



FEBRERO A  
NOVIEMBRE DE  
2000

RESUMEN  
GENERAL



#### FICHA TÉCNICA

**Universo:** población de 14 o más años (34.733.000 individuos)

**Muestra anual tres últimas olas:** 43.126 (+ 9.562 ampliación medio radio: EGM RADIO XXI)

**Método de recogida de información:** entrevista "face to face" (+ entrevista telefónica para ampliación radio)

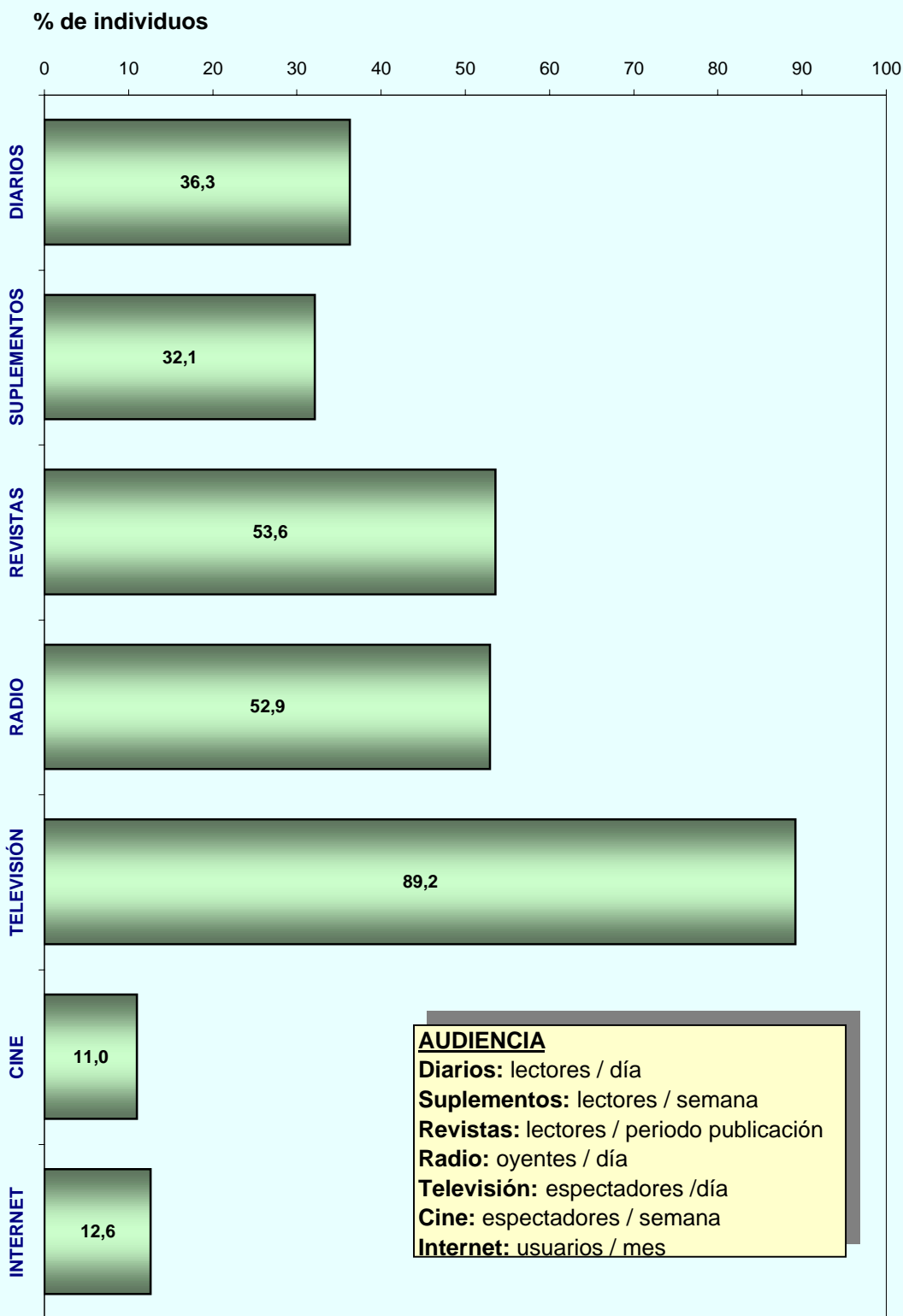
**Diseño muestral:** selección aleatoria de hogares y elección de una persona del hogar

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

## AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



## PENETRACIÓN %



## AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



### PERFIL %

Individuos (000)

POBLACIÓN

34.733

DIARIOS

12.597

SUPLEMENTOS

11.146

REVISTAS

18.624

RADIO

18.359

TELEVISIÓN

30.979

CINE

3.820

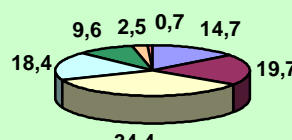
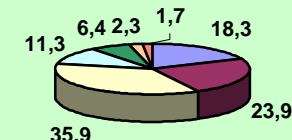
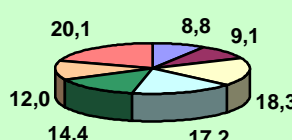
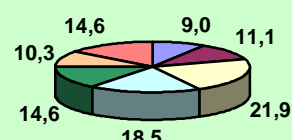
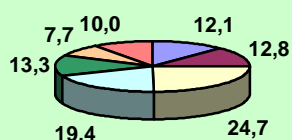
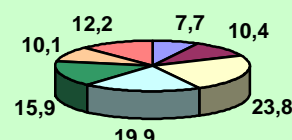
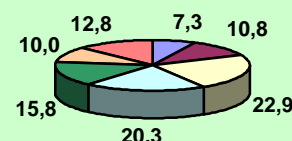
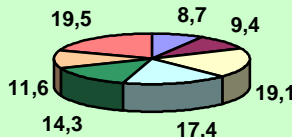
INTERNET

4.363

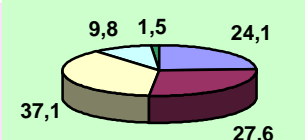
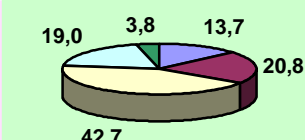
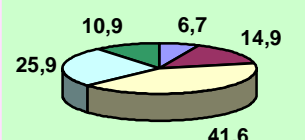
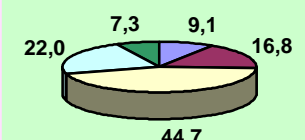
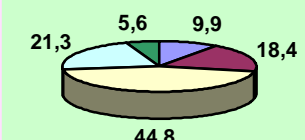
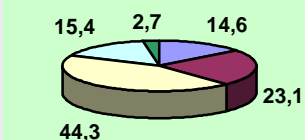
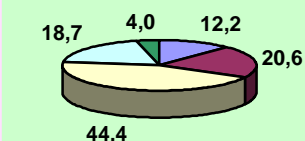
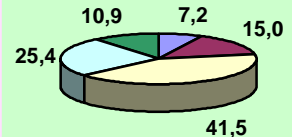
### POR SEXO



### 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

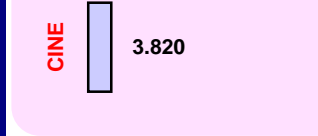
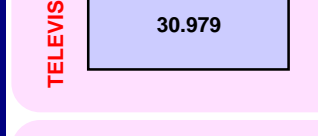
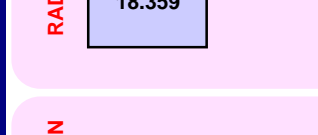
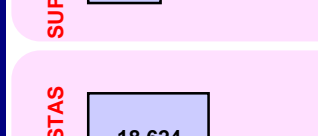
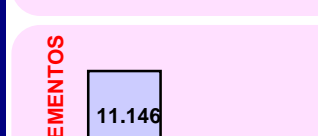
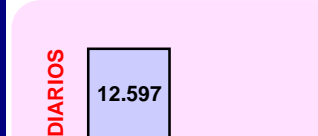
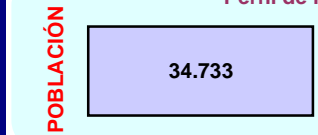
## AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



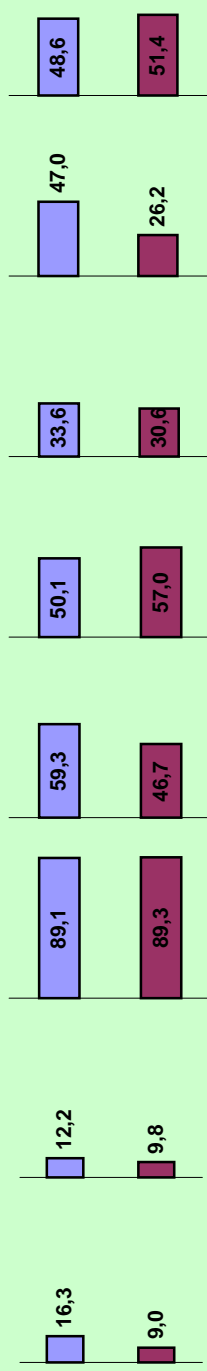
### PENETRACIÓN %

Individuos (000)

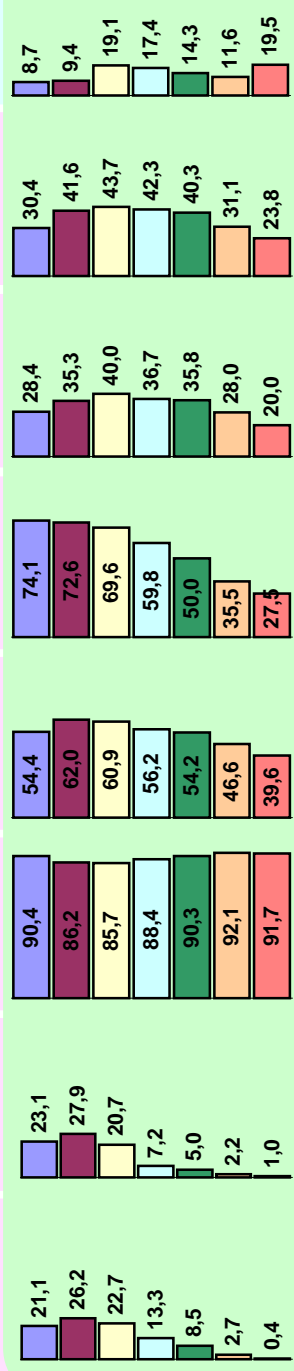
Perfil de la población



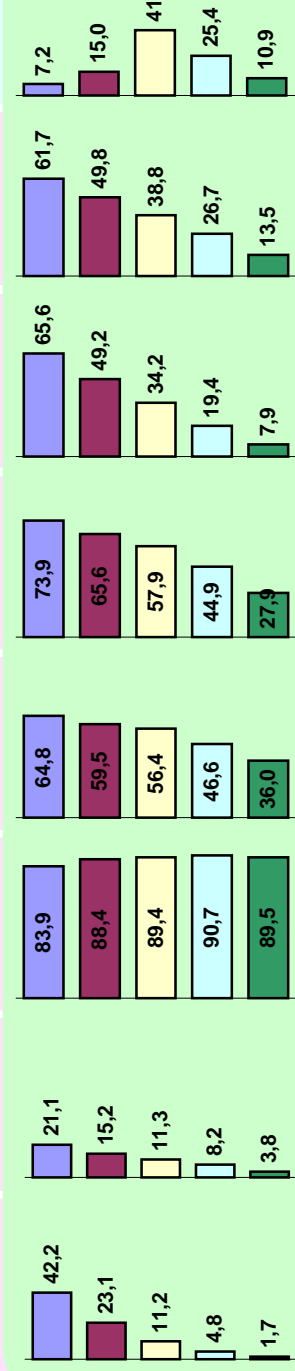
#### POR SEXO



#### POR EDAD



#### POR CLASE SOCIAL



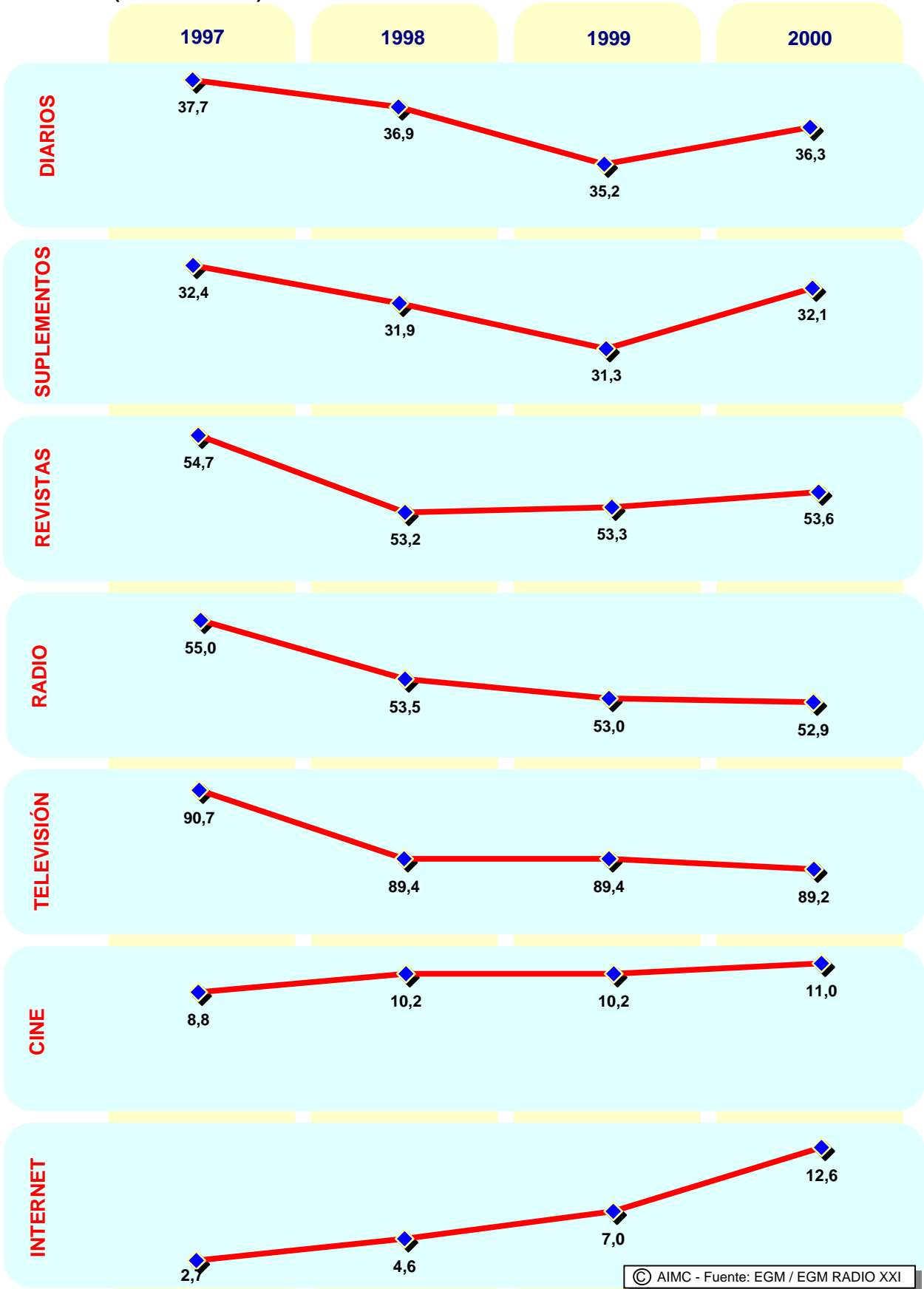
**AUDIENCIA**  
**Diarios:** lectores / día  
**Suplementos:** lectores / semana  
**Revistas:** lectores / periodo publ.  
**Radio:** oyentes / día  
**Televisión:** espectadores / día  
**Cine:** espectadores / semana  
**Internet:** usuarios / mes

■ 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

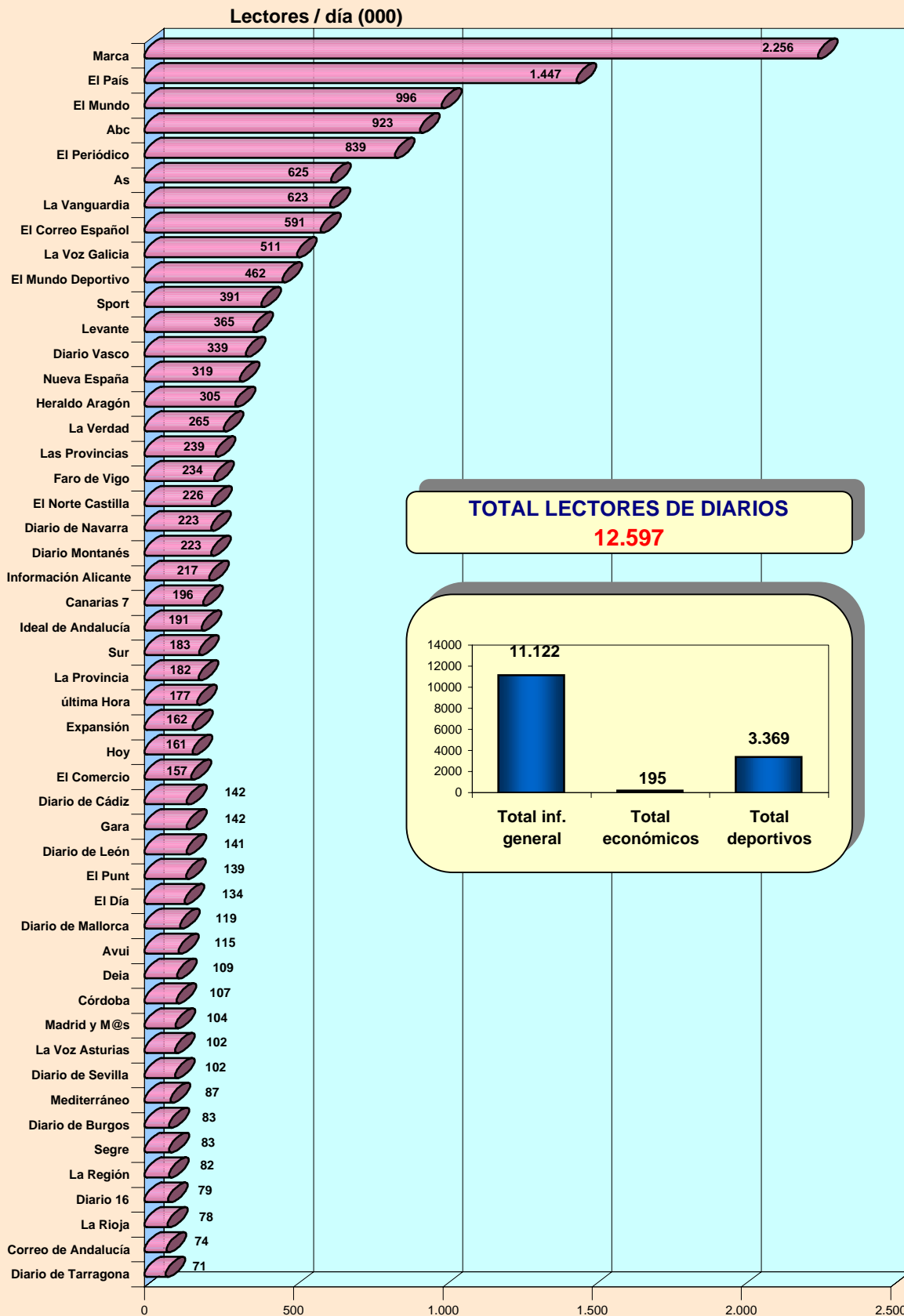
■ Alta  
 ■ Media alta  
 ■ Media media  
 ■ Media baja  
 ■ Baja

© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

**AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS**
**EVOLUCIÓN (Penetración %)**


© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

**RANKING DE MEDIOS IMPRESOS**

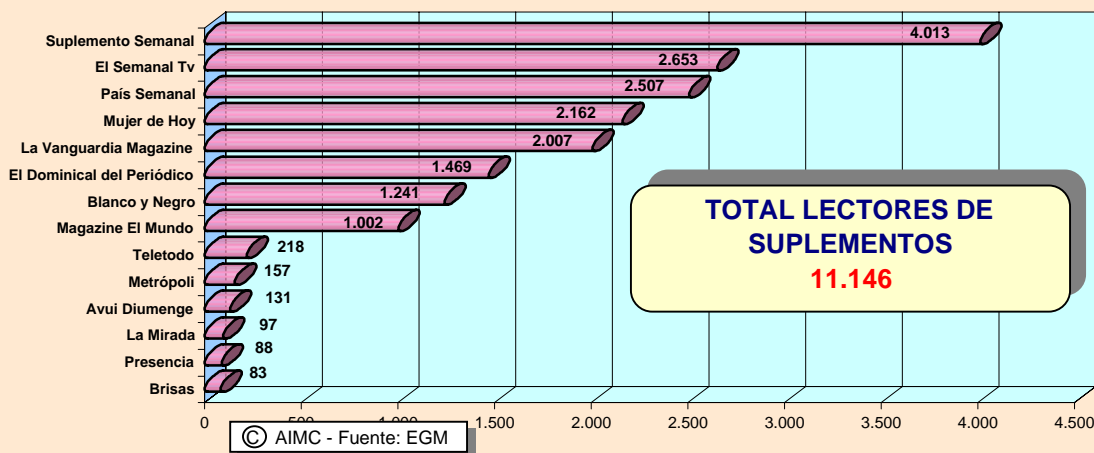
**DIARIOS**


© AIMC - Fuente: EGM

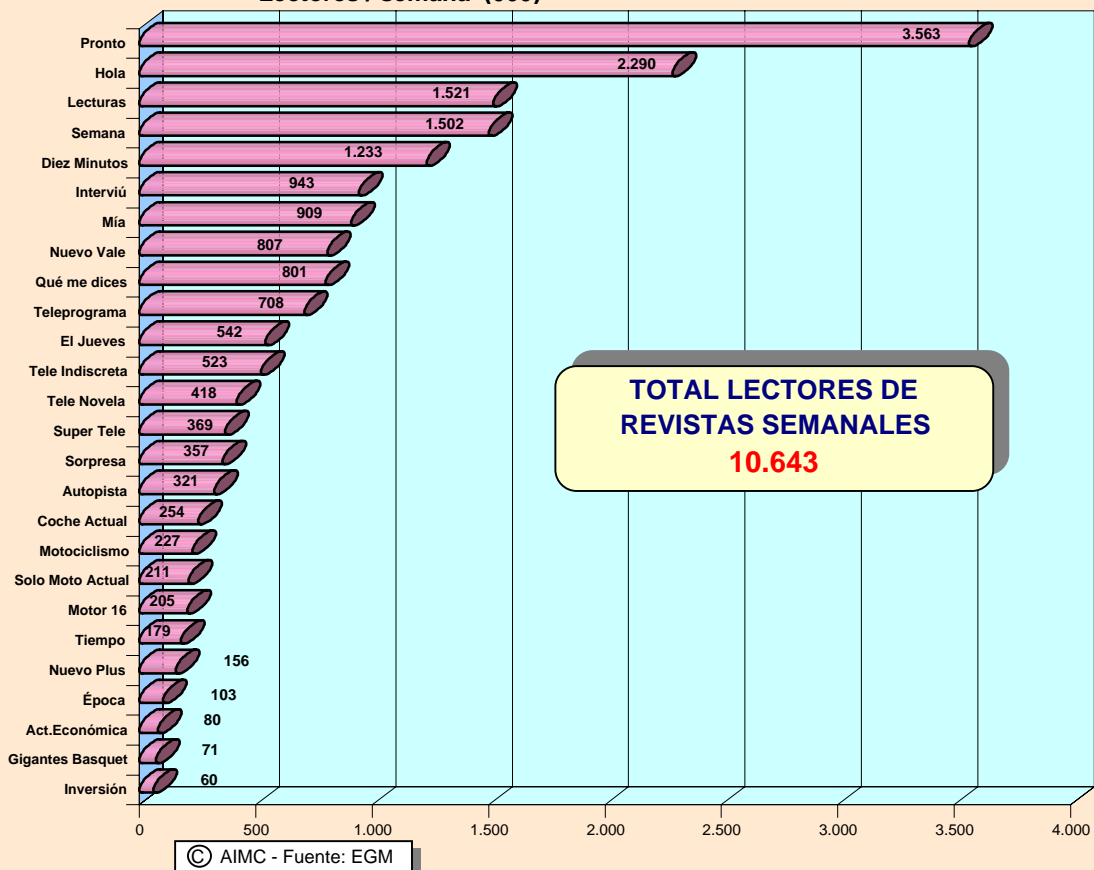
**RANKING DE MEDIOS IMPRESOS**

**SUPLEMENTOS**

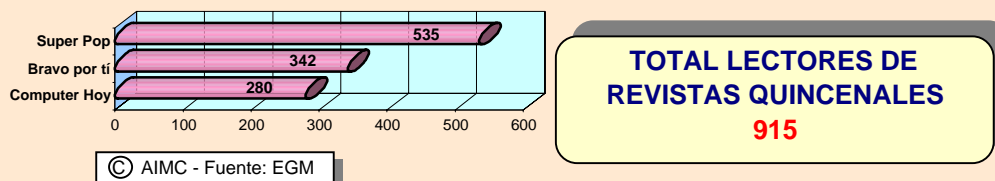
Lectores / semana (000)


**REVISTAS SEMANALES**

Lectores / semana (000)


**REVISTAS QUINCENALES**

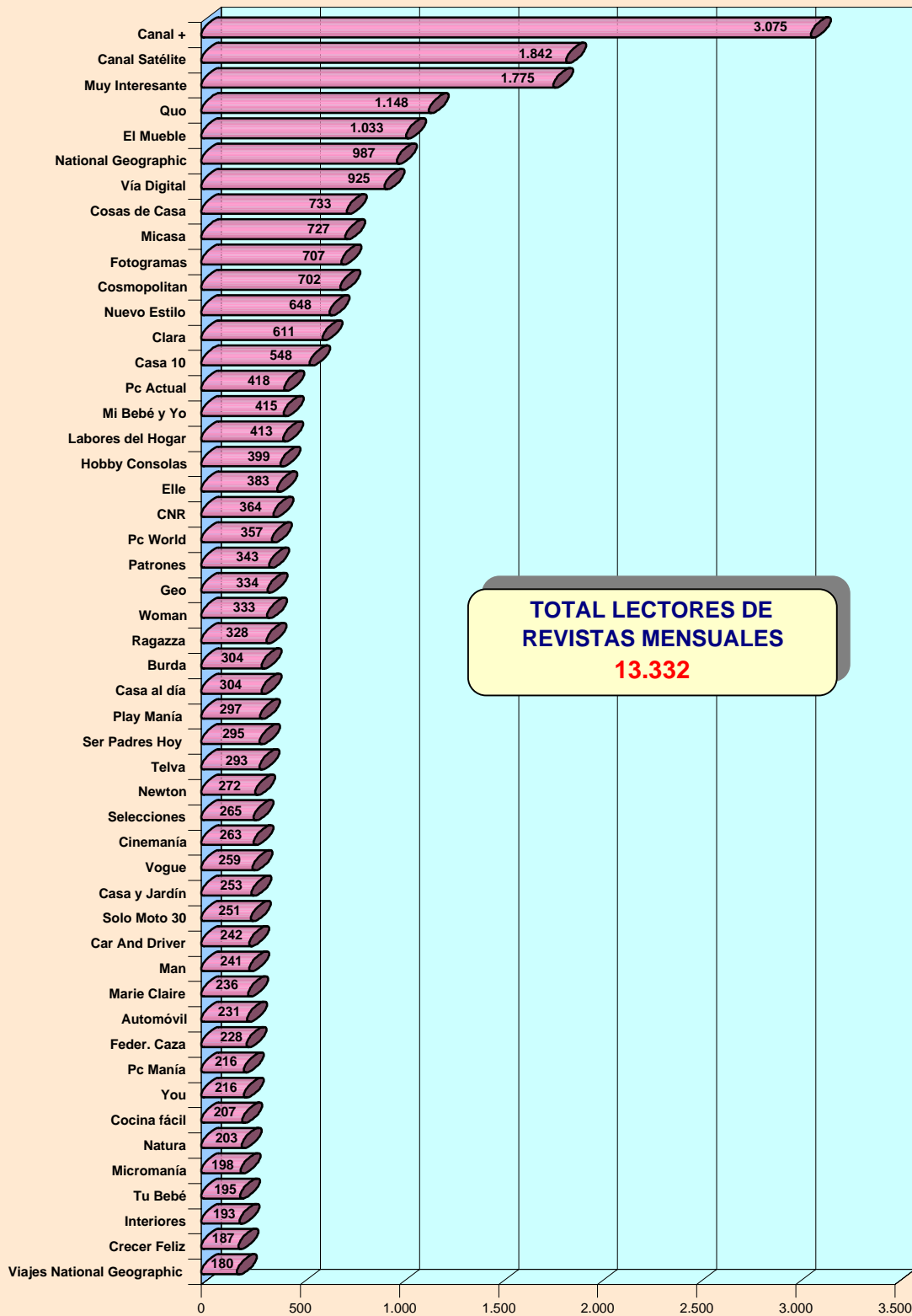
Lectores / quincena (000)



**RANKING DE MEDIOS IMPRESOS**

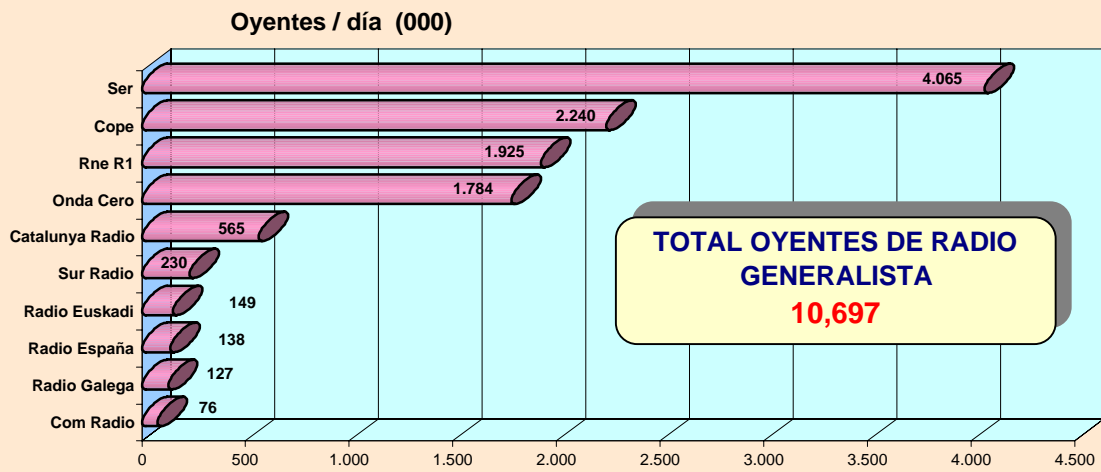
**REVISTAS MENSUALES**

Lectores / mes (000)

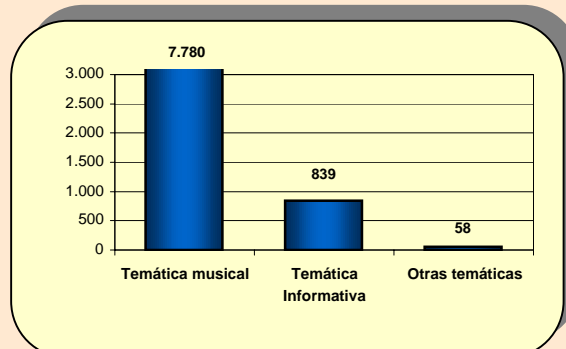
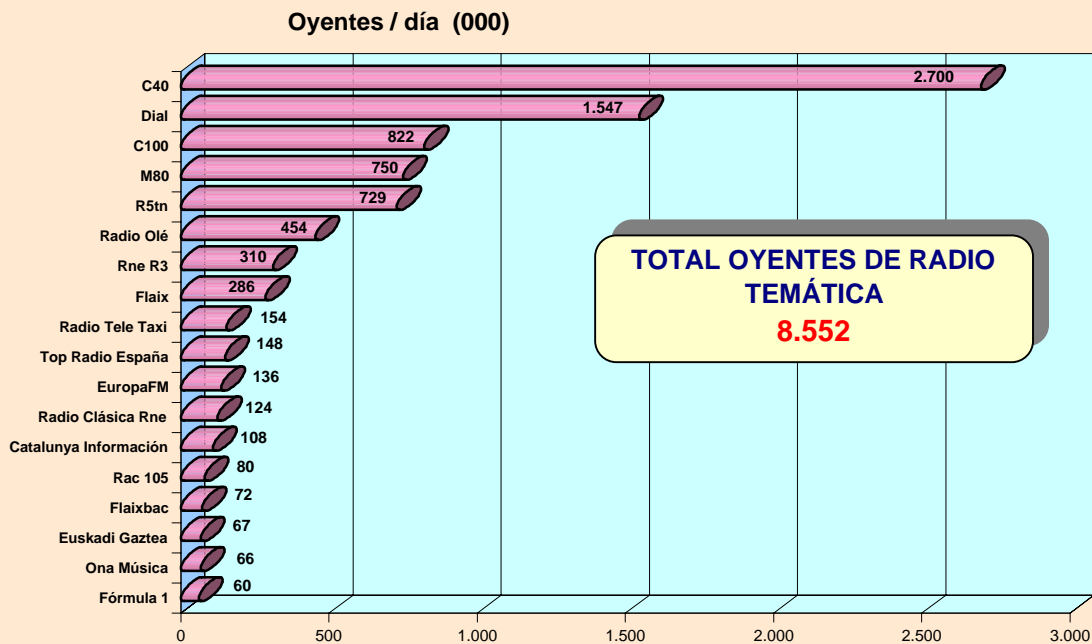


**TOTAL LECTORES DE  
REVISTAS MENSUALES**  
**13.332**

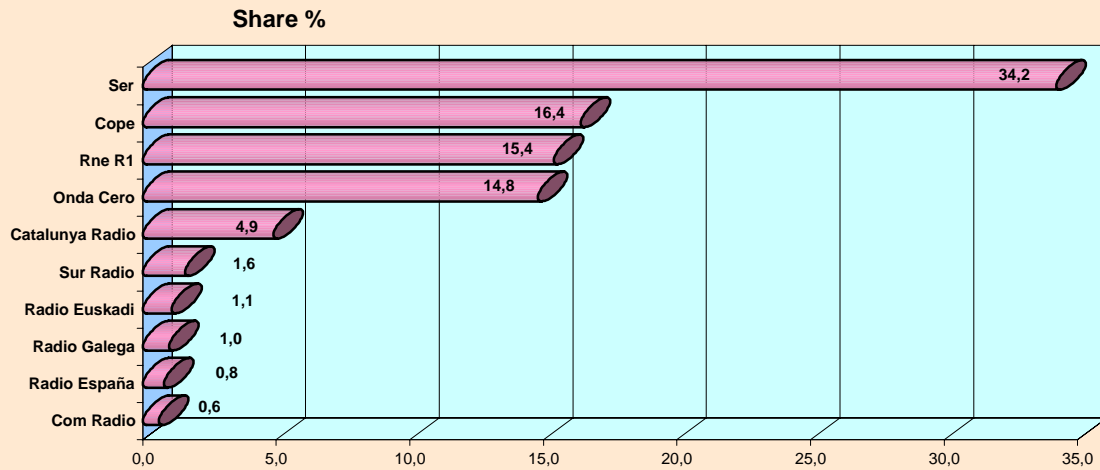


**RANKING DE EMISORAS DE RADIO**
**RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)**


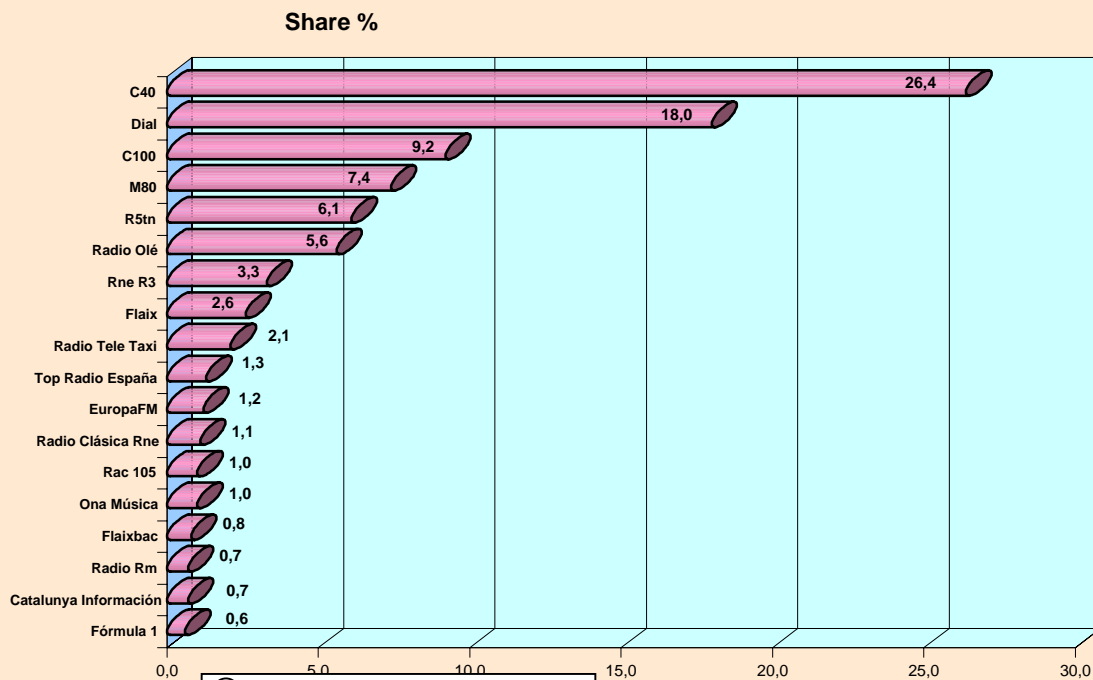
© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

**RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)**


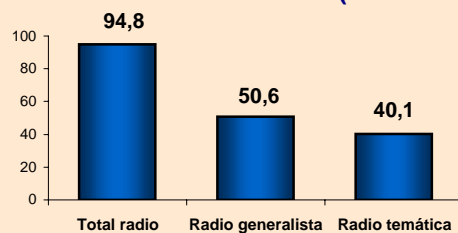
© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

**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

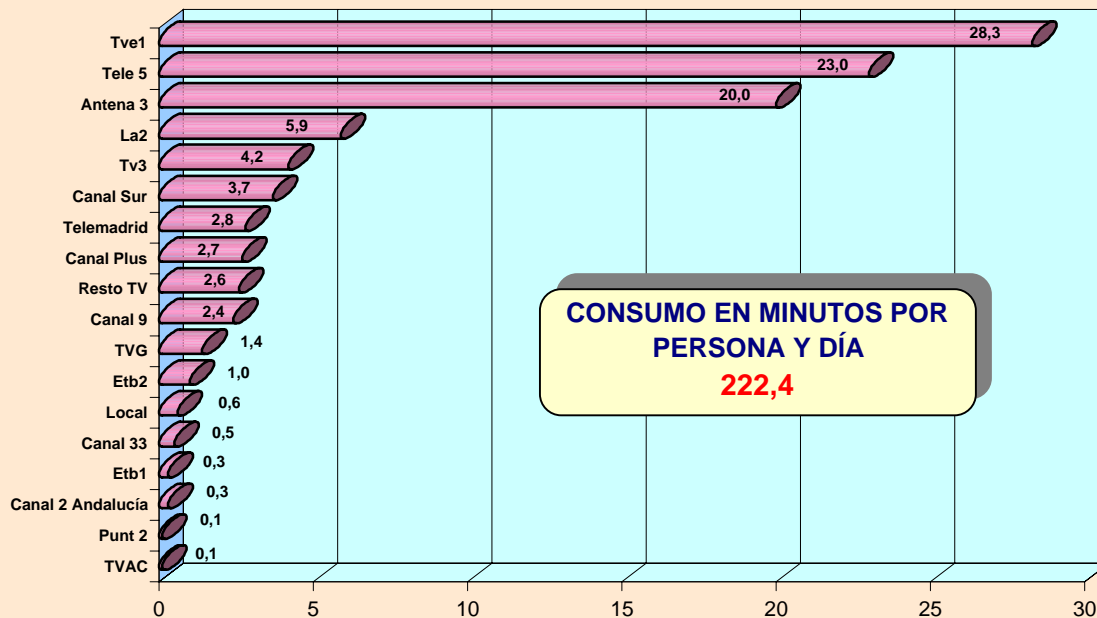
**CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA (lunes a domingo)**


© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

## RANKING DE CADENAS DE TELEVISIÓN



Share % (lunes a domingo)

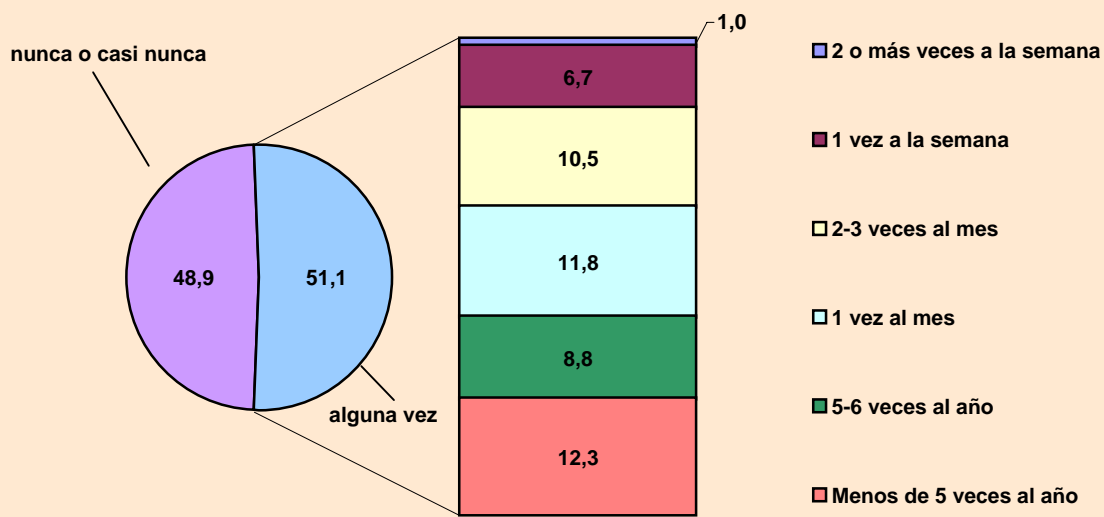


**CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA**  
**222,4**

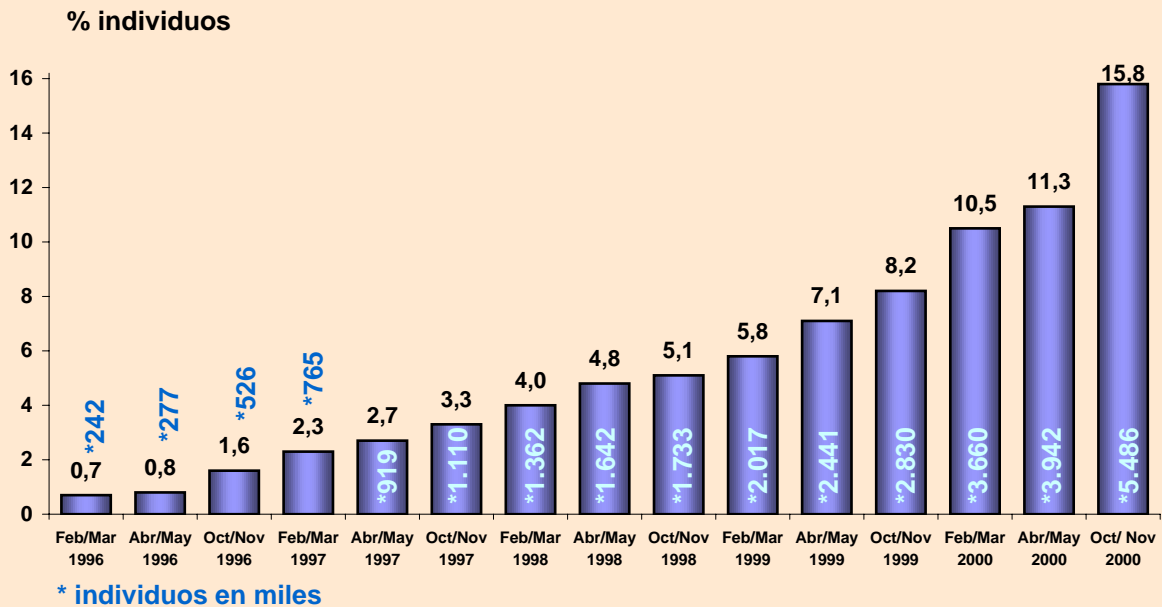
© AIMC - Fuente: EGM

## HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE

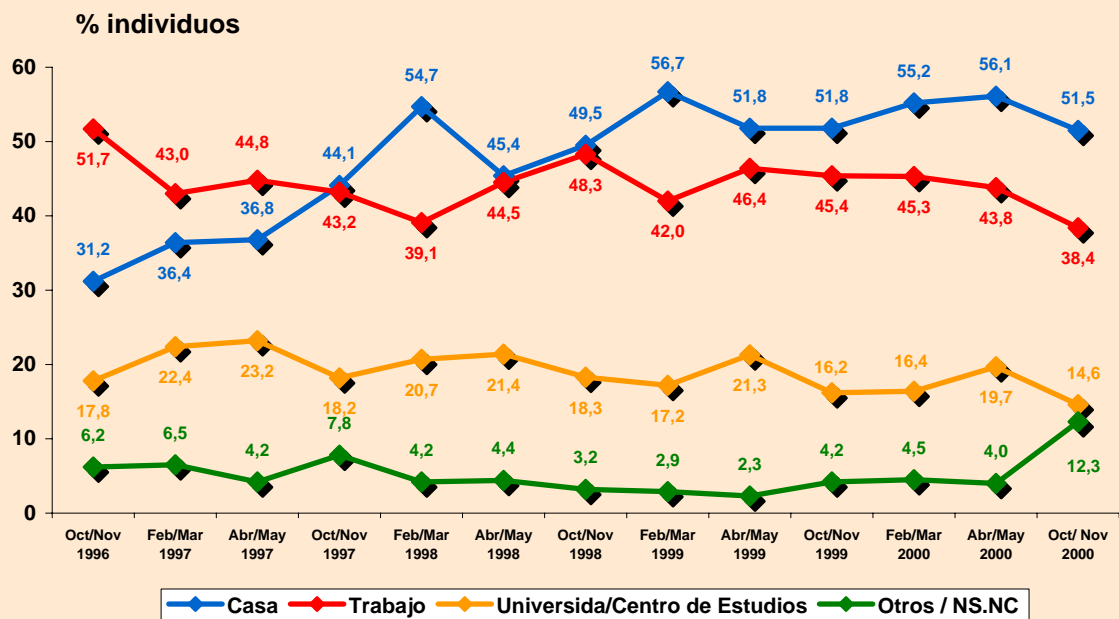
% de individuos



© AIMC - Fuente: EGM

**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