

El perfil del internauta uruguayo

Séptima edición

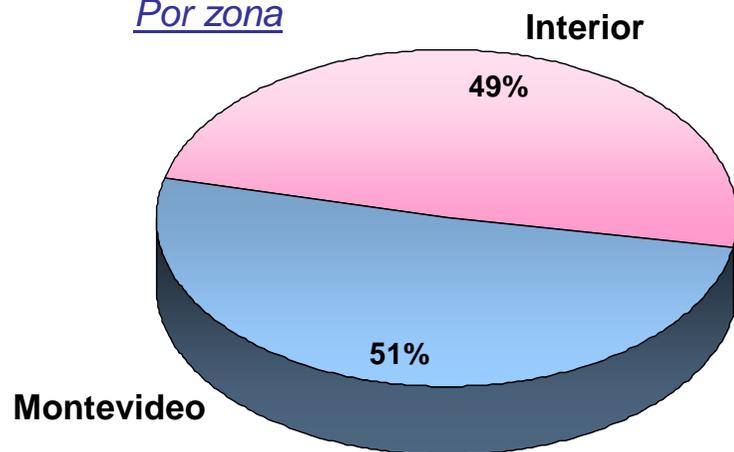
Noviembre 2009

Ficha técnica

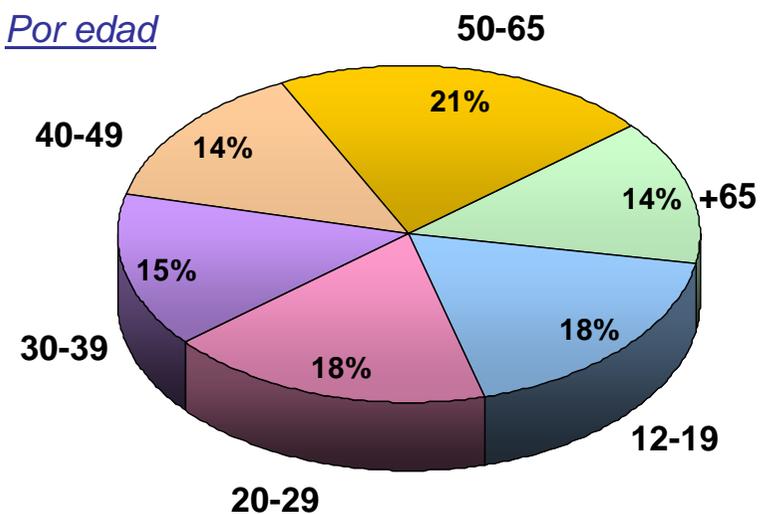
- La muestra total fue de 1804 personas, y es representativa de toda la población mayor de 12 años, residente en todo el país. Esto representa un universo total de 2.622.000 personas, repartidas un 51% en Montevideo y zona metropolitana, y un 49% en el Interior.
- Esta muestra permite un margen de error máximo de ± 2.3 para un nivel de confianza del 95% cuando se trabaja sobre la muestra total (1804 casos).
- La muestra efectiva de usuarios de Internet fue de 884 casos.
- Todas las encuestas fueron realizadas cara a cara en los hogares de los entrevistados, durante el mes de noviembre de 2009.
- El muestreo fue polietápico: se sortearon las localidades (61 en total), segmentos censales, y manzanas dentro de los mismos. Dentro de las manzanas sorteadas se procedió a un muestreo sistemático de hogares.
- El cuestionario fue elaborado tomando como base los ya aplicados desde 2001, los cuales se complementaron con nuevos temas sugeridos por las instituciones que patrocinaron el estudio.

1. Estructura de la muestra

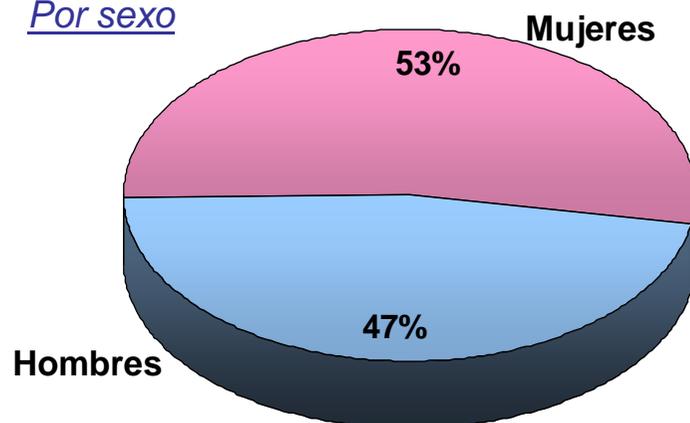
Por zona



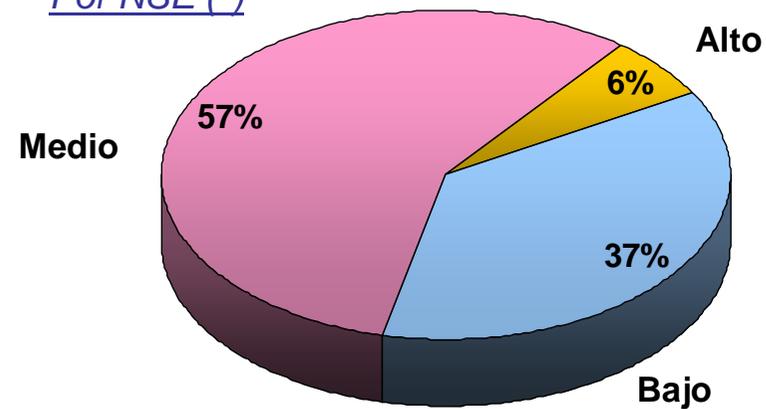
Por edad



Por sexo



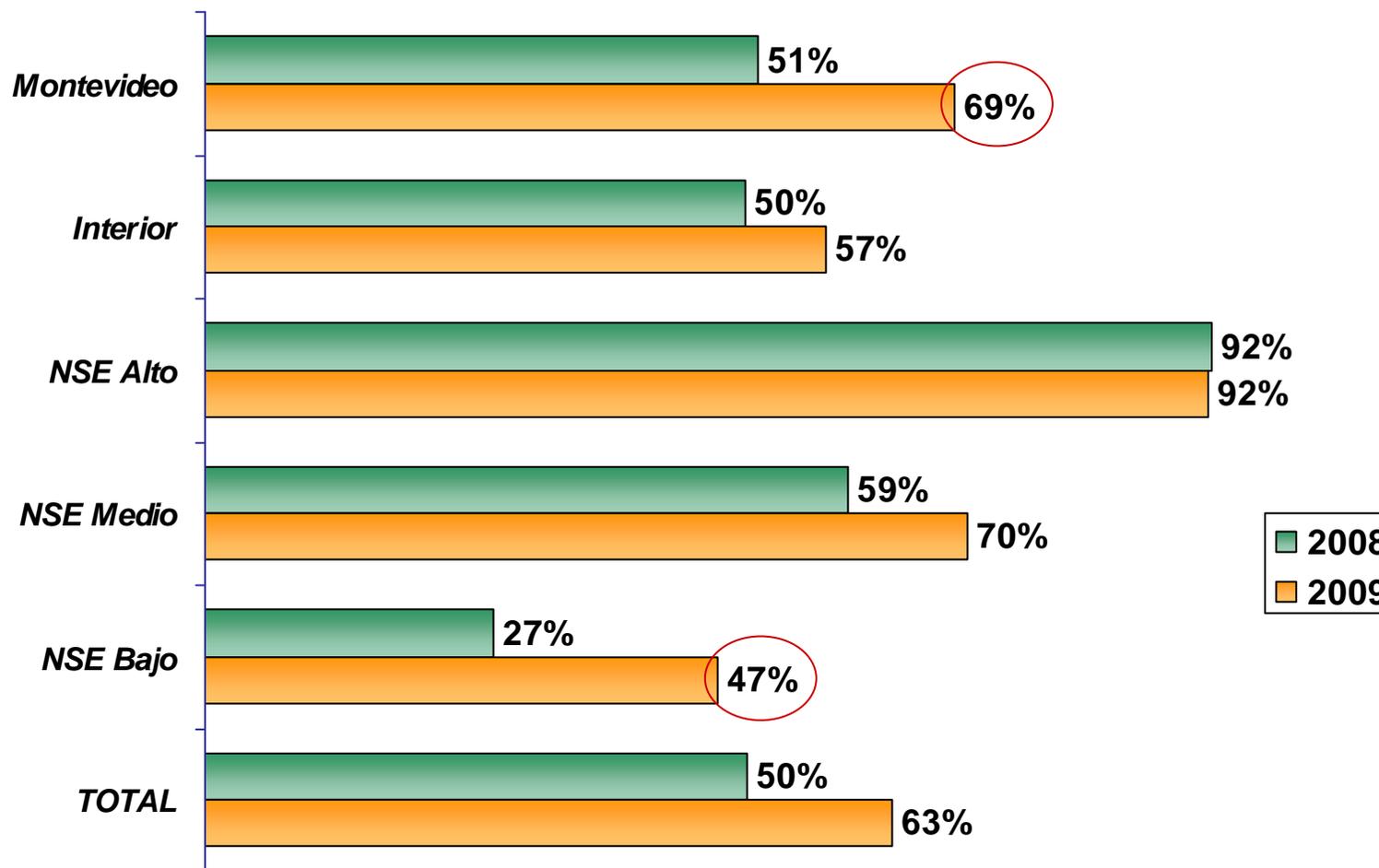
Por NSE (*)



(*) Se agruparon los 7 niveles socio-económicos definidos por la CAINSE en 3

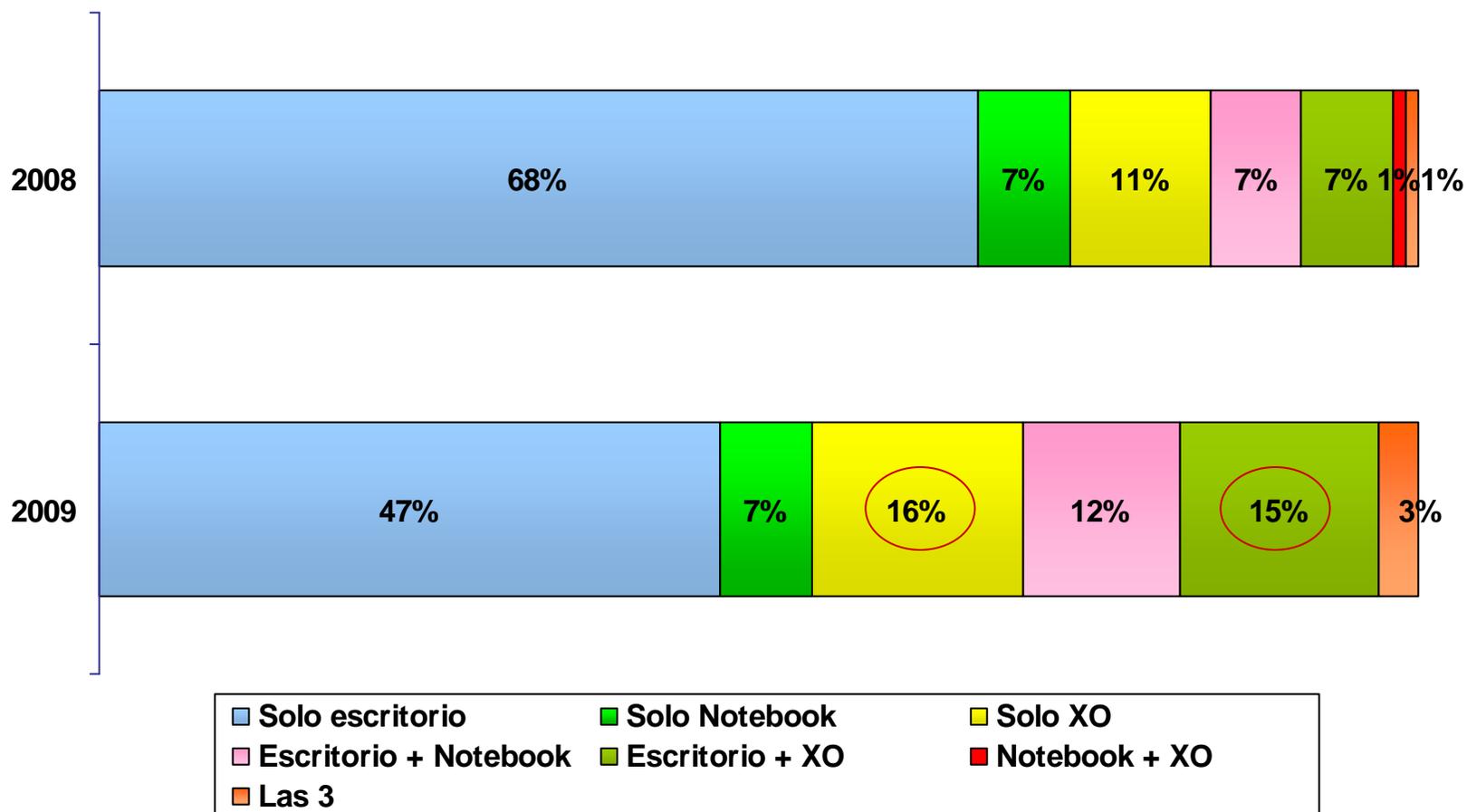
2. Penetración de PC en hogares

¿Hay alguna computadora en su hogar, incluyendo XO? (*) (base: 1804)



3. Composición de los hogares con PC según el tipo de PC que poseen (1)

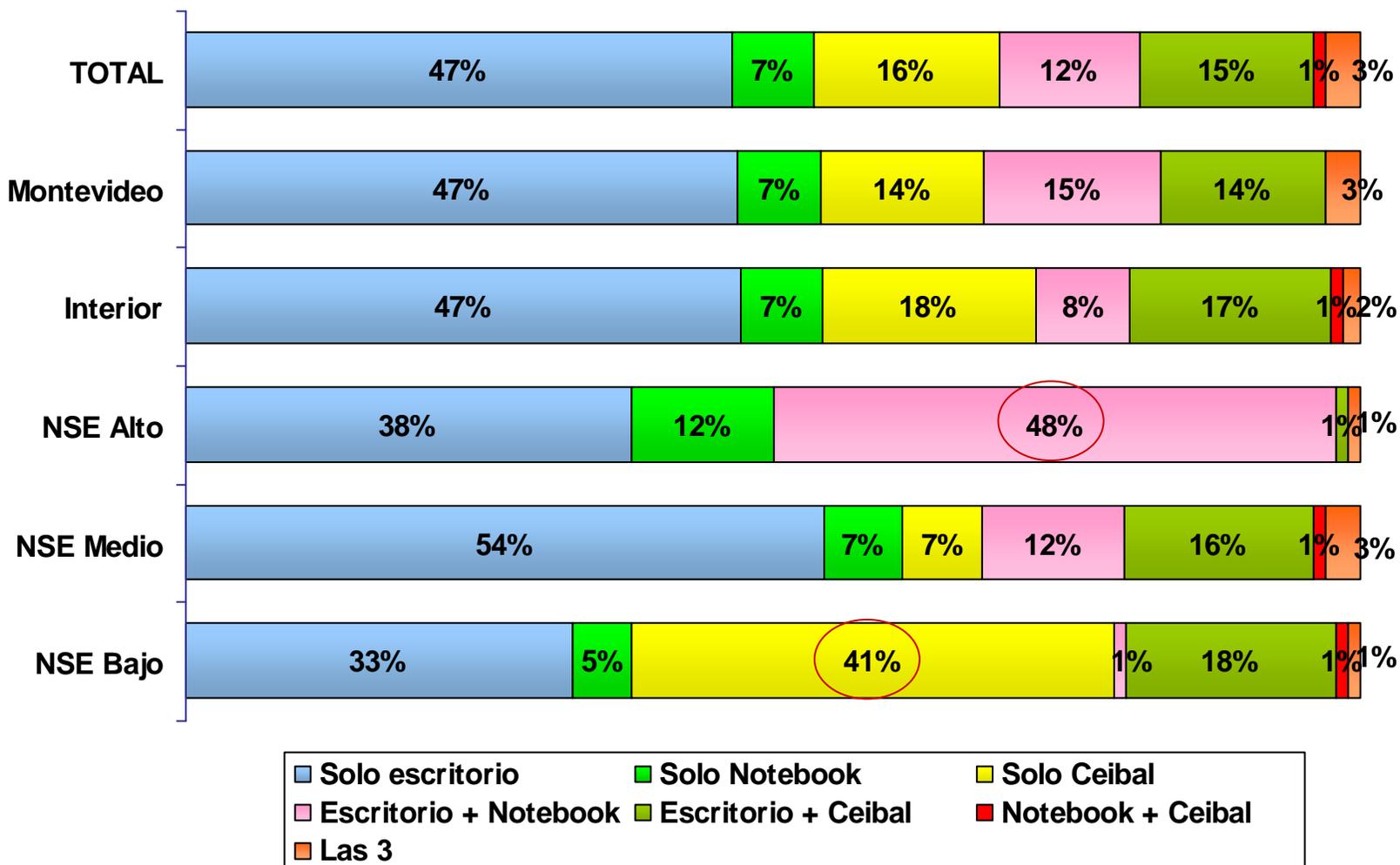
¿De qué tipo es/son la/s computadora/s que hay en su hogar? (base: 1132 hogares con PC)



NOTA: Debe tenerse en cuenta que el parque total de computadoras del 2009 es sensiblemente mayor que el de 2008

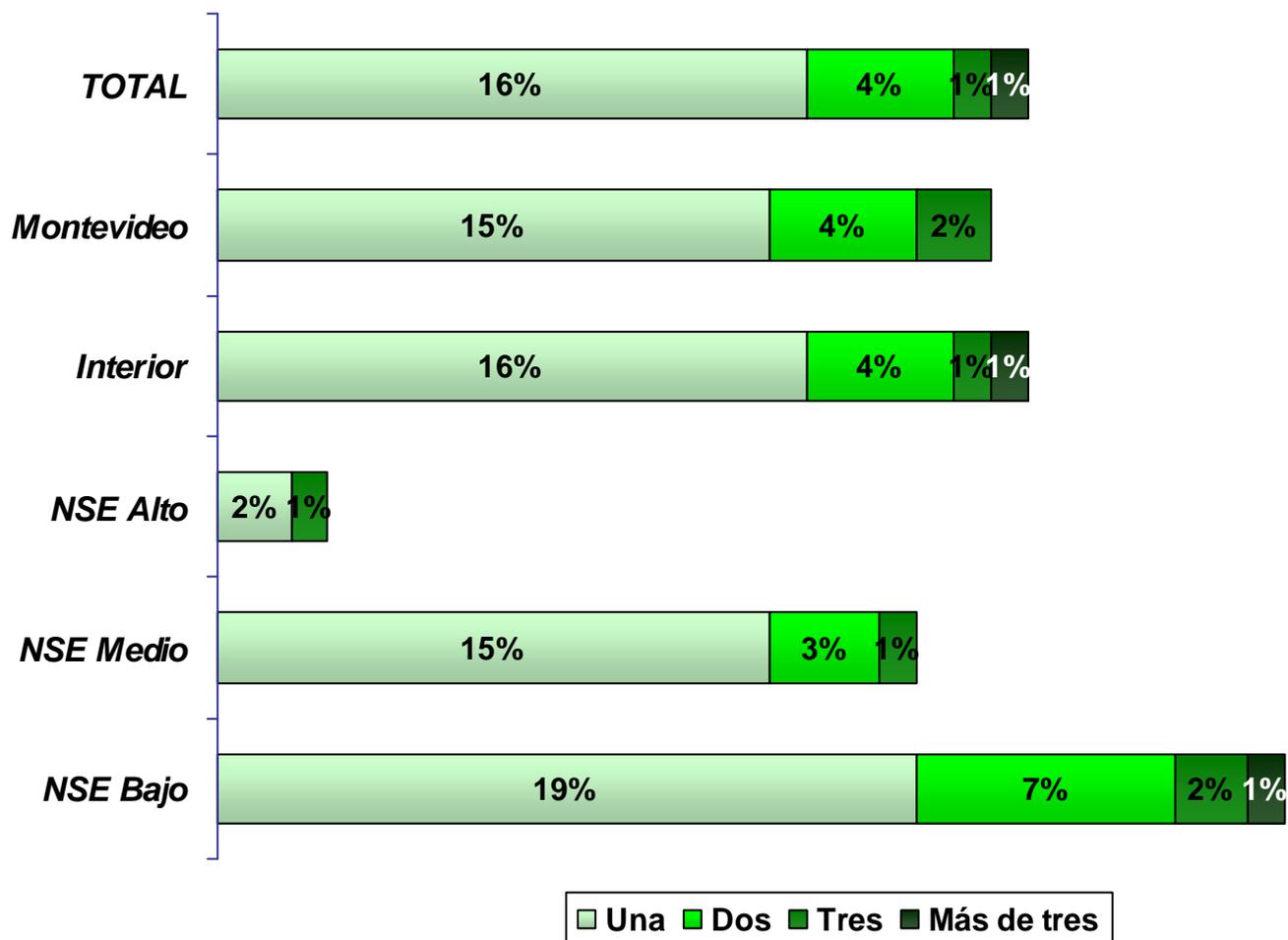
4. Composición de los hogares con PC según el tipo de PC que poseen (2)

¿De qué tipo es/son la/s computadora/s que hay en su hogar? (base: 1132 hogares con PC)



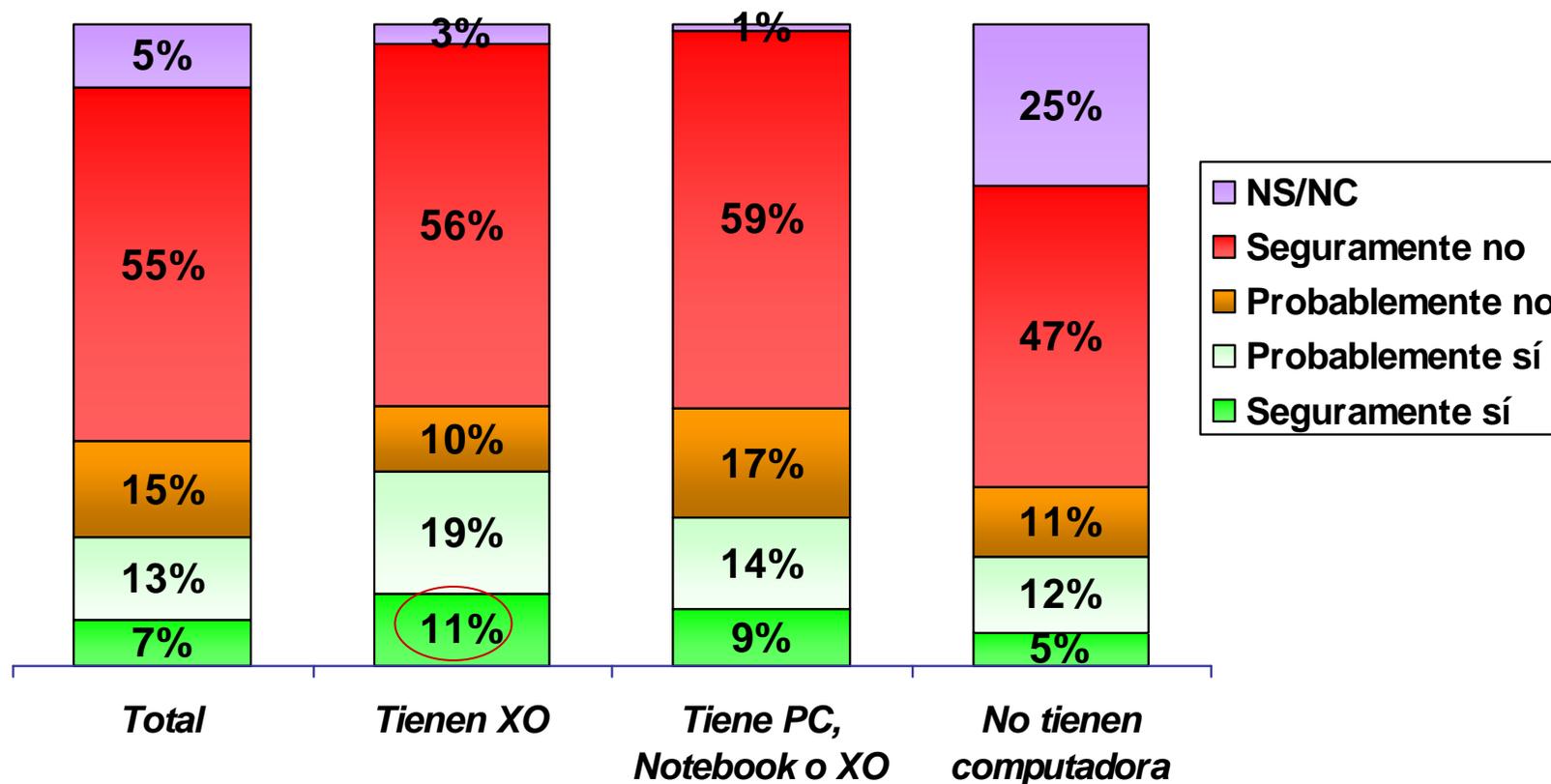
5. Existencia de XO en el hogar

¿Hay alguna computadora del Plan Ceibal en su hogar? ¿Cuántas? (base: 1804)



6. Intención de compra de PC

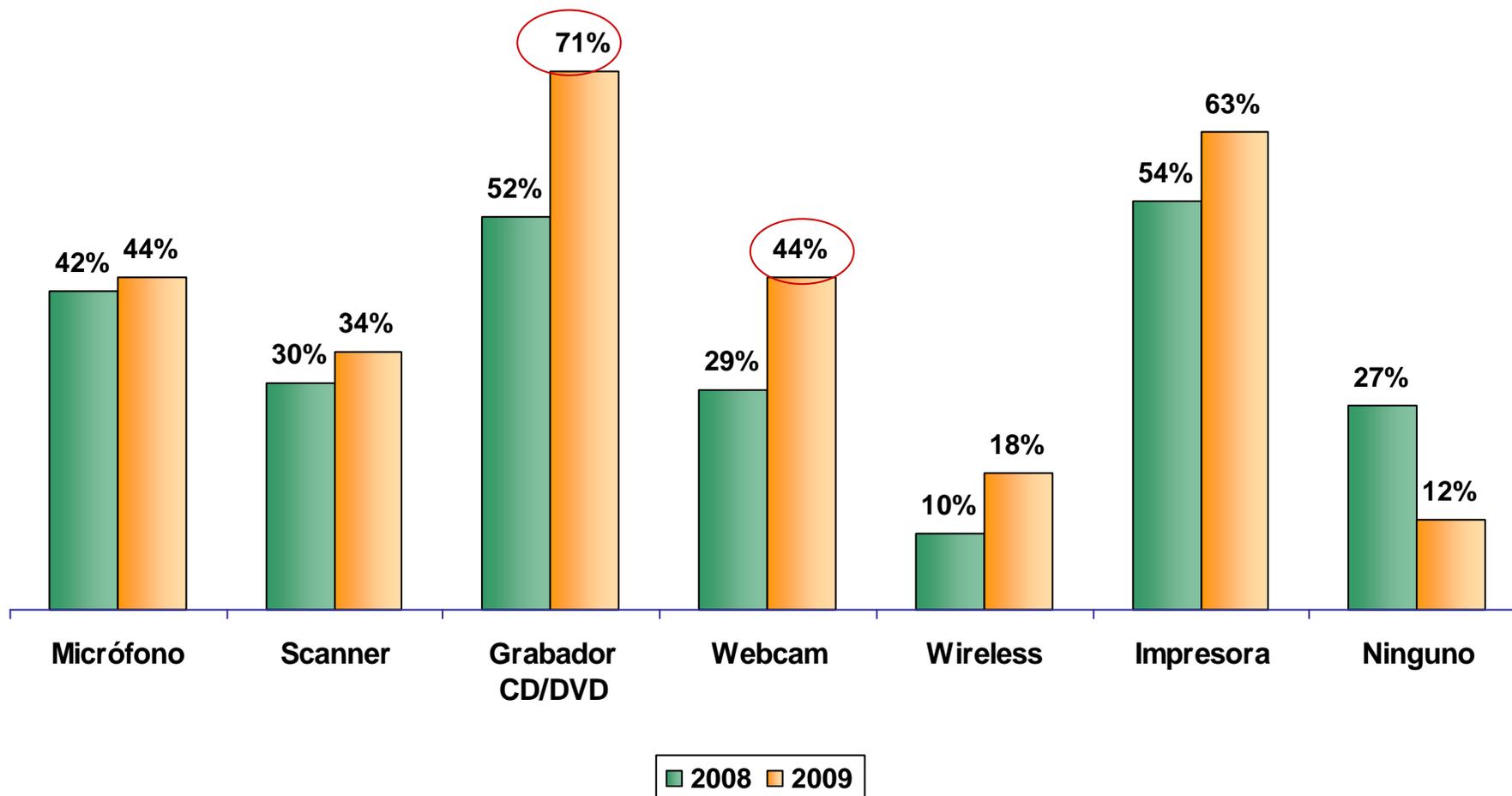
¿Alguien en su hogar está pensando en comprar una computadora en los próximos seis meses? (base: 1804)



De los que dicen que probable o seguramente comprarán una PC, 49% comprarán una PC de escritorio (61% en 2008; 74% en 2007), y 41% una portable (31% en 2008, 24% en 2007).

7. Posesión de accesorios

¿Qué accesorios tiene su PC? (base: 952 casos con PC no XO)

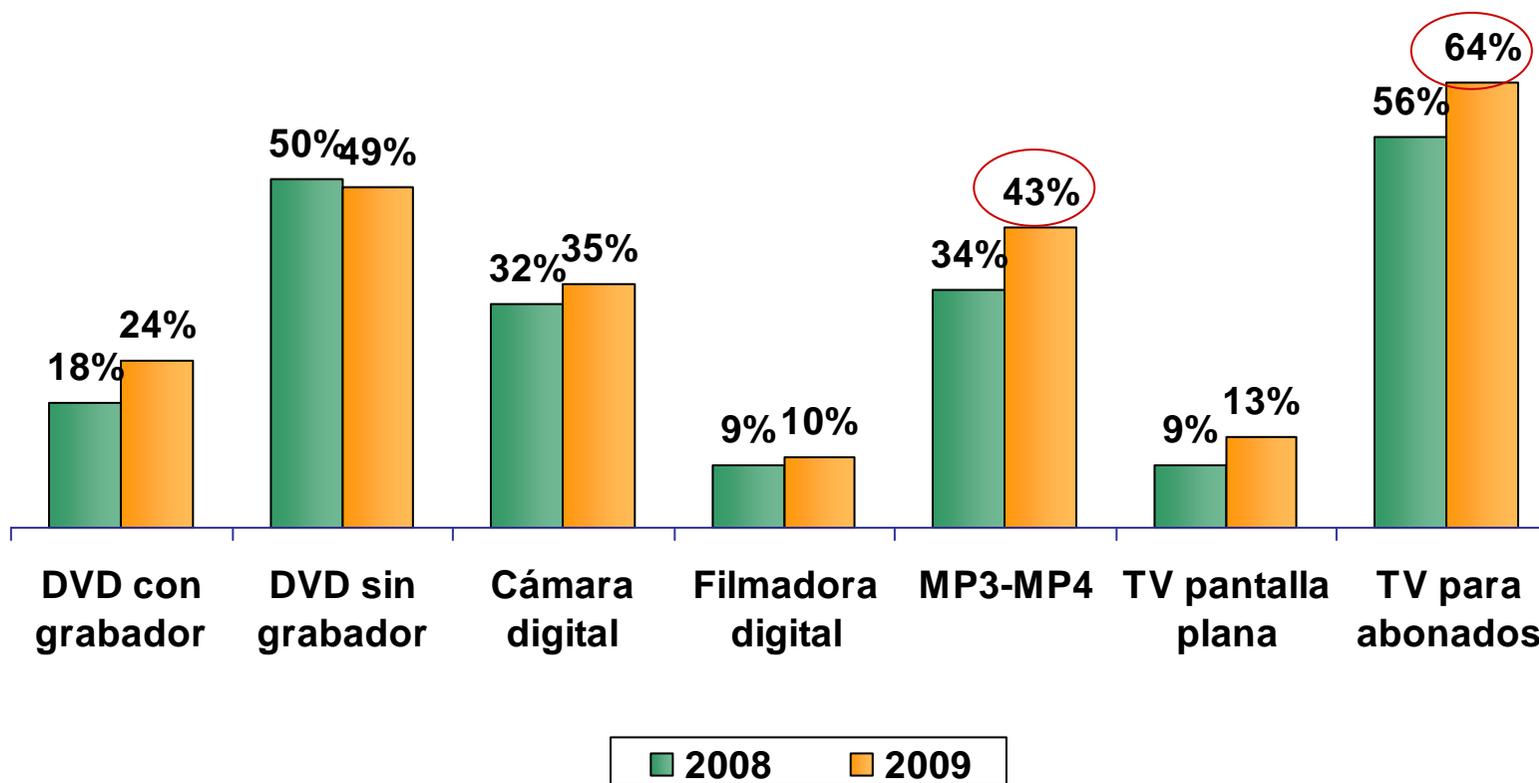


8. Síntesis sobre penetración de PCs

- Entre 2001 y 2009 la penetración de PCs en hogares creció un 70% en Montevideo y un 180% en el Interior. Solo en el último año el crecimiento fue de 35% en Montevideo (extensión del Plan Ceibal a la Capital) y 14% en el Interior
- Actualmente, la penetración de PC es casi total en los hogares de NSE Alto, y de un 47% en los de NSE Bajo (+74% en relación a 2008).
- Uno de cada tres hogares con PC tiene una del Plan Ceibal, y en uno cada seis es la única computadora del hogar (y en un 41% de los hogares de NSE bajo).
- Uno cada cinco hogares con PC ya tiene una notebook. El parque total de portables sería de aproximadamente 360.000 (+73% sobre 2008)
- Casi dos de cada tres hogares con PC de NSE Alto tiene una notebook (se duplicó en un año).
- En el NSE Bajo, el 61% de los hogares con PC tiene una del Plan Ceibal, y en un 41% es la única PC que hay.
- La intención de compra de PC es un 50% mayor en los hogares con XO que en la media de los hogares.
- En síntesis, la penetración de PCs en hogares sigue creciendo fuertemente en todo el país, en gran medida gracias al impulso del Plan Ceibal: en 2008 el crecimiento fue mayor en el Interior, y en 2009 en Montevideo. La extensión del Plan Ceibal hizo ingresar la computadora a una importante cantidad de hogares que no tenían, muy especialmente en los NSE bajos. Viene creciendo aceleradamente el número de hogares con notebooks, particularmente en Montevideo y en el NSE Alto.

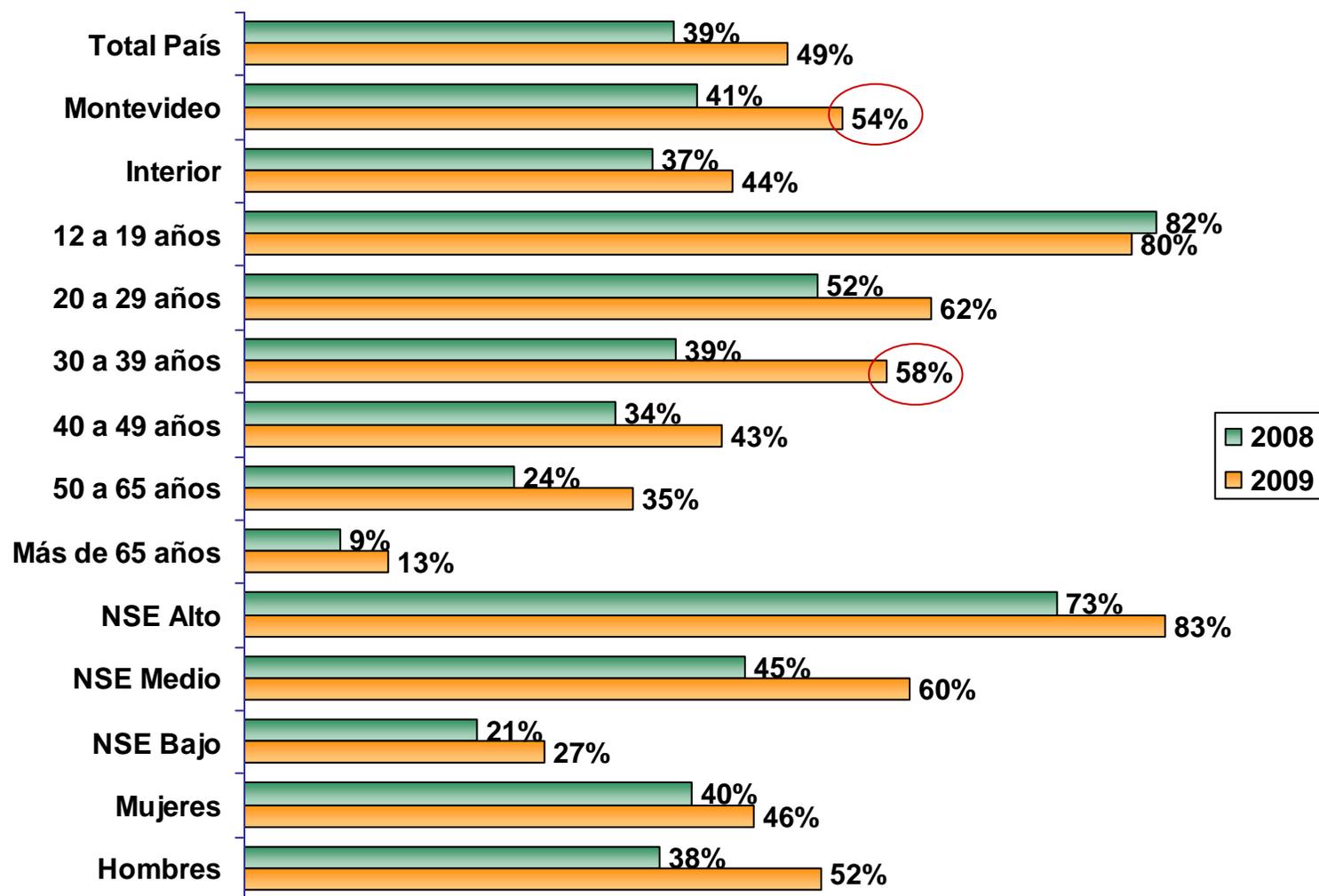
9. Posesión de algunos bienes y servicios

¿Tiene Usted...? (base: 1804 casos)



10. Penetración de Internet

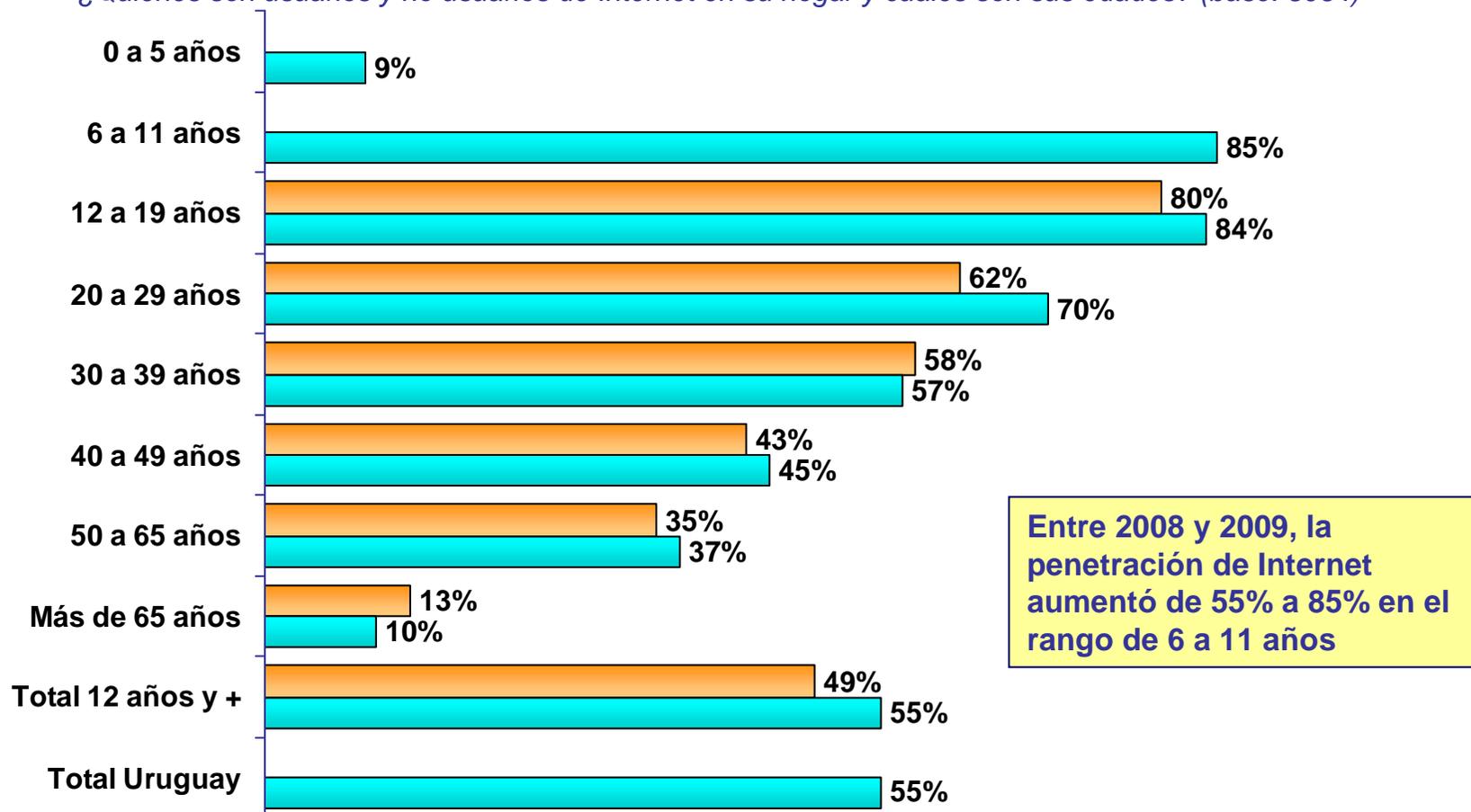
¿Es Ud. usuario de Internet, aunque sea esporádicamente? (base: 1804)



NOTA: en esta lámina solo se tienen en cuenta a los encuestados, o sea mayores de 12 años

11. Penetración de Internet entre todos los integrantes del hogar

- ¿Es Ud. usuario de Internet, aunque sea esporádicamente? (base: 1804)
- ¿Quiénes son usuarios y no usuarios de Internet en su hogar y cuáles son sus edades? (base: 5064)

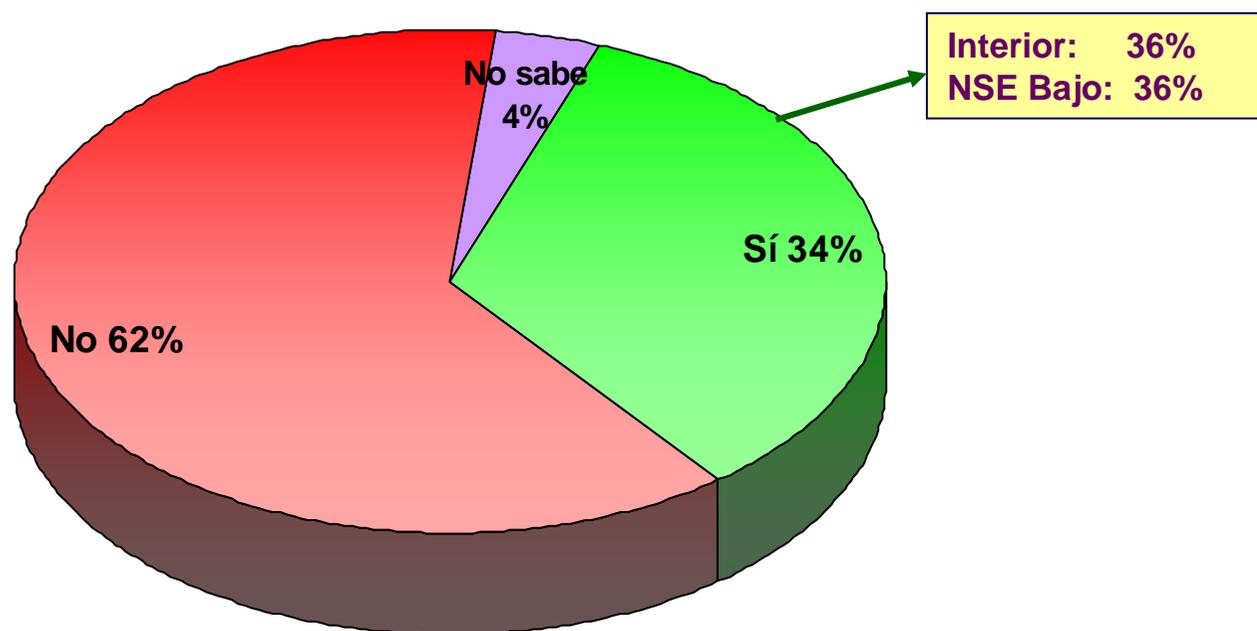


La serie en verde corresponde a los encuestados o sea a los mayores de 12 años.

La serie en violeta surge de preguntar a los encuestados por todos los integrantes de su hogar cualquiera sea su edad. Esto permite incluir a los menores de 12 años. Las diferencias que se observan entre las dos series están dentro del margen de error aceptable por tratarse de declaraciones sobre terceros

12. Extensión del uso de Internet en el hogar

¿Hay alguna persona (adulta) de esta casa que antes no usaba Internet y que haya empezado a usar desde que hay una computadora del Plan Ceibal? (base: 389 casos con al menos una XO)



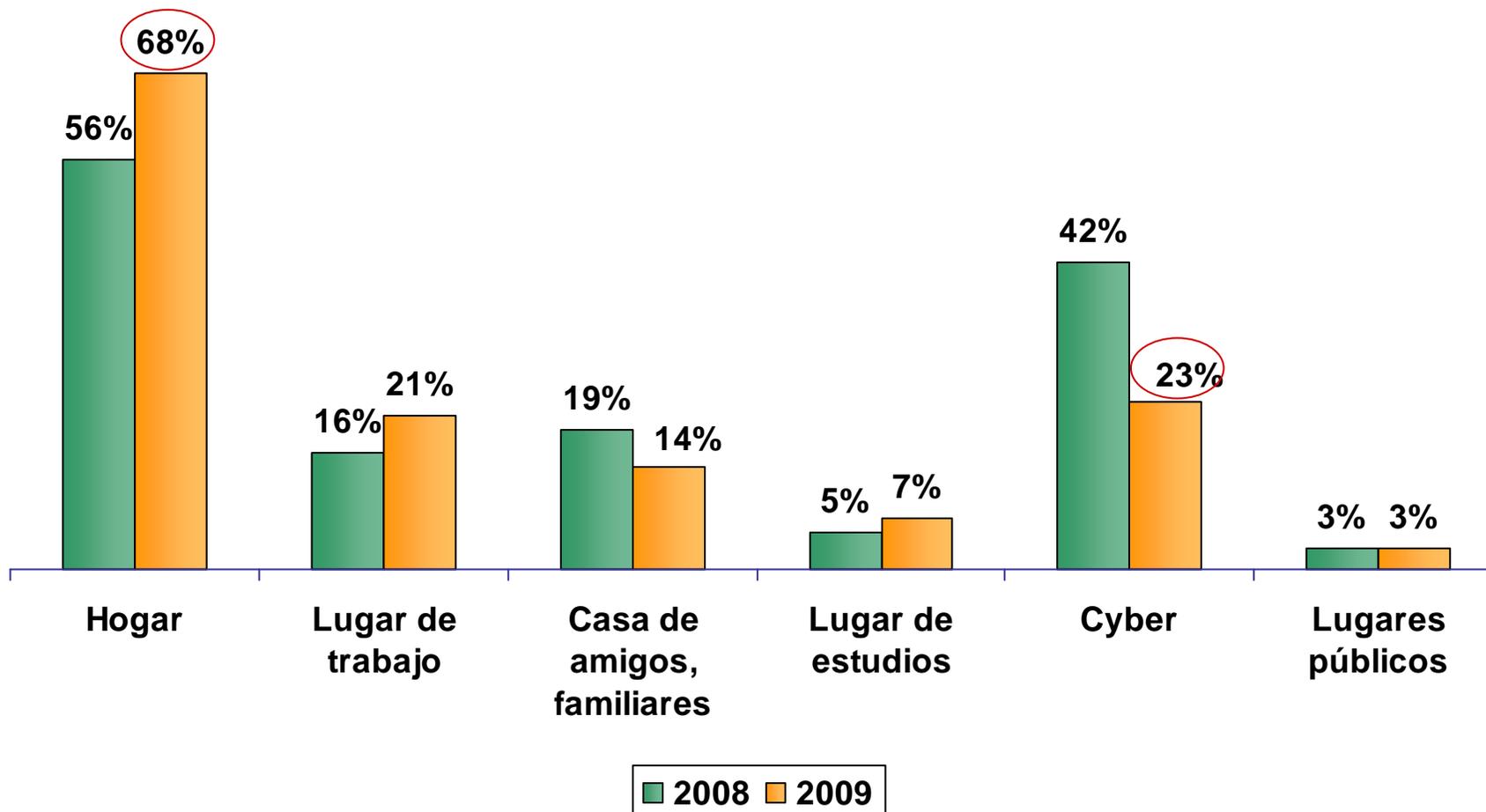
Unos 80.000 adultos comenzaron a usar Internet a partir de la aparición de la XO en su hogar

13. Composición del universo de internautas

- Existen actualmente unos 1.450.000 usuarios de Internet en el Uruguay, incluyendo todas las edades y zonas geográficas (+8% en relación a 2008)
- 56% de los usuarios de Internet están en Montevideo (eran el 73% en 2001)
- 62% son menores de 30 años, y 41% son menores de 20 años. 13% son mayores de 50 años.
- 10% son de NSE alto, 65% son de NSE medio, 25% son de NSE bajo. Esto demuestra la rápida “democratización” de Internet en los últimos años“, ya que en 2001 solo el 6% de los usuarios eran de NSE bajo.
- 52% de los usuarios son mujeres (casi la misma proporción que la población total). En 2001 eran solo el 45%.

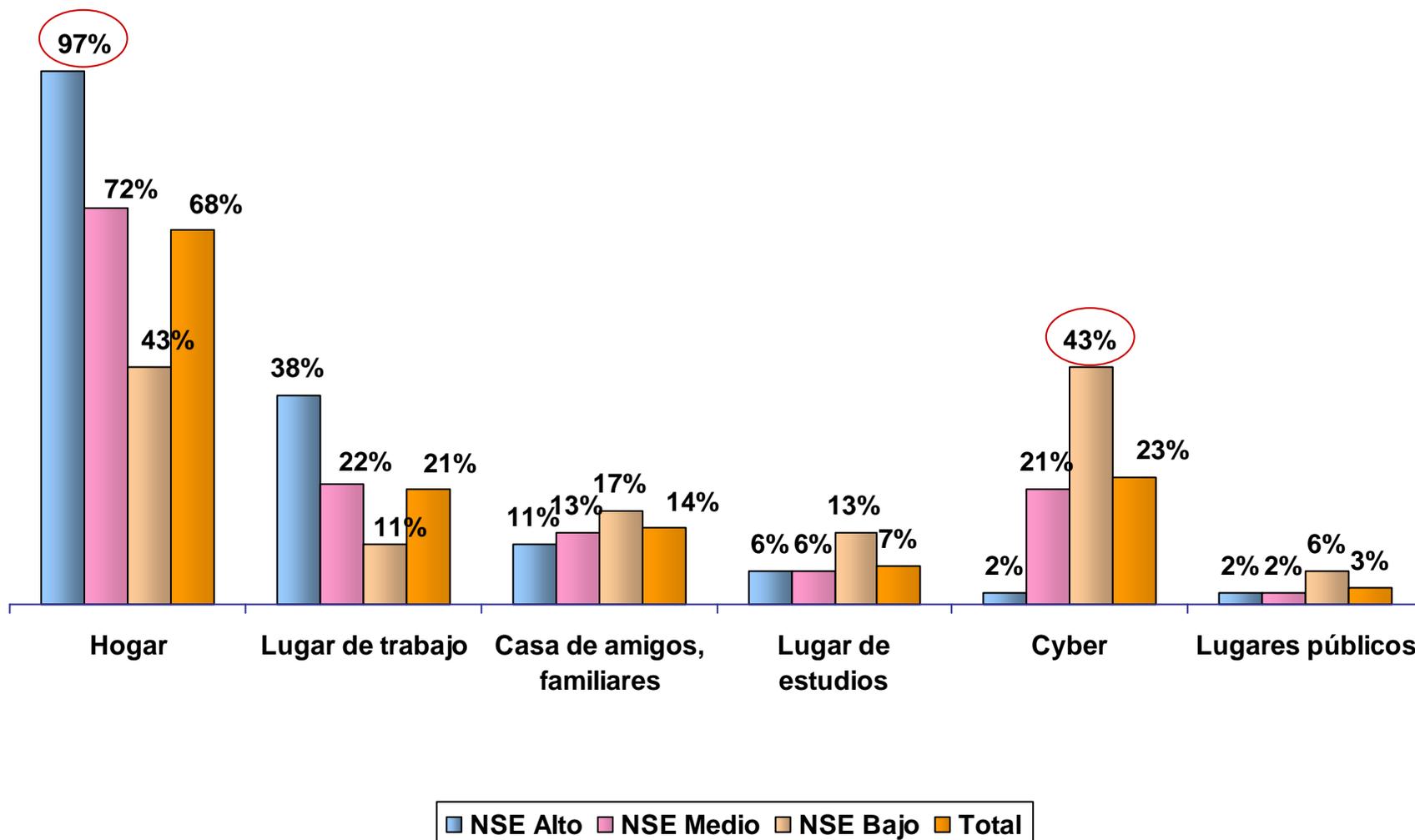
14. Lugar de conexión (1)

¿Desde dónde se conecta a Internet? (base: 884 usuarios mayores de 12 años)



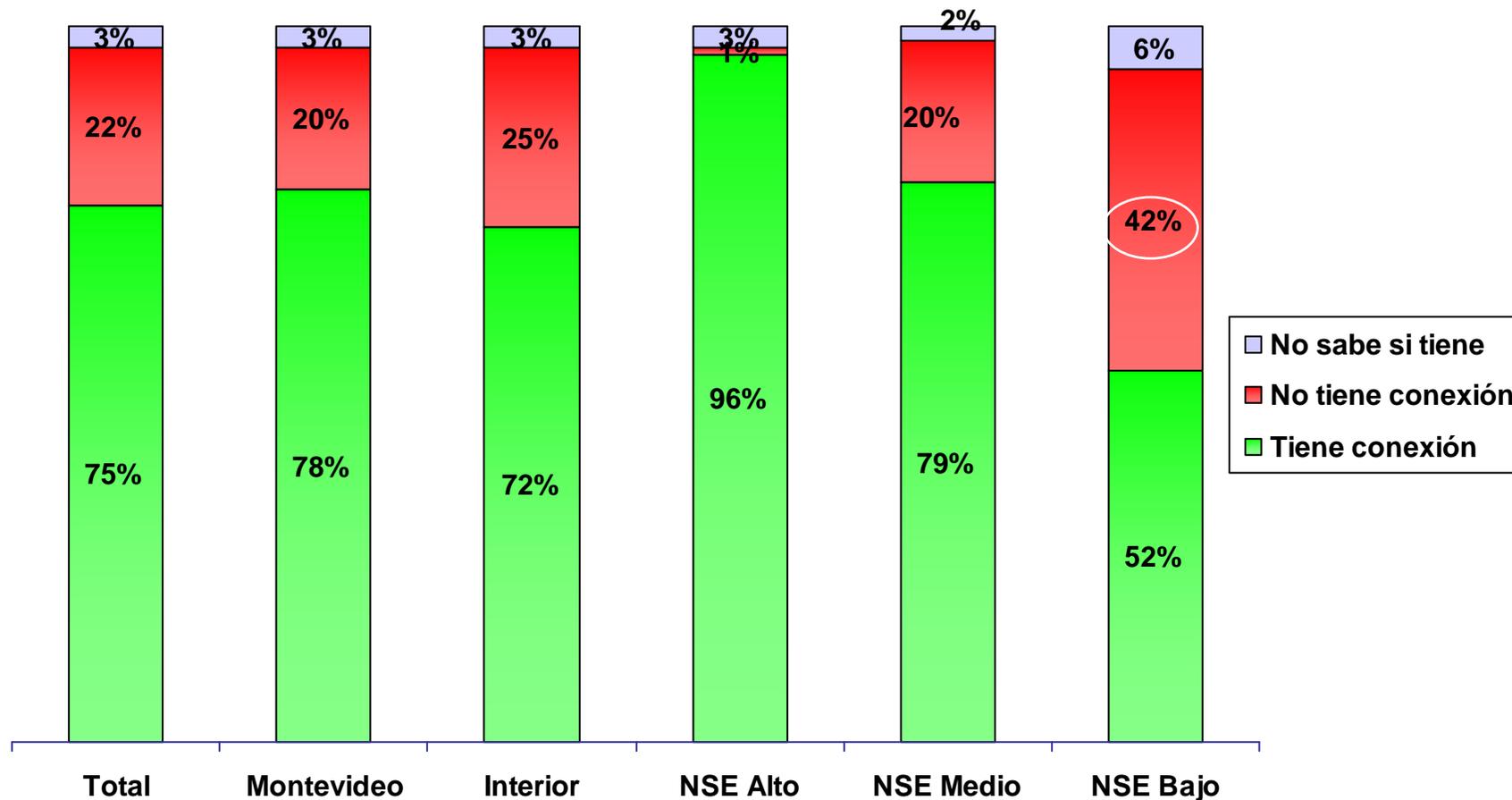
15. Lugar de conexión (2)

¿Desde dónde se conecta a Internet? (base: 884 usuarios)



16. Existencia de conexión a Internet en hogares con PC

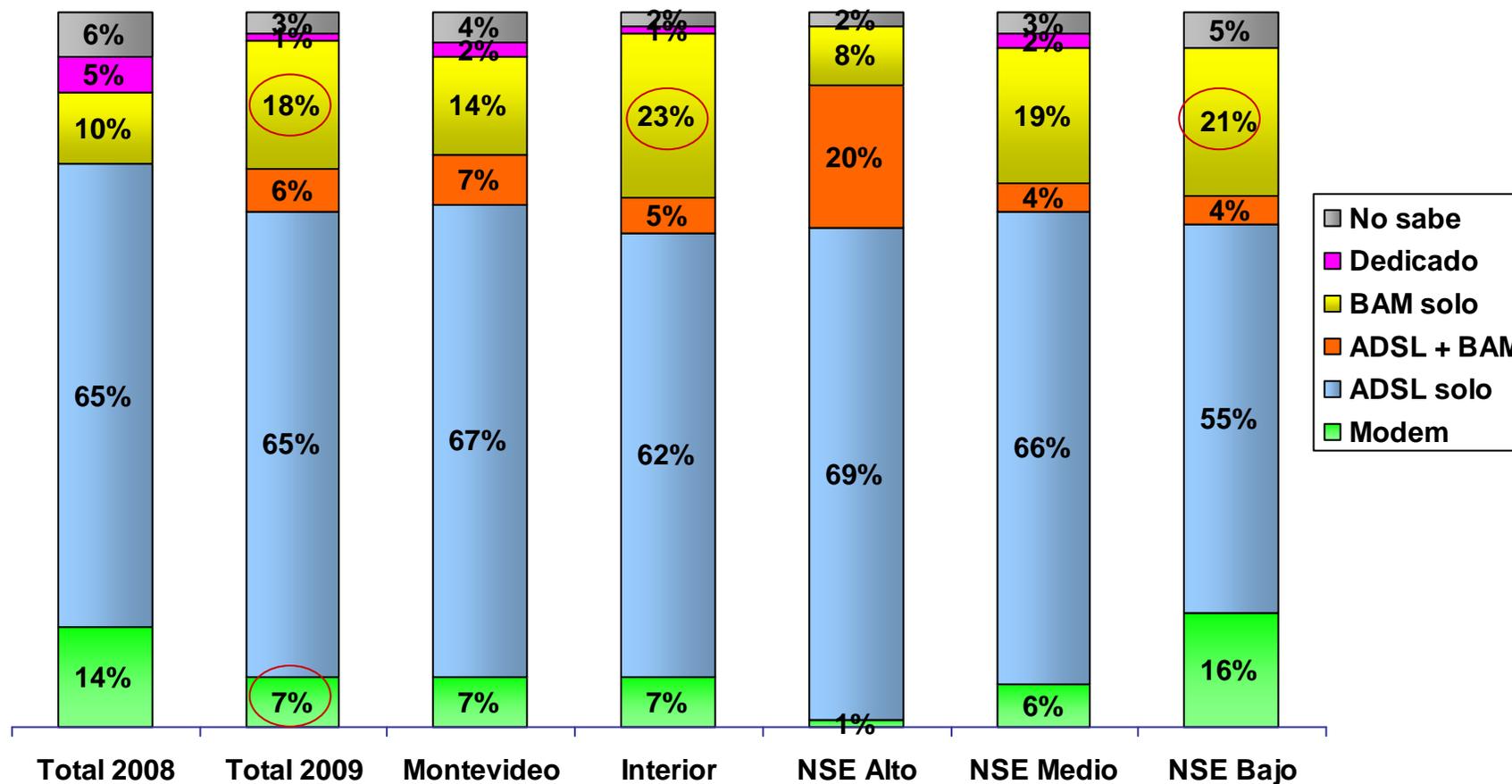
¿Tiene usted alguna conexión a Internet en su casa, o Internet móvil, o ambas? (base: 952 con PC no XO)



Un 22% de quienes tienen computadora que no sea XO afirma no tener la posibilidad de conectarse a Internet desde su casa (42% en los hogares de NSE bajo)

17. Tipo de conexión en el hogar

¿Qué tipo de conexión a Internet tiene en su casa? (base: 716 conexión a Internet en su hogar o BAM) (*)



(*) BAM: Banda Ancha Móvil

18. Razones para no tener Banda Ancha e intención de compra

¿Por qué no tiene Banda Ancha en su casa?

(base: 37 usuarios de Internet desde su casa pero que se conectan por modem)

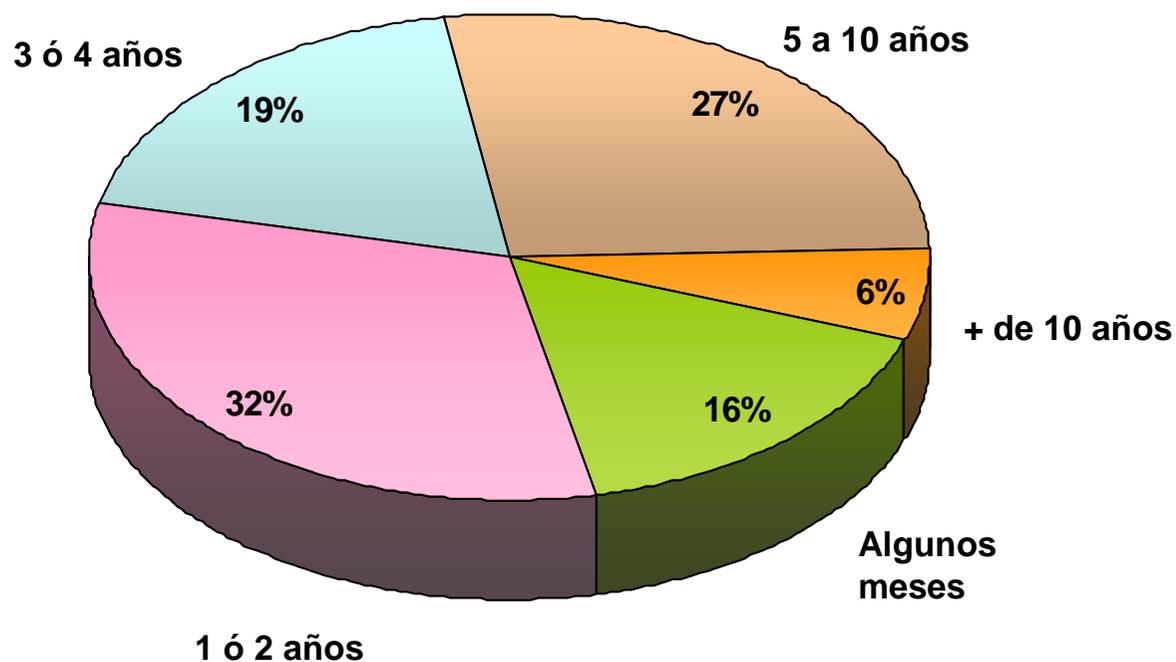
No usa Internet lo suficiente como para que valga la pena	62%
La Banda Ancha es cara	22%
Le alcanza con el modem	16%
La PC no está actualizada	3%
No sabe	5%

¿Ud. o alguien en su hogar tiene intención de contratar Banda Ancha?

Sí, en los próximos 3 meses	11%
Sí, en los próximos 6 meses	8%
Sí, dentro del próximo año	8%
No	43%
No sabe	30%

19. Antigüedad como usuario de Internet

¿Cuánto tiempo hace que es usuario de Internet? (base: 884 usuarios)



Usuarios de 5 ó más años:

Total 2008: 30%

Total 2009: 33%

NSE Alto: 58%

NSE Medio: 35%

NSE Bajo: 20%

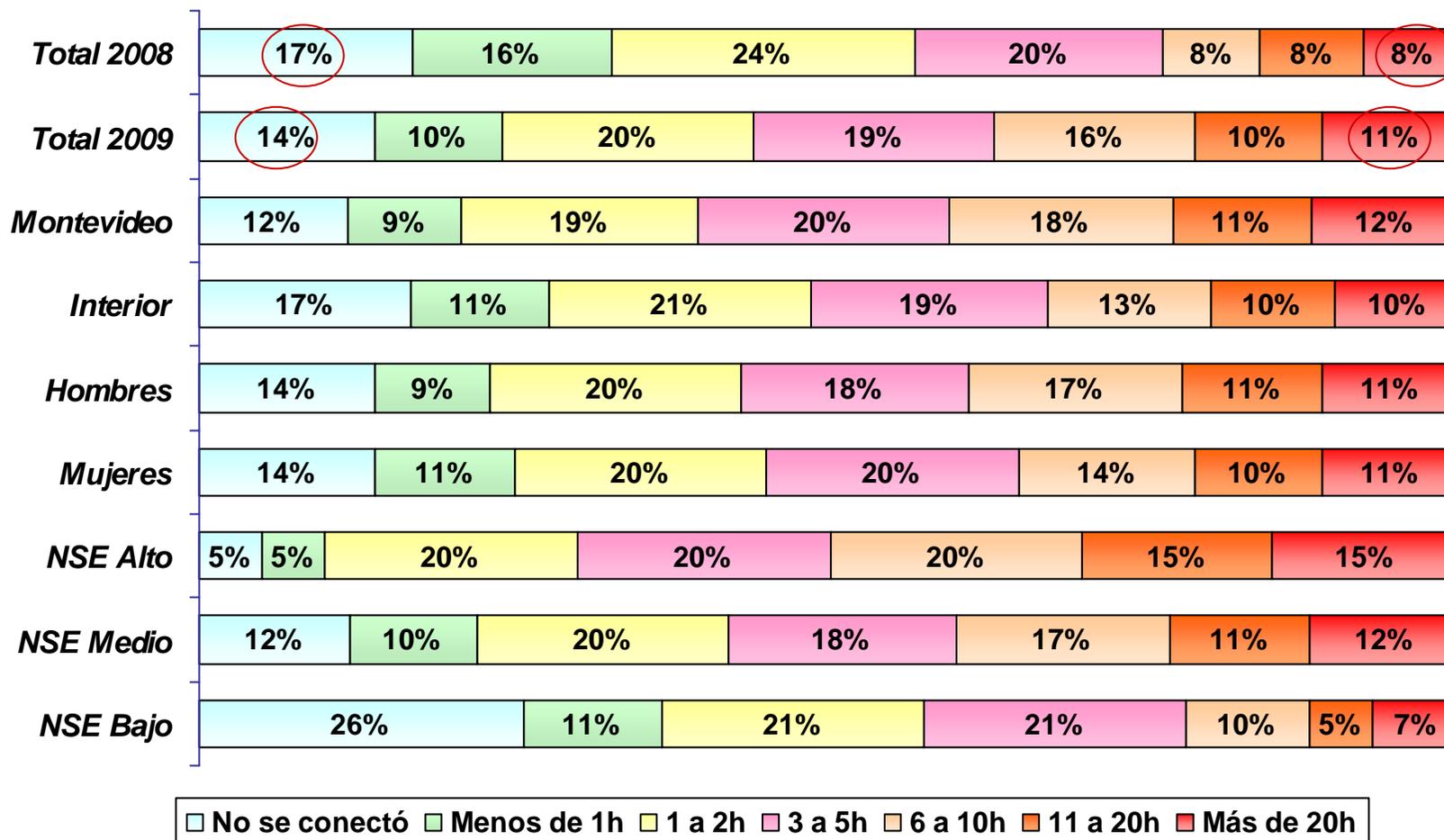
Montevideo: 39%

Interior: 27%

40 - 49 años: 45%

20. Tiempo de conexión a Internet (1)

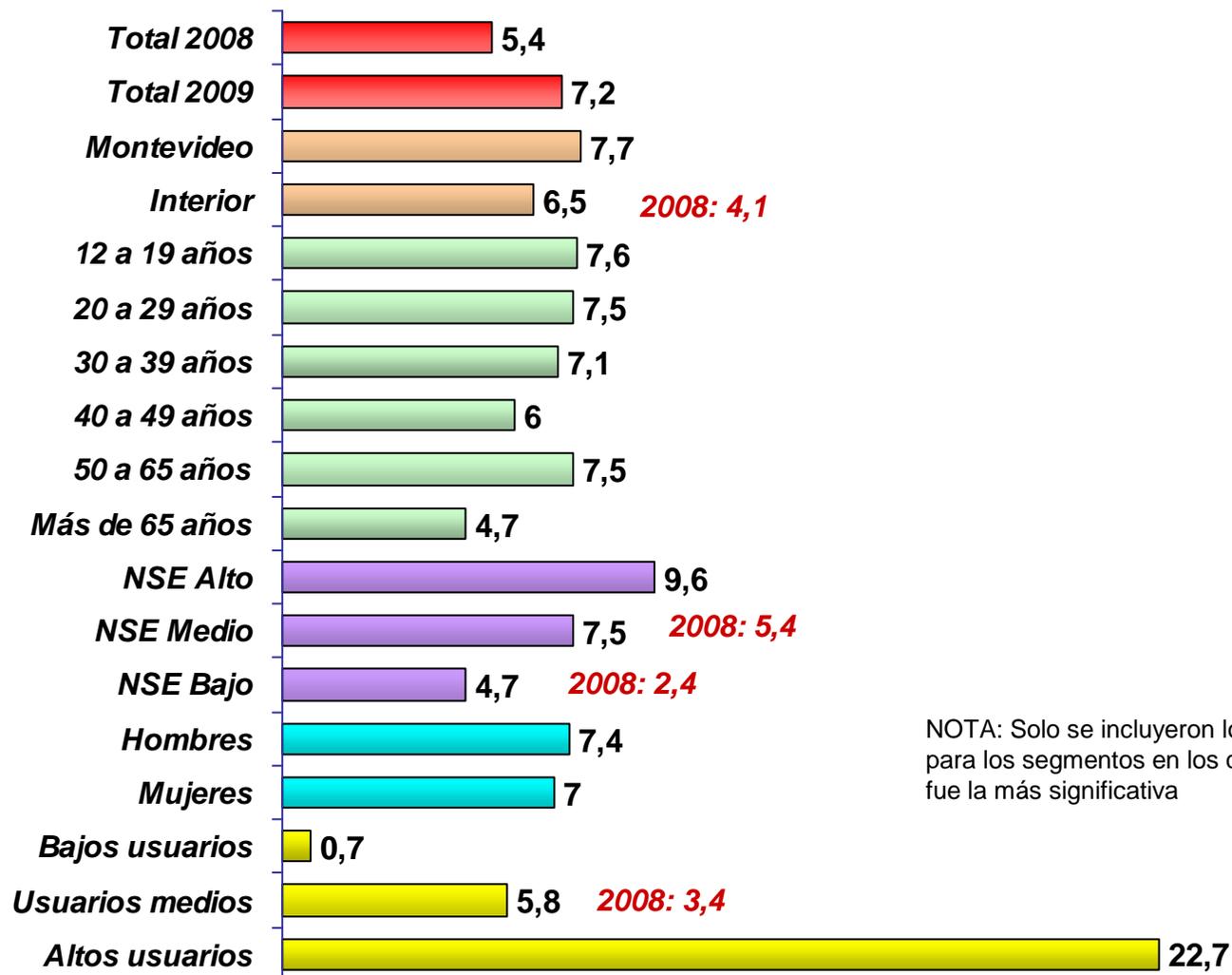
Independientemente de cuánto tiempo estuvo conectado, ¿cuánto tiempo estima usted que **utilizó efectivamente** Internet en los últimos siete días? (base: 884 usuarios)



No existen diferencias significativas según la variable edad

21. Tiempo de conexión a Internet (2)

Promedio en horas semanales (base 884, incluye los que no se conectaron la última semana)



NOTA: Solo se incluyeron los datos del 2008 para los segmentos en los que la variación fue la más significativa

22. Altos, medios y bajos usuarios de Internet

Altos usuarios

- Se conectan más de 10 horas semanales.
- Son el 21% de los usuarios (unas 275.000 personas) y consumen el 68% de las horas.

Usuarios medios

- Se conectan entre 2 y 10 horas semanales.
- Son el 35% de los usuarios de Internet y consumen el 28% del total de horas.

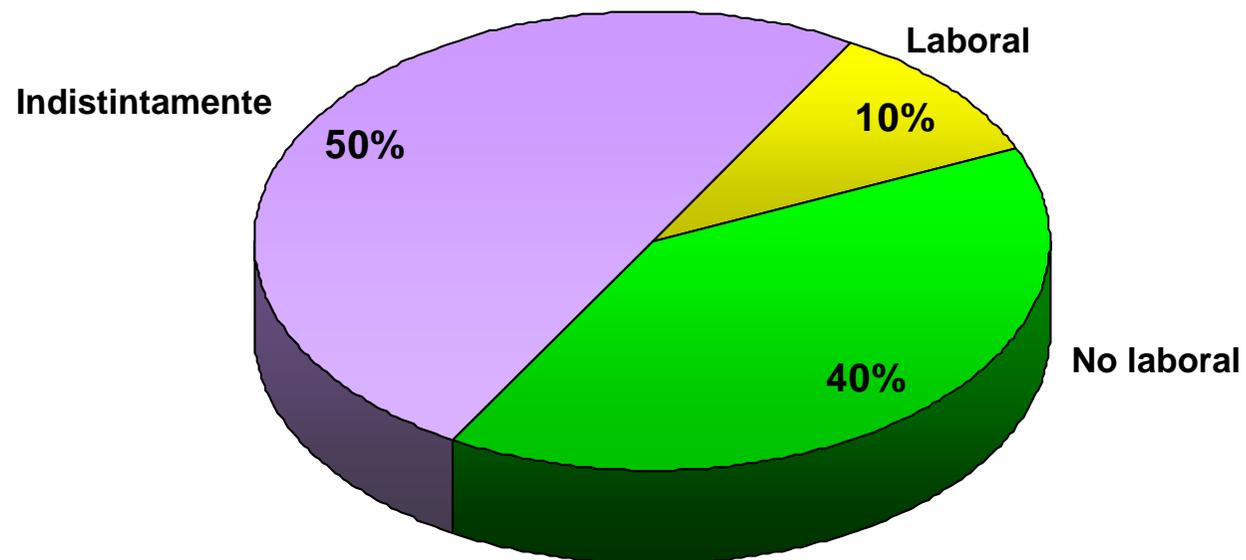
Bajos usuarios

- Se conectan menos de 2 horas semanales.
- Son el 44% de los usuarios y consumen el 4% de las horas

NOTA: esta segmentación según horas de uso es totalmente arbitraria y se mantiene solo a efectos de hacer comparaciones con años anteriores

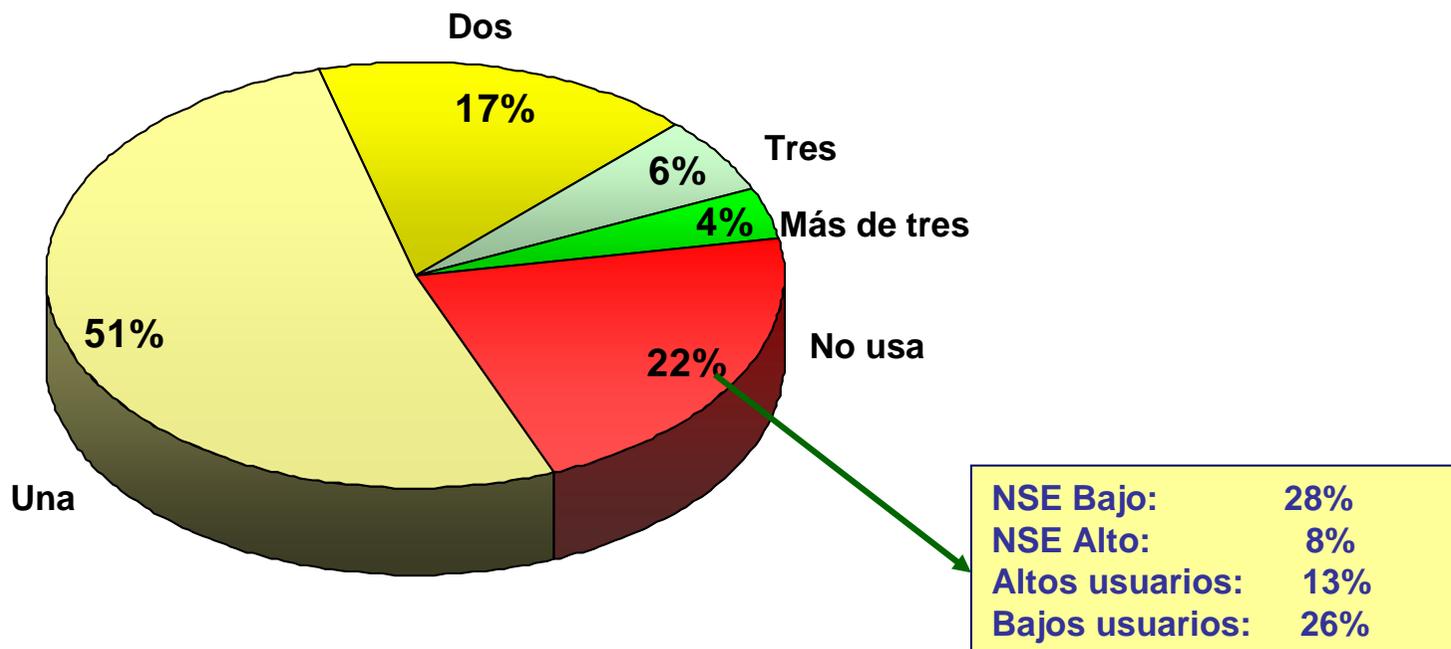
23. Horario de conexión

¿En qué horario se conecta habitualmente? (base: 884 usuarios)



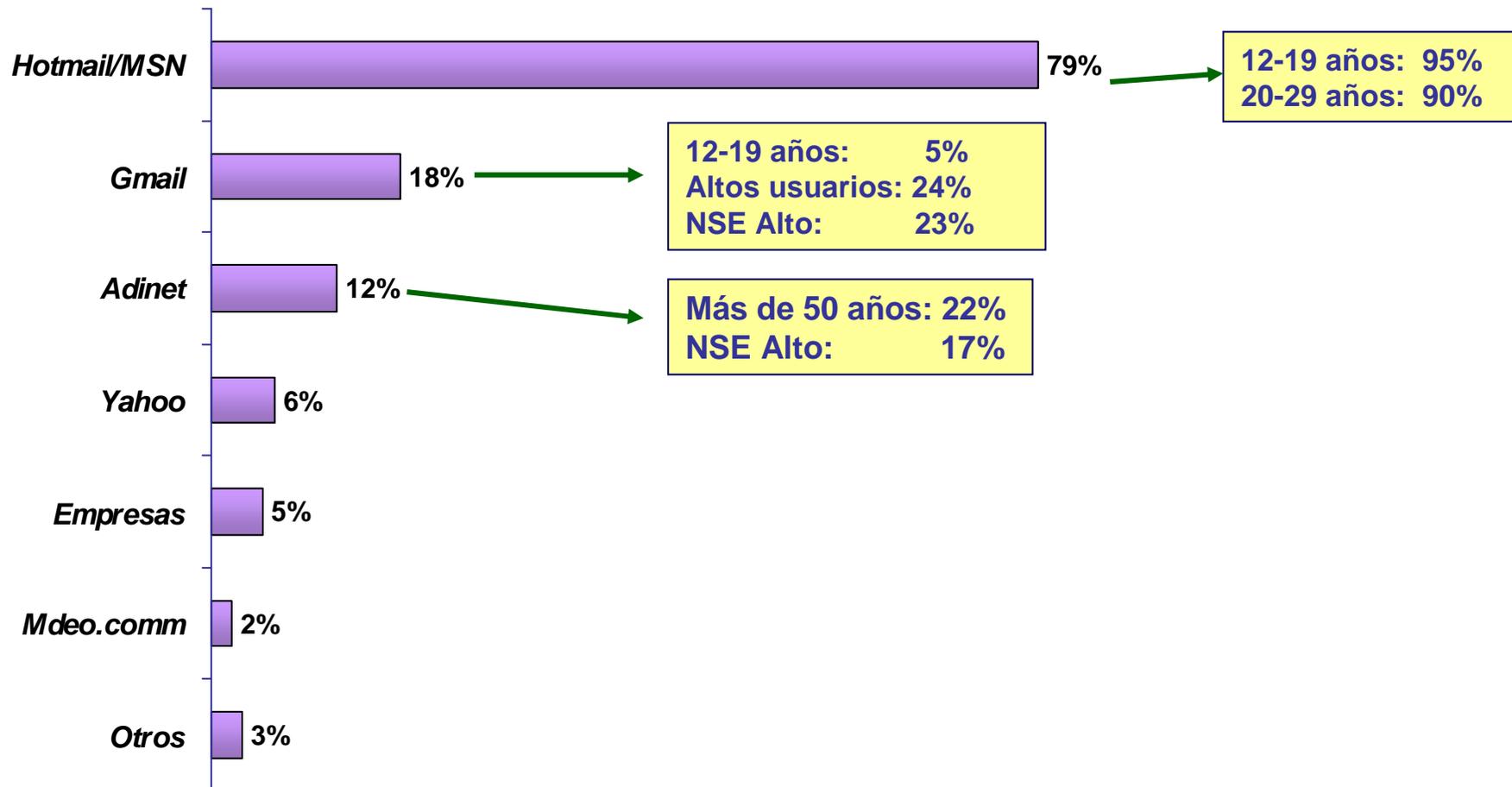
24. Casillas de correo (1)

¿Cuántas casillas de correo electrónico utiliza efectivamente independientemente de cuántas tiene abiertas?
(base: 884 usuarios)



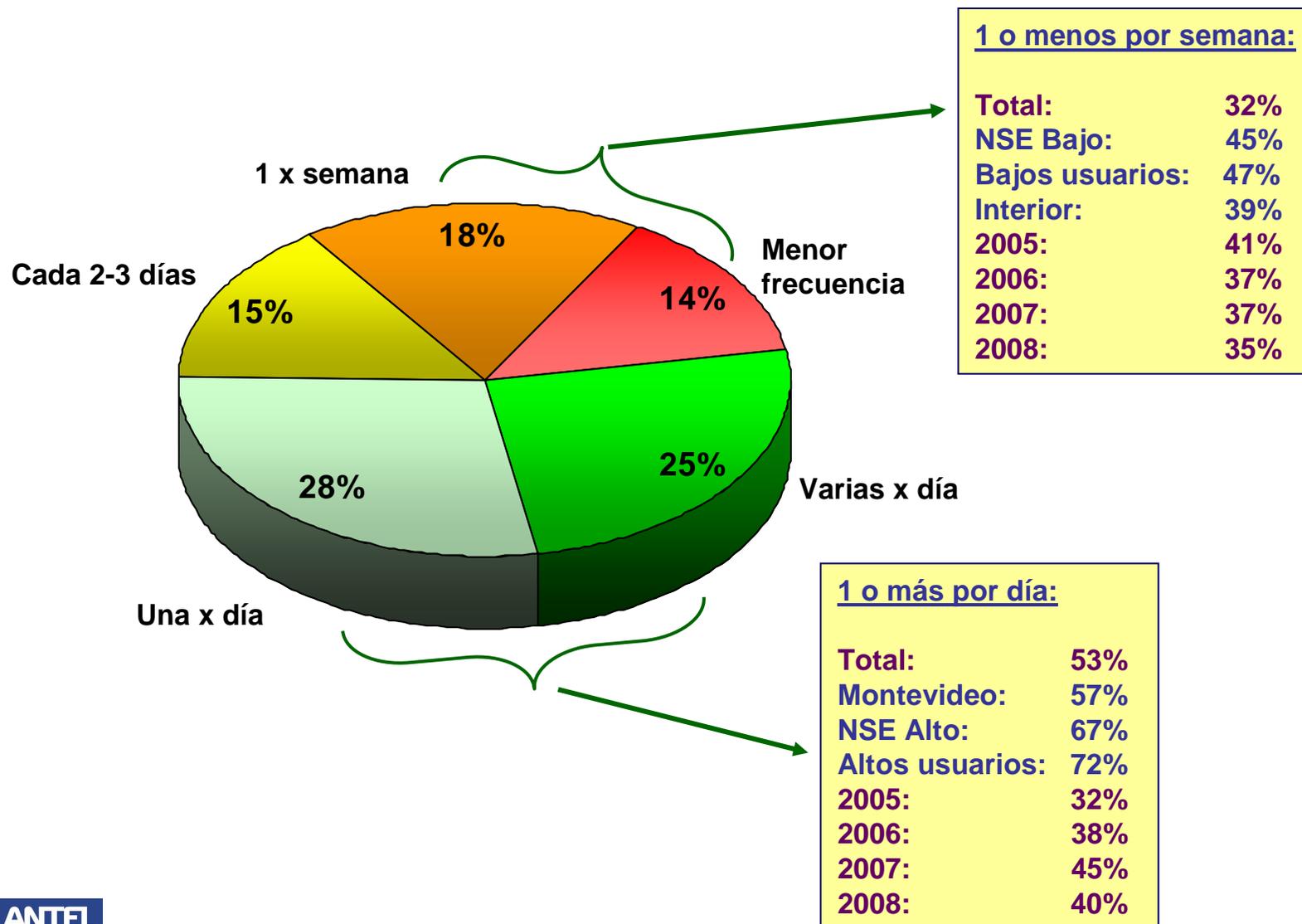
25. Casillas de correo (2)

¿En qué servidor(es) tiene su(s) casilla(s) de correo? (base: 692 que usan casilla)



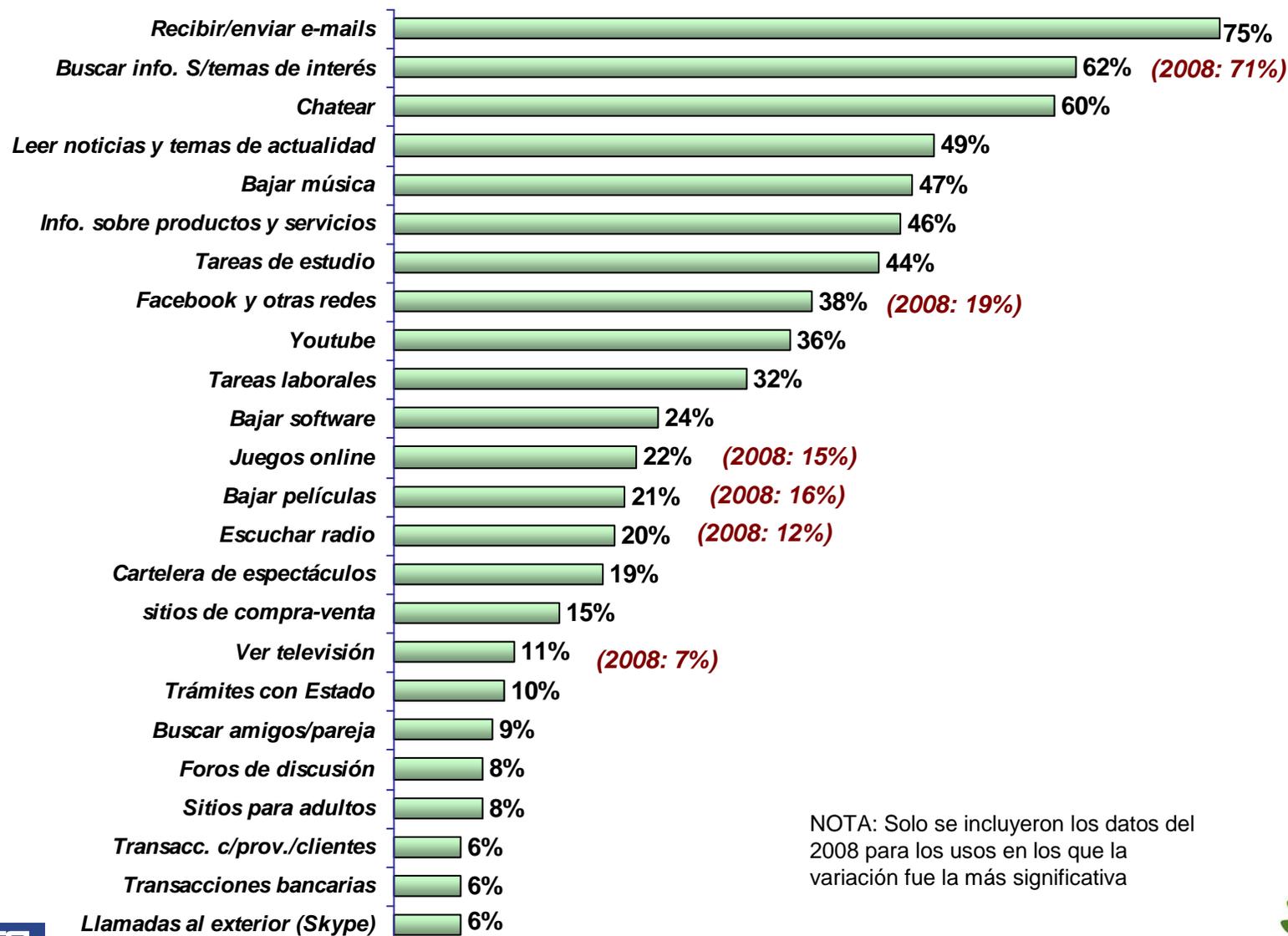
26 Frecuencia de uso del mail

¿Con qué frecuencia lee o envía e-mails? (base: 692 que usan casilla)



27. Usos de Internet

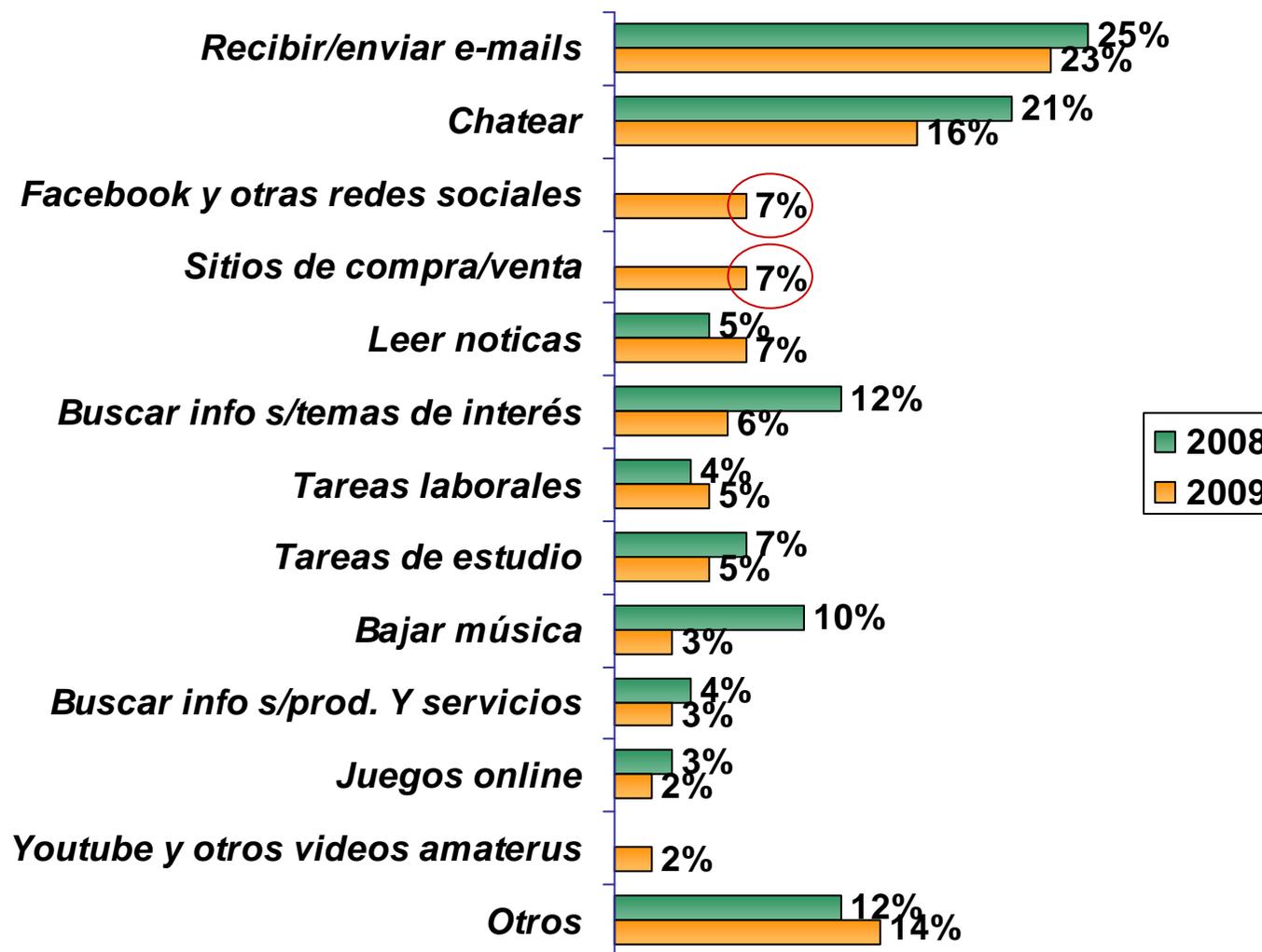
¿Qué usos le dio a Internet en el último mes? (lista predeterminada, base: 884 usuarios)



NOTA: Solo se incluyeron los datos del 2008 para los usos en los que la variación fue la más significativa

28. Uso principal de Internet

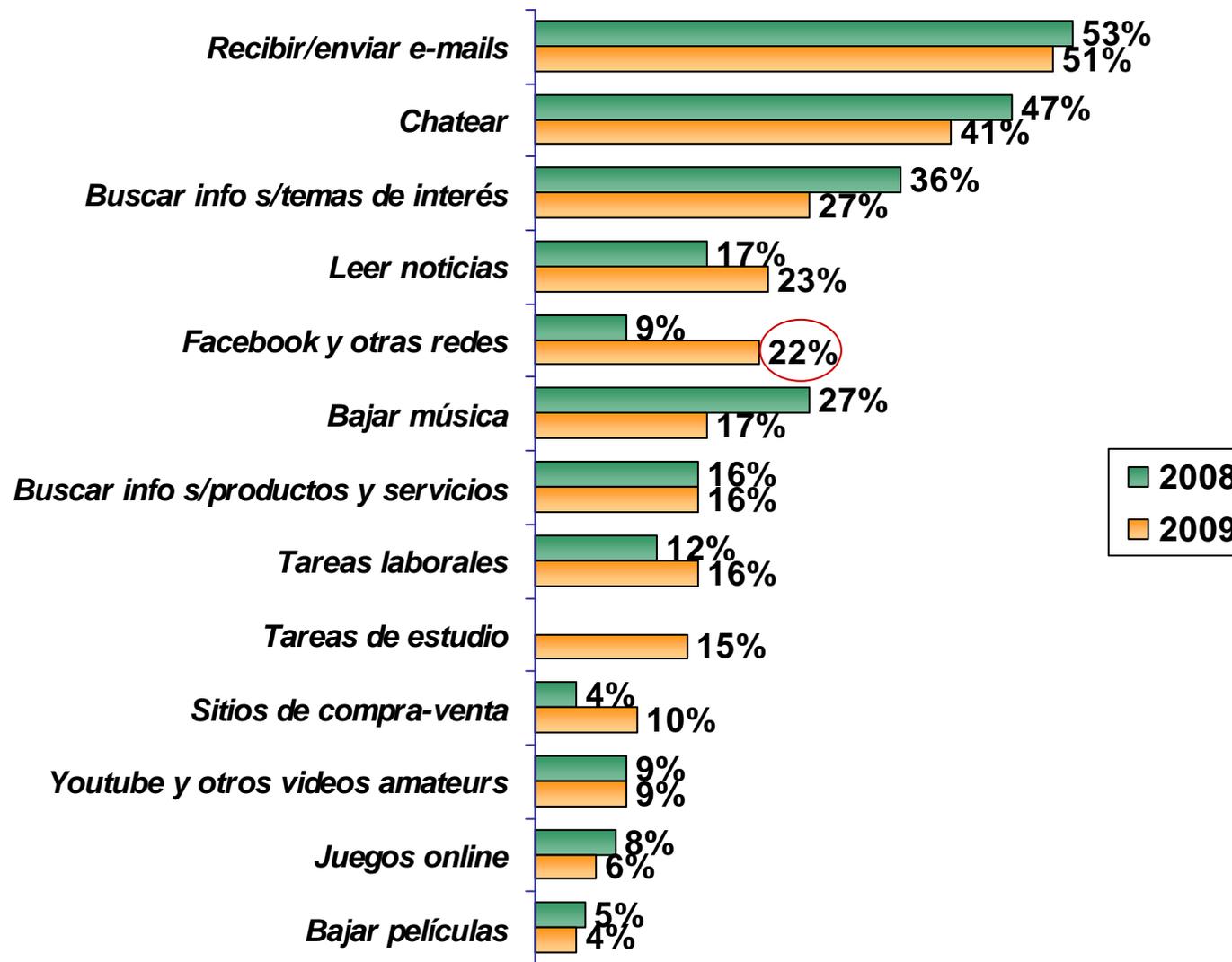
¿Cuál es el principal uso que le da a Internet? (base: 884 usuarios)



NOTA: Los tres ítems "nuevos" que aparecen en 2009 figuraban en "otros" en 2008

29. Tres usos principales de Internet

¿Cuáles son los tres principales usos que le da a Internet? (base: 884 usuarios)



30. Usos de Internet según zona de residencia

- La “diversificación” del usuario montevideano ha vuelto a “despegarse” de la del usuario del Interior, luego de varios años de “acercamiento”: de la lista de usos presentada, el primero contestó en promedio 7.4 ítems (6.3 en 2008) diferentes mientras que el segundo contestó 6.0 (6.1 en 2008).
- Esto significa que en casi todos los ítems los valores de Montevideo son superiores a los del Interior. Sobresalen especialmente:
 - Youtube (42% / 27%)
 - Facebook y otras redes sociales (43% / 31%)
 - Cartelera de espectáculos (27% / 9%)
 - Sitios de compra/venta (19% / 10%)
 - Buscar información sobre productos y servicios (50% / 40%)
 - Trámites con el Estado (13% / 6%)
- El único uso en el que el Interior supera a Montevideo es el de los juegos online.
- En los siguientes usos los valores son muy similares en Montevideo e Interior:
 - Descarga de música, películas y software
 - Mirar TV, escuchar radio
 - Tareas laborales, tareas de estudio
 - Buscar amigos / pareja.

31. Usos de Internet según sexo

- El usuario masculino sigue estando más “diversificado” que el femenino aunque cada vez menos: de la lista de usos presentada, los hombres contestaron en promedio 7.0 items diferentes (6.8 en 2008) mientras que las mujeres contestaron 6.5 (5.6 en 2008).
- Sobresalen entre los hombres:
 - Leer noticias/temas de actualidad (52% / 46%)
 - Bajar películas (23% / 19%)
 - Bajar software (28% / 20%)
 - Sitios para adultos (11% / 5%)
 - Juegos online (25% / 19%)
 - Bajar música (51% / 43%)
 - Sitios de compra / venta (21% / 9%)
 - Escuchar radio (23% / 17%)
 - You Tube y otros videos amateurs (38% / 33%)
- Los usos en los que las mujeres superan a los hombres:
 - Tareas de estudio (48% / 40%)
 - Chatear (62% / 58%)
 - Facebook y otras redes (40% / 36%)

32. Usos de Internet según edad

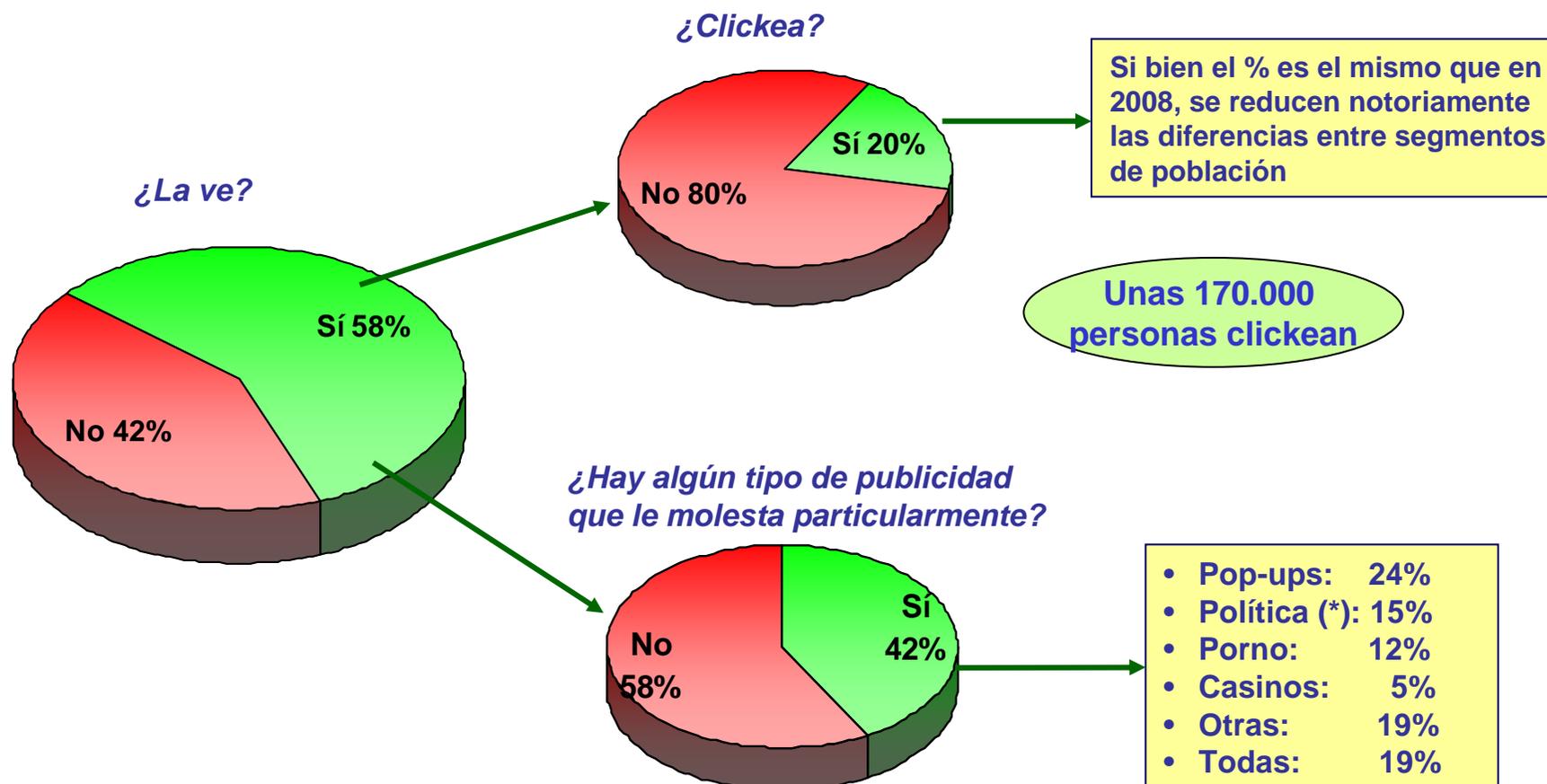
- Los usuarios más diversificados son los 20-29 años (7.8 menciones diferentes) seguidos por los 12-19 (7.0) y los 30-39 (6.8). Los mayores de 65 años son los menos diversificados (5.1 usos diferentes).
- El segmento de adolescentes se destaca particularmente en los siguientes usos:
 - Chatear (75%)
 - Juegos online (33%)
 - Tareas de estudio (62%)
 - Bajar música (66%)
 - Bajar software (33%)
 - Bajar películas (30%)
 - Facebook y otras redes (55%) - (34% en 2008)
 - You Tube y otras videos amateurs (43%)
- El segmento de los 40-49 años se destaca en:
 - Buscar info sobre prod. y servicios (57%)
 - Buscar info sobre temas de interés (68%)
 - Tareas laborales (45%)
 - Transacciones bancarias (12%)
 - Trámites con el Estado (16%)
 - Sitios de compra/venta (21%)
 - Escuchar radio (23%)

33. Usos de Internet según nivel socioeconómico

- El nivel socioeconómico es de todas las variables sociodemográficas utilizadas la que más revela diferencias en la “diversificación” de usos de Internet: en el NSE Alto, el promedio de usos diferentes es de 8.0, mientras que en el Bajo es de 5.7.
- En algunos usos las diferencias entre el NSE Alto y el NSE Bajo son particularmente acentuadas:
 - Trámites con organismos del Estado
 - Consultas y transacciones bancarias
 - Transacciones con proveedores o clientes
 - Llamadas al exterior
 - Buscar información sobre productos y servicios
- En otros las diferencias son mínimas:
 - Youtube y otros videos amateurs
 - Tareas de estudio
 - Buscar amigos / pareja
 - Ver televisión / escuchar radio
 - Bajar música / películas
- En algunos items el NSE Bajo supera al Alto en % de usuarios:
 - Juegos online
 - Chatear

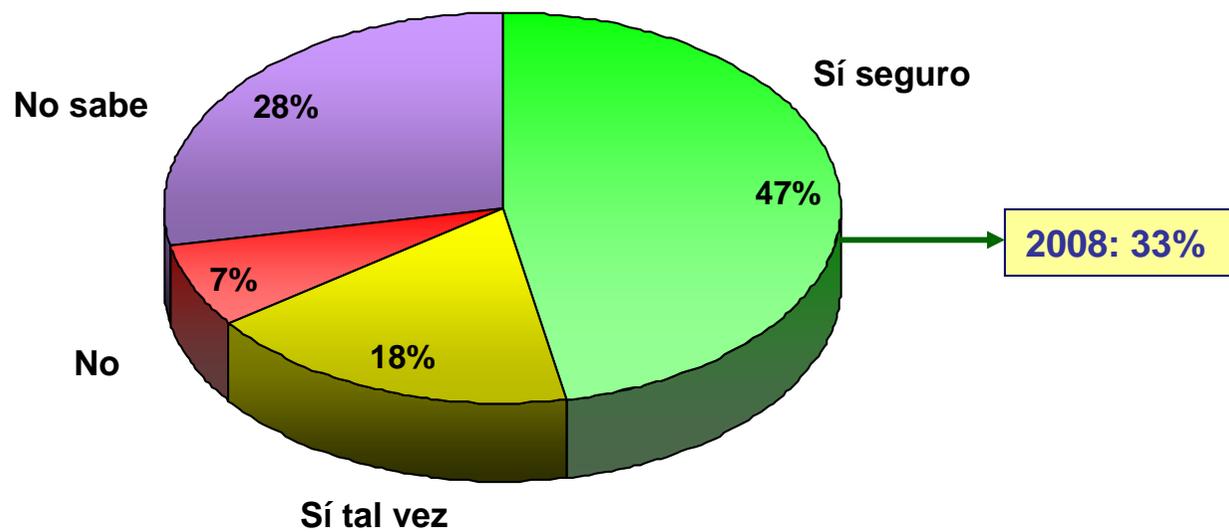
34. Publicidad en Internet (1)

¿Ha notado la publicidad en Internet? ¿Clickea? ¿Hay algún tipo de publicidad que le molesta particularmente? (base: 884 usuarios)



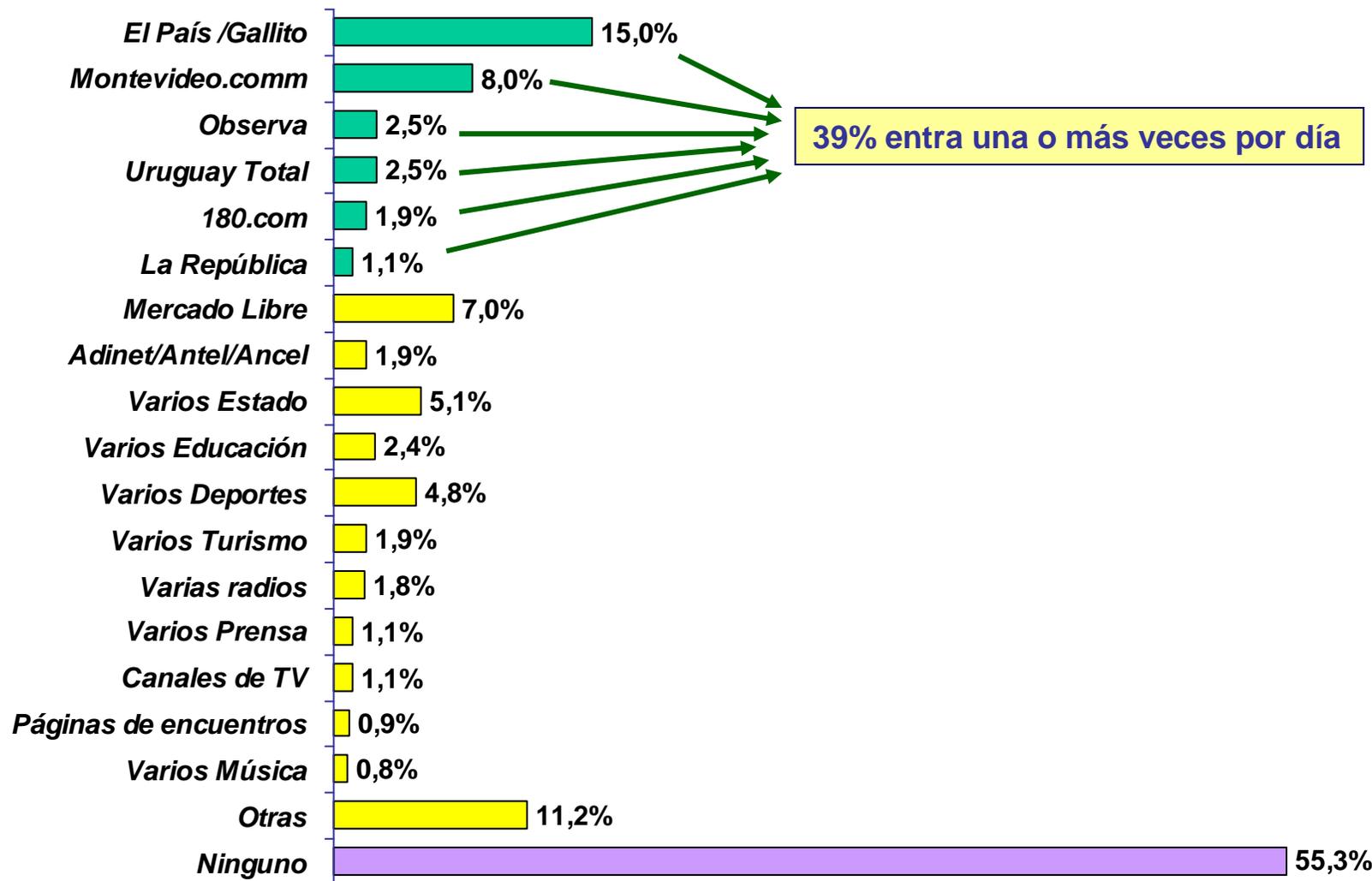
35. Publicidad en Internet (2)

¿Le parece que viene aumentando la publicidad uruguaya en Internet? (base: 508 que ven la publicidad)



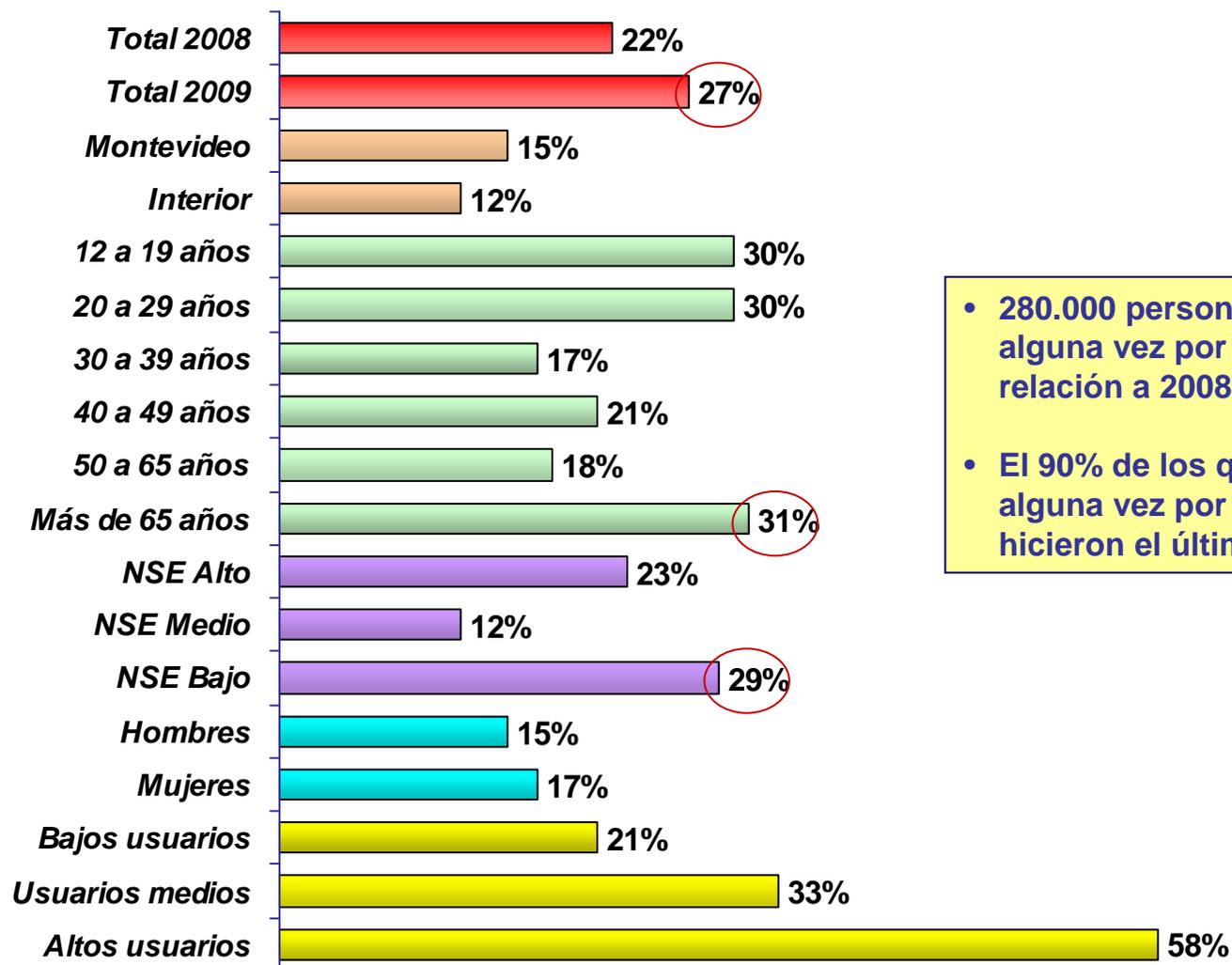
36. Sitios web uruguayos

¿En qué sitios web uruguayos navega usted regularmente? Con qué frecuencia? (respuesta espontánea, base: 884 usuarios)



37. Compras por Internet (1)

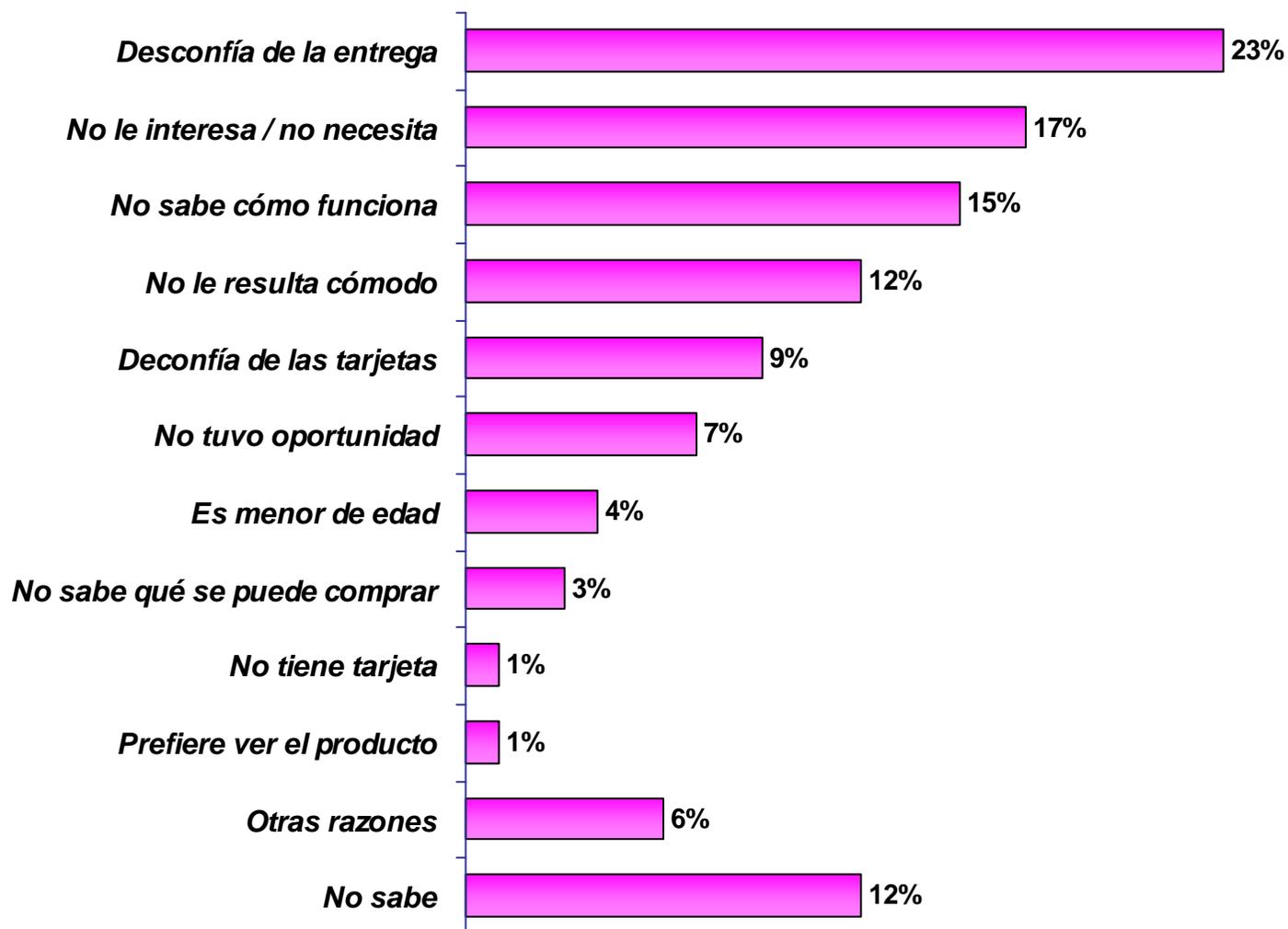
¿Ha comprado alguna vez por Internet? (base: 884)



- 280.000 personas han comprado alguna vez por Internet (+75% en relación a 2008).
- El 90% de los que compraron alguna vez por Internet también lo hicieron el último año.

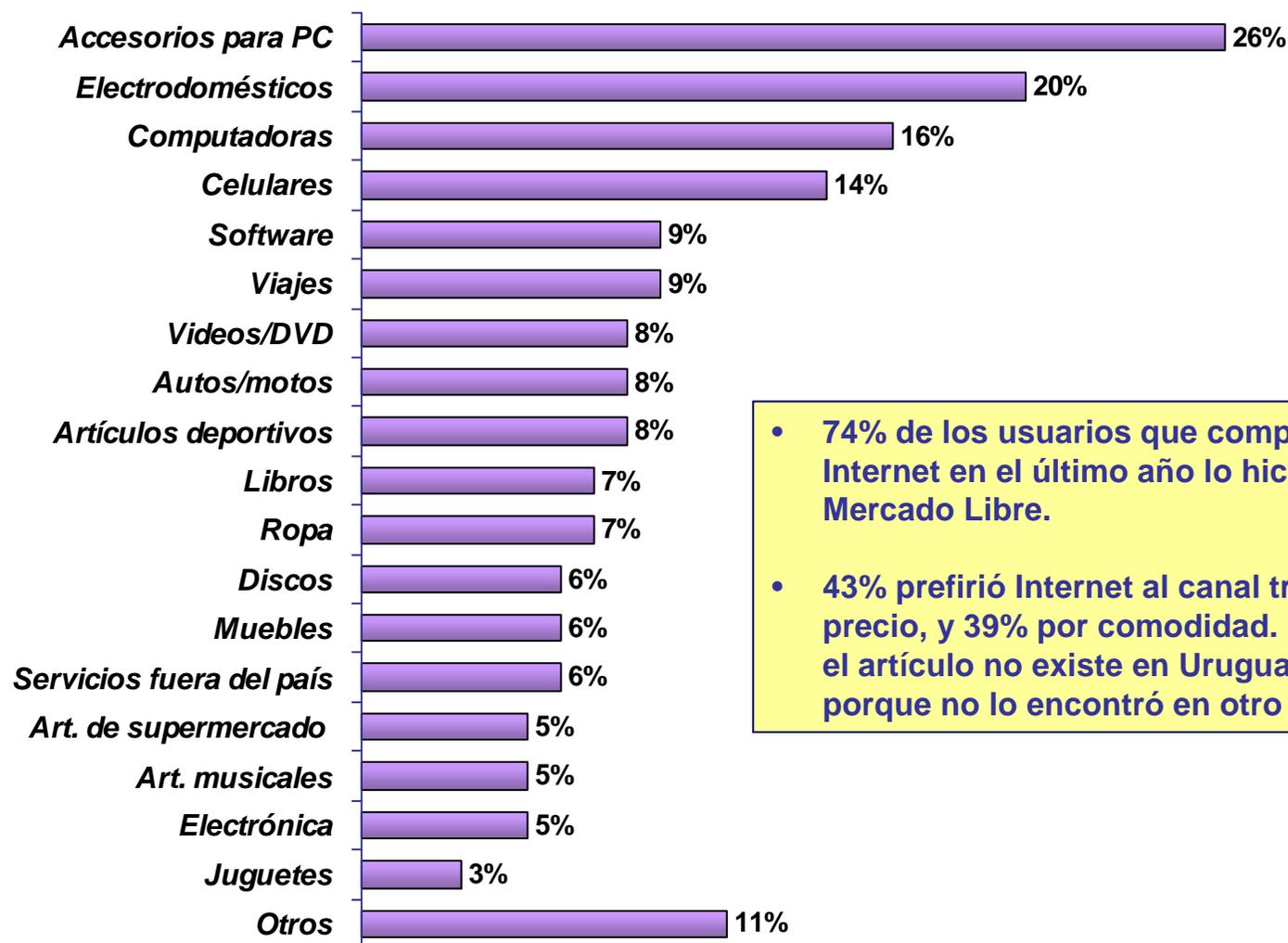
38. Compras por Internet (2)

¿Por qué nunca compró por Internet? (base: 633 que nunca compraron)



39. Compras por Internet (3)

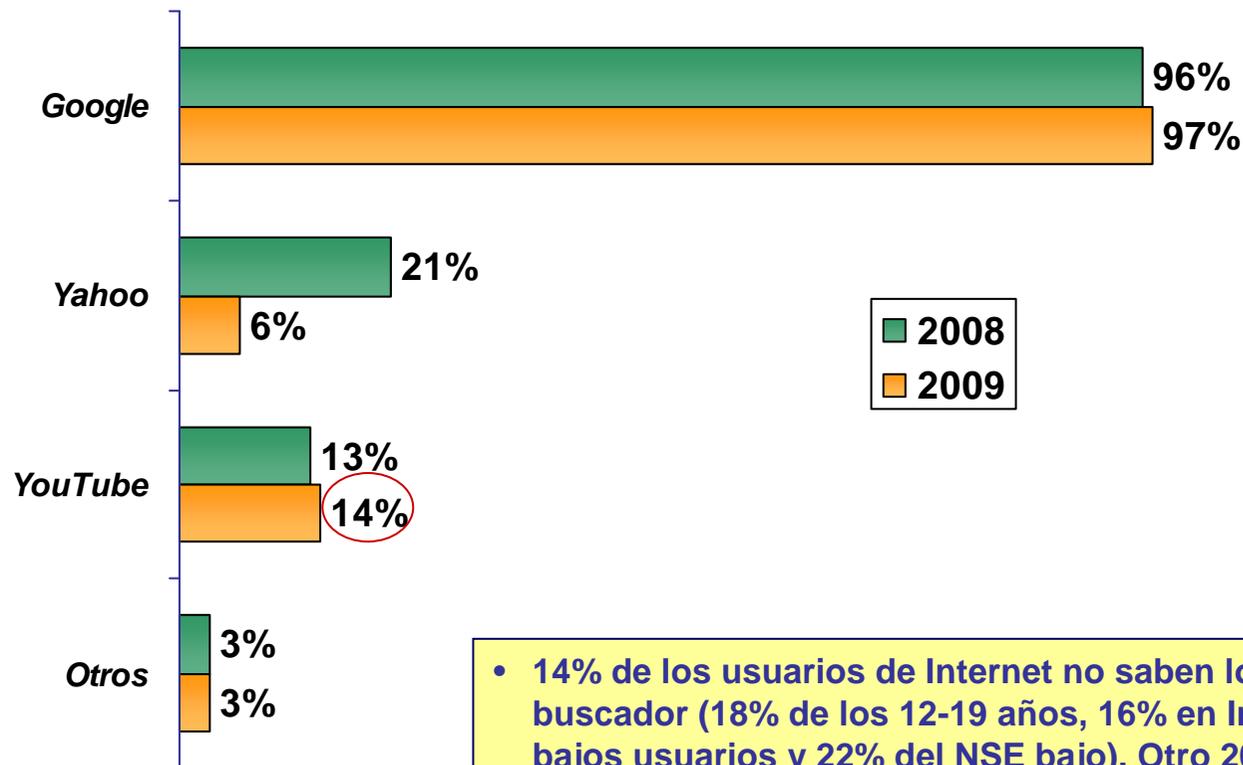
¿Cuáles de los siguientes artículos ha comprado en el último año? (base: 281 que compraron)



- 74% de los usuarios que compraron por Internet en el último año lo hicieron en Mercado Libre.
- 43% prefirió Internet al canal tradicional por precio, y 39% por comodidad. Un 6% porque el artículo no existe en Uruguay y un 3% porque no lo encontró en otro lugar.

40. Buscadores

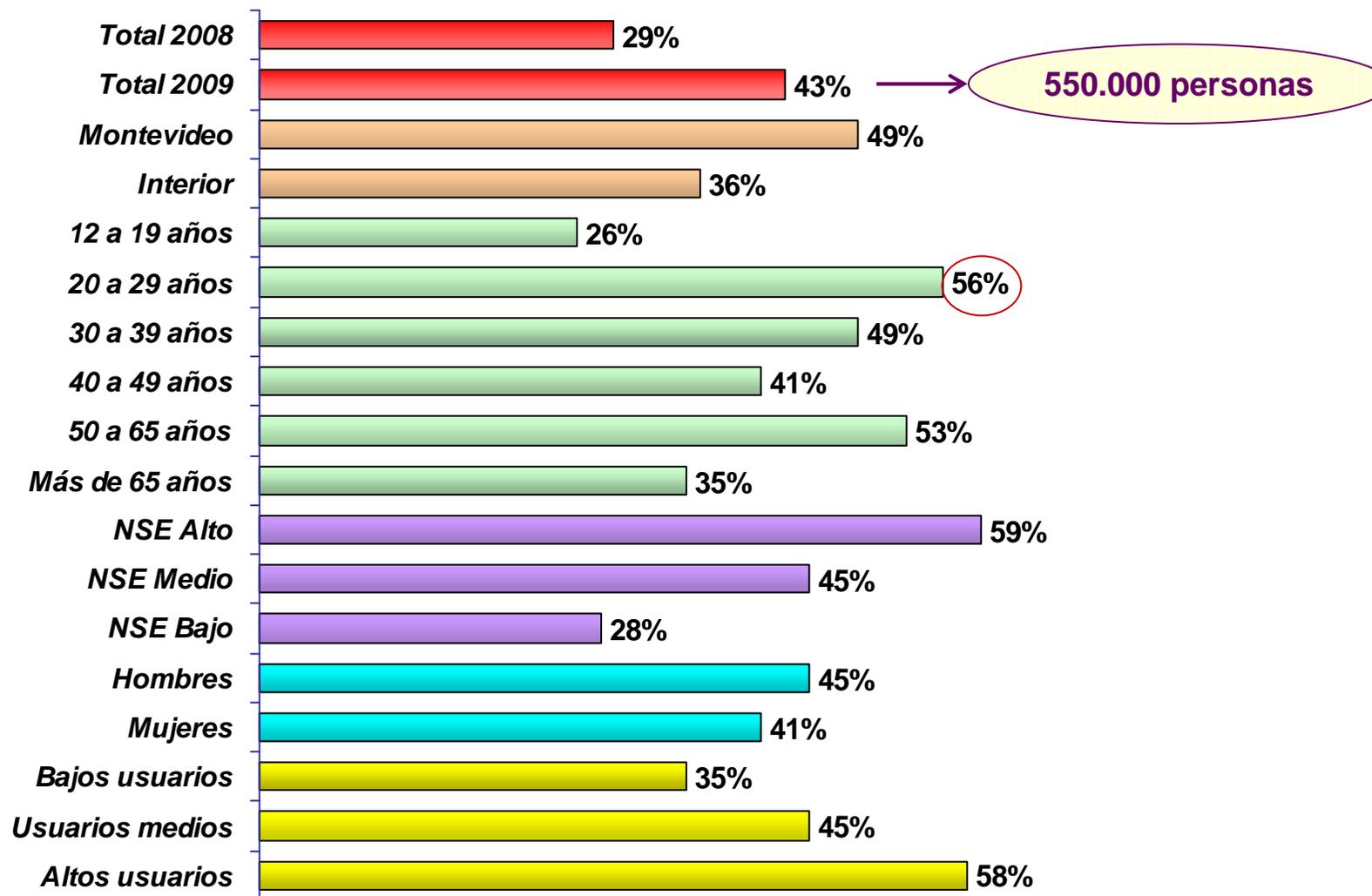
¿Qué buscadores ha usado el último mes? (base: 541 usuarios que saben lo que es un buscador)



- 14% de los usuarios de Internet no saben lo que es un buscador (18% de los 12-19 años, 16% en Interior, 18% de los bajos usuarios y 22% del NSE bajo). Otro 20% no está seguro.
- Un 73% de los que dicen no saber lo que es un buscador o no están seguros, saben lo que es Google y lo han usado; otro 11% sabe lo que es pero no lo ha usado. La marca Google es el “genérico” de los buscadores.

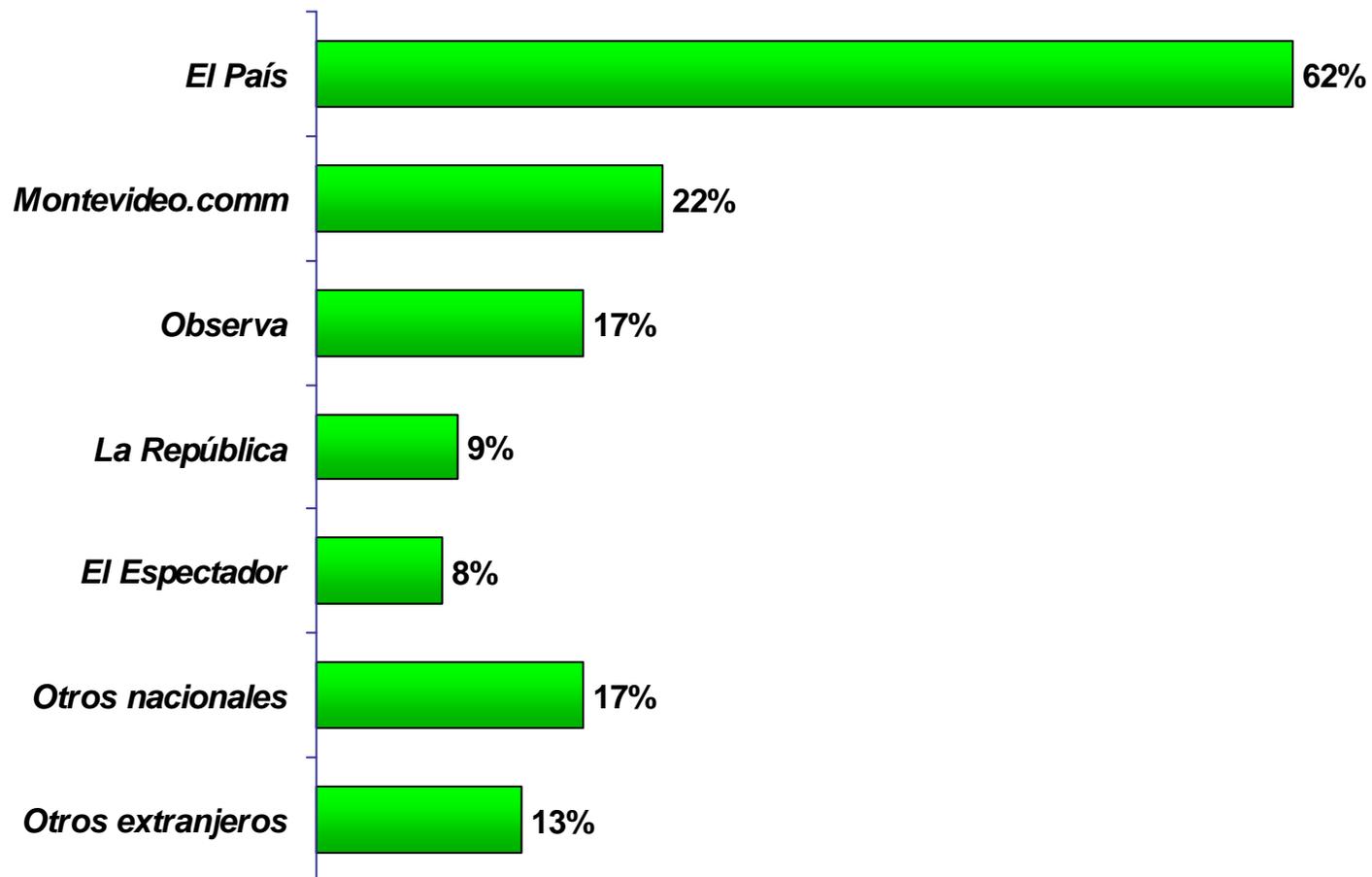
41. Medios digitales (1)

¿En la última semana, ha leído o escuchado noticias en algún medio de prensa por Internet o en algún portal? (base: 884)



42. Medios digitales (2)

¿Qué medios de prensa ha leído/escuchado por Internet la última semana? (base: 380 que leyeron/escucharon alguno)



43. Cómo estamos en América Latina?

- Muchas fuentes de datos, difícilmente comparables.
- Según un informe de la UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo) publicado en 2009 con cifras del 2008, Argentina lideraba en penetración de Internet (50%), seguida por Chile (42%), Colombia (35%) y Uruguay (30%).
- Según nuestro estudio del 2008 Uruguay ya estaba en un 39%, pero no pudimos acceder fácilmente a la metodología del estudio de la UNCTAD.
- Según ComScore (consultora internacional especializada en TI), los primeros puestos en América Latina corresponderían a Chile y Argentina pero no mencionan a Uruguay. Las cifras difieren de las de la UNCTAD.
- Según otras fuentes consultadas, Chile, Argentina y Uruguay son los países con mayor penetración de Internet en América Latina pero todas difieren en el orden, en las cifras y en la fecha de la realización del estudio, y no siempre incluyen a Uruguay en sus estudios.
- En suma, resulta difícil comparar las cifras del presente estudio con las de otros países, ya que las cifras disponibles corresponden a estudios que no fueron realizados al mismo tiempo, con la misma metodología y según los mismos criterios de definición de usuario de Internet. Sin embargo, cualquiera sea la fuente consultada resulta claro que si Uruguay no es el país con mayor penetración de Internet en la región se encuentra en uno de los tres primeros puestos.

El perfil del internauta uruguayo

Séptima edición

Noviembre 2009