

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

El 64% de los internautas prefiere los libros impresos frente a los electrónicos

- A la hora de elegir entre la versión electrónica o la de papel para un mismo título, el 64% se queda con el libro tradicional, al 20% le es indiferente y el 16% opta por la versión electrónica
- El 63% 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 14% 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 31% no ha adquirido ninguno

Madrid, 19 de octubre de 2017.- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) ha presentado los resultados de una segunda edición de este estudio realizado a través del **AIMC Q Panel**, su propio panel de internautas, en el que se muestran los hábitos de lectura –incluyendo el formato papel y el electrónico– de los usuarios de internet.

La finalidad de este estudio es que, al margen de otros analizados en el EGM –como los de diarios, suplementos, revistas, cine, radio y televisión– se incorporen otras temáticas, como en este caso, las rutinas lectoras, que no están tan directamente relacionadas con los medios y que ofrece datos interesantes anuales sobre la evolución de los comportamientos entre la población internauta, representada por 31,9 millones sobre los 39,8 millones de españoles.

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 POR LOS INTERNAUTAS

- Aunque alguna vez han leído un libro en formato digital, **concretamente el 64% de los internautas**, a la hora de elegir entre la versión electrónica o la tradicional, y disponiendo de las dos opciones para el mismo título, **un 64% se decanta por el papel, le es indiferente a un 20% y sólo el 16% se queda con el libro electrónico**. Lo vemos en la siguiente tabla:

AIMC Q Panel Lectura 2017									
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
	20.113	9.620	10.493	3.087	3.156	4.487	3.993	3.166	2.223
La electrónica	15,8	15,2	16,4	7,5	16,0	18,6	18,5	16,6	15,9
La de papel	63,8	66,1	61,8	82,6	63,8	61,0	60,3	62,1	52,4
Me es indiferente	20,3	18,7	21,8	9,9	20,1	20,5	21,3	21,3	31,7

El tacto de las hojas y la diferencia de formato de la versión electrónica frente al papel son las dos razones principales que destacan los que prefieren la versión papel. Por su parte, la diferencia de peso y volumen entre un libro tradicional y un lector electrónico siguen siendo las razones principales para los que afirman decantarse por la versión electrónica.

CASI LA MITAD DE LOS INTERNAUTAS LEEN A DIARIO Y EL 14% NUNCA

- Teniendo en cuenta los libros en cualquier formato –ya sea en papel o en 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 14% asegura no dedicar tiempo a la lectura nunca o casi nunca.
- Los principales motivos por los que afirman leer son, en primer lugar para disfrutar y distraerse, seguido de para aprender cosas nuevas y mejorar su cultura. Las mujeres que leen todos o casi todos los días suponen un 50% y los hombres un 35%, según se muestra en esta tabla:

AIMC Q Panel Lectura 2017									
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
	31.893	15.883	16.010	4.686	5.201	7.293	6.576	4.607	3.530
Todos o casi todos los días	42,1	34,5	49,6	29,7	31,2	36,8	46,6	56,6	58,0
Una o dos veces por semana	20,9	20,1	21,7	22,7	19,0	23,8	19,5	19,3	20,2
Alguna vez al mes	13,5	15,7	11,3	17,2	18,5	12,3	12,9	9,7	10,0
Alguna vez al trimestre	9,5	10,6	8,5	15,9	11,5	11,3	7,2	5,2	4,7
Casi nunca	11,1	15,0	7,3	11,9	15,0	12,6	11,6	6,0	7,0
Nunca	2,8	4,1	1,5	2,6	4,9	3,2	2,2	3,0	0,0

- Durante las vacaciones y en comparación con los periodos regulares, un 52% de los internautas declara leer más, un 31% leer lo mismo y un 11% leer menos. Solo un 6% asegura no leer nada en vacaciones.
- Además, un 51% de los internautas declara leer textos largos (de varios párrafos) todos o casi todos los días en internet. En el otro extremo, un 11% declara no hacerlo nunca o casi nunca.

LOS LECTORES CONSUMEN UNA MEDIA DE 10 LIBROS AL AÑO

- Los internautas que sí han leído en los últimos 12 meses **consumen un promedio de 10,8 libros, algo menos de uno al mes**, de los cuales 6,5 son en formato papel y el resto en versión electrónica. La cifra es inferior a la de 2016 (11,6).
- Las mujeres leyeron un título más que los hombres, y si hacemos comparativa por edades, las personas **desde 25 a 45 años quedan por debajo de la media**. Son los mayores de 65 los que tienen un promedio más alto de libros leídos, como podemos comprobar en esta tabla:

AIMC Q Panel Lectura 2017									
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	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
		27.828	13.194	14.634	4.160	4.206	6.252	5.716	4.212
Ninguno	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Uno	4,8	6,8	2,9	4,5	3,9	8,3	4,1	2,1	3,8
Dos	9,8	10,2	9,4	5,5	13,4	11,6	10,6	8,7	7,1
Tres	10,4	10,2	10,6	11,5	13,1	13,3	7,7	8,9	6,7
Cuatro	8,4	9,5	7,4	6,7	10,1	10,9	10,1	6,5	2,8
Cinco	8,1	8,8	7,5	7,8	9,2	7,1	8,6	9,5	6,2
Seis	8,5	7,5	9,3	6,8	9,9	8,5	8,4	9,5	7,3
De 7 a 10	18,4	20,1	16,8	29,4	17,1	14,7	20,9	17,5	9,7
De 11 a 15	13,9	11,5	16,0	12,8	11,0	11,3	12,5	14,0	26,1
Más de 15	17,9	15,4	20,1	15,0	12,2	14,4	16,9	23,3	30,2
Promedio libros leídos	10,8	9,9	11,7	11,5	9,0	8,7	10,3	12,5	15,3

- Un 54% de los internautas declara haber comprado para él sólo libros en formato papel en los últimos 12 meses, un 4% solamente electrónicos y un 12% de ambos tipos. El 31% restante no ha comprado ninguno.
- El 87% de los internautas declara haber leído algún libro o cómic en los últimos 12 meses. Y de este porcentaje, el 65% señala como principal motivo para elegir este tipo de lectura el disfrutar y distraerse.
- Otra forma de conseguir los libros es acudir a una biblioteca. Un 47% indica que sí ha visitado alguna. Esto supone un incremento con el dato del 2016 que fue del 43%. Los más jóvenes son los que marcan la diferencia, con un 76% que declara haber visitado una biblioteca en este periodo.

METODOLOGÍA DEL AIMC Q PANEL

El 29 de junio, día en que se inició el trabajo de campo, se envió la invitación a participar a la totalidad de los 4.594 miembros del panel en esa fecha. Todos los datos numéricos poblacionales se refieren a miles. El trabajo de campo se realizó entre el 29 de junio y el 24 de julio de 2017. La muestra útil alcanzó las 1.931 entrevistas válidas, lo que representa una tasa de respuesta del 42%.

El AIMC Q Panel se apoya 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.

La distribución de la muestra bruta presenta algunas diferencias con el universo estudiado. Estas diferencias se corrigen mediante el equilibrado. Como referencia se consideran los individuos que han accedido a internet en los últimos 30 días procedentes de la 1ª ola del EGM de 2017.

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 138 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>

