



AIMC PONE EN MARCHA A TRAVÉS DE LA RED SU 14ª ENCUESTA A USUARIOS DE INTERNET

- **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, 18 de octubre de 2011.- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) pone en marcha en la red su **14ª Encuesta a Usuarios de Internet, Navegantes en la Red**, que estará activa hasta el próximo 11 de diciembre. El éxito de participación conseguido en las anteriores ediciones, casi 40.000 respuestas válidas obtenidas el año pasado frente a las casi 11.000 de la primera edición realizada en 1.996, 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 *'el año pasado el problema que más preocupaba a los internautas era el coste de la conexión, mencionado por el 58% de ellos'*; que *'en 1.996 tan sólo un 1% de la población tenía acceso a internet'*; o que *'el 79,5% de los encuestados el pasado año se sentía seguro realizando operaciones bancarias a través de la Red'* 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. 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.

Desde **el 18 de octubre y hasta el 11 de diciembre**, el internauta puede acceder a la encuesta a través de la página web de AIMC (<http://www.aimc.es>) y a través de los banners colocados 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.

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:

- Profundización en el uso de internet a través del teléfono móvil y las tabletas: nuevas actividades, tiempo de uso, aplicaciones para el móvil, ...etc.
- La opinión del internauta sobre temas de actualidad como la privacidad y el uso de 'cookies'
- La geolocalización vía internet
- La descarga de libros electrónicos

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 si ha tenido incidencias al hacerlo o qué problemas encuentra a la hora de usar Internet, etc.

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 un iPad 2 y 3 Xbox 360 con sensor Kinect.

Para esta decimocuarta 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 156 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://www.odec.es>