

El perfil del internauta uruguayo

Quinta edición

Noviembre 2007

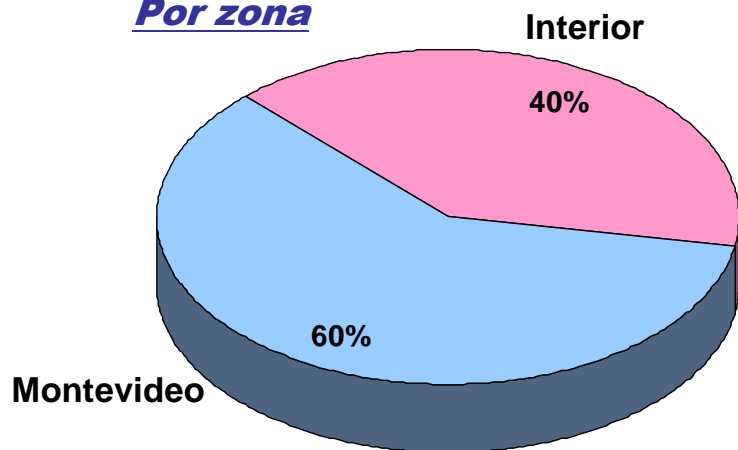


Ficha técnica

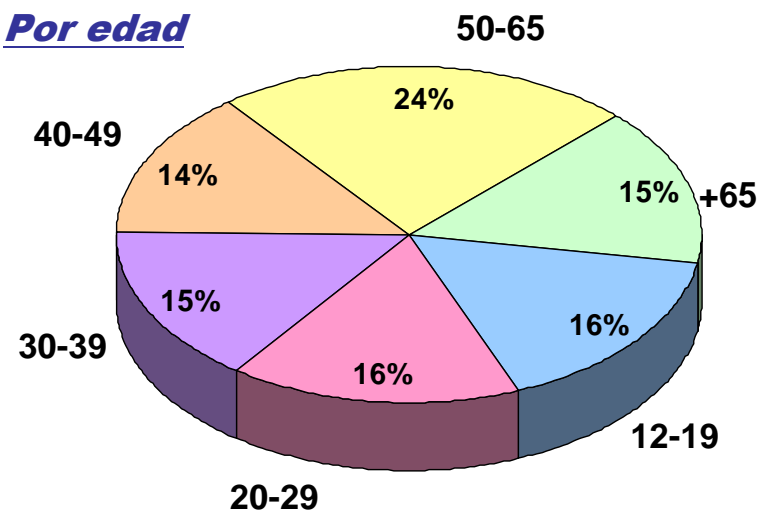
- La muestra total fue de 1807 personas, y es representativa de toda la población mayor de 12 años, residente en Montevideo, zona metropolitana y todas las localidades del Interior de más de 5.000 habitantes. Esto representa un universo total de 2.208.000 personas, repartidas un 60% en Montevideo y zona metropolitana, y un 40% en el Interior.
- Esta muestra permite un margen de error máximo de ± 2.3 para un nivel de confianza del 95% cuando se trabaja sobre la muestra total (1807 casos).
- La muestra efectiva de usuarios de Internet fue de 857 casos.
- Todas las encuestas fueron realizadas en forma telefónica en los hogares de los entrevistados, durante el mes de noviembre de 2007. 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 complementaron con nuevos temas sugeridos por las empresas que patrocinaron el estudio.

1. Estructura de la muestra

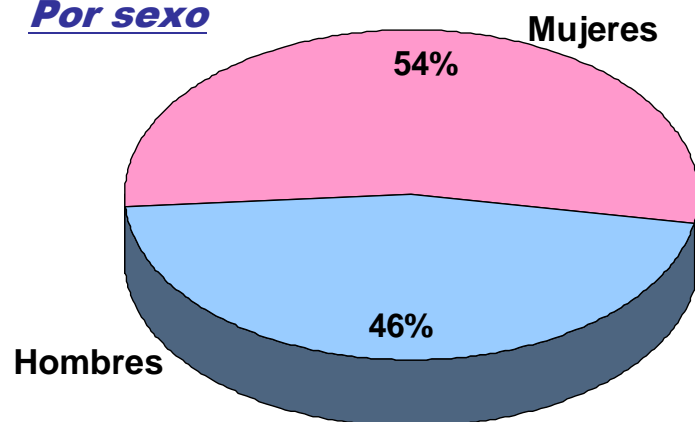
Por zona



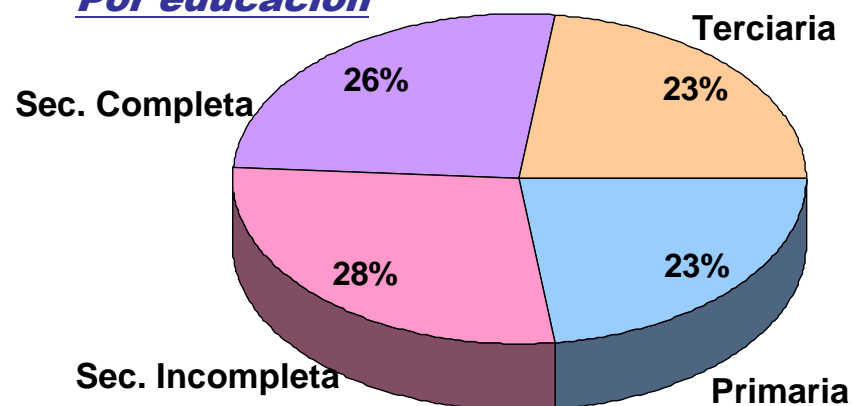
Por edad



Por sexo

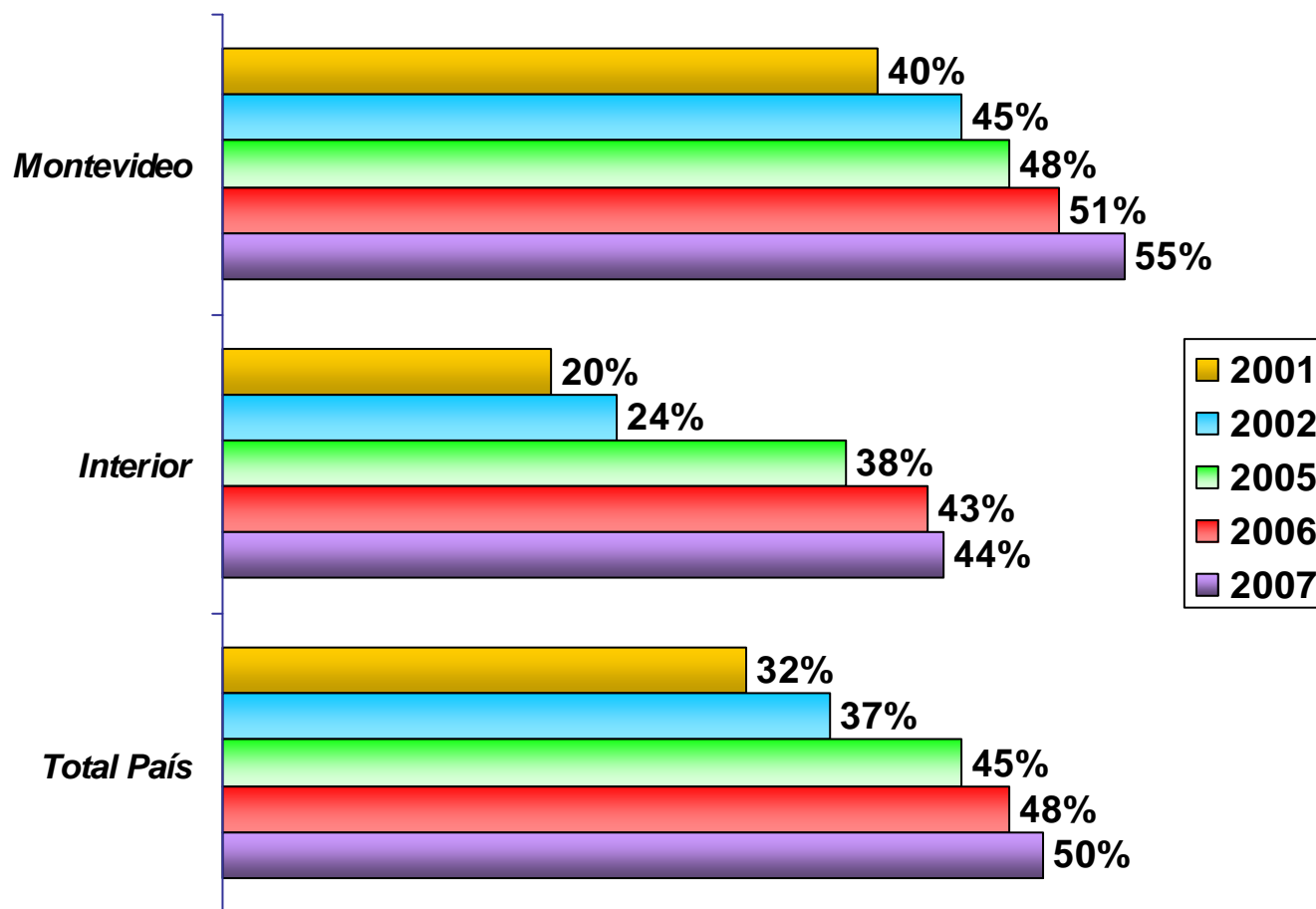


Por educación



2. Penetración de PC en hogares

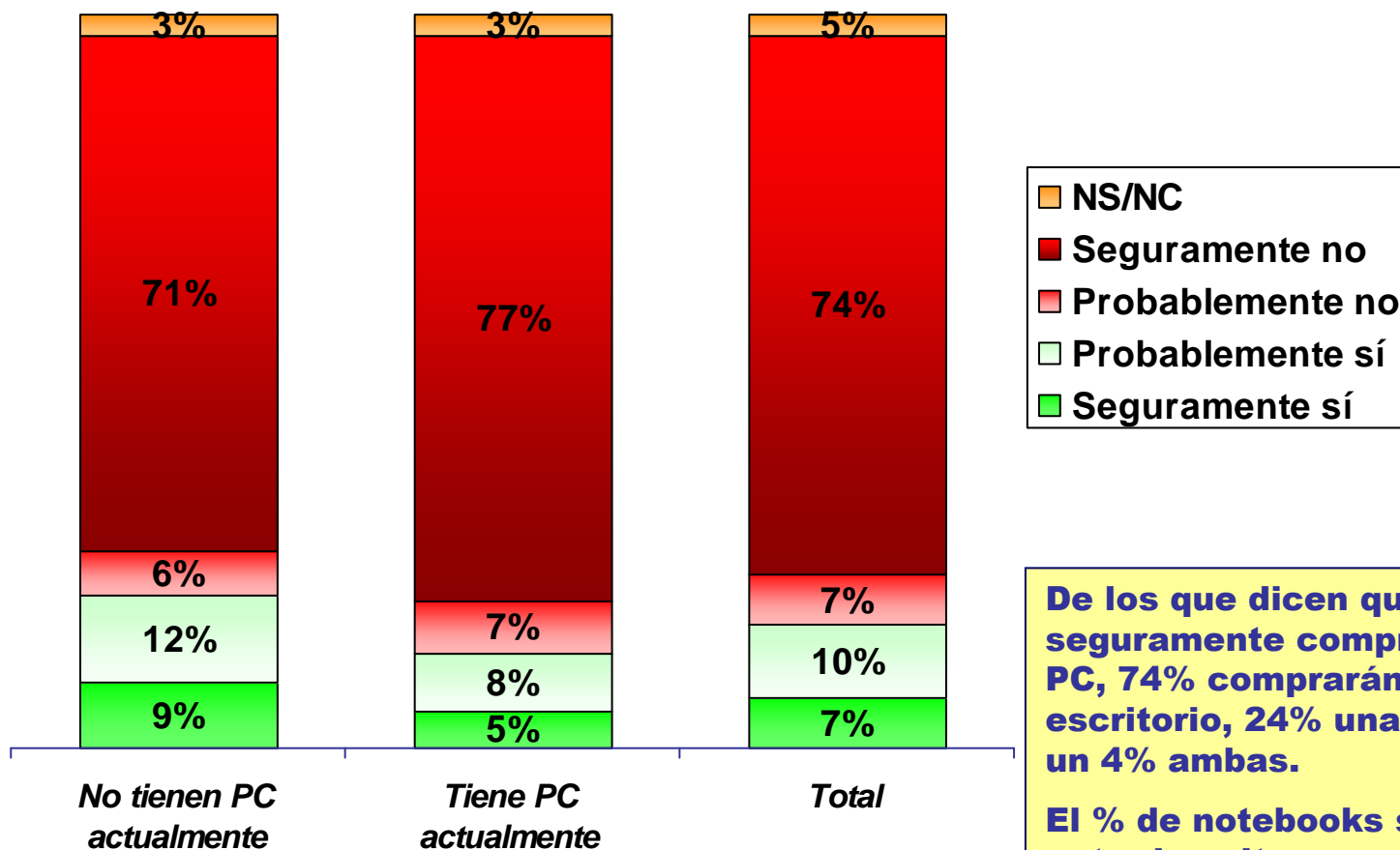
¿Hay alguna computadora en su hogar? (base: 1807)



16% de los hogares con PC tienen más de una (12% en 2006)

3. Intención de compra de PC

¿Alguien en su hogar está pensando en comprar una computadora en los próximos seis meses? (base: 1807)

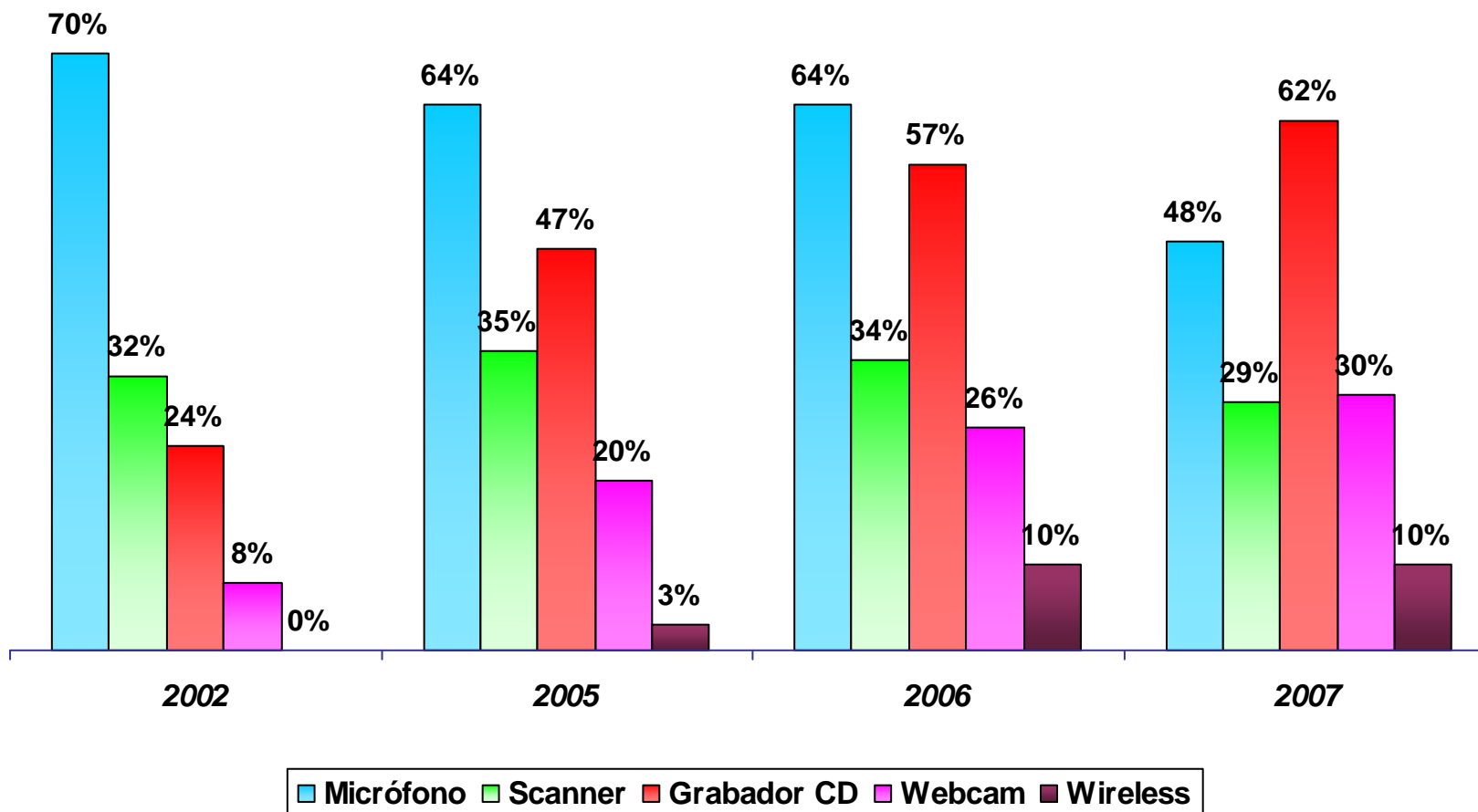


De los que dicen que probable o seguramente comprarán una PC, 74% comprarán una PC de escritorio, 24% una notebook y un 4% ambas.

El % de notebooks sube a 58% entre los altos usuarios de Internet.

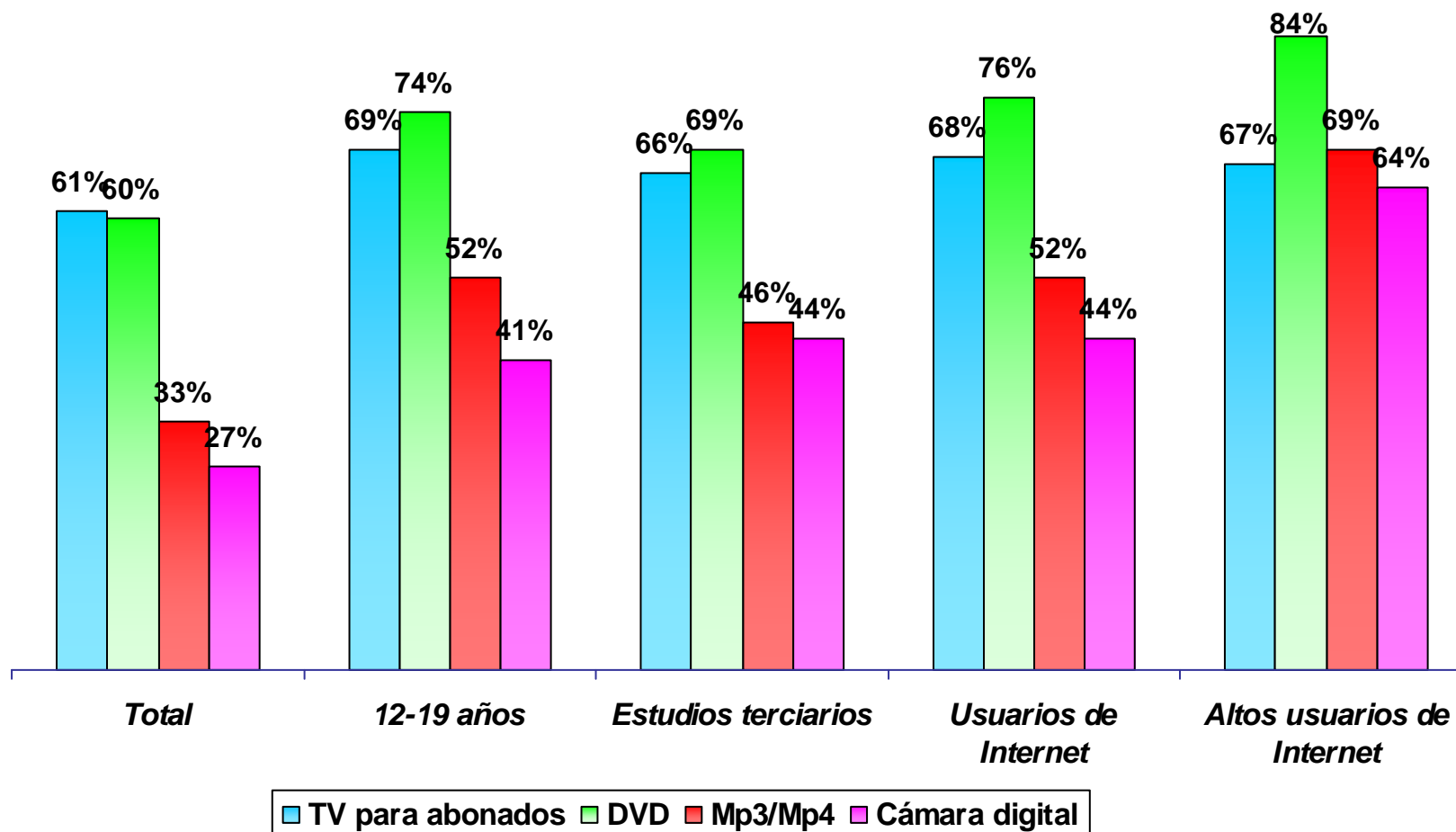
4. Posesión de accesorios

¿Qué accesorios tiene su PC? (base: 912 casos con PC)



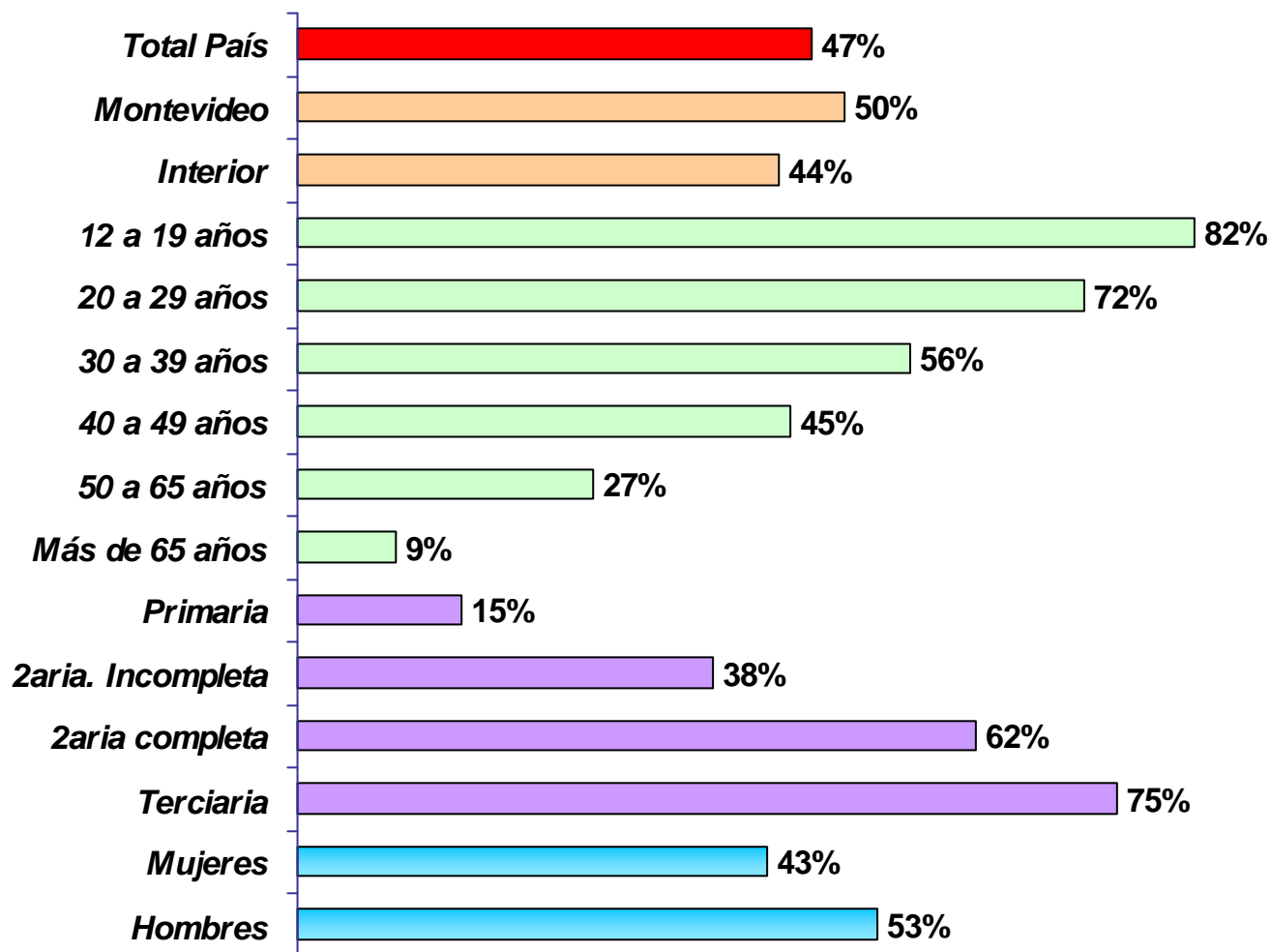
5. Uso de Internet vs. posesión de algunos bienes y servicios

¿Tiene Usted...? (base: 1807 casos)



6. Penetración de Internet

¿Es Ud. usuario de Internet, aunque sea esporádicamente? (base: 1807)



7. Composición del universo de internautas

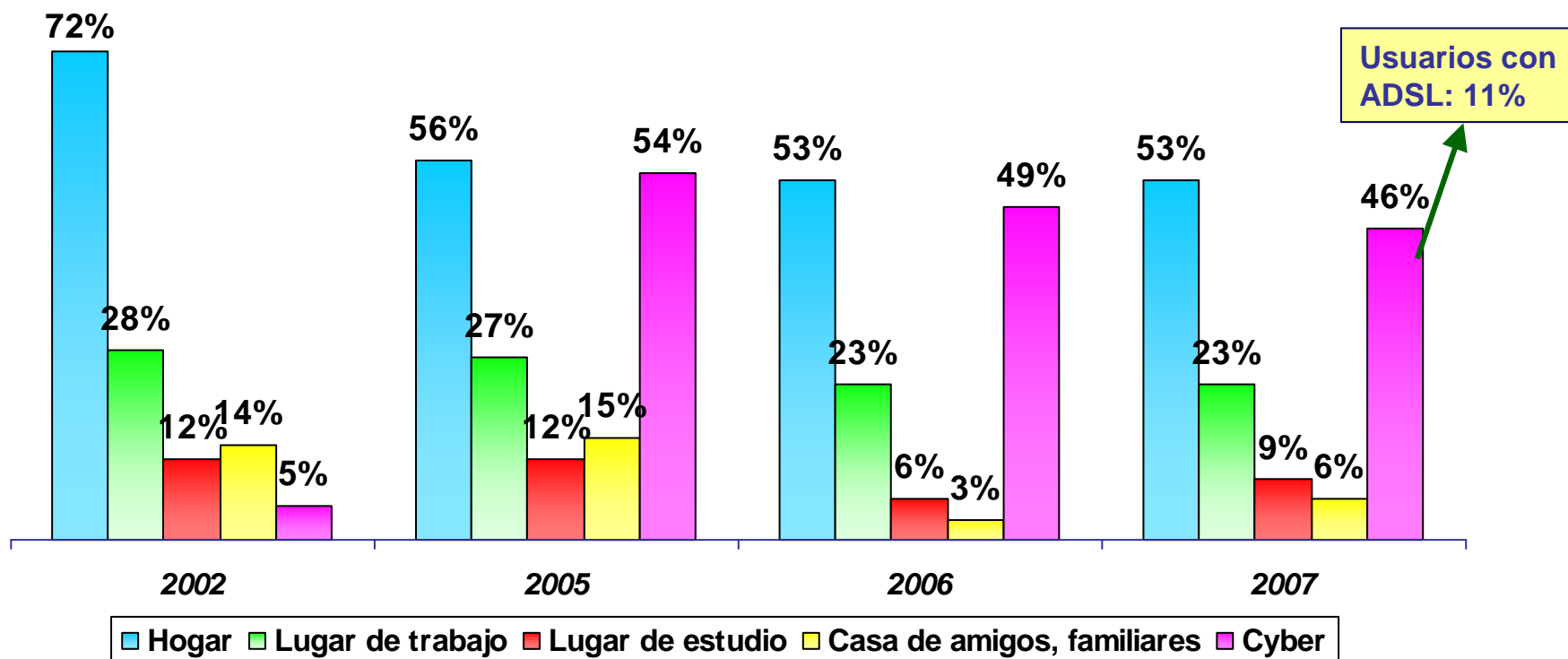
- **64% de los usuarios de Internet están en Montevideo (66% en 2006)**
- **53% son menores de 30 años, (58% en 2006), 16% son mayores de 50 años (9% en 2006).**
- **70% tiene por lo menos Secundaria completa. Solo 7% no tiene más que estudios primarios.**
- **49% de los usuarios son mujeres.**
- **Tomando entonces como universo la población mayor de 12 años residente en Montevideo, Zona Metropolitana y localidades del Interior de más de 5.000 habitantes, existen unos 1.100.000 usuarios de Internet en el Uruguay.**
- **En relación al 2005 y al 2006, 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.**

8. Quiénes son los “tecno”

- **Existen unos 50.000 “tecno” en el Uruguay:**
 - Tienen PC en el hogar
 - Tienen Banda Ancha
 - Son altos usuarios de Internet (más de 10 horas semanales)
 - Tienen celular
 - Tiene TV para abonados
 - Tienen DVD en el hogar
 - Tienen cámara digital
 - Tienen Mp3 o Mp4
- El 71% de estos “tecno” son hombres
- El 64% es menor de 30 años
- Un 68% se encuentra en Montevideo y alrededores
- Un 56% tiene estudios terciarios

9. Lugar de conexión

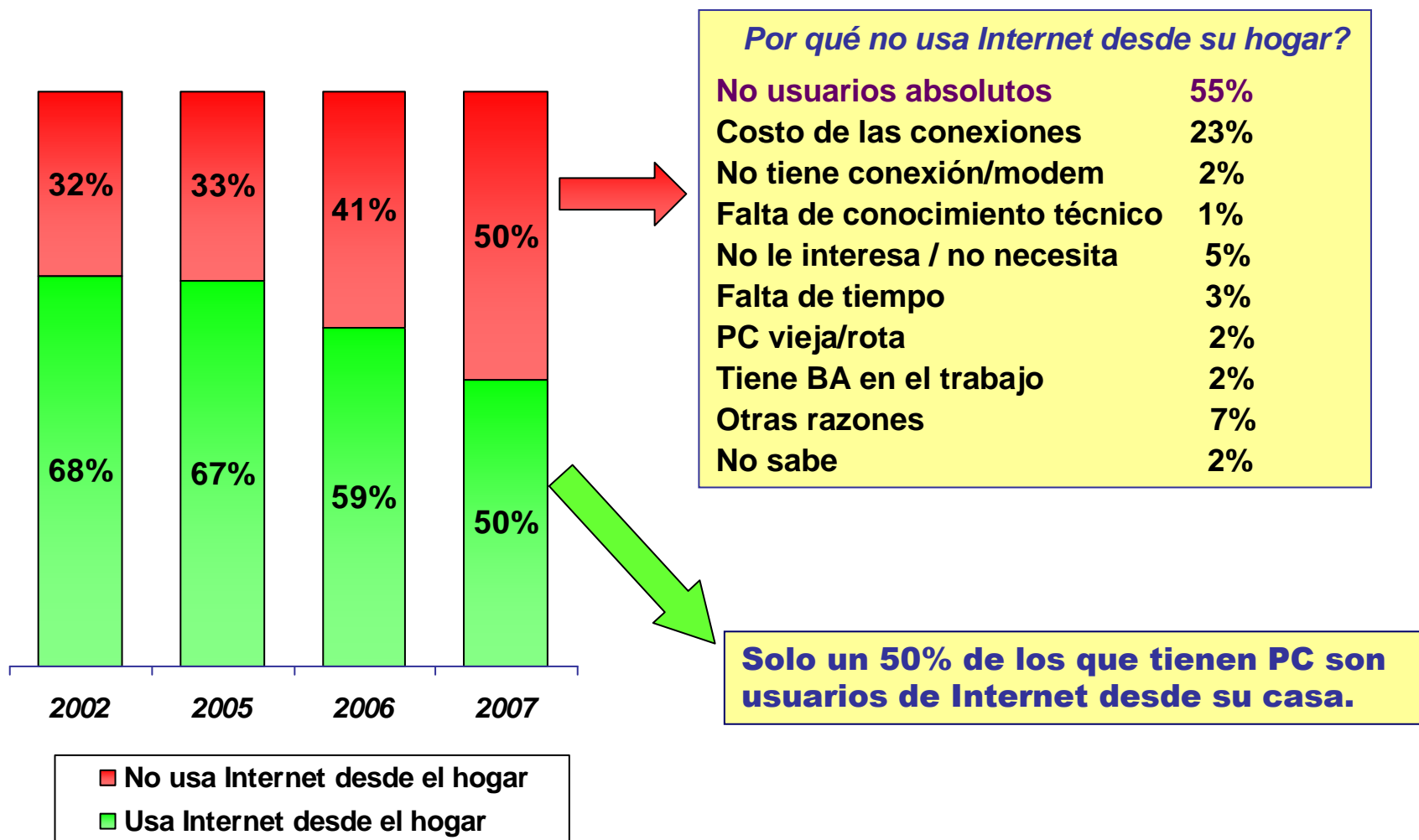
¿Desde dónde se conecta a Internet? (base: 857 usuarios)



En los dos últimos años se ha reducido la cantidad de usuarios de cybers. Esto no se acompaña necesariamente de un aumento de la cantidad de usuarios desde el hogar sino que se debe a una disminución de la “superposición” entre ambos lugares de conexión, debido al aumento de hogares con ADSL y/o con más de una PC.

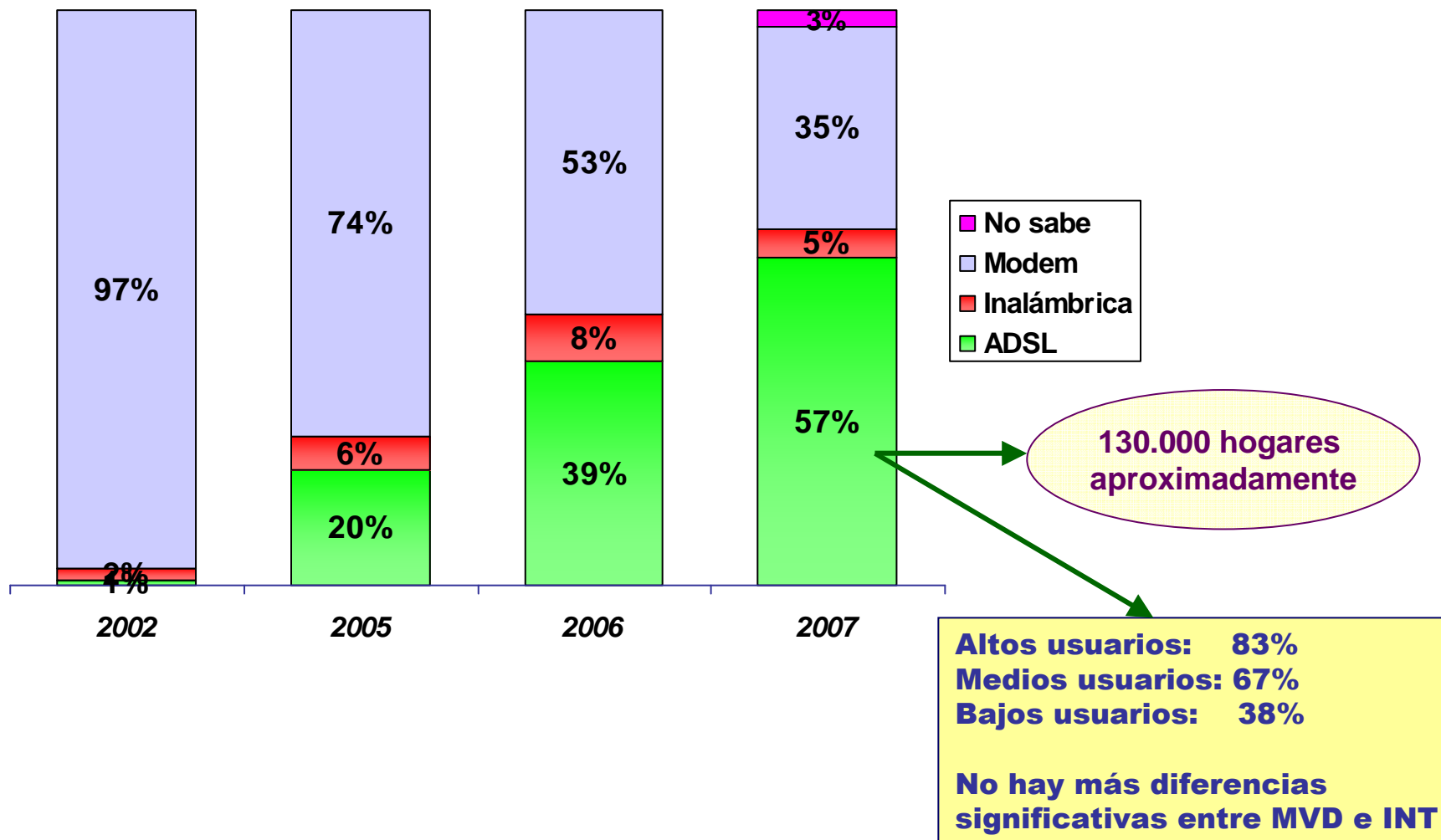
10. Tenencia de PC vs. uso de Internet desde el hogar

¿Usa Internet desde su casa? (base: 912 con PC en su casa)



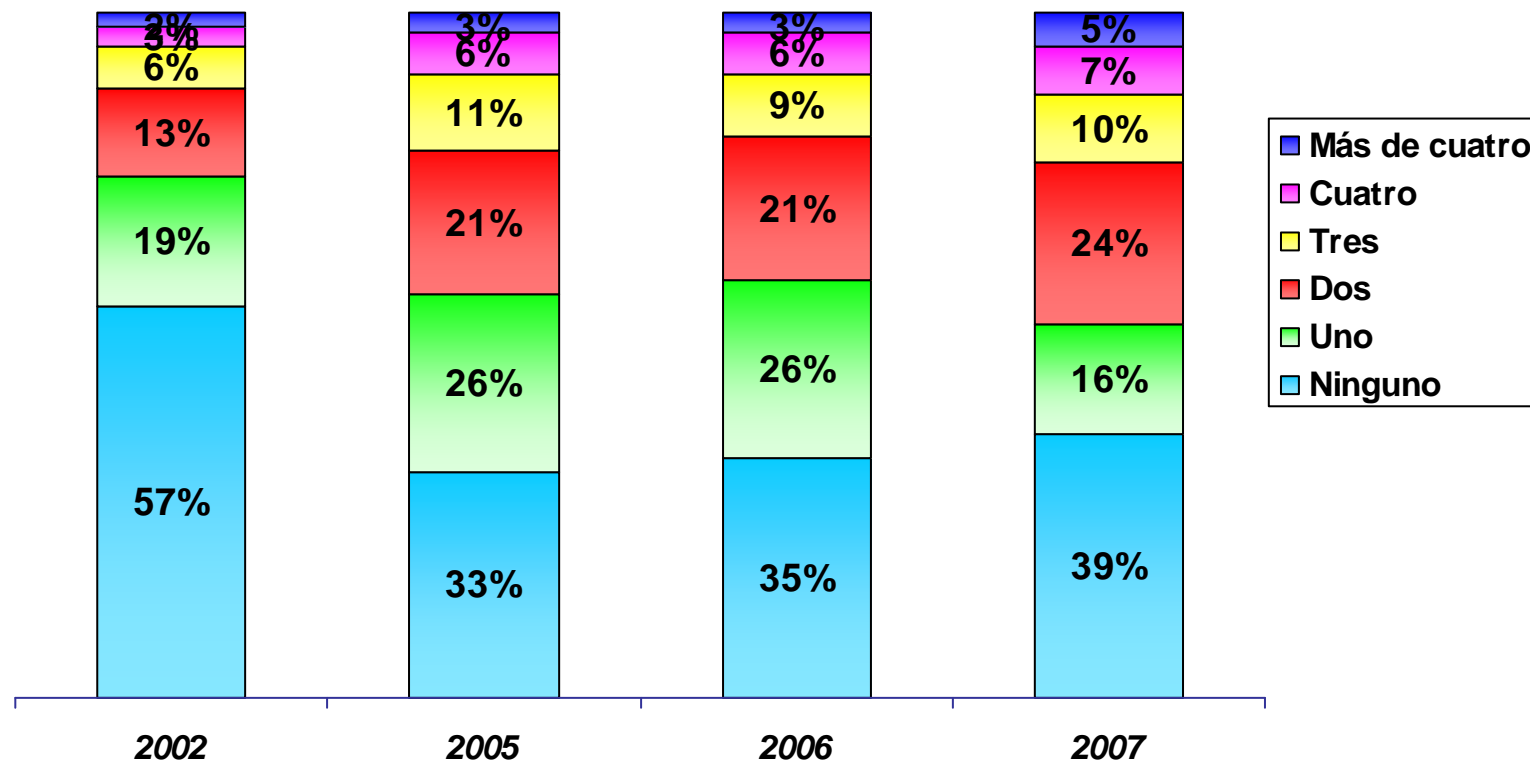
11. Conexión dentro del hogar

¿Qué conexión a Internet tiene en su casa? (base: 593 con conexión a Internet en su hogar)



12. Cantidad de usuarios por hogar

¿Cuántos usuarios de Internet existen en el hogar? (base: 1807)



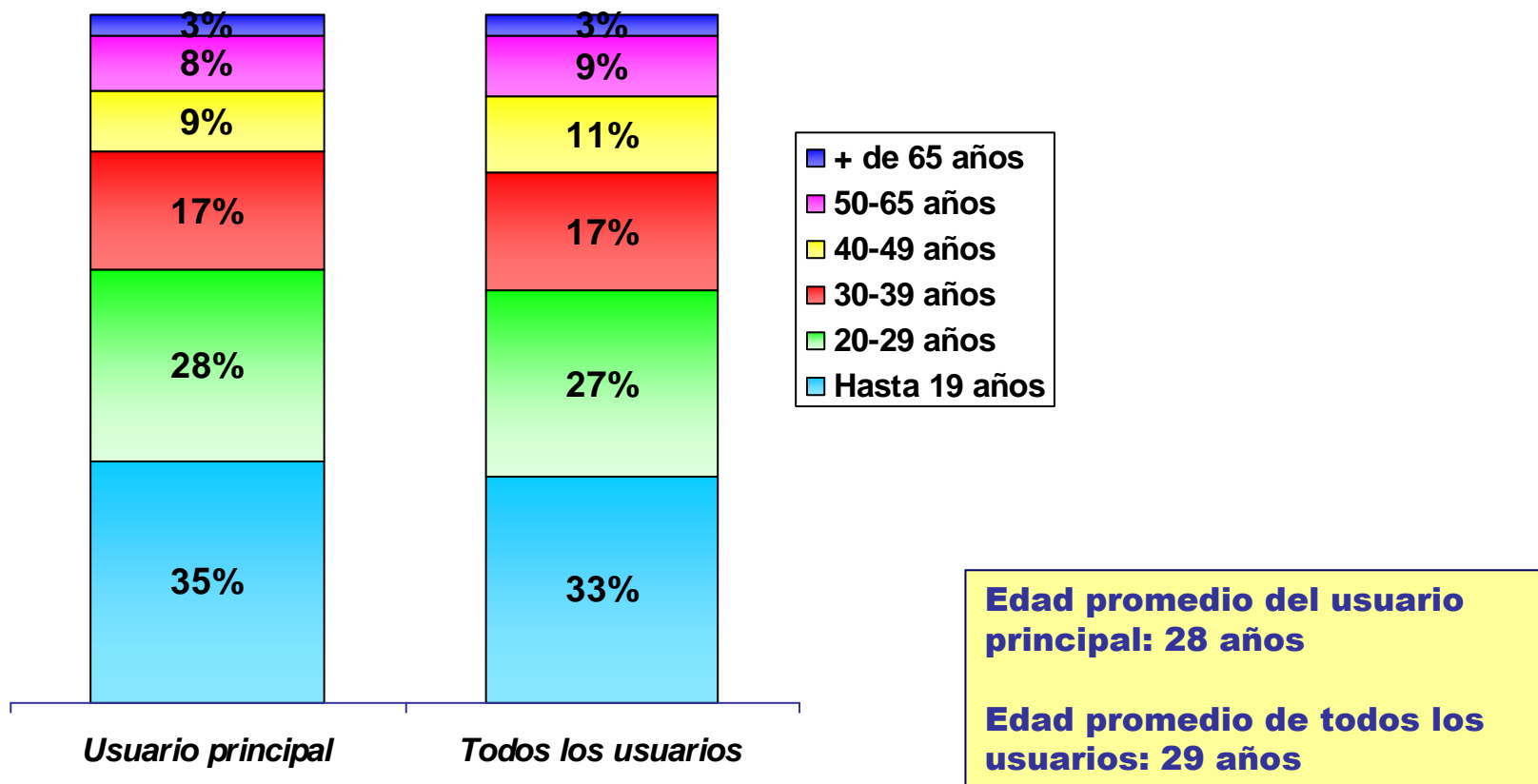
Existe por lo menos un usuario de Internet en el 61% de los hogares.

En estos hogares existe un promedio de 2.3 usuarios de Internet.

13. Edad de los usuarios de Internet

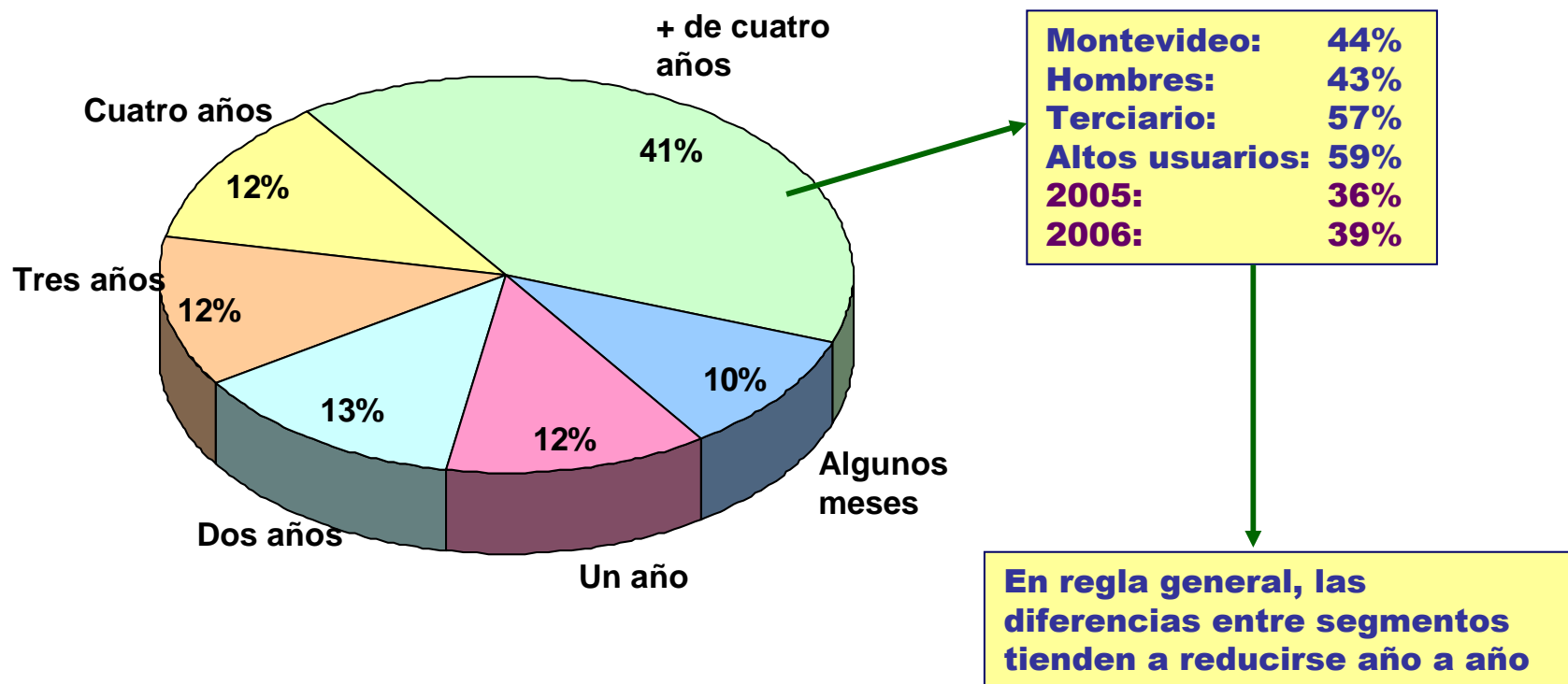
¿Cuál es la edad del usuario principal de Internet en este hogar? (base: 1110 hogares con al menos un usuario)

¿Cuál es la edad de todos los usuarios de Internet? (base: 857 usuarios)



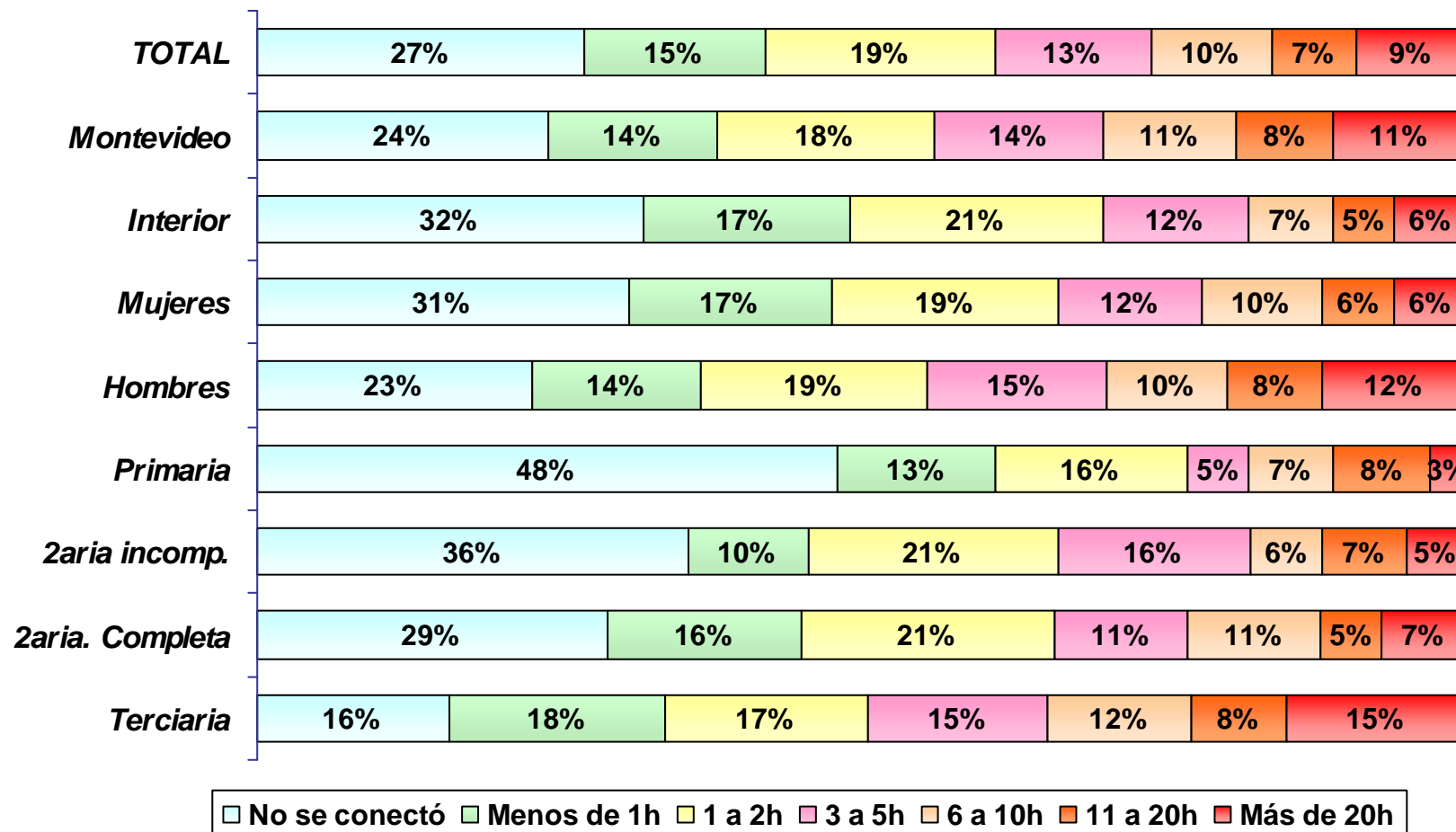
14. Antigüedad como usuario de Internet

¿Cuánto tiempo hace que es usuario de Internet? (base: 857 usuarios)



15. Tiempo de conexión a Internet(1)

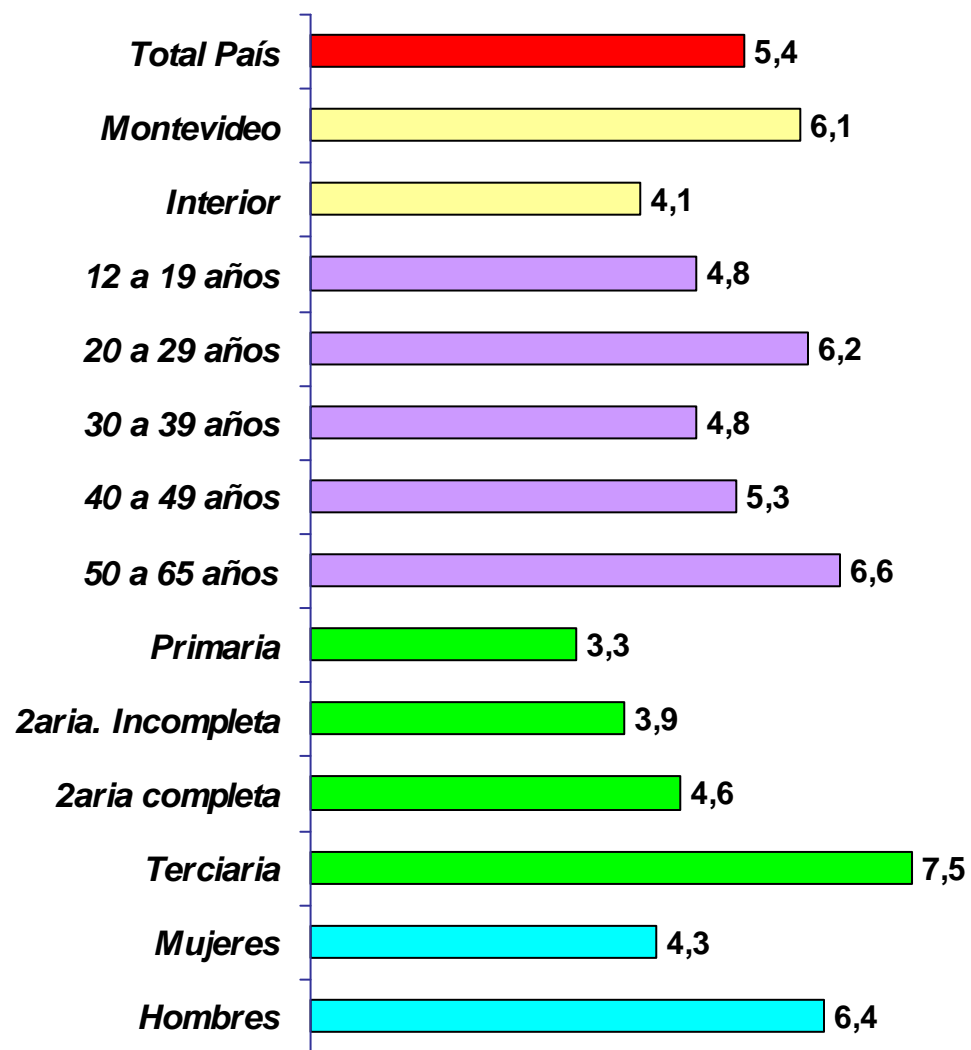
¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días? (base: 857 usuarios)



No existen diferencias significativas según la variable edad

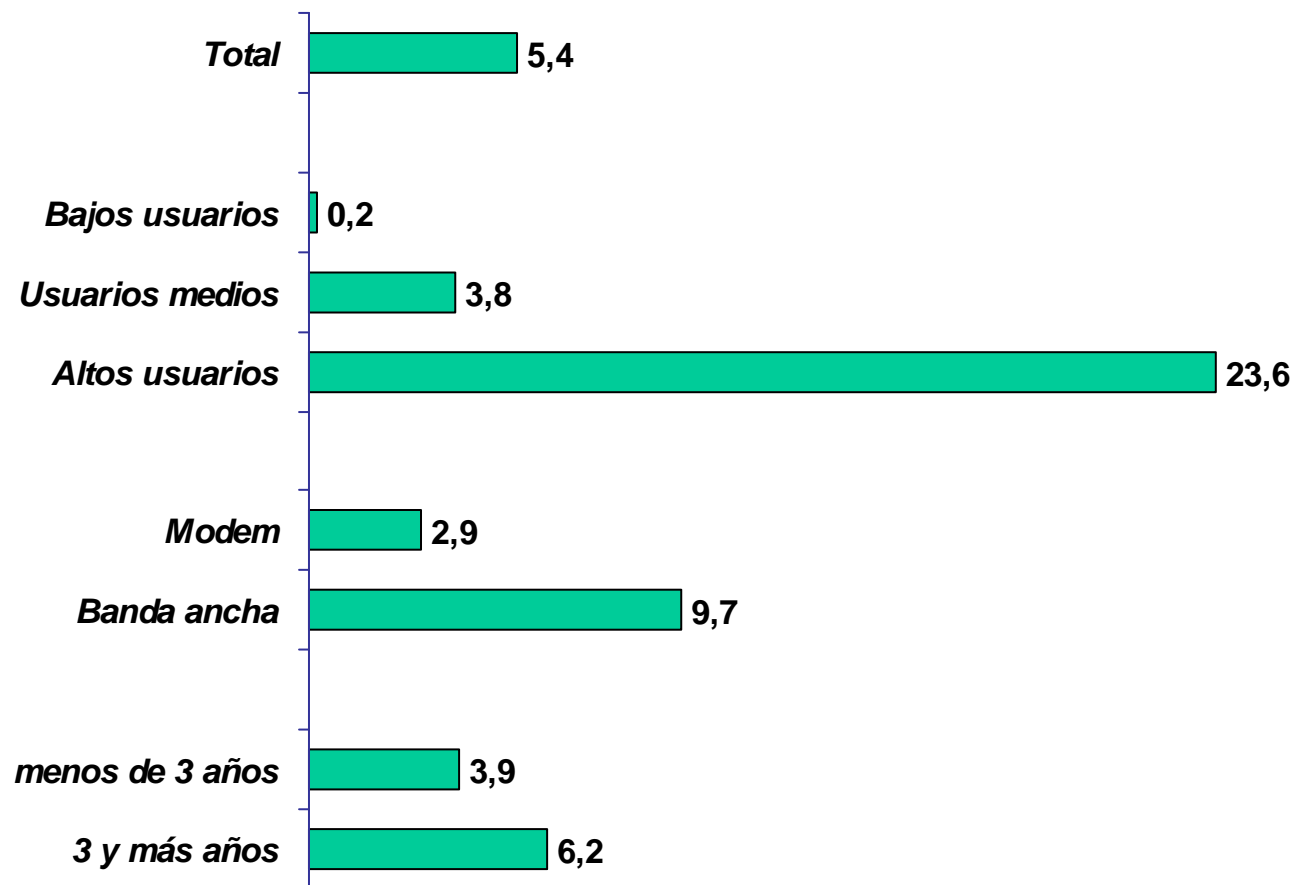
16. Tiempo de conexión a Internet (2)

Promedio en horas semanales (base 857, incluye los que no se conectaron la última semana)



17. Tiempo de conexión a Internet (3)

Promedio en horas semanales (base 857 incluye los que no se conectaron la última semana)



18. Altos, medios y bajos usuarios de Internet

Altos usuarios

- Se conectan más de 10 horas semanales.
- Son el 16% de los usuarios (unas 165.000 personas) y consumen el 69% de las horas.
- 62% son hombres.
- No existen más diferencias significativas por rango de edad.
- 79% tiene secundaria completa o estudios terciarios (86% en 2006).
- 70% son usuarios desde hace más de 4 años.
- 39% tiene 3 o más casillas de correo.
- 74% están en Montevideo (84% en 2006).

Usuarios medios

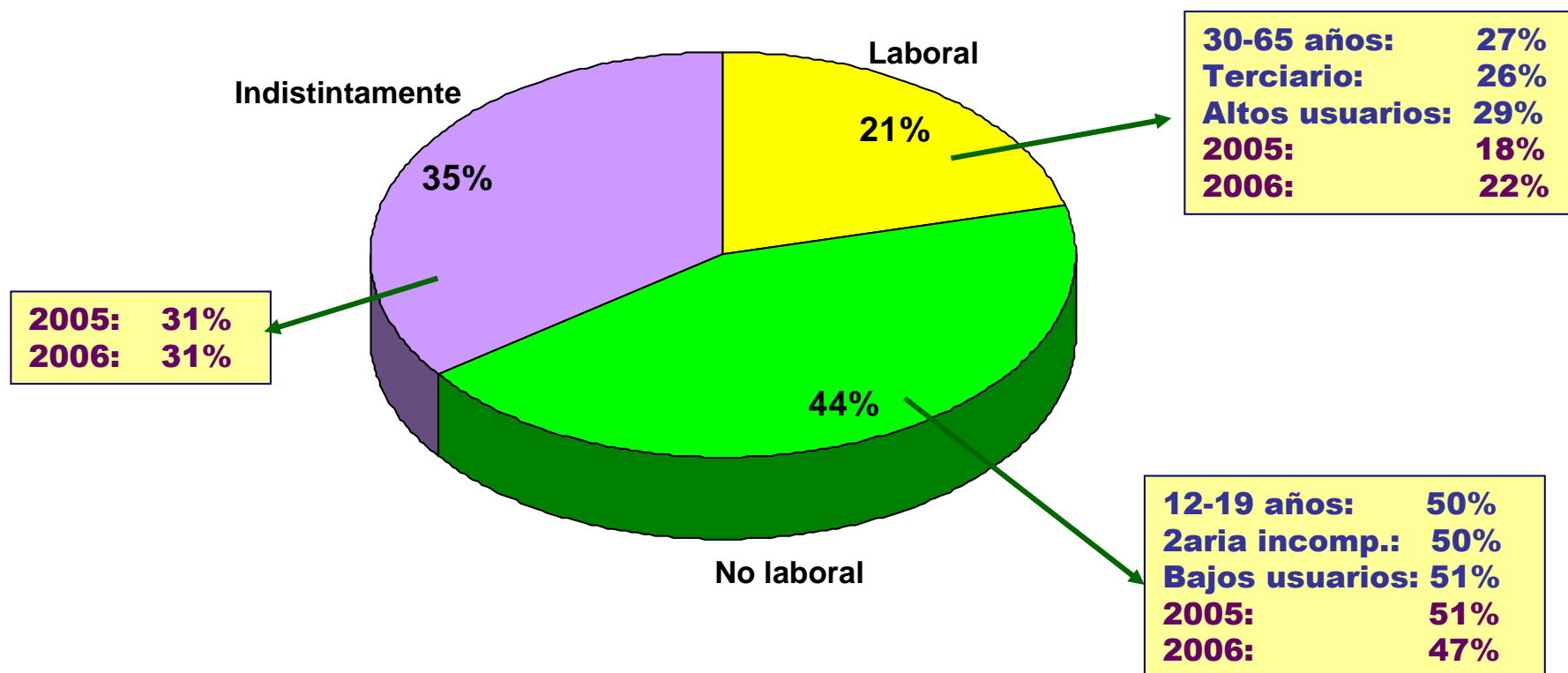
- Se conectan entre 2 y 10 horas semanales.
- Son el 42% de los usuarios de Internet y consumen el 30% del total de horas.
- Son muy levemente más montevideanos que el promedio de los usuarios, muy levemente más hombres, y tienen un nivel de instrucción un poco más alto.
- 60% son usuarios desde hace cuatro o más años.

Bajos usuarios

- Se conectan menos de 2 horas semanales.
- Son el 42% de los usuarios (60% en 2006) y consumen el 1% de las horas (8% en 2006)
- 56% son mujeres.
- No se diferencian de la media de los usuarios según la edad.
- Son menos montevideanos
- 35% tiene hasta secundaria incompleta (contra 30% del total de usuarios).
- 58% son usuarios desde hace menos de 4 años.
- 27% no tiene casilla de correo (contra 16% del total de usuarios).

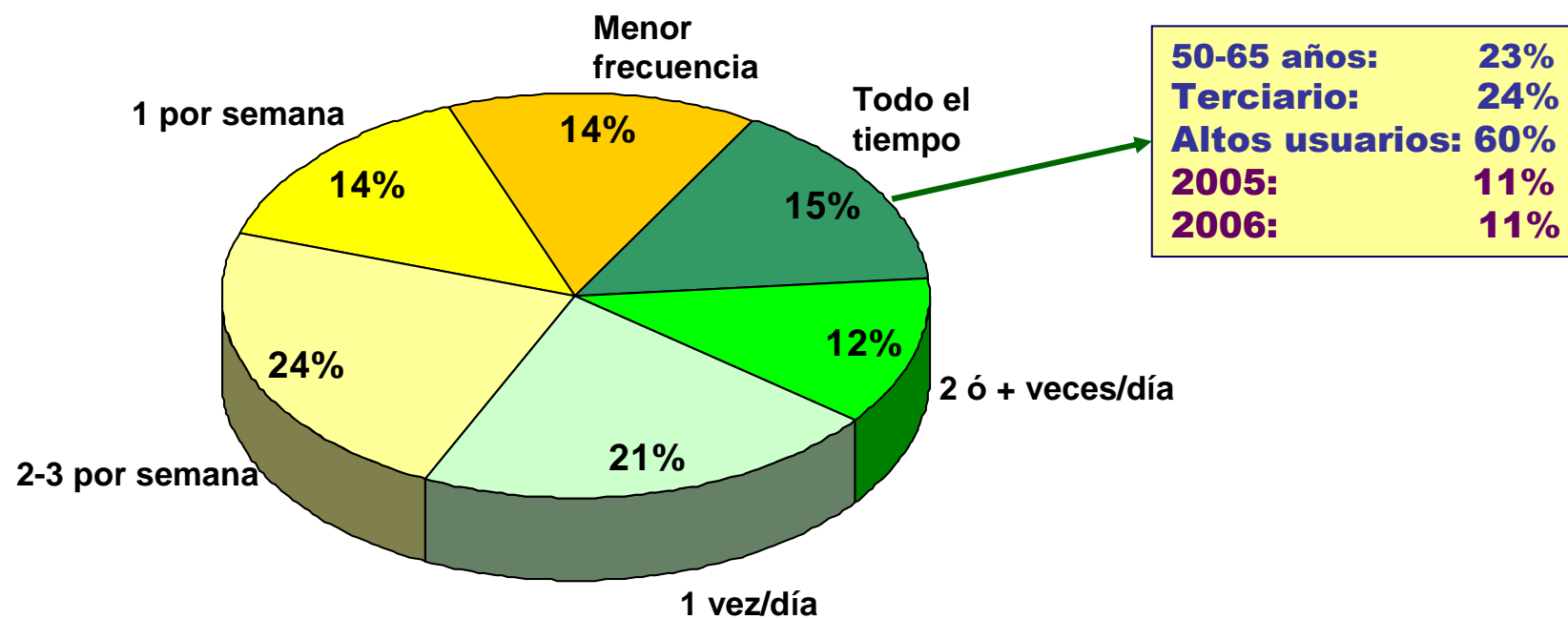
19. Horario de conexión

¿En qué horario se conecta habitualmente? (base: 857 usuarios)



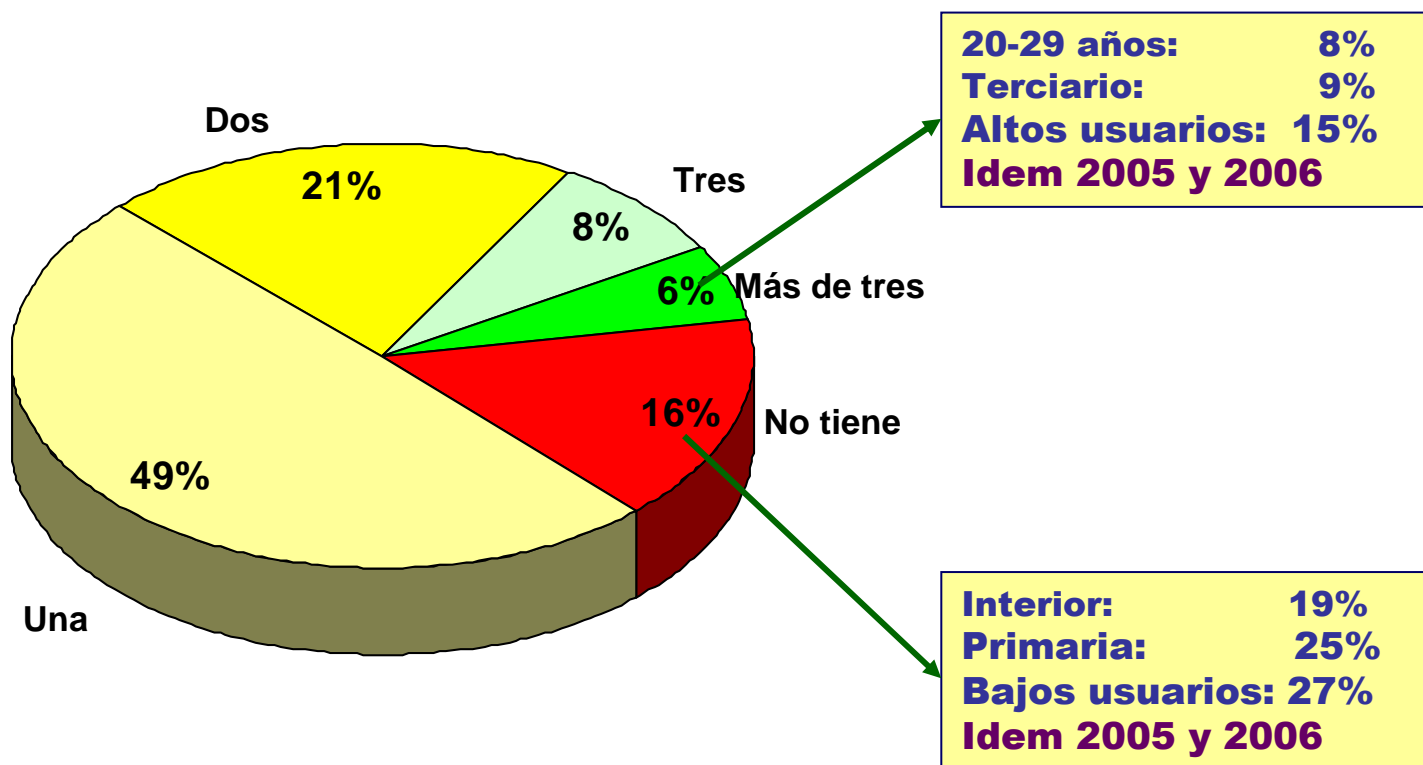
20. Frecuencia de uso de Internet

¿Cada cuánto se conecta a Internet? (base: 857 usuarios)



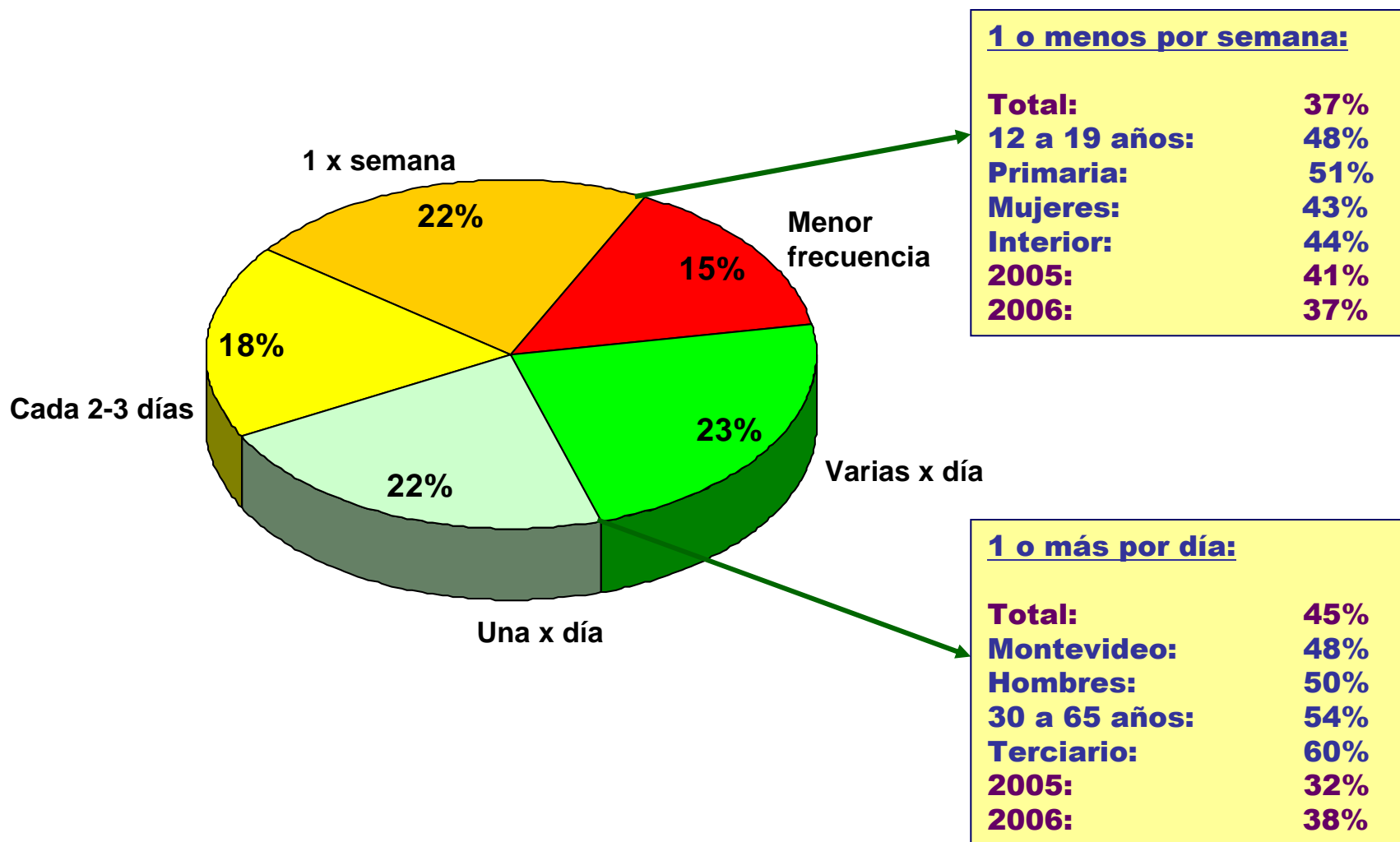
21. Casillas de correo

¿Tiene casilla de correo electrónico? ¿Cuántas? (base: 857 usuarios)



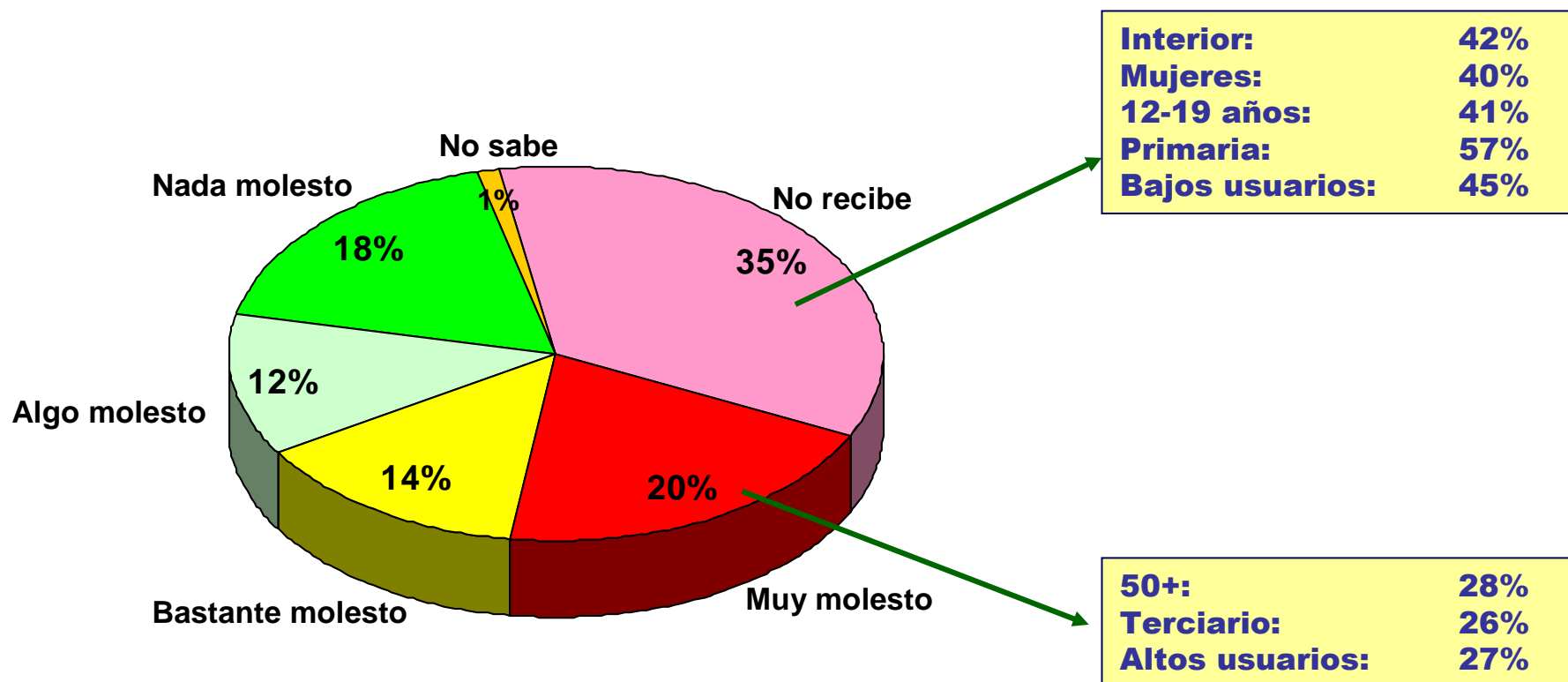
22. Frecuencia de uso del mail

¿Con qué frecuencia lee o envía e-mails? (base: 724 usuarios con casilla)



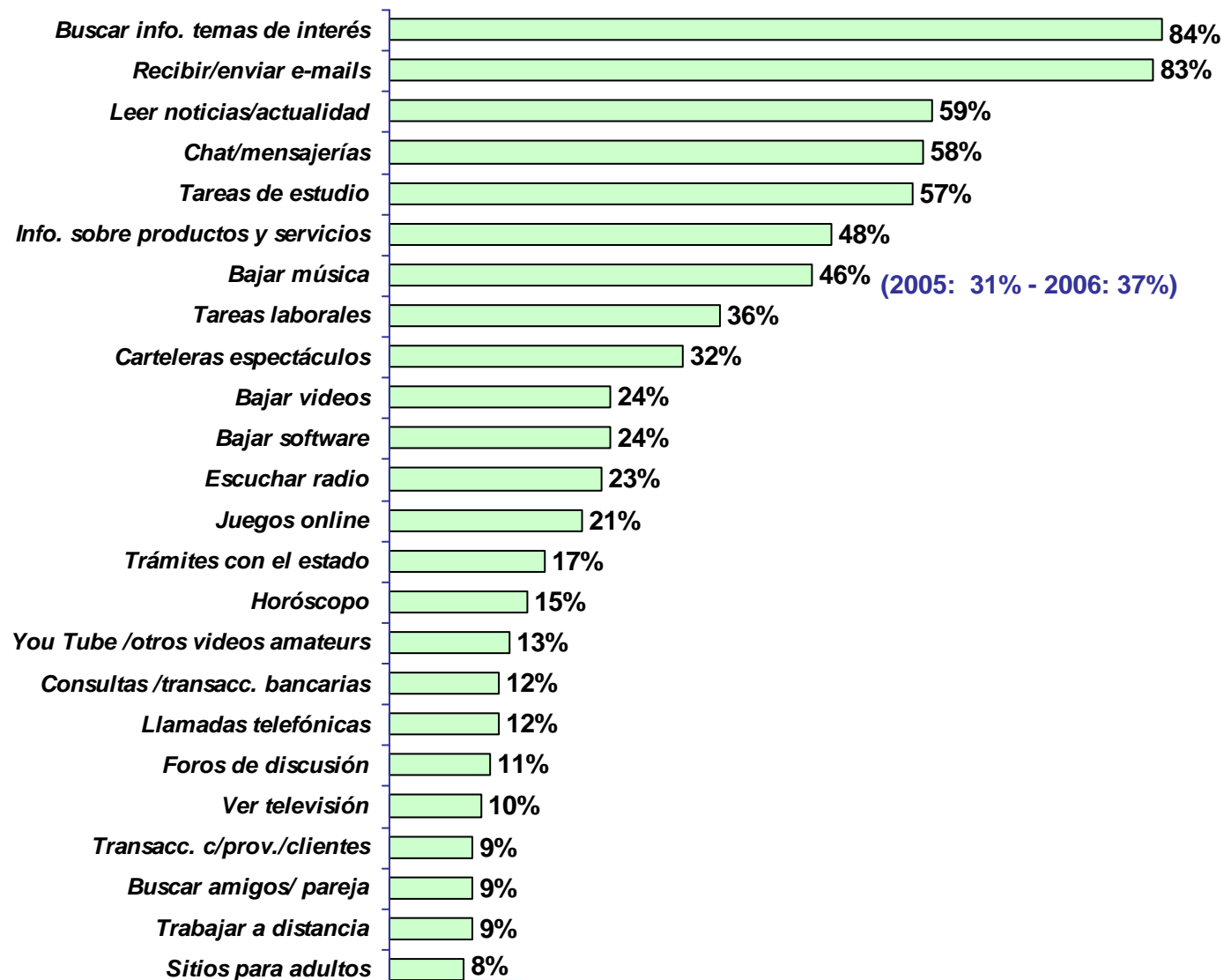
23. SPAM

¿Recibe habitualmente correo no deseado con propuestas publicitarias? Cuán molesto le resulta eso? (base: 724 usuarios con casilla)



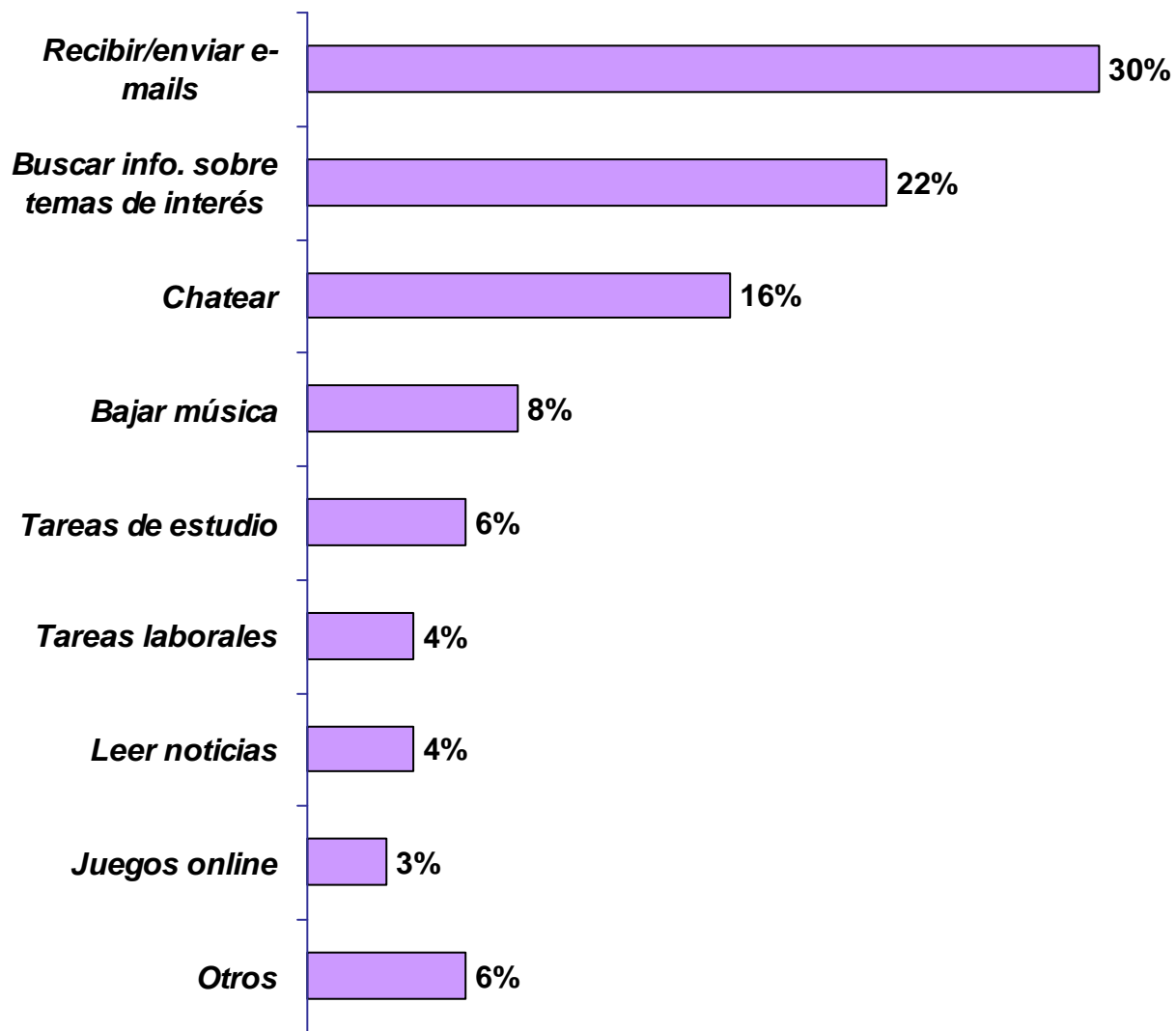
24. Usos de Internet

¿Qué usos de dio a Internet en el último mes? (lista predeterminada, base: 857 usuarios)



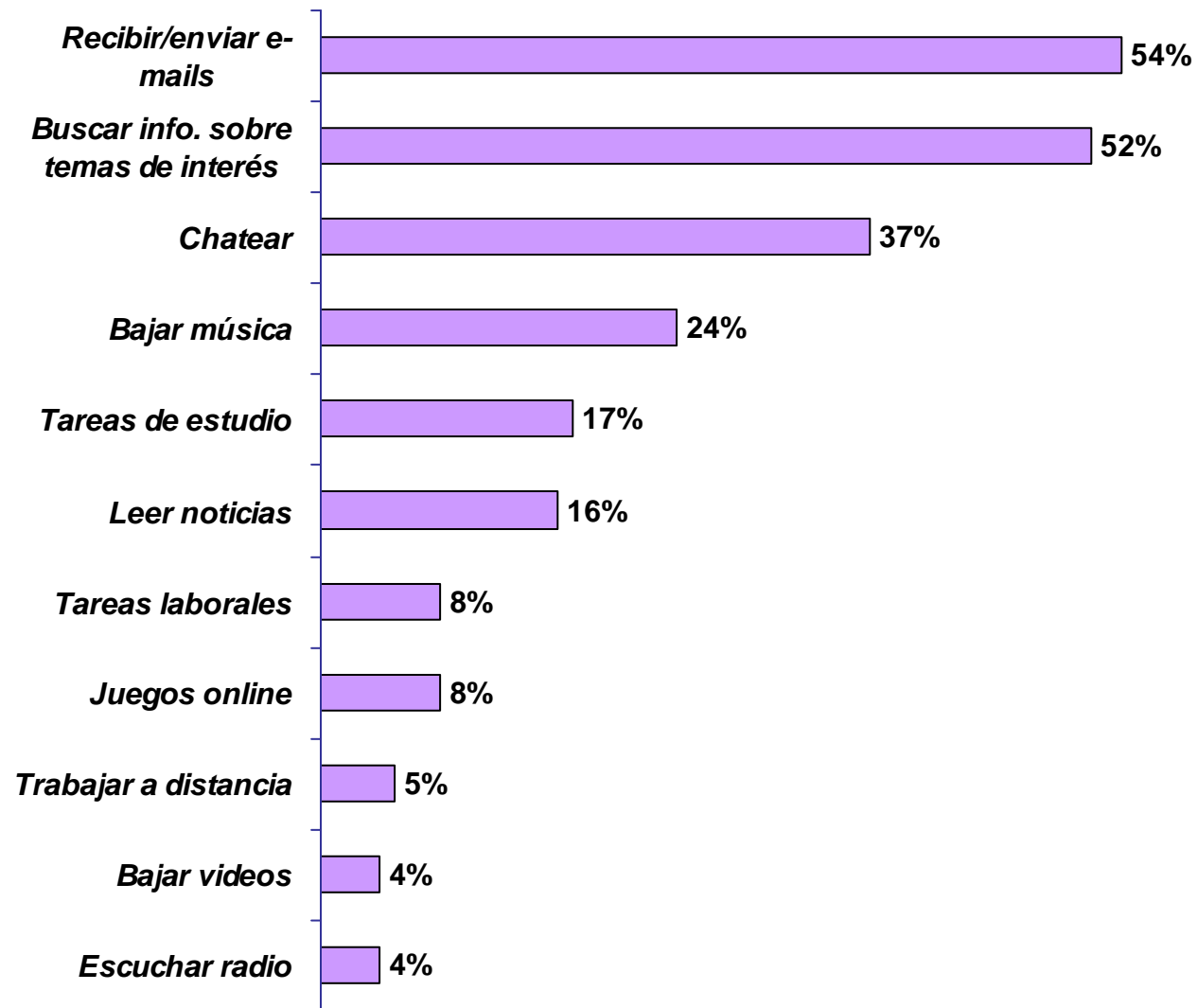
25. Uso principal de Internet

¿Cuál es el principal uso que le da a Internet? (base: 857 usuarios)



26. Tres usos principales de Internet

¿Cuáles son los tres principales usos que le da a Internet? (base: 857 usuarios)



27. Usos de Internet según zona de residencia

- El usuario montevideano está más “diversificado” que el del Interior: de la lista de usos presentada, contestó en promedio 7.0 ítems diferentes mientras que el usuario del Interior contestó 5.7.
- Esto significa que en casi todos los ítems los valores de Montevideo son superiores a los del Interior. Sobresalen particularmente:
 - Bajar videos (26% / 19%)
 - Cartelera de espectáculos (39% / 20%)
 - Buscar información sobre productos y servicios (54% / 38%)
 - Trámites con organismos del Estado (20% / 12%)
 - Bajar música (50% / 39%)
- Los únicos usos en los que el Interior supera a Montevideo son:
 - Consultar horóscopo
 - Juegos online
 - Buscar amigos/pareja
 - Ver televisión
- De todas formas las diferencias entre Montevideo e Interior se reducen sistemáticamente año a año y son cada vez menos significativas.

28. Usos de Internet según sexo

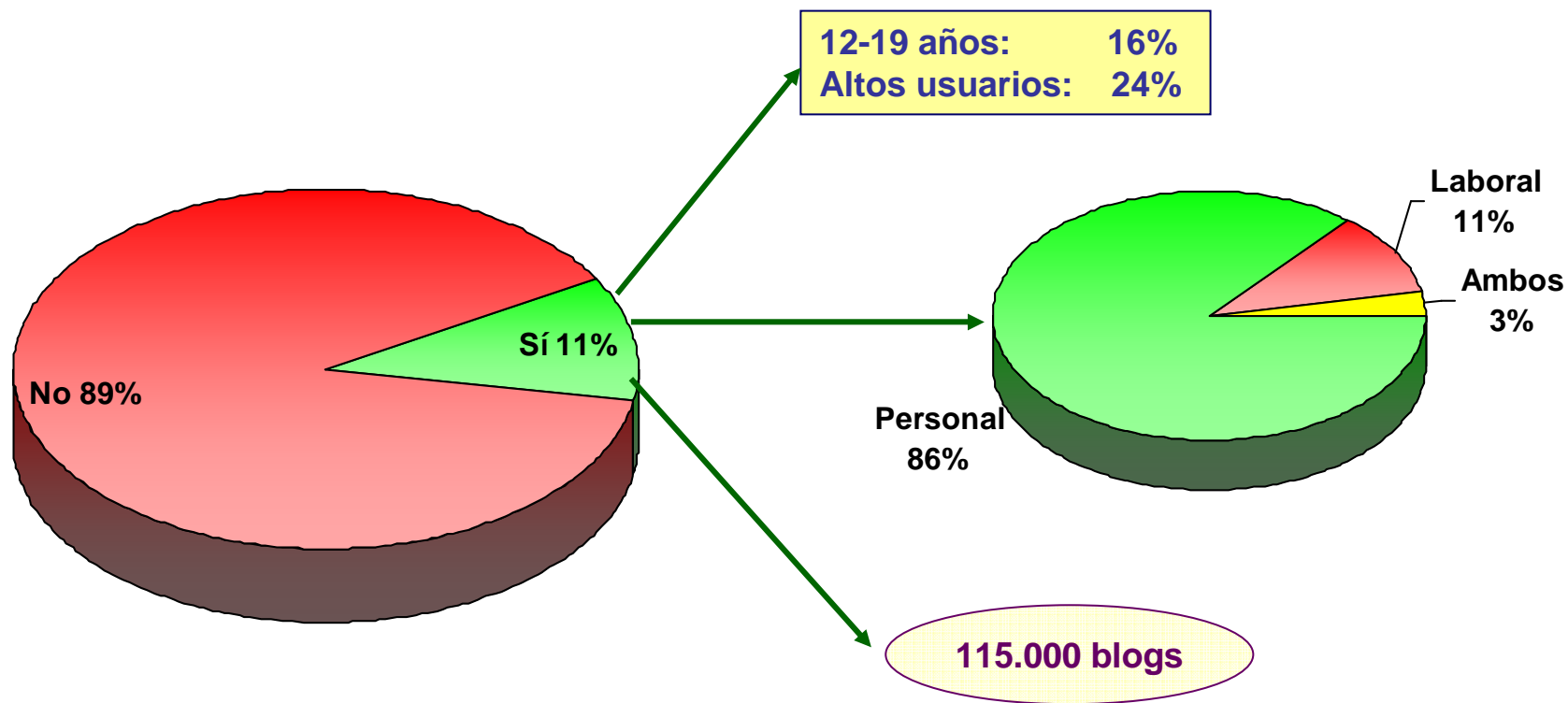
- El usuario masculino sigue estando más “diversificado” que el femenino: de la lista de usos presentada, los hombres contestaron en promedio 7.7 ítems diferentes mientras que las mujeres contestaron 6.5. Esta diferencia es similar a la del 2006.
- Sobresalen particularmente entre los hombres:
 - Bajar videos (29% / 17%)
 - Bajar software (31% / 16%)
 - Sitios para adultos (13% / 2%)
 - Juegos online (27% / 14%)
 - Bajar música (53% / 39%)
 - Transacciones con proveedores o clientes (12% / 6%)
 - Foros de discusión (15% / 8%)
- Los usos en los que las mujeres igualan a los hombres o los superan:
 - Mails
 - Chatear
 - Cartelera de espectáculos
 - Horóscopos (fuertemente más femenino)
 - Llamadas al exterior
 - Tareas de estudio
 - Ver televisión

29. Usos de Internet según edad

- El número de usos diferentes oscila entre un promedio de 5.2 para los mayores de 65 años y 7.8 para los 20-29.
- El segmento de adolescentes se destaca particularmente en los siguientes usos:
 - Chatear (83%)
 - Consultar horóscopos (23%)
 - Juegos online (38%)
 - Buscar amigos/pareja (20%)
 - Tareas de estudio (70%)
 - Ver televisión (16%)
 - Escuchar radio (34%)
 - Bajar música (68%)
- El segmento de los 40-49 años se destaca en:
 - Cartelera de espectáculos (39%)
 - Trabajar a distancia (17%)
 - Transacciones con proveedores o clientes (15%)
 - Trámites con el Estado (30%)
 - Tareas laborales (52%)
- Los mayores de 65 años se destacan particularmente en:
 - Uso del e-mail (92%)
 - Consultas / transacciones bancarias (25%)
 - Llamadas al exterior (25%)

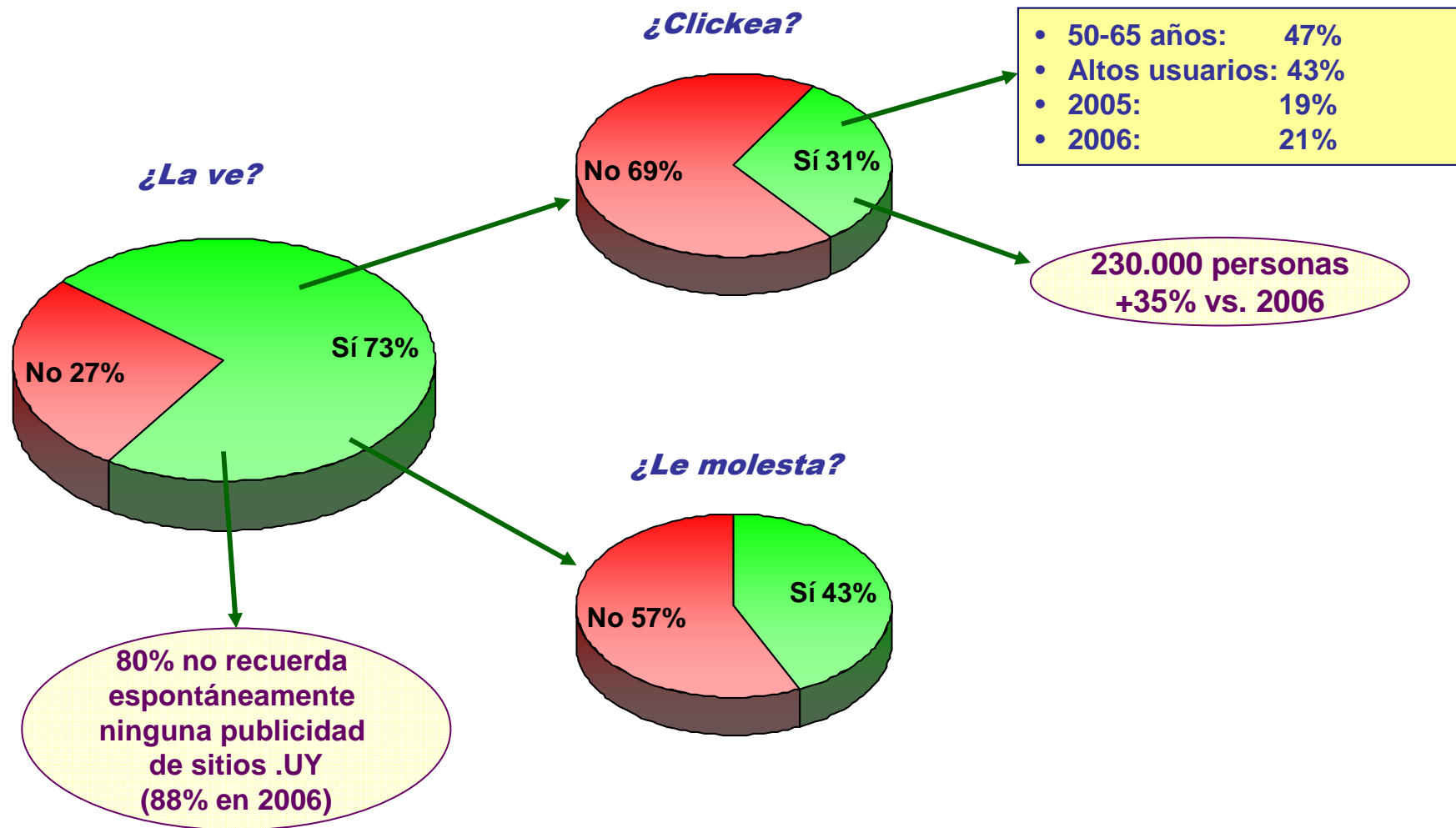
30. Blogs

¿Tiene usted un Blog? ¿Es para uso personal, laboral o ambos? (base: 857 usuarios)



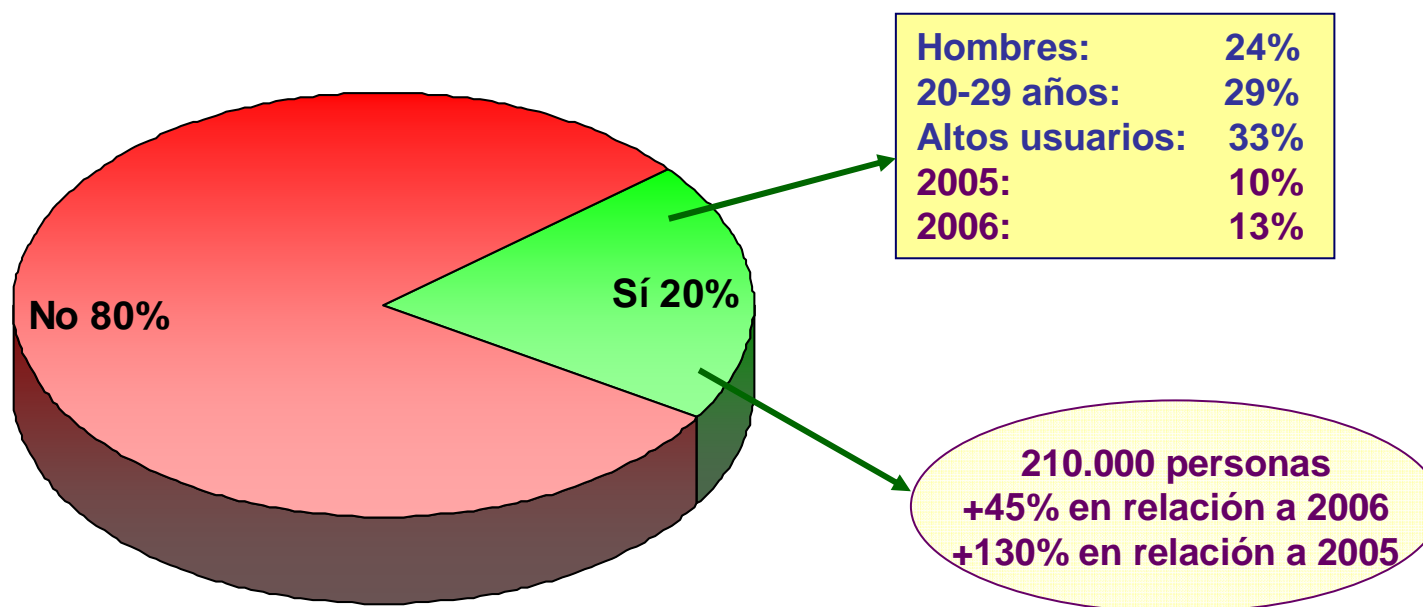
31. Publicidad en Internet

¿Ha notado la publicidad en Internet? ¿Clickea? ¿Le molesta? (base: 857 usuarios)



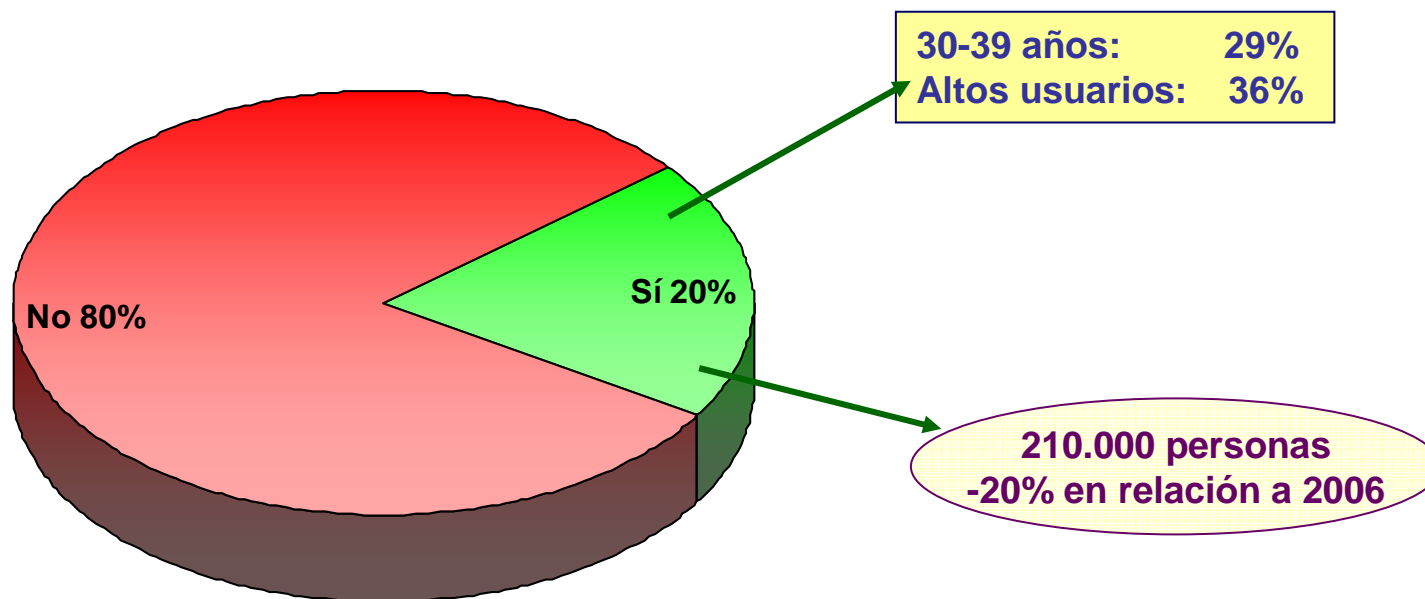
32. Registro para recibir promociones y ofertas

¿Se ha registrado en algún sitio para recibir promociones y ofertas comerciales? (base: 857 usuarios)



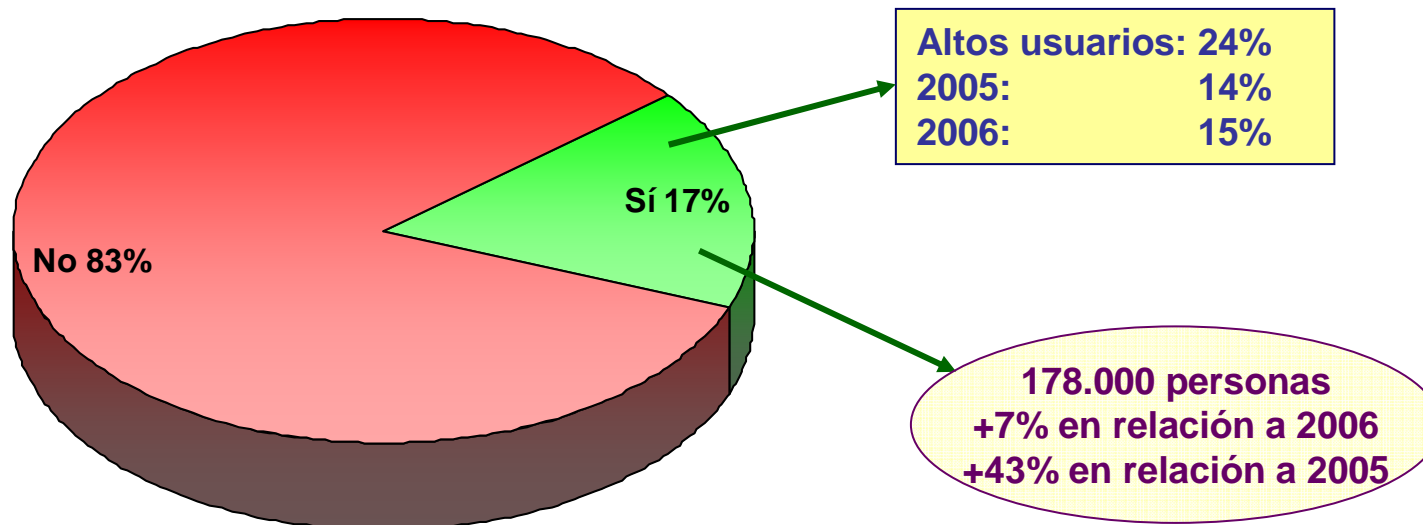
33. Registro para recibir servicios gratuitos

¿Se ha registrado en algún sitio para recibir servicios gratuitos, por ejemplo boletines digitales? (base: 857 usuarios)



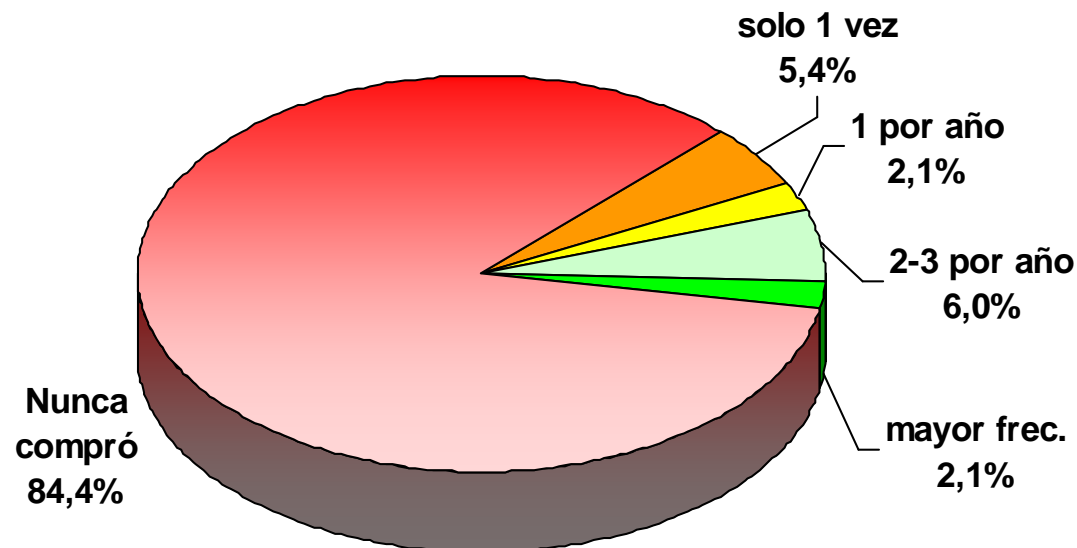
34. Participación en promos en sitios .UY

¿Ha participado en promociones en sitios uruguayos, por ejemplo sorteos, votaciones, etc.? (base: 857 usuarios)



36. Compras por Internet (1)

¿Ha comprado alguna vez por Internet? Con qué frecuencia lo hace? (base: 857)



Compraron alguna vez:

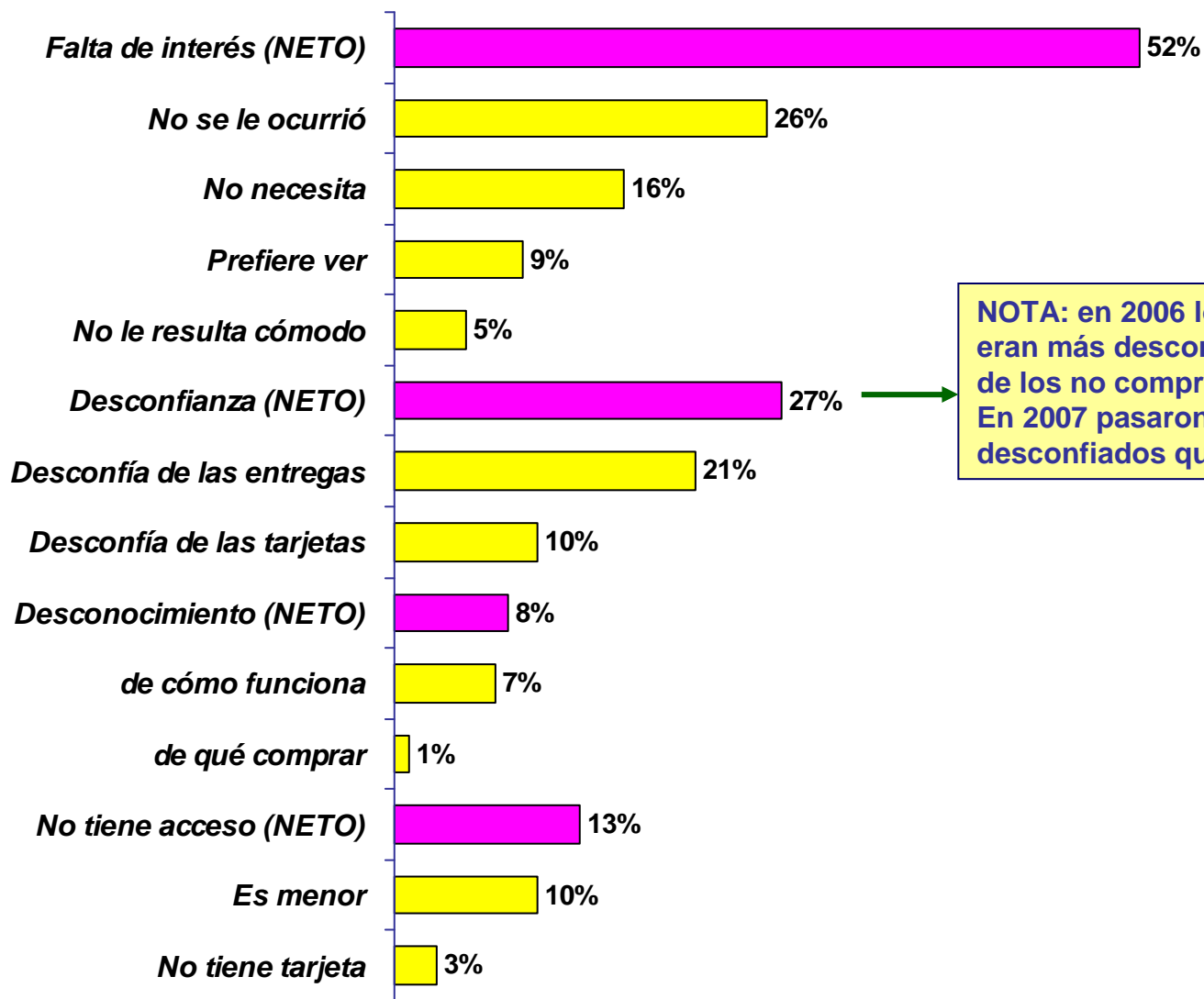
TOTAL:	16%
Hombres:	22%
20-29 años:	21%
Terciario:	23%
Altos usuarios:	41%
2005:	9%
2006:	11%

56% de los compradores tienen entre 20 y 39 años
78% son montevideanos
53% tienen estudios universitarios
84% son medios o altos usuarios de Internet.
73% son hombres

160.000 personas han comprado alguna vez por Internet
(+33% en relación a 2006,
+100% en relación a 2005)

37. Compras por Internet (2)

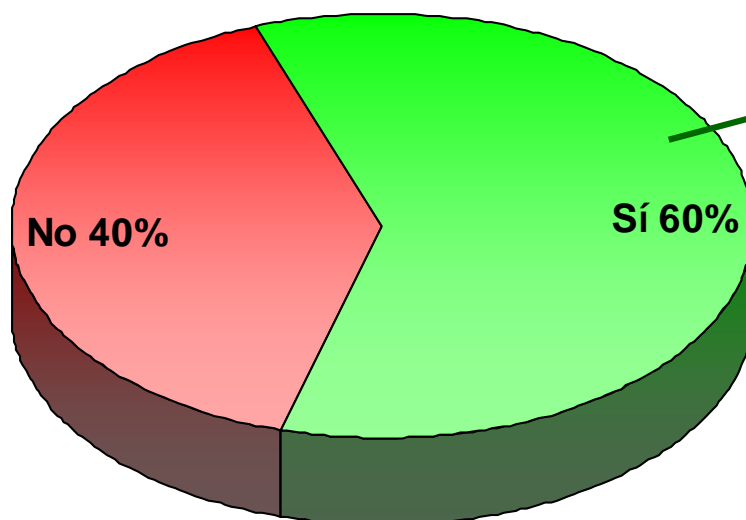
¿Por qué nunca compró por Internet? (base: 724 que nunca compraron)



NOTA: en 2006 los altos usuarios eran más desconfiados que la media de los no compradores. En 2007 pasaron a ser menos desconfiados que la media.

38. Compras por Internet (3)

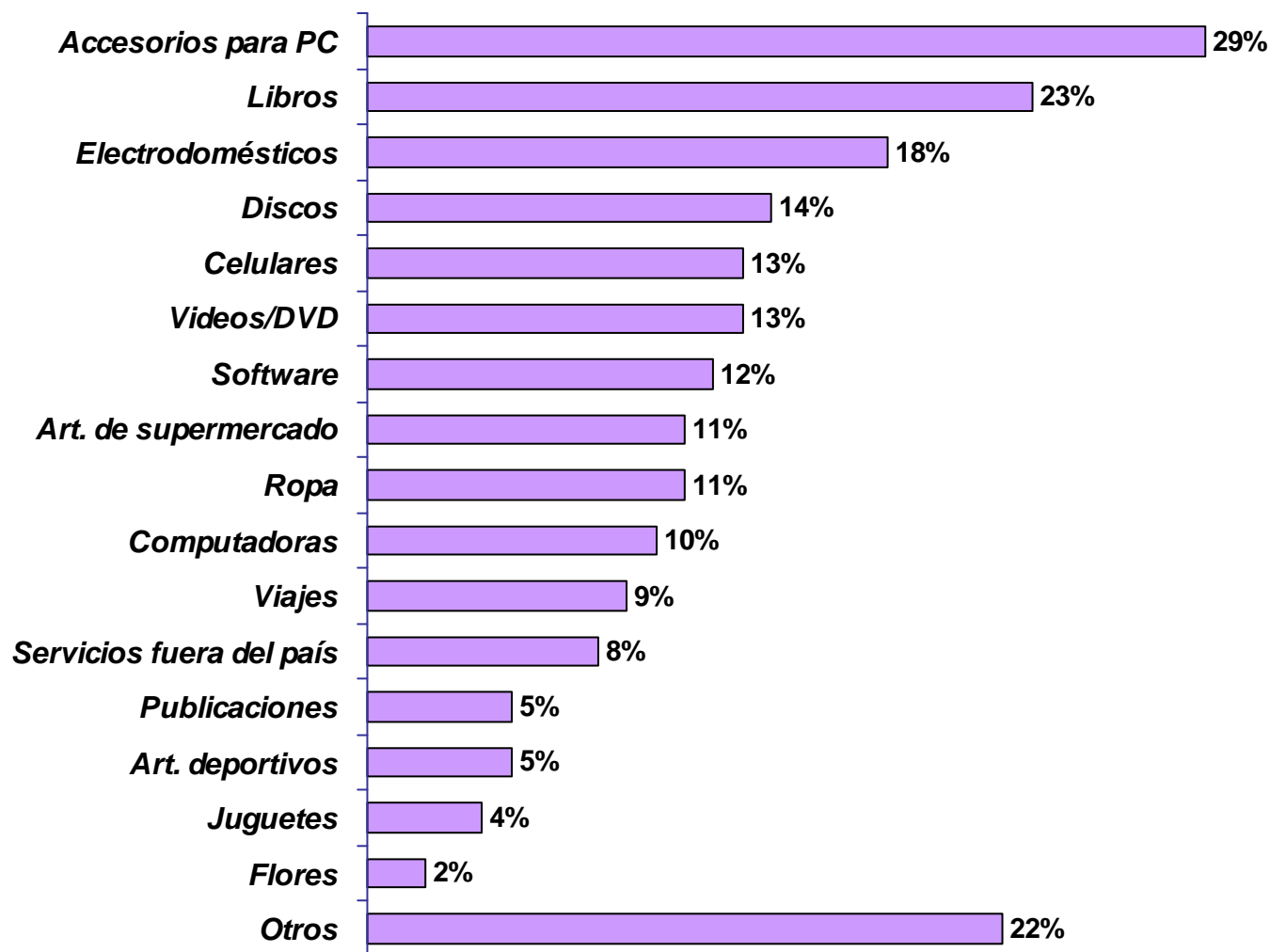
¿Estaría dispuesto a comprar si viera propuestas de su interés?
(base: 724 que nunca compraron)



20-29:	70%
Sec. Incompleta:	66%
Hombres:	65%
Usuarios altos:	68%

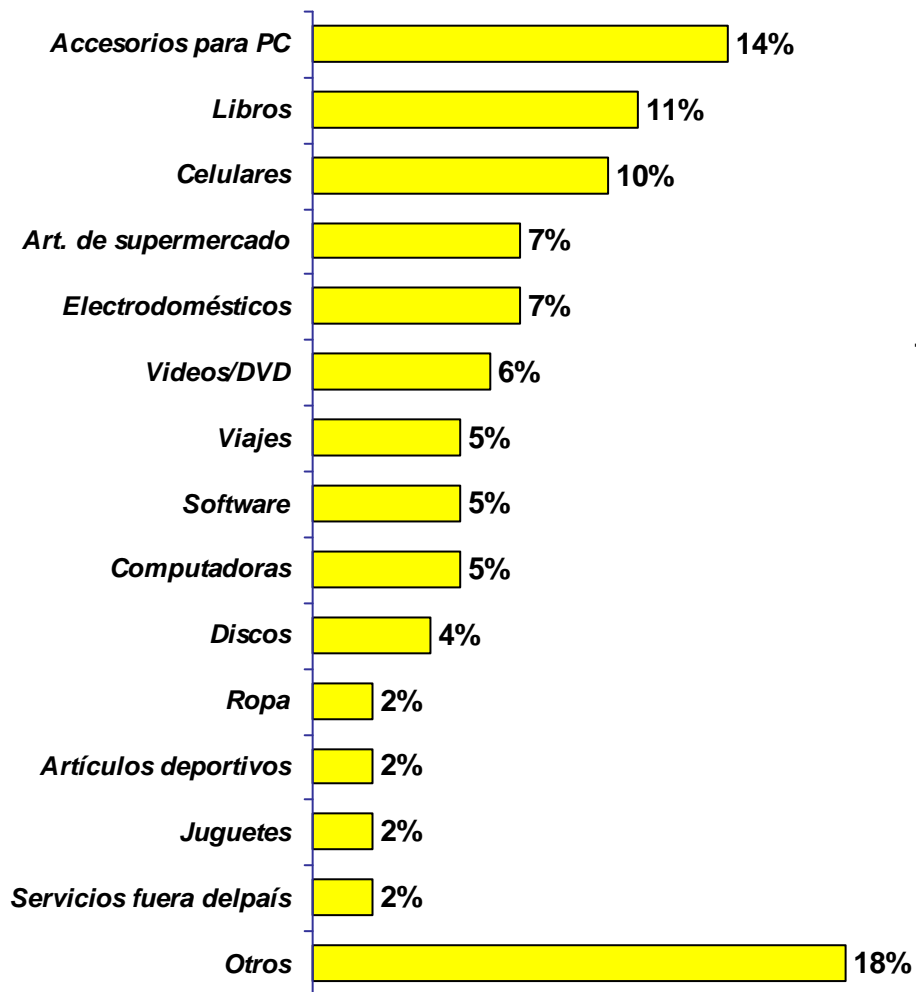
39. Compras por Internet (4)

¿Cuáles de los siguientes artículos ha comprado aunque sea solo una vez?
(base: 133 que compraron)

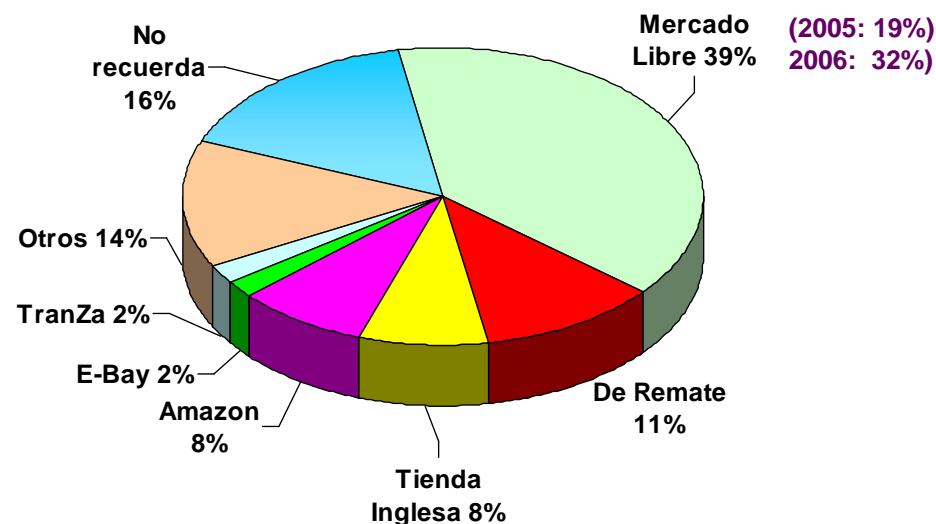


40. Compras por Internet (5)

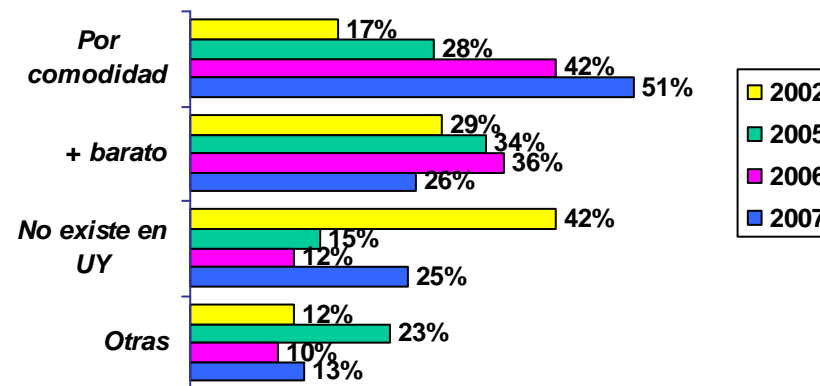
¿Qué fue lo último que compró por Internet? Dónde lo compró? Por qué lo compró por Internet? (base: 100 que compraron)



¿Dónde compró?

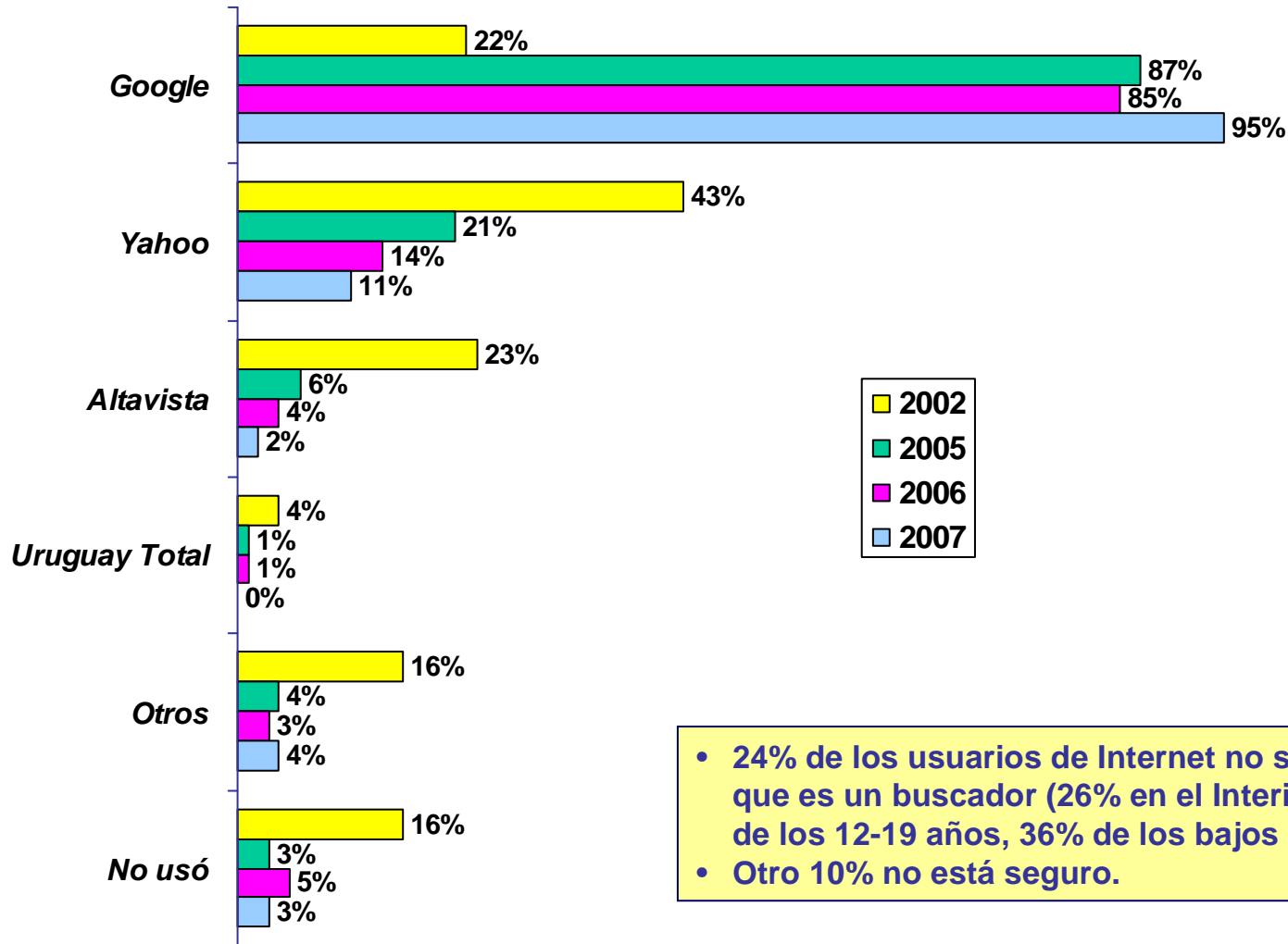


¿Por qué por Internet?



41. Buscadores

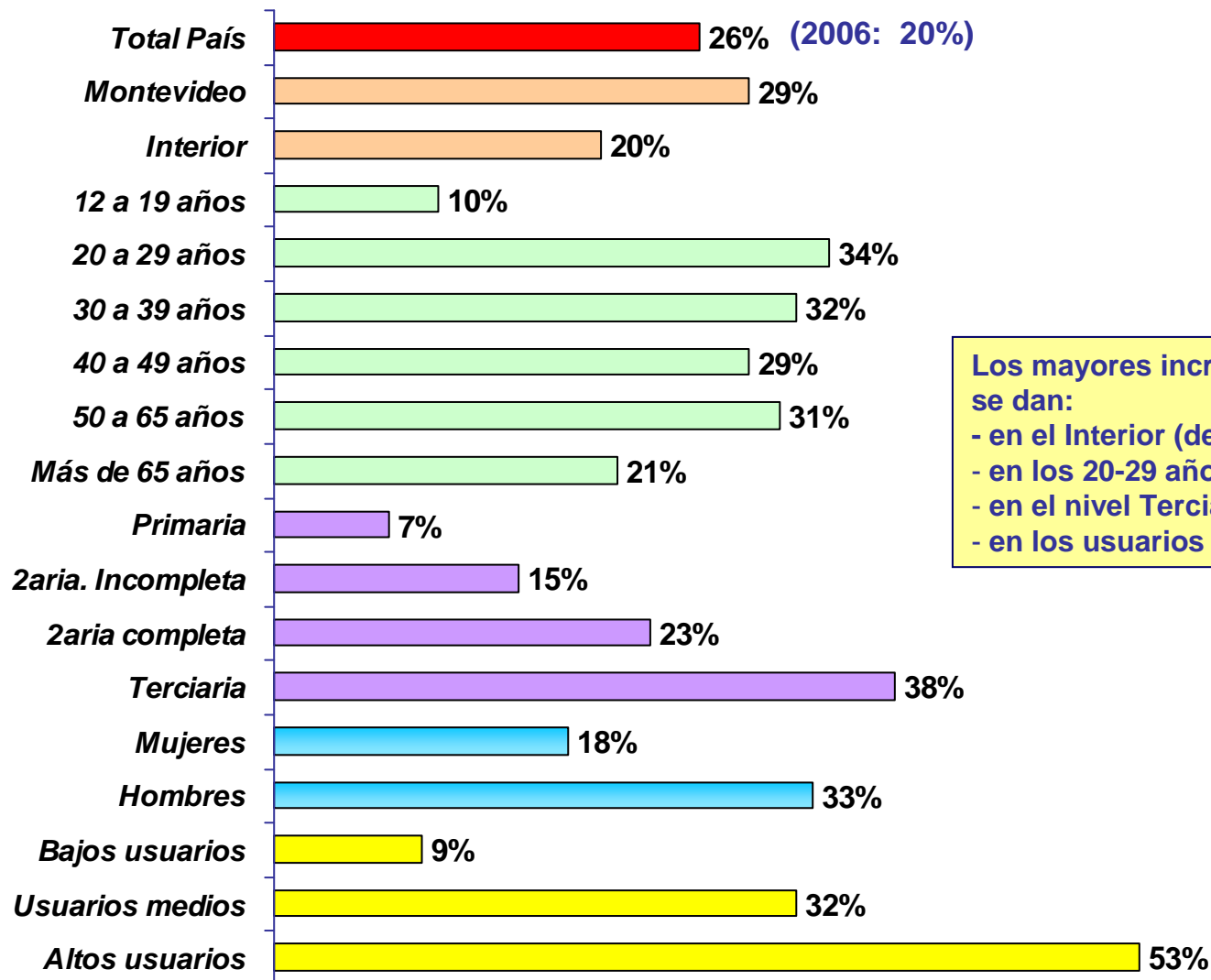
¿Qué buscadores ha usado el último mes? (base: 568 que saben lo que es)



- 24% de los usuarios de Internet no saben los que es un buscador (26% en el Interior, 28% de los 12-19 años, 36% de los bajos usuarios)
- Otro 10% no está seguro.

42. Medios digitales (1)

¿En la última semana, ha leído o escuchado algún medio de prensa por Internet? (base: 857)



Los mayores incrementos del último año se dan:

- en el Interior (de 14% a 20%),
- en los 20-29 años (de 21% a 34%),
- en el nivel Terciario (de 29% a 38%)
- en los usuarios medios (de 27% a 32%)

Síntesis y conclusiones (1)

- En relación al 2005 y al 2006, 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 82%, mientras que entre los mayores de 65 años solo es del 9%. 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 al crecer fuertemente el número de ADSL hogareños disminuye la “superposición” entre el cyber y el hogar.
- 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 siguen “disociándose” 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 120.000 hogares en los que *“alguien está pensando en comprar una computadora en los próximos 6 meses”*, la tercera parte de los cuales ya tiene una.
- Entre los que se conectan a Internet desde su casa, la penetración de la banda ancha pasó de 26% en 2005 al 47% en 2006 y al 62% en 2007 (y a 83% 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 9% se conectó más de 20 horas. El tiempo promedio de conexión es de 5.4 horas por usuario. Las principales variaciones en relación al 2006:
 - Aumentó el número de altos usuarios, pero mucho más significativamente el de usuarios medios (los “nuevos” ADSL)
 - Aumentó un 13% el tiempo de conexión promedio por usuario.
 - Aumentó la concentración de las horas de conexión: un 58% de los usuarios de Internet concentra el 99% de las horas,
 - Se siguen reduciendo las diferencias entre segmentos en cuanto al tiempo de conexión..
- Un 16% de los usuarios sigue sin tener casilla de correo.
- Los usos de Internet siguen diversificándose año a año: You Tube y similares, mirar TV, escuchar radio, bajar música y videos son usos crecientes. Y cuando se observan los dos **usos principales** ya no están más vinculados únicamente a la comunicación (correo y chat) sino que aparece también la búsqueda de información Unos 115.000 uruguayos ya tienen un blog, principalmente para uso personal.
- La publicidad en Internet es notada por una muy amplia mayoría de usuarios, crece el número de personas que clickea los banners, y creció levemente la cantidad de personas que pueden mencionar al menos un sitio uruguayo que haga publicidad en la web.
- Sigue creciendo significativamente el número de personas que se ha registrado en algún sitio para recibir promociones y ofertas, no así para recibir servicios gratuitos, y parece estancada la participación en promociones y sorteos.

Síntesis y conclusiones (3)

- **El número de personas que compraron alguna vez por Internet ha duplicado en los últimos dos años, y se ha modificado muy significativamente el mix de productos que se adquieren a través de la web. Al parecer el crecimiento de sitios tales como Mercado Libre (actualmente el sitio más nombrado) ha influido significativamente en ese cambio. Los accesorios para PC son actualmente lo más comprado por la web. La principal razón para comprar en Internet es definitivamente la comodidad, alejándose cada vez más del precio o la inexistencia de ese artículo en Uruguay.**
- **Las razones para no haber comprado nunca por Internet están cada vez menos vinculadas a la “desconfianza” (antes era el freno principal, especialmente entre los altos usuarios de Internet) y más a la falta de interés por esa modalidad de compra.**
- **Google se ha transformado en el buscador “universal”: un 95% de los usuarios de buscadores lo ha usado en el último mes, y supera a Yahoo (el segundo en importancia) en una relación de casi 9 a 1. Casi uno de cada 5 usuarios (principalmente adolescentes) dice no saber lo que es un buscador. Muy probablemente sean usuarios de Google pero la marca se transformó en el genérico y no identifican ese sitio como un buscador.**
- **Un 26% de los usuarios de Internet ha leído o escuchado algún medio digital en la última semana, lo cual constituye un crecimiento significativo con respecto a 2006 (casi +30%). Este crecimiento es particularmente significativo entre los 20-29 años (quizás no lectores habituales de prensa escrita), en el Interior, entre los usuarios medios (los nuevos usuarios de ADSL) y en el nivel de educación terciario.**