



OCTUBRE DE 2008 A
MAYO DE 2009

RESUMEN
GENERAL



FICHA TÉCNICA

Universo: población de 14 o más años (39.462.000 individuos)

Muestra anual tres últimas olas: 30.705 multimedia (+ 49.561 monomedia radio

+ 45.225 monomedia prensa

+ 20.099 monomedia revistas

+ 13,347 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)

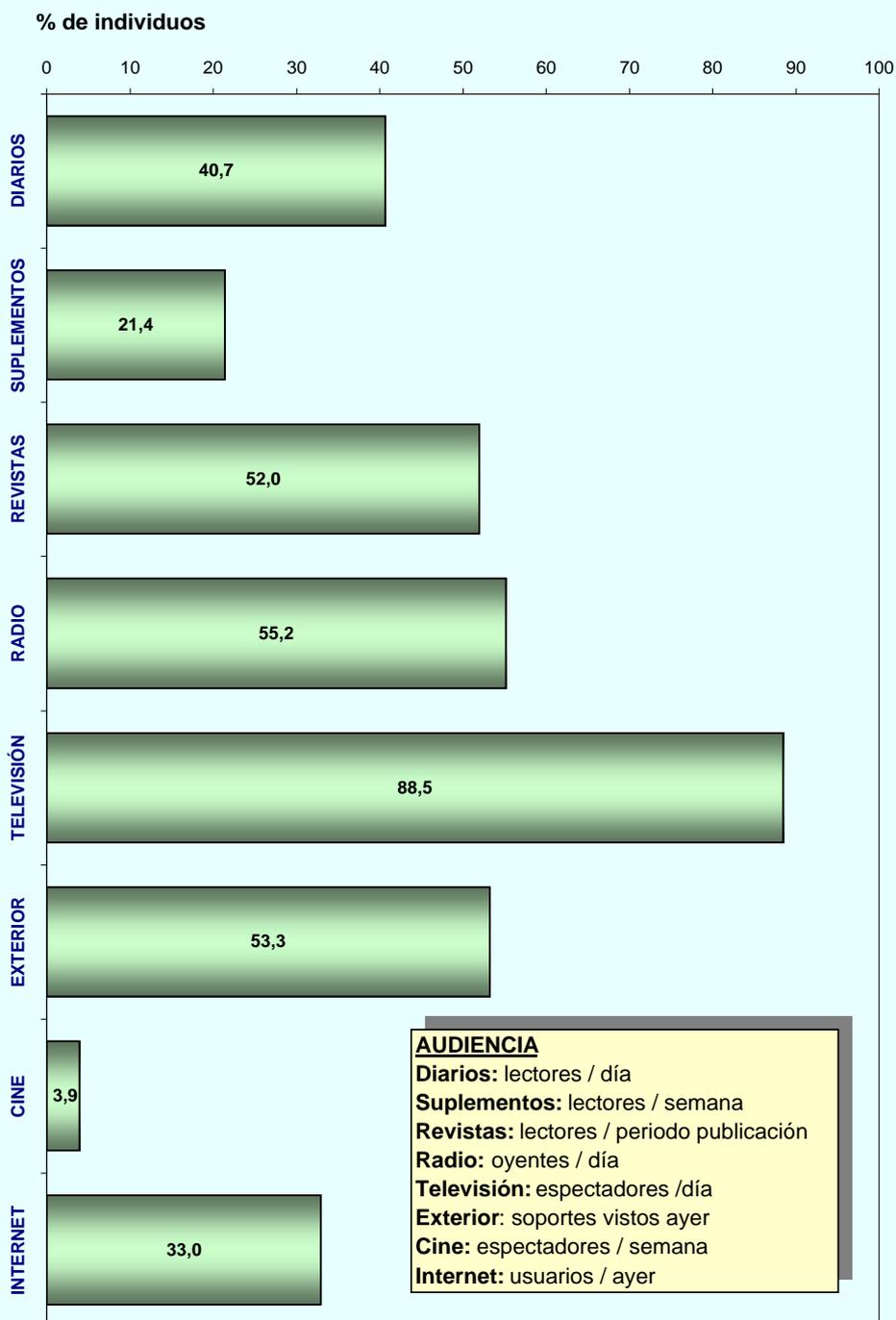
Diseño muestral: selección aleatoria de hogares y elección de una persona del hogar

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

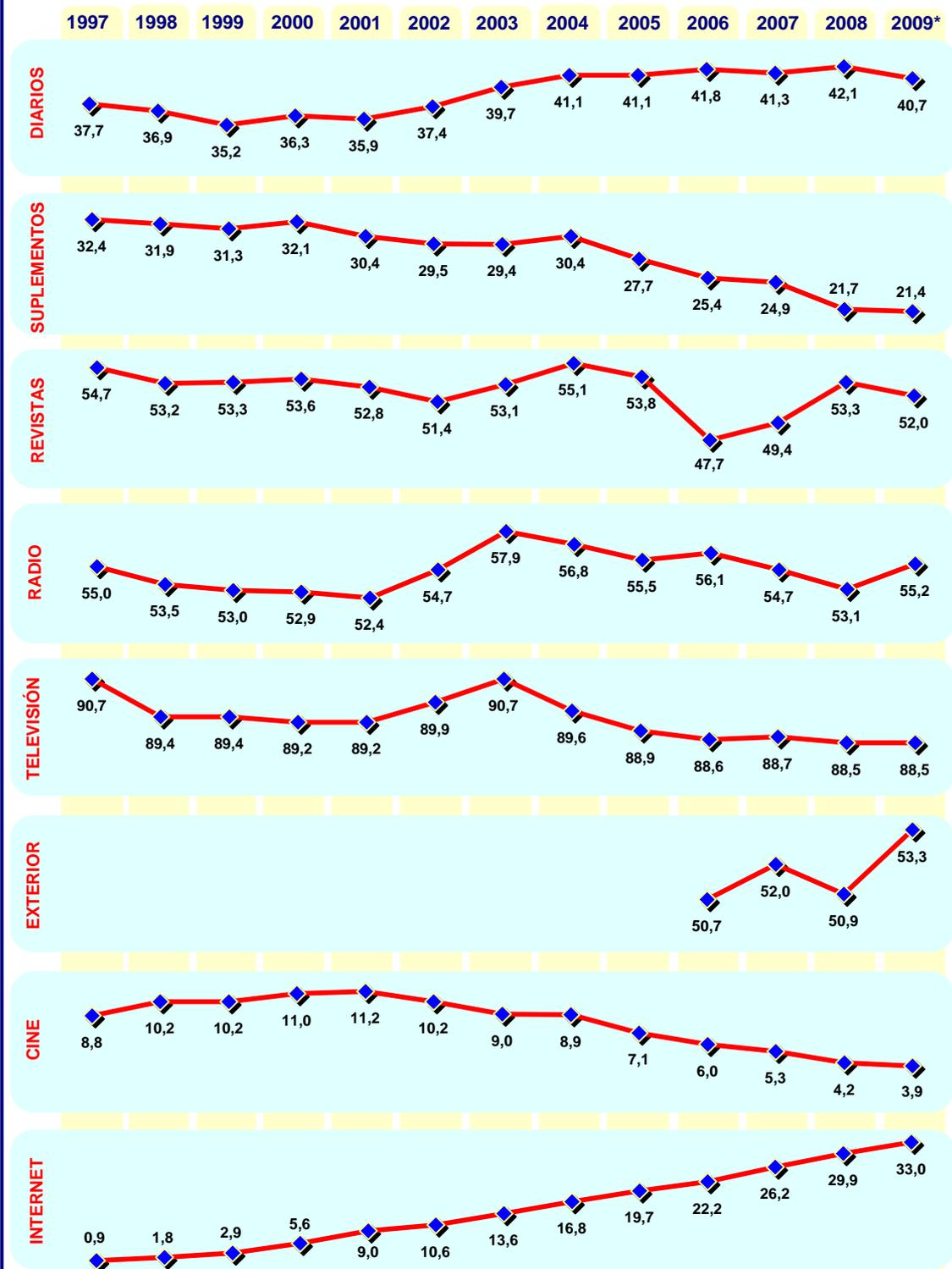
AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



PENETRACIÓN %



© AIMC - Fuente: EGM

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS
EVOLUCIÓN (Penetración %)


* Octubre de 2008 a Mayo de 2009

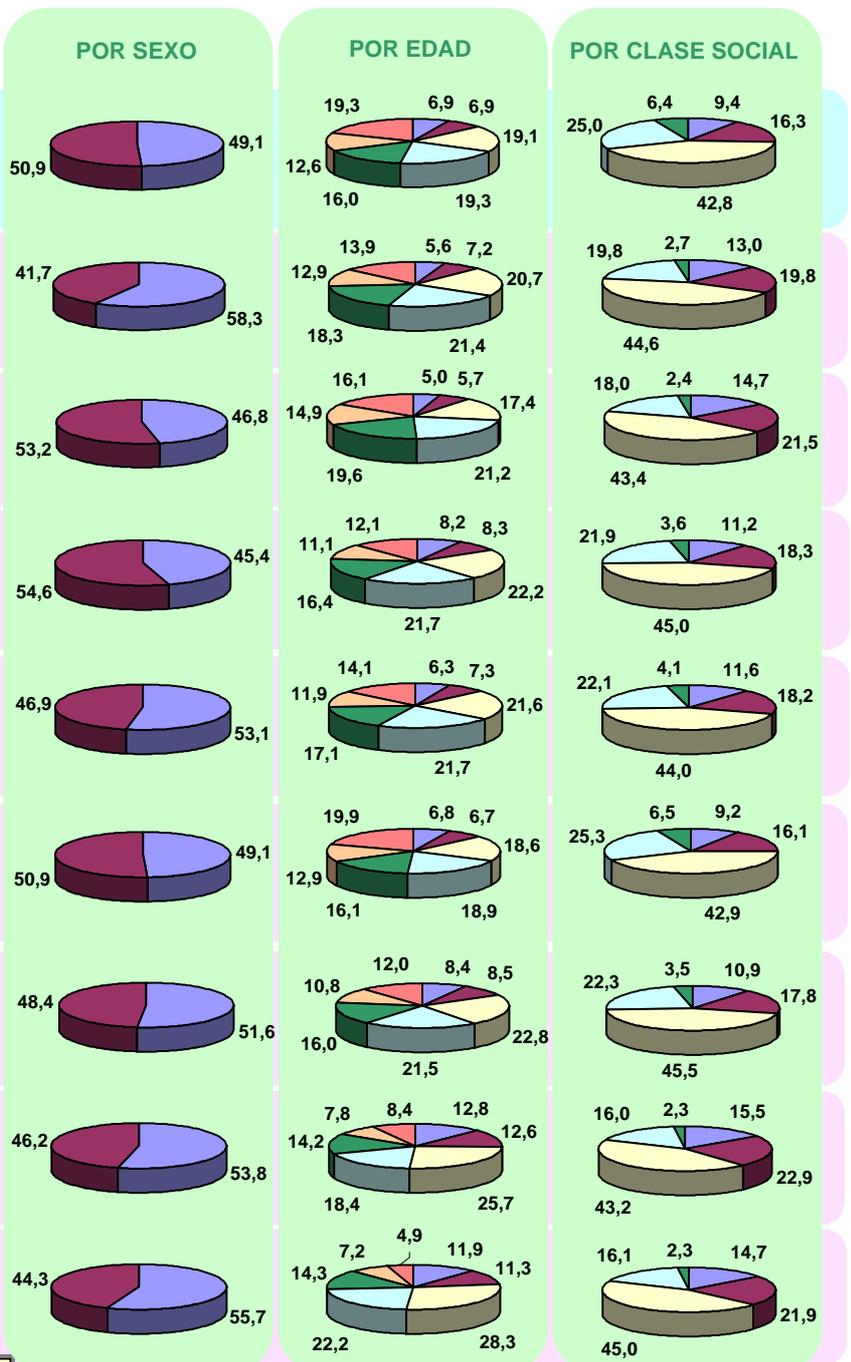
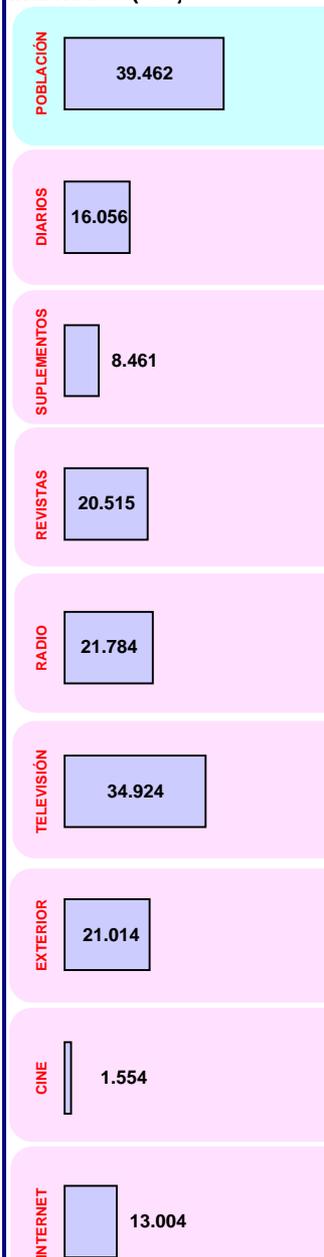
© AIMC - Fuente: EGM

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

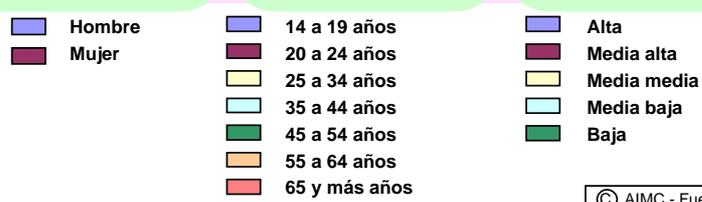


PERFIL %

Individuos (000)



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



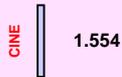
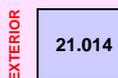
AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



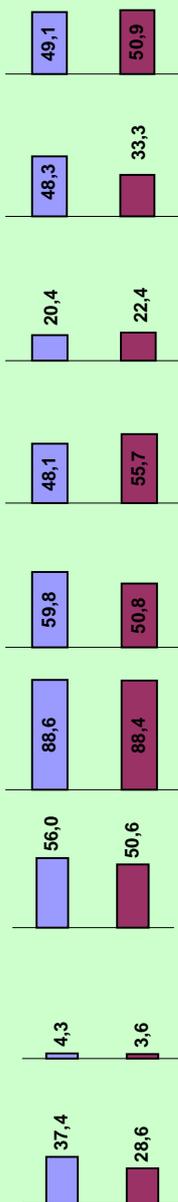
PENETRACIÓN %

Individuos (000)

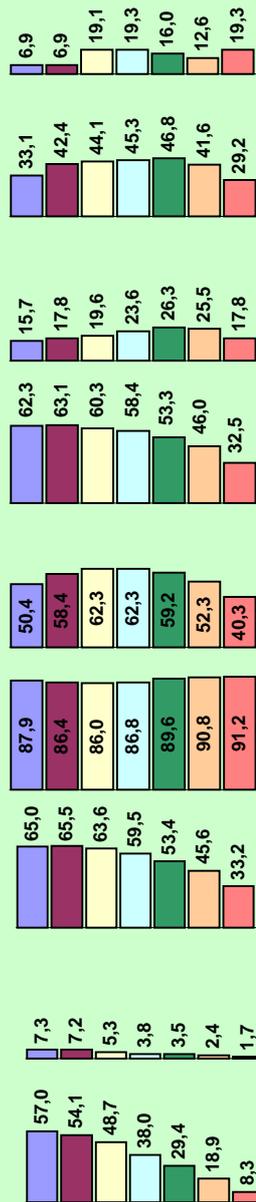
Perfil de la población



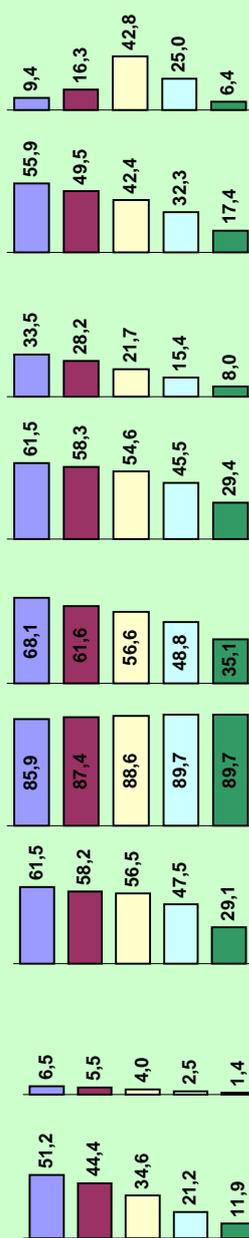
POR SEXO



POR EDAD



POR CLASE SOCIAL



AUDIENCIA

Diarios: lectores / día
Suplementos: lectores / semana
Revistas: lectores / 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

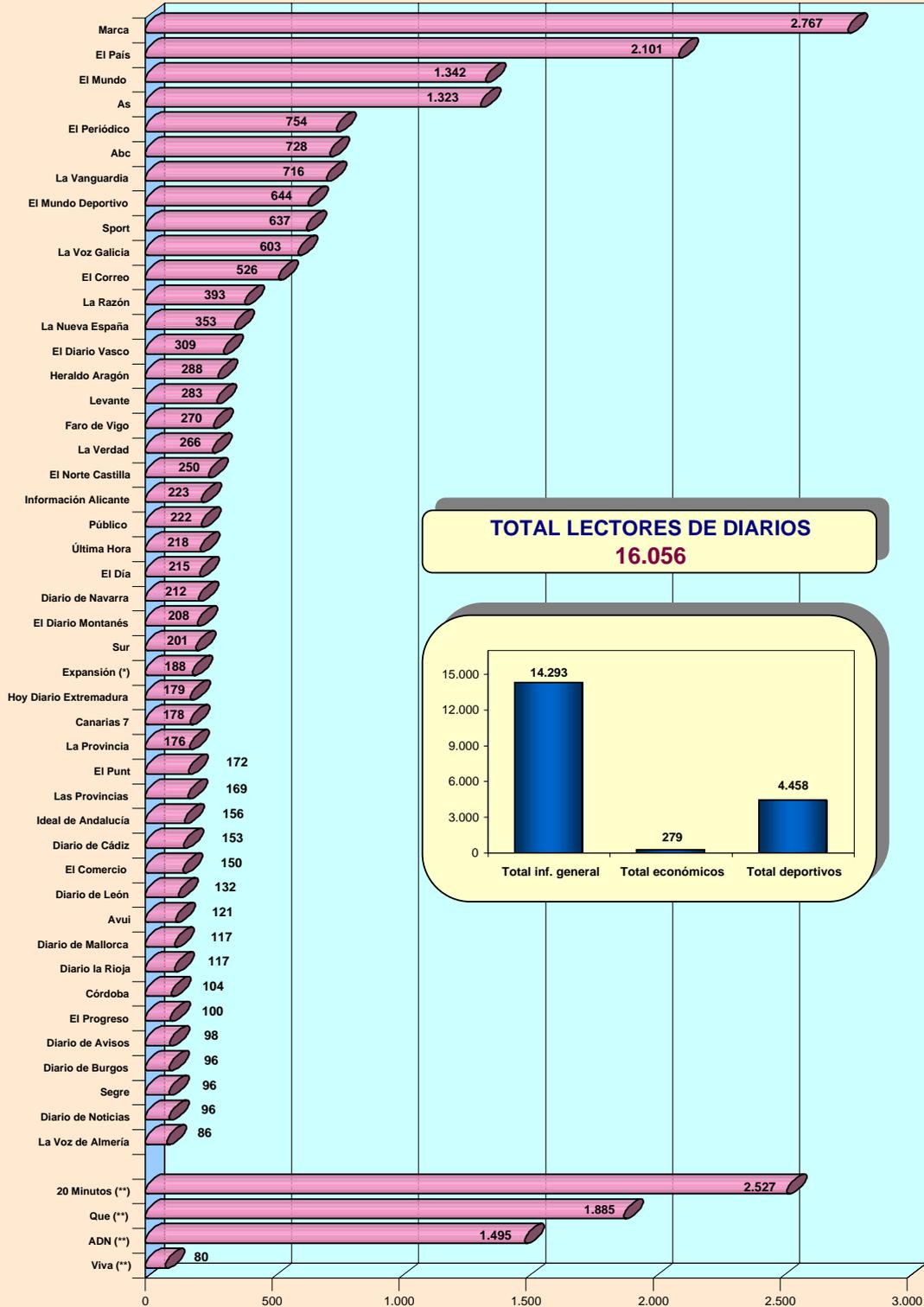
© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS



DIARIOS

Lectores / día (000)



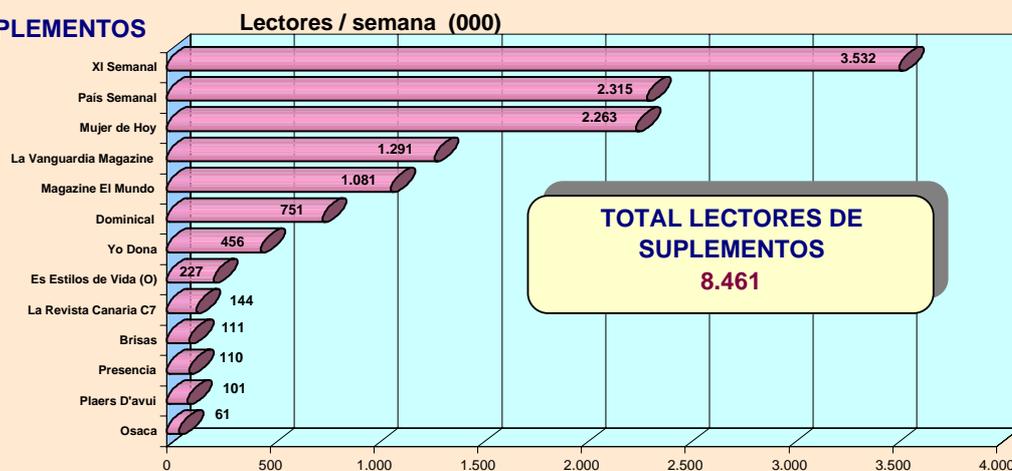
(*) Se publica de lunes a sábado
 (**) Se publica de lunes a viernes

© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS



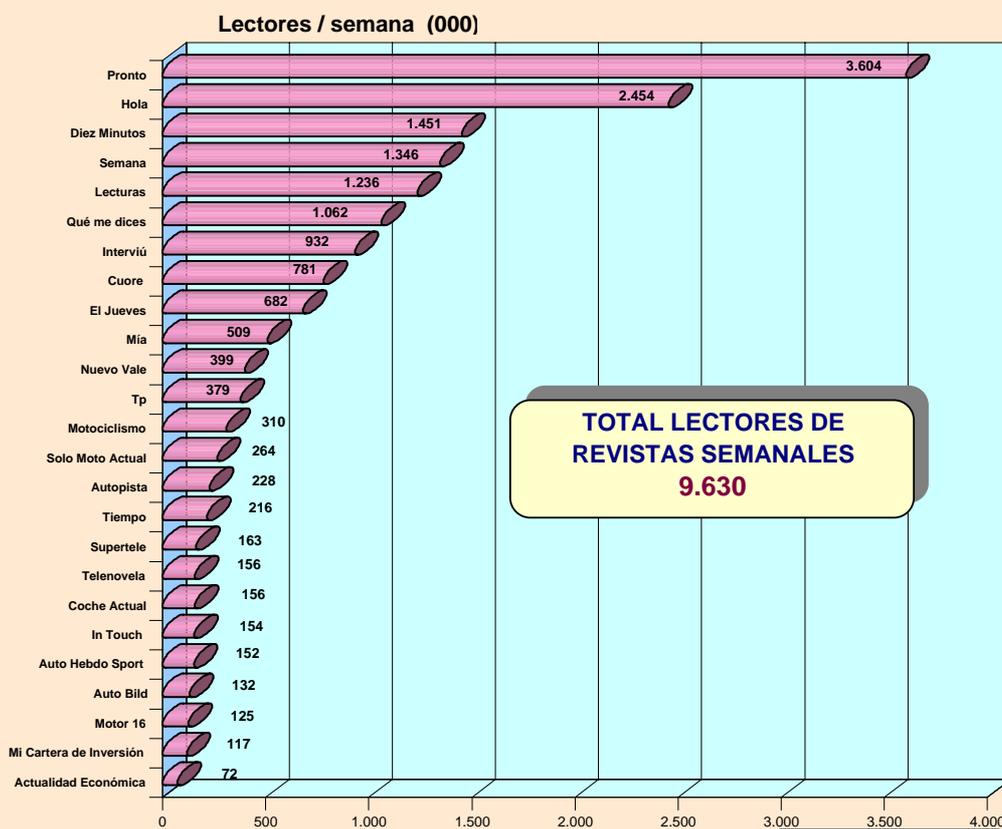
SUPLEMENTOS



(O) Datos referidos a 1ª ola 2009

AIMC - Fuente: EGM

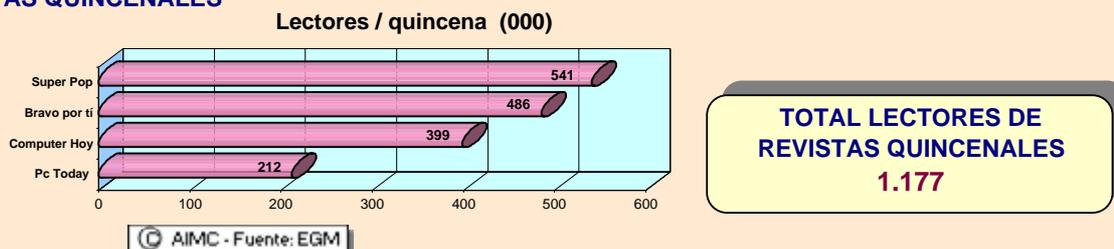
REVISTAS SEMANALES



(OO) Datos referidos al promedio de 3ª ola 2008 y 1ª ola 2009

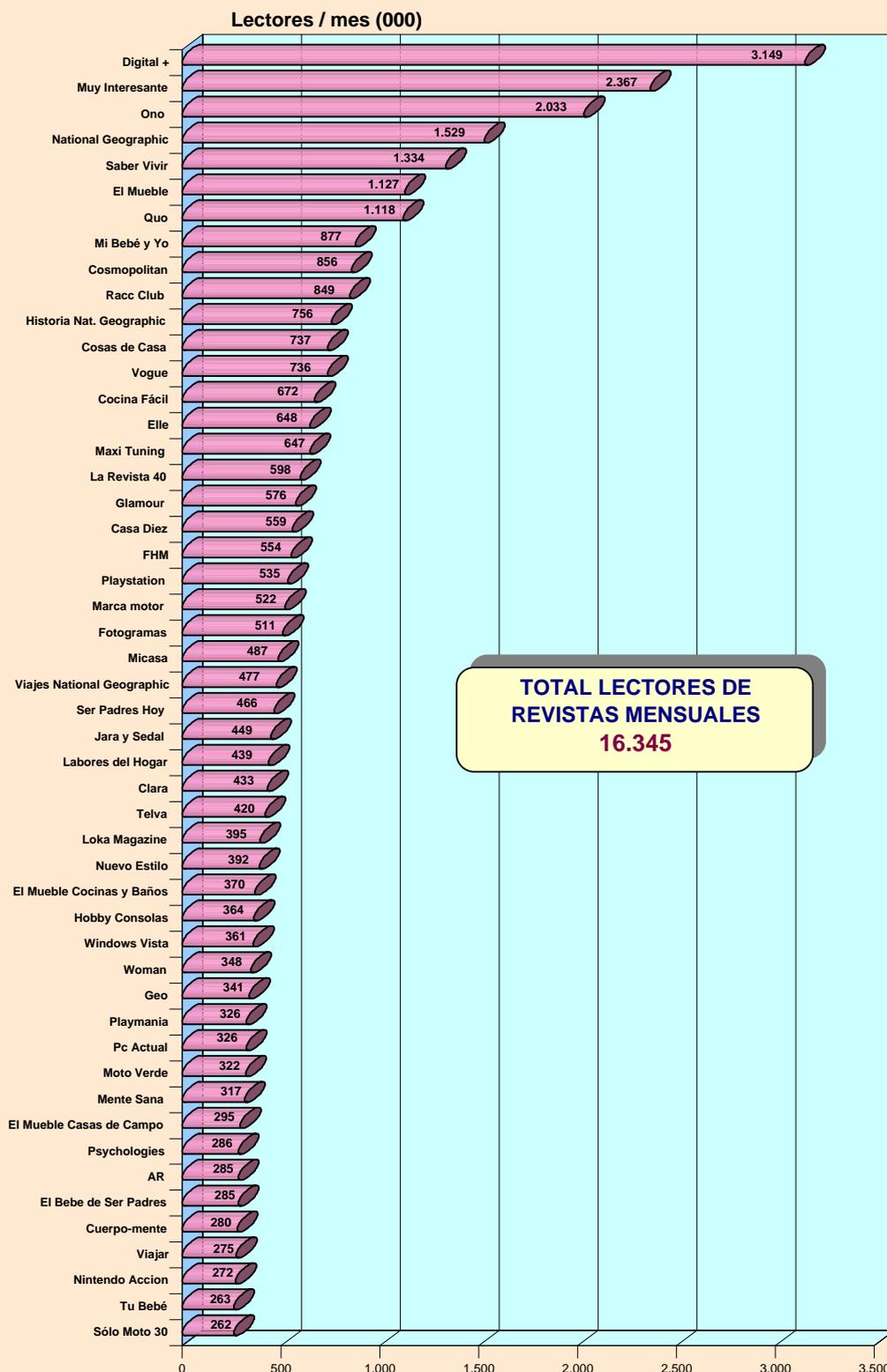
AIMC - Fuente: EGM

REVISTAS QUINCENALES



AIMC - Fuente: EGM

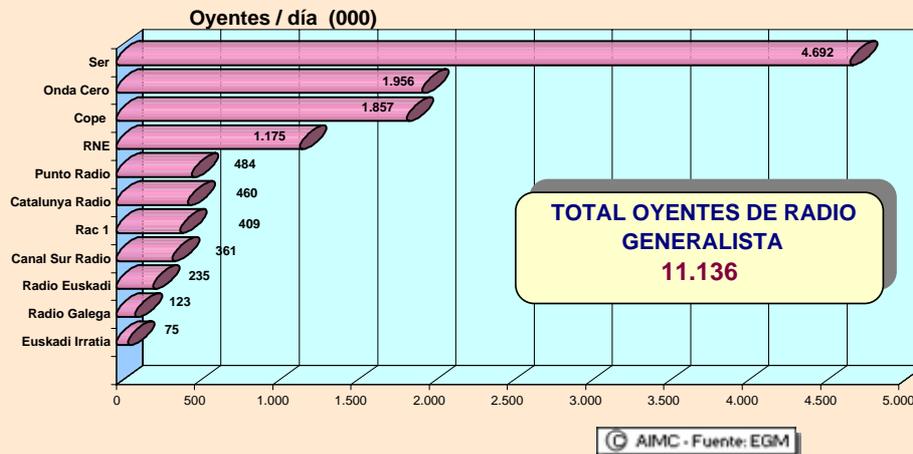
RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

REVISTAS MENSUALES


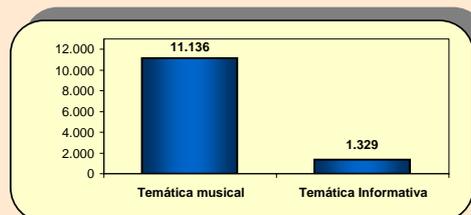
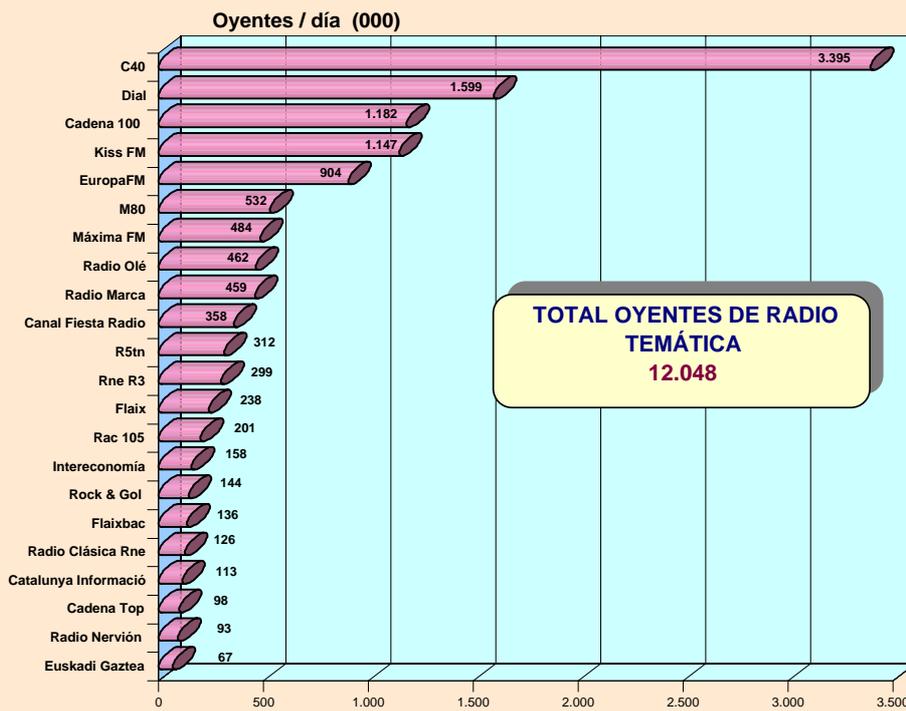
© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE EMISORAS DE RADIO

RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)

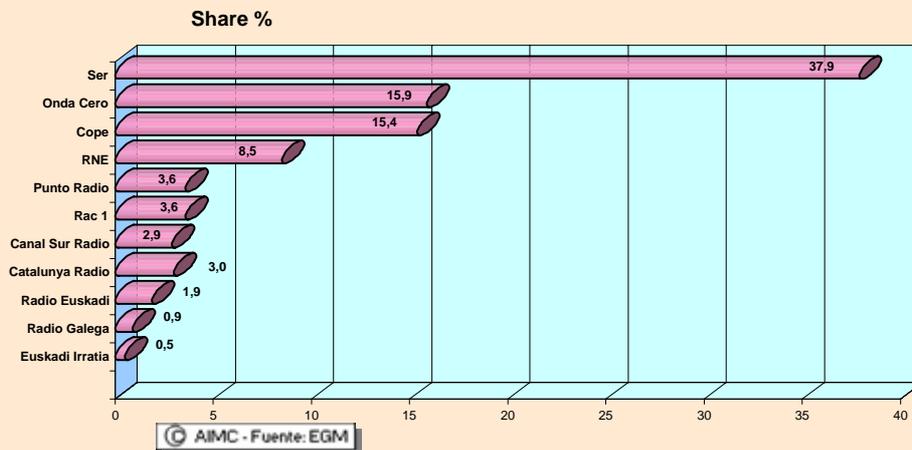


RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)

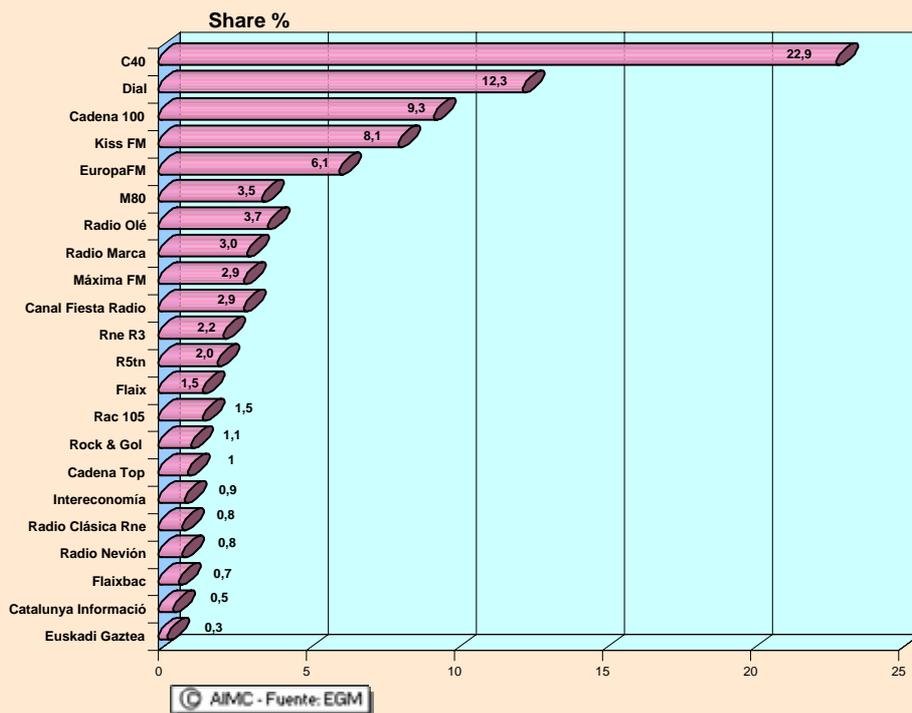


RANKING DE EMISORAS DE RADIO

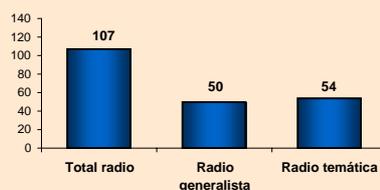
RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)



RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)



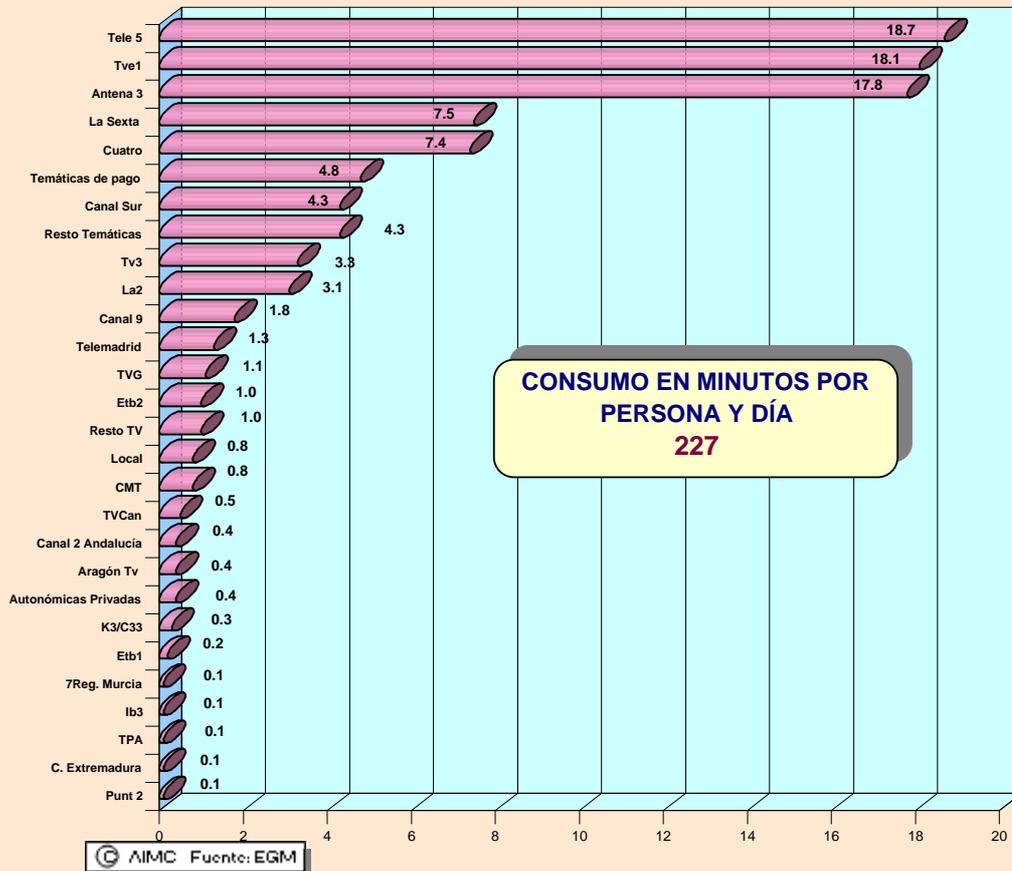
CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA (lunes a domingo)



RANKING DE CADENAS DE TELEVISIÓN

EGM

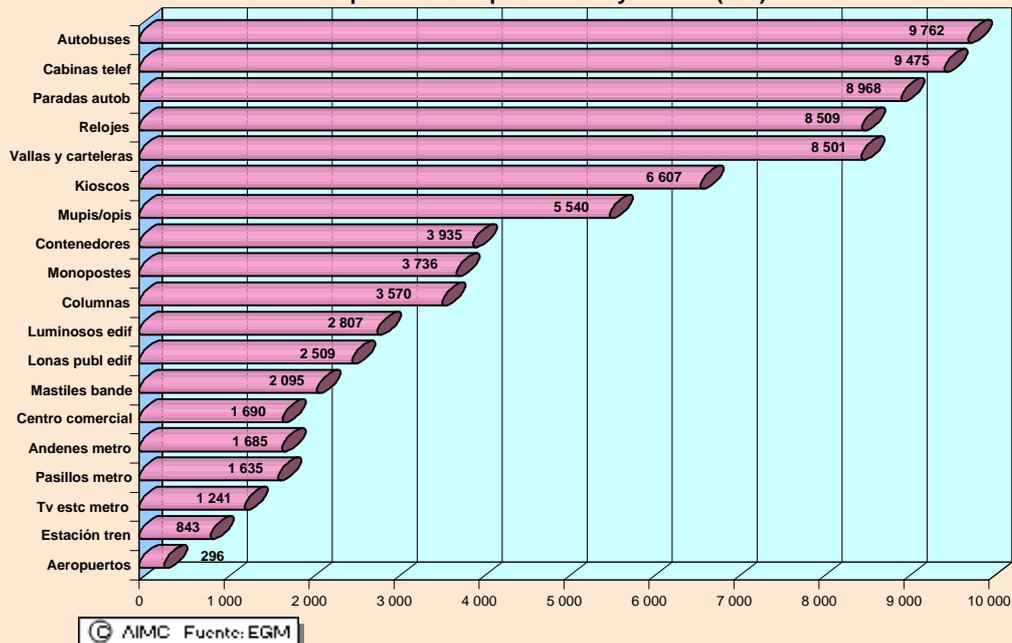
Share % (lunes a domingo)



EXTERIOR

RANKING TIPOLOGÍA DE SOPORTES

Nº Individuos que han visto publicidad ayer en ... (000)

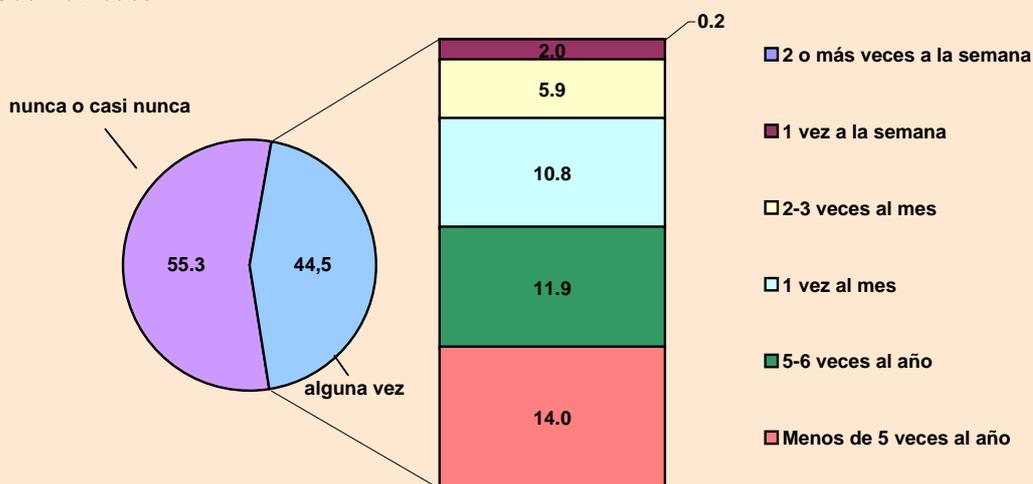


CINE

EGM

HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE

% de individuos



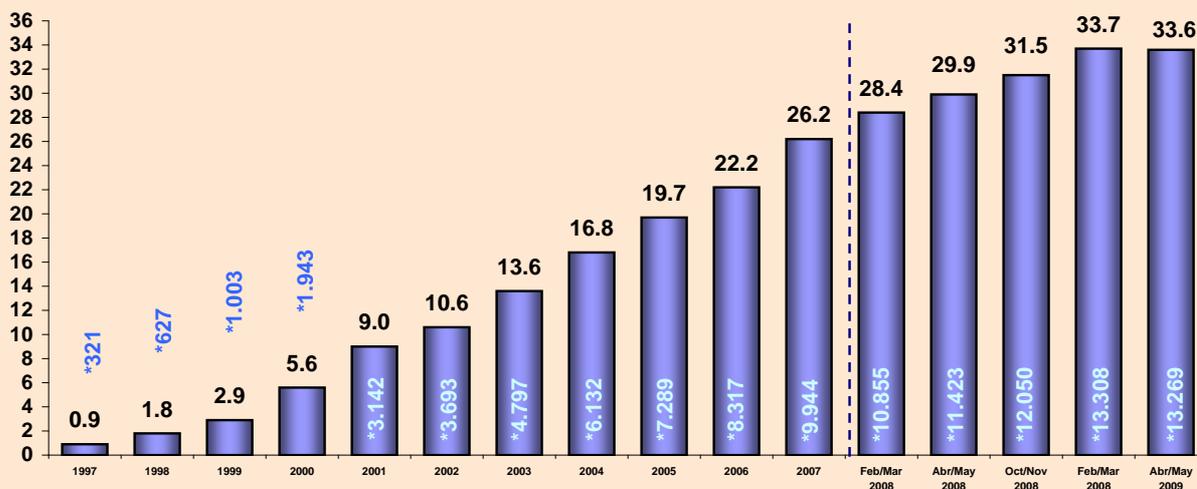
© AIMC - Fuente: EGM

INTERNET

EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET AYER

(DATOS POR OLA)

% individuos



© AIMC - Fuente: EGM

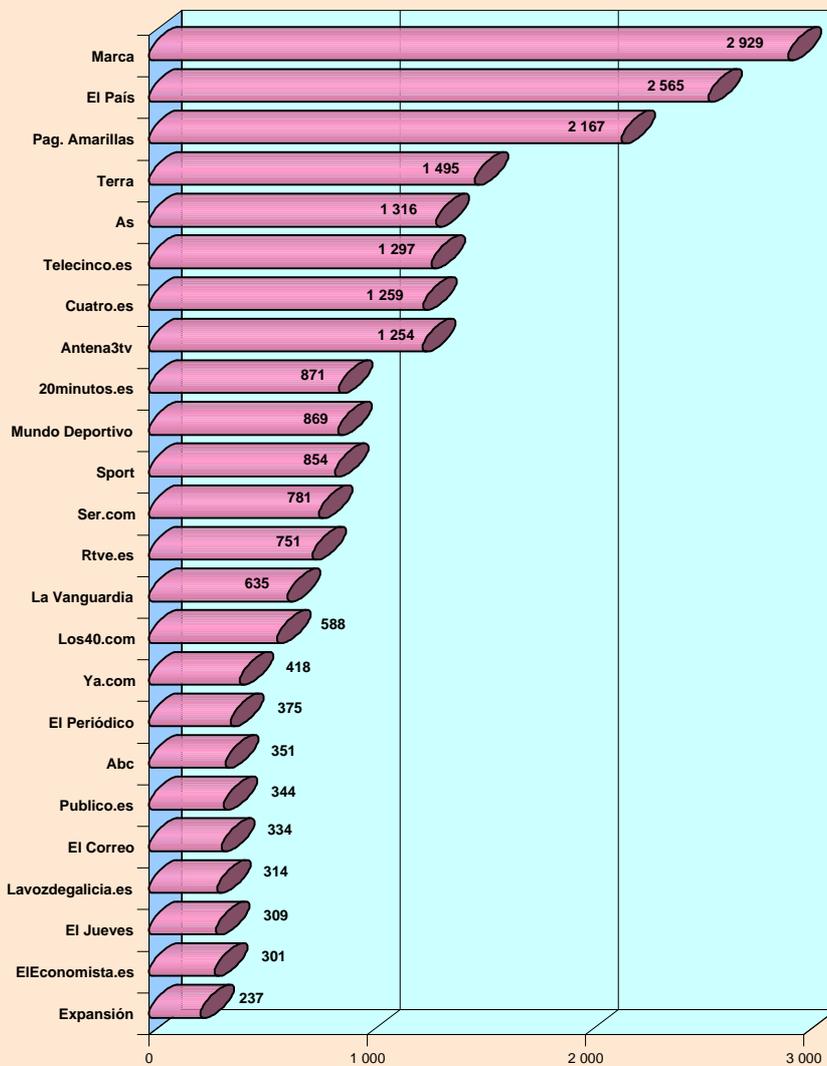
RANKING DE SITIOS DE INTERNET



SITIOS DE INTERNET*

(DATOS POR OLA)

Visitantes únicos / Ult. 30 días (000)



* NOTA 1: Información referida exclusivamente a los sitios controlados por el EGM

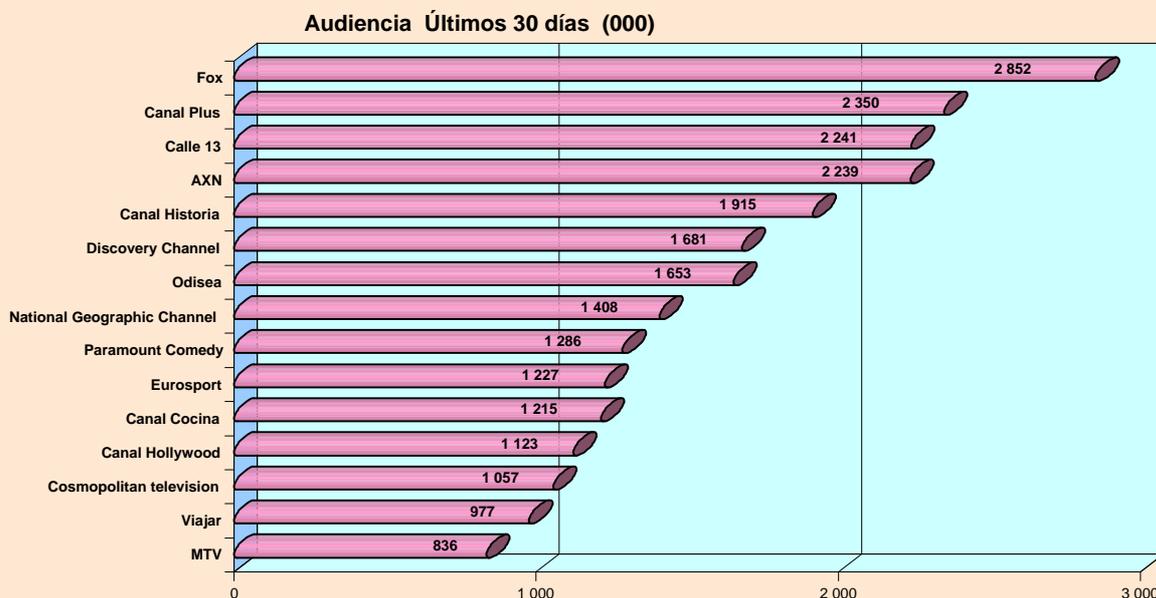
* NOTA 2: Por un problema en la recogida de la información en esta oleada no está disponible la audiencia de los sitios "hola.com", "interviu.es", "ondacero.es", "ozu.es" y "plus.es"

© AIMC Fuente: EGM

RANKING DE CANALES TEMÁTICOS



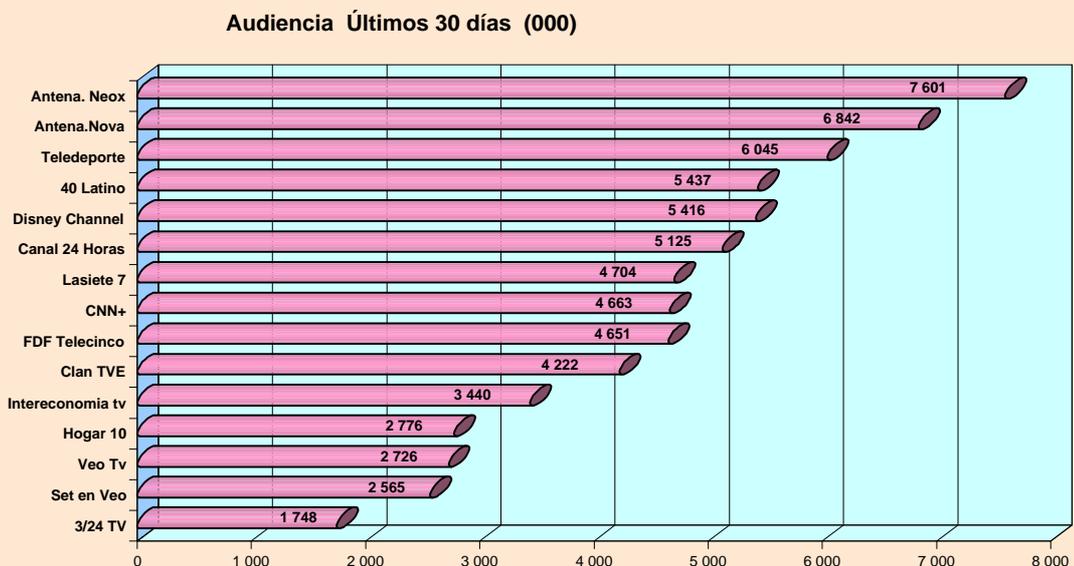
CANALES TEMÁTICOS PAGO*



* NOTA: y otros canales difundidos por sistema multicanal.

AIMC - Fuente: EGM

RESTO CANALES TEMÁTICOS*



* NOTA: y otros canales difundidos por sistema multicanal.

AIMC - Fuente: EGM