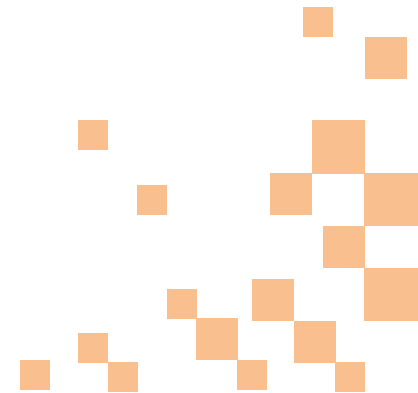


“El perfil del internauta uruguayo” Décima edición

Septiembre 2013





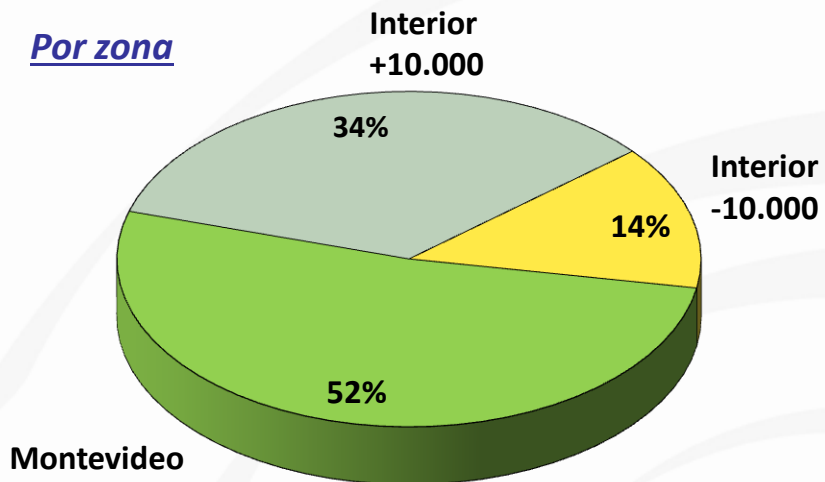
Ficha técnica y muestra

- 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 2.726.000 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 1269 casos. Los datos referidos a ese universo tienen un margen de error máximo de ± 2.8 .
- Todas las encuestas fueron realizadas cara a cara en los hogares de los entrevistados, durante el mes de julio de 2013.
- 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.

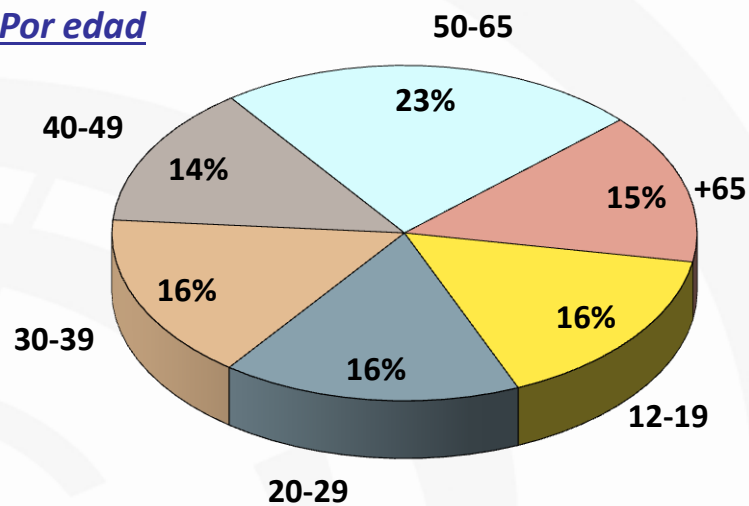
- **“Montevideo”**: comprende el departamento de Montevideo y el área metropolitana según definición del INE.
- Nivel socioeconómico **“Alto”** corresponde a los niveles A+ y A-. El **“Medio”** corresponde a los M+, M y M-. El **“Bajo”** corresponde a los niveles B+ y B-.
- Los niveles socioeconómicos 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

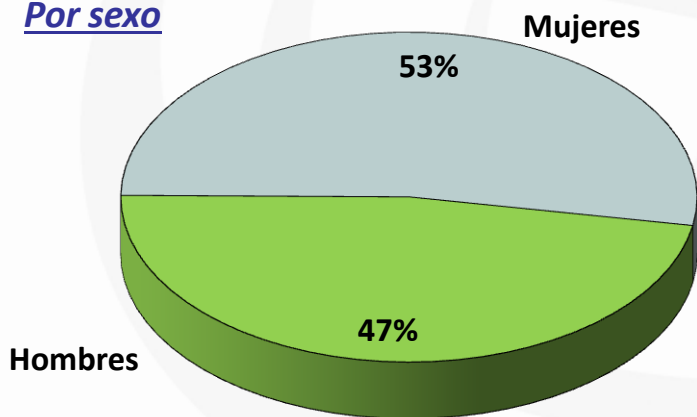
Por zona



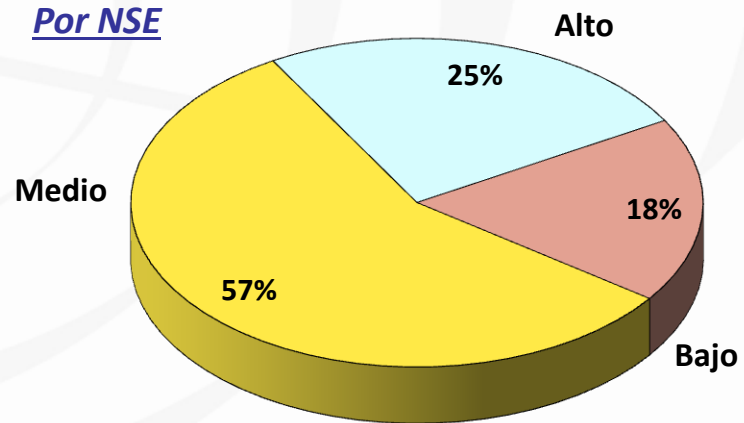
Por edad



Por sexo



Por NSE

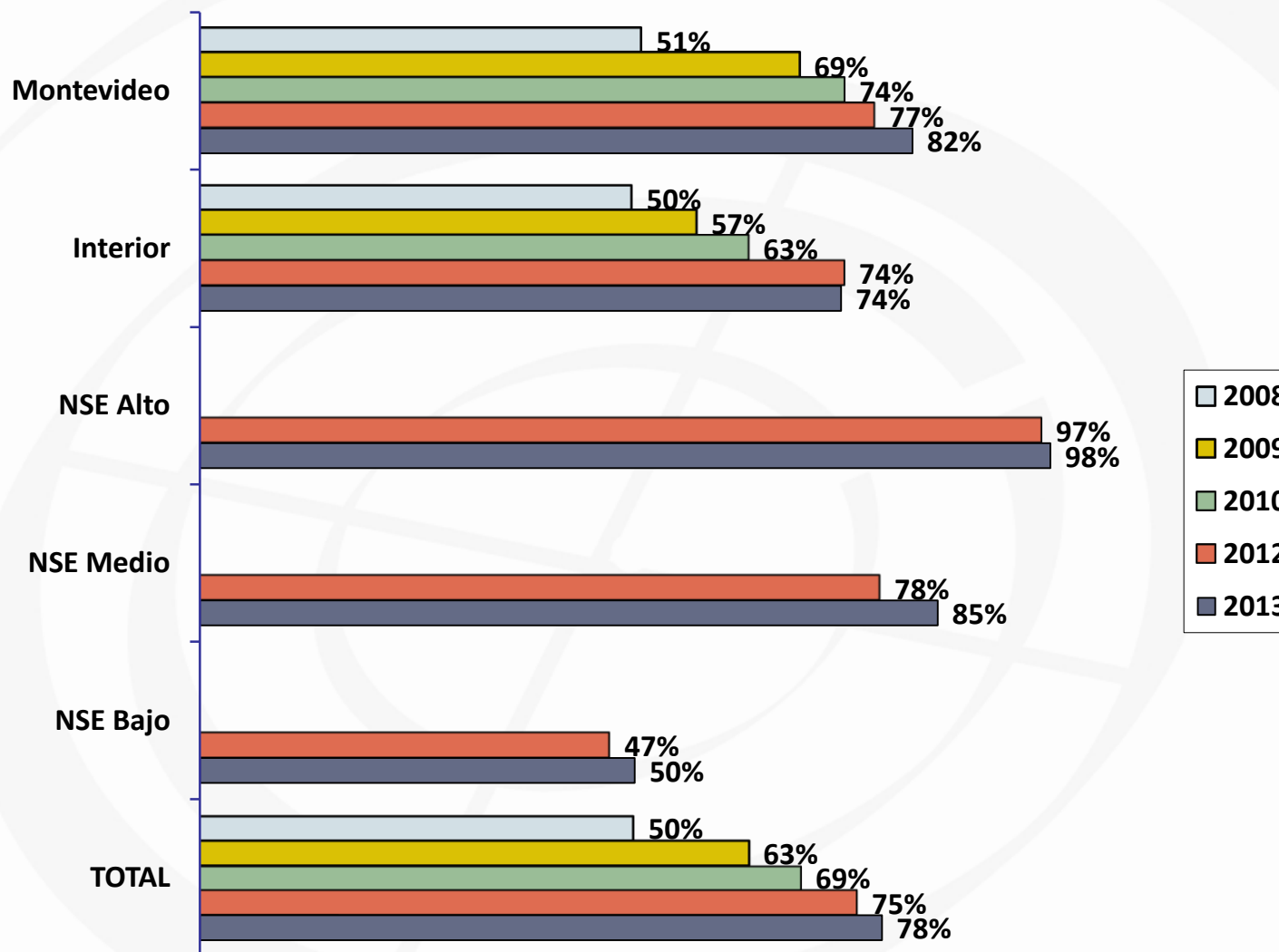




Penetración de PC en hogares

Penetración de PC en hogares

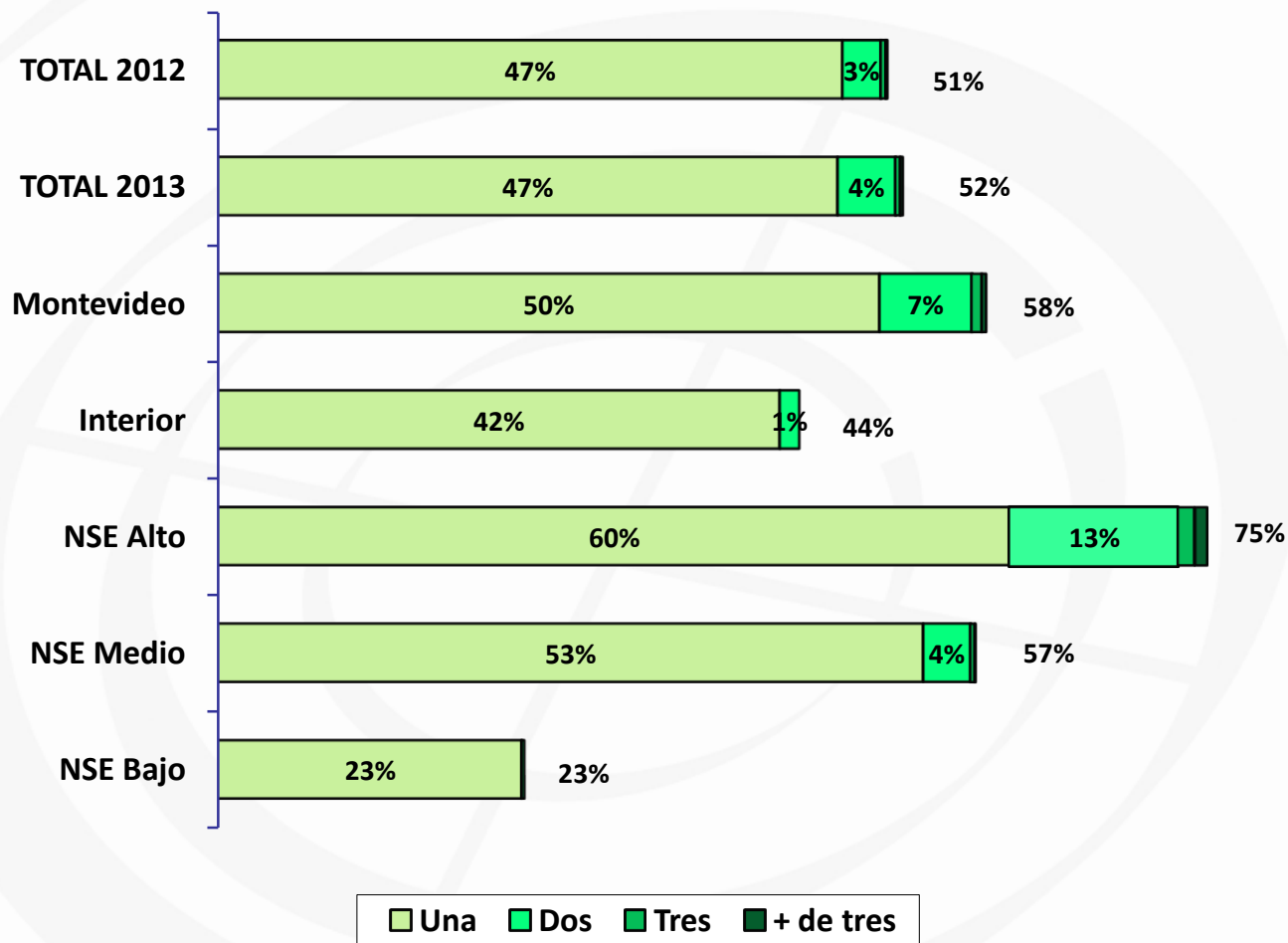
¿Hay alguna computadora en su hogar, incluyendo XO? (*) (base: 1800)



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

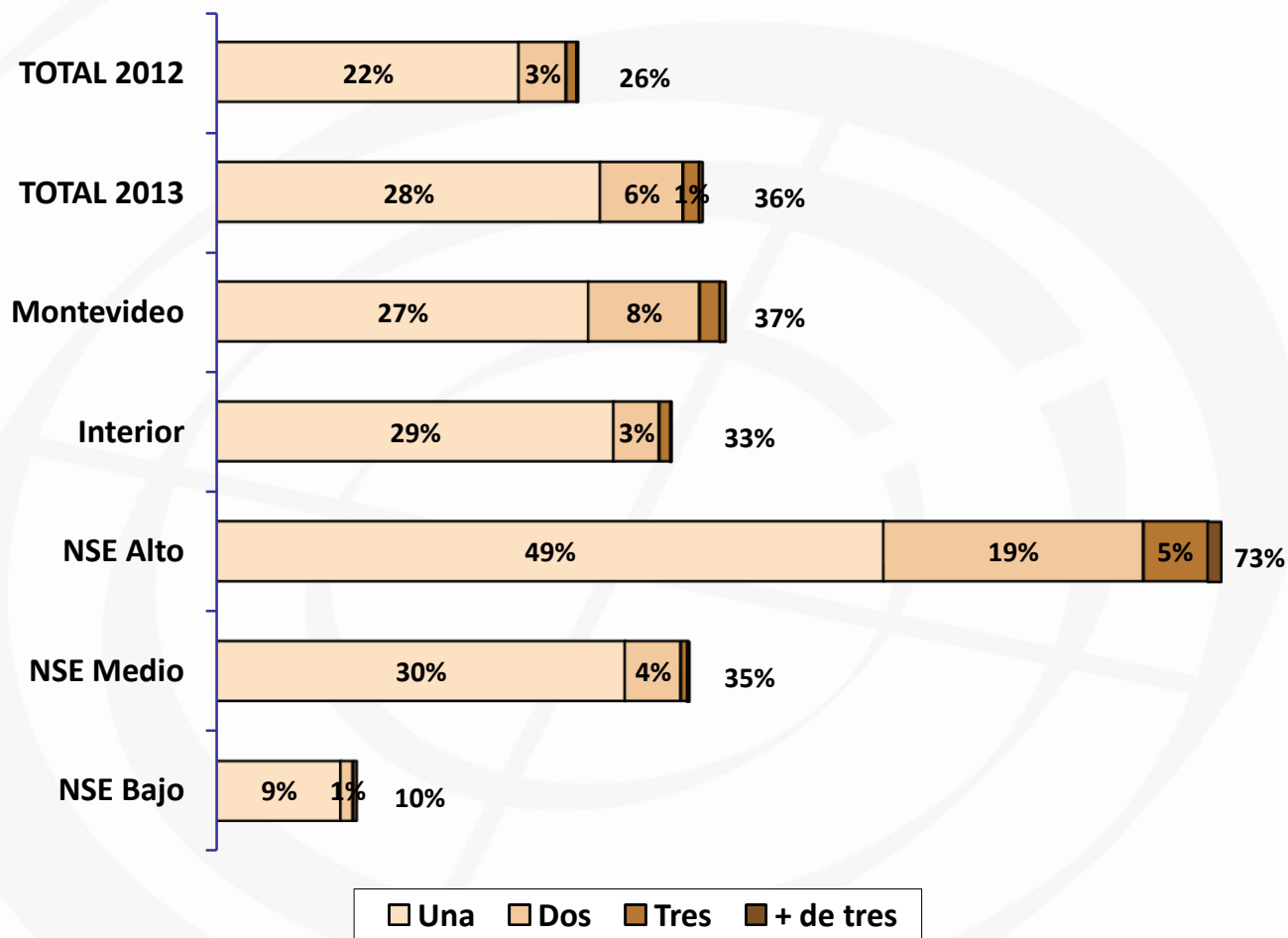
Existencia de PC de escritorio en el hogar

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



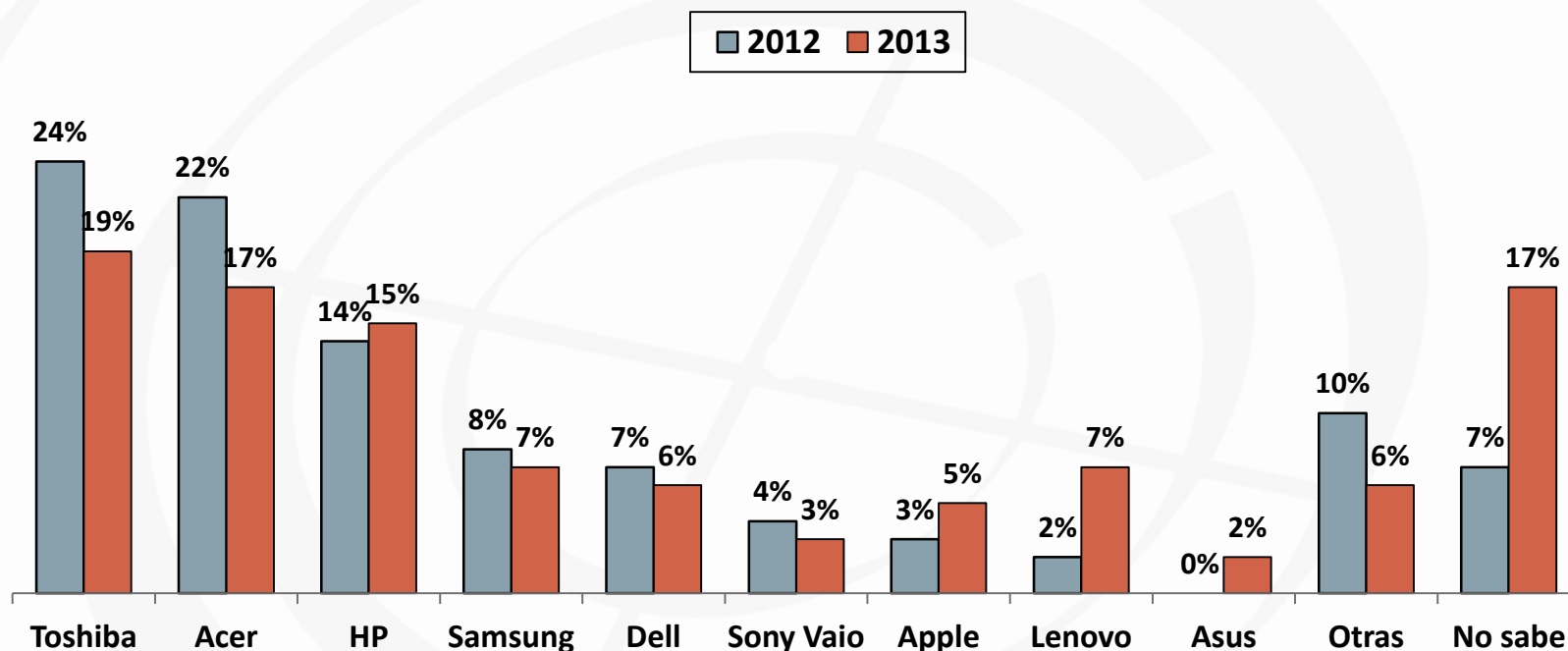
Existencia de Notebooks en el hogar

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



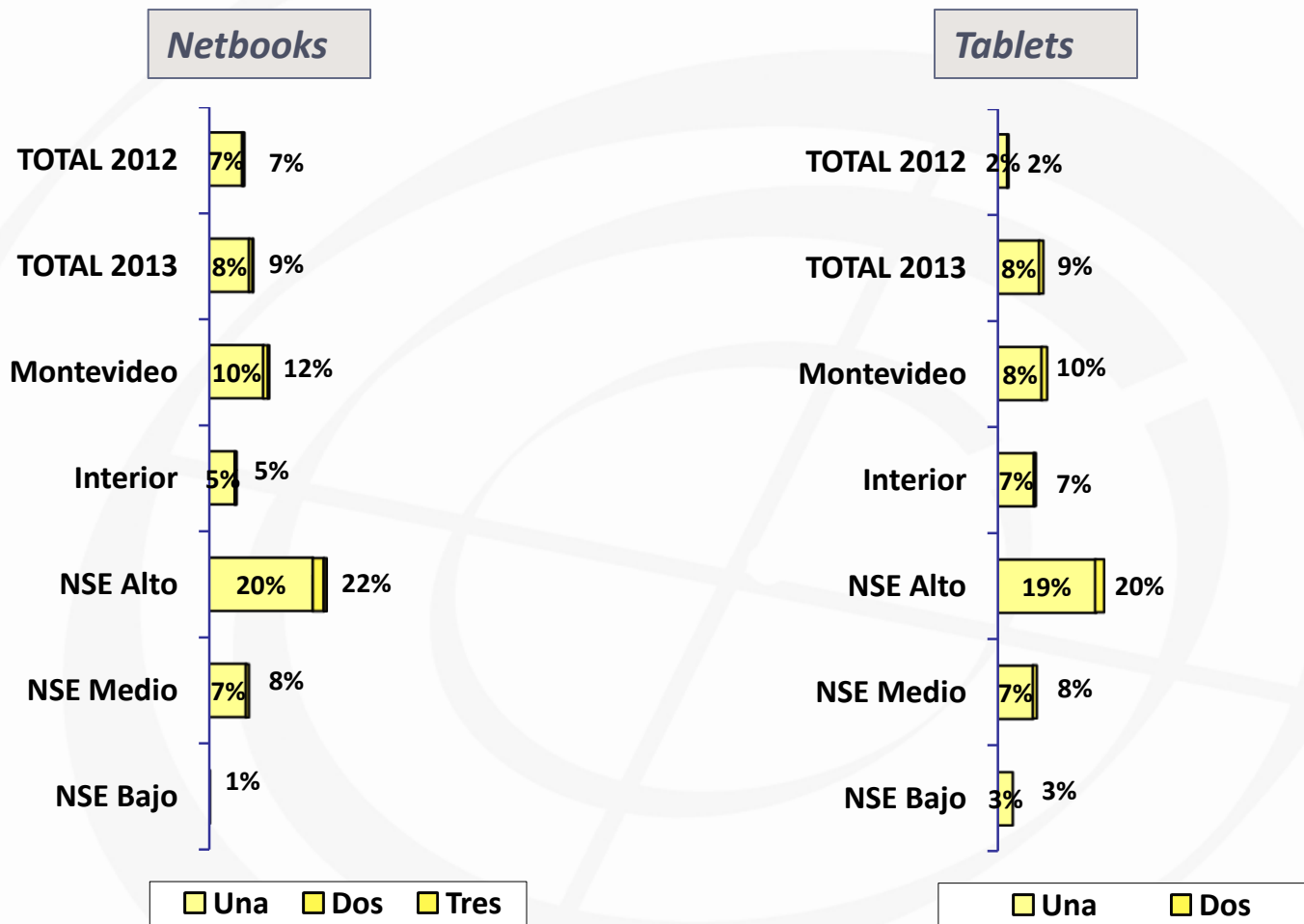
Market shares de marcas de notebook

¿Usted personalmente tiene una notebook? ¿De qué marca? (base: 640 que tienen una notebook personal, respuestas múltiples)



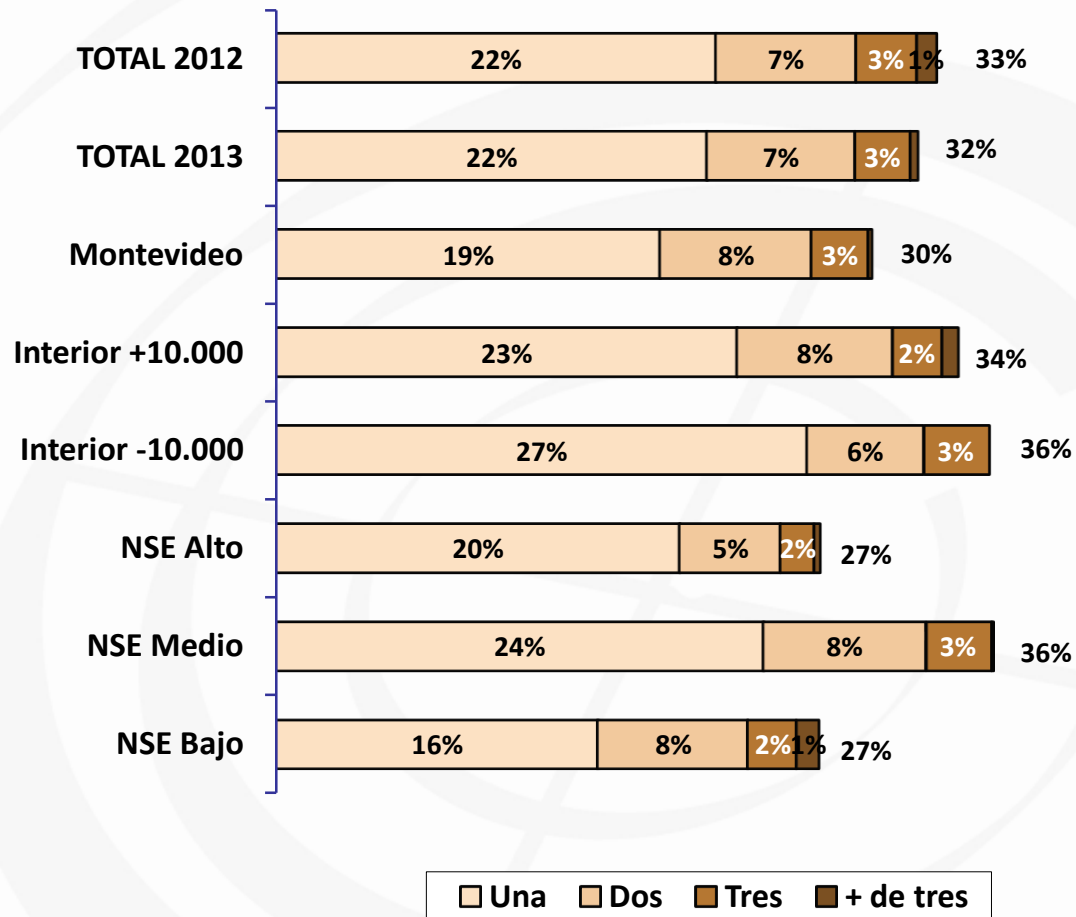
Existencia de Netbooks y Tablets en el hogar

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



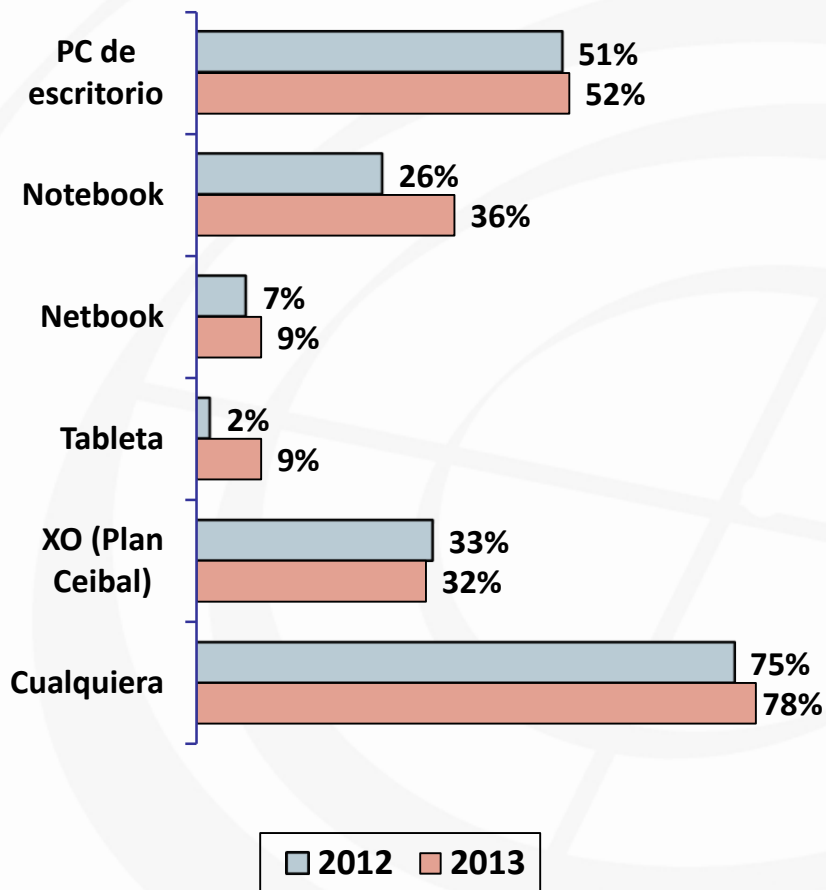
Existencia de XO en el hogar

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

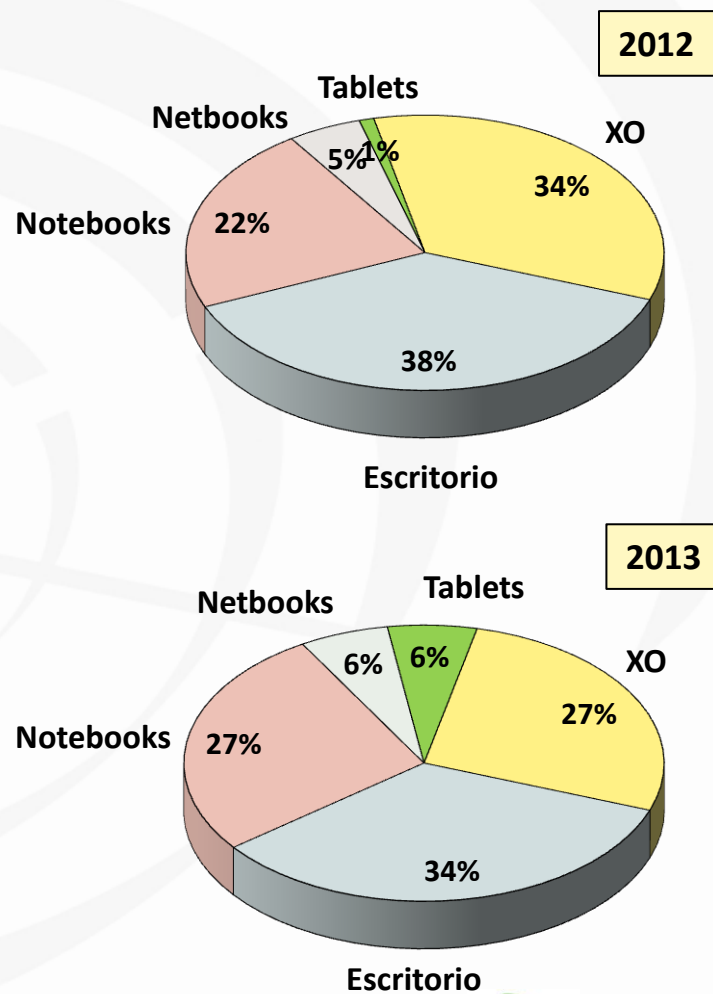


Penetración de los diferentes tipos de computadora

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

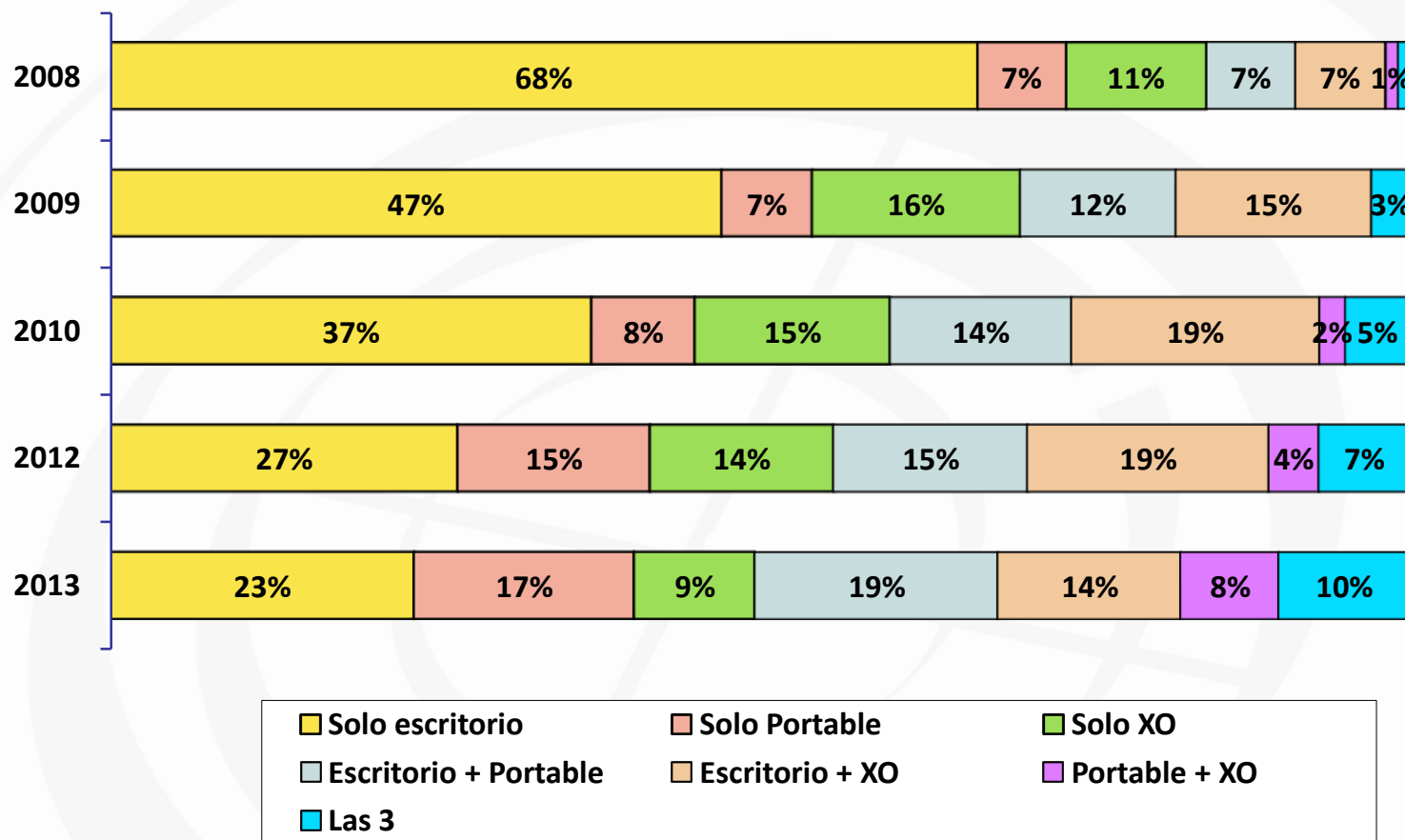


Composición del parque total (en % del total de equipos)



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: 1409 personas en hogares con cualquier tipo de computadora)

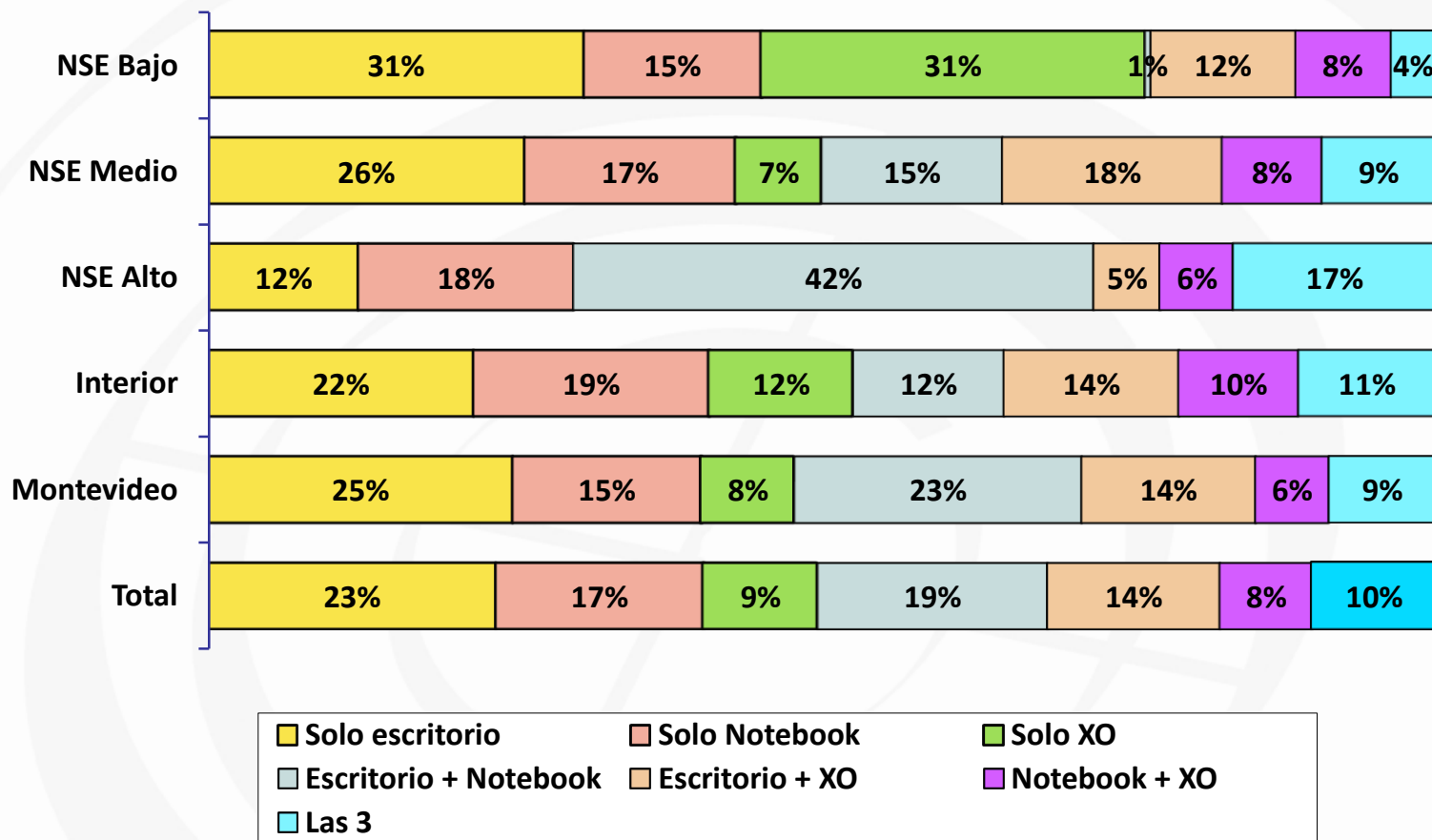


NOTA 1: "Portables" incluye notebooks, netbooks y tabletas.

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)

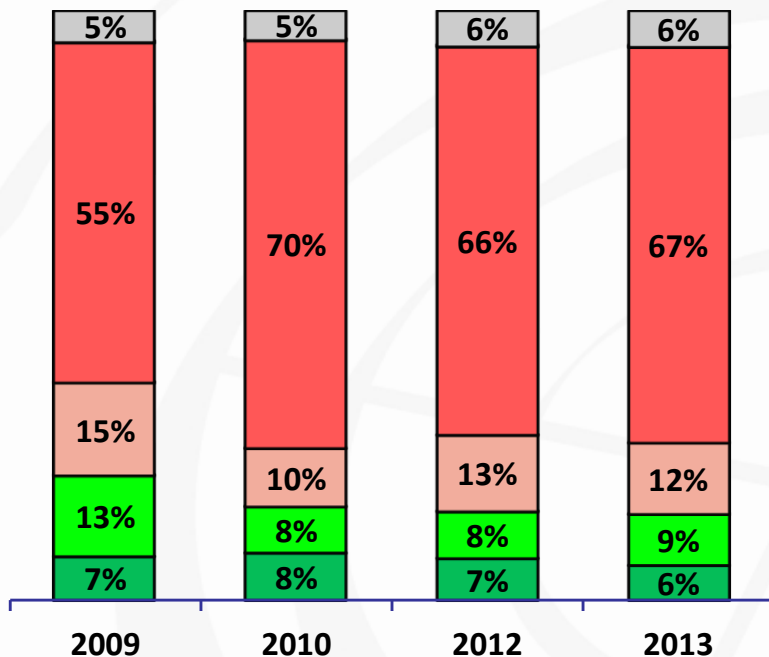
¿De qué tipo es/son la/s computadora/s que hay en su hogar? (base: 1409 personas en hogares con PC)



Intención de compra de PC

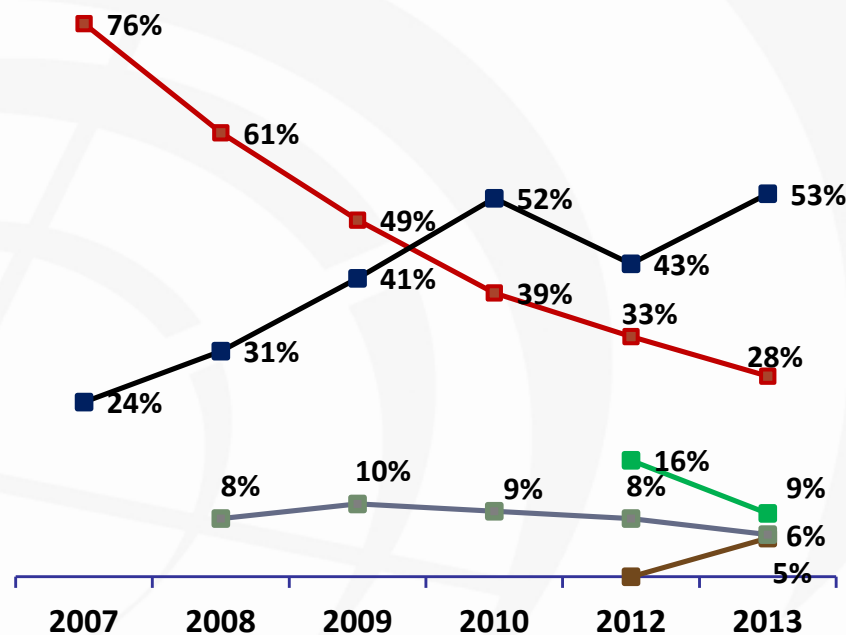
¿Alguien en su hogar está pensando en comprar una computadora en los próximos seis meses? (base: 1800) ¿De qué tipo? (base: 264 que segura o probablemente comprarán una)

Intención de compra



- Seguramente sí
- Probablemente sí
- Probablemente no
- Seguramente no
- NS/NC

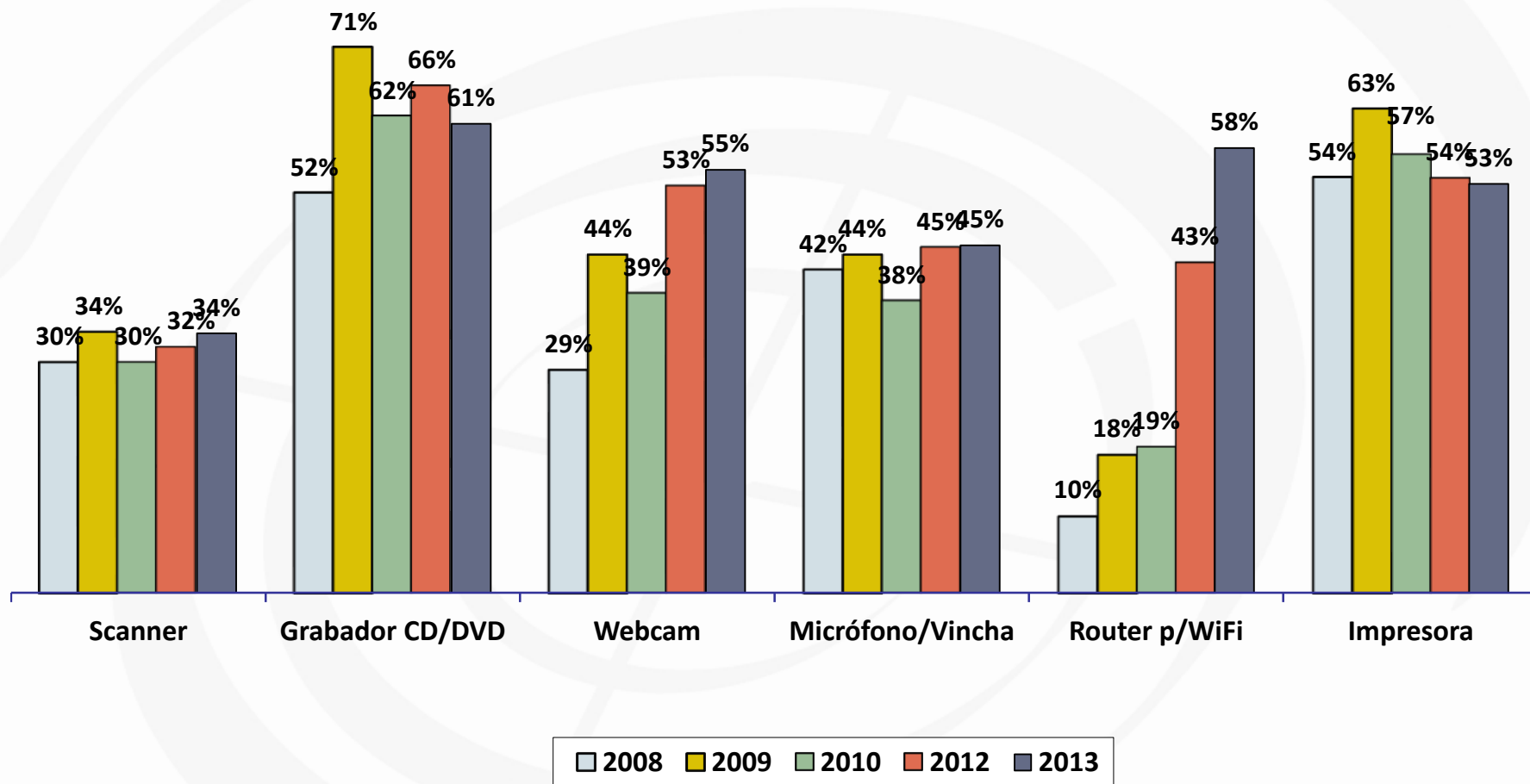
Tipo de computadora que comprará



- PC de escritorio
- Notebook
- Netbook
- Tablet
- No sabe

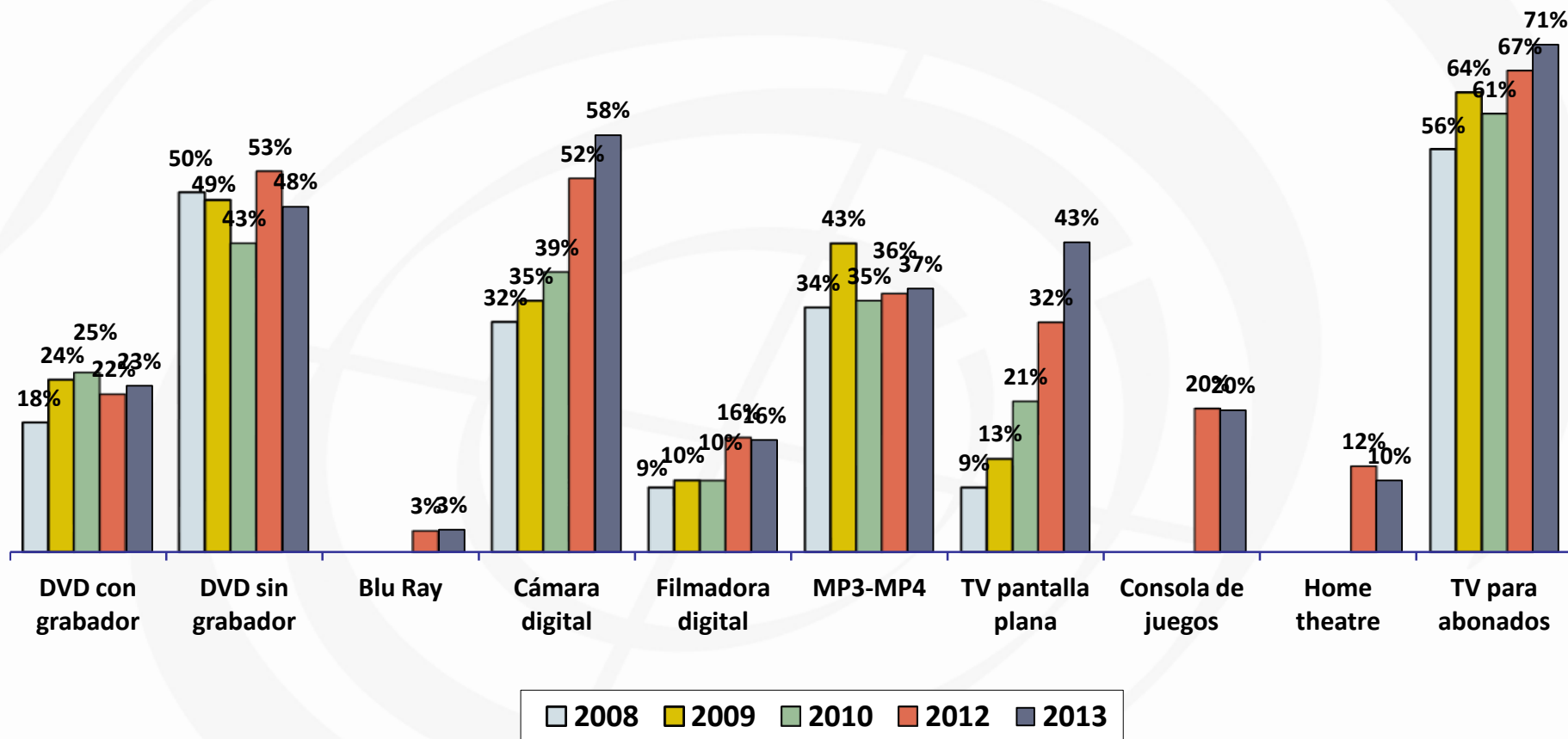
Posesión de accesorios

¿Qué accesorios tiene su PC? (base: 1278 personas en hogares con PC no XO)



Posesión de algunos bienes y servicios

¿Tiene usted...? (base: 1800)



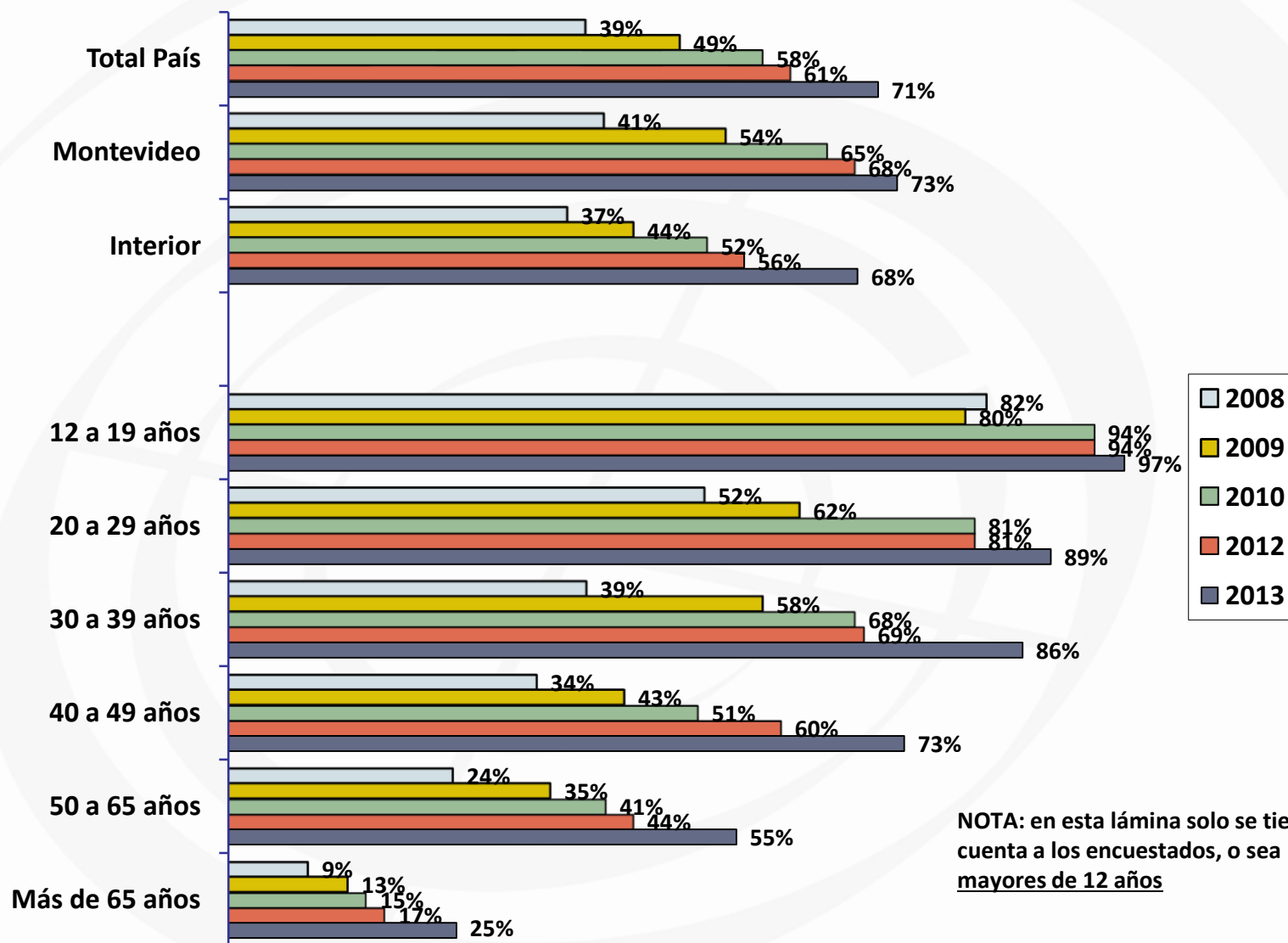
- En 2013, casi 4 de cada 5 uruguayos viven en hogares en los que hay al menos una computadora. Casi no existen diferencias significativas entre Montevideo e Interior, sí entre niveles socioeconómicos. En los NSE altos la penetración es casi total (98%) mientras que en los bajos es de la mitad (50%).
- Si bien el porcentaje de hogares con al menos una computadora solo aumentó de 75% a 78% entre 2012 y 2013, sí varió significativamente el tipo de equipo que poseen: se mantuvieron el % de hogares con PC de escritorio (de 51% a 52%), el de hogares con XO (de 33% a 32%) y el de hogares con netbooks (7% en ambos años); pero crecieron el % de hogares con notebooks de 26% a 36% y el de hogares con tablets de 2% a 9%).
- Sigue creciendo muy fuertemente la intención de compra de computadoras portables: en 2007 solo un 27% de quienes tenían intención de comprar una computadora mencionaba una portable, mientras que hoy ese porcentaje aumentó a casi 70% si se incluyen notebooks, netbooks y tablets.
- El Plan Ceibal parece haber impulsado la adquisición de otros equipos por parte de los hogares con XO: en 2012 la Ceibalita era la única computadora en el 51% de los hogares de NSE bajo con algún equipo; en 2013 este porcentaje se redujo al 31%.
- En un 58% de los hogares con computadora que no es XO existe un router (19% hace tres años), lo cual muestra un significativo aumento no solo de la penetración del ADSL sino también de la diversidad de usos de internet, y del número de computadoras por hogar.



Penetración de internet

Penetración de internet(1)

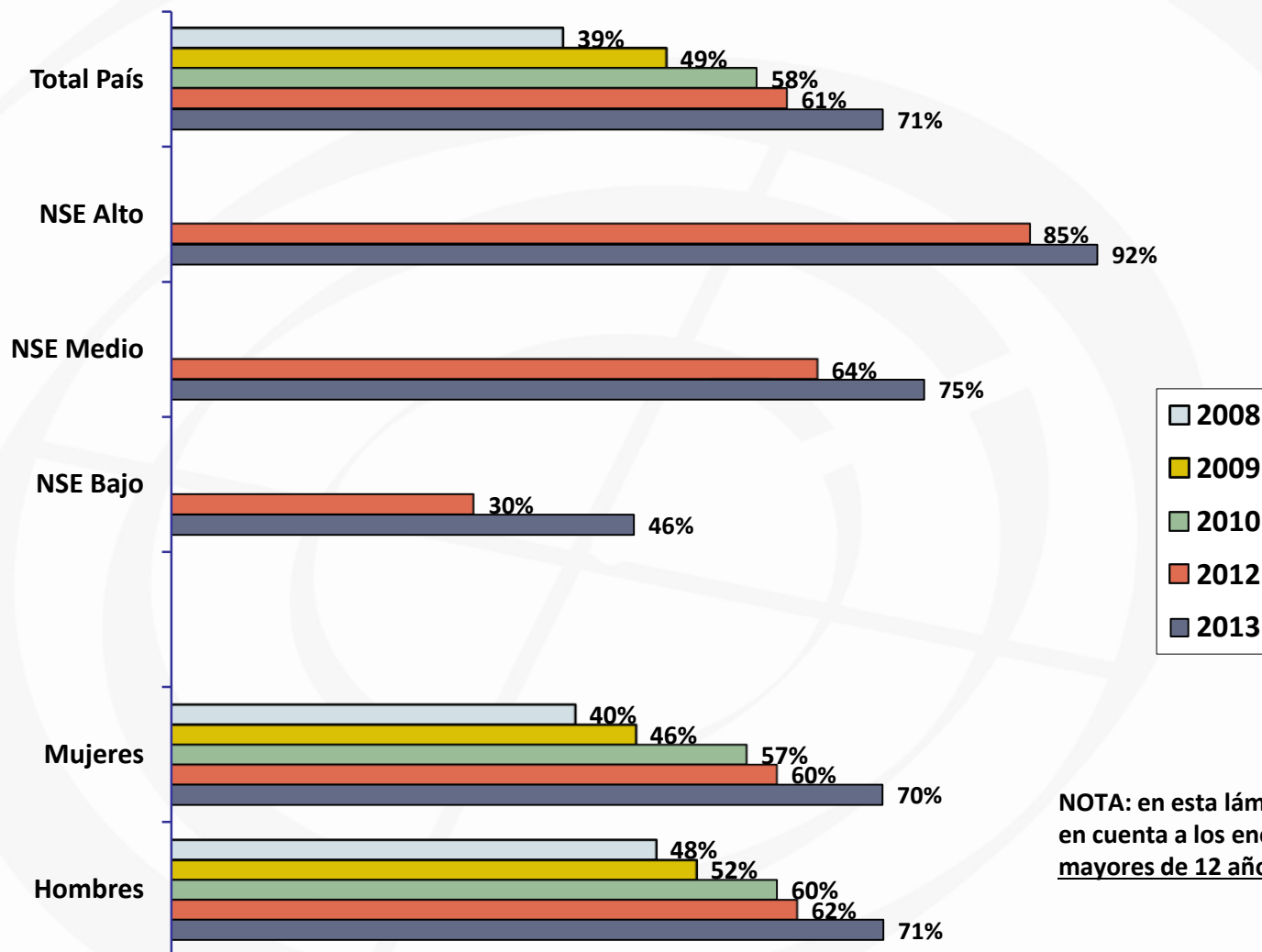
¿Es usted usuario de internet, aunque sea ocasionalmente y desde cualquier lugar? (base: 1800, todos)



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)

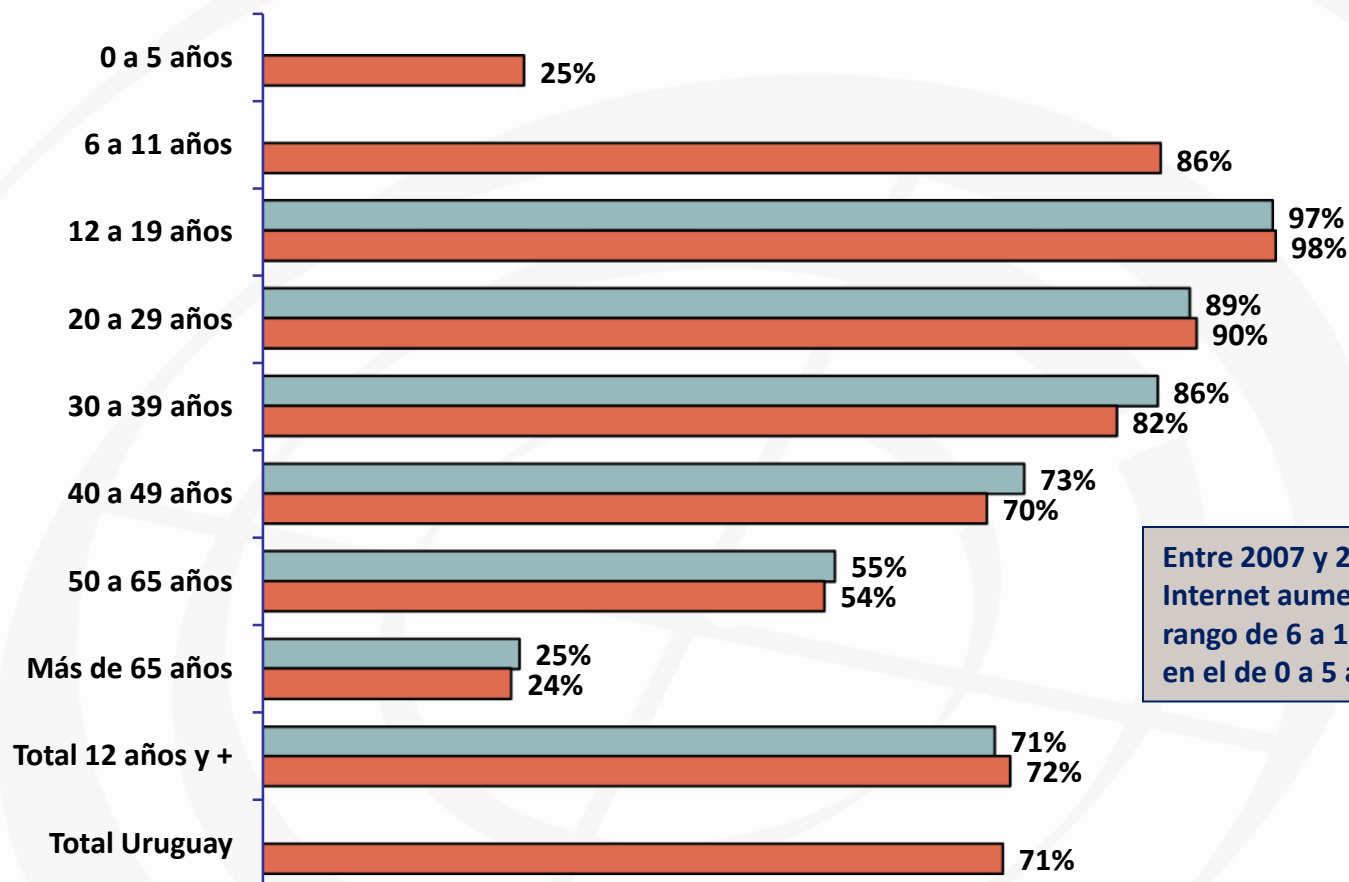


NOTA: en esta lámina solo se tienen en cuenta a los encuestados, o sea mayores de 12 años

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)



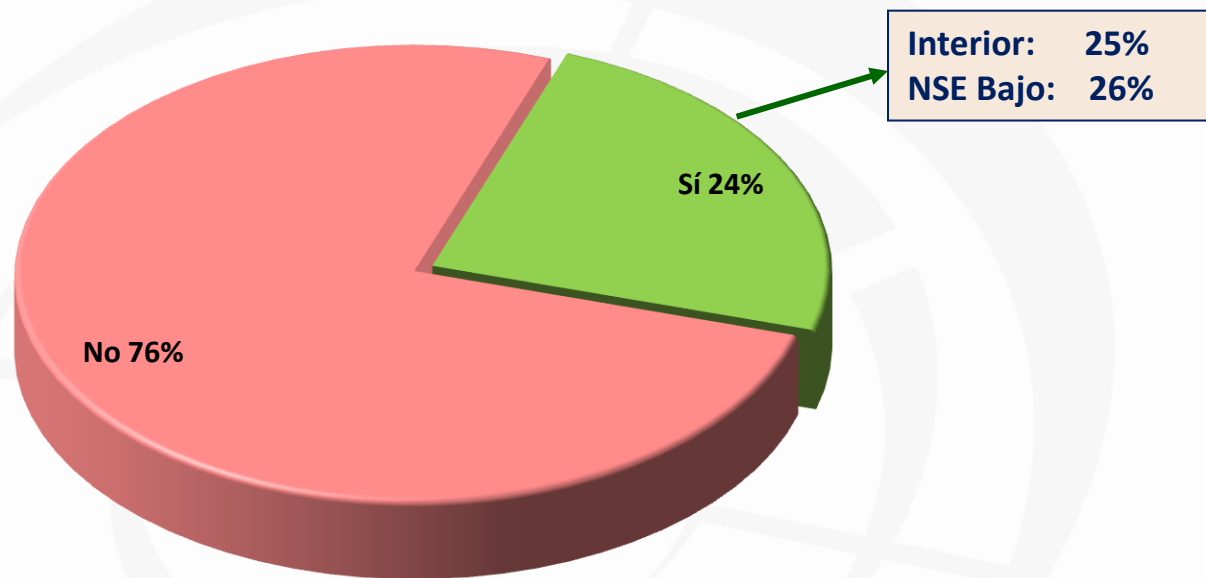
Entre 2007 y 2013, la penetración de Internet aumentó de 55% a 86% en el rango de 6 a 11 años, y de 7% a 25% en el de 0 a 5 años.

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

La serie en color rojo 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: 550 personas en hogares con al menos una XO, excluyendo hogares con maestros/as)



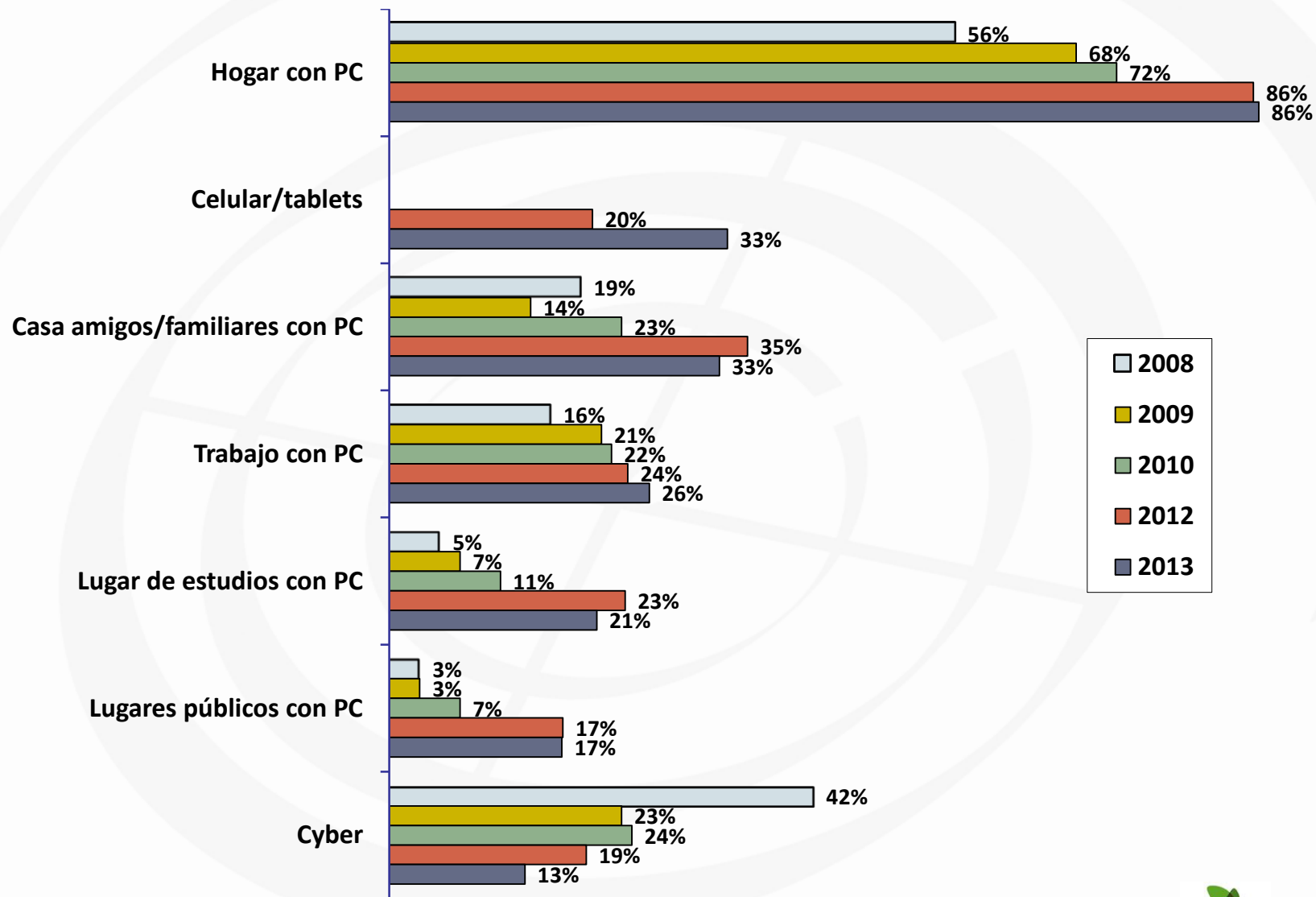
Al menos unos 90.000 adultos comenzaron a usar Internet a partir de la aparición de la XO en su hogar

- La penetración de internet vuelve a crecer luego de dos años de estancamiento, impulsada principalmente por el ingreso a la Web de nuevos usuarios de NSE Bajo (+50%) y edades mayores a 30 años (+50% entre los mayores de 65 años). Existen actualmente unos 1.950.000 usuarios de Internet en el Uruguay, incluyendo todas las edades y zonas geográficas . Esto es un 71% de toda la población y un crecimiento de 17% en un año.
- En el segmento 12-19 años la penetración de internet alcanza el 97%; entre los 20-29 llega al 89%, y entre los 30-39 años al 86%. Pero el crecimiento más explosivo se da entre los mayores de 65 años: de 7% a 25% en 5 años.
- Este nuevo crecimiento de la penetración de internet, que nos coloca a la cabeza en América Latina, se debe a la conjunción de varios factores:
 - La explosión de la venta de smartphones, así como los planes de internet para celulares a bajo costo.
 - El deseo por parte de muchos no usuarios de internet de ingresar al mundo de las redes sociales.
 - El efecto multiplicador del Plan Ceibal
 - El plan Universal Hogares de Antel y la instalación de la fibra óptica en muchos barrios de Montevideo y localidades del Interior.
- Existen al menos unas 90.000 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

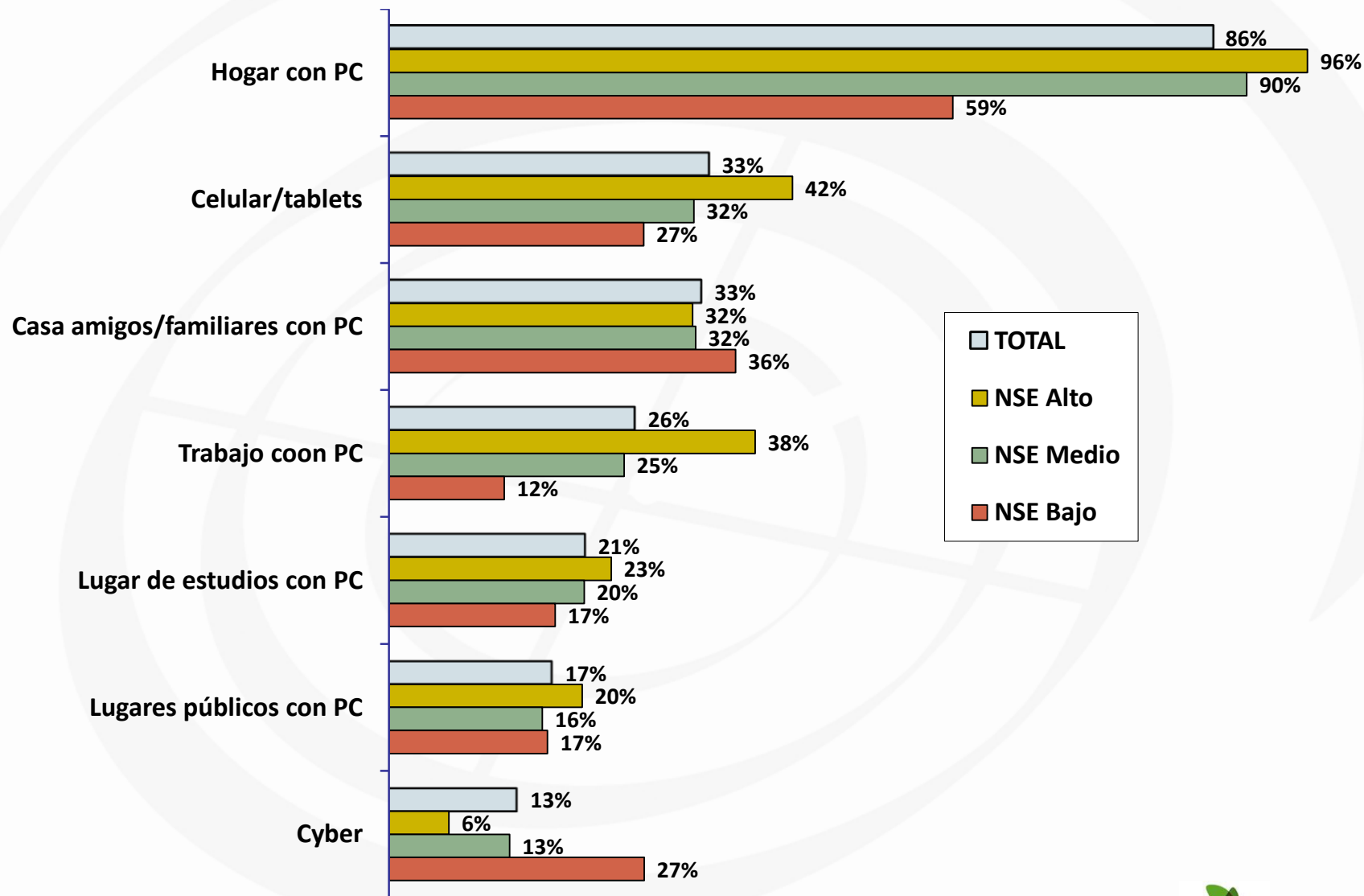
Lugar de conexión – serie histórica

¿Desde dónde se conecta a internet? (base: 1269 usuarios)



Lugar de conexión – segmentación según NSE

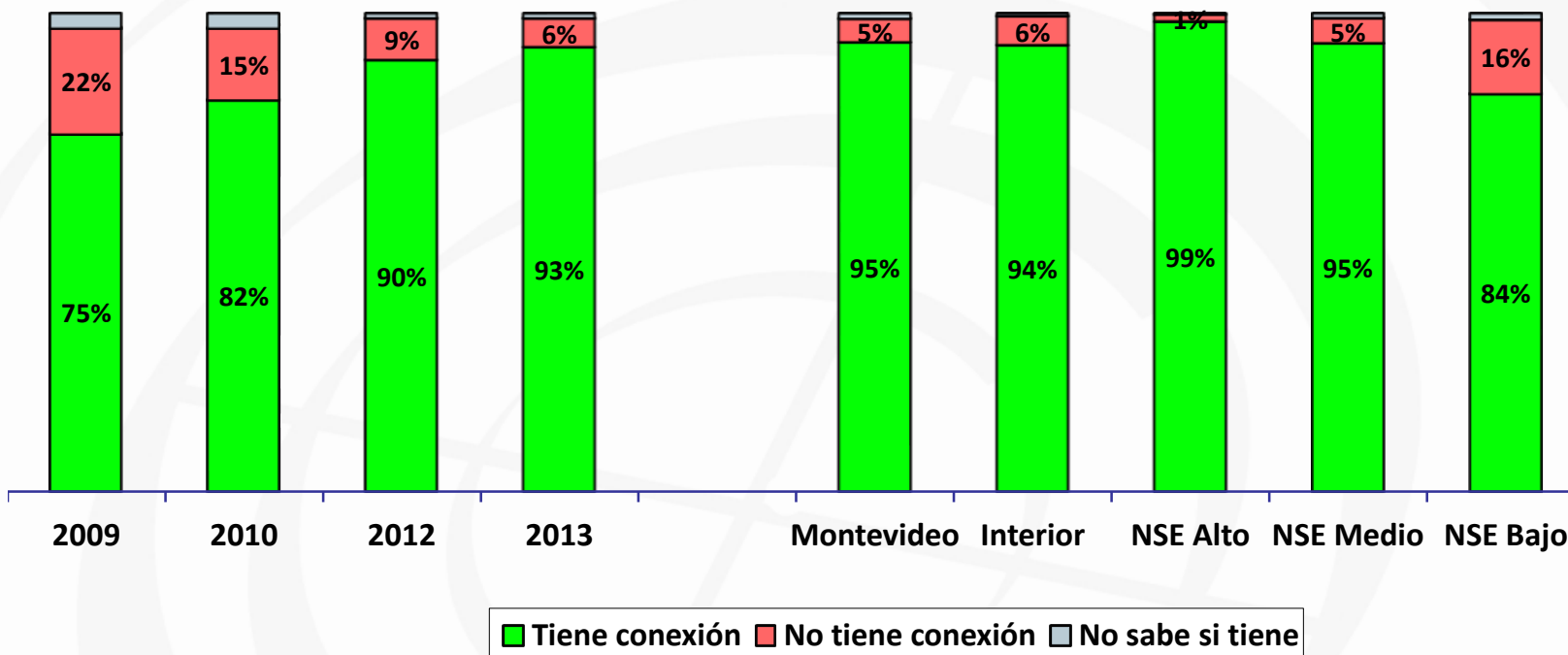
¿Desde dónde se conecta a internet? (base: 1269 usuarios)



Existencia de conexión a internet en hogares con PC

¿Tiene usted alguna conexión a internet en su casa, o internet móvil, o ambas? (base: 1278 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: 72 que no tienen conexión a internet)

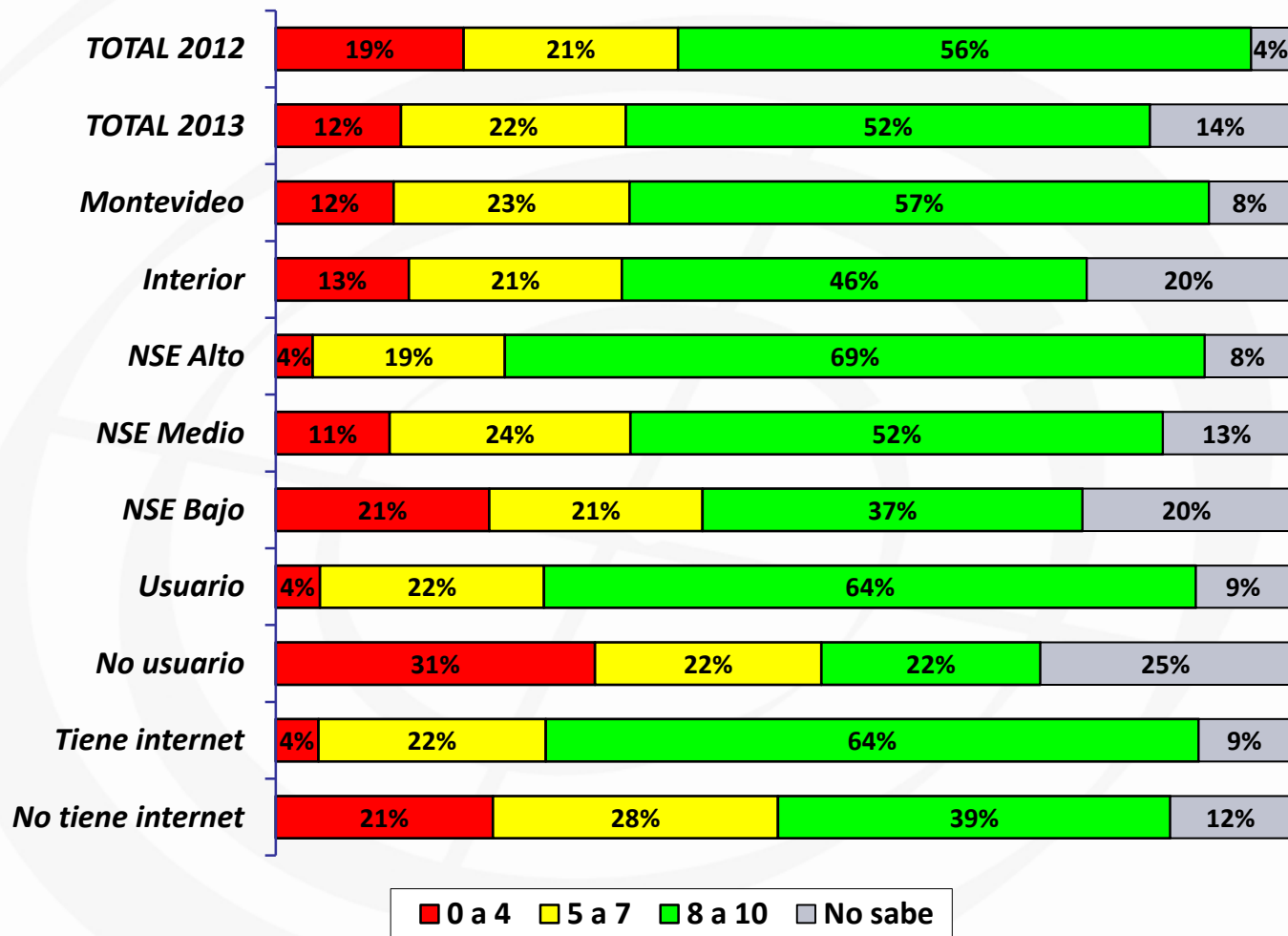


Sigue reduciéndose año a año el % de quienes teniendo una computadora (no XO) afirman no tener la posibilidad de conectarse a internet desde su casa. En el NSE bajo este porcentaje sigue siendo del 16%, aunque se redujo a la mitad en un año y a la tercera parte en 4 años.

Entre quienes no tienen conexión a internet, un 18% afirma que contratará ADSL o fibra óptica, un 15% internet móvil, un 17% contratará pero no sabe qué, un 26% no contratará (la mitad que en 2012), y un 31% no sabe si contratará.

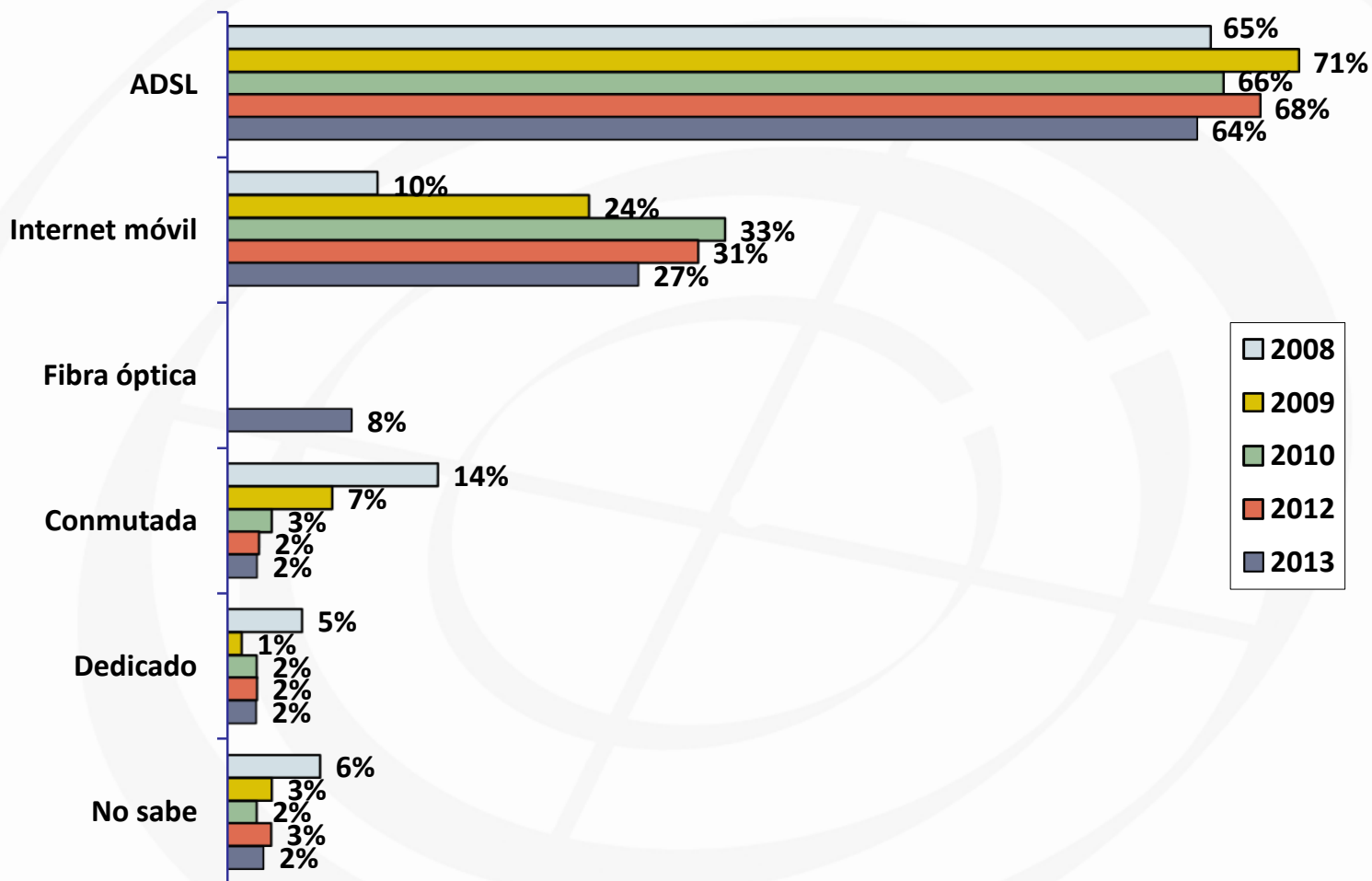
Importancia de tener conexión a internet en el hogar

¿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)



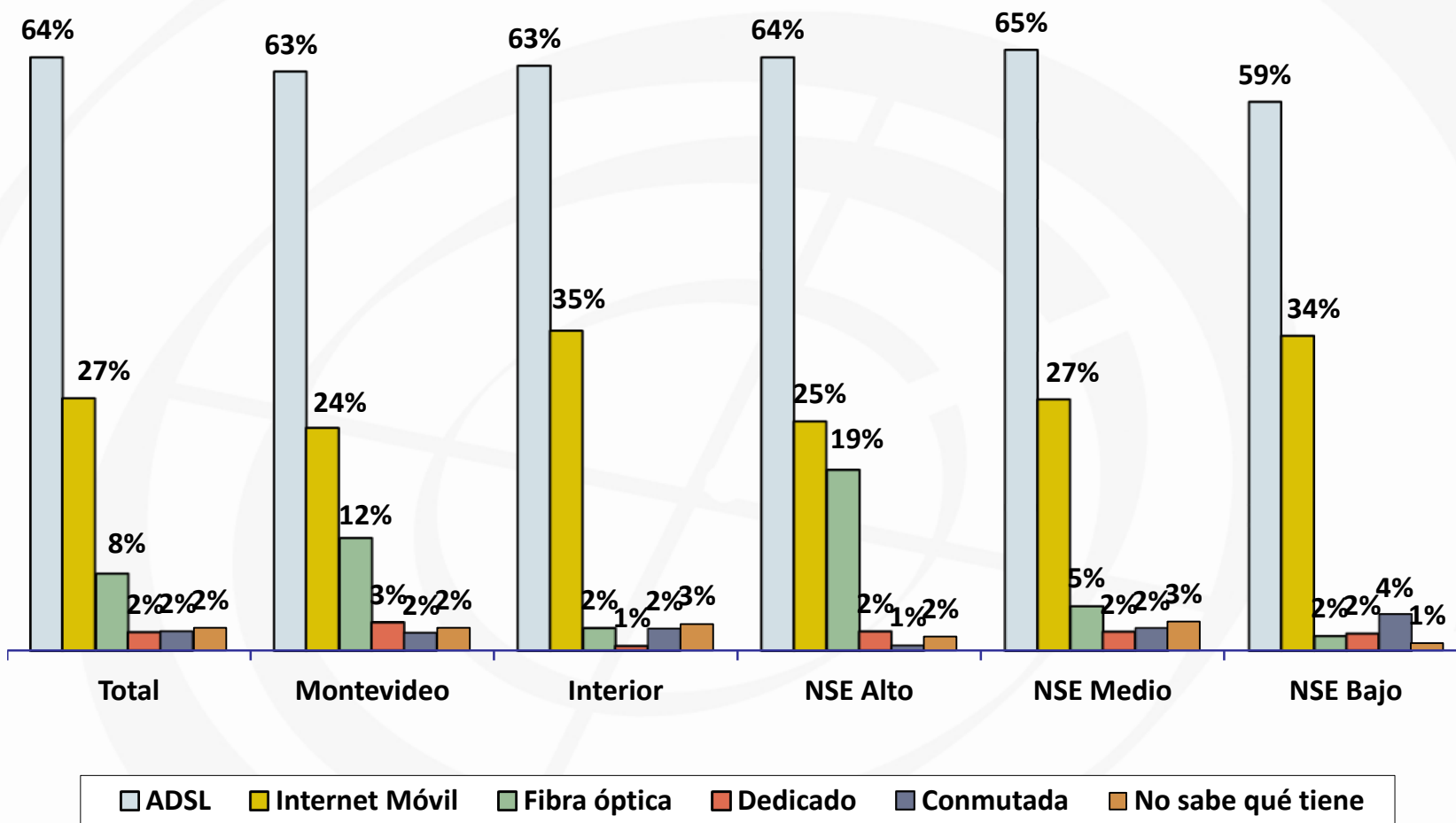
Tipo de conexión en el hogar – serie histórica

¿Qué tipo de conexión a internet tiene en su casa? (base: 1195 personas en hogares con conexión a internet o Internet móvil)



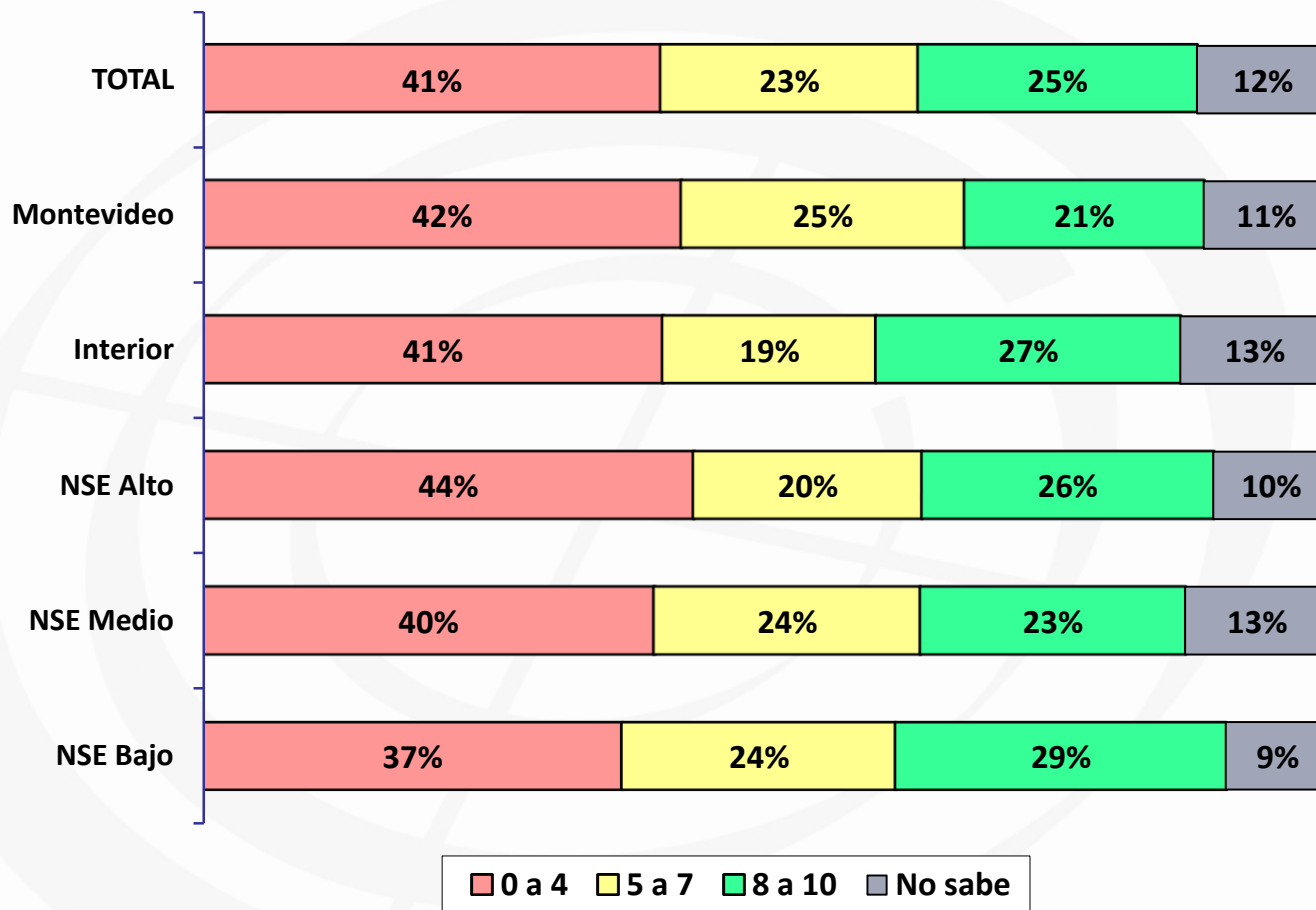
Tipo de conexión en el hogar – segmentación por NSE y zona geográfica

¿Qué tipo de conexión a internet tiene en su casa? (base: 1195 personas en hogares con conexión a internet o Internet móvil)



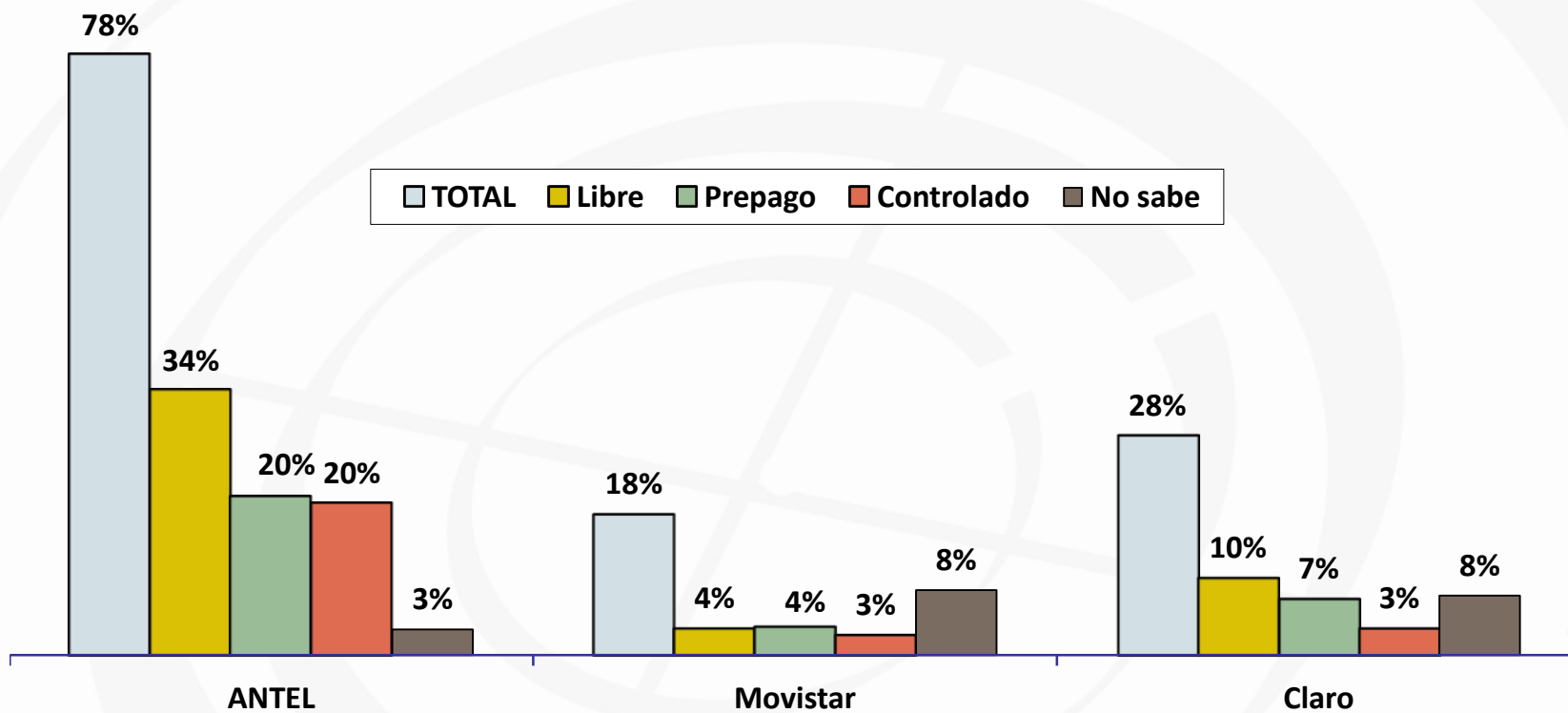
Interés por servicio adicional (pregunta exclusiva de ANTEL)

¿Cuánto le podría interesar un servicio de Internet que por un adicional le permita descargar o subir contenidos a la red a máxima velocidad por un tiempo limitado, por ejemplo un día? Utilice una escala del 0 al 10 en la que 0 es “no me interesa nada” y 10 es “me interesa muchísimo” (base: 1206 con acceso a internet)



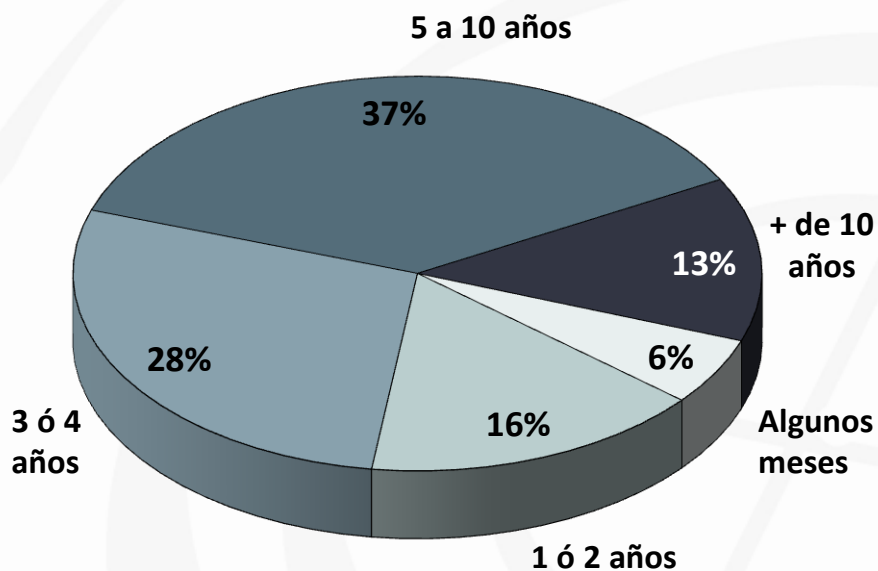
Internet móvil – empresa y tipo de contrato (pregunta exclusiva de ANTEL)

¿De qué empresa es su internet móvil? Qué tipo de contrato tiene? (base: 325 personas en hogares con internet móvil)



Antigüedad como usuario de internet

¿Cuánto tiempo hace que es usuario de internet? (base: 1269 usuarios)



Usuarios de 5 ó + años:

Total 2008:	30%
Total 2009:	33%
Total 2010:	41%
Total 2012:	49%
Total 2013:	50%

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

Montevideo:	56%
Interior:	43%

Altos usuarios:	62%
Bajos usuarios:	31%

Usuarios de algunos meses

Total 2008:	15%
Total 2009:	16%
Total 2010:	8%
Total 2012:	5%
Total 2013:	6%

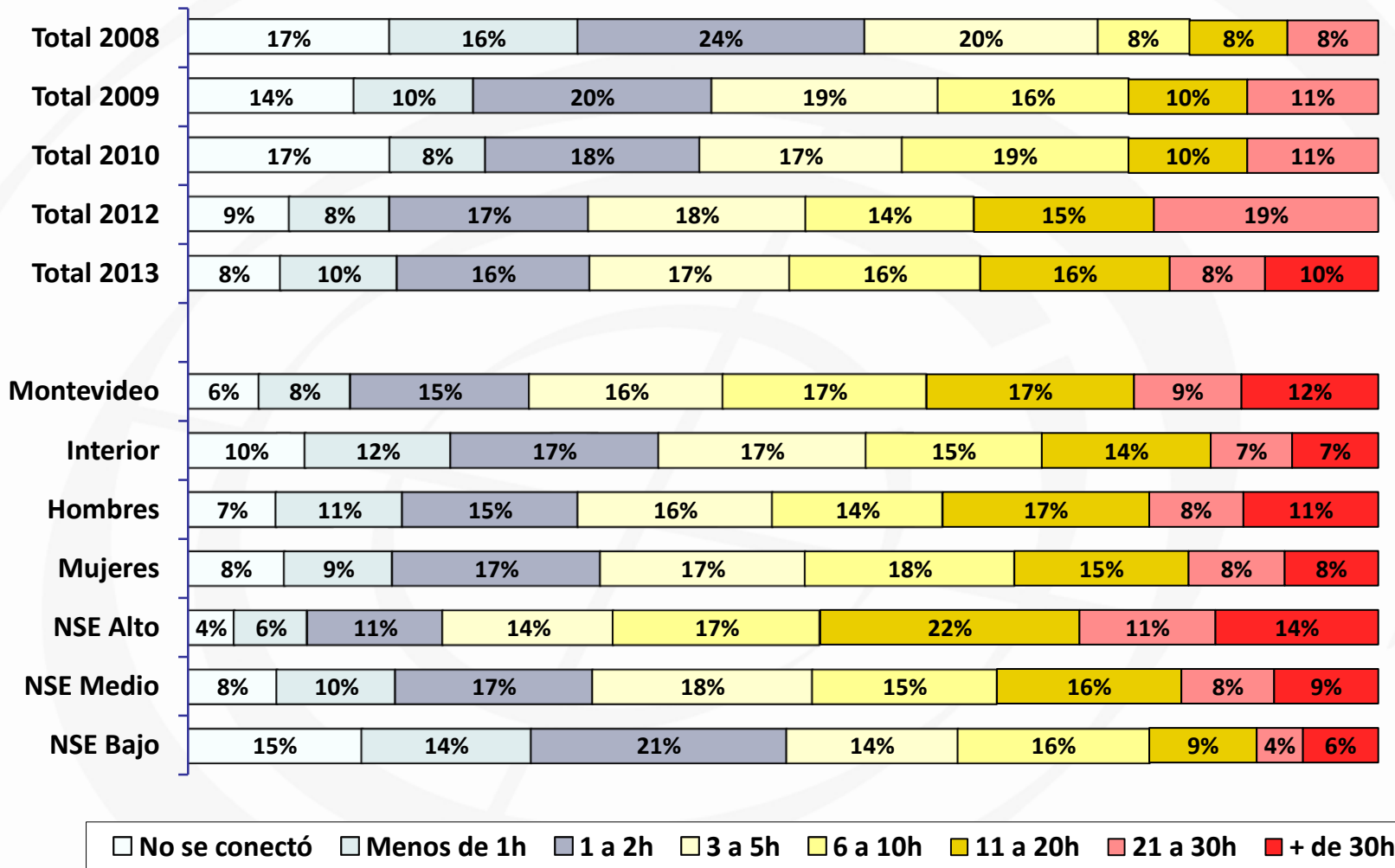
NSE Alto:	0%
NSE Medio:	6%
NSE Bajo:	13%

Montevideo:	4%
Interior:	8%

Altos usuarios:	3%
Bajos usuarios:	11%

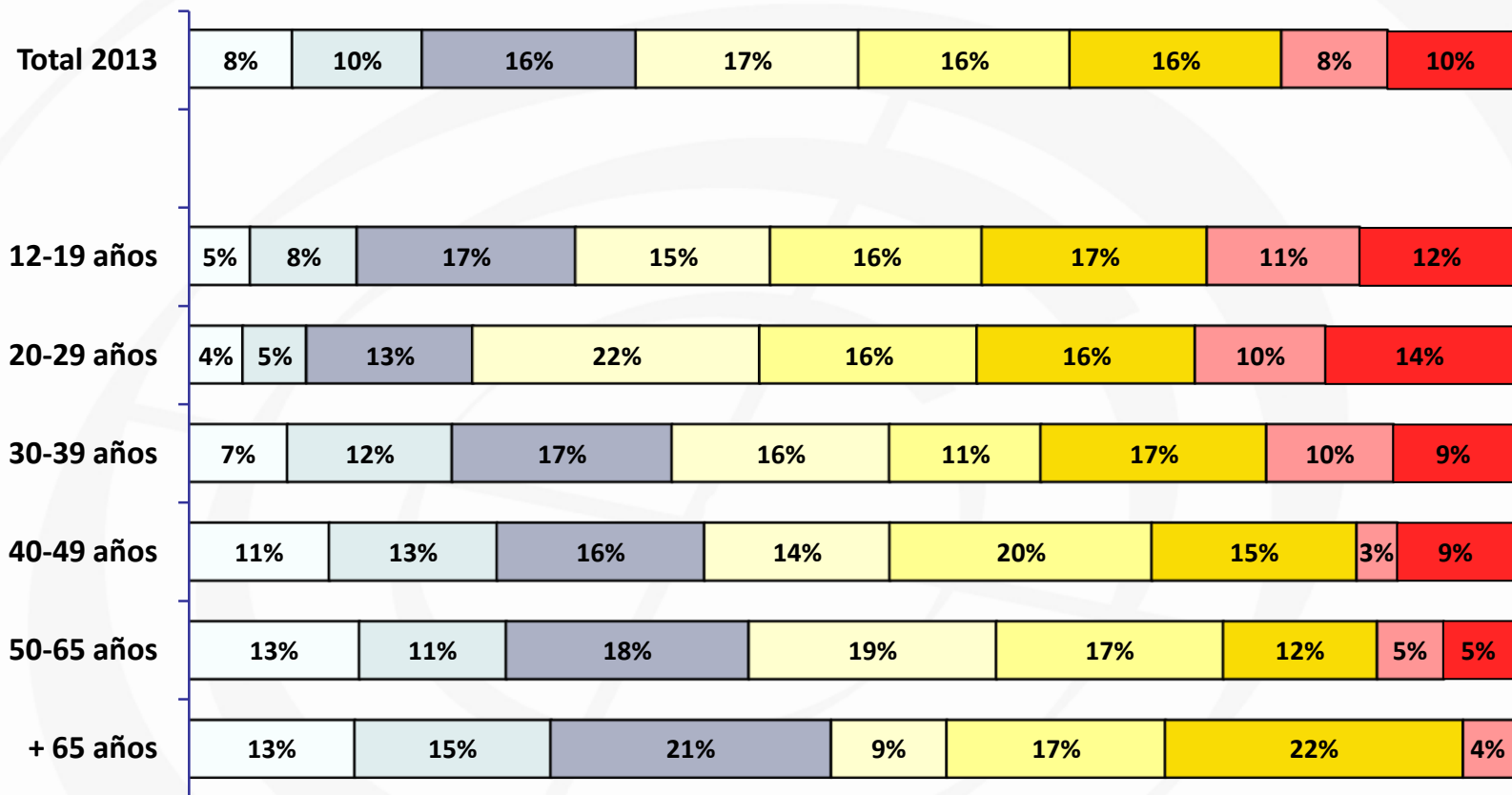
Tiempo semanal de uso de internet

Independientemente de cuánto tiempo estuvo conectado, ¿cuánto tiempo estima usted que utilizó efectivamente Internet en los últimos siete días? (base: 1269 usuarios)



Tiempo semanal de uso de internet

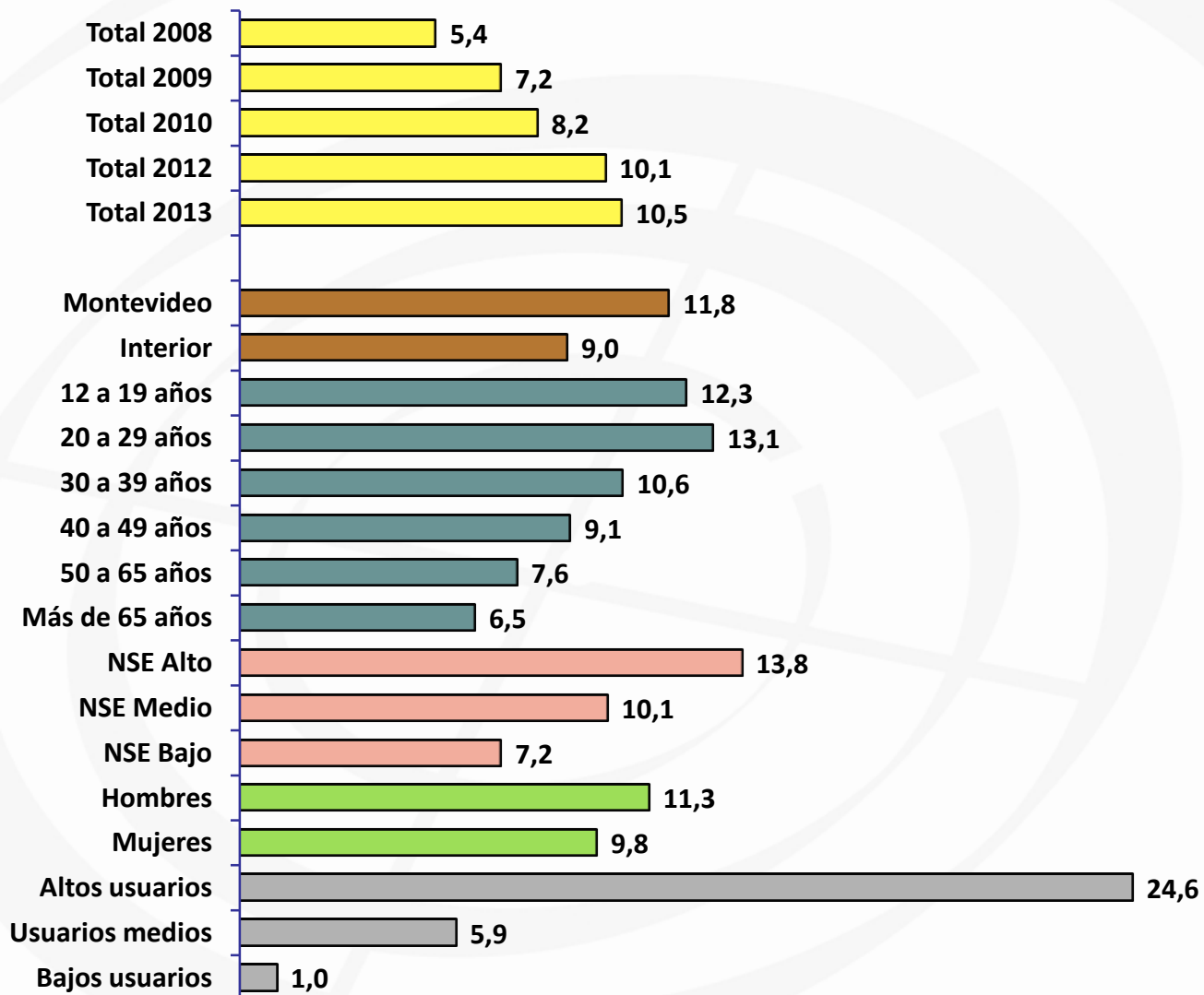
Independientemente de cuánto tiempo estuvo conectado, ¿cuánto tiempo estima usted que utilizó efectivamente Internet en los últimos siete días? (base: 1269 usuarios)



No se conectó
 Menos de 1h
 1 a 2h
 3 a 5h
 6 a 10h
 11 a 20h
 21 a 30h
 + de 30h

Tiempo promedio semanal de uso de internet

Promedio en horas semanales (base 1269 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 650.000 personas) y consumen el 79% de las horas.

Usuarios medios

- Se conectan entre 2 y 10 horas semanales.
- Son el 33% de los usuarios de Internet y consumen el 19% del total de horas.

Bajos usuarios

- Se conectan menos de 2 horas semanales.
- Son el 33% de los usuarios y consumen el 3% 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

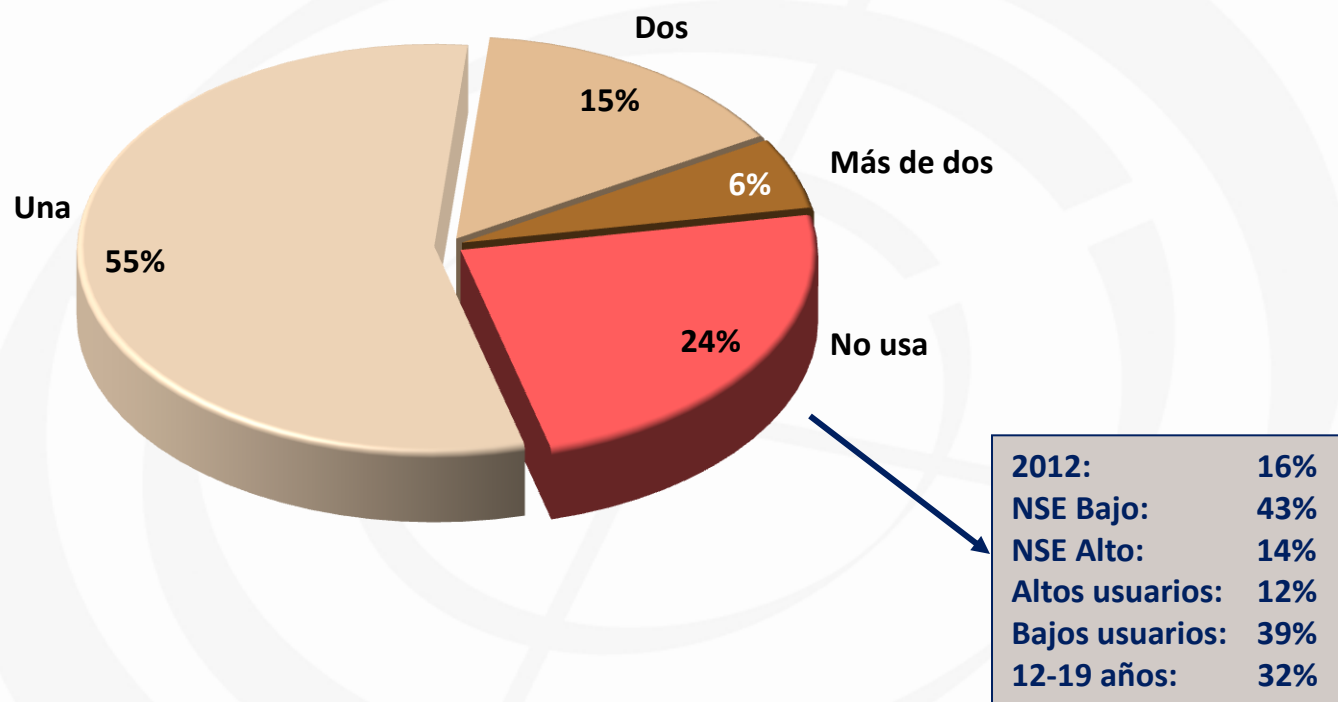
- Los lugares de conexión no han variado significativamente desde 2012, a excepción de los dispositivos móviles (celulares y tablets) que pasaron de 20% a 33% de penetración, sumándose a los demás lugares de conexión. Un 86% de los usuarios de internet se conecta desde su casa, un 33% desde casas de amigos o familiares, un 26% desde el trabajo, un 21% desde el lugar de estudios, un 17% desde lugares públicos y un 13% desde un cyber.
- 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). Solo son el 6% en 2013.
- Un 64% de las personas que viven en hogares con conexión a internet tiene ADSL, un 27% tiene internet móvil, solo un 2% sigue utilizando la conexión conmutada. Aparece este año un 8% con fibra óptica (19% en hogares de NSE alto). En el NSE bajo la penetración de ADSL pasó de 44% a 59% entre 2012 y 2013.
- La mitad de los usuarios de internet ya tiene una antigüedad como usuario de más de 5 años (30% en 2008).
- Se mantuvo el número de usuarios de más de 10 horas semanales en un 34% del total de usuarios. Si tenemos en cuenta que aumentó un 17% el número de usuarios de internet, significa que el número de altos usuarios creció en igual proporción. Esto está directamente ligado al crecimiento de las redes sociales y en particular de Facebook que sigue siendo el principal uso de internet.
- En promedio, un usuario de internet se conecta 10.5 horas semanales, el doble que hace 5 años. Los altos usuarios (de más de 10 horas semanales) se conectan tres horas y media por día en promedio.



Los usos de internet

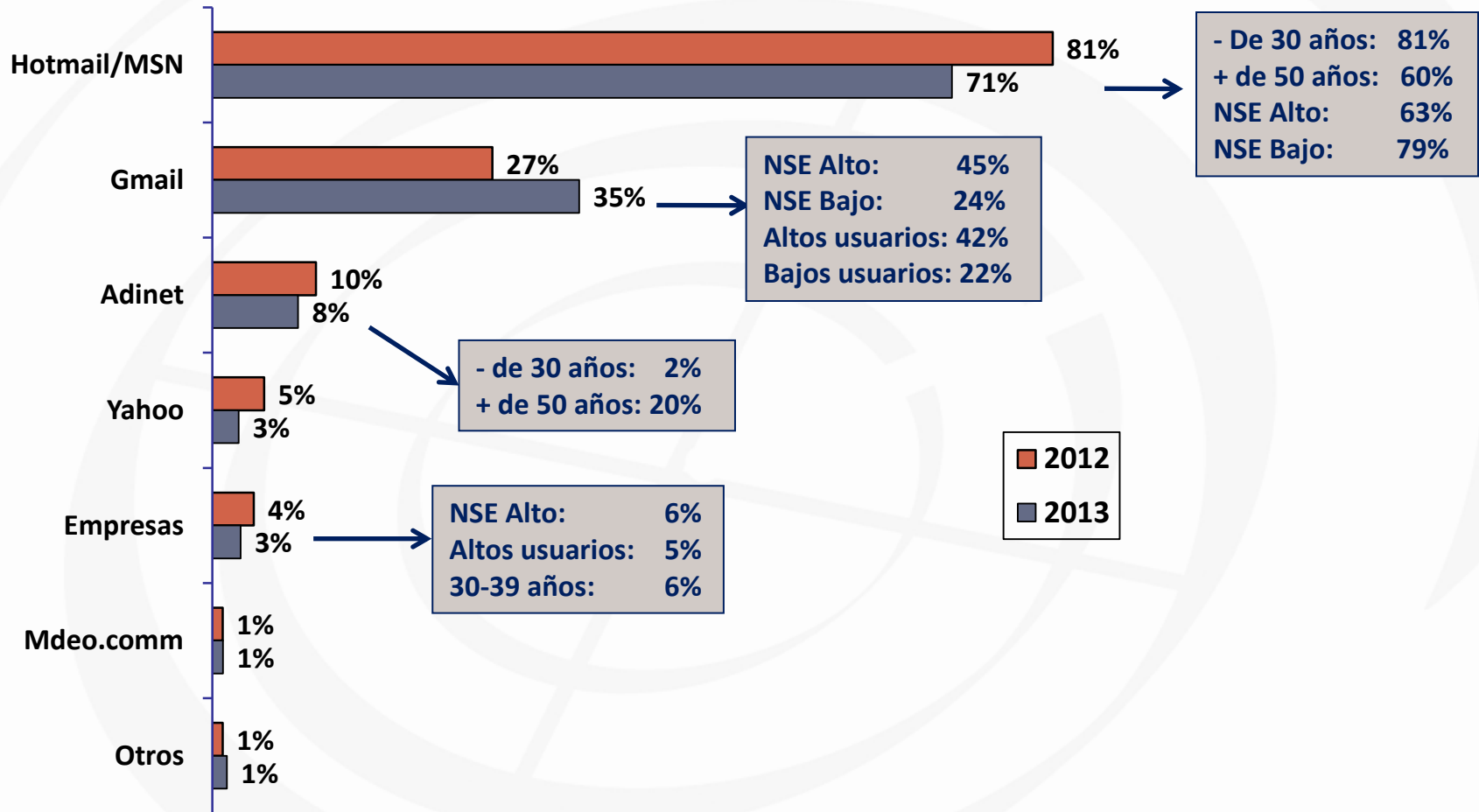
Uso de casillas de correo

¿Cuántas casillas de correo electrónico utiliza efectivamente independientemente de cuántas tiene abiertas? (base: 1269 usuarios)



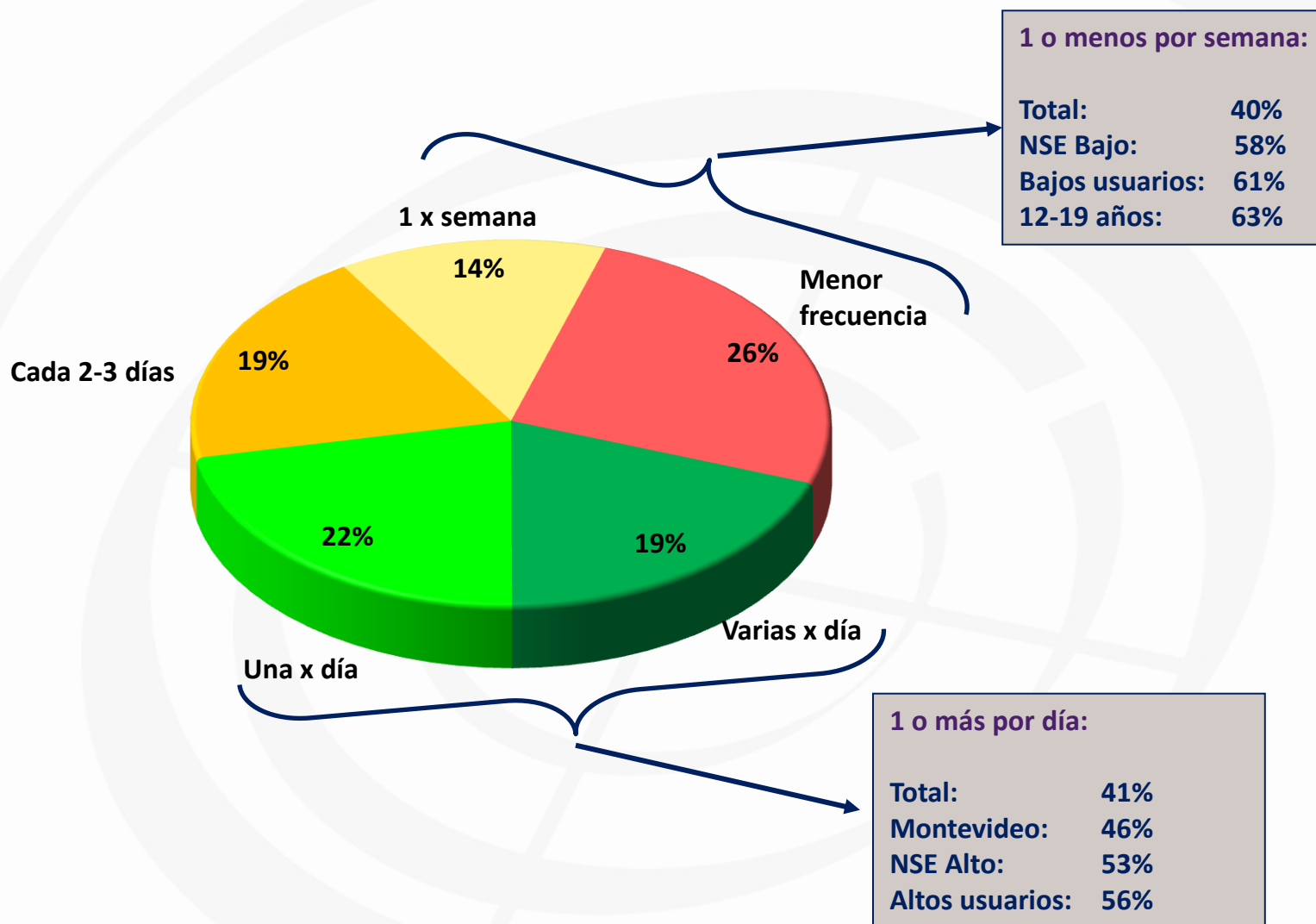
Casillas de correo – servidores utilizados

¿En qué servidor(es) tiene su(s) casilla(s) de correo? (base: 968 que usan casilla)



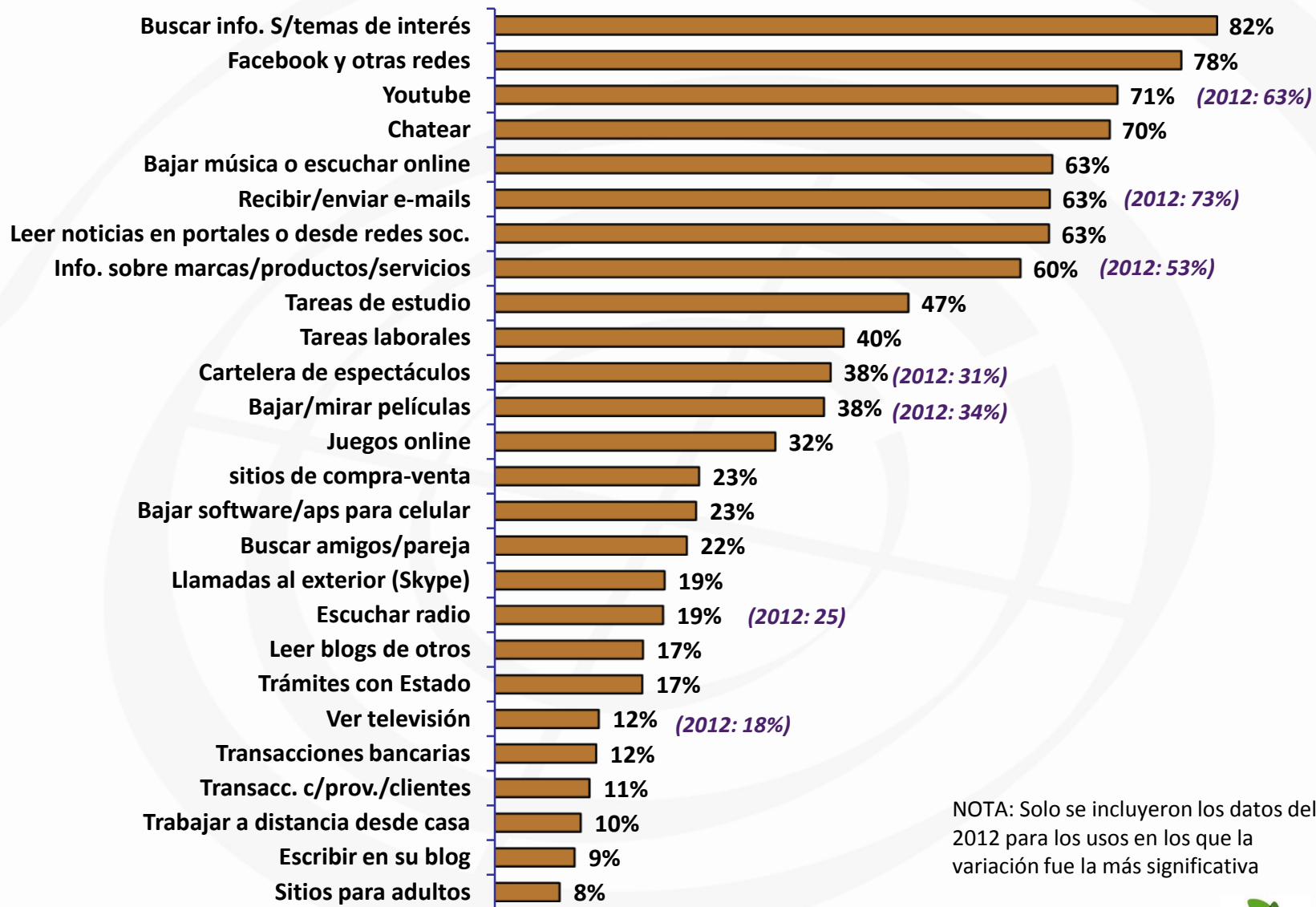
Frecuencia de uso del email

¿Con qué frecuencia lee o envía e-mails? (base: 968 que usan casilla)



Usos de internet

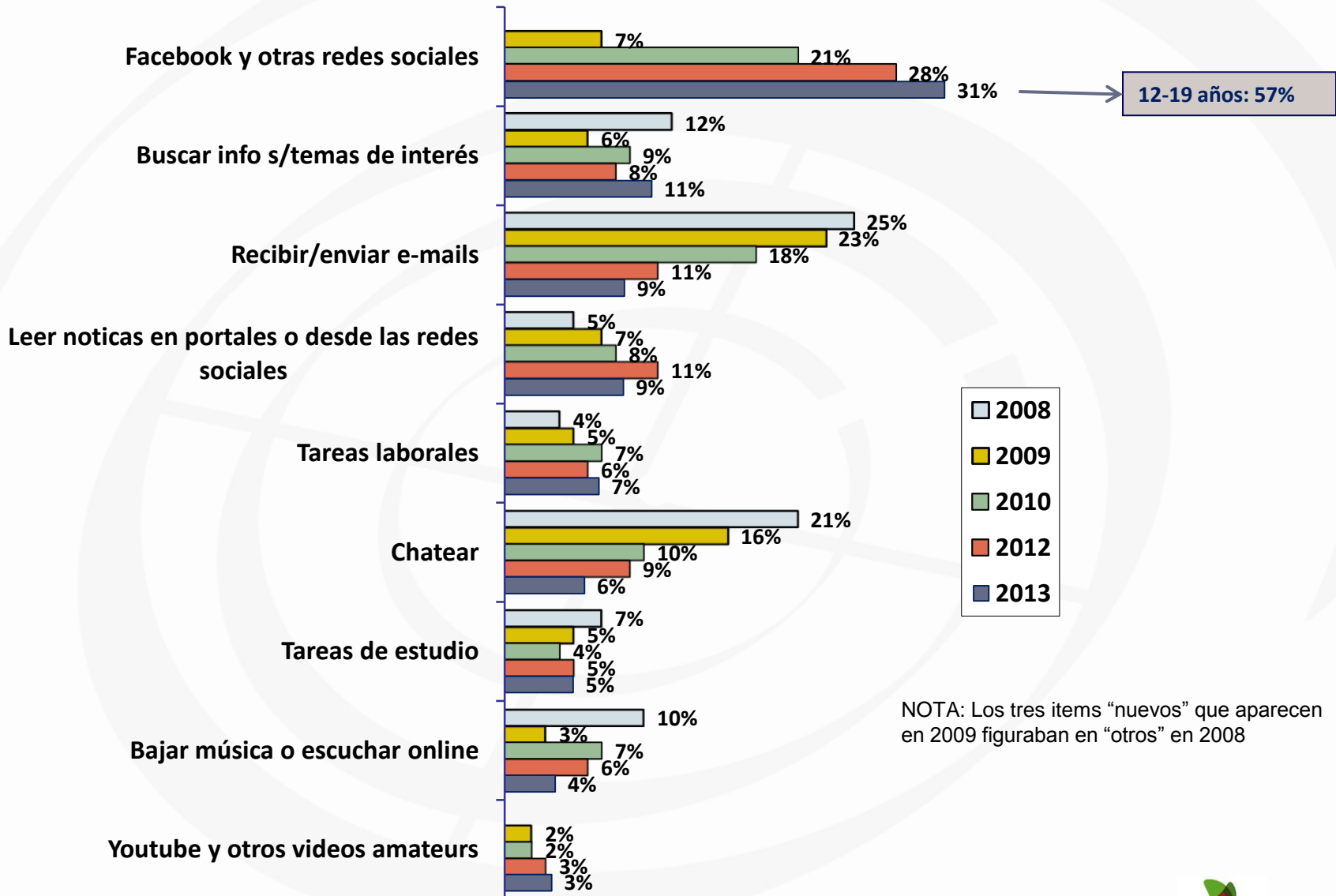
¿Qué usos le dio a Internet en el último mes? (lista predeterminada, base: 1269 usuarios)



NOTA: Solo se incluyeron los datos del 2012 para los usos en los que la variación fue la más significativa

Uso principal de internet

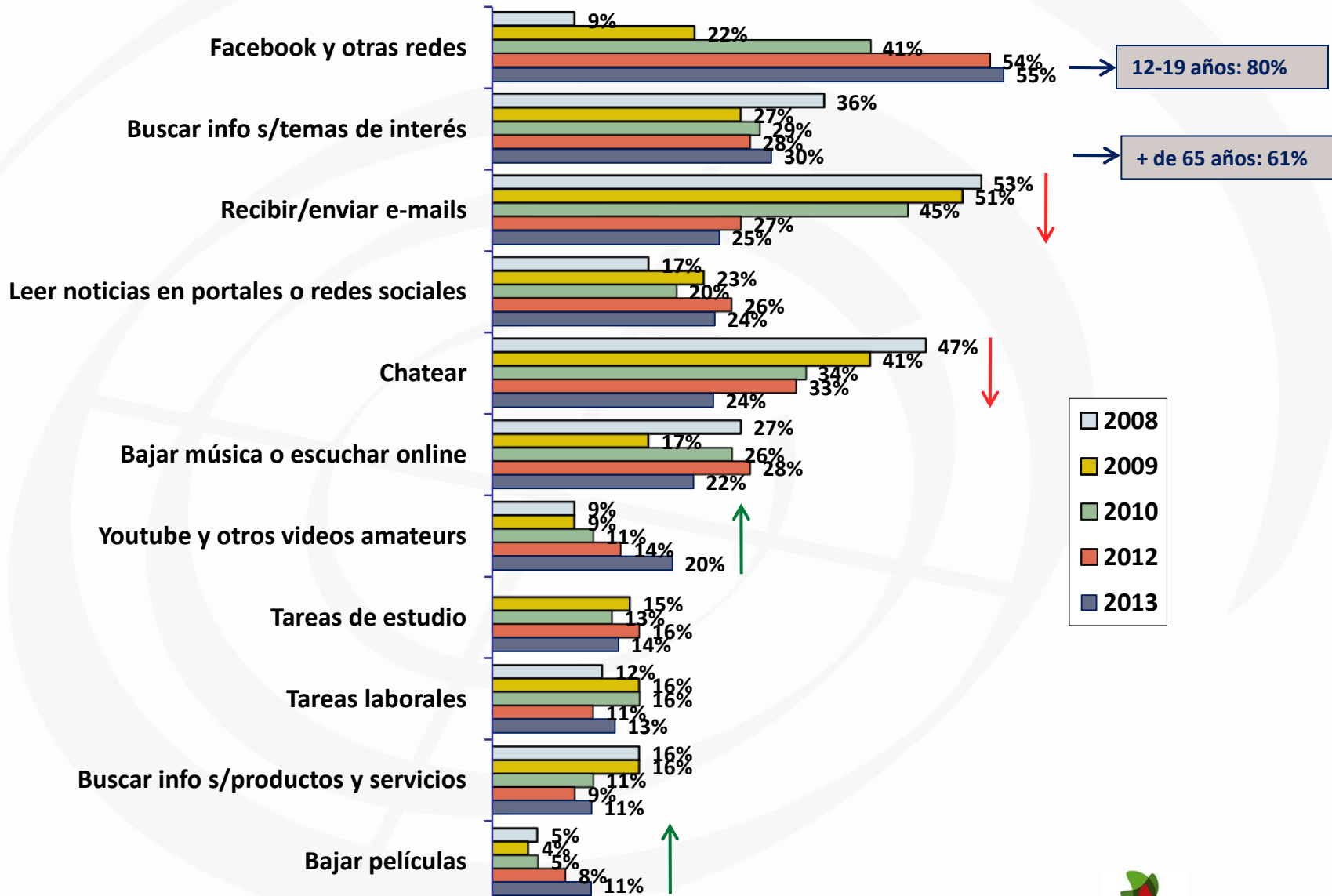
¿Cuál es el principal uso que le da a Internet? (base: 1269 usuarios)



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

Tres usos principales de internet

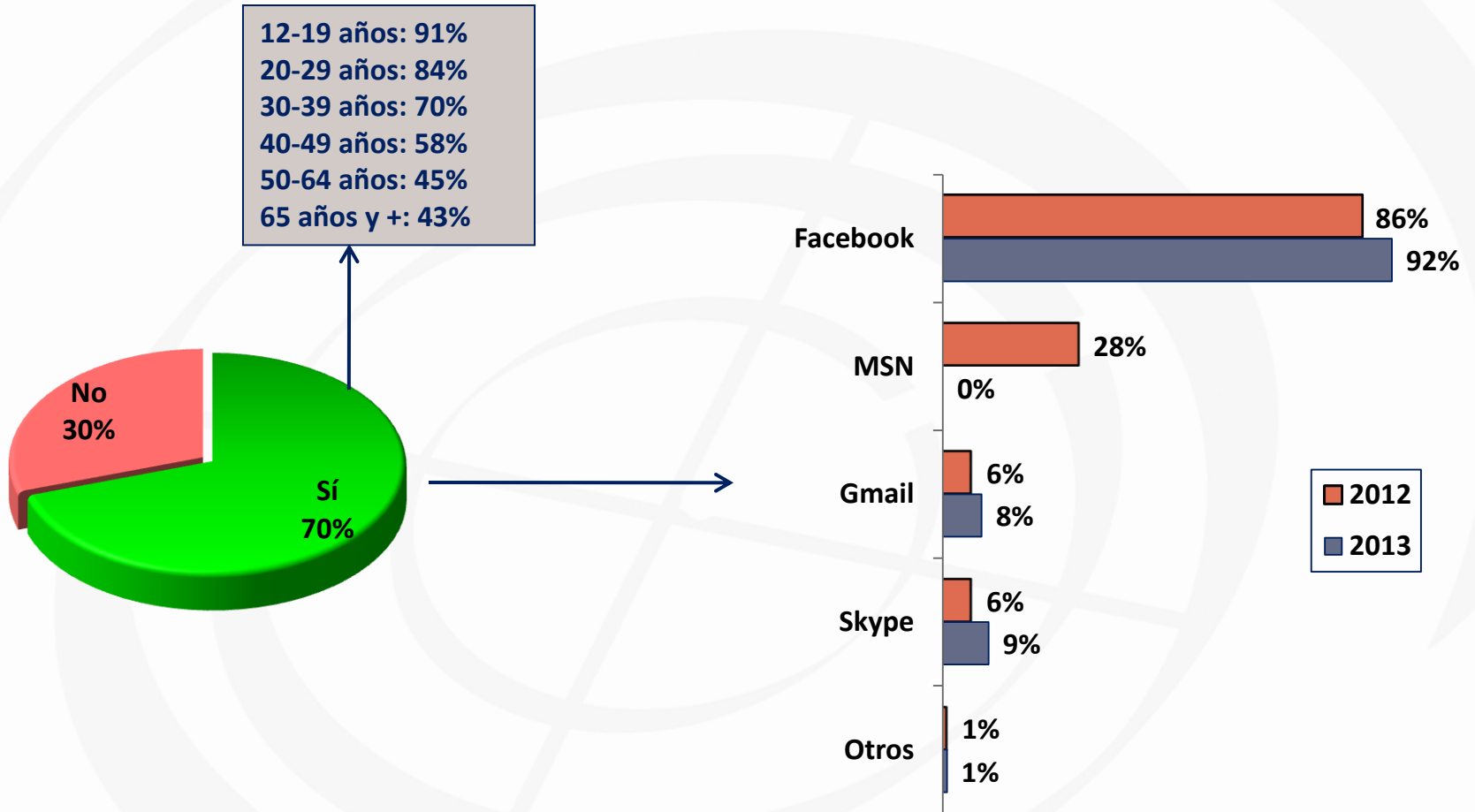
¿Cuáles son los tres principales usos que le da a Internet? (base: 1269 usuarios)



Chatear

¿Chatea habitualmente? (base: 1269 usuarios de internet)

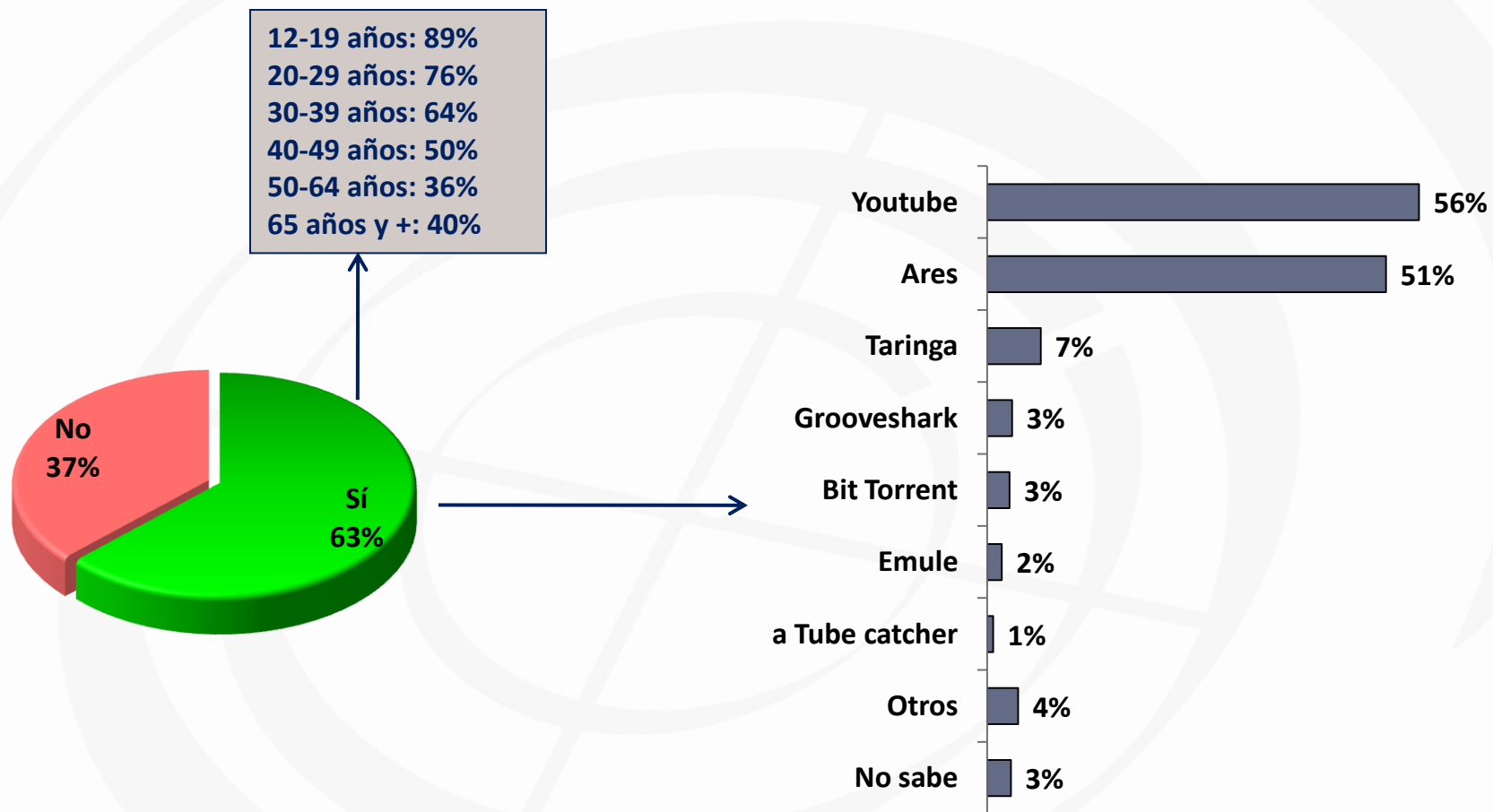
¿Qué utiliza habitualmente para chatear? (base: 888 que chatean)



Bajar música

¿Baja música o escucha música online habitualmente? (base: 1269 usuarios de internet)

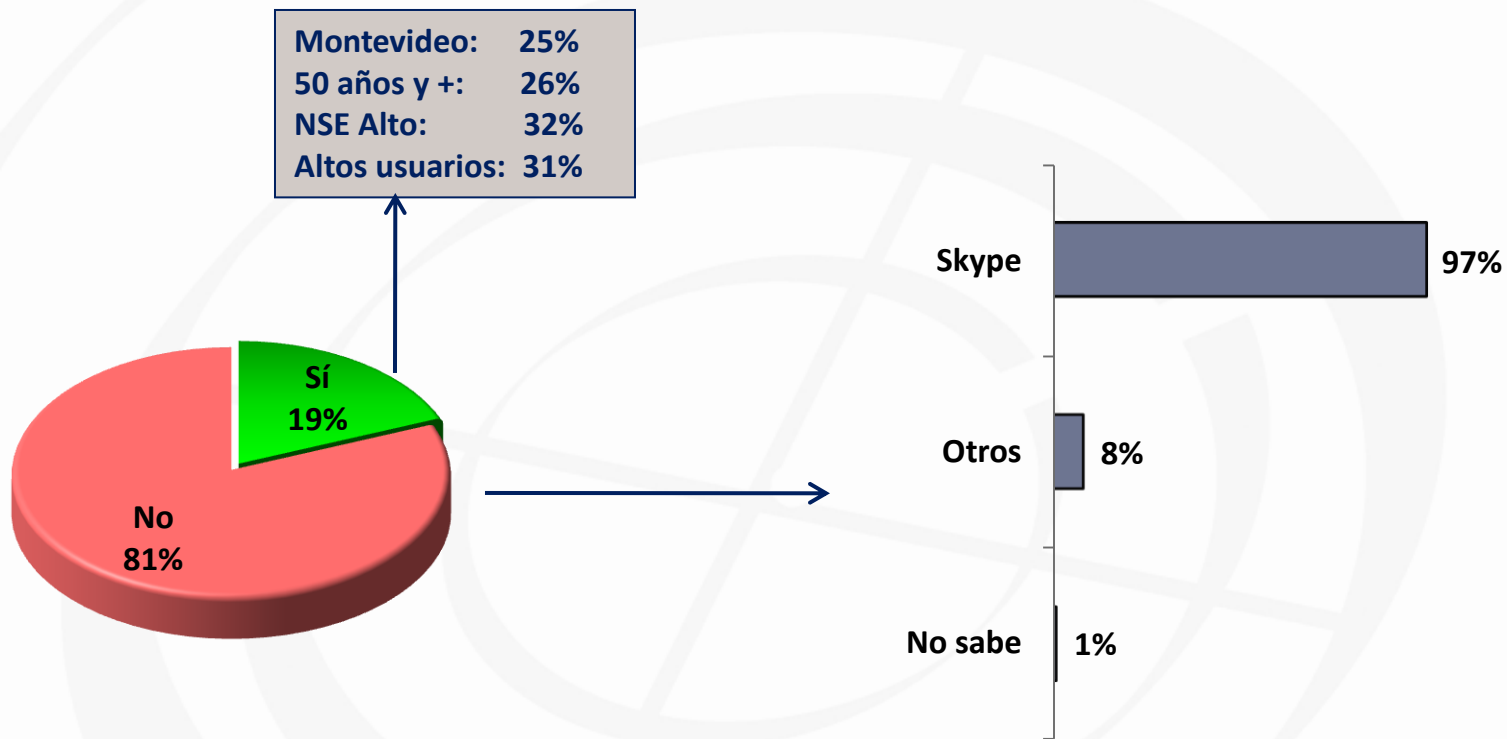
¿Qué utiliza habitualmente para bajar música o escuchar online? (base: 805 que bajan música o escuchan online)



Hablar por internet

¿Habla habitualmente por internet? (base: 1269 usuarios de internet)

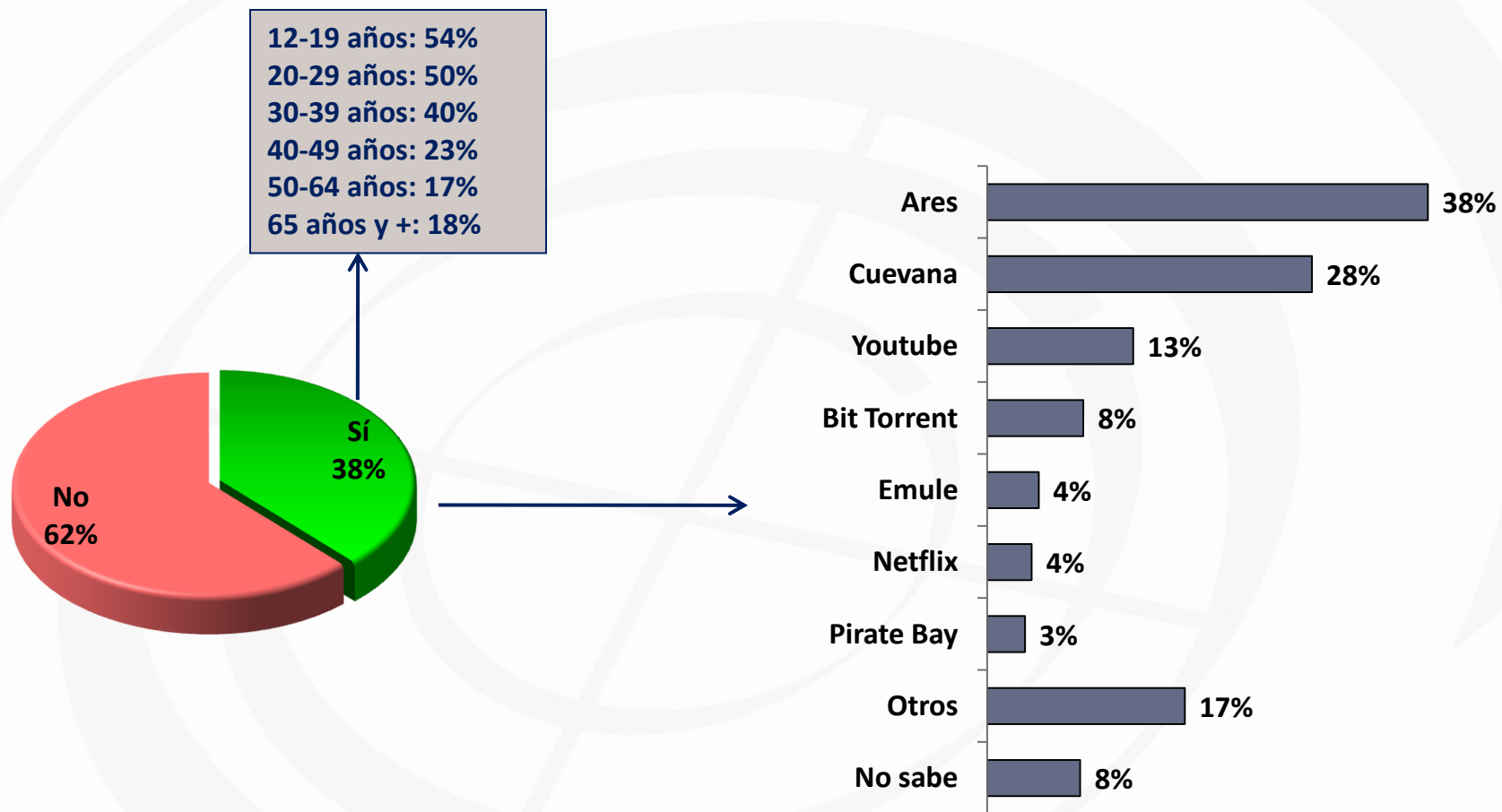
¿Qué utiliza habitualmente para hablar por internet? (base: 247 que hablan por internet)



Mirar o bajar películas

¿Baja películas o mira películas online habitualmente? (base: 1269 usuarios de internet)

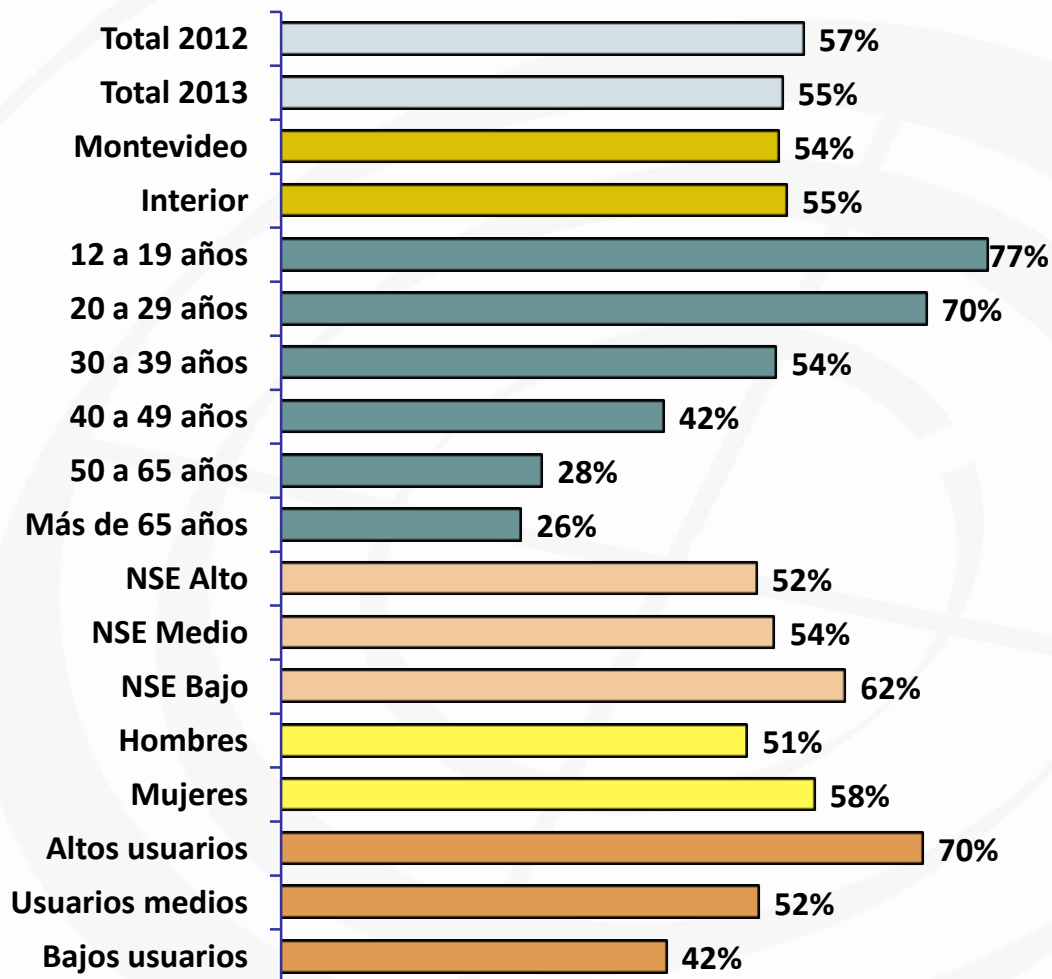
¿Qué utiliza habitualmente para bajar películas o mirarlas online? (base: 476 que bajan películas o las miran online)



Subir fotos

¿Sube habitualmente fotos a internet? (base: 1269 usuarios de internet)

¿En qué sitios? (base: 694 que suben fotos)



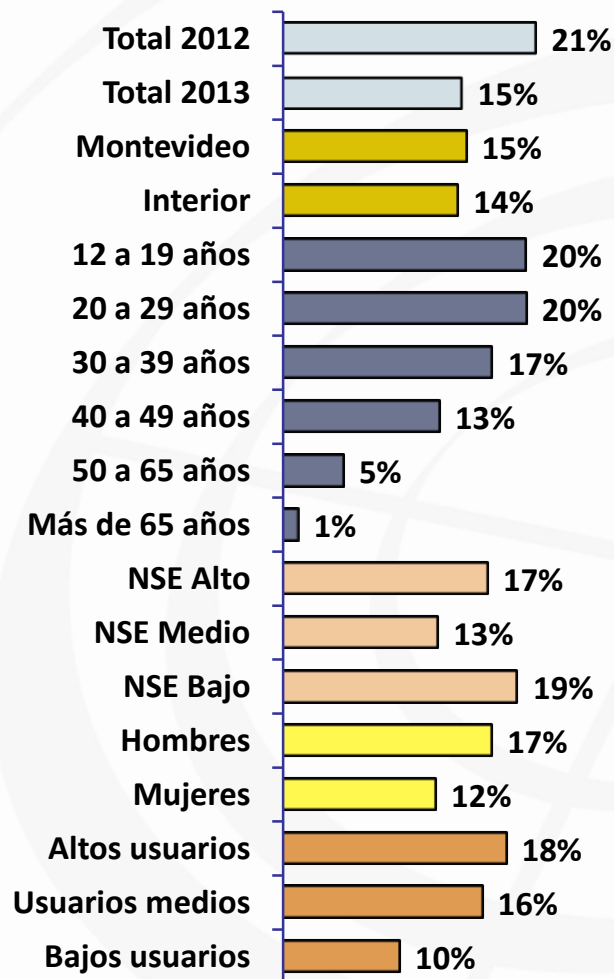
El 99% de los que suben fotos a internet lo hacen en Facebook.

Además existe un 3% que sube fotos a Twitter, y un 2% a Instagram, 2% a Picassa y 2% a Google+.

Subir videos

¿Sube habitualmente videos a internet? (base: 1269 usuarios de internet)

¿En qué sitios? (base: 186 que suben videos)



El 85% de quienes suben videos lo hace en Facebook, un 27% en Youtube (22% en 2012). Los demás sitios no registraron ninguna mención.

- Ha aumentado del 16% al 24% el porcentaje de usuarios de internet que declara no tener casilla de correo (32% entre los 12-19 años). Esto parece estar directamente ligado a que el correo electrónico pasó a ser un uso de internet mucho más secundario que hace unos años, reemplazado por otras formas de comunicación como las redes sociales. Un 55% de los usuarios de internet tiene una casilla, un 15% tiene dos, y un 6% más de dos.
- Hotmail sigue siendo el servidor más utilizado (71% de quienes tienen casilla), pero pierde 10 puntos porcentuales en un año. Le siguen Gmail con 35% y 8 puntos de crecimiento en un año, y Adinet (8%). Hotmail crece en los menores de 30 años y en los niveles bajos, mientras que Gmail crece en los niveles altos y entre los altos usuarios. Adinet decrece fuertemente a menor edad.
- A pesar de que aumentó fuertemente el número total de usuarios de internet en el último año, el porcentaje de aquellos que ingresan a la web para diferentes usos no ha disminuido sino que salvo raras excepciones se mantuvo o aumentó. El uso más mencionado sigue siendo buscar información sobre temas de interés (82%), seguido por Facebook y otras redes sociales (78%), Youtube (71%), chatear (70%), bajar música (63%), recibir y enviar emails (63%), leer noticias en portales o desde redes sociales (63%), y buscar información sobre marcas, productos y servicios (60%).
- Facebook sigue siendo el uso más mencionado como principal (31% de menciones), triplicando los tres que le siguen, a saber buscar información sobre temas de interés (11%), recibir y enviar e-mails (9%) y leer noticias (9%). También es lo que usa el 92% de quienes chatean, el 99% de quienes suben fotos a la web y el 86% de quienes suben videos (aunque Youtube sube del 22% al 27%).
- Youtube y Ares son lo más utilizado para bajar música y/o escuchar online, y Skype casi el único programa usado para hablar por internet.

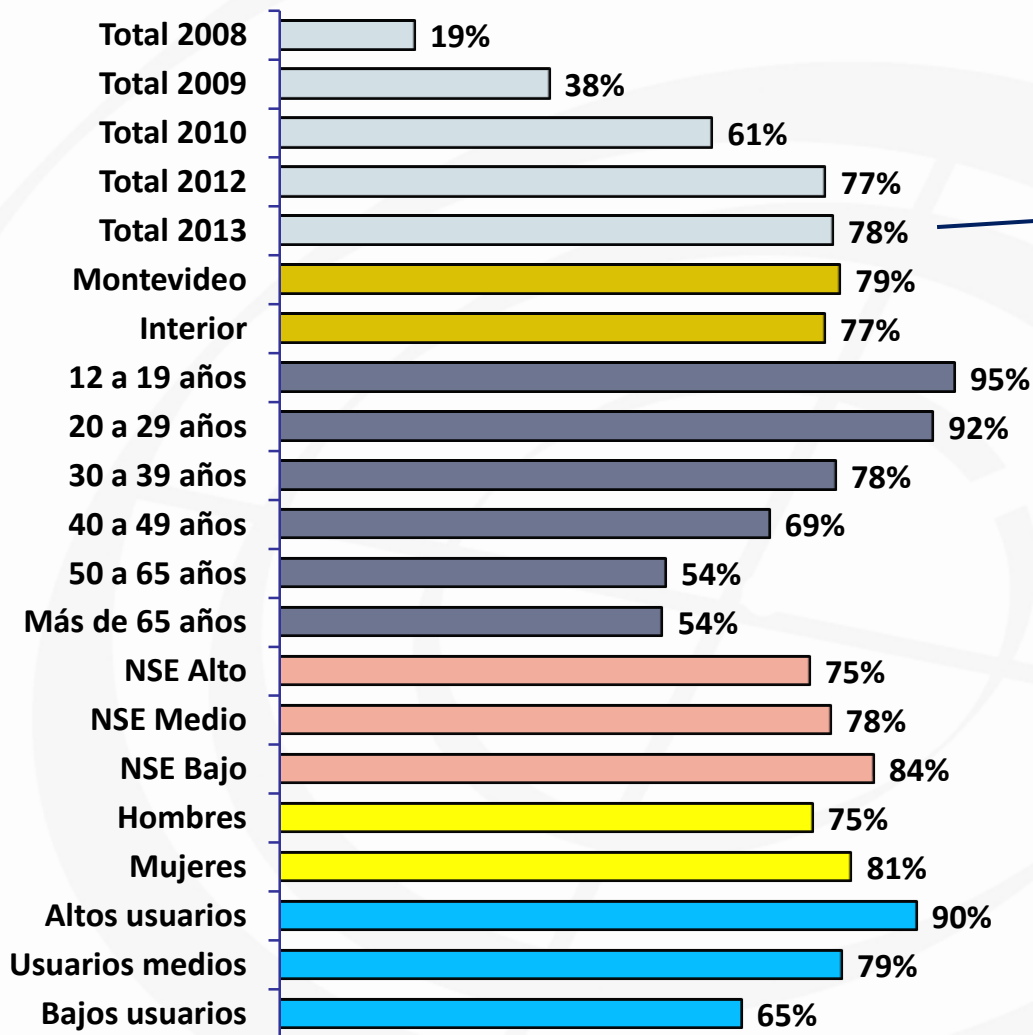


Blogs y redes sociales

- Los blogs parecen estar en decrecimiento luego de un auge importante en años anteriores. Solo un 6% de los usuarios de internet afirman tener uno (10% en 2012 y 7% en 2010): 3% para uso personal, 2% para uso profesional, 1% para ambos).
- Quedarían unos 110.000 blogs uruguayos, contra unos 150.000 hace un año.
- 60% de los bloggers son montevideanos, 56% son altos usuarios de internet, 56% son mujeres.
- 6% de los usuarios de internet acostumbra escribir comentarios en blogs de otras personas (9% de los altos usuarios, 8% de los montevideanos).

Redes sociales

¿Usa habitualmente las redes sociales? (base: 1269) Cuáles? (base: 991 usuarios de redes sociales)

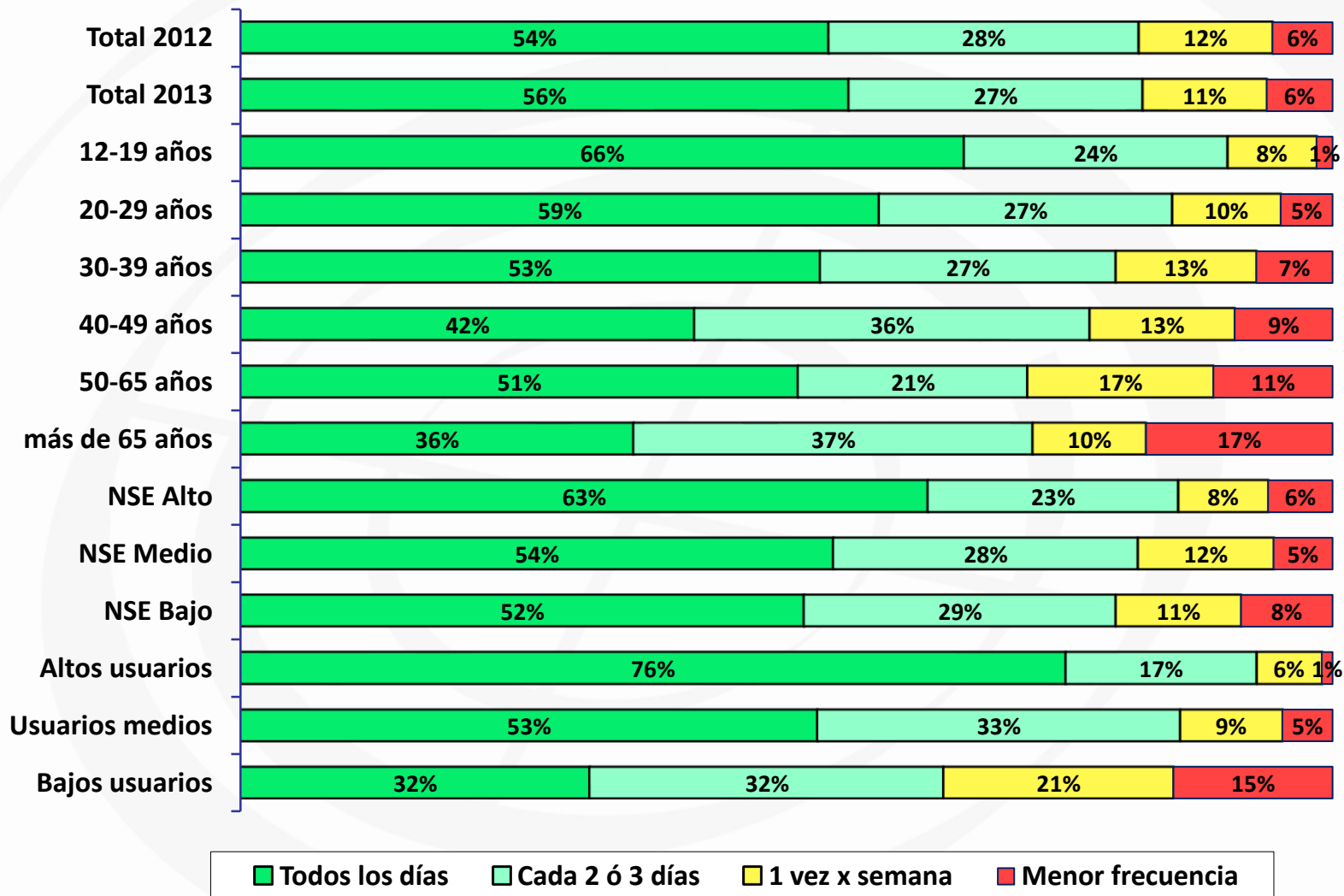


1.500.000 personas
(+22% en un año)

- 99% de los usuarios de redes son usuarios de Facebook
- 13% de Twitter
- 4% de Badoo
- 4% de LinkedIn
- 1% de Sónico

Facebook - frecuencia de uso

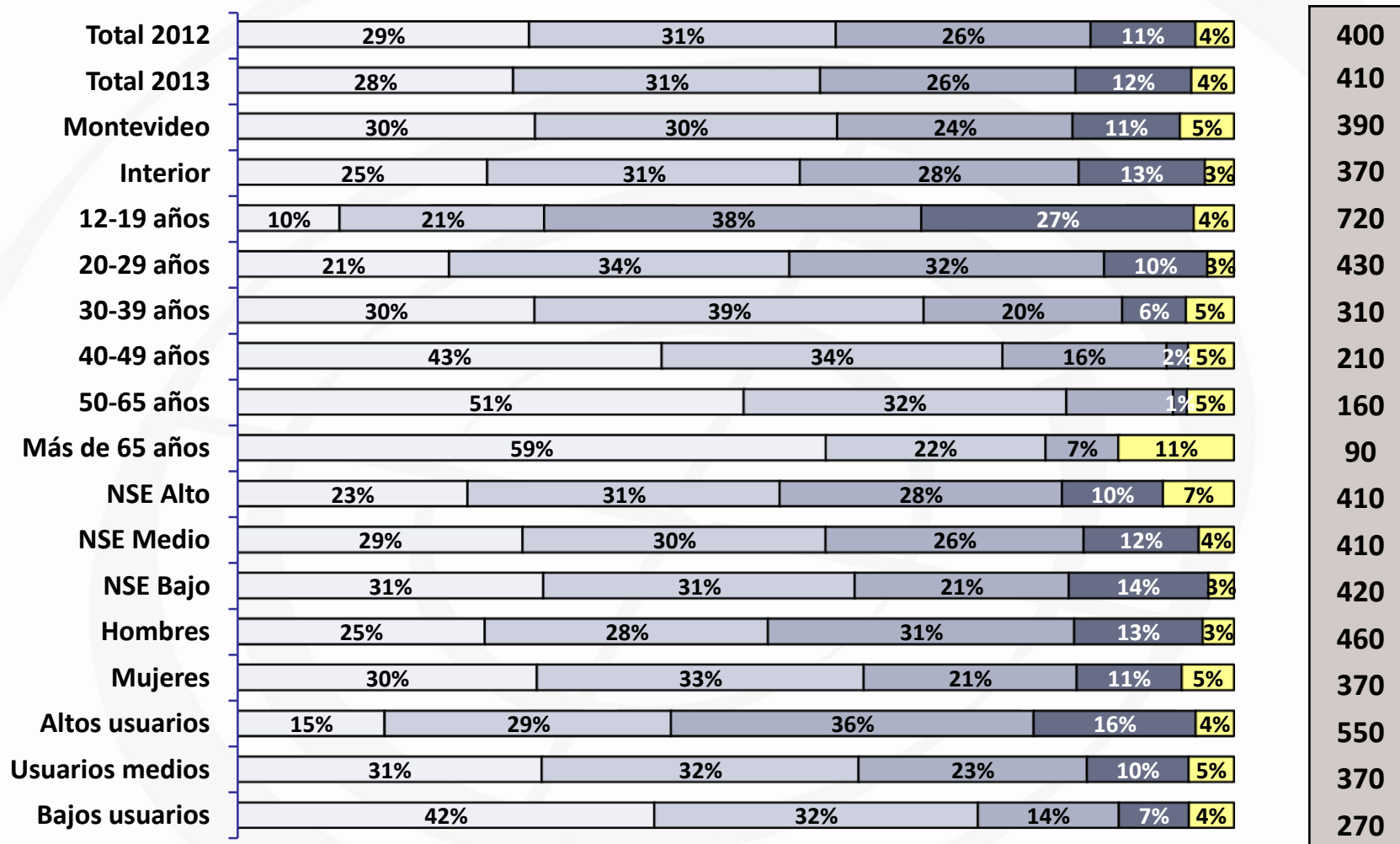
¿Con qué frecuencia usa Facebook? (base: 984 usuarios de Facebook)



Facebook - cantidad de contactos / amigos

Cuántos contactos o amigos tiene en Facebook aproximadamente? (base: 984 usuarios de Facebook)

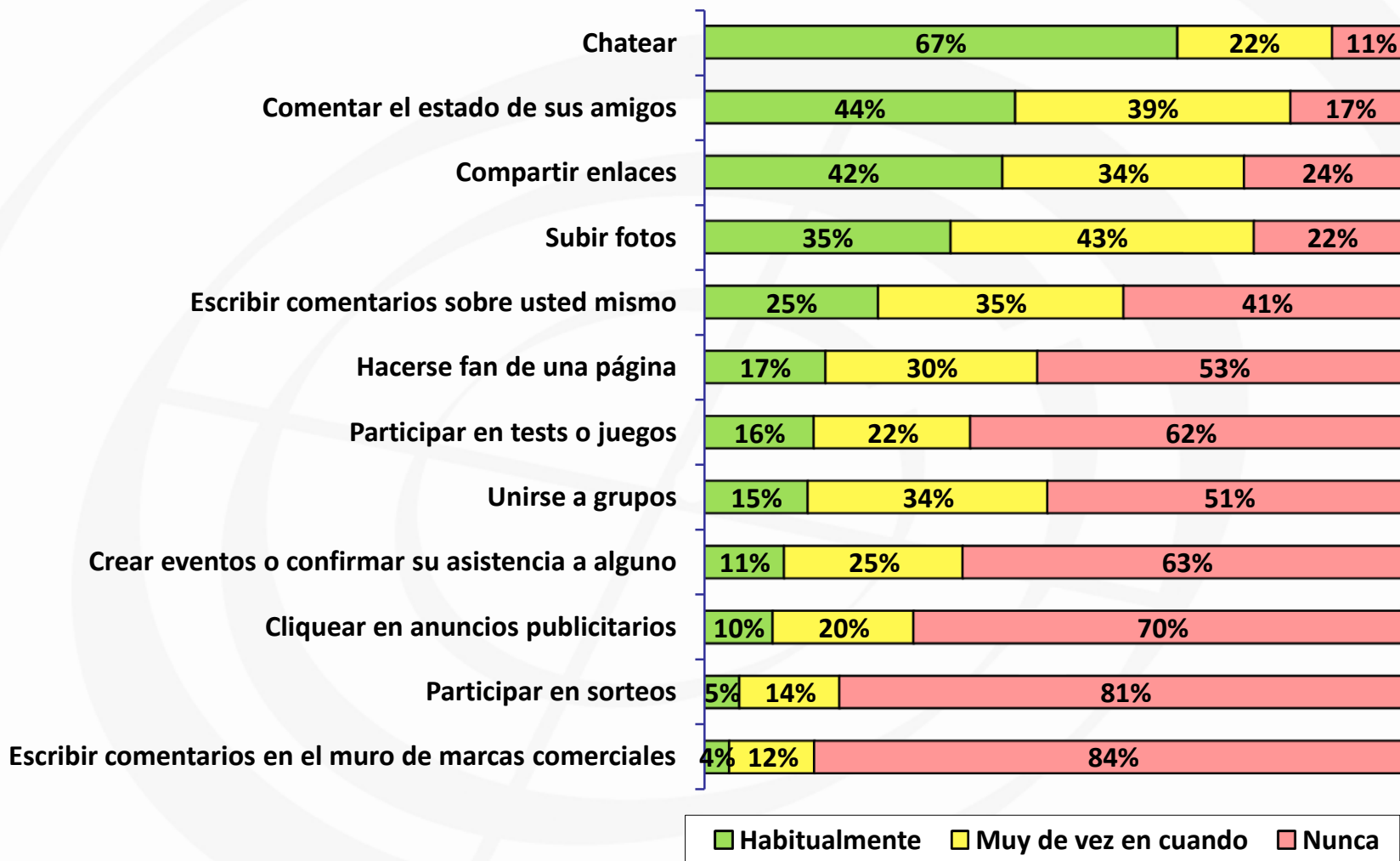
Promedio



1 a 100
 101 a 300
 301 a 1000
 + de 1000
 No sabe

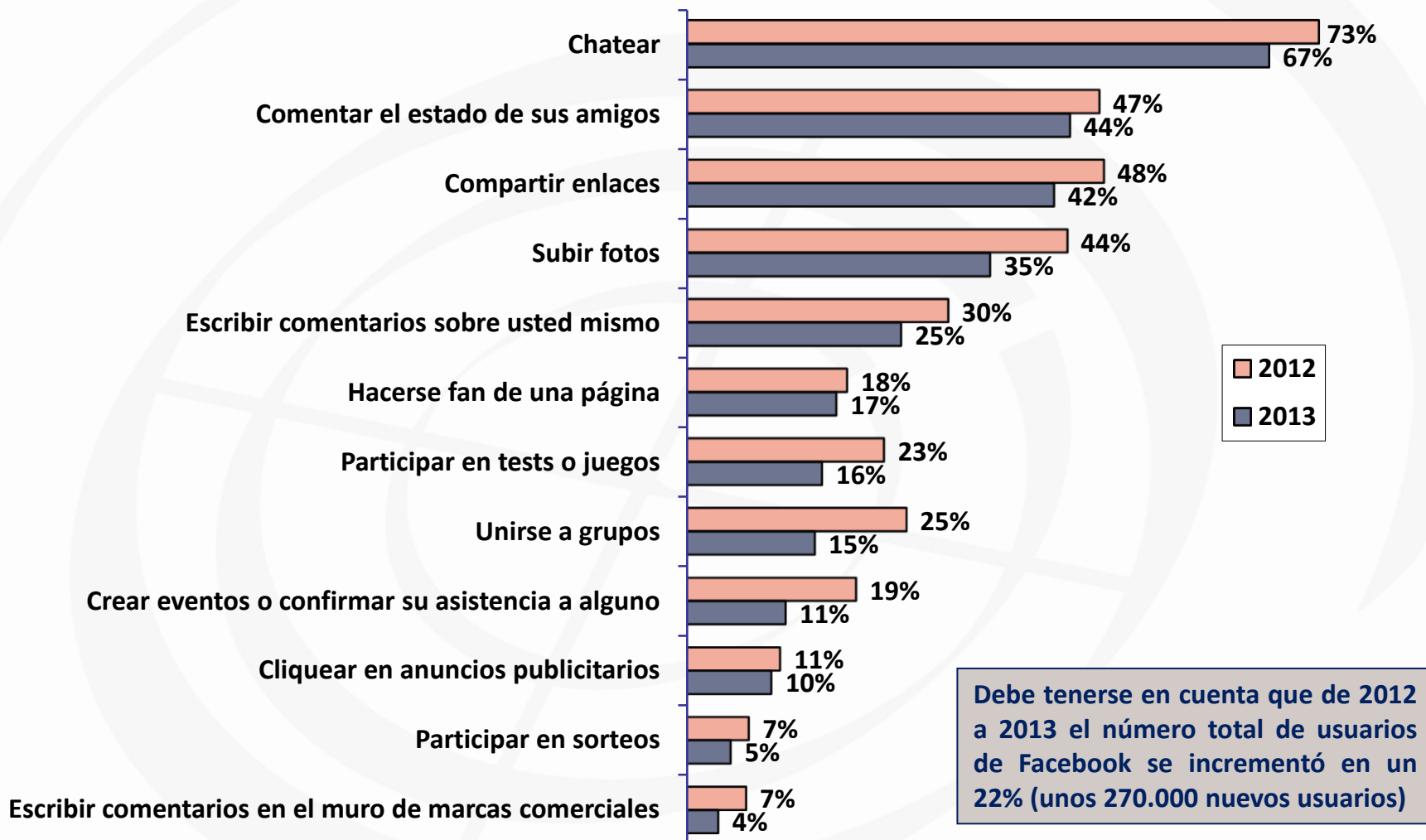
Usos de Facebook (1)

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: 984 usuarios de Facebook)



Usos de Facebook (2) - % de “habitualmente”

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: 984 usuarios de Facebook)



Usos de Facebook (3)

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: 984 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), y escribir comentarios sobre sí mismo (aumenta a menor NSE), y hacerse fan de páginas comerciales (aumenta a mayor NSE)

La zona geográfica es una variable muy poco discriminante en todos los usos. En Montevideo los usos están muy levemente más diversificados.

El género tampoco es una variable muy discriminante. Las mujeres suben más fotos, comparten más enlaces y participan más en juegos que los hombres. Los hombres se unen más a grupos que las mujeres.

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: 984 usuarios de Facebook)

¿Desde dónde se conecta a Facebook: desde una computadora, desde un celular o desde ambos? (base: 984 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 1.700.000 cuentas.

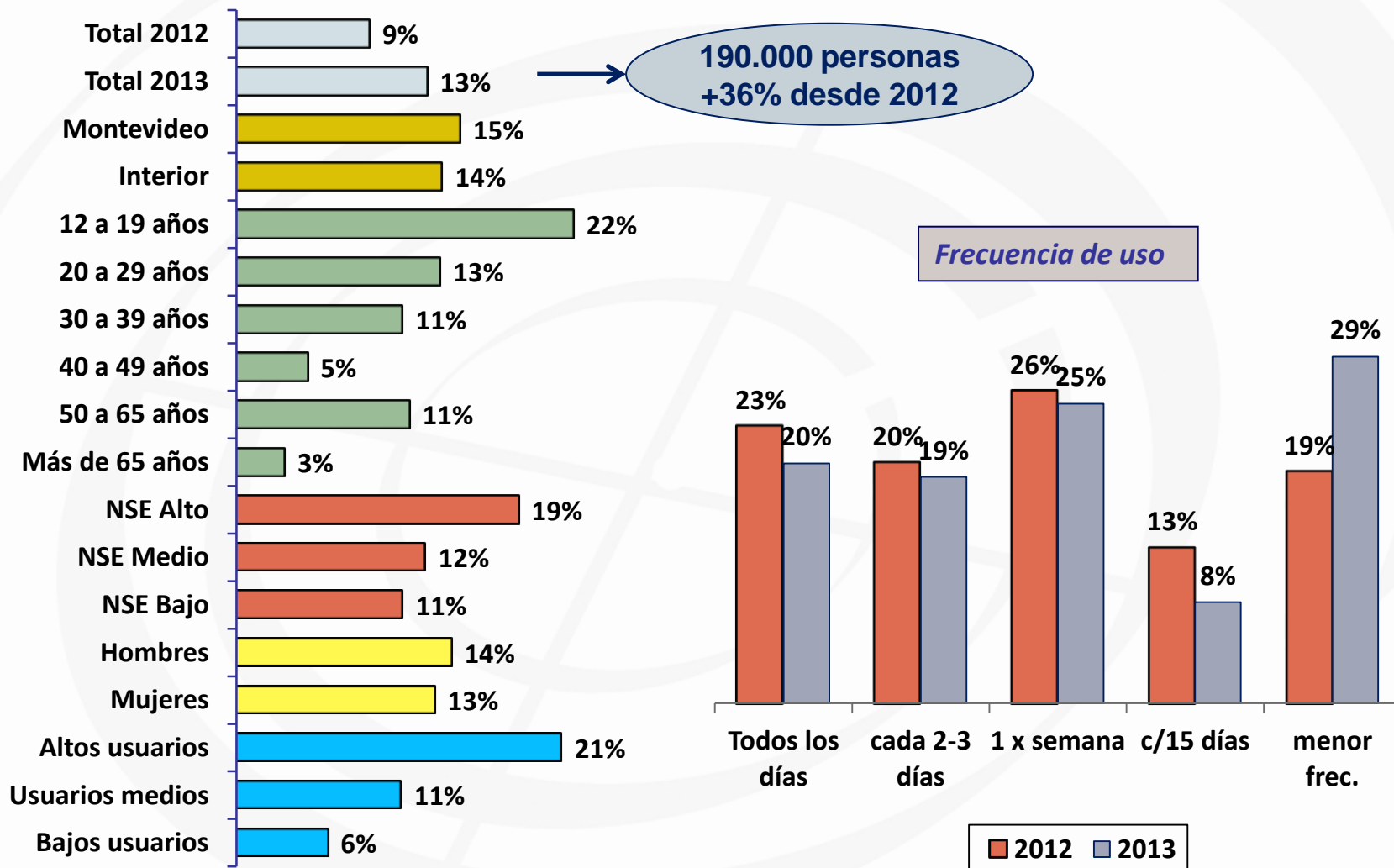
Un 96% de los usuarios de Facebook se conecta desde una computadora, un 33% desde un celular y un 5% desde una tablet. Los usuarios que se conectan desde un dispositivo móvil se duplicaron en un año, y es muy probable que la voluntad de estar presentes en las redes sociales haya impulsado a muchos no usuarios de internet a hacerse usuarios a través de la adquisición de dispositivos móviles que permiten el acceso a las mismas.

Un 29% de los usuarios de Facebook es fan de alguna marca comercial (+60% en un año, medido en cantidad de usuarios) (33% entre todos los menores de 40 años, 39% entre los altos usuarios de internet). El promedio es de 6 marcas por usuario, y ese promedio aumenta muy significativamente a menor edad.

Twitter – penetración y frecuencia de uso

¿Usa habitualmente Twitter? (base: 1269 usuarios de internet)

¿Con qué frecuencia? (base: 135 usuarios de Twitter)

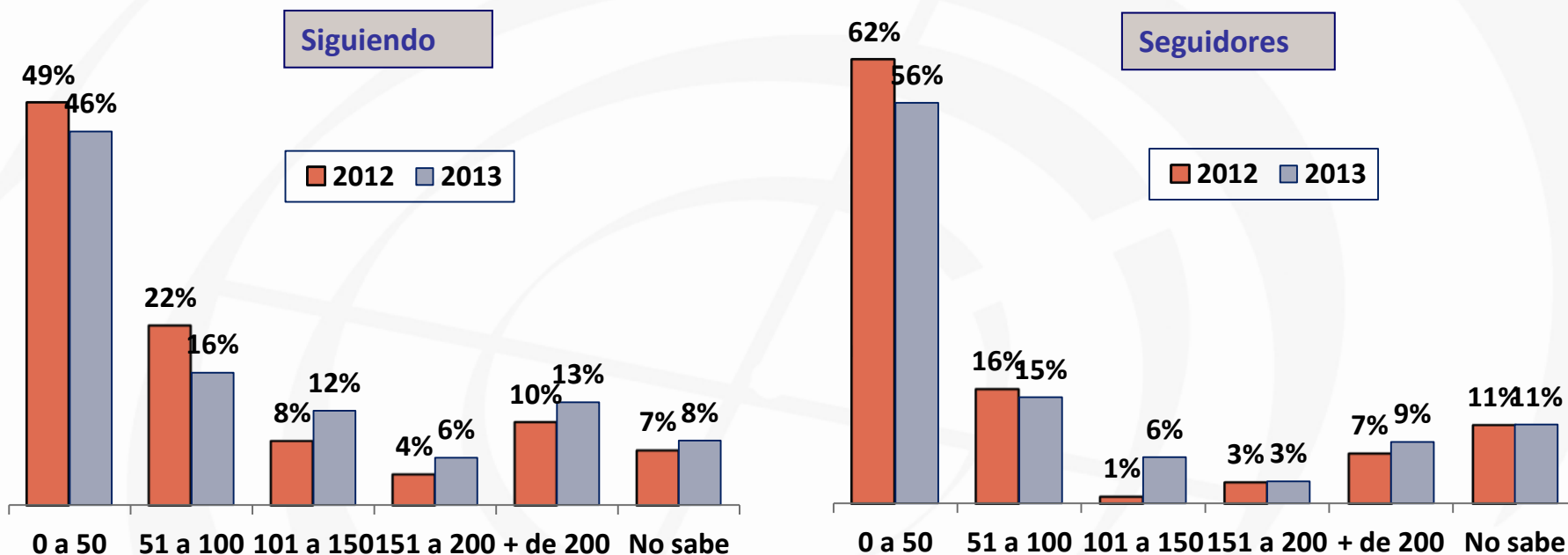


Twitter - Seguidores y Siguiendo – lugar de conexión

¿A cuántos contactos sigue en Twitter aproximadamente? (base: 135 usuarios de Twitter)

¿Y cuántos seguidores tiene aproximadamente? (base: 135 usuarios de Twitter)

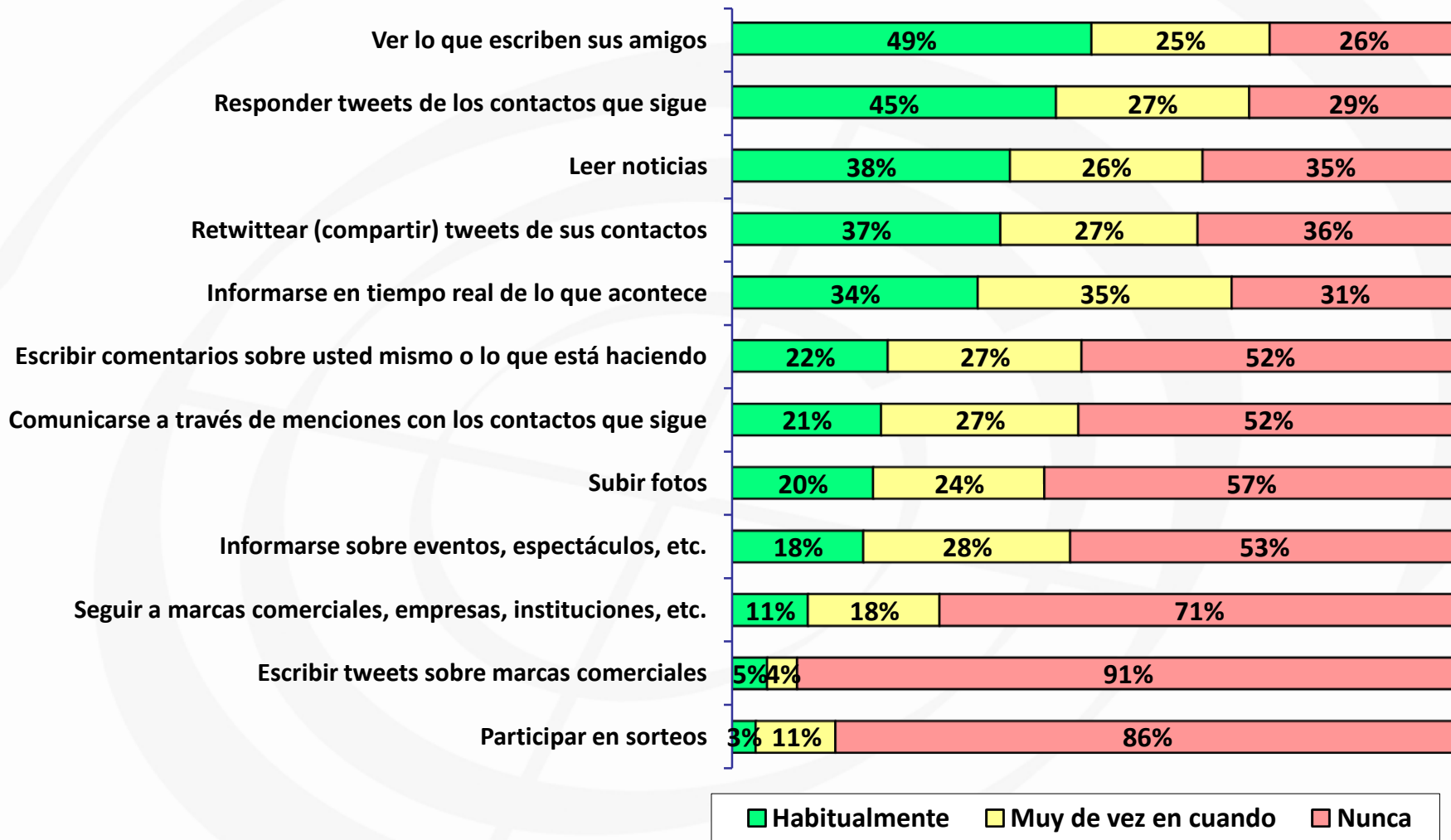
¿Desde dónde se conecta a Twitter: desde una computadora, desde su celular, desde una tablet? (base: 135 usuarios de Twitter)



Un 88% de los usuarios de Twitter se conecta desde una computadora, un 43% desde un celular y un 7% desde una tablet. Al igual que para Facebook aumentó significativamente el uso de Twitter desde dispositivos móviles.

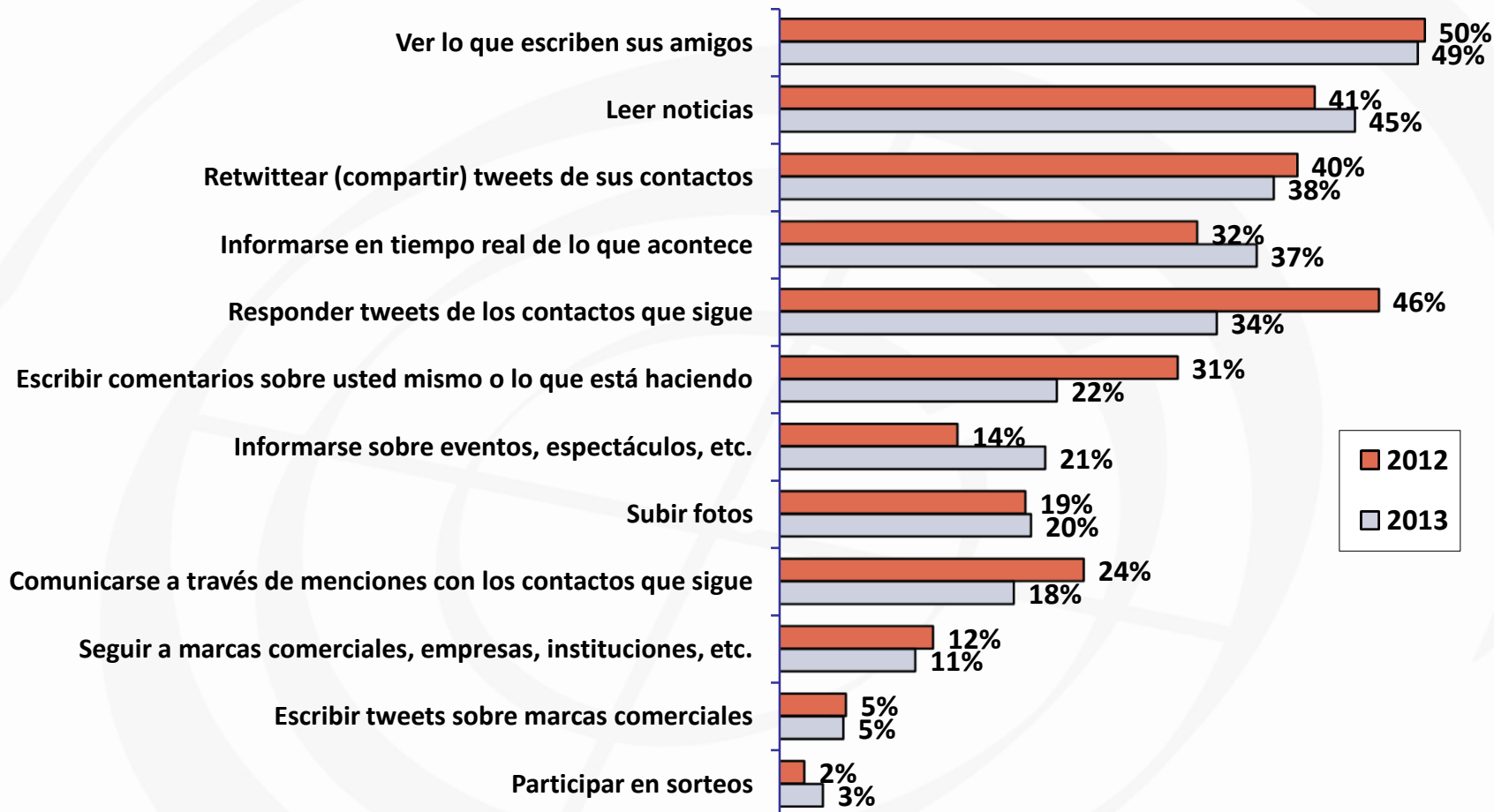
Usos de Twitter (1)

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: 135 usuarios de Twitter)



Usos de Twitter (2) - % de "habitualmente"

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: 135 usuarios de Twitter)

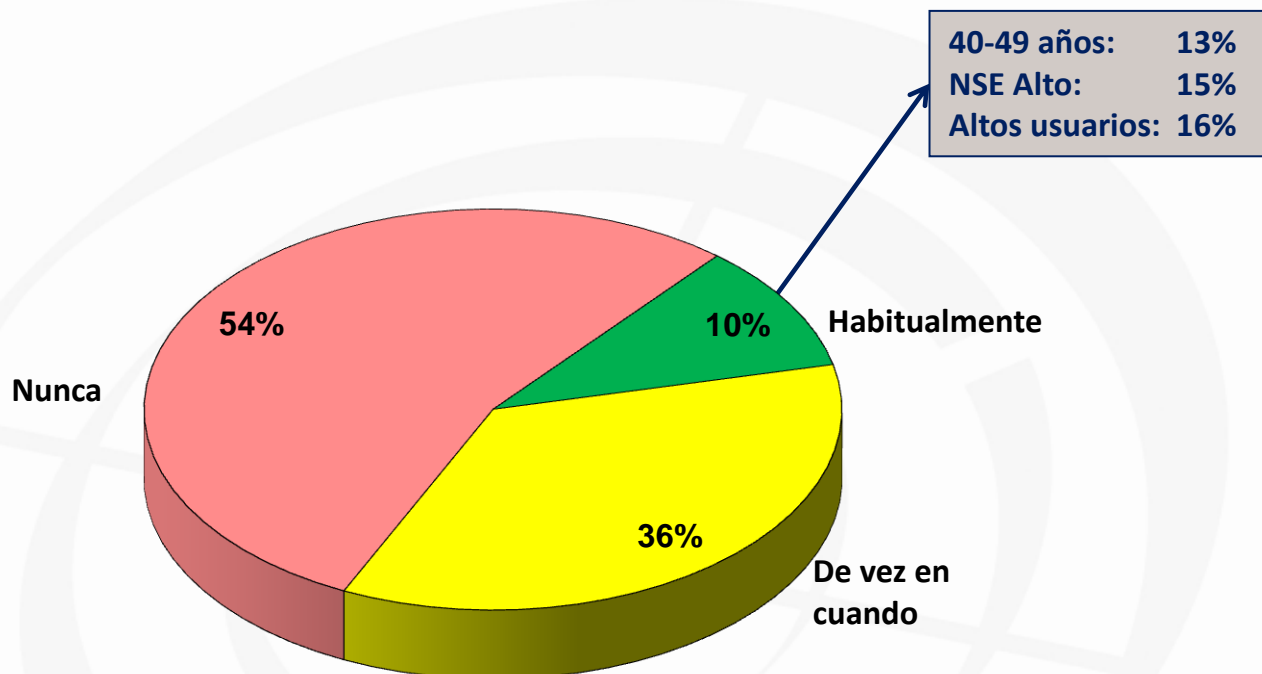


- EL número de bloggers ha caído de cerca de 150.000 a poco más de 110.000 en un año.
- 1.5 millones de uruguayos usan las redes sociales (+22% en un año). Casi todos ellos son usuarios de Facebook, un 13% usa Twitter, un 4% Badoo, y un 4% LinkedIn.
- Más de la mitad de los usuarios de Facebook entra todos los días. El usuario de Facebook tiene en promedio 410 amigos o contactos, y ese número crece muy fuertemente a menor edad (720 entre los menores de 20 años). Los usos más mencionados de Facebook son chatear (67% lo hace “habitualmente”), comentar el estado de sus amigos (44%), compartir enlaces (42%), subir fotos (35%) y escribir comentarios sobre sí mismos (25%). 10% de los usuarios de Facebook tiene o administra más de una cuenta, y un 38% se conecta desde un dispositivo móvil (20% en 20112). El 29% de los usuarios es fan de alguna marca comercial (+60% en un año) y sigue en promedio a 6 marcas.
- Existen aproximadamente 190.000 usuarios de Twitter (+36% en un año), particularmente entre los más jóvenes y en los NSE altos. Un 39% entra todos los días o cada 2-3 días. El número de contactos (tanto “seguidores” como “siguiendo”) es notoriamente más bajo que en Facebook: un 46% sigue menos de 50 usuarios y un 56% tiene menos de 50 seguidores. Un 50% se conecta desde un dispositivo móvil (eran 32% en 2012).

Marcas en internet

Búsqueda de información sobre marcas en internet

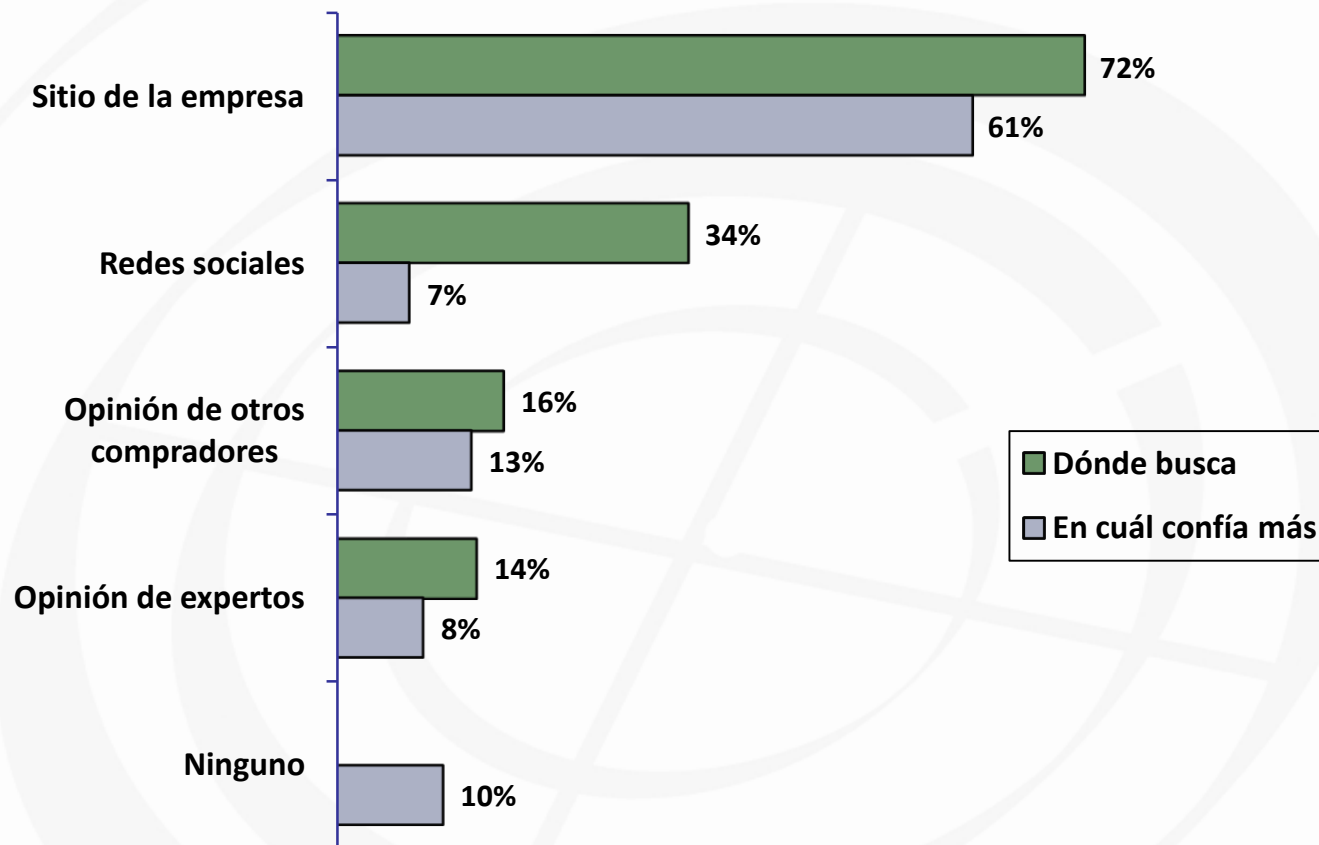
Algunas personas acostumbran buscar o leer información sobre marcas o empresas en internet. ¿Usted lo hace...? (base: 1269 usuarios de internet)



Fuentes de información sobre marcas o empresas en internet

¿Dónde busca o lee esa información? (respuesta múltiple, base: 583 que leen información sobre marcas en internet)

¿Y en cuál de ellas confía más? (respuesta única, base: 583)



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: 1269 usuarios de internet)

Un 2% de los usuarios de internet escribe habitualmente comentarios sobre marcas en blogs, foros o redes sociales. (unas 32.000 personas)

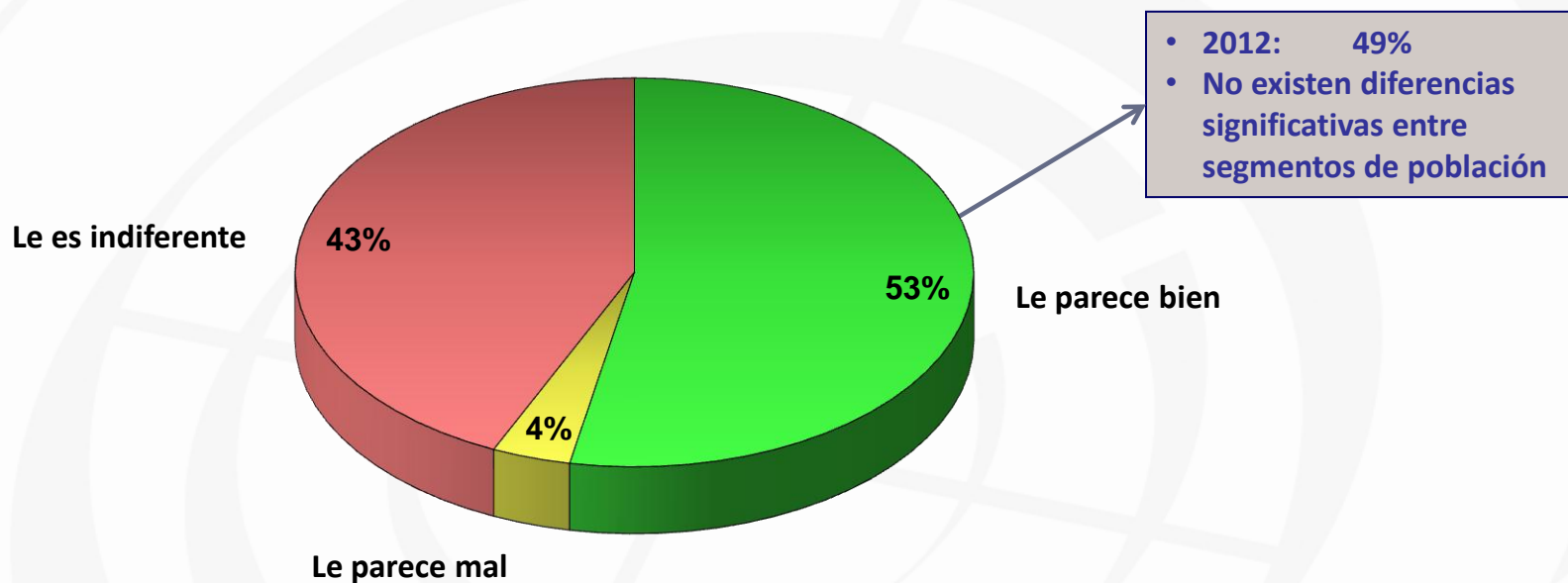
Otro 9% lo hace a veces (unas 167.000 personas).

Un 8% lee los comentarios sobre marcas escritos por otros, en blogs, foros o redes sociales (unas 160.000 personas)

Otro 27% lo hace a veces (unas 510.000 personas).

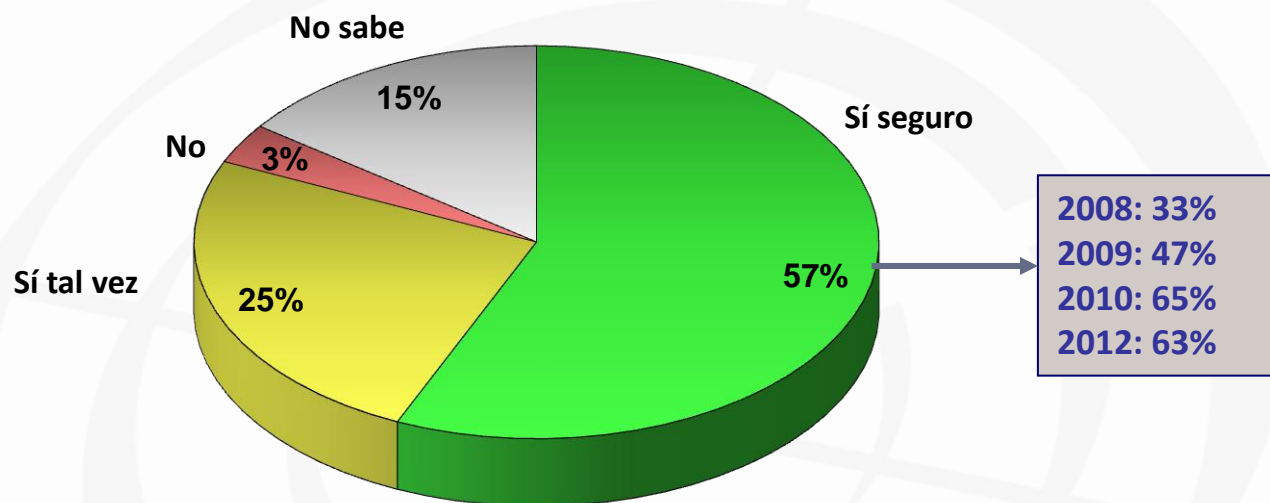
Opinión sobre la publicidad en las redes sociales

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: 1269 usuarios de internet)



Percepción del crecimiento de la publicidad uruguaya en la web

¿Le parece que viene aumentando la publicidad uruguaya en Internet? (base: 1269 usuarios de internet)



- **Casi de la mitad de los usuarios de internet busca información sobre marcas o empresas en internet (10% habitualmente y 36% de vez en cuando).**
- **Un 72% de quienes buscan información sobre marcas en internet lo hace en el propio sitio de la empresa, un 34% se informa en redes sociales, un 16% mira la opinión de otros compradores y un 14% la de expertos.**
- **Un 11% de los usuarios de internet escribe a veces o habitualmente comentarios sobre marcas o empresas en internet (unas 200.000 personas), y un 35% lee los comentarios escritos por otros (unas 670.000).**
- **Más de la mitad de los usuarios de internet aprueba la publicidad en las redes sociales, solo un 4% la desaprueba.**
- **57% de los usuarios de internet percibe un aumento de la publicidad uruguaya en internet. Este porcentaje viene decayendo desde hace un par de años (llegó a ser un 65% en 2010).**



Internet en el celular

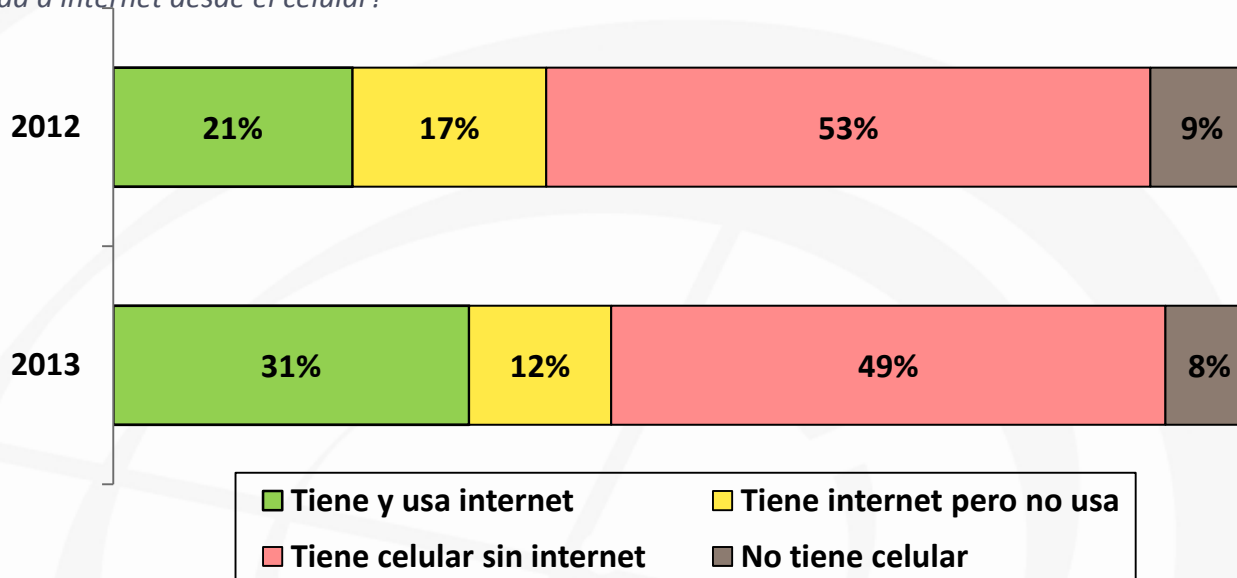
Internet en el celular

¿Tiene teléfono celular? (base: 1269 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, particularmente en el segmento 20-29 años.

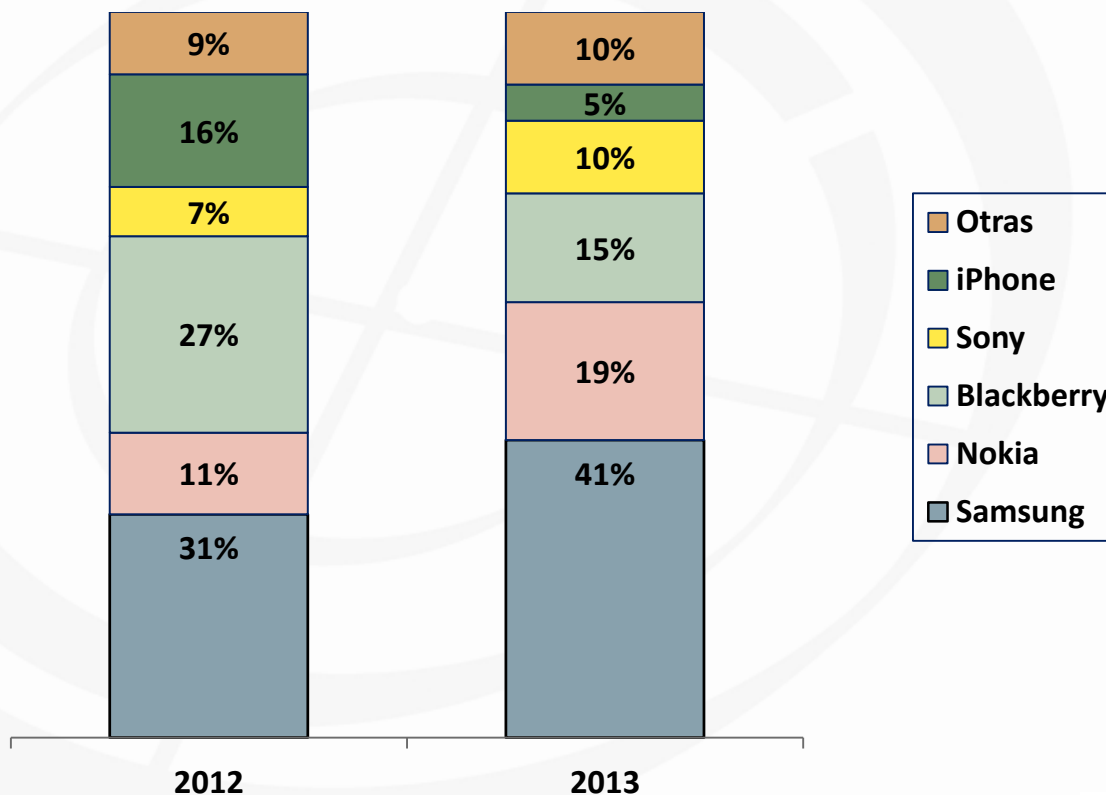
	2010	2012	2013
Usos de internet en el celular			
Redes sociales:	56%	79%	83%
Mail:	44%	51%	51%
Juegos:	27%	23%	25%
Chat:	23%	34%	51%
Otros:	11	7%	11%

Smartphones

¿Su celular es un smartphone? (base: 396 que usan internet desde su celular)

¿De qué marca es su smartphone? (base: 176 que tienen smartphone)

44% de quienes utilizan internet desde su celular afirman tener un smartphone (eran 36% en 2012). Esto es un 14% del total de usuarios de internet, o sea unas 370.000 personas (eran 120.000 en 2012).



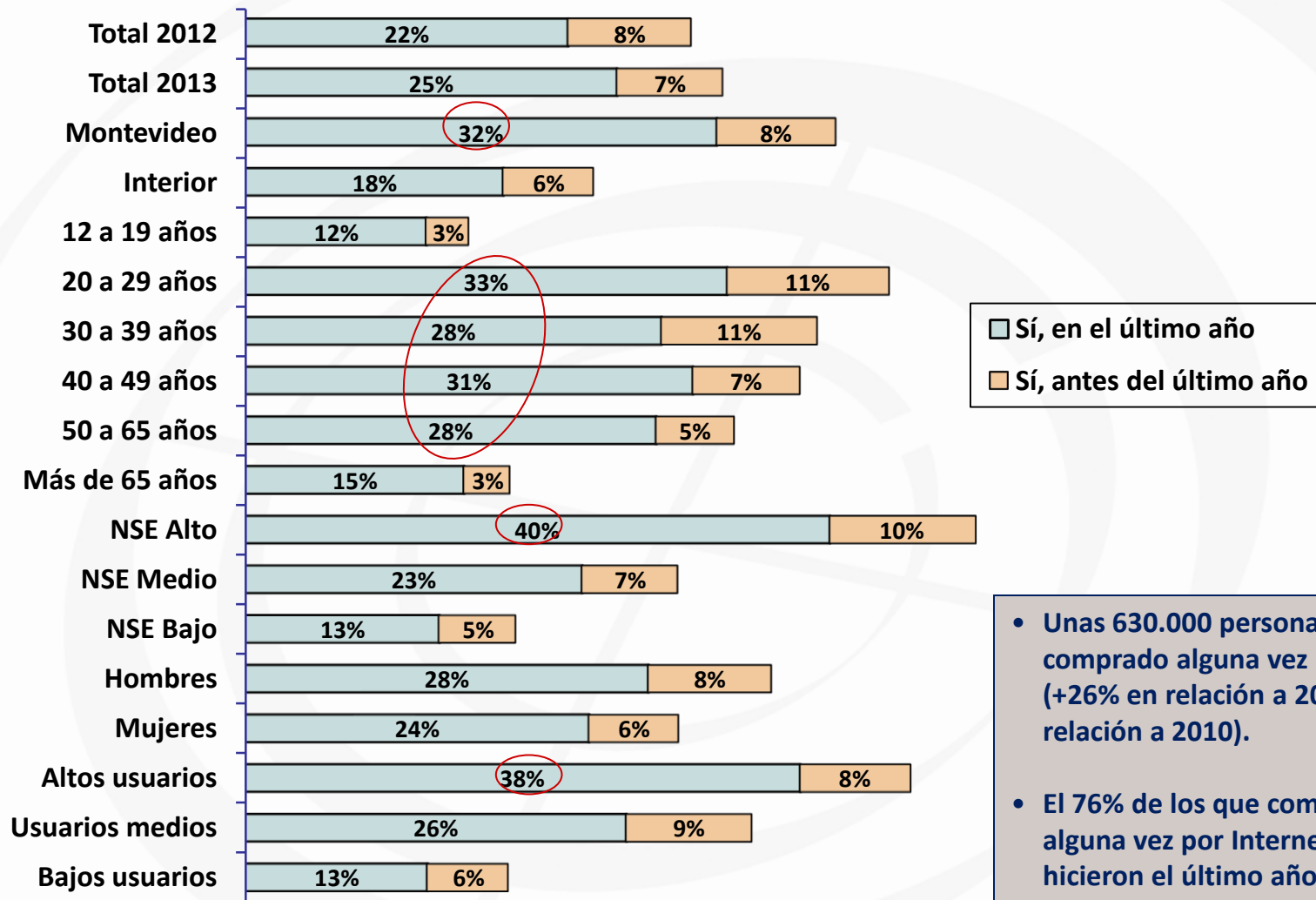
- Un 31% de los usuarios de internet tiene internet en el celular y lo usa (+71% en un año).
- Los principales usos que le dan éstos a internet en el celular son las redes sociales (83%), el mail (51%), el chat (51%) y los juegos (25%).
- 44% de quienes usan internet desde su celular tiene un smartphone (o un 14% del total de usuarios de internet, o sea unas 370.000 personas, tres veces más que en 2012). La marca líder es Samsung con un 41%, seguida por Nokia (19%), Blackberry (15%), Sony (10%) y iPhone (5%).



Compras por internet

Compras por internet

¿Ha comprado alguna vez por internet, incluyendo Mercado Libre y sitios de descuento como WoOw!, Groupon, etc.? (base: 1269 usuarios de internet)



- Unas 630.000 personas han comprado alguna vez por Internet (+26% en relación a 2012, +54% en relación a 2010).
- El 76% 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: 854 que nunca compraron)

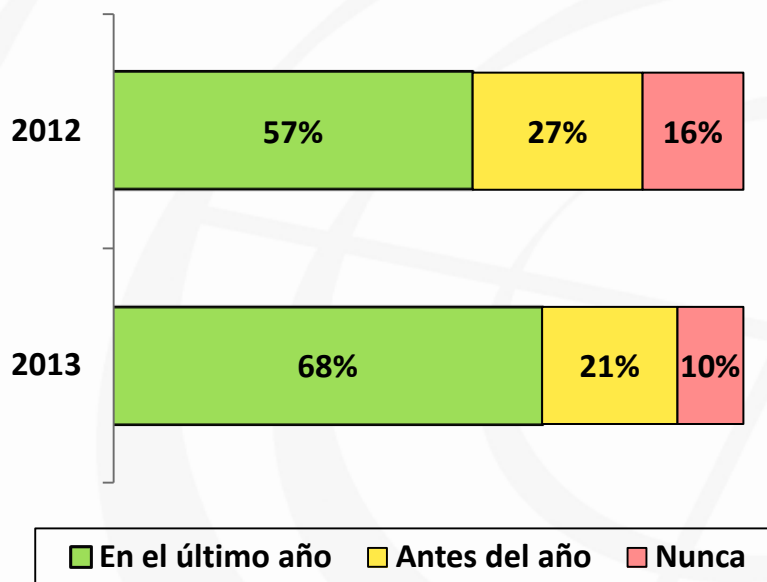


Compras en Mercado Libre /compras con tarjeta de crédito

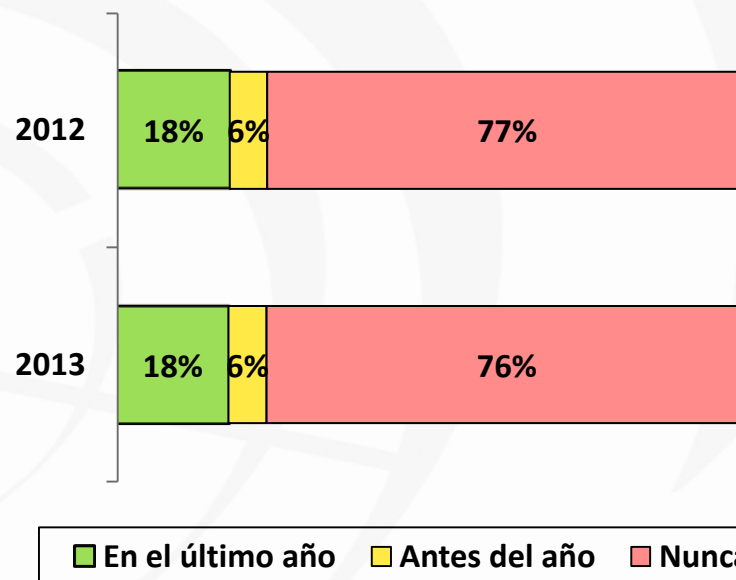
¿Ha comprado alguna vez en Mercado Libre? (base: 415 que alguna vez compraron en internet)

¿Ha comprado alguna vez en internet ingresando un número de tarjeta de crédito? (base: 415 que alguna vez compraron en internet)

Compró en Mercado Libre



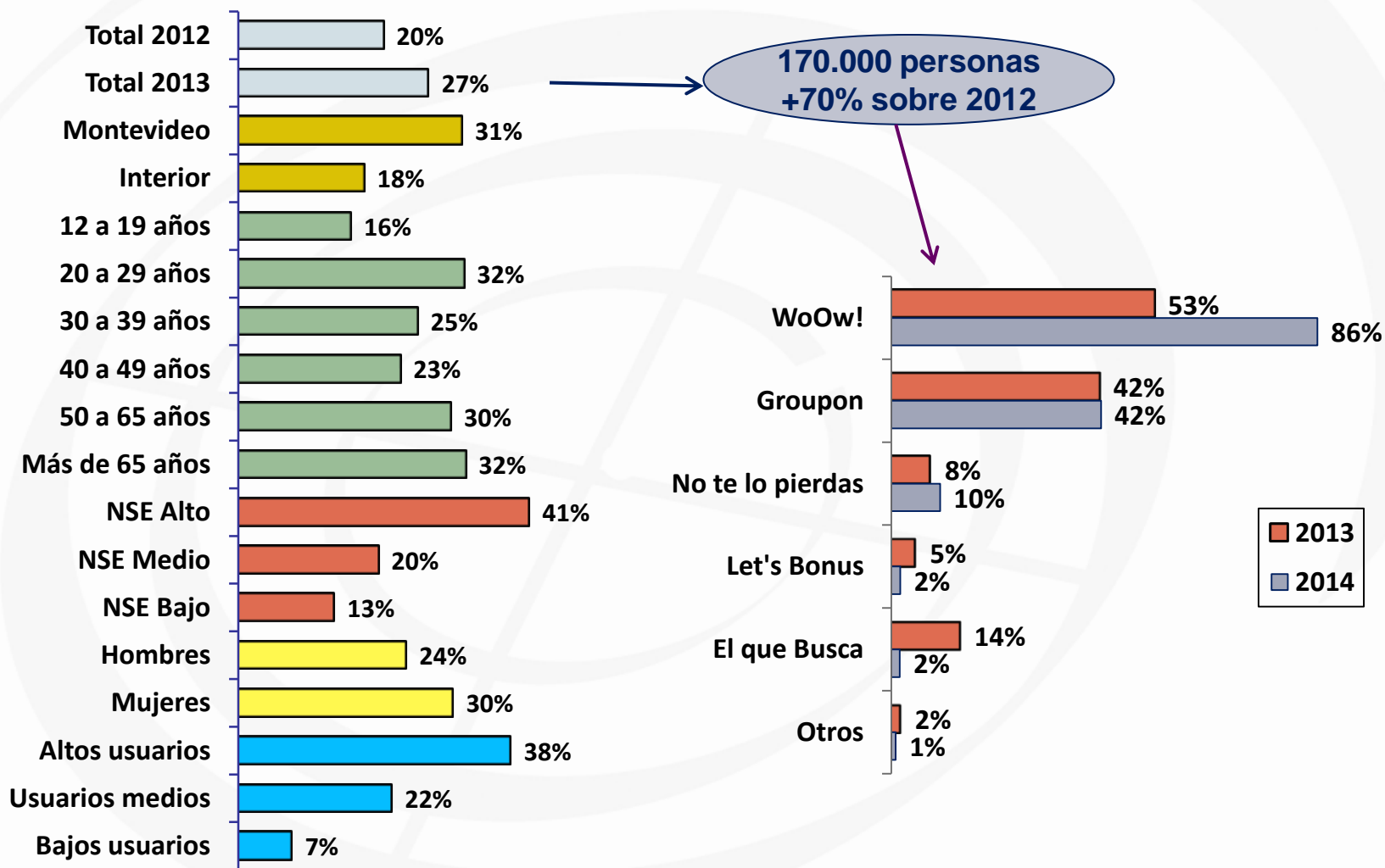
Compró con tarjeta de crédito



Compras en sitios de descuentos

¿Ha comprado alguna vez en WoW!, Groupon, ElqueBusca, etc.? (base: 415 que compraron alguna vez por internet)

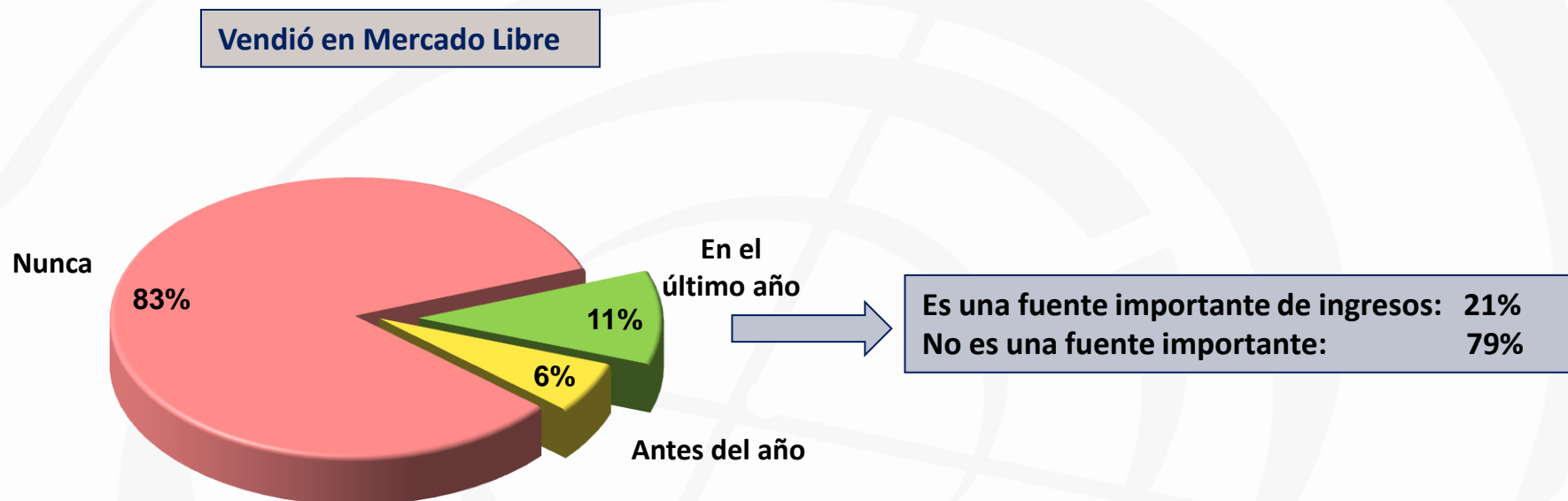
¿En cuáles? (base: 111 que compraron alguna vez en un sitio de descuentos)



Ventas por Mercado Libre

¿Ha vendido alguna vez en Mercado Libre? (base: 1269 usuarios de internet)

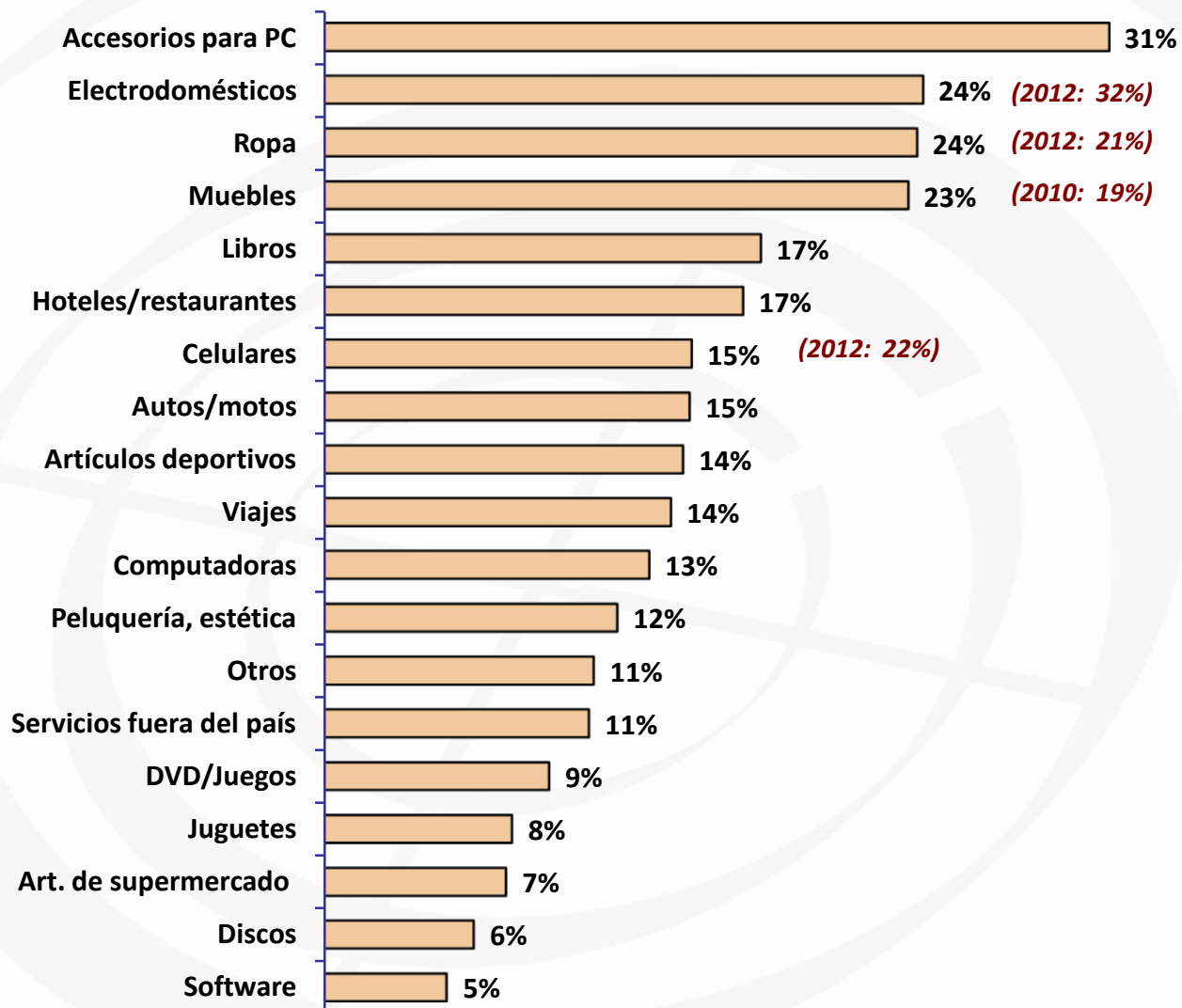
Para usted, ¿vender en Mercado Libre es una fuente importante de ingresos? (base: 136 que vendieron en el último año)



Para unas 42.000 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: 323 que compraron en el último año)



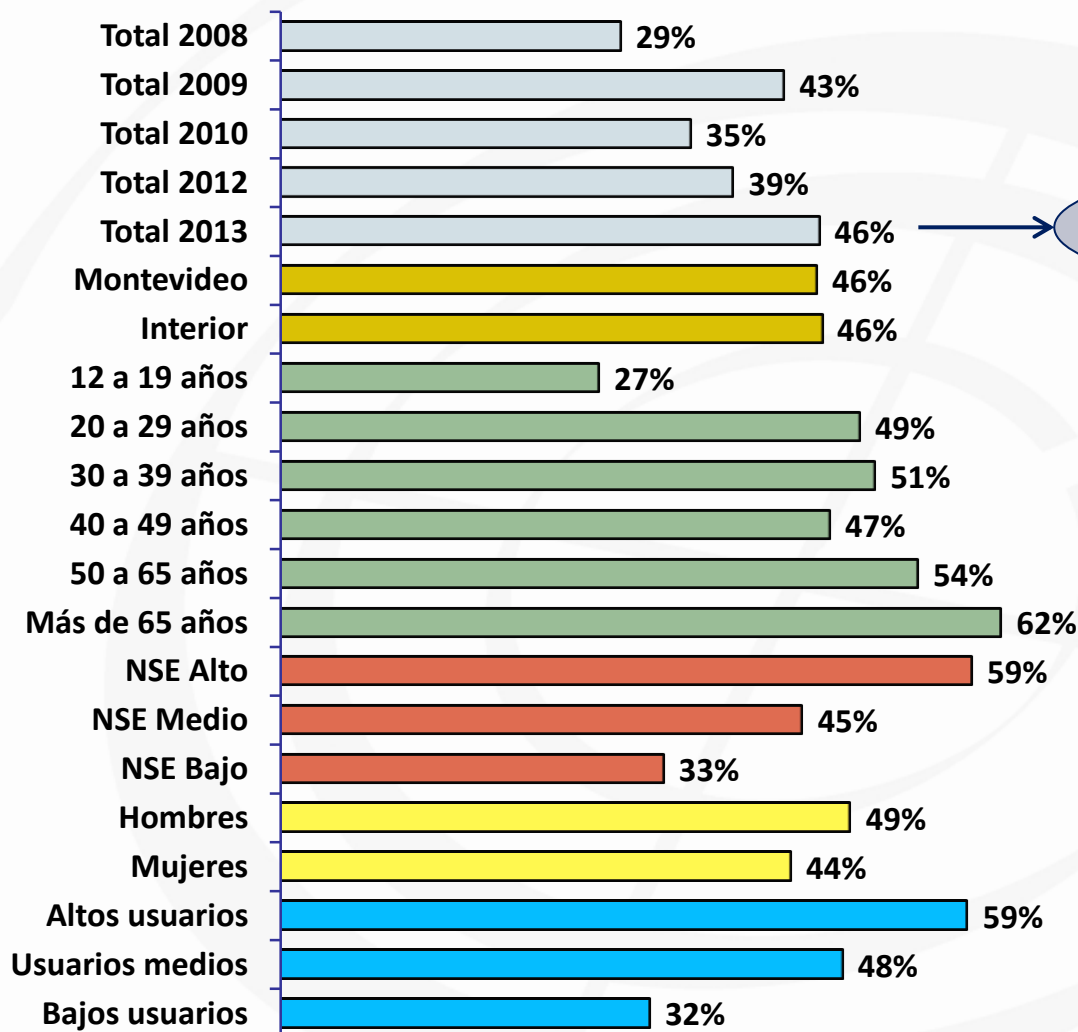
- Un 32% de los usuarios de internet ha comprado alguna vez por internet, incluyendo Mercado Libre y sitios de descuentos. Esto significa unas 630.000 personas, +26% en relación a 2012 y +54% en relación a 2010. Más de 3/4 de quienes compraron alguna vez también lo hicieron en el último año. Los mayores usuarios de compras por internet son montevideanos, y de NSE alto. El rango de edad es muy amplio, entre 20 y 65 años.
- Un 68% 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 27% ya ha comprado en sitios de descuentos (170.000 personas, +70% en relación a 2012). Entre estos últimos el más mencionado es WoOw! (86% de los compradores), Groupon (42%), y No te la pierdas (8%).
- Un 11% de los usuarios de internet ha vendido algo por Mercado Libre en el último año, y de éstos, para un 21% es una fuente importante de ingresos o un medio de vida (unas 42.000 personas).
- Los artículos comprados más mencionados son accesorios para PC, electrodomésticos, ropa y muebles. En un segundo nivel se encuentran los libros, hoteles y restaurantes, celulares, autos/motos, artículos deportivos, viajes 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: 1269 usuarios)



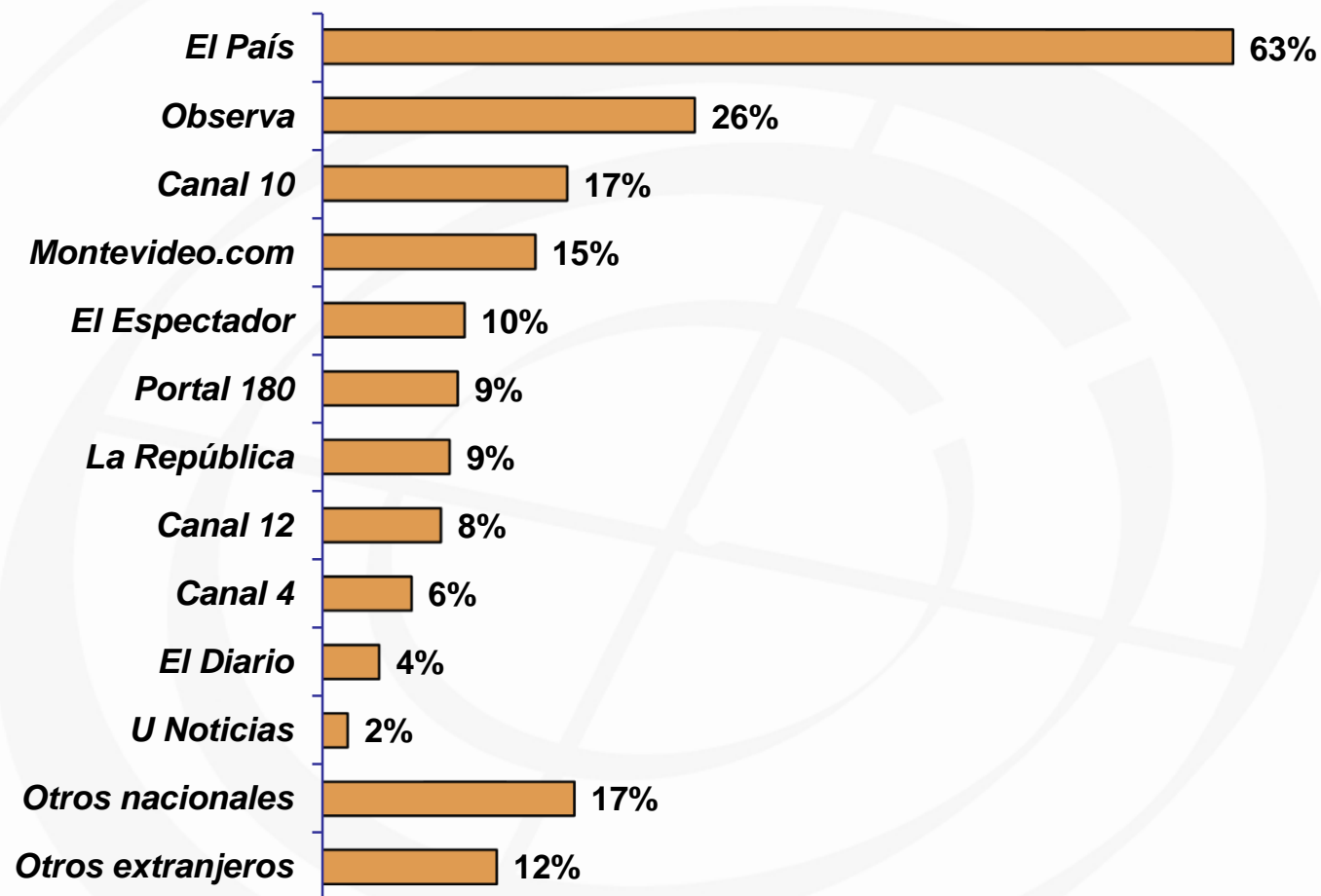
880.000 personas
+42% desde 2012

- 82% ingresa directamente al portal
- 29% ingresa desde las redes sociales (aumenta a menor edad)

NOTA: la medición de 2009 puede estar algo distorsionada por haberse realizado durante la campaña electoral de las elecciones nacionales

Medios digitales (2)

¿Qué medios de prensa ha leído/escuchado por Internet la última semana? (base: 584 que leyeron/escucharon alguno)



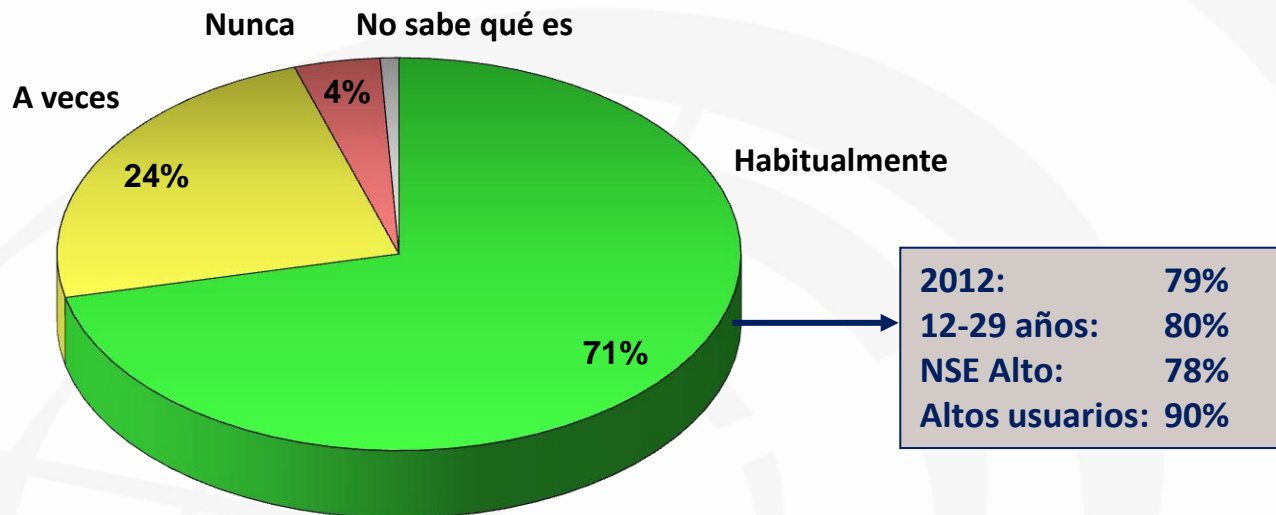


Otros

Google y otros buscadores

¿Utiliza Google...? (base: 1269 usuarios de internet)

¿Utiliza habitualmente algún otro buscador de sitios en internet? ¿Cuál? (base: 1269 usuarios de internet)

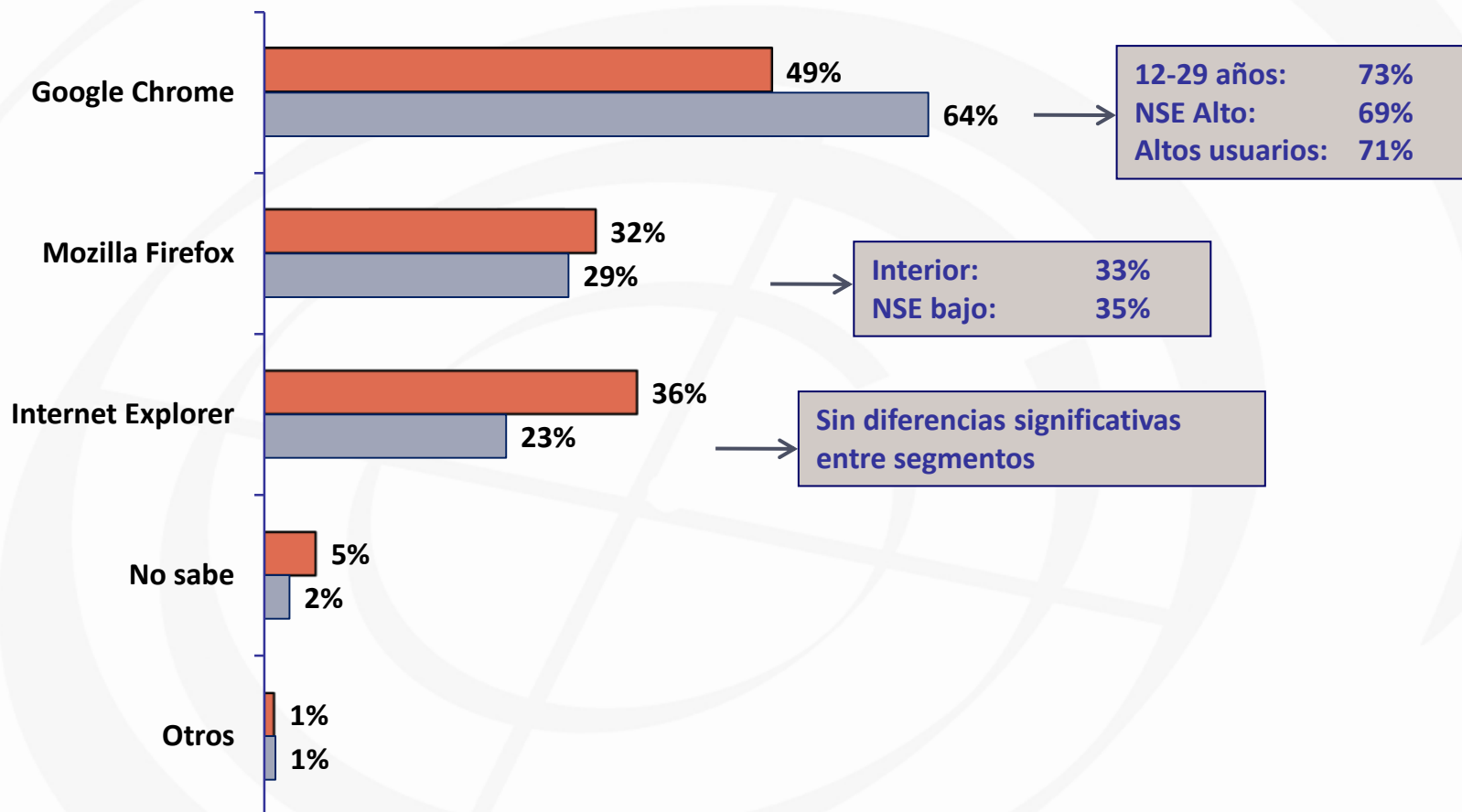


- 25% de los usuarios de Google se queda solo con las primeras respuestas;
- 27% se queda con la primera página;
- 14% pasa a la segunda página;
- 33% va más allá de la segunda página.
- **A mayor edad mayor propensión a ir más allá de la segunda página**

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.

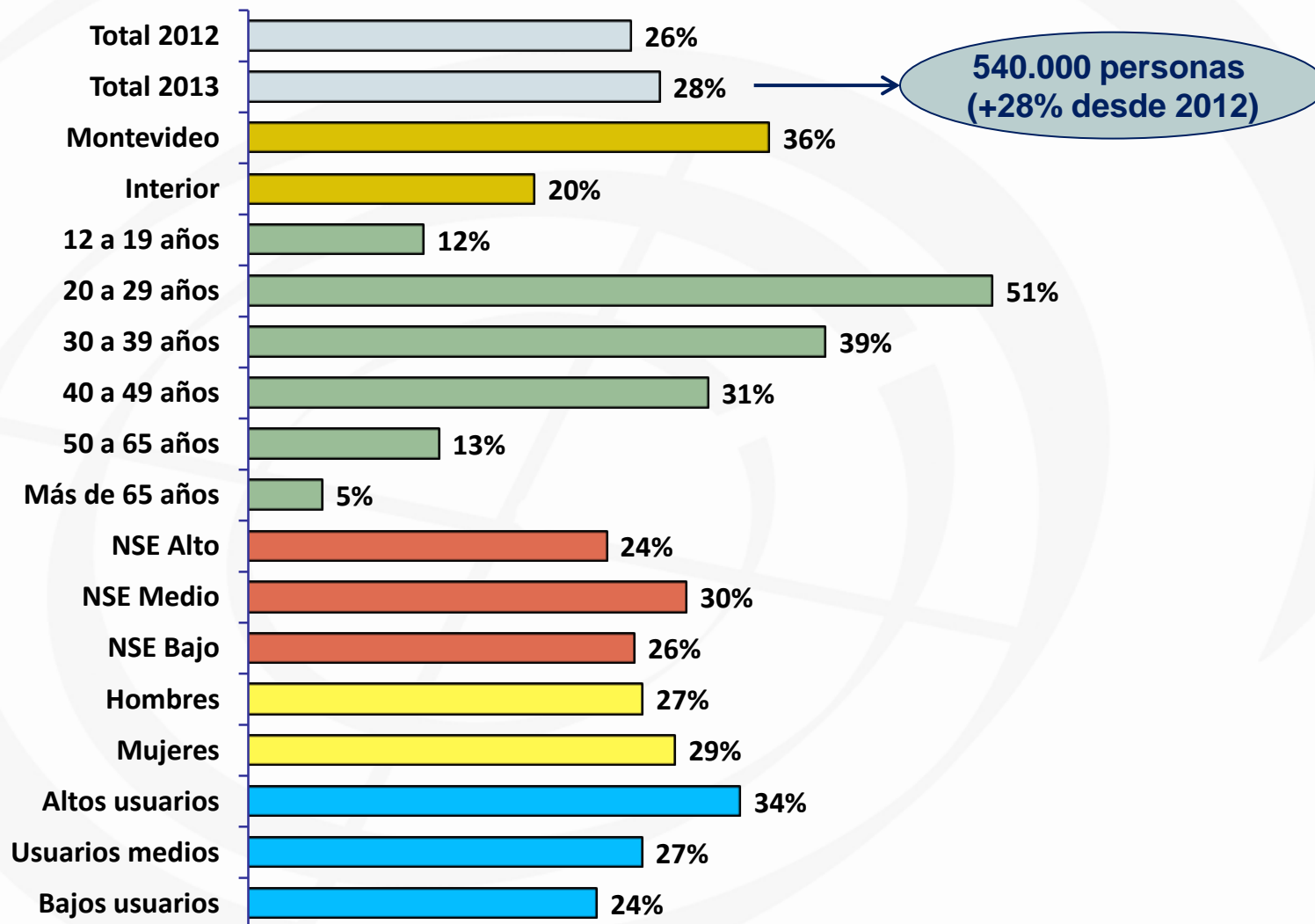
Navegadores

¿Qué programa utiliza habitualmente para navegar en internet? (base: 1269 usuarios de internet)



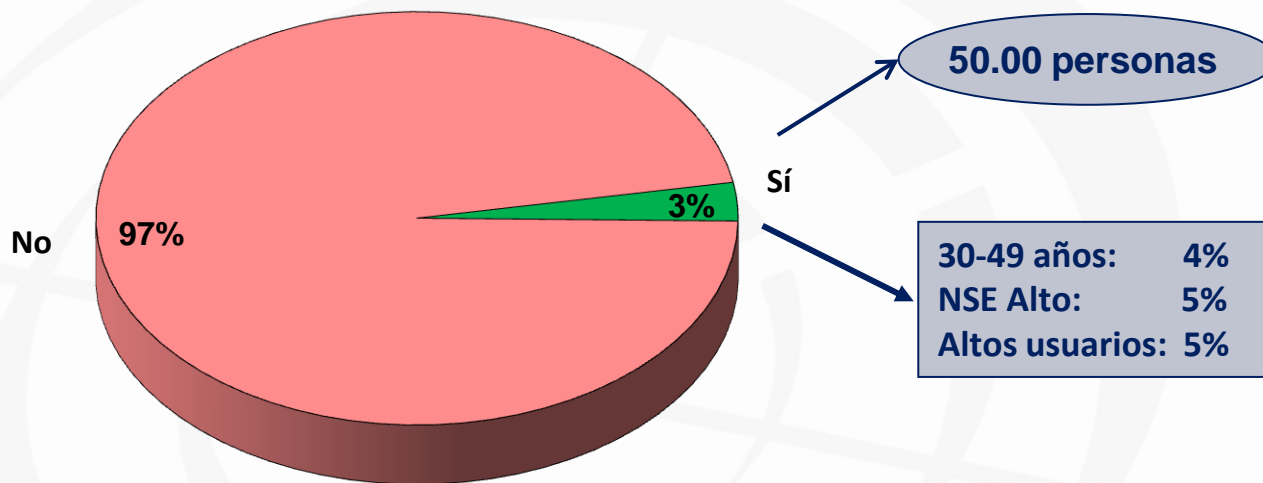
Buscar trabajo en internet

¿Ha buscado oportunidades de trabajo por internet? (base: 1269 usuarios)



Libros digitales

¿Ha comprado libros digitales? (base: 1269 usuarios de internet)



“El perfil del internauta uruguayo” Décima edición

Septiembre 2013

