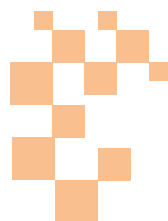


El Perfil del Internauta Uruguayo 2016

Resumen ejecutivo

- Si en los años anteriores la mayor revolución en el uso de internet fueron las redes sociales, este año podemos afirmar que es la explosión del uso de smartphones.
- Si consideramos a los smartphones como una forma de computadora, habría al menos algún tipo de computadora en el 94% de los hogares uruguayos, y los smartphones serían el 40% del parque total de dispositivos con acceso a internet en hogares. Por primera vez la penetración de notebooks supera la de PCs de escritorio en los hogares uruguayos.
- Casi 2/3 de los hogares tienen WiFi.
- Ocho de cada 10 uruguayos de todas las edades ya son usuarios de internet (80%). El mayor crecimiento de este último año se dio entre los mayores de 65 años, en el Interior y en los Niveles Socioeconómicos bajos. La "brecha digital" es cada vez menor entre diferentes segmentos de la población.
- El celular es el dispositivo más usado por 2/3 de los usuarios de internet, lo cual contribuye a la diversificación de los lugares de conexión: tiempos muertos, transporte público, bares, etc. Más de 8 de cada 10 usuarios de internet se conecta desde su móvil.
- Existe un segmento de altos usuarios que usa internet más de 6 horas por día: son la cuarta parte de los usuarios y consumen casi 2/3 del total de horas. El usuario promedio de internet se conecta 4 horas diarias.
- El chat es el uso más mencionado como "uso principal de internet" (41% de menciones), seguido de lejos por las redes sociales. Whatsapp superó a Facebook como plataforma para chatear, y también superó a Skype para hablar.
- Netflix alcanza rápidamente a Youtube como opción para mirar películas: ya tiene más de medio millón de usuarios en Uruguay.
- Ya hay más personas que escuchan música desde un móvil que desde una PC de escritorio o notebook. El celular gana rápidamente terreno en el uso de Youtube, de Spotify y de Netflix para mirar películas.
- Instagram superó a Twitter en el número de usuarios. *"Estar en Facebook" dejó de ser un diferencial. El usuario promedio está en 2 redes, y los menores de 30 años en 2,3*
- Los móviles son el principal dispositivo para el uso de redes sociales.
- Tiende a estancarse la frecuencia de uso de Facebook y el número de "amigos", mientras aumentan ambos valores en Twitter.



- La mitad de los usuarios de redes sociales admite ser bastante a totalmente adicto a las mismas.
- Las redes sociales ya son un formidable canal de difusión de información sobre empresas, marcas e instituciones: los usuarios leen lo que postean, lo comparten, y escriben comentarios y críticas.
- Más de 8 de cada 10 usuarios de internet buscan información sobre marcas o empresas en internet; 700.000 lo hacen "habitualmente". Quienes buscan información sobre marcas y empresas ya lo hacen más en las redes sociales que en los propios sitios web "oficiales".
- En cuatro años el número de personas con smartphone se multiplicó por 18 y llega a 2.2 millones.
- Whatsapp, Facebook, Youtube, correo electrónico y Messenger son las aplicaciones más frecuentes en los celulares.
- 2/3 de quienes tienen celular con acceso a internet admiten ser bastante a totalmente adictos al móvil.
- Casi 1.3 millones de uruguayos hicieron algún tipo de compra por internet en el último año.
- El número de lectores de medios digitales se multiplicó por 5 en 8 años, y llega a más de 1.5 millones. El compartir las noticias en las redes sociales contribuyó fuertemente a este crecimiento.

Ficha técnica:

Se aplicaron dos técnicas complementarias:

- 1) Una encuesta telefónica a una muestra aleatoria de 1700 números de celular, respetándose cuotas según market share de las tres operadoras. Solo se encuestaron mayores de 12 años.

Los resultados fueron ponderados de acuerdo a la distribución real de la población según tres variables: edad (cuatro tramos), género, y seis estratos de localidades de acuerdo a su población (Montevideo y área Metropolitana, localidades de + de 20.000 habitantes, de 10.000 a 20.000, de 5.000 a 10.000, de 2.000 a 5000, y menos de 2.000).

El margen de error máximo es de ± 2.3 , para un nivel de confianza del 95%.

La muestra de usuarios de internet fue de 1.414 casos. Los datos referidos a este universo tienen un error máximo de ± 2.6 .

- 2) Una encuesta online autoadministrada de 2202 casos a personas mayores de 12 años, reclutadas mediante avisos contratados en Facebook.

Esta encuesta se aplicó para todos los temas vinculados a los diferentes usos de internet.

Se definieron previamente cuotas por rango de edad, género y estratos de localidades según su población, de acuerdo al universo de usuarios de internet que surge de la encuesta telefónica.

Además, y a efectos de corregir el sesgo natural de esta muestra se ponderaron sus resultados según la variable Altos / Medios / Bajos usuarios de internet que se investigó en ambas encuestas.

