



ABRIL 2015 a MARZO 2016

RESUMEN GENERAL

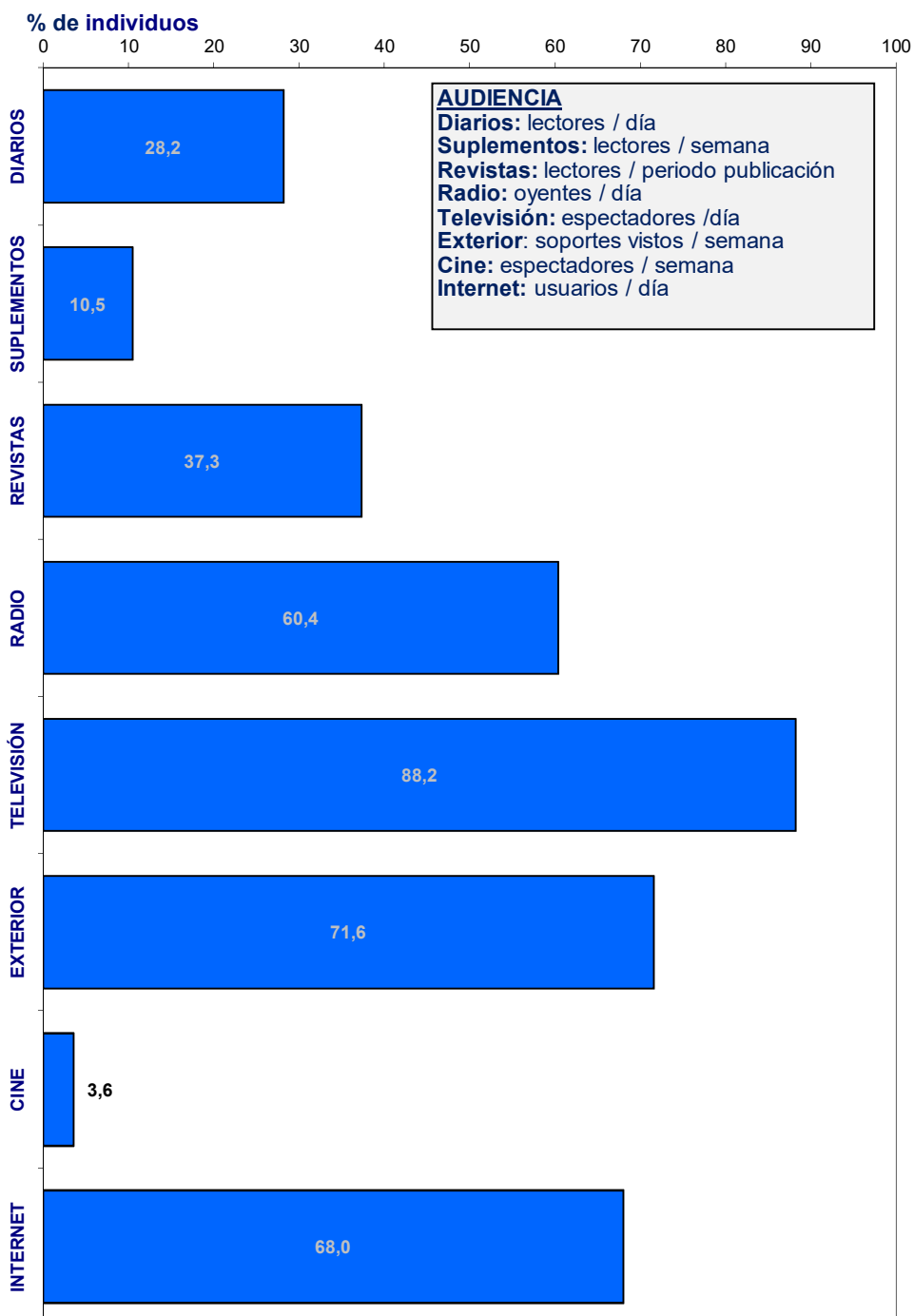
The logo for EGM, consisting of the letters 'EGM' in a bold, blue, sans-serif font. The letters are stylized with a slight shadow effect.

EGM

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

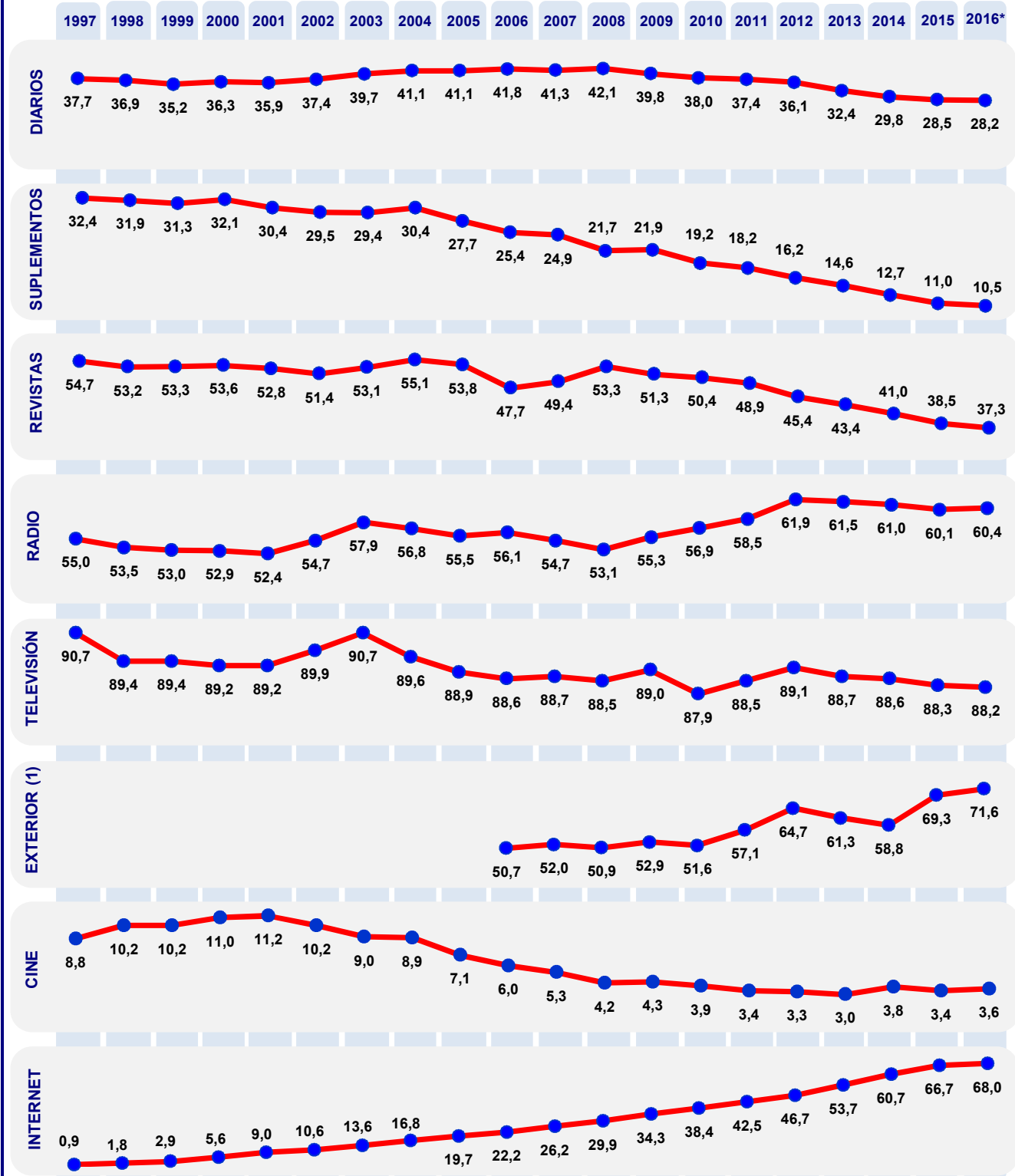


PENETRACIÓN %



© AIMC - Fuente: EGM

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

EVOLUCIÓN (Penetración %)


(1) La consideración de último periodo para el medio Exterior pasa de Ayer a Última Semana a partir de la 1ª ola 2015

* Abril de 2015 a Marzo de 2016

© AIMC - Fuente: EGM

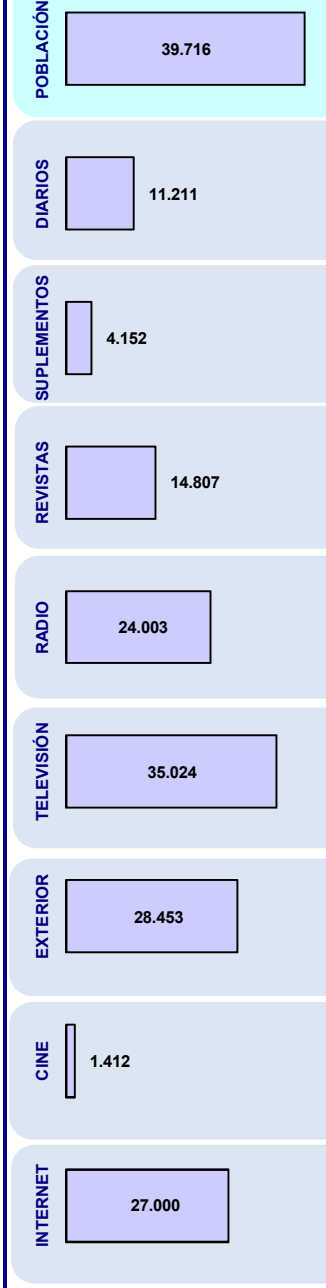
AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



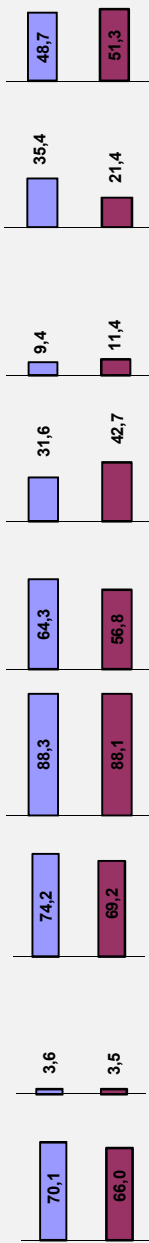
PENETRACIÓN %

Individuos (000)

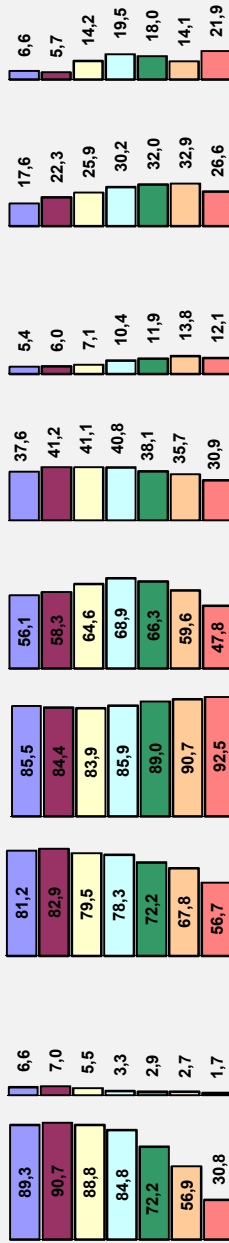
Perfil de la población



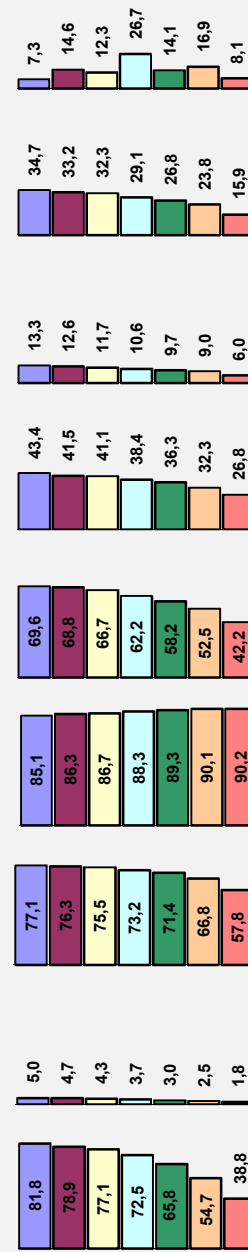
POR SEXO



POR EDAD



POR ÍNDICE SOCIOECONÓMICO



AUDIENCIA

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

■ 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

■ IA1
 ■ IA2
 ■ IB
 ■ IC
 ■ ID
 ■ IE1
 ■ IE2

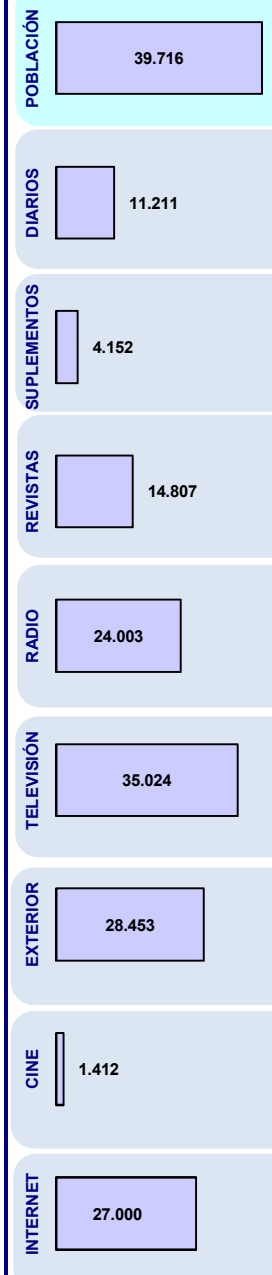
© AIMC - Fuente: EGM

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

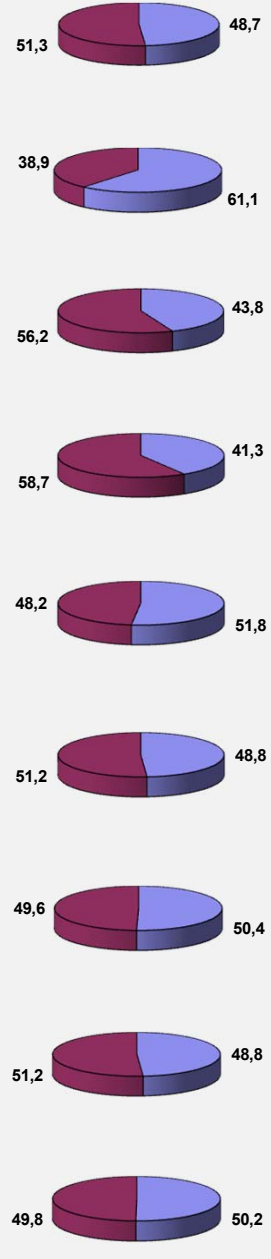


PERFIL %

Individuos (000)



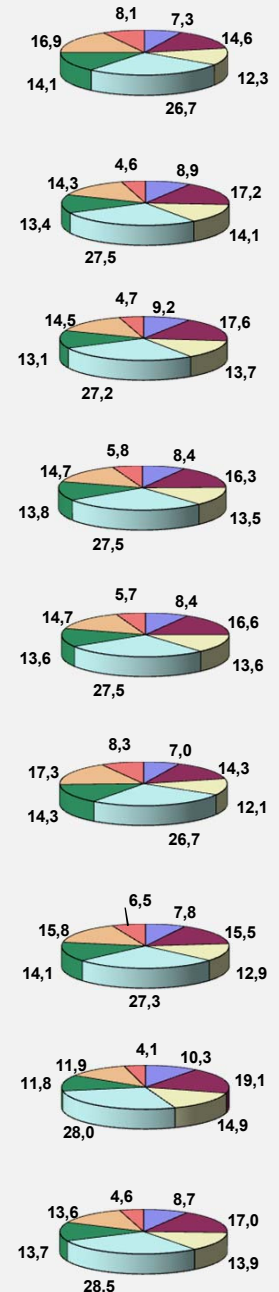
POR SEXO



POR EDAD



POR ÍNDICE SOCIOECONÓMICO



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

■ 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

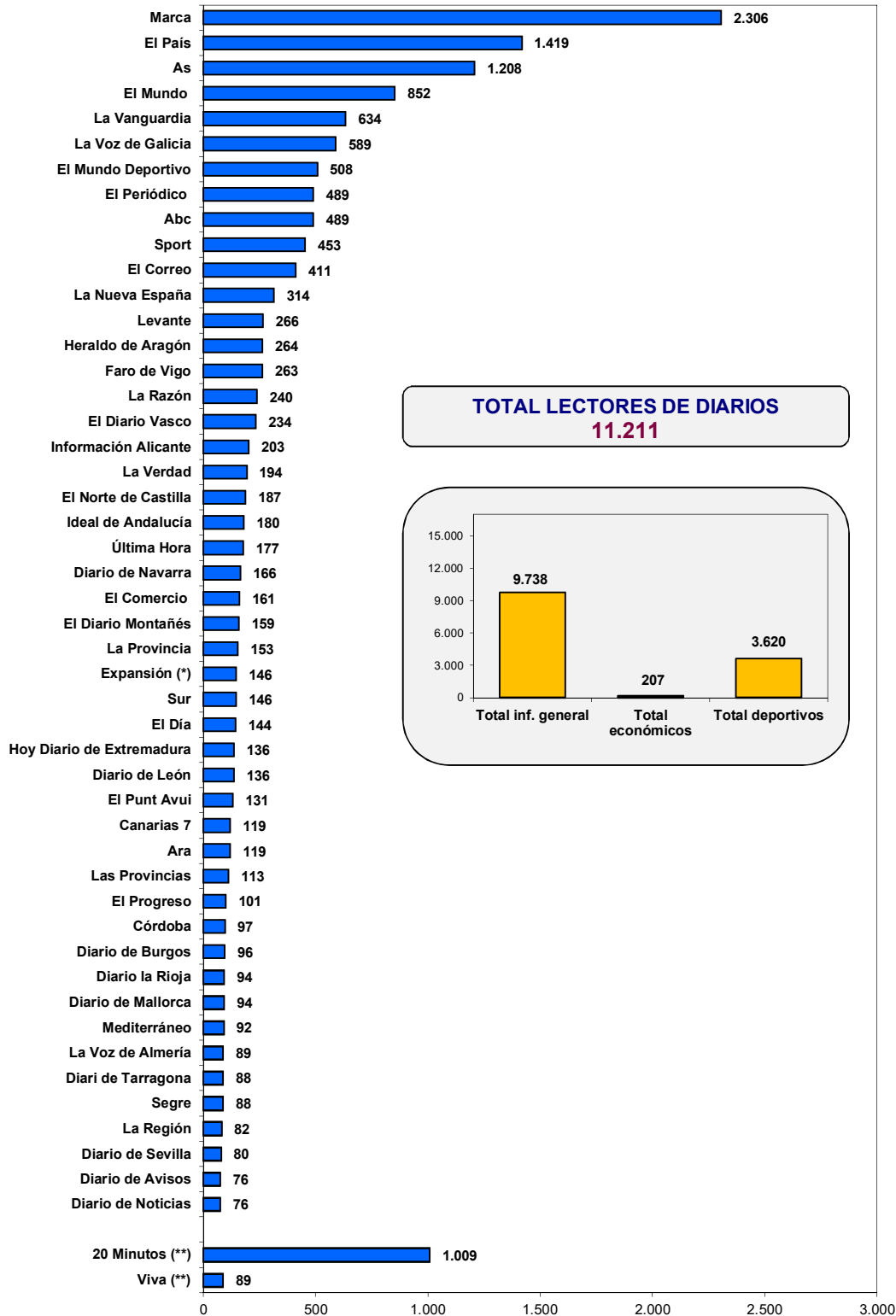
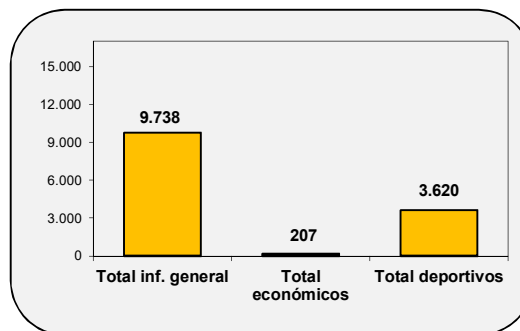
■ IA1
 ■ IA2
 ■ IB
 ■ IC
 ■ ID
 ■ IE1
 ■ IE2

© AIMC - Fuente: EGM

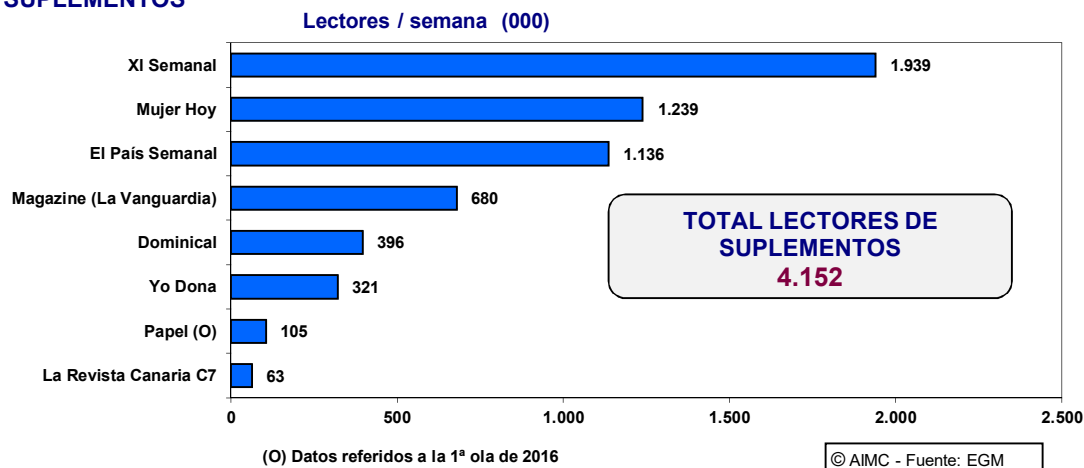
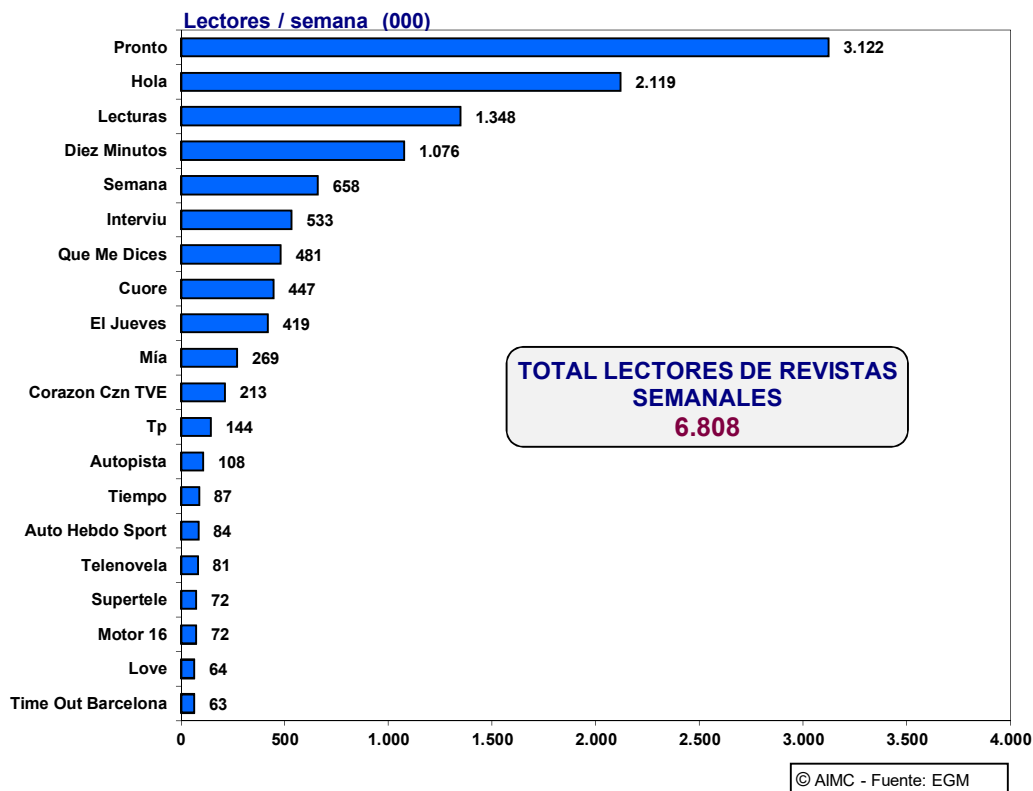
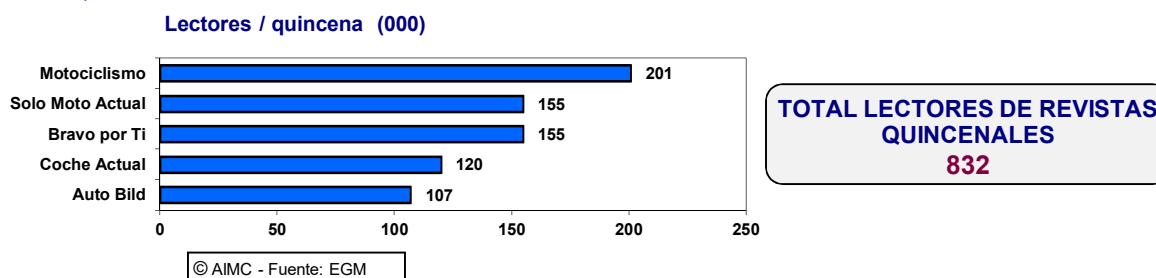
RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

DIARIOS

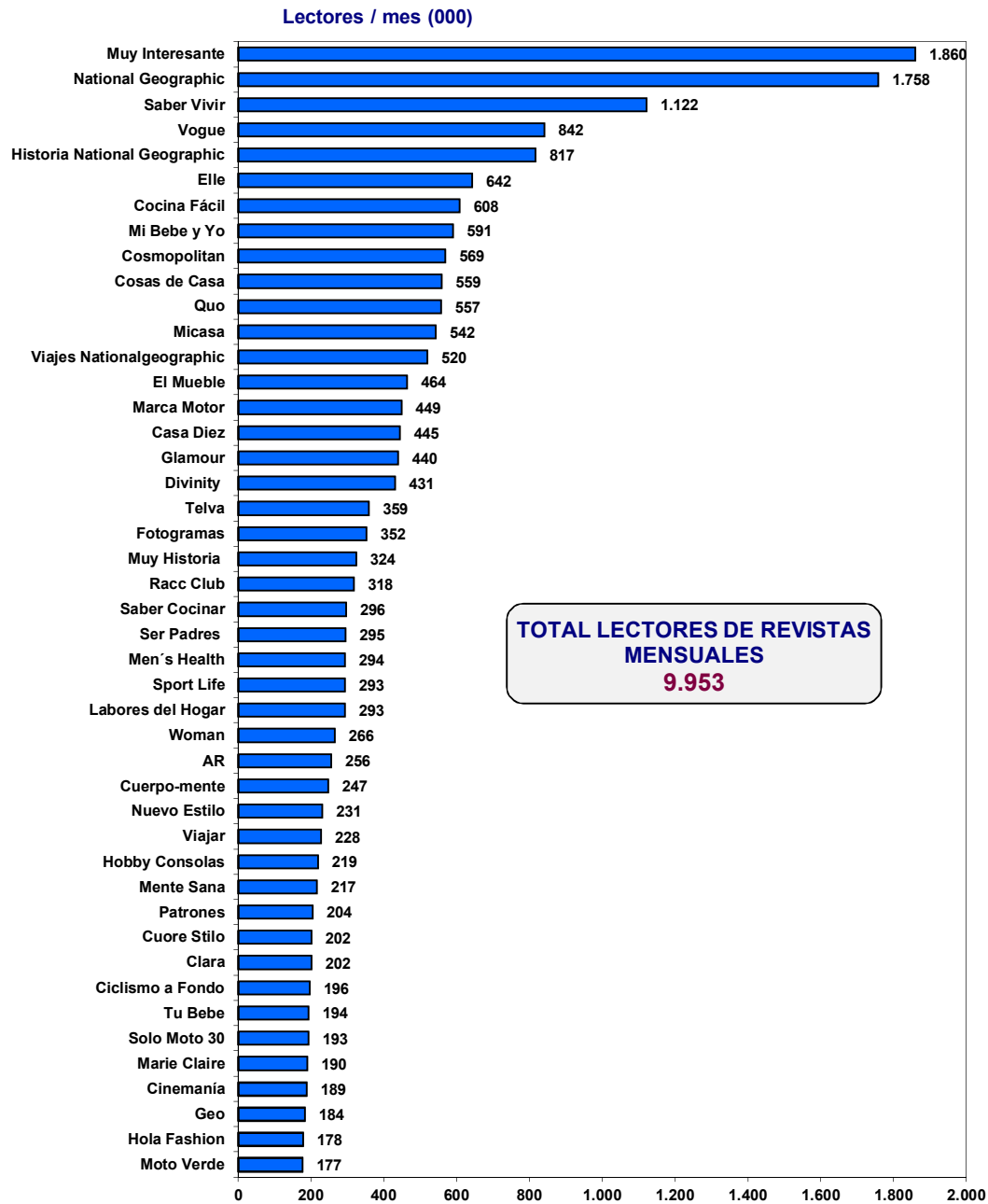
Lectores / día (000)


TOTAL LECTORES DE DIARIOS
11.211

 (*) Se publica de lunes a sábado
 (**) Se publica de lunes a viernes

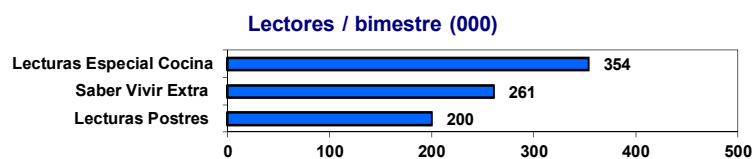
RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

SUPLEMENTOS

REVISTAS SEMANALES

REVISTAS QUINCENALES


RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

REVISTAS MENSUALES


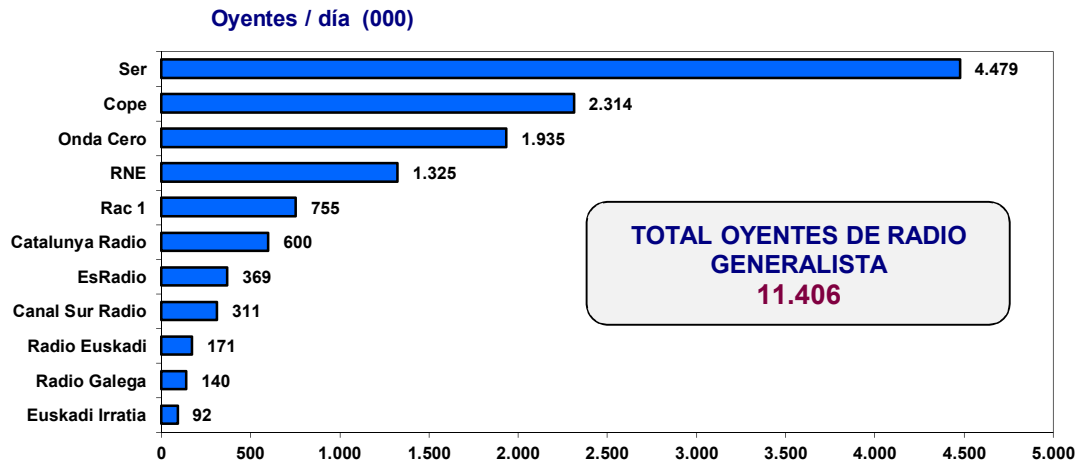
© AIMC - Fuente: EGM

REVISTAS BIMESTRALES


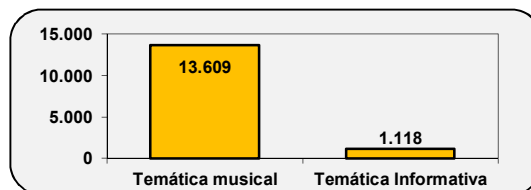
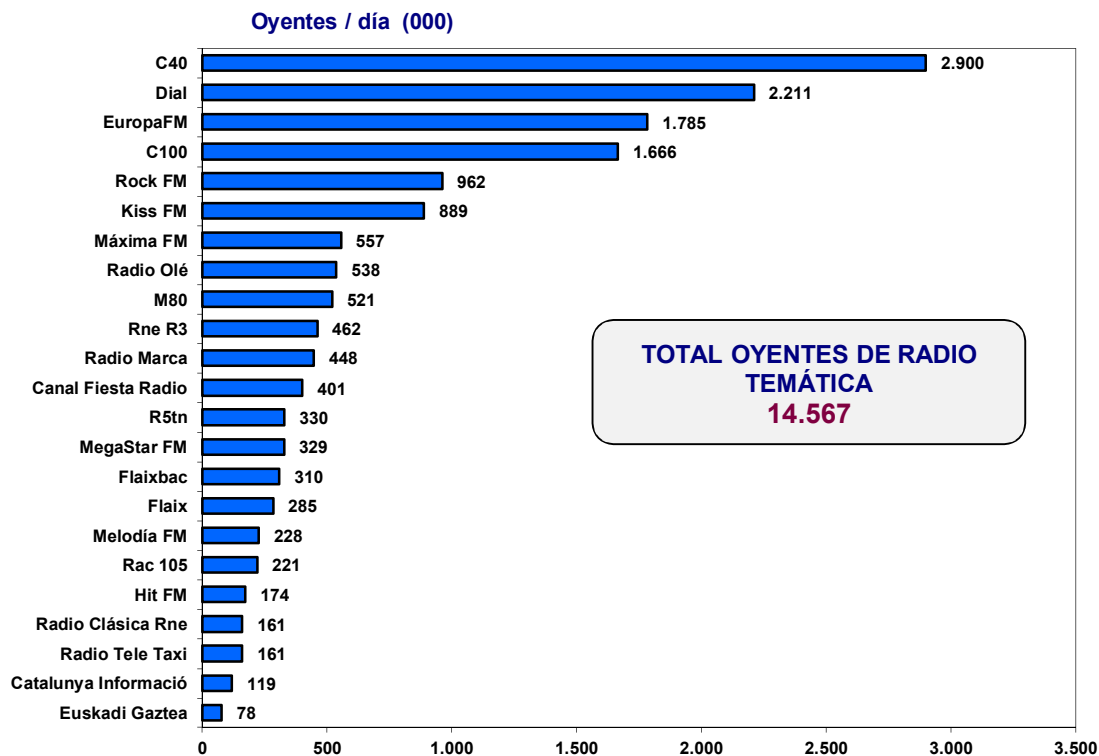
TOTAL LECTORES DE REVISTAS BIMESTRALES
709

© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE EMISORAS DE RADIO

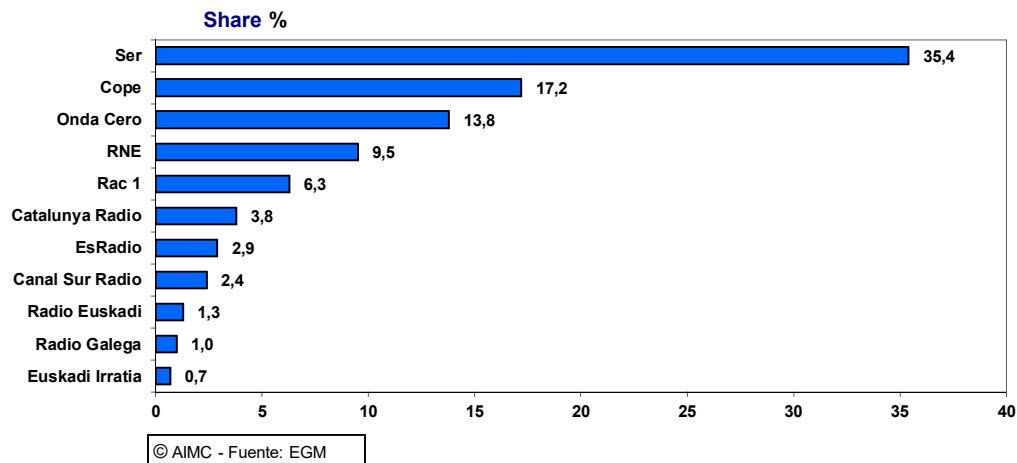
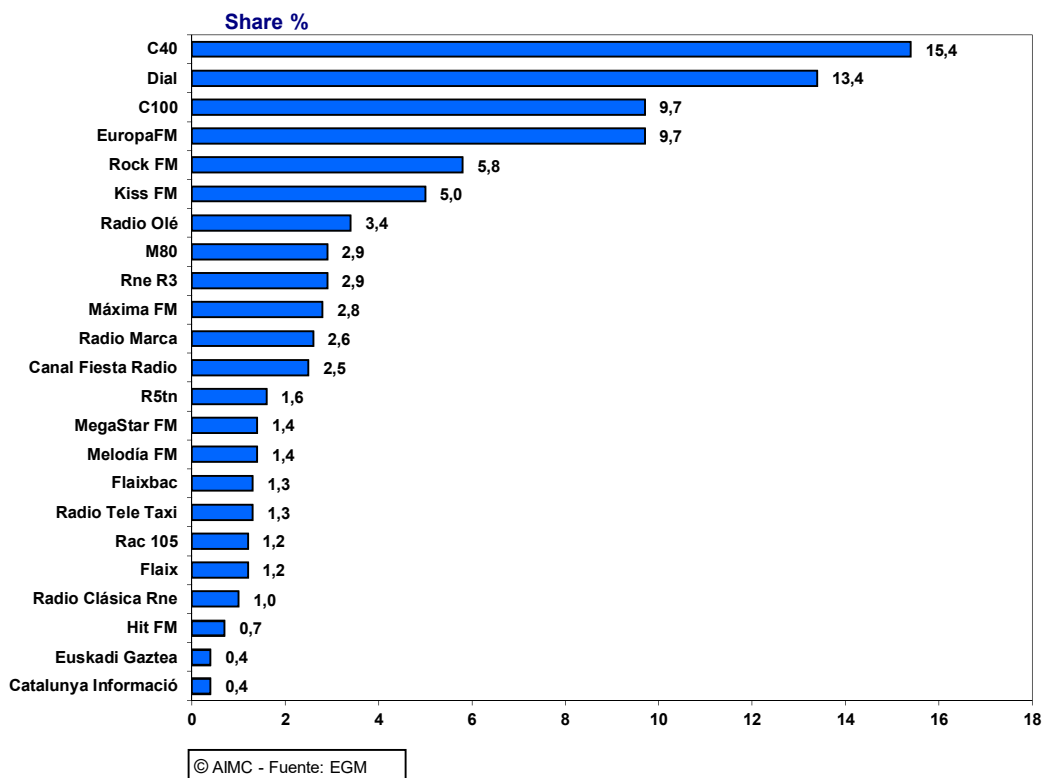
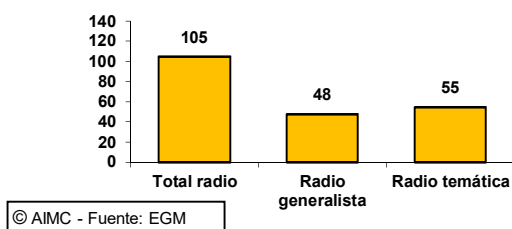
RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)


© AIMC - Fuente: EGM

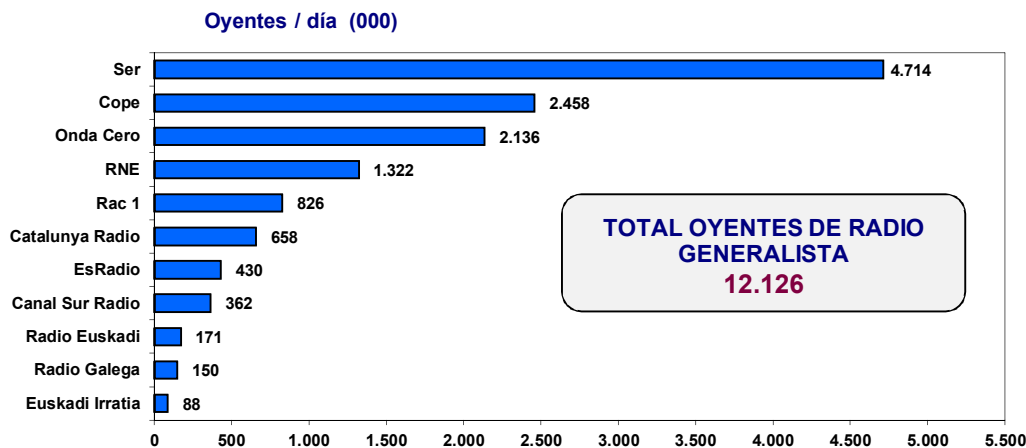
RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)


© AIMC - Fuente: EGM

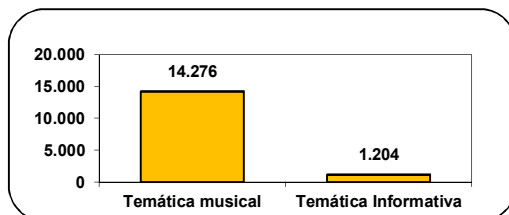
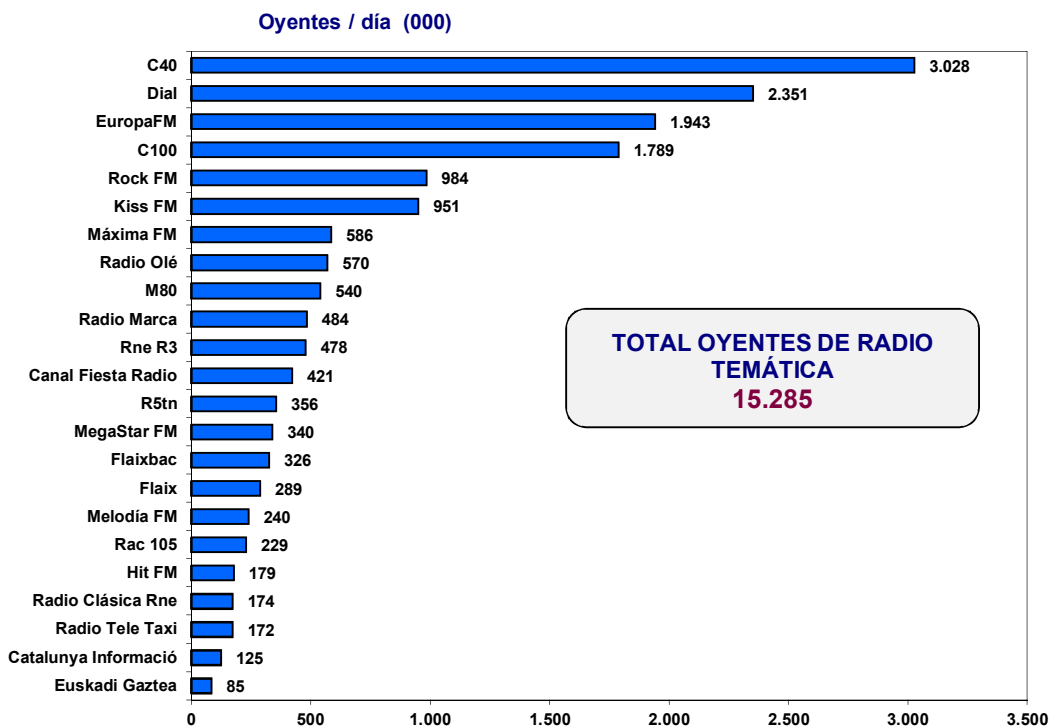
RANKING DE EMISORAS DE RADIO

RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)

RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)

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


RANKING DE EMISORAS DE RADIO

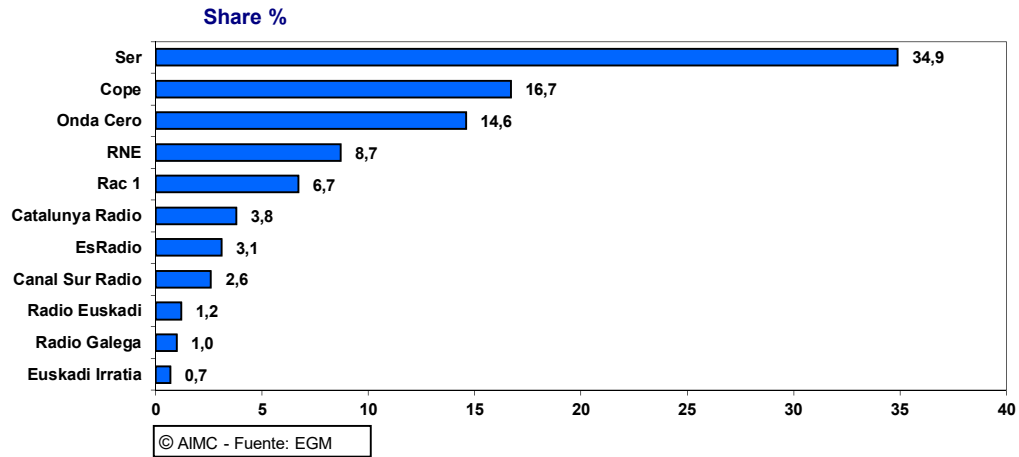
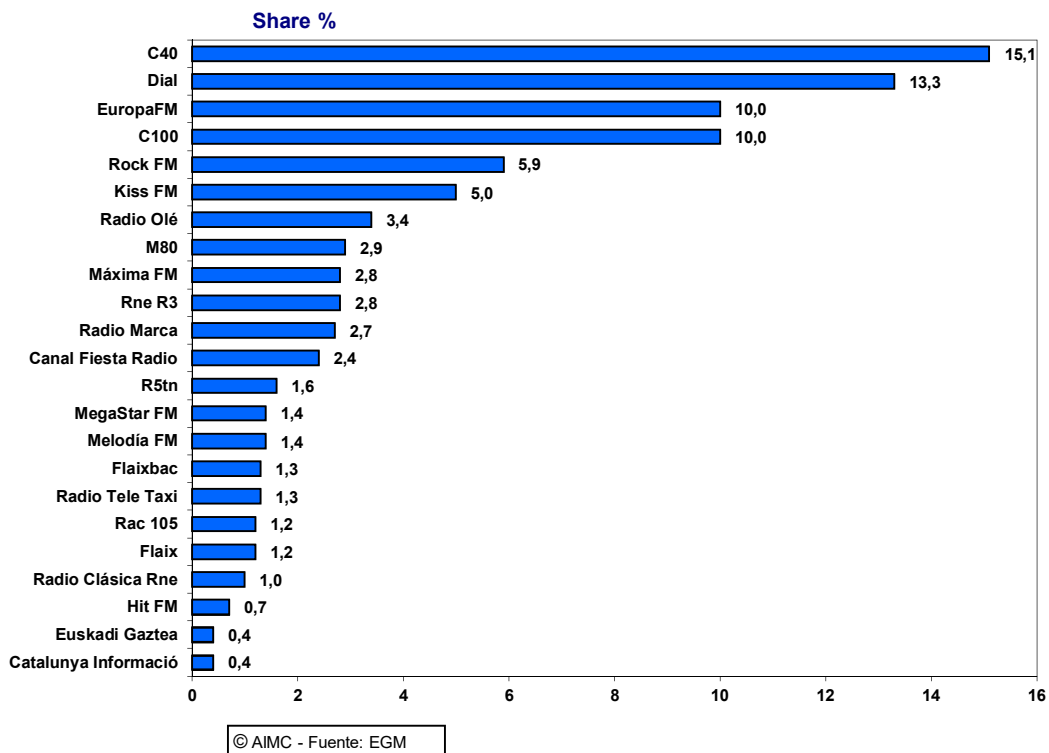
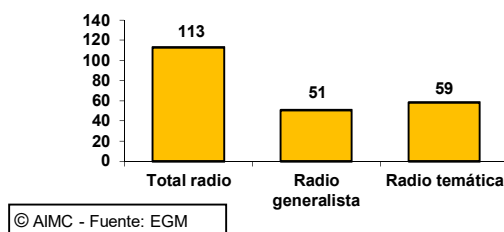
RADIO GENERALISTA (lunes a viernes)


© AIMC - Fuente: EGM

RADIO TEMÁTICA (lunes a viernes)


© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE EMISORAS DE RADIO

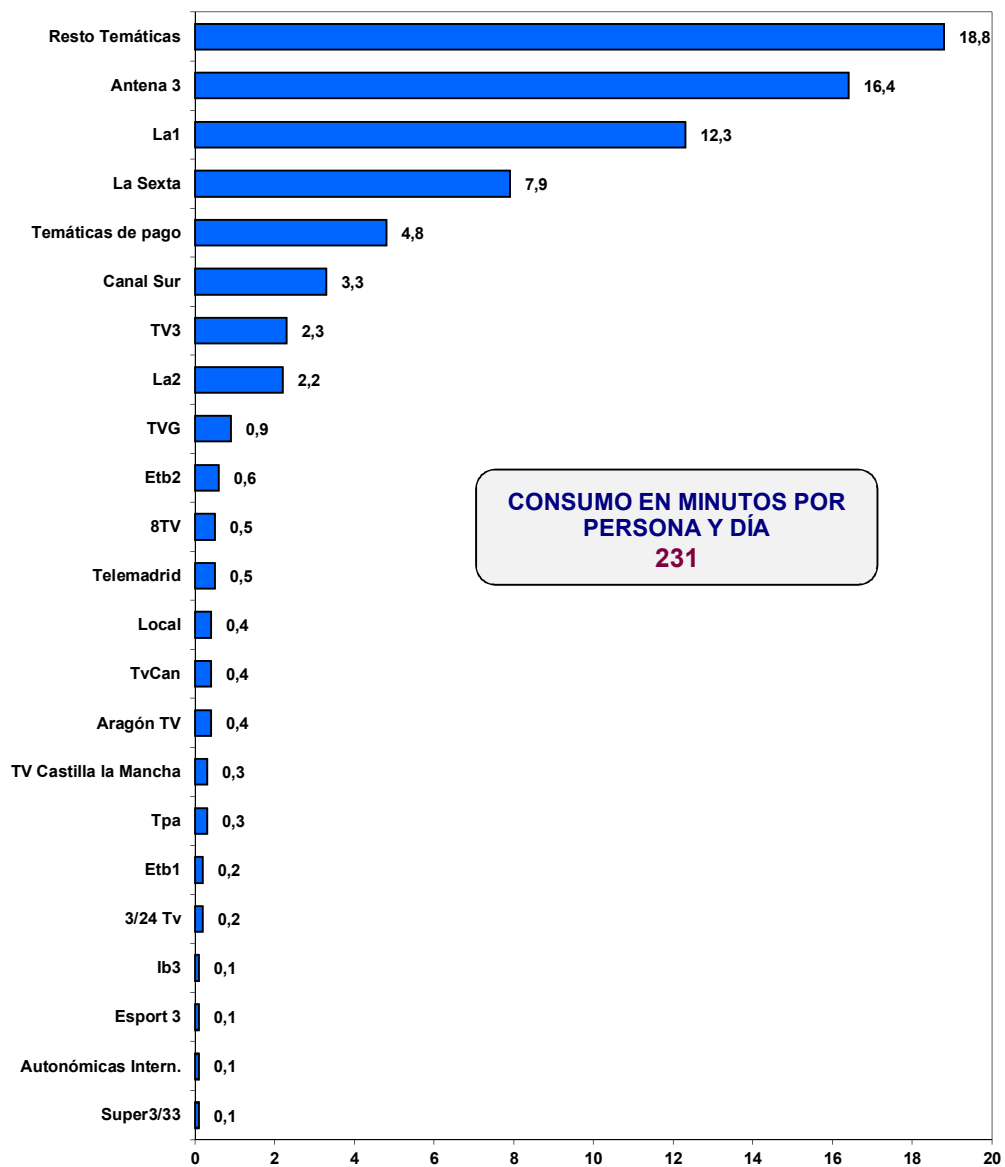
RADIO GENERALISTA (lunes a viernes)

RADIO TEMÁTICA (lunes a viernes)

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


RANKING DE CADENAS DE TELEVISIÓN



RANKING DE CADENAS DE TELEVISIÓN

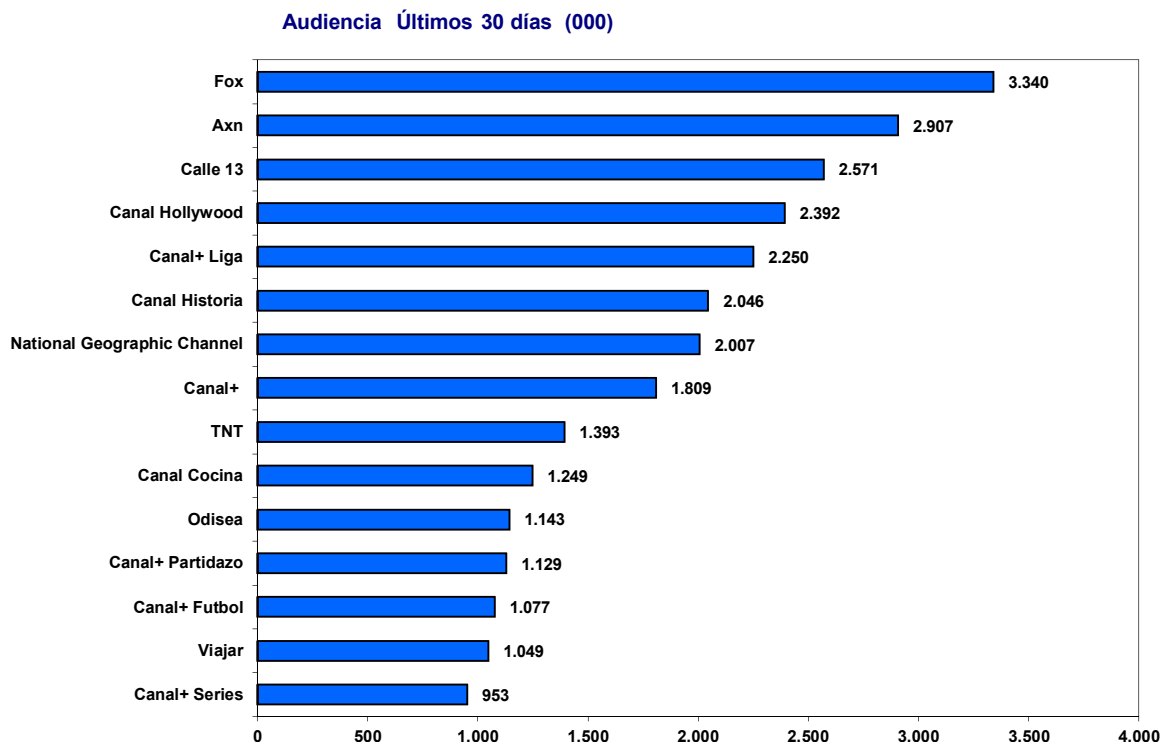
Share % (lunes a domingo)



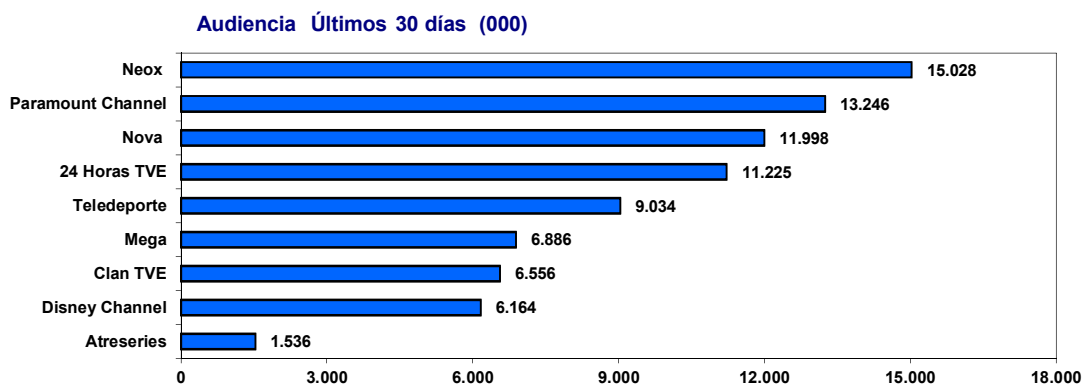
CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA
231

© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE CANALES TEMÁTICOS

CANALES TEMÁTICOS PAGO


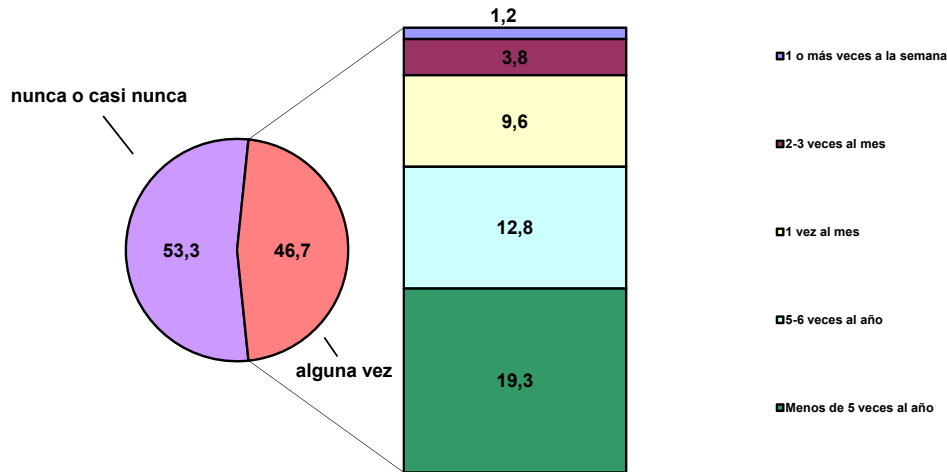
© AIMC - Fuente: EGM

RESTO CANALES TEMÁTICOS


© AIMC - Fuente: EGM

CINE
HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE

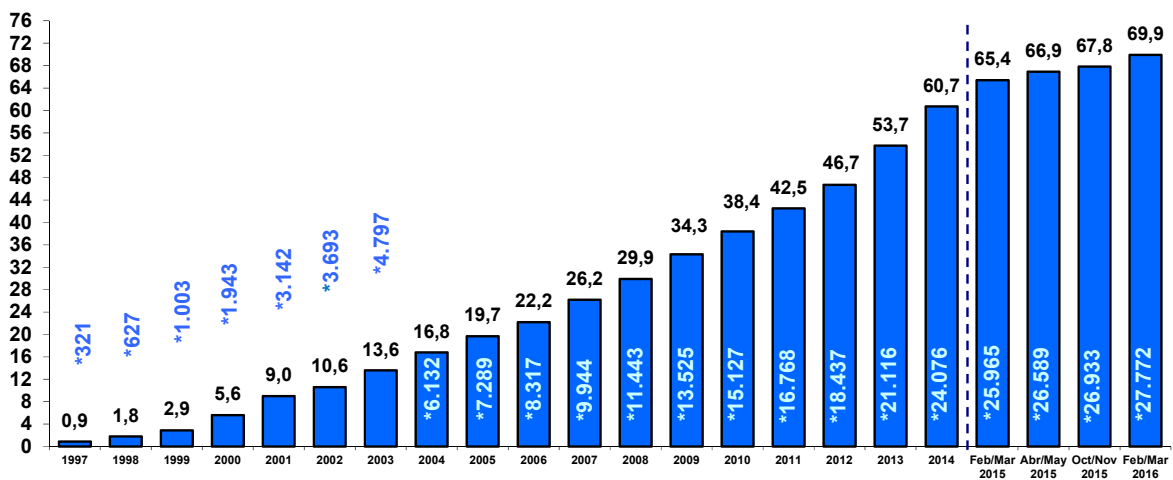
% de individuos



© AIMC - Fuente: EGM

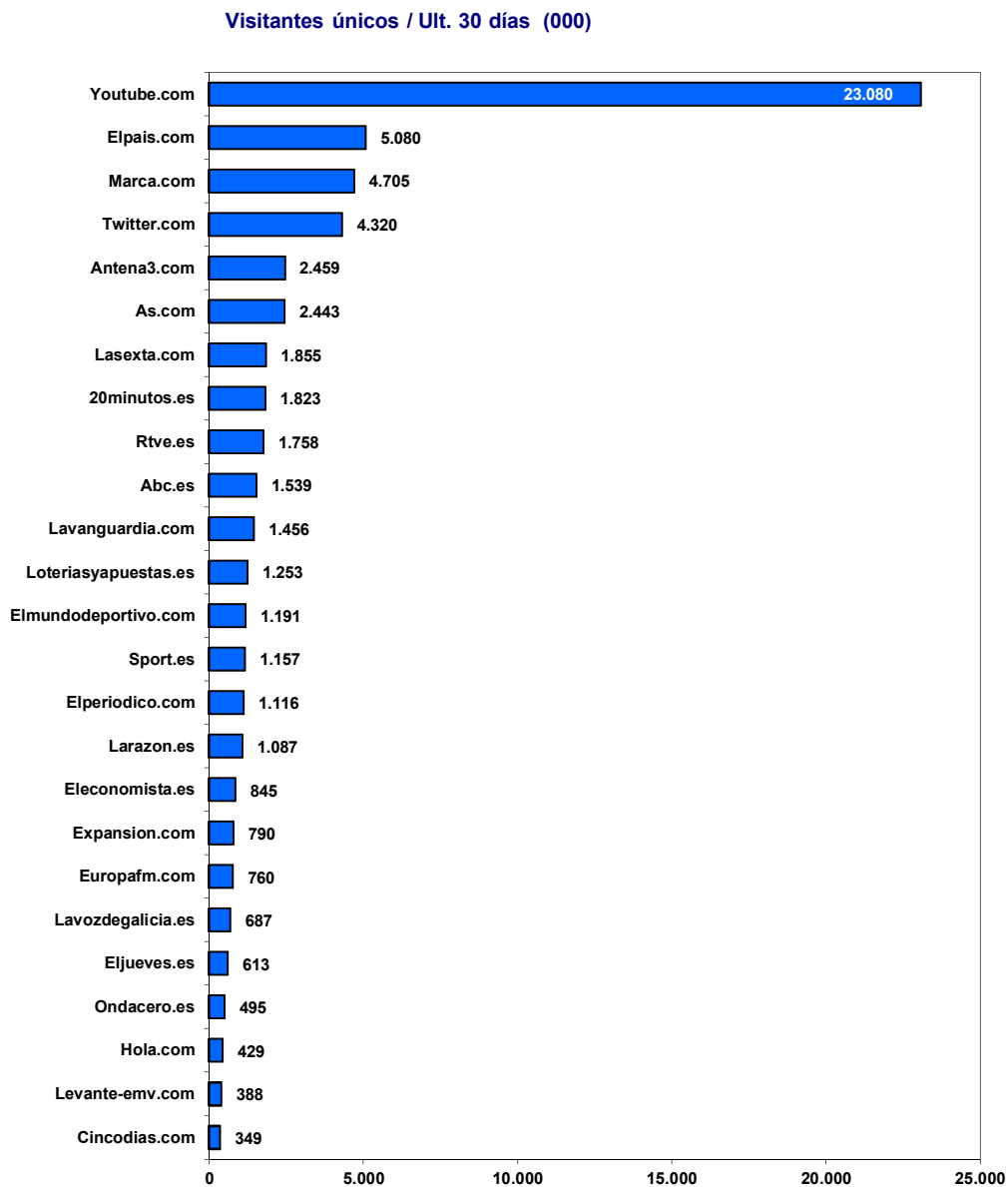
INTERNET
EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET AYER
 (DATOS POR OLA)

% individuos



© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE SITIOS DE INTERNET

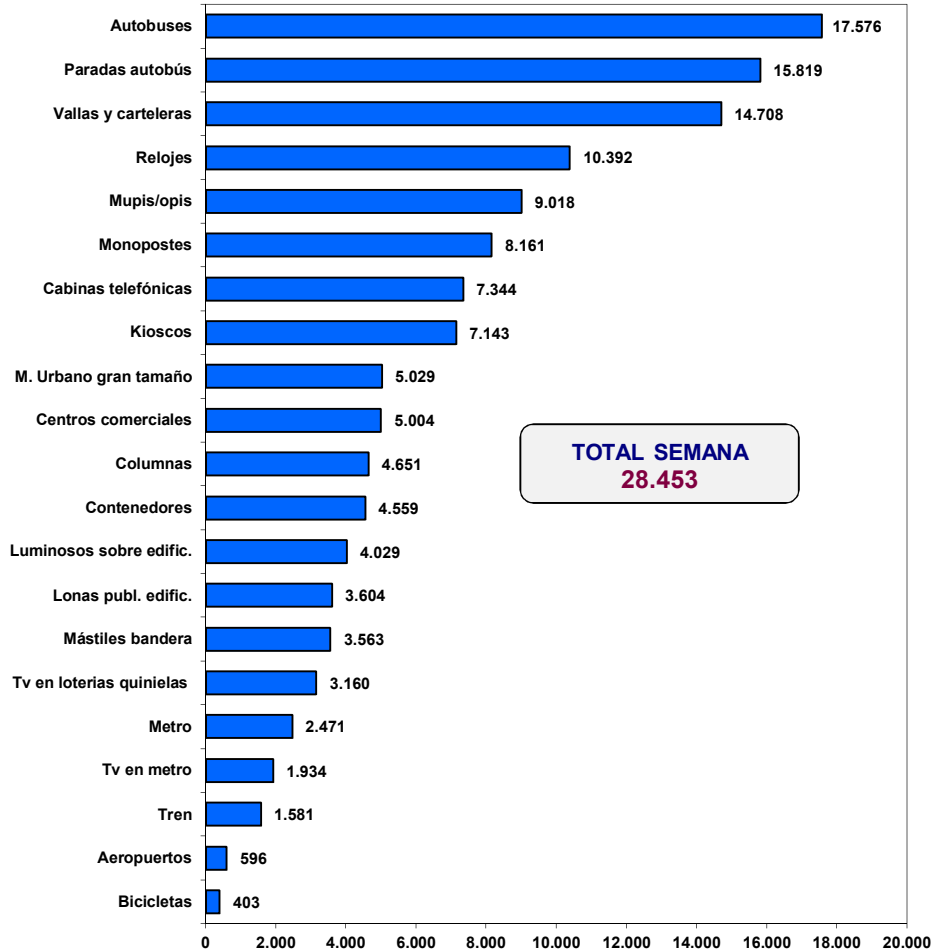
SITIOS DE INTERNET*
 (DATOS POR OLA)


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

© AIMC - Fuente: EGM

RANKING TIPOLOGÍA DE SOPORTES DE EXTERIOR

Nº Individuos que han visto publicidad en la última semana en ... (000)



© AIMC - Fuente: EGM

FICHA TÉCNICA
Universo: población de 14 o más años (39.716.000 individuos)

Muestra anual tres últimas olas: 32.354 multimedia (+ 46.782 monomedia radio
 + 42.576 monomedia prensa
 + 23.781 monomedia revistas
 + 10.578 monomedia televisión)

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

Diseño muestral: selección aleatoria de hogares y elección de una persona del hogar

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