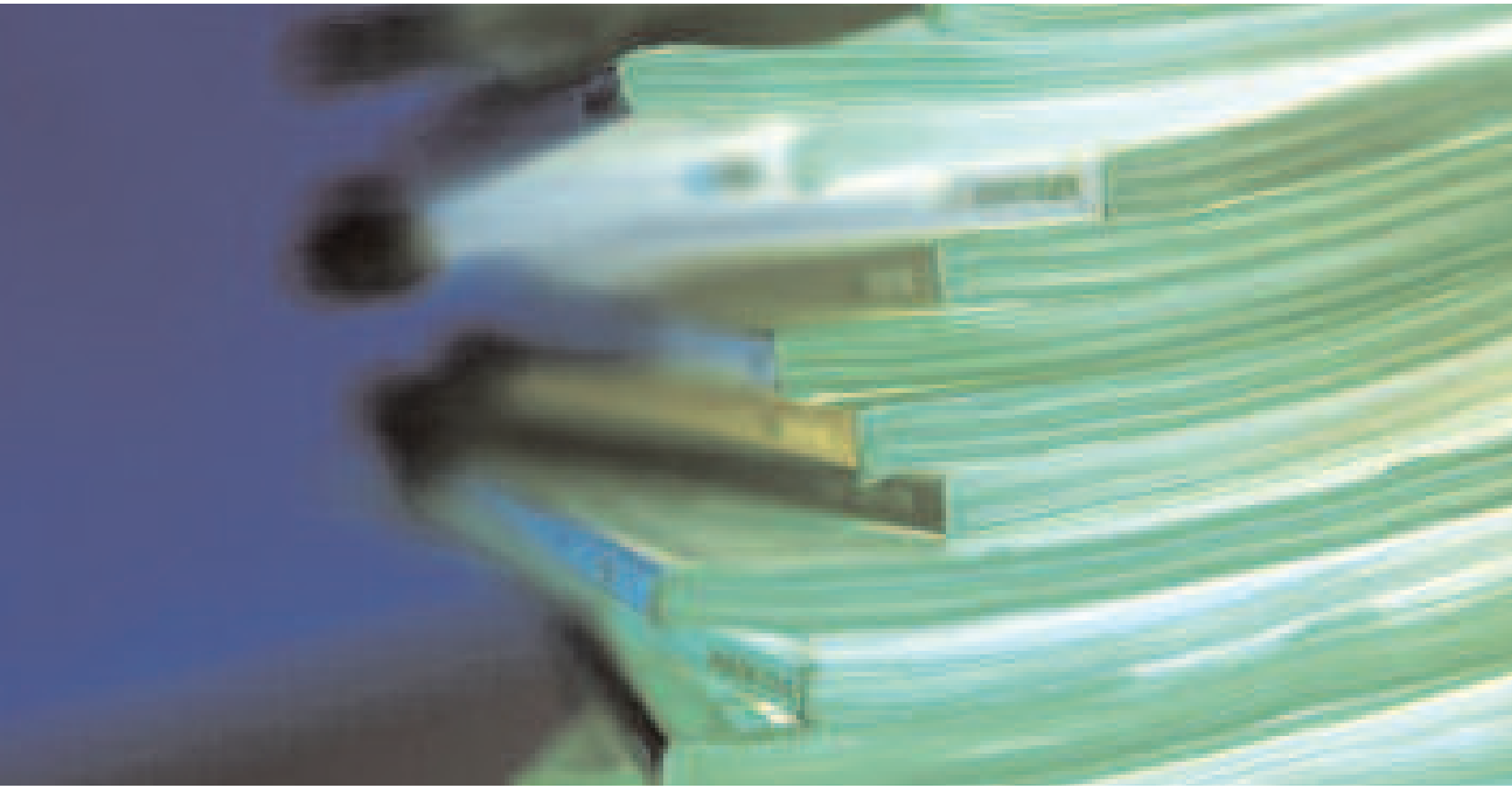


Revistas

Estadísticas

1. Evolución de la audiencia de revistas (1977-2005)

Año	Revistas semanales	Revistas quincenales	Revistas mensuales	Total revistas
1977	41,8	5,2	10,7	45,7
1978	48,1	6,3	16,8	52,8
1979	45,6	7,4	16,0	50,4
1980	45,0	6,8	15,8	49,6
1981	45,0	6,8	14,6	49,7
1982	32,7	4,3	9,4	38,0
1983	40,1	6,3	13,8	45,6
1984	48,9	8,0	20,5	55,4
1985	50,7	7,6	19,0	56,4
1986	45,5	8,0	16,6	51,6
1987	46,6	7,1	16,5	48,5
1988	48,3	7,3	20,6	54,8
1989	49,6	5,9	21,0	55,8
1990	49,0	4,5	24,4	56,8
1991	49,6	4,5	24,1	58,2
1992	48,5	5,2	26,6	57,9
1993	45,1	3,8	28,7	56,2
1994	44,6	3,7	28,4	55,6
1995	38,9	2,4	33,5	54,7
1996	38,7	2,7	37,1	55,6
1997	34,8	4,1	36,7	54,7
1998	32,2	3,0	37,5	53,2
1999	30,4	2,4	38,6	53,3
2000	30,6	2,6	38,4	53,6
2001	29,6	2,8	38,0	52,8
2002	28,4	3,0	36,4	51,4
2003	27,3	3,6	39,9	53,1
2004	28,4	3,5	42,3	55,1
2005	26,1	3,5	41,3	53,8

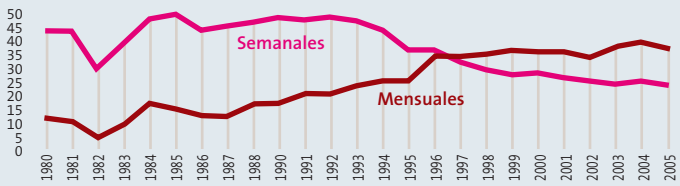
FUENTE: AIMC, EGM, acumulados anuales 1977-2004. Elaboración propia.

2. Talla de las revistas españolas controladas por la OJD (2004)

Periodicidad	Número de títulos	Difusión 2004	% sobre total
Semanales	Talla media = 91.524 ejemplares		
> 500.000 ejemplares	2	1.605.732	12,3
de 200.000 a 500.000	4	1.022.117	7,8
de 100.000 a 200.000	6	843.940	6,4
de 50.000 a 100.000	4	295.832	2,3
< 50.000 ejemplares	29	350.957	2,7
Total semanales	**45**	**4.118.578**	**31,4**
Quincenales	Talla media = 79.448 ejemplares		
de 50.000 a 200.000	2	292.057	2,2
< 50.000 ejemplares	2	25.733	0,2
Total quincenales	**4**	**317.790**	**2,4**
Mensuales	Talla media = 60.952 ejemplares		
> 200.000 ejemplares	7	1.598.153	12,2
de 100.000 a 200.000	18	2.401.456	18,3
de 50.000 a 100.000	36	2.490.710	19,0
de 25.000 a 50.000	34	1.209.796	9,2
< 25.000 ejemplares	71	968.140	7,4
Total mensuales	**166**	**8.668.255**	**66,1**
Total revistas [1]	**215**	**13.104.623**	**100,0**

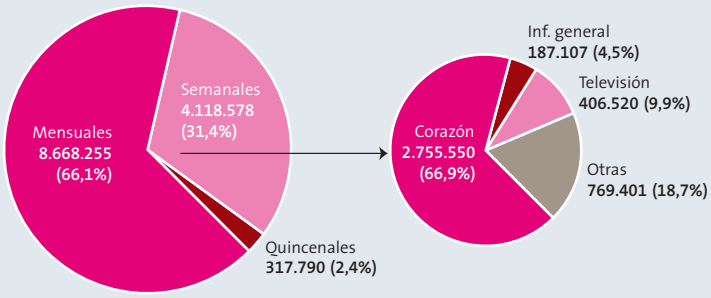
[1] Incluye sólo revistas de pago.
FUENTE: *Boletín de la OJD*, 2005. Elaboración propia.

3. Evolución de la audiencia de las revistas semanales y mensuales (1980-2004)



FUENTE: AIMC, EGM, 1980-2004. Elaboración propia.

4. Periodicidad de las revistas controladas por OJD (2004)



FUENTE: *Boletín de la OJD*, 2005. Elaboración propia.

5. Evolución de la difusión de las revistas (> 30.000 ejemplares, 1996-2004)

	Título	Periodicidad	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Variación 03/04
1	*Pronto*	Semanal	680.038	769.122	846.644	910.759	981.223	976.361	967.495	938.007	1.001.617	6,8
2	*¡Hola!*	Semanal	642.157	622.292	597.642	599.056	573.914	586.726	582.469	542.769	604.115	11,3
3	*Diez Minutos*	Semanal	342.246	313.790	244.017	240.969	239.203	216.713	199.856	207.817	281.524	35,5
4	*Lecturas*	Semanal	339.028	334.265	300.893	308.555	301.212	278.187	270.002	269.171	270.065	0,3
5	*Muy Interesante*	Mensual	308.618	282.155	266.380	273.470	290.422	274.105	271.109	271.535	263.461	–3,0
6	*Glamour*	Mensual								271.166	258.682	–4,6
7	*¡Qué Me Dices!*	Semanal		243.081	172.303	149.341	210.308	254.595	255.211	252.815	252.981	0,1
8	*Cosmopolitan*	Mensual	169.829	164.944	166.699	175.252	171.735	163.591	180.830	223.239	233.515	4,6
9	*FHM*	Mensual									219.294	–
10	*Semana*	Semanal	315.767	270.100	225.917	224.873	243.310	245.289	241.150	218.924	217.547	–0,6
11	*Cosas de Casa*	Mensual		258.353	264.800	267.414	235.543	232.282	223.094	263.233	216.135	–17,9
12	*El Mueble*	Mensual	177.263	205.495	209.003	215.217	200.760	207.042	207.676	205.271	203.888	–0,7
13	*Casa Diez*	Mensual			166.817	211.631	203.596	215.269	204.955	222.841	203.178	–8,8
14	*Mía*	Semanal	296.686	275.890	264.292	255.246	246.886	224.847	194.137	193.816	198.533	2,4
15	*National Geographic*	Mensual			292.244	268.283	232.895	208.241	208.852	193.303	186.370	–3,6
16	*Clara*	Mensual	292.990	250.256	229.509	229.727	234.108	214.965	189.662	177.067	181.969	2,8
17	*Bravo por Ti*	Quincenal		235.622	144.076	102.815	118.988	123.692	141.873	162.759	170.800	4,9
18	*Telva*	Mensual	100.530	92.534	115.732	122.707	131.802	147.095	150.119	157.561	169.733	7,7
19	*Super Pop*	Quincenal	234.837	383.627	231.231	119.380	135.236	134.346	148.706	183.676	167.696	–8,7
20	*Elle*	Mensual	120.541	147.002	131.250	136.124	127.778	152.265	139.637	140.429	158.636	13,0
21	*Quo*	Mensual	332.891	270.709	227.020	202.200	171.515	177.092	179.407	161.593	155.505	–3,8
22	*Teleprograma*	Semanal	239.370	192.470	143.328	130.712	185.992	187.478	189.668	167.296	154.277	–7,8
23	*Historia National Geographic*	Mensual								143.980	–	
24	*Muy Saludable*	Mensual						164.555	179.545	175.347	139.762	–20,3
25	*AR La Revista de Ana Rosa*	Mensual							164.650	135.900	134.014	–1,4
26	*Nuevo Vale*	Semanal					208.757	192.772	194.138	157.141	132.390	–15,8
27	*Loka Magazine*	Mensual									130.525	–
28	*Sorpresa!*	Semanal			123.154	124.840	136.393	131.918	129.718	127.040	127.701	0,5
29	*Computer Hoy*	Quincenal				132.538	134.484	121.353	113.024	121.236	124.361	2,6
30	*Interiores, Ideas y Tendencias*	Mensual						136.108	140.245	129.495	121.231	–6,4
31	*Interviú*	Semanal	169.761	149.759	129.355	141.665	158.690	145.891	129.791	122.644	121.100	–1,3
32	*MiCasa*	Mensual	228.585	251.612	206.797	185.696	148.282	134.939	111.842	107.623	117.091	8,8
33	*Witch*	Mensual									116.050	–
34	*Única*	Mensual									114.325	–
35	*Marie-Claire*	Mensual	88.733	98.459	104.589	112.104	102.716	98.862	98.377	101.594	112.065	10,3
36	*Telenovela*	Semanal	88.685	80.968	84.788	140.798	129.069	135.627	133.959	117.613	109.939	–6,5
37	*Fotogramas*	Mensual	133.180	122.674	115.132	126.062	119.950	126.337	107.598	105.139	108.148	2,9
38	*Ragazza*	Mensual	165.022	154.276	120.414	116.209	131.821	120.260	117.134	109.320	106.796	–2,3
39	*Casa al Día*	Mensual			139.823	125.185	107.296	103.005	90.139	96.166	102.902	7,0
40	*Vive Guía del Saber Vivir*	Mensual						162.092	144.873	132.917	102.354	–23,0
41	*Maxim*	Mensual						28.555	18.618	–	98.778	–
42	*Play2manía*	Mensual				98.077	79.957	55.292	49.704	61.912	97.419	57,4
43	*Maxi Tuning*	Mensual						100.134	106.227	96.807	97.059	0,3
44	*Vogue*	Mensual	47.286	42.511	72.361	76.270	82.003	82.101	84.384	87.831	93.934	6,9
45	*El Jueves*	Semanal	90.334	83.067	83.215	82.840	82.151	82.270	91.202	90.502	90.563	0,1
46	*Supertele*	Semanal	337.090	211.327	125.645	101.709	104.481	95.827	95.940	91.809	88.312	–3,8
47	*Lecturas - Cocina Fácil*	Mensual		106.015	84.905	76.182	84.360	97.931	91.120	91.144	88.003	–3,4
48	*Hobby Consolas*	Mensual	68.067	86.511	88.560	82.354	69.043	63.762	71.449	75.263	86.612	15,1
49	*Personal Computer & Internet*	Mensual								74.071	85.908	16,0
50	*Woman*	Mensual	116.599	94.071	92.910	98.680	81.693	92.908	99.474	87.555	82.036	–6,3
51	*DT DownTown*	Mensual				58.958	58.945	68.296	62.833	66.060	81.206	22,9
52	*Playstation 2 Revista Oficial*	Mensual						40.191		71.796	75.572	5,3
53	*Nuevo Estilo*	Mensual	130.379	135.248	113.205	111.471	117.834	101.507	92.289	63.938	73.805	15,4
54	*Emprendedores*	Mensual			82.441	75.503	76.441	79.474	68.678	67.152	72.454	7,9
55	*Labores del Hogar*	Mensual	216.816	204.618	140.035	118.603	108.394	96.627	82.373	74.696	71.757	–3,9
56	*PC Actual*	Mensual	64.005	75.892	89.688	93.219	90.249	82.526	77.552	71.752	71.235	–0,7
57	*Fórmula Autofácil*	Mensual						38.891	43.038	53.755	71.091	32,3
58	*Marca Motor*	Mensual									70.120	–
59	*Cinemanía*	Mensual	74.351	39.896	34.266	36.238	32.610	33.464	47.370	69.063	69.246	0,3
60	*Men's Health*	Mensual						71.448	60.644	58.875	65.802	11,8
61	*Vivir Feliz*	Mensual						138.964	99.262	70.312	63.548	–9,6
62	*Historia y Vida*	Mensual							43.353	52.373	63.487	21,2
63	*Cuerpomente*	Mensual	27.674	28.014	34.694	49.927	56.263	52.500	51.522	55.281	63.135	14,2
64	*Viajes National Geographic*	Mensual					65.656	64.457	62.121	60.055	63.070	5,0
65	*Tiempo de Hoy*	Semanal	112.744	81.997	79.229	59.057	45.378	70.741	68.512	64.237	62.965	–2,0
66	*Barbie*	Mensual					51.670	41.369	43.402	55.815	62.361	11,7
67	*Nintendo Acción*	Mensual				48.235	54.033	58.075	50.274	53.586	61.630	15,0

[Continúa en página siguiente]

	Título	Periodicidad	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Variación 03/04
68	*Crecer Feliz*	Mensual	76.481	62.215	62.550	56.142	51.860	55.054	57.496	57.224	59.748	4,4
69	*Car and Driver*	Mensual	59.178	52.349	51.312	53.233	56.227	55.119	59.401	59.027	58.802	–0,4
70	*La Aventura de la Historia*	Mensual				65.768	61.617	60.795	57.648	61.656	57.255	–7,1
71	*Man*	Mensual	79.296	90.021	84.893	84.702	70.022	62.184	54.691	51.602	56.586	9,7
72	*Automóvil*	Mensual	53.402	49.374	51.237	54.191	51.138	46.385	44.722	44.245	56.193	27,0
73	*Sport Life*	Mensual				44.009	50.000	51.571	54.012	50.161	55.643	10,9
74	*Comer Bien Cada Día*	Mensual	139.777	122.449	97.229	77.660	68.383	61.394	75.294	77.246	54.222	–29,8
75	*Casa y Jardín*	Mensual	51.632	65.184	69.213	60.259	49.514	74.710	65.143	61.583	54.063	–12,2
76	*TeleIndiscreta*	Semanal	185.976	161.892	114.738	96.334	94.135	78.576	73.825	61.407	53.992	–12,1
77	*Ser Padres Hoy*	Mensual	71.115	68.780	59.308	63.795	62.405	58.212	53.796	49.555	53.539	8,0
78	*Habitania*	Mensual						53.671	56.040	55.193	52.984	–4,0
79	*Casa & Campo*	Mensual		38.399	46.522	49.843	49.468	46.517	51.867	51.046	52.223	2,3
80	*Mujer 21*	Mensual								51.671	50.184	–2,9
81	*Geo*	Mensual	48.479	46.405	62.747	63.315	62.398	57.914	44.152	49.768	46.152	–7,3
82	*PC World/España*	Mensual	68.881	68.510	81.687	74.513	71.498	64.538	57.788	50.053	46.060	–8,0
83	*Patrones*	Mensual	71.625	72.492	68.005	62.315	63.400	58.195	56.592	51.571	43.751	–15,2
84	*Deviajes*	Mensual				67.933	52.840	47.574	48.305	44.564	43.055	–3,4
85	*Computer Hoy Juegos*	Mensual						29.498	25.086	40.580	42.325	4,3
86	*Micromanía*	Mensual	35.082	42.021	48.187	44.852	36.898	32.851	35.408	33.373	41.692	24,9
87	*Capital*	Mensual						83.924	52.623	42.336	41.028	–3,1
88	*Cocina Sana y Natural*	Mensual						79.058	36.597	42.598	40.506	–4,9
89	*You*	Mensual			89.412	89.538	78.691	61.673	58.875	45.141	39.691	–12,1
90	*Autovía*	Mensual	34.682	29.413	30.159	35.091	53.569	46.868	38.472	37.606	39.464	4,9
91	*GQ*	Mensual	25.216	32.201	27.757	33.163	34.915	35.394	36.945	35.425	39.366	11,1
92	*Top Music*	Mensual							37.622	39.028	39.334	0,8
93	*Dibus*	Mensual					50.551	45.547	38.671	39.012	38.832	–0,5
94	*Casa Viva*	Mensual		16.531	19.124	29.054	31.311	31.645	32.691	36.450	38.630	6,0
95	*Línea Saludable*	Mensual									38.051	–
96	*PC Today*	Mensual						45.242	36.662	34.266	37.745	10,2
97	*Mega Top*	Mensual				77.810	71.430	65.730	45.100	44.335	37.186	–16,1
98	*Motociclismo*	Semanal	36.761	35.100	34.534	40.676	37.525	34.684	34.076	33.993	37.079	9,1
99	*Playboy*	Mensual								34.890	36.090	3,4
100	*XTR Tuning*	Mensual									35.751	–
101	*Moto Verde*	Mensual	20.731	21.742	23.952	28.427	37.747	38.592	36.173	35.189	35.670	1,4
102	*Computer Idea*	Mensual						39.331	35.790	33.998	35.199	3,5
103	*Rolling Stone*	Mensual					36.904	35.269	38.223	37.101	35.188	–5,2
104	*Autopista*	Semanal	34.014	35.004	37.144	39.902	38.301	34.678	30.377	32.146	34.337	6,8
105	*PC Plus*	Mensual		58.473	41.562	29.894	24.703	37.227	46.716	39.088	34.080	–12,8
107	*CNR*	Mensual		132.608	89.972	86.589	75.218	58.893	41.332	40.027	33.165	–17,1
108	*Top Auto*	Mensual	29.080	29.408	31.447	34.078	31.664	30.593	29.839	28.424	31.112	9,5

FUENTE: OJD, 1996-2004. Elaboración propia.

DURANTE LA ÚLTIMA DÉCADA, EL MERCADO de revistas de consumo ha exhibido una estabilidad a prueba de coyunturas desfavorables, y sus indicadores de audiencia se han movido siempre en una horquilla muy estrecha, de no más de tres o cuatro puntos. No obstante, 2005 ha sido un año ligeramente negativo para el sector, pues, a tenor de los datos ofrecidos por el Estudio General de Medios (EGM), la lectura de revistas en España ha cedido más de un punto y medio con respecto a la marca registrada en 2004, situándose en un 53,8 por ciento del total de la audiencia. Por segmentos de periodicidad se da un fenómeno que el transcurso del tiempo no hace más que acentuar, el trasvase de lectores de los semanarios a las publicaciones mensuales, hasta el punto de que se ha invertido el ranquin vigente hace diez años: si en 1995 las revistas semanales eran leídas por un 38,9 por ciento de la población mayor de 14 años, en 2005 esta cifra se ha visto reducida al 26,1 por ciento, mientras que las cabeceras de periodicidad mensual han incrementado su porcentaje de audiencia en casi ocho puntos (de 33,5 a 41,3 por ciento), pasando a ser las preferidas del público.

Las razones de este descalabro paulatino pero sostenido hay que buscarlas, en primer lugar, en la descomposición del sector de las revistas de información general, otrora pujante, que hoy en España constituye poco menos que un residuo testimonial situa-

6. Contenido temático de las revistas de pago controladas por la OJD (2002-2004)

Adscripción temática	Núm. rev istas 02	Difusión 2002	% sb total	Núm. rev istas 03	Difusión 2003	% sb total	Variación 02/03	Núm. revistas 04	Difusión 2004	% sb total	Variación 03/04
1 Corazón	7	2.645.901	22,0	7	2.556.543	20,6	–3,4	7	2.755.550	20,8	7,8
2 Femeninas	16	2.155.578	17,9	18	2.360.442	19,1	9,5	19	2.477.195	18,7	4,9
3 Decoración	13	1.328.973	11,0	14	1.367.765	11,0	2,9	15	1.334.354	10,1	–2,4
4 Motor	23	684.875	5,7	25	699.821	5,7	2,2	29	872.482	6,6	24,7
5 Divulgación científica	7	802.751	6,7	7	773.500	6,2	–3,6	6	707.023	5,3	–8,6
6 Estilo de vida	8	324.119	2,7	8	325.629	2,6	0,5	9	653.272	4,9	100,6
7 Informática	7	375.635	3,1	8	432.751	3,5	15,2	8	441.869	3,3	2,1
8 Musicales	5	378.578	3,1	7	466.491	3,8	23,2	6	439.524	3,3	–5,8
9 Televisión	4	493.392	4,1	4	438.125	3,5	–11,2	4	406.520	3,1	–7,2
10 Videojuegos	7	318.030	2,6	7	360.645	2,9	13,4	6	405.250	3,1	12,4
11 Deportivas y de ocio	15	233.846	1,9	21	328.031	2,6	40,3	21	336.132	2,5	2,5
12 Historia y Arte	3	132.693	1,1	4	170.970	1,4	28,8	6	314.656	2,4	84,0
13 Gastronómicas	6	273.473	2,3	6	281.702	2,3	3,0	6	243.374	1,8	–13,6
14 Infantiles	8	244.250	2,0	8	247.235	2,0	1,2	8	323.725	2,4	30,9
15 Cine y fotografía	4	191.029	1,6	4	213.902	1,7	12,0	4	221.378	1,7	3,5
16 Información general nacional	3	206.572	1,7	3	195.221	1,6	–5,5	3	187.107	1,4	–4,2
17 Salud	3	182.448	1,5	3	153.708	1,2	–15,8	4	177.385	1,3	15,4
18 Economía	6	174.995	1,5	5	153.197	1,2	–12,5	5	155.929	1,2	1,8
19 Labores y patrones	4	188.715	1,6	4	173.652	1,4	–8,0	4	159.400	1,2	–8,2
20 Familiares	3	127.900	1,1	4	139.447	1,1	9,0	4	145.511	1,1	4,3
21 Viajes	5	147.619	1,2	5	139.163	1,1	–5,7	4	131.623	1,0	–5,4
22 Satíricas	1	91.202	0,8	1	90.502	0,7	–0,8	1	90.563	0,7	0,1
23 Información general comarcal	14	50.890	0,4	13	49.854	0,4	–2,0	12	45.243	0,3	–9,2
24 Pedagogía	4	53.222	0,4	4	48.509	0,4	–8,9	4	42.317	0,3	–12,8
25 Arquitectura y construcción	3	41.196	0,3	3	39.912	0,3	–3,1	3	38.412	0,3	–3,8
26 Reclamos publicitarios	3	38.298	0,3	3	34.701	0,3	–9,4	3	34.158	0,3	–1,6
27 Medicina	2	29.437	0,2	2	30.216	0,2	2,6	2	30.708	0,2	1,6
28 Inform. general en lengua extranjera	3	36.325	0,3	3	35.136	0,3	–3,3	2	29.571	0,2	–15,8
29 Animales de compañía	3	28.760	0,2	3	26.988	0,2	–6,2	3	26.563	0,2	–1,6
30 Alimentación y bebidas	3	11.327	0,1	3	10.446	0,1	–7,8	3	9.833	0,1	–5,9
31 Derecho y ciencias sociales	1	9.758	0,1	1	9.063	0,1	–7,1	1	9.152	0,1	1,0
32 Turismo y hostelería	2	9.418	0,1	2	9.077	0,1	–3,6	2	9.126	0,1	0,5
33 Religiosas	1	8.643	0,1	1	8.052	0,1	–6,8	1	7.738	0,1	–3,9
34 Inmobiliarias	1	4.238	0,0	1	4.120	0,0	–2,8	1	4.412	0,0	7,1
35 Agricultura, ganadería y pesca	1	3.321	0,0	1	3.318	0,0	–0,1	1	3.213	0,0	–3,2
36 Industria	1	2.720	0,0	1	2.823	0,0	3,8	1	2.739	0,0	–3,0
Total	**200**	**12.030.127**	**100,0**	**215**	**12.380.657**	**100,0**	**2,9**	**218**	**13.273.007**	**100,0**	**7,2**

* La relación corresponde a las revistas de pago con difusión mensual o inferior (semanales, quincenales, bisemanales y trisemanales).
FUENTE: OJD, 2002-2004. Elaboración propia.

do al margen de los controles de difusión y audiencia, salvo contadas excepciones. Por otro lado, no puede desdeñarse la competencia —involuntaria pero efectiva— que los suplementos dominicales de los diarios representan para el conjunto de las revistas semanales.

En cuanto a las publicaciones de periodicidad quincenal, son escasas en España y sus cifras de audiencia (3,5 por ciento en 2005) pasan prácticamente desapercibidas.

Datos generales de difusión

La circulación total de las revistas en España se incrementa en 2004 hasta alcanzar un promedio de 13.104.623 ejemplares, de los cuales, un 66,1 por ciento corresponde a publicaciones de carácter mensual. Las cabeceras semanales superan por vez primera los cuatro millones de copias (31,4 por ciento), mientras que las quincenales quedan cada vez más lejos del medio millón. Se trata de cifras similares a las de años anteriores, que ponen de manifiesto las tendencias básicas del sector: preponderancia cada vez más clara de las revistas mensuales —de las cuales 166 están acogidas al control de la OJD— a costa de los semanarios —reducidos a 44—, y práctica desaparición de las publicaciones quincenales —en este caso, sólo cinco justifican su difusión.

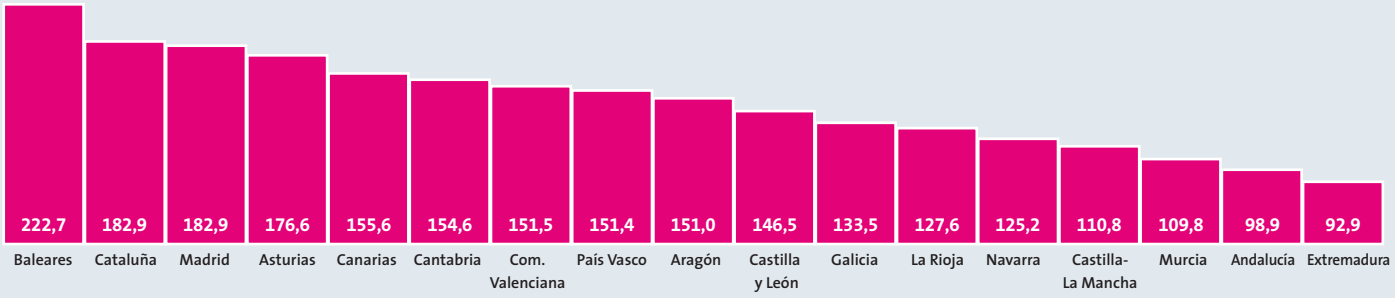
Por ámbitos temáticos, siguen siendo las denominadas revistas "del corazón" las

7. Índice semanal de difusión de las revistas en España (2004)

Comunidad	Difusión rev. semanales	Difusión rev. quincenales	Difusión rev. mensuales	Total revistas [1]	Índice dif. 2004 [2]
1 Baleares	146.013	13.433	239.672	399.118	222,7
2 Cataluña	767.668	84.628	1.634.920	2.500.806	182,9
3 Madrid	610.363	58.493	1.575.270	2.253.469	182,9
4 Asturias	128.816	12.760	217.882	359.458	176,6
5 Canarias	199.416	25.439	343.329	568.184	155,6
6 Cantabria	55.127	6.803	108.925	170.855	154,6
7 C. Valenciana	429.073	57.128	923.474	1.409.675	151,5
8 País Vasco	200.377	21.830	435.646	657.853	151,4
9 Aragón	121.789	11.784	243.893	377.466	151,0
10 Castilla y León	244.988	24.443	431.503	701.057	146,5
11 Galicia	230.782	29.322	486.910	747.014	133,5
12 Rioja, La	23.633	3.555	48.244	75.432	127,6
13 Navarra	44.826	5.118	103.200	153.144	125,2
14 Castilla-La Mancha	121.503	21.316	286.660	429.828	110,8
15 Murcia	84.554	15.742	198.935	299.231	109,8
16 Andalucia	452.516	84.059	1.061.627	1.598.202	98,9
17 Extremadura	60.615	10.705	135.185	206.539	92,9
Total España [3]	**3.928.515**	**487.450**	**8.485.097**	**12.924.505**	**147,0**

[1] Se incluyen publicaciones bisemanales y trisemanales.
[2] Índice semanal de difusión del conjunto.
[3] No se incluye la difusión de revistas en el extranjero (348.502 ejemplares).
FUENTE: *Boletín de la OJD*, 2005. Para población, proyección del INE. Elaboración propia.

8. Índice de difusión de revistas por comunidades autónomas (2004)



FUENTE: *Boletín de la OJD*, 2005. Elaboración propia.

de circulación más extendida, pues difunden de media 2.755.550 copias a la semana, un 7,8 por ciento más que en 2003. Esta cifra, unida a las que cosechan las publicaciones catalogadas como *femeninas* y las que se ocupan del mundo de la decoración, representan más de la mitad del total de las ventas del sector, muy por encima de cabeceras tradicionalmente consideradas *masculinas*, aquellas dedicadas al motor, la informática, el deporte o la información general. Nos encontramos, pues, ante un mercado fuertemente polarizado, en el que el público femenino constituye el destinatario preferente.

El listado de títulos con mayor difusión confirma de manera rotunda este hecho, que, por otro lado, no puede catalogarse de novedoso, en la medida en que viene siendo constatable desde hace décadas. Los primeros puestos de la lista los ocupan publicaciones de contenido y público muy similares: *Pronto* (con una circulación que, por vez primera en su historia, supera el millón de ejemplares a la semana, 1.001.617), *¡Hola!*, *Diez Minutos*, *Lecturas*, *Glamour*, *¡Qué Me Dices!*, *Cosmopolitan*, *Semana*... Sólo aparecen entre ellas dos cabeceras no expresamente dirigidas a la mujer: *Muy Interesante*, que cosecha 263.461 copias de media (luego desciende con respecto al año anterior), y *FHM*, situada por encima de las doscientas mil.

9. Evolución de los índices de difusión de revistas. Comunidades autónomas (2002-2004)

Comunidad	2002	Posición	2003	Posición	2004	Posición
Baleares	239,4	1	231,0	1	222,7	1
Cataluña	187,9	2	184,3	2	182,9	2
Madrid	176,1	3	174,2	3	182,9	3
Asturias	175,8	4	173,1	4	176,6	4
Canarias	141,9	10	163,5	5	155,6	5
Cantabria	156,3	6	153,1	7	154,6	6
C. Valenciana	156,6	5	151,4	8	151,5	7
País Vasco	152,0	8	150,3	9	151,4	8
Aragón	153,2	7	153,3	6	151,0	9
Castilla y León	144,8	9	145,5	10	146,5	10
Galicia	128,9	11	128,3	11	133,5	11
Rioja, La	127,7	13	127,4	12	127,6	12
Navarra	128,8	12	125,0	13	125,2	13
Castilla-La Mancha	106,3	15	109,7	14	110,8	14
Murcia	109,5	14	106,6	15	109,8	15
Andalucia	93,5	16	93,4	16	98,9	16
Extremadura	86,5	17	87,9	17	92,9	17
Total España [1]	**145,6**		**145,0**		**147,0**	

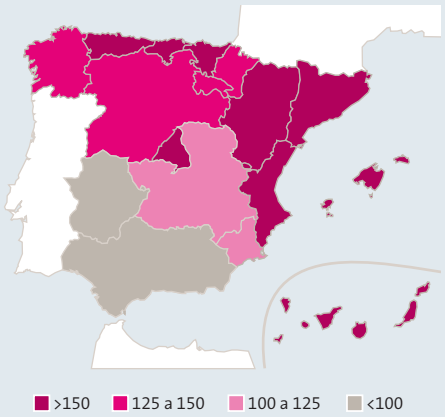
[1] No se tienen en cuenta los ejemplares vendidos en el extranjero.
FUENTE: OJD, 2001-2004. Para población, proyección del INE. Elaboración propia.

10. Revistas de pago con audiencia superior a los 500.000 lectores (2005)

		Periodicidad	Audiencia (000)
1	*Pronto*	Semanal	3.458
2	*¡Hola!*	Semanal	2.246
3	*Muy Interesante*	Mensual	2.120
4	*Lecturas*	Semanal	1.403
5	*El Mueble*	Mensual	1.315
6	*Diez Minutos*	Semanal	1.281
7	*¡Qué Me Dices!*	Semanal	1.257
8	*National Geographic*	Mensual	1.108
9	*Semana*	Semanal	1.099
10	*Quo*	Mensual	1.077
11	*Interviú*	Semanal	919
12	*Maxi Tuning*	Mensual	858
13	*Cosas de Casa*	Mensual	825
14	*Cosmopolitan*	Mensual	781
15	*Casa 10*	Mensual	690
16	*Fotogramas*	Mensual	604
17	*Micasa*	Mensual	604
18	*Mía*	Semanal	588
19	*Playstation 2*	Mensual	588
20	*Nuevo Estilo*	Mensual	565
21	*Ser Padres Hoy*	Mensual	557
22	*FHM*	Mensual	556
23	*Súper Pop*	Quincenal	543
24	*El Jueves*	Semanal	542
25	*Bravo Por Ti*	Quincenal	503

FUENTE: AIMC, EGM, acumulado anual 2005. Elaboración propia.

11. Índice de difusión de las revistas por comunidades (2004)



FUENTE: *Boletín de la OJD* , 2005. Elaboración propia.

Estructura autonómica

El mapa de la difusión de revistas por comunidades autónomas resulta a todas luces divergente respecto del obtenido en el ámbito de la prensa diaria. Destaca, en primer lugar, el puesto que ocupan las regiones insulares, Baleares y Canarias: la primera, con una circulación semanal de 222,7 por mil, mantiene una ventaja holgada sobre el resto de las demarcaciones (la segunda en la escala, Cataluña, dista de ella más de 40 puntos, al igual que Madrid, que alcanza la misma cota, 182,9). En cuanto al archipiélago canario, figura en quinta posición, con un índice de 155,6 por mil.

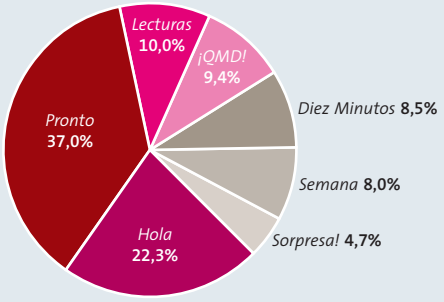
De nuevo, la mayor parte de las comunidades del norte de la península superan la media nacional, cifrada en 147: así, Asturias (176,6), Cantabria (153,1) y País Vasco (151,4). Pero otras donde los diarios de información general gozan de notable difusión presentan indicadores menos abultados en cuanto a venta de revistas: es el caso La Rioja (127,6) y Navarra (125,2). No varía, eso sí, el lugar que ocupan las regiones meridionales —Castilla-La Mancha, Murcia, Andalucía y Extremadura—, cuyas cotas son de nuevo las más exiguas de todo el conjunto, en una situación que sólo cabe calificar de endémica.

12. Perfil de los lectores de las revistas del corazón (2005)

	Referente población	*Diez Minutos*	*Gala*	*¡Hola!*	*Lecturas*	*Pronto*	*¡Qué Me Dices!*	*Semana*	*Sorpresa!*	Total [1]
Sexo										
Hombres	48,7	25,8	23,8	18,0	18,6	26,8	29,1	20,9	19,4	36,1
Mujeres	51,3	74,2	76,2	82,0	81,4	73,2	70,9	79,1	80,6	63,9
	100,0	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
Clase social										
Alta	7,3	6,8	12,6	10,3	8,0	3,0	6,5	6,9	6,4	7,2
Media-alta	13,2	12,5	16,3	15,8	12,3	9,6	12,2	11,8	10,7	13,5
Media-media	40,2	45,0	44,1	39,8	44,6	42,6	45,7	42,0	45,1	43,2
Media-baja	31,1	31,2	24,8	30,0	30,9	38,9	32,0	34,0	33,3	31,6
Baja	8,1	4,5	2,2	4,1	4,4	6,0	3,6	5,3	4,5	4,6
	100,0	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
Edad (años)										
14-19 años	7,4	4,0	5,9	4,0	3,9	5,6	7,4	3,7	5,9	7,5
20-24 años	7,9	6,8	6,9	7,0	5,8	6,7	9,5	5,6	11,1	8,8
25-34 años	19,8	18,1	20,1	18,2	17,5	17,8	24,3	19,4	25,5	20,8
35-44 años	18,7	19,3	23,1	18,5	18,3	19,1	18,8	18,0	19,1	19,8
45-54 años	15,1	17,5	13,9	16,2	18,7	15,8	15,9	17,7	15,0	15,1
55-64 años	11,7	13,9	10,2	14,8	14,3	13,1	10,2	14,4	10,3	11,4
65 y más años	19,4	20,4	19,8	21,2	21,5	21,8	13,8	21,2	13,2	16,5
Edad promedio	**44,8**	**47,0**	**45,0**	**47,2**	**48,0**	**46,7**	**41,6**	**47,5**	**41,5**	**43,4**
Nivel de instrucción										
No sabe leer	1,5	0,1	–	0,4	0,0	0,3	0,1	–	–	0,2
Sin estudios	5,5	3,7	2,1	3,8	3,4	4,6	3,1	4,7	4,0	3,4
C. escol./Primarios	21,5	22,8	13,8	18,2	20,1	25,7	16,8	20,6	18,4	19,9
EGB/Bach. elemt.	31,2	34,8	27,9	31,4	36,4	38,5	37,4	34,5	36,3	34,4
BUP/COU/FP	24,8	23,7	31,7	27,6	26,6	22,7	27,8	25,9	29,3	27,1
Tit. medio/Diplo.	7,6	8,0	9,3	9,0	7,1	4,8	7,6	8,7	6,0	7,5
Titulado superior	7,9	6,8	15,2	9,5	6,2	3,3	7,1	5,6	6,0	7,4

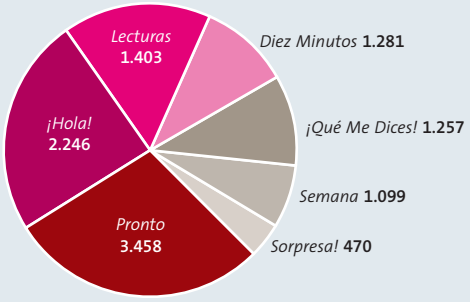
[1] Total lectores de revistas semanales.
FUENTE: AIMC, EGM, acumulado anual 2005. Elaboración propia.

13. El mercado de las revistas del corazón



FUENTE: *Boletín de la OJD* , 2005. Elaboración propia.

14. Audiencia de las revistas del corazón —miles de lectores—



FUENTE: AIMC, EGM, acumulado anual 2005. Elaboración propia.

Revistas del corazón

Para los semanarios españoles, el principal granero de lectores lo constituyen, sin duda, las denominadas revistas *del corazón*, que, junto con la prensa deportiva, ejercen la función reservada en otras latitudes a los diarios sensacionalistas (aunque por difusión queden lejos de las cotas que éstos alcanzan en países como Gran Bretaña o Alemania). Se trata de cabeceras de seguimiento mayoritario, en su mayor parte veteranas de los quioscos, con un público singularmente fiel. Su peso en el mercado es considerable, como ponen de manifiesto las cifras de ventas obtenidas en el ejercicio 2004: *Pronto*, ya lo hemos dicho, supera el millón de ejemplares semanales; *¡Hola!* se sitúa en 604.115, y el resto oscila entre los 270.075 de *Lecturas* y los 127.701 de *Sorpresa!* Se trata de resultados halagüeños para el sector, pues todas las publicaciones, con la excepción de *Semana*, ganan difusión, en algunos casos de modo notable, como las citadas *¡Hola!* y *Pronto*.

El perfil de los lectores de este tipo de revistas no muestra caracteres enteramente homogéneos, y hay diferencias (en determinados casos, muy pronunciadas) entre la audiencia de los distintos semanarios. Así, *Pronto* obtiene mejor acogida entre la población de clase baja o media-baja, en contraposición a *Gala* (editada por G+J en

15. Audiencia de las revistas de información general (2005)

FUENTE: AIMC, EGM, acumulado anual 2005. Elaboración propia.

16. Perfil de los lectores de las revistas de información general

	Referente población	*Tiempo*	*Interviú*	Total lect. [1]
Sexo				
Hombres	48,7	72,9	69,4	36,1
Mujeres	51,3	27,1	30,6	63,9
	100,0	**100,0**	**100,0**	**100,0**
Clase social				
Alta	7,3	6,7	15,0	7,2
Media-alta	13,2	17,4	21,1	13,5
Media-media	40,2	46,6	39,5	43,2
Media-baja	31,1	26,6	20,9	31,6
Baja	8,1	2,7	3,4	4,6
	100,0	**100,0**	**100,0**	**100,0**
Edad (años)				
14-19 años	7,4	5,5	1,9	7,5
20-24 años	7,9	13,1	0,8	8,8
25-34 años	19,8	28,0	17,2	20,8
35-44 años	18,7	28,0	25,4	19,8
45-54 años	15,1	14,3	27,8	15,1
55-64 años	11,7	6,4	13,1	11,4
65 y más años	19,4	4,8	13,7	16,5
Edad promedio	**44,8**	**37,0**	**46,8**	**43,4**
Nivel de instrucción				
No sabe leer	1,5	–	–	0,2
Sin estudios	5,5	0,8	1,7	3,4
Cert. esc./Primarios	21,5	11,0	5,4	19,9
EGB/Bach. elemental	31,2	37,1	24,2	34,4
BUP/COU/FP	24,8	34,2	29,9	27,1
Tit. medio/Diplo.	7,6	9,5	12,8	7,5
Titulado superior	7,9	7,3	26,0	7,4

[1] Total lectores de revistas semanales.
FUENTE: AIMC, EGM, acumulado anual 2005. Elaboración propia.

17. Evolución de la difusión de las revistas de información general (1994-2004)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Var. 94/04	Var. 03/04
Interviú	174.181	168.780	169.761	149.759	129.355	141.665	158.690	145.891	129.791	122.644	121.100	–30,5	–1,3
Tiempo de Hoy	140.522	108.920	112.744	81.997	79.229	59.057	45.378	70.741	68.512	64.237	62.965	–55,2	–2,0
Época	67.264	57.738	51.131	43.251	36.161	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d	–	–
Total	**381.967**	**335.438**	**333.636**	**275.007**	**244.745**	**200.722**	**204.068**	**216.632**	**198.303**	**186.881**	**184.065**	**–51,8**	**–1,5**

FUENTE: OJD, 1994-2004. Elaboración propia.

alianza con Vocento) y *¡Hola!*, cuyos lectores son en su mayoría de extracción social elevada; el nivel de estudios de quienes compran unas y otras también varía (la audiencia de *¡Hola!* es más cultivada). Por otro lado, *¡Qué Me Dices!* y *Sorpresa!*, recién llegadas al mercado del corazón, extraen casi un cuarto de su audiencia de entre el público juvenil, frente al perfil más maduro del resto de los títulos.

Revistas de información general

Los semanarios de información general presentan en España un cuadro nada alentador. La mayor parte de las cabeceras no están sometidas al control de difusión —se entiende que para no indisponerse con los anunciantes— y las cifras de audiencia que cosechan son exiguas. Desde hace años, títulos como *Cambio 16*, *Época*, *Tribuna*, *El Siglo* o *La Clave* parecen situarse al margen del mercado, independientemente de su veteranía o calidad, que en algunos casos es elevada. Lo cierto es que estamos ante un fenómeno desconocido en otros países del entorno europeo, donde se cuenta con cabeceras informativas de amplia circulación y notoria influencia en los procesos de la opinión pública.

En España, además, constituye un sector monopolizado de hecho por un solo grupo, Zeta, que es el editor de las dos únicas publicaciones sometidas a control, *Interviú* y *Tiempo*.

18. Distribución geográfica de la lectura de revistas de información general (2005)

	Universo	*Tiempo*	*Interviú*	Total lect. [1]
Audiencia (000)	37.084	919	171	9.665
Comunidades				
Andalucía	17,3	7,7	10,4	14,0
Aragón	2,9	4,9	3,7	3,2
Asturias	2,6	7,7	3,1	3,7
Baleares	2,2	1,8	1,3	2,9
Canarias	4,2	1,4	5,4	4,8
Cantabria	1,3	0,8	0,7	1,3
Castilla y León	5,9	13,3	5,6	6,8
Castilla-La Mancha	4,3	4,4	2,0	4,1
Cataluña	16,0	15,1	16,4	17,2
C. Valenciana	10,6	7,5	6,4	8,7
Extremadura	2,4	0,8	2,8	1,8
Galicia	6,5	7,5	7,7	5,8
Madrid	13,7	11,4	23,9	16,4
Murcia	2,9	2,8	0,7	2,3
Navarra	1,4	2,1	0,4	1,2
País Vasco	5,0	8,7	7,8	4,9
Rioja, La	0,7	1,9	1,8	0,8
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

[1] Total lectores de revistas semanales.
FUENTE: AIMC, EGM, acumulado anual 2005. Elaboración propia.

19. Evolución de la difusión de las revistas de información televisiva (1994-2004)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Var. 94/04	Var. 03/04
Teleprograma	407.096	283.884	239.370	192.470	143.328	130.712	185.992	187.478	189.668	167.296	154.277	–62,1	–7,8
Telenovela	105.501	95.973	88.685	80.968	84.788	140.798	129.069	135.627	133.959	117.613	109.939	4,2	–6,5
Supertele	592.164	385.891	337.090	211.327	125.645	101.709	104.481	95.827	95.940	91.809	88.312	–85,1	–3,8
Tele Indiscreta	398.437	241.889	185.976	161.892	114.738	96.334	94.135	78.576	73.825	61.407	53.992	–86,4	–12,1
Total	**1.503.198**	**1.007.637**	**851.121**	**646.657**	**468.499**	**469.553**	**513.677**	**497.508**	**493.392**	**438.125**	**406.520**	**–73,0**	**–7,2**

FUENTE: OJD, 1994-2004. Elaboración propia.

Así las cosas, los datos de que disponemos han de resultar por fuerza poco reveladores. *Interviú* continúa ocupando una posición privilegiada, y cifra su difusión en 121.100 ejemplares en 2004, lejos, no obstante, de los más de 168.000 alcanzados en 1995. La cifra de *Tiempo*, aunque más favorable si se la compara con los registros de los últimos años, sí que demuestra a las claras el retroceso imparable al que se ha visto sometido el mercado de la información general: presenta 62.965 copias de media en el pasado ejercicio, frente a las 161.899 logradas en 1993, un descenso en verdad llamativo. Entre ambas publicaciones suman en 2005 1,1 millones de lectores, de los cuales la inmensa mayoría (919.000) corresponden a *Interviú*. En cualquier caso, ambas cabeceras ven reducido su índice de lectura con respecto al ejercicio anterior.

La audiencia de este tipo de publicaciones sigue siendo preferentemente masculina, en especial la de *Interviú*, por el alto contenido erótico de la revista. Este factor hace también que entre sus lectores predominen los de extracción social media y media-baja, y que sean de edad inferior a la media adjudicada al conjunto de los semanarios (37,0 años frente a 43,4). La audiencia de *Tiempo*, por el contrario, procede en mayor medida de estratos altos o medio-altos de la población, y está formada por un público de edad madura.

20. Distribución geográfica de la lectura de revistas de información televisiva

	Universo	*Supertele*	*Teleindiscreta*	*Telenovela*	*Teleprograma*
Audiencia (000)	37.084	178	230	333	429
Comunidades					
Andalucía	17,3	15,2	13,9	20,2	19,8
Aragón	2,9	17,8	5,0	2,4	3,2
Asturias	2,6	2,3	2,7	1,1	1,5
Baleares	2,2	2,2	1,5	2,7	2,0
Canarias	4,2	2,5	5,0	8,2	1,7
Cantabria	1,3	0,6	3,0	1,0	1,5
Castilla y León	5,9	5,0	3,3	3,7	5,1
Castilla-La Mancha	4,3	6,1	4,7	5,1	8,2
Cataluña	16,0	11,9	20,4	14,6	12,7
C. Valenciana	10,6	11,2	9,1	7,9	12,5
Extremadura	2,4	1,6	1,3	3,7	3,0
Galicia	6,5	3,5	4,8	6,0	3,7
Madrid	13,7	13,1	16,3	15,4	19,7
Murcia	2,9	1,9	2,9	4,6	1,4
Navarra	1,4	1,0	–	1,4	0,8
País Vasco	5,0	4,3	4,9	1,8	2,6
Rioja, La	0,7	–	1,2	0,3	0,6
Total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

FUENTE: AIMC, EGM, acumulado anual 2005. Elaboración propia.

21. Perfil de los lectores de las revistas de información televisiva (2005)

	Ref. poblac.	*Supertele*	*Teleindiscreta*	*Telenovela*	*Teleprograma*
Sexo					
Hombres	48,7	44,2	20,1	10,4	44,8
Mujeres	51,3	55,8	79,9	89,6	55,2
	100,0	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
Clase social					
Alta	7,3	4,6	3,6	2,4	5,7
Media-alta	13,2	17,8	8,9	4,8	10,1
Media-media	40,2	37,2	39,7	43,3	43,4
Media-baja	31,1	33,7	39,3	42,2	35,1
Baja	8,1	6,7	8,5	7,3	5,6
	100,0	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
Edad					
14-19 años	7,4	8,9	8,5	20,2	9,8
20-24 años	7,9	11,2	5,6	18,8	6,7
25-34 años	19,8	14,4	15,7	26,8	13,3
35-44 años	18,7	23,3	24,0	16,2	26,2
45-54 años	15,1	12,1	17,4	9,4	14,7
55-64 años	11,7	11,6	11,4	4,1	13,3
65 y más años	19,4	18,5	17,5	4,4	16,0
Edad promedio	**44,8**	**43,7**	**44,7**	**31,8**	**43,9**
Nivel de instrucción					
No sabe leer	1,5	–	0,5	0,5	–
Sin estudios	5,5	4,4	5,0	2,8	5,9
C. escol./primaria	21,5	19,2	26,8	22,8	26,6
EGB/Bach. element.	31,2	31,2	43,5	40,4	35,1
BUP/COU/FP	24,8	32,8	17,2	28,4	20,8
Tit. medio/Diplo.	7,6	7,2	3,3	2,7	6,6
Titulado superior	7,9	5,3	3,6	2,3	5,0

FUENTE: AIMC, EGM, acumulado anual 2005. Elaboración propia.

22. Principales revistas españolas con edición digital (2005)

Revista	Periodicidad	URL
AR La Revista de Ana Rosa	Mensual	www.AR-revista.com
Arquitectura y Diseño	Mensual	www.rbarevistas.com
Automóvil	Mensual	www.motorpress-iberica.es
Autopista	Semanal	www.autopistaonline.com
Autovía	Mensual	www.motorpress-iberica.es
Barbie	Mensual	www.rba.es
Bike a Fondo	Mensual	www.webbikeafondo.com
Bravo por Ti	Quincenal	www.bravoporti.com
Bricolage y Decoración	Mensual	www.globuscom.es
Burda	Mensual	www.ed-aurum.com
Capital	Mensual	www.capitalrevista.es
Car and Driver	Mensual	www.caranddriverrevista.com
Casa & Campo	Mensual	www.globuscom.es
Casa al Día	Mensual	www.rbarevistas.com
Casa Viva	Mensual	www.mcediciones.es
Ciclismo a Fondo Bicisport	Mensual	www.motorpress-iberica.com
Cinemanía	Mensual	www.progresa.es
Clara	Mensual	www.hymsa.com
Clio	Mensual	www.cliorevista.com
Coche Actual	Mensual	www.motorpress-iberica.es
Cocina Ligera	Mensual	www.globuscom.es
Cocina Sana y Natural	Mensual	www.rba.es
Comer Bien	Mensual	www.hymsa.com
Comer y Beber	Mensual	www.hymsa.com
Computer Hoy	Quincenal	www.hobbypress.es
Computer Hoy Juegos	Mensual	www.hobbypress.es
Cosas de Casa	Mensual	www.rba.es
Cosmopolitan	Mensual	www.cosmohispano.es
Crecer Feliz	Mensual	www.crecerfeliz.es
Cuerpo de Mujer	Mensual	www.globuscom.es
Cuerpomente	Mensual	www.cuerpomente.es
Deviajes	Mensual	www.deviajes.es
Dietas	Mensual	www.dietasparaserfeliz.com
Diez Minutos	Semanal	www.diezminutos.es
Don Balón	Mensual	www.donbalon.es
El Jueves	Semanal	www.eljueves.es
El Mueble	Mensual	www.rba.es
Elle	Mensual	www.elle.es
Emprendedores	Mensual	www.emprendedores.es
FederCaza	Mensual	www.editorialv.es
Fotogramas	Mensual	www.fotogramas.es
Geo	Mensual	www.georevista.es
Guía Útil Automóvil Coche Actual	Mensual	www.motorpress-iberica.es
Glamour	Mensual	www.glamour.com
GQ	Mensual	www.gq.com
Habitania	Mensual	www.hymsa.com
Hobby Consolas	Mensual	www.hobbypress.es
¡Hola!	Semanal	www.hola.com
Ideas y Puntos	Mensual	www.hymsa.com
Integral	Mensual	www.larevistaintegra.com
Interviú	Semanal	www.zetainterviu.com
Investigación y Ciencia	Mensual	www.investigacionyciencia.es
La Moto	Mensual	www.motorpress-iberica.es
Labores del Hogar	Mensual	www.hymsa.com
Lecturas	Semanal	www.hymsa.com
Leo Leo	Mensual	www.bayard-revistas.com
Marie-Claire	Mensual	www.marie-claire.es
Maxi Tuning	Mensual	www.maxitunning.es
Maxim	Mensual	www.maxim.es
Mega Top	Mensual	www.megatop.es
Men's Health	Mensual	www.motorpress-iberica.es
Mia	Mensual	www.miarevista.es
Mi Jardín	Mensual	www.globuscom.es
Moto Verde	Mensual	www.motorpress-iberica.es
Motociclismo	Semanal	www.webmotociclismo.com
Mujer 21	Mensual	www.hymsa.com
Muy Especial	Mensual	www.muyinteresante.es
Muy Interesante	Mensual	www.muyinteresante.es
Muy Saludable	Mensual	www.sabervivir.com
National Geographic	Mensual	www.rba.es
Nintendo Acción	Mensual	www.hobbypress.es
PC Actual	Mensual	www.pc-actual.com
PC Plus	Mensual	www.zetaplus.com
PC Today	Quincenal	www.hobbypress.es
PC World	Mensual	www.idg.es/pcworld
PSM2	Mensual	www.mcediciones.es
Patrones	Mensual	www.hymsa.com
Personal Computer & Internet	Mensual	www.hobbypress.es
Plantas en Casa	Mensual	www.globuscom.es
Prevenir es Salud!	Mensual	www.globuscom.es
Primera Línea	Mensual	www.zetaprimeralinea.com
Qué Leer	Mensual	www.que-leer.com
¡Qué Me Dices!	Semanal	www.quemedices.es
Quo	Mensual	www.quo.es
Ragazza	Mensual	www.ragazza.es
Rolling Stone España	Mensual	www.progresa.es
Semana	Semanal	www.semana.es
Ser Padres Hoy	Mensual	www.serpadres.es
Sport Life	Mensual	www.motorpress-iberica.es
Supertele	Semanal	www.supertele.es
Tele Indiscreta	Semanal	www.teleindiscreta.es
Telenovela	Semanal	www.telenovela.es
Teleprograma	Semanal	www.t-p.es
Telva	Mensual	www.estarguapa.com
Tiempo	Semanal	www.tiempodehoy.com
Top Auto	Mensual	www.topauto.net
Top Music & Cine	Mensual	www.editorialv.es
Viajes National Geographic	Mensual	www.rba.es
Vivir Feliz	Mensual	www.rba.es
Vogue	Mensual	www.vogue.es/mujer_vogue

FUENTE: empresas editoras. Elaboración propia.

Revistas de televisión

Tampoco parecen atravesar un momento particularmente feliz los semanarios de televisión, después de una década, la de los noventa, en que se situaron al nivel de la prensa *rosa*. El motivo se antoja claro: algunos de los principales grupos de comunicación han empezado a confeccionar suplementos dedicados íntegramente a la programación televisiva, que entregan junto a sus periódicos antes del fin de semana, de modo que se apropian de parte de la audiencia natural del sector. Circulan cuatro: *Guía de Televisión*, de *Abc*; *El Semanal TV*, del grupo Vocento; *Teletodo*, de Zeta; y *TV Manía*, del grupo Godó, distribuidos entre un total de 36 cabeceras repartidas por toda la geografía española. La competencia se ha vuelto, por tanto, dura para los editores independientes.

En 2004, la cifra total de difusión de las revistas de televisión desciende de nuevo y queda reducida a 406.520 ejemplares semanales. La cabecera con mayores ventas, *Teleprograma*, se sitúa en 154.277, muy lejos de los casi 700.000 verificados en 1993. *Telenovela* se coloca en el segundo puesto por circulación, con 109.939 copias de media. *Supertele* y *Tele Indiscreta*, que hace una década difundían lo mismo que *Teleprograma*, no llegan hoy a los 100.000 ejemplares.

En cuanto al perfil de los lectores, llama la atención el hecho de que *Telenovela* ten-

23. Publicaciones de las principales editoras de revistas (2005)

ALESPORT
1. *Solo Auto 4x4*
2. *Solo Auto 30*
3. *Solo Bici*
4. *Solo Camión*
5. *Solo Furgo*
6. *Solo Golf & Viajes*
7. *Solo Moto 30*
8. *Solo Moto Off Road*
9. *Solo Nieve*
10. *Solo Scooter*

AMÉRICA IBÉRICA
1. *Año Cero*
2. *Dietas*
3. *El Mundo de los Astros*
4. *Enigmas*
5. *Quercus*
6. *Pasajes. Arquitectura y C.*
7. *Pasajes. Construcción*
8. *Restauración y Rehabil.*
9. *Trofeo Caballo*
10. *Trofeo Caza*
11. *Trofeo Golf*
12. *Trofeo Náutica*
13. *Trofeo Nieve*
14. *Trofeo Pesca*
15. *Tu Suerte*
16. *Turismo Rural*

CONDÉ NAST
1. *Condé Nast Traveler*
2. *Glamour*
3. *GQ*
4. *Sposabella Novias*
5. *Vogue*

G+J
1. *Capital*
2. *Cosmopolitan*
3. *Gala*
4. *Geo*
5. *Living at Home*
6. *Marie Claire*
7. *Mía*
8. *Mía Especiales*
9. *Muy Especial*
10. *Muy Interesante*
11. *Ser Padres Hoy*
12. *El Bebé de Ser Padres*

GLOBUS COMUNICACIÓN
1. *20 Casas*
2. *Bricolage y Decoración*
3. *Casa y Campo*
4. *Cocina Ligera*
5. *Cuerpo de Mujer*
6. *Diseño Interior*
7. *Embarazo Sano*
8. *Guía del Saber Vivir*
9. *Mi Jardín*
10. *On Off*
11. *Pelo New Look*
12. *Plantas en Casa*
13. *Prevenir es Salud*
14. *Propiedades en España*
15. *Psicología Práctica*
16. *Vive*

GRUPO HERES
1. *Nuevo Vale*
2. *Pronto*
3. *Super Pop*

GRUPO V
1. *Alta Gama*
2. *Barcos a Motor & Yatching*
3. *Barcos a Vela & Yatching*
4. *Caza Mayor*
5. *Cazarmas*
6. *Danica*
7. *Espacio*
8. *Federcaza*
9. *Federpesca*
10. *Futbolista*
11. *Industria Fotográfica*
12. *Inmersión*
13. *Motocasión*
14. *Nautiocasión*
15. *Perros de Caza*
16. *Perros y Compañía*
17. *Pesca Mar*
18. *Súper Caravaning & C.*
19. *Súper Foto Digital*
20. *Súper Foto Práctica*
21. *Top Tuning*
22. *TopMusic*

GRUPO ZETA
1. *Auto Hebdo*
2. *Cartoon Network Magazine*
3. *CNR*
4. *Digital Camera Magazine*
5. *Fortuna Sports & Life*
6. *Interviú*
7. *Man*
8. *Mega Top*
9. *PC Plus*
10. *Primera Línea*
11. *Súper Auto*
12. *Superjuegos*
13. *Tiempo de Hoy*
14. *Viajar*
15. *Woman*
16. *You*

HACHETTE FILIPACCHI
1. *AR La Revista de Ana Rosa*
2. *Así Son las Cosas*
3. *Car & Driver*
4. *Casa Diez*
5. *Clio*
6. *Crecer Feliz*
7. *Deviajes*
8. *Diez Minutos*
9. *Elle*
10. *Elle Decoración*
11. *Emprendedores*
12. *Fotogramas*
13. *Maxim*
14. *MiCasa*
15. *Nova*
16. *Nuevo Estilo*
17. *Psychologies*
18. *Qué Leer*
19. *¡Qué Me Dices!*
20. *Quo*
21. *Ragazza*
22. *Supertele*
23. *Teleindiscreta*
24. *Telenovela*
25. *Teleprograma*
26. *XTR Tuning*

HOBBY PRESS
1. *Audio Video Foto Hoy*
2. *Computer Hoy*
3. *Computer Juegos*
4. *Hobby Consolas*
5. *Micromanía*
6. *Nintendo Acción*
7. *PC Today*
8. *Personal Computer*
9. *Play2Manía*
10. *Play2Mania Guías*

HOLA
1. *¡Hola!*

HYMSA
1. *Clara*
2. *Cocina Fácil*
3. *Comer Bien*
4. *Comer y Beber*
5. *Habitania*
6. *Ideas y Puntos*
7. *In Style*
8. *Labores del Hogar*
9. *Lecturas*
10. *Lecturas Moda*
11. *Mujer 21*
12. *Patrones*
13. *Rutas del Mundo*
14. *Semana*
15. *Semana Estar Bien*
16. *Sorpresa!*
17. *Tu Bebé*

IDG
1. *Computer World España*
2. *Comunicaciones World*
3. *Dealer World*
4. *Digital World*
5. *Info-PC*
6. *iWorld*
7. *LS MacWorld*
8. *MacWorld*
9. *PC World*
10. *Webmasters*

MC EDICIONES [1]
1. *Alta Fidelidad*
2. *Armas*
3. *Arqueología del Siglo XXI*
4. *Arte & Diseño por Ordenador*
5. *Aviación Deportiva y General*
6. *Batería Total*
7. *Casa Viva*
8. *Ciclismo en Ruta*
9. *Cocinas y Baños*
10. *Data.TI*
11. *Digital Foto*
12. *Easy Riders*
13. *El Mundo de la Mountain Bike*
14. *El Mundo del 4x4*
15. *El Mundo del Caballo*
16. *En Ruta*
17. *Estilo Clásico*
18. *Fuerza Aérea*
19. *Fuerza Naval*
20. *Fuerza Terrestre*
21. *Global Communications*
22. *Golf Monthly*
23. *Grandes Esloras*
24. *GTI Mag*
25. *Guitarra Total*
26. *Health & Fitness*
27. *Heavy Rock*
28. *Hunter*
29. *Juegos y Jugadores para PC*
30. *Kerrang*
31. *Más Allá de la Ciencia*
32. *Metal Hammer*
33. *Moto Viva*
34. *Nautica*
35. *Pesca de Altura*
36. *PSM 2*
37. *Revista de Arqueología*
38. *Solo Pesca*
39. *Stuff*
40. *TCN*
41. *Todo 3D*
42. *Todo Gatos*
43. *Todo Perros*
44. *XBox-Edición Oficial Esp.*
45. *Yate*
46. *Zona Roja*

MOTOR PRESS
1. *Auto Verde 4x4*
2. *AutoMercado*
3. *Automóvil*
4. *Autopista*
5. *Autovía*
6. *Avión Revue*
7. *Bike a Fondo*
8. *Ciclismo a Fondo Bicisport*
9. *Coche Actual*
10. *Connect*
11. *Diving a Fondo*
12. *Ecuestre*
13. *Guía Útil del Automóvil*
14. *La Moto*
15. *Maxi AutoSport*
16. *Maxi Tuning*
17. *MaxiMoto Tuning*
18. *Men's Health*
19. *Moto Verde*
20. *Motociclismo*
21. *Motor Clásico*
22. *Navegar*
23. *Relojes y Estilográficas*
24. *Runner's World*
25. *Scootermanía*
26. *Sport Life*
27. *Tenis a fondo*
28. *Transporte Mundial*

PROGRESA
1. *Cinemanía*
2. *Claves de la Razón Práctica*
3. *Gentleman*
4. *La Revista 40*
5. *Rolling Stone España*
6. *Viajando*

RBA
1. *Arquitectura y Diseño*
2. *Barbie*
3. *Casa al Día*
4. *Casas de Campo*
5. *Cocina Sana y Natural*
6. *Cocinas y Baños*
7. *Cosas de Casa*
8. *Cosas de Cocina*
9. *Cuerpomente*
10. *El Mueble*
11. *Extras El Mueble*
12. *Historia National Geographic*
13. *Integral*
14. *Mente Sana*
15. *National Geographic Magazine*
16. *Princesas*
17. *Speak Up*
18. *Tú Eres Única*
19. *Viajes National Geographic*
20. *Vivir Feliz*

RECOLETOS
1. *Actualidad Económica*
2. *Golf Digest*
3. *Marca Motor*
4. *Telva*

VNU
1. *Ch@nnel Partner*
2. *Computer Idea*
3. *Computing España*
4. *Guía Chip*
5. *PC Actual*
6. *PC Pymes*
7. *Redes & Telecom*
8. *Trucos & PC*
9. *Trucos Internet*

[1] Sólo se incluyen las publicaciones de periodicidad semanal o mensual.
FUENTE: empresas editoras. Elaboración propia.

24. Evolución de la cifra de negocio de las principales editoras de revistas (1997-2003)

	Grupo	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	Variación 02/03
Hola		101.267	106.297	115.363	123.489	123.677	134.850	112.740	–16,4
Hachette Filipacchi	Hachette	75.536	89.020	109.458	104.628	75.337	79.751	67.539	–15,3
Edipresse Hymsa	Edipresse	52.182	57.385	56.344	58.982	56.858	56.126	59.820	6,6
G+J España Ediciones [1]	Bertelsmann	44.914	44.226	54.311	78.695	77.395	48.959	52.281	6,8
RBA Revistas	RBA	31.017	31.543	42.046	50.868	53.904	48.650	52.093	7,1
Ediciones Reunidas	Zeta	16.838	18.339	19.722	23.994	46.841	41.756	41.695	–0,1
Publicaciones Heres	Heres	24.238	26.318	30.155	35.280	34.776	36.153	35.511	–1,8
Motorpress Ibérica	Motorpresse	24.124	7.730	31.158	32.445	36.701	35.828	38.028	6,1
Ediciones Zeta	Zeta	18.817	15.621	16.848	23.352	34.000	29.871	28.066	–6,0
Condé Nast	Condé Nast	6.093	9.490	13.021	17.246	21.283	25.254	36.434	44,3
MC Ediciones	Coedis		12.421	18.682	19.468	18.082	21.200	24.153	13,9
Semana	Edipresse-Semana	19.118	18.584	17.157	21.674	19.900	20.254	18.823	–7,1
Promotora G. de Revistas	Prisa	13.721	16.246	16.237	22.188	23.261	20.080	22.127	10,2
Hobby Press	Axel Springer	19.172	21.239	25.797	23.685	21.098	18.231	20.626	13,1
Globus Comunicación		7.669	8.998	10.984	13.373	15.772	17.423	19.353	11,1
Tele Revistas [2]	Hachette	6.960	7.609	6.180	10.404	15.819	17.301		
Multiediciones Universales [3]	Hachette	20.056	23.557	22.019	18.975	15.960	13.544	44.861	231,2
Reader's Digest Selecciones		9.903	11.078	11.715	12.141	15.789	12.854	10.412	–19,0
Publicaciones Ekdosis	Heres	20.122	13.963	9.016	9.912	10.549	12.448	12.132	–2,5
G+J Publicaciones Int.	Bertelsmann	7.806	8.702	9.499	11.200	12.317	11.890	13.868	16,6
VNU Business Publicaciones	VNU		9.175	10.355	13.018	12.337	10.502	10.903	3,8
IDG		11.401	11.838	12.484	13.308	12.562	10.177	9.028	–11,3
Alesport	Alesport		8.854	10.809	10.368	10.489	9.933	10.894	9,7
Grupo V		3.611	5.342	5.758	6.467	7.850	9.275	12.217	31,7
Comunicación y Publicaciones	Hachette	5.932	6.400	7.131	7.436	8.397	9.060	8.651	–4,5
Ediciones Cónica	Recoletos	6.677	7.918	9.460	11.421	13.069	13.814	15.360	11,2
Heinrich Bauer Ediciones	Bauer	12.468	11.902	11.017	10.990	8.569	9.058	10.204	12,7
Norma Editorial					8.144	7.965	8.956	9.893	10,5
Sfera Editores España						6.103	8.794	9.364	6,5
Ediciones El Jueves		5.010	5.221	5.748	6.302	7.180	8.239	9.061	10,0
Total		**564.652**	**615.016**	**708.474**	**799.453**	**823.840**	**800.231**	**816.137**	**2,0**

* Cifras expresadas en miles de euros.
[1] En 2002 traspasó a su filial G+J Revistas y Comunicaciones la división de telefonía móvil.
[2] En 2003 se integra en Multiediciones Universales.
[3] En 2003 absorbe a Tele Revistas.
FUENTE: empresas editoras. Elaboración propia.

ga un público mayoritariamente adolescente o muy joven, mientras que la audiencia del resto de las cabeceras se sitúa en una horquilla de edad algo mayor (35-54 años), en especial la de *Teleprograma*, que no en vano es la decana de la información televisiva en España. Nos encontramos, además, ante un segmento de revistas parcialmente escorado hacia el público femenino, sobre todo en los casos de *Telenovela* y *Tele Indiscreta*, a causa de su contenido (obvio en el primer caso, de carácter *rosa* en el segundo). El nivel de instrucción de la audiencia de estas dos últimas publicaciones, asimismo, se encuentra por debajo de la media.

La inversión publicitaria y el negocio

Si, para algunos sectores, el arranque de la década trajo aparejada una drástica reducción de la inversión publicitaria (así ocurrió en el caso de los periódicos), no puede decirse lo mismo del mercado de revistas, mucho más estable y próspero. Atendiendo a las cifras que facilita Infoadex, el porcentaje de disminución entre 2001 y 2002 (un 4,8 por ciento) fue poco significativo; y, desde 2003, la inversión ha vuelto a crecer, hasta alcanzar en el pasado ejercicio su máximo histórico, 664,3 millones de euros.

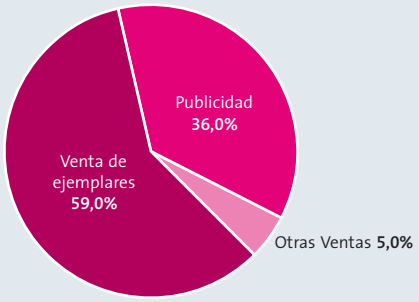
Las revistas femeninas y del corazón continúan acaparando un porcentaje alto de

25. Magnitudes de las principales editoras españolas de revistas

	Cifra neta de negocio (000 euros)			Difusión			Audiencia (000 lectores)		
	2003	2004	Var. 03-04	2003	2004	Var. 03-04	2003	2004	Var. 03-04
Hola	112.740	117.674	4,4	542.769	604.115	11,3	2.190	2.733	24,8
Grupo Edipresse [1]	85.883	83.935	– 2,3	1.333.381	1.285.955	–3,6	6.398	6.002	–6,2
Grupo Zeta [2]	69.761	s.d.	–	525.214	510.750	–2,8	2.593	2.735	5,5
Hachette Filipacchi	67.539	s.d.	–	2.236.588	2.444.039	9,3	10.347	10.948	5,8
G+J España Ediciones	52.281	s.d.	–	1.064.265	1.093.777	2,8	4.834	5.411	11,9
RBA	52.093	64.023	22,9	1.261.524	1.496.506	18,6	5.102	6.713	31,6
Motorpress Ibérica	38.028	s.d.	–	721.241	617.602	–14,4	2.814	3.070	9,1
Ediciones Condé Nast	36.434	s.d.	–	420.898	414.904	–1,4	823	908	10,3
Heres	35.511	37.809	6,5	1.278.824	1.301.703	1,8	4.567	4.591	0,5
Prisa	22.127	24.527	10,8	106.164	104.434	–1,6	505	537	6,3
Axel Springer	20.626	23.373	13,3	494.287	577.692	16,9	1.397	1.874	34,1
Globus	19.353	s.d.	–	376.121	333.880	–11,2	608	965	58,7

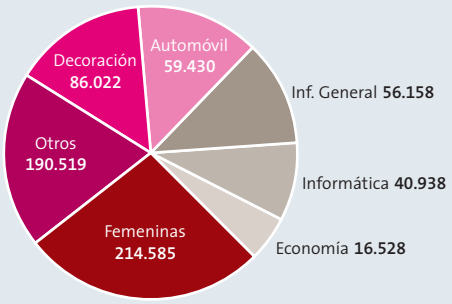
[1] Engloba Hymsa, Focus, Moredi y Semana.
[2] Engloba Ediciones Reunidas, Ediciones Zeta y Ediciones Motor Zeta.
FUENTES: empresas editoras; OJD, 2003-2004; AIMC, EGM, acumulados anuales 2003-2004. Elaboración propia.

26. Origen de los ingresos de las editoras de revistas (2004)



FUENTE: empresas editoras. Elaboración propia.

27. Inversión publicitaria según tipo de revistas (2004) —000 euros—



FUENTE: Infoadex, 2005. Elaboración propia.

28. Evolución de la inversión publicitaria en revistas (1999-2004)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Var. 99-04
Real estimada	566,8	618,4	619,9	590,1	601,2	664,3	17,2
Gran consumo	313,2	343,8	353,8	326,1	334,6	373,7	19,3
Técnicas	253,6	274,6	266,1	264,0	266,6	290,6	14,6
% sobre total medios	11,3	11,2	12,4	10,9	10,8	10,9	

* Cifras expresadas en millones de euros.
FUENTE: Infoadex, 1999-2004. Elaboración propia.

la inversión publicitaria (214,6 millones de euros en 2004, un 32,3 por ciento del total). *¡Hola!* es la cabecera situada, un año más, al frente de la escala por ingresos (26,6 millones de euros) y le siguen revistas de parecido tenor: *Elle*, *El Mueble*, *Telva*, *Vogue* y *Pronto*, todas por encima de los diez millones. Mientras tanto, las publicaciones relacionadas con la informática y los videojuegos pierden de nuevo cuota de mercado, del mismo modo que las de temática financiera.

Por sectores de actividad económica, vuelven a ser los productos de belleza e higiene los que reportan un mayor volumen de ingresos (un 15,7 por ciento del total, 104,4 millones de euros), además de todo lo relacionado con bienes culturales, hogar y automoción, que constituye la cuarta parte de la inversión en 2004.

Finalmente, y del mismo modo que ocurrió en el ejercicio anterior, la cifra neta de negocio obtenida por los principales grupos editores de revistas decreció en 2003, aunque las pérdidas no alcanzaron cotas alarmantes. La mayor parte de las corporaciones (Edipresse, G+J, RBA, Motorpress, Condé Nast, Prisa, Axel Springer y Globus) incrementaron sus beneficios, de manera notable en el caso de Condé, que ganó un 44,3 por ciento; pero los descensos, protagonizados por Hola, Zeta, Hachette y Heres, resultaron más abultados. Por otra parte, merece destacarse el hecho de que, con una sola publicación, el Grupo Hola se sitúe

29. Inversión publicitaria en revistas según especialización (1999-2004)

Especialización	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Var. 03-04	Var. 99-04
Femeninas	169.699	188.584	181.017	186.561	190.322	214.565	12,7	26,4
Decoración	60.465	77.360	83.178	79.155	81.471	86.022	5,6	42,3
Automóvil y transporte	45.738	46.922	43.111	42.385	45.053	59.430	31,9	29,9
Información general	49.906	54.434	52.922	49.512	49.189	56.258	14,4	12,7
Informática	59.955	62.321	51.851	42.737	45.058	40.938	–9,1	–31,7
Radio y televisión	20.260	22.681	27.914	26.724	23.088	23.778	3,0	17,4
Educación y familia	14.020	14.693	14.583	14.549	16.407	18.084	10,2	29,0
Científicas	26.467	23.746	20.083	16.689	16.113	17.337	7,6	–34,5
Economía y finanzas	25.271	30.794	28.326	20.085	18.110	16.528	–8,7	–34,6
Cine y teatro/Cultura	10.705	11.152	12.354	11.963	10.377	12.941	24,7	20,9
Medicina	13.142	13.156	10.796	6.853	7.942	8.653	9,0	–34,2
Resto	71.193	72.568	93.736	92.912	98.081	109.726	11,9	54,1
Total	**566.821**	**618.412**	**619.871**	**590.125**	**601.211**	**664.260**	**10,5**	**17,2**

* Cifras expresadas en miles de euros.
FUENTE: Infoadex, 1999-2004. Elaboración propia.

30. Revistas con mayor volumen de inversión publicitaria (2004)

Título	Inversión 2004	Inversión 2003	Variación 03/04
1 *¡Hola!*	26.591	26.067	2,0
2 *Elle*	18.511	17.107	8,2
3 *El Mueble*	17.046	18.751	–9,1
4 *Telva*	15.874	14.063	12,9
5 *Vogue España*	14.968	13.838	8,2
6 *Pronto*	13.573	13.366	1,5
7 *Digital +*	12.506	s/d	–
8 *Glamour*	12.283	–	–
9 *Cosmopolitan*	11.950	10.944	9,2
10 *Interviú*	10.604	8.773	20,9
Total 10 títulos	**153.906**	**122.909**	
Total revistas	**664.260**	**601.211**	

* Cifras expresadas en miles de euros.
FUENTE: Infoadex, 2003-2004. Elaboración propia.

31. Inversión publicitaria en revistas según sectores (2004)

Sector	Inversión en en revistas (mil. euros)	Inversión total (mil. euros)	total %	Posición medio
Alimentación	488,4	20.228	3,0	2
Automoción	599,7	60.852	9,2	3
Bebidas	318,8	23.983	3,6	3
Belleza e higiene	496,9	104.397	15,7	2
Construcción	165,0	22.244	3,3	2
Cultura, enseñanza y med. de com.	733,3	60.131	9,1	4
Deportes y tiempo libre	149,8	27.198	4,1	2
Distribución y restauración	427,3	45.290	6,8	5
Energía	75,3	4.503	0,7	4
Equipos oficina y comercio	50,0	20.523	3,1	1
Finanzas	283,4	10.422	1,6	6
Hogar	192,9	59.393	8,9	2
Industria, mat. trab. y agropecuaria	20,0	6.120	0,9	2
Limpieza	91,7	757	0,1	2
Objetos personales	82,7	29.180	4,4	2
Salud	112,5	17.112	2,6	2
Servicios públicos y privados	341,1	26.382	4,0	5
Tabaco	48,6	7.308	1,1	2
Telecomunicaciones e Internet	343,2	15.982	2,4	6
Textil y vestimenta	102,6	53.053	8,0	1
Transporte, viajes y turismo	239,0	14.833	2,2	4
Varios	592,2	34.340	5,2	3
Total	**5.954,5**	**664.230**	**100,0**	**3**

FUENTE: *Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España 2005*. Elaboración propia.

a la cabeza del mercado nacional de revistas en cuanto a facturación (112,7 millones de euros en 2003), muy por encima de gigantes europeos de la edición presentes en los quioscos del país a través de decenas de títulos, como el citado Hachette, de capital francés (67,5 millones), o la filial del grupo Bertelsmann G+J (52,3 millones).