

El Mundial en Internet atrae a gente de todo el mundo

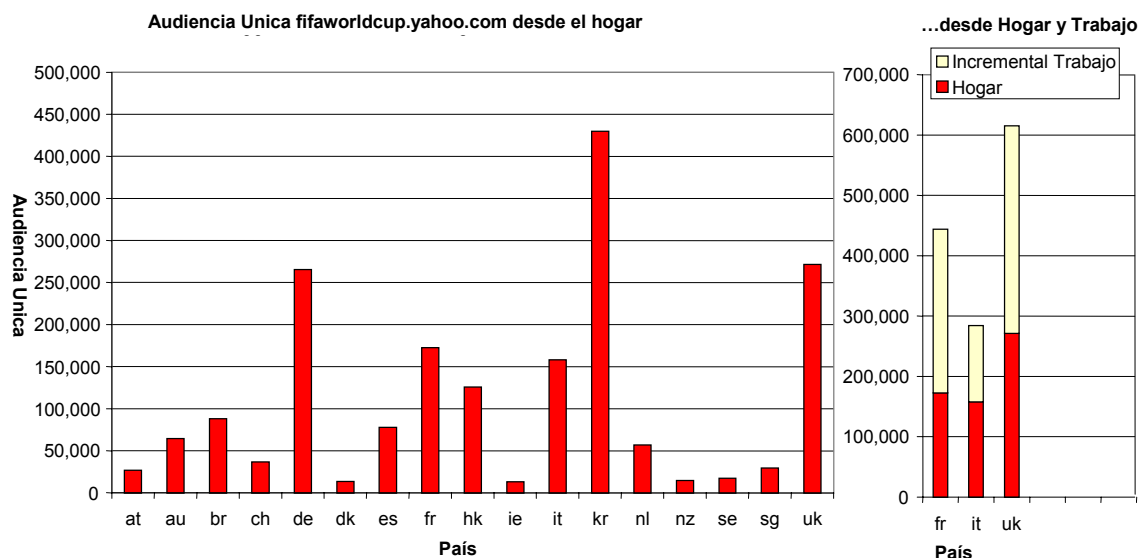
En Europa, Reino Unido es el país que más visita el sitio de la Copa del Mundo

Madrid 7 de Junio de 2002 – Desde el 1 de mayo más de 1,86 millones de personas de los 17 países controlados por Nielsen//NetRatings han visitado desde el hogar el sitio oficial en Internet de la Copa del Mundo, fifaworldcup.yahoo.com. Desde el trabajo, en Francia, Italia y Reino Unido 741.045 personas han accedido al sitio desde el trabajo.

En uno de los países anfitriones, Corea, cerca de 430.000 personas han accedido al sitio oficial de Internet desde principios de mayo. En Europa, el Reino Unido es donde más se ha visitado el sitio oficial de la Copa de Europa, con 271.444 individuos de audiencia única desde el hogar. Alemania sigue de cerca al Reino Unido con 265.260 individuos al sitio desde el hogar y en Francia 172.662. Sorprendentemente, a pesar de no tener el sitio en italiano, 158.219 personas han accedido al sitio en Italia desde sus hogares.

El acceso desde el trabajo en los tres países europeos en los que Nielsen//NetRatings tiene paneles del trabajo se observa que desde el 1 de Mayo la mayoría de la gente en Reino Unido y Francia accedieron más al sitio oficial desde el trabajo que desde casa. En el Reino Unido 343.775 personas accedieron al sitio desde el trabajo, en Francia 271.192 y en Italia 126.078.

Gráfico 1: Audiencia Única visitando fifaworldcup.yahoo.com del 1 de Mayo al 5 de Junio

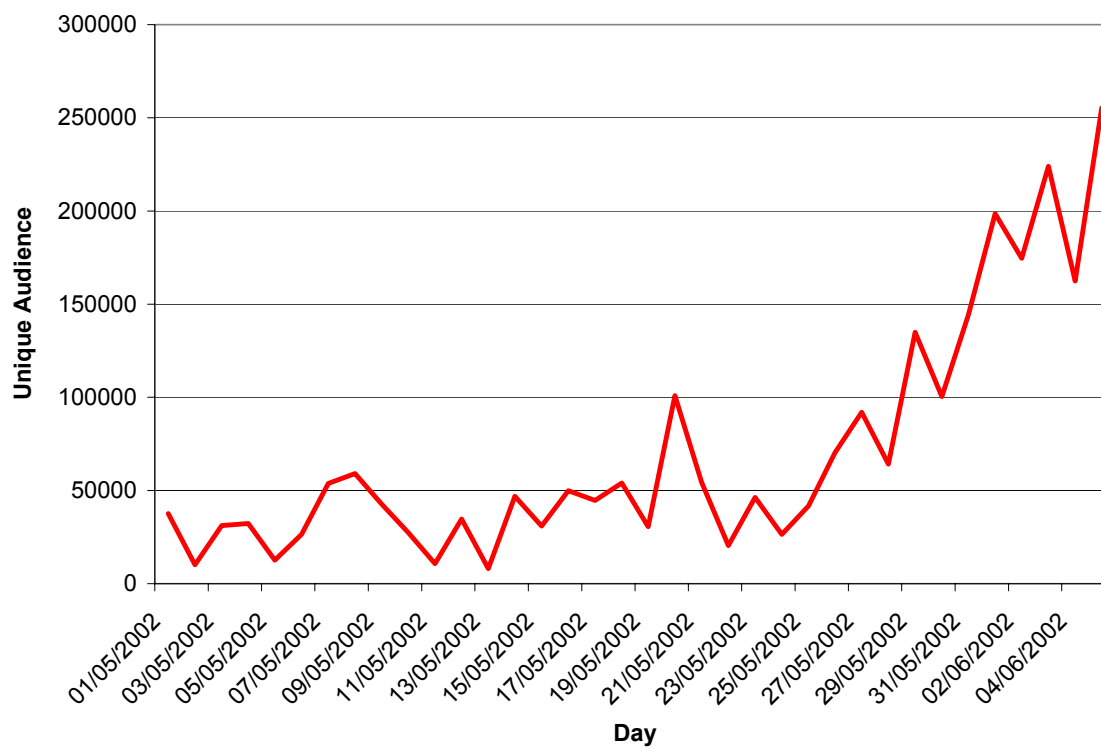


Fuente: Nielsen//NetRatings

El interés por el sitio oficial se incrementó desde que los partidos de la Copa del Mundo empezaron, con un máximo de 255.300 personas accediendo al sitio desde

el hogar el 5 de Junio. En Alemania el sitio oficial atrajo a más de 45.000 visitantes únicos navegando desde el hogar el día del primer partido, el 1 de Junio.

Gráfico 2: Audiencia Única Diaria visitando fifaworldcup.yahoo.com del 1 de Mayo al 5 de junio



Fuente: Nielsen//NetRatings

David Day, Director Internacional de Servicios Analíticos de Nielsen//NetRatings comentó. “El interés en el sitio oficial de la web para la Copa del Mundo ha ido incrementándose. La gente está usando la Web por numerosas razones: desde para obtener información antes del partido e imágenes después del partido hasta para asegurarse de que están al tanto de los últimos resultados según se producen. El horario de los partidos implica que muchos se jugarán durante el horario de trabajo en Europa. El número de personas que acceden al sitio desde el trabajo muestra que la Web se está convirtiendo en una fuente de información de valor incalculable para los empleados.”

Sobre Nielsen//NetRatings

A través de la asociación estratégica entre NetRatings (NASDAQ: NTRT), Nielsen Media Research y ACNielsen, los servicios de Nielsen//NetRatings incluyen la medición de audiencias en Internet; el control de creatividades, impresiones y gasto publicitario online de AdRelevance; y el seguimiento de los estilos de vida, perfiles demográficos y marcas del usuario de Internet de @plan. Nielsen//NetRatings usa una tecnología propia y patentada capaz de medir tanto el uso de Internet como la publicidad online para facilitar de la manera más rápida una información segura y comprensiva del mercado global. Para más información, por favor visite <http://www.nielsen-netratings.com>