

*Nueva edición AIMC Q Panel Hábitos de Lectura 2023*

## 4 DE CADA 10 INTERNAUTAS LEE DIARIAMENTE

### Principales Conclusiones:

- La música es el ámbito de la cultura que más interesa a los internautas (89%), seguida del cine (77%), la lectura (74%), el teatro (43%), las artes plásticas (40%) y la danza (21%)
- El 39% de los encuestados declara leer libros todos o casi todos los días, ya sea formato tradicional o digital, y un 18% lo hace una o dos veces por semana. El 16% no lee casi nunca
- El principal motivo para la escasa lectura son la preferencia por emplear el tiempo libre en otro tipo de entretenimiento (45%), la falta de tiempo (26%), y el bajo interés por la lectura (24%). El precio de los libros solo es señalado por el 1% de los encuestados
- La gran mayoría de los españoles (64%) siguen prefiriendo la lectura en papel, frente al 18% que prefiere la versión electrónica. El 18% no se decanta por uno u otro
- Casi 6 de cada 10 internautas (64%) reconocen haber leído algún libro en formato electrónico. Los dispositivos más utilizados para ello fueron el libro electrónico (66%), la tableta (37%), el smartphone (26%) y el ordenador (17%)
- De media, los españoles leyeron 10,6 títulos en 2022. Atendiendo al sexo, las mujeres consumieron 11,6 libros, frente a los 9,4 libros al año de los hombres, es decir, 2,2 títulos más
- La novela es el género preferido de la población lectora en todas sus versiones. Por edades, los jóvenes se decantan más por la novela fantástica, cómics o tebeos, y los mayores de 65 por la histórica
- 1 de cada tres encuestados (33%) ha visitado una biblioteca el último año, lo que supone un considerable incremento respecto a 2021 (24%), aunque todavía estamos lejos de los datos previos a la pandemia de 2018 (41%)
- El 95% de los entrevistados conoce los audiolibros, aunque solo el 25% declara haber escuchado uno, total o parcialmente

1

**Madrid, 13 de noviembre de 2023.-** La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) ha presentado los resultados de su último estudio AIMC Q PANEL®, su propio panel de internautas formado a partir de los contactos de entrevistados del EGM, con el objetivo de conocer mejor los cambios que se están produciendo en la vida cotidiana de los españoles a raíz de la irrupción del fenómeno Internet en nuestras vidas, y en concreto, para profundizar en **cómo son los nuevos hábitos de lectura de los españoles.**

Se trata del **quinto estudio dedicado a conocer las preferencias de lectura en general del AIMC Q PANEL®**, incluyendo tanto el formato papel como la lectura electrónica, y fue realizado por una muestra útil de 1.541 entrevistas, entre el 10 de febrero y el 23 de marzo de 2023.

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

### La música es el ámbito cultural que más interesa a los internautas

Los datos analizados en el **AIMC Q PANEL®** destacan que la **música** es el ámbito cultural que más interesa a los internautas españoles, donde al 89% le interesa mucho (45%) o bastante (44%). En segundo lugar está el **cine**, señalado por el 77% de los encuestados entre mucho (29%) y bastante (48%), y en tercer lugar se sitúa muy de cerca la **lectura**, elegido por el 74% entre mucho (39%) y bastante (35%). Entre el cine y la lectura, los datos arrojan un interés similar en ambos grupos, aunque con mayor pasión entre los lectores.

Por detrás quedan el **teatro (43%)**, las **artes plásticas (40%)** y la **danza (21%)**.

AIMC Q Panel Lectura 2023						
Base: Internautas de últimos 30 días	Nos gustaría que nos dijera en qué medida le interesan los siguientes ámbitos de la cultura:					
% Verticales	La Música	El Cine	La Lectura	El Teatro	Artes Plásticas	La Danza
Total Población (000)	37.746	37.746	37.746	37.746	37.746	37.746
Mucho	44,9%	29,4%	39,0%	10,0%	9,3%	5,8%
Bastante	43,8%	47,8%	35,1%	32,8%	31,3%	15,2%
Poco	10,5%	20,6%	20,5%	42,3%	42,5%	40,5%
Nada	0,9%	2,2%	5,4%	15,0%	16,9%	38,5%

2

Por género, **las mujeres se muestran más interesadas en todos los ámbitos culturales estudiados**, aunque ante la música y cine, el comportamiento es más parejo entre ambos sexos. En el resto de disciplinas, el género femenino se muestra notablemente más interesado que el masculino, como es el caso de la lectura, que gusta mucho o bastante al 85% de las mujeres, frente al 63% de los hombres, o el teatro, con un 53% y 33% respectivamente.

Por edad, se aprecian importantes diferencias según la actividad cultural. Los jóvenes **entre 14 y 24 años son los más interesados por la música (67%)**, seguidos de los de 25 a 34 años (54%) y de 35 a 44 años (50%). Sin embargo, los mayores de **65 años son los más interesados por la lectura (57%)**, el **teatro (16%)** o la **danza (10%)**.

AIMC Q Panel Lectura 2023									
Base: Internautas de los últimos 30 días %Verticales	Nos gustaría que nos dijera en qué medida le interesan los siguientes ámbitos de la cultura:								
	Total Población	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 (000)	37.746	18.731	19.015	5.487	5.183	6.530	7.578	6.280	6.688
<b>La Música</b>									
Mucho	44,9	45,6	44,1	67,1	53,7	50,2	39,8	33,7	30,7
Bastante	43,8	42,7	44,9	30,9	34,6	39,7	49,1	50,3	53,3
Poco	10,5	10,3	10,7	2,0	8,8	9,1	10,4	15,7	15,3
Nada	0,9	1,4	0,4	0,0	2,8	1,0	0,7	0,2	0,7
<b>El Cine</b>									
Mucho	29,4	29,0	29,8	33,4	30,3	28,3	30,3	26,9	27,8
Bastante	47,8	47,4	48,2	45,5	47,1	46,5	46,6	50,6	50,3
Poco	20,6	21,5	19,6	19,1	17,4	21,6	21,5	21,5	21,3
Nada	2,2	2,1	2,4	2,1	5,2	3,5	1,6	1,0	0,7
<b>La Lectura</b>									
Mucho	39,0	29,0	48,8	28,9	34,8	32,7	36,0	42,7	56,5
Bastante	35,1	33,9	36,3	33,1	32,3	32,9	39,6	38,1	33,2
Poco	20,5	28,3	12,8	23,5	23,1	28,1	22,0	17,6	9,6
Nada	5,4	8,8	2,1	14,6	9,8	6,3	2,4	1,6	0,7
<b>El Teatro</b>									
Mucho	10,0	5,8	14,1	7,3	6,3	5,8	10,8	12,1	16,2
Bastante	32,8	26,5	38,9	21,4	29,8	29,7	30,3	38,5	44,8
Poco	42,3	46,7	37,9	37,1	41,4	49,8	48,3	43,0	32,5
Nada	15,0	21,0	9,1	34,2	22,5	14,7	10,7	6,4	6,5
<b>Las Artes Plásticas (pintura, escultura, fotografía, etc.)</b>									
Mucho	9,3	8,0	10,5	9,5	9,4	6,1	8,0	11,5	11,4
Bastante	31,3	26,6	35,9	24,8	18,8	26,0	28,3	37,8	48,7
Poco	42,5	43,0	42,0	31,3	49,5	50,3	47,4	41,5	34,0
Nada	16,9	22,4	11,6	34,4	22,3	17,5	16,3	9,1	6,0
<b>La Danza</b>									
Mucho	5,8	1,5	10,1	9,0	3,4	3,2	4,5	4,7	10,1
Bastante	15,2	5,8	24,4	15,7	12,7	11,6	11,9	13,8	25,0
Poco	40,5	35,9	45,1	29,8	39,6	42,9	42,8	44,2	41,8
Nada	38,5	56,8	20,4	45,5	44,4	42,3	40,8	37,3	23,1

## El 39% de los internautas lee diariamente

Profundizando en los hábitos de lectura, casi 4 de cada 10 encuestados (39%) declara **leer todos o casi todos los días**, y un **18% dice hacerlo una o dos veces por semana**. Por su parte, el **16% afirma no leer nunca o casi nunca**.

El principal motivo que explica la escasa lectura es la preferencia **por emplear el tiempo libre en otro tipo de entretenimiento** (45%), seguido por la **falta de tiempo** (26%), y el **bajo interés por la lectura** (24%). El precio de los libros no parece ser muy relevante, señalado solo por el 10% de los encuestados.

Por su parte, los encuestados practican la lectura por mero **disfrute y entretenimiento** (69%), seguidos a mucha distancia del **aprendizaje y la mejora cultural** (16%), los **motivos profesionales** (5,5%) y los **motivos de estudio** (5,3%).

Por sexo, **las mujeres destacan más en la lectura diaria** (47%) que los hombres (31%), mientras que por grupos de edad, **casi 7 de cada 10 adultos mayores de 65 años (66%) afirman leer todos los días**, frente al 24% de los jóvenes entre 14 y 24 años.

AIMC Q Panel Lectura 2023									
Base: Internautas de los últimos 30 días %Verticales	¿Con qué frecuencia lee libros?								
	Total Población	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)	37.746	18.731	19.015	5.487	5.183	6.530	7.578	6.280	6.688
Todos o casi todos los días	39,1	31,0	47,0	23,7	26,7	28,7	39,1	45,1	65,7
Una o dos veces por semana	18,4	19,6	17,3	20,0	21,5	20,8	18,3	17,4	13,5
Alguna vez al mes	14,1	14,1	14,2	7,3	16,4	18,8	15,3	13,6	12,6
Alguna vez al trimestre	12,2	12,5	12,0	28,6	15,4	9,4	10,3	10,7	2,5
Casi nunca	12,2	16,8	7,7	15,8	9,5	16,7	14,3	11,6	5,1
Nunca	4,0	6,1	1,8	4,6	10,5	5,6	2,6	1,5	0,5

AIMC Q Panel Lectura 2023									
Base: Internautas que declaran no leer libros o cómics nunca o casi nunca %Verticales	¿Cuál es el principal o segundo motivo para no leer nunca o casi nunca?								
	Total Población	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)	5.489	3.759	1.730	811	924	1.400	1.188	808	358
No me gusta, no me interesa	49,1	55,8	34,5	73,8	44,2	46,0	45,2	40,5	49,9
Por falta de tiempo	46,6	42,6	55,3	41,8	69,7	46,3	42,4	42,7	21,6
Problemas de salud, mala visión, etc.	5,7	4,4	8,4	0,0	0,0	4,2	9,1	11,7	14,2
Prefiero emplear mi tiempo en otro tipo de entretenimiento	80,4	83,1	74,7	71,2	74,9	82,1	79,7	87,6	94,9
No tengo fácil acceso a materiales de lectura (bibliotecas, etc.)	1,5	1,6	1,1	0,0	2,0	2,1	2,8	0,0	0,0
Por el precio de los libros	9,5	7,6	13,8	13,1	3,1	13,8	12,2	4,0	5,1
Otras razones	3,5	2,4	5,9	0,0	6,0	1,4	5,6	6,4	0,0

## Seguimos leyendo en papel

En cuanto al formato, la gran mayoría de los encuestados (**64%**) siguen **prefiriendo la lectura en papel**, frente al 18% que prefiere la versión electrónica. Y el 18% no hacen distinción entre uno u otro.

AIMC Q Panel Lectura 2023									
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 Población	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)	23.733	11.100	12.633	3.185	3.368	3.980	4.827	3.808	4.565
La electrónica	17,7	19,5	16,2	16,0	18,1	14,9	16,7	17,4	22,5
La de papel	64,0	59,8	67,7	60,9	69,7	62,7	65,6	60,7	64,1
Me es indiferente	18,3	20,7	16,2	23,0	12,1	22,4	17,7	21,9	13,4

Los motivos alegados por los partidarios del *eBook* son el **ahorro del peso y volumen (38%)**, la **posibilidad de disponer de muchos títulos en un único dispositivo (18%)** y el **ahorro en la compra de libros (18%)**. Otro aspecto relevante es la posibilidad de **configurar el tamaño de la fuente (13%)**.

En cambio, aquellos que prefieren la versión tradicional, indican que el principal motivo es el **tacto (81%)**. Además, se observa cómo un pequeño porcentaje de la población lectora **no quiere estar pendiente de la batería (13%)**.

Por su parte, el conocimiento del *eBook* es prácticamente total (98%) entre la población española, y casi **7 de cada 10 internautas (64%) reconocen haber leído algún libro en formato electrónico**, frente a un 36% que declara no haberlo hecho nunca.

Respecto a los dispositivos utilizados para la lectura digital, el más utilizado es el **libro electrónico (66%)**, seguido de la **tableta (37%)**, el **smartphone (26%)** y el **ordenador (17%)**. Aquí también conviene destacar que el uso del smartphone y libro electrónico han crecido ligeramente respecto a la edición anterior del AIMC Q PANEL®.

4

AIMC Q Panel Lectura 2023									
Base: Internautas que han leído algún libro en versión digital %Verticales	¿Qué dispositivo o dispositivos ha utilizado para leer esos libros en versión digital?								
	Total Población	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)	23.733	11.100	12.633	3.185	3.368	3.980	4.827	3.808	4.565
Libro electrónico	66,0	60,3	71,1	58,1	59,2	65,8	67,9	67,2	73,8
Ordenador	16,9	19,7	14,4	23,8	26,6	12,4	9,7	21,5	12,6
Smartphone	26,2	27,2	25,3	35,5	38,4	29,5	25,0	18,5	15,3
Tableta	36,6	40,1	33,6	31,8	42,3	29,5	37,7	38,6	39,3

### El hogar, principal lugar de lectura

En cuanto a los lugares favoritos para realizar la lectura, **el hogar se sitúa en primer lugar (88%)**, seguido de los medios de **transporte (4%)** y el **trabajo (3%)**.

Por otro lado, el **52% de los entrevistados declara leer más en los periodos vacacionales**, frente al 31% que indica leer lo mismo, el 11% que señala leer menos en vacaciones, y el 7% que no lo hace en dichas fechas especiales.

### El 85% ha leído un libro en el último año

El estudio AIMC Q PANEL® también refleja que **el 85% de los internautas declara haber leído algún libro en los últimos 12 meses**, la misma cifra de la edición anterior. De media, los **españoles leyeron 10,6 títulos** en 2022, de los cuales **5,9 fueron en formato papel y 4,7 en formato electrónico**. Comparando con la edición de 2021 del estudio, ha disminuido el número de títulos leídos tanto en papel como en electrónico, perdiendo un libro de promedio repartido a partes iguales entre los dos formatos.

Atendiendo al sexo, las mujeres consumieron 11,6 libros, frente a los 9,4 libros al año de los hombres, es decir, un promedio de 2,2 títulos más.

Por edades, se observan dos grupos que se sitúan por debajo de la media: los jóvenes entre **14 y 24 años**, que leyeron un promedio de 8 libros, y los de **25 a 34 años** con 9,6 libros, frente a las casi 14 obras leídas por los mayores de 65 años.

AIMC Q Panel Lectura 2023									
Base: Internautas que han leído algún libro o cómic %Verticales	¿Cuántos libros ha leído en formato papel o electrónico en los últimos 12 meses?								
	Total Población	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)	32.257	14.972	17.285	4.676	4.259	5.130	6.390	5.472	6.330
Ninguno	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Uno	5,8	7,0	4,7	3,1	5,7	9,4	6,4	5,7	4,4
Dos	10,4	11,2	9,6	7,4	13,6	12,8	12,6	11,4	5,5
Tres	13,0	14,4	11,9	18,2	13,5	11,9	12,4	13,6	9,9
Cuatro	10,3	12,4	8,6	12,9	10,8	10,3	11,4	7,1	10,0
Cinco	8,2	7,3	9,0	11,9	7,7	9,7	6,1	8,8	6,2
Seis	5,9	5,7	6,1	2,5	6,9	5,8	7,0	7,0	6,0
De 7 a 10	17,4	16,9	17,8	26,7	12,3	16,0	14,9	14,4	20,0
De 11 a 15	12,5	10,0	14,6	9,9	10,7	10,1	11,8	14,9	16,3
Más de 15	16,5	15,0	17,7	7,5	18,9	14,1	17,3	17,3	21,7
Promedio libros leídos	10,6	9,4	11,6	8,0	9,6	10,3	10,7	10,0	13,7

5

Profundizando en la lectura en papel, apenas se aprecian diferencias por género, pero sí por edad, siendo la franja de **14 a 24 años** los que menos obras impresas consumieron (4,8 libros), frente a los mayores de 65 años, que fueron los que más (7,2 ejemplares).

AIMC Q Panel Lectura 2023									
Base: Internautas que han leído algún libro o cómic %Verticales	¿Cuántos libros ha leído en formato papel en los últimos 12 meses?								
	Total Población	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)	32.257	14.972	17.285	4.676	4.259	5.130	6.390	5.472	6.330
Ninguno	10,4	12,5	8,5	12,0	9,6	9,0	11,7	10,0	9,8
Uno	12,0	12,3	11,9	10,8	12,5	17,5	10,8	11,6	9,9
Dos	15,1	16,4	14,0	7,4	19,6	19,5	17,9	17,4	9,5
Tres	14,3	13,7	14,9	23,0	11,0	12,3	14,7	13,3	12,4
Cuatro	9,7	10,8	8,8	11,7	7,3	7,5	8,1	9,5	13,8
Cinco	6,9	4,1	9,3	9,7	7,6	6,8	6,9	4,8	6,3
Seis	6,6	5,5	7,6	5,3	4,6	7,1	6,7	8,3	7,0
De 7 a 10	11,8	11,4	12,1	14,8	12,0	9,2	10,3	11,5	13,3
De 11 a 15	6,7	6,3	7,1	2,3	5,7	6,4	6,7	7,9	10,0
Más de 15	6,3	6,9	5,7	3,2	10,2	4,5	6,1	5,7	8,1
Promedio libros leídos	5,9	6,0	5,8	4,8	6,5	5,2	5,7	5,6	7,2

Por su parte, en lo relativo a los libros **en formato electrónico**, sí que se aprecia un **mayor consumo entre las mujeres** (5,8) frente a los hombres (3,5), lo que se traduce en más de dos libros en promedio. Por edad, los **mayores de 65 años** vuelven a ser los que más consumieron (6,6).

AIMC Q Panel Lectura 2023									
Base: Internautas que han leído algún libro o cómic %Verticales	¿Cuántos libros ha leído en formato electrónico en los últimos 12 meses?								
	Total Población	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)	32.257	14.972	17.285	4.676	4.259	5.130	6.390	5.472	6.330
Ninguno	47,1	45,8	48,2	45,6	44,5	47,1	47,3	50,7	46,5
Uno	10,4	11,6	9,4	9,6	7,7	11,5	11,4	8,4	12,8
Dos	8,2	9,3	7,3	8,9	15,1	10,2	7,1	7,0	3,8
Tres	5,4	7,5	3,5	7,5	7,4	4,4	5,1	4,3	4,3
Cuatro	3,3	4,1	2,6	2,2	2,1	4,0	4,1	3,2	3,7
Cinco	4,3	4,6	4,0	2,0	5,7	5,5	3,4	5,2	4,2
Seis	2,4	2,3	2,4	2,4	2,7	2,2	3,3	2,0	1,5
De 7 a 10	9,0	8,4	9,4	19,7	8,5	6,7	5,2	7,7	7,9
De 11 a 15	4,0	2,3	5,5	0,0	3,7	2,6	5,1	5,0	6,4
Más de 15	6,0	4,1	7,6	2,0	2,5	5,7	8,0	6,5	9,0
Promedio libros leídos	4,7	3,5	5,8	3,2	3,1	5,0	5,0	4,4	6,6

### La mitad de la población continúa comprando libros en papel

Asimismo, el **51% de los internautas declaran haber comprado para sí mismos libros en formato papel** en los últimos 12 meses, mientras que el 6% compró libros electrónicos y un 10% declara haber adquirido ambos tipos. Por su parte, el 33% declara no haber comprado ningún libro, una tendencia que se mantiene estable respecto a las ediciones anteriores.

6

AIMC Q Panel Lectura 2023									
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)								
	Total Población	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)	37.746	18.731	19.015	5.487	5.183	6.530	7.578	6.280	6.688
Sí, sólo en papel	50,9	48,4	53,4	54,9	53,1	43,3	48,4	47,5	59,4
Sí, solo electrónicos	6,1	5,6	6,6	7,1	7,3	4,9	5,4	5,0	7,2
Sí, en papel y electrónicos	10,4	9,4	11,4	10,8	9,6	9,5	11,4	9,6	11,5
No, ninguno	32,6	36,6	28,6	27,1	30,0	42,4	34,8	37,9	22,0

Otra forma de conseguir los libros es visitando una biblioteca. Así, **el 33% de los encuestados indica que ha visitado una biblioteca el último año**, lo que supone un considerable incremento respecto a la edición del 2021, que se quedó en un exiguo 24%. El paso del tiempo tras la pandemia ha permitido recuperar parte de los usuarios, aunque todavía estamos lejos del 41% de 2018.

En cuanto a las diferencias por sexo y edad, las mujeres suelen hacer más uso de ellas, así como los jóvenes entre 14 a 24 años (61%), cuya dedicación académica les hace más proclives a visitar este tipo de espacios.

AIMC Q Panel Lectura 2023									
Base: Internautas de los últimos 30 días %Verticales	¿Podría indicarnos si en los últimos 12 meses ha ido usted a alguna biblioteca?								
	Total Población	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)	37.746	18.731	19.015	5.487	5.183	6.530	7.578	6.280	6.688
Si	32,8	30,3	35,2	60,9	31,0	38,4	27,0	20,2	24,0
No	67,2	69,7	64,8	39,1	69,0	61,6	73,0	79,8	76,0

### La novela, el género predilecto

El estudio de AIMC Q PANEL® muestra además cómo **la novela en general sigue siendo el género preferido de los internautas españoles (30%)**, seguido de lejos por la **novela histórica (15%)**, la **novela negra o policiaca (13,8%)** y la **novela fantástica (7,1%)**.

Por sexo, se observan grandes diferencias. Las mujeres se decantan más por la **novela en general (36%)**, seguida por la **novela negra (15,5%)** y la **novela sentimental (12,2%)**, mientras que los hombres prefieren las **novelas en general (23%)**, la **histórica (18,9%)** y la **policíaca (11,9%)**.

Por edad, la **novela fantástica** prima entre los jóvenes de 14 a 24 años (19,5%), así como la lectura de **cómics o tebeos (6,9%)**. También destaca la **novela histórica** en los mayores de 65 años (21,2%).

AIMC Q Panel Lectura 2023									
Base: Internautas que han leído algún libro %Verticales	¿Qué género literario es su preferido?								
	Total Población	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)	31.654	14.448	17.206	4.369	4.149	5.071	6.298	5.457	6.311
Cuentos, relatos cortos	0,7	0,8	0,6	0,0	0,0	0,8	1,0	1,2	0,6
Ensayo	3,1	5,2	1,3	0,0	4,6	3,5	3,2	3,1	3,7
Novela histórica	15,0	18,9	11,6	2,6	7,3	13,9	19,5	19,2	21,2
Novela de aventuras	3,2	3,4	3,0	1,9	1,5	4,1	5,4	3,6	1,7
Novela sentimental, de amor	6,8	0,3	12,2	14,1	15,8	9,2	3,2	1,3	2,1
Novela fantástica	7,1	8,3	6,2	19,5	15,0	8,7	3,4	0,7	1,4
Novela negra, policiaca	13,8	11,9	15,5	11,2	14,2	13,7	17,5	14,5	11,4
Novela en general	30,1	23,0	36,0	21,9	16,4	23,5	27,3	40,7	43,6
Ciencia ficción	3,2	6,5	0,4	2,4	0,9	6,3	3,9	1,8	3,1
Teatro	0,2	0,4	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0	0,0	0,6
Poesía	0,4	0,4	0,4	0,0	1,4	0,4	0,4	0,5	0,0
Biografías	2,5	4,1	1,1	7,0	0,0	2,1	2,8	1,8	1,5
De viajes	0,9	1,2	0,7	2,2	1,9	0,0	0,3	1,3	0,2
De divulgación, información	6,3	10,0	3,1	5,1	7,7	7,8	7,1	6,8	3,4
De autoayuda	1,8	0,9	2,6	0,0	5,1	1,6	1,2	1,4	2,2
Libros de cocina	1,2	0,7	1,5	0,0	2,0	1,1	0,4	0,5	2,9
Cómics, tebeos	2,3	2,9	1,8	6,9	3,3	2,4	1,8	1,0	0,0
Otros	1,6	1,2	2,0	5,2	2,8	0,6	1,6	0,5	0,3

7

En cuanto al criterio de elección de un título concreto, el más valorado es el personal (58%), seguido por la recomendación de familiares y amigos (17%) y de la información obtenida en medios de comunicación (17%).

### 1 de cada 4 ha escuchado audiolibros

Finalmente, como novedad, esta edición AIMC Q PANEL® ha preguntado a los internautas acerca de los **audiolibros**. En este sentido, existe un alto grado de conocimiento de los mismos (95%) aunque **solo un 25% ha escuchado alguno**, total o parcialmente, en este último año.

En cuanto a su escucha, el **teléfono inteligente predomina como el dispositivo más utilizado (72%)**, seguido del **ordenador (17%)** y la **tableta (10%)**. Como curiosidad, aunque el altavoz inteligente

parece ser el más adecuado para este tipo de escucha, solo ha sido mencionado por el 4% de los entrevistados.

De todos los Internautas que han escuchado algún audiolibro solo el 10% prefiere escuchar a leer un libro, mientras que un 79% se decanta por el que se lee, siendo indiferente el formato para un 11%.

Preguntado este 10% de los internautas que declara preferir los audiolibros por el motivo de esta predilección el 70% lo hace porque **permiten realizar otra actividad paralelamente y no plantean problemas visuales con el tamaño de la fuente** (13%).

### **Sobre AIMC Q PANEL®**

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 llevó a AIMC a tomar la decisión de crear un panel propio que le permita realizar encuestas de forma regular, con el ánimo de realizar pruebas y tratar de constituir un panel que sea una adecuada representación de los internautas españoles.

Así, en 2013 se constituyó AIMC Q PANEL®, 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.

8

AIMC tiene como objetivo realizar una edición anual de este estudio, así como otros específicos para cada medio de los estudiados en EGM: Diarios, Suplementos, Revistas, Cine, Exterior, Radio y Televisión, y está abierta a añadir otros temas no directamente relacionados con los medios, que puedan resultar de interés.

### **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. En 2018, la asociación conmemoró el 50º Aniversario del EGM, estudio del que es gestora desde 1988 y que ofrece el conocimiento más riguroso, objetivo y transparente sobre el consumo de los medios de comunicación en España, además de estar elaborado con el máximo consenso de todos sus asociados.

Para más información visite: <http://www.aimc.es>   