



OCTUBRE DE 2000
A MAYO DE 2001

RESUMEN
GENERAL



FICHA TÉCNICA

Universo: población de 14 o más años (34.818.000 individuos)

Muestra anual tres últimas olas: 44.082 (+27.937 ampliación medio radio: EGM RADIO XXI)

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

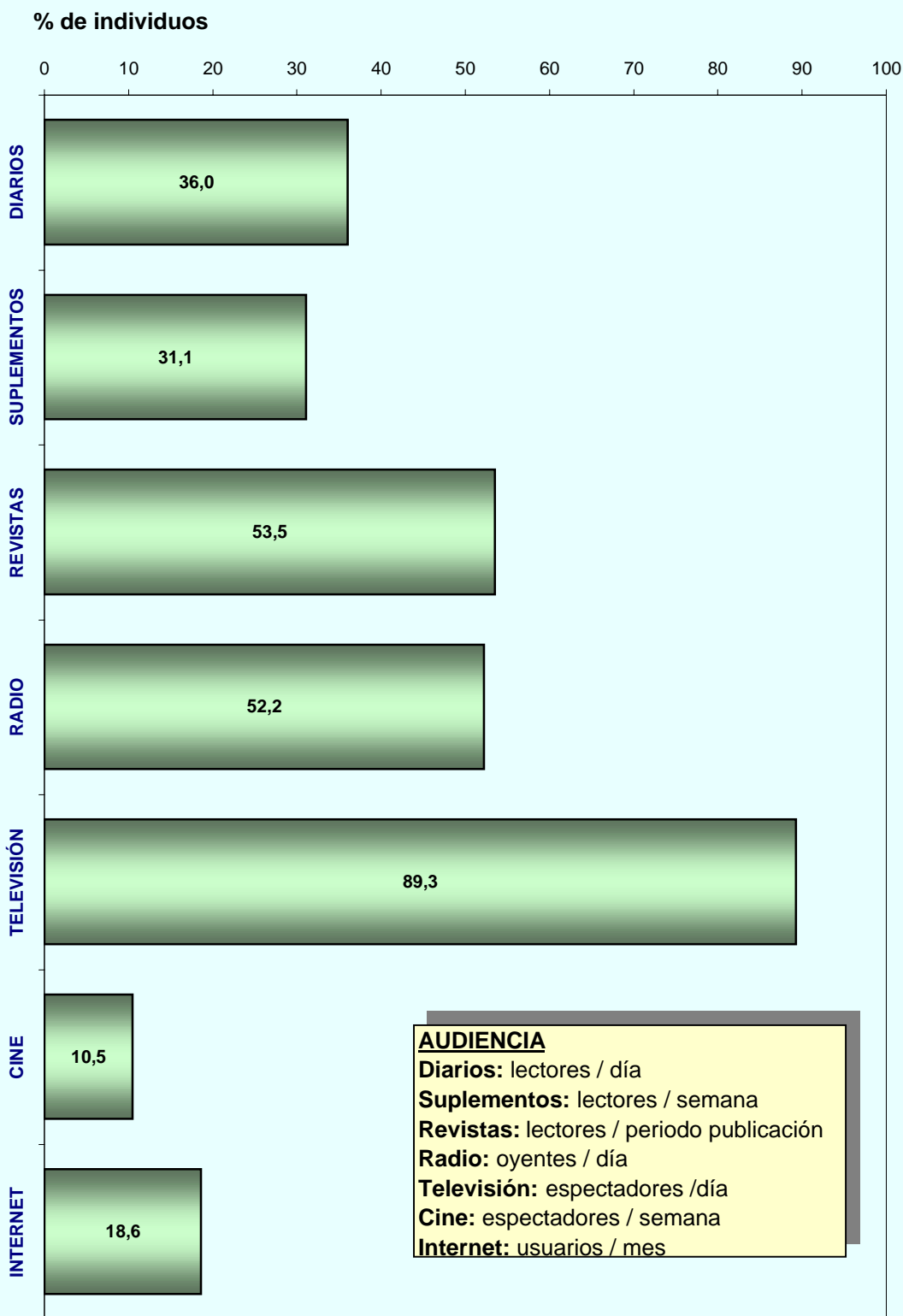
Diseño muestral: selección aleatoria de hogares y elección de una persona del hogar

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

AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



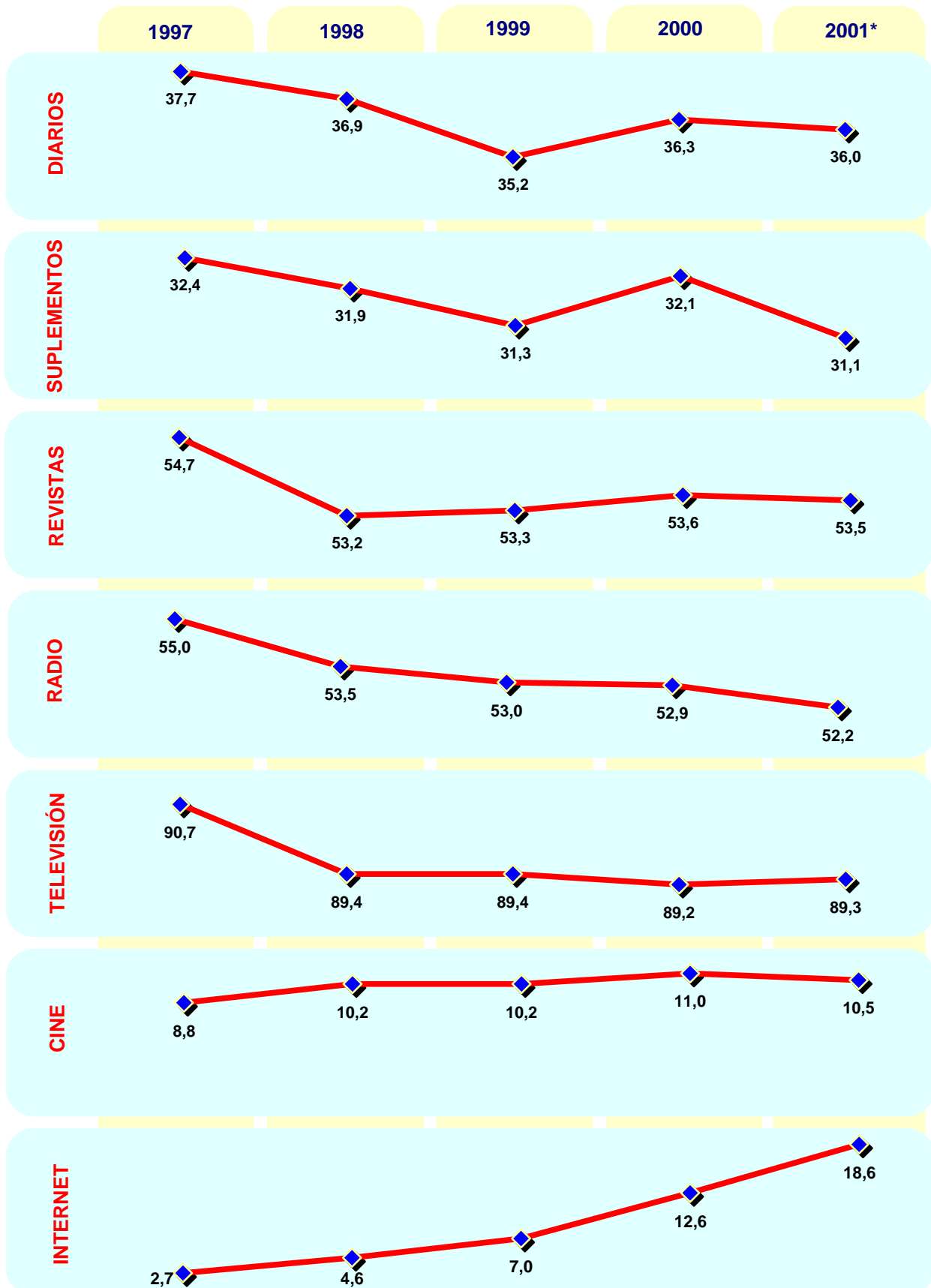
PENETRACIÓN %



AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



EVOLUCIÓN (Penetración %)



* Octubre de 2000 a mayo de 2001

© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

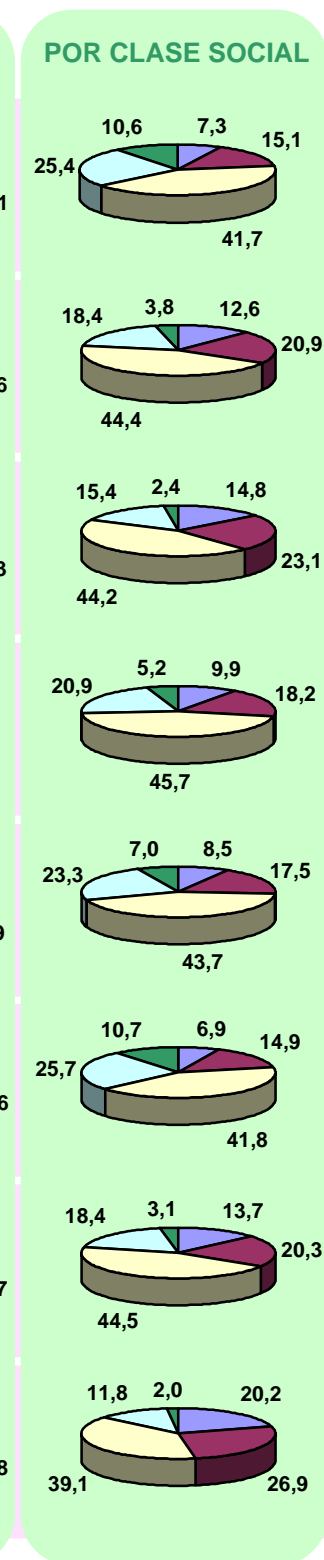
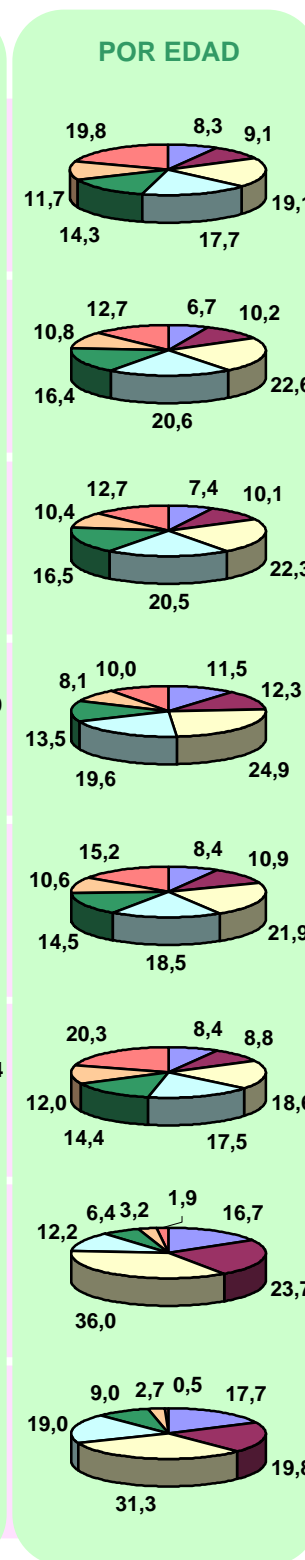
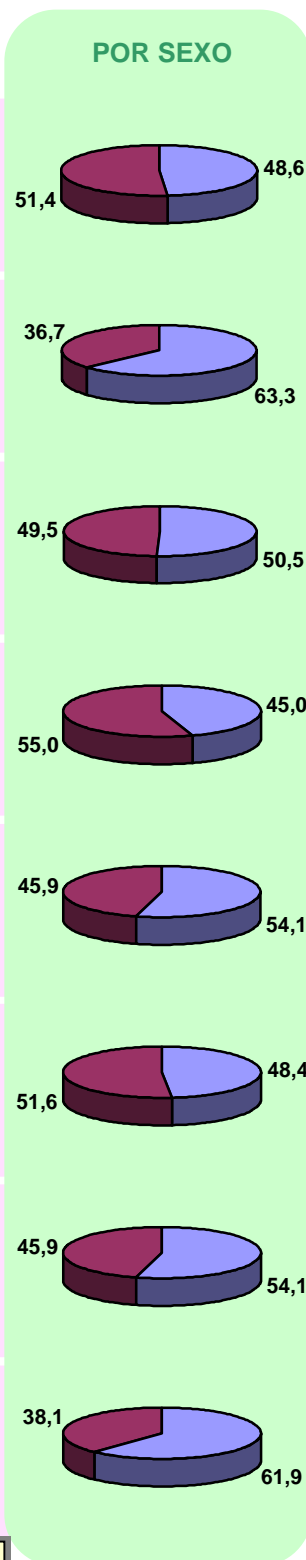
AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



PERFIL %

Individuos (000)

POBLACIÓN	34.817
DIARIOS	12.522
SUPLEMENTOS	10.813
REVISTAS	18.618
RADIO	18.184
TELEVISIÓN	31.102
CINE	3.642
INTERNET	6.471



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

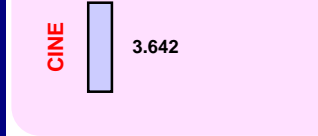
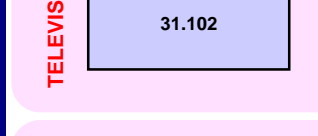
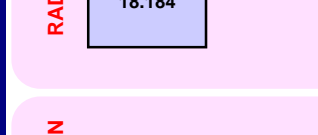
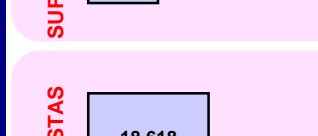
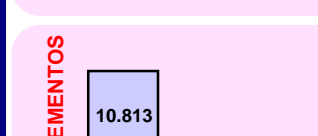
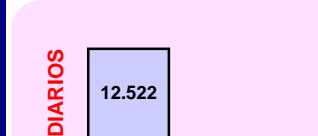
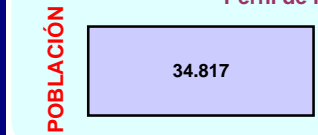
AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS



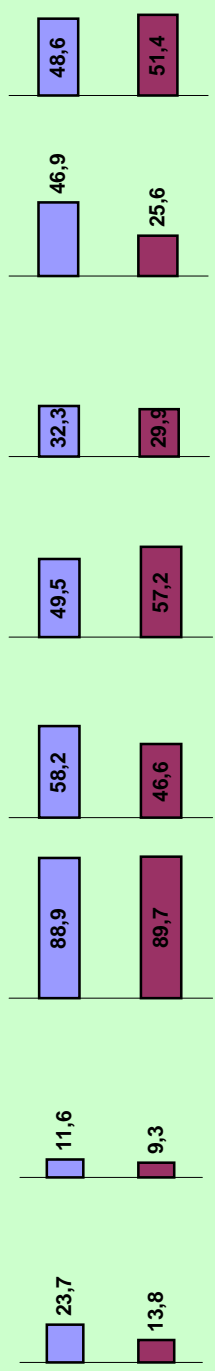
PENETRACIÓN %

Individuos (000)

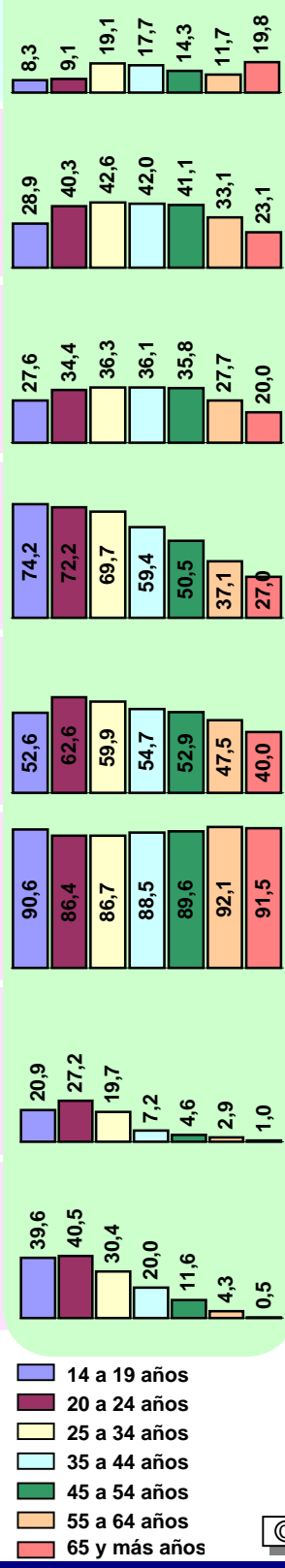
Perfil de la población



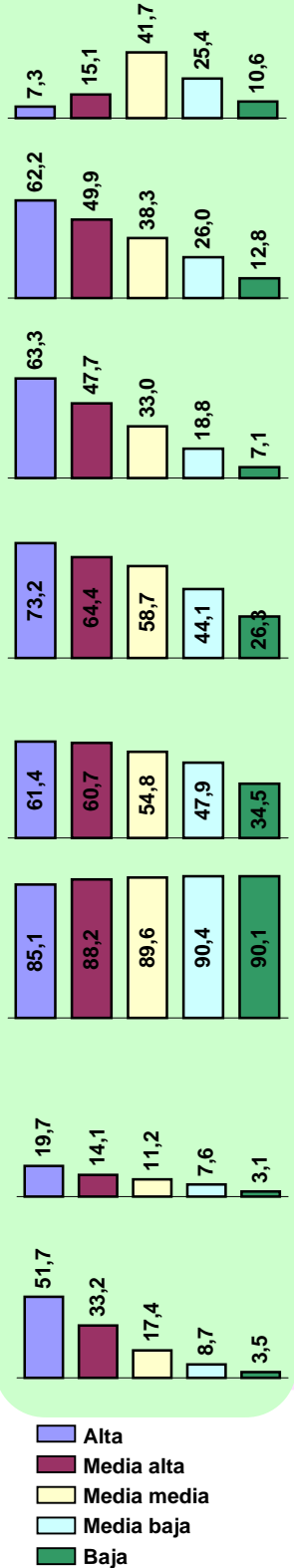
POR SEXO



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

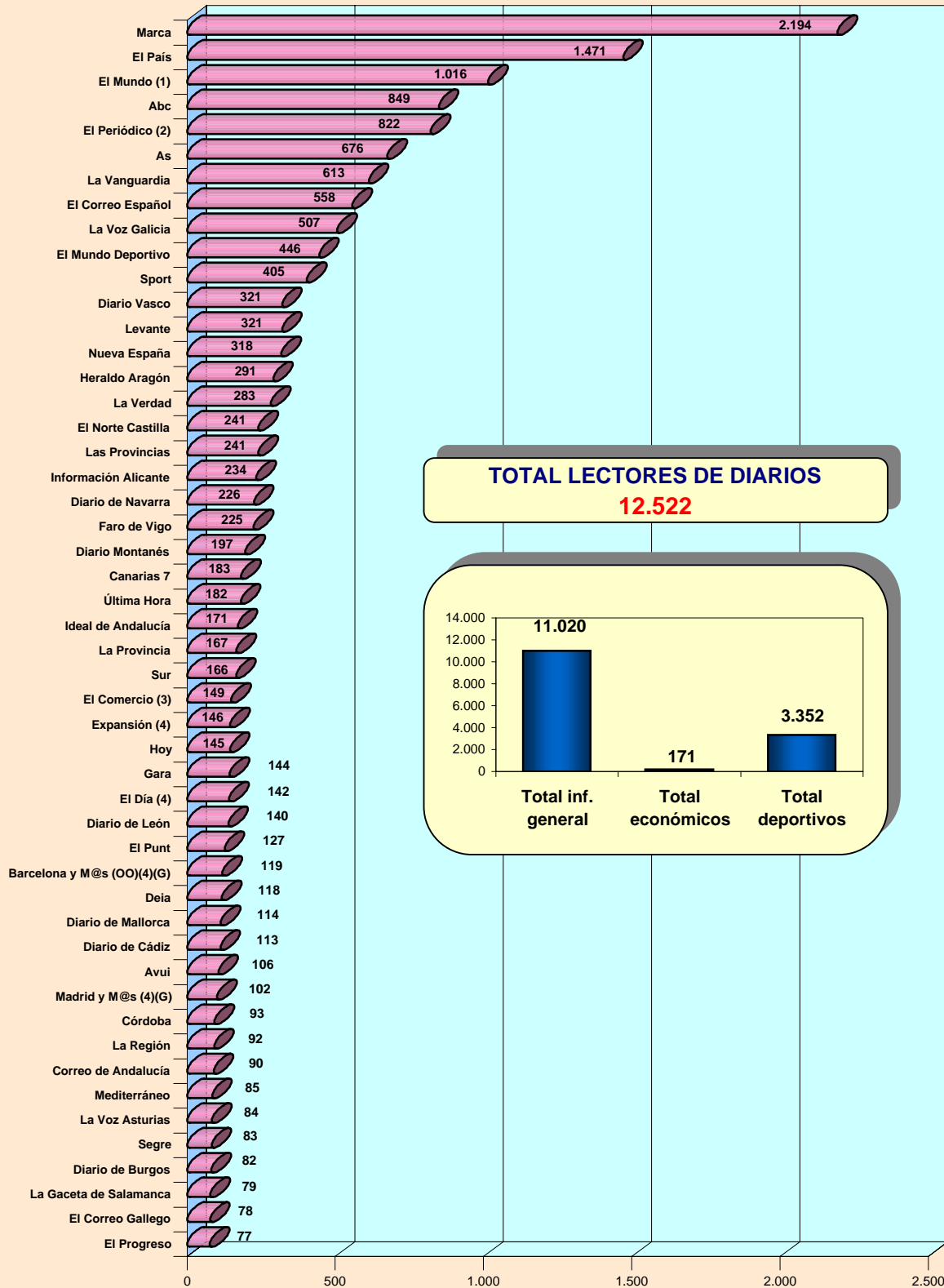
■ 14 a 19 años
 ■ 20 a 24 años
 ■ 25 a 34 años
 ■ 35 a 44 años
 ■ 45 a 54 años
 ■ 55 a 64 años
 ■ 65 y más años

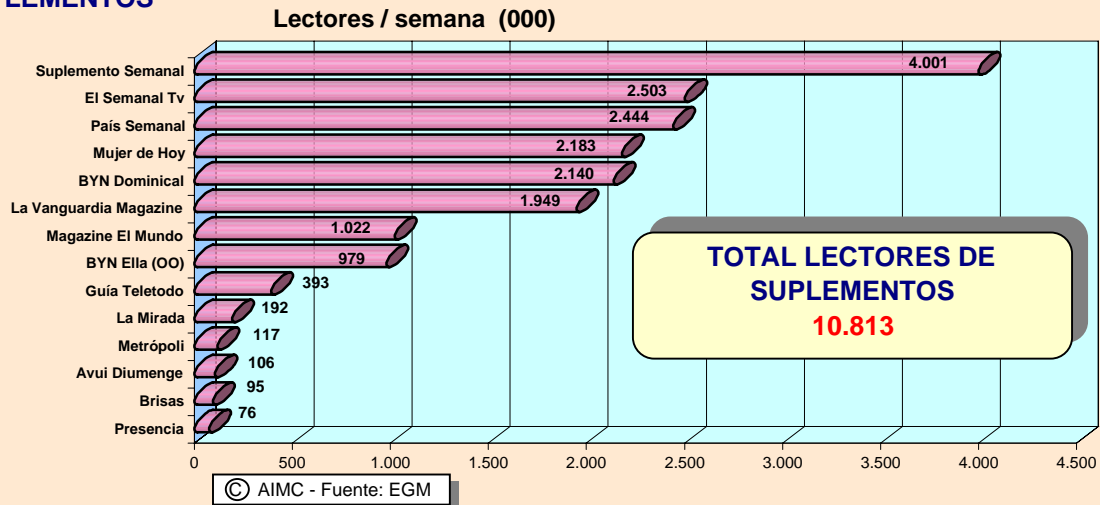
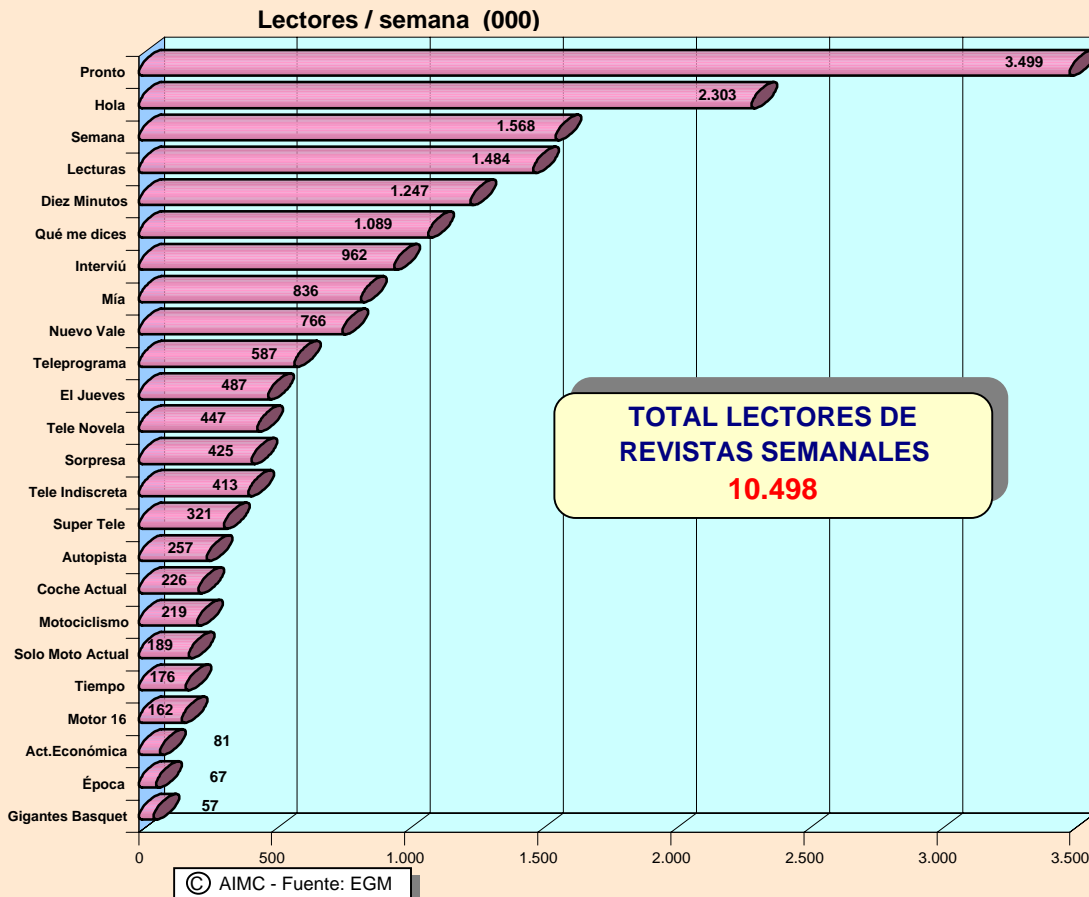
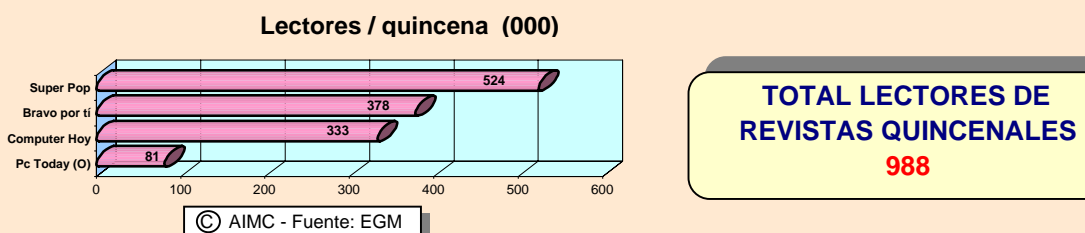
■ Alta
 ■ Media alta
 ■ Media media
 ■ Media baja
 ■ Baja

© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

RANKING DE MEDIOS IMPRESOS
DIARIOS

Lectores / día (000)

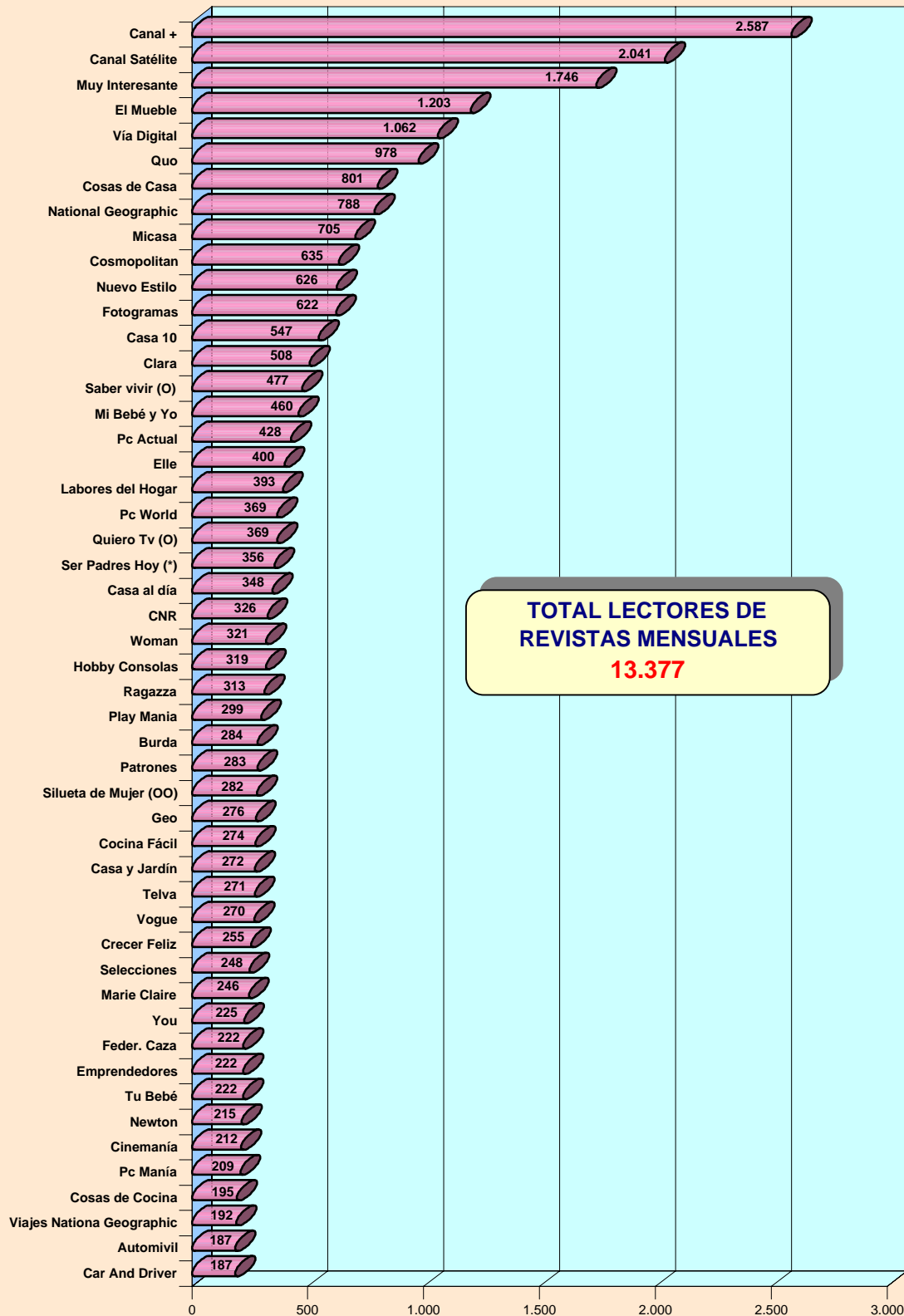


RANKING DE MEDIOS IMPRESOS
SUPLEMENTOS

REVISTAS SEMANALES

REVISTAS QUINCENALES


RANKING DE MEDIOS IMPRESOS

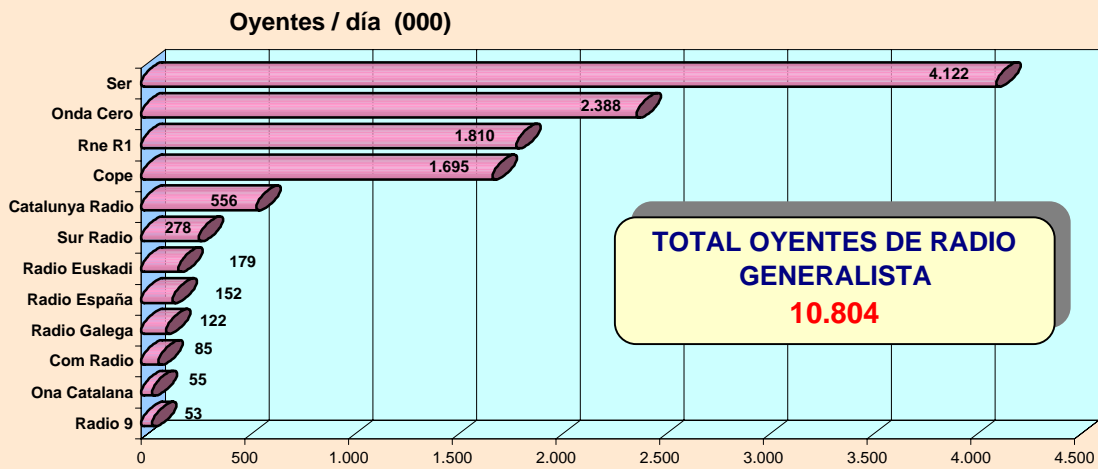
REVISTAS MENSUALES

Lectores / mes (000)

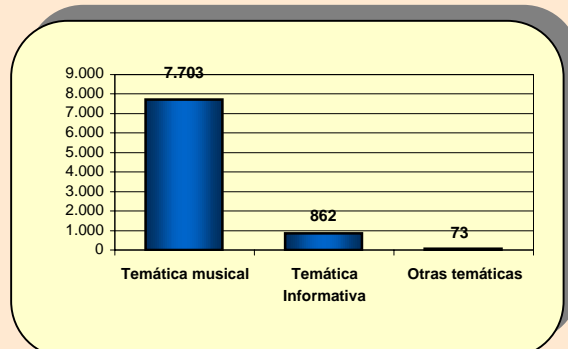
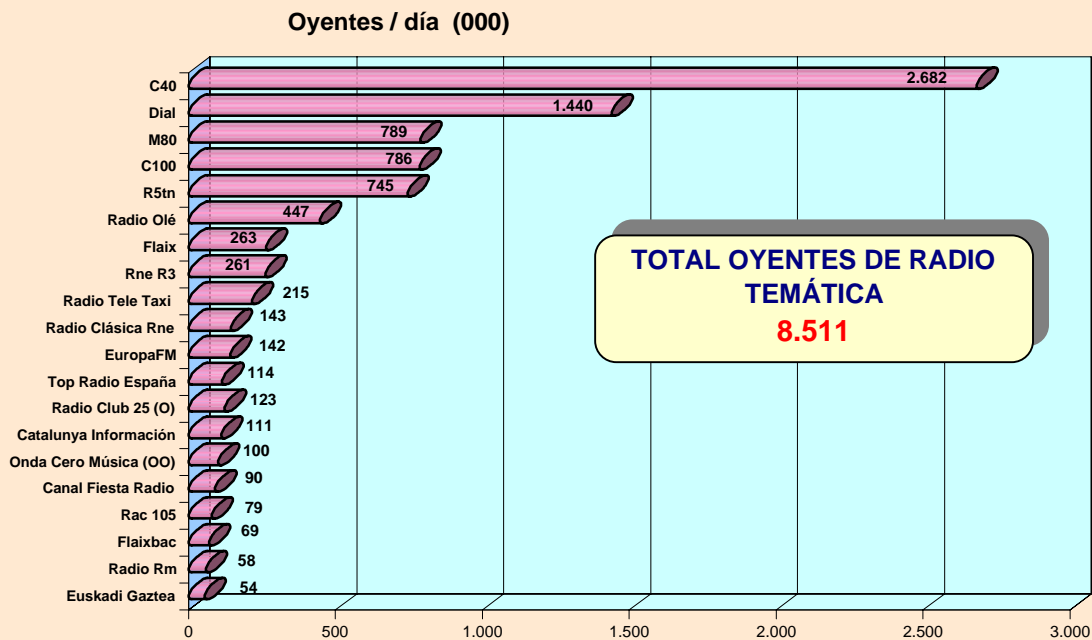


**TOTAL LECTORES DE
REVISTAS MENSUALES**
13.377

RANKING DE EMISORAS DE RADIO

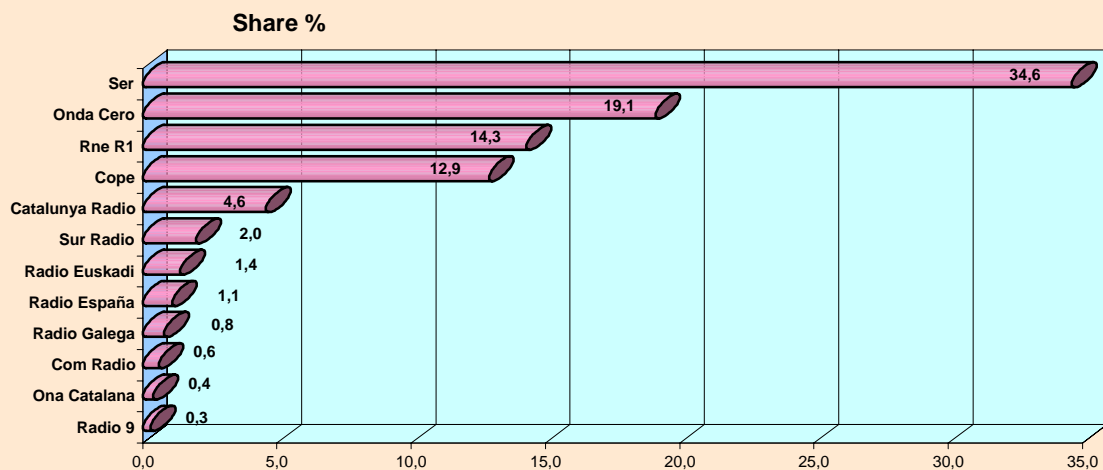
RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)


© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

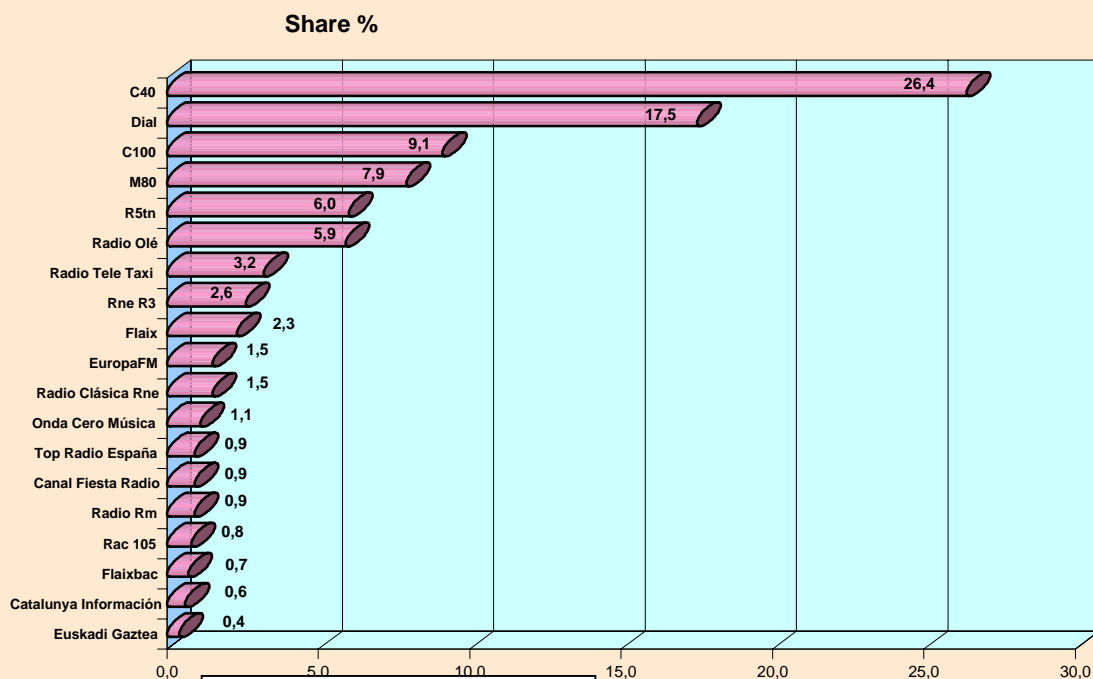
RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)


© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

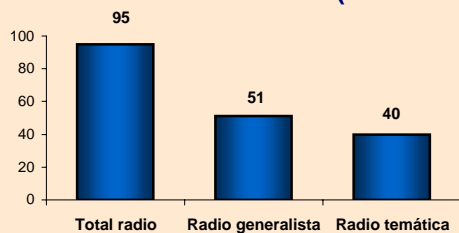
RANKING DE EMISORAS DE RADIO

RADIO GENERALISTA (lunes a domingo)


© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

RADIO TEMÁTICA (lunes a domingo)


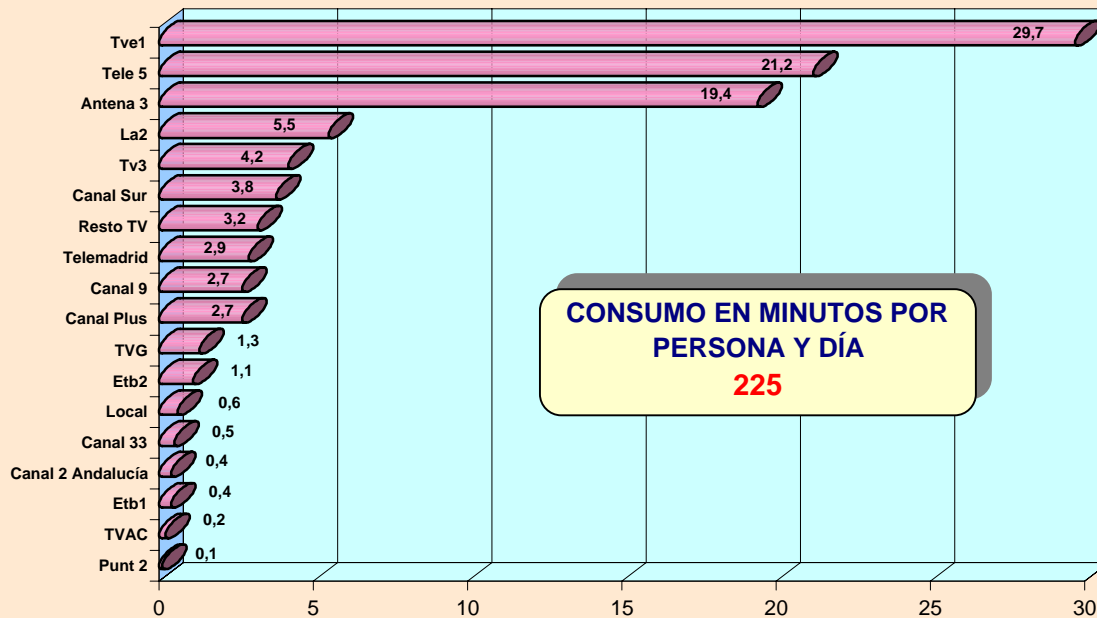
© AIMC - Fuente: EGM / EGM RADIO XXI

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)

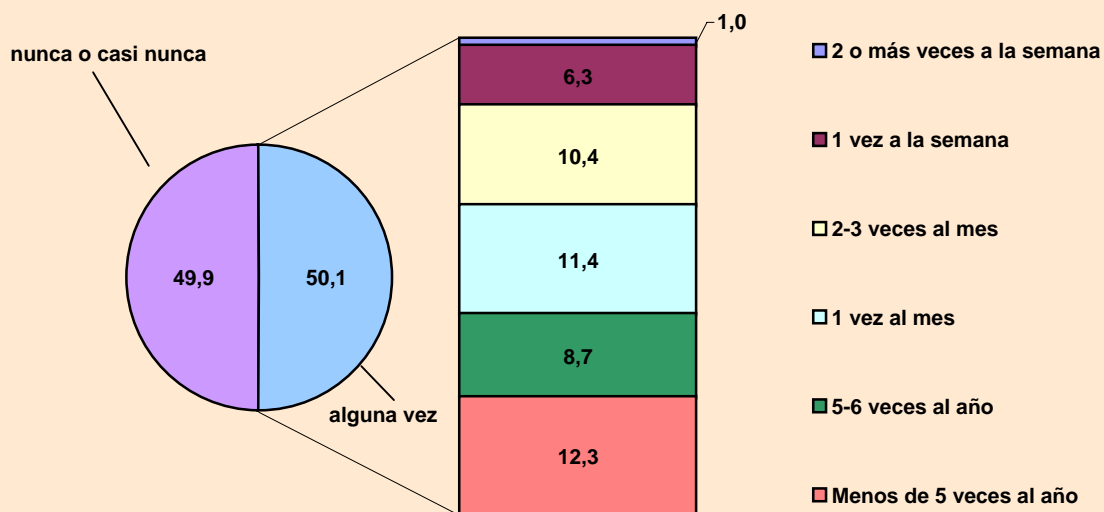


CONSUMO EN MINUTOS POR PERSONA Y DÍA
225

© AIMC - Fuente: EGM

HÁBITO DE ASISTENCIA AL CINE

% de individuos



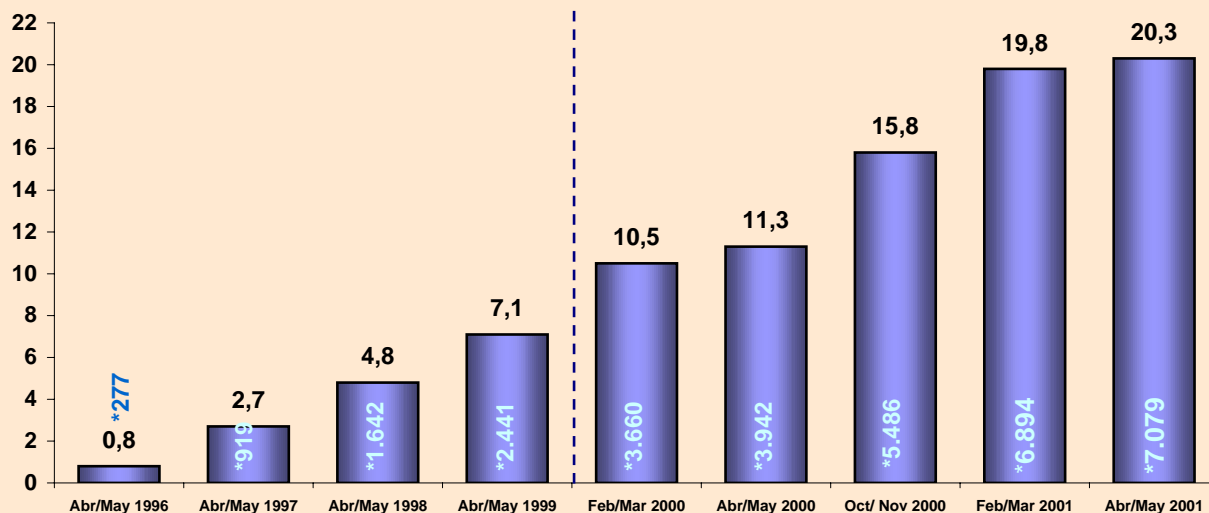
© AIMC - Fuente: EGM

INTERNET



EVOLUCIÓN DEL USO ÚLTIMOS 30 DÍAS (DATOS POR OLA)

% individuos



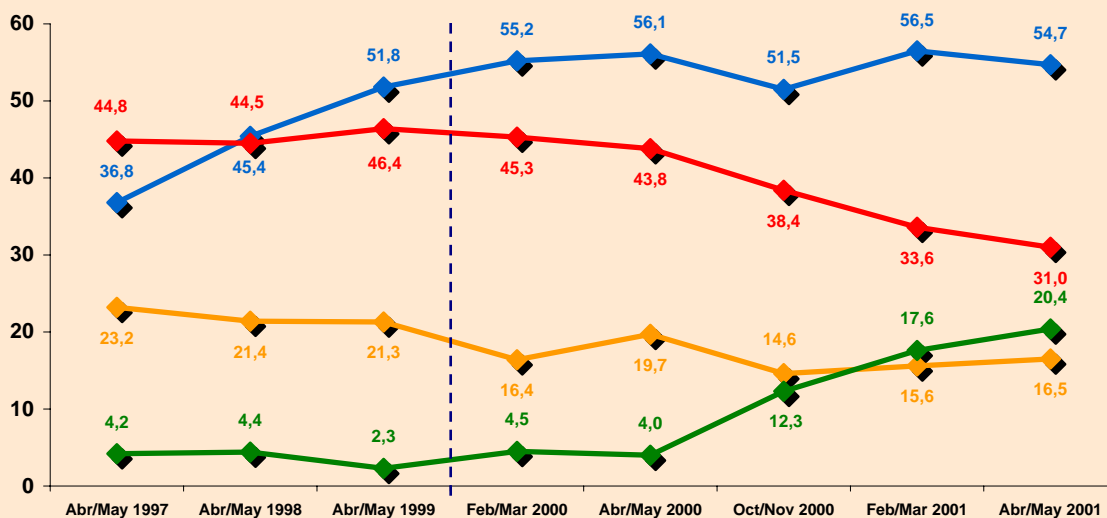
* individuos en miles

© AIMC - Fuente: EGM

LUGAR DE ACCESO (BASE: usuarios último mes)

(DATOS POR OLA)

% individuos



— Casa — Trabajo — Universidad/Centro de Estudios — Otros / NS.NC

© AIMC - Fuente: EGM