



AIMC empieza con su propio panel de internet para aplicaciones y desarrollos de futuro.

- **El nuevo proyecto, en fase de experimentación, realizará 10 encuestas al año.**
- **El primer estudio basado en este panel analiza cómo afecta al consumo de medios de comunicación los cambios en los hábitos de vida del ciudadano durante los meses de verano.**

Madrid. 25 de noviembre de 2013.- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) 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.

El primer estudio que ha realizado la Asociación a través de este panel informa sobre cómo afecta al consumo de los medios de comunicación los cambios en los hábitos de vida del ciudadano durante las vacaciones de verano. Este periodo de tiempo resulta muy interesante de analizar para la asociación porque no lo cubre el Estudio General de Medios.

La irrupción del fenómeno Internet en nuestras vidas ha provocado cambios no sólo en nuestra vida cotidiana, 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 decidir la creación de 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 dar calidad a la información online que se puede extraer de estas entrevistas a los internautas.

La intención de la asociación con esta nueva experiencia piloto es alcanzar el número de 10 encuestas al año a partir del 2014 y terminar este 2013 con un objetivo de muestra de alrededor de 1.000 panelistas, incrementando esta muestra en años sucesivos para tratar de alcanzar unos 3.000 miembros en tres años.



RESULTADOS DEL PRIMER ESTUDIO AIMC PANEL ON LINE “CONSUMO DE MEDIOS EN VACACIONES”

El primer estudio realizado por **AIMC** a través de su propio panel de internautas analiza cómo cambia el consumo de los medios de comunicación durante los meses de verano. De acuerdo con sus resultados, durante el periodo julio-agosto de 2013 los ciudadanos redujeron su consumo de medios de comunicación, tanto en aquellos momentos en los que se encontraban en el domicilio habitual como cuando realizaron desplazamientos dentro de España por vacaciones. Sin embargo, el acceso a internet en estas mismas fechas, tanto en los viajes en el interior, como fuera de nuestro país, fue sólo ligeramente inferior con respecto a nuestra forma habitual de conectarnos a la Red.

El estudio utiliza como universo a los internautas en general y se ha creado a partir de los contactos de entrevistados del EGM. El trabajo de campo se realizó entre el 17 de septiembre y el 13 de octubre de 2013, y la muestra útil alcanzó las 451 entrevistas.

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

1. RELACIONADAS CON EL CONSUMO DE MEDIOS:

- **Mientras permanecemos de vacaciones sin salir de España el consumo de medios se reduce** siendo los medios impresos (es decir, diarios, suplementos y revistas), los que pierden menos audiencia en verano.
- **También se reduce el consumo de medios cuando estamos en el domicilio habitual los meses de verano**, siendo la televisión y el cine los más afectados.
- **El medio español más utilizado durante las salidas al extranjero son los diarios**. Un 47% de los que viajaron fuera de España accedió, a través de Internet, a uno de ellos el pasado verano.

2. CONSUMO DE INTERNET EN VACACIONES:

- **Cuando no viajamos por vacaciones en los meses de julio y agosto, nuestro consumo de Internet es sólo ligeramente inferior al habitual**, de acuerdo con lo que afirma el 98% de los internautas.
- **El 88% de los que se desplazan al extranjero se conecta a Internet** durante algún momento de su viaje.
- **El 90% de los que han salido de vacaciones por España también se conecta a Internet** durante algún momento de su estancia fuera del hogar.

3. SOBRE LOS DESPLAZAMIENTOS Y LA DURACIÓN DE LAS VACACIONES:

- **La mayoría de la población española disfruta de vacaciones en verano**: durante el periodo de julio-agosto de 2013, el 79,8% de la población contó con algún día de descanso. Concretamente, un 48,3% disfrutó de días libres en julio, mientras que el 65,4% los tuvo en el mes de agosto.



- **Más del 50% de la población viajamos sin salir de nuestra comunidad autónoma:** de los afortunados que pudieron “tomarse un respiro” en verano, un 20% se dirigió al menos un día a extranjero, mientras que un 61% se quedó en su misma comunidad autónoma y un 42% se desplazó a otra autonomía.
- **El tiempo de vacaciones más frecuente se sitúa entre 4 días y una semana:** concretamente, esta opción representa el 21% en el caso de aquellos que disfrutaron de sus vacaciones en el extranjero, y también para los desplazamientos a otras comunidades autónomas (28%). También son comunes los viajes de 8 a 15 días cuando salimos a otras autonomías, de acuerdo con lo que afirma el 26% de los encuestados.

Los que no salen de su comunidad autónoma son los más afortunados, ya que cuentan con los periodos más largos de vacaciones: un 32% estuvo de 8 a 15 días, mientras que un 30% tuvo más de 15 días libres.

Tanto la gestión del nuevo panel de AIMC como el soporte tecnológico para realizar las entrevistas han estado a cargo de IMOP.

Sobre AIMC

[AIMC](http://www.aimc.es) es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 145 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>