

AIMC LANZA SU 16ª ENCUESTA A USUARIOS DE INTERNET

- Arranca una nueva edición de *Navegantes en la Red*, el mayor estudio sobre Internet y el entorno 2.0 con mayor muestra en España.
- La encuesta de AIMC ha sacado a la luz las claves del comportamiento de los usuarios que marcan tendencias en Internet desde 1996.
- La navegación a través de Smart TVs, el arranque del 4G y las nuevas maneras de comprar a través de Internet, como el *showrooming*, entre las novedades de la encuesta en 2013.

Madrid, 15 de octubre de 2013.- **AIMC** (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación), gestora de importantes estudios de audiencia en España (entre otros, el EGM), ha puesto a disposición de todos los internautas su **16ª Encuesta a Usuarios de Internet, Navegantes en la Red**. Este estudio, considerado el de mayor muestra sobre Internet y su uso en España, con más de 33.000 respuestas válidas en su última edición, es uno de los más importantes a la hora de conocer la evolución de los hábitos y las opiniones de los usuarios españoles sobre la Red y cuáles han sido las tendencias más significativas en sus 16 años de historia.

En esta ocasión, la encuesta de **AIMC** profundizará en aspectos como el acceso a Internet a través de las nuevas Smart TVs, el incipiente uso de la tecnología 4G en nuestro país, la práctica cada vez más habitual del *showrooming* o la suscripción a servicios de internet para el visionado de películas y series de televisión.

Hasta el próximo 8 de diciembre, los *Navegantes* de toda España pueden acceder a la encuesta a través de la propia página web de la asociación: www.aimc.es o también, haciendo clic en los banners colocados en los sitios web más visitados de nuestro país, entre los que destacan los principales medios de comunicación, portales de internet, buscadores o las páginas web de las principales universidades españolas. Además, existen versiones de la encuesta en castellano, catalán, gallego y euskera.

El reflejo de la realidad digital en nuestro país

Desde sus inicios en 1996 *Navegantes en la Red* ha sido testigo del desarrollo de Internet y de cómo la sociedad española ha ido cambiando su utilización y hábitos en su día a día, especialmente en el caso de aquellos usuarios más activos (y expertos).

Si en la primera edición de la encuesta pocos españoles tenían acceso a Internet (apenas un 1% de la población mayor de 14 años) con el paso del tiempo el estudio ha reflejado cómo para algunos usuarios el estar "permanentemente conectados" es tan necesario, que incluso un 52% de los encuestados el pasado año afirmaba acceder "varias veces al día" a través de su teléfono móvil para navegar por la red. También ha puesto de manifiesto cómo estos ciudadanos han asumido como algo habitual el conectarse a diario a las redes sociales (más del 67% de los encuestados en 2012) o realizar sus operaciones bancarias a través de internet (opción escogida por casi el 55% *Navegantes* en la última edición).

Pero el estudio de **AIMC** también ha mostrado en todos estos años cuáles han sido sus principales preocupaciones en temas como la utilización de los datos personales que se proporcionan en Internet o el uso de plataformas de pago fiables (tipo Paypal), escogidas por el 47,3% de los *Navegantes* en 2012 para realizar sus compras online.

Novedades 2013: el auge de las televisiones inteligentes, la nueva conexión 4G y el showrooming

Siguiendo las últimas tendencias en el uso de la Red, **AIMC** ha introducido en su 16ª Encuesta a Usuarios de Internet nuevos temas que interesan y preocupan a todos los usuarios y analistas, entre los que destacan los siguientes:

- El acceso a Internet a través de las nuevas Smart TVs y las principales actividades realizadas en la Red a través de este dispositivo.
- El uso del 4G en nuestro país y cómo ha trascendido esta nueva forma de conexión entre los internautas.

- La práctica del showrooming (es decir, la compra de un producto a través de internet previamente visto y probado en una tienda física) y su evolución respecto a las formas habituales de compra en las tiendas tradicionales.
- La suscripción a servicios de internet para el visionado de películas y series de televisión, tipo Wuaki TV o Total Channel.
- La participación de los usuarios en programas de televisión a través de las redes sociales y cómo practican el “fenómeno fan” en la Red.
- Se incorporan nuevas opiniones de valoración sobre temas relevantes en Internet como, por ejemplo, la preocupación por el uso de los datos personales en la Red o el control y vigilancia que puedan realizar las instituciones públicas sobre los mismos.

Sobre Navegantes en la Red

Como en anteriores ocasiones, esta iniciativa sin ánimo de lucro se realiza con el objetivo de conocer y divulgar la situación y comportamiento de los usuarios de internet, así como de las aplicaciones y los servicios que gozan de mayor éxito a través de la Red.

Los resultados de esta 16ª edición se harán públicos en febrero de 2014 en la web de **AIMC**, donde actualmente se pueden consultar de manera gratuita los estudios de todas sus ediciones anteriores.

En esta ocasión, **AIMC** cuenta con el patrocinio de **ODEC** y con la colaboración de **Samsung Electronics**, que ha donado los premios a sortear entre todos aquellos que contesten la encuesta: un Galaxy Note 3 con Galaxy Gear, una tablet Galaxy Tab 3, una Samsung Galaxy S4 Zoom y una Smart Camera Samsung.

Puedes encontrar más información relacionada con la encuesta de AIMC en su perfil en Twitter, @NavegantesRed.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con alrededor de 150 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.

Más información:

<http://www.aimc.es>;



@NavegantesRed

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 (fullfilment, 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). Más información: <http://www.odec.es>

Sobre Samsung Electronics

Samsung Electronics Co. Ltd., líder global en tecnología, ofrece multitud de posibilidades a usuarios de todo el mundo. Gracias a la investigación y a la innovación, la compañía transforma el mundo de los televisores, los smartphones, los ordenadores, las impresoras, las cámaras, los electrodomésticos, los sistemas LTE o 4G, los equipos médicos, los semiconductores y las soluciones LED. Samsung cuenta con 270.000 trabajadores en 79 países, con ventas anuales que superan los 187.8 mil millones dólares. Para más información, por favor visita www.samsung.com