



ABRIL 2006 A MARZO
DE 2007

RESUMEN
GENERAL



FICHA TÉCNICA

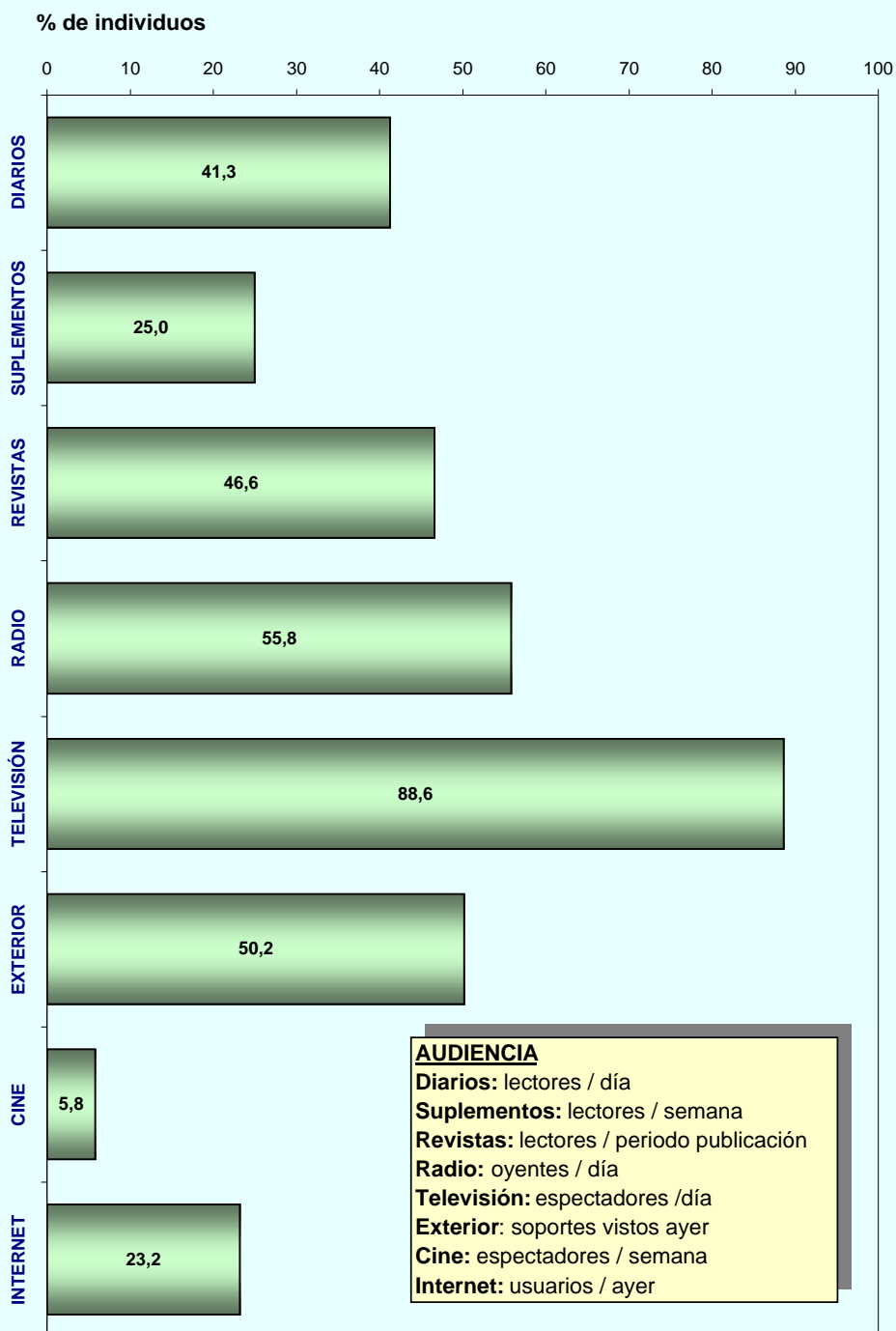
Universo: población de 14 o más años (37.911.000 individuos)

Muestra anual tres últimas olas: 45.662 (+38.106 ampliación medio radio: EGM RADIO XXI,
+32.165 ampliación medio prensa: EGM PRENSA)

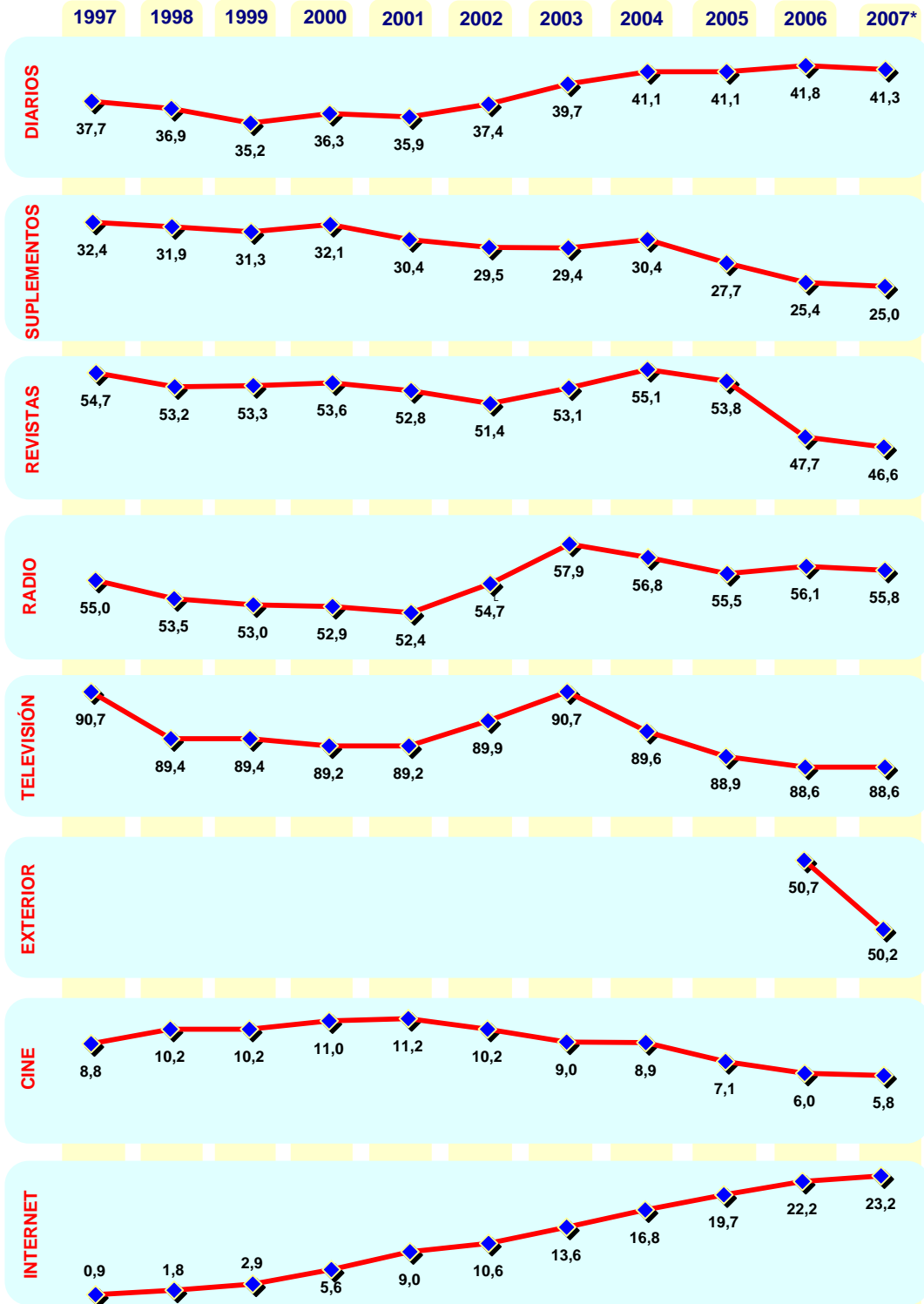
Método de recogida de información: entrevista "face to face" (+ entrevista telefónica para ampliación radio y prensa)

© 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 / EGM PRENSA

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS
EVOLUCIÓN (Penetración %)


* Abril de 2006 a Marzo de 2007

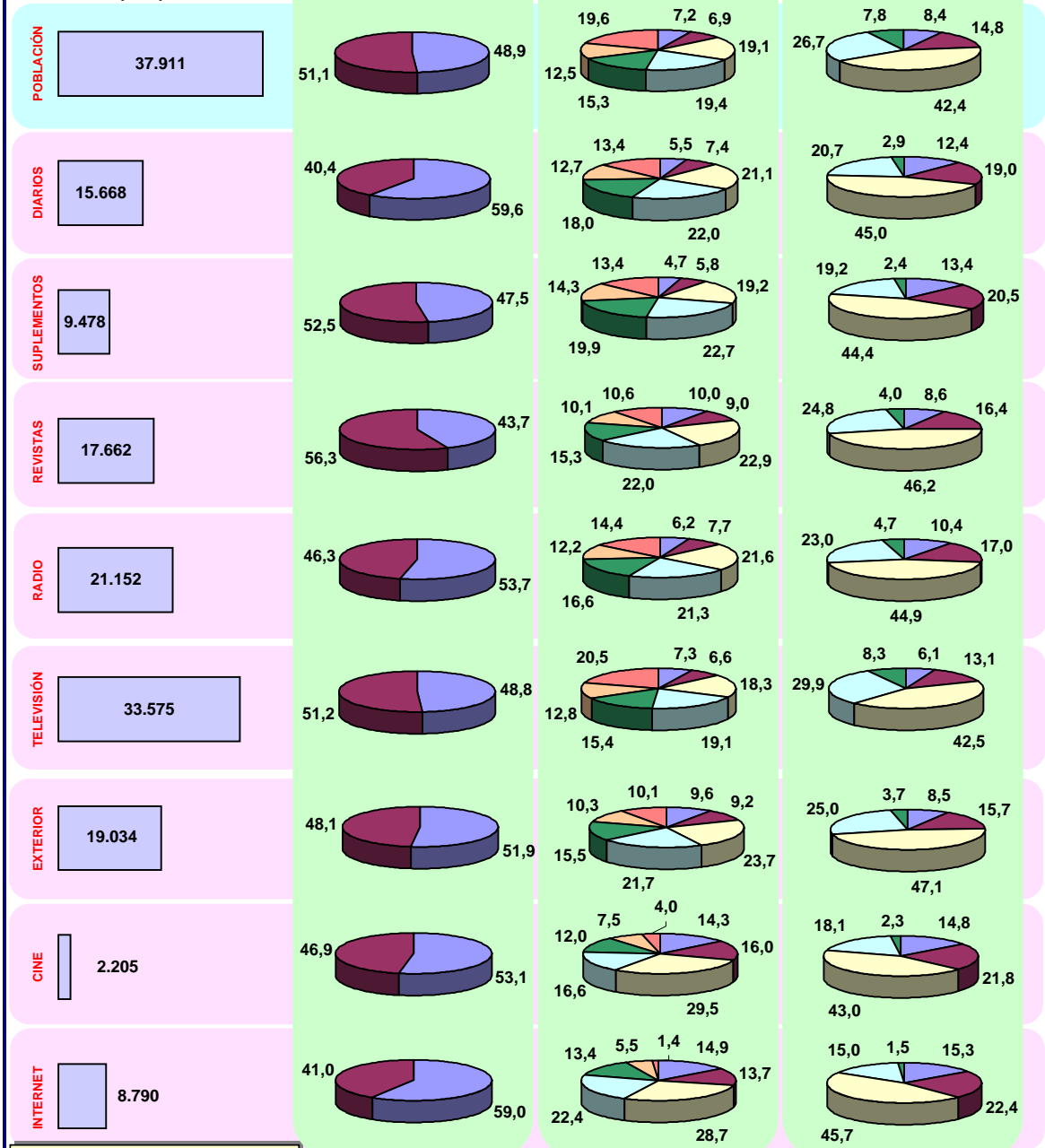
© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI / EGM PRENSA

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

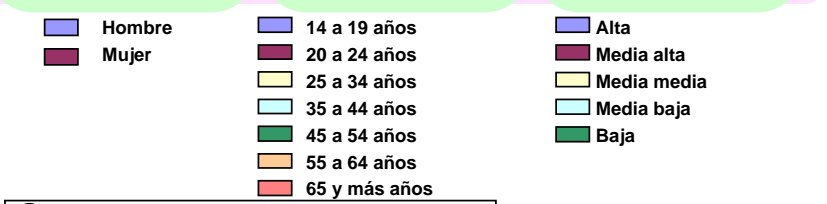


PERFIL %

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



© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI / EGM PRENSA

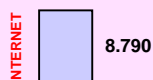
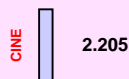
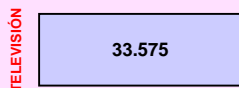
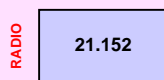
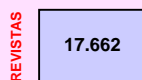
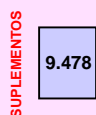
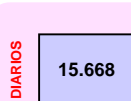
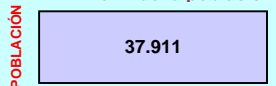
AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



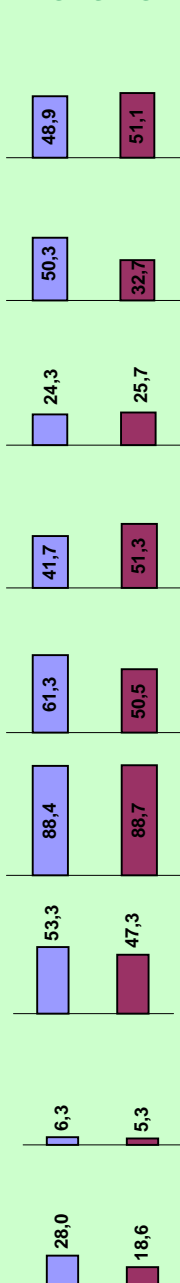
PENETRACIÓN %

Individuos (000)

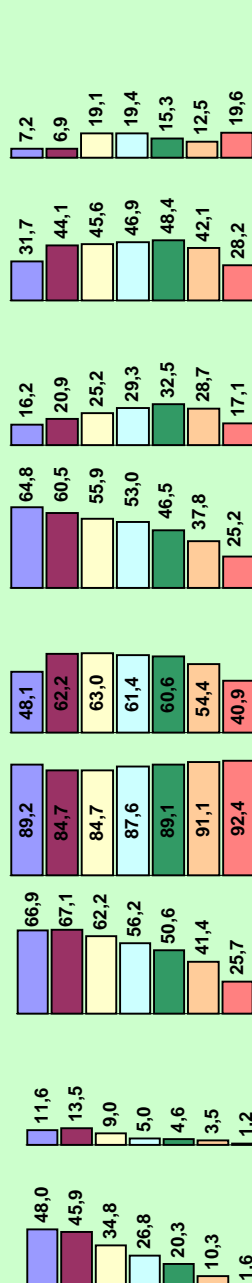
Perfil de la población



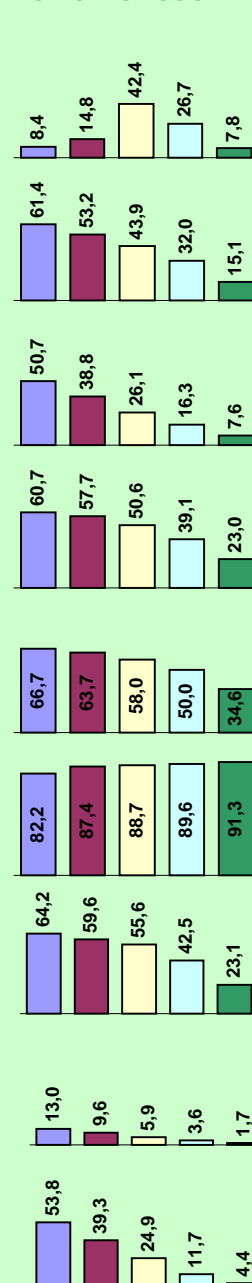
POR SEXO



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

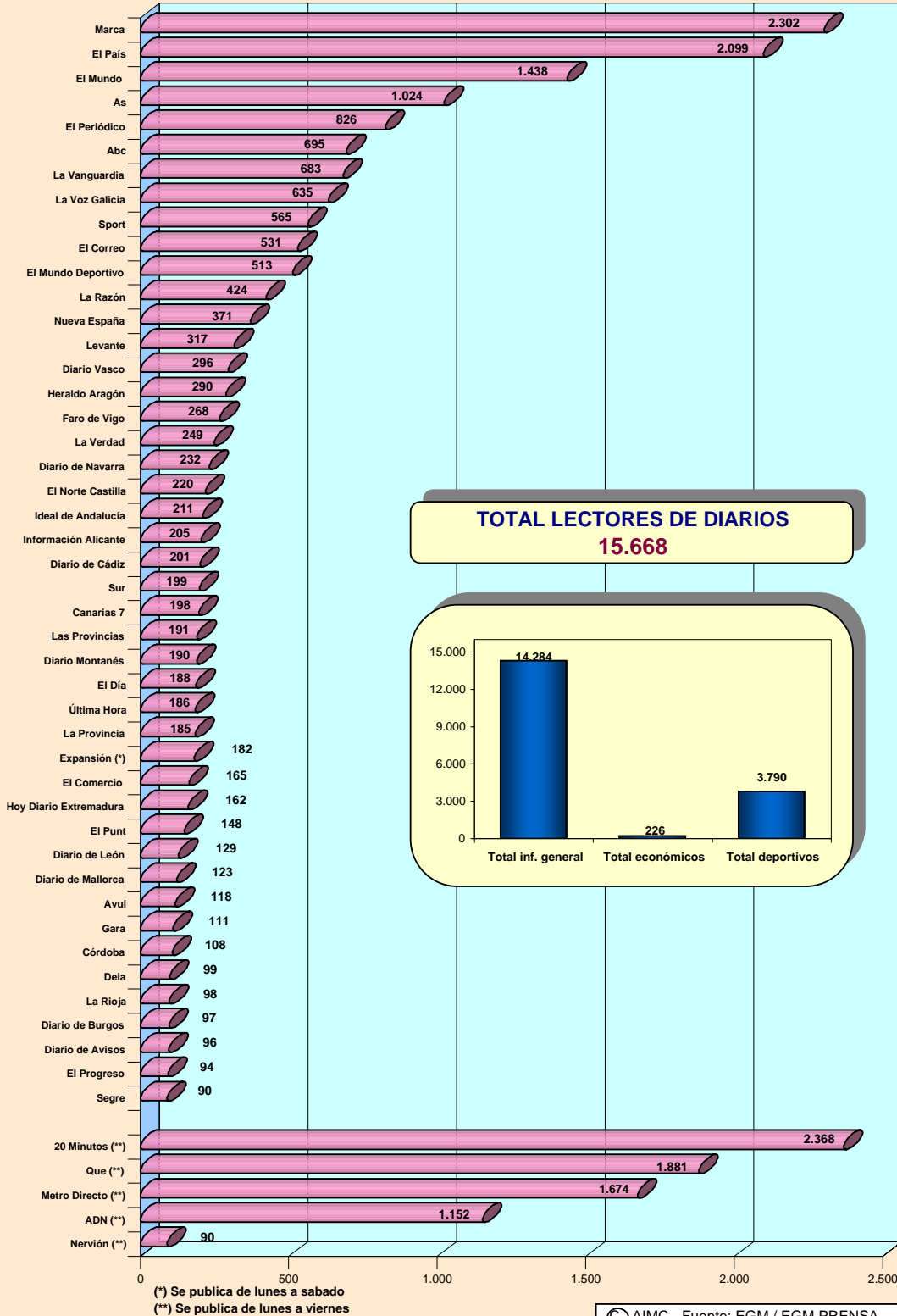
© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI / EGM PRENSA

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS



DIARIOS

Lectores / día (000)

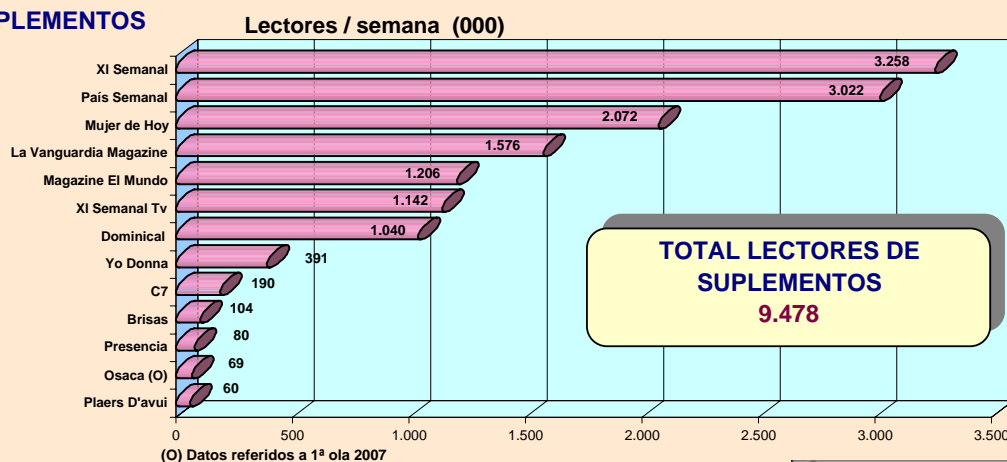


© AIMC - Fuente: EGM / EGM PRENSA

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

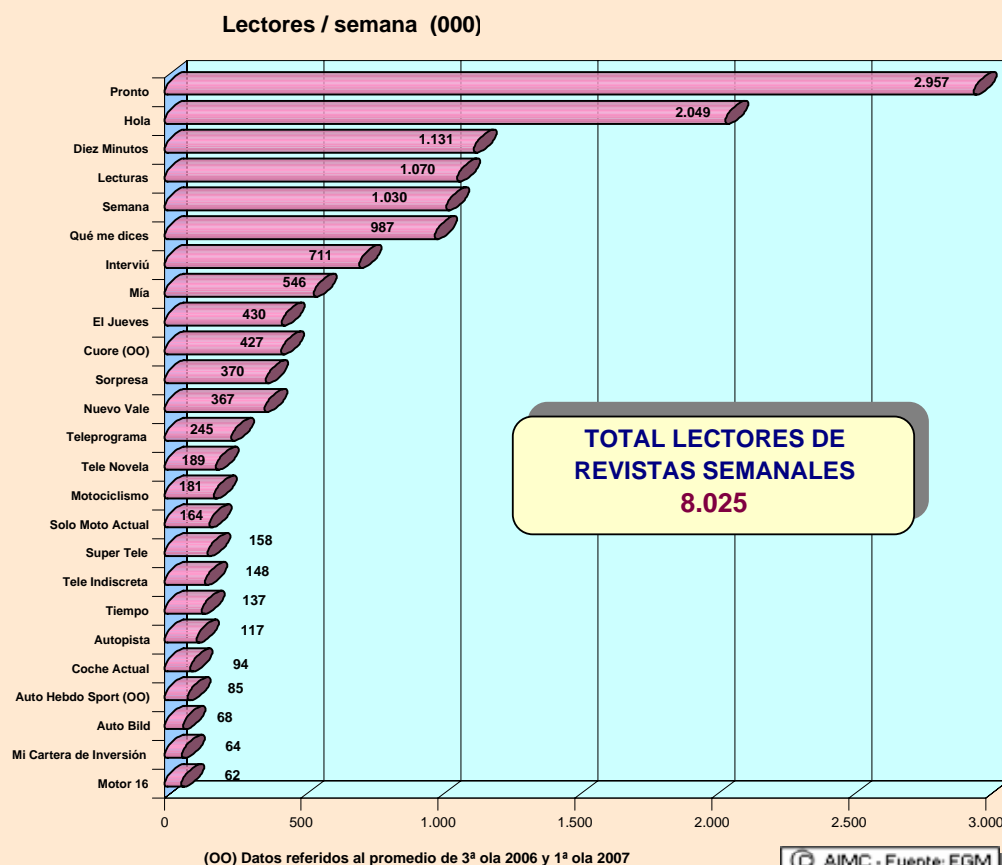


SUPLEMENTOS



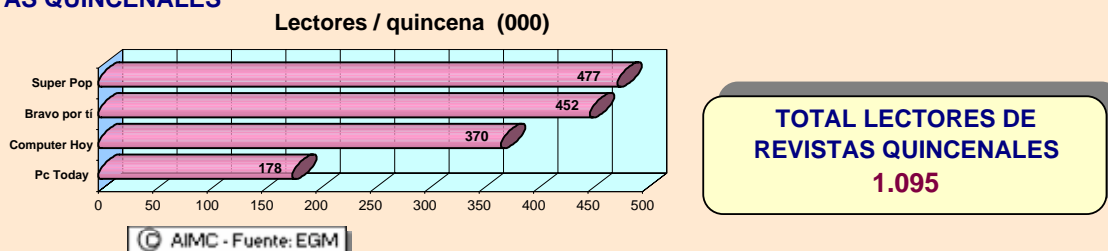
AIMC - Fuente: EGM

REVISTAS SEMANALES



AIMC - Fuente: EGM

REVISTAS QUINCENALES

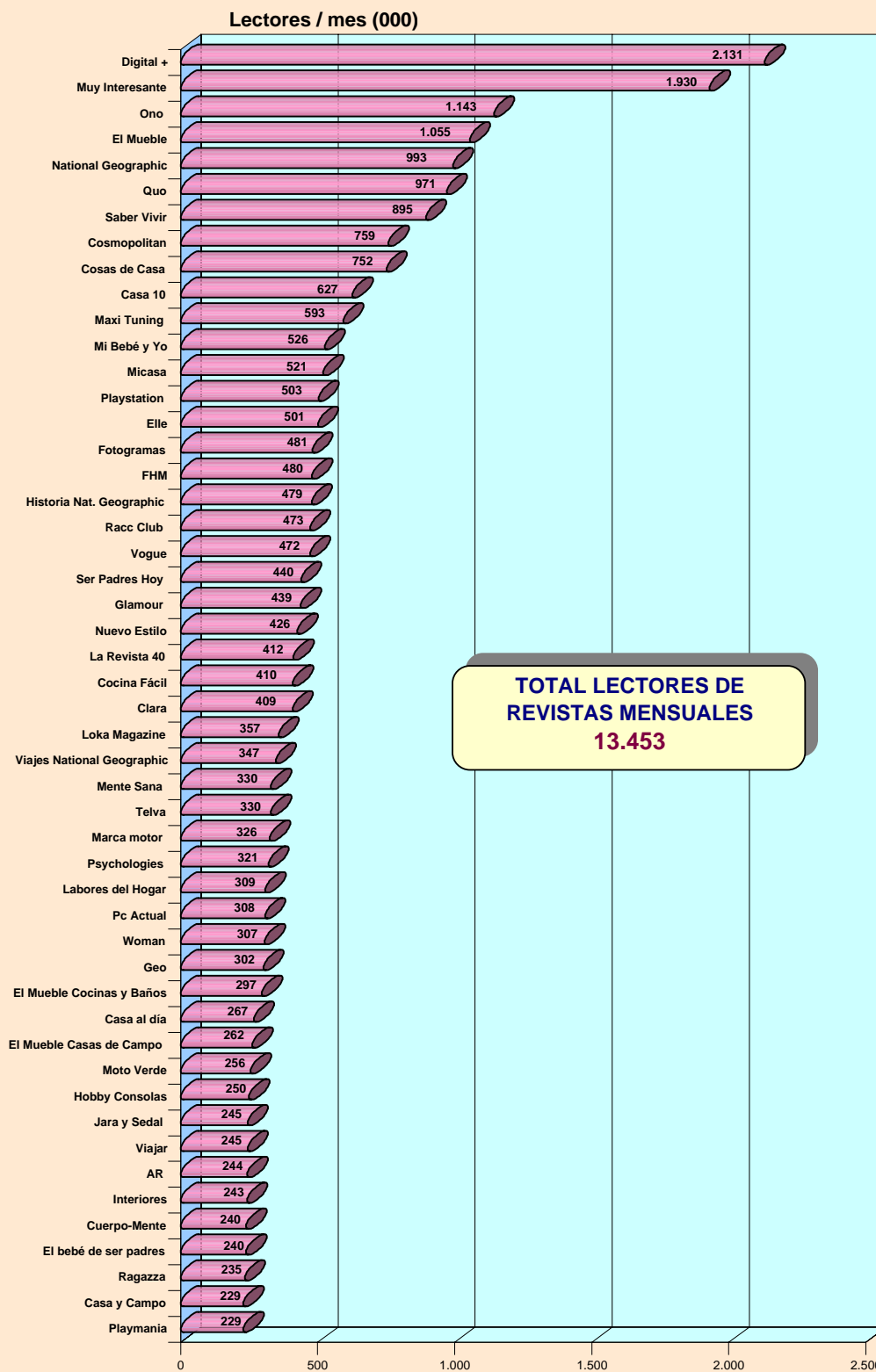


AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS



REVISTAS MENSUALES

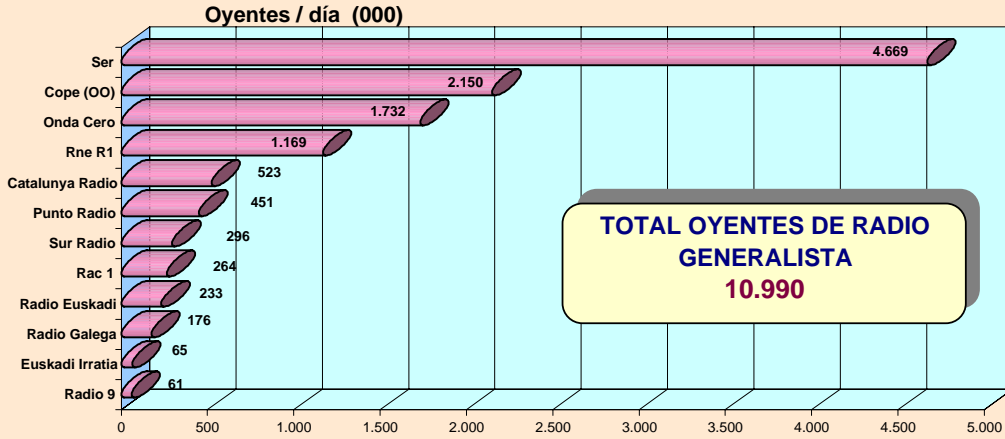


AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE EMISORAS DE RADIO



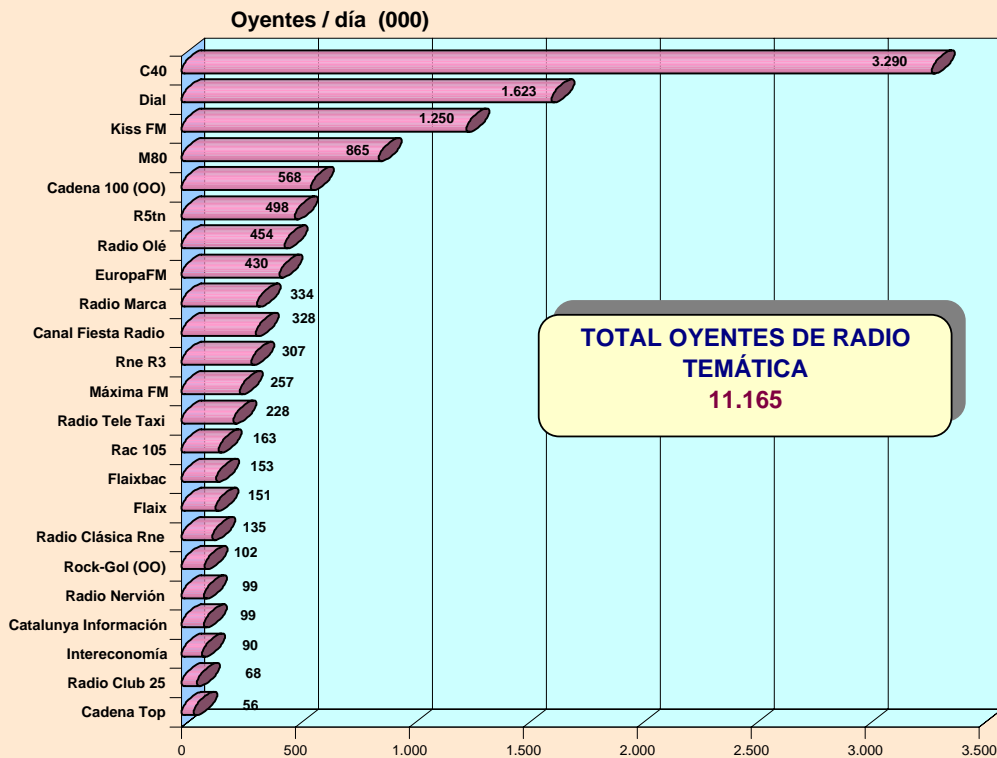
RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)



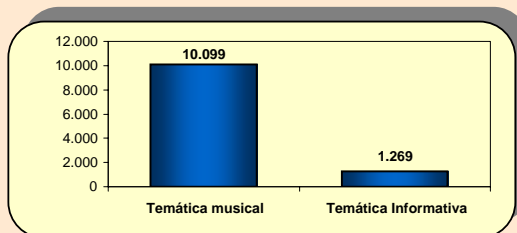
(OO) Datos referidos al promedio de 3ª ola 2006 y 1ª ola 2007

© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)



(OO) Datos referidos al promedio de 3ª ola 2006 y 1ª ola 2007

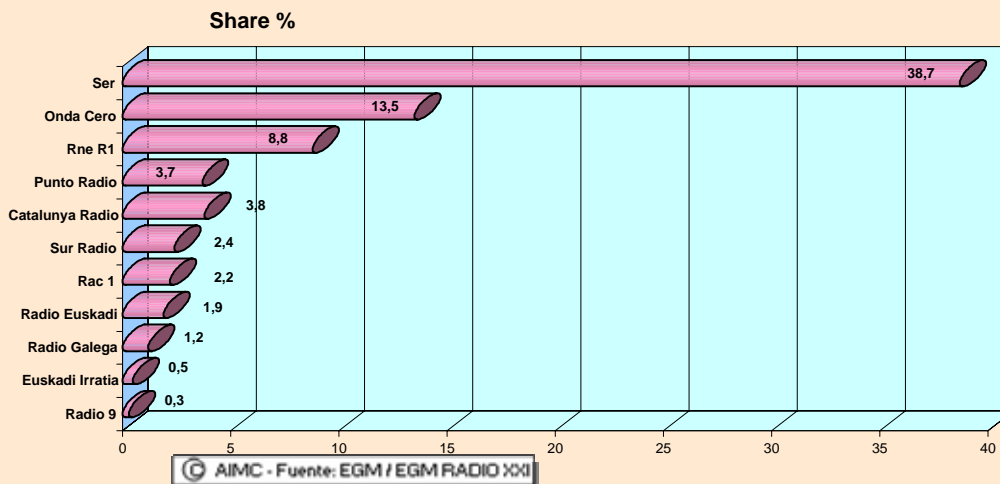


© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

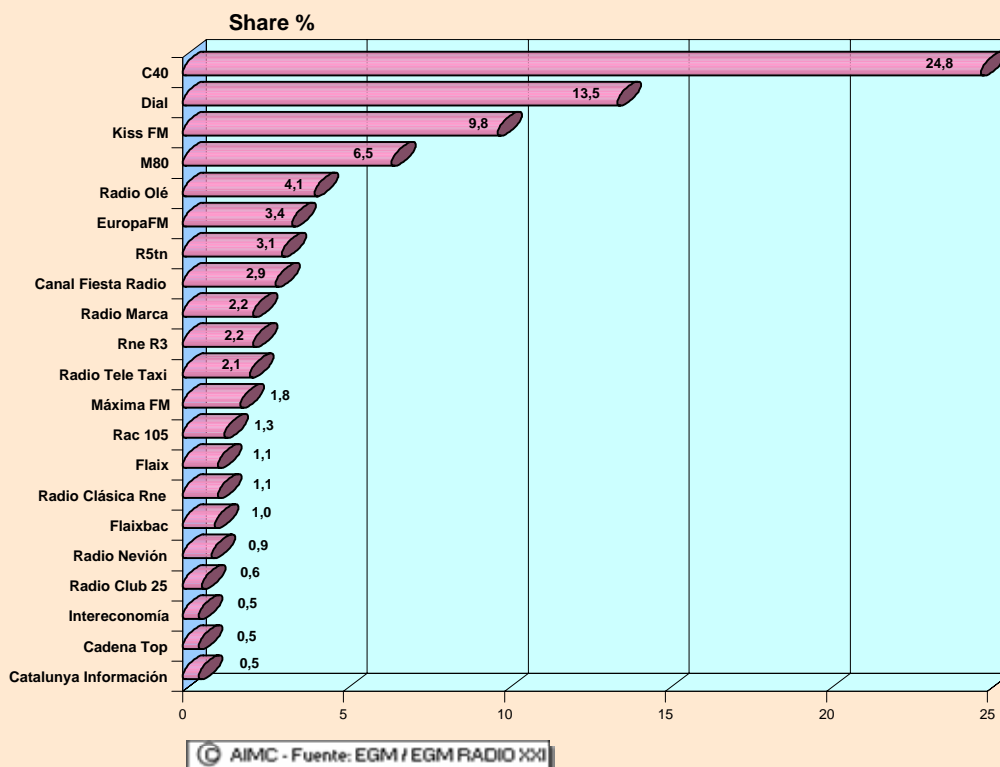
RANKING DE EMISORAS DE RADIO



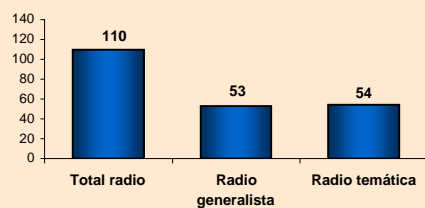
RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)



RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)

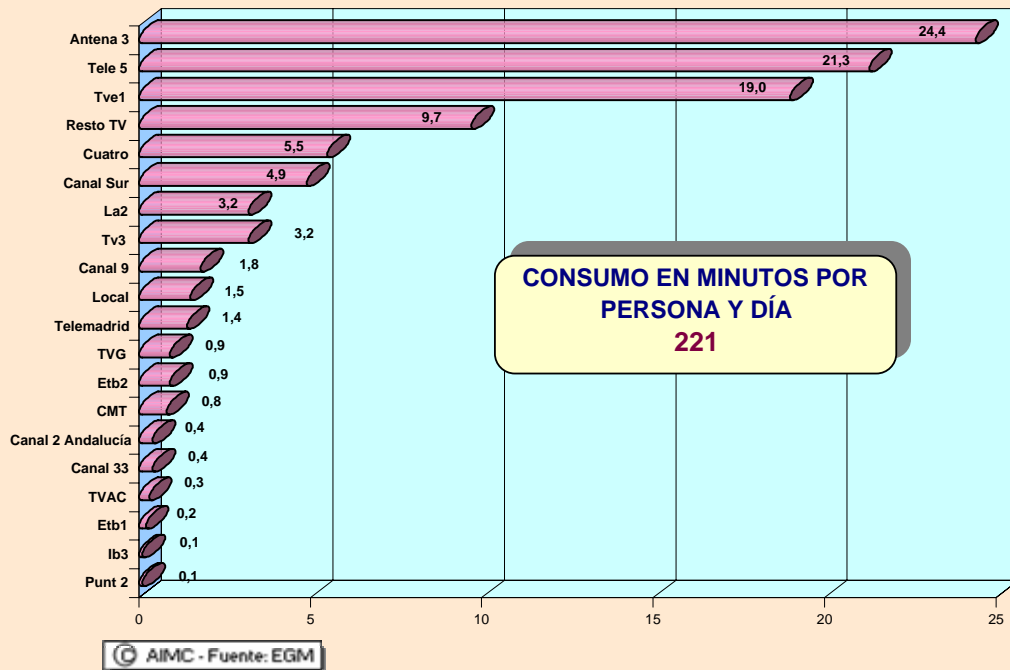


CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA (lunes a domingo)



RANKING DE CADENAS DE TELEVISIÓN

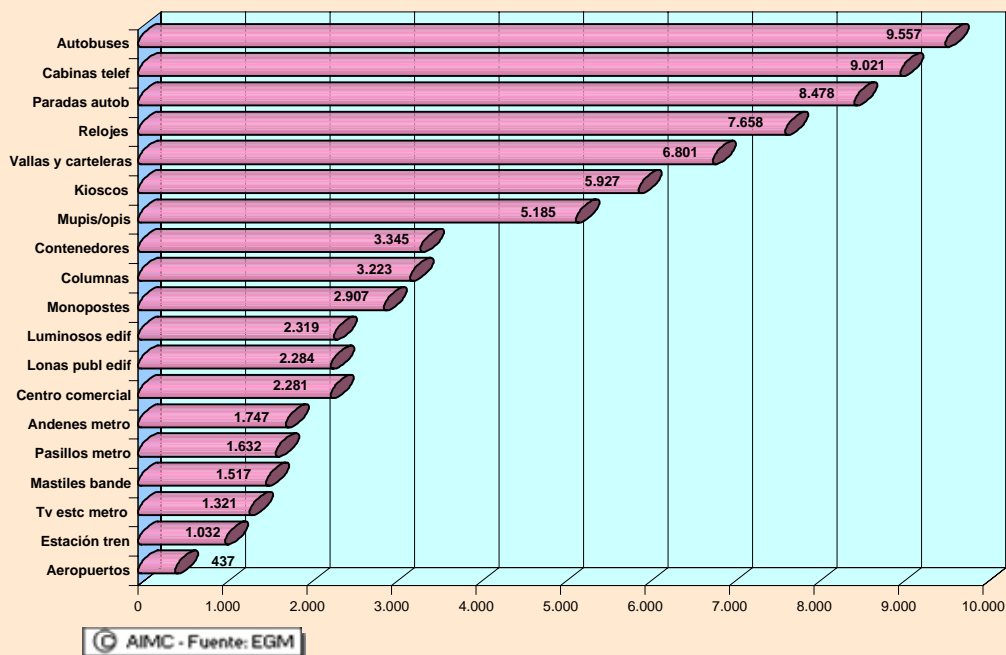
Share % (lunes a domingo)



EXTERIOR

RANKING TIPOLOGÍA DE SOPORTES

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

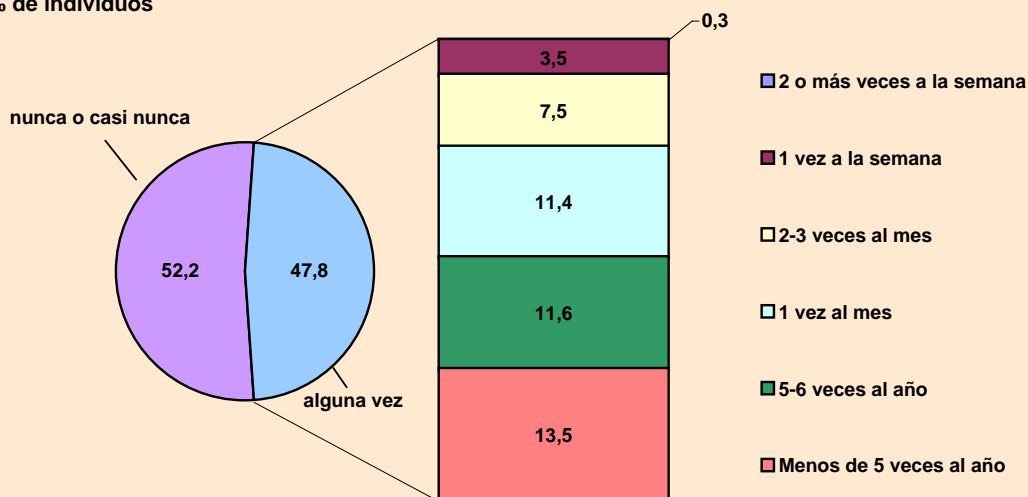


CINE



HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE

% de individuos



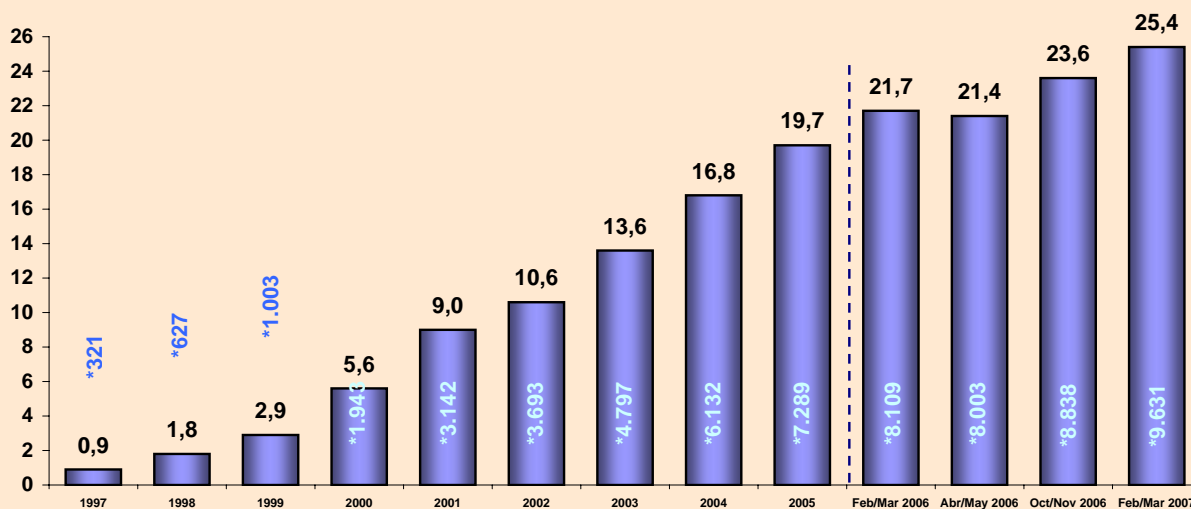
© AIMC - Fuente: EGM

INTERNET

EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET AYER

(DATOS POR OLA)

% individuos



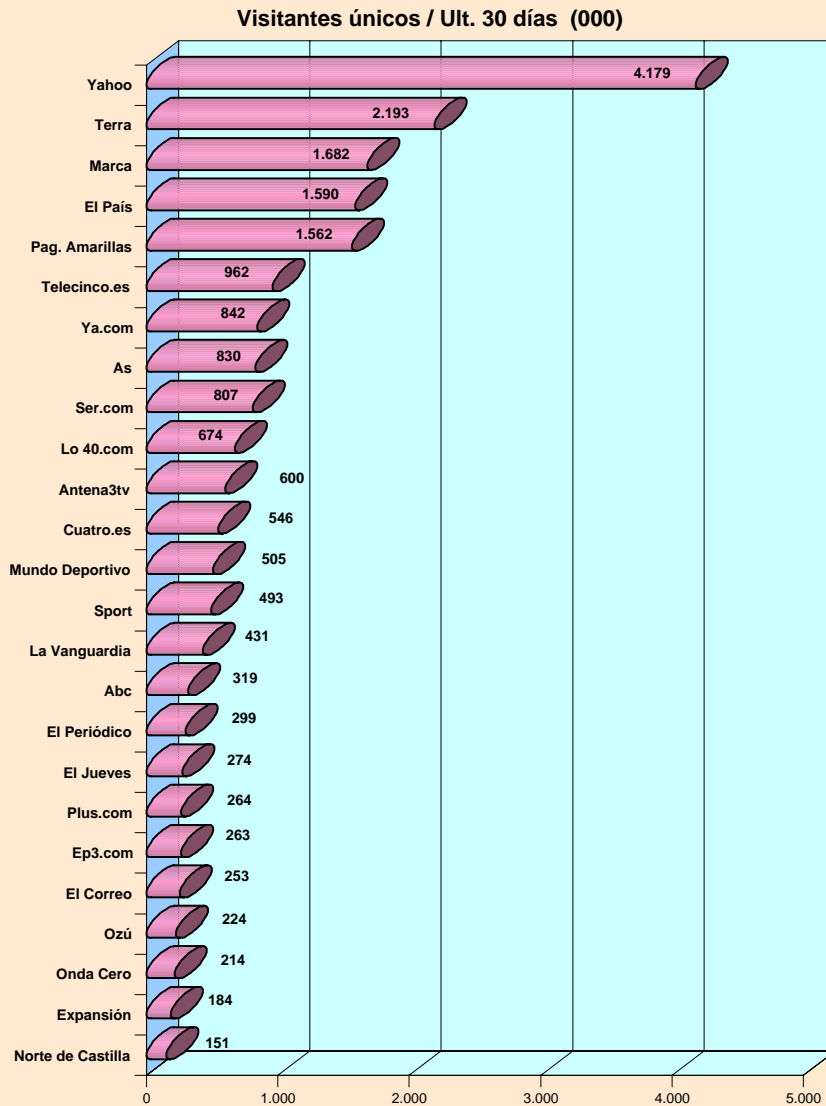
© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE SITIOS DE INTERNET



SITIOS DE INTERNET*

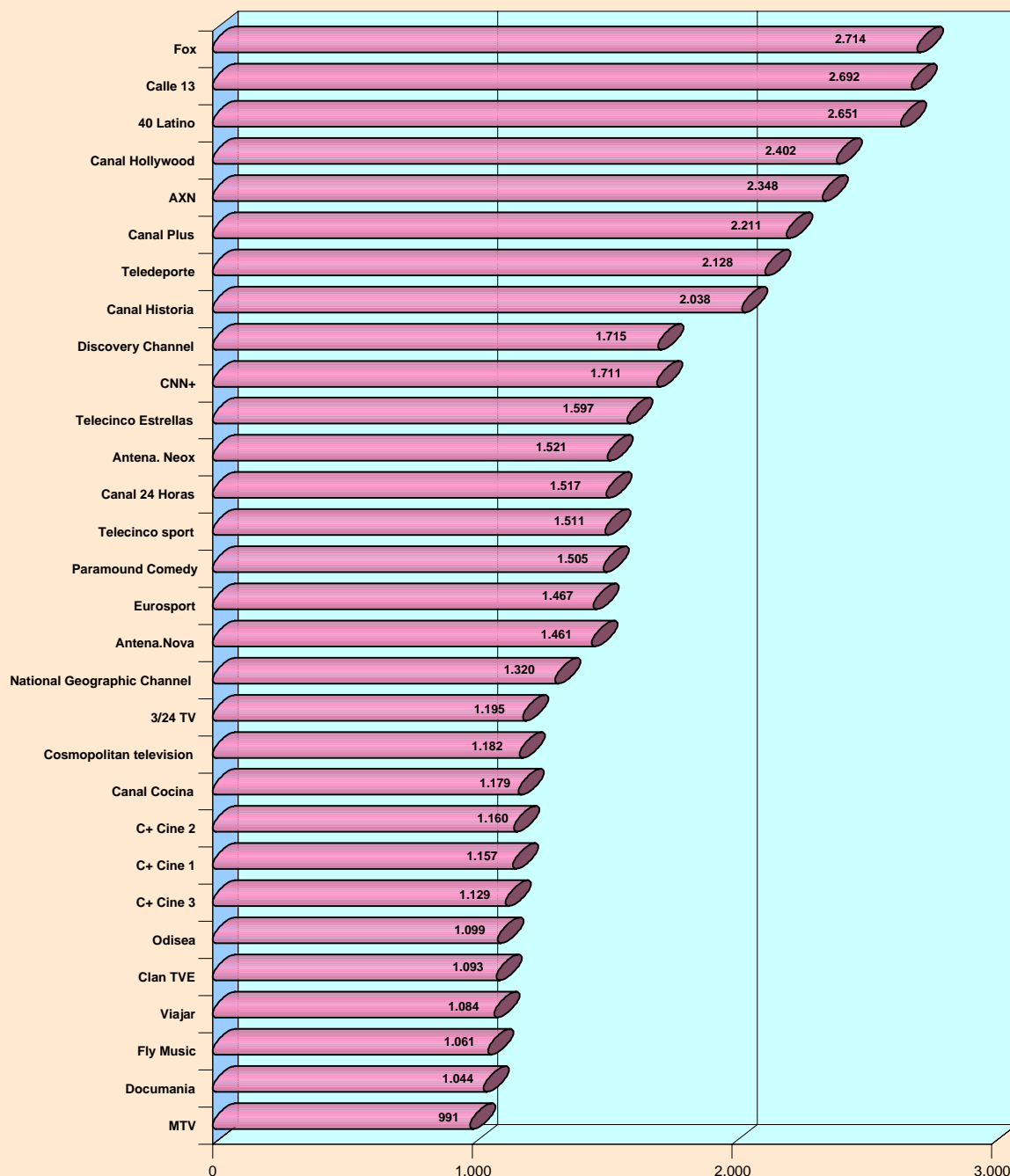
(DATOS POR OLA)



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

© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE CANALES TEMÁTICOS

CANALES TEMÁTICOS*
Audiencia Últimos 30 días (000)


* NOTA: y otros canales difundidos por sistema multicanal.

© AIMC - Fuente: EGM