

AIMC presenta su primer AIMC Q Panel dedicado íntegramente a los hábitos de lectura de los internautas

EL 63% DE LOS INTERNAUTAS QUE HA LEIDO ALGÚN LIBRO DIGITAL PREFERE EL LIBRO EN PAPEL ANTES QUE EL E-BOOK

- Más del 85% de los internautas ha leído un libro o cómic en el último año.
- 6 de cada 10 internautas ha leído en alguna ocasión un libro en versión digital.
- El 53% de los internautas ha comprado sólo libros en formato papel en los últimos 12 meses.
- El hogar, seleccionado por el 97% de los lectores, es el principal espacio de lectura.
 - La novela es el género literario preferido para leer.
- El 49% de los internautas lee un periódico/ diario todos o casi todos los días, y un 24% lee alguna revista al menos una vez a la semana.
- La música es el ámbito de la cultura que más interesa a los usuarios de internet, seguido de la lectura y el cine.
- A los internautas les gustaría disponer de más tiempo libre los días laborables para estar con sus amigos o asistir a actos culturales.

Madrid. 21 de septiembre 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 el que, **por primera vez, busca conocer en profundidad cuáles son los hábitos de lectura de los internautas** (es decir, lectura en general, no sólo de libros), **incluyendo la lectura en papel y la electrónica.**

Todos los participantes en el estudio han sido contactados a través de un cuestionario online durante los meses de junio y julio de este año.

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

1. SOBRE EL CONOCIMIENTO Y EL USO DE LIBROS ELECTRÓNICOS:

- **El 87% de los internautas declara haber leído algún libro o cómic en los últimos 12 meses.** Aquellos que han leído libros en los últimos 12 meses leen un promedio de 11,6 libros (casi uno al mes), de los cuales 7 son en formato papel y el resto en formato electrónico.
- **El 61% ha leído en alguna ocasión un libro en versión digital.** El dispositivo más utilizado para la lectura es el libro electrónico (E-Book), mencionado por el 61% internautas que ha leído alguno, seguido de las tabletas (38%), el ordenador (25%) y el Smartphone (20%).

Base: Internautas que han leído algún libro en versión digital %Verticales	¿Qué dispositivo o dispositivos ha utilizado para leer esos libros en versión digital?								
	Total	GÉNERO		EDAD					
		Hombres	Mujeres	De 14 a 24 Años	De 25 a 34 Años	De 35 a 44 Años	De 45 a 54 Años	De 55 a 64 Años	65 y más años
	18.649	8.423	10.226	2.790	3.180	4.224	3.773	2.573	2.108
Libro electrónico	61,2	54,9	66,4	44,1	64,8	61,7	67,5	65,1	61,2
Ordenador	24,9	28,6	21,9	33,0	30,9	14,8	21,0	25,8	31,5
Smartphone	20,3	21,8	19,0	40,0	26,6	17,7	16,7	14,6	2,8
Tableta	37,7	39,8	36,1	39,1	30,5	37,7	37,3	37,3	48,2
Otro	0,9	0,9	0,9	1,5	1,8	0,8	0,7	0,0	0,0

- Si tenemos en cuenta los libros en cualquier formato (papel o digital), el 45% de los internautas declara leer libros todos o casi todos los días y un 19% una o dos veces por semana (19%). Por otra parte, un 13% declara no leer “nunca” o “casi nunca”.

Base: Internautas de los últimos 30 días %Verticales	¿Con qué frecuencia lee libros?								
	Total	GÉNERO		EDAD					
		Hombres	Mujeres	De 14 a 24 Años	De 25 a 34 Años	De 35 a 44 Años	De 45 a 54 Años	De 55 a 64 Años	65 y más años
	30.737	15.436	15.301	4.597	5.429	7.215	6.284	4.161	3.051
Todos o casi todos los días	44,6	37,5	51,8	32,9	36,1	42,3	47,8	52,3	66,1
Una o dos veces por semana	19,2	19,0	19,3	19,3	18,9	18,4	19,1	22,0	17,3
Alguna vez al mes	14,8	15,2	14,4	20,6	18,4	15,7	13,0	10,8	6,8
Alguna vez al trimestre	7,7	9,3	6,1	10,0	10,0	8,4	6,2	6,3	3,7
Casi nunca	10,8	14,7	6,9	12,7	10,5	13,9	11,5	6,7	5,6
Nunca	2,9	4,3	1,4	4,4	6,1	1,3	2,5	2,0	0,6

- **Ellas leen más:** las mujeres que declaran leer todos y casi todos los días representan el 52%, mientras que los hombres que leen con esta misma frecuencia se sitúan en el 38%.

2. ¿LECTURA EN PAPEL O EN E-BOOK?:

Al preguntarles por cuál de las dos opciones prefiere leer, teniendo la posibilidad de elegir entre ambas, el **63% se decanta por el libro tradicional frente al 16% que prefiere la versión electrónica**, y a un 21% al que le da igual elegir una u otra versión.

Base: Internautas que han leído algún libro en versión digital %Verticales	Si dispusiese de las dos versiones de un mismo libro, la electrónica y la de papel, ¿Cuál preferiría para leerlo?								
	Total	GÉNERO		EDAD					
		Hombres	Mujeres	De 14 a 24 Años	De 25 a 34 Años	De 35 a 44 Años	De 45 a 54 Años	De 55 a 64 Años	65 y más años
	18.649	8.423	10.226	2.790	3.180	4.224	3.773	2.573	2.108
La electrónica	16,2	17,9	14,9	7,8	15,7	22,7	17,1	12,8	17,6
La de papel	62,8	61,5	63,9	76,7	67,9	53,7	58,4	63,9	62,0
Me es indiferente	20,9	20,6	21,2	15,5	16,3	23,7	24,5	23,3	20,4

Los que prefieren el libro en papel, alegan como principales razones para escogerlo que la lectura en formato electrónico no es igual que el papel (casi un 90%) o que les gusta sentir el tacto del papel y el no querer estar pendiente de la batería del dispositivo (18%).

Base: Internautas han leído libros electrónicos y que prefieren la edición en papel %Verticales	¿Cuál es la principal o segunda razón para preferir la edición en papel?								
	Total	GÉNERO		EDAD					
		Hombres	Mujeres	De 14 a 24 Años	De 25 a 34 Años	De 35 a 44 Años	De 45 a 54 Años	De 55 a 64 Años	65 y más años
	11.718	5.183	6.534	2.139	2.160	2.267	2.202	1.643	1.307
Leer libros en formato electrónico no es igual que en papel	89,4	90,3	88,7	90,2	91,6	89,5	91,8	82,5	88,8
Tendría que tener un trasto más	4,0	7,1	1,5	5,4	1,5	5,7	3,8	3,5	4,0
No quiero estar pendiente de que se me agote la batería	18,1	14,6	20,8	27,3	14,6	18,2	11,5	22,1	14,3
Me gusta tocar el papel, anotar o subrayar	88,5	88,0	89,0	77,1	92,3	86,6	92,8	91,9	92,9

¿Y qué razones defienden los que eligen el E-Book? La más importante es la manejabilidad que permite al lector (73%) al tener un peso menor que un libro en papel, seguida del factor precio/gratuidad (42%), y la posibilidad de disponer de muchos títulos en el dispositivo (36%).

Base: Internautas han leído libros electrónicos y que prefieren la versión electrónica %Verticales	¿Cuál es la principal o segunda razón para preferir la edición electrónica?								
	Total	GÉNERO		EDAD					
		Hombres	Mujeres	De 14 a 24 Años	De 25 a 34 Años	De 35 a 44 Años	De 45 a 54 Años	De 55 a 64 Años	65 y más años
	3.026	1.506	1.520	218	501	958	647	330	372
Los libros en formato papel pesan y ocupan mucho más	72,8	66,0	79,5	77,6	79,8	77,8	80,5	44,5	59,5
La edición electrónica suele ser más barata o incluso gratis	41,8	47,2	36,3	67,2	44,4	38,4	36,1	58,3	27,2
Puedo adaptar el tamaño de la letra para facilitar la lectura	25,5	20,5	30,4	0,0	15,1	9,4	32,5	30,4	79,4
Dispongo de muchos libros en mi dispositivo	35,8	37,2	34,4	22,4	33,3	43,5	29,7	56,9	18,8
Me permite disponer de libros sin tener que desplazarme a una librería o biblioteca	22,9	27,7	18,1	23,3	27,4	28,9	21,3	9,9	15,1
La posibilidad de leer comentarios de otras personas que hayan leído los libros	1,3	1,4	1,3	9,6	0,0	2,1	0,0	0,0	0,0

3. SOBRE LA COMPRA DE LIBROS:

- El 53% de los internautas declara haber comprado sólo libros en formato papel en los últimos 12 meses, un 4% sólo libros electrónicos y un 12% de ambos tipos. El 31% restante no ha comprado ningún libro.

Base: Internautas de los últimos 30 días %Verticales	¿Ha comprado usted algún libro en los últimos 12 meses para usted? (Tanto para lectura de tiempo libre, como de trabajo o estudio; y en soporte papel o en formato digital)								
	Total	GÉNERO		EDAD					
		Hombres	Mujeres	De 14 a 24 Años	De 25 a 34 Años	De 35 a 44 Años	De 45 a 54 Años	De 55 a 64 Años	65 y más años
	30.737	15.436	15.301	4.597	5.429	7.215	6.284	4.161	3.051
Sí, sólo en papel	52,9	50,3	55,6	56,4	50,2	47,3	52,1	63,3	53,6
Sí, solo electrónicos	3,7	2,5	4,9	1,4	2,2	4,6	4,6	5,1	3,9
Si, en papel y electrónicos	12,0	9,9	14,1	8,8	9,1	12,7	13,0	9,2	22,5
No, ninguno	31,4	37,3	25,3	33,4	38,6	35,4	30,3	22,4	20,0

4. LUGARES PRINCIPALES DE LECTURA:

- La lectura en casa es el espacio mayoritario de lectura, con el 97%. Le sigue de cerca la lectura en espacios abiertos (22,5%), en medios de transporte (19,8%) y en lugares de espera (19,5%).

Base: Internautas que han leído algún libro o comic %Verticales	¿Cuál es el principal o segundo lugar donde leen con mayor frecuencia?								
	Total	GÉNERO		EDAD					
		Hombres	Mujeres	De 14 a 24 Años	De 25 a 34 Años	De 35 a 44 Años	De 45 a 54 Años	De 55 a 64 Años	65 y más años
	26.918	12.803	14.115	3.890	4.547	6.250	5.517	3.852	2.863
En mi casa	96,6	96,2	96,9	96,6	96,7	96,6	96,0	95,8	98,5
En el trabajo	15,2	18,1	12,6	2,7	16,5	17,8	22,9	20,4	2,5
En el lugar de estudios	8,7	9,6	8,0	38,6	8,0	4,0	3,0	1,1	0,8
En una biblioteca pública	3,6	4,2	3,1	6,5	4,8	1,0	3,8	3,1	4,0
En espacios abiertos	22,5	20,4	24,4	18,5	20,6	24,8	23,5	19,5	28,0
En lugares de espera (médicos, peluquería, etc.)	19,5	14,0	24,4	7,4	12,3	19,8	25,3	25,7	26,7
En bares/café	3,5	5,9	1,3	1,9	3,0	4,0	3,1	5,4	3,5
En medios de transporte (autobús, tren, metro)	19,8	19,0	20,4	23,1	28,7	19,6	13,8	15,7	18,6
Otros lugares	10,7	12,6	8,9	4,8	9,4	12,3	8,6	13,3	17,5

5. GÉNEROS LITERARIOS PREFERIDOS PARA LEER:

- La novela, en general, es el género literario que más gusta a los encuestados, escogida por un 30%. Las preferencias varían mucho entre hombres y mujeres. Por ejemplo, las novelas sentimentales/ de amor son elegidas por un 10% de la mujeres, mientras que no lo son para los hombres. Ellos, en un 10% de los casos, se decantan por las novelas de ciencia ficción, mientras que este tipo de lectura es seleccionada por sólo un 2% de las mujeres.

Base: Internautas que han leído algún libro %Verticales	¿Qué género literario es su preferido?								
	Total	GÉNERO		EDAD					
		Hombres	Mujeres	De 14 a 24 Años	De 25 a 34 Años	De 35 a 44 Años	De 45 a 54 Años	De 55 a 64 Años	65 y más años
	26.530	12.504	14.027	3.809	4.530	6.120	5.409	3.799	2.863
Cuentos, relatos cortos.	2,1	1,3	2,9	1,6	2,2	2,2	1,2	4,6	0,9
Ensayo	3,2	5,9	0,8	2,5	2,3	2,2	3,1	3,9	6,7
Novela histórica	18,1	23,9	12,9	8,8	18,2	14,8	24,7	22,2	19,5
Novela de aventuras	4,2	5,0	3,4	8,4	5,0	5,7	2,3	1,1	1,5
Novela sentimental, de amor	5,5	0,0	10,4	17,9	7,3	3,9	3,8	0,0	0,0
Novela fantástica	6,1	6,9	5,5	19,3	10,6	5,7	1,0	0,0	0,0
Novela negra, policiaca	10,0	7,5	12,3	5,6	9,1	10,7	8,5	15,1	12,0
Novela en general	29,9	19,4	39,2	10,4	20,1	31,1	36,9	39,3	42,6
Ciencia ficción	5,9	10,3	2,0	6,2	10,3	5,6	4,9	3,7	3,9
Teatro	0,6	1,2	0,2	1,5	1,3	0,6	0,3	0,0	0,0
Poesía	0,7	0,2	1,1	1,5	1,6	0,0	1,0	0,0	0,0
Biografías	1,1	1,3	0,9	0,7	1,3	0,6	0,9	0,4	3,5
De viajes	0,6	0,8	0,4	0,5	0,4	1,0	0,4	0,0	1,4
De divulgación, información	5,2	7,6	3,0	6,0	3,9	5,2	5,3	3,9	7,6
De autoayuda	1,9	1,1	2,6	1,0	0,6	3,8	2,2	2,2	0,0
Libros de cocina	0,6	0,7	0,5	0,6	0,4	1,3	0,6	0,3	0,0
Comics, tebeos	1,7	3,4	0,2	4,7	1,8	1,3	0,8	1,7	0,0
Otros	2,7	3,5	2,0	2,7	3,8	4,2	2,1	1,7	0,6

Si nos fijamos en los distintos grupos de edad, las novelas sentimentales son la segunda opción más escogida por las jóvenes adolescentes, superada sólo por las novelas fantásticas, que interesan a los adolescentes de ambos sexos.

- Al preguntar a los encuestados por el género del último libro leído, la novela histórica (17,4%) es la que se coloca en el primer lugar del ranking, superado por muy poco por la novela en general (16,5%) y la novela negra y policiaca (11,2%), que mantiene el tercer lugar del podio.

6. SOBRE LA LECTURA DE DIARIOS, PERIÓDICOS, REVISTAS Y TEXTOS LARGOS:

- Un 86% de los internautas declara haber leído algún periódico/ diario en los últimos 12 meses.** Entre los hombres asciende al 89% y en las mujeres desciende hasta el 83%. En cuanto a grupos de edad, va creciendo desde el 73% de los más jóvenes hasta el 94% de los más mayores.

Al preguntar por la frecuencia de lectura, un 56% declara leer un periódico /diario todos o casi todos los días y, respecto al formato principalmente leído, el 29% declara leer principalmente en papel, el 51% en formato digital y un 20% los dos por igual.

- El 65% de los internautas afirma haber leído alguna revista en los últimos 12 meses.** En este caso, los hombres se quedan con el 62% y las mujeres ascienden hasta el 69%. La penetración también crece en función de la edad, desde el 57% de los más jóvenes hasta el grupo de 55 a 64 años con un 74%.

El 36% de los que lee revistas, lee alguna al menos una vez a la semana y, respecto al formato preferido de lectura, el 68% se decanta por el papel, el 18% por el digital y el resto consume los dos sistemas por igual.

- Un 47% declara leer textos largos en Internet todos o casi todos los días,** y un 23% más de una o dos veces por semana. En el otro extremo, un 11% declara no hacerlo nunca o casi nunca.

7. ¿CUÁLES SON LOS ÁMBITOS DE LA CULTURA QUE MÁS INTERESAN A LOS INTERNAUTAS?

- La música es el ámbito de la cultura que resulta más interesante a los internautas,** seguido de la lectura y el cine. Si consideramos juntos a los que les interesa “mucho” y “bastante” la música, se llega al 85% de los internautas. Por detrás quedan el teatro, las artes plásticas y la danza.

Base: Internautas de últimos 30 días	Nos gustaría que nos dijera en qué medida le interesan los siguientes ambitos de la cultura:					
% Verticales	La Música	El Cine	La Lectura	El Teatro	Artes Plásticas	La Danza
Total Población (000)	30.737	30.737	30.737	30.737	30.737	30.737
Mucho	40,1%	31,3%	38,2%	9,8%	10,4%	5,6%
Bastante	45,2%	47,0%	39,0%	32,1%	29,6%	13,4%
Poco	13,2%	19,7%	18,5%	43,1%	44,0%	40,7%
Nada	1,5%	1,9%	4,2%	15,0%	16,1%	40,3%

8. RESPECTO AL TIEMPO LIBRE DISPONIBLE:

- **Los internautas demandan más tiempo para estar con sus amigos o asistir a actos culturales:**
En un día laborable promedio, los internautas declaran disponer de casi 3 horas libres, que ascienden a casi 5 en los días no laborables.

En general, se declaran satisfechos del tiempo que dedican a internet (82%) y a ver la televisión (76%), no así el que dedican a estar con sus amigos o asistir a actos culturales, donde la selección mayoritaria es “me gustaría disponer de más tiempo” (57% y 55% respectivamente).

Base: Internautas de los últimos 30 días %Verticales	¿Está usted satisfecho con el tiempo del que dispone los días laborables para las siguientes actividades o le gustaría disponer de más tiempo?								
	Total	GÉNERO		EDAD					
		Hombres	Mujeres	De 14 a 24 Años	De 25 a 34 Años	De 35 a 44 Años	De 45 a 54 Años	De 55 a 64 Años	65 y más años
	30.737	15.436	15.301	4.597	5.429	7.215	6.284	4.161	3.051
Estar con sus amigos/as									
Estoy satisfecho	37,1	38,2	36,0	35,6	26,4	25,3	34,4	53,1	69,6
Me gustaría disponer de más tiempo	56,6	54,8	58,4	61,8	65,1	67,6	58,2	39,6	27,2
No realizo esta actividad	6,4	7,0	5,7	2,6	8,4	7,1	7,4	7,3	3,2
Asistir a actos culturales, conciertos, cine, teatro, etc.									
Estoy satisfecho	27,4	28,6	26,1	22,6	23,5	20,1	21,6	36,8	57,6
Me gustaría disponer de más tiempo	54,9	51,3	58,6	59,9	59,1	59,8	61,4	43,7	30,6
No realizo esta actividad	17,7	20,1	15,3	17,4	17,4	20,1	17,0	19,5	11,8
Utilizar Internet (navegar, correo electrónico, redes sociales, etc.)									
Estoy satisfecho	81,6	81,1	82,1	88,3	79,3	76,8	76,5	86,3	91,0
Me gustaría disponer de más tiempo	16,9	17,3	16,6	11,7	18,3	21,8	22,3	11,3	7,6
No realizo esta actividad	1,5	1,6	1,4	0,0	2,4	1,4	1,2	2,4	1,4
Ver la televisión									
Estoy satisfecho	75,7	73,3	78,2	67,6	66,9	71,6	78,9	88,8	88,9
Me gustaría disponer de más tiempo	13,6	15,4	11,9	15,8	18,4	18,2	11,4	5,4	6,9
No realizo esta actividad	10,7	11,3	10,0	16,7	14,7	10,2	9,7	5,8	4,2

METODOLOGÍA DEL AIMC Q PANEL

Todos los datos numéricos poblacionales se refieren a miles. El trabajo de campo se realizó entre el 8 de junio y el 4 de julio de 2016. La muestra útil alcanzó las 1.591 entrevistas.

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 30,7 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>

