

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

Uno de cada tres internautas lee al menos un periódico en formato papel al día

- Más del 50% de los internautas reconoce haber accedido ambos soportes (online y offline) en los últimos 30 días.
- Un 35% de los encuestados no accede a ningún tipo de diario en un día promedio
- El ordenador de sobremesa es el dispositivo preferido para acceder a los diarios online (68%), y la web del propio periódico, el formato más consumido por los internautas (89%).

Madrid. 4 de mayo de 2016- **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 febrero.

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 otro año más. En el promedio diario ganan terreno los diarios online frente a los impresos:** el 32,5% de los internautas lee al menos un periódico en papel al día. Este porcentaje de lectores que prefieren el papel, asciende al 69,9% si el periodo de referencia es un mes – un poco más reducido que en el estudio de 2015 que reflejaba un 70,4%.

		EGM OIa 1 2016		AIMC Q PANEL	Índice Panel/EGM
		Total	Internautas últ. mes		
Total		39.716	30.217	30.217	100%
Penetración diarios papel	Día de ayer	27,9%	28,7%	32,5%	113,2%
	Últ. 30 días	57,3%	59,2%	69,9%	118,1%

Si nos centramos en los diarios online, un 49,6% de los encuestados -casi un 7% más que en la edición anterior- accede a ellos durante el día, mientras que si el periodo de referencia es un mes, la cifra asciende al 70,1%:

		EGM Ola 1 2016		AIMC Q PANEL	Índice Panel/EGM
		Total	Internautas últ. mes		
Total		39.716	30.217	30.217	100%
Penetración diarios online	Día de ayer	22,5%	29,6%	49,6%	167,7%
	Últ. 30 días	35,7%	46,9%	70,1%	149,5%

- **Menos de 2 de cada 10 internautas lee, al menos, un diario en papel y otro online a lo largo del día:** un 17,3% de los internautas consulta al menos un periódico en papel y otro online en un día promedio, mientras que un 35,2% no accede a ningún tipo de diario.
- **Casi un 9% de los encuestados consulta durante el día las dos versiones de una misma cabecera (online y offline).** Esta cifra se sitúa en el 34,6% si el periodo analizado es un mes, frente al 29,3% registrado hace un año.
- **Aumenta el número de encuestados que accede a ambos soportes (online y offline) al mes, más de la mitad:** el 53,4% consulta algún diario en papel y on-line, mientras que sólo el 13,4% 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 al igual que desveló el estudio el pasado año:

AIMC Q Panel 2016	DIARIOS			
	Últimos 30 días		Ayer	
Nº DE CABECERAS LEÍDAS (PAPEL)	('000)	%	('000)	%
Ninguno	9.100	30,1%	20.400	67,5%
Uno	6.340	21,0%	6.089	20,1%
Dos	6.196	20,5%	2.412	8,0%
Tres o más	8.580	28,4%	1.316	4,4%
Nº medio de cabeceras	1,8		0,5	
Nº medio de cabeceras entre los que leen	2,1		1,5	

Por otro lado, los internautas que acceden a diarios online, visitan 1,8 distintos cada día:

AIMC Q Panel 1ª ola 2016	DIARIOS			
	Últimos 30 días		Ayer	
Nº DE CABECERAS LEÍDAS (PAPEL U ON-LINE)	('000)	%	('000)	%
Ninguno	3.980	13,2%	10.646	35,2%
Uno	3.963	13,1%	7.684	25,4%
Dos	5.186	17,2%	5.189	17,2%
Tres o más	17.087	56,5%	6.698	22,2%
Nº medio de cabeceras	3,3		1,5	
Nº medio de cabeceras entre los que leen	2,5		1,9	

- **El ordenador de sobremesa, aunque desciende, sigue siendo 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 67,8% de los lectores de diarios online, seguido por el Smartphone que crece un 13% situándose en el 47% y la Tablet (23,4%).

- **La web del diario, el formato preferido por los internautas para consultar los diarios online.** Con el 88,6%, la web del propio periódico es el formato más consumido por los internautas para acceder a los contenidos de los diarios online, seguido a gran distancia de la consulta a través de la APP (17,3%), de visor (7,4%) y la descarga de la versión del diario en PDF (1,5%).

2. Relacionadas con el consumo de suplementos:

- **Más en papel:** el 18,1% de los encuestados ha leído algún suplemento en formato papel en la última semana. mientras que un 4,4% se ha decantado por la edición electrónica.

		EGM Q1a1 2016		AIMC Q PANEL	Índice Panel/EGM
		Total	Internautas últ. mes		
Total		39.716	30.217	30.217	100%
Penetración Suplementos papel	Última semana	9,5%	10,0%	18,1%	180,0%
	Últ. 30 días	17,2%	18,8%	26,9%	143,1%

Mientras que un 4,4% se ha decantado por la edición electrónica.

		EGM Q1a1 2016		AIMC Q PANEL	Índice Panel/EGM
		Total	Internautas últ. mes		
Total		39.716	30.217	30.217	100%
Penetración Suplementos online	Última semana	0,1%	0,1%	4,4%	3382,1%
	Últ. 30 días	0,9%	1,1%	9,0%	808,9%

METODOLOGÍA DEL AIMC Q PANEL

*El trabajo de campo se realizó entre el 24 de febrero y el 28 de marzo de 2016, y la muestra útil alcanzó las 1.257 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>

