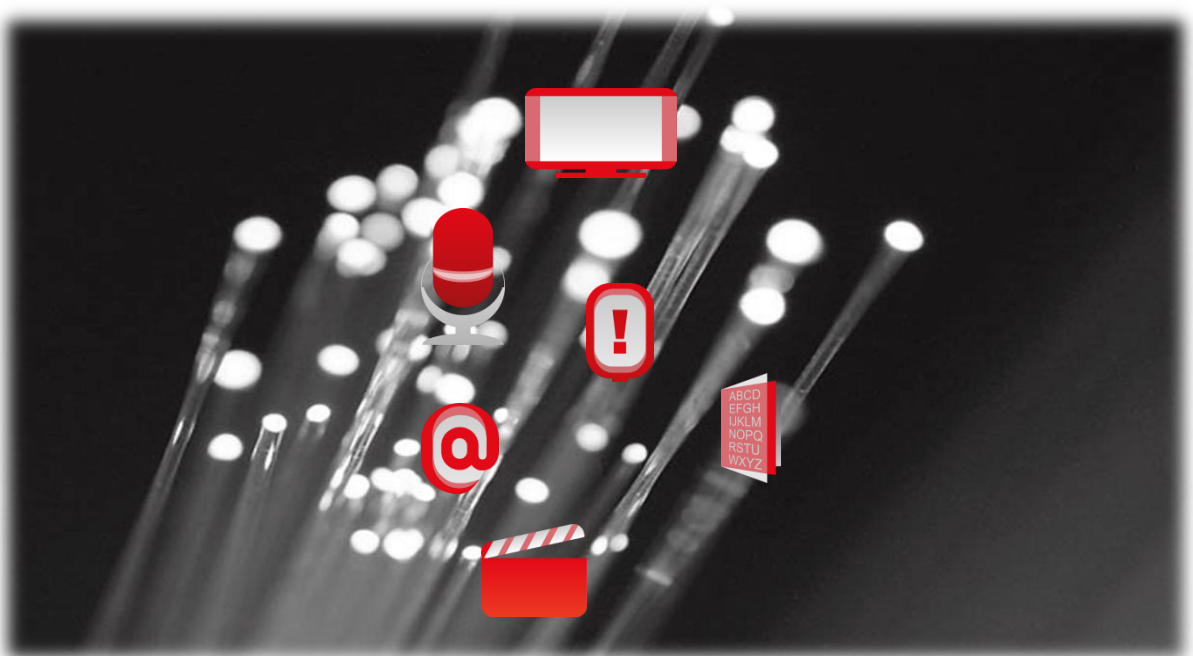


Q.

Comunicación AL DÍA

EGM 3º Acumulado Móvil 2011





Por este orden con respecto al 3º acumulado 2010

Crecen Exterior, Internet, Radio y TV

Caen resto de los medios

Audiencia General de Medios: 3º Acumulado Móvil 2011

(Febrero a Noviembre 2011)

3º Ola 2011

(Octubre a Noviembre)

- Evolución de la audiencia en los distintos medios**

- Ranking soportes-medios**

FICHA TECNICA:

Universo: población de 14 o más años (39.485.000 individuos)

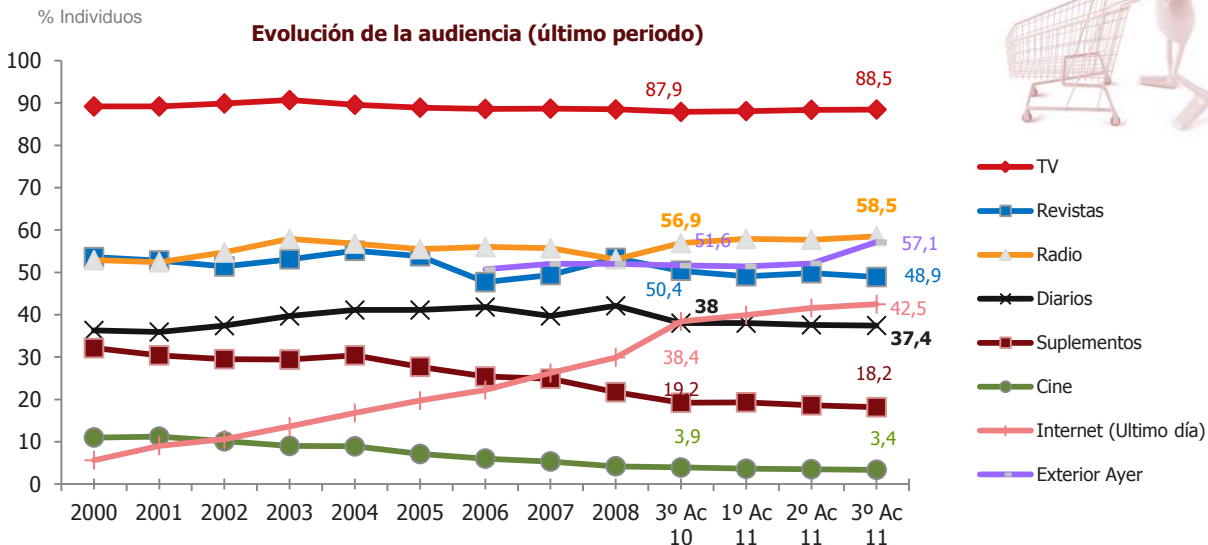
Muestra anual tres últimas olas: 30.531 multimedia (+49.478 monomedia radio, +45.147 monomedia prensa, +20.006 monomedia revistas, +13.024 monomedia televisión)

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

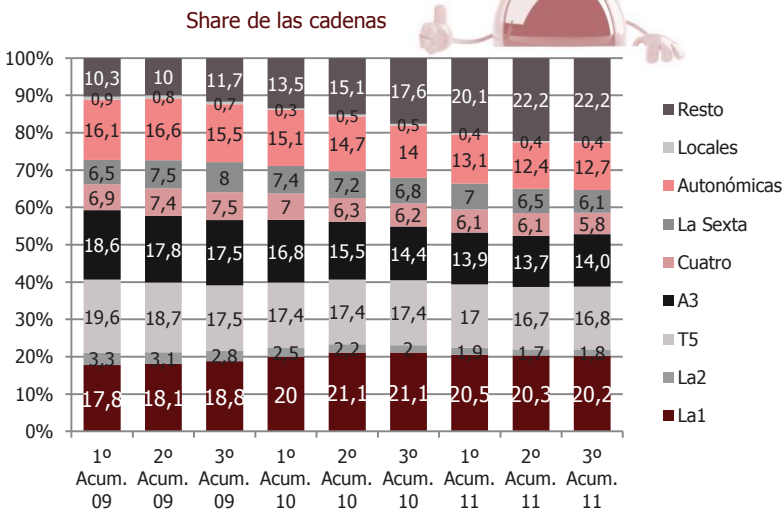
Diseño muestral: selección aleatoria de hogares y elección de una persona del hogar

Consumo de Medios

Crece en penetración sobre el 3º Acumulado 2010, **Exterior** (+10,8%), **Internet** (+10,7%), **Radio** (+2,9%), y **TV** (+0,6%); el resto de medios caen, **Cine** (-14,7), **Suplementos** (-5,3%), **Revistas** (-2,8%) y **Diarios** (-1,5%).



Consumo Medio Televisión



Penetración del 88,5%

Consumo en minutos por persona y día 237



El consumo de TV asciende 10 minutos respecto al 3º acumulado de 2010. La televisión con una penetración del 88,5% sube 6 décimas respecto a la misma ola de 2010. El presente estudio se realiza por declaración del entrevistado, **La 1** se posiciona como la cadena de TV más vista con un 20,2% (pierde 9 décimas respecto a la misma ola acumulada del año anterior) **Telecinco y Antena 3** se sitúan en segundo y tercer lugar con un 16,8% (pierde 6 décimas) y un 14,0% (4 décimas menos) de share, respectivamente.

*Incrementos respecto al 3º acumulado 2010

FUENTE: EGM 3º Acu. Móvil 2011

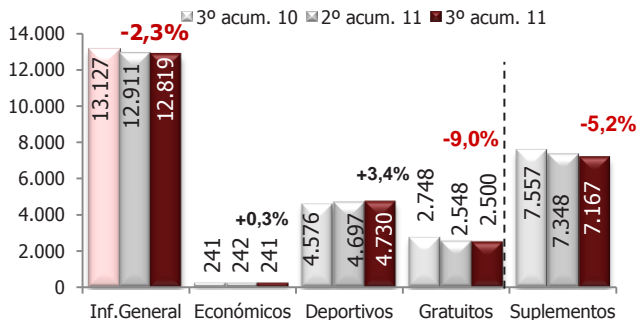
Consumo Diarios y Suplementos



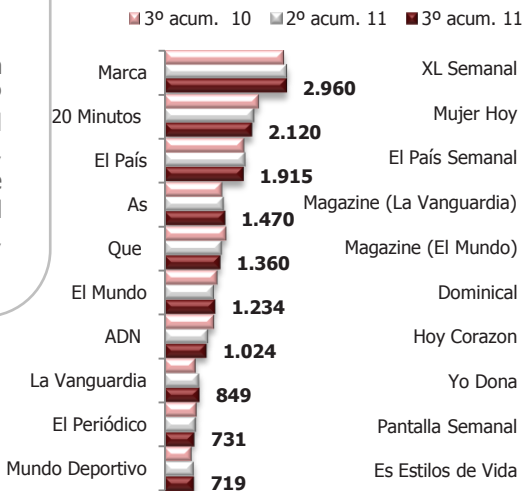
Diarios alcanza 14.781.800 lectores y una penetración del 37,4% (desciende un 1,5% respecto al 3º Acumulado 2010). **Marca** (2.959.600), sigue siendo el diario más leído en España, **20 Minutos** (2.119.960), es segundo, pierde un 7,0 de lectores, a continuación se sitúa **El País** como diario de información general (1.915.240). La mayor subida, **La Vanguardia** 12,2%, y la mayor bajada el gratuito **ADN** un 14,9%.

TOTAL LECTORES DIARIOS:
14.781.800

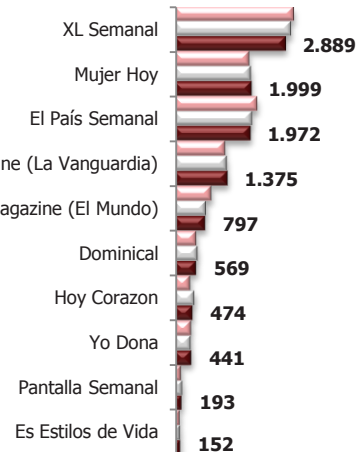
Audiencia Diarios por tipología (lectores en '000)



Ranking Diarios ('000 lectores)



Ranking Suplementos ('000 lectores)



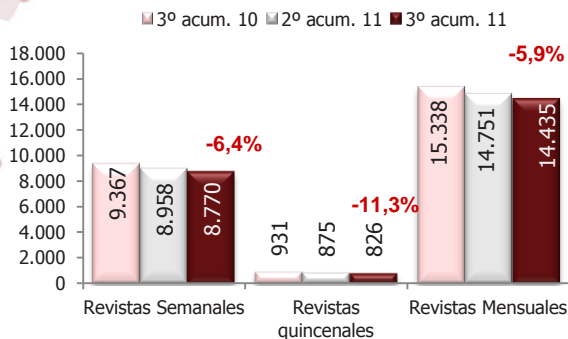
Los Suplementos con un 18,2% de penetración descienden un 5,3%. **XL Semanal**, continúa siendo el suplemento más leído aunque pierde un 6,4% de sus lectores. La mayor subida, **Hoy Corazón** un 16,4%, y el que más baja el **Magazine El Mundo** 16,3%.

Audiencia Revistas por tipo de periodicidad

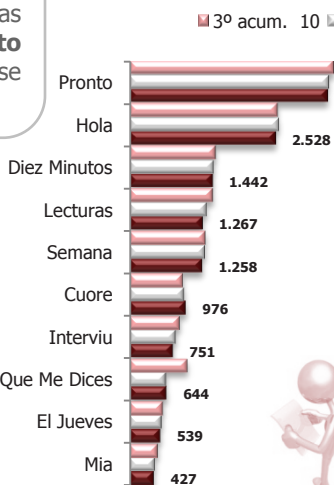
El número de lectores de revistas es de 19.320.400 (-2,8%). Por tipologías descenso generalizado, las **quincenales** las que más **bajan con un 11,3%**. Por cabeceras, **Pronto** entre las semanales y **Digital+** entre las mensuales, se sitúan como las revistas más leídas.

TOTAL LECTORES REVISTAS:
19.320.400

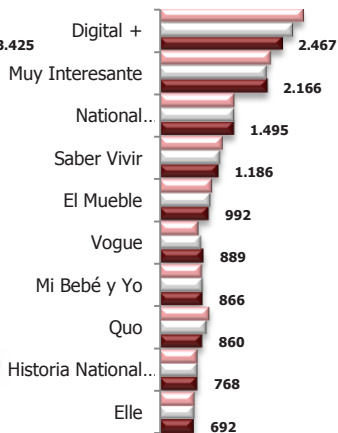
Audiencia Revistas (lectores en '000)



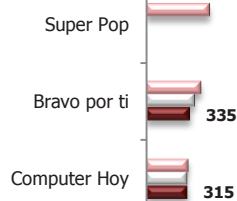
Ranking Semanales ('000 lectores)



Ranking Mensuales ('000 lectores)



Ranking Quincenales ('000 lectores)



*Incrementos respecto al 3º acumulado 2010

FUENTE: EGM 3º Acu. Móvil 2011

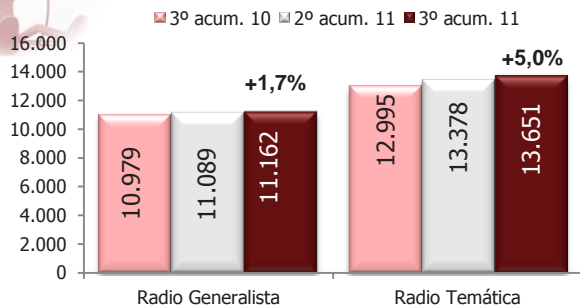
Consumo Medio Radio

La Radio es el tercer medio que sube en cuanto a penetración (gana 1 punto y 7 décimas) y su audiencia asciende 3,0%. Por cadenas generalistas y en el dato acumulado anual, **la cadena SER pierde un 7,6% de oyentes, mientras que sus competidores más directos crecen, COPE (+19,6%) y ONDA CERO (+10,4%)**. Si nos referimos al dato de la Ola, la SER desciende un 2,3%; mientras que COPE y ONDA CERO crecen un 1.2% y un 6.7% respectivamente .

TOTAL OYENTES RADIO:
23.114.870

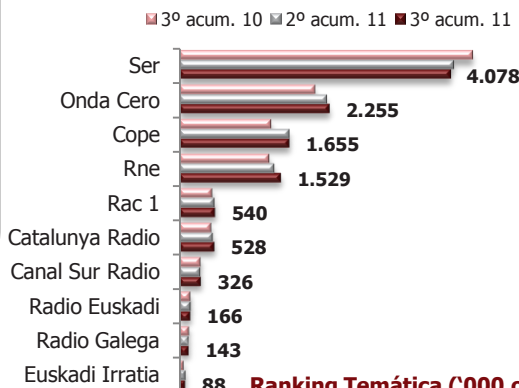
Audiencia Radio por tipología (Oyentes en '000)

Lunes a Domingo

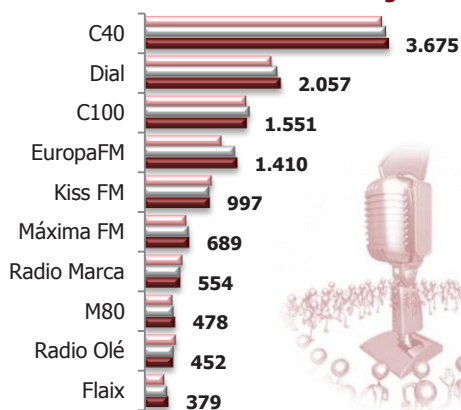


*EGM en esta oleada no publica los datos referidos de ABC Punto Radio por petición propia de la empresa hasta dentro de un año.

Ranking Generalista ('000 oyentes) Lunes a Domingo



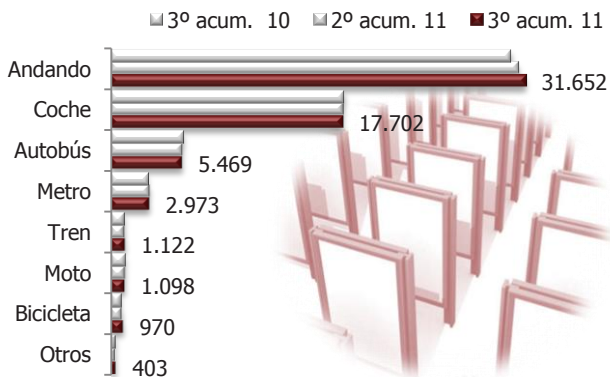
Ranking Temática ('000 oyentes) Lunes a Domingo



Consumo Medio Exterior

El **57,1%** de la población mayor de 14 años recuerda haber visto publicidad exterior en el día de ayer, gana algo más de 5 puntos y medio respecto a la misma ola acumulada de 2010. **Autobuses y Paradas de autobús** son los soportes de exterior en los que se reconoce que más publicidad se ha visto. Los soportes menos recordados situados en **Aeropuertos** como en **Estaciones de tren** disminuyen un -23,7 y -16,3% respectivamente, por otro lado, crece la audiencia en los espacios publicitarios, **Mástiles bandera** (+31,2%), como **Monospotes** (+17,8%) y **Vallas y Carteleras** (+13,8%).

Ranking Medios de Transporte utilizados entre semana (Audiencia '000)



Ranking Principales Soportes Exterior Ayer (Audiencia '000)

Soportes	3º acum.10	2º acum. 11	3º acum. 11	Incr 3º 11 vs 3º 10
..Autobuses	11.017	11.019	11.827	7,4
..Paradas de autobús	9.078	9.279	9.832	8,3
..Vallas y carteleras	7.626	7.866	8.681	13,8
..Cabinas telefónicas	8.551	8.124	8.452	-1,2
..Relojes	8.497	8.123	8.349	-1,7
..Kioscos	5.604	5.595	5.972	6,6
..Mupis/Opis	5.304	5.439	5.576	5,1
..Monopostes	3.504	3.758	4.129	17,8
..Contenedores	3.835	3.632	3.813	-0,6
..Columnas	3.031	2.881	2.989	-1,4
..Mobiliario urbano gran tamaño	2.333	2.488	2.651	13,6
..Luminosos sobre edificios	2.671	2.437	2.586	-3,2
..Mástiles bandera	1.871	2.189	2.455	31,2
..Lonas publicitarias edificios	2.253	2.026	2.289	1,6
..TV en loterías/quinielas	1.998	1.925	1.833	-8,2
..Publicidad en Metro	1.558	1.688	1.738	11,6
..Centros comerciales	1.776	1.638	1.529	-13,9
..Pasillos en el Metro	1.321	1.442	1.490	12,7
...Andenes	1.295	1.400	1.430	10,4
...Tv estaciones de Metro	1.076	1.184	1.214	12,9
..Estaciones de tren	904	785	756	-16,3
..Aeropuertos	249	204	190	-23,7

*Incrementos respecto al 3º acumulado 2010

FUENTE: EGM 3º Acu. Móvil 2011

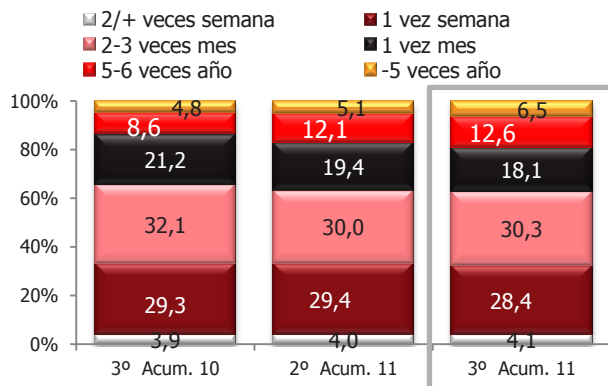


Consumo Medio Cine

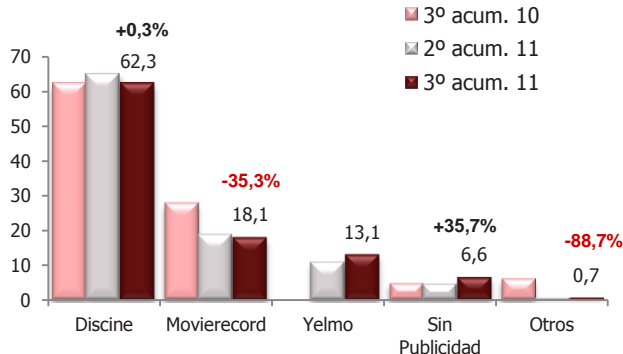


Los datos de asistencia al Cine se sitúa con una **penetración del 3,4%** (6 décimas menos respecto a la misma ola 2010) y **1.331.920** espectadores.

Asistencia al Cine (última semana)



Audiencia por tipo de exclusivista (última semana)



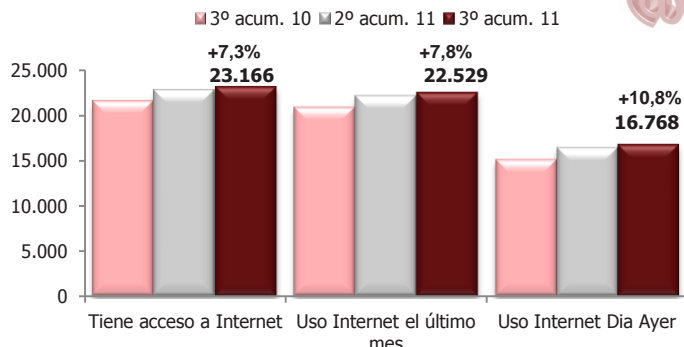
Consumo Medio Internet



Internet con un 42,5% de penetración crece algo más de 4 puntos sobre el 3º acumulado móvil de 2010. Si analizamos **los datos de Ola**, la penetración de Internet alcanza en el último mes al **57,6%** y en el día de ayer al **42,4%**.

"**Marca.com**" permanece a la cabeza, supera los cuatro millones de visitantes mensuales.

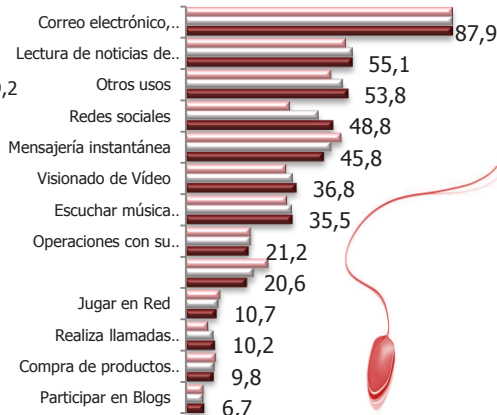
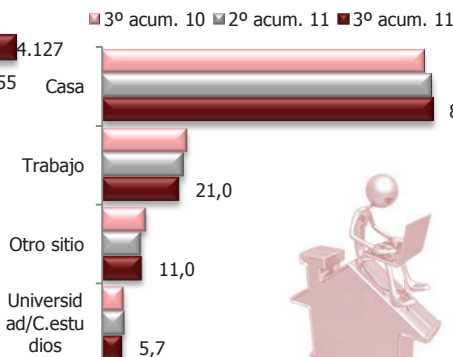
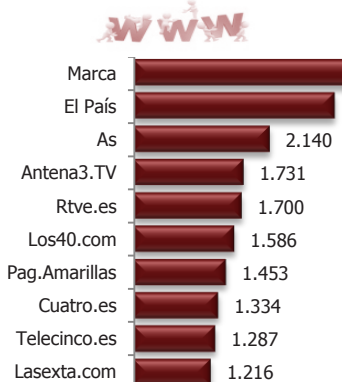
Penetración y Hábitos de uso (Internautas en '000)



Ranking Principales *Sites visitados último mes (Internautas '000) datos 3º Ola 2011

Lugar desde donde accedió último mes (%)

Acceso a servicios utilizados último mes (%)



*Aquellos sites controlados por el EGM

*Incrementos respecto al 3º acumulado 2010

FUENTE: EGM 3º Acu. Móvil 2011