

# El perfil del internauta uruguayo

## Cuarta edición

Noviembre 2006



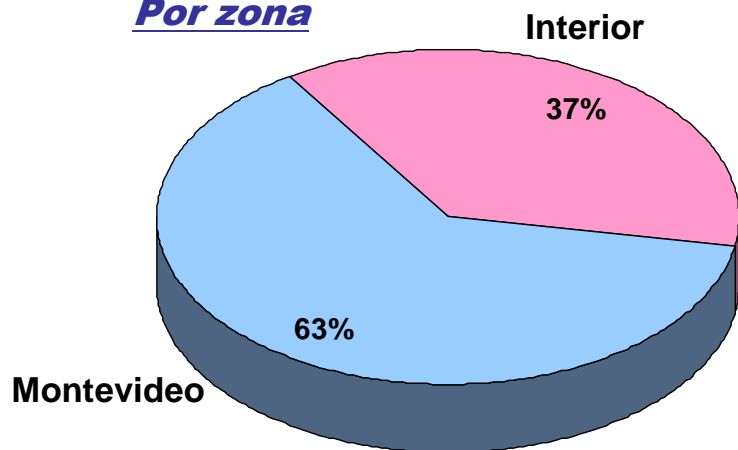
## **Ficha técnica**

---

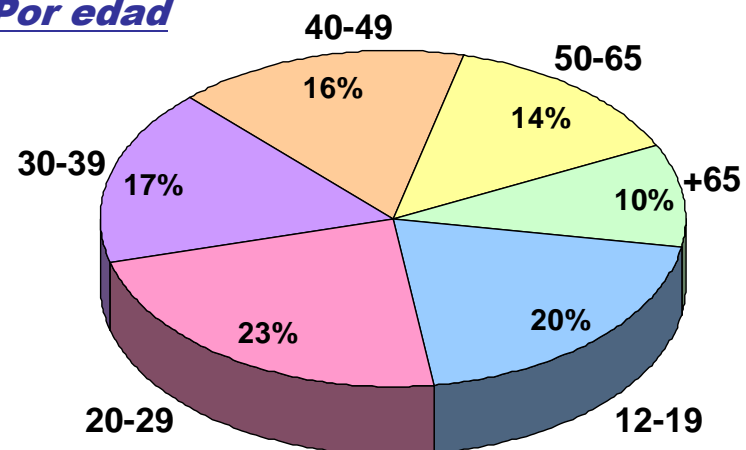
- La muestra total fue de 1786 personas, y es representativa de toda la población mayor de 12 años, residente en Montevideo, zona metropolitana y todas las localidades del Interior de más de 10.000 habitantes. Esto representa un universo total de 2.102.000 personas, repartidas un 63% en Montevideo y zona metropolitana, y un 37% en el Interior.
- Esta muestra permite un margen de error máximo de  $\pm 2.3$  para un nivel de confianza del 95% cuando se trabaja sobre la muestra total (1786 casos).
- La muestra efectiva de usuarios de Internet fue de 953 casos.
- Todas las encuestas fueron realizadas en forma telefónica en los hogares de los entrevistados, durante el mes de noviembre de 2006. Los números fueron elegidos al azar, respetando la distribución geográfica de la población según las zonas de ANTEL.
- El cuestionario fue elaborado tomando como base los ya aplicados en 2005 y 2006, los cuales se complementó con nuevos temas sugeridos por las empresas que patrocinaron el estudio.

## Composición de la muestra

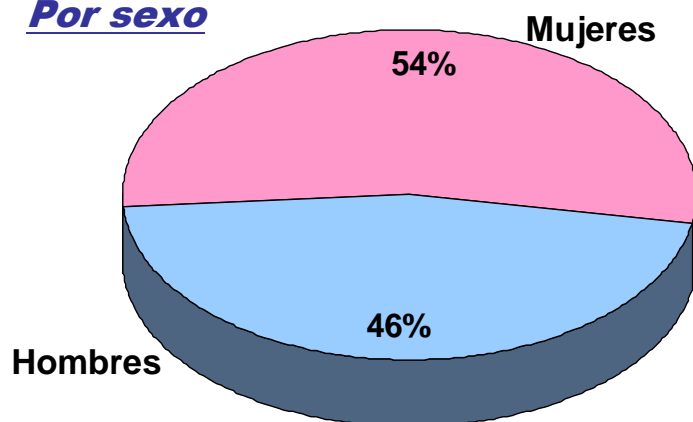
**Por zona**



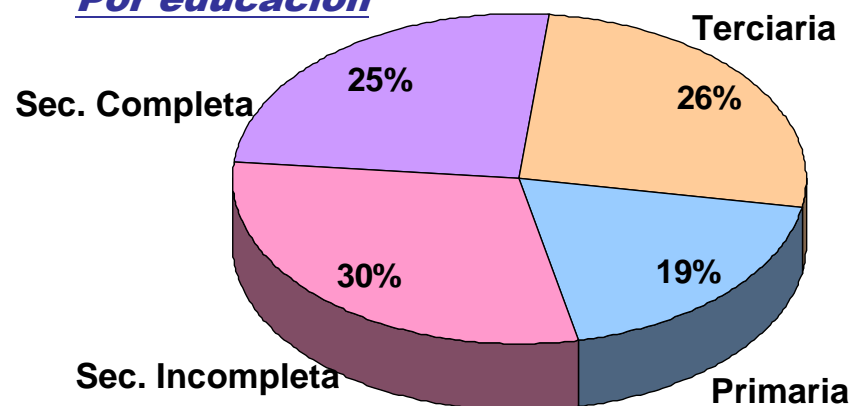
**Por edad**



**Por sexo**

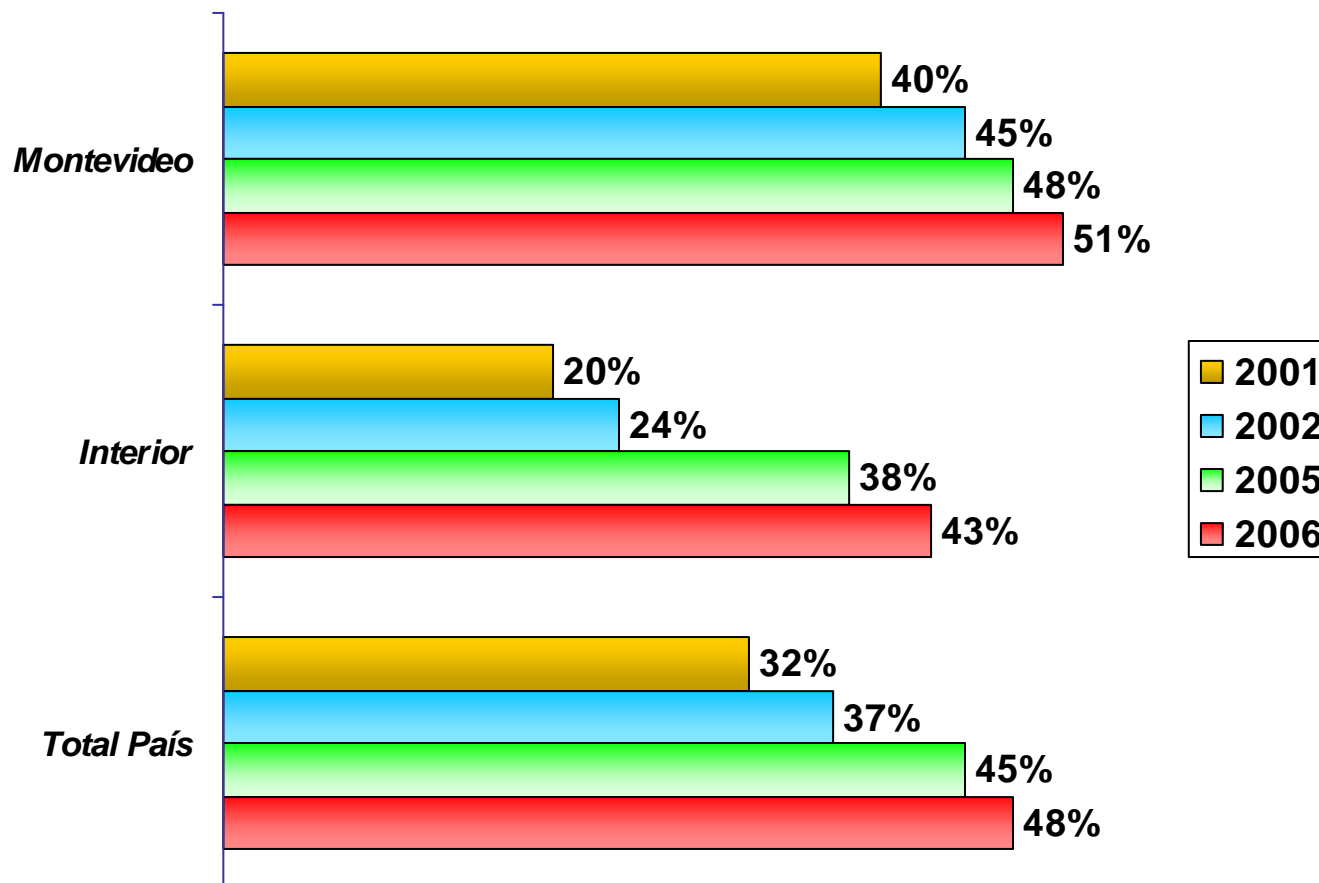


**Por educación**



## 1. Penetración de PC en hogares

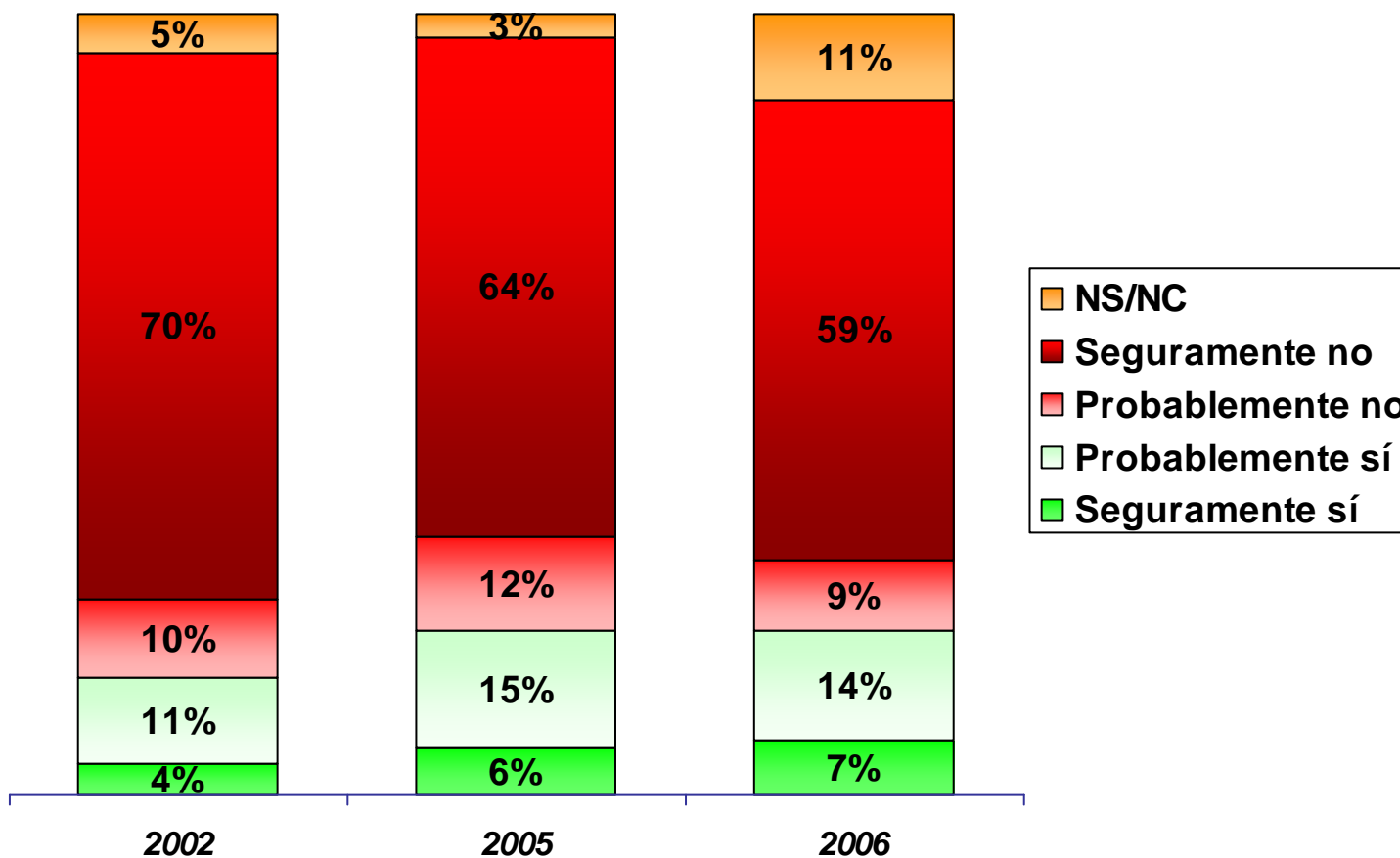
¿Hay alguna computadora en su hogar? (base: 1786)



**12% de los hogares con PC tienen más de una**

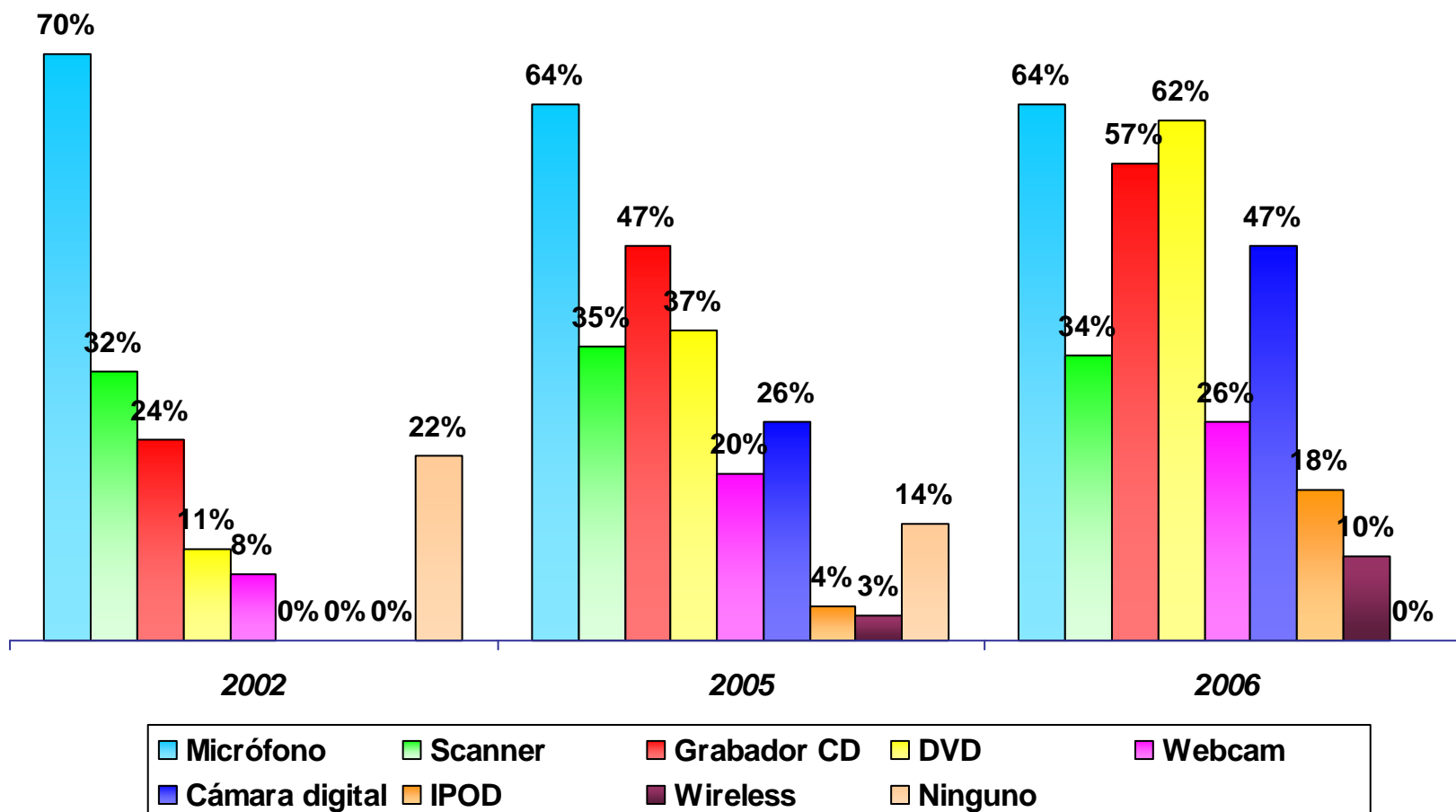
## 2. Intención de compra de PC

**¿Alguien en su hogar está pensando en comprar una computadora en los próximos seis meses? (base: 926, no tienen PC?)**



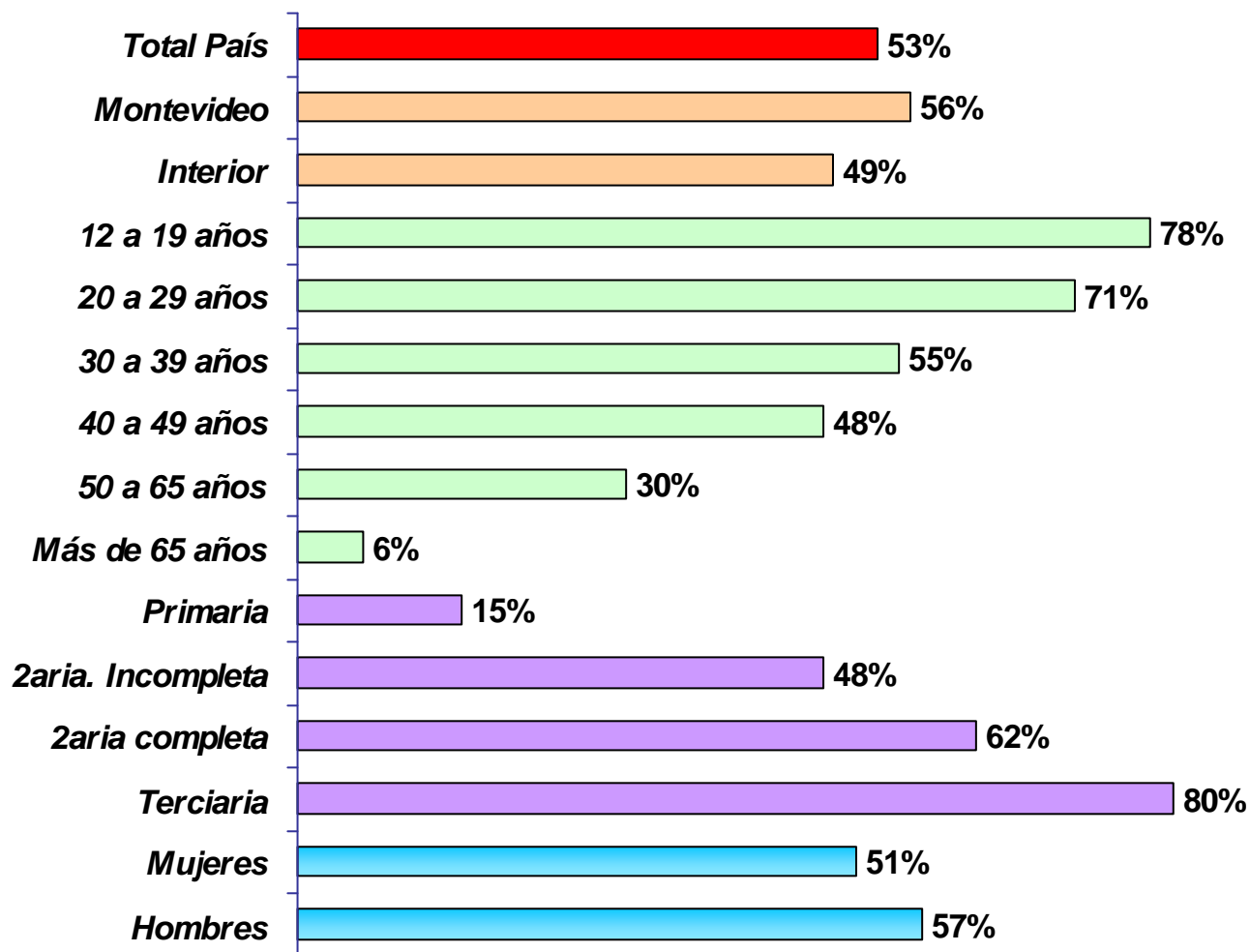
### 3. Posesión de accesorios

¿Qué accesorios existen en su casa? (base: 762 casos con PC)



## 4. Penetración de Internet

¿Es Ud. usuario de Internet, aunque sea esporádicamente? (base: 1786)



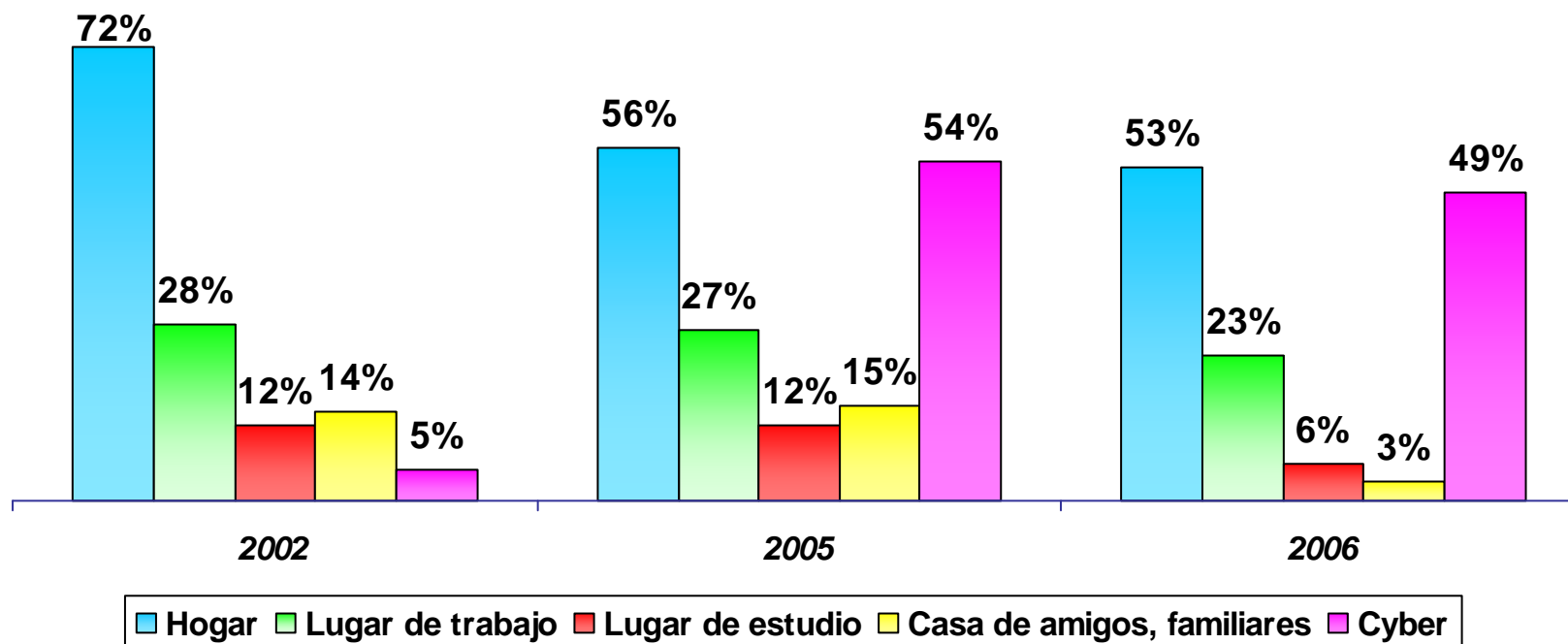
## **5. Composición del universo de internautas**

- **66% de los usuarios de Internet están en Montevideo.**
- **58% son menores de 30 años, solo 9% son mayores de 50 años.**
- **67% tiene por lo menos Secundaria completa. Solo 5% no tiene más que estudios primarios.**
- **51% de los usuarios son mujeres.**
- **Tomando entonces como universo la población mayor de 12 años residente en Montevideo, Zona Metropolitana y localidades del Interior de más de 10.000 habitantes, existen 1.100.000 usuarios de Internet en el Uruguay.**
- **En relación al 2005, la penetración de Internet parece haber llegado a un cierto “techo” luego de haber crecido aceleradamente en los años anteriores. No se registran aumentos significativos prácticamente en ningún segmento.**



## 6. Lugar de conexión

¿Desde dónde se conecta a Internet? (base: 953 usuarios)

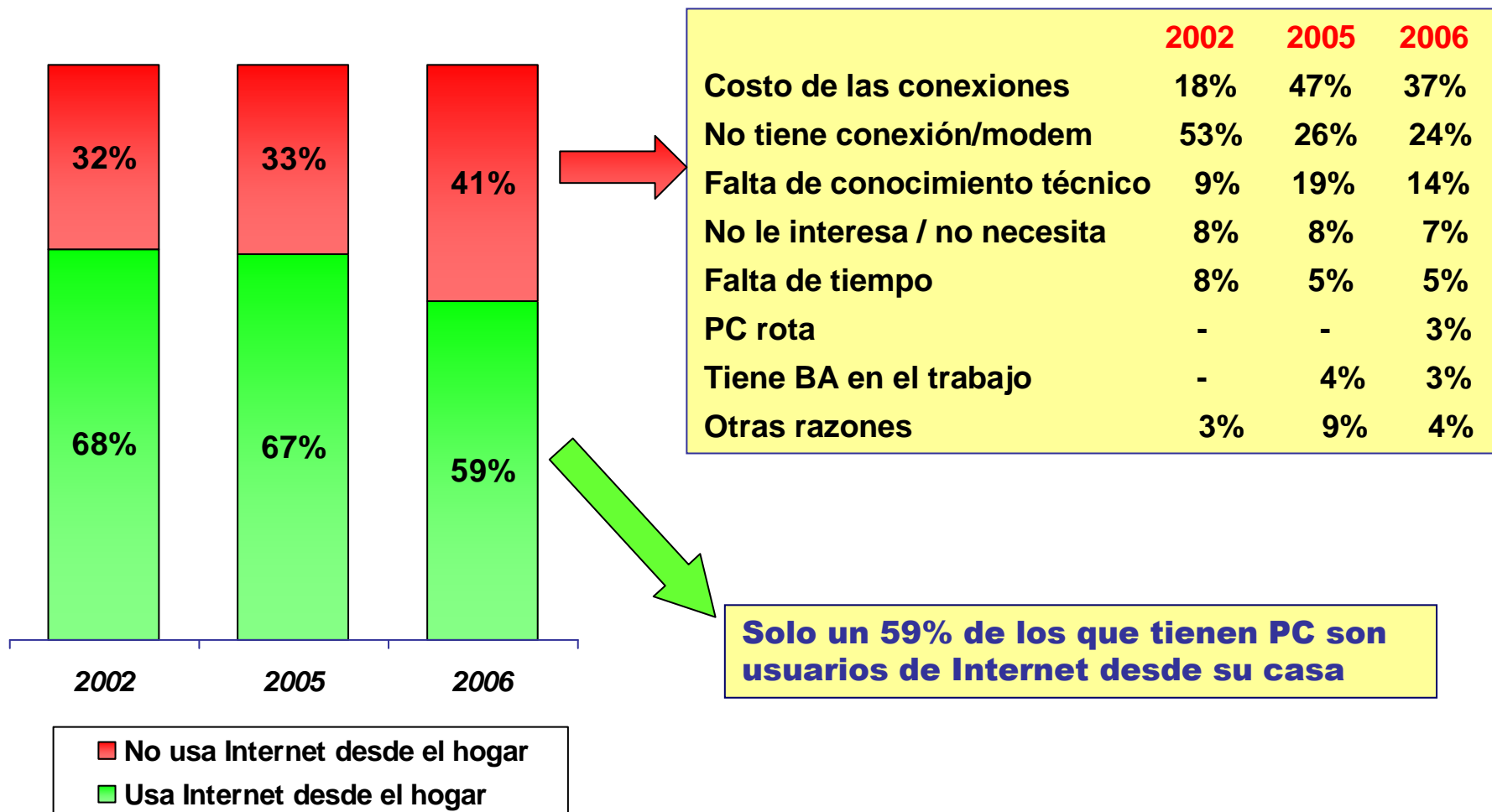


**En el último año se redujo la “superposición” de lugares de conexión: de 1.6 a 1.3.**

**Existen actualmente 550.000 usuarios de cybers.**

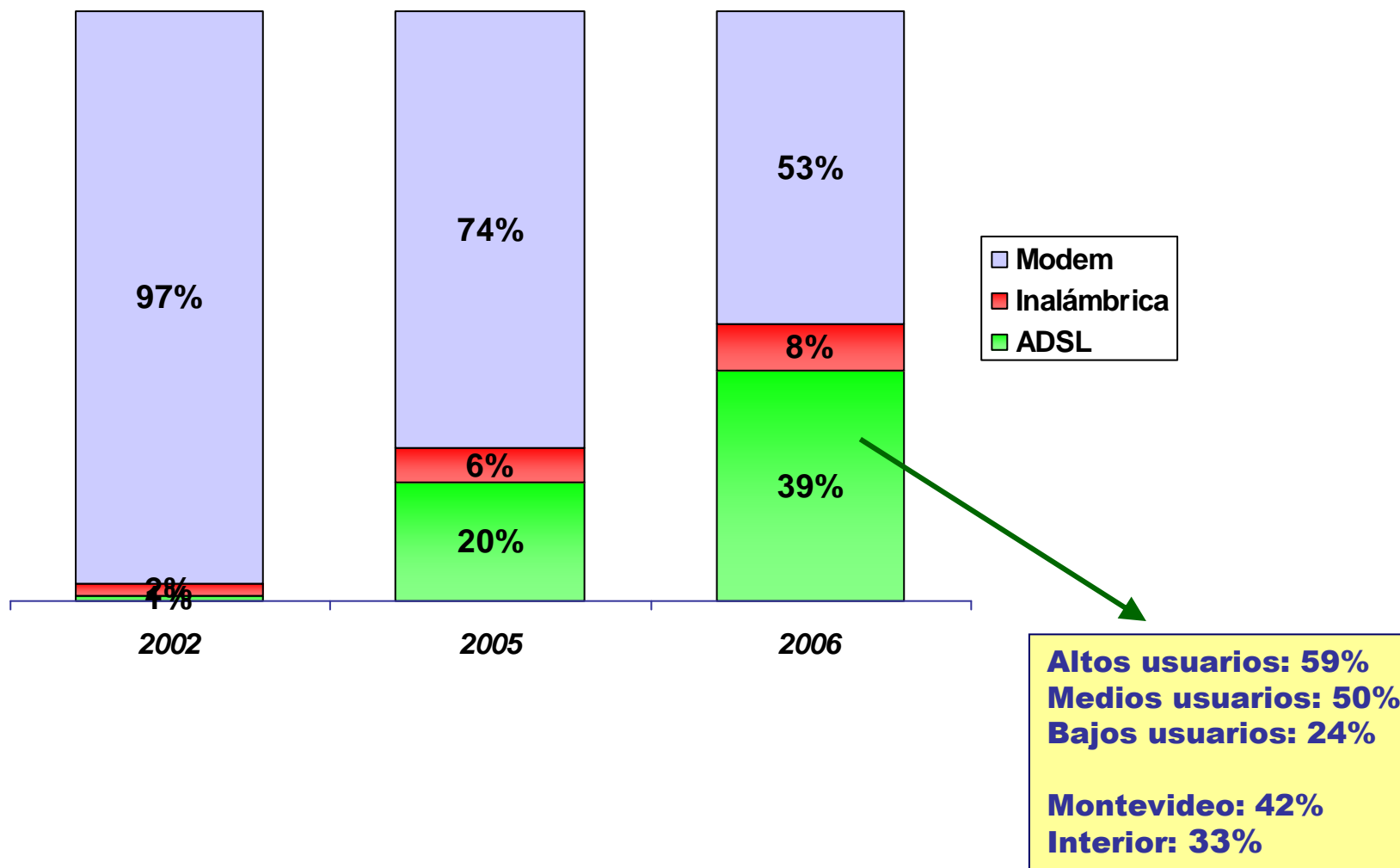
## 7. Tenencia de PC vs. uso de Internet desde el hogar

¿Usa Internet desde su casa? (base: 860 con PC en su casa)



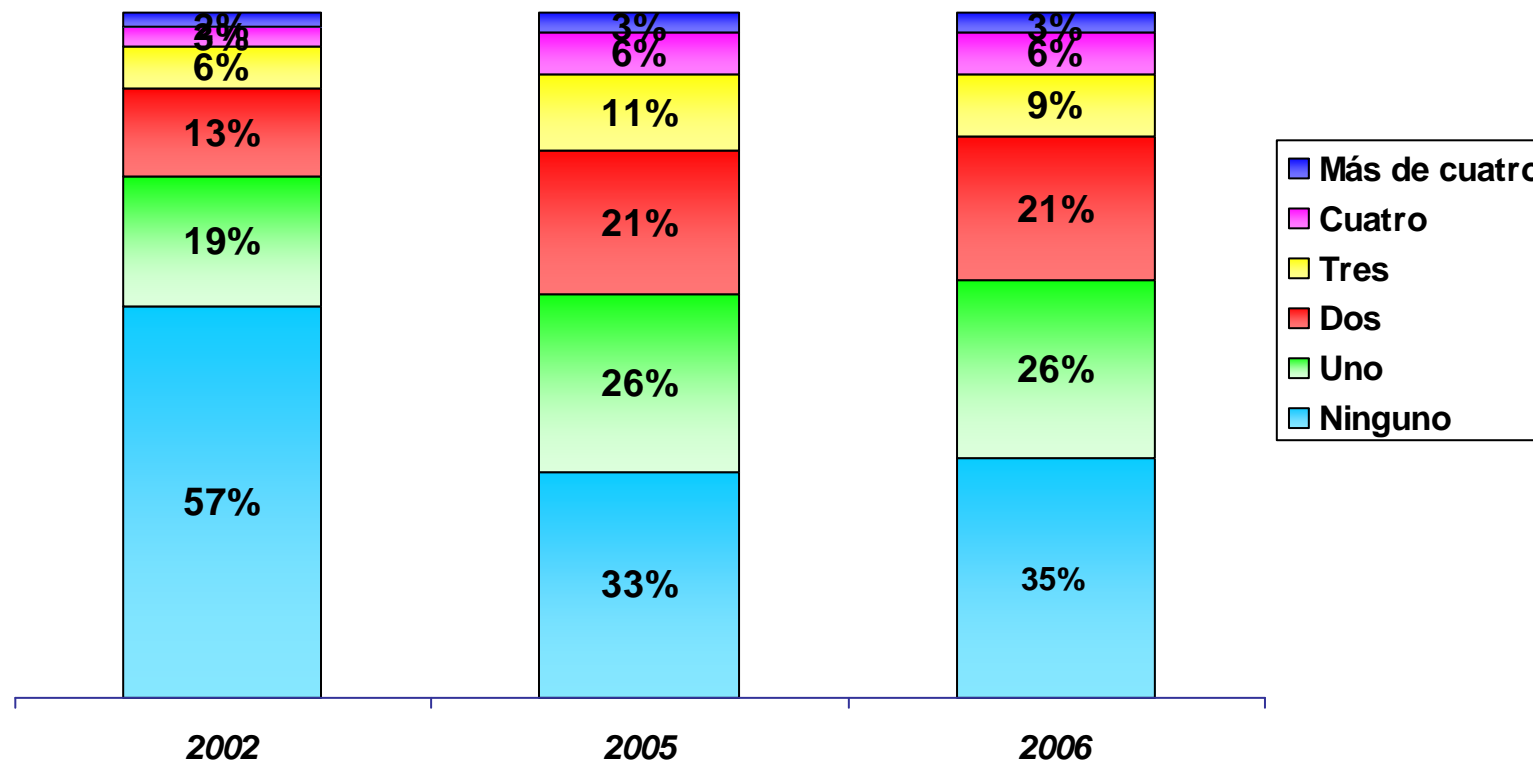
## 8. Conexión dentro del hogar

¿De qué forma se conecta usted desde su casa? (base: 507 usuarios de Internet desde su casa)



## 9. Cantidad de usuarios por hogar

¿Cuántos usuarios de Internet existen en el hogar? (base: 1786)



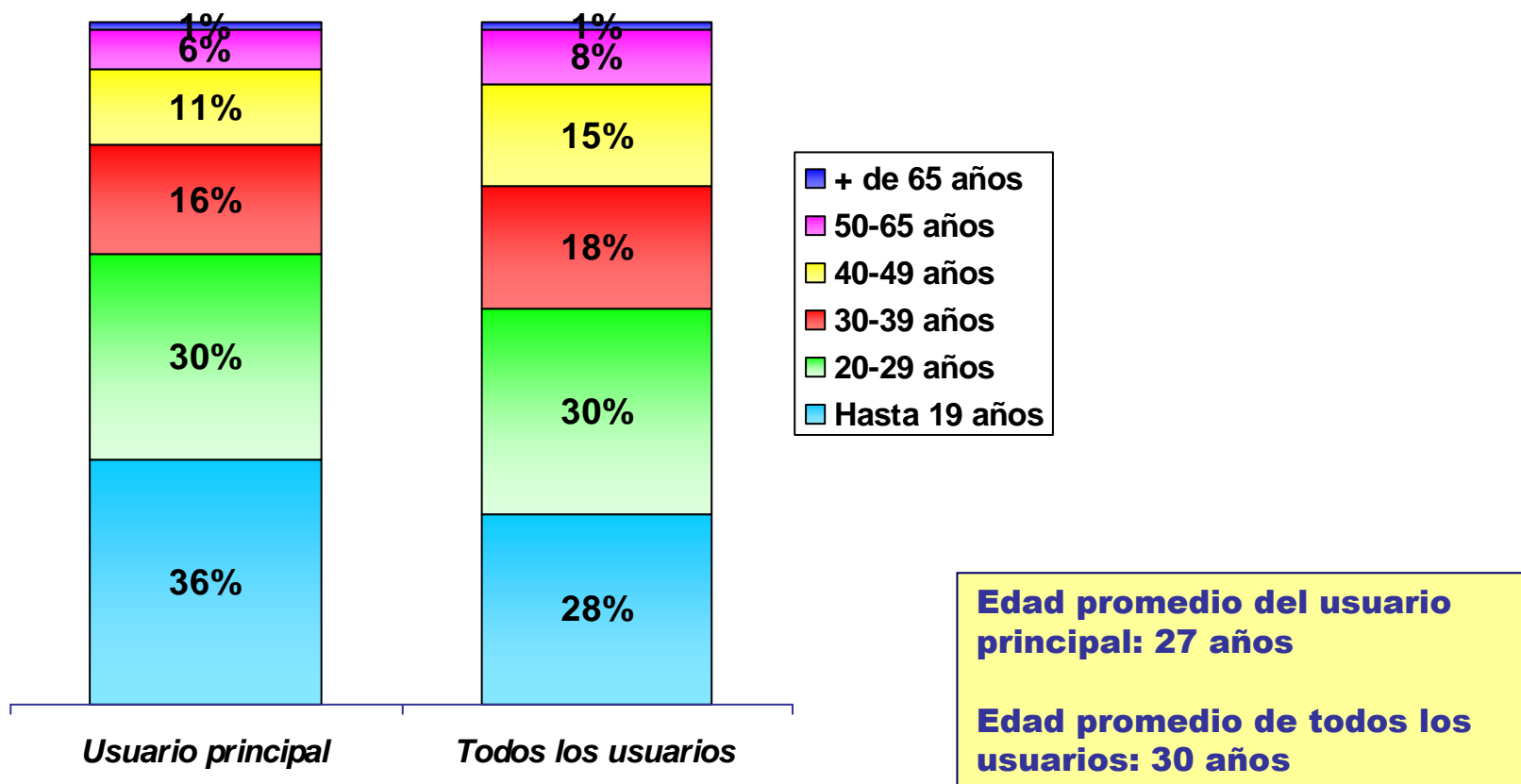
**Existe por lo menos un usuario de Internet en el 65% de los hogares.**

**En estos hogares existe un promedio de 2.1 usuarios de Internet.**

## 10. Edad de los usuarios de Internet

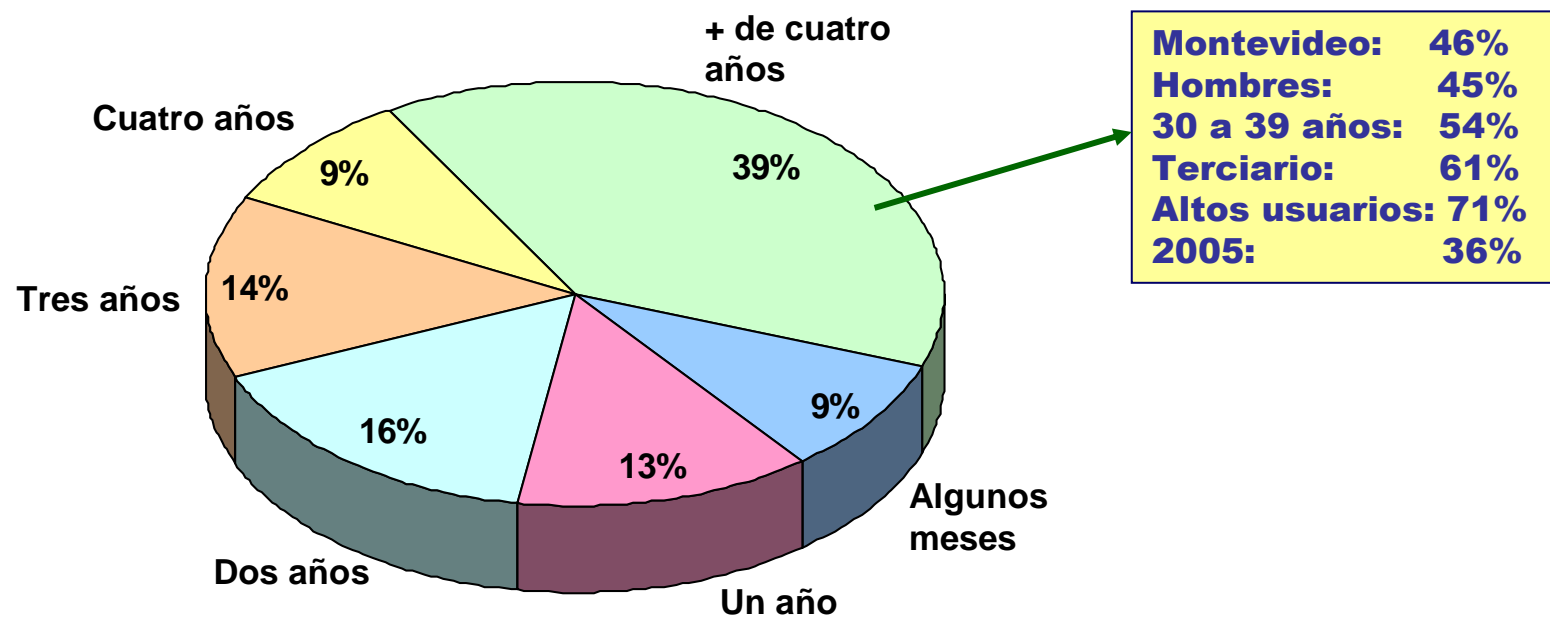
**¿Cuál es la edad del usuario principal de Internet en este hogar? (base: hogares con al menos un usuario)**

**¿Cuál es la edad de todos los usuarios de Internet? (base: 953 usuarios)**



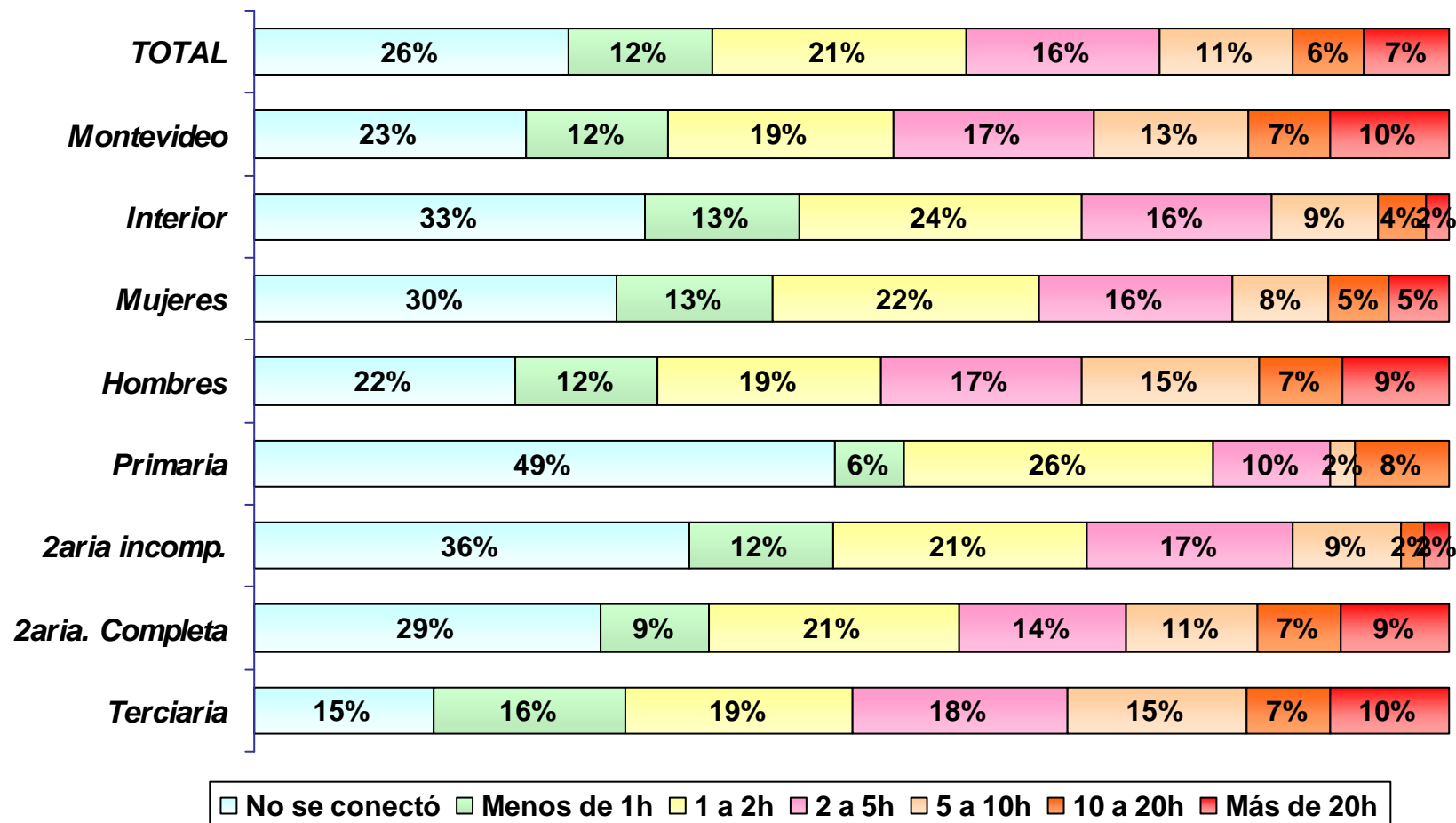
## 11. Antigüedad como usuario de Internet

¿Cuánto tiempo hace que es usuario de Internet? (base: 953 usuarios)



## 12. Tiempo de conexión a Internet(1)

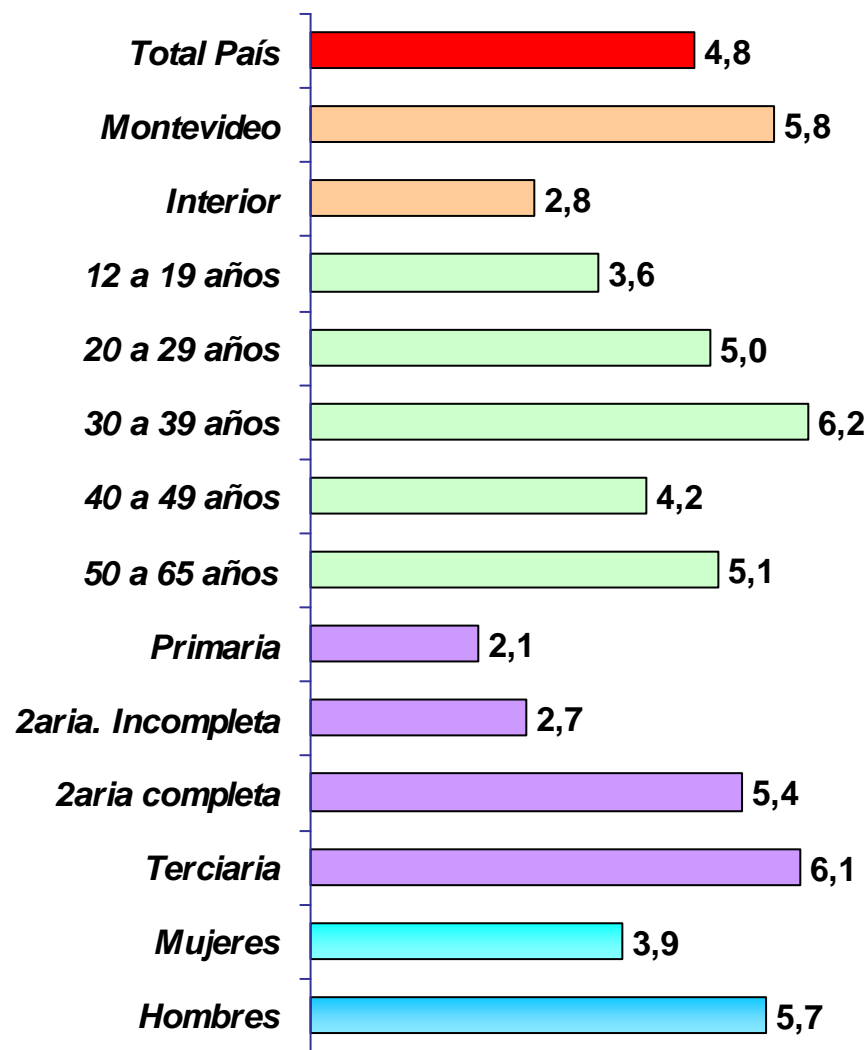
¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días? (base: 953 usuarios)



**No existen diferencias significativas según la variable edad**

## 13. Tiempo de conexión a Internet (2)

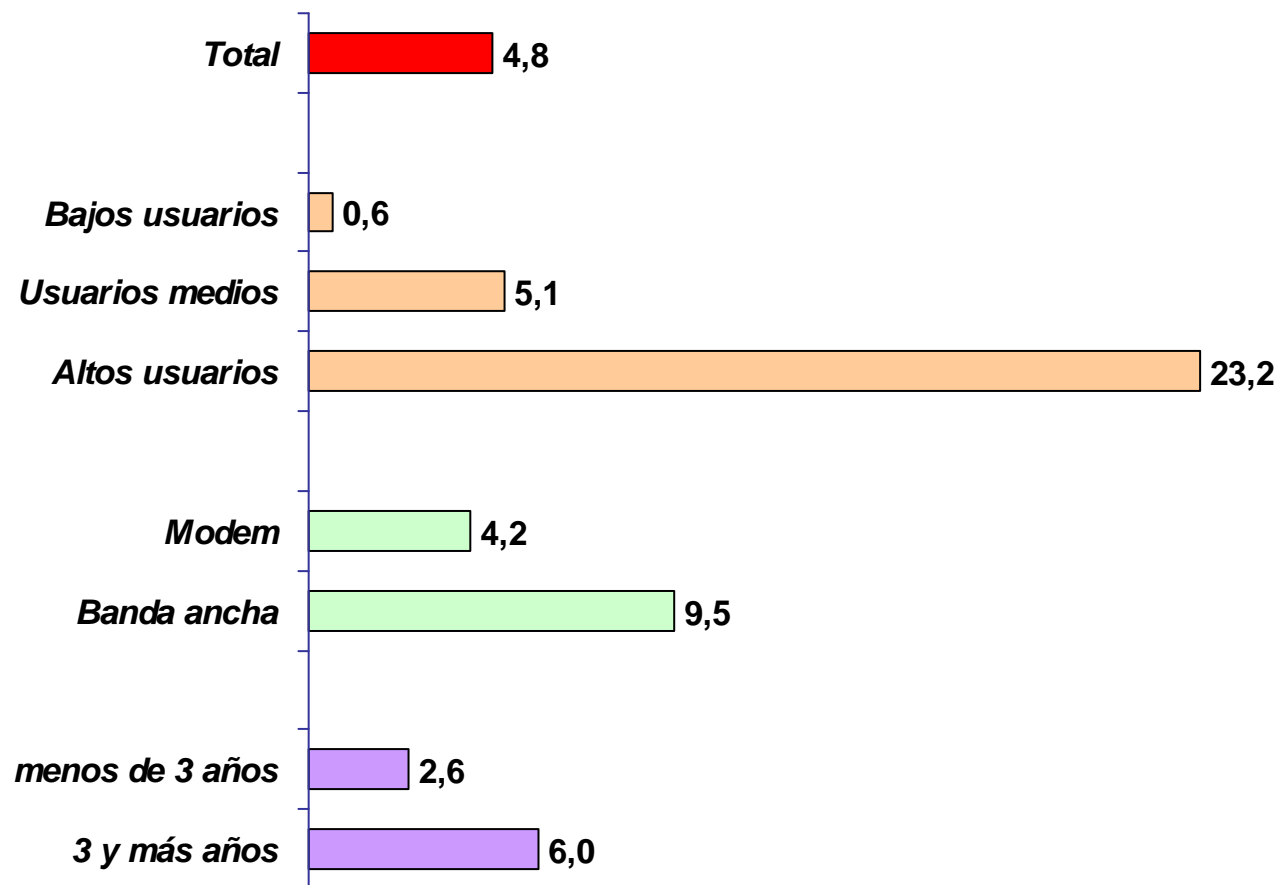
*Promedio en horas semanales (base 953, incluye los que no se conectaron la última semana)*





## 14. Tiempo de conexión a Internet (3)

*Promedio en horas semanales (base 953, incluye los que no se conectaron la última semana)*



## ***15. Altos, medios y bajos usuarios de Internet***

### **Altos usuarios**

- Se conectan más de 10 horas semanales.
- Son el 13% de los usuarios (unas 150.000 personas) y consumen el 62% de las horas.
- 60% son hombres.
- 27% tiene entre 30 y 39 años (contra 18% del total de usuarios). Solo 19% tiene entre 12 y 19 años (contra el 28% del total de usuarios).
- 86% tiene secundaria completa o estudios terciarios.
- 71% son usuarios desde hace más de 4 años.
- 36% tiene 3 o más casillas de correo.
- 84% están en Montevideo.

### **Usuarios medios**

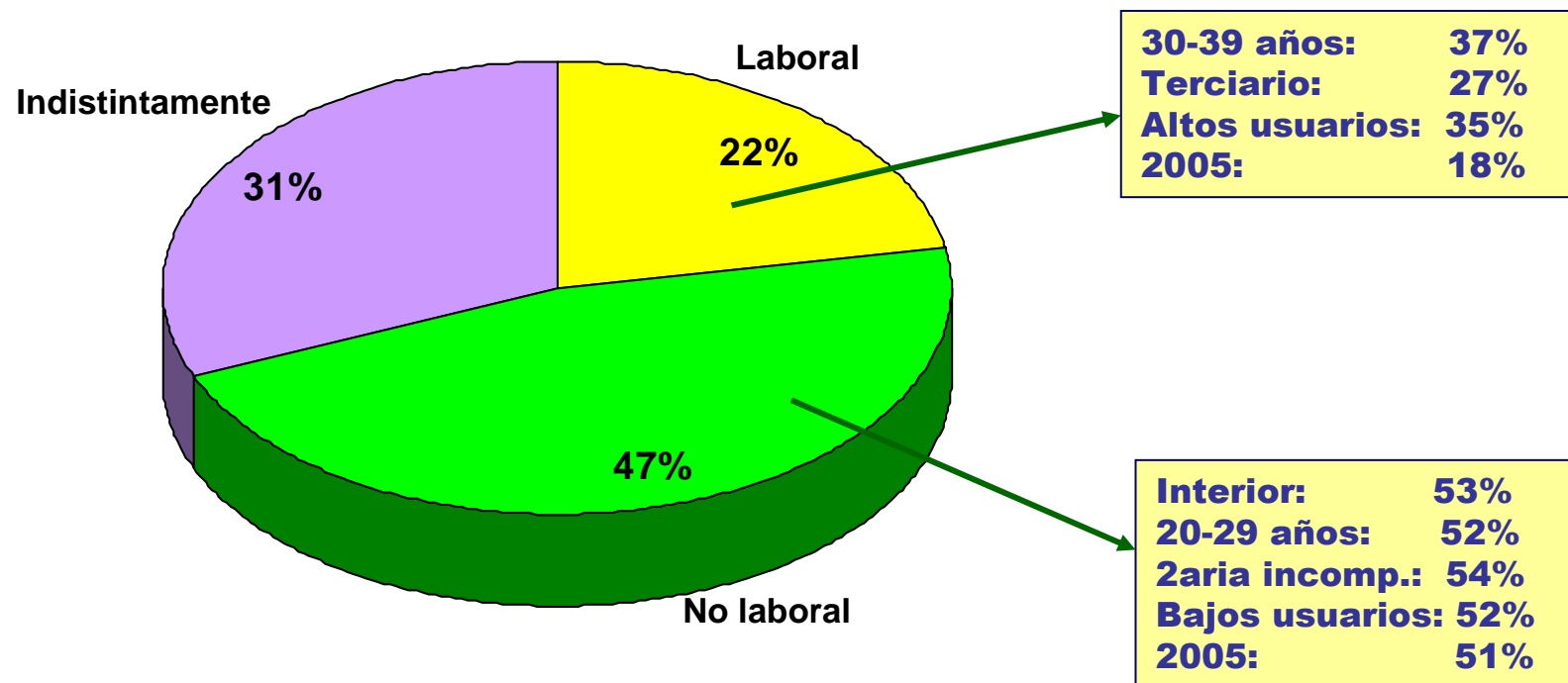
- Se conectan entre 2 y 10 horas semanales.
- Son el 27% de los usuarios de Internet y consumen el 30% del total de horas.
- Son levemente más montevideanos que el promedio de los usuarios, levemente más hombres, y tienen un nivel de instrucción un poco más alto.
- 60% son usuarios desde hace cuatro o más años.

### **Bajos usuarios**

- Se conectan menos de 2 horas semanales.
- Son el 60% de los usuarios y consumen el 8% de las horas.
- 56% son mujeres.
- No se diferencian de la media de los usuarios según la edad.
- Son menos montevideanos
- 39% tiene hasta secundaria incompleta (contra 32% del total de usuarios).
- 62% son usuarios desde hace menos de 4 años
- Son menos montevideanos que la media.

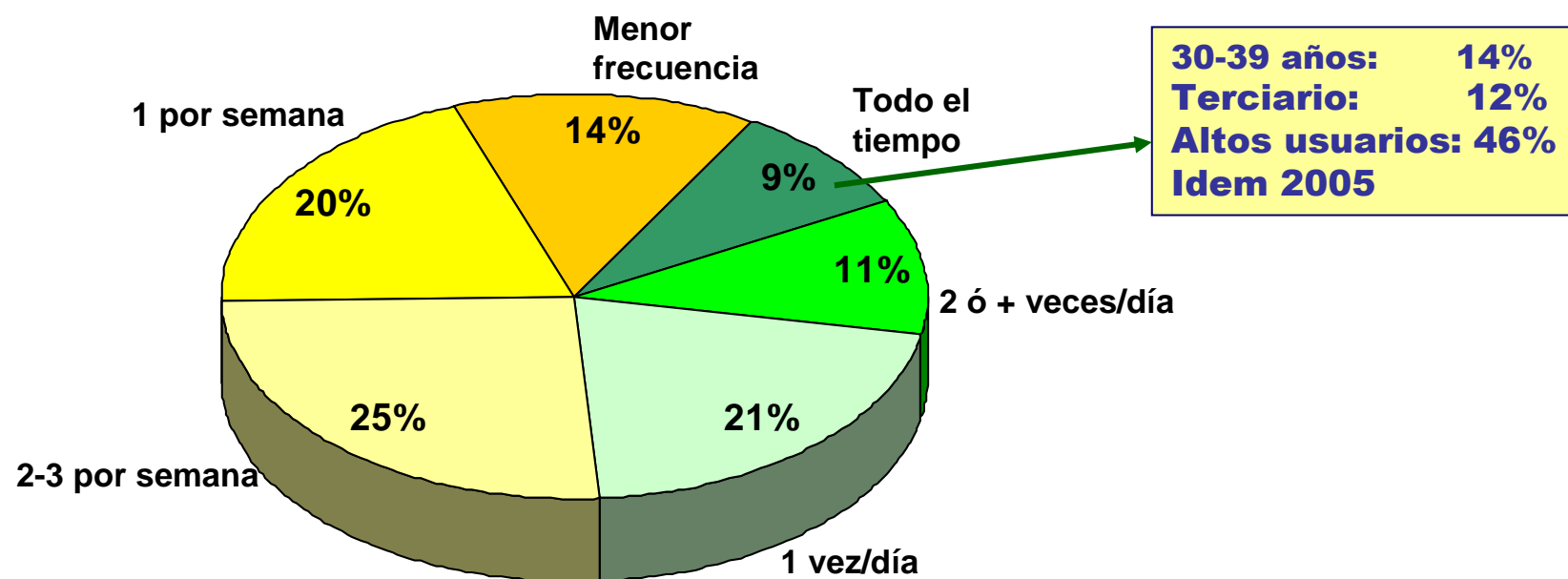
## 17. Horario de conexión

¿En qué horario se conecta habitualmente? (base: 953 usuarios)



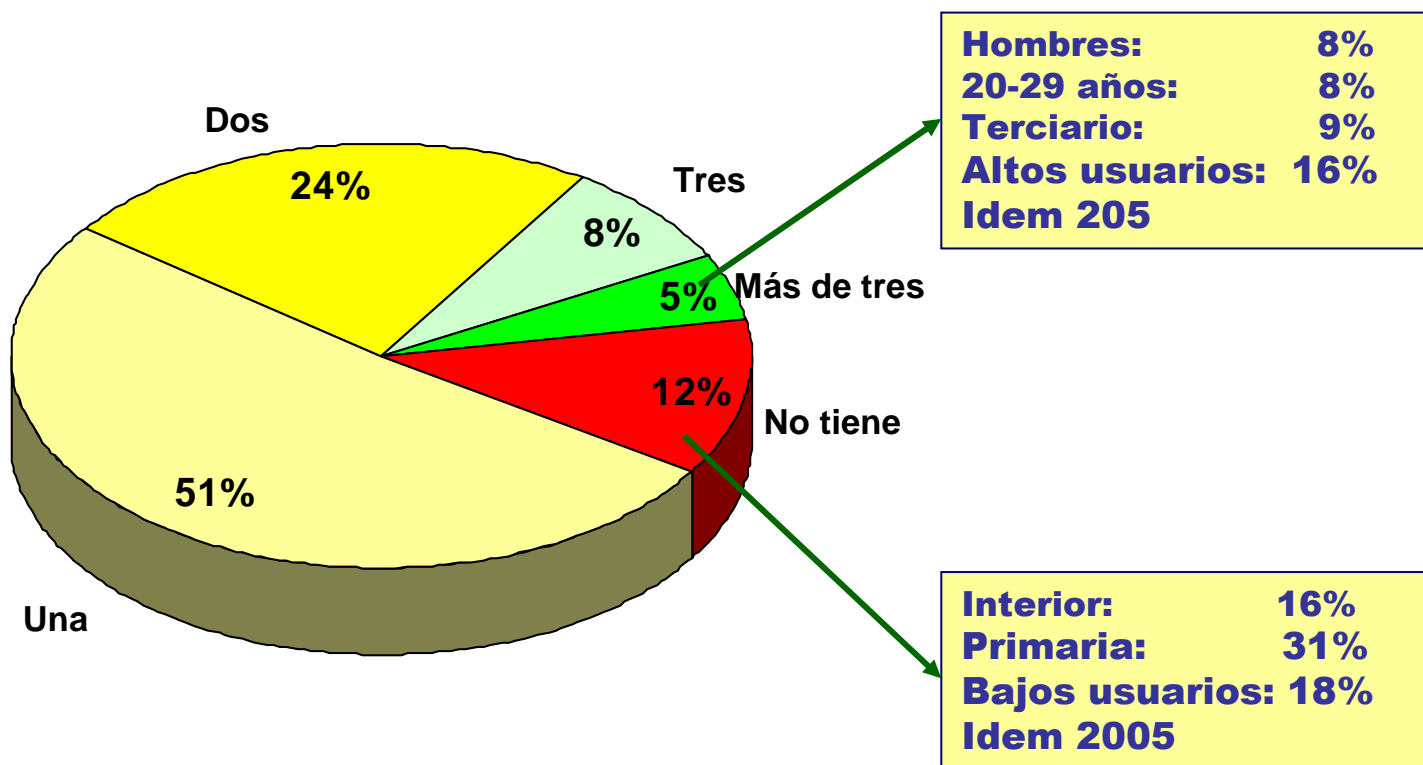
## 16. Frecuencia de uso de Internet

¿Cada cuánto se conecta a Internet? (base: 953 usuarios)



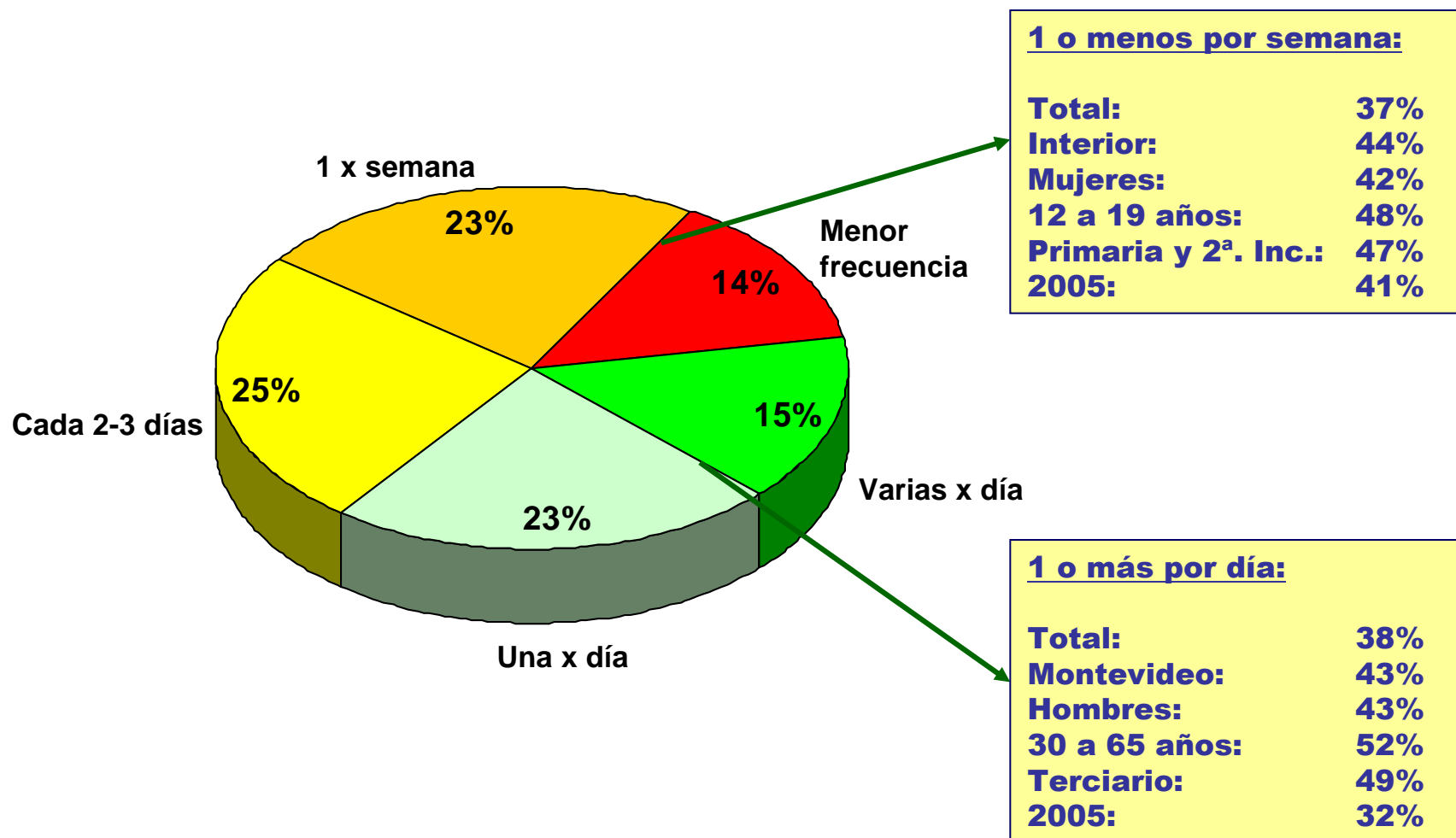
## 18. Casillas de correo

¿Tiene casilla de correo electrónico? ¿Cuántas? (base: 953 usuarios)



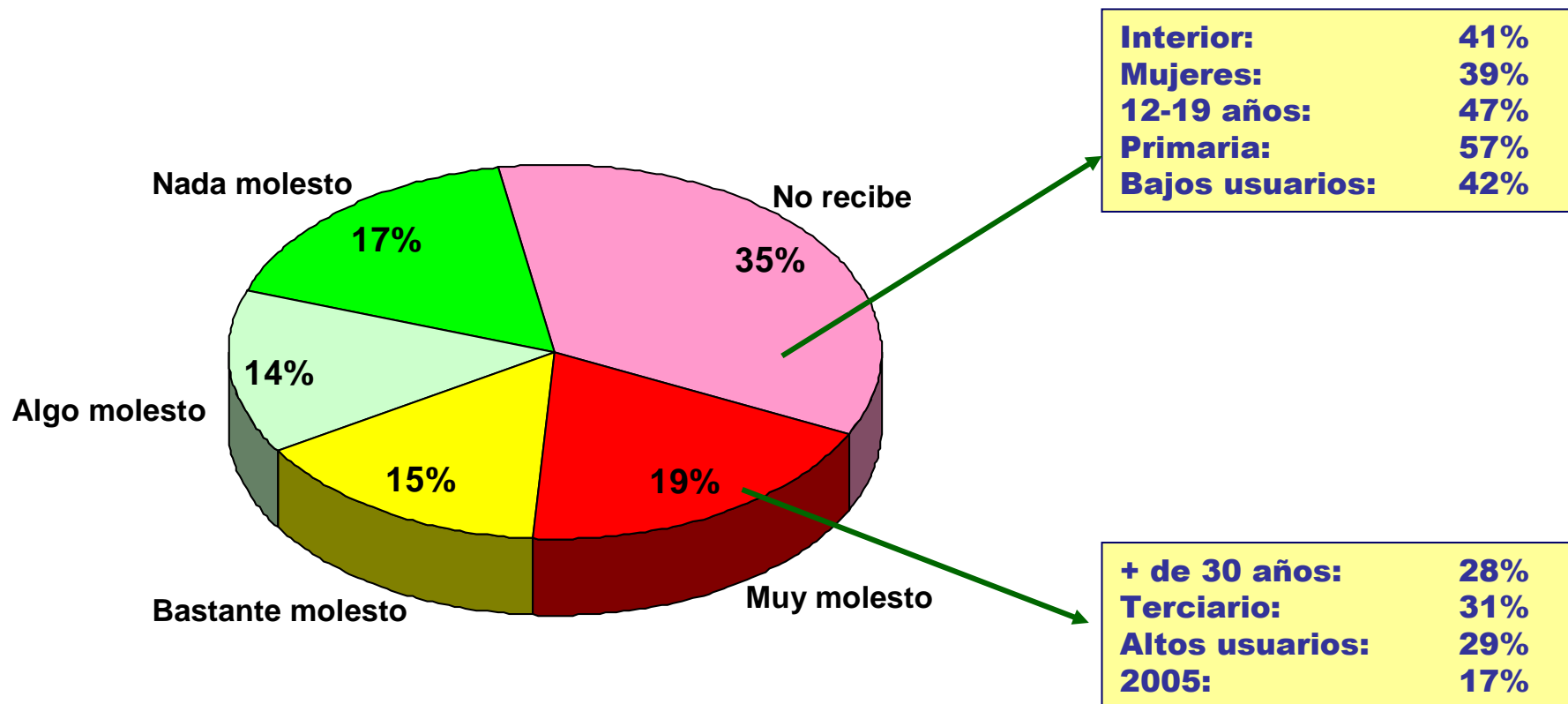
## 19. Frecuencia de uso del mail

¿Con qué frecuencia lee o envía e-mails? (base: 843 usuarios con casilla)



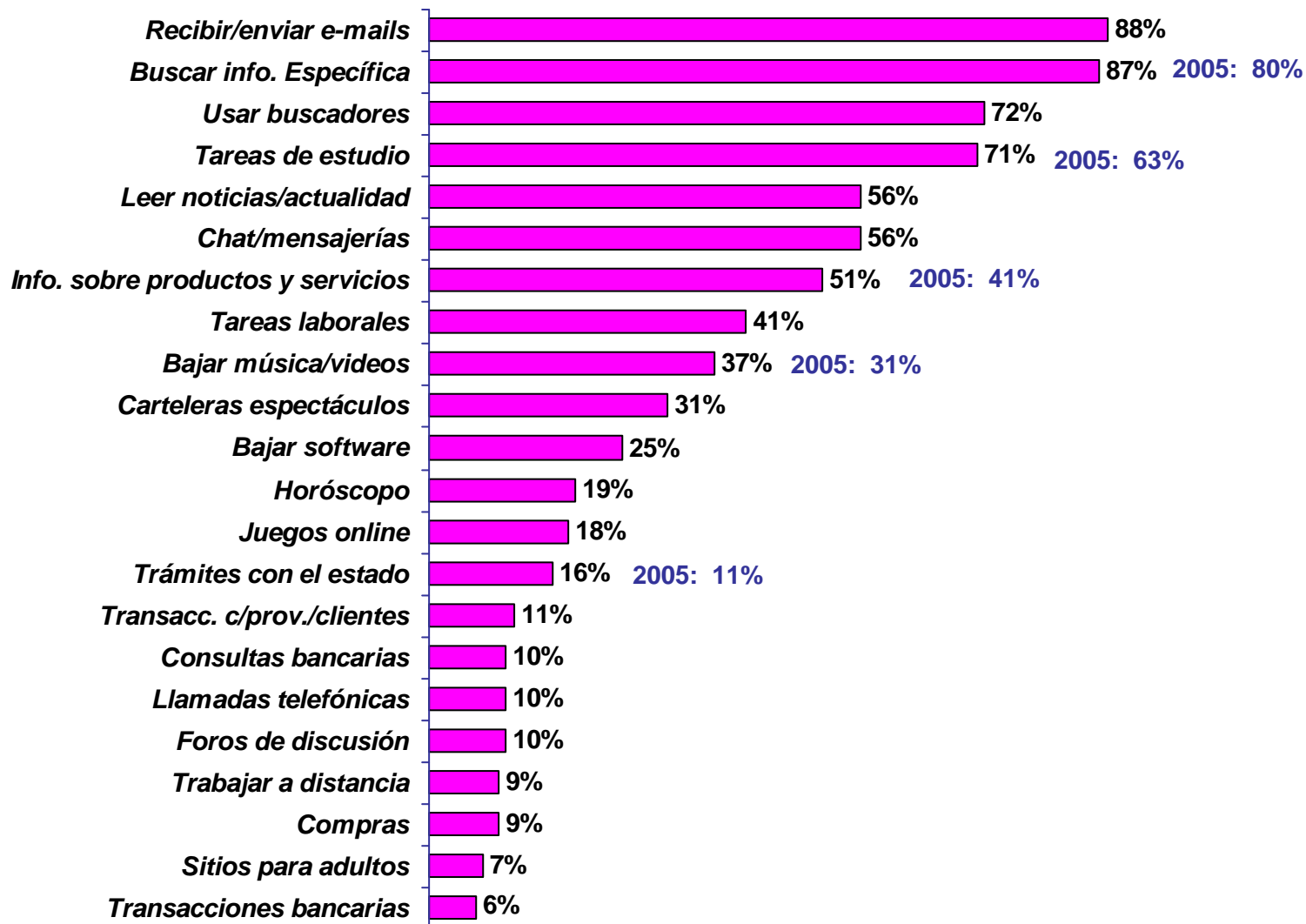
## 20. SPAM

**¿Recibe habitualmente correo no deseado con propuestas publicitarias? Cuán molesto le resulta eso? (base: 843 usuarios con casilla)**



## 21. Usos de Internet

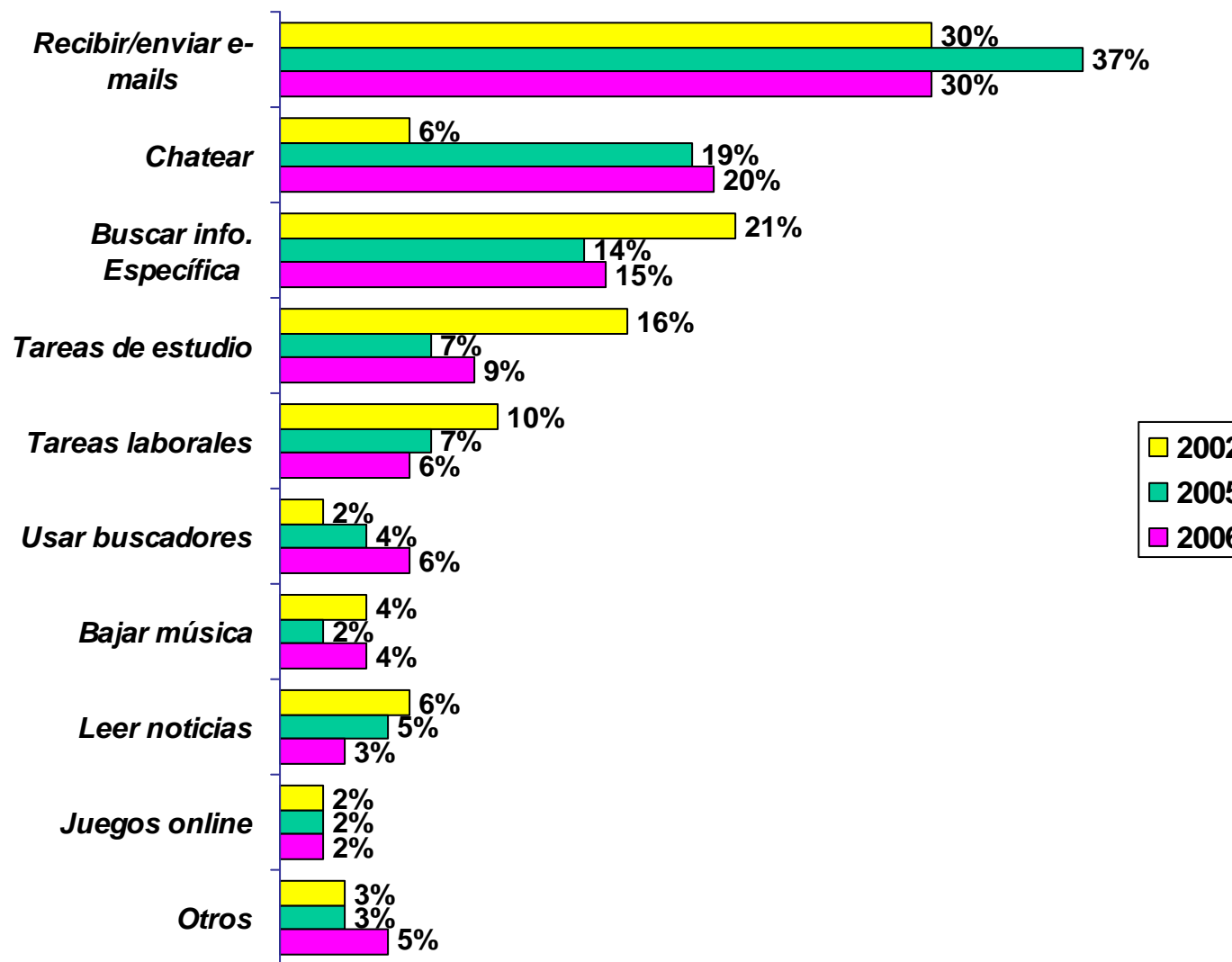
**Le voy a leer una serie de usos que la gente le da a Internet. ¿Me podría decir si fue su caso en el último mes? (base: 953 usuarios)**





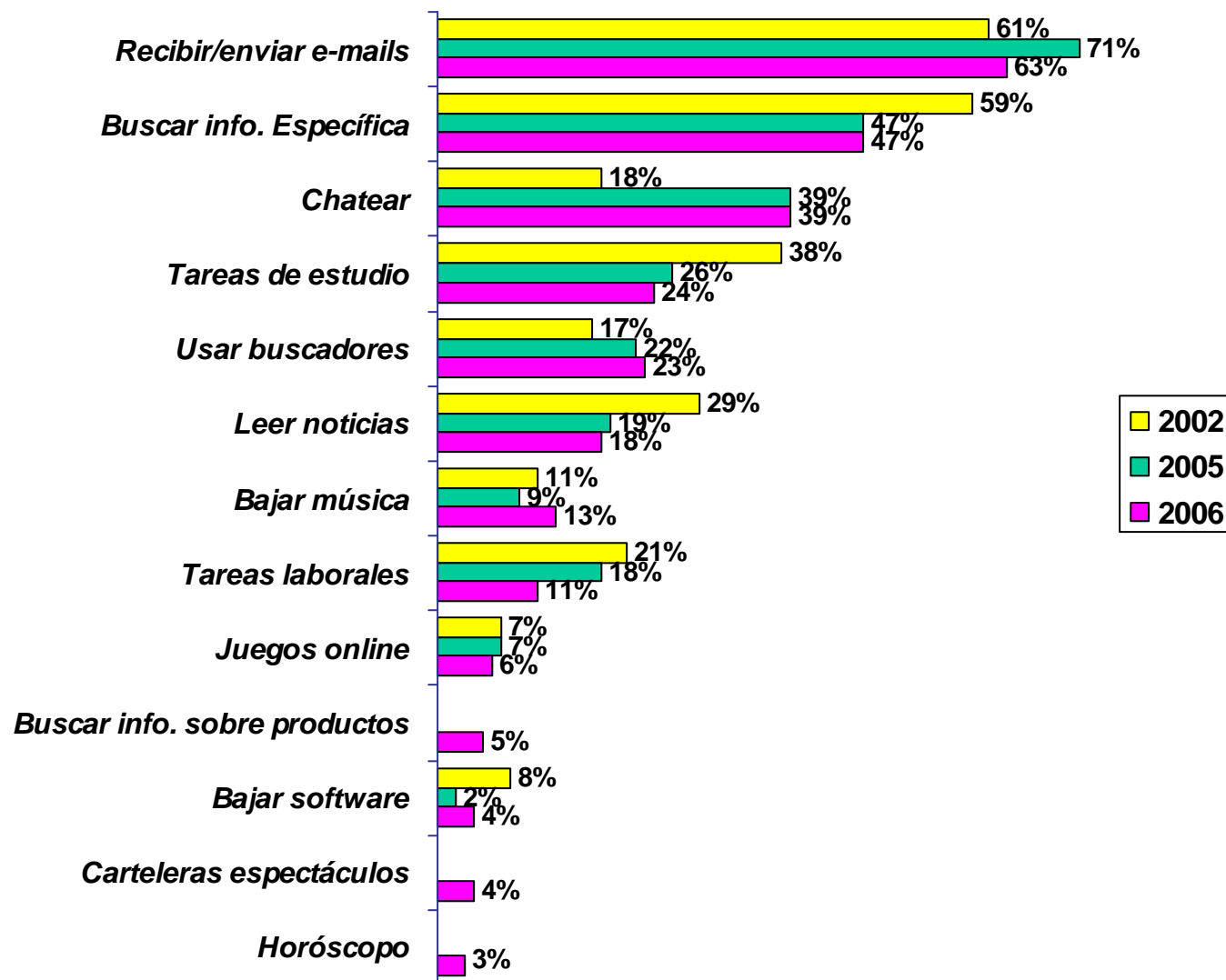
## 22. Uso principal de Internet

¿Cuál es el principal uso que le da a Internet? (base: 953 usuarios)



## 23. Tres usos principales de Internet

¿Cuáles son los tres principales usos que le da a Internet? (base: 953 usuarios)



## **24. Usos de Internet según zona de residencia**

### **Más en Montevideo que en el Interior:**

- Recibir y mandar e-mails (91% / 82%)
- Usar buscadores (76% / 65%)
- Consultas bancarias (12% / 7%)
- Carteleras de espectáculos (35% / 22%)
- Información sobre productos y servicios (48% / 38%)
- Trámites con el Estado (16% / 10%)
- Tareas laborales (38% / 30%)

### **Más en el Interior que en Montevideo:**

- Chatear (60% / 54%)
- Horóscopos (22% / 15%)
- Juegos online (21% / 13%)
- Tareas de estudio (65% / 61%)
- Foros de discusión (10% / 7%)

## ***25. Usos de Internet según sexo***

---

- Los hombres mencionan más que las mujeres prácticamente todos los usos de Internet listados en el cuestionario (7.5 usos diferentes por persona contra 6.5 para las mujeres).
- Los usos para los que las diferencias son más acentuadas son los siguientes:
  - Leer noticias (64% / 49%)
  - Bajar software (31% / 20%)
  - Buscar información sobre productos y servicios (50% / 39%)
  - Juegos online (19% / 13%)
  - Compras (10% / 5%)
  - Foros de discusión (12% / 5%)
  - Sitios para adultos (9% / 2%)
- Los usos para los que no hay diferencias:
  - Recibir y enviar mails
  - Chatear
- Más las mujeres que los hombres:
  - Horóscopos (23% / 11%)
  - Tareas de estudio (63% / 60%)

## **26. Usos de Internet según edad**

### **Aumentan a menor edad:**

- Chatear (12-19: 82%, 50+: 33%)
- Bajar música y videos (12-19: 54%, 30+: 25%)
- Horóscopos (12-19: 29%, 50+: 7%)
- Juegos online (12-19: 33%, 30+: 8%)
- Tareas de estudio (12-19: 75%)

### **Aumentan a mayor edad:**

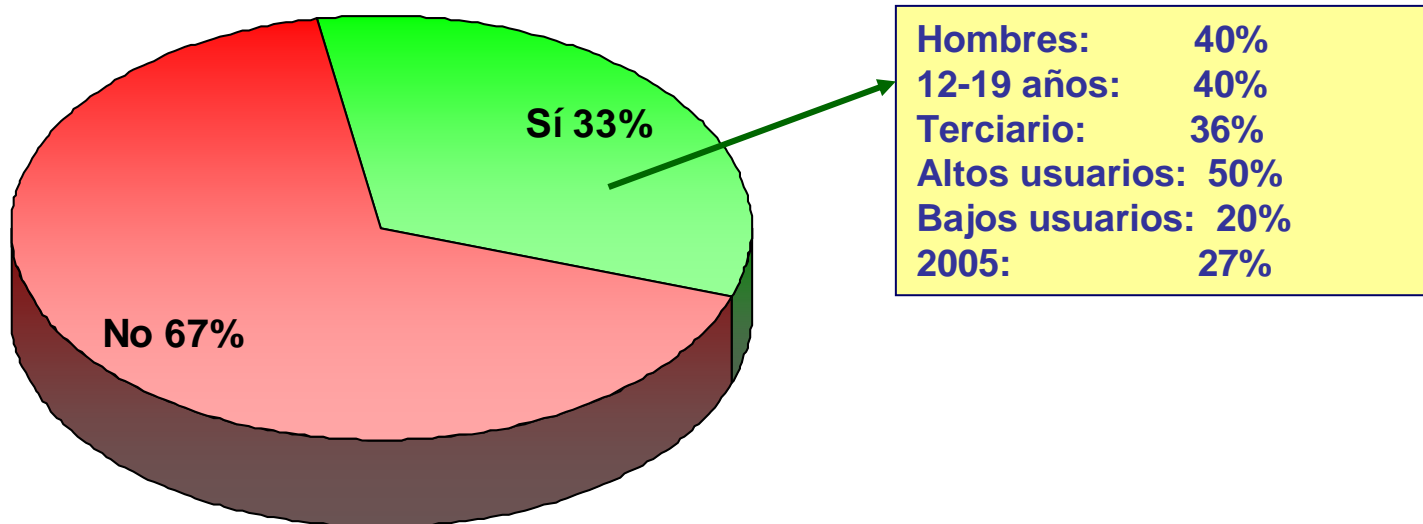
- Recibir/enviar e-mails (12-19: 82%, 50+: 94%)
- Leer noticias (12-19: 43%, 50+: 68%)
- Consultas bancarias (50+: 18%)
- Transacciones bancarias (50+: 8%)
- Trabajar a distancia (30+: 11%)
- Trámites con el Estado (50+: 26%)
- Llamadas telefónicas (50+: 12%)

### **Otros casos:**

- Los más altos usuarios de buscadores son los 20-29 años (77%)
- Los que más bajan software son los 12-19 (30%) y los 50+ (34)
- Los 30-49 son los que más buscan información sobre productos y servicios (55%), realizan operaciones con proveedores/clientes (16%), y cumplen tareas laborales (51%)

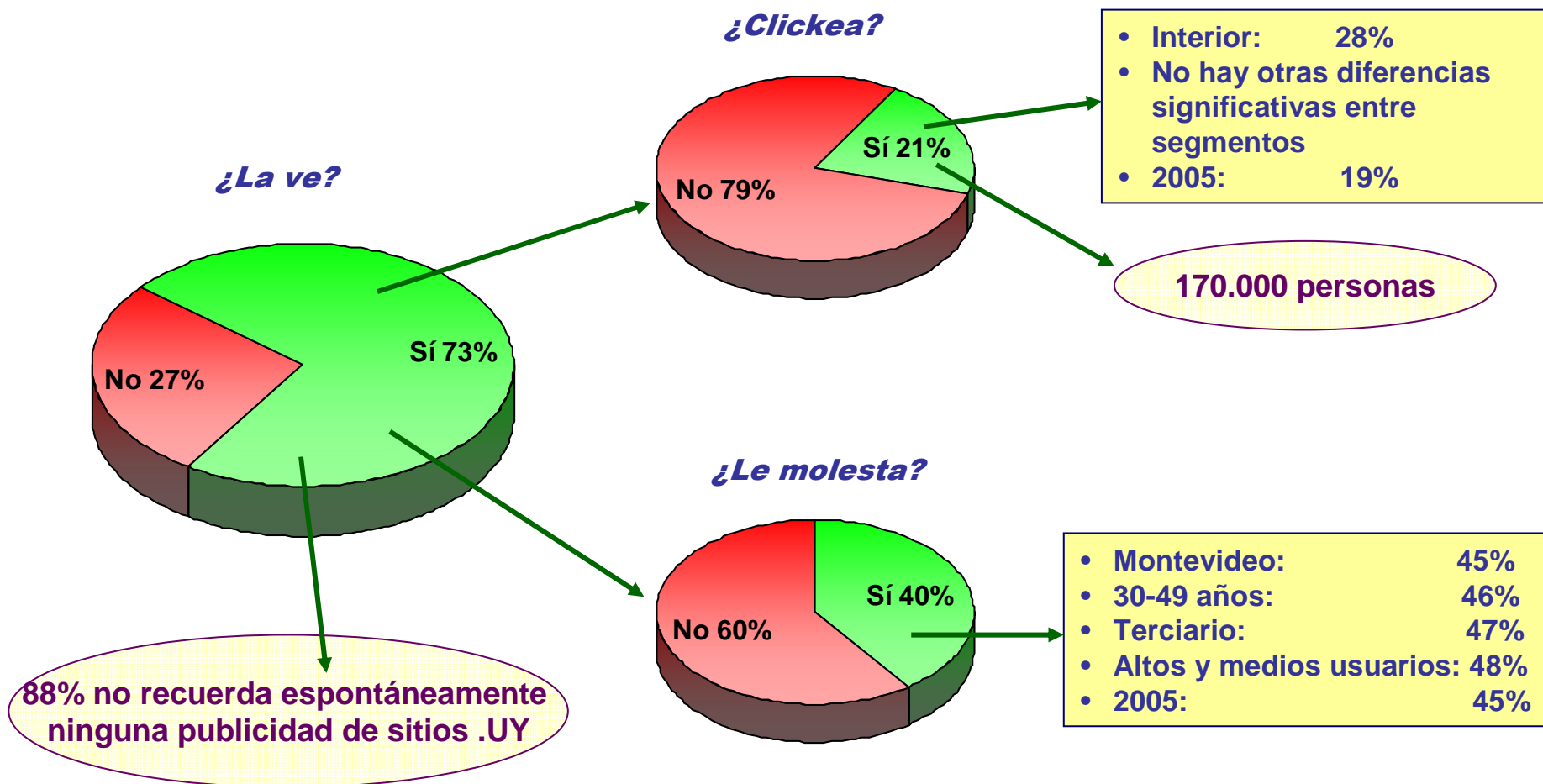
## 27. Actualización de softwares

**¿Baja regularmente de Internet actualizaciones de los softwares que tiene instalados? (base: 953 usuarios)**



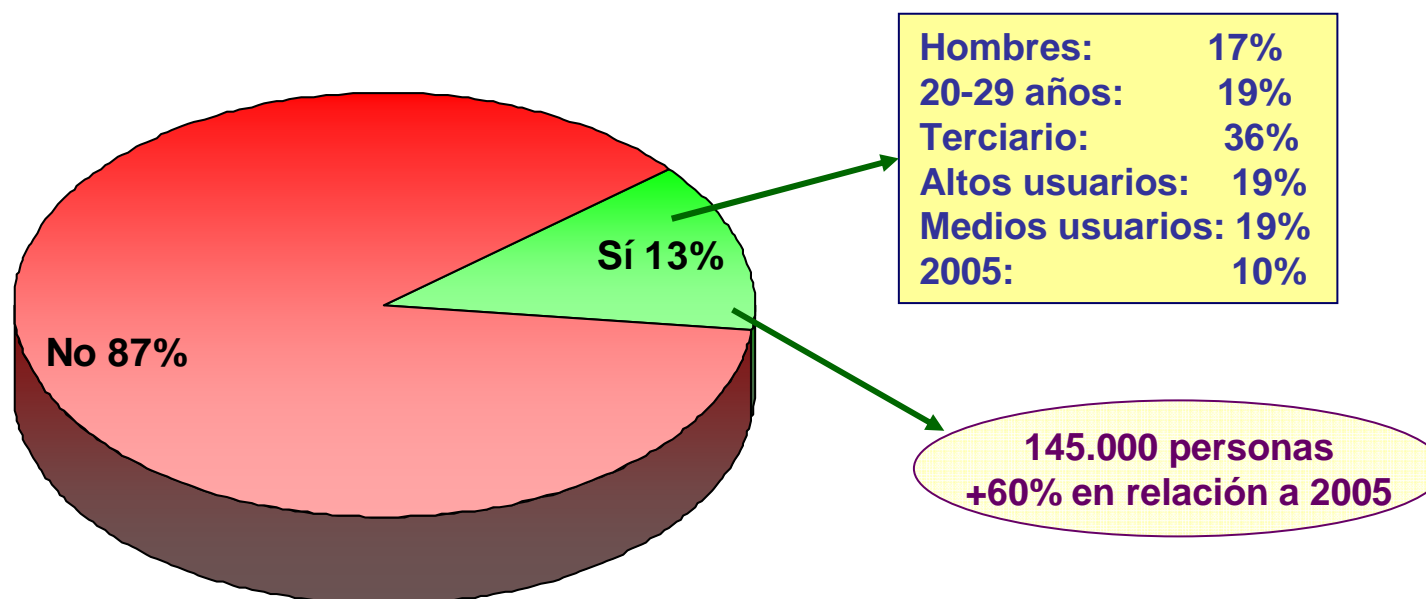
## 28. Publicidad en Internet

*¿Ha notado la publicidad en Internet? ¿Clickea? ¿Le molesta? (base: 953 usuarios)*



## 29. Registro para recibir promociones y ofertas

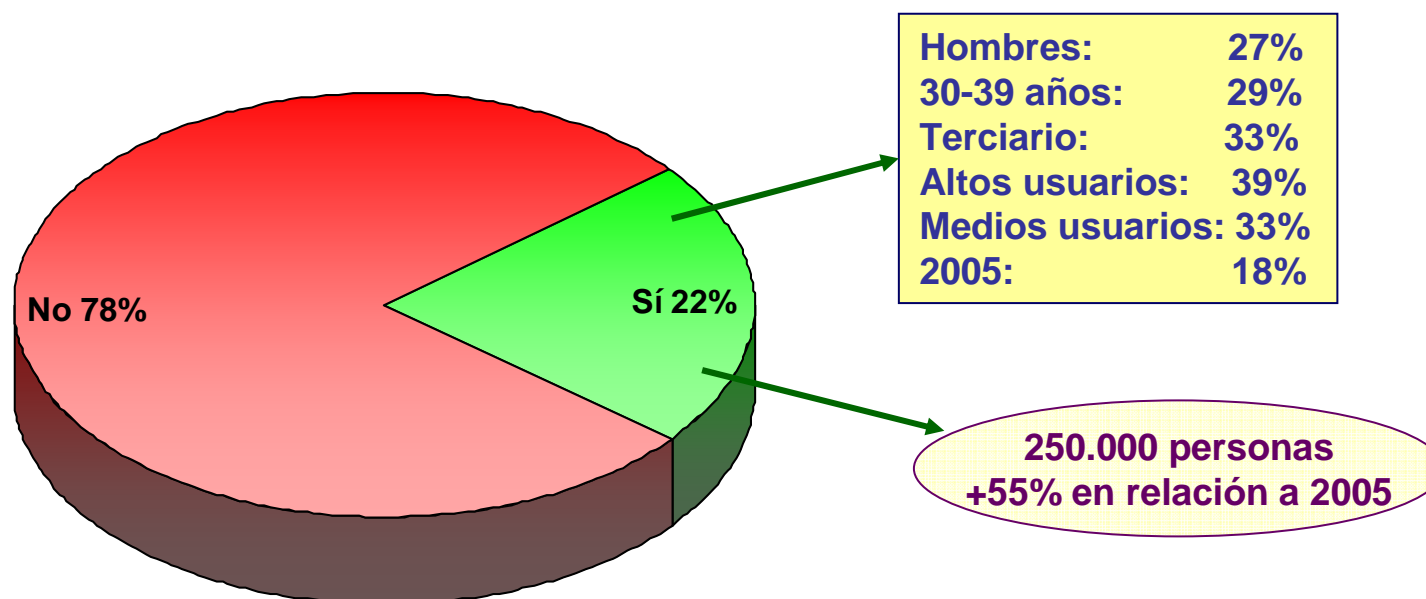
**¿Se ha registrado en algún sitio para recibir promociones y ofertas comerciales? (base: 953 usuarios)**





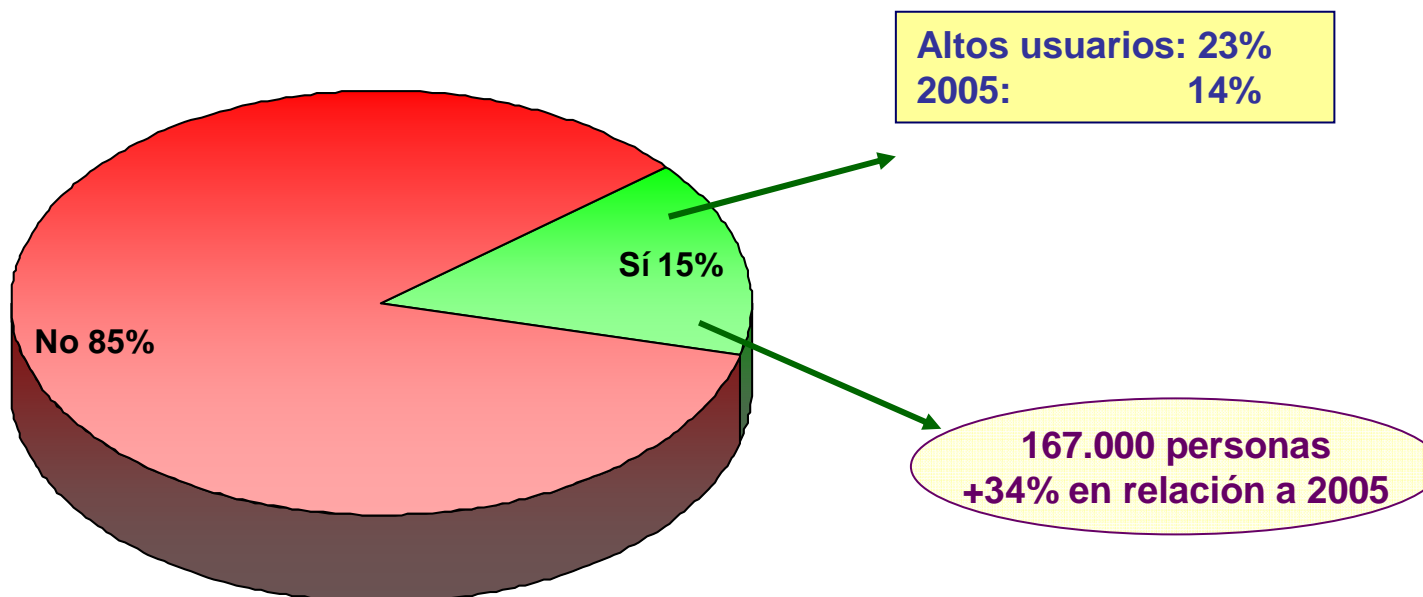
## 30. Registro para recibir servicios gratuitos

**¿Se ha registrado en algún sitio para recibir servicios gratuitos, por ejemplo boletines digitales? (base: 953 usuarios)**



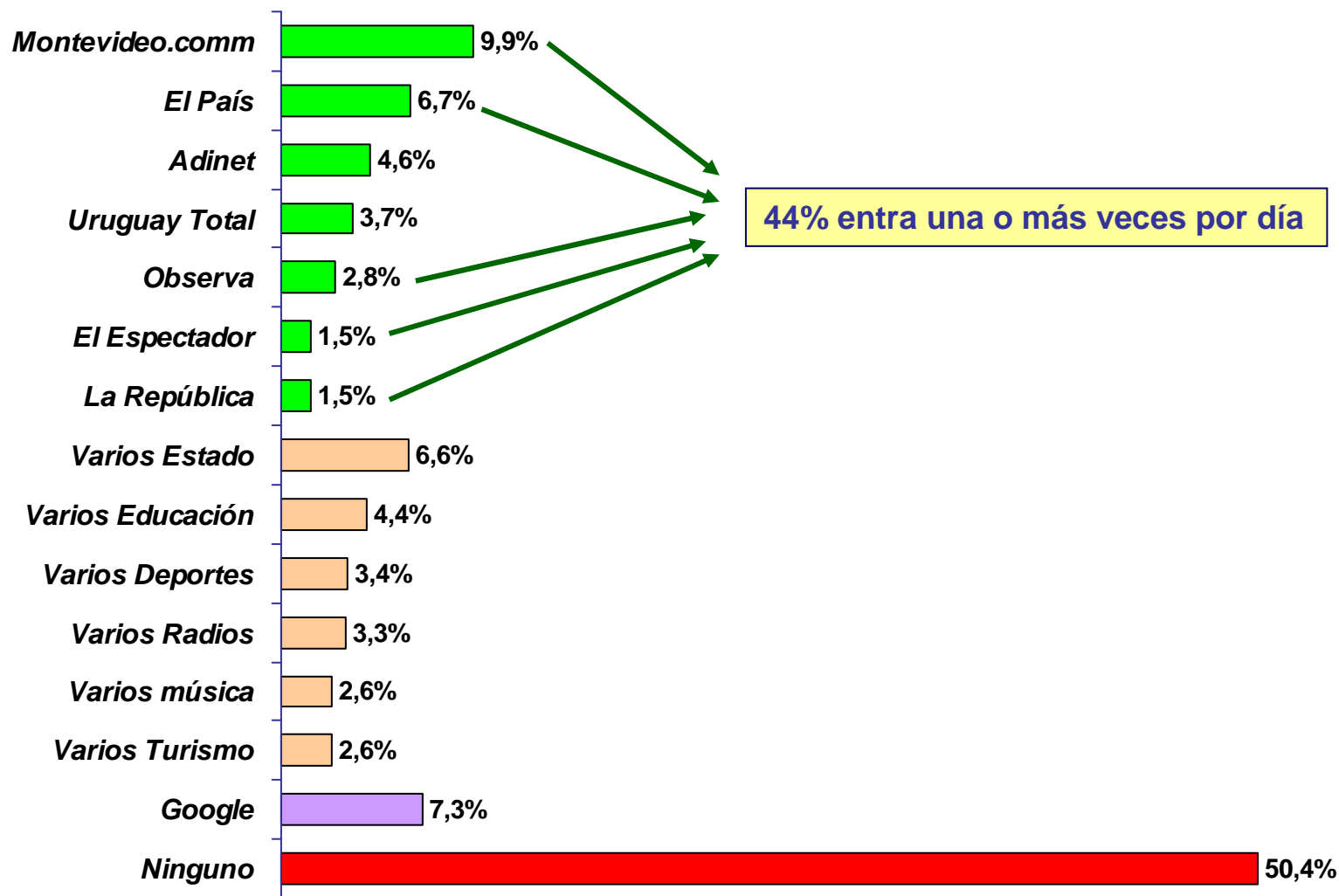
## 31. Participación en promos en sitios .UY

*¿Ha participado en promociones en sitios uruguayos, por ejemplo sorteos, votaciones, etc.? (base: 953 usuarios)*



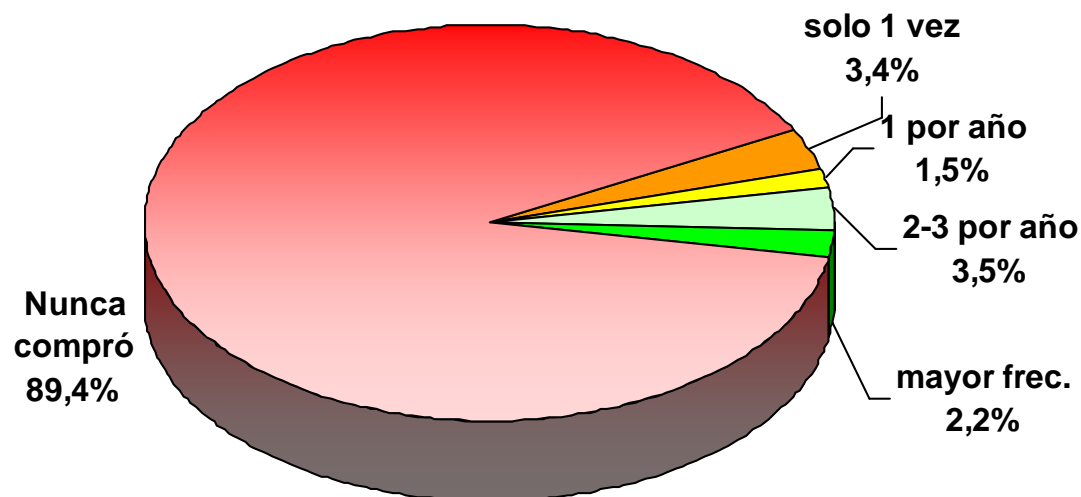
## 32. Sitios web uruguayos

**¿En qué sitios web uruguayos navega usted regularmente? Con qué frecuencia?**  
(base: 953 usuarios)



### 33. Compras por Internet (1)

*¿Ha comprado alguna vez por Internet? Con qué frecuencia lo hace? (base: 953)*



#### Compraron alguna vez:

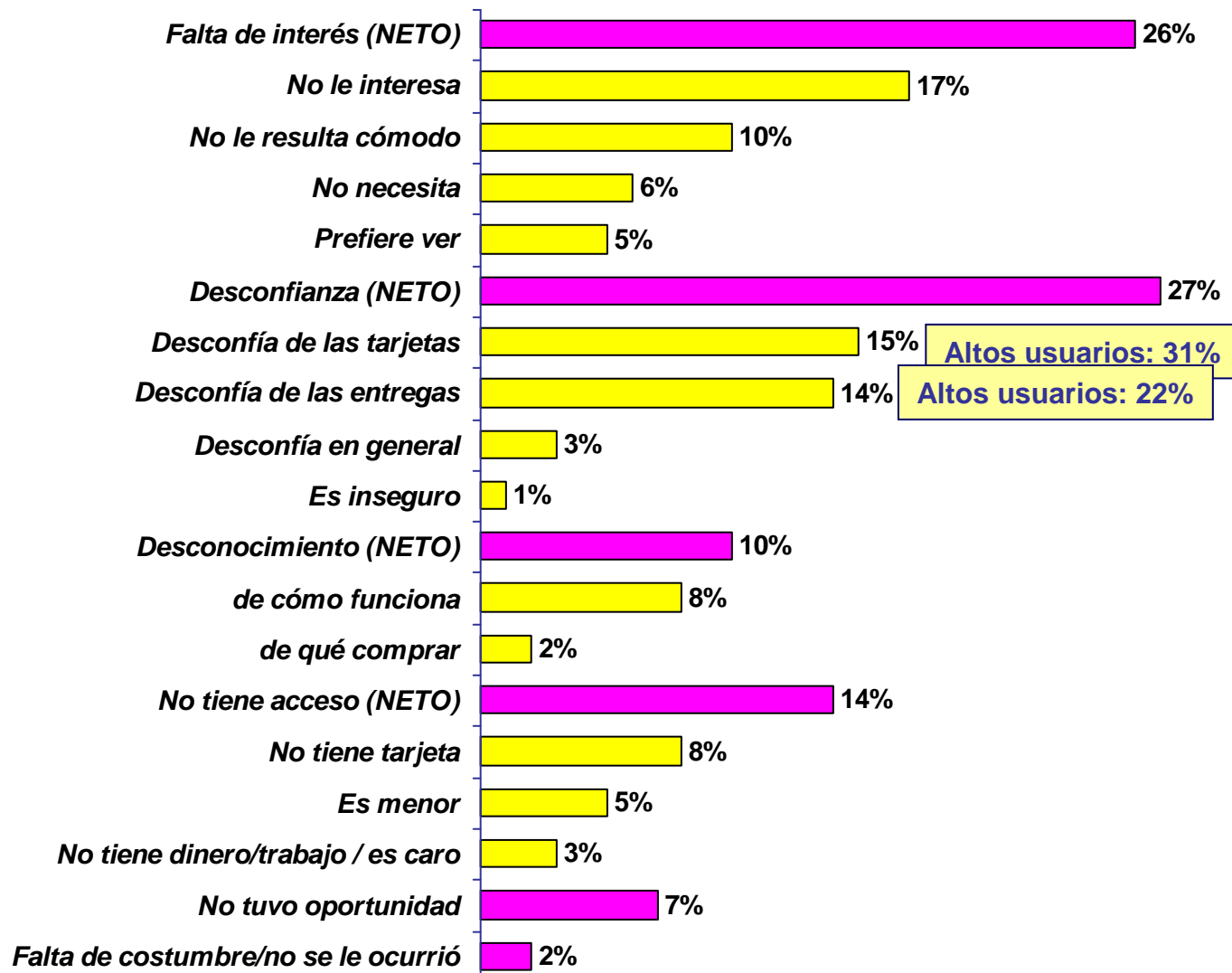
<b>TOTAL:</b>	<b>11%</b>
<b>Hombres:</b>	<b>15%</b>
<b>50-65 años:</b>	<b>16%</b>
<b>Terciario:</b>	<b>14%</b>
<b>Altos usuarios:</b>	<b>28%</b>
<b>2005:</b>	<b>9%</b>

60% de los compradores tienen entre 20 y 39 años.  
78% son montevideanos.  
52% tienen estudios universitarios  
69% son medios o altos usuarios de Internet.  
69% son hombres

120.000 personas han comprado alguna vez por Internet (+50% en relación a 2005)

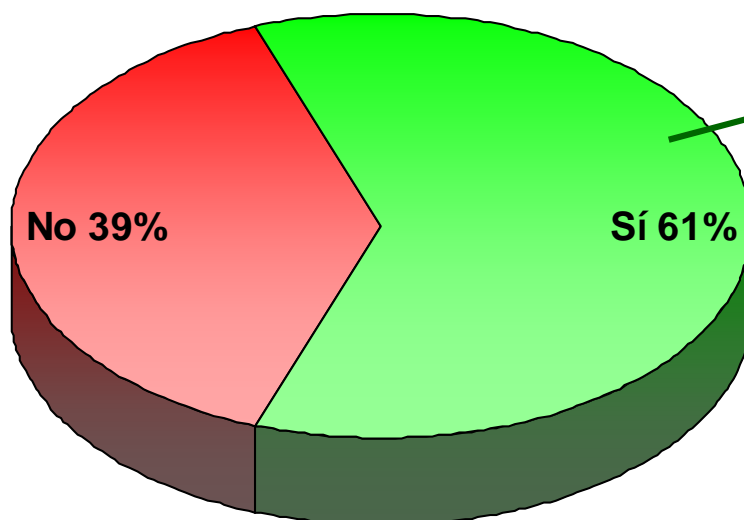
## 34. Compras por Internet (2)

¿Por qué nunca compró por Internet? (base: 853 que nunca compraron)



### 35. Compras por Internet (3)

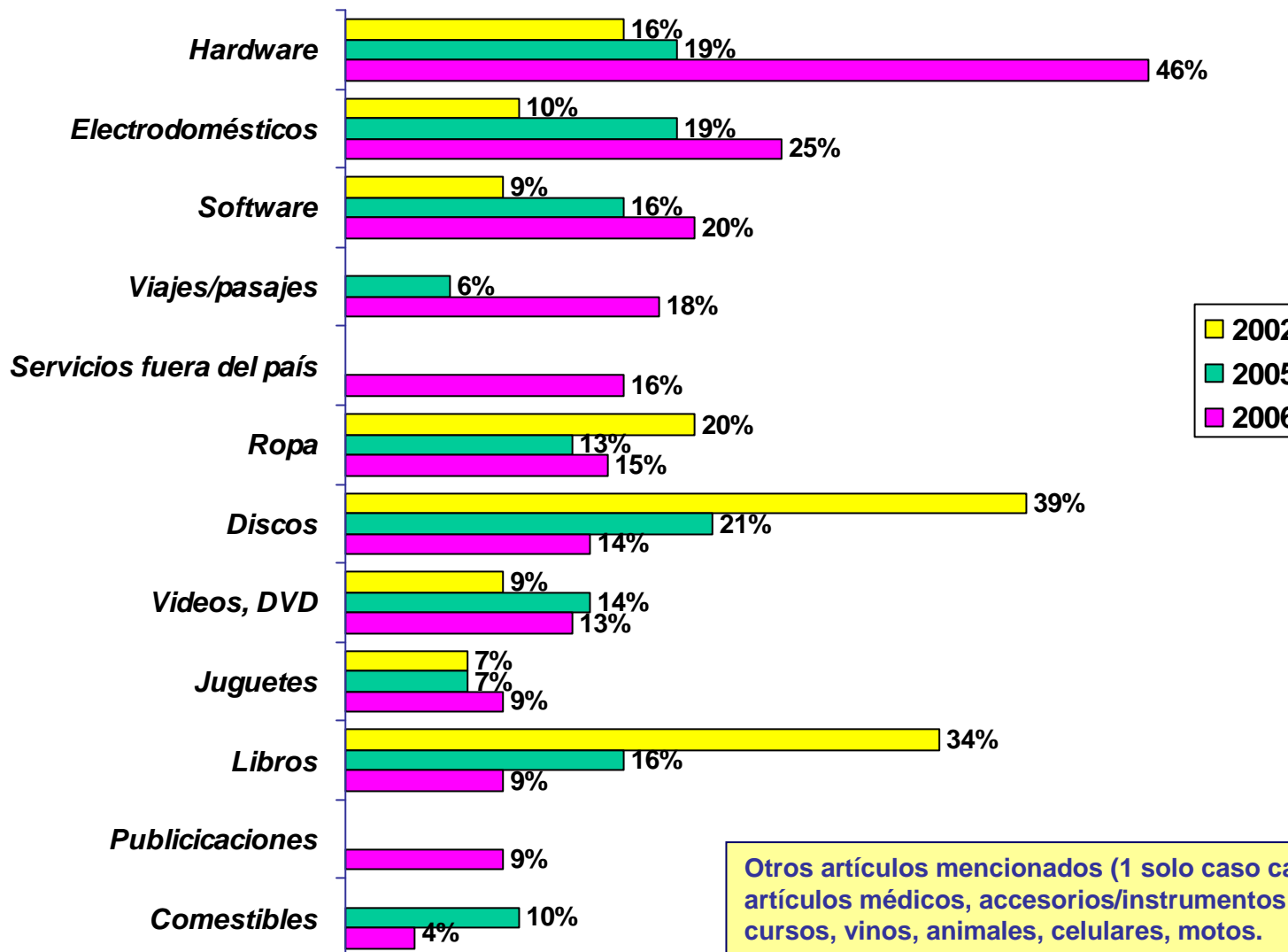
**¿Estaría dispuesto a comprar si viera propuestas de su interés?**  
(base: 853 que nunca compraron)



Interior:	66%
20-29:	70%
Sec. Incompleta:	68%
Usuarios medios:	68%

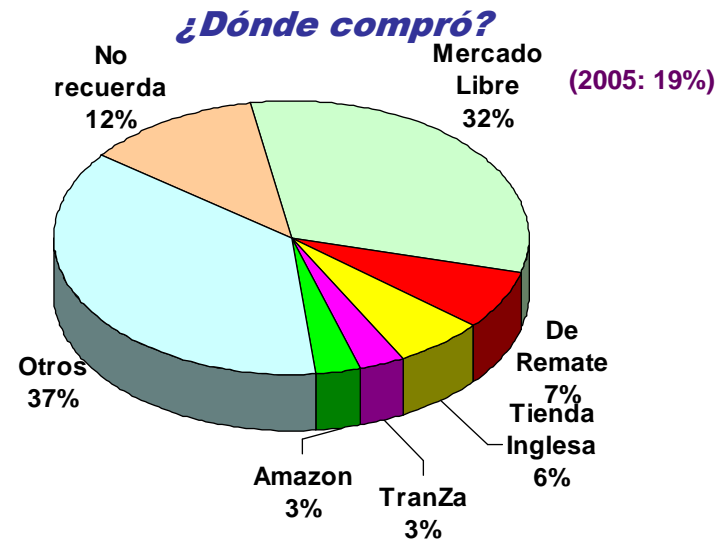
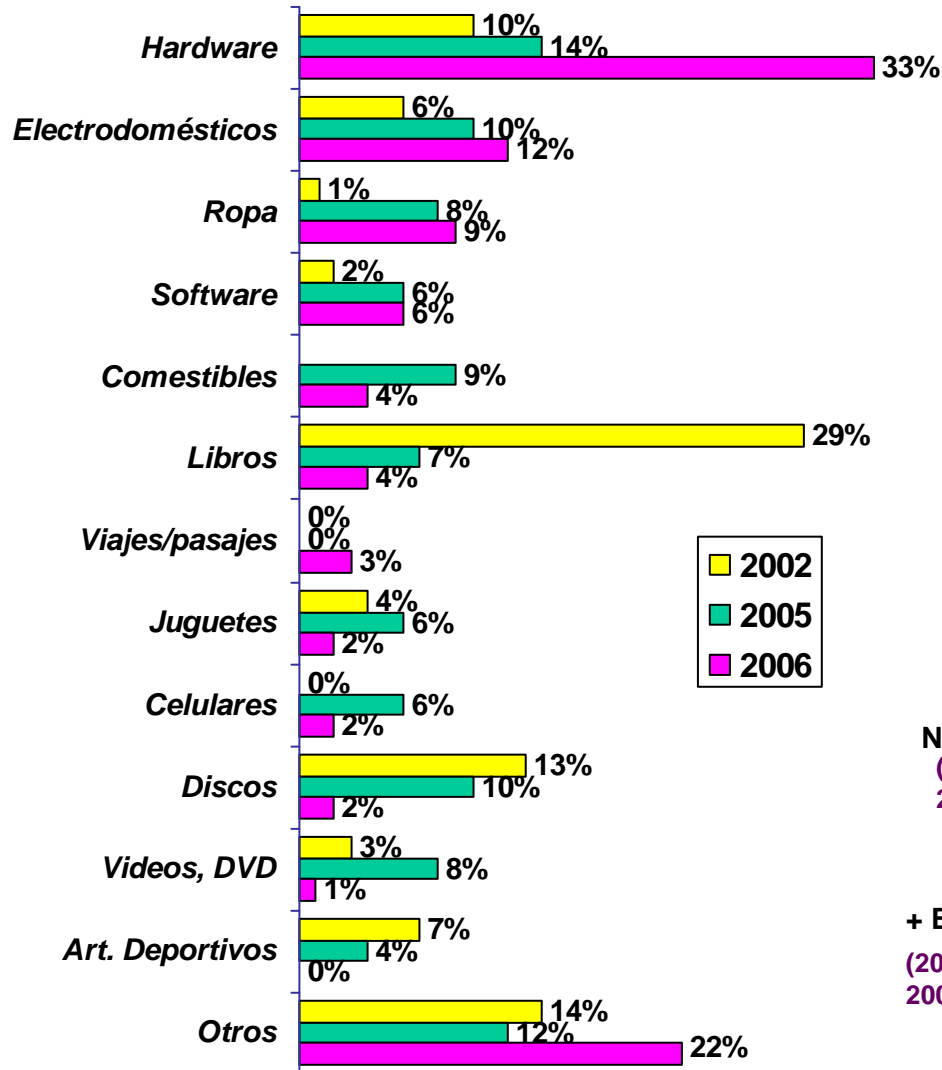
## 36. Compras por Internet (4)

**¿Cuáles de los siguientes artículos ha comprado aunque sea solo una vez?**  
(base: 100 que compraron)

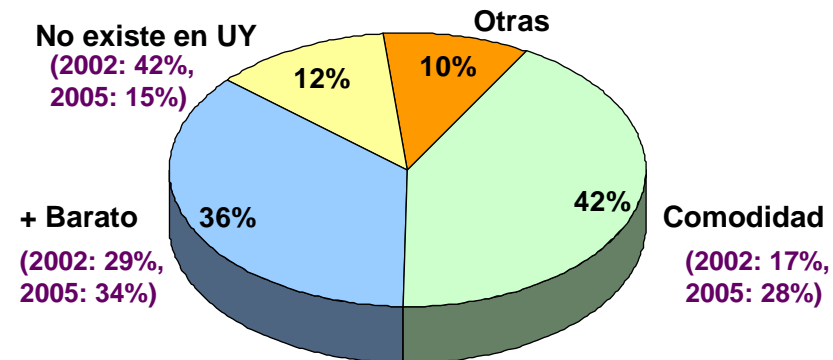


## 37. Compras por Internet (5)

**¿Qué fue lo último que compró por Internet? Dónde lo compró? Por qué lo compró por Internet?** (base: 100 que compraron)



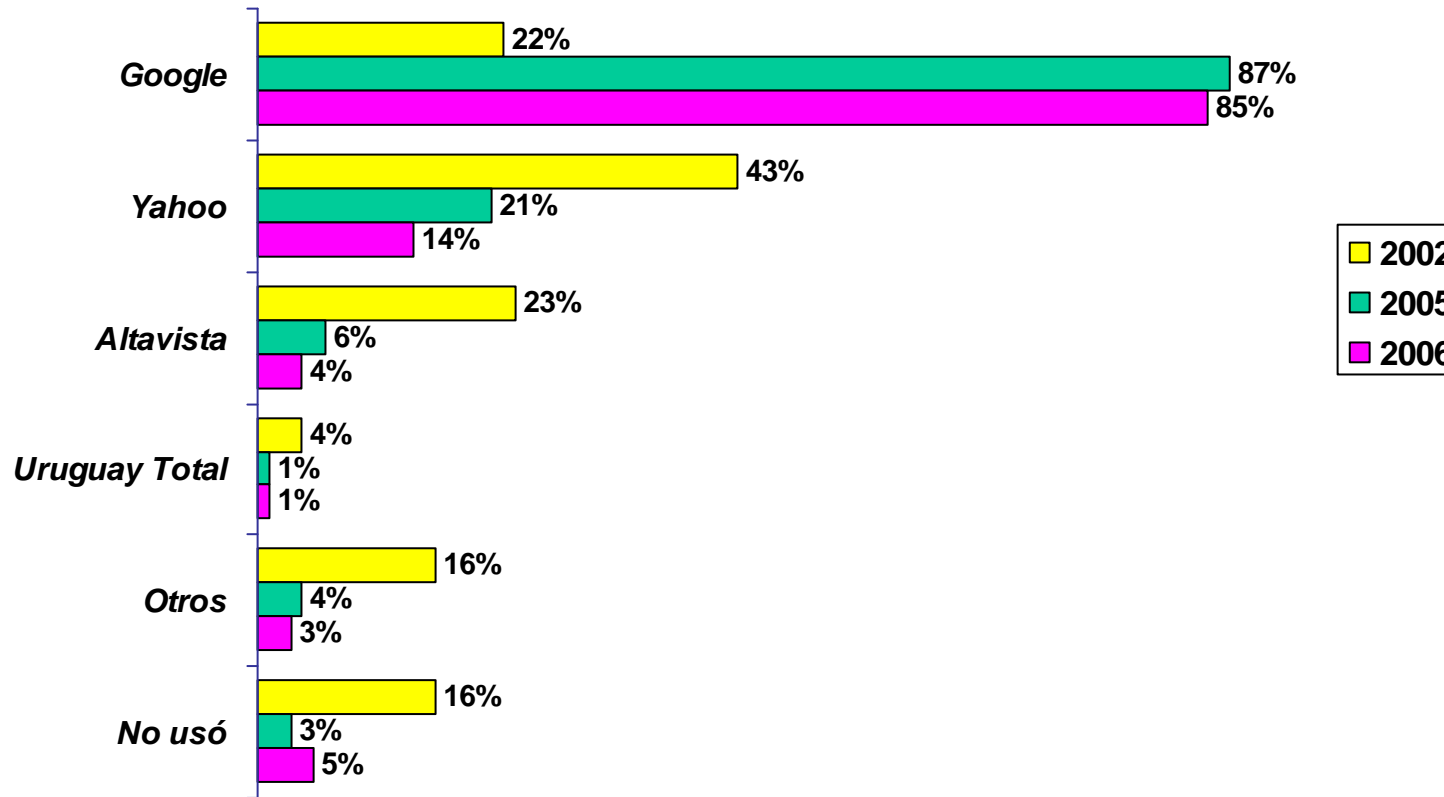
**¿Por qué por Internet?**





## 38. Buscadores

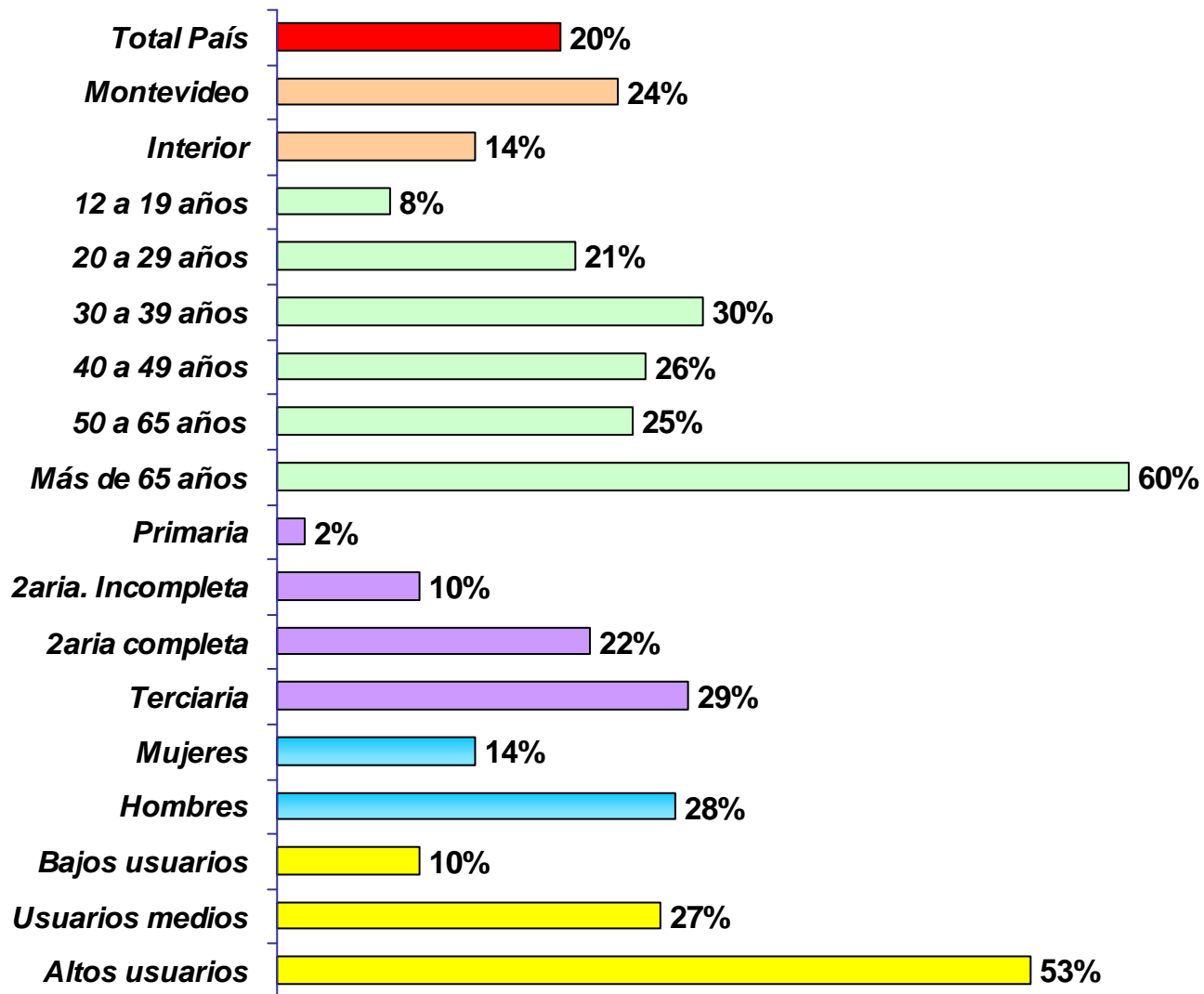
¿Qué buscadores ha usado el último mes? (base: 725 que saben lo que es)



- 19% de los usuarios de Internet no saben los que es un buscador (29% en el Interior, 29% de los 12-19 años, 35% hasta Secundaria incompleta, 26% de los bajos usuarios)
- Otro 6% no está seguro.

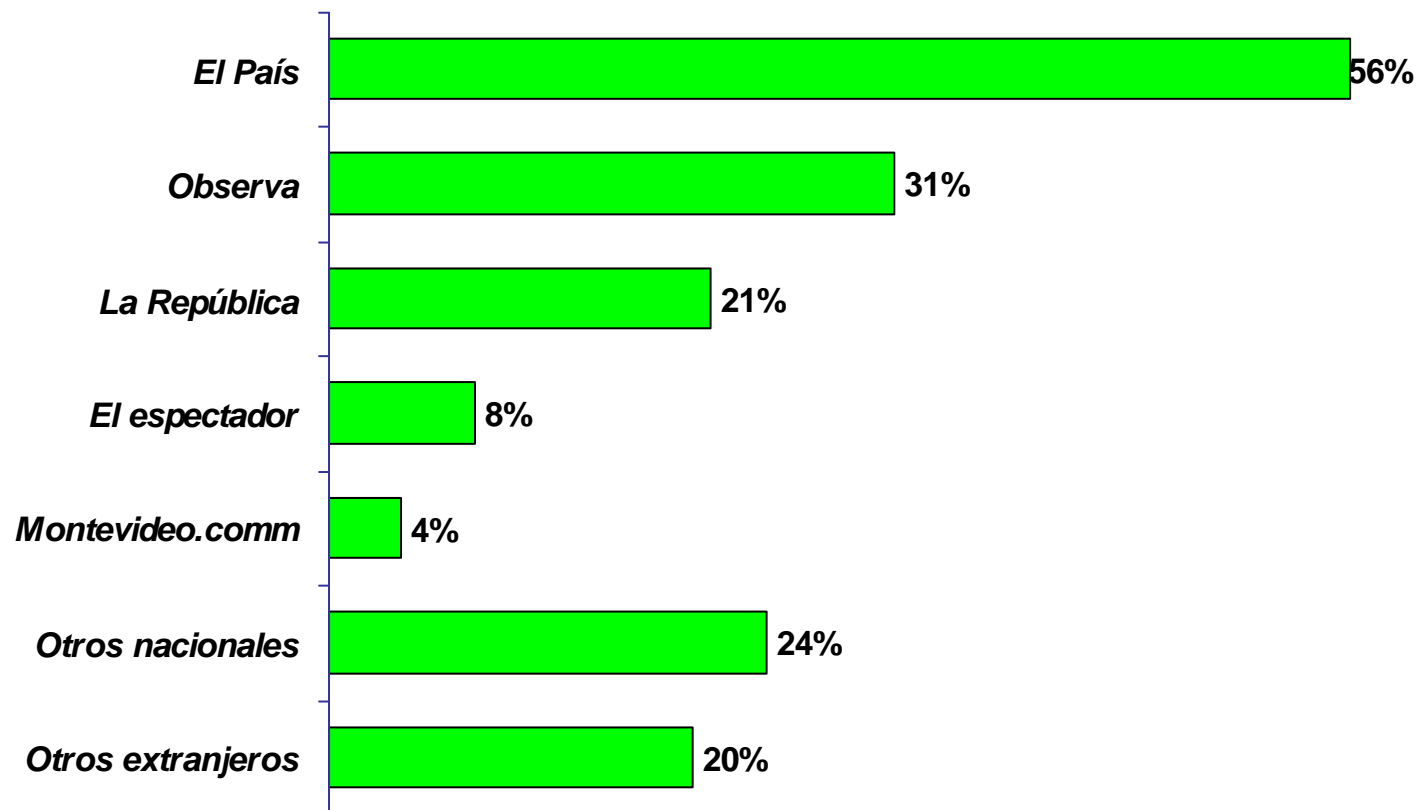
## 39. Medios digitales (1)

**¿En la última semana, ha leído o escuchado algún medio de prensa por Internet? (base: 953)**



## 40. Medios digitales (2)

**¿Qué medios de prensa ha leído/escuchado por Internet la última semana? (base: 195 que leyeron/escucharon alguno)**

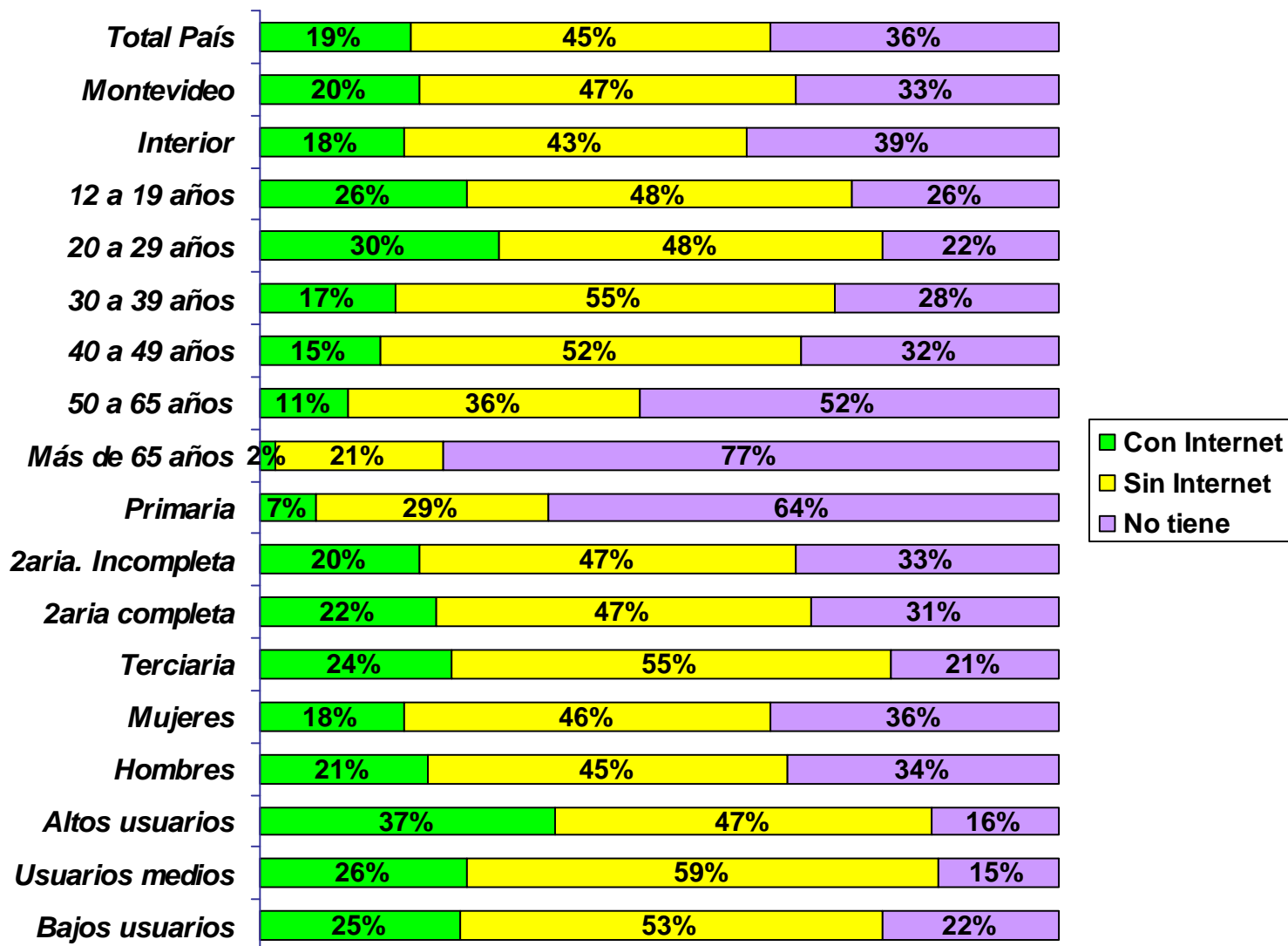


**Otros nacionales:** Ultimas Noticias, Brecha, Océano, Universal, Radio Disney, Radio Carve, La Diaria, Teledoce, Sarandí, AM Libre, Diarios y radios del Interior

**Otros extranjeros:** Clarín, New York Time, CNN, BBC, La Nación, Le Monde Diplomatique, El País de Madrid, Ambito Financiero.

## 41. Posesión de celular (1)

¿Tiene Ud. teléfono celular? Ese celular tiene acceso a Internet? (base: 1786)



## 41. Posesión de celular (2)

### Penetración comparada 2005/2006 por segmento

	2005	2006
Montevideo	49%	67%
Interior	31%	61%
12-19 años	36%	74%
20-29 años	48%	78%
30-39 años	52%	72%
40-49 años	45%	68%
50-65 años	32%	48%
+ de 65 años	S/D	24%
Primaria	19%	36%
Secund. Incompl.	37%	67%
Secund. Compl.	42%	70%
Terciaria	61%	79%
Mujeres	41%	64%
Hombres	45%	66%
Total	43%	65%

## ***Síntesis y conclusiones (1)***

---

- En relación al 2005, la penetración de Internet parece haber alcanzado un techo luego de haber crecido aceleradamente en los años anteriores. No se registran aumentos significativos en ningún segmento. En el rango de edad menor de 20 años, la penetración ya alcanza el 78%, mientras que entre los mayores de 65 años solo es del 6%. Esto indicaría que de aquí en más, el aumento de la penetración de Internet se dará “naturalmente” por el ingreso de nuevos usuarios en los rangos de edad más jóvenes. Si se quisiera hacer crecer la cantidad total de usuarios habría que desarrollar una estrategia que apunte a los mayores de 50 años.
- Los lugares de conexión no han variado significativamente en el último año, pero se redujo la “superposición”: cada usuario se conecta desde menos lugares diferentes.
- El costo de las conexiones sigue siendo el principal freno al uso de Internet en el hogar por parte de personas que tienen PC, pero es probable que esto sea más una percepción de los consumidores que un problema económico real.
- La tenencia de PC en el hogar y el uso de Internet parecen “disociarse” cada vez más: el tener una PC no implica necesariamente ser usuario de Internet, y viceversa. A diferencia de la penetración de Internet, la de PC hogareñas sigue creciendo, y existen unos 22.000 hogares en los que *“alguien está pensando en comprar una computadora en los próximos 6 meses”*.
- Entre los que se conectan a Internet desde su casa, la penetración de la banda ancha pasó de 26% en 2005 a 47% en 2006 (y a 65% entre los altos usuarios).

## ***Síntesis y conclusiones (2)***

---

- Del total de personas que se declaran usuarias de Internet, existe aun un 26% que no se conectó ni una vez en la última semana. En el otro extremo, un 7% se conectó más de 20 horas. El tiempo promedio de conexión es de 4.8 horas por usuario, pero existen diferencias muy significativas entre segmentos. En particular, la antigüedad como usuario de Internet parece ser un factor clave para una mayor cantidad de horas de conexión.
- La concentración del total de horas de uso sigue siendo similar al 2005: un 13% de los usuarios (unas 150.000 personas) concentra el 62% de las horas. El alto usuario “tipo” es hombre, montevideano, entre 30 y 39 años, con estudios universitarios, y usuario desde hace más de 4 años.
- Un 12% de los usuarios no tiene casilla de correo. Parecería que entre los usuarios más jóvenes, el uso del mail es totalmente secundario en relación al del chat.
- Los usos de Internet que más crecieron en relación al 2005 son la búsqueda de información específica, las tareas de estudio, la búsqueda de información sobre productos y servicios, el bajar música y videos y los trámites con el Estado. No obstante, los dos usos más mencionados como uso principal están relacionados con la comunicación (correo y chat) y no con la búsqueda de información.
- La publicidad en Internet es notada por una muy amplia mayoría de usuarios, pero casi 9 de cada 10 no puede mencionar un solo sitio uruguayo que haga publicidad en la web. El impacto de las formas actuales de publicidad es pues muy bajo.
- Por otro lado, ha crecido significativamente el número de personas que se han registrado en algún sitio para recibir promociones y ofertas, servicios gratuitos y para participar en promociones.

## ***Síntesis y conclusiones (3)***

---

- El número de personas que compraron alguna vez por Internet ha crecido un 50% con respecto al 2005, y se ha modificado muy significativamente el mix de productos que se adquieren a través de la web: el hardware, los electrodomésticos y el software han remplazado los libros y los discos. El 32% ha realizado su última compra en Mercado Libre, y las principales razones para comprar en Internet son ahora la comodidad y el precio, desplazando así el “no existe en Uruguay”.
- Las razones para no haber comprado nunca por Internet pueden agruparse en “desconfianza” (27%), “falta de interés” (26%), “imposibilidad de acceso” (14%) y “desconocimiento” (10%). La desconfianza es particularmente alta entre los altos usuarios.
- Google es el buscador utilizado por el 85% de los usuarios de Internet. Le sigue Yahoo en una relación de 1 a 6. Casi uno de cada 5 usuarios (principalmente adolescentes) no sabe lo que es un buscador. Muy probablemente sean usuarios de Google pero la marca se transformó en el genérico.
- Un 20% de los usuarios de Internet ha leído o escuchado algún medio digital en la última semana, muy especialmente los altos usuarios, los hombres, los montevideanos y los universitarios.



# El perfil del internauta uruguayo

## Cuarta edición

Noviembre 2006

