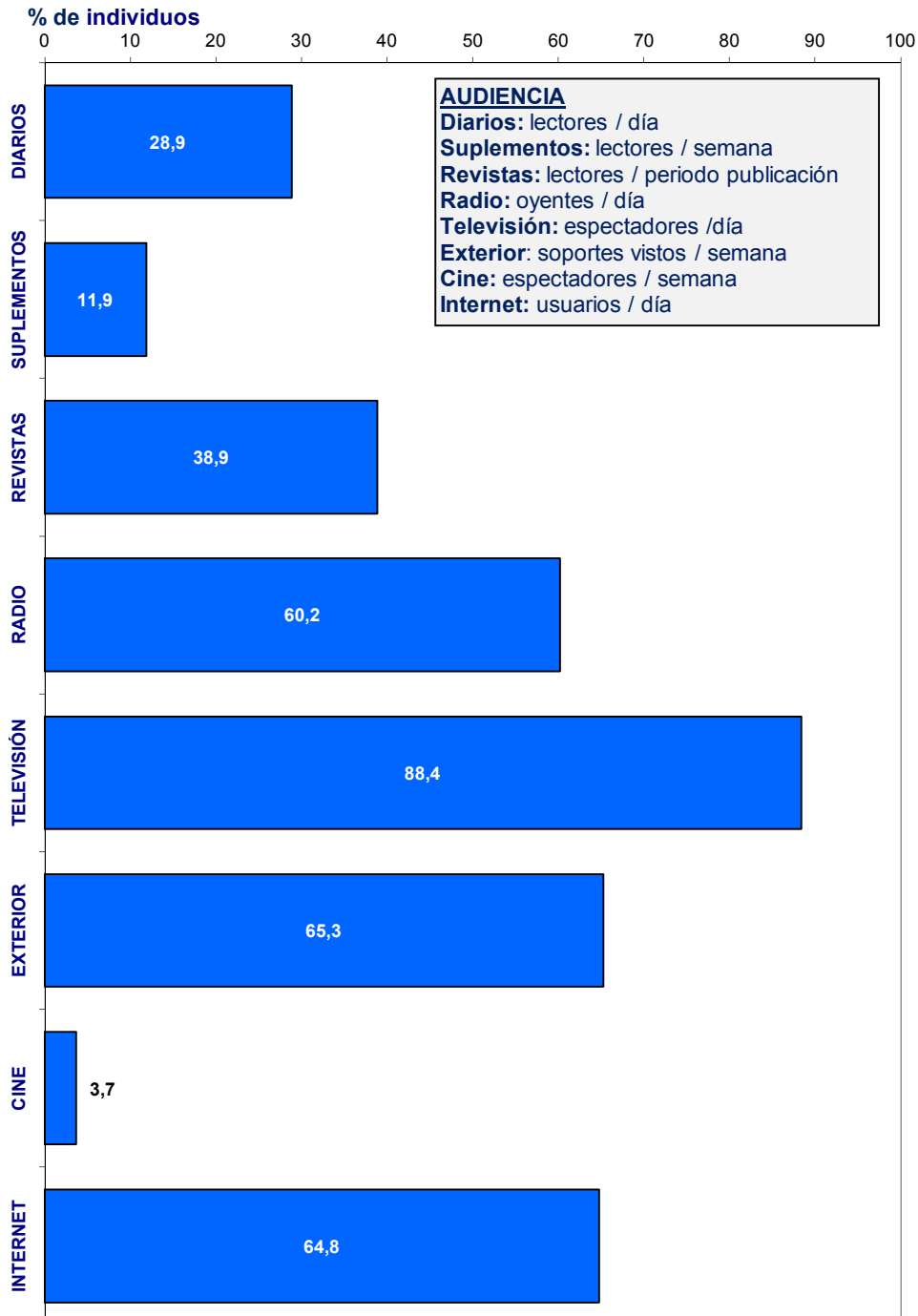


AVMO



EGM

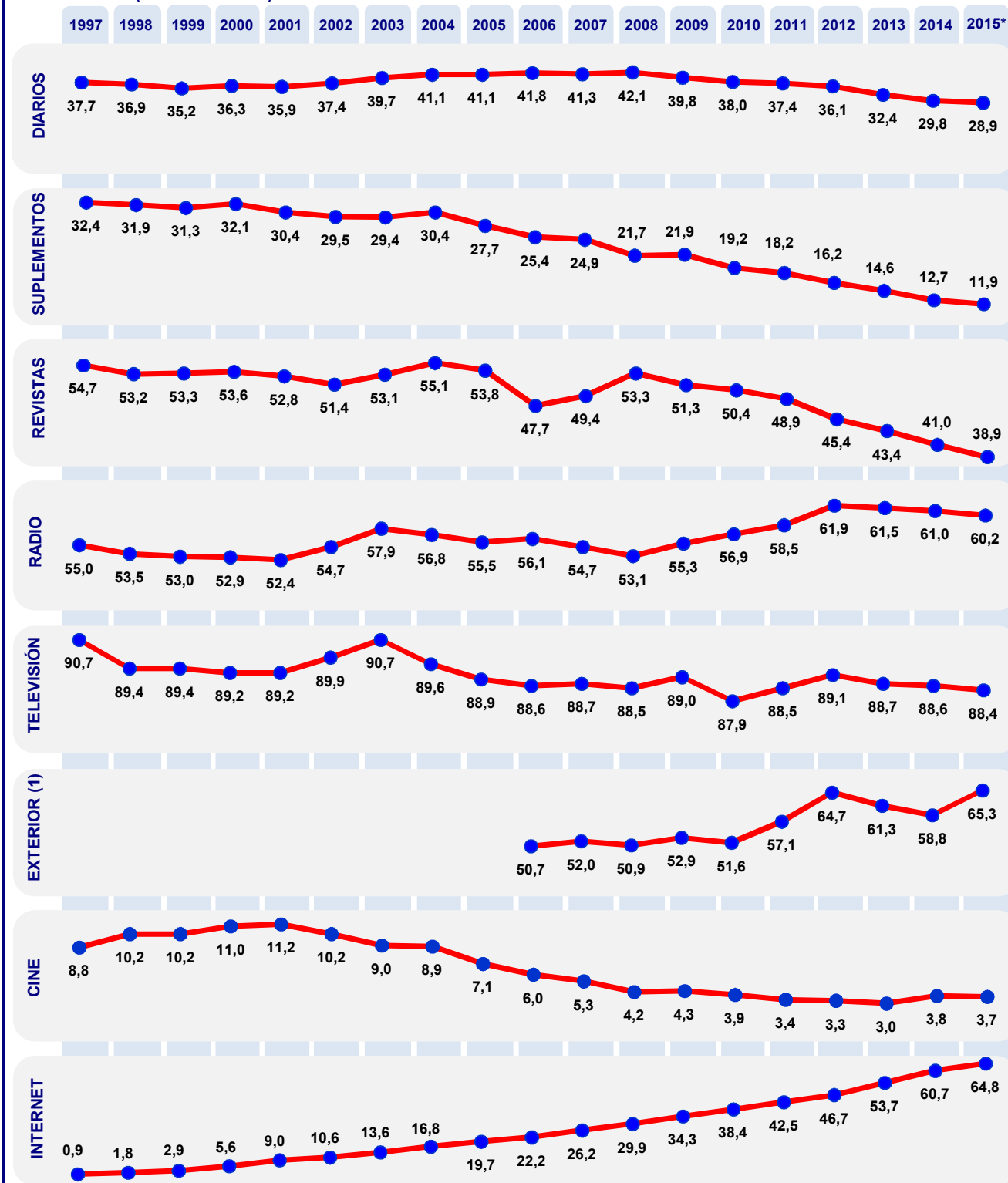
AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS
PENETRACIÓN %


© 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

* Octubre de 2014 a Mayo de 2015

© AIMC - Fuente: EGM

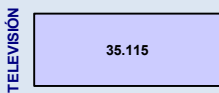
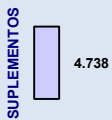
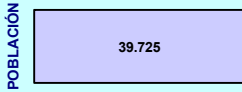
AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



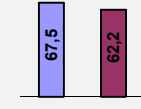
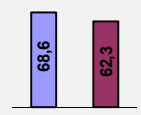
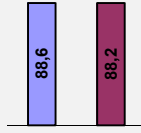
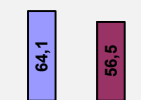
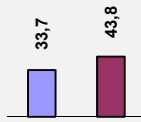
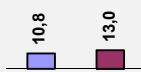
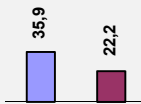
PENETRACIÓN %

Individuos (000)

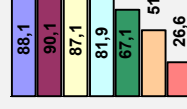
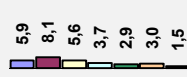
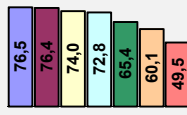
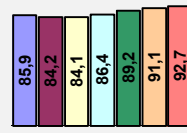
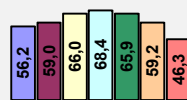
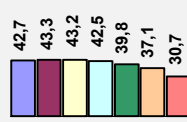
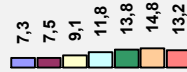
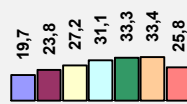
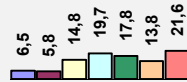
Perfil de la población



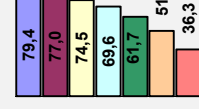
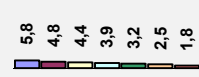
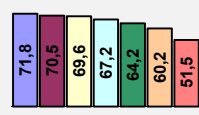
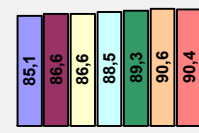
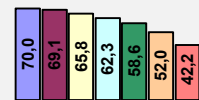
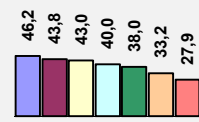
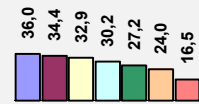
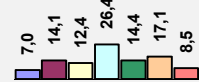
POR SEXO



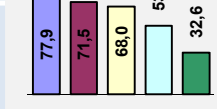
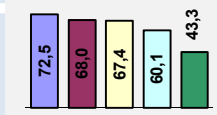
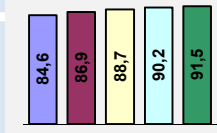
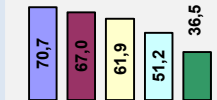
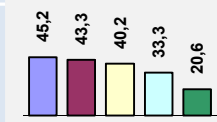
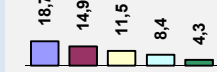
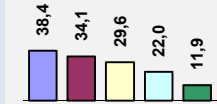
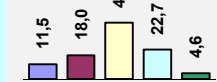
POR EDAD



POR ÍNDICE SOCIOECONÓMICO



POR CLASE SOCIAL



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

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

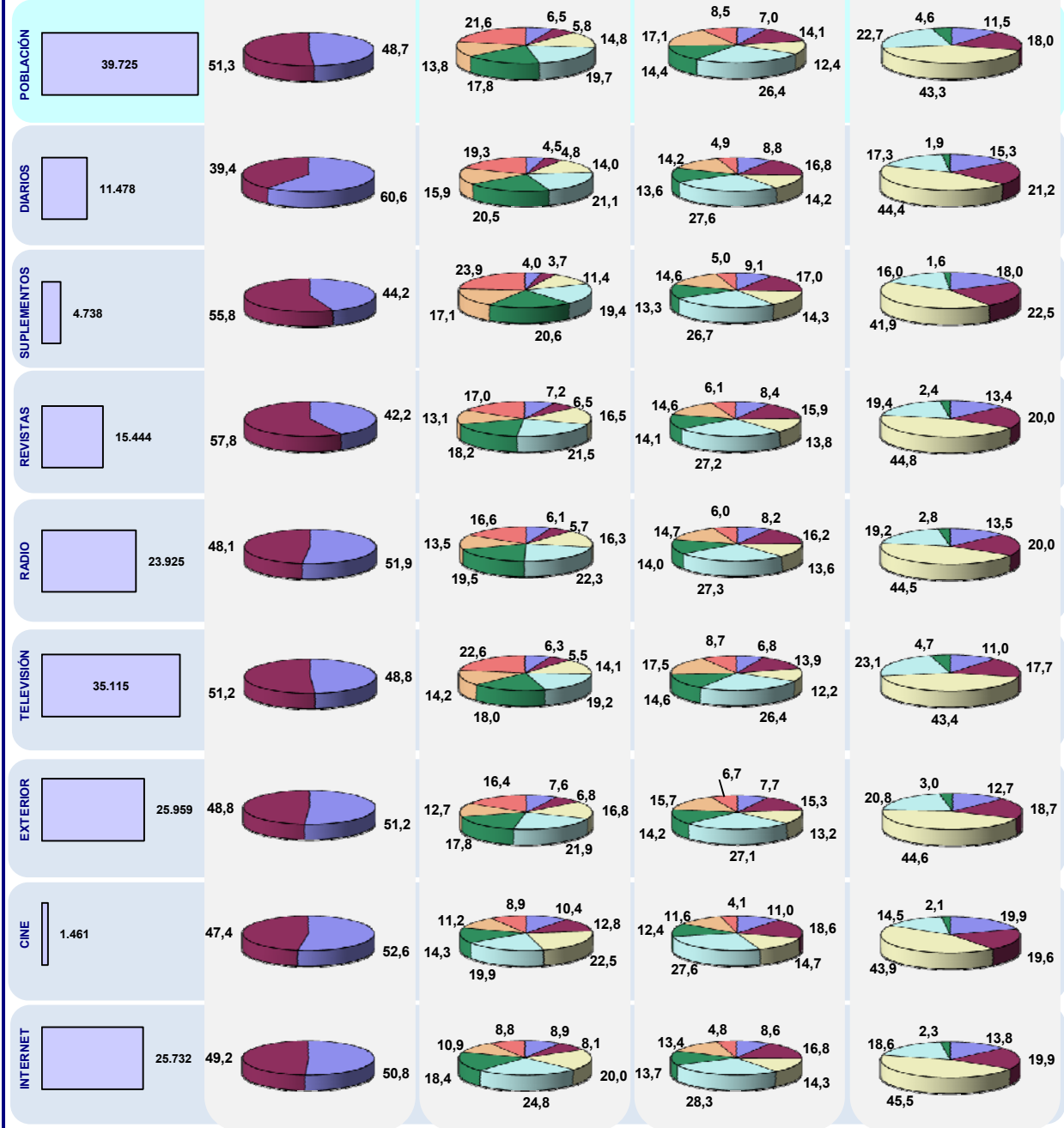
© AIMC - Fuente: EGM

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



PERFIL %

Individuos (000)



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

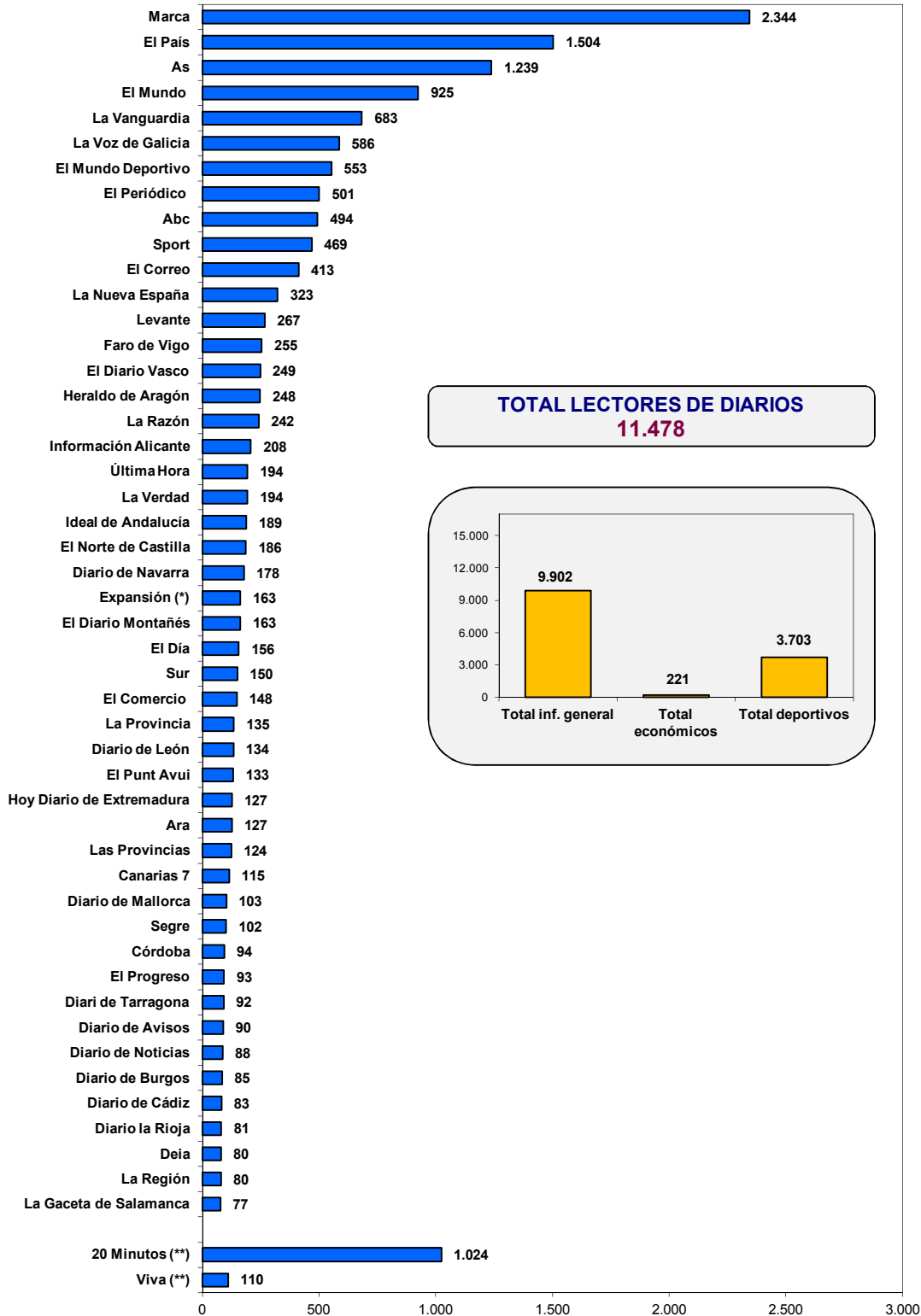
- Hombre
- Mujer
- 14 a 19 años
- 20 a 24 años
- 25 a 34 años
- 35 a 44 años
- 45 a 54 años
- 55 a 64 años
- 65 y más años
- IA1
- IA2
- IB
- IC
- ID
- IE1
- IE2
- Alta
- Media alta
- Media media
- Media baja
- Baja

© AIMC - Fuente: EGM

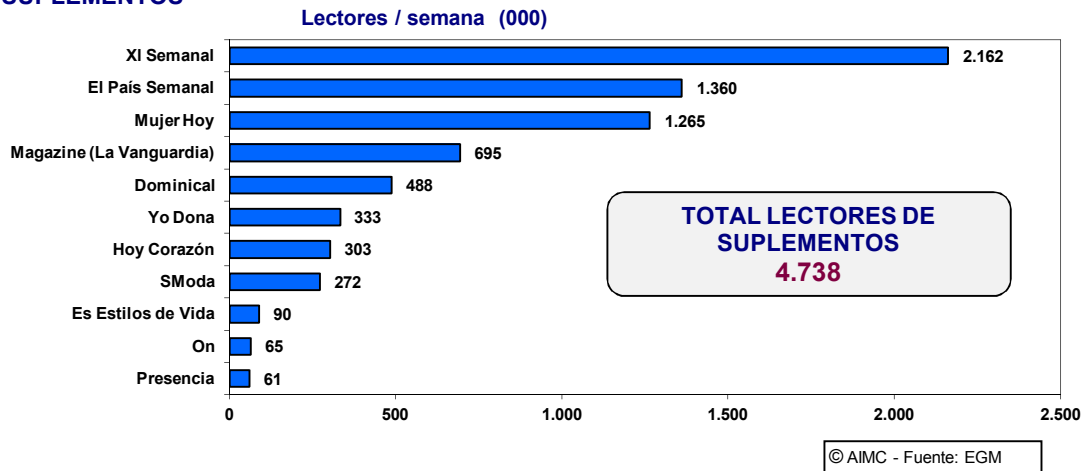
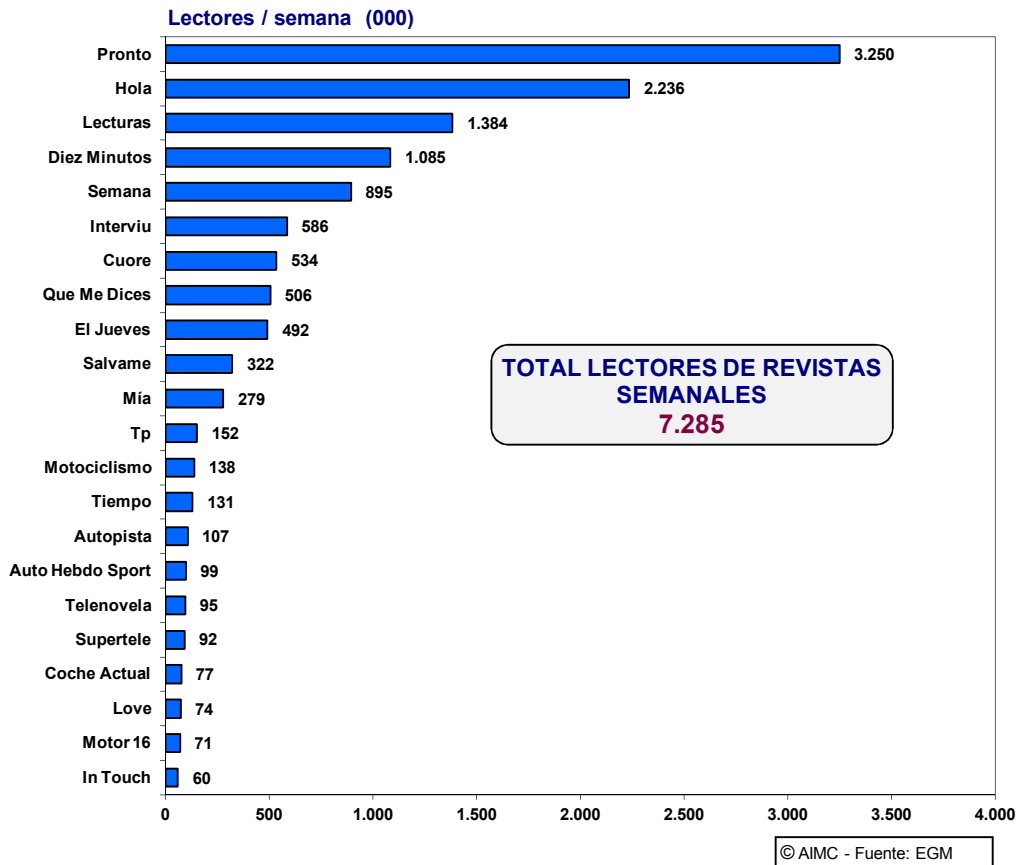
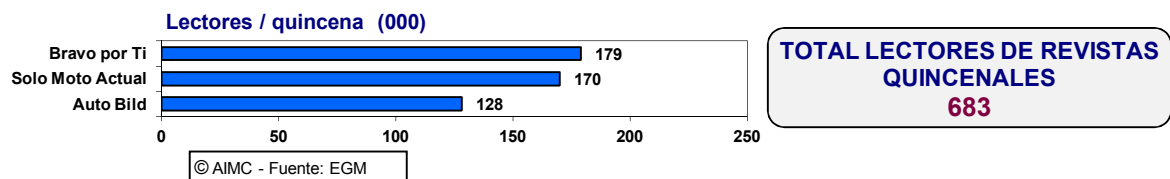
RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

DIARIOS

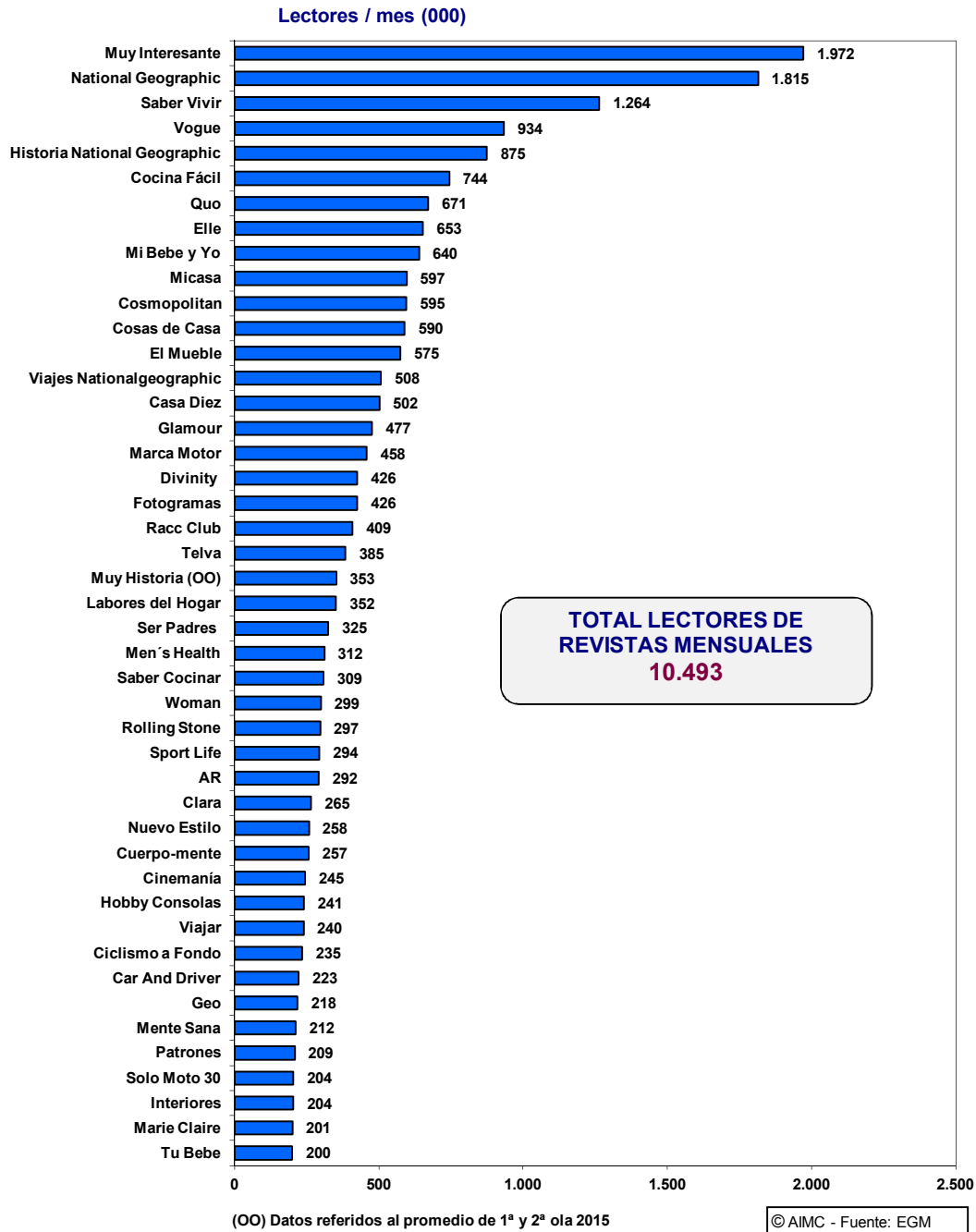
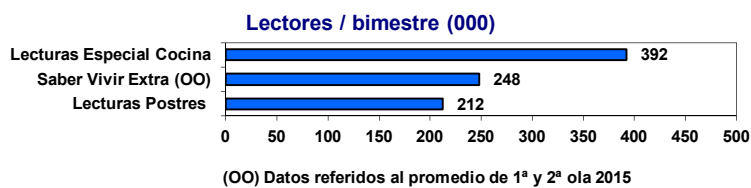
Lectores / día (000)


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

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

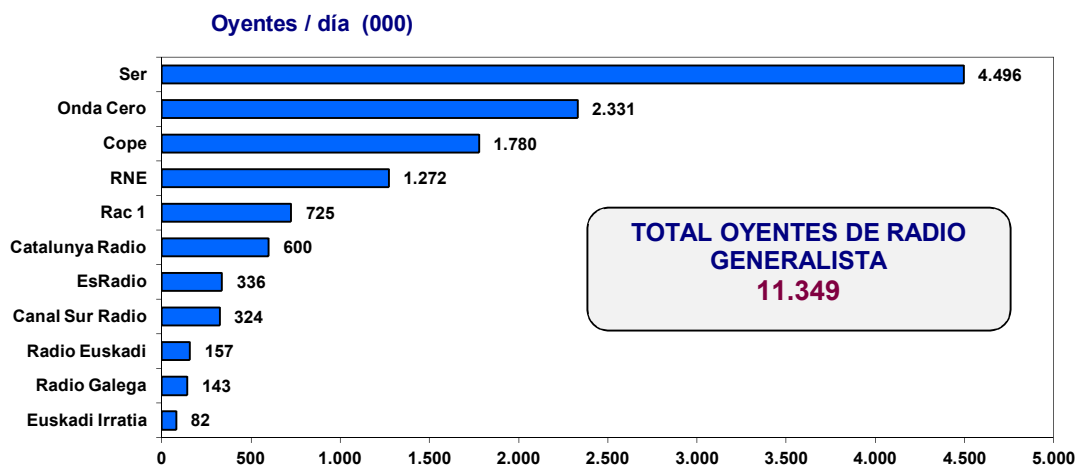
SUPLEMENTOS

REVISTAS SEMANALES

REVISTAS QUINCENALES


RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

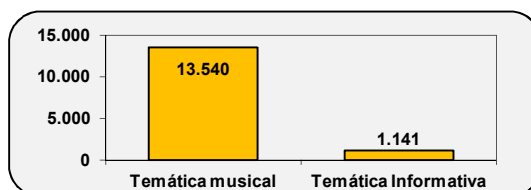
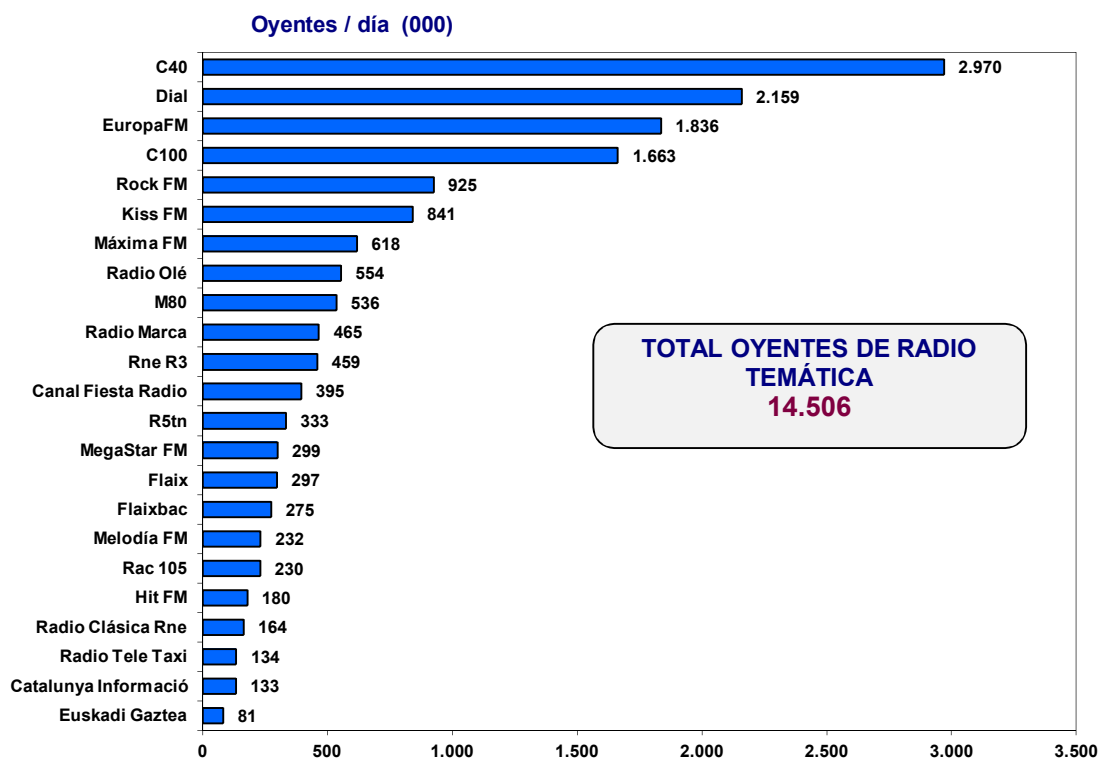
REVISTAS MENSUALES

REVISTAS BIMESTRALES


TOTAL LECTORES DE REVISTAS BIMESTRALES
653

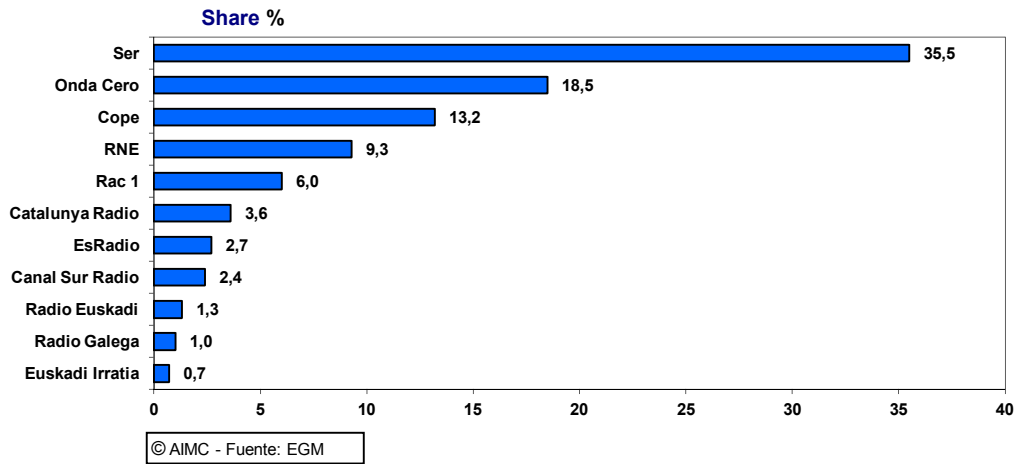
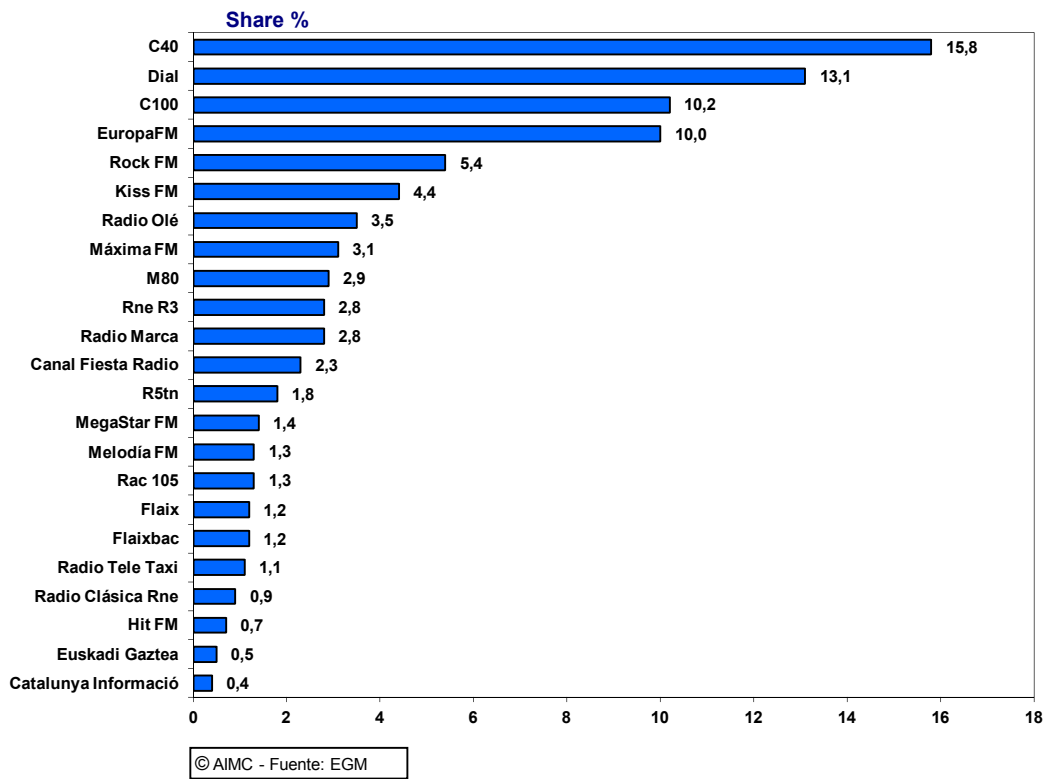
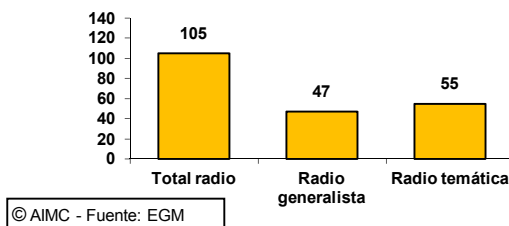
RANKING DE EMISORAS DE RADIO

RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)


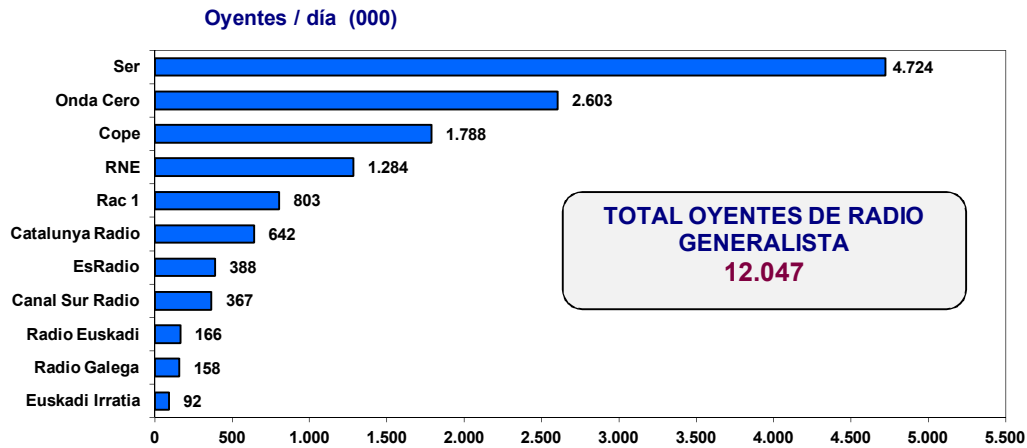
© AIMC - Fuente: EGM

RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)


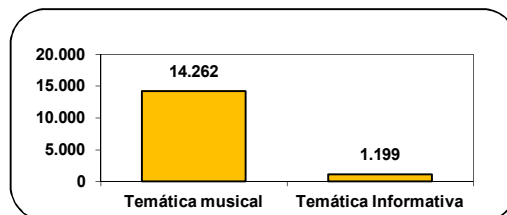
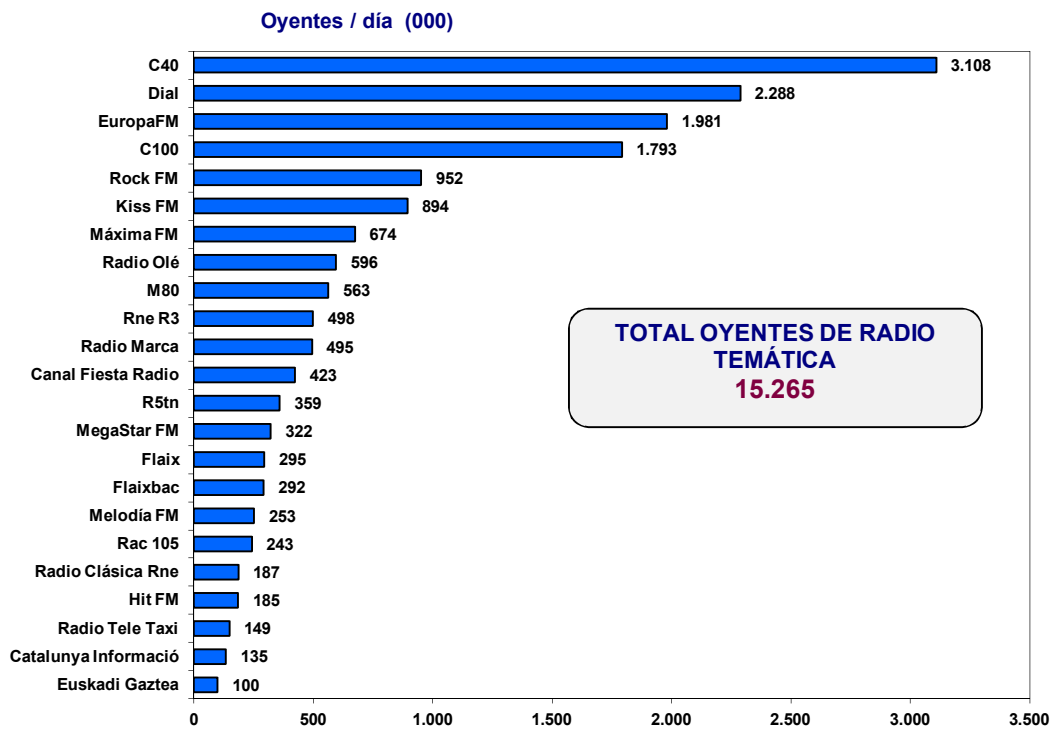
© AIMC - Fuente: EGM

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

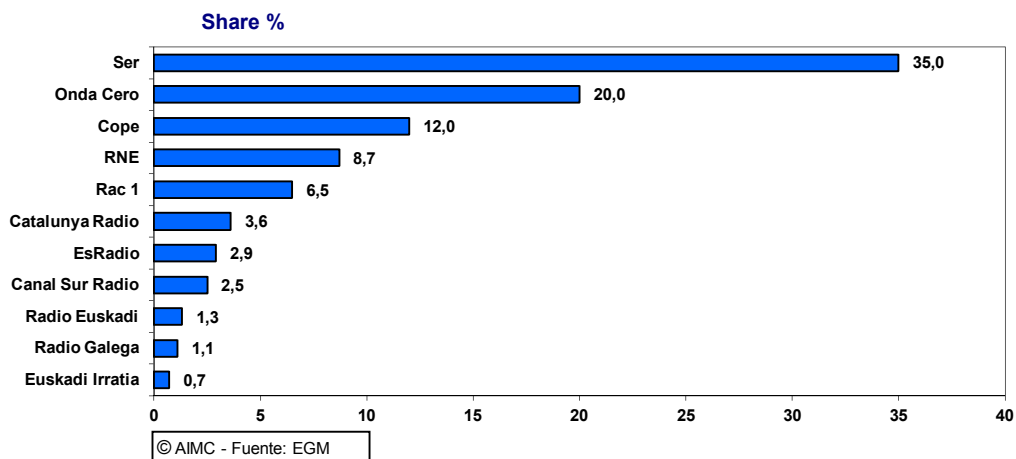
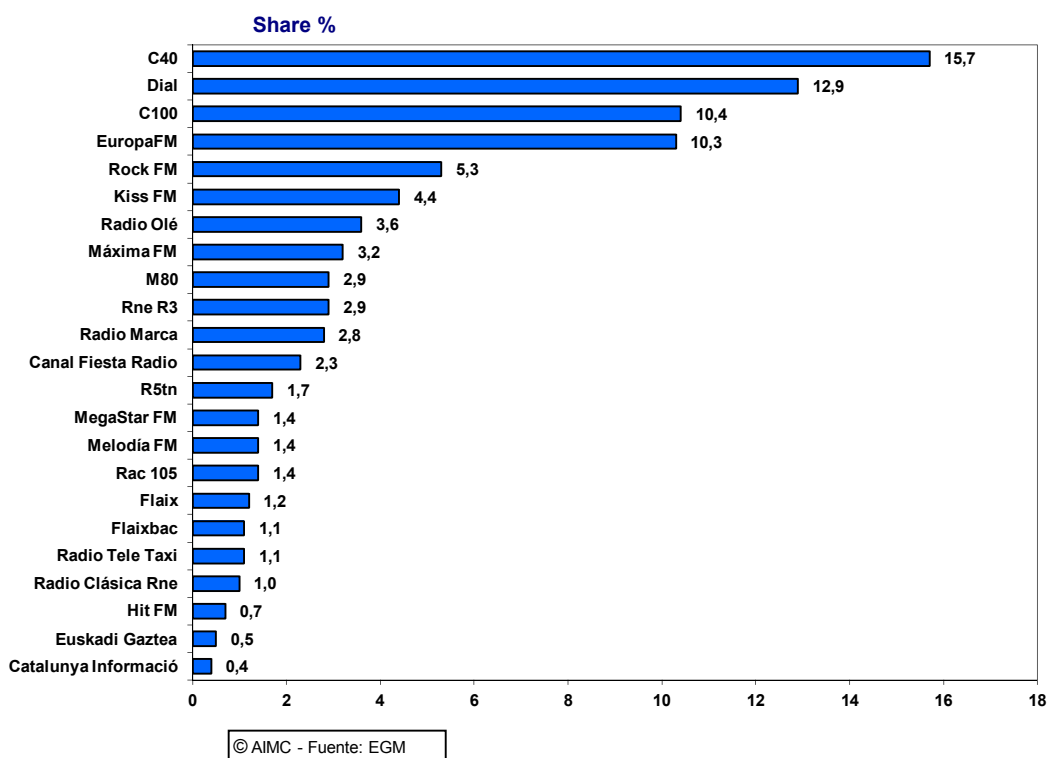
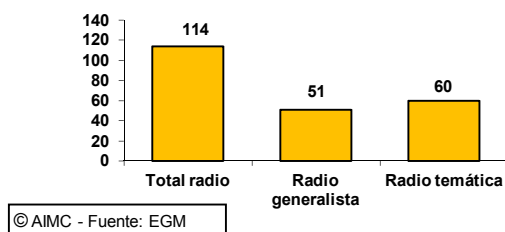
RADIO GENERALISTA (lunes a viernes)


© AIMC - Fuente: EGM

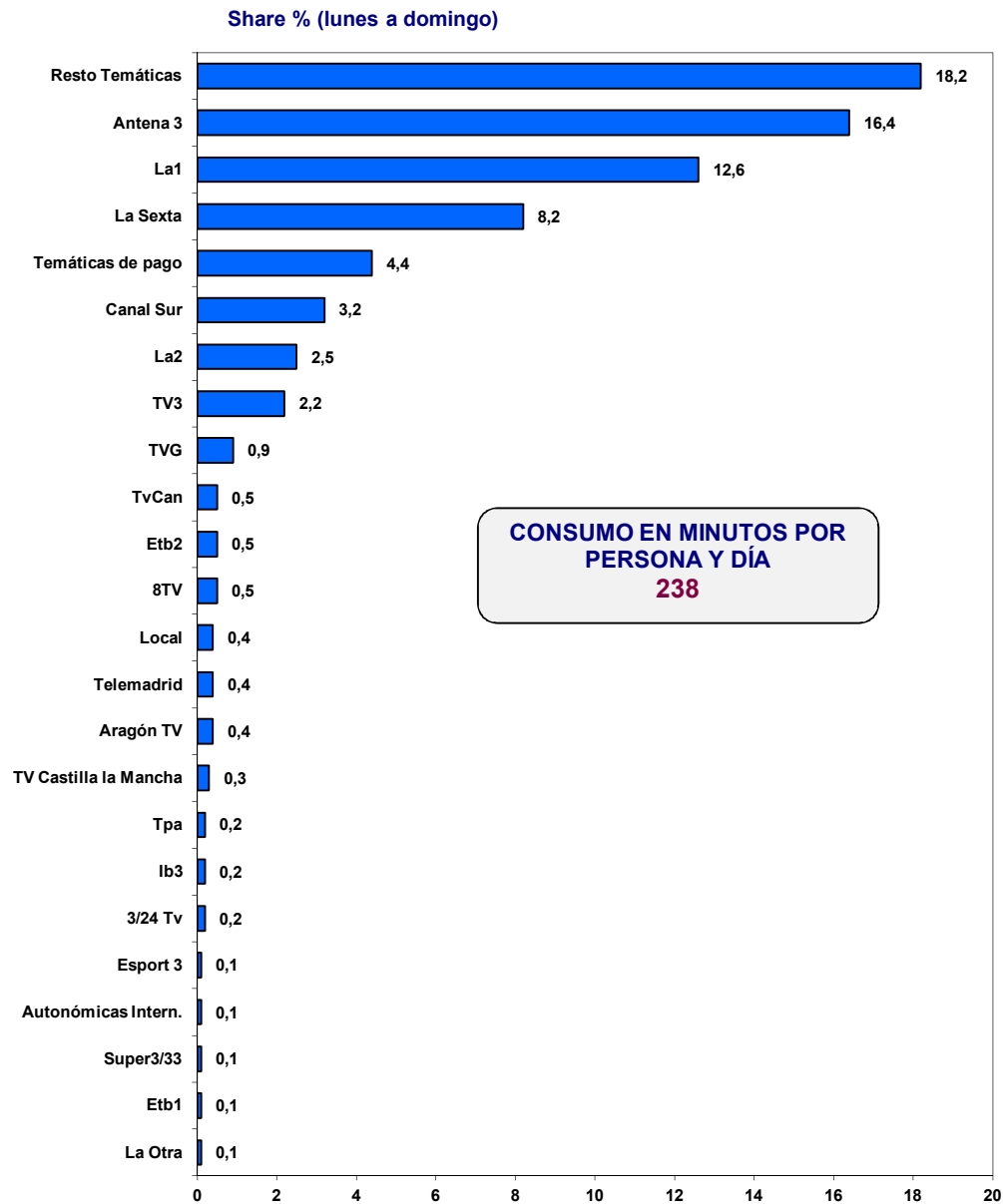
RADIO TEMÁTICA (lunes a viernes)


© AIMC - Fuente: EGM

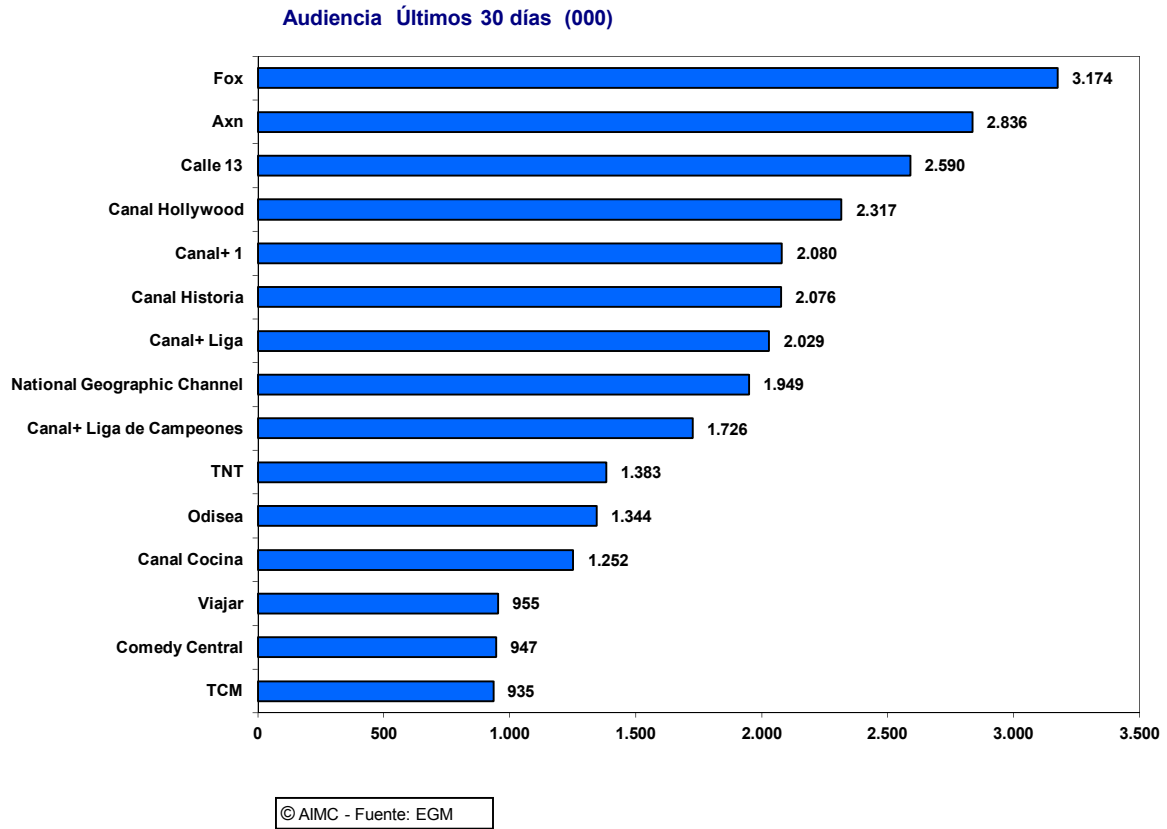
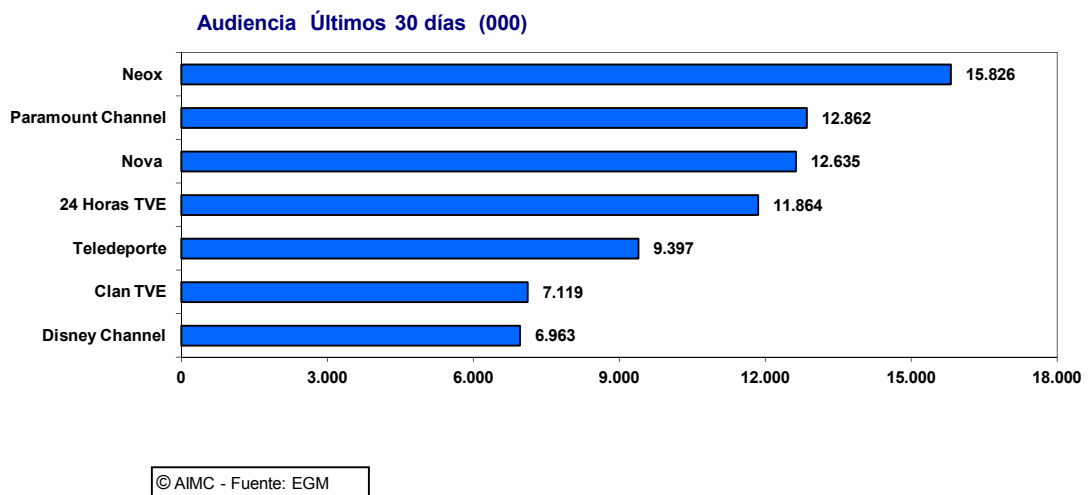
RANKING DE EMISORAS DE RADIO

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


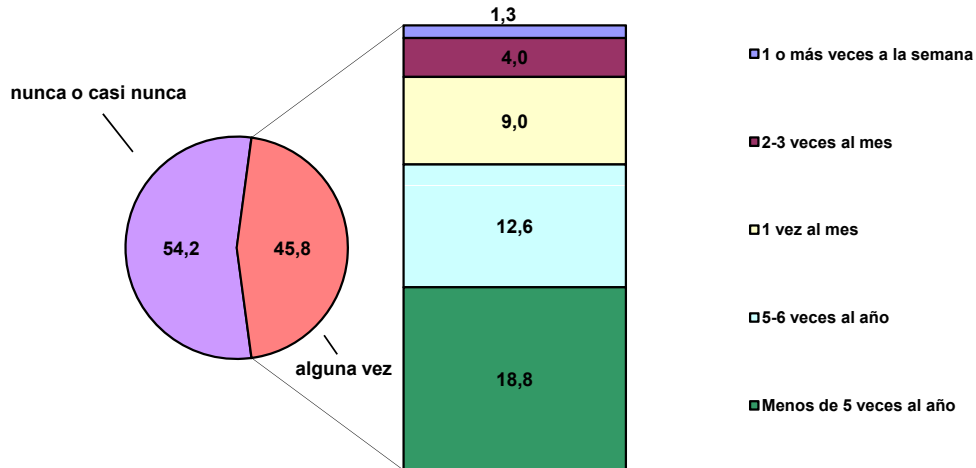
© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE CANALES TEMÁTICOS
CANALES TEMÁTICOS PAGO

RESTO CANALES TEMÁTICOS


CINE

HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE

% de individuos

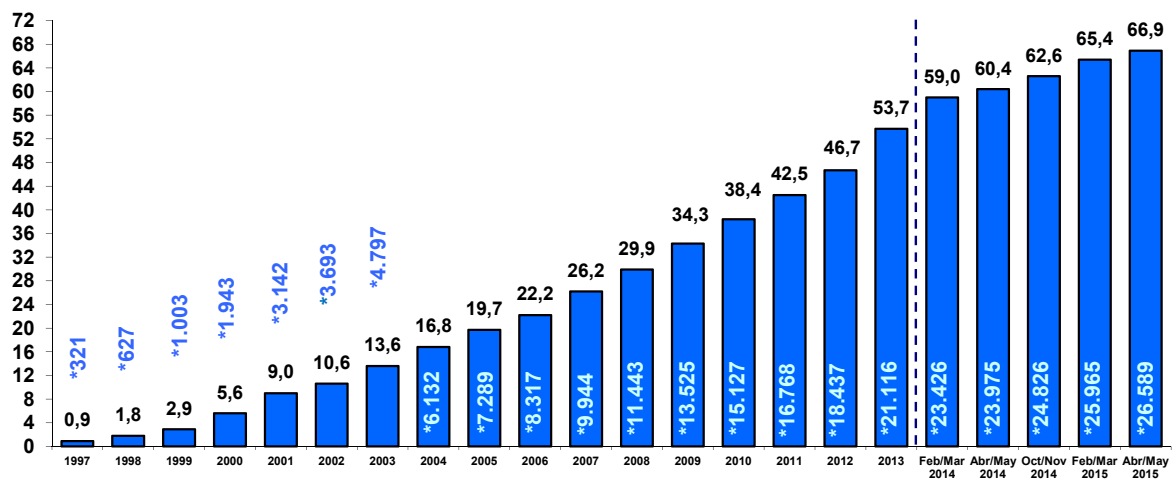


© AIMC - Fuente: EGM

INTERNET
EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET AYER

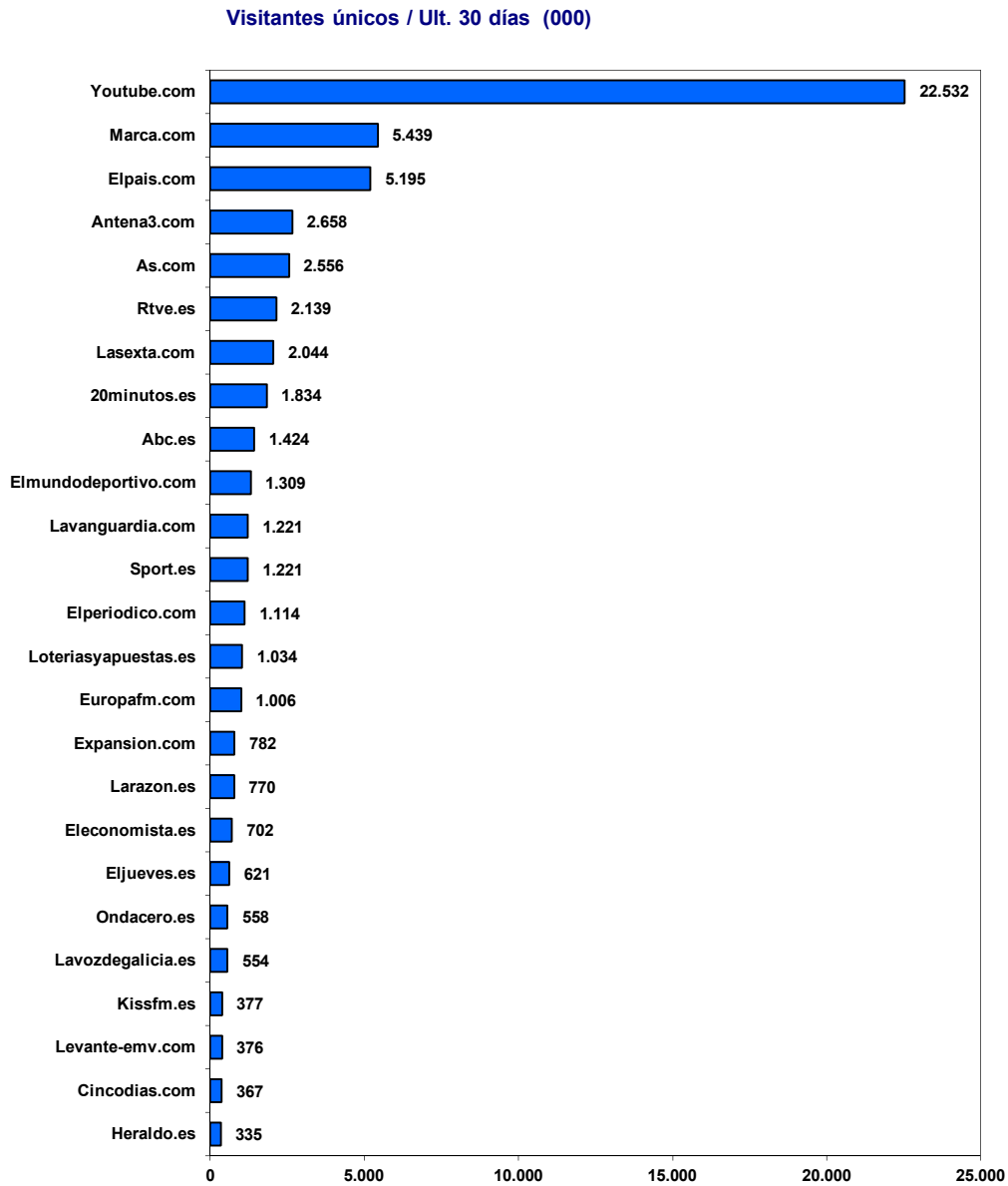
(DATOS POR OLA)

% individuos



© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE SITIOS DE INTERNET

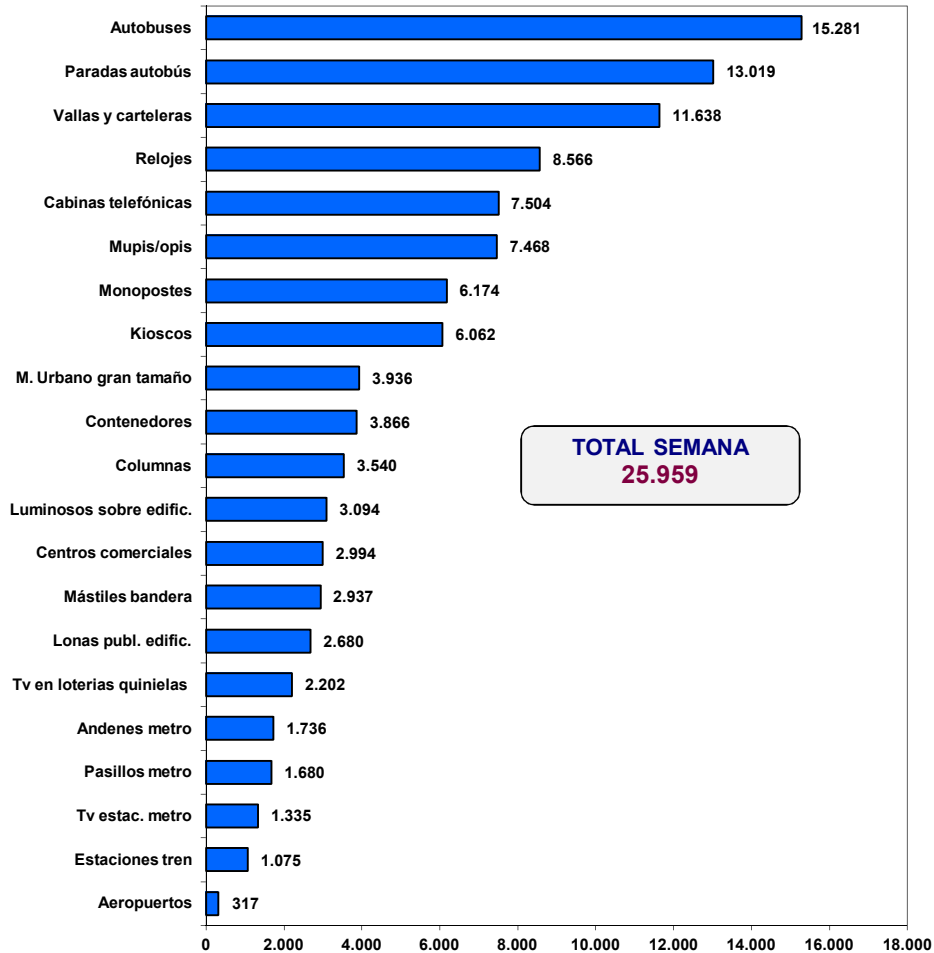
SITIOS DE INTERNET*
 (DATOS POR OLA)


* 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 (39.725.000 individuos)

Muestra anual tres últimas olas: 32.325 multimedia (+ 46.807 monomedia radio
 + 42.636 monomedia prensa
 + 23.833 monomedia revistas
 + 10.607 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.