

2ª Ola EGM: 3 de cada 4 individuos de 14 años o más han accedido a Internet en el último mes

- El 34,2% de los encuestados declara acceder a la versión electrónica de los periódicos tradicionales en un mes. De ellos, el 61,7% lo hizo en el día de ayer.
- El 96,8% de los lectores de prensa online accede a los contenidos a través de la versión web del propio diario, frente a otras opciones como la descarga de un PDF o la consulta a través de visores.

Madrid. 2 de julio de 2015.- Los datos de la 2ª Ola del Estudio General de Medios (EGM), que se han hecho públicos esta mañana, recogen los resultados del trabajo de campo realizado desde comienzos de abril a mediados de junio de 2015.

La instantánea que reflejan los resultados de esta oleada muestra que la población española consume de forma mayoritaria la televisión (87,5%), accede a internet a diario (66,9%), escucha la radio (60,2%) y lee revistas (38,3%):

EGM 2ª ola 2015	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 ÚLT. SEMANA	TOTAL ESPECTADORES TV	EXTERIOR ÚLT. SEMANA
Individuos 14 o + (000)	39.725	11.550	4.546	15.196	26.589	23.919	1.212	34.755	27.846
% Penetración	100%	29,1%	11,4%	38,3%	66,9%	60,2%	3,1%	87,5%	70,1%

El EGM está considerado un estudio de referencia a la hora de conocer la audiencia de los medios impresos (Diarios, Suplementos, Revistas) en el mercado español, pero también aporta datos destacados sobre el consumo de la versión electrónica de estos mismos soportes. De acuerdo con los mismos, 74,4% de los encuestados en este periodo analizado declara haberse conectado a internet en los últimos 30 días, lo que supone un total de 29.565.000 de ciudadanos de 14 años o más que residen en nuestro país.

Los diarios electrónicos superan el 60% de acceso diario

Cuando se pregunta a los internautas por el tipo de medio que han consultado en su versión online en los últimos 30 días, el 46% escoge la versión electrónica de algún diario, un 1,3% declara leer la versión online de algún suplemento, y un 10% la de alguna revista:

ACCESO A MEDIOS IMPRESOS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA EN LOS ÚLTIMOS 30 DÍAS		
	(000)	% Sobre Internautas
Internautas últ. 30 días	29.565	100,0
Diarios	13.580	45,9
Suplementos	378	1,3
Revistas	2.985	10,1

¿Y cuándo fue la última vez que accedieron a estas versiones online? De acuerdo con las respuestas de los participantes en el estudio, la consulta de los diarios electrónicos en el día de ayer es la opción más escogida por el 61,7%; pero si nos centramos en periodos de 2 a 7 días, la lectura de suplementos y revistas es mayoritaria para 5 de cada 10 encuestados:

ÚLTIMA VEZ QUE ACCEDIÓ A LA VERSIÓN ELECTRONICA						
	DIARIOS		SUPLEMENTOS		REVISTAS	
	000	% ver.	000	% ver.	000	% ver.
Lectores Mensuales	13.580	100,0	378	100,0	2.985	100,0
Ayer	8.387	61,7	48	12,7	640	21,5
De 2 a 7 días	4.209	31,0	215	56,9	1.360	45,7
De 8 a 30 días	985	7,3	115	30,4	977	32,8

La versión web de los diarios, la forma de acceso preferida frente a los visores

Entre los lectores de prensa online, el acceso a sus contenidos se realiza, de acuerdo con lo que declara el 96,8%, a través de la web del propio diario, mientras que un 5,8% prefiere utilizar un visor, o descargar un PDF:

HA ACCEDIDO A LA VERSIÓN ELECTRONICA DE UN DIARIO EN LOS ÚLTIMOS 30 DÍAS		
	TOTAL	
	000	% ver.
Lectores Mensuales	13.580	100,0
A través de..		
WEB	13.165	96,8
Visor	466	3,3
Pdf	357	2,5
Visor o Pdf	807	5,8

En cuanto a la frecuencia de acceso a través de estos soportes, el 61,5% de los encuestados accedieron a través de la web en el día de ayer:

ÚLTIMA VEZ QUE ACCEDIÓ A LA VERSIÓN ELECTRONICA DE UN DIARIO						
A través de ..	TOTAL		WEB		VISOR O PDF	
	000	% ver.	000	% ver.	000	% ver.
Lectores Mensuales	13.580	100,0	13.165	100,0	807	100,0
Ayer	8.387	61,7	8.114	61,5	444	55,0
De 2 a 7 días	4.209	30,9	4.097	31,0	267	33,1
De 8 a 30 días	985	7,2	954	7,1	95	11,8

Por otro lado, aquellos prefieren leer los contenidos a través de un visor o PDF representan el 55%, cifra muy similar a la de los ciudadanos que leen el diario en formato papel, ya que los contenidos que ofrecen este tipo de plataformas es muy parecido al que puede ofrecer la prensa tradicional.

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>

