

AIMC presenta una nueva edición de su Q Panel dedicado al consumo de radio

Un 41% de los internautas escucha la radio por internet

- En el último año, el 41% de los internautas ha escuchado la radio en modo online en algún momento.
- En el mismo periodo, un 33% de los internautas ha escuchado la radio Online en directo (streaming) alguna vez y un 21% lo hace en diferido (podcasts) alguna vez también.
- El 92% de los internautas escucha alguna fuente de audio mientras va en el coche.
- El smartphone es el dispositivo preferido para escuchar la radio en directo.

Madrid, 4 de octubre de 2017.- 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 quinta ocasión, los hábitos de los internautas en relación con el consumo de radio.

El objetivo es profundizar en el conocimiento de los individuos que escuchan la radio y tienen acceso a internet, la interacción entre lo analógico y lo digital, así como las exclusividades y duplicidades. En esta ocasión, **se ha realizado un cuestionario diferente a las cuatro ediciones anteriores**, con el fin de obtener datos sobre aspectos interesantes sobre la radio que no tienen cabida en los cuestionarios regulares de EGM.

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

Los internautas escuchan la radio online principalmente en directo

- Un 41% de los internautas declara haber escuchado la radio a través de internet en el último año, concretamente **casi 13 millones de personas**, 10,5 millones la siguieron en directo y 6,5 millones en diferido.

AIMC Q PANEL RADIO 2017									
Escucha de Radio por Internet (últimos 12 meses) % Vertical	Total	Hombre	Mujer	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	Más de 64 años
Total Internautas Último mes (000)	31.893	15.883	16.010	4.686	5.201	7.293	6.576	4.607	3.530
Total escucha de Radio por Internet	40,7%	46,1%	35,3%	44,8%	48,6%	49,4%	40,0%	31,9%	18,6%
En directo/streaming	33,1%	37,0%	29,2%	35,2%	38,6%	41,0%	32,7%	25,9%	16,4%
Diferido/podcast	20,6%	25,2%	16,0%	21,1%	25,7%	25,9%	20,3%	17,2%	6,8%

Entre hombres y mujeres, hay 11 puntos de diferencia porcentual, concretamente el **46% para los hombres y 35% para las mujeres**. Por edades, están **por encima de la media los grupos de entre 14 y 44 años**.

- El 33% declara escuchar la radio online en directo o streaming y el 21% en diferido o vía podcast.

- Si nos referimos a los últimos 30 días, el porcentaje de internautas que **declaran haber sintonizado la radio online en directo es del 29%**. De estos, **el 56% lo hace desde una página web y el 28% desde la aplicación de móvil** oficial de la cadena. Por su parte, **el 18% escuchó la radio online en diferido o vía podcast en el último mes**. De estos, el 49% lo hace desde una página web y el 12% desde la aplicación de móvil oficial de la cadena. El 26% declara que ha escuchado un fichero podcast que se había descargado previamente.
- Si preguntamos por un día promedio, el resultado a través de internet es que **el 74% de los internautas reconocen ser oyentes de radio**.
- El dispositivo más utilizado para escuchar la radio online en directo es el smartphone, **lo utilizan el 59% de los que escuchan radio en directo**. El ordenador de sobremesa y el portátil empatan en la segunda posición con un 31%.

AIMC Q PANEL RADIO 2017		
Dispositivo utilizado para escucha de Radio Online en Directo/Streaming (últimos 12 meses) Absolutos (000)	Total	%
Total Escucharon Radio en Directo/Streaming (000)	10.564	100,0
Ordenador de sobremesa	3.264	30,9
Ordenador portátil	3.285	31,1
Tableta	1.635	15,5
Smartphone	6.177	58,5
Otros dispositivo móvil	349	3,3

Más del 90% de internautas sintoniza la radio cuando va en el coche y lo que más escucha es música

- El coche vuelve a ser el lugar en el que más individuos escuchan la radio, seguido muy de cerca por la escucha en casa y ambas muy distanciadas de la escucha en el trabajo y en otros lugares.

AIMC Q Panel Radio Evolución			
Lugar de escucha de Radio Pomedio diario de oyentes (000)	2015	2016	2017
Total Internautas 30 días	29.565	30.737	31.893
Total Escuchan la Radio Ayer	20.757	20.949	23.655
Escucha desde Casa	11.286	11.225	13.204
Escucha desde Coche	12.368	12.879	14.542
Escucha desde Trabajo	2.311	2.073	3.769
Escucha desde Otro Lugar	1.613	1.609	2.192

- **El 92% de los internautas afirma que en el último mes se ha montado en un coche y ha escuchado alguna fuente de audio**. La fuente de audio más utilizada cuando van en coche es la radio hertziana (FM u OM), seguida a mucha distancia por el reproductor de CD y la música en USB.

- **En el conjunto del día la música es el contenido más oído, seguido del informativo y el entretenimiento.** Por bloques horarios, la música siempre es la más declarada salvo en el bloque de 6:00 a 10:00 de la mañana que es superada por los informativos, y entre las 23:00 y las 02:00 que es superado por el deporte.

AIMC Q panel Radio 2017							
Distribución según contenido	Total Día	DE 6 a 10	De 10 a 13	De 13 A 16	De 16 a 20	De 20 a 24	De 24 en adelante
Total oyentes Radio	23.655	13.247	8.663	5.926	7.378	5.943	2.526
Magazines	4.766	2.318	2.077	812	1.619	451	263
Divulgativos	1.809	668	439	248	286	342	303
Entretenimiento	5.225	3.209	1.583	667	710	456	329
De participación	899	299	210	79	106	142	238
Informativos	9.991	6.836	1.732	2.323	1.282	2.155	257
Musicales	12.772	3.993	5.151	3.177	4.667	2.544	477
Culturales	1.094	342	426	271	280	182	86
Deportivos	3.473	251	214	785	503	1.721	1.148
Otros	633	153	43	126	149	176	180

METODOLOGÍA DEL AIMC Q PANEL

**El 1 de junio, día en que se inició el trabajo de campo, se envió la invitación a participar a la totalidad de los 4.834 miembros del panel en esa fecha. Todos los datos numéricos poblacionales se refieren a miles. El trabajo de campo se realizó entre el 8 y el 28 de junio de 2017. La muestra útil alcanzó las 2.058 entrevistas válidas, lo que representa una tasa de respuesta del 43%.*

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 31,9 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>

