

30 AÑOS DE MEDICIÓN DE AUDIENCIAS ESTUDIOS CIES

1984-2013

30 URTE IKUS-ENTZULEEN KOPURUAK NEURTZEN.
CIES IKERKETA



cies

INDICE

• PRESENTACION	2
• PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO DE AUDIENCIA DE MEDIOS	5
• EVOLUCIÓN DE LA LECTURA DE PRENSA.....	7
• EVOLUCIÓN DE LA LECTURA DE PRENSA DIARIA	8
• EVOLUCIÓN DE LA LECTURA DE PRENSA DE PAGO	9
• EVOLUCIÓN DE LA LECTURA DE PRENSA GRATUITA	14
• EVOLUCIÓN DE LA LECTURA DE EDICIONES ELECTRÓNICAS GRATUITAS (PAGINAS WEB)	19
• EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE RADIO	29
• EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE TELEVISIÓN	37
• EVOLUCION DE LA AUDIENCIA DE LA TELEVISION AUTONOMICA	38
• EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE LA TELEVISIÓN LOCAL	43
• EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE INTERNET 2000/2013	48
• EVOLUCION DEL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE EUSKERA	56
• CONCLUSIONES	58

PRESENTACIÓN/ AURKEZPENA

- El Estudio de Audiencia de Medios de las comunidades de Euskadi y Navarra realizado por CIES cumple en 2.013, 30 años.
- Con este motivo, hemos querido realizar una reflexión sobre la evolución de las audiencias de los medios de comunicación que sirva a los propios medios de comunicación, empresas de publicidad, centrales de medios y anunciantes.
- En este aniversario, CIES quiere agradecer a todos los usuarios del Estudio por su apoyo constante, sin el cual este proyecto no sería posible, a la vez que deseamos un futuro espléndido a todos ellos.
- Euskadi eta Nafarroa erkidegoetan CIESek egiten duen Hedabideen Ikus-entzuleen Ikerketak 30 urte beteko du 2013an.
- Hori dela eta, hedabideek dituzten ikus-entzuleen eboluzioari buruzko hausnarketa egin nahi izan dugu hedabideei berei, publizitate enpresei, hedabide zentralei eta iragarleei erabilgarri izanen zaielakoan.
- Urteurren honetan, CIESek ikerketaren erabiltzaile guztiei eskertu nahi die beren babes etengabea, zeinen gabe proiektu hau ezinezkoa bailitzateke, haiei guztiei etorkizun bikaina opa diegun aldi berean.

RELACIÓN DE CONTRATANTES, ORIGINARIOS Y ACTUALES, DEL ESTUDIO DE AUDIENCIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN. MAYO 2013.

ANUNCIANTES:

- Ayuntamiento de Pamplona
- Caja de Ahorros de Bizkaia
- Caja de ahorros de Gipuzkoa
- Caja de ahorros municipal de Bilbao
- Caja Laboral Popular
- Caja Navarra
- Caja Vital
- Diputación Foral de Álava
- Eroski
- Gobierno de Navarra
- Gobierno Vasco
- Koldo Mitxelena Kulturunea
- Mancomunidad Comarca de Pamplona

MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

PRENSA

- ADN
- Aktual
- Argia
- Berria
- Bierrik Elkartea
- Campusa
- Dato económico
- Deia
- Diario de Navarra
- Diario de Noticias
- Diario de Noticias Álava
- Diario de Noticias Gipuzkoa
- Diario Vasco
- Egunkaria
- El Correo
- El mundo deportivo
- El mundo País Vasco
- El periódico de Alava
- Gara

- Gidatu
- Gratuitos de corporación de medios
- Goienkaria
- Hitza
- Qué
- La mina de ocio
- Marca
- Noticias de Gipuzkoa
- Plaza Nueva
- Publipress Media
- Redaccionales Bilbaínos
- Ribera Navarra
- SRB Servicios
- Tipi Ttapa Fundazioa
- SRB Servicios Redaccionales Bilbaínos
- Vanguardia
- Vivir navarra

RADIO

- 40 Principales
- 98,3 Radio
- Cadena 100
- Cadena Dial
- COPE Euskadi
- COPE Navarra
- EITB Irratia
- Euskadi Irratia
- Euskalerria Irratia
- Gaztea Irratia
- Herri Irratia –Loyola Media
- M 80
- Onda Cero Euskadi
- Onda Cero Navarra
- Onda Vasca
- Radio Gorbea
- Radio Euskadi
- Radio Nervión

- Radio Popular-Herri Irratia Bilbao
- Ser Euskadi
- SER Navarra
- Radio Intereconomía
- Uribe FM Gorliz Irratia

TELEVISIÓN

- Álava 7 Televisión
- Amaika TB
- Canal Bizkaia
- Canal BilboVsiion-Bilbao
- Canal 4 Navarra
- Canal 6 Navarra
- Canal Gasteiz
- Durango Telebista
- ETB
- Giopuzkoa TB
- Goiena TB
- Localia Gipuzkoa
- Localia Txingudi
- Popular TV Navarra
- Tele 7
- Tele Bilbao
- Tele Vitoria

AGENCIAS DE PUBLICIDAD:

- 2&M Asesores de marketing y comunicación.
- Actor positivo
- Akon Astola Elkarte Cooperativa.
- Alfaro y Berango
- Aurman, S.A.
- AVISA, Comunicación y Marketing, S.L.
- Bermejo Comunicación, S.L
- Block
- BSB Publicidad, S.A.
- CDC Comunicación
- Club Donostiarra de Publicidad, S.L. (Publiclub)
- Difusión Publicidad, S.L.
- Dimension Marketing directo
- Ekai diseño
- Elso Publicidad, S.A.
- Factor positivo
- Fideliza S.L.
- García Mina y Montero
- Grupo Diéresis, S.L.
- Imaginarte, estudio creativo
- In & Out Navarra, S.L.
- Jaso Publicidad, S.A.
- Kyron Multimedia S.L.
- ML Instante Comunicación
- Moriwase
- Nemónica Diseño y Comunicación, S.L.
- Nexus Publicidad y Marketing
- Pool CME, S.L.
- Publicidad Hedatu, S.L. – Propaga
- Publicidad Pelcons, S.L.
- Publicidad Pregón, S.A.
- Publicidad Tecna, S.L
- Publi ruña
- Publis

- Publipyme, S.A.
- Red de medios
- Síntesis, S.A.
- Suministros de Imagen, S.L.
- Tagomedia producciones
- Trupp Publicidad, S.A.
- Wide Media, S.L.
- WMZ Group

CENTRALES DE MEDIOS:

- Gestión de Medios, S.A.
- Media Planning Group
- Mediasal 2000, Grupo Carat
- Zenith Media
- Zosma media

PUBLICIDAD EXTERIOR

- Comunitac.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO DE AUDIENCIA DE MEDIOS.

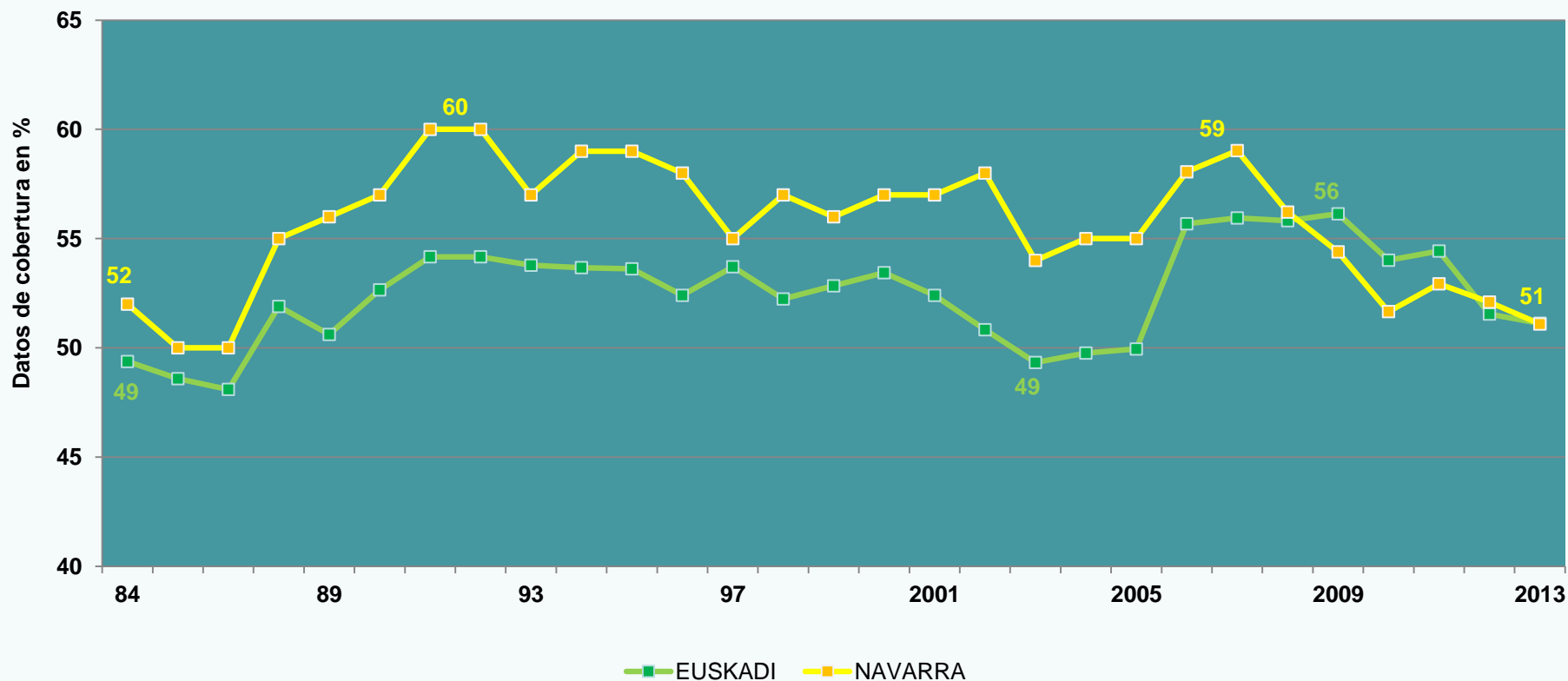
ÁMBITO	<ul style="list-style-type: none">• Comunidades de Euskadi y Navarra.
FRECUENCIA DE REALIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none">• 2 olas al año. (En el actual 2013 sólo 1ª ola)
UNIVERSO	<ul style="list-style-type: none">• Población residente de 14 y más años.
Nº DE ENTREVISTAS	<ul style="list-style-type: none">• 6.600 en Euskadi y 2.000 en Navarra, al año.
METODOLOGÍA	<ul style="list-style-type: none">• Entrevistas Cati con Preselección del entrevistado según cuotas de edad y sexo.

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO DE AUDIENCIA DE MEDIOS.

TÉCNICA DE MEDICIÓN	<ul style="list-style-type: none">• Recuerdo del día de ayer. 24 Hours recall.
LOCALIDADES SELECCIONADAS POR OLA	<ul style="list-style-type: none">• 135 puntos de muestreo seleccionados de forma estratificada según comarca y tamaño de los municipios.
NIVEL DE CONFIANZA	<ul style="list-style-type: none">• 95%
MARGENES DE ERROR	<ul style="list-style-type: none">• En Euskadi, +/- 1,20% para datos globales y entre +/-1,90% y +/- 2,40% para cada territorio.• En Navarra, +/- 2,19 para datos globales.
Nº DE CONTRATANTES (ORIGINARIOS Y ACTUALES)	<ul style="list-style-type: none">• 137

**EVOLUCIÓN DE LA LECTURA
DE PRENSA DIARIA
EN EUSKADI Y NAVARRA ENTRE LOS AÑOS
1984 Y 2013**

EVOLUCIÓN DE LA PRENSA DIARIA.

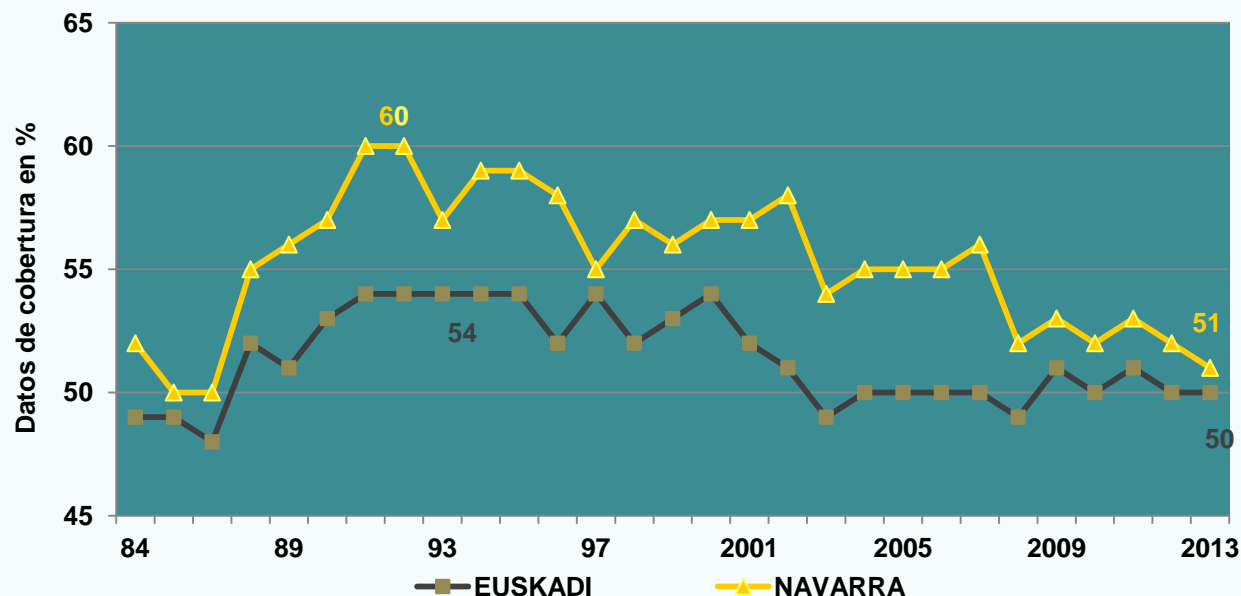


- Incremento importante de la lectura hasta el año 1991 .
- A comienzos de la década de los 90 se inicia un descenso que dura hasta 2003, año en el que empiezan a aparecer diarios de reparto gratuitos.
- Tanto en Navarra como en Euskadi se produce un incremento de lectores entre 2005 y 2007. Para posteriormente descender hasta la actualidad situando tanto a Navarra como a Euskadi en cifras similares de lectores (51%).
- La prensa gratuita impulsa los indicadores de lectura hasta 2007-2008, con valores en Euskadi nunca alcanzados del 56%. Pero con la progresiva desaparición de los mismos descende también la lectura de prensa diaria.

**EVOLUCIÓN DE LA LECTURA DE
PRENSA DE PAGO
EN EUSKADI Y NAVARRA ENTRE LOS AÑOS
1984 Y 2013**

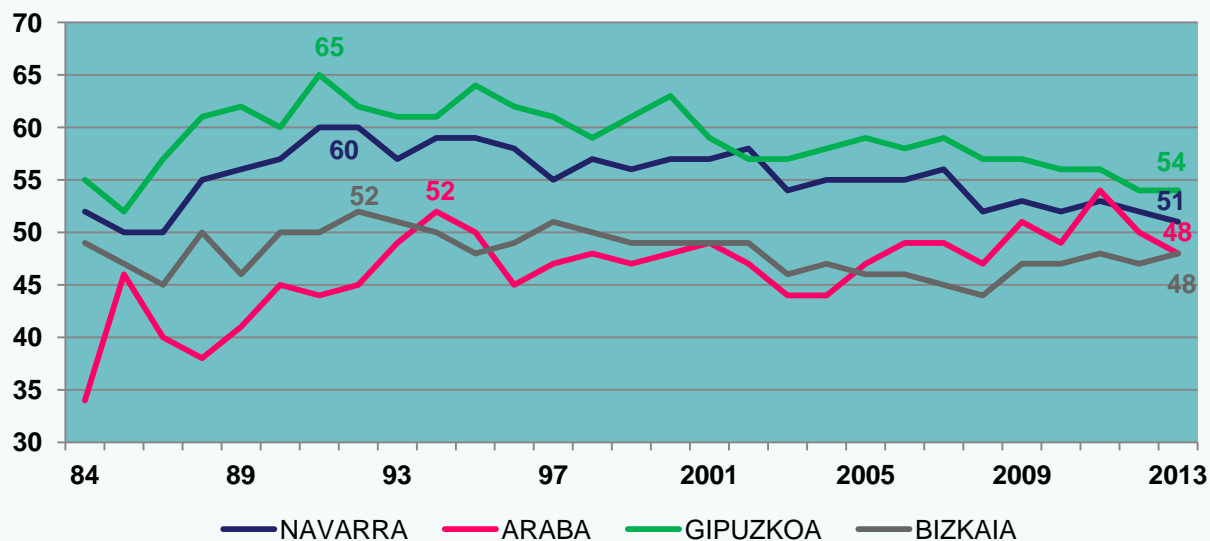
**VALORES PORCENTUALES DE LAS VARIABLES COMUNIDAD,
TERRITORIO, SEXO Y EDAD**

EVOLUCIÓN DE LA PRENSA DIARIA DE PAGO POR COMUNIDAD Y TERRITORIO.



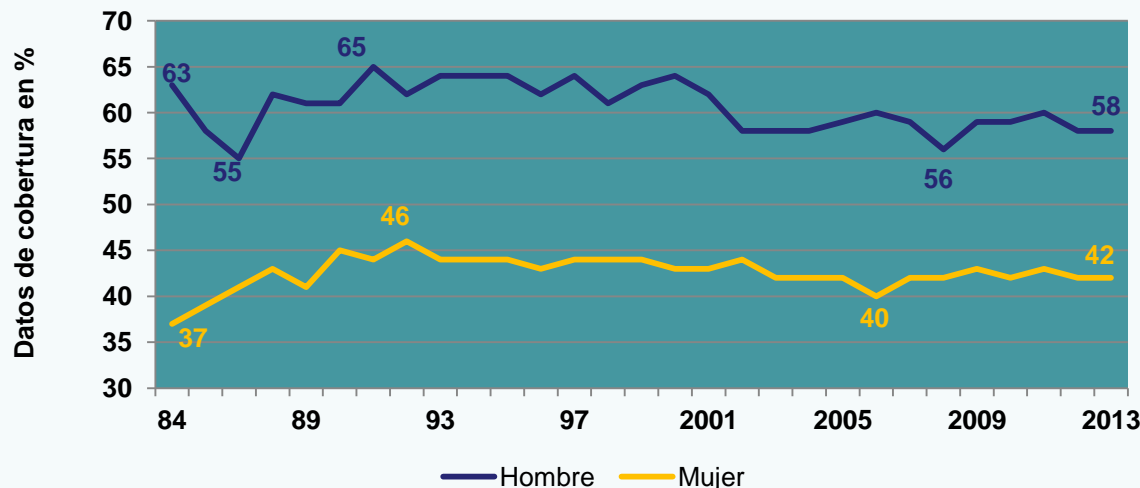
- A comienzos de la década de los 90 se inicia un descenso de lectores que dura hasta nuestros días, con indicadores actualmente, similares a los de hace 25 años.
- En Euskadi el descenso más acusado se produce en el trienio 2001-2003 y se mantiene hasta la actual medición de 2013.
- Mientras en Navarra continua la línea descendente en Euskadi se tiende a estabilizar en los dos últimos años.

- Incremento importante hasta 1994 de la lectura en Álava, alcanzando un 52%, 18 puntos por encima respecto a 1984.
- La actual década presenta una tendencia general ligeramente descendente, con la excepción de Bizkaia que sube 1 punto respecto al pasado año y Gipuzkoa que se mantiene.



EVOLUCIÓN DE LA PRENSA DIARIA DE PAGO POR SEXO.

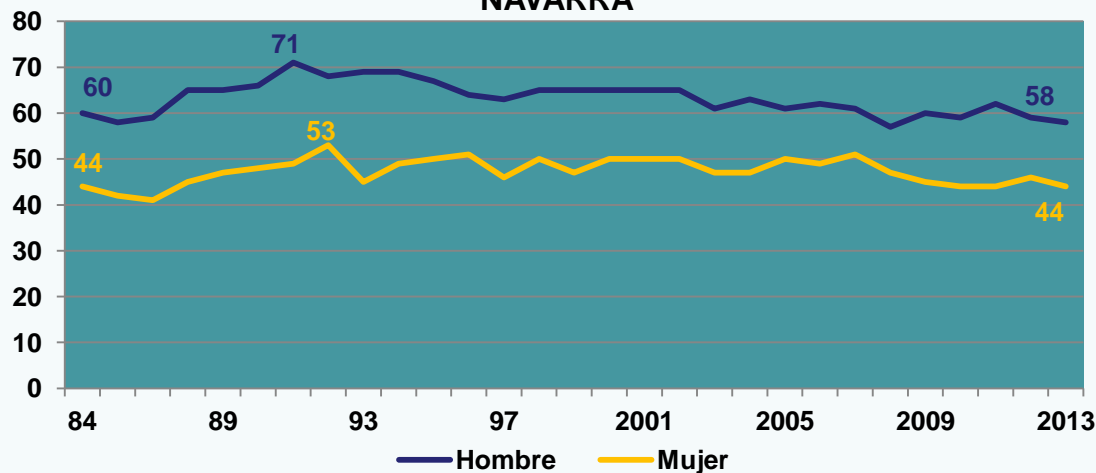
EUSKADI



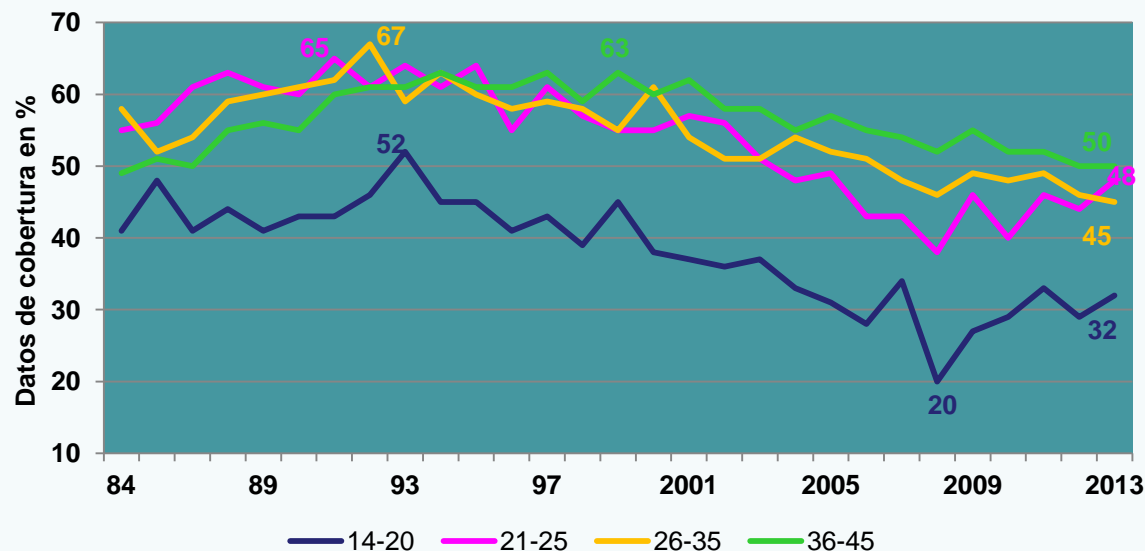
- Hasta 1992 se produce una incorporación progresiva de la mujer a la lectura de prensa de pago. A partir de entonces se estabiliza, con variaciones apenas significativas.
- Entre los hombres el año 87 y 2008 marcan los puntos más bajos. En la actualidad se ha estabilizado la lectura entre ellos.
- Las mujeres alcanzan su cuota más baja en el año 84 y 2006 para también actualmente estabilizarse.

- A partir de 1991 y hasta la actualidad descienden de forma importante la lectura en hombres. Navarra y Euskadi alcanzan similar cifra de lectores masculinos.
- Sube la diferencia entre sexos respecto a 2008. Pasa de 12 y 11 puntos a 16 puntos en Euskadi y 14 en Navarra.

NAVARRA

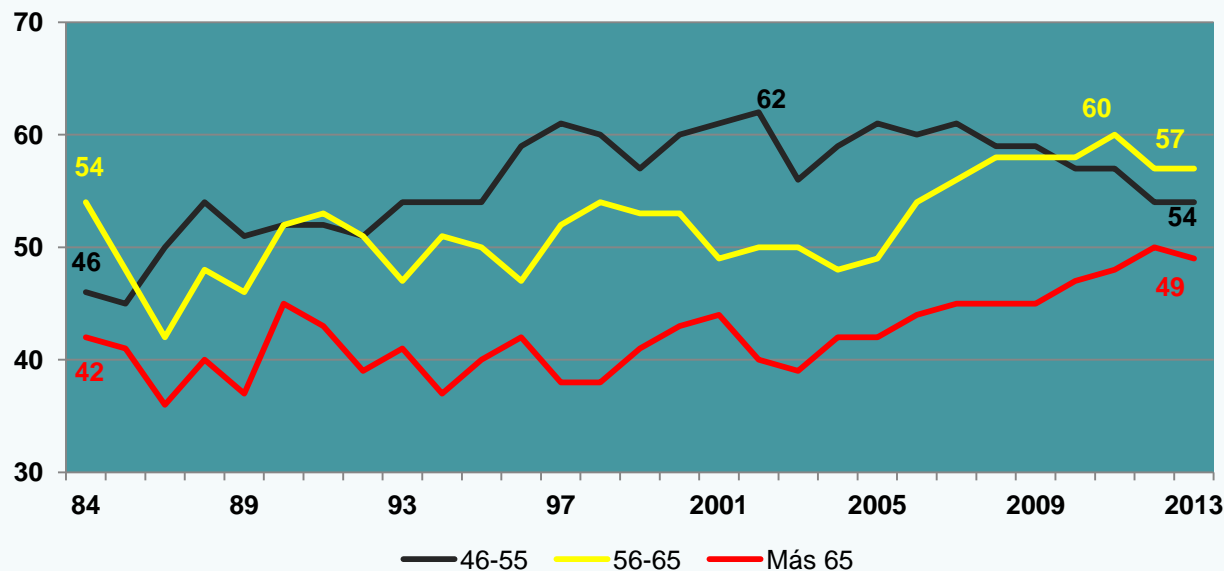


EVOLUCIÓN DE LA PRENSA DIARIA DE PAGO EN EUSKADI POR EDAD.

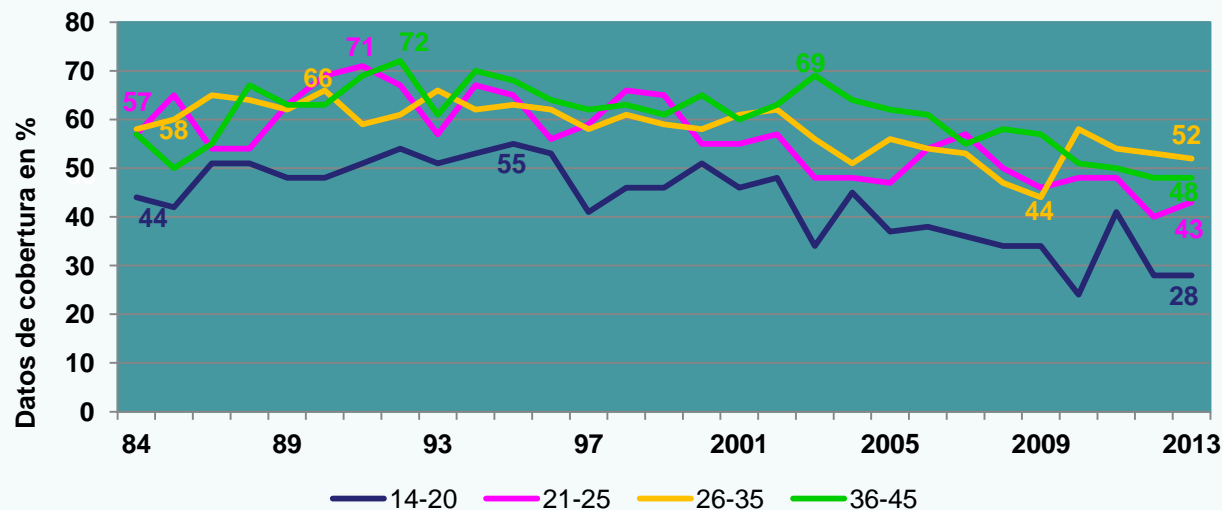


- A partir de los años 90, desciende de forma importante el número de lectores menores de 45 años aunque en la actualidad parece que hay un pequeño repunte entre los más jóvenes de entre 14 y 25 años.
- El segmento de 14 a 20 años, tras la importante bajada de 2008 llega en la actualidad a cifras de 2004/2005.
- El segmento de 26-35 años es el único que experimenta un descenso en los últimos 3 años.

- Por el contrario los mayores de 45 años mantienen el nivel de lectura.

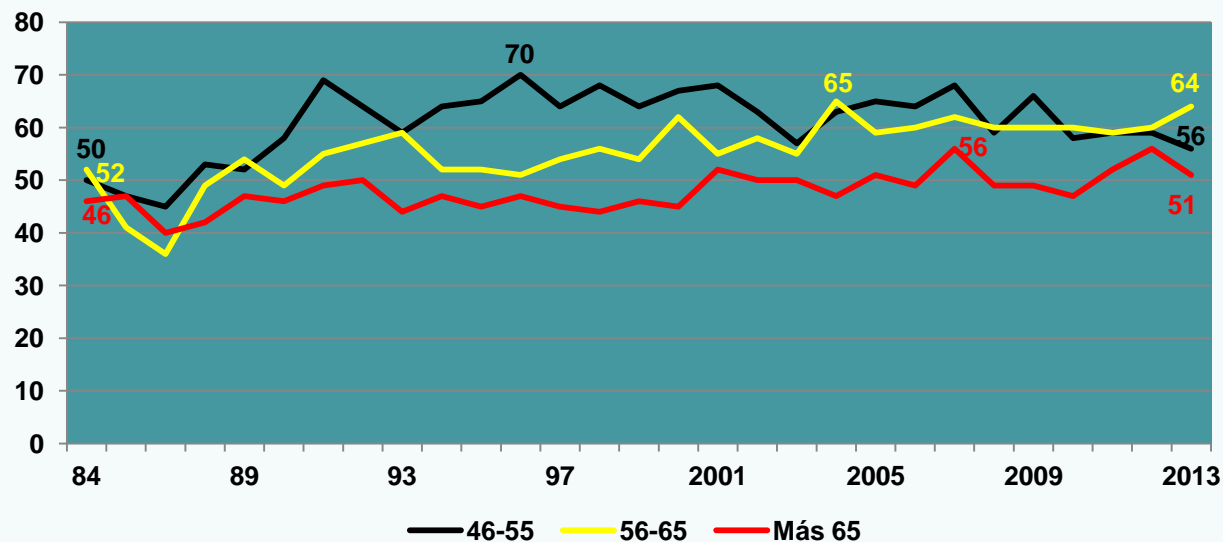


EVOLUCIÓN DE LA PRENSA DIARIA DE PAGO EN NAVARRA POR EDAD.



- Las edades de 21 a 45 años que alcanzaron índices de lectura en torno al 70%, caen progresivamente.
- Entre los jóvenes de 21-25 años se aprecia un tímido ascenso.

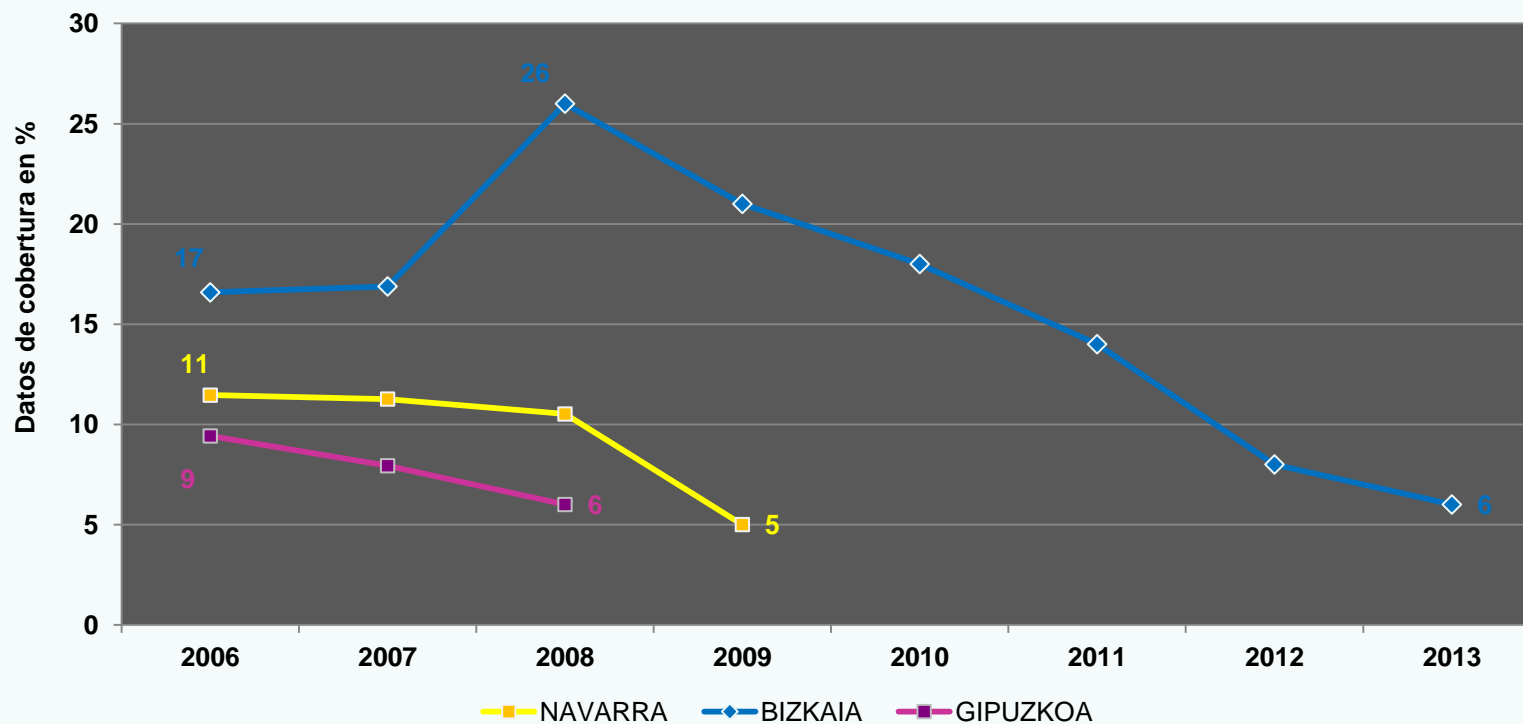
- En la actual década, los mayores de 45 años no presentan cambios importantes.
- Aquellos de edades comprendidas entre 56 y 65 años alcanzan cifras similares a las de 2004, techo de lectura de esta franja de edad.



**EVOLUCIÓN DE LA LECTURA DE
PRENSA GRATUITA
EN EUSKADI Y NAVARRA ENTRE LOS AÑOS
2006 Y 2013**

**VALORES PORCENTUALES DE LAS VARIABLES
COMUNIDAD, SEXO Y EDAD**

EVOLUCIÓN DE LA PRENSA GRATUITA POR TERRITORIO.

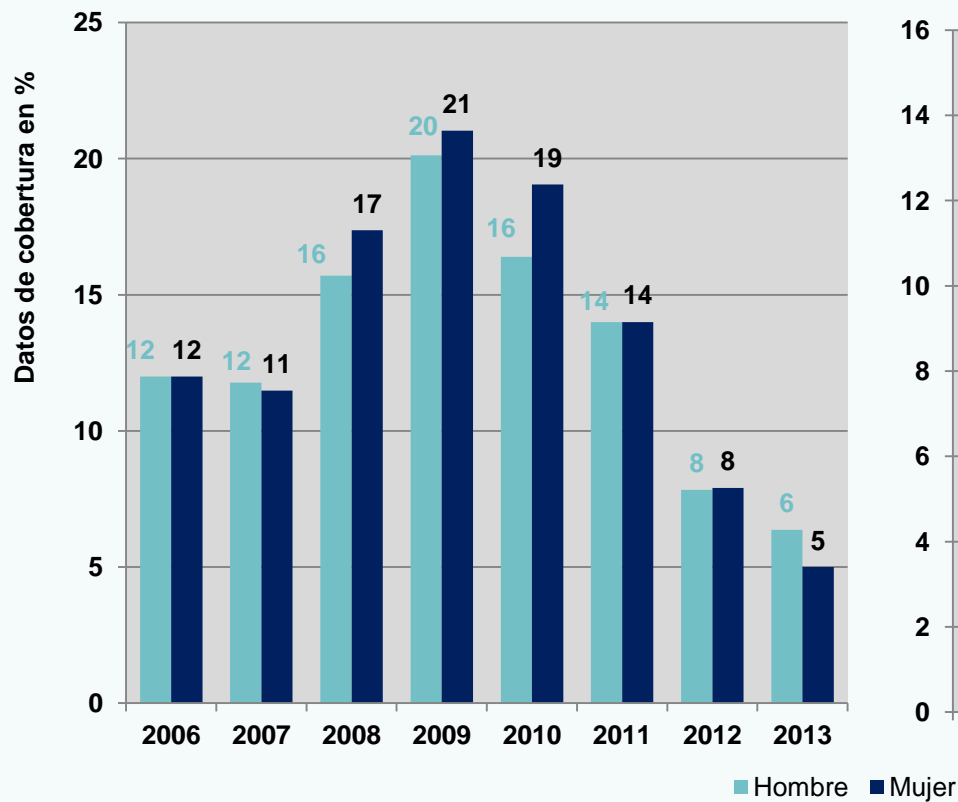


- Entre 2008 y 2009 se produce la desaparición de prensa gratuita en Navarra y Gipuzkoa.
- En Bizkaia todavía existe este tipo de prensa pero experimenta desde 2008 un importante descenso de 20 puntos como consecuencia de la desaparición de gran parte de los periódicos gratuitos.

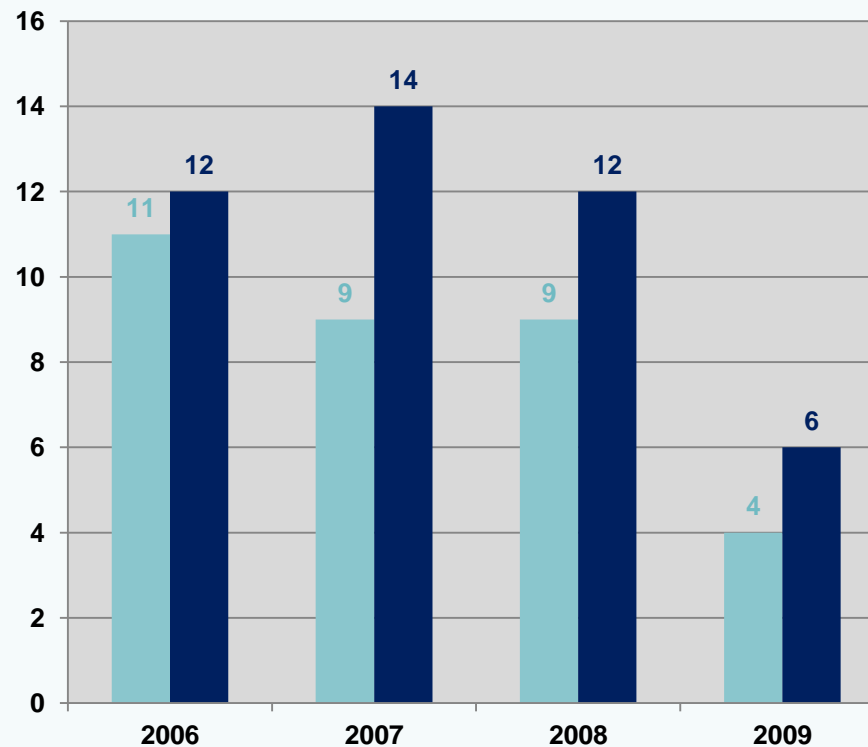
* En Álava no ha habido prensa gratuita.

EVOLUCIÓN DE LA PRENSA GRATUITA POR SEXO.

EUSKADI

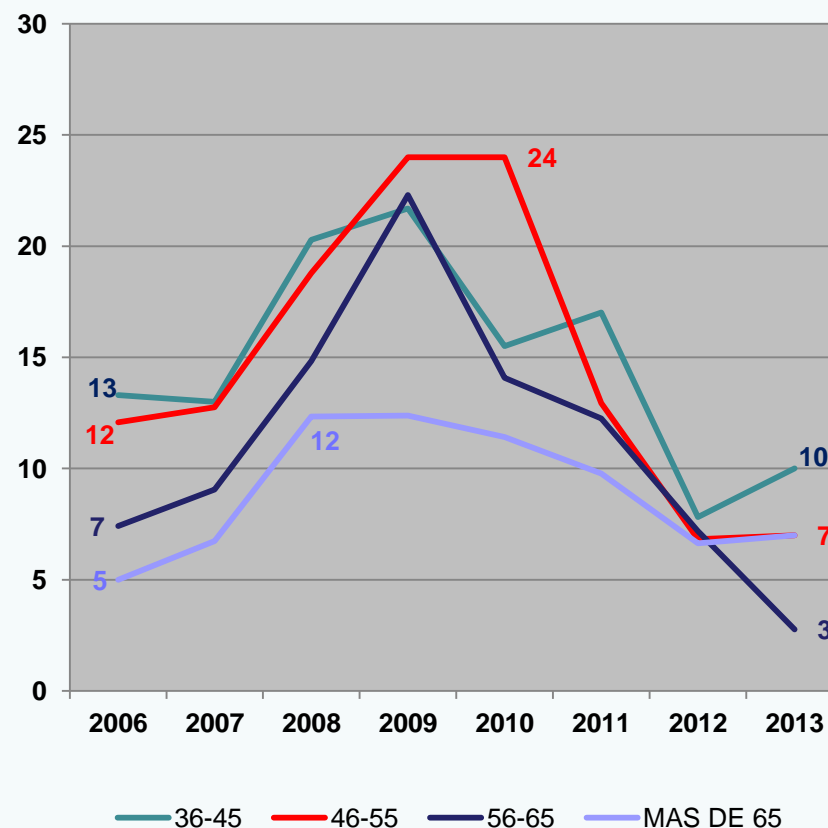
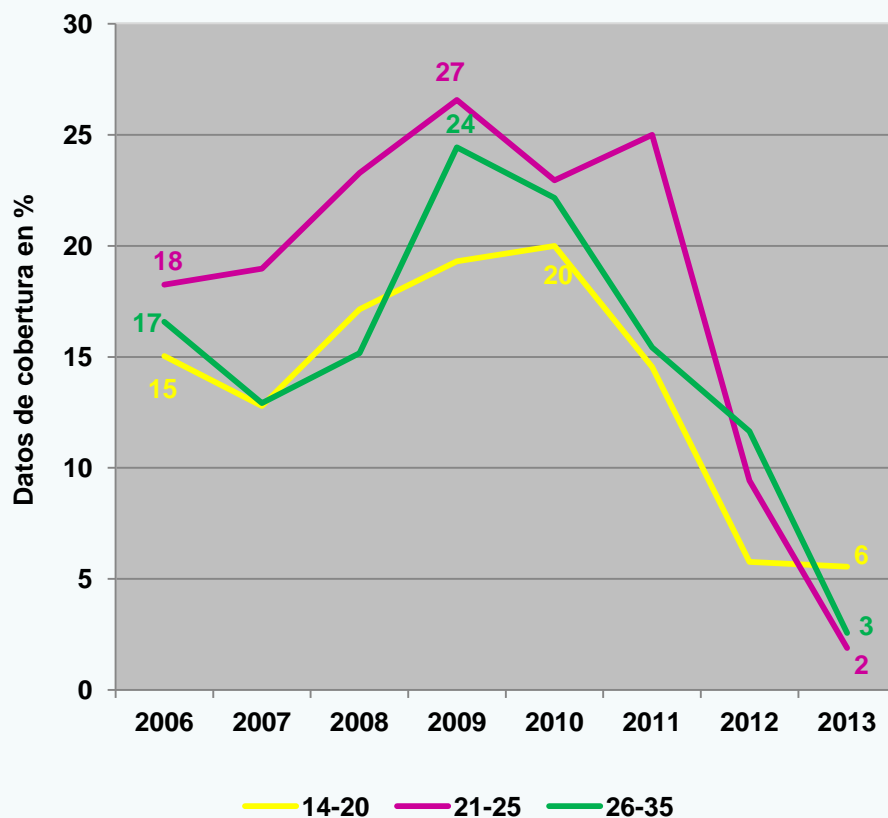


NAVARRA



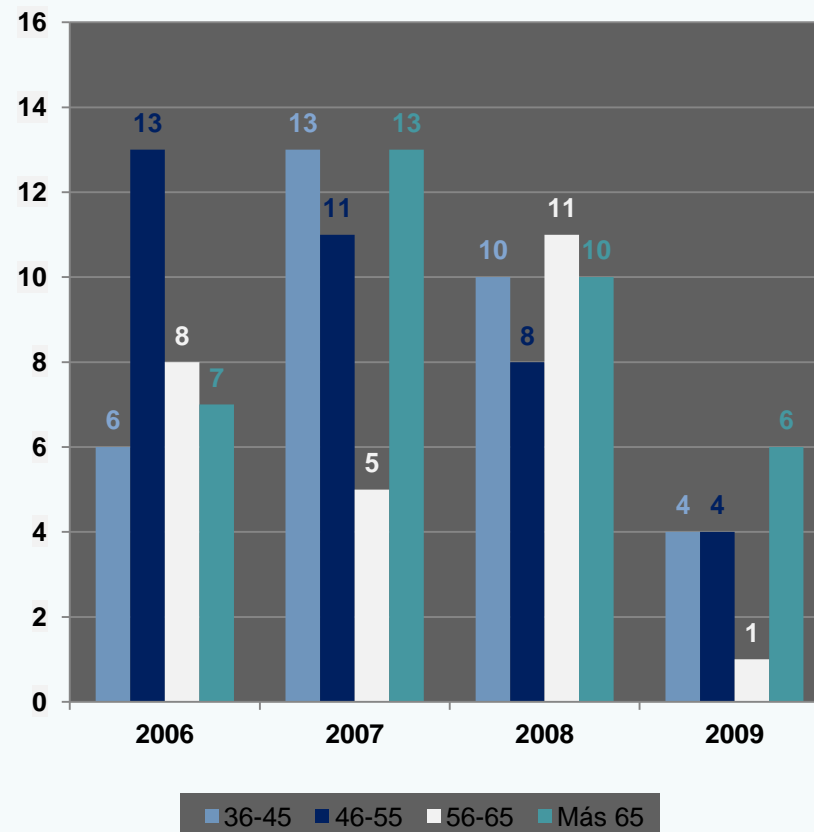
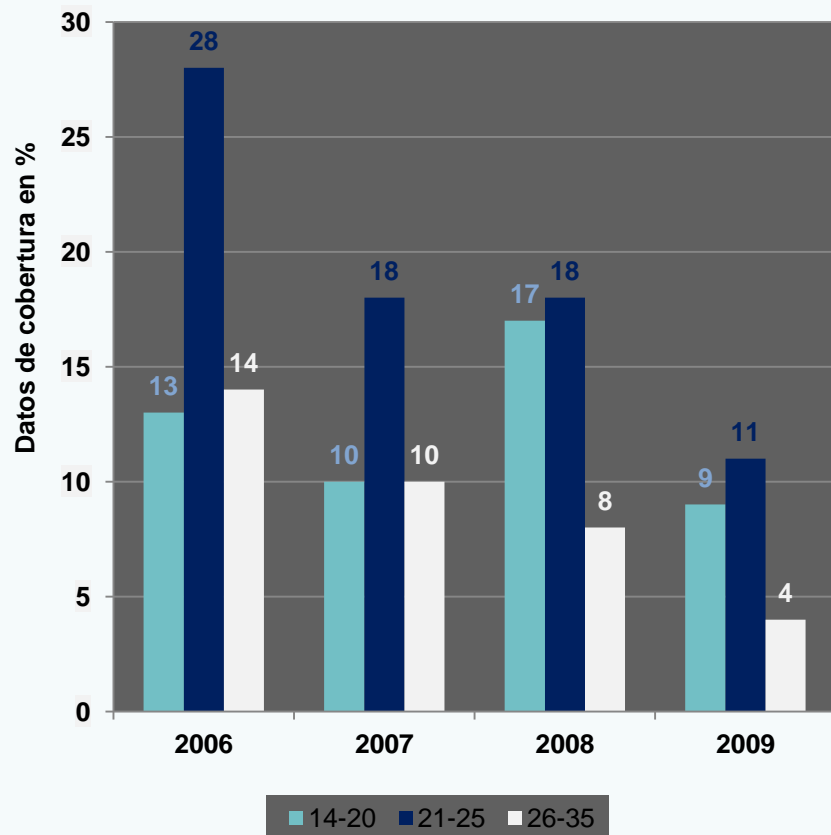
- En Euskadi desciende, en ambos sexos, la lectura de prensa gratuita. En los tres últimos años se sitúa en niveles muy similares.
- En Navarra la lectura de prensa gratuita era superior entre mujeres aunque con los años se estaban acortando las diferencias.

EVOLUCIÓN DE LA PRENSA GRATUITA EN EUSKADI POR EDAD.



- Descenso de la lectura de diarios gratuitos en Euskadi en todos los segmentos de edad.
- Este descenso es mas notable en los jóvenes de 21-25 años , ya que baja 25 puntos respecto a 2009.
- Tan solo en los de edades comprendidas entre 36-45 años se produce un ligero incremento en los dos últimos años.

EVOLUCIÓN DE LA PRENSA GRATUITA EN NAVARRA POR EDAD.

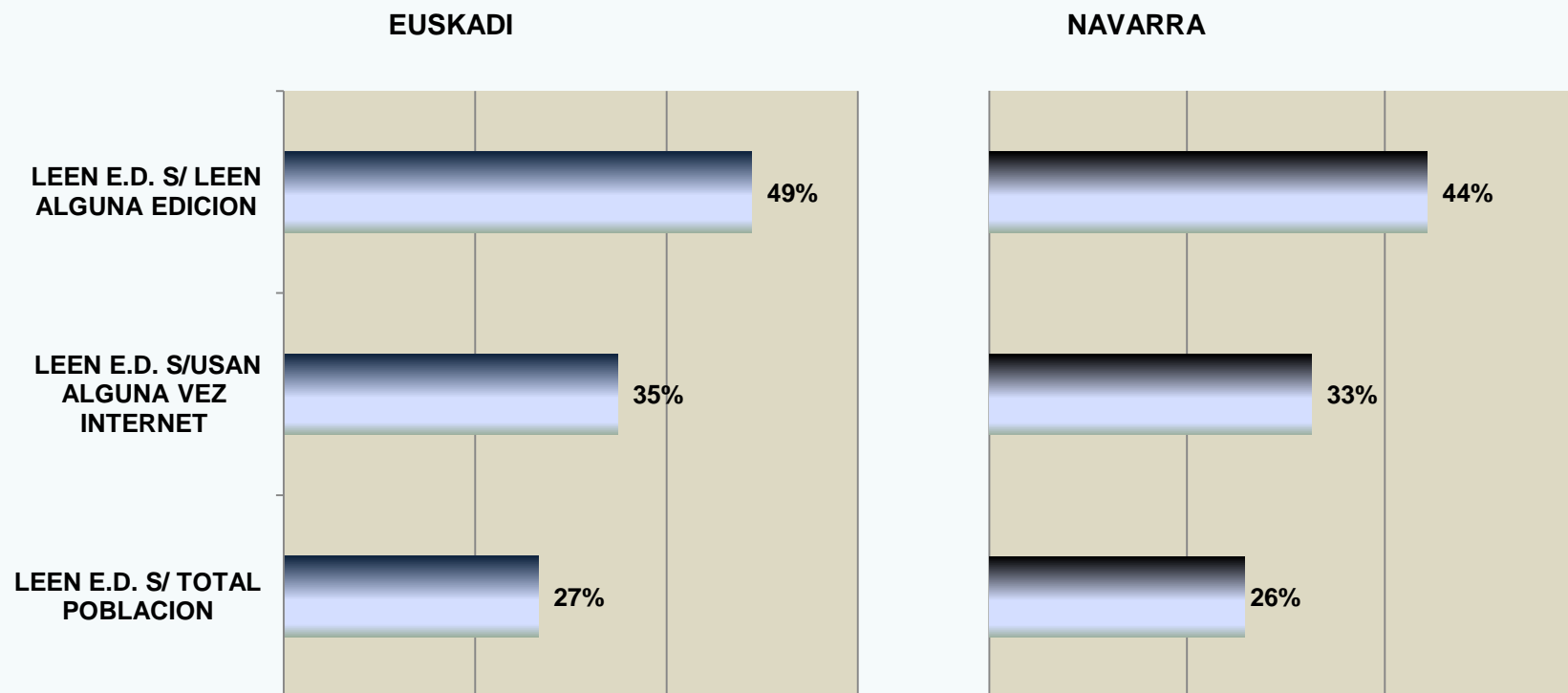


- Descenso de la lectura en todos los grupos de edad.
- En el último años los de 21-25 años eran los que más leían este tipo de prensa a diferencia de los de 56-65 que eran los que menos.

**EVOLUCIÓN DE LA LECTURA DE EDICIONES ELECTRÓNICAS
GRATUITAS (PAGINAS WEB)
DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EUSKADI Y NAVARRA
ENTRE LOS AÑOS 2007 Y 20013**

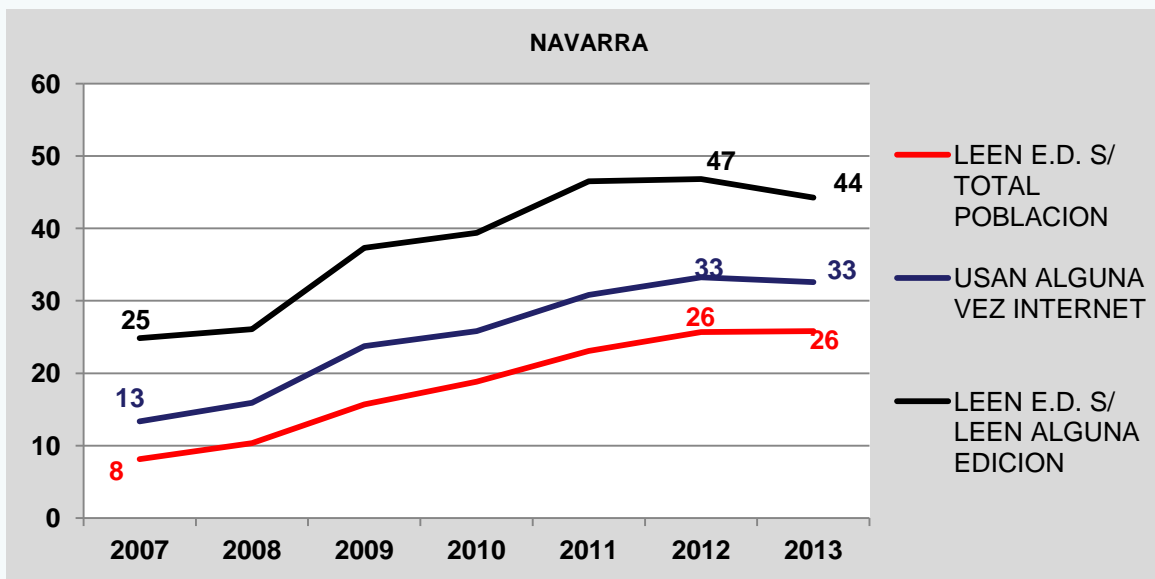
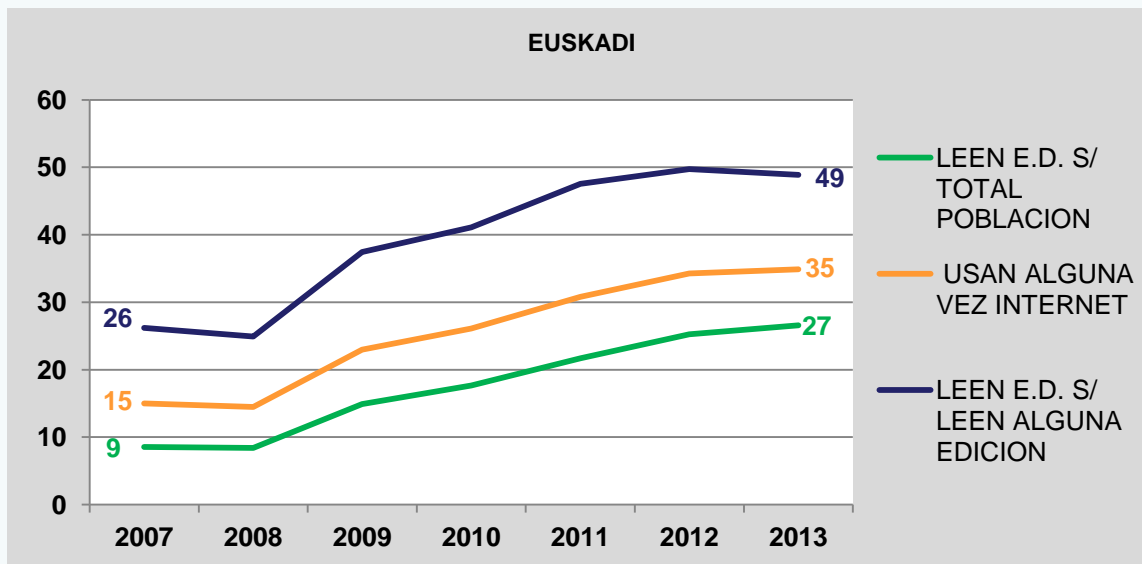
**VALORES PORCENTUALES DE LAS VARIABLES
COMUNIDAD, SEXO Y EDAD**

MEDIA DIARIA DE LECTURA DE EDICIONES ELECTRÓNICAS GRATUITAS EN 2013.



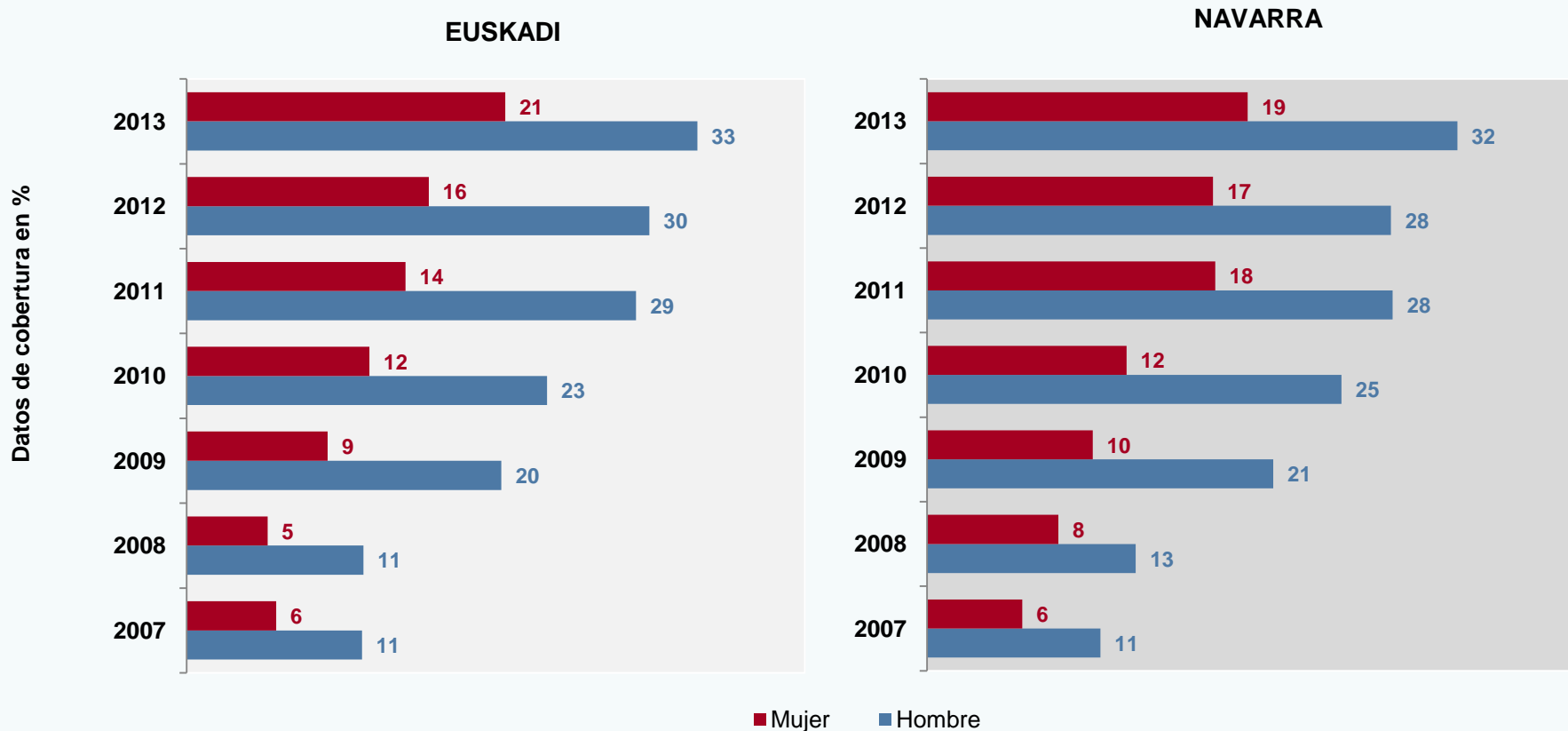
- Diariamente, leen ediciones electrónicas gratuitas, el 27% y el 26% de la población de Euskadi y Navarra respectivamente, el 35% y el 33% de los que alguna vez utilizan Internet y el 49% y 44% de los que alguna vez leen ediciones electrónicas.

EVOLUCIÓN DE LA MEDIA DIARIA DE LECTURA DE EDICIONES ELECTRÓNICAS GRATUITAS



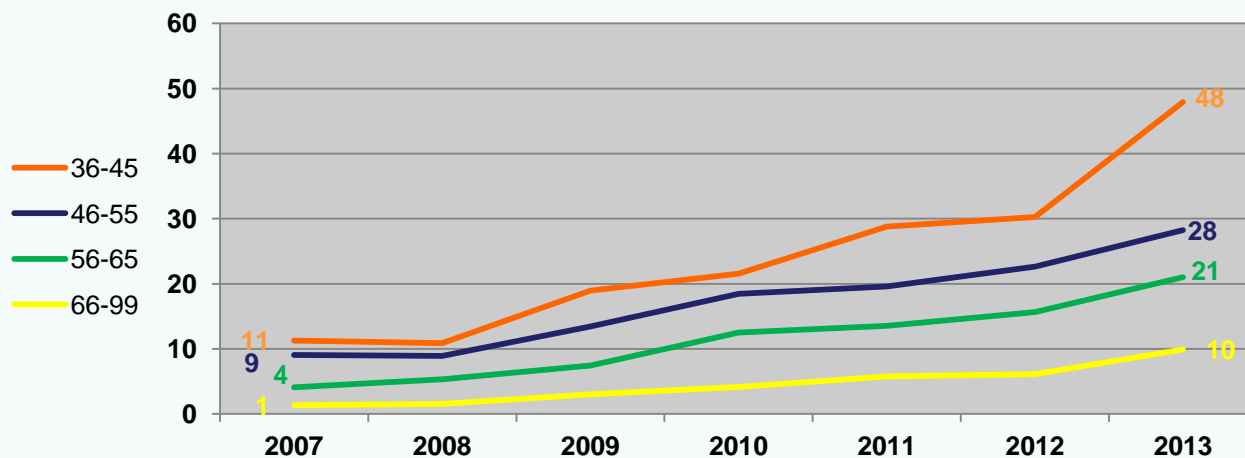
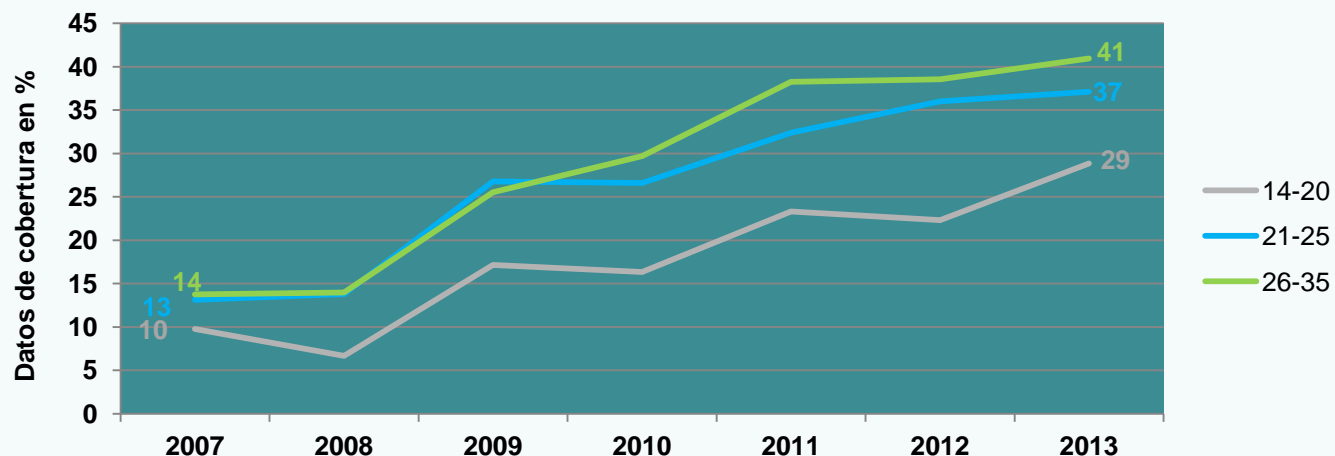
- Tanto en Euskadi como en Navarra asciende, año a año, la lectura de ediciones digitales gratuitas en páginas web de periódicos aunque se tiende a estabilizar en los dos últimos.
- También se incrementa el número de personas que utilizan Internet.
- En Euskadi el número de lectores es ligeramente superior que en Navarra.

MEDIA DIARIA DE LECTURA DE EDICIONES ELECTRÓNICAS GRATUITAS POR SEXO.



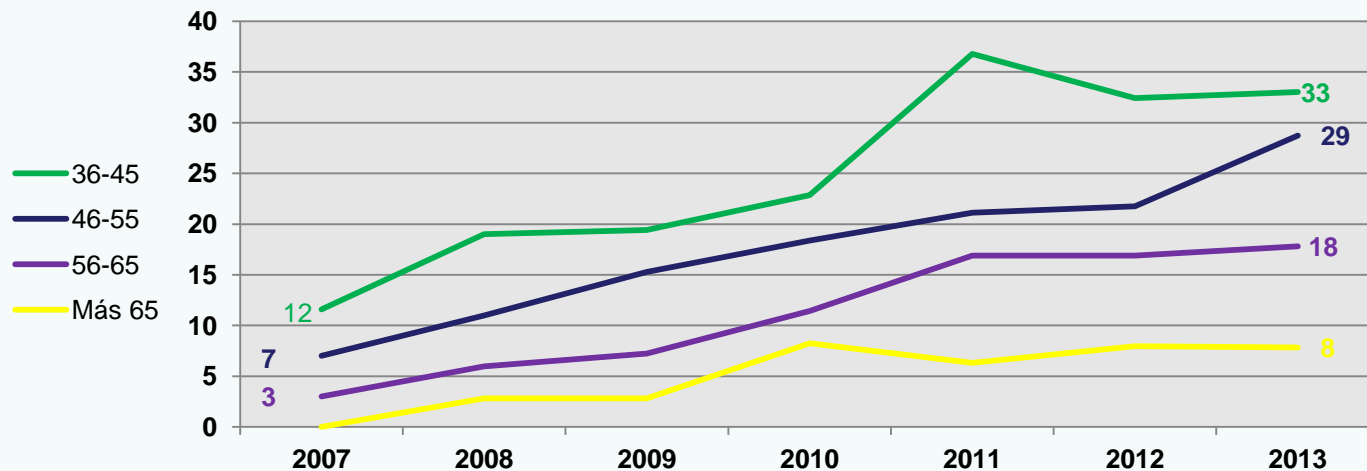
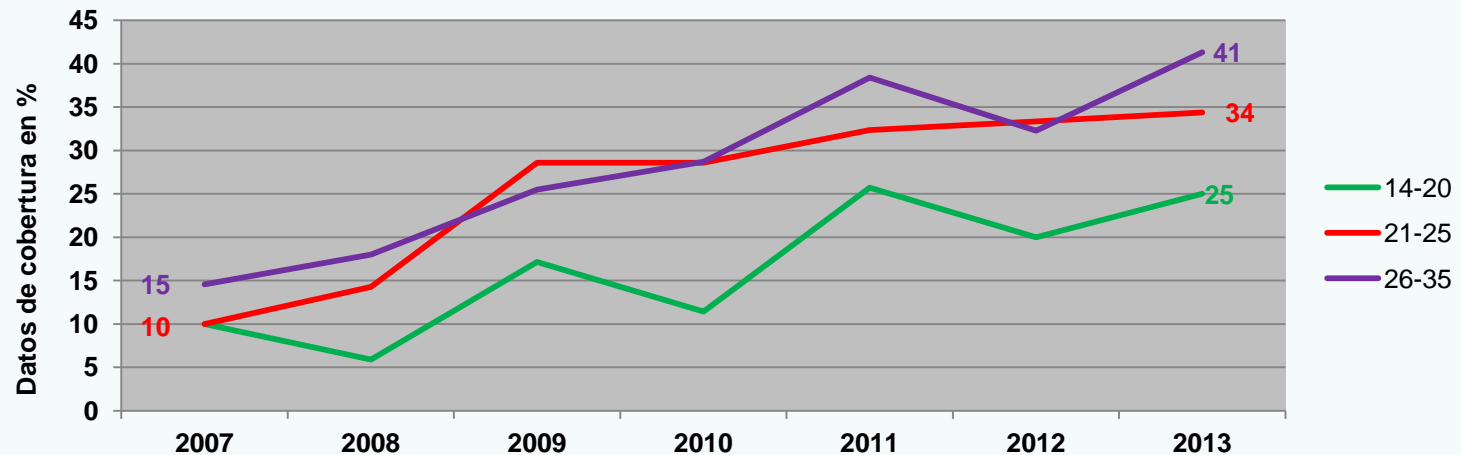
- En Euskadi se reduce la diferencia entre ambos sexos sobre la lectura de ediciones electrónicas gratuitas, aunque es todavía de 12 puntos.
- En Navarra, la media diaria en 2013 se incrementa en ambos sexos y la diferencia es de 13 puntos.

MEDIA DIARIA DE LECTURA DE EDICIONES ELECTRÓNICAS GRATUITAS POR EDAD EN EUSKADI.



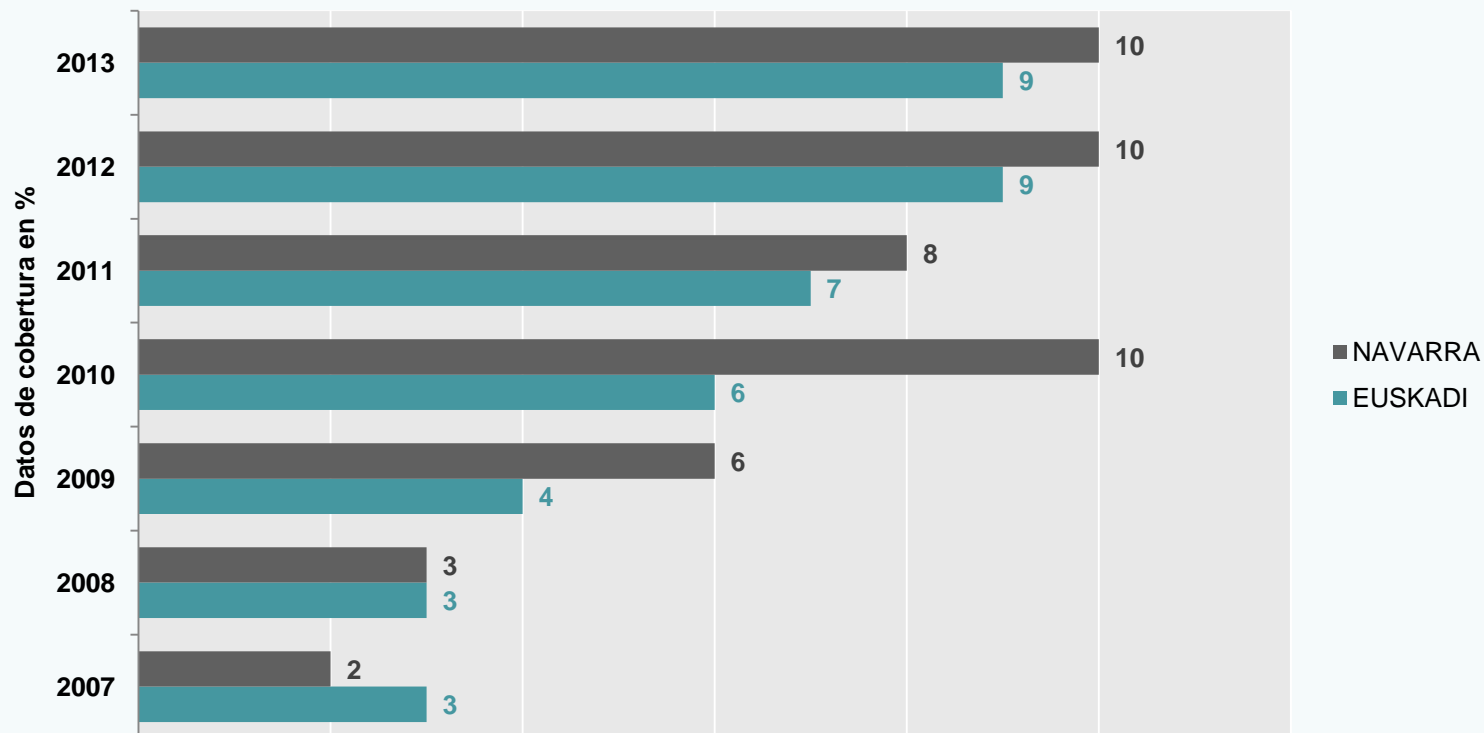
- La lectura en este soporte es mayor entre los jóvenes de 26 a 45 años e inferior entre los más mayores. Año tras año aumenta esta lectura y en la actualidad triplica los resultados de 2007.

MEDIA DIARIA DE LECTURA DE EDICIONES ELECTRÓNICAS GRATUITAS POR EDAD EN NAVARRA.



- En todos los tramos de edad la lectura aumenta año a año.
- La lectura de este soporte es mayor entre los jóvenes de 21-25 años y 36-45 e inferior entre los más mayores.
- Los más jóvenes realizan una lectura media similar a la de 2011 y entre los de 36-45 años ha descendido respecto a ese año.

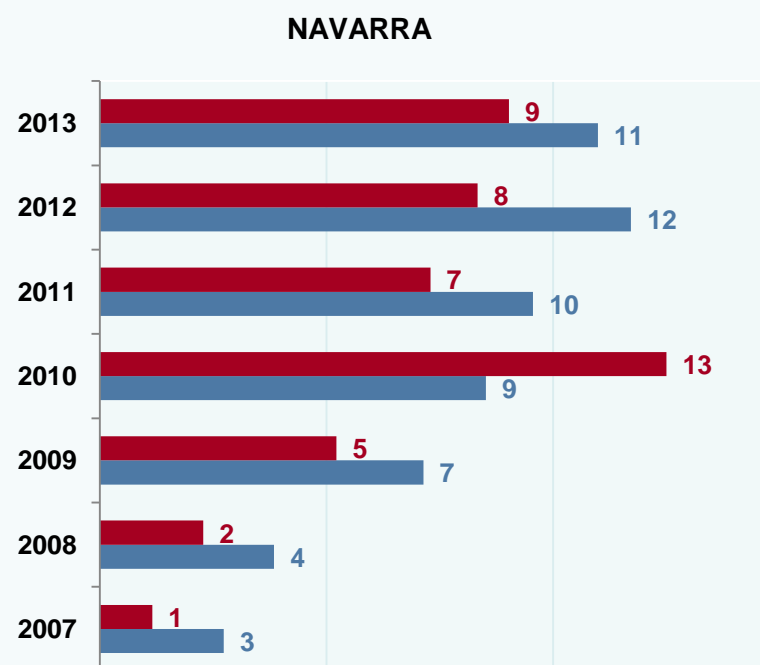
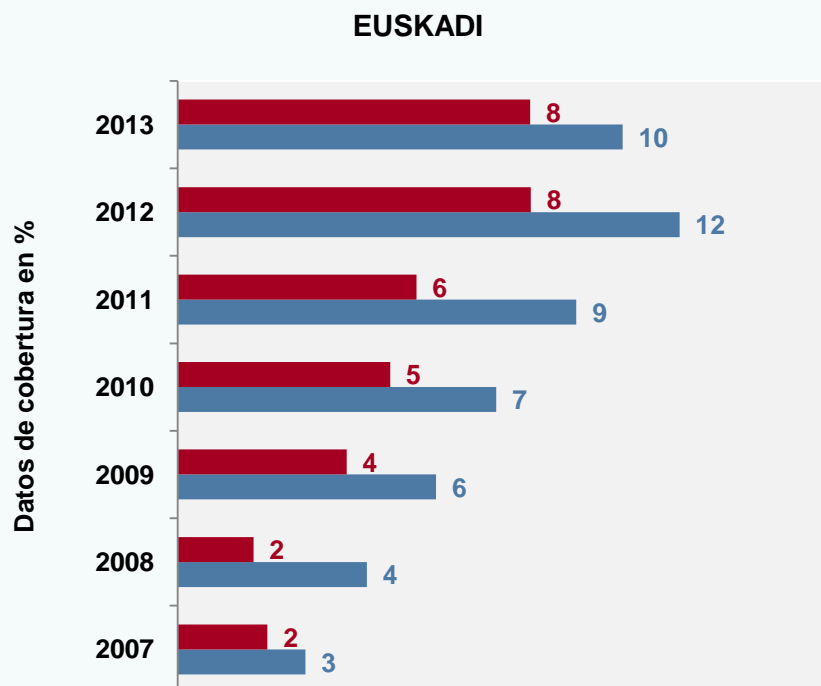
LECTORES EXCLUSIVOS DE EDICIONES ELECTRÓNICAS GRATUITAS



- Sube año tras año la lectura exclusiva de ediciones electrónicas gratuitas en ambas comunidades. En los dos últimos años se estabiliza esa lectura tras el crecimiento de 7 puntos en Euskadi y 8 en Navarra desde 2007 .

* Lectores exclusivos de ediciones electrónicas gratuitas se refiere a aquellos que solo leen ediciones electrónicas gratuitas y no lee ediciones a papel ni ediciones digitales de pago.

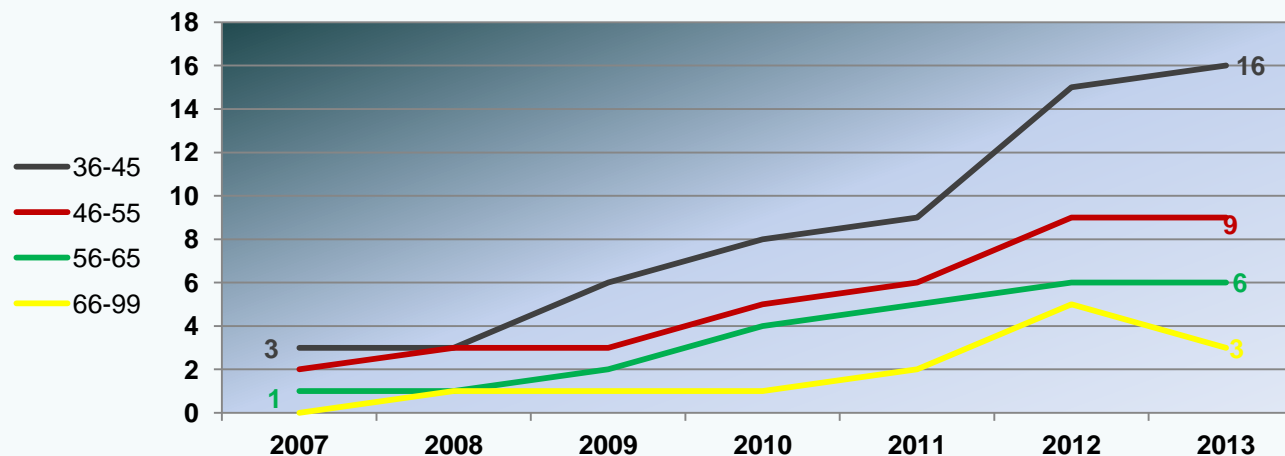
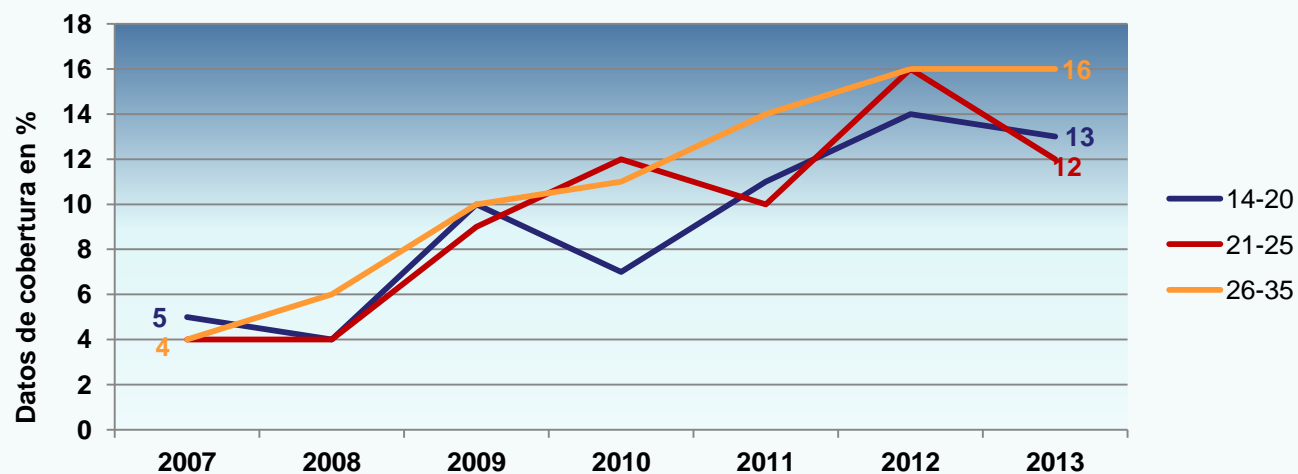
LECTORES EXCLUSIVOS DE EDICIONES ELECTRÓNICAS GRATUITAS.



■ MUJER ■ HOMBRE

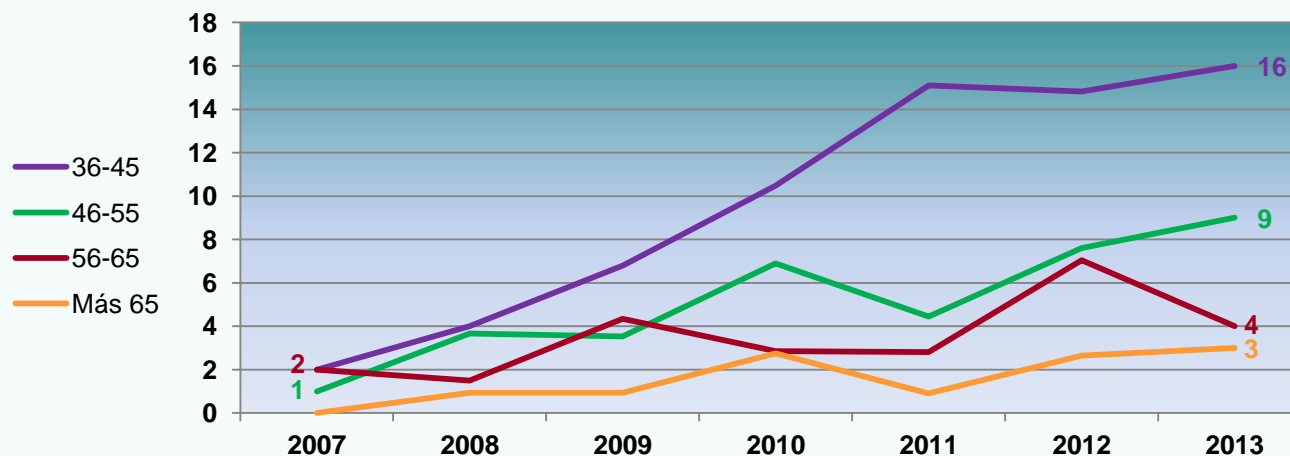
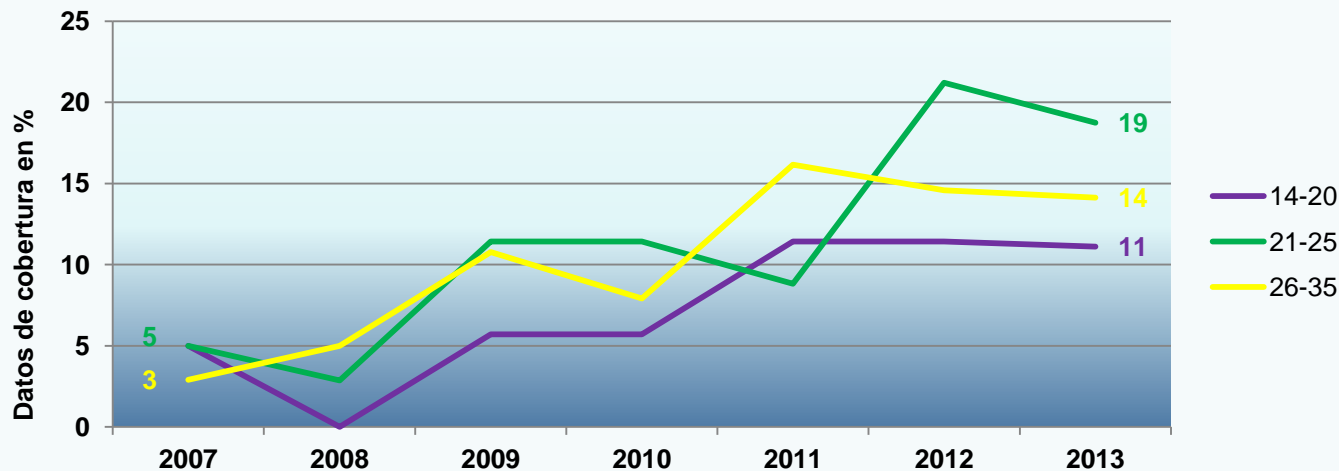
- Entre un 10-11% lee exclusivamente prensa gratuita en internet entre los hombres y un 8-9% de las mujeres.

LECTORES EXCLUSIVOS DE EDICIONES ELECTRÓNICAS GRATUITAS EN EUSKADI POR EDAD.



- Los de 26 a 45 años son los segmentos más activos en cuanto al incremento de lectura de este tipo de ediciones..
- Hay un estancamiento o reducción, según los tramos de edad, de este tipo de lectura exclusiva.

LECTORES EXCLUSIVOS DE EDICIONES ELECTRÓNICAS GRATUITAS EN NAVARRA POR EDAD.

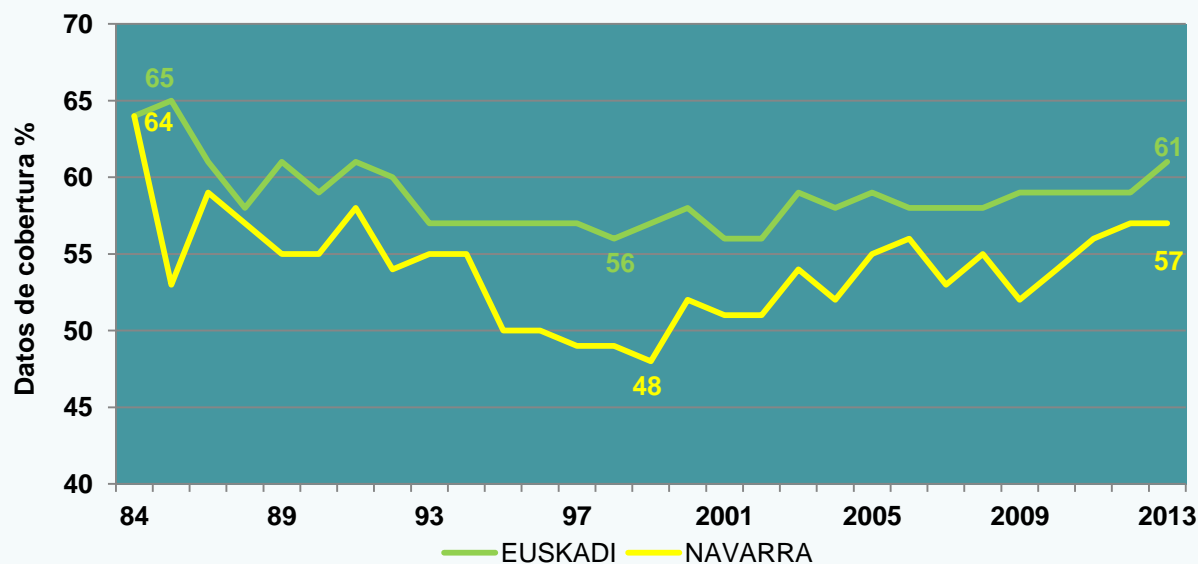


- En Navarra los de 36 a 45 años son el segmento de edad más activo en cuanto a la lectura exclusiva de ediciones electrónicas y a su vez el que más ha crecido en los últimos 7 años. También experimentan un crecimiento los de 46-55 años.
- Por el contrario desciende la lectura entre los de 56 y 65 años. En el resto de edades se mantiene.

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE RADIO EN EUSKADI Y NAVARRA ENTRE LOS AÑOS 1984 Y 2013

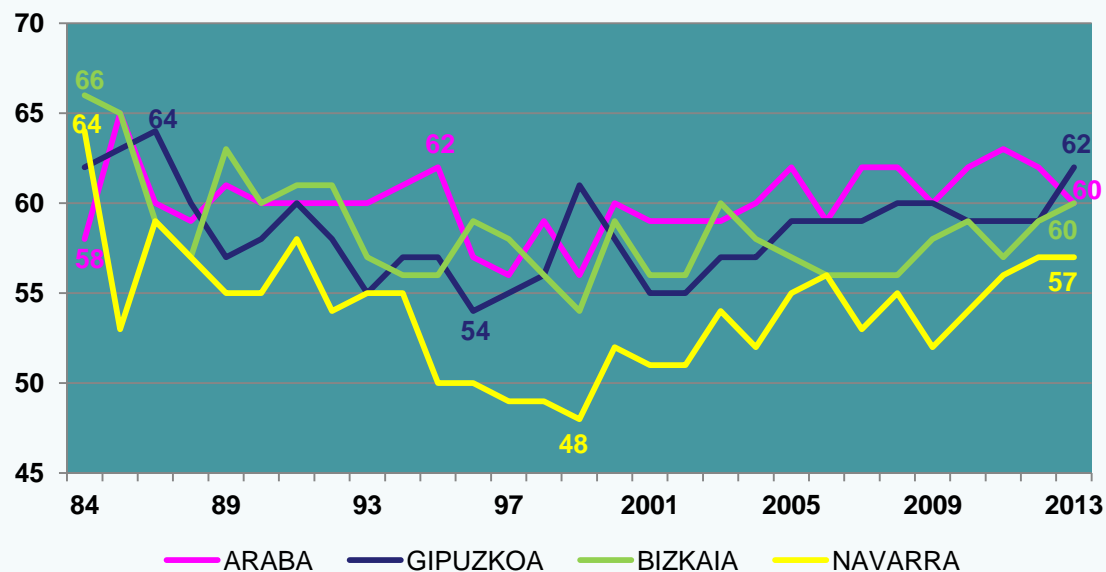
**VALORES PORCENTUALES DE LAS VARIABLES
COMUNIDAD, TERRITORIO, SEXO Y EDAD**

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE RADIO POR COMUNIDAD Y TERRITORIO.

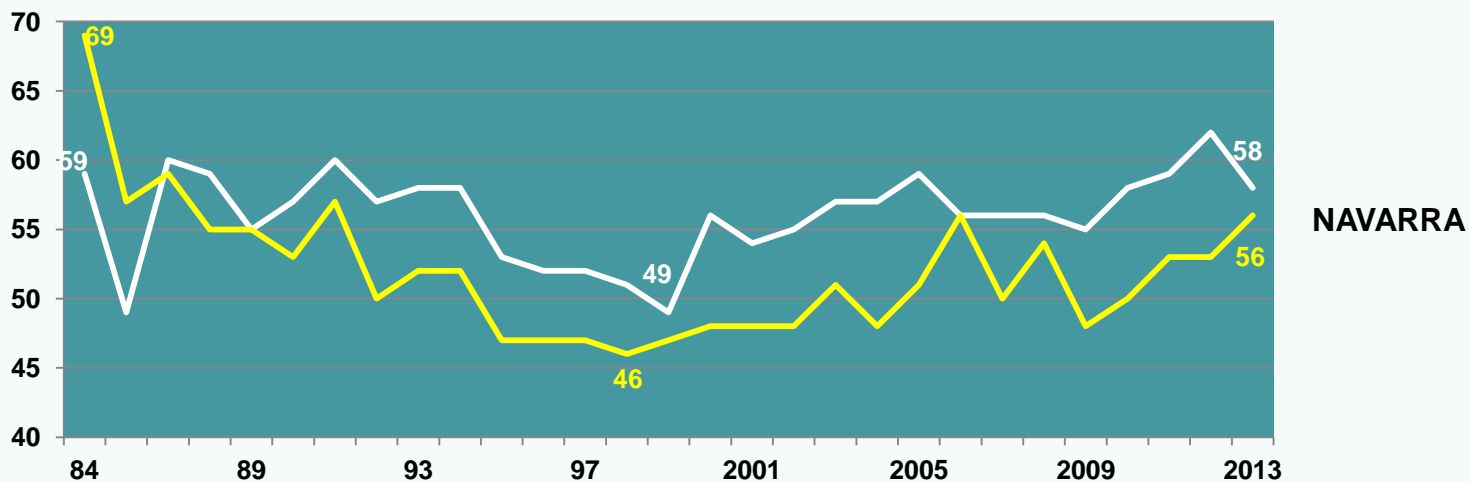
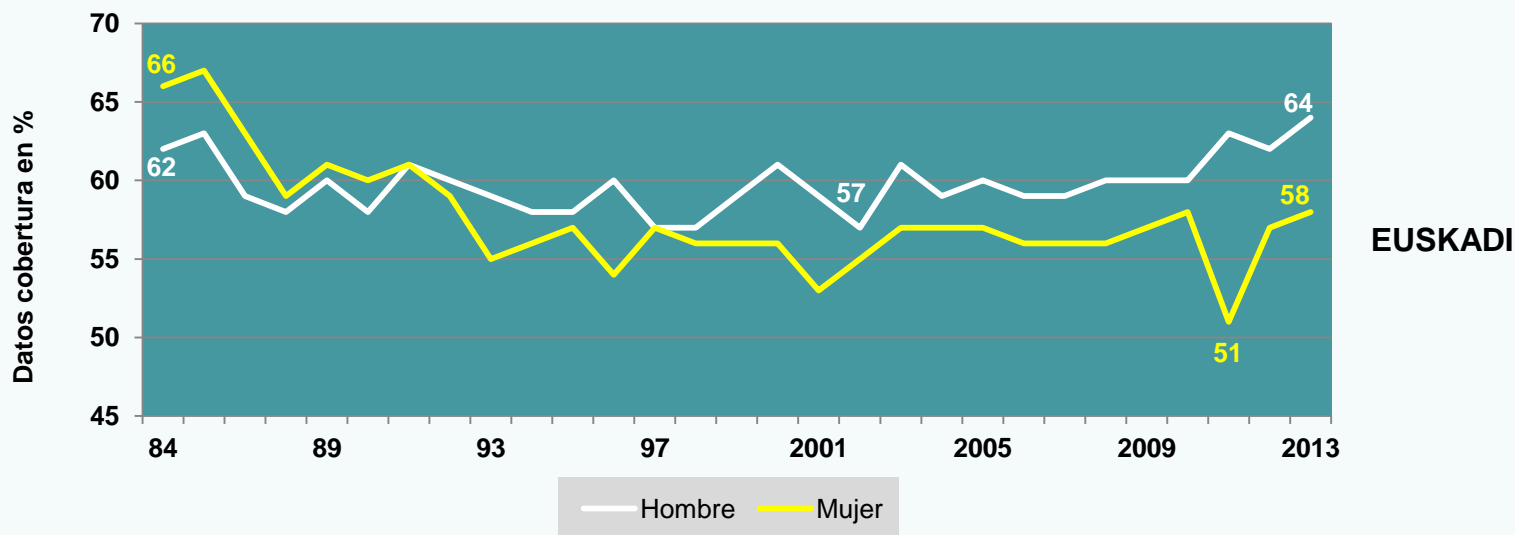


- Ligera recuperación de la audiencia después de un descenso progresivo que dura hasta 1999.
- En Navarra el descenso fue más acusado, 16 puntos.
- Navarra y Euskadi obtienen en 2013 valores similares al los de 1988-1989.

- La tendencia al alza desde 2008 es más significativa en Bizkaia y Navarra.
- En Gipuzkoa los resultados han sido similares entre 2010 y 2012.
- Álava tras un ligero ascenso entre 2010 y 2011 desciende.

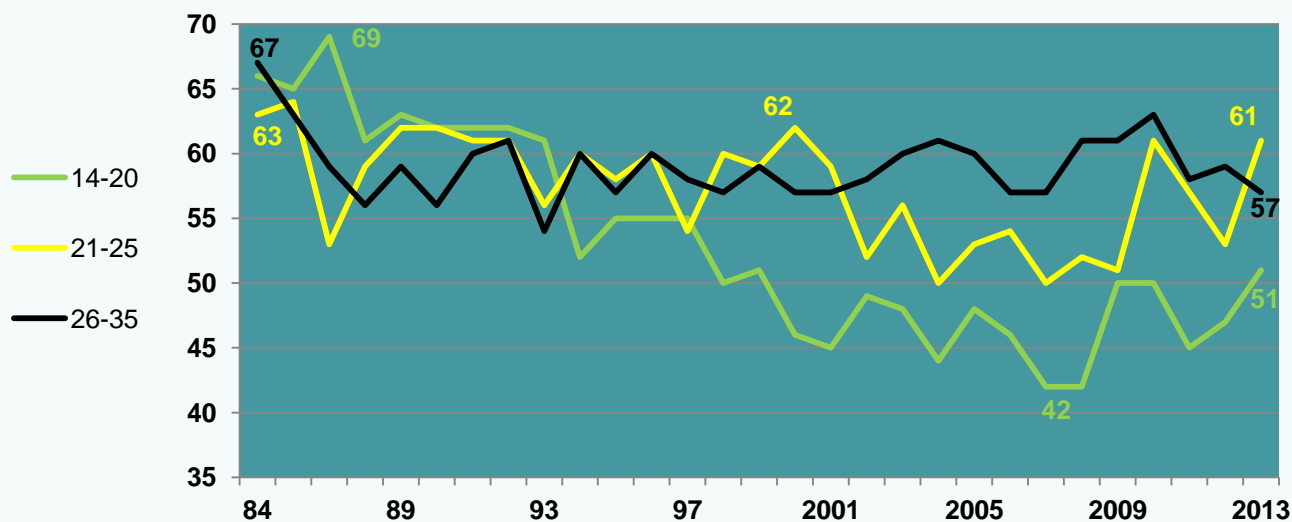


EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE RADIO POR SEXO.



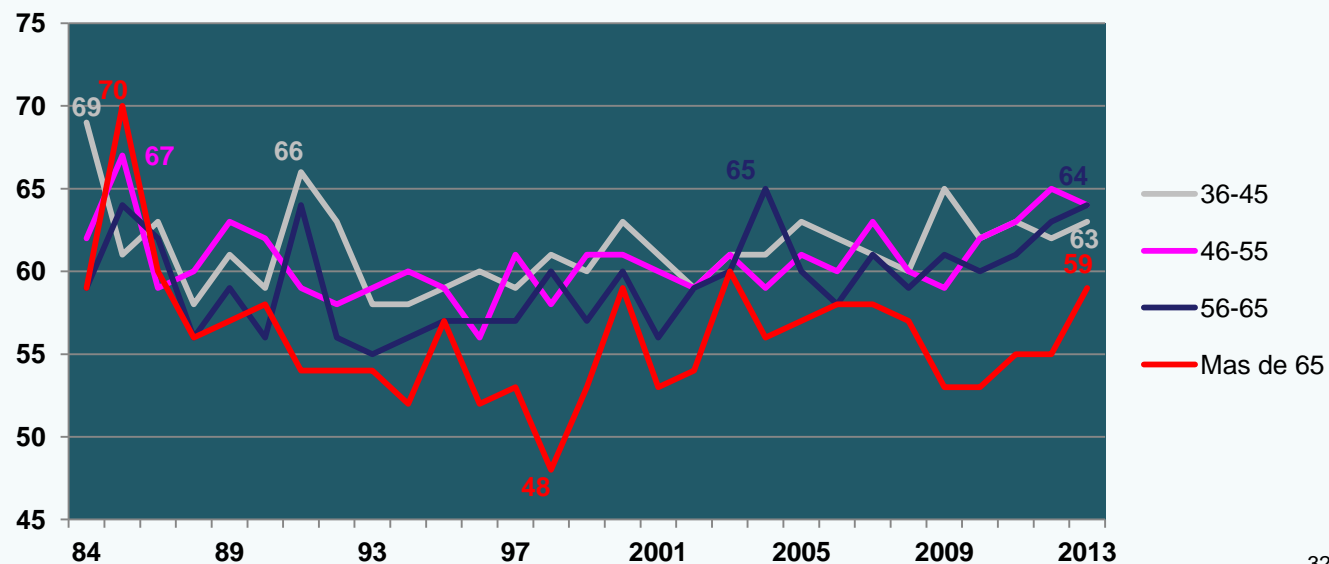
- Desciende en 2011 la audiencia femenina en Euskadi. A partir de este año se produce un repunte en ambos sexos.
- En Navarra desciende la audiencia masculina en la última medición tras 3 años de ascenso.
- Hasta los años 1998-2001, el porcentaje de mujeres oyentes cae 23 y 13 puntos en Navarra y Euskadi respectivamente.
- A partir de 1987 en Navarra y 1991 en Euskadi, los hombres mantendrán siempre índices de audiencia más altos que las mujeres.

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE RADIO EN EUSKADI POR EDAD.

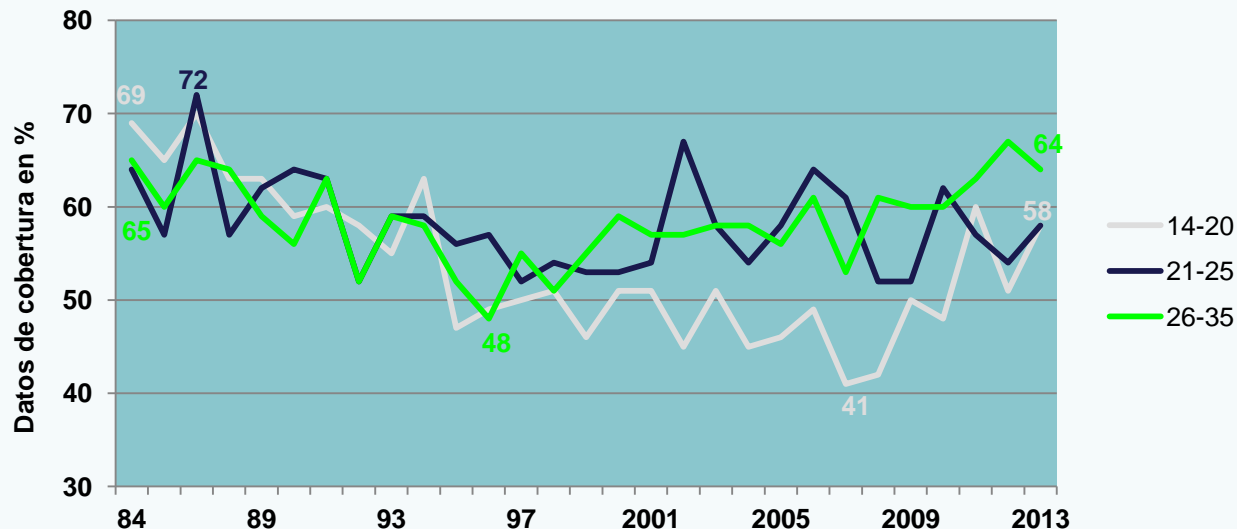


- Tras el descenso notable del consumo de radio en jóvenes de 14 a 20 años hasta 2008 se estabiliza durante 2 años para en 2012 ascender.
- Entre 2011 y 2012 desciende el consumo de radio por parte de jóvenes de 21-25 años.

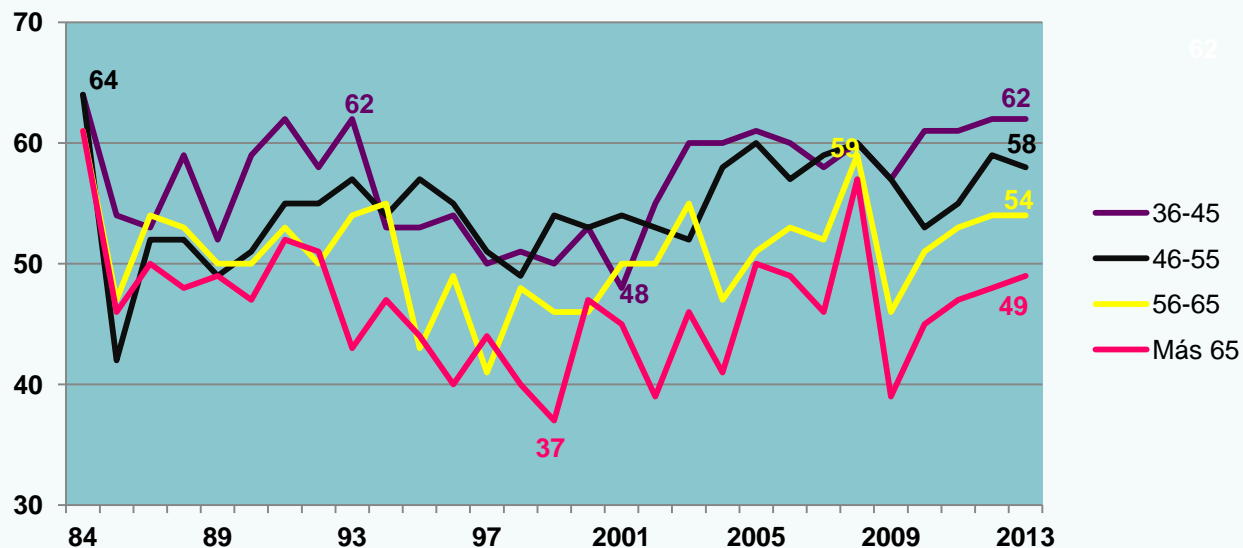
- Ascende el consumo entre los mayores de 65 años, en las últimas 3 mediciones, pese a ser el grupo de edad más irregular.
- El resto de las edades presentan un estabilidad relativa a partir de 1997.



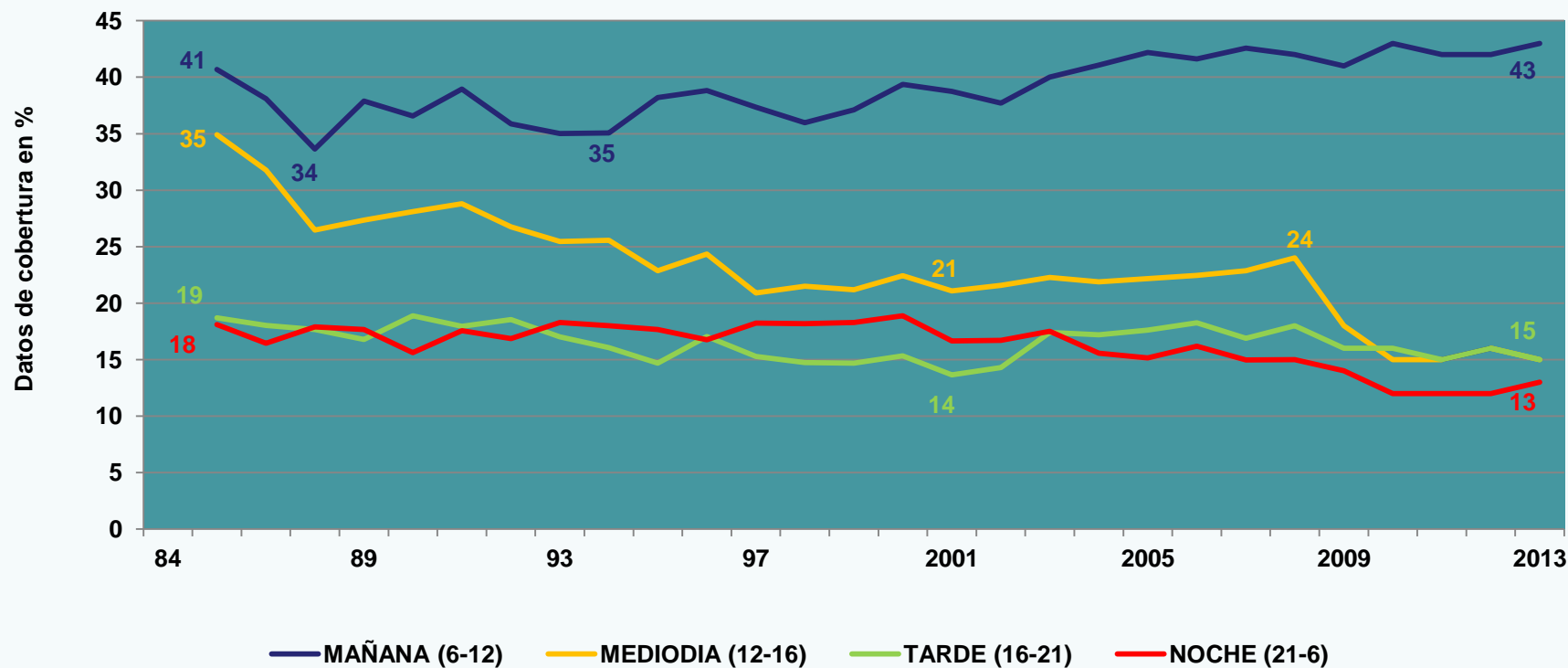
EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE RADIO EN NAVARRA POR EDAD.



- A partir del 2000 se incrementa la audiencia en todos los segmentos excepto en los menores de 20 años, destacando los de 46 a 55 con un 62%, porcentaje similar al de hace 25 años

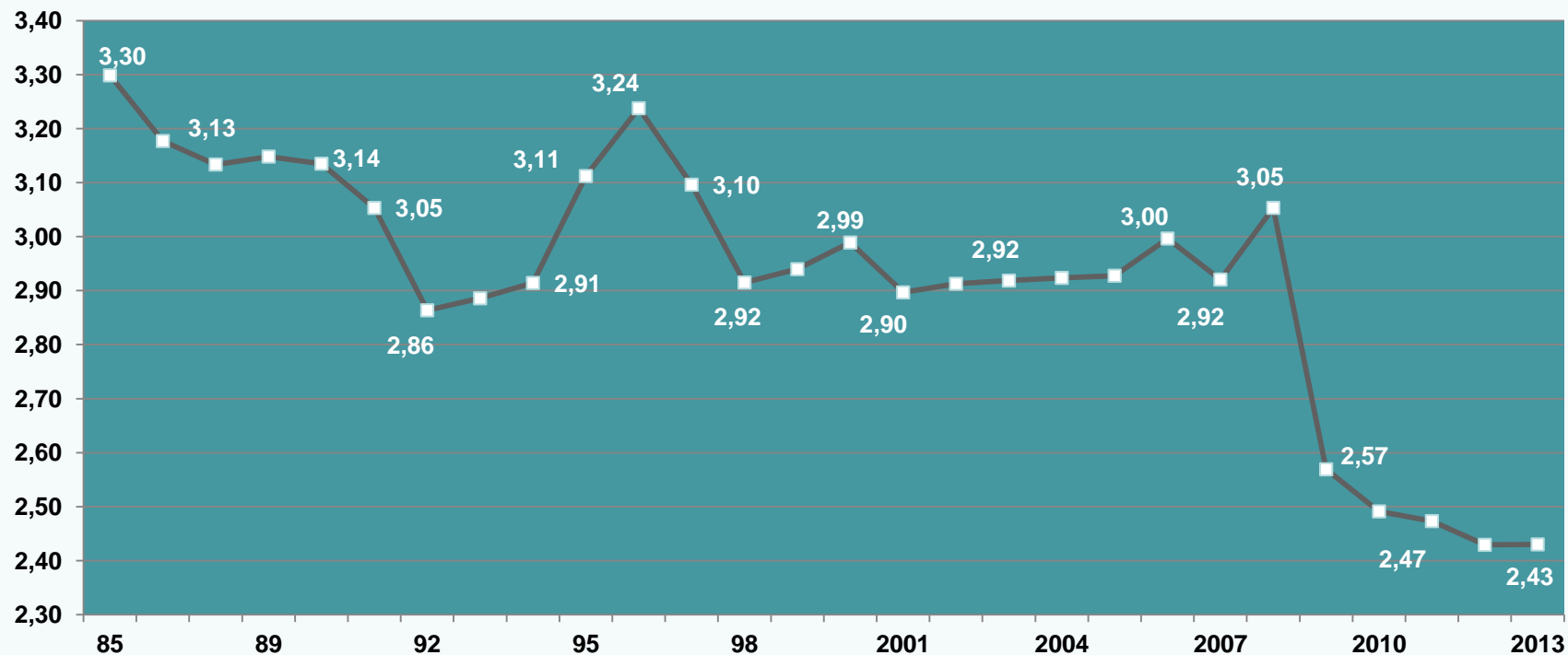


EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE RADIO EN EUSKADI POR TRAMOS HORARIOS.



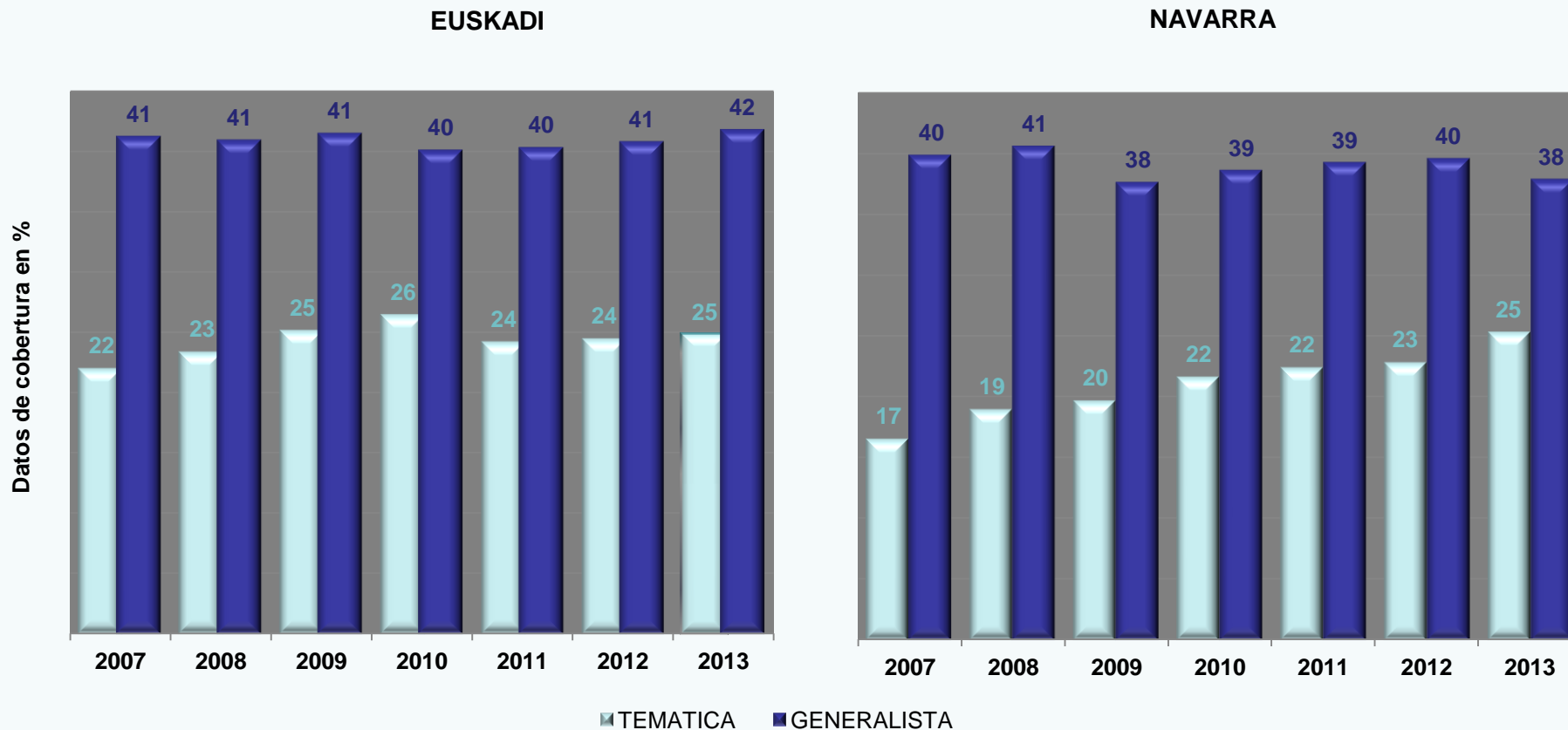
- La mañana presentan una tendencia ascendente.
- La audiencia del tramo de mediodía desciende de forma importante a partir de 2008.
- La franja de tarde y noche se encuentran estabilizadas en los últimos 5 años.

CONSUMO MEDIO DE HORAS DE RADIO EN EUSKADI.



- El consumo medio de horas de radio desciende progresivamente desde 1984 y actualmente pasa a ser el menor de todas las mediciones (2,43).
- Mientras en 2001-2008 se presentan medias de 3 horas, desde 2009 hasta 2013 son de 2 horas y 45 minutos.

LA RADIO GENERALISTA Y TEMÁTICA 2007 / 2008.



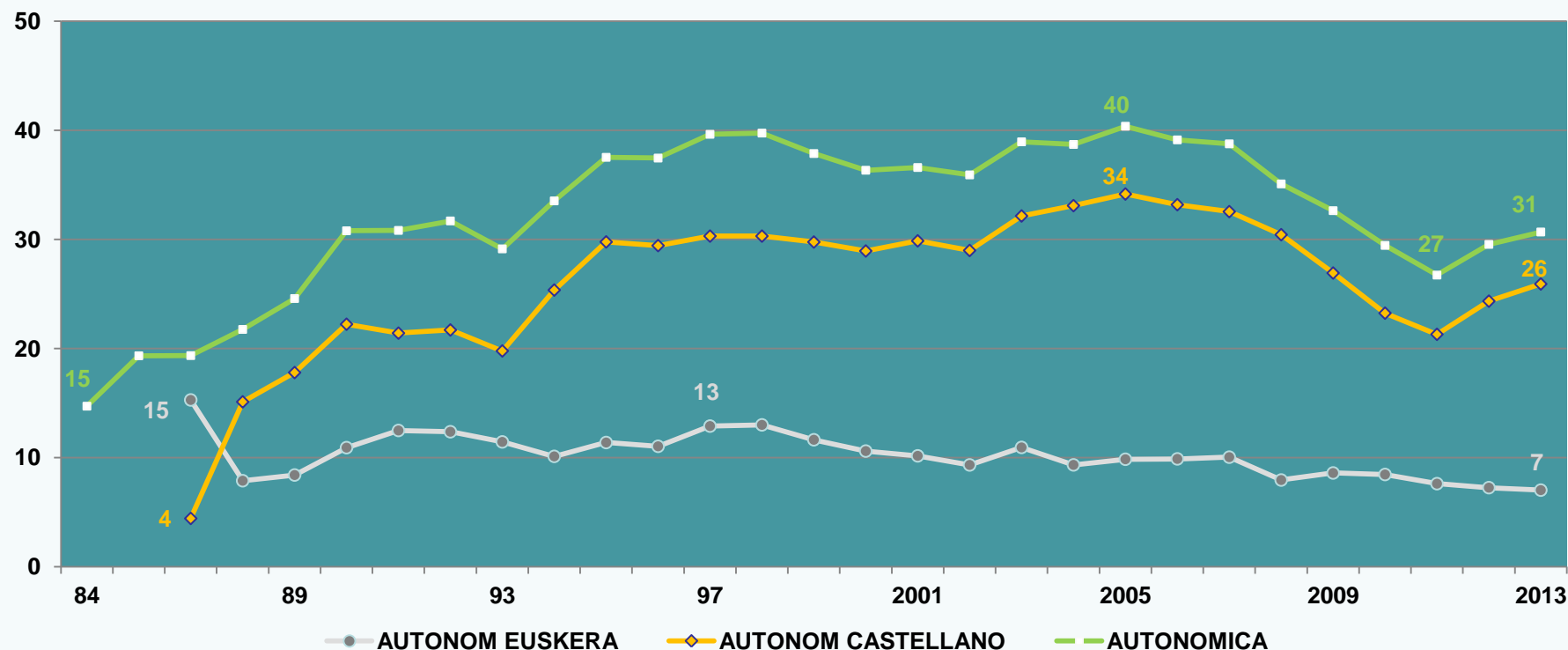
- El consumo de radio en Euskadi, según sea generalista o temática ha permanecido prácticamente invariable en estos 7 años.
- En Navarra se observa un ascenso del consumo de radio temática de 8 puntos desde 2007 hasta 2013.

* A partir de 2007 se mide la audiencia de radio de forma diferenciada (Temática) (Generalista)

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE TELEVISIÓN EN EUSKADI Y NAVARRA ENTRE LOS AÑOS 1984 Y 2013

**VALORES PORCENTUALES DE LAS VARIABLES
COMUNIDAD, TERRITORIO, SEXO Y EDAD**

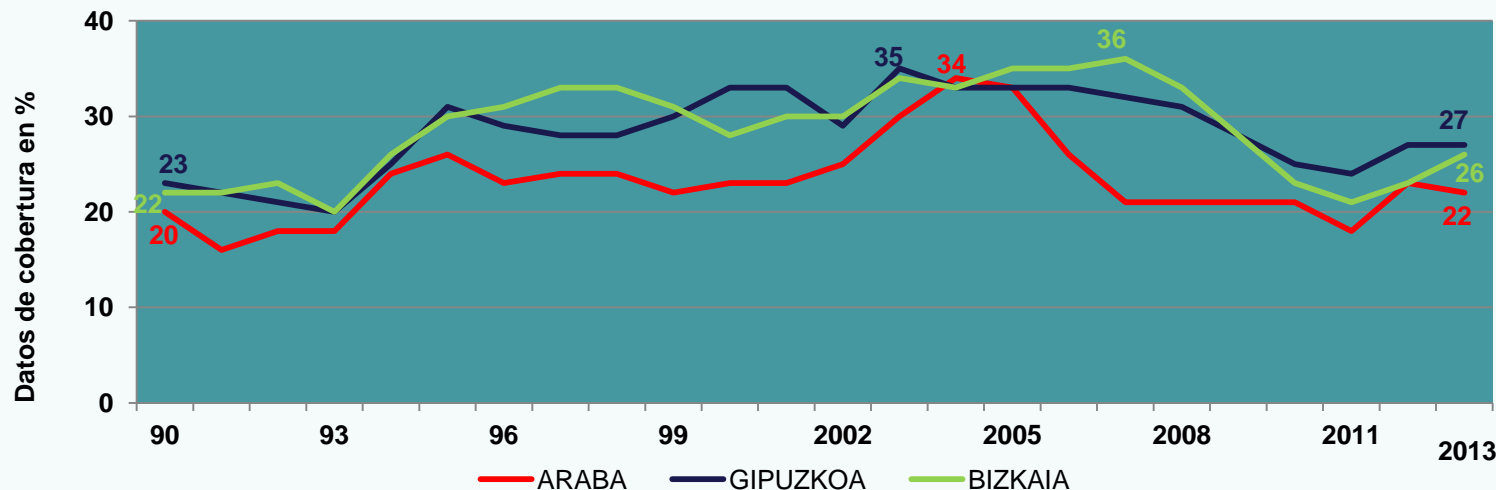
EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE LA TELEVISIÓN AUTONÓMICA EN EUSKADI.



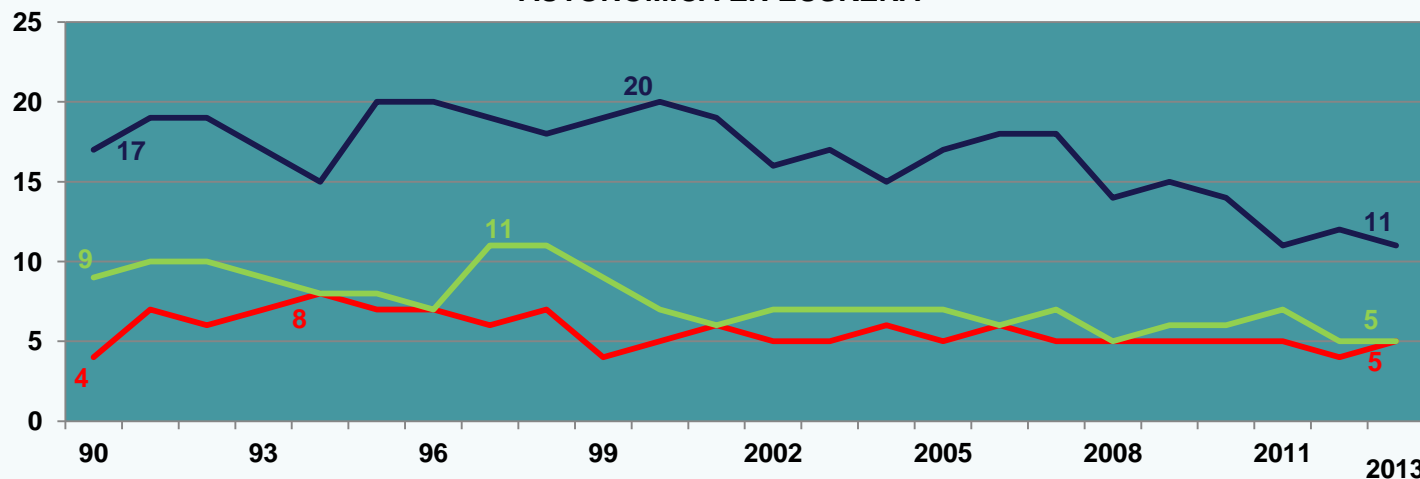
- En 1984 nace la televisión autonómica con un único canal bilingüe y un porcentaje de telespectadores del 15%. En 1987 la cadena se disgrega en 2 canales, castellano y euskera.
- El canal castellano incrementa progresivamente su audiencia hasta 2005 con un 34% de telespectadores. Hasta el año 2010 muestra una tendencia al descenso con indicadores similares a los del año 93 para a continuación subir de nuevo su audiencia y situarse en un 26% de telespectadores.
- La audiencia del canal en euskera se incrementa hasta 1998 con un 13%, actualmente es del 7% y la tendencia actual refleja indicadores ligeramente inferiores.

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE LA TELEVISIÓN AUTONÓMICA POR TERRITORIO.

AUTONÓMICA EN CASTELLANO

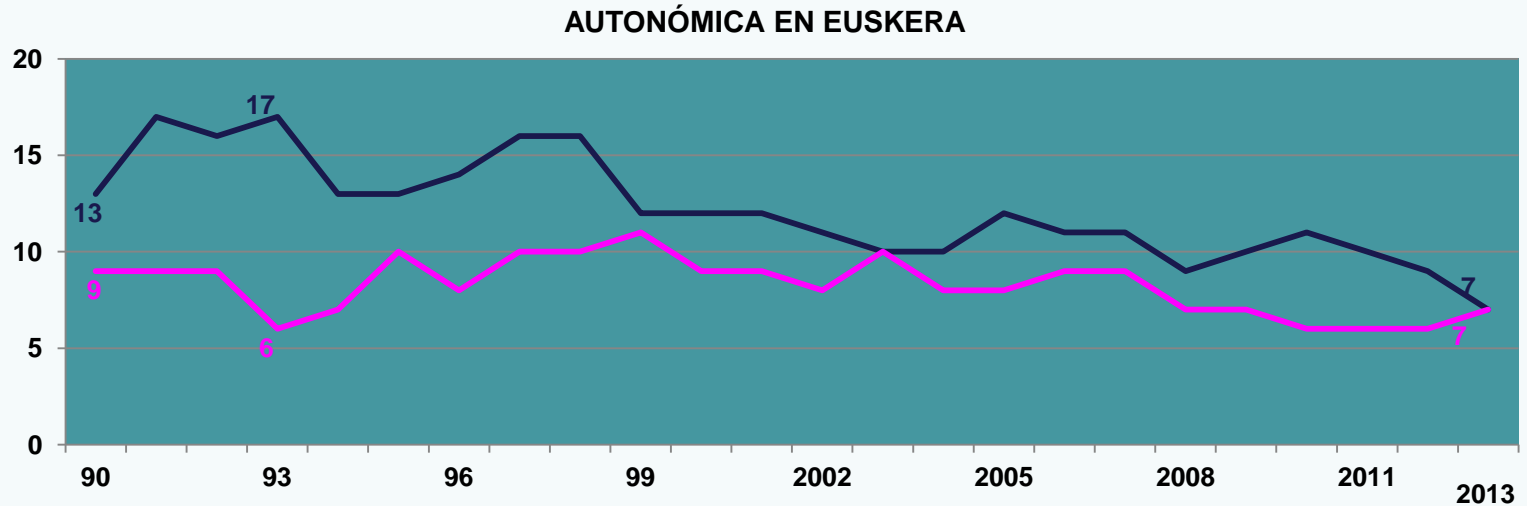
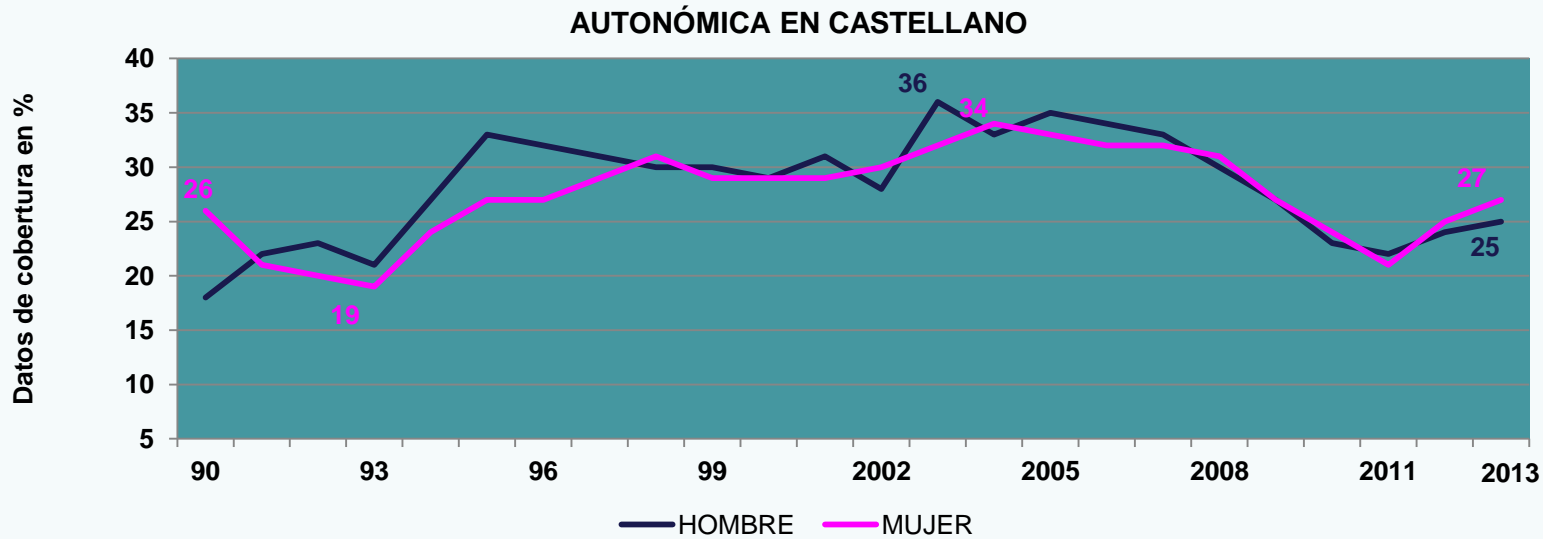


AUTONÓMICA EN EUSKERA



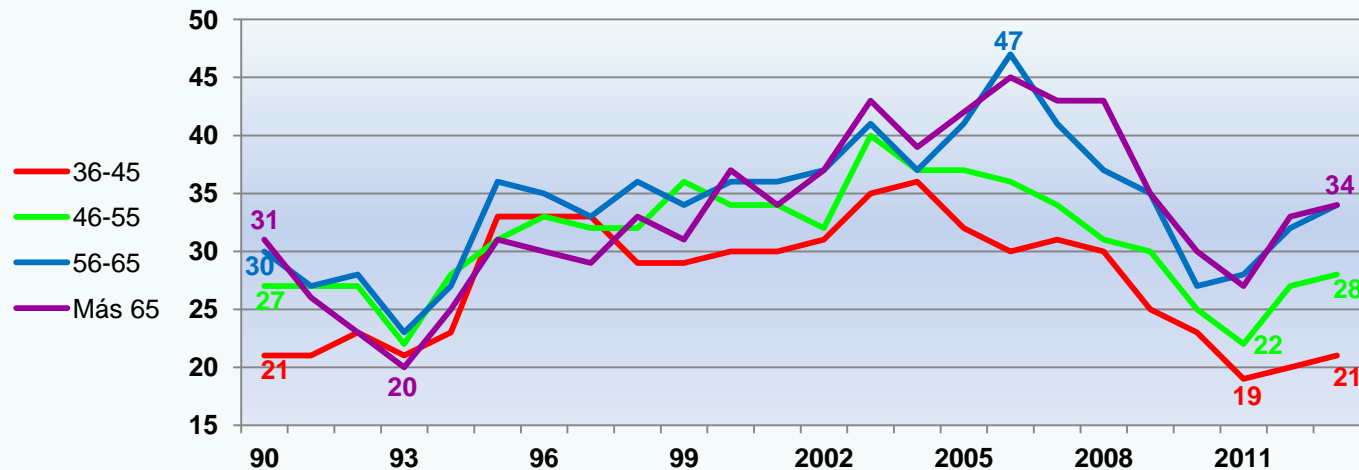
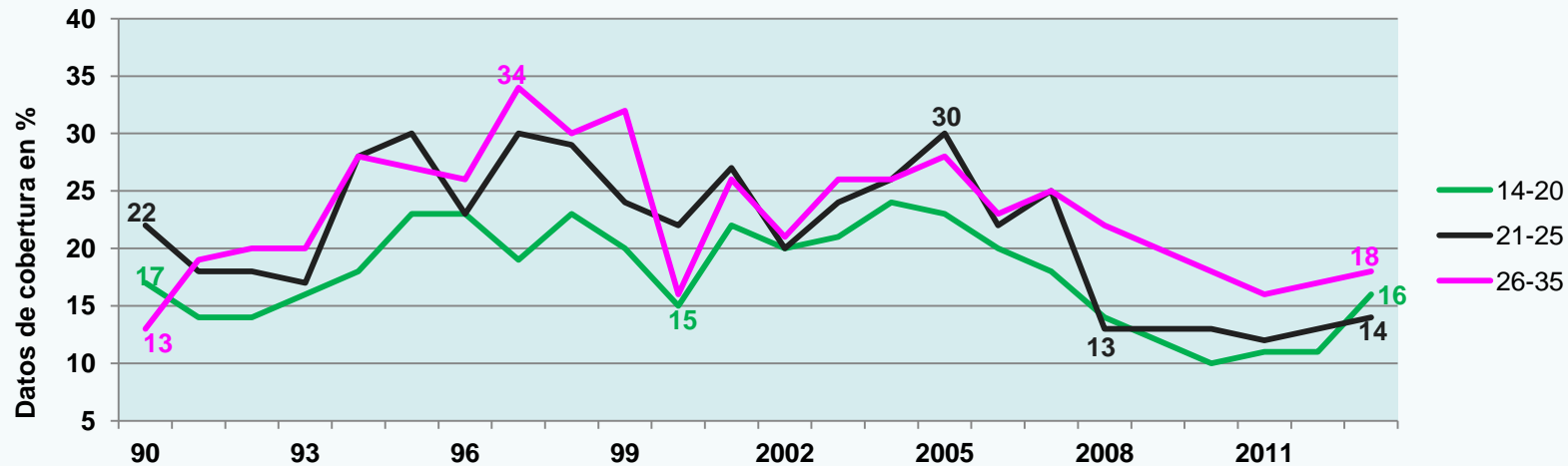
- Destaca el descenso de audiencia de la televisión autonómica en castellano en Álava y Gipuzkoa en los años 2006-2009 seguido por un pequeño ascenso a partir de este último .
- También es de reseñar el descenso de la autonómica en euskera en Gipuzkoa del 2006 a la actualidad mientras que en Álava y Bizkaia se mantienen.

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE LA TELEVISIÓN AUTONÓMICA POR SEXO.



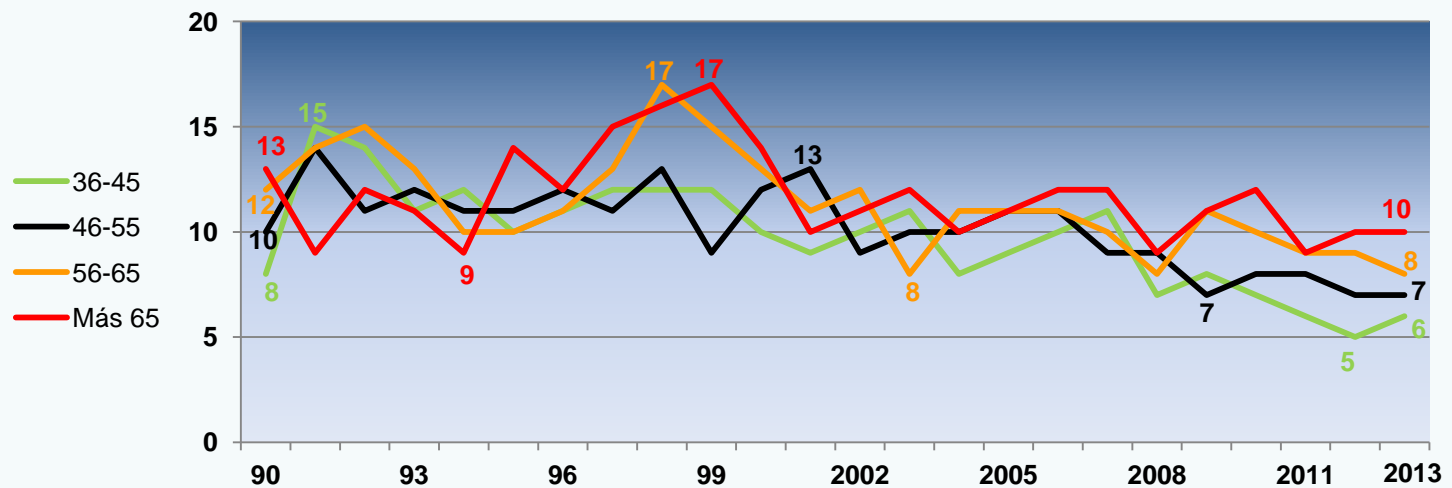
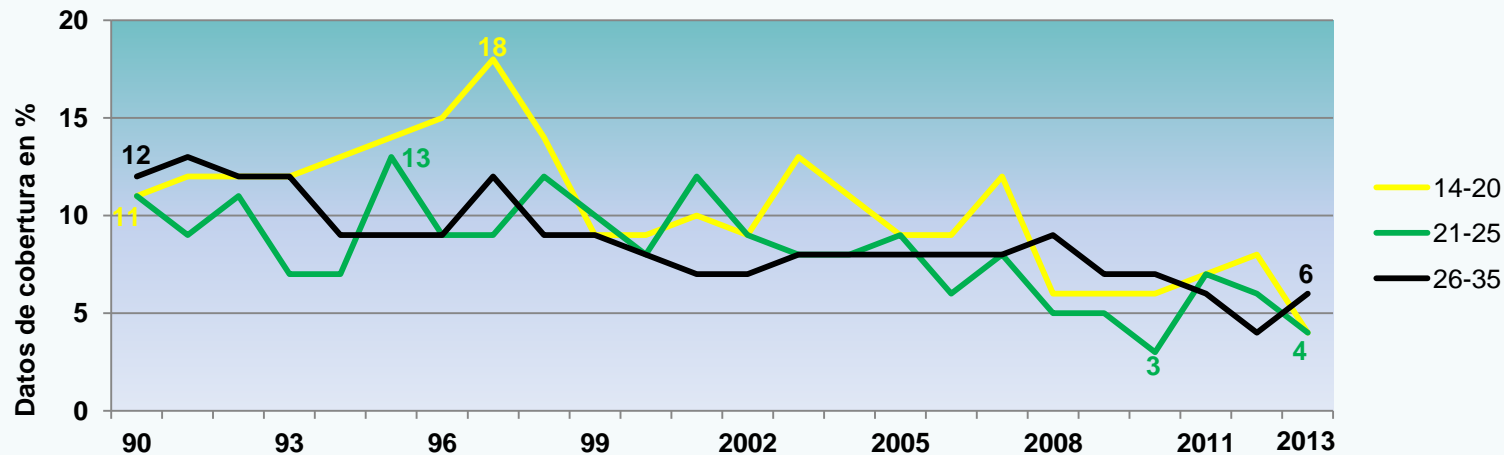
- La audiencia de televisión autonómica en Castellano es muy similar en ambos sexos. Mientras que entre las mujeres la audiencia de televisión en euskera ha evolucionado de forma homogénea, entre los hombre se da un fuerte descenso desde los años 90, unido a las retransmisiones de fútbol

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE LA TELEVISIÓN AUTONÓMICA EN CASTELLANO POR EDAD.



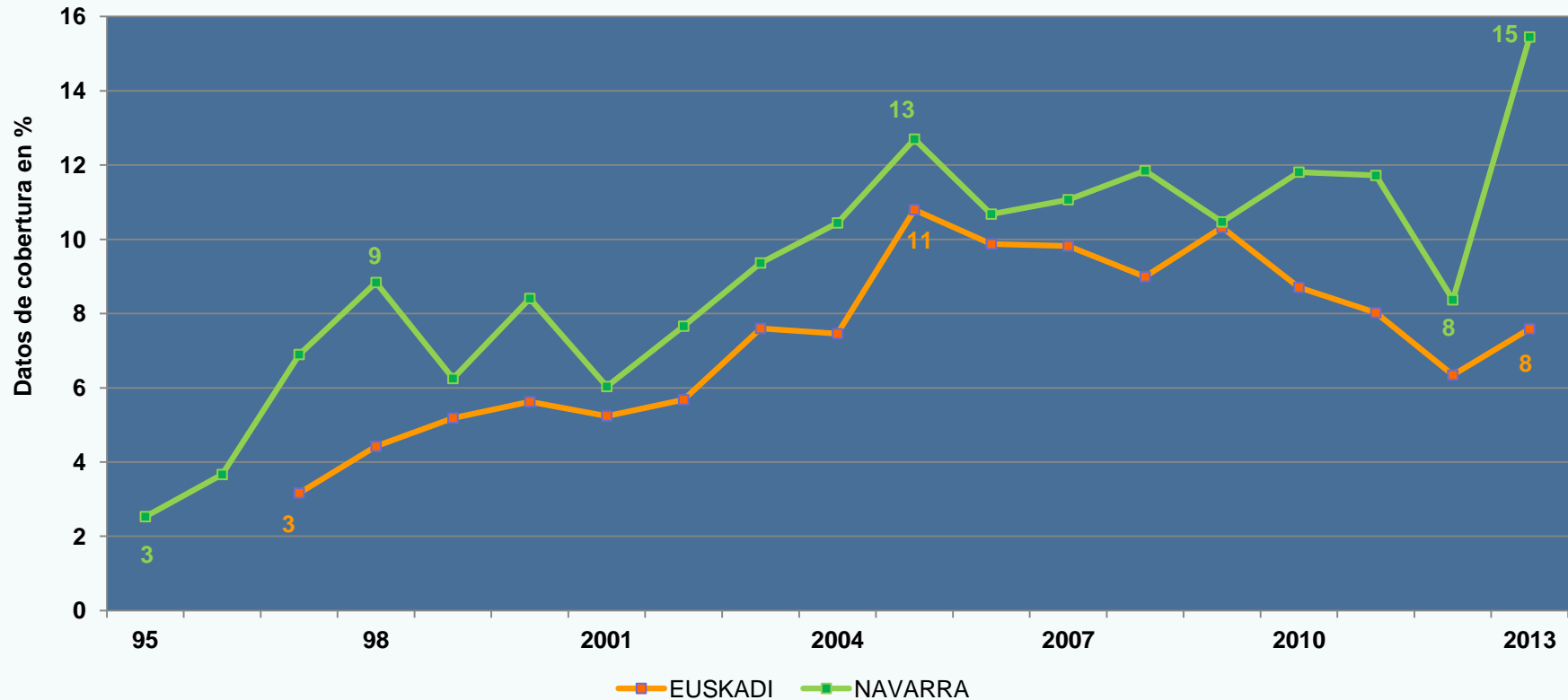
- Acusado descenso en el consumo de televisión autonómica en castellano , a partir de 2004, por parte de los más jóvenes y de los mayores de 36 años, aunque en la actualidad se da un repunte de audiencias.
- Actualmente son los de 56 años en adelante que son los que más consumen este tipo de medio.

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE LA TELEVISIÓN AUTONÓMICA EN EUSKERA POR EDAD.



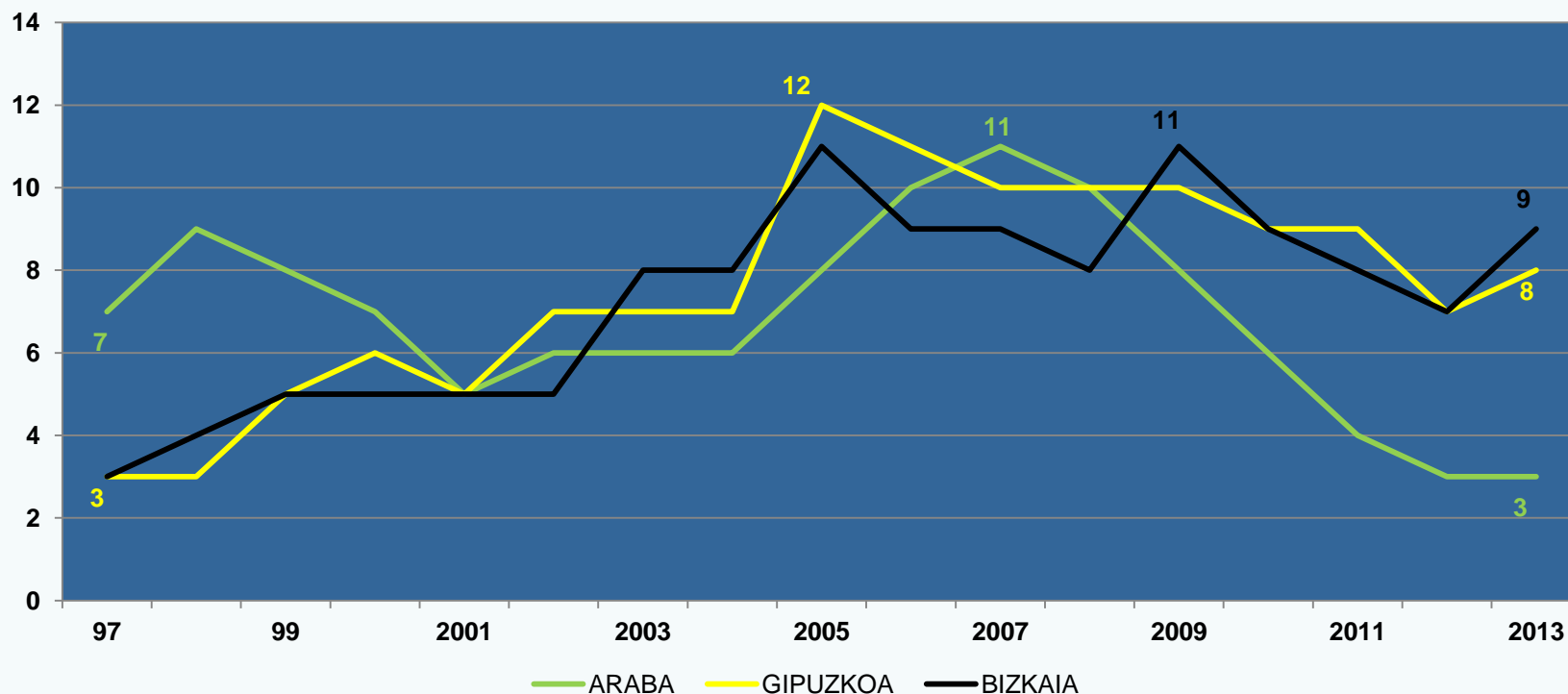
- Desde el comienzo de las mediciones se aprecia un descenso en el consumo de televisión autonómica en Euskera.
- Los mayores de 65 años son los que en mayor proporción consumen este tipo de medio a diferencia de los más jóvenes (14-20 años) que son los que menos. En todas las mediciones a mayor edad, mayor consumo de televisión en euskera.

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE LA TELEVISIÓN LOCAL.



- En 1995 en Navarra y 1997 en Euskadi se comienza a medir la audiencia de televisiones de ámbito local.
- Hasta 2005 se incrementa con un 13% y 11% respectivamente. Posteriormente en Navarra se aprecia una importante bajada en 2012 y en Euskadi también se da un descenso pero no tan acusado. Este dato coincide con la desaparición de varios canales locales.
- En la actualidad la audiencia de televisión local en Navarra alcanza la cuota más alta de todos los años de medición , con un 15%. Y en Euskadi se atisba un ligero ascenso de la audiencia.

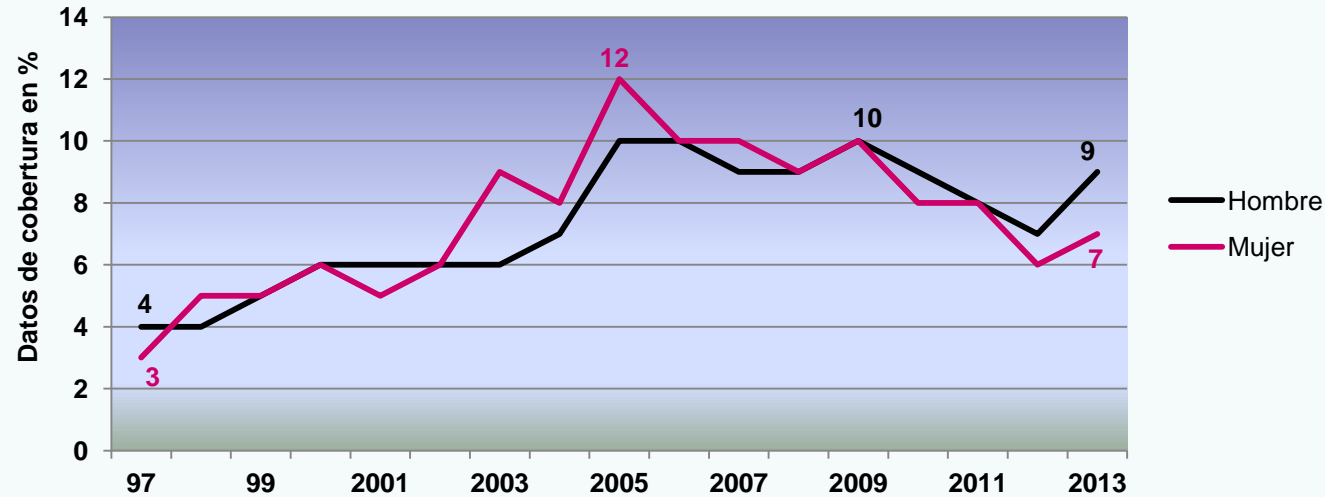
EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE LA TELEVISIÓN LOCAL EN EUSKADI POR TERRITORIO.



- Desde el año 2007 la televisión local en Álava inicia un descenso acusado que dura hasta la actualidad. Es en este territorio donde más descendiendo el consumo de televisión local en los últimos cinco años.
- Bizkaia es el territorio donde más consumo de televisión local se produce.
- Es entre los años 2005-2009 donde se dan las cuotas más altas de televisión local ya que posteriormente descende hasta la última medición donde se observa un tímido ascenso en Álava y Gipuzkoa.

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE LA TELEVISIÓN LOCAL POR SEXO.

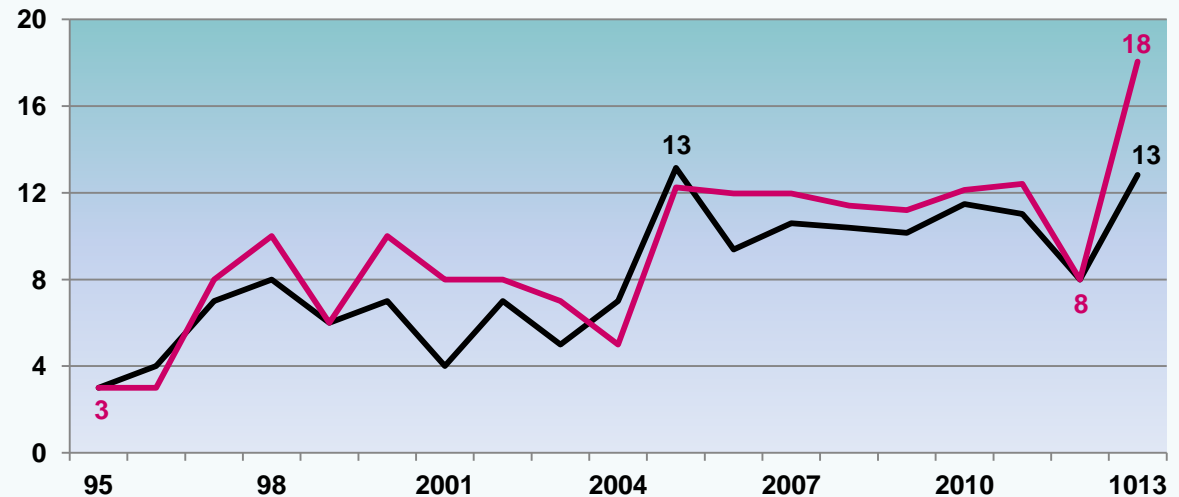
EUSKADI



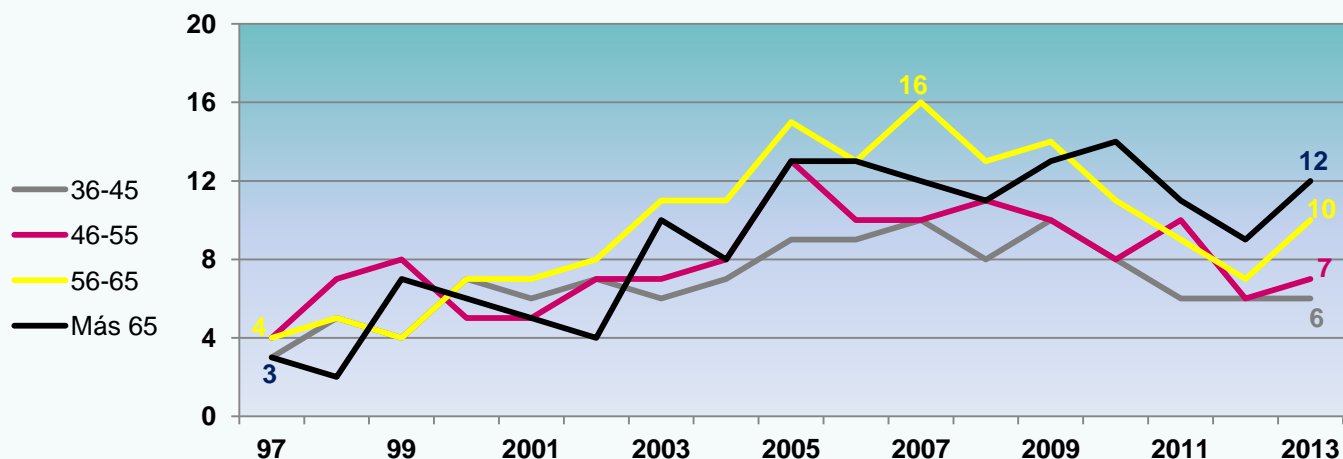
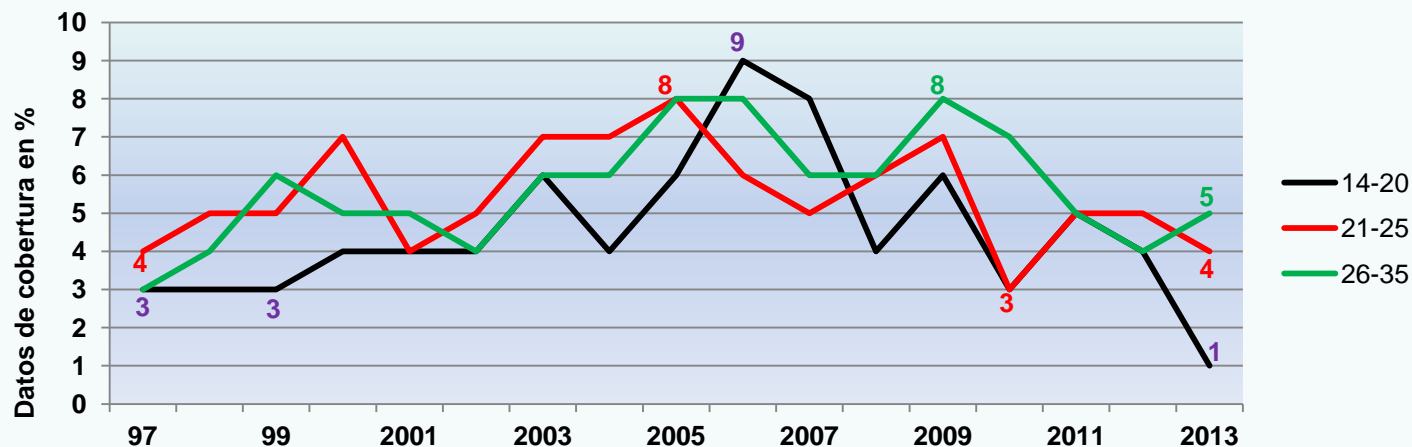
- En lo que al consumo de televisión local se refiere, los hombres adelantan en 2 puntos porcentuales más a las mujeres pero la evolución ha sido muy similar desde 1997, inicio de las televisiones locales.

- Tras el importante descenso de la audiencia de ambos sexos en 2011-2012, se produce un repunte de la misma, sobre todo entre las mujeres que alcanza una cuota del 18%.
- La audiencia actual está 10 puntos por encima, entre hombres y 15 puntos más, entre mujeres que en el inicio de la medición.

NAVARRA

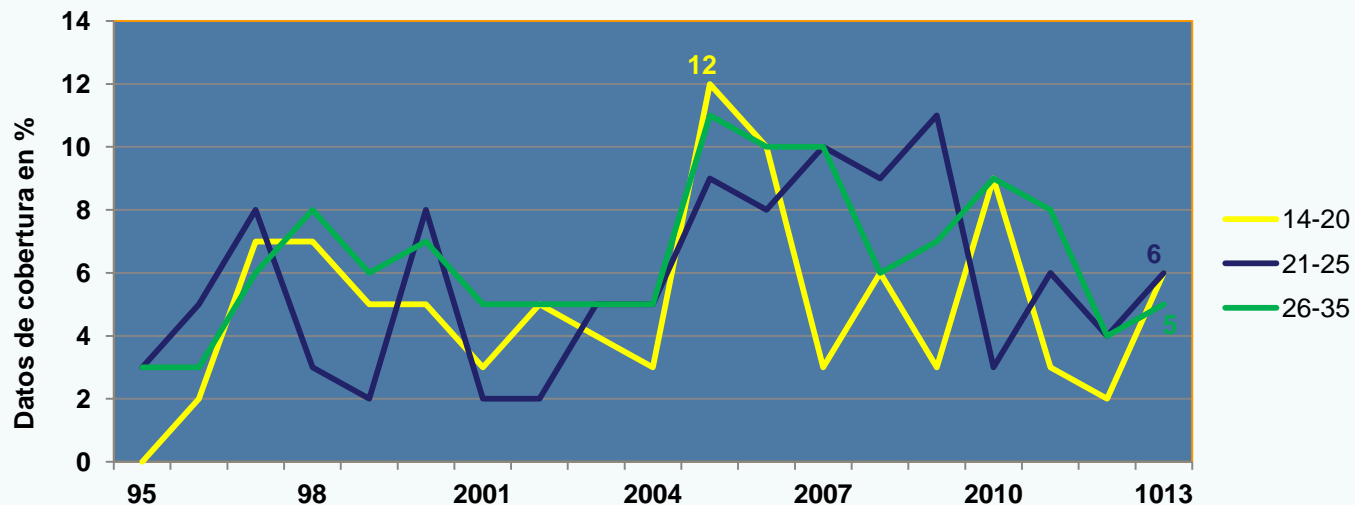


EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE LA TELEVISIÓN LOCAL EN EUSKADI POR EDAD.



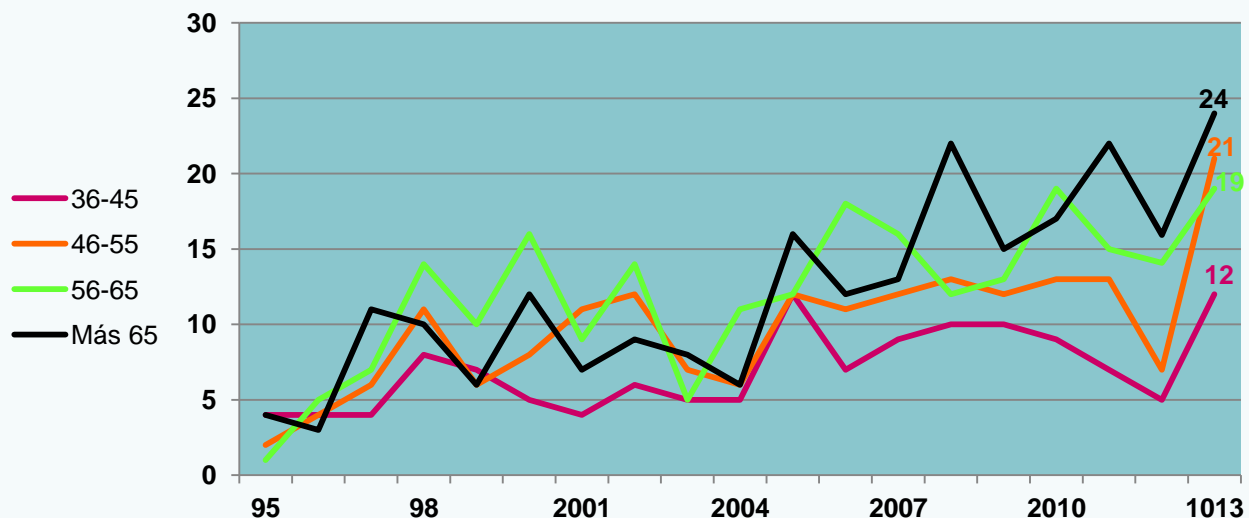
- A pesar de comenzar con índices parecidos en todas las edades, en el año 97, la audiencia entre los menores de 35 años desciende (1% en los de 14-20 años) o se muestra igual que al inicio de las mediciones.
- Entre los mayores de 65 años se alcanza el 12% de consumo.

EVOLUCIÓN DE LA AUDIENCIA DE LA TELEVISIÓN LOCAL EN NAVARRA POR EDAD.



- Tras el descenso de la audiencia, entre los más jóvenes, entre los años 2010 y 2012 se da un ascenso que deja unos niveles de consumo de este medio muy similares.

- En el último año se produce, al igual que entre los más jóvenes, un ascenso de la audiencia de televisión local entre los mayores de 36 años.
- Este ascenso da los resultados más óptimos de todas las mediciones.
- La mayoría de los telespectadores de este medio tienen 46 años y más.

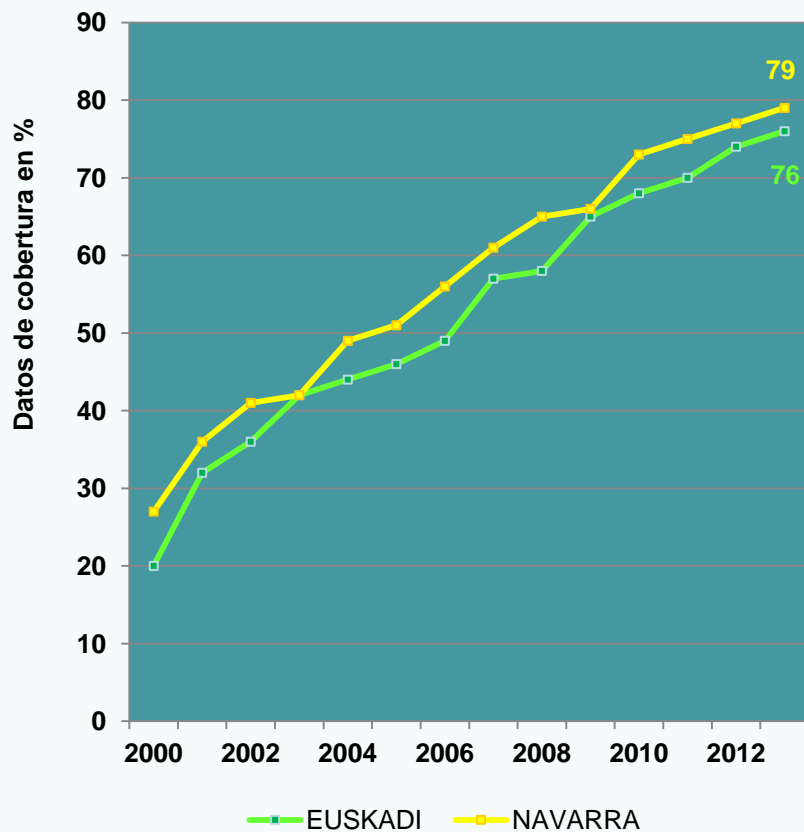


INTERNET Y SU EVOLUCIÓN EN EUSKADI Y NAVARRA ENTRE LOS AÑOS 2000 Y 2013

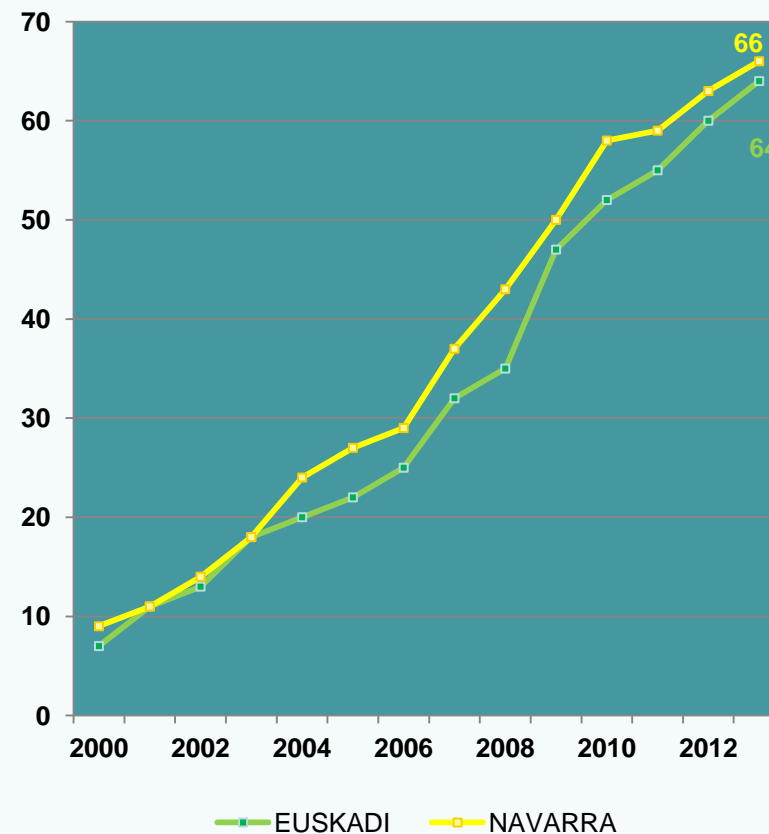
VALORES PORCENTUALES DE LAS VARIABLES COMUNIDAD,
TERRITORIO, SEXO Y EDAD

ACCESO A INTERNET POR COMUNIDAD.

ACCESO A INTERNET

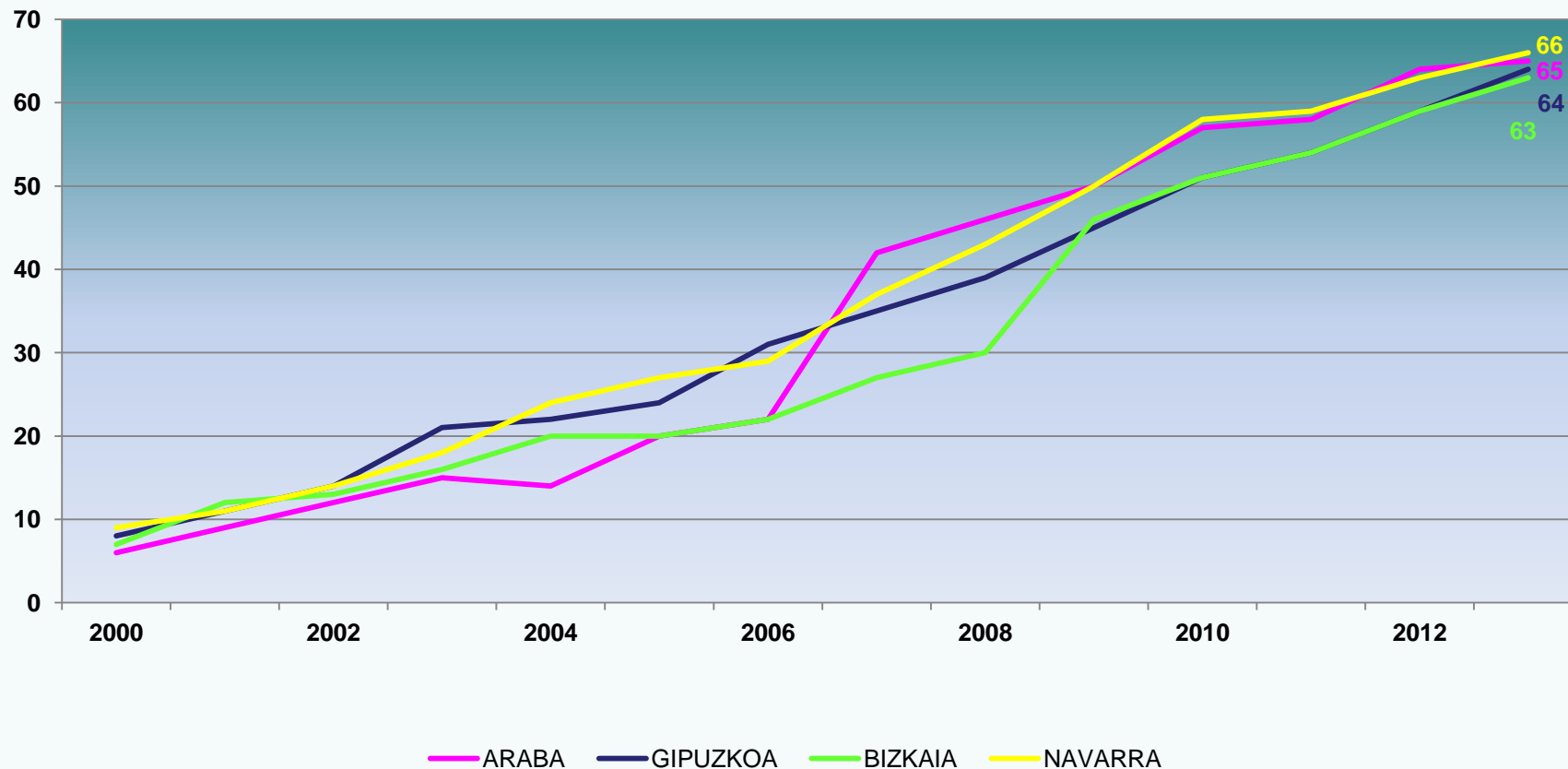


MEDIA DIARIA



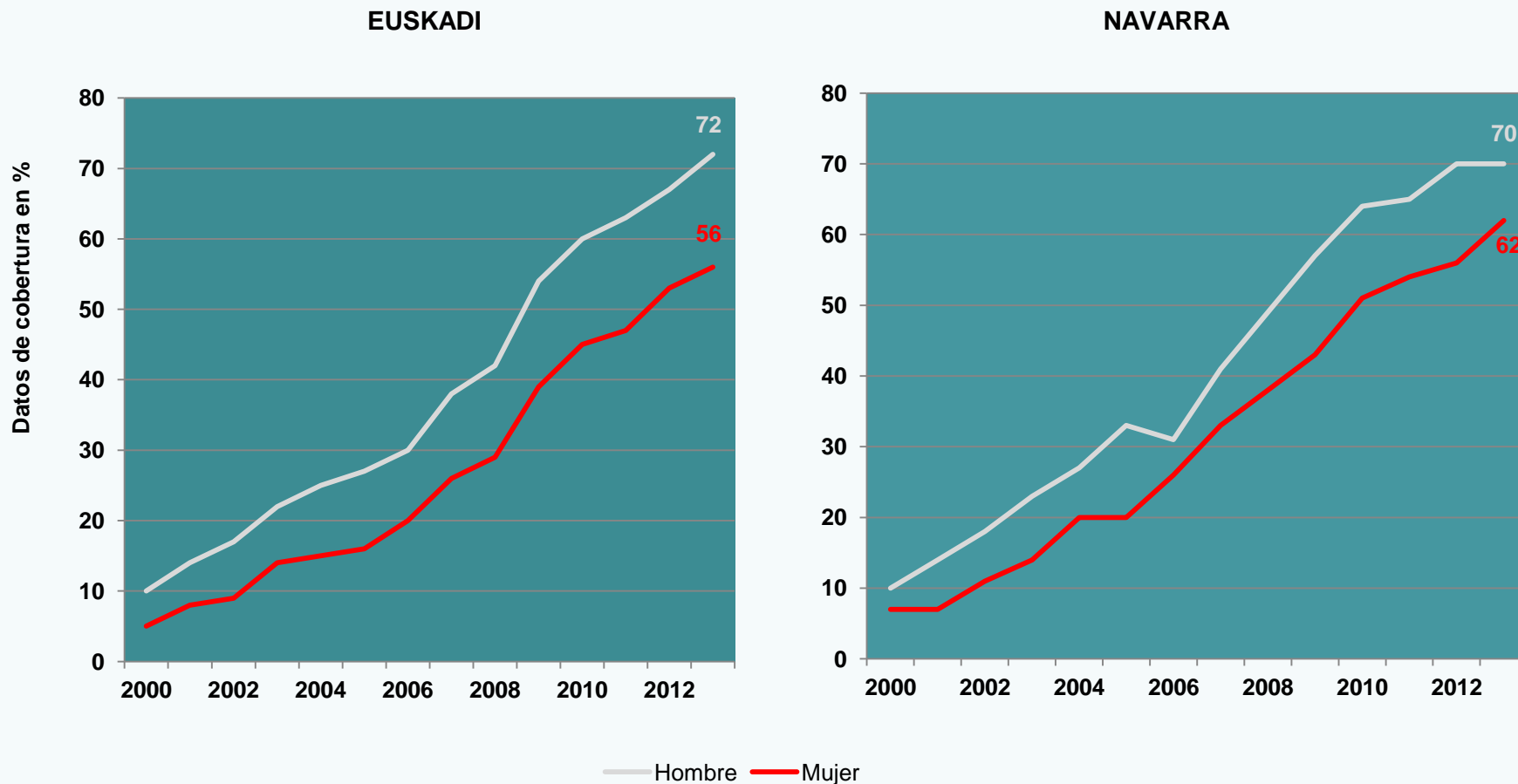
- Importante incremento desde el años 2.000, año en el que se empieza a medir el acceso a Internet, pasando del 20% al 76% en Euskadi y del 27% al 79% en Navarra.
- Respecto al acceso diario, aumenta de forma considerable el consumo diario de internet, llegando al 66% en Navarra y al 64% en Euskadi.

MEDIA DIARIA DE ACCESO A INTERNET POR COMUNIDAD Y TERRITORIO.



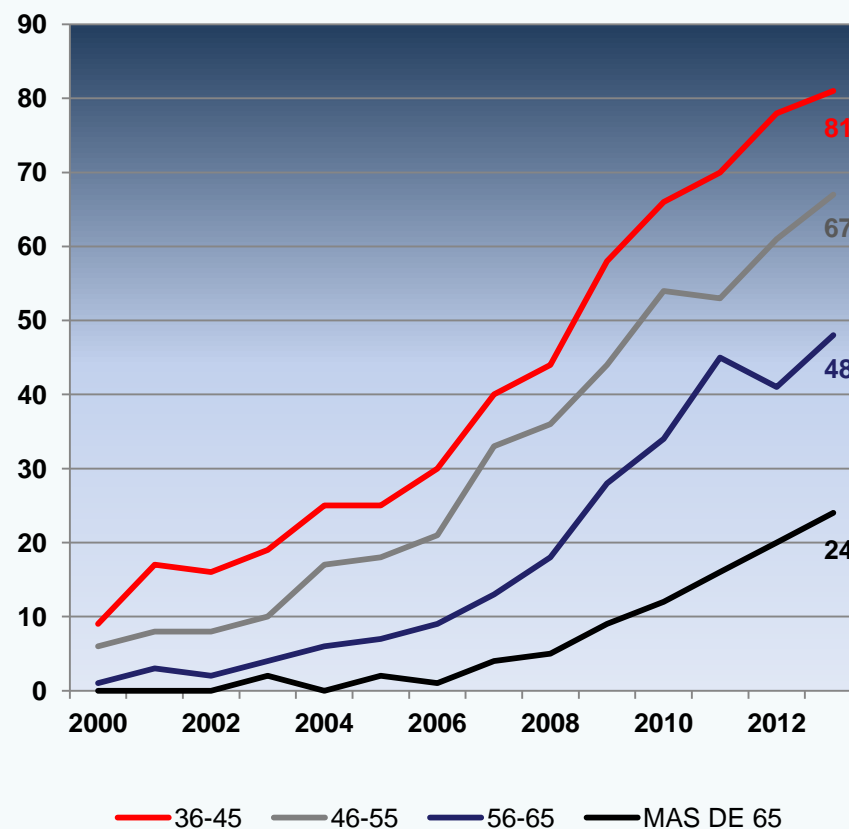
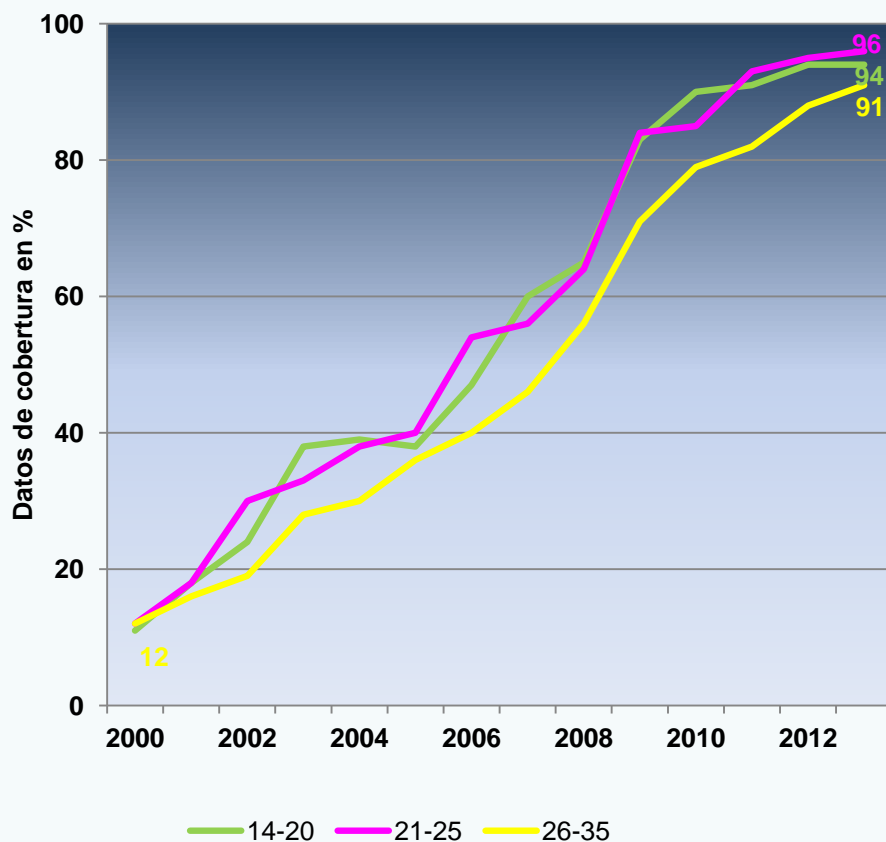
- La media diaria de conexión a internet se incrementa de forma importante en todos los territorios y en Navarra. La media de todos ellos es muy similar.

MEDIA DIARIA DE ACCESO A INTERNET POR SEXO.



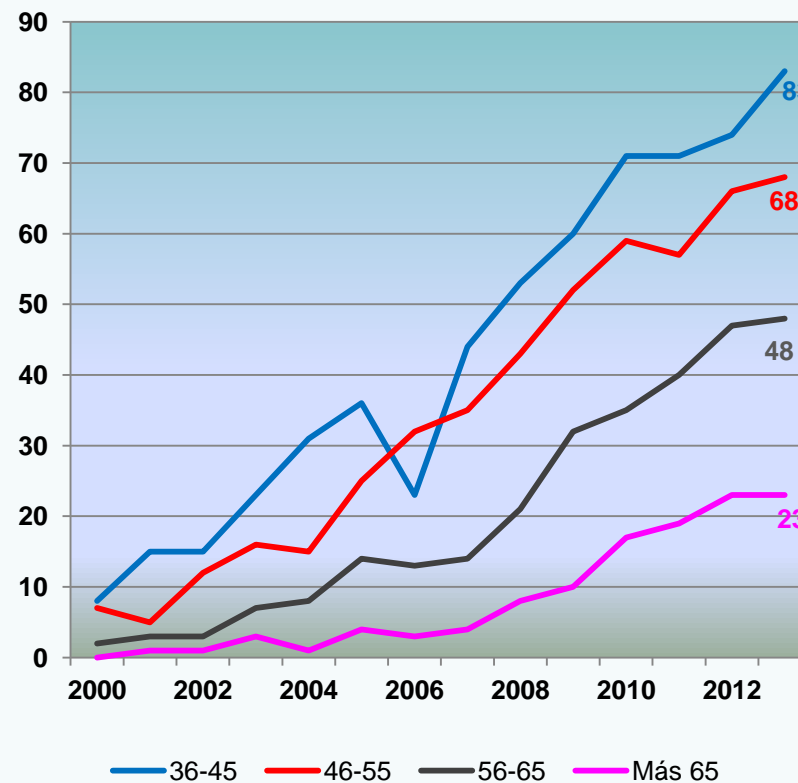
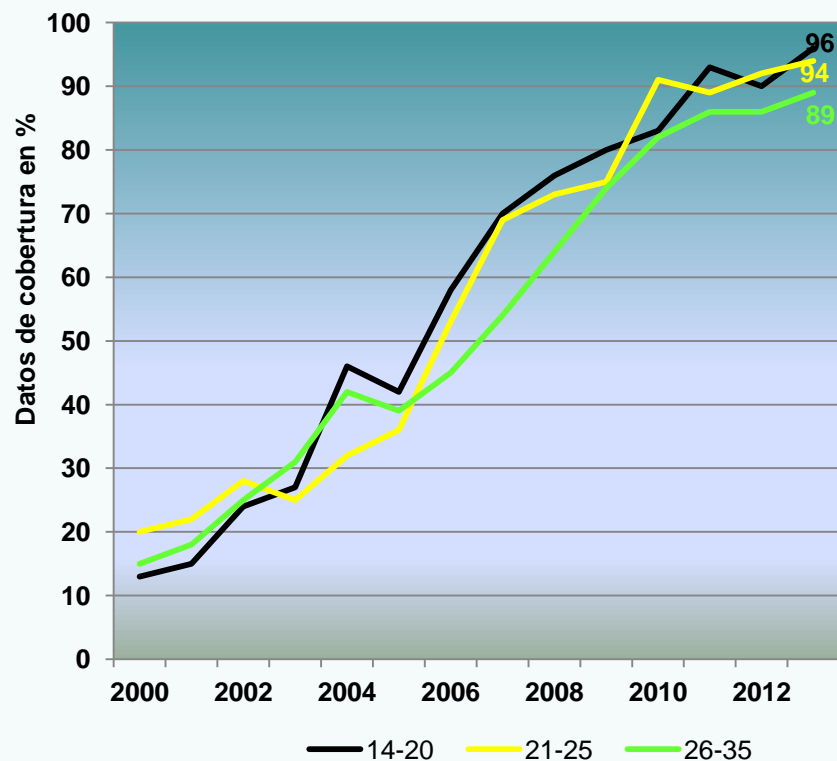
- Progresión paralela de ambos sexos con una importante diferencia entre hombres y mujeres de 16 puntos en Euskadi y 8 puntos en Navarra.

MEDIA DIARIA DE ACCESO A INTERNET EN EUSKADI POR EDAD.



- Los más jóvenes son los que en mayor medida acceden diariamente, superando el 90% los menores de 35 años. Solo el 24% de los mayores de 65 años se conecta diariamente a internet.
- En los últimos 5 años se puede apreciar un importante ascenso, en todas las edades, de acceso a internet.

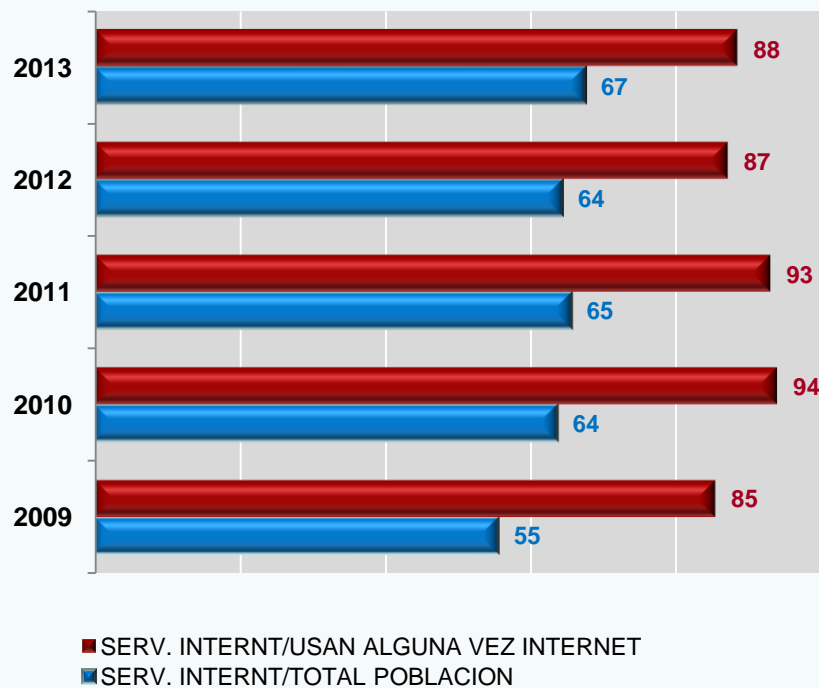
MEDIA DIARIA DE ACCESO A INTERNET EN NAVARRA POR EDAD.



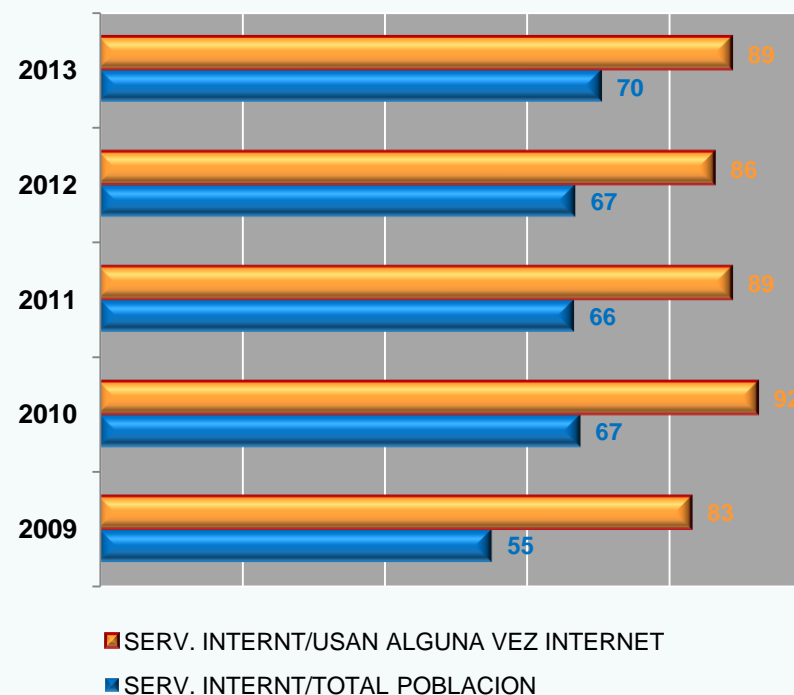
- Más del 95% de los jóvenes de 14 a 25 años acceden diariamente a internet. Es este grupo de edad el que más accede a diferencia de los más mayores con un 23%.
- Continúa la tendencia de crecimiento en acceso diario a internet, en todas las edades.

MEDIA DIARIA DE UTILIZACIÓN DE SEVICIOS DE INTERNET.

EUSKADI

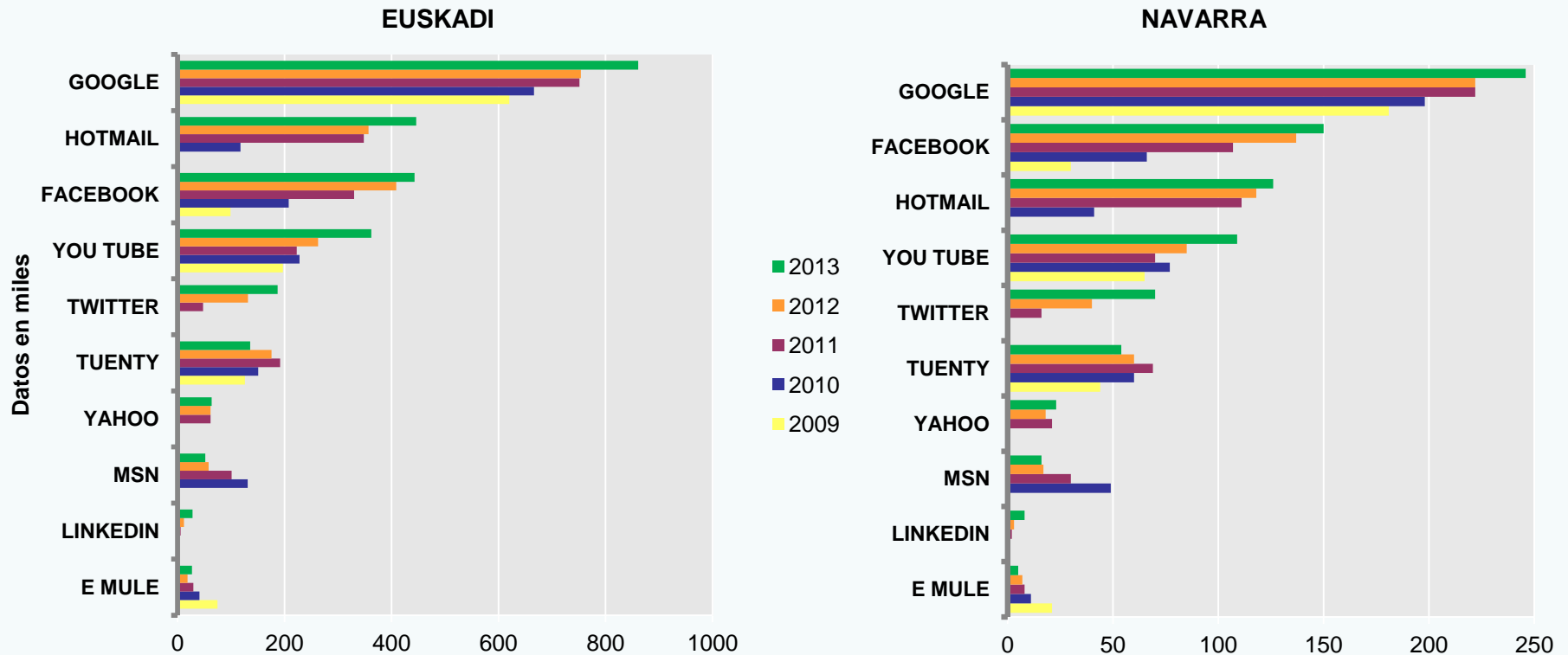


NAVARRA



- Tanto en Euskadi como en Navarra el total que utiliza internet hace uso de alguno de los servicios como Google, Hotmail, Facebook... Cerca del 90% de los entrevistados hacen uso de dichos servicios, 88% en Euskadi y 89% en Navarra.

SERVICIOS DE INTERNET MÁS UTILIZADOS.

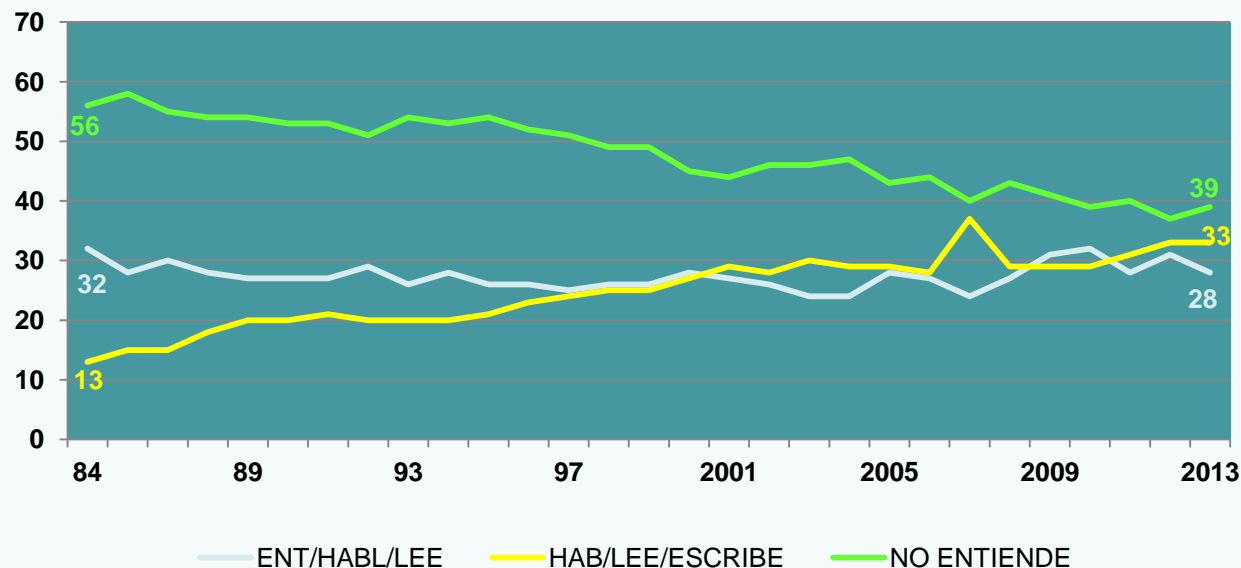


- Google es el servicio más utilizado tanto en Euskadi como en Navarra, seguido por Hotmail, en Euskadi y Facebook en Navarra.
- Servicios como E mule han decrecido con el tiempo.
- Twitter es un servicio que crece año tras año aunque es bastante reciente ya que comienza su medición en 2011.
- Servicios profesionales como LinkedIn son más minoritarios .

EVOLUCIÓN DEL CONOCIMIENTO DE EUSKERA EN EUSKADI Y NAVARRA ENTRE LOS AÑOS 1984 Y 2013

EVOLUCIÓN DEL NIVEL DE CONOCIMIENTO DE EUSKERA.

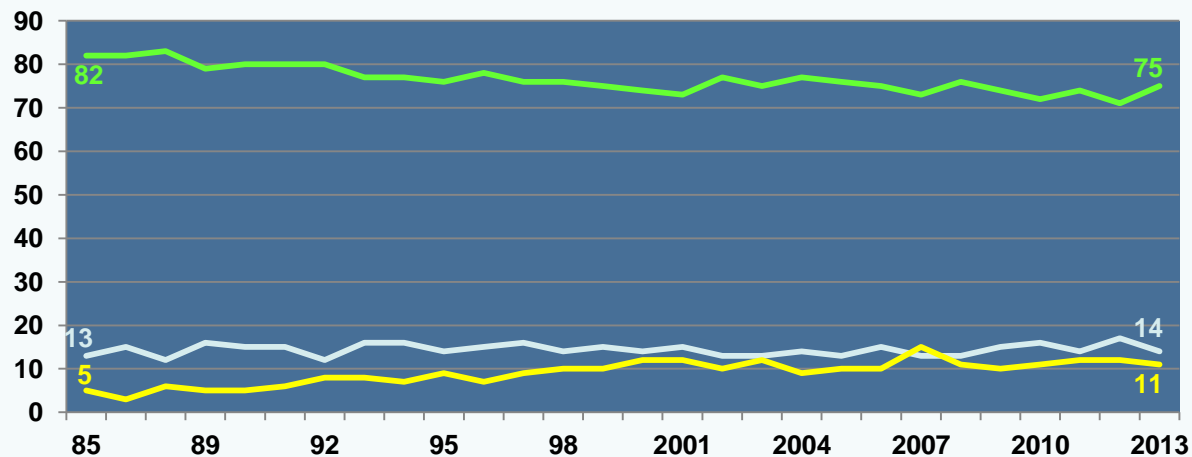
EUSKADI



- Incremento progresivo de alfabetizados en 20 puntos situándose actualmente en un 33%.
- Descenso de los que no poseen ningún conocimiento, pasan de ser mayoría hace 25 años, 56%, al 39% actualmente.

- En Navarra el porcentaje de alfabetizados y de aquellos que entienden/hablan y leen permanece estable en los últimos 5 años.
- Continúan siendo mayoría aquellos que no entienden euskera pese a que ha bajado 7 puntos desde el año 85.

NAVARRA



CONCLUSIONES

CONCLUSIONES FINALES.

PRENSA DIARIA DE PAGO

- La lectura vuelve a ratios del año 84. Tuvo su punto más alto en los 90 y desde entonces va decayendo. La excepción es Álava que comenzó con ratios muy bajos y ahora se iguala a las demás provincias.
- Por edades, los índices de lectura se mantienen entre los mayores de 45 años, pero desciende entre los menores.

GRATUITOS

- La prensa gratuita, que aparece a mediados de la década de los 2000, toma fuerza en Bizkaia llegando a una penetración del 20% en 2008, pero apenas llega al 10% en Navarra y Gipuzkoa, desapareciendo rápido. En la actualidad sólo pervive en Bizkaia, descendiendo su penetración.
- Por otra parte, la lectura exclusiva de gratuitos tiene también su punto más alto en 2008 con un 7% de lectura, desapareciendo prácticamente en la actualidad.

EDICIONES DIGITALES GRATUITAS

- El fenómeno de internet impulsa las ediciones digitales gratuitas que alcanzan en 2013 un índice de penetración muy alto, 49% en Euskadi y 44% en Navarra. El fuerte aumento a partir del 2007 parece frenarse algo en las últimas mediciones. También va en aumento el número de lectores exclusivos de este tipo de lectura, llegando al 10% en Navarra y al 9% en Euskadi. Hay que resaltar también que el fuerte ascenso desde 2007 se ha estancado en la actualidad.

RADIO

- La audiencia de radio, a pesar de sufrir un descenso a finales de los 90, especialmente en Navarra, vuelve poco a poco a los índices de los 80. La mañana es el tramo horario de mayor audiencia. El descenso de la audiencia al mediodía (12-16 horas) es una constante desde el inicio de la medición; también se da un descenso en el tiempo que se pasa oyendo radio, pasando de 3,30 horas en 1984 a 2,43 en 2013.

TELEVISIÓN AUTONÓMICA

- Aumento continuado del índice de penetración de la televisión autonómica en Euskadi hasta el 2005, año en que llega al 40%; luego descenso prolongado hasta el 2011, año en que vuelve a remontar.
- La televisión autonómica en euskera se encuentra en sus índices más bajos desde el inicio de las mediciones.

TELEVISIÓN LOCAL

- La televisión local varía mucho en sus índices de penetración debido al gran número de canales que aparecen y desaparecen. En Euskadi su punto álgido es en 2005, descendiendo en la actualidad al 8%. En Navarra desciende del 13% al 8%, pero se da un importante incremento a partir del 2011 con la unificación de la audiencia en un solo canal.

INTERNET

- Internet es el medio con mayor índice de desarrollo y penetración de los últimos años. En la década de los 2000 pasa de un nivel de acceso del 20% al 76% en Euskadi y de un 27% a un 79% en Navarra. Hay una gran diferencia de acceso según la edad, superando el 90% los menores de 35 años.