



## Resultados de la 4ª Encuesta AIMC a Usuarios de Internet

# AIMC presenta los resultados de su 4ª Encuesta a Usuarios de Internet

*Madrid, 11 de julio de 2001.-* Cómo es el internauta. Desde cuándo navega, con qué frecuencia (diaria ó semanal), dónde accede, a través de qué equipo se conecta, los problemas a los que se enfrenta a la hora de conectarse a Internet, la disminución del tiempo invertido en otras actividades, las compras a través de la web o influenciadas por ella o las actividades realizadas en la navegación, son algunos de los aspectos que se tratan en la 4ª Encuesta a Usuarios de Internet, que acaba de presentar AIMC.

El propósito de la encuesta, que ha estado activa en la red desde el 23 de abril hasta el 12 de junio, es conocer con detalle el perfil del internauta, así como sus hábitos en la utilización de esta herramienta, ofreciendo con ello una visión lo más actualizada del panorama de Internet.

La participación en esta cuarta edición ha sido muy alta. Se han recibido 43.942 respuestas válidas (un promedio de aproximadamente 1.000 encuestas por día), lo que representa un incremento del 24,71% frente a la edición anterior, en que se recibieron 35.234 respuestas útiles.

La traducción del cuestionario al catalán, gallego y euskera ha favorecido el incremento de la participación en toda la geografía española.

Entre otros datos, las cifras del estudio revelan que casi la mitad de los encuestados (43.4%) tiene una antigüedad en el manejo de Internet igual ó superior a tres años y que existe un 6.7% que declara acceder a través del teléfono móvil (WAP).

Por otra parte, el 82.1 % de los entrevistados opina que la velocidad es uno de los mayores problemas al que se enfrentan en el uso de Internet ya que consideran que todavía es muy baja (28.4%) o algo lenta (53.7%). Otro problema que sale a relucir es la calidad de la conexión ya que el 46.3% de los encuestados lo considera un inconveniente. En cuanto al promedio de tiempo de conexión por semana, el 34.7% declara estar conectado a Internet entre 10 y 30 horas. Por otro lado, el uso de Internet ha derivado en una disminución del tiempo dedicado a otro tipo de actividades, como la televisión, con un 65% de respuestas.

AIMC ha contado con la colaboración de 163 “sites” españolas (47 más que en la anterior edición), entre medios de comunicación, portales o buscadores, universidades... que accedieron a colocar un banner de acceso a la encuesta.

Para esta nueva edición de la encuesta, AIMC ha contado con la colaboración de Renault (que ha financiado el estudio), ARGO Redes y Servicios Telemáticos (que ha proporcionado el soporte técnico-informático) y TPI Páginas Amarillas (que ha donado los premios que se han sorteado entre todos los participantes).

AIMC es una entidad sin ánimo de lucro que en la actualidad cuenta con 157 empresas asociadas, entre las que destacan los medios de comunicación (canales de televisión, cadenas y emisoras de radio, periódicos, revistas, distribuidoras de cine, etc.) y empresas del sector publicitario (agencias de publicidad, centrales de medios, anunciantes, consultores, etc.). Sus fines son la investigación, medición y control de la audiencia de los diferentes medios, y la realización de informes que distribuye entre sus asociados.