



ABRIL DE 2004
A MARZO DE 2005

RESUMEN
GENERAL



FICHA TÉCNICA

Universo: población de 14 o más años (37.084.000 individuos)

Muestra anual tres últimas olas: 43.707 (+38.048 ampliación medio radio: EGM RADIO XXI)

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

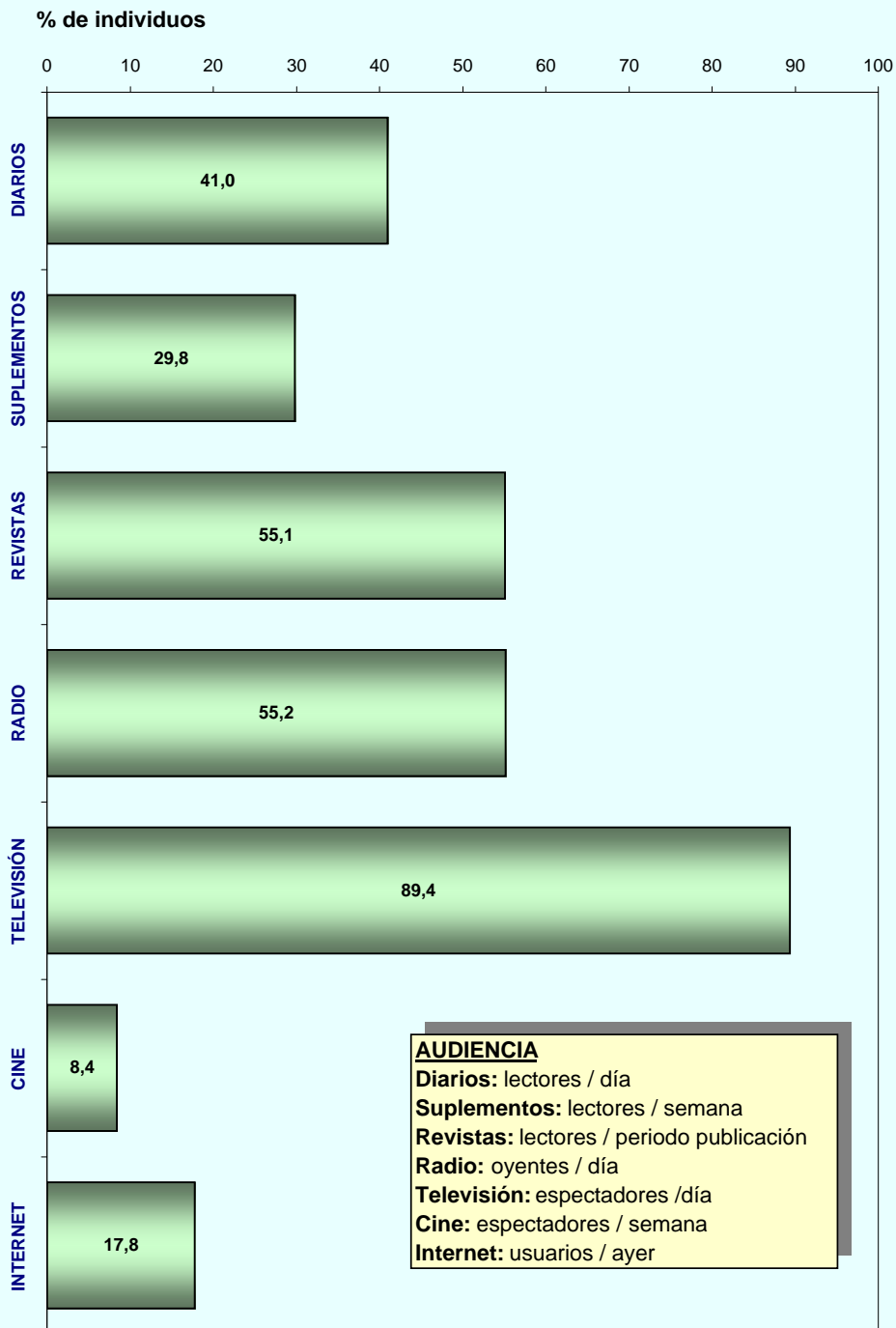
Diseño muestral: selección aleatoria de hogares y elección de una persona del hogar

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

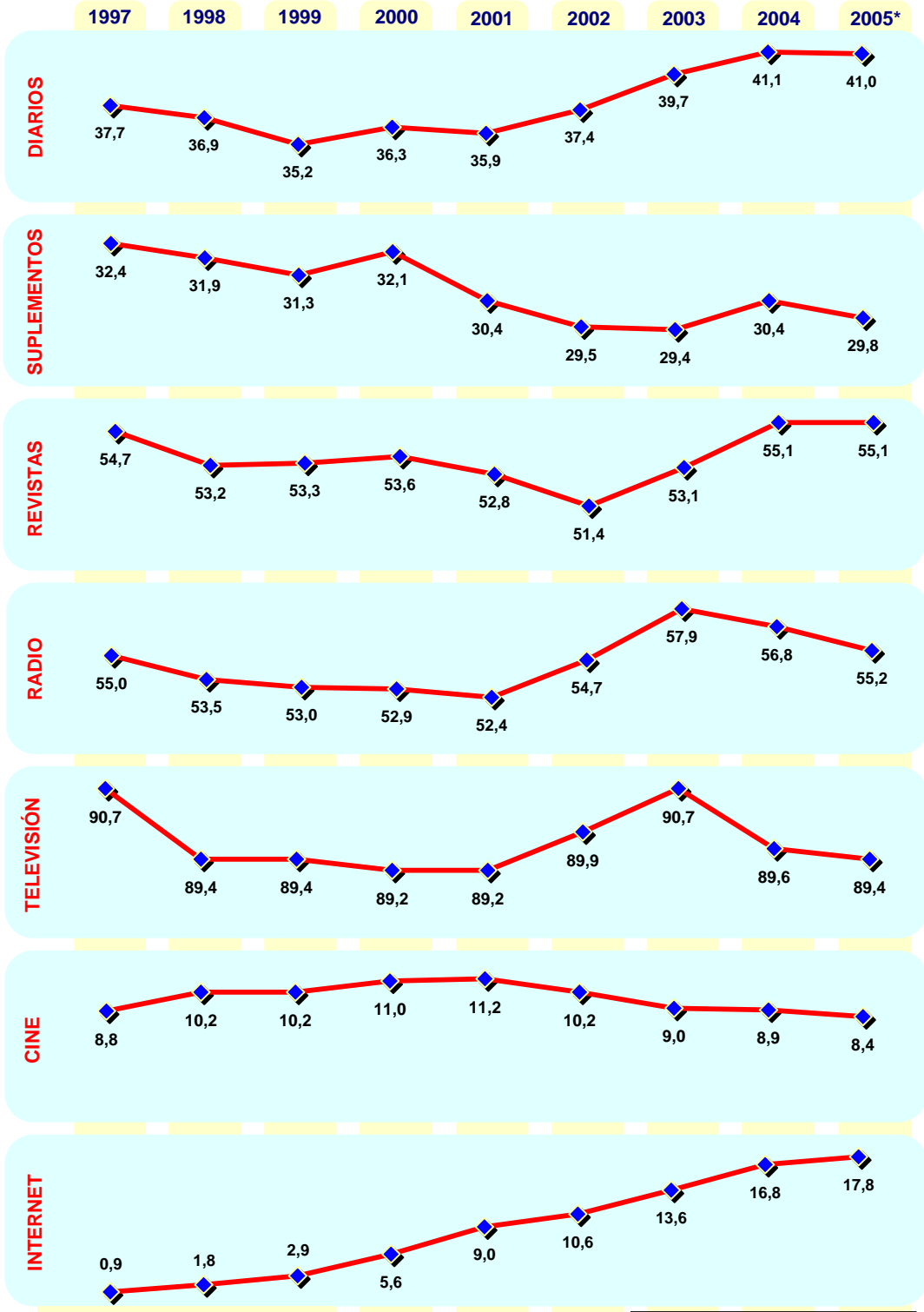
AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



PENETRACIÓN %



© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS
EVOLUCIÓN (Penetración %)


* Abril de 2004 a Marzo de 2005

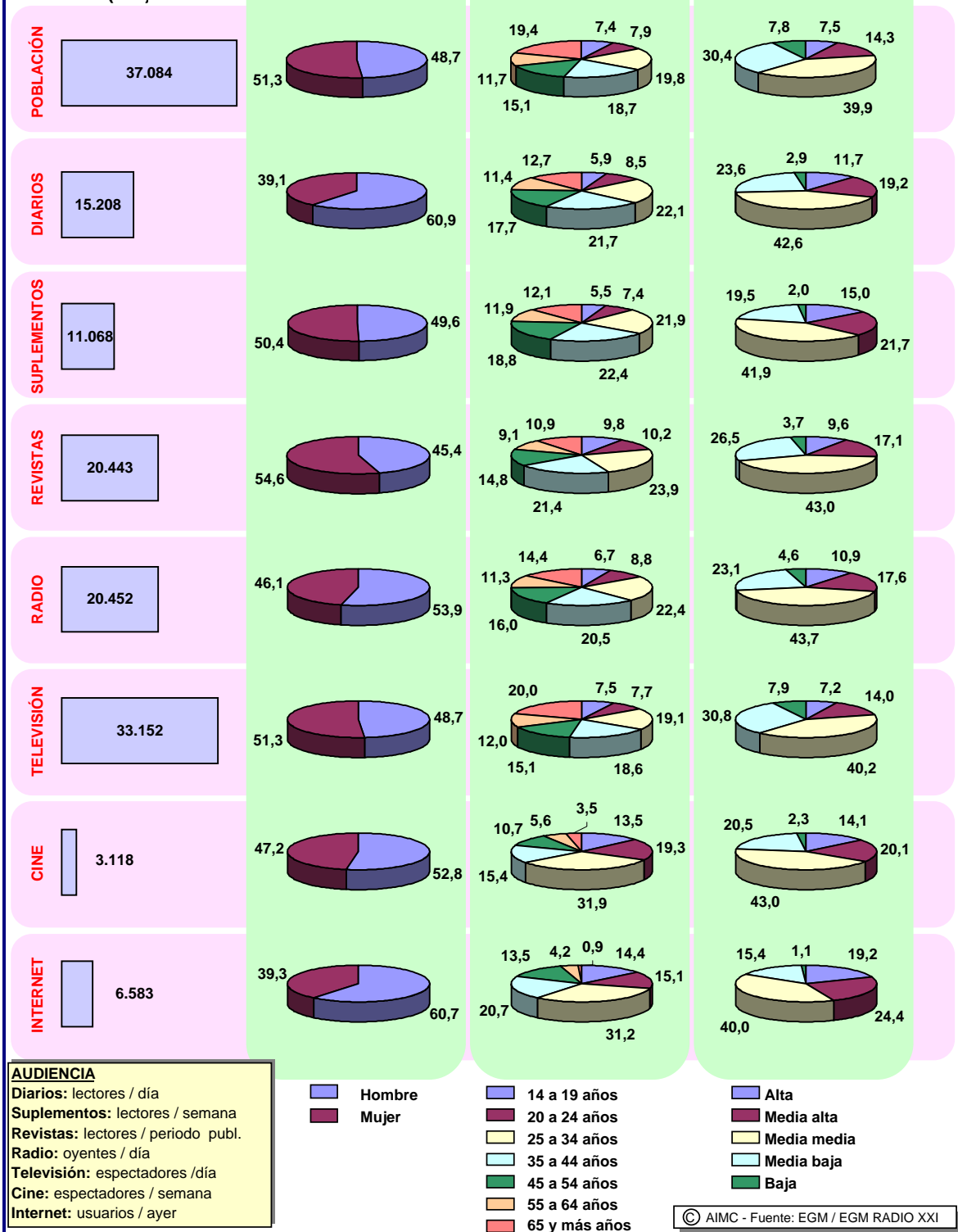
© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



PERFIL %

Individuos (000)

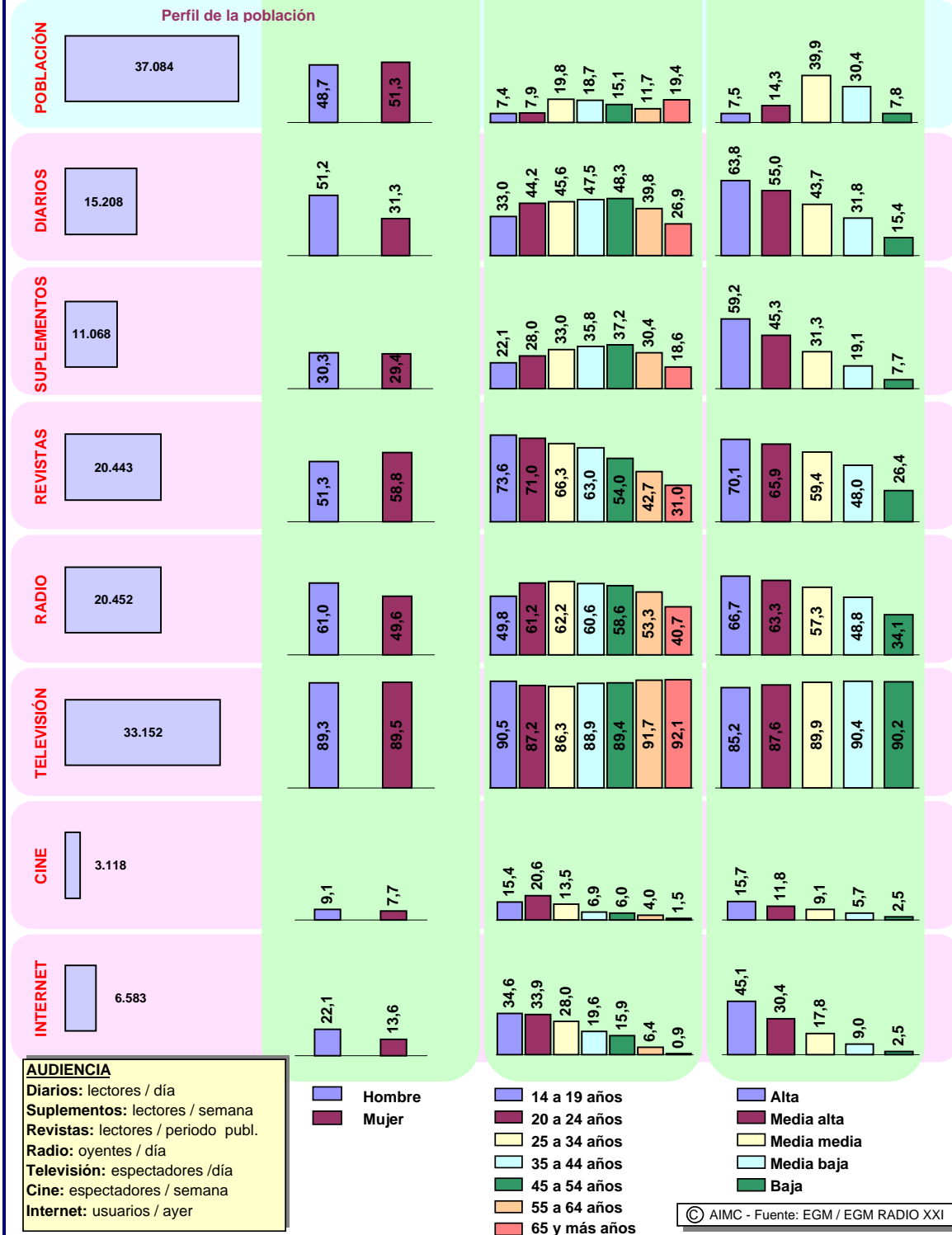


AUDIENCIA
Diarios: lectores / día
Suplementos: lectores / semana
Revistas: lectores / período publ.
Radio: oyentes / día
Televisión: espectadores / día
Cine: espectadores / semana
Internet: usuarios / ayer

- 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

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS
PENETRACIÓN %

Individuos (000)



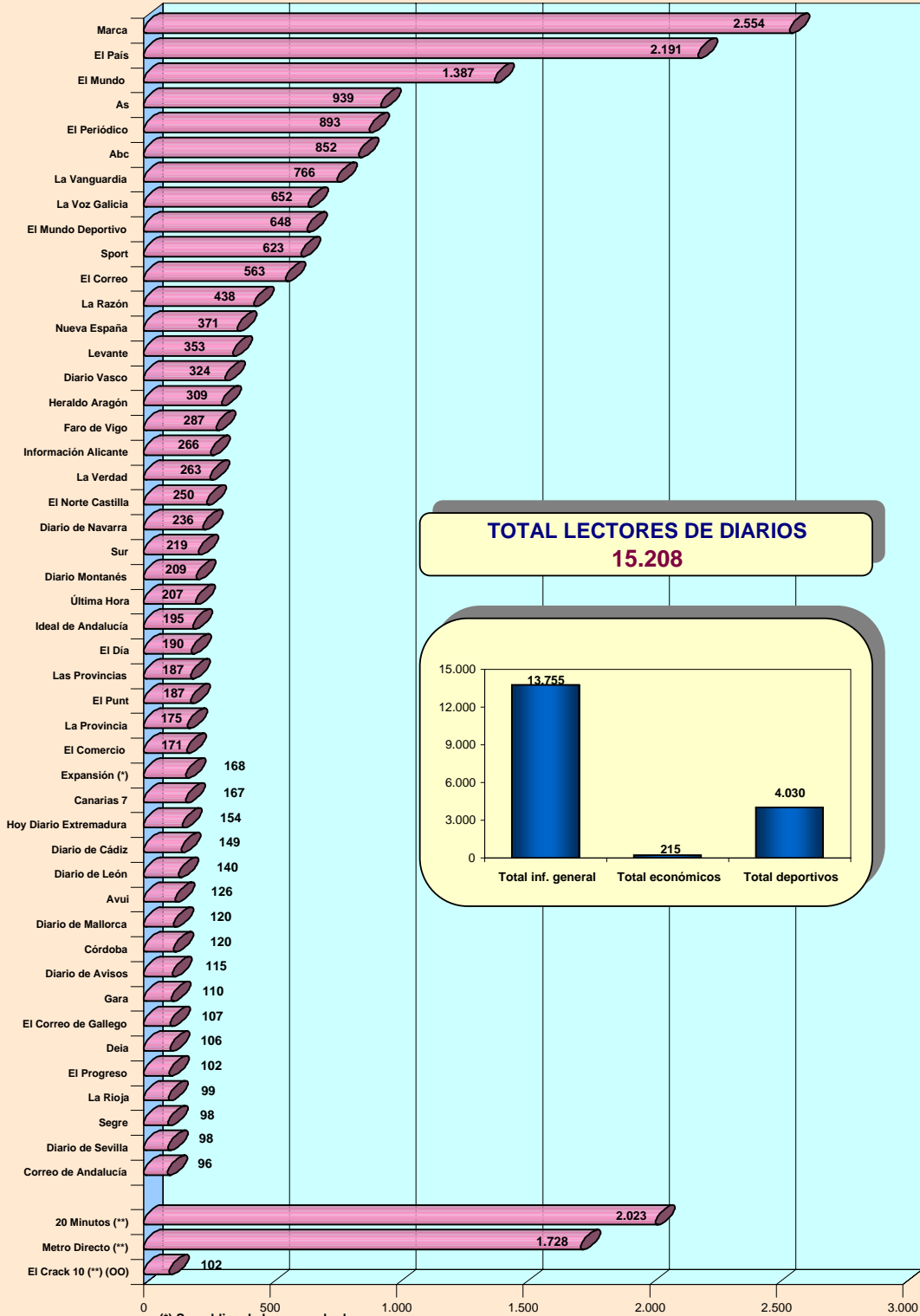
© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

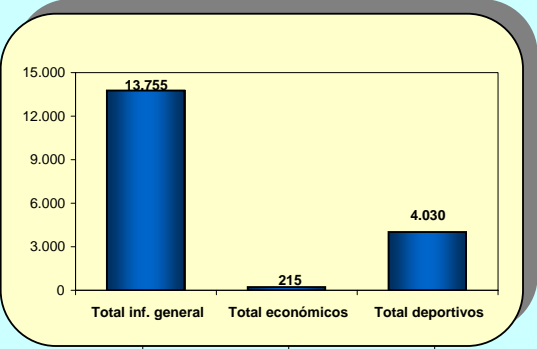


DIARIOS

Lectores / día (000)



TOTAL LECTORES DE DIARIOS
15.208

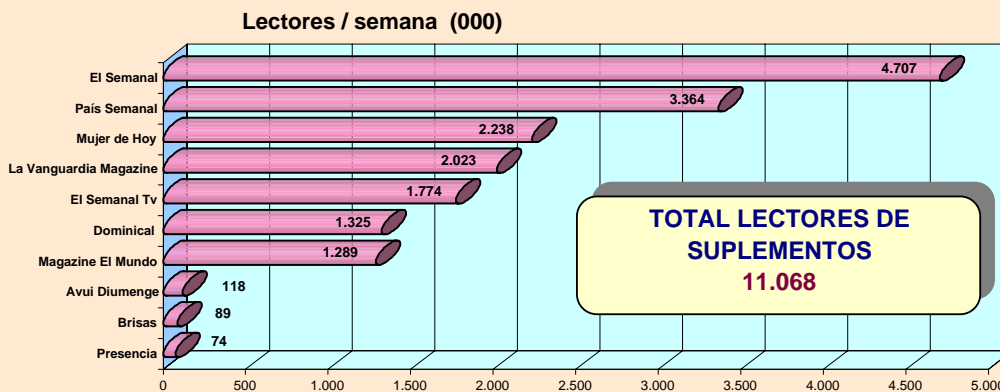


(*) Se publica de lunes a sábado
 (**) Se publica de lunes a viernes
 (OO) Datos referidos al promedio de 3ª ola 2004 y 1ª ola 2005

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

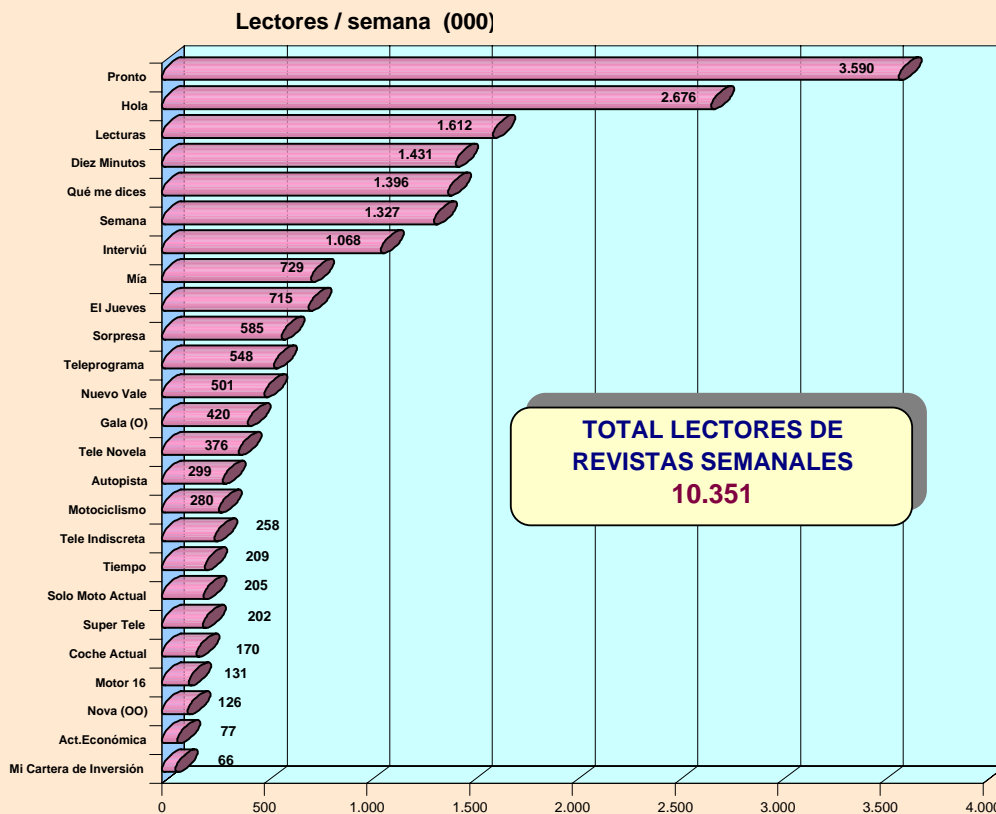


SUPLEMENTOS



AIMC - Fuente: EGM

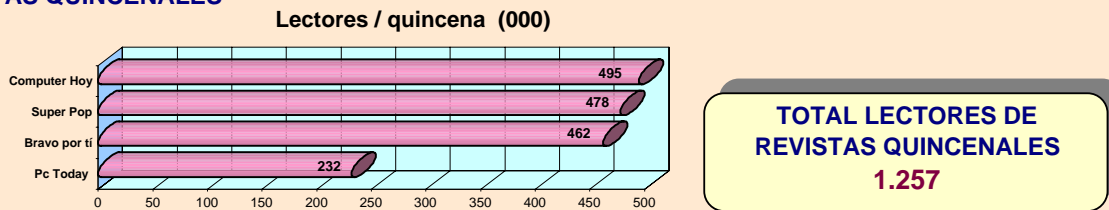
REVISTAS SEMANALES



(O) Datos referidos a la 1ª ola 2005
(OO) Datos referidos al promedio de 3ª ola 2004 y 1ª ola 2005

AIMC - Fuente: EGM

REVISTAS QUINCENALES



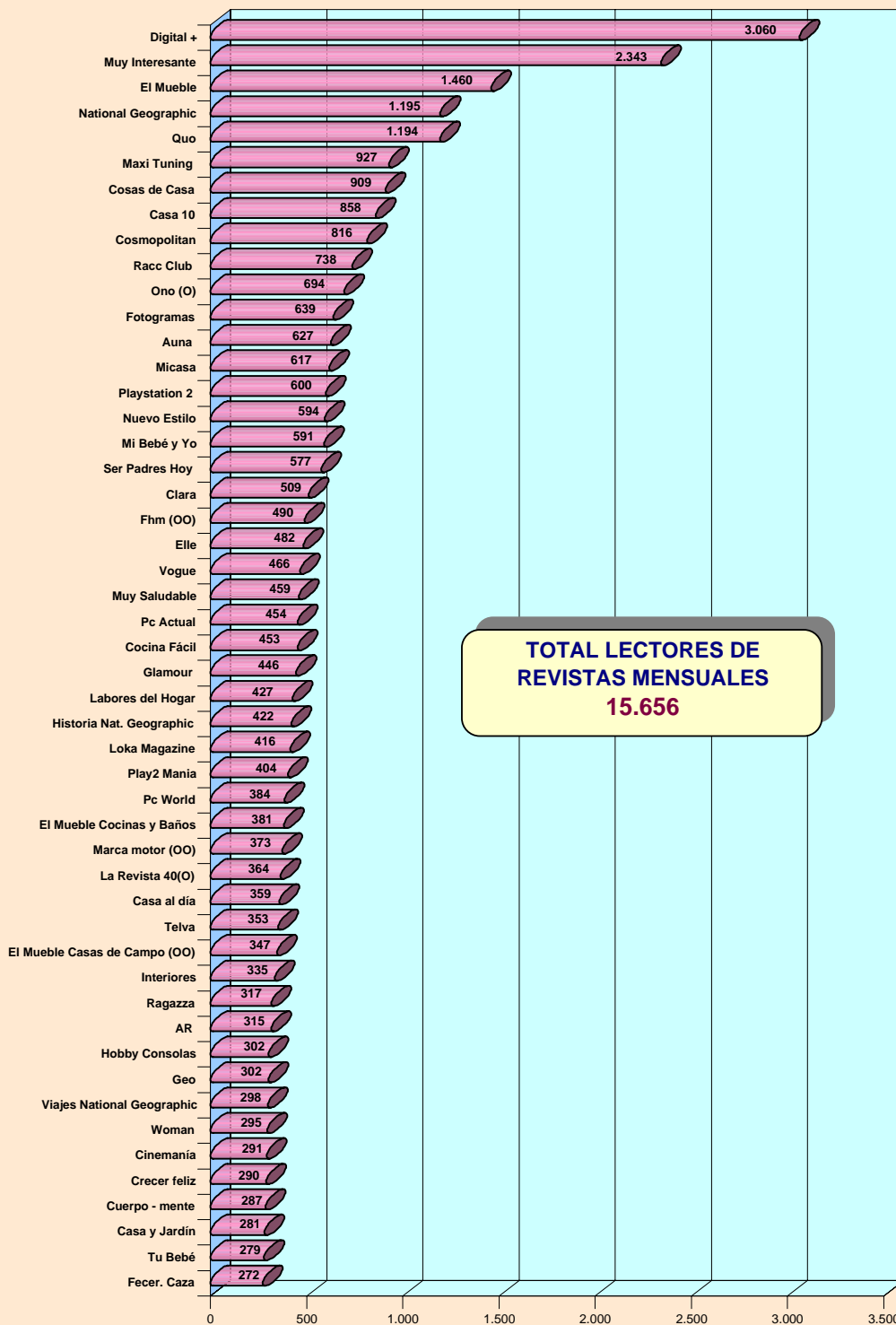
AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS



REVISTAS MENSUALES

Lectores / mes (000)



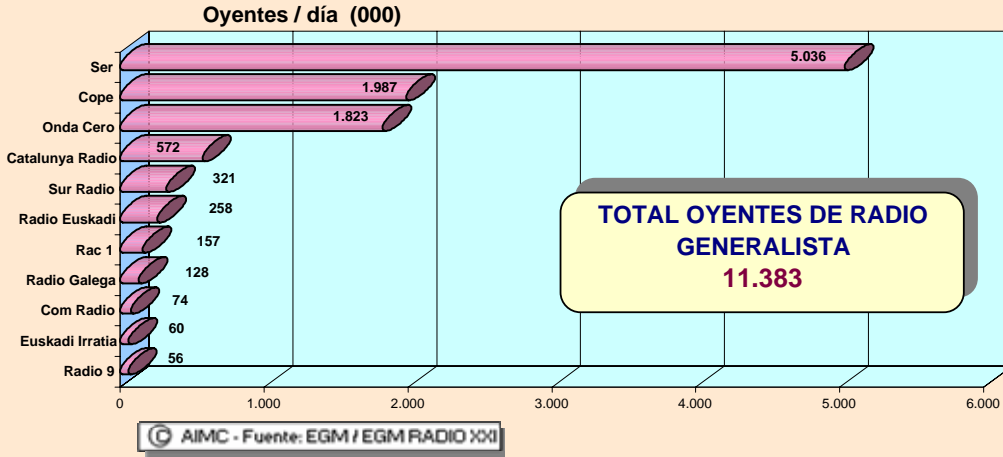
TOTAL LECTORES DE REVISTAS MENSUALES
15.656

(O) Datos referidos a la 1ª ola 2005
(OO) Datos referidos al promedio de 3ª ola 2004 y 1ª ola 2005

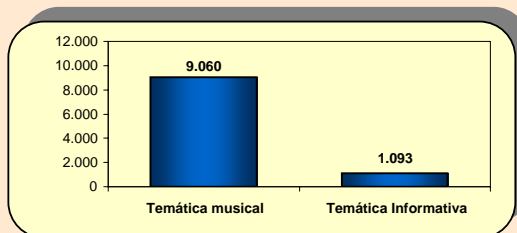
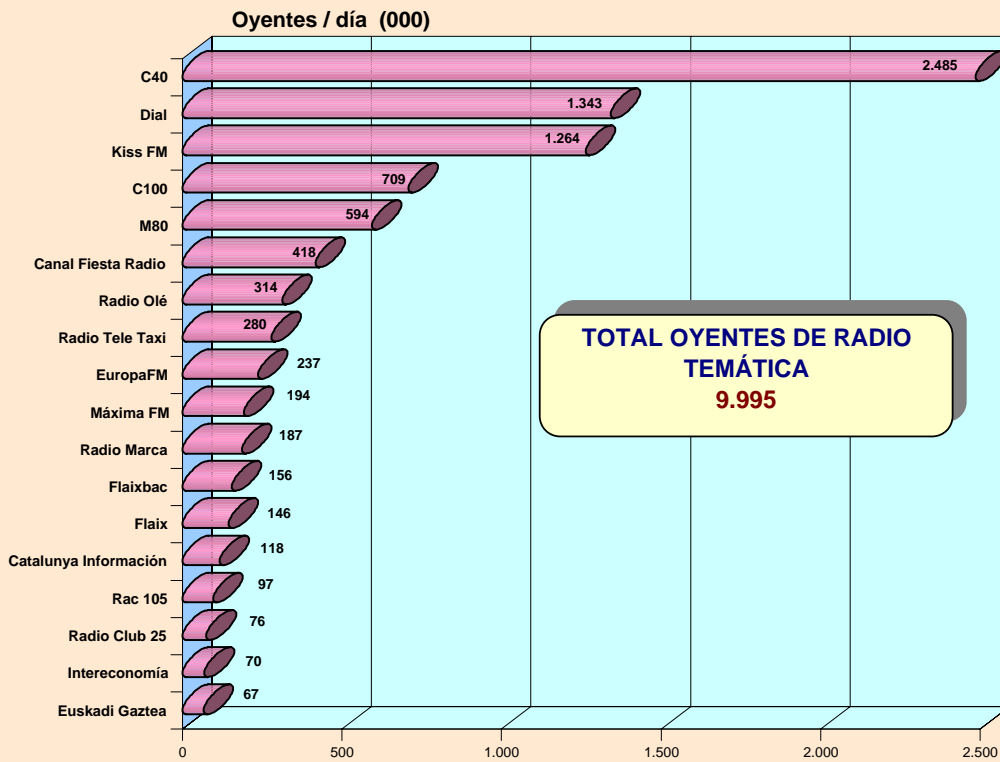
RANKING DE EMISORAS DE RADIO



RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)



RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)

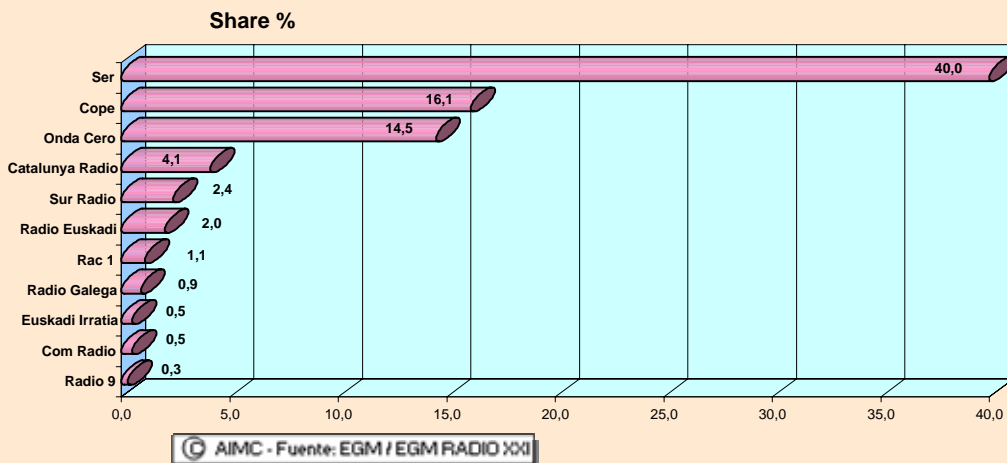


© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

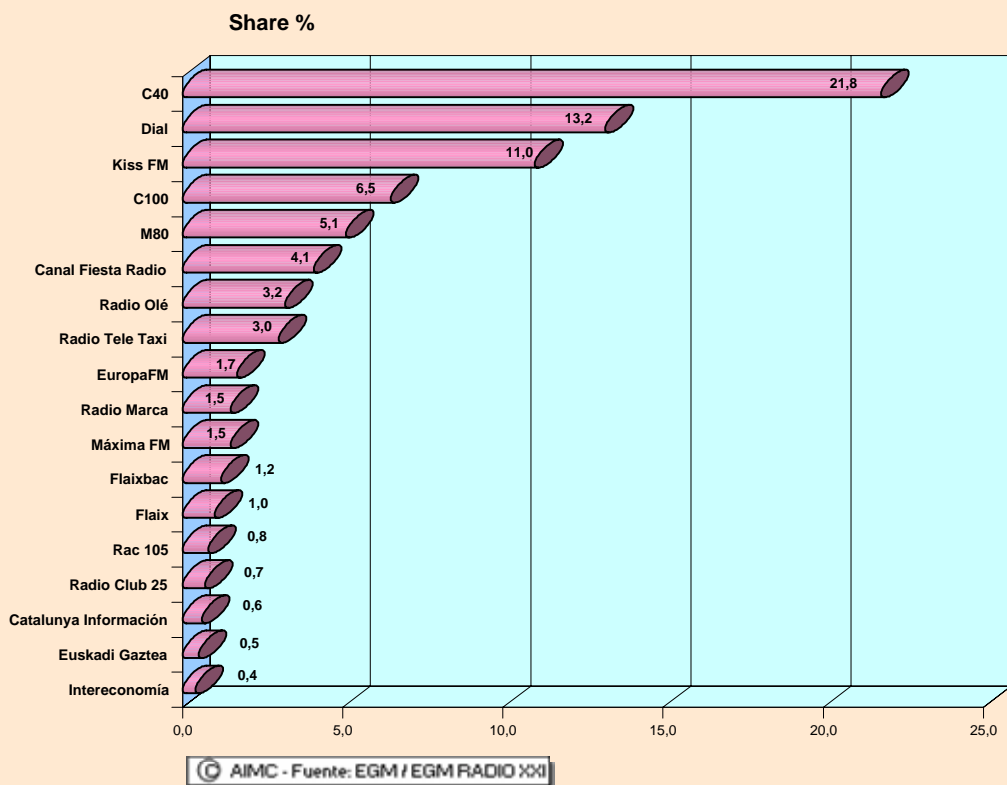
RANKING DE EMISORAS DE RADIO



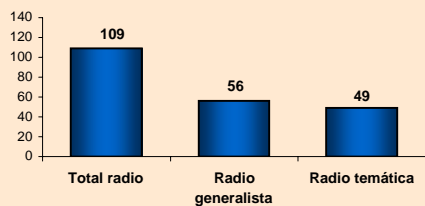
RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)



RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)

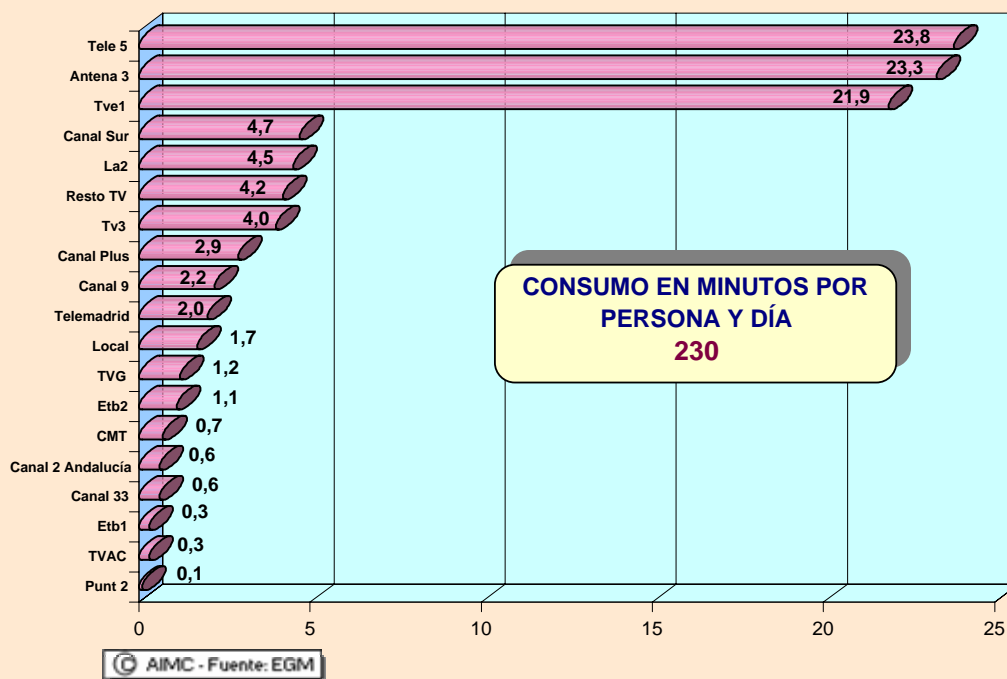


CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA (lunes a domingo)



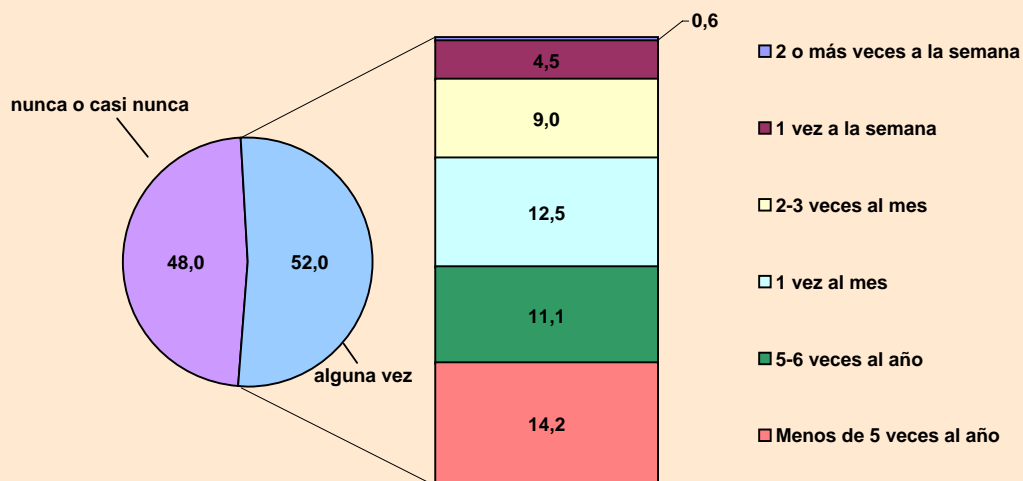
RANKING DE CADENAS DE TELEVISIÓN

Share % (lunes a domingo)



HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE

% de individuos



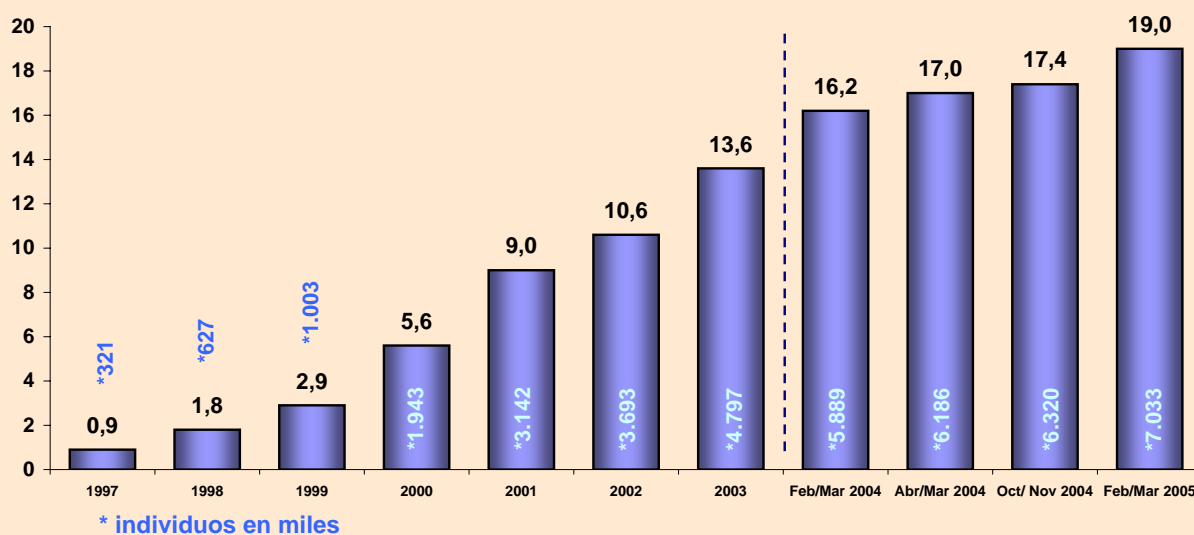
INTERNET



EVOLUCIÓN DEL USO AYER

(DATOS POR OLA)

% individuos

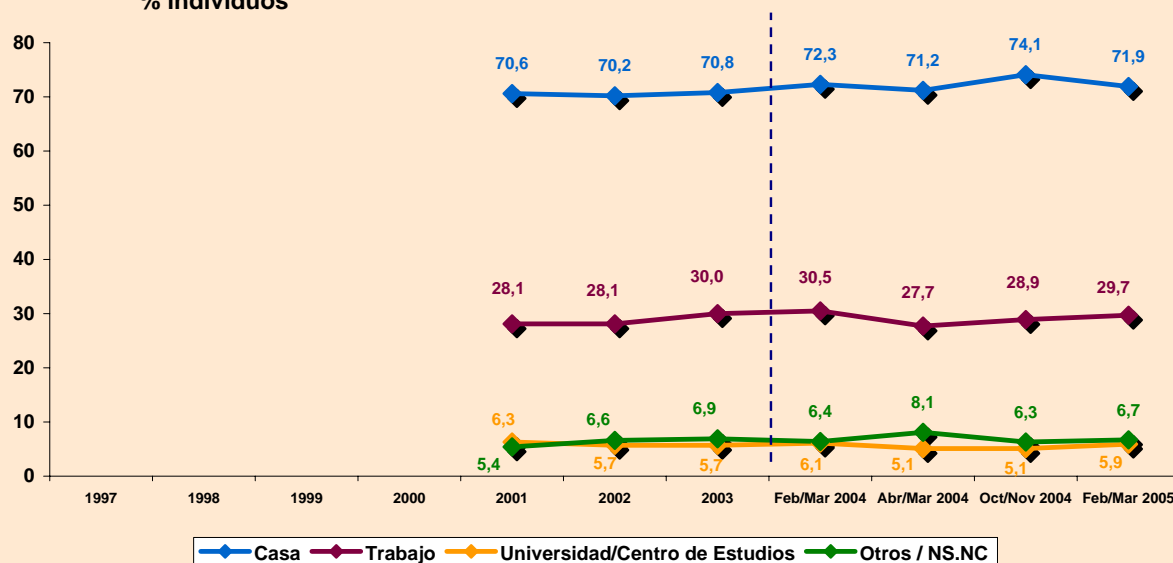


© AIMC - Fuente: EGM

LUGAR DE ACCESO (BASE: usuarios ayer)

(DATOS POR OLA)

% individuos



© AIMC - Fuente: EGM

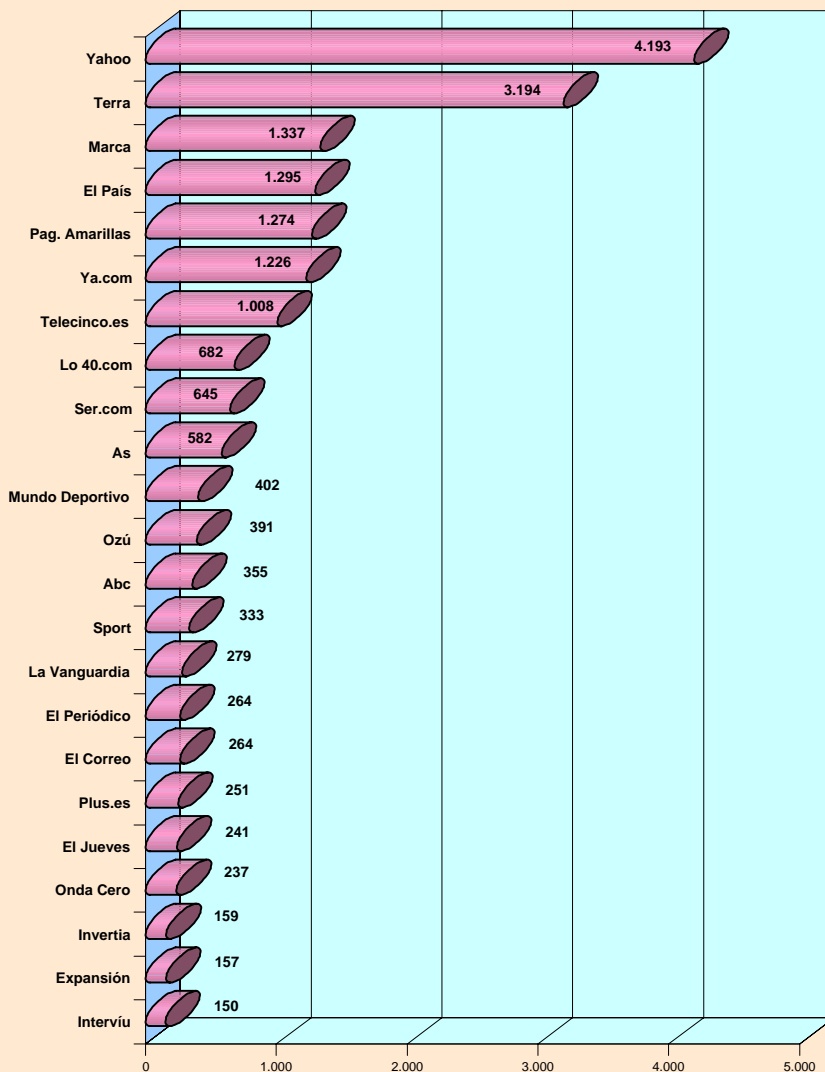
RANKING DE SITIOS DE INTERNET



SITIOS DE INTERNET*

(DATOS POR OLA)

Visitantes únicos / Ult. 30 días (000)



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

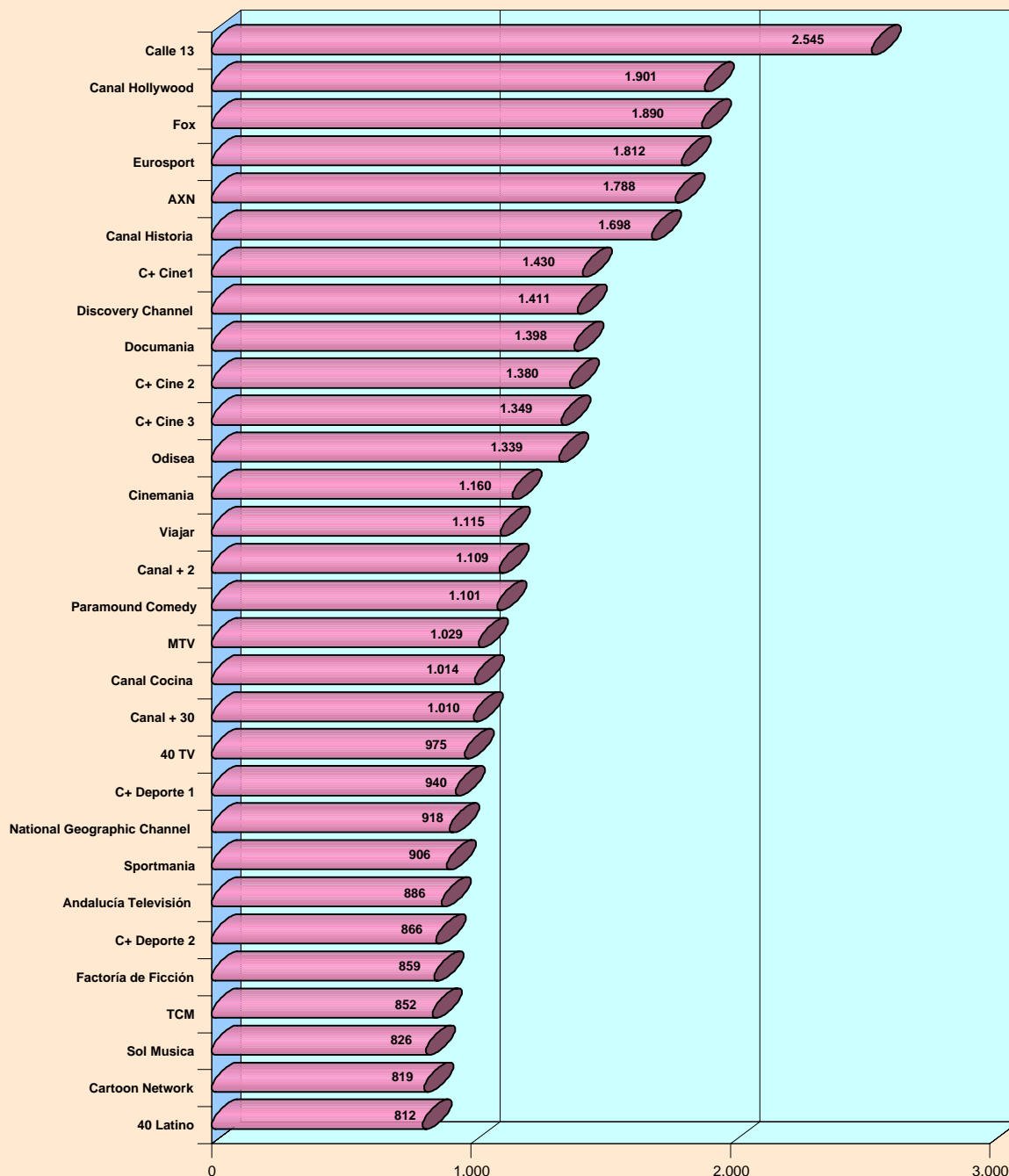
© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE CANALES TEMÁTICOS



CANALES TEMÁTICOS*

Audiencia Últimos 30 días (000)



* NOTA: y otros canales difundidos por sistema multicanal.

© AIMC - Fuente: EGM