

Esta macroencuesta está abierta desde hoy, 15 de octubre, hasta el 8 de diciembre de 2024



## AIMC PONE EN MARCHA UNA NUEVA EDICIÓN DEL AMBICIOSO ESTUDIO 'NAVEGANTES EN LA RED'

- Con esta, ya van 27 ediciones de “Navegantes en la Red”, el estudio iniciativa de AIMC sobre el uso de internet en España. Este estudio permite tener una visión completa de los hábitos del internauta y del impacto de la transformación digital en nuestra sociedad.
- “Navegantes en la Red” es además el estudio sobre internet con la muestra más amplia de nuestro país. En la última edición se recogieron cerca de 19.000 respuestas válidas.
- En cada edición se incorporan novedades relacionadas con la actualidad digital. En esta ocasión, entre otras cuestiones, se profundizará en el uso de la IA, los influencers virtuales y los ciberdelitos.
- 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 [www.aimc.es](http://www.aimc.es)

Madrid, 15 de octubre de 2024

La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación ([AIMC](#)) ha puesto en marcha desde hoy una nueva edición de su Encuesta a Usuarios de Internet, “Navegantes en la Red”. Este estudio ofrece una visión completa de la evolución de internet desde sus inicios, así como del impacto de la transformación digital de nuestra sociedad.

El cuestionario **está disponible entre el 15 de octubre y el 8 de diciembre de 2024** (ambos inclusive) y **se anima a la participación de los usuarios de internet** de toda España a través de la página oficial de [Navegantes en la Red](#) y de la propia web de la asociación [www.aimc.es](http://www.aimc.es). La encuesta puede realizarse en castellano, catalán, gallego, euskera o valenciano y todos aquellos que respondan al cuestionario entrarán en un **sorteo en el que podrán ganar lo último en tecnología**, como un iPhone 16, un Apple Watch o un Samsung Galaxy Z Flip6.

La difusión de la encuesta se realiza gracias a la colaboración de una variada multitud de sites españoles; concretamente, en la edición anterior se contó con la ayuda de más de 170 sitios web.

El valor de Navegantes en la Red no está únicamente en el hecho de que sea **el estudio sobre internet con la muestra más amplia de nuestro país** (cerca de 19.000 respuestas válidas en la edición anterior)

sino que al ser una encuesta iniciada en 1996 permite ver la evolución en los hábitos del internauta y anticiparse a la incorporación de nuevos usos tecnológicos.

De hecho, cada edición incorpora la realidad del momento y **se incluyen nuevos temas de actualidad, con el fin de detectar las nuevas tendencias.** En esta ocasión y como no podía ser de otro modo, **el cuestionario profundiza sobre la Inteligencia Artificial** y el uso que de ella hacen los internautas:

- Nivel de satisfacción de cada herramienta de IA utilizada
- Fiabilidad de la IA
- Problemas que detecta el usuario
- Utilización de la IA como buscador

Además, se han incorporado preguntas sobre:

- Influencers virtuales (conocimiento, seguimiento y si son o no distinguibles)
- Ciberdelitos (si han sido víctimas de algún ciberdelito)
- Utilización de gafas de realidad virtual/mixta/aumentada
- Aceptación en el uso de cookies y opinión sobre el “cookie paywall”
- Participación en la economía colaborativa (comunidad de personas que intercambian servicios)

Por último se han añadido nuevas frases actitudinales que ayudan a completar la radiografía del internauta español.

**Navegantes en la Red es un estudio realizado sin ánimo de lucro y cuenta con el patrocinio y soporte técnico de ODEC. AIMC pone a libre disposición pública todos los resultados obtenidos.**

#### **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.

Como en anteriores ocasiones, 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 de esta 27ª edición se harán públicos a principios de 2025 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.

#### **Sobre AIMC**

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 119 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](http://www.aimc.es)

<https://www.aimc.es/blog/comienza-la-27a-encuesta-aimc-usuarios-internet-navegantes-la-red/>



ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN  
DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

### **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](http://www.odec.es)



**NAVEGANTES**  
EN LA RED