

AIMC PRESENTA LOS RESULTADOS DE LA 3ª OLA DEL EGM 2015

- El uso de Internet entre los niños se dispara conforme avanza su edad: desde un 28,5% a los 4 hasta un 86% a los 13 años.
- El hogar es el principal lugar de acceso a Internet para más del 80% de los niños que acceden, quedando en segunda posición el centro de estudios desde donde accede más del 50% de los niños internautas.
- Se duplica el uso de la banca online en los últimos seis años: del 12% en 2010 al 21% en 2015.

Madrid, 02 de diciembre de 2015.- Los datos de la 3ª Ola del EGM que se han hecho públicos esta mañana recogen resultados del trabajo de campo realizado desde 2 de septiembre al 3 de noviembre de 2015. Se trata de la última oleada de este año.

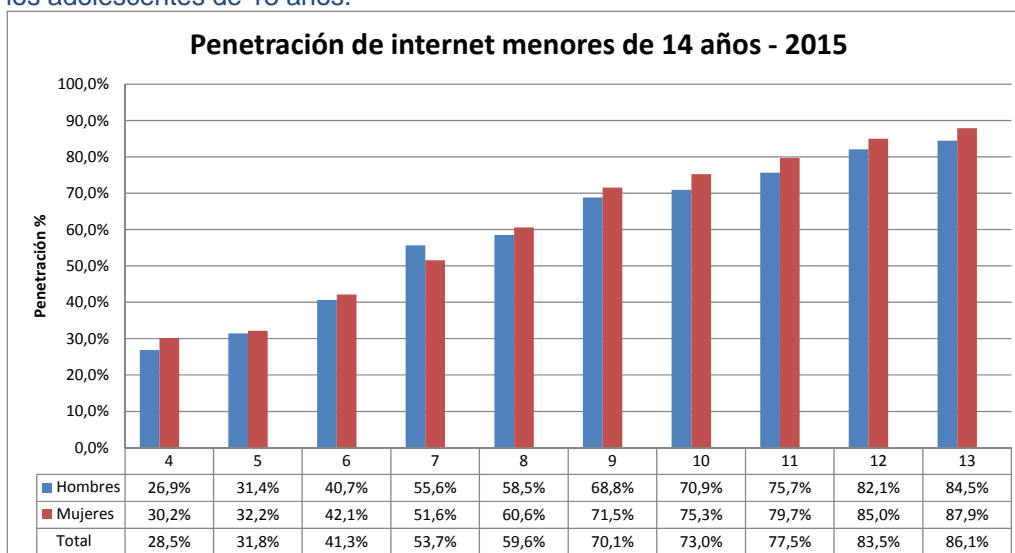
El EGM está considerado un estudio de referencia a la hora de conocer la audiencia de los medios impresos y audiovisuales en el mercado español, pero también aporta otros datos destacados sobre el consumo de internet tanto de la población adulta como de los más pequeños de la casa. Así, padres y educadores, cada vez más interesados en el uso que hacen los menores tanto de Internet como de las nuevas tecnologías, pueden conocer a través de este estudio aspectos cuantitativos como el lugar desde donde los menores se conectan a Internet con mayor frecuencia o cuáles son los grupos de edad que muestran un uso más activo.

También el EGM aporta datos interesantes sobre cómo es la relación de los españoles con las entidades bancarias, un aspecto en boga no sólo por la situación de la economía española, sino porque sus resultados también revelan que la visita a la oficina del banco se está reduciendo considerablemente en los últimos años, puesto que gran parte de las operaciones se realizan a través de Internet.

Ofrecemos a continuación los datos más relevantes que ofrece el estudio sobre estos dos temas: acceso a Internet de los niños y uso de la banca online por parte de los adultos.

El 61% de los niños de 4 a 13 años se conecta a Internet

Según los resultados del EGM, un 61% de los niños entre 4 y 13 años se ha conectado a Internet en un mes promedio a lo largo de 2015. El estudio pone de manifiesto, además, que, cuanto mayor sea la edad de los niños, su penetración de Internet es también, pasando del 28,5% de penetración en el caso de los niños de 4 años hasta el 86,1% en el de los adolescentes de 13 años.



La brecha entre niños y niñas es casi inexistente, pero ligeramente a favorable hacia las niñas: un 60% de los niños se ha conectado, mientras que el caso de ellas esta cifra se sitúa en el 62%.

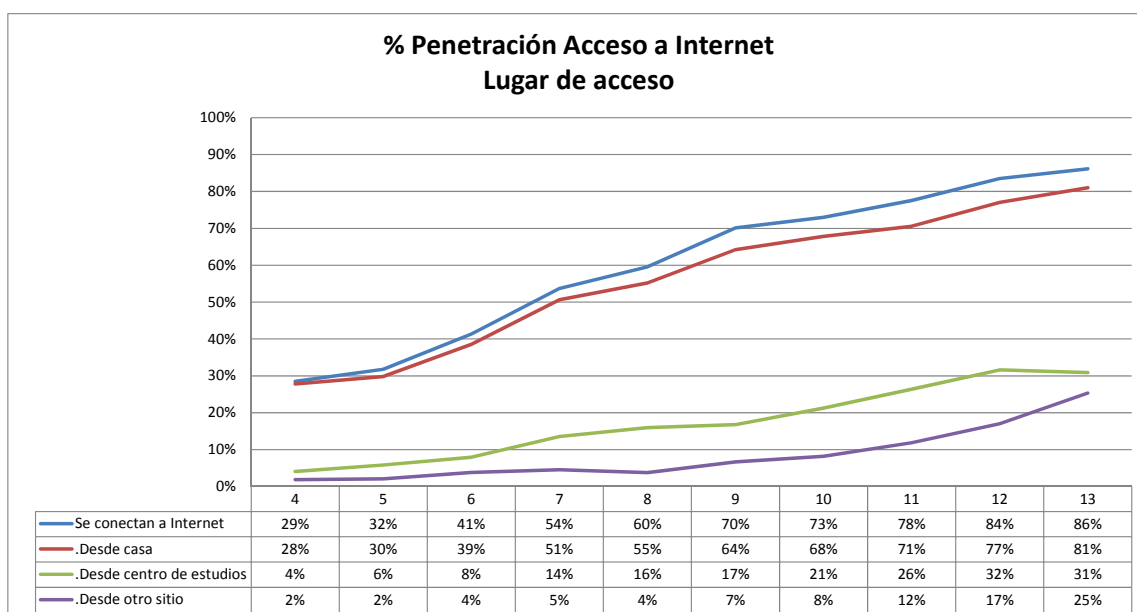
El hogar, el principal lugar de acceso a Internet por parte de los más pequeños

La residencia familiar es el lugar donde los niños utilizan el ordenador con mayor frecuencia, aunque su uso disminuye a medida que crecen los niños y se conectan desde el centro de estudios o cualquier otro lugar.

En el caso de los niños más pequeños, el acceso desde el hogar es el más importante y el casi exclusivo: un 98% para el caso de los niños de 4 años y sólo un 14% desde el centro de estudios y un 7% desde “otro sitio”.

A medida que crece la edad de los niños, también aumenta el acceso a internet desde el centro de estudios, superando el 35% en el caso de los niños de 12 y de 13 años.

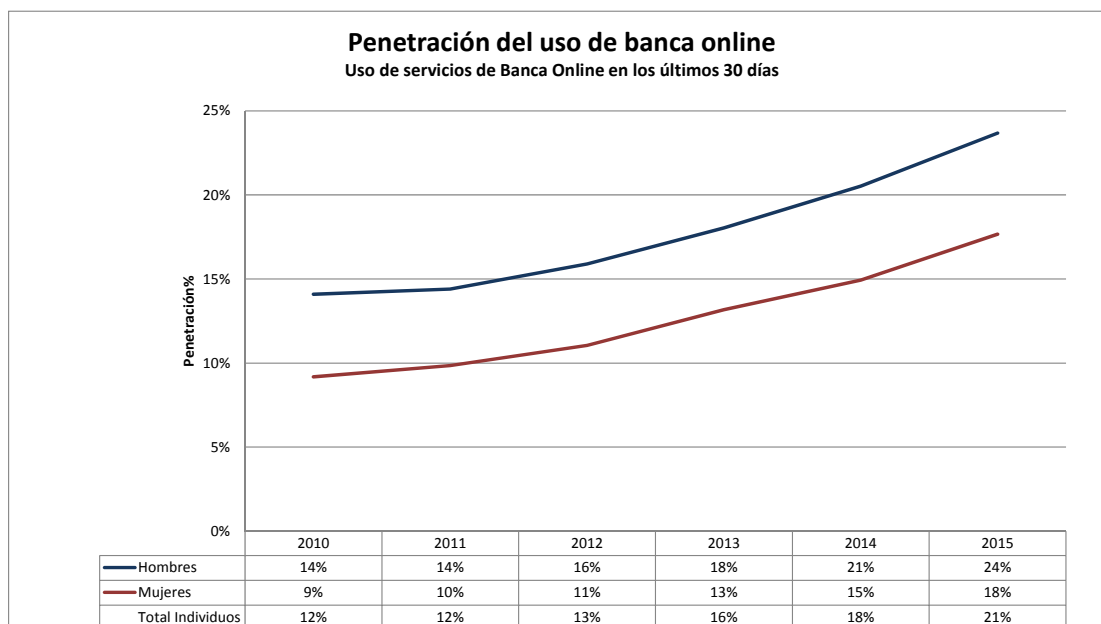
Asimismo, la conexión desde otro lugar también crece conforme avanza la edad de los menores, pasando del 7% en el caso de los más pequeños hasta casi el 30% para los adolescentes de 13 años (acceso que probablemente se produzca desde “su” Smartphone).



Internet modifica la relación de los adultos con los bancos

Los resultados de la 3ª oleada del EGM revelan también aspectos interesantes en cuanto al uso de la banca online por parte de los adultos. A lo largo de los últimos 6 años el uso de la banca online casi se ha duplicado, pasando de representar el 12% de penetración en 2010 al 21% en 2015.

Si nos centramos en los resultados de esta oleada, utilizar servicios de Banca por Internet es una actividad realizada por casi 1 de cada 4 hombres, mientras que entre las mujeres sólo un 18% utiliza este tipo de servicios.



No obstante el crecimiento acumulado desde 2010 hasta ahora es algo superior entre las mujeres, que han duplicado su penetración, mientras que los hombres sólo han aumentado un 70%.

Sobre el EGM

El Estudio General de Medios (EGM) analiza el consumo de los medios de comunicación en España y está realizado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC). Una Comisión Gestora y una Comisión Técnica son las encargadas de dirigirlo con las evoluciones propias y mejoras de sus más de 40 años de historia. Actualmente se sigue utilizando como referencia dentro y fuera de nuestras fronteras.

El EGM también se utiliza como marco referencial para definir el universo del panel de medición de audiencias online en España de comScore. Desde su primera oleada de 2012 ha recabado información acerca de la capacidad de acceso a internet de los menores entre los 4 y los 13 años, con el fin de completar el universo de referencia requerido por este panel.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 138 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>

