

AIMC presenta una nueva edición de su AIMC Q Panel dedicado al consumo de diarios y suplementos

Más del 70% de los internautas ha leído al menos un periódico en formato papel en el último mes

- Cerca del 50% de los internautas reconoce haber accedido ambos soportes (online y offline) en los últimos 30 días.
- La cantidad de cabeceras consultadas por cada individuo, tanto en Internet como en el soporte tradicional, es similar.
- El ordenador de sobremesa es el dispositivo preferido para acceder a los diarios online, y la web del propio periódico, el formato más consumido por los internautas.
- Casi el 19% de los encuestados lee un suplemento en papel cada semana.

Madrid. 9 de julio de 2015.- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) ha presentado los resultados de un nuevo estudio realizado a través del AIMC Q Panel, su propio panel de internautas en desarrollo, en el que se muestran los hábitos de los internautas en relación al **consumo de Diarios y Suplementos**. Este estudio, el primero que se ha realizado este año sobre este tema, tiene como objetivo profundizar en el conocimiento de los individuos que leen prensa o suplementos y tienen acceso a Internet.

Todos los participantes en el estudio han sido contactados a través de un cuestionario online que comenzó el pasado mes de enero.

Las principales conclusiones de este análisis de **AIMC** basado en su propio panel online son las siguientes:

1. Relacionadas con el consumo de diarios:

- **Prevalece la lectura mensual de periódicos en formato papel. En el promedio diario ganan terreno los diarios online frente a los impresos:** el 35,5% de los internautas lee al menos un periódico en papel al día. Este porcentaje asciende al 70,4% si el periodo de referencia es un mes.

		EGM Ola 1 2015		AIMC Q PANEL	Índice Panel/EGM
		Total	Internautas últ. mes		
Total		39.724	29.103	29.103	100%
Penetración diarios papel	Día de ayer	28,8%	30,4%	35,5%	116,9%
	Últ. 30 días	61,9%	64,6%	70,4%	109,0%

Si nos centramos en los diarios online, un 42,7% de los encuestados accede a ellos durante el día, mientras que si el periodo de referencia es un mes, la cifra asciende al 63,9%:

		EGM Ola 1 2015		AIMC Q PANEL	Índice Panel/EGM
		Total	Internautas últ. mes		
Total		39.724	29.103	29.103	100%
Penetración diarios online	Día de ayer	20,8%	28,3%	42,7%	150,6%
	Últ. 30 días	33,5%	45,8%	63,9%	139,6%

- **Casi 2 de cada 10 internautas lee, al menos, un diario en papel y otro online a lo largo del día:** casi el 17% de los internautas consulta al menos un periódico en papel y otro online en un día promedio, mientras que un 38,7% no accede a ningún tipo de diario.
- **Cerca del 7% de los encuestados consulta durante el día las dos versiones de una misma cabecera (online y offline).** Esta cifra se sitúa en el 29,3% si el periodo analizado es un mes.
- **Casi la mitad de los encuestados accede a ambos soportes (online y offline) al mes:** el 48,3% de los encuestados accede a algún diario en papel y on-line, mientras que sólo el 14% no ha accedido en el mismo periodo a ningún tipo de diario.
- **La cantidad de cabeceras leídas en ambos soportes cada día es similar:** los internautas que leen diarios en formato papel consumen 1,5 cabeceras distintas cada día:

AIMC Q Panel 1ª ola 2015	DIARIOS			
	Últimos 30 días		Ayer	
Nº DE CABECERAS LEIDAS (PAPEL)	('000)	%	('000)	%
Ninguno	8.620	29,6%	18.772	64,5%
Uno	7.102	24,4%	6.695	23,0%
Dos	5.282	18,1%	2.425	8,3%
Tres o más	8.100	27,8%	1.211	4,2%
Nº medio de cabeceras	1,7		0,5	
Nº medio de cabeceras entre los que leen	2,0		1,5	

Por otro lado, los internautas que acceden a diarios online, visitan 1,9 distintos cada día:

AIMC Q Panel 1ª ola 2015	DIARIOS			
	Últimos 30 días		Ayer	
Nº DE CABECERAS LEIDAS (PAPEL U ON-LINE)	('000)	%	('000)	%
Ninguno	4.075	14,0%	11.272	38,7%
Uno	4.690	16,1%	7.504	25,8%
Dos	5.435	18,7%	5.115	17,6%
Tres o más	14.903	51,2%	5.212	17,9%
Nº medio de cabeceras	3,0		1,4	
Nº medio de cabeceras entre los que leen	2,4		1,9	

- **El ordenador de sobremesa, el dispositivo de acceso preferido para los lectores de prensa online:** El dispositivo más utilizado para el consumo de diarios online es el PC, utilizado por el 73,4% de los lectores de diarios online, seguido por el Smartphone (34%) y la Tablet (24,5%).
- **La web del diario, el formato preferido por los internautas para consultar los diarios online:** con el 94,1%, la web del propio periódico es el formato más consumido por los internautas para acceder a los contenidos de los diarios online, seguido a mucha distancia de la consulta a través de un visor (8,5%) y la descarga de la versión del diario en PDF (1,4%).

2. Relacionadas con el consumo de suplementos:

- **Más en papel:** el 18,8% de los encuestados ha leído algún suplemento en formato papel en la última semana, mientras que un 3,1% se ha decantado por la edición electrónica.

METODOLOGÍA DEL AIMC Q PANEL

**El trabajo de campo se realizó entre el 29 de enero y el 3 de marzo de 2015, y la muestra útil alcanzó las 859 entrevistas. Todos los datos numéricos poblacionales se refieren a miles.*

El AIMC Q Panel se basa en la medición online, un sistema eficaz para realizar entrevistas de forma ágil, pero que todavía no cuenta con la precisión y fiabilidad del EGM, cuyos resultados se basan en una muestra mucho más amplia. Con este nuevo estudio se espera conocer mejor los comportamientos de la población internauta, que representa 29,1 millones sobre los 39,7 millones de españoles de 14 años o más.

Tanto la gestión del panel de AIMC como el soporte tecnológico para realizar las entrevistas han estado a cargo de IMOP.

Sobre el AIMC Q Panel

Desde 2013 **AIMC** ha constituido un panel de internautas propio con el que realizar sus encuestas de forma regular y empezar a utilizar esta metodología de captación en sus estudios de audiencia. Estos estudios utilizan como universo a los internautas en general y sus muestras se han creado a partir de los contactos de entrevistados en el EGM y que desean adherirse a este panel facilitando su dirección de e-mail.

La irrupción del fenómeno Internet en nuestras vidas ha provocado cambios no sólo en nuestro día a día, sino también en el ámbito profesional. A través de la realización de encuestas online es posible estudiar de una forma mucho más ágil, además de económica, la evolución del comportamiento de los ciudadanos a lo largo del tiempo y no en periodos concretos. Este motivo ha llevado a **AIMC** a tomar la decisión de crear un panel propio que les permita realizar encuestas de forma regular, no con el ánimo de competir con otros institutos especializados, sino de realizar pruebas y tratar de constituir un panel que sea una adecuada representación de los internautas españoles.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 138 empresas asociadas, entre las que se encuentran los medios de comunicación (canales de televisión, cadenas y emisoras de radio, sitios de Internet, periódicos, revistas, distribuidoras de publicidad en cine, exclusivistas de exterior, etc.) y empresas del sector publicitario (anunciantes, agencias de medios, consultores, etc.). Sus fines son la investigación, medición y control de la audiencia de los diferentes medios para distribuir sus informes entre sus asociados.

Para más información visite: <http://www.aimc.es>

