

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

## La lectura en libro digital crece, aunque los internautas siguen prefiriendo el formato papel

- Un 58% de los lectores eligen el formato papel, mientras que, con un 27%, el formato digital crece en aceptación respecto a ediciones anteriores.
- El 64% de los internautas ha leído un libro en versión digital en alguna ocasión.
- Aumenta el uso del smartphone como dispositivo de lectura: ya lo utiliza el 25% de los lectores que apuestan por el en formato digital.
- Un 43% asegura que lee todos o casi todos los días, mientras que un 16% no lo hace nunca o casi nunca.
- En los últimos 12 meses, casi la mitad de los internautas ha comprado sólo libros en formato papel, un 7% electrónicos y un 12% ambos tipos.
- El confinamiento aumentó el hábito lector de los internautas: un 41% de los encuestados leyó más, frente a un 17% que leyó menos o nada durante ese periodo.

**Madrid. 14 de septiembre de 2021.-** 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 cuáles son sus hábitos de lectura que, junto la música y el cine, es uno de los ámbitos de la cultura que más interesa a los encuestados en este estudio, centrado en la rutina lectora de los encuestados, tanto en formato papel como electrónico.

La población objeto de este estudio, por tanto, ha sido aquella que es usuaria y tiene acceso a Internet, es decir, un total 35,9 millones de individuos sobre los 40,9 millones de residentes en España de 14 años o más.

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



## El formato digital gana adeptos, tanto en términos de preferencia como de compra

Aunque predomina el consumo de libros en papel, siendo el 58% de los lectores los que prefieren este formato, el estudio aprecia que el formato digital va creciendo en aceptación respecto a ediciones anteriores del estudio, al ser elegido por el 27% de los lectores internautas en 2021. Esta cifra sube 5 puntos respecto a la última edición del estudio en 2018.

Si nos centramos en la compra de libros, también se observa claramente un importante aumento en el consumo digital: aunque un 47,7% de los encuestados afirma haber comprado sólo libros en formato papel en el último año (cuando en ediciones anteriores el dato histórico oscilaba entre el 53-54%), un 7% ha comprado sólo libros electrónicos (cifra que, aumenta en 3 puntos en comparación con la edición anterior del estudio) y un 12% de ambos tipos. El 33% restante no ha comprado ningún libro.

AIMC Q Panel Lectura Evolución				
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)			
	2016	2017	2018	2021
Total Población (000)	30.737	31.893	32.664	35.857
Si, sólo en papel	52,9	53,7	53,6	47,7
Si, solo electrónicos	3,7	3,8	4,1	7,3
Si, en papel y electrónicos	12,0	11,6	9,6	11,8
No, ninguno	31,4	30,8	32,6	33,2

Otra forma de acceder a los libros es a través del préstamo bibliotecario. De acuerdo con los resultados del estudio, sólo el 24% de los internautas ha ido a una biblioteca en los últimos 12 meses, lo que supone un descenso relativo del 41% en la asistencia respecto a años anteriores, probablemente como consecuencia de las restricciones derivadas de la pandemia.

## El papel sigue siendo el formato preferido para la lectura

El 64% de los encuestados ha leído en alguna ocasión un libro en versión digital, dato que ha crecido 4 puntos respecto a la última edición de este estudio, realizada en 2018.

No obstante, a pesar de este crecimiento, cuando se pregunta a aquellos que han leído alguna vez un libro digital por qué versión optarían, si pudieran disponer del formato electrónico o el papel para leer un mismo título, un 66% se decanta por el papel, mientras que a un 17% indica que le resulta indiferente la versión a escoger, y otro 17% prefiere la versión electrónica. Al comparar estos datos con los de ediciones anteriores del estudio, se observa que ha aumentado el número personas que prefieren la versión papel frente a la electrónica, situándose en casi 4 puntos si comparamos la cifra registrada en 2021 con la de 2018.

En cuanto a los motivos para decantarse por el formato físico, un 52% señala “el tacto” y “manejo del libro en papel”, mientras que un 45% lo achaca que leer libros en el formato tradicional es una experiencia muy diferente a leerlos en el formato electrónico.

Pero, si prefieren el papel, ¿por qué eligen también la versión electrónica?

AIMC Q Panel Lectura Evolución				
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?			
	2016	2017	2018	2021
Total Población (000)	18.649	20.113	19.762	22.860
La electrónica	16,2	15,8	18,1	17,1
La de papel	62,8	63,8	62,7	66,4
Me es indiferente	20,9	20,3	19,1	16,5

  

AIMC Q Panel Lectura Evolución				
Base: Internautas han leído libros electrónicos y que prefieren la edición en papel %Verticales	¿Cuál es la principal razón para preferir la edición en papel?			
	2016	2017	2018	2021
Leer libros en formato electrónico no es igual que en papel	11.718	12.836	12.400	15.178
Tendría que tener un trasto más	46,8	47,1	48,4	44,5
No quiero estar pendiente de que se me agote la batería	0,8	1,1	0,7	0,7
Me gusta tocar el papel, anotar o subrayar	4,0	2,7	3,0	3,4
	48,4	49,0	47,9	51,5

El 38% de los partidarios del e-book consideran decisivo el ahorro de peso y de volumen como razón principal. Por otro lado, la posibilidad de disponer de muchos títulos diferentes en un único objeto (21%) y el ahorro en la compra de libros (18%) son las otras dos motivaciones que completan el podio.

Además, otro aspecto a tener en cuenta es la posibilidad de configurar el tamaño de la fuente, indicado por el 13%, porcentaje que se aumenta hasta el 29% para el público de 65 años y más.

### Cada vez leemos más desde el móvil

A pesar de que el e-book sigue siendo el dispositivo de lectura preferido, en esta edición llama la atención el crecimiento del smartphone que, con un 25%, ha subido casi 5 puntos desde 2018 por los lectores en formato digital.

AIMC Q Panel Lectura Evolución				
Base: Internautas que han leído algún libro en versión digital %Verticales	¿Qué dispositivo o dispositivos ha utilizado para leer esos libros en versión digital?			
	2016	2017	2018	2021
Total Población (000)	18.649	20.113	19.762	22.860
<b>Libro electrónico</b>	61,2	66,3	68,2	65,1
<b>Ordenador</b>	24,9	20,1	19,4	18,3
<b>Smartphone</b>	20,3	19,7	20,6	25,1
<b>Tableta</b>	37,7	36,5	35,8	36,1
<b>Otro</b>	0,9	0,4	0,2	0,6

### Un 43% de los encuestados lee libros todos los días y un 16% nunca o casi nunca

En lo que se refiere a la frecuencia de lectura, sea en uno u otro formato, el 43% de los internautas declara leer libros todos o casi todos los días, y un 18% una o dos veces por semana.

Por otra parte, un 16% declara no leer nunca o casi nunca. Entre los principales motivos de la escasa lectura que alegan este último grupo, llama la atención el crecimiento de la opción “No me gusta/No me interesa la lectura”, que gana 13 puntos en el acumulado de 1ª + 2ª razón de no lectura para esta última edición del estudio, en detrimento de la “falta de tiempo”, que pierde 14 puntos.

AIMC Q Panel Lectura Evolución				
Base: Internautas que declaran no leer libros o cómics nunca o casi nunca %Verticales	¿Cuál es el motivo principal por el que usted no lee nunca o casi nunca?			
	2016	2017	2018	2021
Total Población (000)	3.819	4.065	3.660	5.220
<b>No me gusta, no me interesa</b>	16,1	25,2	25,7	28,3
<b>Por falta de tiempo</b>	25,3	28,7	25,9	24,3
<b>Problemas de salud, mala visión, etc.</b>	2,2	7,5	4,0	1,1
<b>Prefiero emplear mi tiempo en otro tipo de entretenimiento</b>	48,1	33,6	40,6	41,2
<b>No tengo fácil acceso a materiales de lectura (bibliotecas, etc.)</b>	0,0	0,2	0,0	0,2
<b>Por el precio de los libros</b>	1,2	1,4	1,5	1,9
<b>Otras razones</b>	7,2	3,4	2,3	2,9

Además, un 48% de los internautas declara leer textos largos (de varios párrafos) todos o casi todos los días a través de la web. En el otro extremo, un 12% declara no hacerlo nunca o casi nunca.



## Los usuarios de internet leen una media de 11,6 libros al año

El estudio vuelve a poner de manifiesto que la población internauta se sigue considerando lectora. El 85% de los encuestados indica que ha leído algún libro o cómic en los últimos 12 meses.

Este grupo asegura leer un promedio de 11,6 libros al año (prácticamente uno al mes). De todos ellos, 6,4 son en formato papel y 5,2 en formato electrónico.

Comparando estos datos con ediciones anteriores, se observa que la lectura en formato papel se mantiene, mientras el formato digital crece en un ejemplar.

En cuanto al género de lectura, la novela, en sus diferentes versiones, sigue siendo el favorito entre la población internauta, siendo un 75% de los encuestados los que la escogen como primera opción.

AIMC Q Panel Lectura Evolución				
Base: Internautas que han leído algún libro o cómic %Verticales	¿Cuántos libros ha leído en formato papel o electrónico en los últimos 12 meses?			
	2016	2017	2018	2021
Total Población (000)	26.918	27.828	29.004	30.637
Ninguno	0,0	0,0	0,0	0,0
Uno	4,6	4,8	6,1	5,4
Dos	7,6	9,8	9,9	9,7
Tres	10,1	10,4	9,9	9,5
Cuatro	9,9	8,4	10,4	9,3
Cinco	8,4	8,1	8,4	6,8
Seis	7,1	8,5	7,2	8,2
De 7 a 10	17,4	18,4	17,5	19,0
De 11 a 15	15,7	13,9	13,7	11,7
Más de 15	19,3	17,9	16,9	20,5
Promedio libros leídos	11,6	10,8	10,4	11,6

## El confinamiento favoreció la frecuencia lectora para 4 de cada 10 encuestados

El estudio recoge también que el confinamiento, a partir de marzo de 2020, aumentó el hábito lector de los internautas, puesto que un 41% de los encuestados reconoce que leyó más, frente a un 17% que leyó menos o nada durante ese periodo.

Pero, una vez finalizado el confinamiento, sólo un 11% afirma leer más incluso que en los días que no podíamos salir de casa, frente a un 32% que mantiene que lee menos ahora.

Para el 92%, el hogar es el lugar principal de lectura, seguido muy de lejos por el trabajo, con un 4%, y los medios de transporte, con un 2%.

## Nueva normalidad: más conectados y dedicando más tiempo a la familia

Por otro lado, el estudio se ha centrado también en cuáles son las actividades a las que dedicamos más tiempo en comparación con la época pre-COVID.

De todas ellas, destaca el uso de Internet, en donde un 37% declara emplear más tiempo en la actualidad, seguido de “pasar más tiempo con la familia” (23%) y “practicar deporte/ejercicio”, de acuerdo con lo que afirma el 22% de los encuestados que realizan más ejercicio.

## Metodología del AIMC Q Panel

*Todos los datos numéricos poblacionales se refieren a miles de individuos. El trabajo de campo se realizó entre el 30 de abril y el 26 de mayo de 2021. La muestra útil alcanzó las 1.850 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 35,9 millones de individuos sobre los 40,9 millones de residentes en España de 14 años o más.

El objetivo en 2021 es continuar con la dinámica pre-COVID y realizar estudios de temas, que habitualmente no tienen cabida en el EGM pero que tengan alguna relación, aunque sea tangencial, con las audiencias; como este de hábitos de lectura.



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 131 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>

