

OMD

Resumen EGM

Primer Acumulado 2014: Abril 2013 - Marzo 2014



Lo más relevante

Televisión

La Audiencia TV sube reafirmando su reinado. Gana 1,4 mill. de espectadores en la última ola, y supera la barrera de los 35 millones en Acum. anual.

Exterior

EXTERIOR pierde protagonismo, y baja puestos en el ranking de cobertura: se sitúa 4º en última ola, tras Radio e Internet, y tras perder 1 millón de ind.

Radio

La RADIO, fuerte y estable, recupera su 2º puesto en Cobertura. Comienza año registrando 24,3 millones oyentes en el Acum. y en la ola.

Diarios

Los DIARIOS siguen a la baja: 12,1 millones de lectores. Pese a "mantenerse" en la ola, cuentan con 1 millón y cuarto menos de lectores que el año anterior.

Revistas

Las REVISTAS también a la baja: 16,6 millones de lectores. 200 mil menos que la ola anterior y medio millón menos que el año anterior.

Suplementos

Los SUPLEMENTOS también pierden lectores: cuentan con 5 millones y cuarto, que suponen cerca de 600 mil lectores menos.

Internet

INTERNET se hace indispensable y se acerca al los 23 millones y medio de internautas en la última ola, tras ganar 1,2 mill. de ind. Boom en movilidad!

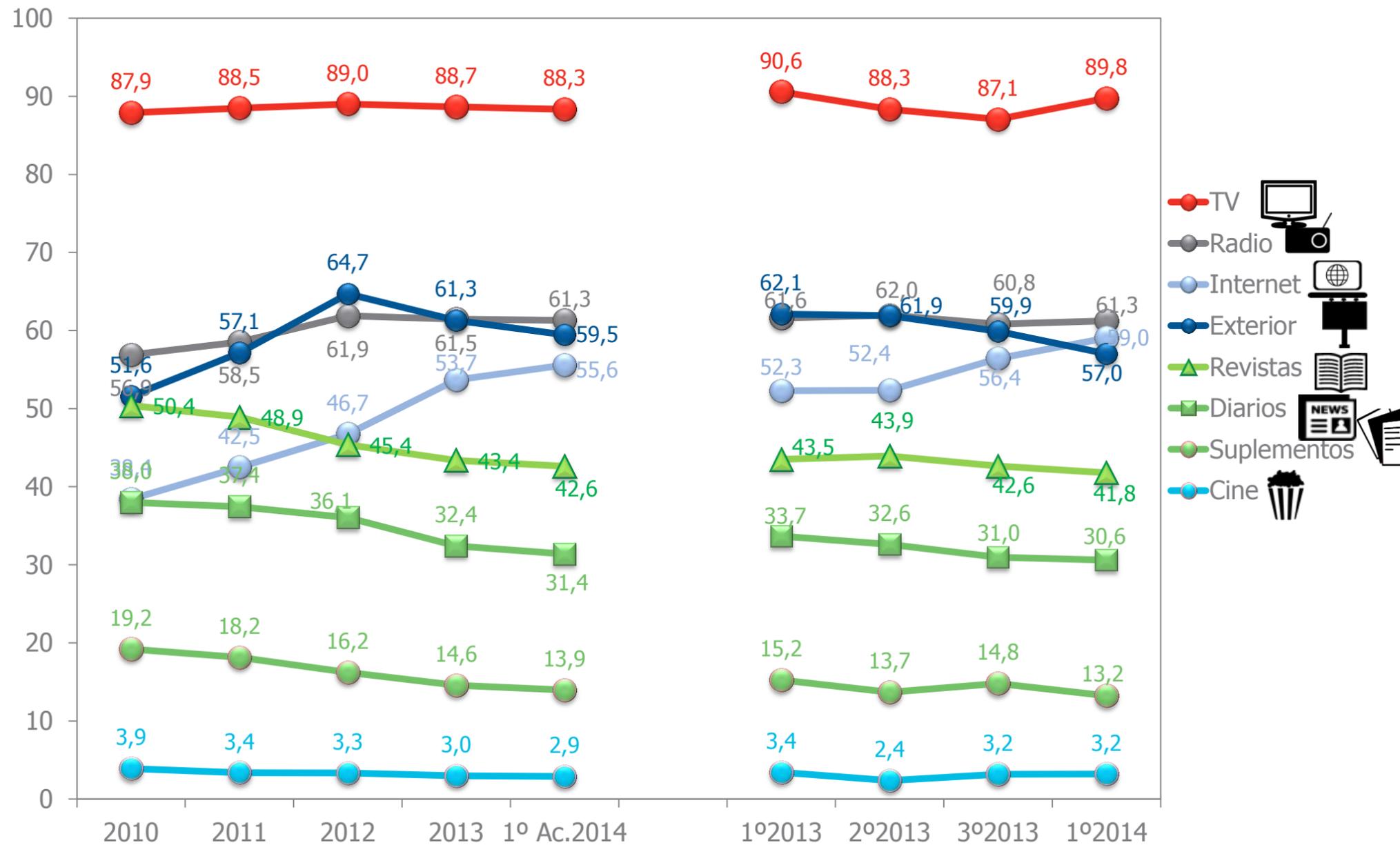
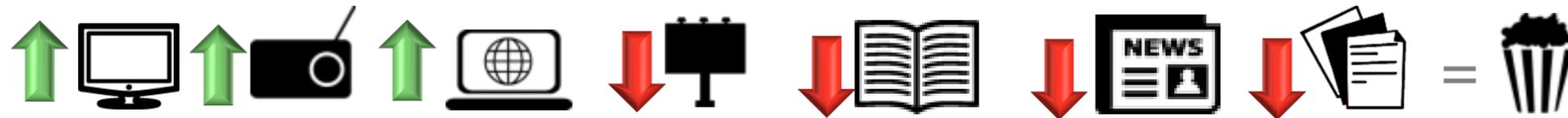
Cine

El CINE mantiene sus espectadores: 1,7 millones última ola. Aunque el dato anual continúa a la baja.



1 | Penetración.

Consumo de Medios



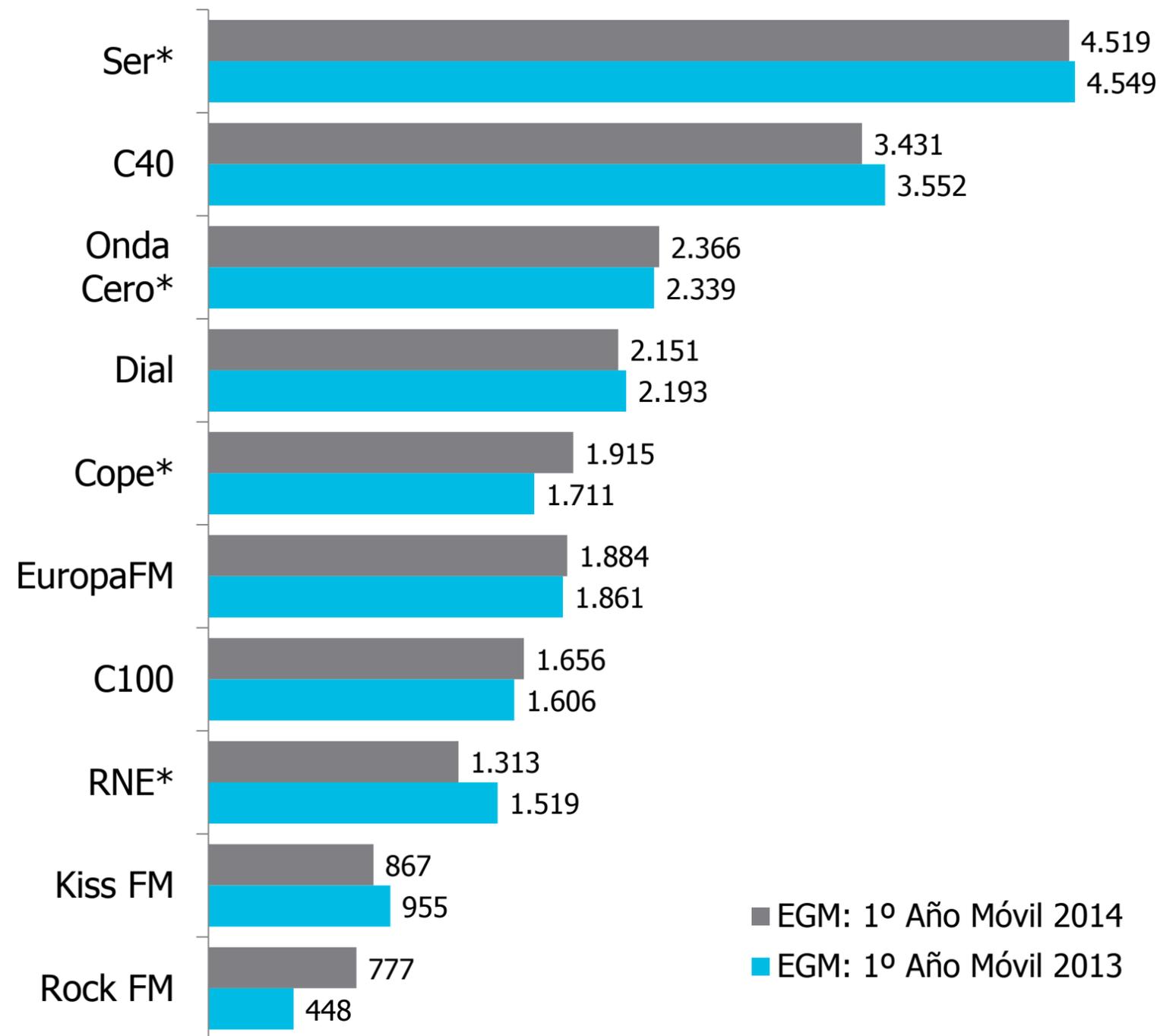
Fuente: EGM Acum.

TV, Radio, Internet y Exterior –Ayer-. Periódicos, Revistas y Suplementos –último período-, Cine –últimos 7 días-.

Oleadas EGM: 1ª Febrero-Marzo
2ª Abril-Mayo
3ª Octubre -Noviembre



La Radio



La Radio, fuerte y estable, recupera oyentes en esta ola (379 mil oyentes más que la ola anterior, aunque tan sólo 43 mil más que en el Acumulado anterior).

Es la Generalista la que gana oyentes en mayor medida, recuperándose de caídas anteriores, y situándose en 11,5 millones de oyentes, mientras que la Temática se mantiene estable al alza, cercana a los 15 millones.

Un dato Acumulado anual donde destacan de nuevo las ganancias de La Cope, (éxito de sus deportivos y la absorción de los postes de Punto Radio); mientras que Ser y Onda Cero, mantienen el tipo, y RNE continúa a la baja, pese a las ganancias de esta ola.

En cuanto a Temáticas destaca el subidón de Rock FM que entra en el Top 10, y las ganancias de Europa FM, M80, Radio Olé y Fiesta, en cambio bajan las exitosas C40 y Kiss.

Respecto a Programas deportivos, dato histórico: "Tiempo de juego" vence a "Carrusel Deportivo" los sábados!!! Mientras que "El larguero" reafirma su liderazgo en Laborables y "El Carrusel deportivo", continúa reinando los domingos. Los deportivos de la Cope, en ascenso.

Los Magazines de la Mañana: "Hoy por Hoy" y "Herrera en la Onda", preferidos, y ganando oyentes.

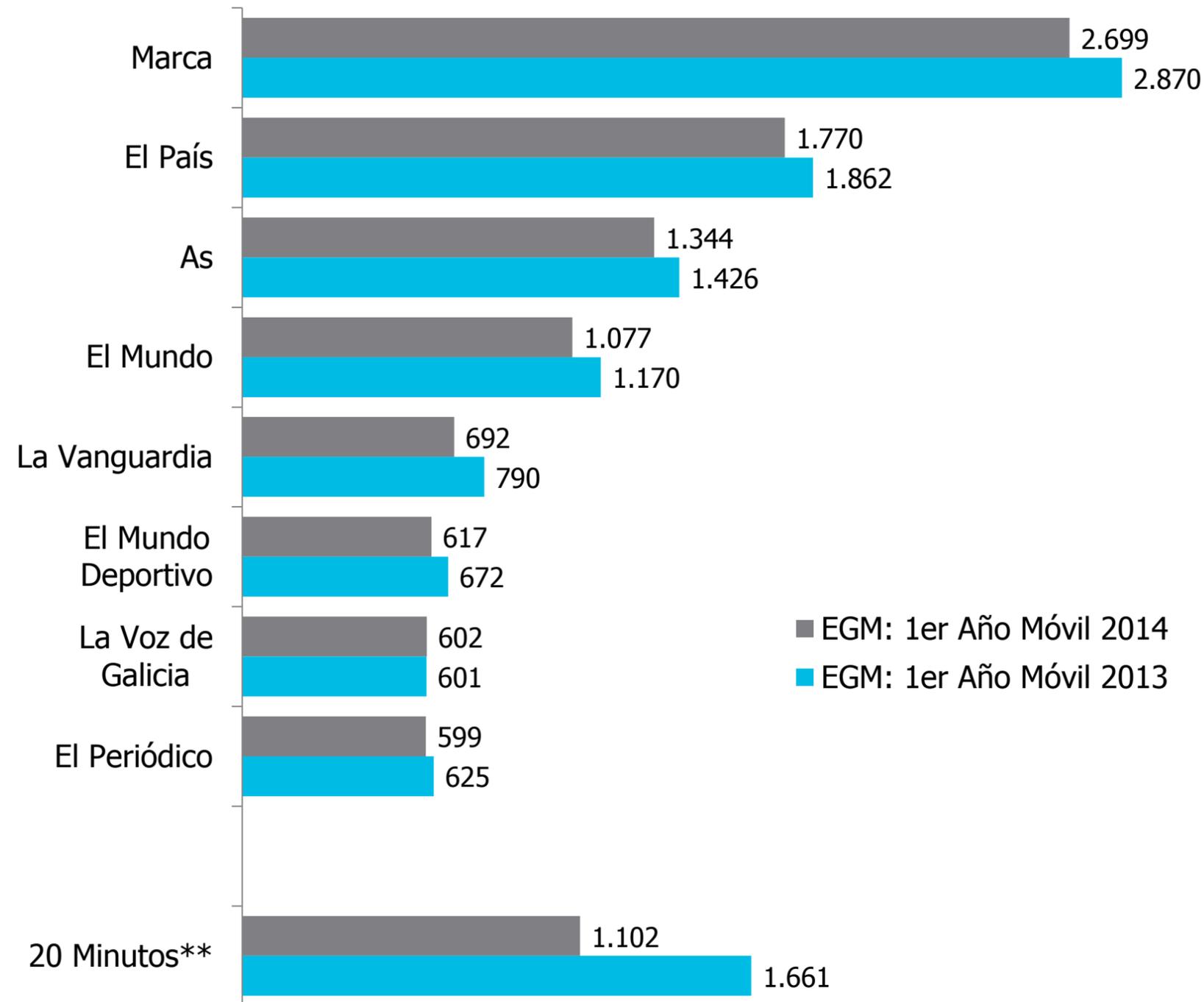
Los Magazines de Tarde: "La Ventana", reafirma liderazgo, y gana oyentes junto a "La Tarde de la Cope".

Los Nocturnos: El líder, "Hora 25", pierde oyentes, seguido de "La Linterna" que se mantiene, y "La Brújula" que sube.



1 | Penetración por medios.

Los Diarios

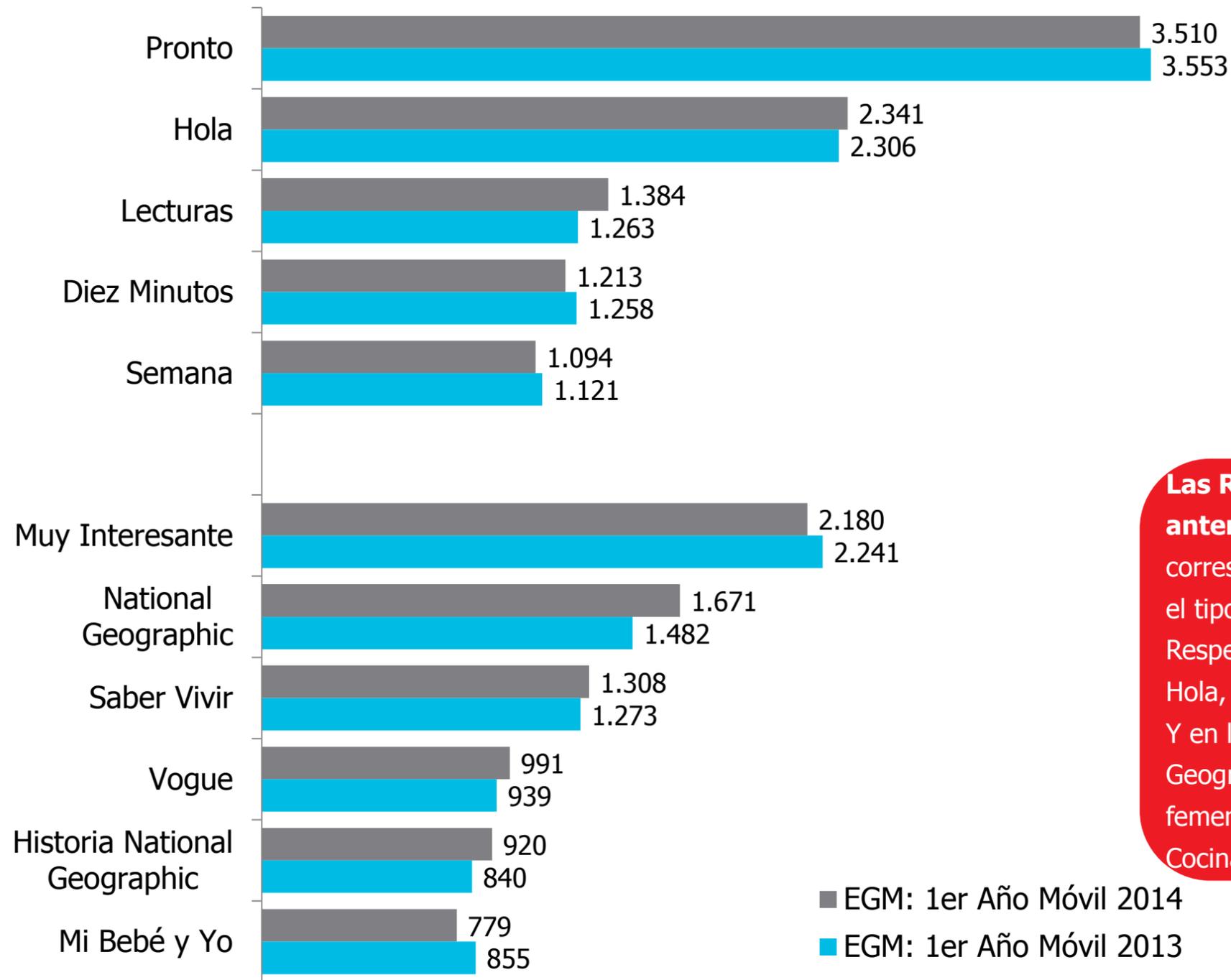


Los DIARIOS de papel continúan su trayectoria descendente. Pese a caer suavemente en la ola, se sitúa con 1 millón y cuarto de lectores menos que el año anterior. Entre las causas la fuga de lectores a on line.

Todas las categorías, salvo los económicos, pierden lectores, en especial los Gratuitos, encabezados por 20 Minutos. Por títulos, caídas generalizadas, entre las que destacan los buenos resultados de la Razón, de los económicos Cinco Días y El Economista, del Deportivo Super Deporte, y de algunos regionales como el Faro de Vigo, Diario Vasco, Diario de Navarra. El Comercio...

1 | Penetración por medios.

Las Revistas

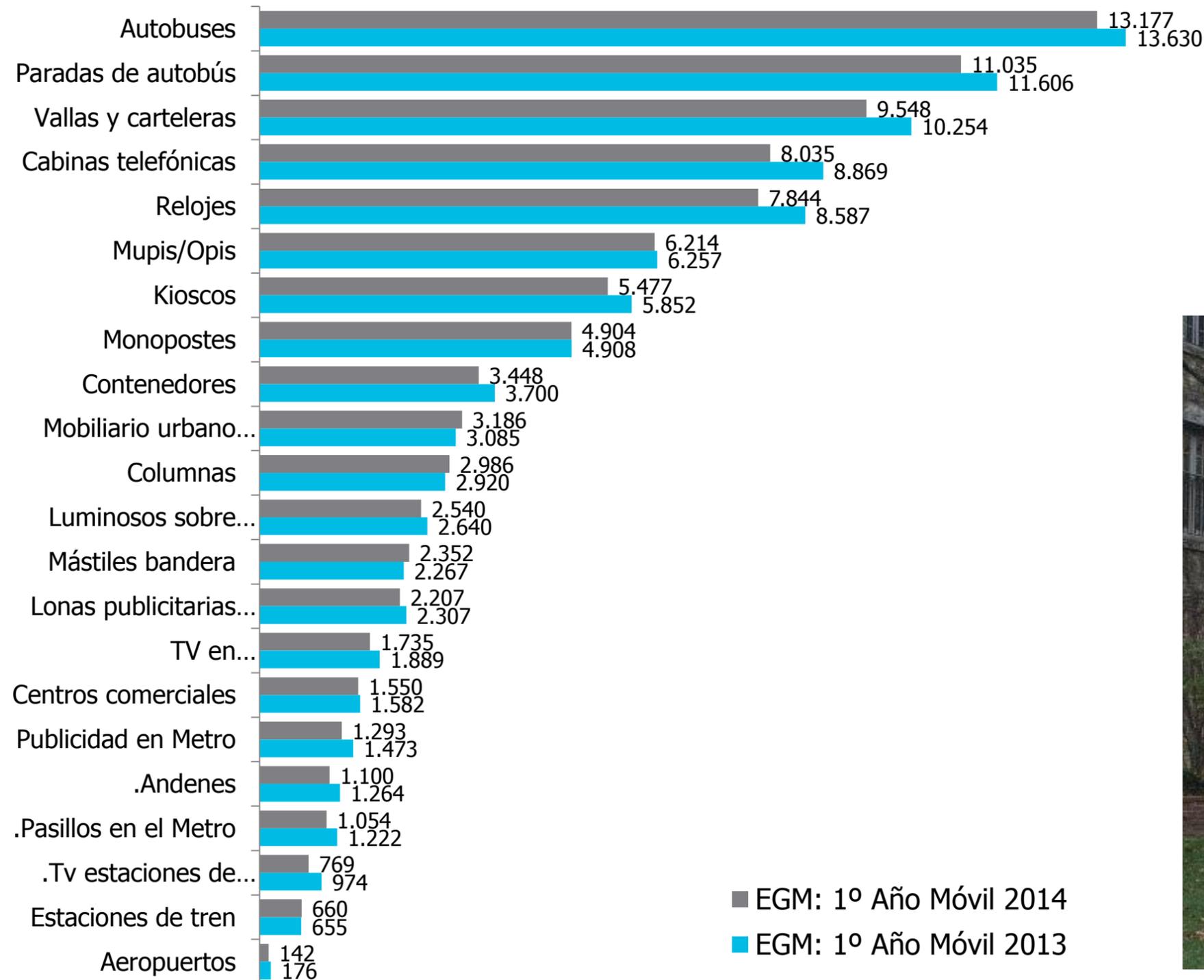


Las REVISTAS, continúan perdiendo lectores vs el año anterior (cuentan con medio millón menos). Perdida que corresponde a las Mensuales, mientras que las Semanales mantienen el tipo. Diferente comportamiento por títulos, muchos al alza Respecto al año anterior, entre las Semanales destacar ganancias de Hola, Lecturas, Motociclismo, Solo Moto y Coche Actual.. Y en las mensuales destacar los buenos resultados para National Geographic, Hª Nat Geo, y Viajes Nat Geo, también para Las femeninas Elle, Vogue y Glamour, y para otras como Saber Vivir, Cocina Fácil, Mi Casa, Labores del Hogar, Sport Life...

Fuente: EGM. Universo 2014:39,680,000 (Ind,+14)
 Universo 2013:39,331,000 (Ind,+14)
 Cálculo de incrementos de audiencia: 1º móvil 2014 vs 1º Móvil 2013

1 | Penetración por medios.

Exterior

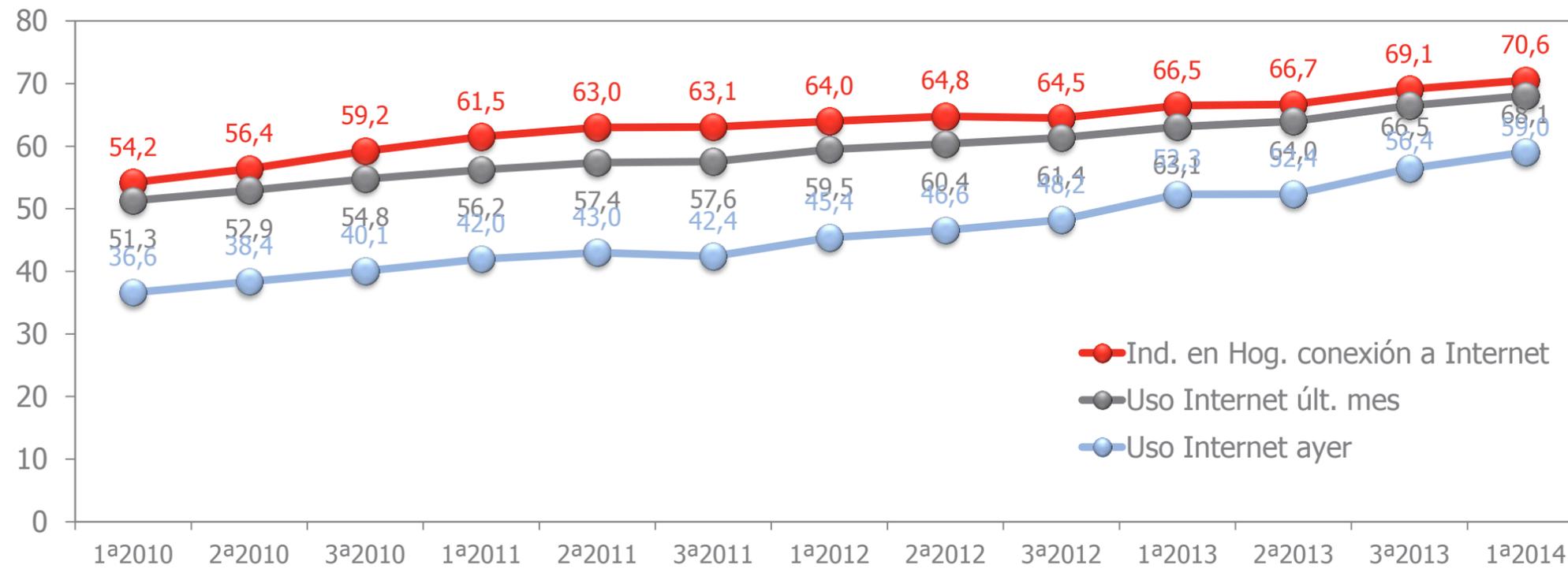


El medio EXTERIOR pierde seguidores una ola más. Son 22,6 millones de individuos los declaran haber visto publicidad EXTERIOR Ayer en esta 1ª ola. Descenso que le sitúa como 3º medio en Cobertura, en el Acumulado Anual, y 4º medio en la ola, por detrás de la Radio y de Internet. Respecto a hace un año menor recuerdo para todos los soportes, excepto para Mobiliario Urbano Gran tamaño, Columnas y Mástiles de Bandera.

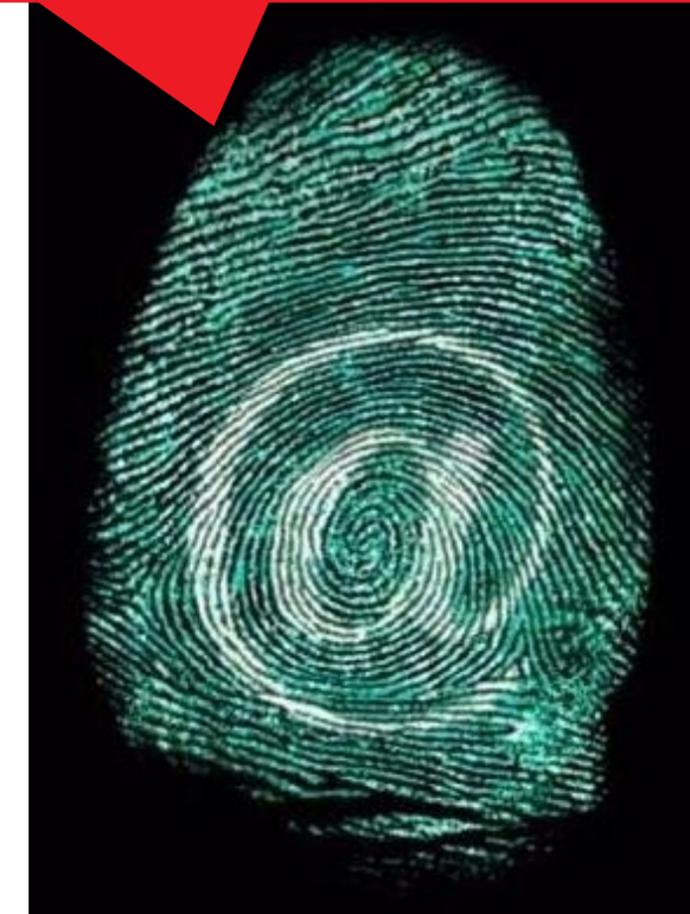
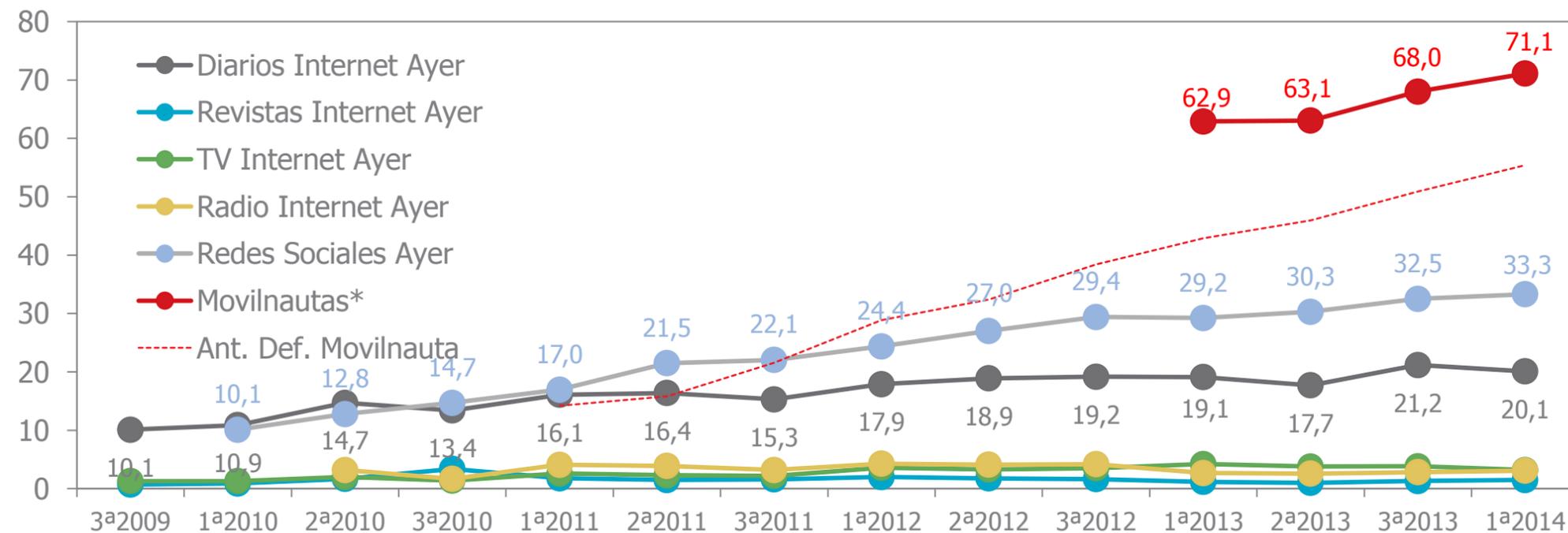


1 | Penetración por medios.

Internet



Los Internautas no paran de crecer: España ya cuenta con 6 de cada 10 navegantes diarios! 1,2 millones más que la ola anterior y 3 millones más que hace un año. En parte debido al **boom de los Movilnautas**, que tras ampliar su definición*, se sitúan en 71%! de individuos. Continúa el incremento de usuarios de Redes Sociales. Radio y Revistas On line también ganan usuarios, mientras que la Prensa y la TV on line viven un frenazo en esta ola.



Fuente: EGM.

*Nueva Def. Movilnauta: Individuo que declara usar móvil últ. Mes para múltiples usos diferentes de hablar por teléfono (facilitados por Internet).

Antigua. Def. Movilnauta: Ind. que declara usar el móvil últimos 30 días para navegar por internet O entrar en las Redes Sociales O ver el mail O Descargar aplicaciones O ver TV.

ommd

Resumen EGM

Primer Acumulado 2014: Abril 2013 - Marzo 2014

