OCTUBRE DE 2002
A MAYO DE 2003

R E S U M E N
G E N E R A L

FICHA TÉCNICA

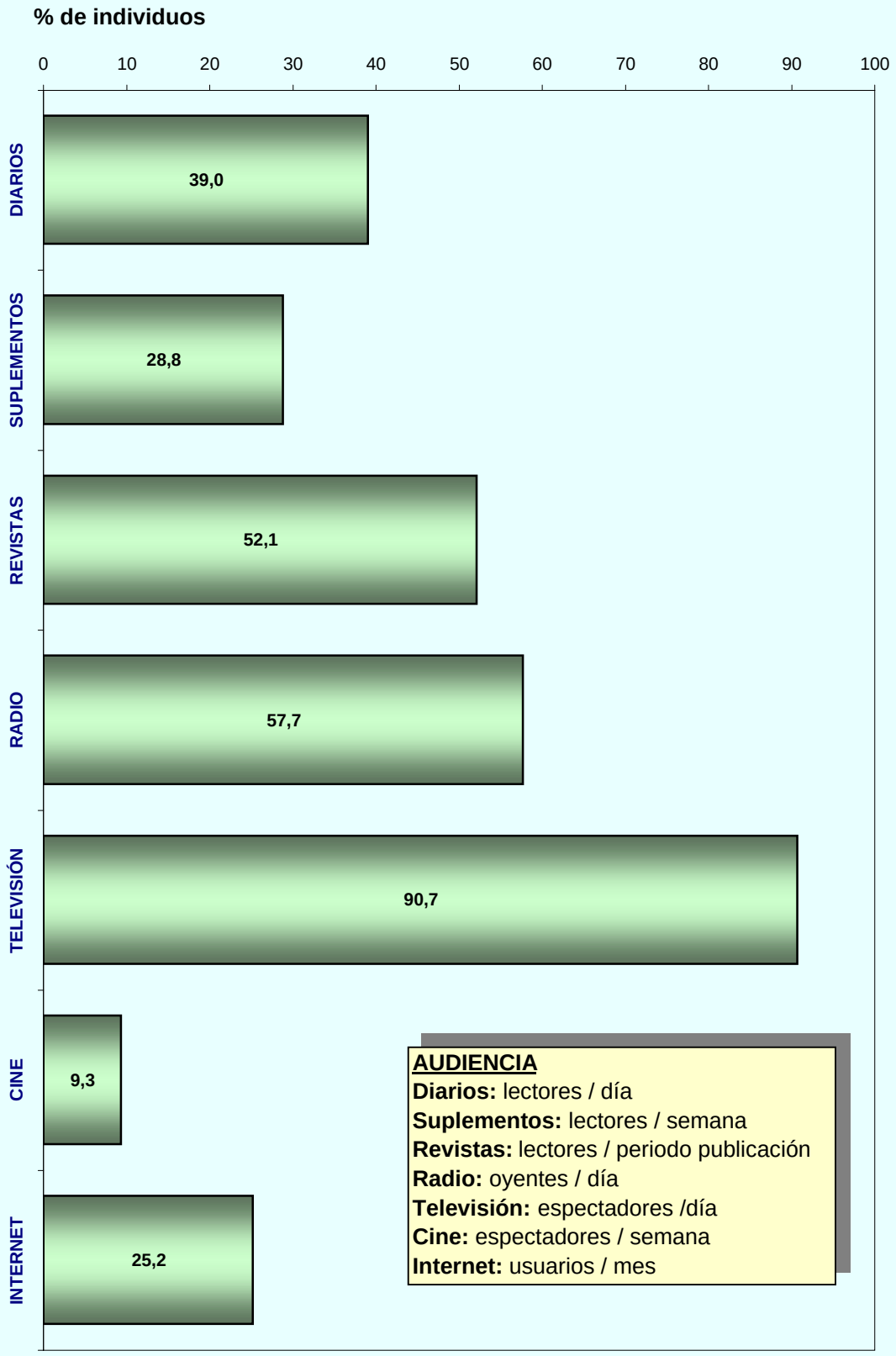
Universo: población de 14 o más años (35.243.000 individuos)
Muestra anual tres últimas olas: 43.994 (+27.057 ampliación medio radio: EGM RADIO XXI)
Método de recogida de información: entrevista "face to face" (+ entrevista telefónica para ampliación radio)
Diseño muestral: selección aleatoria de hogares y elección de una persona del hogar

© AIMC - Prohibida su reproducción total o parcial sin citar a AIMC como fuente y titular de la información y datos.

AIMC - Capitán Haya, 61 - 28020 Madrid - Tel. 91 570 11 74 - Fax: 91 570 20 49 - e.mail: aimc@aimc.es - http://www.aimc.es

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

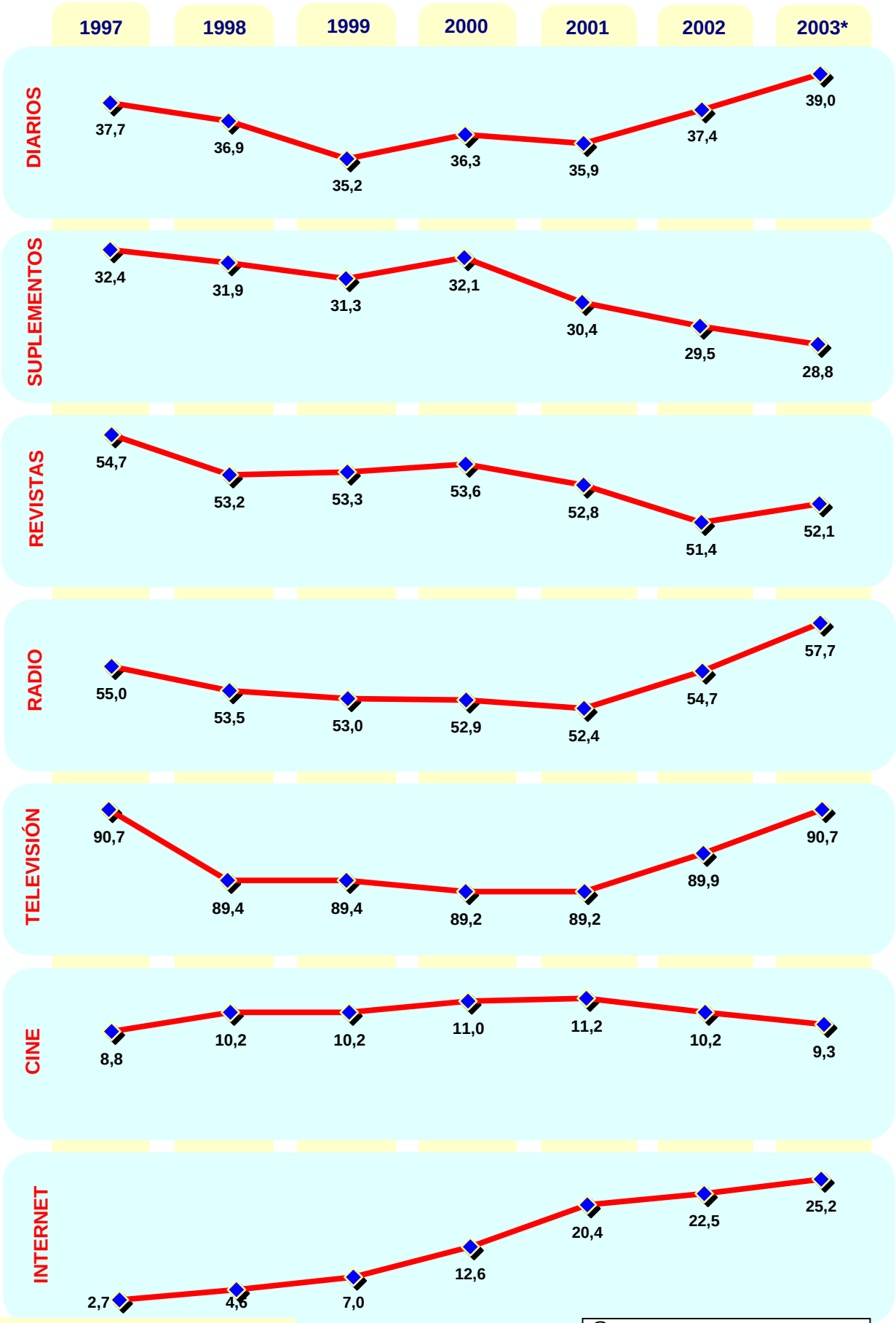
PENETRACIÓN %



© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

EVOLUCIÓN (Penetración %)



* Octubre de 2002 a Mayo de 2003

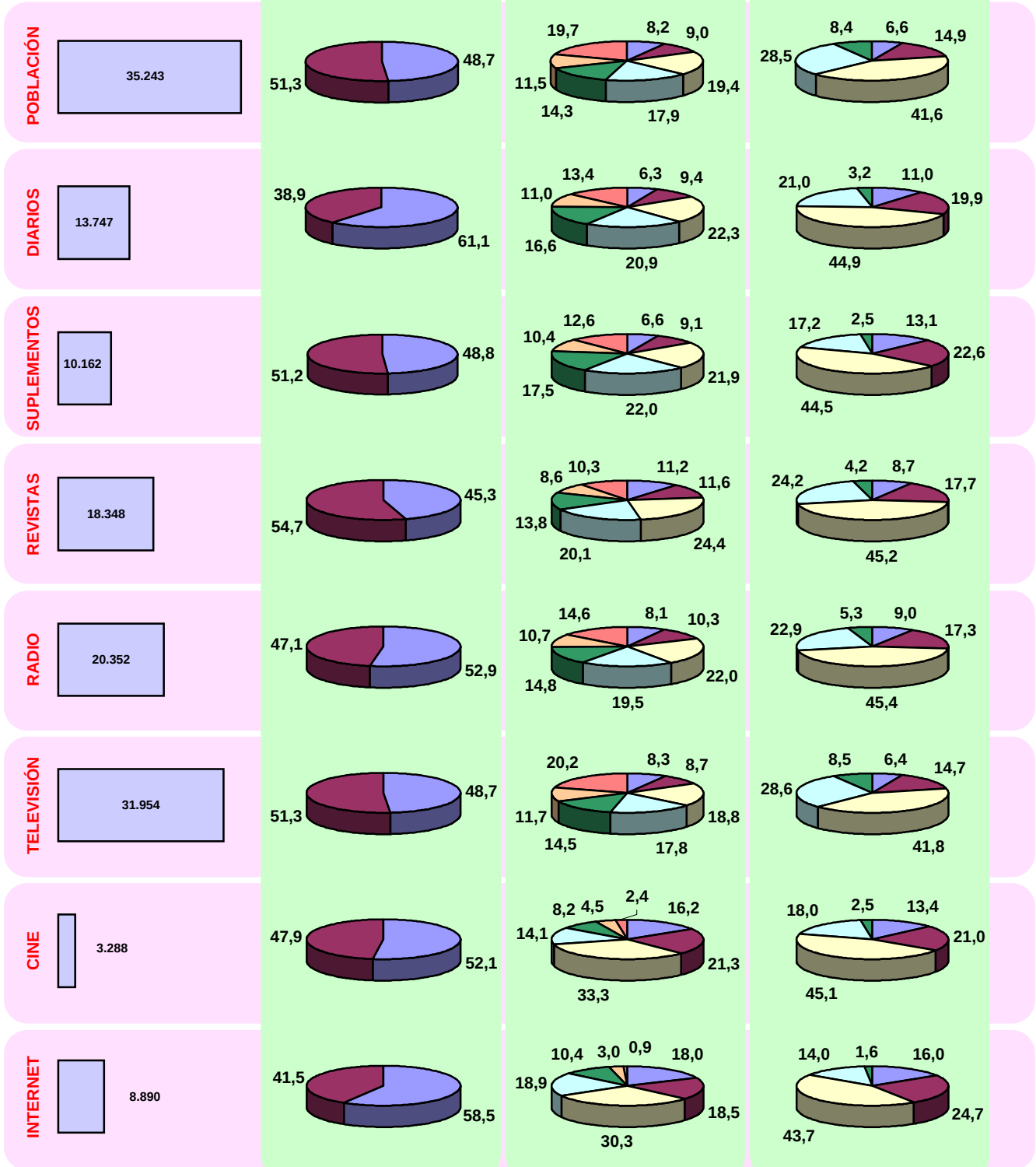
© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

PERFIL %

Individuos (000)

POR SEXO | POR EDAD | POR CLASE SOCIAL



AUDIENCIA
Diarios: lectores / día
Suplementos: lectores / semana
Revistas: lectores / periodo publ.
Radio: oyentes / día
Televisión: espectadores /día
Cine: espectadores / semana
Internet: usuarios / mes

Hombre
Mujer

14 a 19 años
20 a 24 años
25 a 34 años
35 a 44 años
45 a 54 años
55 a 64 años
65 y más años

Alta
Media alta
Media media
Media baja
Baja

© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS

PENETRACIÓN %

Individuos (000)

Perfil de la población

	Individuos (000)	POR SEXO: Hombre	POR SEXO: Mujer	POR EDAD: 14 a 19 años	20 a 24 años	25 a 34 años	35 a 44 años	45 a 54 años	55 a 64 años	65 y más años	POR CLASE SOCIAL: Alta	Media alta	Media media	Media baja	Baja
POBLACIÓN	35.243	48,7	51,3	8,2	9,0	19,4	17,9	14,3	11,5	19,7	6,6	14,9	41,6	28,5	8,4
DIARIOS	13.747	49,0	29,6	30,2	40,7	44,8	45,7	45,4	37,3	26,5	65,0	52,1	42,1	28,8	14,8
SUPLEMENTOS	10.162	28,9	28,8	23,0	29,0	32,5	35,4	35,3	26,2	18,4	57,6	43,8	30,8	17,5	8,6
REVISTAS	18.348	48,5	55,4	71,3	67,4	65,3	58,5	50,3	38,9	27,1	69,1	62,1	56,5	44,2	25,8
RADIO	20.352	62,8	53,0	57,0	66,0	65,3	63,1	59,7	53,9	42,8	67,7	64,7	61,3	51,3	37,2
TELEVISIÓN	31.954	90,8	90,6	91,6	87,8	87,9	90,1	92,0	92,6	92,7	88,1	89,7	91,0	91,1	91,3
CINE	3.288	10,0	8,7	18,4	22,1	16,0	7,4	5,3	3,7	1,2	19,0	13,2	10,1	5,9	2,8
INTERNET	8.890	30,3	20,4	55,4	51,8	39,3	26,7	18,4	6,5	1,1	61,5	41,9	26,5	12,4	4,7

AUDIENCIA
Diarios: lectores / día
Suplementos: lectores / semana
Revistas: lectores / periodo publ.
Radio: oyentes / día
Televisión: espectadores /día
Cine: espectadores / semana
Internet: usuarios / mes

Hombre
Mujer

14 a 19 años
20 a 24 años
25 a 34 años
35 a 44 años
45 a 54 años
55 a 64 años
65 y más años

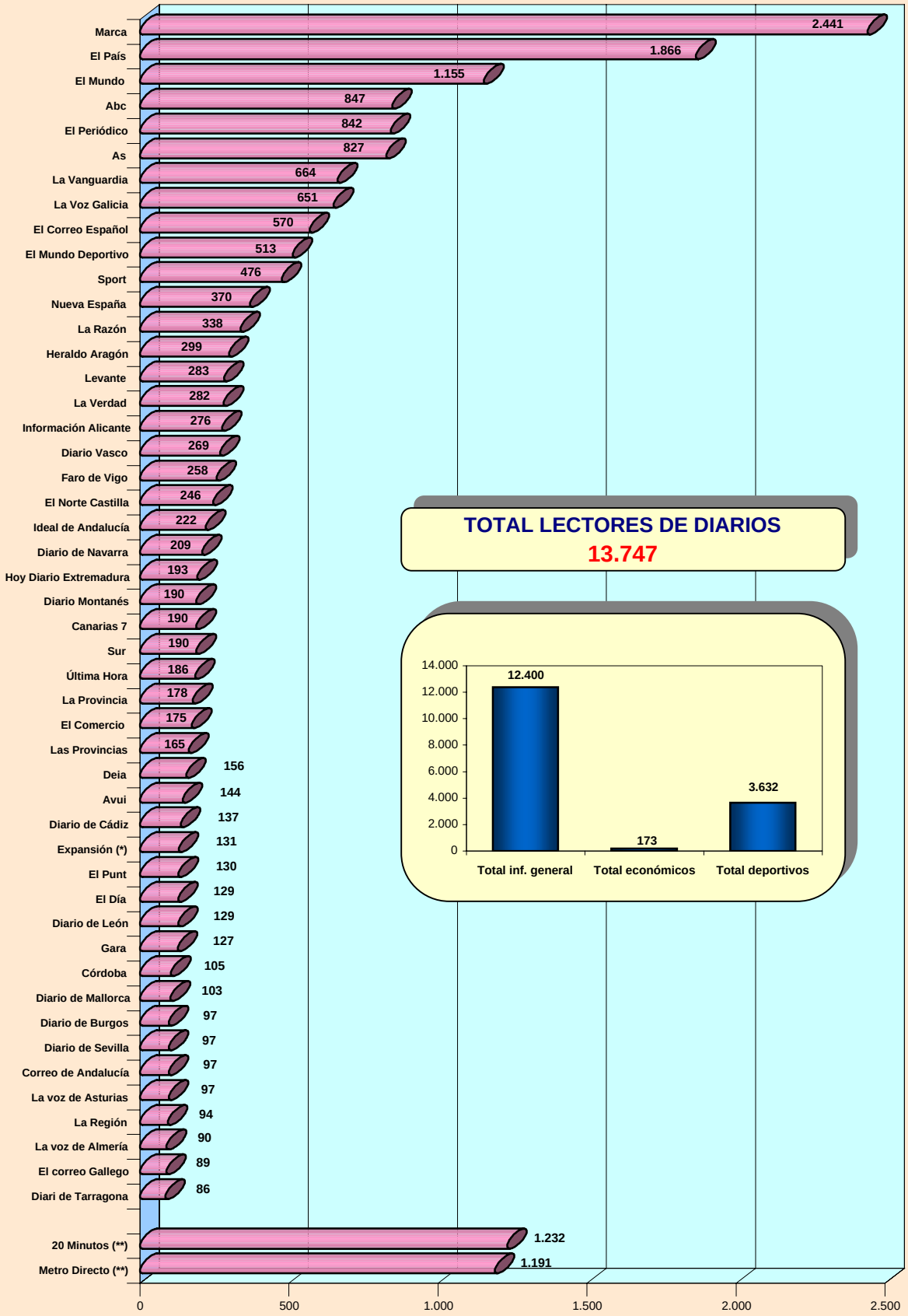
Alta
Media alta
Media media
Media baja
Baja

© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

DIARIOS

Lectores / día (000)



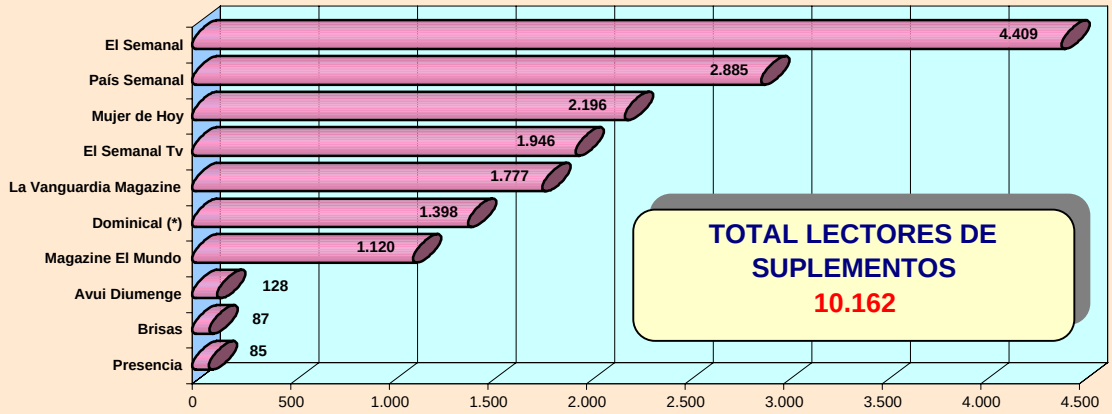
(*) Se publica de lunes a sabado
(**) Se publica de lunes a viernes

© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

SUPLEMENTOS

Lectores / semana (000)

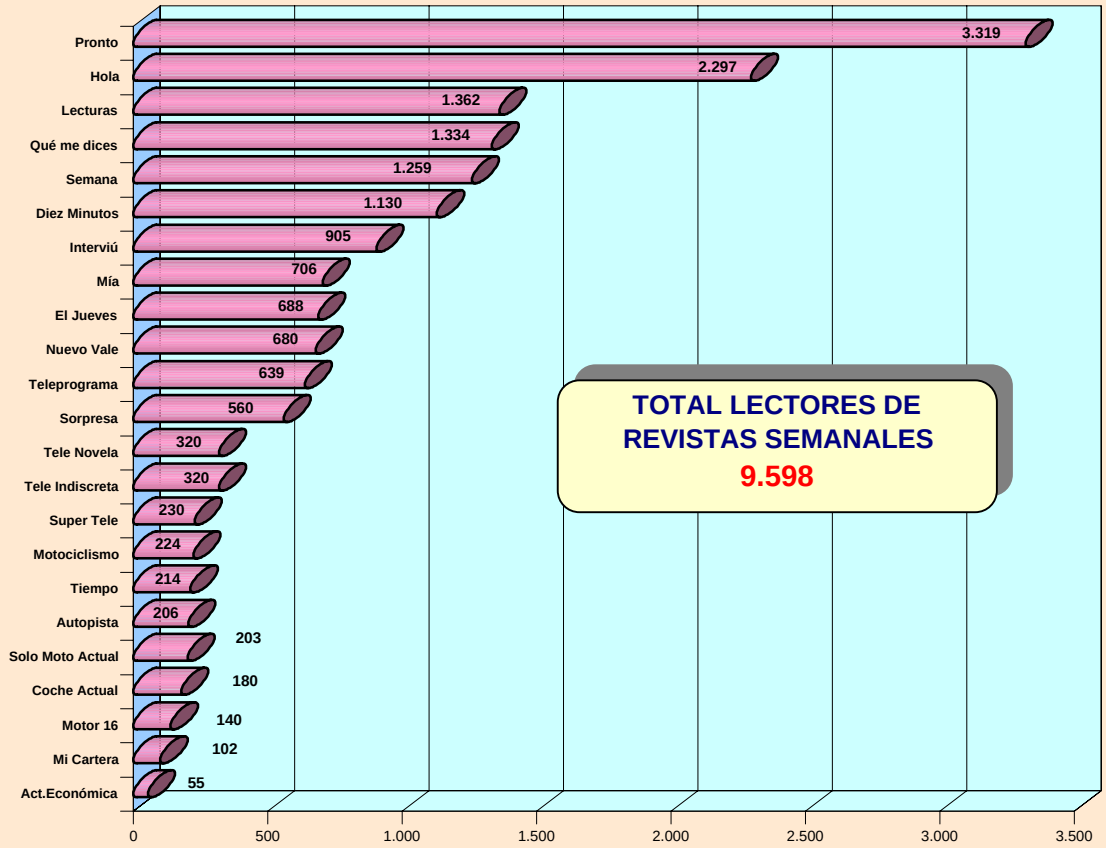


(*) Datos referidos al promedio de 1ª y 2ª ola 2003

© AIMC - Fuente: EGM

REVISTAS SEMANALES

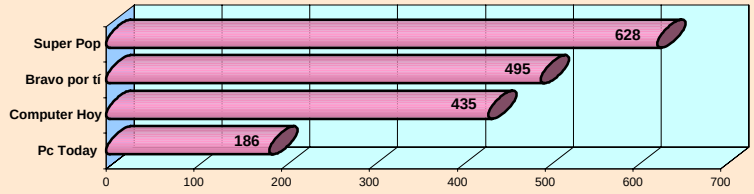
Lectores / semana (000)



© AIMC - Fuente: EGM

REVISTAS QUINCENALES

Lectores / quincena (000)



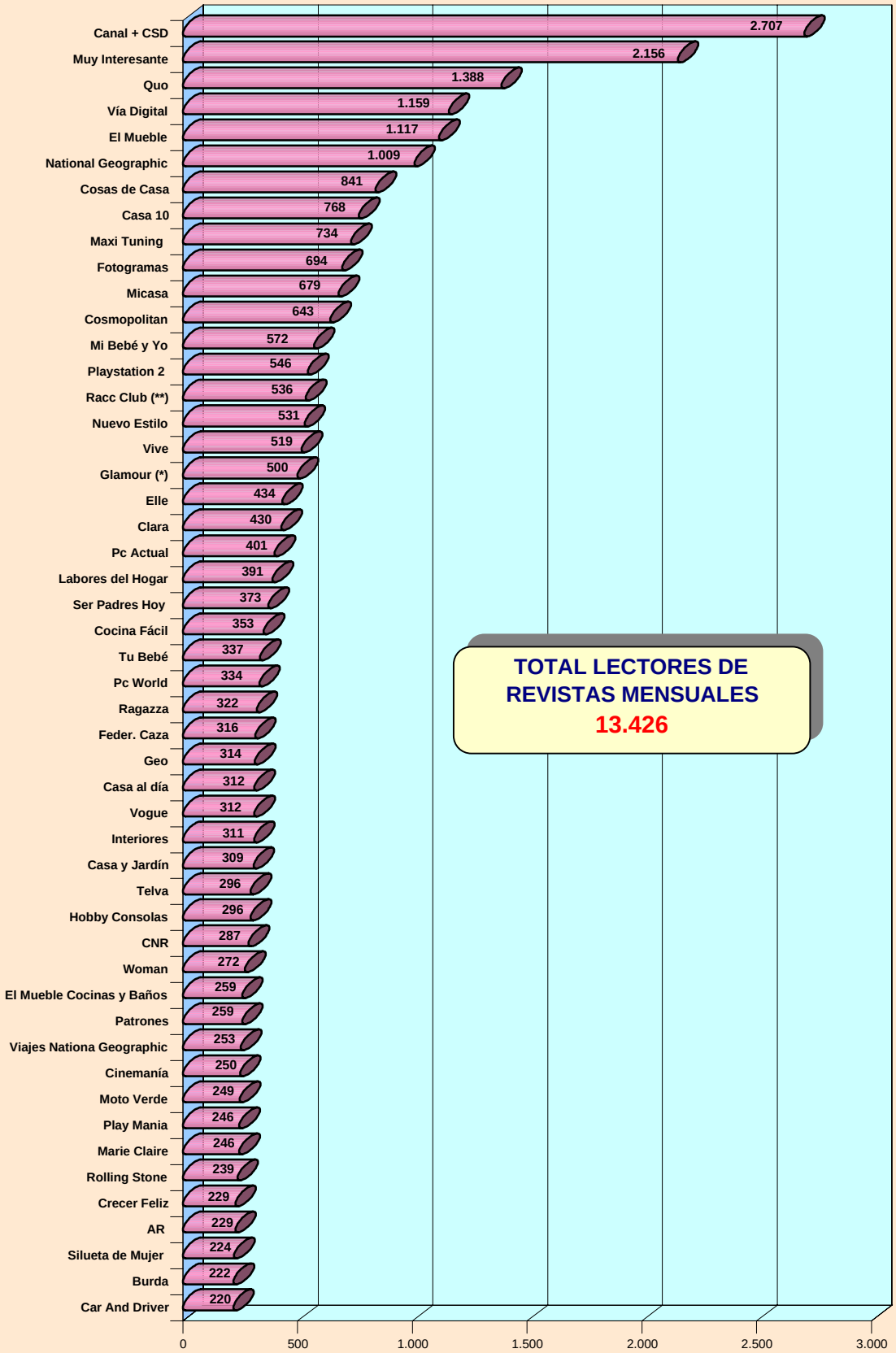
© AIMC - Fuente: EGM

TOTAL LECTORES DE REVISTAS QUINCENALES
1.283

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

REVISTAS MENSUALES

Lectores / mes (000)



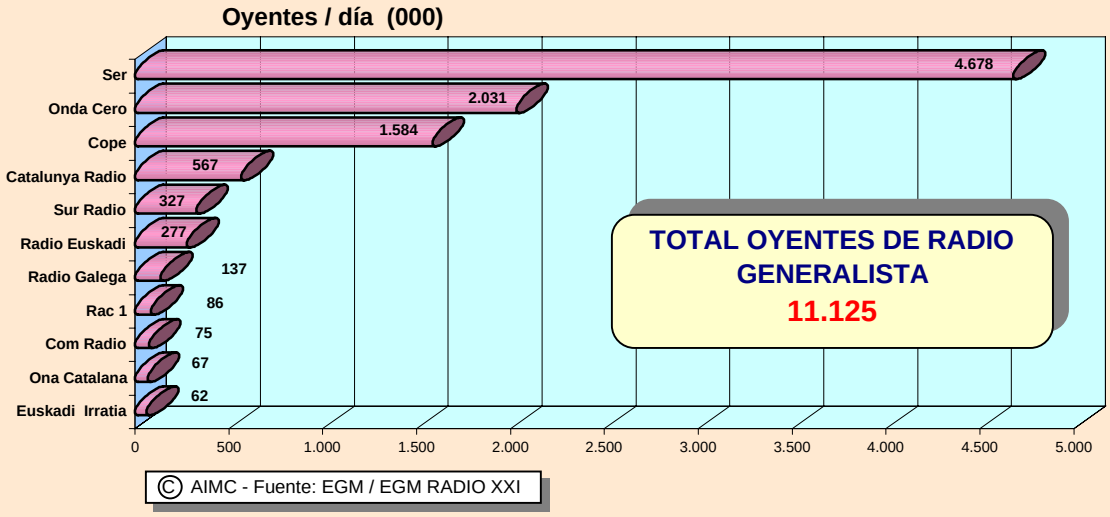
(*) Datos referidos a la 2ª ola 2003

(**) Datos referidos al promedio de 1ª y 2ª ola 2003

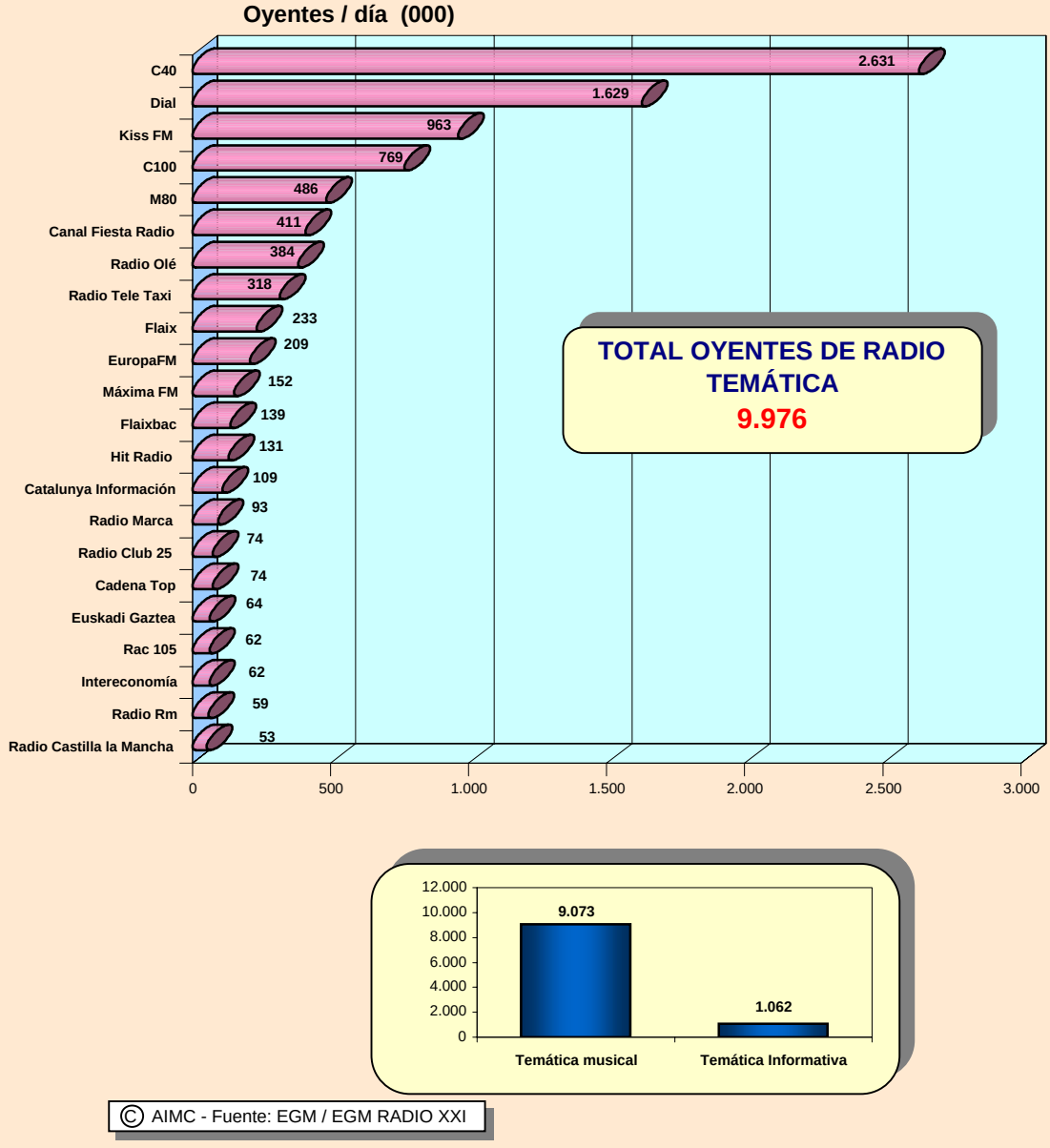
© AIMC - Fuente: EGM

RANKING DE EMISORAS DE RADIO

RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)

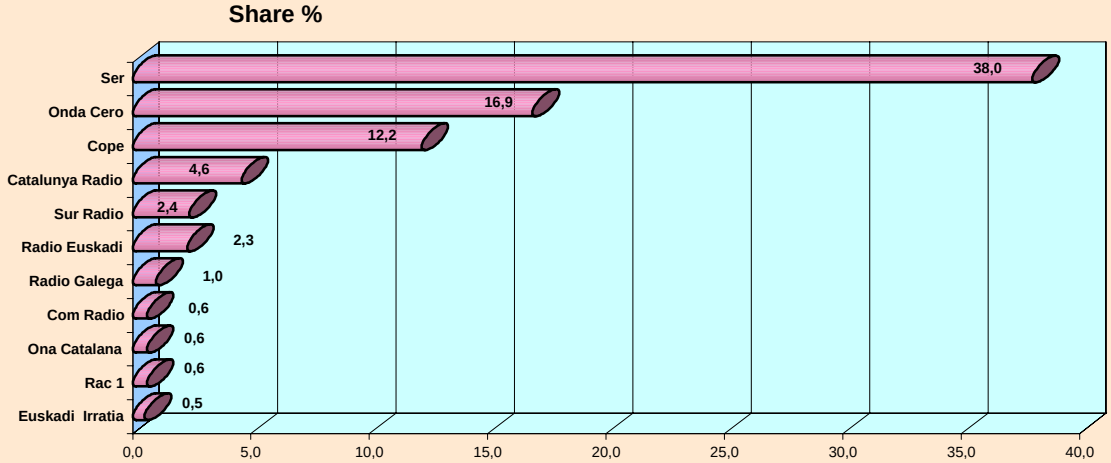


RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)



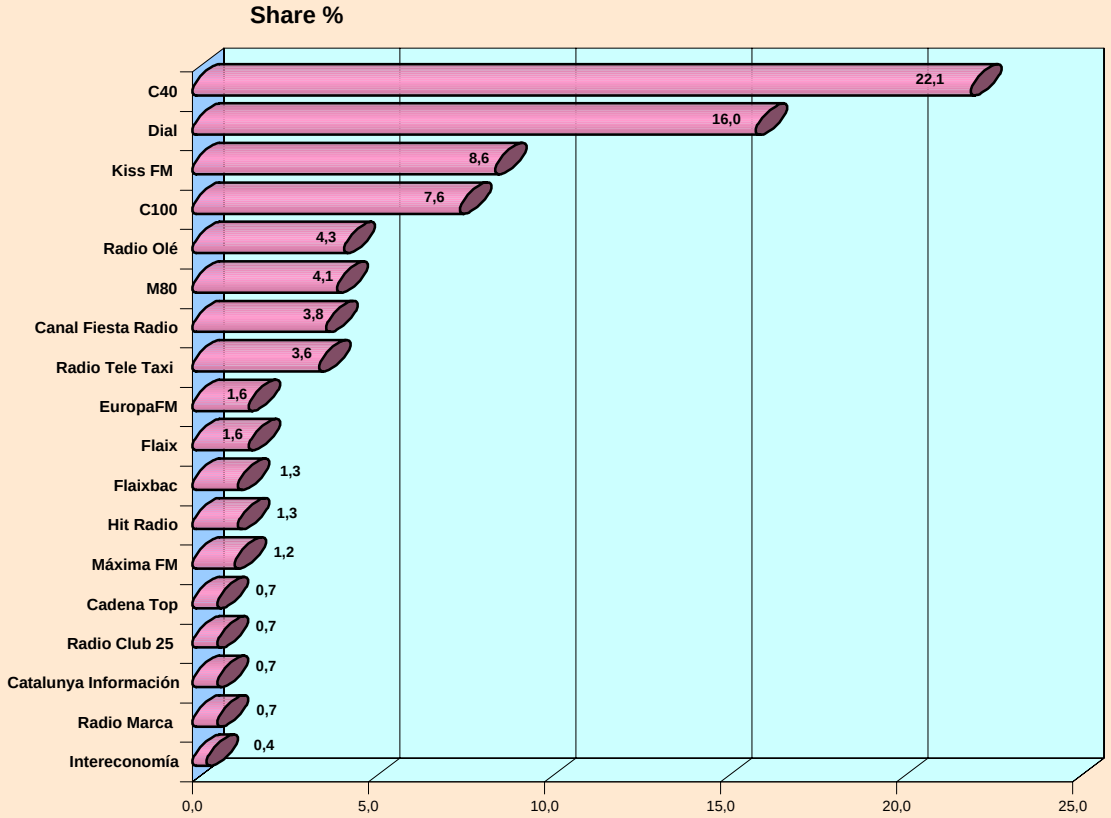
RANKING DE EMISORAS DE RADIO

RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)



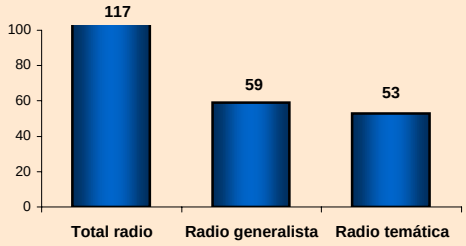
© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)



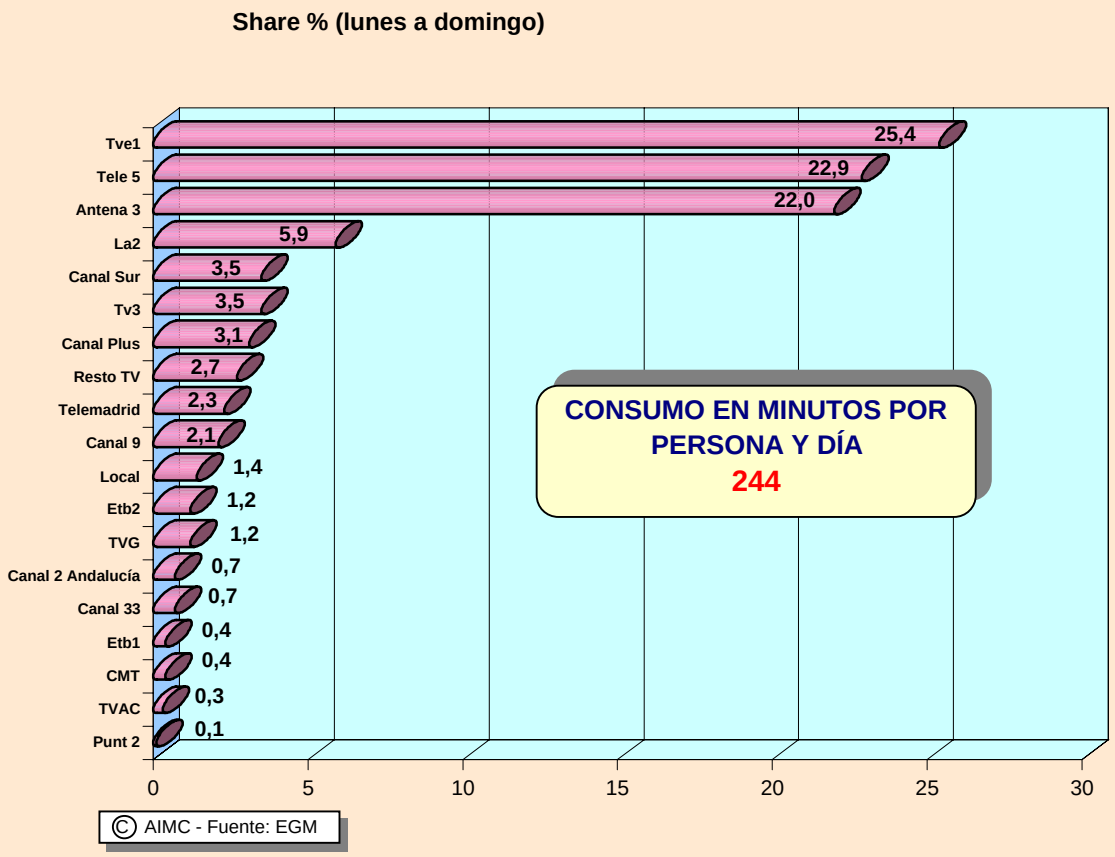
© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA (lunes a domingo)

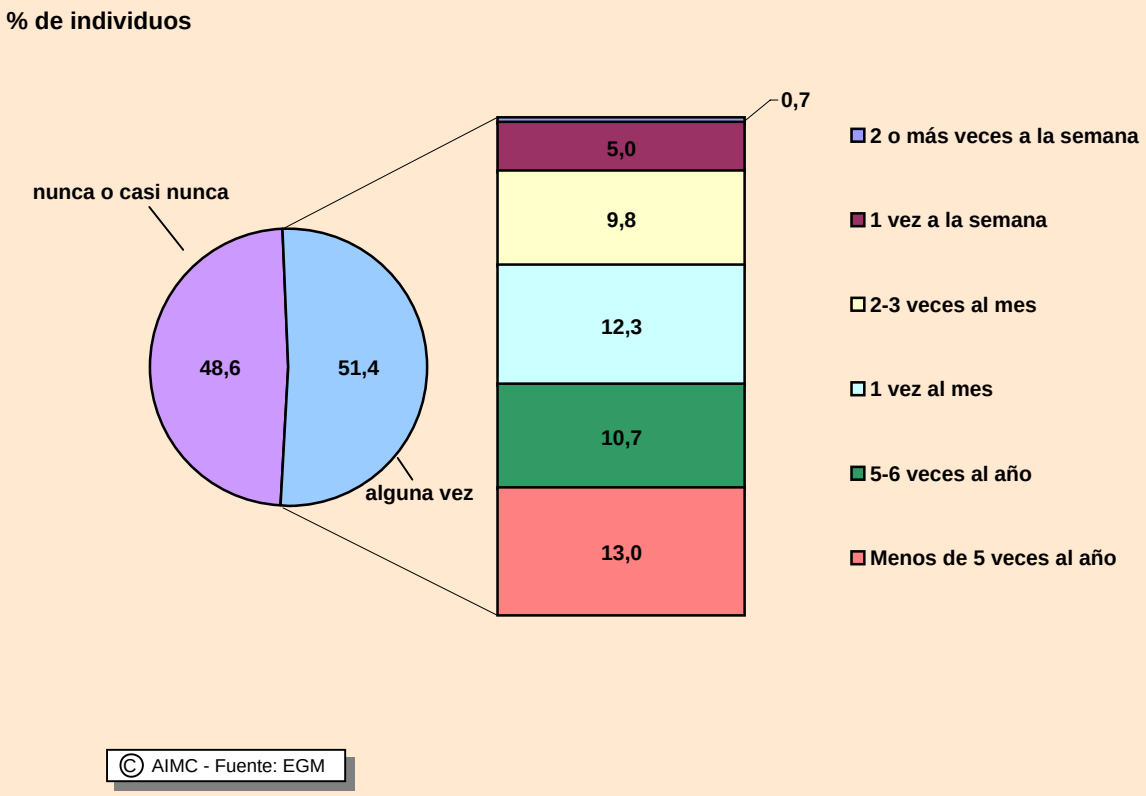


© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

RANKING DE CADENAS DE TELEVISIÓN

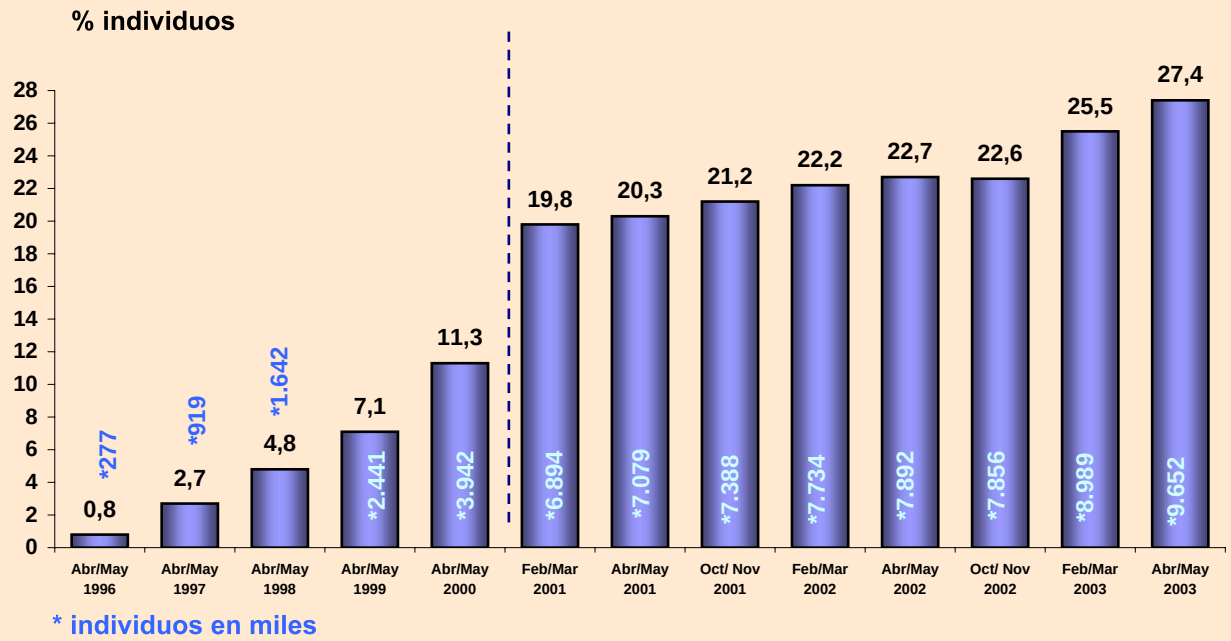


HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE



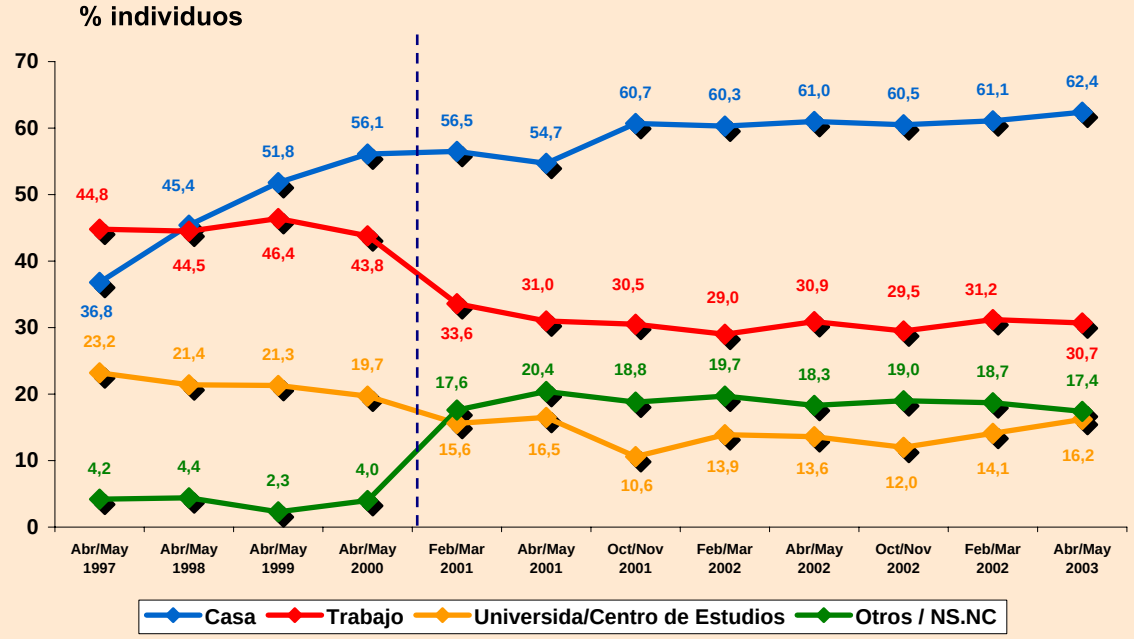
INTERNET

EVOLUCIÓN DEL USO ÚLTIMOS 30 DÍAS
(DATOS POR OLA)



© AIMC - Fuente: EGM

LUGAR DE ACCESO (BASE: usuarios último mes)
(DATOS POR OLA)



© AIMC - Fuente: EGM