EIAA
Estudio Consumo de Medios en Europa

Octubre 2004

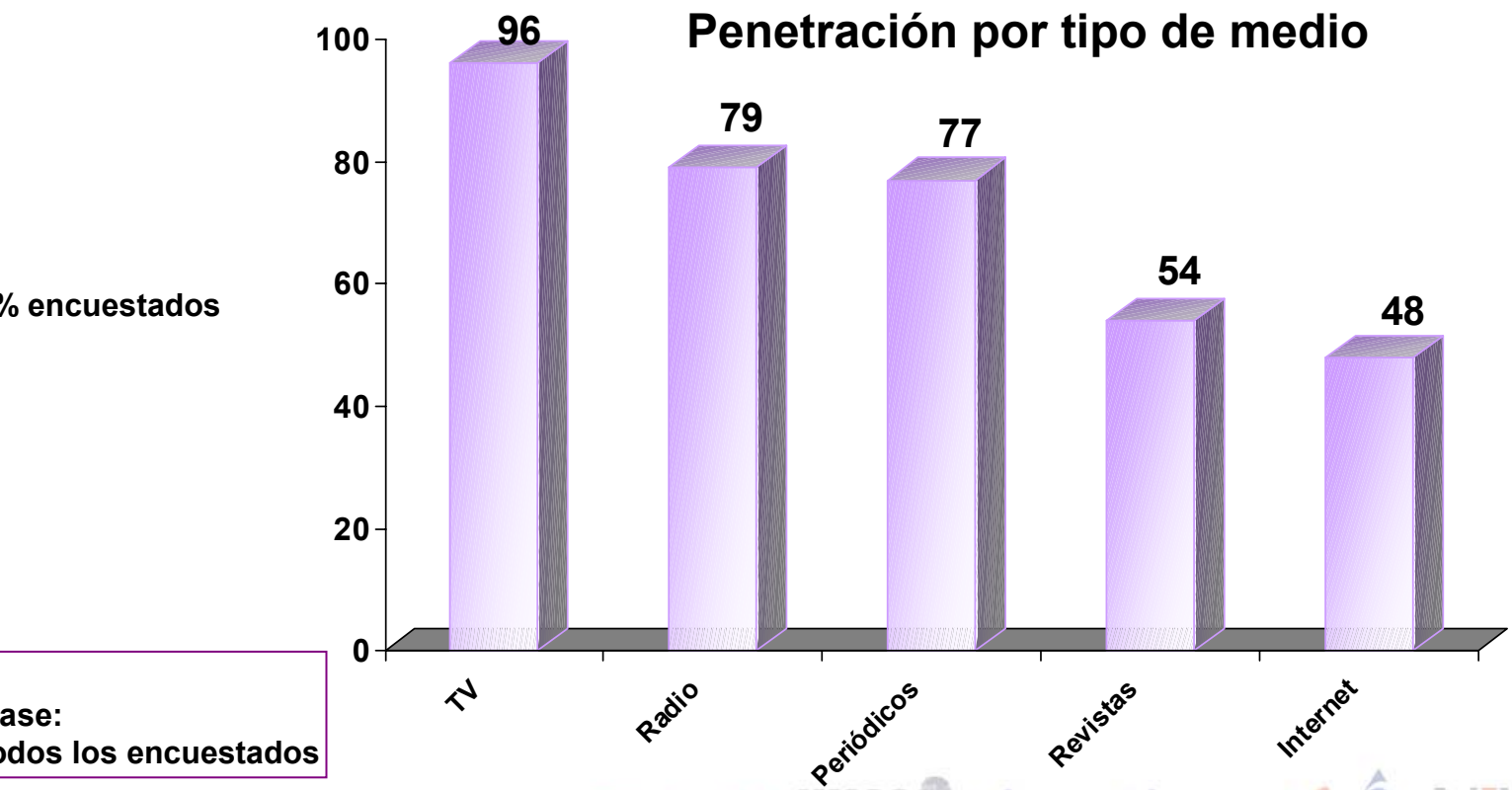
Realizado por Millward Brown

Estudio EIAA Consumo de Medios en Europa

- Este estudio es una encuesta anual sobre los patrones de consumo de medios en Europa. Se basa en datos sobre las actitudes de los consumidores.
- **Objetivos:**
  - Medir cómo distribuyen su tiempo los usuarios europeos entre los distintos medios: TV, radio, periódicos, revistas e Internet.
- **Metodología:**
  - Entrevistas telefónicas aleatorias.
  - Muestras representativas de cada país.
  - 1.000 encuestados en los siguientes países: Reino Unido, Francia, Alemania, España e Italia.
  - 500 encuestados en los siguientes países: Bélgica y Holanda.
  - 333 encuestados en los siguientes países: Dinamarca, Suecia y Noruega.
  - Trabajo de campo realizado entre septiembre y octubre 2004.

Penetración por tipo de medios (Europa)

La TV sigue siendo el medio preferido de la mayoría: en una semana normal el 95% de los encuestados ve la TV.



ase:
odos los encuestados

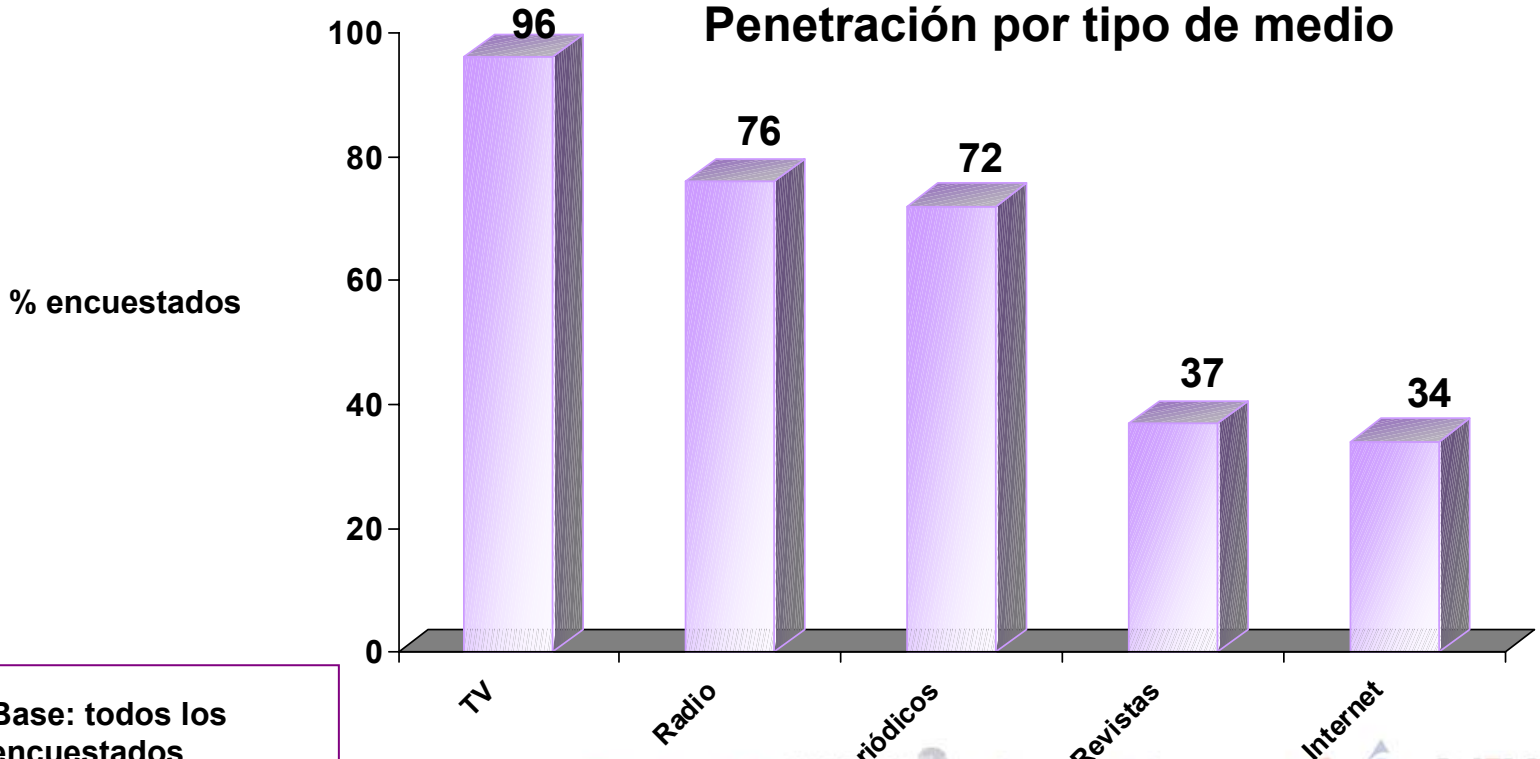
(7112)

Durante una semana normal de 5 días laborales, ¿ve Vd. la TV, lee periódicos o se conecta a Internet? (revistas y radio se incluyen en una semana normal de 7 días)

Penetración por tipo de medios (España)

La TV sigue siendo el medio preferido de la mayoría: en una semana normal el 96% de los encuestados ve la TV.

Uno de cada tres españoles está conectado a Internet.



Base: todos los encuestados

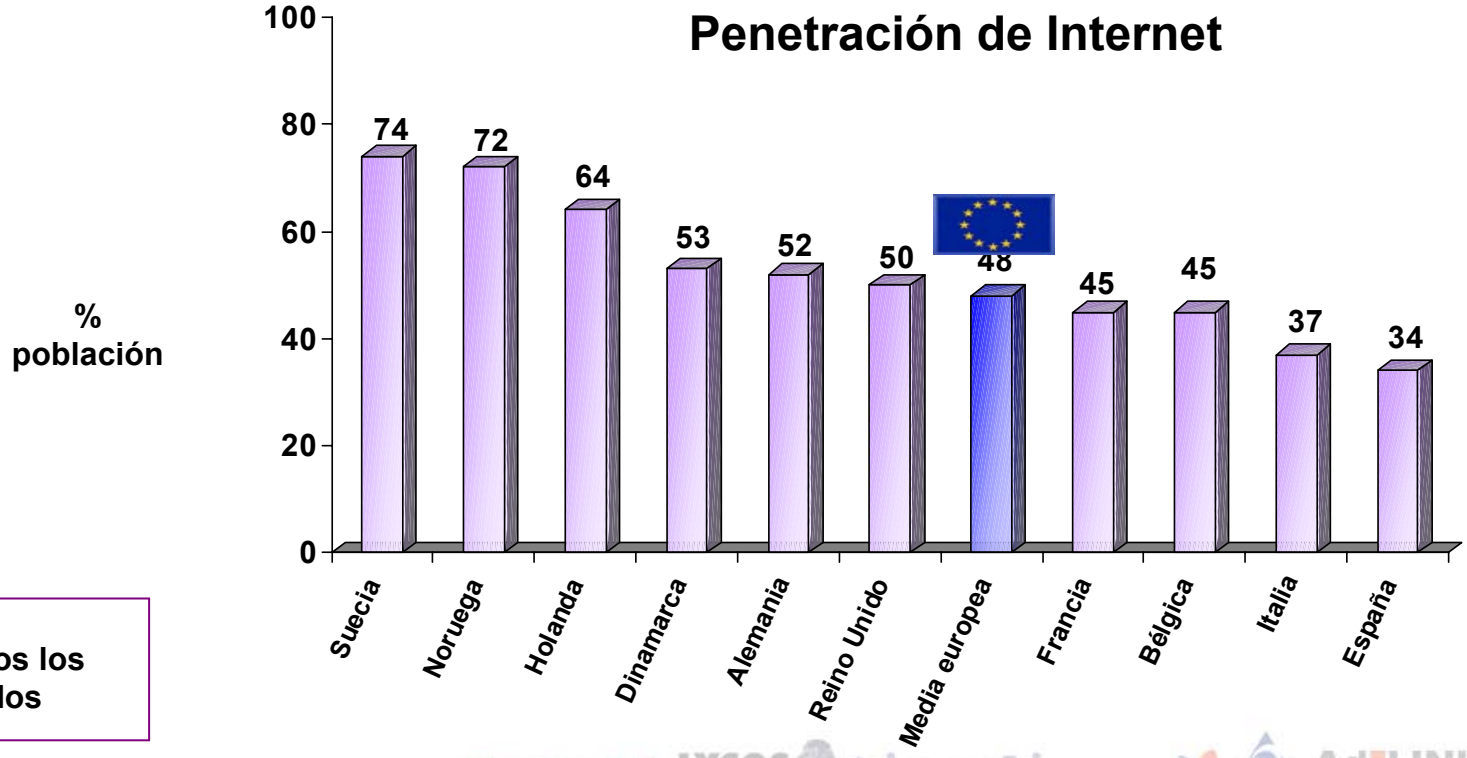
(1001)

Durante una semana normal de 5 días laborales, ¿ve Vd. la TV, lee periódicos o se conecta a Internet? (revistas y radio se incluyen en una semana normal de 7 días)

Penetración de Internet (Europa)

Casi la mitad de todos los europeos (el 48%) tienen ya acceso a Internet.

La tasa de penetración de Internet fluctúa desde el 74% (Suecia) al 34% (España).

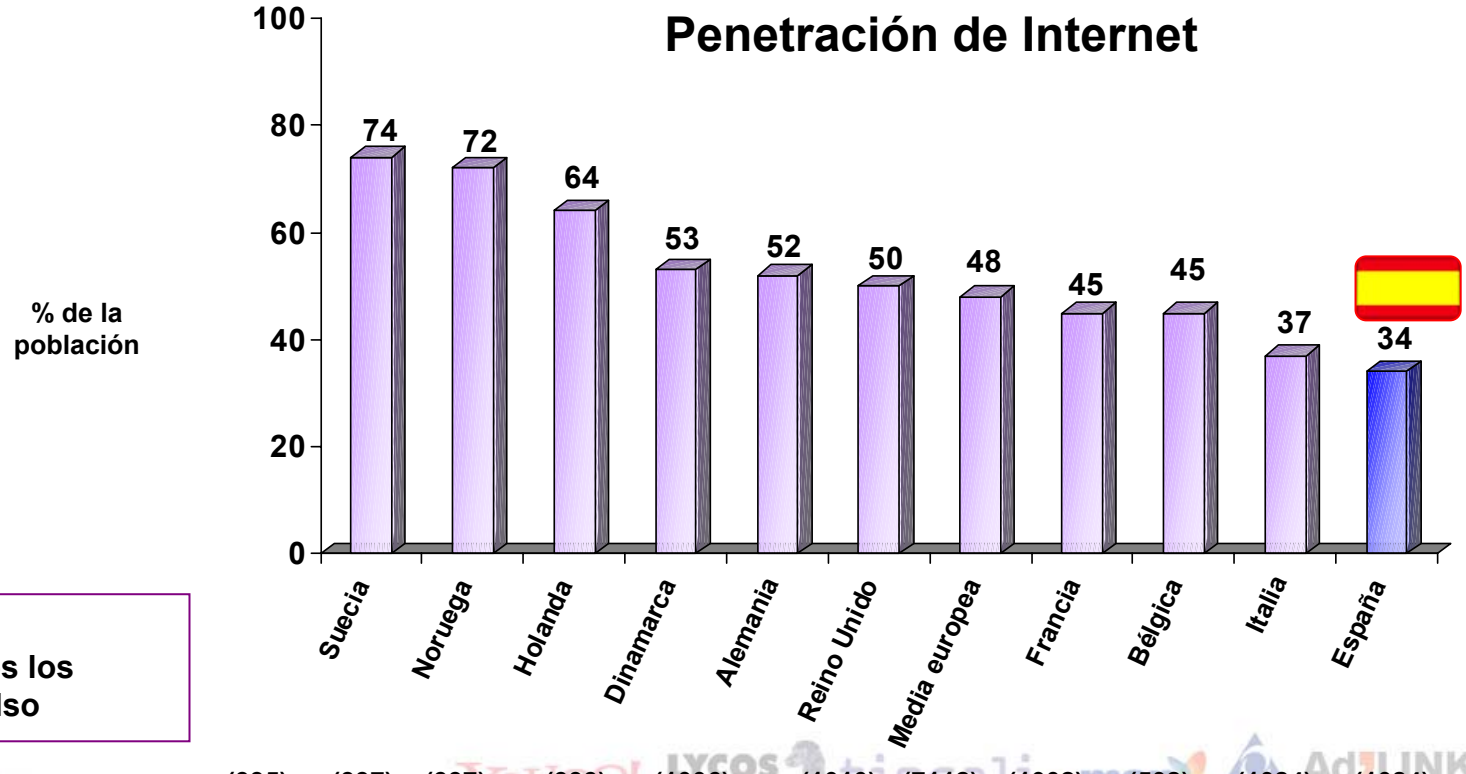


ase: todos los
ncuestados

In a typical 5 day week, that is Monday to Friday, do you use the Internet? This can include Email, instant messenger o other online activities? And during a typical weekend?

Penetración de Internet (España)

De los 10 países analizados, España tiene la penetración de Internet más baja (el 34%)



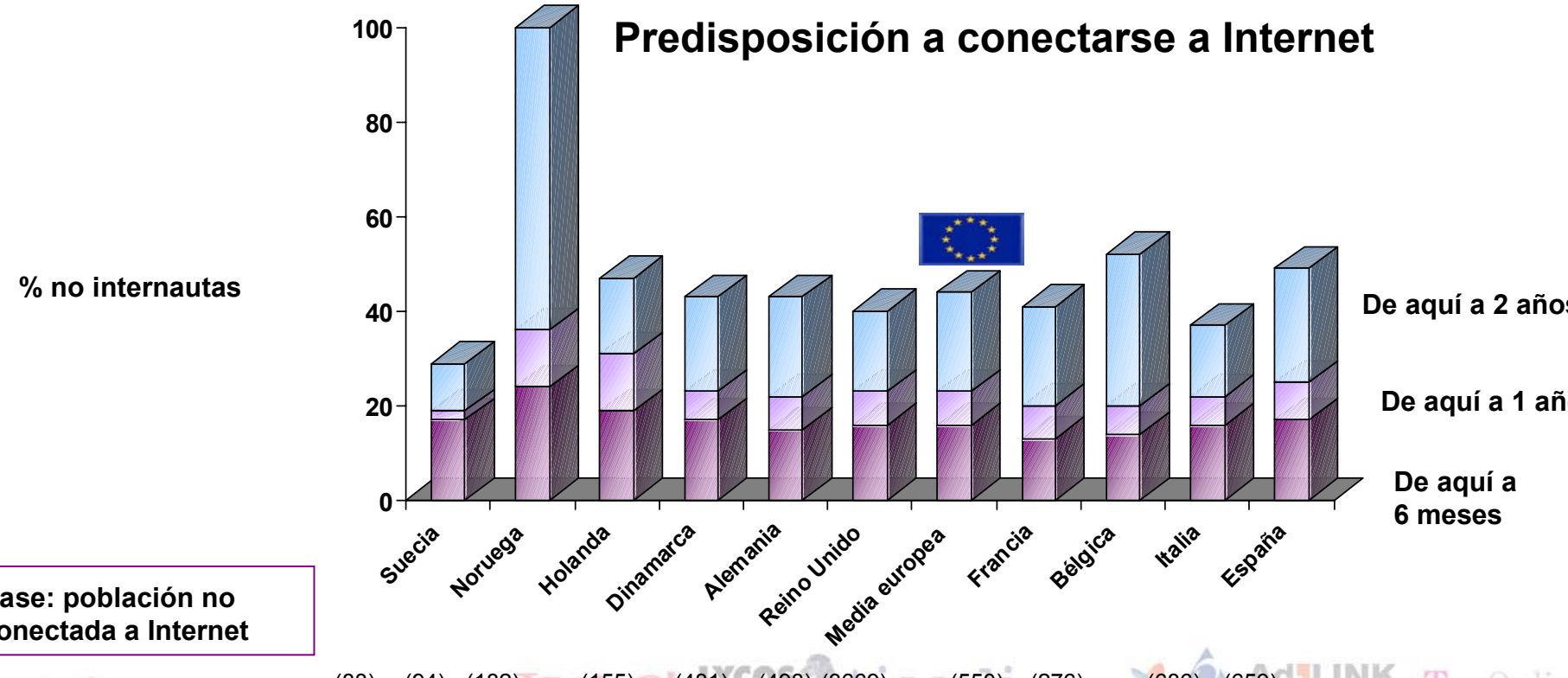
ase: todos los
encuestadso

In a typical 5 day week, that is Monday to Friday, do you use the Internet? This can include Email, instant messenger o other online activities? And during a typical weekend?

Futura evolución de la penetración de Internet (Europa)

El 20% de los “no internautas” cree que tendrá acceso a Internet en el próximo año.

En Noruega, el 100% de la población cree que estará conectado a Internet de aquí a dos años.

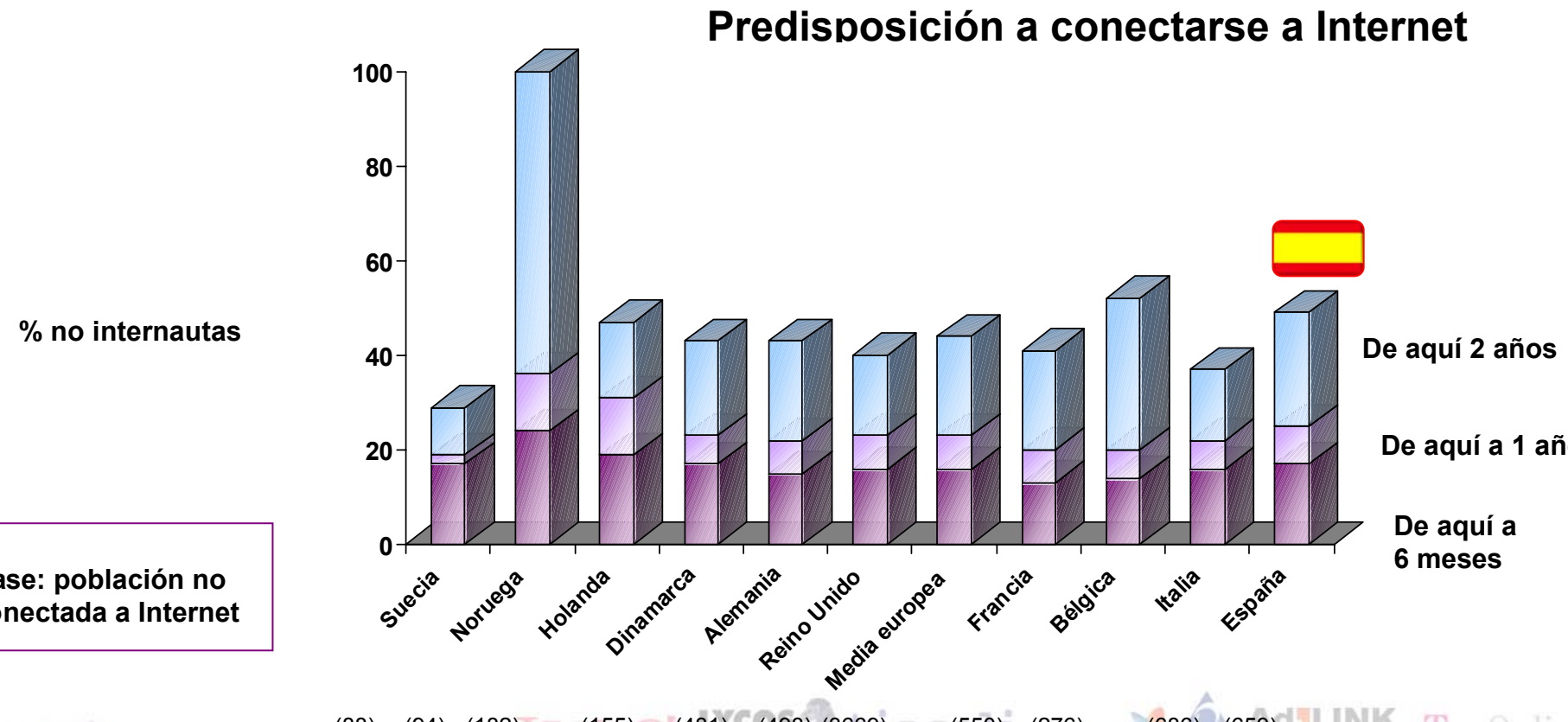


ase: población no onectada a Internet

Vd. que no dispone ahora de acceso a Internet, ¿cree Vd. que es probable que disponga de él…?

Futura evolución de la penetración de Internet (España)

La mitad de los españoles no internautas consideran que estarán conectados de aquí a 2 años.

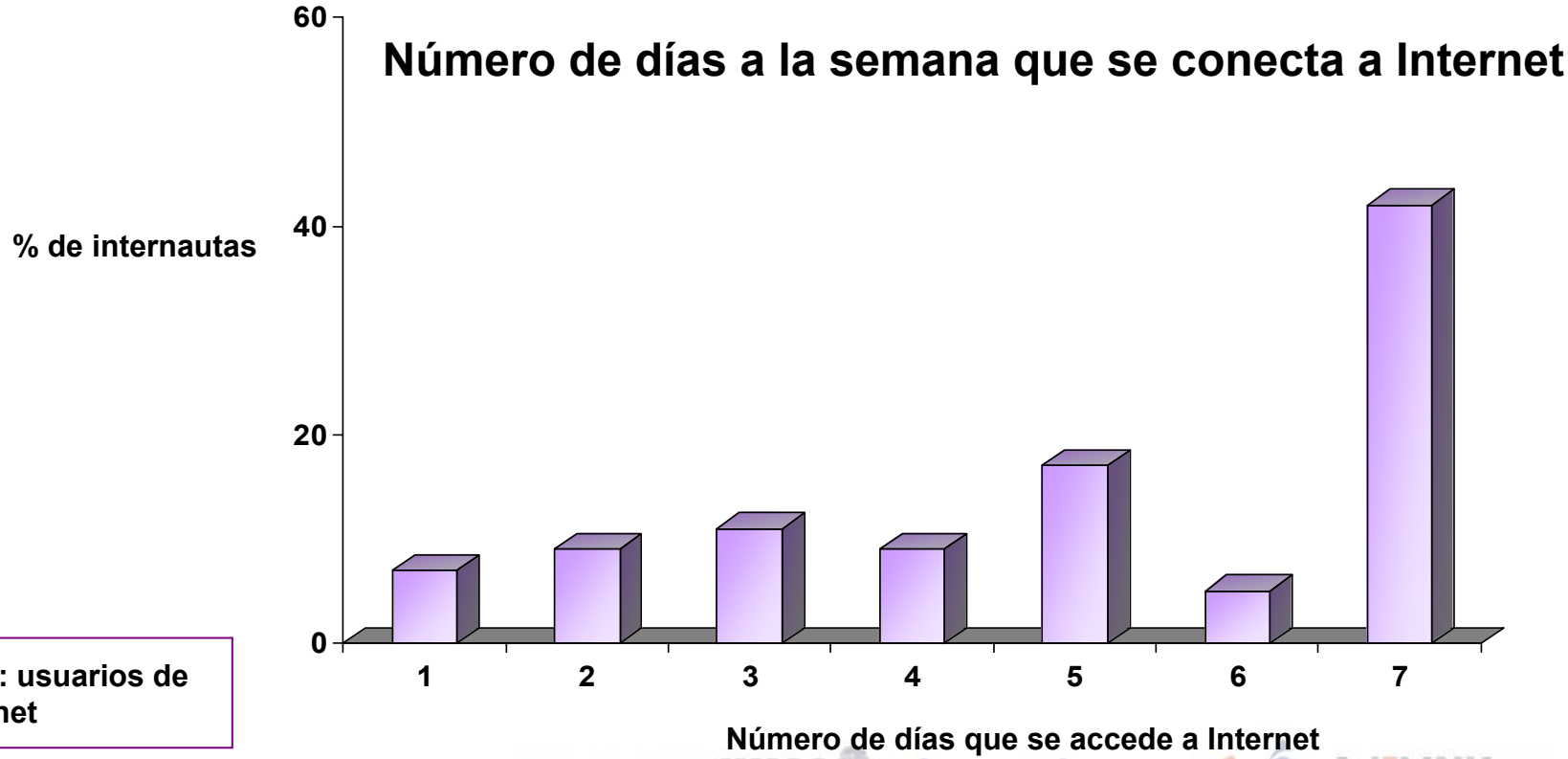


ase: población no
onectada a Internet

Vd. que no dispone ahora de acceso a Internet, ¿cree Vd. que es probable que disponga de él…?

Frecuencia de uso de Internet (Europa)

El 40% de los internautas se conecta diariamente.



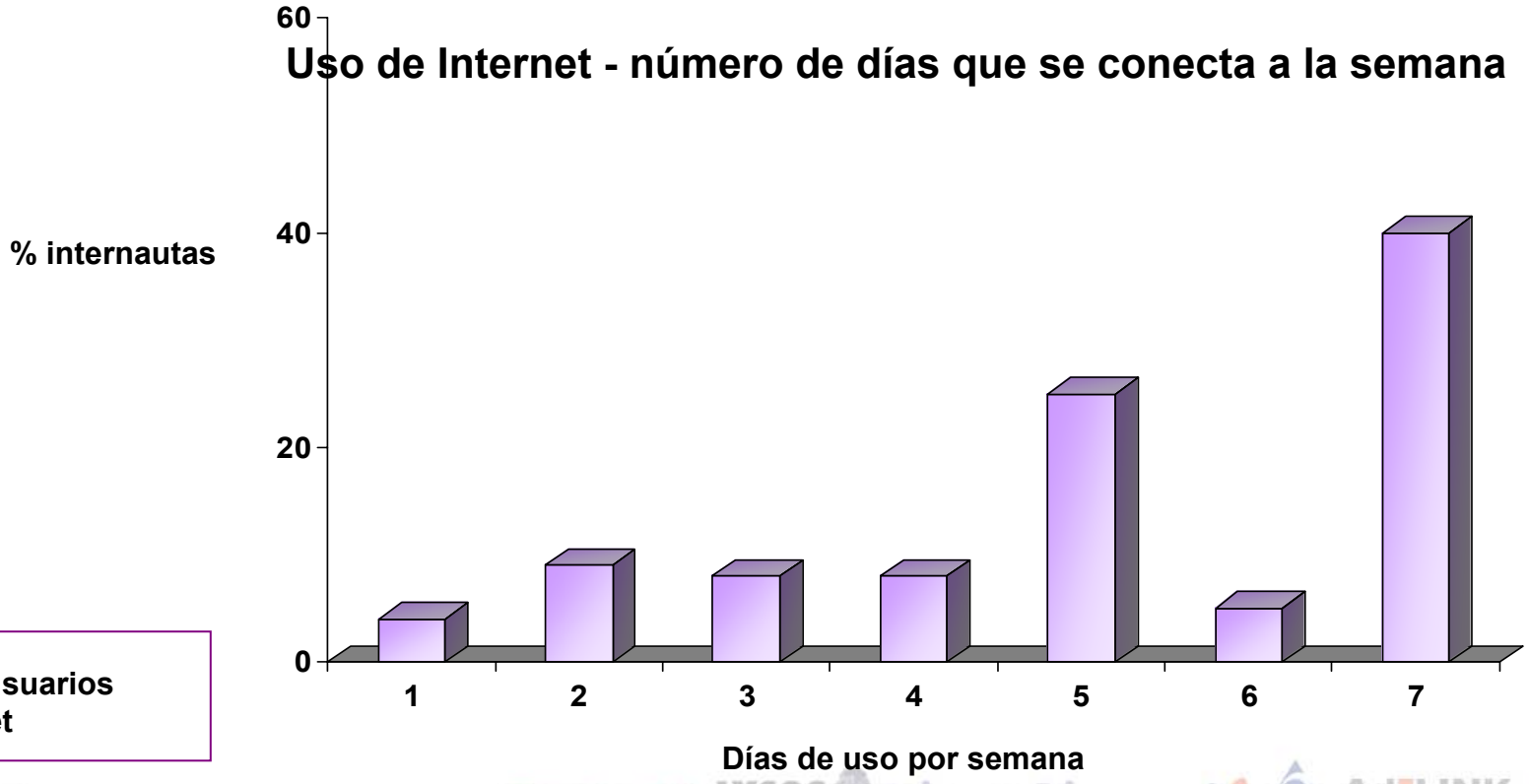
ase: usuarios de
nternet

(3440)

Vd. que tiene acceso a Internet, ¿cuántos días a la semana -en una semana normal de 7 días- se conecta Vd.?

Frecuencia de uso de Internet (España)

De los españoles que están conectados a Internet, 2 de cada 5 (40%) utilizan Internet a diario (en una semana normal)



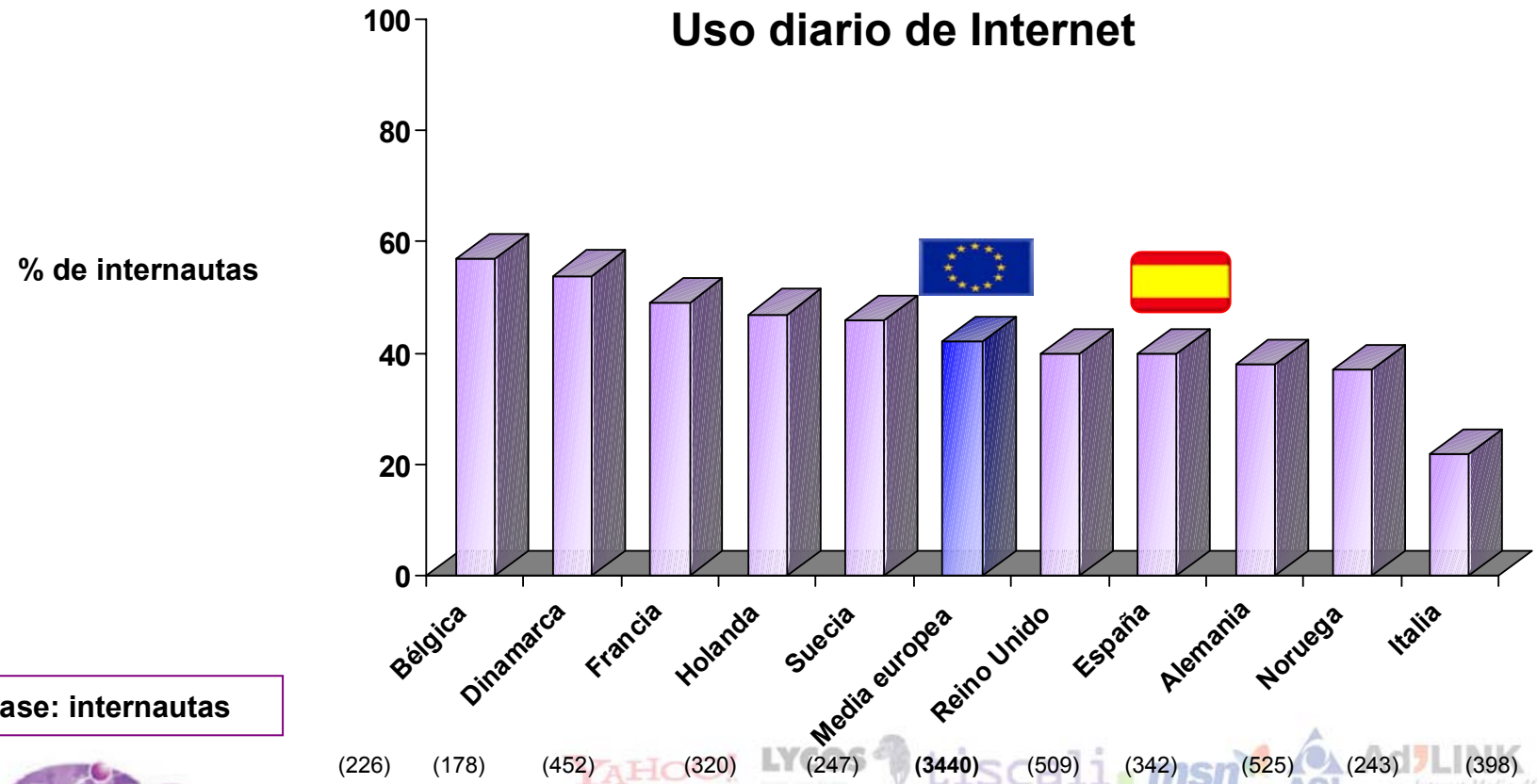
ase:usuarios
nternet

(342)

Vd. que tiene acceso a Internet, ¿cuántos días a la semana -en una semana normal de 7 días- se conecta Vd.?

Distribución por países del uso diario de Internet

Bélgica es el país donde el índice de uso diario de Internet es más alto (57% de la población), seguido de Dinamarca y Francia.
España está a la par con la media europea.

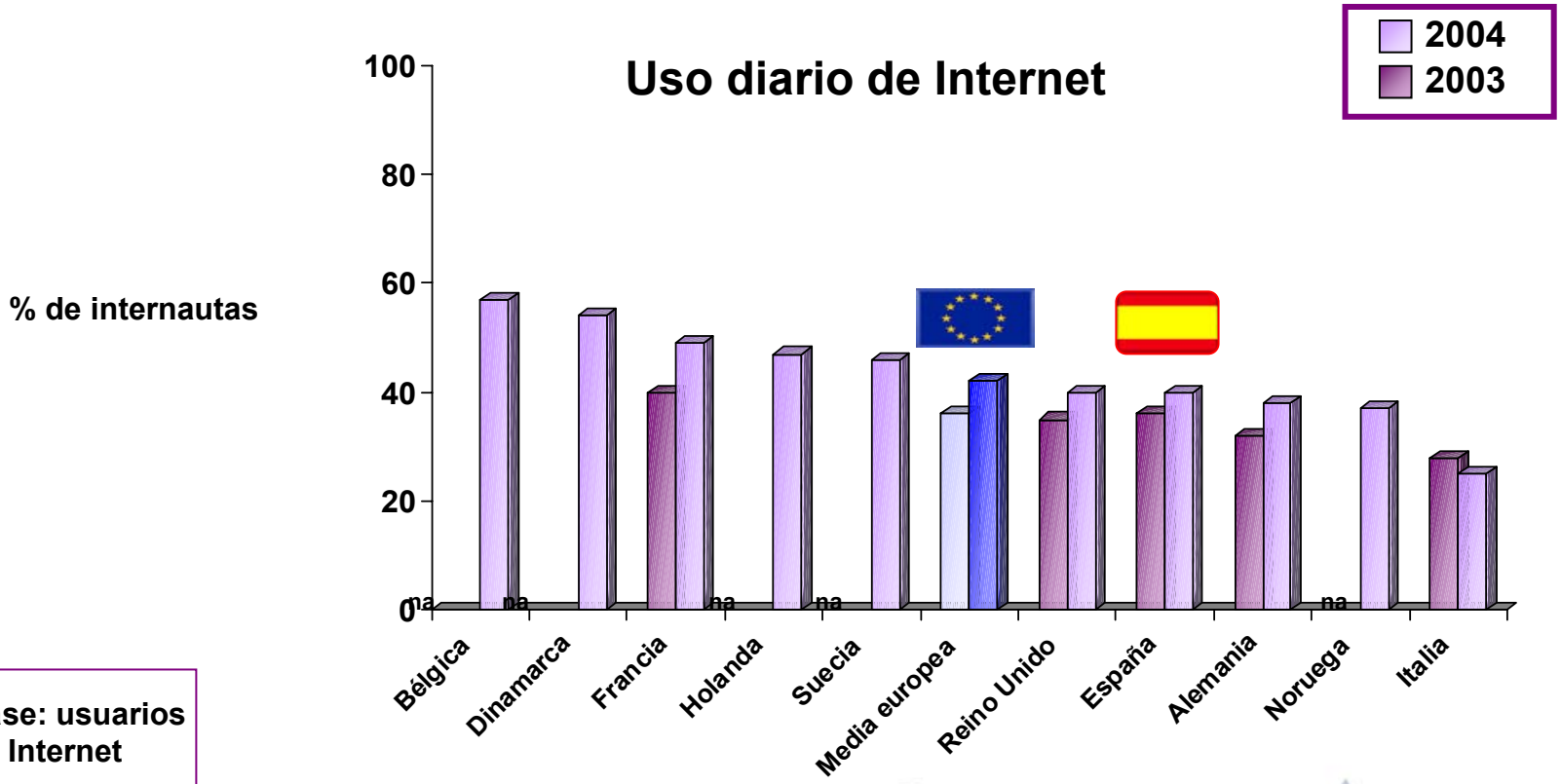


Base: internautas

Vd. que tiene acceso a Internet, ¿cuántos días a la semana se conecta Vd.?

Evolución por países del uso diario de Internet

En 2004 el uso diario de Internet ha crecido en relación a 2003 en España y también en Reino Unido, Francia y Alemania.

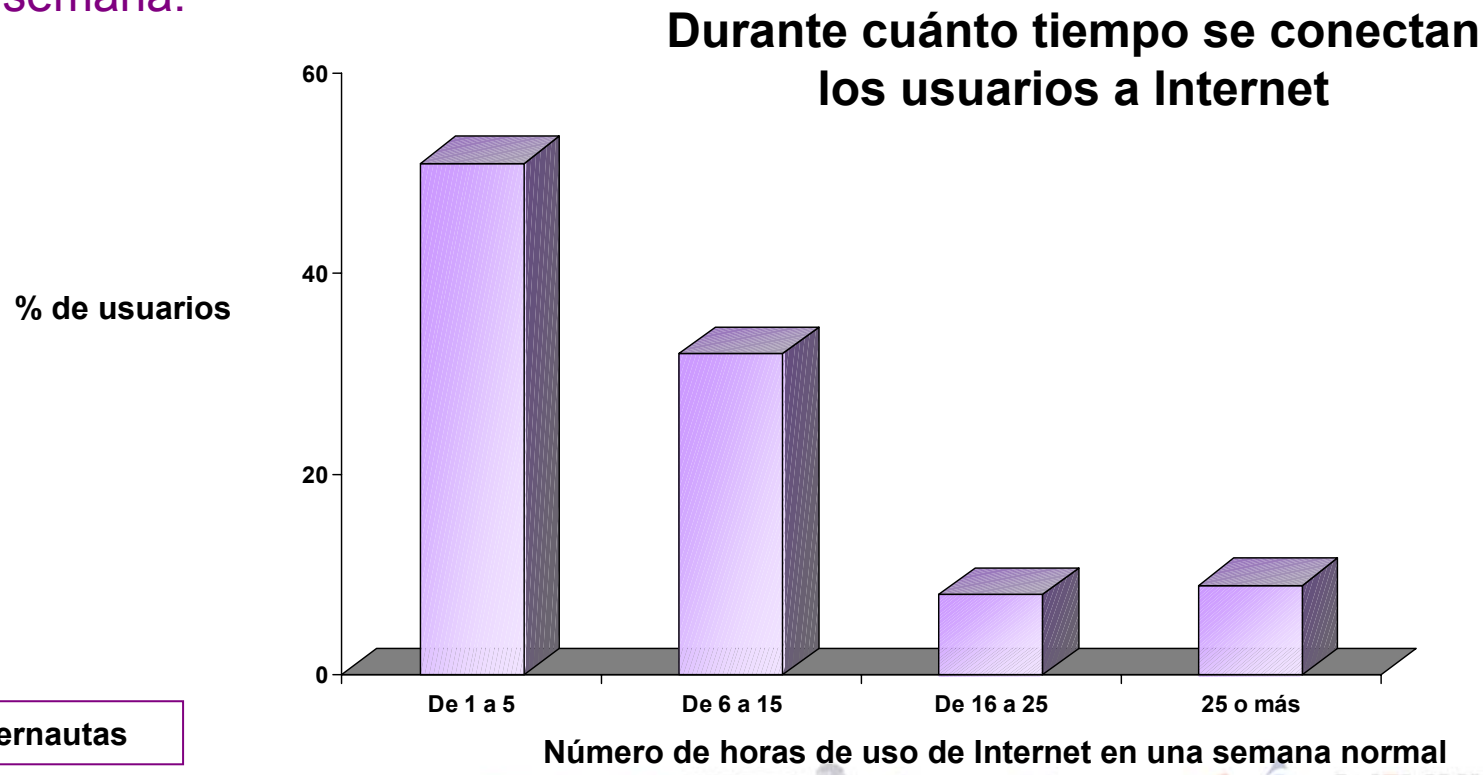


Base: usuarios de Internet

¿Cuántos días a la semana se conecta Vd. a Internet aproximadamente?

Número de horas que se navega en Internet (Europa)

La mitad de los encuestados de toda Europa navega menos de 5 horas a la semana.
No obstante, uno de cada diez internautas navega más de 26 horas a la semana.



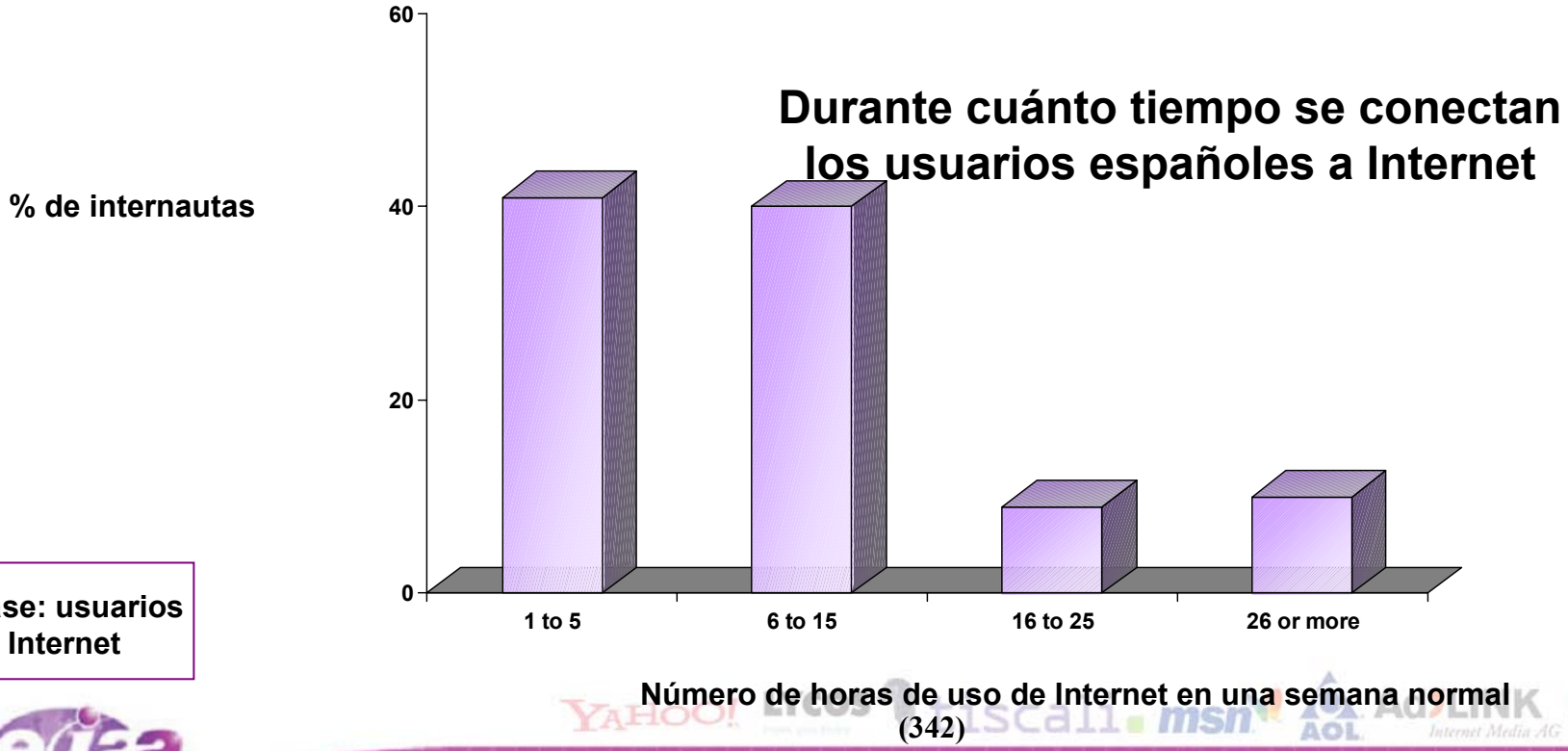
Base: internautas

(3440)

Durante una semana normal de 7 días, ¿cuántas horas utiliza Vd. en total Internet aproximadamente?

Número de horas que se navega en Internet (España)

La mayoría de los encuestados españoles (80%) están conectados menos de 15 horas a la semana.
Sin embargo, uno de cada diez internautas españoles están conectados más de 26 horas a la semana.



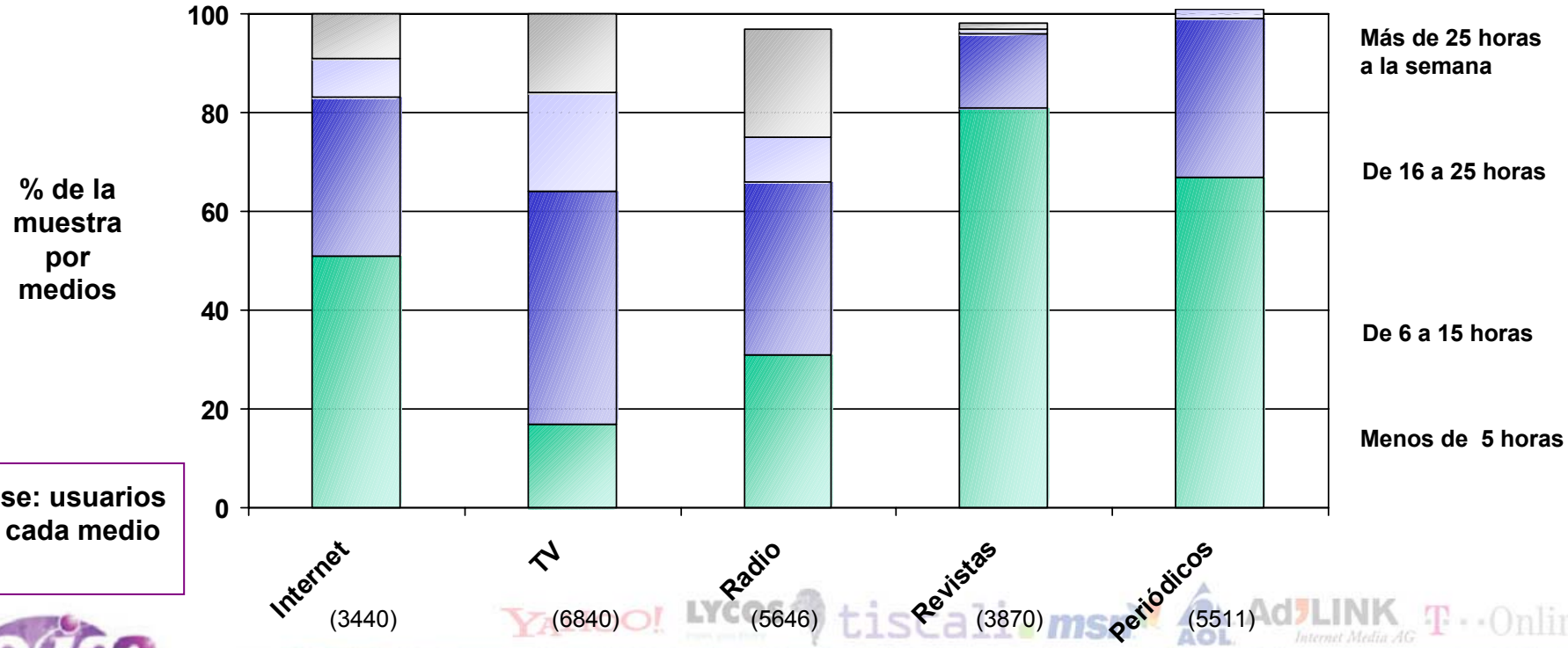
ase: usuarios
e Internet

Durante una semana normal de 7 días, ¿cuántas horas utiliza Vd. en total Internet aproximadamente?

Tiempo dedicado a cada medio (Europa)

La prensa escrita (revistas y diarios) tiene la tasa más baja de “involucración”, con más del 60% de los usuarios que dedican semanalmente menos de 5 horas a su lectura.

Tiempo de consumo semanal según tipo de medio



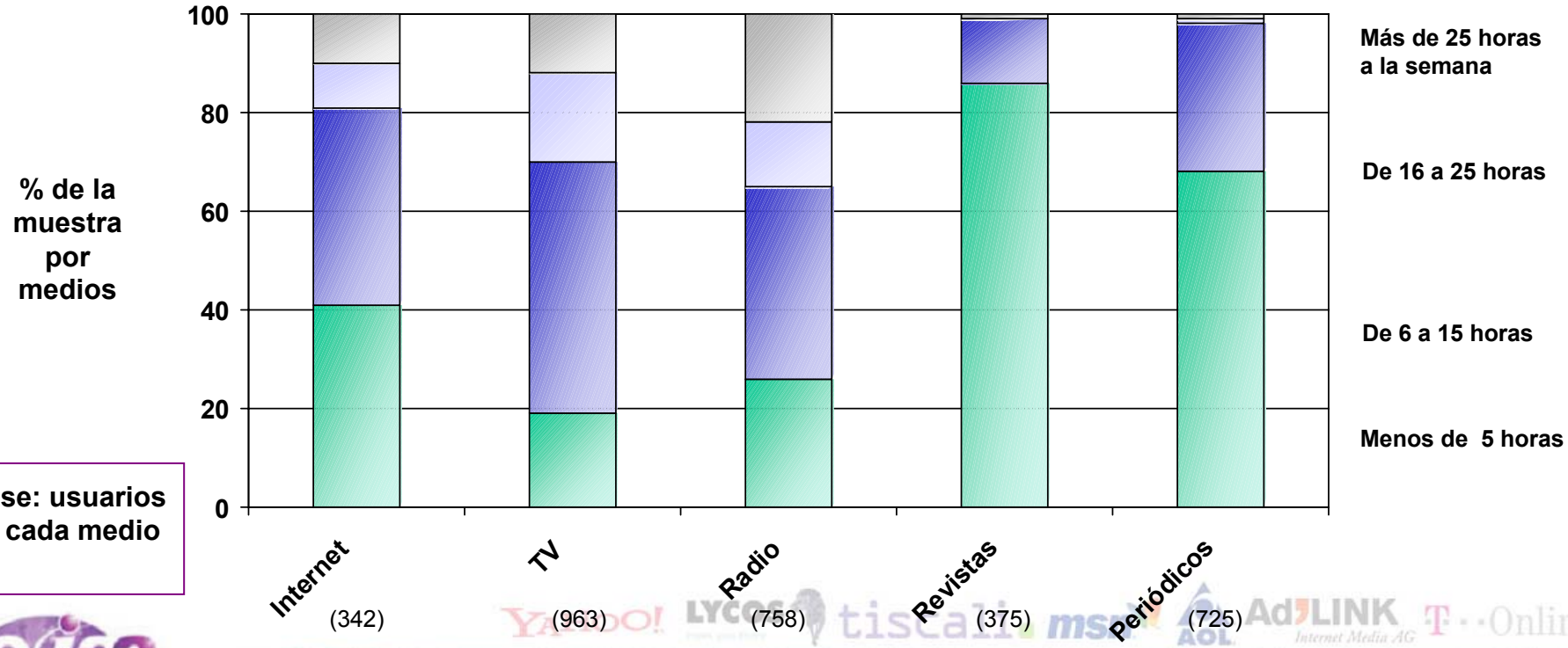
Base: usuarios de cada medio

Durante una semana normal de 7 días, ¿cuántas horas aproximadamente dedica Vd. en total a navegar en Internet, ver TV, escuchar radio, etc?

Tiempo dedicado a cada medio (España)

Revistas y periódicos tienen la tasa de “involucración personal” más baja: la mayoría de los lectores dedica menos de 5 horas a la semana a su lectura.

Tiempo de consumo semanal según tipo de medio



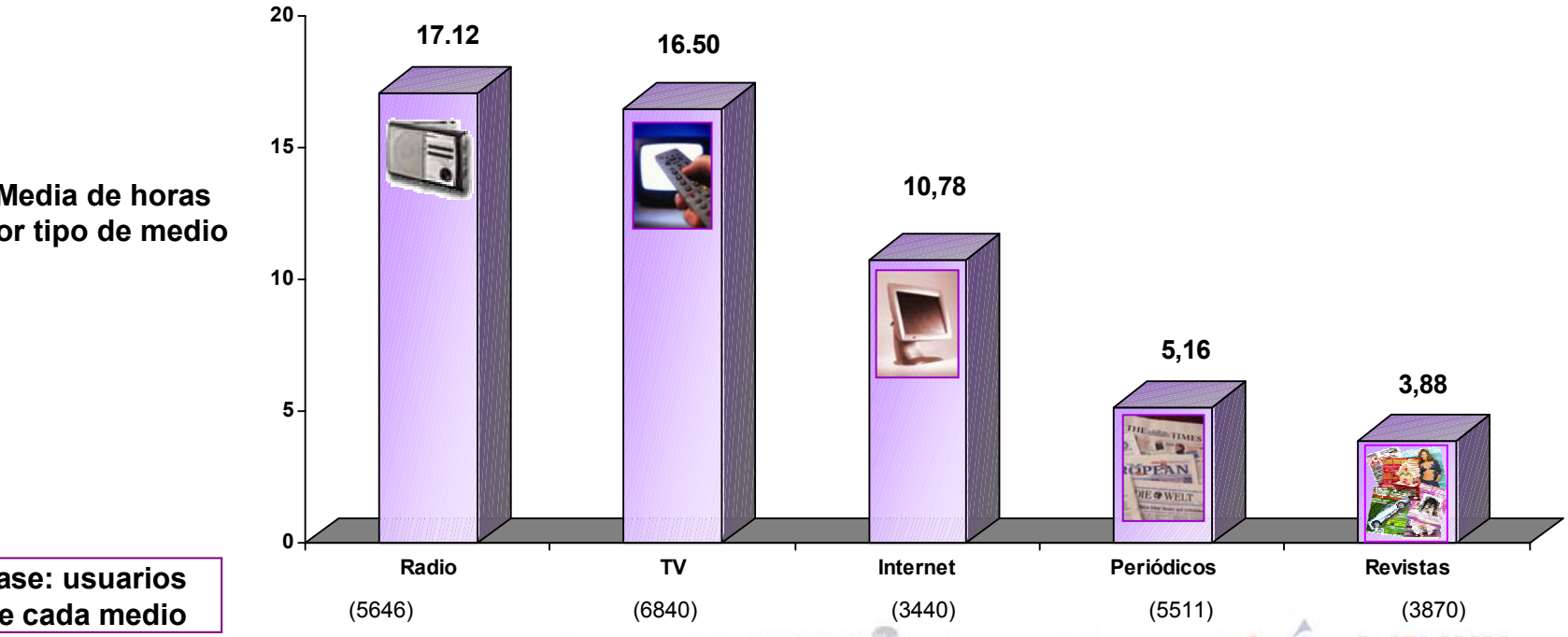
Base: usuarios de cada medio

Durante una semana normal de 7 días, ¿cuántas horas aproximadamente dedica Vd. en total a navegar en Internet, ver TV, escuchar radio, etc?

Horas semanales dedicadas a cada medio (Europa)

El usuario medio de Internet está conectado más de 10 horas a la semana.

Media del número de horas dedicadas a cada medio

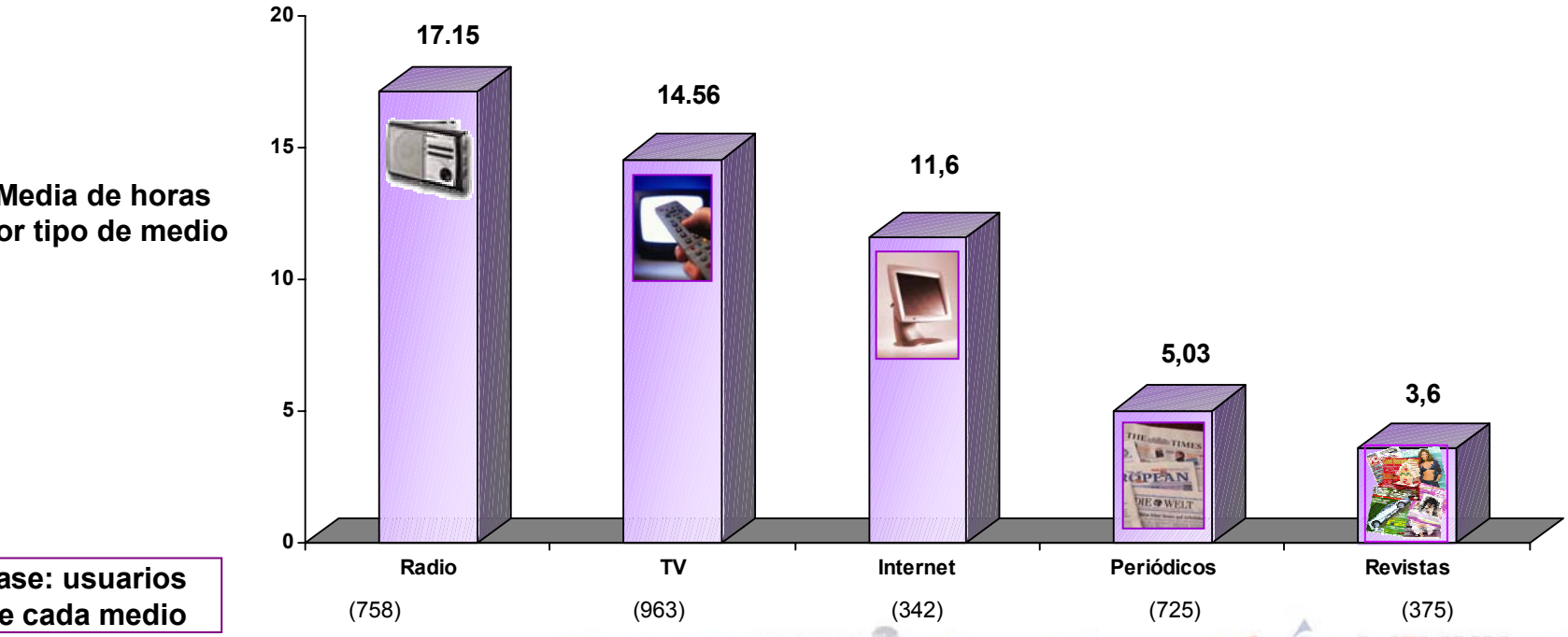


Durante una semana normal de 7 días, ¿cuántas horas aproximadamente dedica Vd. a…?

Horas semanales dedicadas a cada medio (España)

En España el usuario medio de Internet está conectado 12 horas a la semana.

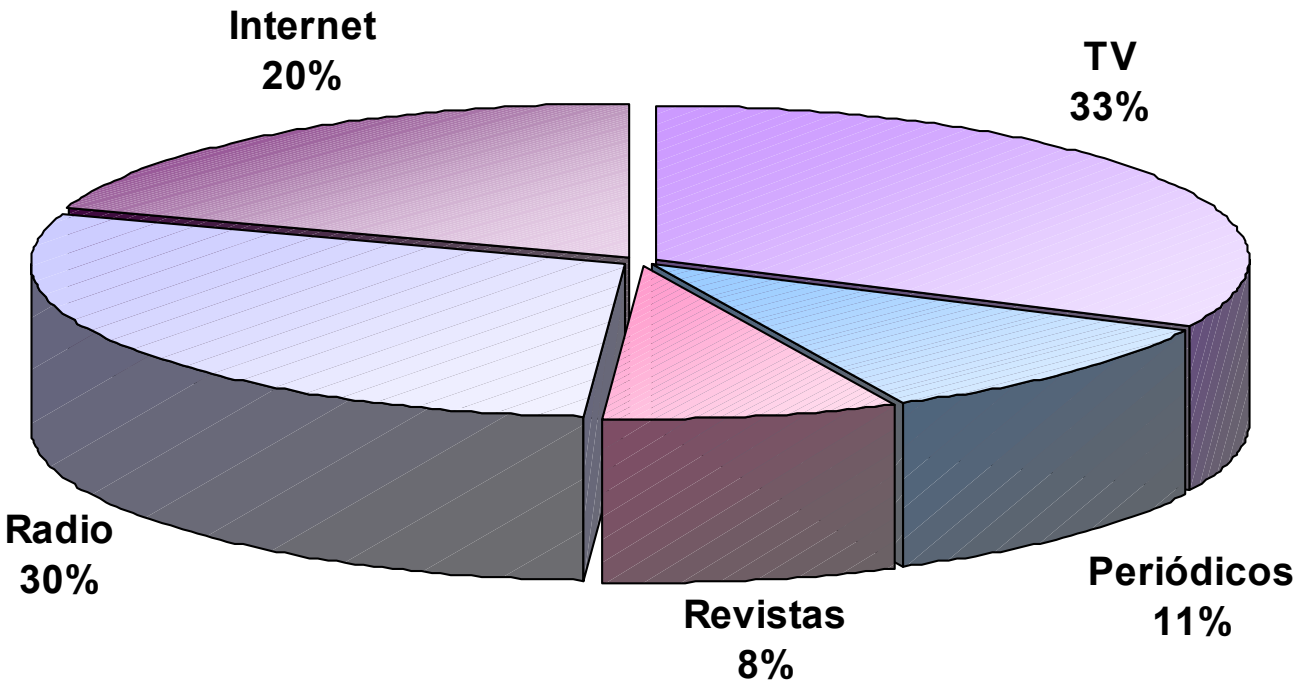
Media del número de horas dedicadas a cada medio



Durante una semana normal de 7 días, ¿cuántas horas aproximadamente dedica Vd. a…?

Consumo de medios (de media en Europa)

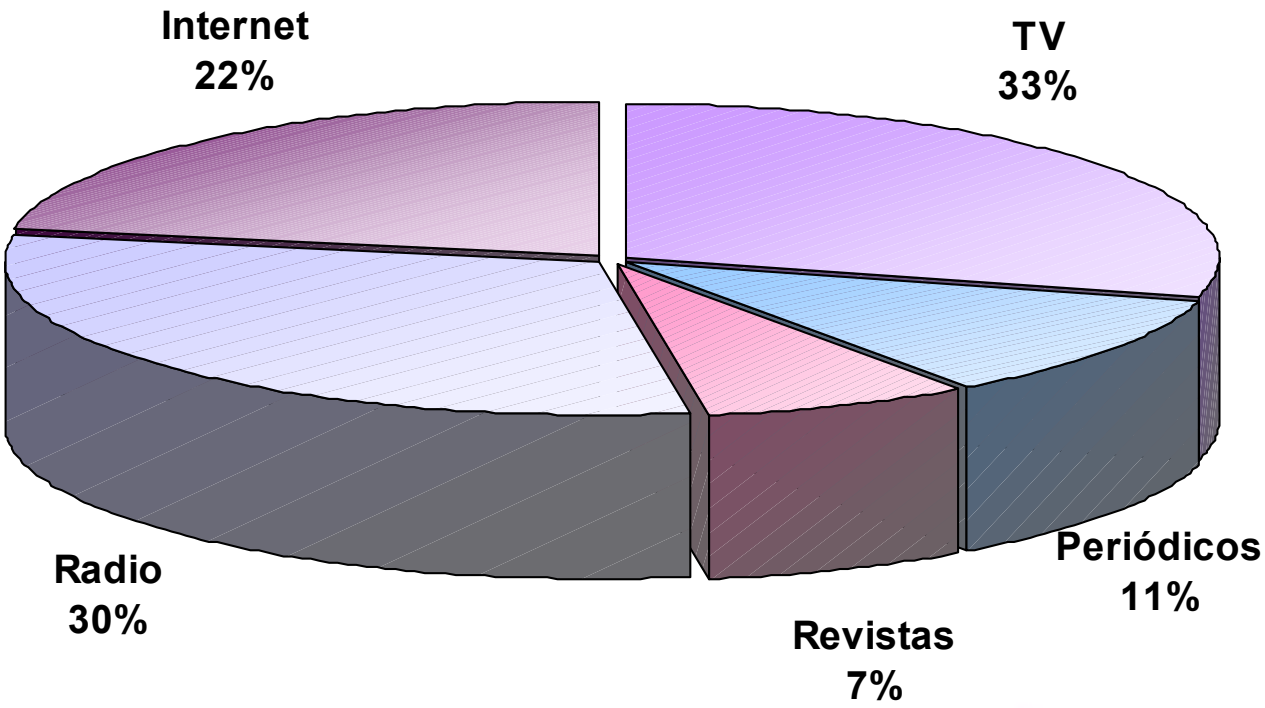
Del total del tiempo que los europeos dedican al consumo de medios (leer periódicos y revistas, ver la TV, escuchar la radio o navegar en Internet), el 20% se dedica a Internet.



Base: usuarios de cada medio

Consumo de medios (en España)

Del total del tiempo que los españoles dedican al consumo de medios (leer periódicos y revistas, ver la TV, escuchar la radio o navegar en Internet), el 22% se dedica a Internet.



ase: usuarios
e cada medio

Consecuencias del mayor uso de Internet (Europa)

Un tercio de los europeos ha reducido el tiempo que dedica a ver televisión como consecuencia de su mayor dedicación a navegar por Internet.

Asimismo, uno de cada cuatro europeos habla menos por teléfono y lee menos revistas y periódicos.

Costes del mayor uso de Internet

Ver TV	35%
Hablar por teléfono	27
Lectura de revistas	24
Lectura de periódicos	24
Lectura de libros	22
Escuchar la radio	16
Estar al aire libre	15
Escuchar música	15
Hacer deporte	13
Estar con la familia y/o amigos	13
Trabajar	10

ase: usuarios de Internet

De las siguientes actividades, ¿cuáles realiza Vd. menos a menudo como consecuencia de usar más Internet?

Consecuencias del mayor uso de Internet (España)

2 de cada 5 internautas ha reducido el tiempo que dedica a ver TV como consecuencia de su mayor utilización de Internet en España.
1 de cada 4 españoles lee menos (libros y revistas) y habla menos por teléfono, también como consecuencia del mayor uso de Internet.

Consecuencias del mayor uso de Internet

Ver TV	41%
Leer periódicos	25
Leer libros	25
Hablar por teléfono	23
Leer revistas	20
Estar al aire libre	20
Deporte	18
Escuchar música	17
Escuchar radio	15
Estar con la familia y/o amigos	15
Trabajar	11

ase: internautas

(342)

De las siguientes actividades, ¿cuáles realiza Vd. menos a menudo como consecuencia de usar más Internet?

Puntos fuertes de Internet (Europa)

El 80% de los europeos encuestados afirma que “lo mejor de Internet es que consig
lo que quieres rápidamente y en el momento en que lo necesitas”.

Uno de cada cuatro afirma que “no podría vivir sin Internet”.

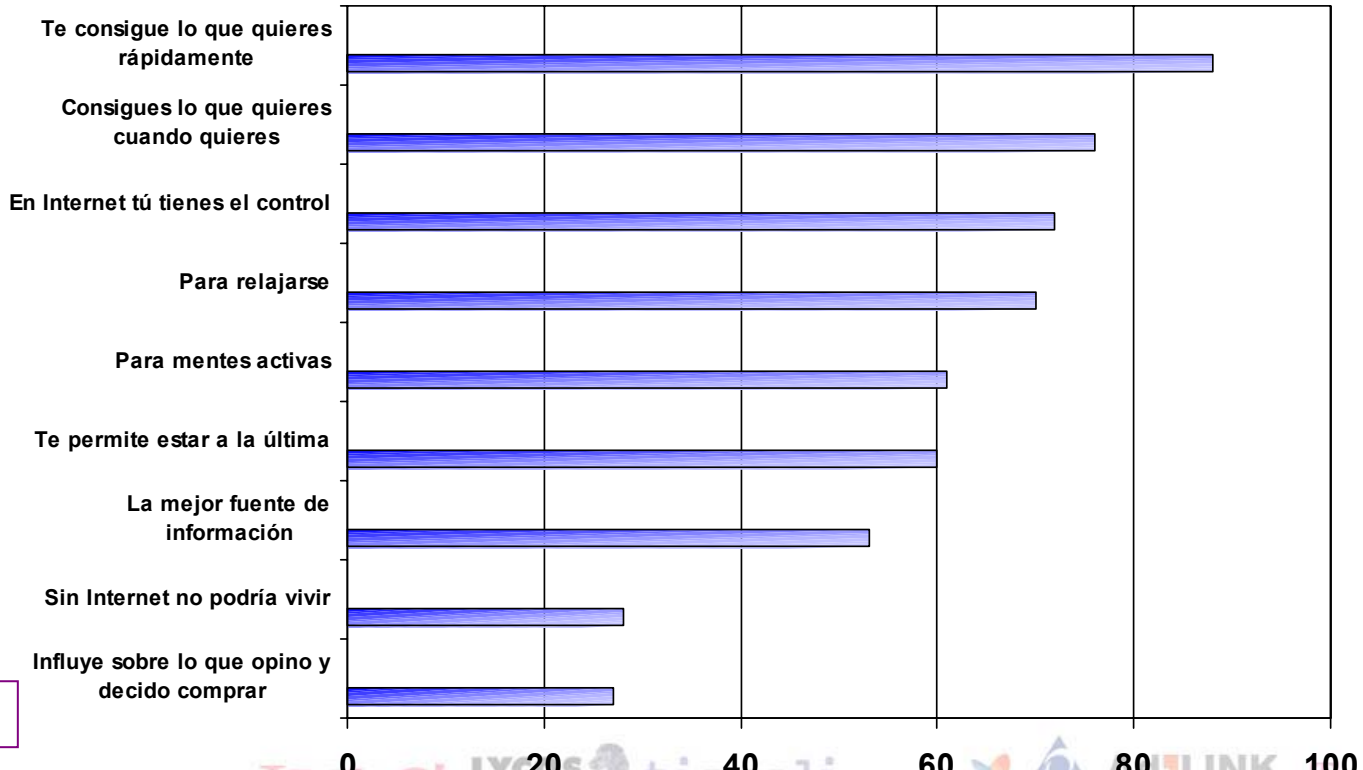
ase: usuarios
e todos los
edios

¿Cuáles de estos medios cree Vd. que…?

(1397)

Puntos fuertes de Internet (en España)

Para los internautas españoles, lo mejor de Internet es que se “consigue lo que quieres rápidamente y cuando lo necesitas”

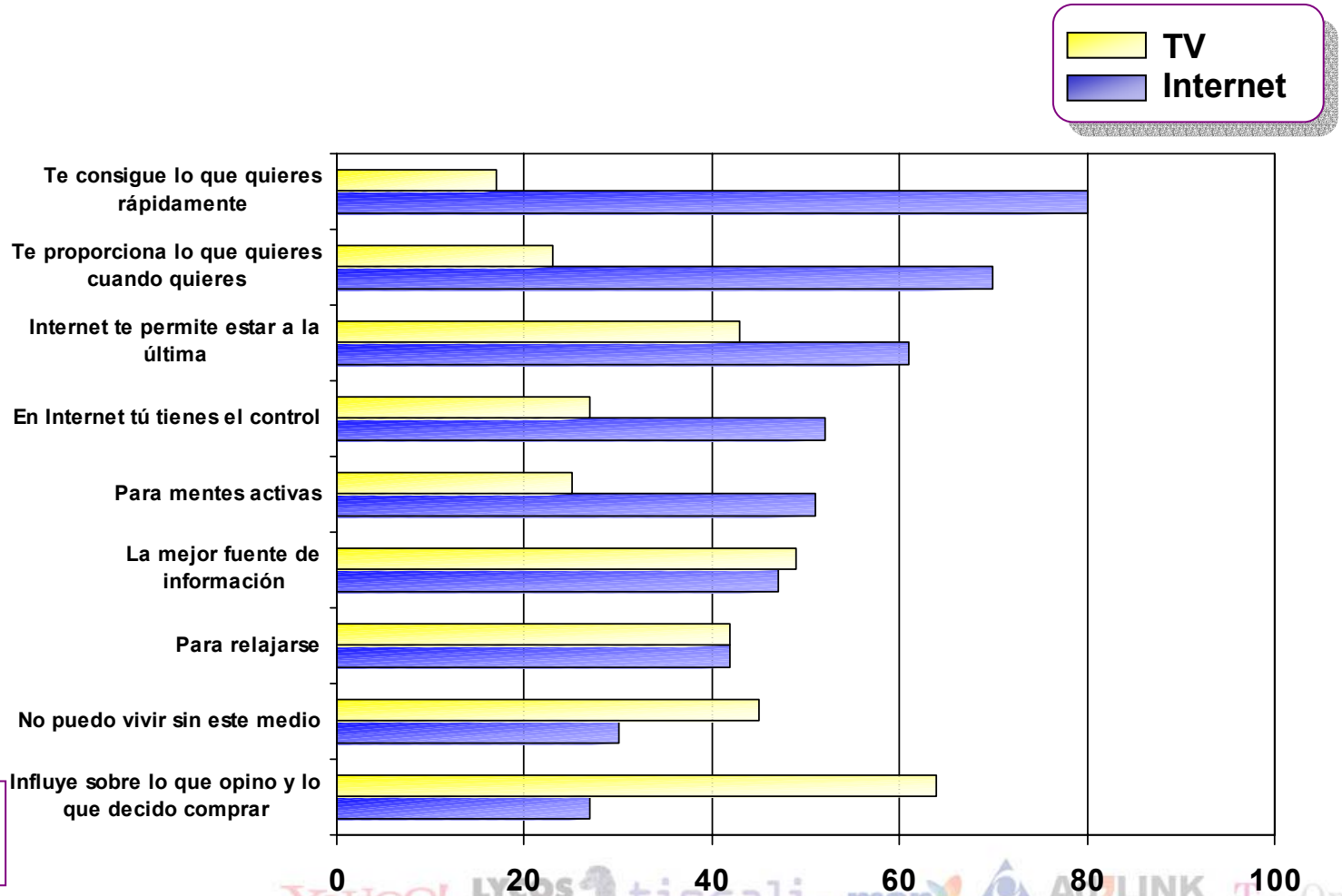


ase:internautas

¿Cuáles de estos medios cree Vd. que…?

(1397)

Puntos fuertes de Internet vs. TV (Europa)

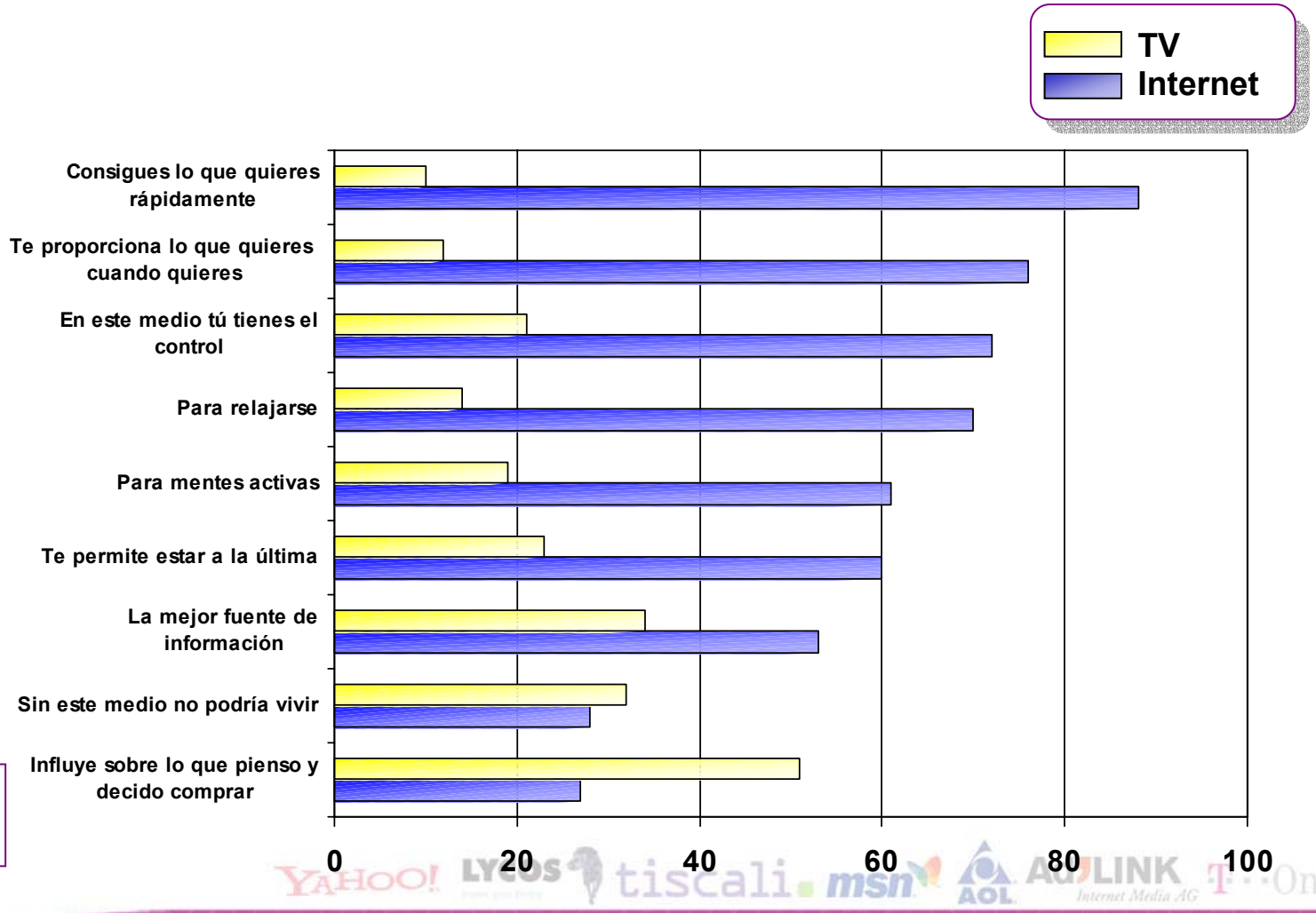


ase: usuarios
e todos
os medios

¿Cuáles de estos medios cree Vd. que…?

(1397)

Puntos fuertes de Internet vs. TV (España)



Base: usuarios de todos los medios

¿Cuáles de estos medios cree Vd. que…?

Imagen de los medios (en Europa)

El 83% opina que hay demasiada publicidad en TV. En Internet, este porcentaje desciende a menos de la mitad.

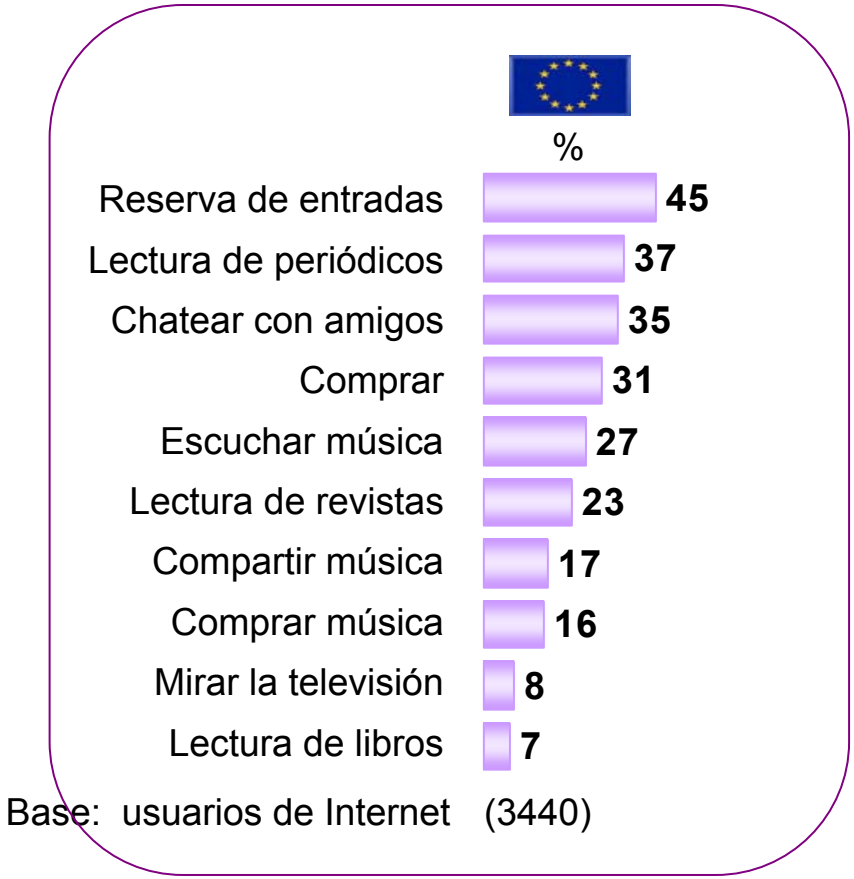
onsigue rápido lo que quieres /Ahorra tiempo	80	17	21	12	14
Consigues lo que quieres cuando lo quieres	70	23	27	22	19
Un medio que te permite estar a la ultima	61	43	46	22	30
Se anuncian marcas vanguardistas	53	55	27	38	21
En Internet tú tienes el control	52	27	37	22	23
Para cuando estás con la mente activa	51	25	54	30	24
Fuente favorita de información	47	49	60	24	36
Tiene demasiada publicidad	46	83	16	31	27
Es un medio para relajarse	42	42	13	24	24
En este medio tratas de evitar los anuncios	41	48	31	22	29
Lo usas si no tienes nada mejor que hacer	33	53	14	27	23
La publicidad tiene relación contigo	33	36	39	41	20
Principal fuente de información	32	63	63	12	43
Sin este medio estaría perdido	30	45	38	16	40
Este medio influye sobre mis opiniones	27	64	59	32	39
Cuida a su audiencia / lectores / oyentes	27	51	53	40	5
Te ayuda a relajarte	15	57	21	41	5
Es bueno para cuando estás cansado	7	59	10	21	48
Base: usuarios de todos los medios	(1397)	(1397)	(1397)	(1397)	(1397)

Imagen de los medios (en España)

nsigues rápido lo que quieres/Ahorras tiempo	88	10	19	8	16
Consigues lo que quieres cuando lo quieres	76	12	21	17	21
Ttú eres quien controla	72	21	37	20	27
Se anuncian marcas vanguardistas	70	75	28	54	32
Un medio para cuando queres relajarte	70	14	6	11	17
Para cuando tienes la mente activa	61	19	38	26	33
Este medio te permite estar a la última	60	23	39	14	32
Tiene demasiada publicidad	58	92	18	34	27
Mi fuente favorita de información	53	34	71	21	5
La información tiene relación conmigo	52	41	52	43	30
En este medio trato de evitar los anuncios	50	61	35	25	29
Es mi fuente favorita de noticias	46	57	70	10	5
Lo uso si no tengo nada mejor que hacer	33	61	16	29	22
Sin este medio estaría perdido	28	32	27	8	37
Este medio influye sobre mis opiniones	27	51	62	29	4
preocupa de su audiencia / lectores /oyentes	21	41	57	41	
Ayuda a relajarte	19	46	20	35	6
Está bien para cuando estás cansado	13	57	17	28	5
Base: usuarios de todos los medios	(114)	(114)	(114)	(114)	(114)

Actividades offline y online (Europa)

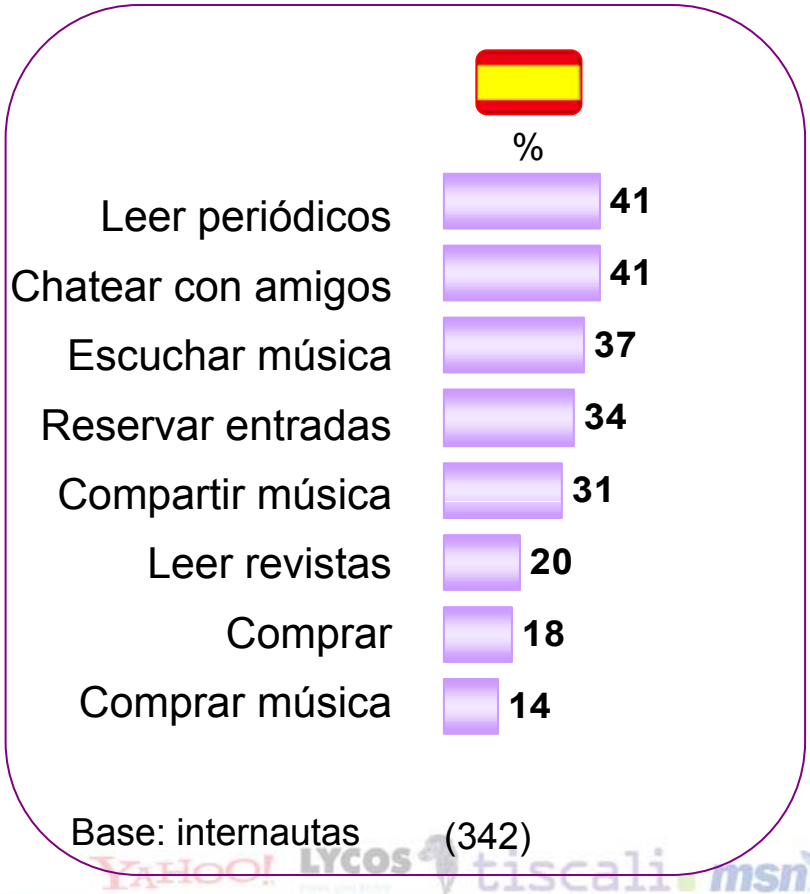
Casi 2 de cada 5 internautas reserva sus entradas en Internet. Cerca de un tercio chatea con los amigos vía Internet.



De estas actividades que Vd. solía hacer antes fuera de Internet ¿cuáles hace ahora en Internet?

Actividades offline y online (España)

Aproximadamente 2 de cada 5 internautas españoles chatea online con los amigos. Un tercio reserva entradas por Internet.

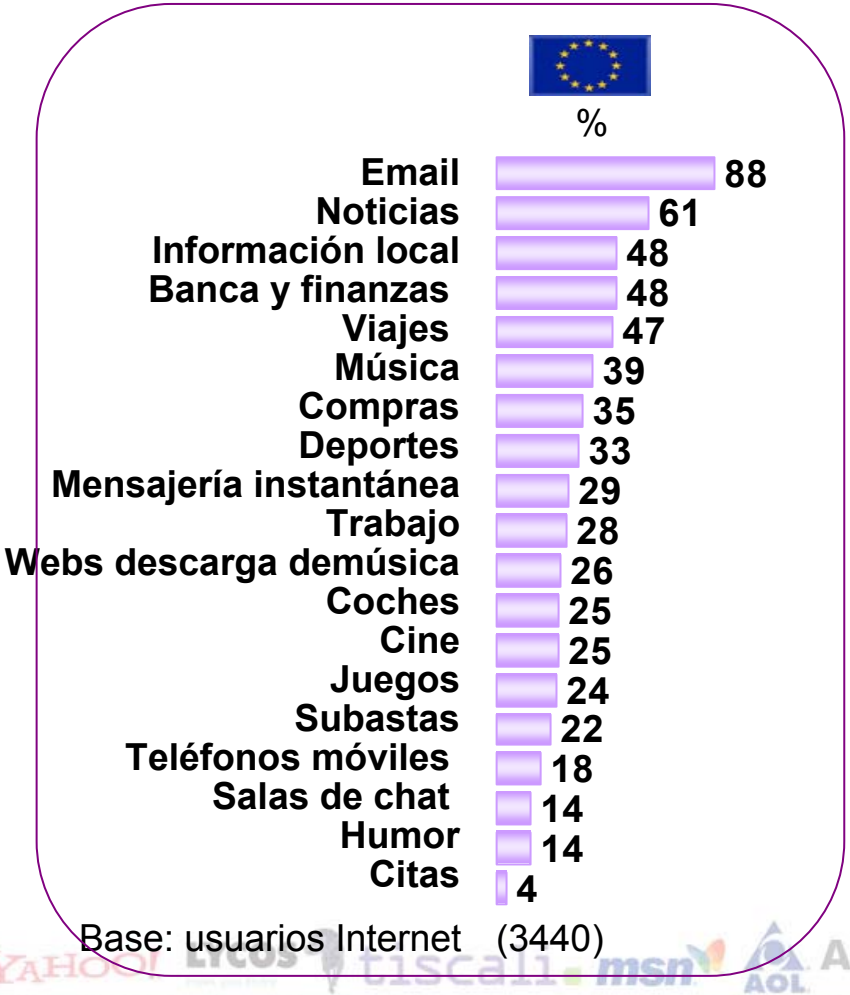


De estas actividades que Vd. solía hacer antes fuera de Internet ¿cuáles hace ahora en Internet?

Páginas web más visitadas (Europa)

El email sigue siendo la aplicación más extendida / importante (el 88% de los internautas europeos lo usan).

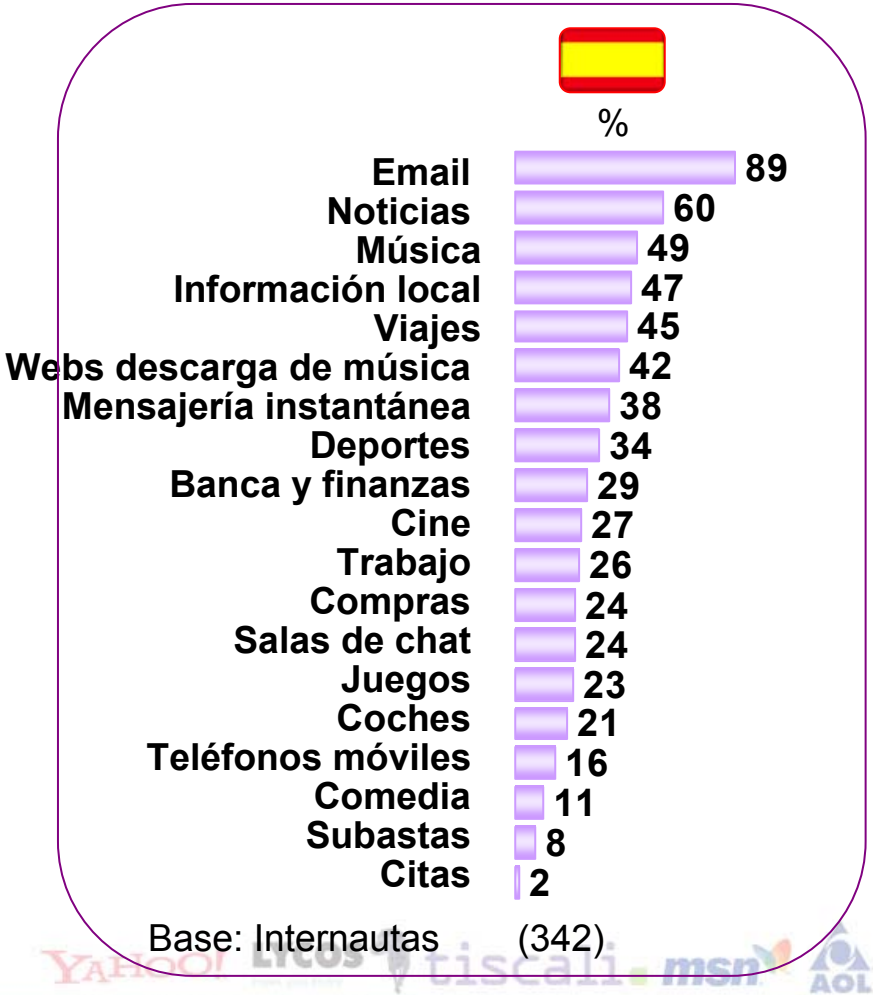
El 61% de los europeos visita webs de noticias y casi la mitad usan Internet para hacer sus gestiones con bancos.



De las siguientes páginas o website, ¿a cuáles accede Vd. con regularidad?

Páginas web más visitadas (España)

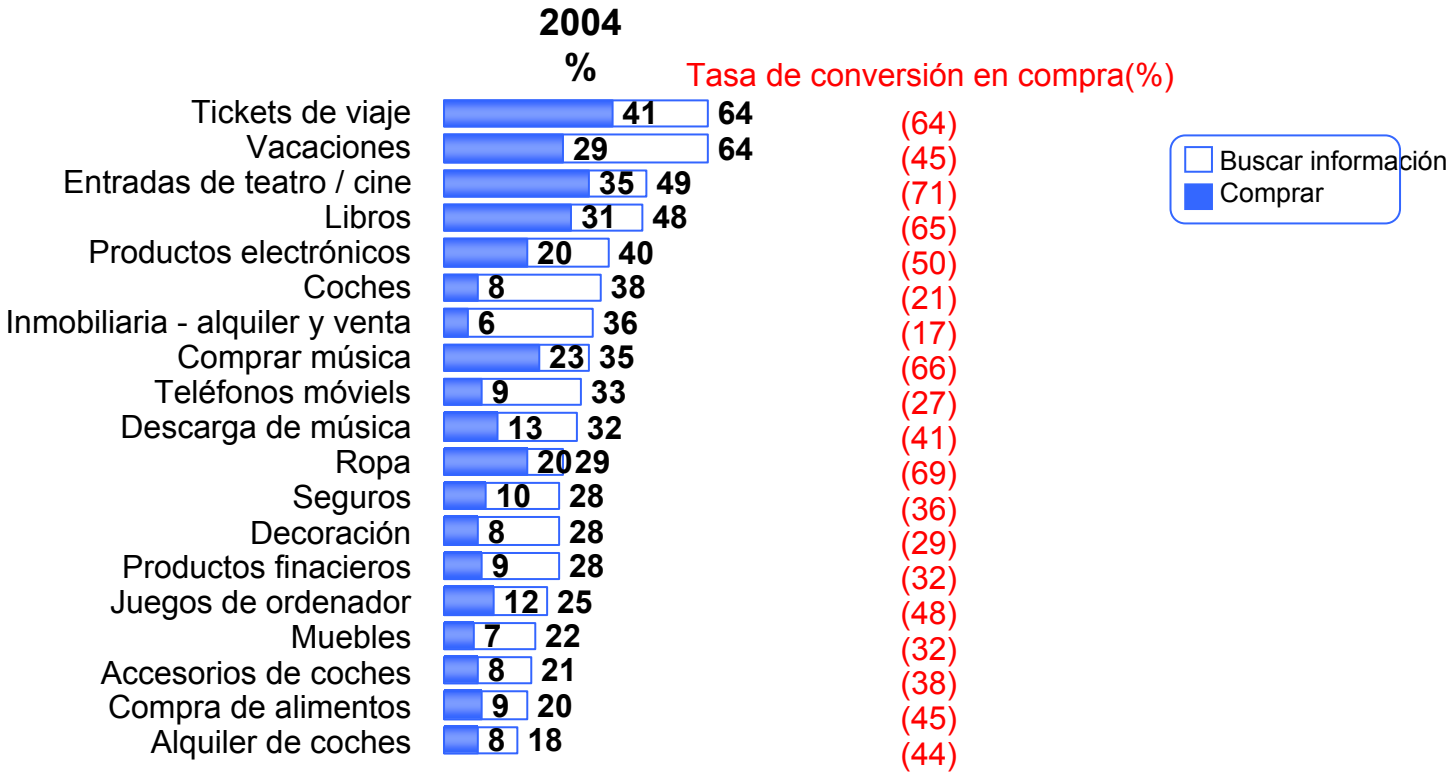
l 89% de los internautas españoles utiliza el email con regularidad



De las siguientes páginas o website, ¿a cuáles accede Vd. con regularidad?

Buscar vs. comprar en Internet (Europa)

Los billetes y las vacaciones son los asuntos más buscados en Internet. Dos tercios de las personas que buscan información en Internet acaban comprando.

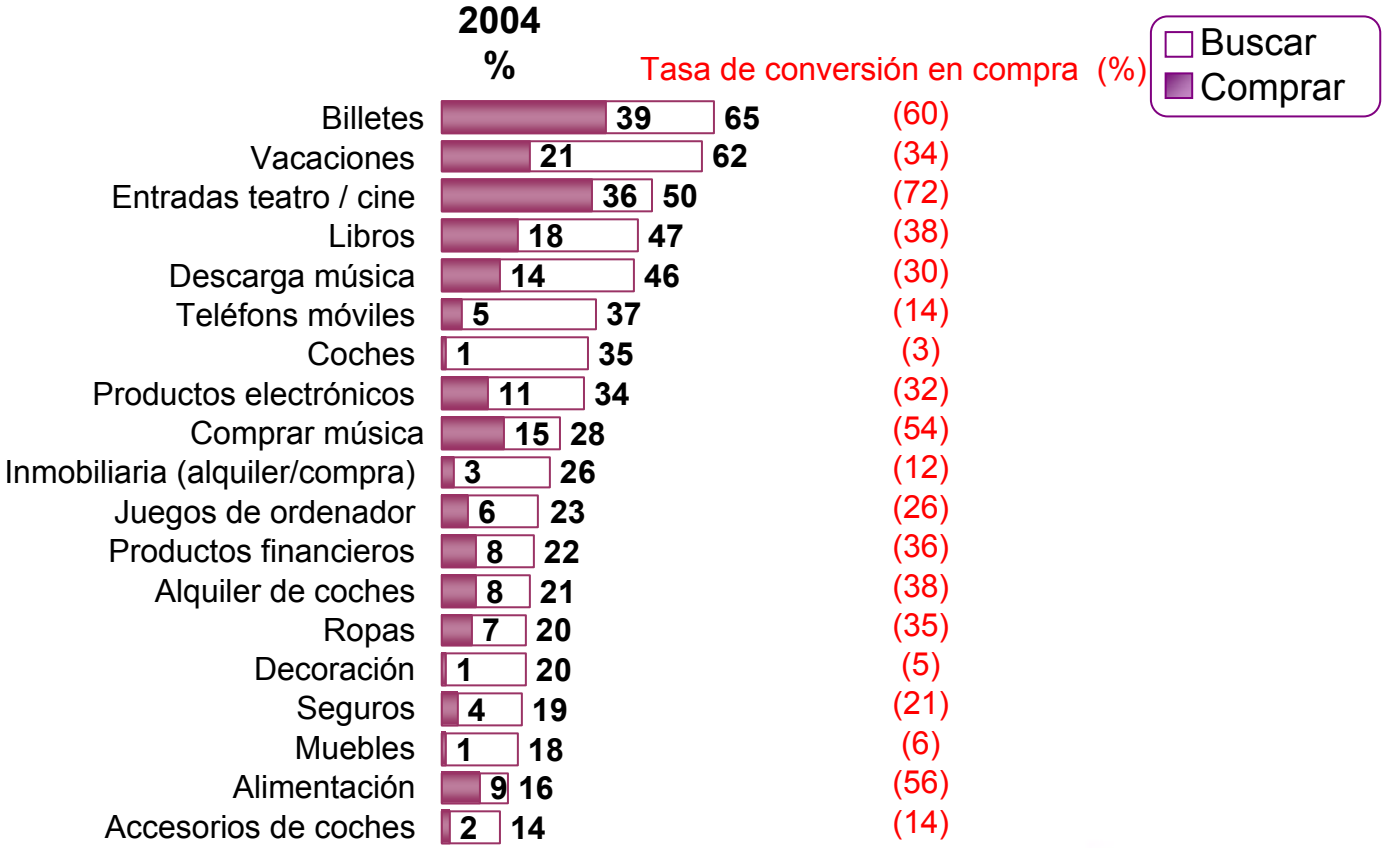


Base: usuarios de Internet (3440)

¿Ha utilizado Vd. Internet para enterarse sobre…? ¿Ha comprado … Vd. alguna vez en Internet?

Buscar vs. comprar (España)

La compra de billetes de viaje es lo más buscado en Internet y también donde las búsquedas se acaban convirtiendo en compras con mayor frecuencia



Base: Internautas (342)

De las siguientes páginas o website, ¿a cuáles accede Vd. con regularidad?

Conclusiones (Europa)

- Casi la mitad de los europeos tienen acceso a Internet.
- La penetración de Internet en los países nórdicos es elevada: de media, dos tercios de los encuestados de estos países tiene acceso a Internet. La penetración de Internet en Holanda es similar.
- La TV sigue siendo el medio de mayor consumo semanal. El uso de Internet sigue creciendo con fuerza.
- La disposición de los no internautas a estar contectados a Internet en el futuro es muy positiva en todos los mercados. En Noruega, sorprende encontrar un alentador 100% de la población no internauta que quiere tener acceso de aquí a dos años.
- Cerca de 2 de cada 5 internautas reservan sus entradas de espectáculos en Internet. Cerca de 1 de cada 3 chatea vía Internet.
- Las razones por las que se elige Internet (frente a otros medios) son su mayor velocidad, la variedad de oferta, su mayor comodidad y el hecho de que esté al alcance.

Conclusiones (España)

- En España, una de cada tres personas tiene acceso a Internet
- El uso de Internet aumenta entre los que ya están conectados.
  - De los ya conectados, el 40% utiliza Internet diariamente y uno de cada 10% se conecta más de 26 horas a la semana.
- La gente afirma ver menos televisión, leer menos y hablar menos por teléfono como resultado de estar más tiempo conectado a Internet.
- De media a la semana, los españoles ven 17 horas de TV, escuchan la radio durante 14,5 horas, navegan durante 11,6 horas, leen periódicos durante 5 horas y revistas durante 3,6 horas.
- De forma agregada, se dedica a Internet el 22% del total de tiempo que se dedica a los medios (frente al 33% que se dedica a ver TV y 30% a escuchar radio).
- En términos de comercio electrónico, uno de cada cinco encuestados afirma tener más confianza al comprar en Internet. El nivel de satisfacción es alto en la mayoría de los encuestados.