



FEBRERO A
NOVIEMBRE 2013

RESUMEN
GENERAL



FICHA TÉCNICA

Universo: población de 14 o más años (39.331.000 individuos)

Muestra anual tres últimas olas: 32.289 multimedia (+ 46.931 monomedia radio
+ 42.677 monomedia prensa
+ 23.680 monomedia revistas
+ 10.675 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)

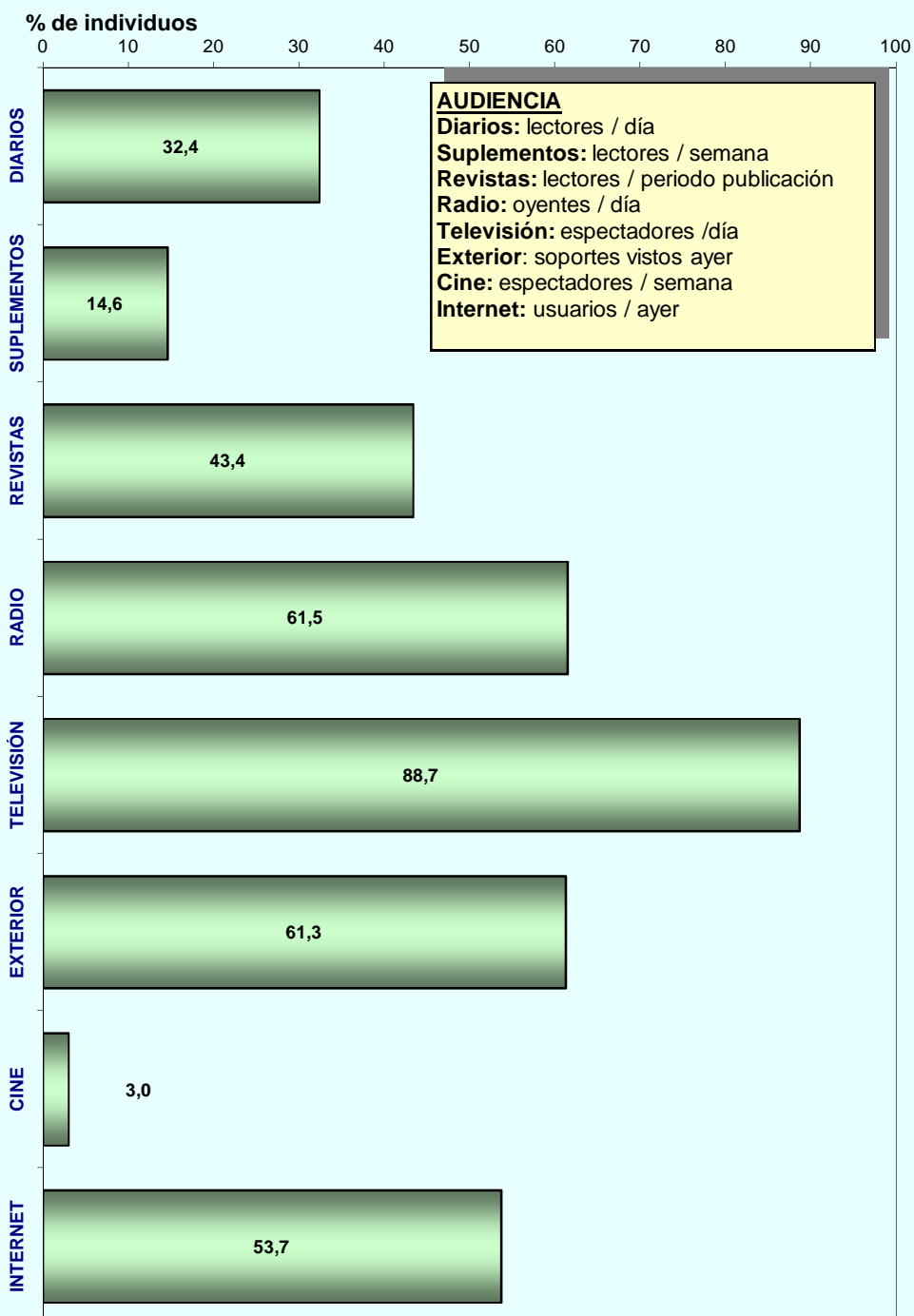
Diseño muestral: selección aleatoria de hogares y elección de una persona del hogar

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

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

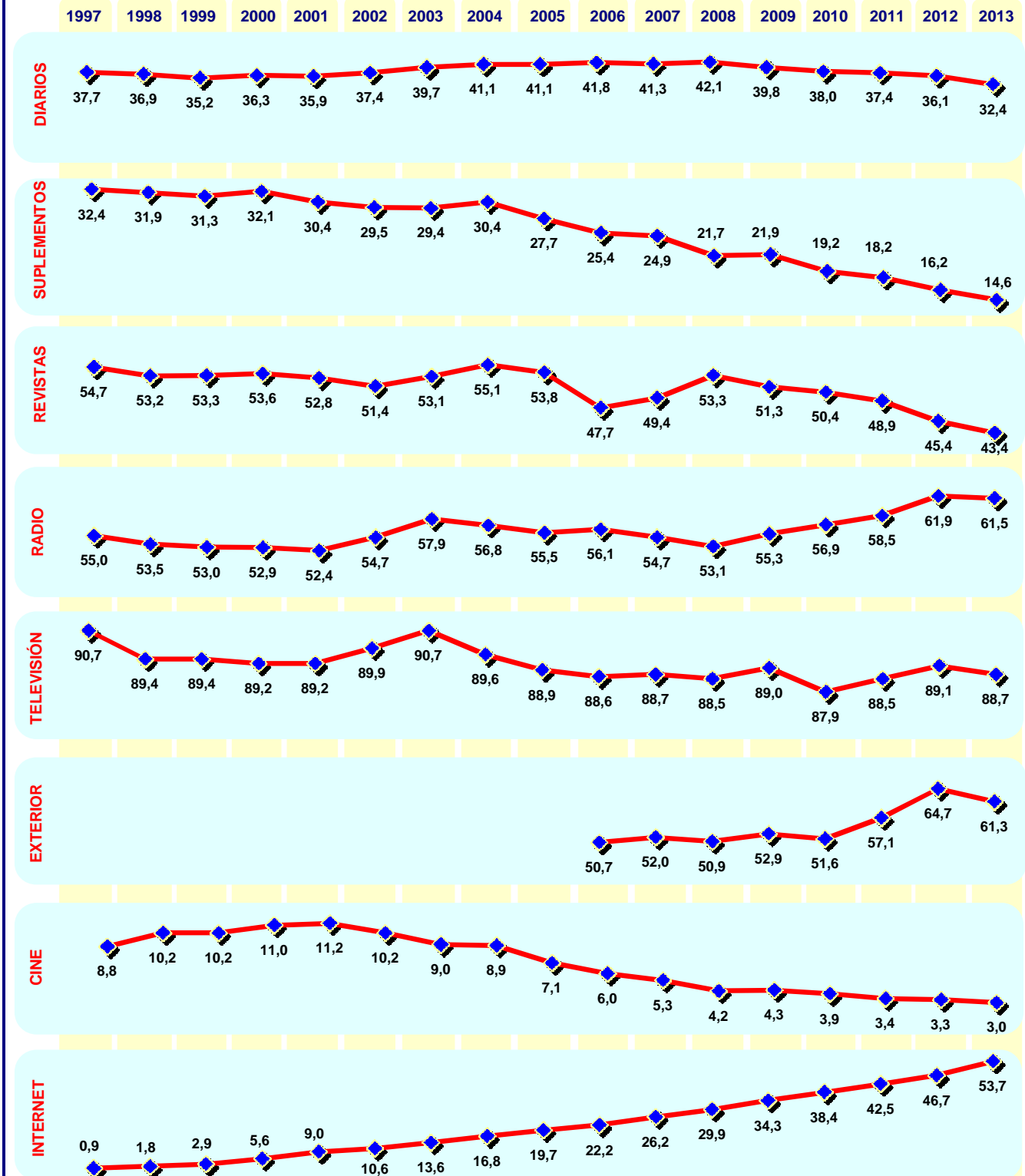


PENETRACIÓN %



AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

EVOLUCIÓN (Penetración %)

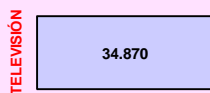
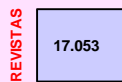
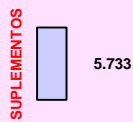
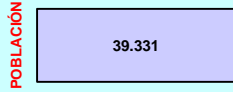
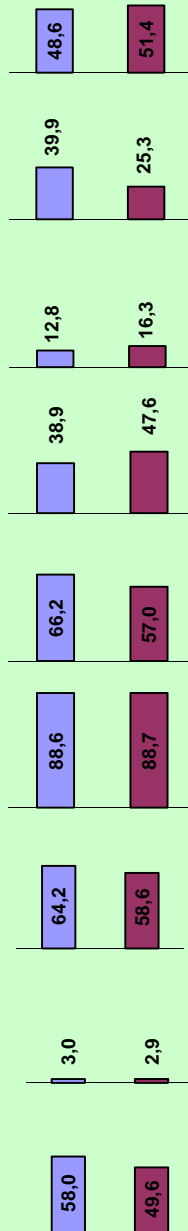
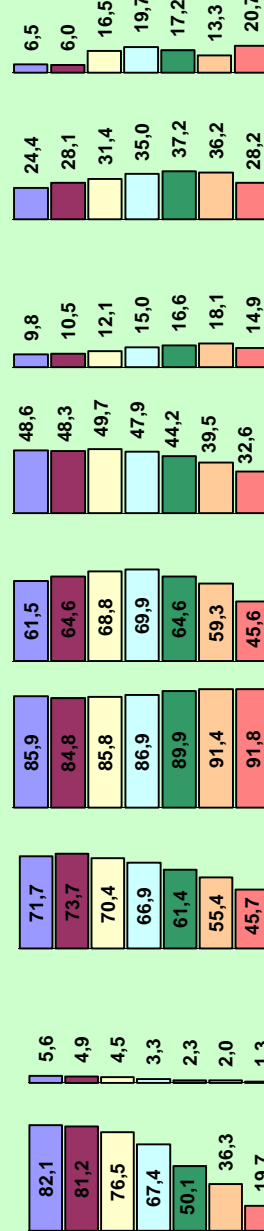
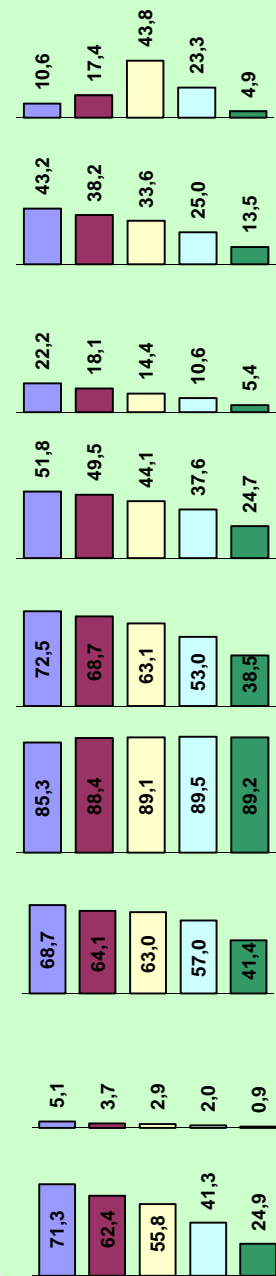


© AIMC - Fuente: EGM

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

PENETRACIÓN %
Individuos (000)

Perfil de la población


POR SEXO

POR EDAD

POR CLASE SOCIAL

AUDIENCIA

Diarios: lectores / día
Suplementos: lectores / semana
Revistas: lectores / período publ.
Radio: oyentes / día
Televisión: espectadores / día
Exterior: soportes vistos ayer
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

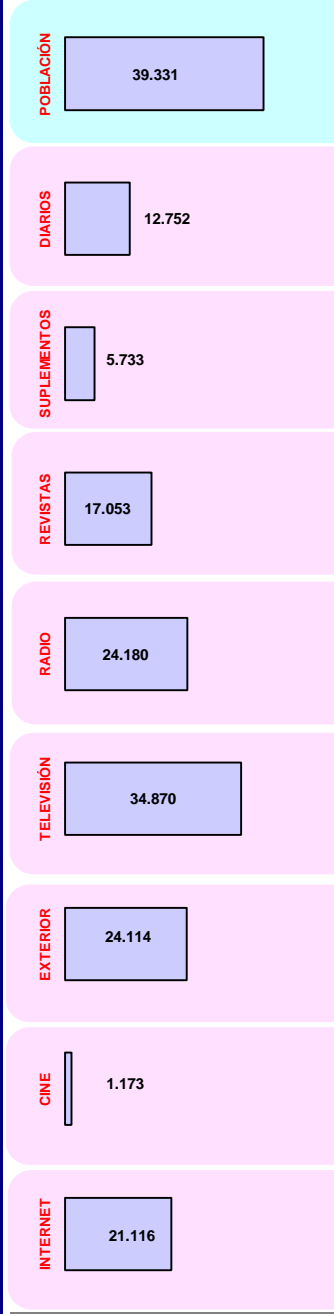
© AIMC - Fuente: EGM

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



PERFIL %

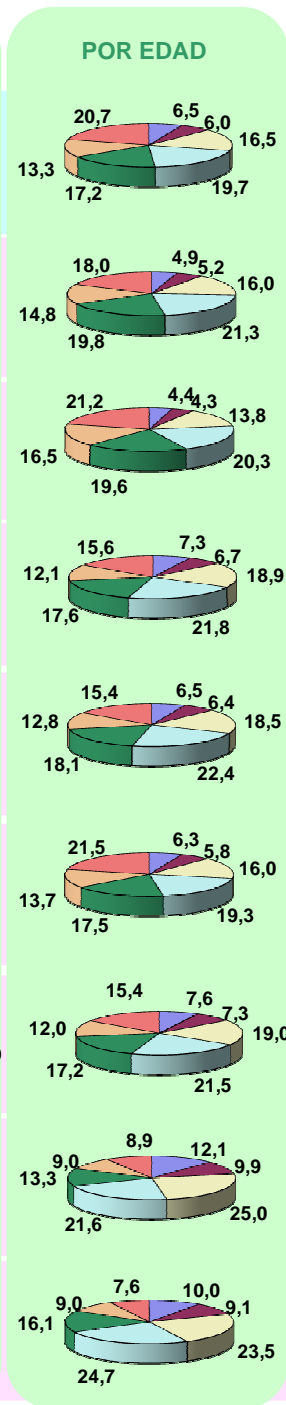
Individuos (000)



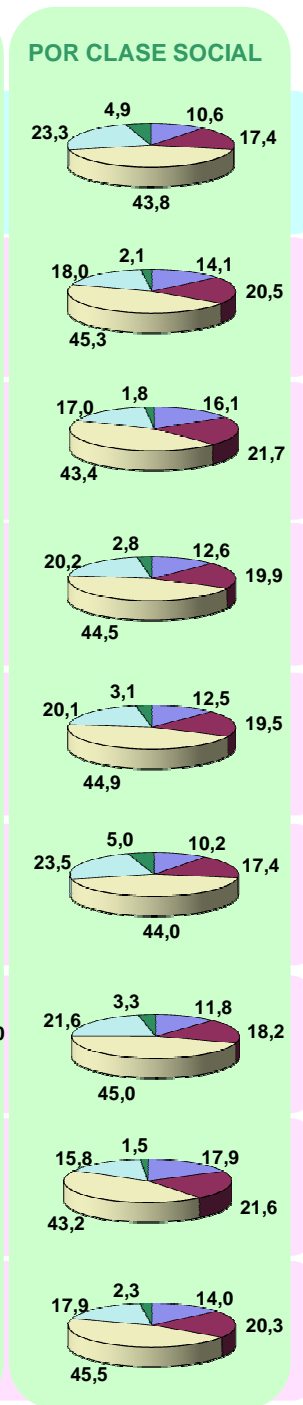
POR SEXO



POR EDAD



POR CLASE SOCIAL



AUDIENCIA
Diarios: lectores / día
Suplementos: lectores / semana
Revistas: lectores / periodo publ.
Radio: oyentes / día
Televisión: espectadores / día
Exterior: soportes vistos ayer
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

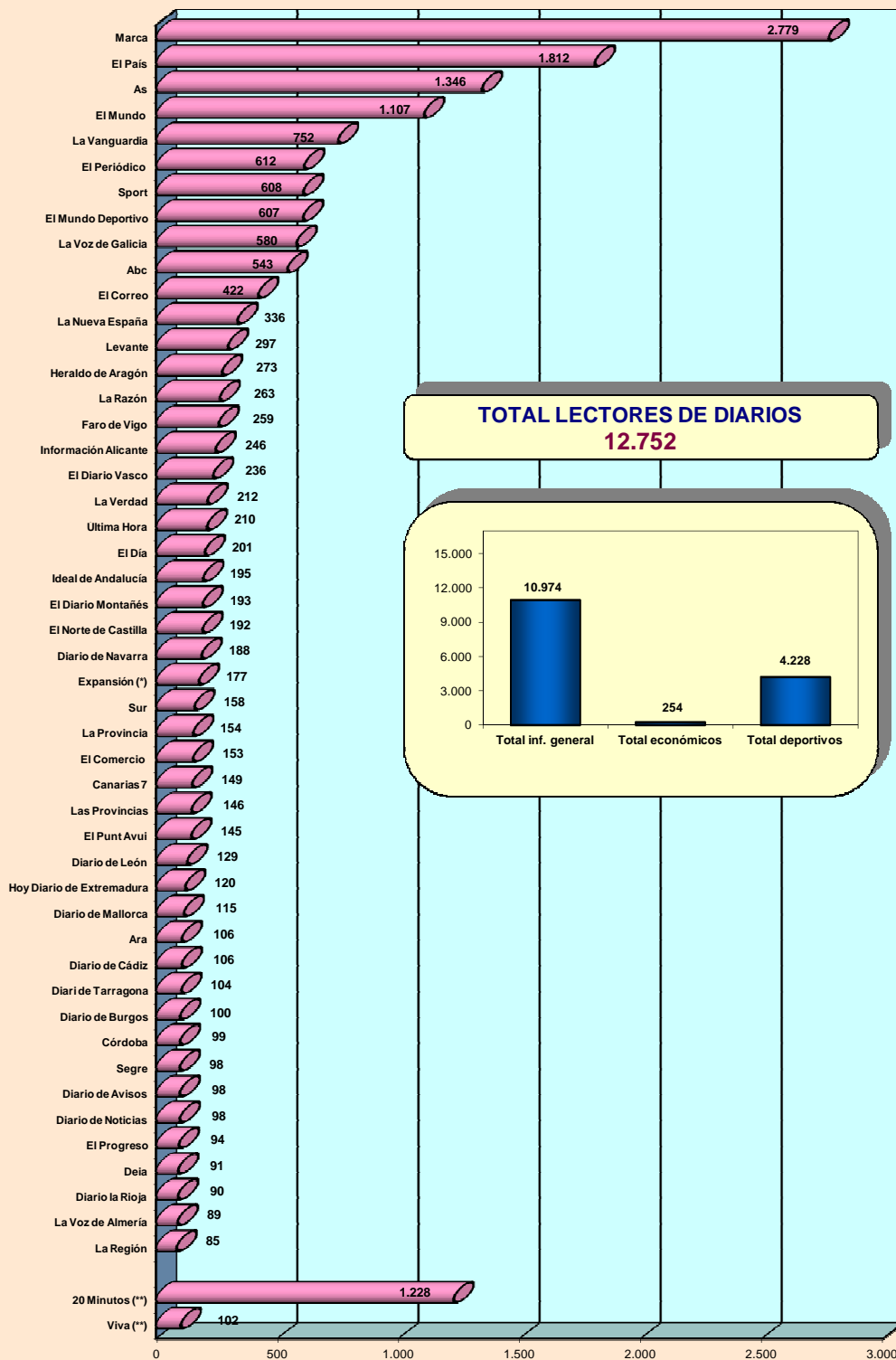
© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS



DIARIOS

Lectores / día (000)

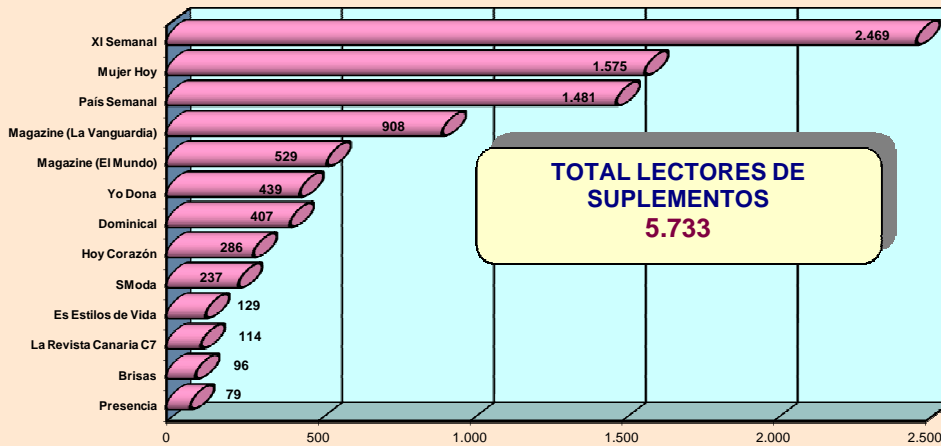


(*) Se publica de lunes a sábado
 (**) Se publica de lunes a viernes

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

SUPLEMENTOS

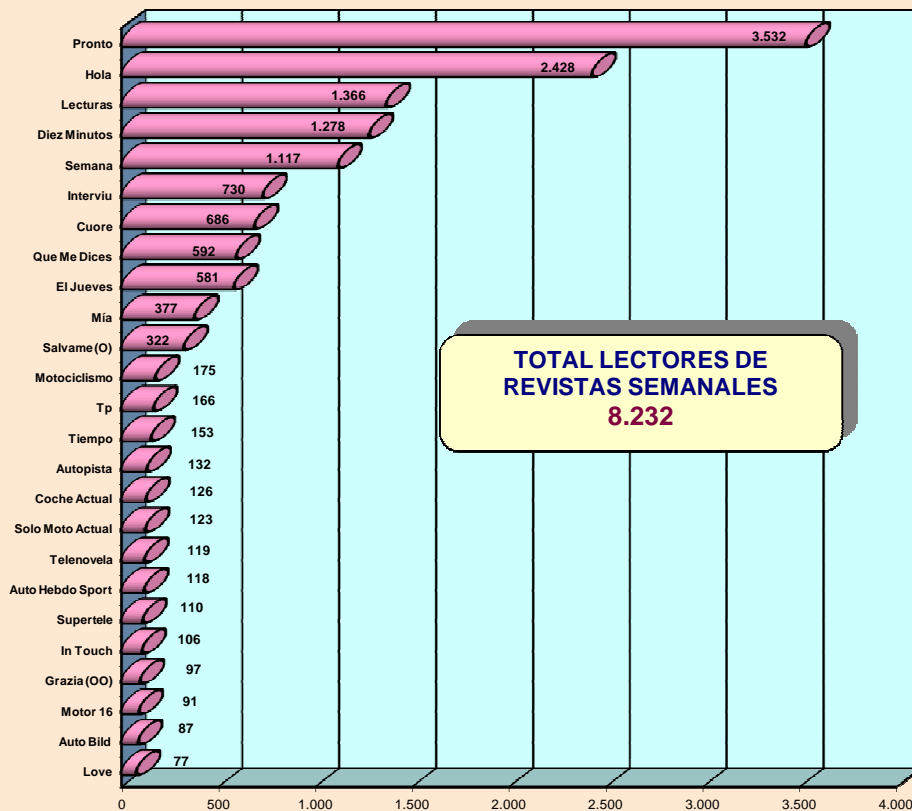
Lectores / semana (000)



© AIMC - Fuente: EGM

REVISTAS SEMANALES

Lectores / semana (000)



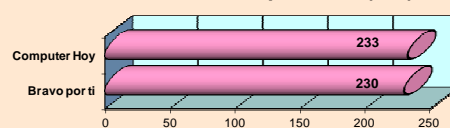
(O) Datos referidos a 3ª ola 2013

(OO) Datos referidos al promedio de 2ª y 3ª ola 2013

© AIMC - Fuente: EGM

REVISTAS QUINCENALES

Lectores / quincena (000)



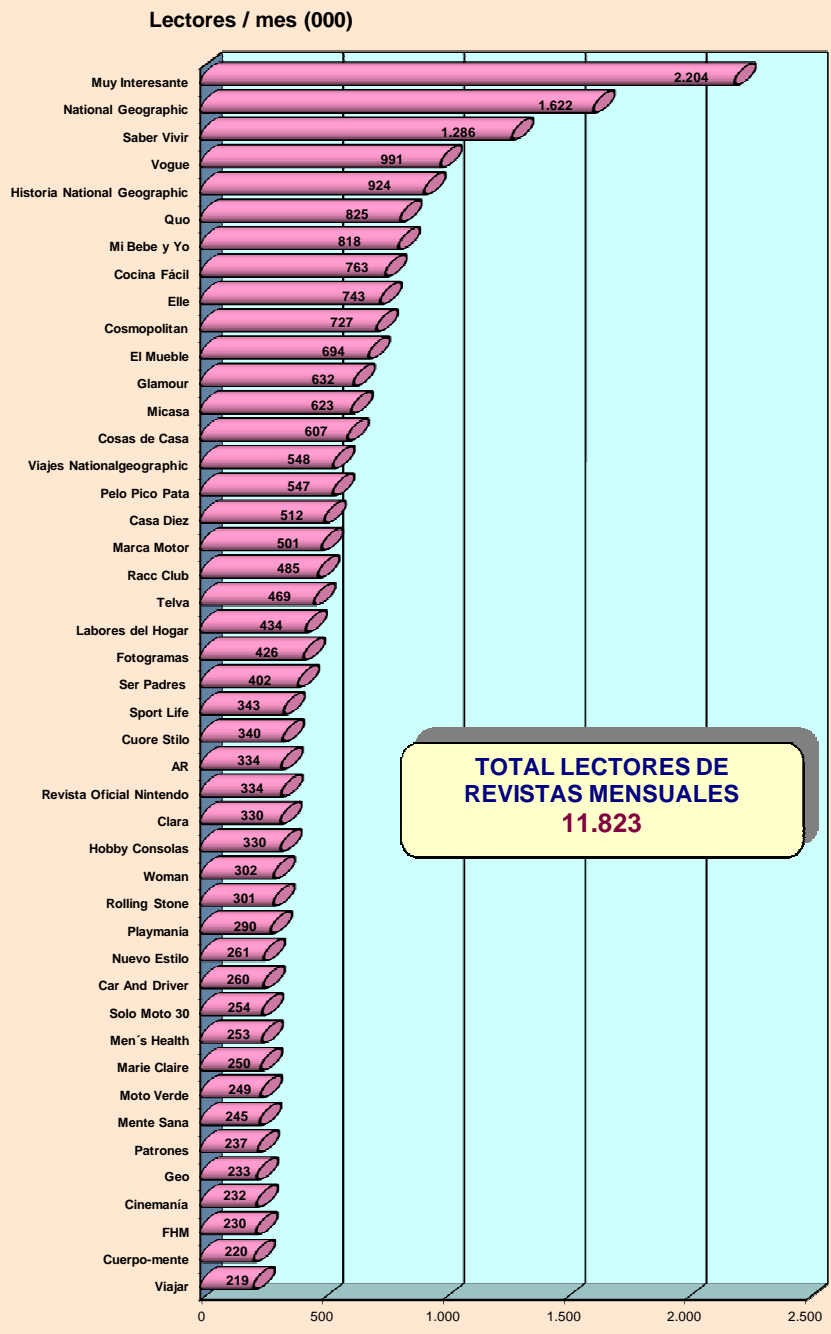
TOTAL LECTORES DE REVISTAS QUINCENALES
493

© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

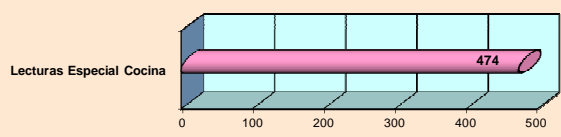


REVISTAS MENSUALES



© AIMC - Fuente: EGM

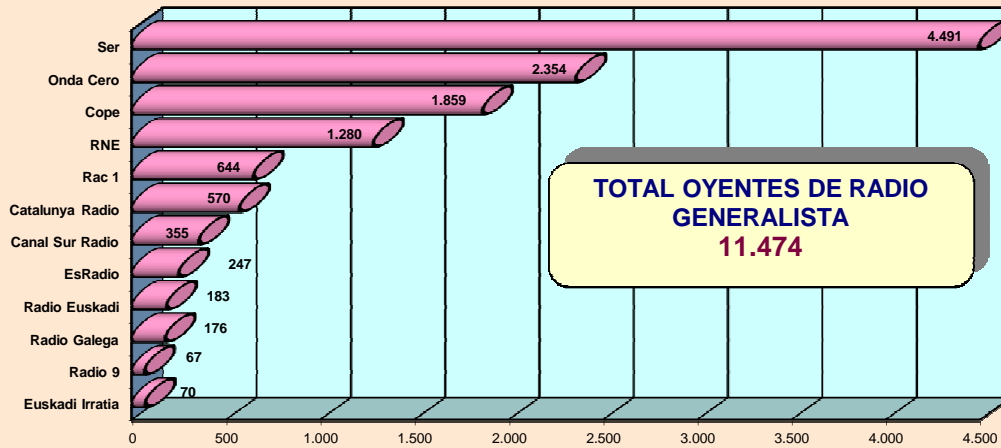
REVISTAS BIMESTRALES



© AIMC - Fuente: EGM

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

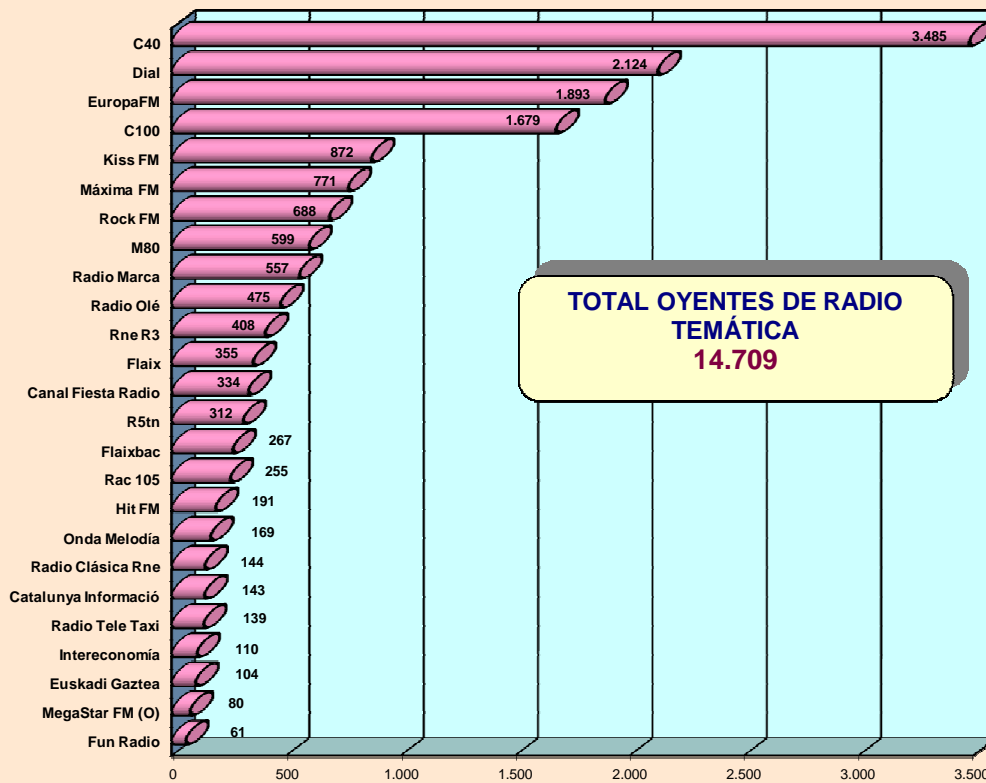
Oyentes / día (000)



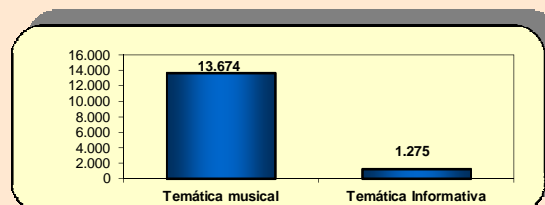
© AIMC - Fuente: EGM

RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)

Oyentes / día (000)

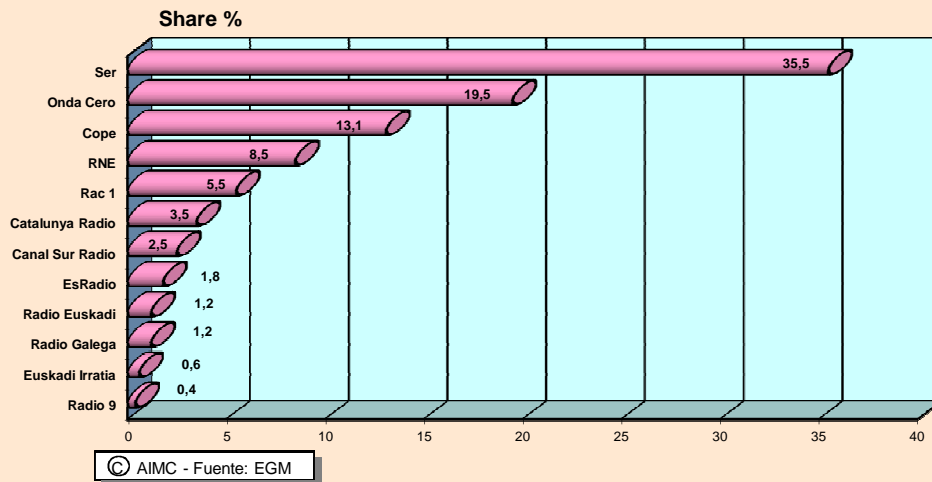
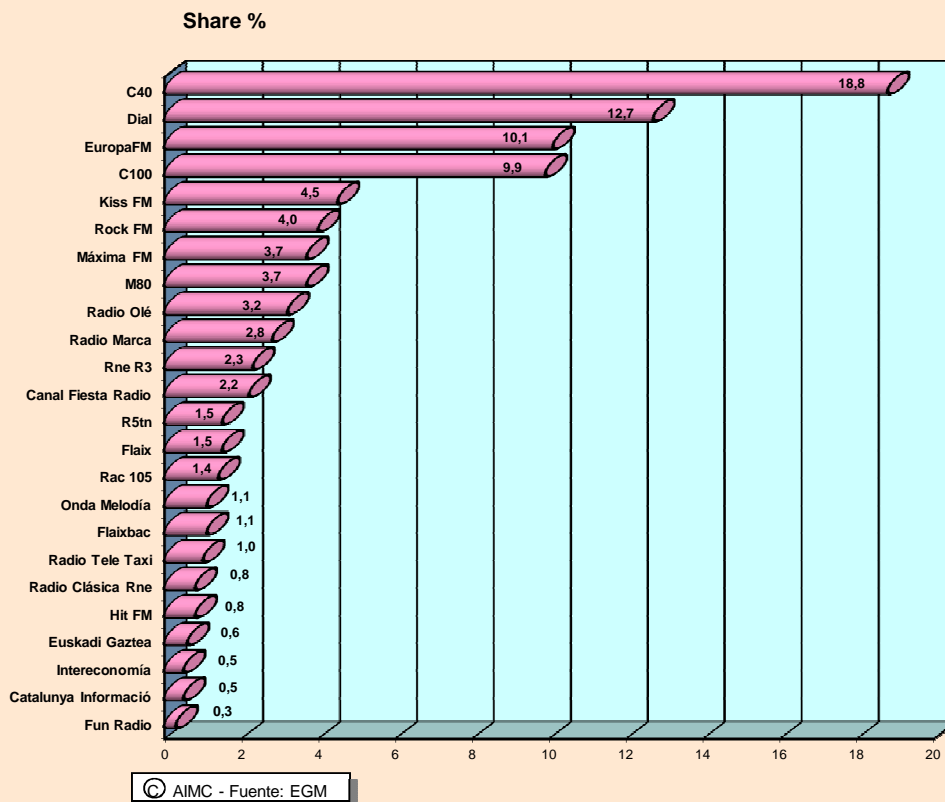
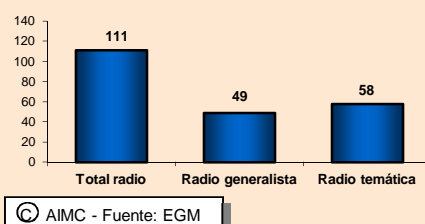


(O) Datos referidos a 3ª ola 2013



© AIMC - Fuente: EGM

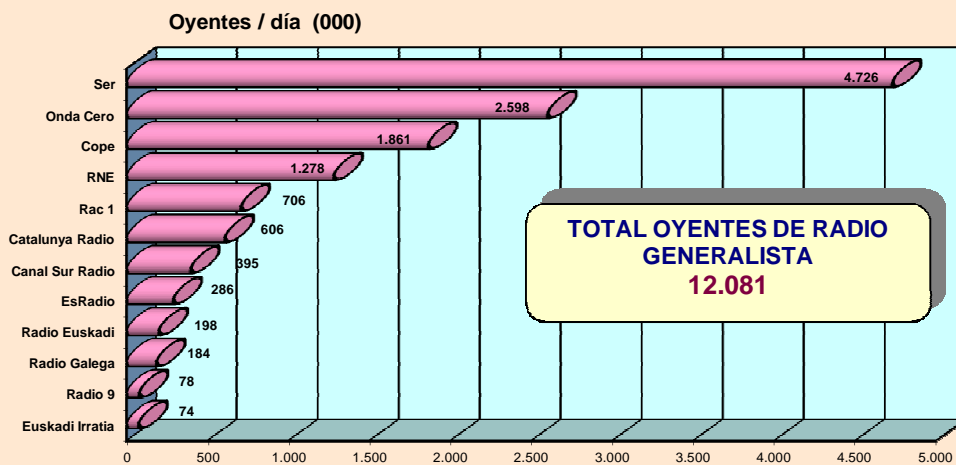
RANKING DE EMISORAS DE RADIO

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

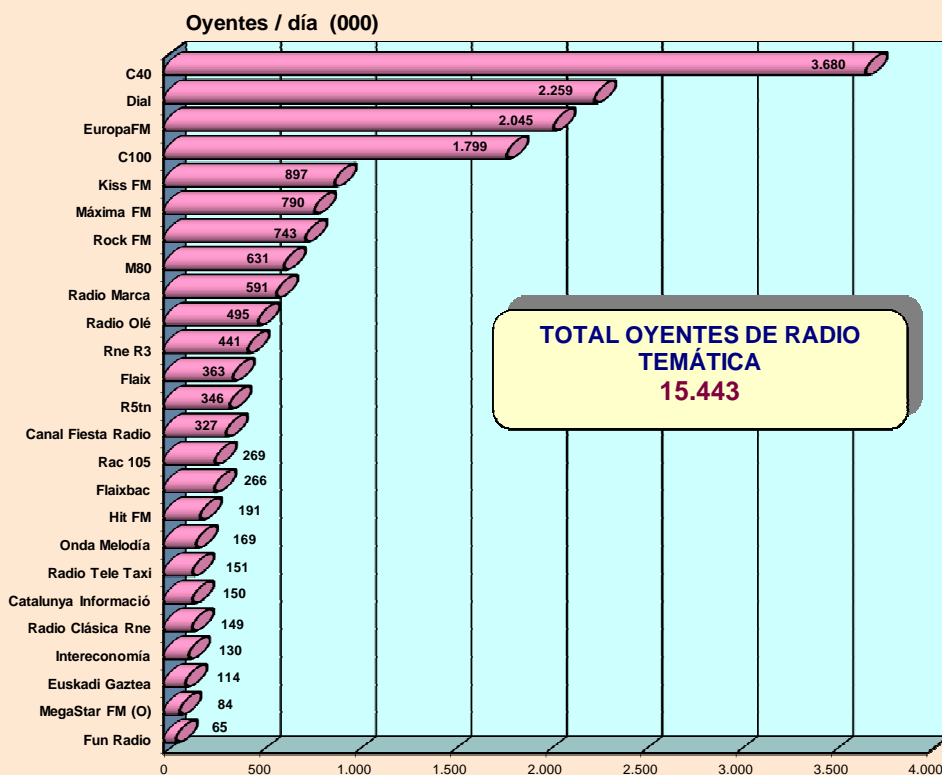


RADIO GENERALISTA (lunes a viernes)



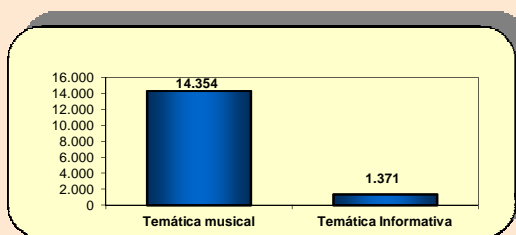
© AIMC - Fuente: EGM

RADIO TEMÁTICA (lunes a viernes)

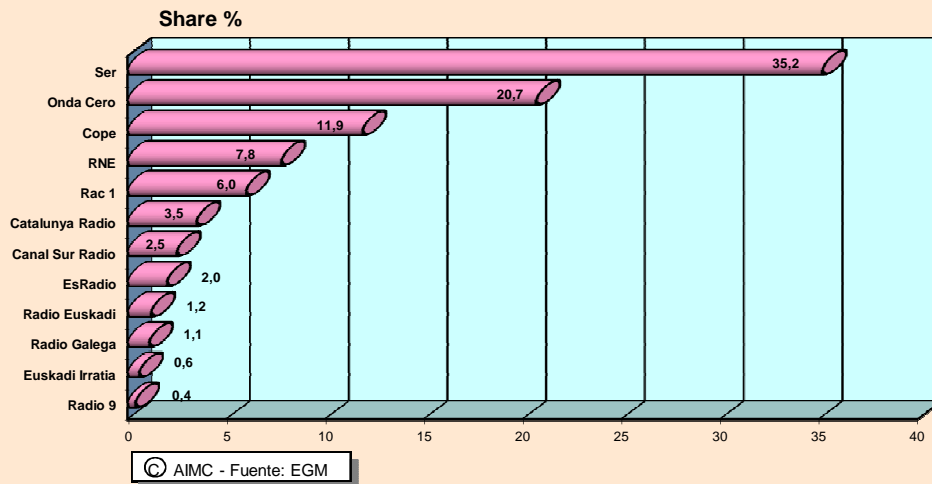
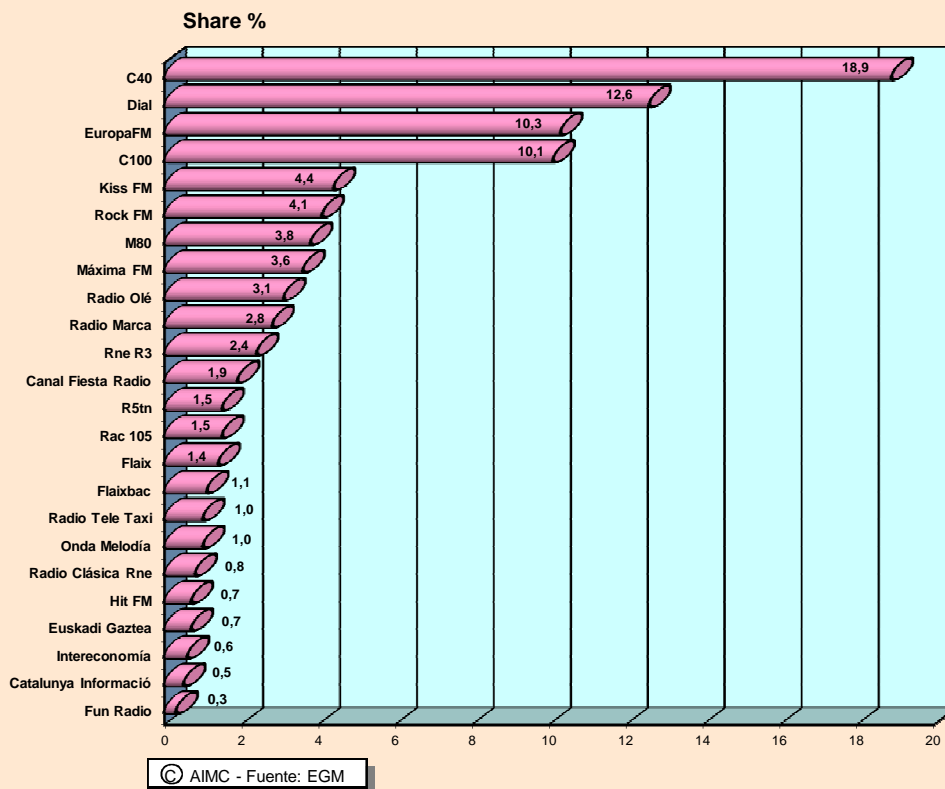
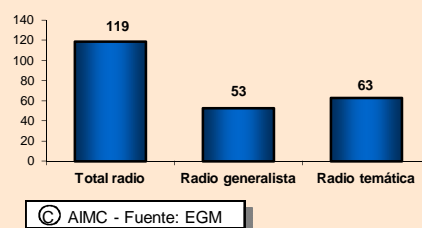


(O) Datos referidos a 3ª ola 2013

© AIMC - Fuente: EGM



RANKING DE EMISORAS DE RADIO

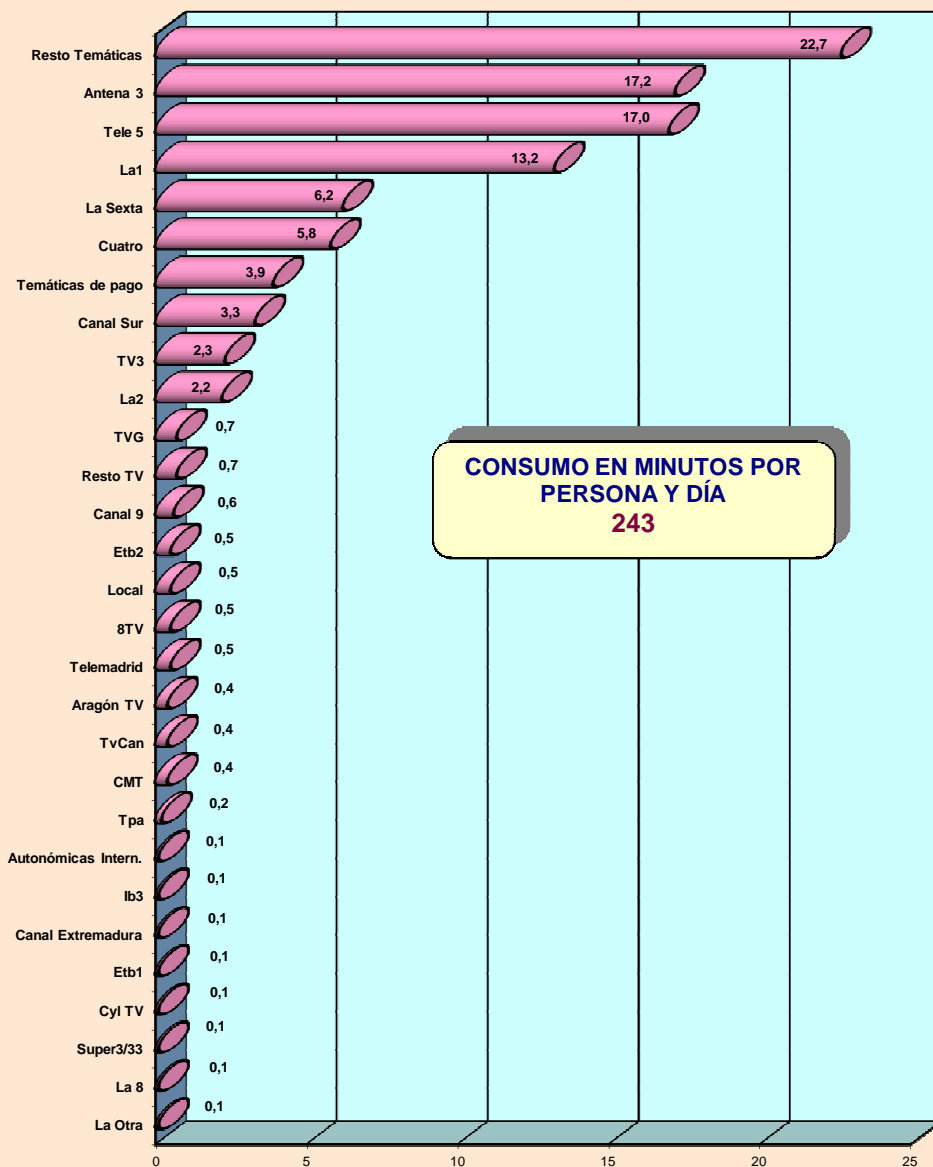
RADIO GENERALISTA (lunes a viernes)

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)



CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA
243

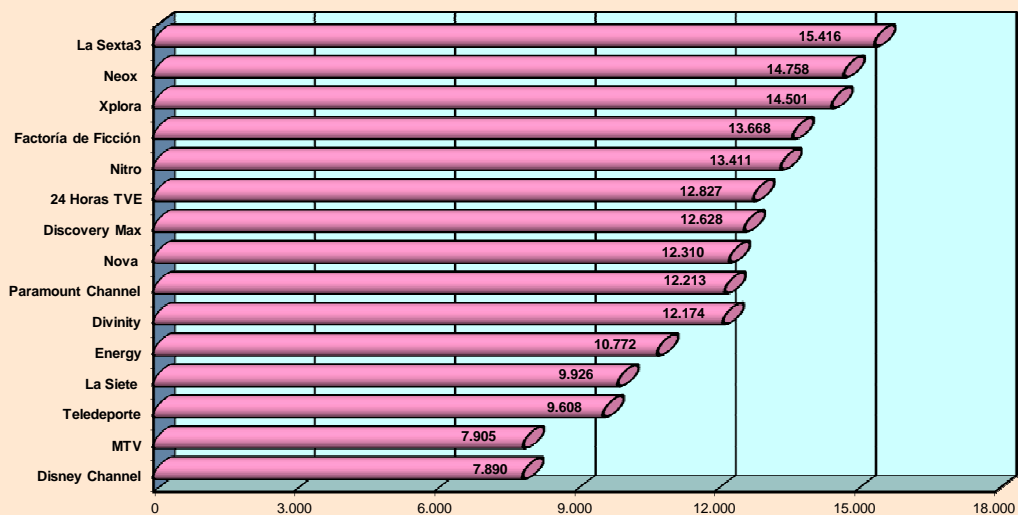
© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE CANALES TEMÁTICOS



RESTO CANALES TEMÁTICOS*

Audiencia Últimos 30 días (000)



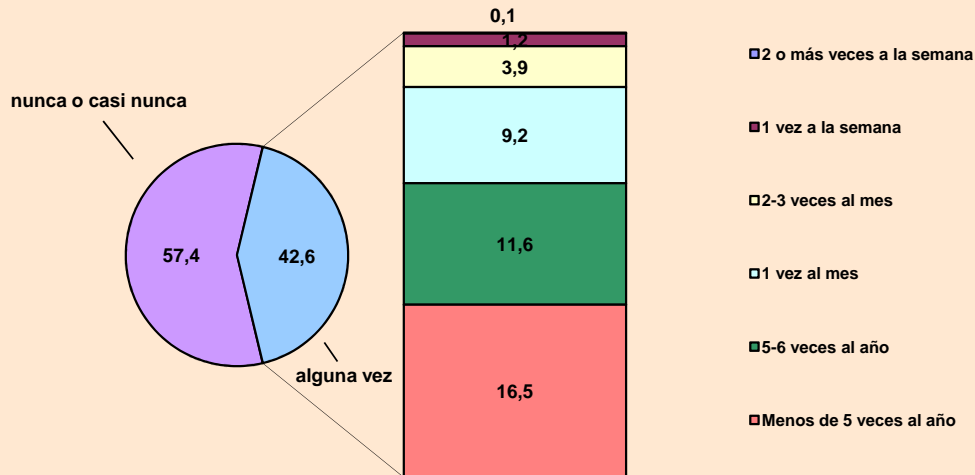
* NOTA: y otros canales difundidos por sistema multicanal.

© AIMC - Fuente: EGM

CINE

HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE

% de individuos

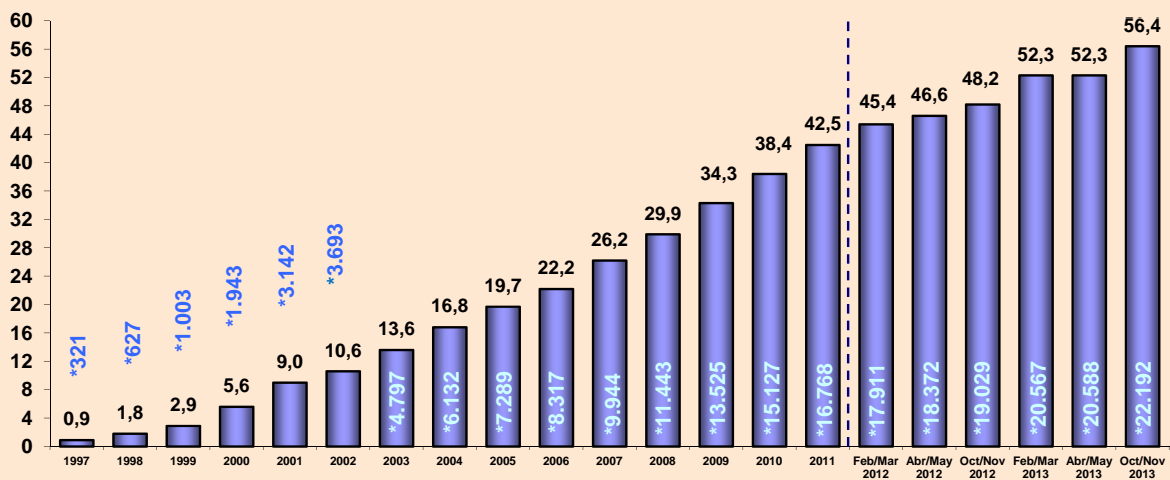


© AIMC - Fuente: EGM

INTERNET
EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET AYER

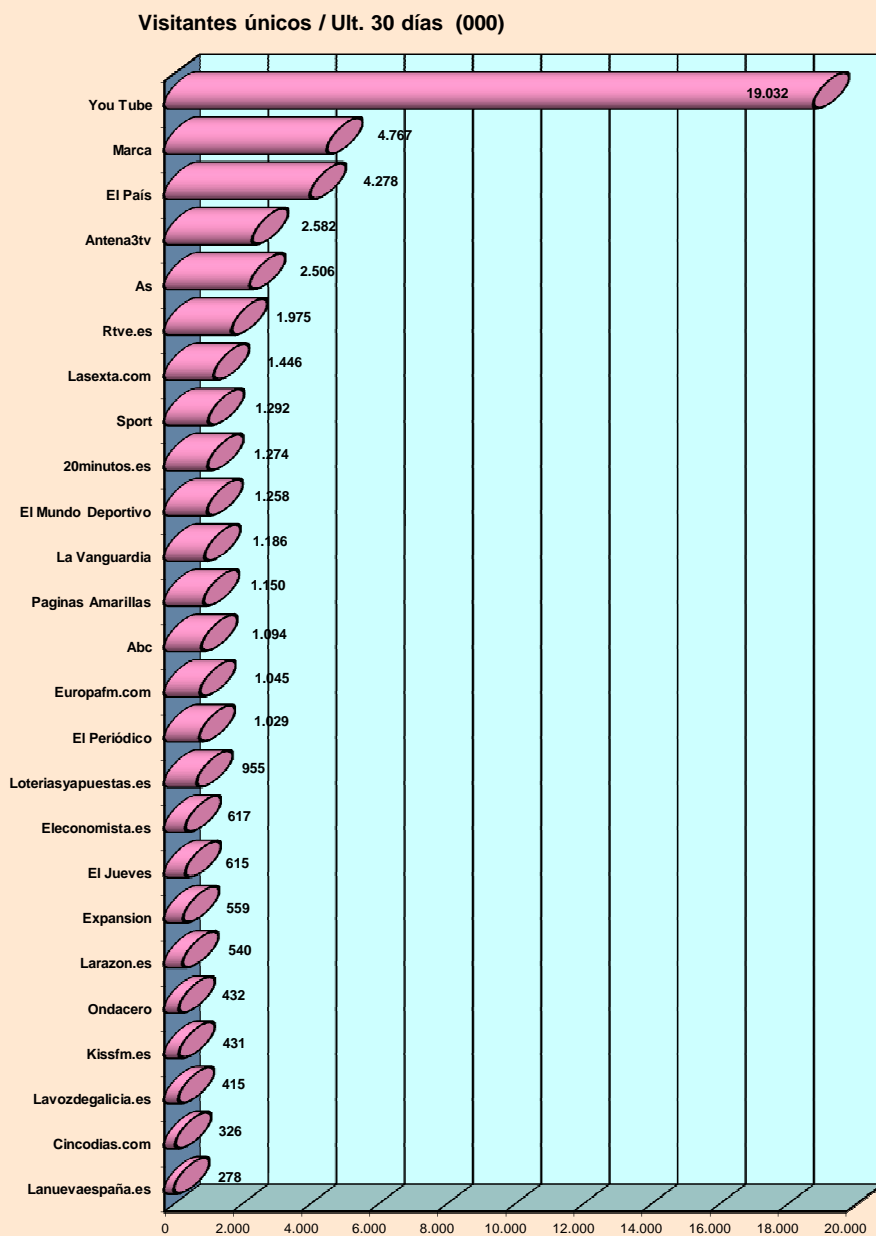
(DATOS POR OLA)

% individuos



© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE SITIOS DE INTERNET

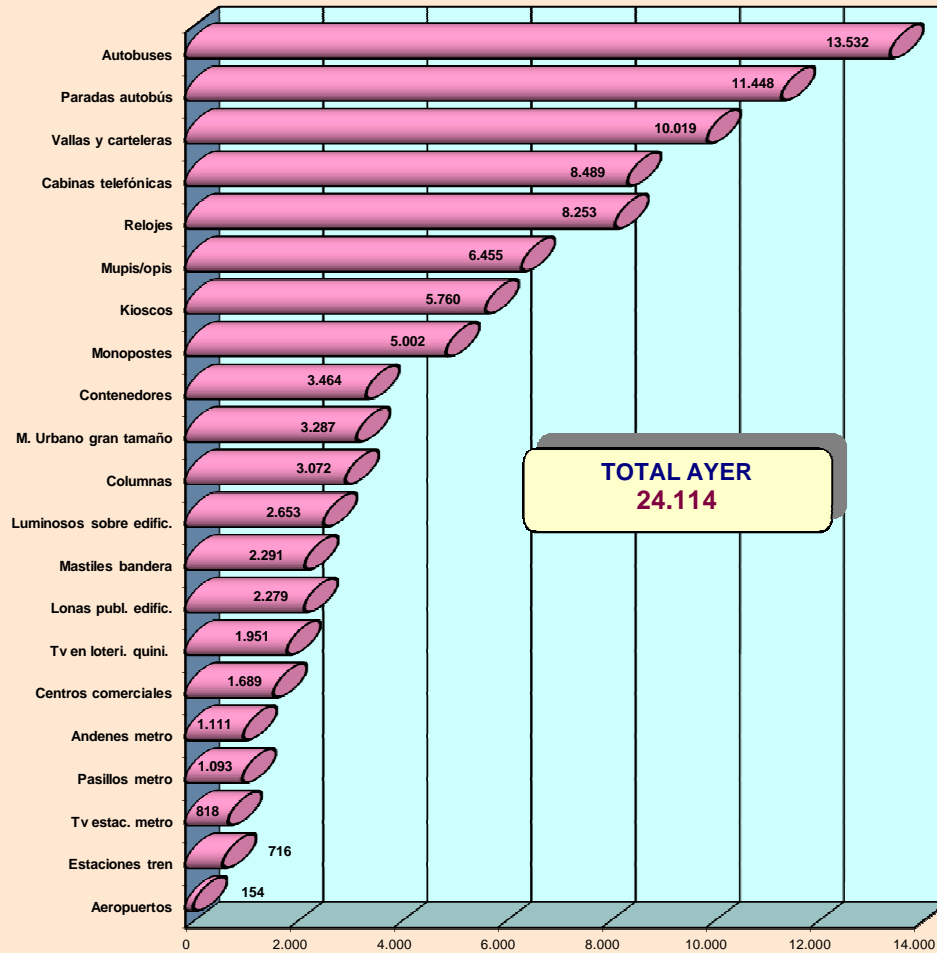
SITIOS DE INTERNET*
 (DATOS POR OLA)


* 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 ayer en ... (000)



© AIMC - Fuente: EGM