



3ª Ola EGM: El 86% de los internautas accede a la Red a través de un Smartphone

- Tablets y Smartphones se convierten en los dispositivos de uso más habituales en el hogar.
- El 88% de la población ve la televisión durante un promedio de más de 4 horas diarias.

Madrid. 2 de diciembre de 2014.- Los datos de la 3ª Ola del Estudio General de Medios (EGM), que se han hecho públicos esta mañana, recogen los resultados del trabajo de campo realizado desde primeros de septiembre a mediados de noviembre de 2014.

Lo más significativo que se observa en esta oleada es el dispositivo de acceso a internet.

Si en la 3ª oleada de 2013 eran 26.151.000 los individuos que declararon haber accedido a Internet en el último mes (lo que representa al 66,5% de la población mayor de 14 años), un 51% de ellos se conectaba desde un ordenador personal, un 61,4% desde un portátil, un 19% desde una tablet y un 64,7% desde un Smartphone.

En cambio, en la última oleada de este año, quienes han accedido a la Red en el último mes han ascendido hasta los 28.161.000 (el 71% de la población), lo que supone un crecimiento de casi un 8% respecto al año anterior. Aquellos que se conectan a través de un ordenador personal representan a sólo el 43,7% de los internautas (lo que supone una caída de más de 7 puntos de penetración con respecto a 2013), y quienes acceden a través de un ordenador portátil descienden hasta un 58% (casi 3,5 puntos menos que un año antes).

Sin embargo, el 29% de los internautas escoge la Tablet para conectarse a la Red (lo que supone un incremento del 10% respecto a 2013), y los que utilizan el Smartphone son ya el 86,3% de la población (+33% respecto a 2013). Aunque lo más significativo es que sólo un 14% de la población mayor de 14 años que accedió a internet no lo hizo a través de un Smartphone.

La televisión, el medio que registra un mayor consumo en minutos

A finales de 2014 el 63% de la población accedió ayer a Internet y afirma que ha permanecido un promedio de 158 minutos diarios navegando por Internet, mientras que un 61% ha escuchado la radio en un día promedio dedicando 174 minutos al día y un 88,3% declara haber visto la televisión cada día y ha pasado delante del televisor un promedio de 262 minutos.

Por tanto, un individuo que escuche la radio, vea la televisión y, además, sea internauta, dedica casi 10 horas al día, en conjunto, a consumir este tipo de medios. No obstante, este consumo puede realizarse en duplicado (es decir, ver la televisión y/o escuchar la radio y/o navegar por Internet), o bien realizarlo de forma simultánea junto con otras actividades como, por ejemplo, conducir y escuchar la radio.

La penetración de los diferentes medios ha quedado así en la 3ª ola 2014:

3ª ola 2014	TOTAL POBLACIÓN (000)	AUDIENCIA GENERAL DE MEDIOS ÚLTIMO PERÍODO							
		LECTORES DE DIARIOS	LECTORES DE SUPLEMENTOS	LECTORES DE REVISTAS	ACCEDIO A INTERNET AYER	TOTAL OYENTES DE RADIO	CINE ÚLTIMA SEMANA	TOTAL ESPECTADORES TV	EXTERIOR AYER
Individuos (000)	39.681	11.478	5.034	15.771	24.826	24.148	1.651	35.034	23.775
% Penetración	100%	28,9%	12,7%	39,7%	62,6%	60,9%	4,2%	88,3%	59,9%



El ordenador en el hogar es cada vez más “ligero” y “accesible”

Al comparar los datos de esta misma oleada en 2013, se observa que ha cambiado el tipo de ordenador utilizado en el hogar: si en 2013 el 42% de los encuestados disponía de un ordenador de sobremesa, y el 52,5% un portátil, a finales de este año esta misma proporción ha descendido al 38,8% en el caso del ordenador de sobremesa y a crecido ligeramente el de portátiles hasta al 53,4%.

De la misma forma, frente a aquellos que tenían una tablet en el hogar a finales de 2013 (17,7%), se ha pasado a finales de 2014 a una penetración del 29,8%. Y, si centramos la atención en los smartphones, se ha producido un incremento del 49,5% que se alcanzó a finales de 2013 al 64% en el mismo periodo en 2014.

Todos estos datos revelan que el acceso a Internet a través de los nuevos dispositivos móviles ha supuesto una revolución comparable a al que supuso la llegada el transistor a la radio, y que si la Red es un medio que permite a la población acceder a la información allá donde ésta se encuentre, ahora también pueden acceder a ella desde donde quiera que el usuario se encuentre.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 145 empresas asociadas, entre las que se encuentran los medios de comunicación (canales de televisión, cadenas y emisoras de radio, sitios de Internet, periódicos, revistas, distribuidoras de publicidad en cine, exclusivistas de exterior, etc.) y empresas del sector publicitario (anunciantes, agencias de medios, consultores, etc.). Sus fines son la investigación, medición y control de la audiencia de los diferentes medios para distribuir sus informes entre sus asociados.

Para más información visite: <http://www.aimc.es>

