

EMI es el Estudio de medios del Interior propio de Havas Media que surge en el año 2008 para dar respuesta a la falta de información referente a medios que existe en muchas plazas del interior de nuestro país.

El objetivo principal es entender como es el consumo de medios en 15 ciudades, bajo muestras representativas de la estructura poblacional, que permita una planificación y recomendación de medios eficiente.

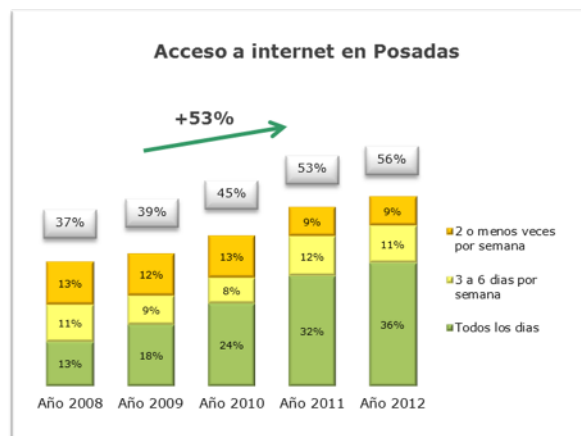
Para ello, el estudio permite conocer los principales soportes dentro de cada medio consumido (radio, televisión, internet, etc.) en cada una de las plazas, el momento y la frecuencia con la cual se consume.

Se trata de una investigación cuantitativa, realizada una vez por año mediante encuestas personales. El grupo objetivo son personas de 13 a 64 años de nivel socioeconómico ABCD, que residen en las ciudades de Salta, San Salvador de Jujuy, Catamarca, La Rioja, San Juan, San Luis, Santiago del Estero, Formosa, Resistencia, Corrientes, Posadas, Santa Fe, Paraná, Bahía Blanca y Neuquén.

Compartimos algunos resultados de la última medición del EMI (agosto 2012):

Internet:

- Internet es el medio con mayor crecimiento. De 2008 a 2012, la conexión a internet en “el día de ayer” promedio de las plazas, se duplicó. Bahía Blanca muestra el mayor nivel de conexión diario llegando al 61%. Este gran crecimiento se debe en parte a más usuarios y por otro lado a una mayor frecuencia de uso.
- Tomando como ejemplo a Posadas, los usuarios pasaron de 37% a 56%. Y en cuanto a la mayor frecuencia se explica por los cambios en las condiciones y posibilidades de acceso.



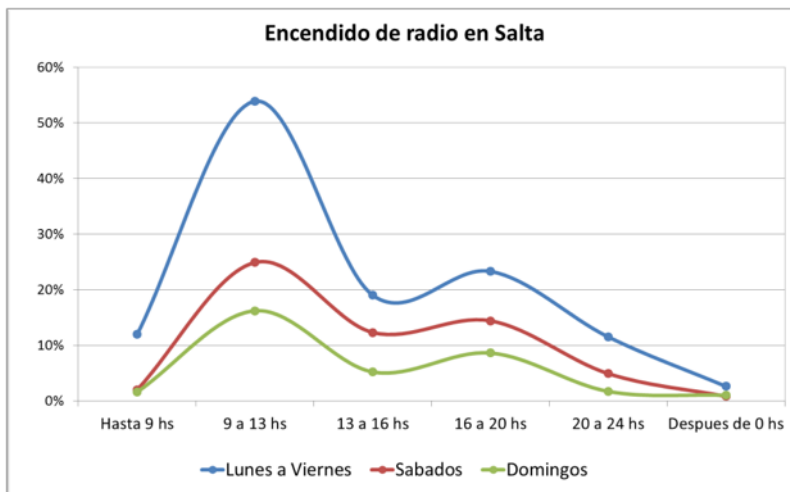
Mientras que hace solo 4 años se accedía principalmente desde locutorios o cybers, hoy el 88% de los internautas lo hacen desde el hogar.

Diarios:

- En todos los años en que se realizó este estudio, desde 2008, Santiago del Estero es la ciudad con mayor lectura de diarios. Destacándose también el alto nivel de lectura durante todos los días de la semana. “Nuevo diario” lidera de lunes a sábados con 45% de lectura vs. “El liberal” con 34%. Mientras que los domingos se equiparan ambos diarios con 33% de penetración.

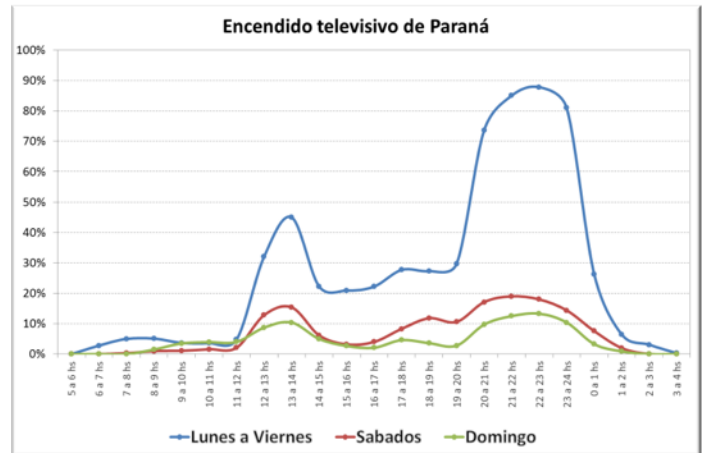
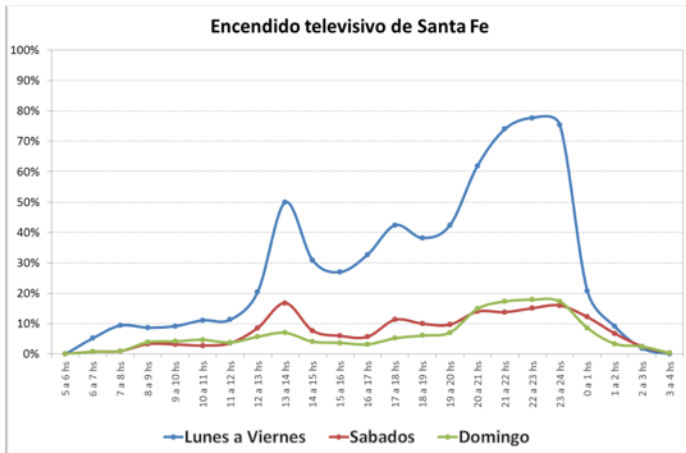
Radio:

- En la ciudad de Salta, FM Profesional es la radio más escuchada, especialmente por los hombres. En el caso de las mujeres es tan escuchada como FM La estación.
- Podemos ver en las curvas de encendido de radio, como de lunes a viernes la franja de 9hs a 13hs representa el prime time con un encendido que supera el 50%.



Televisión:

- Santa Fe y Paraná poseen un nivel de encendido promedio durante los días de semana tres veces superior al de sábados y domingos. Presentan dos picos de audiencia, de 13 a 14hs y en la franja de 20hs a 24hs.



- Estas dos localidades que se encuentran geográficamente tan cerca, y que comparten las mismas señales, no se comportan de la misma manera. En el caso de Santa Fe, el canal 13 local (repetidora de Telefé) lidera ampliamente el ranking de señales, alcanzando el 75% de audiencia. Mientras que en Paraná, la audiencia está más atomizada entre Canal 9 Litoral, Canal 13 de Santa Fe y El Once de Paraná.
- En estas dos plazas, es muy alta la penetración de servicios de televisión paga, especialmente en Paraná. Lo que permite tener acceso a una programación variada. En Paraná además hay mayor diversidad de tipos de servicios. No solo hay presencia de TV cable (76%), también un 16% que posee TV satelital y un 8% TDA.

Cine:

- Las ciudades con mayor hábito de ir al cine son San Luis (54%), Neuquén (52%), y Corrientes y Bahía Blanca (ambas con 48% de asistencia).

