

## ***El Perfil del Internauta Uruguayo***

### ***9ª Edición 2012 – Resumen ejecutivo***

#### ***Ficha técnica***

- 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  $\pm 2.3$  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  $\pm 3.0$ .
- 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.

#### ***Penetración de PCs en hogares***

- 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***

- 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.

### ***Lugares y tipos de conexión***

- 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.

### ***Usos de internet***

- 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***

- 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% usa 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.

### ***Las marcas en 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**

- 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 en internet**

- 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