

INFORME

Panorama de medios Canarias (EGM)

1er acumulado 2018



OBJETIVO DEL INFORME

- El informe presentado a continuación ofrece una fotografía del consumo de medios en **Canarias** a raíz de los datos aportados por el **Estudio General de Medios (EGM)**, un informe anual que desgrana en tres oleadas el comportamiento de la población ante cada uno de los medios analizados y sus correspondientes soportes.
- Los medios analizados para la realización del **Estudio General de Medios**, y por tanto los considerados para la elaboración de este informe son: Televisión, Radio, Exterior, Internet, Prensa, Revistas, Suplementos y Cine.
- A lo largo del documento se recogen distintos rankings de penetración (en porcentaje) de medios en **Canarias**.

METODOLOGÍA

Para la elaboración de este informe, se analizan los datos recogidos por el **Estudio General de Medios** respecto al consumo de los mismos y sus correspondientes soportes en la comunidad autónoma de **Canarias**.

Universo

Población canaria de 14 o más años.

Ámbito

Canarias.

Población

1.889.000.

Método de recogida de información

Entrevista personal "face to face".

(+ entrevista telefónica para ampliación radio, prensa y tv).

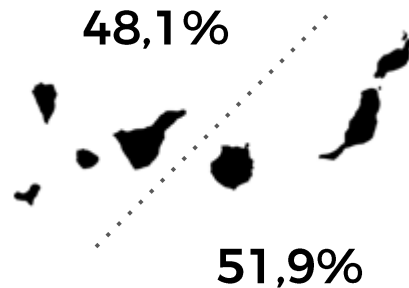
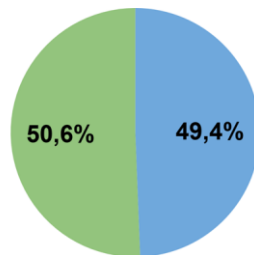
(+ entrevista personal "face to face" para ampliación revistas).

Diseño muestral

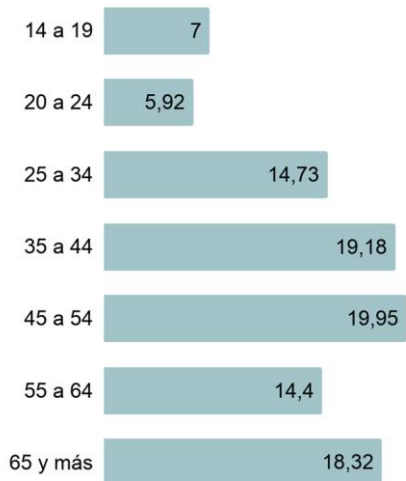
Selección aleatoria de hogares y elección al azar de una persona del hogar.

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

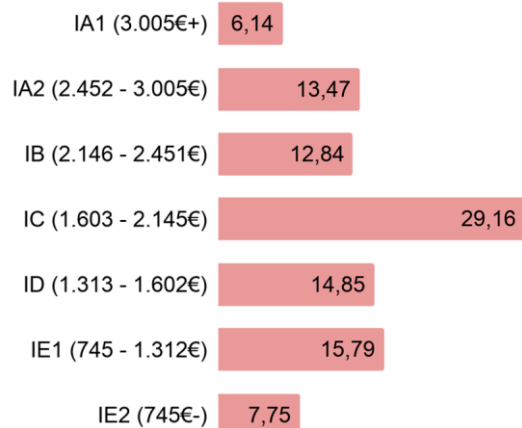
- Hombre
- Mujer



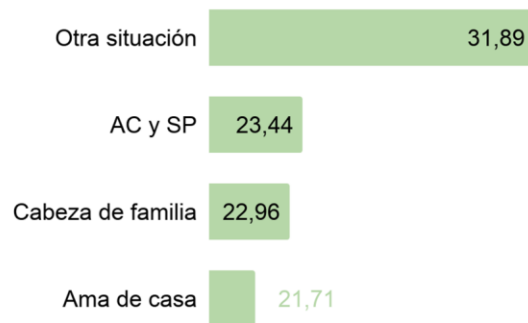
Intervalos de edad (%)



Nivel socioeconómico (%)



Rol familiar (%)



RANKING GLOBAL

Penetración (%)

Audiencia (000)

Exterior

87,7 -2,16

1.657

Televisión

83,37 -0,52

1.575

Teles

75,88 -0,56

1.433

Radio

57,26 +0,74

1.082

Pres

-0,34

606

Diarios

33,22 +0,04

477

Ap me

6,15 -0,35

171

Cine

2,28 -0,36

81

Oops...

Hasta aquí puedes leer, pero déjanos tu email y te lo enviamos