

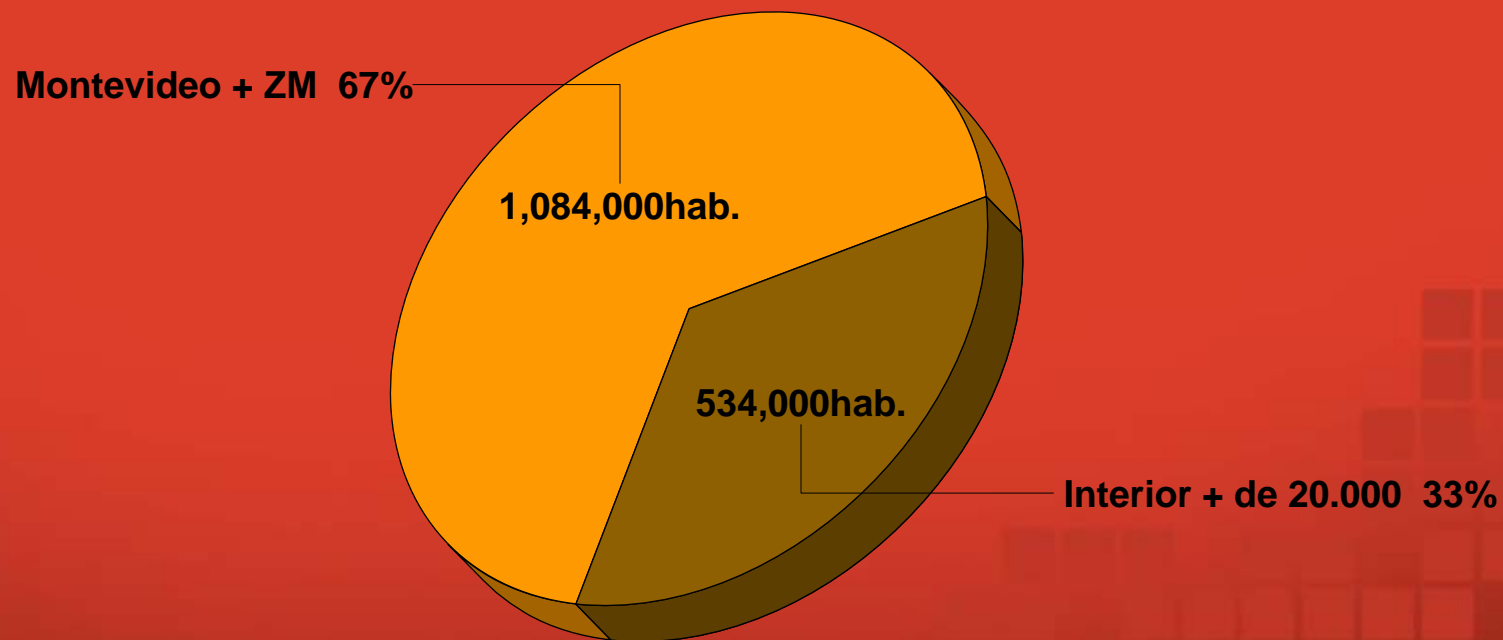
Conozca al Internauta Uruguayo:

2° Estudio de Internet en Uruguay

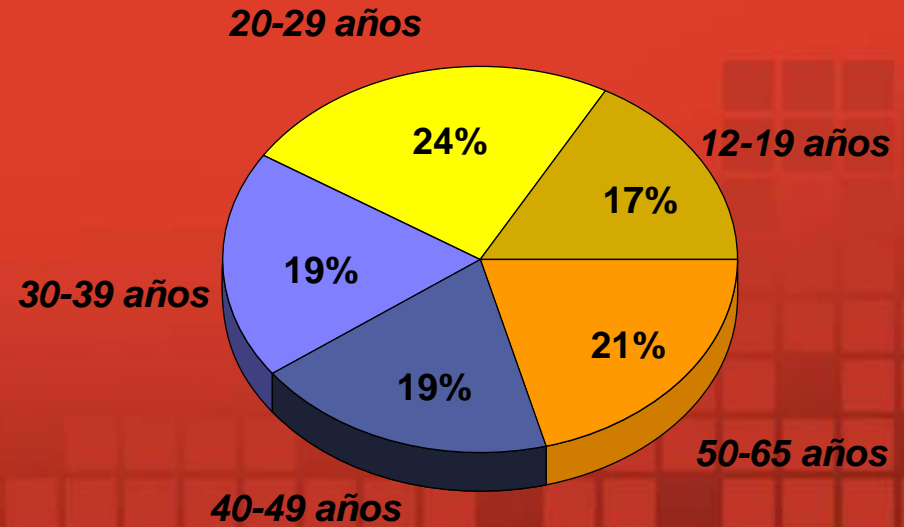
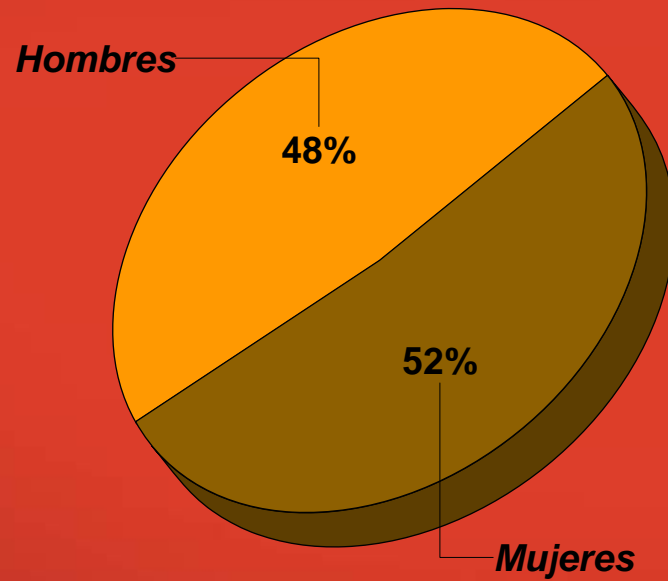


Composición del marco muestral

Población de 12 a 65 años

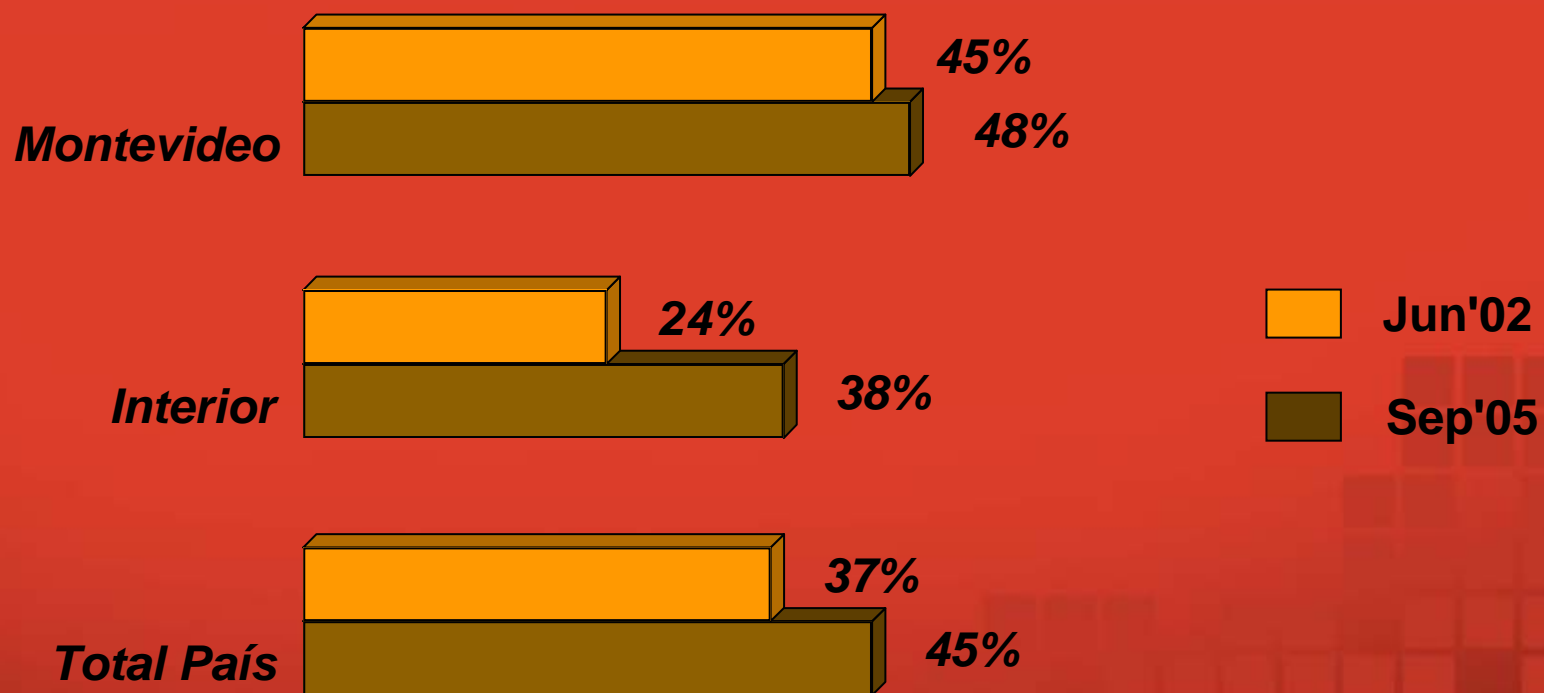


Composición de la muestra



Penetración de PC en hogares

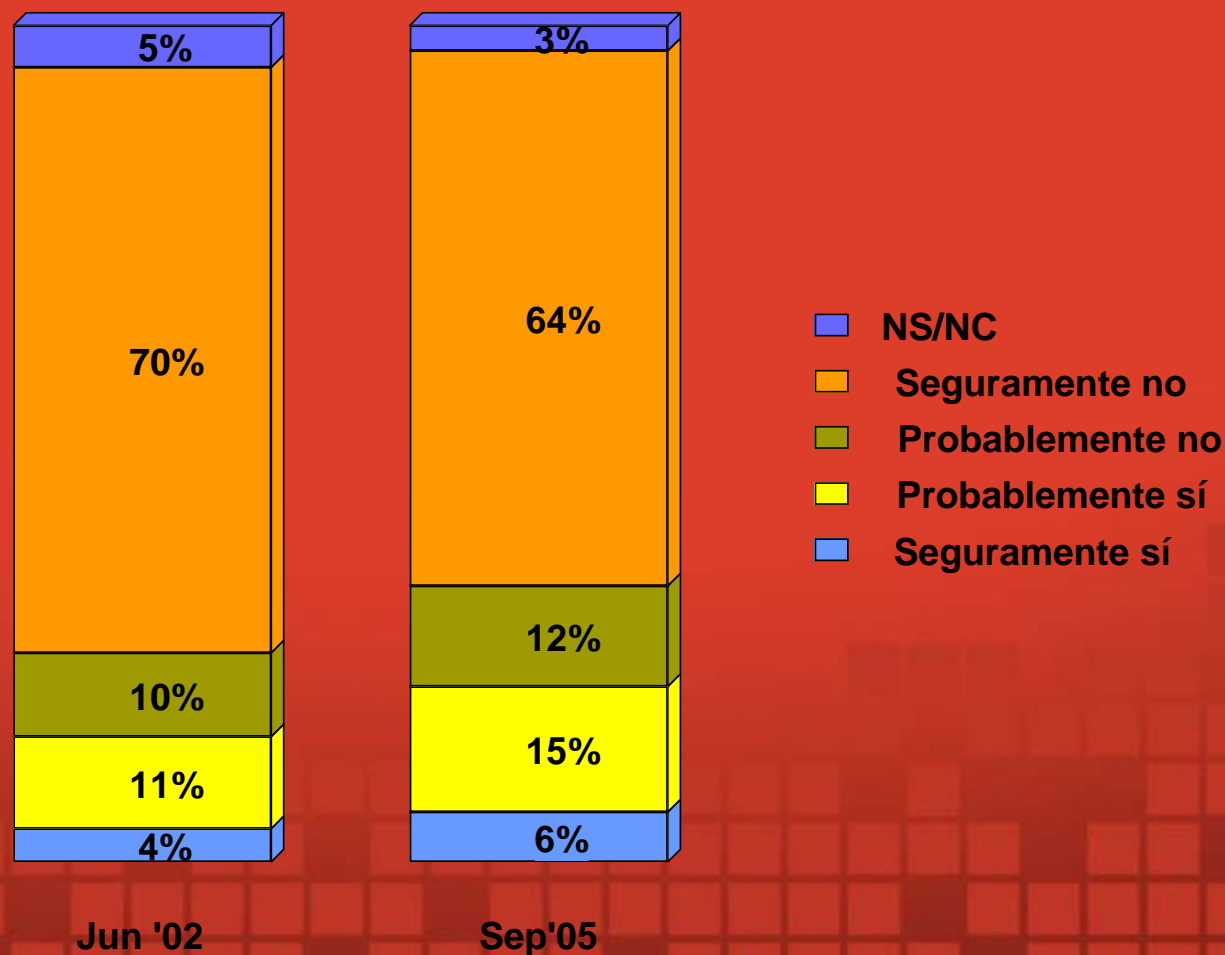
¿Hay alguna computadora en su hogar? (total de la muestra)



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

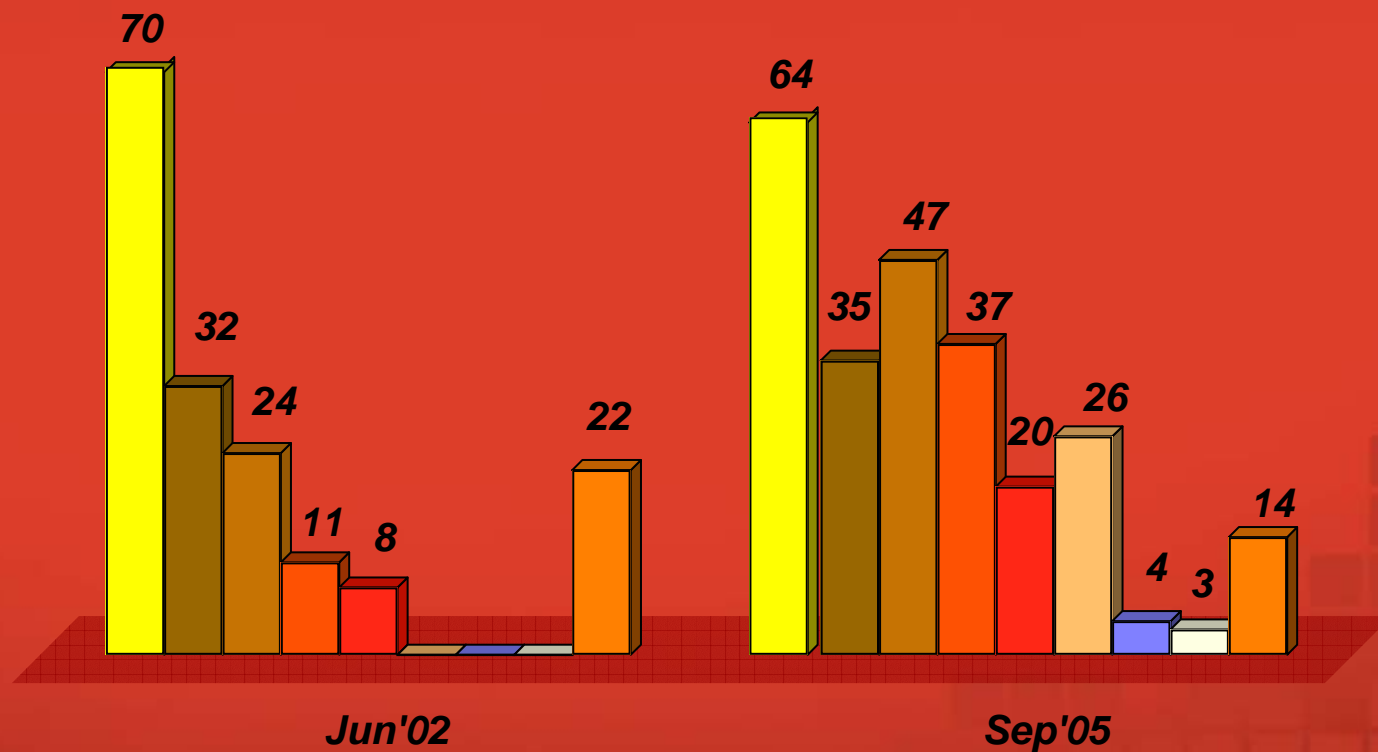
Intención de compra de PC

¿Alguien en su hogar está pensando en comprar una computadora en los próximos seis meses?



Posesión de accesorios

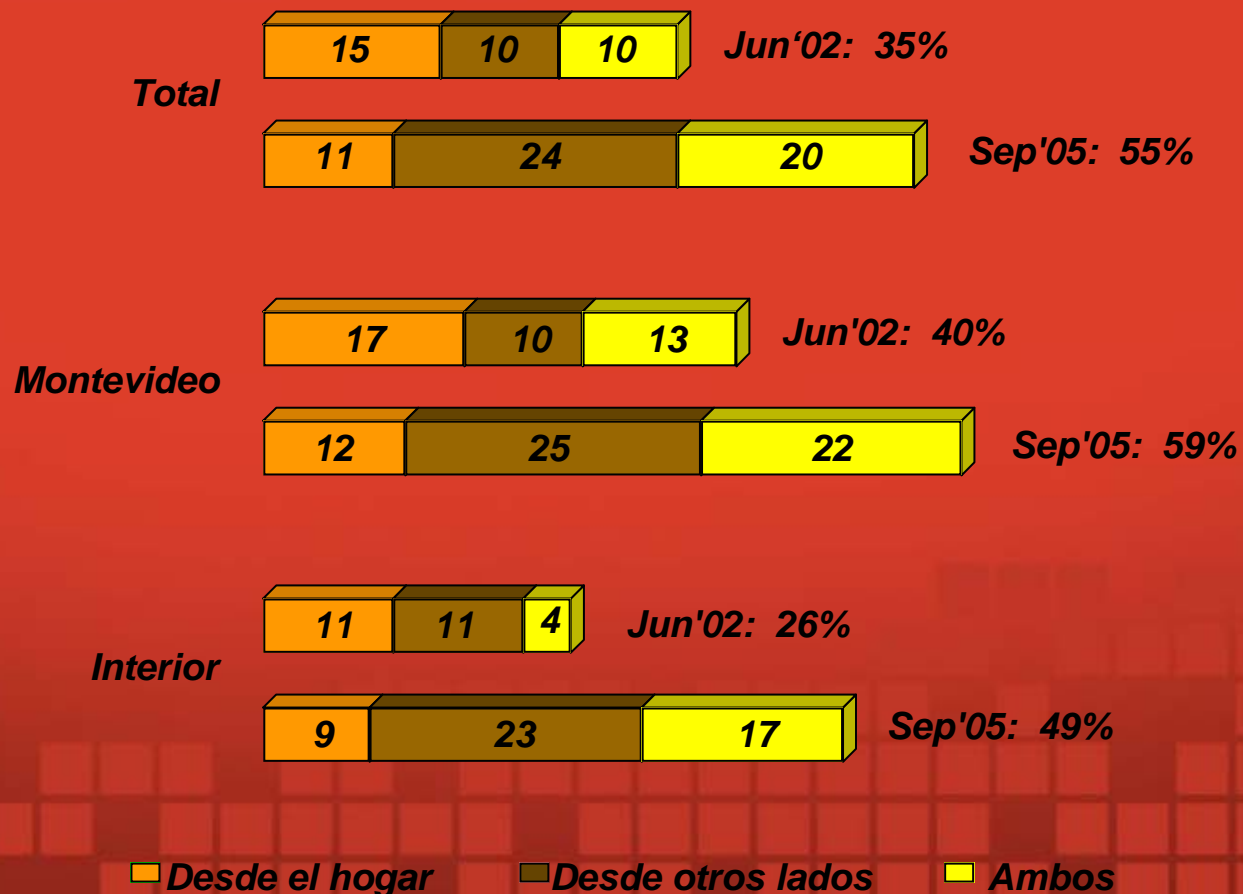
¿Qué accesorios existen en su casa? (hogares con PC)



■ Micrófono
 ■ Scanner
 ■ Grabador CD
 ■ DVD
 ■ Webcam
■ Cámara digital
 ■ IPOD
 ■ Wireless
 ■ Ninguno

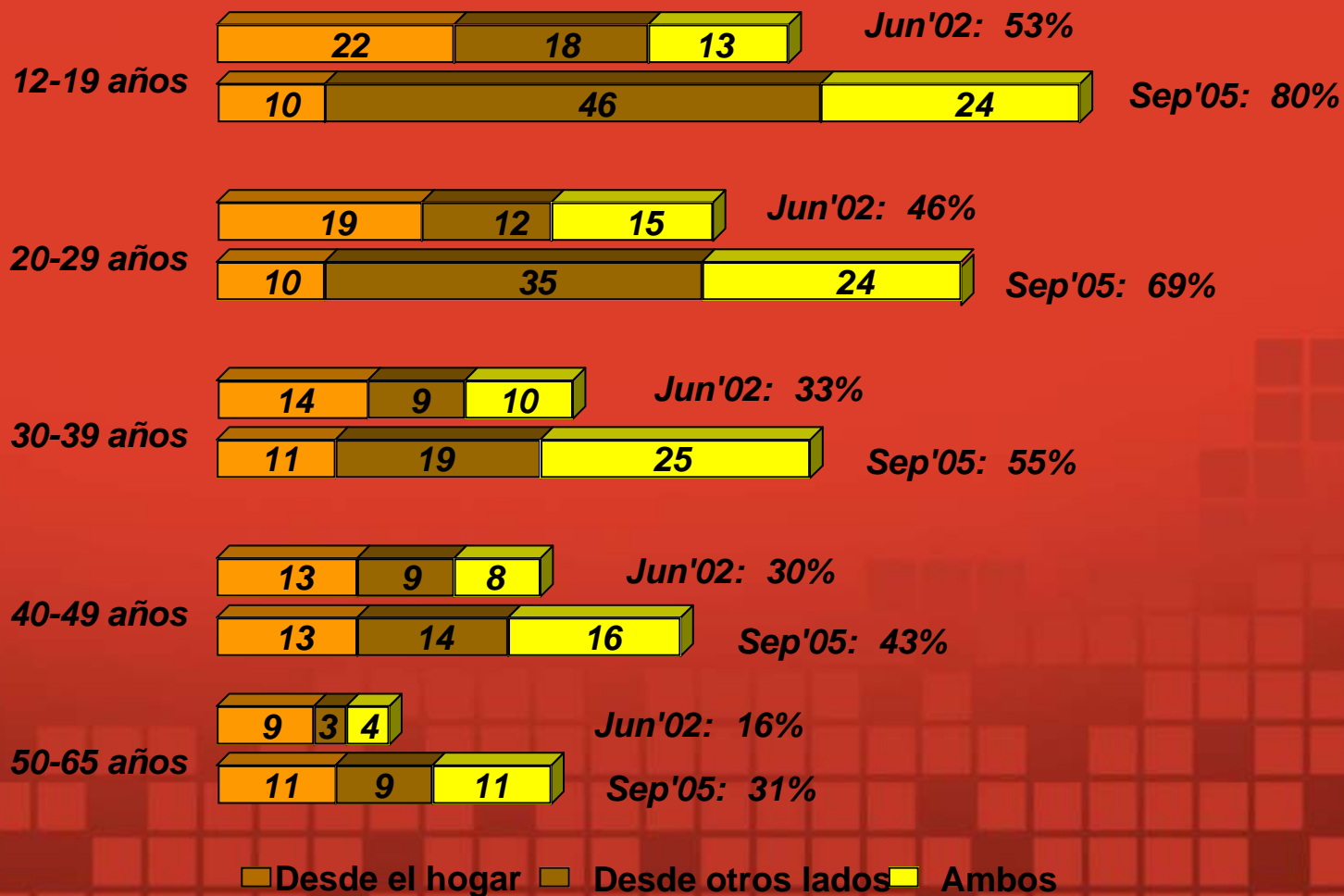
Penetración de Internet (1)

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



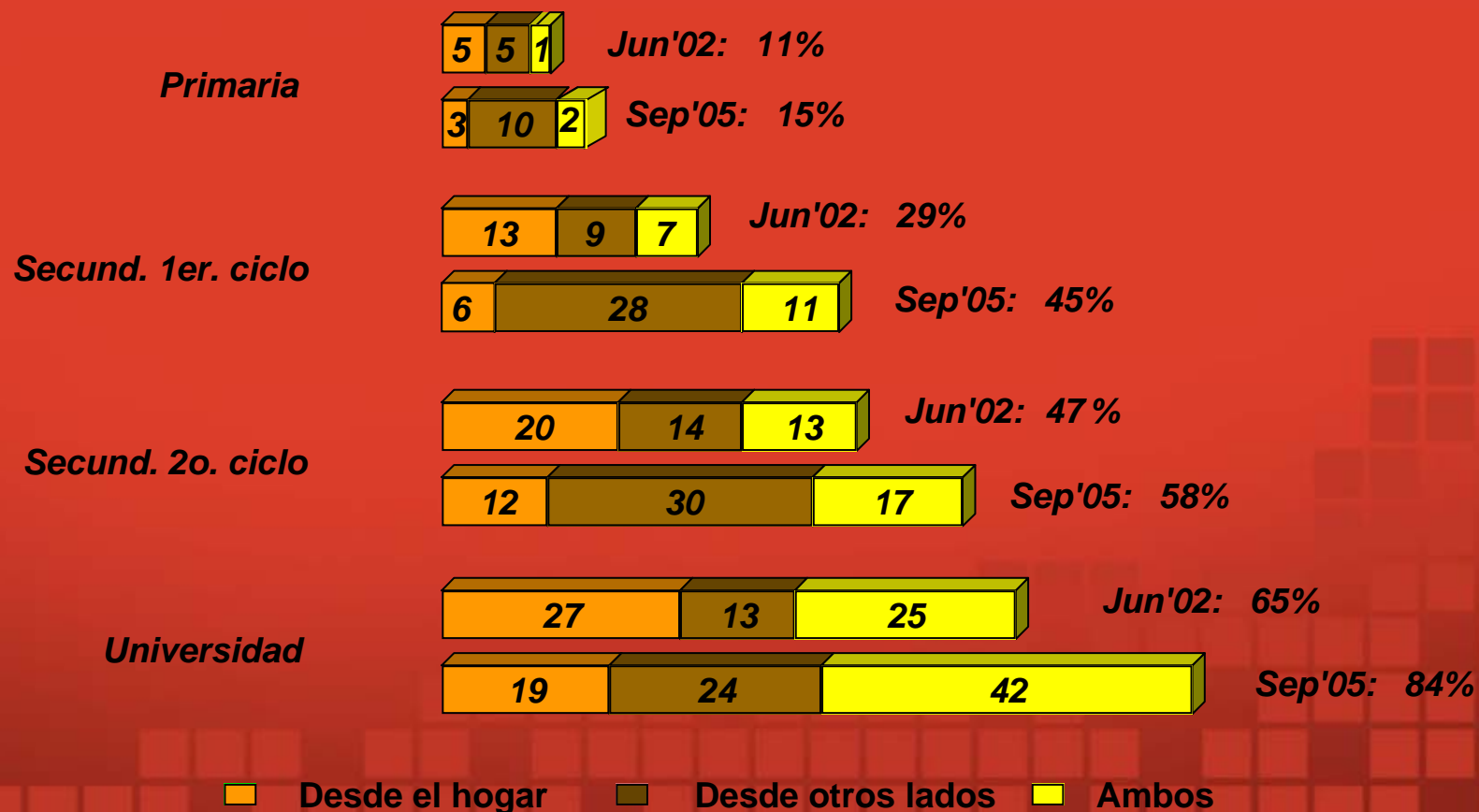
Penetración de Internet (2)

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



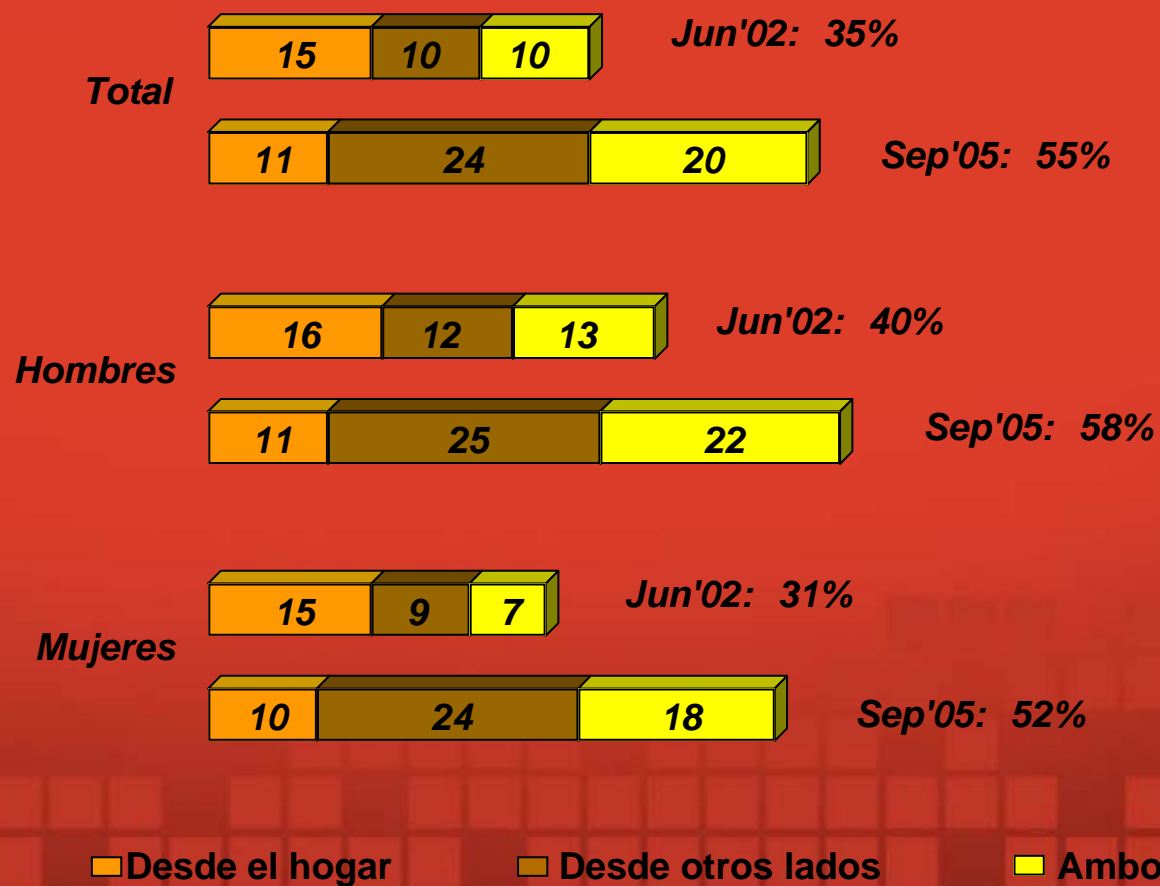
Penetración de Internet (3)

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



Penetración de Internet (4)

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

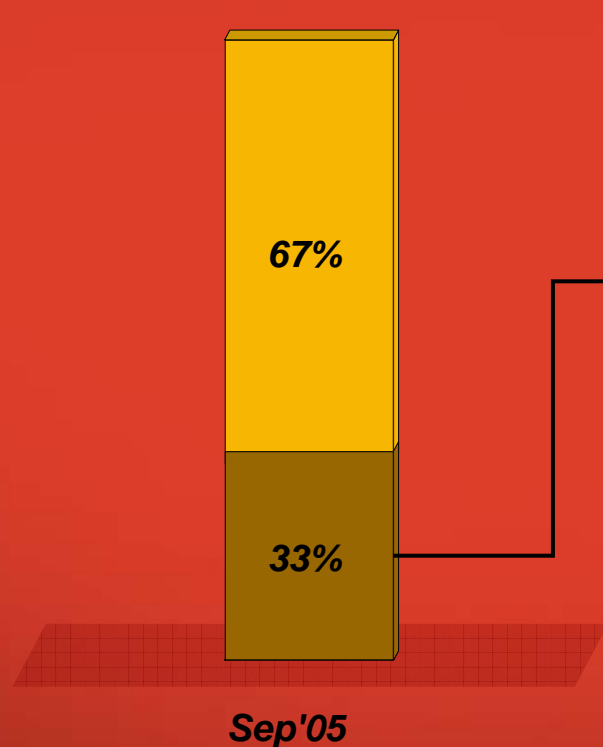


Composición del universo de internautas

- 71% de los usuarios reside en Montevideo.
- 55% son menores de 30 años. El 12% son mayores de 50 años.
- 72% tiene por lo menos Secundaria 2o. Ciclo completa. 4% tiene Primaria incompleta o completa.
- El perfil del usuario de Internet es más femenino que en 2002: 50% del universo son mujeres (vs. 46% en 2002).

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 en el hogar



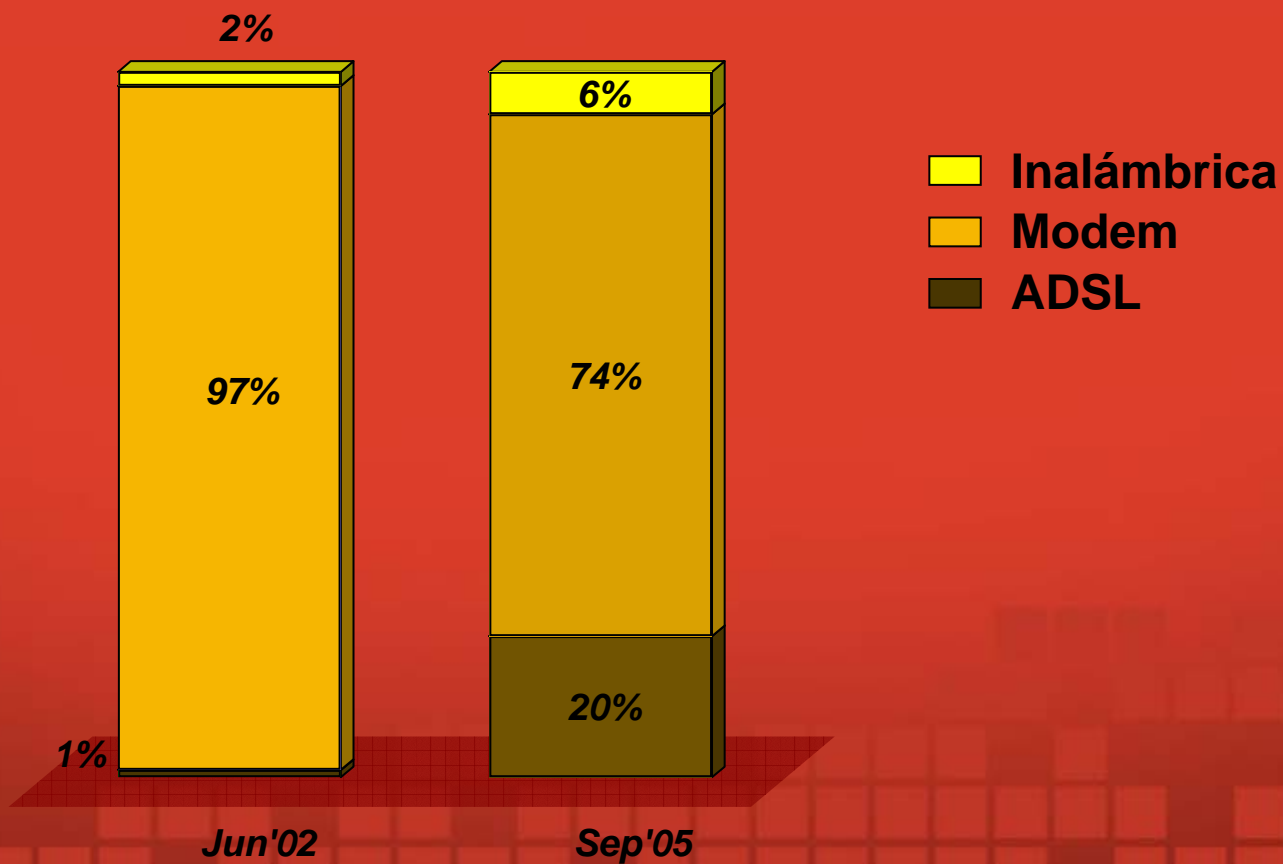
No usa Internet
 Usa Internet

	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%

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

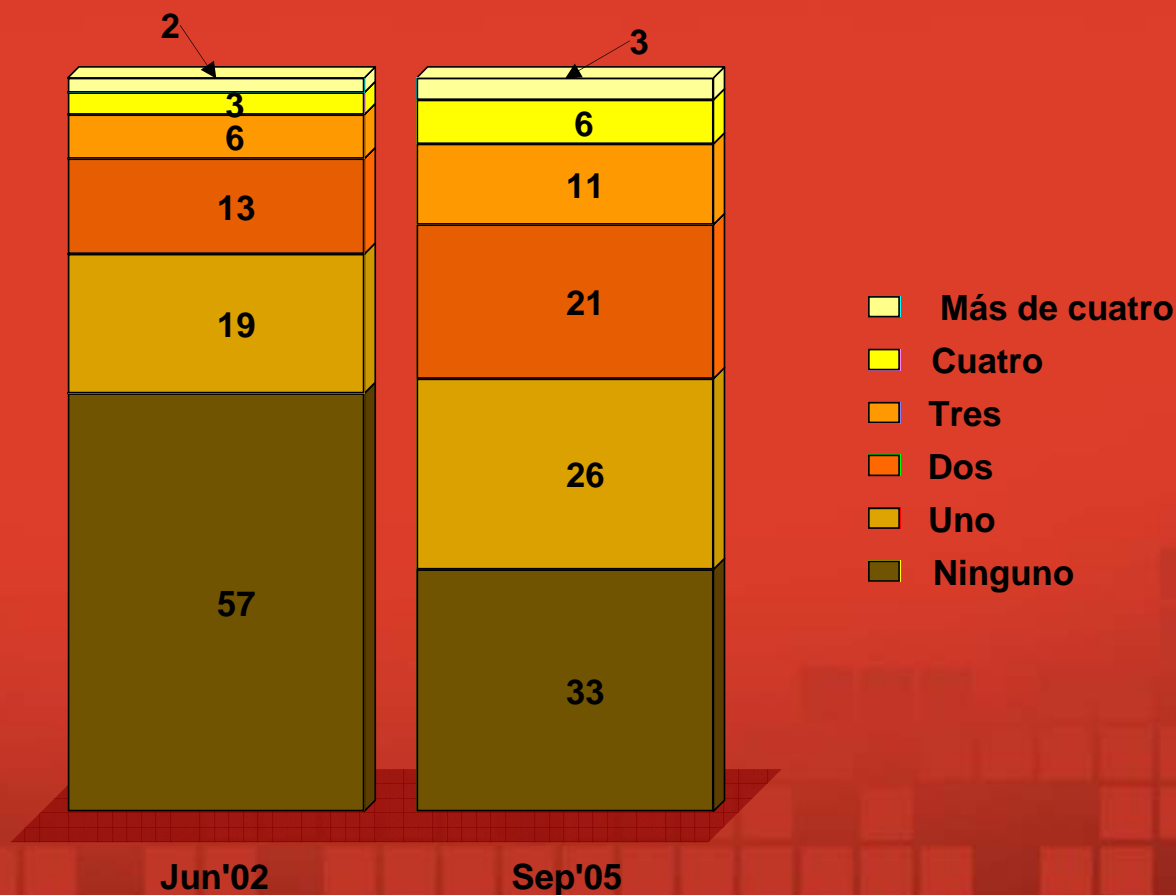
Conexión dentro del hogar

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



Cantidad de usuarios por hogar

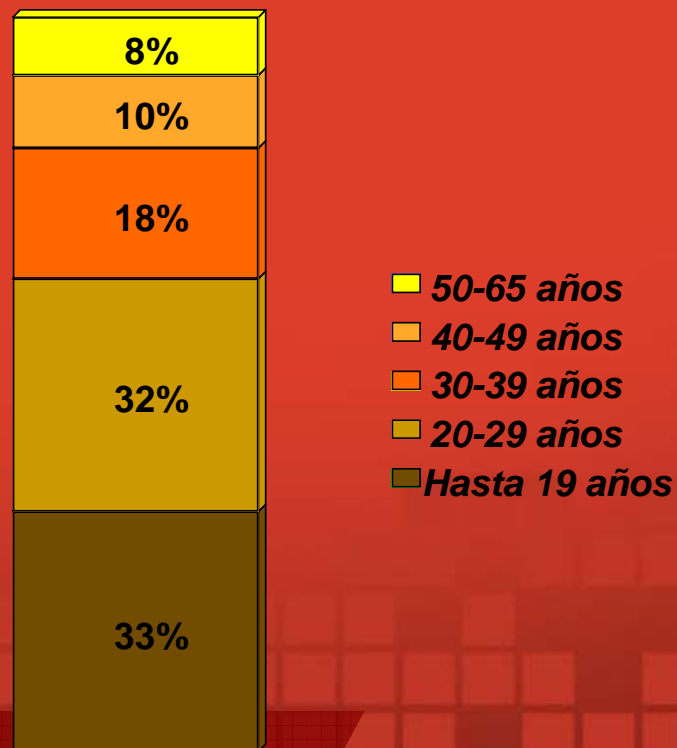
¿Cuántos usuarios de Internet existen en el hogar? (% base: 1797)



- Existe por lo menos un usuario de Internet en el 67% de los hogares.
- En estos hogares, existe un promedio de 2.1 usuarios de Internet.

Edad de los usuarios de Internet

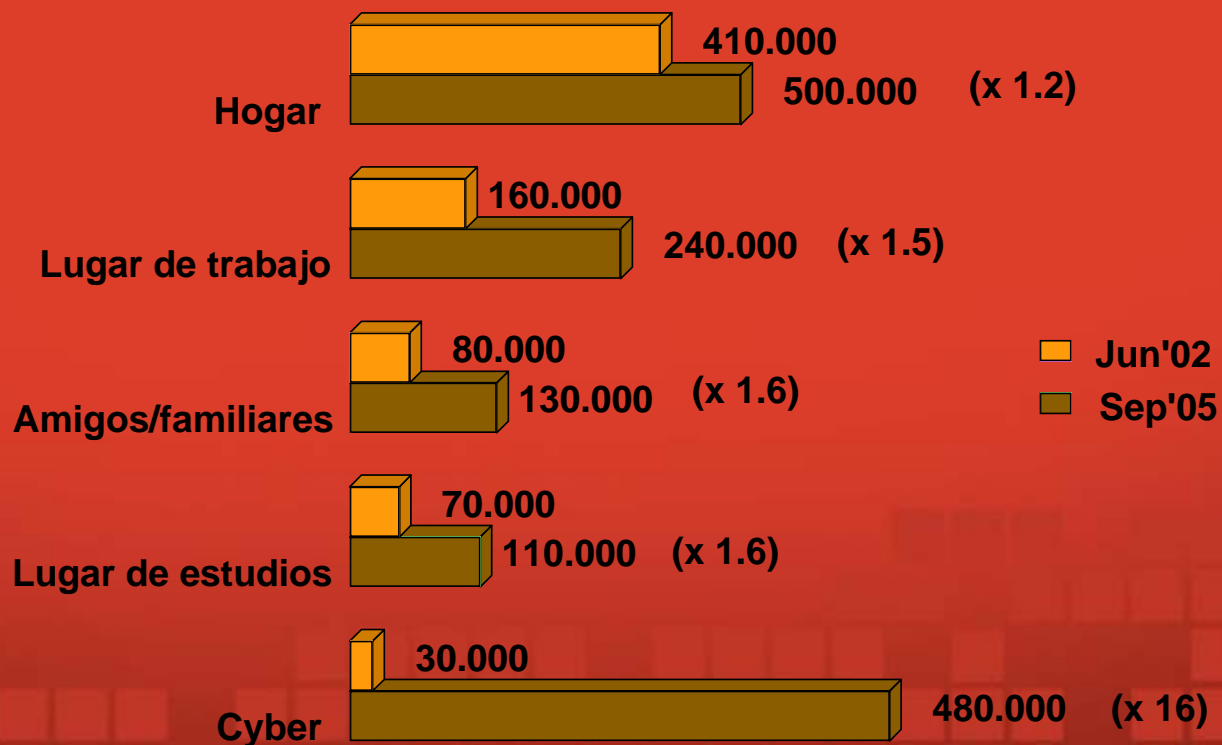
¿Cuál es la edad de los usuarios de Internet? (% , base: 992 usuarios)



Todos los usuarios

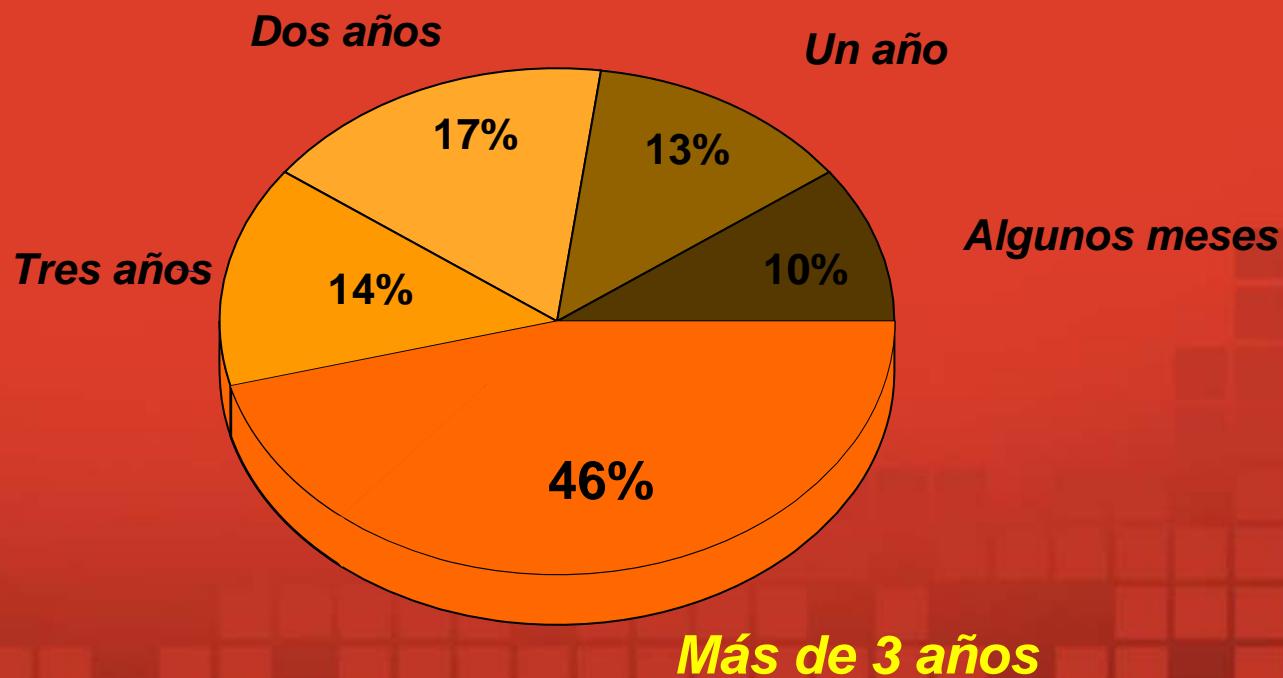
Número de usuarios según lugar de conexión

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



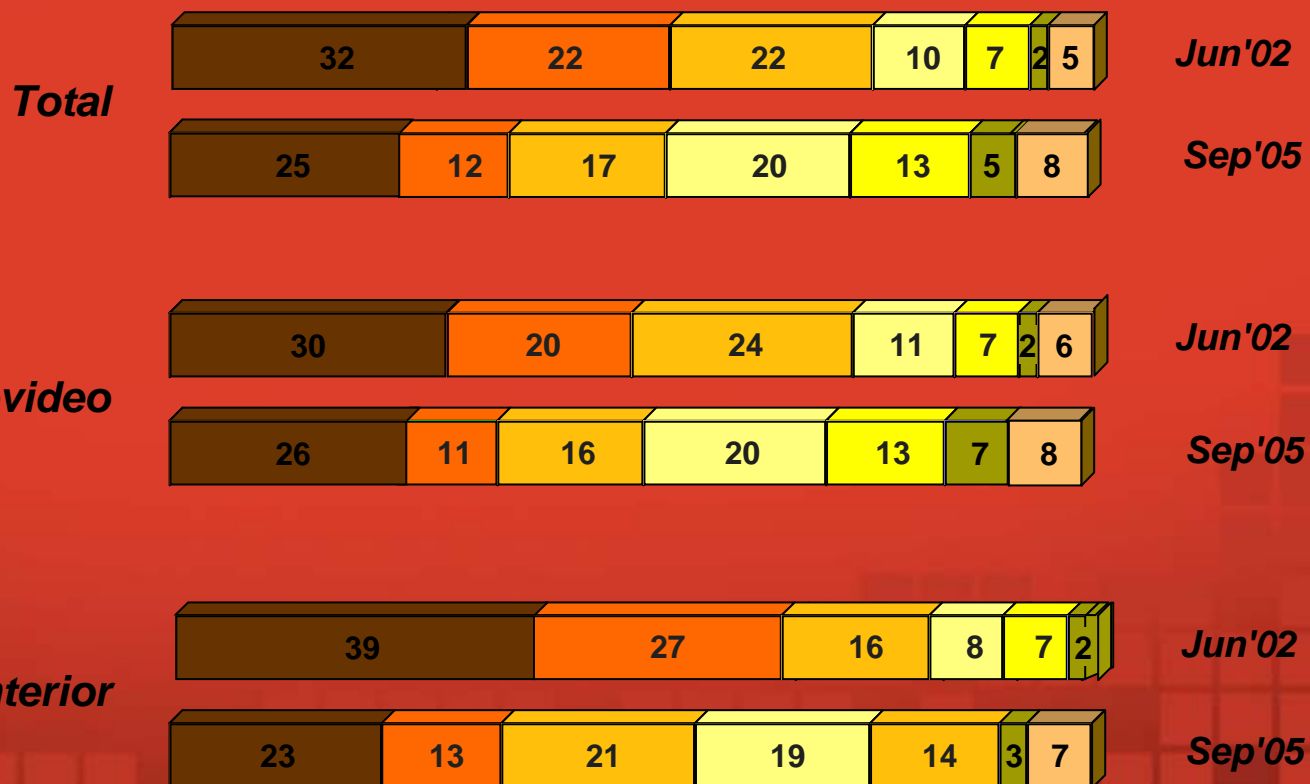
Antigüedad como usuario de Internet

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



Tiempo de conexión a Internet (1)

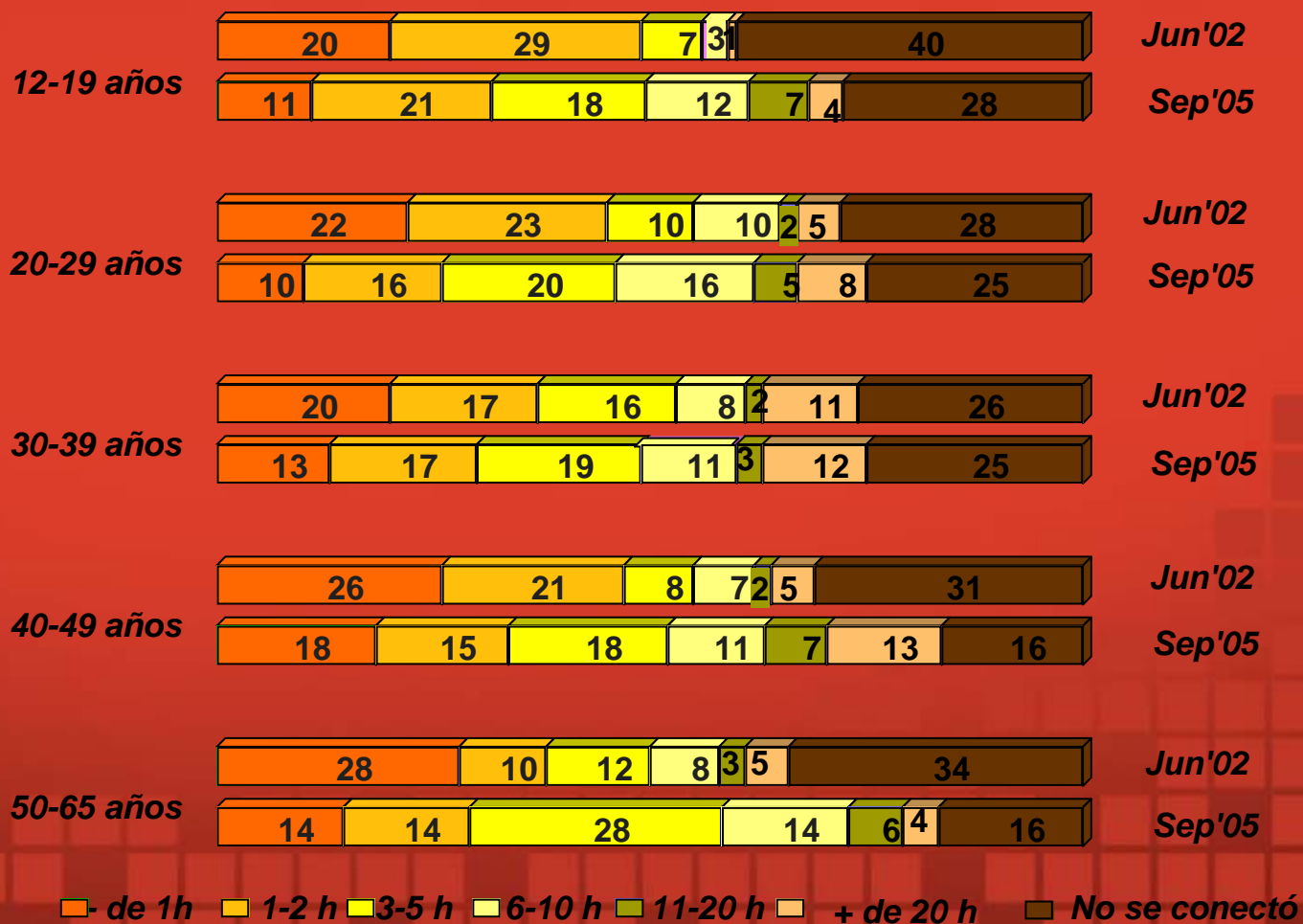
¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días?



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

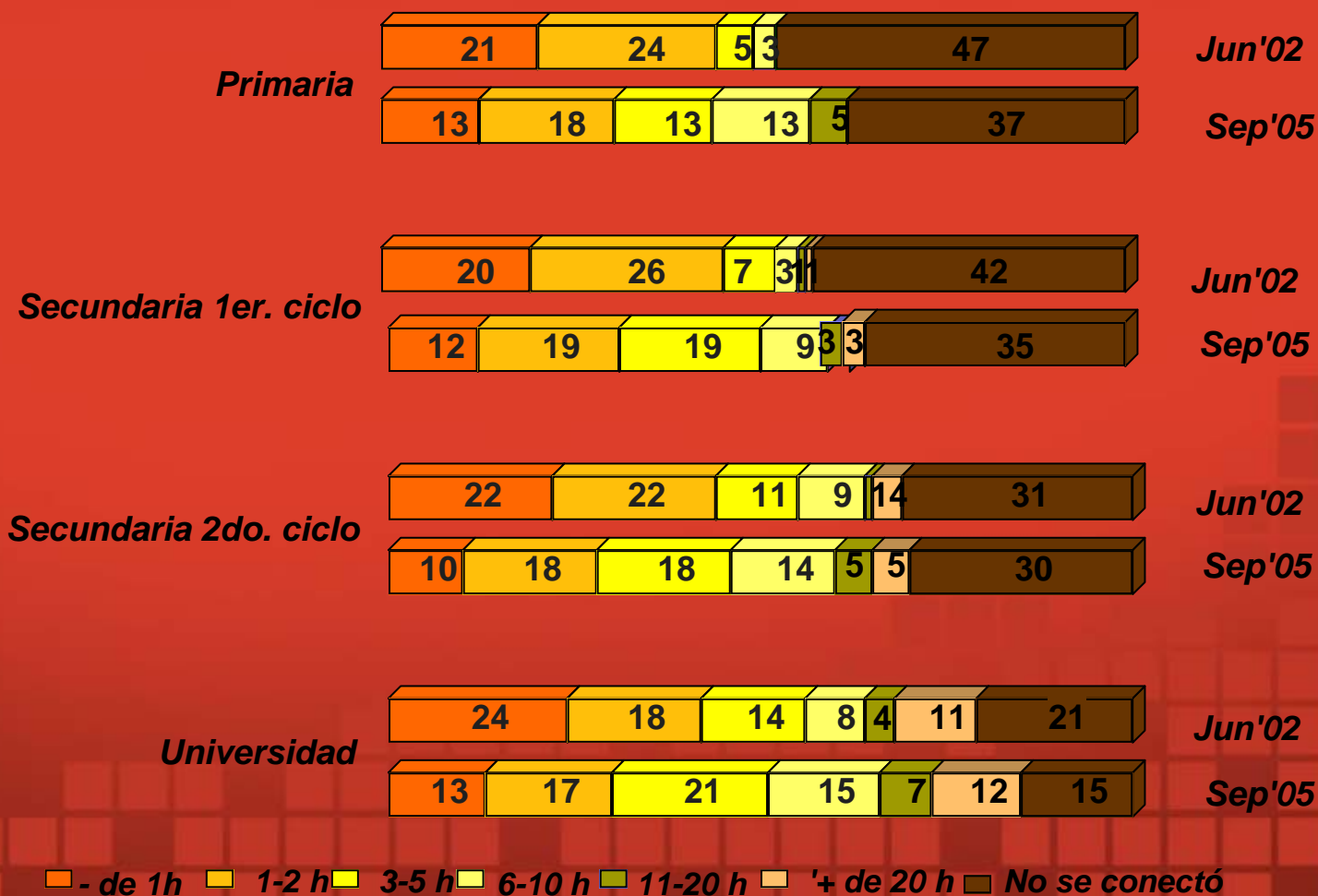
Tiempo de conexión a Internet (2)

¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días?



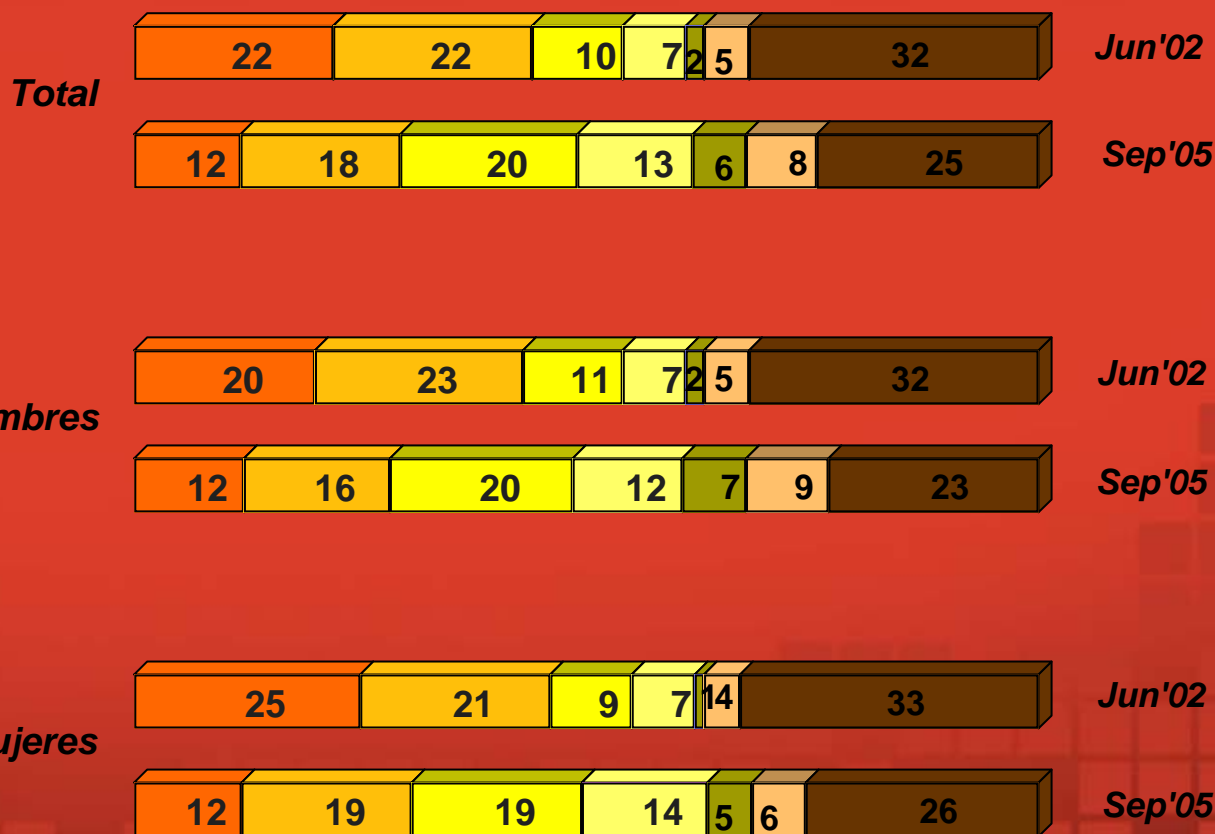
Tiempo de conexión a Internet (3)

¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días?



Tiempo de conexión a Internet (4)

¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días?



■ < 1h
 ■ 1-2 h
 ■ 3-5 h
 ■ 6-10 h
 ■ 11-20 h
 ■ > 20 h
 ■ No se conectó

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 de usuarios que se conectaron)



Altos, medios y bajos usuarios de Internet (1)

Usuarios “Altos”: unas 120.000 personas

- **Se conectan más de 10 horas semanales.**
- **Representan 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 .**
- **43% tiene tres o más casillas de correo. 63% manda o recibe correos varias veces por día.**
- **Más del 50% son de Montevideo.**

Altos, medios y bajos usuarios de Internet (2)

Usuarios “Medios”: aprox. 290.000 personas

- **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 del usuario de Internet promedio.**
- **Tienen una mayor antigüedad como usuarios de Internet que la media del total usuarios.**

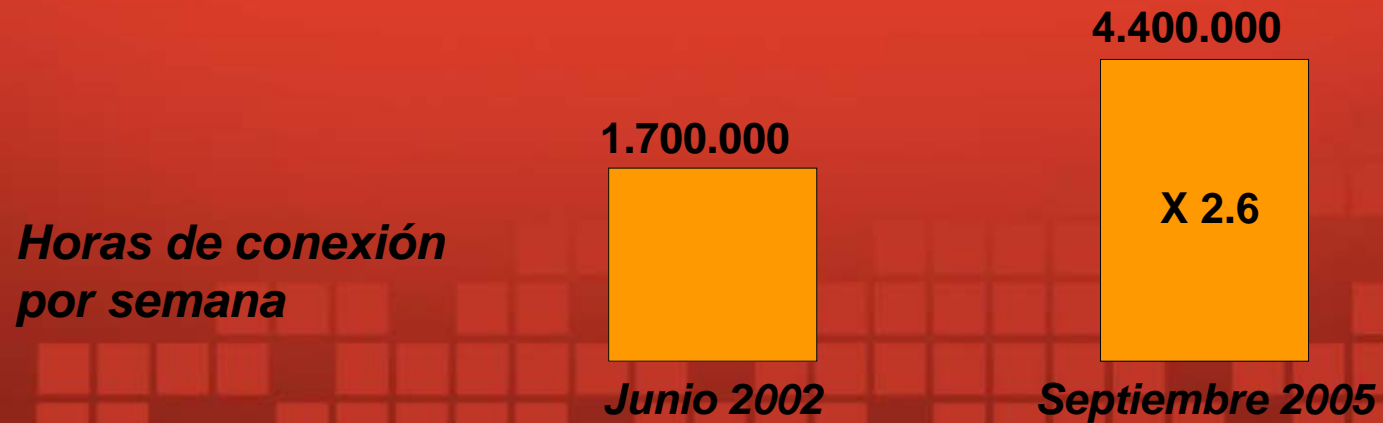
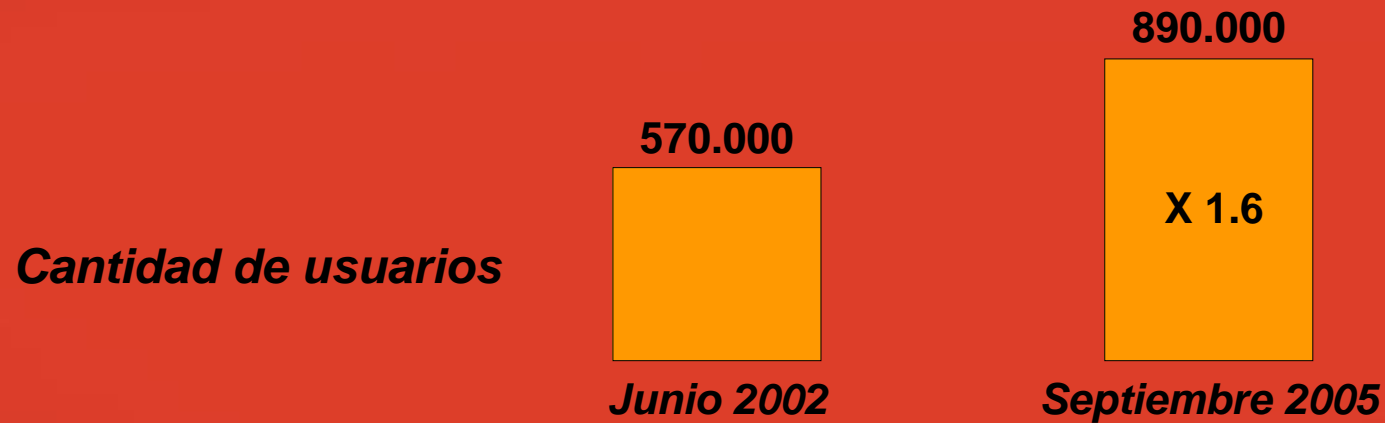
Altos, medios y bajos usuarios de Internet (2)

Usuarios “Bajos”: 480.000 personas

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

Crecimiento de Internet

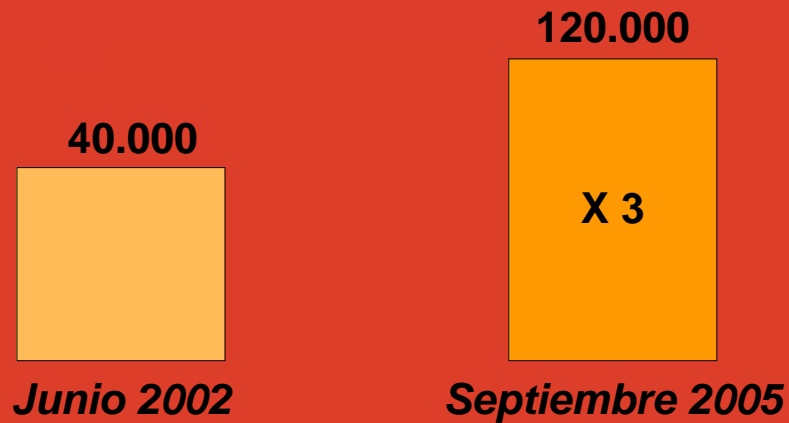
Total de Usuarios



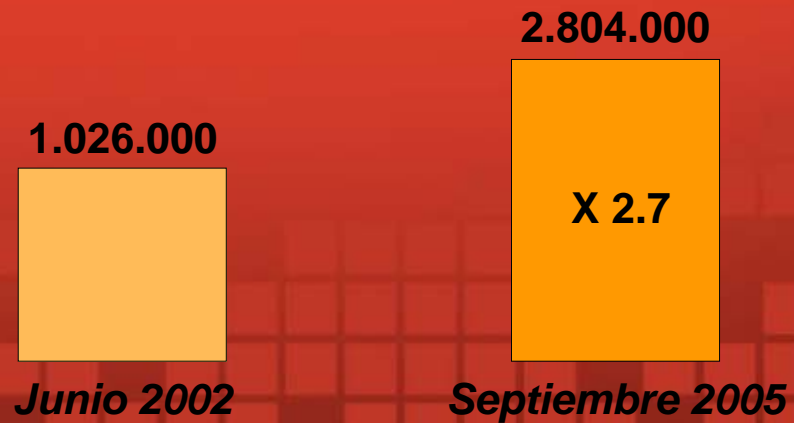
Crecimiento de Internet

“Altos” Usuarios

Cantidad de usuarios

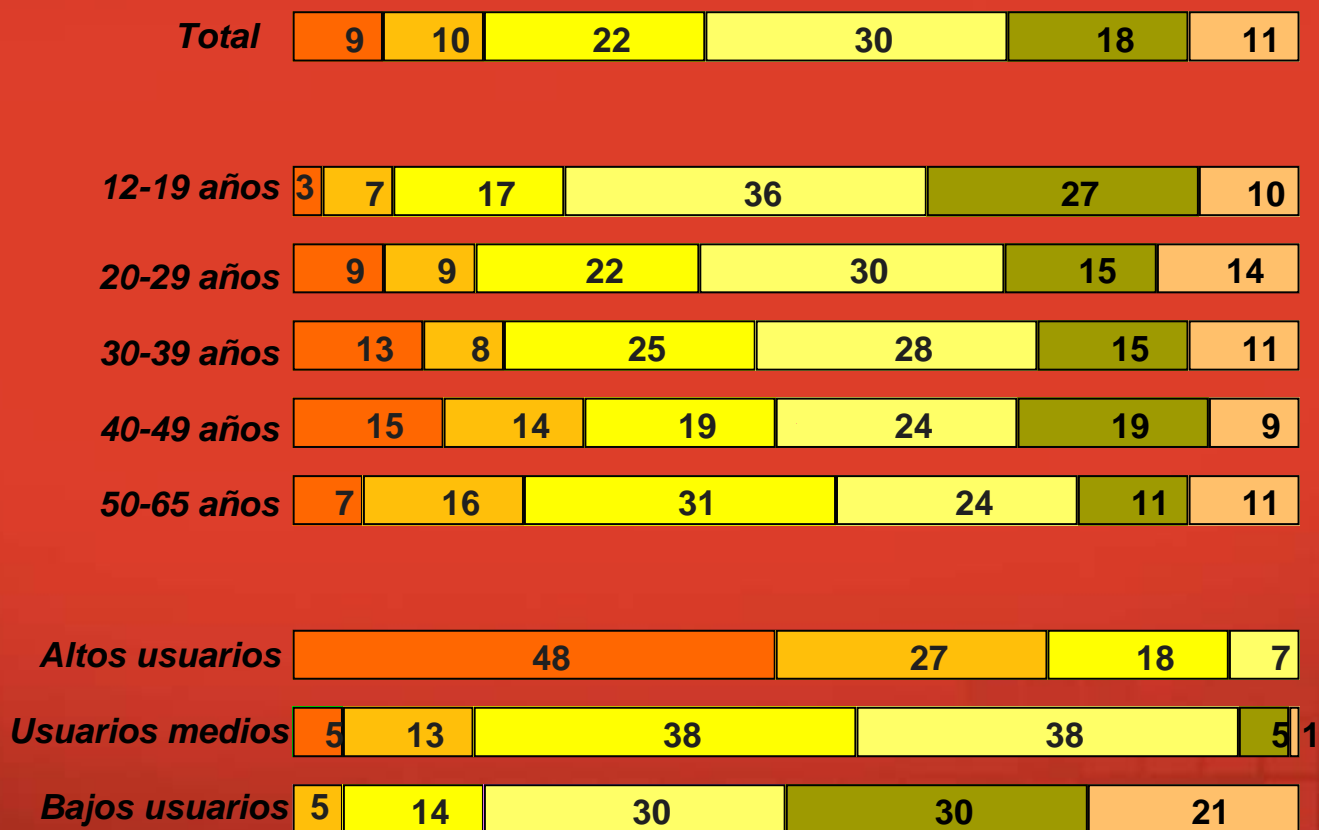


Horas de conexión por semana



Frecuencia de uso de Internet

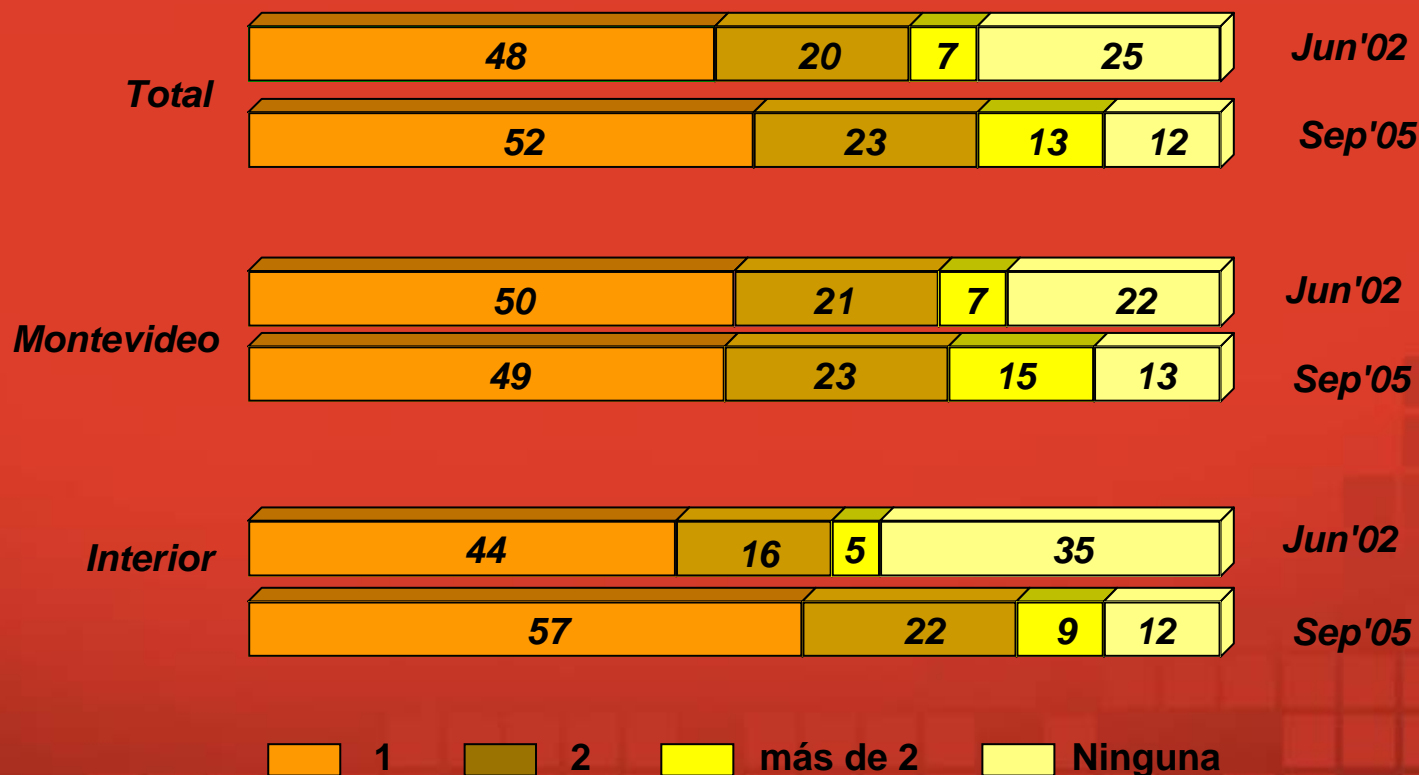
¿Con qué frecuencia se conecta a Internet?



■ Todo el tiempo
 ■ 2-3 x día
 ■ 1 x día
 ■ 2-3 x semana
 ■ 1 x semana
 ■ menor frec.

Casilla de Correo (1)

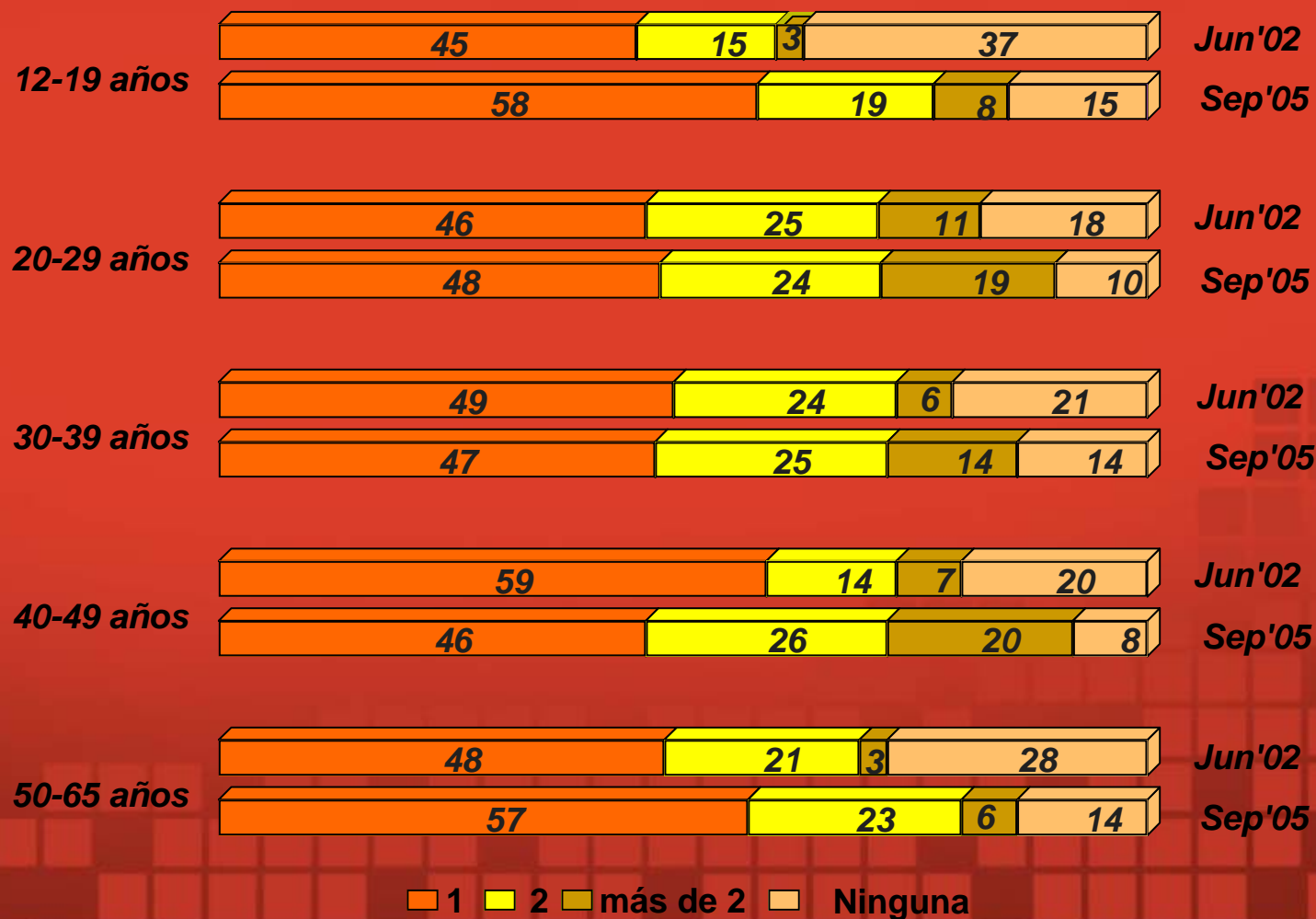
¿Tiene Ud. casilla de correo electrónico? ¿Cuántas? (usuarios de Internet)



Hay 250.000 casillas @Adinet.

Casillas de correo (2)

¿Tiene Ud. casilla de correo electrónico? ¿Cuántas? (usuarios de Internet)



Casillas de correo (3)

¿Tiene Ud. casilla de correo electrónico? ¿Cuántas? (usuarios de Internet)



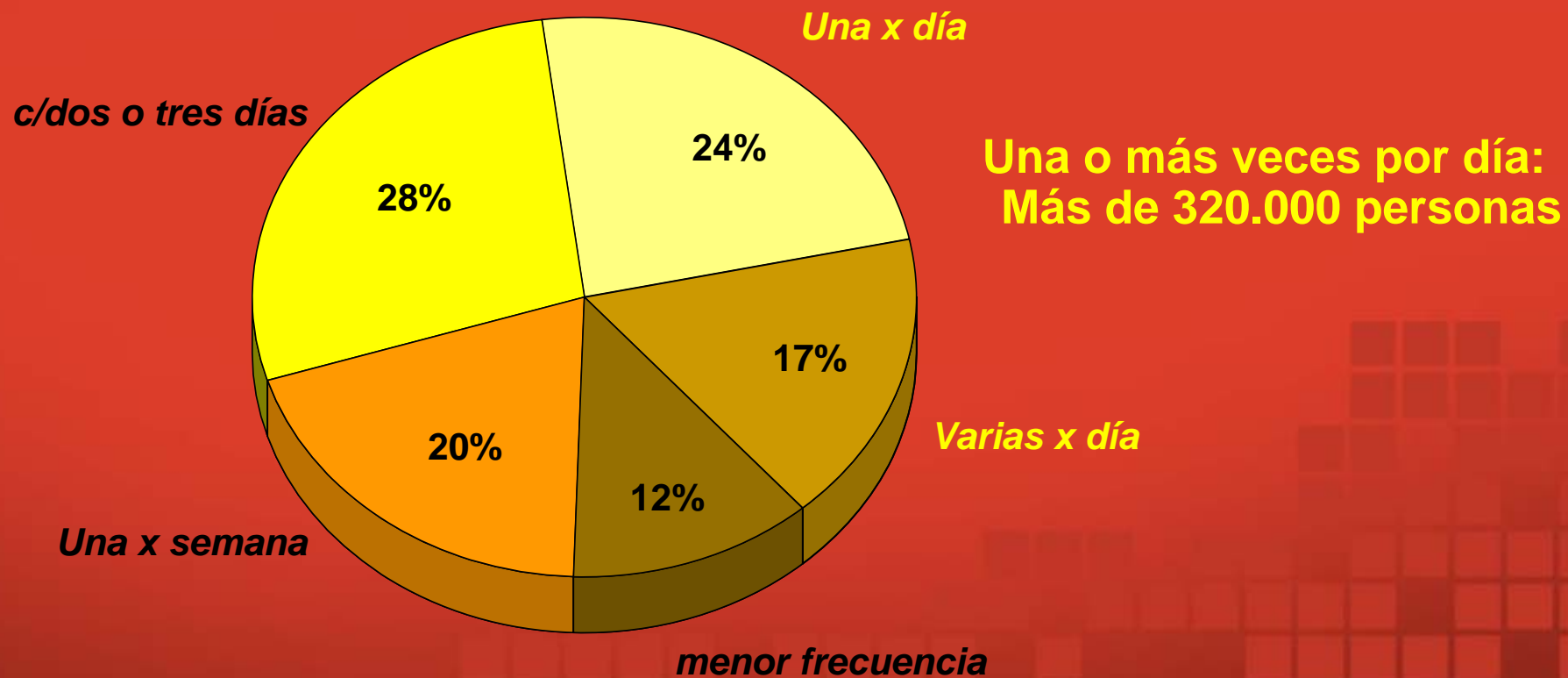
Casillas de correo (4)

¿Tiene Ud. casilla de correo electrónico? ¿Cuántas? (usuarios de Internet)



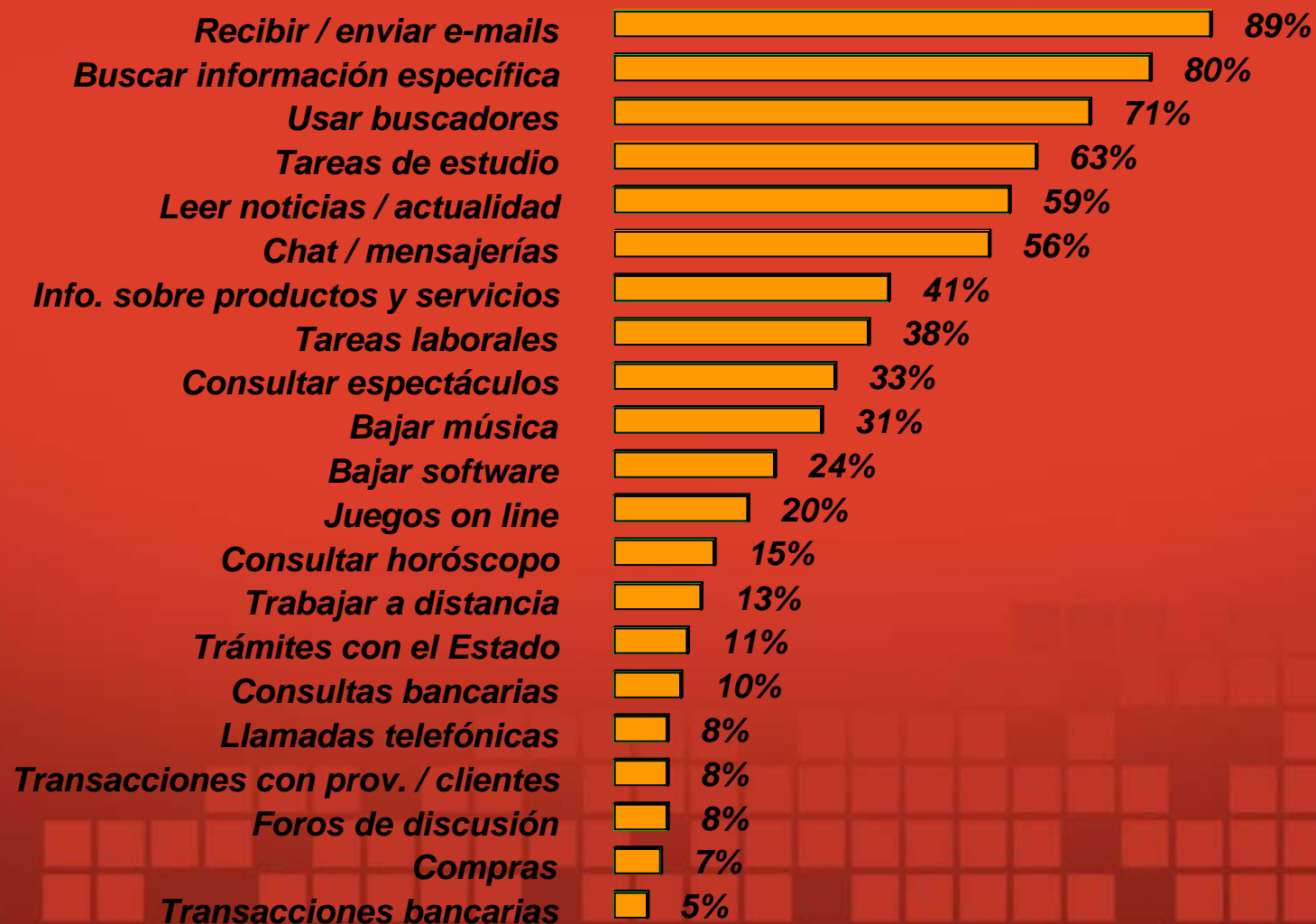
Frecuencia de uso del e-mail

¿Con qué frecuencia lee o envía e-mails? (usuarios con casilla)



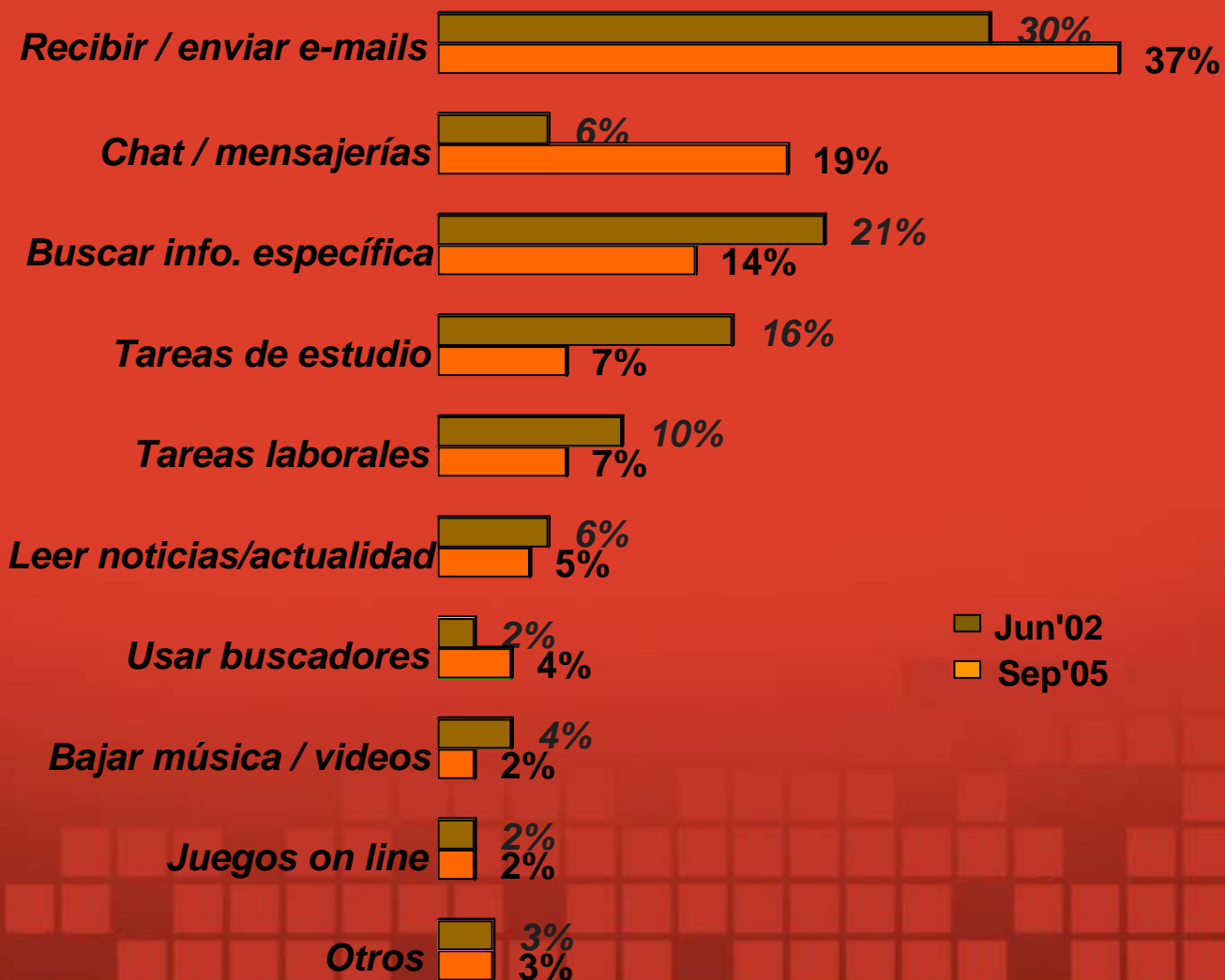
Usos de Internet

¿Cuáles son los usos que le da a Internet? (% , múltiple)



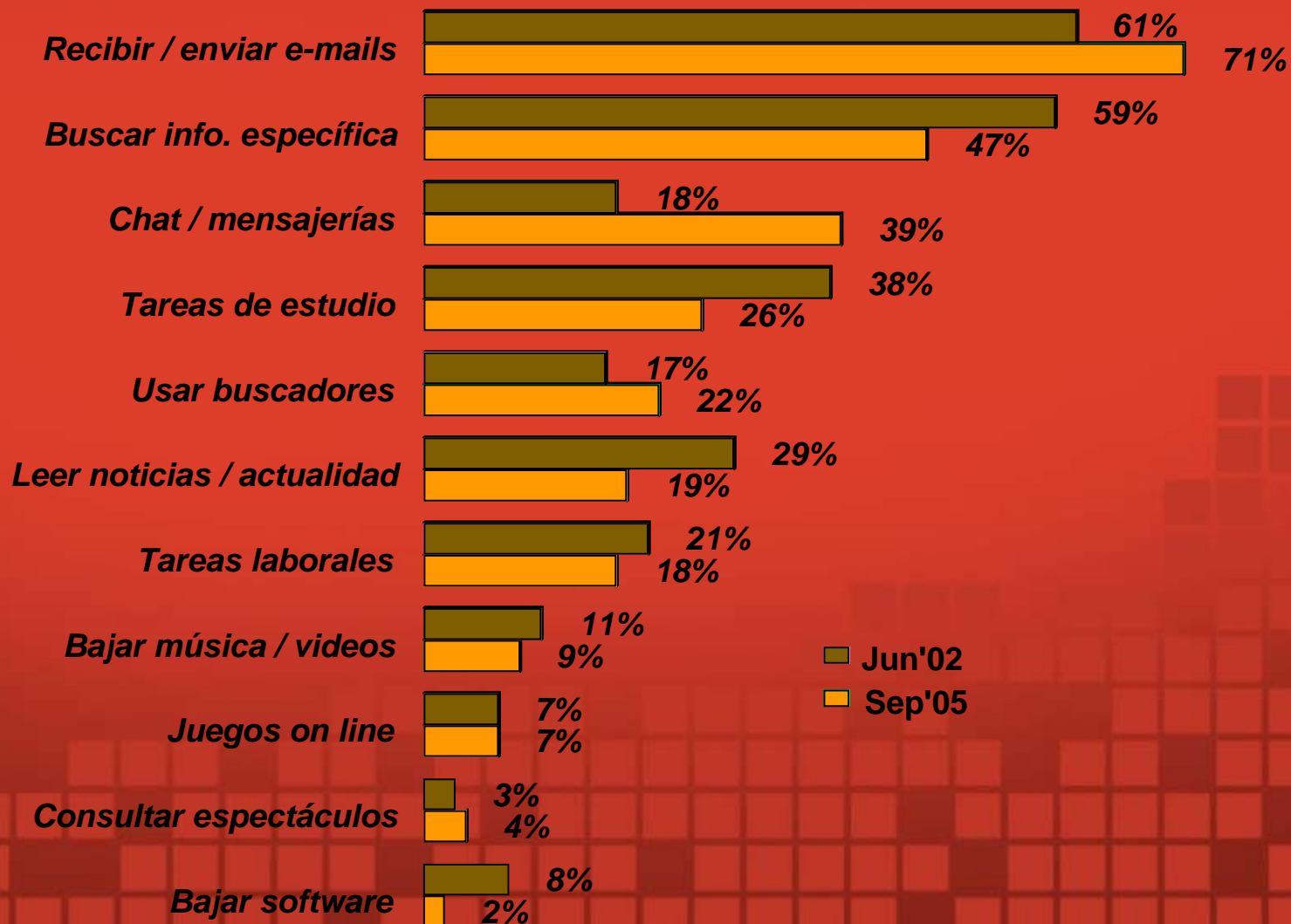
Uso principal de Internet

¿Cuál es el uso principal que le da a Internet? (% usuarios de Internet)



Usos de Internet

¿Cuáles son los 3 principales usos que le da a Internet? (múltiple)



Usos de Internet según zona de residencia

Más en Montevideo que en el Interior:

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

Más en el Interior que en Montevideo:

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

Usos de Internet según edad (1)

Aumentan a mayor edad:

- **Leer noticias o temas de actualidad (12-19: 46% - 20-65: 63%).**
- **Información 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%).**
- **Información 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:

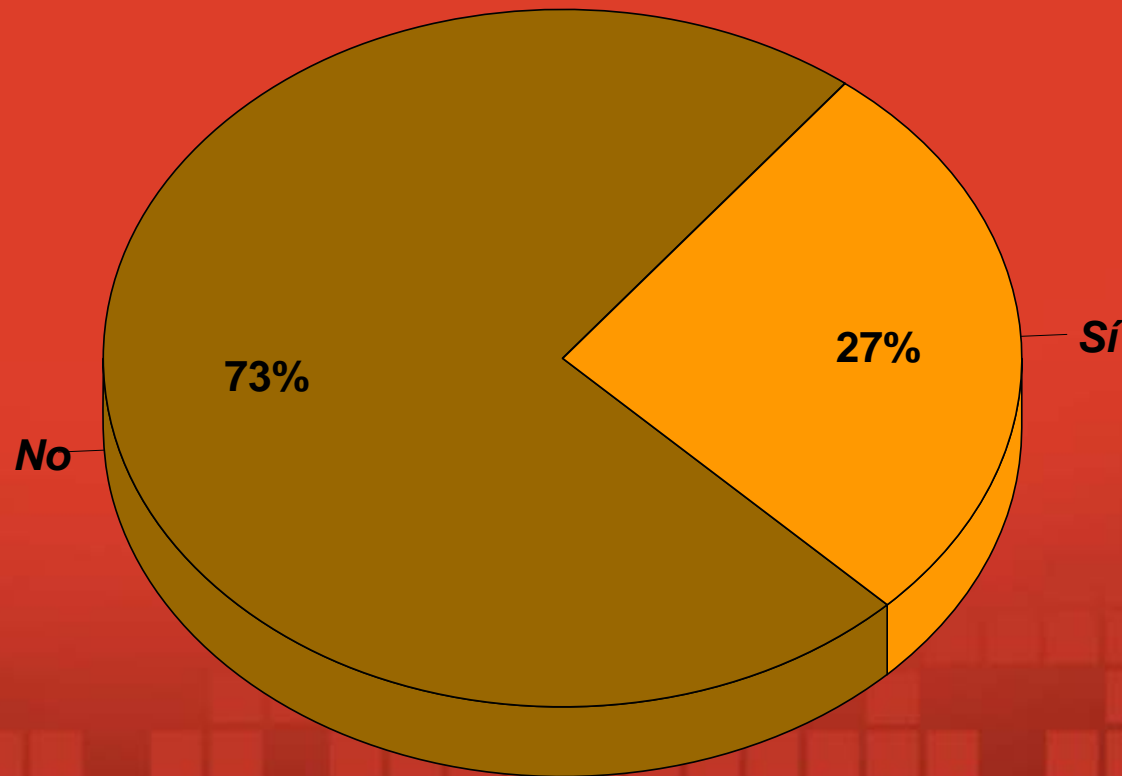
- **Leer noticias o temas de actualidad (62%/57%).**
- **Realizar tareas laborales (43%/33%).**
- **Bajar software (30%/18%).**
- **Juegos on line (25%/14%).**
- **Transacciones con clientes/proveedores (11%/5%).**

Más las mujeres que los hombres:

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

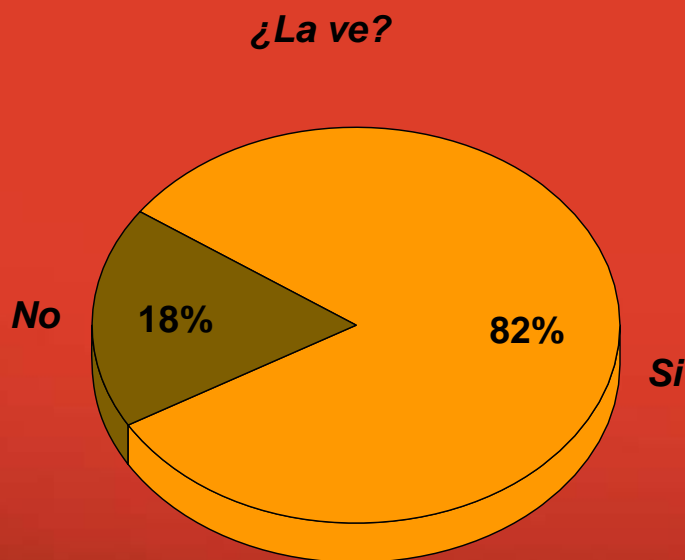
Actualización de softwares

- *¿Baja regularmente de Internet actualizaciones de los softwares que tiene instalados?*

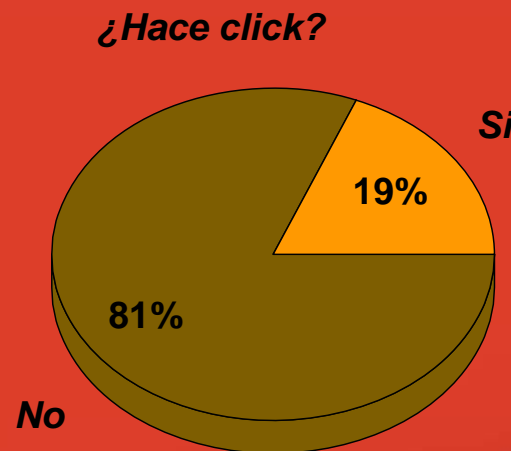


Publicidad en Internet

¿La ve? ¿ Hace click en alguno de ellos? (usuarios de Internet)



20 – 29 años: 85%
Universitarios: 86%

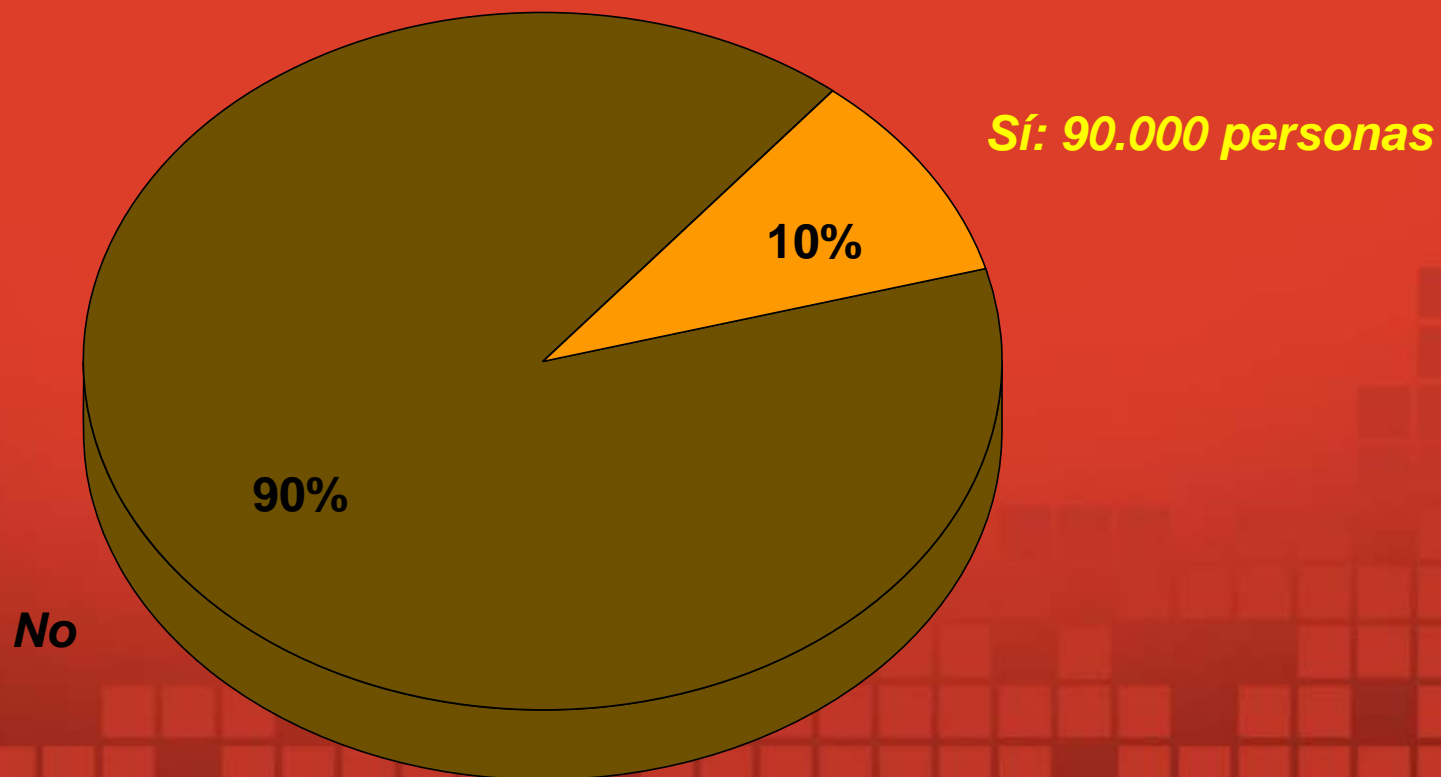


140.000 personas hacen click

20 – 29 años: 26%
50 – 65 años: 9%

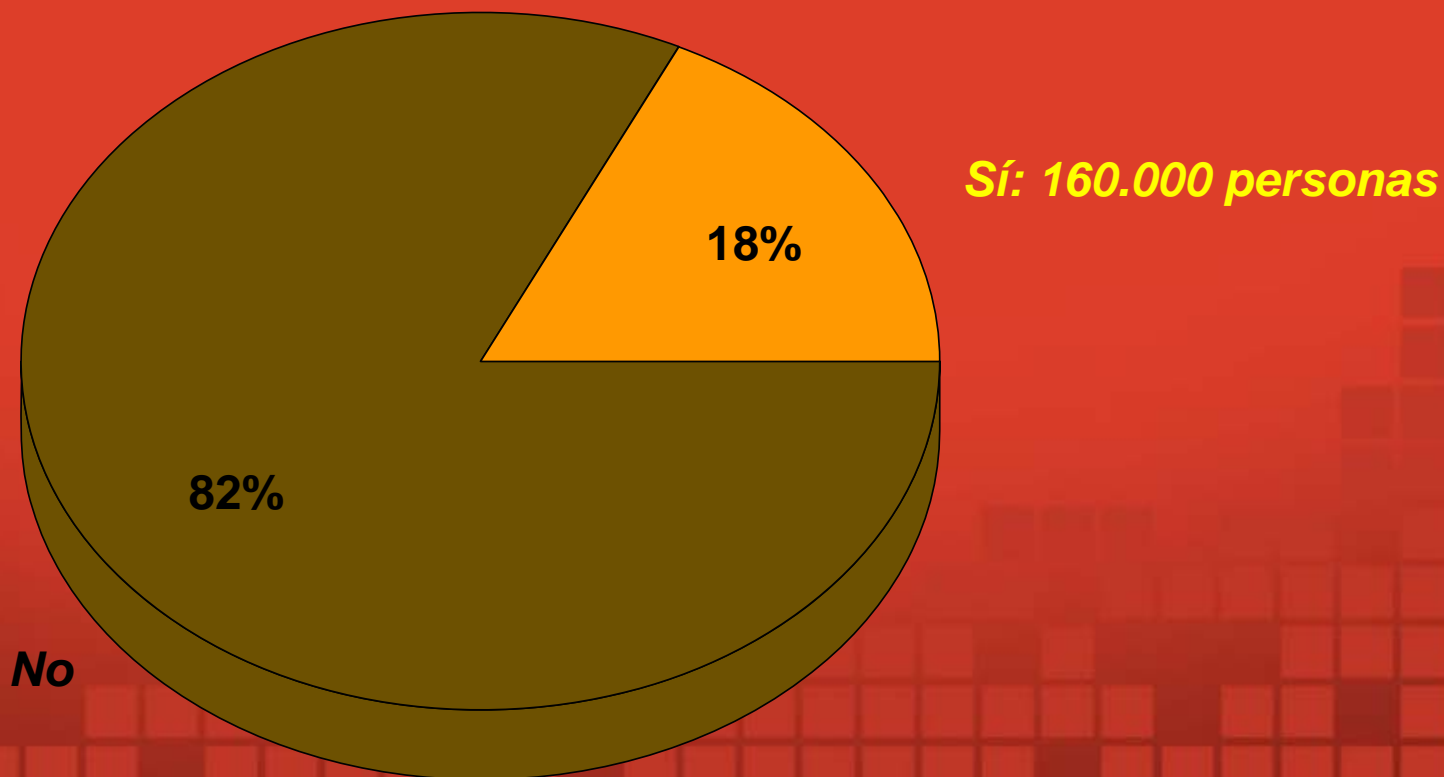
Registro para recibir promociones y ofertas

¿Se ha registrado en algún sitio para recibir promociones y ofertas comerciales? (usuarios de Internet)



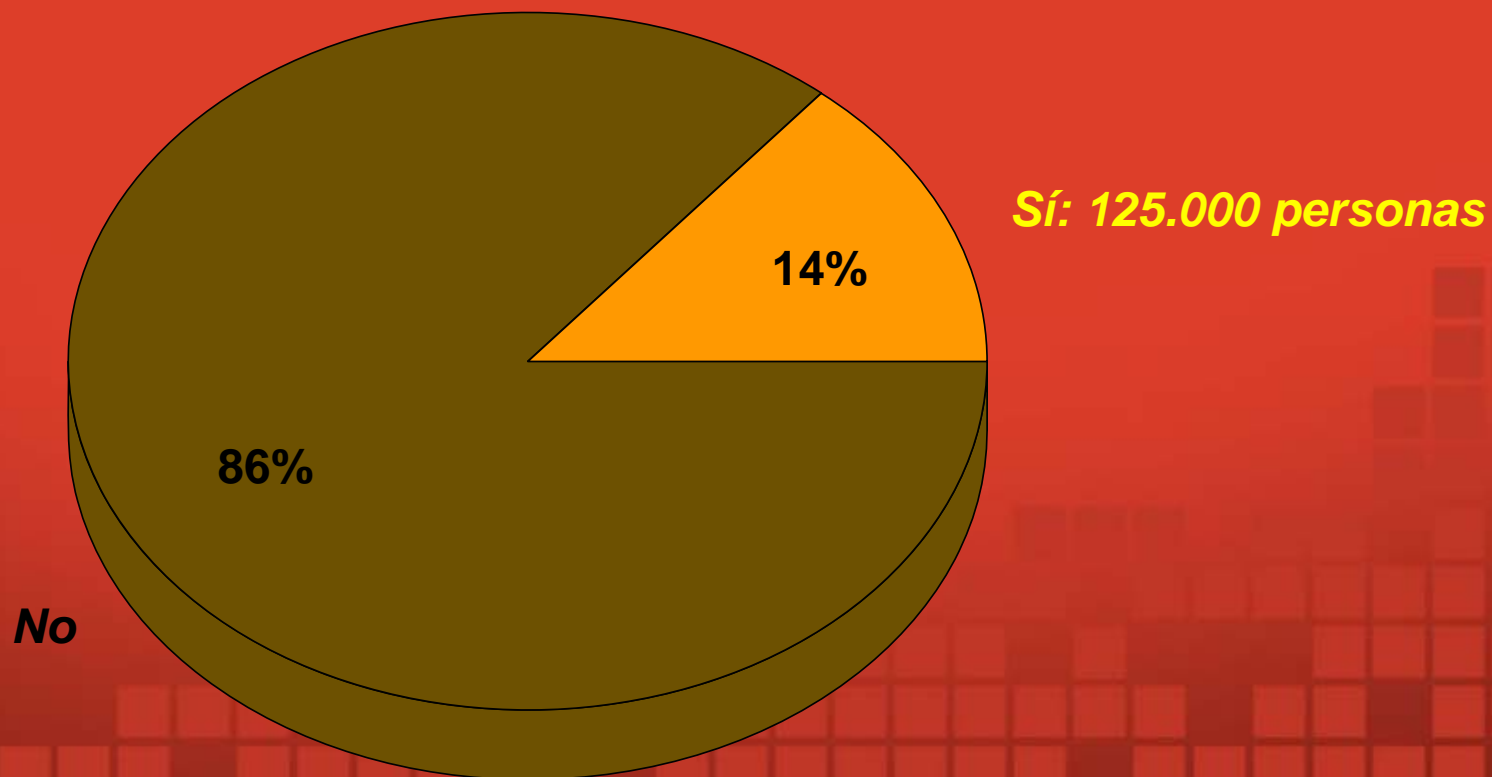
Registro para recibir servicios gratuitos

¿Se ha registrado en algún sitio para recibir servicios gratuitos, por ejemplo boletines digitales? (usuarios de Internet)



Participación en promos en sitios UY

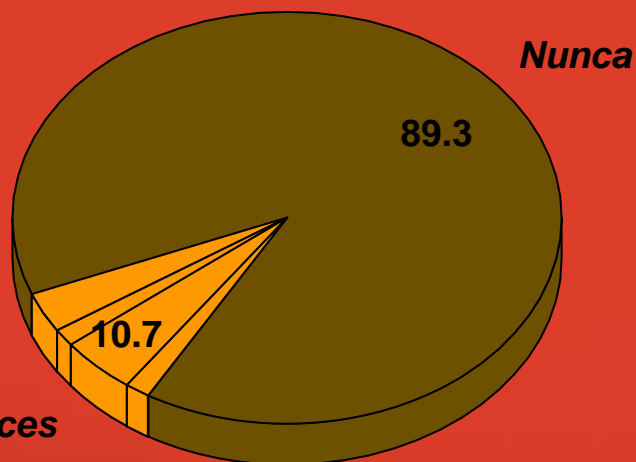
¿Ha participado en promociones en sitios uruguayos, por ejemplo sorteos, votaciones, etc.? (usuarios de Internet)



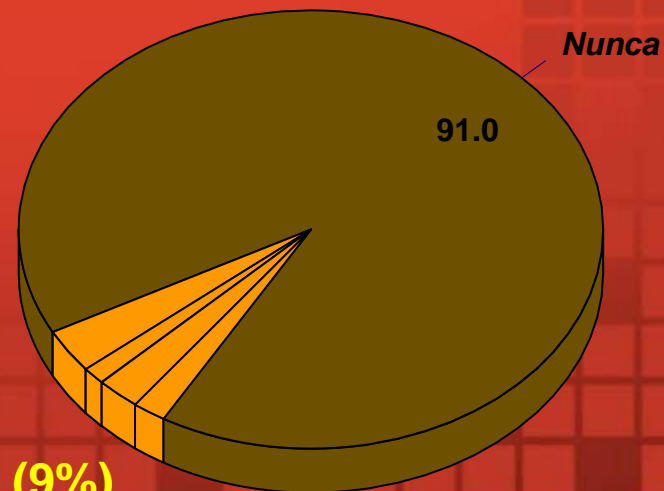
Compras por Internet (1)

¿Ha comprado alguna vez por Internet? (usuarios de Internet)

Jun'02



Sep'05



Una o más veces: 81.000 personas (9%)

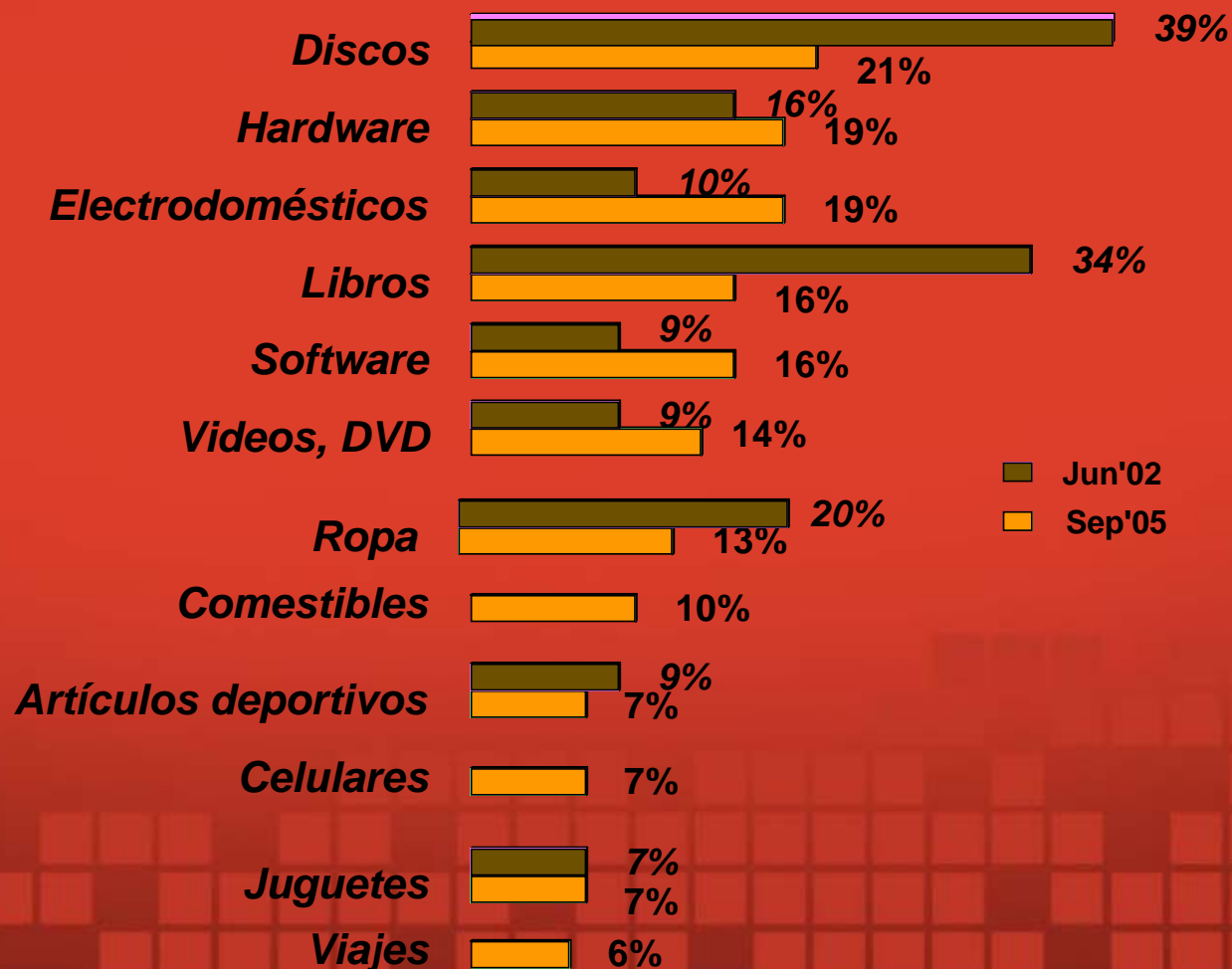
Compras por Internet (2)

¿Ha comprado alguna vez por Internet? ¿Con qué frecuencia? (usuarios)

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

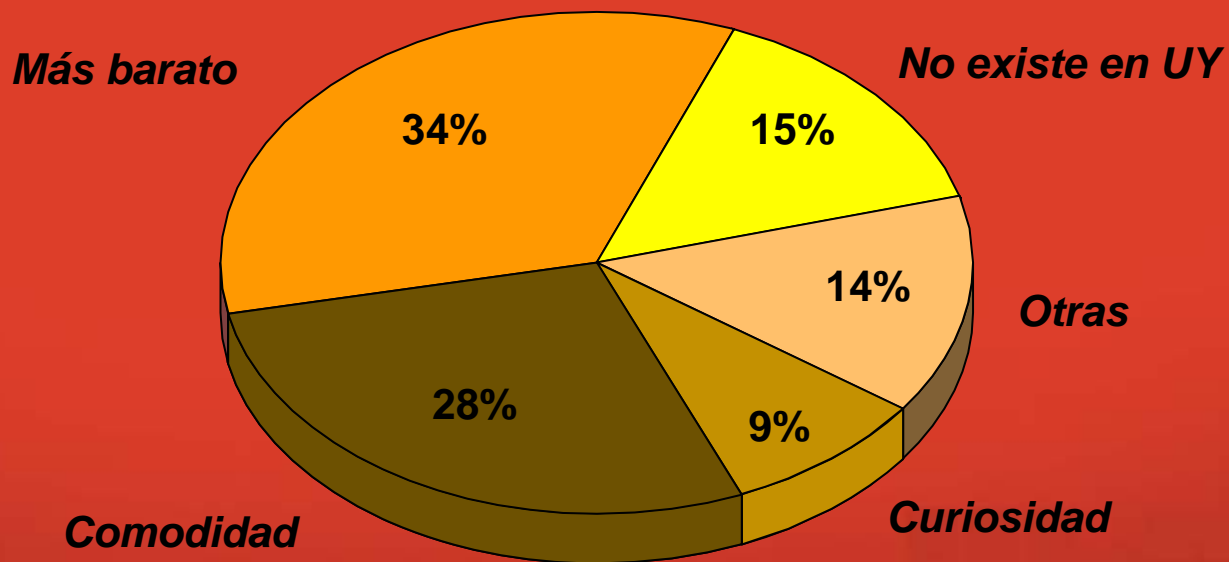
Compras por Internet (3)

¿Cuáles de ellos ha comprado aunque sea una vez? (múltiple, %, base: 90)



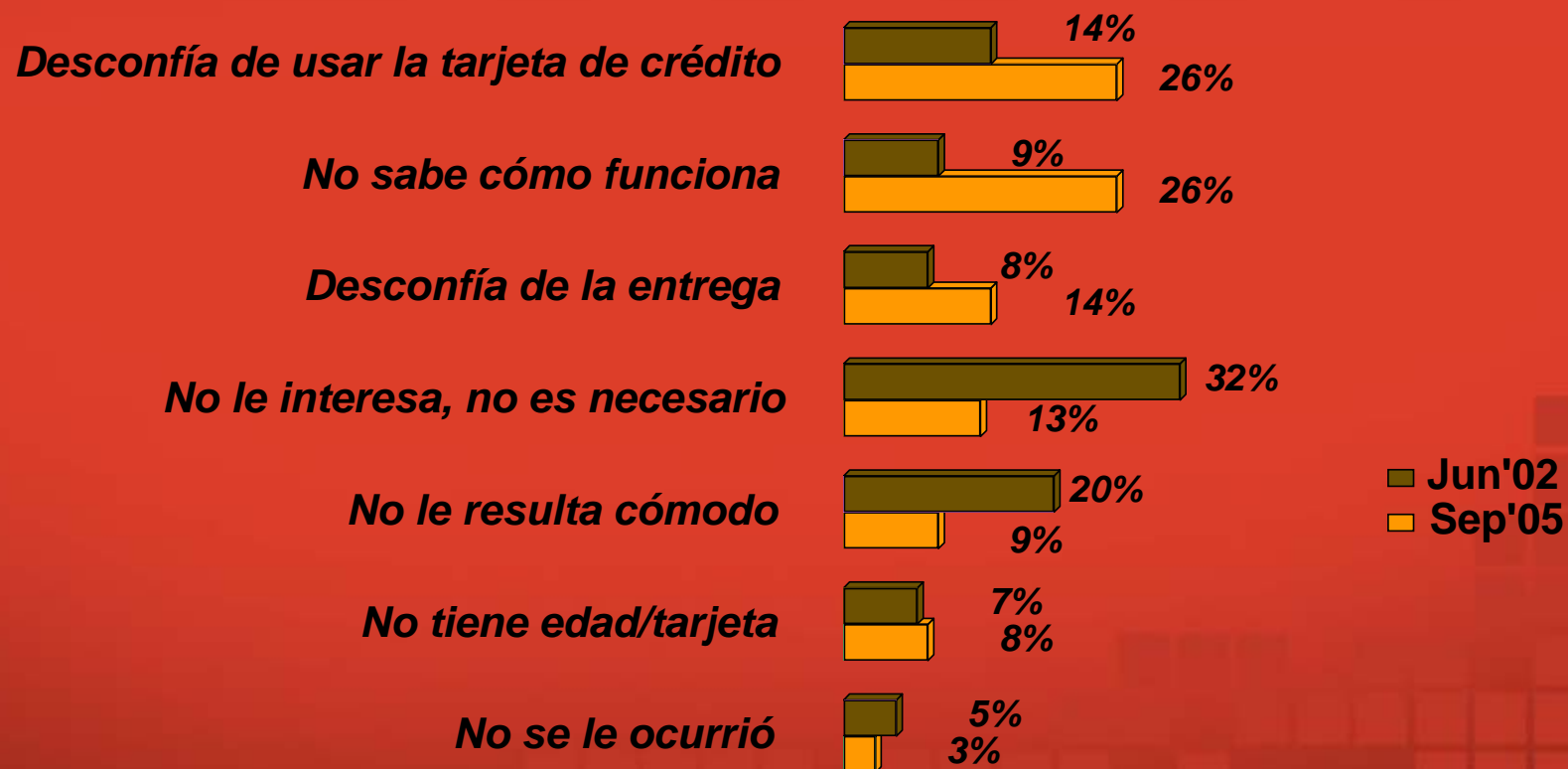
Compras por Internet (4)

¿Por qué compró por Internet? (respuesta única)



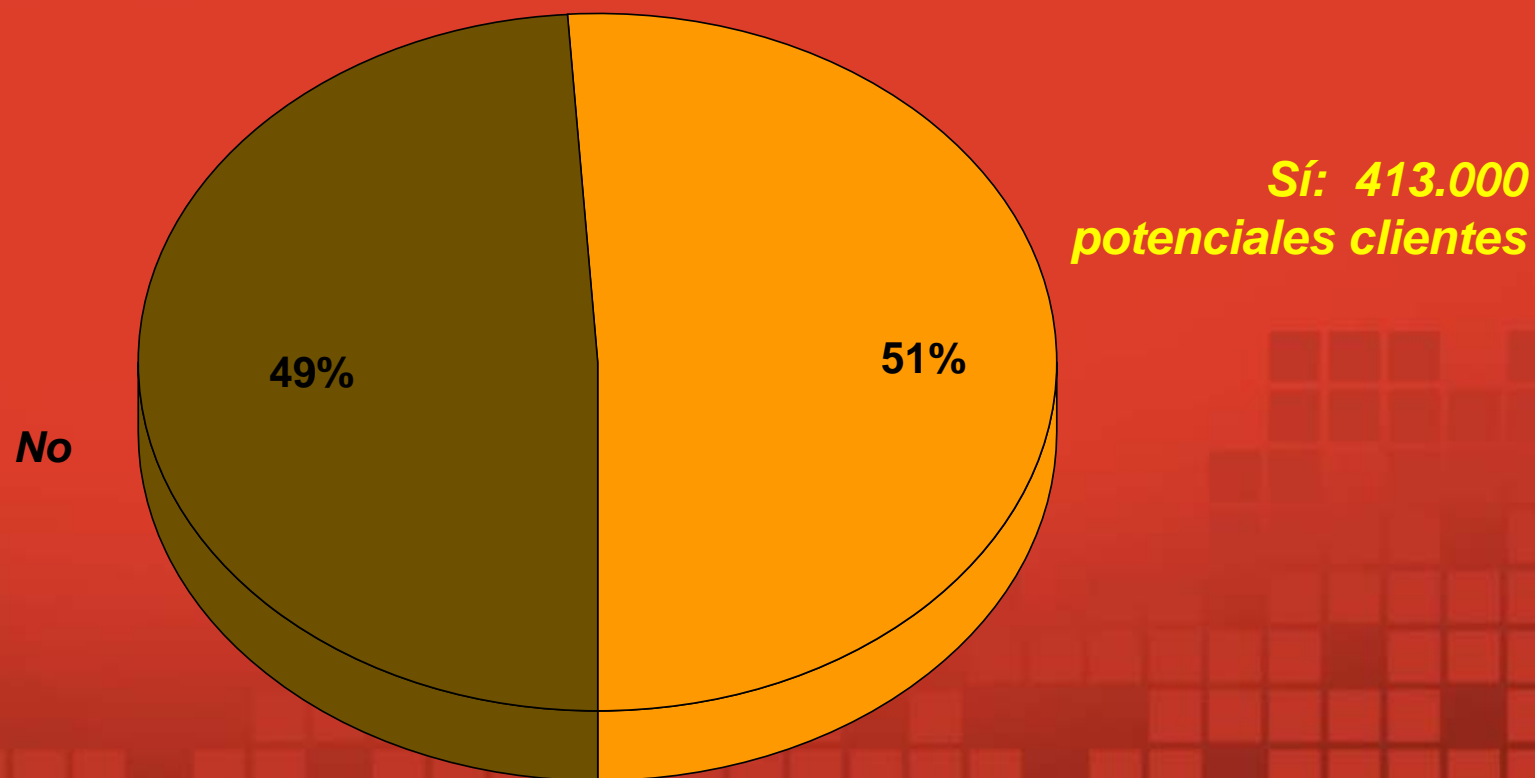
Compras por Internet (5)

¿Por qué nunca compró por Internet? (respuesta espontánea, múltiple)



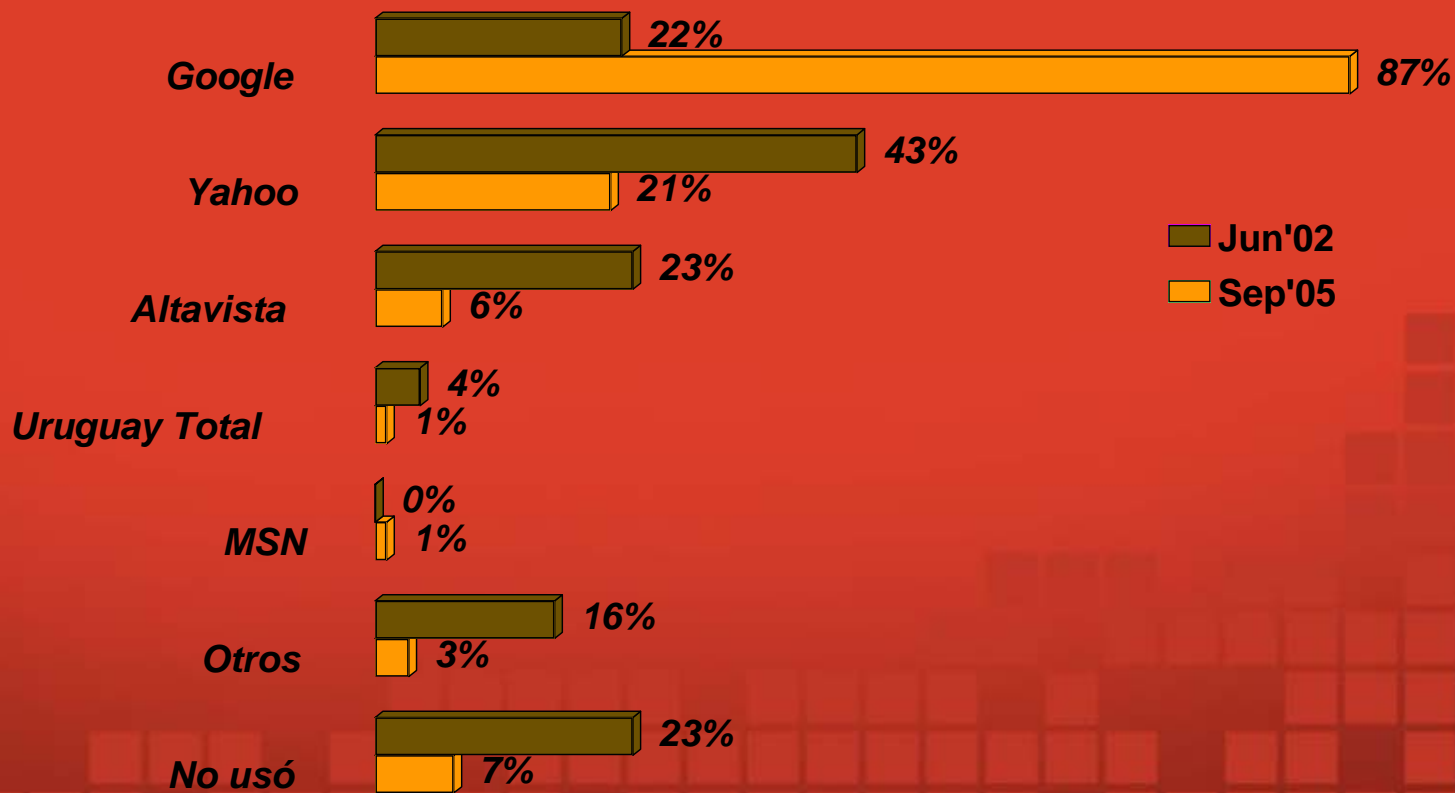
Compras por Internet (6)

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



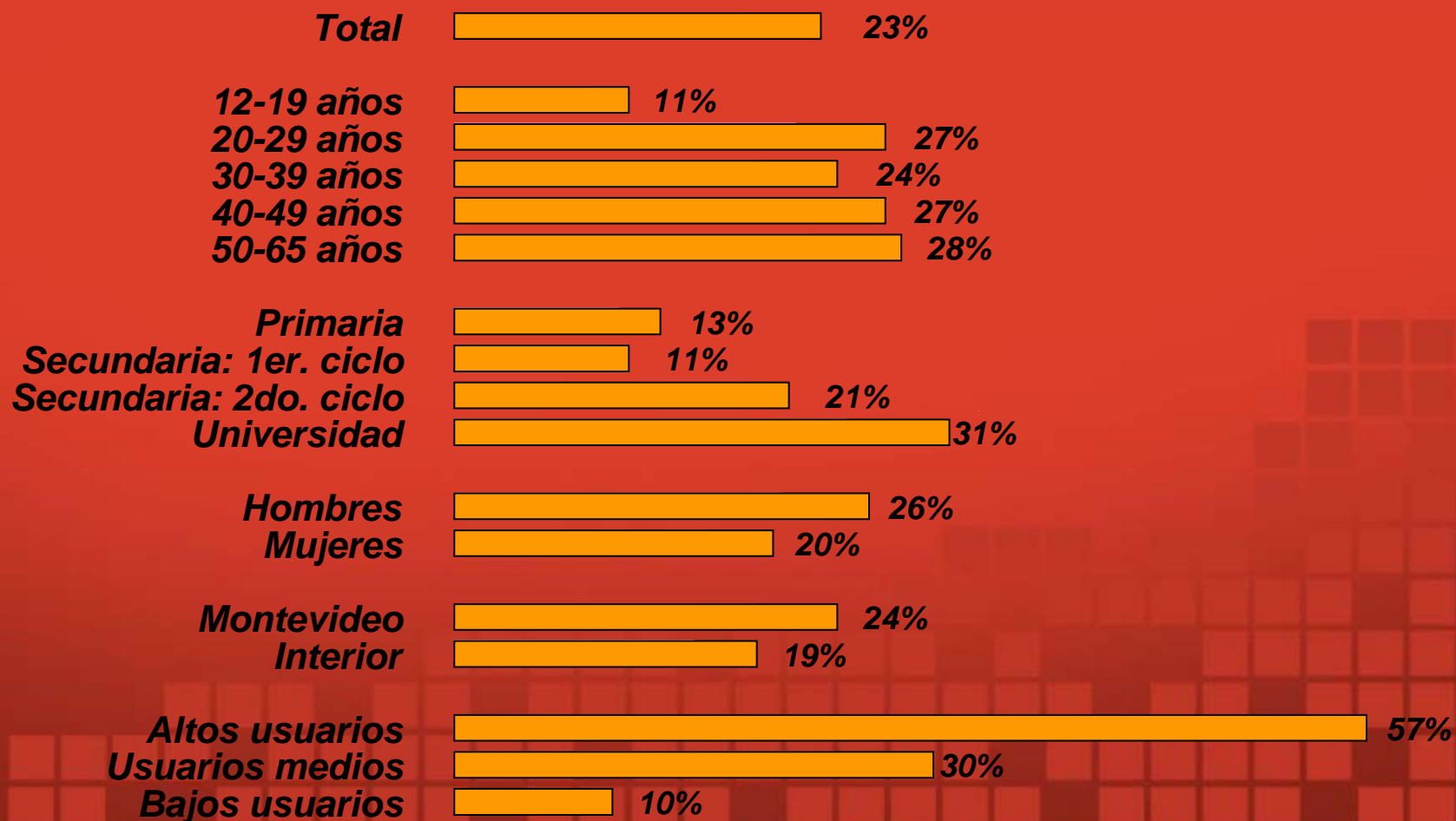
Buscadores de Internet

¿Qué buscadores ha utilizado en el último mes? (espontánea, usuarios que saben lo que es un buscador)



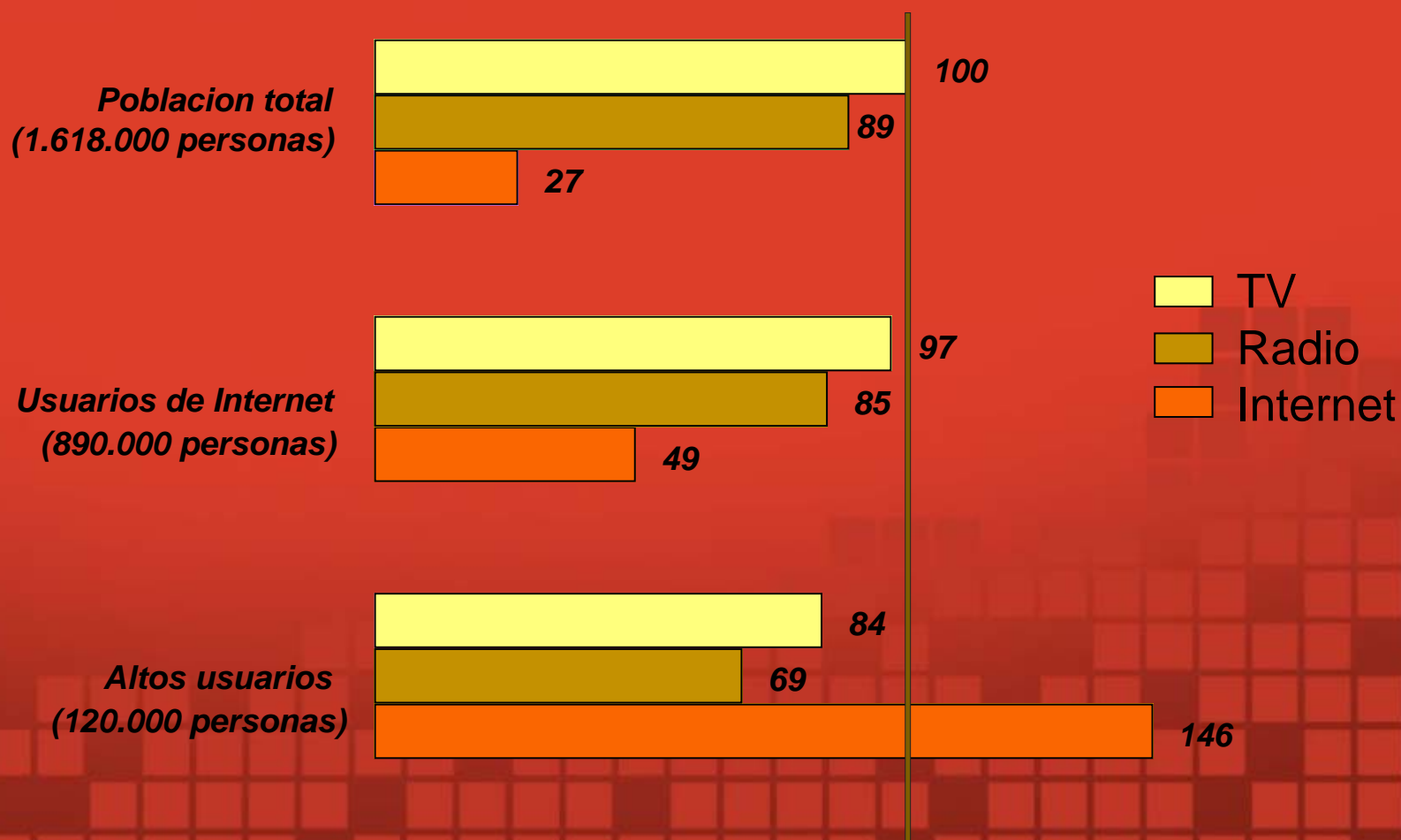
Penetración de los medios digitales (1)

¿En la última semana, ha leído o escuchado algún medio de prensa por Internet? (usuarios de Internet)



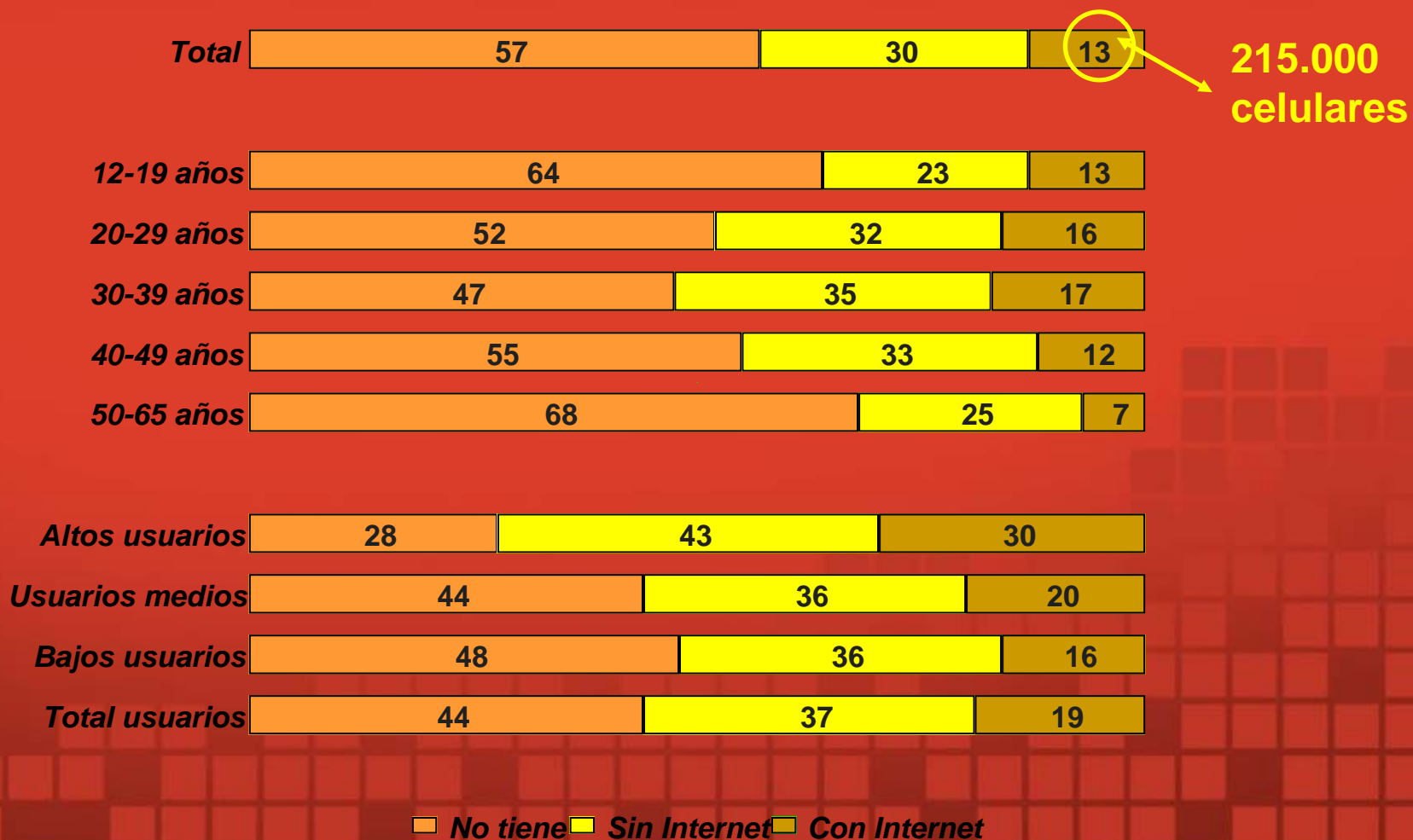
Internet vs. medios tradicionales

¿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)



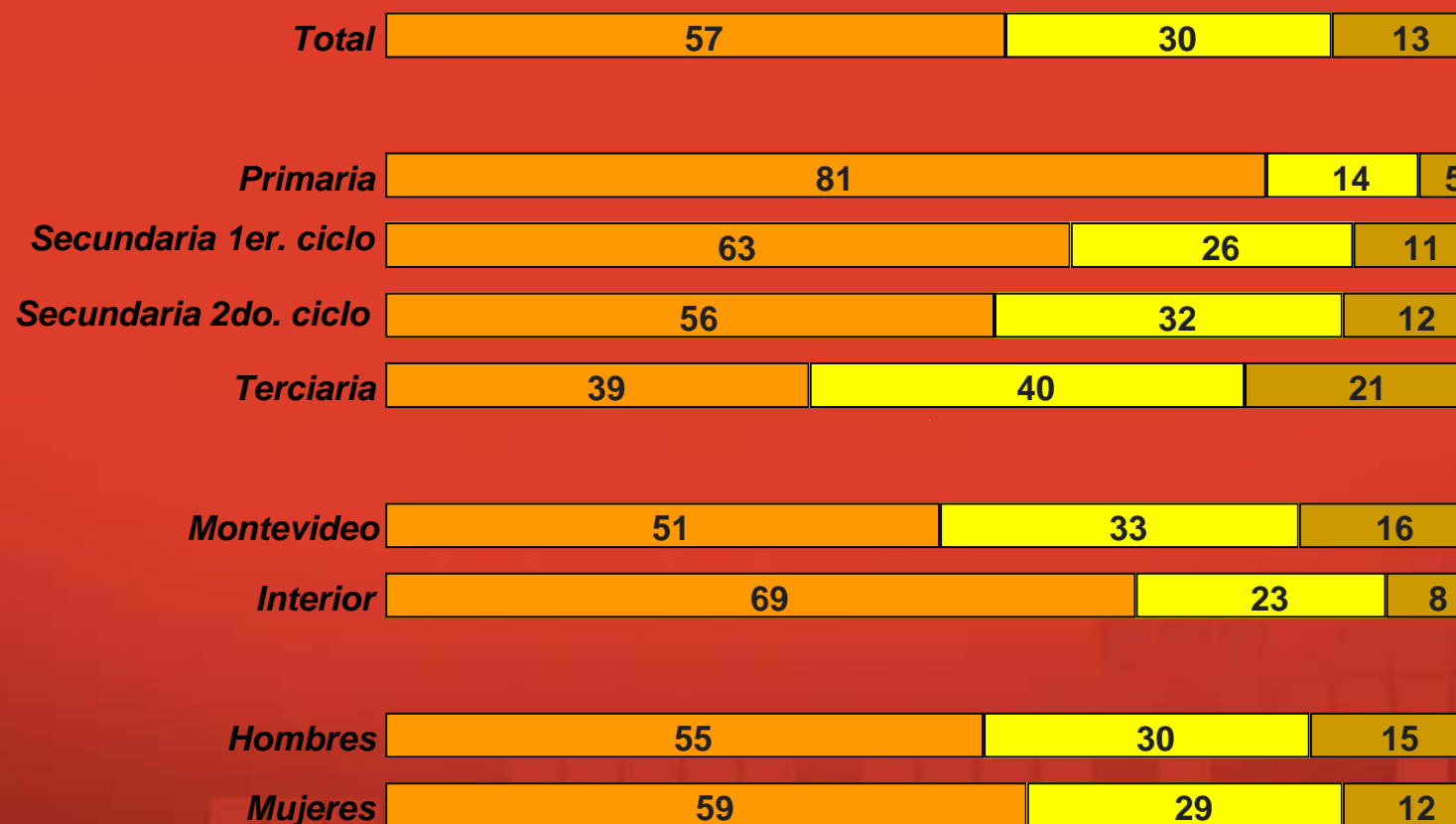
Posesión de celular (1)

¿Tiene Ud. un teléfono celular? ¿Ese celular tiene acceso a Internet?



Posesión de celular (2)

¿Tiene Ud. un teléfono celular? ¿Ese celular tiene acceso a Internet?



■ No tiene
 ■ Sin Internet
 ■ Con Internet

Conclusiones Finales del 2° Estudio de Internet en Uruguay

- **Cantidad de Conexiones ADSL: 46.000 (Fuente: ANTEL).**
- **Cantidad de navegantes: 890.000 (X 1.6).**
- **De horas por semana: 4.400.000 (X 2.6).**

- **Utiliza este medio para buscar información.**
- **Está dispuesto a hacer click en propuestas adecuadas.**
- **Está interesado en comprar, pero necesita información y perder el miedo al uso de la tarjeta de crédito.**

Próximo Estudio: Abril 2006

ORGANIZAN	INUITAN	APOYA
		
		REALIZA
		
		<small>Investigación de Mercado y Opinión en Uruguay y América Latina</small>