



OCTUBRE 2015 a MAYO 2016

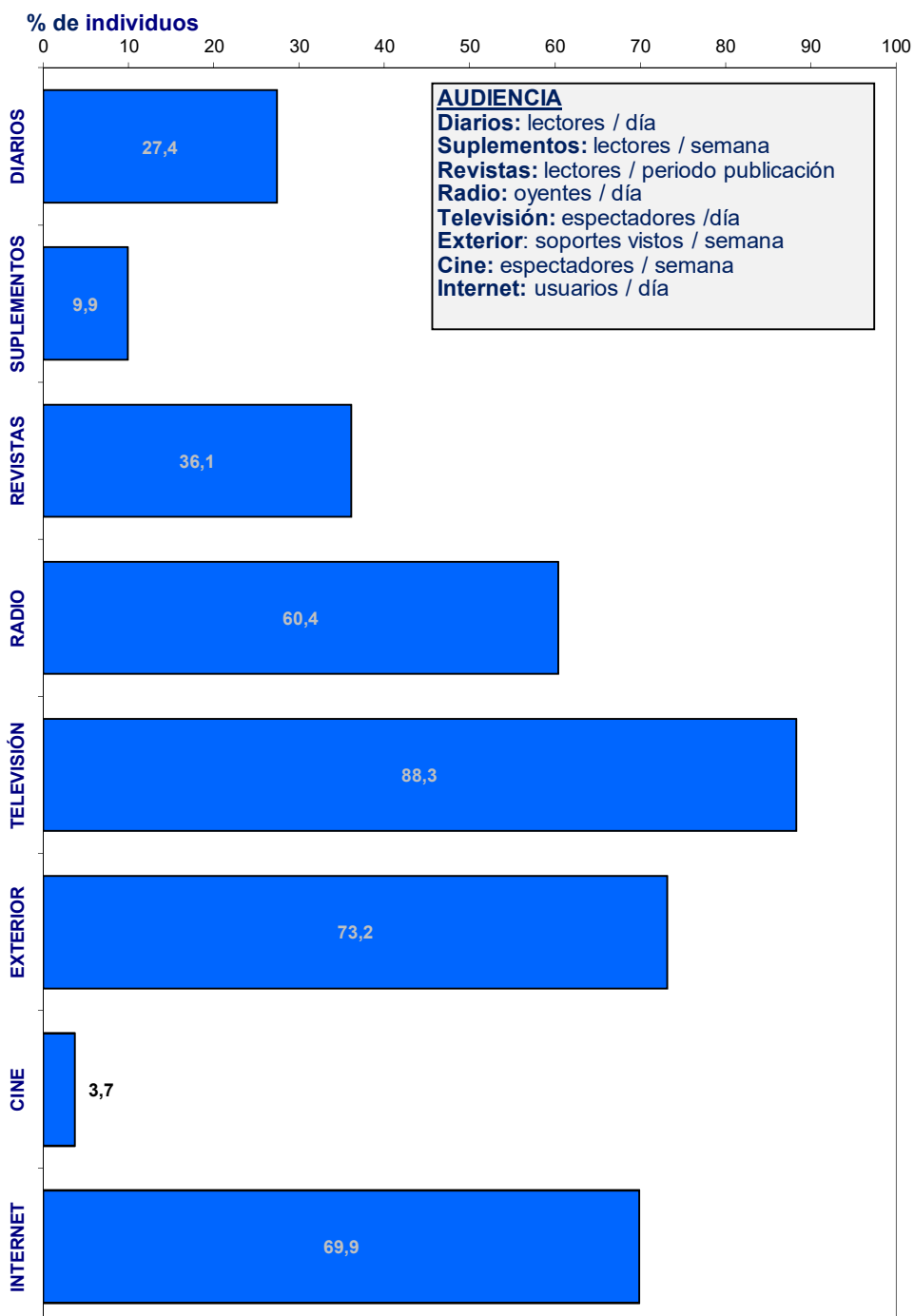
# RESUMEN GENERAL



## AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

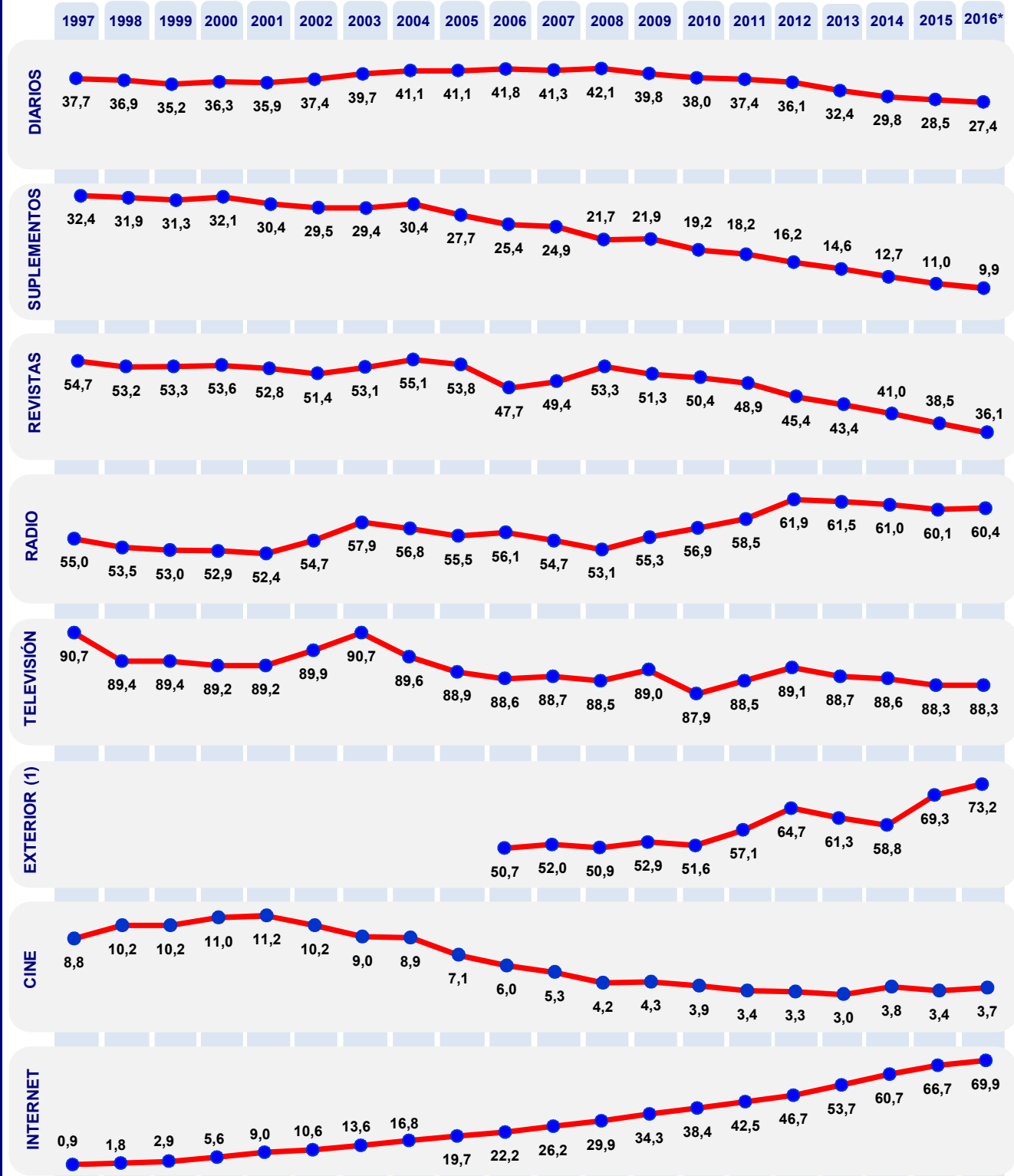


### PENETRACIÓN %



© 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 2015 a Mayo de 2016

© AIMC - Fuente: EGM

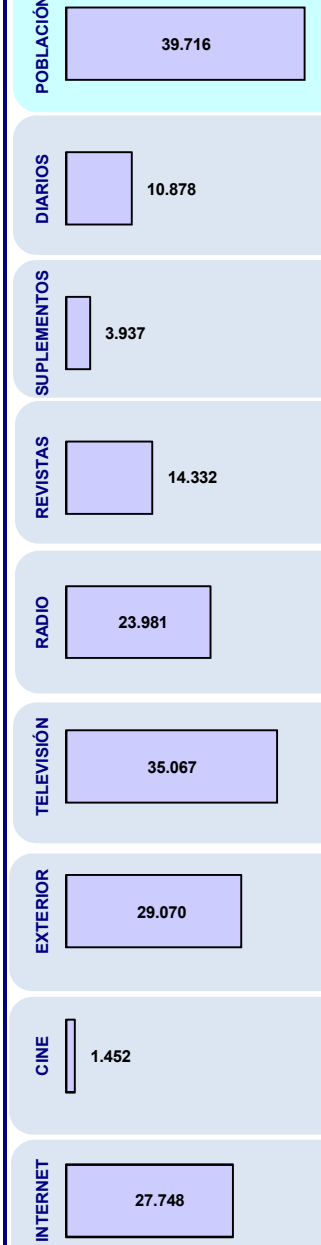
## AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



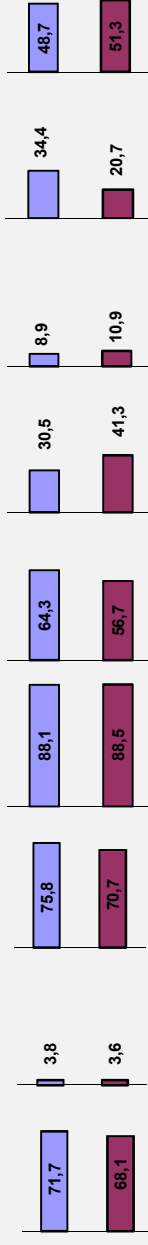
### PENETRACIÓN %

#### Individuos (000)

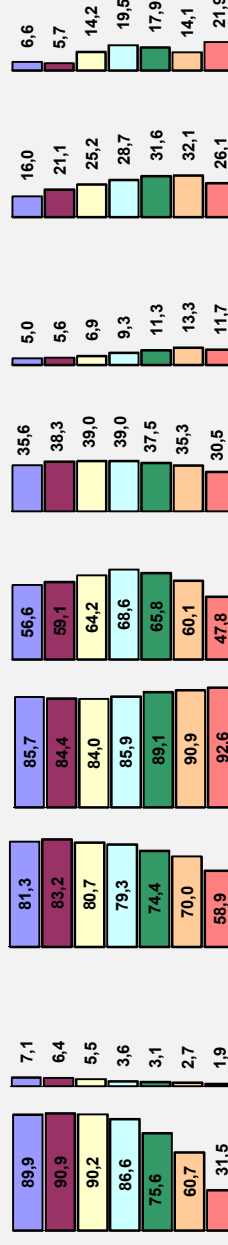
##### Perfil de la población



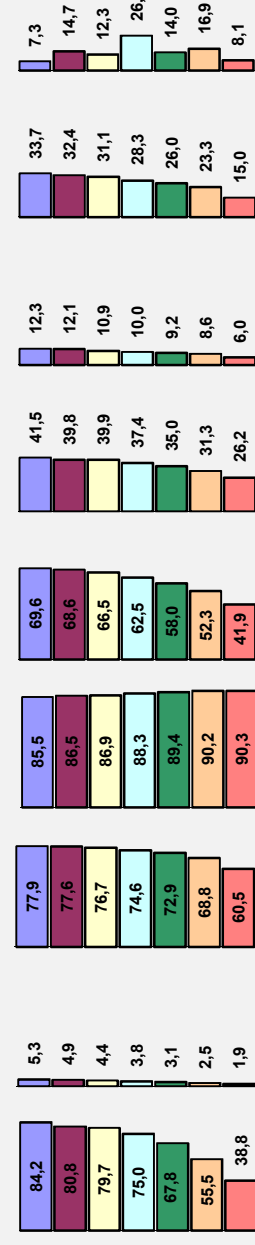
#### POR SEXO



#### 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

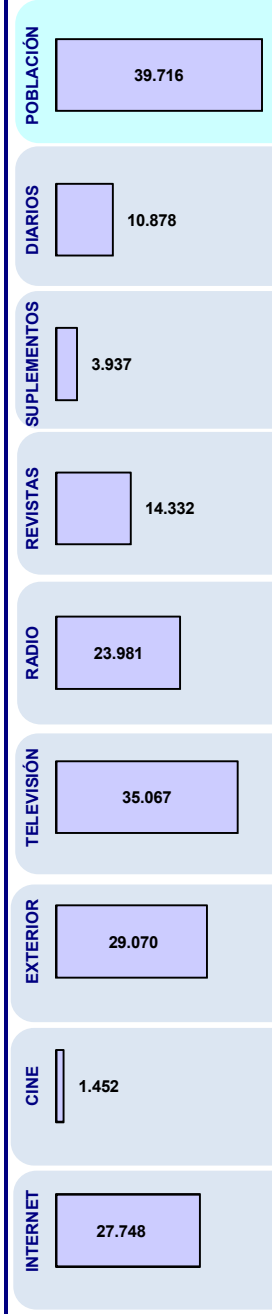
\* IA1 mayor Índice Socioec.

## AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

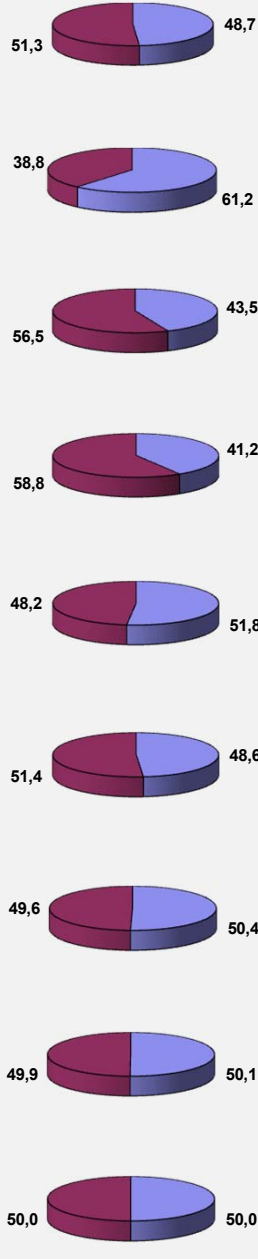


### PERFIL %

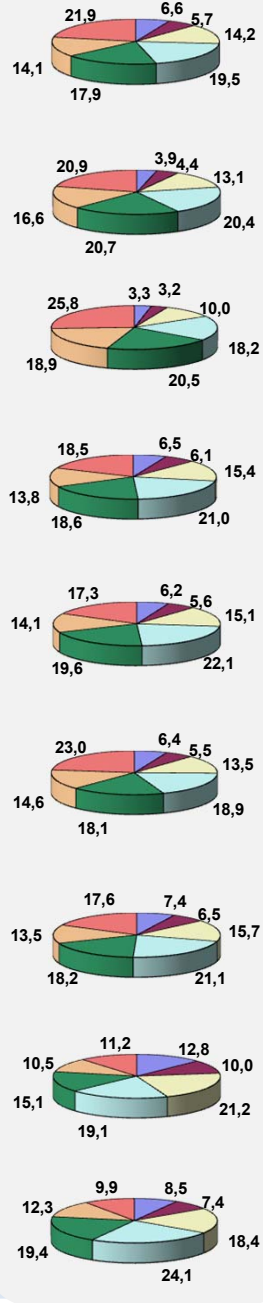
#### Individuos (000)



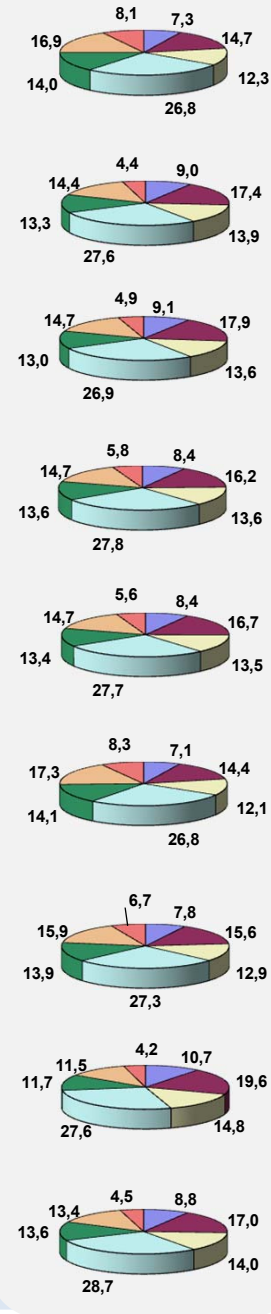
#### POR SEXO



#### POR EDAD



#### POR ÍNDICE SOCIOECONÓMICO \*



**AUDIENCIA**  
 Diarios: lectores / día  
 Suplementos: lectores / semana  
 Revistas: lectores / período 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

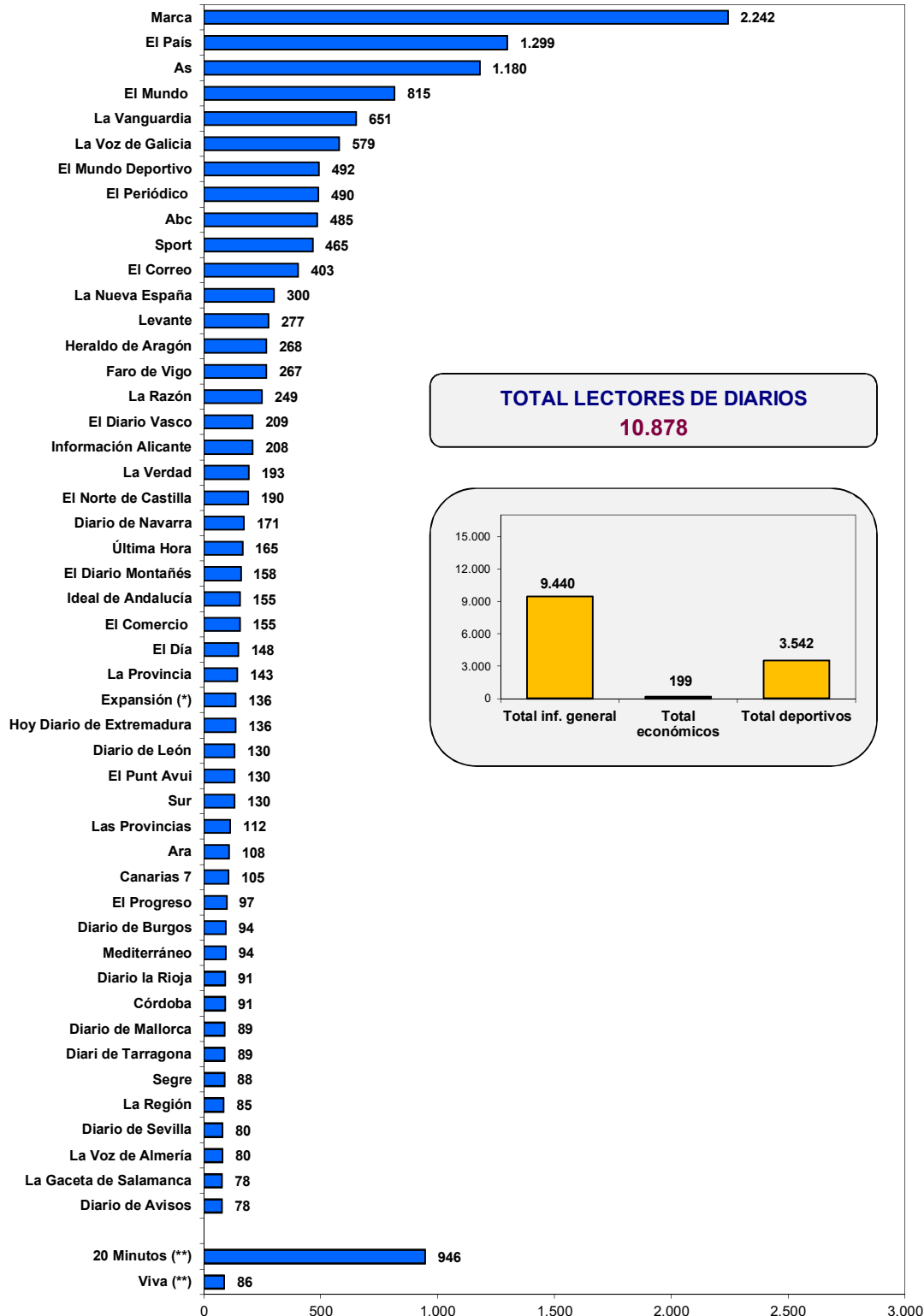
© AIMC - Fuente: EGM

\* IA1 mayor Índice Socioec.

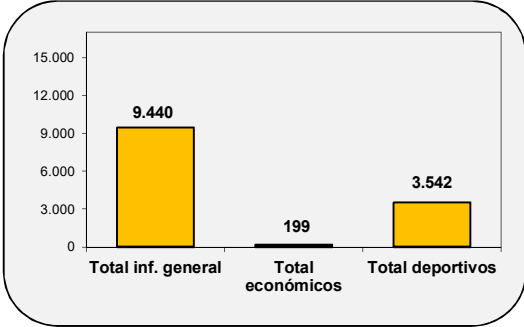
**RANKING DE MEDIOS IMPRESOS**

**DIARIOS**

Lectores / día (000)

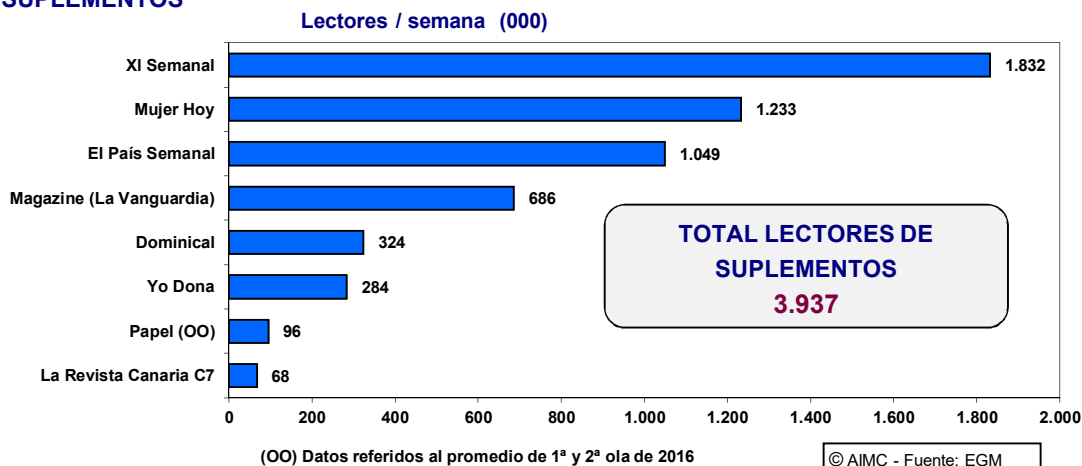
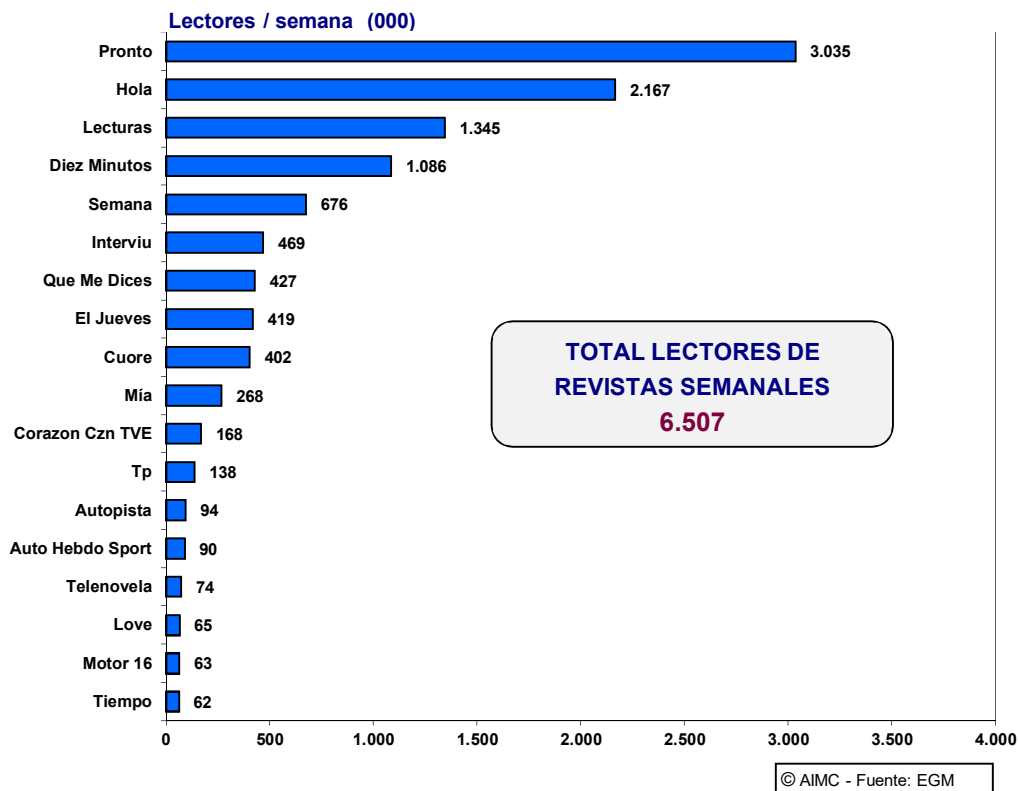
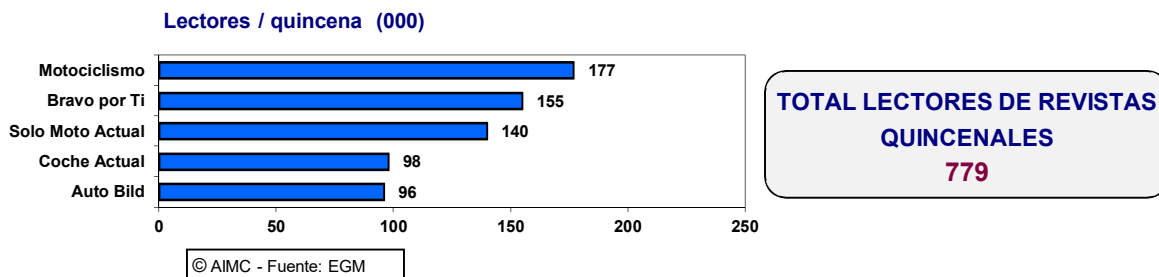


**TOTAL LECTORES DE DIARIOS**  
**10.878**

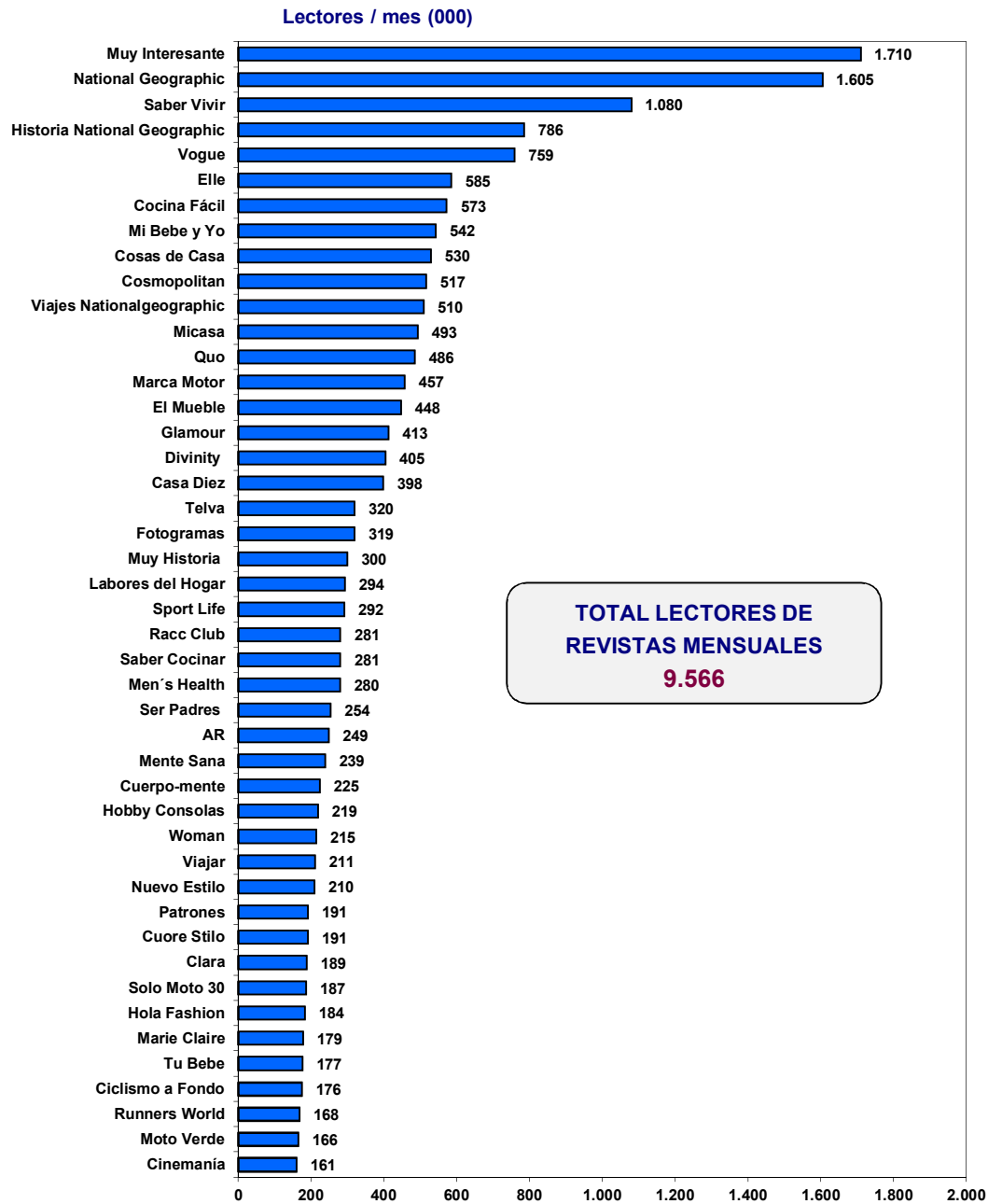


(\*) Se publica de lunes a sábado  
(\*\*) Se publica de lunes a viernes

**RANKING DE MEDIOS IMPRESOS**

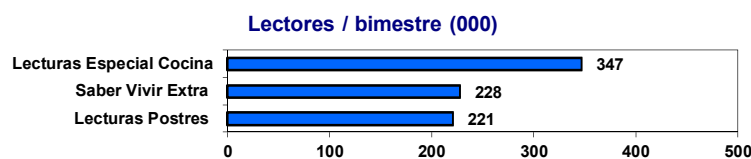
**SUPLEMENTOS**

**REVISTAS SEMANALES**

**REVISTAS QUINCENALES**


**RANKING DE MEDIOS IMPRESOS**

**REVISTAS MENSUALES**


**TOTAL LECTORES DE REVISTAS MENSUALES**  
**9.566**

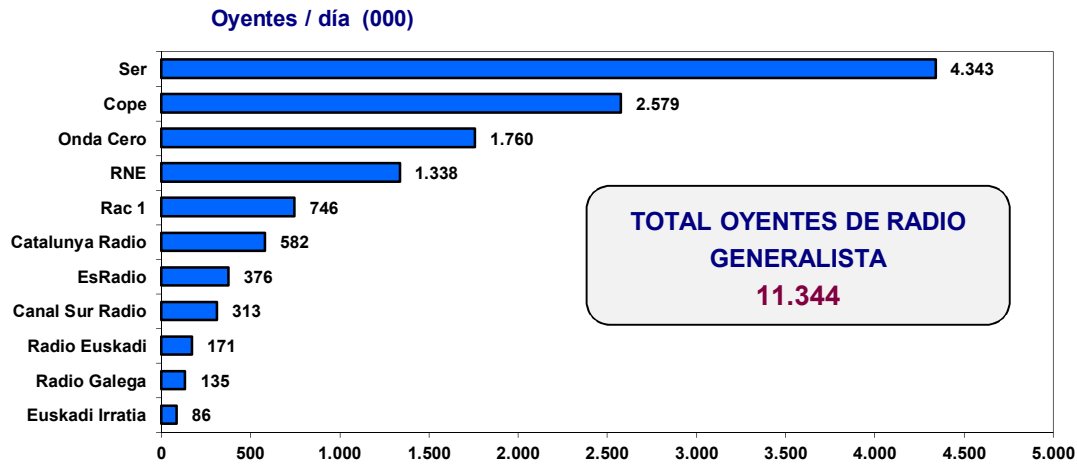
© AIMC - Fuente: EGM

**REVISTAS BIMESTRALES**


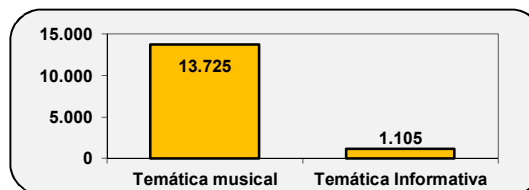
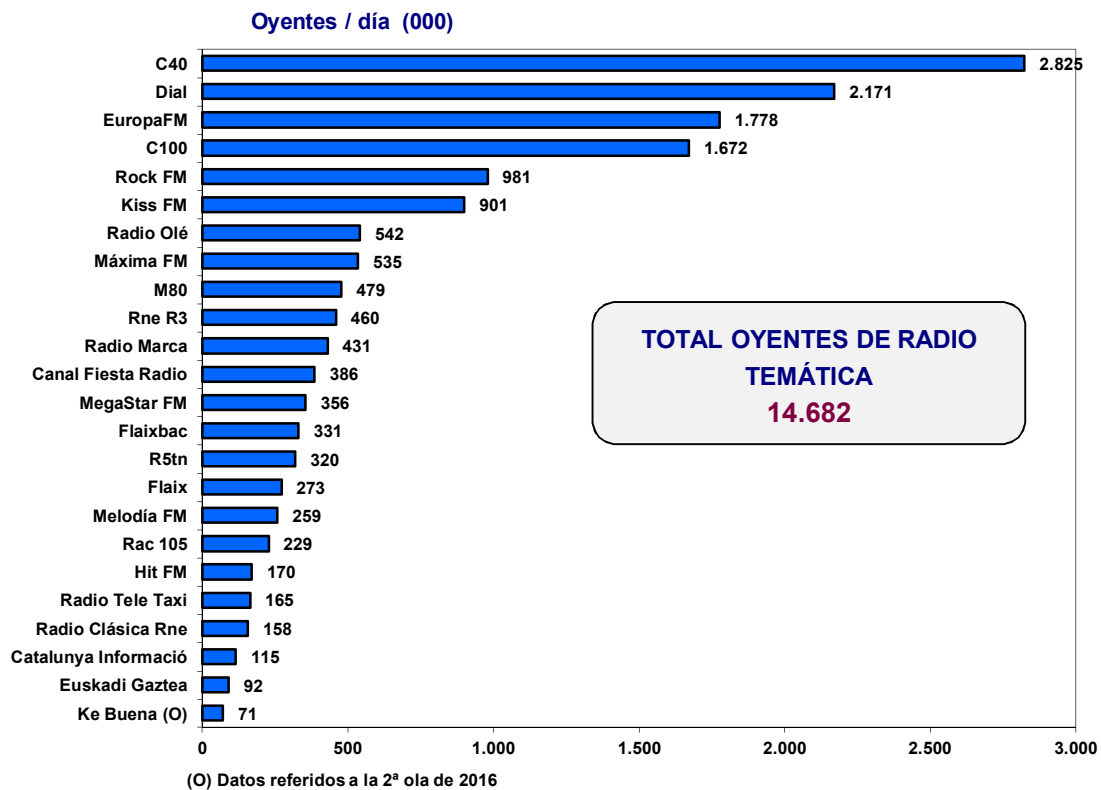
**TOTAL LECTORES DE REVISTAS BIMESTRALES**  
**689**

© AIMC - Fuente: EGM



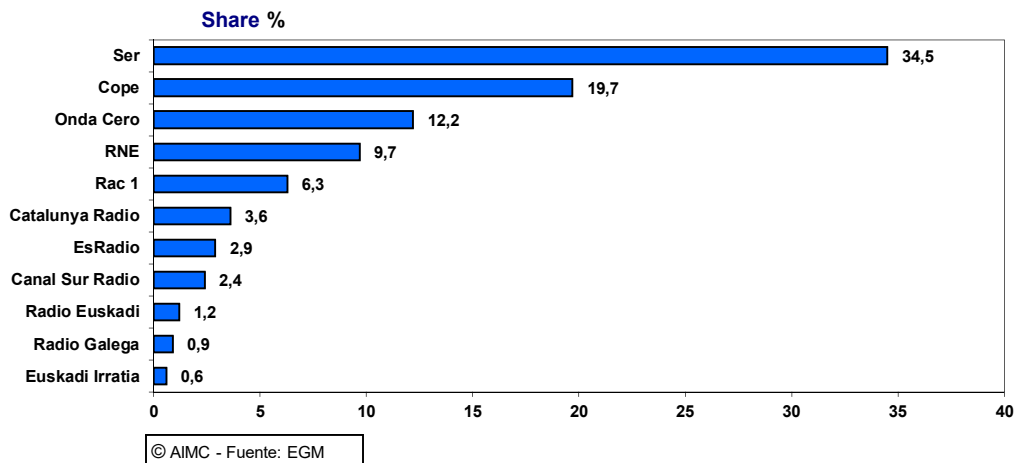
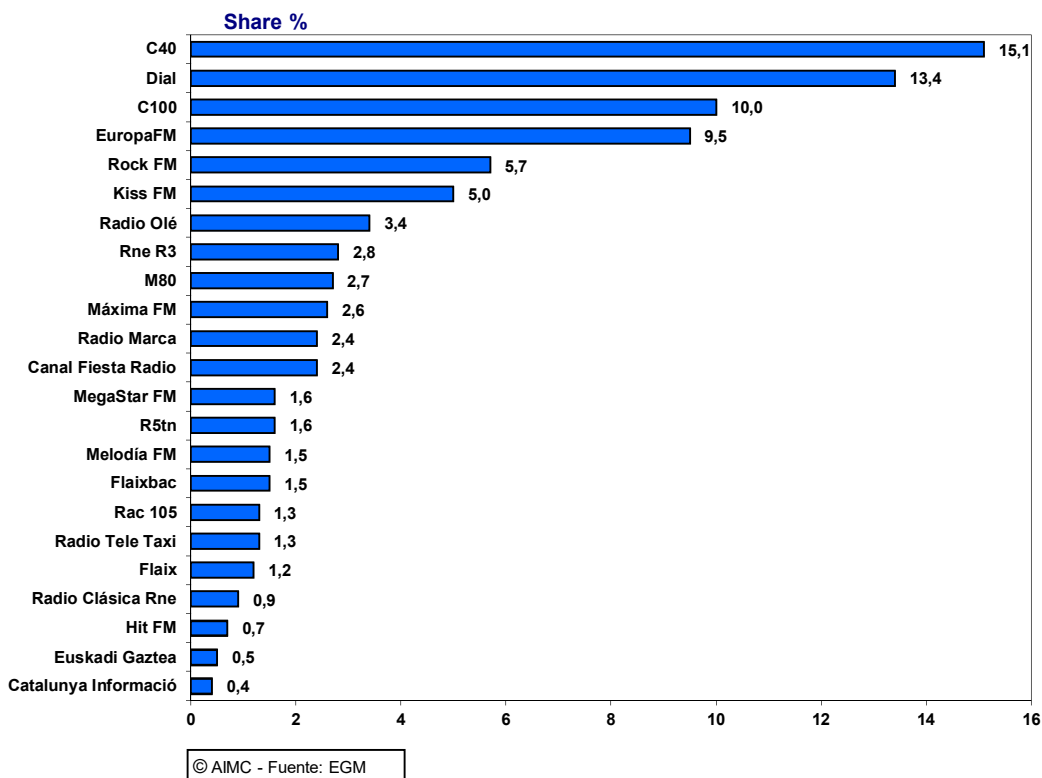
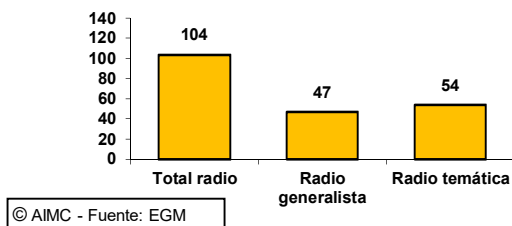
**RANKING DE EMISORAS DE RADIO**
**RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)**


© AIMC - Fuente: EGM

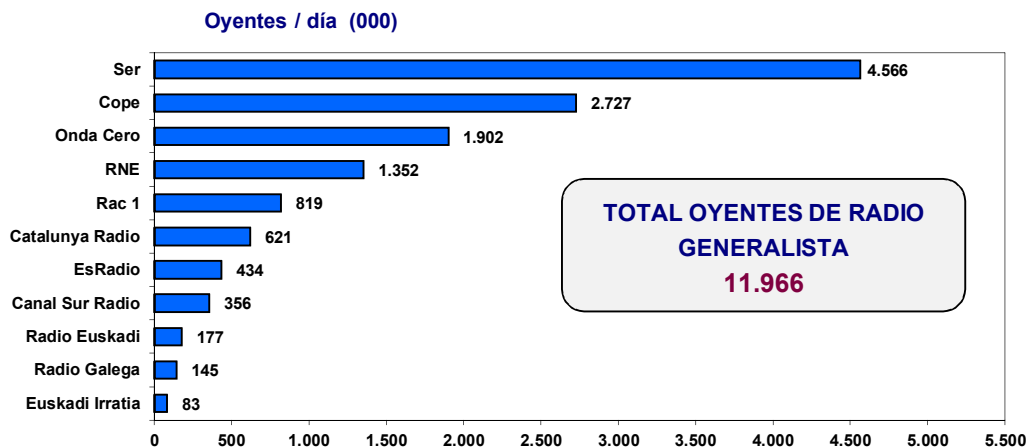
**RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)**


© AIMC - Fuente: EGM

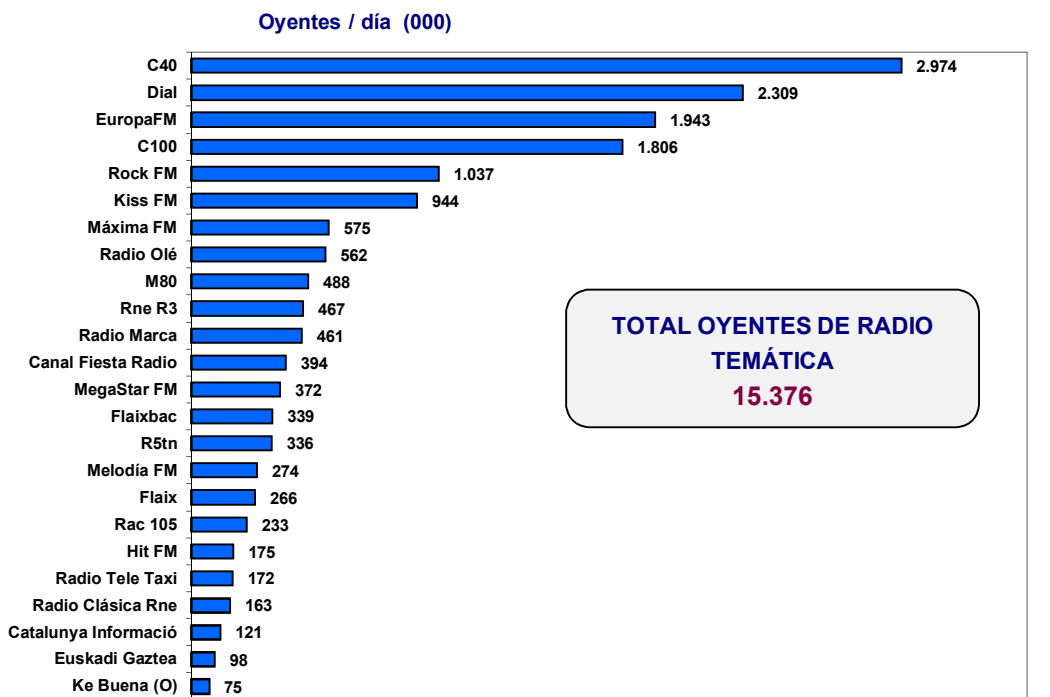
**RANKING DE EMISORAS DE RADIO**

**RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)**

**RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)**

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


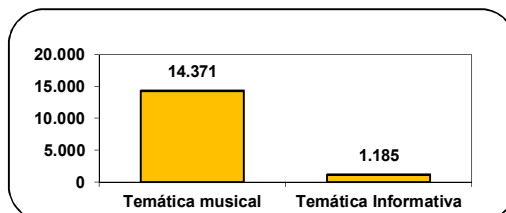
**RANKING DE EMISORAS DE RADIO**

**RADIO GENERALISTA (lunes a viernes)**


© AIMC - Fuente: EGM

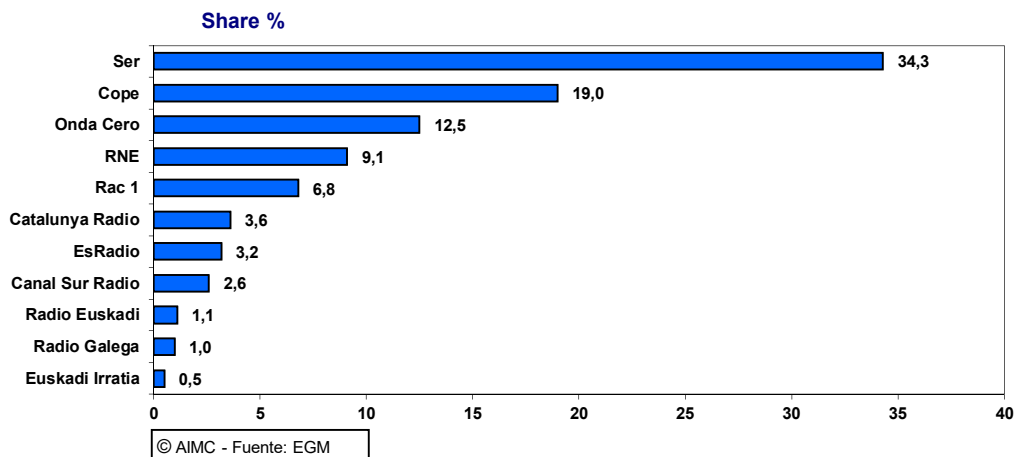
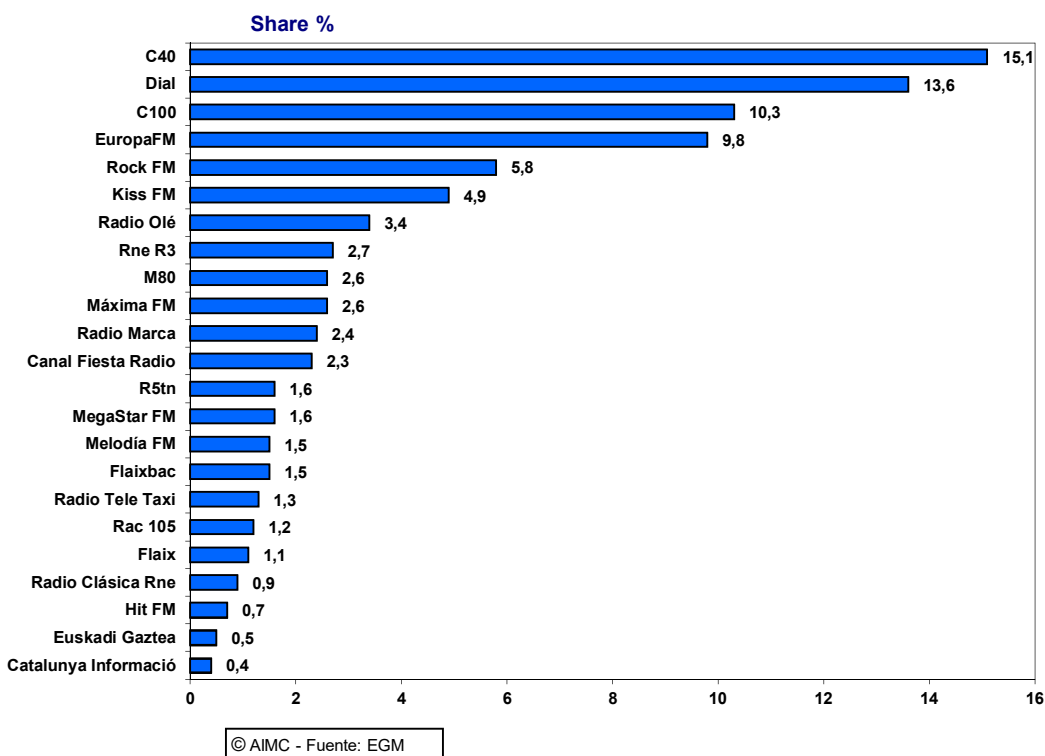
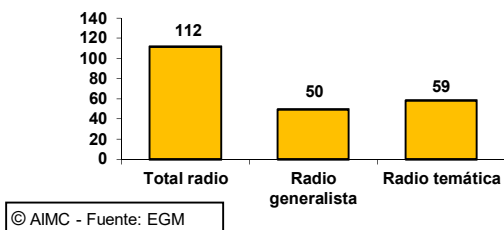
**RADIO TEMÁTICA (lunes a viernes)**


(O) Datos referidos a la 2ª ola de 2016



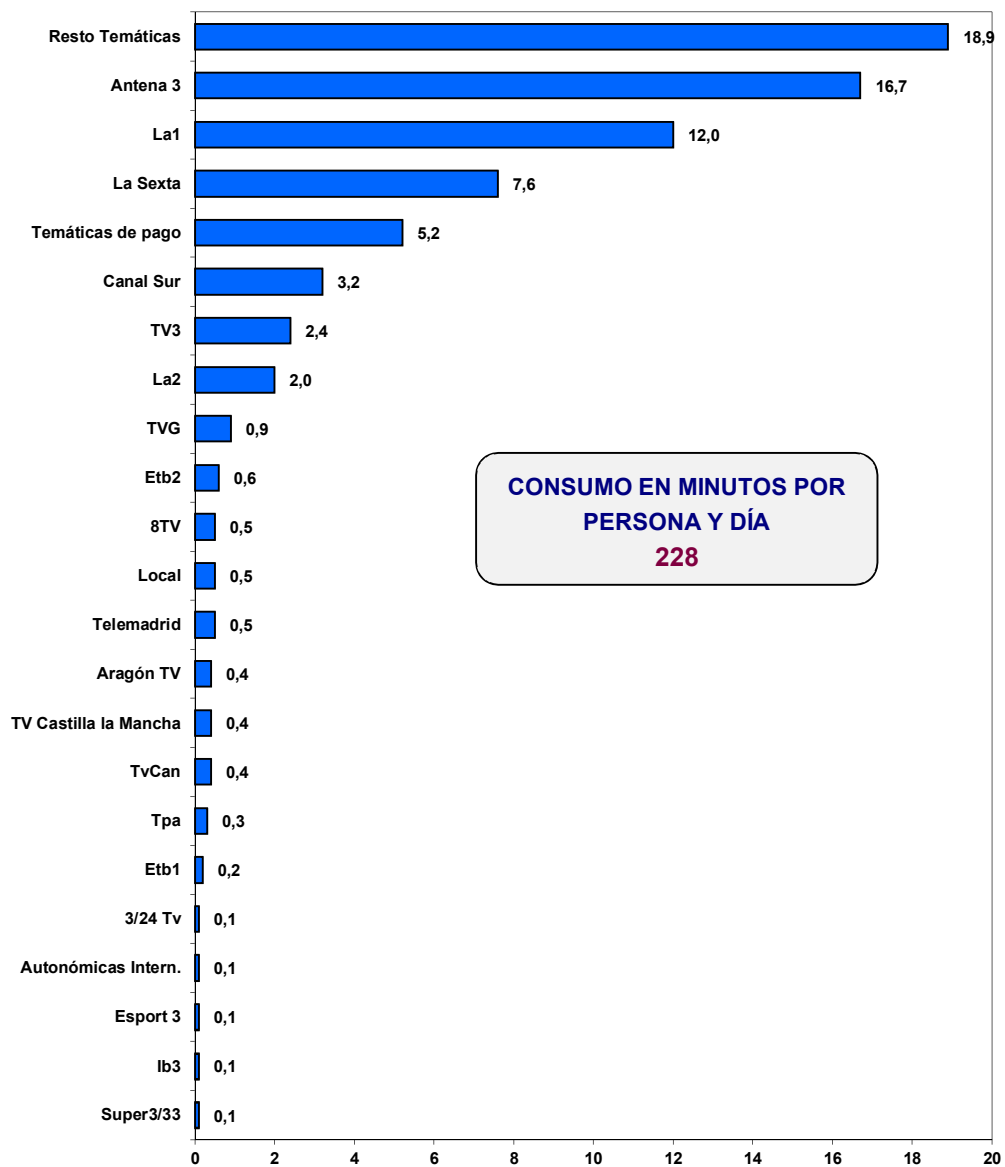
© AIMC - Fuente: EGM

**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)**


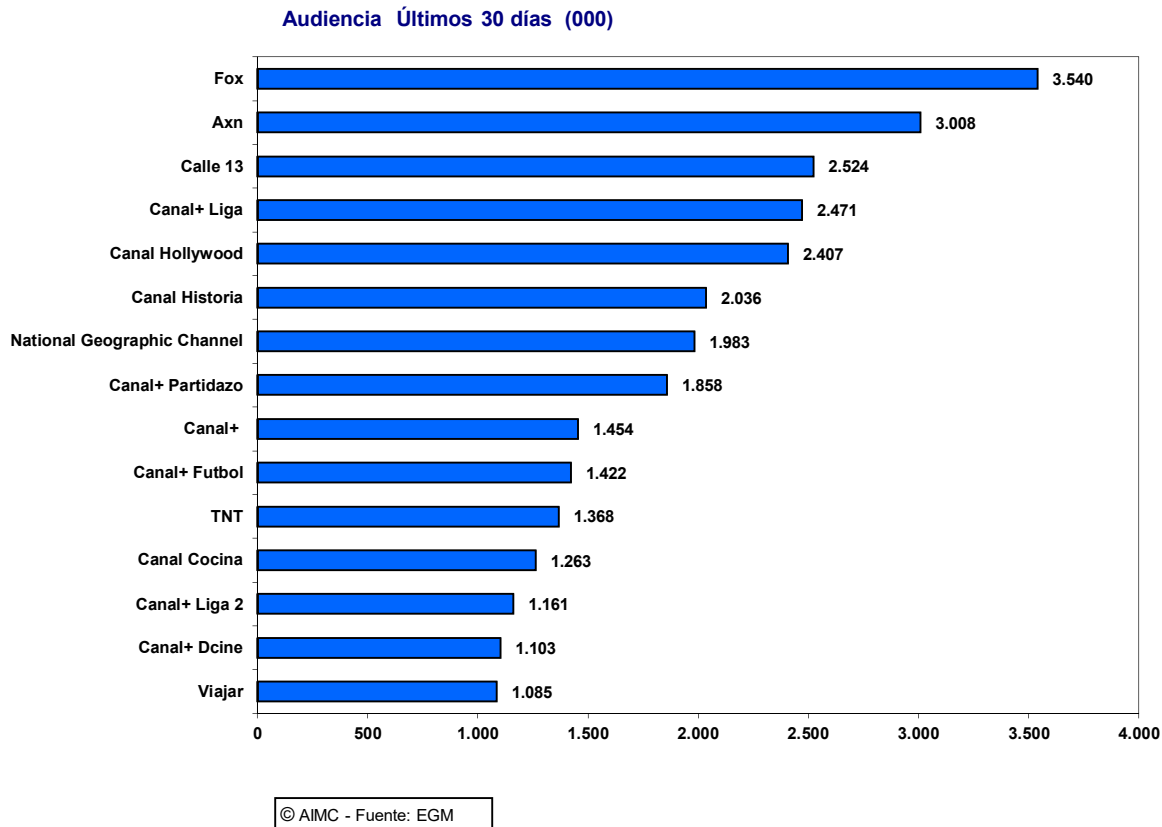
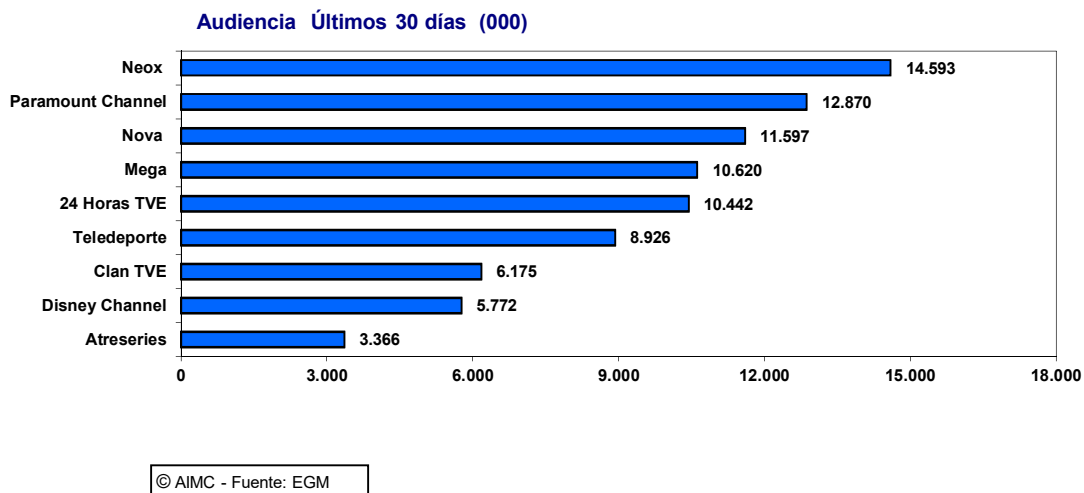
**RANKING DE CADENAS DE TELEVISIÓN**
**RANKING DE CADENAS DE TELEVISIÓN**

Share % (lunes a domingo)



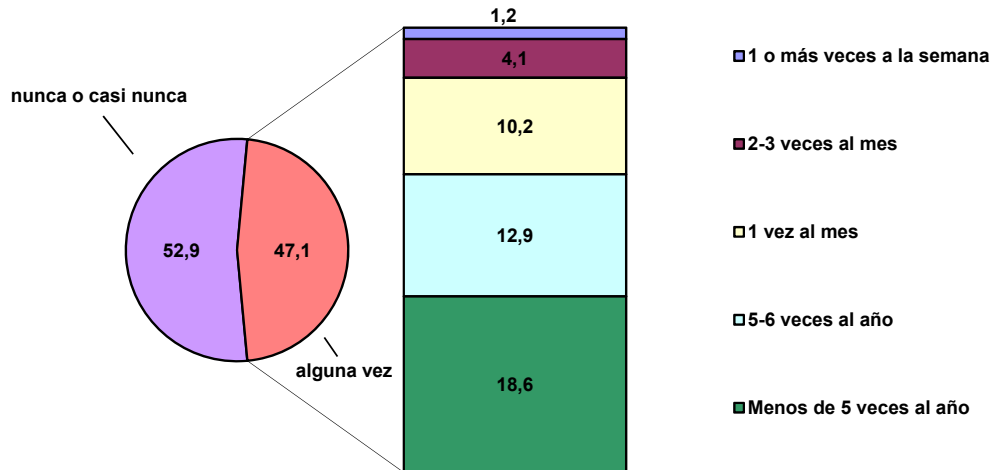
© AIMC - Fuente: EGM

**RANKING DE CANALES TEMÁTICOS**

**CANALES TEMÁTICOS PAGO**

**RESTO CANALES TEMÁTICOS**


**CINE**
**HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE**

% de individuos

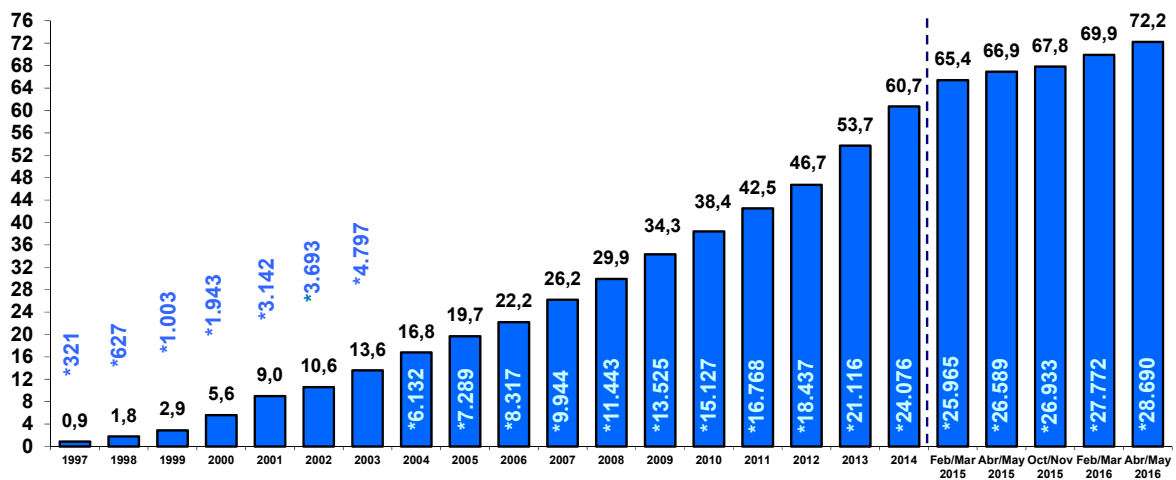


© AIMC - Fuente: EGM

**INTERNET**
**EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET AYER**

(DATOS POR OLA)

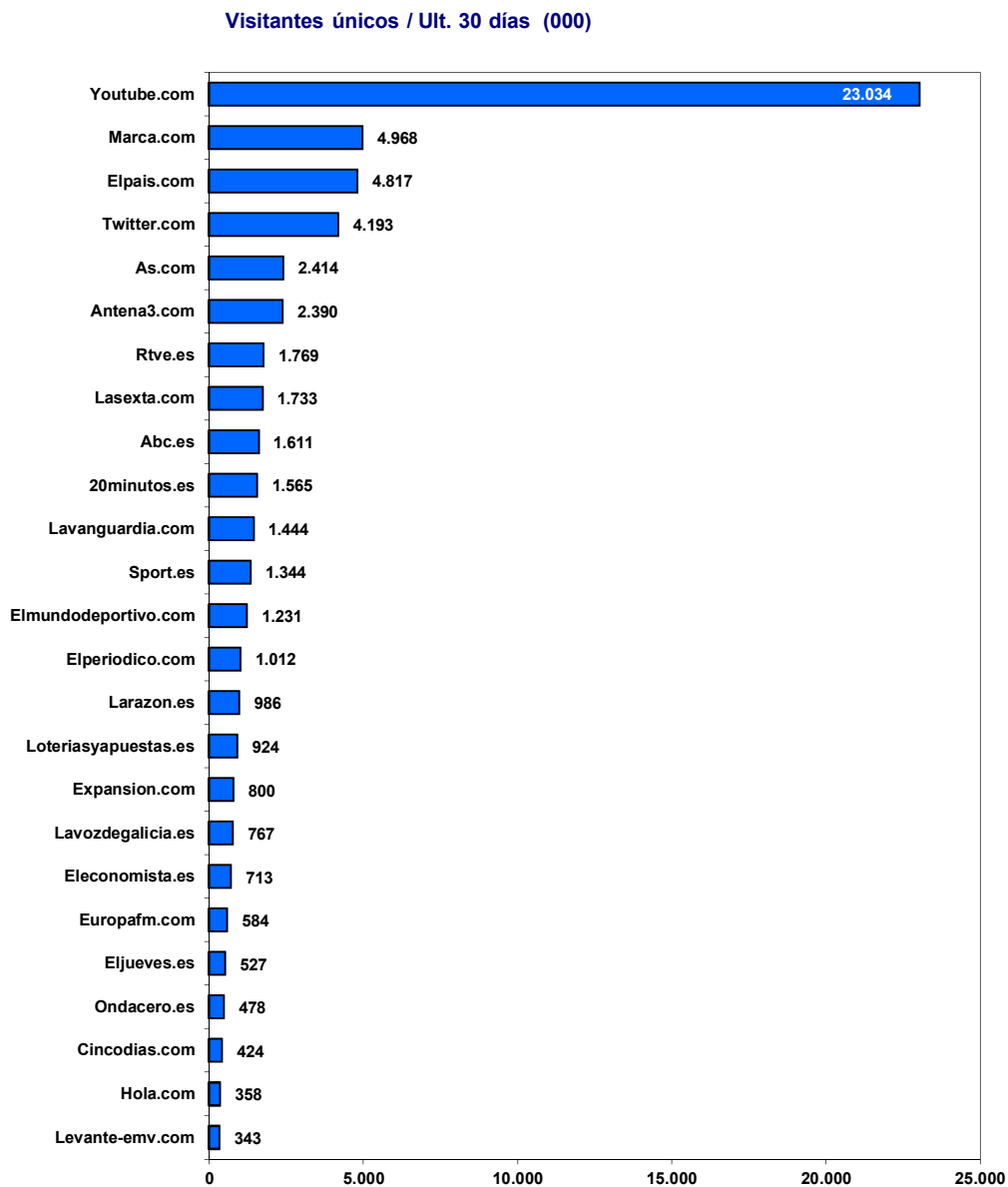
% individuos



\* Individuos en miles

© AIMC - Fuente: EGM

**RANKING DE SITIOS DE INTERNET**

**SITIOS DE INTERNET\***  
 (DATOS POR OLA)


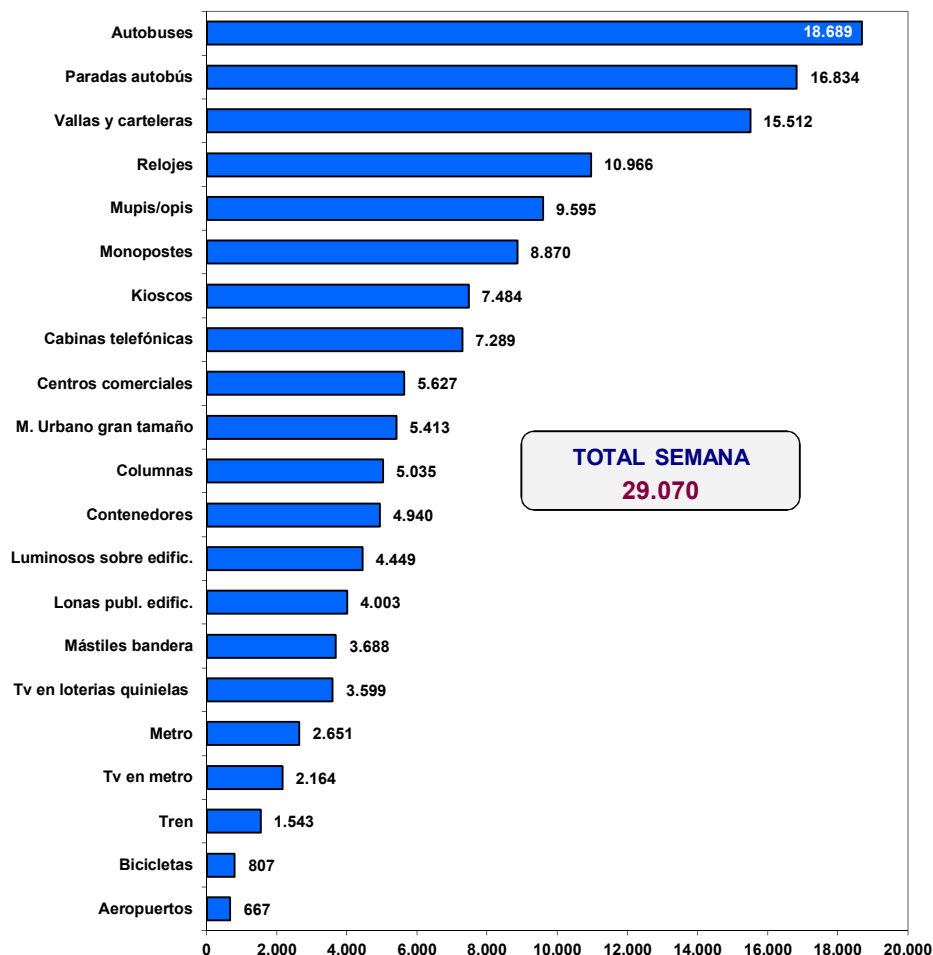
\* NOTA: Información referida exclusivamente a los sitios controlados por el EGM

© 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:** 32.372 multimedia (+ 46.790 monomedia radio  
 + 42.584 monomedia prensa  
 + 23.732 monomedia revistas  
 + 10.557 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.