

El perfil del internauta uruguayo

Novena edición



Junio 2012



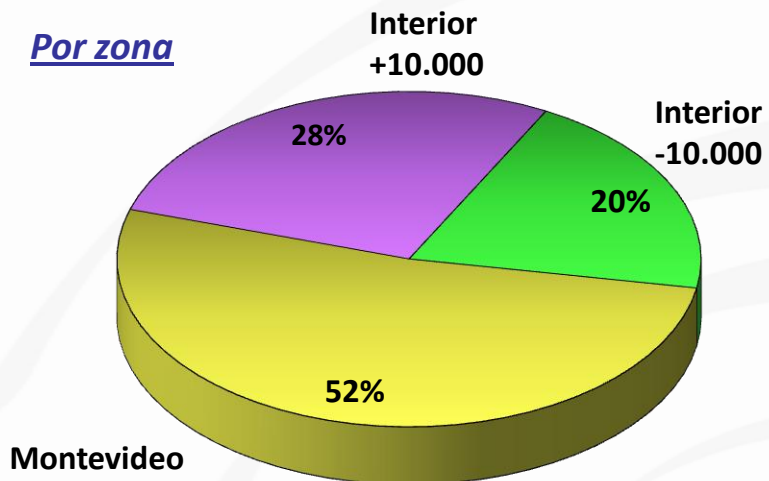
Ficha técnica y muestra

- La muestra total fue de 1800 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 52% en Montevideo y zona metropolitana, y un 48% 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 (1800 casos).
- La muestra de usuarios de Internet fue de 1098 casos. Los datos referidos a ese universo tienen un margen de error máximo de ± 3.0 .
- Todas las encuestas fueron realizadas cara a cara en los hogares de los entrevistados, durante el mes de junio de 2012.
- El muestreo fue polietápico: se sortearon las localidades (69 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.

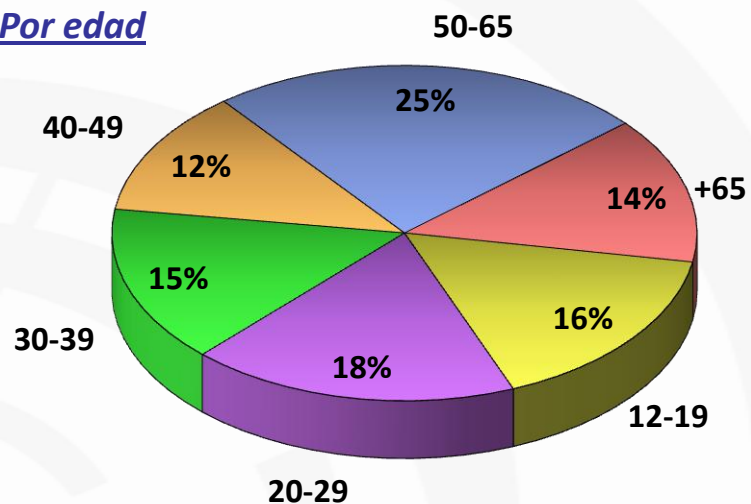
- **“Montevideo”**: comprende el departamento de Montevideo y el área metropolitana según definición del INE.
- Nivel socioeconómico **“Alto”** corresponde a los niveles A+ y A-. El **“Medio”** corresponde a los M+, M y M-. El **“Bajo”** corresponde a los niveles B+ y B-.
- Los niveles socioeconómicos se definen de acuerdo al índice acordado por CEISMU (Cámara de Empresas de Investigación Social y de Mercado del Uruguay), ADIMU (Asociación de Investigadores de Mercado del Uruguay), CAU (Cámara de Anunciantes del Uruguay), AUDAP (Asociación de Agencias de Publicidad del Uruguay) y CUAM (Cámara Uruguaya de Agencias de Medios). Este índice fue modificado en 2012, por lo que las comparaciones de los resultados de este estudio con los de años anteriores pueden no ser válidas en lo que a esta variable de segmentación se refiere.

Estructura de la muestra

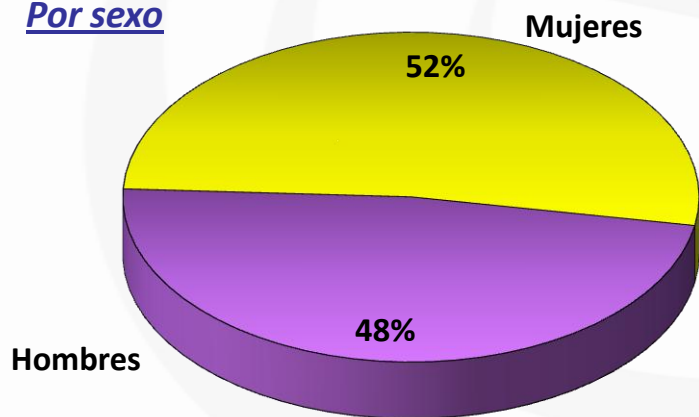
Por zona



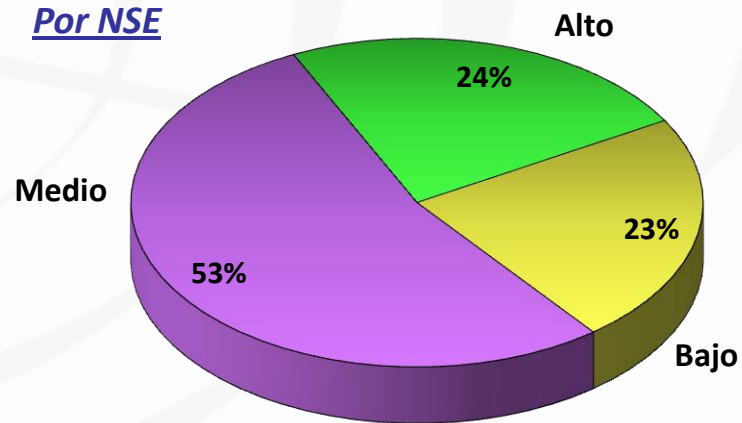
Por edad



Por sexo



Por NSE

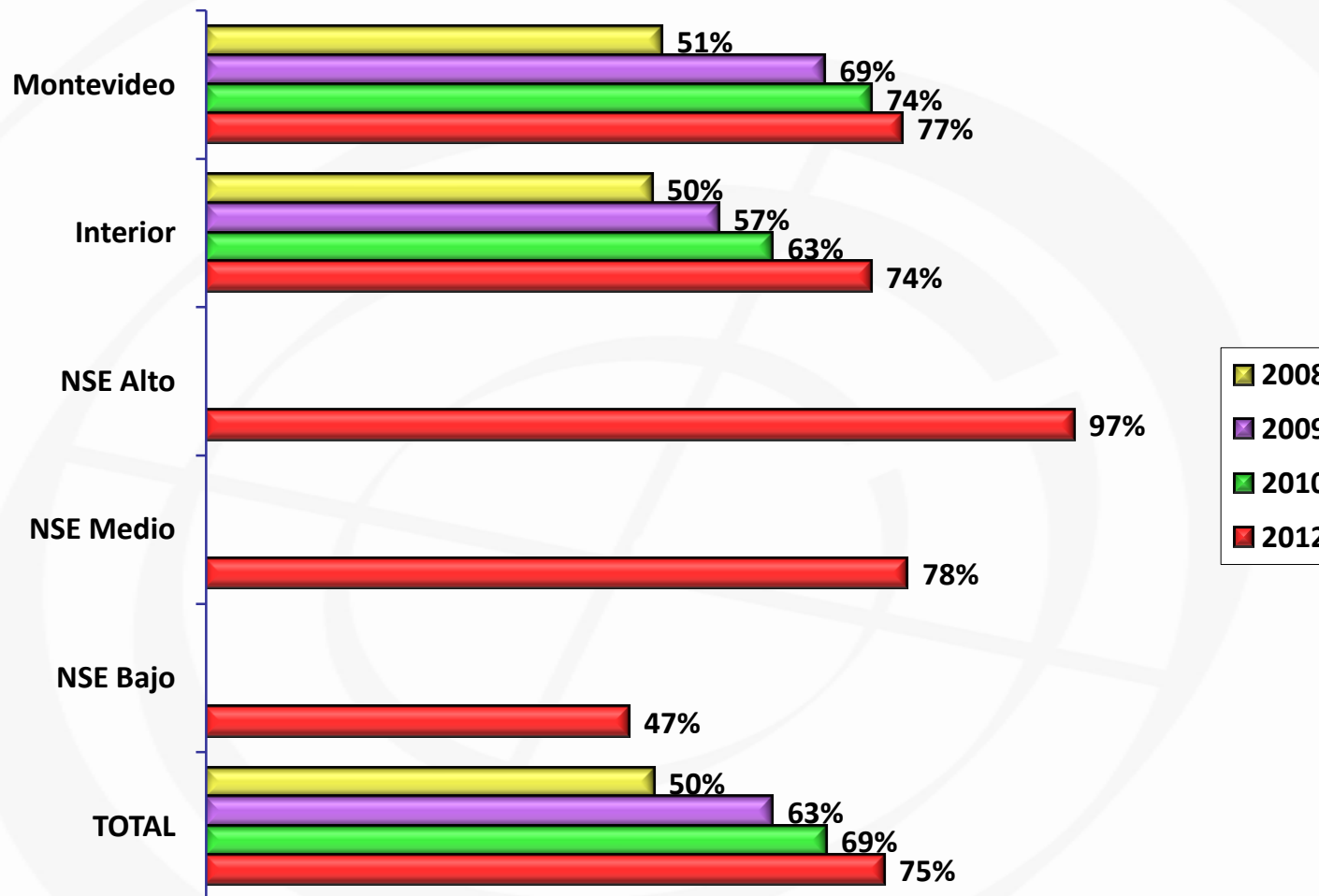




Penetración de PC en hogares

Penetración de PC en hogares

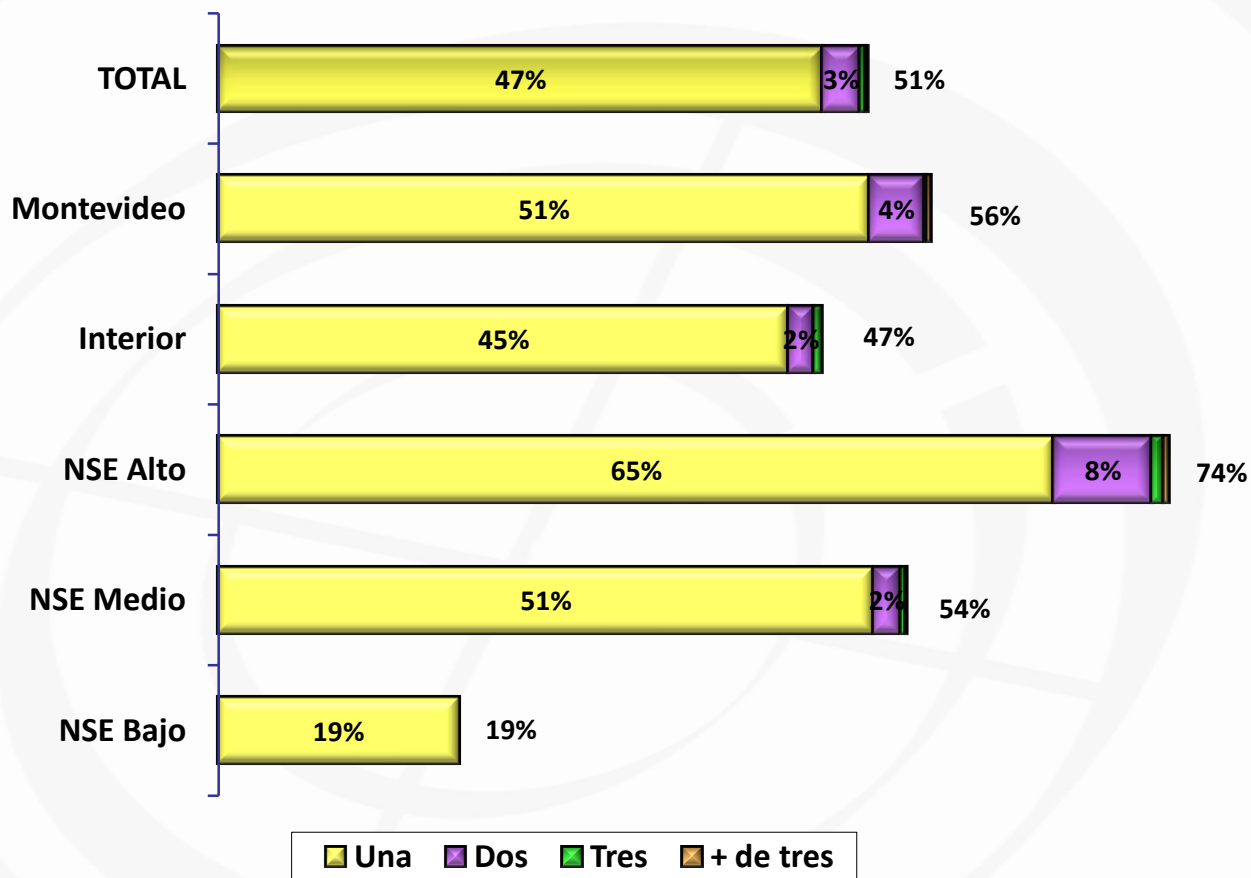
¿Hay alguna computadora en su hogar, incluyendo XO? (*) (base: 1800)



(*) Las XO son las computadoras entregadas por el Plan Ceibal a todos los niños de las escuelas públicas

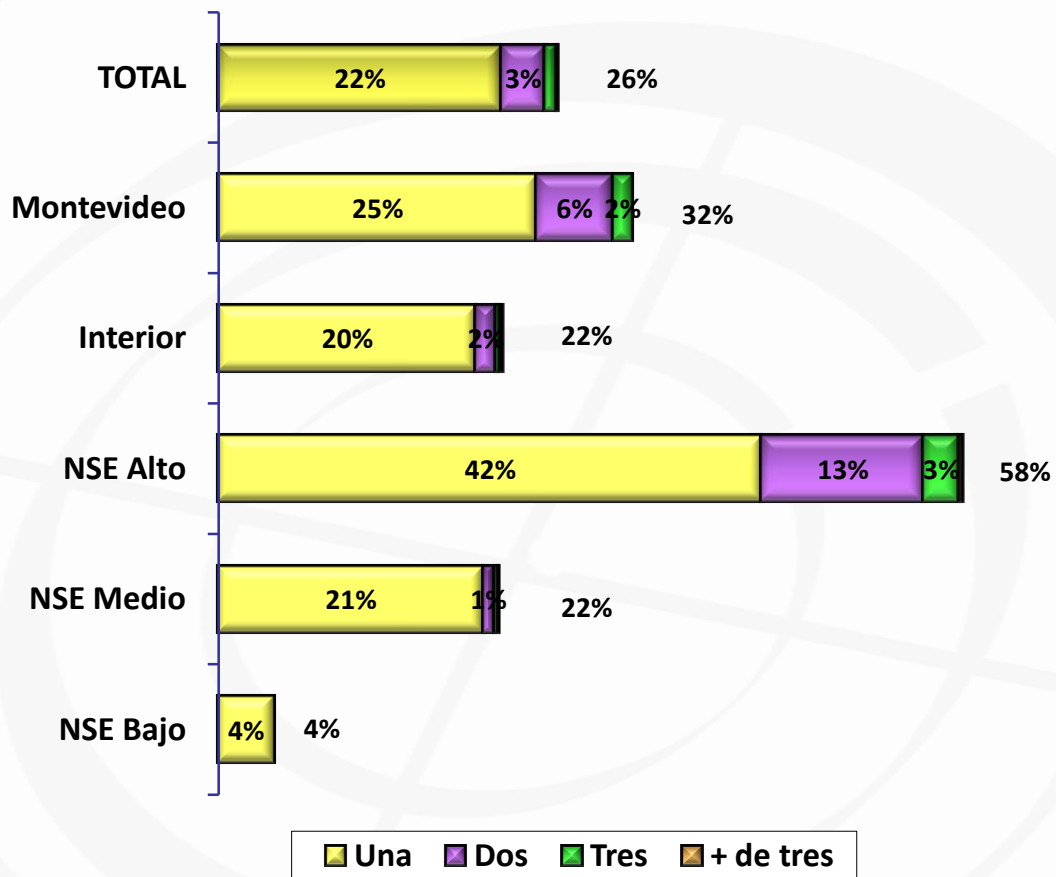
Existencia de PC de escritorio en el hogar

¿Hay alguna PC de escritorio en su hogar? ¿Cuántas? (base: 1800)



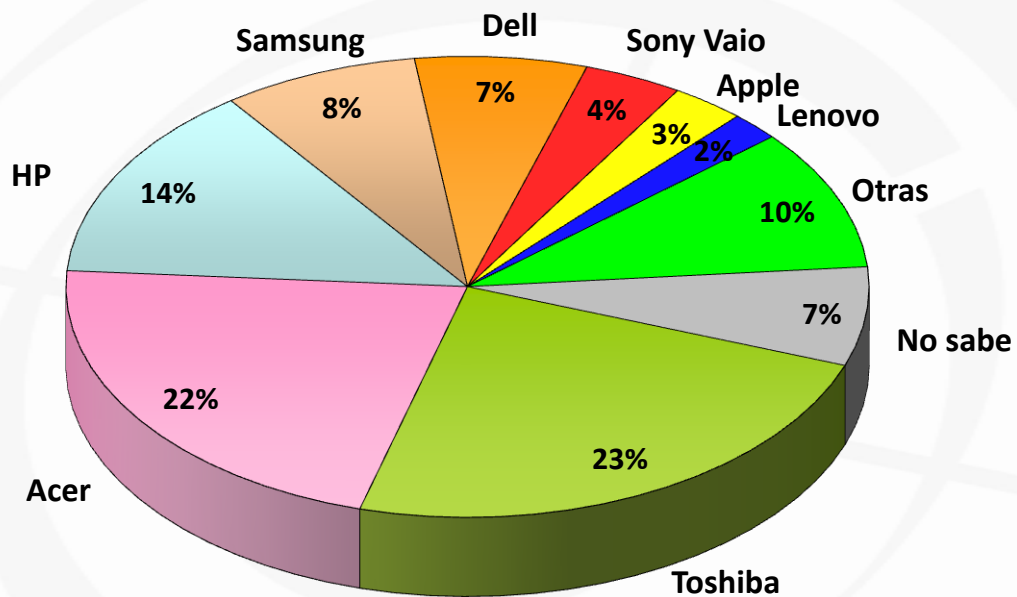
Existencia de Notebooks en el hogar

¿Hay alguna Notebook en su hogar? ¿Cuántas? (base: 1800)



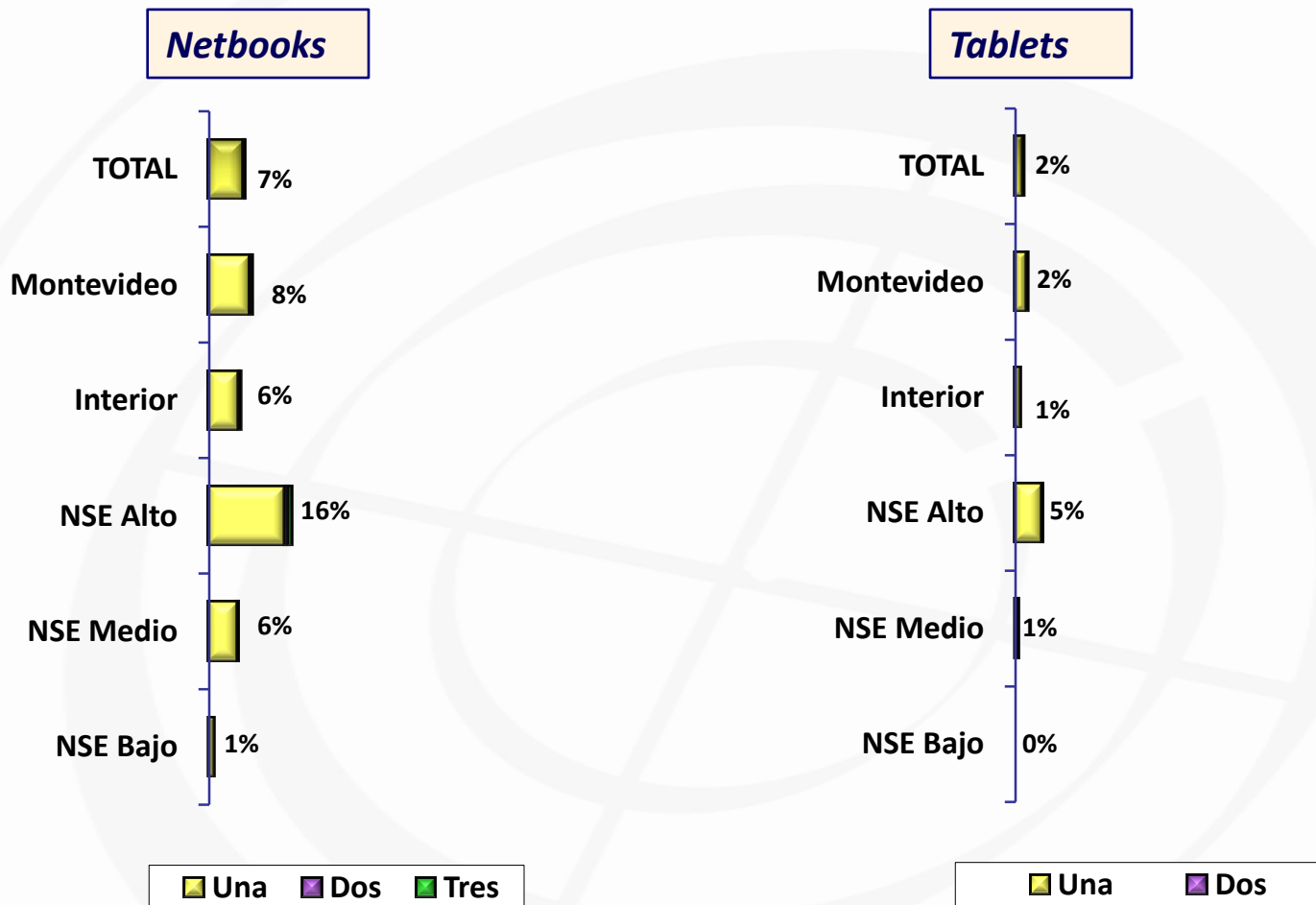
Market shares de marcas de notebook

¿Usted personalmente tiene una notebook? ¿De qué marca? (base: 412 que tienen una notebook)



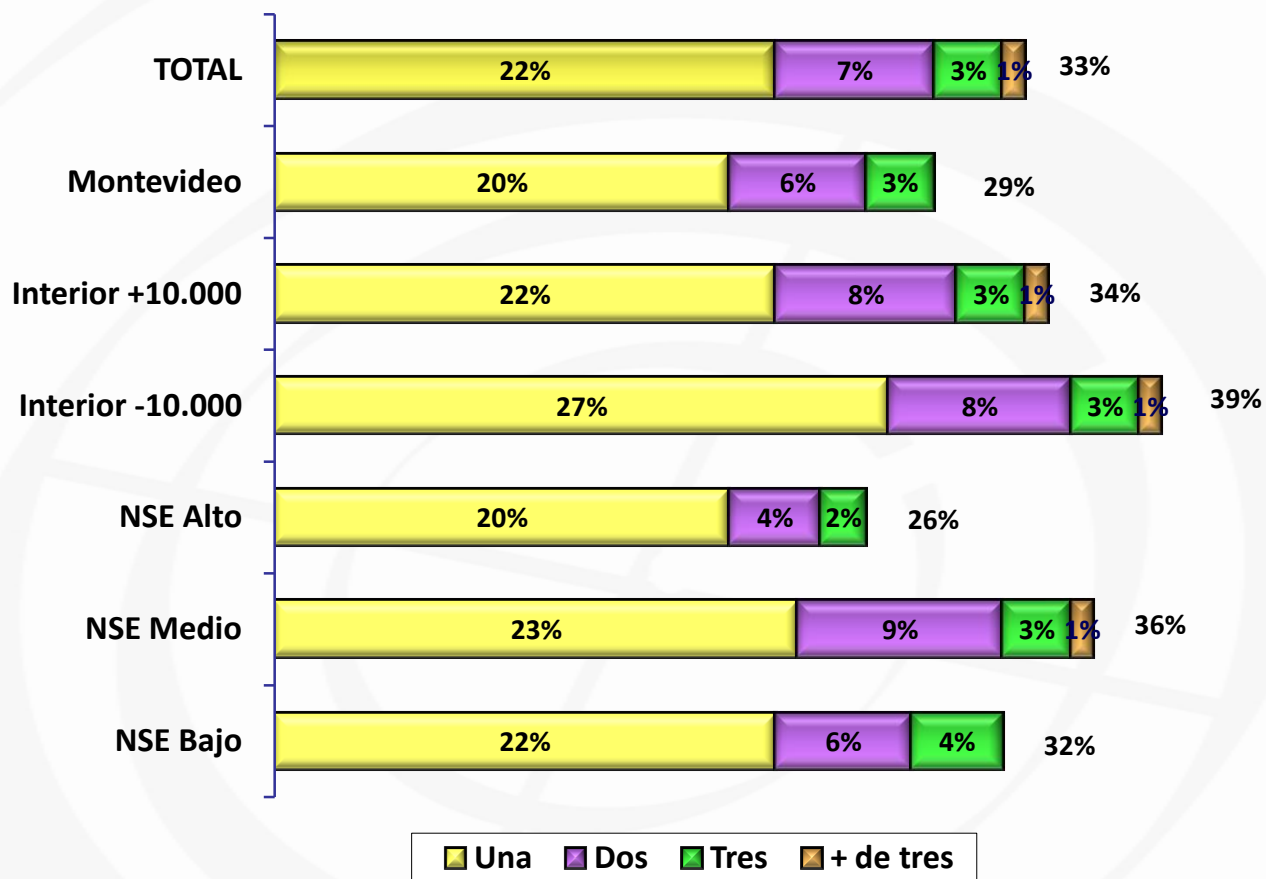
Existencia de Netbooks y Tablets en el hogar

¿Hay alguna Netbook en su hogar? ¿Cuántas? ¿Hay alguna Tablet en su hogar? ¿Cuántas? (base: 1800)



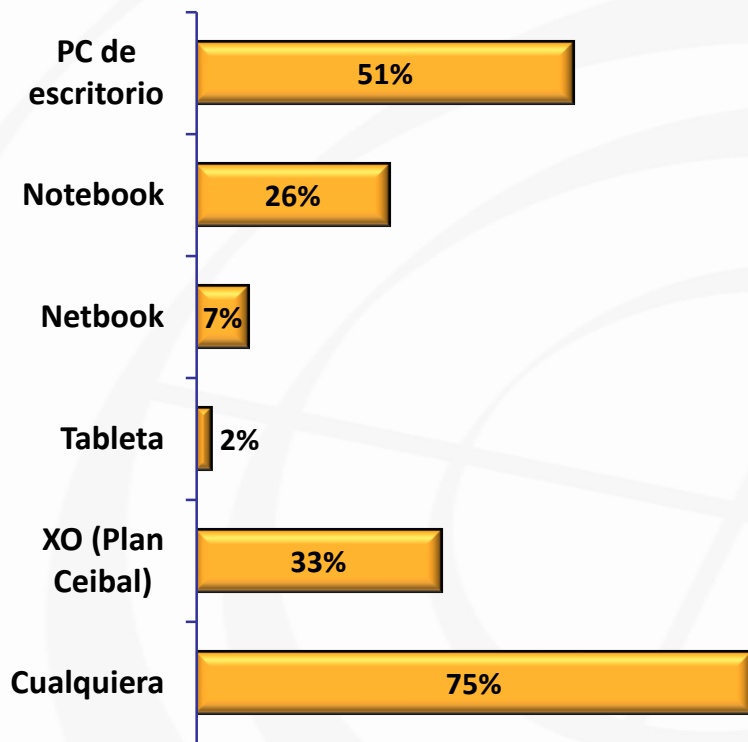
Existencia de XO en el hogar

¿Hay alguna computadora del Plan Ceibal en su hogar? ¿Cuántas? (base: 1800)

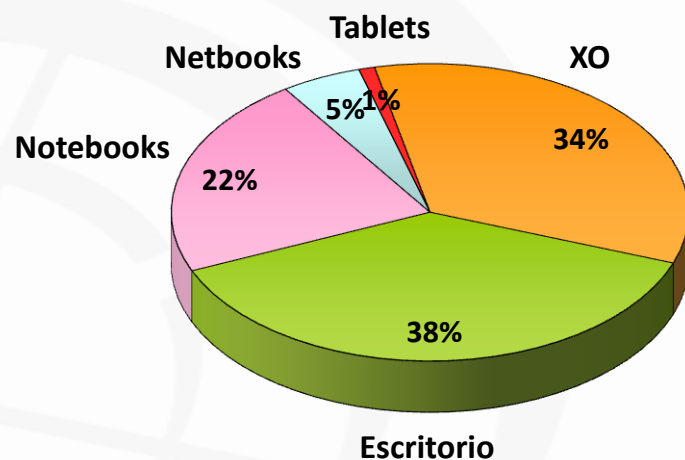


Penetración de los diferentes tipos de computadora

% de la población que vive en hogares con...

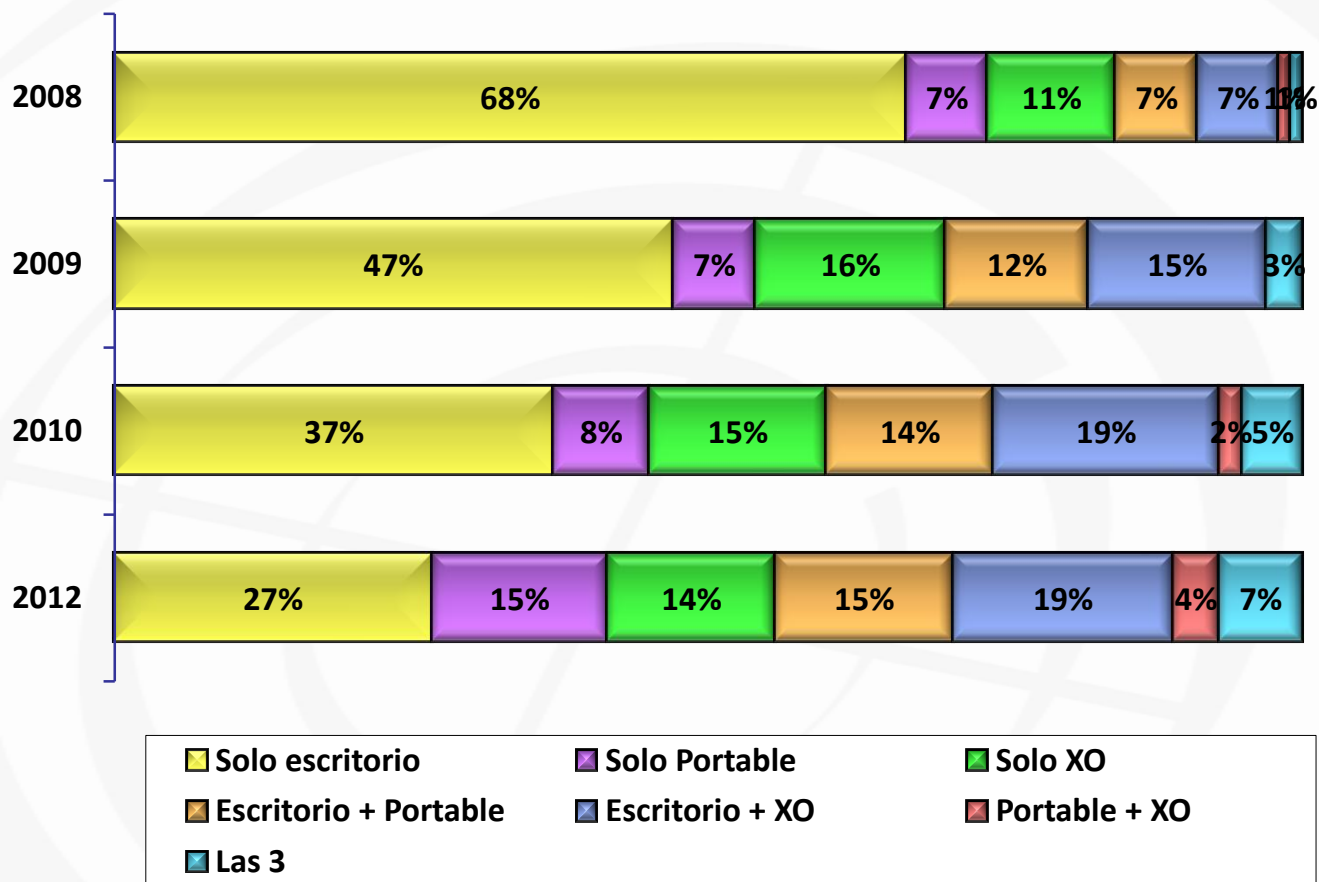


Composición del parque total



Composición de la población con PC según el tipo de PC del hogar (1)

¿De qué tipo es/son la/s computadora/s que hay en su hogar? (base: 1358 personas en hogares con PC)

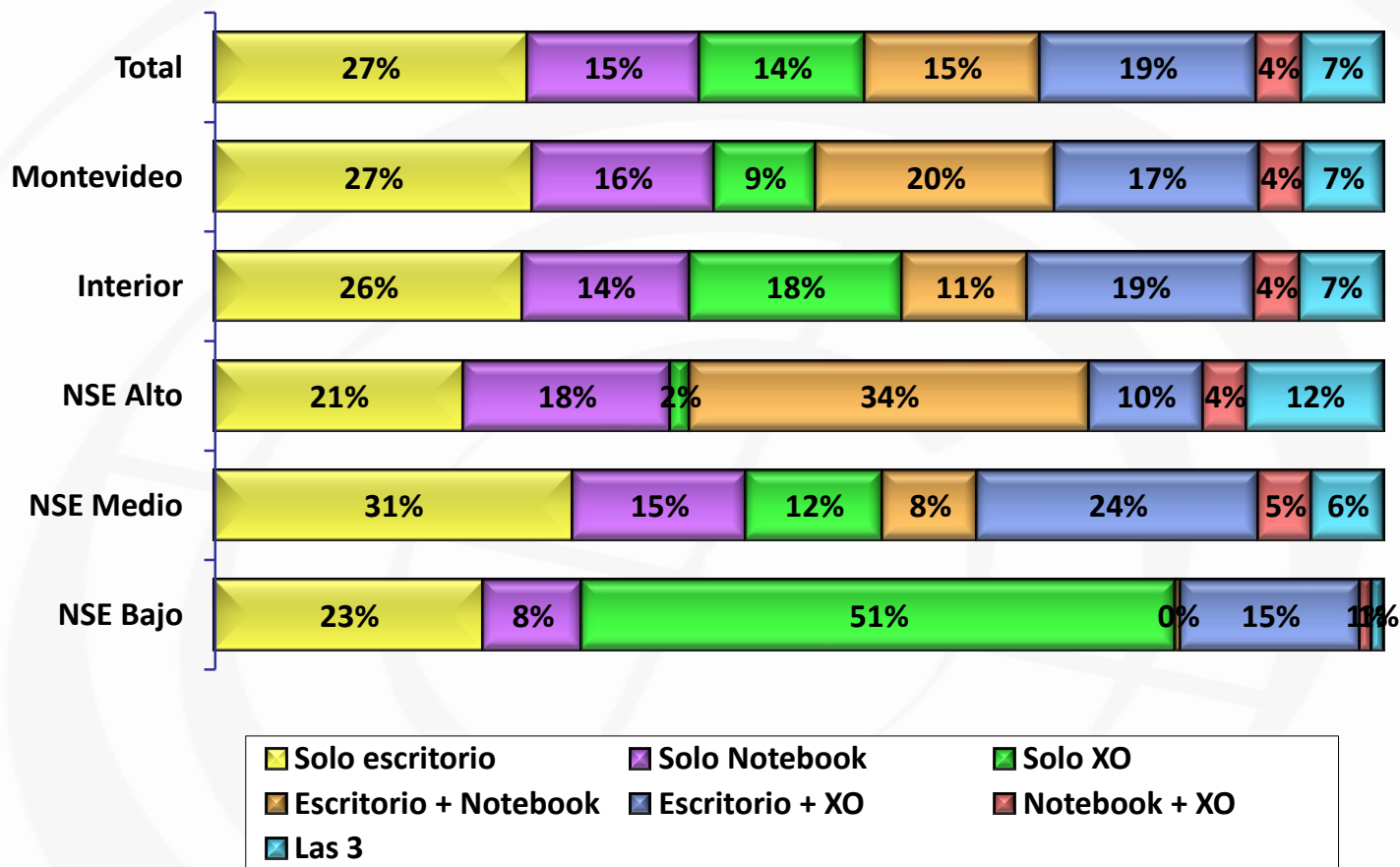


NOTA 1: "Portables" incluye notebooks, netbooks y tabletas.

NOTA 2: Debe tenerse en cuenta que el parque total de computadoras ha crecido en forma sostenida en el período considerado

Composición de la población con PC según el tipo de PC del hogar (2)

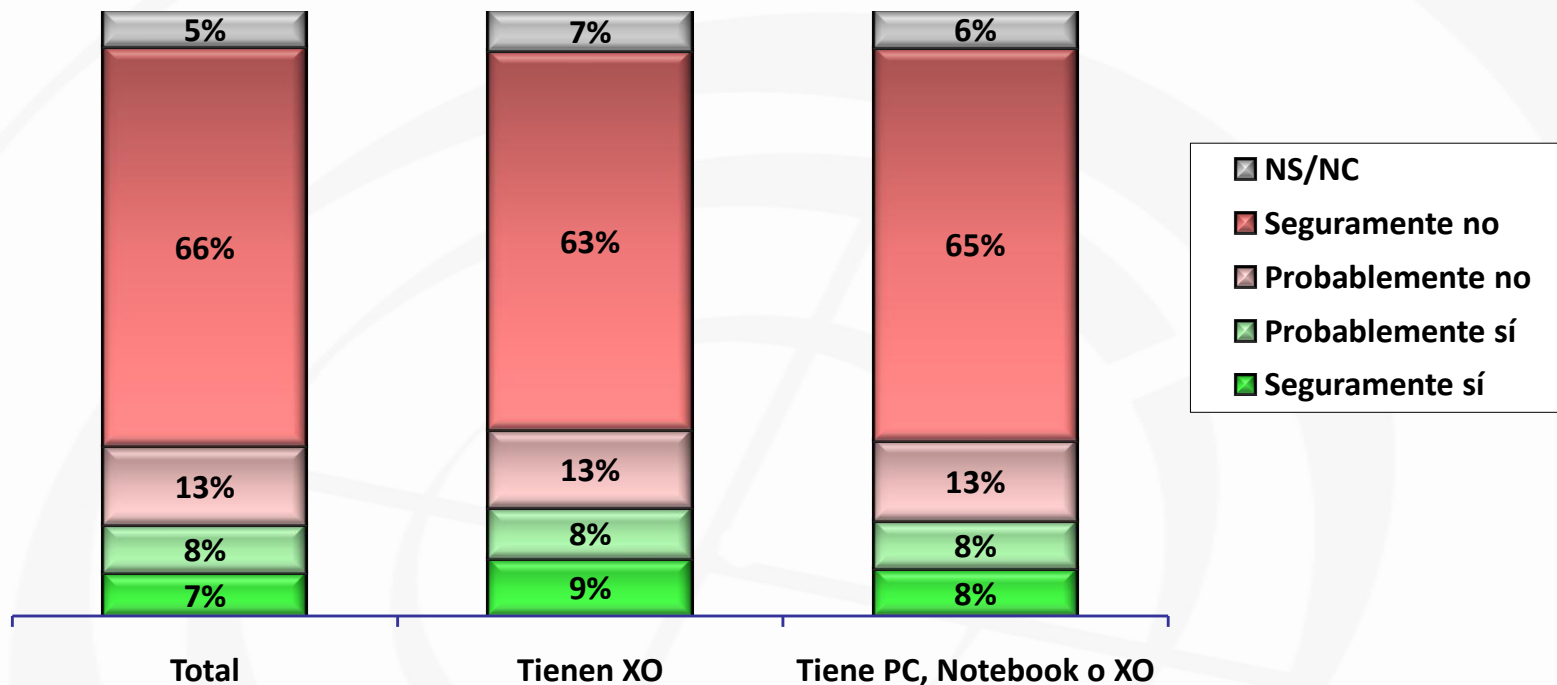
¿De qué tipo es/son la/s computadora/s que hay en su hogar? (base: 1358 personas en hogares con PC)



NOTA: Debe tenerse en cuenta que el parque total de computadoras ha crecido en forma sostenida en el período considerado

Intención de compra de PC

¿Alguien en su hogar está pensando en comprar una computadora en los próximos seis meses? (base: 1800)

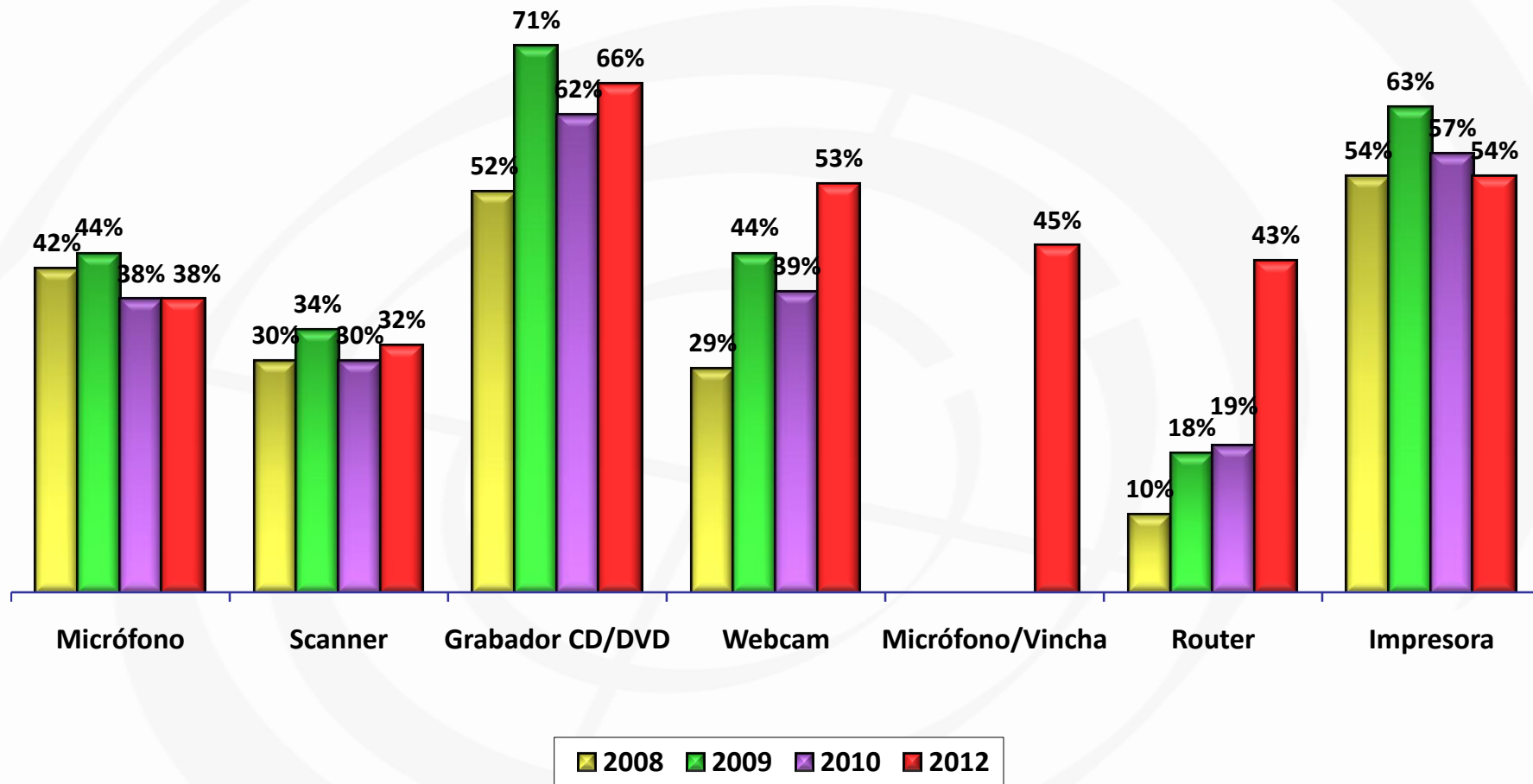


Entre quienes dicen que probable o seguramente comprarán una PC sigue creciendo año a año el % de quienes comprarán una portable: 24% en 2007, 31% en 2008, 41% en 2009, 52% en 2010 y 59% en 2012 (de los cuales 43% notebooks y 16% netbooks).

Hasta el 2009 la intención de compra de PC era sensiblemente mayor en los hogares con XO que en la media de los hogares. Del 2010 en adelante es prácticamente igual, lo que posiblemente indique que se llegó a un “techo” en el efecto “multiplicador” de las XO. También hay que tener en cuenta que 3/4 de los hogares ya están equipados con algún tipo de computadora.

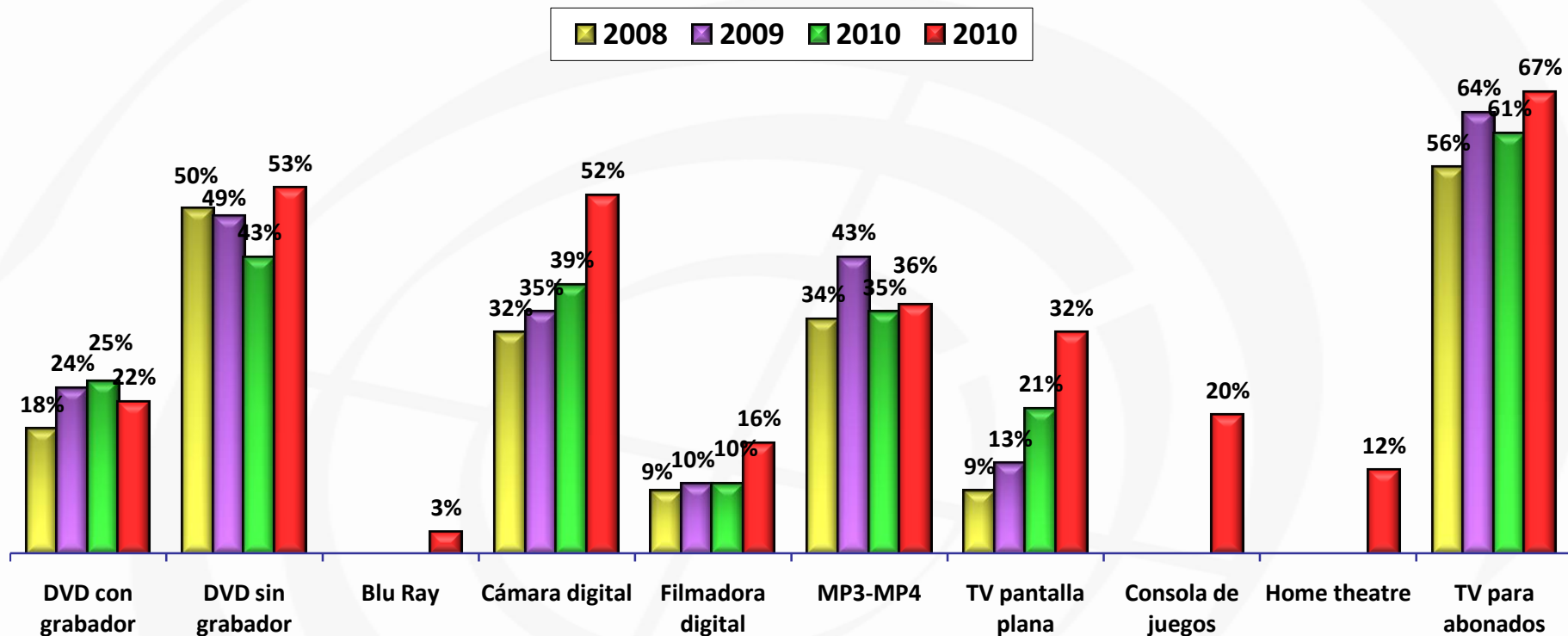
Posesión de accesorios

¿Qué accesorios tiene su PC? (base: 1167 personas en hogares con PC no XO)



Posesión de algunos bienes y servicios

¿Tiene usted...? (base: 1800)



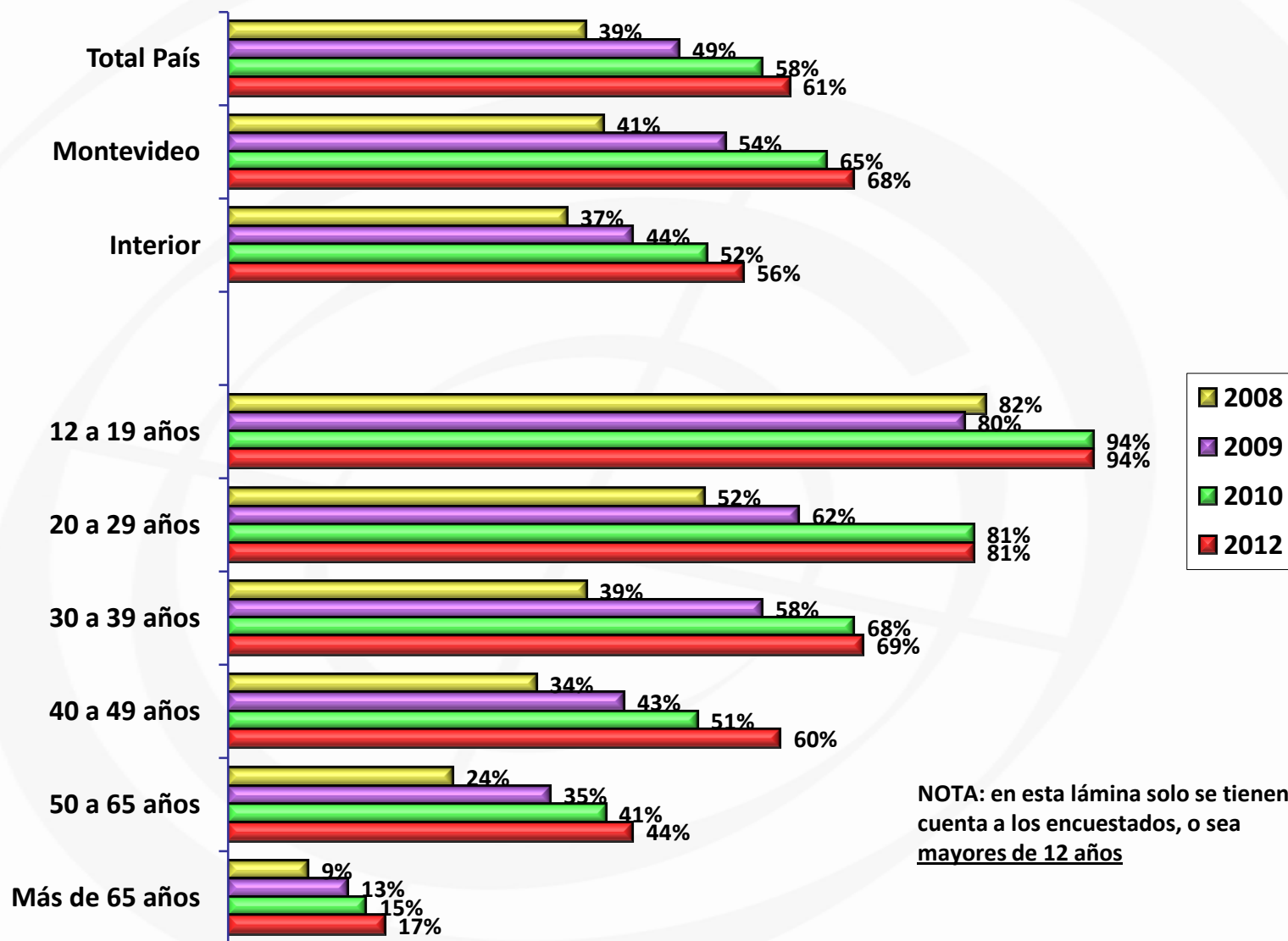
- En 2012, 3 de cada 4 uruguayos viven en hogares en los que hay al menos una computadora. NO existen diferencias entre Montevideo e interior, sí entre niveles socioeconómicos. En los NSE altos la penetración es casi total (97% mientras que en los bajos es de poco menos de la mitad (47%).
- Un 51% de la población vive en hogares con PC de escritorio, un 26% en hogares con notebooks, un 7% en hogares con netbooks y un 2% en hogares con tablets. Un 33% de la población vive en hogares con XO.
- Sigue creciendo muy fuertemente la penetración de notebooks, en concordancia con la intención de compra: en 2007 solo un 27% de quienes tenían intención de comprar una computadora mencionaban una portable, mientras que hoy ese porcentaje aumentó al 59%.
- En un 51% de los hogares de NSE bajo con computadora, la XO es la única que hay.
- En un 45% de los hogares con computadora que no es XO existe un router, lo cual muestra un significativo aumento de la penetración del ADSL, de la diversidad de usos de internet, y del número de computadoras por hogar.



Penetración de internet

Penetración de internet(1)

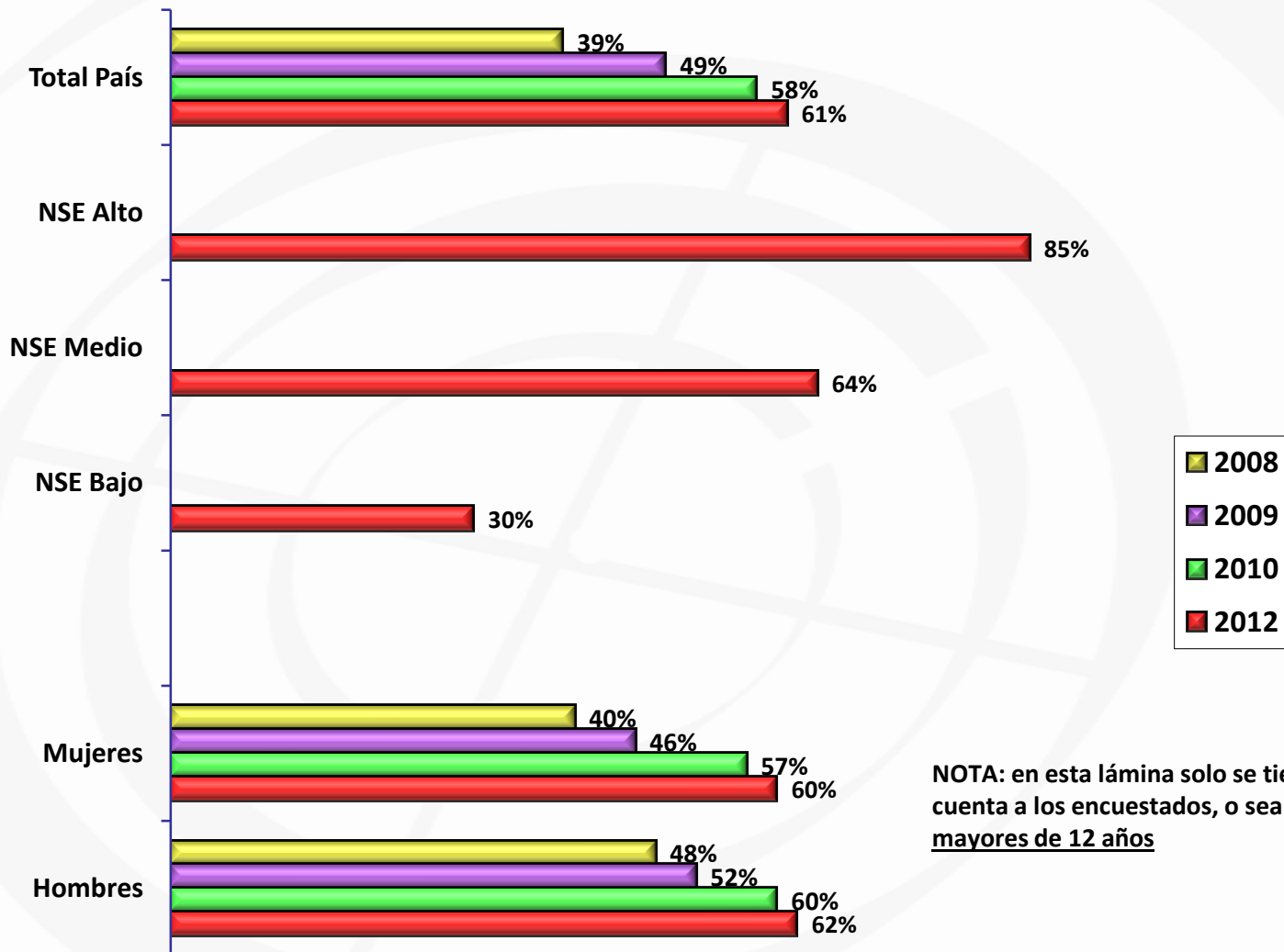
¿Es usted usuario de internet, aunque sea ocasionalmente y desde cualquier lugar? (base: 1800, todos)



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

Penetración de internet (2)

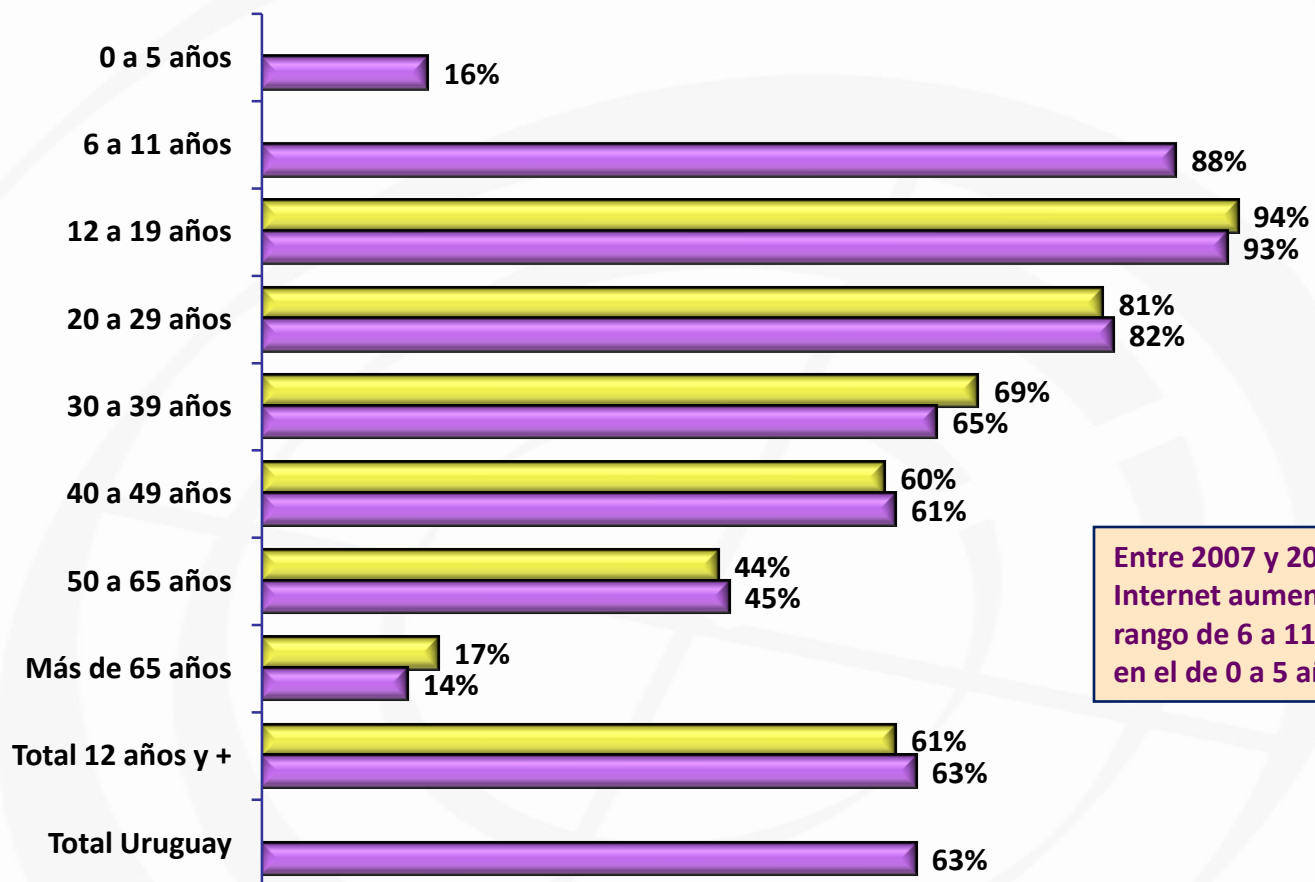
¿Es usted usuario de internet, aunque sea ocasionalmente y desde cualquier lugar? (base: 1800, todos)



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

Penetración de internet entre todos los integrantes del hogar

- ¿Es Ud. usuario de Internet, aunque sea esporádicamente? (base: 1800, todos)
- ¿Quiénes son usuarios y no usuarios de Internet en su hogar y cuáles son sus edades? (base: 5810, todos)



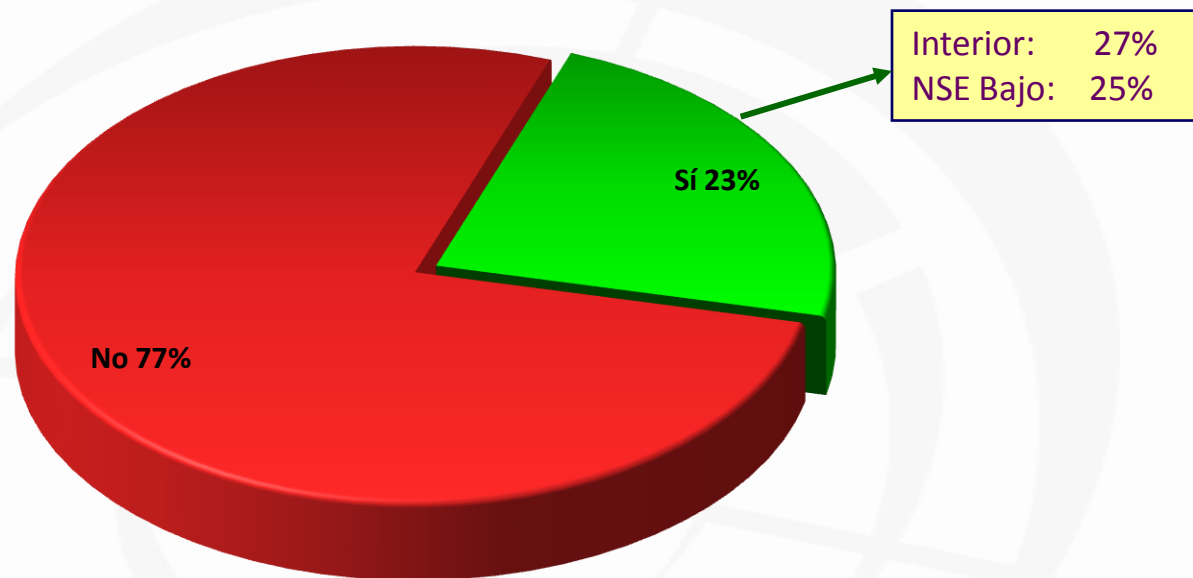
Entre 2007 y 2012, la penetración de Internet aumentó de 55% a 88% en el rango de 6 a 11 años, y de 7% a 16% en el de 0 a 5 años.

La serie en amarillo 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 la segunda de declaraciones sobre los demás miembros de su hogar.

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: 573 personas en hogares con al menos una XO)



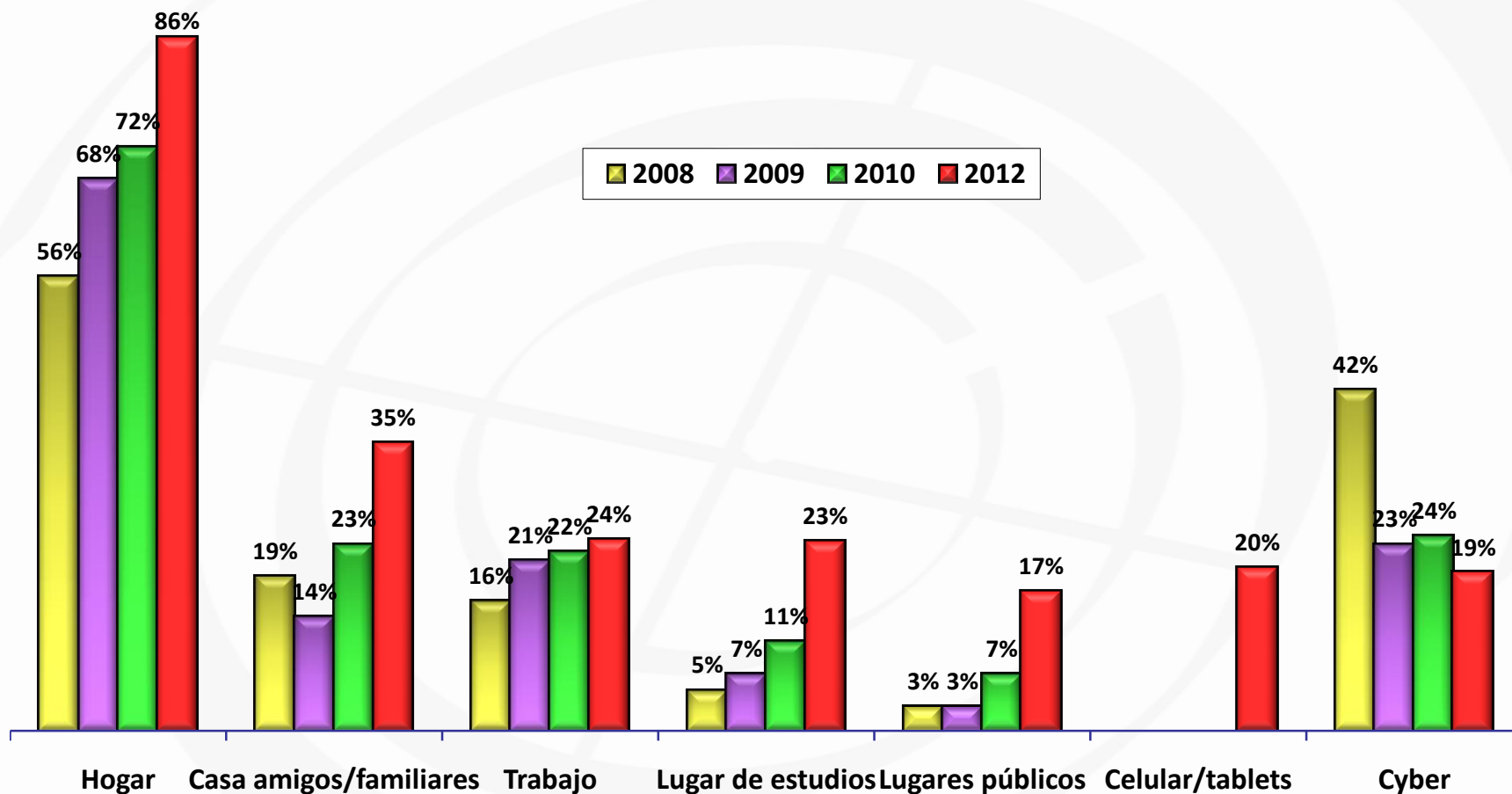
Al menos unos 80.000 adultos comenzaron a usar Internet a partir de la aparición de la XO en su hogar

- La penetración de internet sigue creciendo aunque a tasas muy inferiores a las de años pasados. Existen actualmente unos 1.650.000 usuarios de Internet en el Uruguay, incluyendo todas las edades y zonas geográficas
- En los segmentos 12-19, 20-29 y 30-39 años la penetración de internet alcanzó su máximo posible y no crece más. No obstante sigue creciendo rápidamente en los 40-49 años, y lentamente entre los mayores de 50.
- En el futuro es de prever que el crecimiento de la penetración de internet se dé simplemente por el envejecimiento de la población más joven y el ingreso de nuevos internautas jóvenes.
- Existen al menos unas 80.000 personas adultas que antes no eran usuarias de internet y pasaron a serlo a partir de la aparición de una XO en su hogar.

Lugar y tipo de conexión – tasa de uso

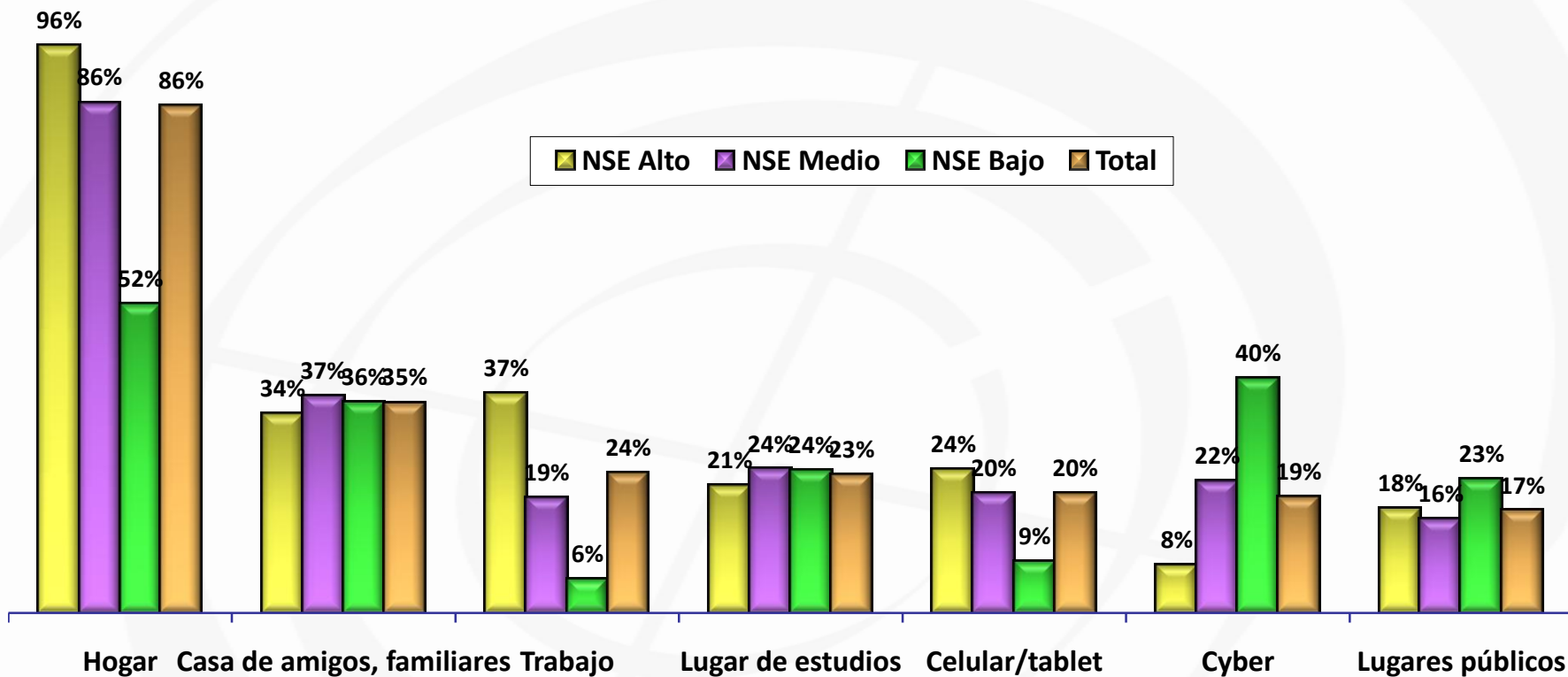
Lugar de conexión – serie histórica

¿Desde dónde se conecta a internet? (base: 1098 usuarios)



Lugar de conexión – segmentación según NSE

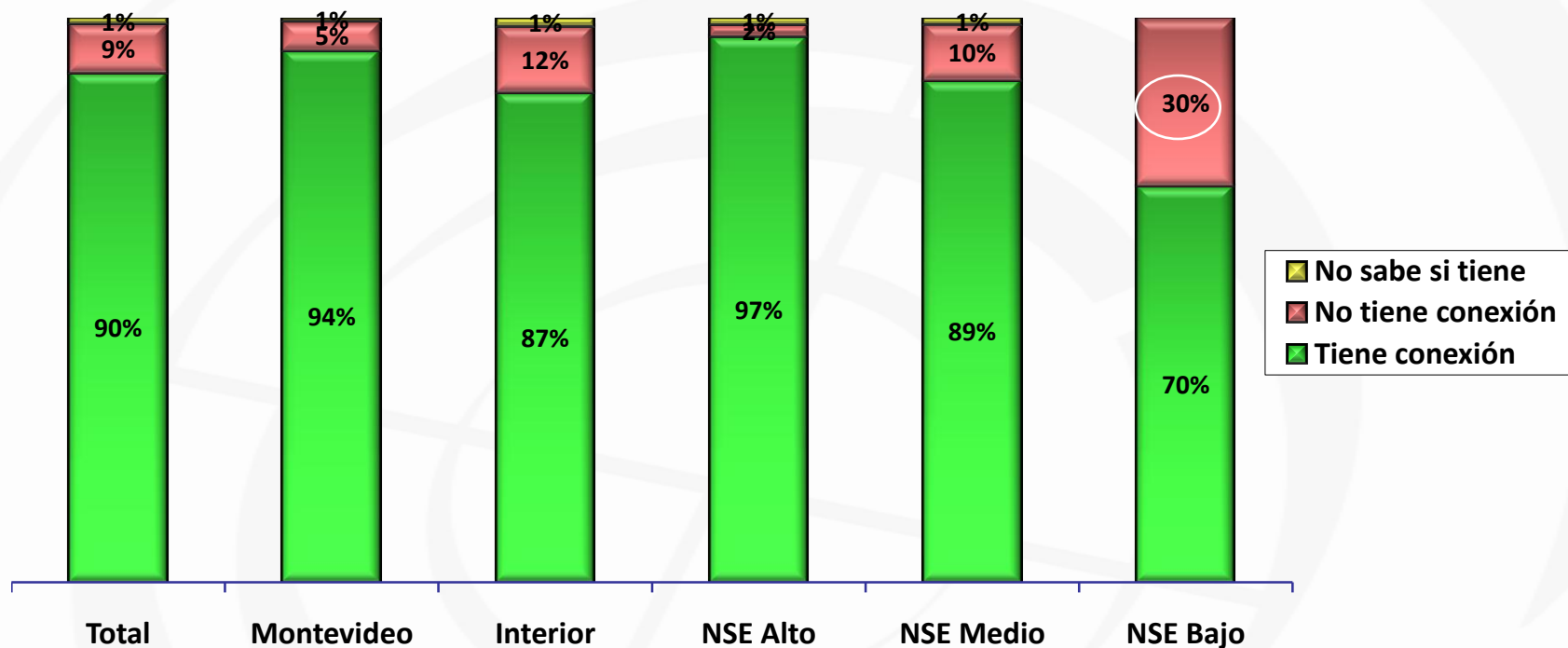
¿Desde dónde se conecta a internet? (base: 1098 usuarios)



Existencia de conexión a internet en hogares con PC

¿Tiene usted alguna conexión a internet en su casa, o internet móvil, o ambas? (base: 1167 personas en hogares con PC no XO)

¿Usted o alguien en su hogar piensa contratar algún servicio de internet en los próximos doce meses? ¿Cuál? (base: 101 que no tienen conexión a internet)

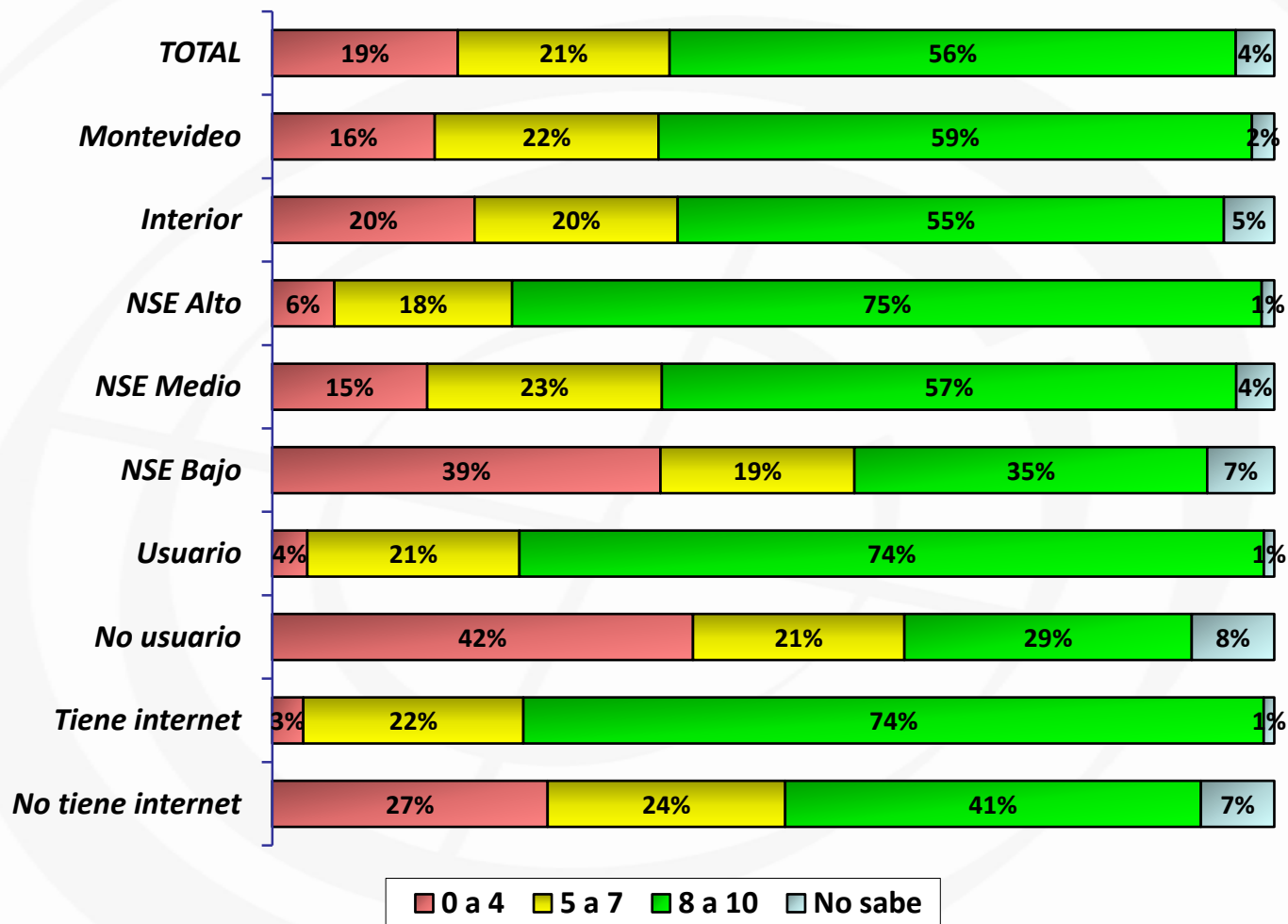


Sigue reduciéndose año a año el % de quienes teniendo una computadora (no XO) afirman no tener la posibilidad de conectarse a internet desde su casa: 27% en 2009, 15% en 2010 y solo 9% en 2012. En el NSE bajo este porcentaje sigue siendo del 30%.

Entre quienes no tienen conexión a internet, un 12% contratará ADSL, un 12% internet móvil, un 13% contratará pero no sabe cuál, un 52% no contratará y un 13% no sabe si contratará.

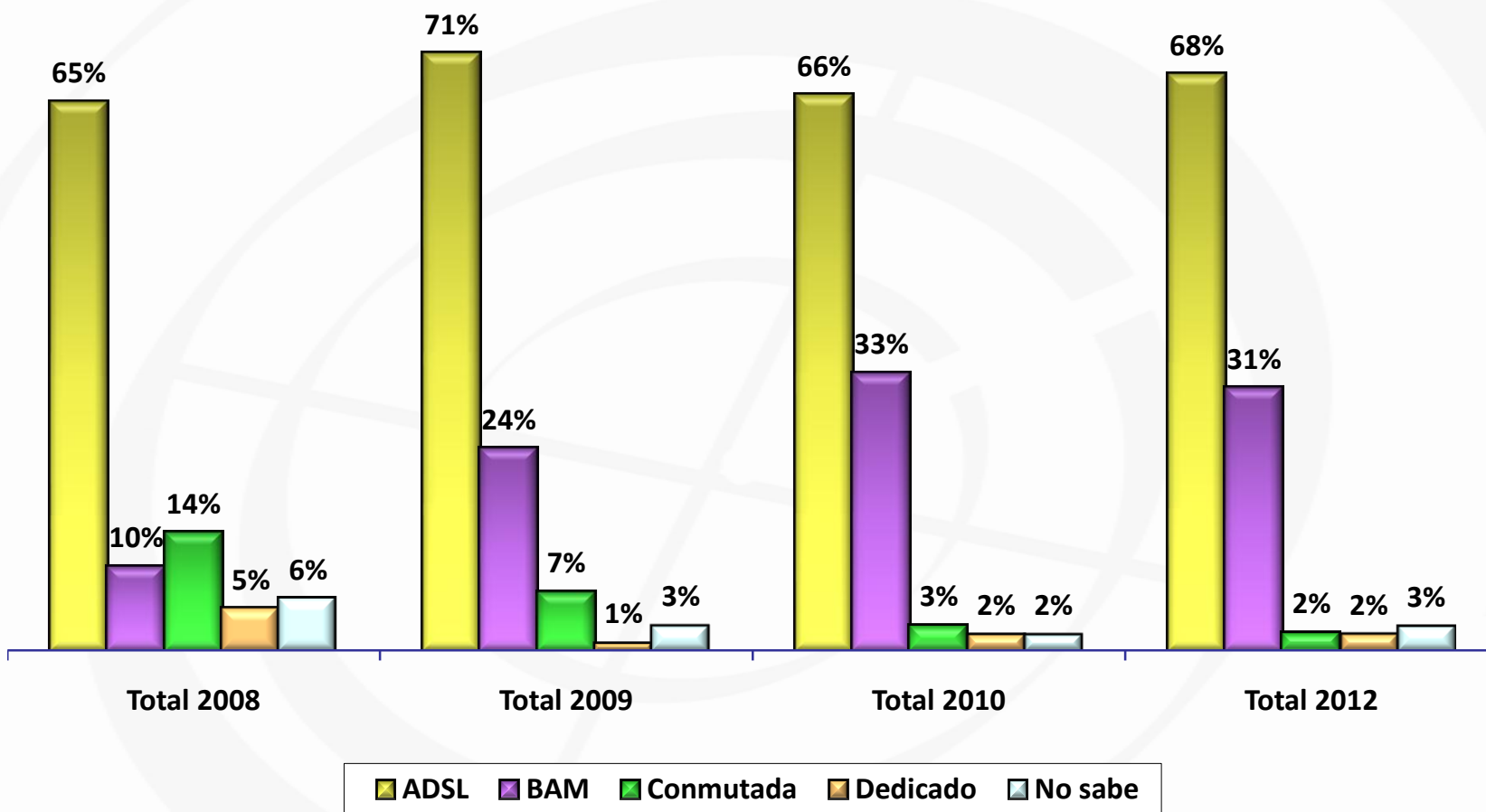
Importancia de tener conexión a internet en el hogar

¿Cuán importante es para su hogar que haya una conexión a internet, en una escala del 0 al 10 en la que 0 es “nada importante” y 10 es “muy importante?” (base: 1800, todos)



Tipo de conexión en el hogar – serie histórica

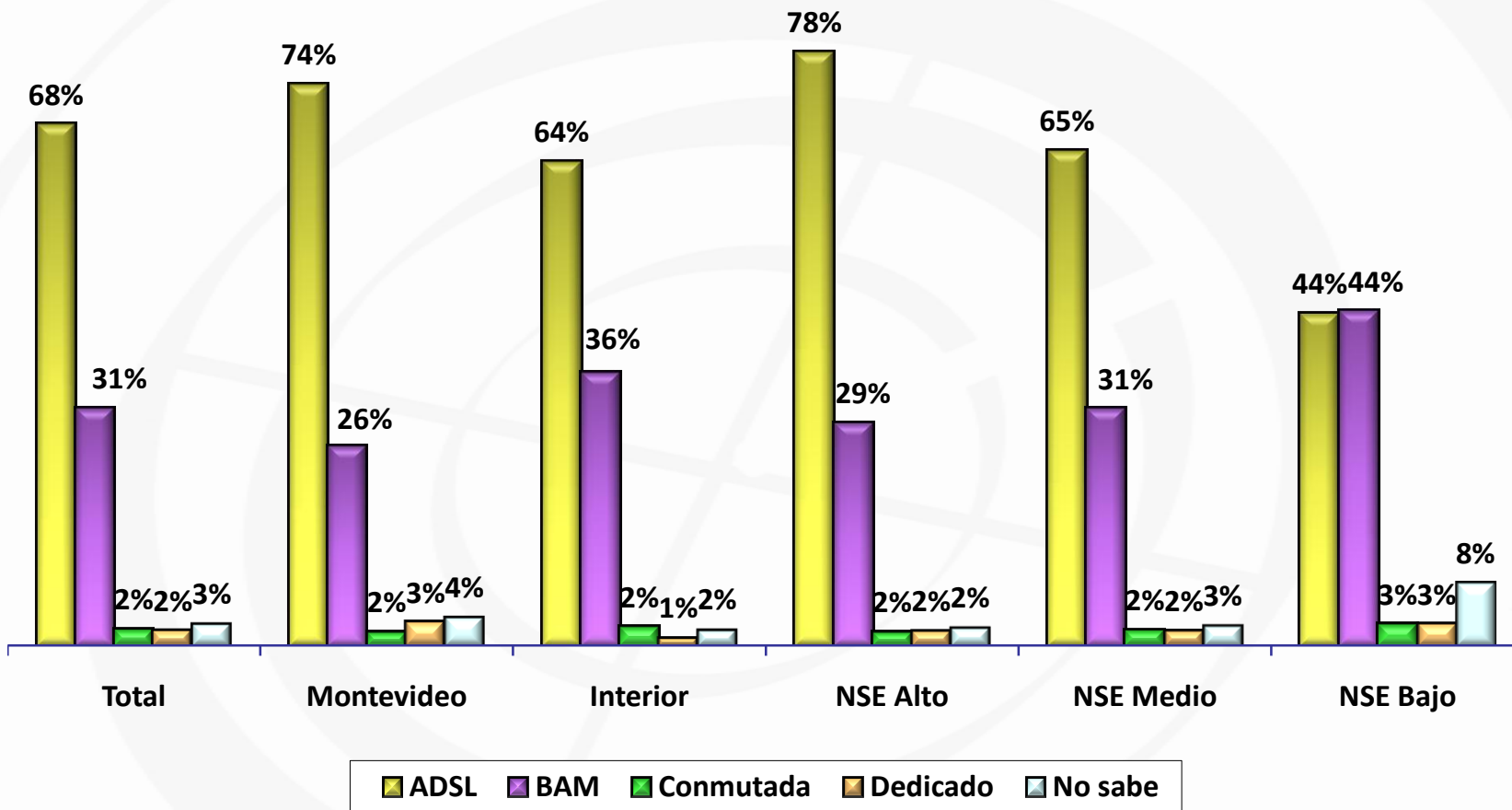
¿Qué tipo de conexión a internet tiene en su casa? (base: 1052 personas en hogares con conexión a internet o BAM (*))



(*) BAM: Banda Ancha Móvil

Tipo de conexión en el hogar – segmentación por NSE y zona geográfica

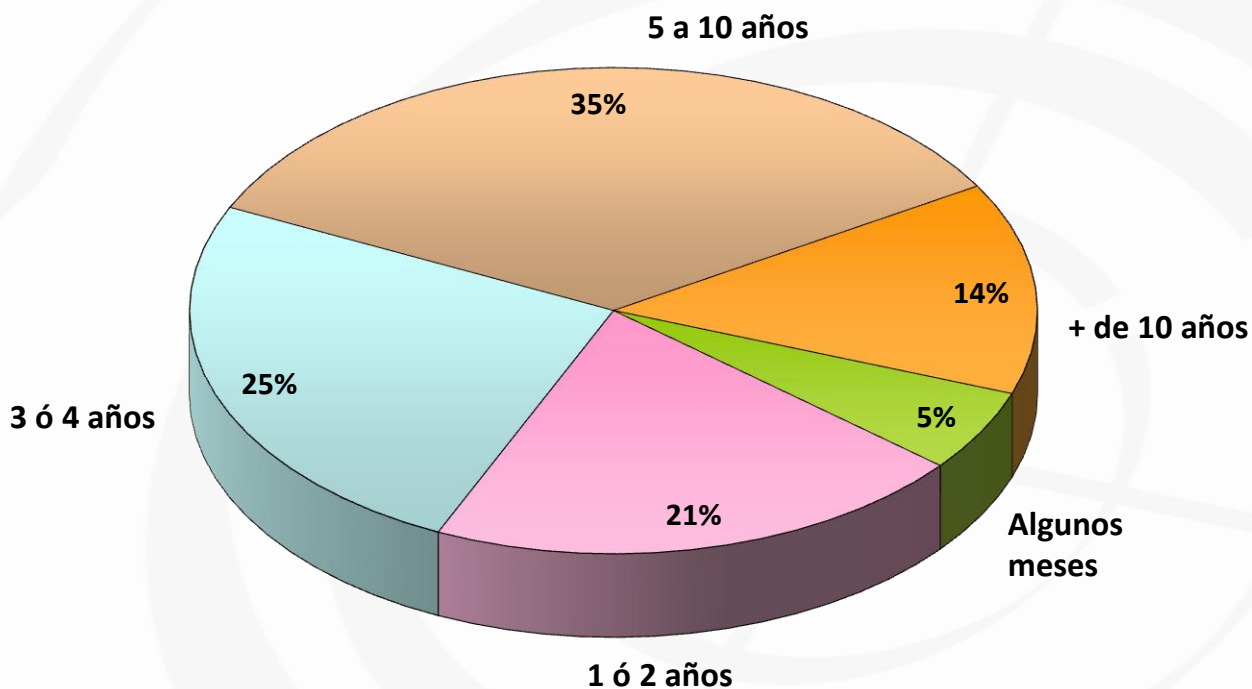
¿Qué tipo de conexión a internet tiene en su casa? (base: 1052 personas en hogares con conexión a internet o BAM (*))



(*) BAM: Banda Ancha Móvil

Antigüedad como usuario de internet

¿Cuánto tiempo hace que es usuario de internet? (base: 1098 usuarios)



Usuarios de 5 ó más años:

Total 2008:	30%
Total 2009:	33%
Total 2010:	41%
Total 2012:	49%

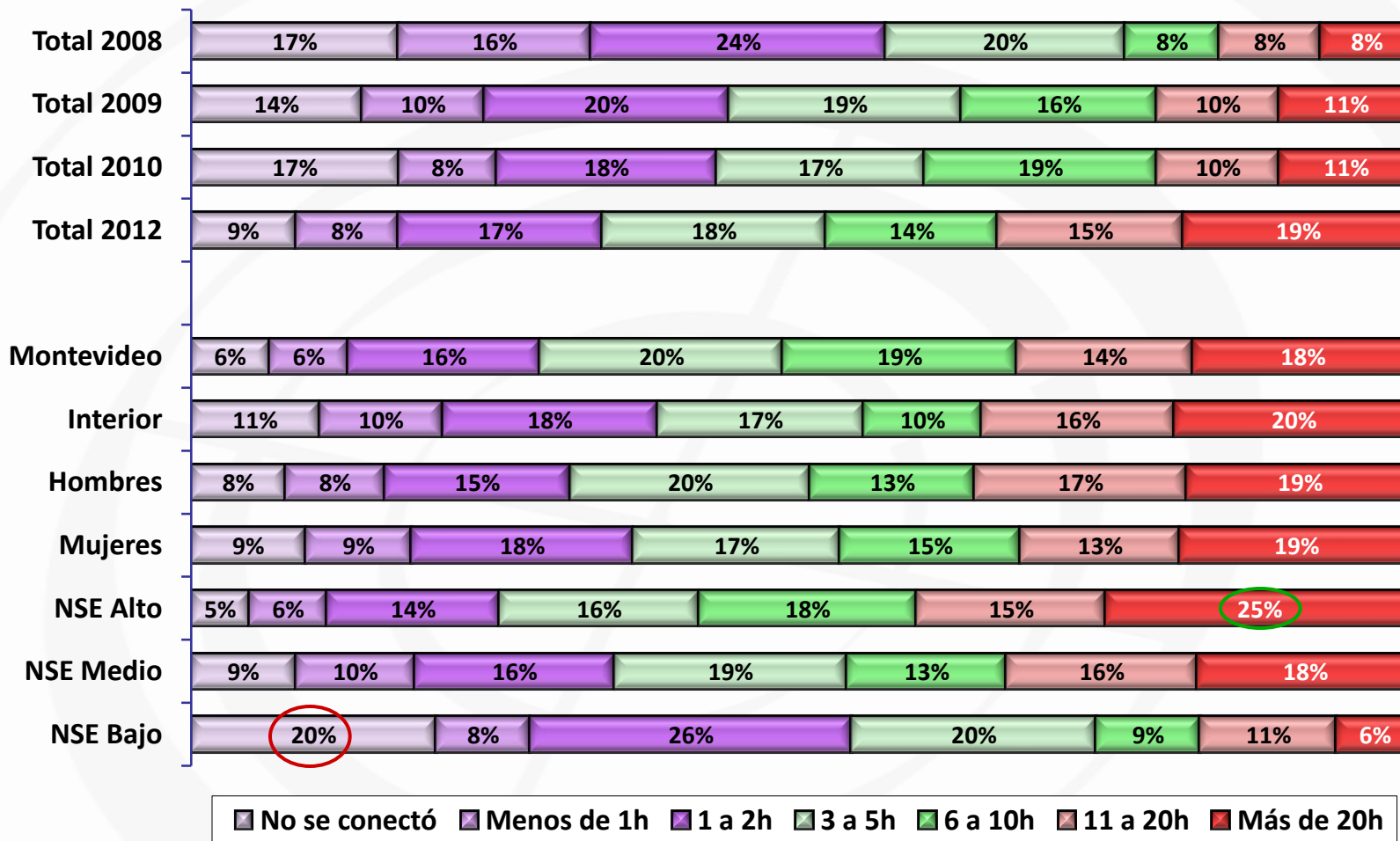
NSE Alto:	69%
NSE Medio:	41%
NSE Bajo:	26%

Montevideo:	56%
Interior:	43%

Altos usuarios:	62%
Bajos usuarios:	31%

Tiempo semanal de uso de internet

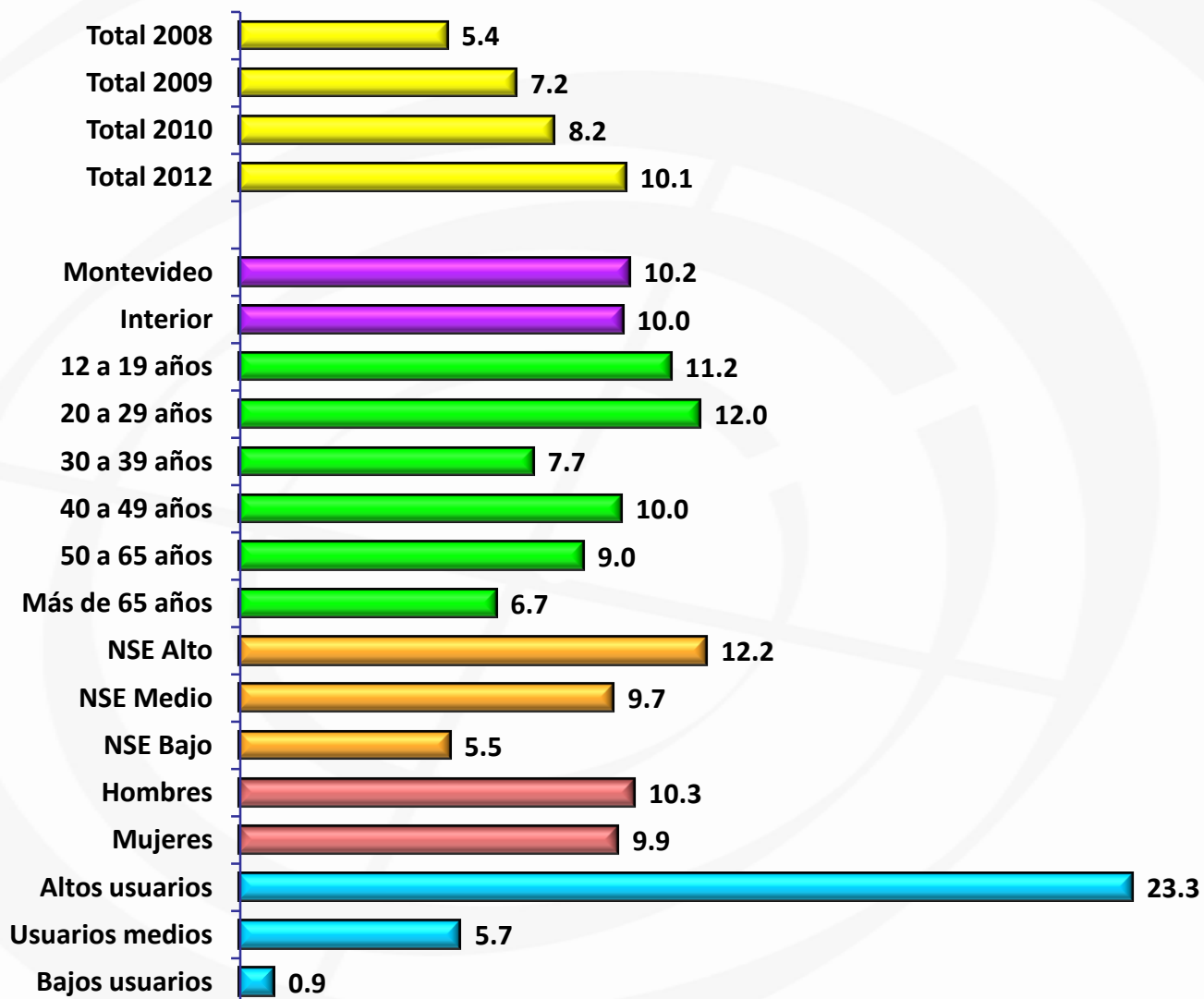
Independientemente de cuánto tiempo estuvo conectado, ¿cuánto tiempo estima usted que utilizó efectivamente Internet en los últimos siete días? (base: 1098 usuarios)



No existen diferencias significativas según la variable edad

Tiempo promedio semanal de uso de internet

Promedio en horas semanales (base 1098 usuarios, incluye los que no se conectaron la última semana)



Altos, medios y bajos usuarios de internet

Altos usuarios

- Se conectan más de 10 horas semanales.
- Son el 34% de los usuarios (unas 540.000 personas) y consumen el 66% de las horas.

Usuarios medios

- Se conectan entre 2 y 10 horas semanales.
- Son el 32% de los usuarios de Internet y consumen el 19% del total de horas.

Bajos usuarios

- Se conectan menos de 2 horas semanales.
- Son el 34% 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

Conclusiones

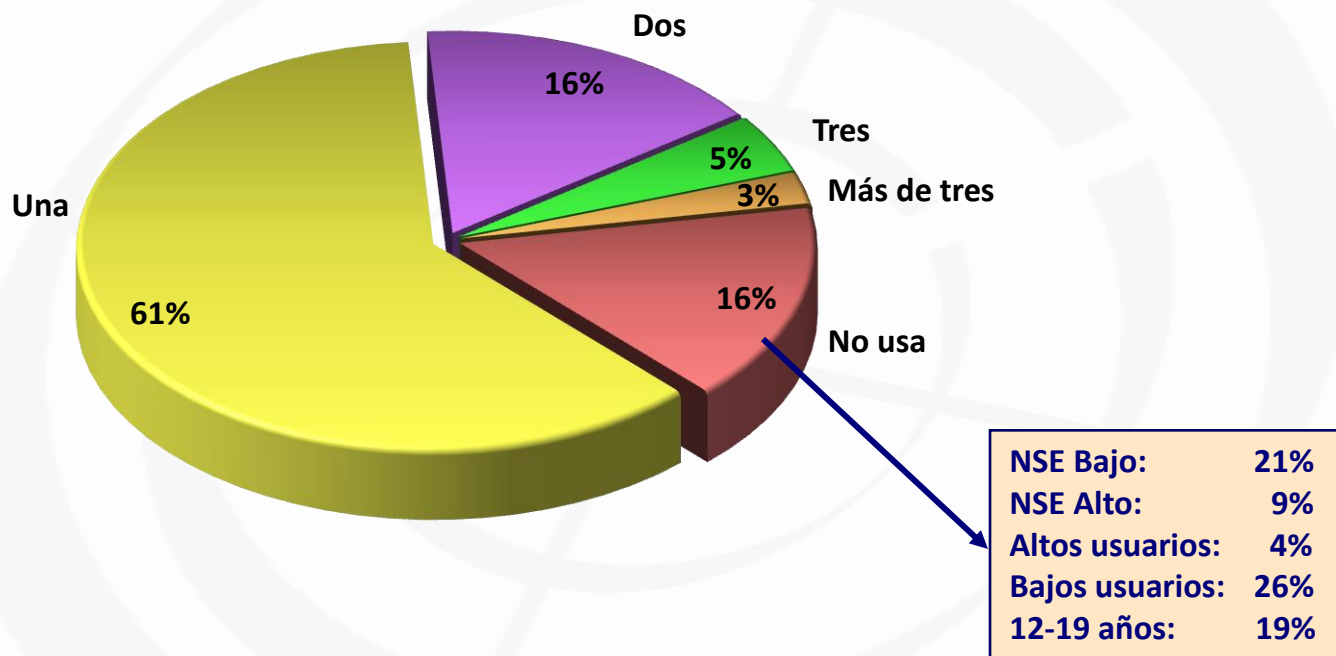
- Sigue creciendo rápidamente el porcentaje de usuarios de internet que se conectan desde la casa (86%). Un 42% se conecta desde el cyber, un 35% desde casas de amigos o familiares, un 24% desde el trabajo, un 23% desde el lugar de estudios, un 20% desde un dispositivo móvil y un 17% desde lugares públicos.
- En el NSE bajo los usuarios de internet se conectan casi tanto de un cyber como desde su casa, mientras que en el alto casi nadie lo hace.
- Sigue cayendo año a año el número de personas que, aun teniendo una computadora, no tienen conexión a internet desde su casa (principalmente en los NSE bajos).
- Un 68% de las personas que viven en hogares con conexión a internet tiene ADSL, un 31% tiene banda ancha móvil, solo un 2% sigue utilizando la conexión conmutada. En el NSE bajo la penetración de banda ancha móvil es la misma que la de ADSL.
- Casi la mitad de los usuarios de internet ya tiene una antigüedad como usuario de más de 5 años (30% hace tan solo 4 años).
- Ha aumentado muy significativamente el número de usuarios de más de 10 horas semanales. Hoy son el 34% de los usuarios. Esto probablemente esté directamente ligado al crecimiento de las redes sociales.
- En promedio, un usuario de internet se conecta 10.1 horas semanales, el doble que hace tan solo 4 años.



Los usos de internet

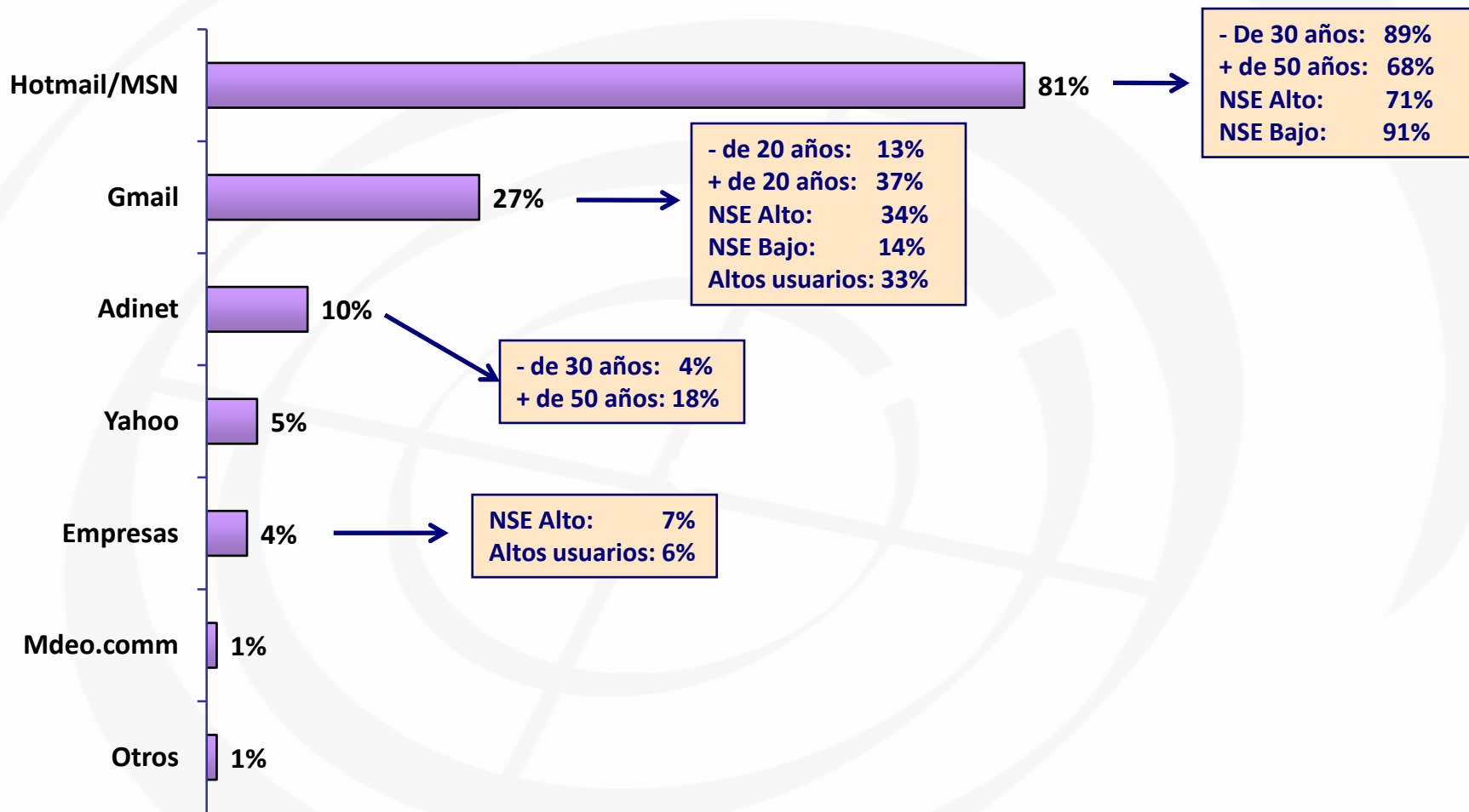
Uso de casillas de correo

¿Cuántas casillas de correo electrónico utiliza efectivamente independientemente de cuántas tiene abiertas? (base: 1098 usuarios)



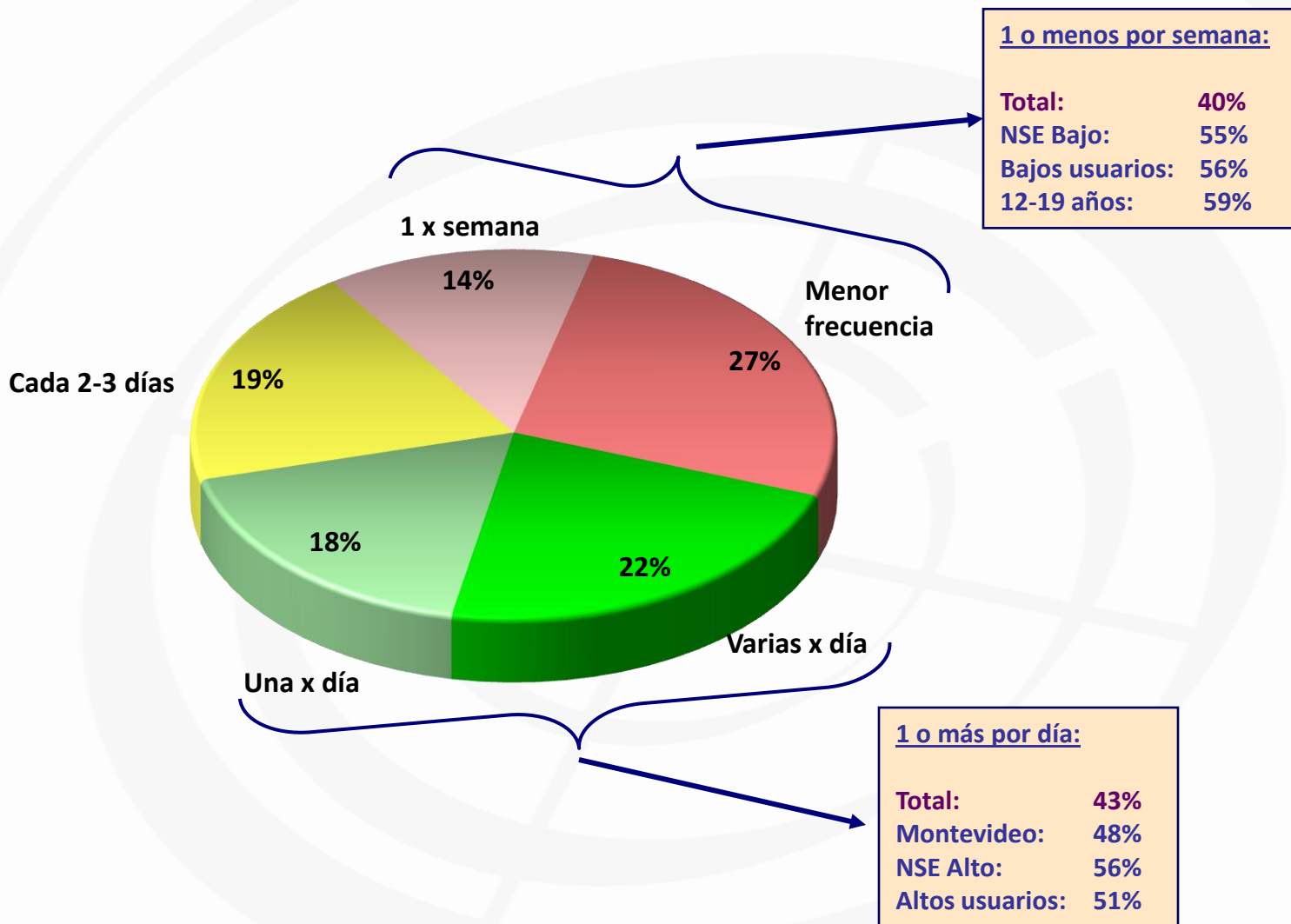
Casillas de correo – servidores utilizados

¿En qué servidor(es) tiene su(s) casilla(s) de correo? (base: 926 que usan casilla)



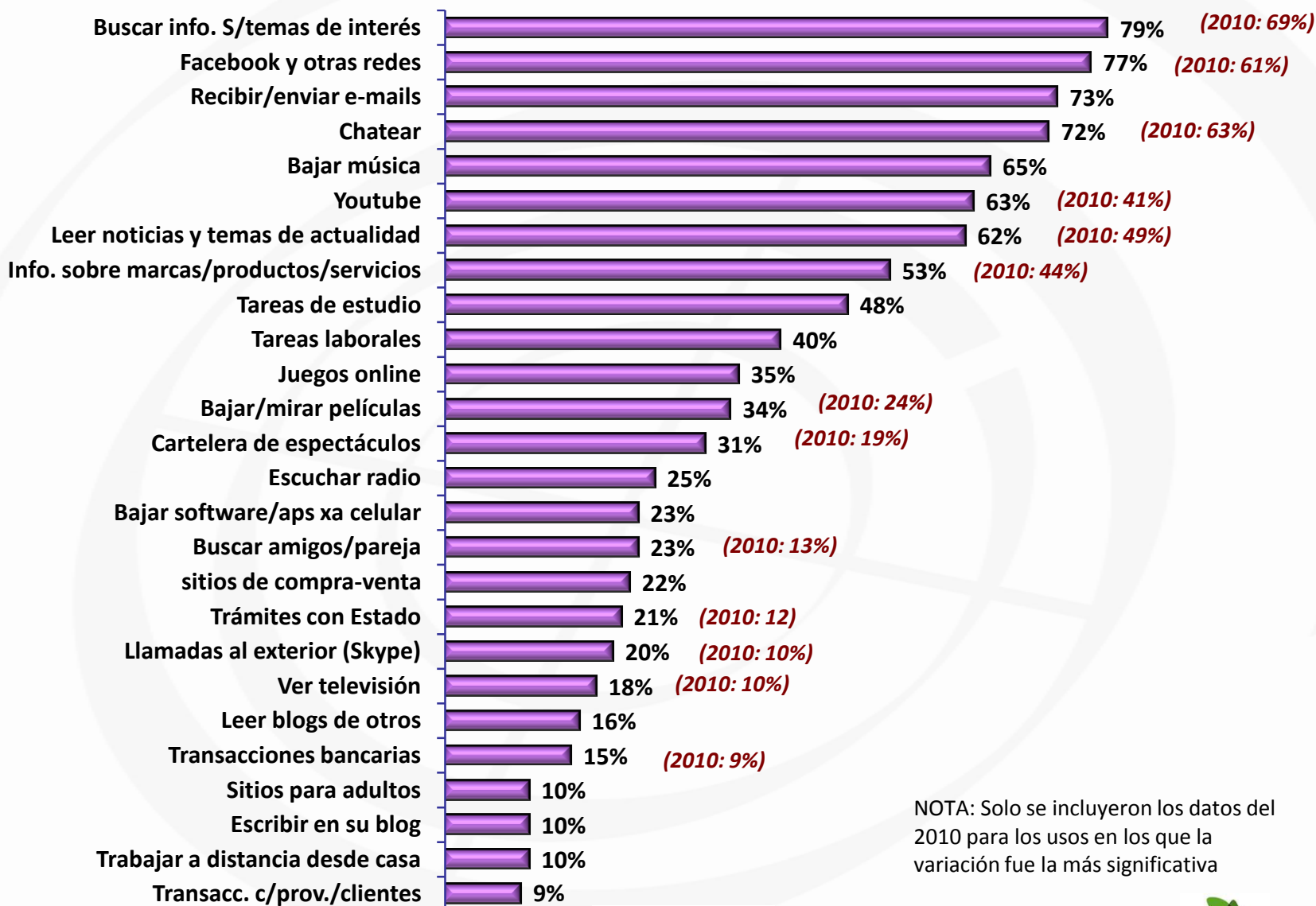
Frecuencia de uso del email

¿Con qué frecuencia lee o envía e-mails? (base: 926 que usan casilla)



Usos de internet

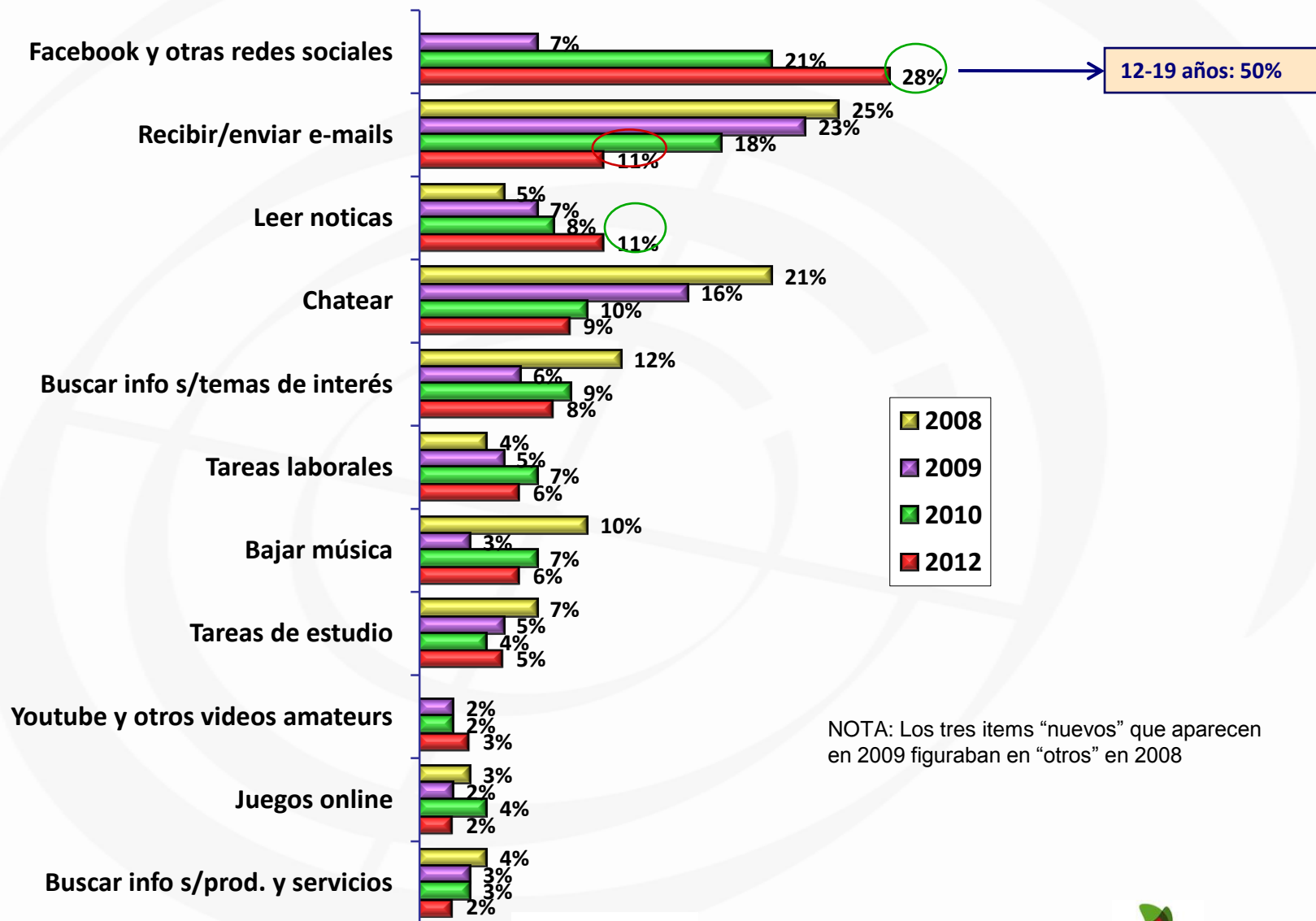
¿Qué usos le dio a Internet en el último mes? (lista predeterminada, base: 1098 usuarios)



NOTA: Solo se incluyeron los datos del 2010 para los usos en los que la variación fue la más significativa

Uso principal de internet

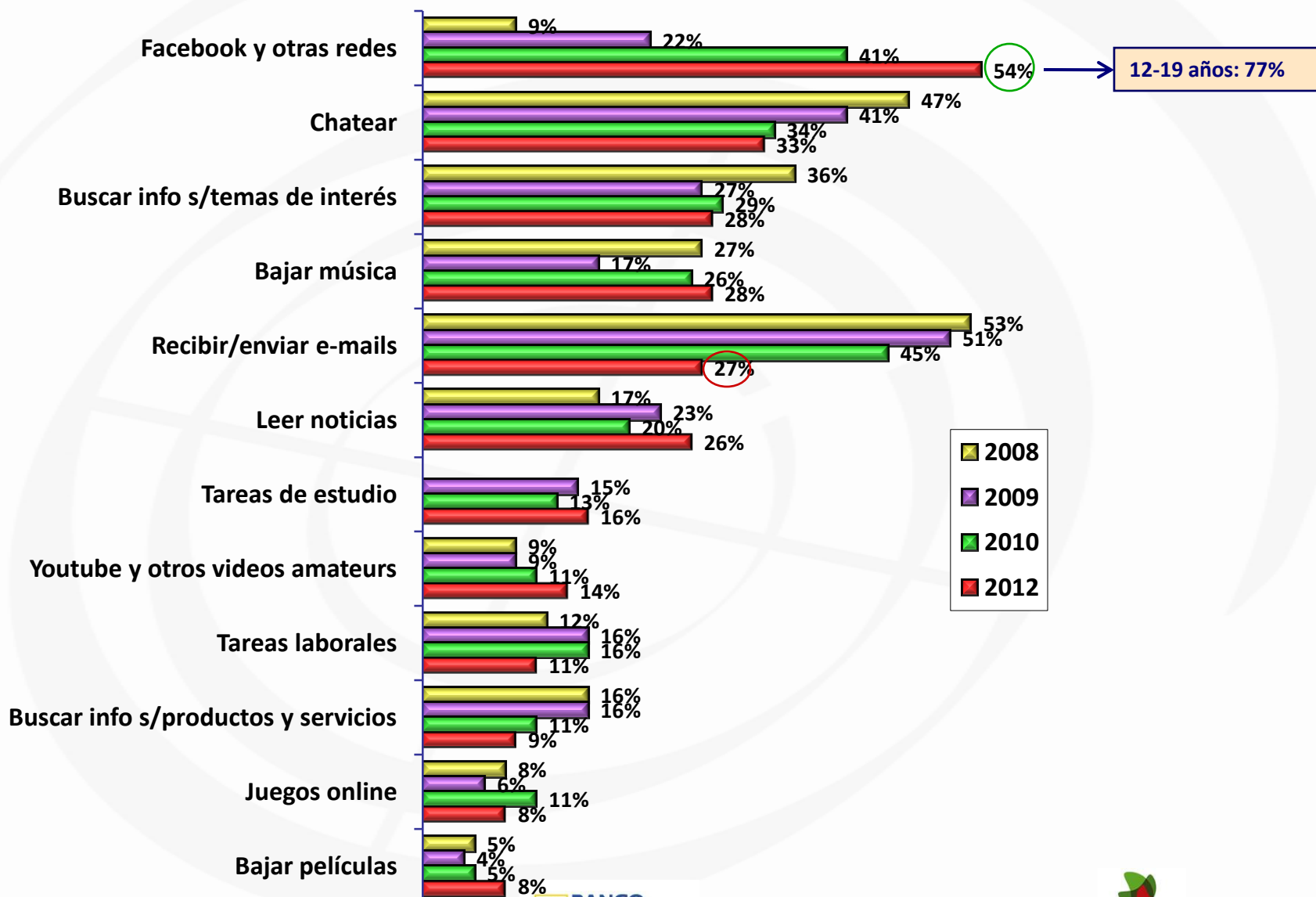
¿Cuál es el principal uso que le da a Internet? (base: 1098 usuarios)



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

Tres usos principales de internet

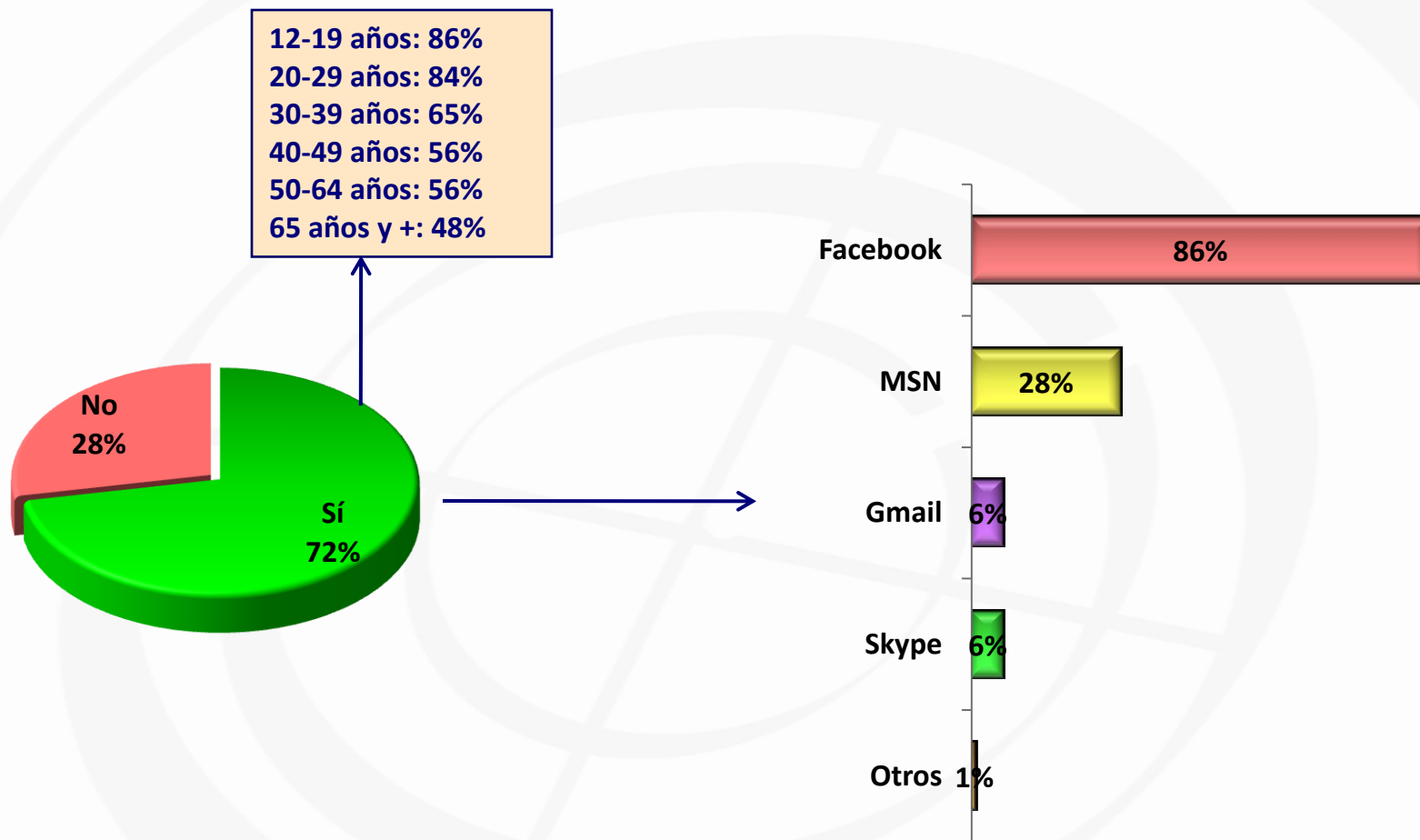
¿Cuáles son los tres principales usos que le da a Internet? (base: 1098 usuarios)



Chatear

¿Chatea habitualmente? (base: 1098 usuarios de internet)

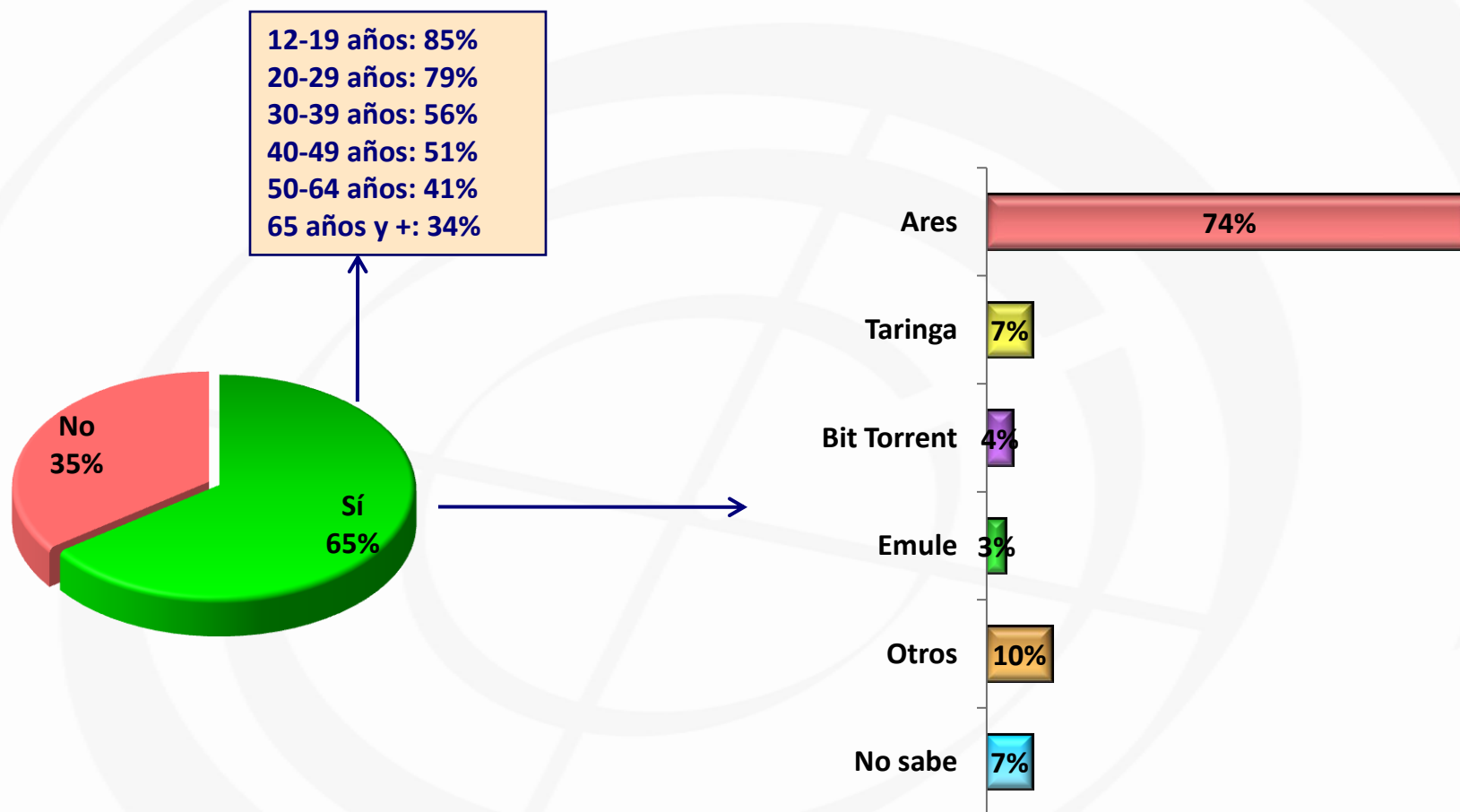
¿Qué utiliza habitualmente para chatear? (base: 788 que chatean)



Bajar música

¿Baja música habitualmente? (base: 1098 usuarios de internet)

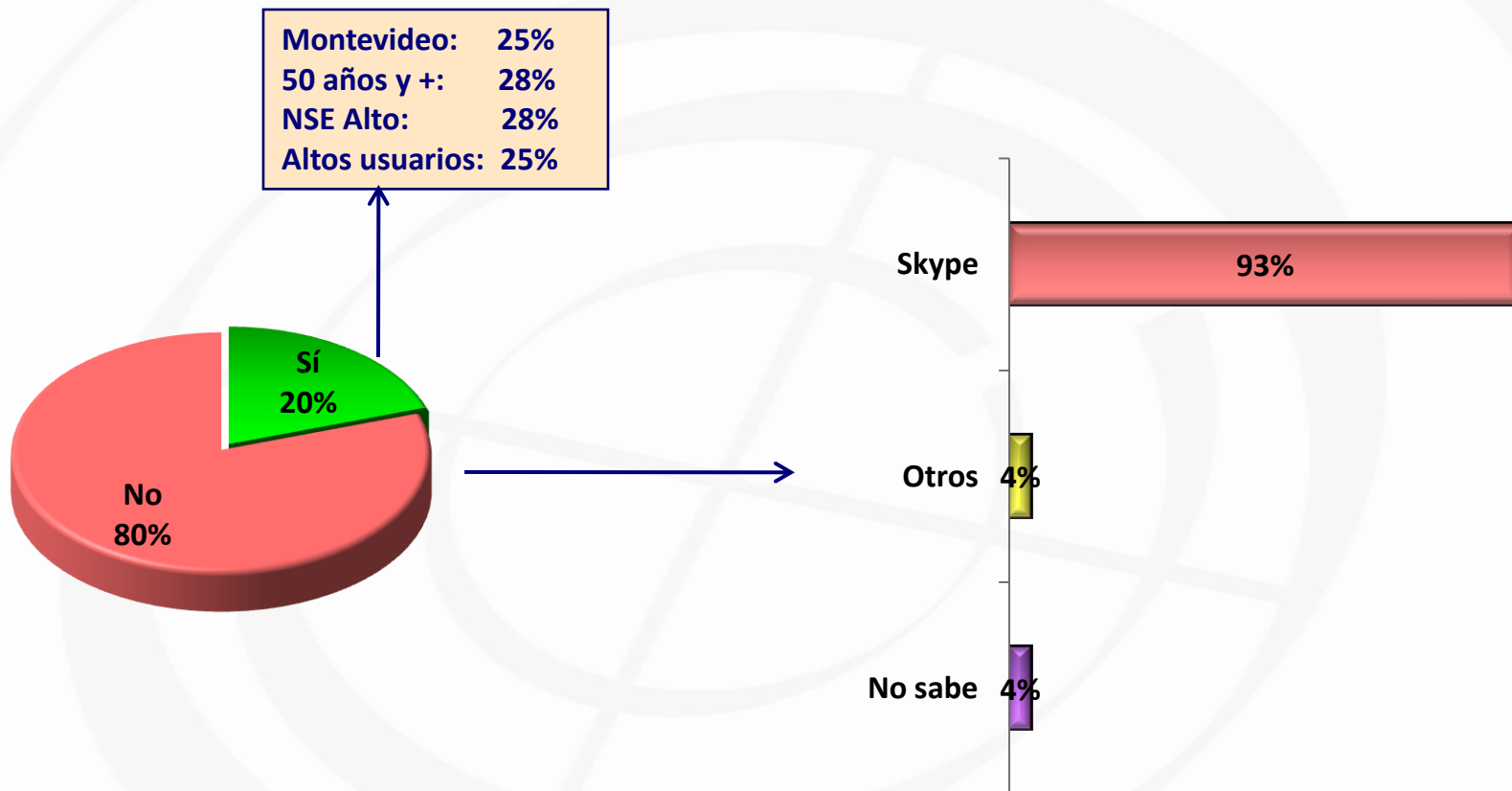
¿Qué utiliza habitualmente para bajar música? (base: 710 que bajan música)



Hablar por internet

¿Habla habitualmente por internet? (base: 1098 usuarios de internet)

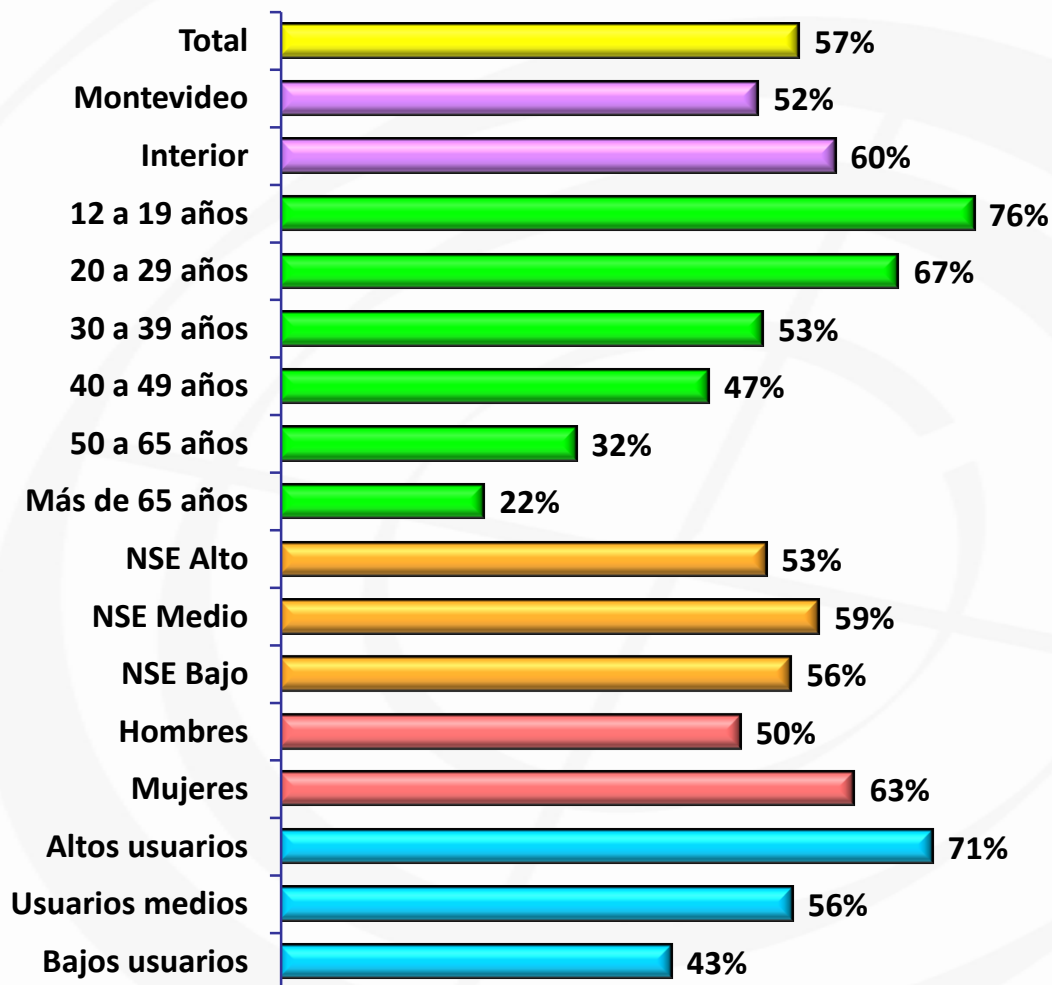
¿Qué utiliza habitualmente para hablar por internet? (base: 218 que hablan por internet)



Subir fotos

¿Sube habitualmente fotos a internet? (base: 1098 usuarios de internet)

¿En qué sitios? (base: 621 que suben fotos)



Todos los que suben fotos a internet lo hacen en Facebook.

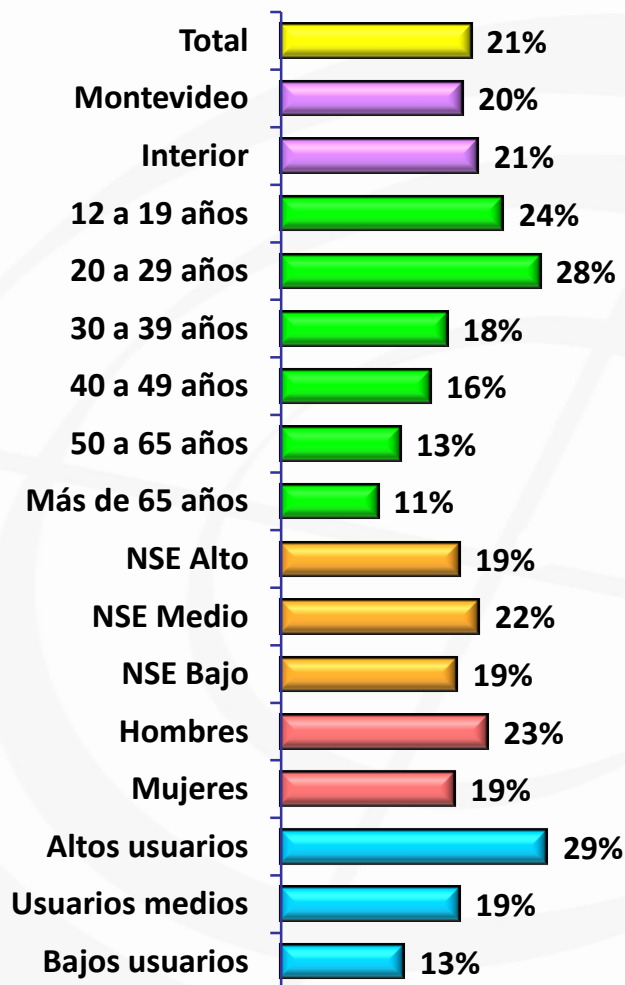
Además existen algunos casos de Panoramio y Picassa.

Flickr es prácticamente inexistente.

Subir videos

¿Sube habitualmente videos a internet? (base: 1098 usuarios de internet)

¿En qué sitios? (base: 621 que suben videos)



El 87% de quienes suben videos lo hacen en Facebook, un 22% en Youtube y un 1% en otros sitios.

- Ha disminuido el % de usuarios de internet sin casilla de correo, probablemente debido a que para ser usuario de Facebook es imprescindible contar con una. Un 61% de los usuarios tiene una casilla, un 16% tiene dos, un 8% más de dos y un 16% no tiene.
- Hotmail sigue siendo el servidor más utilizado (81% de quienes tienen casilla), seguido por Gmail (2%, Adinet (10%) y Yahoo (5%). Hotmail crece en los menores de 30 años y en los niveles bajos, mientras que Gmail crece entre los mayores y en los niveles altos. Adinet decrece fuertemente a menor edad.
- Todos los usos de internet han crecido en los últimos dos años, algunos de ellos muy fuertemente. Se destacan por su crecimiento buscar información sobre temas de interés (de 69% a 79%), Facebook y otras redes sociales (de 61% a 77%), chatear (de 63% a 72%), Youtube (de 41% a 63%), leer noticias y temas de actualidad (de 49% a 62%), buscar información sobre marcas, productos y servicios (de 44% a 53%), bajar o mirar películas (de 24% a 34%), las carteleras de espectáculos (de 19% a 31%), buscar amigos o pareja (de 13% a 23%), trámites con el Estado (de 12% a 21%), llamadas al exterior por Skype (de 10% a 20%), ver televisión (de 10% a 18%), y transacciones bancarias (de 9% a 15%).
- Facebook es el uso más mencionado como principal y a una distancia importante de los segundos (recibir y enviar email y leer noticias). También es lo que más se utiliza para chatear, triplicando el MSN, y es prácticamente lo único que se utiliza para subir fotos y cuadruplica el uso de Youtube para subir videos.
- Ares es el programa más usado para bajar música y Skype casi el único usado para hablar por internet.

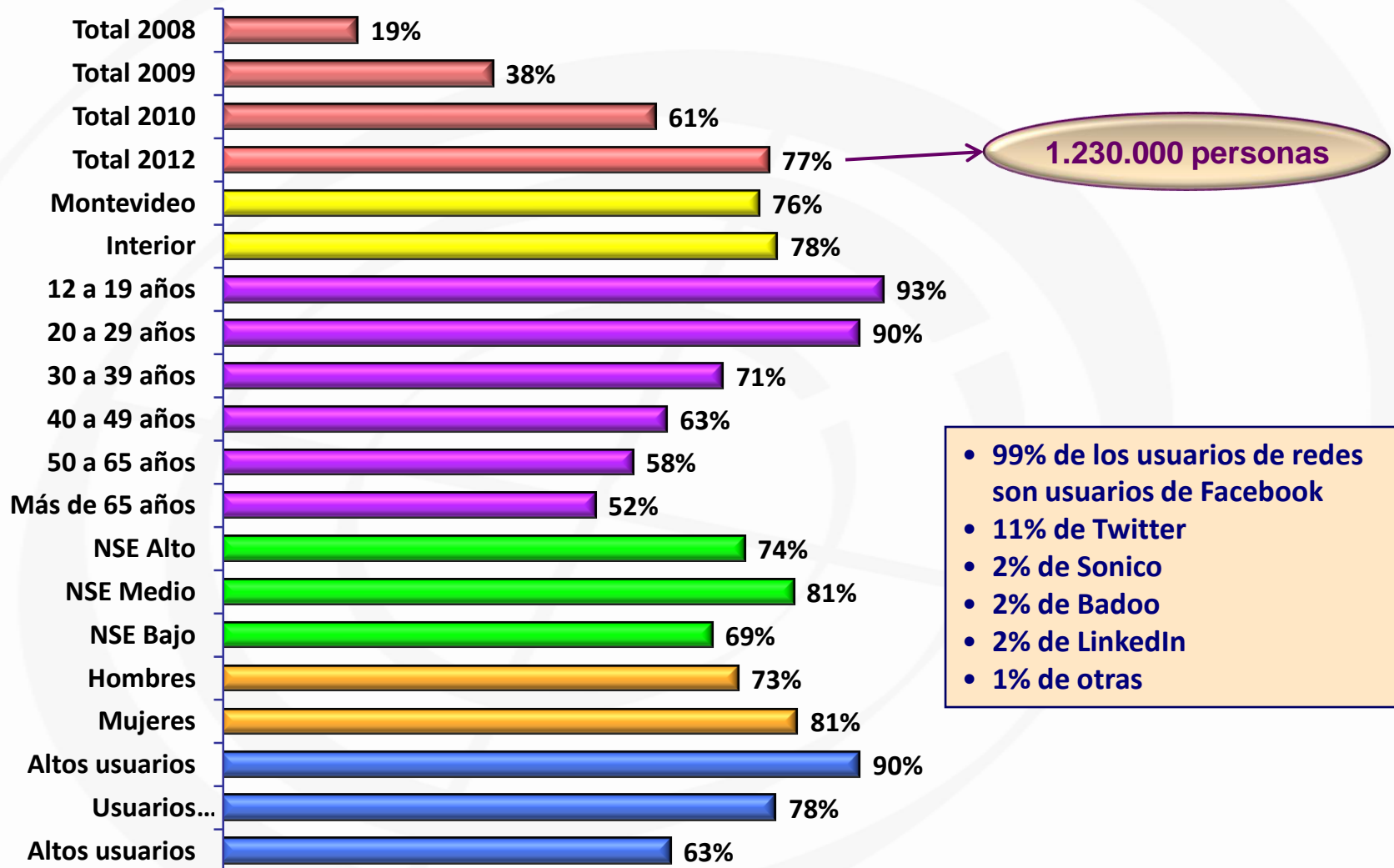


Blogs y redes sociales

- **10% de los usuarios de internet tiene un blog (7% en 2010) (7% para uso personal, 2% para uso profesional, 1% para ambos)**
- **Habrían casi 150.000 blogs uruguayos**
- **56% de los bloggers tiene menos de 20 años, 57% son del Interior, 65% son mujeres, 54% son altos usuarios de internet.**
- **7% de los usuarios de internet acostumbra escribir comentarios en blogs de otras personas (12% de los altos usuarios, 9% de las mujeres, 8% del NSE Alto).**

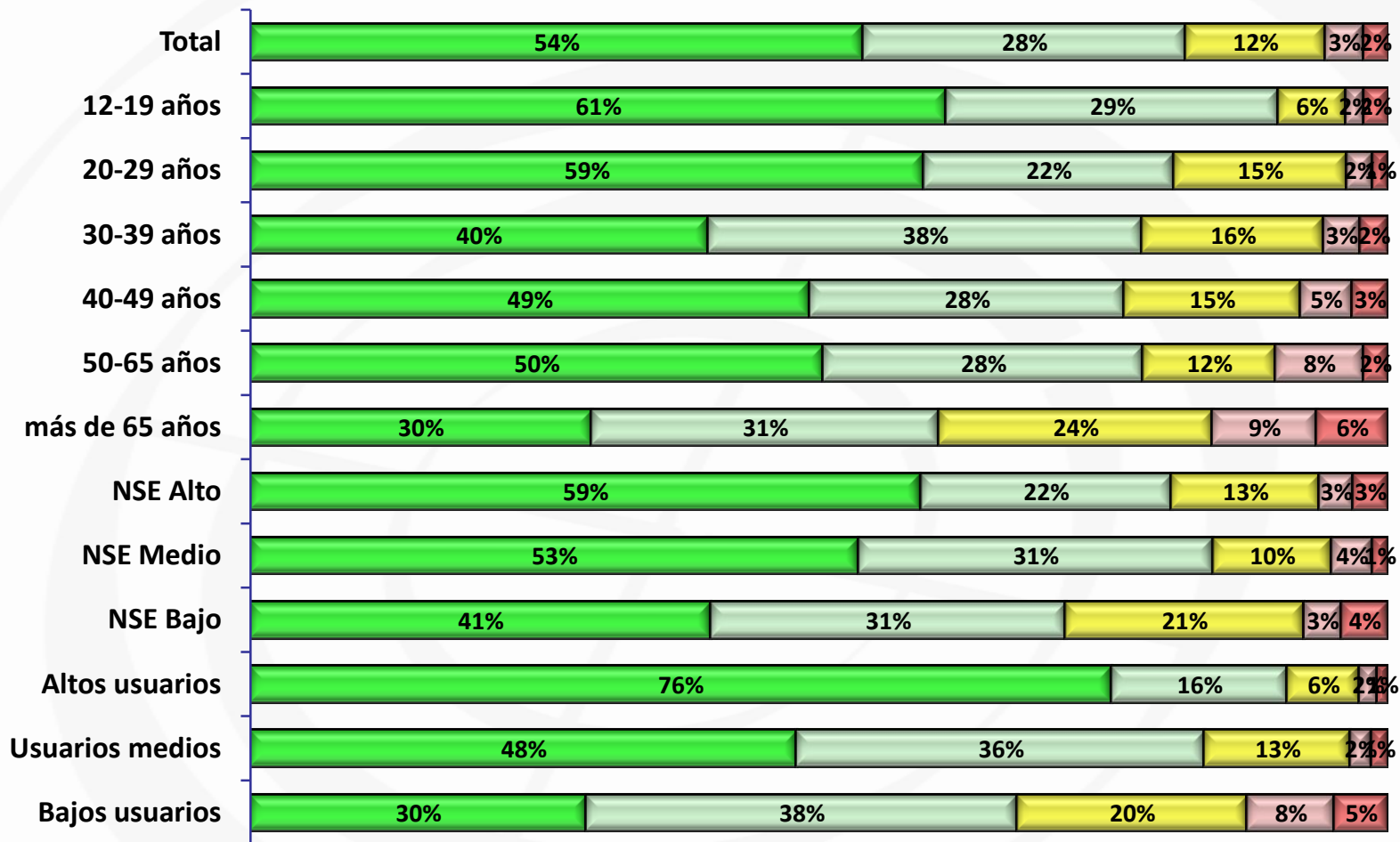
Redes sociales

¿Usa habitualmente las redes sociales? (base: 1098) Cuáles? (base: 846 usuarios de redes sociales)



Facebook - frecuencia de uso

¿Con qué frecuencia usa Facebook? (base: 841 usuarios de Facebook)

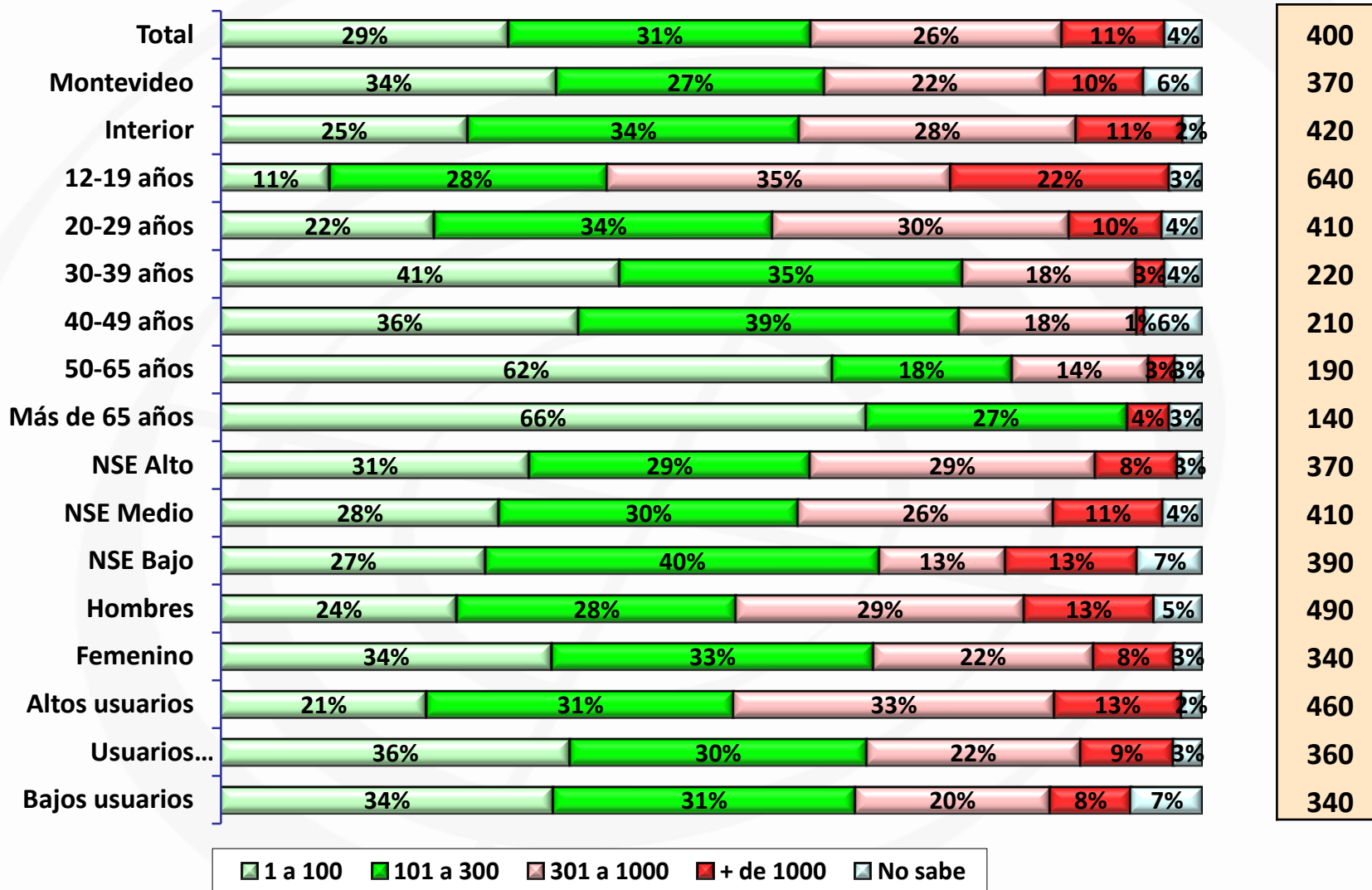


■ Todos los días
 ■ Cada 2 ó 3 días
 ■ 1 vez x semana
 ■ 1 vez c/15 días
 ■ Menor frecuencia

Facebook - cantidad de contactos / amigos

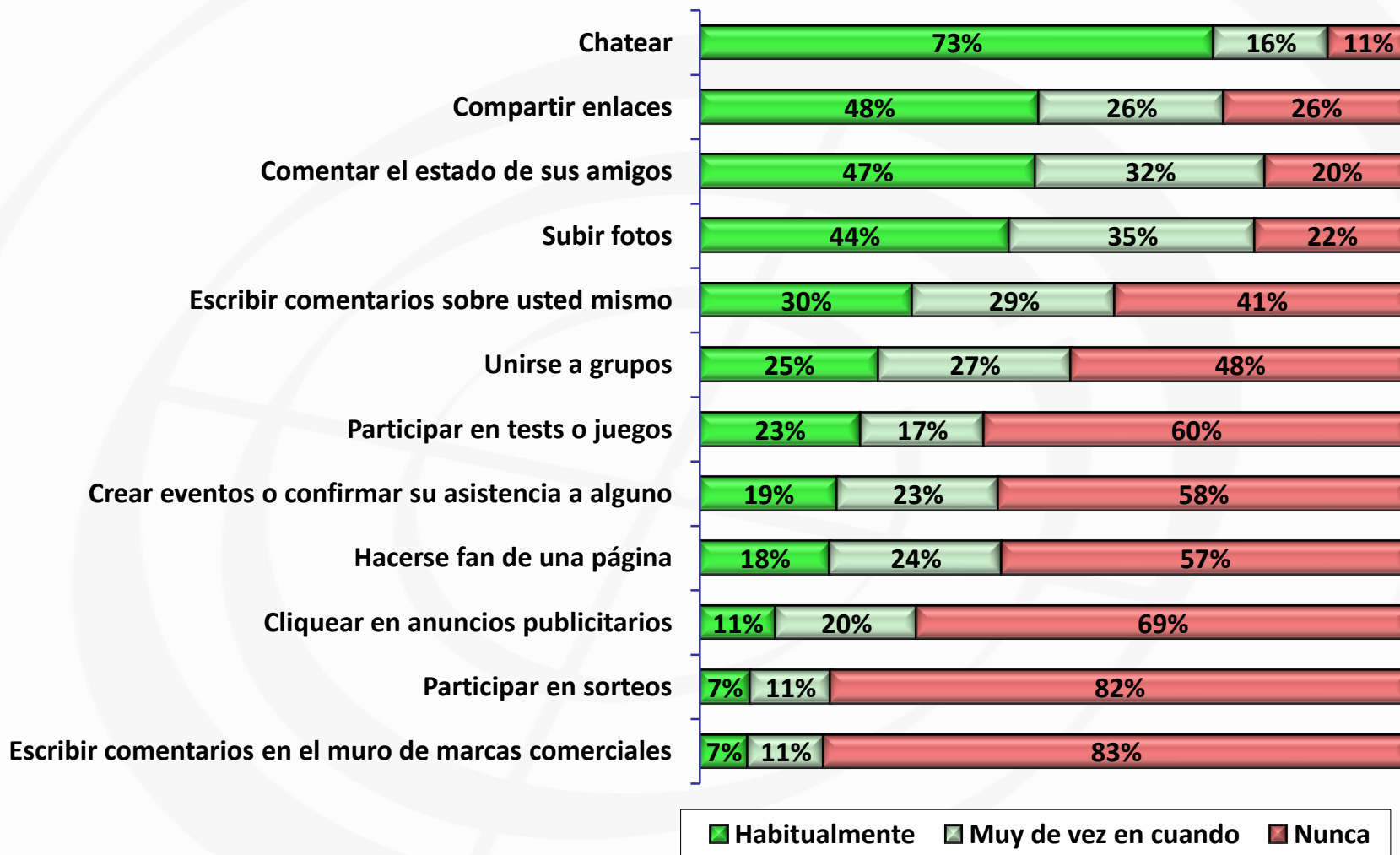
Cuántos contactos o amigos tiene en Facebook aproximadamente? (base: 841 usuarios de Facebook)

Promedio



Usos de Facebook (1)

Le voy a leer algunas cosas que otras personas hacen en Facebook y le voy a pedir que me diga si usted las hace habitualmente, muy de vez en cuando o nunca (base: 841 usuarios de Facebook)



Usos de Facebook (2)

Le voy a leer algunas cosas que otras personas hacen en Facebook y le voy a pedir que me diga si usted las hace habitualmente, muy de vez en cuando o nunca (base: 841 usuarios de Facebook)

A menor edad mayor diversificación de usos de Facebook.

Los adolescentes se distinguen muy por encima de los demás rangos de edad especialmente en escribir comentarios sobre sí mismos y sobre sus amigos, subir fotos, unirse a grupos y chatear.

EL NSE no es una variable discriminante en la mayoría de los usos de Facebook, salvo para el chat (aumenta a menor NSE), escribir comentarios sobre sí mismo (aumenta a menor NSE), y crear eventos o confirmar participación (aumenta a mayor NSE)

La zona geográfica es una variable muy poco discriminante en todos los usos. Aumentan levemente en el Interior subir fotos, chatear y escribir comentarios sobre sí mismo y sobre los amigos. EN Montevideo crecen levemente la creación de eventos y compartir enlaces.

El género tampoco es una variable muy discriminante. Las mujeres suben más fotos y comparten más enlaces que los hombres

Facebook – cantidad de cuentas, lugar de conexión y fans de marcas

Algunas personas tienen o administran más de una cuenta en Facebook. ¿Cuántas tiene o administra usted? (base: 841 usuarios de Facebook)

¿Desde dónde se conecta a Facebook: desde una computadora, desde un celular o desde ambos? (base: 841 usuarios de Facebook)

¿Es usted fan de alguna marca comercial en Facebook?

Un 10% de los usuarios de Facebook tiene o administra más de una cuenta: un 7% administra dos, un 2% administra 3 y un 1% administra 4. Esto significa que los 1.230.000 usuarios poseen casi 1.400.000 cuentas.

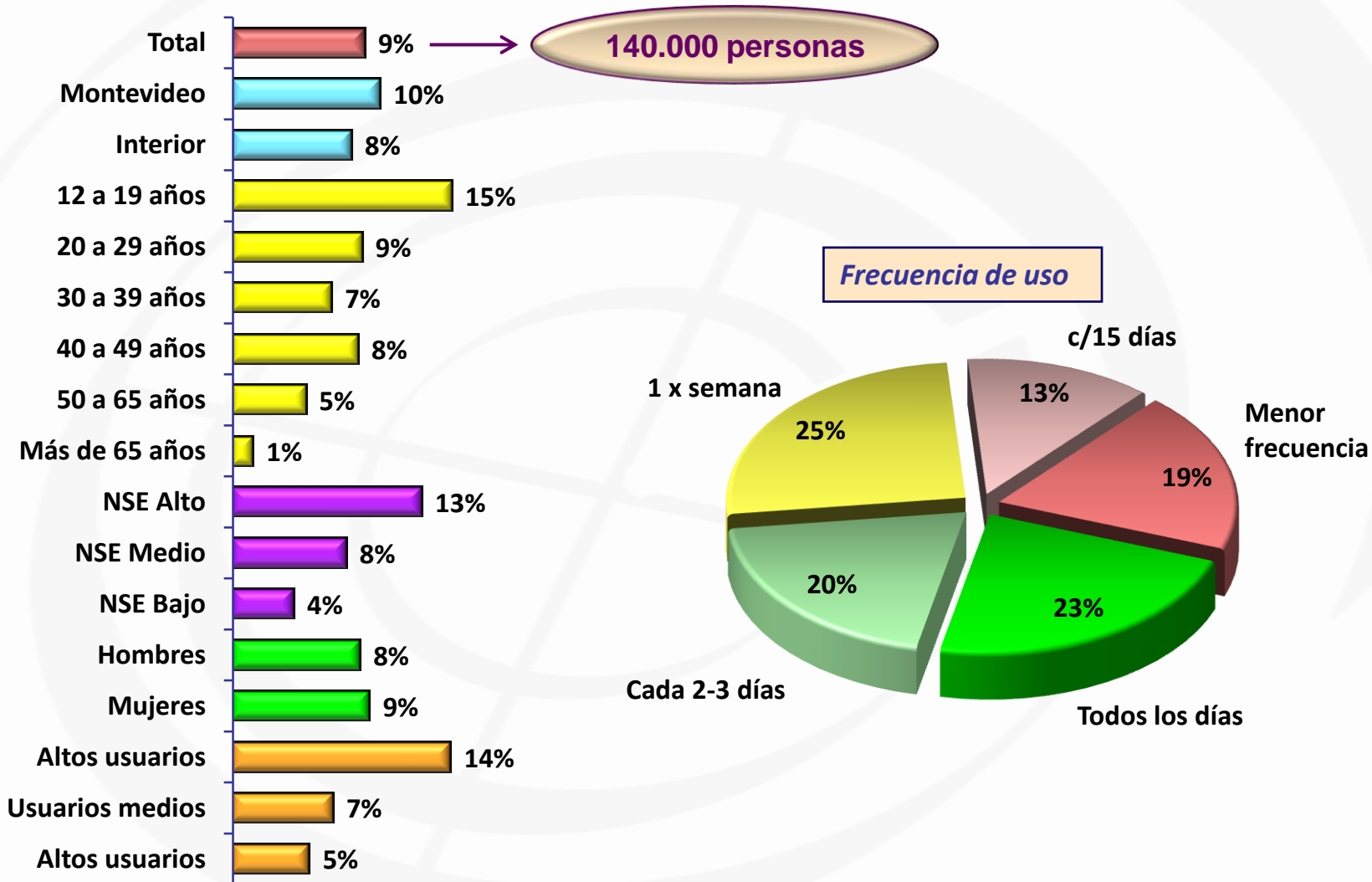
Un 80% de los usuarios de Facebook se conecta desde una computadora, un 2% desde un celular y un 18% tanto desde uno como de otro. Quienes más se conectan desde un celular son los 20-40 años, los altos usuarios y el NSE Alto.

Un 22% de los usuarios de Facebook es fan de alguna marca comercial (30% entre los 20-30 años, 32% entre los altos usuarios de internet). El promedio es de 6 marcas por usuario, con escasas variaciones entre segmentos de población.

Twitter – penetración y frecuencia de uso

¿Usa habitualmente Twitter? (base: 1098 usuarios de internet)

¿Con qué frecuencia? (base: 96 usuarios de Twitter)



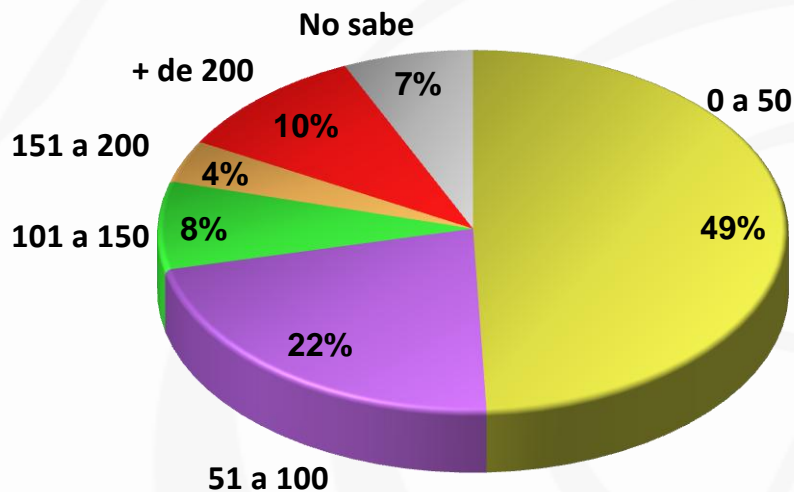
Twitter - Seguidores y Siguiendo – lugar de conexión

¿A cuántos contactos sigue en Twitter aproximadamente? (base: 96 usuarios de Twitter)

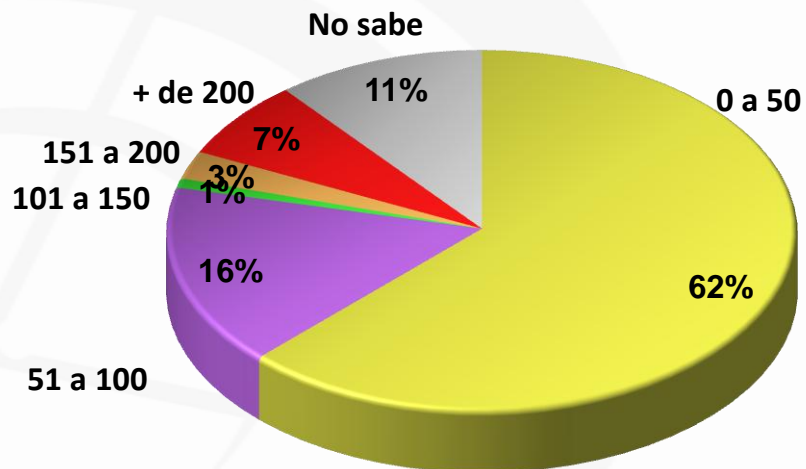
¿Y cuántos seguidores tiene aproximadamente? (base: 96 usuarios de Twitter)

¿Desde dónde se conecta a Twitter: desde una computadora, desde su celular o desde ambos? (base: 96 usuarios de Twitter)

Siguiendo



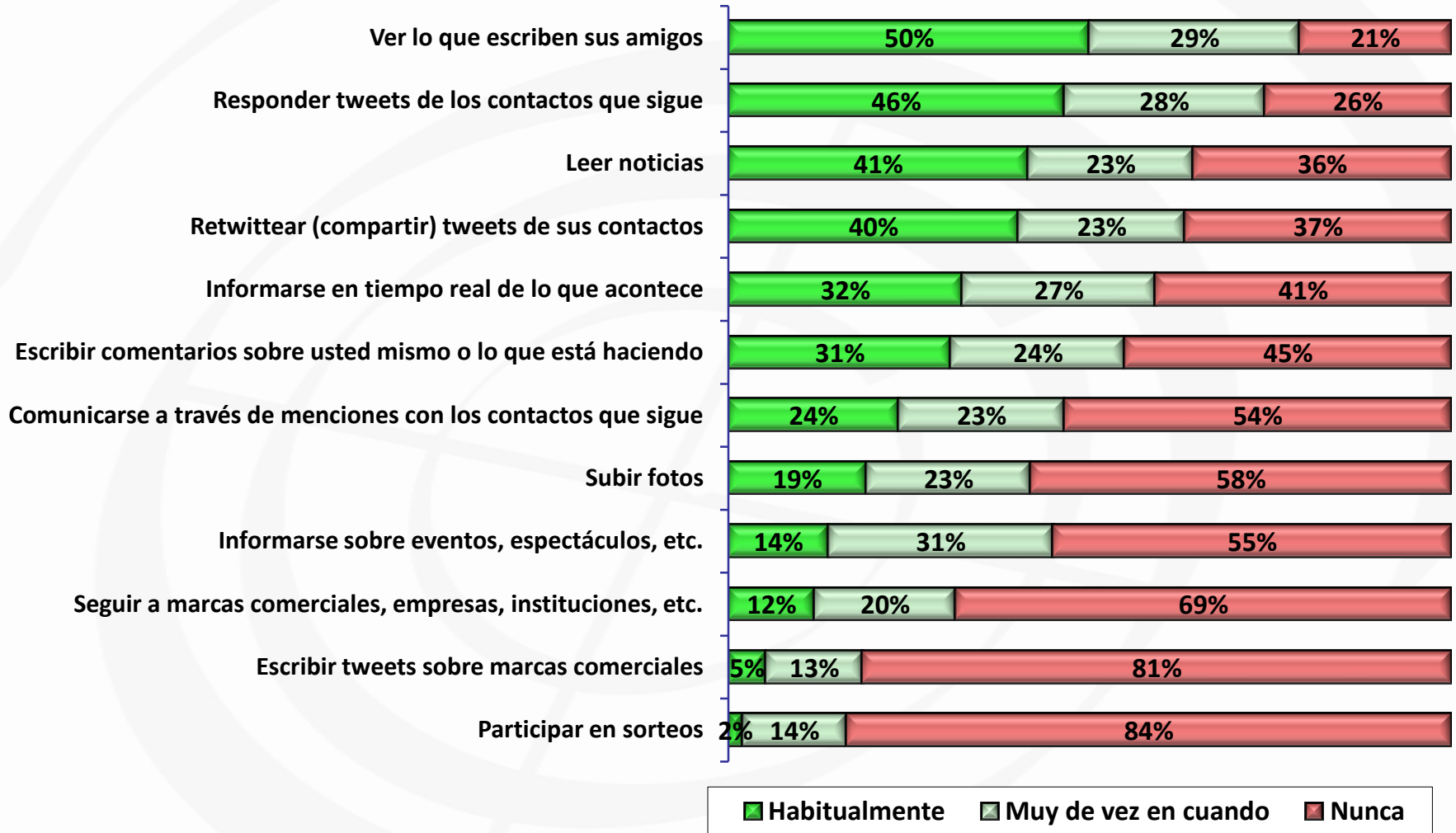
Seguidores



Un 69% de los usuarios de Twitter se conecta desde una computadora, un 13% desde un celular y un 19% tanto desde uno como de otro.

Usos de Twitter

Le voy a leer algunas cosas que otras personas hacen en Twitter y le voy a pedir que me diga si usted las hace habitualmente, muy de vez en cuando o nunca (base: 96 usuarios de Twitter)



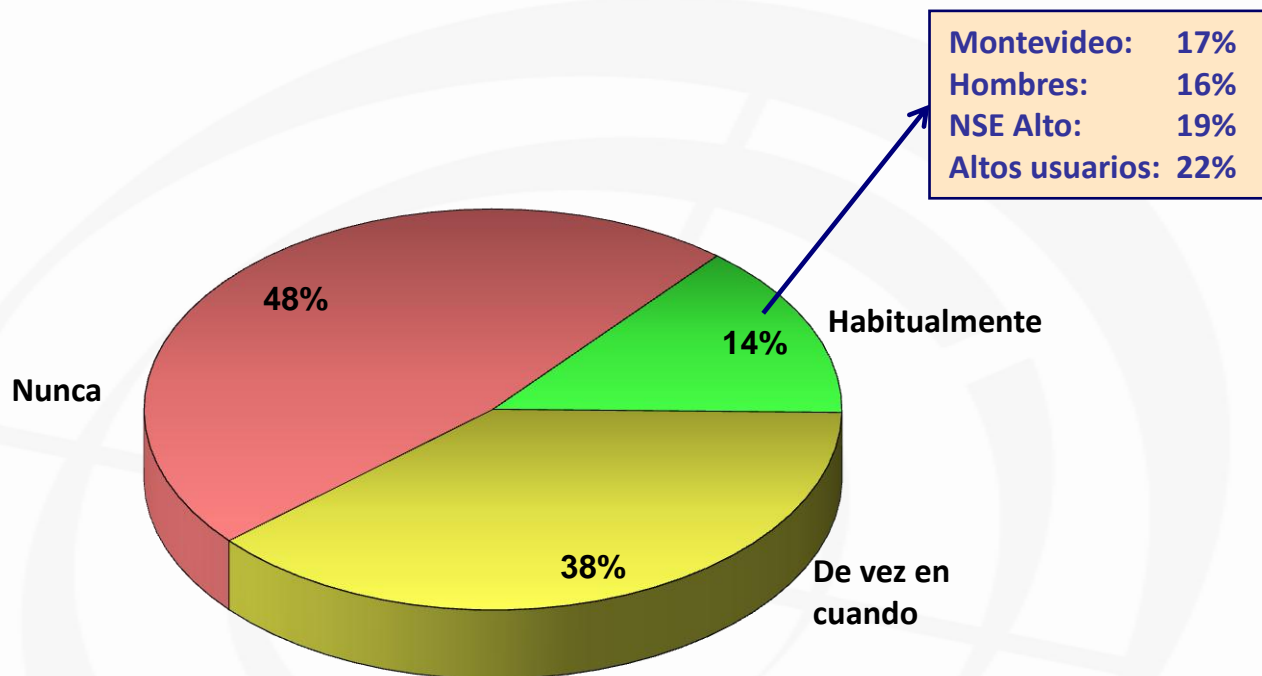
- Existen casi 150.000 blogs uruguayos. La mayoría de los bloggers son muy jóvenes.
- Más de 1.2 millones de uruguayos usan las redes sociales. Casi todos ellos son usuarios de Facebook, un 11% usan Twitter, un 2% Sónico, un 2% Badoo y un 2% LinkedIn.
- Más de la mitad de los usuarios de Facebook entra todos los días. El usuario de Facebook tiene en promedio 400 amigos o contactos, y ese número crece muy fuertemente a menor edad (640 entre los menores de 20 años). Los usos más mencionados de Facebook son chatear (73% lo hace “habitualmente”), compartir enlaces (48%), comentar el estado de sus amigos (47%), subir fotos (44%) y escribir comentarios sobre sí mismos (30%). 10% de los usuarios de Facebook tiene o administra más de una cuenta, y un 20% se conecta desde un dispositivo móvil. El 22% de los usuarios es fan de alguna marca comercial y sigue en promedio a 6 marcas.
- Existen aproximadamente 140.000 usuarios de Twitter, particularmente entre los más jóvenes y en los NSE altos. Un 43% entra todos los días o cada 2-3 días. El número de contactos (tanto “seguidores” como “siguiendo”) es notoriamente más bajo que en Facebook: la mitad sigue menos de 50 usuarios y un 62% tiene menos de 50 seguidores. Un 32% se conecta desde un dispositivo móvil.



Marcas en internet

Búsqueda de información sobre marcas en internet

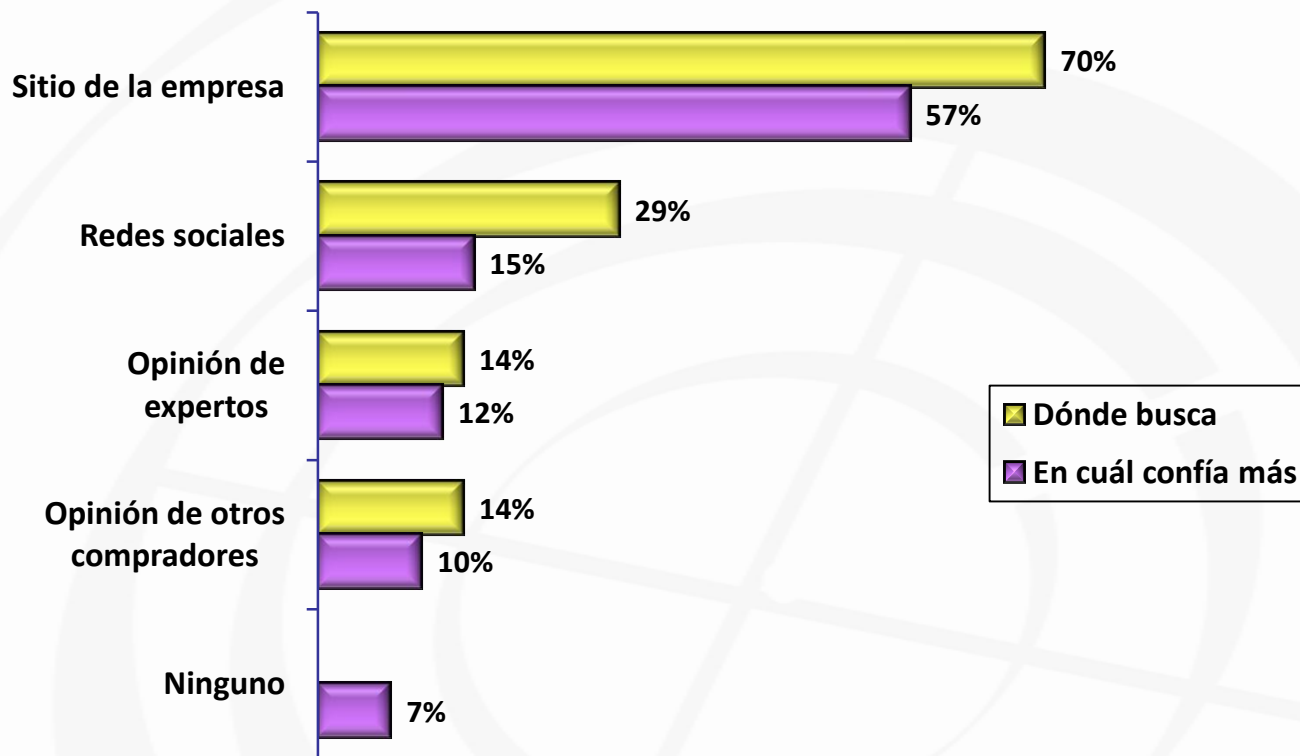
Algunas personas acostumbran buscar o leer información sobre marcas o empresas en internet. ¿Usted lo hace...? (base: 1098 usuarios de internet)



Fuentes de información sobre marcas o empresas en internet

¿Dónde busca o lee esa información? (respuesta múltiple, base: 577 que leen información sobre marcas en internet)

¿Y en cuál de ellas confía más? (respuesta única, base: 577)



Las mujeres se informan y confían más en las redes sociales que los hombres.

A menor edad se informan y confían más en las redes sociales y en otros compradores. A mayor edad pesan más los websites de las empresas

A menor NSE se busca/lee más información en las redes, y también se confía más en ellas. A mayor NSE crecen los websites de las marcas y la opinión de otros compradores.

Lee / escribe comentarios sobre marcas?

Y usted, ¿escribe comentarios sobre marcas en internet, en blogs o en foros o en redes sociales?

¿Y lee lo que otras personas escriben sobre marcas en blogs, foros o redes sociales? (base: 1098 usuarios de internet)

Un 3% de los usuarios de internet escribe habitualmente comentarios sobre marcas en blogs, foros o redes sociales.

Otro 10% lo hace a veces.

No hay diferencias significativas entre segmentos de población.

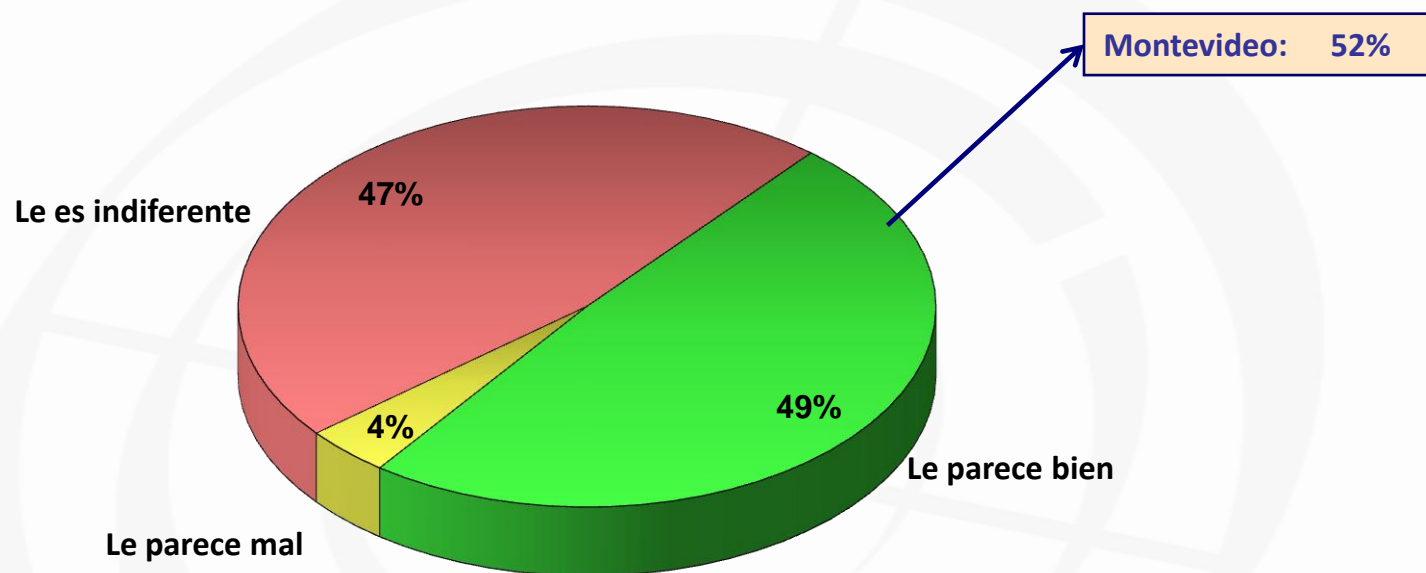
Un 9% lee los comentarios sobre marcas escritos por otros, en blogs, foros o redes sociales.

Otro 24% lo hace a veces.

La lectura de comentarios es levemente mayor a mayor NSE y entre los hombres:

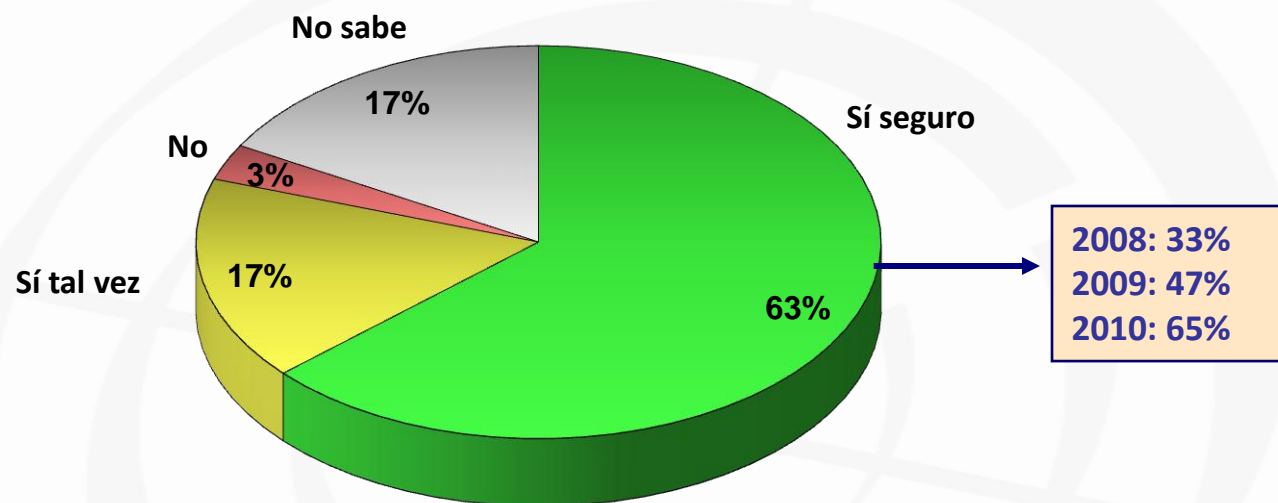
Opinión sobre la publicidad en las redes sociales

Muchas empresas o personas promocionan sus marcas y sus productos a través de Facebook u otras redes sociales. ¿Esto le parece bien, mal o le es indiferente? (base: 1098 usuarios de internet)



Percepción del crecimiento de la publicidad uruguaya en la web

¿Le parece que viene aumentando la publicidad uruguaya en Internet? (base: 1098 usuarios de internet)



- Más de la mitad de los usuarios de internet busca información sobre marcas o empresas en internet (14% habitualmente y 38% de vez en cuando).
- Un 70% de quienes buscan información sobre marcas en internet lo hace en el propio sitio de la empresa, un 29% se informa en redes sociales, un 14% mira la opinión de expertos y un 14% la opinión de otros compradores.
- Un 13% de los usuarios de internet escribe a veces o habitualmente comentarios sobre marcas o empresas en internet (más de 200.000 personas), y un 33% lee los comentarios escritos por otros (más de medio millón).
- La mitad de los usuarios de internet aprueba la publicidad en las redes sociales, solo un 4% la desaprueba.
- Dos tercios de los usuarios de internet percibe un aumento de la publicidad uruguaya en internet (33% en 2008).



Internet en el celular

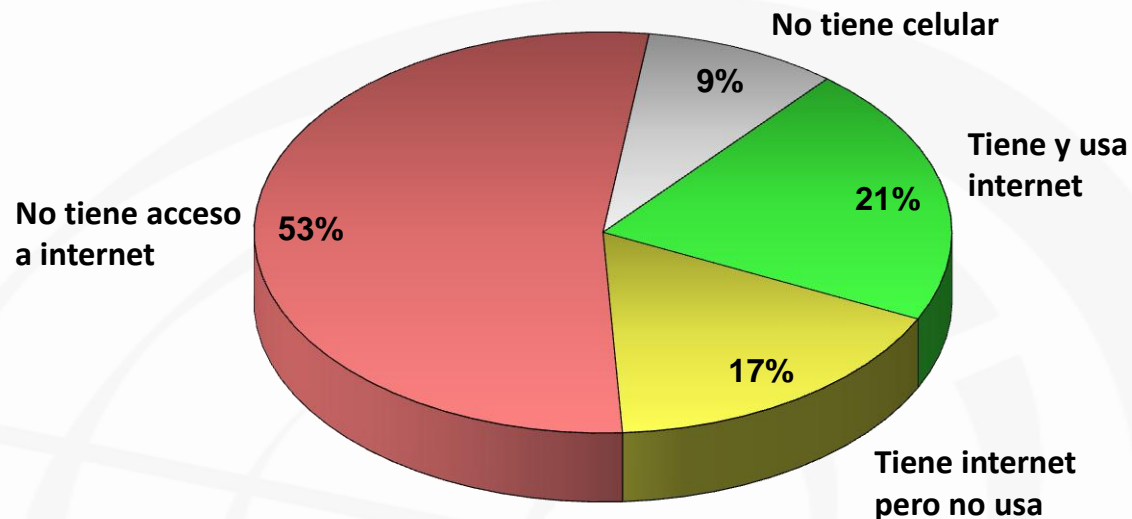
Internet en el celular

¿Tiene teléfono celular? (base: 1098 usuarios de internet)

¿Tiene acceso a internet desde ese celular?

¿Usa internet desde su celular?

¿Qué usos le da a internet desde el celular?



La propensión a usar internet entre los que tienen acceso en el celular aumenta muy significativamente a menor edad.

Usos de internet en el celular:

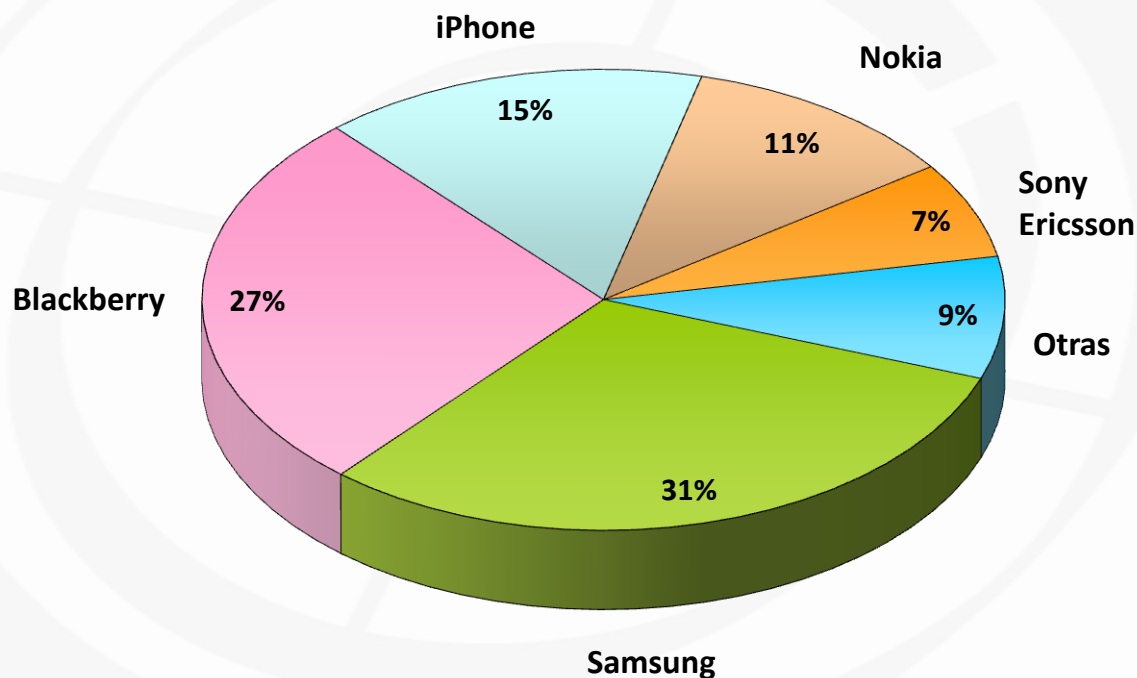
	2010	2012
Redes sociales:	56%	79%
Mail:	44%	51%
Juegos:	27%	23%
Chat:	23%	34%
Bajar música:	6%	1%
Buscar información:	5%	6%

Smartphones

¿Su celular es un smartphone? (base: 228 que usan internet desde su celular)

¿De qué marca es su smartphone? (base: 81 que tienen smartphone)

36% de quienes utilizan internet desde su celular afirman tener un smartphone (7% del total de usuarios de internet, unas 120.000 personas). Este porcentaje aumenta a mayor edad, en el NSE Alto y entre los altos usuarios de internet

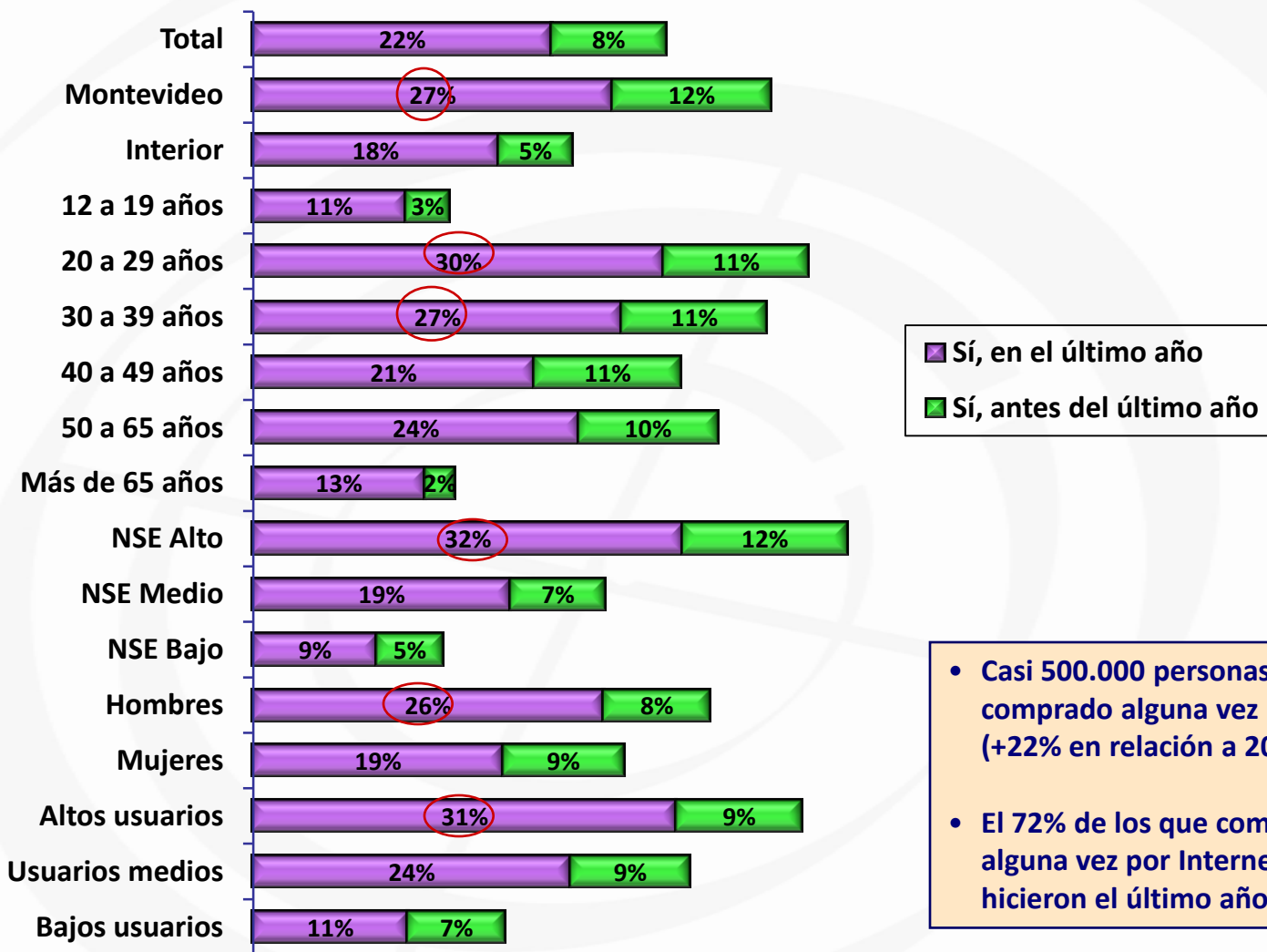


- Un 17% de los usuarios de internet tiene internet en el celular y lo usa.
- Los principales usos que le dan éstos a internet en el celular son las redes sociales (79%, 23 puntos más que hace dos años), el mail (51%), el chat (34%) y los juegos (23%).
- 36% de quienes usan internet desde su celular tiene un smartphone (o un 7% del total de usuarios de internet, unas 120.000 personas). La marca líder es Samsung con un 31%, seguida por Blackberry (27%) , iPhone (15%) y Nokia (11%).

Compras por internet

Compras por internet

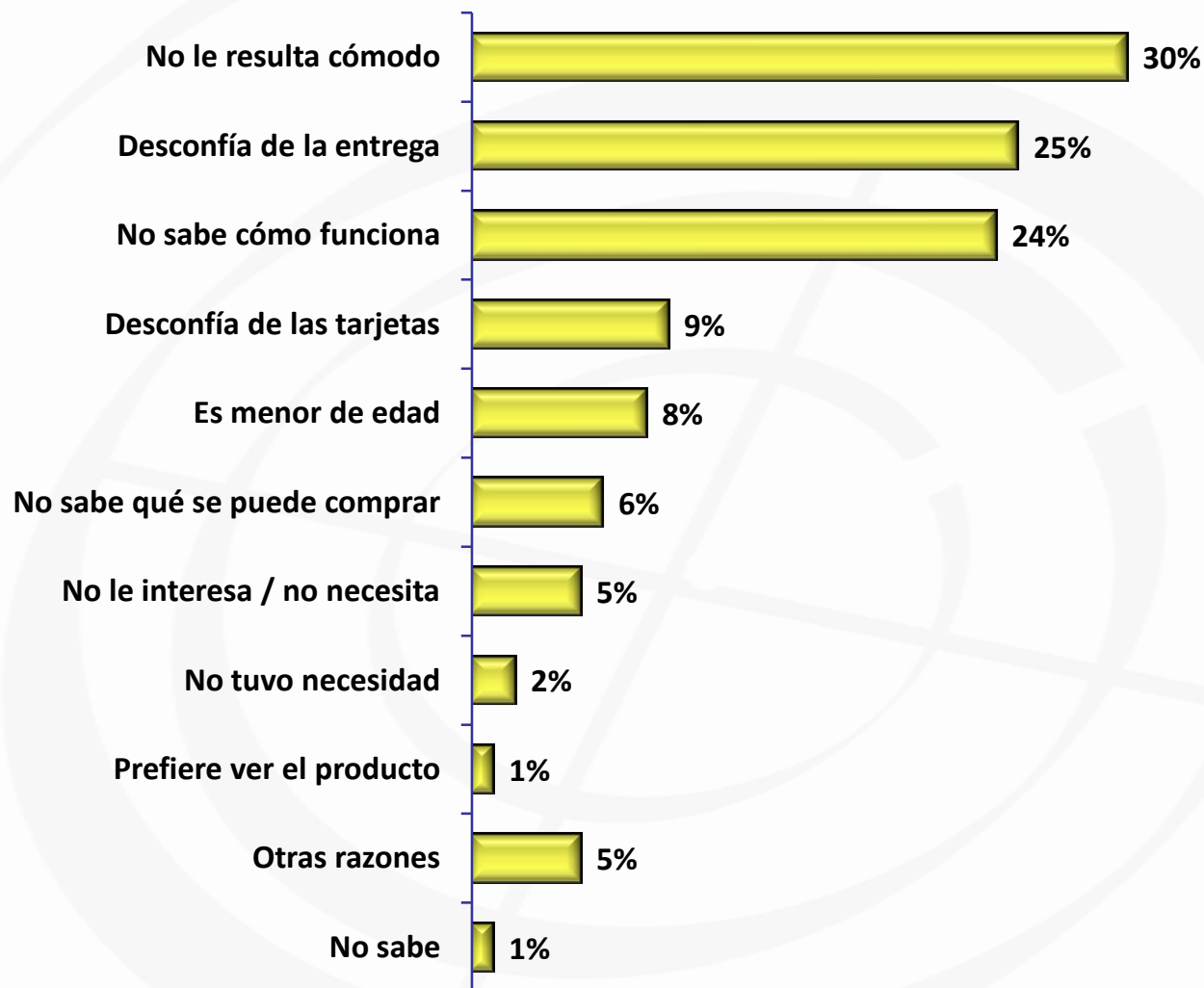
¿Ha comprado alguna vez por internet? (base: 1098 usuarios de internet)



- Casi 500.000 personas han comprado alguna vez por Internet (+22% en relación a 2010).
- El 72% de los que compraron alguna vez por Internet también lo hicieron el último año.

Razones para no comprar por internet

¿Por qué nunca compró por internet? (base: 763 que nunca compraron)

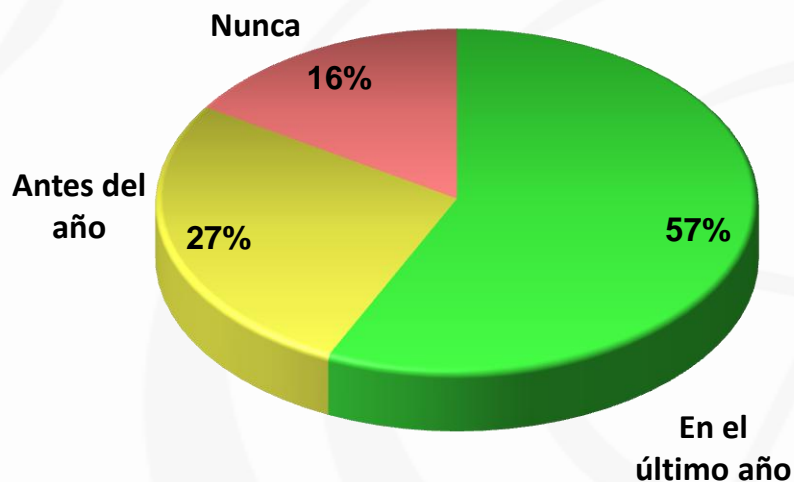


Compras en Mercado Libre /compras con tarjeta de crédito

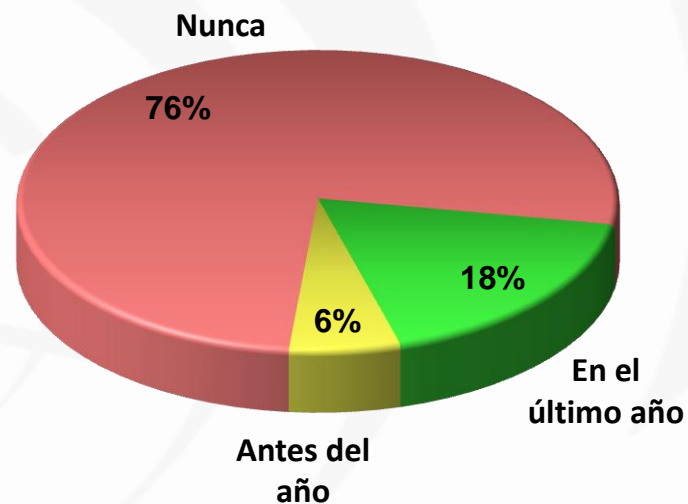
¿Ha comprado alguna vez en Mercado Libre? (base: 335 que alguna vez compraron en internet)

¿Ha comprado alguna vez en internet ingresando un número de tarjeta de crédito? (base: 335 que alguna vez compraron en internet)

Compró en Mercado Libre



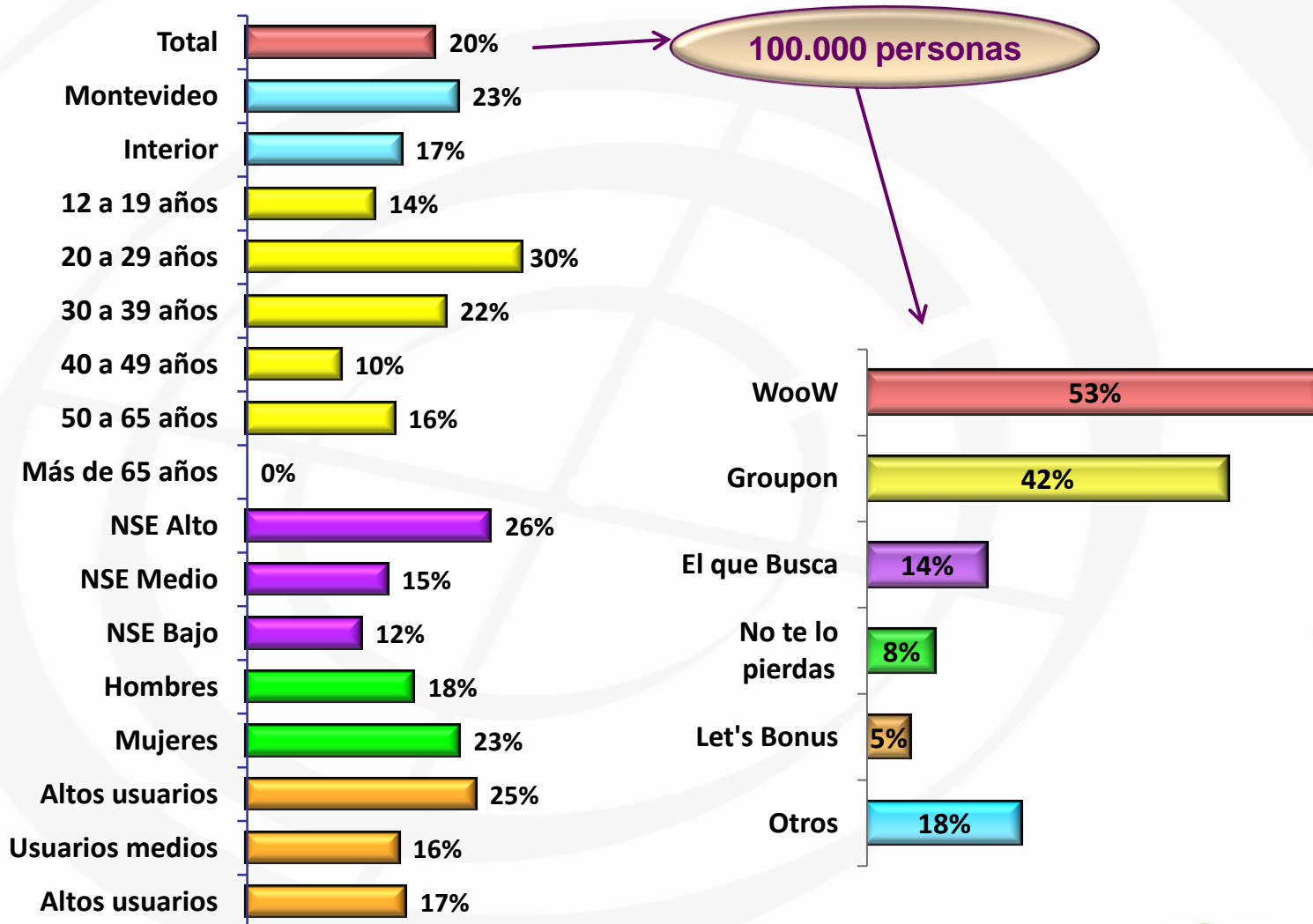
Compró con tarjeta de crédito



Compras en sitios de descuentos

¿Ha comprado alguna vez en WooW, Groupon, ElqueBusca, etc.? (base: 335 que compraron alguna vez por internet)

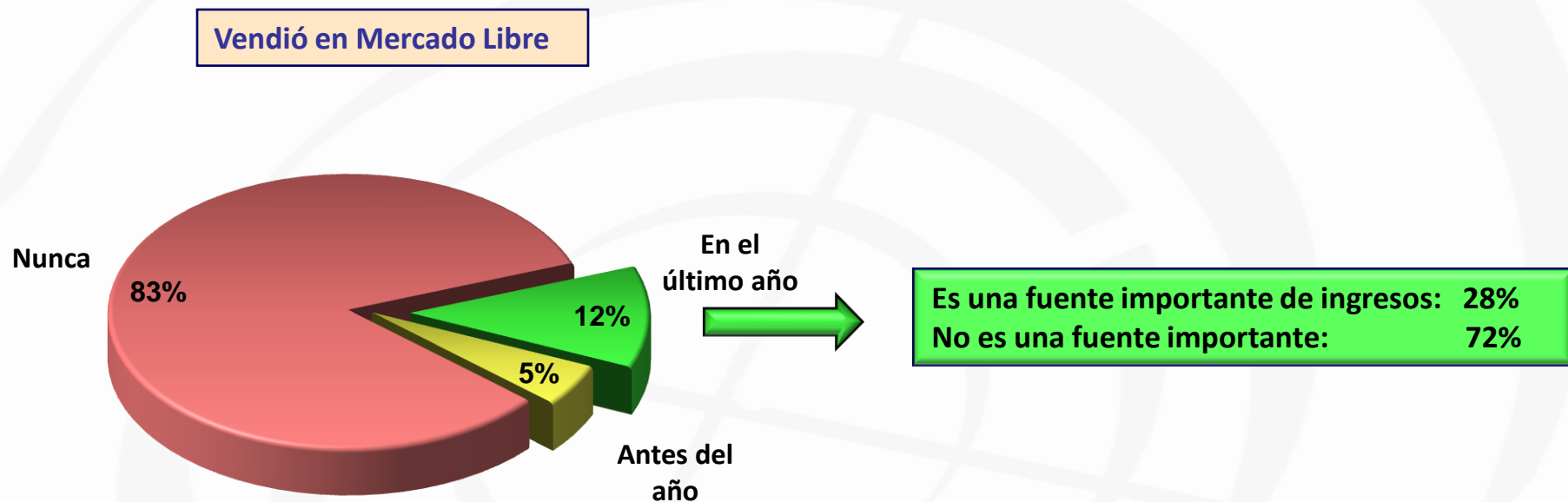
¿En cuáles? (base: 68 que compraron alguna vez)



Ventas por Mercado Libre

¿Ha vendido alguna vez en Mercado Libre? (base: 1098 usuarios de internet)

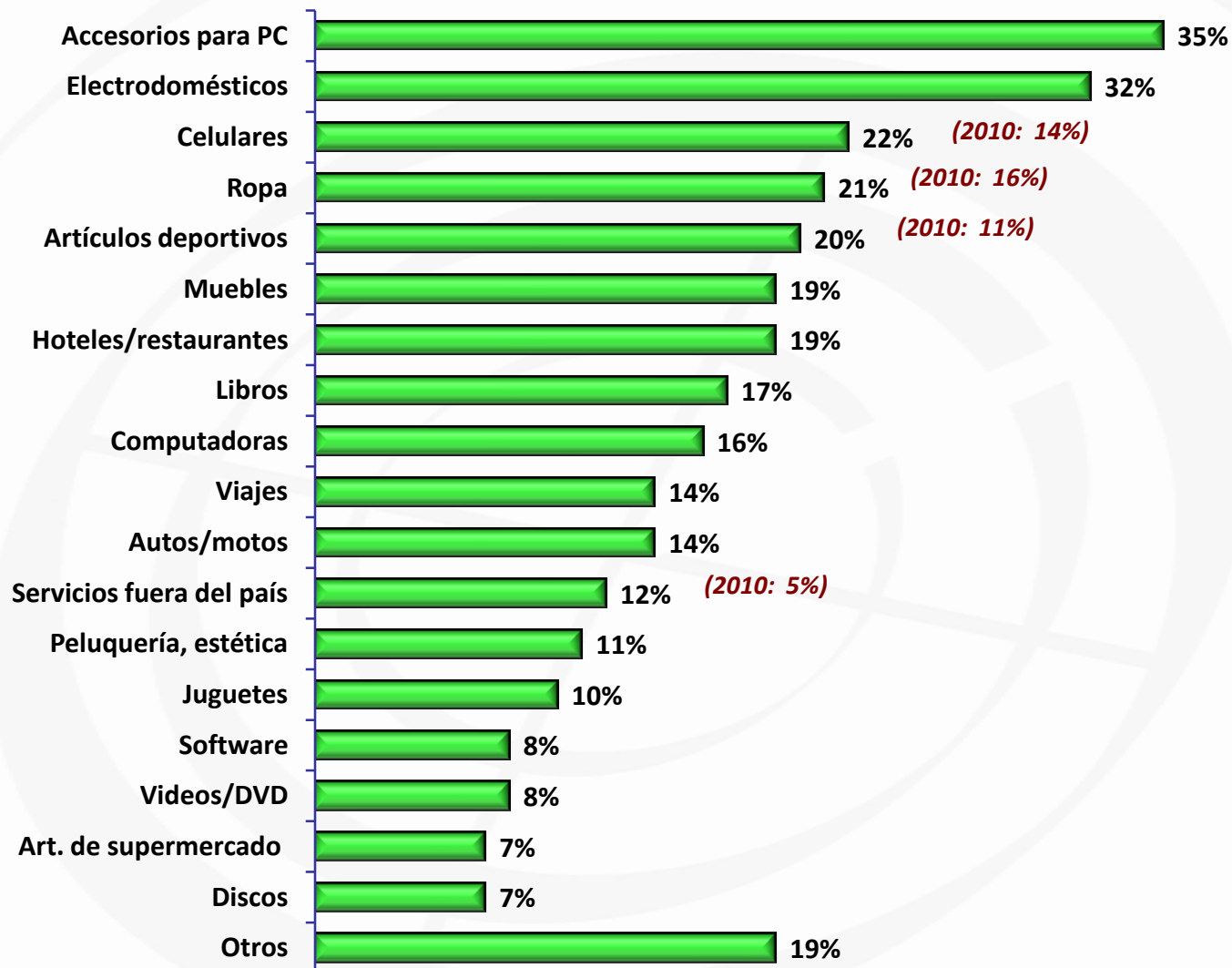
Para usted, ¿vender en Mercado Libre es una fuente importante de ingresos? (base: 131 que vendieron en el último año)



Para unas 50.000 personas vender en Mercado Libre es una fuente importante de ingresos o un medio de vida

Artículos comprados por internet

¿Cuáles de los siguientes artículos ha comprado en el último año? (base: 243 que compraron en el último año)



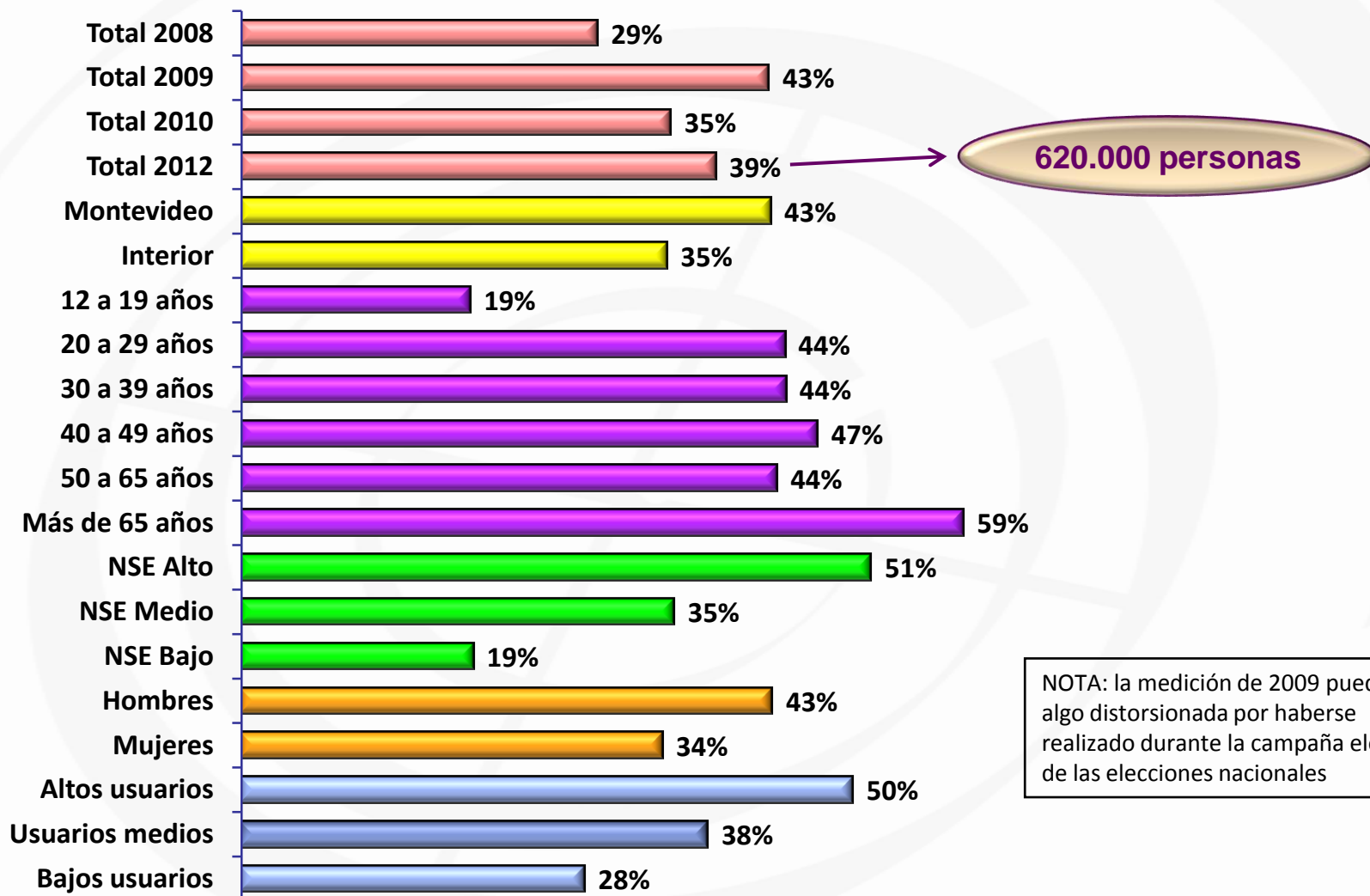
- Un 30% de los usuarios de internet ha comprado alguna vez por internet, incluyendo Mercado Libre y sitios de descuentos. Más de 2/3 de quienes compraron alguna vez también lo hicieron en el último año. Los mayores usuarios de compras por internet son montevideanos, y de NSE alto.
- Las principales razones para no comprar por internet son “no resulta cómodo”, “no sabe cómo funciona” y “desconfía de la entrega”.
- Un 57% de quienes han comprado alguna vez por internet lo hicieron en Mercado Libre en el último año, un 18% compraron con tarjeta de crédito en el último año, y un 20% ya ha comprado en sitios de descuentos. Entre estos últimos el más mencionado es Woow (53% de los compradores), Groupon (42%), El que Busca (14%) y No te lo pierdas (8%).
- Un 12% de los usuarios de internet ha vendido algo por Mercado Libre en el último año, y de éstos, para un 28% es una fuente importante de ingresos o un medio de vida (unas 50.000 personas).
- Los artículos comprados más mencionados son los accesorios para PC y los electrodomésticos. En un segundo nivel se encuentran los celulares, la ropa, los artículos deportivos, , los muebles, hoteles y restaurantes, libros y computadoras.



Medios digitales

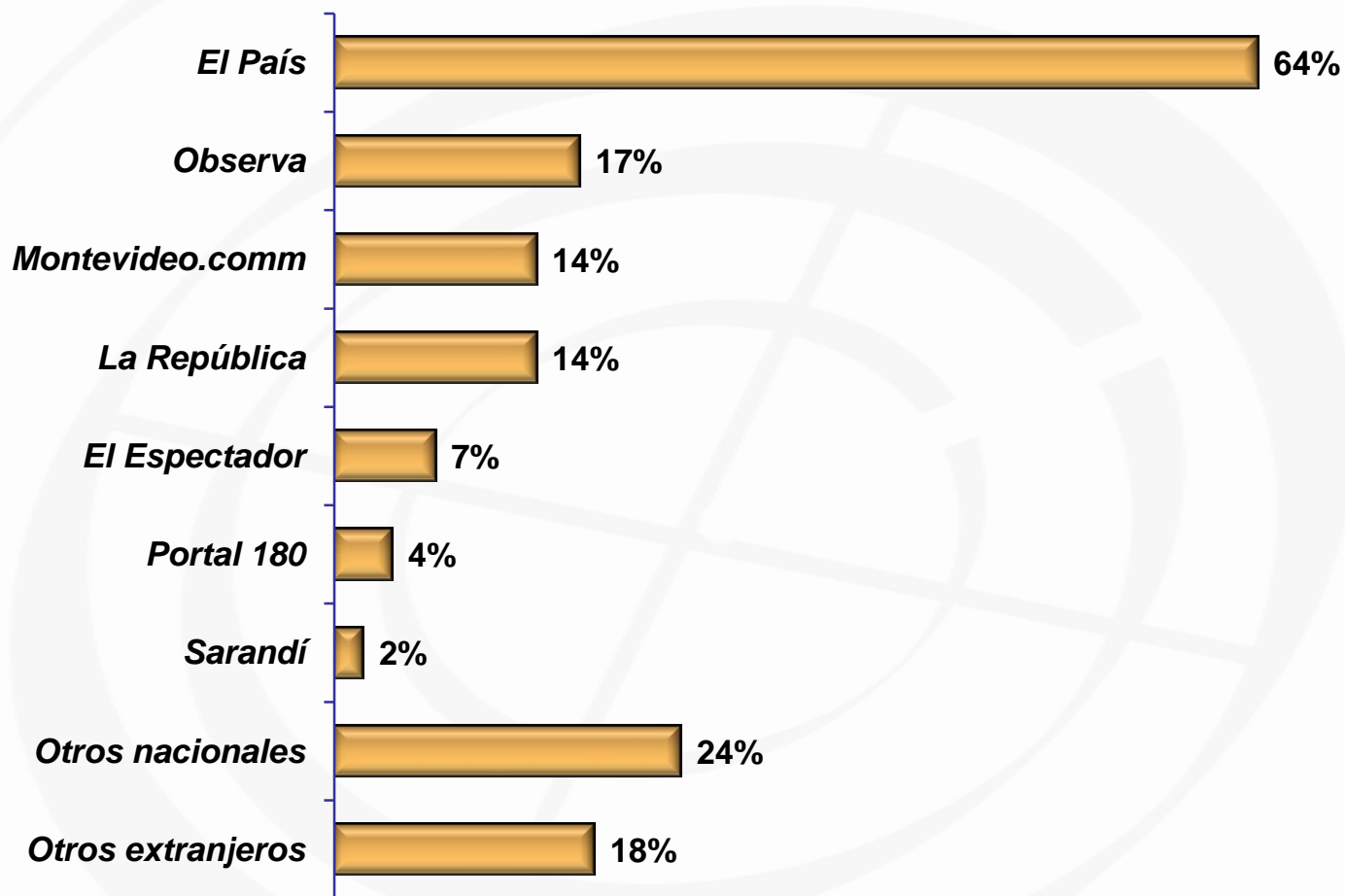
Medios digitales (1)

¿En la última semana, ha leído o escuchado noticias en algún medio de prensa por Internet o en algún portal? (base: 1098 usuarios)



Medios digitales (2)

¿Qué medios de prensa ha leído/escuchado por Internet la última semana? (base: 424 que leyeron/escucharon alguno)



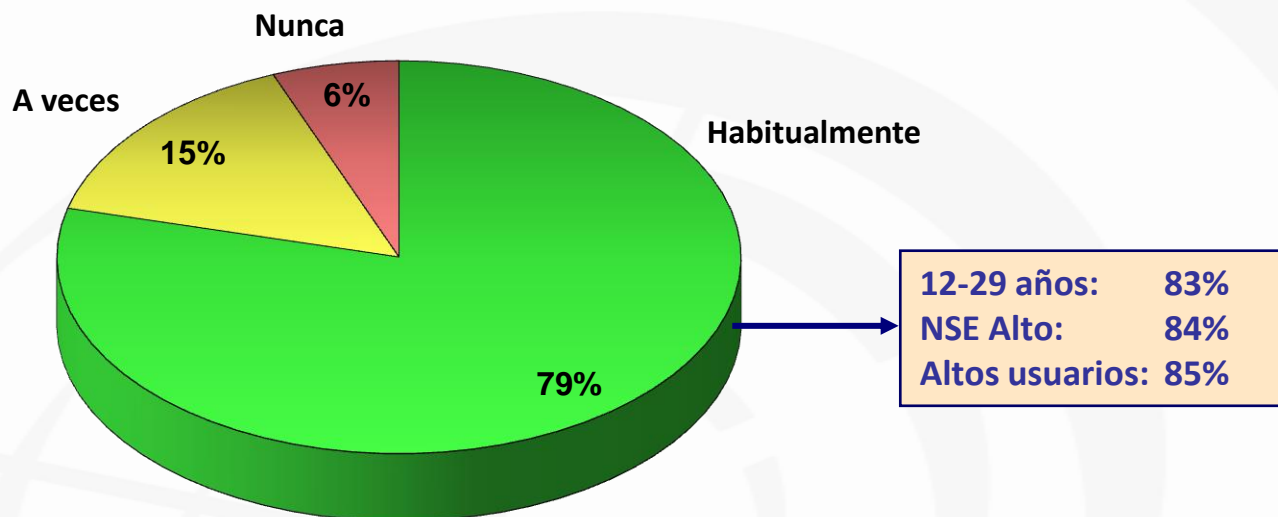


Otros

Google y otros buscadores

¿Utiliza Google...? (base: 1098 usuarios de internet)

¿Utiliza habitualmente algún otro buscador de sitios en internet? ¿Cuál? (base: 1098 usuarios de internet)

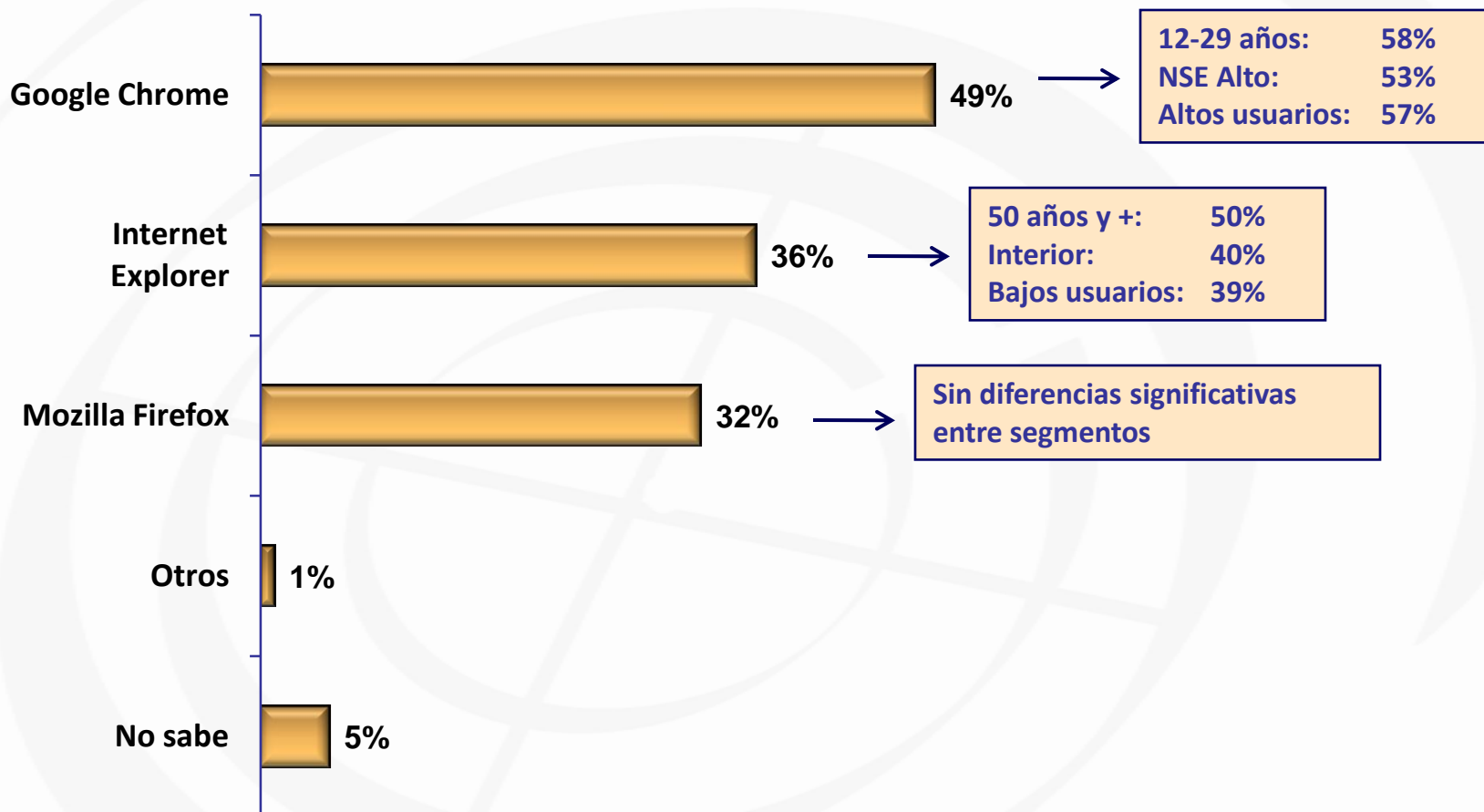


- 28% de los usuarios de Google se queda solo con las primeras respuestas
- 23% se queda con la primera página;
- 13% pasa a la segunda página;
- 36% va más allá de la segunda página.
- **A mayor edad mayor propensión a ir más allá de la segunda página**

Un 27% de los usuarios de internet también utiliza Youtube (40% de los menores de 20 años), y un 5% Yahoo. Los demás buscadores como Altavista, Iminent o Safari son casi inexistentes.

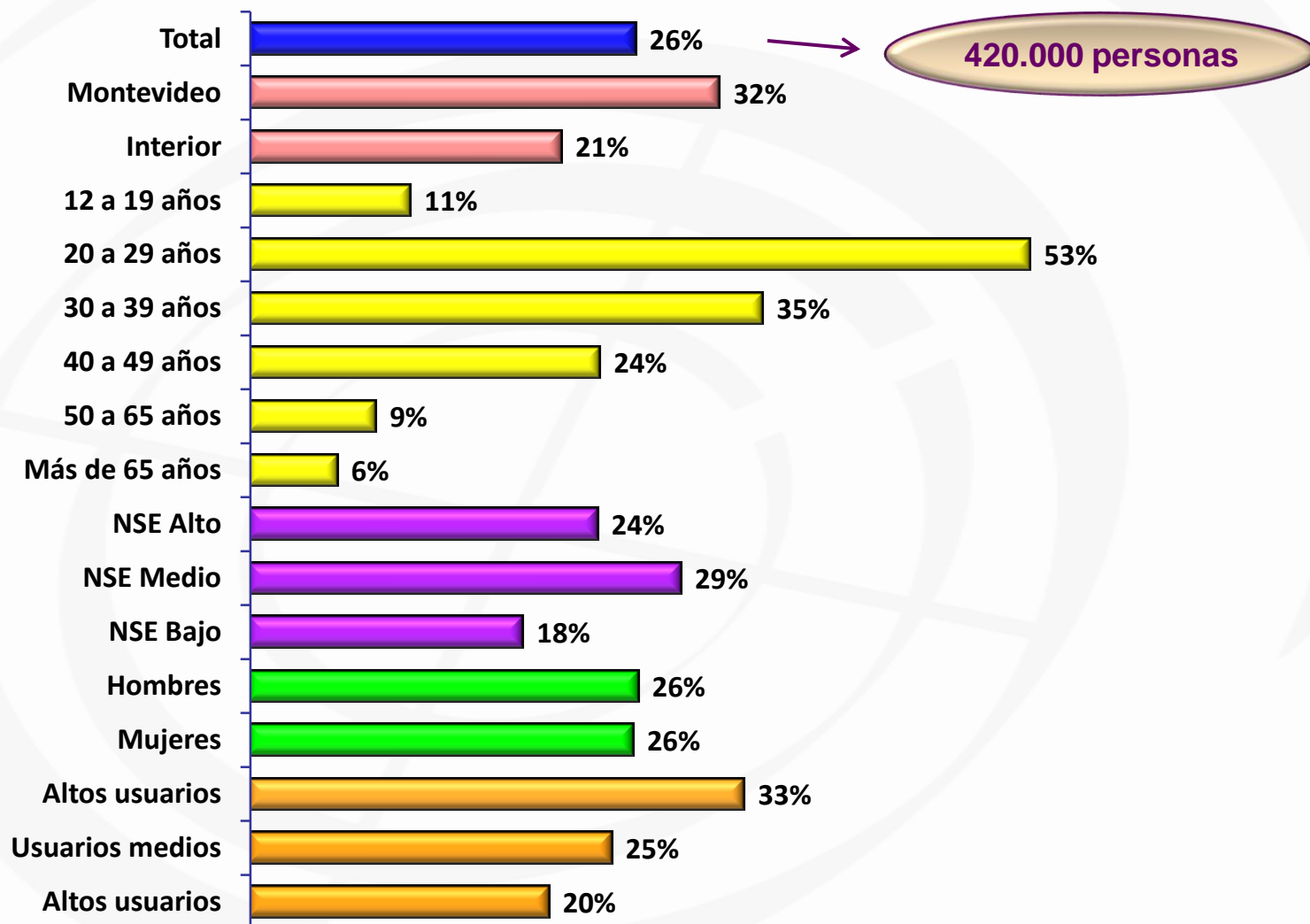
Navegadores

¿Qué programa utiliza habitualmente para navegar en internet? (base: 1098 usuarios de internet)



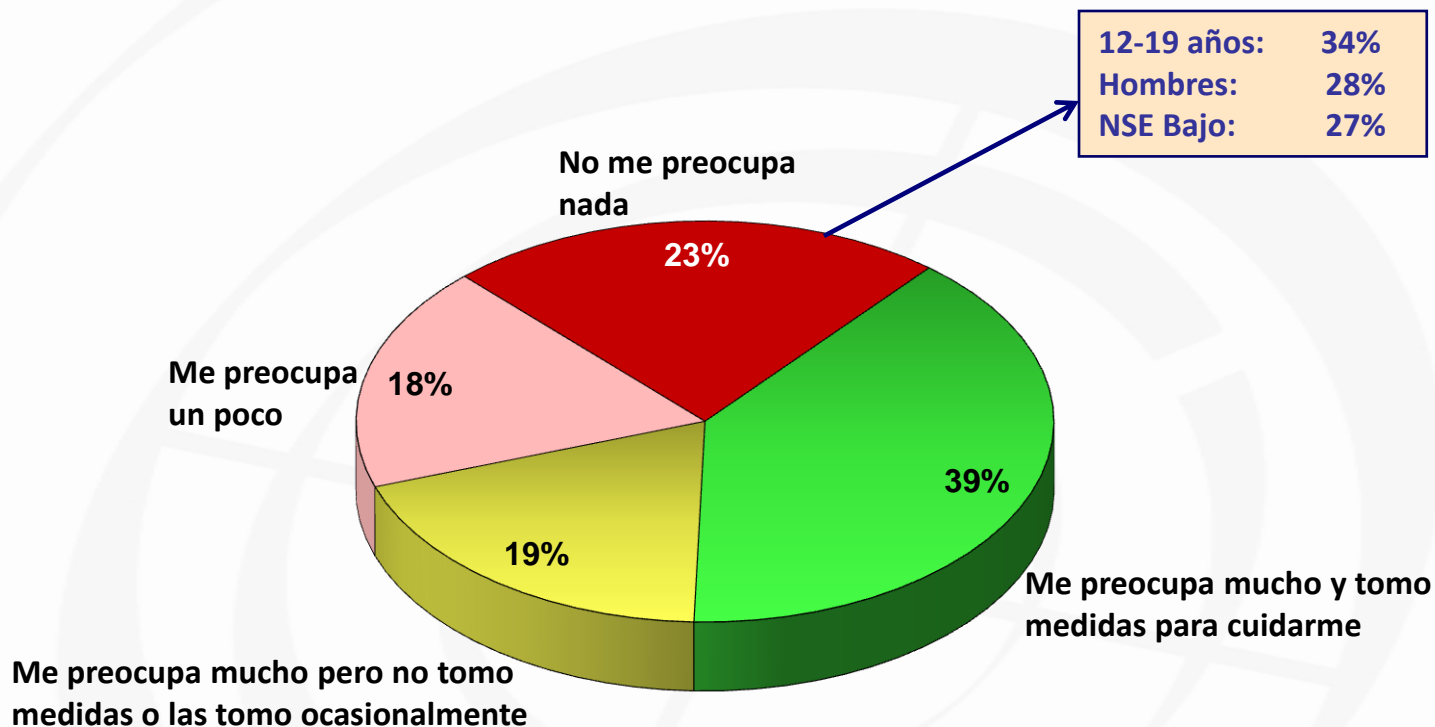
Buscar trabajo en internet

¿Ha buscado oportunidades de trabajo por internet? (base: 1098 usuarios)



Preocupación por la seguridad en internet

¿Cuánto le preocupa realmente el tema de la seguridad en internet? (base: 1098 usuarios de internet)



El perfil del internauta uruguayo

Novena edición



Junio 2012