

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

Uno de cada tres internautas lee un periódico en papel cada día

- El 32% de los internautas lee al menos un periódico al día en formato papel
- Un 45% de la población accede a un diario online cada día
- Diariamente, el 17% de los internautas consultan al menos un periódico en papel y otro online, mientras que un 39% no consulta ninguno
- Los internautas que leen diarios en formato papel repasan 1,6 cabeceras distintas cada día y 1,9 digitales
- El dispositivo más utilizado para el consumo de diarios online sigue siendo el PC, utilizado por el 61%, pero el Smartphone es usado por el 55% de los usuarios
- El 18% de los internautas ha leído algún suplemento en formato papel en la última semana y un 4% en edición electrónica

Madrid, 28 de junio de 2017.- 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 se muestran, por quinta ocasión, los hábitos de los internautas en relación al consumo de prensa diaria y suplementos.

El objetivo de este estudio es profundizar en el conocimiento de los individuos que leen prensa o suplementos y tienen acceso a internet, analizando además la interacción entre el papel y lo digital así como las exclusividades y duplicaciones de cabeceras en ambos soportes. El estudio, basado en un panel, proporciona información sobre los hábitos de la población internauta, que representa un 80% de los españoles de 14 años o más.

Todos los participantes en el estudio han sido contactados a través de un cuestionario online entre principios de marzo y la primera quincena de abril.

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

1. RELACIONADAS CON LOS DIARIOS EN PAPEL Y ONLINE:

- **El 70% de los internautas leyeron algún diario en formato papel en los últimos 30 días.** Los resultados se mantienen estables si los comparamos con 2016 y 2015. Al día, el porcentaje de internautas que lee al menos un periódico en papel es de 32%.

		AIMC Q PANEL 2017	AIMC Q PANEL 2016	AIMC Q PANEL 2015
Total Internautas último mes		31.893	30.217	29.103
Penetración diarios papel	Día de ayer	32,4%	32,5%	35,5%
	Últ. 30 días	70,4%	69,9%	70,4%

- **El 45% de los internautas accede diariamente a un diario electrónico** y asciende al 67% en un mes.

- **Los lectores de diarios en ambos formatos son un 50% de los internautas** de los últimos 30 días. Solamente el 13% declara no leer ningún tipo de diario.

Duplicaciones entre lectura de diarios en formato papel y on line						
AIMC Q Panel 2017		Total	Leen prensa on line últimos 30 días			
			SÍ		NO	
Total		31.893	21.481	67,4%	10.412	32,6%
Leen prensa papel últimos 30 días	SÍ	22.468 70,4%	16.041	50,3%	6.427	20,2%
	NO	9.425 29,6%	5.440	17,1%	3.986	12,5%

- **El crecimiento en el número de internautas fue de 30.217.000 a 31.893.000**, algo más del 5%. Los lectores mensuales de diarios en papel se mantienen en el 70% de los internautas pese al aumento de la base de internautas y de la disminución general de lectores de diarios en papel.
- **Se reducen en casi un punto los que no acceden a ningún tipo de diario (de 13% al 12%)**. Al contrario, los que acceden en papel y no a la versión electrónica escalan cuatro puntos (del 16% al 20%). Sin embargo, los que acceden a diarios on-line y no a diarios en papel se mantienen prácticamente igual el 17%.
- **Los lectores de diarios online al día representan el 45%, 14.471.000 lectores**. Esto supone un descenso de cinco puntos respecto a la anterior edición del estudio (que fue del 50%, 14.976.000 lectores en total).
- **Se reduce el porcentaje de aquellos que únicamente leen cabeceras online** en un día promedio (pasa del 33% del 2016 al 27% actual), mientras que aumenta en cuatro puntos la proporción de internautas que no leen diarios ni en papel ni electrónicos (del 35% al 39%).
- En cuanto a los **dispositivos utilizados para acceder a diarios online, el PC sigue siendo el más utilizado (61%)**, aunque ha sufrido un retroceso respecto a la ola anterior cuando era utilizado por un 68% de los lectores de diarios online. Por otro lado, **el acceso a prensa online a través del smartphone crece en ocho puntos**, situándose en el 55%, **y recorta la distancia entre ambos dispositivos**, que en 2016 suponía 21 puntos de penetración y ahora mismo está en 6%. Por su parte, **la tablet cae dos puntos** respecto al 2016.

		AIMC Q PANEL® 2017	AIMC Q PANEL® 2016	AIMC Q PANEL® 2015
Total Internautas (000)		31.893	30.217	29.103
Acceden a diarios online último mes (000)		21.481	21.117	18.593
.DISPOSITIVO ACCESO POR INTERNET A UN DIARIO	PC sobremesa/Portátil	61,3%	67,8%	73,4%
	Tablet	21,5%	23,4%	24,5%
	Teléfono móvil/Smartphone	55,3%	47,0%	39,0%
	Otros	0,6%	0,4%	0,0%
.FORMATO ACCESO POR INTERNET A UN DIARIO	Web del diario	88,2%	88,6%	94,1%
	Visor de la edición electrónica	5,0%	7,4%	8,5%
	PDF	1,9%	1,5%	1,4%
	Aplicación smartphone o tablet	17,7%	17,3%	-

- La web del diario es la fuente más utilizada para acceder al medio online, empleada por el 88% de los lectores online, seguidos de la aplicación de smartphone o tablet con un 18%.

2. RELACIONADAS CON SUPLEMENTOS IMPRESOS Y DIGITALES:

- El 25% de los internautas leyó algún suplemento en formato papel en los últimos 30 días. Comparando con el año pasado, observamos que continúa la tendencia descendente observada en anteriores ediciones, ya que fue de un 27%.

		AIMC Q PANEL 2017	AIMC Q PANEL 2016	AIMC Q PANEL 2015
Total Internautas último mes		31.893	30.217	29.103
Penetración Suplementos papel	Última semana	17,7%	18,1%	18,8%
	Últ. 30 días	24,8%	26,9%	26,2%

- En cuanto al formato electrónico, el 4% declara leer algún suplemento en la última semana que asciende hasta el 8% en el último mes. La evolución en los últimos tres años ha seguido en ascenso.

		AIMC Q PANEL 2017	AIMC Q PANEL 2016	AIMC Q PANEL 2015
Total Internautas último mes		31.893	30.217	29.103
Penetración Suplementos online	Última semana	4,3%	4,4%	3,1%
	Últ. 30 días	8,2%	9,0%	4,6%

METODOLOGÍA DEL AIMC Q PANEL

*El 1 de marzo, día en que se inició el trabajo de campo, se envió la invitación a participar a la totalidad de los 4.514 miembros del panel en esa fecha. Todos los datos numéricos poblacionales se refieren a miles. El trabajo de campo se realizó entre el 1 de marzo y el 11 de abril de 2017. La muestra útil alcanzó las 2.013 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 31,9 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>

