



El perfil del internauta uruguayo

Tercera edición - Agosto de 2005

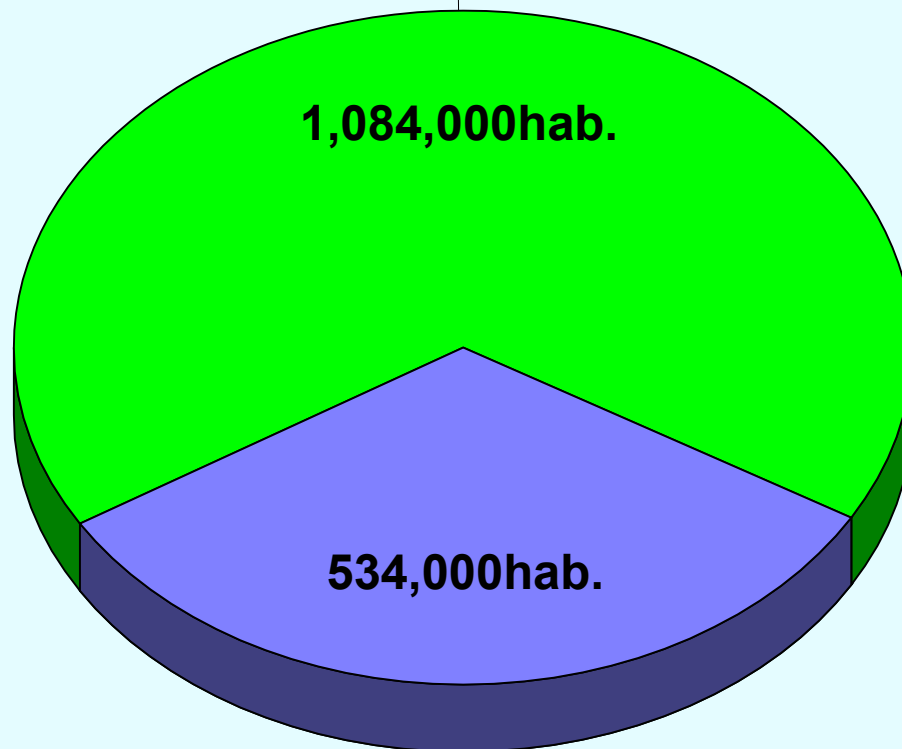
Ficha técnica

- La muestra total fue de 1797 personas, y es representativa de toda la población entre 12 y 65 años, residente en Montevideo, zona metropolitana y todas las localidades del Interior de más de 20.000 habitantes. Esto representa un universo total de 1.618.000 personas, repartidas un 67% en Montevideo y zona metropolitana, y un 33% en el Interior.
- La muestra efectiva de usuarios de Internet fue de 992 casos.
- Todas las encuestas fueron realizadas en forma telefónica en los hogares de los entrevistados, entre el 13 y el 28 de agosto de 2005.
- El cuestionario fue elaborado tomando como base el aplicado en agosto de 2002, el cual se complementó con nuevos temas sugeridos por las empresas nucleadas en ProWeb, que patrocinaron el estudio.

Composición del marco muestral

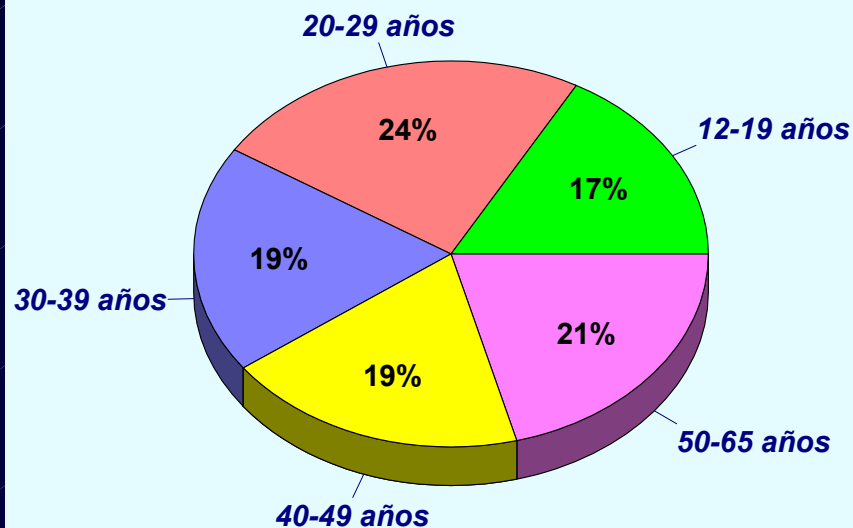
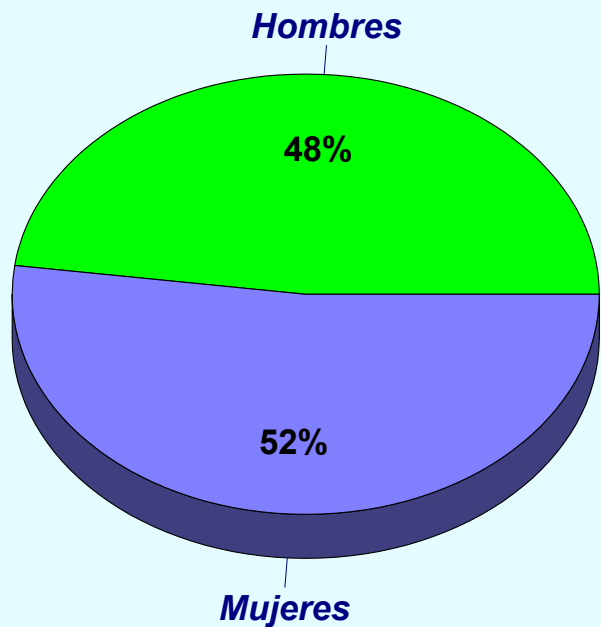
Población de 12 a 65 años

Montevideo + ZM 67%



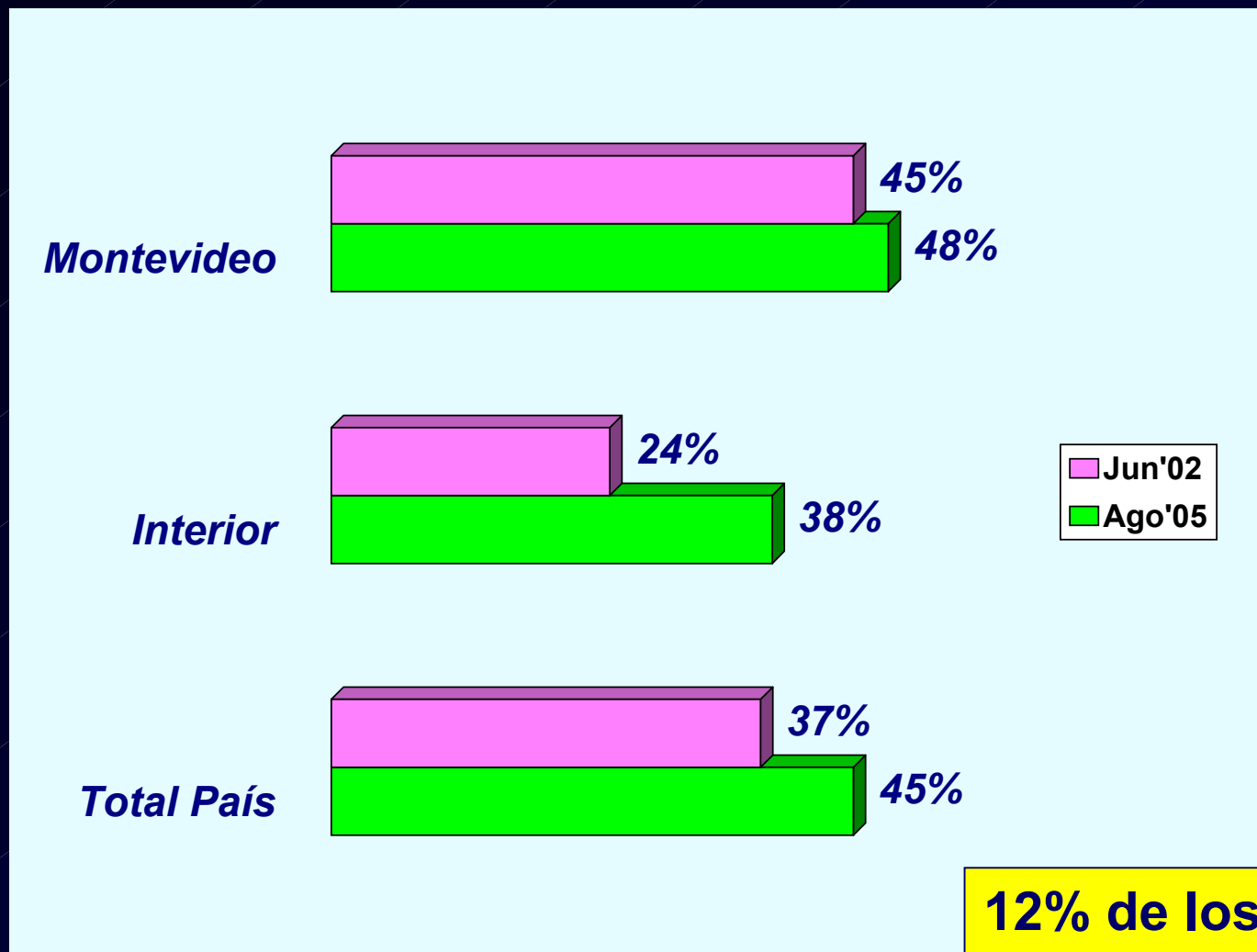
Interior + de 20.000 33%

Composición de la muestra



Penetración de PC en hogares

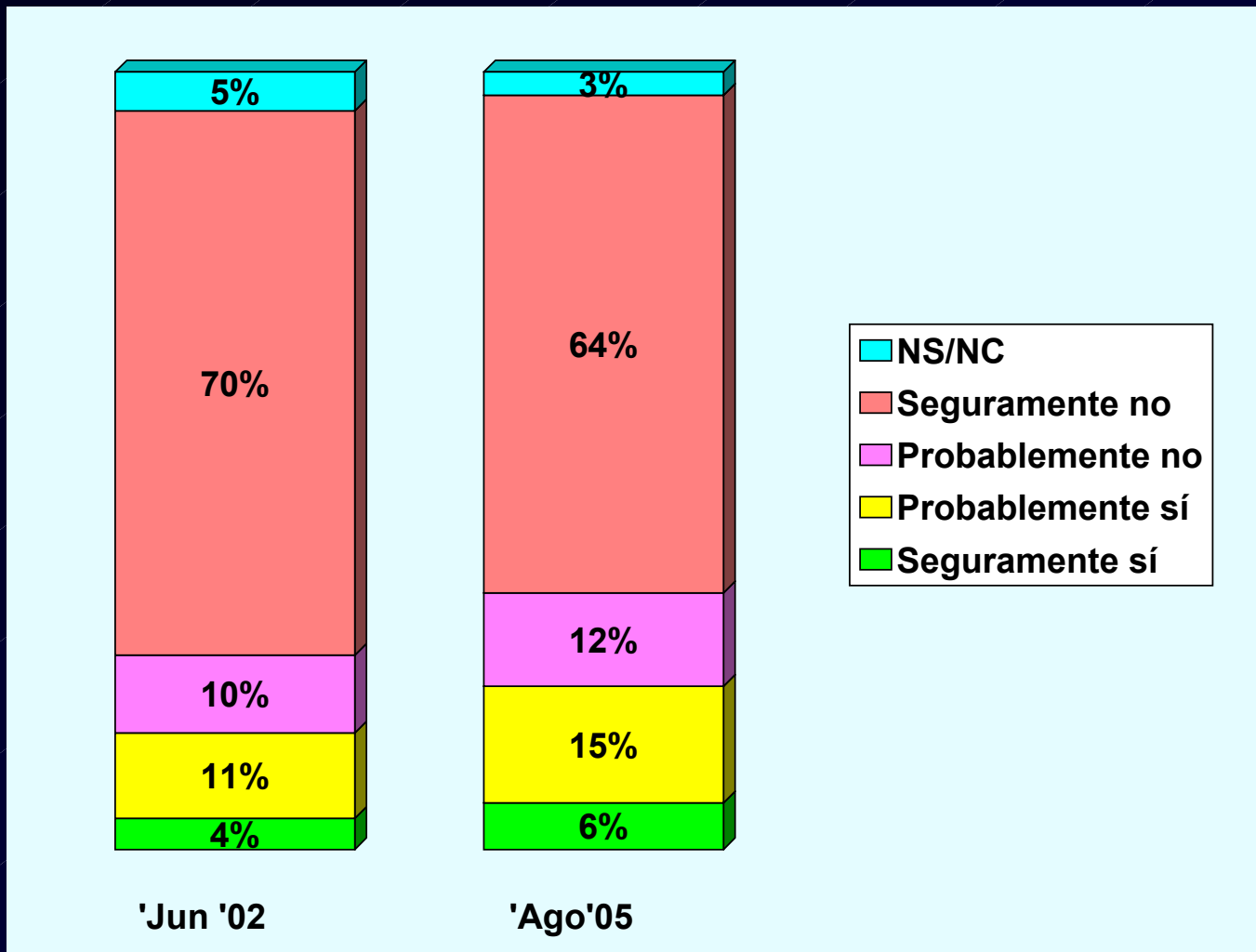
- ¿Hay alguna computadora en su hogar? (% base: 1797)



12% de los hogares con PC tiene más de una (9% en 2002)

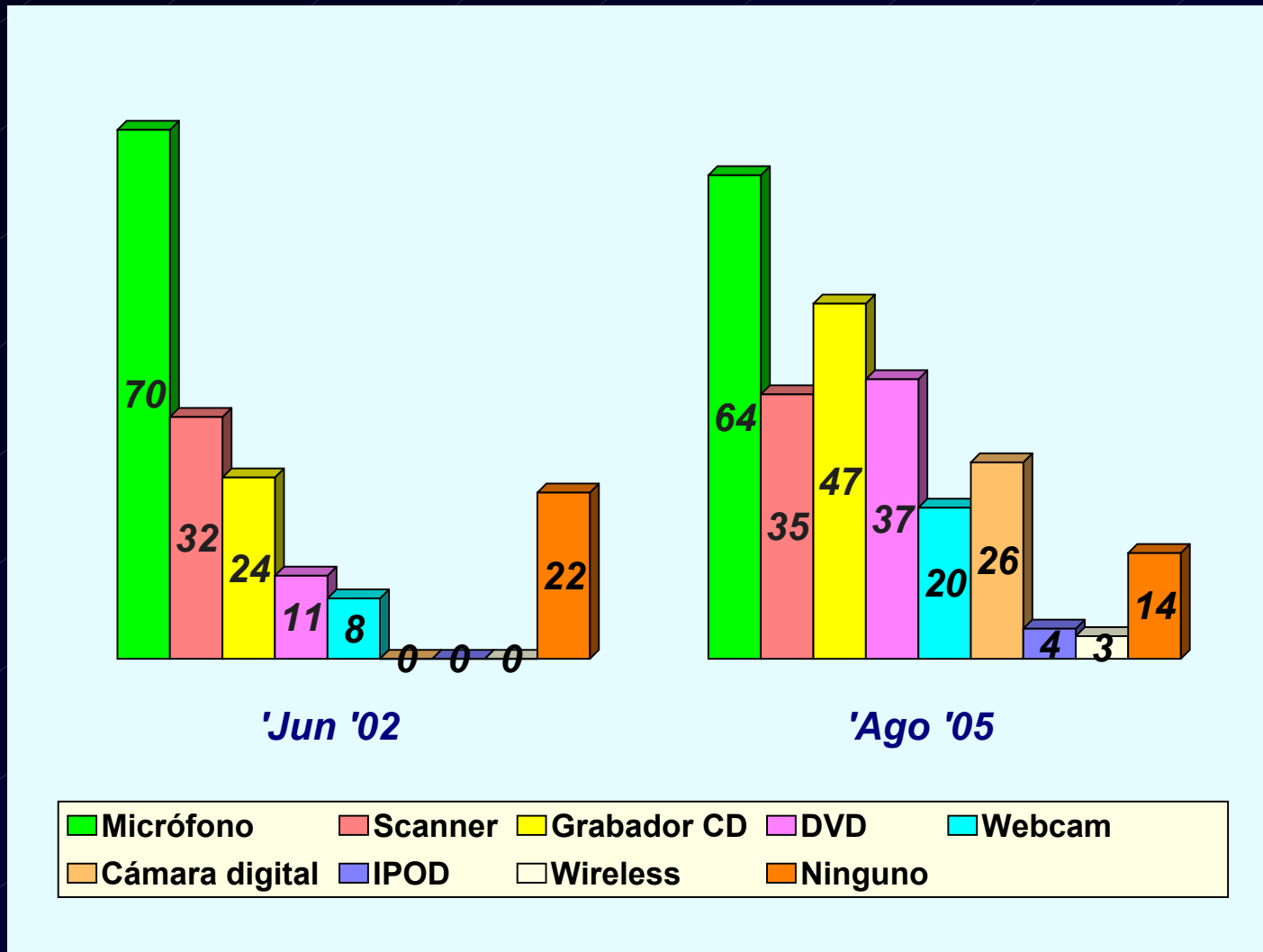
Intención de compra de PC

- ¿Alguien en su hogar está pensando en comprar una computadora en los próximos seis meses? (% base: 1150, no tienen PC)



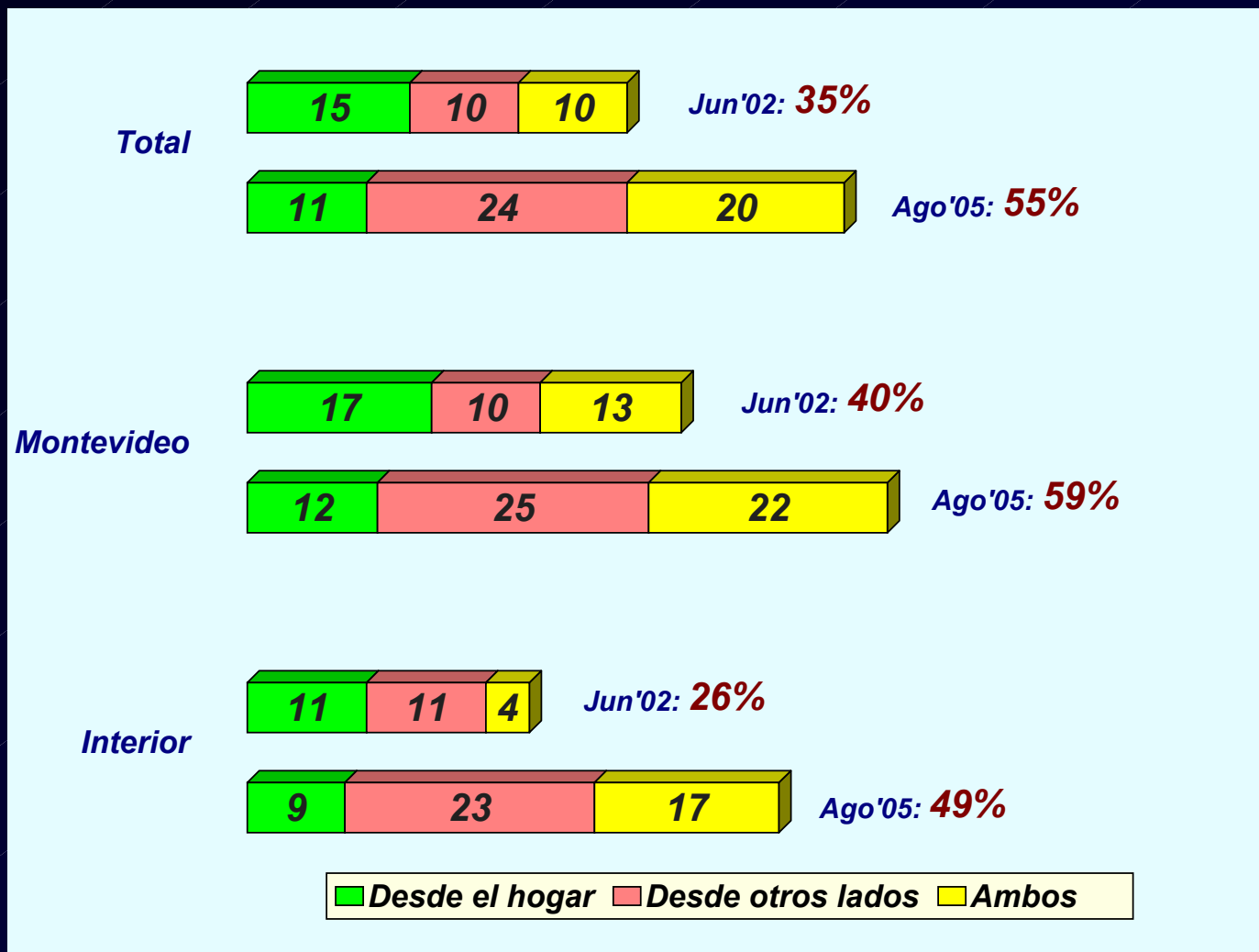
Posesión de accesorios

- ¿Qué accesorios existen en su casa? (% base: 804 hogares con PC)



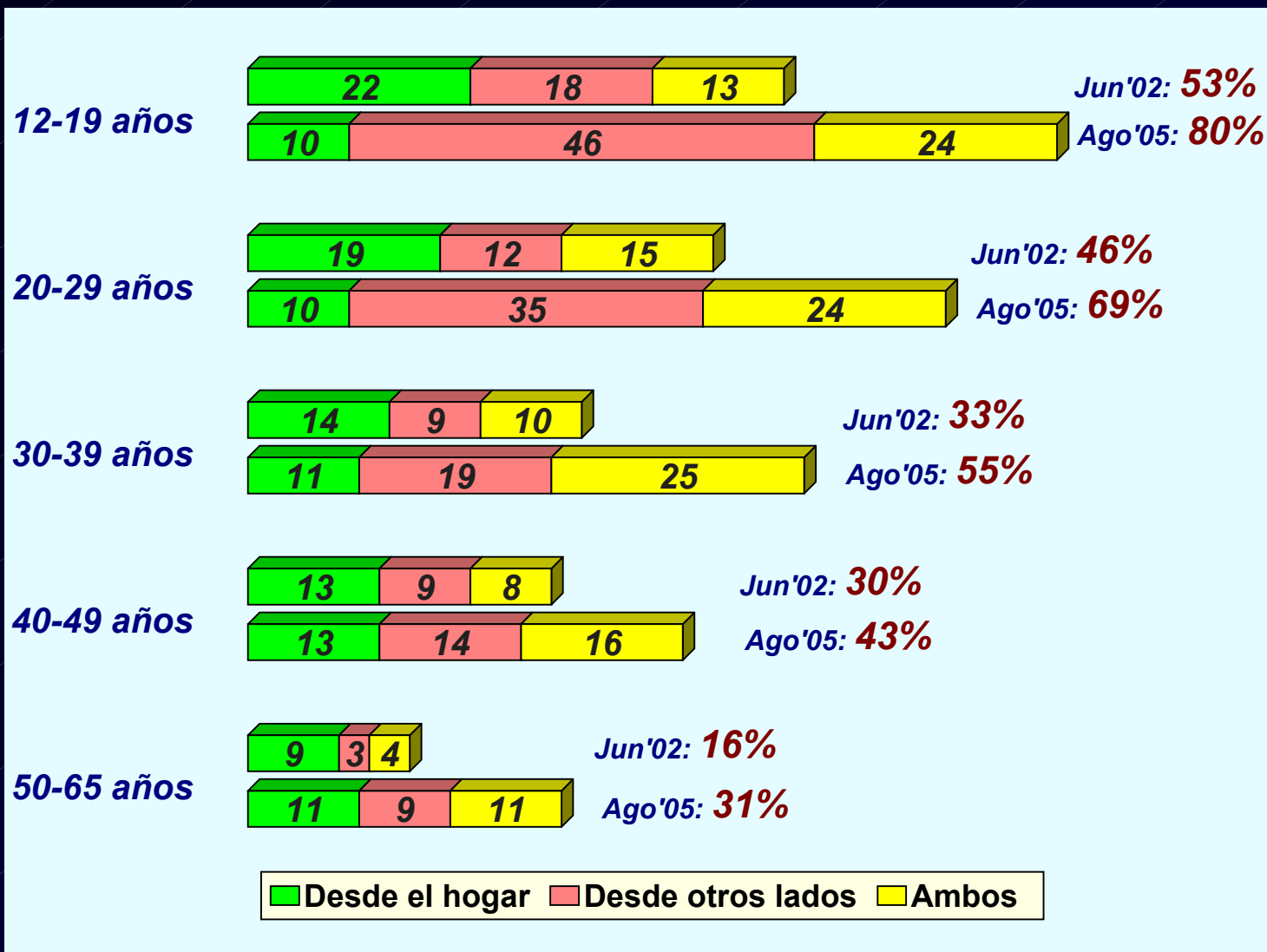
Penetración de Internet (1)

- ¿Es Ud. usuario de Internet, aunque sea esporádicamente? (% , base:1797)



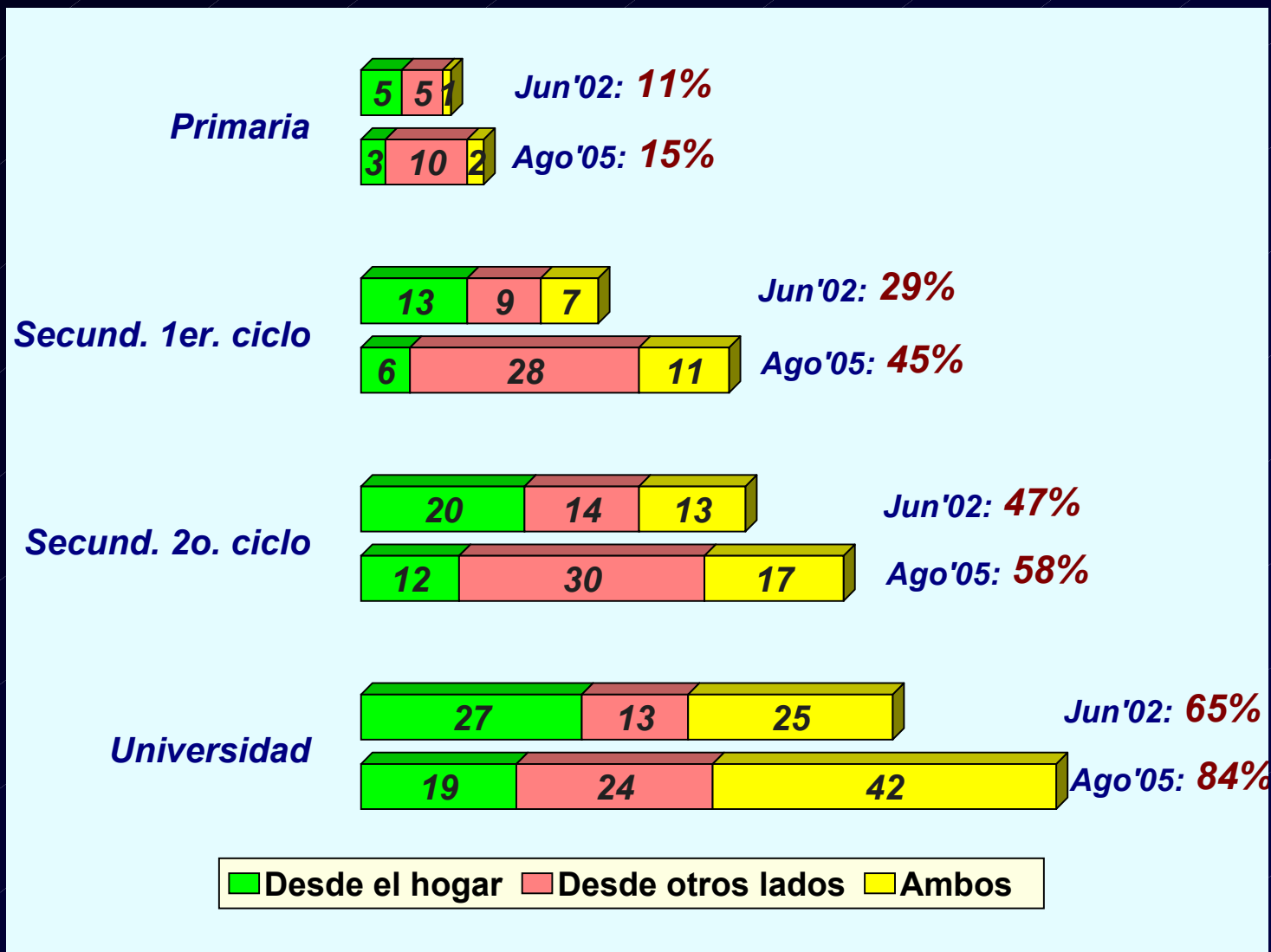
Penetración de Internet (2)

- ¿Es Ud. usuario de Internet, aunque sea esporádicamente? (% base:1797)



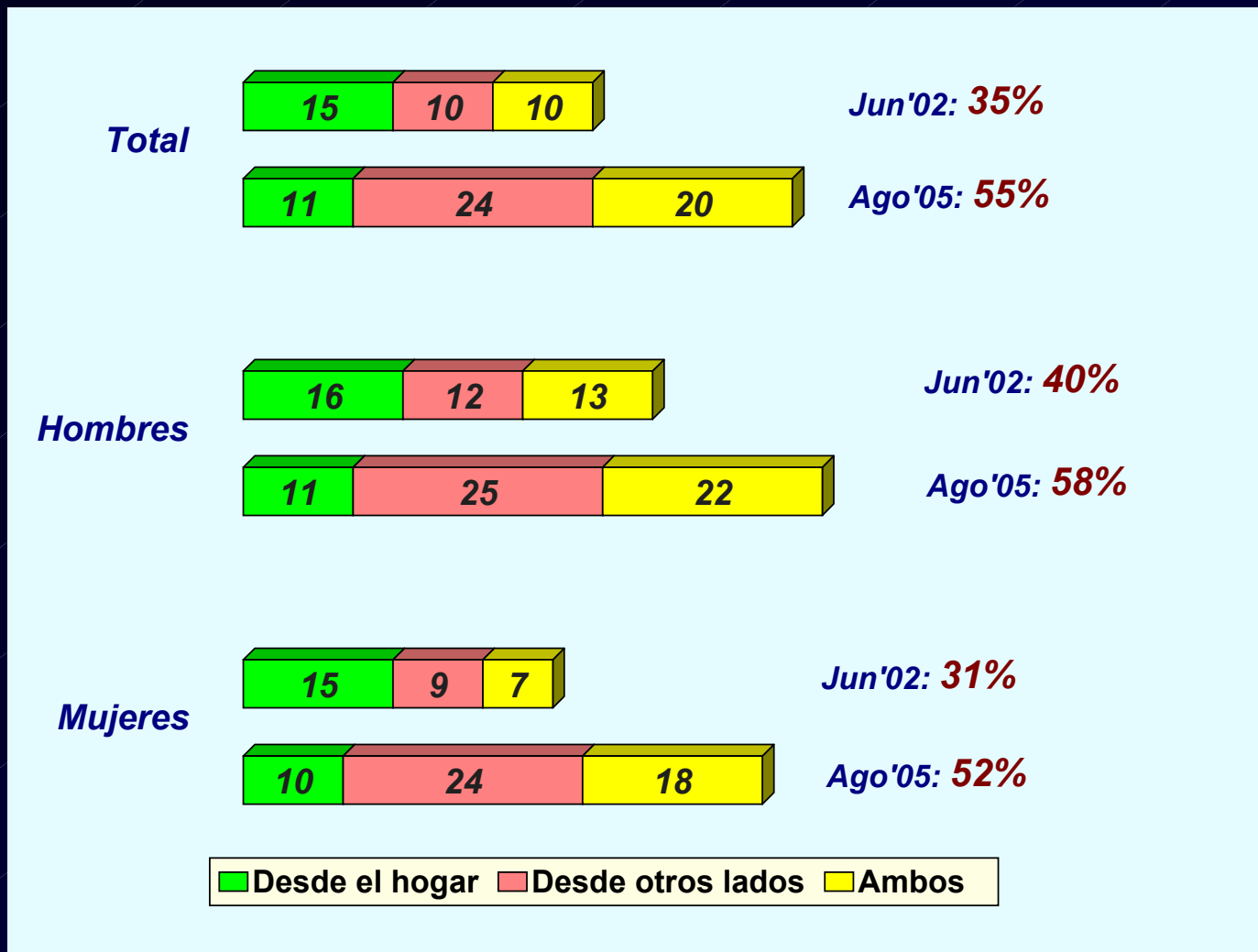
Penetración de Internet (3)

- ¿Es Ud. usuario de Internet, aunque sea esporádicamente? (% base:1797)



Penetración de Internet (4)

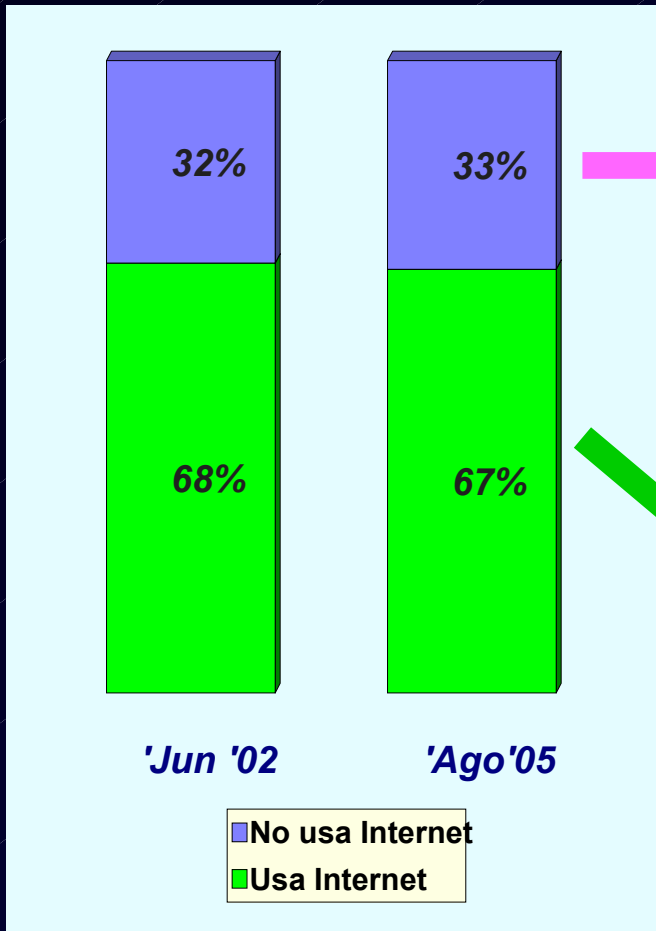
- ¿Es Ud. usuario de Internet, aunque sea esporádicamente? (% base:1797)



Composición del universo de internautas

- **71% de los usuarios de Internet están en Montevideo (74% en 2002).**
- **55% son menores de 30 años (57% en 2002). Sólo 12% son mayores de 50 años (9% en 2002).**
- **72% tiene por lo menos Secundaria 2o. Ciclo completa (67% en 2002). Sólo 4% tiene Primaria incompleta o completa (6% en 2002).**
- **El perfil del usuario de Internet es más femenino que en 2002: 50% del universo son mujeres (46% en 2002).**
- **En conclusión, Internet tiende a “universalizarse”: aumenta su penetración en el Interior, entre los mayores de 50 años y entre las mujeres.**

Penetración de PC vs. penetración de Internet

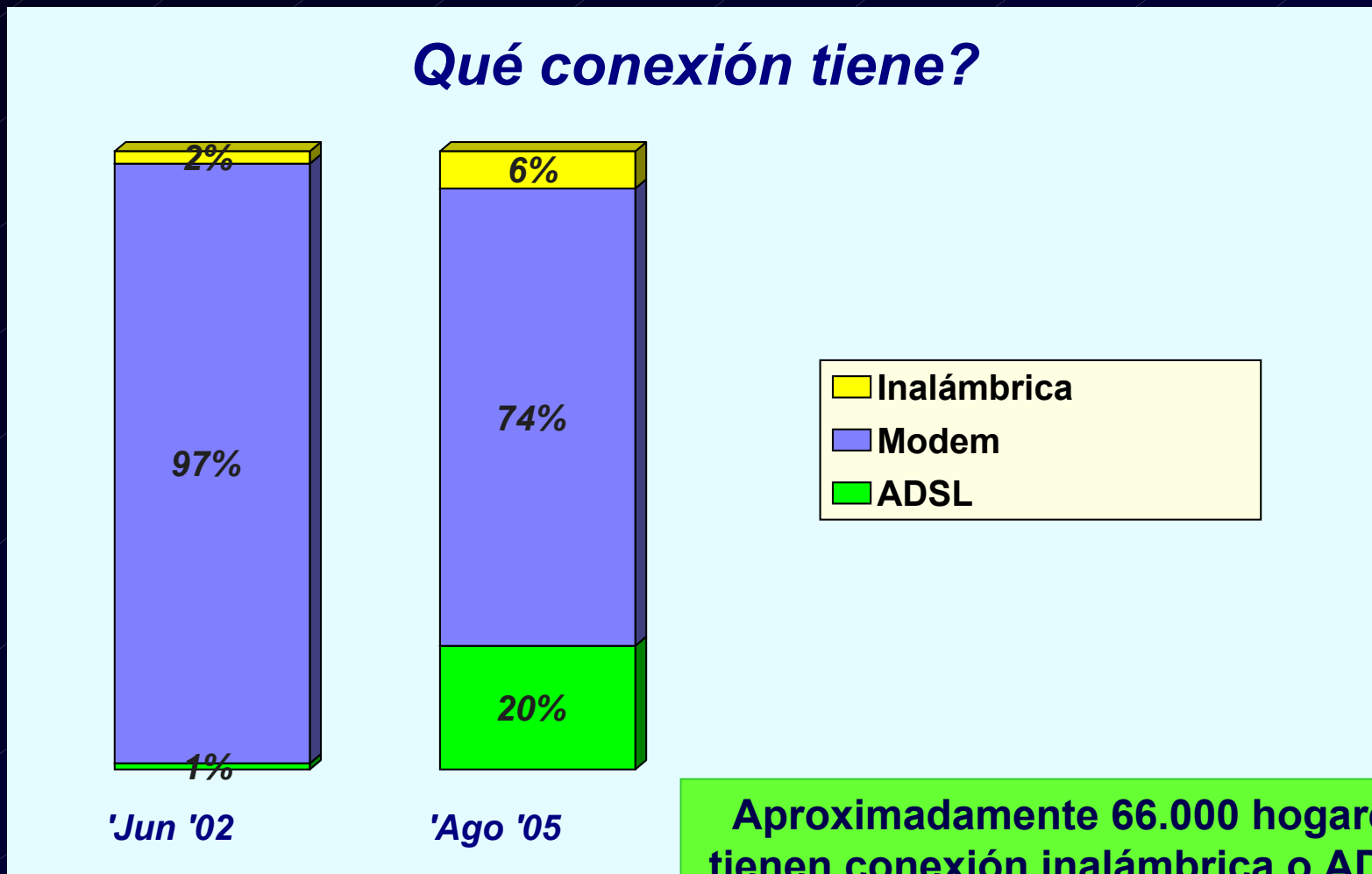


	2002	2005
• No tiene conexión/modem:	53%	26%
• Costo de las conexiones:	18%	47%
• Falta de conocimiento:	9%	19%
• No tiene tiempo:	8%	5%
• No le interesa, no necesita:	8%	0%
• Tiene B.A. en el trabajo:	-	4%
• Otras razones:	3%	9%

Sólo 67% de los que tienen PC son usuarios de Internet desde su casa

Conexión dentro del hogar

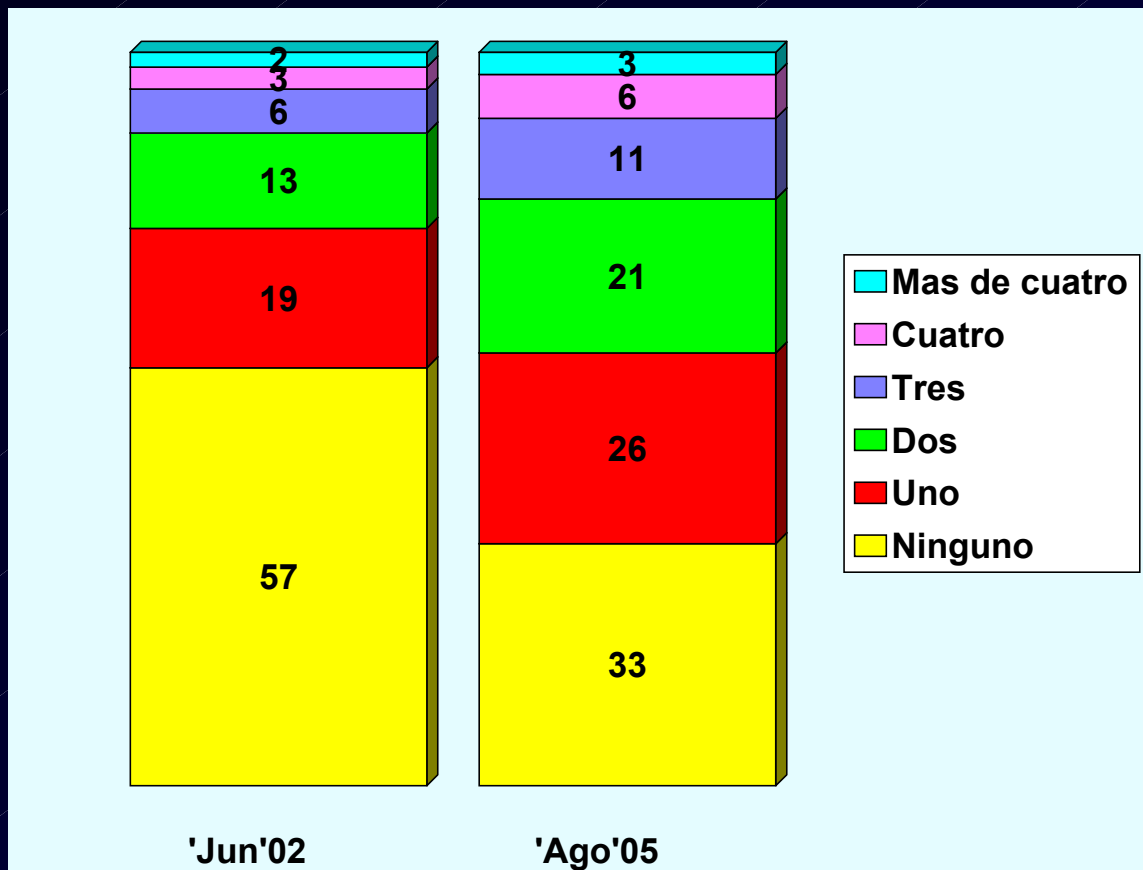
- ¿Qué tipo de conexión tiene Ud? (% base: 804 hogares con PC)



Aproximadamente 66.000 hogares tienen conexión inalámbrica o ADSL (5.000 en junio 2002)

Cantidad de usuarios por hogar

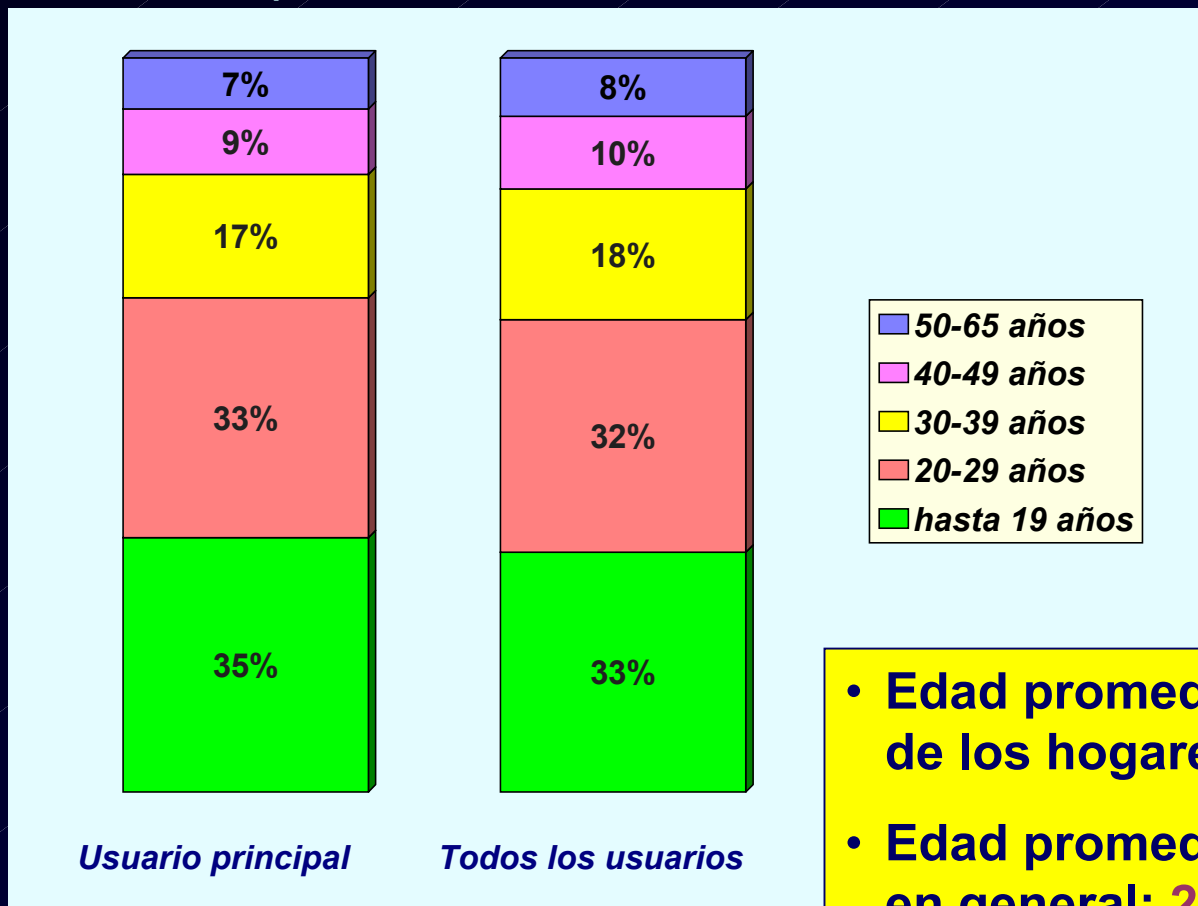
- ¿Cuántos usuarios de Internet existen en el hogar? (% , base: 1797)



- Existe por lo menos un usuario de Internet en el 68% de los hogares.
- En estos hogares, existe un promedio de 2.1 usuarios de Internet.

Edad de los usuarios de Internet

- ¿Cuál es la edad del usuario principal de Internet en este hogar? (% , base: 1215 hogares con al menos un usuario)
- ¿Cuál es la edad de todos los usuarios de Internet? (% , base: 992 usuarios)



- Edad promedio del usuario principal de los hogares: **26 años** (28 en 2002)
- Edad promedio del usuario de Internet en general: **28 años** (30 en 2002)

Número de usuarios según lugar de conexión

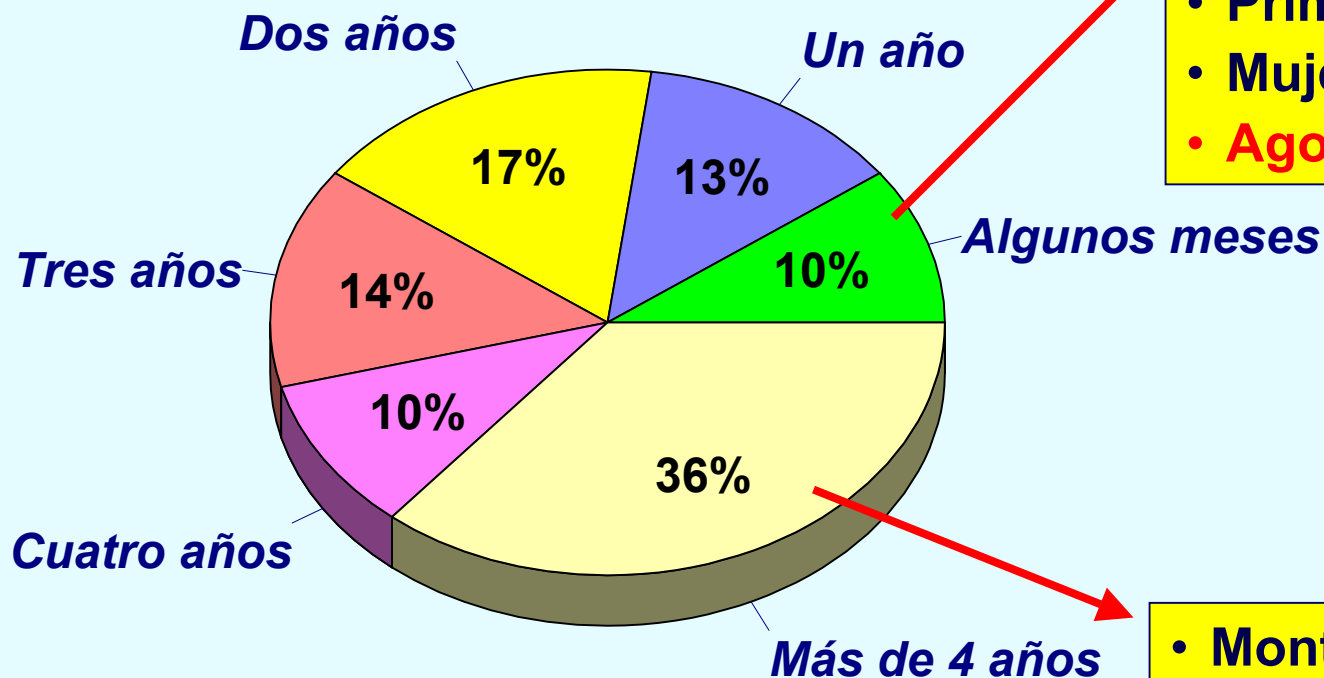
- ¿Desde dónde se conecta a Internet, aunque sea esporádicamente? (en número de usuarios)



32% de los que no tienen PC en la casa son usuarios de Internet (13% en 2002).
82% de éstos se conectan desde un cyber.

Antigüedad como usuario de Internet

¿Cuánto tiempo hace que es usuario de Internet? (% base: 992 usuarios)

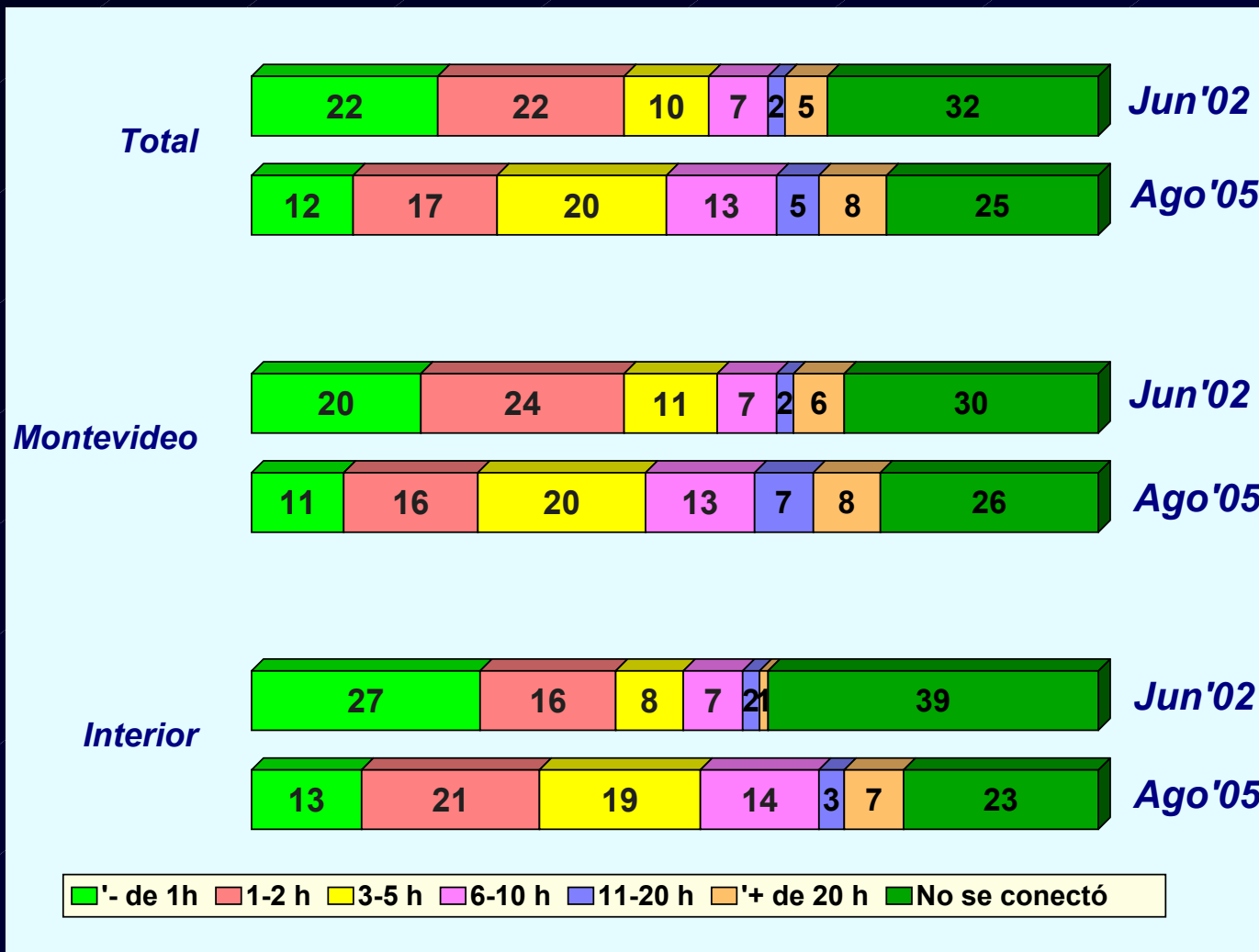


- Interior: 12%
- 12-19 años: 16%
- Primaria: 29%
- Mujeres: 9%
- Ago'02: 14%

- Montevideo: 41%
- 30-65 años: 47%
- Universidad: 56%
- Hombres: 37%
- Ago'02: 18%

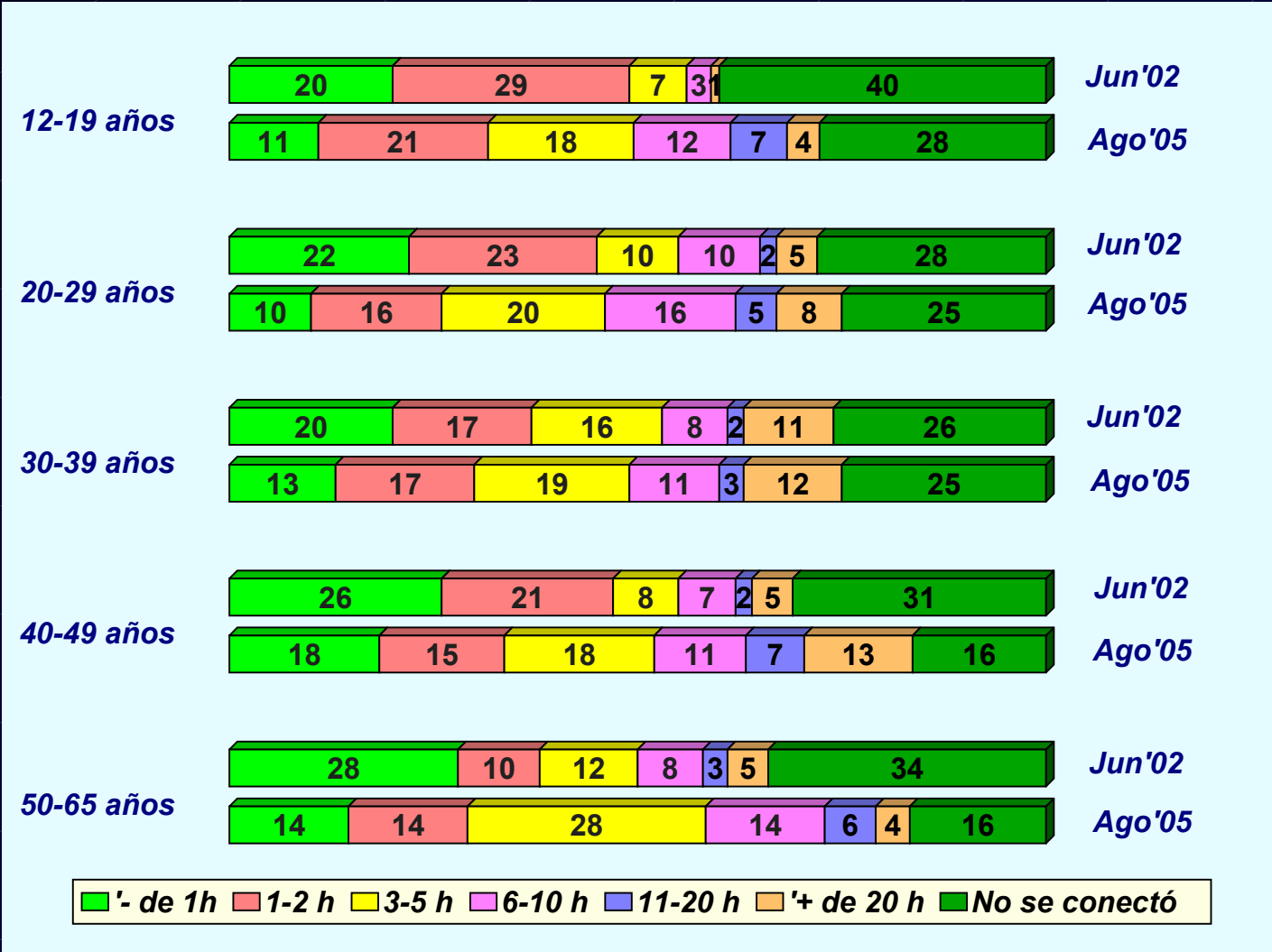
Tiempo de conexión a Internet (1)

- ¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días? (% , base: 992)



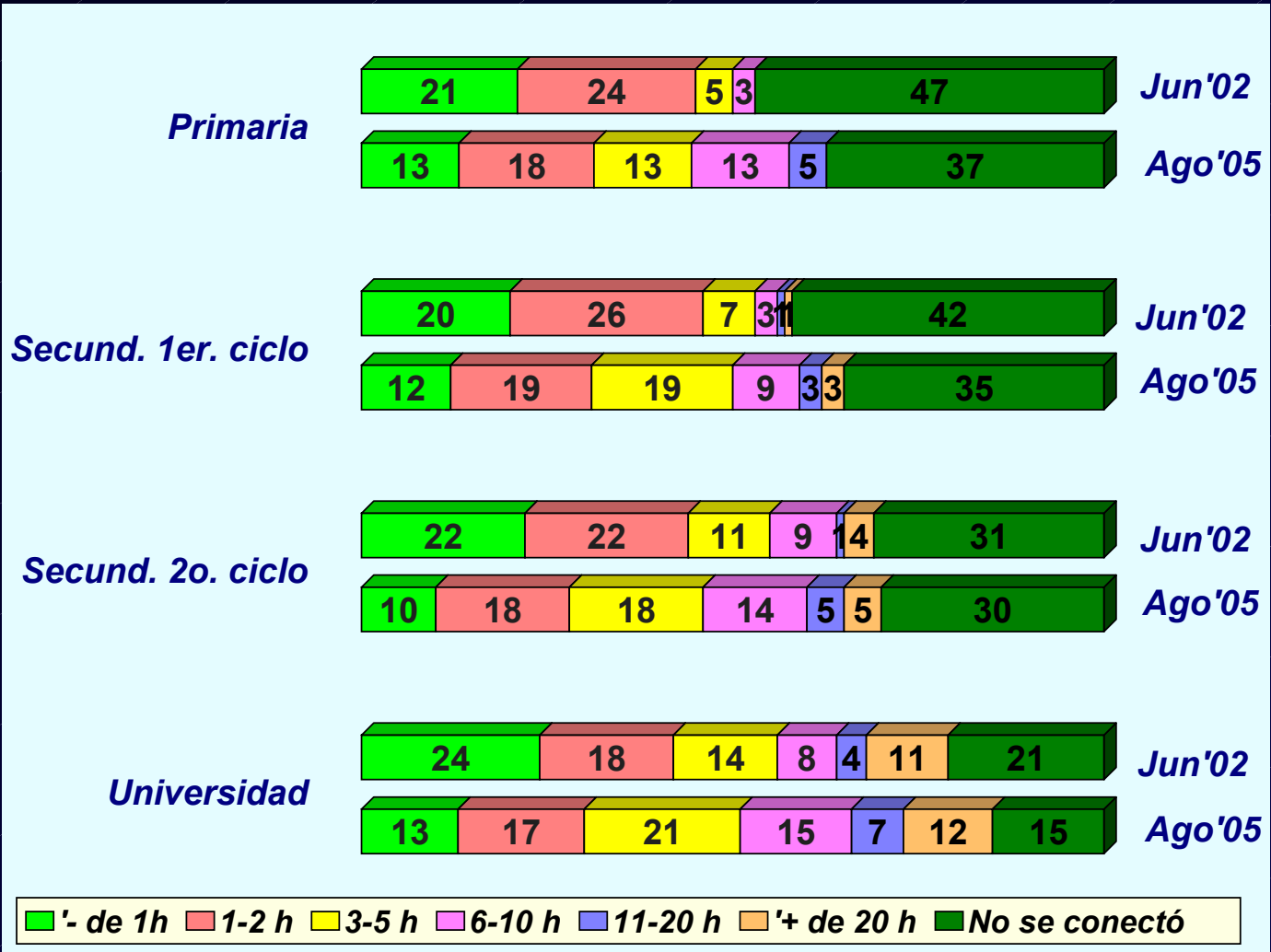
Tiempo de conexión a Internet (2)

• ¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días? (% , base: 992)



Tiempo de conexión a Internet (3)

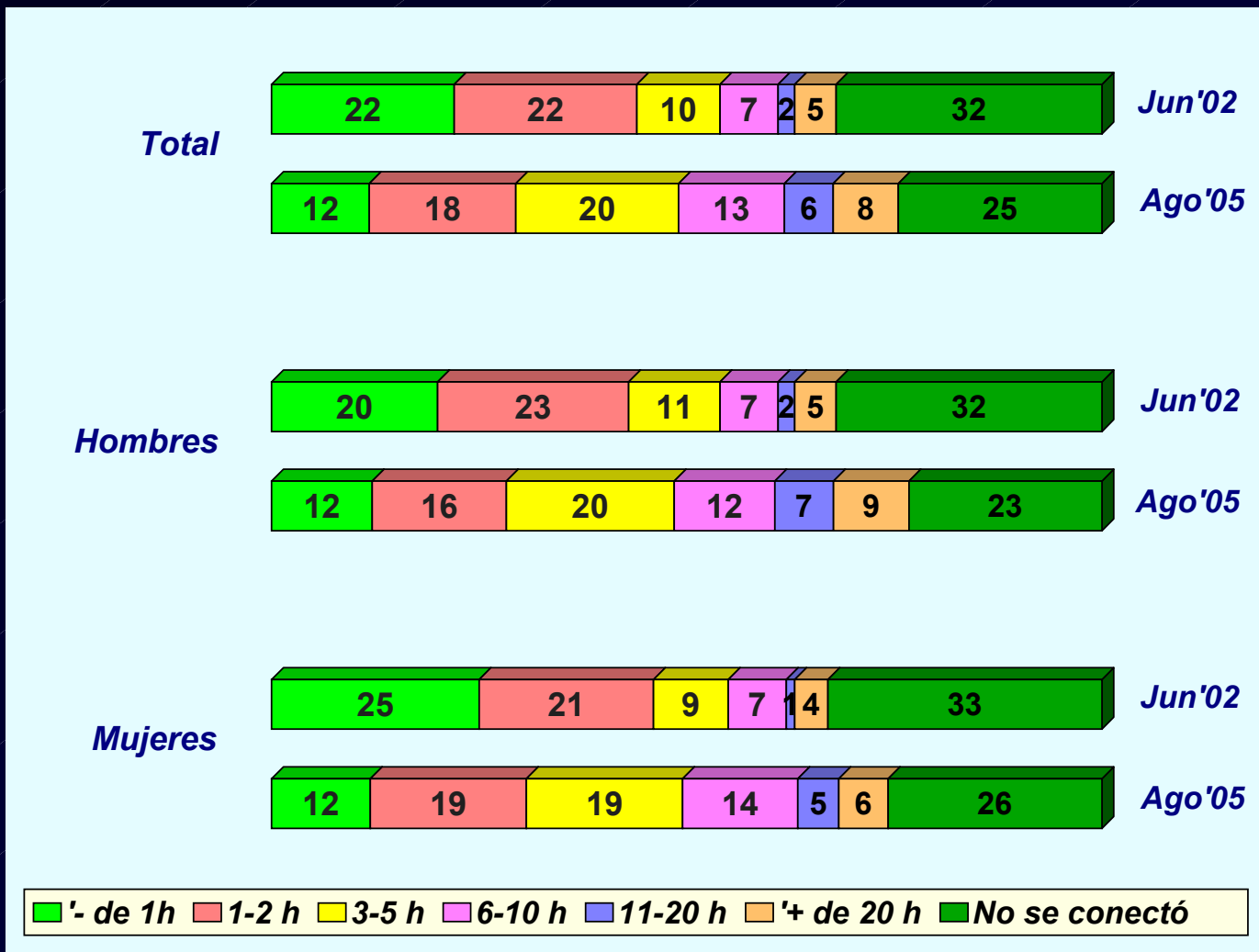
• ¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días? (% , base: 992)



■ '- de 1 h
 ■ 1-2 h
 ■ 3-5 h
 ■ 6-10 h
 ■ 11-20 h
 ■ '+ de 20 h
 ■ No se conectó

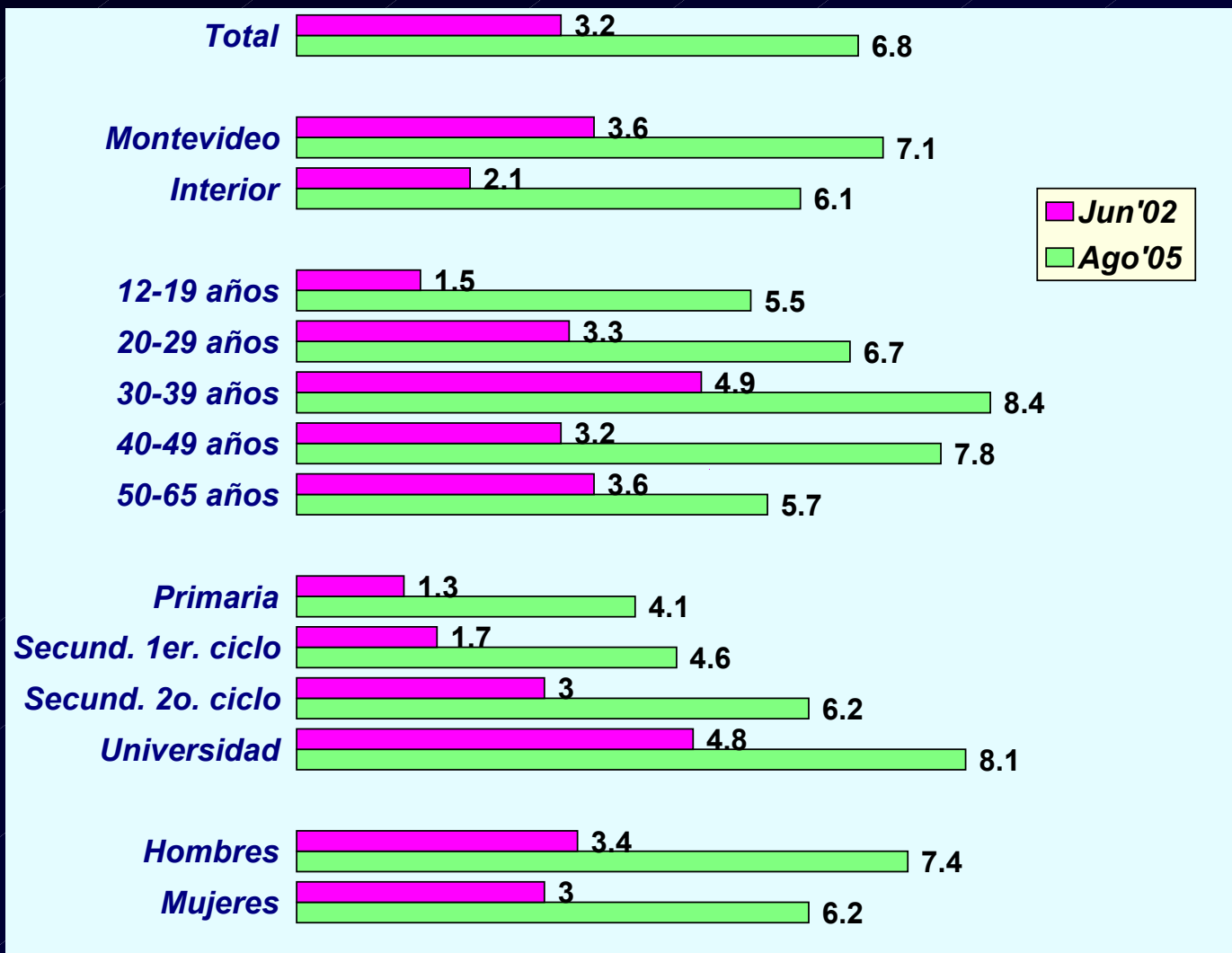
Tiempo de conexión a Internet (4)

- ¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días? (% , base: 992)



Tiempo de conexión a Internet (5)

- ¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días? (Promedio en horas, base: 747 que se conectaron)



Tiempo de conexión a Internet (6)

- ¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días? (promedio en horas, base: 747 que se conectaron)



Altos, medios y bajos usuarios de Internet (1)

Altos usuarios

- **Se conectan más de 10 horas semanales.**
- **Son el 13% de los usuarios de Internet (unas 120.000 personas) y consumen el 61% de las horas.**
- **60% son hombres**
- **46% tiene entre 30 y 49 años (34% del total de usuarios de Internet), solo 21% tiene menos de 30 años (55% del total de usuarios).**
- **66% son usuarios desde hace más de 4 años (contra 36% del total de usuarios).**
- **43% tiene tres o más casillas de correo (contra 13% del total de usuarios). 63% manda o recibe mails varias veces por día (contra 17% del total de usuarios).**
- **Son levemente más montevideanos.**

Altos, medios y bajos usuarios de Internet (2)

Usuarios medios

- **Se conectan entre 2 y 10 horas semanales.**
- **Usuarios medios: son el 33% de los usuarios de Internet y consumen el 33% del total de horas.**
- **Según las variables sexo, edad, zona de residencia y cantidad de casillas de correo, no se diferencian de usuario de Internet promedio.**
- **Tienen una mayor antigüedad como usuarios de Internet que la media del total usuarios.**

Altos, medios y bajos usuarios de Internet (3)

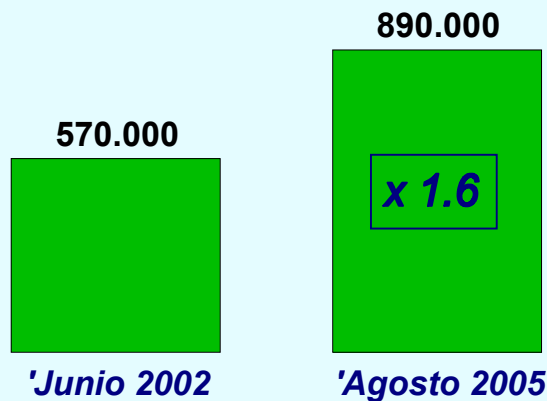
Bajos usuarios

- **Se conectan menos de 2 horas semanales.**
- **Son el 54% de los usuarios de Internet y consumen solo el 6% del total de horas.**
- **No se diferencian del usuario medio de Internet según sexo, zona de residencia ni edad.**
- **Solo el 25% tiene más de 4 años de antigüedad como usuario de Internet (contra 66% para los altos usuarios).**
- **Un 20% no tiene casilla de correo (contra solo el 1% de los altos usuarios). Un 22% envía o recibe mails menos de una vez por semana (contra 12% del total de usuarios).**

Crecimiento de Internet

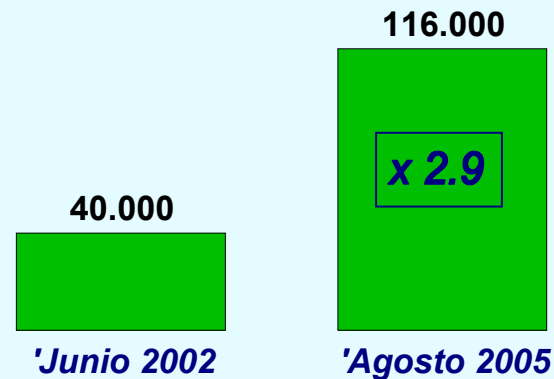
TOTAL de usuarios

Cantidad de usuarios



ALTOS usuarios

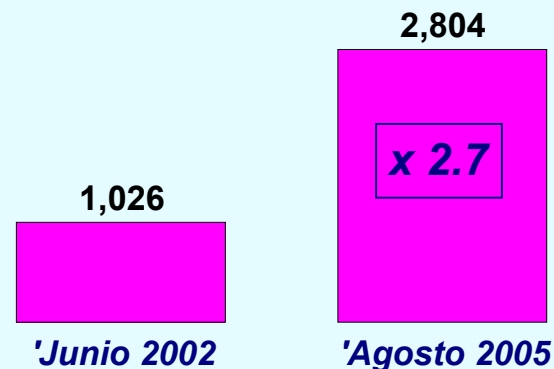
Cantidad de usuarios



Horas de conexión (miles x semana)

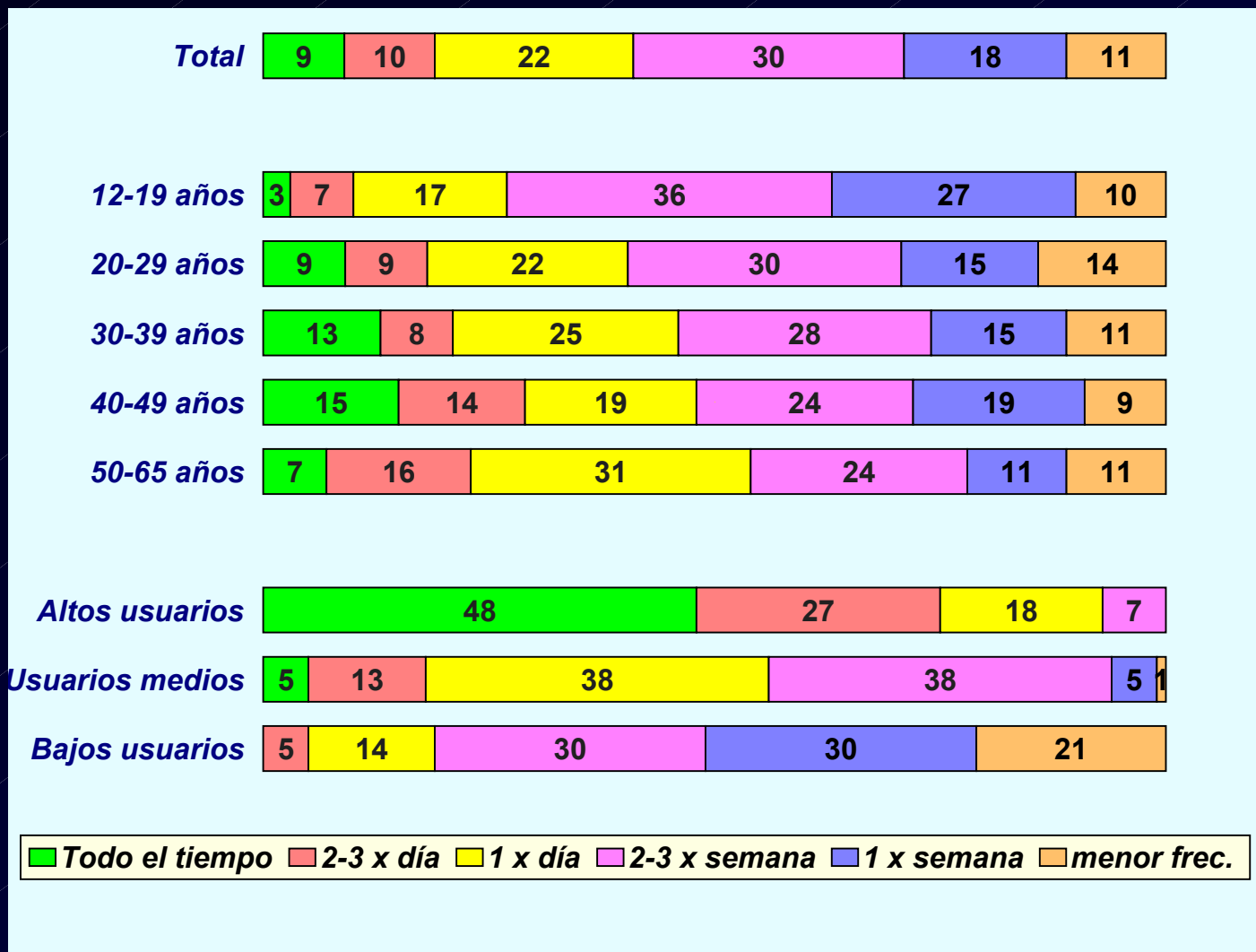


Horas de conexión (miles x semana)



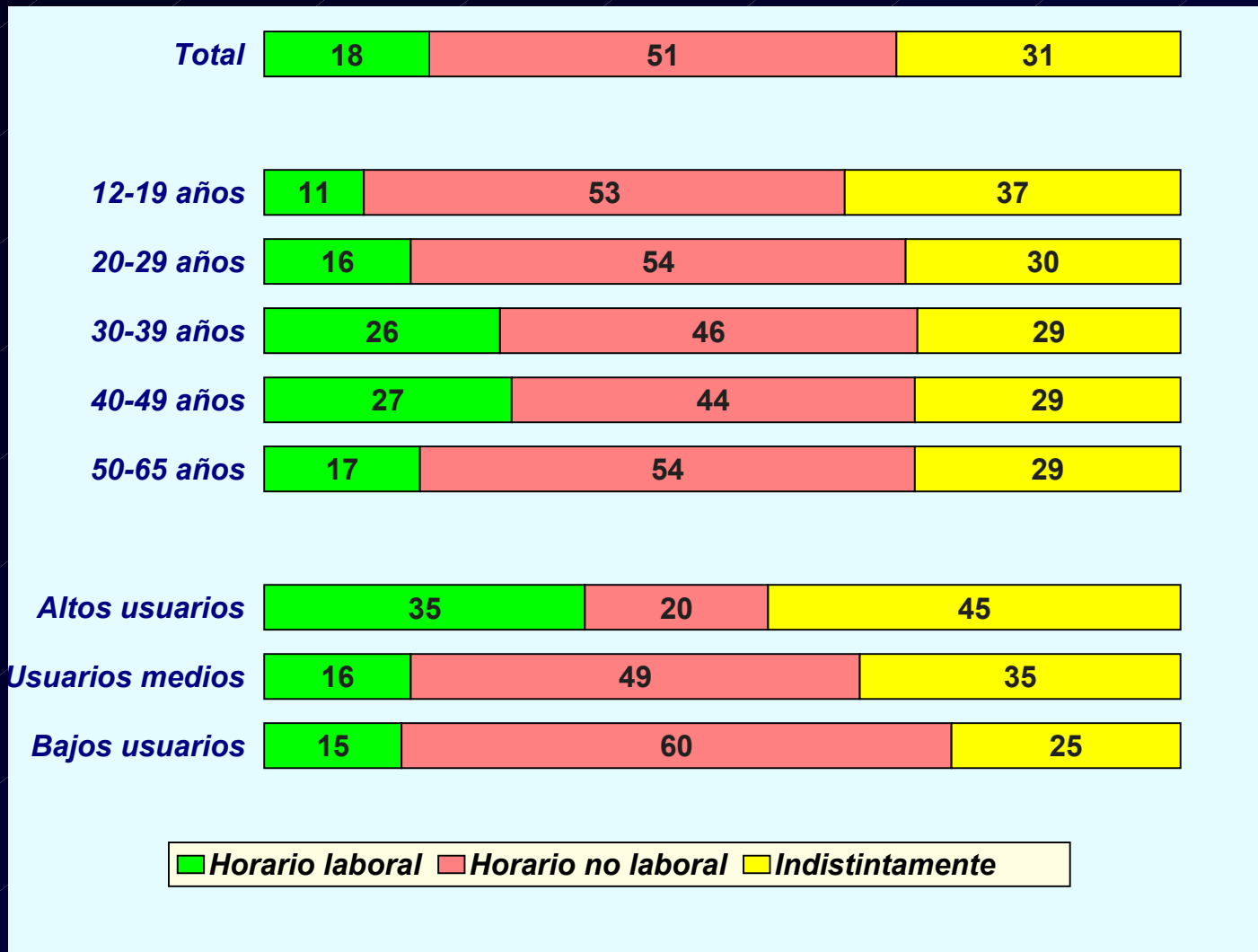
Frecuencia de uso de Internet

- ¿Con qué frecuencia se conecta a Internet? (% base: 992)



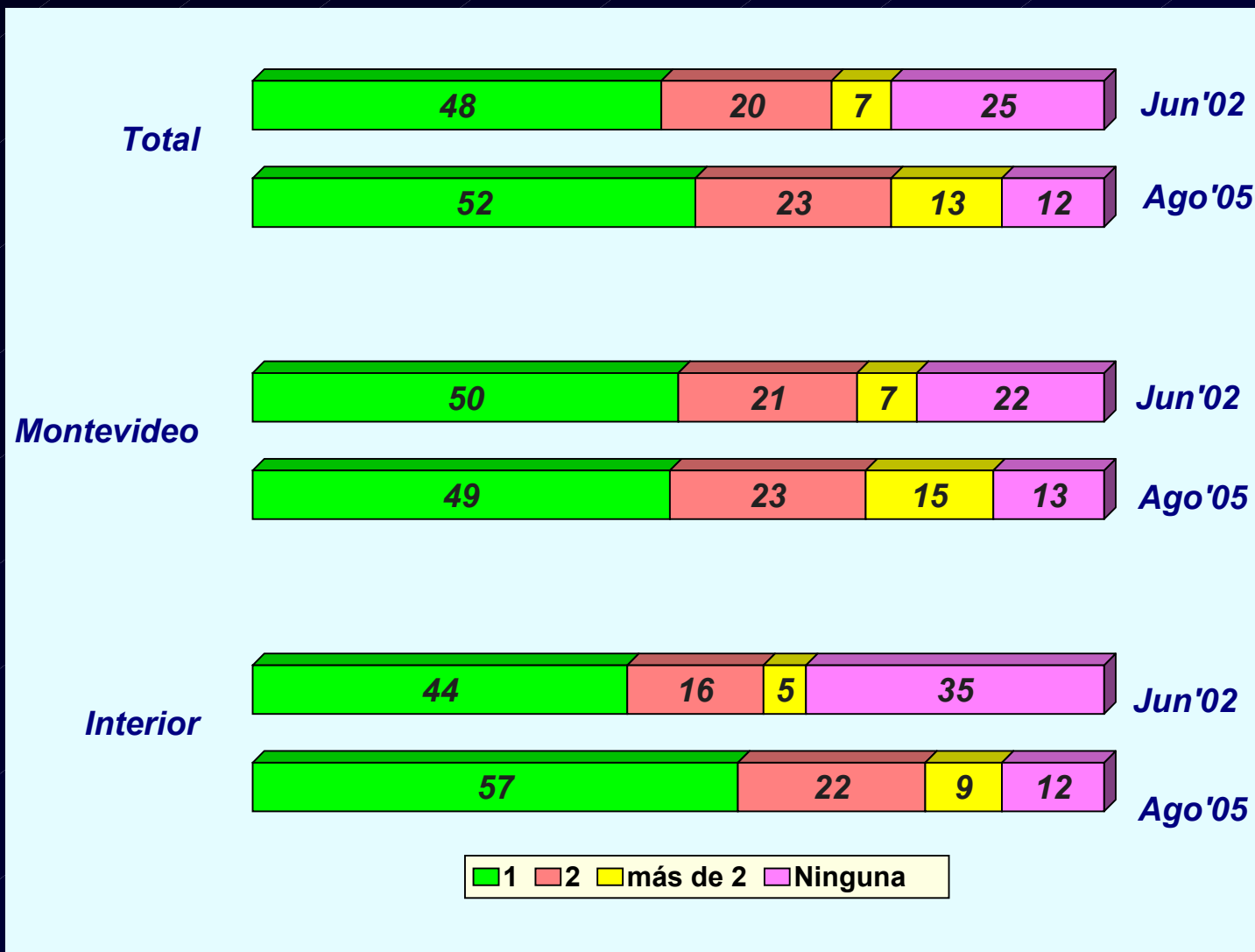
Horario de conexión a Internet

- ¿En qué horario se conecta habitualmente (% , base: 992)



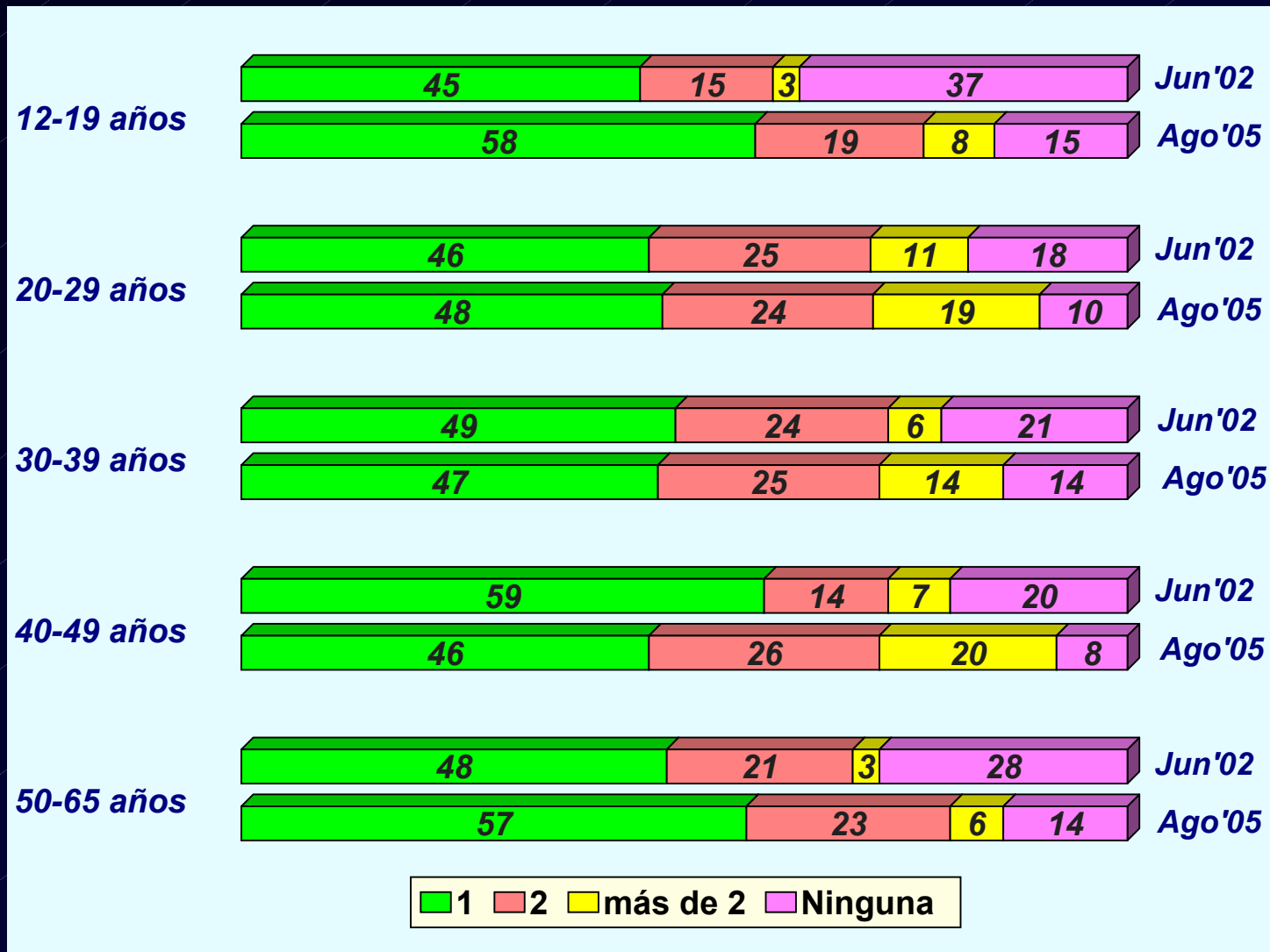
Casillas de correo (1)

- ¿Tiene Ud. casilla de correo electrónico? ¿Cuántas? (% base: 992 usuarios)



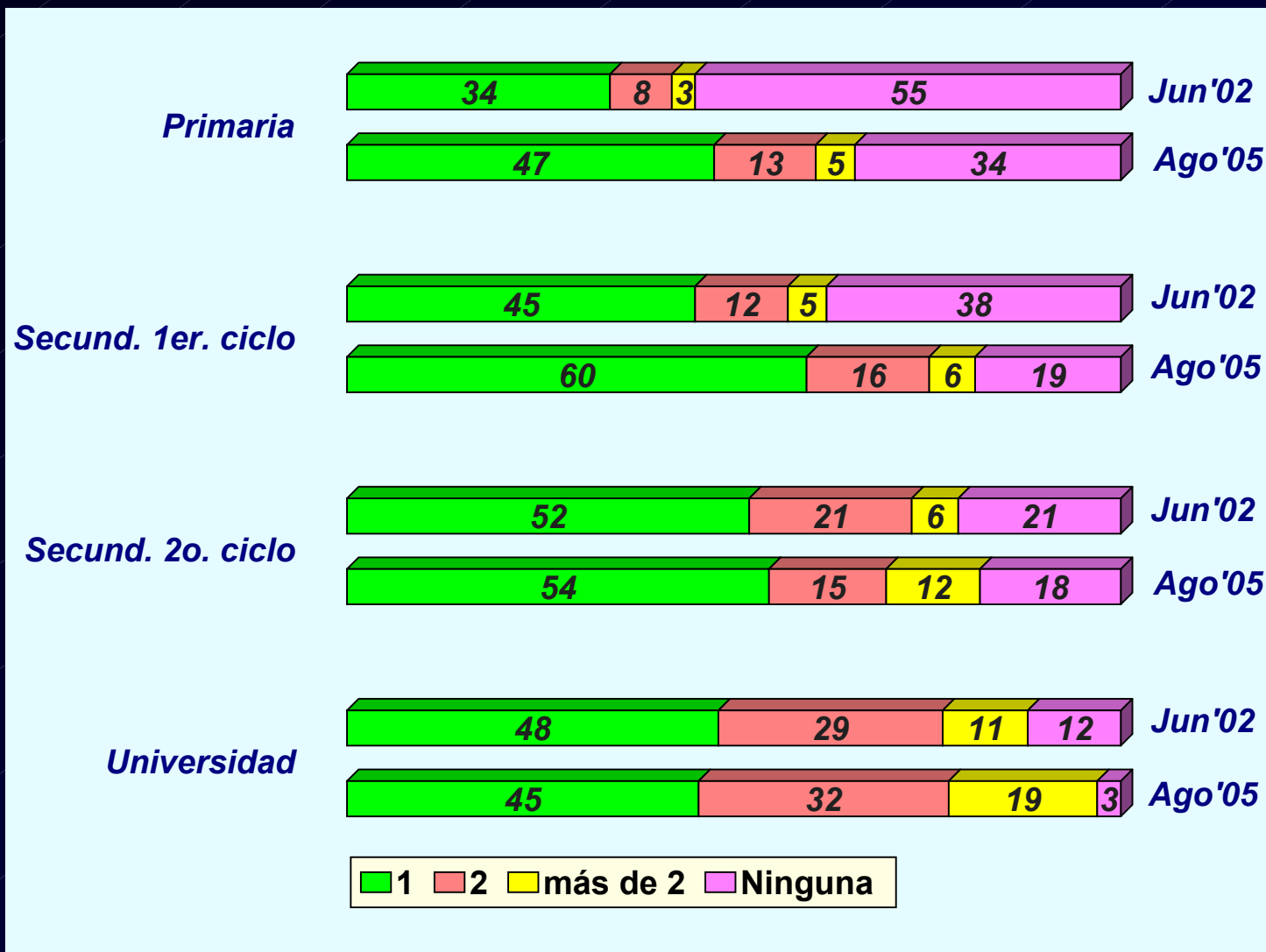
Casillas de correo (2)

- ¿Tiene Ud. casilla de correo electrónico? ¿Cuántas? (% base: 992 usuarios)



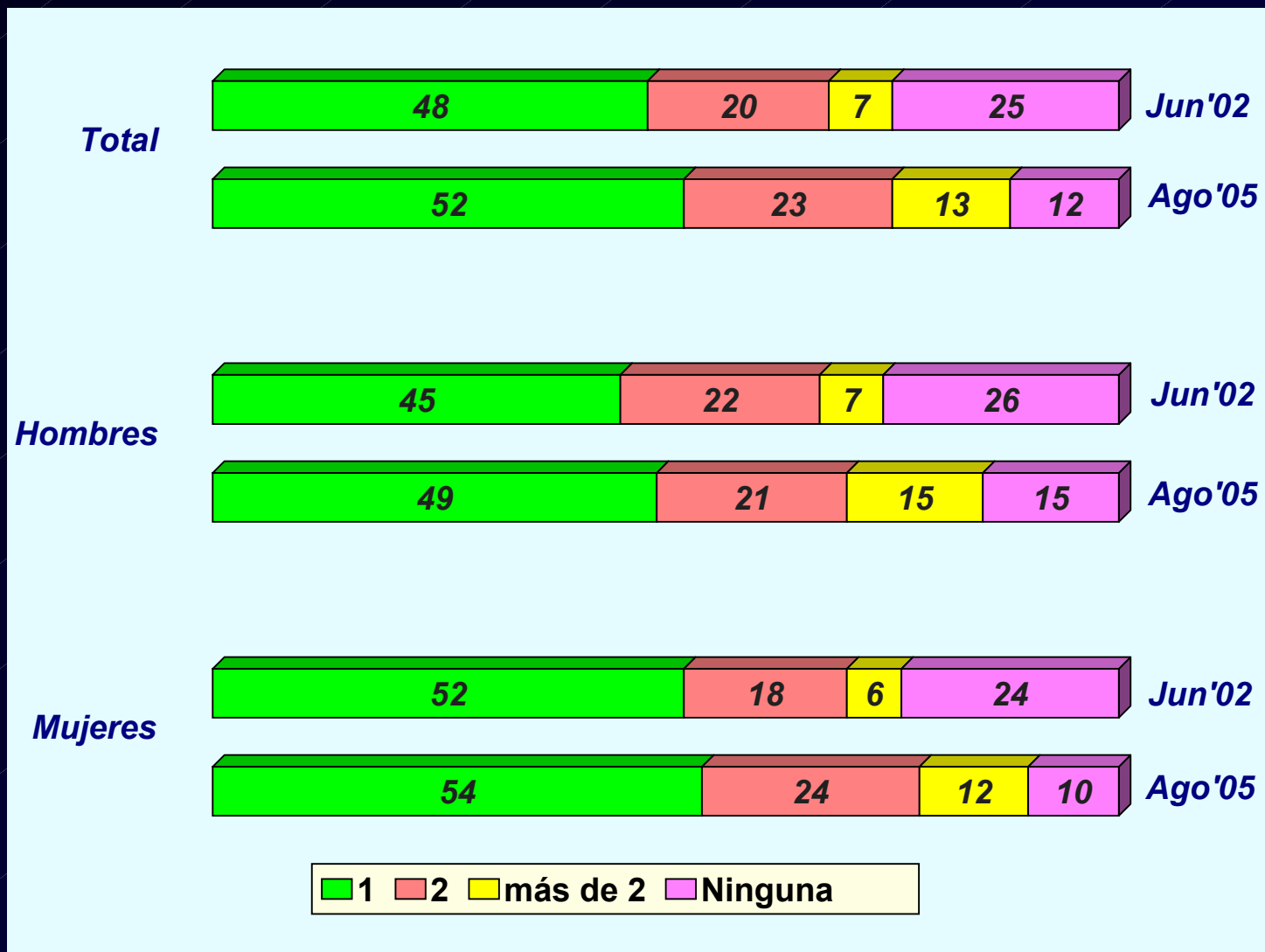
Casillas de correo (3)

- ¿Tiene Ud. casilla de correo electrónico? ¿Cuántas? (% base: 992 usuarios)



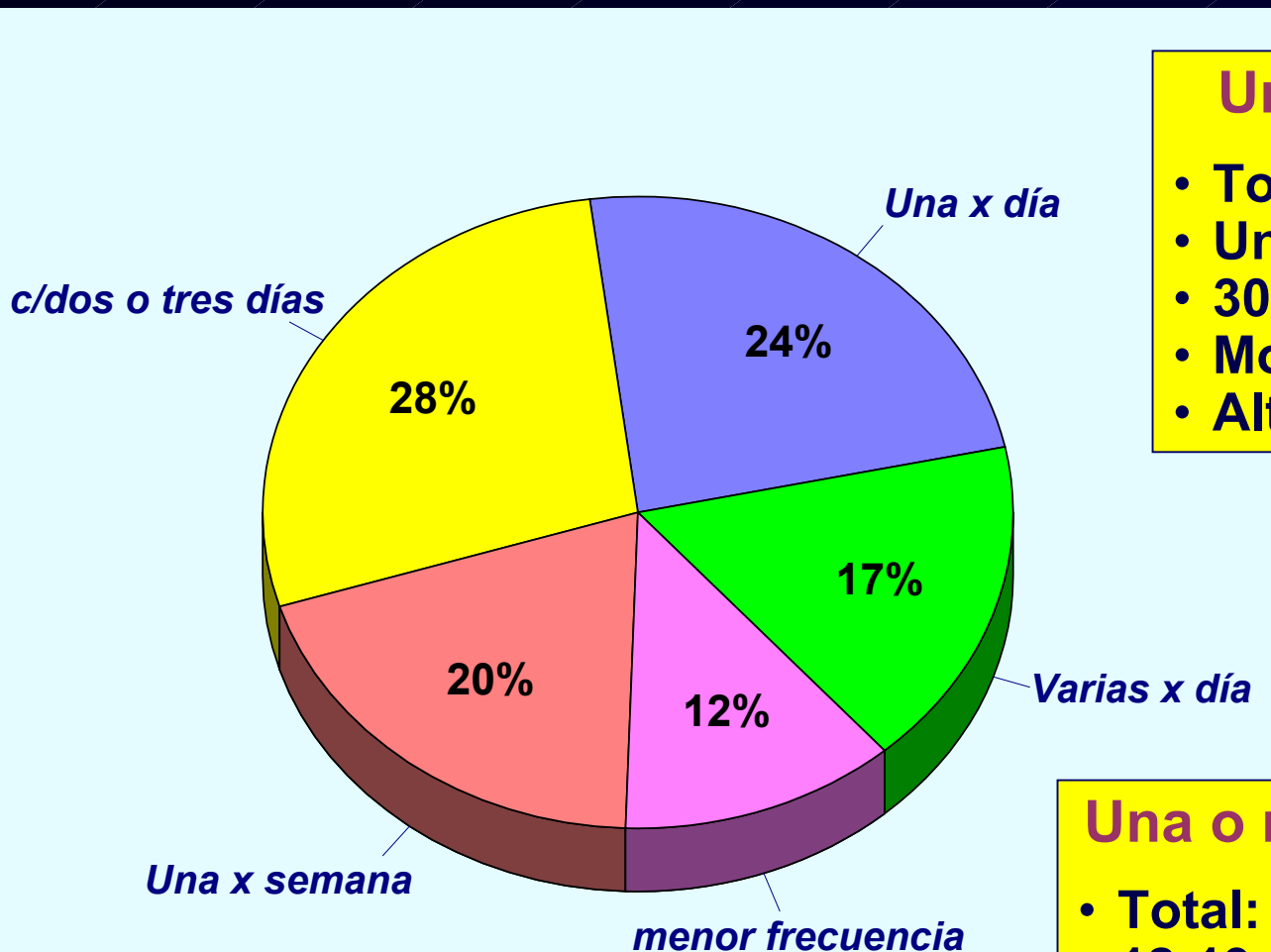
Casillas de correo (4)

- ¿Tiene Ud. casilla de correo electrónico? ¿Cuántas? (% base: 992 usuarios)



Frecuencia de uso del e-mail

¿Con qué frecuencia lee o envía e-mails? (% base: 868 con casilla)



Una o más por día

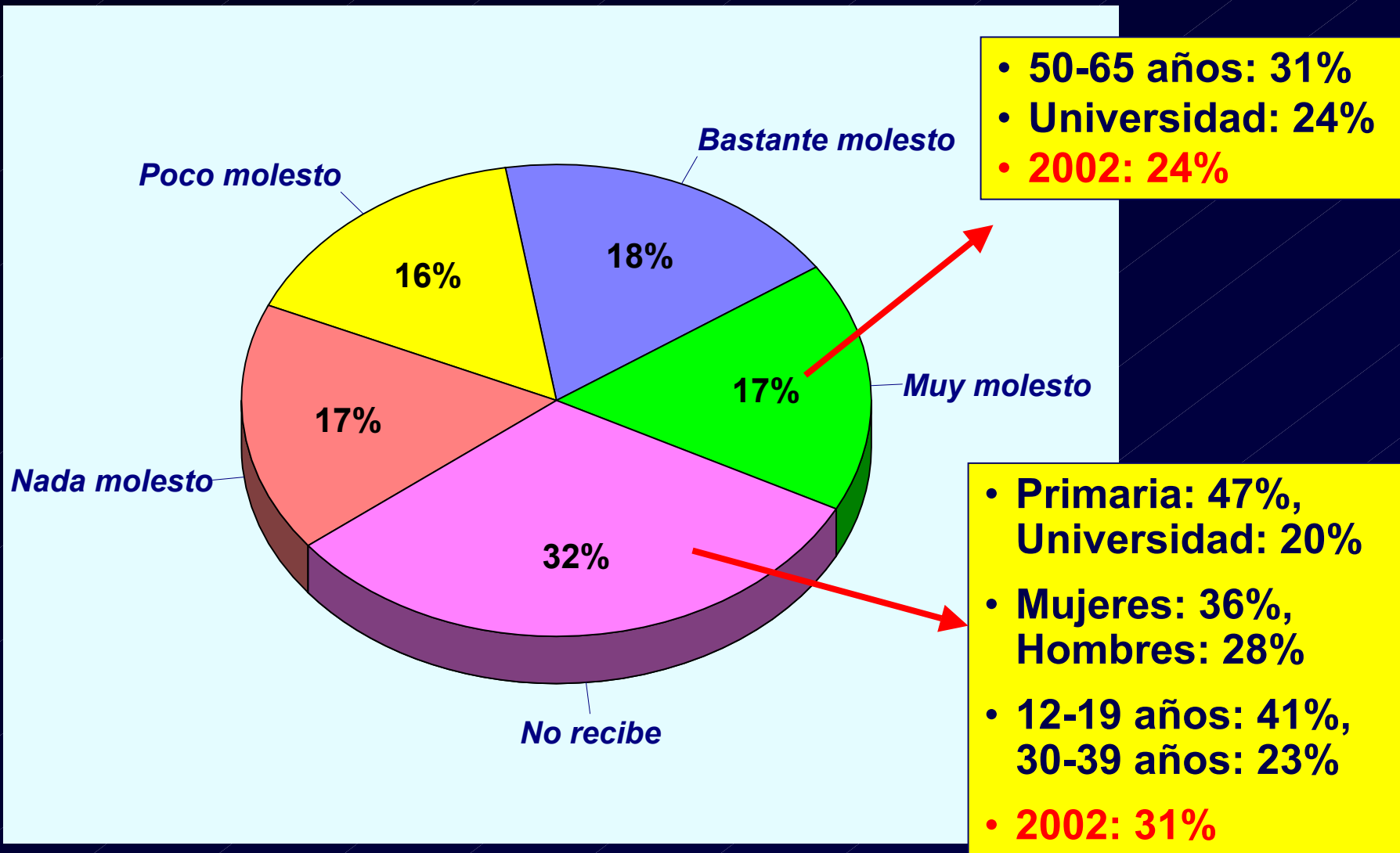
- Total: 41%
- Universidad: 53%
- 30-65 años: 48%
- Montevideo: 43%
- Altos usuarios: 89%

Una o menos por semana

- Total: 32%
- 12-19 años: 38%
- Primaria: 72% (47% en 2002)
- Bajos usuarios: 52%

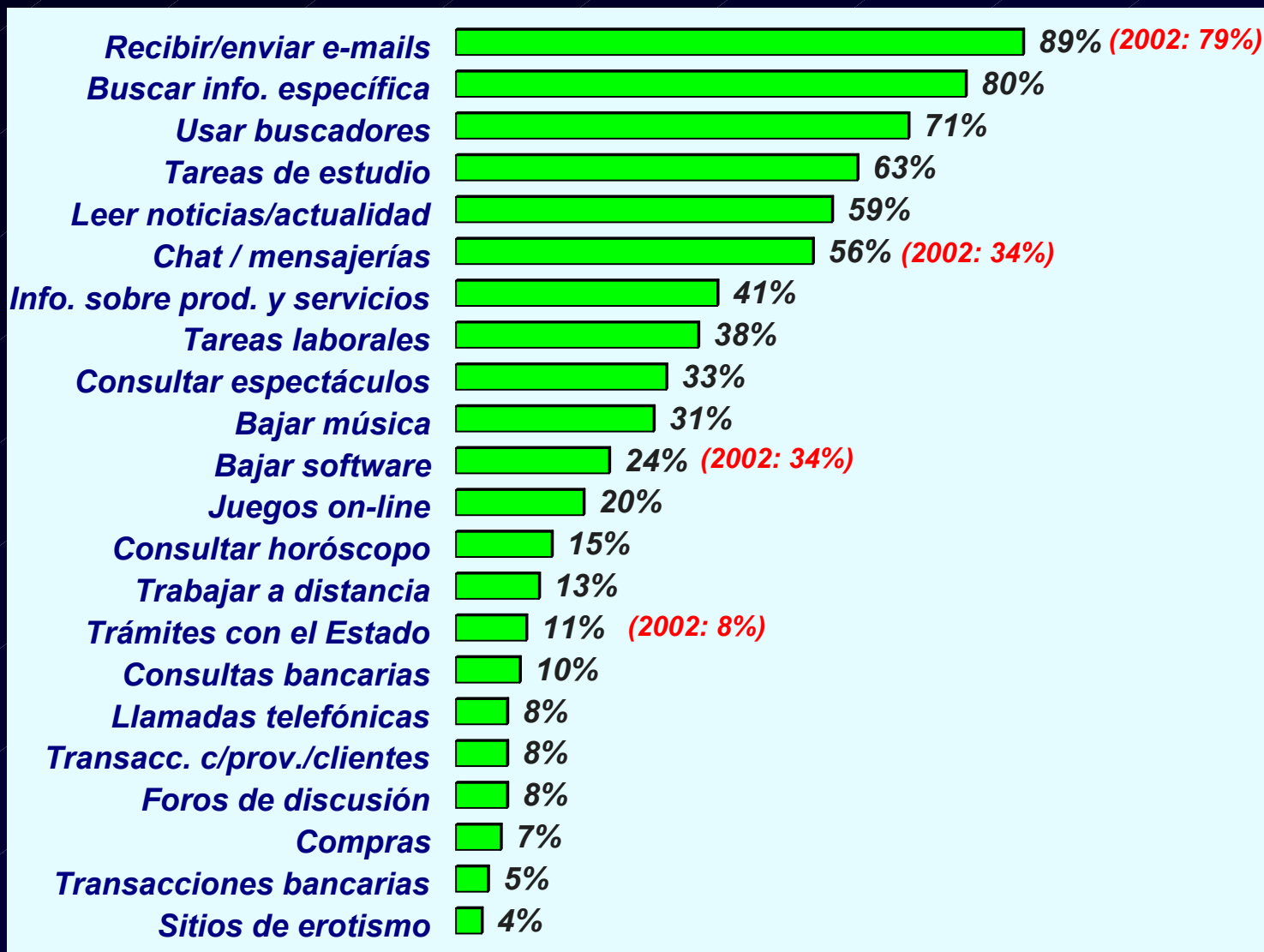
Spam

- ¿Recibe habitualmente correo no deseado con propuestas publicitarias? ¿Cuán molesto le resulta eso? (% , base: 868 con casilla)



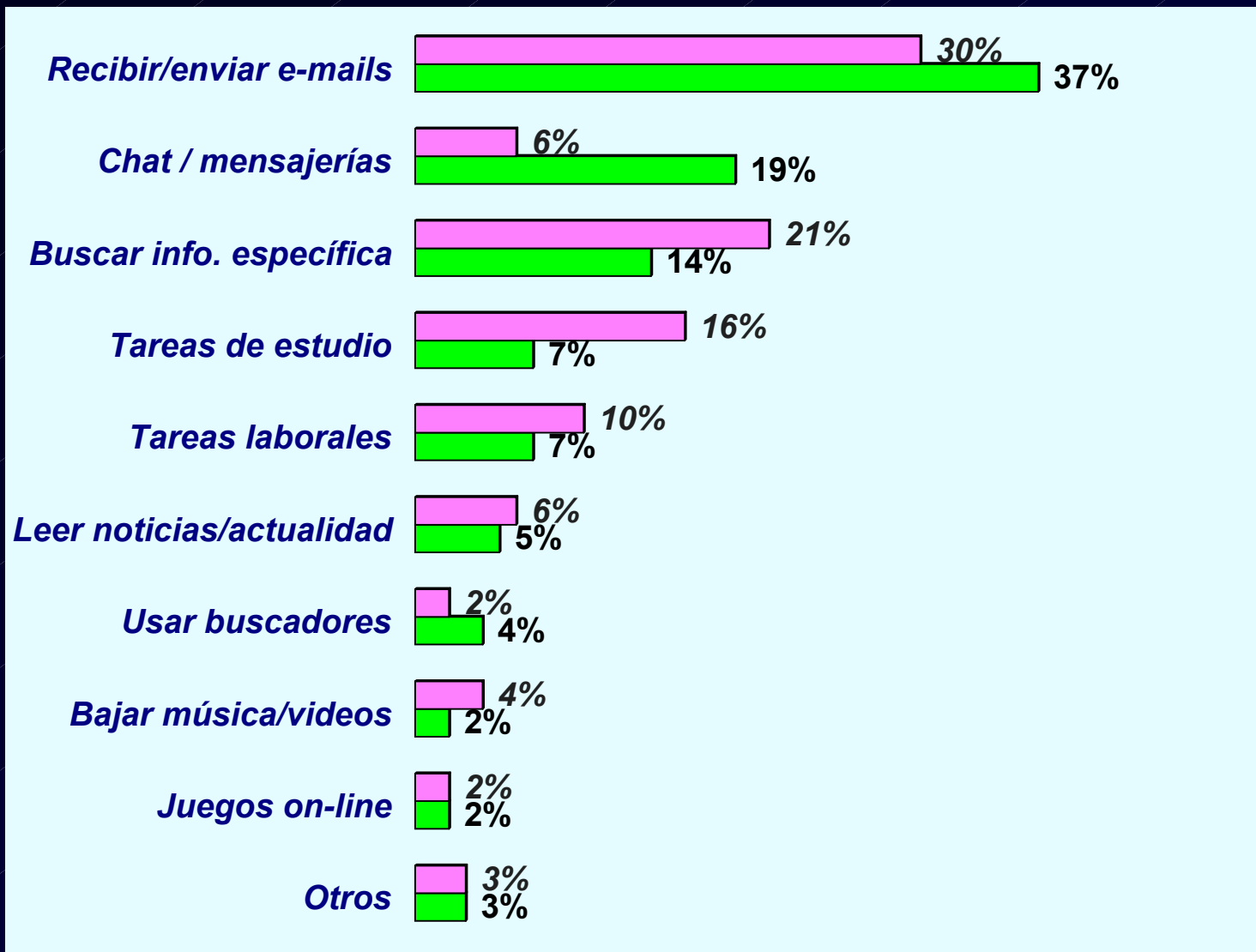
Usos de Internet

- Le voy a leer una serie de usos que la gente le da a Internet. Me podría decir si fue su caso en el último mes? (% , múltiple, base: 992)



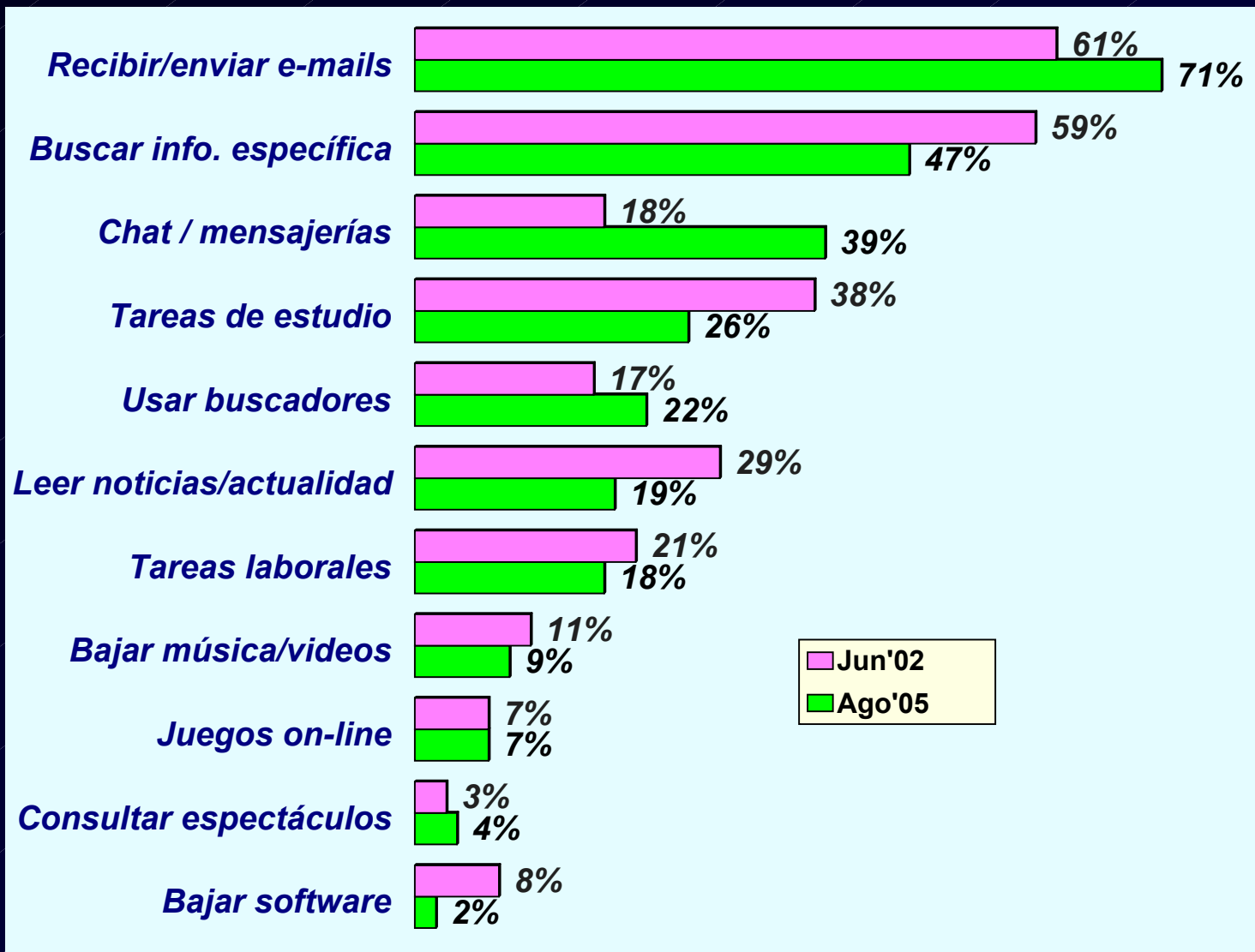
Uso principal de Internet

- *Cuál es el uso principal que le da a Internet? (% , única, base: 992)*



Tres usos principales de Internet

- ¿Cuáles son los tres principales usos que se le da a Internet? (% , múltiple, base: 992)



Usos de Internet según zona de residencia

Más en Montevideo que en el Interior:

- **Consultar cartelera de espectáculos (36%/25%)**
- **Tareas laborales (40%/33%)**
- **Info. sobre productos y servicios (43%/37%)**

Más en el Interior que en Montevideo:

- **Chatear (62%/53%)**
- **Tareas de estudio (69%/60%)**
- **Horóscopos (21%/13%)**

En regla general, las diferencias entre Montevideo e Interior son muchos menores que en 2002.

Usos de Internet según edad (1)

Aumentan a mayor edad:

- Leer noticias o temas de actualidad (12-19: 46% - 20-65: 63%)
- Info. sobre productos y servicios (12-19: 19% - 50-65: 53%)
- Trabajar a distancia (12-19: 2% - 50-65: 20%)
- Consultas bancarias (12-19: 2% - 50-65: 17%)
- Transacciones bancarias (12-19: 1% - 50-65: 10%)
- Trámites con el Estado (12-19: 2% - 30-65: 12% a 15%)
- Llamadas telefónicas (12-19: 6% - 50-65: 12%)

Aumentan a menor edad:

- Chatear (12-19: 85% - 50-65: 32%)
- Bajar música o videos (12-29: 50% - 50-65: 20%)
- Juegos on-line (12-19: 43% - 50-65: 8%)
- Tareas de estudio (12-19: 84% - 50-65: 37%)

Usos de Internet según edad (2)

Otros casos:

- Tareas laborales: 30-49: **57%**
- Carteleras de espectáculos: 20-39: **37% a 39%**
- Erotismo: 20-29: **8%**
- Foros de discusión: 20-29: **11%**
- Trámites con organismos del Estado: 30-39: **19%**

Usos de Internet según educación

Aumentan a mayor educación:

- Enviar y recibir e-mails (79%/96%)
- Info. sobre productos y servicios (11%/52%)
- Leer noticias o temas de actualidad (36%/70%)
- Realizar tareas laborales (5%/57%)
- Trabajar a distancia (0%/21%)
- Consultar cartelera de espectáculos (16%/33%)
- Consultas bancarias (3%/17%)
- Trámites con el Estado (5%/19%)

Aumentan a menor educación:

- Chatear o usar mensajerías (70%/43%)
- Juegos on-line (42%/12%)
- Bajar música y videos (45%/25%)

Usos de Internet según sexo

Más los hombres que las mujeres:

- Leer noticias o temas de actualidad (62%/57%)
- Realizar tareas laborales (43%/33%)
- Bajar software (30%/18%)
- Juegos on-line (25%/14%)
- Transacciones con clientes/proveedores (11%/5%)
- Sitios de erotismo (7%/1%)

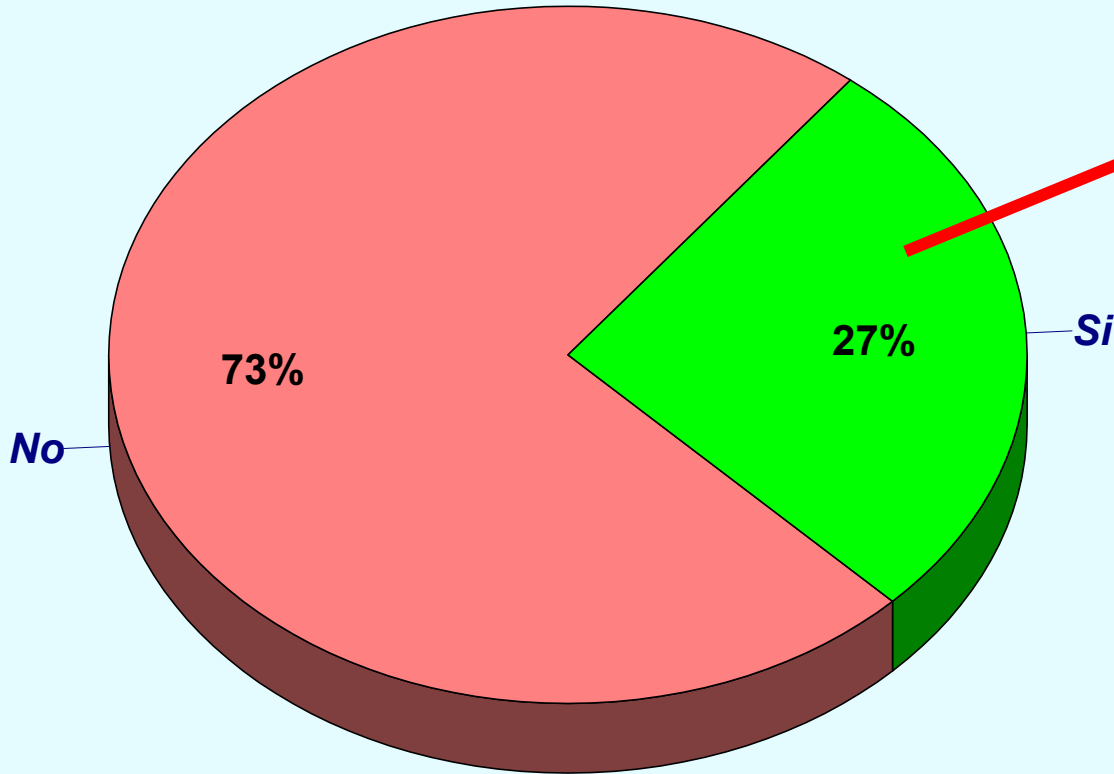
Más las mujeres que los hombres:

- Consultar carteleras de espectáculos (35%/31%)
- Consultar horóscopos (20%/11%)

En regla general, las diferencias entre hombres y mujeres son muy similares a las que habían en 2002

Actualización de softwares

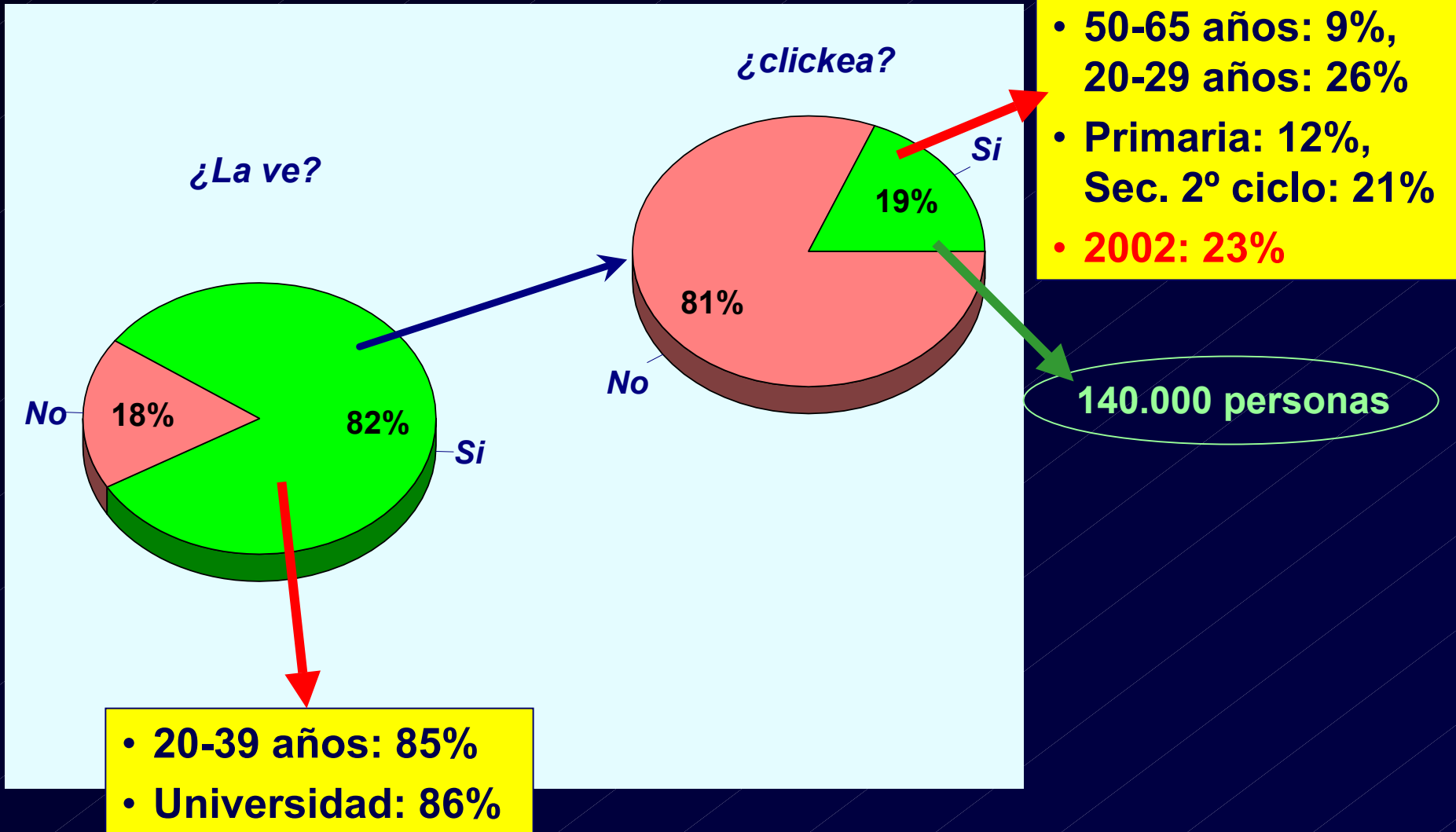
- ¿Baja regularmente de Internet actualizaciones de los softwares que tiene instalados? (% , base: 992 usuarios)



- 30-65 años: 34%, otros: 22%
- Universidad: 41%, otros: 17%
- Hombres: 33%. Mujeres: 21%
- Altos usuarios: 53%. Bajos usuarios: 19%

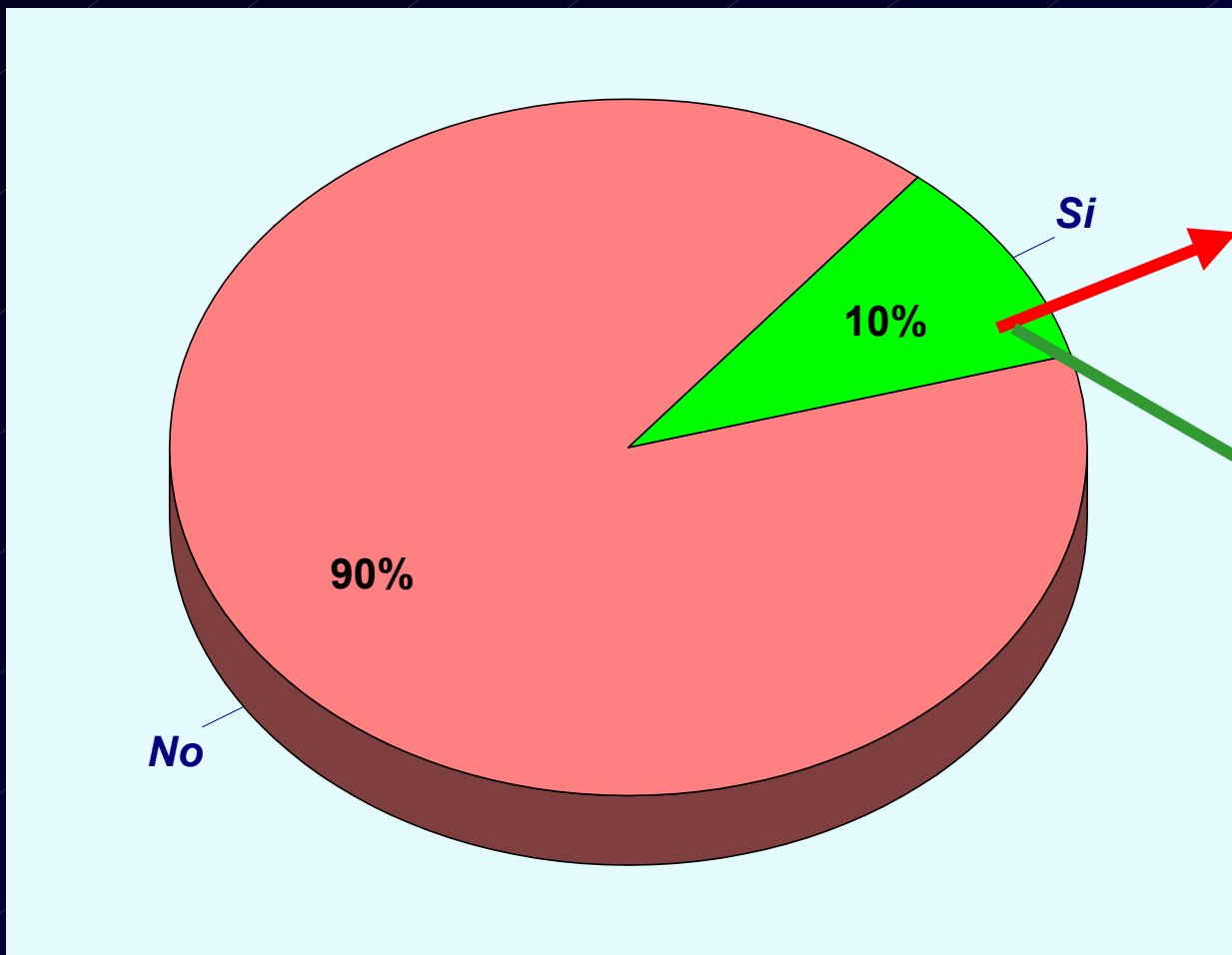
Publicidad en Internet

- ¿Ha notado la publicidad en Internet? ¿clickea? ¿Le molesta?
(%, base: 992 usuarios)



Registro para recibir promociones y ofertas

- ¿Se ha registrado en algún sitio para recibir promociones y ofertas comerciales? (% base: 992 usuarios)

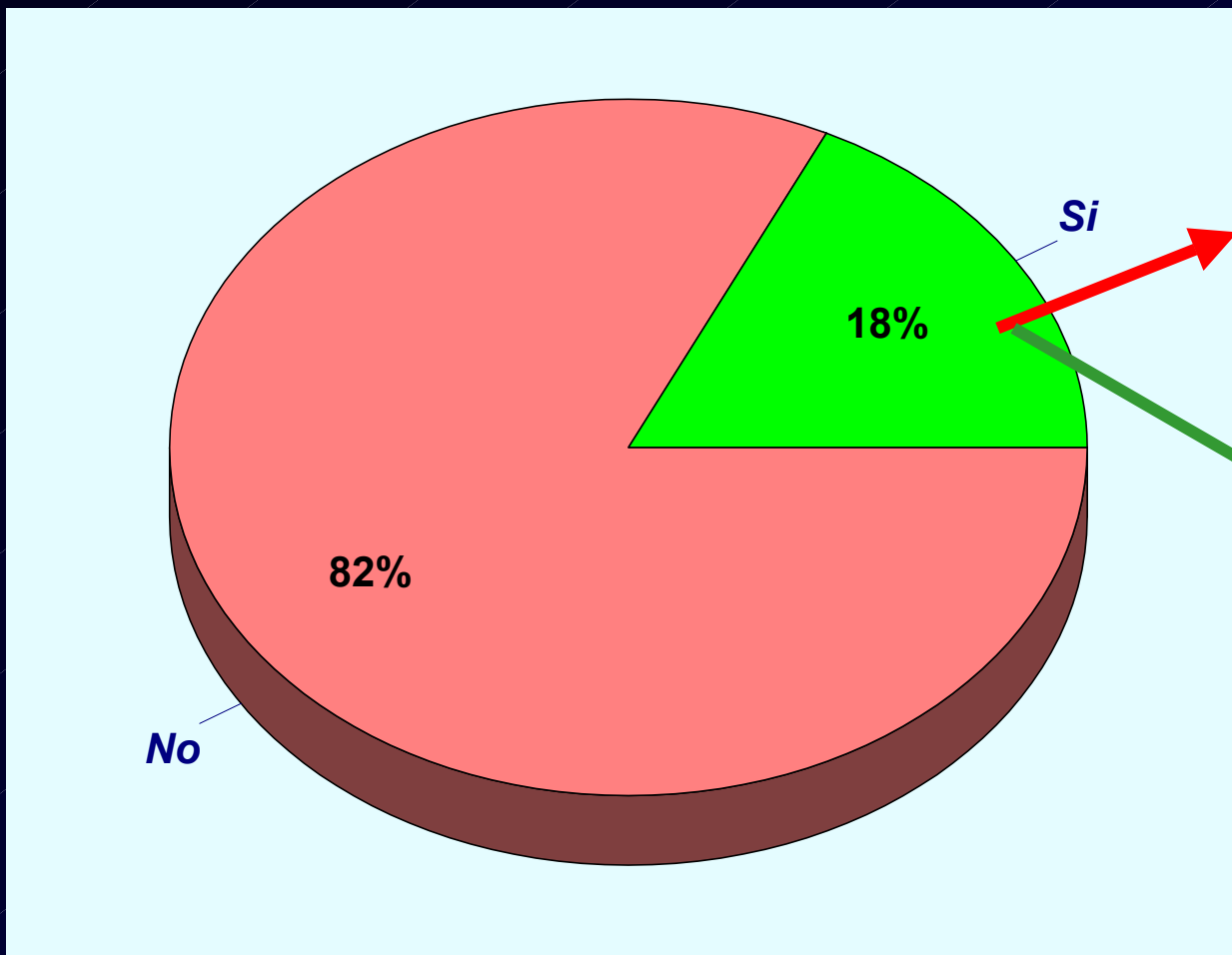


- 20-29: 22%
- Universidad: 11%,
- Altos usuarios: 21%

90.000 personas

Registro para recibir servicios gratuitos

- ¿Se ha registrado en algún sitio para recibir servicios gratuitos, por ejemplo boletines digitales? (% base: 992 usuarios)

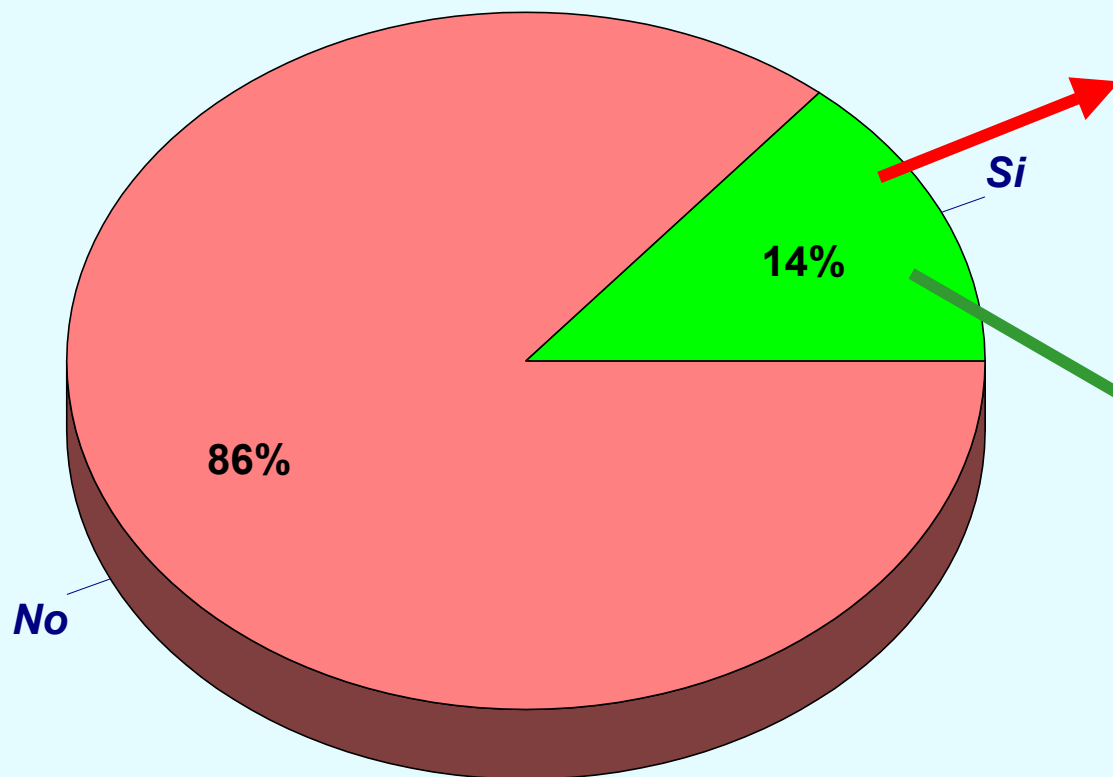


- 20-29: 22%
- Universidad: 26%,
- Altos usuarios: 41%

160.000 personas

Participación en promos en sitios UY

- ¿Ha participado en promociones en sitios uruguayos, por ejemplo sorteos, votaciones, etc.? (% base: 992 usuarios)

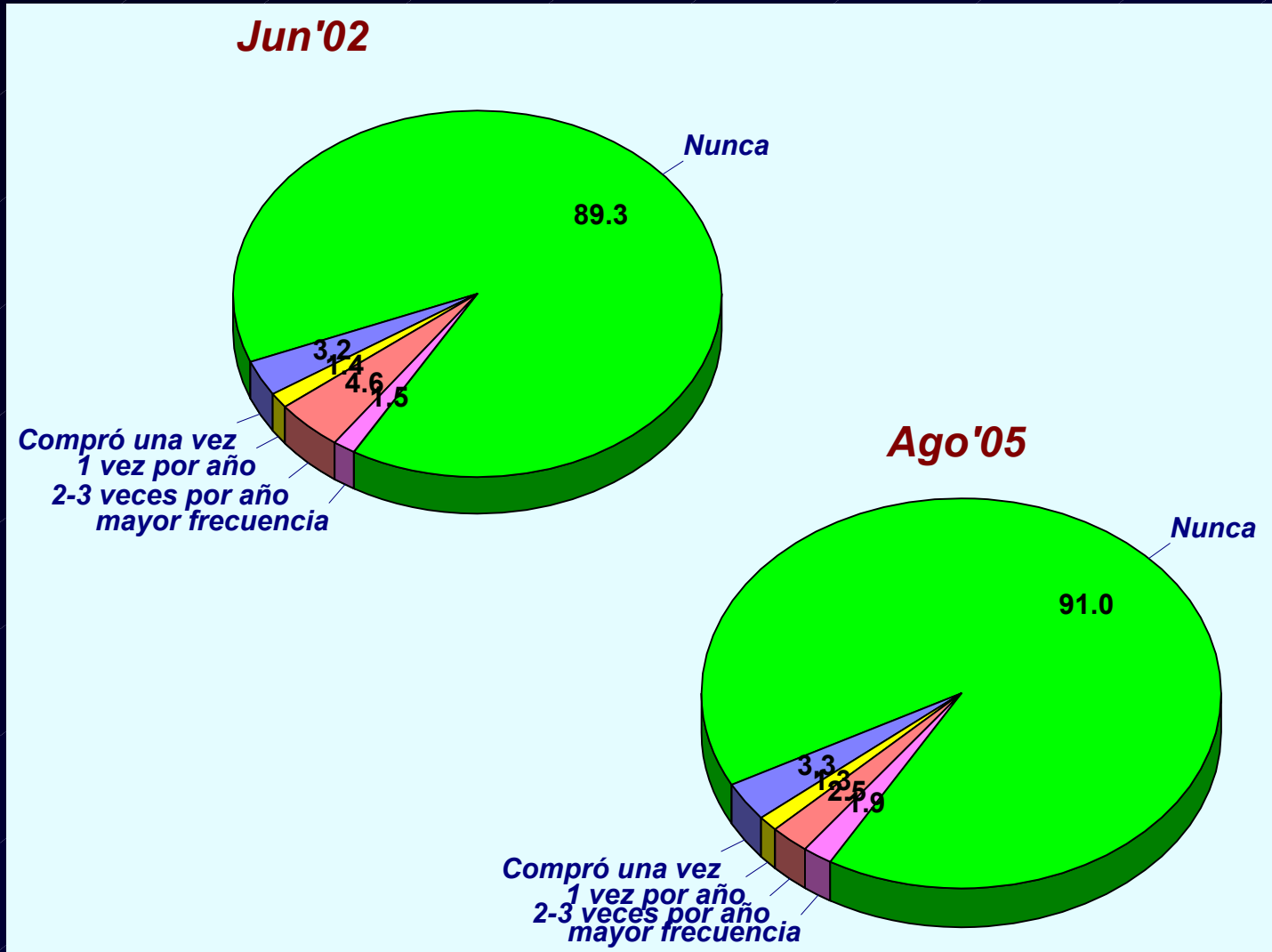


- Hombres: 17%
- 20-29: 20%
- Altos usuarios: 23%

125.000 personas

Compras por Internet (1)

- ¿Ha comprado alguna vez por Internet? ¿Con qué frecuencia? (% base: 992)

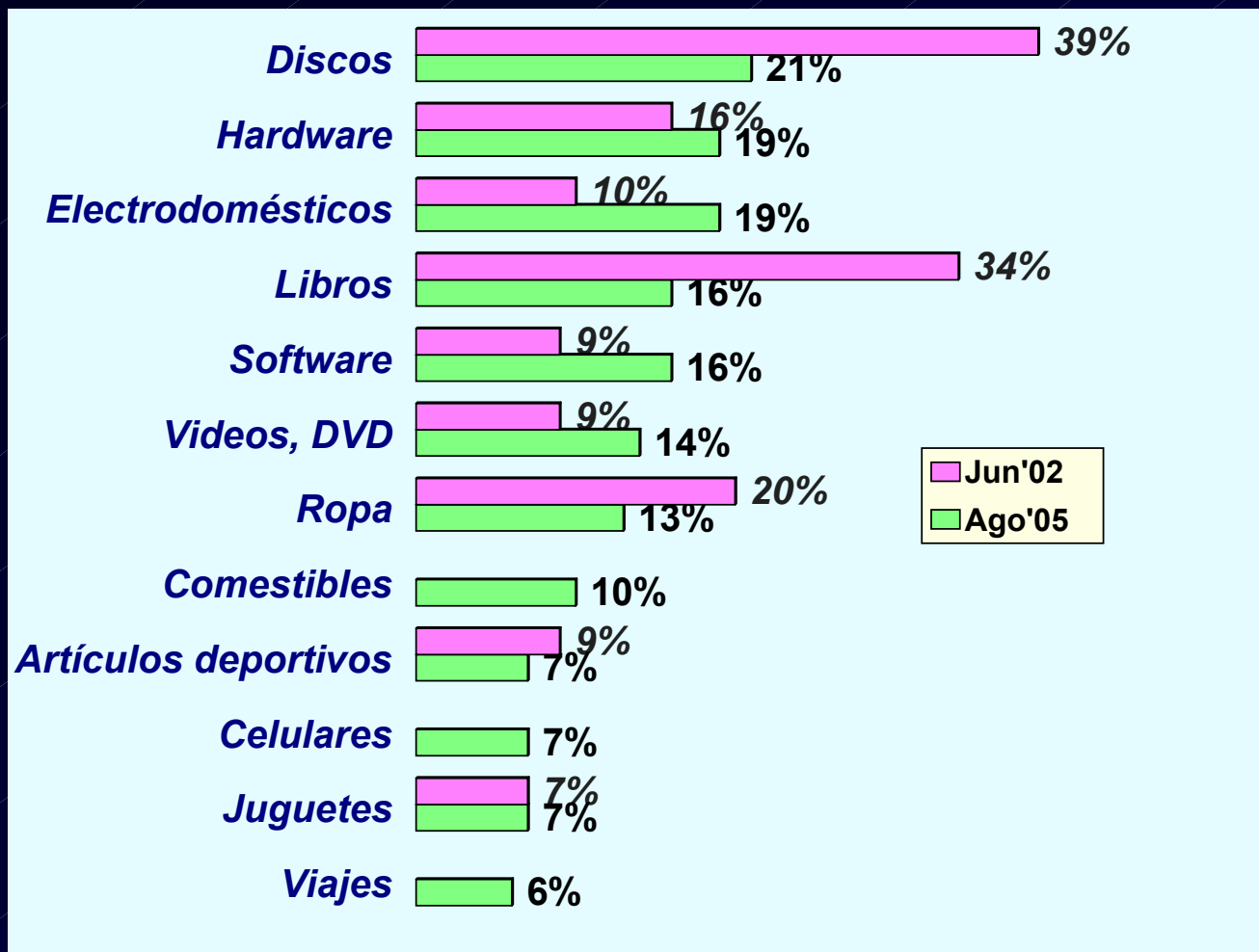


Compras por Internet (2)

- **76% de los compradores por Internet son montevideanos (86% en 2002).**
- **57% de los que alguna vez compraron por Internet tienen entre 20 y 39 años (igual % que en 2002). Los más jóvenes sólo constituyen el 16% de los compradores (12% en 2002).**
- **61% de los compradores por Internet tienen estudios universitarios completos (44% en 2002).**
- **El perfil del comprador por Internet sigue siendo fuertemente más masculino que femenino: 67% de los compradores son hombres (74% en 2002).**
- **40% de los compradores son altos usuarios de Internet (+ de 10 horas semanales)**

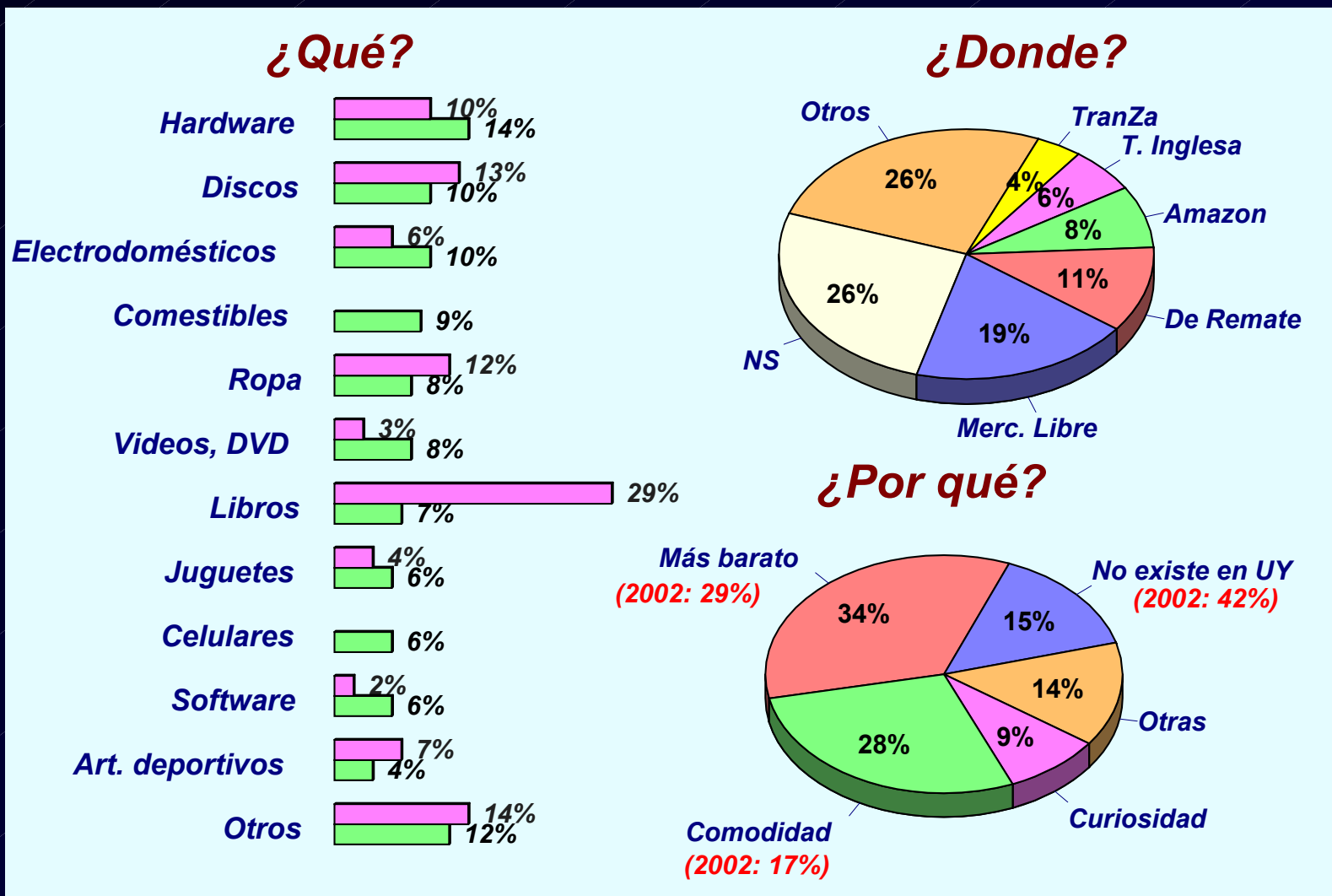
Compras por Internet (3)

- Le voy a leer algunos artículos que se compran habitualmente por Internet y le voy a pedir que me indique cuáles de ellos ha comprado aunque sea una sola vez (múltiple, %, base: 90)



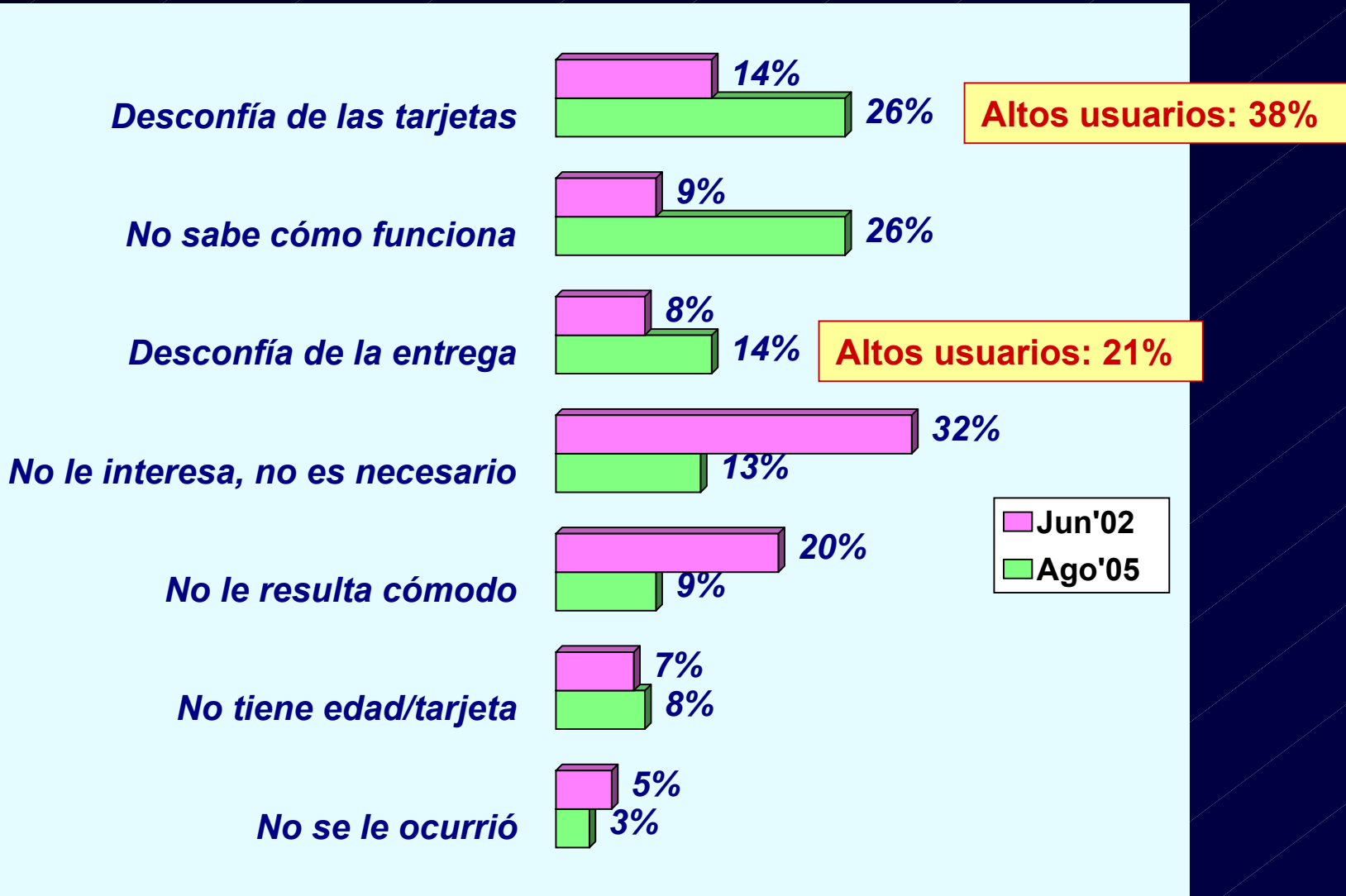
Compras por Internet (4)

- ¿Qué fue lo último que compró por Internet? ¿Dónde lo compró? ¿Por qué lo compró por Internet? (Unica, %, base: 90).



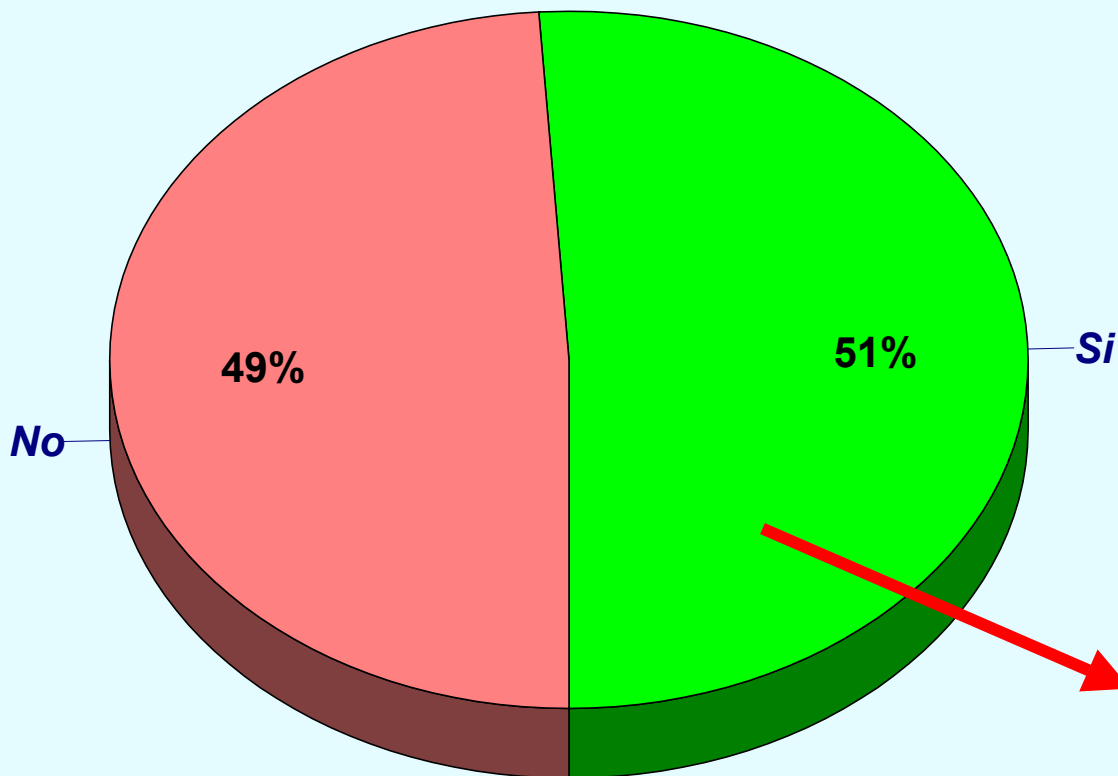
Compras por Internet (5)

• ¿Por qué nunca compró por Internet? (espontánea, múltiple, %, base: 902)



Compras por Internet (6)

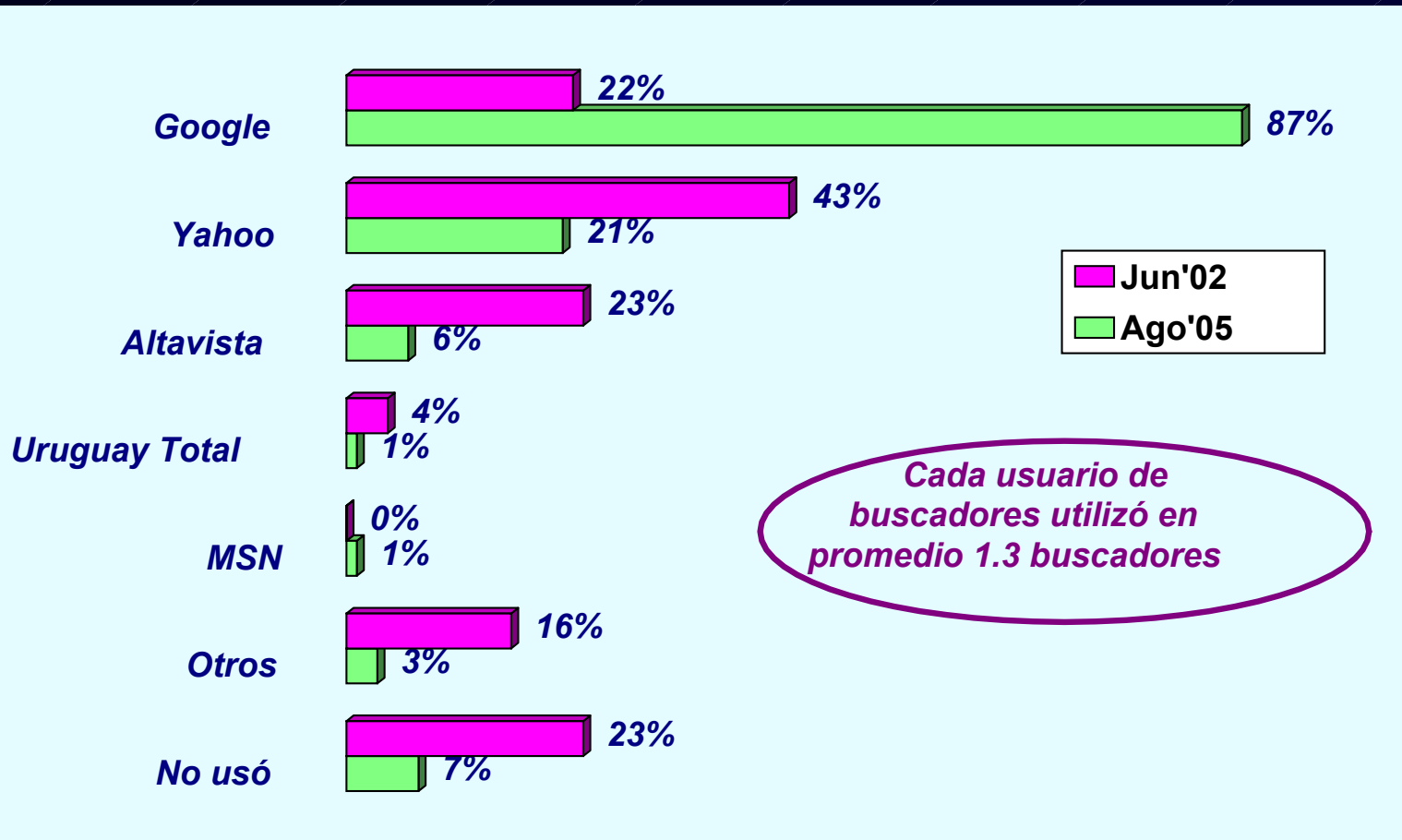
- ¿Estaría dispuesto a comprar por Internet si encontrara propuestas de su interés? (% base: 902 usuarios que nunca compraron)



- Hombres: 57%
- 20-29: 57%
- Educ. Secund: 56%
- Interior: 56%
- Altos usuarios: 41%

Buscadores de Internet

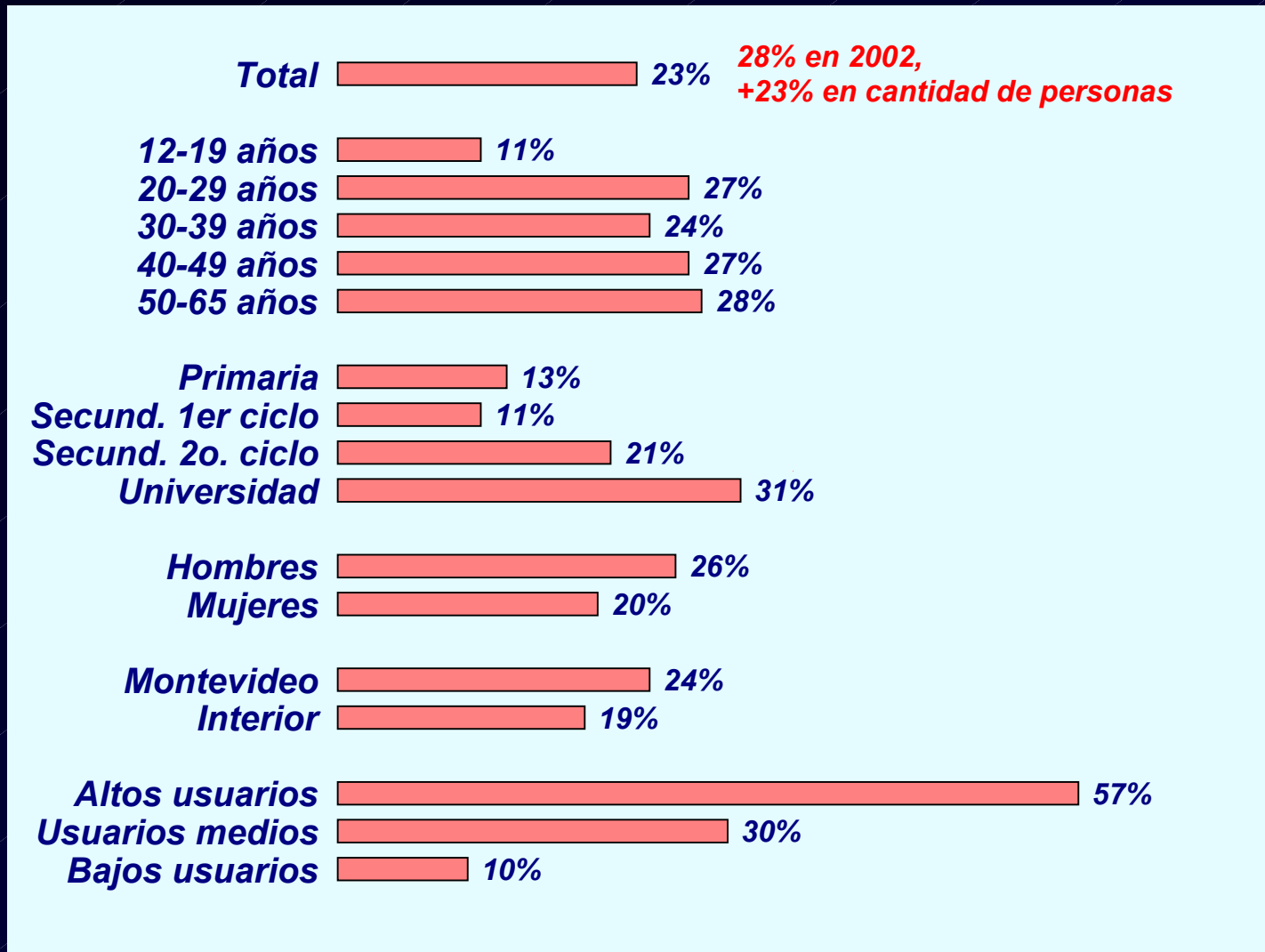
- ¿Qué buscadores ha utilizado en el último mes? (espontánea, %, base: 766 que saben lo que es un buscador)



13% de los usuarios de Internet no sabe lo que es un buscador (20% en 2002). Otro 10% no está seguro (9% en 2002)

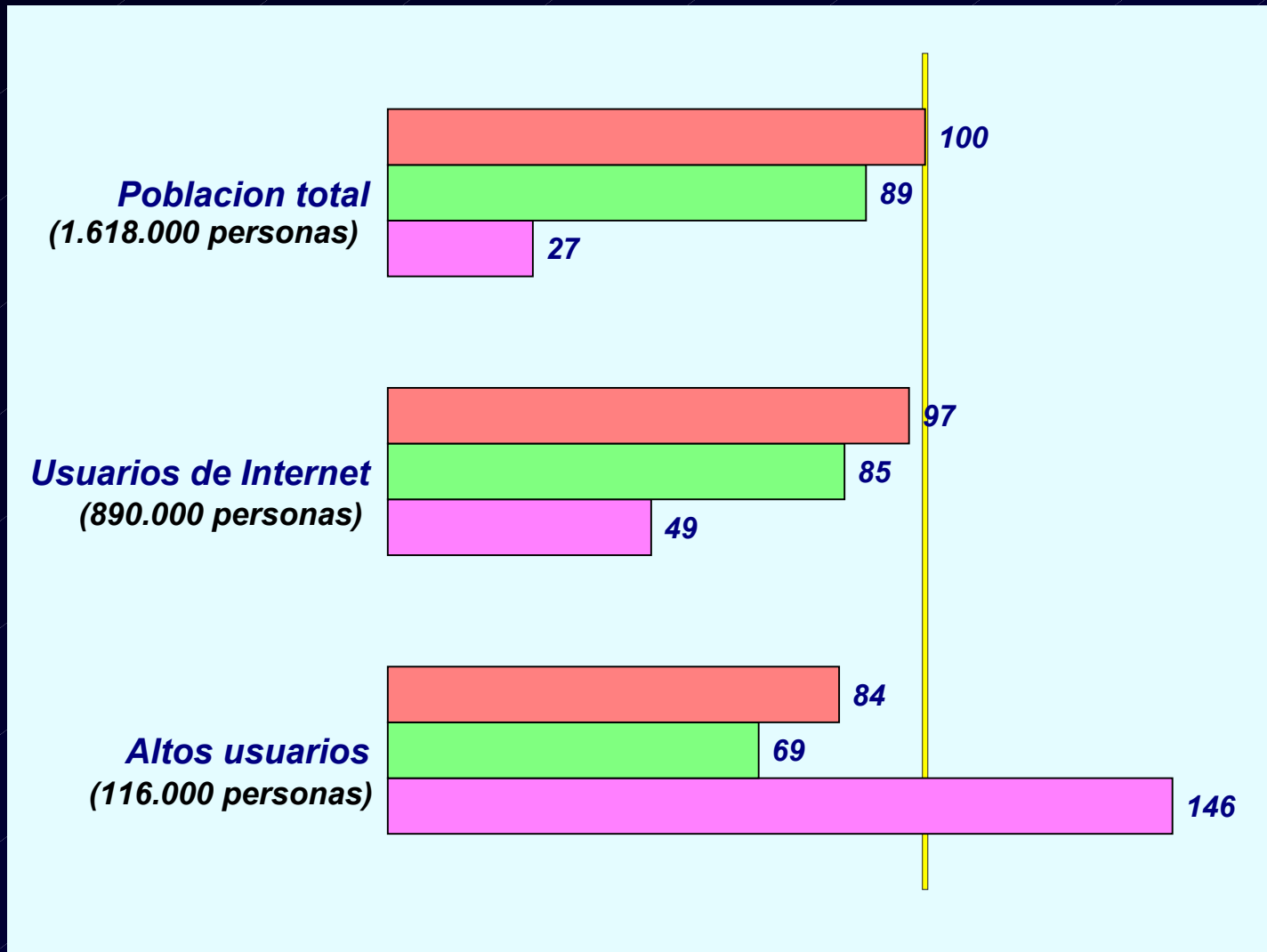
Penetración de los medios digitales (1)

- En la última semana, ha leído o escuchado algún medio de prensa por Internet? (%, base: 992 usuarios de Internet)



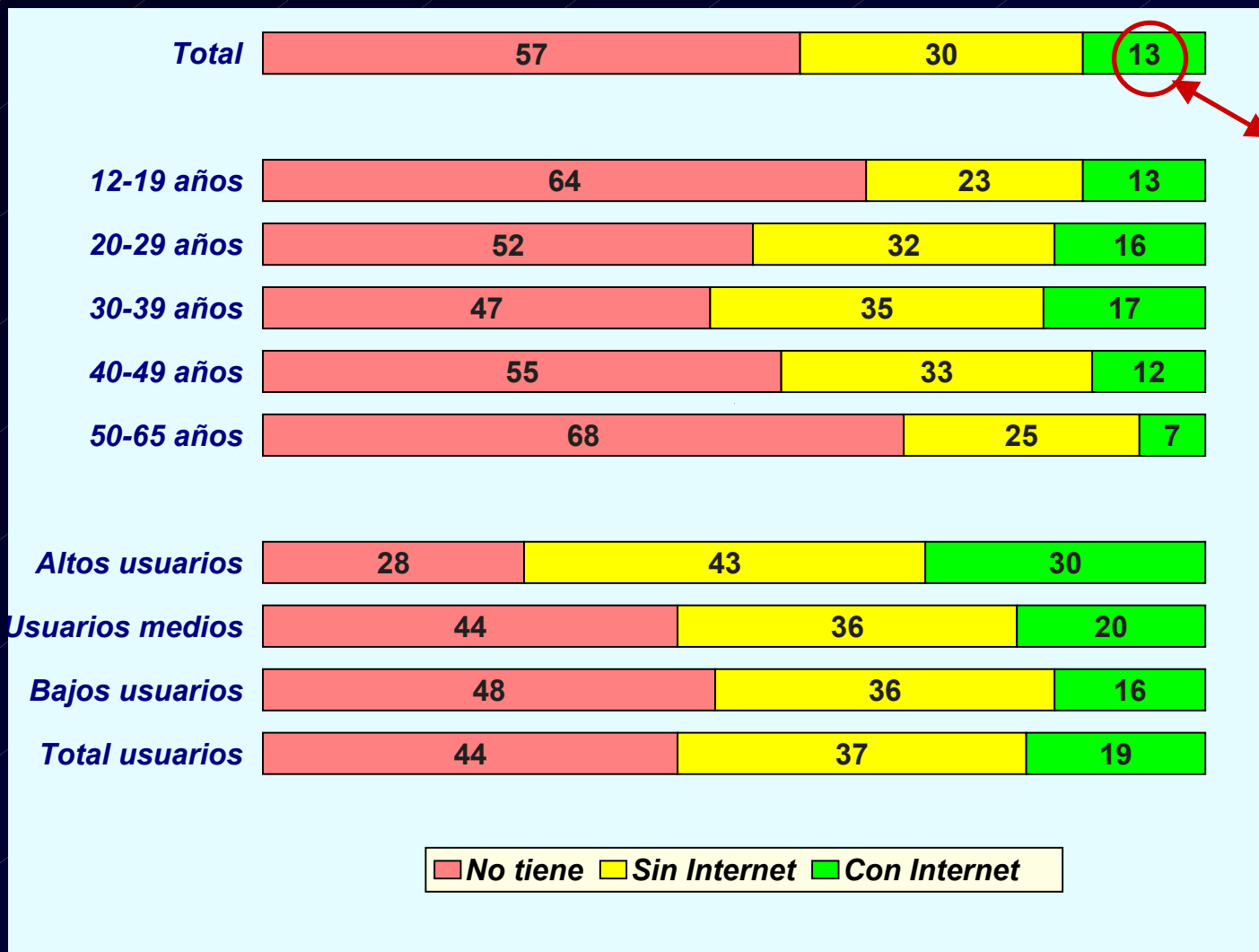
Internet vs medios tradicionales

- *¿Cuánto tiempo le dedica por día a Internet? ¿A la radio? ¿A la TV? (Valores índices, 100 = tiempo dedicado a la TV por habitante en la población total)*



Posesión de celular (1)

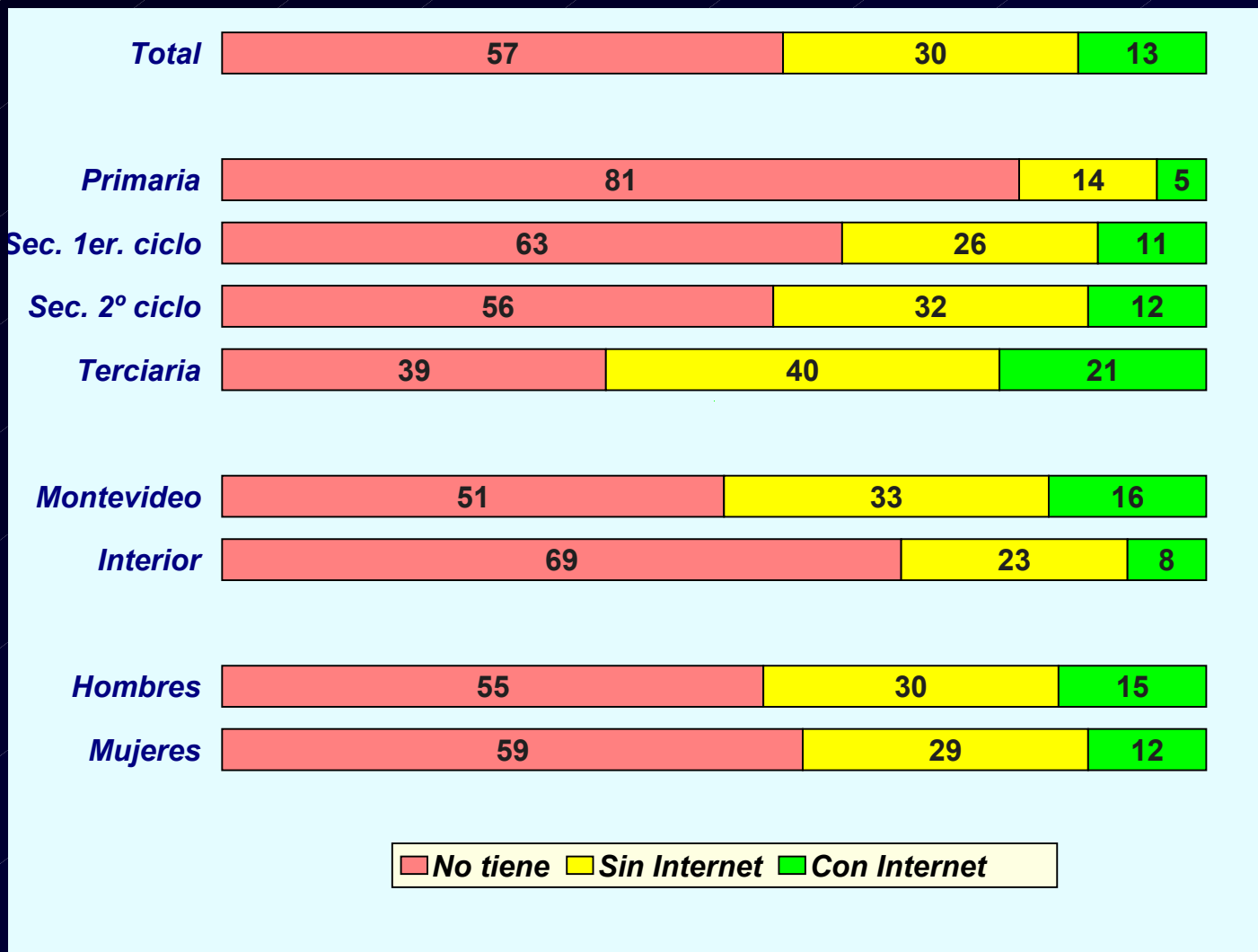
- ¿Tiene Ud. un teléfono celular? Ese celular tiene acceso a Internet?
(%, base: 1797)



215.000
celulares

Posesión de celular (2)

- ¿Tiene Ud. un teléfono celular? Ese celular tiene acceso a Internet?
(%, base: 1797)



Conclusiones (1)

- Entre 2002 y 2005, el número de usuarios de Internet aumentó un 56%. Pero si descomponemos ese crecimiento según el lugar de conexión, los usuarios desde el hogar crecieron un 30%, los que se conectan desde el lugar de trabajo, casas de amigos o familiares, o lugares de estudio se multiplicaron por 2.4, y los que acceden desde un cyber por 24 !
- La penetración de Internet crece en todos los segmentos definidos por edad, nivel de educación, sexo y zona de residencia; y la composición del universo de usuarios tiende a parecerse cada vez más a la composición de la población total: crece más rápidamente en el Interior, entre las mujeres y entre los mayores de 50 años.
- El número de hogares usuarios de banda ancha se multiplicó por 13 en tres años.
- El tiempo promedio de conexión semanal por usuario se duplicó en tres años, pasando de 3,2 a 6,8 horas. Esto, sumado al aumento del número de usuarios, hace que el total de horas de conexión se haya multiplicado por 2,6 entre 2002 y 2005.
- El número de “altos consumidores” aumentó proporcionalmente más que el de usuarios en general: el consumo de Internet tiende a “desconcentrarse”.

Conclusiones (2)

- **Se redujo el número de usuarios que no se conectaron en la última semana (de 32% a 25%), el de los que no tienen casilla de correo (de 25% a 12%), y se diversificó la cantidad de usos que se le da a Internet, especialmente entre los usuarios más asiduos.**
- **Unas 90.000 personas se han registrado en algún sitio para recibir promociones u ofertas, 160.000 para recibir servicios gratuitos tales como boletines digitales, y 125.000 ya han participado en promociones (sorteos, votaciones, etc.) en sitios uruguayos. Más de 200.000 personas leen o escuchan medios digitales habitualmente (+23% con respecto a 2002).**
- **El número de personas que han comprado por Internet no ha crecido más que la media de usuarios: la tasa de penetración de esa modalidad de compra se mantiene en un 9% de los internautas. Lo que sí se modificó fue la composición del “carrito” promedio: creció la venta de hardware, software, electrodomésticos, celulares, videos/DVD y comestibles. Disminuyó la de libros (muy fuertemente), discos y ropa.**

Conclusiones (3)

- En cuanto a las razones por las cuales no se compra por Internet, aumenta el número de menciones vinculadas a la desconfianza hacia las tarjetas de crédito y hacia las entregas, y a la falta de conocimiento acerca de cómo funciona. Por otra parte, la falta de interés y la afirmación de que no es algo necesario se redujo muy fuertemente. Asimismo, la mitad de los que nunca compraron por Internet se declara dispuesta a hacerlo si vieran propuestas que le resultaran interesantes.
- El tiempo dedicado a Internet por los usuarios parece “sumarse” al tiempo dedicado a los medios tradicionales (radio y TV). Si comparamos el tiempo dedicado a estos últimos entre los usuarios y los no usuarios, no existen diferencias significativas. Sin embargo, los usuarios de Internet le dedican a este medio la mitad del tiempo que le dedican a la radio y casi un 60% del que le dedican a la TV.