

AIMC presenta una nueva edición de su Q Panel dedicado al consumo de prensa diaria y suplementos

El smartphone se impone como el principal dispositivo para la lectura de diarios online

- Más del 68% de los internautas utiliza los teléfonos inteligentes para el consumo de diarios digitales.
 - El 52,8% de los internautas lee un diario online cada día.
 - Un 27,3% de los internautas consulta al menos un periódico en papel al día.
- Diariamente, casi el 16% de los internautas consume al menos un periódico en papel y otro online, mientras que un 35,6% no consulta ninguno.
- Los internautas que leen diarios en formato papel repasan 1,6 cabeceras distintas cada día y 1,9 digitales.
- El 15,3% de los internautas ha leído algún suplemento en formato papel en la última semana y un 4,1% en edición electrónica.

Madrid, 11 de julio de 2019.- **AIMC** (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) ha presentado los resultados de un nuevo estudio realizado a través del **AIMC Q Panel**, su propio panel de internautas, en el que se muestran, por sexta ocasión, los hábitos de los internautas cuando consumen prensa diaria y suplementos.

El objetivo de este estudio es profundizar en el conocimiento de los individuos que leen prensa o suplementos y tienen acceso a internet, analizando además la interacción entre el papel y lo digital, así como las exclusividades y duplicaciones de cabeceras en ambos soportes. El estudio, basado en un panel, proporciona información sobre los hábitos de la población internauta, que representa un 83% de los españoles de 14 años o más.

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

1. RELACIONADAS CON LOS DIARIOS EN PAPEL Y ONLINE:

- El 61,4% de los internautas leyeron algún diario en formato papel en los últimos 30 días. En promedio diario, el porcentaje de internautas que lee al menos un periódico en papel es del 27,3%.



AIMC Q Panel Prensa 2019			
Lectores de diarios		AIMC Q PANEL 2019 (000)	AIMC Q PANEL 2019 %
Total Internautas último mes		33.703	100,0
Penetración diarios papel	Día de ayer	9.205	27,3
	Últ. 30 días	20.703	61,4

El perfil de los lectores mensuales de diarios en papel es mayoritariamente masculino y también de mayor edad que el de los internautas en general. Esta tendencia también se mantiene en el caso de los lectores diarios.

- **El 52,8% de los internautas accede diariamente a un diario electrónico** y asciende al 70,4% en un mes, cifras 3 puntos superiores a las alcanzadas en la edición anterior del estudio:

AIMC Q Panel Prensa Evolución					
		2019	2017	2016	2015
Total Internautas último mes		33.703	31.893	30.217	29.103
Penetración diarios online	Día de ayer	52,8%	45,4%	49,6%	42,7%
	Últ. 30 días	70,4%	67,4%	70,1%	63,9%

- **En un mes, los lectores de diarios en ambos formatos son un 46,6% de los internautas.** Solamente el 14,8% declara no leer ningún tipo de diario.

AIMC Q Panel Prensa 2019						
Duplicaciones entre lectura de diarios en formato papel y on line						
		Total	Leen prensa on line últimos 30 días			
			SÍ	NO		
Total		33.703	23.724	70,4%	9.979	29,6%
Leen prensa papel últimos 30 días	SÍ	20.703 61,4%	15.709	46,6%	4.994	14,8%
	NO	13.000 38,6%	8.015	23,8%	4.985	14,8%

- En un día promedio, el 15,8% de los internautas acceden al menos a un periódico en papel y otro online, mientras que un 35,6% no accede a ningún tipo de diario.
- Al preguntarles por su fidelidad a un medio concreto, un 7,1% afirma acceder a la misma cabecera en papel y online cada día, cifra que asciende al 26,3% en un mes. Para el caso de los lectores de los diarios en papel, consumen 1,6 cabeceras distintas cada día, mientras que los internautas que acceden a diarios online visitan 1,9 distintos cada día.
- En cuanto a los **dispositivos utilizados para acceder a diarios online, el smartphone se convierte en el dispositivo favorito (68,4%)**, frente al 51,6% del PC.

La propia web del diario es la fuente más utilizada para acceder a la versión electrónica de la cabecera, utilizada por el 85% de los lectores online, seguidos de la aplicación del Smartphone o Tablet, con un 19%:

		AIMC Q PANEL® 2019	AIMC Q PANEL® 2017	AIMC Q PANEL® 2016	AIMC Q PANEL® 2015
Total Internautas (000)		33.703	31.893	30.217	29.103
Acceden a diarios online último mes (000)		23.724	21.481	21.117	18.593
.DISPOSITIVO ACCESO POR INTERNET A UN DIARIO	PC sobremesa/Portátil	51,6%	61,3%	67,8%	73,4%
	Tablet	17,5%	21,5%	23,4%	24,5%
	Teléfono móvil/Smartphone	68,4%	55,3%	47,0%	39,0%
	Otros	0,1%	0,6%	0,4%	0,0%
.FORMATO ACCESO POR INTERNET A UN DIARIO	Web del diario	84,5%	88,2%	88,6%	94,1%
	Visor de la edición electrónica	5,9%	5,0%	7,4%	8,5%
	PDF	1,1%	1,9%	1,5%	1,4%
	Aplicación smartphone o tablet	19,3%	17,7%	17,3%	-

2. RELACIONADAS CON SUPLEMENTOS IMPRESOS Y DIGITALES:

- El 15,3% de los internautas leyó algún suplemento en formato papel en la última semana. Comparando con las ediciones anteriores del estudio, se observa que continúa la tendencia descendente de las anteriores ediciones.

		2019	2017	2016	2015
Total Internautas último mes		33.703	31.893	30.217	29.103
Penetración Suplementos papel	Última semana	15,3%	17,7%	18,1%	18,8%
	Últ. 30 días	20,6%	24,8%	26,9%	26,2%

- En cuanto al formato electrónico, el 4,1% declara leer algún suplemento en la última semana, cifra que asciende hasta el 7,7% en el último mes.

		2019	2017	2016	2015
Total Internautas último mes		33.703	31.893	30.217	29.103
Penetración Suplementos online	Última semana	4,1%	4,3%	4,4%	3,1%
	Últ. 30 días	7,7%	8,2%	9,0%	4,6%

METODOLOGÍA DEL AIMC Q PANEL

* Todos los datos numéricos poblacionales se refieren a miles. La muestra útil alcanzó las 1.571 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 33,703 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. 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>  