



FEBRERO a NOVIEMBRE 2016

# 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 - Fax 91 570 20 49

email: [aimc@aimc.es](mailto:aimc@aimc.es)

[www.aimc.es](http://www.aimc.es)



# ÍNDICE

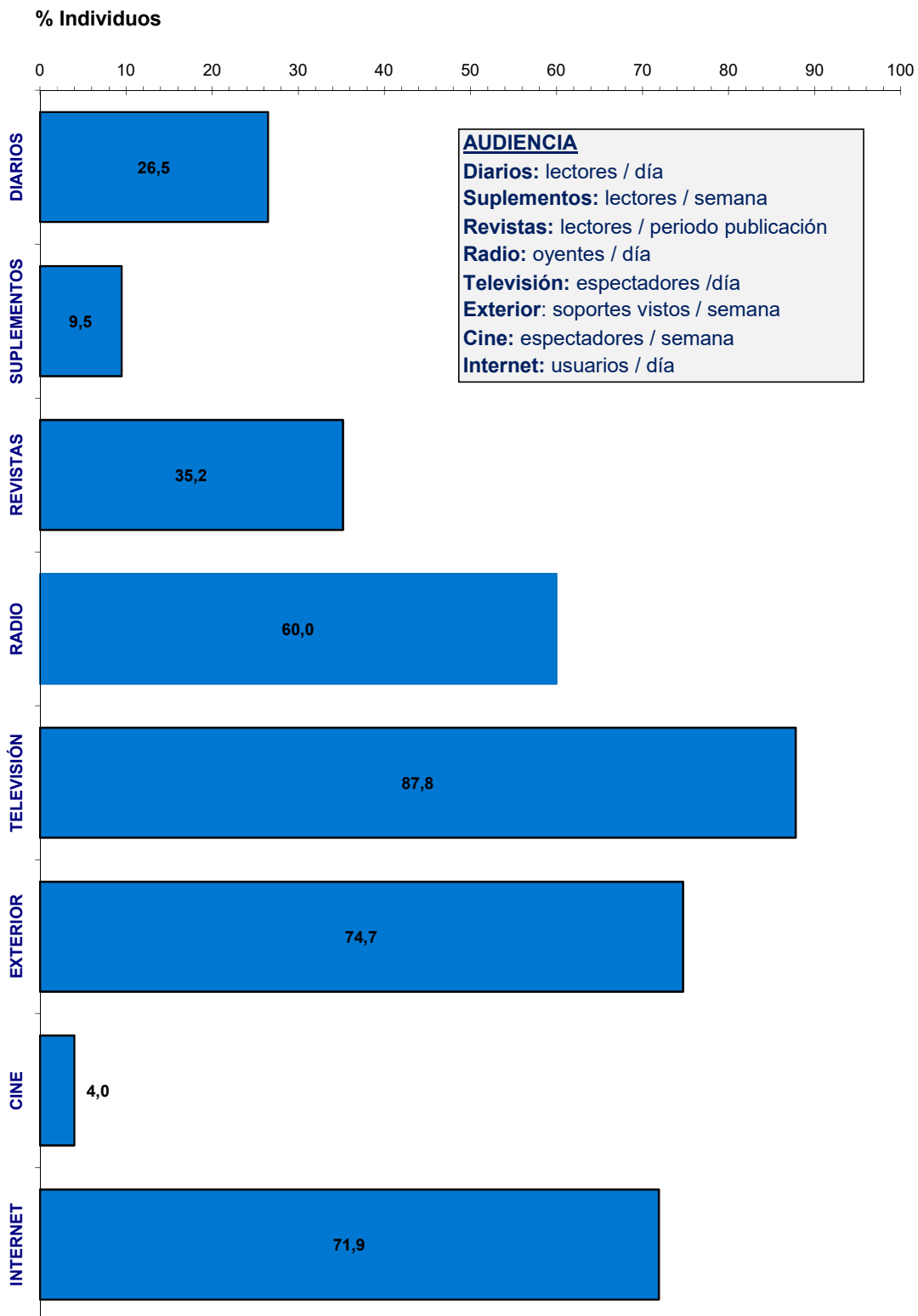
Página

4	<b>PENETRACIÓN POR MEDIO</b>
5	<b>EVOLUCIÓN PENETRACIÓN</b>
6	<b>PENETRACIÓN POR TARGETS</b>
7	<b>PERFIL POR TARGETS</b>
8	<b>DIARIOS</b>
9	<b>SUPLEMENTOS</b>
9	<b>REVISTAS SEMANALES</b>
9	<b>REVISTAS QUINCENALES</b>
10	<b>REVISTAS MENSUALES</b>
10	<b>REVISTAS BIMESTRALES</b>
11	<b>RADIO GENERALISTA</b> (lunes a domingo)-Oyentes/día
11	<b>RADIO TEMÁTICA</b> (lunes a domingo)-Oyentes/día
11	<b>OYENTES RADIO TEMÁTICA POR CONTENIDOS</b> (lunes a domingo)
12	<b>RADIO GENERALISTA</b> (lunes a domingo)-Share %
12	<b>RADIO TEMÁTICA</b> (lunes a domingo)-Share %
12	<b>CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA</b> (lunes a domingo)
13	<b>RADIO GENERALISTA</b> (lunes a viernes)-Oyentes/día

Página

13	<b>RADIO TEMÁTICA</b> (lunes a viernes)-Oyentes/día
13	<b>OYENTES RADIO TEMÁTICA POR CONTENIDOS</b> (lunes a viernes)
14	<b>RADIO GENERALISTA</b> (lunes a viernes)-Share %
14	<b>RADIO TEMÁTICA</b> (lunes a viernes)-Share %
14	<b>CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA</b> (lunes a viernes)
15	<b>RANKING DE CADENAS DE TELEVISIÓN</b> (lunes a domingo) - Share %
16	<b>CANALES TEMÁTICOS DE PAGO</b> Audiencia últimos 30 días
16	<b>RESTO CANALES TEMÁTICOS</b> Audiencia últimos 30 días
17	<b>HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE</b>
17	<b>EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET AYER</b> Datos por ola
18	<b>SITIOS DE INTERNET</b> Datos por ola
19	<b>RANKING TIPOLOGÍA DE SOPORTE DE EXTERIOR</b>

## PENETRACIÓN POR MEDIO



© AIMC - Fuente: EGM

## EVOLUCIÓN PENETRACIÓN

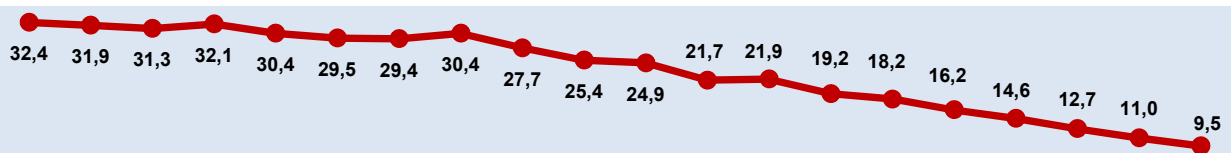
% Individuos

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

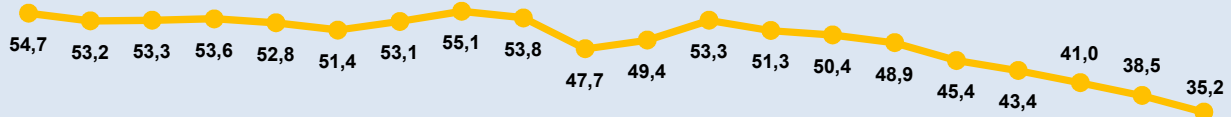
DIARIOS



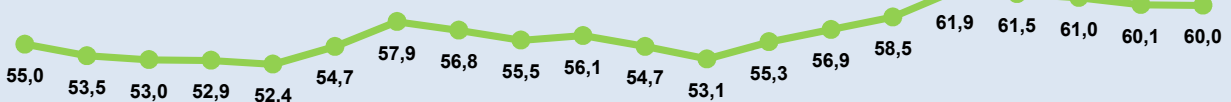
SUPLEMENTOS



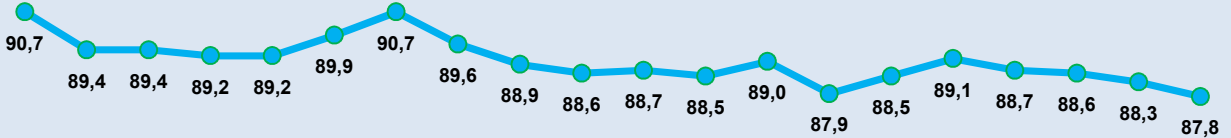
REVISTAS



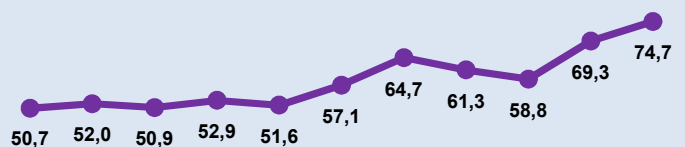
RADIO



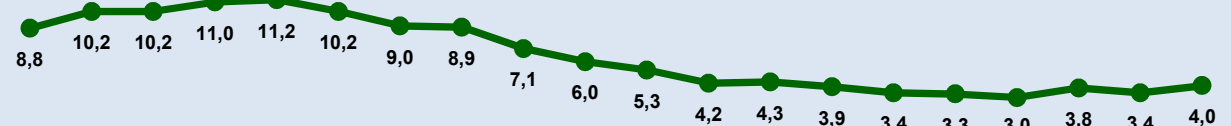
TELEVISIÓN



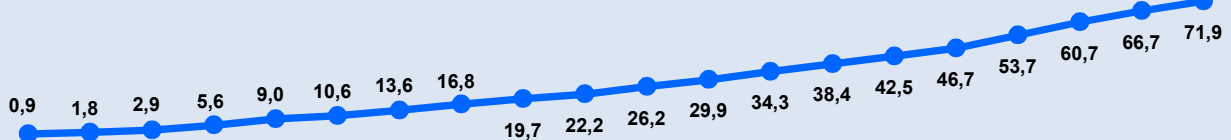
EXTERIOR (1)



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

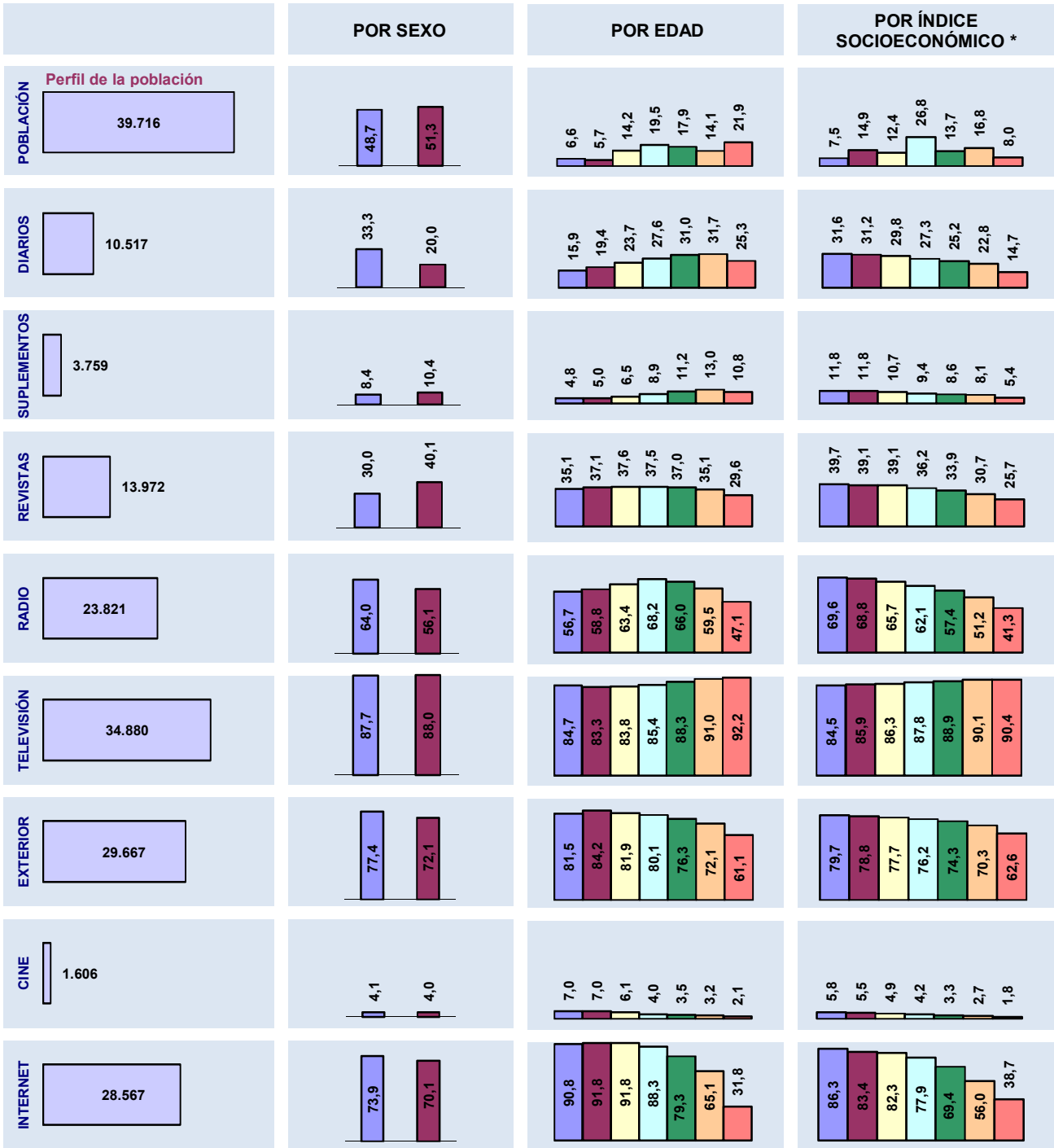
EGM: AÑO MÓVIL FEBRERO a NOVIEMBRE 2016

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 2016

# PERFIL POR TARGETS

Individuos (000)

% Individuos

	POR SEXO	POR EDAD	POR ÍNDICE SOCIOECONÓMICO *
<b>POBLACIÓN</b> 39.716	51,3 / 48,7	21,9 / 6,6 / 5,7 / 14,2 / 19,5 / 17,9 / 14,1	16,8 / 8,0 / 7,5 / 14,9 / 12,4 / 26,8 / 13,7
<b>DIARIOS</b> 10.517	38,7 / 61,3	20,9 / 4,0 / 4,2 / 12,7 / 20,3 / 21,0 / 16,9	14,5 / 4,4 / 8,9 / 17,6 / 14,0 / 27,7 / 13,0
<b>SUPLEMENTOS</b> 3.759	56,6 / 43,4	24,9 / 3,4 / 3,0 / 9,8 / 18,2 / 21,3 / 19,4	14,4 / 4,6 / 9,3 / 18,5 / 14,0 / 26,7 / 12,5
<b>REVISTAS</b> 13.972	58,4 / 41,6	18,4 / 6,6 / 6,0 / 15,2 / 20,7 / 18,9 / 14,1	14,7 / 5,8 / 8,4 / 16,5 / 13,8 / 27,6 / 13,2
<b>RADIO</b> 23.821	48,0 / 52,0	17,2 / 6,3 / 5,6 / 15,0 / 22,1 / 19,7 / 14,0	14,3 / 5,5 / 8,7 / 17,1 / 13,6 / 27,7 / 13,1
<b>TELEVISIÓN</b> 34.880	51,4 / 48,6	23,0 / 6,4 / 5,4 / 13,6 / 18,9 / 18,0 / 14,7	17,3 / 8,2 / 7,2 / 14,6 / 12,2 / 26,8 / 13,9
<b>EXTERIOR</b> 29.667	49,5 / 50,5	17,9 / 7,2 / 6,4 / 15,6 / 20,9 / 18,3 / 13,6	15,8 / 6,7 / 8,0 / 15,7 / 12,9 / 27,3 / 13,6
<b>CINE</b> 1.606	51,2 / 48,8	11,2 / 11,5 / 9,9 / 21,3 / 19,2 / 15,5 / 11,4	11,2 / 3,5 / 10,8 / 20,2 / 15,1 / 27,8 / 11,3
<b>INTERNET</b> 28.567	50,0 / 50,0	9,7 / 8,3 / 7,3 / 18,2 / 23,9 / 19,8 / 12,8	13,1 / 4,3 / 9,0 / 17,3 / 14,2 / 29,0 / 13,2

**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.

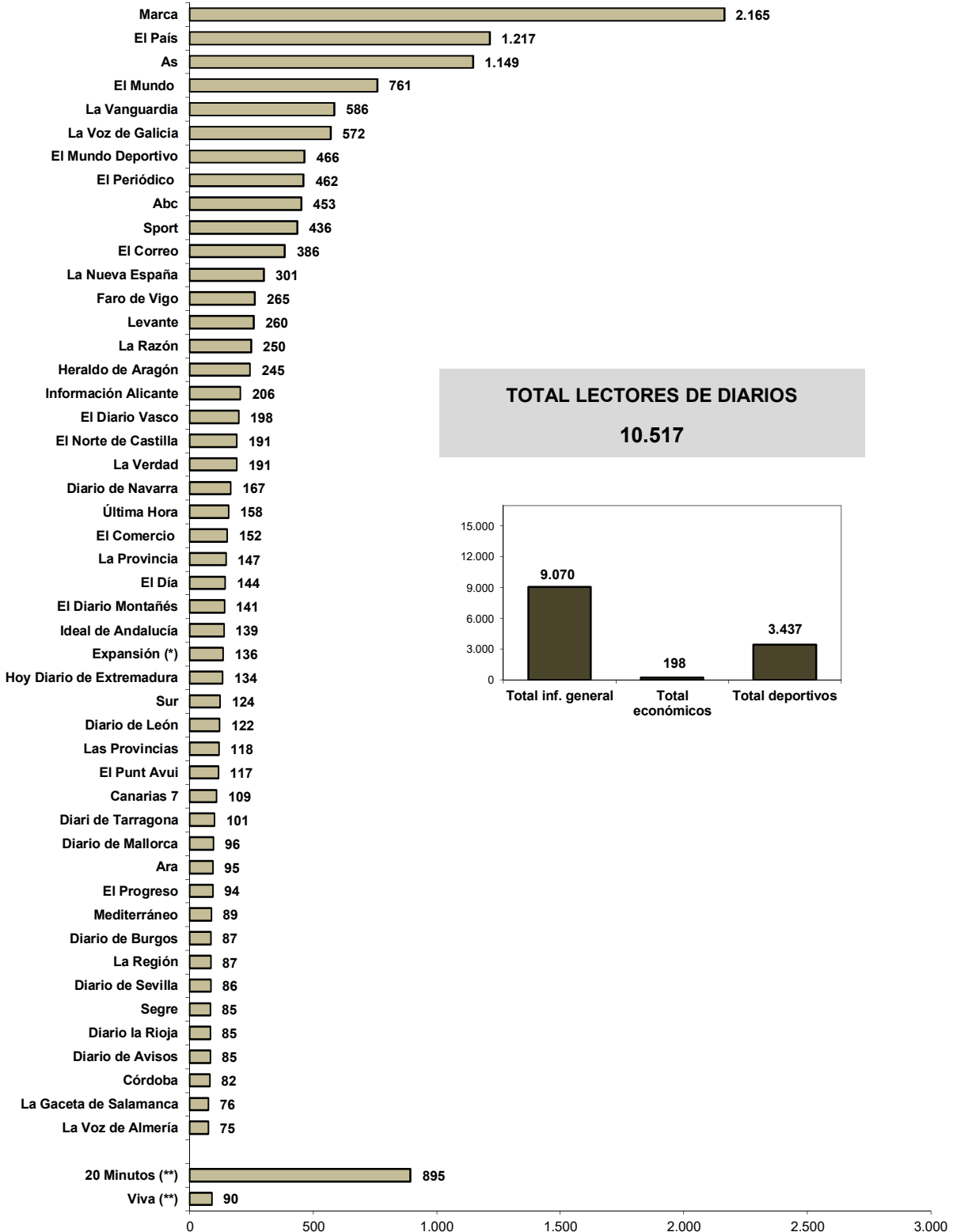
**AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS**

EGM: AÑO MÓVIL FEBRERO a NOVIEMBRE 2016

**EGM**

## DIARIOS

Lectores / día (000)



### TOTAL LECTORES DE DIARIOS

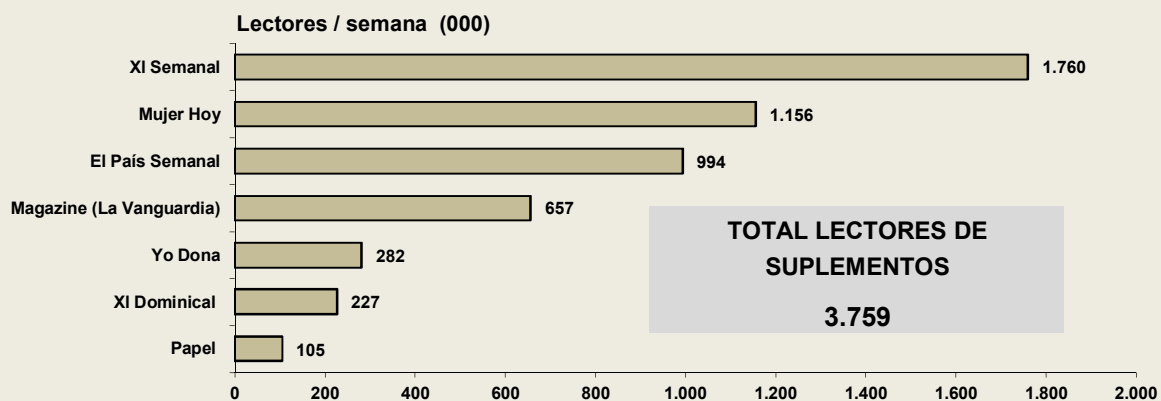
10.517

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

© AIMC - Fuente: EGM

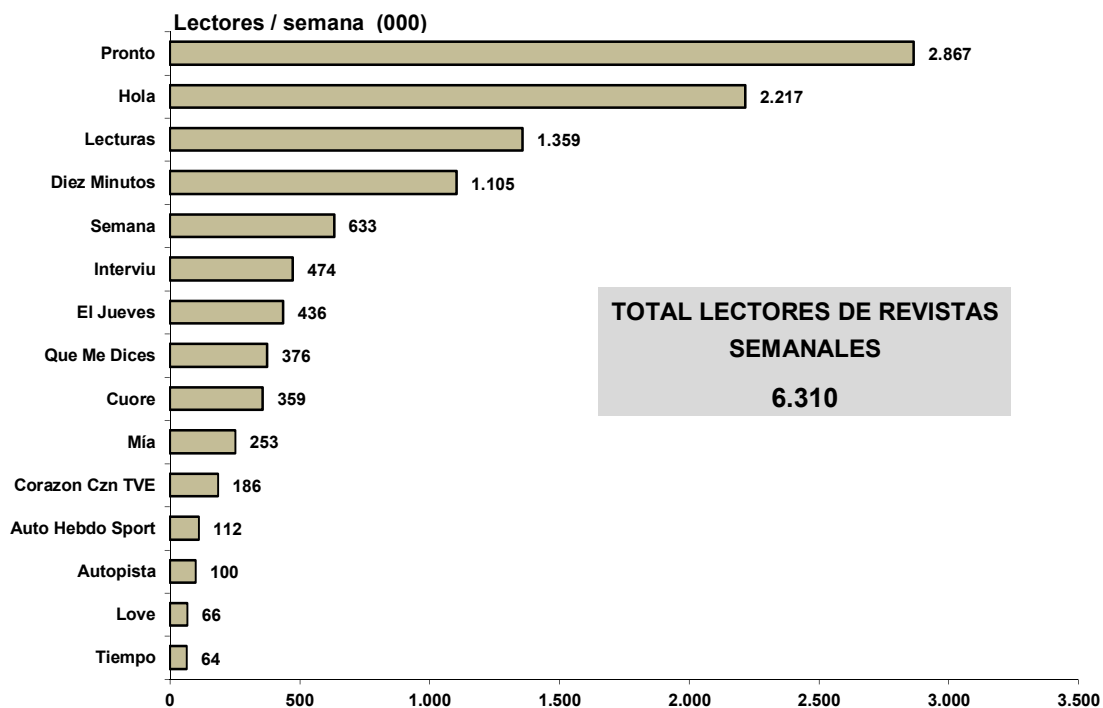


## SUPLEMENTOS



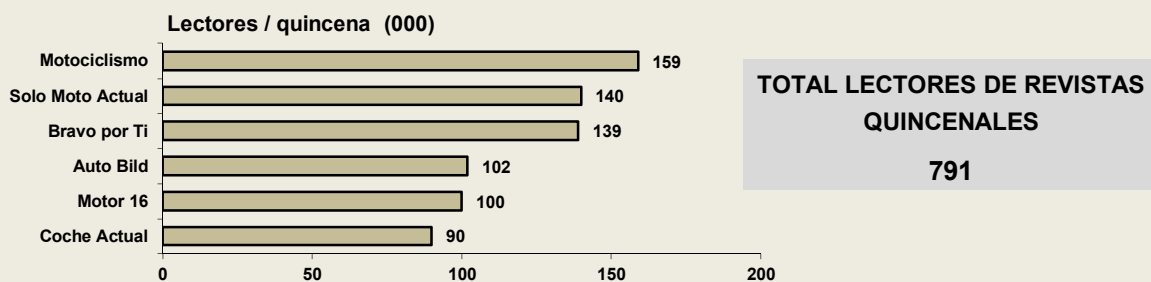
© AIMC - Fuente: EGM

## REVISTAS SEMANALES



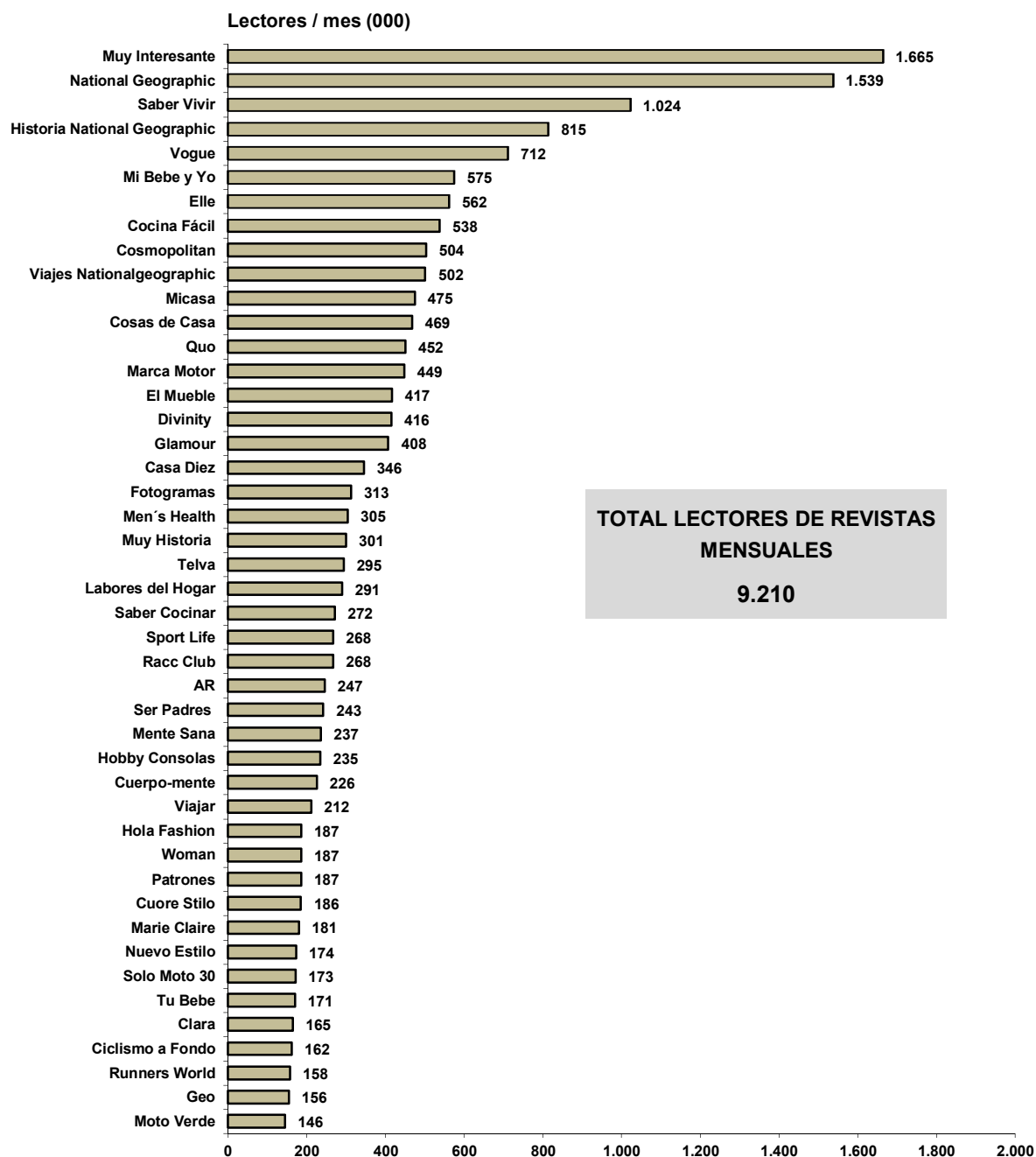
© AIMC - Fuente: EGM

## REVISTAS QUINCENALES



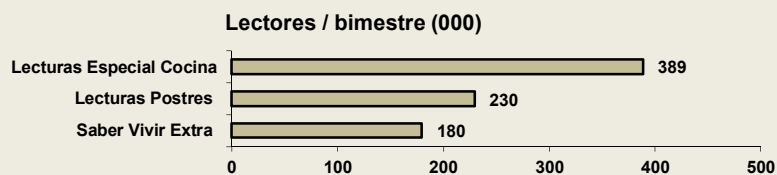
© AIMC - Fuente: EGM

## REVISTAS MENSUALES



© AIMC - Fuente: EGM

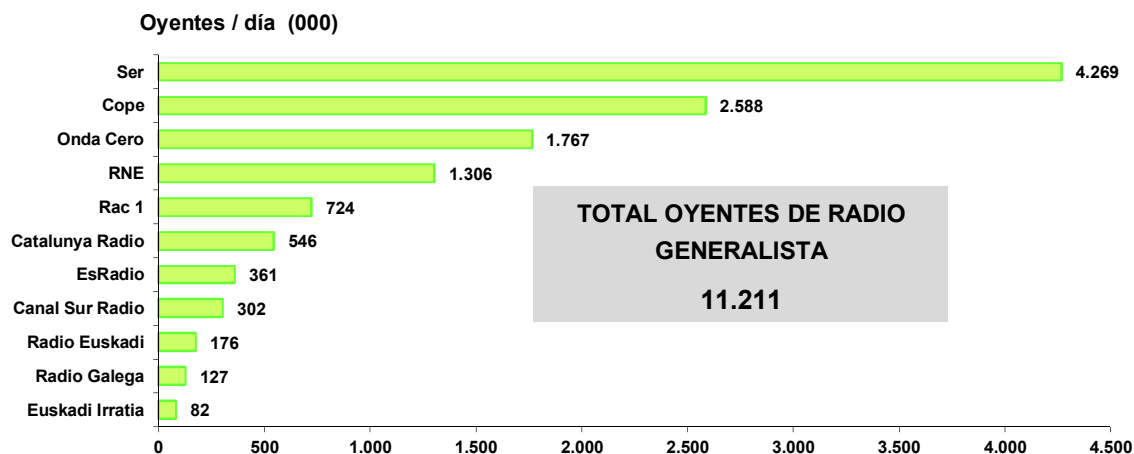
## REVISTAS BIMESTRALES



**TOTAL LECTORES DE REVISTAS BIMESTRALES**  
690

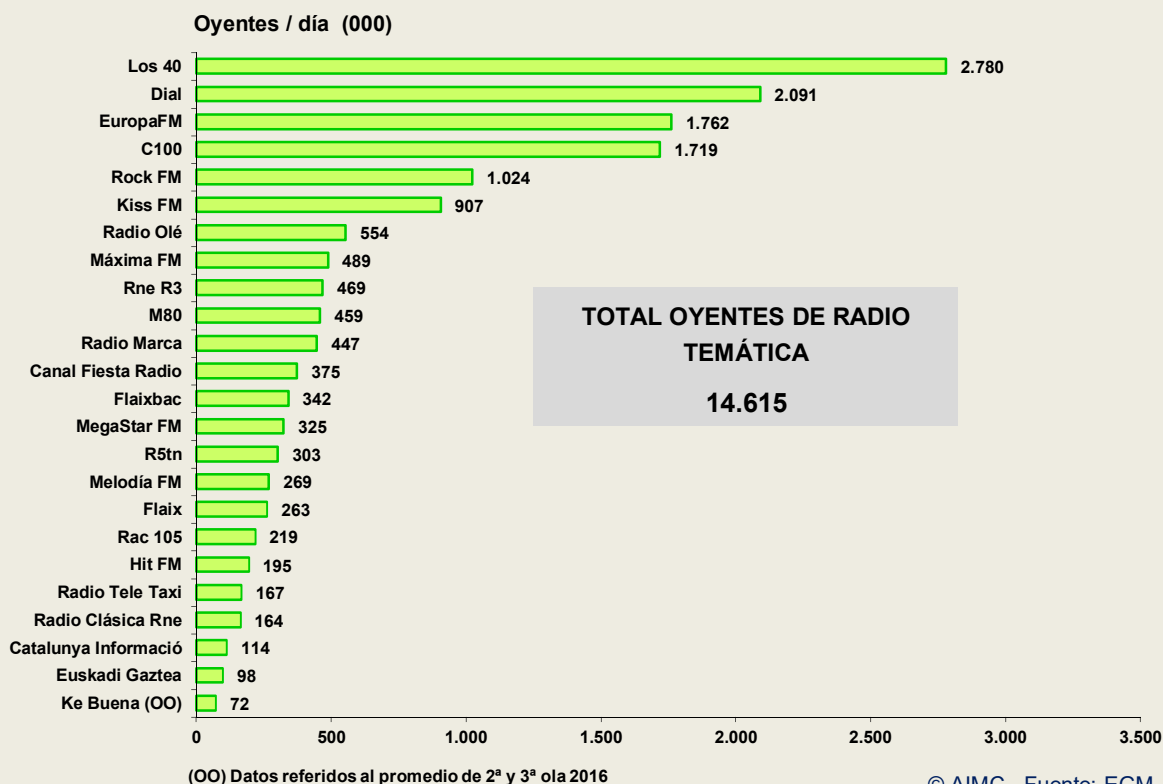
© AIMC - Fuente: EGM

## RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)



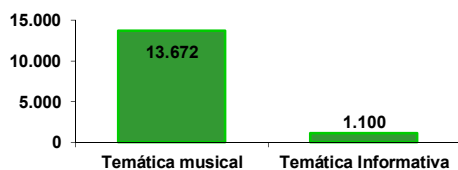
© AIMC - Fuente: EGM

## RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)



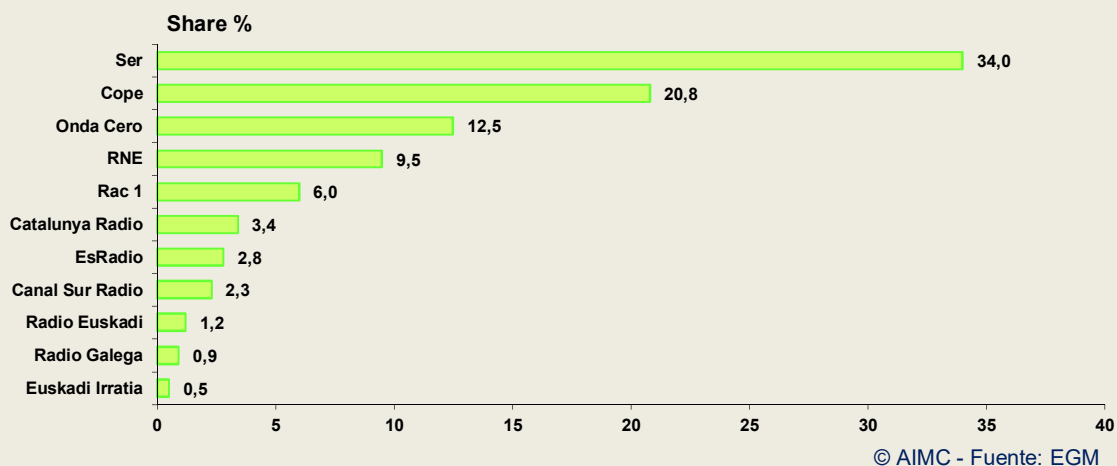
© AIMC - Fuente: EGM

## OYENTES RADIO TEMÁTICA POR CONTENIDOS (lunes a domingo)

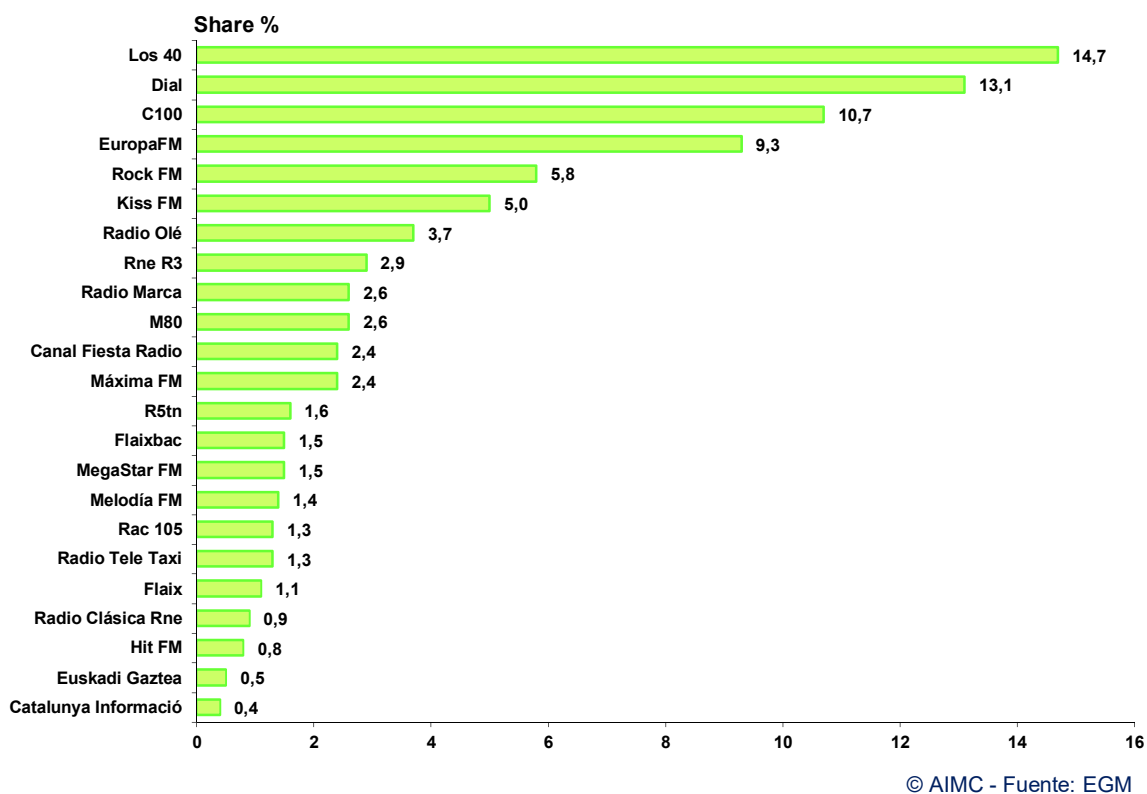


© AIMC - Fuente: EGM

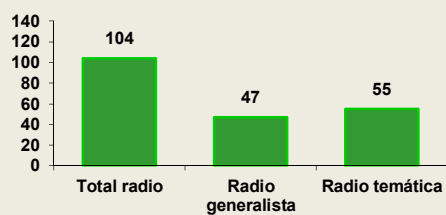
## RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)



## RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)

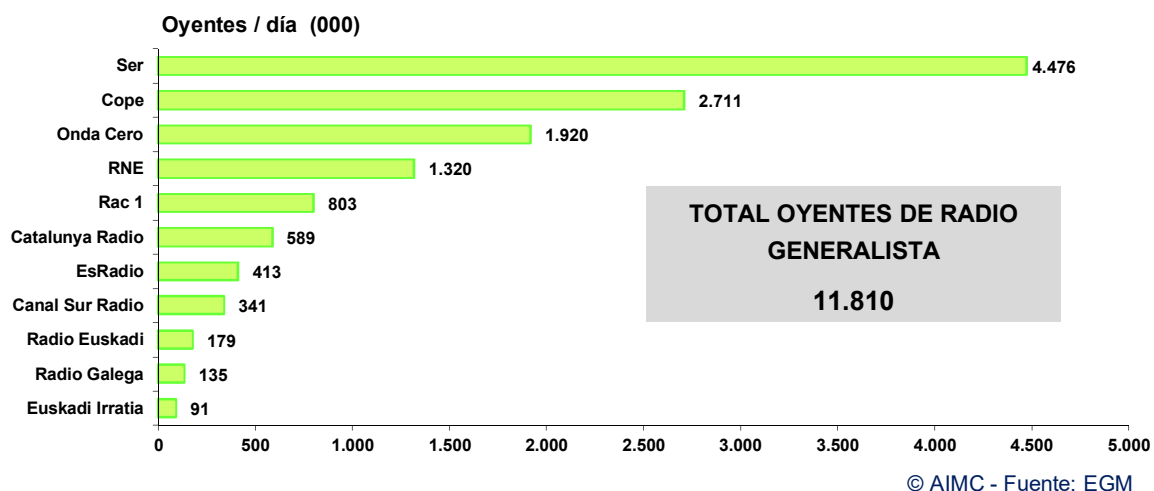


## CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA (lunes a domingo)

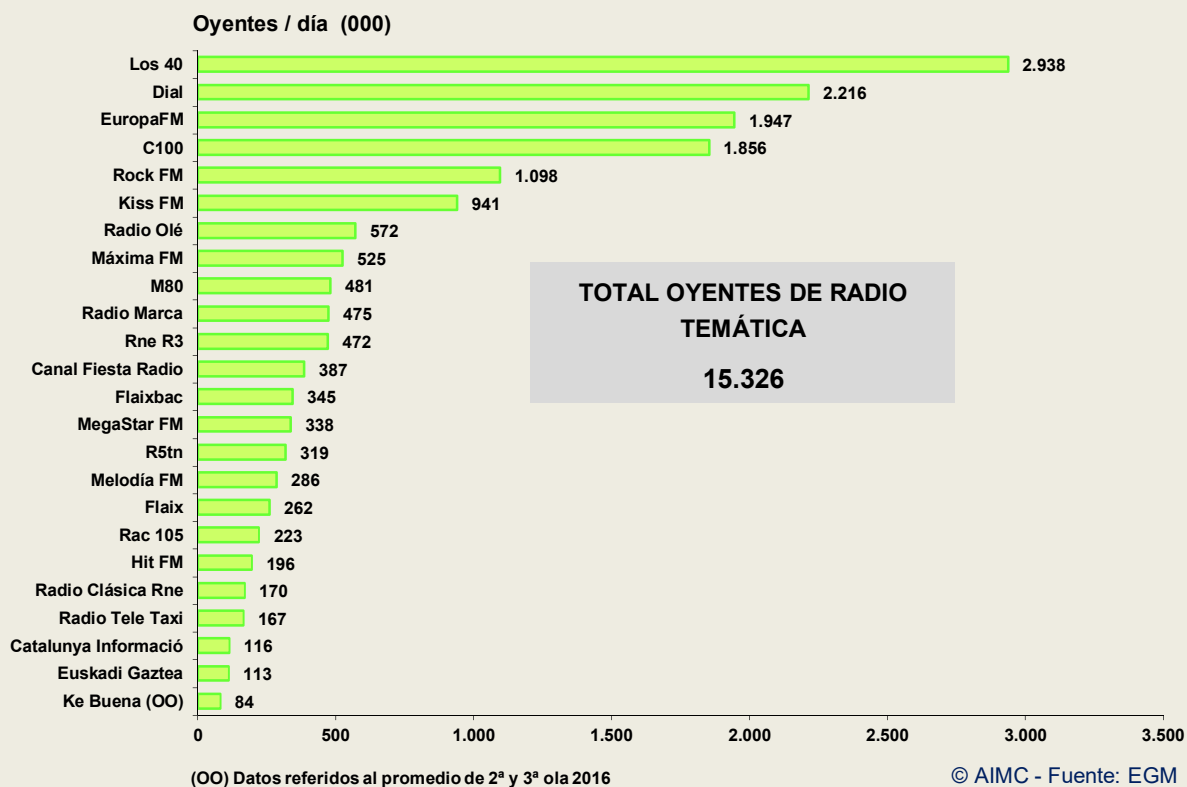


© AIMC - Fuente: EGM

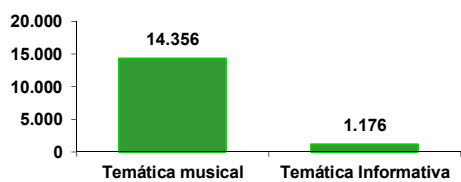
## RADIO GENERALISTA (lunes a viernes)



## RADIO TEMÁTICA (lunes a viernes)

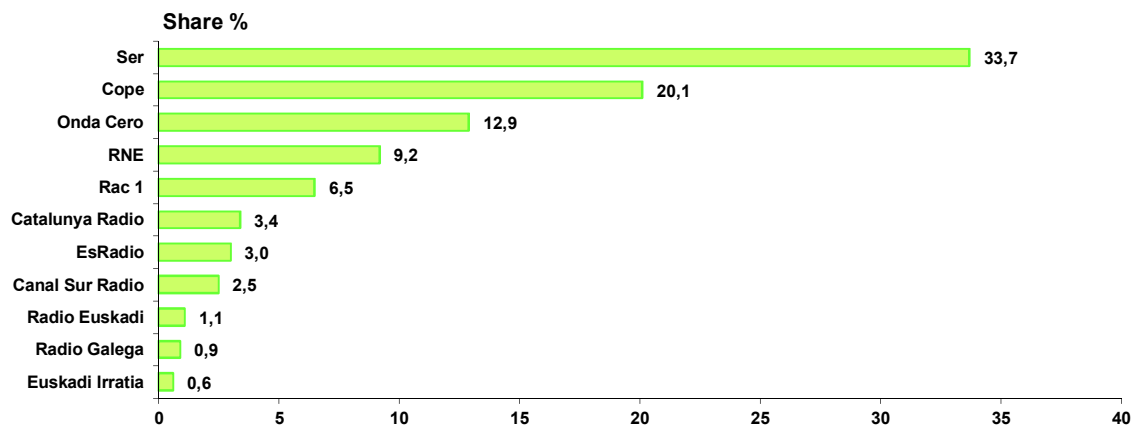


## OYENTES RADIO TEMÁTICA POR CONTENIDOS (lunes a viernes)



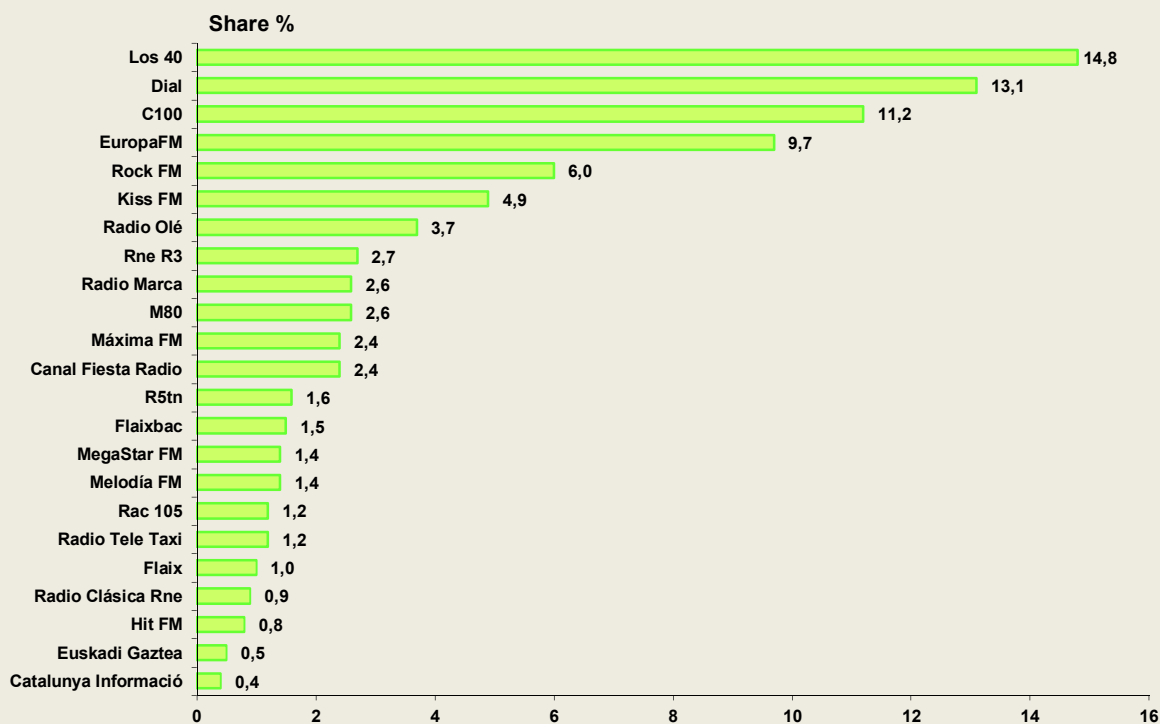
© AIMC - Fuente: EGM

## RADIO GENERALISTA (lunes a viernes)



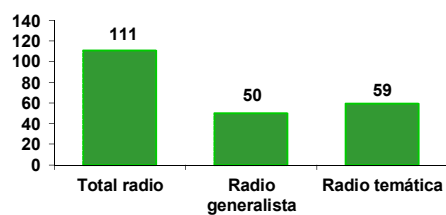
© AIMC - Fuente: EGM

## RADIO TEMÁTICA (lunes a viernes)



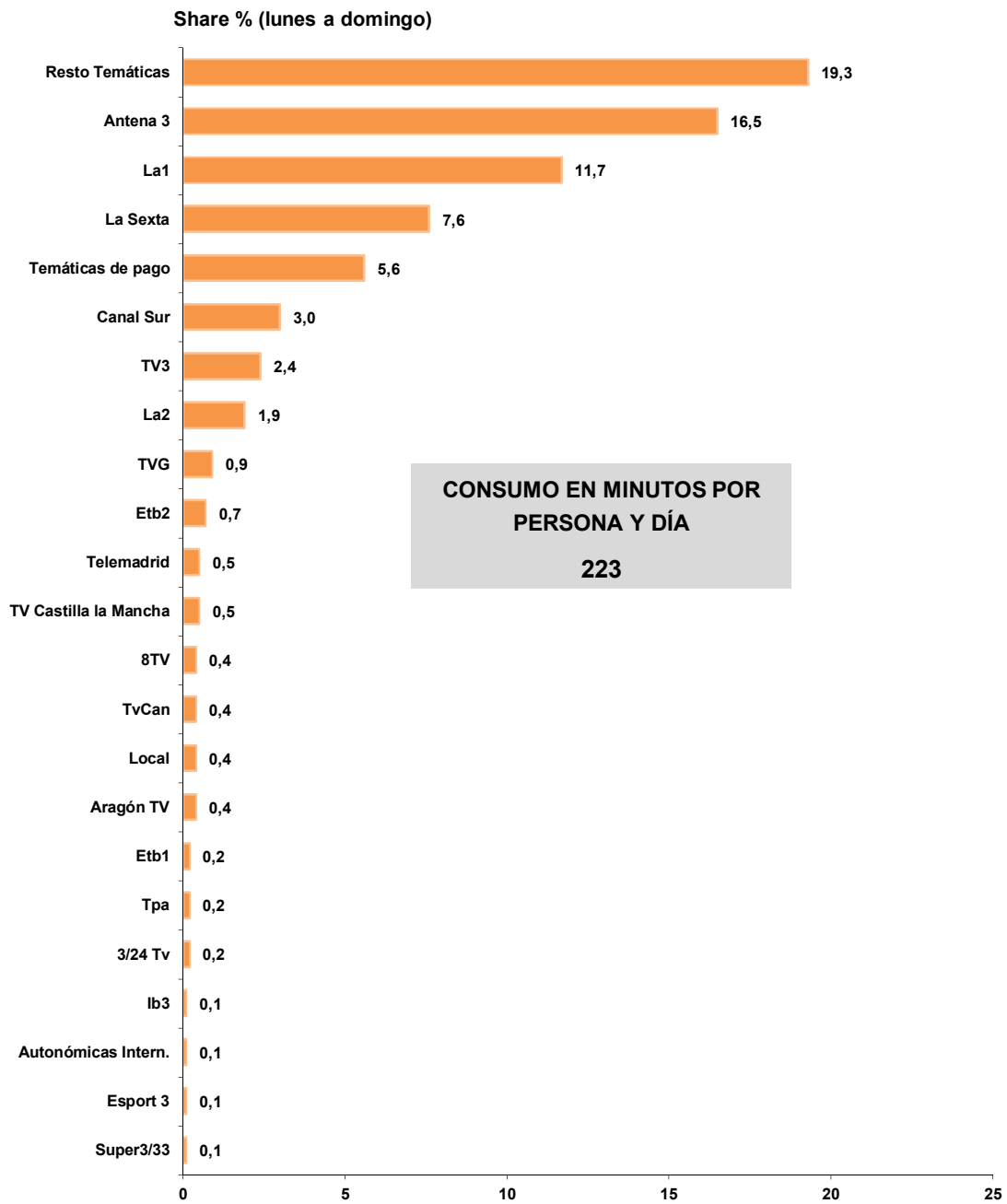
© AIMC - Fuente: EGM

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



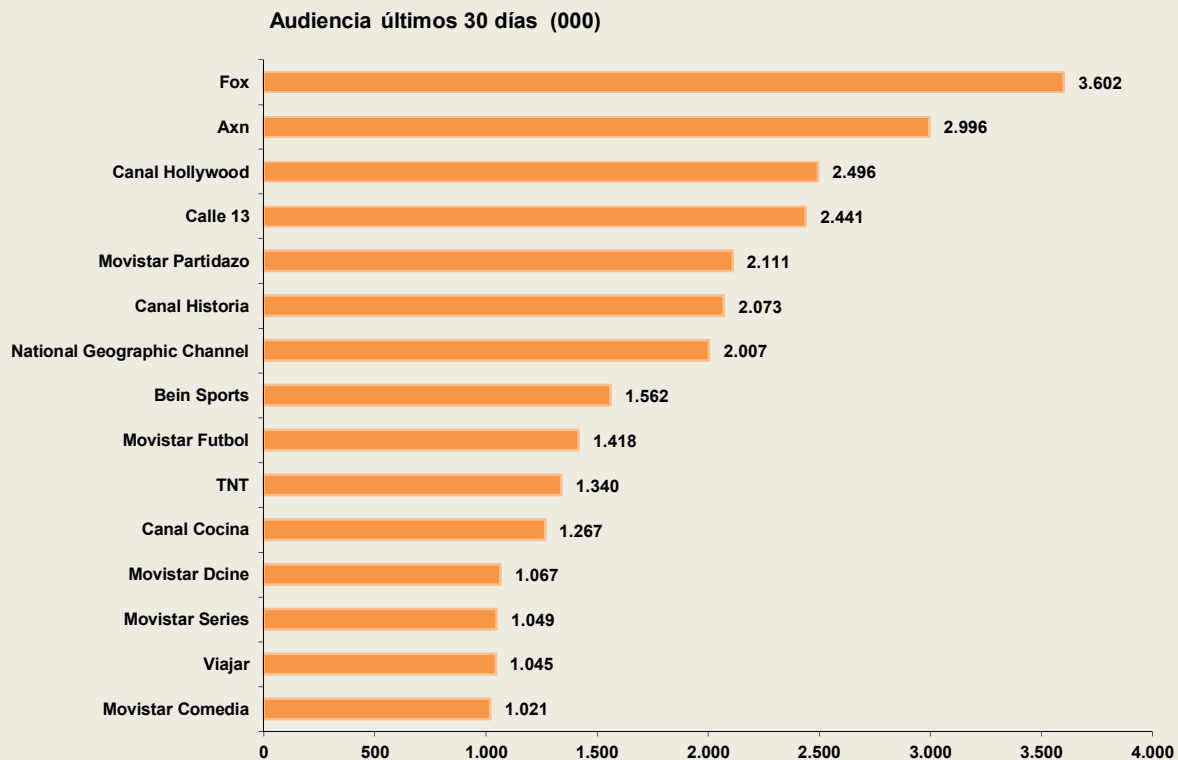
© AIMC - Fuente: EGM

## RANKING DE CADENAS DE TELEVISIÓN



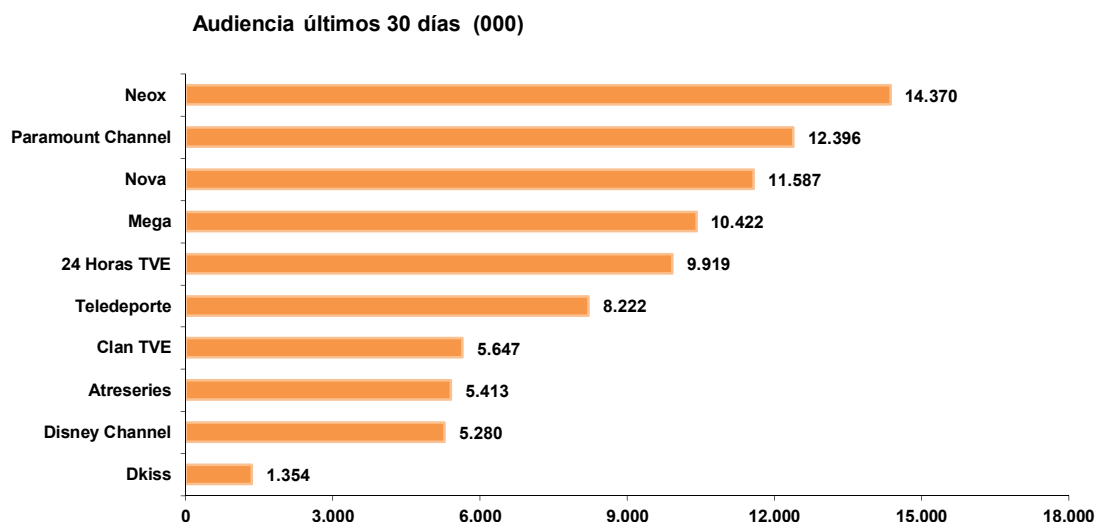
© AIMC - Fuente: EGM

## CANALES TEMÁTICOS PAGO



© AIMC - Fuente: EGM

## RESTO CANALES TEMÁTICOS

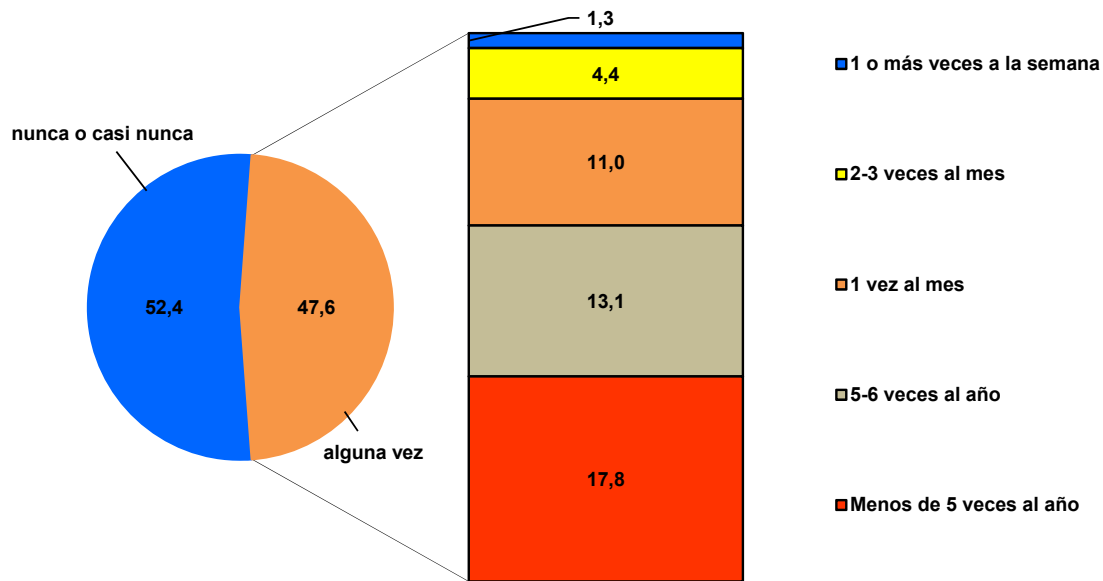


© AIMC - Fuente: EGM



## HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE

% de individuos

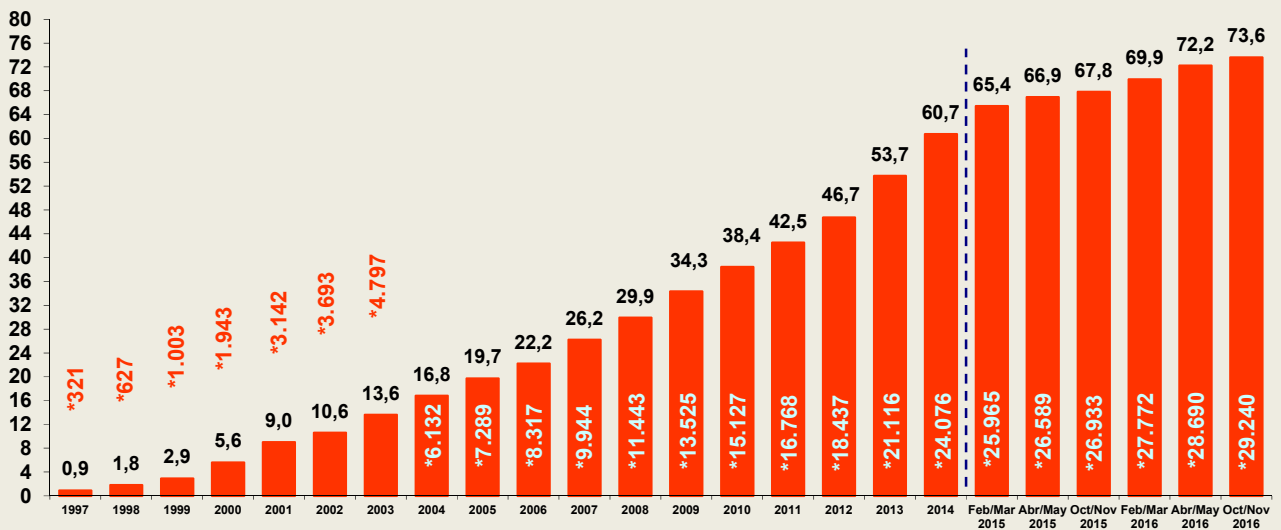


© AIMC - Fuente: EGM

## EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET AYER

(DATOS POR OLA)

% individuos



\* Individuos en miles

© AIMC - Fuente: EGM

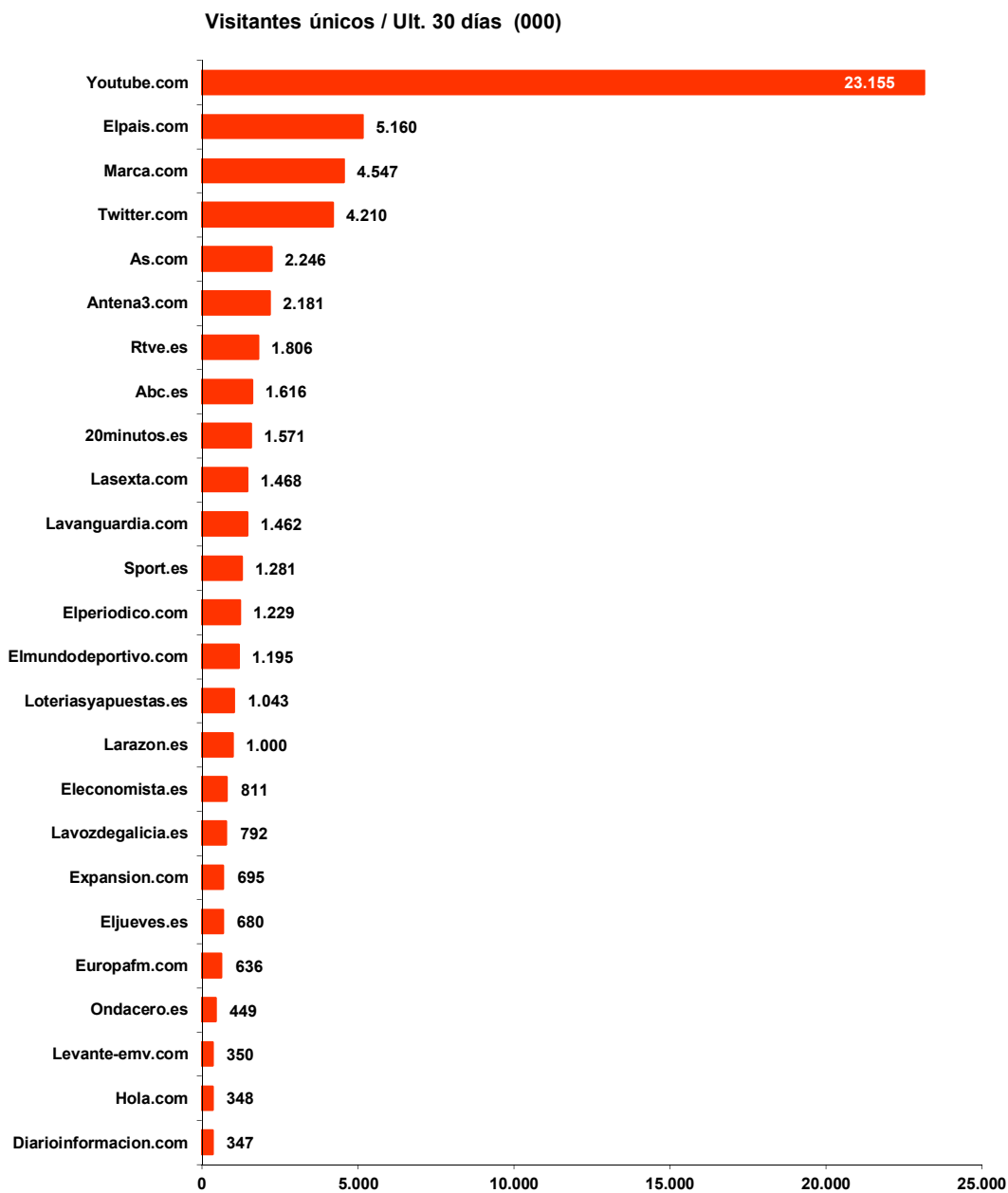
CINE E INTERNET

EGM: AÑO MÓVIL FEBRERO a NOVIEMBRE 2016

EGM

## SITIOS DE INTERNET\*

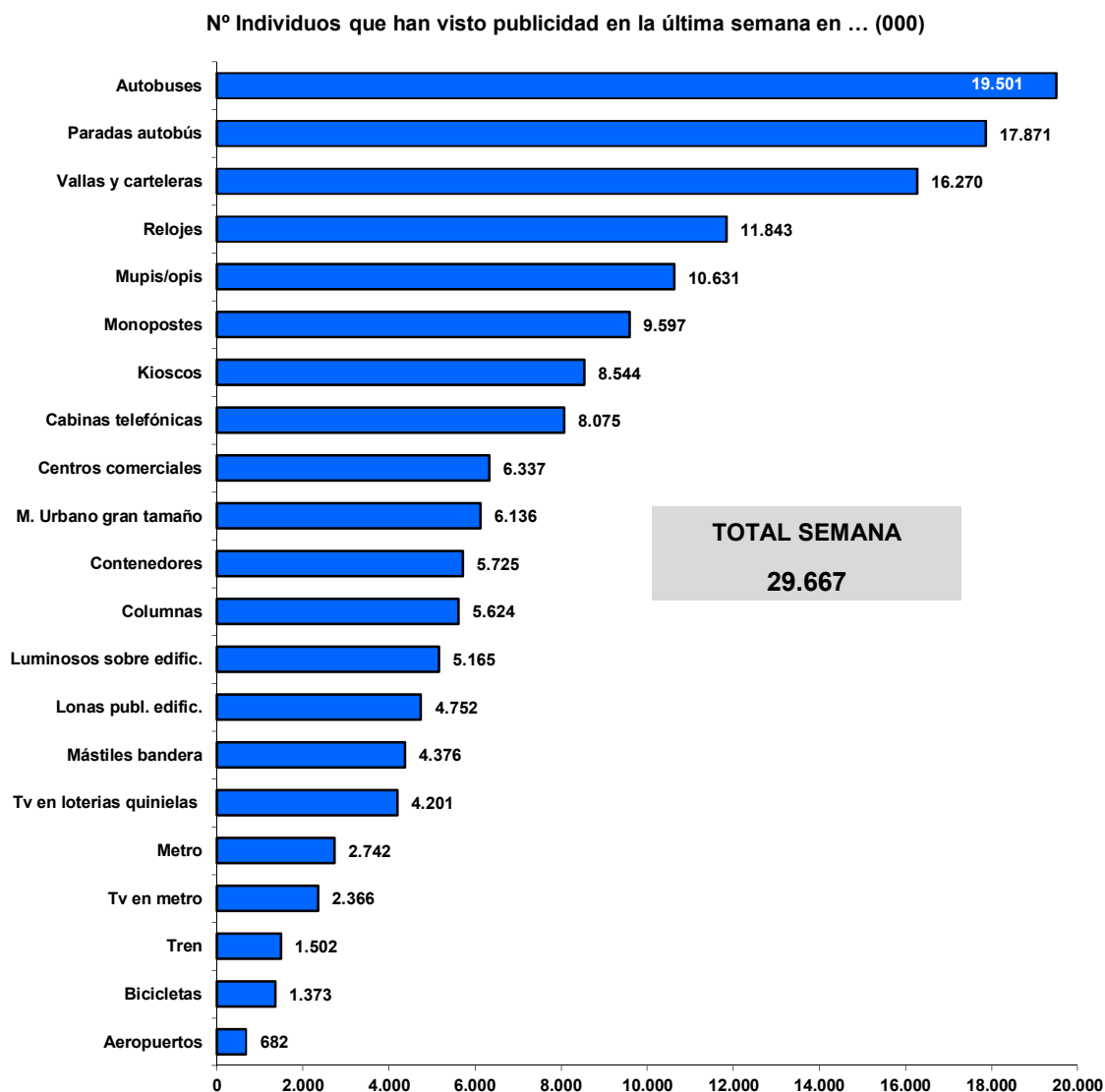
(DATOS POR OLA)



© 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 (39.716.000 individuos)

**Muestra anual tres últimas olas:** 32.427 multimedia (+ 46.756 monomedia radio  
+ 42.606 monomedia prensa  
+ 23.829 monomedia revistas  
+ 10.592 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.