

AIMC presenta su primer AIMC Q Panel sobre hábitos de asistencia a Centros Comerciales y su relación con la publicidad Exterior

El 95% de los internautas ha visitado algún centro comercial en el último año

- **Moda (94%) y Alimentación/ Hogar (88%) son las compras más realizadas en los últimos 12 meses por parte de los encuestados.**
- **Gastamos una media de 70 euros cuando compramos moda para nosotros mismos u otra persona de la familia.**
- **El gasto promedio mensual en compras de Alimentación/ Hogar es de 128 euros.**
- **Permanecemos una media de 113 minutos cuando vamos a comprar a un Centro Comercial.**
- **El 74% de la población internauta recuerda haber visto publicidad en el Centro Comercial.**

Madrid. 29 de enero de 2019.- **AIMC** (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) ha presentado los resultados de su estudio sobre **Exterior**, realizado a través del **AIMC Q Panel**, su propio panel de internautas. Su objetivo es conocer en profundidad los hábitos de asistencia a Centros Comerciales y la relación de sus consumidores con la publicidad exterior allí presente.

Todos los participantes en el estudio han sido contactados a través de un cuestionario online que se realizó entre el 21 de junio y el 19 de julio de 2018.

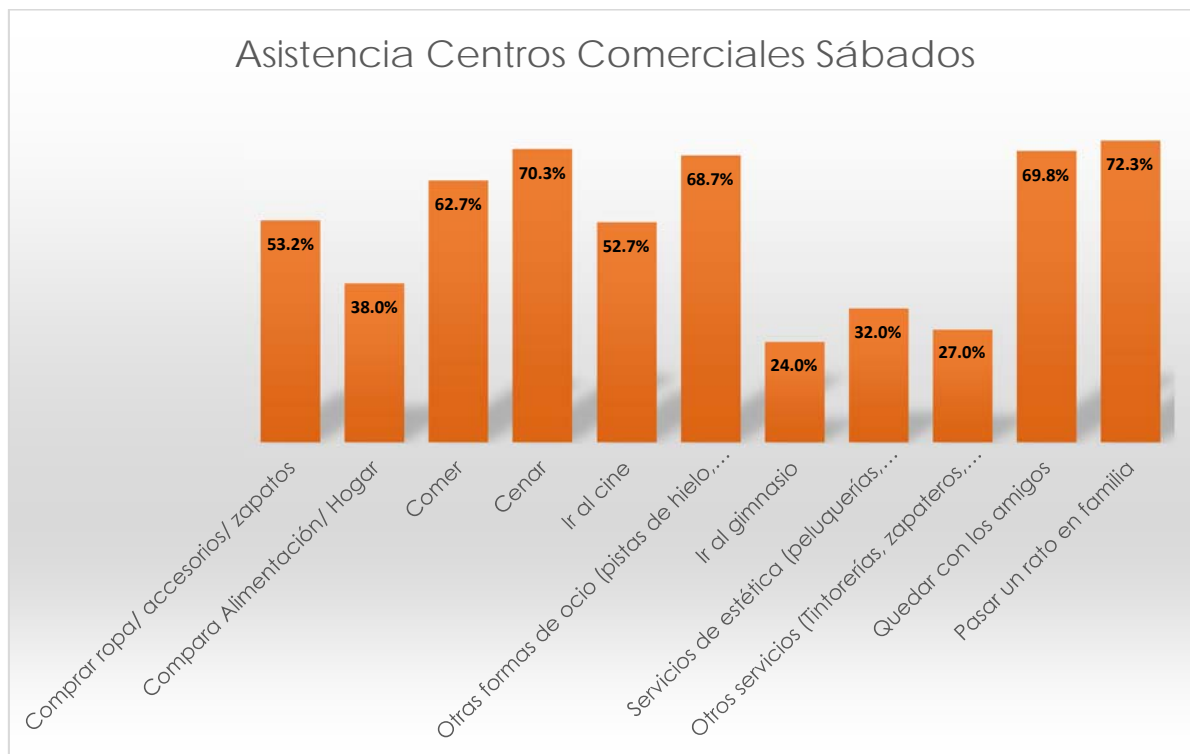
Las principales conclusiones de este análisis de **AIMC** son las siguientes:



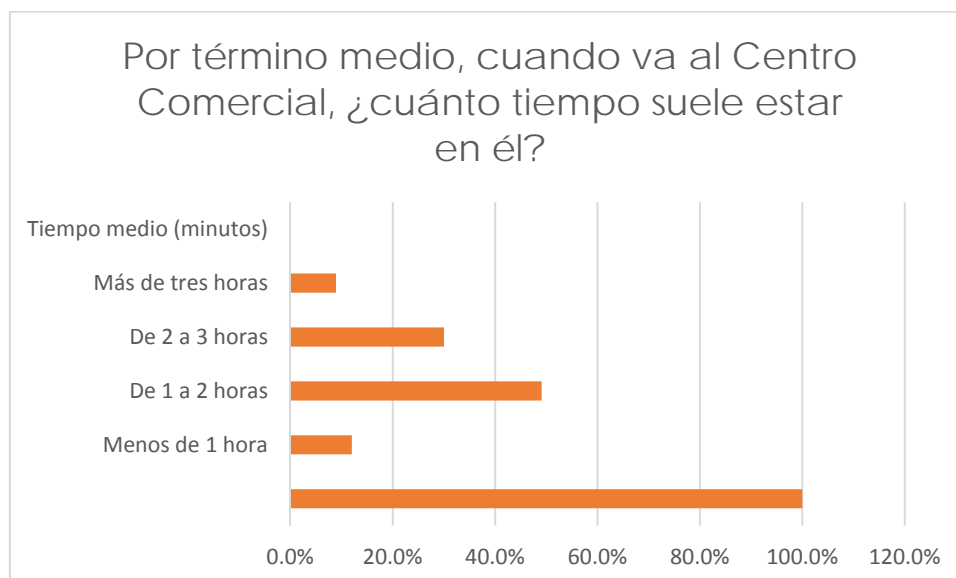
Más de la mitad de la población acude a los centros comerciales al menos una vez al mes

El 95% de los internautas ha visitado algún Centro Comercial en los últimos 12 meses. Dentro de este colectivo, un 26% declara ir al menos una vez por semana a realizar la compra de alimentación/ hogar, que asciende hasta el 60% si consideramos la opción “al menos una vez al mes”.

El día de la semana que más se va al Centro Comercial es el sábado para casi todas las actividades investigadas:



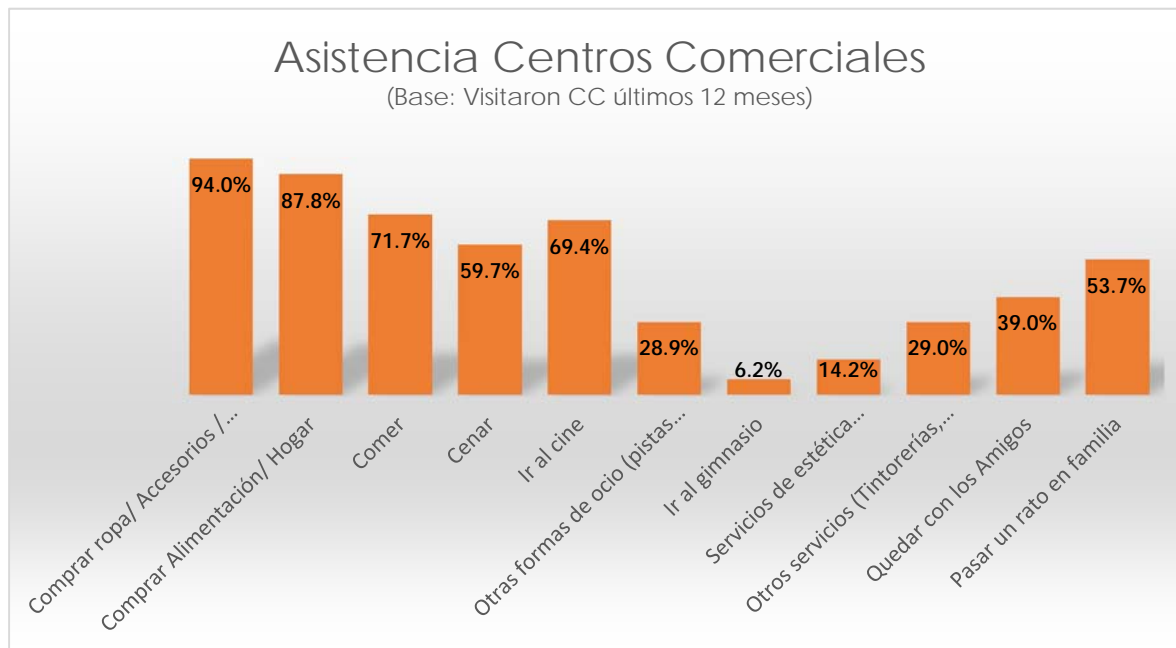
El tiempo medio que se permanece en el Centro Comercial es de 113 minutos, casi dos horas.



¿Qué es lo que hacemos y compramos cuando vamos al Centro Comercial?

El 94% de los que acuden a un Centro Comercial en los últimos 12 meses ha realizado una compra de moda. Un 88% ha realizado alguna compra de alimentación/ hogar.

En el apartado de ocio, un 72% ha ido a comer en alguna ocasión a un centro comercial, un 70% al cine y un 60% a cenar.



El estudio también pone de manifiesto que, cuando vamos al Centro Comercial, lo hacemos acompañados. Los únicos servicios proporcionados a los que se va sin compañía son: ir a servicios de estética, ir al gimnasio o a otros servicios como tintorería, reparación de calzado, etc.

¿Para quién compramos?

De los que fueron a un Centro Comercial a comprar moda, el 87% compró para sí mismo. Un 50% para otro miembro del hogar, un 26% para otro familiar y un 13% para otra persona no familiar.

¿Cuánto dinero nos gastamos?

El gasto promedio mensual en moda es de alrededor de 70€ cuando la compra es para nosotros mismos u otra persona de la familia, mientras que, si es para otra persona no familiar, el gasto es de alrededor de 50€.

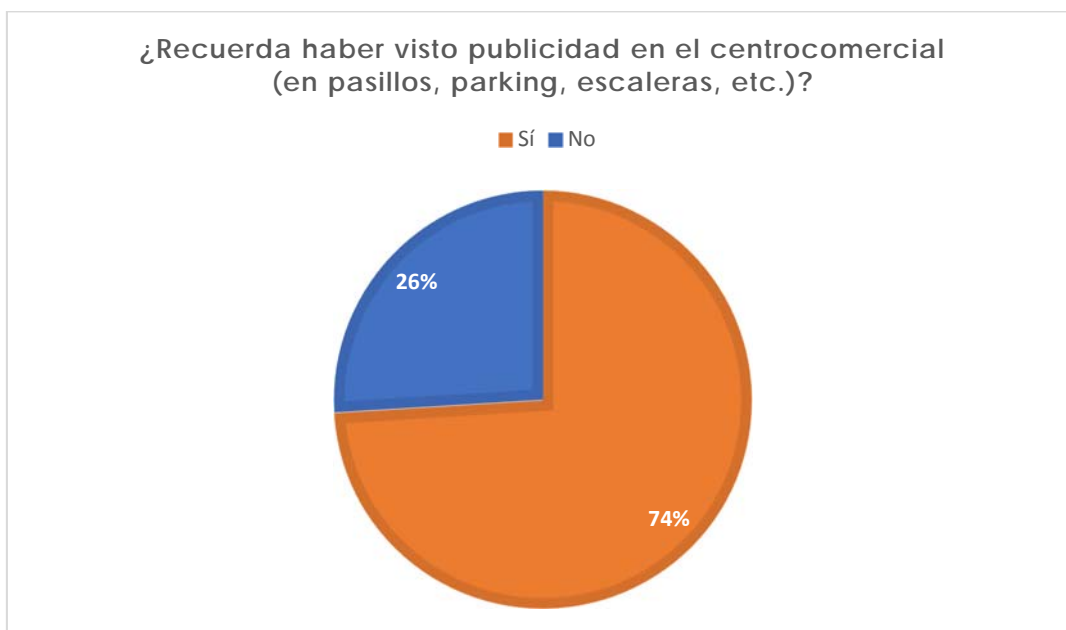
AIMC Q Panel Medio Exterior 2018				
¿Para quién realizó compras de ropa/accesorios/zapatos en el centro comercial? ¿Cuál fue el gasto medio mensual en estas compras? <i>Base: compraron ropa/accesorios/calzado en el centro comercial en el último año (29.241)</i>	Para mí	Para otro miembro de mi hogar	Para otro miembro del resto de mi familia	Para otra persona
Compraron ropa/accesorios/calzado para...	25.387	14.793	7.638	3.792
Hasta 60 euros	56,5%	54,9%	58,8%	82,2%
De 61 a 100 euros	31,4%	32,9%	25,4%	15,4%
De 101 a 150 euros	7,7%	6,7%	11,8%	1,6%
Más de 150 euros	4,4%	5,5%	4,0%	0,8%
Gasto medio (euros)	68	69	68	53

Por otro lado, el 88% de los encuestados declara haber ido al menos una vez a realizar compras de alimentación/ hogar, y su gasto promedio mensual en este apartado es de 128€.

AIMC Q Panel Medio Exterior 2018		
¿Cuál fue el gasto medio mensual dedicado a productos de alimentación y del hogar realizado en un centro comercial?		
Total compraron alimentación/hogar en CC en los últimos 12 meses	27.312	100,0%
Hasta 100 euros	13.243	48,5%
De 101 a 200 euros	8.958	32,8%
De 201 a 300 euros	3.109	11,4%
Más de 300 euros	2.002	7,3%
Gasto medio (€)	128	

¿Cómo nos relacionamos con la publicidad cuando vamos al Centro Comercial?

Un 74% declara haber visto publicidad en el Centro Comercial.



Los hombres afirman haber visto la publicidad más que las mujeres y, si atendemos a la edad, son los jóvenes quienes más se fijan en ella:

AIMC Q Panel Medio Exterior 2018									
¿RECUERDA HABER VISTO PUBLICIDAD EN EL CENTRO COMERCIAL (EN PASILLOS, PARKING, ESCALERAS, ETC.)?	Total	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
Base: han estado en un CC en el último año (000)	31.092	15.412	15.680	4.614	5.024	7.025	6.458	4.746	3.225
Sí	74,0%	77,8%	70,3%	82,5%	81,6%	70,1%	71,8%	71,6%	66,5%
No	26,0%	22,2%	29,7%	17,5%	18,4%	29,9%	28,2%	28,4%	33,5%

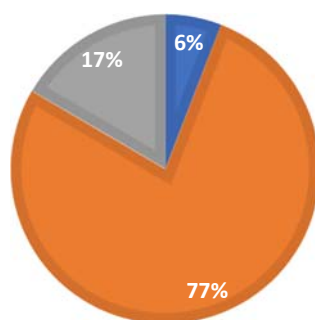
¿Planificamos las compras, o también lo hacemos por impulso?

Un 83% declara comprar por impulso en alguna ocasión, y un 6% declara hacerlo muy a menudo:

¿Suele realizar alguna vez una compra por impulso/ fuera de lo previsto?

(Base: Total internautas)

■ Muy a menudo ■ Alguna vez ■ Nunca



METODOLOGÍA DEL AIMC Q PANEL

Todos los datos numéricos poblacionales se refieren a miles. El trabajo de campo se realizó entre el 21 de junio y el 19 de julio de 2018. La muestra útil alcanzó las 1.670 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 32,66 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>  