



# Mediascope Europe 2010

## Resultados de España

Febrero 2010

Realizado por



**Mediascope Europe**  
Media Consumption Study



**eia**  
European Interactive  
Advertising Association

# EIAA... trabajando juntos

Aol Advertising.

CONDÉ NAST DIGITAL

wunderloop



ebay®

hi-media  
AdLINKMEDIA

GJ | MEDIA SALES

eyewONDER



SM specificmedia™

PREMIUM  
PUBLISHERS  
ONLINE

smartclip

eiaa<sup>2</sup>

Disney

YAHOO!

Microsoft  
Advertising



LinkedIn®

Mediascope Europe

# Objetivos de la Investigación

- El principal objetivo de este estudio es cuantificar y hacer un seguimiento de los cambios en los patrones de consumo de medios por diferentes segmentos demográficos y por nacionalidades
- Este trabajo muestra cuándo, porqué y cómo la gente usa los diferentes medios así como el uso particular que se hace de Internet como medio de información, comunicación y comercio electrónico
  - **Este año la clave del estudio reside en la introducción del uso de Internet a través del móvil**



# Metodología y muestra

- En 2010 el estudio ha sido ampliado a 5 nuevos países
  - Portugal, Suiza, Polonia, Turquía y Rusia

- 4,000 entrevistas por teléfono (CATI) realizadas en 4 países (Reino Unido, Alemania, Francia y España)
- 11,000 entrevistas online y 8,500 entrevistas utilizando el método Omnibus en Noruega, Suecia, Dinamarca, Bélgica, Países Bajos, Italia, Portugal, Rusia, Turquía y Suiza.
- El trabajo de campo se llevó a cabo en todos los países durante noviembre de 2009.
- La duración de las llamadas fue de entre 20 y 25 minutos.
- La muestra representativa de cada país se realizó teniendo en cuenta
  - Edad, género, formación profesional y nacionalidad

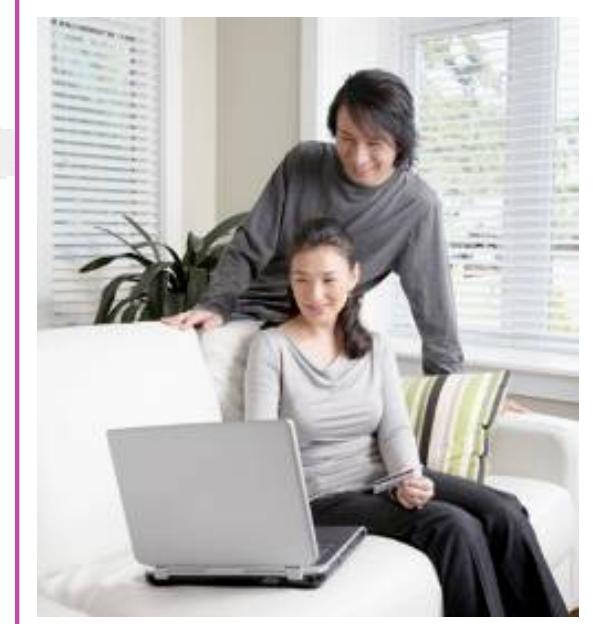


# Metodología y muestra

- Los resultados totales fueron ponderados para sopesar los diferentes tamaños de los países
- Con los datos de 2009 de la ONU, se desarrolló la matriz de coeficientes de ponderación, el primero incluye 10 países y otro incluye a los 15
- Un tamaño de muestra 10,000-12,000 proporciona unos datos precisos de un nivel de confianza  $\pm 1.1 - 0.8\%$  en el 95%

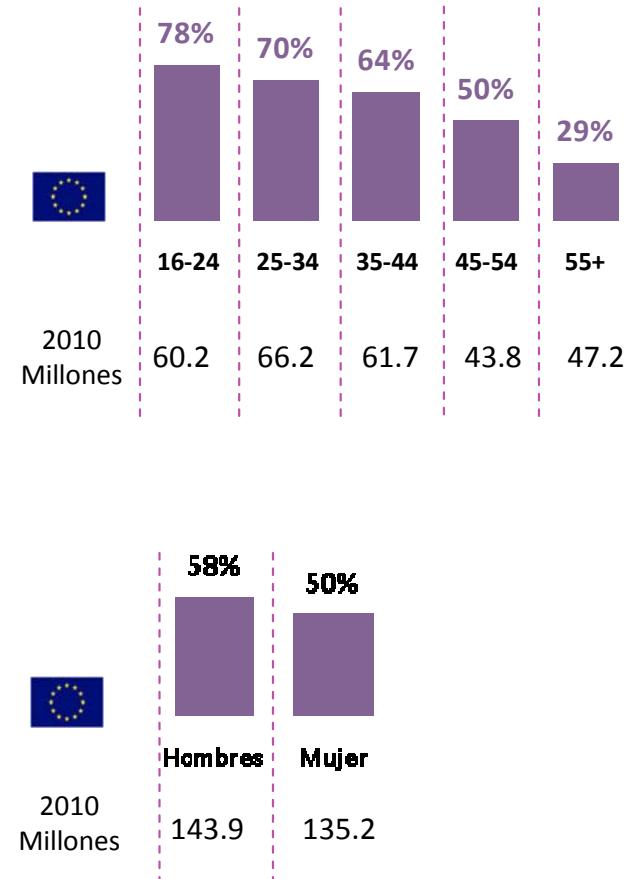
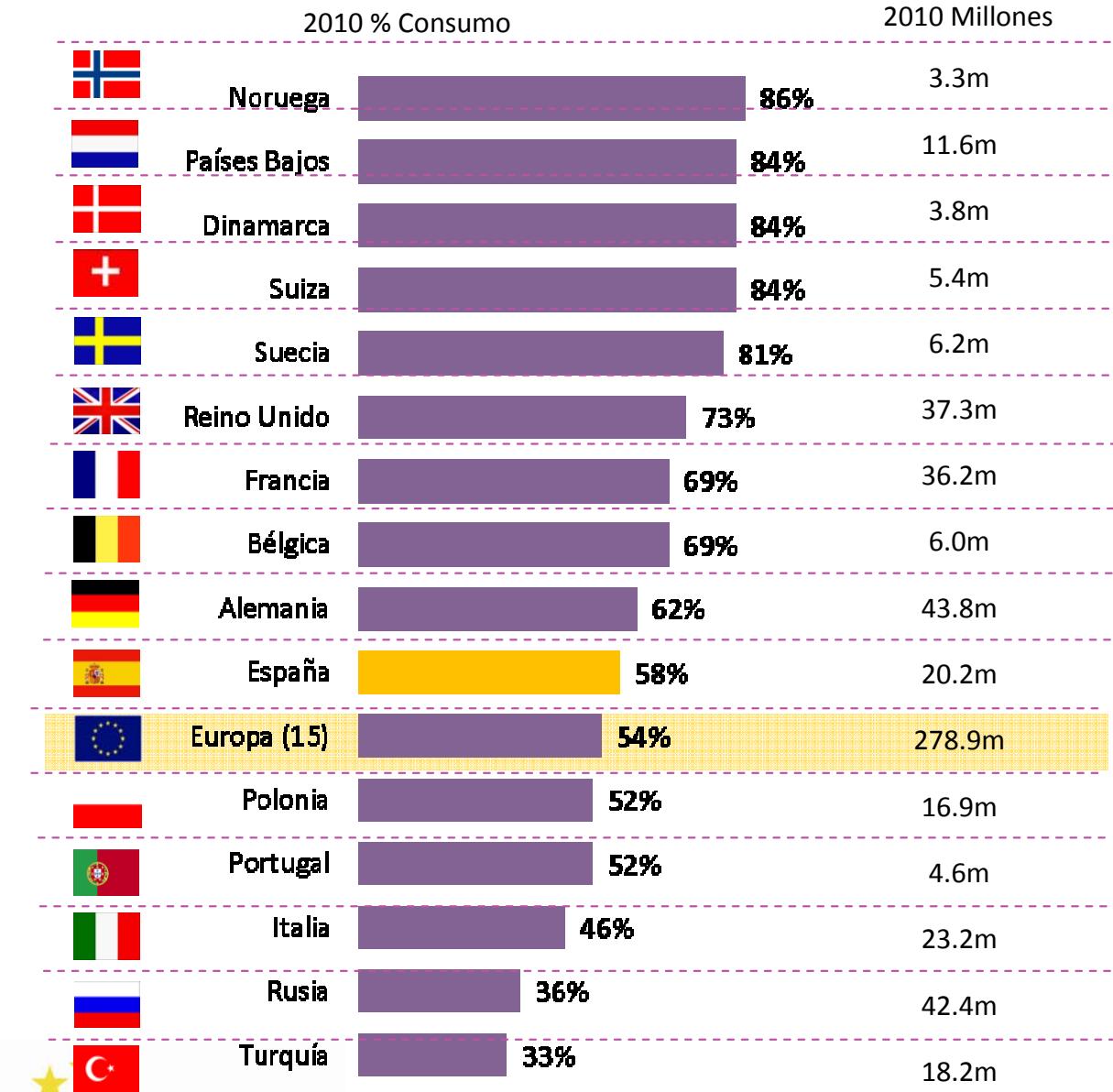
		Población (mill)	Ratio 10 países	Ratio 15 países
	Países Bajos	13.8	4.6%	2.7%
	Noruega	3.8	1.3%	0.7%
	Suecia	7.6	2.6%	1.5%
	Bélgica	8.7	2.9%	1.7%
	Dinamarca	4.5	1.5%	0.9%
	Reino Unido	50.9	17.1%	9.8%
	Alemania	71.1	23.9%	13.6%
	Francia	52.5	17.6%	10.1%
	España	34.7	11.6%	6.7%
	Italia	50.3	16.9%	9.6%
	Rusia	119.3		22.9%
	Polonia	32.7		6.3%
	Turquía	55.9		10.7%
	Portugal	9.0		1.7%
	Suiza	6.4		1.2%
	Total EU (10)	297.9		
	Total EU (15)	521.2		

# USO DE INTERNET



# Consumo medio semanal de Internet en España y Europa – PC/Dispositivo Móvil –

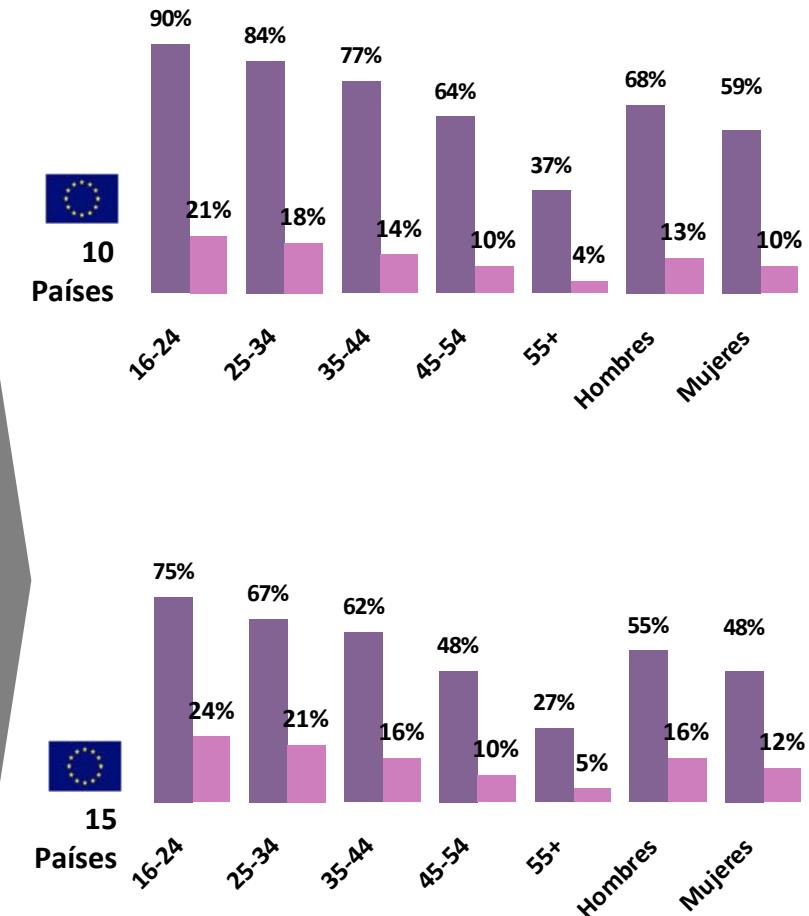
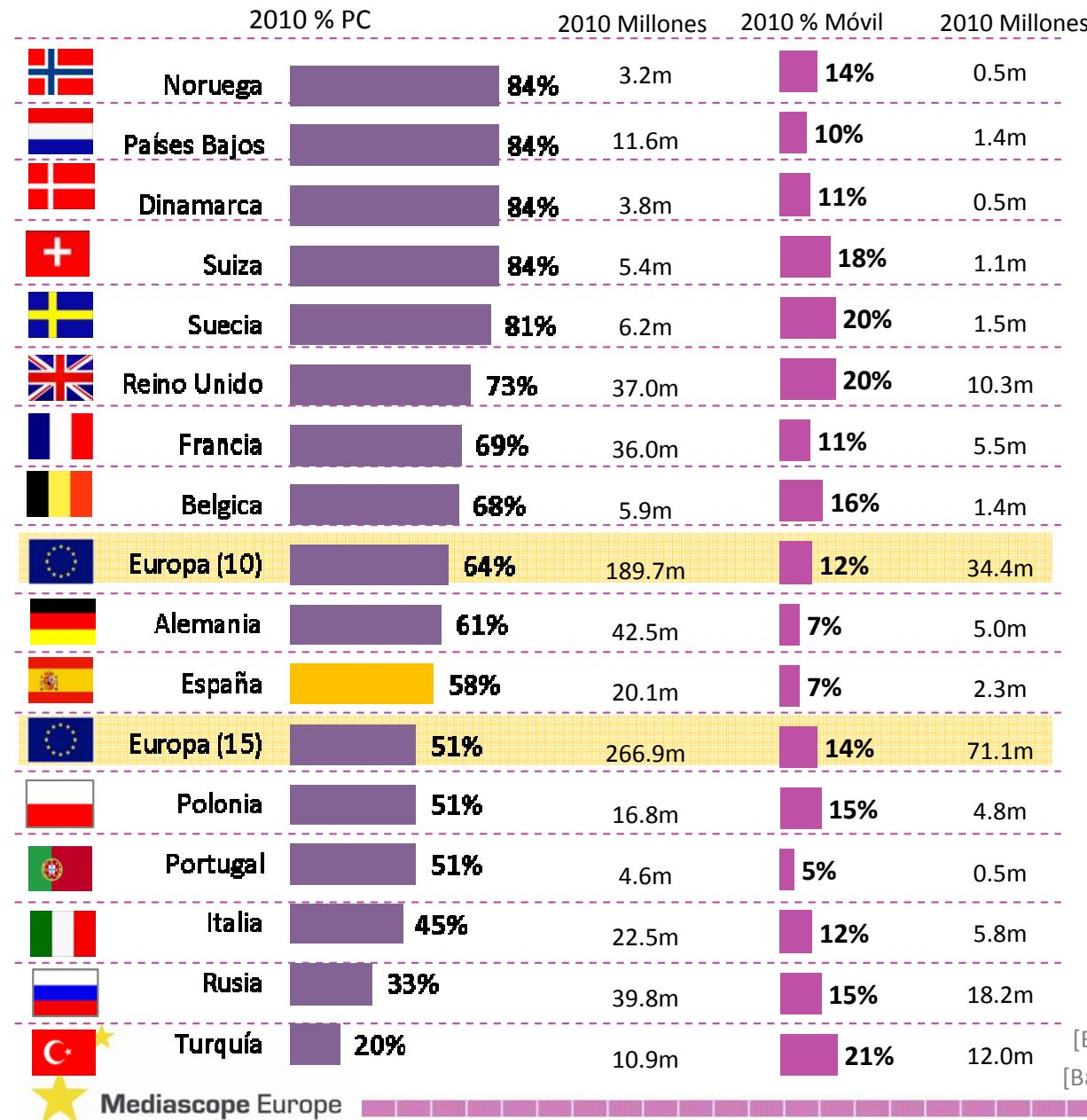
Más de la mitad de los españoles (58%) usan Internet de lunes a domingo a través de PC, portátil, teléfono móvil ó PDA



[Base: All Respondents in Europe (n=12554)]

# Semanalmente los españoles, ¿se conectan más a través de PC ó de dispositivos móviles?

El 58% de los usuarios españoles se conectan a través del PC, mientras que el 7% lo hace a través de dispositivos móviles

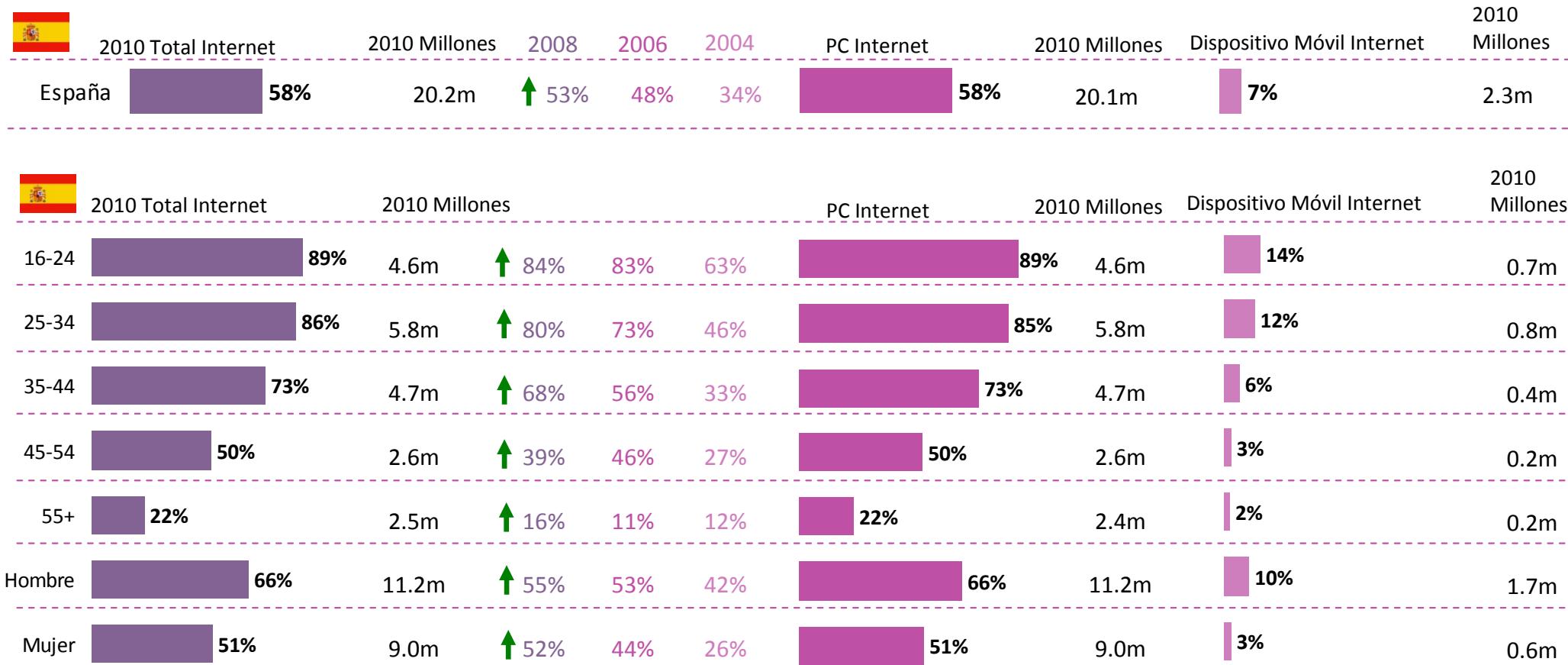


[Base: All Respondents in Europe (10) (n=7540)]

[Base: All Respondents in Europe (15) (n=12554)]

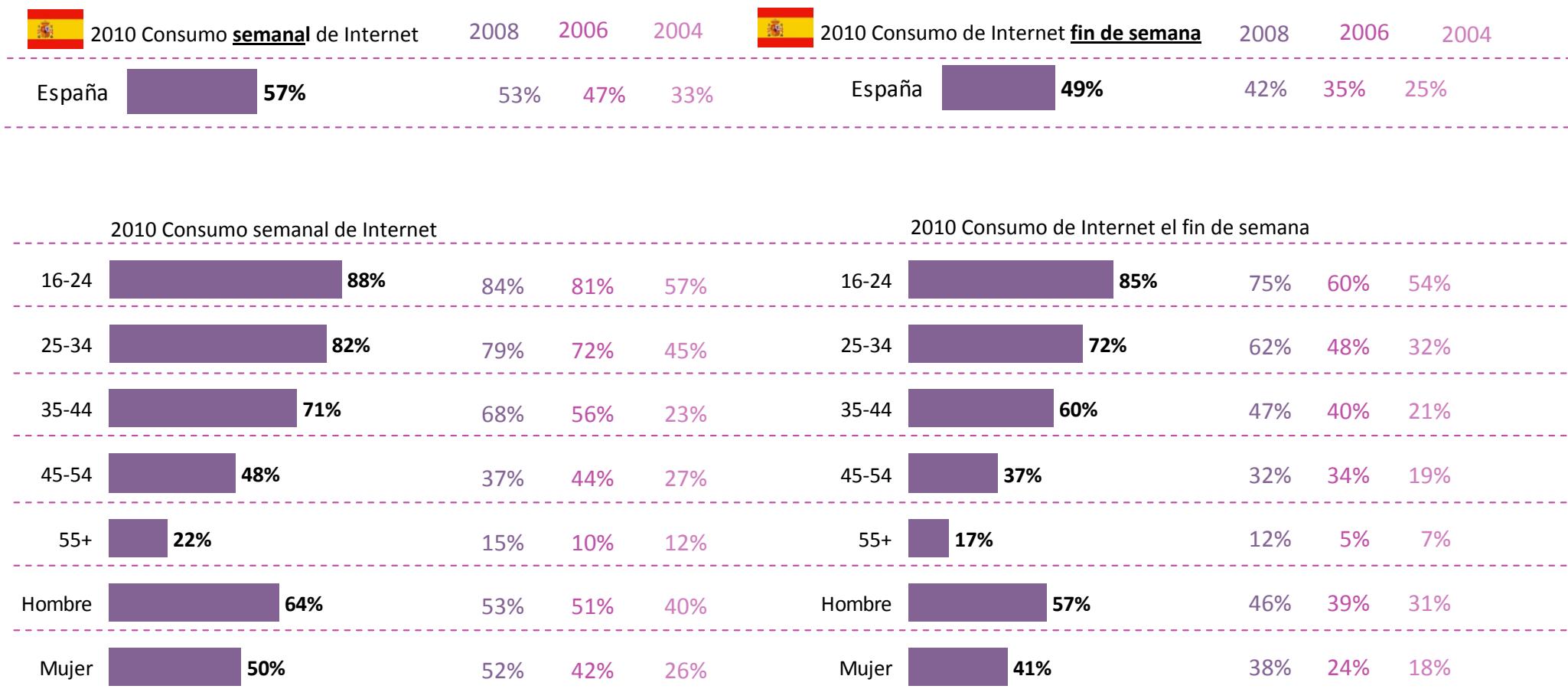
# ¿Entre qué edades se conectan más los españoles y a través de qué dispositivos?

- El 89% de los usuarios tienen edades comprendidas entre los 16 y los 24 años, y se conectan principalmente a través de un ordenador de sobremesa.
- Aunque, los dispositivos móviles ya alcanzan entre estas edades al 14% de usuarios.



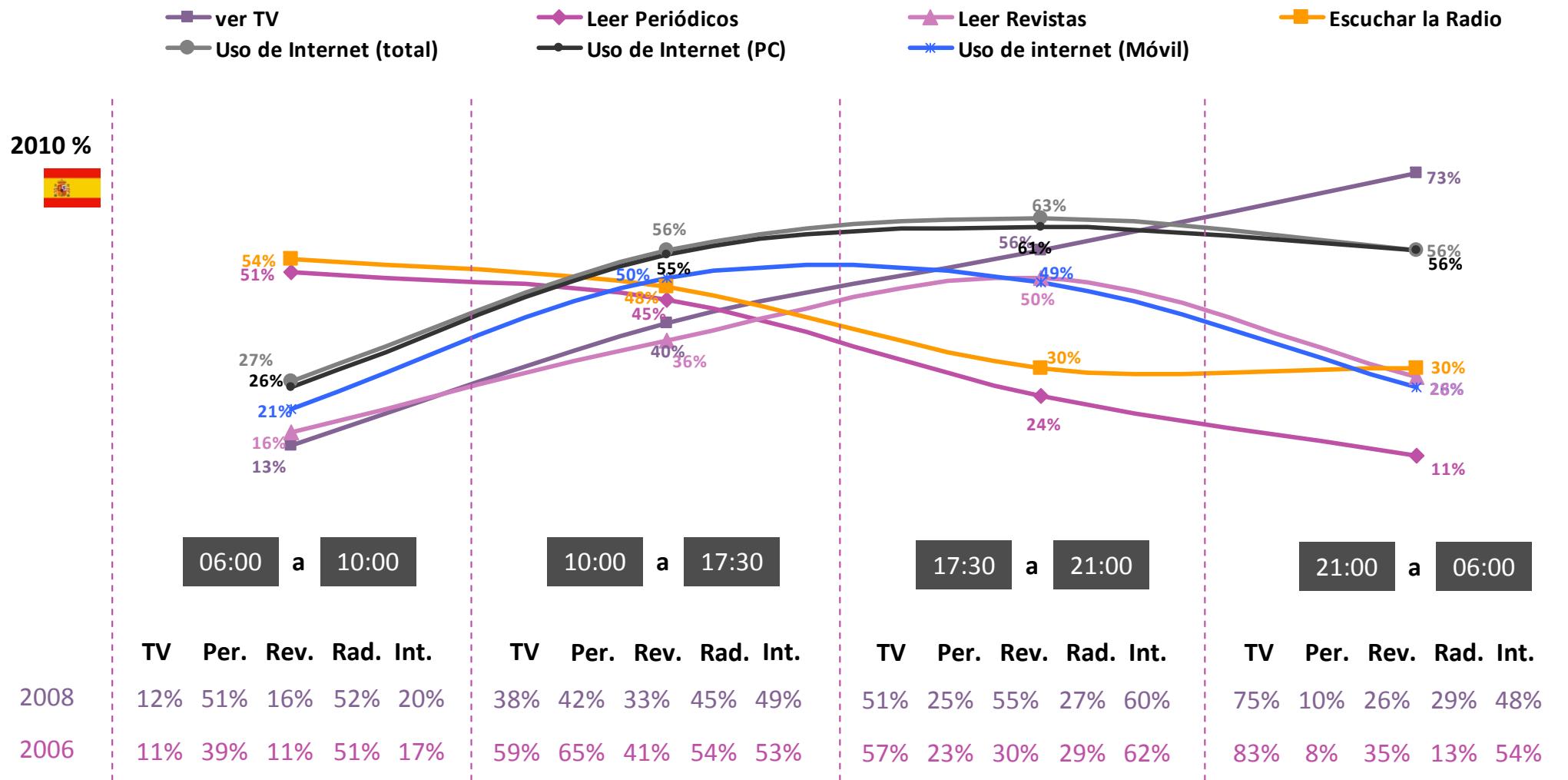
# ¿Nos conectamos más durante la semana ó el fin de semana?

El 57% de los españoles accede a Internet durante toda la semana, siendo de nuevo los jóvenes de 16 a 24 años los que lideran el consumo semanal



# Uso a lo largo del día

Internet es el medio más consumido entre las 13 y las 20 horas. Always on!!!



[Base: All Spain using each type of media – TV (n=931) Nsp (n=626) Mgz (n=335) Rad (n=689) Int via PC (n=584) Int via Mob (n=68) All Int (n=587)]

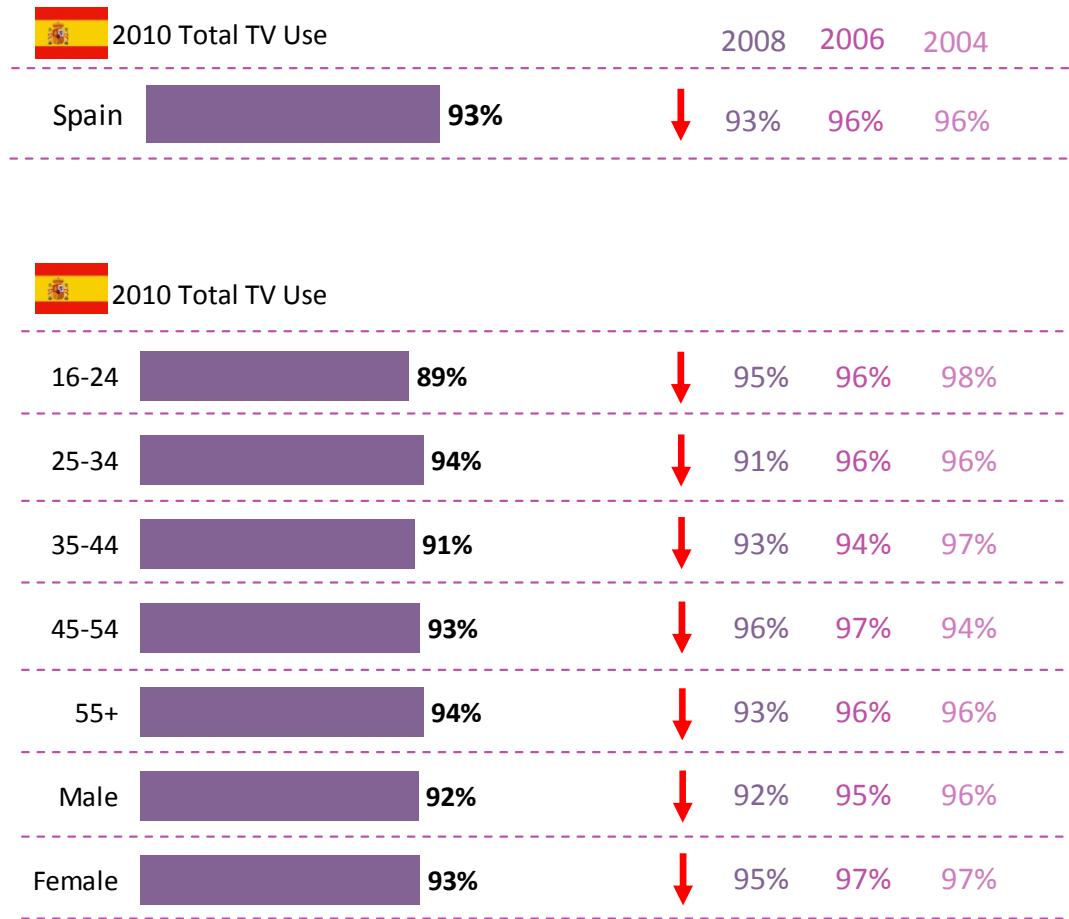


Mediascope Europe



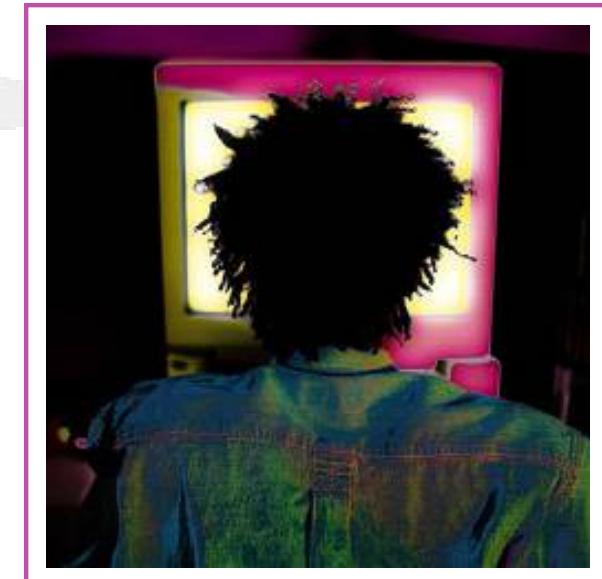
# Uso semanal de la TV

El consumo de TV se reduce en todos los segmentos (especialmente 25-34).  
Percepción y simultaneidad



[Base: All Respondents in Spain (n=1006)]

# TIEMPO DE CONEXIÓN



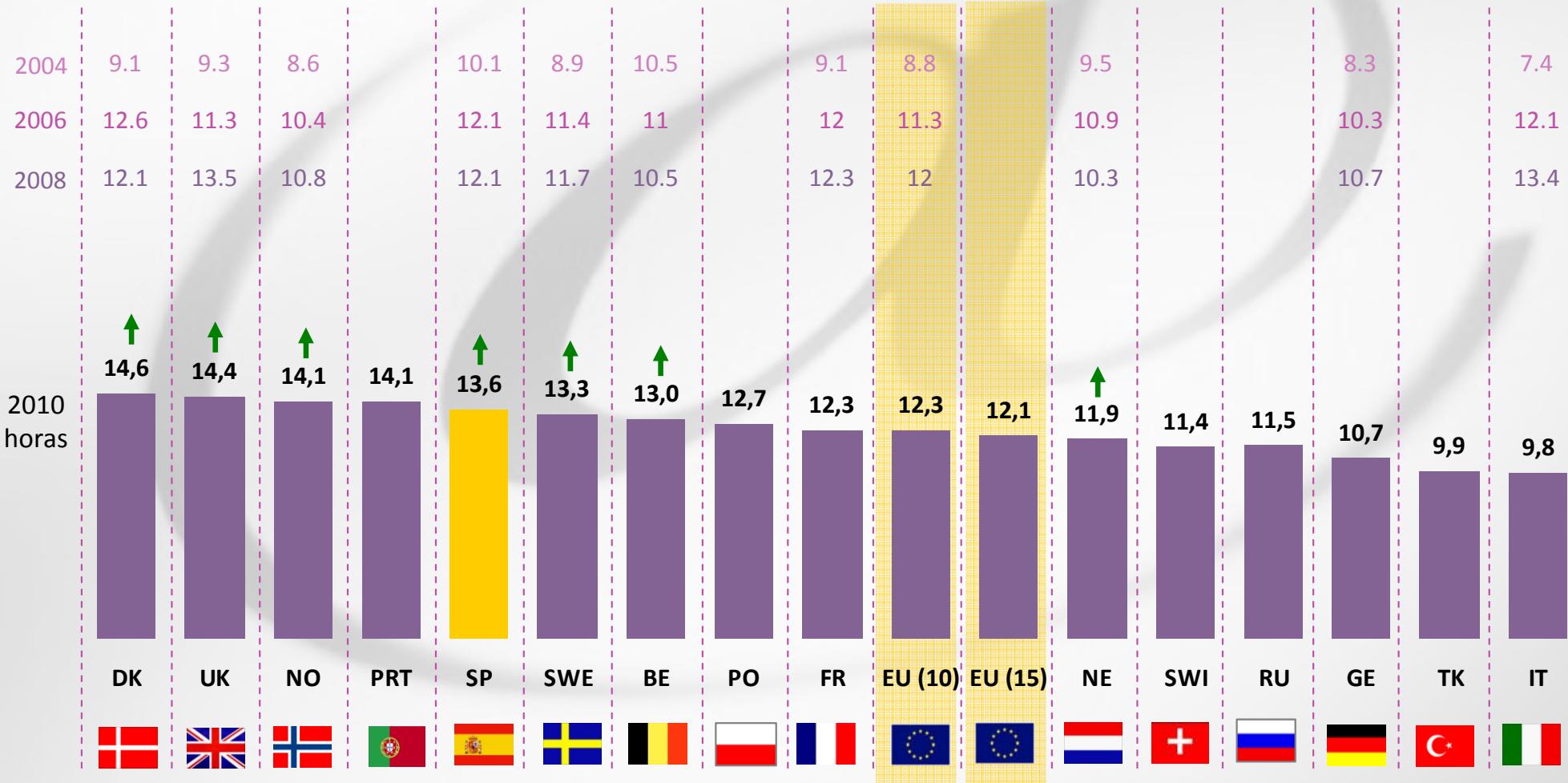
**Mediascope Europe**  
Media Consumption Study



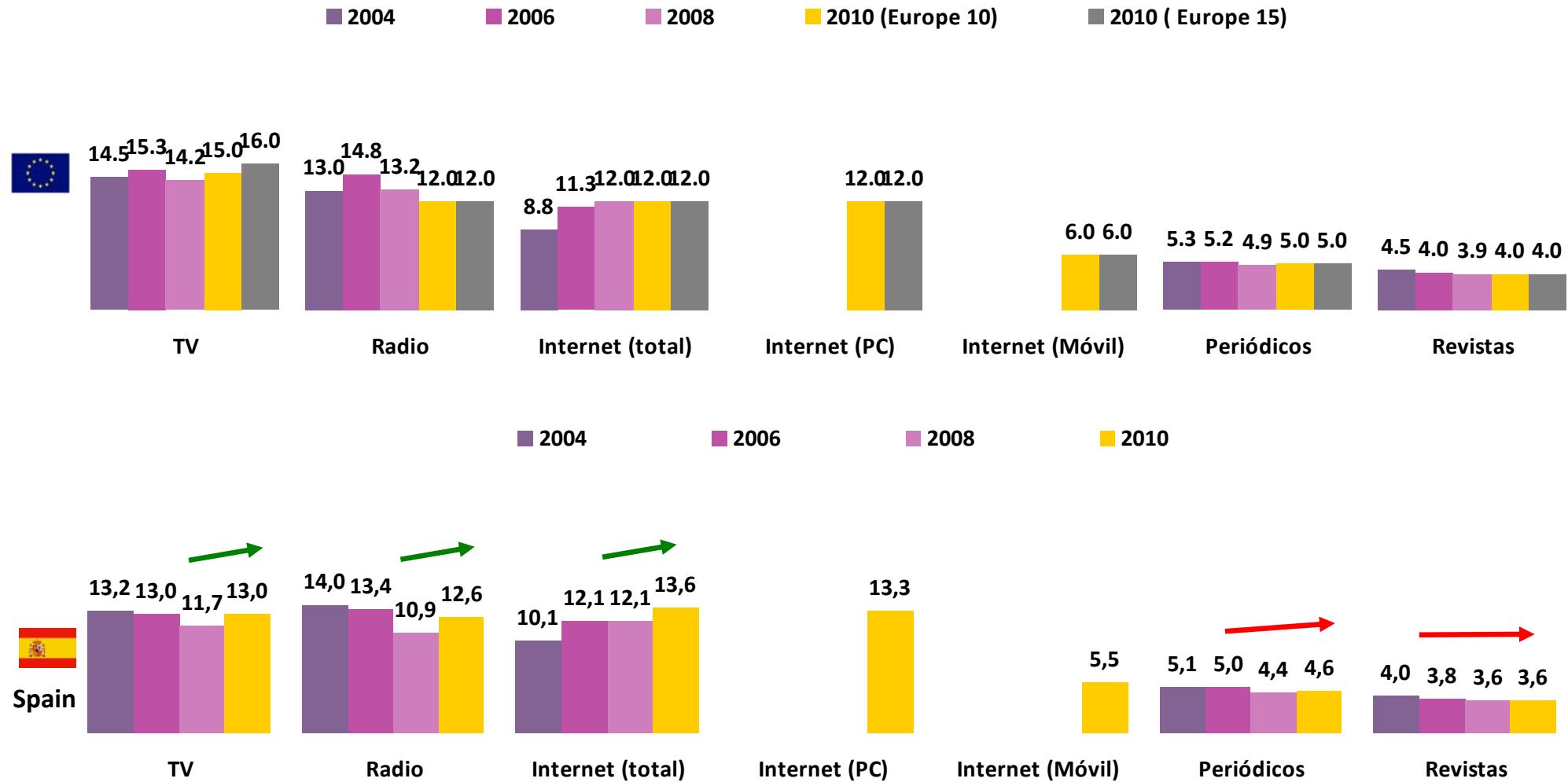
**eia**  
European Interactive  
Advertising Association

# ¿Cuántas horas se conectan los españoles a la semana?

España ocupa la 5<sup>a</sup> posición (2<sup>a</sup> del top 5) del ranking por tiempo de consumo en EU

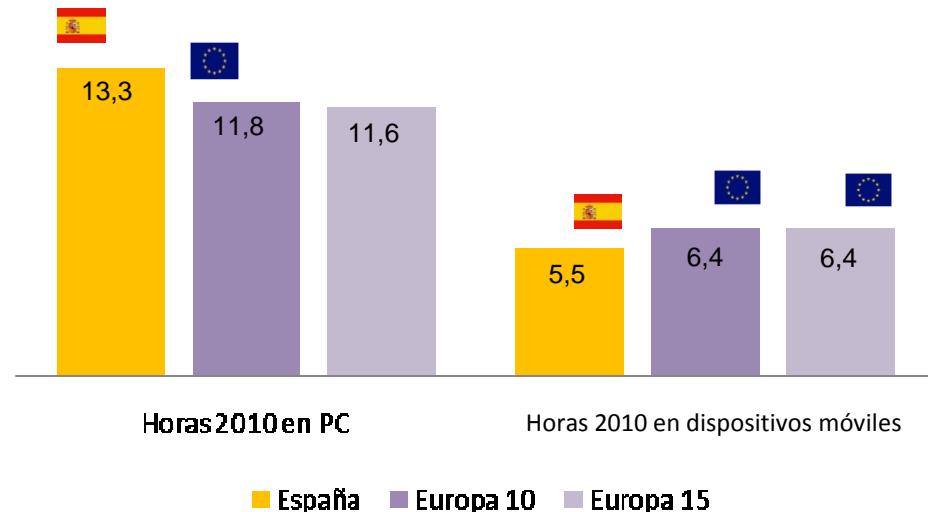
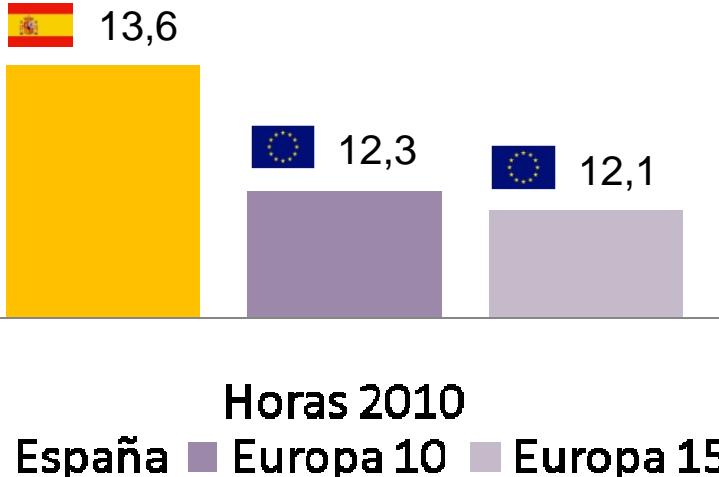


# ¿Cuántas horas se conectan los españoles a la semana? Evolución por medios

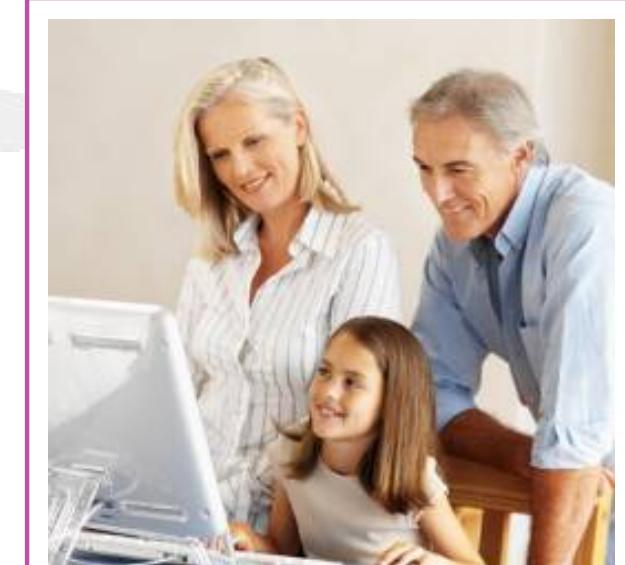


# ¿Cuántas horas se conectan los españoles a la semana?

- Internet se consolida como el medio más consumido en España con 13,6 horas semanales a las 13 de la televisión
- España supera la media europea y se coloca este año como el quinto país en el que se dedican más horas a Internet

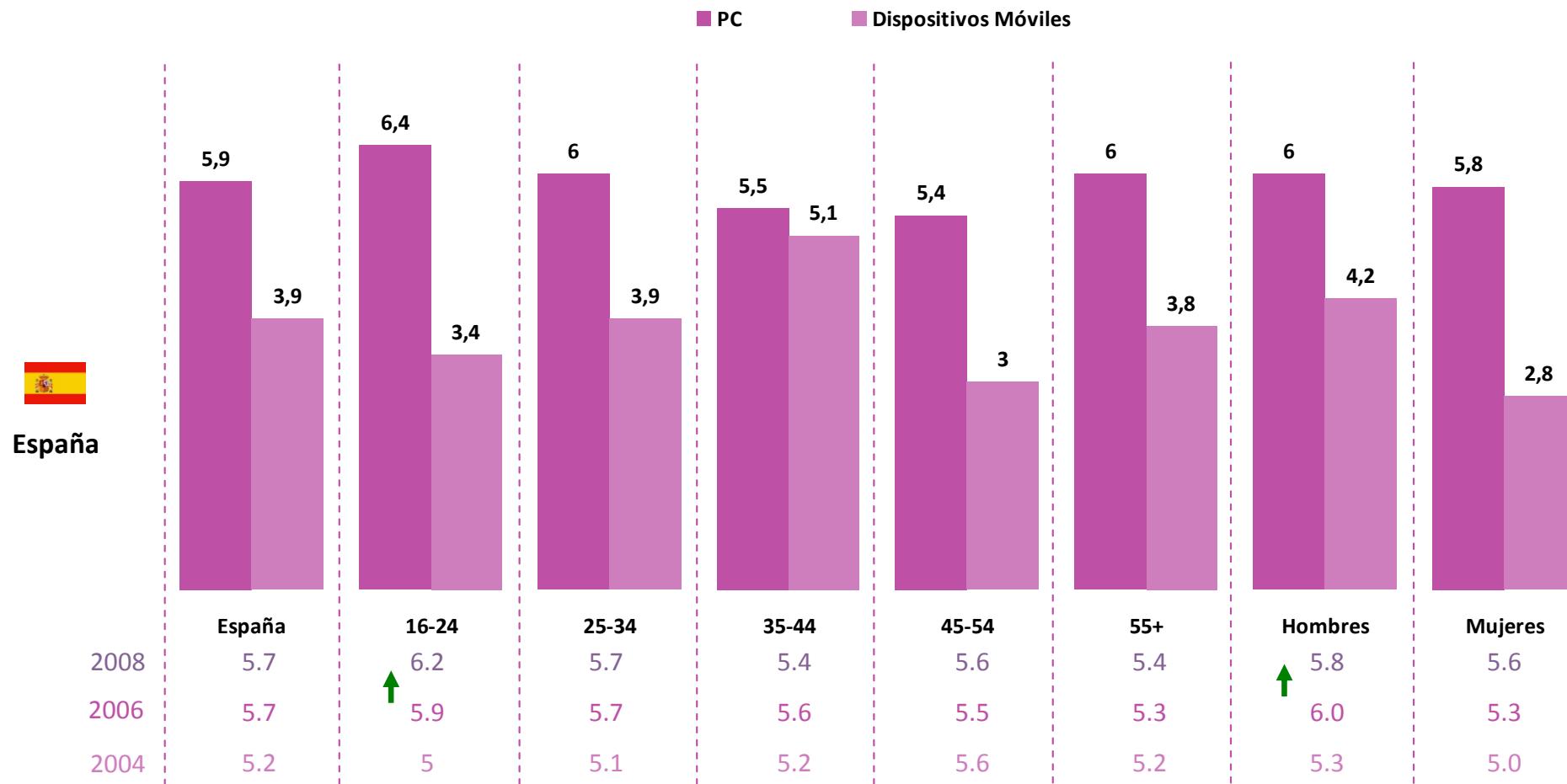


# FRECUENCIA DE CONEXIÓN



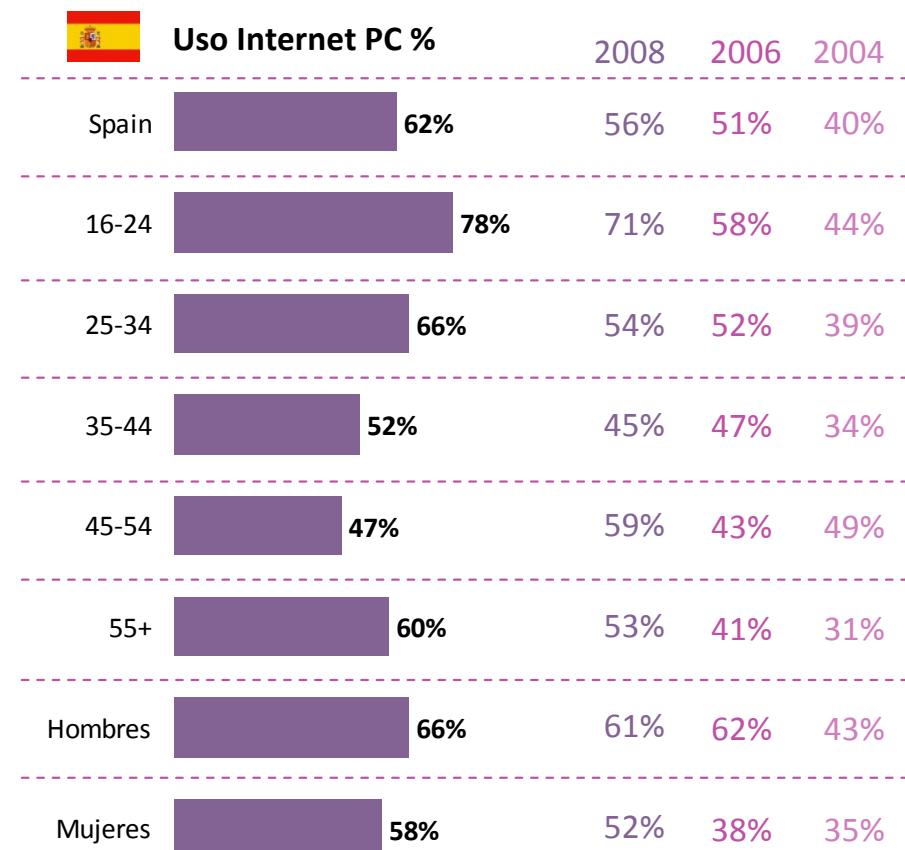
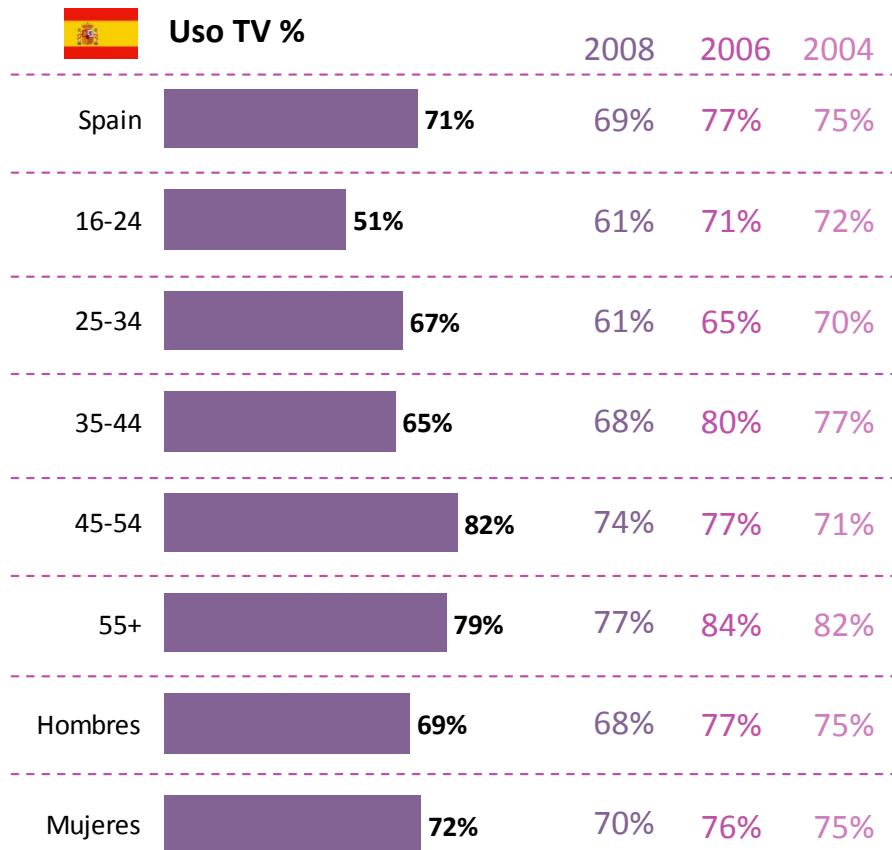
# ¿Cuántos días a la semana utilizamos Internet?

Son principalmente los hombres (6 días a la semana) y los jóvenes entre 16 y 24 años (6,4 días a la semana) quienes utilizan Internet (a través del PC) mayoritariamente



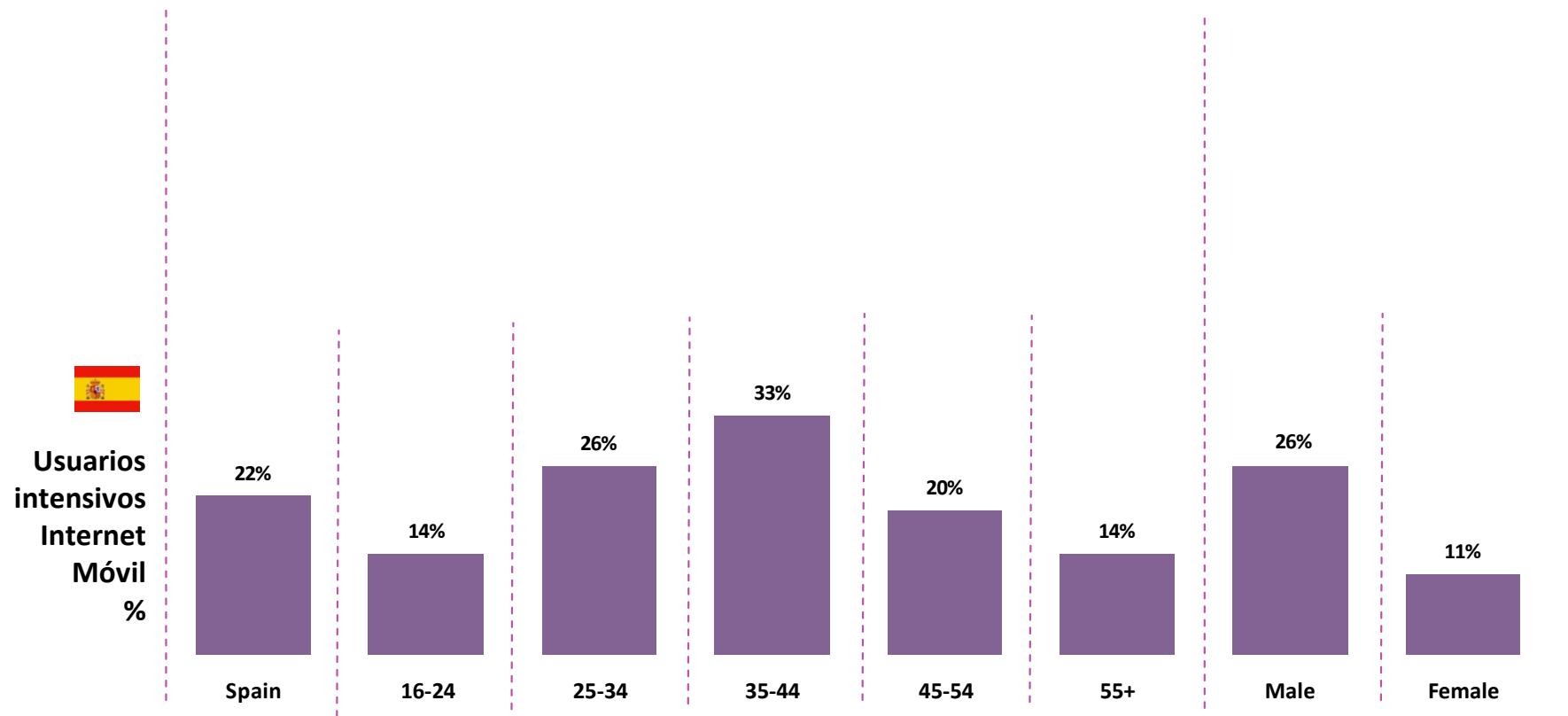
# Usuarios Intensivos (cada día)

Uso intensivo de la TV cuanto más mayor. Internet destaca en el segmento 16-24



# Usuarios Intensivos del móvil

El acceso a internet desde el móvil es mucho más intenso en usuarios 25-44 (menos jóvenes)

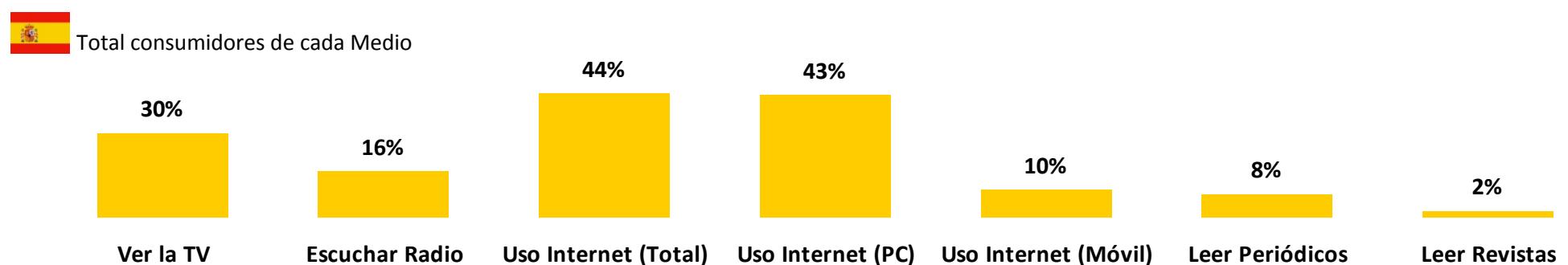
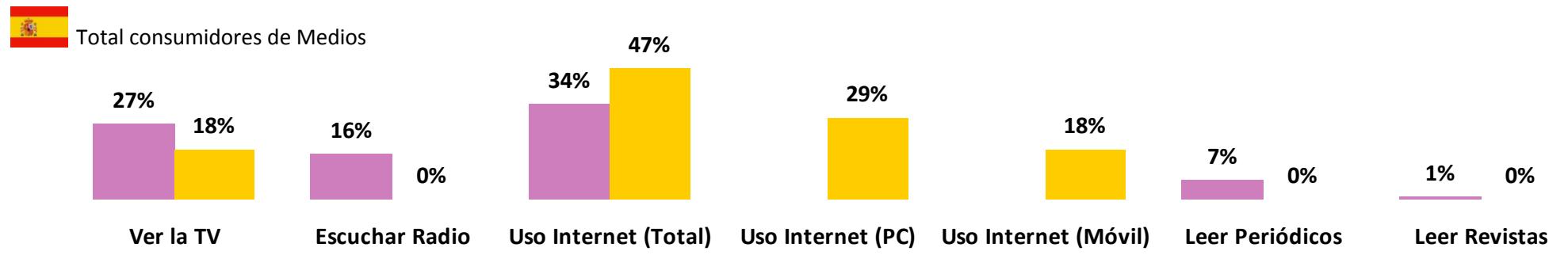


# CONSUMO SIMULTÁNEO DE MEDIOS



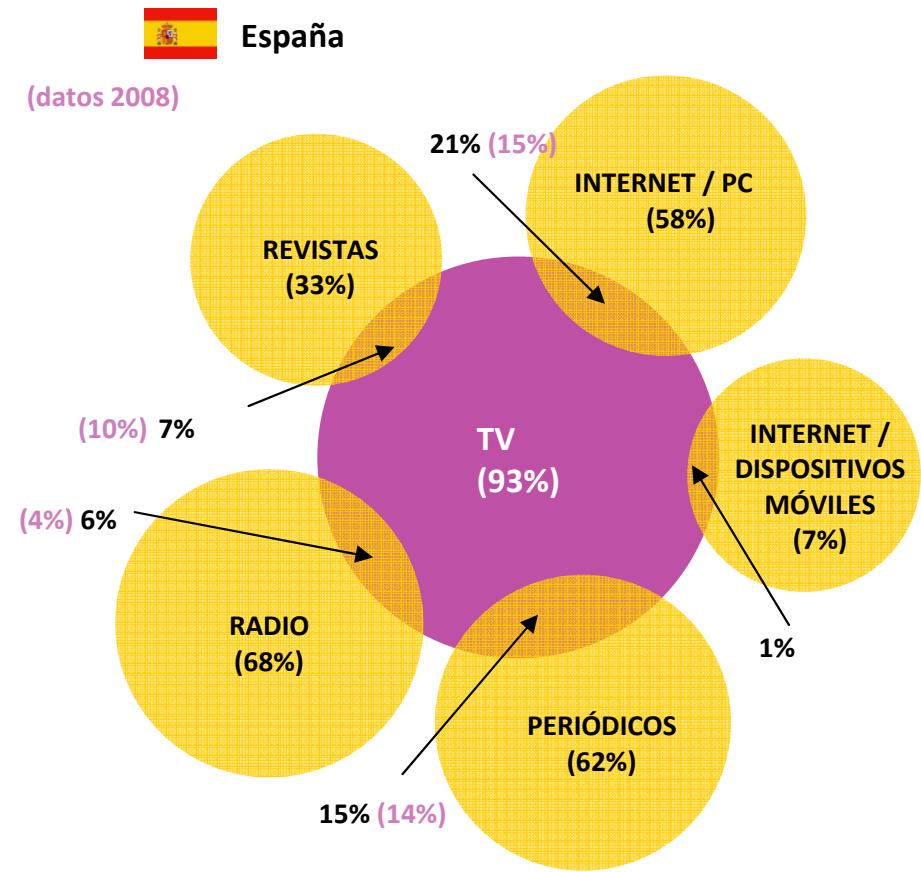
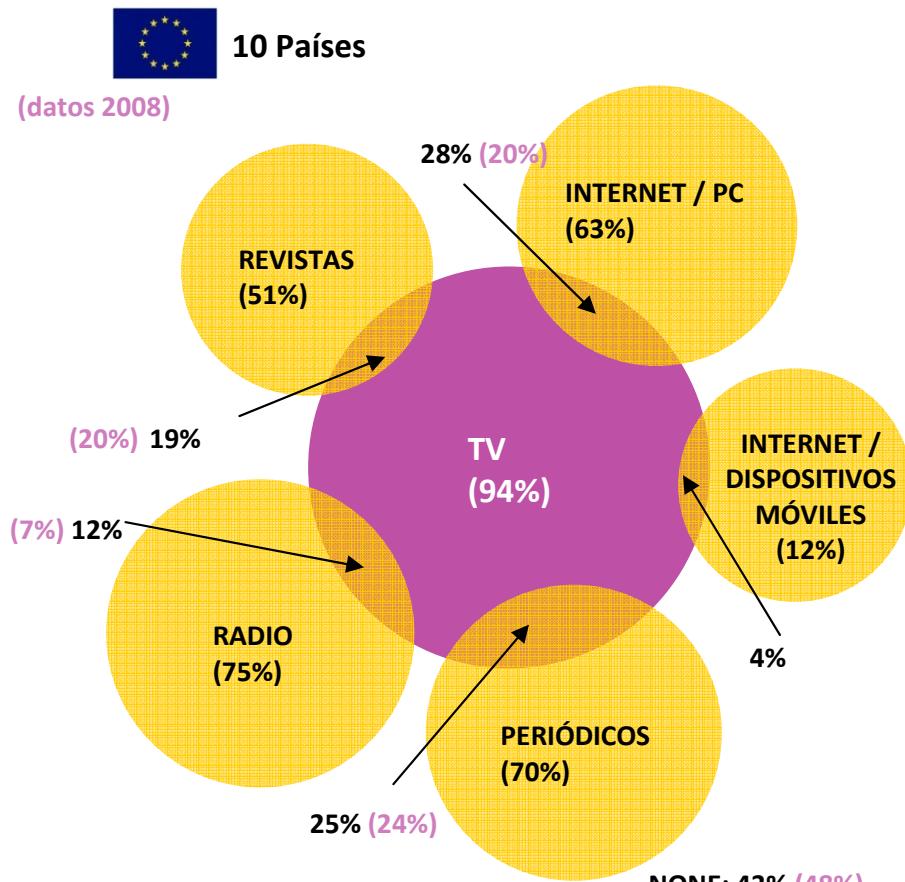
# Medios sin los que estaría “perdido”

Internet es indispensable. Sin él nos sentiríamos perdidos



# Consumo de medios: uso de TV e Internet simultáneamente

El 21% de los españoles usa Internet y la televisión simultáneamente. + 6pp% que en 2008

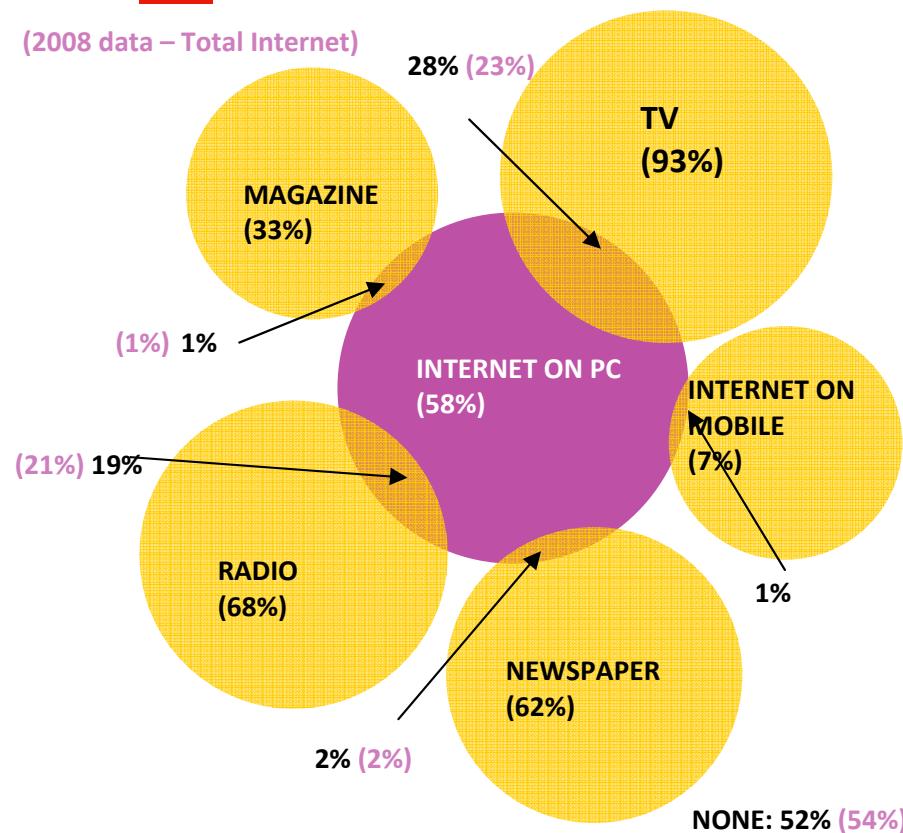


# Consumo de medios: Internet con otros medios



**Spain**

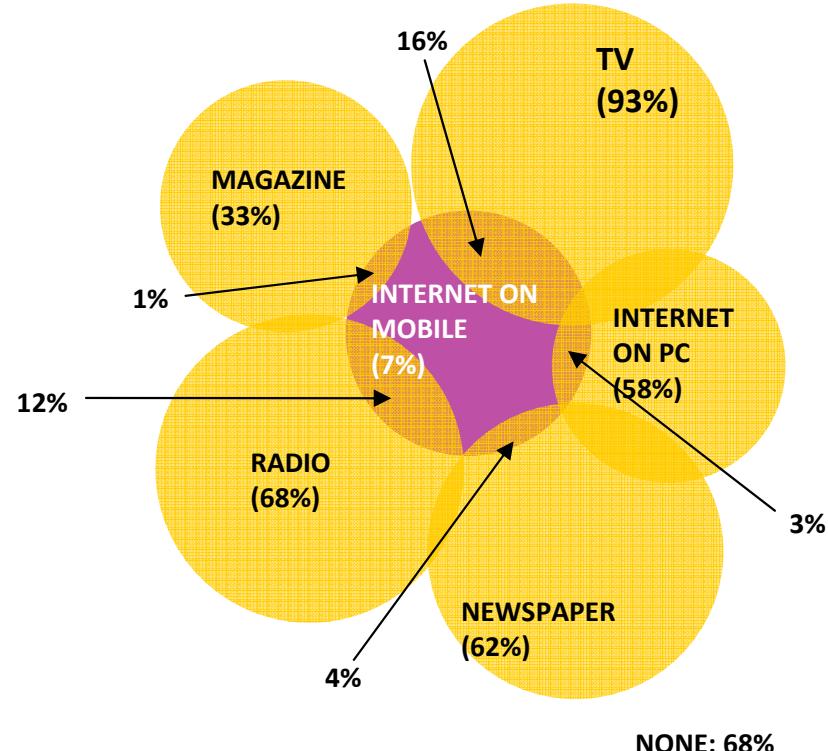
(2008 data – Total Internet)



[Base: All UK who use Internet on PC (n=584)]



**Spain**



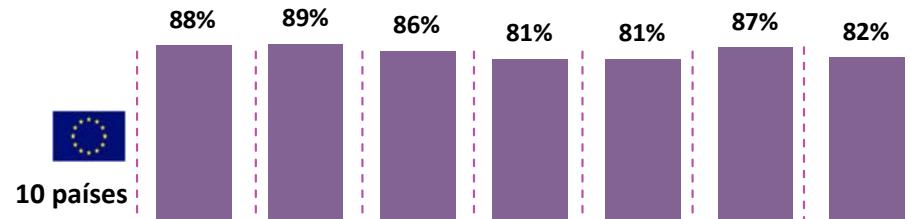
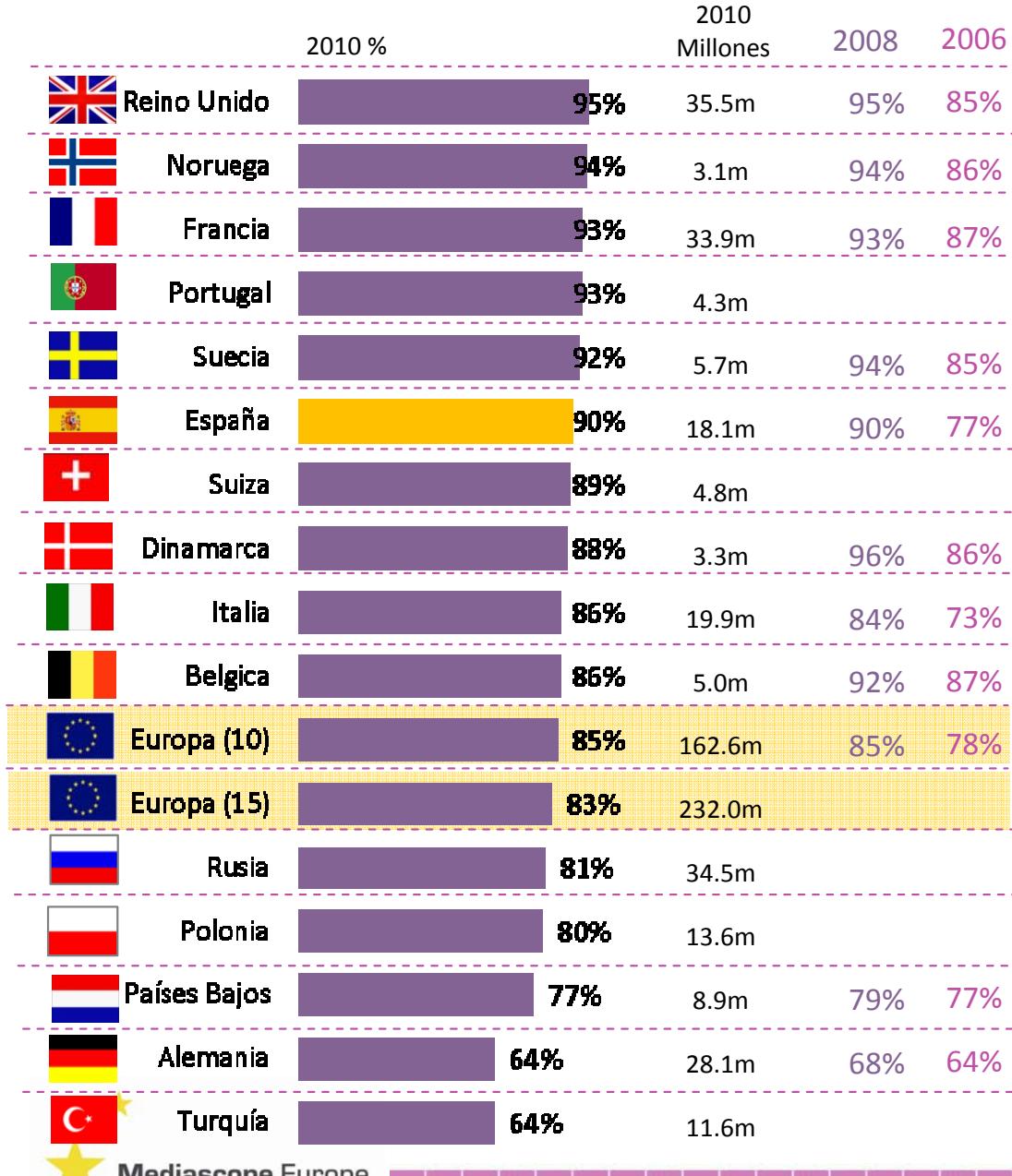
[Base: All UK who use Internet on mobile (n=68)]

# BANDA ANCHA Y WIRELESS



# Consolidada la banda ancha en España

La totalidad de los españoles (90%) cuentan con la banda ancha para conectarse a Internet

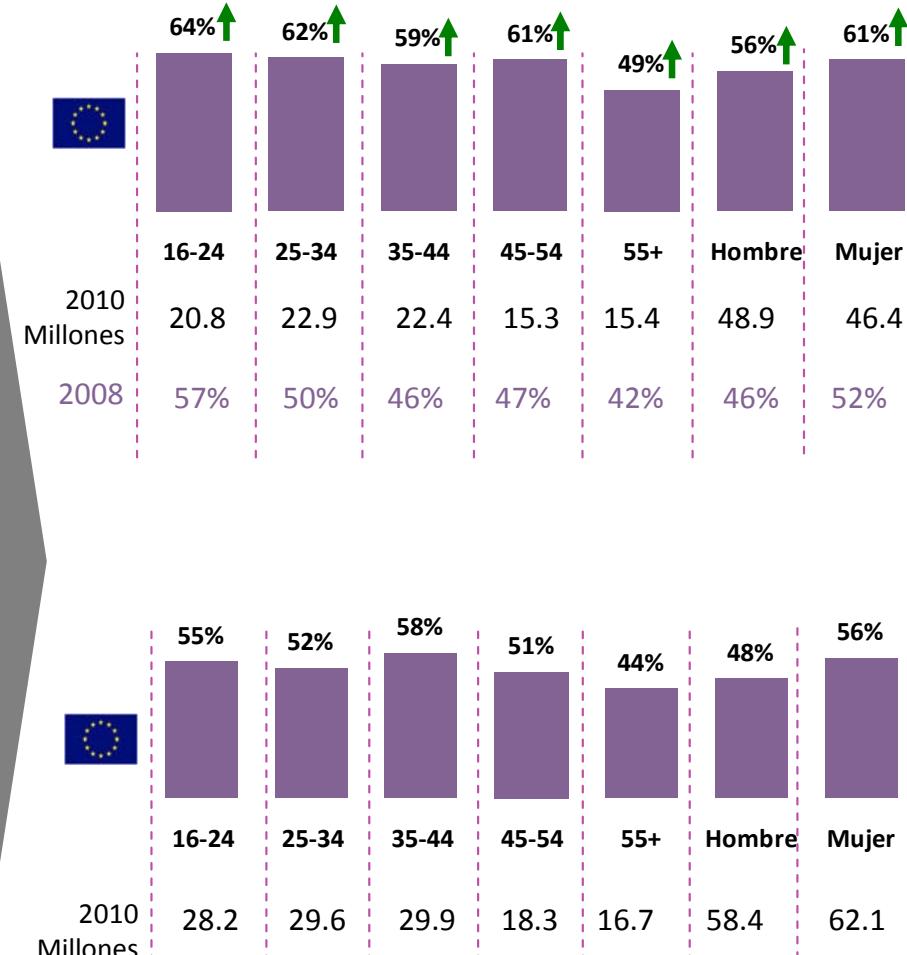
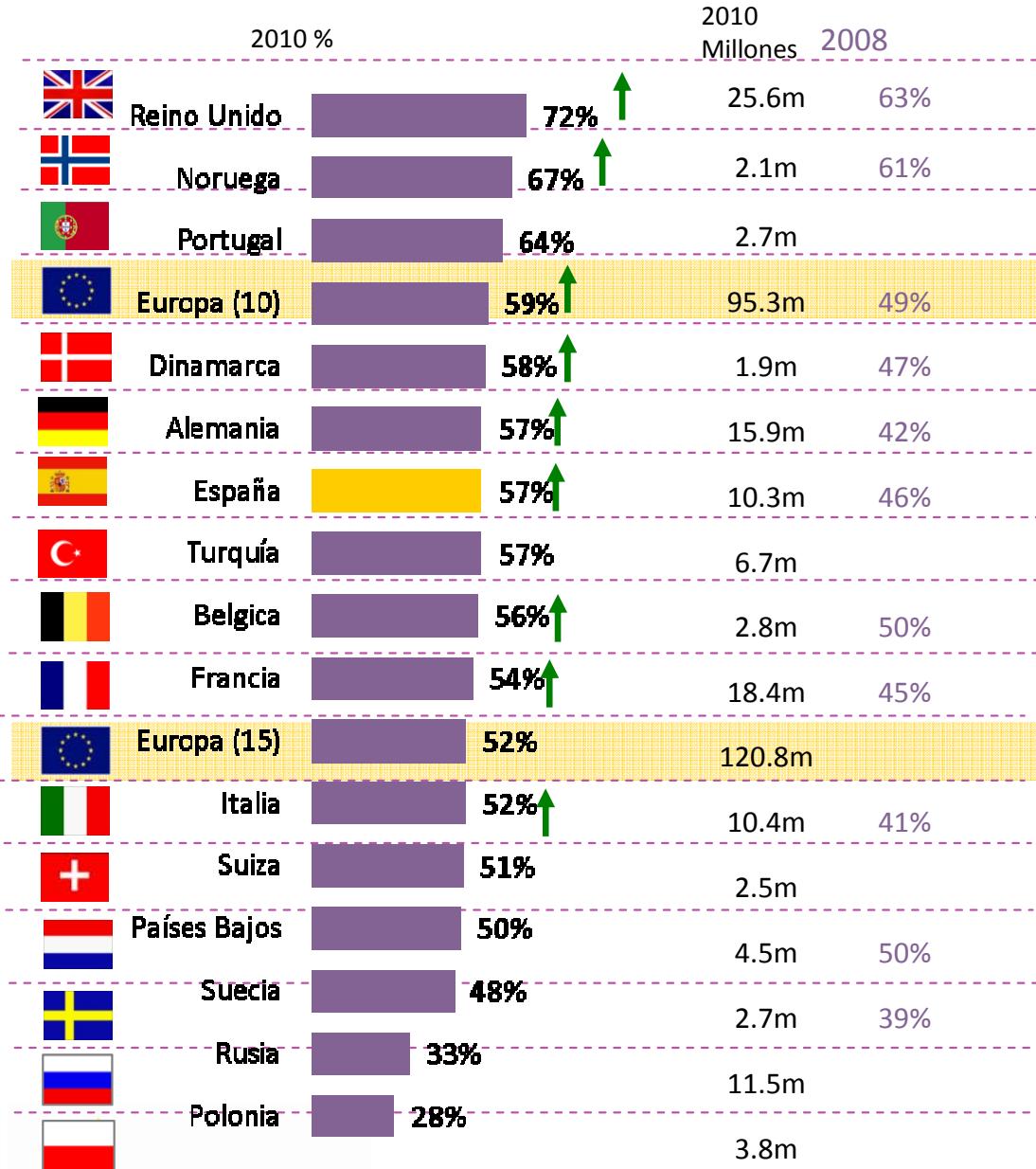


[Base: All European 10 internet users (n=7699)]

[Base: All European 15 internet users (n=12053)]

# El Wireless triunfa definitivamente en España

Más de la mitad de los españoles (57%), un 11% más que en 2008, usan conexión Wireless para acceder a Internet



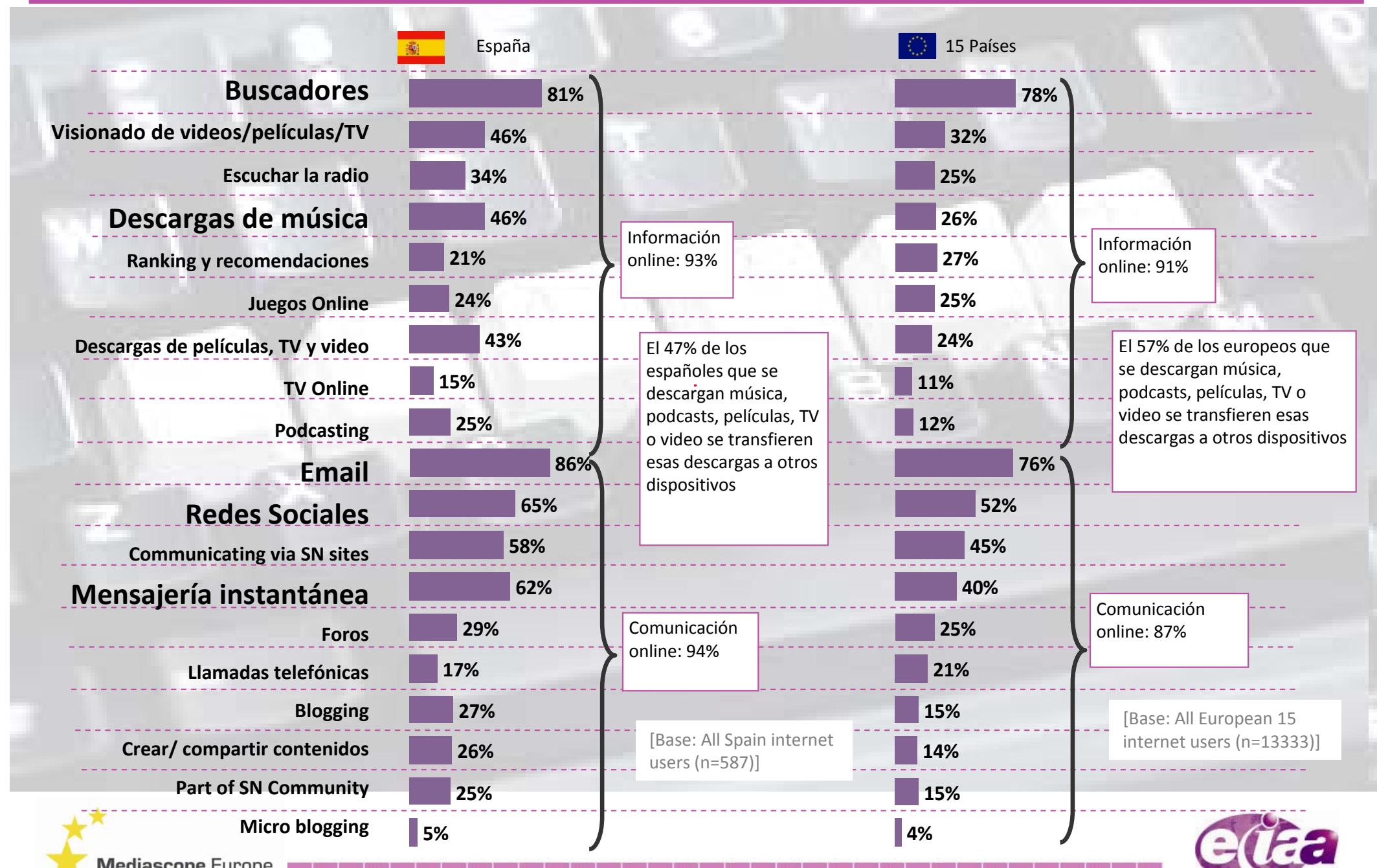
[Base: All European 10 broadband users (n=6687)]

[Base: All European 15 broadband users (n=10330)]

# ACTIVIDADES A TRAVÉS DE INTERNET

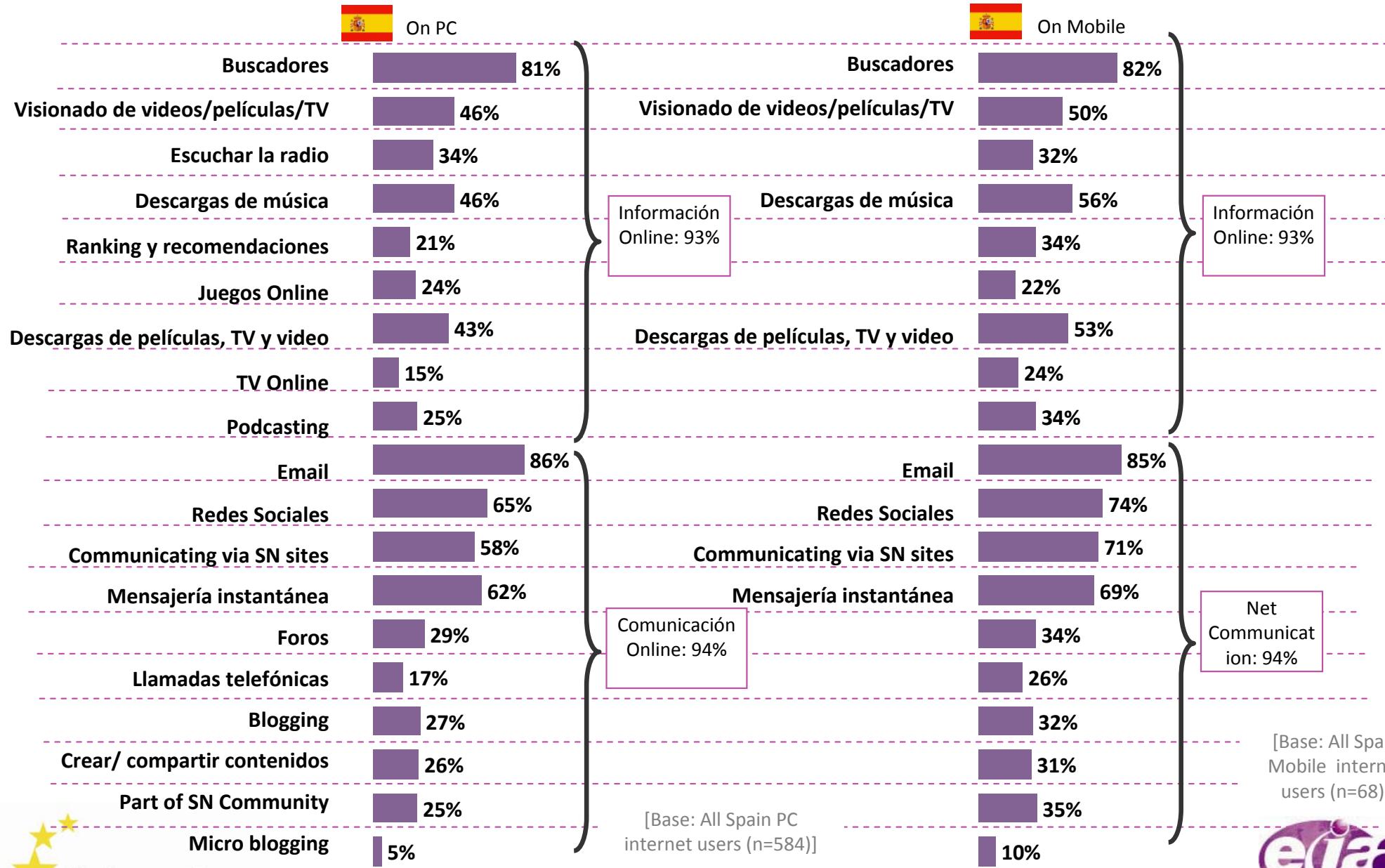


# ¿Qué actividades online realizan los europeos y españoles al menos una vez al mes?

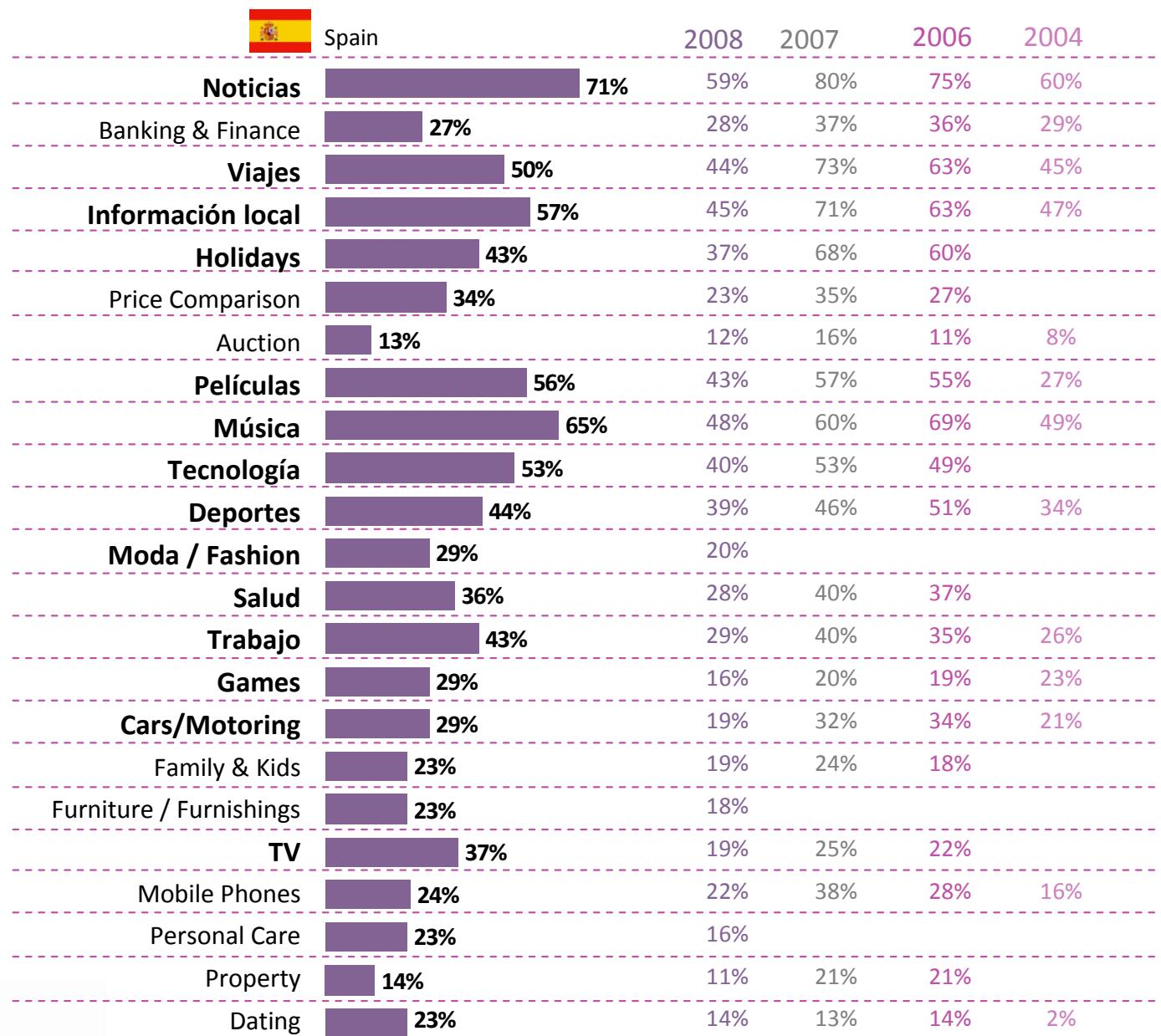


# ¿Qué actividades online realizan los europeos y españoles al menos una vez al mes desde su PC o desde un dispositivo móvil?

Cada vez más usamos Internet para comunicarnos con familiares y amigos. Un 65% de españoles se conectan a redes sociales y un 62% usa la mensajería instantánea desde su PC, al igual que ocurre con las redes sociales desde dispositivos móviles (74%)

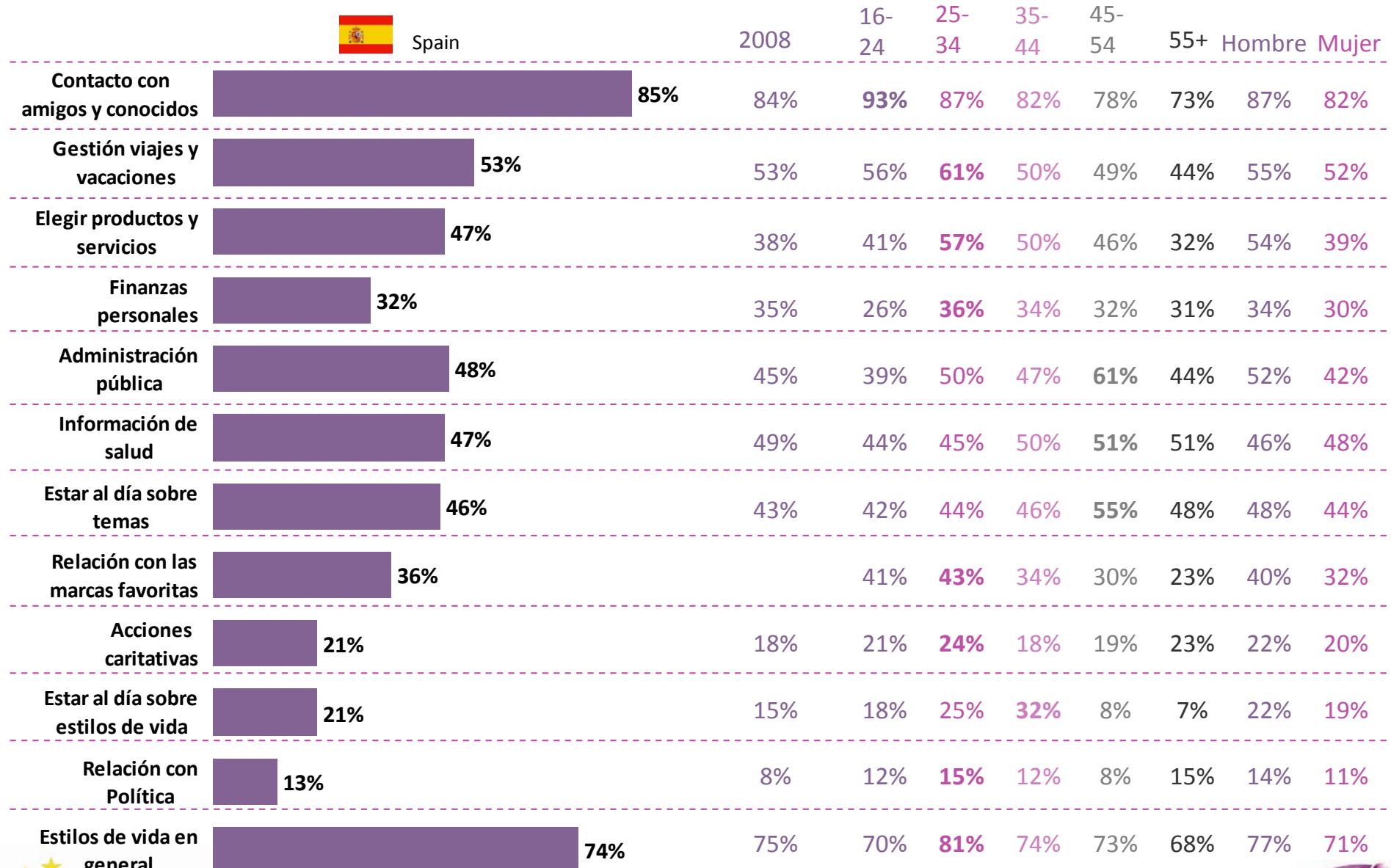


# Tipología de websites (contenidos) más visitados



[Base: All Spain  
internet users  
(n=587)]

# Impacto en el estilo de vida



# LUGARES DE ACCESO A INTERNET



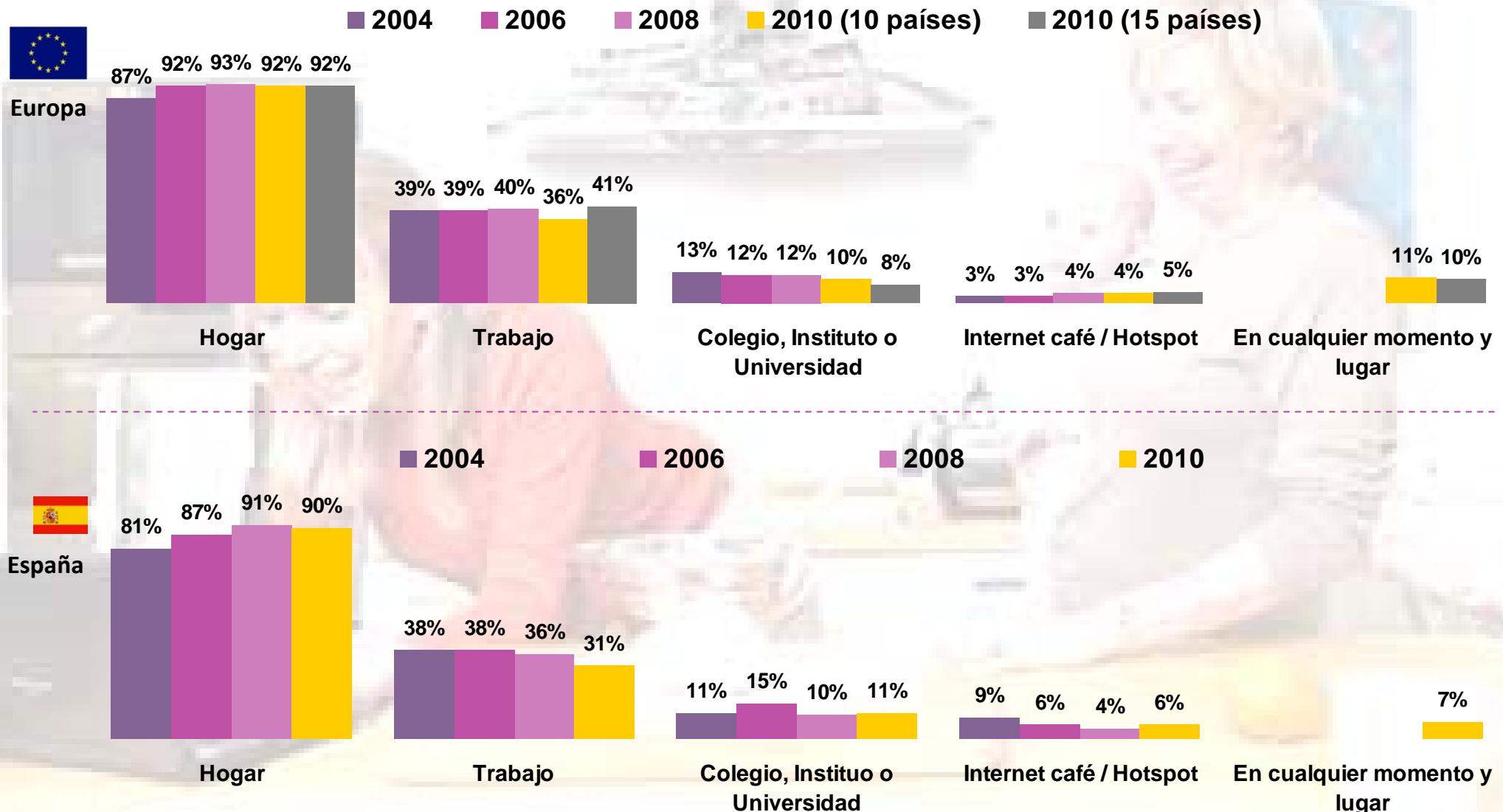
**Mediascope Europe**  
Media Consumption Study




**eiaa**  
 European Interactive  
 Advertising Association

# ¿Desde dónde accedemos a Internet?

El 90% de los españoles se conecta a Internet desde su hogar



[Base: All Spain internet users (n=587)]

[Base: All European 10 internet users (n=8445)]

[Base: All European 15 internet users (n=13333)]

# TELEFONÍA MÓVIL Y NUEVAS TECNOLOGÍAS



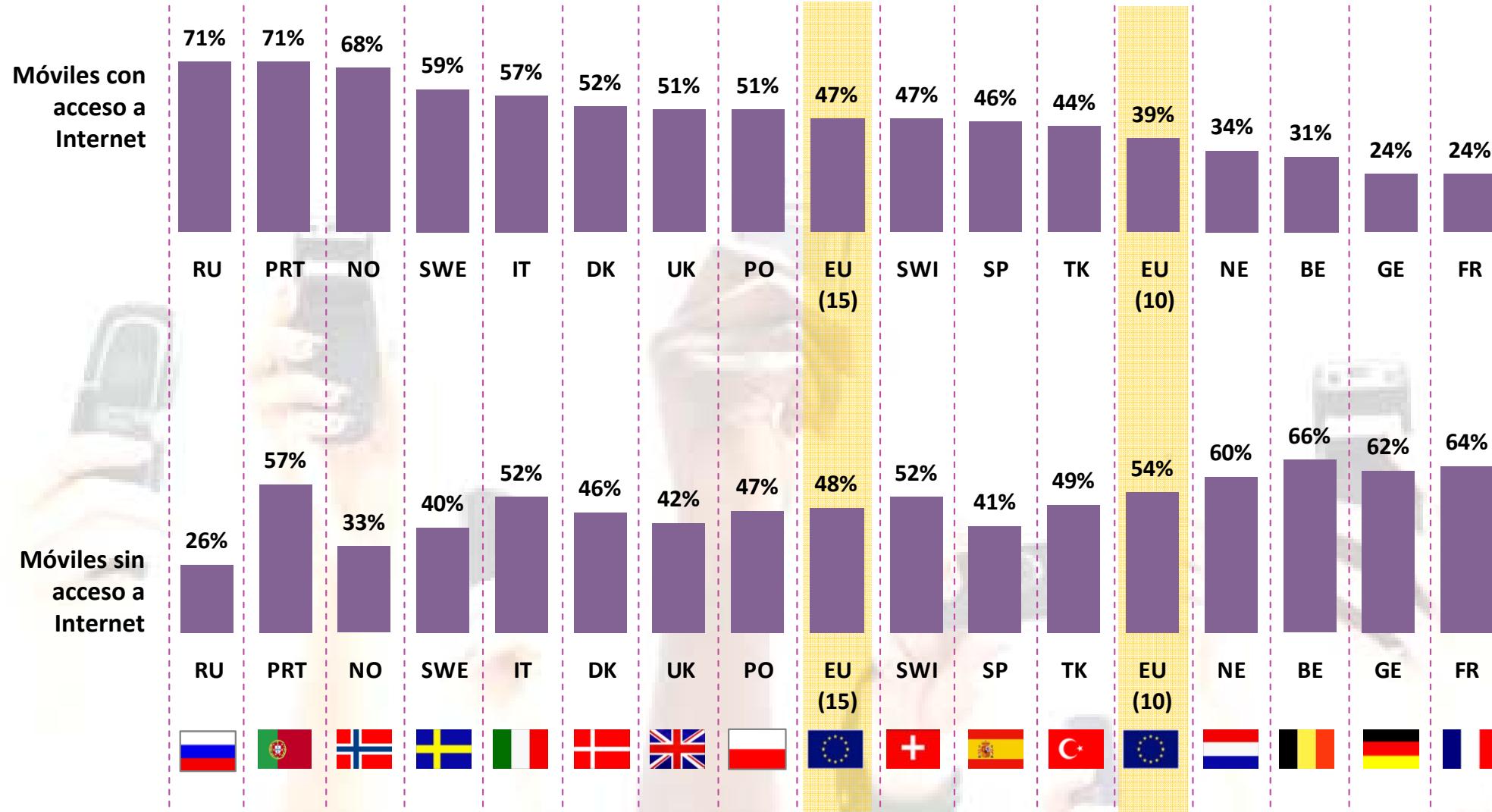
**Mediascope Europe**  
Media Consumption Study



**eia**  
European Interactive  
Advertising Association

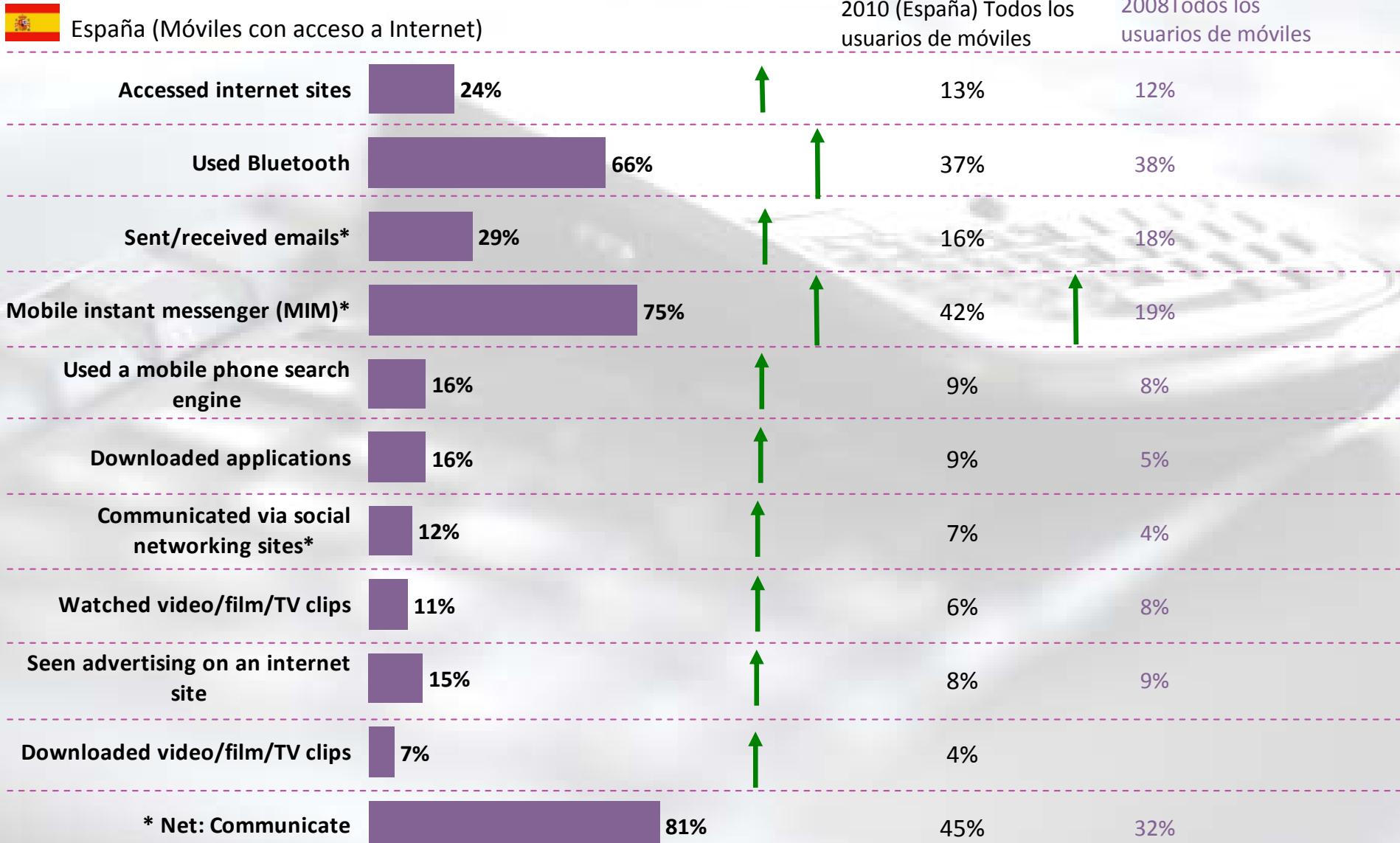
# ¿Tienen los españoles móviles con acceso a Internet?

Casi la mitad de los españoles (46%) tienen teléfono móvil con acceso a Internet

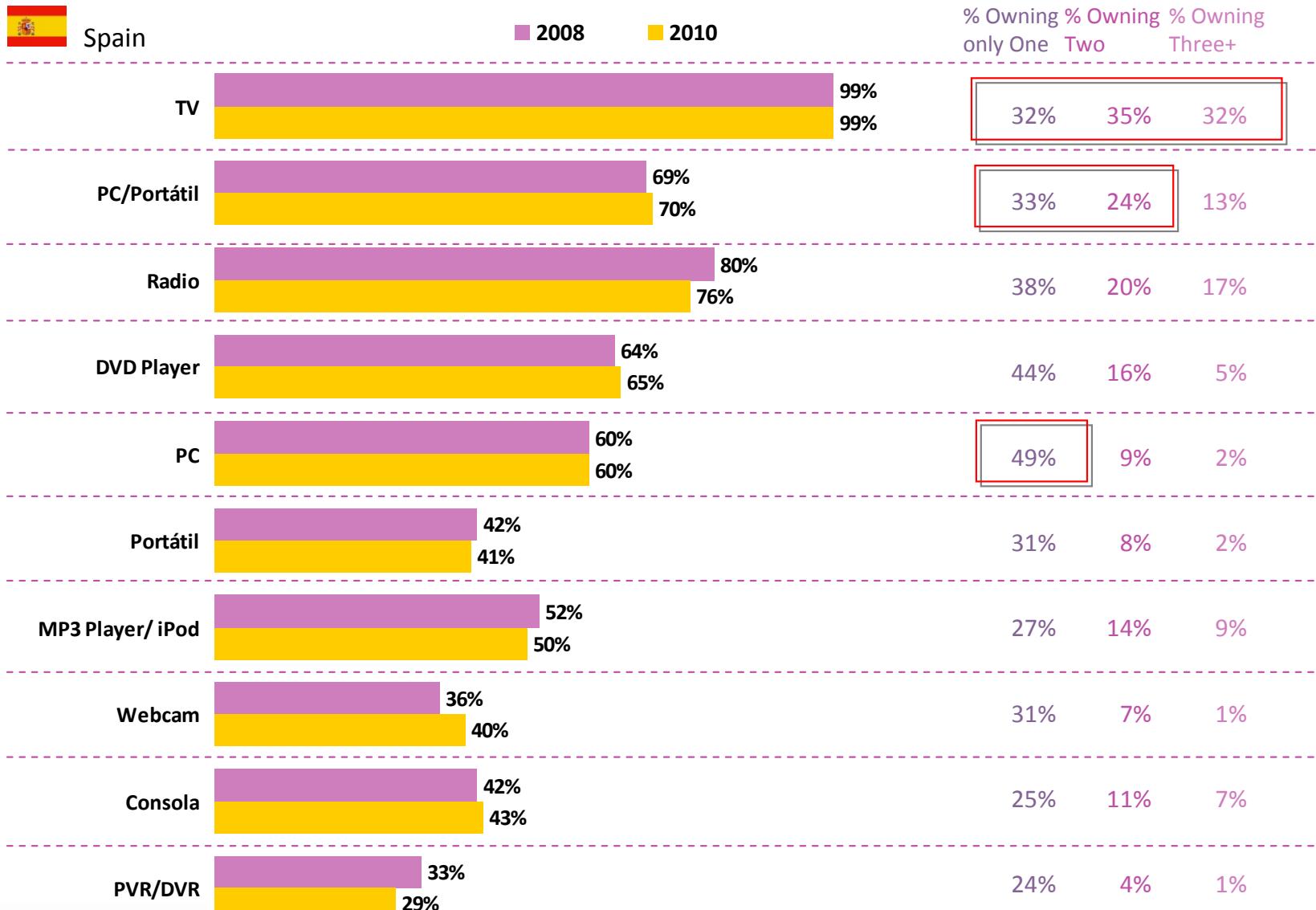


# Además de llamadas telefónicas y enviar sms, ¿qué otro tipo de actividades realizan los españoles utilizando sus dispositivos móviles?

- El 81% de los españoles se comunican a través de Internet desde sus móviles; cada vez más usan la mensajería instantánea a través de sus móviles (75%) y el 66% hace uso del Bluetooth de su móvil

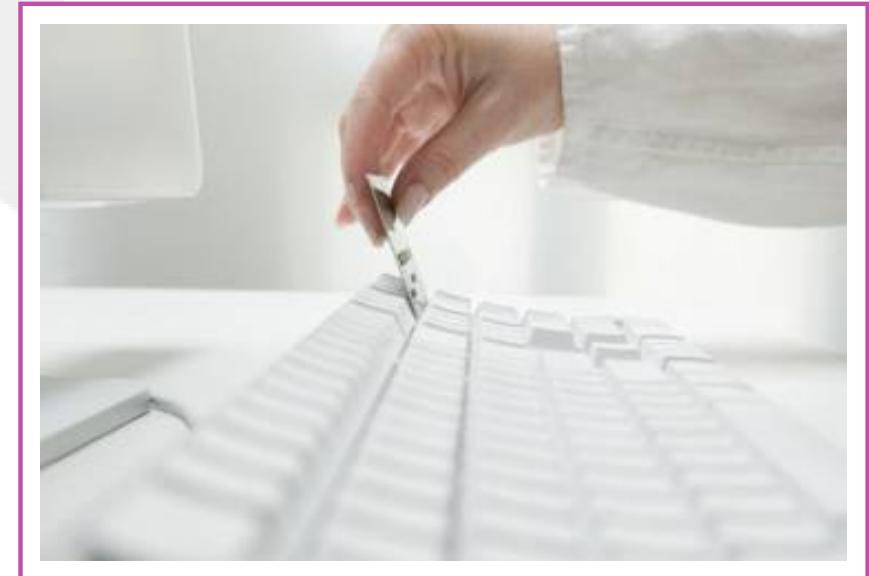


# Equipamiento del hogar. Productos tecnológicos

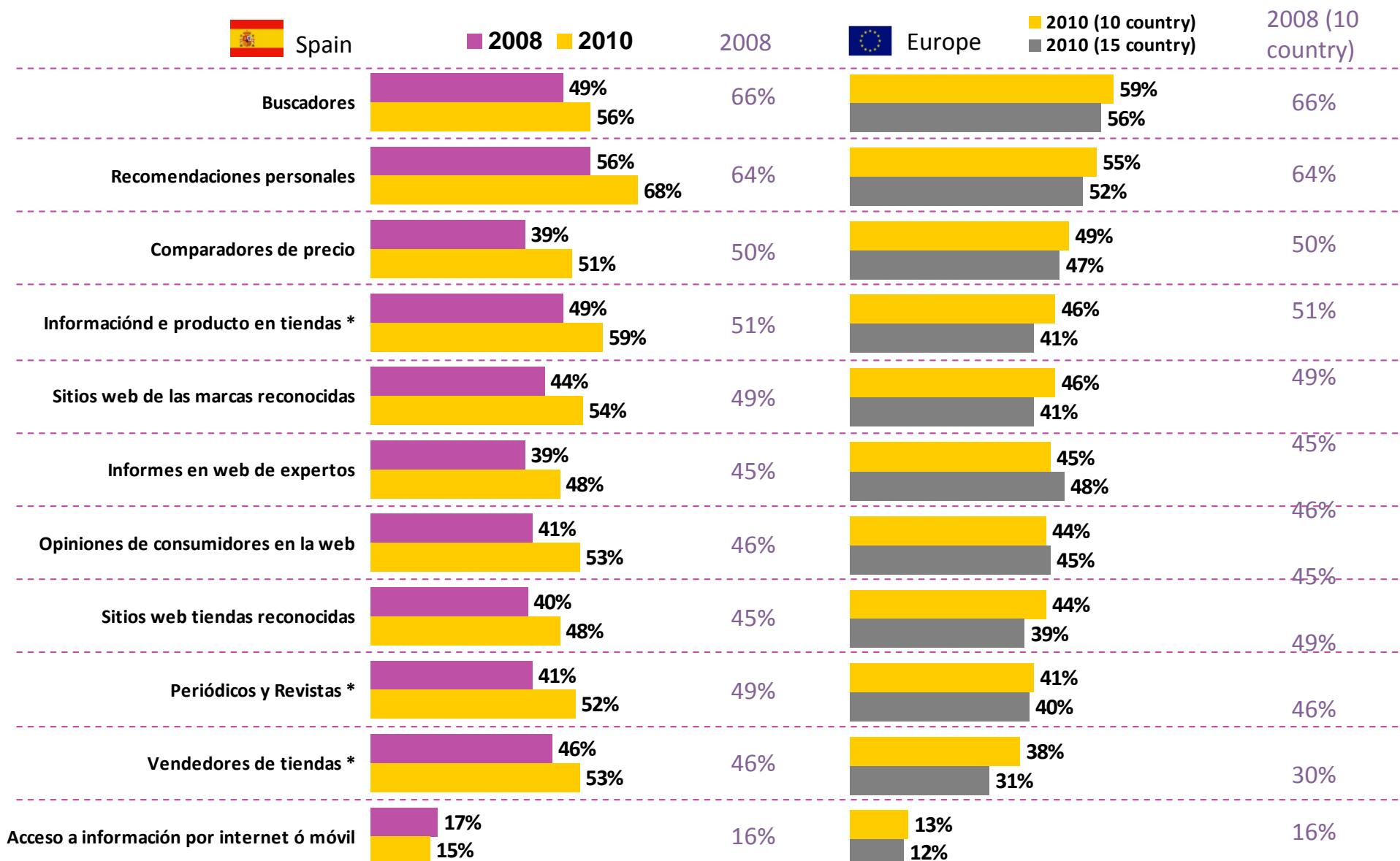


[Base: All Spain respondents (n=1006)]

# E-COMMERCE



# Fuentes de información utilizadas para la compra



# Búsqueda y compra online



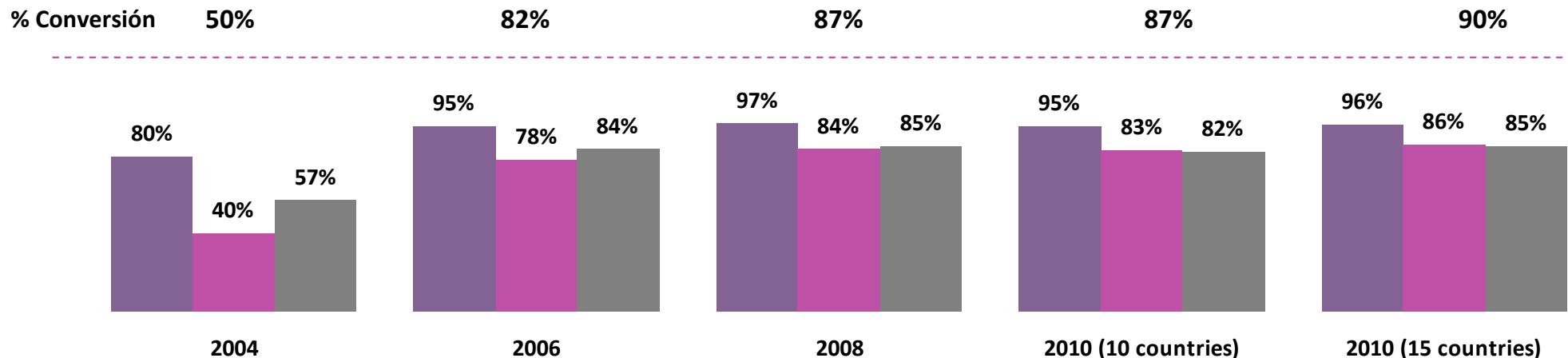
% Conversión 50%

■ Búsqueda de información

■ Compra online

■ Búsqueda y compra offline

Europe



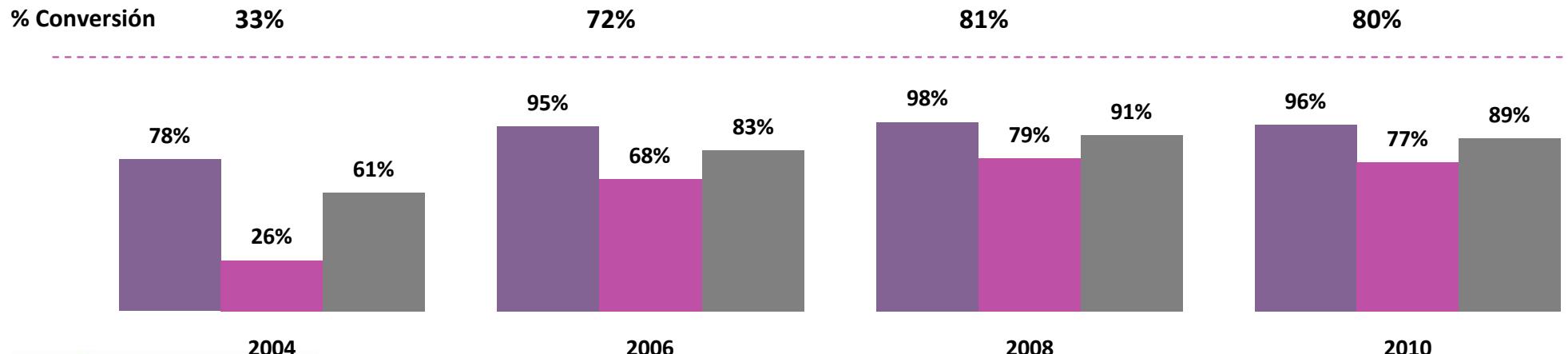
% Conversión 33%

72%

81%

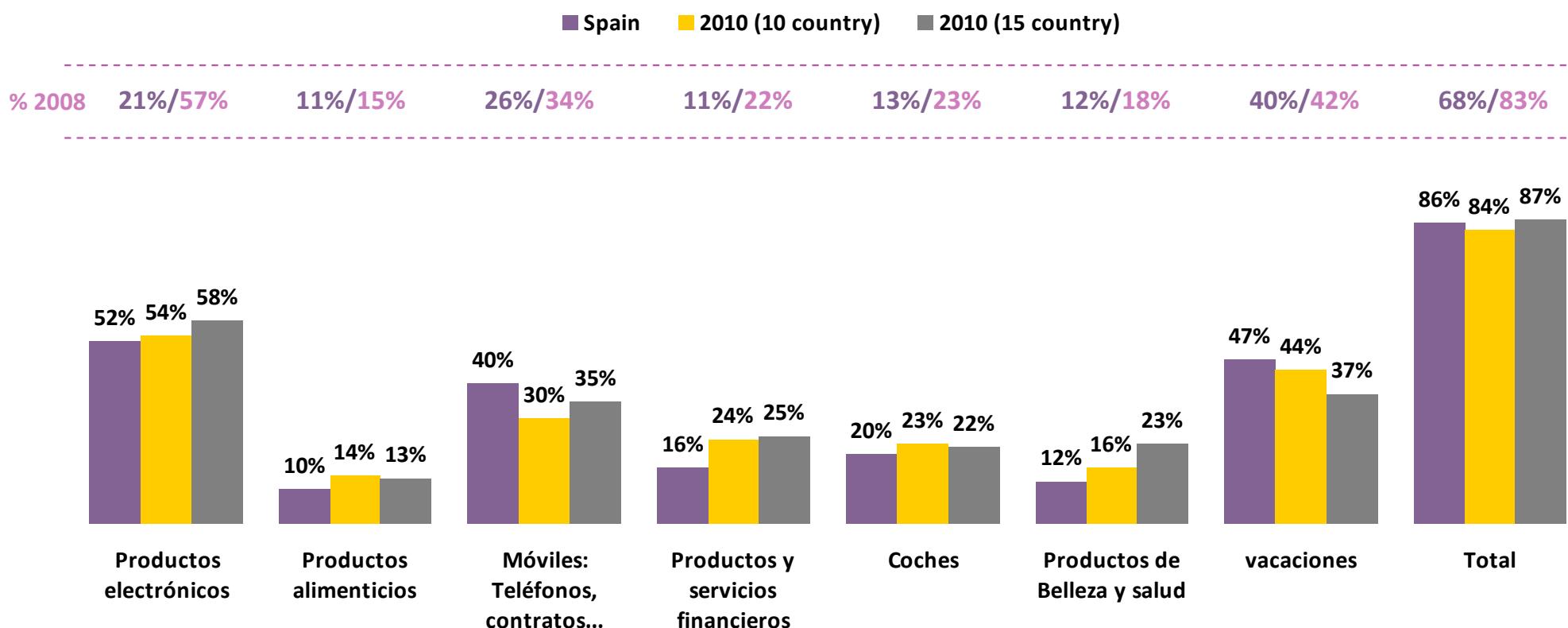
80%

Spain



# Cambio de opinión al buscar online

- 38% (35% en 2008) de los españoles que buscan en Internet cambian su opinión sobre la marca que pensaban comprar
- 44% (36% en 2008) de los europeos (top 10)
- 55% de los europeos (top 15)



[Base: All Spain purchasing online (n=562)]

[Base: All European 10/15 purchasing online (n=8180/13028)]

[Base: All Spain who changed their mind (n=202)]

[Base: All European10/15 who changed their mind (n=3982/7282)]

# CONCLUSIONES



# Conclusiones EIAA Mediascope 2010

---

- Más de la mitad de los **españoles (58%) usan Internet** de lunes a domingo a través de PC, portátil, teléfono móvil ó PDA
- el **7%** lo hace a través de **dispositivos móviles**. Casi la mitad de los **españoles (46%) tienen teléfono móvil** con acceso a Internet.
- **Internet es el medio más consumido entre las 13 y las 20 horas. Always on!!!**
- **España ocupa la 5 posición** (2 del top 5) del ranking por tiempo de consumo en Europa. **13,6 horas/semana**
- **Internet se consolida como el medio más consumido en España.** Le sigue la TV con 13 horas/semana
- **Uso intenso (casi diario)** de **hombres entre 16 y 24 años. 25-44 si es desde el móvil**
- El **21% de los españoles (28% de los internautas)** consumen **Internet y la televisión simultáneamente**. 6pp% más que en 2008
- El **Wireless triunfa definitivamente en España. 57% de las conexiones**
- **Informarse y comunicarse** son las principales razones para uso del medio Internet. El móvil destaca en el uso del **E-mail 85%, redes sociales 74% y Messenger 69%**.
- **38% de los españoles que buscan en Internet cambian su opinión** sobre la marca que pensaban comprar