



AIMC PONE EN MARCHA A TRAVÉS DE LA RED SU 13ª ENCUESTA A USUARIOS DE INTERNET

- **Navegantes en la Red se hace su propio hueco en las redes sociales para crear un canal bidireccional de comunicación con los internautas**
- **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, 19 de octubre de 2010.- [AIMC](#) (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) pone en marcha en la red su **13ª Encuesta a Usuarios de Internet, Navegantes en la Red**, que estará activa hasta el próximo 12 de diciembre. El éxito de participación conseguido en las anteriores ediciones, más de 36.000 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.

Datos tan curiosos como que *'hace 5 años tan sólo el 17% de los encuestados se conectaban a internet a través del móvil y ahora ya lo hacemos 1 de cada 3 internautas'*; que *'en 1.996 tan sólo un 1% de la población tenía acceso a internet'*; o que *'1 de cada 3 internautas nos conectamos más de 30 horas a la semana'* son los que con el paso de los años nos han ido desvelando los resultados de 'Navegantes en la Red'. La encuesta nos muestra una radiografía del internauta español elaborada a partir de las opiniones de los propios usuarios.

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. El internauta podrá acceder a la encuesta a través de la página web de [AIMC](#) (<http://encuesta2010.aimc.es>); a través de un banner colocado en los sitios web más visitados de nuestro país y que están colaborando con la asociación, más de 200 entre los que destacan los principales medios de comunicación, portales, buscadores o universidades; así como a través de [Facebook](#) o [Twitter](#). 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.

El salto de 'Navegantes en la Red' a las Redes Sociales

Por primera vez, y tras ver reflejada la importancia de las Redes Sociales en las últimas ediciones de 'Navegantes en la Red', la encuesta se hace su propio hueco en los medios sociales e inaugura su propio Facebook (<http://www.facebook.com/NavegantesenlaRed>) y su propio Twitter (<http://www.twitter.com/NavegantesRed>). Esta nueva iniciativa permite disponer de un canal bidireccional de comunicación directo, sin intermediarios, con los internautas.

La presencia de '**Navegantes en la Red**' tanto en Facebook como en Twitter nos permite establecer conversaciones con los internautas y conocer un poco mejor sus costumbres y preferencias así como mantenerles informados de las todas las novedades de la encuesta.

Las Redes Sociales son un canal de comunicación en el que se concentran millones de usuarios y mueven millones de opiniones diariamente por lo que son un entorno perfecto para compartir las últimas novedades de 'Navegantes en la Red'. Facebook, la red social más extendida y reconocida a nivel mundial, cuenta ya, con poco más de 6 años de vida, con 500 millones de usuarios. Twitter, una red social mucho más joven, con tan sólo 4 años de vida, registra 27 millones de tweets diarios.

Novedades en la encuesta para este año

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:

- La opinión del internauta sobre temas de actualidad como la privacidad en las redes sociales; la capacidad de las infraestructuras de Internet para atender las crecientes necesidades; o la evaluación que hacen los usuarios de las tarifas planas.
- Las actividades que se realizan en la red a través de la telefonía móvil como el tipo de acceso a Internet y las nuevas actividades realizadas: redes sociales, mensajería instantánea, consultas y transacciones bancarias,...etc.
- Los nuevos dispositivos de acceso a Internet: ordenadores tipo tablet / iPad,...
- La importancia otorgan los internautas al sello de calidad a la hora de realizar sus compras online.

Navegantes en la Red no sólo se ha renovado respecto al contenido del estudio. AIMC ha realizado un importante esfuerzo en esta edición y ha modernizado el cuestionario con una nueva aplicación que permite a los usuarios responder al estudio de manera más sencilla y ágil.

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 hace cuánto 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 19 de octubre y hasta el 12 de diciembre**, el internauta podrá acceder a la encuesta a través de la página web de AIMC, de Facebook, de Twitter, así como a

través de un banner colocado en más de 200 sitios web que están colaborando con la asociación 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 3 iPads.

Para esta decimotercera edición de la encuesta, [AIMC](#) cuenta con el patrocinio de **ODEC** y con la colaboración de **Páginas Amarillas**, que ha donado los premios.

Sobre AIMC

[AIMC](#) es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 158 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.

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 (fulfillment, 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).

Para más información visite:

<http://www.aimc.es>

<http://encuesta2010.aimc.es>

<http://www.odec.es>

<http://www.facebook.com/NavegantesenlaRed>

<http://www.twitter.com/NavegantesRed>