todos sus asociados.

Para más información: <https://www.aimc.es/>