

## 1ª Ola EGM: el 70% de la población accede a internet en un día promedio

- Por primera vez las mujeres que acceden a internet superan a los hombres
- La penetración de internet entre los más jóvenes -menores de 34 años- alcanza ya el 90%.
  - El acceso a la Red de los mayores de 65 años apenas llega al 34%
  - Los ingresos siguen condicionando la conexión de la población

Madrid, 14 de abril de 2016.- Los datos de la 1ª Ola del Estudio General de Medios (EGM) que se han hecho públicos esta mañana recogen resultados del trabajo de campo realizado desde mediados de enero a mediados de marzo. Se trata de la primera 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 de la población. En esta primera ola de 2016 destaca un dato: los internautas en un día promedio alcanzan al 70% de la población española de 14 años o más.

Los resultados de este primer estudio nos muestran la escasa diferencia entre el acceso a internet diario, mensual y anual. Los internautas que se han conectado al menos una vez en un mes ascienden hasta el 76,1% y si aumentamos el periodo de referencia hasta un año el incremento es prácticamente nulo -sólo 5 décimas hasta el 76,6%. Observamos por tanto que la inmensa mayoría de la población se conecta habitualmente a las Red.

### Las mujeres lideran el acceso a internet

La llamada "brecha digital" que marca la diferencia de acceso a Internet según el género sigue reduciéndose notablemente. En esta última ola la penetración de Internet en el día de ayer es del 71,4% para los hombres y del 68,6% de las mujeres, sólo 2,8 puntos de diferencia. Pero, por primera vez, vemos reflejado en el estudio como las mujeres que acceden a la Red en un día promedio superan a los hombres, 13.974.000 mujeres -177.000 más que los hombres-, aunque debemos hacer mención a que el universo de las mujeres de 14 años o más supera ampliamente al de los hombres (20.379.000 mujeres frente a 19.337.000 hombres).

Aunque vemos cómo se ha reducido notablemente la "brecha digital" por género, aún quedan dos brechas por cubrir: la de la edad y la del índice socioeconómico.

### El acceso a internet continúa siendo la asignatura pendiente de nuestros mayores

Los individuos de 55 años en adelante están por debajo del promedio y si nos fijamos en nuestros mayores, los que superan los 65 años, la penetración de Internet está en menos de la mitad de la media general. Ni siquiera la introducción de los teléfonos inteligentes, que presentan una mayor facilidad de uso, ha incrementado el acceso de la población mayor.

EGM 1ª ola 2016	Total Población	EDAD						
		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
<b>POBLACIÓN (000)</b>	<b>39.716</b>	<b>2.629</b>	<b>2.273</b>	<b>5.644</b>	<b>7.731</b>	<b>7.126</b>	<b>5.622</b>	<b>8.692</b>
<b>Accedieron ayer a Internet (000)</b>	<b>27.772</b>	<b>2.335</b>	<b>2.048</b>	<b>5.086</b>	<b>6.651</b>	<b>5.267</b>	<b>3.425</b>	<b>2.961</b>
% de los que acceden a Internet	70%	89%	90%	90%	86%	74%	61%	34%

En la parte opuesta encontramos a los más jóvenes, menores 34 años, cuya penetración alcanza ya el 90%.

## Los ingresos siguen condicionado la conexión de la población

Una posible razón para la reducida conexión de la población mayor es el coste que supone acceder a Internet:

EGM 1ª ola 2016	Total Población	INDICE SOCIOECONOMICO						
		IA1	IA2	IB	IC	ID	IE1	IE2
<b>POBLACIÓN (000)</b>	<b>39.716</b>	<b>2.899</b>	<b>5.687</b>	<b>4.965</b>	<b>10.615</b>	<b>5.498</b>	<b>6.846</b>	<b>3.206</b>
<b>Accedieron ayer a Internet (000)</b>	<b>27.772</b>	<b>2.416</b>	<b>4.545</b>	<b>3.906</b>	<b>7.922</b>	<b>3.751</b>	<b>3.900</b>	<b>1.331</b>
% de los que acceden a Internet	70%	83	80	79	75	68	57	42

Si nos fijamos en el índice socioeconómico, y observamos a los grupos que tienen un menor volumen de ingresos - IE1 e IE2- es donde vemos claramente que hay una gran diferencia con el promedio y son los de menor penetración.

Estas dos nuevas brechas tienen dos dificultades para resolverse: la digitalización de los mayores y de los que tienen dificultades económicas que en muchos casos coinciden en un mismo grupo de población. .

### 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>

