

**ALMC**

OCTUBRE 2017 a MAYO 2018

**RESUMEN**  
**GENERAL**

**EGM** 50  
ALMC

© AIMC

AIMC - ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN  
c/ Basílica, 19 - 8º A. 28020 Madrid  
Tel. 91 570 11 74  
email: [aimc@aimc.es](mailto:aimc@aimc.es)  
[www.aimc.es](http://www.aimc.es)

Creatividad, diseño, maquetación e impresión:  
End to End Convergencia Comunicacional

Depósito Legal: M-21612-2018

# ÍNDICE

# RESUMEN GENERAL

- 4 PENETRACIÓN POR MEDIO
- 5 EVOLUCIÓN PENETRACIÓN
- 6 PENETRACIÓN POR TARGETS
- 7 PERFIL POR TARGETS

- 8 DIARIOS
- 9 SUPLEMENTOS
- 9 REVISTAS SEMANALES
- 9 REVISTAS QUINCENALES
- 10 REVISTAS MENSUALES
- 10 REVISTAS BIMESTRALES

- 11 RADIO GENERALISTA  
(lunes a domingo) - Oyentes / día
- 11 RADIO TEMÁTICA  
(lunes a domingo) - Oyentes / día
- 11 OYENTES RADIO TEMÁTICA  
POR CONTENIDOS  
(lunes a domingo)
- 12 RADIO GENERALISTA  
(lunes a domingo) - Share %
- 12 RADIO TEMÁTICA  
(lunes a domingo) - Share %
- 12 CONSUMO EN MINUTOS  
POR PERSONA Y DÍA  
(lunes a domingo)
- 13 RADIO GENERALISTA  
(lunes a viernes) - Oyentes / día

- 13 RADIO TEMÁTICA  
(lunes a viernes) - Oyentes / día
- 13 OYENTES RADIO TEMÁTICA  
POR CONTENIDOS  
(lunes a viernes)
- 14 RADIO GENERALISTA  
(lunes a viernes) - Share %
- 14 RADIO TEMÁTICA  
(lunes a viernes) - Share %
- 14 CONSUMO EN MINUTOS  
POR PERSONA Y DÍA  
(lunes a viernes)

- 15 RANKING DE CADENAS DE  
TELEVISIÓN  
(lunes a domingo) - Share %
- 16 CANALES TEMÁTICOS DE  
PAGO Audiencia últimos 30 días
- 16 RESTO CANALES TEMÁTICOS  
Audiencia últimos 30 días

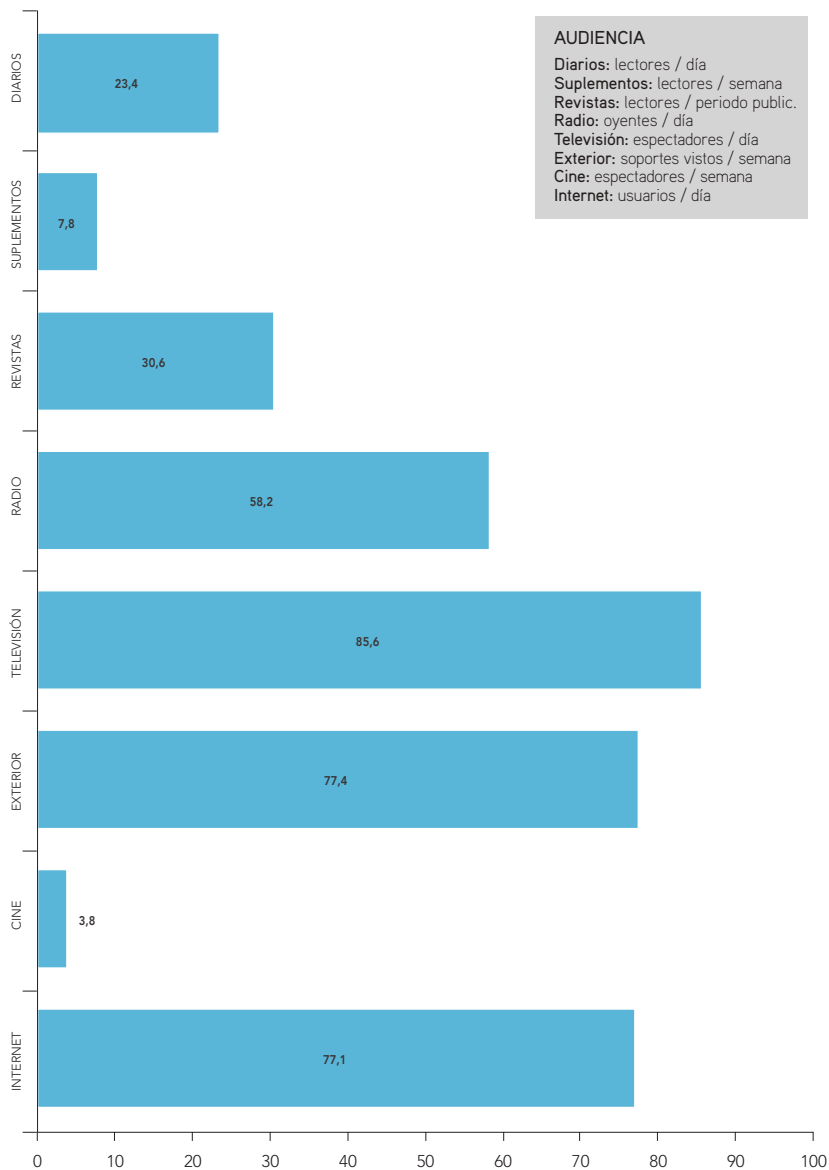
- 17 HÁBITO DE ASISTENCIA  
AL CINE
- 17 EVOLUCIÓN DEL USO DE  
INTERNET AYER  
Datos por ola
- 18 SITIOS DE INTERNET  
Datos por ola

- 19 RANKING TIPOLOGÍA DE  
SOPORTES DE EXTERIOR



% Individuos

© AIMC - Fuente EGM



**AUDIENCIA**

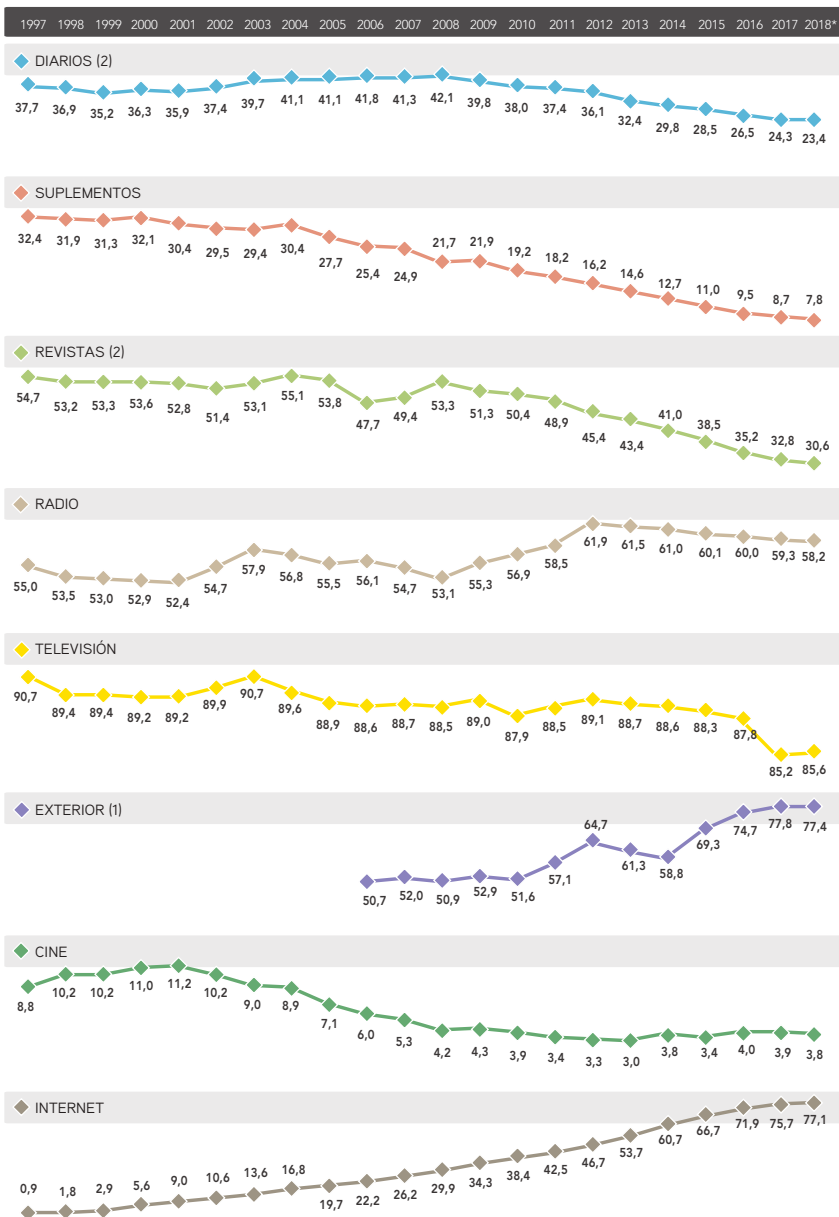
**Diarios:** lectores / día  
**Suplementos:** lectores / semana  
**Revistas:** lectores / periodo public.  
**Radio:** oyentes / día  
**Televisión:** espectadores / día  
**Exterior:** soportes vistos / semana  
**Cine:** espectadores / semana  
**Internet:** usuarios / día

# EVOLUCIÓN PENETRACIÓN



% Individuos

© AIMC - Fuente EGM



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

(2) El dato de lectores de Diarios y Revistas incluye papel y visor digital/PDF a partir de la 1ª ola 2018.

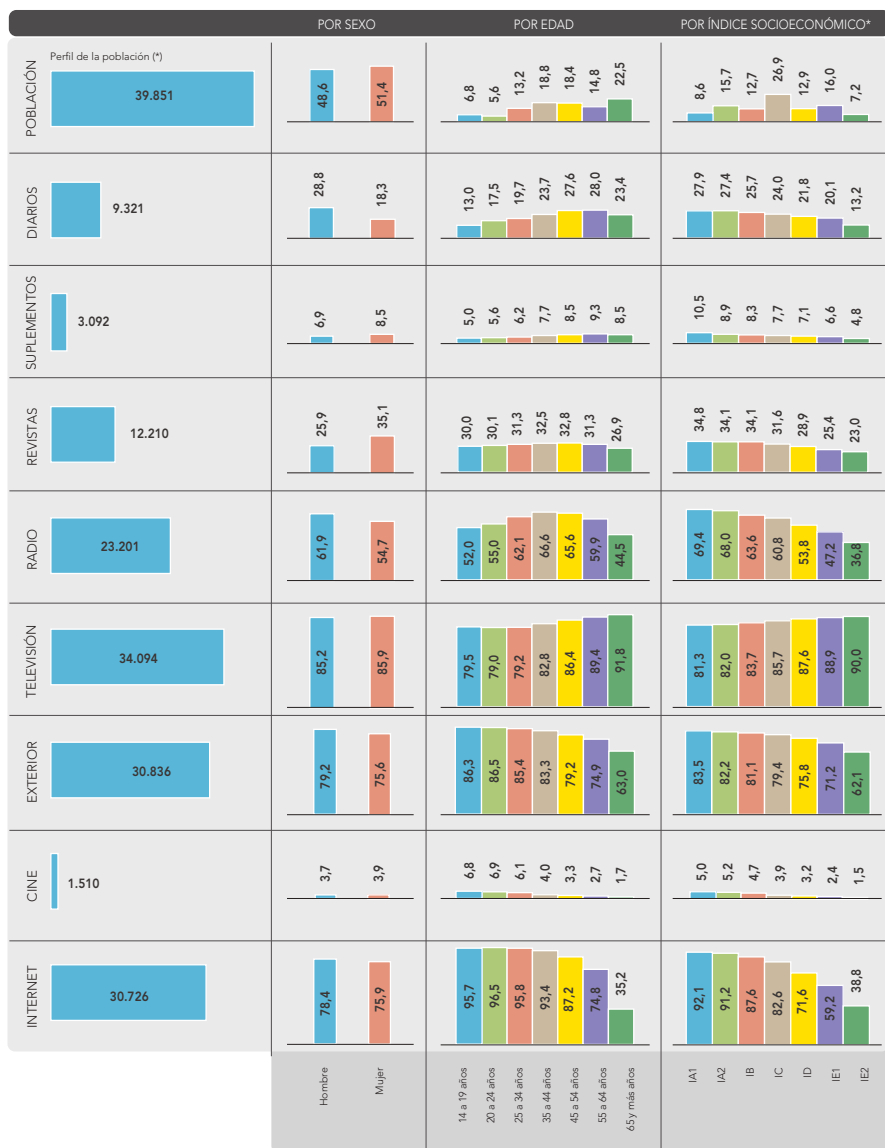
\* Octubre de 2017 a Mayo de 2018

# PENETRACIÓN POR TARGETS



\* Individuos (ooo)  
% Individuos

© AIMC - Fuente EGM



## AUDIENCIA

**Diarios:** lectores / día  
**Suplementos:** lectores / semana  
**Revistas:** lectores / periodo public.  
**Radio:** oyentes / día

**Televisión:** espectadores / día  
**Exterior:** soportes vistos / semana  
**Cine:** espectadores / semana  
**Internet:** usuarios / día

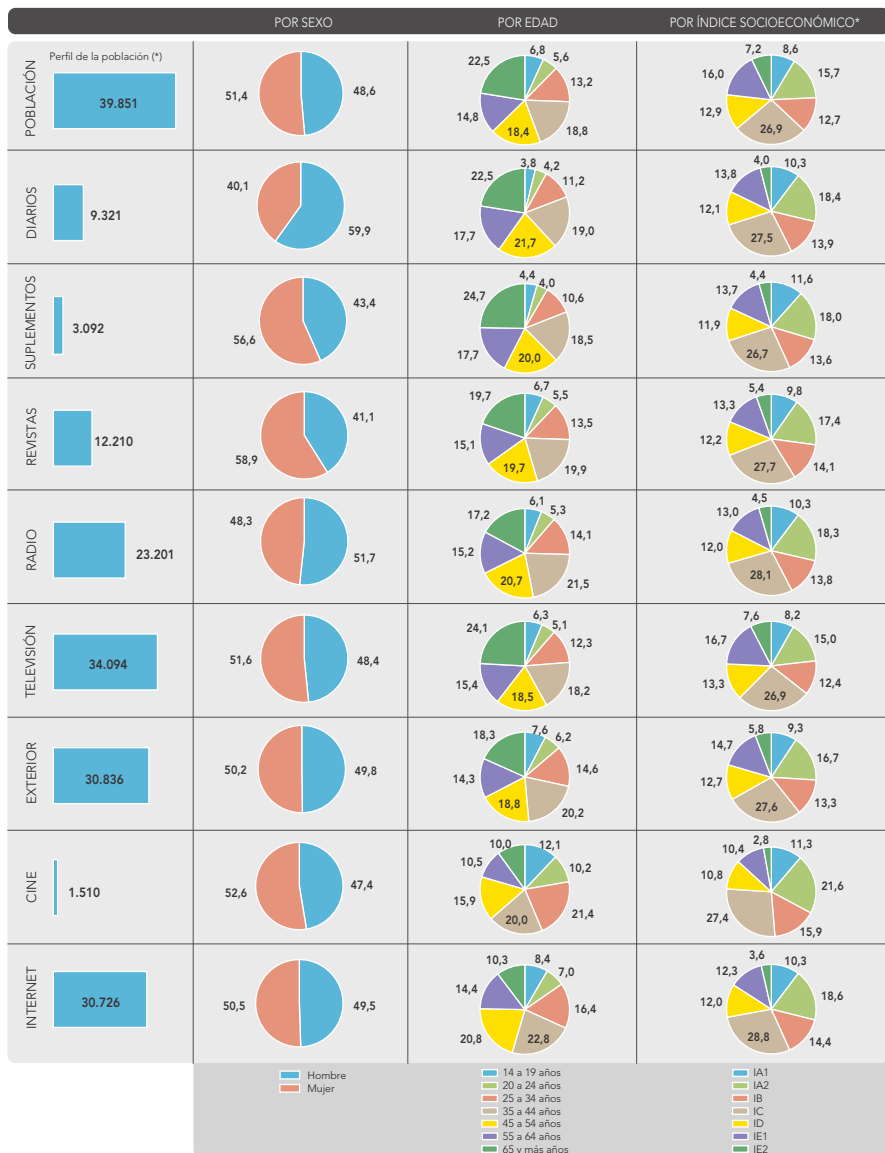
\* IA1 mayor Índice Socioeconómico

# PERFIL POR TARGETS



\* Individuos (ooo)  
% Individuos

© AIMC - Fuente EGM



## AUDIENCIA

**Diarios:** lectores / día  
**Suplementos:** lectores / semana  
**Revistas:** lectores / periodo public.  
**Radio:** oyentes / día

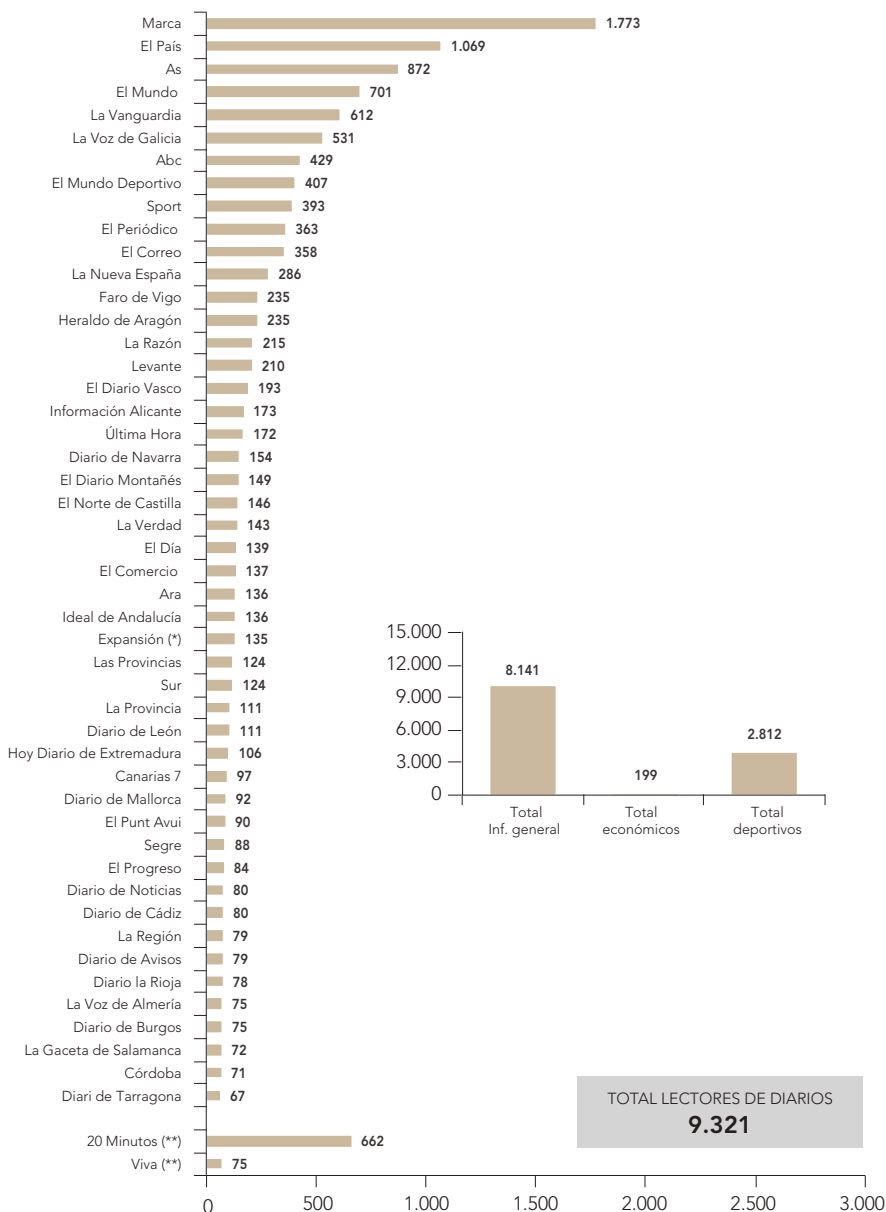
**Televisión:** espectadores / día  
**Exterior:** soportes vistos / semana  
**Cine:** espectadores / semana  
**Internet:** usuarios / día

\* IA1 mayor Índice Socioeconómico



Lectores / día (000)

© AIMC - Fuente EGM



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

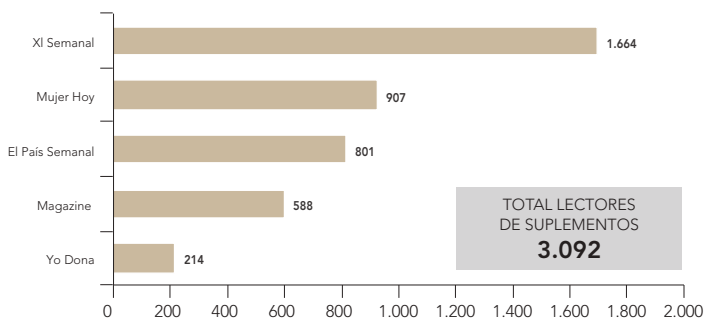


## SUPLEMENTOS



Lectores / semana (000)

© AIMC - Fuente EGM

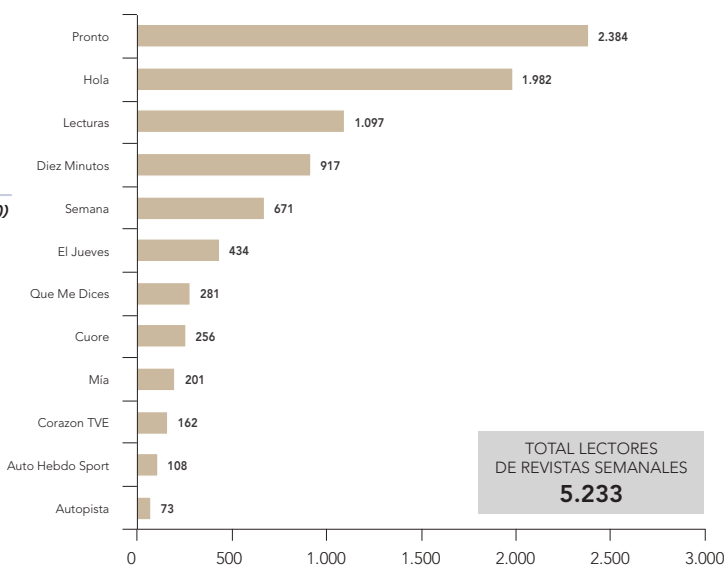


## REVISTAS SEMANALES



Lectores / semana (000)

© AIMC - Fuente EGM

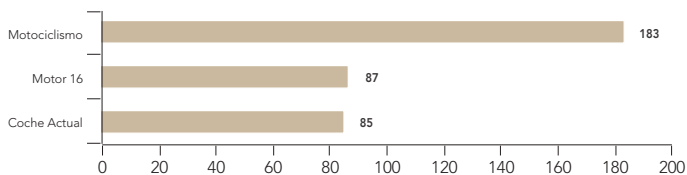


## REVISTAS QUINCENALES



Lectores / quincena (000)

© AIMC - Fuente EGM

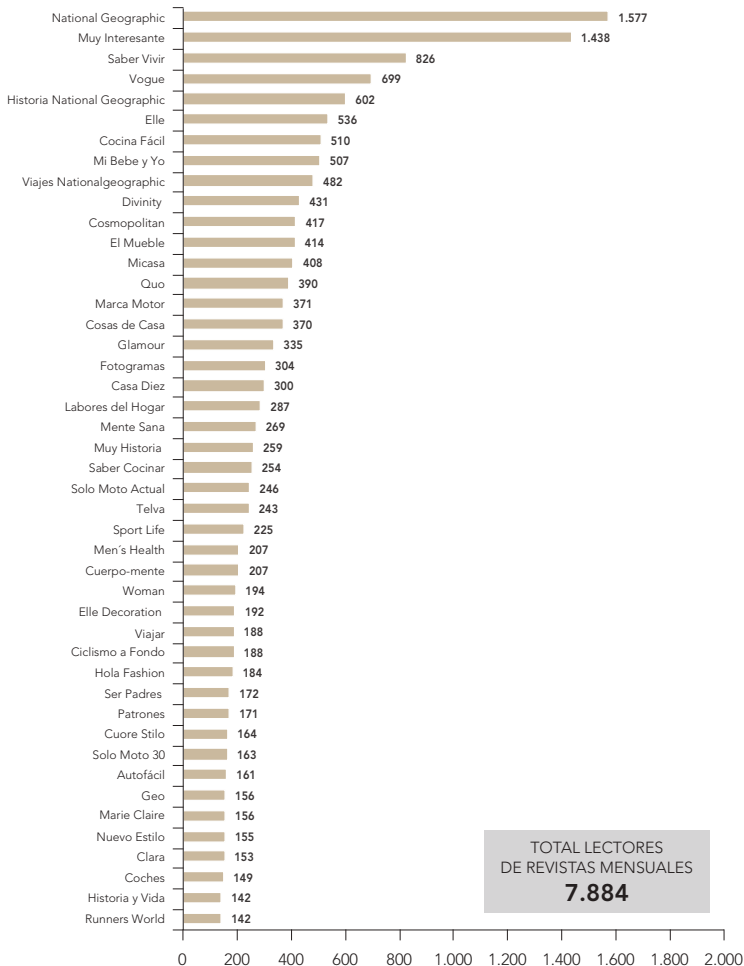


**TOTAL LECTORES DE REVISTAS QUINCENALES**  
**491**

## REVISTAS MENSUALES

  
Lectores / mes (000)

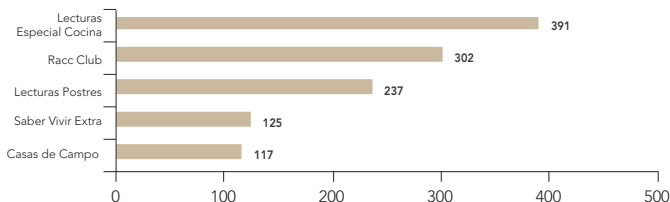
© AIMC - Fuente EGM



## REVISTAS BIMESTRALES

  
Lectores / bimestre (000)

© AIMC - Fuente EGM



**TOTAL LECTORES DE REVISTAS BIMESTRALES**

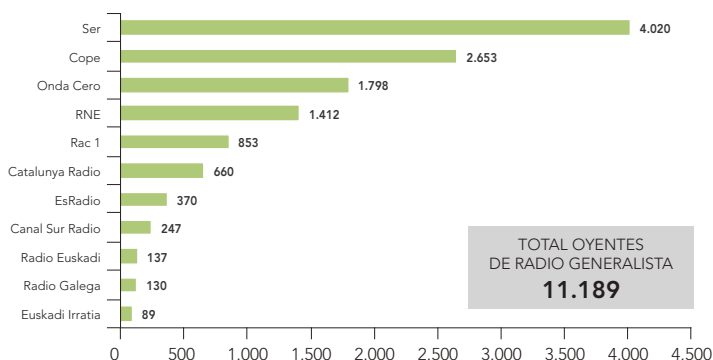
**993**

## RADIO GENERALISTA (LUNES A DOMINGO)



Oyentes / día (000)

© AIMC - Fuente EGM

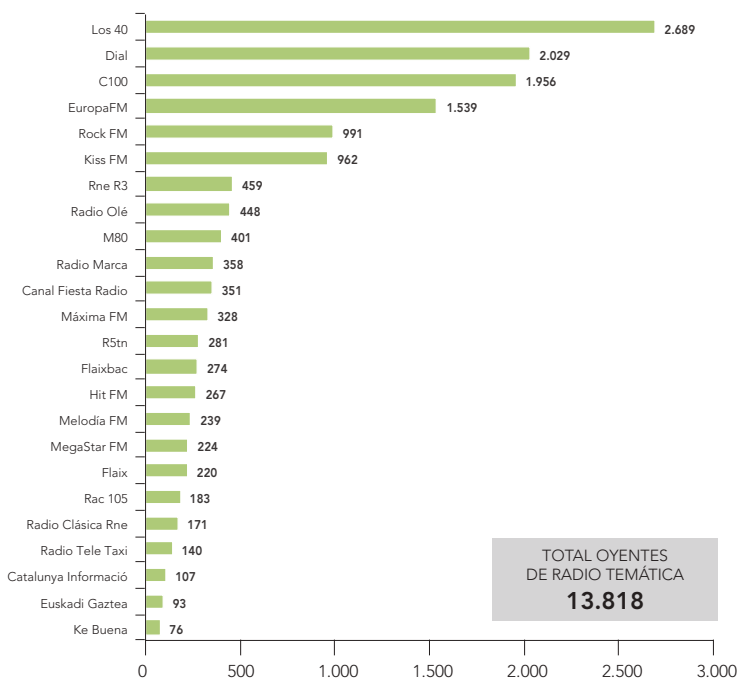


## RADIO TEMÁTICA (LUNES A DOMINGO)



Oyentes / día (000)

© AIMC - Fuente EGM



## OYENTES RADIO TEMÁTICA POR CONTENIDOS (LUNES A DOMINGO)

© AIMC - Fuente EGM

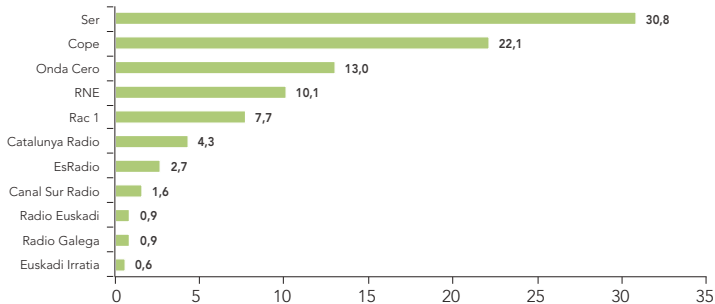


**RADIO GENERALISTA**  
(LUNES A DOMINGO)



Share %

© AIMC - Fuente EGM

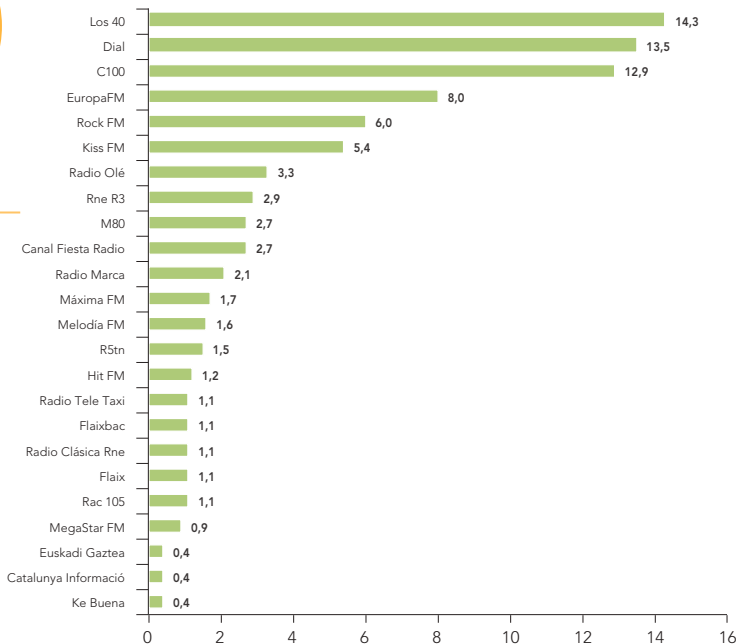


**RADIO TEMÁTICA**  
(LUNES A DOMINGO)



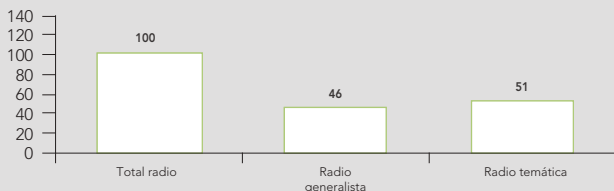
Share %

© AIMC - Fuente EGM



**CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA**  
(LUNES A DOMINGO)

© AIMC - Fuente EGM

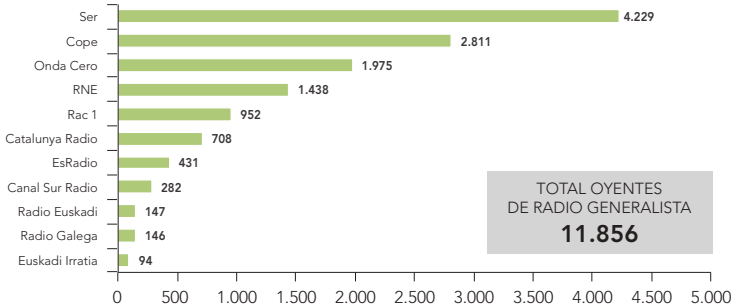


## RADIO GENERALISTA (LUNES A VIERNES)



Oyentes / día (000)

© AIMC - Fuente EGM

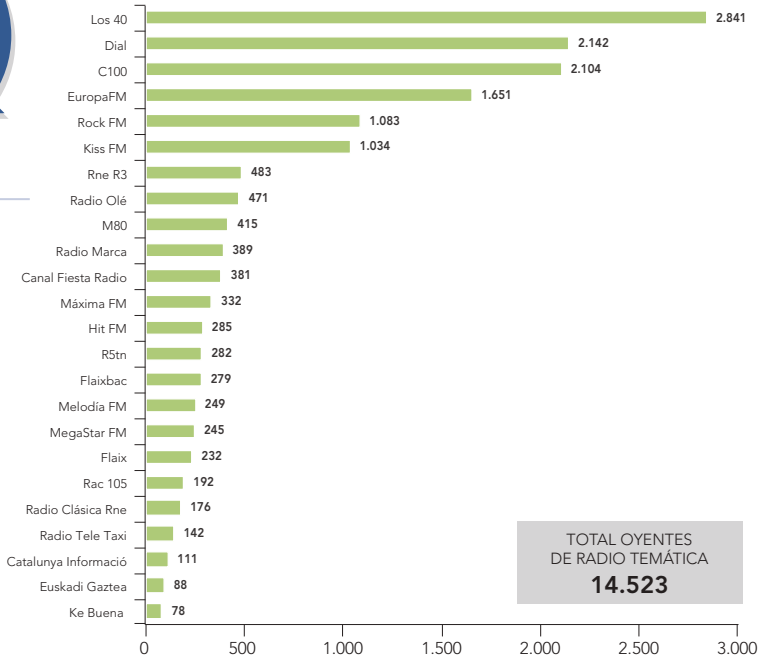


## RADIO TEMÁTICA (LUNES A VIERNES)



Oyentes / día (000)

© AIMC - Fuente EGM



## OYENTES RADIO TEMÁTICA POR CONTENIDOS (LUNES A VIERNES)

© AIMC - Fuente EGM

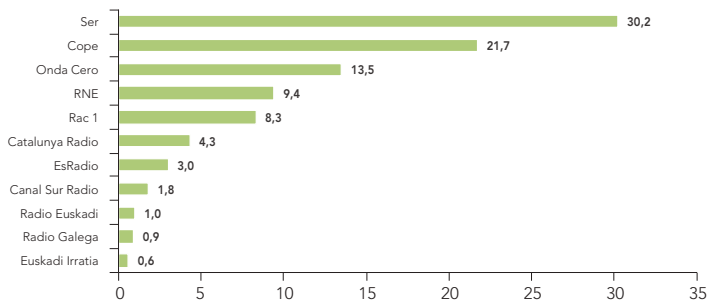


**RADIO GENERALISTA**  
(LUNES A VIERNES)



Share %

© AIMC - Fuente EGM

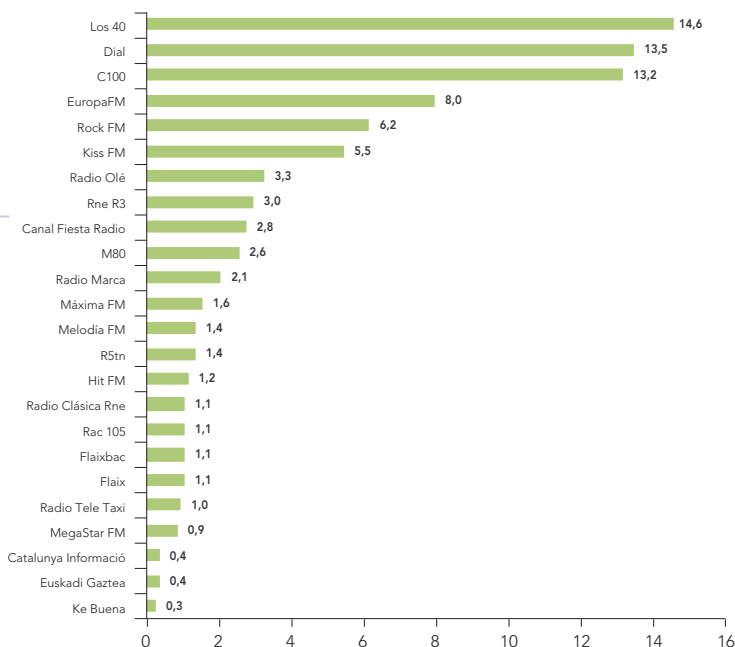


**RADIO TEMÁTICA**  
(LUNES A VIERNES)



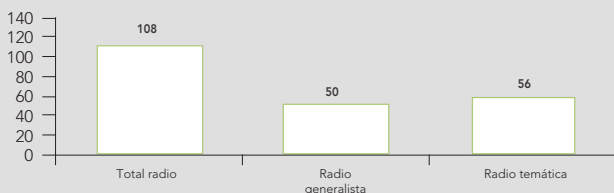
Share %

© AIMC - Fuente EGM



**CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA**  
(LUNES A VIERNES)

© AIMC - Fuente EGM

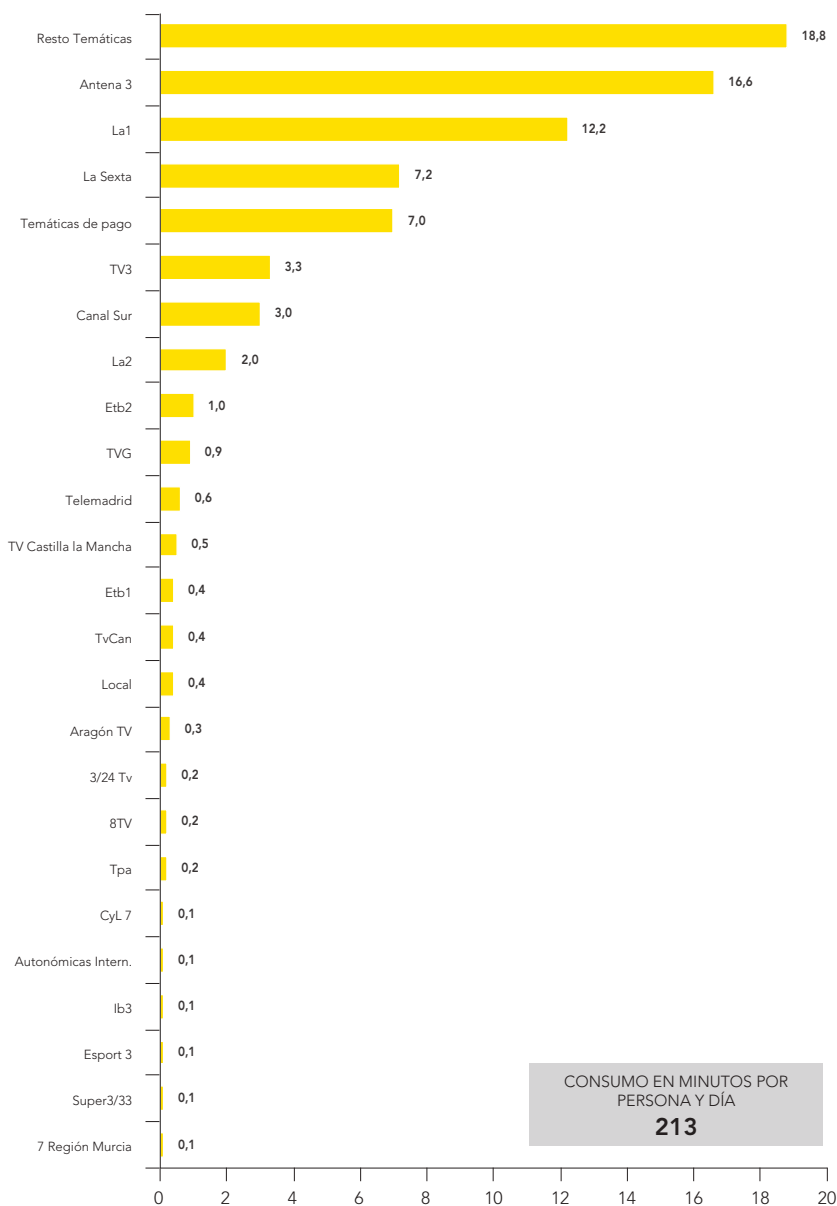


**RANKING DE  
CADENAS DE  
TELEVISIÓN**  
(LUNES A  
DOMINGO)



Share %

© AIMC - Fuente EGM

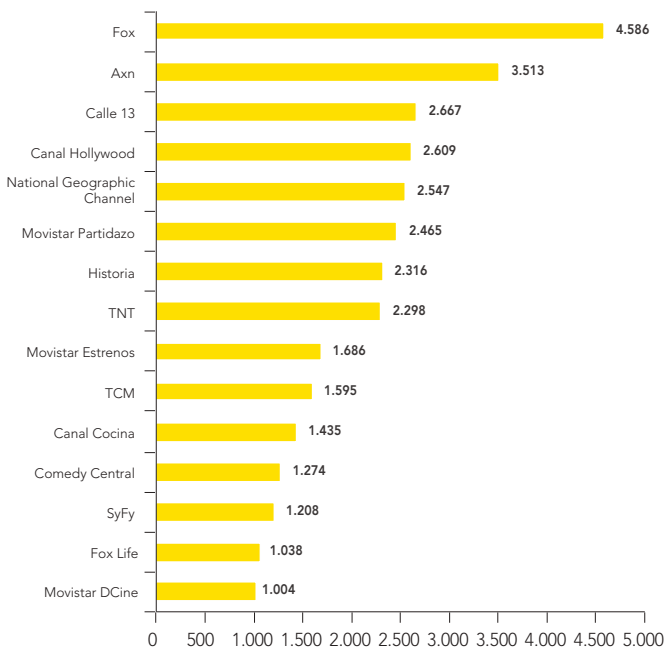


## CANALES TEMÁTICOS DE PAGO



Audiencia últimos 30 días (000)

© AIMC - Fuente EGM

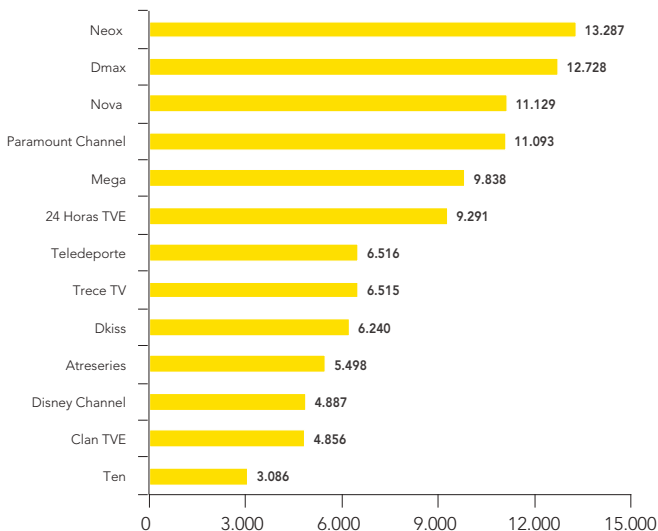


## RESTO CANALES TEMÁTICOS



Audiencia últimos 30 días (000)

© AIMC - Fuente EGM



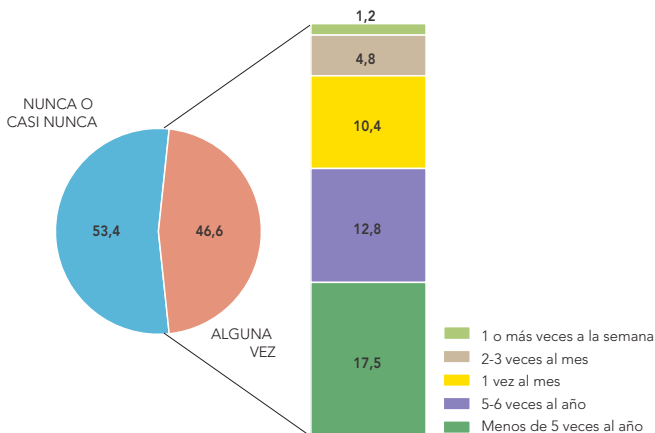


## HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE



% de individuos

© AIMC - Fuente EGM

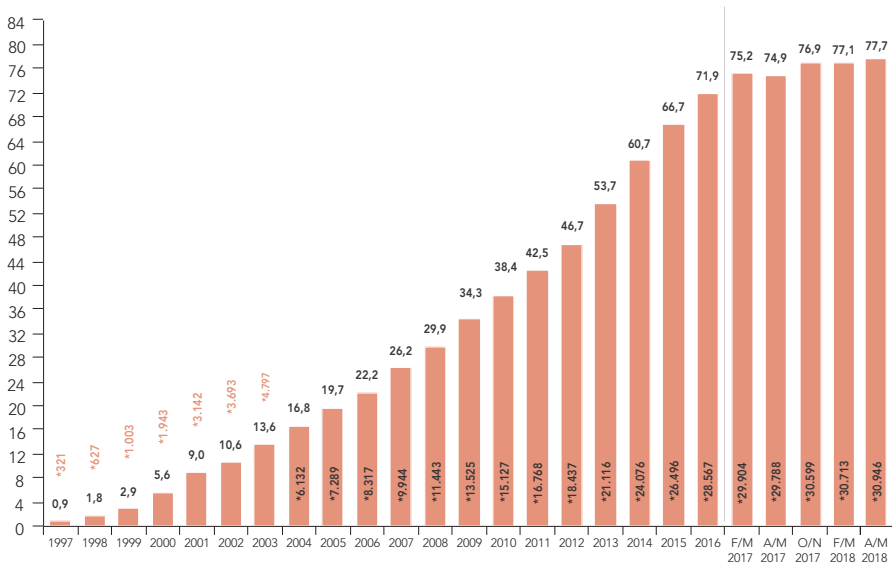


## EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET AYER



**Datos por ola**  
% de individuos

© AIMC - Fuente EGM

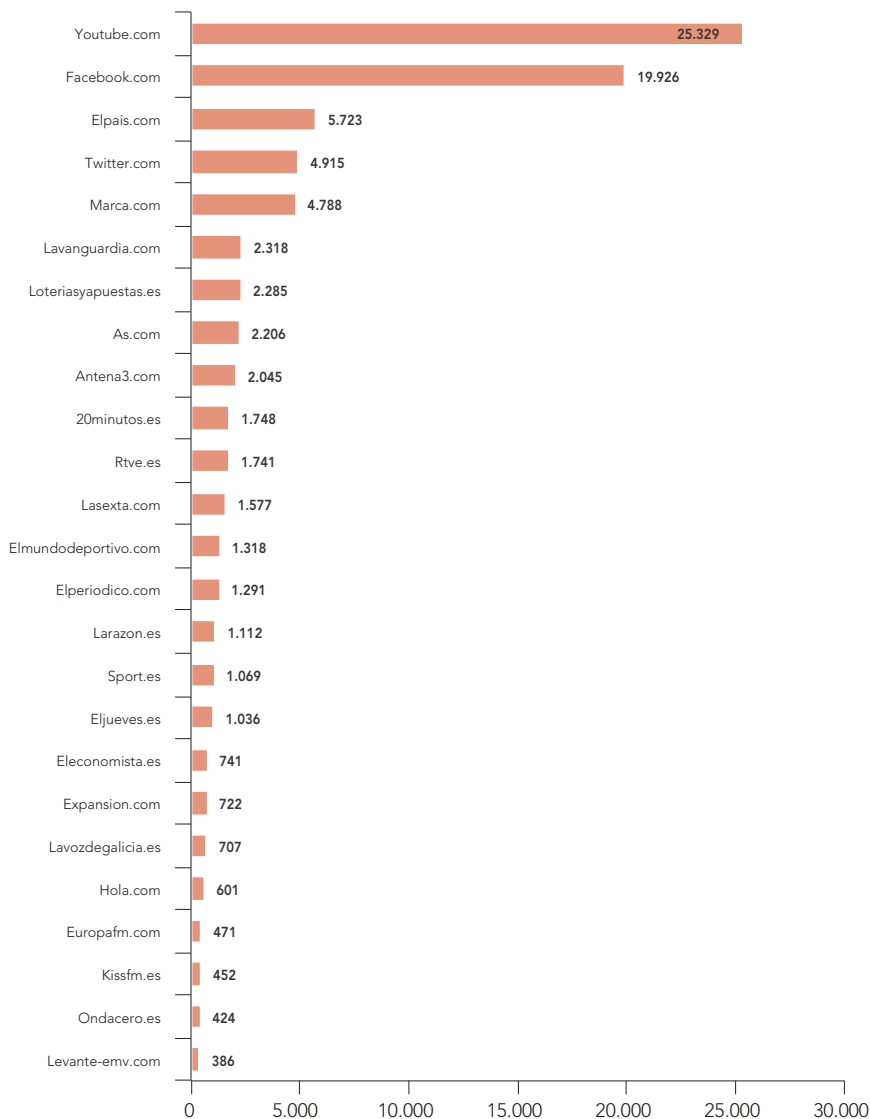


\*Individuos en miles.



**Datos por ola**  
Visitantes únicos / Ult. 30 días (ooo)

© AIMC - Fuente EGM

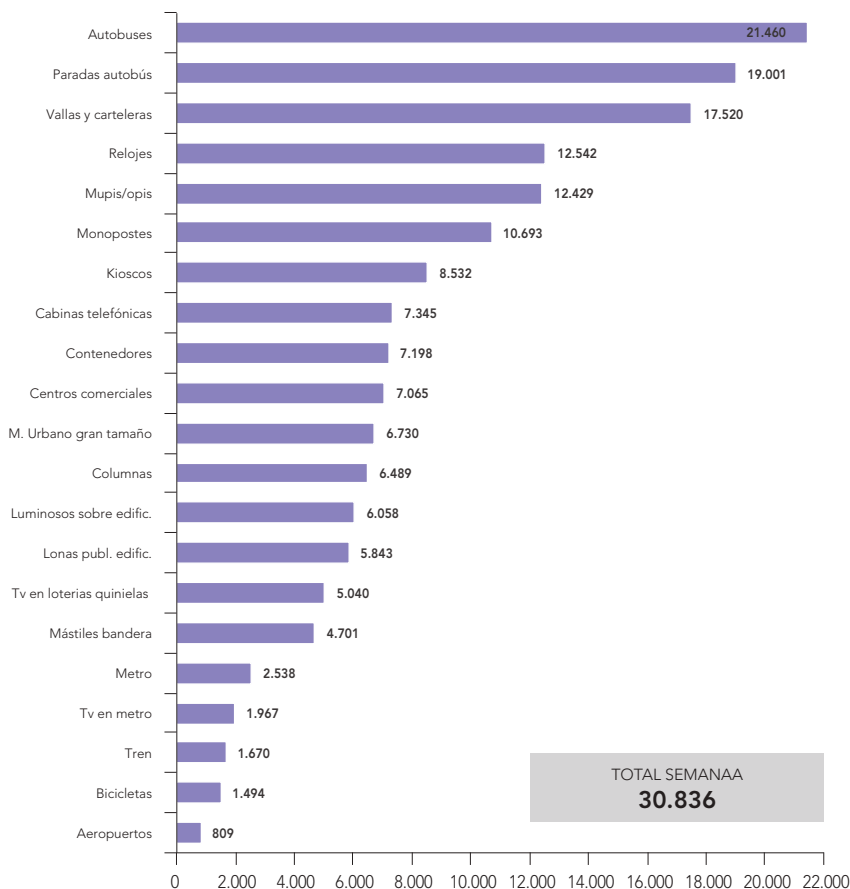


\*Nota: Información referida exclusivamente a los sitios controlados por el EGM.



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

© AIMC - Fuente EGM



**FICHA TÉCNICA**

Universo: población de 14 o más años (39.851.000 individuos)

Muestra anual tres últimas olas: 29.504 multimedia (28.824 "face to face" + 680 "Online")  
 + 49.267 monomedio radio (entrevistas telefónicas)  
 + 45.212 monomedio prensa (entrevistas telefónicas)  
 + 20.057 monomedio revistas (19.555 "face to face" + 502 "Online")  
 + 13.064 monomedio televisión (entrevistas telefónicas)

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

# RESUMEN GENERAL



ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

AIMC - c/ Basílica, 19 - 8º A  
28020 Madrid  
Tel. 91 570 11 74  
[aimc@aimc.es](mailto:aimc@aimc.es)  
[www.aimc.es](http://www.aimc.es)