

Arranca una nueva edición de *Navegantes en la Red* para analizar las últimas tendencias digitales en España

- La nueva normalidad y su repercusión en nuestra forma de conectarnos y usar la tecnología serán los temas protagonistas de esta 24ª edición de la Encuesta a Usuarios de Internet de AIMC.
- Hasta el próximo 12 de diciembre, los internautas españoles podrán participar en este estudio de referencia que recoge sus opiniones y hábitos en línea.

Madrid, 19 de octubre de 2021.- AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) ha puesto en marcha la 24ª edición de su Encuesta a usuarios de Internet, *Navegantes en la Red*. A través de este estudio, AIMC ofrece una visión completa de la evolución de Internet y el impacto de la transformación digital en nuestra sociedad.



Este año, y como no podría ser de otra forma, el estudio incide especialmente en cuestiones de obligada actualidad en el paulatino retorno a la normalidad, como la solicitud del certificado COVID o el uso de aplicaciones relacionadas con la pandemia. Además, incorpora nuevos aspectos como la utilización de sistemas digitales para la localización de menores, mascotas u objetos o cuestiones relacionadas con el ocio y el tiempo libre, como la suscripción a plataformas de libros electrónicos y la escucha de audiolibros. Asimismo, se profundiza en otras cuestiones como el teletrabajo, la posesión de monedas virtuales como inversión o el consumo de podcasts y videojuegos a través de la red.

Esta encuesta, realizada sin ánimo de lucro, no sería posible sin la participación de los *Navegantes* de toda España. **Hasta el próximo 12 de diciembre**, los interesados en participar pueden acceder a la encuesta mediante [su página oficial](#), así como a través de la propia página web de la asociación en www.aimc.es.

Nueva normalidad, teletrabajo vs presencialidad y mucho más

Desde 1996, *Navegantes en la Red* ha anticipado las tendencias en el uso de internet, gracias a las opiniones de los encuestados, considerados “marcadores de tendencias” en el uso de nuevas tecnologías.

Siguiendo este mismo objetivo, el cuestionario que ha elaborado **AIMC** para esta vigésimo cuarta edición incluye nuevos temas de interés para todos los usuarios y analistas, como los **cambios en el comportamiento digital de la población durante la pandemia**, así como la **evolución de sus conocimientos digitales o cómo ha variado su equipamiento tecnológico en los últimos meses**.

Otras de las novedades más destacadas que encontramos en esta nueva edición son:

- **Certificado COVID:** Posesión e instalación de aplicaciones que certifican la vacunación COVID, resultados de test, si se ha pasado la enfermedad, ...
- Actividades realizadas mediante el **uso de códigos QR/ Bidi**.
- Posesión de **monedas virtuales como inversión**.
- **Suscripción a plataformas de libros electrónicos**.
- **Uso de sistemas digitales para la localización de menores, mascotas u objetos**.
- Nuevas cuestiones sobre el **teletrabajo** y su combinación con la actividad presencial, así como sobre el uso de **videollamadas/ videoconferencias**.
- **Interacción con la publicidad online y gestión de permisos de cookies de las web**.
- Nuevas preguntas que profundizan en el consumo de **podcast** y **de videojuegos online**, así como la utilización de **aplicaciones relacionadas con la economía colaborativa** (carsharing, alquiler de bicicletas, motos o patinetes, etc.).
- Opiniones sobre temas de relevancia en internet, como el **uso adecuado de los datos por parte de las empresas**, las limitaciones a la hora de publicar **opiniones por Internet** o la sensación de que se pasa demasiado tiempo conectados.

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.

Además de en su [página oficial](#), los internautas también encontrarán una serie de 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. La encuesta puede realizarse en castellano, catalán, gallego, euskera o valenciano. Además, todos aquellos que respondan, **entrarán en el sorteo de los últimos lanzamientos en tecnología:** un iPhone 13, un Samsung Galaxy Z Flip3, un iPad 2021, un Google Nest Hub de Google y una Google Nest Cam.

Como en anteriores ocasiones, esta iniciativa sin ánimo de lucro se realiza con el único 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 24ª edición se harán públicos a principios de 2022 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 y el soporte técnico de ODEC y el apoyo de Dynata.

[Más información sobre #Navegantes24 en:](#)   

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 131 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. En 2018, la asociación conmemoró el 50º Aniversario del EGM, estudio del que es gestora desde 1988 y que ofrece el conocimiento más riguroso, objetivo y transparente sobre el consumo de los medios de comunicación en España, además de estar elaborado con el máximo consenso de todos sus asociados.

Para más información visite: <http://www.aimc.es>   
<http://www.aimc.es/blog/comienza-la-24a-encuesta-aimc-usuarios-internet-navegantes-la-red/>

Sobre ODEC

ODEC es una empresa de servicios IT y tecnologías para tratamiento de datos, con amplia experiencia y know-how en los sectores de investigación de mercados, medios publicitarios y marketing. ODEC colabora con numerosas empresas y organismos públicos en la gestión de proyectos con grandes volúmenes de datos mediante servicios avanzados de digitalización, recogida multicanal, procesamiento y publicación online, software para análisis y planificación de medios y una completa gama de soluciones para la gestión externalizada de servicios de marketing. Más información: <http://www.odec.es>

Sobre Dynata

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