

El Perfil del Internauta Uruguayo ***11ª Edición 2014 – Resumen ejecutivo***

Penetración de PCs en hogares

Actualmente un 83% de la población vive en hogares en los que existe al menos una computadora de cualquier tipo. A nivel de la población total, en el último año esta penetración aumentó cinco puntos porcentuales, y este crecimiento se dio tanto en Montevideo como en el Interior. Asimismo, se mantiene la escasa diferencia entre la penetración de computadoras entre ambas regiones geográficas (86% en la capital, 79% en el Interior). La variable Nivel Socioeconómico (en adelante NSE) sigue siendo discriminante, aunque la brecha se reduce año a año.

Un 54% de la población mayor de 12 años vive en hogares en los que existe al menos una PC de escritorio, y este porcentaje ha crecido muy levemente en los últimos dos años. La penetración de notebooks (hoy de 39%) sigue creciendo en mayor proporción que la de PCs de escritorio. La de netbooks se ha estancado en 10%, seguramente debido a la competencia de las tablets que vienen teniendo un crecimiento explosivo: de 2% a 20% en tan solo dos años. La penetración del Plan Ceibal también ha crecido 6 puntos porcentuales en el último año para alcanzar un 38%.

El peso de las tablets en el parque total de equipos ha crecido de un 1% a un 12% en tan solo dos años, mientras que se reducen el peso de las PC de escritorio (de 38% a 30%) y las del Plan Ceibal (de 34% a 28%).

Penetración de internet

A nivel de todo el país, **y considerando exclusivamente los mayores de 12 años** – universo al que encuestamos en esta investigación -, el 74% es usuario de internet en 2014. La comparación entre la evolución en Montevideo y en el Interior muestra que actualmente hemos llegado a la diferencia más pequeña entre ambas áreas geográficas (solo tres puntos porcentuales, lo cual es uno de los tantos indicadores de la universalización y la “democratización” de internet.

A efectos de estimar el número total de usuarios de internet que existen hoy en el Uruguay, consultamos a los entrevistados la edad y el género de todos los demás integrantes de su hogar, y si son o no son usuarios de internet. El resultado es que hoy el 75% de la población del Uruguay es usuaria de internet, o sea algo más de 2.450.000 de personas, de todas las edades y zonas geográficas.

En el 28% de los hogares en los que existe al menos una XO, hay al menos un adulto que antes no era usuario de internet y que ahora lo es gracias a las computadoras del Plan Ceibal. Si solo hubiera un adulto “nuevo usuario” en cada uno de esos hogares, serían casi 100.000 los “alfabetizados digitales” adultos gracias al ingreso de las XO en los hogares.

Lugares y tipos de conexión

El lugar de conexión más común es el propio hogar: 85% de los usuarios de internet lo mencionan, y ese porcentaje ha sido estable en los últimos tres años.

El cyber va desapareciendo lenta e inexorablemente: hace tan solo seis años era el segundo lugar mencionado, apenas detrás de los hogares, y era el principal en los NSE bajos. Hoy tan solo el 7% de los usuarios de internet se conectan desde un cyber.

Los lugares públicos con WiFi y desde una PC o portable crecen en forma sostenida: 24% de los usuarios de internet lo mencionan.

Las conexiones desde dispositivos móviles (celulares o tablets) han tenido un crecimiento explosivo en los últimos cuatro años, y muy especialmente en este último: hoy, con un 60% de menciones, son el segundo "lugar" de conexión más mencionado y si la tendencia se mantiene es probable que en un año esté al mismo nivel que la conexión desde el hogar con una PC o portable.

Un 75% de la población vive en hogares en los que hay alguna conexión a internet

La fibra óptica alcanza al 37% de la población con acceso a internet. Y va reemplazando rápidamente el ADSL.

La penetración de routers viene creciendo muy aceleradamente. Actualmente un 56% de toda la población uruguaya vive en hogares en los que existe uno. Llevado a hogares con conexión a internet, el porcentaje se eleva a un 74%.

El promedio de horas semanales de conexión muestra también un importante crecimiento en los últimos años: cada usuario de internet se conectó en promedio 12.5 horas por semana en 2014, contra solo 5.4 horas en 2008.

Esto es un dato muy relevante para todas las empresas e instituciones que desean comunicar productos, servicios o noticias: este crecimiento del tiempo de uso de internet solo puede estar asociado a una disminución de la exposición a los medios tradicionales.

Usos de internet

Un 17% de los usuarios de internet declara no usar casilla de correo. Si bien no es posible apreciar una tendencia clara sobre este punto a lo largo del tiempo, sí la hay en la frecuencia de uso entre quienes tienen al menos una casilla. El porcentaje de usuarios de correo que lo usan con una frecuencia de una vez por semana o menos viene en aumento constante desde 2009 y llegó al 47%. Esto está directamente ligado al uso creciente de otras vías de comunicación como las redes sociales y – en el último año – Whatsapp.

Los siete usos mencionados por el mayor porcentaje de usuarios de internet han ido variando sustancialmente en los últimos años:

- 1) En 2008 el uso más mencionado era enviar y recibir e-mails (79% de los usuarios de internet). Hoy este uso ha pasado al 6º lugar en cantidad de menciones.
- 2) Facebook y demás redes sociales han pasado a ser el uso mencionado por el mayor porcentaje de usuarios (85%), y ese porcentaje es aun mayor que el que tenía el correo electrónico en 2008.
- 3) Ha crecido muy significativamente la lectura de noticias en portales y en redes sociales. El crecimiento del último año (de 63% a 72%) puede deberse a dos factores combinados: a) la costumbre cada vez más difundida de compartir noticias en Facebook o "retwittearlas", que hace que mucha gente lea las noticias sin tener que entrar por el portal correspondiente; b) el que 2014 haya sido un año electoral.
- 4) El porcentaje de usuarios de Youtube se multiplicó por dos en este período (de 34% a 71%).
- 5) En regla general, todos estos siete principales usos han crecido entre 2008 y 2014 excepto el correo electrónico.

En cuanto a los demás usos de internet se destacan los puntos siguientes:

- 1) El crecimiento continuo de la descarga de películas (o verlas online)
- 2) La confirmación del uso de internet para la búsqueda de información sobre marcas, productos y servicios.
- 3) El fuerte crecimiento de la descarga de aplicaciones para celulares.
- 4) El crecimiento continuo del uso de sitios de compra-venta y de llamadas a través de Skype u otras plataformas
- 5) El crecimiento lento pero constante de las consultas y transacciones bancarias así como de las transacciones con proveedores o clientes.

Una de las grandes sorpresas de este año es el crecimiento explosivo de Whatsapp, que en 2013 solo tenía una presencia marginal al momento de realizar este estudio. Lo interesante es que no sustituye a Facebook sino que se le suma como una alternativa más para el chat: un 41% de los usuarios de internet es usuario de Whatsapp.

Blogs y redes sociales

El número de usuarios de las redes sociales sigue creciendo año a año. No solo acompaña el crecimiento de la penetración de internet sino que aumenta el porcentaje de usuarios de internet que las utilizan. Más aun, creemos que de la misma forma en que hace 10 años la "vía de entrada" a internet era el correo electrónico, hoy son las redes sociales: los nuevos usuarios de internet ingresan a la web atraídos por participar en las redes sociales y luego diversifican los usos.

Un 84% de los usuarios de internet es hoy usuario de Facebook, lo cual significa 1.700.000 personas, y un crecimiento de 13% en el último año. Teniendo en cuenta las personas que tienen o administran más de una cuenta, habrían 1.900.000 cuentas uruguayas en Facebook.

Twitter sigue en valores mucho más bajos, pero crece a una tasa superior que Facebook desde hace varios años: hoy cuenta con 340.000 usuarios en Uruguay, lo cual representa un crecimiento de 78% en un solo año.

Instagram es la tercera red más utilizada, con 220.000 usuarios.

Las redes sociales se utilizan cada vez más desde dispositivos móviles (celulares o tablets). Un 57% de los usuarios de Facebook ya son usuarios desde celulares, así como el 65% de los de Twitter. Más aun, los usuarios de ambas redes comienza dejar de usarlas desde computadoras (especialmente Twitter) para usarlas exclusivamente desde dispositivos móviles.

A diferencia de Facebook, en Twitter han evolucionado rápidamente las actividades de los usuarios. Es muy notorio que esta red de microblogging se usa cada vez más para estar al corriente de la actualidad en tiempo real: "leer noticias" pasa de 45% a 55% de menciones, "informarse en tiempo real de lo que acontece" pasa de 37% a 55%, e "informarse sobre eventos y espectáculos" pasa de 21% a 32%.

Internet en el celular

Un 59% de los usuarios de internet tiene internet en el celular y lo usa. En cuatro años ese porcentaje se más que cuadruplicó. Si a esto le sumamos que el porcentaje de usuarios de internet pasó del 58% al 74%, podemos deducir que el número de usuarios de internet desde su celular creció de 210.000 a cerca de 1.200.000 en tan solo cuatro años.

Las redes sociales siguen siendo el uso mencionado por más usuarios de internet desde su celular (84%), pero están siendo rápidamente alcanzadas por el chat (76%), que ha tenido un crecimiento explosivo en el último año al impulso de Whatsapp.

El tercer uso más mencionado es navegar en los buscadores (60%), seguido por el correo electrónico (51%), escuchar música online (40%) y los juegos (25%).

El número de smarphones se ha multiplicado por siete en dos años. Actualmente unas 850.000 personas poseen uno.

Los market shares han variado significativamente en el mismo período: mientras que en 2012 lideraban Samsung, Blackberry y iPhone (y entre estas tres marcas sumaban las $\frac{3}{4}$ partes del mercado), hoy Samsung tiene por sí sola casi la mitad de un mercado siete veces mayor, Blackberry casi desapareció, Nokia es la segunda marca y el resto se encuentra atomizado.

El 75% de los usuarios de Smartphone descarga aplicaciones para el mismo.

Entre quienes descargan aplicaciones, las más mencionadas son para las redes sociales (62% de los usuarios), chatear (40%), juegos (36%), escuchar música (34%), utilitarias de todo tipo (29%) y noticias (16%).

Compras en internet

Un 38% de los usuarios de internet ha comprado alguna vez online: 32% en el último año y 6% antes del año. Este porcentaje ha ido creciendo en forma casi constante en los últimos 10 años, impulsado por diferentes factores: primero fueron las compras de

ropa, discos y libros en el exterior, luego el desarrollo de Mercado Libre, luego los sitios de "daily deals", y últimamente las compras en el exterior gracias a la franquicia de 200 dólares hasta cinco veces por año. En 2008 solo un 16% de los usuarios de internet había comprado alguna vez online.

Si llevamos estos porcentajes a cantidades de personas, teniendo en cuenta que en este período creció significativamente el número de internautas, vemos que el número de compradores online se multiplicó por casi cinco, pasando de 170.000 a 768.000.

Mercado Libre es el formato de compra online preferido por los uruguayos: 33% de los usuarios de internet ha comprado por esa plataforma. Le siguen los sitios de descuentos con 12%, y los sitios del exterior como Amazon, E-Bay y otros con 9%. Otros sitios uruguayos reciben un 7% de las menciones, y los pagos por e-banking 5%.

Los artículos más comúnmente comprados online han acompañado el crecimiento de los diferentes formatos de compra mencionados al principio de este capítulo:

Hasta el año 2008 – y analizado como porcentajes del total de compradores online – eran frecuentes las compras en supermercados, computadoras, libros y CDs. Luego aparecieron rubros tales como estadías en hoteles, comidas en restaurantes y servicios personales (peluquería, estética, etc.) gracias al crecimiento de los sitios de descuentos. En 2014, por primera vez, la ropa y el calzado pasan a ser el rubro más mencionado (30% de los compradores), lo cual coincide con lo que más se está comprando en el exterior aprovechando la franquicia de los 200 dólares cinco veces al año.

Los pagos en mano siguen siendo la forma más común de pagar las compras online, debido a que aun no se ha implementado un sistema para pagar las compras de Mercado Libre con transacciones online. 40% de quienes han comprado en el último año por internet han pagado de esa forma. En segundo lugar se encuentran los pagos por redes de cobranzas, utilizados por el 38% de los compradores. Las tarjetas de crédito recién figuran en tercer lugar con 22% de las personas.

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 2.726.000 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 1323 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 setiembre de 2014.
- 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.