

NOTA DE PRENSA



AIMC publica su primera oleada del EGM en 2007

INTERNET, TELEVISIÓN Y RADIO GANAN AUDIENCIA ABSOLUTA

- Más de la cuarta parte de la población mayor de 13 años contacta diariamente con Internet.
- La penetración de la TDT alcanza un aumento del 20% sobre la oleada anterior.

Madrid, 24 de Abril de 2007.- AIMC, Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, ha distribuido hoy entre sus asociados la 1ª Ola 2007 del EGM. Esta primera oleada presenta unos resultados de audiencia que difieren relativamente poco de los de la oleada anterior en cuanto al número total de individuos que contactan cada medio. Y algunas de las diferencias se explican por el hecho de corresponder al período invernal. Otras, por el aumento del 1,26% de la población en estudio.

Incremento en Radio, Televisión e Internet

Entre los datos principales, podemos hablar de un incremento significativo en Internet, Televisión y Radio, que ganan audiencia absoluta en este período, con incrementos de 793.000 internautas, 629.000 espectadores y 106.000 oyentes respectivamente.

En el caso de Internet supone un nuevo salto en su penetración, habitual después del período navideño, que sitúa ya su penetración en el 25,4%, es decir que ya más de la cuarta parte de la población mayor de 13 años contacta diariamente con Internet, y el 40,1% lo hace en un mes, aunque no sea diariamente.

En el caso de Radio, tanto la Generalista como la Temática aumentan sus oyentes, manteniéndose por delante la Temática –aunque con escasa diferencia– en una situación que se va consolidando y que parece irreversible.

Cine y Exterior

Estos sectores son quienes padecen los rigores del invierno, ya que por definición su contacto se realiza fuera de casa, y ceden audiencia respecto a la oleada anterior.

Prensa escrita

Los Diarios mantienen su nivel de lectores (8.000 más) con muy ligeras diferencias según el tipo de diario (de pago, gratuito, información general, deportiva o económica).

Son los Suplementos quienes ceden 126.000 lectores y las Revistas 249.000, con ganancia de las semanales, estabilidad en quincenales y retroceso en mensuales.

Otros datos de interés

- La Televisión en TDT continúa el avance de su penetración, situándose en el 17,6% de los hogares españoles, con más de un 20% de crecimiento respecto a la oleada anterior. Y una novedad: el 16,5% de los hogares con TDT tienen el descodificador integrado en el televisor.
- Otro salto espectacular es el experimentado por el televisor plano, que ha pasado, en una oleada, de estar presente en el 7,6% al 10,1% de los hogares, lo que representa un 33% de crecimiento, también atribuible a los regalos navideños.
- El 80% de los individuos disponen de teléfono móvil, mientras que la disponibilidad de teléfono fijo en el hogar alcanza al 77,2%, manteniéndose lentamente la tendencia de “sustitución” del fijo por el móvil. Y ya es un 11,6% el porcentaje de individuos que dispone de dos teléfonos móviles.
- El 17,6% de la población dispone de teléfono móvil con tecnología “3G” y el 30,3% dispone de sistema “bluetooth”. Y el 11,1% recibe publicidad por el teléfono móvil.
- Hogares que sólo disponen de teléfono móvil representan el 22,3% del total. Este es un indicador que sigue en una constante progresión.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 166 empresas asociadas, entre las que destacan 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 publicidad, centrales 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.