

AIMC presenta una nueva edición de su Q Panel dedicado a los hábitos de lectura

El 63% de los internautas prefiere los libros impresos frente a los electrónicos

- El 61% de los internautas ha leído un libro en versión digital en alguna ocasión.
- Un 42% asegura que lee todos o casi todos los días, mientras que un 12% no lo hace nunca o casi nunca.
- En los últimos 12 meses, el 54% de los internautas ha comprado sólo libros en formato papel, un 4% electrónicos y un 10% ambos tipos.

Madrid, 14 de noviembre de 2018.- **AIMC** (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) ha presentado los resultados de la tercera edición del estudio realizado a través del **AIMC Q Panel**, su propio panel de internautas, en el que se muestran cuáles son sus hábitos de lectura, incluyendo la rutina lectora tanto en formato papel como electrónico.

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

El libro en papel sigue siendo el preferido para la lectura

- El 61% de los encuestados ha leído en alguna ocasión un libro en versión digital.
- Al preguntar a este colectivo por cuál de las dos versiones de lectura se decantan para leer un mismo título, un 63% elige el papel, mientras que un 18% se queda con la versión electrónica y un 19% señala que le es indiferente la versión a escoger.

AIMC Q Panel Lectura 2018									
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
Total Población (000)	19.762	9.195	10.566	3.228	3.063	4.459	3.745	3.406	1.860
La electrónica	18,1	17,8	18,4	8,3	16,5	21,9	23,0	15,2	24,7
La de papel	62,7	62,4	63,0	74,4	63,7	56,5	59,9	58,5	69,3
Me es indiferente	19,1	19,8	18,5	17,3	19,8	21,6	17,1	26,3	6,1

- ¿Por qué el formato papel? La diferencia de formato/experiencia frente a la versión electrónica que éste ofrece, así como el tacto del papel son las dos razones principales por aquellos que prefieren los libros en su versión tradicional. La tercera razón es el problema de la carga de la batería del dispositivo electrónico, aunque sólo para el 3%.

Más del 50% de los internautas compra libros en papel

- Al preguntarles qué libros compran, un 54% afirma haber comprado para su uso propio sólo libros en formato papel en los últimos 12 meses, un 4% sólo libros electrónicos y un 10% de ambos tipos. El 33% restante no ha comprado ningún libro.

- Otra forma de adquirir libros es a través de un préstamo bibliotecario. De acuerdo con los resultados del estudio, sólo el 41% de los internautas ha ido a una biblioteca en los últimos 12 meses, una asistencia que se eleva al 74% en el caso de los más jóvenes (individuos de 14 a 24 años).

Casi la mitad de los encuestados leen a diario, y un 12% no lee “nunca” o “casi nunca”

- Teniendo en cuenta los libros en cualquier formato (papel o digital), el 42% de los internautas declara leer libros todos o casi todos los días, y un 21% más, una o dos veces por semana. Por otra parte, un 12% sostiene que no lee nunca o casi nunca. En cuanto al género, las mujeres se muestran más afines a la lectura que los hombres, ya que un 48% de las encuestadas afirma leer todos los días, frente al 35% de los encuestados.

AIMC Q Panel Lectura 2018									
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
		32.664	16.211	16.453	4.881	5.236	7.327	6.769	4.949
Todos o casi todos los días	41,7	35,1	48,3	29,6	27,5	39,0	48,7	57,9	49,2
Una o dos veces por semana	20,6	23,0	18,3	20,5	21,9	21,8	17,8	19,0	24,2
Alguna vez al mes	16,1	15,2	17,1	19,0	20,2	15,4	14,9	11,0	17,3
Alguna vez al trimestre	9,2	9,4	8,9	18,7	12,5	10,0	7,0	3,4	1,5
Casi nunca	10,2	13,6	6,9	9,6	14,0	11,6	9,8	7,6	7,0
Nunca	2,1	3,7	0,6	2,6	3,9	2,2	1,9	1,0	0,8

- Un 50% de los internautas dice que lee textos largos (de varios párrafos) todos o casi todos los días en internet. En el otro extremo, un 9% declara no hacerlo nunca o casi nunca.
- Durante las vacaciones, un 55% de los internautas sostiene que leen más (en comparación con los periodos lectivos); un 31% dice que lee lo mismo y un 9% que lee menos. Sólo un 5% declara no leer ningún libro en vacaciones.

Los usuarios de internet leen una media de 10 libros al año

- La población internauta se considera lectora. El 88% de los encuestados afirma haber leído algún libro o cómic en los últimos 12 meses. Este colectivo lee un promedio de 10,4 libros (algo menos de uno al mes), de los cuales, 6,2 son en formato papel y el resto electrónico.

AIMC Q Panel Lectura 2018									
Base: Internautas que han leído algún libro o cómic %Verticales	¿Cuántos libros ha leído en formato papel en los últimos 12 meses?								
	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
	Total Población (000)	29.004	13.693	15.311	4.379	4.405	6.422	6.022	4.546
Ninguno	8,2	8,4	7,9	3,0	7,7	11,5	10,6	8,6	4,1
Uno	11,3	11,1	11,5	7,4	17,9	12,1	11,2	10,8	7,3
Dos	16,6	16,1	17,1	14,8	13,2	20,9	15,3	16,3	18,2
Tres	13,9	13,5	14,3	17,1	12,8	15,1	13,6	11,0	13,2
Cuatro	9,3	10,5	8,2	13,8	7,9	7,5	10,3	9,6	5,9
Cinco	7,1	6,5	7,7	12,0	9,0	6,3	6,1	4,2	5,6
Seis	7,5	8,3	6,7	8,5	6,5	6,3	8,8	8,2	6,3
De 7 a 10	12,0	11,0	12,9	12,1	13,3	9,6	9,8	12,4	18,6
De 11 a 15	6,8	6,9	6,8	5,5	5,0	5,3	6,8	9,9	10,2
Más de 15	7,2	7,7	6,8	5,9	6,7	5,3	7,7	8,9	10,6
Promedio libros leídos	6,2	6,3	6,0	5,7	5,8	5,0	6,1	7,2	8,3

- El principal motivo para leer es “disfrutar” y “distraerse”, tal y como sostiene el 63% de los encuestados que han leído algún libro o cómic.

La música es el ámbito cultural que más les interesa

- Para un 88% de los internautas la música les resulta “muy” o “bastante interesante” como ámbito cultural, seguido del cine y la lectura. Por detrás quedan teatro, artes plásticas o la danza.

Más del 50% de los navegantes quisiera disponer de más tiempo para asistir a actos culturales

- En un día laborable promedio, los internautas declaran disponer de 2,8 horas libres, que ascienden a 5,2 en los días no laborables.
- De forma general, los encuestados se encuentran satisfechos con el tiempo libre que dedican a Internet (83%) y a ver la televisión (71%), mientras que echan en falta el poder disponer de más tiempo para estar con sus amigos (58%) o asistir a actos culturales (55%).

METODOLOGÍA DEL AIMC Q PANEL

Todos los datos numéricos poblacionales se refieren a miles. El trabajo de campo se realizó entre el 17 de mayo y el 18 de junio de 2018. La muestra útil alcanzó las 1.607 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 136 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>  