



OCTUBRE 2006 A
MAYO DE 2007

RESUMEN
GENERAL



FICHA TÉCNICA

Universo: población de 14 o más años (37.911.000 individuos)

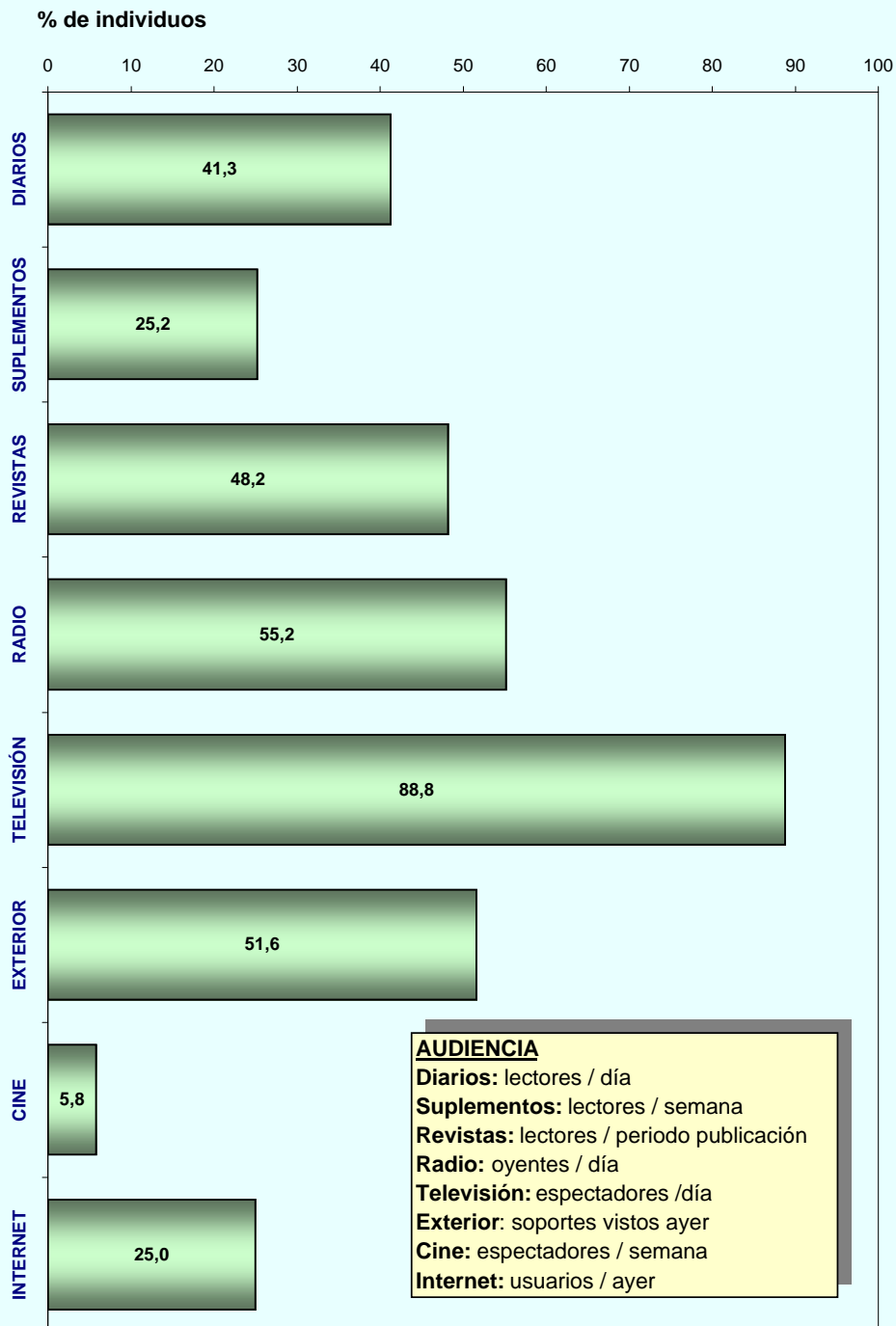
Muestra anual tres últimas olas: 45.045 (+37.622 ampliación medio radio: EGM RADIO XXI,
+32.189 ampliación medio prensa: EGM PRENSA)

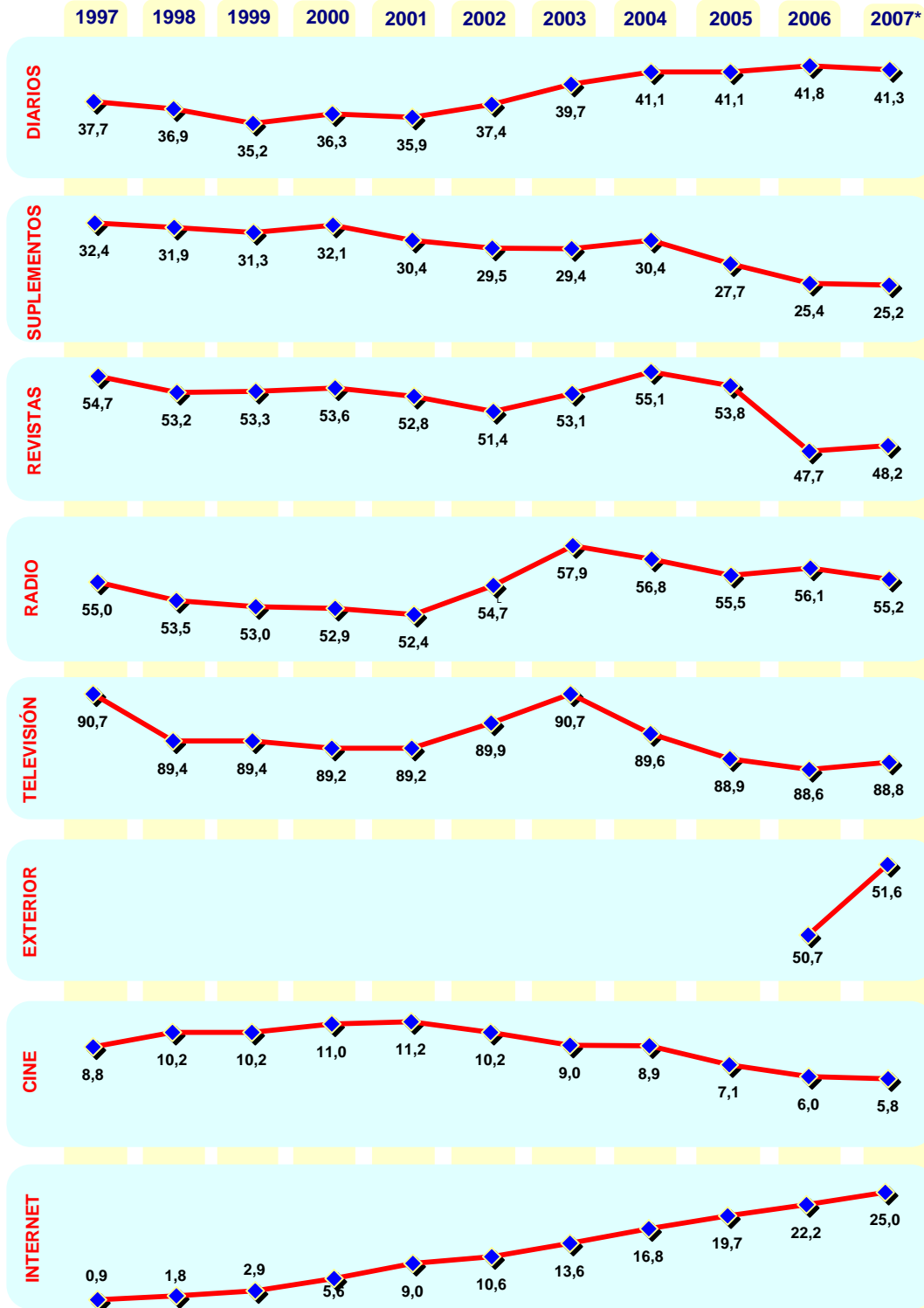
Método de recogida de información: entrevista "face to face" (+ entrevista telefónica para ampliación radio y prensa)

© AIMC - Prohibida su reproducción total o parcial sin citar a AIMC como fuente y titular de la información y datos.

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

PENETRACIÓN %



AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS
EVOLUCIÓN (Penetración %)


* Octubre de 2006 a Mayo de 2007

© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI / EGM PRENSA

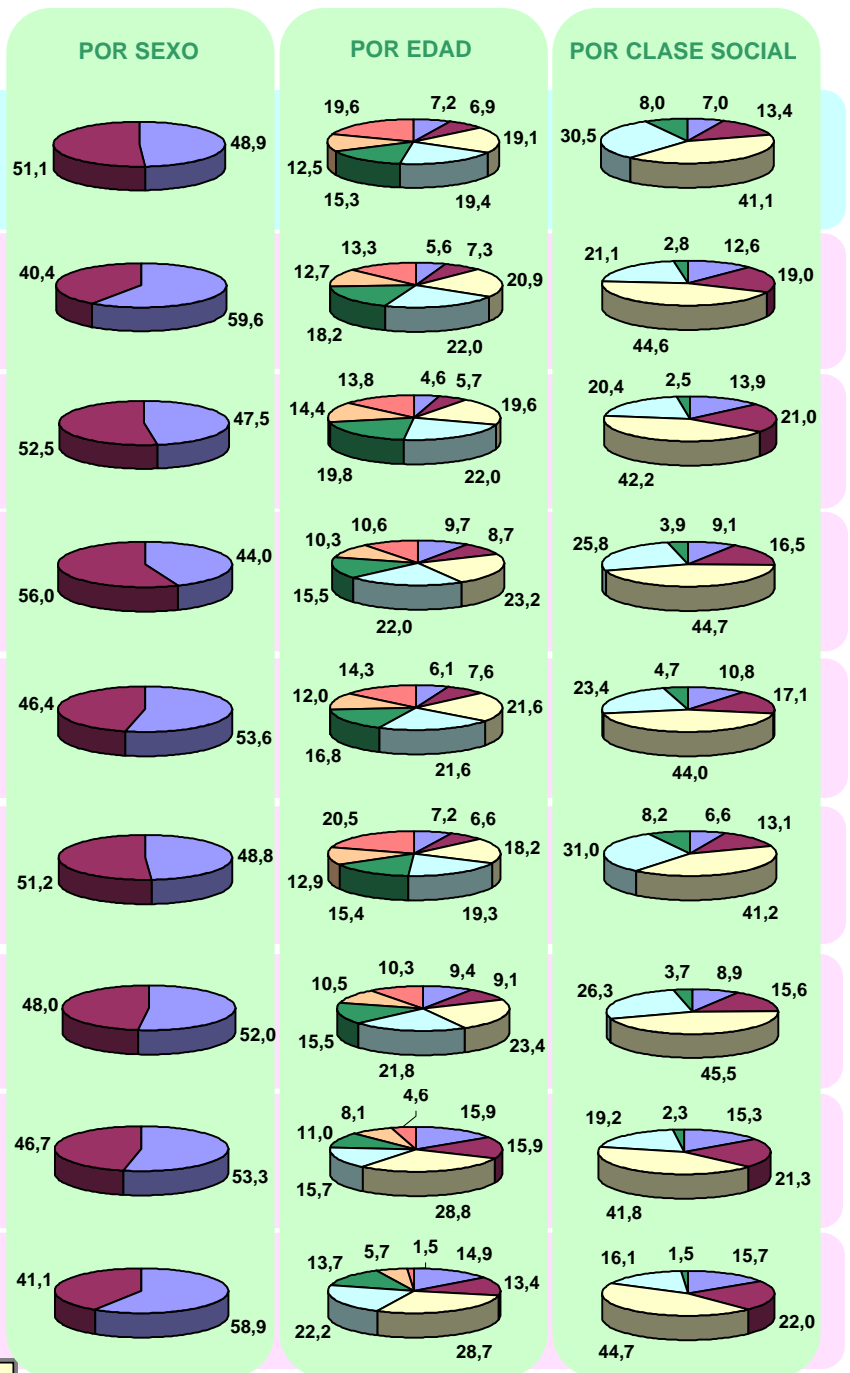
AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



PERFIL %

Individuos (000)

POBLACIÓN	37.911
DIARIOS	15.669
SUPLEMENTOS	9.553
REVISTAS	18.266
RADIO	20.939
TELEVISIÓN	33.661
EXTERIOR	19.550
CINE	2.184
INTERNET	9.475



AUDIENCIA
Diarios: lectores / día
Suplementos: lectores / semana
Revistas: lectores / periodo publ.
Radio: oyentes / día
Televisión: espectadores / día
Exterior: soportes vistos ayer
Cine: espectadores / semana
Internet: usuarios / ayer

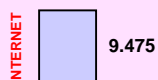
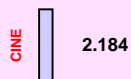
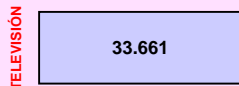
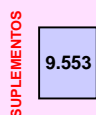
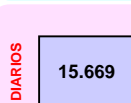
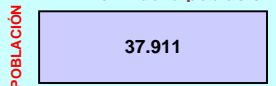
- Hombre
- 14 a 19 años
- Alta
- Mujer
- 20 a 24 años
- Media alta
- 25 a 34 años
- 35 a 44 años
- Media media
- 45 a 54 años
- Media baja
- 55 a 64 años
- Baja
- 65 y más años

© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI / EGM PRENSA

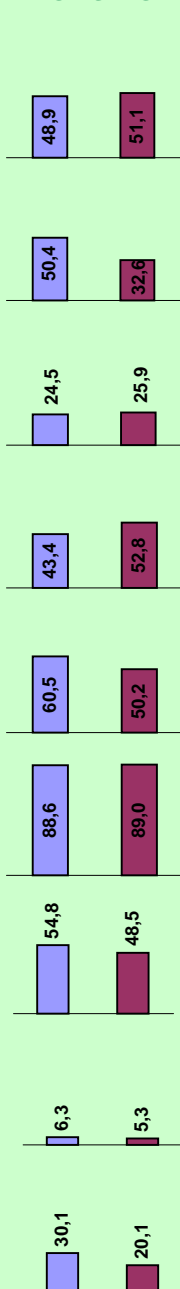
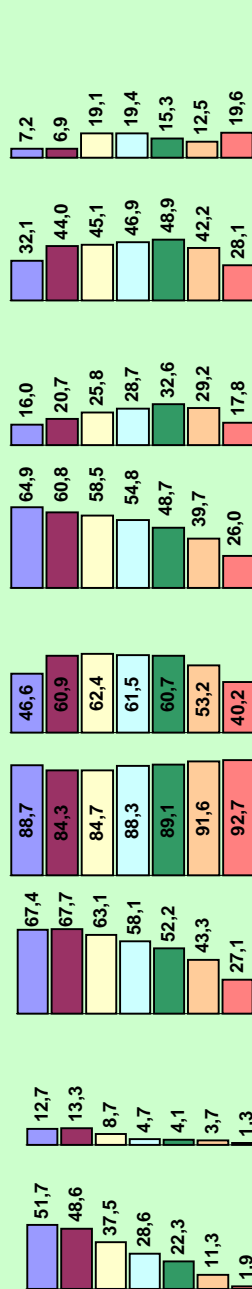
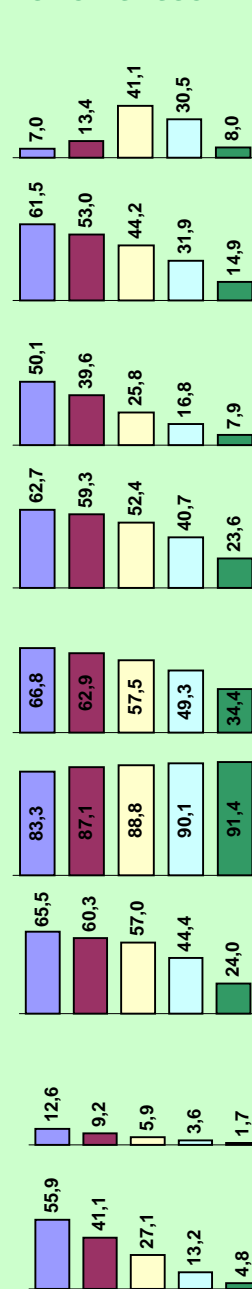
AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

PENETRACIÓN %
Individuos (000)

Perfil de la población


AUDIENCIA

Diarios: lectores / día
Suplementos: lectores / semana
Revistas: lectores / periodo publ.
Radio: oyentes / día
Televisión: espectadores / día
Exterior: soportes vistos ayer
Cine: espectadores / semana
Internet: usuarios / ayer

POR SEXO

POR EDAD

POR CLASE SOCIAL

 ■ Hombre
 ■ Mujer

 ■ 14 a 19 años
 ■ 20 a 24 años
 ■ 25 a 34 años
 ■ 35 a 44 años
 ■ 45 a 54 años
 ■ 55 a 64 años
 ■ 65 y más años

 ■ Alta
 ■ Media alta
 ■ Media media
 ■ Media baja
 ■ Baja

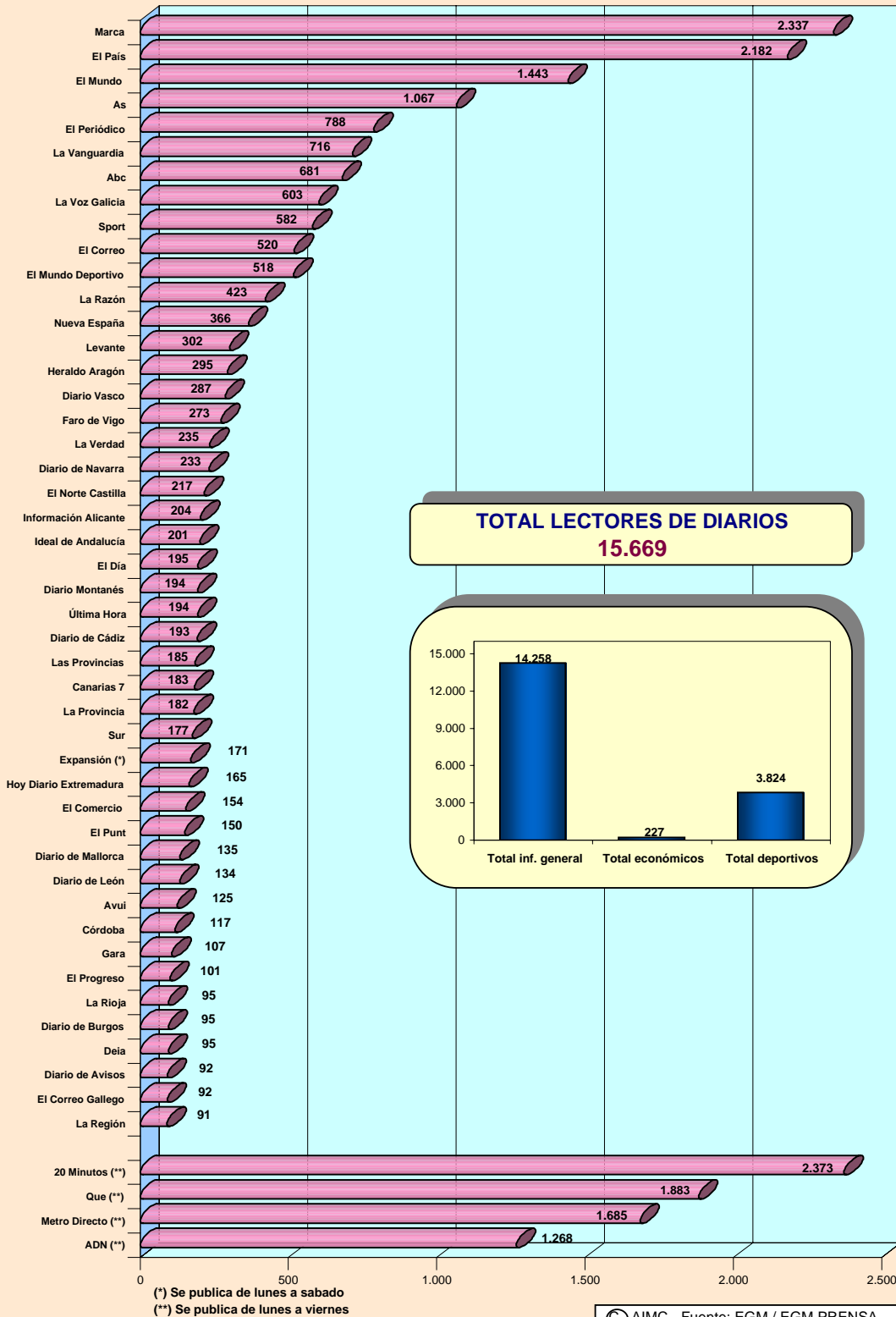
© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI / EGM PRENSA

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS



DIARIOS

Lectores / día (000)

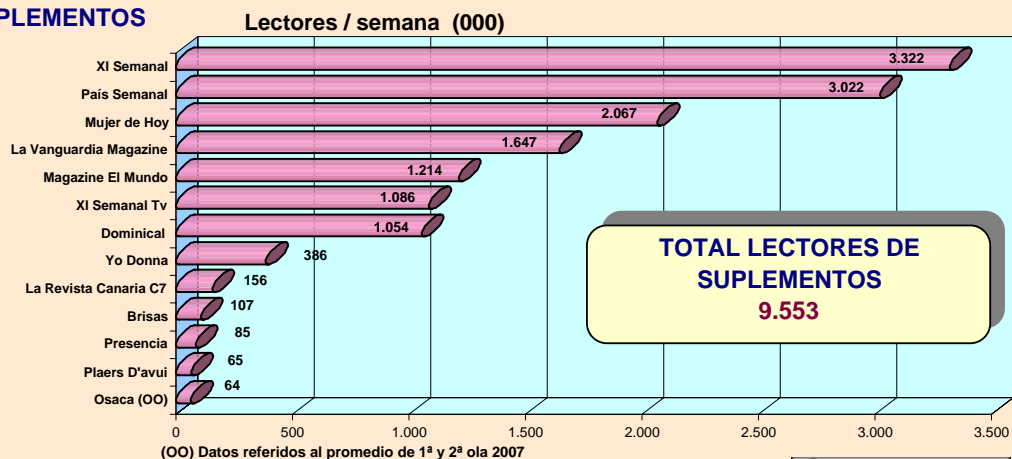


© AIMC - Fuente: EGM / EGM PRENSA

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

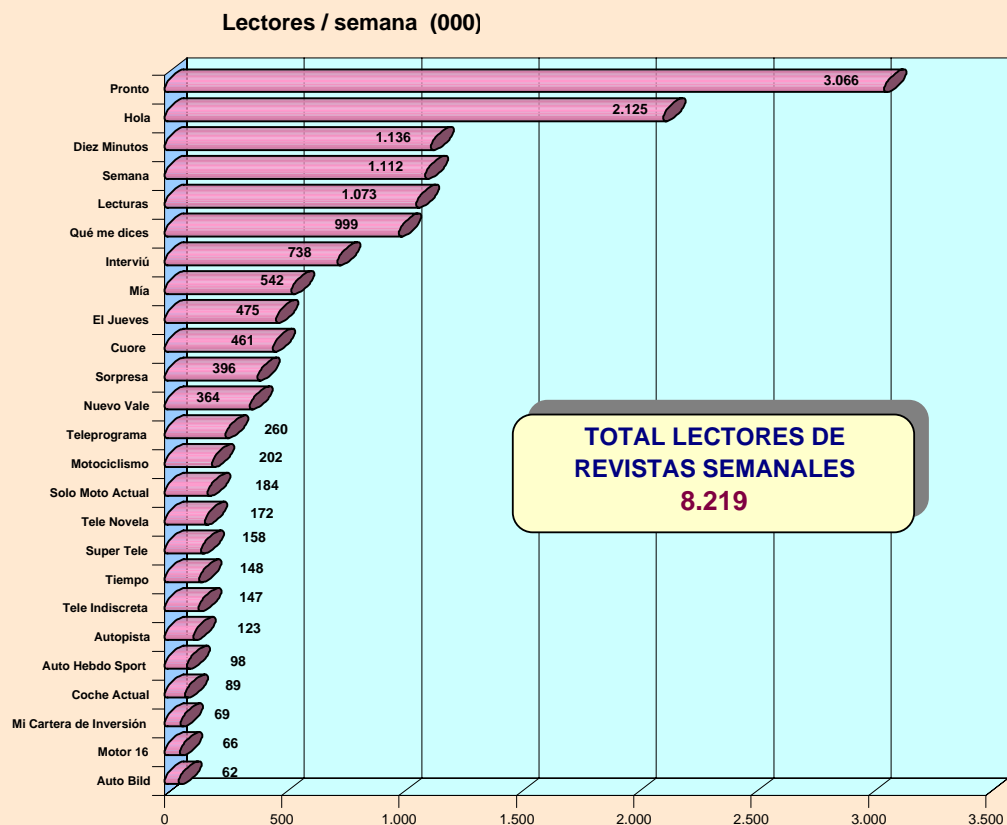


SUPLEMENTOS



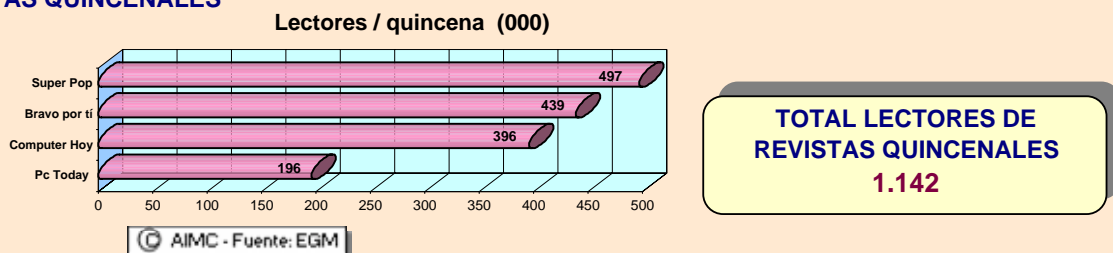
AIMC - Fuente: EGM

REVISTAS SEMANALES



AIMC - Fuente: EGM

REVISTAS QUINCENALES

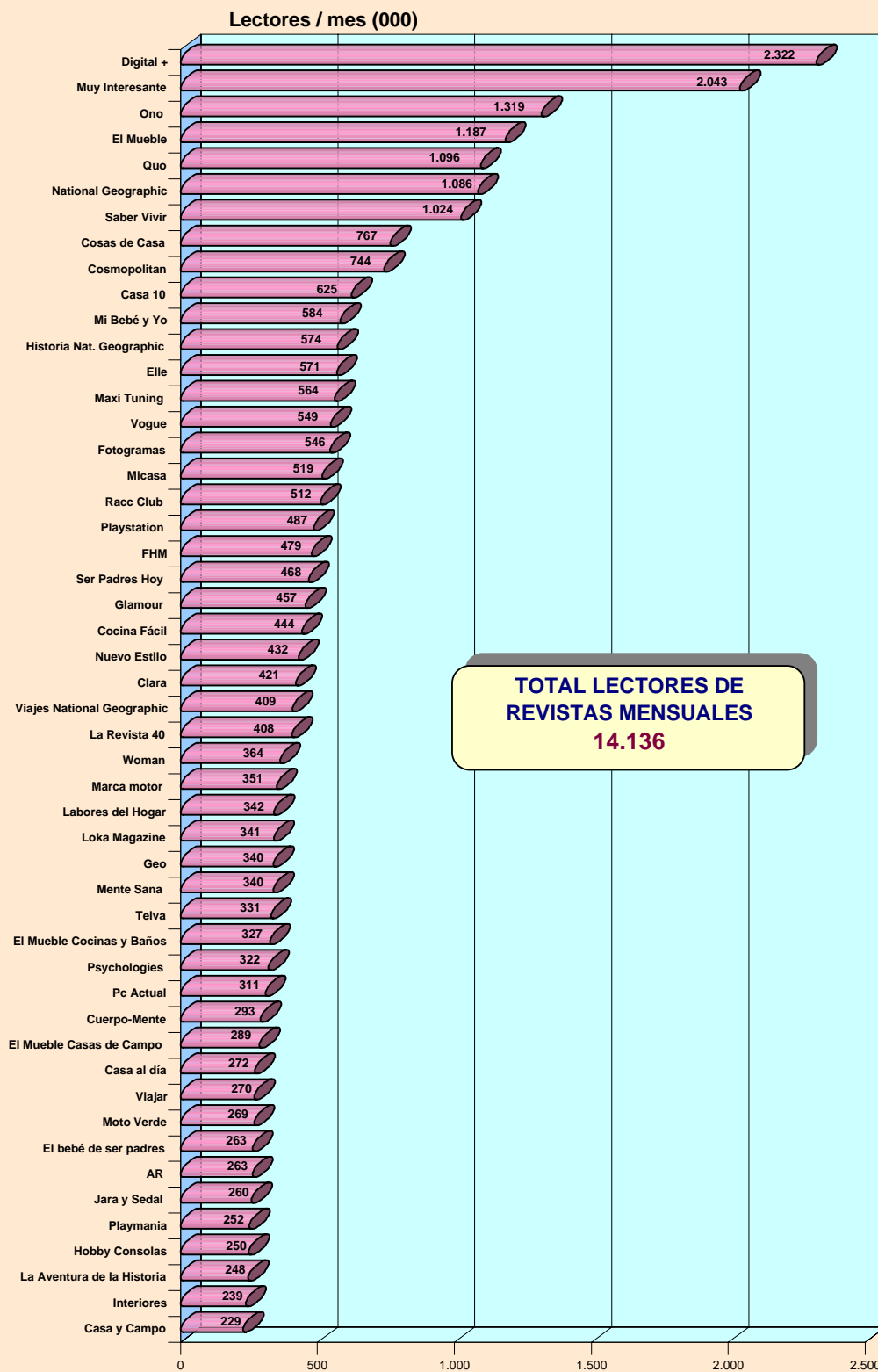


AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS



REVISTAS MENSUALES

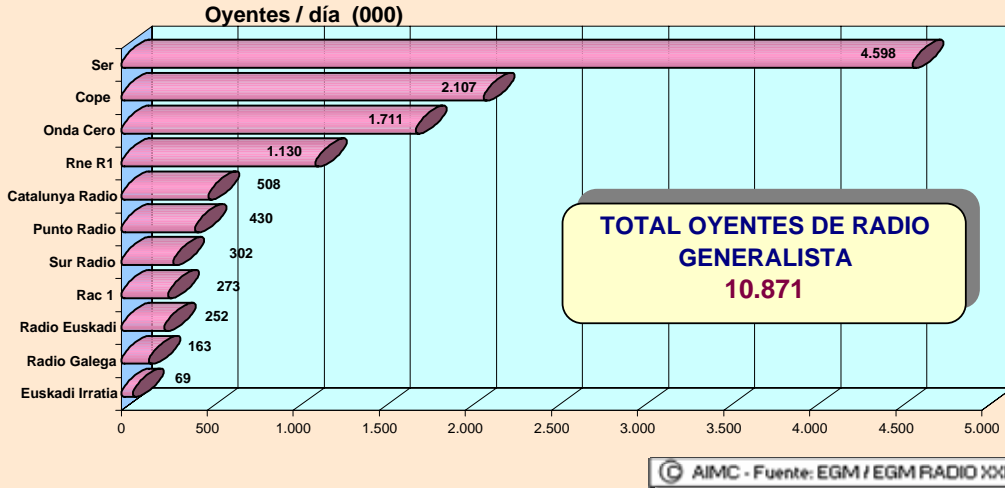


AIMC - Fuente: EGM

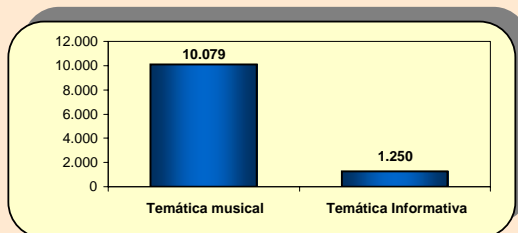
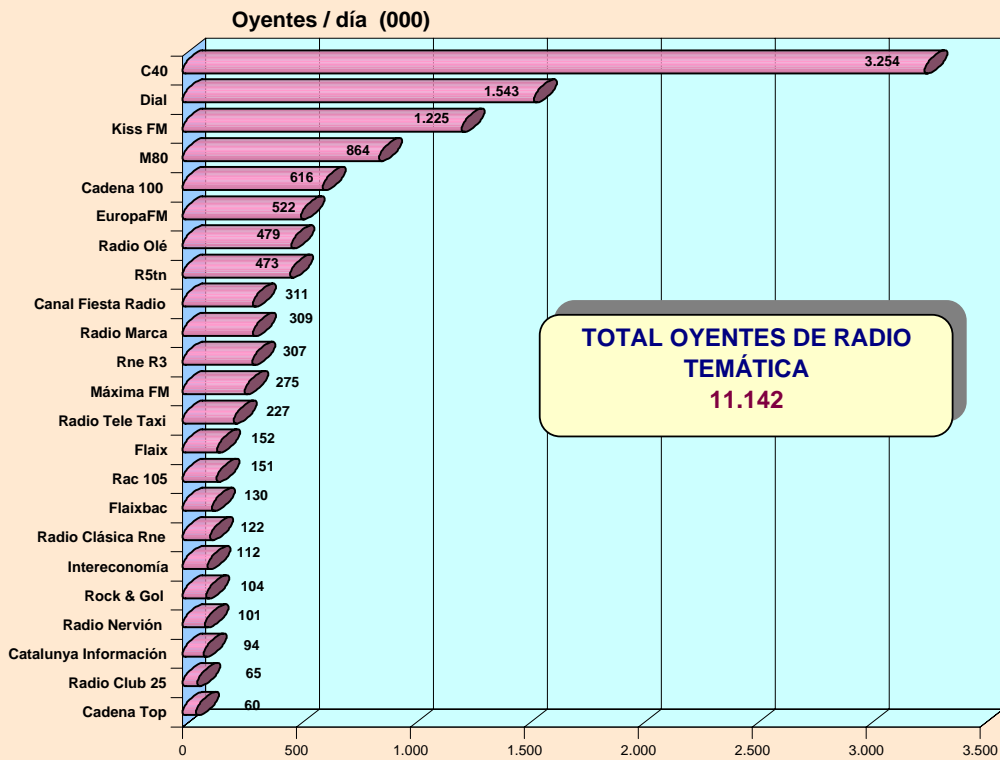
RANKING DE EMISORAS DE RADIO



RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)



RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)

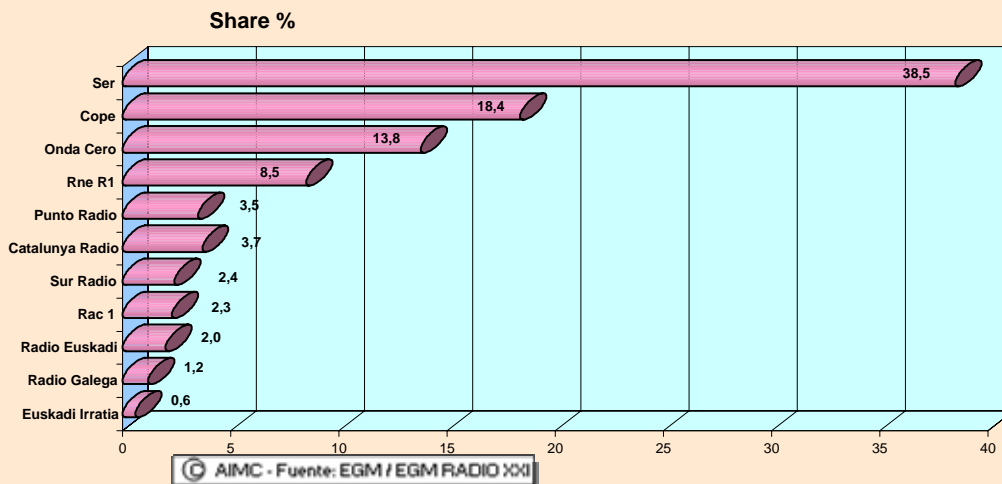


© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

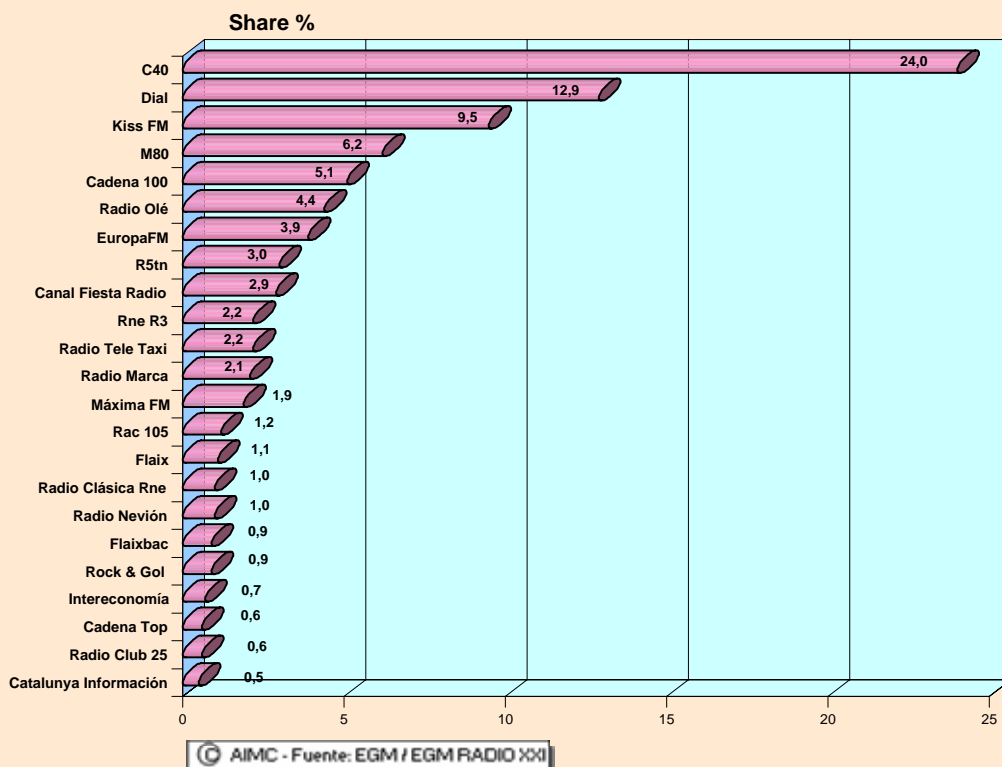
RANKING DE EMISORAS DE RADIO



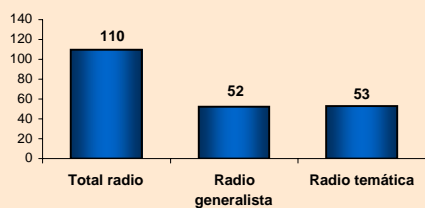
RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)



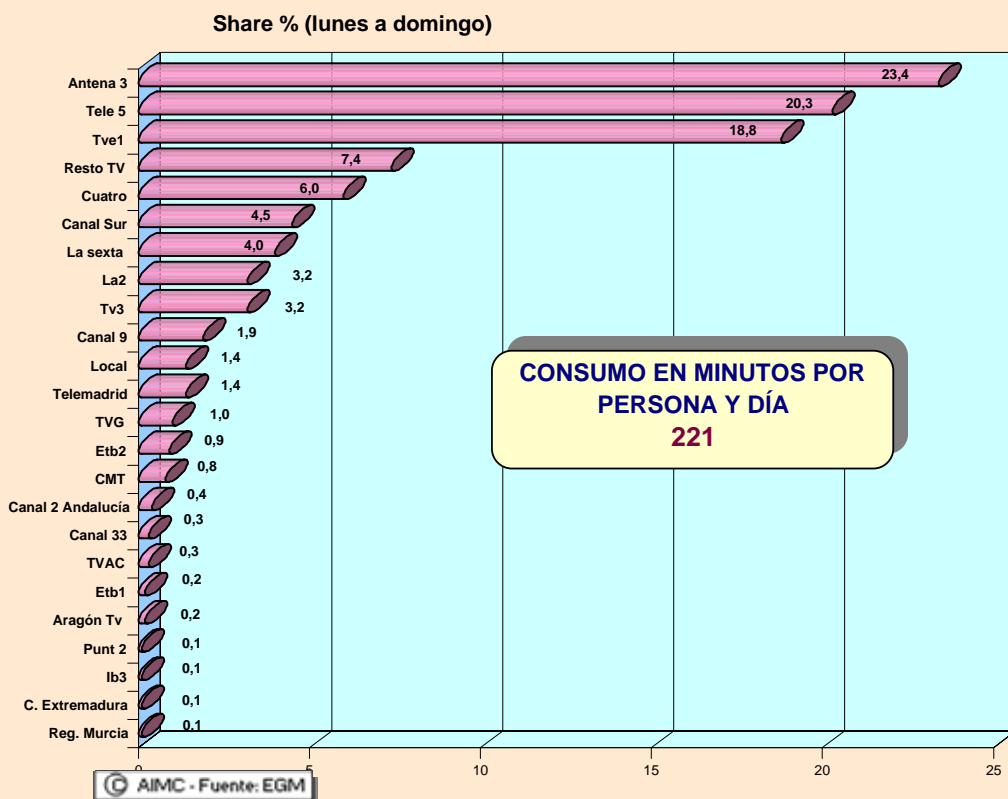
RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)



CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA (lunes a domingo)



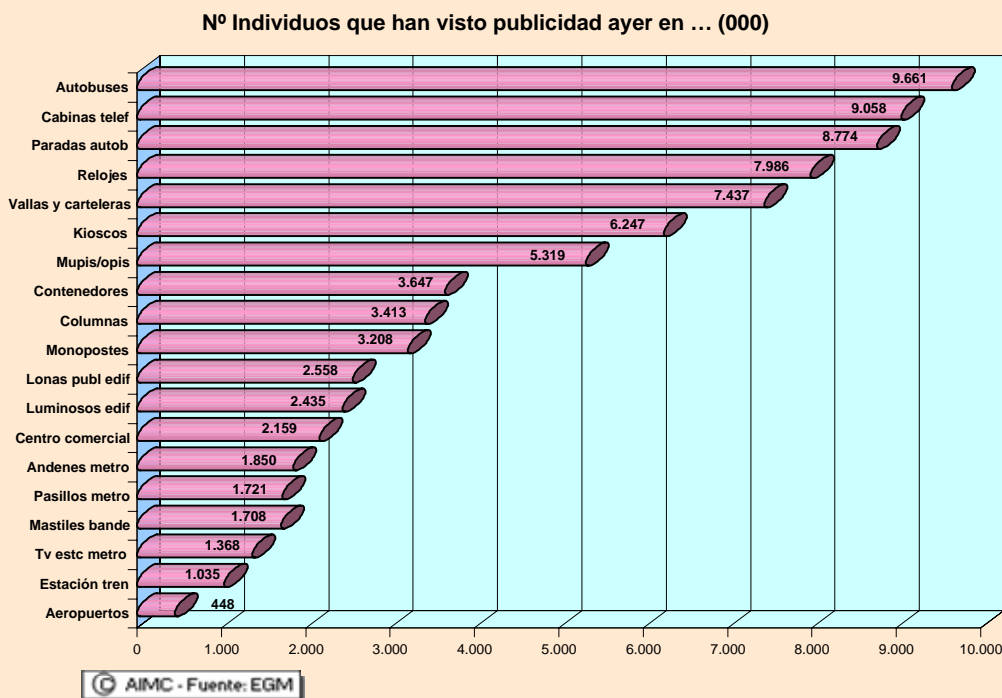
RANKING DE CADENAS DE TELEVISIÓN



CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA
221

EXTERIOR

RANKING TIPOLOGÍA DE SOPORTES

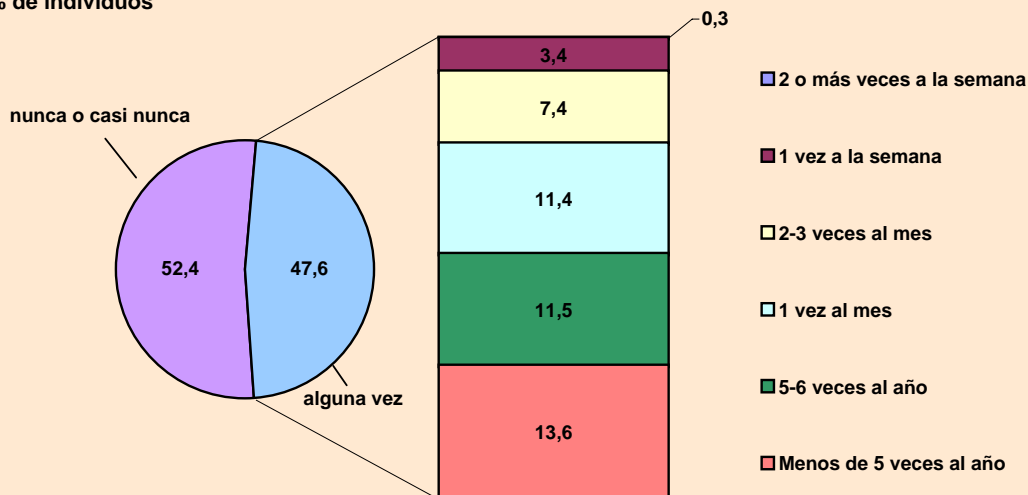


CINE



HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE

% de individuos



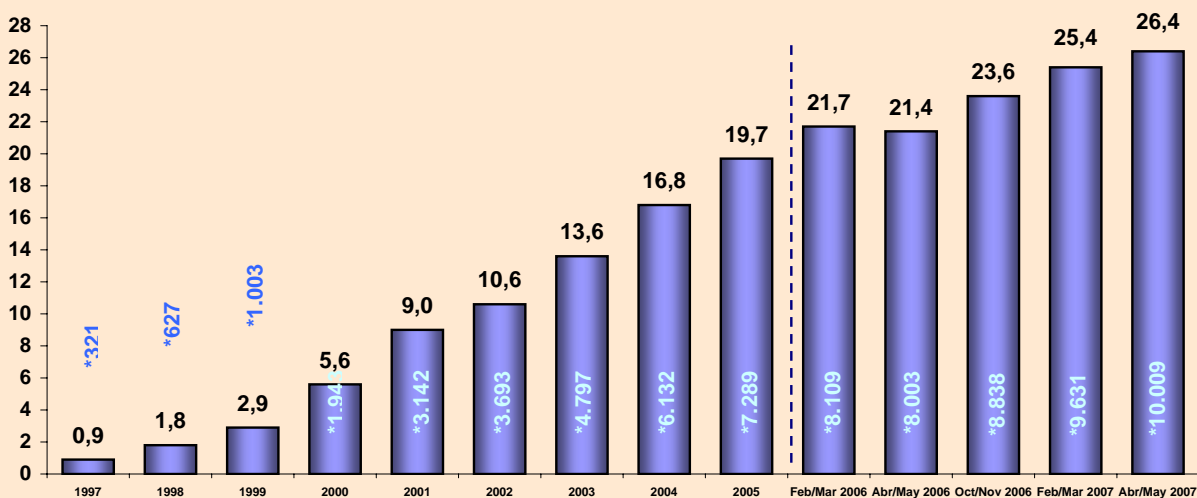
© AIMC - Fuente: EGM

INTERNET

EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET AYER

(DATOS POR OLA)

% individuos



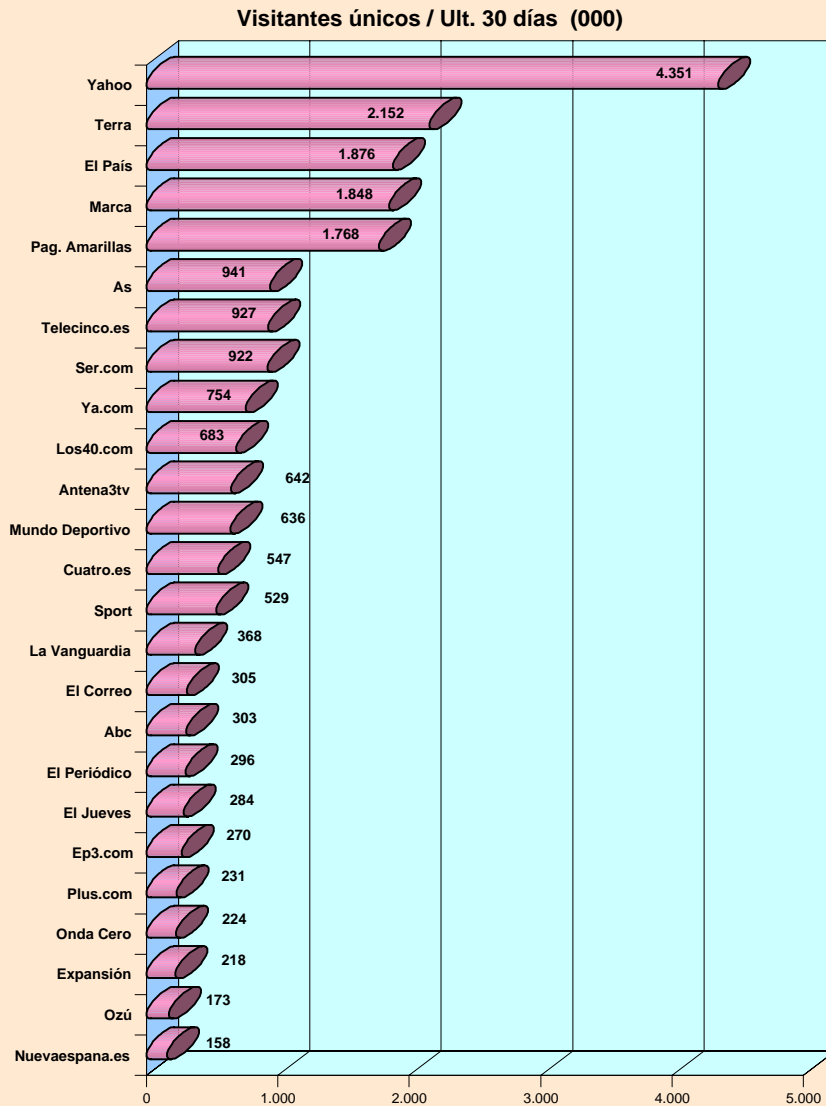
© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE SITIOS DE INTERNET



SITIOS DE INTERNET*

(DATOS POR OLA)



* NOTA: Información referida exclusivamente a los sitios controlados por el EGM

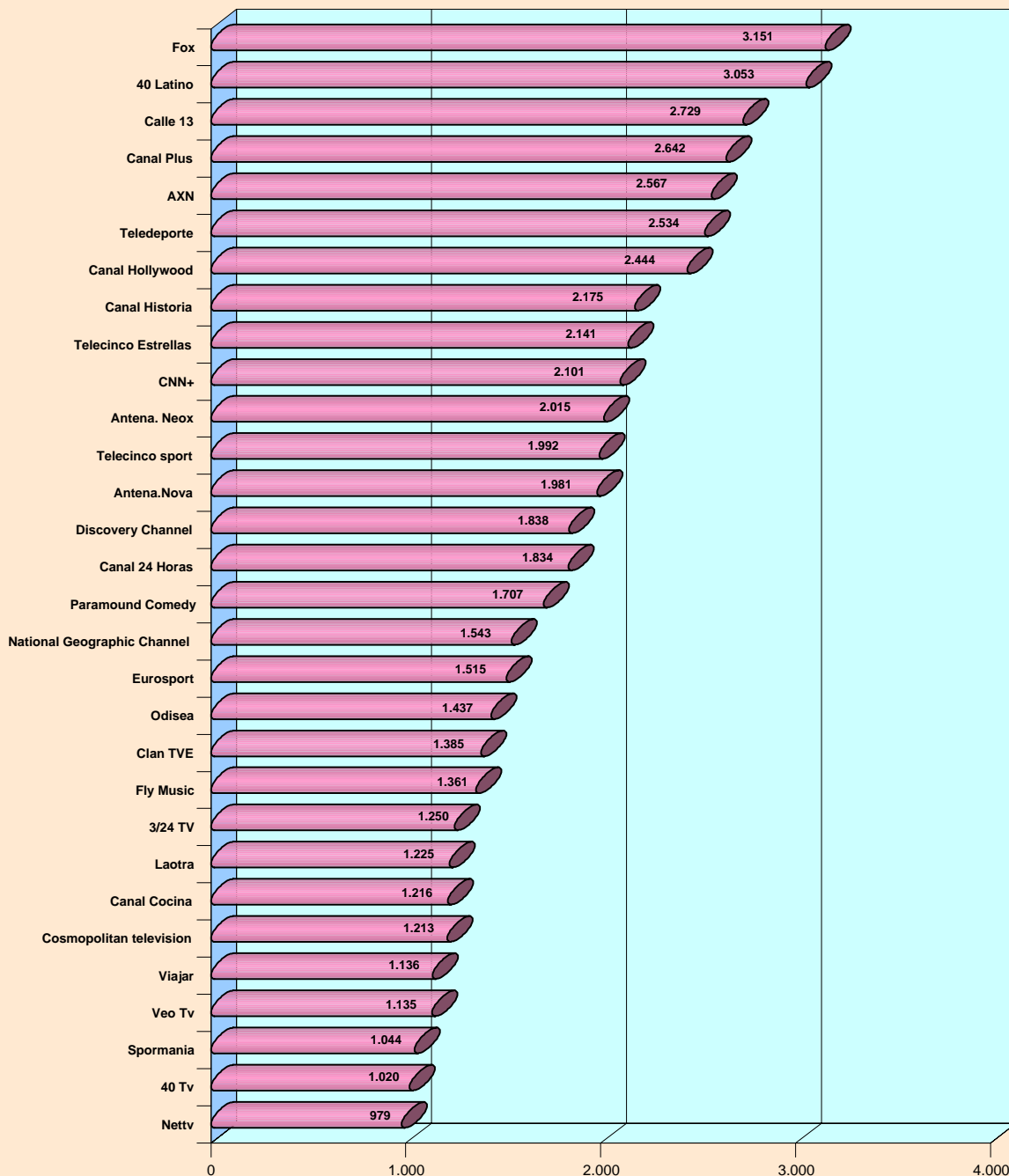
© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE CANALES TEMÁTICOS



CANALES TEMÁTICOS*

Audiencia Últimos 30 días (000)



* NOTA: y otros canales difundidos por sistema multicanal.

© AIMC - Fuente: EGM