

COMIENZA LA VIGÉSIMA EDICIÓN DE LA ENCUESTA 'NAVEGANTES EN LA RED' DE AIMC

- Hoy se activa el enlace para participar en la encuesta más amplia sobre comportamientos y usos de internet en España
- Desde su puesta en marcha, hace ya 20 años, *Navegantes en la red* ha adelantado las tendencias de internet y las claves que han dominado los últimos años
- El alquiler de objetos a particulares a través de internet o el portal al que están suscritos los internautas para ver series y películas son algunas de las novedades de este año

Madrid, 17 de octubre de 2017.- **AIMC** (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) invita a todos los internautas a participar en su 20ª Encuesta a usuarios de Internet, *Navegantes en la Red*. El estudio, que este año celebra su 20 aniversario, está considerado como el más amplio del mercado sobre el uso de internet en nuestro país, aporta una visión muy precisa de cómo hemos incorporado la red en nuestras rutinas diarias y permite seguir la evolución de las tendencias digitales más innovadoras.

En esta ocasión, la encuesta de **AIMC** profundiza en aspectos como el grado de confianza en el comercio electrónico, el portal de internet al que se está suscrito para ver series o películas online o el alquiler de objetos entre particulares a través de internet.

Hasta el próximo 10 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. Por otra parte, existen versiones de la encuesta en castellano, catalán, gallego y euskera.

20 años ofreciendo la visión más completa de la población internauta en España

Gracias a las opiniones de los encuestados, considerados “marcadores de tendencias” en el uso de nuevas tecnologías, tradicionalmente cada edición de *Navegantes en la Red* ha ido anticipando lo que acontecería después en el mundo de internet.

En cuanto al cuestionario de esta vigésima edición destacan las siguientes novedades:

- **Las cookies** y, especialmente, el conocimiento sobre lo que son y la configuración que tienen establecida.
- **El comercio electrónico y el grado de confianza** que le merece entre los internautas.
- **El portal al que están suscritos** para ver series, películas o canales de televisión.
- **El alquiler de productos u objetos** entre particulares a través de internet.

Sobre Navegantes en la Red

Navegantes en la Red ha sido testigo, desde sus inicios en 1996, del desarrollo de internet y de cómo la sociedad española ha ido cambiando su utilización y hábitos en su día a día, todo ello a través de las opiniones de los internautas más activos que responden de forma voluntaria a la encuesta.

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 20ª edición se harán públicos a principios de 2018 en la web de **AIMC**, en donde actualmente se pueden consultar de manera gratuita los estudios de todas sus **ediciones anteriores**.

Para la puesta en marcha de este estudio **AIMC** cuenta con el patrocinio de **ODEC**, con la colaboración de **Samsung Electronics**, que ha donado los premios a sortear entre todos aquellos que contesten la encuesta: un teléfono Samsung Galaxy S8; 2 teléfonos Samsung Galaxy A5 y una Smartband Samsung fit2 pro; y con el apoyo de **SSI** que, a través de su panel online, aporta 3.000 entrevistas como complemento a la muestra obtenida en este estudio.

Más información relacionada con la encuesta de AIMC en su perfil en Twitter, **@aimc_es**.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 139 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> <http://www.aimc.es/Comienza-la-20ª-Encuesta-AIMC-a.html>



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). 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 350.000 trabajadores en 80 países, con ventas anuales que rondan los 160 mil millones de euros. Para más información, por favor visita www.samsung.com

Sobre SSI (Survey Sampling International)

Con 40 años de existencia, SSI es el principal proveedor mundial de gestión de datos y tecnología para la investigación mediante encuestas. SSI realiza entrevistas en más de 90 países a través de internet, telefónicas, en móviles y utilizando métodos mixtos. SSI cuenta con 40 oficinas en más de 20 países ofreciendo soluciones de muestreo, recogida de datos, CATI, asesoramiento en el diseño de cuestionarios, programación y hosting de encuestas, informes personalizados online y proceso de datos. Los empleados de SSI atienden a más de 3.500 clientes en todo el mundo. Más información en www.surveysampling.com