



AIMC PONE EN MARCHA A TRAVÉS DE LA RED SU 11ª ENCUESTA A USUARIOS DE INTERNET

- El 14 de octubre arranca Navegantes en la Red, el estudio sobre Internet con mayor muestra en España
- Esta encuesta se ha convertido en una de las principales herramientas para profundizar en el conocimiento del uso de la Red en España

Madrid, 14 de octubre de 2008.- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) pone en marcha en la red su 11ª **Encuesta a Usuarios de Internet, Navegantes en la Red**, que estará activa hasta el próximo 8 de diciembre. El éxito de participación conseguido en las anteriores ediciones, más de 41.000 respuestas obtenidas el año pasado, ha consolidado este estudio como el de mayor muestra de España, convirtiéndose así en una de las mejores herramientas para conocer en detalle el perfil del internauta.

Como en anteriores ocasiones, esta iniciativa no tiene ningún carácter comercial y se realiza con la única ambición de conocer, y luego divulgar, la situación y comportamientos de los internautas, así como las aplicaciones y sistemas que gozan de mayor éxito a través de la Red. Consecuentemente, los resultados se pondrán a disposición de todos a través del sitio web de AIMC, donde actualmente se pueden consultar los de todas las ediciones anteriores.

Dada la rápida evolución y el gran dinamismo del medio, AIMC en esta nueva edición de Navegantes en la Red ha renovado su encuesta introduciendo nuevos temas, que interesan y preocupan a todos los profesionales relacionados con el uso y análisis de Internet. Este año, entre otras áreas de investigación, destacan:

- Web 2.0 (Redes sociales, contenidos en la web aportados por internautas,...)
- Opinión acerca del canon por copia privada y descargas gratuitas por Internet
- Visualización online de videos y descarga de emisiones de televisión

Además de las novedades que este año incorpora la encuesta, el estudio de AIMC ofrece información muy valiosa sobre los hábitos del internauta en nuestro país, desde cuanto tiempo se conecta, la frecuencia de uso, los servicios que utiliza, hasta qué tipo de cosas compra y cuánto dinero gasta o qué problemas encuentra a la hora de usar Internet, etc.

Desde el 14 de octubre y hasta el 8 de diciembre, el internauta podrá acceder a la encuesta a través de la página web de AIMC (<http://www.aimc.es>), así como a través de un banner colocado en aquellos sitios web más visitados de nuestro país y que

están colaborando con la asociación (más de 200) como, por ejemplo, medios de comunicación, portales, buscadores o universidades.

Para facilitar la participación, existen distintas versiones del cuestionario y del banner en castellano, catalán, gallego y euskera. Asimismo, entre todos aquellos que participen contestando la encuesta se sortearán los siguientes premios: un ordenador portátil, dos PDA's y 3 Nintendo Wii con 3 juegos.

Para esta undécima edición de la encuesta, AIMC cuenta con el patrocinio de ODEC y con la colaboración de Páginas Amarillas, que ha donado de los premios, y de ARGO Redes y Servicios Telemáticos, que proporciona el soporte técnico-informático.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 168 empresas asociadas, entre las que destacan 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 www.aimc.es

Sobre ODEC

ODEC es una empresa de servicios y aplicaciones informáticas con una larga y acreditada trayectoria de compromiso y servicio al cliente. Entre sus especialidades destacan soluciones diversas para áreas relacionadas con el tratamiento de la información: en captura especializada de datos (digitalización y gestión documental), como outsourcing de encuestas telefónicas (CATI) y por Internet (CAWI), la gestión de información de satisfacción del clientes (EFM), un completo soporte para acciones de marketing (fulfilment, normalización de datos, tarjetas de fidelización), desarrollo de aplicaciones ad-hoc (portales corporativos, CRM) y una amplia gama de servicios TIC a través de su Centro Tecnológico (hospedaje web, help-desk).