

Contacto: Laura Martin Aguirre
+34 91 377 72 75

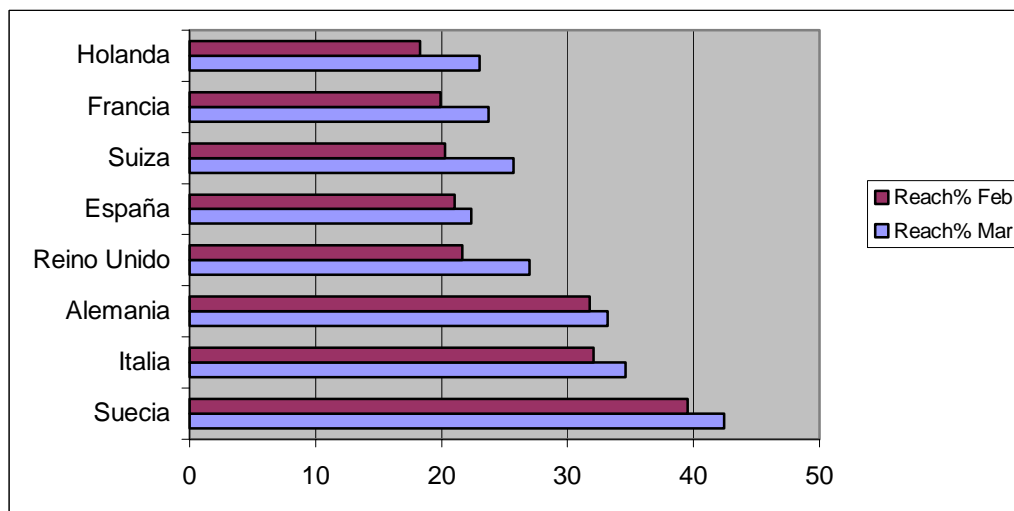
La audiencia de CNN.com se duplica en Marzo de 2003 con motivo del conflicto de Irak

Madrid, 23 de abril de 2003 – El sitio internacional de noticias CNN.com experimentó un gran crecimiento en la audiencia única de marzo de 2003, provocado por el número de visitas de ciudadanos europeos que accedieron al sitio para conocer las últimas noticias sobre la Guerra de Irak.

Los datos ofrecidos esta semana por Nielsen//NetRatings muestran que el incremento de la categoría de noticias globales y noticias europeas actuales creció un 14%, dentro de la cual determinados websites han alcanzado incrementos significativos, con más de 27 millones de personas visitando un sitio dentro de esta categoría. El proveedor internacional de noticia CNN.com pasó de tener una audiencia única desde el hogar de 1.328.807 en febrero de 2003 a 2.863.091 en marzo de 2003; el sitio en versión inglesa Al Jazeera's creció en un 600% pasando de 37.121 a 257.366 visitantes, y el sitio líder de noticias en Reino Unido, news.bbc.co.uk incrementó su audiencia en un 30%, hasta llegar a los 4,52 millones de visitantes en el mismo período, siendo la mitad del tráfico de fuera de Reino Unido.

Holanda, Francia, Suiza y Reino Unido han visto el mayor incremento en el nivel total de reach de la categoría de noticias, llegando a un 30% en algunos casos. Alemania y Suecia tuvieron un crecimiento del 5% o inferior.

Gráfico 1
Variaciones en Reach % de la categoría de Noticias Globales&Asuntos Europeos Actuales Online Marzo 2003 versus Febrero 2003



Fuente Nielsen//NetRatings: Datos procedentes del panel hogar & trabajo de febrero y marzo de 2003, (excepto en España, Holanda y Suiza, donde los datos proceden solo del panel de hogares)

Tabla 1**Variaciones en Reach % de la categoría de Noticias Globales&Asuntos Europeos Actuales Online
Marzo 2003 versus Febrero 2003**

Current Affairs and Global News Category	Reach Marzo	Reach Feb	% Crecimiento
Holanda	23%	18%	30%
Francia	24%	20%	30%
Suiza	25%	20%	28%
Reino Unido	27%	22%	27%
España	22%	21%	13%
Italia	35%	32%	9%
Suecia	42%	40%	5%
Alemania	33%	32%	3%

Fuente Nielsen//NetRatings: Datos procedentes del panel hogar & trabajo de febrero y marzo de 2003, (excepto en España, Holanda y Suiza, donde los datos proceden solo del panel de hogares)

Tabla 2**Variaciones en Audiencia Única de la categoría de Noticias Globales&Última Hora
España. Panel de Hogares
Marzo 2003 versus Febrero 2003**

Sitio	Audiencia Única Mar-03	Audiencia Única Feb-03	Variación (%)
www.elmundo.es	596.000	465.000	28%
www.el-mundo.es	360.000	317.000	14%
www.elpais.es	327.000	327.000	0%
actualidad.eresmas.com	192.000	208.000	-8%
www.cnn.com	175.000	94.000	86%
www.abc.es	170.000	167.000	2%
es.news.yahoo.com	165.000	110.000	50%
news.bbc.co.uk	121.000	-----	-----
www.elperiodico.com	120.000	83.000	45%
www.larazon.es	109.000	-----	-----
www.lavanguardia.es	109.000	180.000	-39%

Fuente Nielsen//NetRatings

Tom Ewing, analista europeo de Nielsen//NetRatings comentó: "Internet ha dado la posibilidad de acceder a la información utilizando distintas fuentes, desde sitios internacionales como CNN o la BBC, hasta el nuevo portal de noticias de Google o Al Jazeera. Lo que está claro en nuestra investigación del mes de marzo es que cada vez más gente utiliza estas fuentes para obtener opiniones e información sobre lo que pasa día a día.

Sobre Nielsen//NetRatings

Nielsen//NetRatings es líder global en medición de audiencias de Internet, proporcionando información exacta, extensa y actualizada para ayudar a los clientes a comprender y analizar la evolución y comportamiento del consumidor y online, así como la efectividad publicitaria y las preferencias de marcas.

En Europa, la compañía tiene paneles de consumidores que usan un software para medir continuamente y de manera no intrusiva el comportamiento online. Estos paneles se encuentran activos en España, Reino Unido, Francia, Alemania, Italia y Suecia. La metodología del panel recoge detalladamente los datos sociodemográficos de cada persona, asegurando que las compañías puedan entender y clasificar a sus consumidores e identificar nuevos targets de audiencia.

Nielsen//NetRatings informa regularmente del comportamiento de los usuarios de Internet en el mundo, utilizando los paneles que tiene en 16 países en América, Australia, Asia y Europa. Además del servicio de medición de audiencias

de Nielsen//NetRatings, la compañía también proporciona informes analíticos sobre tendencias y mercados internacionales y ha lanzado recientemente la única herramienta publicitaria de planificación de Internet, WebRF. Para más información, por favor visite www.nielsen-netratings.com

NETRATINGS, INC.
890 HILLVIEW COURT
MILPITAS, CA 95035
1 888 634 1222

NIELSEN MEDIA RESEARCH
250 PARK AVENUE
NEW YORK, NY 10177
1 212 907 4220

ACNIELSEN ERATINGS.COM
1 STAMFORD LANDING
62 SOUTHFIELD AVENUE
STAMFORD, CT 06902
1 203 602 4500