

AIMC presenta una nueva edición de su AIMC Q Panel dedicado al consumo de internet en movilidad

Los internautas españoles pasan cerca de 4 horas y media al día conectados a la Red por motivos personales

- El consumo promedio diario de navegación es de 257 minutos, lo que supone un incremento de 11 minutos respecto al año pasado.
- El smartphone es el dispositivo líder en conexión a internet. Lo utilizan el 90% de los internautas, seguido del ordenador portátil (76%) y el de sobremesa (65%).
- Preferimos el ordenador de sobremesa y el portátil para los servicios que requieren un “plus” de seguridad, y los dispositivos móviles para aquellos que necesitan una mayor inmediatez.

Madrid. 12 de julio de 2018.- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) ha presentado los resultados de su último estudio realizado a través del AIMC Q Panel, su propio panel de internautas, en el que se muestran las opiniones de los usuarios online sobre el **consumo de internet en movilidad**. El objetivo de este estudio es averiguar cómo afectan los dispositivos móviles y el acceso a internet desde cualquier lugar al consumo de medios por parte de los individuos que tienen y utilizan este tipo de dispositivos para acceder a internet.

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

El smartphone es un dispositivo indispensable para conectarse a Internet

El 89% de los internautas encuestados dispone de un smartphone y, dentro de éstos, un 96% posee una tarifa de conexión a Internet para este dispositivo.

Este tipo de teléfono móvil es también el más utilizado para conectarse a Internet. El 90% de los encuestados declara haberlo empleado para conectarse a la red en los 30 días anteriores a la realización de la encuesta para este estudio, seguido del ordenador portátil (76%) y el de sobremesa (65%).

El tiempo de conexión de los internautas para temas personales aumenta 11 minutos respecto a 2017

Si excluimos el consumo de internet por temas laborales, quedándonos sólo con el consumo por motivos personales, el tiempo de conexión diario se sitúa en una media de 257 minutos, 11 minutos superior al consumo de 2017, que supuso un incremento de 10 minutos sobre el consumo de 2016.

AIMC Q Panel Internet en Movilidad 2018								
Tiempo de conexión en un día promedio (excluyendo uso laboral) Minutos	Ordenador sobremesa	Ordenador portátil	Tableta	Smart TV	Receptor Digital Multimedia	Consola sobremesa	Consola portátil	Smartphone
Se conectan al menos 2-3 veces/mes	17.892	22.673	16.446	11.372	5.393	4.937	1.803	28.816
Minutos promedio de consumo del dispositivo para uso personal Base: usuarios del dispositivo que se conectan 2-3 veces al mes	59	67	55	70	72	66	53	108
Minutos promedio de consumo del dispositivo para uso personal Base: Internautas de un día promedio	33	48	28	25	12	10	3	98

El dispositivo que se utiliza más tiempo para conectarse a Internet por temas personales es, nuevamente, el Smartphone, que supone un promedio diario de 108 minutos entre los que poseen este dispositivo.

Revisar los e-mails y consultar en buscadores, los servicios más utilizados

Casi el 100% de los internautas declaran utilizar frecuentemente los servicios de Internet para “revisar mi e-mail” y consultar información en “buscadores”.

En lo que se refiere al dispositivo más utilizado para conectarse a cada servicio, el reparto está claramente segmentado:

AIMC Q Panel Internet en Movilidad 2018		
Dispositivos y usos		Servicios más utilizados
<p>Ordenador de sobremesa y portátil</p>	Servicios en los que se requiere un “plus” de seguridad.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Compra de productos o servicios (62,8%). 2. Acceso a mi banco online (50,0%). 3. Buscadores (49,8%). 4. Buscar información de productos o servicios (48,2%).
<p>Ordenador y Smartphone</p>	Entretenimiento y consulta de información personal.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apuestas Online (44,9% / 44,0%). 2. Revisar mi e-mail (44,1% / 43,35%). 3. Ver contenidos en vídeo (36,4% / 33,6%). 4. Escuchar música online (39,2% / 43,6%).
<p>Dispositivos móviles</p>	Servicios que requieren una mayor inmediatez.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Redes Sociales (56,4%). 2. Consulta de mapas y direcciones (55,3%). 3. Consulta de noticias, deportes y tiempo (47,7%).

Los medios impresos lideran el consumo en formato digital

La televisión es el medio que tiene mayor cobertura exclusivamente “tradicional”: el 54% de los encuestados afirma consumir este tipo de formato. Le sigue la radio (50%), las revistas (20%) y los diarios (11%).

AIMC Q Panel Internet en Movilidad 2018				
Medios consumidos en los últimos 7 días % sobre total internautas últimos 30 días	DIARIOS	RADIO	TV	REVISTAS
Total internautas (000)	32.264	32.264	32.264	32.264
Sí, sólo en formato "tradicional"	11,4%	49,8%	54,3%	20,4%
Sí, sólo en formato digital	34,5%	7,6%	3,5%	15,3%
Sí, en ambos formatos	33,8%	24,7%	35,9%	16,7%
He consumido dicho medio en los últimos 7 días	79,7%	82,1%	93,7%	52,3%

Si nos centramos en los usuarios exclusivamente digitales, los medios impresos son los que ganan mayor cobertura al ser escogidos por un casi un 35% para el caso de los diarios, y algo más de un 15% para las revistas. Respecto a la radio, gana cerca de un 8% de cobertura y la televisión sólo un 3,5%.

Baja el uso del ADSL como medio de conexión en el hogar

Sólo un 2% de los encuestados declara no tener capacidad de conectarse a internet desde casa. Continúa disminuyendo la penetración del ADSL (escogido por casi el 57% de los encuestados) como medio de conexión en el hogar en favor de la fibra óptica (seleccionada por casi el 38%) y, en menor medida, por el acceso a Internet desde un dispositivo móvil.

AIMC Q Panel Internet en Movilidad Evolución					
Conexión a Internet desde el hogar		2015	2016	2017	2018
Total Internautas último mes		29.103	30.217	31.893	32.264
¿DISPONE DE ACCESO / CONEXIÓN A INTERNET EN SU HOGAR?	Sí	97,7%	99,5%	96,7%	97,9%
	No	2,3%	0,3%	3,3%	2,1%
¿Qué TIPO DE ACCESO O ACCESOS A INTERNET TIENE USTED EN SU HOGAR?	ADSL	75,6%	69,3%	64,1%	56,7%
	Fibra/Red de cable	20,3%	24,7%	29,8%	37,5%
	Internet a través de un dispositivo móvil	22,7%	20,5%	15,2%	18,2%
	A través de módem USB	3,7%	3,0%	1,9%	1,3%
	Wifi abierto por el que no pago	2,2%	1,3%	2,0%	1,5%
	Otros sistemas	3,4%	4,2%	5,5%	7,0%

Se estabiliza el uso del juego online

El 30% de los internautas declara haber jugado online en 2018. El dispositivo más utilizado es el smartphone, escogido por un 49%. Le sigue el ordenador (40%) y la consola de videojuegos (29%).

AIMC Q Panel Internet en Movilidad Evolución				
Dispositivo usado para jugar online	2015	2016	2017	2018
Total Internautas último mes (000)	29.103	30.217	31.893	32.264
% Juegan online ult. 30 días	27,2%	28,9%	28,8%	30,2%
Ordenador personal fijo/portatil	50,3%	49,8%	45,9%	39,8%
Tableta tipo iPad, Samsung Galaxy Tab o similar	27,0%	25,0%	22,2%	24,4%
Smart TV	0,9%	0,5%	0,2%	0,9%
Consola de videojuegos de sobremesa/portátil	2,4%	6,2%	24,0%	29,4%
Smartphone	38,5%	35,9%	39,1%	48,8%
Otros dispositivos	5,7%	8,6%	4,1%	2,2%

Esta tendencia continúa siendo bastante estable en los 3 últimos años, aunque ha variado en los últimos años el dispositivo más utilizado.

METODOLOGÍA DEL AIMC Q PANEL

Todos los datos numéricos poblacionales se refieren a miles. El trabajo de campo se realizó entre el 10 de abril y el 9 de mayo de 2018. La muestra útil alcanzó las 1.791 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 32,64 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 146 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>  