

ALMC

ABRIL 2017 a MARZO 2018

RESUMEN GENERAL

EGM 50
ALMC

© AIMC

AIMC - ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN
c/ Basílica, 19 - 8º A. 28020 Madrid
Tel. 91 570 11 74
email: aimc@aimc.es
www.aimc.es

Creatividad, diseño, maquetación e impresión:
End to End Convergencia Comunicacional

Depósito Legal: M-12281-2018

ÍNDICE

RESUMEN GENERAL

- 4 PENETRACIÓN POR MEDIO
- 5 EVOLUCIÓN PENETRACIÓN
- 6 PENETRACIÓN POR TARGETS
- 7 PERFIL POR TARGETS

- 8 DIARIOS
- 9 SUPLEMENTOS
- 9 REVISTAS SEMANALES
- 9 REVISTAS QUINCENALES
- 10 REVISTAS MENSUALES
- 11 REVISTAS BIMESTRALES

- 11 RADIO GENERALISTA
(lunes a domingo) - Oyentes / día
- 11 RADIO TEMÁTICA
(lunes a domingo) - Oyentes / día
- 11 OYENTES RADIO TEMÁTICA
POR CONTENIDOS
(lunes a domingo)
- 12 RADIO GENERALISTA
(lunes a domingo) - Share %
- 12 RADIO TEMÁTICA
(lunes a domingo) - Share %
- 12 CONSUMO EN MINUTOS
POR PERSONA Y DÍA
(lunes a domingo)
- 13 RADIO GENERALISTA
(lunes a viernes) - Oyentes / día

- 13 RADIO TEMÁTICA
(lunes a viernes) - Oyentes / día
- 13 OYENTES RADIO TEMÁTICA
POR CONTENIDOS
(lunes a viernes)
- 14 RADIO GENERALISTA
(lunes a viernes) - Share %
- 14 RADIO TEMÁTICA
(lunes a viernes) - Share %
- 14 CONSUMO EN MINUTOS
POR PERSONA Y DÍA
(lunes a viernes)

- 15 RANKING DE CADENAS DE
TELEVISIÓN
(lunes a domingo) - Share %
- 16 CANALES TEMÁTICOS DE
PAGO Audiencia últimos 30 días
- 16 RESTO CANALES TEMÁTICOS
Audiencia últimos 30 días

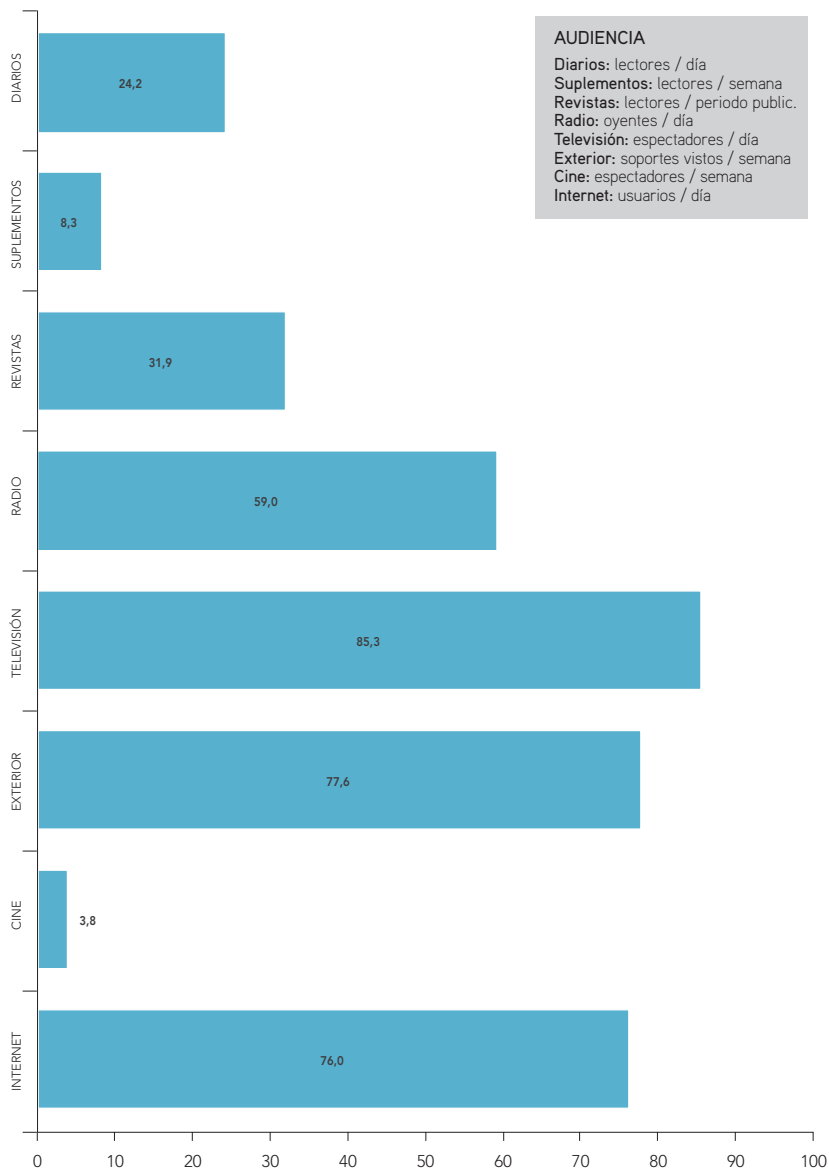
- 17 HÁBITO DE ASISTENCIA
AL CINE
- 17 EVOLUCIÓN DEL USO DE
INTERNET AYER
Datos por ola
- 18 SITIOS DE INTERNET
Datos por ola

- 19 RANKING TIPOLOGÍA DE
SOPORTES DE EXTERIOR



% Individuos

© AIMC - Fuente EGM



AUDIENCIA

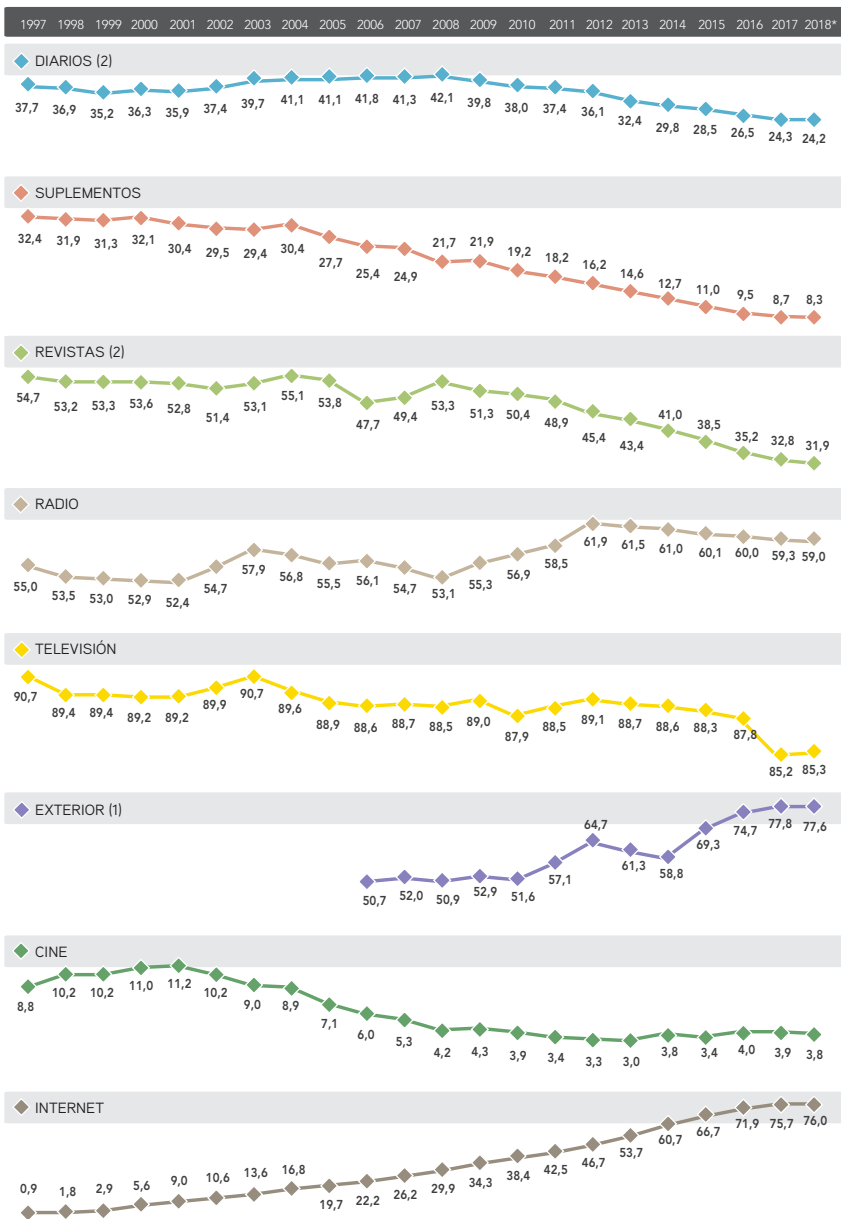
Diarios: lectores / día
Suplementos: lectores / semana
Revistas: lectores / periodo public.
Radio: oyentes / día
Televisión: espectadores / día
Exterior: soportes vistos / semana
Cine: espectadores / semana
Internet: usuarios / día

EVOLUCIÓN PENETRACIÓN



% Individuos

© AIMC - Fuente EGM



(1) La consideración de último periodo para el medio Exterior pasa de Ayer a Última Semana a partir de la 1ª ola 2015.

(2) El dato de lectores de Diarios y Revistas incluye papel y visor digital/PDF a partir de la 1ª ola 2018.

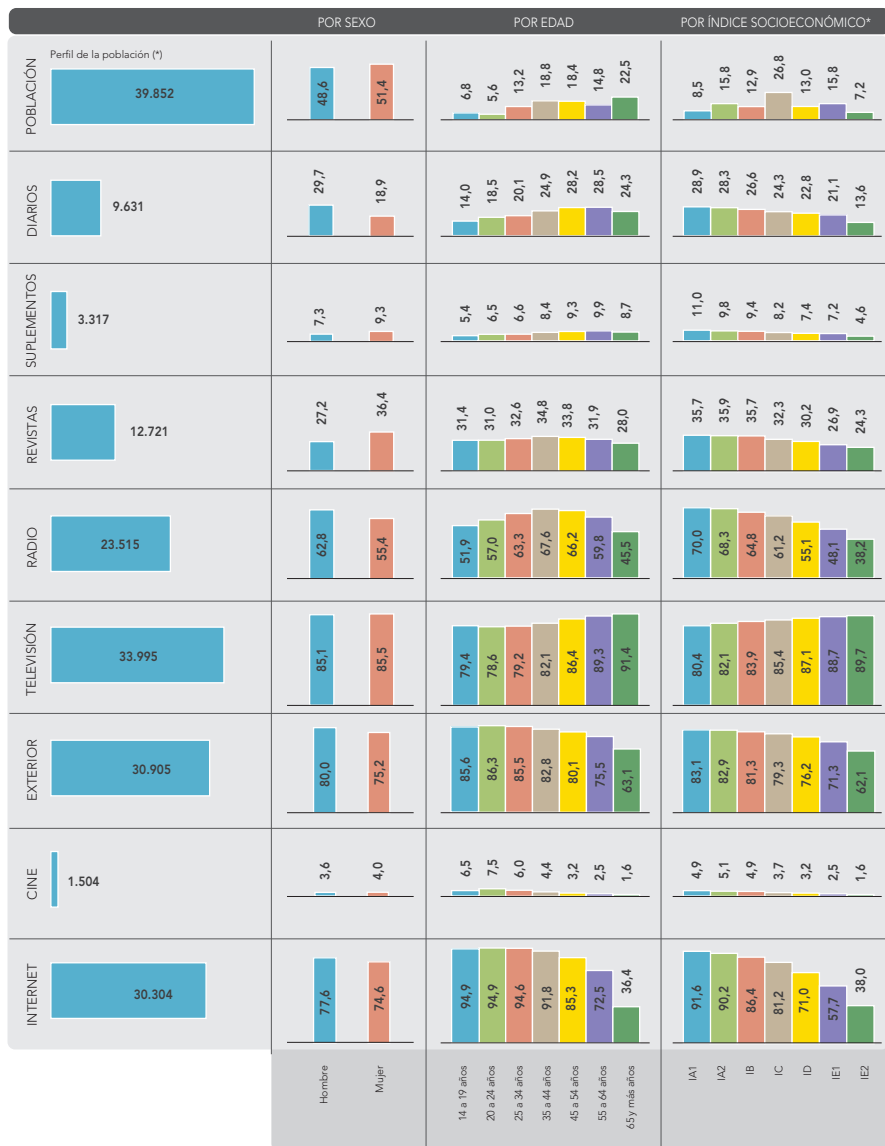
*Abril de 2017 a Marzo de 2018.

PENETRACIÓN POR TARGETS



* Individuos (ooo)
% Individuos

© AIMC - Fuente EGM



AUDIENCIA

Diarios: lectores / día

Suplementos: lectores / semana

Revistas: lectores / periodo public.

Radio: oyentes / día

Televisión: espectadores / día

Exterior: soportes vistos / semana

Cine: espectadores / semana

Internet: usuarios / día

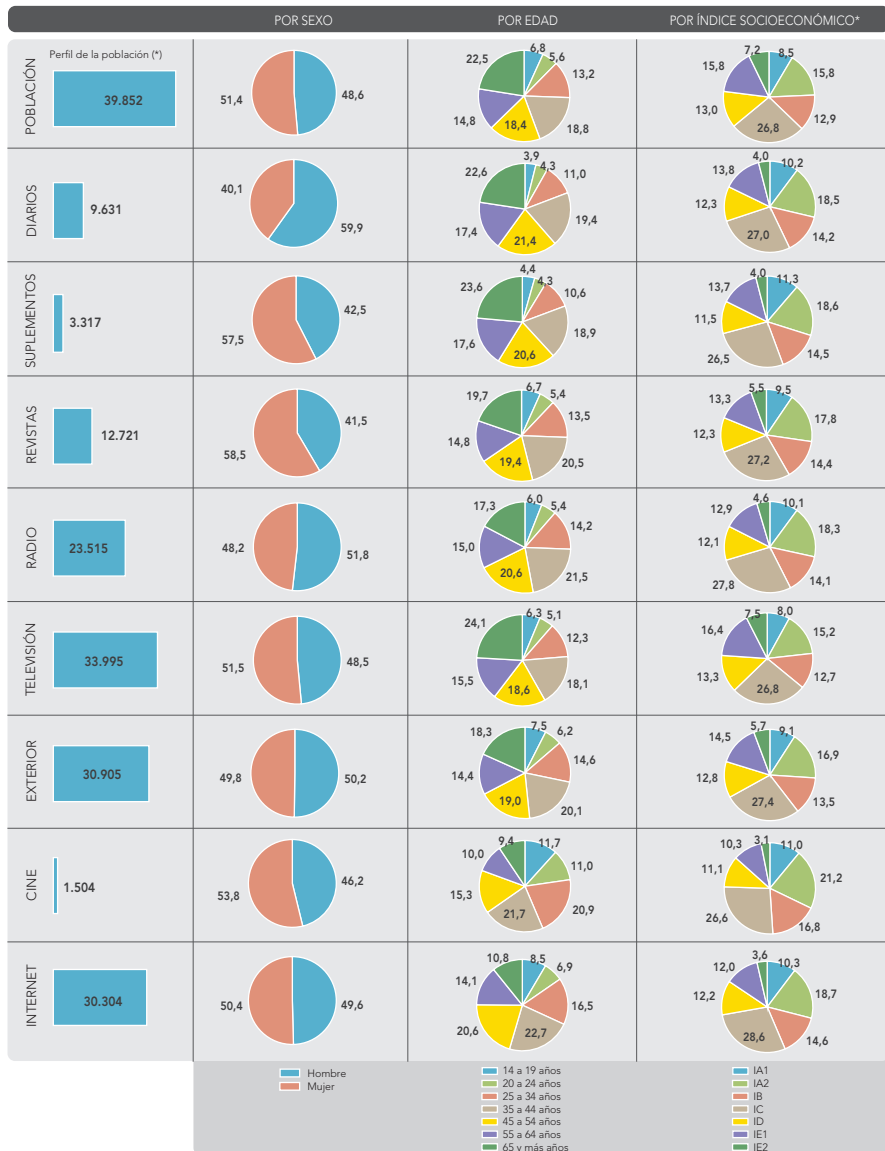
* IA1 mayor Índice Socioeconómico

PERFIL POR TARGETS



* Individuos (ooo)
% Individuos

© AIMC - Fuente EGM



AUDIENCIA

Diarios: lectores / día
Suplementos: lectores / semana
Revistas: lectores / periodo public.
Radio: oyentes / día

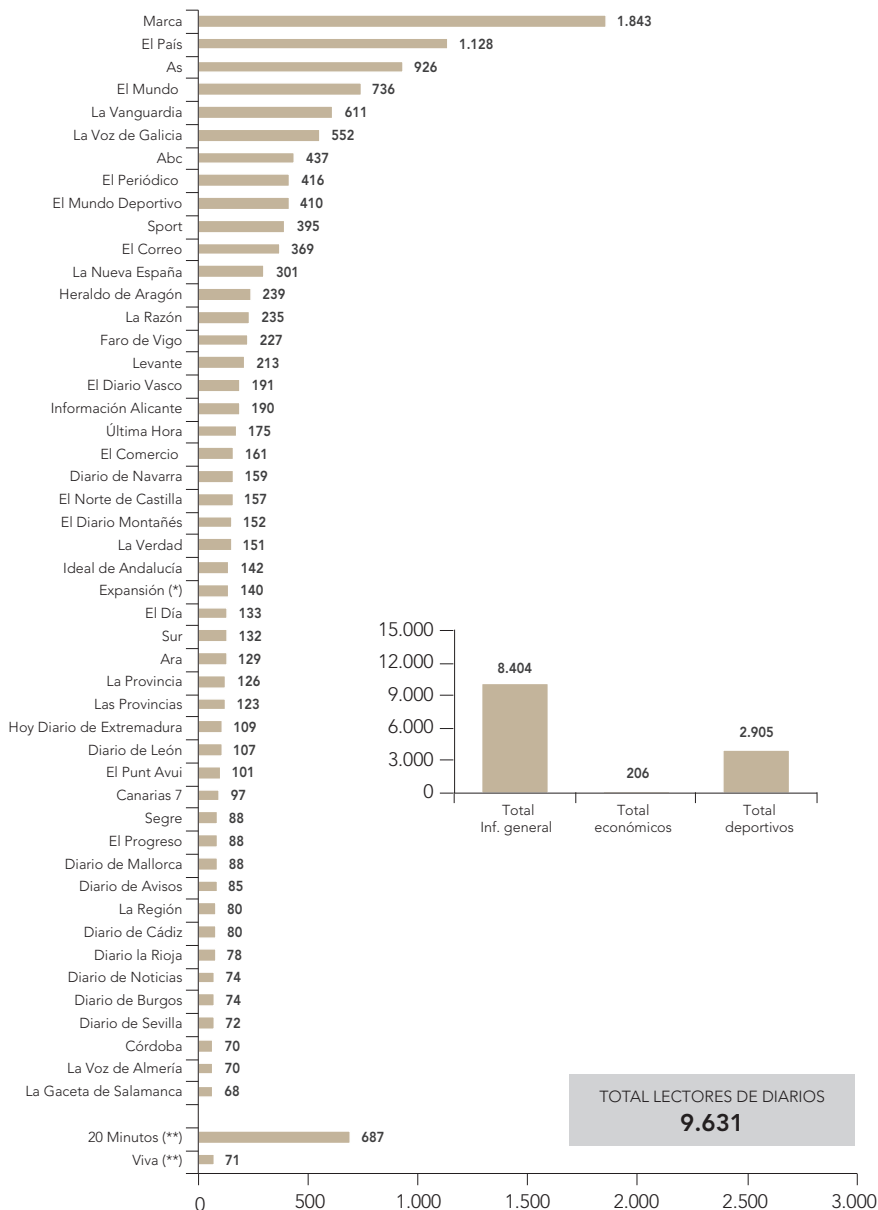
Televisión: espectadores / día
Exterior: soportes vistos / semana
Cine: espectadores / semana
Internet: usuarios / día

* IA1 mayor Índice Socioeconómico



Lectores / día (000)

© AIMC - Fuente EGM



(*) Se publica de lunes a sábado

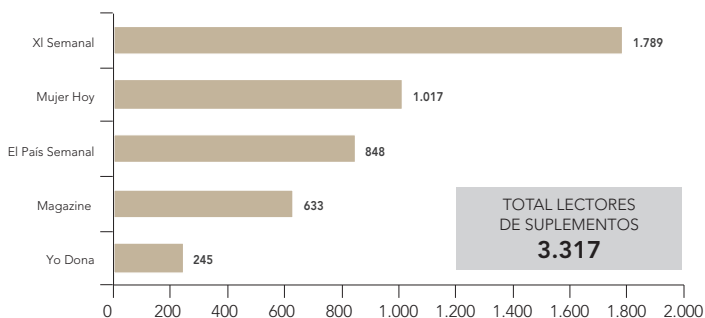
(**) Se publica de lunes a viernes

SUPLEMENTOS



Lectores / semana (000)

© AIMC - Fuente EGM

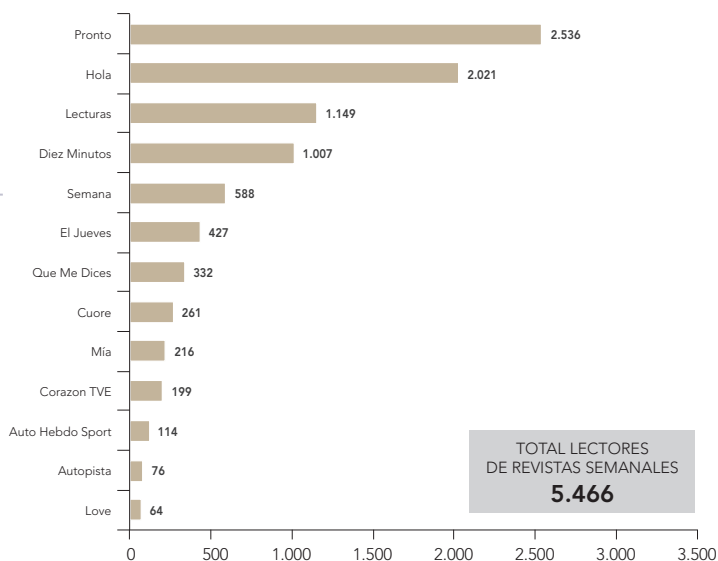


REVISTAS SEMANALES



Lectores / semana (000)

© AIMC - Fuente EGM



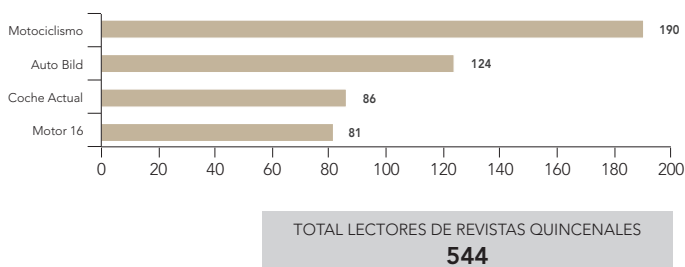
* IA1 mayor Índice Socioeconómico

REVISTAS QUINCENALES



Lectores / quincena (000)

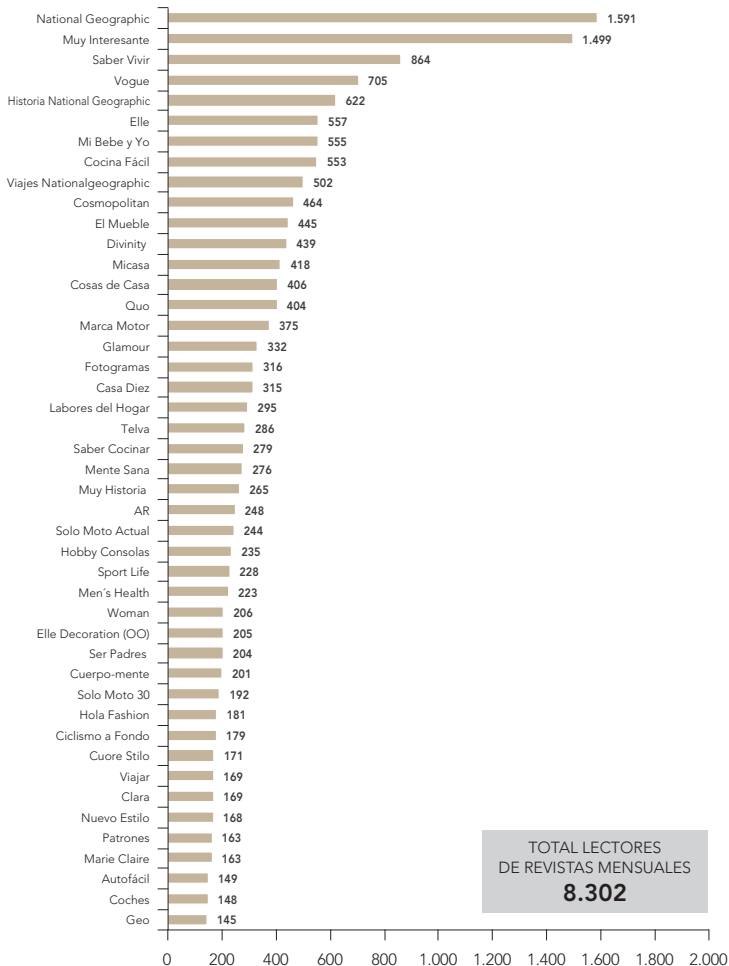
© AIMC - Fuente EGM



REVISTAS MENSUALES

 Lectores / mes (000)

© AIMC - Fuente EGM

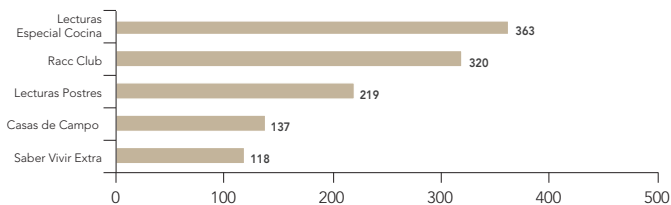


(OO) Datos referidos al promedio de 3ª ola 2017 y 1ª ola 2018

REVISTAS BIMESTRALES

 Lectores / bimestre (000)

© AIMC - Fuente EGM

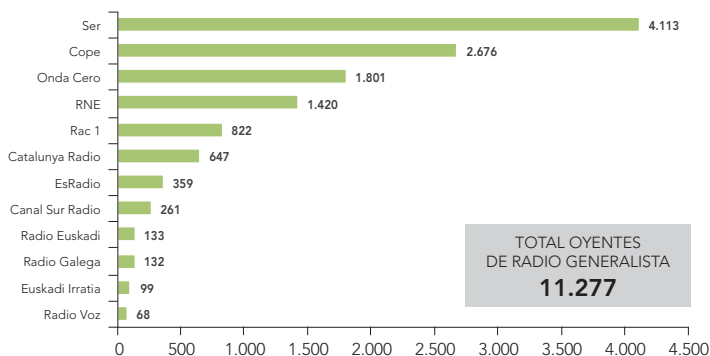


RADIO GENERALISTA (LUNES A DOMINGO)



Oyentes / día (000)

© AIMC - Fuente EGM

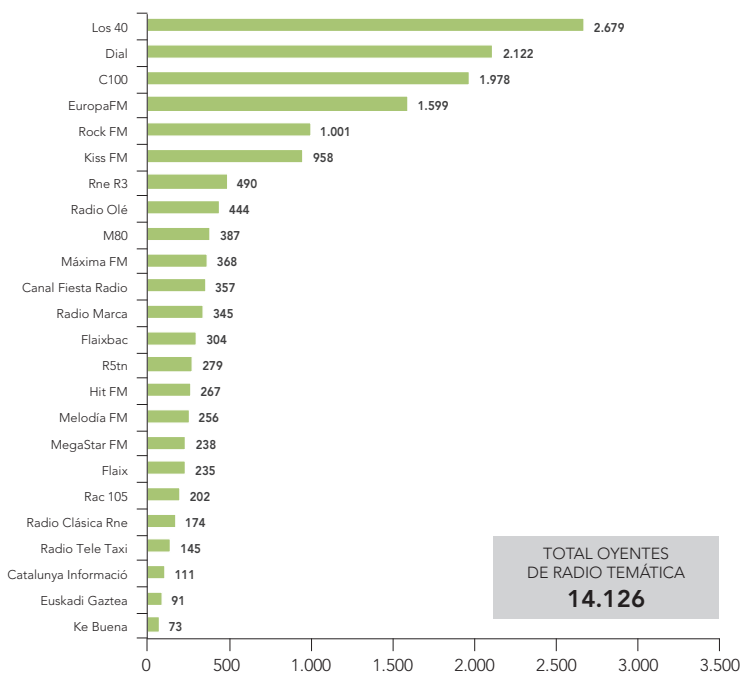


RADIO TEMÁTICA (LUNES A DOMINGO)

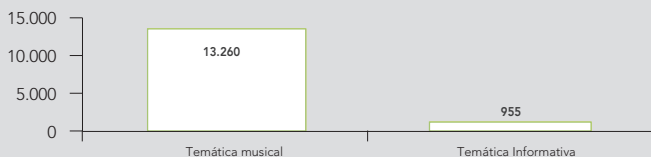


Oyentes / día (000)

© AIMC - Fuente EGM



OYENTES RADIO TEMÁTICA POR CONTENIDOS (LUNES A DOMINGO)



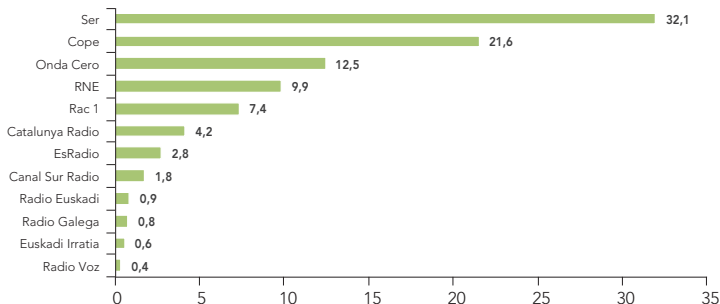
© AIMC - Fuente EGM

RADIO GENERALISTA (LUNES A DOMINGO)



Share %

© AIMC - Fuente EGM

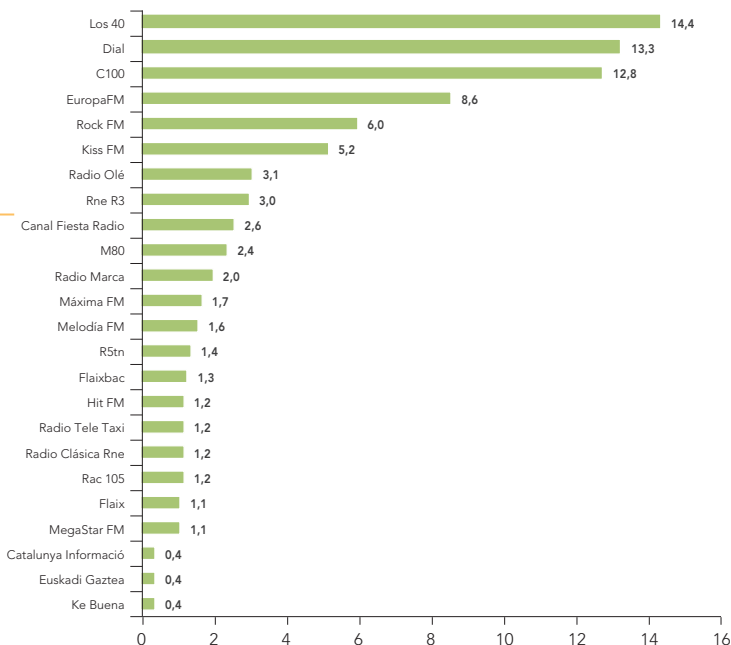


RADIO TEMÁTICA (LUNES A DOMINGO)



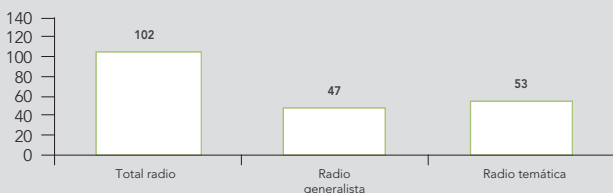
Share %

© AIMC - Fuente EGM



CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA (LUNES A DOMINGO)

© AIMC - Fuente EGM

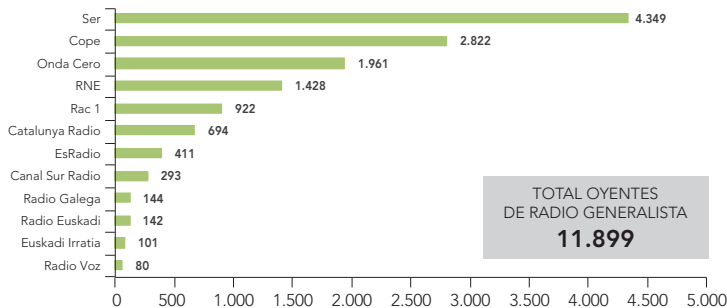


RADIO GENERALISTA (LUNES A VIERNES)



Oyentes / día (000)

© AIMC - Fuente EGM



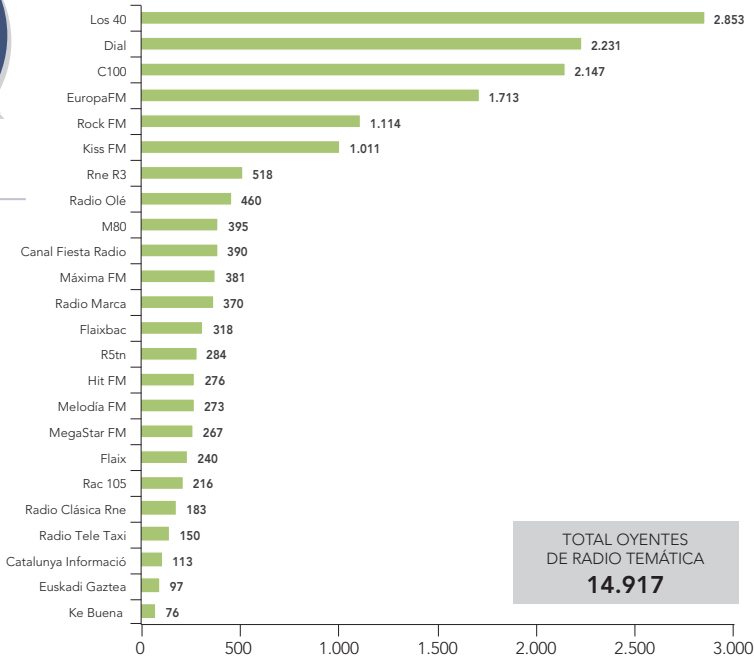
TOTAL OYENTES DE RADIO GENERALISTA
11.899

RADIO TEMÁTICA (LUNES A VIERNES)



Oyentes / día (000)

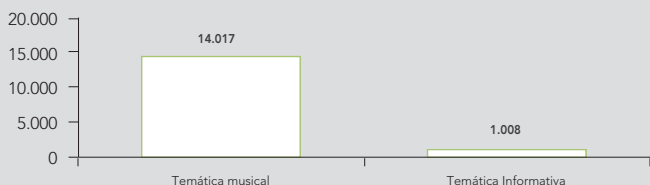
© AIMC - Fuente EGM



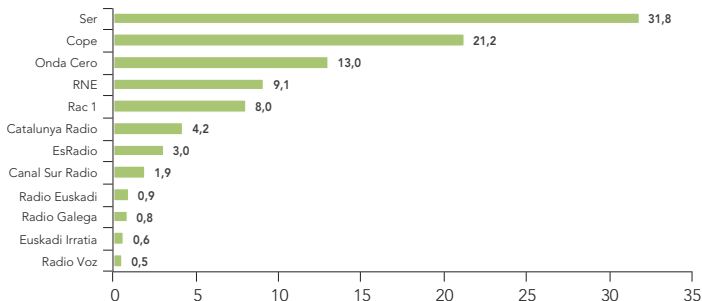
TOTAL OYENTES DE RADIO TEMÁTICA
14.917

OYENTES RADIO TEMÁTICA POR CONTENIDOS (LUNES A VIERNES)

© AIMC - Fuente EGM



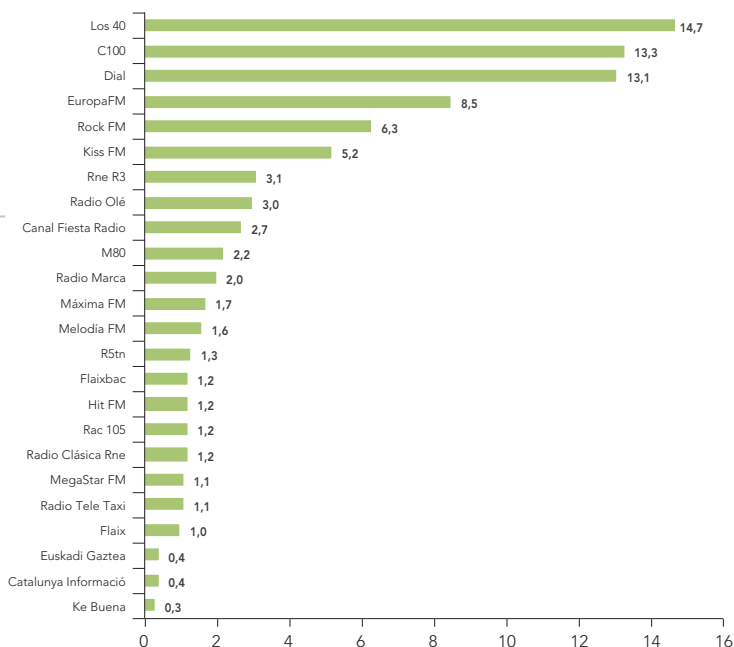
RADIO GENERALISTA (LUNES A VIERNES)



Share %

© AIMC - Fuente EGM

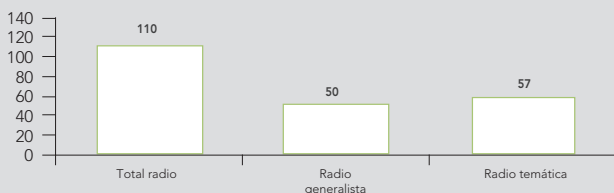
RADIO TEMÁTICA (LUNES A VIERNES)



Share %

© AIMC - Fuente EGM

CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA (LUNES A VIERNES)



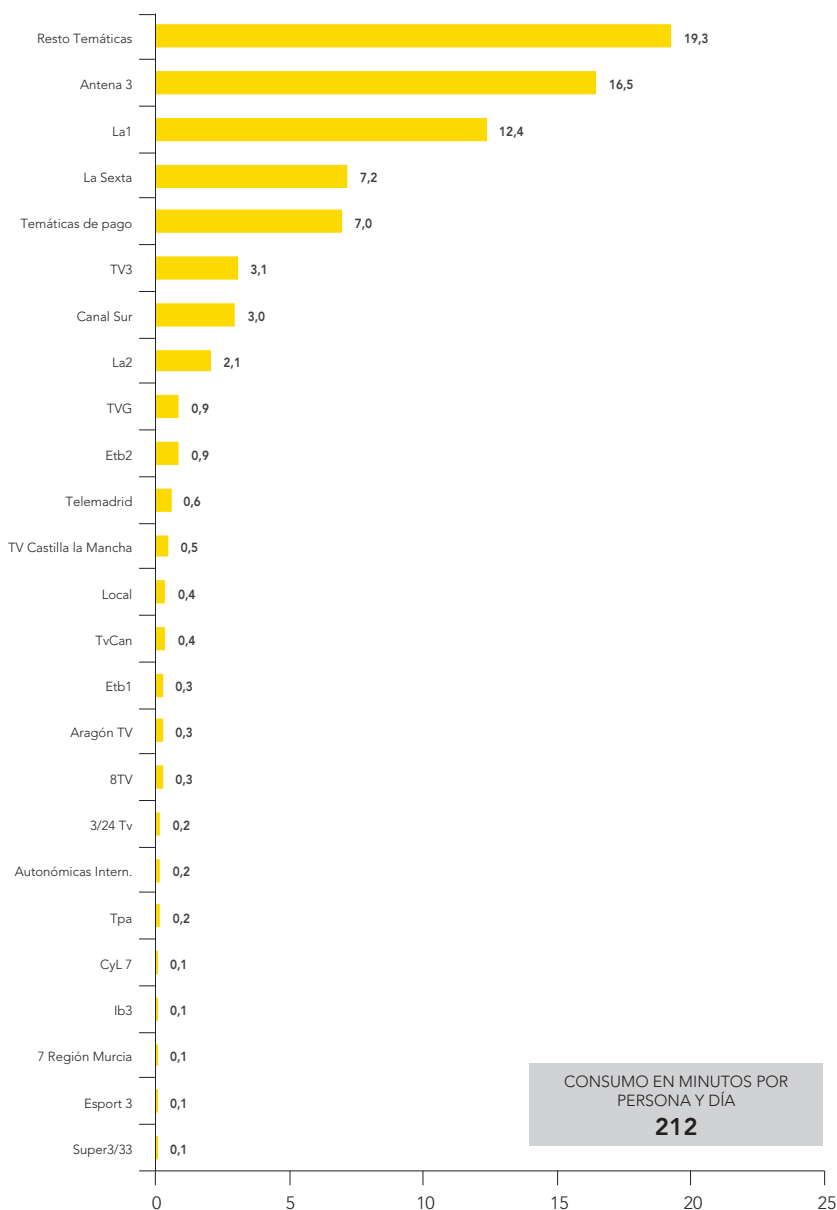
© AIMC - Fuente EGM

**RANKING DE
CADENAS DE
TELEVISIÓN**
(LUNES A
DOMINGO)



Share %

© AIMC - Fuente EGM

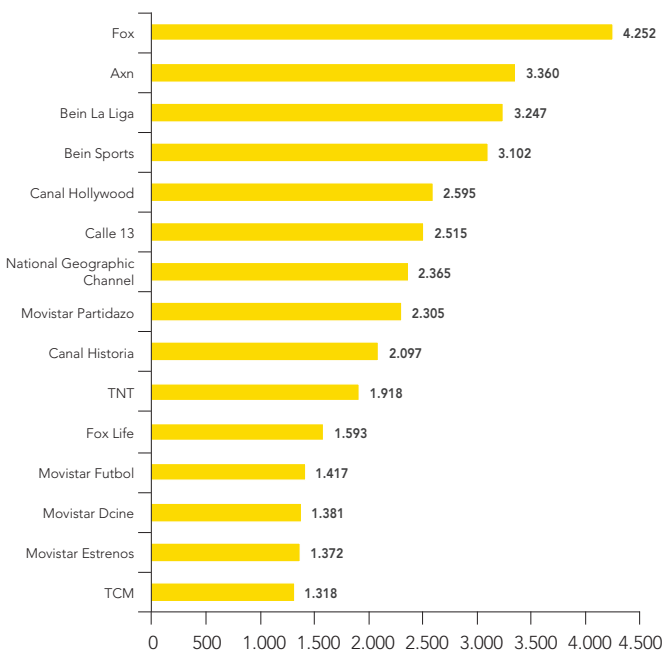


CANALES TEMÁTICOS DE PAGO



Audiencia últimos 30 días (000)

© AIMC - Fuente EGM

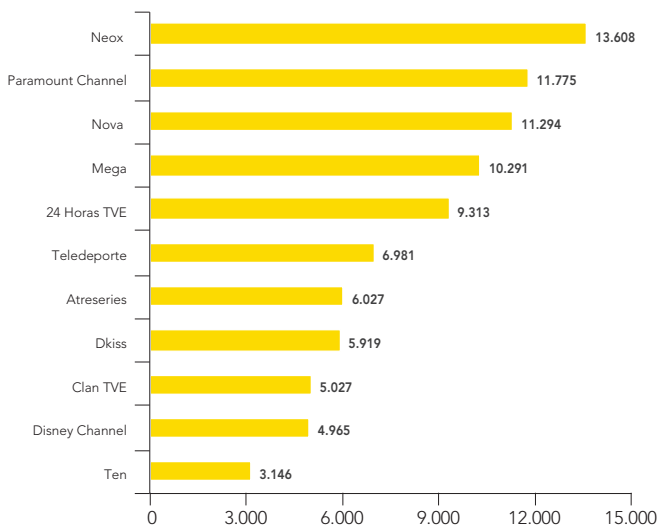


RESTO CANALES TEMÁTICOS



Audiencia últimos 30 días (000)

© AIMC - Fuente EGM

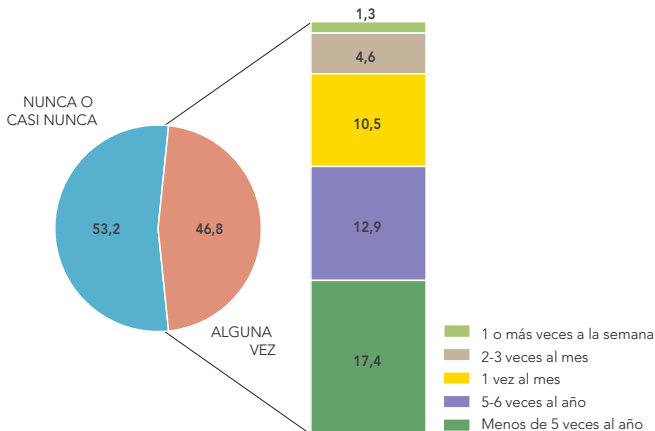


HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE



% de individuos

© AIMC - Fuente EGM

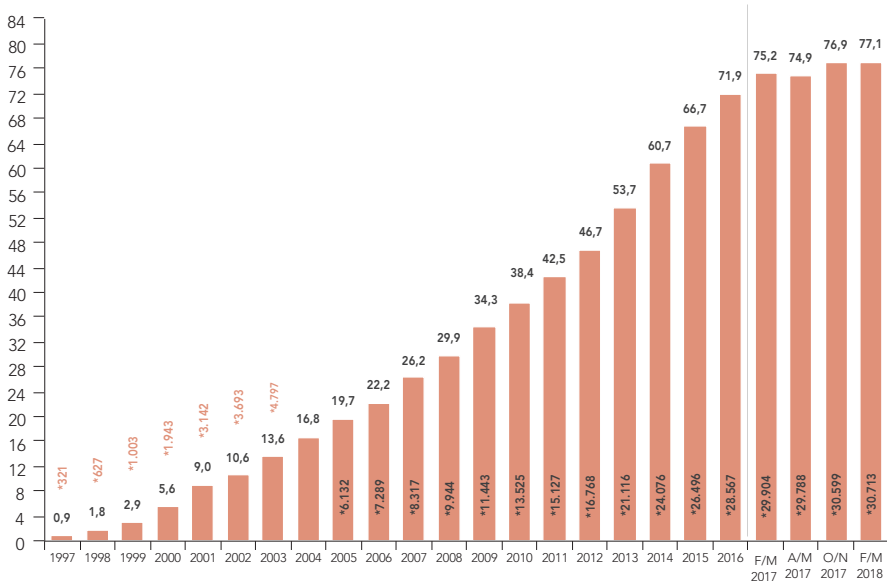


EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET AYER



Datos por ola
% de individuos

© AIMC - Fuente EGM



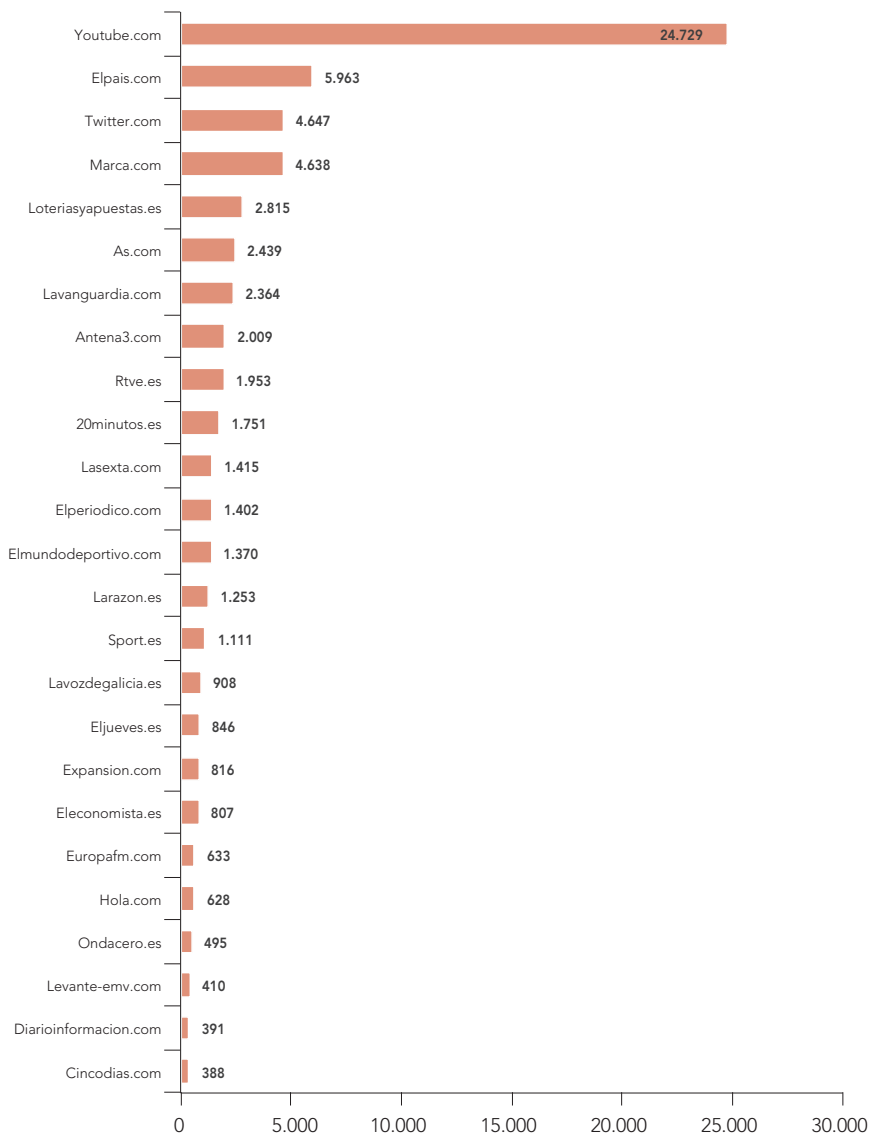
*Individuos en miles.



Datos por ola

Visitantes únicos / Ult. 30 días (ooo)

© AIMC - Fuente EGM

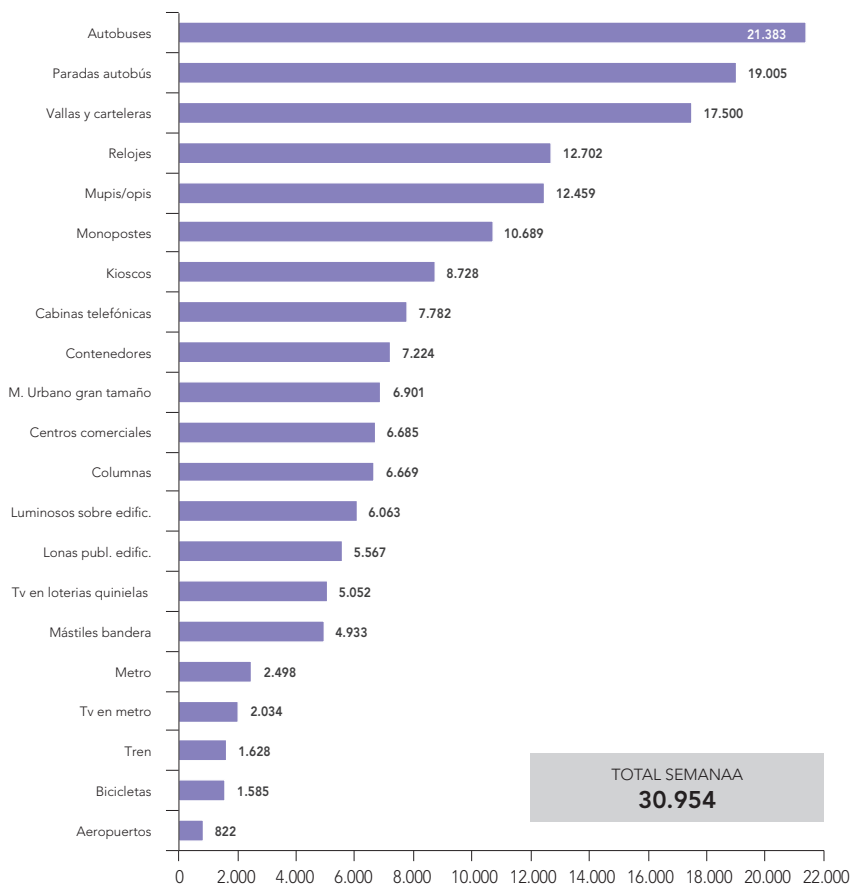


*Nota: Información referida exclusivamente a los sitios controlados por el EGM.



**Nº individuos que han visto publicidad
en la última semana en ...(000)**

© AIMC - Fuente EGM



FICHA TÉCNICA

Universo: población de 14 o más años (39.852.000 individuos)

Muestra anual tres últimas olas: 29.785 multimedia (+ 49.255 monomedia radio
+ 45.157 monomedia prensa
+ 19.829 monomedia revistas
+ 13.055 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

RESUMEN GENERAL



ASOCIACION PARA LA INVESTIGACION DE MEDIOS DE COMUNICACION

AIMC - c/ Basílica, 19 - 8º A
28020 Madrid
Tel. 91 570 11 74
aimc@aimc.es
www.aimc.es