



FEBRERO a NOVIEMBRE 2017

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

© **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

www.aimc.es



ÍNDICE

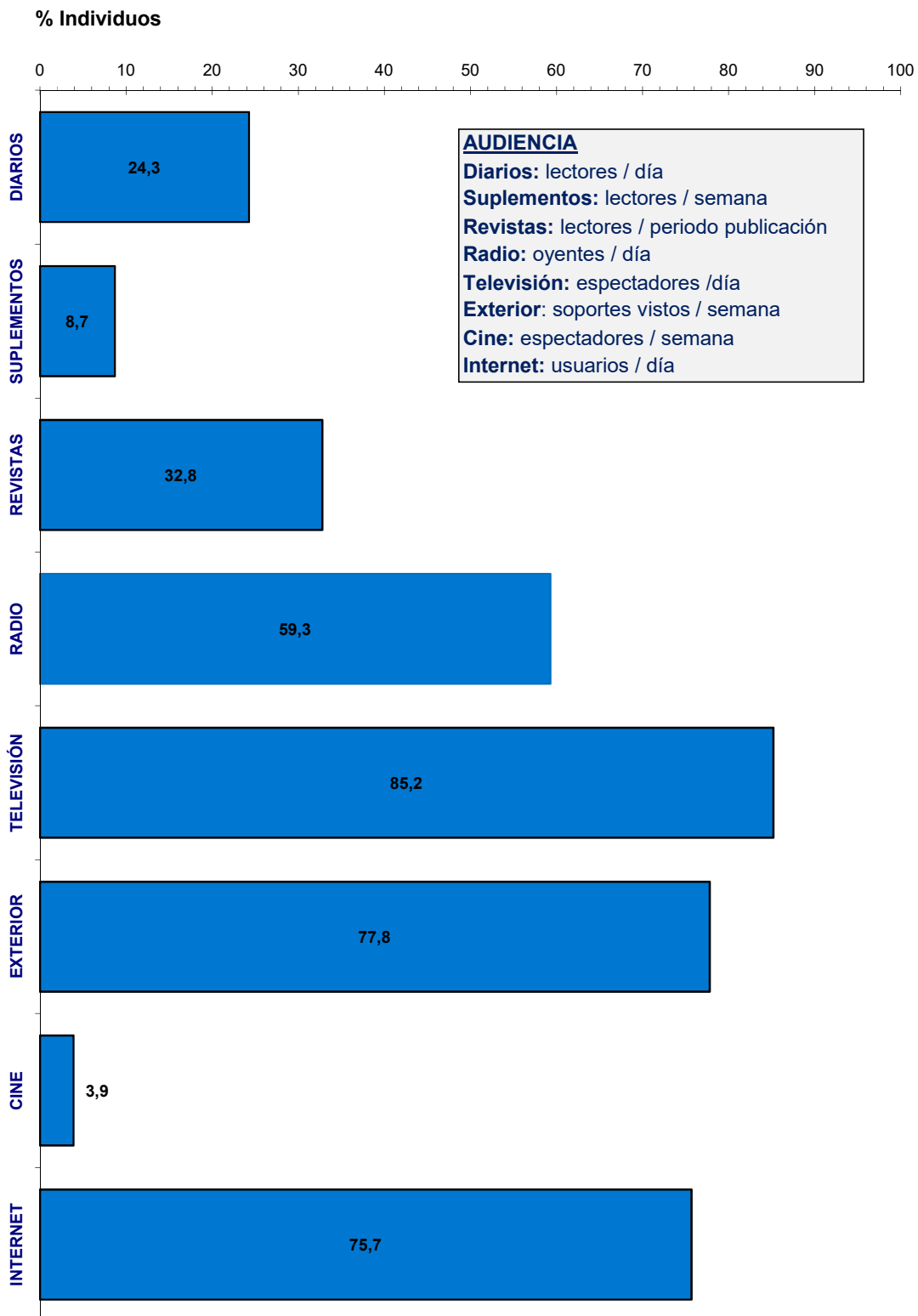
Página

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

Página

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 SOPORTE DE EXTERIOR

PENETRACIÓN POR MEDIO



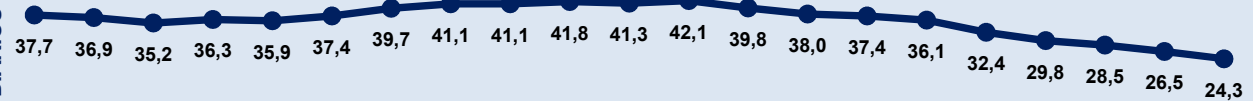
© AIMC - Fuente: EGM

EVOLUCIÓN PENETRACIÓN

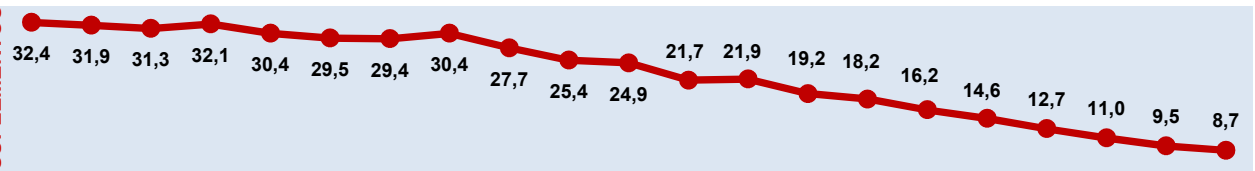
% Individuos

1997 1998 1999 2000 2001 2002 2003 2004 2005 2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017

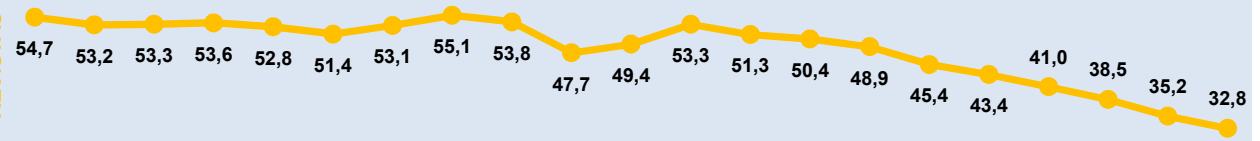
DIARIOS



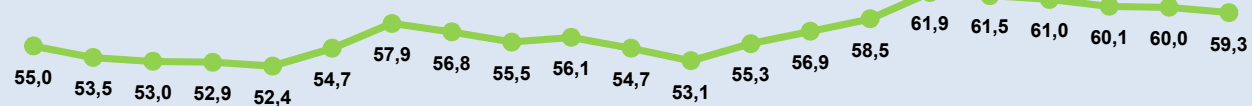
SUPLEMENTOS



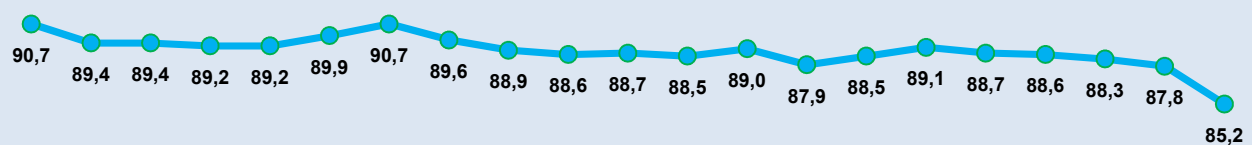
REVISTAS



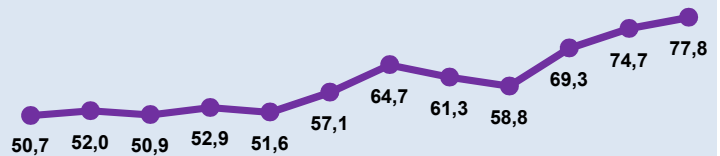
RADIO



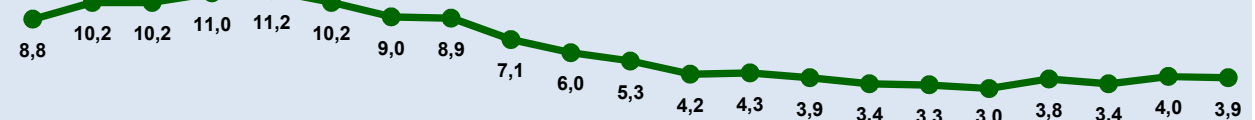
TELEVISIÓN



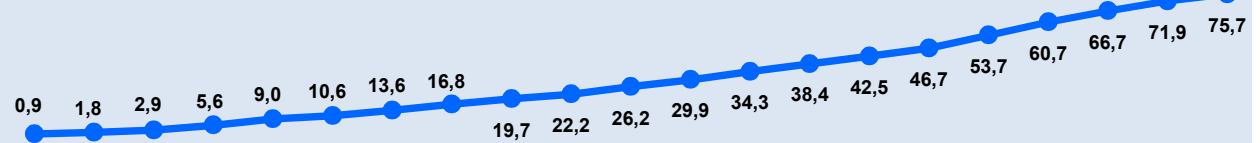
EXTERIOR (1)



CINE



INTERNET



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

© AIMC - Fuente: EGM

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

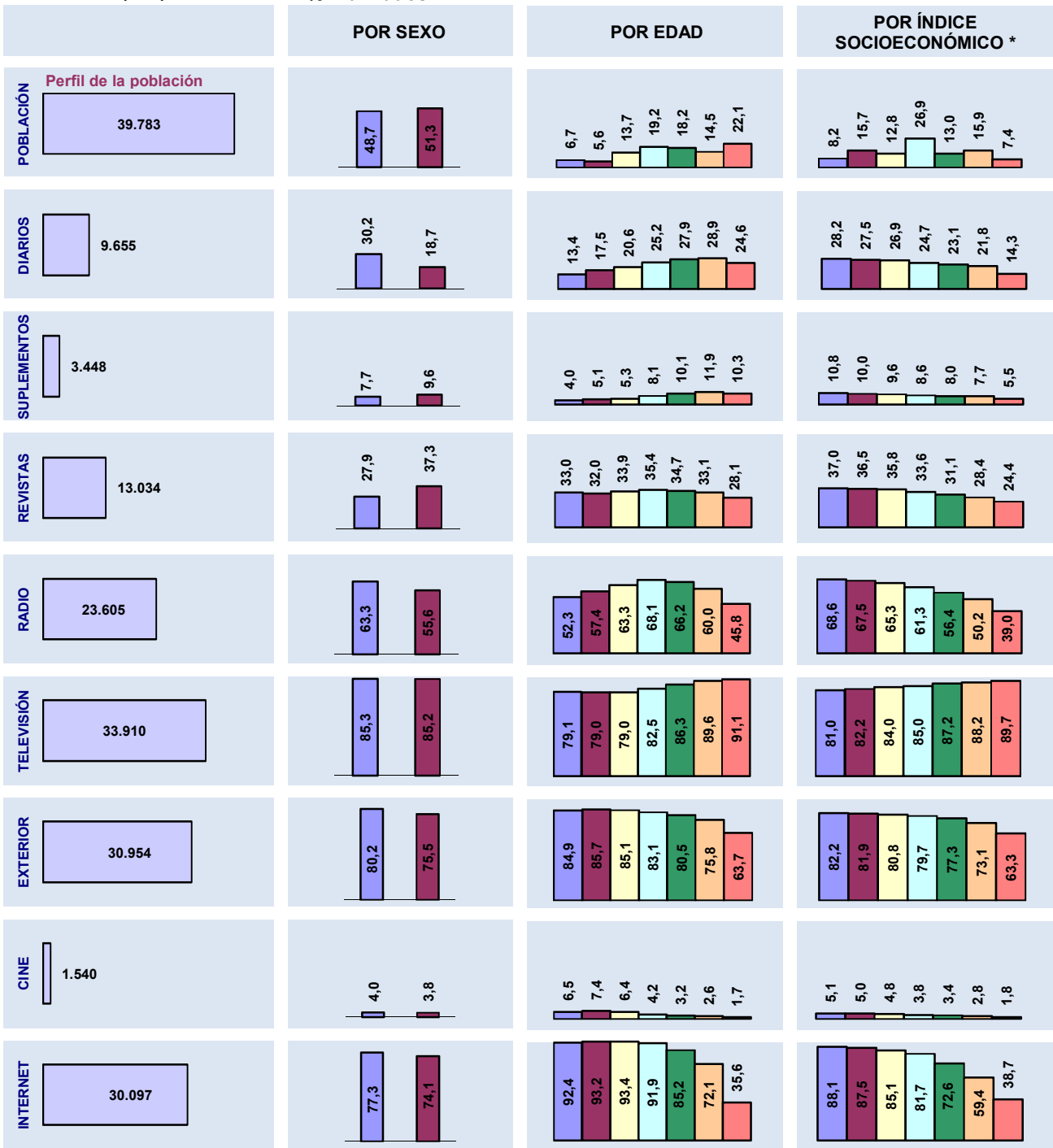
EGM: AÑO MÓVIL FEBRERO a NOVIEMBRE 2017

EGM

PENETRACIÓN POR TARGETS

Individuos (000)

% Individuos



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

* IA1 mayor Índice Socioec.



AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

EGM: AÑO MÓVIL FEBRERO a NOVIEMBRE 2017

PERFIL POR TARGETS

Individuos (000)

% Individuos

	POR SEXO	POR EDAD	POR ÍNDICE SOCIOECONÓMICO *
POBLACIÓN 39.783	51,3 / 48,7	22,1 / 6,7 / 5,6 / 13,7 / 14,5 / 18,2 / 19,2	15,9 / 7,4 / 8,2 / 15,7 / 13,0 / 26,9 / 12,8
DIARIOS 9.655	39,5 / 60,5	22,5 / 3,7 / 4,1 / 11,6 / 17,3 / 20,9 / 19,9	14,3 / 4,3 / 9,6 / 17,8 / 12,4 / 27,4 / 14,2
SUPLEMENTOS 3.448	56,9 / 43,1	26,3 / 3,1 / 3,3 / 8,4 / 19,8 / 21,1 / 18,0	14,2 / 4,7 / 10,2 / 18,2 / 11,9 / 26,6 / 14,2
REVISTAS 13.034	58,5 / 41,5	19,0 / 6,7 / 5,5 / 14,1 / 14,7 / 19,3 / 20,7	13,8 / 5,5 / 9,3 / 17,5 / 12,4 / 27,6 / 14,0
RADIO 23.605	48,1 / 51,9	17,1 / 5,9 / 5,5 / 14,6 / 14,7 / 20,3 / 22,0	13,4 / 4,8 / 9,5 / 17,9 / 12,4 / 27,8 / 14,1
TELEVISIÓN 33.910	51,3 / 48,7	23,6 / 6,2 / 5,2 / 12,7 / 15,2 / 18,4 / 18,6	16,4 / 7,8 / 7,8 / 15,2 / 13,3 / 26,8 / 12,6
EXTERIOR 30.954	49,8 / 50,2	18,1 / 7,3 / 6,2 / 14,9 / 14,1 / 18,8 / 20,5	14,9 / 6,0 / 8,7 / 16,5 / 12,9 / 27,6 / 13,3
CINE 1.540	50,3 / 49,7	9,8 / 9,9 / 11,2 / 10,8 / 15,2 / 20,7 / 22,4	11,6 / 3,4 / 10,9 / 20,2 / 11,3 / 26,8 / 15,8
INTERNET 30.097	50,3 / 49,7	10,4 / 8,2 / 6,9 / 16,9 / 13,8 / 20,5 / 23,3	12,5 / 3,8 / 9,6 / 18,2 / 12,5 / 29,1 / 14,4

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

* IA1 mayor Índice Socioec.

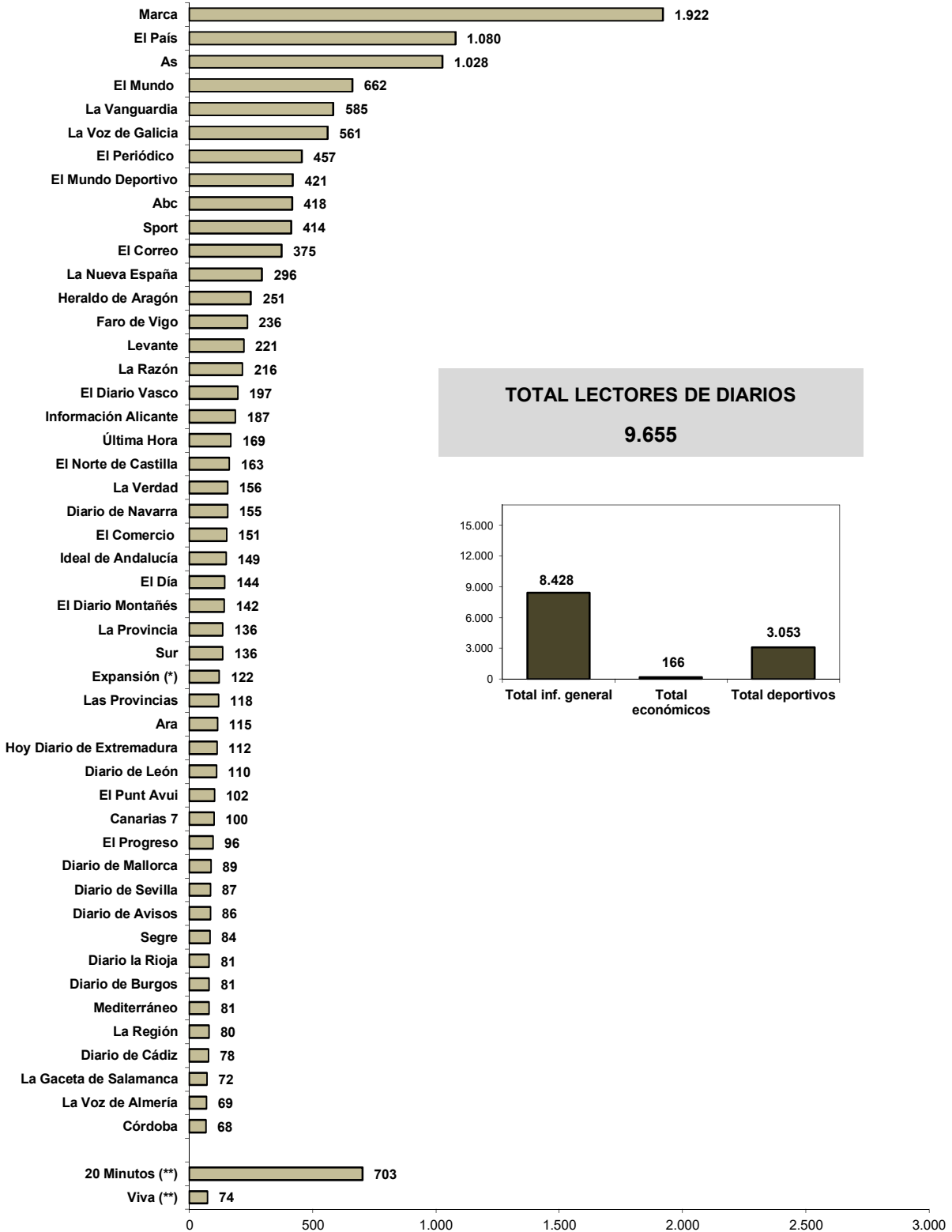
AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

EGM: AÑO MÓVIL FEBRERO a NOVIEMBRE 2017

EGM

DIARIOS

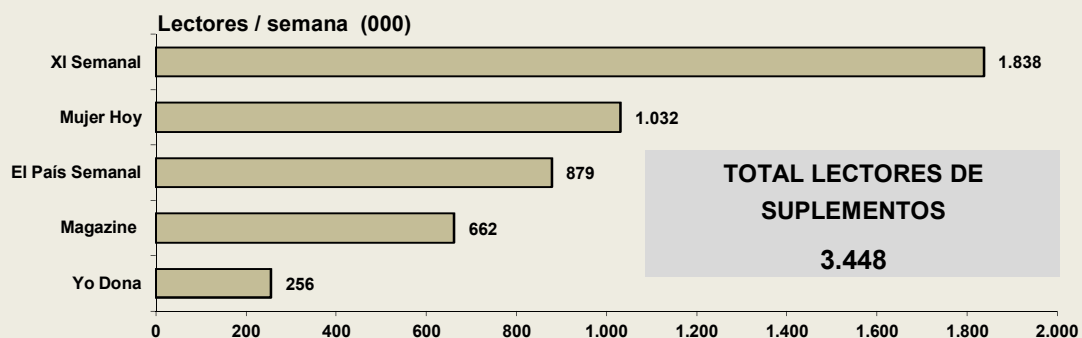
Lectores / día (000)



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

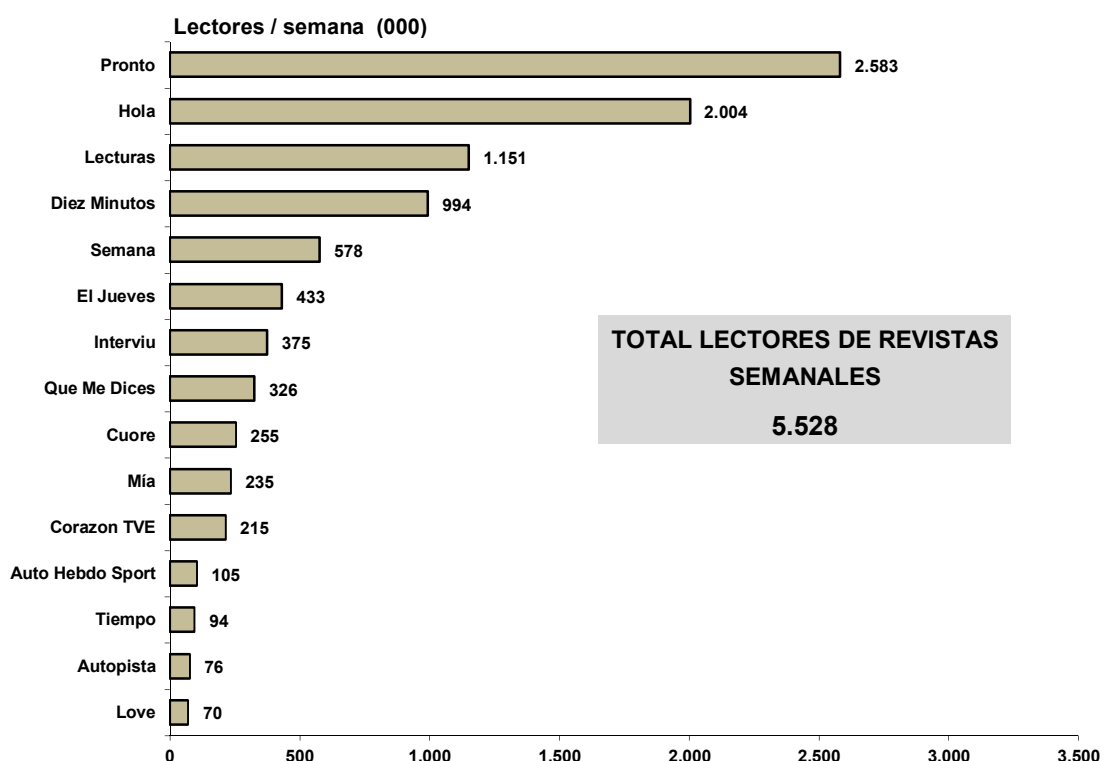
© AIMC - Fuente: EGM

SUPLEMENTOS



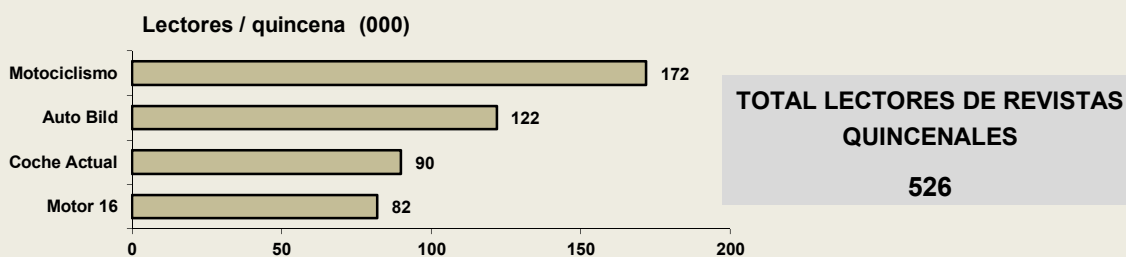
© AIMC - Fuente: EGM

REVISTAS SEMANALES



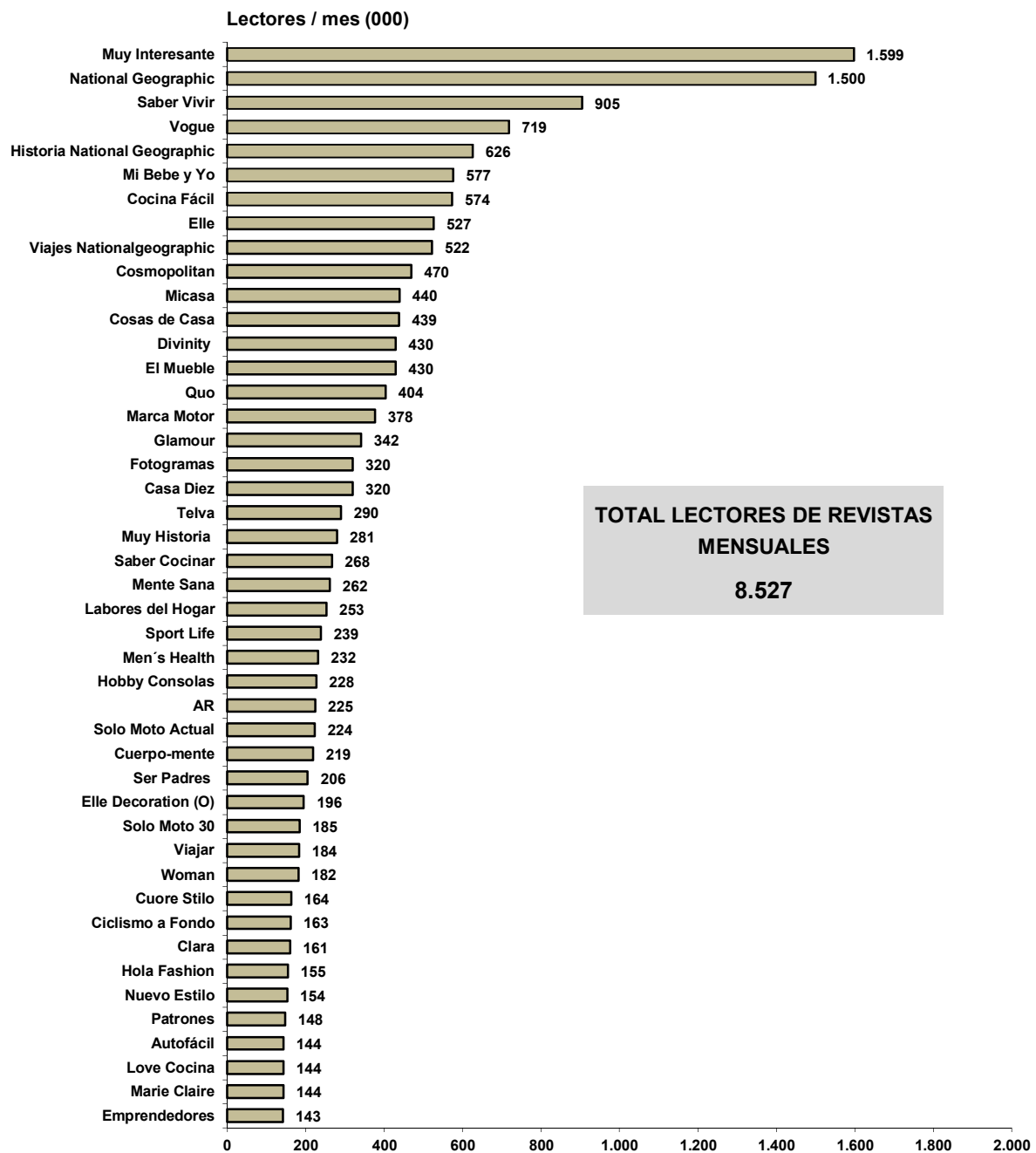
© AIMC - Fuente: EGM

REVISTAS QUINCENALES



© AIMC - Fuente: EGM

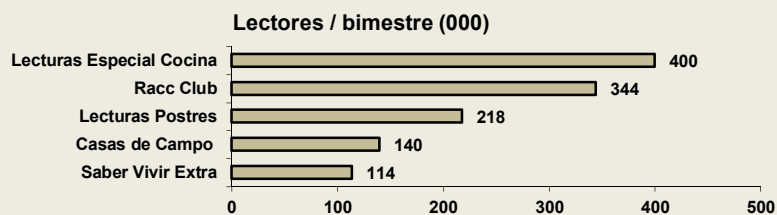
REVISTAS MENSUALES



(O) Datos referidos a la 3ª ola 2017

© AIMC - Fuente: EGM

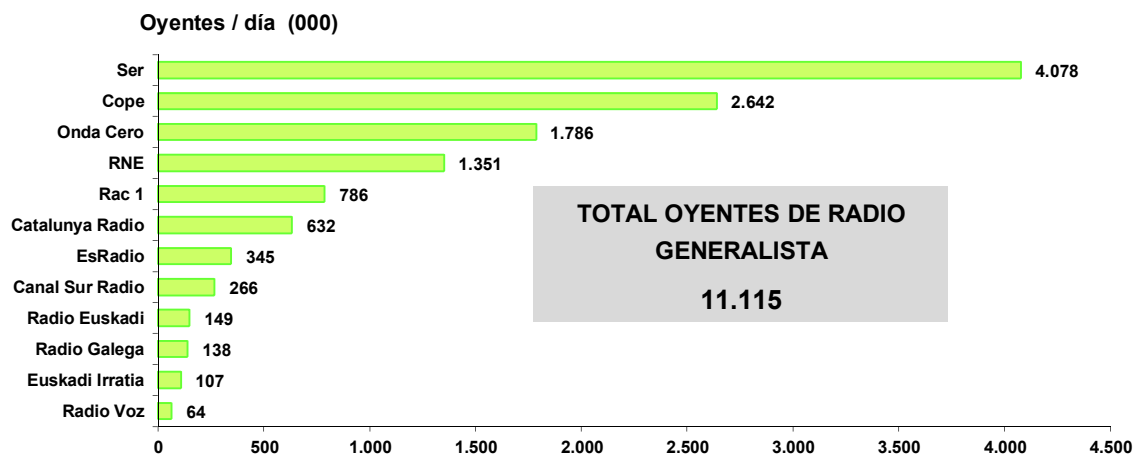
REVISTAS BIMESTRALES



TOTAL LECTORES DE REVISTAS BIMESTRALES
1.057

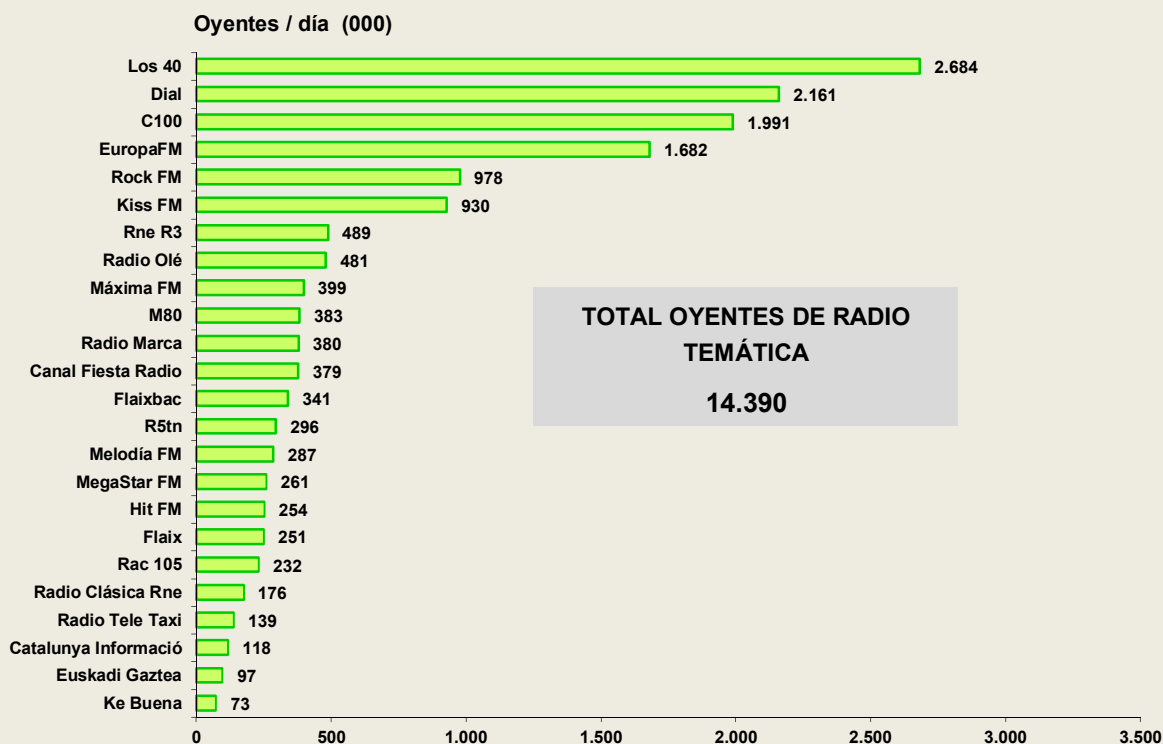
© AIMC - Fuente: EGM

RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)



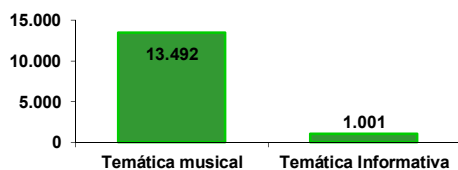
© AIMC - Fuente: EGM

RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)



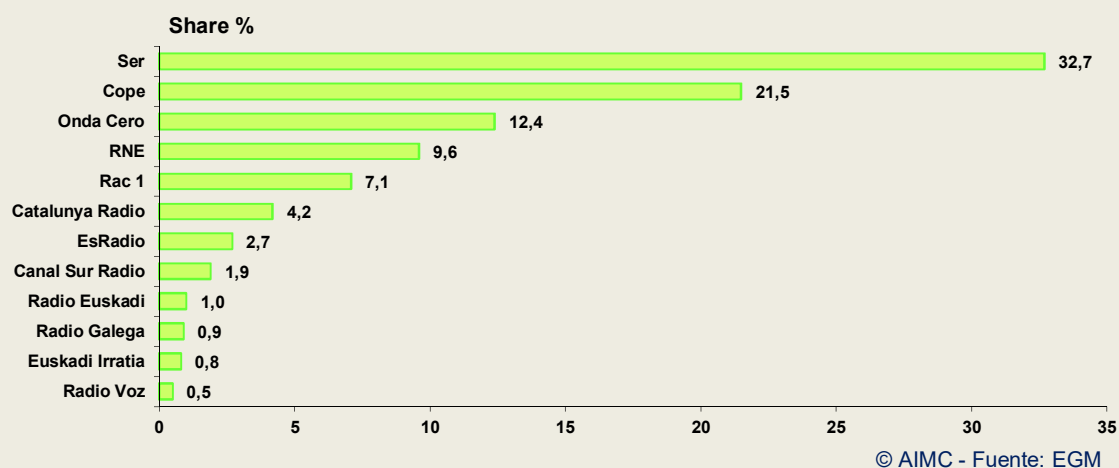
© AIMC - Fuente: EGM

OYENTES RADIO TEMÁTICA POR CONTENIDOS (lunes a domingo)

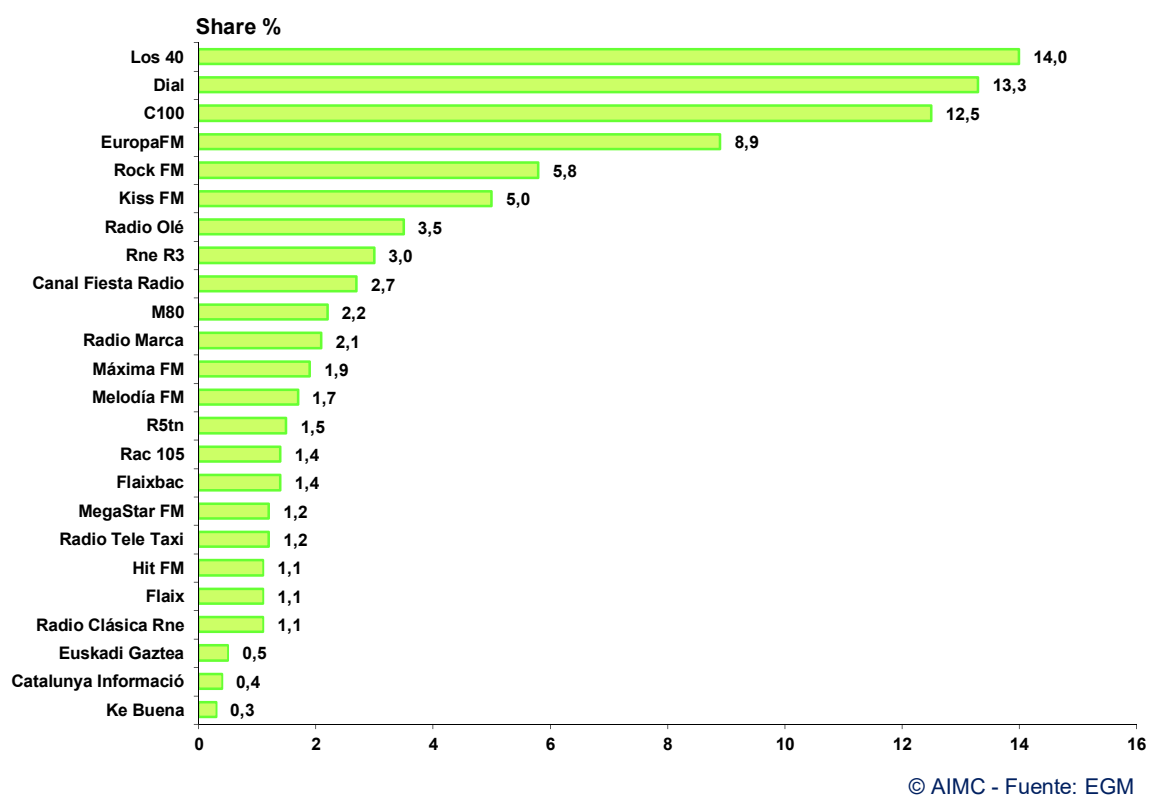


© AIMC - Fuente: EGM

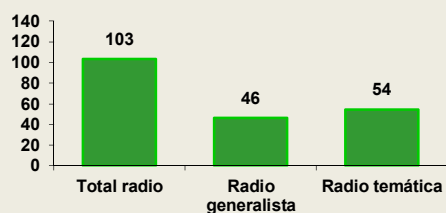
RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)



RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)

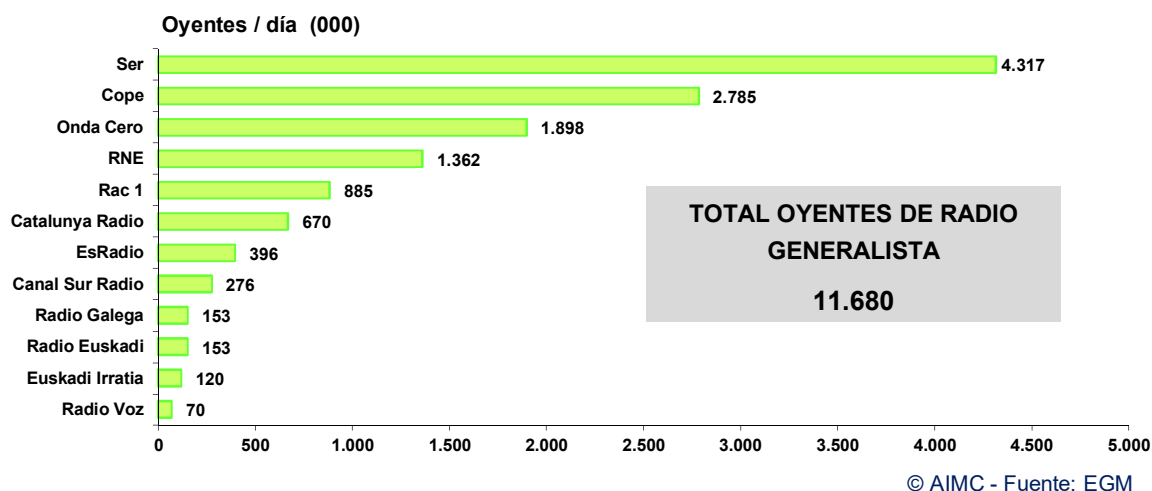


CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA (lunes a domingo)

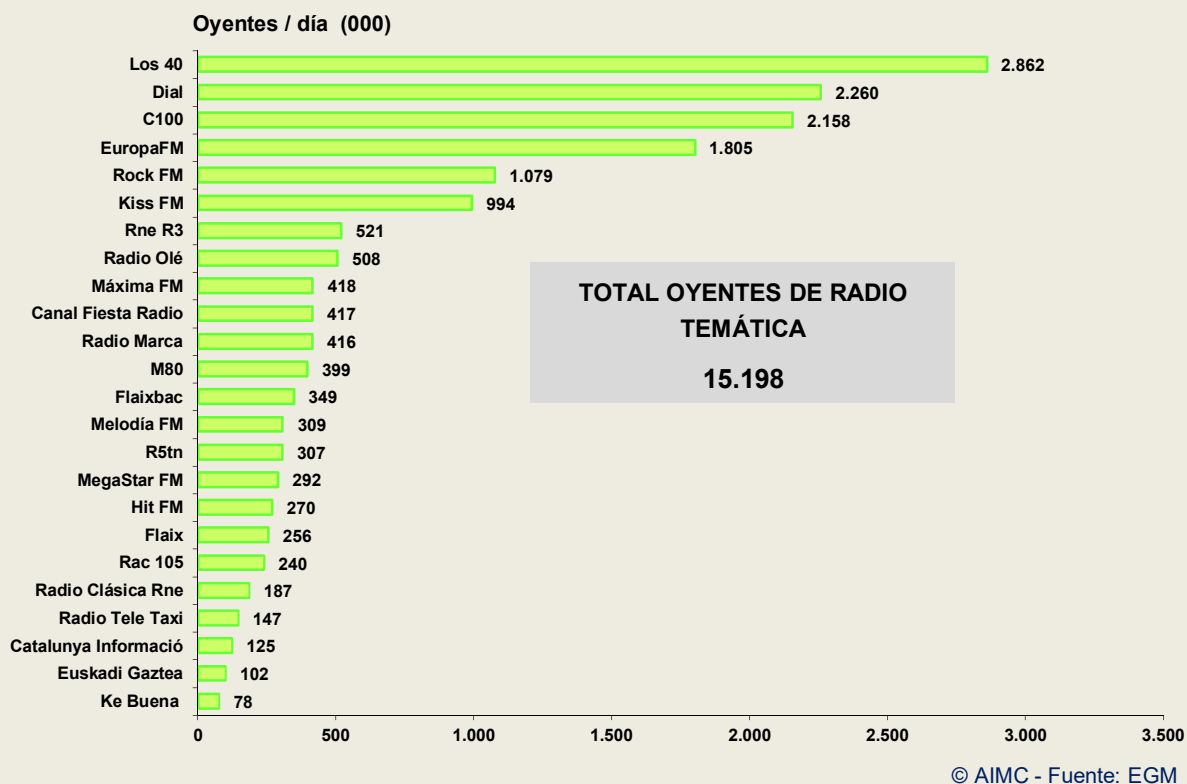


© AIMC - Fuente: EGM

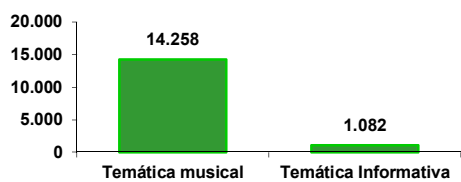
RADIO GENERALISTA (lunes a viernes)



RADIO TEMÁTICA (lunes a viernes)

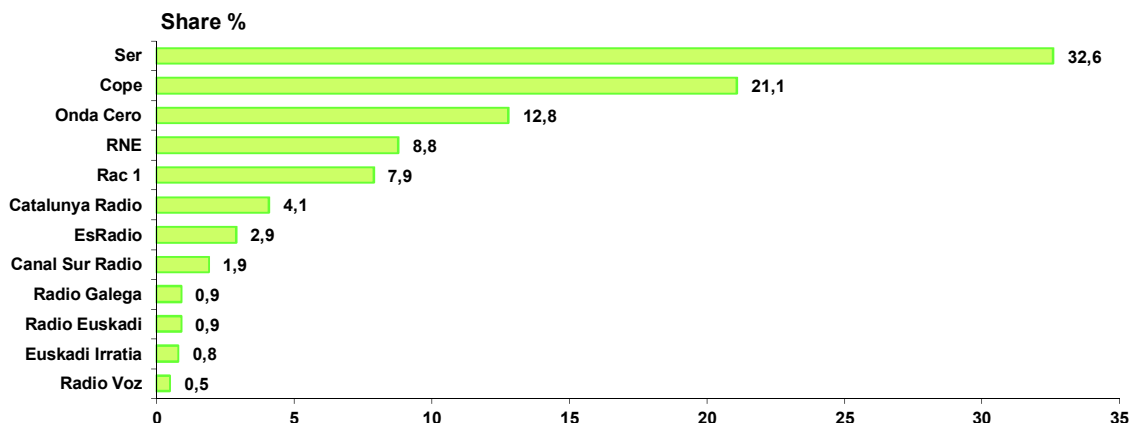


OYENTES RADIO TEMÁTICA POR CONTENIDOS (lunes a viernes)



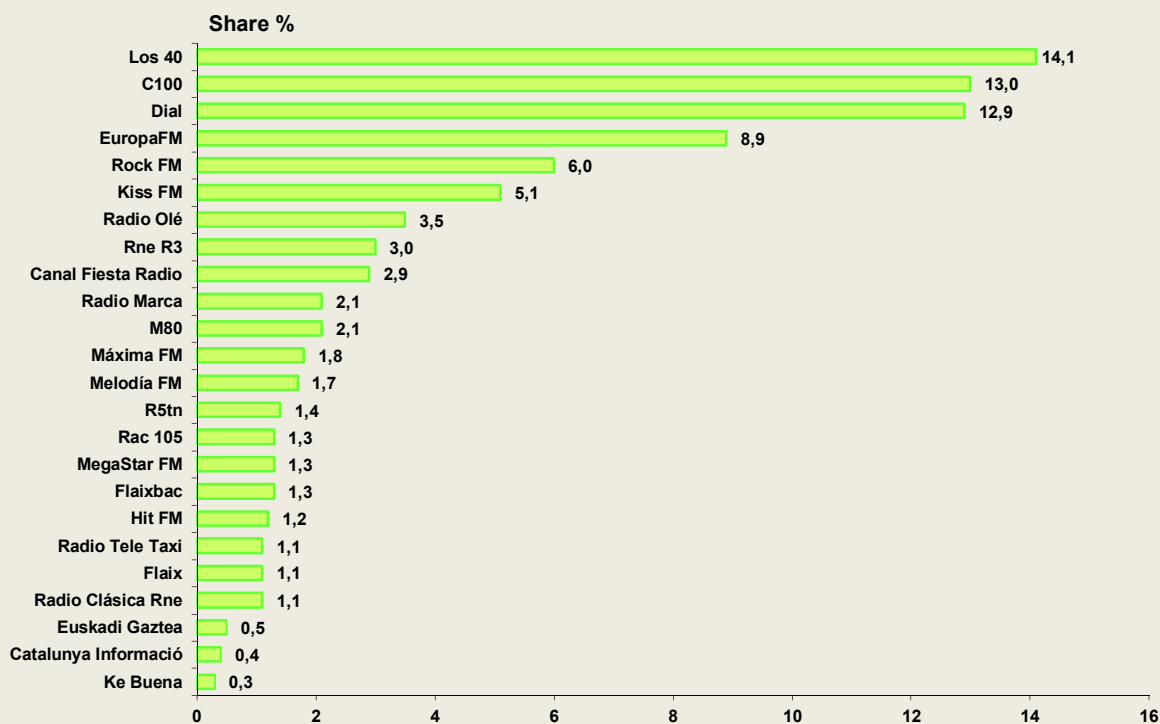
© AIMC - Fuente: EGM

RADIO GENERALISTA (lunes a viernes)



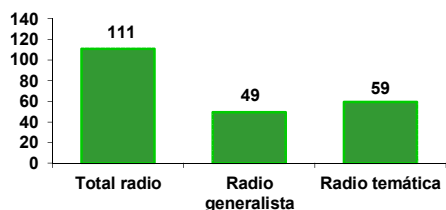
© AIMC - Fuente: EGM

RADIO TEMÁTICA (lunes a viernes)



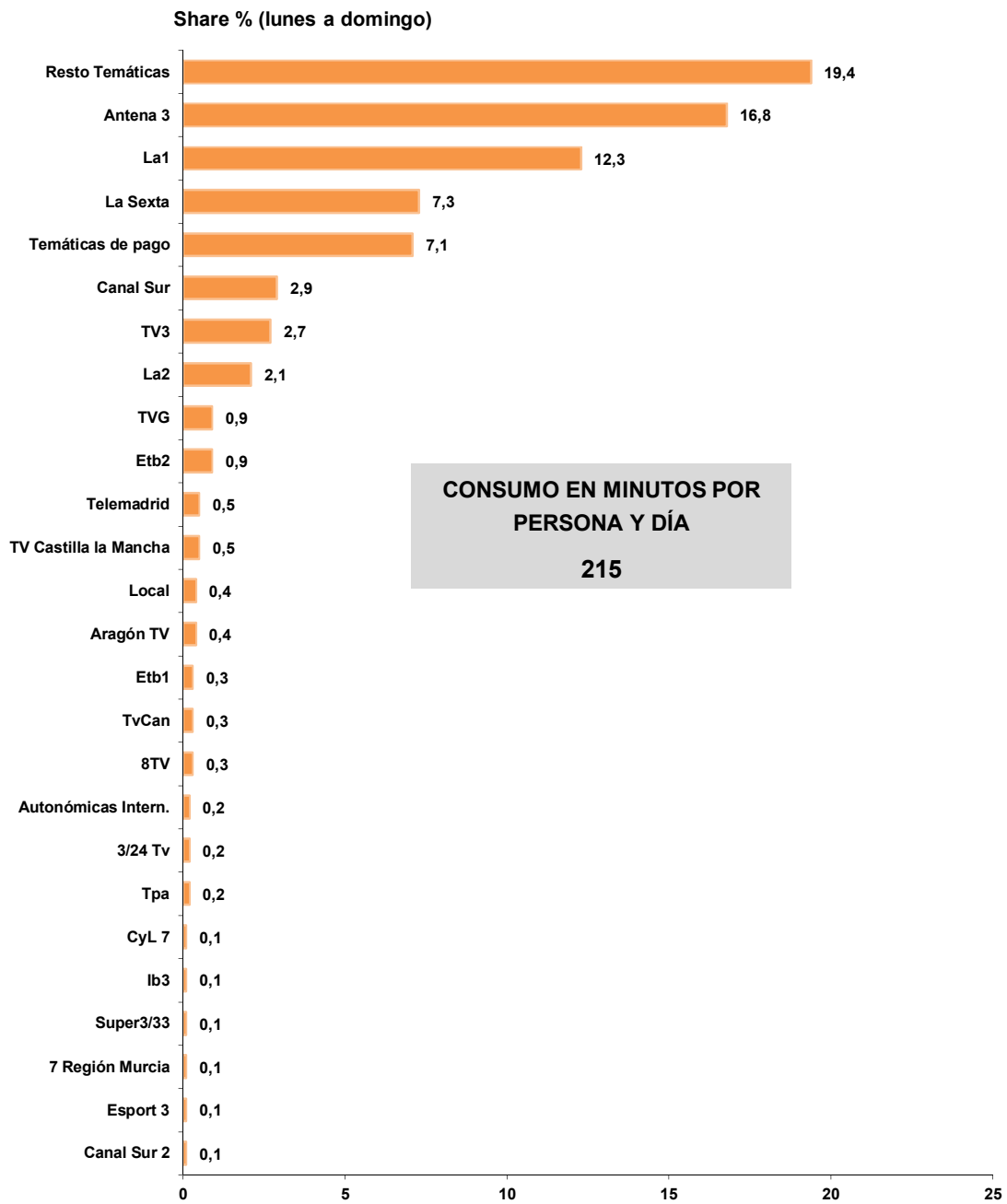
© AIMC - Fuente: EGM

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



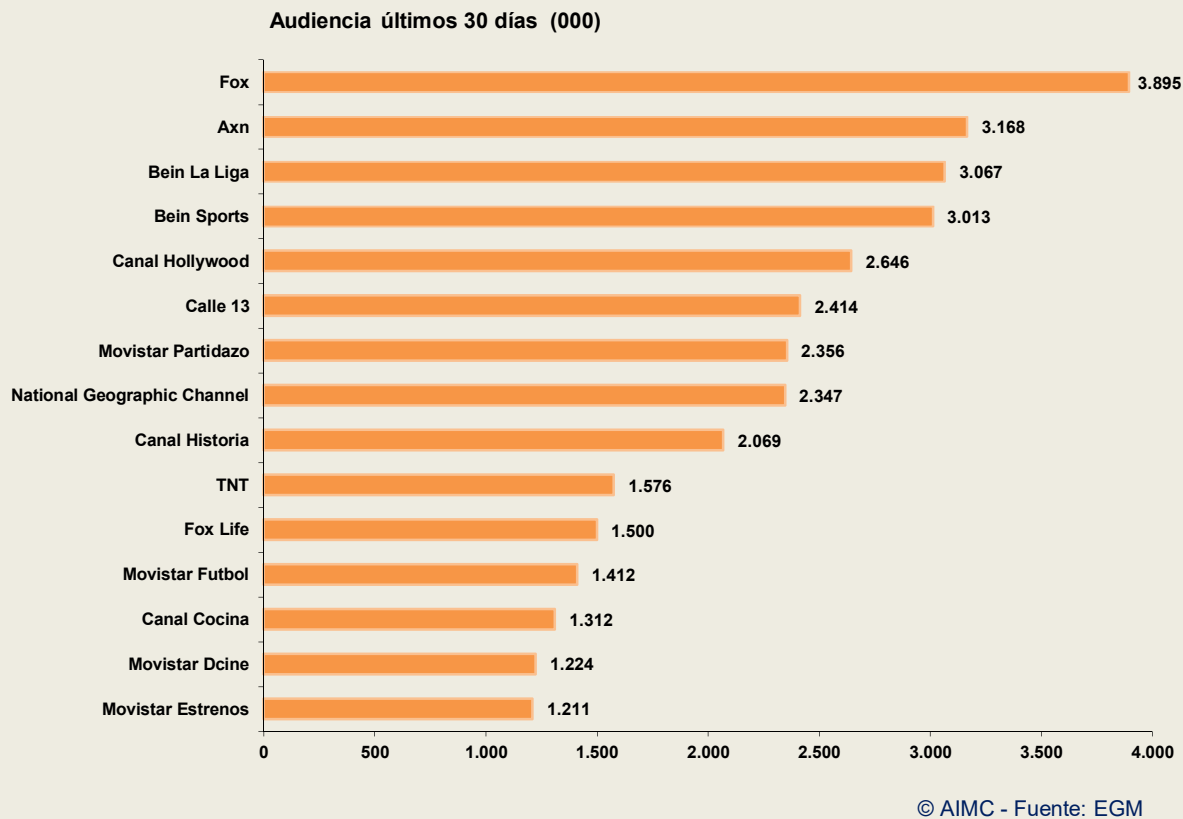
© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE CADENAS DE TELEVISIÓN

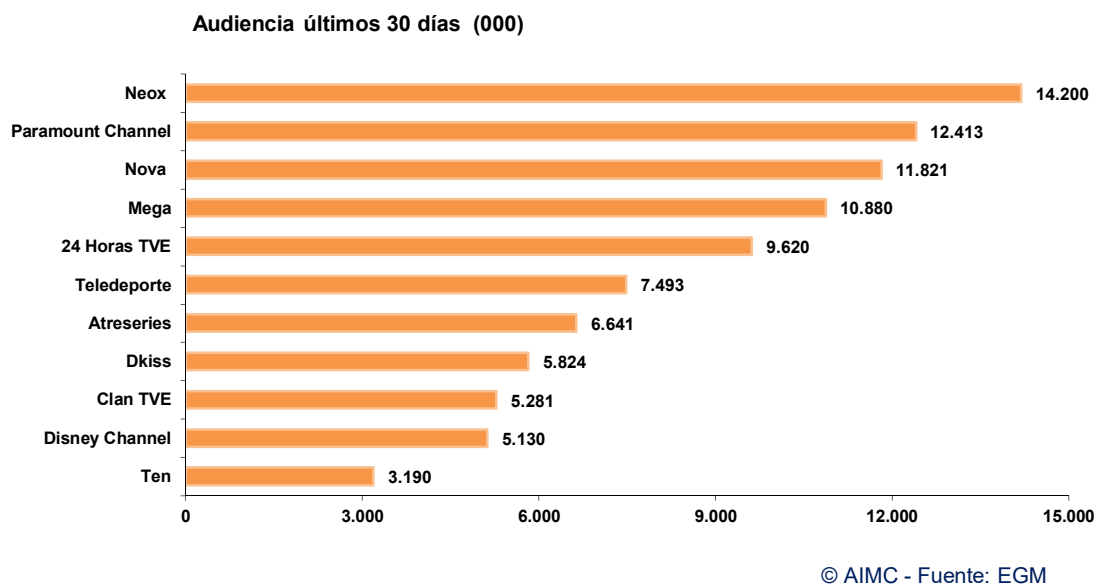


© AIMC - Fuente: EGM

CANALES TEMÁTICOS PAGO

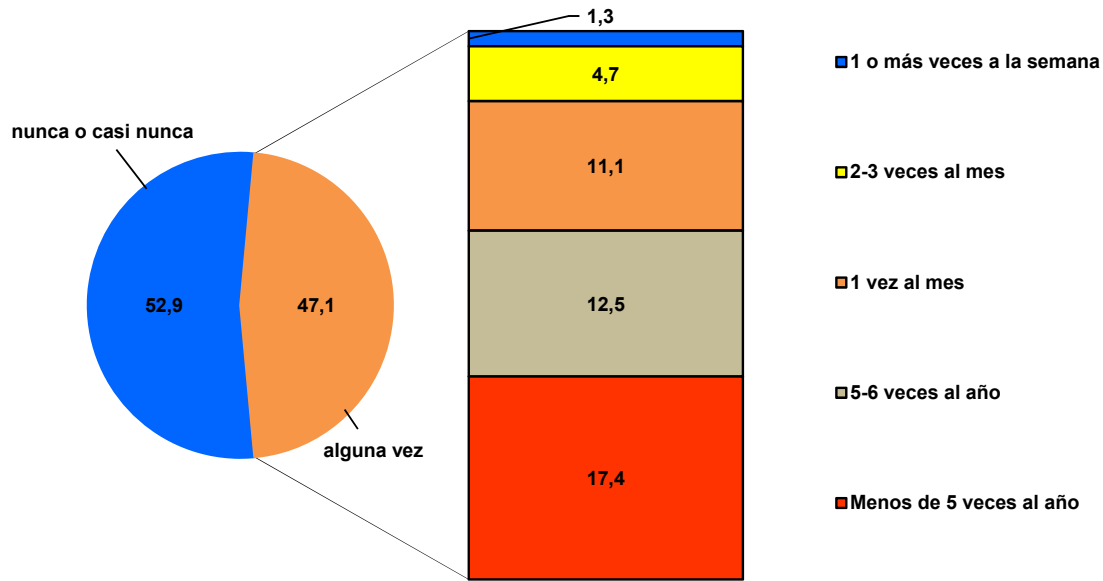


RESTO CANALES TEMÁTICOS



HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE

% de individuos

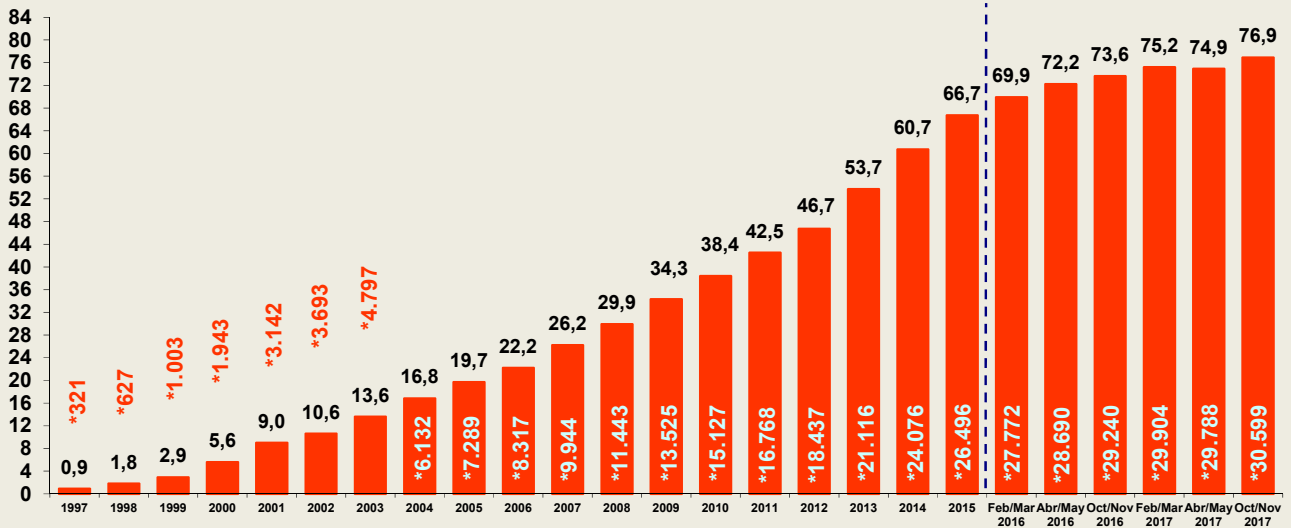


© AIMC - Fuente: EGM

EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET AYER

(DATOS POR OLA)

% individuos



* Individuos en miles

© AIMC - Fuente: EGM

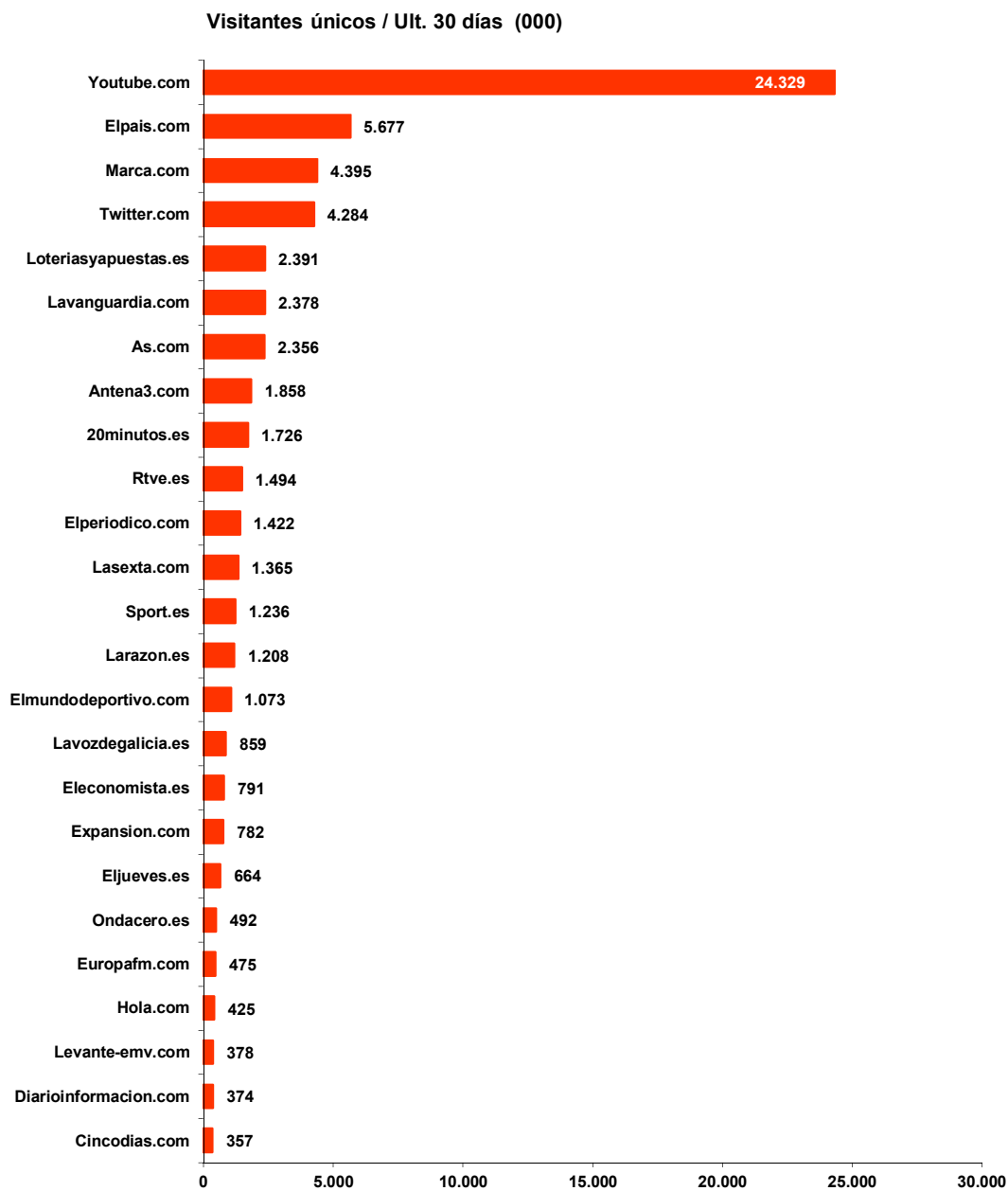
CINE E INTERNET

EGM: AÑO MÓVIL FEBRERO a NOVIEMBRE 2017

EGM

SITIOS DE INTERNET*

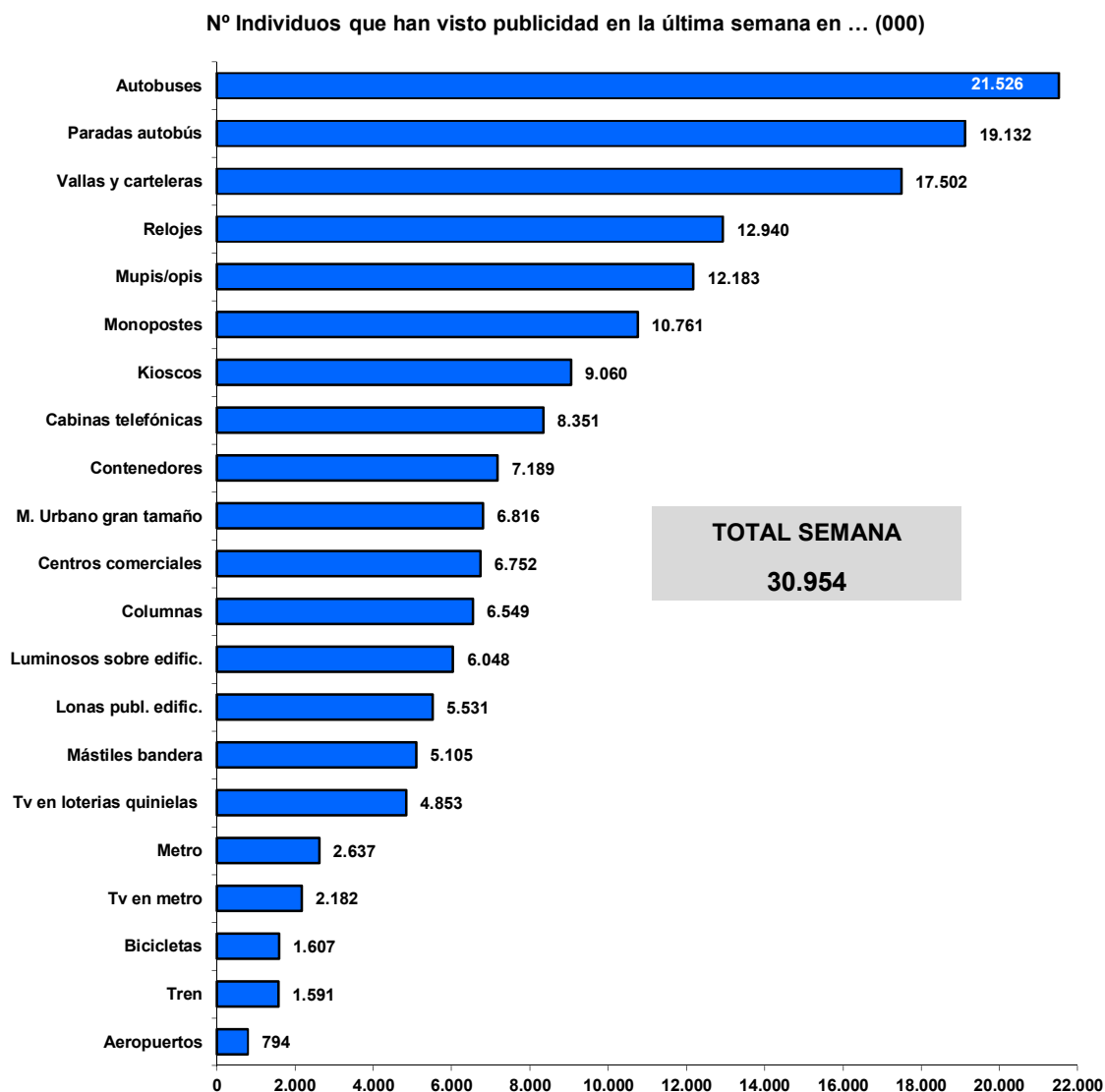
(DATOS POR OLA)



© AIMC - Fuente: EGM

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

RANKING TIPOLOGÍA DE SOPORTES DE EXTERIOR



© AIMC - Fuente: EGM

FICHA TECNICA

Universo: población de 14 o más años (39.783.000 individuos)

Muestra anual tres últimas olas: 29.800 multimedia (+ 49.241 monomedia radio
+ 45.134 monomedia prensa
+ 19.809 monomedia revistas
+ 13.037 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.