

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

## Casi 4 horas diarias ‘enganchados’ a la red por temas no profesionales

- El 86% de los encuestados, 2% más que en 2015, dispone de un smartphone
- Consumimos internet un promedio de 236 minutos al día para temas no profesionales, 5 minutos más que el pasado año
- El 94% de la población internauta con Smartphone dispone de una tarifa de conexión de datos
- La consulta del correo electrónico y el uso de buscadores se afianzan como las tareas más realizadas a la hora de conectarse a internet en movilidad.
  - El ordenador nos inspira seguridad y el móvil inmediatez
- Los diarios y las revistas son los que registran un mayor consumo exclusivamente online entre los internautas.

**Madrid. 2 de junio de 2016.- 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 segundo año, los hábitos de los internautas en relación al **consumo de internet en movilidad**. Este estudio 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:** Un 86% de los internautas (un 2% más que en 2015) dispone de un Smartphone y, dentro de los usuarios de este modelo de dispositivo, el 94% tiene una tarifa de conexión de datos para el mismo.

Disponibilidad de teléfono en el hogar	AIMC Q Panel ('000)	% Penetración
Total Internautas último mes	30.217	100,0%
Disponen de teléfono fijo en el hogar	<b>27.953</b>	<b>92,5%</b>
Disponen de teléfono móvil personal	<b>29.822</b>	<b>98,7%</b>
Usuarios principales de un móvil	<b>29.255</b>	<b>96,8%</b>
Total disponen de smartphone	25.917	85,8%

- **El Smartphone es el líder en la conexión a internet:** el 86% de los internautas declara haberlo utilizado para conectarse a internet en los últimos 30 días, seguido del ordenador portátil (75%) y el del sobremesa (64%).

En los últimos 30 días, cuándo ha sido la última vez que se ha conectado a internet desde...? % sobre lo 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	47,7%	56,0%	41,6%	19,8%	6,2%	4,1%	1,9%	63,3%
De 2 a 7 días	11,3%	13,0%	9,7%	7,8%	3,8%	4,4%	1,9%	2,1%
De 8 a 30 días	5,3%	6,4%	6,2%	6,6%	2,4%	5,3%	2,2%	0,6%
Hace más de 30 días	13,0%	7,3%	10,6%	7,2%	2,7%	13,9%	12,0%	1,6%
No me he conectado nunca	22,8%	17,3%	31,6%	53,6%	65,0%	72,2%	62,1%	12,4%
Se han conectado con este dispositivo en los últimos 30 días	64,2%	75,4%	57,5%	34,3%	12,4%	13,9%	6,0%	66,0%

- **Más de la mitad de los internautas tiene una tablet y se conecta a internet a través de WiFi:** casi 7 de cada 10 internautas tiene una tablet en su hogar y un 18% de ellos dispone de tarifa de conexión de datos. El resto (81%) sólo se puede conectar a internet a través de WiFi.
- **El ordenador portátil se impone al de sobremesa:** el 82% de los internautas disponen en sus hogares de al menos un ordenador portátil, mientras que sólo el 63% de los encuestados cuenta con al menos uno de sobremesa.

## 2. RESPECTO AL LUGAR DE USO:

- **Como en casa, en ningún sitio:** para todos los dispositivos analizados, sean fijos o móviles, el uso en el hogar es el más generalizado. Aun así, el Smartphone continua siendo es el dispositivo que más utilizan los panelistas dentro y fuera de casa (93% en el hogar, 78% en la calle, 72% en lugares de ocio, 67% en medios de transporte y 55% en el trabajo, porcentajes muy similares a los obtenido el pasado año.)

¿DÓNDE UTILIZA VD. PERSONALMENTE CADA UNO DE ESTOS DISPOSITIVOS? % sobre total disponen	Sobremesa	Portátil	Tableta	Smart TV	Receptor Digital Multimedia	Consola sobrem.	Consola port.	Smartphone
Total disponen	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Hogar	92,1%	91,7%	89,2%	96,0%	94,7%	85,1%	74,8%	92,5%
Trabajo	0,0%	23,0%	9,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	54,9%
Centro de Estudios	0,0%	15,6%	6,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	25,3%
En medios de transporte	0,0%	2,9%	12,2%	0,0%	0,0%	0,0%	13,0%	67,1%
En lugares de Ocio	0,0%	5,2%	11,3%	0,0%	0,0%	0,0%	7,2%	72,1%
En tiendas/Centros comerciales	0,0%	0,3%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	3,6%	65,3%
En la calle	0,0%	0,7%	4,8%	0,0%	0,0%	0,0%	4,8%	77,7%
Otro Lugar	0,0%	5,7%	7,4%	0,0%	0,0%	0,0%	4,9%	26,2%
No lo utilizo	7,9%	3,2%	8,0%	4,0%	5,3%	14,9%	23,7%	2,0%

## 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 236 minutos al día, 5 minutos superior al del año pasado.**
- **La consulta del correo electrónico y el uso de buscadores, entre las tareas más realizadas:** sólo entre el 1% y el 2% indica no haber utilizado estos servicios en el último mes.
- **El ordenador nos inspira seguridad y el móvil inmediatez.** Por segundo año consecutivo, el ordenador sigue siendo el dispositivo preferido para actividades que requieren seguridad; pero para servicios como redes sociales, consulta de mapas o noticias, el móvil sigue siendo el rey. 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 (73,4%) o "conectarse a su banco online" (61,8%).

¿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	56,5%	36,4%	44,8%	47,5%	73,4%	49,3%
Tableta	16,8%	15,5%	22,5%	18,7%	12,2%	13,2%
Smart TV	0,4%	0,4%	0,5%	8,7%	0,2%	0,1%
Smartphone	26,3%	47,7%	32,3%	25,2%	14,2%	37,5%

¿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	58,7%	61,8%	40,5%	44,8%	48,7%	61,8%
Tableta	16,7%	9,6%	18,0%	11,2%	12,5%	10,5%
Smart TV	0,3%	0,2%	1,3%	0,3%	3,3%	2,0%
Smartphone	24,3%	28,4%	40,3%	43,7%	35,5%	25,7%

Se prefieren los dispositivos móviles en servicios como el acceso a “Redes Sociales”, “Videojuegos Online” y “Consulta de noticias, deportes y tiempo”. Pero, respecto al año pasado, debemos destacar el incremento que se refleja este año en el uso de smartphone para compras online y para realizar operaciones de banca, mostrando el crecimiento de confianza en este dispositivo.

#### 4. RELACIONADAS CON EL CONSUMO DE MEDIOS:

- La televisión, con el 91%, es el medio que más consumen los internautas de forma global (online y offline) durante la semana, seguido de los diarios y la radio con un 79 y 78% respectivamente, una posición que se invierte respecto a año pasado donde la radio acaparaba el 80% y los diarios el 78%. En última posición aparecen las revistas, que aunque se incrementan casi un 2%, sólo alcanzan el 56,6% de cobertura.

Medios consumidos en los últimos 7 días % sobre total internautas últimos 30 días	DIARIOS	RADIO	TV	REVISTAS
Total	30.217	30.217	30.217	30.217
Si, sólo en formato "tradicional"	10,6%	47,7%	57,6%	21,7%
Si, sólo en formato digital	29,1%	6,8%	1,3%	12,9%
Si, en ambos formatos	39,6%	23,8%	32,5%	22,0%
He consumido dicho medio en los últimos 7 días	79,3%	78,3%	91,4%	56,6%

- Si nos centramos en el consumo de estos medios de forma convencional (en papel o hertzianos), la televisión es también el medio preferido para 5 de cada 10 encuestados, seguido de la radio (47,7%), las revistas (21,7%) y los diarios (10,6%).
- En cuanto al consumo de medios exclusivamente online, los diarios y las revistas son los que ganan mayor porcentaje de cobertura con un 29,1% y un 12,9% respectivamente.

## METODOLOGÍA DEL AIMC Q PANEL

*\*El 31 de marzo, día en que se inició el trabajo de campo, se envió la invitación a participar a la totalidad de los 2.119 miembros del panel en esa fecha. Todos los datos numéricos poblacionales se refieren a miles. El trabajo de campo se realizó entre el 31 de marzo y el 4 de mayo de 2016. La muestra útil alcanzó las 1.290 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 30,2 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>

