

AIMC presenta su tercer estudio AIMC Q Panel sobre el consumo de medios de comunicación en vacaciones

## El 91% de los internautas españoles que sale de vacaciones por España en verano se conecta a Internet

- El consumo de medios de comunicación se reduce durante los meses de julio y agosto, aunque los medios impresos son los que pierden menos audiencia.
- El 46% de la población que viajó al extranjero durante los meses de verano accedió a un diario español a través de internet.
- La versión convencional de los medios de comunicación es la que más se utiliza cuando estamos de viaje dentro de nuestro país.
- El smartphone es el dispositivo preferido para conectarnos a internet en movilidad en periodos vacacionales.
- La duración media de las vacaciones de verano de los españoles se sitúa entre los 10 y los 15 días.

**Madrid. 4 de noviembre de 2015.-** **AIMC** (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) ha presentado los resultados de la tercera edición de su estudio **Consumo de Medios en Vacaciones**, realizado a través del **AIMC Q Panel**, su propio panel de internautas. Este estudio tiene como objetivo analizar cómo cambia el consumo de los medios de comunicación durante los meses de verano (julio y agosto), un periodo de tiempo que resulta muy interesante de analizar para la asociación porque no lo cubre el Estudio General de Medios.

Todos los participantes en el estudio han sido contactados a través de un cuestionario online que se realizó entre el 15 de septiembre y el 9 de octubre de 2015.

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

### 1. EL CONSUMO DE INTERNET EN VACACIONES ES SIMILAR AL RESTO DEL AÑO

- Cuando no estamos de viaje durante los meses de verano nuestro consumo de Internet es similar al habitual, aunque se conecta a Internet el 84% de los internautas:

2015	
PIENSE AHORA EN LOS DÍAS DE JULIO Y AGOSTO QUE ESTUVO EN SU DOMICILIO HABITUAL, INDEPENDIENTEMENTE QUE ESTUVIESE DE VACACIONES O NO. ¿HA UTILIZADO INTERNET?	
Base 100 = Total internautas	
% sobre total población	Se conectó a Internet
Sí	84,3%
Y CON RELACIÓN A SU CONSUMO HABITUAL DE INTERNET EL RESTO DEL AÑO, ¿DIRÍA USTED QUE SU CONSUMO FUE ...	
Base 100 = Total han conectado a Internet desde casa	
Mayor	17,4%
Menor	15,0%
Igual	67,7%

- **El 87% de los que se desplazan al extranjero se conecta a internet durante algún momento de su viaje.** Este porcentaje ha aumentado un 8,75% respecto a 2014 (cuando la cifra se situaba en el 80%).
- **El 91% de los que han salido de vacaciones por España también se conecta a Internet** durante algún momento de su estancia fuera del hogar habitual. Esta cifra es similar a la registrada en años anteriores. No obstante, el consumo de internet se reduce en comparación con el consumo habitual.

## 2. ¿CÓMO ES EL CONSUMO DE MEDIOS, DENTRO Y FUERA DE ESPAÑA, EN VACACIONES?

- **Mientras nos encontramos de vacaciones, fuera de nuestra residencia habitual y 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 durante los meses de julio y agosto:

2015						
DURANTE LOS DÍAS QUE HA PASADO DE VACACIONES EN ESPAÑA PERO FUERA DE SU DOMICILIO HABITUAL, ¿HA UTILIZADO ALGUNO DE LOS SIGUIENTES MEDIOS...						
Total viajan por España (000) 18.519						
% sobre los que salieron por España	Radio	Televisión	Diarios	Suplementos	Revistas	Cine
<b>Sí</b>	48,6%	78,4%	58,7%	21,5%	32,7%	11,9%
EN RELACIÓN CON SU CONSUMO HABITUAL DE ....., ESTE CONSUMO FUE...						
<b>Mayor</b>	10,3%	8,5%	10,2%	5,6%	12,6%	4,1%
<b>Menor</b>	61,8%	75,3%	43,5%	37,4%	39,4%	60,2%
<b>Igual</b>	27,9%	16,3%	46,4%	57,0%	48,0%	35,6%

- **Con respecto a la forma de consumo del medio (convencional o a través de internet) cuando salimos de vacaciones sin salir de España, en todos los casos, salvo en los diarios, la versión convencional es la que se utiliza principalmente.** En el caso de los diarios el acceso a través de internet es mayor: casi el 23% sólo accede a través de internet y cerca del 20% utiliza la forma convencional e Internet:

2015					
DURANTE SUS VACACIONES EN ESPAÑA, FUERA DE SU DOMICILIO HABITUAL, ¿CÓMO HA CONSUMIDO EL MEDIO... ?					
Base 100 = Total han salido de vacaciones por España (000) 18.519					
% sobre los que salieron por España	Radio	TV	Diarios	Suplementos	Revistas
<b>Medio convencional</b>	35,0%	73,4%	16,1%	16,2%	21,1%
<b>A través de Internet</b>	5,8%	0,5%	22,9%	3,6%	6,1%
<b>Ambos</b>	7,8%	4,6%	19,7%	1,7%	5,5%
<b>No ha consumido</b>	51,4%	21,6%	41,3%	78,5%	67,3%

- **Cuando nos encontramos en nuestro domicilio habitual durante los meses de verano también descende de forma generalizada el consumo de medios, aunque se incrementa el consumo duplicado de los medios (es decir, en formato convencional y a través de internet),** especialmente para el caso de los diarios, televisión y radio:

2015						
PARA CADA MEDIO, ¿LO HA CONSUMIDO MIENTRAS ESTUVO EN SU DOMICILIO HABITUAL EN LOS MESES DE JULIO Y AGOSTO?						
Base 100 = Total internautas						
%	Radio	TV	Diarios	Suplementos	Revistas	Cine
<b>Consumieron</b>	68,2%	93,7%	66,4%	27,1%	37,6%	28,9%
Y teniendo en cuenta su consumo habitual de cada medio durante el resto del año, diría que este consumo fue...						
<b>Mayor</b>	9,9%	14,9%	6,2%	2,3%	5,2%	8,6%
<b>Menor</b>	21,6%	24,2%	16,3%	17,0%	17,3%	29,9%
<b>Igual</b>	68,5%	61,0%	77,5%	80,7%	77,5%	61,6%

- **El medio español más utilizado durante las salidas al extranjero son los diarios.** un 46% de los encuestados que viajaron al extranjero accedió a alguno de ellos el pasado verano a través de internet.

### 3. EL SMARTPHONE, EL REY DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CONECTARSE A INTERNET

- **Durante los meses de julio y agosto, el 96% de la población se conectó a internet a través de un dispositivo móvil en su residencia habitual.** Dentro de este tipo de dispositivos, el smartphone (85%) fue el más utilizado, seguido del portátil (63%) y el tablet (43%).
- Por otro lado, **9 de cada 10 de los ciudadanos que se conectaron a Internet durante sus vacaciones dentro del territorio nacional lo hicieron a través de un dispositivo móvil.** Nuevamente el smartphone (93%) fue el dispositivo preferido, seguido del tablet (27%) y el ordenador portátil (24%).
- **En el caso de aquellos internautas que disfrutaron de unas vacaciones en un destino extranjero, un 93% utilizó en algún momento un dispositivo móvil para conectarse a Internet,** sobre todo a través de un smartphone (87%), un tablet (27%) o un portátil (24%).

### 4. SOBRE LOS DESPLAZAMIENTOS Y LA DURACIÓN DE LAS VACACIONES

- **El 69% de los internautas españoles pasa algún día de vacaciones fuera de su residencia habitual en verano:** durante el período estival de 2015 el 47% de los encuestados disfrutó de algún día de asueto en julio y un 56% en agosto.
- **Casi el 63% de la población viaja fuera de su comunidad autónoma:** de aquellos que pudieron “tomarse un respiro” en verano, cerca de un 26% se dirigió en algún momento de sus vacaciones al extranjero, mientras que casi un 48% se quedó en su misma comunidad autónoma.

2015			
DE LOS DÍAS QUE HA PASADO FUERA DE SU DOMICILIO HABITUAL POR MOTIVOS DE OCIO O			
	ESPAÑA		EXTRANJERO
	En su misma comunidad	Fuera de su comunidad	
Salieron (000)	9.745	12.745	5.251
%Sobre los que salen	47,9%	62,7%	25,8%

- **El tiempo de vacaciones de verano más frecuente se sitúa entre los 8 y los 15 días:** concretamente, esta opción representa el 44% en el caso de aquellos que disfrutaron de sus vacaciones en el extranjero, y el 34% para los que se desplazan a otras comunidades autónomas.

Los que permanecen dentro de su comunidad autónoma son los más afortunados en cuanto a la extensión de sus vacaciones en julio y agosto, pues disfrutaron de periodos más largos de descanso: un 29% tuvo más de 15 días libres.

2015			
DE LOS DÍAS QUE HA PASADO FUERA DE SU DOMICILIO HABITUAL POR MOTIVOS DE OCIO O VACACIONES CUÁNTOS HAN SIDO			
%Sobre los que salen	ESPAÑA		EXTRANJERO
	En su misma comunidad	Fuera de su comunidad	
Un día	3,8%	0,9%	1,4%
Dos	6,2%	3,2%	1,6%
Tres	5,7%	3,9%	8,0%
De cuatro a siete	26,8%	28,9%	29,5%
De ocho a quince	28,8%	34,4%	44,0%
Más de quince	28,9%	28,8%	15,5%
Total salieron (000)	9.745	12.745	5.251
Nº medio de días	14,7	13,6	10,9



## METODOLOGÍA DEL AIMC Q PANEL

---

*\*El trabajo de campo se realizó entre el 15 de septiembre y el 9 de octubre de 2015, y la muestra útil alcanzó las 912 entrevistas válidas.*

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 cerca de 28,2 millones sobre los 39,7 millones de españoles de 14 años o más.

## 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 alrededor de 140 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.

Más información: <http://www.aimc.es>

 [@aimc\\_es](https://twitter.com/aimc_es)