

Resultados de la 25ª Edición de Navegantes en la Red de AIMC

1 DE CADA 2 INTERNAUTAS VOTARÍA POR INTERNET EN LAS PRÓXIMAS ELECCIONES

- El 52,1% de los entrevistados opina que se debería permitir votar en las elecciones a través de Internet, independientemente de que lo hicieran o no. Y el 56,2% haría uso del voto online en las próximas elecciones
- Los más jóvenes son los menos propensos: solo el 44,1% de los menores de 24 años votaría por Internet, frente al 57,4% de los mayores de 35 años
- En cuanto al sexo, los hombres se encuentran algo más inclinados a votar online (57,1%) que las mujeres (54,3%)
- Cataluña es la Comunidad Autónoma con más afinidad por el voto online, donde 2 de cada 3 entrevistados (67,7%) lo emplearían, seguida de Baleares (61,9%), País Vasco (59,3%), Ceuta y Melilla (57,7%), Andalucía (56,1%) y Madrid (56,1%)
- Las menos partidarias son Aragón (50,1%), Navarra (50,3%), La Rioja (50,9%) y la Comunidad Valenciana (51,4%)

Madrid, 24 de mayo de 2023.- “1 de cada 2 internautas (56,2%) afirma que votaría por Internet en las próximas elecciones”, según se desprende de los resultados obtenidos por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) en la 25ª Edición de Navegantes en la Red. Se trata del Estudio sobre el uso de Internet en España con la muestra más amplia de nuestro país, con aproximadamente 19.000 entrevistas, y que cuenta con una trayectoria de más de dos décadas.

En esta ocasión, AIMC ha querido profundizar un poco más en la **opinión y la actitud hacia el voto online**, teniendo en cuenta que en 2023 los españoles tendrán que acudir en dos ocasiones diferentes a las urnas.

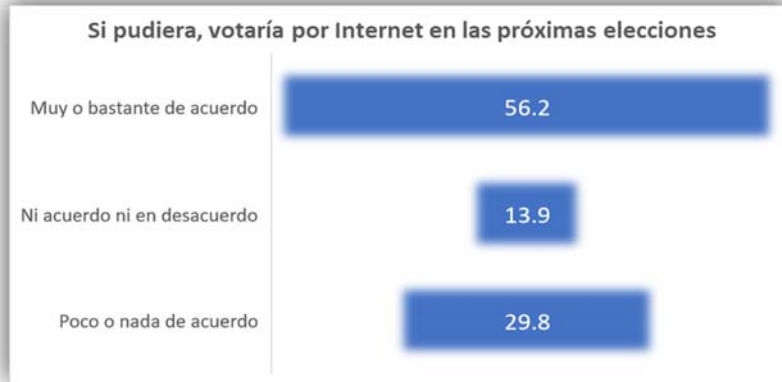
La mayoría de los entrevistados votarían por Internet en las próximas elecciones

Los datos de la 25ª Edición de Navegantes en la Red señalan que la **mayoría de los entrevistados (52,1%) creen que se debería permitir votar en las elecciones a través de Internet**, independientemente de que ellos lo hicieran o no.

Por su parte, casi 1 de cada 3 (29,9%) se muestran contrarios a ello, y el 18,0% no se pronuncia.

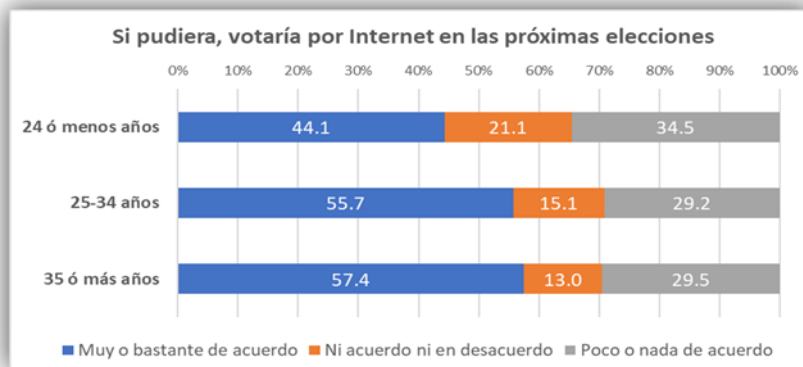


En cuanto a su **actitud frente al voto online** en las próximas elecciones, el Estudio muestra que el **56,2% votarían por Internet, frente al 29,8% que no lo haría** y un 13,9% que no sabría con certeza cómo actuaría.

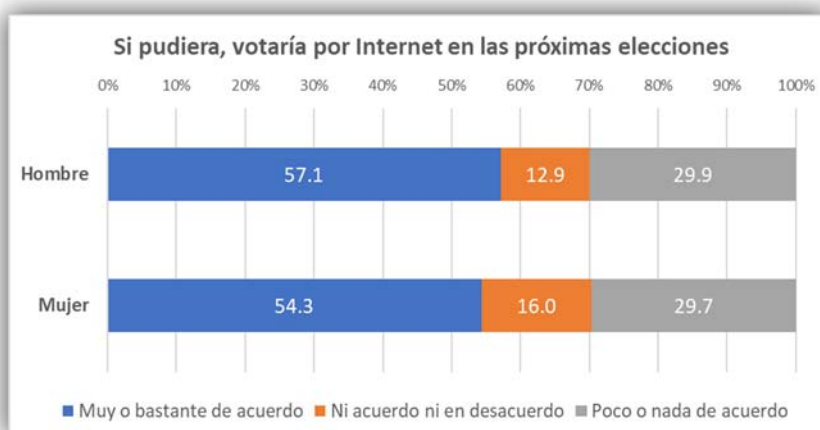


Los resultados también muestran cómo la edad, el sexo o el lugar de residencia, afectan en la elección del voto online.

De esta manera, en lo relativo a la **edad, los más jóvenes son los menos propensos a ello**. Así, el 57,4% de las personas de 35 o más años sí votaría por Internet, mientras que el porcentaje va disminuyendo a medida que lo hace la edad: 55,7% entre los adultos de 25-34 años, y el 44,1% en el caso de los menores de 25 años. Probablemente la novedad de ejercer el derecho al voto es lo que inclina a los más jóvenes a hacerlo físicamente en la urna, en un entorno más ceremonial.



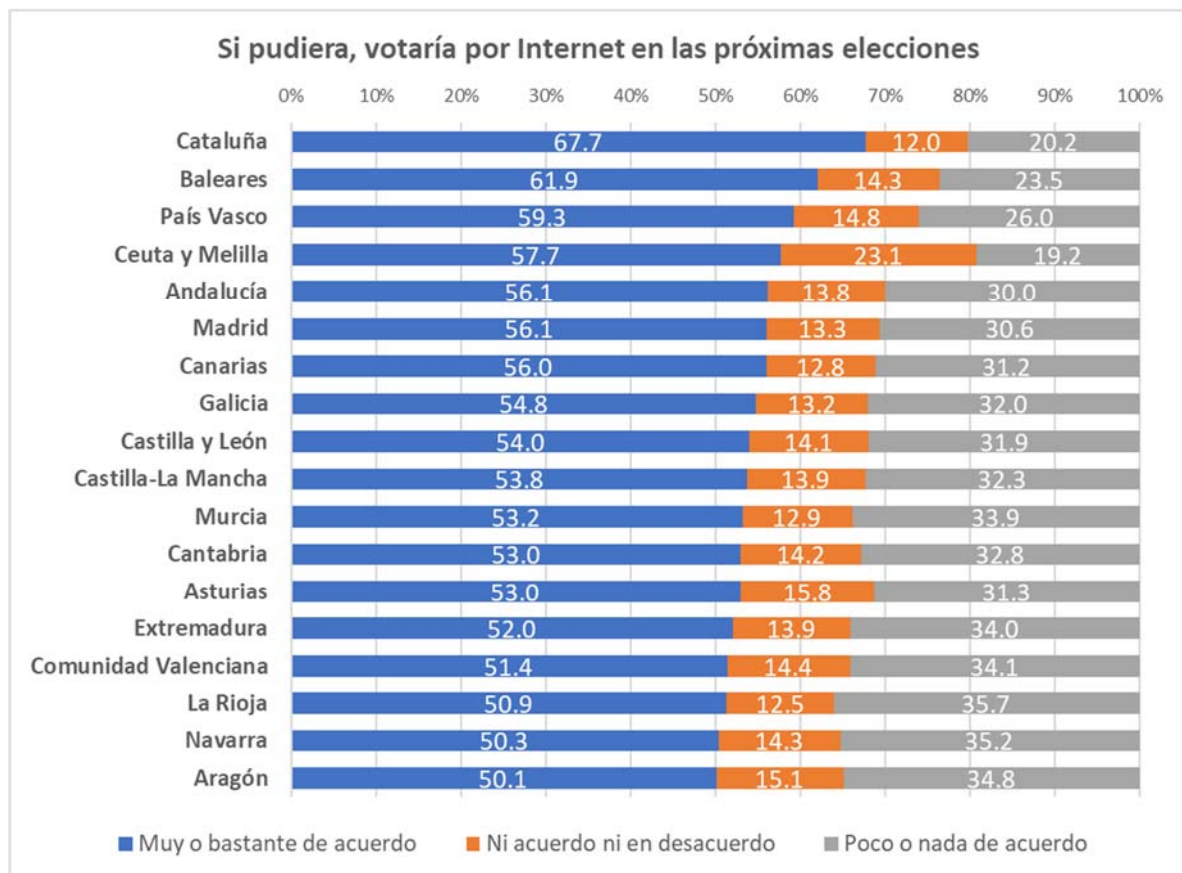
Asimismo, aunque en menor medida que la edad, el sexo también influye algo a la hora de votar por Internet, puesto que los **hombres se encuentran algo más inclinados a votar online (57,1%) que las mujeres (54,3%)**.



Catalanes, Baleares y Vascos, los más proclives

Por otro lado, en todas las comunidades, sin excepción, la mayoría de los internautas votaría online. Sin embargo, existen diferencias significativas entre unas y otras, destacando **Cataluña**, donde dos de cada tres entrevistados (67,7%) votaría por Internet si pudiera. Seguido se encuentran **Baleares** (61,9%), **País Vasco** (59,3%), **Ceuta y Melilla** (57,7%), **Andalucía** (56,1%) y **Madrid** (56,1%).

En el lado opuesto, se sitúan **Aragón** (50,1%), **Navarra** (50,2%), **La Rioja** (50,9%), **Comunidad Valenciana** (51,4%) y **Extremadura** (52,0%).



Sobre Navegantes en la Red

Desde sus inicios en 1996, **Navegantes en la Red** ha permitido conocer de forma precisa la evolución de los usos y opiniones sobre los temas de actualidad de internet en España. Entre sus participantes existe una marcada presencia de los usuarios más activos (y expertos), y permite detectar cuáles son las claves del desarrollo de internet, tanto en lo relativo al uso de nuevos dispositivos, como de las actividades preferidas relacionadas con su utilización.

Esta iniciativa sin carácter comercial 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, tanto de la 25ª edición como de todas las anteriores](#), se pueden consultar de manera gratuita en la web de AIMC.

En la actual edición, ***Navegantes en la Red*** ha recopilado aproximadamente 19.000 respuestas válidas. El sondeo, que ha contado con el patrocinio y el soporte técnico de ODEC, se ha llevado a cabo entre los internautas más activos que han respondido de forma voluntaria a la encuesta entre los meses de octubre y diciembre de 2022, bien a través de más de 180 sitios webs (entre los que se incluyen los más visitados del país), bien a través de paneles online como Q Panel (el propio de AIMC) o el panel de Dynata, mediante el cual se planificó una ampliación muestral de 3.000 entrevistas, o bien a través de un código QR mostrado en soportes digitales de publicidad exterior de Exterior Plus.

Sobre AIMC

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 117 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: www.aimc.es

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:** 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:** www.dynata.com