

La encuesta estará disponible del 17 de octubre al 10 de diciembre de 2023

AIMC PONE EN MARCHA LA 26ª EDICIÓN DE ‘NAVEGANTES EN LA RED’

- AIMC prepara un año más el estudio sobre el uso de Internet en España con la muestra más amplia de nuestro país, y uno de los más emblemáticos, con el objetivo de adelantar las principales tendencias que se producen en el entorno online en España
- Entre otros, este año indicará en cuestiones de gran actualidad como el uso de herramientas de IA basadas en el lenguaje, la generación de imágenes o de promagación, la compra a través de redes sociales o la publicidad en plataformas como Netflix y Disney +
- Los internautas ya pueden participar a través de la página oficial de [Navegantes en la Red](#), así como de la propia web de la asociación <https://www.aimc.es>

Madrid, 17 de octubre de 2023.- La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) ha puesto en marcha una nueva edición de su Encuesta a Usuarios de Internet, “Navegantes en la Red”. Se trata del Estudio sobre el uso de Internet con la muestra más amplia de nuestro país, que ofrece una visión completa de la evolución de Internet desde sus inicios, así como del impacto de la transformación digital de nuestra sociedad.

Navegantes en la Red es una encuesta realizada sin ánimo de lucro, que no sería posible sin la participación de los usuarios de internet de toda España. Por ello, el cuestionario **está disponible entre el 17 de octubre y el 10 de diciembre de 2023** para todo aquel que desee contestarlo, a través de la página oficial de [Navegantes en la Red](#), así como en la propia web de la asociación <https://www.aimc.es>. La encuesta puede realizarse en castellano, catalán, gallego, euskera o valenciano.

Además de analizar los principales hábitos y opiniones de los usuarios de internet en España, el Estudio “Navegantes en la Red” es todo un referente en cuanto a las tendencias que se producen cada año en el entorno online. Por ello, una vez más, AIMC ha apostado por adaptar el cuestionario a la realidad de 2023, incluyendo temas de obligada actualidad y de interés para todos los usuarios y analistas.

Así, el estudio incide por primera vez en cuestiones sobre **la Inteligencia Artificial**, como el nivel de conocimiento que se tiene o el uso que los internautas hacen de ella. Además, incorpora otros aspectos como la utilización de **herramientas de IA** basadas en el lenguaje o relacionadas con la

generación de imágenes o de programación, como **ChatGPT, Monica, Midjourney, DALL-E, Bing Chat, Bard, Copilot**, etc.

Y profundiza en aspectos como la **retransmisión de eventos en directo por internet**, como las Kings y Queens Leagues y las plataformas utilizadas para su seguimiento, como Twitch, Youtube, canales de TV, etc.

Todo ello, sin olvidar cuestiones como la **compra a través de redes sociales**, las **nuevas tarifas con anuncios en plataformas como Netflix o Disney +**, los **servicios de pago a plazos “Buy now, pay later”** que se han incorporado en la compra online, la evolución del **consumo de podcast** y las plataformas empleadas para ello, el seguimiento de **influencers**, o la percepción que se tiene sobre la **gestión que Elon Musk está haciendo al frente de X**.

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

- Opiniones sobre **riesgos y beneficios** de la Inteligencia Artificial.
- Preguntas sobre la preferencia por la **educación digital o tradicional** en los colegios y las **apps utilizadas en educación y formación**.
- Opiniones sobre la credibilidad de los contenidos publicitarios de los influencers.
- Nuevas actividades realizadas en el **metaverso**.
- Profundización en los nuevos aspectos de las **videollamadas**, como su uso por motivos médicos.

Todos aquellos que respondan al cuestionario, entrarán en un **sorteo en el que podrán ganar lo último en tecnología**, como un iPhone 15, un Apple Watch o un Samsung Galaxy Z Flip5, entre otros.

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 de desarrollo de internet, tanto en lo relativo al uso de nuevos dispositivos, como de las actividades preferidas relacionadas con su utilización.

Como en anteriores ocasiones, esta iniciativa sin carácter comercial se realiza con el objetivo de conocer y divulgar la situación y comportamiento de los usuario de internet, así como de las aplicaciones y los servicios que gozan de mayor éxito a través de la Red. Los resultados de esta 26ª edición se harán públicos a principios de 2024 en la web de AIMC, donde actualmente se pueden consultar de manera gratuita los estudios de todas las [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.

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

<https://www.aimc.es/blog/comienza-la-26a-encuesta-aimc-usuarios-internet-navegantes-la-red/>

Sobre ODEC

ODEC es una empresa de servicios IT y tecnologías para tratamiento de datos, referente en investigación de mercados y audiencia de medios publicitarios. Es especialista en la gestión de grandes volúmenes de datos, con amplia experiencia y know-how en la recogida multicanal de información y el procesamiento y difusión online de los resultados. Junto a esa orientación original, ODEC destaca hoy día en gestión de pruebas selectivas, servicios para la externalización de acciones de marketing y el desarrollo de soluciones a medida como data partner de sus clientes.

Más información: www.odec.es

Sobre Dynata

Con más de 45 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 100 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 6.000 clientes en todo el mundo

Más información: www.dynata.com