

AIMC presenta una nueva edición de su AIMC Q Panel dedicado al consumo de internet en movilidad en nuestro país

El móvil es el principal dispositivo de conexión a internet para 9 de cada 10 internautas

- El 85% de los encuestados declara haberlo utilizado un smartphone para conectarse a internet en el último mes.
- Consumimos internet un promedio de 231 minutos al día para temas no profesionales.
 - La consulta del correo electrónico y el uso de buscadores, entre las tareas más realizadas a la hora de conectarse a internet en movilidad.
- Los diarios y las revistas son los que registran un mayor consumo exclusivamente online entre los internautas.

Madrid. 10 de septiembre de 2015.- 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 los hábitos de los internautas en relación al **consumo de internet en movilidad**. Este estudio, el primero de este año no enfocado en un medio concreto, tiene como objetivo averiguar cómo afectan los dispositivos móviles y el acceso a Internet desde cualquier lugar al consumo de medios. También pretende profundizar en el conocimiento de los individuos que tienen y utilizan este tipo de dispositivos para acceder a Internet y cómo es su relación con los medios de comunicación.

Todos los participantes en el estudio han sido contactados a través de un cuestionario online durante el pasado mes de abril.

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

1. RELACIONADAS CON LOS DISPOSITIVOS Y EL TIPO DE CONEXIÓN MÁS UTILIZADOS:

- **El móvil es el dispositivo rey para conectarse a internet en movilidad:** el 97% de los panelistas encuestados es usuario principal un teléfono móvil. Un 84% de los internautas dispone de un Smartphone y, dentro de los usuarios de este modelo de dispositivo, el 95% tiene una tarifa de conexión de datos para el mismo.

Disponibilidad de teléfono en el hogar	Absolutos (000)	% Penetración
Total Internautas último mes	29.103	100,0%
Disponen de teléfono fijo en el hogar	27.110	93,2%
Disponen de teléfono móvil personal	28.608	98,3%
Usuarios principales de un móvil	28.221	97,0%
Total disponen de smartphone	24.326	83,6%

- **El Smartphone es el líder en la conexión a internet:** el 85% de los internautas declara haberlo utilizado para conectarse a internet en el último mes, seguido del ordenador portátil (76%) y el del sobremesa (69%).

En los últimos 30 días, ¿cuándo ha sido la última vez que se ha conectado a internet desde...? % sobre total	Ordenador sobremesa	Ordenador portátil	Tableta	Smart TV	Receptor Digital Multimedia	Consola sobremesa	Consola portátil	Smartphone
Total Internautas último mes	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Ayer	53,3%	56,5%	39,1%	12,0%	4,4%	3,9%	1,6%	82,6%
De 2 a 7 días	9,5%	13,7%	10,9%	6,0%	2,2%	4,2%	1,5%	1,7%
De 8 a 30 días	5,8%	6,1%	6,6%	6,2%	1,8%	5,7%	2,4%	0,9%
Hace más de 30 días	11,6%	8,0%	6,5%	9,1%	3,2%	14,9%	11,9%	0,6%
No me he conectado nunca	19,8%	15,8%	36,8%	66,6%	88,4%	71,3%	82,6%	14,2%
Se han conectado con este dispositivo últimos 30 días	68,6%	76,3%	56,7%	24,2%	8,4%	13,8%	5,5%	85,2%

- **Más de la mitad de los internautas tiene una tablet y se conecta a internet a través de WiFi:** 6 de cada 10 internautas tiene una Tablet en su hogar y un 21% de ellos dispone de tarifa de conexión de datos en alguna de ellas. El resto (79%) sólo se puede conectar a internet a través de WiFi.
- **En casa, el ordenador portátil gana al de sobremesa:** el 81% de los internautas disponen en sus hogares de al menos un ordenador portátil, mientras que el 68% de los encuestados cuenta con al menos uno de sobremesa.

2. RESPECTO AL LUGAR DE USO:

- **Mejor en casa:** para todos los dispositivos analizados¹, sean fijos o móviles, el uso en el hogar es el más generalizado. Aun así, el Smartphone es el dispositivo que más utilizan los panelistas dentro y fuera de casa (95% en el hogar, 81% en la calle, 74% en lugares de ocio, 68% en medios de transporte y 55% en el trabajo).

¿EN DÓNDE UTILIZA VD. PERSONALMENTE CADA UNO DE ESTOS DISPOSITIVOS? % sobre total disponen	Ordenador sobremesa	Ordenador portátil	Tableta	Smart TV	Receptor Digital Multimedia	Consola sobremesa	Consola portátil	Smartphone
Total disponen en el hogar	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Hogar	92,4%	91,6%	89,8%	93,0%	90,2%	86,5%	77,1%	94,6%
Trabajo	0,0%	23,5%	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	55,4%
Centro de estudios	0,0%	15,3%	7,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	26,9%
En medios de transporte	0,0%	2,9%	13,7%	0,0%	0,0%	0,0%	10,3%	67,8%
En lugares de ocio	0,0%	4,5%	14,1%	0,0%	0,0%	0,0%	9,0%	74,4%
En tiendas/centros comerciales	0,0%	0,9%	3,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,0%	64,4%
En la calle	0,0%	1,1%	6,6%	0,0%	0,0%	0,0%	5,4%	80,5%
Otro lugar	0,0%	9,1%	8,6%	0,0%	0,0%	0,0%	6,2%	27,8%
No lo utilizo	7,6%	1,5%	6,4%	7,0%	9,8%	13,5%	20,4%	0,3%

3. MOTIVOS DE CONSUMO Y SERVICIOS MÁS UTILIZADOS:

- Si excluimos el consumo de Internet por temas laborales, quedándonos sólo con el consumo por motivos personales, **el consumo promedio de los internautas es de 231 minutos al día.**
- **La consulta del correo electrónico y el uso de buscadores, entre las tareas más realizadas:** sólo un 1% indica no haber utilizado estos servicios en el último mes. Entre los servicios menos utilizados, destaca las apuestas online, utilizadas por sólo un 9% de los internautas.

¹ Dispositivos analizados: ordenador de sobremesa, ordenador portátil, tableta, Smart TV, Receptor Digital Multimedia, consola de sobremesa, consola portátil y Smartphone.

- **El ordenador, para actividades que requieran seguridad; el móvil, para servicios de mayor inmediatez:** El dispositivo preferido para conectarse a cada servicio es, en la mayoría de los casos, el ordenador de sobremesa o portátil, especialmente en aquellos servicios en los que se exige un “plus” de seguridad, como la “compra de productos o servicios (78%) o “conectarse a su banco online” (65%).

¿Cuál es el dispositivo que prefiere/usa más para conectarse a cada uno de estos servicios? % sobre total usuarios del servicio	Buscadores	Redes sociales	Videojuegos online	Ver contenidos de video	Compra de productos o servicios	Revisar mi e-mail
Total Usuarios del servicio en el último mes	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Ordenador sobremesa/portatil	61,0%	38,0%	43,1%	51,0%	77,9%	50,3%
Tableta	15,0%	16,3%	23,1%	18,6%	11,0%	14,8%
Smart TV	0,5%	0,5%	0,8%	7,5%	0,5%	0,2%
Smartphone	23,5%	45,2%	33,0%	23,0%	10,7%	34,7%

¿Cuál es el dispositivo que prefiere/usa más para conectarse a cada uno de estos servicios? % sobre total usuarios del servicio	Buscar información de productos o servicios	Acceso a mi banco online	Consulta de noticias, deportes, tiempo	Consulta de Mapas y direcciones	Escuchar música online	Apuestas online
Total Usuarios del servicio en el último mes	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Ordenador sobremesa/portatil	62,7%	65,1%	47,5%	50,2%	53,0%	66,3%
Tableta	15,3%	11,7%	17,1%	13,3%	13,7%	12,8%
Smart TV	0,4%	0,2%	1,0%	0,3%	3,6%	1,1%
Smartphone	21,6%	23,0%	34,3%	36,1%	29,7%	19,7%

Se prefieren los dispositivos móviles en servicios como el acceso a “Redes Sociales”, “Videojuegos Online” y “Consulta de noticias, deportes y tiempo”.

4. RELACIONADAS CON EL CONSUMO DE MEDIOS:

- **La televisión, con casi el 93%, es el medio que más consumen los internautas de forma global** (online y offline) **durante la semana**, seguido de la radio y los diarios con un 80% y un 78% respectivamente. En última posición aparecen las revistas, con un 55% de cobertura.

Medios consumidos en los últimos 7 días % sobre total internautas últimos 30 días	DIARIOS	RADIO	TV	REVISTAS
Total	29.103	29.103	29.103	29.103
Si, sólo en formato "tradicional"	13,2%	52,3%	61,0%	24,5%
Si, sólo en formato digital	26,0%	4,7%	1,5%	11,3%
Si, en ambos formatos	39,1%	22,8%	30,1%	19,6%
He consumido este medio en los últimos 7 días	78,3%	79,8%	92,6%	55,4%

- Si nos centramos en el consumo de estos medios de forma convencional (en papel o hertzianos), la televisión es también el medio preferido para 6 de cada 10 encuestados, seguido de la radio (52%), las revistas (25%) y los diarios (13%).
- En cuanto al consumo de medios exclusivamente online, los medios impresos son los que ganan mayor porcentaje de cobertura.

METODOLOGÍA DEL AIMC Q PANEL

**El trabajo de campo se realizó entre el 8 y el 30 de abril de 2015, y la muestra útil alcanzó las 957 entrevistas. Todos los datos numéricos poblacionales se refieren a miles.*

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 29,1 millones sobre los 39,7 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 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>

