

COMIENZA LA 21ª EDICIÓN DE LA ENCUESTA AIMC A USUARIOS DE INTERNET, 'NAVEGANTES EN LA RED'

- Hoy se activa el enlace para participar en el estudio más amplio sobre comportamientos y usos de internet en España.
- *Navegantes en la Red* ha adelantado las tendencias y las claves que han dominado internet desde sus inicios.
- La utilización de asistentes virtuales de voz, la posesión de aparatos en el hogar controlados por internet, el empleo de bitcoins o la opinión sobre las *fake news* son algunas de las novedades de este año.

Madrid, 16 de octubre de 2018.- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) invita a todos los internautas a participar en su **21ª Encuesta a usuarios de Internet, *Navegantes en la Red***. El estudio 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 conocer la evolución de las tendencias digitales más innovadoras.

En esta ocasión, la encuesta de **AIMC** profundiza en aspectos como los aparatos en el hogar controlados por internet, el uso de asistentes virtuales de voz, la utilización de monedas virtuales y el fenómeno de las *fake news* y la protección hacia los efectos que crean determinadas publicaciones en internet.

Hasta el próximo 9 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 o las páginas web de las principales universidades españolas. Por otra parte, existen versiones de la encuesta en castellano, catalán, gallego y euskera.

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

Tradicionalmente *Navegantes en la Red* ha ido anticipando lo que acontecería después en el mundo de internet, todo ello gracias a las opiniones de los encuestados, considerados "marcadores de tendencias" en el uso de nuevas tecnologías.

En cuanto al cuestionario de esta vigésimo primera edición, AIMC ha introducido nuevos temas que interesan y preocupan a todos los usuarios y analistas, entre los que destacan los siguientes:

- Uso de **asistentes del hogar / altavoces inteligentes** (Google Home, Amazon Echo,...).
- Utilización de **asistentes virtuales de voz** (Siri, Cortana,...).
- **Aparatos en el hogar controlados por internet** (sistema de seguridad, calefacción, iluminación,...).
- Empleo de **monedas virtuales** (bitcoin).
- Uso de aplicaciones para el **envío inmediato de dinero** entre particulares (Twyp, Bizum, etc.).
- Participación en **consultas/votaciones online** sobre asuntos cívicos o políticos.
- La **digitalización de la publicidad exterior**.
- También se introducen nuevas cuestiones sobre la **opinión de los internautas** acerca de temas relevantes en Internet como, por ejemplo, las *fake news* o el poder que tienen las grandes empresas tecnológicas.

Además, todos aquellos que contesten a la encuesta entrarán en el sorteo de un teléfono Samsung Galaxy S9; dos teléfonos Samsung Galaxy A8 (edición 2018) y un smartwatch Samsung Gear Sport.

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 21ª edición se harán públicos a principios de 2019 en la web de **AIMC**, 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** y el apoyo de **Research Now 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 136 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/blog/comienza-la-21a-encuesta-aimc-usuarios-internet-navegantes-la-red/>



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 Research Now SSI

Con 40 años de existencia, Research Now SSI es el principal proveedor mundial de gestión de datos y tecnología para la investigación mediante encuestas. Research Now SSI realiza entrevistas en más de 94 países a través de internet, telefónicas, en móviles y utilizando métodos mixtos. Research Now 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 Research Now SSI atienden a más de 5.800 clientes en todo el mundo. Más información en www.surveysampling.com