



**ESTUDIO DE
AUDIENCIAS DE
MEDIOS LA RIOJA**

2022

ÍNDICE

Presentación	1
Metodología	2
Audiencias generales	4
Prensa diaria escrita	9
<i>Lectores en el último mes, en días laborables y en fines de semana.</i>	
<i>Secciones de interés. Hábitos de lectura: tiempo y lugar. Perfil del lector.</i>	
<i>Por cabeceras:</i>	
“La Rioja”	9
“El Día de La Rioja”	14
Publicaciones no diarias escritas	17
<i>Lectores en el último mes. Hábitos de lectura: tiempo y lugar. Perfil del lector.</i>	
<i>Por cabeceras:</i>	
“De Buena Fuente”	17
“Gente La Rioja”	20
“La Brújula”	23
“Escaparate”	26
Publicaciones digitales	29
Acceso (frecuencia de uso Internet, dispositivos, acceso a información en la red, formas de acceso (prensa digital y RR.SS.) ...)	
<i>Lectores en el último mes, en días laborables y en fines de semana.</i>	
<i>Contenidos de interés. Hábitos de lectura: tiempo. Perfil del lector.</i>	
<i>Por cabeceras:</i>	
“larioja.com”	32
“nuevecuatrouno.com”	36
“rioja2.com”	40
“eldiadelarioja.es”	44
“elbalcondemateo.es”	48
“laprensadelrioja.com”	52

Radio	56
<i>Oyentes en el último mes, en días laborables y en fines de semana.</i>	
<i>Temas de interés. Hábitos de escucha: soporte, tiempo, lugar y franjas horarias.</i>	
<i>Perfil del radioyente</i>	
<i>Por emisoras:</i>	
Cadena COPE Logroño y Rioja Alta	56
Cadena COPE Rioja Baja	63
Radio Rioja Cadena SER	69
Cadena SER Calahorra	75
Cadena SER Haro	81
Onda Cero Radio	87
Radio Nacional de España 1	93
Cadena 100 Logroño y Rioja Alta	99
Los Cuarenta Principales	106
Cadena Dial	112
Megastar FM Logroño	118
Rock FM Logroño y rioja	124
Europa FM	130
Canal Ebro Haro	136
Kiss FM	142
Radio Nacional de España 3	149
Televisión	156
<i>Telespectadores en el último mes, en días laborables y en fines de semana.</i>	
<i>Temas de interés. Hábitos de visionado: tiempo y franjas horarias.</i>	
<i>Perfil del televidente.</i>	
<i>Por emisoras:</i>	
La Rioja 7TV	156
TVR	162
Anexo 1: Audiencias, últimos 30 días, entre semana, en fin de semana y frecuentes [4 o 5 días de lunes a viernes, y en fin de semana (sábado y/o domingo)]	168
Anexo 2: Inferencia de datos de audiencia a la población	173
Anexo 3: Percepción de la publicidad	177

PRESENTACIÓN

La finalidad última de este estudio es disponer de **datos de audiencia**, una información **veraz, representativa, y de fácil acceso**.

Se contempla un **análisis de audiencia** que quiere abarcar dos dimensiones o aspectos concretos, partiendo de una pregunta: ¿Qué medios y contenidos informativos consumen las personas y grupos sociales de la Comunidad Autónoma de La Rioja? Nos interesa, no sólo **cuantificar los públicos**, algo circunscrito a la elaboración de un estudio de medición y consumo de medios, que suele centrar los estudios de audiencias más recurrentes (estimaciones del número de personas que han estado expuestos a un evento medial, textual, sonoro, multimedia..., en un momento del tiempo determinado); sino también estudiar y conocer también los **hábitos y cualificación de la audiencia** (frecuencias, tiempo dedicado, periodos y horarios); y tratar de establecer, en lo posible, **perfiles de audiencias** (por zona de residencia, hábitat, sexo, grupos de edad, niveles de estudio, nivel de vida subjetivo, etc.).

Los medios, agencias y empresas de comunicación demandan un Estudio de Audiencias específico para la Comunidad de La Rioja, que aporte información veraz, representativa y certificada; algo que también atañe a sus potenciales clientes, y a la sociedad en general. Partimos de un contexto en el que a nivel nacional existe el Estudio General de Medios [EGM], que aporta datos para cada una de las provincias de la España peninsular, Baleares y Canarias, pero que resulta poco representativo para el caso de La Rioja, debido al reducido tamaño de la muestra correspondiente, calculada de forma proporcional al tamaño poblacional (EGM Multimedia 210 entrevistas, frente a las 900 que se realizan en este Estudio de Audiencias específico para La Rioja¹). Además, a nivel autonómico, no son pocas las Comunidades que ya cuentan con un estudio de audiencia propio.

Otro inconveniente del EGM es que no contempla medios digitales locales. Las nuevas tecnologías han transformado nuestra forma de informarnos, y la aparición del Covid-19 estimamos que ha provocado un mayor auge de este tipo de medios (apreciación que no podemos confirmar o desestimar con la información disponible actualmente), lo que podría dar un giro importante a las estrategias de comunicación y a la inversión publicitaria actuales.

Por otra parte, tenemos que el EGM no contempla ni audita la audiencia de algunos de los medios presentes en La Rioja.

Disponer de información para cada medio sobre los distintos aspectos a analizar y sobre el perfil de las audiencias, como el sexo, la edad, nivel económico, etc. es clave para asegurar la eficacia y eficiencia de la inversión en comunicación.

1 Para que podamos comparar lo que hay y lo que se propone en términos de tamaño y sobre todo de representatividad, solo hay que fijarse en los errores muestrales de ambas propuestas. Para el EGM Multimedia, a La Rioja (con una población de 277.392 habitantes de 14 años y más, según datos del Padrón Municipal Población a 1 de enero de 2020 - INE, fuente sobre la que han calculado las muestras del EGM 2022), con la realización de 210 entrevistas, el error muestral se nos iría a $\pm 6,75$. Para el estudio de audiencias que ahora presentamos (sobre los mismos datos poblacionales), con la realización de 948 entrevistas, el error muestral se nos queda en ± 3

METODOLOGÍA

Objetivo final_ Disponer de unas fuentes de información veraz y lo suficientemente representativa sobre audiencias de todos y cada uno de los medios presentes en La Rioja, incluidos los medios digitales

Objetivos específicos_ (1) cuantificar el consumo, (2) conocer las frecuencias de lectura/escucha/visionado, (3) conocer las secciones/espacios de mayor interés, (4) conocer los hábitos (tiempo, periodos y horarios dedicados), todo ello para cada uno de los medios en La Rioja, incluidos los medios digitales, a partir de una muestra lo suficientemente representativa de la población riojana; y (5) establecer perfiles de audiencias, en base a zonas de residencia, hábitat, sexo, grupos de edad, niveles de estudio, nivel de vida subjetivo, etc.

Metodología de recolección de datos_ Se trata de un estudio anual (en una única ola) poblacional (no trata de representar a los lectores u oyentes, sino que busca una representación adecuada de la población mediante una muestra).

Muestra diseñada_ Ámbito, la Comunidad Autónoma de La Rioja; Universo de estudio, 274.632 personas (población de más de 14 años residente en La CAR, a 1 de enero de 2021 - INE). La muestra es de 900 encuestas, con un margen de error de $\pm 3,3$, para un Nivel de Confianza del 95%. **Muestra real**_ El tamaño de la muestra se ha visto incrementado hasta las 948 encuestas, lo que rebaja el margen de error al $\pm 3,03$, para un mismo Nivel de Confianza del 95%.

Procedimiento de muestreo_ Aleatorio polietápico y estratificado. Los estratos se definen por variables geográficas, por el cruce de zona geográfica (Rioja Alta, Rioja Media, Rioja Baja, Sierra Alta, Sierra Media y Sierra Baja) y tamaño poblacional de los municipios (menos de 100 habitantes, entre 101 y 500, entre 501 y 1.000, entre 1.001 y 2.000, entre 2.001 y 5.000, entre 5.001 y 10.000, entre 10.001 y 20.000, entre 20.001 y 50.000, y más de 50.000 habitantes), y afijación proporcional². La selección de las últimas unidades -entrevistados- por cuotas de grupos de edad (de 15 a 19 años, de 20 a 24, de 25 a 34, de 34 a 44, de 45 a 54, de 55 a 64, de 65 a 75, de 75 y más años) y sexo, también con afijación proporcional³

Método_ Entrevista telefónica asistida por ordenador (CAPI), a teléfonos fijos y móviles.

Información a recoger / Cuestionario_ La información que se recogerá está dividida en secciones correspondientes a: 1) Datos de clasificación: variables sociodemográficas y geográficas (sexo, edad, nivel de estudios, nivel de vida subjetivo, zona geográfica de residencia, hábitat); y 2) Medios: prensa diaria escrita, publicaciones no diarias escritas, publicaciones digitales, radio y televisión; se trata de un **estudio multimedia**, puesto que la realidad social y publicitaria es multimedia. La información que se recoge sobre los medios responde al siguiente esquema: audiencia en el último mes, frecuencia de audiencia en días laborables y en fin de semana, secciones, temas o contenidos de mayor interés y hábitos de la audiencia (tiempo dedicado a la lectura, escucha o visionado, lugar de lectura en medios

2 Afijación de entrevistas según zona geográfica y tamaño poblacional de los municipios

3 Cuotas por grupos de edad y sexo

impresos; periodos y horarios de lectura de prensa digital, escucha en radio y visionado en Televisión; etc.)

Trabajo de campo_ Se llevó a cabo en junio y julio, bajo las siguientes pautas: un plan de trabajo estratificado por localidad (resultante del cruce de zona geográfica y tamaño poblacional de los municipios), sexo y grupos de edad. Para la selección del hogar y del individuo se contó con un marco -directorio telefónico- propio (adquirido). La recogida de datos se realizó llamando al teléfono seleccionado aleatoriamente, en distintas horas (con un horario aproximado de 9:30 a 20:30 horas, de lunes a domingo; el 60% de las encuestas realizadas de lunes a viernes, el 20% en sábados y otro 20% en domingos). La **supervisión del trabajo de campo** se llevó a cabo mediante: revisión diaria de los registros de encuestas realizadas (respeto las muestras y cuotas, coherencia de respuestas y comparación de respuestas), y monitorización de entrevistas (escucha de entrevistas, comprobación de la correcta aplicación del cuestionario y registro de datos).

Análisis y resultados_ Se procedió a la realización de un análisis descriptivo univariable, para cada uno de los **medios regionales y locales**, siguiendo el esquema: audiencia en el último mes, frecuencia de audiencia en días laborables y en fines de semana, secciones/temas/contenidos de mayor interés y hábitos de lectura/escucha/visionado; y perfil (variables sociodemográficas) de los lectores oyentes/televidentes.

La medición de audiencias de prensa, radio y televisión ha seguido **cuatro metodologías** diferenciadas. Se ha basado en:

1. El recuerdo de la lectura, escucha o visionado los últimos treinta días
2. El recuerdo de la lectura, escucha o visionado entre semana/días laborables, de lunes a viernes
3. El recuerdo de la lectura, escucha o visionado los fines de semana, los sábados y domingos
4. El recuerdo combinado de **entre semana/días laborables y fines de semana**, que da lugar a lo que hemos llamado **lector, oyente o televidente FRECUENTE, la audiencia más fiel**, y que no es más que la **combinación de las dos estrategias anteriores: lector/oyente/televidente habitual entre semana/días laborables (4 o 5 días de lunes a viernes), y en fin de semana (sábado y/o domingo)**. Ver anexo I

Notas:

1_ Tal y como se indica posteriormente, tras estudiar los resultados se estableció un porcentaje de corte del 1,5% para desarrollar el análisis de cada medio.

2_ Se han destacado los aspectos más relevantes del perfil de la audiencia de los medios, concretamente aquellos puntos donde la audiencia tiene un porcentaje alto, muy alto, bajo o muy bajo en relación a la muestra;

3_ Queremos indicar que los datos son orientativos en los puntos donde la población es inferior al 3% en la muestra (menos de 30 personas).

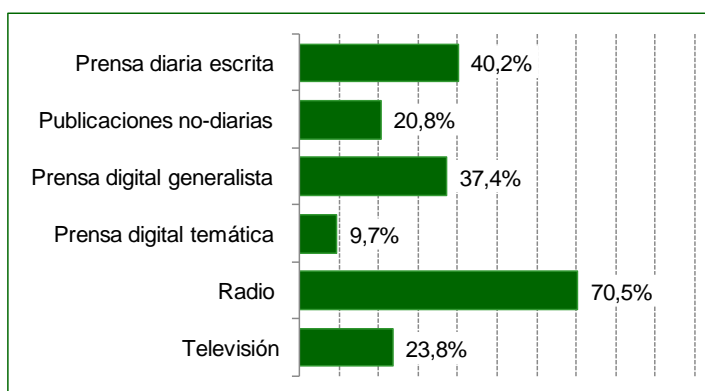
AUDIENCIAS EN LOS ÚLTIMOS TREINTA DÍAS

AUDIENCIAS GENERALES

En los últimos treinta días, leyó prensa diaria escrita, de ámbito regional y/o local, el 40,2% de los encuestados; alguna publicación no diaria escrita, regional o local, el 20,8%; alguna publicación digital de temática generalista, de ámbito regional o local, el 37,4% y alguna publicación digital de temática especializada, regional o locales el 9,7%; escucho radio el 70,5%; y vio alguna televisión, regional o local, el 23,8% de los encuestados.

Medios regionales/locales

Prensa diaria escrita	40,19%
Publicaciones no diarias	20,78%
Prensa digital generalista	37,45%
Prensa digital temática	9,70%
Radio	70,46%
Televisión	23,84%
Muestra	(948)



AUDIENCIAS POR MEDIOS

En cuanto a la **prensa diaria escrita regional o local**, en el último mes de referencia (últimos treinta días) el 34,8% de los encuestados había leído La Rioja, y el 7,6% El Día de La Rioja.

Diario La Rioja	34,81%
El Día de La Rioja	7,59%
El Correo. Edición Haro-Miranda	0,84%
Muestra	(948)

Por lo que respecta a las **publicaciones no diarias regionales o locales de temática generalista**, en el último mes de referencia el 9,5% de los encuestados había leído De Buena Fuente, el 4,4% Gente La Rioja, el 3,2% La Brújula y el 2,7% Escaparate.

De Buena Fuente (Ayto. Logroño)	9,49%
Gente La Rioja	4,43%
La Brújula	3,16%
Escaparate	2,74%
La Voz del Najerilla	1,16%
Muestra	(948)

Y en cuanto a las **publicaciones no diarias regionales o locales de temática especializada**, en el último mes de referencia ninguna de las cabeceras alcanza entre los entrevistados el 1% de lectores.

Rioja Sport	0,84%
Cuaderno de Campo	0,21%

Campo Riojano - ARAJ ASAJA	0,11%
La Crónica de Alfaro	0,11%
La GuiaGo	0,00%
FER Magazine	0,00%
La Unión - UAGR	0,00%
Lararium Rev. Humanístico Literaria	0,00%
Belezos (IER)	0,00%
Piedra de Rayo	0,00%
Fragmentos – Colegio de Arquitectos de La Rioja	0,00%
Peregrino - Asociación Camino de Santiago	0,00%
Revista Fábula Literaria	0,00%
El Regadío - Cenicero	0,00%
Gracurris - Estudios Alfareños	0,00%
Diario de Vendimia	0,00%
Muestra	(948)

En el apartado de **diarios digitales regionales o locales de temática generalista**, en el último mes de referencia el 26,2% de los encuestados leyó “larioja.com”, el 15,6% “nuevecuatrouno.com”, el 6,6% “rioja2.com” y el 3% “eldiadelarioja.es”.

En el caso de los medios digitales, siguiendo la Ley 7/2017, de 22 de mayo, de Comunicación y Publicidad Institucional de La Rioja, en donde se recoge expresamente que cuando se trate de contratar formatos, soportes o medios digitales se atenderá a las particularidades del medio y a las métricas propias de la analítica web, recomendamos que además del presente estudio sean tenidos otros específicos de medios digitales.

larioja.com	26,16%
nuevecuatrouno.com	15,61%
rioja2.com	6,65%
eldiadelarioja.es	2,95%
radiorioja.es	0,53%
labrújuladecalahorra.com	0,53%
harodigital.com	0,32%
De Buena Fuente (logroño.es)	0,32%
elcorreo.com (Haro)	0,32%
gentedigital.es	0,21%
lavozdelnajerilla.com	0,11%
lanoticia.es	0,11%
yoleoescaparete.com	0,11%
Actualidad Rioja Baja	0,11%
Muestra	(948)

Y por lo que respecta a los **diarios digitales regionales o locales de temática especializada**, en el último mes de referencia el 4,5% leyó “elbalcondemateo.es” y el 2,5% “laprensadelrioja.com”.

elbalcondemateo.es	4,54%
laprensadelrioja.com	2,53%
Fer Magazine [fer.es]	0,84%
laguiago.com	0,63%
lanoticia.es	0,63%
Lararium [revistalararium.blogspot.com]	0,53%
Cuaderno de Campo [larioja.org]	0,53%
revistariojasport.com	0,21%
spoonful.es	0,11%
Campo Riojano [aragasaja.com]	0,11%
La Unión [uagr.org]	0,11%
Saludable-Rioja Salud [www.riojasalud.es]	0,11%
Boletín de Coyuntura Empresarial de La Rioja [camaracomerciorioja.com]	0,11%
Danza en escena [danza.es]	0,11%
Actualidad Rioja Baja	0,00%
Avanza-CCOO [avanzariojaccoo.es]	0,00%
La Canela [fuenmayor.org]	0,00%
Info olivo [infolivo.com]	0,00%
Kalakorikos [dialnet.unirioja.es]	0,00%
Médicos Rioja-Colegio de Médicos [medicosrioja.com]	0,00%
	Muestra (948)

En el capítulo de **radios**, en el último mes de referencia el 12,55% de los encuestados escucho Cadena COPE Logroño Rioja Alta, el 12,1% Cadena 100 Logroño y Rioja Alta, el 9% Los 40 Principales y el 7,9% Radio Rioja Cadena SER AM-FM.

Entre un 6,6% y un 5,6% (en un punto porcentual), los encuestados escucharon: Cadena Dial, Onda Cero Radio, Megastar FM Logroño, Rock FM Logroño y Rioja, Radio Nacional de España 1, Europa FM y Cadena SER Calahorra. Cadena Cope Rioja Baja es escuchada por el 3,7%. A mayor distancia, alrededor del 2% de los entrevistados escucharon: Cadenas SER Haro, Canal Ebro Haro, Kiss FM y Radio Nacional de España 3.

Cadena COPE Logroño y Rioja Alta	12,55%
Cadena 100 Logroño y Rioja Alta	12,13%
Los Cuarenta Principales	8,97%
Radio Rioja Cadena SER AM FM	7,91%
Cadena Dial	6,65%
Onda Cero Radio	6,54%
Megastar FM Logroño	6,43%
Rock FM Logroño y Rioja	6,12%
Radio Nacional de España Radio 1	5,80%
Europa FM	5,70%
Cadena SER Calahorra	5,59%
Cadena COPE Rioja Baja	3,69%
Cadena SER Haro	2,43%
Canal Ebro Haro	2,22%
KISS FM	2,11%
Radio Nacional de España Radio 3	2,00%
Radio Nacional de España Radio 5	1,37%
Canal Ebro Arnedo	1,37%
Cadena Dial Haro	1,05%
Radio María	0,63%
ES. Radio	0,63%
Radio OLE	0,53%
Radio MARCA	0,53%
Onda Cero Calahorra	0,42%
Melodía FM	0,42%
Radio Arnedo	0,42%
Vive La Rioja	0,11%
Radio Autol Música	0,00%
Onda Fuenmayor	0,00%
Radio La Calzada es radio	0,00%
Muestra	(948)

Por último, por lo que respecta a las **televisiones regionales o locales**, en el último mes de referencia (últimos treinta días) el 14,6% de los encuestados ha visto La Rioja 7 TV y el 11,5% TVR.

La Rioja 7 TV	14,56%
TVR (Vocento)	11,50%
Sintonía Televisión (STV)	0,95%
	Muestra (948)

A la vista de estos resultados, establecemos un porcentaje de corte, que situamos en el 1,5%, para seguir profundizando en el análisis, con datos sobre la frecuencia de audiencia en días laborables y en fines de semana, las secciones, temas o contenidos de mayor interés para lectores, oyentes y televidentes, y los hábitos de lectura, escucha o visionado; y también para establecer el perfil de los usuarios de cada uno de estos medios (que superen el 1,5% de audiencia en los últimos 30 días).

Ver **Anexo 1:** Audiencias “frecuentes” entre semana y en fin de semana

Ver **Anexo 2:** Inferencia de datos de audiencia a la población

PRENSA DIARIA ESCRITA

DIARIO LA RIOJA

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han leído el diario La Rioja el 34,8% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, lo han leído con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 16,6%, y en fines de semana -sábado y/o domingo- el 19% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	330	34,81%
Días laborables	157	16,56%
Fines de semana	180	18,99%
Muestra		(948)

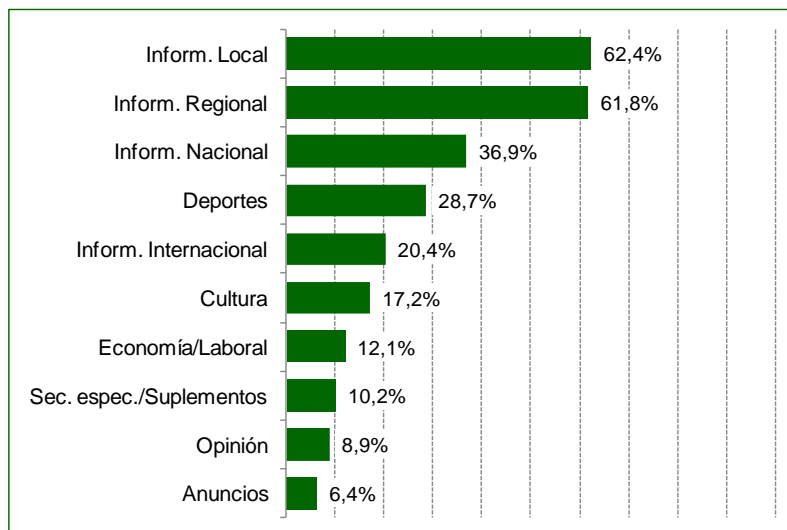
Hábitos de lectura en días laborables

Secciones de interés ⁴

Las secciones que despiertan mayor interés entre los lectores de La Rioja entre semana son, por orden de preferencia: Información Local e Información Regional, de interés para el 62,4% y el 61,8% de sus lectores, respectivamente. De lejos, Información Nacional de interés para el 36,9%, Deportes para el 28,7%, e Información Internacional para el 20,4% de sus lectores.

Secciones ⁴

Información Local	62,42%
Información Regional	61,78%
Información Nacional	36,94%
Deportes	28,66%
Información Internacional	20,38%
Cultura	17,20%
Economía/Laboral	12,10%
Sec. especiales/Suplementos	10,19%
Opinión	8,92%
Anuncios	6,37%
Base	(157)



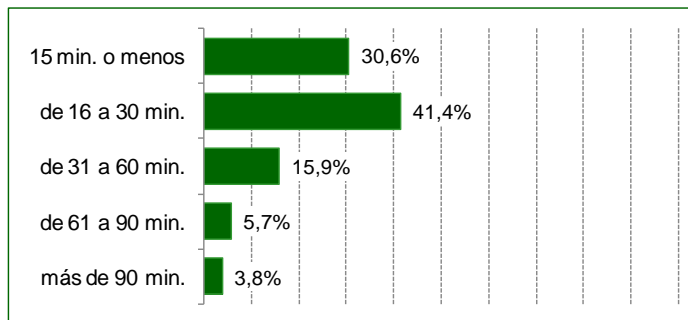
⁴ En respuesta espontánea y múltiple

Tiempo de lectura ⁵

El 41,4% de los lectores de La Rioja dedican a su lectura, los días laborables, entre un cuarto y media hora, y un 30,6% menos de un cuarto de hora.

Tiempo de lectura ⁵

15 min. o menos	30,57%
De 16 a 30 min.	41,40%
De 31 a 60 min.	15,92%
De 61 a 90 min.	5,73%
Más de 90 min.	3,82%
Base	(157)

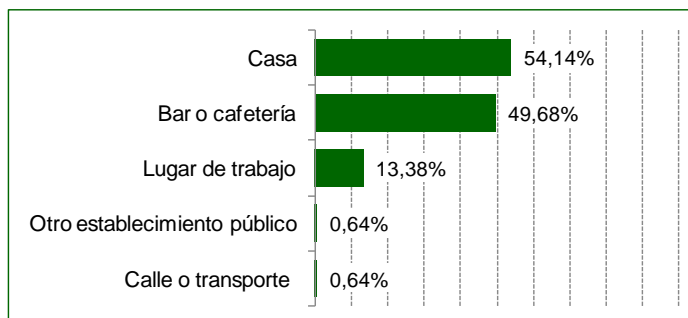


Lugar de lectura ⁶

En cuanto al lugar habitual de lectura de La Rioja los días laborables, el 54,1% de los lectores señala que es su casa y el 49,7% un bar o cafetería.

Lugar de lectura ⁶

Casa	54,14%
Bar o cafetería	49,68%
Lugar de trabajo	13,38%
Otro establecimiento público	0,64%
Calle o transporte	0,64%
Base	(157)



Hábitos de lectura en fin de semana

Secciones de interés

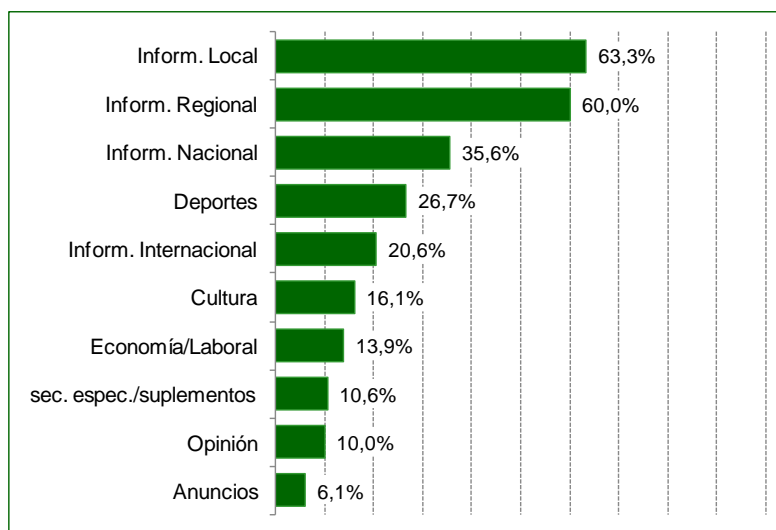
Las secciones que despiertan mayor interés entre los lectores de La Rioja, en fin de semana, son por orden de preferencia: Información Local y Regional, de interés para el 63,3% y el 60% de sus lectores, respectivamente. De lejos, Información Nacional, de interés para el 35,6%; Deportes, para el 26,7%; e Información Internacional, para el 20,6% de sus lectores.

5 En respuesta simple asistida

6 En respuesta múltiple asistida

Secciones

Información Local	63,33%
Información Regional	60,00%
Información Nacional	35,56%
Deportes	26,67%
Información Internacional	20,56%
Cultura	16,11%
Economía/Laboral	13,89%
Sec. espec. /Suplementos	10,56%
Opinión	10,00%
Anuncios	6,11%
Base	(180)

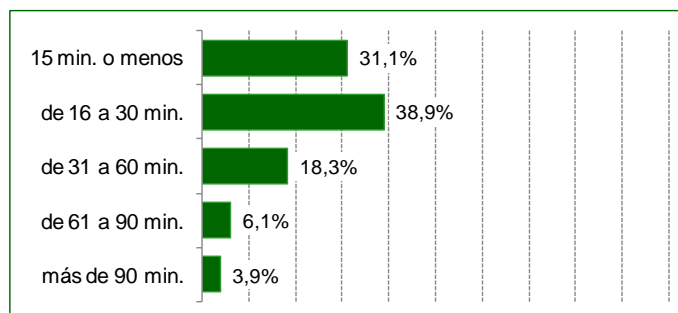


Tiempo de lectura_

El 38,9% de los lectores de La Rioja dedica a su lectura en fin de semana entre un cuarto de hora y media hora, y un 31,1% menos de un cuarto de hora.

Tiempo de lectura

15 min. o menos	31,11%
De 16 a 30 min.	38,89%
De 31 a 60 min.	18,33%
De 61 a 90 min.	6,11%
Más de 90 min.	3,89%
Base	(180)

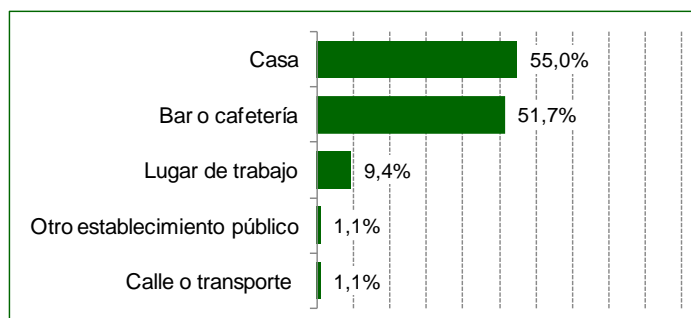


Lugar de lectura_

En cuanto al lugar habitual de lectura de La Rioja, en fin de semana, el 55% de los lectores señala su casa y un 51,7% un bar o cafetería.

Lugar de lectura

Casa	55,00%
Bar o cafetería	51,67%
Lugar de trabajo	9,44%
Otro establecimiento público	1,11%
Calle o transporte	1,11%
Base	(180)



Perfil del lector_

Lectores del Diario La Rioja, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjeto)⁷

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	10,2%	11,1%	14,1%
Rioja Media	75,8%	72,8%	61,3%
Rioja Baja	11,5%	14,4%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,6%	0,6%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,6%	0,6%	0,8%
Rioja Sierra Baja	1,3%	0,6%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	1,3%	1,1%	0,9%
101-500	4,5%	2,2%	5,5%
501-1.000	2,5%	2,2%	2,3%
1.001-2.000	2,5%	3,3%	3,5%
2.001-5.000	8,3%	11,7%	11,2%
5.001-10.000	10,2%	9,4%	9,9%
10.001-20.000	7,0%	10,0%	11,6%
20.001-50.000	3,8%	5,0%	7,3%
> 50.000	59,9%	55,0%	47,8%

Sexo

7 Aparecen remarcados algunos porcentajes. Ello responde a:

- Es un porcentaje alto en relación a la muestra; una sobre-representación de personas con ese determinado perfil, en comparación con el total de la muestra (entre un +33,3 y un +66,6% relativo de desviación respecto de la muestra)
- Es un porcentaje muy alto en relación a la muestra; una altísima sobre-representación de personas con ese determinado perfil, en comparación con el total de la muestra (más de un +66,6% relativo de desviación respecto de la muestra)
- Es un porcentaje bajo en relación a la muestra; una infra-representación de personas con ese determinado perfil, en comparación con el total de la muestra (entre un -33,3 y un -66,6% relativo de desviación respecto de la muestra).
- Es un porcentaje muy bajo en relación a la muestra; una altísima infra-representación de personas con ese determinado perfil, en comparación con el total de la muestra (más de un -66,6% relativo de desviación respecto de la muestra)
- Porcentajes por debajo del 3% en la muestra (menos de 30 personas), los datos son orientativos.

Hombre	57,3%	56,7%	48,5%
Mujer	42,7%	43,3%	51,5%

Edad (grupos de edad)

15-19 años	0,6%	1,1%	2,7%
20-24 años	1,9%	2,8%	8,5%
25-34 años	7,6%	7,8%	11,3%
35-44 años	11,5%	12,2%	17,9%
45-54 años	15,3%	17,2%	18,1%
55-64 años	24,2%	23,3%	17,4%
65-74 años	22,9%	22,8%	14,3%
75 años y más	15,9%	12,8%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	18,5%	13,9%	15,8%
Vivo en pareja	30,6%	31,7%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	31,2%	35,0%	32,4%
Vivo sólo con hijos	6,4%	7,2%	5,4%
Con otras unidades familiares	10,8%	8,9%	14,0%
Con compañeros de piso	0,6%	1,1%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	16,6%	10,6%	16,0%
Secundaria obligatoria	10,2%	12,8%	16,5%
Secundaria superior	30,6%	33,9%	38,4%
Universitarios	42,0%	41,7%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	51,6%	50,6%	56,1%
Parado/a	5,1%	7,2%	10,4%
Jubilado/pensionista	38,2%	36,7%	22,9%
Estudiante	0,6%	1,1%	3,1%
Trabaja en el hogar	4,5%	3,9%	6,1%

Nivel de vida

Alto	1,9%	1,7%	1,4%
Medio-alto	15,3%	11,1%	10,9%
Medio-medio	56,1%	60,0%	55,0%
Medio-bajo	18,5%	18,9%	21,9%
Bajo	5,7%	5,0%	7,5%

Bases	(157)	(180)	(948)
-------	-------	-------	-------

EL DÍA DE LA RIOJA

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han leído el diario El Día de La Rioja el 7,6% de los encuestados; y entre semana -de lunes a viernes- lo ha leído con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 4,5%⁸.

Audiencia

30 últimos días	72	7,59%
Días laborables	43	4,54%
Muestra	(948)	

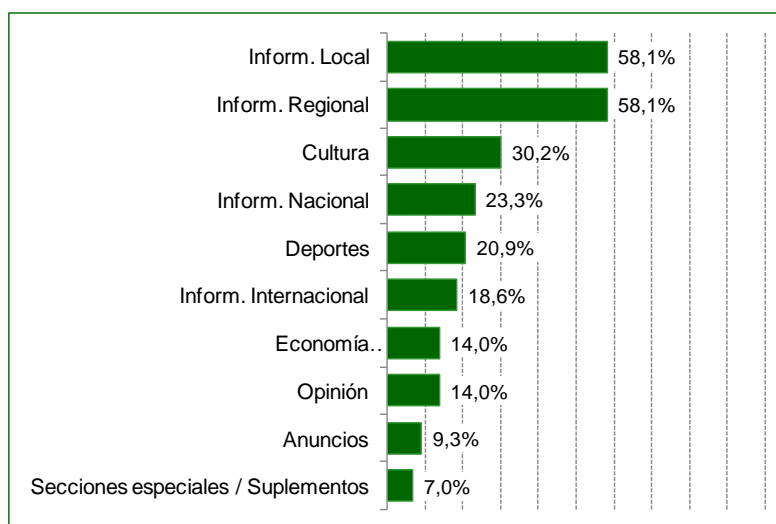
Hábitos de lectura en días laborables

Secciones de interés

Las secciones que despiertan mayor interés entre los lectores del Día de La Rioja son, por orden de preferencia: Información Local e Información Regional, de interés para el 58,1% en ambos casos. De lejos Cultura, de interés para el 30,2%; Información Nacional, para el 23,3%; y Deportes, para el 20,9% de sus lectores.

Secciones

Información Local	58,14%
Información Regional	58,14%
Cultura	30,23%
Información Nacional	23,26%
Deportes	20,93%
Información Internacional	18,60%
Economía/Laboral	13,95%
Opinión	13,95%
Anuncios	9,30%
Secciones especiales / Suplementos	6,98%
Base	(43)

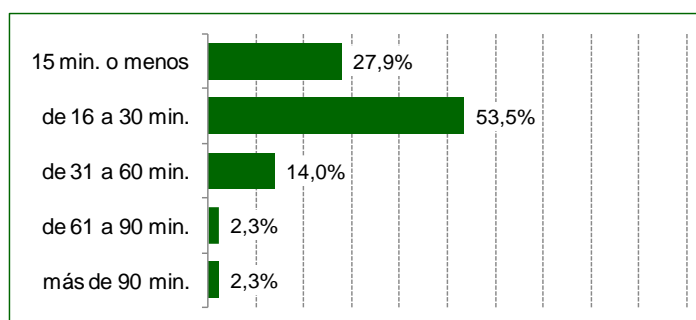


Tiempo de lectura

El 53,5% de los lectores del Día de La Rioja dedican a su lectura entre un cuarto y media hora, y un 27,9% menos de un cuarto de hora.

Tiempo de lectura

15 min. o menos	27,91%
De 16 a 30 min.	53,49%
De 31 a 60 min.	13,95%
De 61 a 90 min.	2,33%
Más de 90 min.	2,33%
Base	(43)



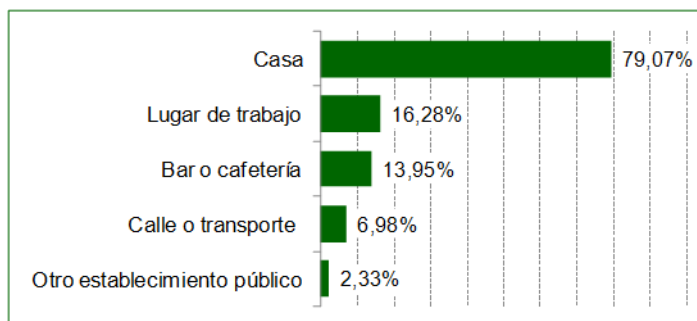
8 Este diario sólo sale a la calle de lunes a viernes

Lugar de lectura_

En cuanto al lugar habitual de lectura del Día de La Rioja, el 79,1% lo lee en su casa.

Lugar de lectura

Casa	79,07%
Lugar de trabajo	16,28%
Bar o cafetería	13,95%
Calle o transporte	6,98%
Otro establecimiento público	2,33%
Base	(43)



Perfil del lector_

Lectores del Día de La Rioja, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Muestra
Zona geográfica		
Rioja Alta	9,3%	14,1%
Rioja Media	88,4%	61,3%
Rioja Baja	2,3%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,4%
Tamaño municipio		
<100	0,0%	0,9%
101-500	0,0%	5,5%
501-1.000	2,3%	2,3%
1.001-2.000	0,0%	3,5%
2.001-5.000	9,3%	11,2%
5.001-10.000	9,3%	9,9%
10.001-20.000	16,3%	11,6%
20.001-50.000	0,0%	7,3%
> 50.000	62,8%	47,8%
Sexo		
Hombre	27,9%	48,5%
Mujer	72,1%	51,5%

Edad (grupos de edad)		
15-19 años	0,0%	2,7%
20-24 años	0,0%	8,5%
25-34 años	11,6%	11,3%
35-44 años	14,0%	17,9%
45-54 años	18,6%	18,1%
55-64 años	16,3%	17,4%
65-74 años	23,3%	14,3%
75 años y más	16,3%	9,6%

Convivencia		
Vivo sólo	2,3%	15,8%
Vivo en pareja	51,2%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	30,2%	32,4%
Vivo sólo con hijos	7,0%	5,4%
Con otras unidades familiares	7,0%	14,0%
Con compañeros de piso	0,0%	2,2%

Nivel de estudios		
Primarios o menos	16,3%	16,0%
Secundaria obligatoria	11,6%	16,5%
Secundaria superior	32,6%	38,4%
Universitarios	39,5%	27,7%

Relación con la actividad		
Trabaja actualmente	51,2%	56,1%
Parado/a	4,7%	10,4%
Jubilado/pensionista	34,9%	22,9%
Estudiante	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	9,3%	6,1%

Nivel de vida		
Alto	2,3%	1,4%
Medio-alto	18,6%	10,9%
Medio-medio	67,4%	55,0%
Medio-bajo	4,7%	21,9%
Bajo	7,0%	7,5%

Bases	(43)	(948)
-------	------	-------

PUBLICACIONES ESCRITAS NO-DIARIAS

DE BUENA FUENTE - Ayto. de Logroño

Audiencia_ En el último mes de referencia (últimos 30 días) ha leído De Buena Fuente el 9,5% de los encuestados.

Audiencia	
30 últimos días	90 9,49%
Muestra (948)	

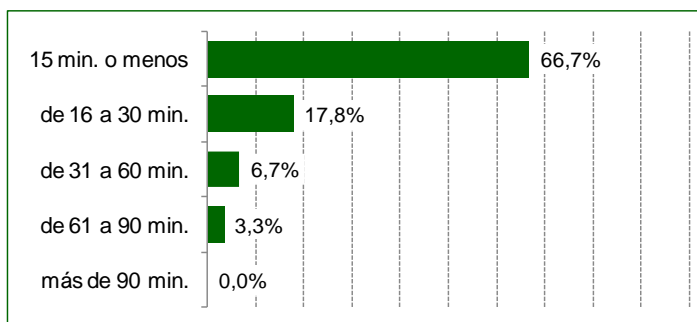
Hábitos de lectura

Tiempo de lectura

El 66,7% de los lectores de De Buena Fuente han dedicado a su lectura menos de un cuarto de hora.

Tiempo de lectura

15 min. o menos	66,67%
De 16 a 30 min.	17,78%
De 31 a 60 min.	6,67%
De 61 a 90 min.	3,33%
Más de 90 min.	0,00%
Base	(90)

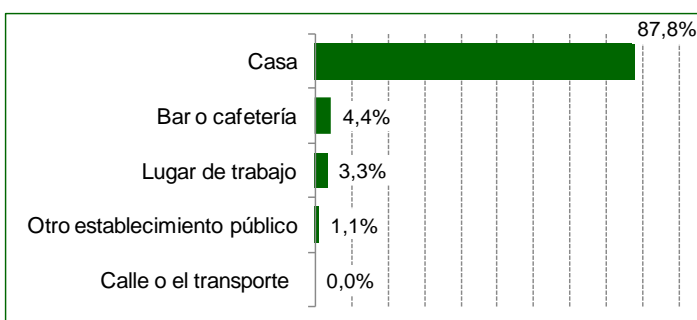


Lugar de lectura

En cuanto al lugar habitual de lectura de De Buena Fuente, el 87,8% de los lectores lo lee en su casa.

Lugar de lectura

Casa	87,78%
Bar o cafetería	4,44%
Lugar de trabajo	3,33%
Otro establecimiento público	1,11%
Calle o el transporte	0,00%
Base	(90)



Perfil del lector

Lectores de De Buena Fuente, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Últimos 30 días	Muestra
Zona geográfica		
Rioja Alta	2,2%	14,1%
Rioja Media	92,2%	61,3%
Rioja Baja	3,3%	22,0%
Rioja Sierra Alta	1,1%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	1,1%	0,4%
Tamaño municipio		
<100	1,1%	0,9%
101-500	2,2%	5,5%
501-1.000	2,2%	2,3%
1.001-2.000	0,0%	3,5%
2.001-5.000	3,3%	11,2%
5.001-10.000	0,0%	9,9%
10.001-20.000	3,3%	11,6%
20.001-50.000	1,1%	7,3%
> 50.000	86,7%	47,8%
Sexo		
Hombre	46,7%	48,5%
Mujer	53,3%	51,5%
Edad (grupos de edad)		
15-19 años	1,1%	2,7%
20-24 años	4,4%	8,5%
25-34 años	2,2%	11,3%
35-44 años	15,6%	17,9%
45-54 años	8,9%	18,1%
55-64 años	23,3%	17,4%
65-74 años	26,7%	14,3%
75 años y más	17,8%	9,6%
Convivencia		
Vivo sólo	16,7%	15,8%
Vivo en pareja	41,1%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	27,8%	32,4%
Vivo sólo con hijos	1,1%	5,4%
Con otras unidades familiares	10,0%	14,0%
Con compañeros de piso	1,1%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	18,9%	16,0%
Secundaria obligatoria	11,1%	16,5%
Secundaria superior	32,2%	38,4%
Universitarios	36,7%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	37,8%	56,1%
Parado/a	5,6%	10,4%
Jubilado/pensionista	48,9%	22,9%
Estudiante	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	5,6%	6,1%

Nivel de vida

Alto	0,0%	1,4%
Medio-alto	13,3%	10,9%
Medio-medio	64,4%	55,0%
Medio-bajo	17,8%	21,9%
Bajo	3,3%	7,5%

Bases	(90)	(948)
-------	------	-------

GENTE LA RIOJA

Audiencia En el último mes de referencia (últimos 30 días) ha leído Gente La Rioja el 4,4% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	42	4,43%
Muestra		(948)

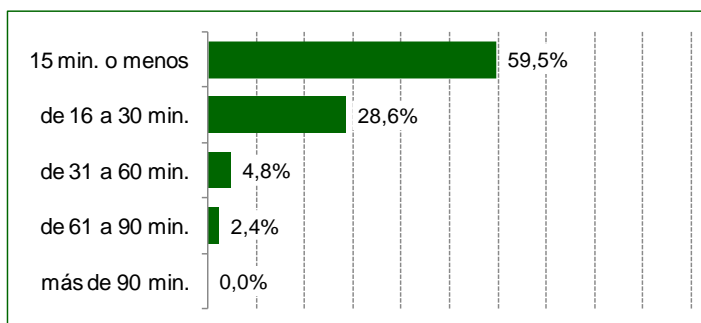
Hábitos de lectura

Tiempo de lectura

El 59,5% de los lectores de Gente La Rioja dedican a su lectura menos de un cuarto de hora, y un 28,6% dedica entre un cuarto de hora y media hora.

Tiempo de lectura

15 min. o menos	59,52%
De 16 a 30 min.	28,57%
De 31 a 60 min.	4,76%
De 61 a 90 min.	2,38%
Más de 90 min.	0,00%
Base	(42)

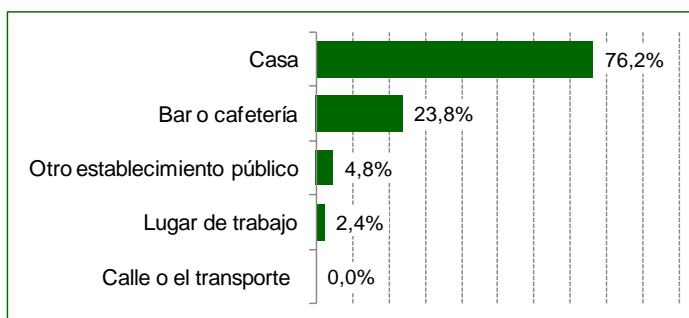


Lugar de lectura

En cuanto al lugar habitual de lectura de Gente La Rioja, el 76,2% de sus lectores lo lee en su casa.

Lugar de lectura

Casa	76,19%
Bar o cafetería	23,81%
Otro establecimiento público	4,76%
Lugar de trabajo	2,38%
Calle o el transporte	0,00%
Base	(42)



Perfil del lector

Lectores de Gente La Rioja, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjeto)

	Últimos 30 días	Muestra
Zona geográfica		
Rioja Alta	7,1%	14,1%
Rioja Media	83,3%	61,3%
Rioja Baja	7,1%	22,0%
Rioja Sierra Alta	2,4%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,4%
Tamaño municipio		
<100	0,0%	0,9%
101-500	7,1%	5,5%
501-1.000	2,4%	2,3%
1.001-2.000	2,4%	3,5%
2.001-5.000	9,5%	11,2%
5.001-10.000	0,0%	9,9%
10.001-20.000	7,1%	11,6%
20.001-50.000	4,8%	7,3%
> 50.000	66,7%	47,8%
Sexo		
Hombre	42,9%	48,5%
Mujer	57,1%	51,5%
Edad (grupos de edad)		
15-19 años	0,0%	2,7%
20-24 años	0,0%	8,5%
25-34 años	4,8%	11,3%
35-44 años	19,0%	17,9%
45-54 años	19,0%	18,1%
55-64 años	23,8%	17,4%
65-74 años	23,8%	14,3%
75 años y más	9,5%	9,6%
Convivencia		
Vivo sólo	16,7%	15,8%
Vivo en pareja	33,3%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	35,7%	32,4%
Vivo sólo con hijos	11,9%	5,4%
Con otras unidades familiares	2,4%	14,0%
Con compañeros de piso	0,0%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	19,0%	16,0%
Secundaria obligatoria	19,0%	16,5%
Secundaria superior	28,6%	38,4%
Universitarios	33,3%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	52,4%	56,1%
Parado/a	7,1%	10,4%
Jubilado/pensionista	33,3%	22,9%
Estudiante	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	7,1%	6,1%

Nivel de vida

Alto	0,0%	1,4%
Medio-alto	2,4%	10,9%
Medio-medio	54,8%	55,0%
Medio-bajo	31,0%	21,9%
Bajo	9,5%	7,5%

Bases	(42)	(948)
-------	------	-------

LA BRÚJULA

Audiencia_ En el último mes de referencia (últimos 30 días) ha leído La Brújula el 3,2% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	30	3,16%
Muestra		(948)

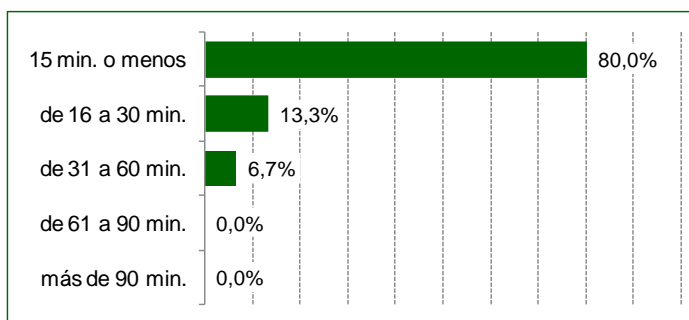
Hábitos de lectura_

Tiempo de lectura_

El 80% de los lectores de La Brújula dedica a su lectura menos de un cuarto de hora.

Tiempo de lectura

15 min. o menos	80,00%
De 16 a 30 min.	13,33%
De 31 a 60 min.	6,67%
De 61 a 90 min.	0,00%
Más de 90 min.	0,00%
Base	(30)

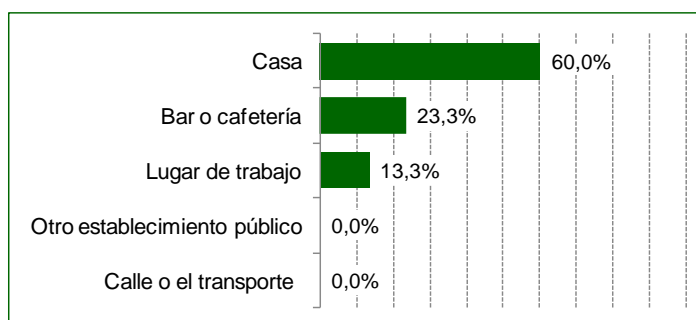


Lugar de lectura_

En cuanto al lugar habitual de lectura de La Brújula, el 60% de sus lectores lo lee en su casa.

Lugar de lectura

Casa	60,00%
Bar o cafetería	23,33%
Lugar de trabajo	13,33%
Otro establecimiento público	0,00%
Calle o el transporte	0,00%
Base	(30)



Perfil del lector_

Lectores de La Brújula, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Últimos 30 días	Muestra
Zona geográfica		
Rioja Alta	0,0%	14,1%
Rioja Media	33,3%	61,3%
Rioja Baja	66,7%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,4%
Tamaño municipio		
<100	0,0%	0,9%
101-500	3,3%	5,5%
501-1.000	0,0%	2,3%
1.001-2.000	3,3%	3,5%
2.001-5.000	23,3%	11,2%
5.001-10.000	6,7%	9,9%
10.001-20.000	10,0%	11,6%
20.001-50.000	33,3%	7,3%
> 50.000	20,0%	47,8%
Sexo		
Hombre	53,3%	48,5%
Mujer	46,7%	51,5%
Edad (grupos de edad)		
15-19 años	3,3%	2,7%
20-24 años	3,3%	8,5%
25-34 años	13,3%	11,3%
35-44 años	10,0%	17,9%
45-54 años	13,3%	18,1%
55-64 años	26,7%	17,4%
65-74 años	20,0%	14,3%
75 años y más	10,0%	9,6%
Convivencia		
Vivo sólo	10,0%	15,8%
Vivo en pareja	36,7%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	36,7%	32,4%
Vivo sólo con hijos	3,3%	5,4%
Con otras unidades familiares	6,7%	14,0%
Con compañeros de piso	0,0%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	16,7%	16,0%
Secundaria obligatoria	20,0%	16,5%
Secundaria superior	23,3%	38,4%
Universitarios	33,3%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	56,7%	56,1%
Parado/a	6,7%	10,4%
Jubilado/pensionista	26,7%	22,9%
Estudiante	3,3%	3,1%
Trabaja en el hogar	3,3%	6,1%

Nivel de vida

Alto	0,0%	1,4%
Medio-alto	10,0%	10,9%
Medio-medio	56,7%	55,0%
Medio-bajo	20,0%	21,9%
Bajo	10,0%	7,5%

Bases	(30)	(948)
-------	------	-------

ESCAPARATE – Ed. Alfaro y Calahorra

Audiencia En el último mes de referencia (últimos 30 días) ha leído Escaparate el 2,7% de los encuestados.

Audiencia	
30 últimos días	26 2,74%
Muestra	(948)

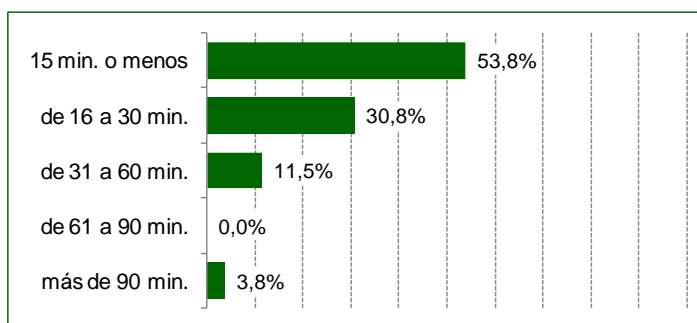
Hábitos de lectura

Tiempo de lectura

El 53,8% de los lectores de Escaparate dedica a su lectura menos de un cuarto de hora, y un 30,8% entre un cuarto y media hora.

Tiempo de lectura

15 min. o menos	53,85%
De 16 a 30 min.	30,77%
De 31 a 60 min.	11,54%
De 61 a 90 min.	0,00%
Más de 90 min.	3,85%
Base	(26)

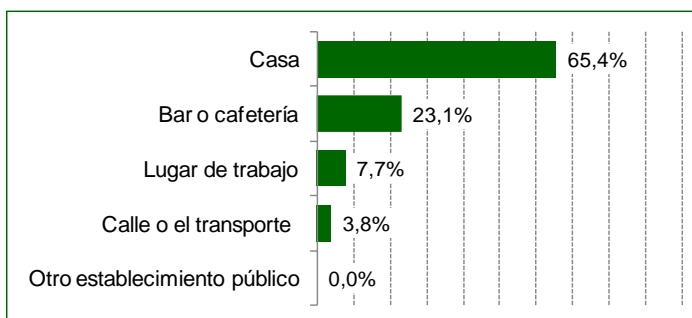


Lugar de lectura

En cuanto al lugar habitual de lectura de Escaparate, el 65,4% de sus lectores lo lee en su casa.

Lugar de lectura

Casa	65,38%
Bar o cafetería	23,08%
Lugar de trabajo	7,69%
Calle o el transporte	3,85%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(26)



Perfil del lector

Lectores de Escaparate, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjeto)

	Últimos 30 días	Muestra
Zona geográfica		
Rioja Alta	0,0%	14,1%
Rioja Media	11,5%	61,3%
Rioja Baja	88,5%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,4%
Tamaño municipio		
<100	0,0%	0,9%
101-500	0,0%	5,5%
501-1.000	0,0%	2,3%
1.001-2.000	0,0%	3,5%
2.001-5.000	34,6%	11,2%
5.001-10.000	30,8%	9,9%
10.001-20.000	7,7%	11,6%
20.001-50.000	19,2%	7,3%
> 50.000	7,7%	47,8%
Sexo		
Hombre	50,0%	48,5%
Mujer	50,0%	51,5%
Edad (grupos de edad)		
15-19 años	0,0%	2,7%
20-24 años	0,0%	8,5%
25-34 años	7,7%	11,3%
35-44 años	23,1%	17,9%
45-54 años	19,2%	18,1%
55-64 años	26,9%	17,4%
65-74 años	15,4%	14,3%
75 años y más	7,7%	9,6%
Convivencia		
Vivo sólo	7,7%	15,8%
Vivo en pareja	34,6%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	42,3%	32,4%
Vivo sólo con hijos	7,7%	5,4%
Con otras unidades familiares	7,7%	14,0%
Con compañeros de piso	0,0%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	11,5%	16,0%
Secundaria obligatoria	26,9%	16,5%
Secundaria superior	46,2%	38,4%
Universitarios	11,5%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	69,2%	56,1%
Parado/a	11,5%	10,4%
Jubilado/pensionista	19,2%	22,9%
Estudiante	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	0,0%	6,1%

Nivel de vida

Alto	0,0%	1,4%
Medio-alto	3,8%	10,9%
Medio-medio	61,5%	55,0%
Medio-bajo	26,9%	21,9%
Bajo	7,7%	7,5%

Bases	(26)	(948)
-------	------	-------

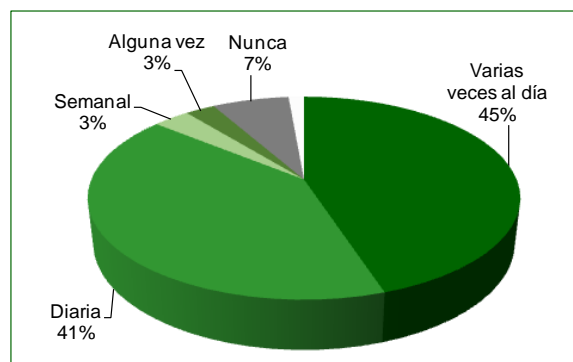
PRENSA DIGITAL

En este apartado, primeramente, vamos a ver cuál es la frecuencia de uso de Internet de los encuestados y el dispositivo por el que se conectan de forma habitual; y si acceden a información o les llega información -noticias- de forma habitual a través de la red, y la forma por la que acceden o les llega esa información. También, y ya centrados en las publicaciones digitales veremos cómo acceden concretamente a la información en prensa digital.

Frecuencia de uso de Internet El 85,9% de los encuestados accede a Internet diariamente o casi diariamente, un 44,9% varias veces al día. Por el contrario, un 6% no accede nunca a Internet.

Frecuencia de uso de Internet

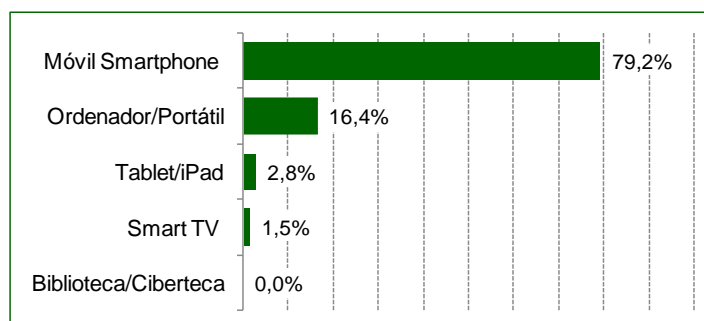
Varias veces al día	44,94%
Diariamente (o casi diariamente)	40,93%
Semanalmente (al menos una vez a la semana)	3,27%
En los últimos tres meses	0,00%
En los últimos doce meses	0,00%
Alguna vez	2,64%
Nunca	6,86%
Base	(948)



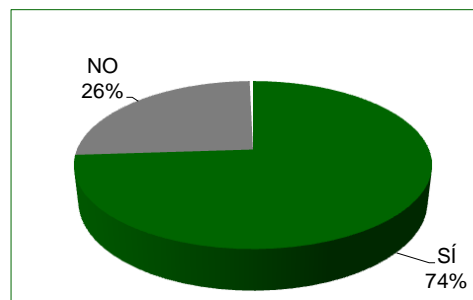
Dispositivo con el que se conectan a Internet Quienes utilizan Internet, se conectan a la red mayoritariamente a través de un móvil (Smartphone), así lo hace el 79,2% de ellos. A gran distancia, un 16,4% lo hace a través de un ordenador de sobremesa o un portátil.

Dispositivo

Móvil Smartphone	79,17%
Ordenador/Portátil	16,45%
Tablet/iPad	2,84%
Smart TV	1,54%
Biblioteca/Ciberteca	0,00%
Base	(845)



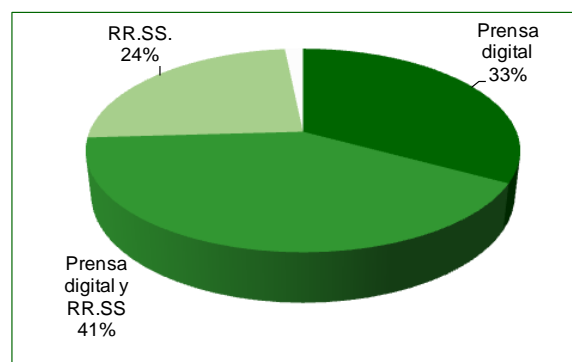
Acceso a información a través de Internet_ Entre quienes usan Internet, casi tres cuartas partes, el 73,96% lo utiliza para acceder a información o para que le llegue información o noticias.



Forma de acceso a información en Internet_ Entre quienes utilizan Internet para estar informados (acceder, o que les llegue información), una tercera parte de ellos (el 33%) accede a la información exclusivamente a través de prensa digital; casi una cuarta parte (el 24,3%) sólo a través de las redes sociales; y el resto (el 41,1%) por una combinación de ambas opciones -prensa digital y redes sociales.

Forma de acceso a información en Internet

Forma de acceso	a
Prensa digital	32,96%
Prensa digital y RR. SS	41,12%
RR.SS.	24,32%
	Base (625)

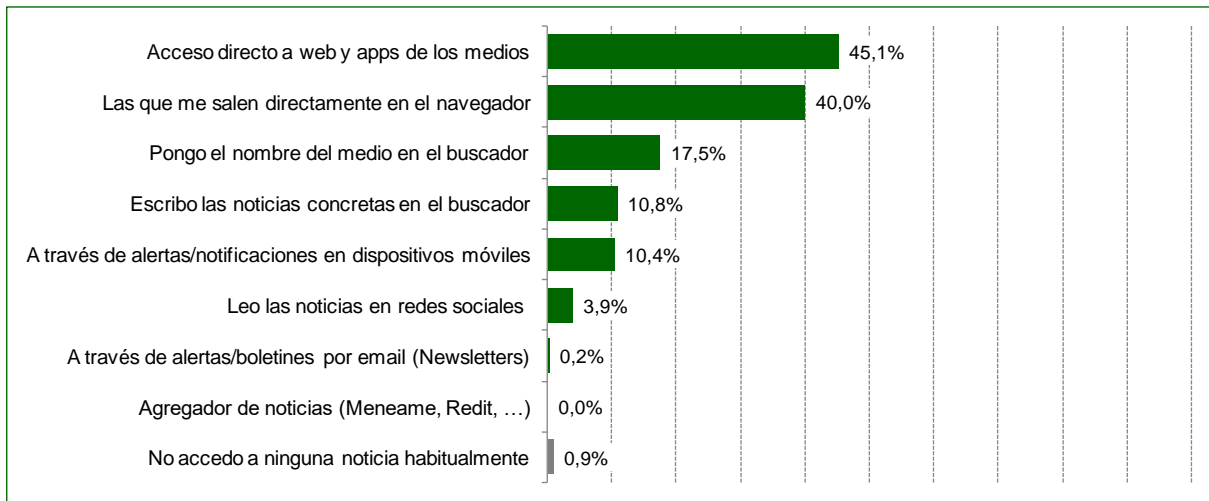


Acceso concreto a información en prensa digital ⁹_ Entre quienes acceden a información en la red a través de la prensa digital, de forma exclusiva o en combinación con las redes sociales, el 45,1% lo hace mediante accesos directos a la Web y Apps de los medios y otro 17,5% busca el medio en un Buscador. Otro 40% acceden a lo que “le sale directamente” en el navegador.

Acceso a información en prensa digital

Acceso directo a Web y Apps de los medios	45,14%
Las que me salen directamente en el navegador	39,96%
Pongo el nombre del medio en el buscador	17,49%
Escribo las noticias concretas en el buscador	10,80%
A través de alertas/notificaciones en dispositivos móviles	10,37%
Leo las noticias en redes sociales	3,89%
A través de alertas/boletines por email (Newsletter)	0,22%
Agregador de noticias (Menéame, Reddit, ...)	0,00%
No accedo a ninguna noticia habitualmente	0,86%
	Base (463)

9 En respuesta múltiple asistida



Dentro de este apartado de publicaciones digitales, vamos a diferenciar ente prensa digital de temática generalista y prensa digital de temática especializada.

PRENSA DIGITAL DE TEMÁTICA GENERALISTA

“larioja.com”

Audiencia_ En el último mes (últimos 30 días) han leído “larioja.com” el 26,2% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, lo han leído con cierta frecuencia -varias veces al día o 4 o 5 días- el 16,2%, y en fines de semana -varias veces al día o sábado y/o domingo- el 12,1% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	248	26,16%
Días laborables	144	15,19%
Fines de semana	115	12,13%
Muestra		(948)

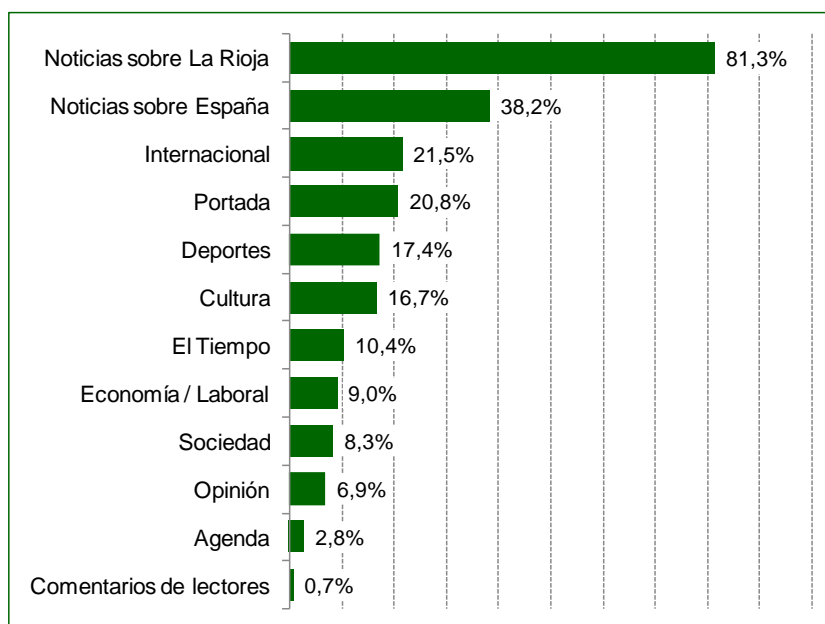
Hábitos de lectura en días laborables_

Contenidos de interés_

El contenido que despierta mayor interés entre los lectores de “larioja.com”, entre semana, es Noticias sobre La Rioja, de interés para el 81,3% de sus lectores. A gran distancia Noticias sobre España despierta interés en el 38,2% de sus lectores, Internacional en el 21,5% y Portada en el 20,8%.

Contenidos

Noticias sobre La Rioja	81,25%
Noticias sobre España	38,19%
Internacional	21,53%
Portada	20,83%
Deportes	17,36%
Cultura	16,67%
El Tiempo	10,42%
Economía / Laboral	9,03%
Sociedad	8,33%
Opinión	6,94%
Agenda	2,78%
Comentarios de lectores	0,69%
Base	(144)

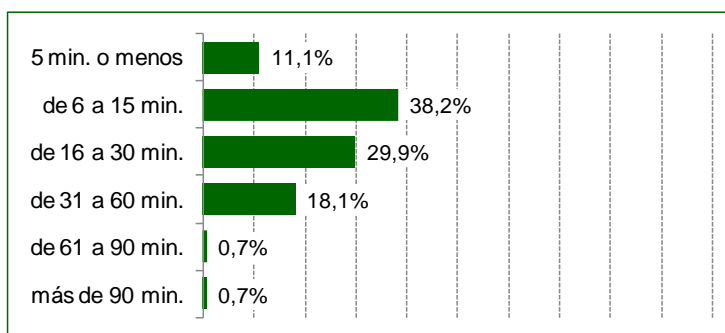


Tiempo de lectura_

El 38,2% de los lectores de “larioja.com” dedican a su lectura, los días laborables, entre seis minutos y un cuarto de hora, y un 29,9% entre un cuarto y media hora. Cinco minutos o menos le dedica el 11,1% de sus lectores.

Tiempo de lectura

5 min. o menos	11,11%
De 6 a 15 min.	38,19%
De 16 a 30 min.	29,86%
De 31 a 60 min.	18,06%
De 61 a 90 min.	0,69%
Más de 90 min.	0,69%
Base (144)	



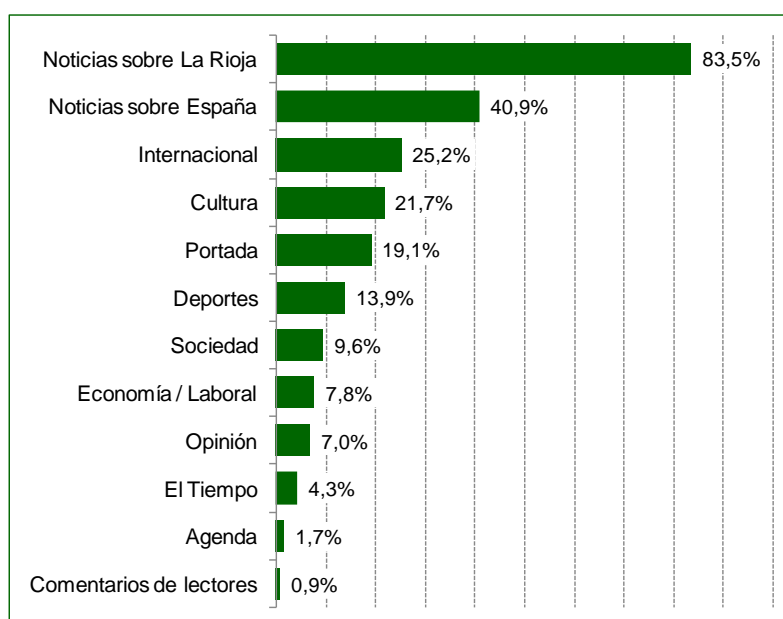
Hábitos de lectura en fin de semana

Contenidos de interés

El contenido que despierta mayor interés entre los lectores de “larioja.com”, en fin de semana, es Noticias sobre La Rioja, de interés para el 83,5% de sus lectores. A gran distancia, Noticias sobre España despierta interés en el 40,9% de sus lectores, Internacional en el 25,2% y Cultura en el 21,7%.

Contenidos

Noticias sobre La Rioja	83,48%
Noticias sobre España	40,87%
Internacional	25,22%
Cultura	21,74%
Portada	19,13%
Deportes	13,91%
Sociedad	9,57%
Economía / Laboral	7,83%
Opinión	6,96%
El Tiempo	4,35%
Agenda	1,74%
Comentarios de lectores	0,87%
Base (115)	

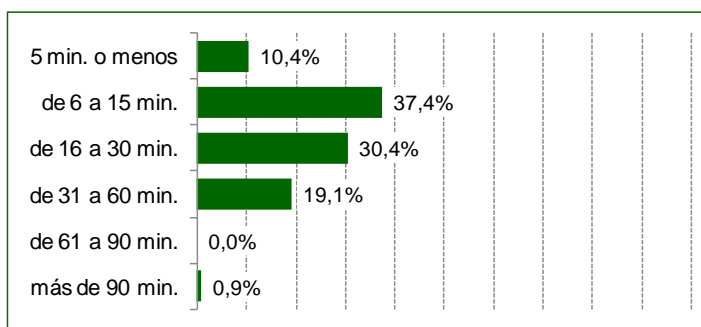


Tiempo de lectura

El 37,4% de los lectores de “larioja.com” dedican a su lectura, en fin de semana, entre seis minutos y un cuarto de hora, y un 30,4% entre un cuarto y media hora. Cinco minutos o menos le dedica el 10,4% de sus lectores.

Tiempo de lectura

5 min. o menos	10,43%
De 6 a 15 min.	37,39%
De 16 a 30 min.	30,43%
De 31 a 60 min.	19,13%
De 61 a 90 min.	0,00%
Más de 90 min.	0,87%
Base (115)	



Perfil del lector_

Lectores de "larioja.com", en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	13,2%	13,9%	14,1%
Rioja Media	62,5%	61,7%	61,3%
Rioja Baja	20,8%	19,1%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,7%	1,7%	1,3%
Rioja Sierra Media	2,1%	2,6%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,7%	0,9%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	1,4%	0,9%	0,9%
101-500	9,0%	10,4%	5,5%
501-1.000	2,1%	0,9%	2,3%
1.001-2.000	6,3%	7,8%	3,5%
2.001-5.000	11,1%	10,4%	11,2%
5.001-10.000	8,3%	11,3%	9,9%
10.001-20.000	10,4%	11,3%	11,6%
20.001-50.000	5,6%	3,5%	7,3%
> 50.000	45,8%	43,5%	47,8%
Sexo			
Hombre	52,1%	47,8%	48,5%
Mujer	47,9%	52,2%	51,5%

Edad (grupos de edad)			
15-19 años	0,7%	0,9%	2,7%
20-24 años	4,2%	2,6%	8,5%
25-34 años	10,4%	13,0%	11,3%
35-44 años	21,5%	20,0%	17,9%
45-54 años	25,0%	24,3%	18,1%
55-64 años	16,7%	17,4%	17,4%
65-74 años	16,7%	16,5%	14,3%
75 años y más	4,9%	5,2%	9,6%

Convivencia			
Vivo sólo	12,5%	12,2%	15,8%
Vivo en pareja	26,4%	31,3%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	44,4%	40,9%	32,4%
Vivo sólo con hijos	4,9%	5,2%	5,4%
Con otras unidades familiares	9,0%	7,8%	14,0%
Con compañeros de piso	1,4%	0,9%	2,2%

Nivel de estudios			
Primarios o menos	5,6%	6,1%	16,0%
Secundaria obligatoria	13,2%	20,0%	16,5%
Secundaria superior	40,3%	33,9%	38,4%
Universitarios	41,0%	40,0%	27,7%

Relación con la actividad			
Trabaja actualmente	63,9%	61,7%	56,1%
Parado/a	6,9%	7,8%	10,4%
Jubilado/pensionista	22,2%	23,5%	22,9%
Estudiante	1,4%	1,7%	3,1%
Trabaja en el hogar	4,2%	3,5%	6,1%

Nivel de vida			
Alto	0,0%	0,0%	1,4%
Medio-alto	13,2%	13,9%	10,9%
Medio-medio	66,0%	64,3%	55,0%
Medio-bajo	18,8%	18,3%	21,9%
Bajo	2,1%	3,5%	7,5%

Bases	(144)	(115)	(948)
-------	-------	-------	-------

“nuevecuatrouno.com”

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han leído “nuevecuatrouno.com” el 15,6% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, lo han leído con cierta frecuencia -varias veces al día o 4 o 5 días- el 10,3%, y en fines de semana -varias veces al día o sábado y/o domingo- el 8,2% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	148	15,61%
Días laborables	98	10,34%
Fines de semana	78	8,23%
Muestra	(948)	

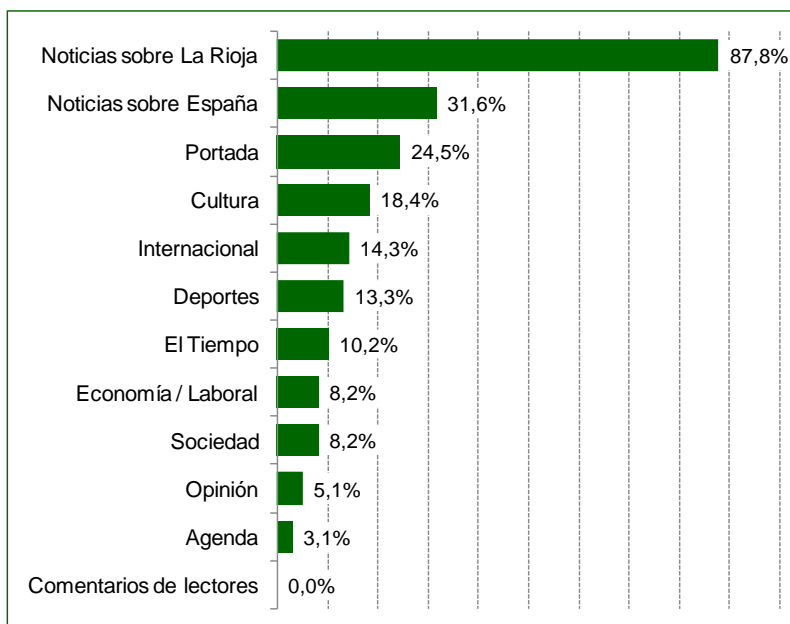
Hábitos de lectura en días laborables

Contenidos de interés

El contenido que despierta mayor interés entre los lectores de “nuevecuatrouno.com”, entre semana, es Noticias sobre La Rioja, de interés para el 87,8% de sus lectores. A gran distancia, Noticias sobre España despierta interés en el 31,6% de sus lectores, y Portada en el 24,5%.

Contenidos

Noticias sobre La Rioja	87,76%
Noticias sobre España	31,63%
Portada	24,49%
Cultura	18,37%
Internacional	14,29%
Deportes	13,27%
El Tiempo	10,20%
Economía / Laboral	8,16%
Sociedad	8,16%
Opinión	5,10%
Agenda	3,06%
Comentarios de lectores	0,00%
Base	(98)

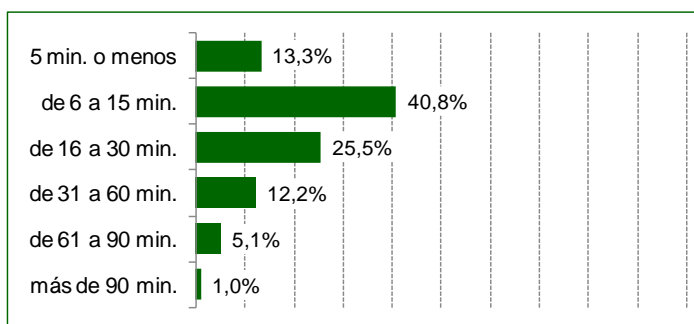


Tiempo de lectura

El 40,8% de los lectores de “nuevecuatrouno.com” dedican a su lectura, los días laborables, entre seis minutos y un cuarto de hora, y un 25,5% entre un cuarto y media hora. Cinco minutos o menos le dedica el 13,3% de sus lectores.

Tiempo de lectura

5 min. o menos	13,27%
De 6 a 15 min.	40,82%
De 16 a 30 min.	25,51%
De 31 a 60 min.	12,24%
De 61 a 90 min.	5,10%
Más de 90 min.	1,02%
Base (98)	



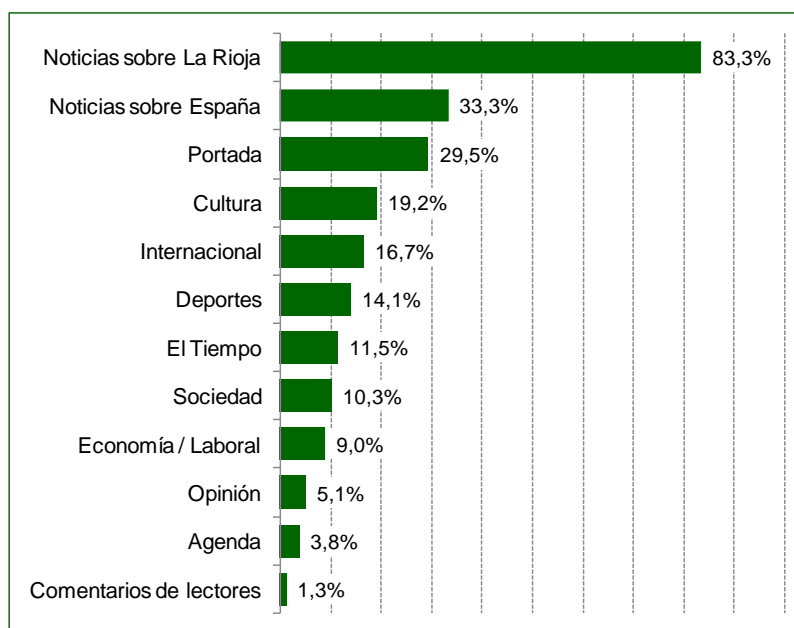
Hábitos de lectura en fin de semana

Contenidos de interés

El contenido que despierta mayor interés entre los lectores de “nuevecuatrouno.com”, en fin de semana, es Noticias sobre La Rioja, de interés para el 83,3% de sus lectores. A gran distancia, Noticias sobre España despierta interés en el 33,3% de sus lectores y Portada al 29,5%.

Contenidos

Noticias sobre La Rioja	83,33%
Noticias sobre España	33,33%
Portada	29,49%
Cultura	19,23%
Internacional	16,67%
Deportes	14,10%
El Tiempo	11,54%
Sociedad	10,26%
Economía / Laboral	8,97%
Opinión	5,13%
Agenda	3,85%
Comentarios de lectores	1,28%
Base (78)	

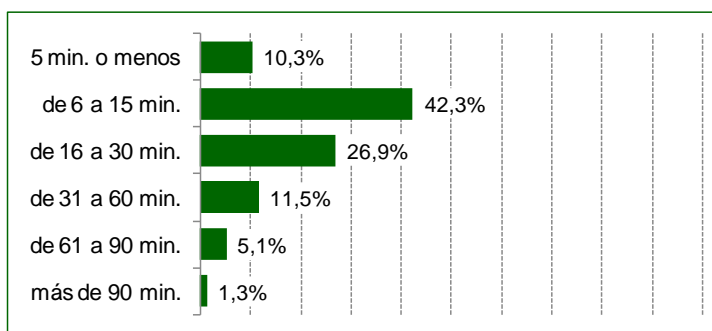


Tiempo de lectura

El 42,3% de los lectores de “nuevecuatrouno.com” dedican a su lectura, en fin de semana, entre seis minutos y un cuarto de hora, y un 26,9% entre un cuarto y media hora. Cinco minutos o menos le dedica el 10,3% de sus lectores.

Tiempo de lectura

5 min. o menos	10,26%
De 6 a 15 min.	42,31%
De 16 a 30 min.	26,92%
De 31 a 60 min.	11,54%
De 61 a 90 min.	5,13%
Más de 90 min.	1,28%
Base (78)	



Perfil del lector_

Lectores de “nuevecuatrouno.com”, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	14,3%	15,4%	14,1%
Rioja Media	64,3%	65,4%	61,3%
Rioja Baja	18,4%	15,4%	22,0%
Rioja Sierra Alta	1,0%	1,3%	1,3%
Rioja Sierra Media	2,0%	2,6%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	1,0%	0,0%	0,9%
101-500	9,2%	10,3%	5,5%
501-1.000	1,0%	1,3%	2,3%
1.001-2.000	4,1%	3,8%	3,5%
2.001-5.000	13,3%	15,4%	11,2%
5.001-10.000	6,1%	6,4%	9,9%
10.001-20.000	11,2%	11,5%	11,6%
20.001-50.000	5,1%	3,8%	7,3%
> 50.000	49,0%	47,4%	47,8%
Sexo			
Hombre	43,9%	44,9%	48,5%
Mujer	56,1%	55,1%	51,5%

Edad (grupos de edad)			
15-19 años	1,0%	1,3%	2,7%
20-24 años	7,1%	6,4%	8,5%
25-34 años	11,2%	11,5%	11,3%
35-44 años	19,4%	16,7%	17,9%
45-54 años	21,4%	23,1%	18,1%
55-64 años	17,3%	17,9%	17,4%
65-74 años	18,4%	17,9%	14,3%
75 años y más	4,1%	5,1%	9,6%

Convivencia			
Vivo sólo	11,2%	9,0%	15,8%
Vivo en pareja	28,6%	30,8%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	38,8%	39,7%	32,4%
Vivo sólo con hijos	5,1%	6,4%	5,4%
Con otras unidades familiares	12,2%	11,5%	14,0%
Con compañeros de piso	1,0%	0,0%	2,2%

Nivel de estudios			
Primarios o menos	4,1%	3,8%	16,0%
Secundaria obligatoria	16,3%	17,9%	16,5%
Secundaria superior	33,7%	33,3%	38,4%
Universitarios	45,9%	44,9%	27,7%

Relación con la actividad			
Trabaja actualmente	62,2%	57,7%	56,1%
Parado/a	7,1%	6,4%	10,4%
Jubilado/pensionista	20,4%	24,4%	22,9%
Estudiante	2,0%	2,6%	3,1%
Trabaja en el hogar	8,2%	9,0%	6,1%

Nivel de vida			
Alto	2,0%	1,3%	1,4%
Medio-alto	14,3%	16,7%	10,9%
Medio-medio	61,2%	60,3%	55,0%
Medio-bajo	20,4%	19,2%	21,9%
Bajo	2,0%	2,6%	7,5%

Bases	(98)	(78)	(948)
-------	------	------	-------

“rioja2.com”

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han leído “rioja2.com” el 6,7% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, lo han leído con cierta frecuencia -varias veces al día o 4 o 5 días- el 4%, y en fines de semana -varias veces al día o sábado y/o domingo- el 3,7% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	63	6,65%
Días laborables	38	4,01%
Fines de semana	35	3,69%
Muestra	(948)	

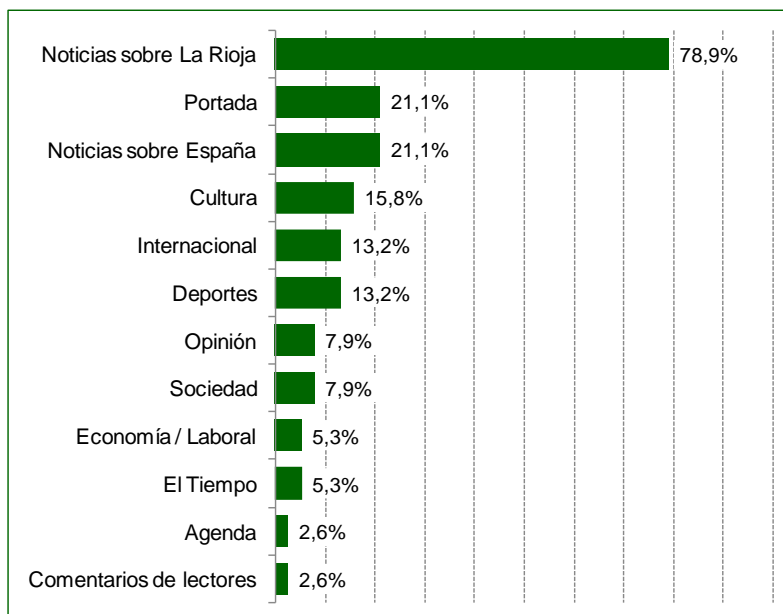
Hábitos de lectura en días laborables

Contenidos de interés

El contenido que despierta mayor interés entre los lectores de “rioja2.com”, entre semana, es Noticias sobre La Rioja, de interés para el 78,9% de sus lectores. A gran distancia, Noticias sobre España y Portada despiertan, ambos, interés en el 21,1% de sus lectores.

Contenidos

Noticias sobre La Rioja	78,95%
Portada	21,05%
Noticias sobre España	21,05%
Cultura	15,79%
Internacional	13,16%
Deportes	13,16%
Opinión	7,89%
Sociedad	7,89%
Economía / Laboral	5,26%
El Tiempo	5,26%
Agenda	2,63%
Comentarios de lectores	2,63%
Base	(38)

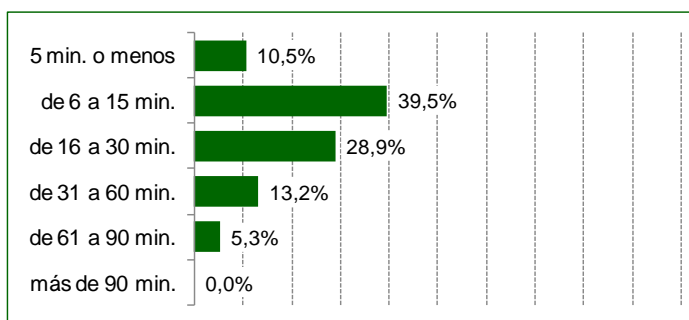


Tiempo de lectura

El 39,5% de los lectores de “rioja2.com” dedican a su lectura, los días laborables, entre seis minutos y un cuarto de hora, y un 28,9% entre un cuarto y media hora. Cinco minutos o menos le dedica el 10,5% de sus lectores.

Tiempo de lectura

5 min. o menos	10,53%
De 6 a 15 min.	39,47%
De 16 a 30 min.	28,95%
De 31 a 60 min.	13,16%
De 61 a 90 min.	5,26%
Más de 90 min.	0,00%
Base (38)	



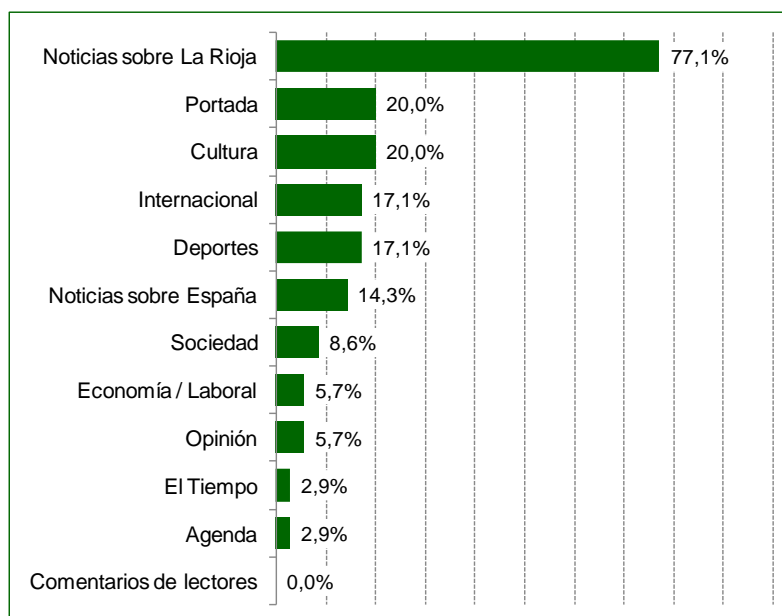
Hábitos de lectura en fin de semana

Contenidos de interés

El contenido que despierta mayor interés entre los lectores de “rioja2.com”, en fin de semana, es Noticias sobre La Rioja, de interés para el 77,1% de sus lectores. A gran distancia, Portada y Cultura despiertan interés, ambos, en el 20% de sus lectores.

Contenidos

Noticias sobre La Rioja	77,14%
Portada	20,00%
Cultura	20,00%
Internacional	17,14%
Deportes	17,14%
Noticias sobre España	14,29%
Sociedad	8,57%
Economía / Laboral	5,71%
Opinión	5,71%
El Tiempo	2,86%
Agenda	2,86%
Comentarios de lectores	0,00%
Base (35)	

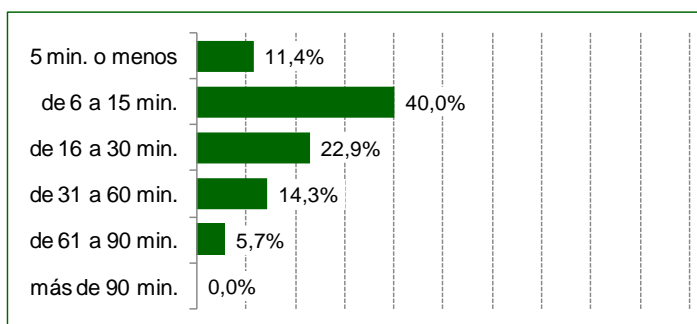


Tiempo de lectura

El 40% de los lectores de “rioja2.com” dedican a su lectura, en fin de semana, entre seis minutos y un cuarto de hora, y un 22,9% entre un cuarto y media hora. Cinco minutos o menos, le dedica el 11,4% de sus lectores.

Tiempo de lectura

5 min. o menos	11,43%
De 6 a 15 min.	40,00%
De 16 a 30 min.	22,86%
De 31 a 60 min.	14,29%
De 61 a 90 min.	5,71%
Más de 90 min.	0,00%
Base (35)	



Perfil del lector_

Lectores de "rioja2.com", en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	10,5%	8,6%	14,1%
Rioja Media	76,3%	80,0%	61,3%
Rioja Baja	10,5%	8,6%	22,0%
Rioja Sierra Alta	2,6%	2,9%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	0,0%	0,0%	0,9%
101-500	5,3%	5,7%	5,5%
501-1.000	2,6%	2,9%	2,3%
1.001-2.000	2,6%	2,9%	3,5%
2.001-5.000	5,3%	5,7%	11,2%
5.001-10.000	7,9%	5,7%	9,9%
10.001-20.000	10,5%	14,3%	11,6%
20.001-50.000	2,6%	0,0%	7,3%
> 50.000	63,2%	62,9%	47,8%
Sexo			
Hombre	52,6%	57,1%	48,5%
Mujer	47,4%	42,9%	51,5%

Edad (grupos de edad)			
15-19 años	0,0%	0,0%	2,7%
20-24 años	5,3%	8,6%	8,5%
25-34 años	15,8%	17,1%	11,3%
35-44 años	26,3%	17,1%	17,9%
45-54 años	28,9%	22,9%	18,1%
55-64 años	5,3%	8,6%	17,4%
65-74 años	13,2%	22,9%	14,3%
75 años y más	5,3%	2,9%	9,6%

Convivencia			
Vivo sólo	5,3%	2,9%	15,8%
Vivo en pareja	23,7%	37,1%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	52,6%	42,9%	32,4%
Vivo sólo con hijos	5,3%	2,9%	5,4%
Con otras unidades familiares	10,5%	8,6%	14,0%
Con compañeros de piso	0,0%	0,0%	2,2%

Nivel de estudios			
Primarios o menos	0,0%	2,9%	16,0%
Secundaria obligatoria	21,1%	17,1%	16,5%
Secundaria superior	23,7%	28,6%	38,4%
Universitarios	55,3%	48,6%	27,7%

Relación con la actividad			
Trabaja actualmente	71,1%	65,7%	56,1%
Parado/a	7,9%	5,7%	10,4%
Jubilado/pensionista	15,8%	22,9%	22,9%
Estudiante	0,0%	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	5,3%	5,7%	6,1%

Nivel de vida			
Alto	0,0%	0,0%	1,4%
Medio-alto	10,5%	14,3%	10,9%
Medio-medio	65,8%	62,9%	55,0%
Medio-bajo	23,7%	22,9%	21,9%
Bajo	0,0%	0,0%	7,5%

Bases	(38)	(35)	(948)
-------	------	------	-------

“eldiadelarioja.es”

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han leído “eldiadelarioja.es” el 3% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, lo han leído con cierta frecuencia -varias veces al día o 4 o 5 días- el 2%, y en fines de semana –varias veces al día o sábado y/o domingo- también el 2% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	28	2,95%
Días laborables	19	2,0%
Fines de semana	19	2,0%
Muestra	(948)	

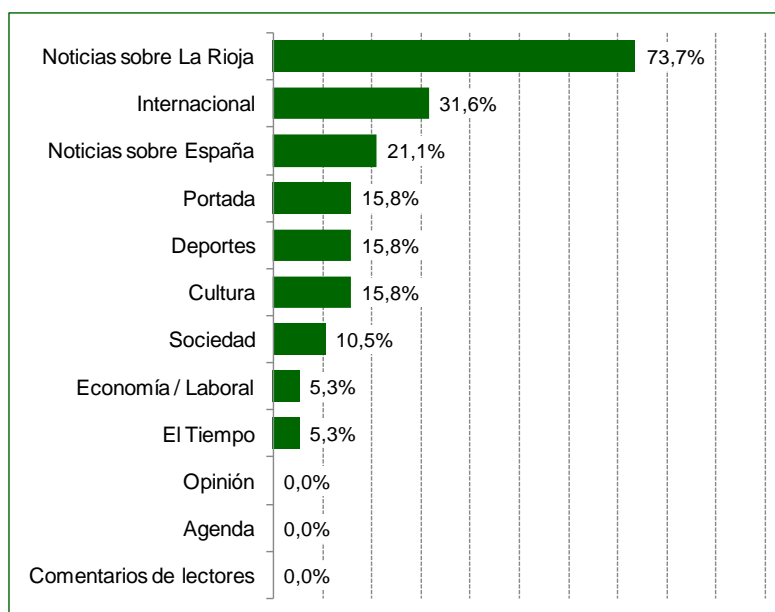
Hábitos de lectura en días laborables

Contenidos de interés

El contenido que despierta mayor interés entre los lectores de “eldiadelarioja.es”, entre semana, es Noticias sobre La Rioja, de interés para el 73,7% de sus lectores. A gran distancia, Internacional despierta interés en el 31,6% de sus lectores y Noticias sobre España en el 21,1%.

Contenidos

Noticias sobre La Rioja	73,68%
Internacional	31,58%
Noticias sobre España	21,05%
Portada	15,79%
Deportes	15,79%
Cultura	15,79%
Sociedad	10,53%
Economía / Laboral	5,26%
El Tiempo	5,26%
Opinión	0,00%
Agenda	0,00%
Comentarios de lectores	0,00%
Base	(19)

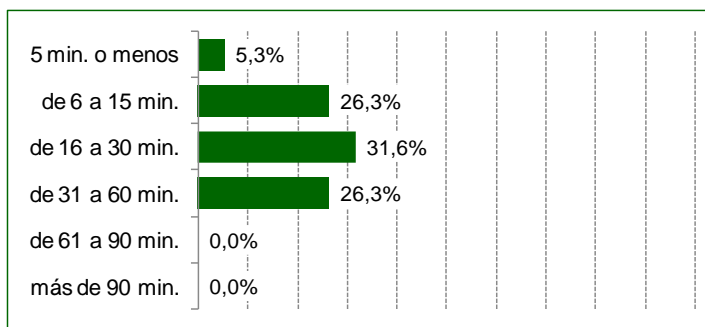


Tiempo de lectura

El 26,3% de los lectores de “eldiadelarioja.es” dedican a su lectura, los días laborables, entre seis minutos y un cuarto de hora, y un 31,6% entre un cuarto y media hora. Cinco minutos o menos, le dedica el 5,3% de sus lectores.

Tiempo de lectura

5 min. o menos	5,26%
De 6 a 15 min.	26,32%
De 16 a 30 min.	31,58%
De 31 a 60 min.	26,32%
De 61 a 90 min.	0,00%
Más de 90 min.	0,00%
Base (19)	



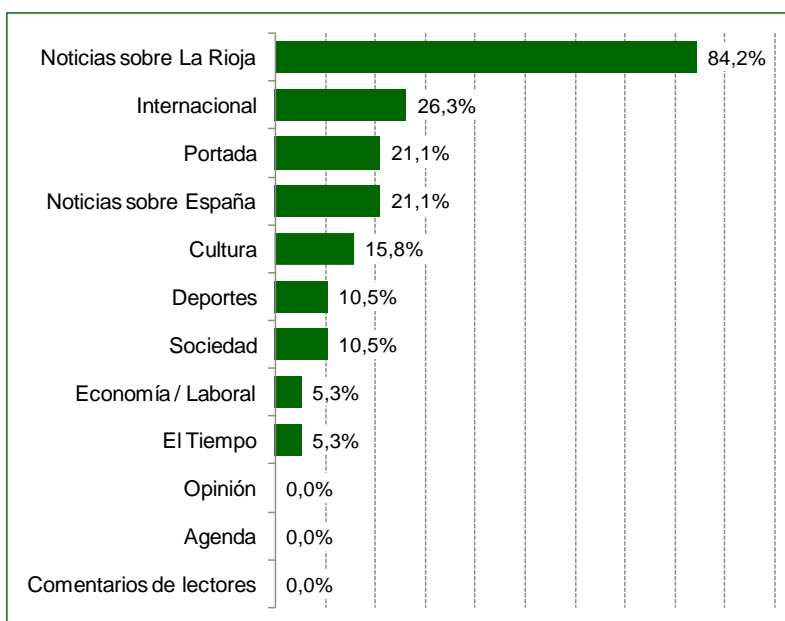
Hábitos de lectura en fin de semana

Contenidos de interés

El contenido que despierta mayor interés entre los lectores de “eldiadelarioja.es”, en fin de semana, es Noticias sobre La Rioja, de interés para el 84,2% de sus lectores. A gran distancia, Internacional despierta interés en el 26,3% de sus lectores, y Noticias sobre España y Portada, ambos, en el 21,1%.

Contenidos

Noticias sobre La Rioja	84,21%
Internacional	26,32%
Noticias sobre España	21,05%
Portada	21,05%
Cultura	15,79%
Deportes	10,53%
Sociedad	10,53%
Economía / Laboral	5,26%
El Tiempo	5,26%
Opinión	0,00%
Agenda	0,00%
Comentarios de lectores	0,00%
Base (19)	

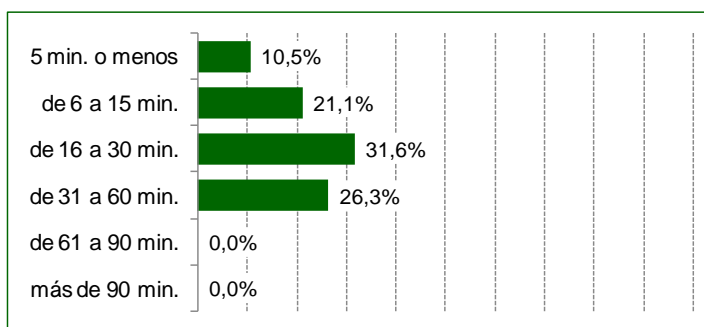


Tiempo de lectura

El 21,1% de los lectores de “eldiadelarioja.es” dedican a su lectura, en fin de semana, entre seis minutos y un cuarto de hora, y un 31,6% entre un cuarto y media hora. Cinco minutos o menos, le dedica el 10,5% de sus lectores.

Tiempo de lectura

5 min. o menos	10,53%
De 6 a 15 min.	21,05%
De 16 a 30 min.	31,58%
De 31 a 60 min.	26,32%
De 61 a 90 min.	0,00%
Más de 90 min.	0,00%
Base (19)	



Perfil del lector_

Lectores de “eldiadelarioja.es”, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	5,3%	0,0%	14,1%
Rioja Media	84,2%	89,5%	61,3%
Rioja Baja	10,5%	10,5%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	0,0%	0,0%	0,9%
101-500	0,0%	0,0%	5,5%
501-1.000	5,3%	0,0%	2,3%
1.001-2.000	0,0%	0,0%	3,5%
2.001-5.000	15,8%	15,8%	11,2%
5.001-10.000	0,0%	0,0%	9,9%
10.001-20.000	5,3%	5,3%	11,6%
20.001-50.000	5,3%	5,3%	7,3%
> 50.000	68,4%	73,7%	47,8%
Sexo			
Hombre	36,8%	36,8%	48,5%
Mujer	63,2%	63,2%	51,5%

Edad (grupos de edad)			
15-19 años	0,0%	0,0%	2,7%
20-24 años	10,5%	10,5%	8,5%
25-34 años	10,5%	10,5%	11,3%
35-44 años	0,0%	0,0%	17,9%
45-54 años	26,3%	21,1%	18,1%
55-64 años	26,3%	26,3%	17,4%
65-74 años	26,3%	31,6%	14,3%
75 años y más	0,0%	0,0%	9,6%

Convivencia			
Vivo sólo	5,3%	10,5%	15,8%
Vivo en pareja	42,1%	31,6%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	42,1%	42,1%	32,4%
Vivo sólo con hijos	5,3%	5,3%	5,4%
Con otras unidades familiares	0,0%	5,3%	14,0%
Con compañeros de piso	5,3%	5,3%	2,2%

Nivel de estudios			
Primarios o menos	10,5%	10,5%	16,0%
Secundaria obligatoria	26,3%	21,1%	16,5%
Secundaria superior	47,4%	42,1%	38,4%
Universitarios	15,8%	26,3%	27,7%

Relación con la actividad			
Trabaja actualmente	63,2%	57,9%	56,1%
Parado/a	5,3%	5,3%	10,4%
Jubilado/pensionista	31,6%	36,8%	22,9%
Estudiante	0,0%	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	0,0%	0,0%	6,1%

Nivel de vida			
Alto	0,0%	0,0%	1,4%
Medio-alto	10,5%	10,5%	10,9%
Medio-medio	63,2%	68,4%	55,0%
Medio-bajo	21,1%	15,8%	21,9%
Bajo	5,3%	5,3%	7,5%

Bases	(19)	(19)	(948)
-------	------	------	-------

PUBLICACIONES DIGITALES DE TEMÁTICA ESPECIALIZADA

“elbalcondemateo.es”

Audiencia_ En el último mes (últimos 30 días) han leído “elbalcondemateo.es” el 4,5% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, lo han leído con cierta frecuencia -varias veces al día o 4 o 5 días- el 0,5%, y en fines de semana -varias veces al día o sábado y/o domingo- el 1,2% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	43	4,54%
Días laborables	5	0,53%
Fines de semana	11	1,16%
Muestra	(948)	

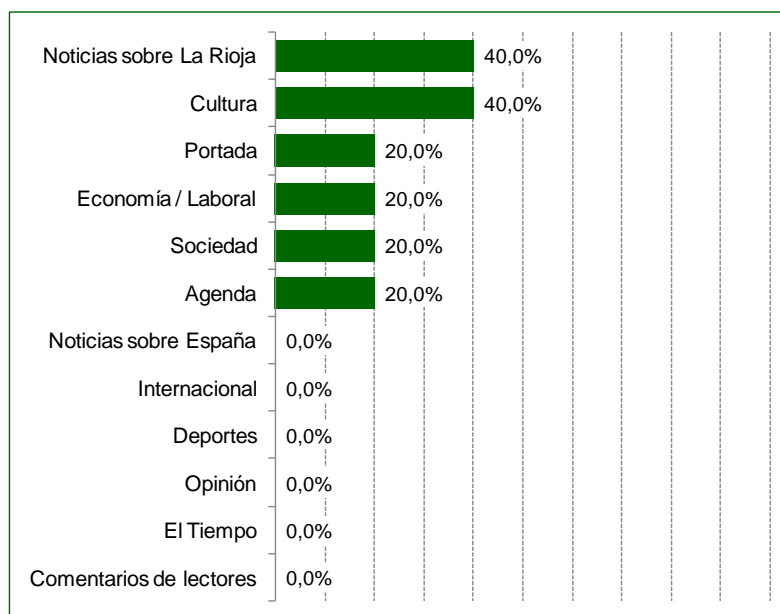
Hábitos de lectura en días laborables_

Contenidos de interés_

Los contenidos que despiertan mayor interés entre los lectores de “elbalcondemateo.es” entre semana son: Noticias sobre La Rioja y Cultura de interés, ambos, para el 40% de sus lectores; seguido de Portada, Economía/Laboral, Sociedad y Agenda, que despiertan, las cuatro, interés en el 20% de sus lectores.

Contenidos

Noticias sobre La Rioja	40,00%
Cultura	40,00%
Portada	20,00%
Economía / Laboral	20,00%
Sociedad	20,00%
Agenda	20,00%
Noticias sobre España	0,00%
Internacional	0,00%
Deportes	0,00%
Opinión	0,00%
El Tiempo	0,00%
Comentarios de lectores	0,00%
Base	(5)

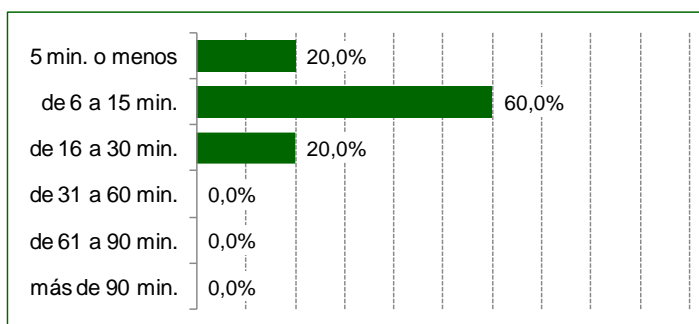


Tiempo de lectura_

El 60% de los lectores de “elbalcondemateo.es” dedican a su lectura, los días laborables, entre seis minutos y un cuarto de hora, y un 20% entre un cuarto y media hora. Cinco minutos o menos, le dedica otro 20% de sus lectores.

Tiempo de lectura

5 min. o menos	20,00%
De 6 a 15 min.	60,00%
De 16 a 30 min.	20,00%
De 31 a 60 min.	0,00%
De 61 a 90 min.	0,00%
Más de 90 min.	0,00%
Base	(5)



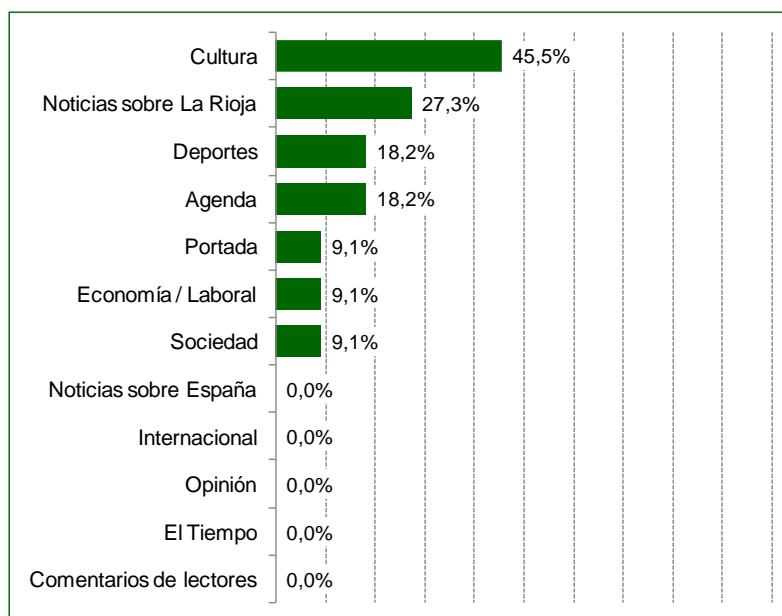
Hábitos de lectura en fin de semana_

Contenidos de interés_

El contenido que despierta mayor interés entre los lectores de “elbalcondemateo.es”, en fin de semana, es Cultura, de interés para el 45,5% de sus lectores; y en menor medida Noticias sobre La Rioja, que interesan al 27,3% de sus lectores.

Contenidos

Cultura	45,45%
Noticias sobre La Rioja	27,27%
Deportes	18,18%
Agenda	18,18%
Portada	9,09%
Economía / Laboral	9,09%
Sociedad	9,09%
Noticias sobre España	0,00%
Internacional	0,00%
Opinión	0,00%
El Tiempo	0,00%
Comentarios de lectores	0,00%
Base	(11)

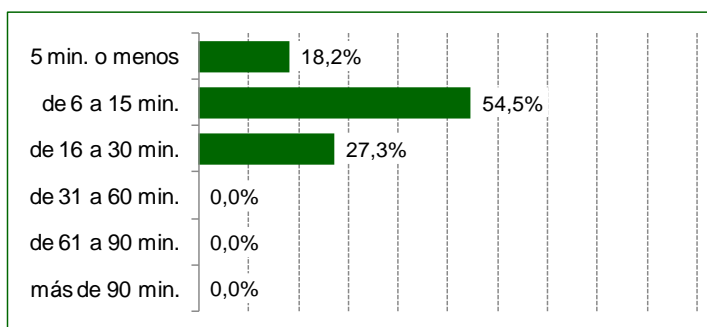


Tiempo de lectura_

El 54,5% de los lectores de “elbalcondemateo.es” dedican a su lectura, en fin de semana, entre seis minutos y un cuarto de hora, y un 27,3% entre un cuarto y media hora. Cinco minutos o menos, le dedica el 18,2% de sus lectores.

Tiempo de lectura

5 min. o menos	18,18%
De 6 a 15 min.	54,55%
De 16 a 30 min.	27,27%
De 31 a 60 min.	0,00%
De 61 a 90 min.	0,00%
Más de 90 min.	0,00%
Base (11)	



Perfil del lector_

Lectores de “elbalcondemateo.es”, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	20,0%	9,1%	14,1%
Rioja Media	80,0%	90,9%	61,3%
Rioja Baja	0,0%	0,0%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	0,0%	0,0%	0,9%
101-500	20,0%	9,1%	5,5%
501-1.000	0,0%	0,0%	2,3%
1.001-2.000	20,0%	0,0%	3,5%
2.001-5.000	0,0%	9,1%	11,2%
5.001-10.000	0,0%	0,0%	9,9%
10.001-20.000	0,0%	0,0%	11,6%
20.001-50.000	0,0%	0,0%	7,3%
> 50.000	60,0%	81,8%	47,8%
Sexo			
Hombre	0,0%	9,1%	48,5%
Mujer	100,0%	90,9%	51,5%

Edad (grupos de edad)			
15-19 años	0,0%	0,0%	2,7%
20-24 años	20,0%	18,2%	8,5%
25-34 años	0,0%	0,0%	11,3%
35-44 años	40,0%	54,5%	17,9%
45-54 años	20,0%	0,0%	18,1%
55-64 años	0,0%	27,3%	17,4%
65-74 años	20,0%	0,0%	14,3%
75 años y más	0,0%	0,0%	9,6%

Convivencia			
Vivo sólo	20,0%	9,1%	15,8%
Vivo en pareja	20,0%	0,0%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	40,0%	63,6%	32,4%
Vivo sólo con hijos	0,0%	0,0%	5,4%
Con otras unidades familiares	0,0%	18,2%	14,0%
Con compañeros de piso	20,0%	9,1%	2,2%

Nivel de estudios			
Primarios o menos	20,0%	9,1%	16,0%
Secundaria obligatoria	0,0%	9,1%	16,5%
Secundaria superior	20,0%	27,3%	38,4%
Universitarios	60,0%	54,5%	27,7%

Relación con la actividad			
Trabaja actualmente	60,0%	45,5%	56,1%
Parado/a	20,0%	27,3%	10,4%
Jubilado/pensionista	20,0%	9,1%	22,9%
Estudiante	0,0%	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	0,0%	9,1%	6,1%

Nivel de vida			
Alto	0,0%	0,0%	1,4%
Medio-alto	20,0%	9,1%	10,9%
Medio-medio	80,0%	54,5%	55,0%
Medio-bajo	0,0%	27,3%	21,9%
Bajo	0,0%	9,1%	7,5%

Bases	(5)	(11)	(948)
-------	-----	------	-------

“laprensadelrioja.com”

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han leído “laprensadelrioja.com” el 2,5% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, lo han leído con cierta frecuencia –varias veces al día o 4 o 5 días- el 0,8%, y en fines de semana –varias veces al día o sábado y/o domingo- el 0,9% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	24	2,53%
Días laborables	8	0,84%
Fines de semana	9	0,95%
Muestra	(948)	

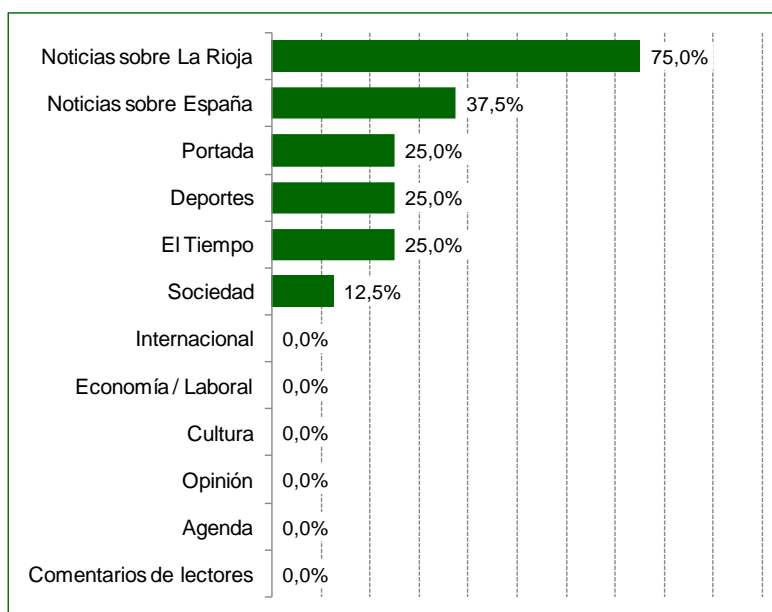
Hábitos de lectura en días laborables

Contenidos de interés

El contenido que despierta mayor interés entre los lectores de “laprensadelrioja.com”, entre semana, es Noticias sobre La Rioja, de interés para el 75% de sus lectores. A gran distancia, Noticias sobre España, despierta interés en el 37,5% de sus lectores; y Portada, Deportes y El Tiempo, los tres, en el 25%.

Contenidos

Noticias sobre La Rioja	75,00%
Noticias sobre España	37,50%
Portada	25,00%
Deportes	25,00%
El Tiempo	25,00%
Sociedad	12,50%
Internacional	0,00%
Economía / Laboral	0,00%
Cultura	0,00%
Opinión	0,00%
Agenda	0,00%
Comentarios de lectores	0,00%
Base	(8)

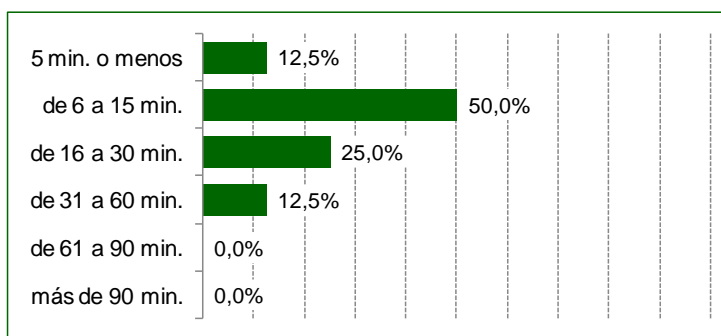


Tiempo de lectura

El 50% de los lectores de “laprensadelrioja.com” dedican a su lectura, los días laborables, entre seis minutos y un cuarto de hora, y un 25% entre un cuarto y media hora. Cinco minutos o menos, le dedica el 12,5% de sus lectores.

Tiempo de lectura

5 min. o menos	12,50%
De 6 a 15 min.	50,00%
De 16 a 30 min.	25,00%
De 31 a 60 min.	12,50%
De 61 a 90 min.	0,00%
Más de 90 min.	0,00%
Base	(8)



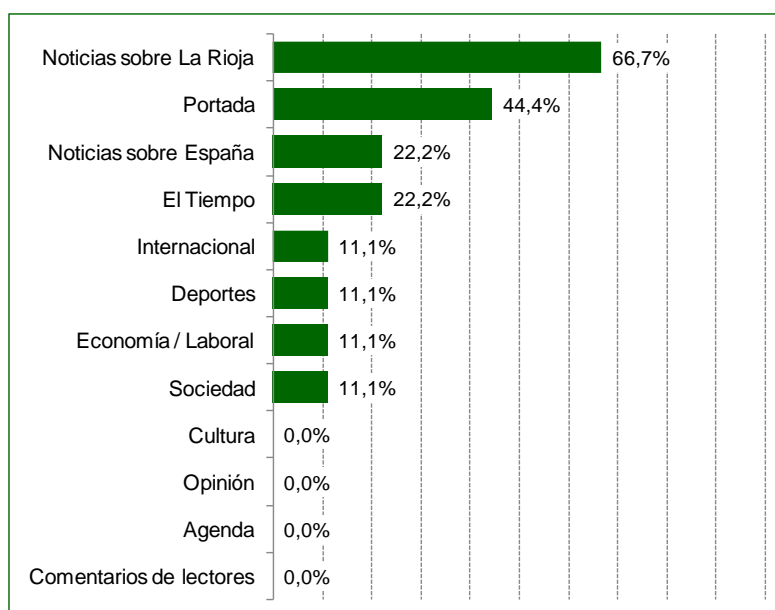
Hábitos de lectura en fin de semana

Contenidos de interés

El contenido que despierta mayor interés entre los lectores de “laprensadelrioja.com”, en fin de semana, es Noticias sobre La Rioja, de interés para el 66,7% de sus lectores. A distancia, Portada despierta interés en el 44,4% de sus lectores, y Noticias de España y El Tiempo, ambos, en el 22,2%.

Contenidos

Noticias sobre La Rioja	66,67%
Portada	44,44%
Noticias sobre España	22,22%
El Tiempo	22,22%
Internacional	11,11%
Deportes	11,11%
Economía / Laboral	11,11%
Sociedad	11,11%
Cultura	0,00%
Opinión	0,00%
Agenda	0,00%
Comentarios de lectores	0,00%
Base	(9)

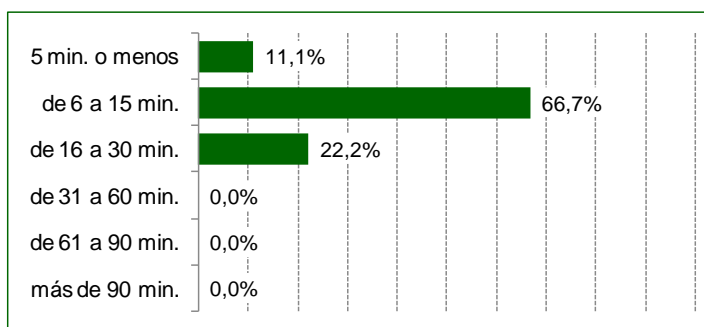


Tiempo de lectura

El 66,7% de los lectores de “laprensadelrioja.com” dedican a su lectura los días laborables entre seis minutos y un cuarto de hora, y un 22,2% entre un cuarto de hora y media hora. Mucho menos tiempo, cinco minutos o menos, le dedica el 11,1% de sus lectores.

Tiempo de lectura

5 min. o menos	11,11%
De 6 a 15 min.	66,67%
De 16 a 30 min.	22,22%
De 31 a 60 min.	0,00%
De 61 a 90 min.	0,00%
Más de 90 min.	0,00%
Base (9)	



Perfil del lector_

Lectores de "laprensadelrioja.com", en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	12,5%	11,1%	14,1%
Rioja Media	62,5%	88,9%	61,3%
Rioja Baja	25,0%	0,0%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	0,0%	0,0%	0,9%
101-500	0,0%	0,0%	5,5%
501-1.000	12,5%	11,1%	2,3%
1.001-2.000	0,0%	0,0%	3,5%
2.001-5.000	12,5%	11,1%	11,2%
5.001-10.000	12,5%	11,1%	9,9%
10.001-20.000	0,0%	0,0%	11,6%
20.001-50.000	25,0%	0,0%	7,3%
> 50.000	37,5%	66,7%	47,8%
Sexo			
Hombre	62,5%	44,4%	48,5%
Mujer	37,5%	55,6%	51,5%

Edad (grupos de edad)			
15-19 años	12,5%	11,1%	2,7%
20-24 años	0,0%	11,1%	8,5%
25-34 años	0,0%	0,0%	11,3%
35-44 años	12,5%	44,4%	17,9%
45-54 años	50,0%	11,1%	18,1%
55-64 años	12,5%	11,1%	17,4%
65-74 años	12,5%	11,1%	14,3%
75 años y más	0,0%	0,0%	9,6%

Convivencia			
Vivo sólo	12,5%	33,3%	15,8%
Vivo en pareja	12,5%	0,0%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	25,0%	11,1%	32,4%
Vivo sólo con hijos	25,0%	22,2%	5,4%
Con otras unidades familiares	12,5%	11,1%	14,0%
Con compañeros de piso	0,0%	11,1%	2,2%

Nivel de estudios			
Primarios o menos	12,5%	11,1%	16,0%
Secundaria obligatoria	25,0%	22,2%	16,5%
Secundaria superior	25,0%	33,3%	38,4%
Universitarios	37,5%	33,3%	27,7%

Relación con la actividad			
Trabaja actualmente	62,5%	55,6%	56,1%
Parado/a	0,0%	11,1%	10,4%
Jubilado/pensionista	12,5%	11,1%	22,9%
Estudiante	12,5%	11,1%	3,1%
Trabaja en el hogar	0,0%	0,0%	6,1%

Nivel de vida			
Alto	0,0%	0,0%	1,4%
Medio-alto	12,5%	11,1%	10,9%
Medio-medio	50,0%	77,8%	55,0%
Medio-bajo	37,5%	11,1%	21,9%
Bajo	0,0%	0,0%	7,5%

Bases	(8)	(9)	(948)
-------	-----	-----	-------

RADIO

CADENAS GENERALISTAS

Cadena COPE Logroño y Rioja Alta:

Audiencia_ En el último mes (últimos 30 días) han escuchado Cadena COPE Logroño y Rioja Alta el 3,69% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han escuchado con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 2,85%, y en fines de semana –sábado y/o domingo- el 1,58% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	119	12,55%
Días laborables	94	9,92%
Fines de semana	52	5,49%
Muestra		(948)

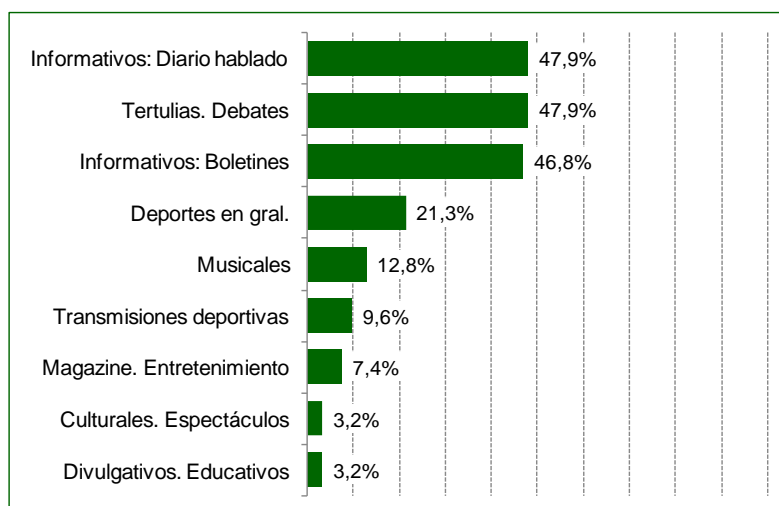
Hábitos de escucha en días laborables_

Temas de interés_

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes escuchan Cadena COPE Logroño y Rioja Alta, entre semana, son, por orden de preferencia: Informativos-Diario hablado y Tertulias y Debates, de interés, ambos, para el 47,9% de sus oyentes cada uno; e Informativos-Boletines, de interés para el 46,8%. De lejos, los Deportes en general son de interés para el 21,3% de los oyentes.

Temas

Informativos: Diario hablado	47,87%
Tertulias. Debates	47,87%
Informativos: Boletines	46,81%
Deportes en gral.	21,28%
Musicales	12,77%
Transmisiones deportivas	9,57%
Magazine. Entretenimiento	7,45%
Culturales. Espectáculos	3,19%
Divulgativos. Educativos	3,19%
Base	(94)

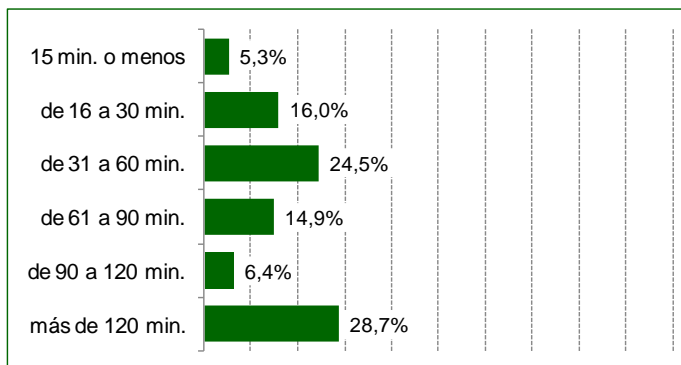


Tiempo de escucha_

El 28,7% de los oyentes de Cadena COPE Logroño y Rioja Alta dedican, los días laborables, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	5,32%
De 16 a 30 min.	15,96%
De 31 a 60 min.	24,47%
De 61 a 90 min.	14,89%
De 91 a 120 min.	6,38%
Más de 120 min.	28,72%
Base	(94)

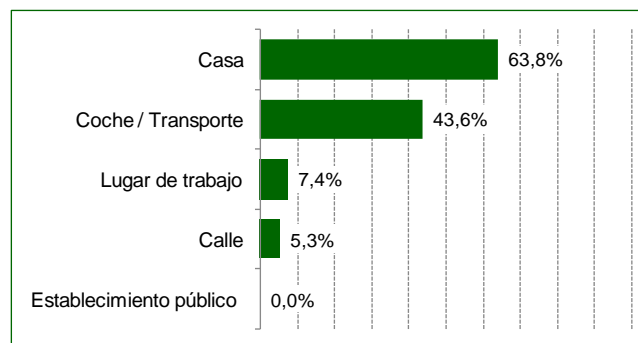


Lugar de escucha_

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Cadena COPE Logroño y Rioja Alta los días laborables, el 63,8% señala que este es su casa, y el 43,6% el coche o transporte.

Lugar de escucha

Casa	63,83%
Coche o Transporte	43,62%
Lugar de trabajo	7,45%
Calle	5,32%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(94)

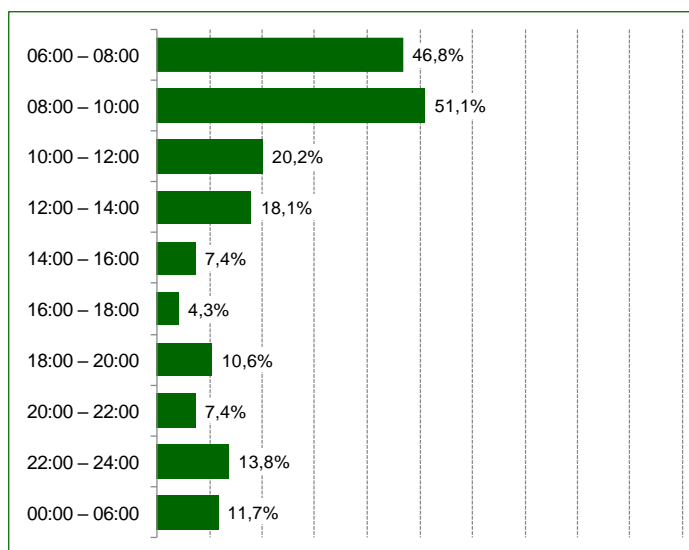


Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan Cadena COPE Logroño y Rioja Alta, los días laborables, los periodos de mayor audiencia son las primeras y centrales horas de la mañana: entre las 6:00 y las 8:00 horas en las que escuchan la emisora el 46,8% de sus oyentes, y entre las 8:00 y las 10:00 horas en las que la escuchan el 51,5%.

Horas

06:00 – 08:00	46,81%
08:00 – 10:00	51,06%
10:00 – 12:00	20,21%
12:00 – 14:00	18,09%
14:00 – 16:00	7,45%
16:00 – 18:00	4,26%
18:00 – 20:00	10,64%
20:00 – 22:00	7,45%
22:00 – 24:00	13,83%
00:00 – 06:00	11,70%
Base	(94)



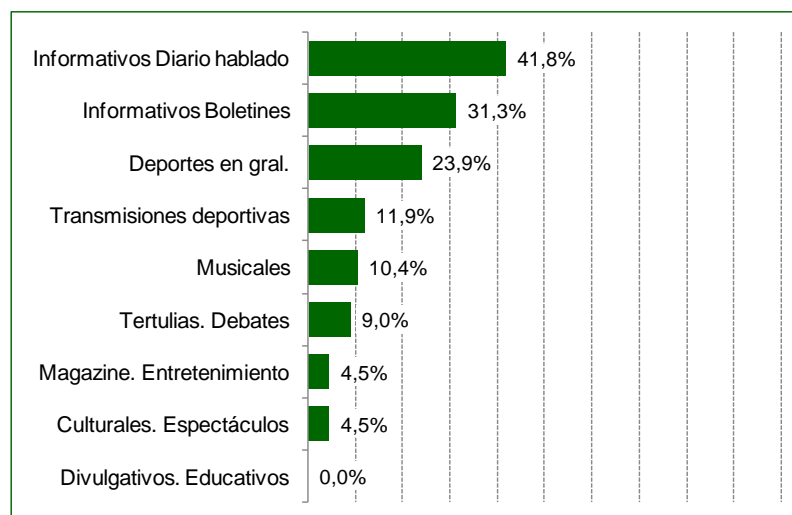
Hábitos de escucha en fin de semana_

Temas de interés_

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes escuchan Cadena COPE Logroño y Rioja Alta, en fin de semana, son, por orden de preferencia: Informativos: Diario hablado y Boletines de interés para el 41,8% y el 31,3% de sus oyentes, respectivamente; y le siguen Deportes en general, de interés para el 23,9% de sus oyentes en fin de semana.

Temas

Informativos Diario hablado	41,79%
Informativos Boletines	31,34%
Deportes en gral.	23,88%
Transmisiones deportivas	11,94%
Musicales	10,45%
Tertulias. Debates	8,96%
Magazine. Entretenimiento	4,48%
Culturales. Espectáculos	4,48%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Base	(52)

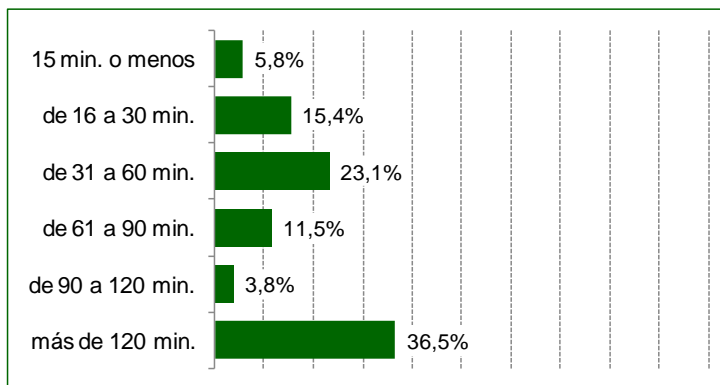


Tiempo de escucha_

El 36,5% de los oyentes de Cadena COPE Logroño y Rioja Alta dedican, en fin de semana, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	5,77%
De 16 a 30 min.	15,38%
De 31 a 60 min.	23,08%
De 61 a 90 min.	11,54%
De 91 a 120 min.	3,85%
Más de 120 min.	36,54%
Base	(52)

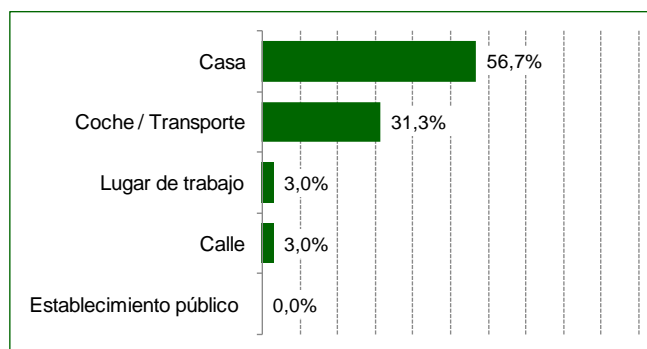


Lugar de escucha_

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Cadena COPE Logroño y Rioja Alta en fin de semana, el 56,7% señala que este es su casa, y el 31,3% el coche o transporte.

Lugar de escucha

Casa	56,72%
Coche o Transporte	31,34%
Lugar de trabajo	2,99%
Calle	2,99%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(52)

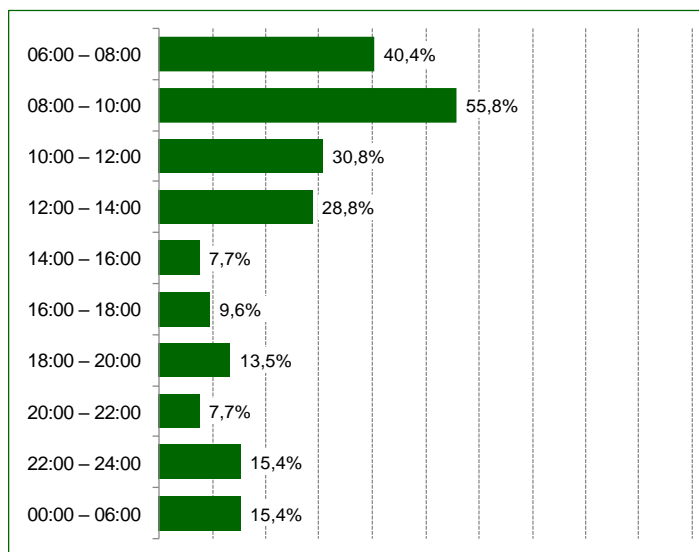


Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan Cadena COPE Logroño y Rioja Alta, en fin de semana, los periodos de mayor audiencia son las primeras y centrales horas de la mañana: entre las 6:00 y las 8:00 horas en las que escuchan la emisora el 40,4% de sus oyentes, y entre las 8:00 y las 10:00 horas en las que la escuchan el 55,8%.

Horas

06:00 – 08:00	40,38%
08:00 – 10:00	55,77%
10:00 – 12:00	30,77%
12:00 – 14:00	28,85%
14:00 – 16:00	7,69%
16:00 – 18:00	9,62%
18:00 – 20:00	13,46%
20:00 – 22:00	7,69%
22:00 – 24:00	15,38%
00:00 – 06:00	15,38%
Base	(52)



Perfil del oyente_

Oyentes de Cadena COPE Logroño y Rioja Alta, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	13,8%	11,5%	14,1%
Rioja Media	83,0%	84,6%	61,3%
Rioja Baja	0,0%	0,0%	22,0%
Rioja Sierra Alta	1,1%	1,9%	1,3%
Rioja Sierra Media	2,1%	1,9%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	1,1%	1,9%	0,9%
101-500	3,2%	1,9%	5,5%
501-1.000	2,1%	1,9%	2,3%
1.001-2.000	3,2%	1,9%	3,5%
2.001-5.000	6,4%	5,8%	11,2%
5.001-10.000	11,7%	17,3%	9,9%
10.001-20.000	8,5%	7,7%	11,6%
20.001-50.000	0,0%	0,0%	7,3%
> 50.000	63,8%	61,5%	47,8%
Sexo			
Hombre	63,8%	69,2%	48,5%
Mujer	36,2%	30,8%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	0,0%	0,0%	2,7%
20-24 años	2,1%	3,8%	8,5%
25-34 años	1,1%	1,9%	11,3%
35-44 años	12,8%	7,7%	17,9%
45-54 años	18,1%	9,6%	18,1%
55-64 años	22,3%	15,4%	17,4%
65-74 años	28,7%	36,5%	14,3%
75 años y más	14,9%	25,0%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	17,0%	23,1%	15,8%
Vivo en pareja	40,4%	40,4%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	29,8%	21,2%	32,4%
Vivo sólo con hijos	4,3%	1,9%	5,4%
Con otras unidades familiares	6,4%	11,5%	14,0%
Con compañeros de piso	0,0%	0,0%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	13,8%	19,2%	16,0%
Secundaria obligatoria	13,8%	19,2%	16,5%
Secundaria superior	35,1%	32,7%	38,4%
Universitarios	37,2%	28,8%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	47,9%	28,8%	56,1%
Parado/a	4,3%	5,8%	10,4%
Jubilado/pensionista	40,4%	57,7%	22,9%
Estudiante	1,1%	1,9%	3,1%
Trabaja en el hogar	5,3%	5,8%	6,1%

Nivel de vida

Alto	1,1%	1,9%	1,4%
Medio-alto	12,8%	9,6%	10,9%
Medio-medio	60,6%	65,4%	55,0%
Medio-bajo	18,1%	17,3%	21,9%
Bajo	5,3%	3,8%	7,5%

Bases	(94)	(52)	(948)
-------	------	------	-------

Cadena COPE Rioja Baja

Audiencia_ En el último mes (últimos 30 días) han escuchado Cadena COPE Rioja Baja el 3,69% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han escuchado con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 2,85%, y en fines de semana –sábado y/o domingo- el 1,58% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	35	3,69%
Días laborables	27	2,85%
Fines de semana	15	1,58%
Muestra	(948)	

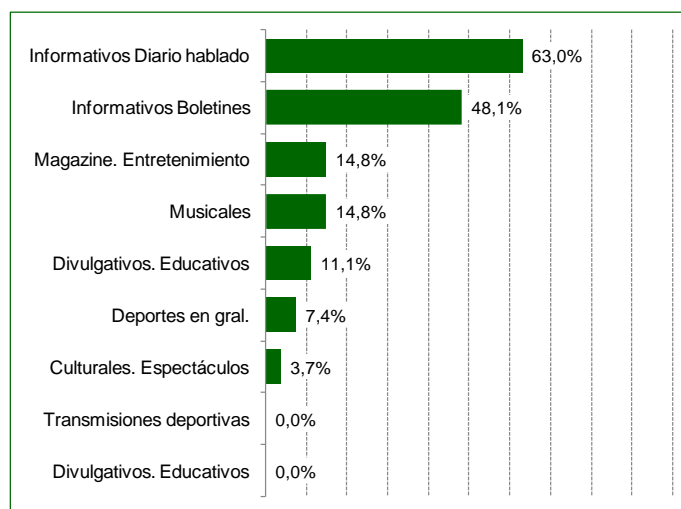
Hábitos de escucha en días laborables_

Temas de interés_

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes escuchan Cadena COPE Rioja Baja, entre semana, son, por orden de preferencia: Informativos: Diario hablado y Boletines, de interés para el 63% y el 48,1% de sus oyentes, respectivamente.

Temas

Informativos Diario hablado	62,96%
Informativos Boletines	48,15%
Magazine. Entretenimiento	14,81%
Musicales	14,81%
Divulgativos. Educativos	11,11%
Deportes en gral.	7,41%
Culturales. Espectáculos	3,70%
Transmisiones deportivas	0,00%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Base	(27)

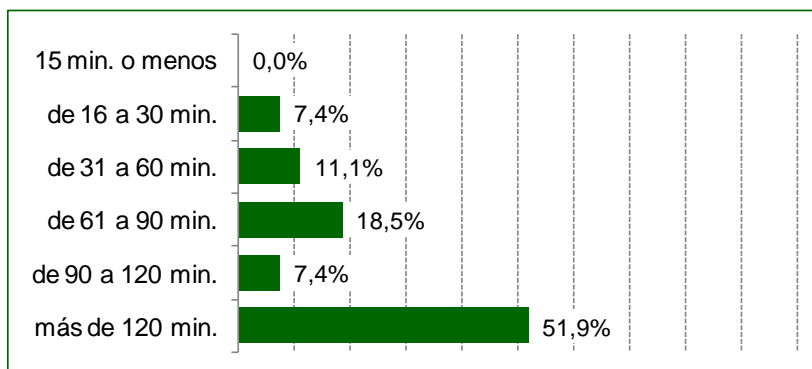


Tiempo de escucha_

El 51,9% de los oyentes de Cadena COPE Rioja Baja dedican, los días laborables, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	0,00%
De 16 a 30 min.	7,41%
De 31 a 60 min.	11,11%
De 61 a 90 min.	18,52%
De 91 a 120 min.	7,41%
Más de 120 min.	51,85%
Base	(27)

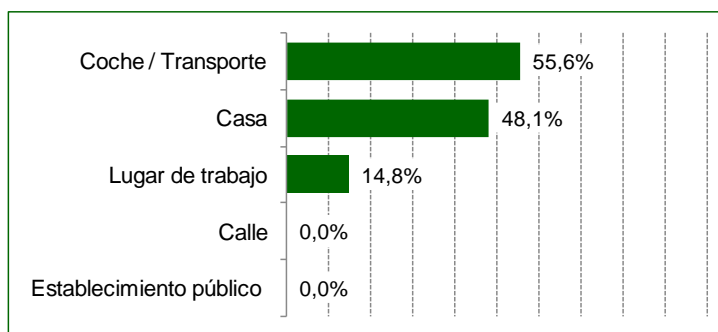


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Cadena COPE Rioja Baja los días laborables, el 55,6% señala que este es el coche o transporte, y el 48,1% su casa.

Lugar de escucha

Coche o Transporte	55,56%
Casa	48,15%
Lugar de trabajo	14,81%
Calle	0,00%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(27)

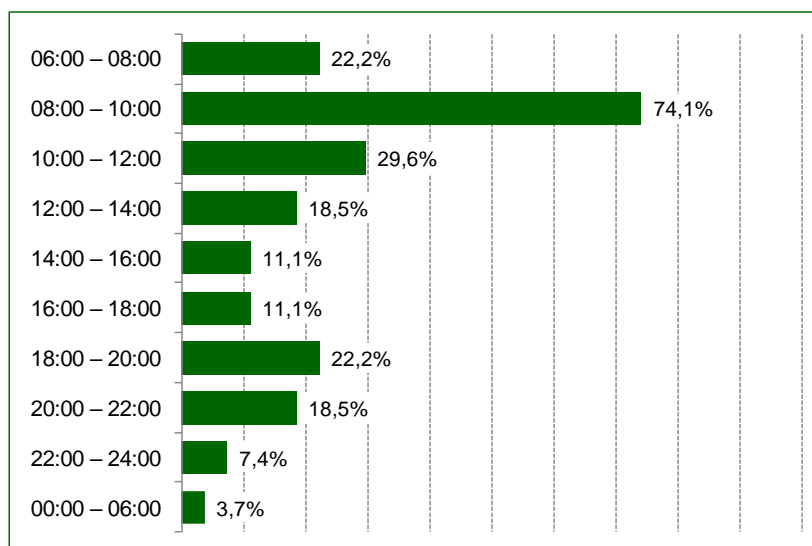


Franjas horarias de escucha

En cuanto a las horas en que escuchan Cadena COPE Rioja Baja, los días laborables, los periodos de mayor audiencia son horas centrales de la mañana: entre las 8:00 y las 10:00 horas en las que escuchan la emisora el 74,1% de sus oyentes.

Horas

06:00 – 08:00	22,22%
08:00 – 10:00	74,07%
10:00 – 12:00	29,63%
12:00 – 14:00	18,52%
14:00 – 16:00	11,11%
16:00 – 18:00	11,11%
18:00 – 20:00	22,22%
20:00 – 22:00	18,52%
22:00 – 24:00	7,41%
00:00 – 06:00	3,70%
Base	(27)



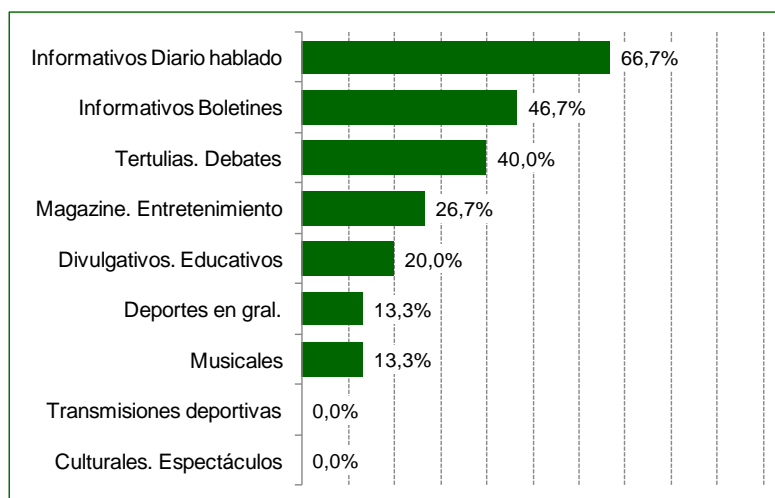
Hábitos de escucha en fin de semana_

Temas de interés_

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes escuchan Cadena COPE Rioja Baja, en fin de semana, son, por orden de preferencia: Informativos: Diario hablado y Boletines de interés para el 66,7% y el 46,7% de sus oyentes, respectivamente, y Tertulias y Debates, de interés para el 40%. A mayor distancia le siguen la programación de Magazine y entretenimiento, y los programas divulgativos o educativos, de interés para el 26,7% y para el 20% de sus oyentes en fin de semana, respectivamente.

Temas

Informativos Diario hablado	66,67%
Informativos Boletines	46,67%
Tertulias. Debates	40,00%
Magazine. Entretenimiento	26,67%
Divulgativos. Educativos	20,00%
Deportes en gral.	13,33%
Musicales	13,33%
Transmisiones deportivas	0,00%
Culturales. Espectáculos	0,00%
Base	(15)

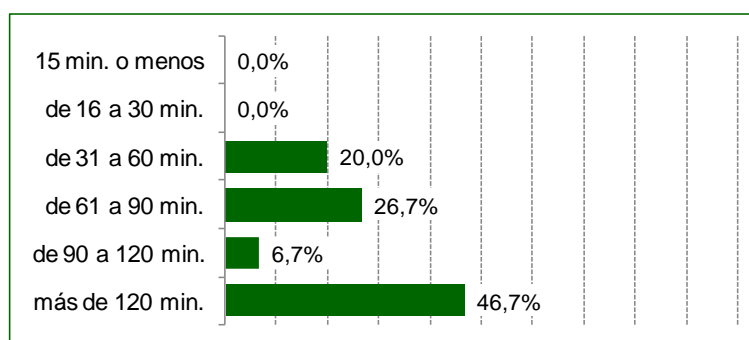


Tiempo de escucha_

El 46,7% de los oyentes de Cadena COPE Rioja Baja dedican, en fin de semana, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	0,00%
De 16 a 30 min.	0,00%
De 31 a 60 min.	20,00%
De 61 a 90 min.	26,67%
De 91 a 120 min.	6,67%
Más de 120 min.	46,67%
Base	(15)

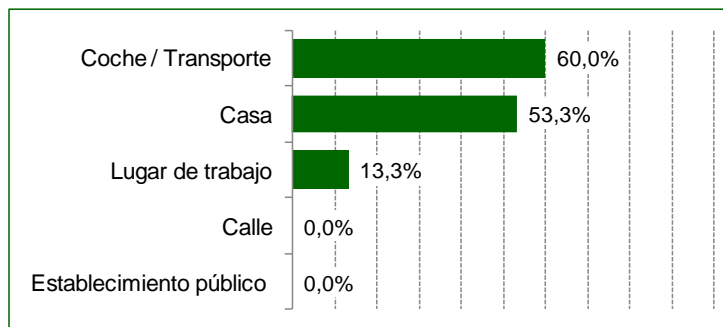


Lugar de escucha_

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Cadena COPE Rioja Baja en fin de semana, el 60% señala que este es el coche o transporte, y el 53,3% su casa.

Lugar de escucha

Coche o Transporte	60,00%
Casa	53,33%
Lugar de trabajo	13,33%
Calle	0,00%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(15)

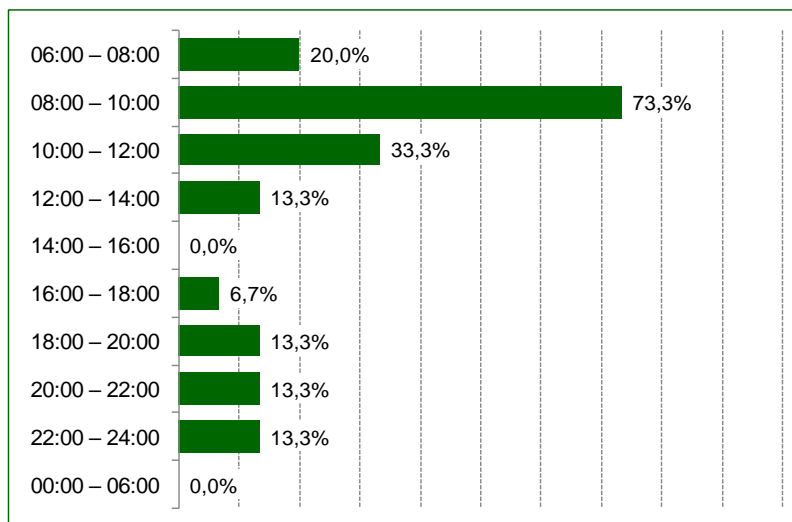


Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan Cadena COPE Rioja Baja, en fin de semana, los periodos de mayor audiencia son las horas centrales de la mañana: entre las 8:00 y las 10:00 horas en las que escuchan la emisora el 73,3% de sus oyentes.

Horas

06:00 – 08:00	20,00%
08:00 – 10:00	73,33%
10:00 – 12:00	33,33%
12:00 – 14:00	13,33%
14:00 – 16:00	0,00%
16:00 – 18:00	6,67%
18:00 – 20:00	13,33%
20:00 – 22:00	13,33%
22:00 – 24:00	13,33%
00:00 – 06:00	0,00%
Base	(15)



Perfil del oyente_

Oyentes de Cadena COPE en Rioja Baja, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	0,0%	0,0%	14,1%
Rioja Media	0,0%	0,0%	61,3%
Rioja Baja	100,0%	100,0%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	0,0%	0,0%	0,9%
101-500	3,7%	0,0%	5,5%
501-1.000	0,0%	0,0%	2,3%
1.001-2.000	0,0%	0,0%	3,5%
2.001-5.000	33,3%	33,3%	11,2%
5.001-10.000	11,1%	6,7%	9,9%
10.001-20.000	22,2%	26,7%	11,6%
20.001-50.000	29,6%	33,3%	7,3%
> 50.000	0,0%	0,0%	47,8%
Sexo			
Hombre	59,3%	53,3%	48,5%
Mujer	40,7%	46,7%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	0,0%	0,0%	2,7%
20-24 años	0,0%	0,0%	8,5%
25-34 años	3,7%	6,7%	11,3%
35-44 años	14,8%	13,3%	17,9%
45-54 años	18,5%	13,3%	18,1%
55-64 años	25,9%	40,0%	17,4%
65-74 años	22,2%	13,3%	14,3%
75 años y más	14,8%	13,3%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	11,1%	6,7%	15,8%
Vivo en pareja	37,0%	40,0%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	33,3%	40,0%	32,4%
Vivo sólo con hijos	7,4%	6,7%	5,4%
Con otras unidades familiares	3,7%	6,7%	14,0%
Con compañeros de piso	0,0%	0,0%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	22,2%	26,7%	16,0%
Secundaria obligatoria	7,4%	13,3%	16,5%
Secundaria superior	44,4%	40,0%	38,4%
Universitarios	25,9%	20,0%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	40,7%	40,0%	56,1%
Parado/a	11,1%	13,3%	10,4%
Jubilado/pensionista	44,4%	40,0%	22,9%
Estudiante	0,0%	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	3,7%	6,7%	6,1%

Nivel de vida

Alto	3,7%	6,7%	1,4%
Medio-alto	14,8%	20,0%	10,9%
Medio-medio	48,1%	53,3%	55,0%
Medio-bajo	25,9%	13,3%	21,9%
Bajo	3,7%	6,7%	7,5%

Bases	(27)	(15)	(948)
-------	------	------	-------

Radio Rioja Cadena SER AM FM

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han escuchado Radio Rioja Cadena SER AM FM el 7,9% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han escuchado con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 6,8%, y en fines de semana -sábado y/o domingo- el 3,9% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	75	7,91%
Días laborables	64	6,75%
Fines de semana	37	3,90%
Muestra	(948)	

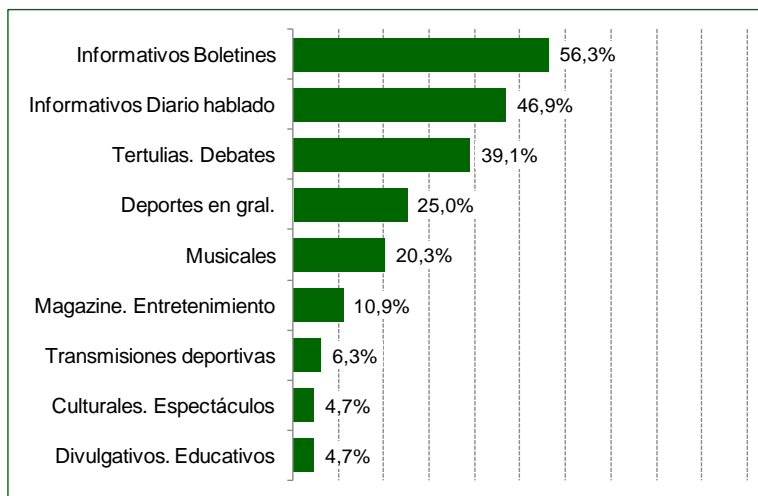
Hábitos de escucha en días laborables

Temas de interés

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes escuchan Radio Rioja Cadena SER AM FM, entre semana, son, por orden de preferencia: Informativos: Boletines y Diario hablado, y Tertulias y/o Debates, de interés para el 56,3%, el 46,9% y el 39,1% de sus oyentes, respectivamente; seguido de Deportes en general, de interés para el 25%; y de Musicales, para el 20,3%.

Temas

Informativos: Boletines	56,25%
Informativos: Diario hablado	46,88%
Tertulias. Debates	39,06%
Deportes en Gral.	25,00%
Musicales	20,31%
Magazine. Entretenimiento	10,94%
Transmisiones deportivas	6,25%
Culturales. Espectáculos	4,69%
Divulgativos. Educativos	4,69%
Base	(64)

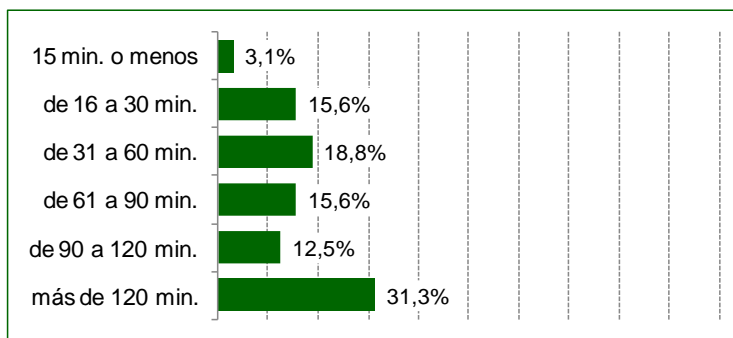


Tiempo de escucha

El 31,3% de los oyentes de Radio Rioja Cadena SER dedican, los días laborables, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	3,13%
De 16 a 30 min.	15,63%
De 31 a 60 min.	18,75%
De 61 a 90 min.	15,63%
De 91 a 120 min.	12,50%
Más de 120 min.	31,25%
Base	(64)

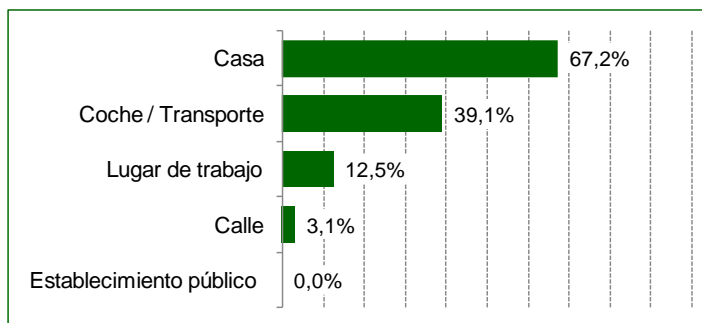


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Radio Rioja Cadena SER los días laborables, el 67,2% señala que este es su casa, y el 39,1% el coche o transporte.

Lugar de escucha

Casa	67,19%
Coche o Transporte	39,06%
Lugar de trabajo	12,50%
Calle	3,13%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(64)

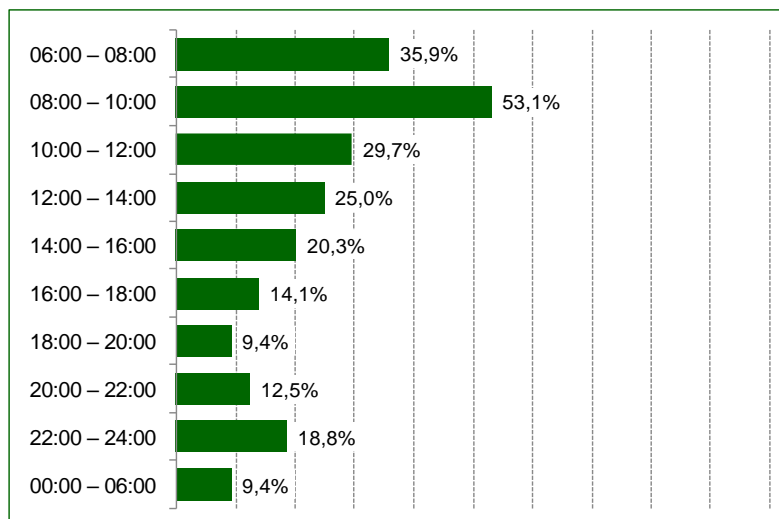


Franjas horarias de escucha

En cuanto a las horas en que escuchan Radio Rioja Cadena SER, los días laborables, los periodos de mayor audiencia son las primeras y centrales horas de la mañana: entre las 6:00 y las 8:00 horas en las que escuchan la emisora el 35,9% de sus oyentes, y entre las 8:00 y las 10:00 horas el 53,1%.

Horas

06:00 – 08:00	35,94%
08:00 – 10:00	53,13%
10:00 – 12:00	29,69%
12:00 – 14:00	25,00%
14:00 – 16:00	20,31%
16:00 – 18:00	14,06%
18:00 – 20:00	9,38%
20:00 – 22:00	12,50%
22:00 – 24:00	18,75%
00:00 – 06:00	9,38%
Base	(64)



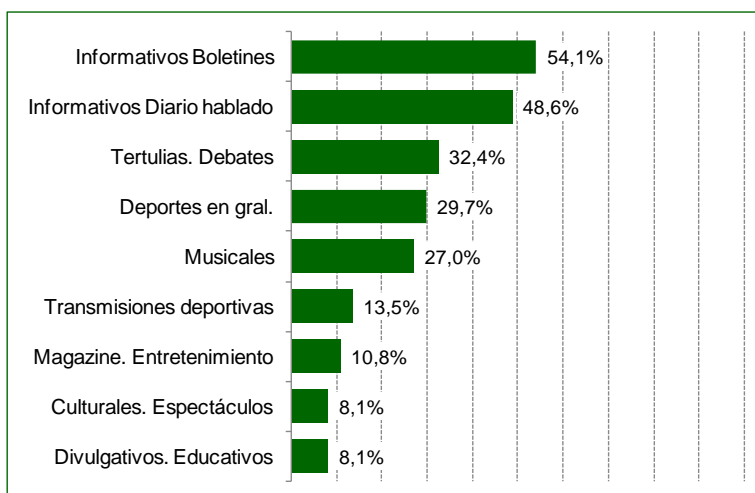
Hábitos de escucha en fin de semana_

Temas de interés_

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes escuchan Radio Rioja Cadena SER, en fin de semana, son, por orden de preferencia: Informativos: Boletines y Diario hablado, de interés para el 54,1% y el 48,6% de sus oyentes, respectivamente; seguido de Tertulias y/o Debates, de interés para el 32,4%, Deportes en general, para el 29,7% y Musicales, para el 27%.

Temas

Informativos: Boletines	54,05%
Informativos: Diario hablado	48,65%
Tertulias. Debates	32,43%
Deportes en Gral.	29,73%
Musicales	27,03%
Transmisiones deportivas	13,51%
Magazine. Entretenimiento	10,81%
Culturales. Espectáculos	8,11%
Divulgativos. Educativos	8,11%
Base	(37)

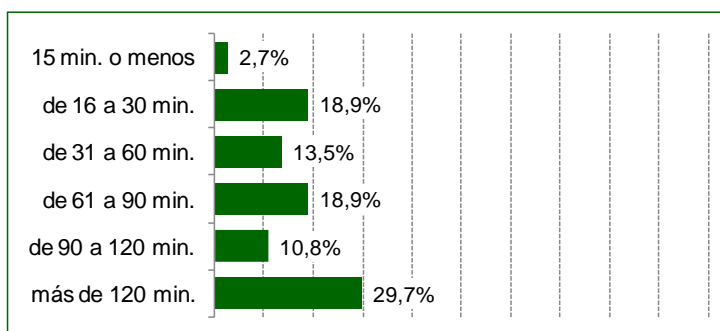


Tiempo de escucha_

El 29,7% de los oyentes de Radio Rioja Cadena SER dedican, en fin de semana, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	2,70%
De 16 a 30 min.	18,92%
De 31 a 60 min.	13,51%
De 61 a 90 min.	18,92%
De 91 a 120 min.	10,81%
Más de 120 min.	29,73%
Base	(37)

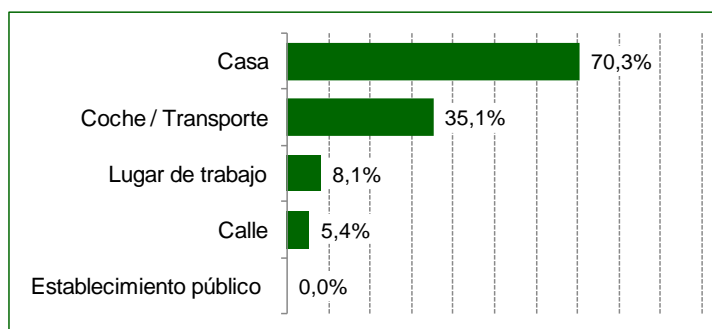


Lugar de escucha_

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes Radio Rioja Cadena SER en fin de semana, el 70,3% señala que este es su casa, y el 35,1% el coche o transporte.

Lugar de escucha

Casa	70,27%
Coche o Transporte	35,14%
Lugar de trabajo	8,11%
Calle	5,41%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(37)

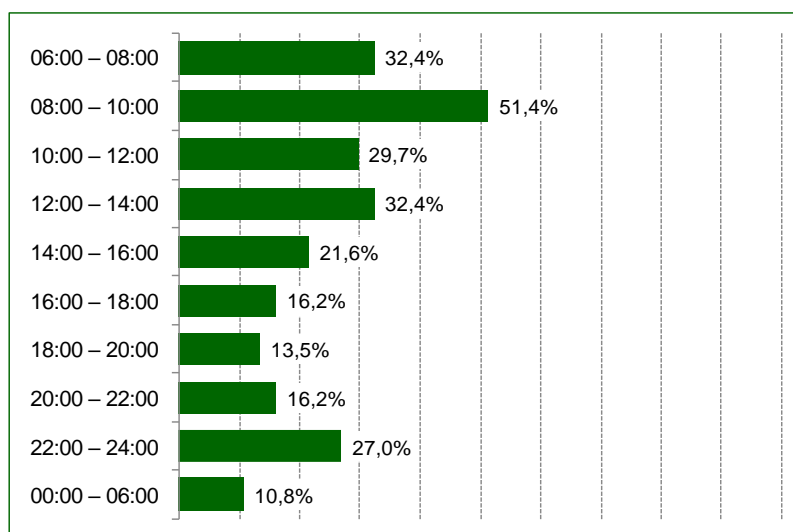


Franjas horarias de escucha

En cuanto a las horas en que escuchan Radio Rioja Cadena SER, en fin de semana, los periodos de mayor audiencia son las primeras y centrales horas de la mañana: entre las 6:00 y las 8:00 horas en las que escuchan la emisora el 32,4% de sus oyentes, y entre las 8:00 y las 10:00 horas el 51,4%; y las horas del mediodía: entre las 12:00 y las 14:00 horas la escucha el 32,4% de sus oyentes.

Horas

06:00 – 08:00	32,43%
08:00 – 10:00	51,35%
10:00 – 12:00	29,73%
12:00 – 14:00	32,43%
14:00 – 16:00	21,62%
16:00 – 18:00	16,22%
18:00 – 20:00	13,51%
20:00 – 22:00	16,22%
22:00 – 24:00	27,03%
00:00 – 06:00	10,81%
Base	(37)



Perfil del oyente_

Oyentes de Radio Rioja Cadena SER AM FM, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	9,4%	8,1%	14,1%
Rioja Media	76,6%	78,4%	61,3%
Rioja Baja	10,9%	13,5%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	3,1%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	0,0%	0,0%	0,9%
101-500	10,9%	2,7%	5,5%
501-1.000	1,6%	2,7%	2,3%
1.001-2.000	1,6%	0,0%	3,5%
2.001-5.000	10,9%	10,8%	11,2%
5.001-10.000	1,6%	0,0%	9,9%
10.001-20.000	9,4%	16,2%	11,6%
20.001-50.000	0,0%	2,7%	7,3%
> 50.000	64,1%	64,9%	47,8%
Sexo			
Hombre	57,8%	51,4%	48,5%
Mujer	42,2%	48,6%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	0,0%	0,0%	2,7%
20-24 años	1,6%	2,7%	8,5%
25-34 años	7,8%	10,8%	11,3%
35-44 años	12,5%	13,5%	17,9%
45-54 años	9,4%	5,4%	18,1%
55-64 años	25,0%	18,9%	17,4%
65-74 años	25,0%	29,7%	14,3%
75 años y más	18,8%	18,9%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	17,2%	27,0%	15,8%
Vivo en pareja	57,8%	54,1%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	15,6%	8,1%	32,4%
Vivo sólo con hijos	1,6%	2,7%	5,4%
Con otras unidades familiares	6,3%	8,1%	14,0%
Con compañeros de piso	1,6%	0,0%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	20,3%	24,3%	16,0%
Secundaria obligatoria	10,9%	13,5%	16,5%
Secundaria superior	32,8%	29,7%	38,4%
Universitarios	34,4%	32,4%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	43,8%	40,5%	56,1%
Parado/a	3,1%	2,7%	10,4%
Jubilado/pensionista	48,4%	51,4%	22,9%
Estudiante	0,0%	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	3,1%	5,4%	6,1%

Nivel de vida

Alto	0,0%	0,0%	1,4%
Medio-alto	10,9%	5,4%	10,9%
Medio-medio	54,7%	59,5%	55,0%
Medio-bajo	23,4%	27,0%	21,9%
Bajo	4,7%	5,4%	7,5%

Bases	(64)	(37)	(948)
-------	------	------	-------

Cadena SER Calahorra

Audiencia_ En el último mes (últimos 30 días) han escuchado Cadena SER Calahorra el 5,6% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han escuchado con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 4,1%, y en fines de semana -sábado y/o domingo- el 2,8% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	53	5,59%
Días laborables	39	4,11%
Fines de semana	27	2,85%
Muestra	(948)	

Hábitos de escucha en días laborables_

Temas de interés_

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes escuchan Cadena SER Calahorra, entre semana, son, por orden de preferencia: Informativos: Boletines y Diario hablado, y Tertulias y/o Debates, de interés para el 43,6%, el 41% y el 38,5% de sus oyentes; seguido de Musicales, de interés para el 20,5%.

Temas

Informativos: Boletines	43,59%
Informativos: Diario hablado	41,03%
Tertulias. Debates	38,46%
Musicales	20,51%
Deportes en Gral.	12,82%
Magazine. Entretenimiento	7,69%
Transmisiones deportivas	5,13%
Divulgativos. Educativos	5,13%
Culturales. Espectáculos	0,00%
Base	(39)

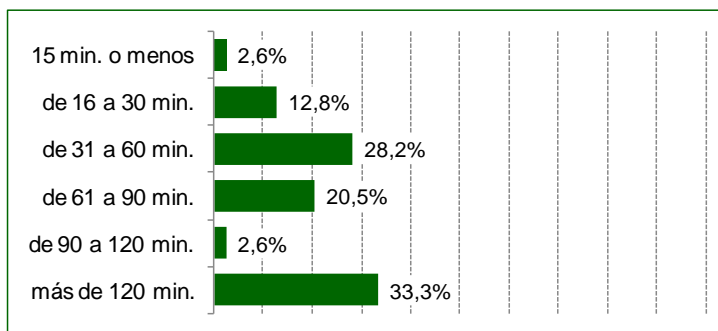


Tiempo de escucha_

El 33,3% de los oyentes de Cadena SER Calahorra dedican, los días laborables, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	2,56%
De 16 a 30 min.	12,82%
De 31 a 60 min.	28,21%
De 61 a 90 min.	20,51%
De 91 a 120 min.	2,56%
Más de 120 min.	33,33%
Base	(39)

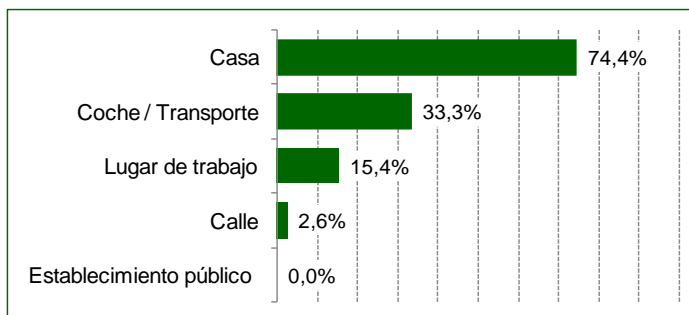


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Cadena SER Calahorra los días laborables, el 74,4% señala que este es su casa, y el 33,3% el coche o transporte.

Lugar de escucha

Casa	74,36%
Coche o Transporte	33,33%
Lugar de trabajo	15,38%
Calle	2,56%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(39)

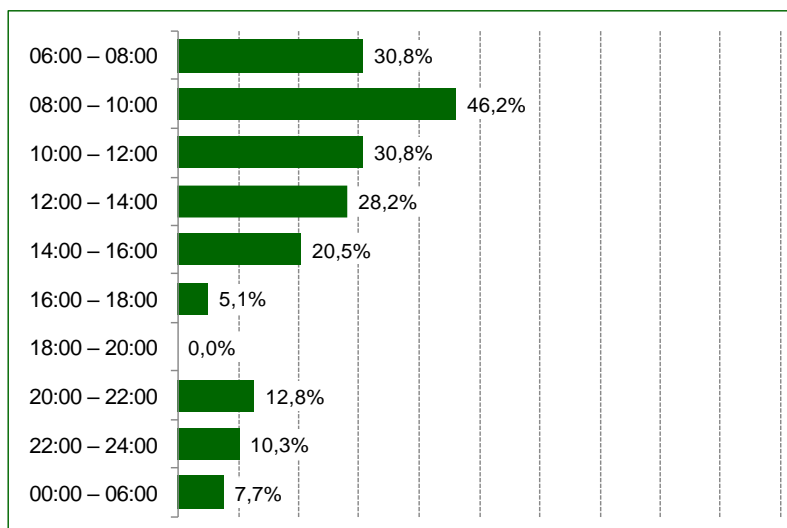


Franjas horarias de escucha

En cuanto a las horas en que escuchan Cadena SER Calahorra, los días laborables, los periodos de mayor audiencia son las horas de la mañana: entre las 6:00 y las 8:00 horas en las que escuchan la emisora el 30,8% de sus oyentes, entre las 8:00 y las 10:00 horas el 46,2%, y entre las 10:00 y las 12:00 horas el 30,8%.

Horas

06:00 – 08:00	30,77%
08:00 – 10:00	46,15%
10:00 – 12:00	30,77%
12:00 – 14:00	28,21%
14:00 – 16:00	20,51%
16:00 – 18:00	5,13%
18:00 – 20:00	0,00%
20:00 – 22:00	12,82%
22:00 – 24:00	10,26%
00:00 – 06:00	7,69%
Base	(39)



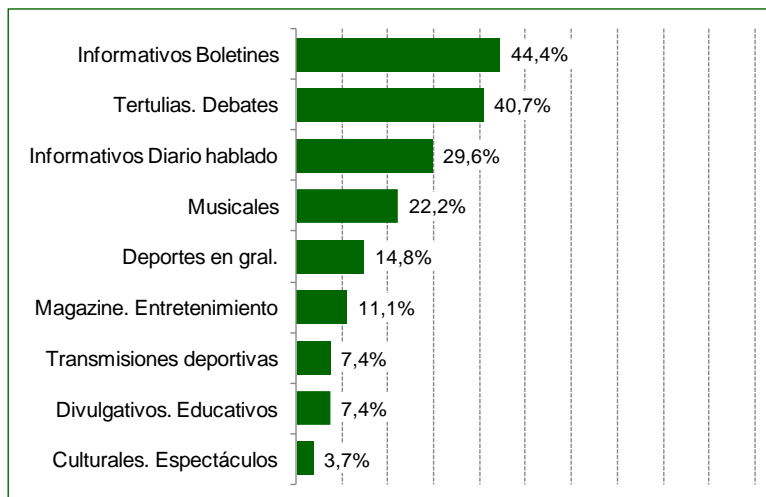
Hábitos de escucha en fin de semana

Temas de interés

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes escuchan Cadena SER Calahorra, en fin de semana, son, por orden de preferencia: Informativos: Boletines, y Tertulias y/o Debates, de interés para el 44,4% y el 40,7% de sus oyentes, respectivamente; seguido a cierta distancia de Diario Hablado, de interés para el 29,6%; y Musicales, para el 22,2%.

Temas

Informativos: Boletines	44,44%
Tertulias. Debates	40,74%
Informativos: Diario hablado	29,63%
Musicales	22,22%
Deportes en Gral.	14,81%
Magazine. Entretenimiento	11,11%
Transmisiones deportivas	7,41%
Divulgativos. Educativos	7,41%
Culturales. Espectáculos	3,70%
Base	(27)

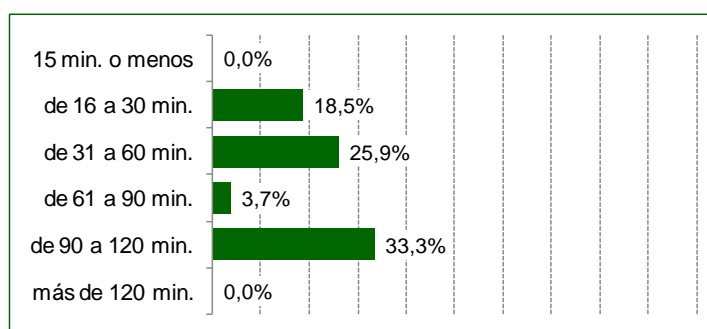


Tiempo de escucha

Entre los encuestados, ningún oyente de Cadena SER Calahorra dedica en fin de semana a su escucha más de dos horas. El 33,3% le dedica entre hora y media y dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	0,00%
De 16 a 30 min.	18,52%
De 31 a 60 min.	25,93%
De 61 a 90 min.	3,70%
De 91 a 120 min.	33,33%
Más de 120 min.	0,00%
Base	(27)

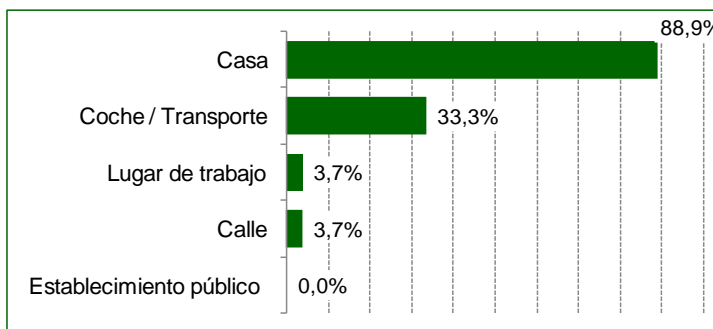


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Cadena SER Calahorra en fin de semana, el 88,9% señala que este es su casa, y el 33,3% el coche o transporte.

Lugar de escucha

Casa	88,89%
Coche o Transporte	33,33%
Lugar de trabajo	3,70%
Calle	3,70%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(27)

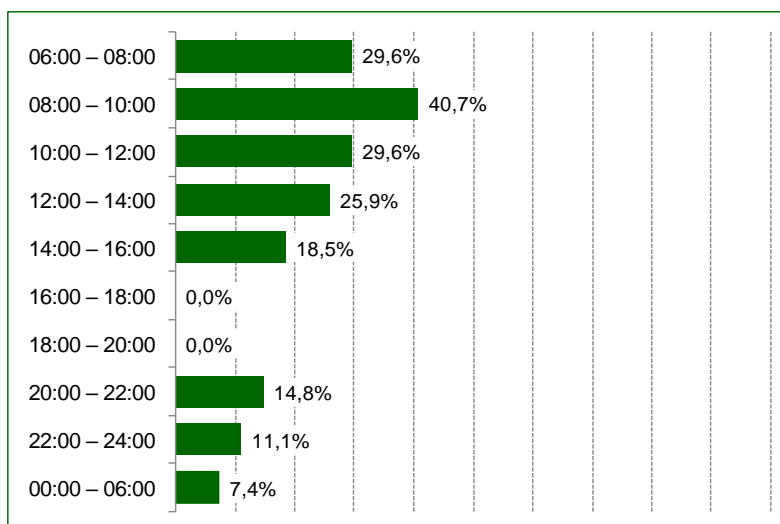


Franjas horarias de escucha

En cuanto a las horas en que escuchan Cadena SER Calahorra, en fin de semana, los periodos de mayor audiencia son las horas centrales de la mañana: entre las 8:00 y las 10:00 horas en las que escuchan la emisora el 40,7% de sus oyentes.

Horas

06:00 – 08:00	29,63%
08:00 – 10:00	40,74%
10:00 – 12:00	29,63%
12:00 – 14:00	25,93%
14:00 – 16:00	18,52%
16:00 – 18:00	0,00%
18:00 – 20:00	0,00%
20:00 – 22:00	14,81%
22:00 – 24:00	11,11%
00:00 – 06:00	7,41%
Base	(27)



Perfil del oyente_

Oyentes de Cadena SER Calahorra, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	7,7%	7,4%	14,1%
Rioja Media	59,0%	59,3%	61,3%
Rioja Baja	33,3%	33,3%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	2,6%	3,7%	0,9%
101-500	5,1%	7,4%	5,5%
501-1.000	0,0%	0,0%	2,3%
1.001-2.000	5,1%	7,4%	3,5%
2.001-5.000	10,3%	3,7%	11,2%
5.001-10.000	15,4%	11,1%	9,9%
10.001-20.000	10,3%	7,4%	11,6%
20.001-50.000	10,3%	18,5%	7,3%
> 50.000	41,0%	40,7%	47,8%
Sexo			
Hombre	64,1%	66,7%	48,5%
Mujer	35,9%	33,3%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	0,0%	0,0%	2,7%
20-24 años	0,0%	0,0%	8,5%
25-34 años	7,7%	3,7%	11,3%
35-44 años	10,3%	3,7%	17,9%
45-54 años	10,3%	14,8%	18,1%
55-64 años	28,2%	22,2%	17,4%
65-74 años	28,2%	33,3%	14,3%
75 años y más	15,4%	22,2%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	10,3%	14,8%	15,8%
Vivo en pareja	38,5%	44,4%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	35,9%	29,6%	32,4%
Vivo sólo con hijos	0,0%	0,0%	5,4%
Con otras unidades familiares	12,8%	7,4%	14,0%
Con compañeros de piso	2,6%	3,7%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	17,9%	18,5%	16,0%
Secundaria obligatoria	15,4%	18,5%	16,5%
Secundaria superior	23,1%	18,5%	38,4%
Universitarios	43,6%	44,4%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	41,0%	33,3%	56,1%
Parado/a	10,3%	11,1%	10,4%
Jubilado/pensionista	48,7%	55,6%	22,9%
Estudiante	0,0%	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	0,0%	0,0%	6,1%

Nivel de vida

Alto	2,6%	0,0%	1,4%
Medio-alto	15,4%	14,8%	10,9%
Medio-medio	56,4%	55,6%	55,0%
Medio-bajo	15,4%	18,5%	21,9%
Bajo	7,7%	7,4%	7,5%

Bases	(39)	(27)	(948)
-------	------	------	-------

Cadena SER Haro

Audiencia_ En el último mes (últimos 30 días) han escuchado Cadena SER Haro el 2,4% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han escuchado con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 2%, y en fines de semana -sábado y/o domingo- el 1,4% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	23	2,43%
Días laborables	19	2,00%
Fines de semana	13	1,37%
Muestra	(948)	

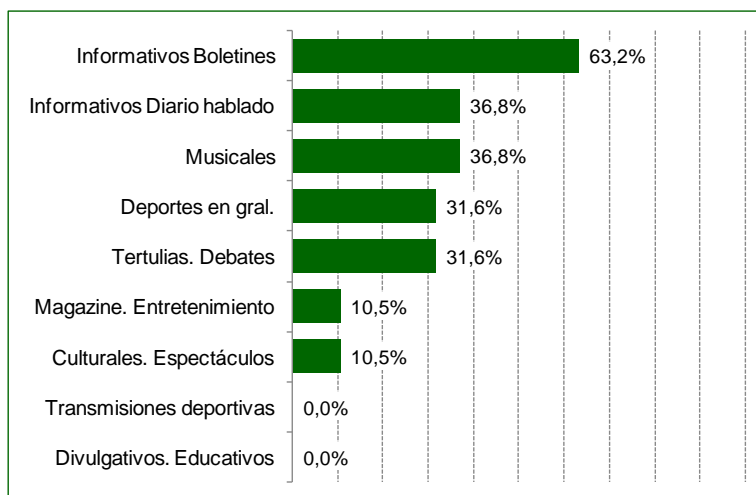
Hábitos de escucha en días laborables_

Temas de interés_

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes escuchan Cadena SER Haro, entre semana, son, por orden de preferencia: Informativos: Boletines, de interés para el 63,2% de sus oyentes; y a bastante distancia Informativos: Diario hablado, y Musicales de interés, ambos, para el 36,8% de sus oyentes; y Deportes, y Tertulias y/o Debates, de interés, ambos, para el 31,6%.

Temas

Informativos Boletines	63,16%
Informativos Diario hablado	36,84%
Musicales	36,84%
Deportes en Gral.	31,58%
Tertulias. Debates	31,58%
Magazine. Entretenimiento	10,53%
Culturales. Espectáculos	10,53%
Transmisiones deportivas	0,00%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Base	(19)

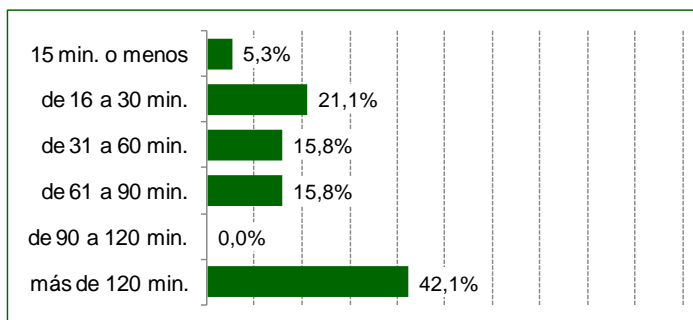


Tiempo de escucha_

El 42,1% de los oyentes de Cadena SER Haro dedican, los días laborables, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	5,26%
De 16 a 30 min.	21,05%
De 31 a 60 min.	15,79%
De 61 a 90 min.	15,79%
De 91 a 120 min.	0,00%
Más de 120 min.	42,11%
Base (19)	

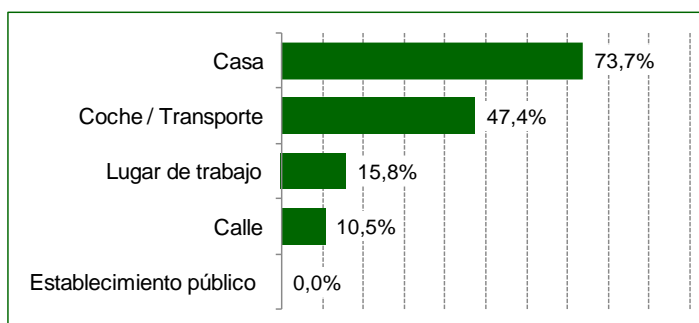


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Cadena SER Haro los días laborables, el 73,7% señala que este es su casa, y el 47,4% el coche o transporte.

Lugar de escucha

Casa	73,68%
Coche o Transporte	47,37%
Lugar de trabajo	15,79%
Calle	10,53%
Otro establecimiento público	0,00%
Base (19)	

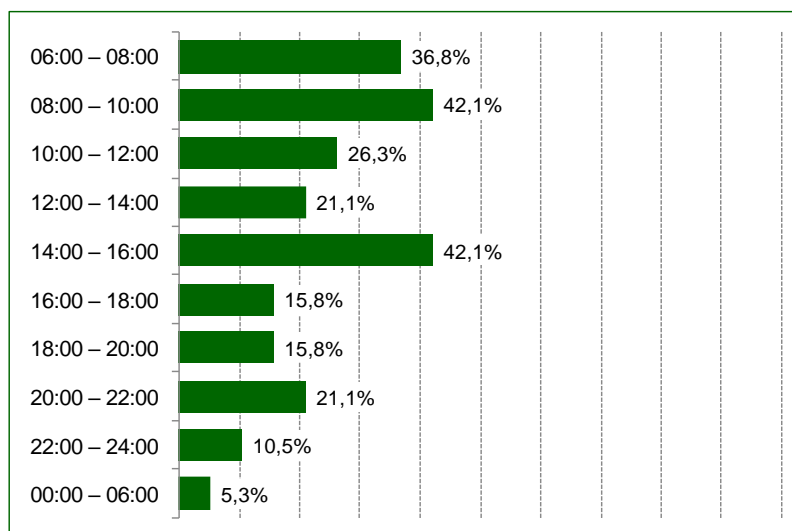


Franjas horarias de escucha

En cuanto a las horas en que escuchan Cadena SER Haro, los días laborables, los periodos de mayor audiencia son las primeras y centrales horas de la mañana: entre las 6:00 y las 8:00 horas en las que escuchan la emisora el 36,8% de sus oyentes, y entre las 8:00 y las 10:00 horas el 42,1%; y las primeras horas de la tarde: entre las 14:00 y las 16:00 horas, que la escucha el 42,1%.

Horas

06:00 – 08:00	36,84%
08:00 – 10:00	42,11%
10:00 – 12:00	26,32%
12:00 – 14:00	21,05%
14:00 – 16:00	42,11%
16:00 – 18:00	15,79%
18:00 – 20:00	15,79%
20:00 – 22:00	21,05%
22:00 – 24:00	10,53%
00:00 – 06:00	5,26%
Base (19)	



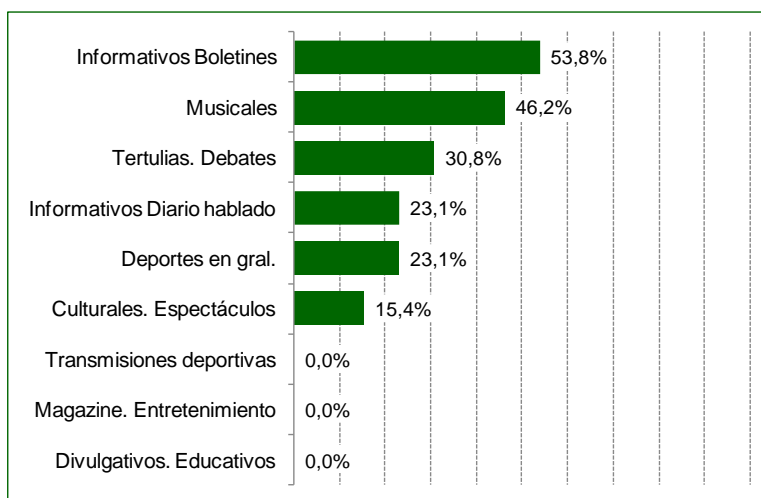
Hábitos de escucha en fin de semana_

Temas de interés_

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes escuchan Cadena SER Haro, en fin de semana son, por orden de preferencia: Informativos: Boletines, de interés para el 53,8% de sus oyentes; seguido de Musicales, de interés para el 46,2%; y a mayor distancia Tertulias y/o Debates, de interés para el 30,8%; y Diario hablado y Deportes en general, ambos, para el 23,1%.

Temas

Informativos Boletines	53,85%
Musicales	46,15%
Tertulias. Debates	30,77%
Informativos Diario hablado	23,08%
Deportes en Gral.	23,08%
Culturales. Espectáculos	15,38%
Transmisiones deportivas	0,00%
Magazine. Entretenimiento	0,00%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Base	(13)

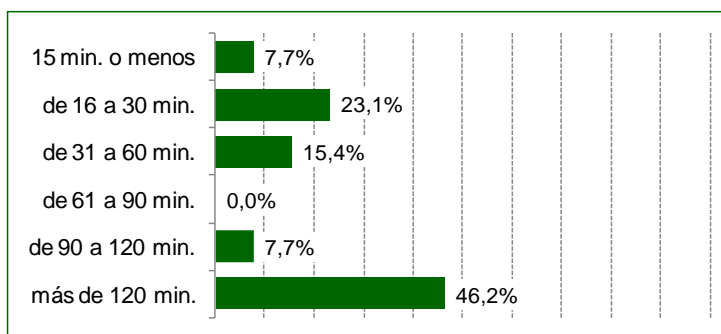


Tiempo de escucha_

El 46,2% de los oyentes de Cadena SER Haro dedican, en fin de semana, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	7,69%
De 16 a 30 min.	23,08%
De 31 a 60 min.	15,38%
De 61 a 90 min.	0,00%
De 91 a 120 min.	7,69%
Más de 120 min.	46,15%
Base	(13)

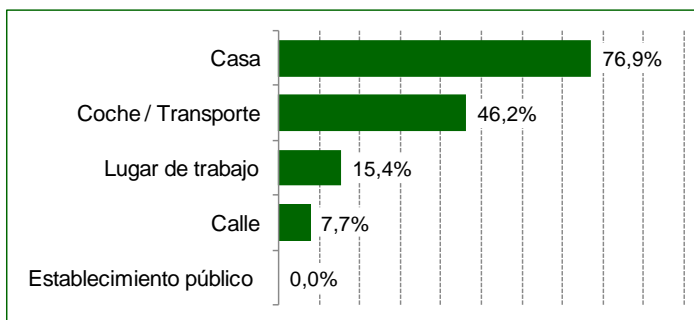


Lugar de escucha_

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Cadena SER Haro en fin de semana, el 76,9% señala que este es su casa, y el 46,2% el coche o transporte.

Lugar de escucha

Casa	76,92%
Coche o Transporte	46,15%
Lugar de trabajo	15,38%
Calle	7,69%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(13)

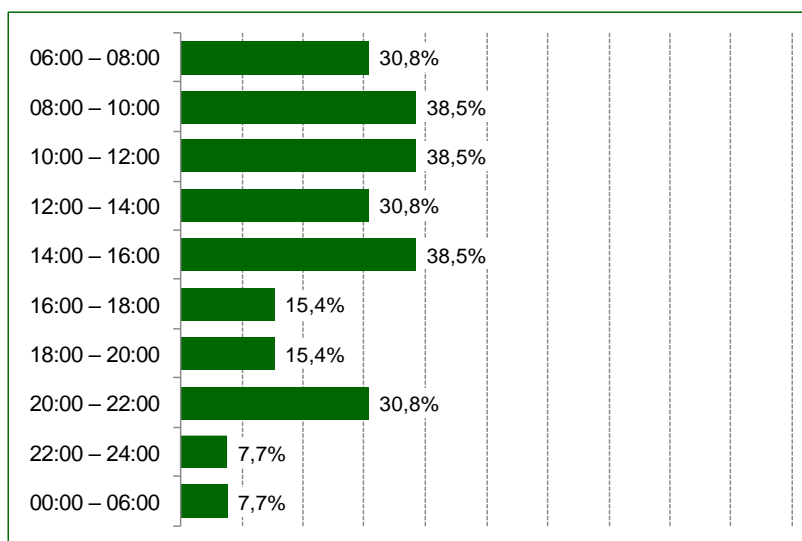


Franjas horarias de escucha

En cuanto a las horas en que escuchan Cadena SER Haro, en fin de semana, los periodos de mayor audiencia son las horas centrales y finales de la mañana: entre 8:00 y las 10:00, y entre las 10:00 y las 12:00 horas, franjas ambas en las que escuchan la emisora el 38,5% de sus oyentes; y a las primeras horas de la tarde: entre las 14:00 y las 16:00 horas, en las que la escucha el 38,5%.

Horas

06:00 – 08:00	30,77%
08:00 – 10:00	38,46%
10:00 – 12:00	38,46%
12:00 – 14:00	30,77%
14:00 – 16:00	38,46%
16:00 – 18:00	15,38%
18:00 – 20:00	15,38%
20:00 – 22:00	30,77%
22:00 – 24:00	7,69%
00:00 – 06:00	7,69%
Base	(13)



Perfil del oyente_

Oyentes de Cadena SER Haro, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	73,7%	69,2%	14,1%
Rioja Media	21,1%	30,8%	61,3%
Rioja Baja	0,0%	0,0%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	5,3%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	5,3%	0,0%	0,9%
101-500	5,3%	7,7%	5,5%
501-1.000	10,5%	7,7%	2,3%
1.001-2.000	5,3%	7,7%	3,5%
2.001-5.000	0,0%	0,0%	11,2%
5.001-10.000	15,8%	15,4%	9,9%
10.001-20.000	36,8%	30,8%	11,6%
20.001-50.000	0,0%	0,0%	7,3%
> 50.000	21,1%	30,8%	47,8%
Sexo			
Hombre	57,9%	53,8%	48,5%
Mujer	42,1%	46,2%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	0,0%	0,0%	2,7%
20-24 años	5,3%	15,4%	8,5%
25-34 años	0,0%	0,0%	11,3%
35-44 años	10,5%	15,4%	17,9%
45-54 años	15,8%	23,1%	18,1%
55-64 años	36,8%	23,1%	17,4%
65-74 años	26,3%	15,4%	14,3%
75 años y más	5,3%	7,7%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	15,8%	15,4%	15,8%
Vivo en pareja	36,8%	38,5%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	36,8%	30,8%	32,4%
Vivo sólo con hijos	0,0%	0,0%	5,4%
Con otras unidades familiares	5,3%	15,4%	14,0%
Con compañeros de piso	5,3%	0,0%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	15,8%	15,4%	16,0%
Secundaria obligatoria	10,5%	7,7%	16,5%
Secundaria superior	21,1%	23,1%	38,4%
Universitarios	52,6%	53,8%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	52,6%	53,8%	56,1%
Parado/a	5,3%	7,7%	10,4%
Jubilado/pensionista	36,8%	23,1%	22,9%
Estudiante	0,0%	7,7%	3,1%
Trabaja en el hogar	5,3%	7,7%	6,1%

Nivel de vida

Alto	0,0%	0,0%	1,4%
Medio-alto	0,0%	7,7%	10,9%
Medio-medio	63,2%	61,5%	55,0%
Medio-bajo	26,3%	15,4%	21,9%
Bajo	10,5%	15,4%	7,5%

Bases	(19)	(13)	(948)
-------	------	------	-------

Onda Cero Radio

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han escuchado Onda Cero Radio el 6,5% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han escuchado con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 4,9%, y en fines de semana -sábado y/o domingo- el 3,7% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	62	6,54%
Días laborables	46	4,85%
Fines de semana	35	3,69%
Muestra		(948)

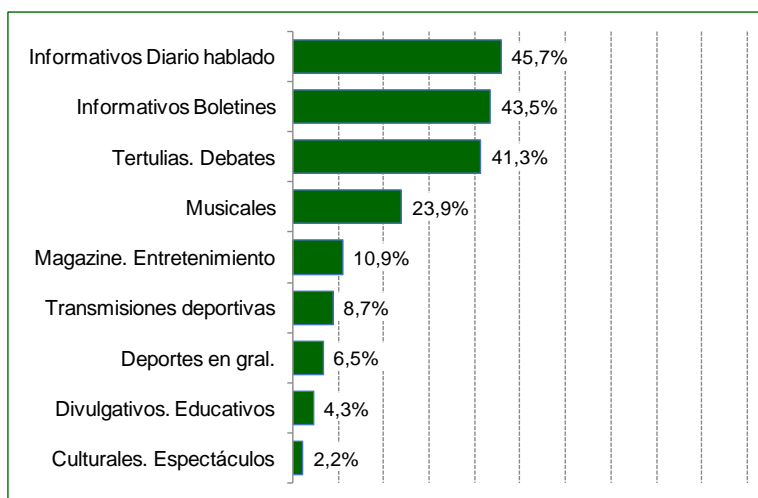
Hábitos de escucha en días laborables

Temas de interés

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes escuchan Onda Cero Radio, entre semana, son, por orden de preferencia: Informativos: Diario hablado y Boletines, y Tertulias y/o Debates, de interés para el 45,7%, el 43,5% y el 41,3% de sus oyentes, respectivamente; y a más distancia Musicales, de interés para el 23,9% de sus oyentes.

Temas

Informativos: Diario hablado	45,65%
Informativos: Boletines	43,48%
Tertulias. Debates	41,30%
Musicales	23,91%
Magazine. Entretenimiento	10,87%
Transmisiones deportivas	8,70%
Deportes en Gral.	6,52%
Divulgativos. Educativos	4,35%
Culturales. Espectáculos	2,17%
Base	(46)

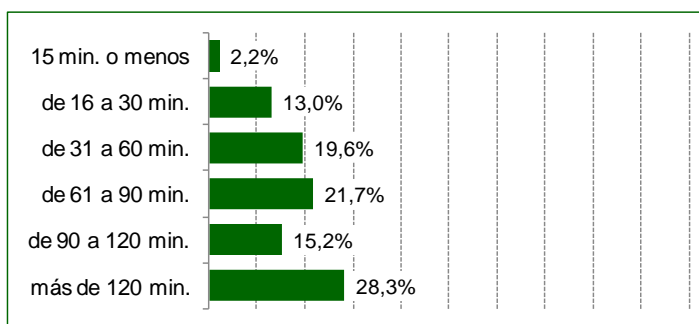


Tiempo de escucha

El 28,3% de los oyentes de Onda Cero Radio dedican, los días laborables, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	2,17%
De 16 a 30 min.	13,04%
De 31 a 60 min.	19,57%
De 61 a 90 min.	21,74%
De 91 a 120 min.	15,22%
Más de 120 min.	28,26%
Base	(46)

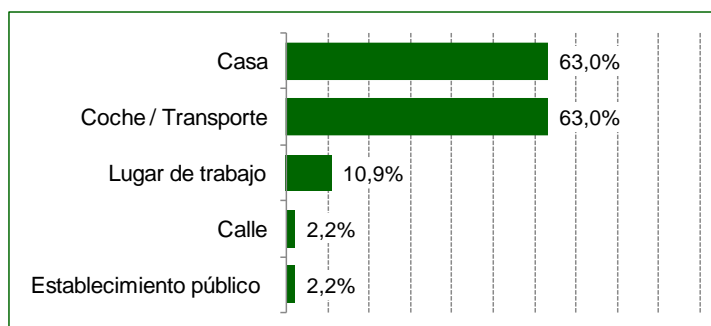


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Onda Cero Radio los días laborables, el 63% señala que este es su casa; mismo porcentaje (63%) de quienes señalan es el coche o el transporte.

Lugar de escucha

Casa	63,04%
Coche o Transporte	63,04%
Lugar de trabajo	10,87%
Calle	2,17%
Otro establecimiento público	2,17%
Base	(46)

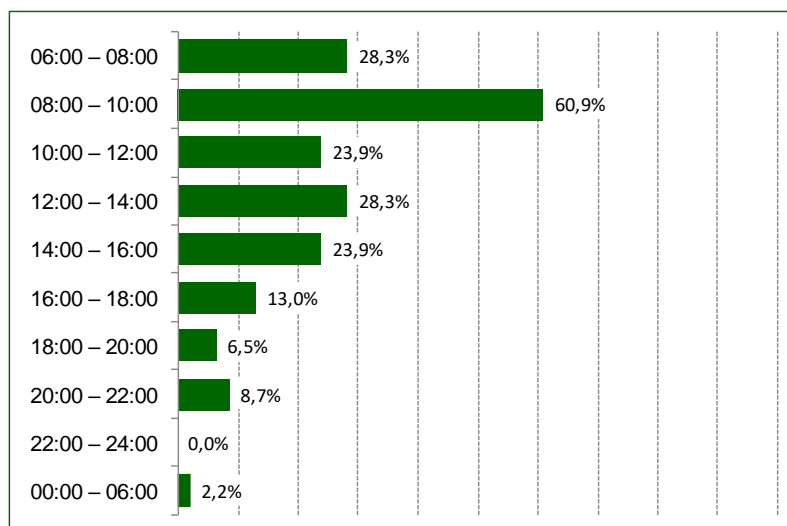


Franjas horarias de escucha

En cuanto a las horas en que escuchan Onda Cero Radio, los días laborables, los periodos de mayor audiencia son, con diferencia, las horas centrales de la mañana: entre las 8:00 y las 10:00 horas, en las que escuchan la emisora el 60,9% de sus oyentes.

Horas

06:00 – 08:00	28,26%
08:00 – 10:00	60,87%
10:00 – 12:00	23,91%
12:00 – 14:00	28,26%
14:00 – 16:00	23,91%
16:00 – 18:00	13,04%
18:00 – 20:00	6,52%
20:00 – 22:00	8,70%
22:00 – 24:00	0,00%
00:00 – 06:00	2,17%
Base	(46)



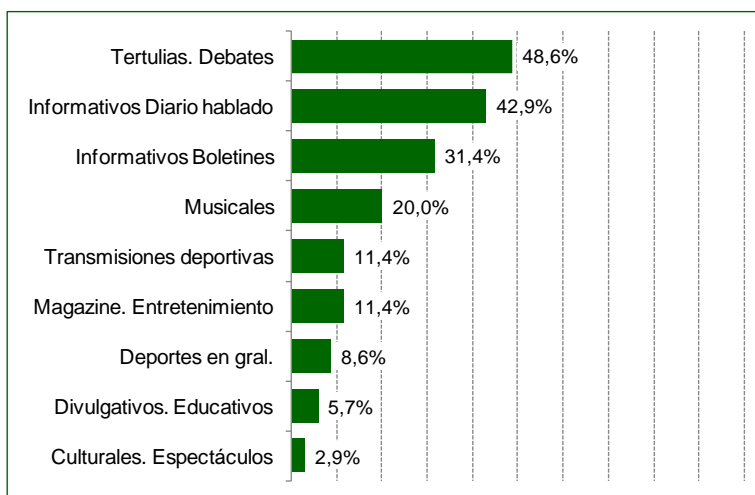
Hábitos de escucha en fin de semana

Temas de interés

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes escuchan Onda Cero Radio, en fin de semana, son, por orden de preferencia: Tertulias y/o Debates, e Informativos: Diario hablado, de interés para el 48,6% y el 42,9% de sus oyentes, respectivamente; seguido de Informativos: Boletines, de interés para el 31,4% de sus oyentes; y a mayor distancia por Musicales, para un 20%.

Temas

Tertulias. Debates	48,57%
Informativos: Diario hablado	42,86%
Informativos: Boletines	31,43%
Musicales	20,00%
Transmisiones deportivas	11,43%
Magazine. Entretenimiento	11,43%
Deportes en Gral.	8,57%
Divulgativos. Educativos	5,71%
Culturales. Espectáculos	2,86%
Base	(35)

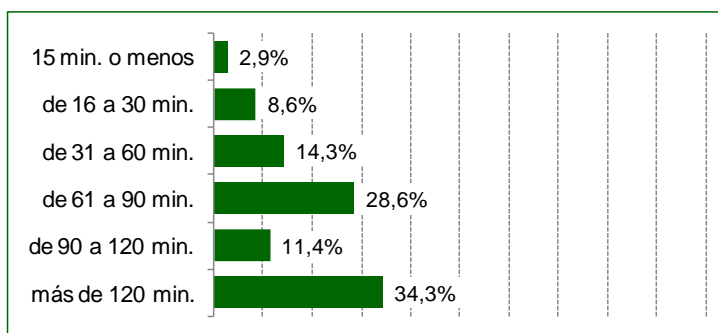


Tiempo de escucha

El 34,3% de los oyentes de Onda Cero Radio dedican, en fin de semana, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	2,86%
De 16 a 30 min.	8,57%
De 31 a 60 min.	14,29%
De 61 a 90 min.	28,57%
De 91 a 120 min.	11,43%
Más de 120 min.	34,29%
Base	(35)

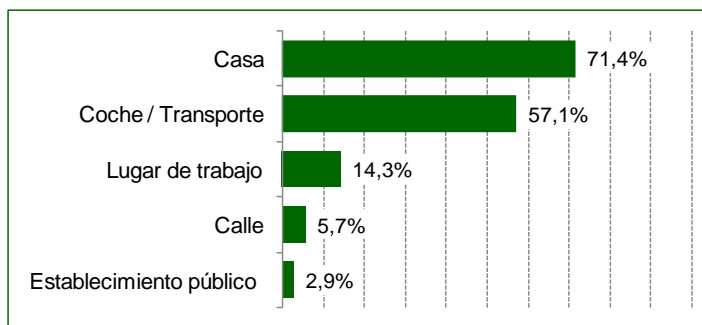


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Onda Cero Radio en fin de semana, el 71,4% señala que este es su casa, y el 57,1% el coche o transporte.

Lugar de escucha

Casa	71,43%
Coche o Transporte	57,14%
Lugar de trabajo	14,29%
Calle	5,71%
Otro establecimiento público	2,86%
Base	(35)

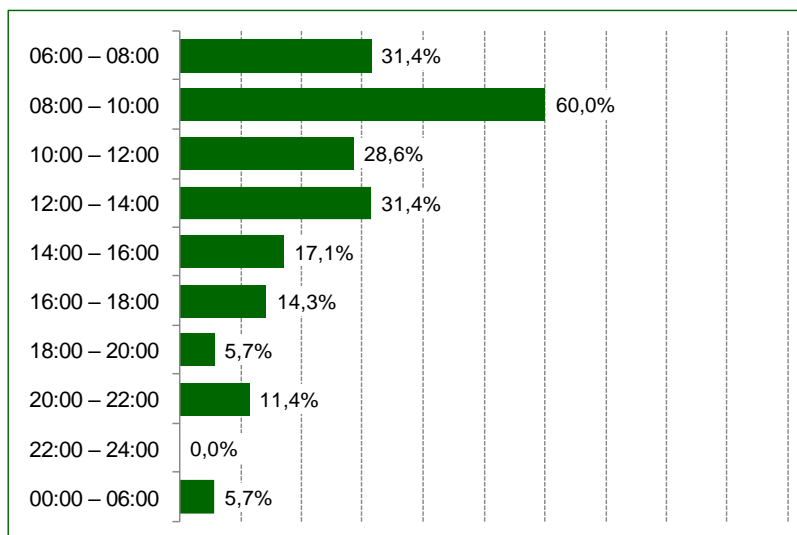


Franjas horarias de escucha

En cuanto a las horas en que escuchan Onda Cero Radio, en fin de semana, los periodos de mayor audiencia son, con diferencia, las horas centrales de la mañana: entre las 8:00 y las 10:00 horas, en las que escuchan la emisora el 60,9% de sus oyentes.

Horas

06:00 – 08:00	31,43%
08:00 – 10:00	60,00%
10:00 – 12:00	28,57%
12:00 – 14:00	31,43%
14:00 – 16:00	17,14%
16:00 – 18:00	14,29%
18:00 – 20:00	5,71%
20:00 – 22:00	11,43%
22:00 – 24:00	0,00%
00:00 – 06:00	5,71%
Base	(35)



Perfil del oyente_

Oyentes de Onda Cero Radio, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	17,4%	14,3%	14,1%
Rioja Media	63,0%	65,7%	61,3%
Rioja Baja	15,2%	17,1%	22,0%
Rioja Sierra Alta	4,3%	2,9%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	0,0%	0,0%	0,9%
101-500	8,7%	8,6%	5,5%
501-1.000	4,3%	2,9%	2,3%
1.001-2.000	0,0%	0,0%	3,5%
2.001-5.000	8,7%	2,9%	11,2%
5.001-10.000	4,3%	5,7%	9,9%
10.001-20.000	10,9%	14,3%	11,6%
20.001-50.000	4,3%	5,7%	7,3%
> 50.000	58,7%	60,0%	47,8%
Sexo			
Hombre	58,7%	54,3%	48,5%
Mujer	41,3%	45,7%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	2,2%	2,9%	2,7%
20-24 años	0,0%	0,0%	8,5%
25-34 años	0,0%	0,0%	11,3%
35-44 años	6,5%	5,7%	17,9%
45-54 años	26,1%	22,9%	18,1%
55-64 años	19,6%	17,1%	17,4%
65-74 años	34,8%	37,1%	14,3%
75 años y más	10,9%	14,3%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	13,0%	14,3%	15,8%
Vivo en pareja	41,3%	48,6%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	34,8%	22,9%	32,4%
Vivo sólo con hijos	2,2%	2,9%	5,4%
Con otras unidades familiares	6,5%	8,6%	14,0%
Con compañeros de piso	2,2%	2,9%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	8,7%	14,3%	16,0%
Secundaria obligatoria	13,0%	20,0%	16,5%
Secundaria superior	37,0%	28,6%	38,4%
Universitarios	41,3%	37,1%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	50,0%	37,1%	56,1%
Parado/a	2,2%	8,6%	10,4%
Jubilado/pensionista	43,5%	48,6%	22,9%
Estudiante	2,2%	2,9%	3,1%
Trabaja en el hogar	2,2%	2,9%	6,1%

Nivel de vida

Alto	2,2%	2,9%	1,4%
Medio-alto	13,0%	20,0%	10,9%
Medio-medio	60,9%	51,4%	55,0%
Medio-bajo	19,6%	20,0%	21,9%
Bajo	2,2%	2,9%	7,5%

Bases	(46)	(35)	(948)
-------	------	------	-------

Radio Nacional de España 1

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han escuchado Radio Nacional de España 1 [RNE-1] el 5,8% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han escuchado con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 4,5%, y en fines de semana -sábado y/o domingo- el 3,5% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	55	5,80%
Días laborables	43	4,54%
Fines de semana	33	3,48%
Muestra	(948)	

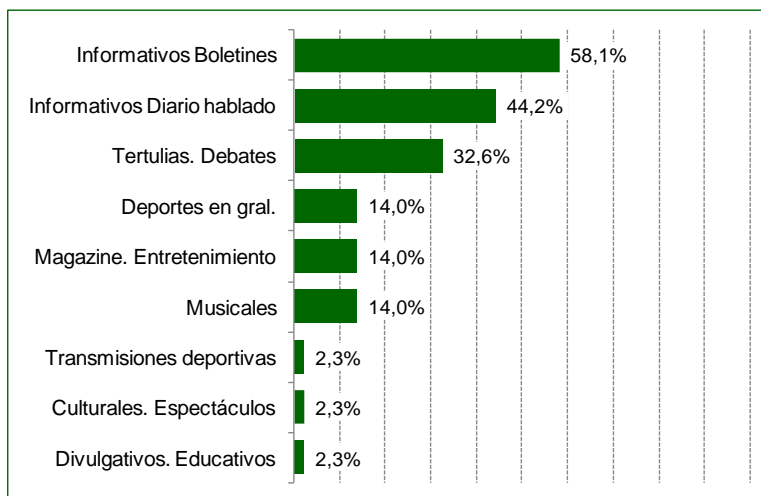
Hábitos de escucha en días laborables

Temas de interés

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes escuchan RNE-1, entre semana son, por orden de preferencia: Informativos: Boletines, de interés para el 58,1% de sus oyentes; seguido de Informativos: Diario hablado, de interés para el 44,2%; y Tertulias y/o Debates para el 32,6%.

Temas

Informativos: Boletines	58,14%
Informativos: Diario hablado	44,19%
Tertulias. Debates	32,56%
Deportes en Gral.	13,95%
Magazine. Entretenimiento	13,95%
Musicales	13,95%
Transmisiones deportivas	2,33%
Culturales. Espectáculos	2,33%
Divulgativos. Educativos	2,33%
Base	(43)

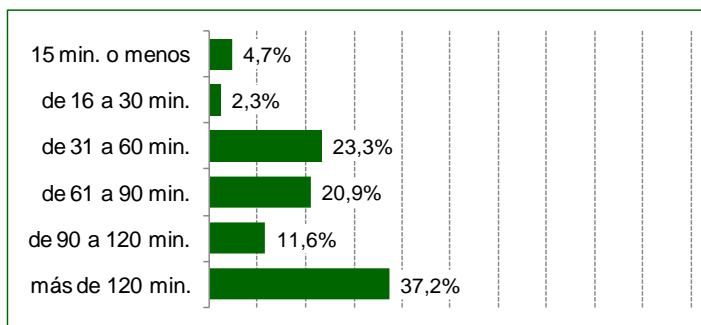


Tiempo de escucha

El 37,2% de los oyentes de RNE-1 dedican, los días laborables, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	4,65%
De 16 a 30 min.	2,33%
De 31 a 60 min.	23,26%
De 61 a 90 min.	20,93%
De 91 a 120 min.	11,63%
Más de 120 min.	37,21%
Base	(43)

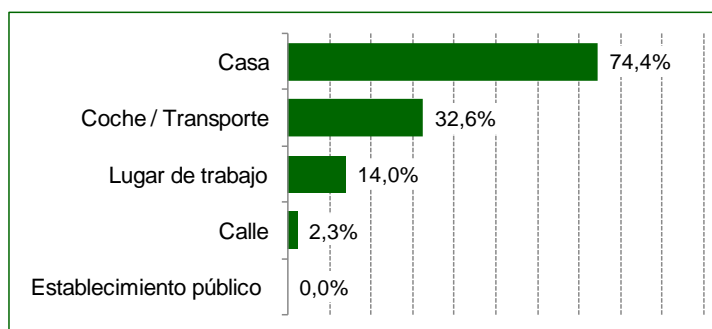


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de RNE-1 los días laborables, el 74,4% señala que este es su casa, y el 32,6% el coche o transporte.

Lugar de escucha

Casa	74,42%
Coche o Transporte	32,56%
Lugar de trabajo	13,95%
Calle	2,33%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(43)

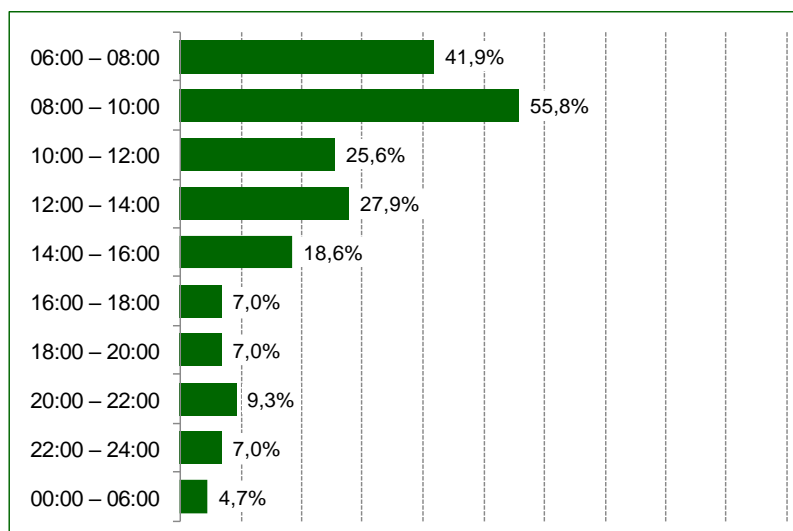


Franjas horarias de escucha

En cuanto a las horas en que escuchan RNE-1, los días laborables, los periodos de mayor audiencia son las primeras y centrales horas de la mañana: entre las 6:00 y las 8:00 horas en las que escuchan la emisora el 41,9% de sus oyentes, y entre las 8:00 y las 10:00 horas el 55,8%.

Horas

06:00 – 08:00	41,86%
08:00 – 10:00	55,81%
10:00 – 12:00	25,58%
12:00 – 14:00	27,91%
14:00 – 16:00	18,60%
16:00 – 18:00	6,98%
18:00 – 20:00	6,98%
20:00 – 22:00	9,30%
22:00 – 24:00	6,98%
00:00 – 06:00	4,65%
Base	(43)



Hábitos de escucha en fin de semana

Temas de interés

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes escuchan RNE-1, en fin de semana, son: Informativos: Boletines y Diario hablado, de interés para el 60,6% y el 51,5% de sus oyentes, respectivamente; y a mucha distancia Tertulias y/o Debates, de interés para el 21,2%.

Temas

Informativos Boletines	60,61%
Informativos Diario hablado	51,52%
Tertulias. Debates	21,21%
Musicales	18,18%
Deportes en Gral.	9,09%
Magazine. Entretenimiento	9,09%
Transmisiones deportivas	3,03%
Divulgativos. Educativos	3,03%
Culturales. Espectáculos	0,00%
Base	(33)

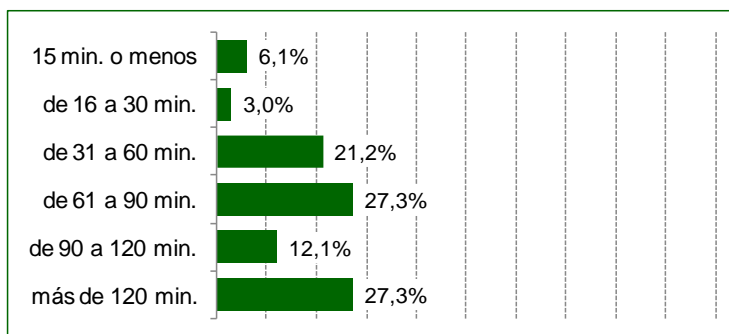


Tiempo de escucha

El 27,3% de los oyentes de RNE-1 dedican, en fin de semana, a su escucha más de dos horas; el mismo porcentaje de quienes dedican entre una hora y hora y media.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	6,06%
De 16 a 30 min.	3,03%
De 31 a 60 min.	21,21%
De 61 a 90 min.	27,27%
De 91 a 120 min.	12,12%
Más de 120 min.	27,27%
Base	(33)

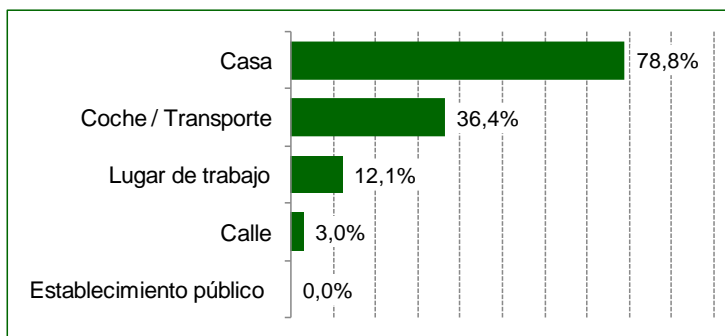


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de RNE-1 en fin de semana, el 78,8% señala que este es su casa, y el 36,4% el coche o transporte.

Lugar de escucha

Casa	78,79%
Coche o Transporte	36,36%
Lugar de trabajo	12,12%
Calle	3,03%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(33)

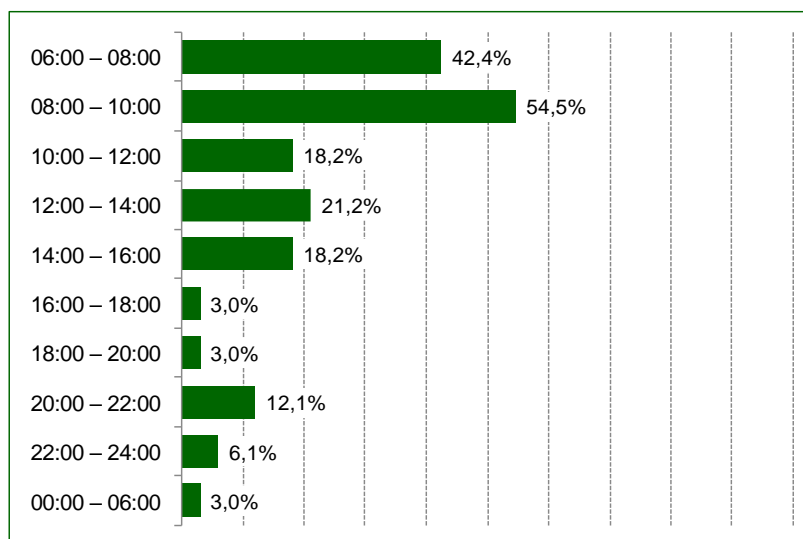


Franjas horarias de escucha

En cuanto a las horas en que escuchan RNE-1, en fin de semana, los periodos de mayor audiencia son las primeras y centrales horas de la mañana: entre las 6:00 y las 8:00 horas en las que escuchan la emisora el 42,4% de sus oyentes, y entre las 8:00 y las 10:00 horas el 54,4%.

Horas

06:00 – 08:00	42,42%
08:00 – 10:00	54,55%
10:00 – 12:00	18,18%
12:00 – 14:00	21,21%
14:00 – 16:00	18,18%
16:00 – 18:00	3,03%
18:00 – 20:00	3,03%
20:00 – 22:00	12,12%
22:00 – 24:00	6,06%
00:00 – 06:00	3,03%
Base	(33)



Perfil del oyente_

Oyentes de Radio Nacional de España 1 [RNE-1], en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	14,0%	15,2%	14,1%
Rioja Media	69,8%	66,7%	61,3%
Rioja Baja	14,0%	15,2%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	2,3%	3,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	0,0%	0,0%	0,9%
101-500	7,0%	9,1%	5,5%
501-1.000	0,0%	0,0%	2,3%
1.001-2.000	4,7%	3,0%	3,5%
2.001-5.000	4,7%	6,1%	11,2%
5.001-10.000	4,7%	6,1%	9,9%
10.001-20.000	9,3%	6,1%	11,6%
20.001-50.000	7,0%	9,1%	7,3%
> 50.000	62,8%	60,6%	47,8%
Sexo			
Hombre	53,5%	51,5%	48,5%
Mujer	46,5%	48,5%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	0,0%	0,0%	2,7%
20-24 años	0,0%	0,0%	8,5%
25-34 años	2,3%	3,0%	11,3%
35-44 años	7,0%	6,1%	17,9%
45-54 años	16,3%	12,1%	18,1%
55-64 años	30,2%	30,3%	17,4%
65-74 años	20,9%	18,2%	14,3%
75 años y más	23,3%	30,3%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	32,6%	30,3%	15,8%
Vivo en pareja	34,9%	30,3%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	20,9%	27,3%	32,4%
Vivo sólo con hijos	4,7%	6,1%	5,4%
Con otras unidades familiares	4,7%	3,0%	14,0%
Con compañeros de piso	2,3%	3,0%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	18,6%	18,2%	16,0%
Secundaria obligatoria	11,6%	12,1%	16,5%
Secundaria superior	23,3%	21,2%	38,4%
Universitarios	41,9%	45,5%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	41,9%	36,4%	56,1%
Parado/a	9,3%	9,1%	10,4%
Jubilado/pensionista	41,9%	48,5%	22,9%
Estudiante	0,0%	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	0,0%	0,0%	6,1%

Nivel de vida

Alto	0,0%	0,0%	1,4%
Medio-alto	2,3%	3,0%	10,9%
Medio-medio	72,1%	81,8%	55,0%
Medio-bajo	14,0%	9,1%	21,9%
Bajo	2,3%	3,0%	7,5%

Bases	(43)	(33)	(948)
-------	------	------	-------

CADENAS MUSICALES

Cadena 100 Logroño y Rioja Alta

Audiencia_ En el último mes (últimos 30 días) han escuchado Cadena 100 Logroño y Rioja Alta el 12,1% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han escuchado con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 9,5%, y en fines de semana -sábado y/o domingo- el 4,3% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	115	12,13%
Días laborables	90	9,49%
Fines de semana	41	4,32%
Muestra		(948)

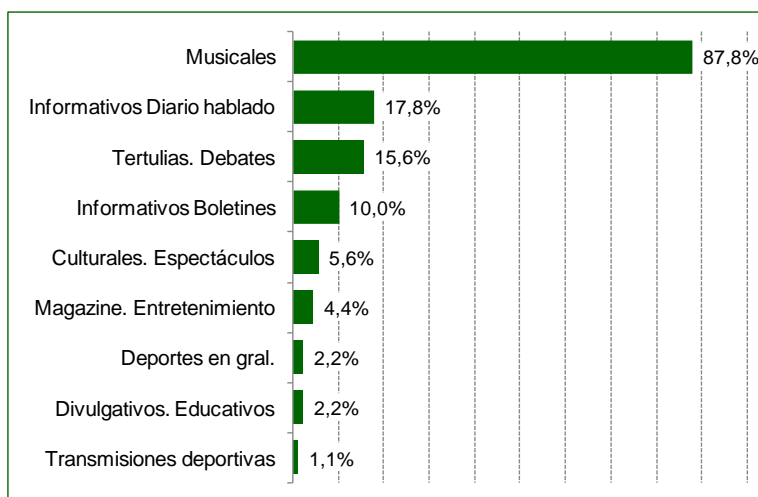
Hábitos de escucha en días laborables_

Temas de interés_

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan Cadena 100, entre semana, es Musicales, de interés para el 87,8% de sus oyentes. También, para un 17,8% de sus oyentes son de interés los Informativos: Diario hablado, y para un 15,6% las Tertulias y/o Debates.

Temas

Musicales	87,78%
Informativos: Diario hablado	17,78%
Tertulias. Debates	15,56%
Informativos: Boletines	10,00%
Culturales. Espectáculos	5,56%
Magazine. Entretenimiento	4,44%
Deportes en Gral.	2,22%
Divulgativos. Educativos	2,22%
Transmisiones deportivas	1,11%
Base	(90)

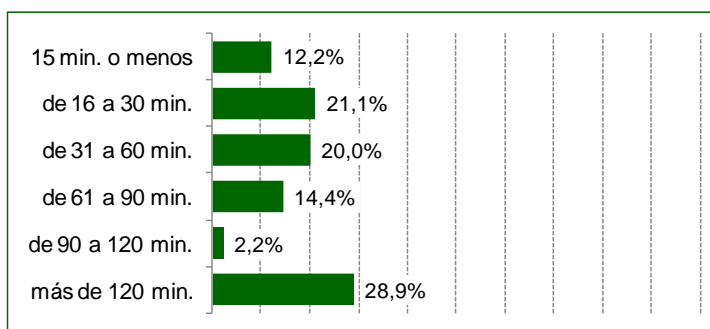


Tiempo de escucha_

El 28,9% de los oyentes de Cadena 100 dedican, los días laborables, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	12,22%
De 16 a 30 min.	21,11%
De 31 a 60 min.	20,00%
De 61 a 90 min.	14,44%
De 91 a 120 min.	2,22%
Más de 120 min.	28,89%
Base (90)	

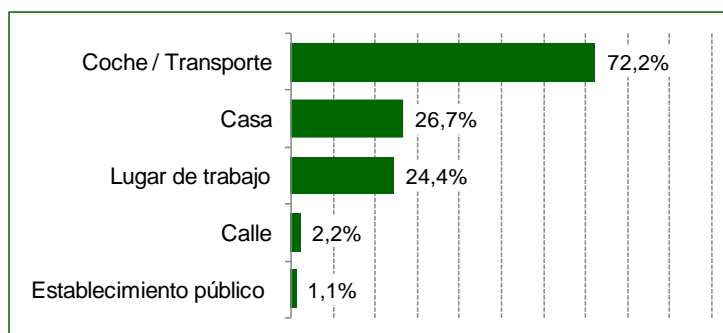


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Cadena 100 los días laborables, el 72,2% señala que este es el coche o el transporte, y un 26,7% su casa. Un 24,4% señala su lugar de trabajo.

Lugar de escucha

Coche o Transporte	72,22%
Casa	26,67%
Lugar de trabajo	24,44%
Calle	2,22%
Otro establecimiento público	1,11%
Base (90)	

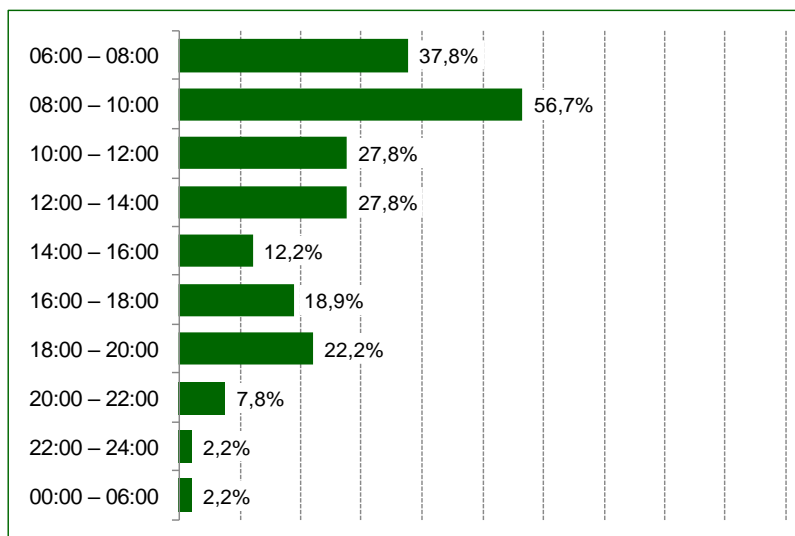


Franjas horarias de escucha

En cuanto a las horas en que escuchan Cadena 100, los días laborables, los periodos de mayor audiencia son las primeras y centrales horas de la mañana: entre las 6:00 y las 8:00 horas en las que escuchan la emisora el 37,8% de sus oyentes, y entre las 8:00 y las 10:00 horas el 56,7%.

Horas

06:00 – 08:00	37,78%
08:00 – 10:00	56,67%
10:00 – 12:00	27,78%
12:00 – 14:00	27,78%
14:00 – 16:00	12,22%
16:00 – 18:00	18,89%
18:00 – 20:00	22,22%
20:00 – 22:00	7,78%
22:00 – 24:00	2,22%
00:00 – 06:00	2,22%
Base	(90)



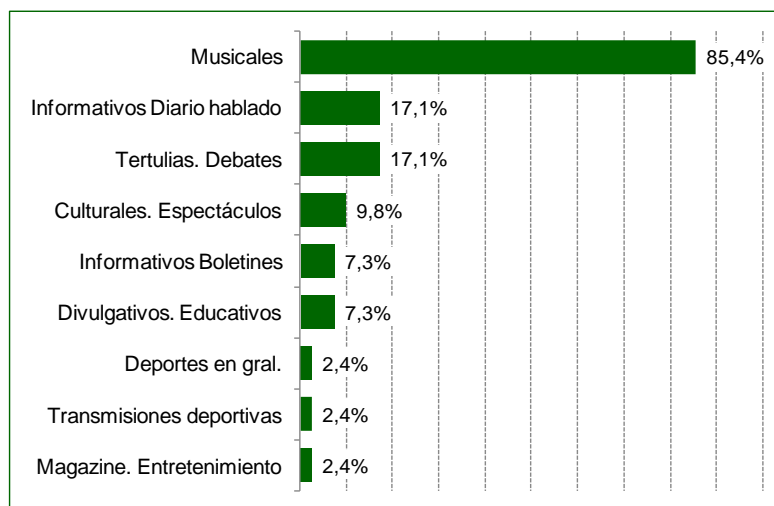
Hábitos de escucha en fin de semana

Temas de interés

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan Cadena 100, en fin de semana, es Musicales, de interés para el 85,4% de sus oyentes. También, para un 17,1% de sus oyentes son de interés los Informativos: Diario hablado, y las Tertulias y/o Debates.

Temas

Musicales	85,37%
Informativos: Diario hablado	17,07%
Tertulias. Debates	17,07%
Culturales. Espectáculos	9,76%
Informativos: Boletines	7,32%
Divulgativos. Educativos	7,32%
Deportes en Gral.	2,44%
Transmisiones deportivas	2,44%
Magazine. Entretenimiento	2,44%
Base	(41)

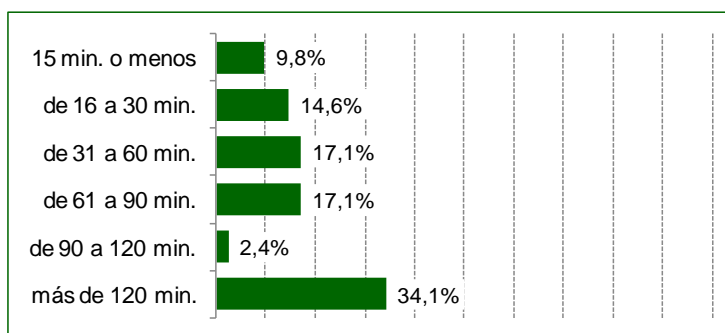


Tiempo de escucha

El 34,1% de los oyentes de Cadena 100 dedican, en fin de semana, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	9,76%
De 16 a 30 min.	14,63%
De 31 a 60 min.	17,07%
De 61 a 90 min.	17,07%
De 91 a 120 min.	2,44%
Más de 120 min.	34,15%
Base	(41)

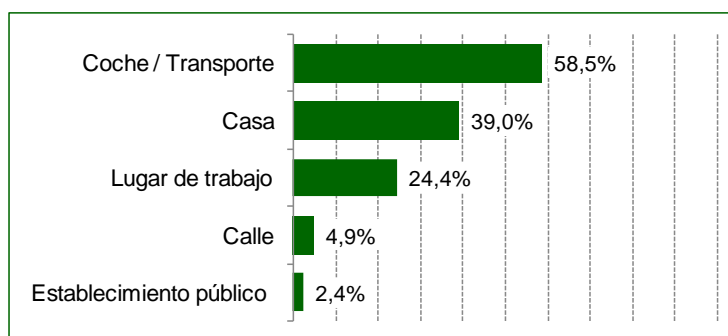


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Cadena 100 en fin de semana, el 58,5% señala que este es el coche o el transporte, y el 39% su casa. Un 24,4% señala su lugar de trabajo.

Lugar de escucha

Coche o Transporte	58,54%
Casa	39,02%
Lugar de trabajo	24,39%
Calle	4,88%
Otro establecimiento público	2,44%
Base	(41)

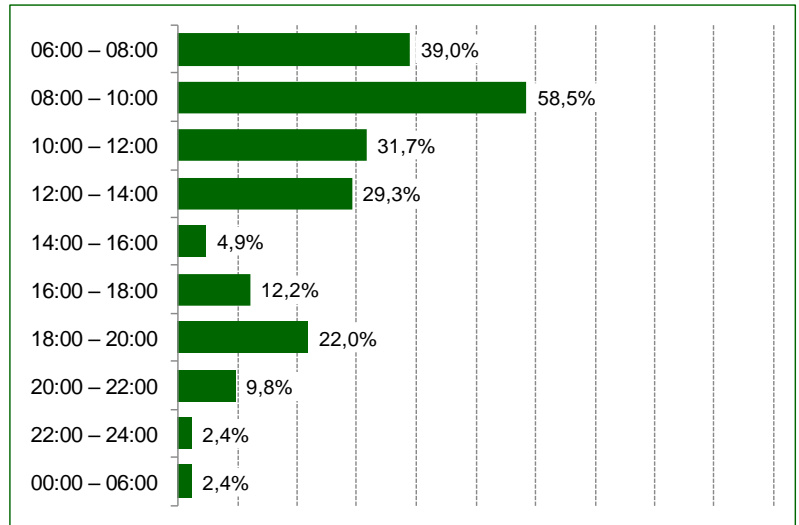


Franjas horarias de escucha

En cuanto a las horas en que escuchan Cadena 100 en fin de semana, los periodos de mayor audiencia son las primeras y centrales horas de la mañana: entre las 6:00 y las 8:00 horas en las que escuchan la emisora el 39% de sus oyentes, y entre las 8:00 y las 10:00 horas el 58,5%.

Horas

06:00 – 08:00	39,02%
08:00 – 10:00	58,54%
10:00 – 12:00	31,71%
12:00 – 14:00	29,27%
14:00 – 16:00	4,88%
16:00 – 18:00	12,20%
18:00 – 20:00	21,95%
20:00 – 22:00	9,76%
22:00 – 24:00	2,44%
00:00 – 06:00	2,44%
Base	(41)



Perfil del oyente_

Oyentes de Cadena 100 Logroño y Rioja Alta, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	24,4%	22,0%	14,1%
Rioja Media	45,6%	51,2%	61,3%
Rioja Baja	28,9%	24,4%	22,0%
Rioja Sierra Alta	1,1%	2,4%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	1,1%	0,0%	0,9%
101-500	5,6%	4,9%	5,5%
501-1.000	5,6%	9,8%	2,3%
1.001-2.000	6,7%	4,9%	3,5%
2.001-5.000	8,9%	7,3%	11,2%
5.001-10.000	14,4%	12,2%	9,9%
10.001-20.000	18,9%	19,5%	11,6%
20.001-50.000	11,1%	4,9%	7,3%
> 50.000	27,8%	36,6%	47,8%
Sexo			
Hombre	31,1%	26,8%	48,5%
Mujer	68,9%	73,2%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	3,3%	0,0%	2,7%
20-24 años	11,1%	2,4%	8,5%
25-34 años	8,9%	9,8%	11,3%
35-44 años	25,6%	24,4%	17,9%
45-54 años	28,9%	34,1%	18,1%
55-64 años	14,4%	17,1%	17,4%
65-74 años	6,7%	9,8%	14,3%
75 años y más	1,1%	2,4%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	8,9%	14,6%	15,8%
Vivo en pareja	18,9%	24,4%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	45,6%	41,5%	32,4%
Vivo sólo con hijos	8,9%	9,8%	5,4%
Con otras unidades familiares	15,6%	9,8%	14,0%
Con compañeros de piso	1,1%	0,0%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	7,8%	9,8%	16,0%
Secundaria obligatoria	16,7%	14,6%	16,5%
Secundaria superior	40,0%	39,0%	38,4%
Universitarios	35,6%	36,6%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	73,3%	70,7%	56,1%
Parado/a	7,8%	12,2%	10,4%
Jubilado/pensionista	6,7%	12,2%	22,9%
Estudiante	6,7%	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	3,3%	2,4%	6,1%

Nivel de vida

Alto	0,0%	0,0%	1,4%
Medio-alto	4,4%	4,9%	10,9%
Medio-medio	62,2%	61,0%	55,0%
Medio-bajo	26,7%	24,4%	21,9%
Bajo	5,6%	7,3%	7,5%

Bases	(90)	(41)	(948)
-------	------	------	-------

Los 40 Principales

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han escuchado Los 40 Principales el 9% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han escuchado con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 6,5%, y en fines de semana --sábado y/o domingo- el 4,6% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	85	8,97%
Días laborables	62	6,54%
Fines de semana	44	4,64%
Muestra	(948)	

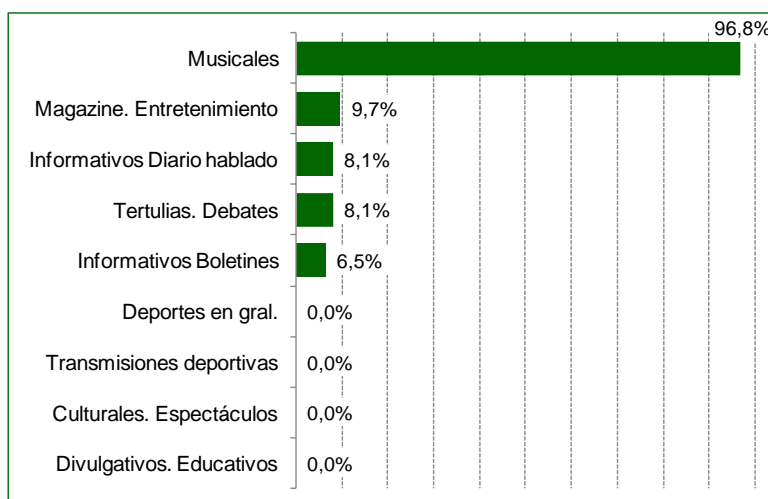
Hábitos de escucha en días laborables

Temas de interés

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan Los 40 Principales, entre semana, es Musicales, de interés para el 96,8% de sus oyentes.

Temas

Musicales	96,77%
Magazine. Entretenimiento	9,68%
Informativos: Diario hablado	8,06%
Tertulias. Debates	8,06%
Informativos: Boletines	6,45%
Deportes en Gral.	0,00%
Transmisiones deportivas	0,00%
Culturales. Espectáculos	0,00%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Base	(62)

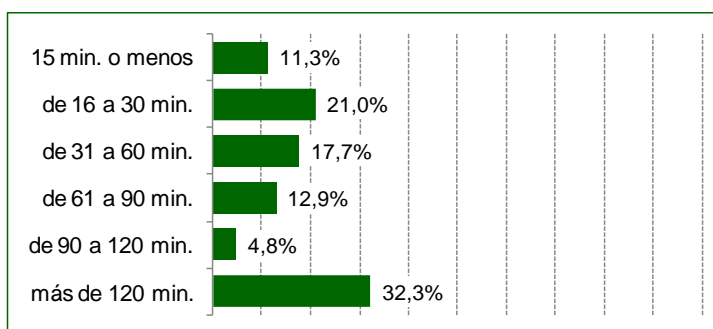


Tiempo de escucha

El 32,3% de los oyentes de Los 40 Principales dedica, los días laborables, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	11,29%
De 16 a 30 min.	20,97%
De 31 a 60 min.	17,74%
De 61 a 90 min.	12,90%
De 91 a 120 min.	4,84%
Más de 120 min.	32,26%
Base	(62)

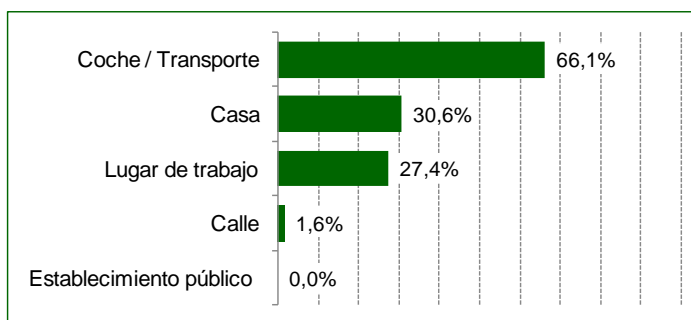


Lugar de escucha_

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Los 40 Principales los días laborables, el 66,1% señala que este es el coche o el transporte, y el 30,6% su casa. Un 27,4% señala su lugar de trabajo.

Lugar de escucha

Coche o Transporte	66,13%
Casa	30,65%
Lugar de trabajo	27,42%
Calle	1,61%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(62)

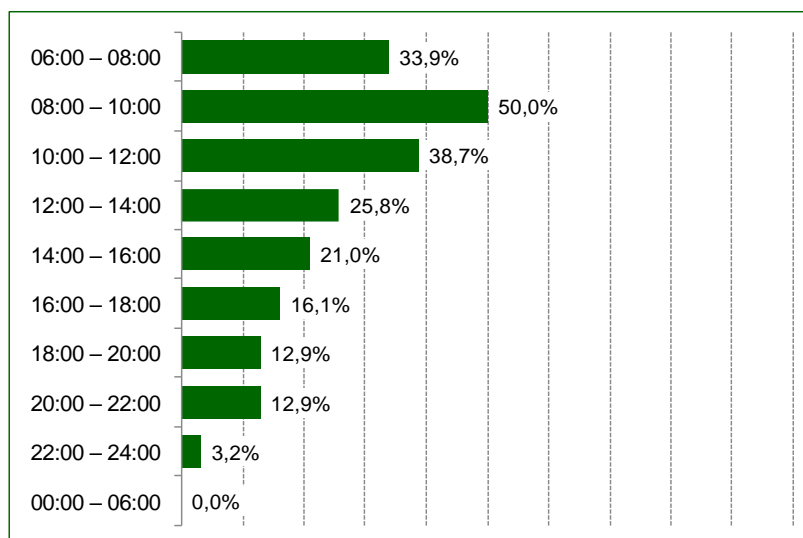


Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan Los 40 Principales, los días laborables, los periodos de mayor audiencia son las horas centrales y finales de la mañana: entre las 8:00 y las 10:00 horas en las que escuchan la emisora el 50% de sus oyentes, y entre las 10:00 y las 12:00 horas el 38,7%.

Horas

06:00 – 08:00	33,87%
08:00 – 10:00	50,00%
10:00 – 12:00	38,71%
12:00 – 14:00	25,81%
14:00 – 16:00	20,97%
16:00 – 18:00	16,13%
18:00 – 20:00	12,90%
20:00 – 22:00	12,90%
22:00 – 24:00	3,23%
00:00 – 06:00	0,00%
Base	(62)



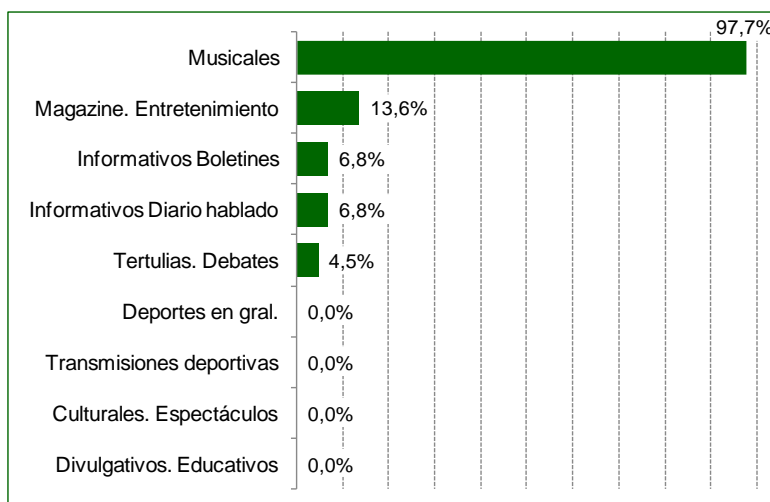
Hábitos de escucha en fin de semana_

Temas de interés_

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan Los 40 Principales, en fin de semana, es Musicales, de interés para el 97,7% de sus oyentes.

Temas

Musicales	97,73%
Magazine. Entretenimiento	13,64%
Informativos Boletines	6,82%
Informativos Diario hablado	6,82%
Tertulias. Debates	4,55%
Deportes en Gral.	0,00%
Transmisiones deportivas	0,00%
Culturales. Espectáculos	0,00%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Base	(44)

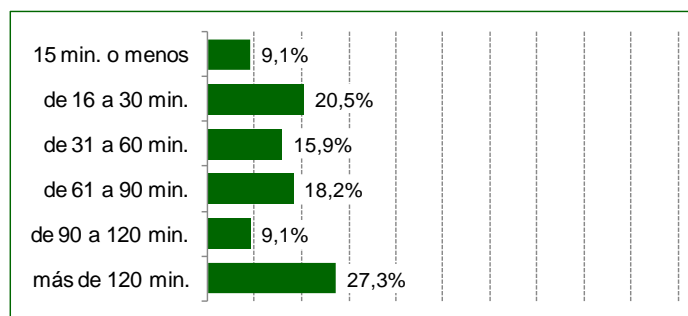


Tiempo de escucha

El 27,3% de los oyentes de Los 40 Principales dedican, en fin de semana, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	9,09%
De 16 a 30 min.	20,45%
De 31 a 60 min.	15,91%
De 61 a 90 min.	18,18%
De 91 a 120 min.	9,09%
Más de 120 min.	27,27%
Base	(44)

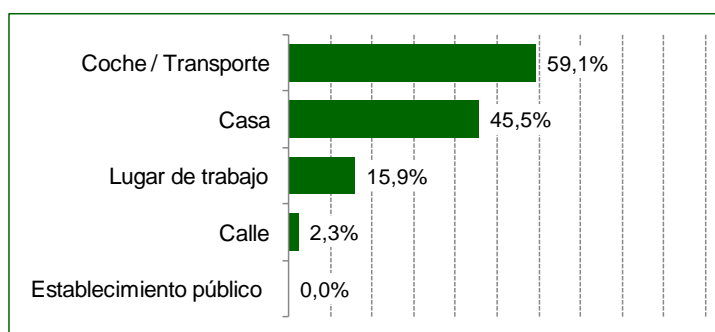


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Los 40 Principales en fin de semana, el 59,1% señala que este es el coche o el transporte, y el 45,5% su casa. Un 15,9% señala su lugar de trabajo.

Lugar de escucha

Coche o Transporte	59,09%
Casa	45,45%
Lugar de trabajo	15,91%
Calle	2,27%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(44)

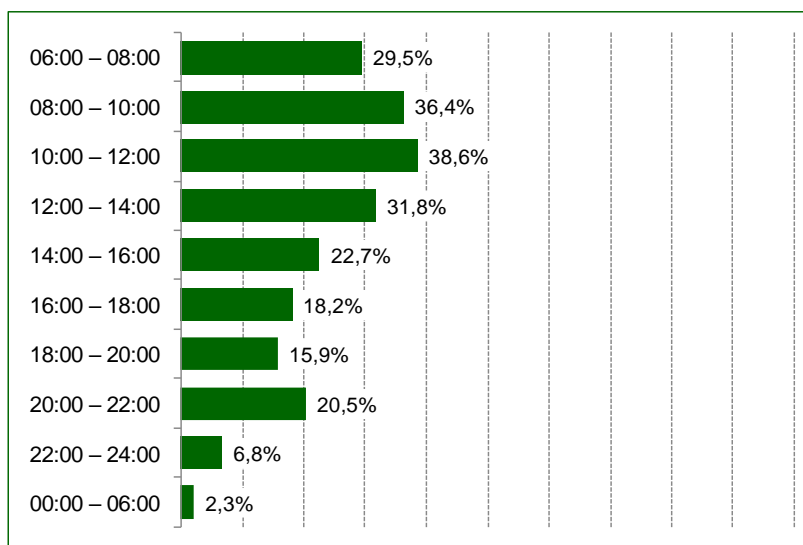


Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan Los 40 Principales, en fin de semana, los periodos de mayor audiencia son las horas centrales y finales de la mañana: entre las 8:00 y las 10:00 horas, en las que escuchan la emisora el 36,4% de sus oyentes, y entre las 10:00 y las 12:00 horas el 38,6%.

Horas

06:00 – 08:00	29,55%
08:00 – 10:00	36,36%
10:00 – 12:00	38,64%
12:00 – 14:00	31,82%
14:00 – 16:00	22,73%
16:00 – 18:00	18,18%
18:00 – 20:00	15,91%
20:00 – 22:00	20,45%
22:00 – 24:00	6,82%
00:00 – 06:00	2,27%
Base	(44)



Perfil del oyente_

Oyentes de Los 40 Principales, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	6,5%	11,4%	14,1%
Rioja Media	82,3%	81,8%	61,3%
Rioja Baja	11,3%	6,8%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	0,0%	0,0%	0,9%
101-500	6,5%	6,8%	5,5%
501-1.000	0,0%	2,3%	2,3%
1.001-2.000	1,6%	0,0%	3,5%
2.001-5.000	14,5%	9,1%	11,2%
5.001-10.000	3,2%	4,5%	9,9%
10.001-20.000	14,5%	13,6%	11,6%
20.001-50.000	3,2%	2,3%	7,3%
> 50.000	56,5%	61,4%	47,8%
Sexo			
Hombre	38,7%	40,9%	48,5%
Mujer	61,3%	59,1%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	6,5%	4,5%	2,7%
20-24 años	6,5%	4,5%	8,5%
25-34 años	29,0%	25,0%	11,3%
35-44 años	29,0%	38,6%	17,9%
45-54 años	14,5%	9,1%	18,1%
55-64 años	9,7%	11,4%	17,4%
65-74 años	3,2%	4,5%	14,3%
75 años y más	1,6%	2,3%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	14,5%	22,7%	15,8%
Vivo en pareja	16,1%	18,2%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	46,8%	43,2%	32,4%
Vivo sólo con hijos	3,2%	0,0%	5,4%
Con otras unidades familiares	16,1%	13,6%	14,0%
Con compañeros de piso	3,2%	2,3%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	8,1%	11,4%	16,0%
Secundaria obligatoria	16,1%	15,9%	16,5%
Secundaria superior	40,3%	43,2%	38,4%
Universitarios	33,9%	27,3%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	77,4%	70,5%	56,1%
Parado/a	8,1%	18,2%	10,4%
Jubilado/pensionista	4,8%	4,5%	22,9%
Estudiante	6,5%	4,5%	3,1%
Trabaja en el hogar	3,2%	2,3%	6,1%

Nivel de vida

Alto	0,0%	0,0%	1,4%
Medio-alto	14,5%	11,4%	10,9%
Medio-medio	56,5%	56,8%	55,0%
Medio-bajo	19,4%	20,5%	21,9%
Bajo	8,1%	9,1%	7,5%

Bases	(62)	(44)	(948)
-------	------	------	-------

Cadena Dial

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han escuchado Cadena Dial el 6,6% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han escuchado con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 5,1%, y en fines de semana -sábado y/o domingo- el 2,4% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	63	6,65%
Días laborables	48	5,06%
Fines de semana	23	2,43%
Muestra	(948)	

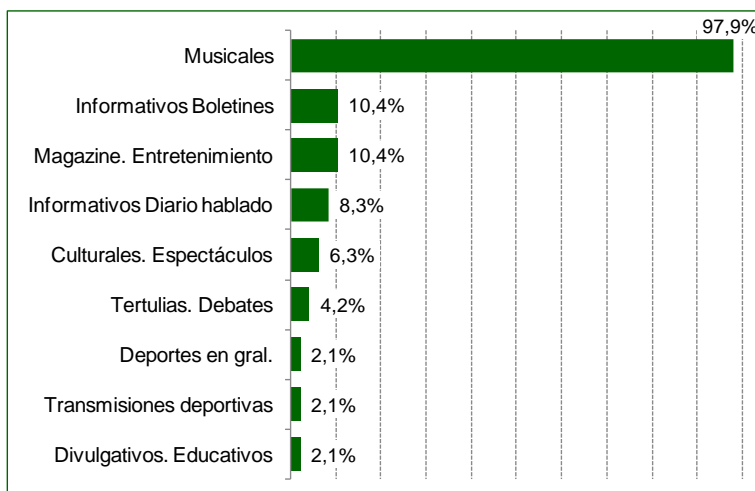
Hábitos de escucha en días laborables

Temas de interés

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan Cadena Dial, entre semana, es Musicales, de interés para el 97,9% de sus oyentes.

Temas

Musicales	97,92%
Informativos Boletines	10,42%
Magazine. Entretenimiento	10,42%
Informativos Diario hablado	8,33%
Culturales. Espectáculos	6,25%
Tertulias. Debates	4,17%
Deportes en Gral.	2,08%
Transmisiones deportivas	2,08%
Divulgativos. Educativos	2,08%
Base	(48)

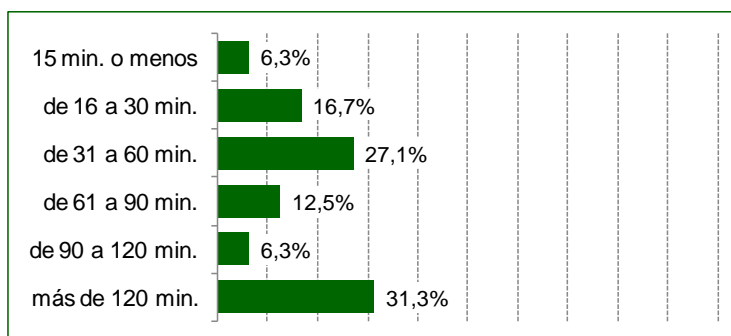


Tiempo de escucha

El 31,3% de los oyentes de Cadena Dial dedican, los días laborables, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	6,25%
De 16 a 30 min.	16,67%
De 31 a 60 min.	27,08%
De 61 a 90 min.	12,50%
De 91 a 120 min.	6,25%
Más de 120 min.	31,25%
Base	(48)

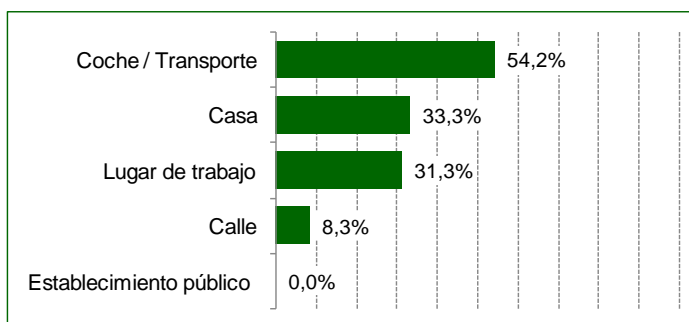


Lugar de escucha_

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Cadena Dial los días laborables, el 54,2% señala que este es el coche o el transporte, y el 33,3% su casa. Un 31,3% señala su lugar de trabajo.

Lugar de escucha

Coche o Transporte	54,17%
Casa	33,33%
Lugar de trabajo	31,25%
Calle	8,33%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(48)

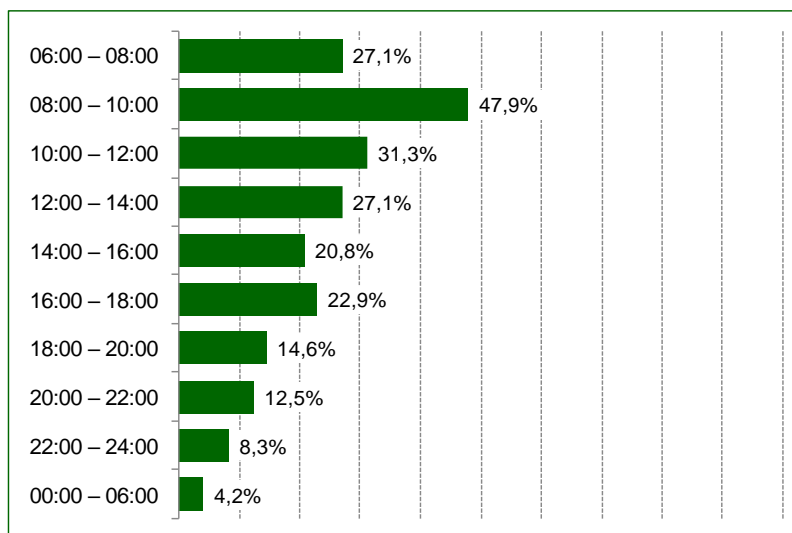


Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan Cadena Dial, los días laborables, los periodos de mayor audiencia son las horas centrales de la mañana: entre las 8:00 y las 10:00 horas escucha la emisora el 47,9% de sus oyentes.

Horas

06:00 – 08:00	27,08%
08:00 – 10:00	47,92%
10:00 – 12:00	31,25%
12:00 – 14:00	27,08%
14:00 – 16:00	20,83%
16:00 – 18:00	22,92%
18:00 – 20:00	14,58%
20:00 – 22:00	12,50%
22:00 – 24:00	8,33%
00:00 – 06:00	4,17%
Base	(48)



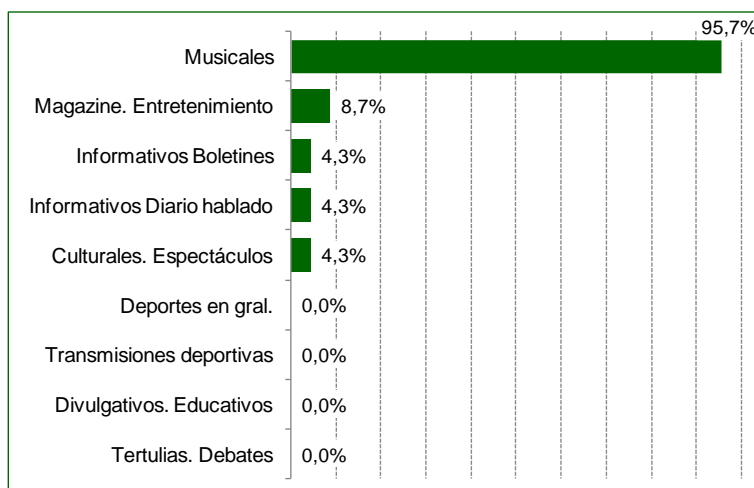
Hábitos de escucha en fin de semana_

Temas de interés_

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan Cadena Dial, en fin de semana, es Musicales, de interés para el 95,7% de sus oyentes.

Temas

Musicales	95,65%
Magazine. Entretenimiento	8,70%
Informativos: Boletines	4,35%
Informativos: Diario hablado	4,35%
Culturales. Espectáculos	4,35%
Deportes en Gral.	0,00%
Transmisiones deportivas	0,00%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Tertulias. Debates	0,00%
Base	(23)

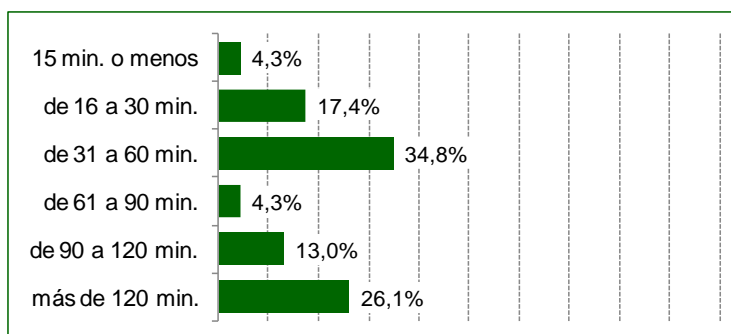


Tiempo de escucha_

El 26,1% de los oyentes de Cadena Dial dedican, en fin de semana, a su escucha más de dos horas; aunque en este caso hay un mayor porcentaje de quienes la escuchan entre media y una hora (el 34,8% de los oyentes).

Tiempo de escucha

15 min. o menos	4,35%
De 16 a 30 min.	17,39%
De 31 a 60 min.	34,78%
De 61 a 90 min.	4,35%
De 91 a 120 min.	13,04%
Más de 120 min.	26,09%
Base	(23)

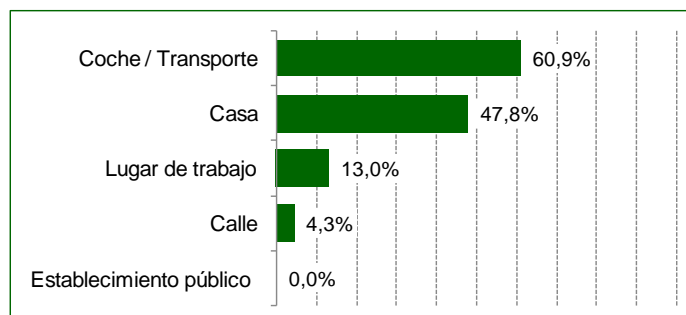


Lugar de escucha_

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Cadena Dial en fin de semana, el 60,9% señala que este es el coche o el transporte, y el 47,8% su casa. Un 13% señala su lugar de trabajo.

Lugar de escucha

Coche o Transporte	60,87%
Casa	47,83%
Lugar de trabajo	13,04%
Calle	4,35%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(23)

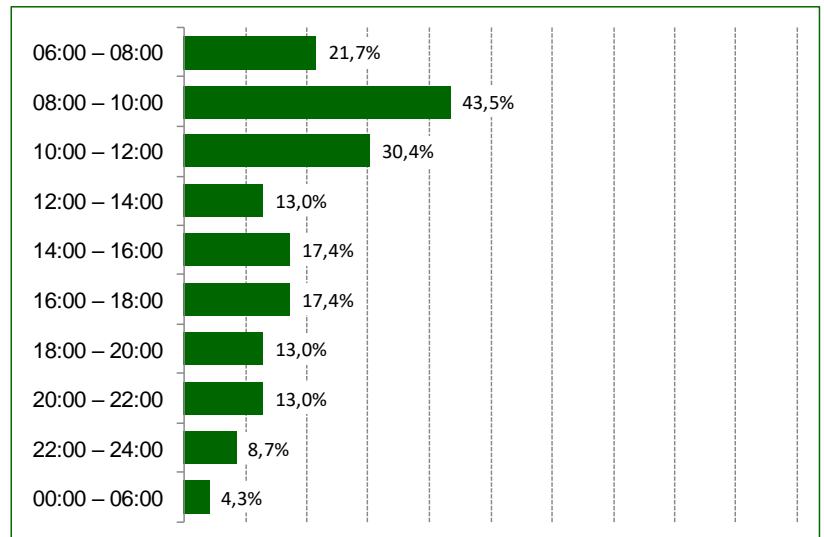


Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan Cadena Dial, en fin de semana, los periodos de mayor audiencia son las horas centrales de la mañana: entre las 8:00 y las 10:00 horas en las que escuchan la cadena el 43,5% de sus oyentes.

Horas

06:00 – 08:00	21,74%
08:00 – 10:00	43,48%
10:00 – 12:00	30,43%
12:00 – 14:00	13,04%
14:00 – 16:00	17,39%
16:00 – 18:00	17,39%
18:00 – 20:00	13,04%
20:00 – 22:00	13,04%
22:00 – 24:00	8,70%
00:00 – 06:00	4,35%
Base	(23)



Perfil del oyente_

Oyentes de Cadena Dial, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	25,0%	26,1%	14,1%
Rioja Media	33,3%	39,1%	61,3%
Rioja Baja	39,6%	34,8%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	2,1%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	2,1%	0,0%	0,9%
101-500	10,4%	8,7%	5,5%
501-1.000	2,1%	0,0%	2,3%
1.001-2.000	2,1%	0,0%	3,5%
2.001-5.000	12,5%	26,1%	11,2%
5.001-10.000	10,4%	17,4%	9,9%
10.001-20.000	25,0%	17,4%	11,6%
20.001-50.000	10,4%	4,3%	7,3%
> 50.000	25,0%	26,1%	47,8%
Sexo			
Hombre	31,3%	39,1%	48,5%
Mujer	68,8%	60,9%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	2,1%	4,3%	2,7%
20-24 años	8,3%	4,3%	8,5%
25-34 años	14,6%	4,3%	11,3%
35-44 años	18,8%	39,1%	17,9%
45-54 años	25,0%	13,0%	18,1%
55-64 años	22,9%	26,1%	17,4%
65-74 años	6,3%	8,7%	14,3%
75 años y más	2,1%	0,0%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	6,3%	0,0%	15,8%
Vivo en pareja	27,1%	34,8%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	43,8%	47,8%	32,4%
Vivo sólo con hijos	8,3%	8,7%	5,4%
Con otras unidades familiares	12,5%	8,7%	14,0%
Con compañeros de piso	0,0%	0,0%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	14,6%	17,4%	16,0%
Secundaria obligatoria	16,7%	13,0%	16,5%
Secundaria superior	35,4%	43,5%	38,4%
Universitarios	33,3%	26,1%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	77,1%	69,6%	56,1%
Parado/a	8,3%	13,0%	10,4%
Jubilado/pensionista	6,3%	13,0%	22,9%
Estudiante	2,1%	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	4,2%	4,3%	6,1%

Nivel de vida

Alto	2,1%	0,0%	1,4%
Medio-alto	8,3%	4,3%	10,9%
Medio-medio	52,1%	47,8%	55,0%
Medio-bajo	25,0%	30,4%	21,9%
Bajo	12,5%	17,4%	7,5%

Bases	(48)	(23)	(948)
-------	------	------	-------

Megastar FM Logroño

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han escuchado Megastar FM Logroño el 6,4% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han escuchado con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 4,4%, y en fines de semana -sábado y/o domingo- el 3,2% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	61	6,43%
Días laborables	42	4,43%
Fines de semana	30	3,16%
Muestra	(948)	

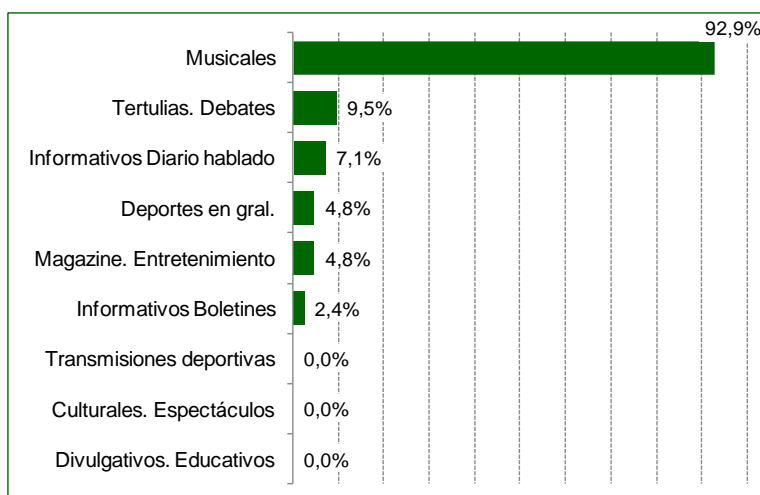
Hábitos de escucha en días laborables

Temas de interés

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan Megastar FM, entre semana, es Musicales, de interés para el 92,9% de sus oyentes.

Temas

Musicales	92,86%
Tertulias. Debates	9,52%
Informativos: Diario hablado	7,14%
Deportes en Gral.	4,76%
Magazine. Entretenimiento	4,76%
Informativos: Boletines	2,38%
Transmisiones deportivas	0,00%
Culturales. Espectáculos	0,00%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Base	(42)

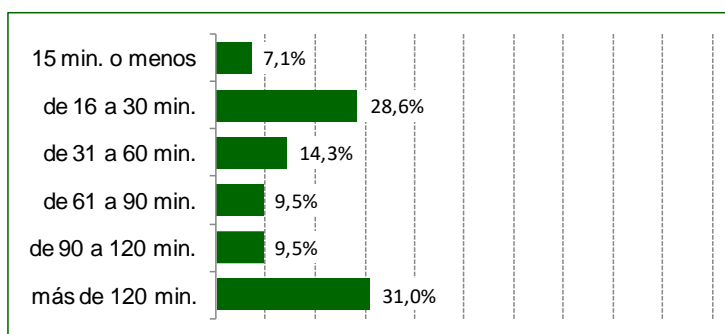


Tiempo de escucha

El 31% de los oyentes de Megastar FM dedican, los días laborables, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	7,14%
De 16 a 30 min.	28,57%
De 31 a 60 min.	14,29%
De 61 a 90 min.	9,52%
De 91 a 120 min.	9,52%
Más de 120 min.	30,95%
Base	(42)

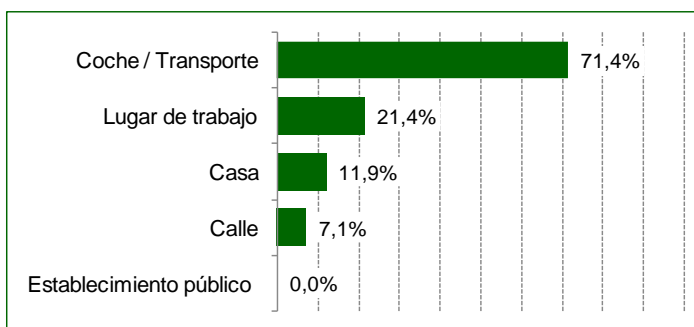


Lugar de escucha_

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Megastar FM los días laborables, el 71,4% señala que este es el coche o el transporte. Un 21,4% señala su lugar de trabajo. Tan sólo un 11,9% señala su casa como lugar habitual de escucha.

Lugar de escucha

Coche o Transporte	71,43%
Lugar de trabajo	21,43%
Casa	11,90%
Calle	7,14%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(42)

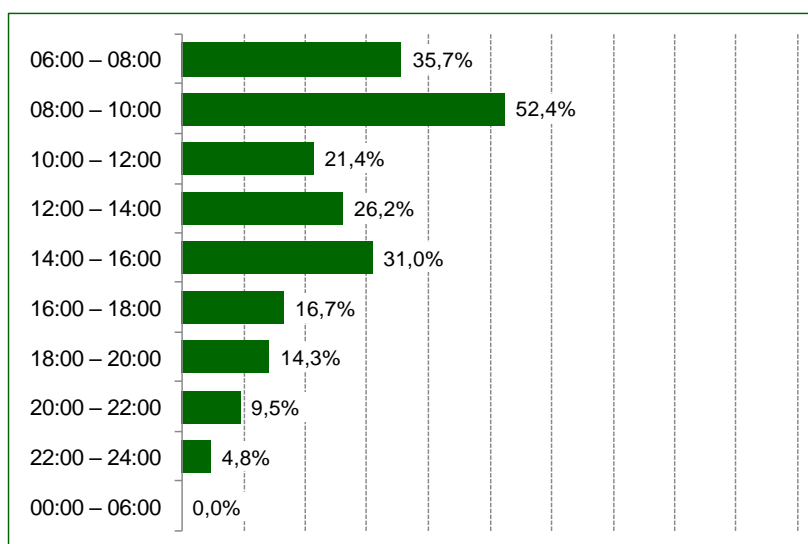


Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan Megastar FM, los días laborables, los periodos de mayor audiencia son las primeras y centrales horas de la mañana: entre las 6:00 y las 8:00 horas en las que escuchan la emisora el 35,7% de sus oyentes, y entre las 8:00 y las 10:00 horas el 52,4%.

Horas

06:00 – 08:00	35,71%
08:00 – 10:00	52,38%
10:00 – 12:00	21,43%
12:00 – 14:00	26,19%
14:00 – 16:00	30,95%
16:00 – 18:00	16,67%
18:00 – 20:00	14,29%
20:00 – 22:00	9,52%
22:00 – 24:00	4,76%
00:00 – 06:00	0,00%
Base	(42)



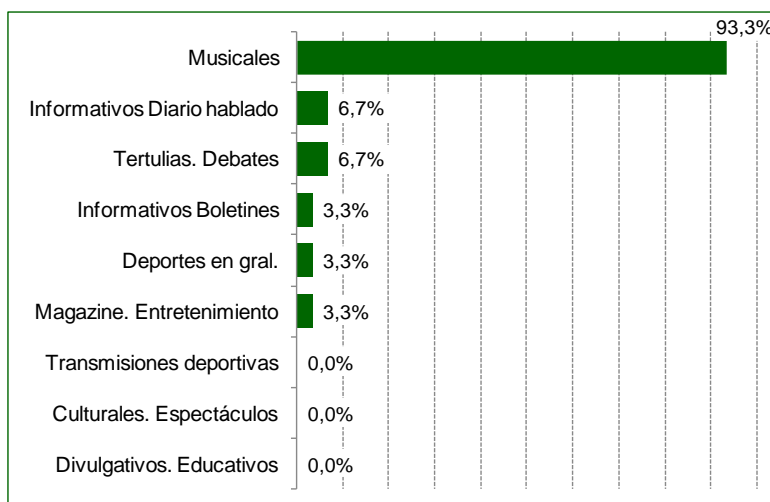
Hábitos de escucha en fin de semana_

Temas de interés_

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan Megastar FM, en fin de semana, es Musicales, de interés para el 93,3% de sus oyentes.

Temas

Musicales	93,33%
Informativos: Diario hablado	6,67%
Tertulias. Debates	6,67%
Informativos: Boletines	3,33%
Deportes en Gral.	3,33%
Magazine. Entretenimiento	3,33%
Transmisiones deportivas	0,00%
Culturales. Espectáculos	0,00%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Base	(30)

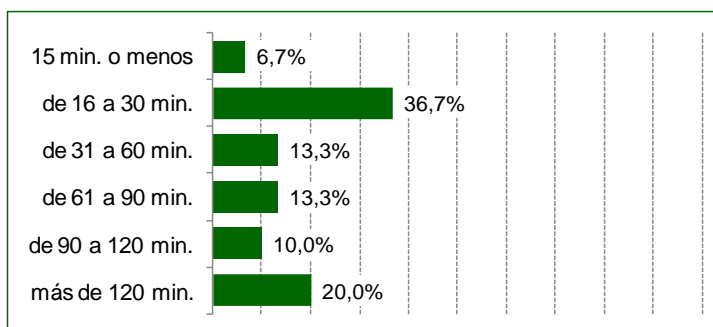


Tiempo de escucha

El 20% de los oyentes de Megastar FM dedican, en fin de semana, a su escucha más de dos horas; aunque en este caso hay un mayor porcentaje de quienes la escuchan entre un cuarto y media (el 36,7% de los oyentes).

Tiempo de escucha

15 min. o menos	6,67%
De 16 a 30 min.	36,67%
De 31 a 60 min.	13,33%
De 61 a 90 min.	13,33%
De 91 a 120 min.	10,00%
Más de 120 min.	20,00%
Base	(30)

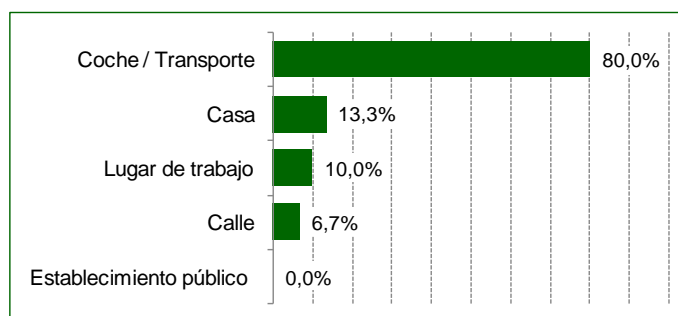


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de Megastar FM, en fin de semana, el 80% de los escuchas señala que es el coche o el transporte. Tan sólo un 13,3% señala su casa como lugar habitual de escucha, y un 10% su lugar de trabajo.

Lugar de escucha

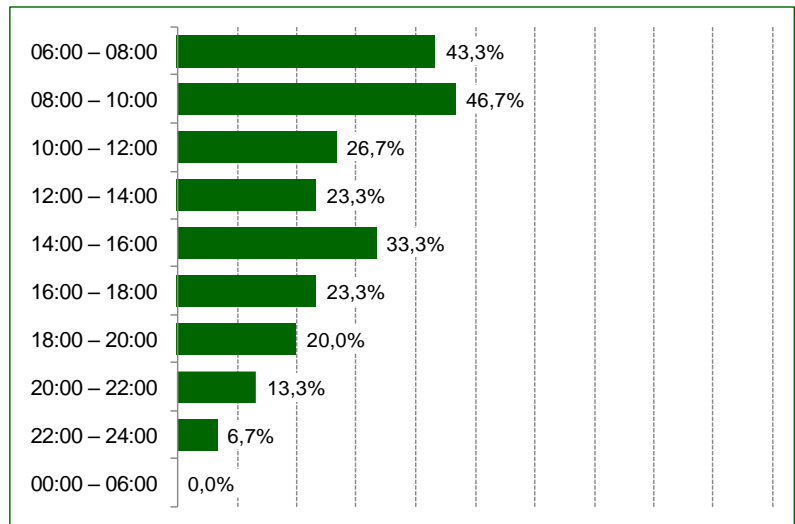
Coche o Transporte	80,00%
Casa	13,33%
Lugar de trabajo	10,00%
Calle	6,67%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(30)



Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan Megastar FM, en fin de semana, los periodos de mayor audiencia son las primeras y centrales horas de la mañana: entre las 6:00 y las 8:00 horas en las que escuchan la emisora el 43,3% de sus oyentes, y entre las 8:00 y las 10:00 horas el 46,7%.

Horas	
06:00 – 08:00	43,33%
08:00 – 10:00	46,67%
10:00 – 12:00	26,67%
12:00 – 14:00	23,33%
14:00 – 16:00	33,33%
16:00 – 18:00	23,33%
18:00 – 20:00	20,00%
20:00 – 22:00	13,33%
22:00 – 24:00	6,67%
00:00 – 06:00	0,00%
Base (30)	



Perfil del oyente_

Oyentes de Megastar FM Logroño, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	11,9%	13,3%	14,1%
Rioja Media	83,3%	86,7%	61,3%
Rioja Baja	4,8%	0,0%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	0,0%	0,0%	0,9%
101-500	4,8%	0,0%	5,5%
501-1.000	0,0%	0,0%	2,3%
1.001-2.000	9,5%	16,7%	3,5%
2.001-5.000	0,0%	0,0%	11,2%
5.001-10.000	9,5%	3,3%	9,9%
10.001-20.000	7,1%	16,7%	11,6%
20.001-50.000	2,4%	0,0%	7,3%
> 50.000	66,7%	63,3%	47,8%
Sexo			
Hombre	40,5%	46,7%	48,5%
Mujer	59,5%	53,3%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	4,8%	3,3%	2,7%
20-24 años	21,4%	26,7%	8,5%
25-34 años	16,7%	16,7%	11,3%
35-44 años	35,7%	30,0%	17,9%
45-54 años	19,0%	16,7%	18,1%
55-64 años	2,4%	6,7%	17,4%
65-74 años	0,0%	0,0%	14,3%
75 años y más	0,0%	0,0%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	19,0%	16,7%	15,8%
Vivo en pareja	19,0%	10,0%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	42,9%	50,0%	32,4%
Vivo sólo con hijos	2,4%	3,3%	5,4%
Con otras unidades familiares	16,7%	20,0%	14,0%
Con compañeros de piso	0,0%	0,0%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	7,1%	3,3%	16,0%
Secundaria obligatoria	9,5%	13,3%	16,5%
Secundaria superior	59,5%	60,0%	38,4%
Universitarios	23,8%	20,0%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	81,0%	73,3%	56,1%
Parado/a	4,8%	3,3%	10,4%
Jubilado/pensionista	2,4%	6,7%	22,9%
Estudiante	7,1%	10,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	4,8%	3,3%	6,1%

Nivel de vida

Alto	0,0%	3,3%	1,4%
Medio-alto	7,1%	6,7%	10,9%
Medio-medio	61,9%	63,3%	55,0%
Medio-bajo	16,7%	16,7%	21,9%
Bajo	11,9%	3,3%	7,5%

Bases	(42)	(30)	(948)
-------	------	------	-------

Rock FM Logroño y Rioja

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han escuchado Rock FM Logroño y Rioja el 6,1% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han escuchado con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 4%, y en fines de semana –sábado y/o domingo- el 2,5% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	58	6,12%
Días laborables	38	4,01%
Fines de semana	24	2,53%
Muestra	(948)	

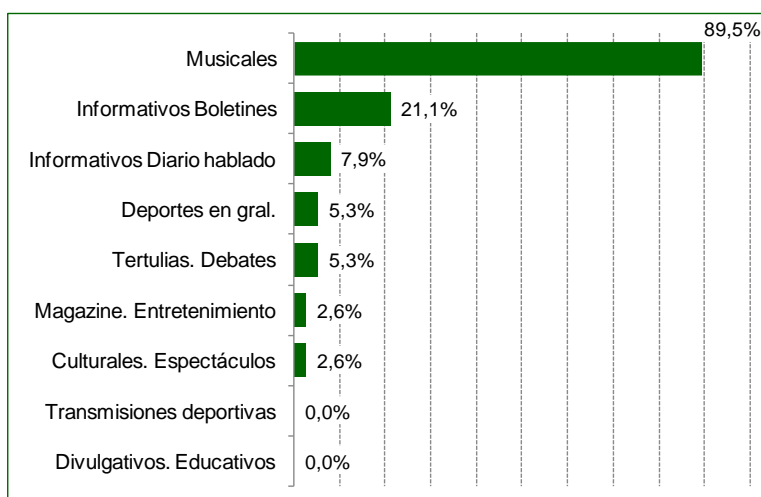
Hábitos de escucha en días laborables

Temas de interés

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan Rock FM, entre semana, es Musicales, de interés para el 89,5% de sus oyentes. También, También, para un 21,1% de sus oyentes son de interés los Informativos: Diario hablado.

Temas

Musicales	89,47%
Informativos Boletines	21,05%
Informativos Diario hablado	7,89%
Deportes en Gral.	5,26%
Tertulias. Debates	5,26%
Magazine. Entretenimiento	2,63%
Culturales. Espectáculos	2,63%
Transmisiones deportivas	0,00%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Base	(38)

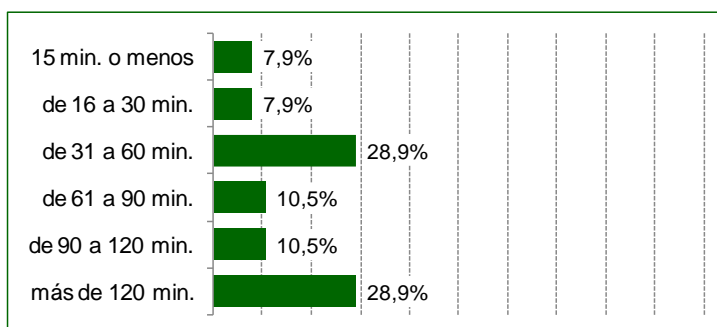


Tiempo de escucha

El 28,9% de los oyentes de Rock FM dedican, los días laborables, a su escucha más de dos horas; el mismo porcentaje de oyentes que le dedican entre media y una hora.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	7,89%
De 16 a 30 min.	7,89%
De 31 a 60 min.	28,95%
De 61 a 90 min.	10,53%
De 91 a 120 min.	10,53%
Más de 120 min.	28,95%
Base	(38)

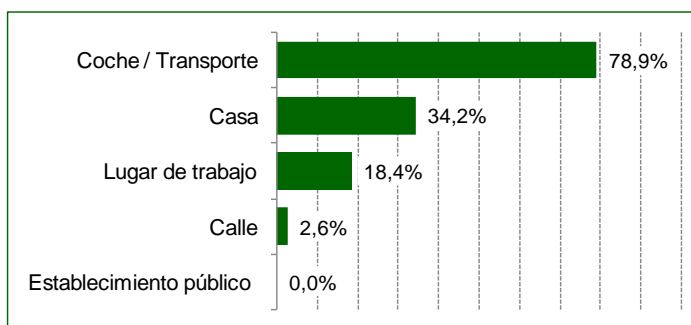


Lugar de escucha_

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Rock FM los días laborables, el 78,9% señala que este es el coche o el transporte, y el 34,2% su casa. Un 18,4% señala su lugar de trabajo.

Lugar de escucha

Coche o Transporte	78,95%
Casa	34,21%
Lugar de trabajo	18,42%
Calle	2,63%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(38)

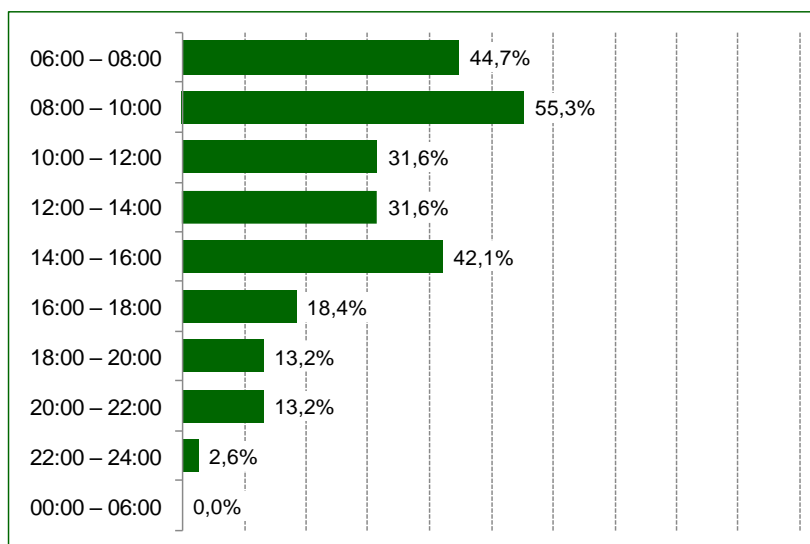


Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan Rock FM, los días laborables, los periodos de mayor audiencia son las primeras y centrales horas de la mañana: entre las 6:00 y las 8:00 horas en las que escuchan la emisora el 44,7% de sus oyentes, y entre las 8:00 y las 10:00 horas el 55,3%; y las primeras horas de la tarde: entre las 14:00 y las 16:00 horas que la escucha el 42,1%.

Horas

06:00 – 08:00	44,74%
08:00 – 10:00	55,26%
10:00 – 12:00	31,58%
12:00 – 14:00	31,58%
14:00 – 16:00	42,11%
16:00 – 18:00	18,42%
18:00 – 20:00	13,16%
20:00 – 22:00	13,16%
00:00 – 06:00	0,00%
Base	(38)



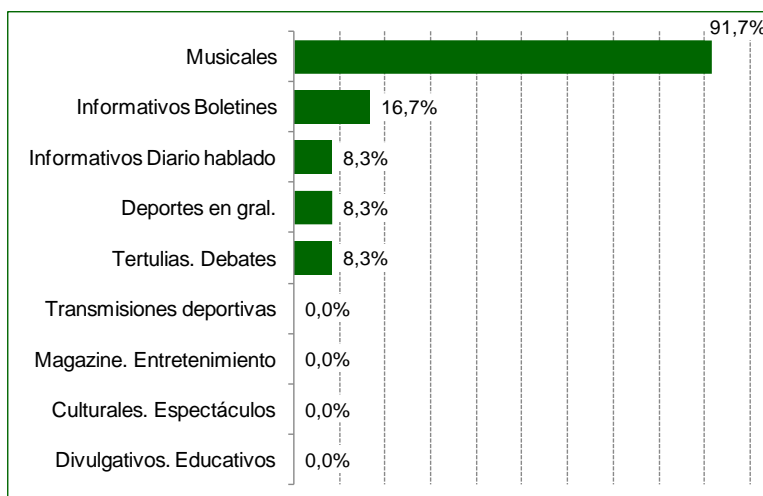
Hábitos de escucha en fin de semana_

Temas de interés_

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan Rock FM, en fin de semana, es Musicales, de interés para el 91,7% de sus oyentes. También, para un 16,7% de sus oyentes son de interés los Informativos: Diario hablado.

Temas

Musicales	91,67%
Informativos: Boletines	16,67%
Informativos: Diario hablado	8,33%
Deportes en Gral.	8,33%
Tertulias. Debates	8,33%
Transmisiones deportivas	0,00%
Magazine. Entretenimiento	0,00%
Culturales. Espectáculos	0,00%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Base	(24)

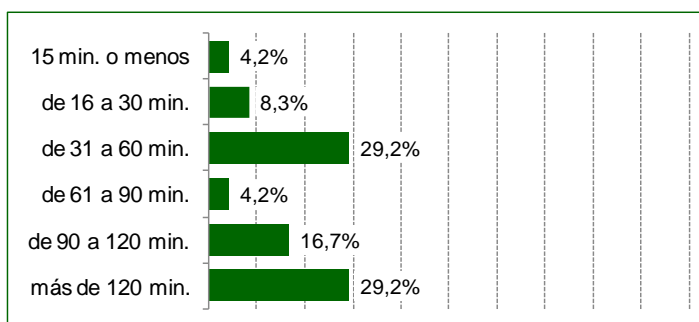


Tiempo de escucha

El 29,2% de los oyentes de Rock FM dedican, en fin de semana, a su escucha más de dos horas; el mismo porcentaje de oyentes que le dedican entre media y una hora.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	4,17%
De 16 a 30 min.	8,33%
De 31 a 60 min.	29,17%
De 61 a 90 min.	4,17%
De 91 a 120 min.	16,67%
Más de 120 min.	29,17%
Base	(24)

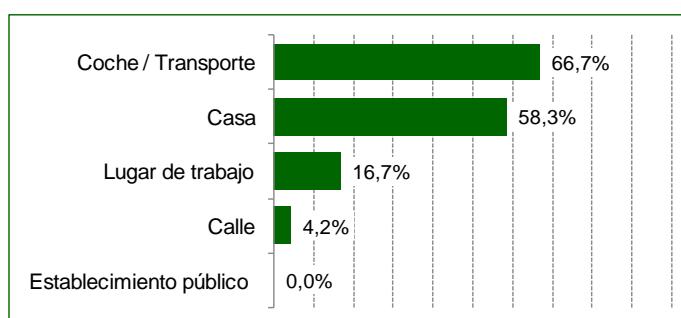


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Rock FM en fin de semana, el 66,7% señala que este es el coche o el transporte, y el 58,3% su casa. Un 16,7% señala su lugar de trabajo.

Lugar de escucha

Coche o Transporte	66,67%
Casa	58,33%
Lugar de trabajo	16,67%
Calle	4,17%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(24)

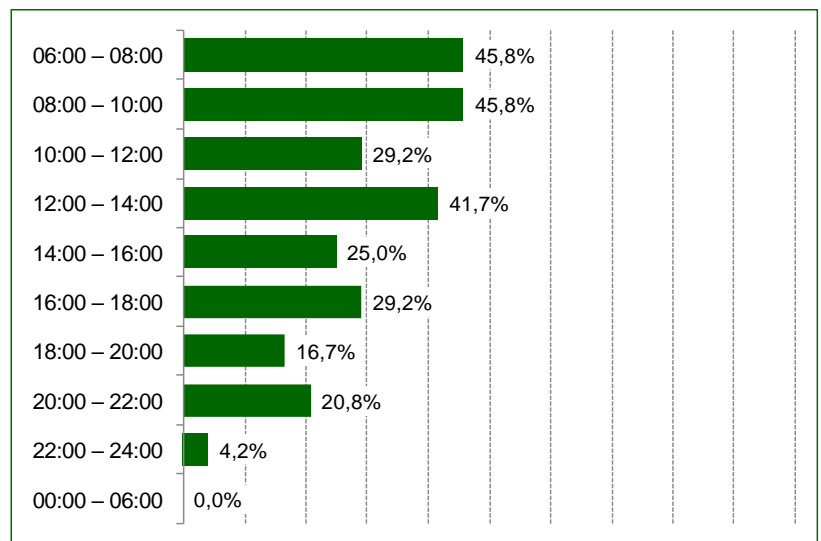


Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan Cadena 100, en fin de semana, los periodos de mayor audiencia son las primeras y centrales horas de la mañana: entre las 6:00 y las 8:00 horas y entre las 8:00 y las 10:00 franjas ambas en las que escuchan la emisora el 45,8% de sus oyentes; y las horas de mediodía: entre las 12:00 y las 14:00 en las que la escucha el 41,7%.

Horas

06:00 – 08:00	45,83%
08:00 – 10:00	45,83%
10:00 – 12:00	29,17%
12:00 – 14:00	41,67%
14:00 – 16:00	25,00%
16:00 – 18:00	29,17%
18:00 – 20:00	16,67%
20:00 – 22:00	20,83%
22:00 – 24:00	4,17%
00:00 – 06:00	0,00%
Base	(24)



Perfil del oyente_

Oyentes de Rock FM Logroño y Rioja, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	10,5%	4,2%	14,1%
Rioja Media	63,2%	70,8%	61,3%
Rioja Baja	21,1%	25,0%	22,0%
Rioja Sierra Alta	2,6%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	2,6%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	0,0%	0,0%	0,9%
101-500	10,5%	0,0%	5,5%
501-1.000	5,3%	4,2%	2,3%
1.001-2.000	7,9%	8,3%	3,5%
2.001-5.000	5,3%	4,2%	11,2%
5.001-10.000	7,9%	4,2%	9,9%
10.001-20.000	13,2%	25,0%	11,6%
20.001-50.000	7,9%	4,2%	7,3%
> 50.000	42,1%	50,0%	47,8%
Sexo			
Hombre	68,4%	62,5%	48,5%
Mujer	31,6%	37,5%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	0,0%	0,0%	2,7%
20-24 años	5,3%	4,2%	8,5%
25-34 años	18,4%	16,7%	11,3%
35-44 años	21,1%	20,8%	17,9%
45-54 años	36,8%	29,2%	18,1%
55-64 años	18,4%	25,0%	17,4%
65-74 años	0,0%	4,2%	14,3%
75 años y más	0,0%	0,0%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	21,1%	33,3%	15,8%
Vivo en pareja	13,2%	12,5%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	50,0%	45,8%	32,4%
Vivo sólo con hijos	2,6%	0,0%	5,4%
Con otras unidades familiares	7,9%	4,2%	14,0%
Con compañeros de piso	0,0%	0,0%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	15,8%	12,5%	16,0%
Secundaria obligatoria	15,8%	16,7%	16,5%
Secundaria superior	36,8%	37,5%	38,4%
Universitarios	31,6%	33,3%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	84,2%	66,7%	56,1%
Parado/a	13,2%	29,2%	10,4%
Jubilado/pensionista	0,0%	4,2%	22,9%
Estudiante	0,0%	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	2,6%	0,0%	6,1%

Nivel de vida

Alto	0,0%	0,0%	1,4%
Medio-alto	10,5%	12,5%	10,9%
Medio-medio	39,5%	41,7%	55,0%
Medio-bajo	39,5%	37,5%	21,9%
Bajo	10,5%	8,3%	7,5%

Bases	(38)	(24)	(948)
-------	------	------	-------

Europa FM

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han escuchado Europa FM el 5,7% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han escuchado con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 4%, y en fines de semana -sábado y/o domingo- el 2,3% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	54	5,70%
Días laborables	38	4,01%
Fines de semana	22	2,32%
Muestra	(948)	

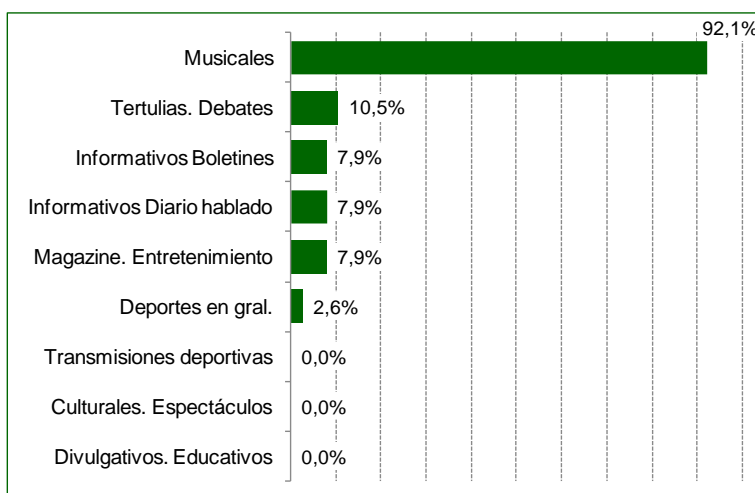
Hábitos de escucha en días laborables

Temas de interés

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan Europa FM, entre semana, es Musicales, de interés para el 92,1% de sus oyentes.

Temas

Musicales	92,11%
Tertulias. Debates	10,53%
Informativos Boletines	7,89%
Informativos Diario hablado	7,89%
Magazine. Entretenimiento	7,89%
Deportes en Gral.	2,63%
Transmisiones deportivas	0,00%
Culturales. Espectáculos	0,00%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Base	(38)

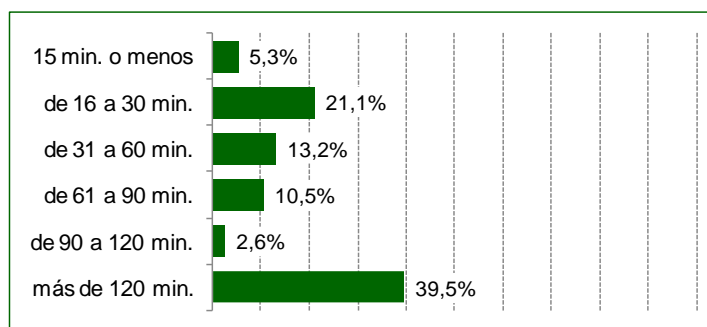


Tiempo de escucha

El 39,5% de los oyentes de Europa FM dedican, los días laborables, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	5,26%
De 16 a 30 min.	21,05%
De 31 a 60 min.	13,16%
De 61 a 90 min.	10,53%
De 91 a 120 min.	2,63%
Más de 120 min.	39,47%
Base	(38)

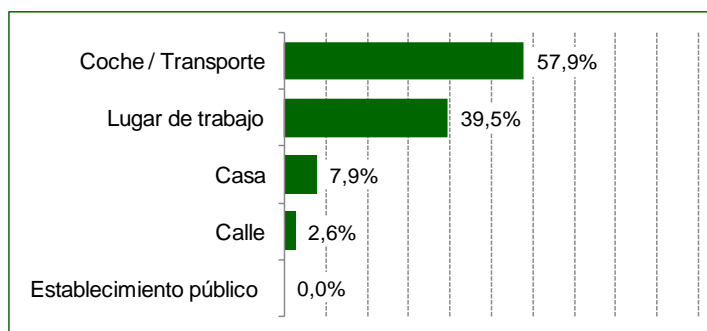


Lugar de escucha_

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Europa FM los días laborables, el 57,9% señala que este es el coche o el transporte. Un 39,5% señala su lugar de trabajo. Tan solo un 7,9% señala su casa como lugar habitual de escucha.

Lugar de escucha

Coche o Transporte	57,89%
Lugar de trabajo	39,47%
Casa	7,89%
Calle	2,63%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(38)

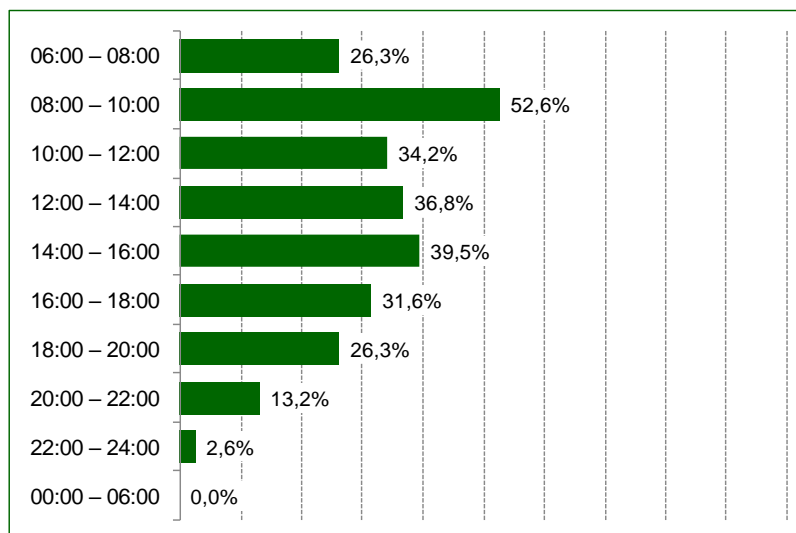


Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan Europa FM los días laborables, los periodos de mayor escucha son las horas centrales de la mañana: entre las 8:00 y las 10:00 horas en las que escuchan la emisora el 52,6% de sus oyentes; seguido de las primeras horas de la tarde: entre las 14:00 y las 16:00 horas la escucha el 39,5%; y el mediodía: entre las 12:00 y las 14:00 horas el 36,8%.

Horas

06:00 – 08:00	26,32%
08:00 – 10:00	52,63%
10:00 – 12:00	34,21%
12:00 – 14:00	36,84%
14:00 – 16:00	39,47%
16:00 – 18:00	31,58%
18:00 – 20:00	26,32%
20:00 – 22:00	13,16%
22:00 – 24:00	2,63%
00:00 – 06:00	0,00%
Base	(38)



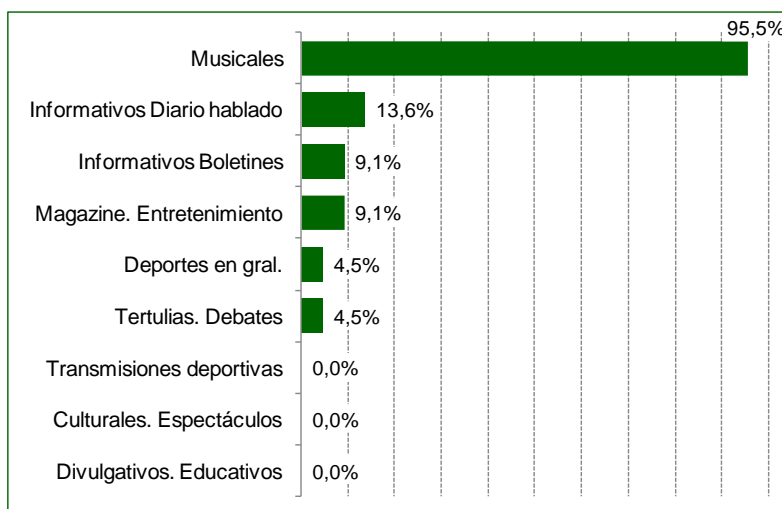
Hábitos de escucha en fin de semana_

Temas de interés_

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan Europa FM, en fin de semana, es Musicales, de interés para el 95,5% de sus oyentes.

Temas

Musicales	95,45%
Informativos Diario hablado	13,64%
Informativos Boletines	9,09%
Magazine. Entretenimiento	9,09%
Deportes en Gral.	4,55%
Tertulias. Debates	4,55%
Transmisiones deportivas	0,00%
Culturales. Espectáculos	0,00%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Base	(22)

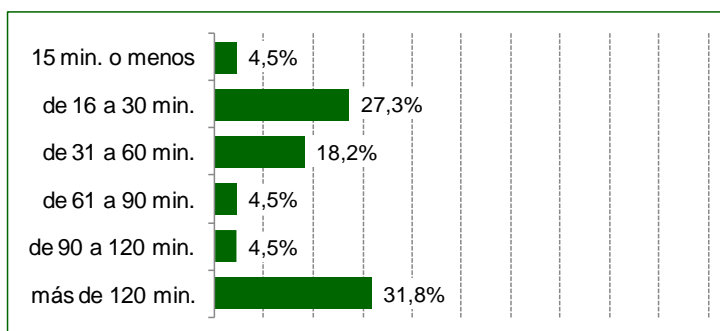


Tiempo de escucha

El 31,8% de los oyentes de Europa FM dedican, en fin de semana, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	4,55%
De 16 a 30 min.	27,27%
De 31 a 60 min.	18,18%
De 61 a 90 min.	4,55%
De 91 a 120 min.	4,55%
Más de 120 min.	31,82%
Base	(22)

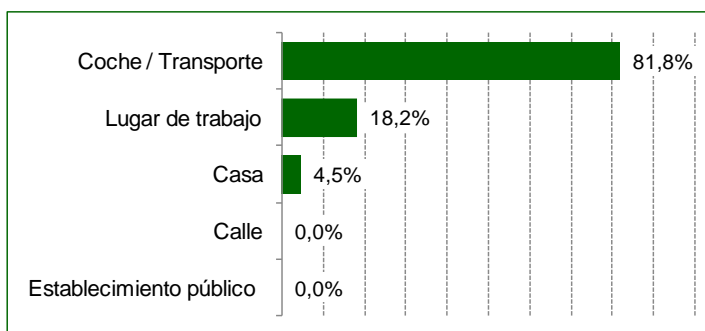


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Europa FM en fin de semana, el 81,8% señala que este es el coche o el transporte. Un 18,2% señala su lugar de trabajo. Tan solo un 4,5% señala su casa como lugar habitual de escucha.

Lugar de escucha

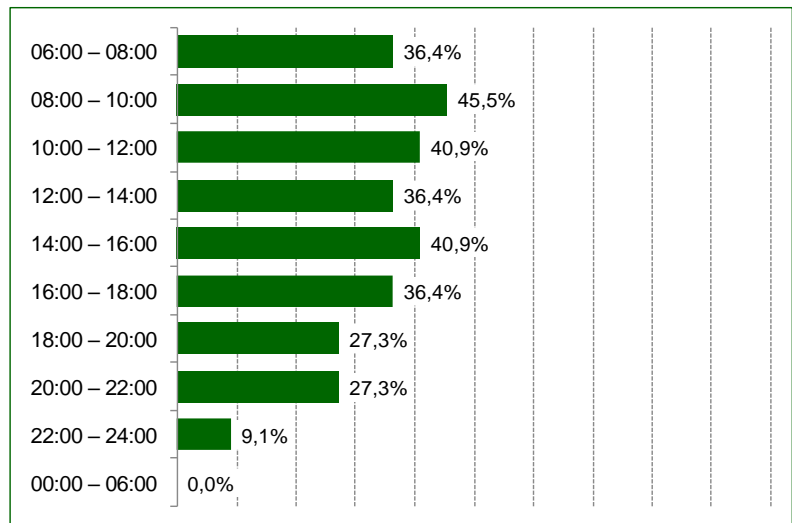
Coche o Transporte	81,82%
Lugar de trabajo	18,18%
Casa	4,55%
Calle	0,00%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(22)



Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan Europa FM, en fin de semana, los periodos de mayor audiencia son las horas de la mañana: entre las 6:00 y las 8:00 horas en las que escuchan la emisora el 36,4% de sus oyentes, entre las 8:00 y las 10:00 horas el 45,5% de sus oyentes, y entre las 10:00 y las 12:00 horas el 40,9%; y las primeras horas de la tarde: entre las 14:00 y las 16:00 horas la escucha, también, el 40,9%.

Horas	
06:00 – 08:00	36,36%
08:00 – 10:00	45,45%
10:00 – 12:00	40,91%
12:00 – 14:00	36,36%
14:00 – 16:00	40,91%
16:00 – 18:00	36,36%
18:00 – 20:00	27,27%
20:00 – 22:00	27,27%
22:00 – 24:00	9,09%
00:00 – 06:00	0,00%
Base (22)	



Perfil del oyente_

Oyentes de Europa FM, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	18,4%	18,2%	14,1%
Rioja Media	50,0%	50,0%	61,3%
Rioja Baja	31,6%	31,8%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	0,0%	0,0%	0,9%
101-500	2,6%	0,0%	5,5%
501-1.000	5,3%	4,5%	2,3%
1.001-2.000	5,3%	4,5%	3,5%
2.001-5.000	2,6%	4,5%	11,2%
5.001-10.000	7,9%	9,1%	9,9%
10.001-20.000	31,6%	22,7%	11,6%
20.001-50.000	5,3%	9,1%	7,3%
> 50.000	39,5%	45,5%	47,8%
Sexo			
Hombre	52,6%	50,0%	48,5%
Mujer	47,4%	50,0%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	2,6%	4,5%	2,7%
20-24 años	21,1%	18,2%	8,5%
25-34 años	23,7%	27,3%	11,3%
35-44 años	21,1%	22,7%	17,9%
45-54 años	13,2%	13,6%	18,1%
55-64 años	15,8%	9,1%	17,4%
65-74 años	2,6%	4,5%	14,3%
75 años y más	0,0%	0,0%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	15,8%	13,6%	15,8%
Vivo en pareja	21,1%	22,7%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	42,1%	40,9%	32,4%
Vivo sólo con hijos	2,6%	0,0%	5,4%
Con otras unidades familiares	18,4%	22,7%	14,0%
Con compañeros de piso	0,0%	0,0%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	2,6%	0,0%	16,0%
Secundaria obligatoria	15,8%	13,6%	16,5%
Secundaria superior	57,9%	68,2%	38,4%
Universitarios	23,7%	18,2%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	78,9%	81,8%	56,1%
Parado/a	5,3%	4,5%	10,4%
Jubilado/pensionista	5,3%	4,5%	22,9%
Estudiante	5,3%	4,5%	3,1%
Trabaja en el hogar	2,6%	0,0%	6,1%

Nivel de vida

Alto	2,6%	0,0%	1,4%
Medio-alto	13,2%	13,6%	10,9%
Medio-medio	57,9%	59,1%	55,0%
Medio-bajo	18,4%	18,2%	21,9%
Bajo	5,3%	4,5%	7,5%

Bases	(38)	(22)	(948)
-------	------	------	-------

Canal Ebro Haro

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han escuchado Canal Ebro Haro el 2,2% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han escuchado con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 1,7%, y en fines de semana -sábado y/o domingo- el 1,1% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	21	2,22%
Días laborables	16	1,69%
Fines de semana	10	1,05%
Muestra	(948)	

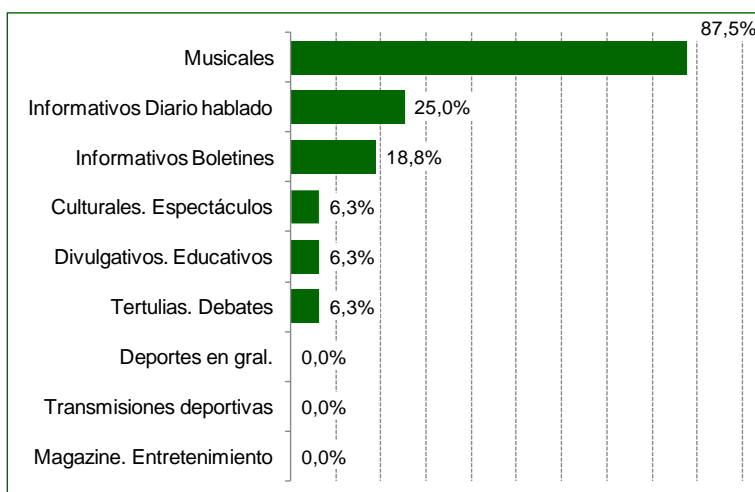
Hábitos de escucha en días laborables

Temas de interés

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan Canal Ebro Haro, entre semana, es Musicales, de interés para el 87,5% de sus oyentes. También, para un 25% de sus oyentes son de interés los Informativos: Diario hablado, y para un 18,8% los Boletines.

Temas

Musicales	87,50%
Informativos Diario hablado	25,00%
Informativos Boletines	18,75%
Culturales. Espectáculos	6,25%
Divulgativos. Educativos	6,25%
Tertulias. Debates	6,25%
Deportes en Gral.	0,00%
Transmisiones deportivas	0,00%
Magazine. Entretenimiento	0,00%
Base	(16)

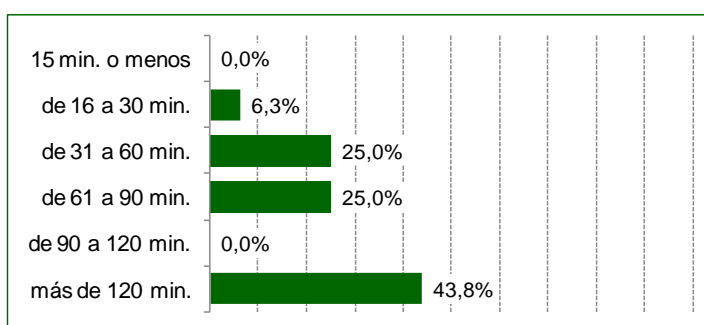


Tiempo de escucha

El 43,8% de los oyentes de Canal Ebro Haro dedica, los días laborables, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	0,00%
De 16 a 30 min.	6,25%
De 31 a 60 min.	25,00%
De 61 a 90 min.	25,00%
De 91 a 120 min.	0,00%
Más de 120 min.	43,75%
Base	(16)

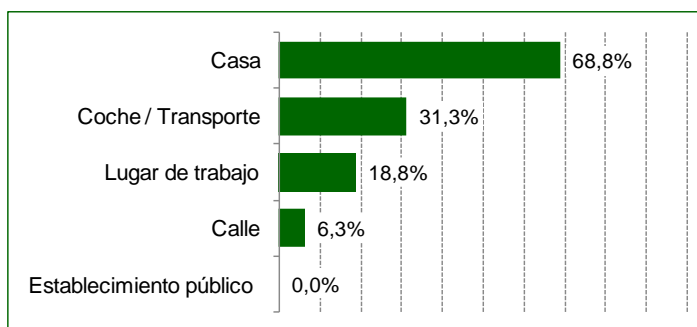


Lugar de escucha_

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Canal Ebro Haro los días laborables, el 68,8% señala que este es su casa, y el 31,3% el coche o el transporte. Un 18,8% señala su lugar de trabajo.

Lugar de escucha

Casa	68,75%
Coche o Transporte	31,25%
Lugar de trabajo	18,75%
Calle	6,25%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(16)

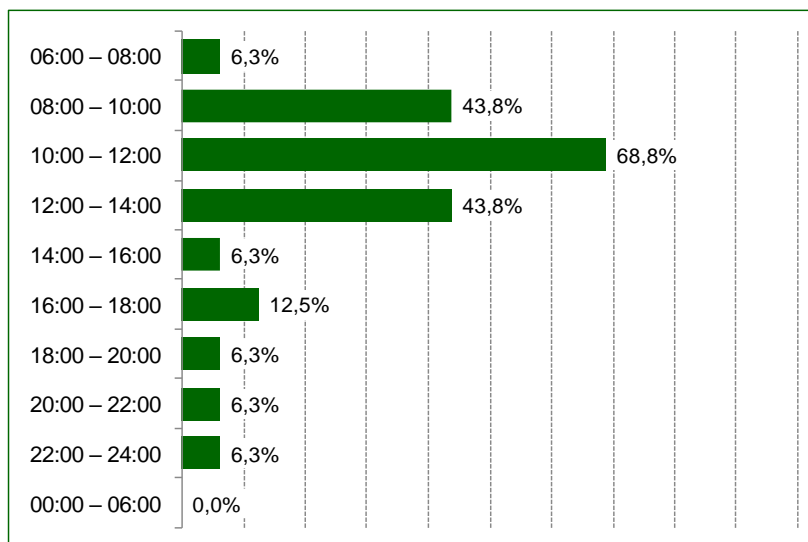


Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan Canal Ebro Haro, los días laborables, los periodos de mayor audiencia son horas centrales y finales de la mañana: entre las 8:00 y las 10:00 horas en las que escuchan la emisora el 43,8% de sus oyentes, y sobre todo entre las 10:00 y las 12:00 horas el 68,8%; y las horas de mediodía: entre las 12:00 y las 14:00 horas la escucha otro 43,8%.

Horas

06:00 – 08:00	6,25%
08:00 – 10:00	43,75%
10:00 – 12:00	68,75%
12:00 – 14:00	43,75%
14:00 – 16:00	6,25%
16:00 – 18:00	12,50%
18:00 – 20:00	6,25%
20:00 – 22:00	6,25%
22:00 – 24:00	6,25%
00:00 – 06:00	0,00%
Base	(16)



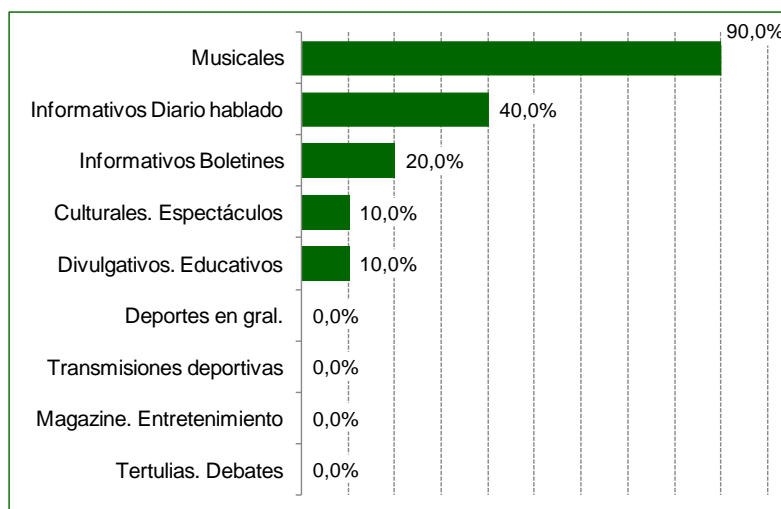
Hábitos de escucha en fin de semana_

Temas de interés_

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan Canal Ebro Haro, en fin de semana, es Musicales de interés, para el 90% de sus oyentes. También, para un 40% de sus oyentes son de interés los Informativos: Diario hablado, y para un 20% los Boletines.

Temas

Musicales	90,00%
Informativos Diario hablado	40,00%
Informativos Boletines	20,00%
Culturales. Espectáculos	10,00%
Divulgativos. Educativos	10,00%
Deportes en Gral.	0,00%
Transmisiones deportivas	0,00%
Magazine. Entretenimiento	0,00%
Tertulias. Debates	0,00%
Base	(10)

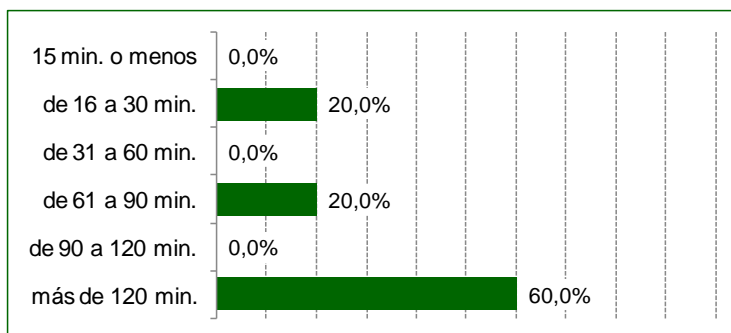


Tiempo de escucha_

El 60% de los oyentes de Canal Ebro Haro dedican, en fin de semana, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	0,00%
De 16 a 30 min.	20,00%
De 31 a 60 min.	0,00%
De 61 a 90 min.	20,00%
De 91 a 120 min.	0,00%
Más de 120 min.	60,00%
Base	(10)

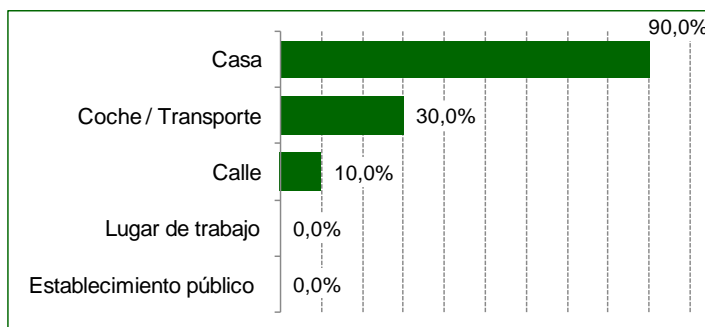


Lugar de escucha_

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Canal Ebro Haro en fin de semana, el 90% señala que este es su casa, y el 30% el coche o el transporte.

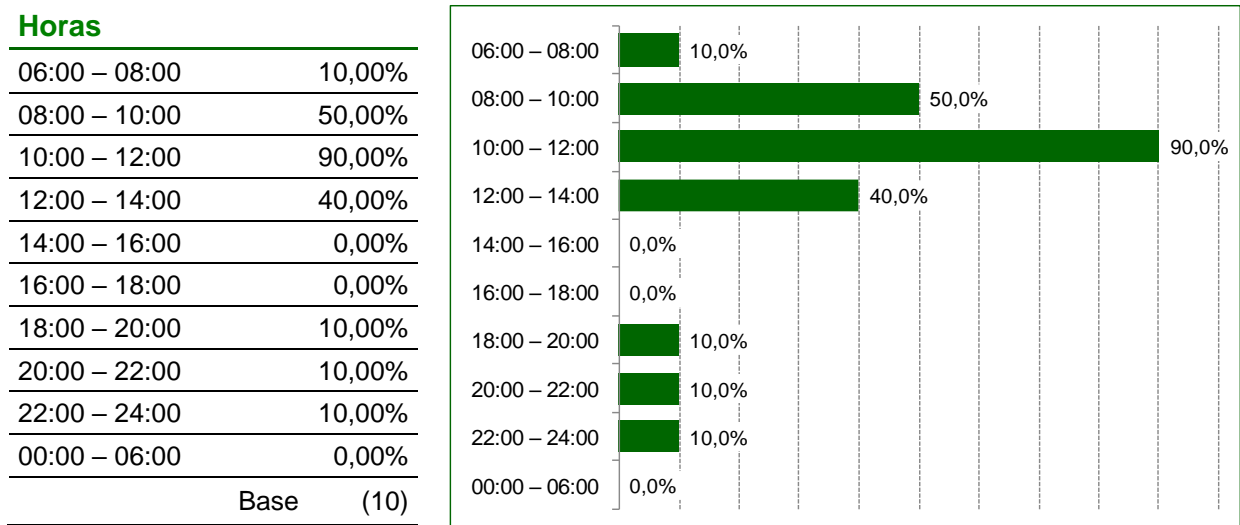
Lugar de escucha

Casa	90,00%
Coche o Transporte	30,00%
Calle	10,00%
Lugar de trabajo	0,00%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(10)



Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan Canal Ebro Haro, en fin de semana, los periodos de mayor audiencia son las horas centrales y finales de la mañana: entre las 8:00 y las 10:00 horas en las que escuchan la emisora el 50% de sus oyentes, y sobre todo entre las 10:00 y las 12:00 horas el 90%; y las horas de mediodía: entre las 12:00 y las 14:00 horas la escucha el 40%.



Perfil del oyente_

Oyentes de Canal Ebro Haro, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	6,3%	10,0%	14,1%
Rioja Media	81,3%	90,0%	61,3%
Rioja Baja	12,5%	0,0%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	0,0%	0,0%	0,9%
101-500	0,0%	0,0%	5,5%
501-1.000	0,0%	0,0%	2,3%
1.001-2.000	0,0%	0,0%	3,5%
2.001-5.000	12,5%	20,0%	11,2%
5.001-10.000	0,0%	0,0%	9,9%
10.001-20.000	12,5%	10,0%	11,6%
20.001-50.000	6,3%	0,0%	7,3%
> 50.000	68,8%	70,0%	47,8%
Sexo			
Hombre	25,0%	20,0%	48,5%
Mujer	75,0%	80,0%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	0,0%	0,0%	2,7%
20-24 años	12,5%	0,0%	8,5%
25-34 años	6,3%	10,0%	11,3%
35-44 años	25,0%	20,0%	17,9%
45-54 años	12,5%	10,0%	18,1%
55-64 años	6,3%	10,0%	17,4%
65-74 años	25,0%	30,0%	14,3%
75 años y más	12,5%	20,0%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	12,5%	20,0%	15,8%
Vivo en pareja	37,5%	50,0%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	6,3%	0,0%	32,4%
Vivo sólo con hijos	25,0%	20,0%	5,4%
Con otras unidades familiares	12,5%	0,0%	14,0%
Con compañeros de piso	6,3%	10,0%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	25,0%	40,0%	16,0%
Secundaria obligatoria	18,8%	20,0%	16,5%
Secundaria superior	37,5%	30,0%	38,4%
Universitarios	18,8%	10,0%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	50,0%	20,0%	56,1%
Parado/a	12,5%	30,0%	10,4%
Jubilado/pensionista	31,3%	40,0%	22,9%
Estudiante	0,0%	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	6,3%	10,0%	6,1%

Nivel de vida

Alto	6,3%	0,0%	1,4%
Medio-alto	0,0%	0,0%	10,9%
Medio-medio	75,0%	80,0%	55,0%
Medio-bajo	12,5%	10,0%	21,9%
Bajo	6,3%	10,0%	7,5%

Bases	(16)	(10)	(948)
-------	------	------	-------

Kiss FM

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han escuchado Kiss FM el 2,1% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han escuchado con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 1,4%, y en fines de semana -sábado y/o domingo- el 1,1% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	20	2,11%
Días laborables	13	1,37%
Fines de semana	10	1,05%
Muestra	(948)	

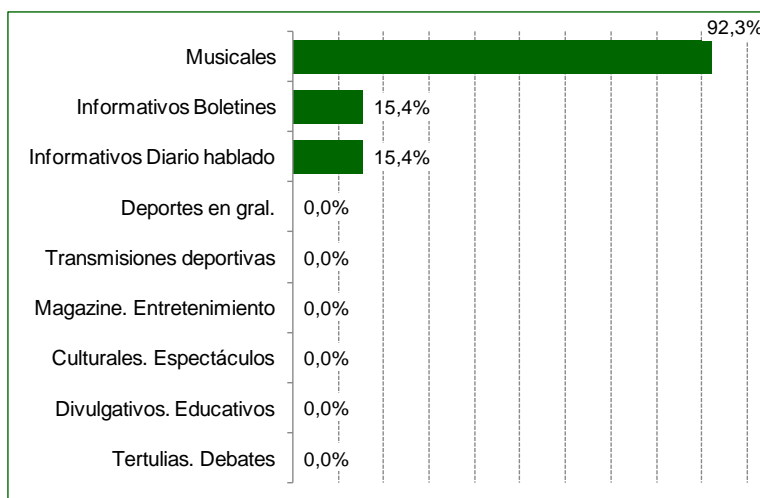
Hábitos de escucha en días laborables

Temas de interés

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan Kiss FM. entre semana. es Musicales. de interés para el 92,3% de sus oyentes. También, para un 15,4% de sus oyentes son de interés los Informativos: Diario hablado y los Boletines.

Temas

Musicales	92,31%
Informativos Boletines	15,38%
Informativos Diario hablado	15,38%
Deportes en Gral.	0,00%
Transmisiones deportivas	0,00%
Magazine. Entretenimiento	0,00%
Culturales. Espectáculos	0,00%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Tertulias. Debates	0,00%
Base	(13)

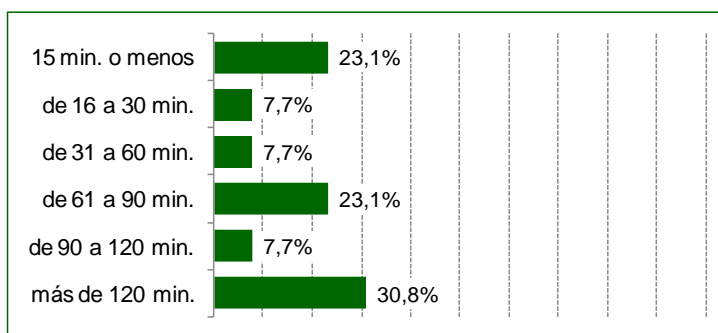


Tiempo de escucha

El 30,8% de los oyentes de Kiss FM dedican, los días laborables, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	23,08%
De 16 a 30 min.	7,69%
De 31 a 60 min.	7,69%
De 61 a 90 min.	23,08%
De 91 a 120 min.	7,69%
Más de 120 min.	30,77%
Base (13)	

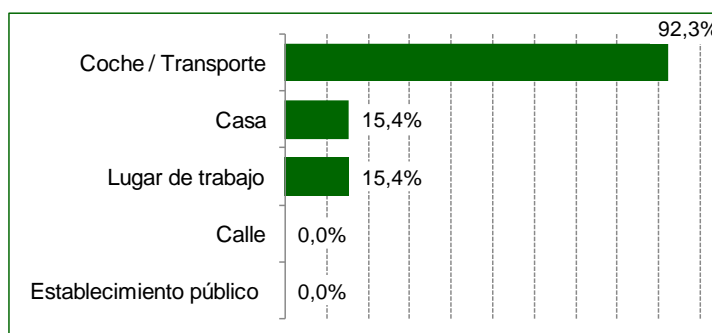


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Kiss FM los días laborables, el 92,3% señala que este es el coche o el transporte. Un 15,4% señala su lugar de trabajo; mismo porcentaje que quienes señalan su casa como lugar habitual de escucha.

Lugar de escucha

Coche o Transporte	92,31%
Casa	15,38%
Lugar de trabajo	15,38%
Calle	0,00%
Otro establecimiento público	0,00%
Base (13)	

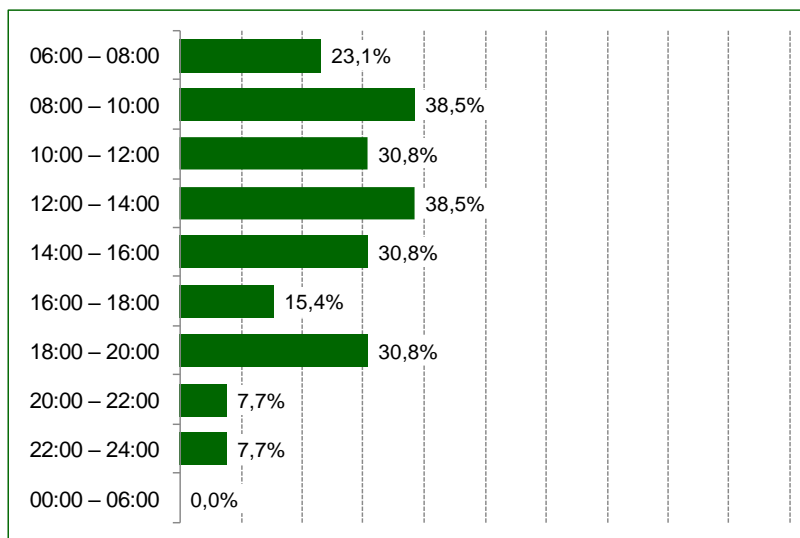


Franjas horarias de escucha

En cuanto a las horas en que escuchan Kiss FM, los días laborables, los periodos de mayor audiencia son las horas centrales de la mañana: entre las 8:00 y las 10:00 horas en las que escuchan la emisora el 38,5% de sus oyentes; y las horas del mediodía: entre las 12:00 y las 14:00 horas otro 38,5%.

Horas

06:00 – 08:00	23,08%
08:00 – 10:00	38,46%
10:00 – 12:00	30,77%
12:00 – 14:00	38,46%
14:00 – 16:00	30,77%
16:00 – 18:00	15,38%
18:00 – 20:00	30,77%
20:00 – 22:00	7,69%
22:00 – 24:00	7,69%
00:00 – 06:00	0,00%
Base	(13)



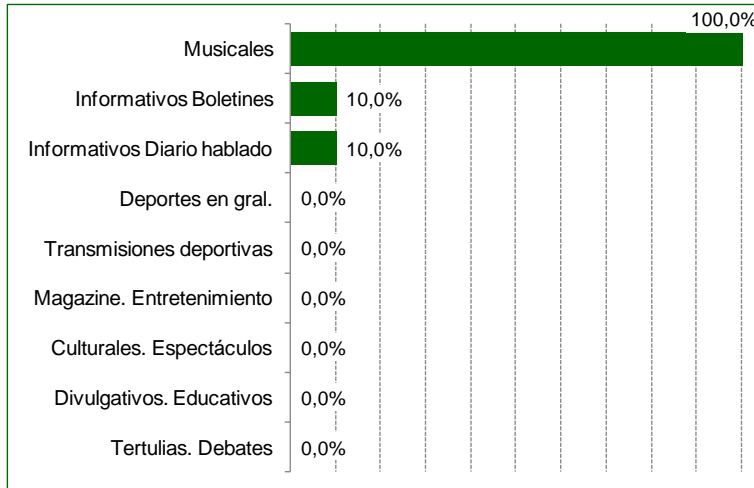
Hábitos de escucha en fin de semana_

Temas de interés_

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan Kiss FM, en fin de semana, es Musicales, de interés para el total (el 100%) de sus oyentes.

Temas

Musicales	100,00%
Informativos: Boletines	10,00%
Informativos: Diario hablado	10,00%
Deportes en Gral.	0,00%
Transmisiones deportivas	0,00%
Magazine. Entretenimiento	0,00%
Culturales. Espectáculos	0,00%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Tertulias. Debates	0,00%
Base	(10)

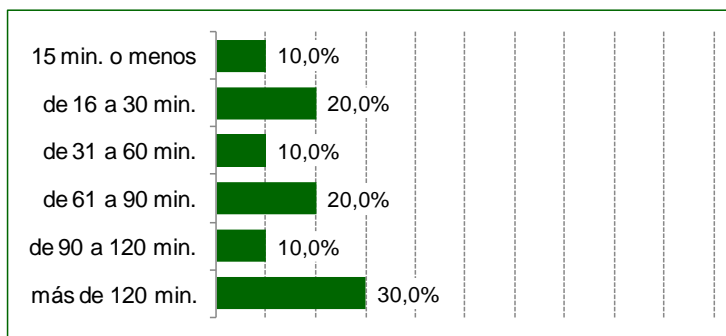


Tiempo de escucha_

El 30% de los oyentes de Kiss FM dedican, en fin de semana, a su escucha más de dos horas.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	10,00%
De 16 a 30 min.	20,00%
De 31 a 60 min.	10,00%
De 61 a 90 min.	20,00%
De 91 a 120 min.	10,00%
Más de 120 min.	30,00%
Base	(10)

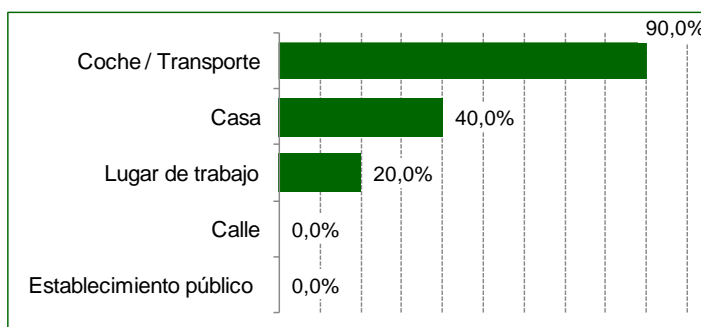


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de Kiss FM en fin de semana, el 90% de los escuchas señala que es el coche o el transporte, y el 40% su casa. Un 20% señala su lugar de trabajo.

Lugar de escucha

Coche o Transporte	90,00%
Casa	40,00%
Lugar de trabajo	20,00%
Calle	0,00%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(10)

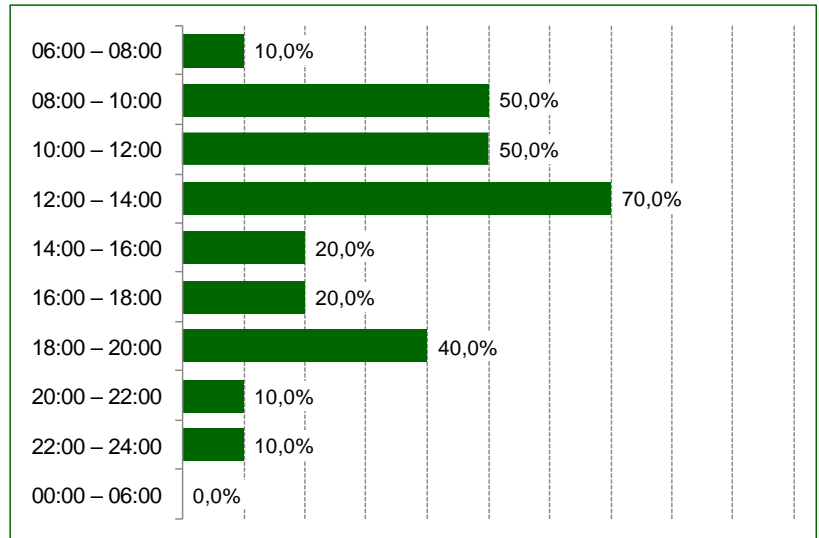


Franjas horarias de escucha

En cuanto a las horas en que se escucha Kiss FM, en fin de semana, los periodos de mayor audiencia son las horas centrales y finales de la mañana: entre las 8:00 y las 10:00 horas, y las 10:00 y las 12:00 horas franjas ambas en las que escucha la emisora el 50% de sus oyentes; sobre todo las horas del mediodía: entre las 12:00 y las 14:00 horas en las que la escucha el 70%; y algunas de la tarde: entre las 18:00 y las 20:00 horas en las que la escucha el 40% de sus oyentes.

Horas

06:00 – 08:00	10,00%
08:00 – 10:00	50,00%
10:00 – 12:00	50,00%
12:00 – 14:00	70,00%
14:00 – 16:00	20,00%
16:00 – 18:00	20,00%
18:00 – 20:00	40,00%
20:00 – 22:00	10,00%
22:00 – 24:00	10,00%
00:00 – 06:00	0,00%
Base	(10)



Perfil del oyente_

Oyentes de Kiss FM, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	15,4%	10,0%	14,1%
Rioja Media	76,9%	90,0%	61,3%
Rioja Baja	7,7%	0,0%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	0,0%	0,0%	0,9%
101-500	0,0%	0,0%	5,5%
501-1.000	7,7%	0,0%	2,3%
1.001-2.000	7,7%	10,0%	3,5%
2.001-5.000	15,4%	10,0%	11,2%
5.001-10.000	15,4%	10,0%	9,9%
10.001-20.000	15,4%	10,0%	11,6%
20.001-50.000	0,0%	0,0%	7,3%
> 50.000	38,5%	60,0%	47,8%
Sexo			
Hombre	61,5%	80,0%	48,5%
Mujer	38,5%	20,0%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	7,7%	10,0%	2,7%
20-24 años	7,7%	10,0%	8,5%
25-34 años	23,1%	10,0%	11,3%
35-44 años	15,4%	20,0%	17,9%
45-54 años	38,5%	30,0%	18,1%
55-64 años	0,0%	10,0%	17,4%
65-74 años	7,7%	10,0%	14,3%
75 años y más	0,0%	0,0%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	23,1%	20,0%	15,8%
Vivo en pareja	7,7%	20,0%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	46,2%	30,0%	32,4%
Vivo sólo con hijos	0,0%	0,0%	5,4%
Con otras unidades familiares	23,1%	30,0%	14,0%
Con compañeros de piso	0,0%	0,0%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	7,7%	0,0%	16,0%
Secundaria obligatoria	23,1%	30,0%	16,5%
Secundaria superior	38,5%	20,0%	38,4%
Universitarios	23,1%	40,0%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	69,2%	70,0%	56,1%
Parado/a	15,4%	10,0%	10,4%
Jubilado/pensionista	7,7%	10,0%	22,9%
Estudiante	0,0%	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	0,0%	0,0%	6,1%

Nivel de vida

Alto	0,0%	0,0%	1,4%
Medio-alto	7,7%	0,0%	10,9%
Medio-medio	46,2%	70,0%	55,0%
Medio-bajo	38,5%	20,0%	21,9%
Bajo	0,0%	10,0%	7,5%

Bases	(13)	(10)	(948)
-------	------	------	-------

Radio Nacional de España 3

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han escuchado Radio Nacional de España 3 [RNE-3] el 2% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han escuchado con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 1,5%, y en fines de semana –sábado y/o domingo- el 1,3% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	19	2,00%
Días laborables	14	1,48%
Fines de semana	12	1,27%
Muestra	(948)	

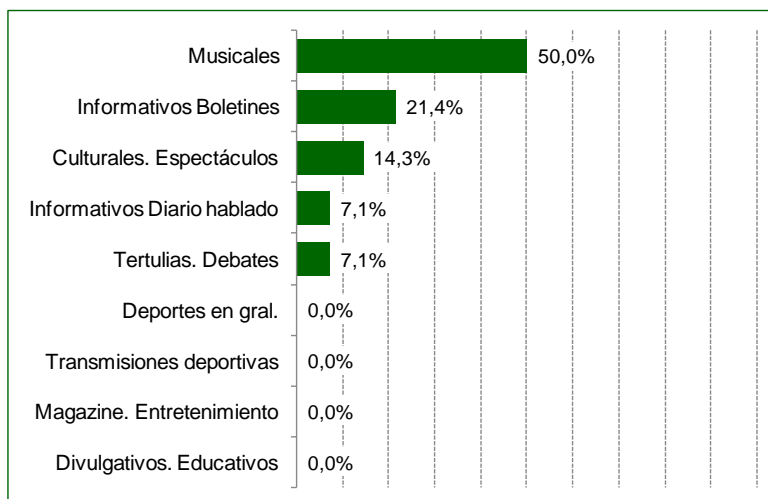
Hábitos de escucha en días laborables

Temas de interés

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan RNE-3, entre semana, es Musicales, de interés para el 50% de sus oyentes. También, para un 21,4% de sus oyentes son de interés los Informativos: Diario hablado.

Temas

Musicales	50,00%
Informativos: Boletines	21,43%
Culturales. Espectáculos	14,29%
Informativos: Diario hablado	7,14%
Tertulias. Debates	7,14%
Deportes en Gral.	0,00%
Transmisiones deportivas	0,00%
Magazine. Entretenimiento	0,00%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Base	(14)

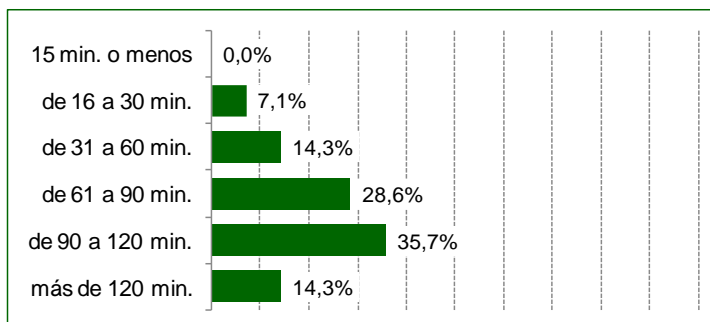


Tiempo de escucha

El 35,7% de los oyentes de RNE-3 dedican, los días laborables, a su escucha entre hora y media y dos horas, y el 28,6% entre una hora y hora y media.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	0,00%
De 16 a 30 min.	7,14%
De 31 a 60 min.	14,29%
De 61 a 90 min.	28,57%
De 91 a 120 min.	35,71%
Más de 120 min.	14,29%
Base	(14)

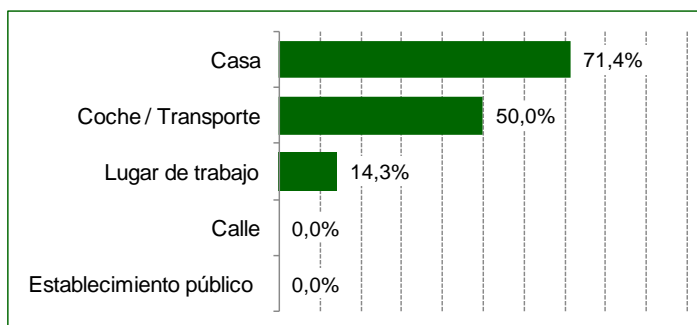


Lugar de escucha_

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de RNE-3 los días laborables, el 71,4% señala que este es su casa, y el 50% el coche o el transporte. Un 14,3% señala su lugar de trabajo.

Lugar de escucha

Casa	71,43%
Coche o Transporte	50,00%
Lugar de trabajo	14,29%
Calle	0,00%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(14)

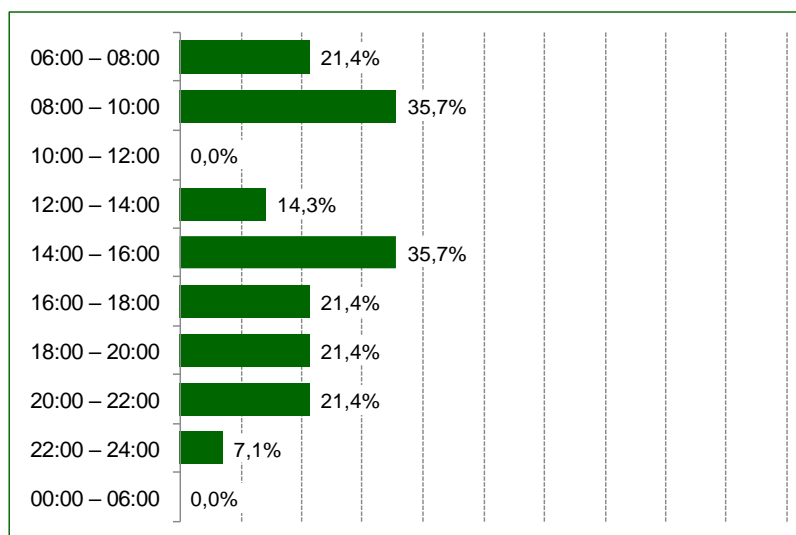


Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan RNE-3, los días laborables, los periodos de mayor audiencia son las horas centrales de la mañana: entre las 8:00 y las 10:00 horas en las que escucha la emisora el 35,7% de sus oyentes; y las primeras horas de la tarde: entre las 14:00 y las 16:00 horas en las que la escucha, también, un 35,7% de sus oyentes.

Horas

06:00 – 08:00	21,43%
08:00 – 10:00	35,71%
10:00 – 12:00	0,00%
12:00 – 14:00	14,29%
14:00 – 16:00	35,71%
16:00 – 18:00	21,43%
18:00 – 20:00	21,43%
20:00 – 22:00	21,43%
22:00 – 24:00	7,14%
00:00 – 06:00	0,00%
Base	(14)



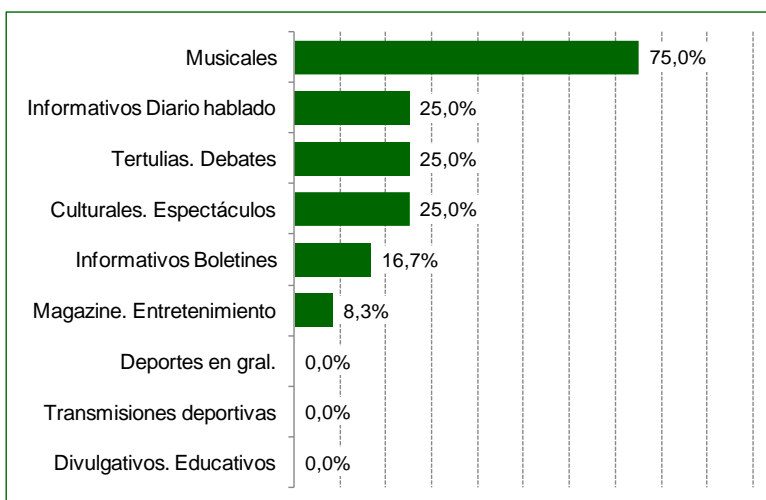
Hábitos de escucha en fin de semana_

Temas de interés_

El tema que despierta mayor interés entre quienes escuchan RNE-3, en fin de semana, es Musicales, de interés para el 75% de sus oyentes. También, para un 25% de sus oyentes son de interés los Informativos: Diario hablado, las Tertulias y/o Debates y los temas Culturales o Espectáculos.

Temas

Musicales	75,00%
Informativos: Diario hablado	25,00%
Culturales. Espectáculos	25,00%
Tertulias. Debates	25,00%
Informativos: Boletines	16,67%
Magazine. Entretenimiento	8,33%
Deportes en Gral.	0,00%
Transmisiones deportivas	0,00%
Divulgativos. Educativos	0,00%
Base	(12)

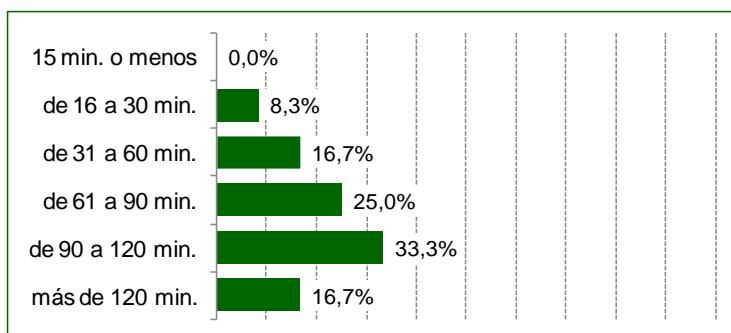


Tiempo de escucha

El 33,3% de los oyentes de RNE-3 dedican, los días laborables, a su escucha entre hora y media y dos horas, y el 25% entre una hora y hora y media.

Tiempo de escucha

15 min. o menos	0,00%
De 16 a 30 min.	8,33%
De 31 a 60 min.	16,67%
De 61 a 90 min.	25,00%
De 91 a 120 min.	33,33%
Más de 120 min.	16,67%
Base	(12)

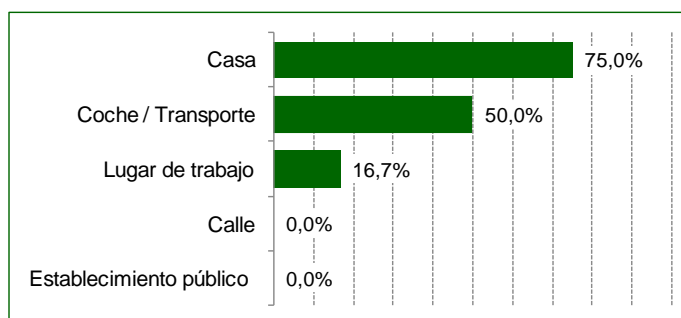


Lugar de escucha

En cuanto al lugar habitual de escucha de los oyentes de RNE-3 en fin de semana, el 75% de los escuchas señala que es su casa, y el 50% el coche o el transporte. Un 16,7% señala su lugar de trabajo.

Lugar de escucha

Casa	75,00%
Coche o Transporte	50,00%
Lugar de trabajo	16,67%
Calle	0,00%
Otro establecimiento público	0,00%
Base	(12)

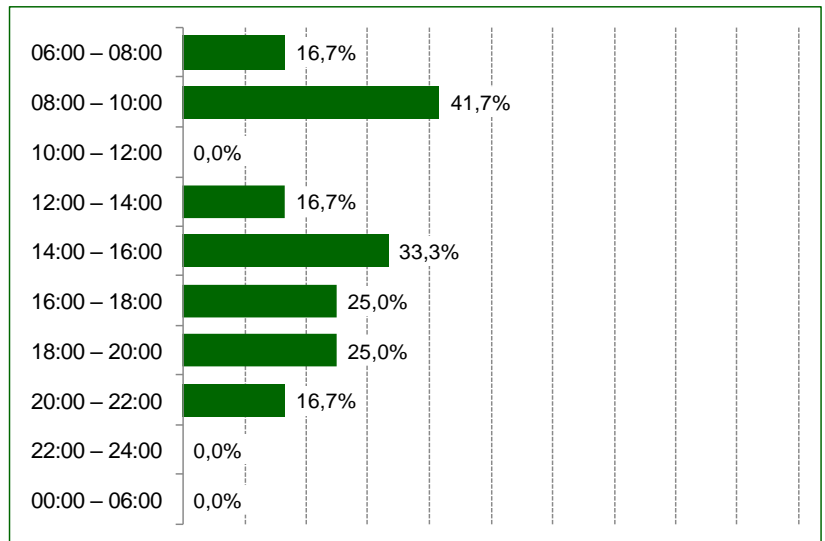


Franjas horarias de escucha_

En cuanto a las horas en que escuchan RNE-3, en fin de semana, los periodos de mayor audiencia son las horas centrales de la mañana: entre las 8:00 y las 10:00 horas en las que escuchan la emisora el 41,7% de sus oyentes.

Horas

06:00 – 08:00	16,67%
08:00 – 10:00	41,67%
10:00 – 12:00	0,00%
12:00 – 14:00	16,67%
14:00 – 16:00	33,33%
16:00 – 18:00	25,00%
18:00 – 20:00	25,00%
20:00 – 22:00	16,67%
22:00 – 24:00	0,00%
00:00 – 06:00	0,00%
Base	(12)



Perfil del oyente_

Oyentes de Radio Nacional de España 3 [RNE-3], en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	14,3%	16,7%	14,1%
Rioja Media	64,3%	66,7%	61,3%
Rioja Baja	21,4%	16,7%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	0,0%	0,0%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	0,0%	0,0%	0,9%
101-500	7,1%	8,3%	5,5%
501-1.000	0,0%	0,0%	2,3%
1.001-2.000	0,0%	0,0%	3,5%
2.001-5.000	14,3%	8,3%	11,2%
5.001-10.000	7,1%	8,3%	9,9%
10.001-20.000	7,1%	8,3%	11,6%
20.001-50.000	7,1%	8,3%	7,3%
> 50.000	57,1%	58,3%	47,8%
Sexo			
Hombre	78,6%	75,0%	48,5%
Mujer	21,4%	25,0%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	0,0%	0,0%	2,7%
20-24 años	7,1%	0,0%	8,5%
25-34 años	0,0%	0,0%	11,3%
35-44 años	14,3%	16,7%	17,9%
45-54 años	28,6%	33,3%	18,1%
55-64 años	28,6%	25,0%	17,4%
65-74 años	21,4%	25,0%	14,3%
75 años y más	0,0%	0,0%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	28,6%	25,0%	15,8%
Vivo en pareja	7,1%	8,3%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	50,0%	50,0%	32,4%
Vivo sólo con hijos	7,1%	8,3%	5,4%
Con otras unidades familiares	7,1%	8,3%	14,0%
Con compañeros de piso	0,0%	0,0%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	0,0%	0,0%	16,0%
Secundaria obligatoria	21,4%	25,0%	16,5%
Secundaria superior	14,3%	0,0%	38,4%
Universitarios	57,1%	66,7%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	78,6%	75,0%	56,1%
Parado/a	0,0%	0,0%	10,4%
Jubilado/pensionista	14,3%	16,7%	22,9%
Estudiante	0,0%	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	0,0%	0,0%	6,1%

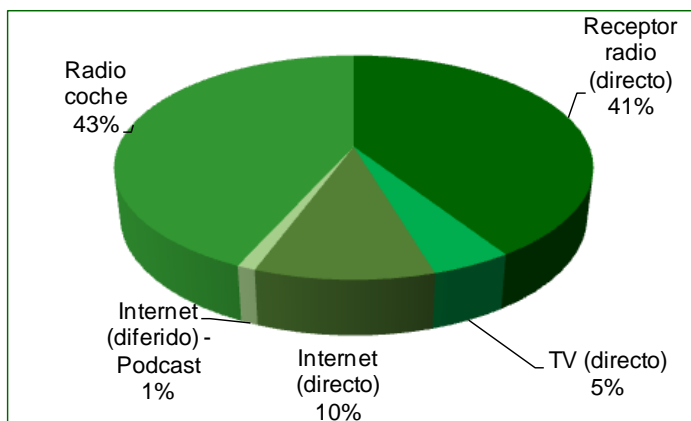
Nivel de vida

Alto	0,0%	0,0%	1,4%
Medio-alto	7,1%	8,3%	10,9%
Medio-medio	57,1%	66,7%	55,0%
Medio-bajo	21,4%	16,7%	21,9%
Bajo	7,1%	0,0%	7,5%

Bases	(14)	(12)	(948)
-------	------	------	-------

Soporte Entre los oyentes “frecuentes” (de lunes a viernes 4 o 5 días, o sábado y/o domingo) de radio, cualquiera que sea la cadena que escuchan, el 40,8% de los encuestados la escuchan en directo a través de un receptor de radio y otro 43,3% en la radio del coche. Un 10,2% lo hace en directo por Internet. Un 4,6% lo hace en directo por TV y un 1,1% lo hace en diferido por Internet o Podcast.

Soporte	
Receptor radio en directo	40,8%
TV en directo	4,6%
Internet en directo	10,2%
Internet en diferido - Podcast	1,1%
Radio del coche	43,3%
Base	(568)



TELEVISIÓN

LA RIOJA 7TV

Audiencia En el último mes (últimos 30 días) han visto 7TV el 14,6% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han visto con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 7,5%, y en fines de semana -sábado y/o domingo- el 4,7% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	138	14,56%
Días laborables	71	7,49%
Fines de semana	45	4,75%
Muestra	(948)	

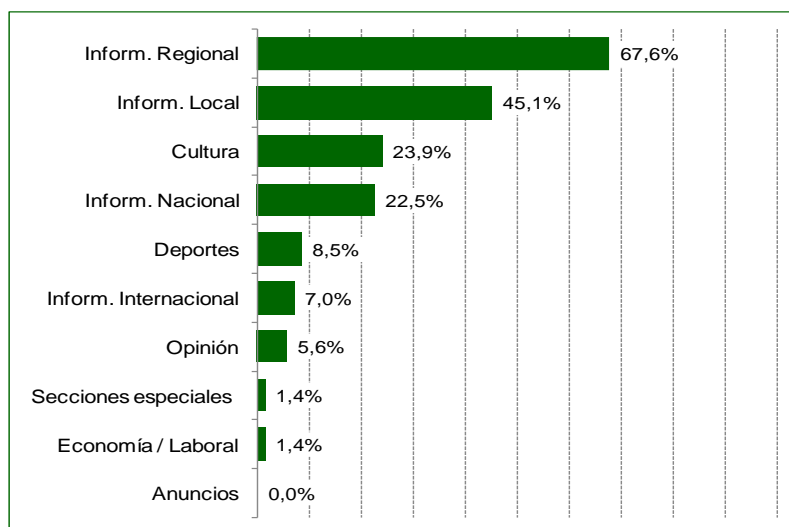
Hábitos de visionado en días laborables

Temas de interés

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes ven 7TV, entre semana, son, por orden de preferencia: Información Regional, de interés para el 67,6% de sus televidentes; seguido de Información Local, de interés para el 45,1%; y a mayor distancia Cultura para el 23,9%, e Información Nacional para el 22,5%.

Temas

Información Regional	67,61%
Información Local	45,07%
Cultura	23,94%
Información Nacional	22,54%
Deportes	8,45%
Información Internacional	7,04%
Opinión	5,63%
Secciones Especiales	1,41%
Economía / Laboral	1,41%
Anuncios	0,00%
Base	(71)

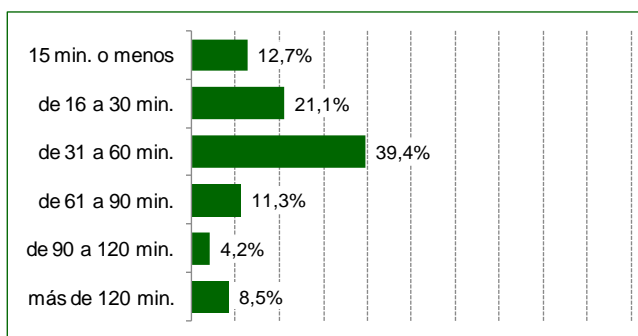


Tiempo de visionado

El 39,4% de quienes ven 7TV le dedican, los días laborables, entre media y una hora, y un 21,1% entre un cuarto y media hora.

Tiempo de visionado

15 min. o menos	12,68%
De 16 a 30 min.	21,13%
De 31 a 60 min.	39,44%
De 61 a 90 min.	11,27%
De 91 a 120 min.	4,23%
Más de 120 min.	8,45%
Base	(71)

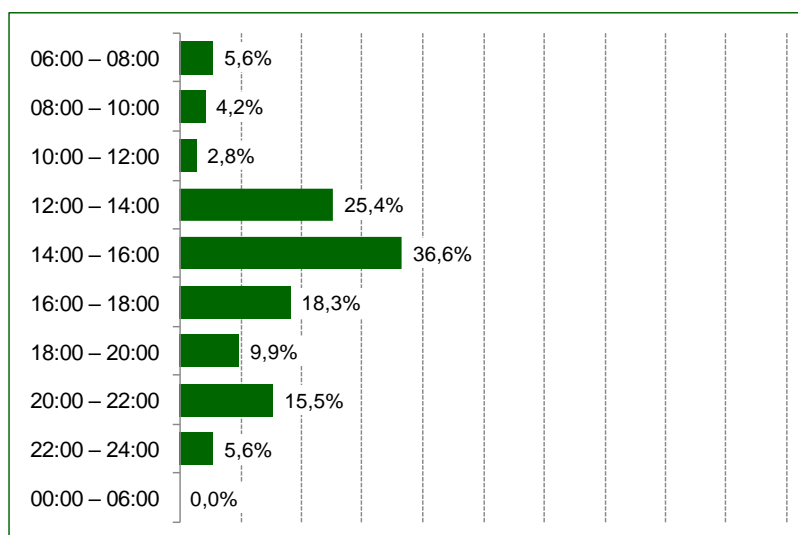


Franjas horarias de visionado

En cuanto a las horas en que ven 7TV los días laborables, los periodos de mayor visionado son las primeras horas de la tarde: entre las 14:00 y las 16:00h en las que la ven el 36,6% de sus seguidores.

Horas

06:00 – 08:00	5,63%
08:00 – 10:00	4,23%
10:00 – 12:00	2,82%
12:00 – 14:00	25,35%
14:00 – 16:00	36,62%
16:00 – 18:00	18,31%
18:00 – 20:00	9,86%
20:00 – 22:00	15,49%
22:00 – 24:00	5,63%
00:00 – 06:00	0,00%
Base	(71)



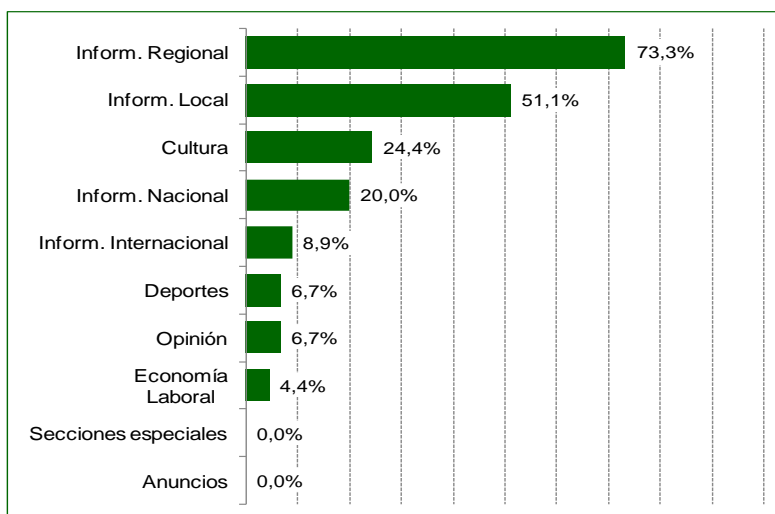
Hábitos de visionado en fin de semana

Temas de interés

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes ven 7TV, en fin de semana, son, por orden de preferencia: Información Regional, de interés para el 73,3% de sus televidentes; seguido de Información Local, de interés para el 51,1%; y a mayor distancia de Cultura para el 24,4%, e Información Nacional para el 20%.

Temas

Información Regional	73,33%
Información Local	51,11%
Cultura	24,44%
Información Nacional	20,00%
Información Internacional	8,89%
Deportes	6,67%
Opinión	6,67%
Economía / Laboral	4,44%
Secciones especiales	0,00%
Anuncios	0,00%
Base	(45)

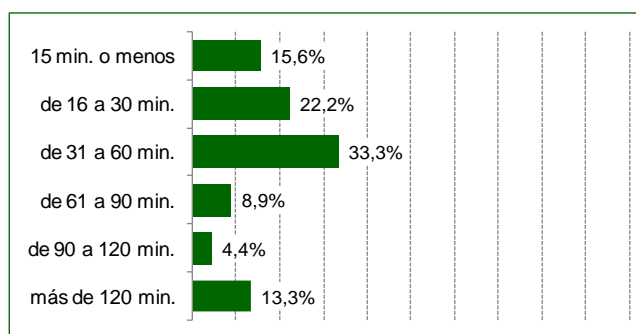


Tiempo de visionado_

El 33,3% de quienes ven 7TV le dedican, en fin de semana, entre media y una hora, y un 22,2% entre un cuarto y media hora.

Tiempo de visionado

15 min. o menos	15,56%
De 16 a 30 min.	22,22%
De 31 a 60 min.	33,33%
De 61 a 90 min.	8,89%
De 91 a 120 min.	4,44%
Más de 120 min.	13,33%
Base	(45)

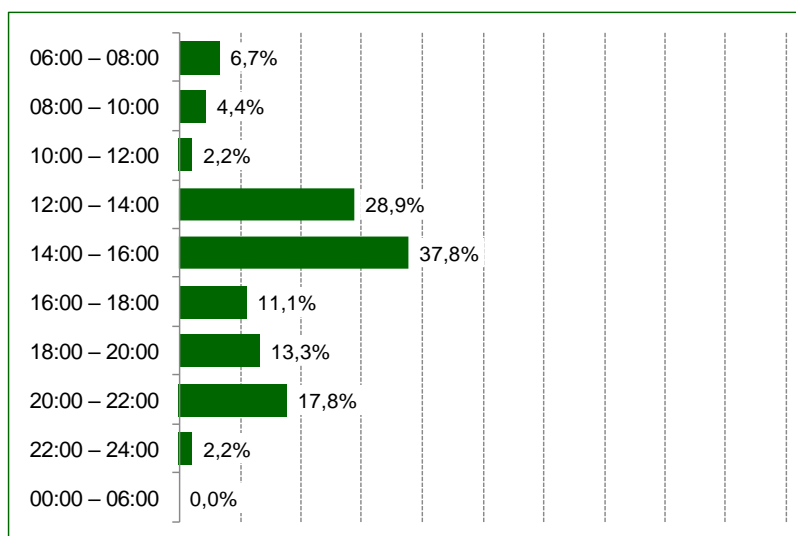


Franjas horarias de visionado_

En cuanto a las horas en que ven 7TV, en fin de semana, los periodos de mayor visionado son las primeras horas de la tarde: entre las 14:00 y las 16:00h en las que ven la cadena el 37,8% de sus seguidores.

Horas

06:00 – 08:00	6,67%
08:00 – 10:00	4,44%
10:00 – 12:00	2,22%
12:00 – 14:00	28,89%
14:00 – 16:00	37,78%
16:00 – 18:00	11,11%
18:00 – 20:00	13,33%
20:00 – 22:00	17,78%
22:00 – 24:00	2,22%
00:00 – 06:00	0,00%
Base	(45)



Perfil del televidente_

Televidentes de 7TV, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	19,7%	17,8%	14,1%
Rioja Media	57,7%	51,1%	61,3%
Rioja Baja	18,3%	22,2%	22,0%
Rioja Sierra Alta	1,4%	2,2%	1,3%
Rioja Sierra Media	2,8%	4,4%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	2,2%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	4,2%	4,4%	0,9%
101-500	0,0%	2,2%	5,5%
501-1.000	4,2%	6,7%	2,3%
1.001-2.000	1,4%	0,0%	3,5%
2.001-5.000	8,5%	13,3%	11,2%
5.001-10.000	16,9%	13,3%	9,9%
10.001-20.000	14,1%	15,6%	11,6%
20.001-50.000	2,8%	4,4%	7,3%
> 50.000	47,9%	40,0%	47,8%
Sexo			
Hombre	33,8%	40,0%	48,5%

Mujer	66,2%	60,0%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	0,0%	0,0%	2,7%
20-24 años	4,2%	0,0%	8,5%
25-34 años	7,0%	8,9%	11,3%
35-44 años	5,6%	4,4%	17,9%
45-54 años	15,5%	11,1%	18,1%
55-64 años	22,5%	17,8%	17,4%
65-74 años	26,8%	42,2%	14,3%
75 años y más	18,3%	15,6%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	12,7%	22,2%	15,8%
Vivo en pareja	40,8%	42,2%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	21,1%	20,0%	32,4%
Vivo sólo con hijos	5,6%	2,2%	5,4%
Con otras unidades familiares	15,5%	8,9%	14,0%
Con compañeros de piso	4,2%	4,4%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	25,4%	20,0%	16,0%
Secundaria obligatoria	15,5%	20,0%	16,5%
Secundaria superior	36,6%	33,3%	38,4%
Universitarios	22,5%	26,7%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	42,3%	31,1%	56,1%
Parado/a	11,3%	8,9%	10,4%
Jubilado/pensionista	36,6%	46,7%	22,9%
Estudiante	0,0%	0,0%	3,1%
Trabaja en el hogar	9,9%	11,1%	6,1%

Nivel de vida

Alto	1,4%	0,0%	1,4%
Medio-alto	8,5%	4,4%	10,9%
Medio-medio	66,2%	66,7%	55,0%
Medio-bajo	14,1%	20,0%	21,9%
Bajo	9,9%	6,7%	7,5%

Bases	(71)	(45)	(948)
-------	------	------	-------

TVR

Audiencia_ En el último mes (últimos 30 días) han visto TVR el 11,5% de los encuestados; entre semana -de lunes a viernes-, la han visto con cierta frecuencia -4 o 5 días- el 5,4%, y en fines de semana -sábado y/o domingo- el 3,7% de los encuestados.

Audiencia

30 últimos días	109	11,50%
Días laborables	51	5,38%
Fines de semana	35	3,69%
Muestra		(948)

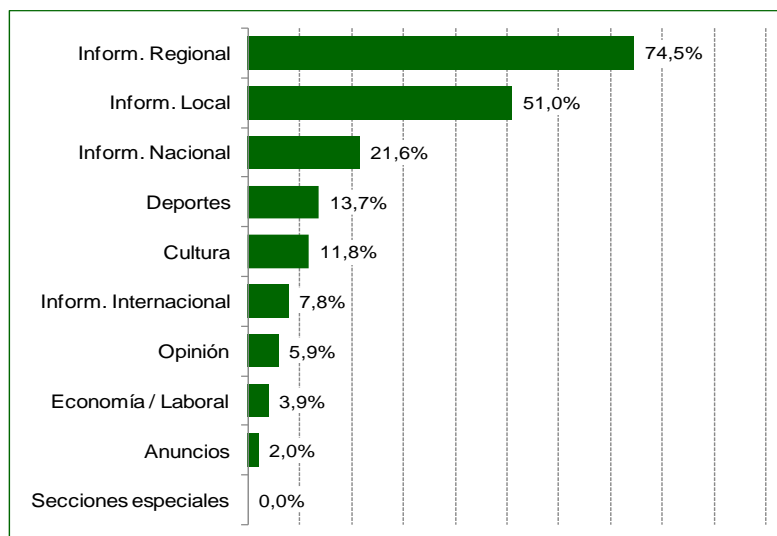
Hábitos de visionado en días laborables_

Temas de interés_

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes ven TVR, entre semana son, por orden de preferencia: Información Regional, de interés para el 74,5% de sus televidentes; seguido de Información Local, de interés para el 51%; y a mayor distancia Información Nacional, para el 21,6%.

Temas

Información Regional	74,51%
Información Local	50,98%
Información Nacional	21,57%
Deportes	13,73%
Cultura	11,76%
Información Internacional	7,84%
Opinión	5,88%
Economía / Laboral	3,92%
Anuncios	1,96%
Secciones especiales	0,00%
Base	(51)

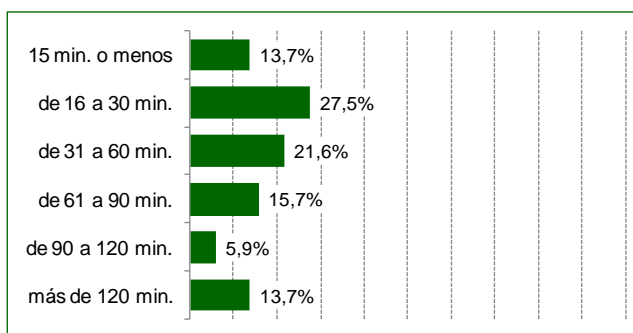


Tiempo de visionado_

El 39,4% de quienes ven TVR le dedican, los días laborables, entre media y una hora, y un 21,1% entre un cuarto y media hora.

Tiempo de visionado

15 min. o menos	13,73%
De 16 a 30 min.	27,45%
De 31 a 60 min.	21,57%
De 61 a 90 min.	15,69%
De 91 a 120 min.	5,88%
Más de 120 min.	13,73%
Base (51)	

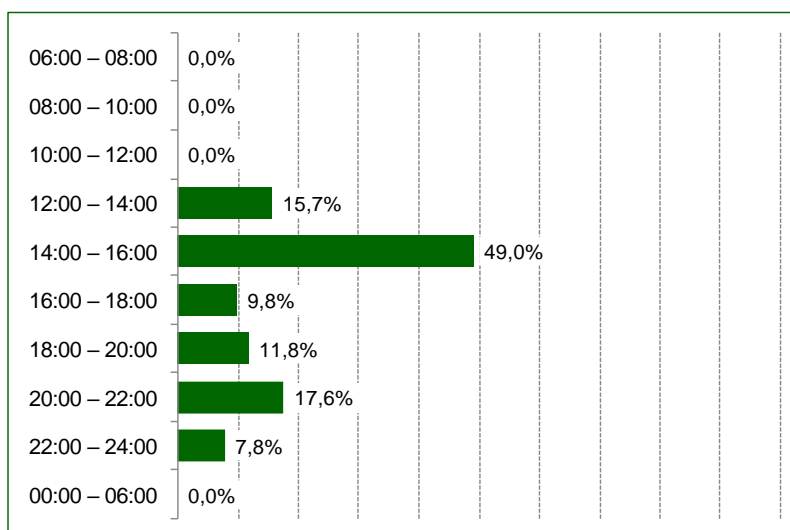


Franjas horarias de visionado

En cuanto a las horas en que ven TVR, los días laborables, los periodos de mayor visionado son las primeras horas de la tarde: entre las 14:00 y las 16:00h en las que ven la cadena el 49% de sus seguidores.

Horas

06:00 – 08:00	0,00%
08:00 – 10:00	0,00%
10:00 – 12:00	0,00%
12:00 – 14:00	15,69%
14:00 – 16:00	49,02%
16:00 – 18:00	9,80%
18:00 – 20:00	11,76%
20:00 – 22:00	17,65%
22:00 – 24:00	7,84%
00:00 – 06:00	0,00%
Base (51)	



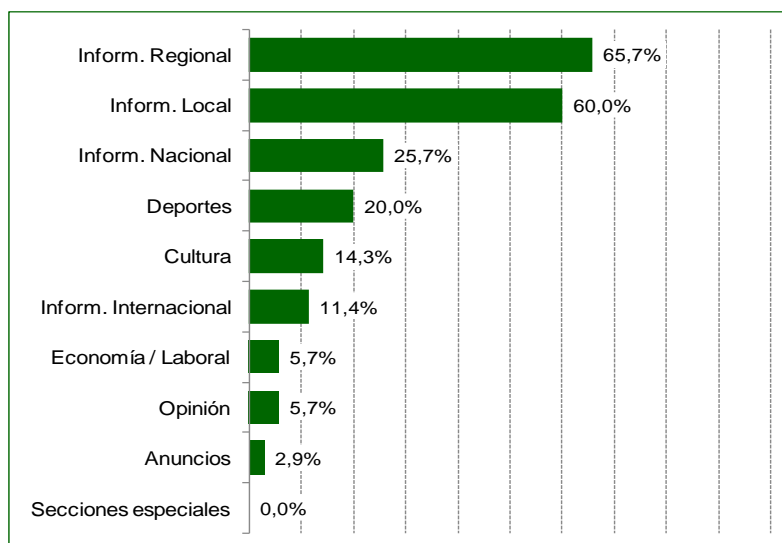
Hábitos de visionado en fin de semana

Temas de interés

Los temas que despiertan mayor interés entre quienes ven TVR, en fin de semana, son, por orden de preferencia: Información Regional e Información Local, de interés para el 65,7% y el 60% de sus televidentes, respectivamente; seguido a gran distancia de Información Nacional, de interés para el 25,7%, y de Deportes, para el 20%.

Temas

Información Regional	65,71%
Información Local	60,00%
Información Nacional	25,71%
Deportes	20,00%
Cultura	14,29%
Información Internacional	11,43%
Economía / Laboral	5,71%
Opinión	5,71%
Anuncios	2,86%
Secciones especiales	0,00%
Base	(35)

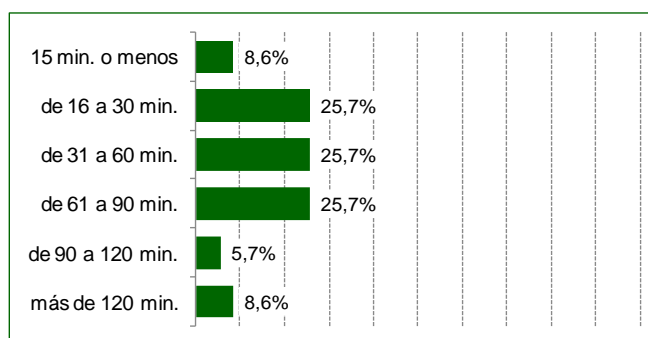


Tiempo de visionado

El 25,7% de quienes ven TVR le dedican, en fin de semana, entre un cuarto y media hora, otro 25,7% entre media y una hora, y otro 25,7% entre una hora y hora y media.

Tiempo de visionado

15 min. o menos	8,57%
De 16 a 30 min.	25,71%
De 31 a 60 min.	25,71%
De 61 a 90 min.	25,71%
De 91 a 120 min.	5,71%
Más de 120 min.	8,57%
Base	(35)

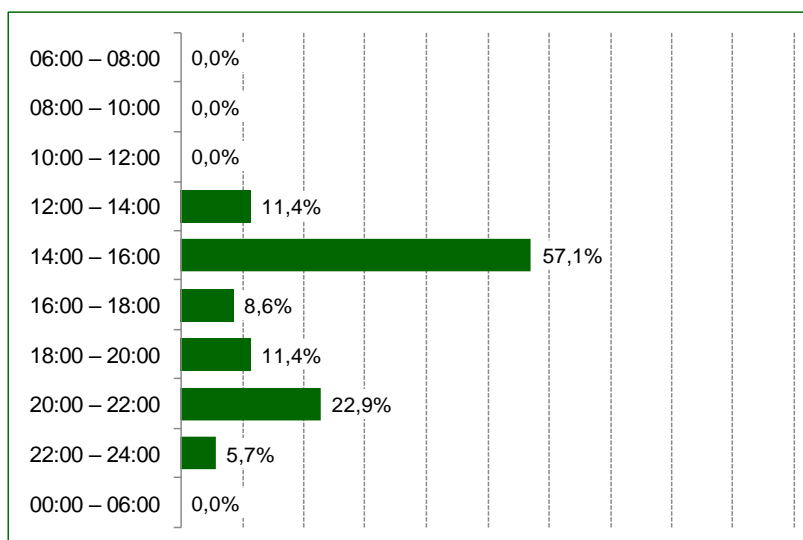


Franjas horarias de visionado

En cuanto a las horas en que ven TVR, en fin de semana, los periodos de mayor visionado son entre las primeras horas de la tarde: entre las 14:00 y las 16:00 horas en las que ven la cadena el 57,1% de sus seguidores.

Horas

06:00 – 08:00	0,00%
08:00 – 10:00	0,00%
10:00 – 12:00	0,00%
12:00 – 14:00	11,43%
14:00 – 16:00	57,14%
16:00 – 18:00	8,57%
18:00 – 20:00	11,43%
20:00 – 22:00	22,86%
22:00 – 24:00	5,71%
00:00 – 06:00	0,00%
Base	(35)



Perfil del televidente_

Televidentes de TVR, en días laborables y en fin de semana, considerando variables como: zona geográfica de residencia, hábitat (tamaño del municipio), sexo, grupos de edad, convivencia, nivel de estudios, relación con la actividad y nivel de vida (subjetivo)

	Lunes a viernes	Fin de semana	Muestra
Zona geográfica			
Rioja Alta	15,7%	20,0%	14,1%
Rioja Media	54,9%	62,9%	61,3%
Rioja Baja	27,5%	14,3%	22,0%
Rioja Sierra Alta	0,0%	0,0%	1,3%
Rioja Sierra Media	2,0%	2,9%	0,8%
Rioja Sierra Baja	0,0%	0,0%	0,4%
Tamaño municipio			
<100	0,0%	0,0%	0,9%
101-500	3,9%	2,9%	5,5%
501-1.000	2,0%	2,9%	2,3%
1.001-2.000	2,0%	0,0%	3,5%
2.001-5.000	21,6%	14,3%	11,2%
5.001-10.000	15,7%	14,3%	9,9%
10.001-20.000	11,8%	11,4%	11,6%
20.001-50.000	3,9%	2,9%	7,3%
> 50.000	39,2%	51,4%	47,8%
Sexo			
Hombre	51,0%	57,1%	48,5%
Mujer	49,0%	42,9%	51,5%
Edad (grupos de edad)			
15-19 años	0,0%	2,9%	2,7%
20-24 años	2,0%	0,0%	8,5%
25-34 años	13,7%	20,0%	11,3%
35-44 años	9,8%	17,1%	17,9%
45-54 años	9,8%	14,3%	18,1%
55-64 años	39,2%	17,1%	17,4%
65-74 años	19,6%	20,0%	14,3%
75 años y más	5,9%	8,6%	9,6%

Convivencia

Vivo sólo	15,7%	20,0%	15,8%
Vivo en pareja	29,4%	28,6%	28,7%
Vivo en pareja con hijos	33,3%	34,3%	32,4%
Vivo sólo con hijos	3,9%	0,0%	5,4%
Con otras unidades familiares	9,8%	11,4%	14,0%
Con compañeros de piso	3,9%	2,9%	2,2%

Nivel de estudios

Primarios o menos	21,6%	17,1%	16,0%
Secundaria obligatoria	15,7%	17,1%	16,5%
Secundaria superior	31,4%	45,7%	38,4%
Universitarios	31,4%	20,0%	27,7%

Relación con la actividad

Trabaja actualmente	51,0%	54,3%	56,1%
Parado/a	13,7%	8,6%	10,4%
Jubilado/pensionista	27,5%	28,6%	22,9%
Estudiante	0,0%	2,9%	3,1%
Trabaja en el hogar	5,9%	5,7%	6,1%

Nivel de vida

Alto	0,0%	2,9%	1,4%
Medio-alto	9,8%	8,6%	10,9%
Medio-medio	68,6%	74,3%	55,0%
Medio-bajo	11,8%	11,4%	21,9%
Bajo	7,8%	2,9%	7,5%

Bases	(51)	(35)	(948)
-------	------	------	-------

Anexo 1:

AUDIENCIAS ÚLTIMOS 30 DÍAS, ENTRE SEMANA, FIN DE SEMANA Y FRECUENTES

[4 o 5 días de lunes a viernes, y en fin de semana (sábado y/o domingo)]

Consideramos y nombramos como “frecuentes” las audiencias entre semana -de lunes a viernes- de 4 o 5 días de lectura, escucha o visionados de los distintos medios (incluyendo el varias veces al día para publicaciones digitales); y en fin de semana -sábado y/o domingo- de sábado y/o domingo (igualmente, incluyendo el varias veces al día para publicaciones digitales).

Los datos sombreados son aquellos que no alcanzan 15 respuestas, el mínimo que se determinó para profundizar su estudio en este informe.

Prensa diaria escrita regional o loca	Últimos 30 días	Días laborables	Fin de semana	N^a encuestas frecuentes	Frecuentes 4 o 5 días de lunes a viernes, y en fin de semana (sábado y/o domingo)
Diario La Rioja	34,81%	16,56%	18,99%	113	11,92%
El Día de La Rioja	7,59%	4,54%		43	4,54%
El Correo. Edición Haro-Miranda	0,84%	0,21%	0,42%	2	0,21%

Publicaciones no diarias regionales o locales de temática generalista

	Últimos 30 días
De Buena Fuente (Ayto. Logroño)	9,49%
Gente La Rioja	4,43%
La Brújula	3,16%
Escaparate	2,74%
La Voz del Najerilla	1,16%

Publicaciones no diarias regionales o locales de temática especializada

	Últimos 30 días
Rioja Sport	0,84%
Cuaderno de Campo	0,21%
Campo Riojano - ARAJ ASAJA	0,11%
La Crónica de Alfaro	0,11%

La GuiaGo	0,00%
FER Magazine	0,00%
La Unión - UAGR	0,00%
Lararium Rev. Humanístico Literaria	0,00%
Belezos (IER)	0,00%
Piedra de Rayo	0,00%
Fragmentos – Colegio de Arquitectos de La Rioja	0,00%
Peregrino - Asociación Camino de Santiago	0,00%
Revista Fábula Literaria	0,00%
El Regadío - Cenicero	0,00%
Gracurris - Estudios Alfareños	0,00%
Diario de Vendimia	0,00%

Diarios digitales regionales o locales de temática generalista	Últimos 30 días	Varias veces al día entresemana	Días laborables	Varias veces al día fin de semana	Fin de semana	N ^a encuestas frecuentes	Frecuentes 4 o 5 días de lunes a viernes, y en fin de semana (sábado y/o domingo)
larioja.com	26,16%	5,59%	9,60%	3,59%	8,54%	96	10,13%
nuevecuatrouno.com	15,61%	3,69%	6,65%	1,69%	6,54%	68	7,17%
rioja2.com	6,65%	2,00%	2,00%	0,74%	2,95%	26	2,74%
eldiadelarioja.es	2,95%	0,63%	1,37%	0,42%	1,58%	17	1,79%
radiorioja.es	0,53%	-	0,11%	-	0,00%	-	-
labrújuladecalahorra.com	0,53%	-	0,21%	-	0,11%	-	-
harodigital.com	0,32%	-	0,11%	-	0,00%	-	-
De Buena Fuente (logroño.es)	0,32%	-	0,21%	-	0,11%	-	-
elcorreo.com (Haro)	0,32%	-	0,21%	-	0,00%	-	-
gentedigital.es	0,21%	-	0,00%	-	0,00%	-	-
lavozdelnajerilla.com	0,11%	-	0,11%	-	0,00%	-	-
lanoticia.es	0,11%	-	0,00%	-	0,00%	-	-
yoleoescaparate.com	0,11%	-	0,00%	-	0,00%	-	-
Actualidad Rioja Baja	0,11%	-	0,11%	-	0,00%	-	-

Diarios digitales regionales o locales de temática especializada	Últimos 30 días	Varias veces al día entresemana	Días laborables	Varias veces al día fin de semana	Fin de semana	N ^a encuestas frecuentes	Frecuentes 4 o 5 días de lunes a viernes, y en fin de semana (sábado y/o domingo)
elbalcondemateo.es	4,54%	0,32%	0,21%	0,21%	0,95%	3	0,32%
laprensadelrioja.com	2,53%	0,42%	0,42%	0,32%	0,63%	6	0,63%
Fer Magazine [fer.es]	0,84%	-	0,11%	-	0,11%	-	-
laguiago.com	0,63%	-	0,00%	-	0,11%	-	-
lanoticia.es	0,63%	-	0,11%	-	0,00%	-	-
Lararium [revistalararium.blogspot.com]	0,53%	-	0,11%	-	0,11%	-	-
Cuaderno de Campo [larioja.org]	0,53%	-	0,00%	-	0,00%	-	-
revistariojasport.com	0,21%	-	0,00%	-	0,00%	-	-
spoonful.es	0,11%	-	0,00%	-	0,00%	-	-
Campo Riojano [aragasaja.com]	0,11%	-	0,00%	-	0,00%	-	-
La Unión [uagr.org]	0,11%	-	0,00%	-	0,00%	-	-
Saludable-Rioja Salud [www.riojasalud.es]	0,11%	-	0,00%	-	0,00%	-	-
Boletín de Coyuntura Empresarial de La Rioja [camaracomerciorioja.com]	0,11%	-	0,00%	-	0,00%	-	-
Danza en escena [danza.es]	0,11%	-	0,00%	-	0,00%	-	-
Actualidad Rioja Baja	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	-	-
Avanza-CCOO [avanzariojaccoo.es]	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	-	-
La Canela [fuenmayor.org]	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	-	-
Info olivo [infolivo.com]	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	-	-
Kalakorikos [dialnet.unirioja.es]	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	-	-
Médicos Rioja-Colegio de Médicos [medicosrioja.com]	0,00%	-	0,00%	-	0,00%	-	-

Radios generalistas	Últimos 30 días	Días laborables	Fin de semana	Nº encuestas frecuentes	Frecuentes 4 o 5 días de lunes a viernes, y en fin de semana (sábado y/o domingo)
Cadena SER [Datos agrupados]	15,93%	13,18%	8,12%	71	7,50%
Radio Rioja Cadena SER AM FM	7,91%	7,07%	3,90%	34	3,59%
Cadena SER Calahorra	5,59%	4,11%	2,85%	25	2,64%
Cadena SER Haro	2,43%	2,00%	1,37%	12	1,27%
Cadena COPE [Datos agrupados]	16,24%	12,77%	7,07%	61	6,44%
Cadena COPE Rioja Media y Rioja Alta	12,55%	9,92%	5,49%	47	4,96%
Cadena COPE Rioja Baja	3,69%	2,85%	1,58%	14	1,48%
Onda Cero Radio	6,54%	4,85%	3,69%	31	3,27%
Radio Nacional de España [Datos agrupados]	7,17%	5,91%	4,53%	40	4,11%
Radio Nacional de España Radio 1	5,80%	4,54%	3,48%	30	3,16%
Radio Nacional de España Radio 5	1,37%	1,37%	1,05%	10	0,95%
ES. Radio	0,63%	0,53%	0,32%	2	0,21%
Radio MARCA	0,53%	0,53%	0,32%	1	0,11%
Onda Cero Calahorra	0,42%	0,32%	0,11%	1	0,11%
Radio Arnedo	0,42%	0,21%	0,11%	1	0,11%
Onda Fuenmayor	0,00%	0,00%	0,00%	0	0,00%
Radio La Calzada es radio	0,00%	0,00%	0,00%	0	0,00%

Radios musicales	Últimos 30 días	Días laborables	Fin de semana	N ^a encuestas frecuentes	Frecuentes 4 o 5 días de lunes a viernes, y en fin de semana (sábado y/o domingo)
Cadena 100 Logroño y Rioja Alta	12,13%	9,49%	4,32%	37	3,90%
Los Cuarenta Principales	8,97%	6,54%	4,64%	34	3,69%
Cadena Dial	6,65%	5,06%	2,43%	17	1,79%
Megastar FM Logroño	6,43%	4,43%	3,16%	25	2,64%
Rock FM Logroño y Rioja	6,12%	4,01%	2,53%	20	2,11%
Europa FM	5,70%	4,01%	2,32%	18	1,90%
Radio Nacional de España Radio 3	2,00%	1,48%	1,27%	12	1,16%
Canal Ebro Haro	2,22%	1,69%	1,05%	9	0,95%
KISS FM	2,11%	1,37%	1,05%	8	0,84%
Canal Ebro Arnedo	1,37%	0,95%	0,42%	4	0,42%
Cadena Dial Haro	1,05%	0,63%	0,42%	4	0,42%
Melodía FM	0,42%	0,42%	0,32%	3	0,32%
Radio OLE	0,53%	0,32%	0,21%	1	0,11%
Vive La Rioja	0,11%	0,00%	0,11%	0	0,00%
Radio Autol Música	0,00%	0,00%	0,00%	0	0,00%

Radios otras temáticas	Últimos 30 días	Días laborables	Fin de semana	N ^a encuestas frecuentes	Frecuentes 4 o 5 días de lunes a viernes, y en fin de semana (sábado y/o domingo)
Radio María	0,63%	0,53%	0,63%	5	0,53%

Televisión regional o local	Últimos 30 días	Días laborables	Fin de semana	N ^a encuestas frecuentes	Frecuentes 4 o 5 días de lunes a viernes, y en fin de semana (sábado y/o domingo)
La Rioja 7 TV	14,56%	7,49%	4,75%	35	3,69%
TVR (Vocento)	11,50%	5,38%	3,69%	24	2,53%
Sintonía Televisión (STV)	0,95%	0,53%	0,42%	3	0,32%

Anexo 2:

INFERENCIA DE DATOS DE AUDIENCIA A LA POBLACIÓN

Inferencia de estadísticos (datos de la muestra) de los últimos treinta días, al conjunto de la población residente en La Rioja de 15 años y más (Base: 271.352 habitantes).

Audiencias generales

Medios regionales/locales	Estadístico	Población
Prensa diaria escrita	40,19%	109.084
Publicaciones no diarias	20,78%	56.441
Prensa digital generalista	37,45%	101.486
Prensa digital temática	9,70%	26.321
Radio	70,46%	191.303
Televisión	23,84%	64.582
	948	271.352

Audiencias por medios

Prensa diaria escrita regional o local

	Estadístico	Población
Diario La Rioja	34,81%	94.458
El Día de La Rioja	7,59%	20.609
El Correo. Edición Haro-Miranda	0,84%	2.290
	948	271.352

Publicaciones no diarias regionales o locales de temática generalista

	Estadístico	Población
De Buena Fuente (Ayto. Logroño)	9,49%	25.761
Gente La Rioja	4,43%	12.022
La Brújula	3,16%	8.587
Escaparate	2,74%	3.721
La Voz del Najerilla	1,16%	3.721
	948	271.352

Publicaciones no diarias regionales o locales de temática especializada

	Estadístico	Población
Rioja Sport	0,84%	2.290
Cuaderno de Campo	0,21%	572
Campo Riojano - ARAJ ASAJA	0,11%	286
La Crónica de Alfaro	0,11%	286
La GuiaGo	0,00%	-
FER Magazine	0,00%	-
La Unión - UAGR	0,00%	-
Lararium Rev. Humanístico Literaria	0,00%	-
Belezos (IER)	0,00%	-
Piedra de Rayo	0,00%	-
Fragmentos – Colegio de Arquitectos de La Rioja	0,00%	-
Peregrino - Asociación Camino de Santiago	0,00%	-
Revista Fábula Literaria	0,00%	-
El Regadío - Cenicero	0,00%	-
Gracurris - Estudios Alfareños	0,00%	-
Diario de Vendimia	0,00%	-
	948	271.352

Diarios digitales regionales o locales de temática generalista

	Estadístico	Población
larioja.com	26,16%	70.987
nuevecuatrouno.com	15,61%	42.363
rioja2.com	6,65%	18.033
eldiadelarioja.es	2,95%	8.015
radiorioja.es	0,53%	1.431
labrújuladecalahorra.com	0,53%	1.431
harodigital.com	0,32%	859
De Buena Fuente (logroño.es)	0,32%	859
elcorreo.com (Haro)	0,32%	859
gentedigital.es	0,21%	572
lavozdelnajerilla.com	0,11%	286
lanoticia.es	0,11%	286
yoleoescaparate.com	0,11%	286
Actualidad Rioja Baja	0,11%	286
	948	271.352

**Diarios digitales regionales o locales
de temática especializada**

	Estadístico	Población
elbalcondemateo.es	4,54%	12.308
laprensadelrioja.com	2,53%	6.870
Fer Magazine [fer.es]	0,84%	2.290
laguiago.com	0,63%	1.717
lanoticia.es	0,63%	1.717
Lararium [revistalararium.blogspot.com]	0,53%	1.431
Cuaderno de Campo [larioja.org]	0,53%	1.431
revistariojasport.com	0,21%	572
spoonful.es	0,11%	286
Campo Riojano [aragasaja.com]	0,11%	286
La Unión [uagr.org]	0,11%	286
Saludable-Rioja Salud [www.riojasalud.es]	0,11%	286
Boletín de Coyuntura Empresarial de La Rioja [camaracomerciorioja.com]	0,11%	286
Danza en escena [danza.es]	0,11%	286
Actualidad Rioja Baja	0,00%	-
Avanza-CCOO [avanzariojaccoo.es]	0,00%	-
La Canela [fuenmayor.org]	0,00%	-
Info olivo [infolivo.com]	0,00%	-
Kalakorikos [dialnet.unirioja.es]	0,00%	-
Médicos Rioja-Colegio de Médicos [medicosrioja.com]	0,00%	-
	948	271.352

Radios	Estadístico	Población
Cadena COPE Logroño y Rioja Alta	12,55%	34.064
Cadena 100 Logroño y Rioja Alta	12,13%	32.917
Los Cuarenta Principales	8,97%	24.330
Radio Rioja Cadena SER AM FM	7,91%	21.468
Cadena Dial	6,65%	18.033
Onda Cero Radio	6,54%	17.747
Megastar FM Logroño	6,43%	17.460
Rock FM Logroño y Rioja	6,12%	16.602
Radio Nacional de España Radio 1	5,80%	15.743
Europa FM	5,70%	15.457
Cadena SER Calahorra	5,59%	15.171
Cadena COPE Rioja Baja	3,69%	10.016
Cadena SER Haro	2,43%	6.583
Canal Ebro Haro	2,22%	6.011
KISS FM	2,11%	5.725
Radio Nacional de España Radio 3	2,00%	5.438
Radio Nacional de España Radio 5	1,37%	3.721
Canal Ebro Arnedo	1,37%	3.721
Cadena Dial Haro	1,05%	2.862
Radio María	0,63%	1.717
ES. Radio	0,63%	1.717
Radio OLE	0,53%	1.431
Radio MARCA	0,53%	1.431
Onda Cero Calahorra	0,42%	1.145
Melodía FM	0,42%	1.145
Radio Arnedo	0,42%	1.145
Vive La Rioja	0,11%	286
Radio Autol Música	0,00%	-
Onda Fuenmayor	0,00%	-
Radio La Calzada es radio	0,00%	-
	948	271.352

Televisión regional o local	Estadístico	Población
La Rioja 7 TV	14,56%	39.505
TVR (Vocento)	11,50%	31.203
Sintonía Televisión (STV)	0,95%	2.576
	948	271.352

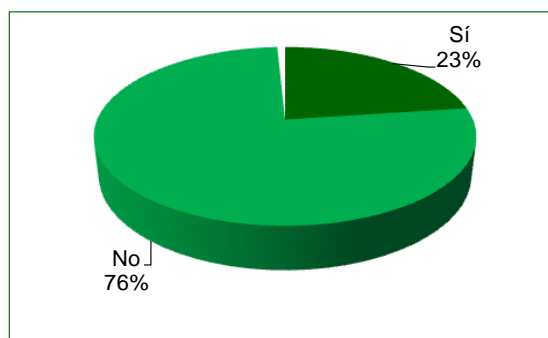
Anexo 3: PERCEPCIÓN DE LA PUBLICIDAD

PRENSA DIARIA ESCRITA

El 26,79% (254) de los entrevistados son lo que consideramos lectores “frecuentes” de prensa diaria escrita regional o local, leen bien 4 ó 5 días de lunes a viernes, o bien sábado y/o domingo alguna cabecera regional o local.

Sobre la publicidad inserta en estas publicaciones...

Recuerdo_ El 22,83% (58) de esos lectores “frecuentes” de prensa diaria escrita regional o local recuerda algún anuncio visto en la misma.

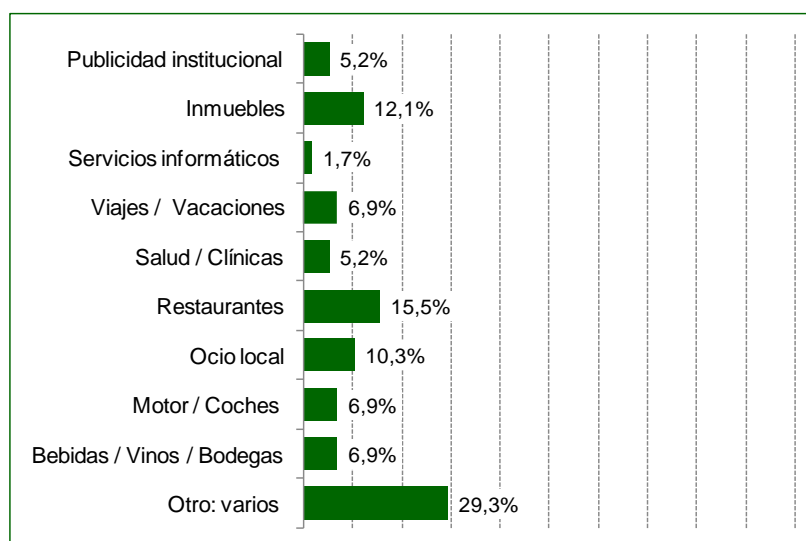


Productos, servicios o información que publicitaban_

Entre quienes recuerdan algún anuncio visto en la prensa diaria escrita regional o local, los productos, servicios o información publicitada que más interesó a estos lectores “frecuentes” hacen referencia a: restaurantes (al 15,2%), inmuebles (al 12,1%) y ocio local (al 10,3%).

Productos, servicios información

Publicidad institucional	5,17%
Inmuebles	12,07%
Servicios informáticos	1,72%
Viajes / Vacaciones	6,90%
Salud / Clínicas	5,17%
Restaurantes	15,52%
Ocio local	10,34%
Motor / Coches	6,90%
Bebidas / Vinos / Bodegas	6,90%
Otro: varios	29,31%
Base	(58)

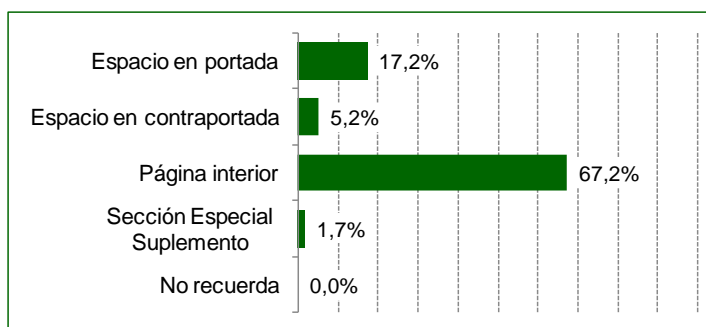


Ubicación de los anuncios recordados_

Entre quienes recuerdan alguno de estos anuncios, señalan su ubicación el 67,2% en páginas; y tan solo un 1,7% la recuerda en una Sección Especial o en un Suplemento.

Ubicación

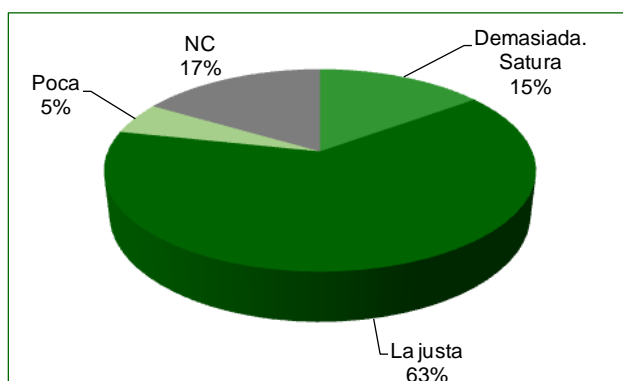
Espacio en portada	17,24%
Espacio en contraportada	5,17%
Página interior	67,24%
Sección Especial / Suplemento	1,72%
No recuerda	0,00%
Base	(58)



Evaluación de la cantidad de publicidad_ El 15% de los lectores “frecuentes” de prensa diaria escrita cree que la publicidad que se inserta en los diarios es demasiada, que llega a saturar; un 63,4% piensa que es la justa, la que conviene; y un 5,1% opina que es poca. Un 16,5% no manifiesta opinión.

Evaluación: cantidad

Demasiada y llega a saturar	14,96%
La justa / la que conviene	63,39%
Poca	5,12%
NC	16,54%
Base	(254)

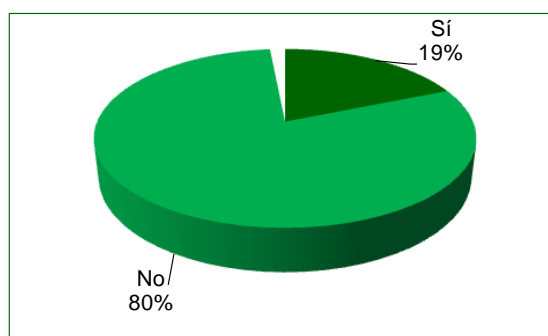


PUBLICACIONES NO DIARIAS ESCRITAS

El 20,8% (197) de los entrevistados han leído publicaciones no-diarias escritas de ámbito regional o local en el último mes de referencia (últimos 30 días).

Sobre la publicidad inserta en estas publicaciones...

Recuerdo_ El 18,8% (37) de esos lectores en el último mes de publicaciones no-diarias escritas recuerda algún anuncio visto en las mismas.

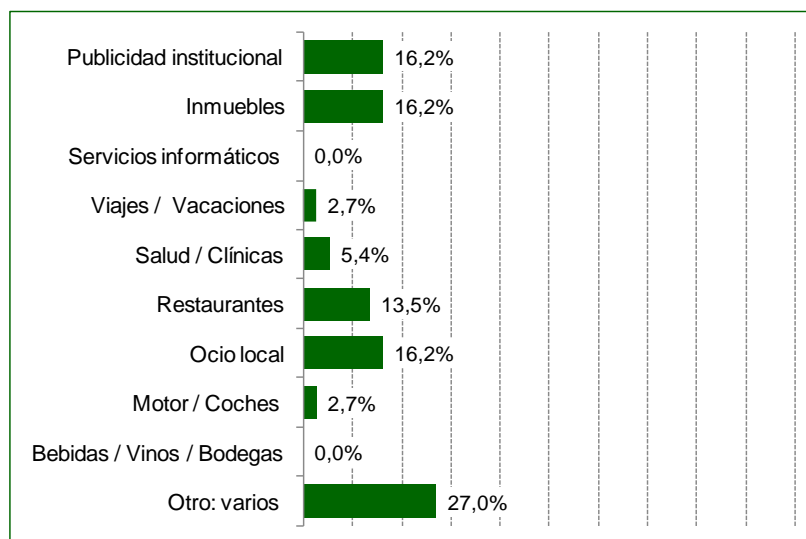


Productos, servicios o información que publicitaban_

Entre quienes recuerdan algún anuncio visto en publicaciones no-diarias escritas regionales o locales, los productos, servicios o información publicitada que más interesó a estos lectores en el último mes hacen referencia a: publicidad institucional, inmuebles, y ocio local (los tres al 16,2%), y restaurantes (al 13,5%).

Productos, servicios información

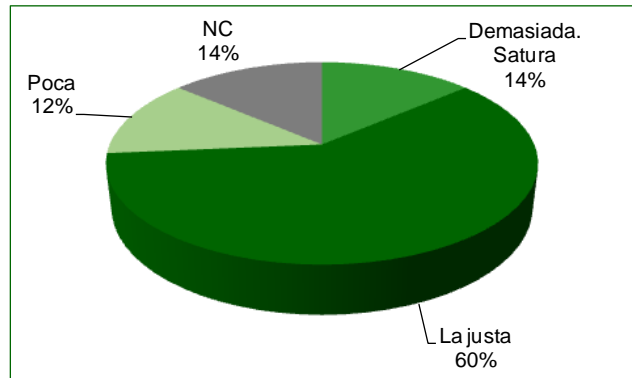
Publicidad institucional	16,22%
Inmuebles	16,22%
Servicios informáticos	0,00%
Viajes / Vacaciones	2,70%
Salud / Clínicas	5,41%
Restaurantes	13,51%
Ocio local	16,22%
Motor / Coches	2,70%
Bebidas / Vinos / Bodegas	0,00%
Otro: varios	27,03%
Base	(37)



Evaluación de la cantidad de publicidad_ El 13,7% de los lectores en el último mes de publicaciones no-diarias escritas cree que la publicidad que se inserta en los diarios es demasiada, que llega a saturar; un 59,9% piensa que es la justa, la que conviene; y un 12,7% opina que es poca. Un 13,7% no manifiesta opinión.

Evaluación: cantidad

Demasiada y llega a saturar	13,71%
La justa / la que conviene	59,90%
Poca	12,69%
NC	13,71%
Base	(197)

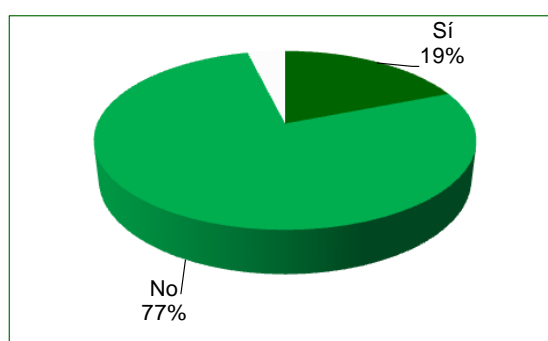


PUBLICACIONES DIGITALES GENERALISTAS

El 25% (237) de los entrevistados son lo que consideramos lectores “frecuentes” de prensa digital regional o local de temática generalista, leen bien 4 ó 5 días de lunes a viernes, o bien sábado y/o domingo, incluso varias veces al día, alguna publicación digital regional o local.

Sobre la publicidad inserta en estas publicaciones...

Recuerdo El 18,99% (45) de esos lectores “frecuentes” de publicaciones digitales regionales o locales de temática generalista recuerda algún anuncio visto en la misma.

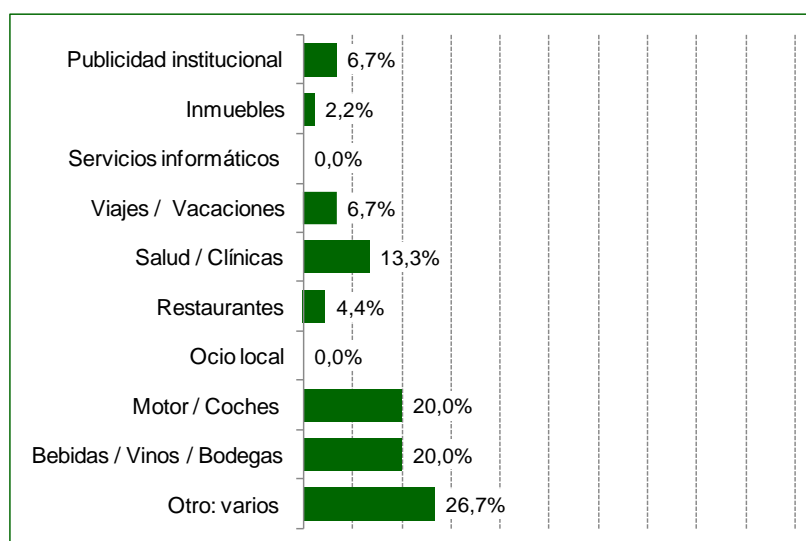


Productos, servicios o información que publicitaban

Entre quienes recuerdan algún anuncio visto en la prensa digital regional o local de temática generalista, los productos, servicios o información publicitada que más interesó a estos lectores “frecuentes” hacen referencia a: motor y/o coches, y bebidas y/o vinos y/o bodegas (ambos al 20%), y salud y/o clínicas (al 13,3%).

Productos, servicios información

Publicidad institucional	6,67%
Inmuebles	2,22%
Servicios informáticos	0,00%
Viajes / Vacaciones	6,67%
Salud / Clínicas	13,33%
Restaurantes	4,44%
Ocio local	0,00%
Motor / Coches	20,00%
Bebidas / Vinos / Bodegas	20,00%
Otro: varios	26,67%
Base	(45)

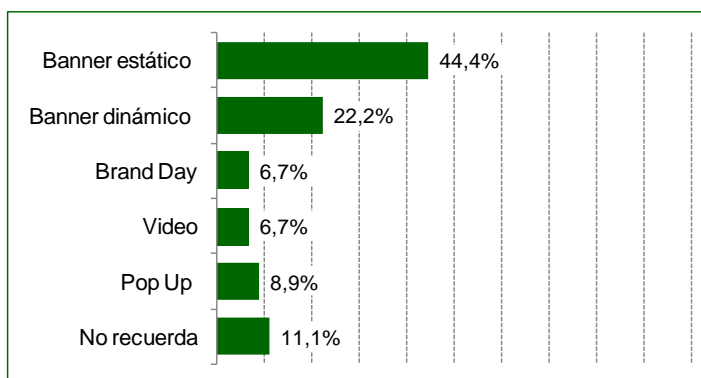


Tipo de publicidad_

Entre quienes recuerdan alguno de estos anuncios, el 44,4% señalan cómo tipo de anuncio que se trataba de un banner estático; y a distancia, el 22,2% que se trataba de un banner dinámico.

Tipo de anuncio

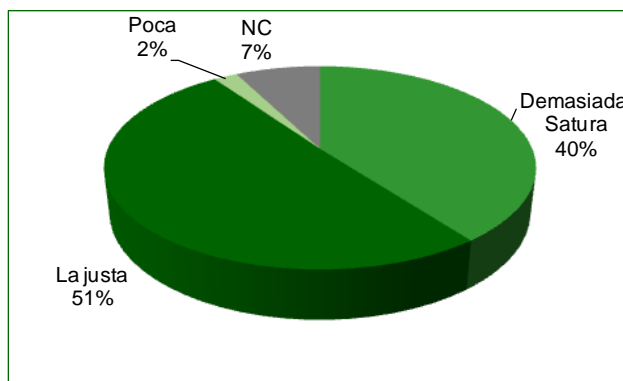
Banner estático	44,44%
Banner dinámico	22,22%
Brand Day	6,67%
Video	6,67%
Pop Up	8,89%
No recuerda	11,11%
Base	(45)



Evaluación de la cantidad de publicidad_ El 39,7% de los lectores “frecuentes” de prensa digital regional o local de temática generalista cree que la publicidad que se inserta en los diarios es demasiada, que llega a saturar; un 50,6% cree que es la justa, la que conviene; y un 2,1% cree que es poca. Un 7,6% no manifiesta opinión.

Evaluación: cantidad

Demasiada y llega a saturar	39,66%
La justa / la que conviene	50,63%
Poca	2,11%
NC	7,59%
Base	(237)

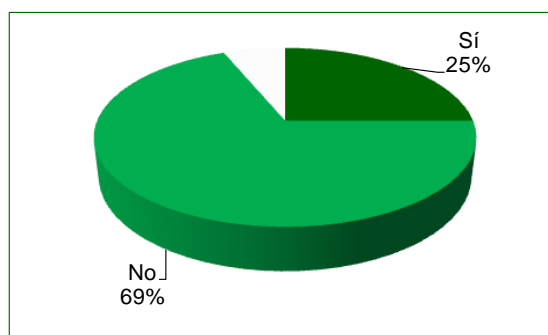


PUBLICACIONES DIGITALES DE TEMÁTICA ESPECIALIZADA

El 3,38% (32) de los entrevistados son lo que consideramos lectores “frecuentes” de prensa digital regional o local de temática especializada, leen bien 4 ó 5 días de lunes a viernes, o bien sábado y/o domingo, incluso varias veces al día, alguna publicación digital regional o local.

Sobre la publicidad inserta en estas publicaciones...

Recuerdo_ El 25,00% (8) de esos lectores “frecuentes” de publicaciones digitales regionales o locales de temática especializada recuerda algún anuncio visto en la misma.

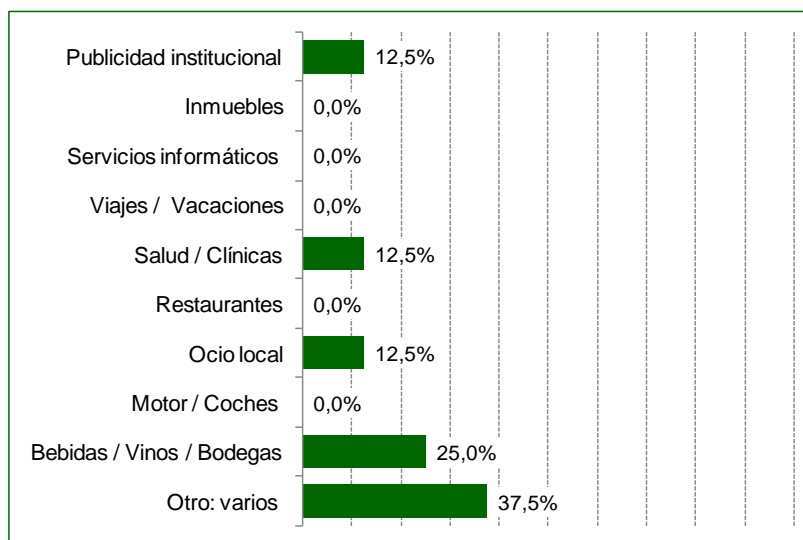


Productos, servicios o información que publicitaban_

Entre quienes recuerdan algún anuncio visto en la prensa digital regional o local de temática especializada, los productos, servicios o información publicitada que más interesó a estos lectores “frecuentes” hacen referencia a: bebidas y/o vinos y/o bodegas (al 25%), seguido de publicidad institucional, salud y/o clínicas, y ocio local (los tres al 12,5%)

Productos, servicios información

Publicidad institucional	12,50%
Inmuebles	0,00%
Servicios informáticos	0,00%
Viajes / Vacaciones	0,00%
Salud / Clínicas	12,50%
Restaurantes	0,00%
Ocio local	12,50%
Motor / Coches	0,00%
Bebidas / Vinos / Bodegas	25,00%
Otro: varios	37,50%
Base	(8)

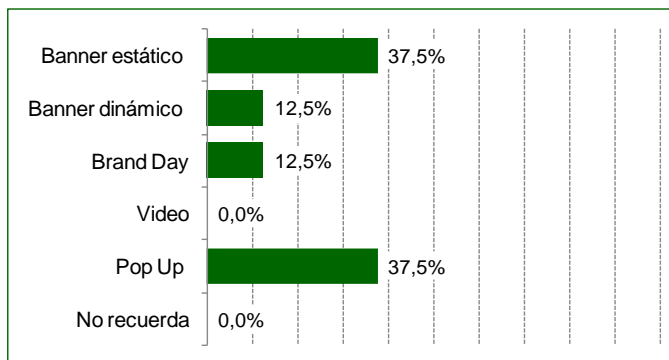


Tipo de publicidad_

Entre quienes recuerdan alguno de estos anuncios, el 37,5% señala cómo tipo de anuncio que se trataba de un banner estático, y otro 37,5 que se trataba de un Pop Up.

Tipo de anuncio

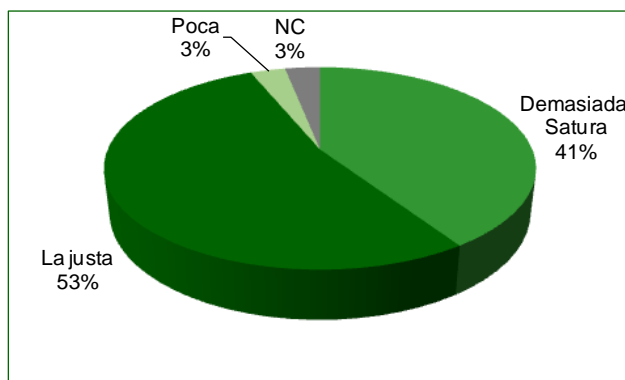
Banner estático	37,50%
Banner dinámico	12,50%
Brand Day	12,50%
Video	0,00%
Pop Up	37,50%
No recuerda	0,00%
Base	(8)



Evaluación de la cantidad de publicidad_ El 22,8% de los lectores “frecuentes” de prensa digital regional o local de temática especializada cree que la publicidad que se inserta en los diarios es demasiada, que llega a saturar; un 66,3% cree que es la justa, la que conviene; y un 2,2% cree que es poca. Un 8,7% no contesta

Evaluación: cantidad

Demasiada y llega a saturar	40,63%
La justa / la que conviene	53,13%
Poca	3,13%
NC	3,13%
Base	(32)

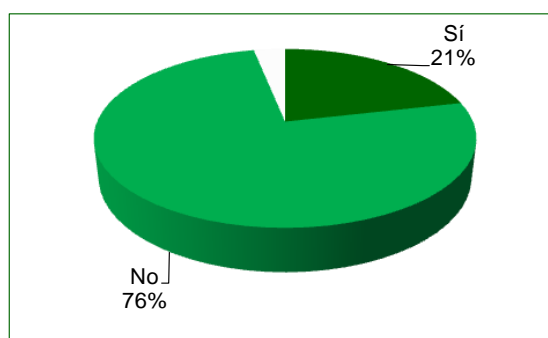


RADIO

El 60,13% (570) de los entrevistados son lo que consideramos oyentes “frecuentes” de radio, escuchan bien 4 ó 5 días de lunes a viernes, o bien sábado y/o domingo alguna emisora de radio.

Sobre la publicidad inserta en radio...

Recuerdo_ El 21,40% (122) de esos oyentes “frecuentes” de radio recuerda algún anuncio escuchado en la misma.

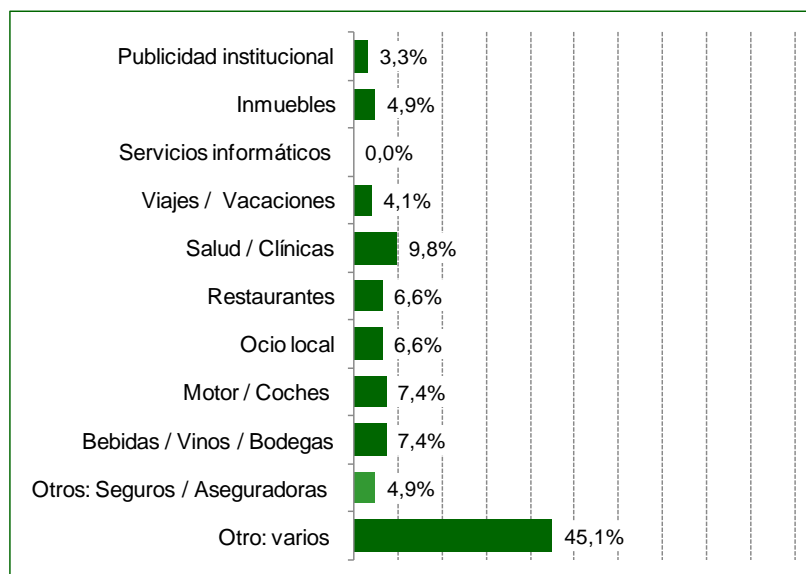


Productos, servicios o información que publicitaban_

Entre quienes recuerdan algún anuncio escuchado en radio, los productos, servicios o información publicitada que más interesó a estos oyentes “frecuentes” hacen referencia a: salud y/o clínicas (al 9,8%), y motor y/o coches, y bebidas y/o vinos y/o bodegas (ambos al 7,4%). Recogemos el ítem “seguros y/o aseguradoras” como respuesta espontánea dada por el 4,9%.

Productos, servicios información

Publicidad institucional	3,28%
Inmuebles	4,92%
Servicios informáticos	0,00%
Viajes / Vacaciones	4,10%
Salud / Clínicas	9,84%
Restaurantes	6,56%
Ocio local	6,56%
Motor / Coches	7,38%
Bebidas / Vinos / Bodegas	7,38%
Otro: Seguros / Aseguradoras	4,92%
Otro: varios	45,08%
Base	(122)

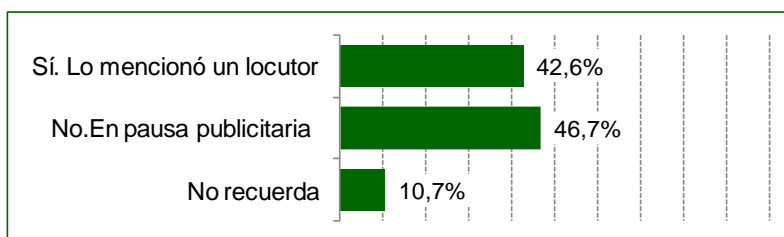


Mención por un locutor _

Entre quienes recuerdan alguno de estos anuncios, el 42,6% recuerda que el anuncio de que se trata fue mencionado o realizado por un locutor; y un 46,72% que no, que se trataba de un anuncio emitido en una pausa publicitaria.

Mención

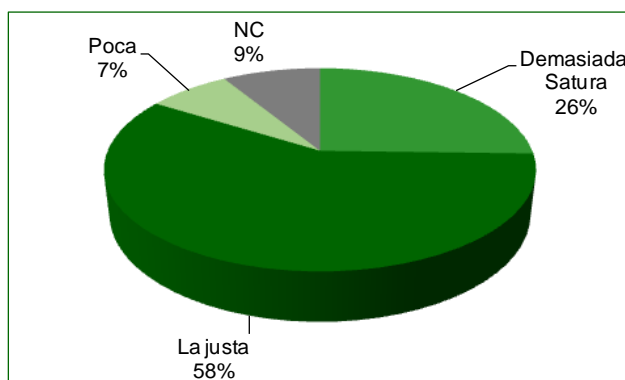
Sí. Lo mencionó un locutor	42,62%
No. En pausa publicitaria	46,72%
No recuerda	10,66%
Base	(122)



Evaluación de la cantidad de publicidad_ El 25,4% de los oyentes “frecuentes” de radio cree que la publicidad que se inserta en las emisoras que escucha es demasiada, que llega a saturar; un 58,4% cree que es la justa, la que conviene; y un 7,4% cree que es poca. Un 8,8% no manifiesta opinión.

Evaluación: cantidad

Demasiada y llega a saturar	25,44%
La justa / la que conviene	58,42%
Poca	7,37%
NC	8,77%
Base	(570)

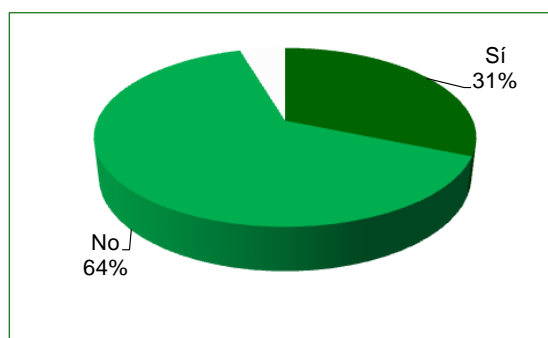


TELEVISIÓN

El 13,82% (131) de los entrevistados son lo que consideramos televidentes “frecuentes” de televisiones regionales o locales, ven bien 4 ó 5 días de lunes a viernes, o bien sábado y/o domingo alguna de estas televisiones.

Sobre la publicidad inserta en televisión...

Recuerdo_ El 31,30% (41) de esos televidentes “frecuentes” de cadenas regionales o locales recuerda algún anuncio emitido en las mismas.

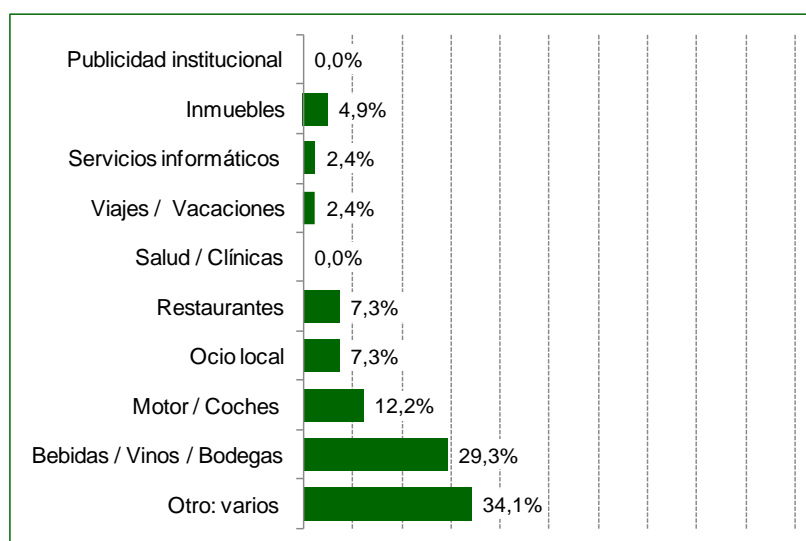


Productos, servicios o información que publicitaban_

Entre quienes recuerdan algún anuncio visto en las televisiones regionales o locales, los productos, servicios o información publicitada que más interesó a estos espectadores “frecuentes” hacen referencia a: bebidas y/o vinos y/ bodegas (al 29,3%), y a motor y/o coches (al 12,2%).

Productos, servicios información

Publicidad institucional	0,00%
Inmuebles	4,88%
Servicios informáticos	2,44%
Viajes / Vacaciones	2,44%
Salud / Clínicas	0,00%
Restaurantes	7,32%
Ocio local	7,32%
Motor / Coches	12,20%
Bebidas / Vinos / Bodegas	29,27%
Otro: varios	34,15%
Base	(41)

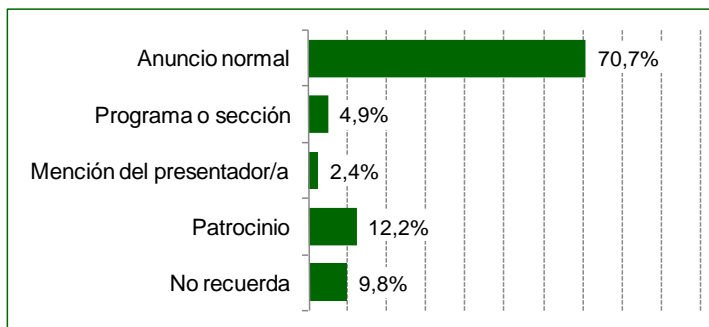


Formato del anuncio _

Entre quienes recuerdan alguno de estos anuncios, el 70,7%, recuerda que se trataba de un anuncio normal.

Formato

Anuncio normal	70,73%
Programa o sección	4,88%
Mención del presentador/a	2,44%
Patrocinio	12,20%
No recuerda	9,76%
Base	(41)



Evaluación de la cantidad de publicidad_ El 61,1% de los televidentes “frecuentes” de cadenas de televisión regionales o locales cree que la publicidad que se inserta en las cadenas que ve es demasiada, que llega a saturar; un 31,3% cree que es la justa, la que conviene; y un 2,3% cree que es poca. Un 5,3% no manifiesta opinión.

Evaluación: cantidad

Demasiada y llega a saturar	61,07%
La justa / la que conviene	31,30%
Poca	2,29%
NC	5,34%
Base	(131)

