

# El perfil del internauta uruguayo

## Sexta edición

Diciembre 2008



Montevideo  
COMM

NETGATE®

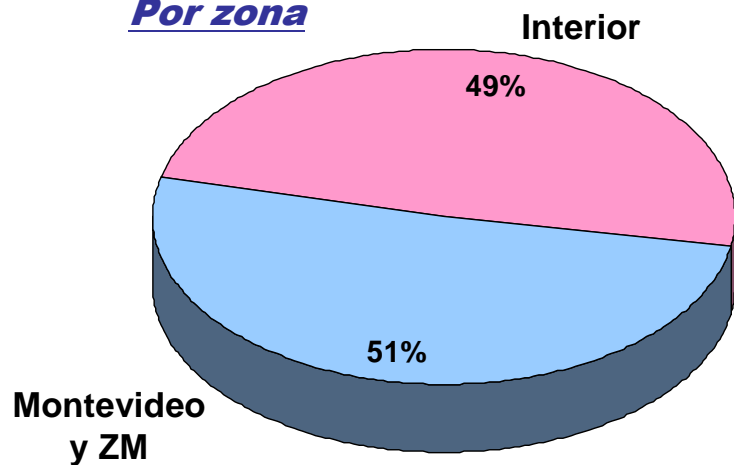
## Ficha técnica

---

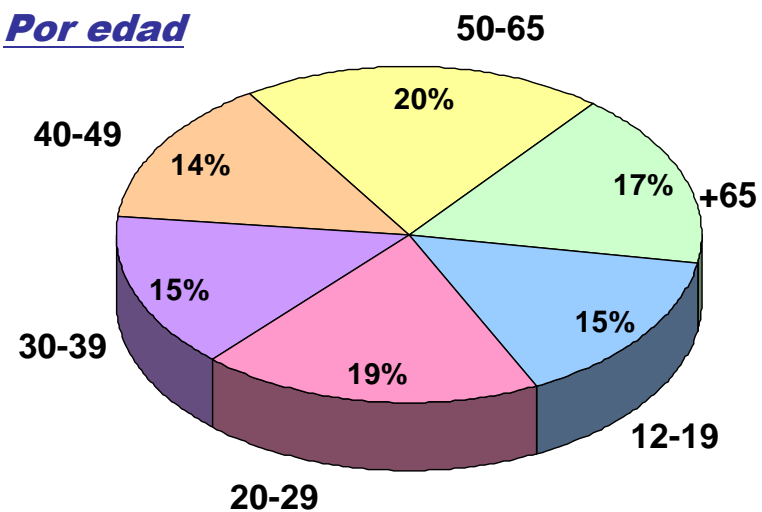
- La muestra total fue de 1807 personas, y es representativa de toda la población mayor de 12 años, residente en todo el país. Esto representa un universo total de 2.622.000 personas, repartidas un 51% en Montevideo y zona metropolitana, y un 49% en el Interior.
- Esta muestra permite un margen de error máximo de  $\pm 2.3$  para un nivel de confianza del 95% cuando se trabaja sobre la muestra total (1807 casos).
- La muestra efectiva de usuarios de Internet fue de 701 casos.
- Todas las encuestas fueron realizadas cara a cara en los hogares de los entrevistados, durante el mes de diciembre de 2008.
- 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.
- El cuestionario fue elaborado tomando como base los ya aplicados desde 2001, los cuales se complementaron con nuevos temas sugeridos por las empresas que patrocinaron el estudio.

## 1. Estructura de la muestra

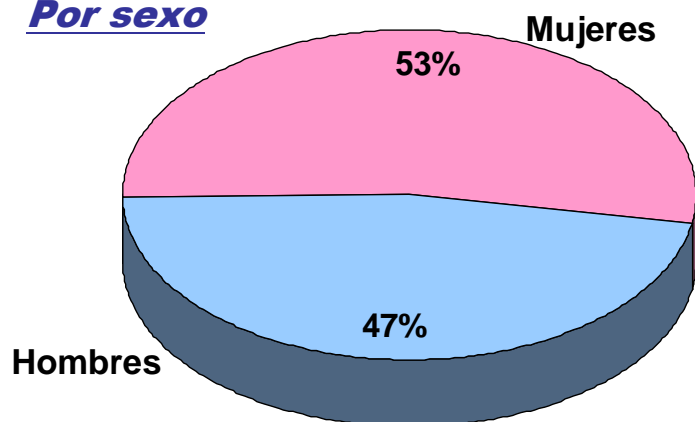
**Por zona**



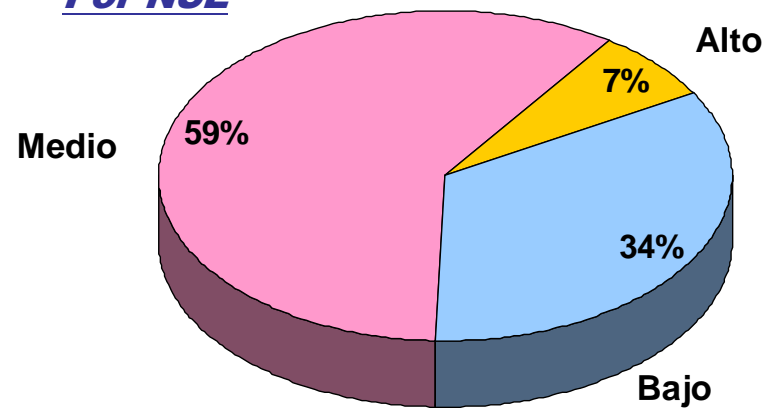
**Por edad**



**Por sexo**

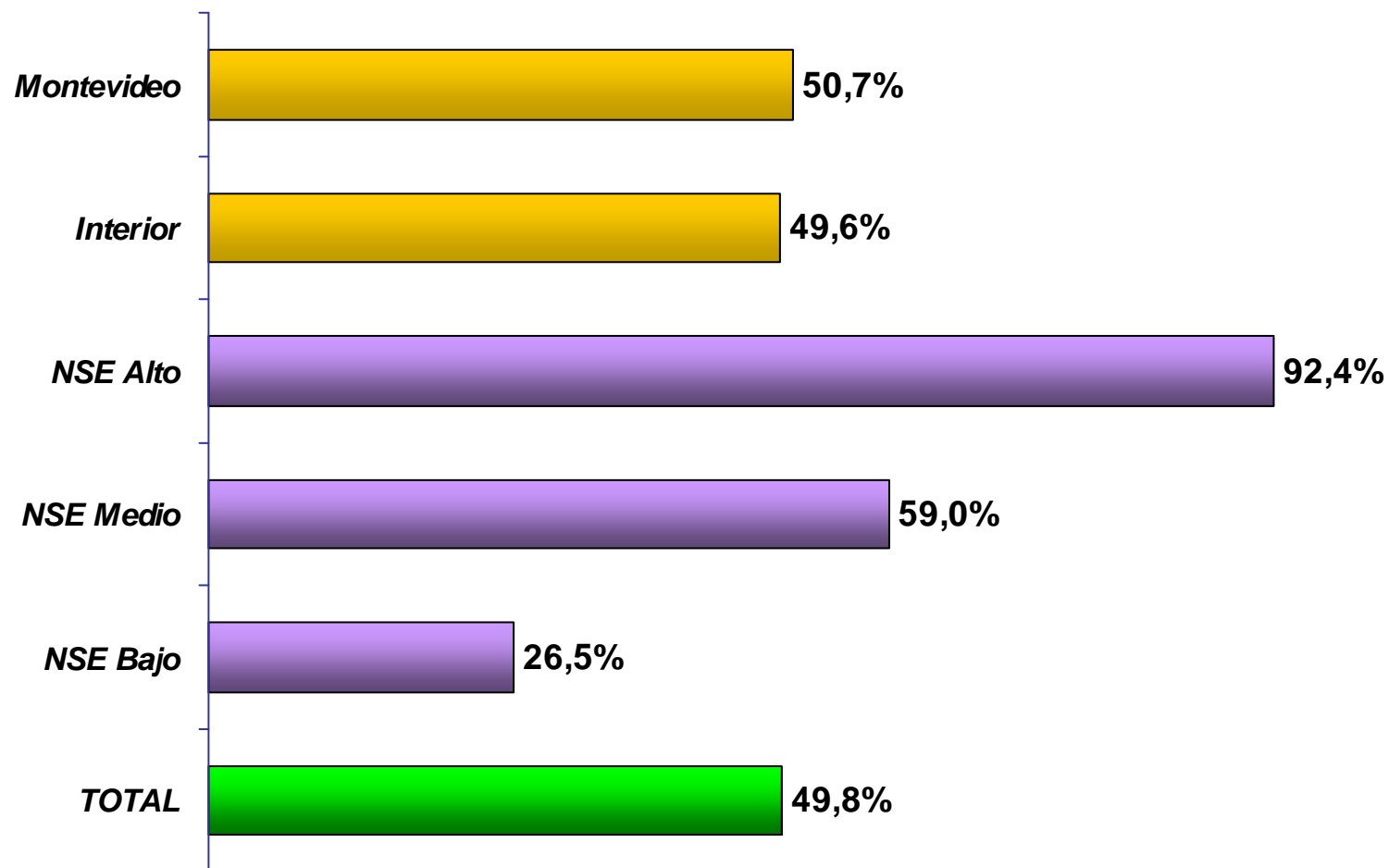


**Por NSE**



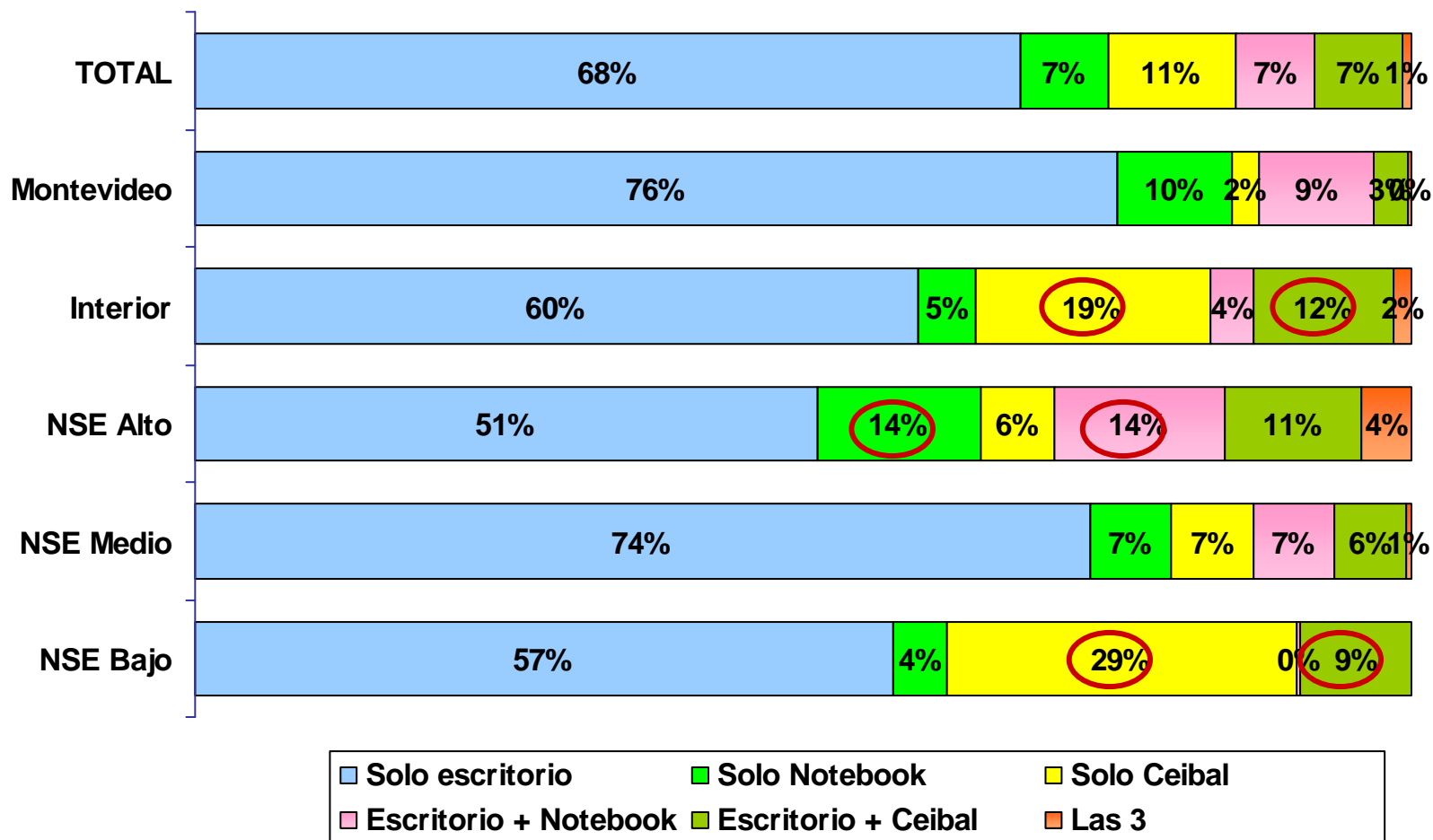
## 2. Penetración de PC en hogares

¿Hay alguna computadora en su hogar? (base: 1807)



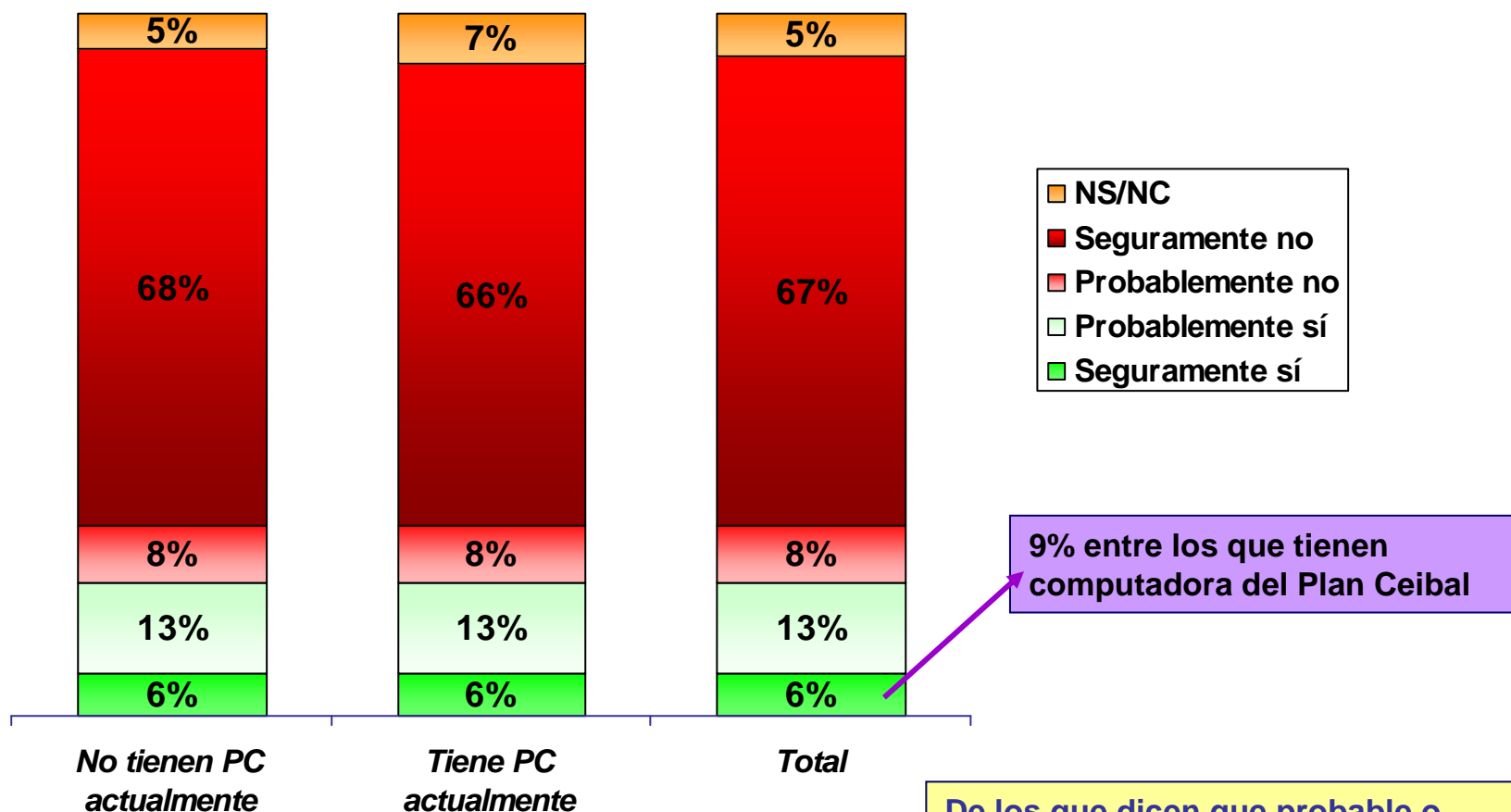
### 3. Composición de los hogares con PC según el tipo que poseen

¿De qué tipo es/son la/s computadora/s que hay en su hogar? (base: 907 hogares con PC)



## 4. Intención de compra de PC

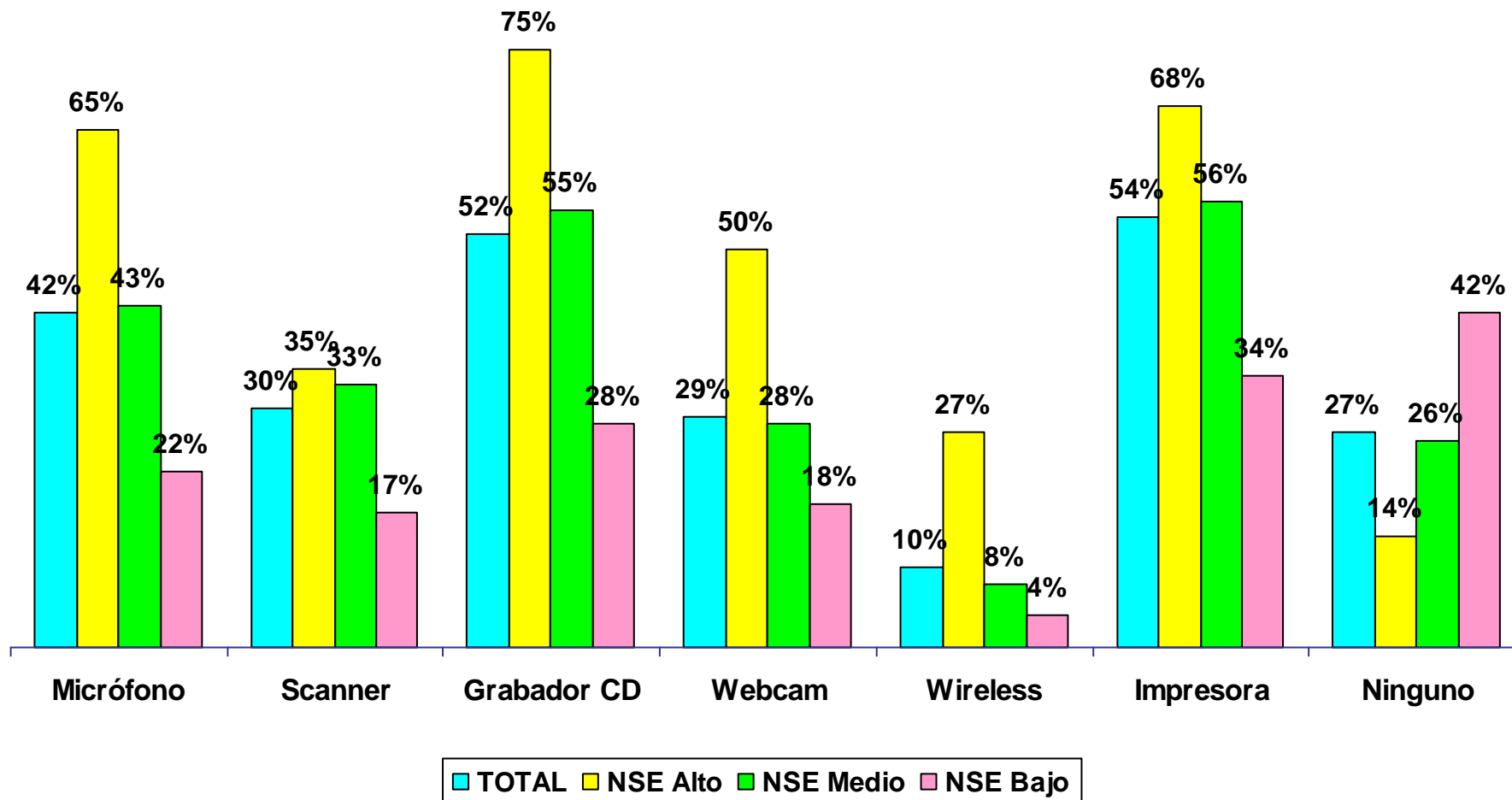
¿Alguien en su hogar está pensando en comprar una computadora en los próximos seis meses? (base: 1807)



De los que dicen que probable o seguramente comprarán una PC, 61% comprarán una PC de escritorio (74% en 2007), y 31% una portable (24% en 2007).

## 5. Posesión de accesorios

¿Qué accesorios tiene su PC? (base: 907 casos con PC)



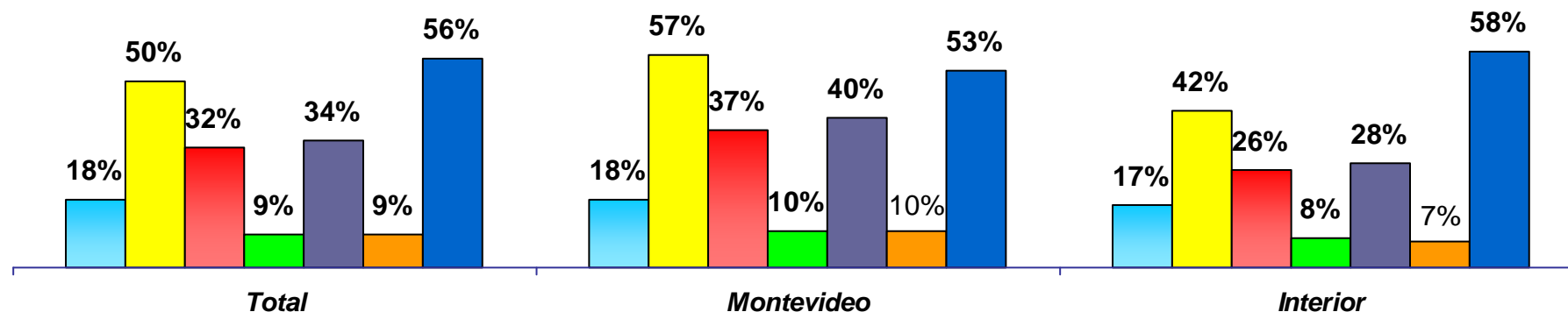
## 6. Síntesis sobre penetración de PCs

- Entre 2001 y 2008 la penetración de PCs en hogares creció un 30% en Montevideo y un 150% en el Interior.
- Actualmente, la penetración de PC es casi total en los hogares de NSE Alto, y del 27% en los de NSE Bajo.
- Uno de cada tres hogares con PC en el Interior tiene una del Plan Ceibal, y en uno cada cinco es la única computadora del hogar.
- En Montevideo, uno cada cinco hogares con PC ya tiene una notebook.
- Uno de cada tres hogares con PC de NSE Alto tiene una notebook.
- En el NSE Bajo, el 38% de los hogares con PC tiene una del Plan Ceibal, y en 29% es la única PC que hay.
- La intención de compra de PC es mayor en los hogares con computadoras del Plan Ceibal que en la media de los hogares.
- En síntesis, la penetración de PCs en hogares sigue creciendo en todo el país, aunque muy fuertemente en el Interior y muy lentamente en Montevideo. La ampliación del Plan Ceibal hizo ingresar la computadora a una importante cantidad de hogares que no tenían, muy especialmente en el Interior y en los NSE bajos. Viene creciendo aceleradamente el número de hogares con notebooks, particularmente en Montevideo y en el NSE Alto.

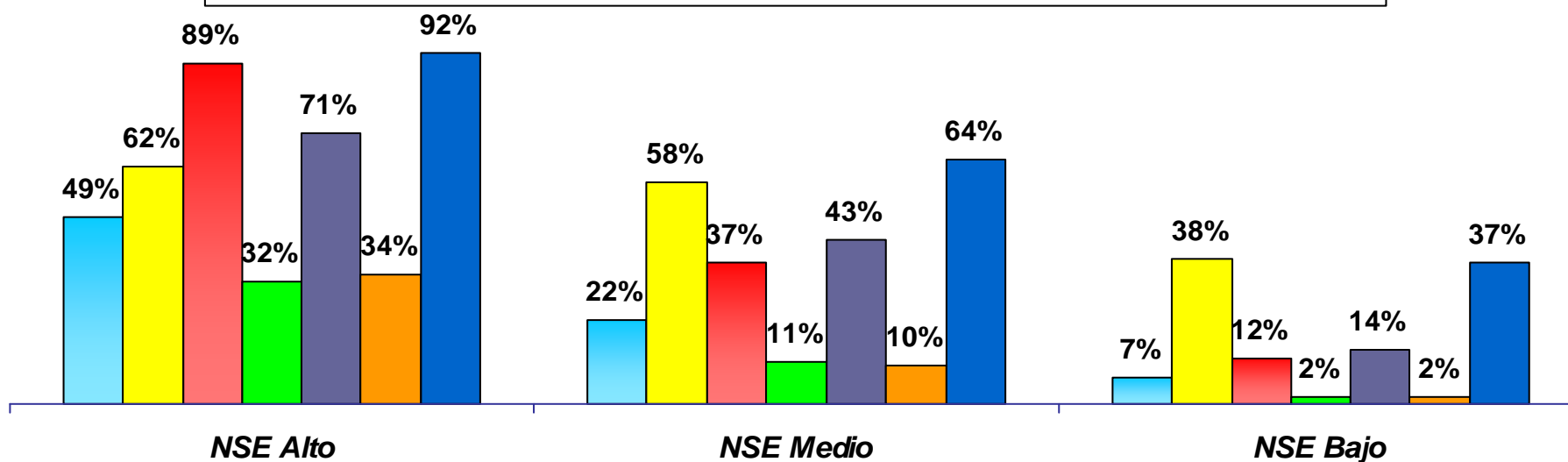


## 7. Posesión de algunos bienes y servicios

¿Tiene Usted...? (base: 1807 casos)

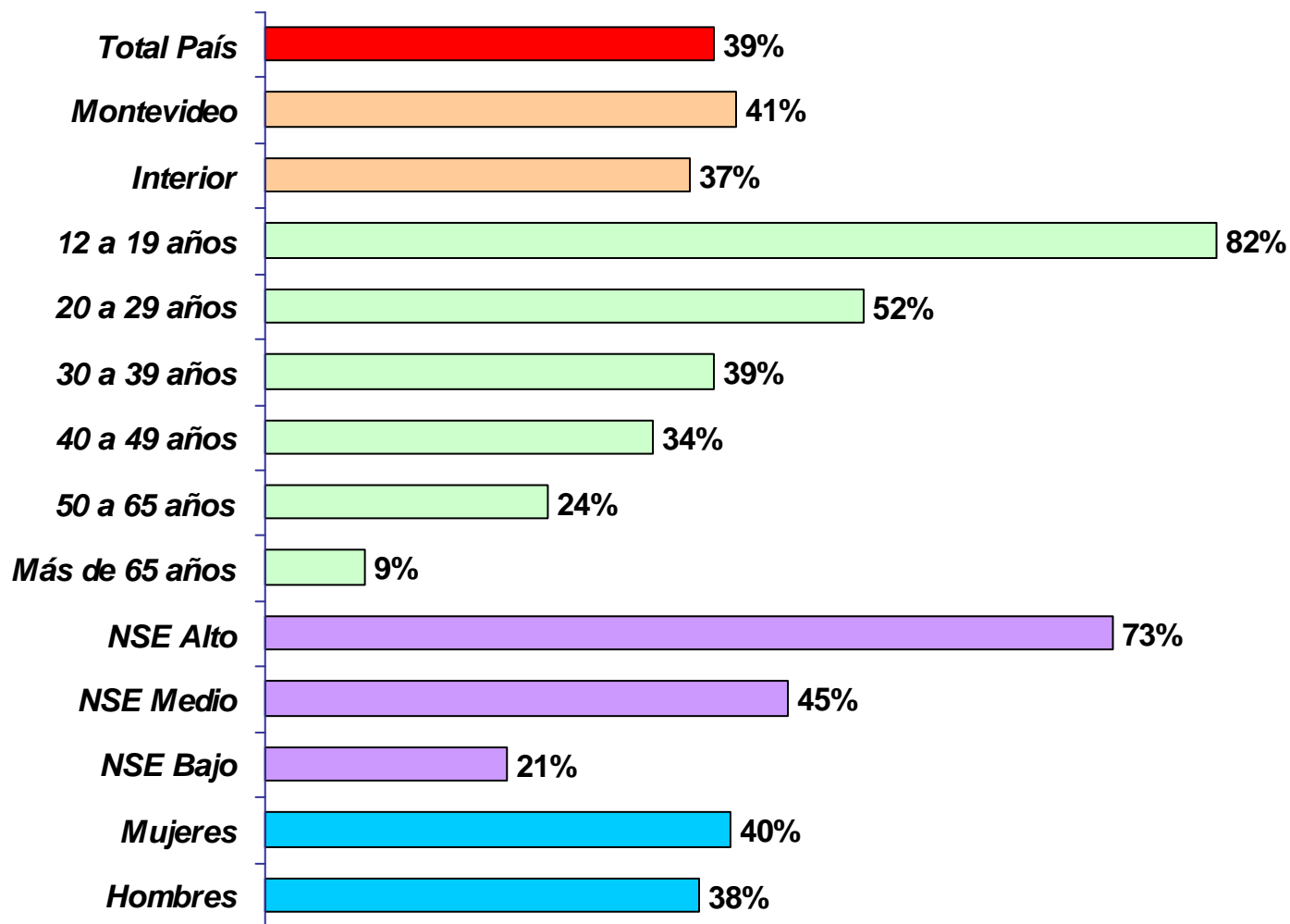


■ DVD con grabador  
 ■ DVD sin grabador  
 ■ Cámara digital  
 ■ Filmadora digital  
■ MP3-MP4  
 ■ TV pantalla plana  
 ■ TV para abonados



## 8. Penetración de Internet

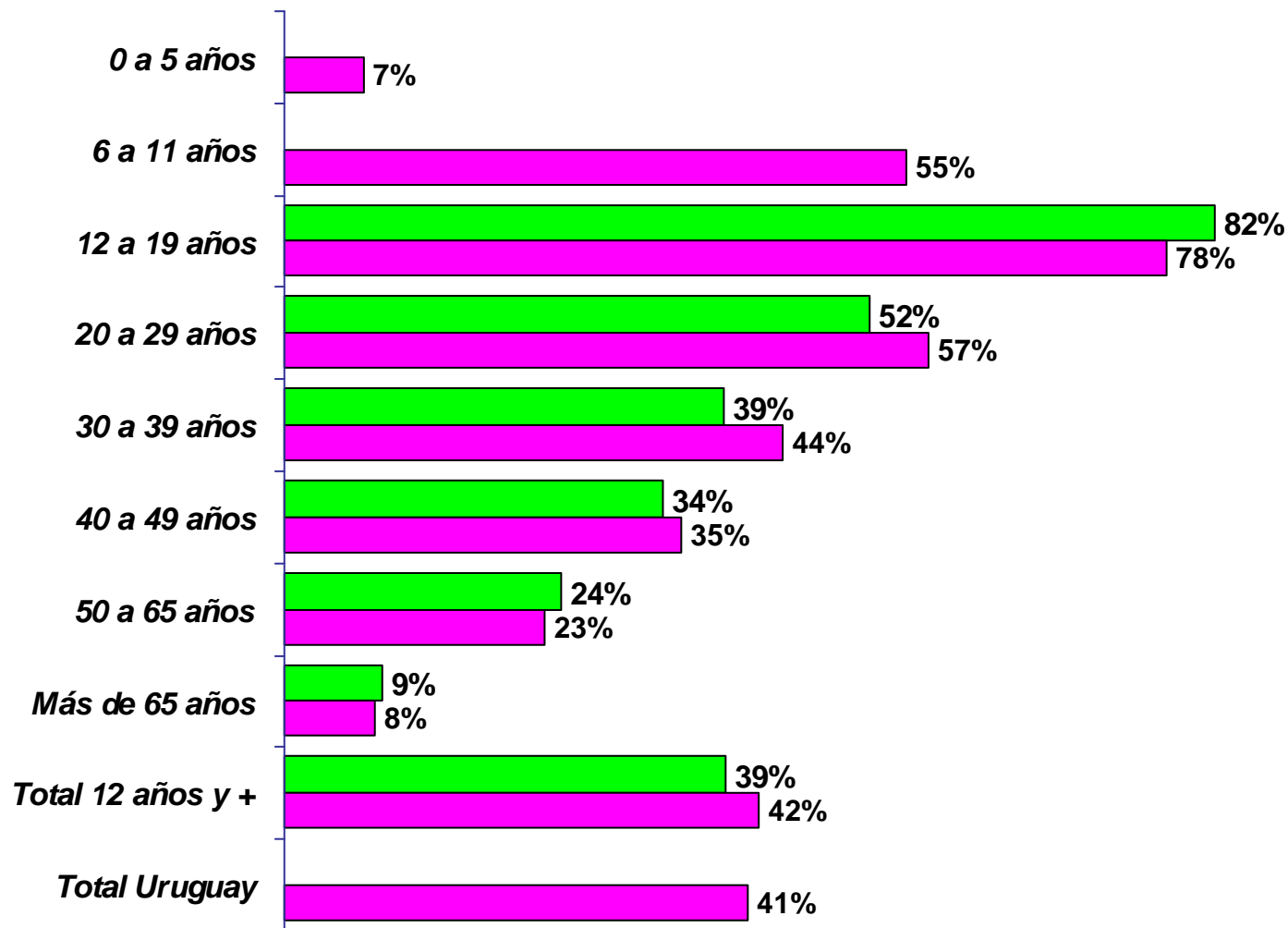
¿Es Ud. usuario de Internet, aunque sea esporádicamente? (base: 1807)



## 9. Penetración de Internet entre todos los integrantes del hogar

■ ¿Es Ud. usuario de Internet, aunque sea esporádicamente? (base: 1807)

■ ¿Quiénes son usuarios y no usuarios de Internet en su hogar y cuáles son sus edades? (base: 4869)

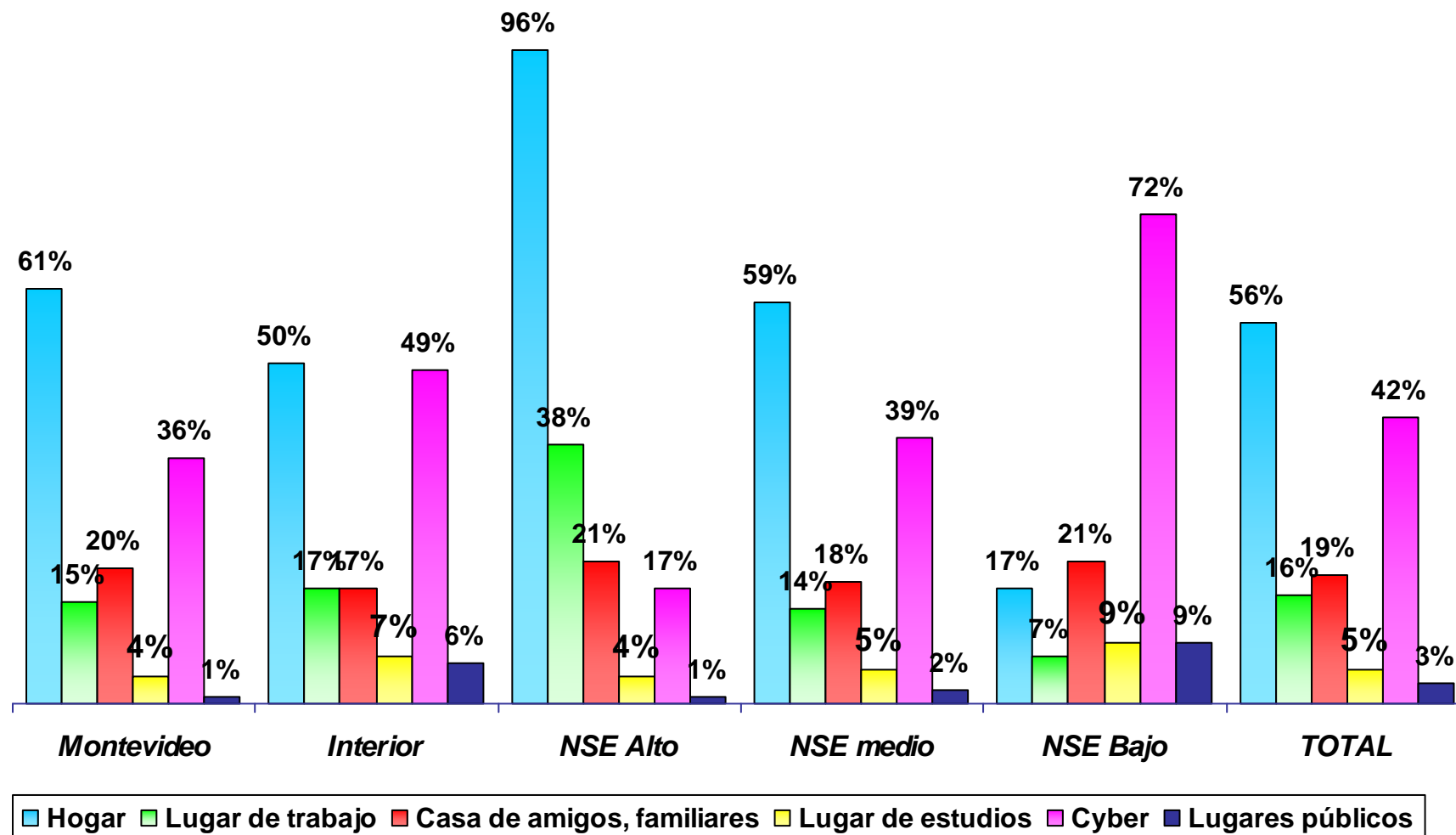


## **10. Composición del universo de internautas**

- **Existen actualmente unos 1.340.000 usuarios de Internet en el Uruguay, incluyendo todas las edades y zonas geográficas.**
- **64% de los usuarios de Internet están en Montevideo (66% en 2006)**
- **63% son menores de 30 años, y 40% son menores de 20 años. 12% son mayores de 50 años.**
- **13% son de NSE alto (7% de la muestra total), 69% son de NSE medio (59% de la muestra total), 18% son de NSE bajo (34% de la muestra total).**
- **51% de los usuarios son mujeres.**

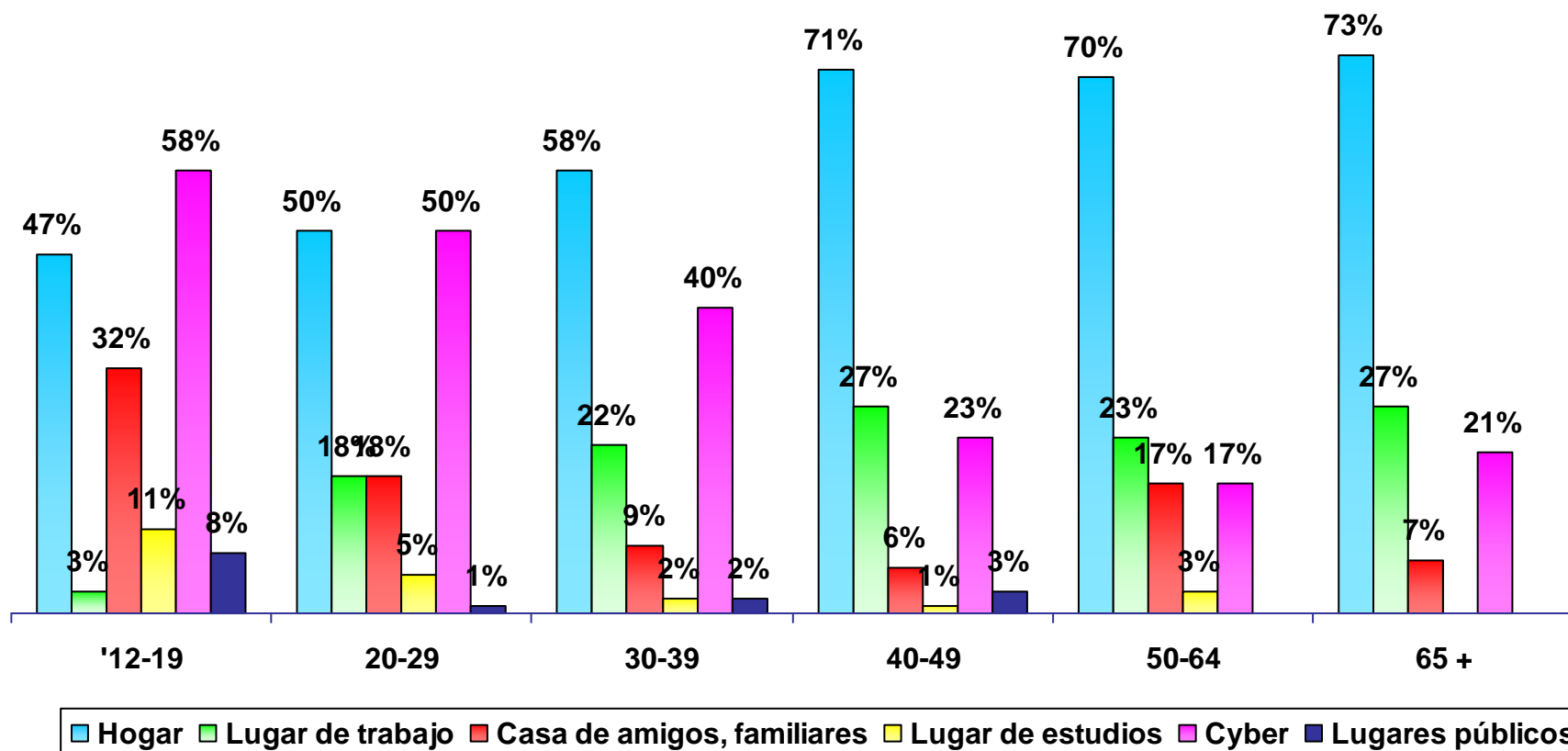
## 11. Lugar de conexión (1)

¿Desde dónde se conecta a Internet? (base: 701 usuarios)



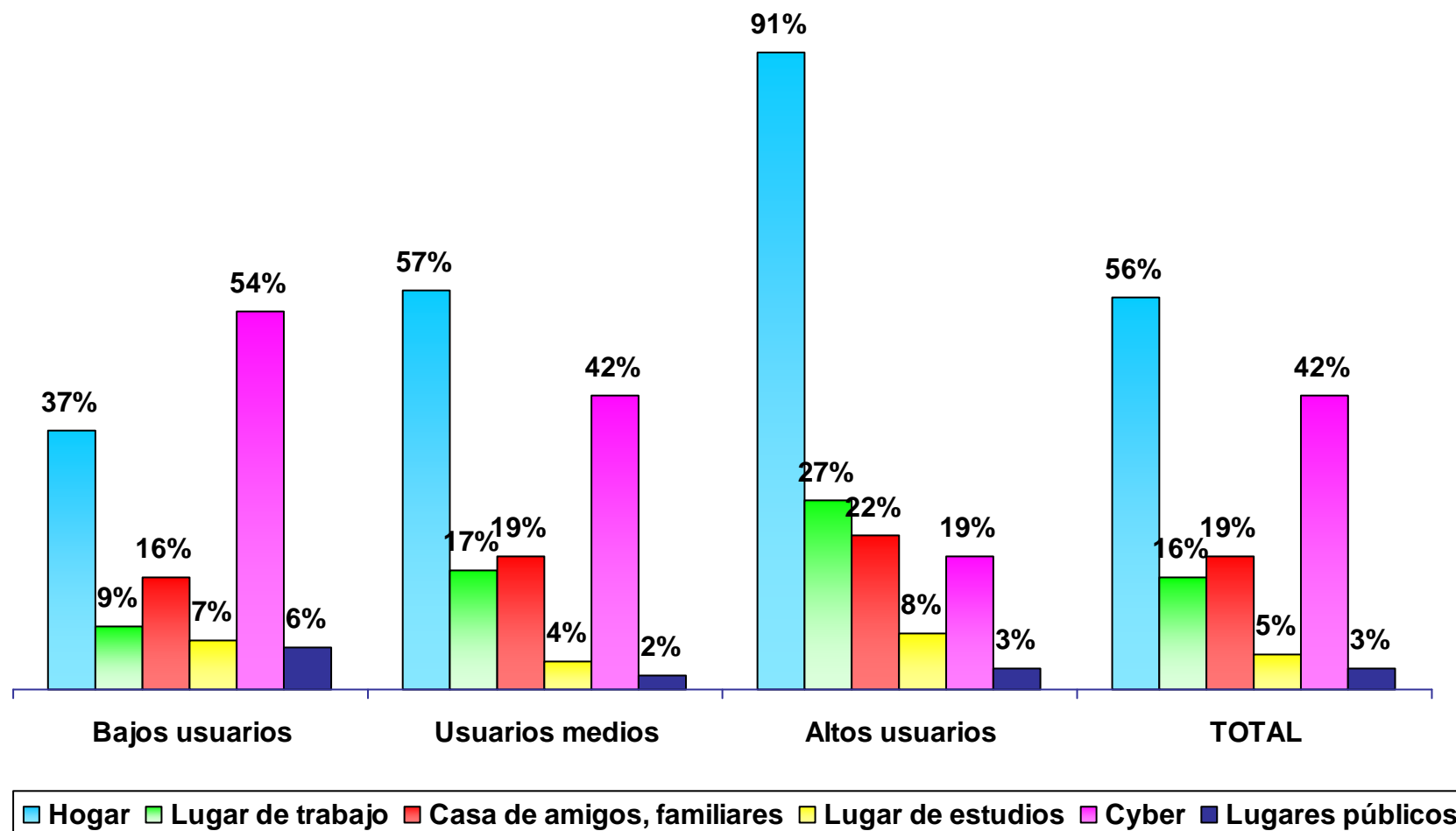
## 12. Lugar de conexión (2)

¿Desde dónde se conecta a Internet? (base: 701 usuarios)



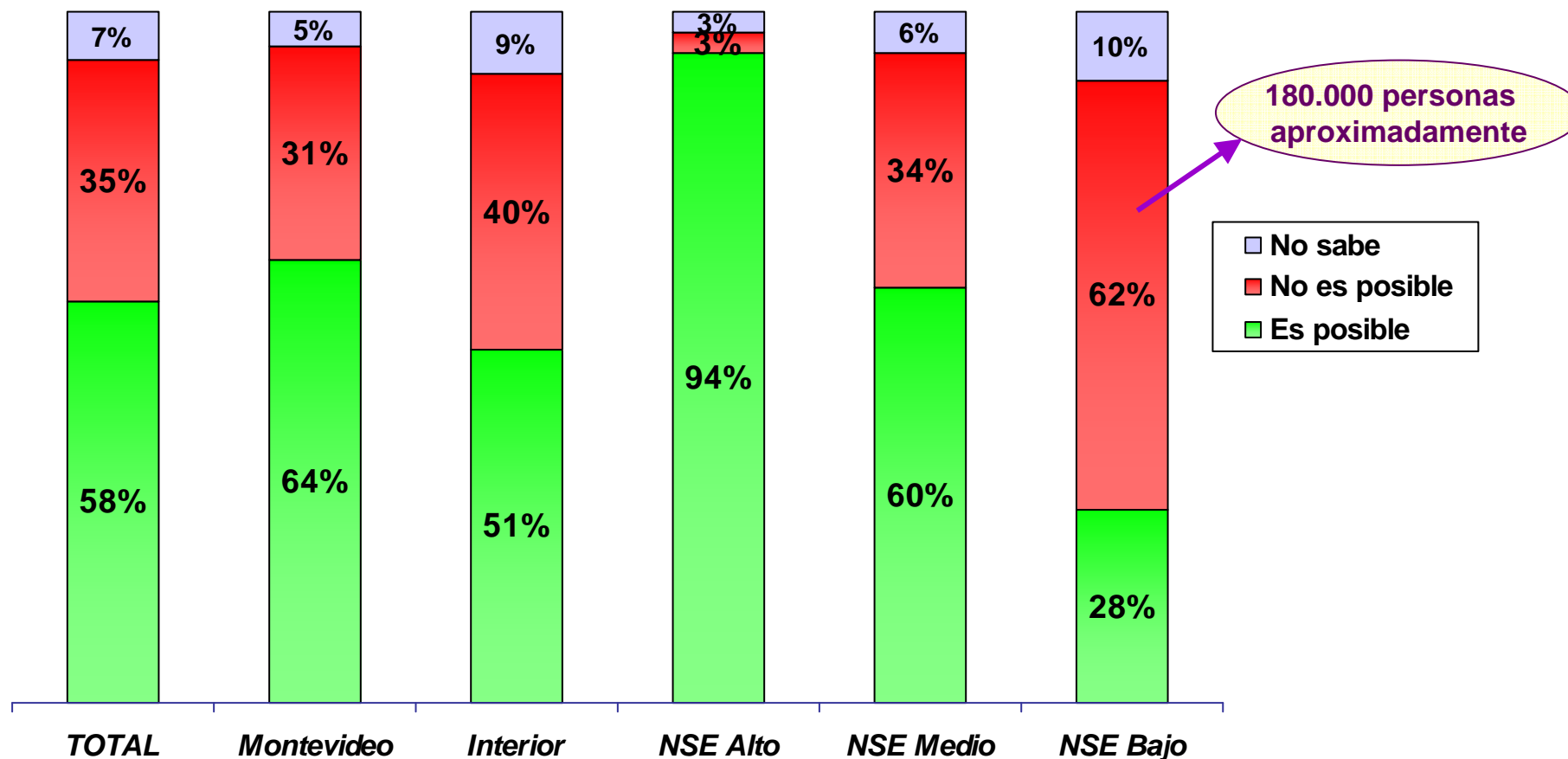
### 13. Lugar de conexión (3)

¿Desde dónde se conecta a Internet? (base: 701 usuarios)



## 14. Posibilidad de conectarse a Internet en hogares con PC

¿Es posible conectarse a Internet desde su casa? (\*) (base: 908 con PC en el hogar)



**NOTA:** la definición de "posibilidad de conexión" la determina el propio entrevistado, por lo cual debe ser tomada con cautela



## 15. Razones para no conectarse desde el hogar

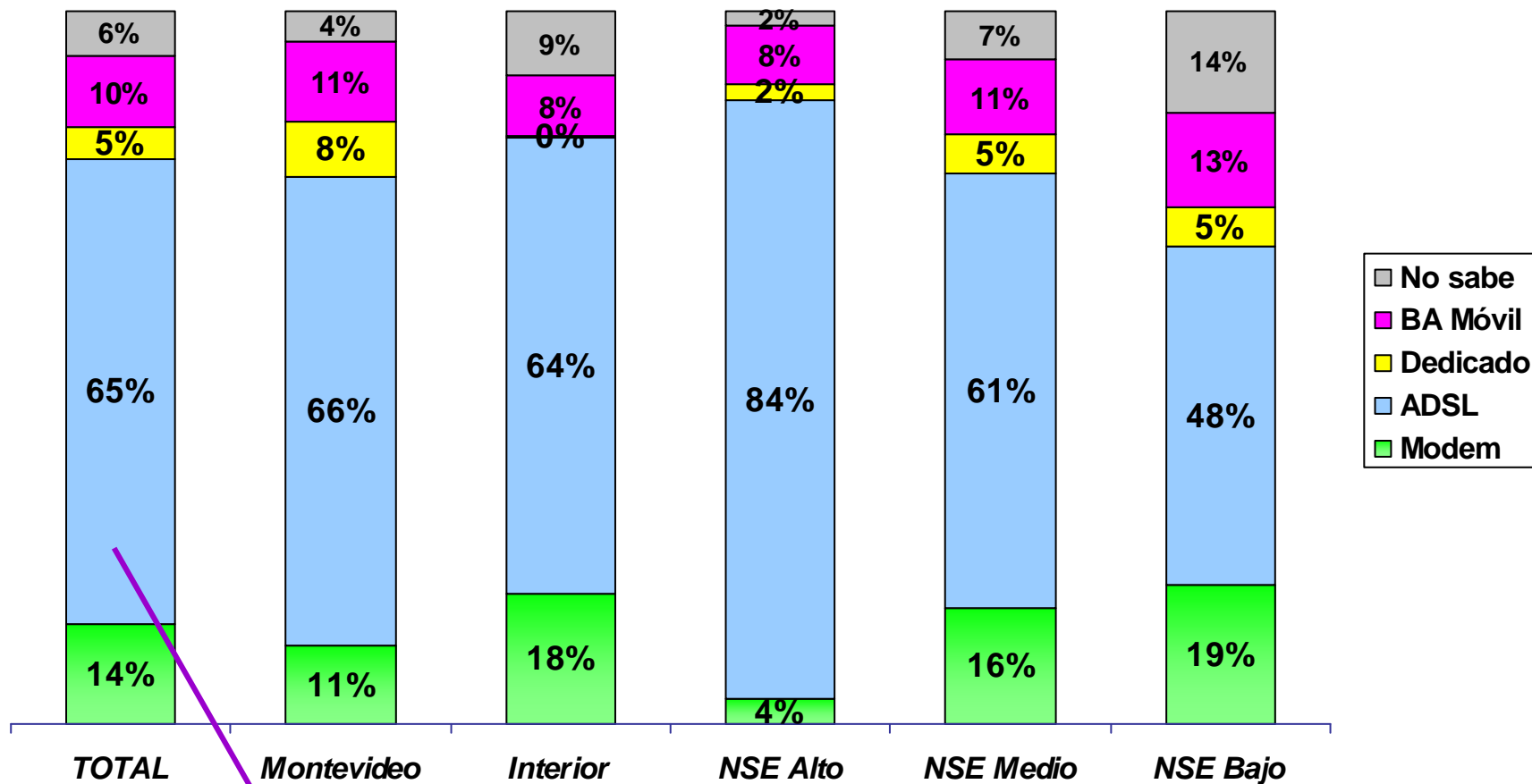
¿Por qué no usa Internet desde su casa?

(base: 152 usuarios de Internet con PC en el hogar pero que no se conectan desde allí)

<b>No tiene conexión</b>	<b>59%</b>	
<b>Costo de las conexiones</b>	<b>23%</b>	→ <b>NSE Bajo: 30%</b>
<b>La computadora es del Plan Ceibal</b>	<b>9%</b>	→ <b>NSE Bajo: 16%</b>
<b>Falta de conocimiento</b>	<b>3%</b>	
<b>Falta de tiempo</b>	<b>2%</b>	
<b>Tiene BA en el trabajo</b>	<b>2%</b>	
<b>Otras razones</b>	<b>3%</b>	
<b>No sabe / no contesta</b>	<b>5%</b>	

## 16. Tipo de conexión dentro del hogar

¿Qué conexión a Internet tiene en su casa? (base: 589 con conexión a Internet en su hogar)



220.000 hogares aproximadamente

## 17. Razones para no tener Banda Ancha e intención de compra

*¿Por qué no tiene Banda Ancha en su casa?*

*(base: 45 usuarios de Internet desde su casa pero que se conectan por modem)*

<b>No usa Internet lo suficiente como para que valga la pena</b>	<b>38%</b>
<b>La Banda Ancha es cara</b>	<b>23%</b>
<b>Le alcanza con el modem</b>	<b>10%</b>
<b>La PC no está actualizada</b>	<b>10%</b>
<b>Le es más cómodo ir al cyber cuando precisa</b>	<b>9%</b>
<b>No se le ocurrió</b>	<b>5%</b>
<b>Nunca se la ofrecieron</b>	<b>5%</b>
<b>No conoce la oferta actual</b>	<b>4%</b>
<b>La banda ancha con límite no le convence</b>	<b>4%</b>
<b>No sabe / no contesta</b>	<b>8%</b>

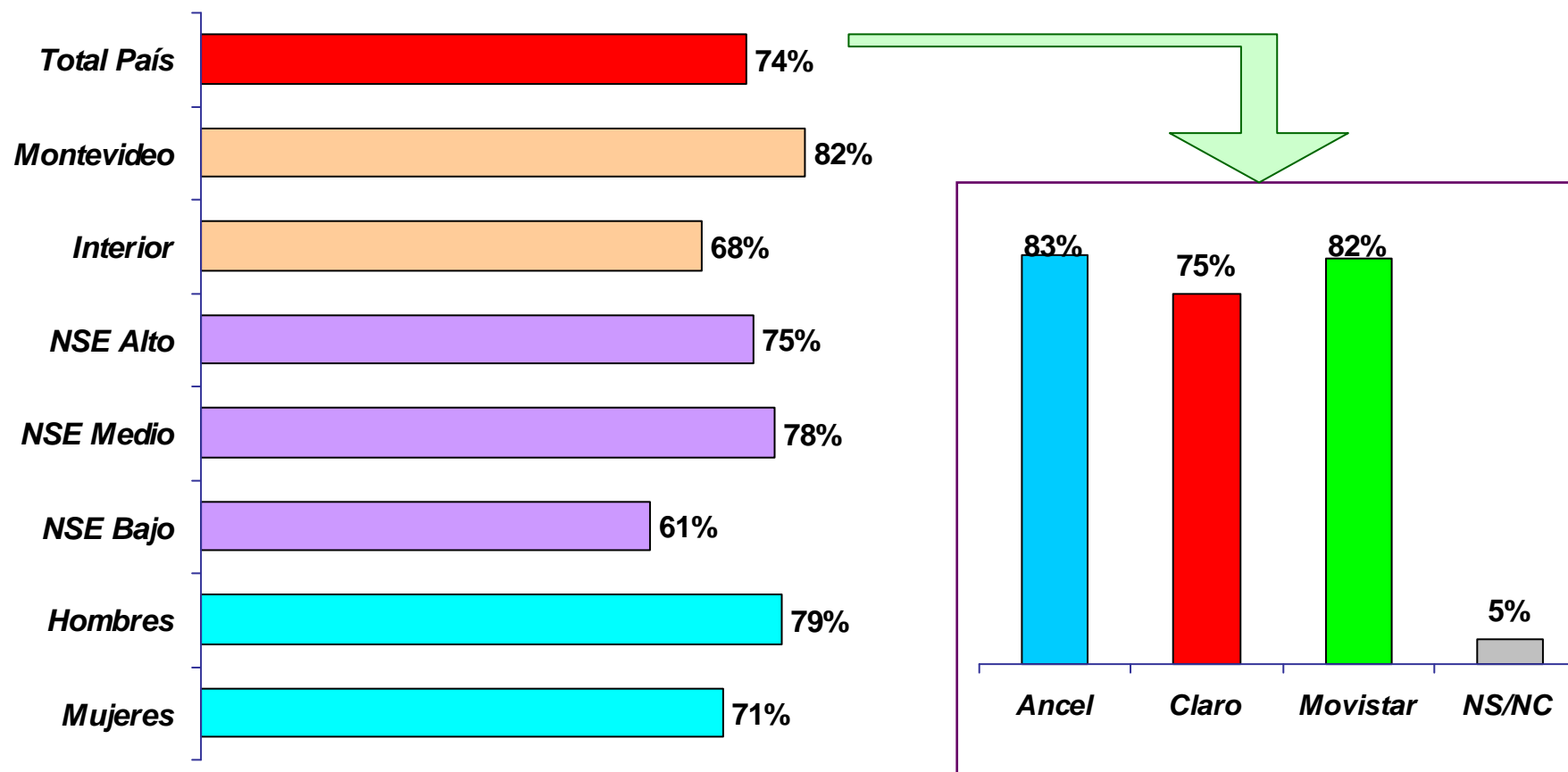
*¿Ud. o alguien en su hogar tiene intención de contratar Banda Ancha?*

<b>Sí, en los próximos 3 meses</b>	<b>9%</b>
<b>Sí, en los próximos 6 meses</b>	<b>12%</b>
<b>Sí, dentro del próximo año</b>	<b>9%</b>
<b>No</b>	<b>54%</b>
<b>No sabe</b>	<b>17%</b>

## 18. Conocimiento de Banda Ancha Móvil

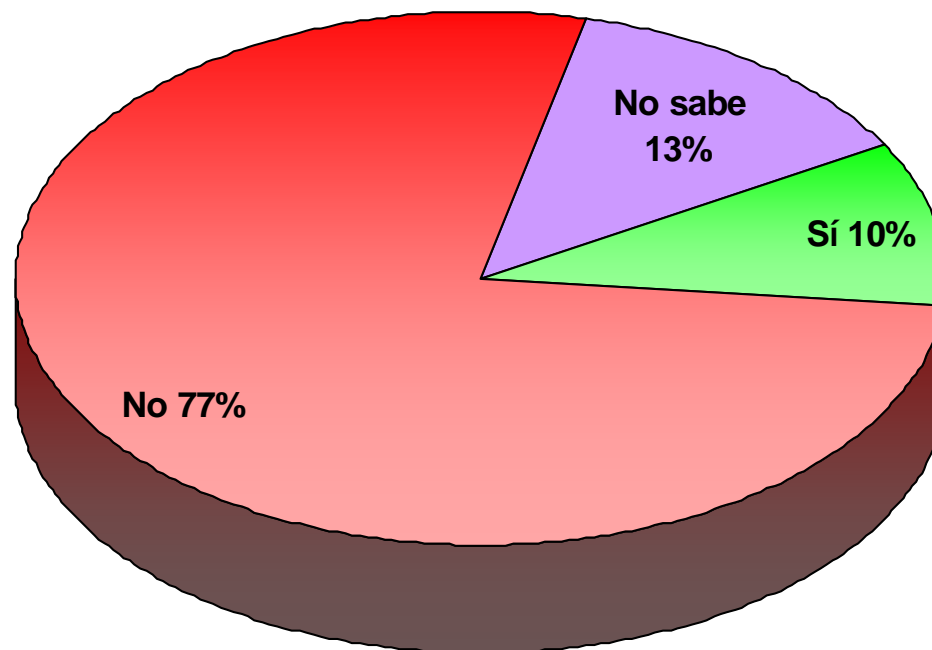
¿Sabe Usted lo que es la Banda Ancha Móvil? (base: 443 usuarios sin conexión a Internet o con conexión diferente de BAM)

¿Sabe qué empresas ofrecen Banda Ancha Móvil? (base: 328 que saben lo que es)



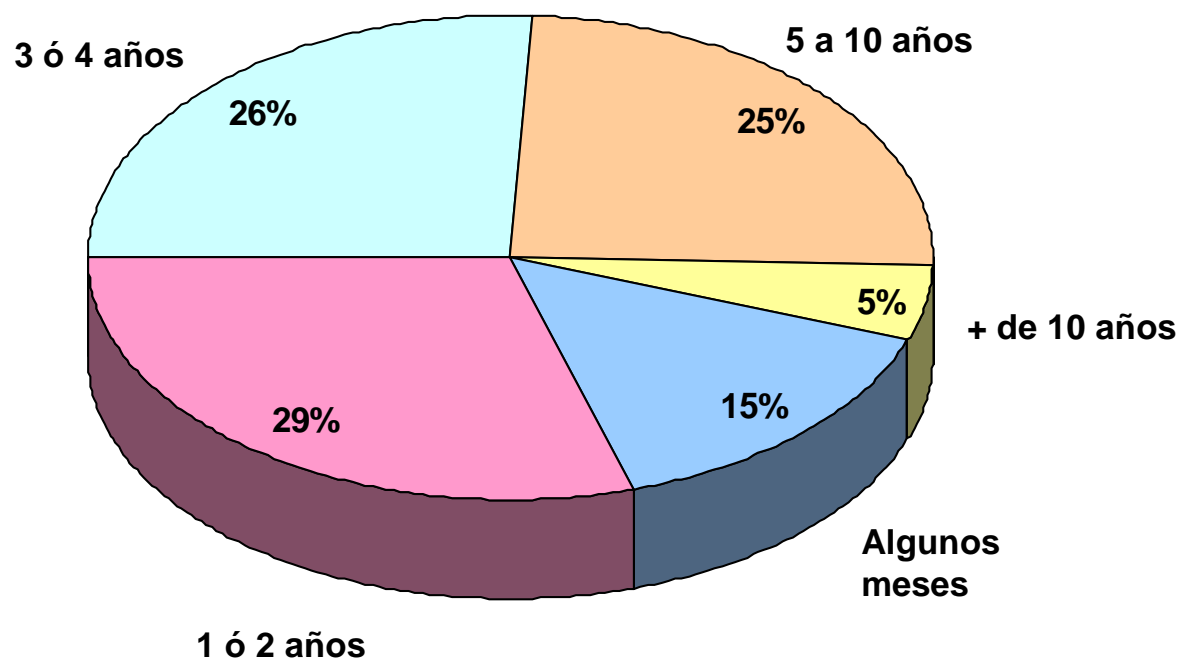
## 19. Intención de cambio a Banda Ancha Móvil

¿Cree que cambiará el ADSL por banda ancha móvil? (base: 205 que saben lo que es la BAM y actualmente tienen ADSL)



## 21. Antigüedad como usuario de Internet

¿Cuánto tiempo hace que es usuario de Internet? (base: 701 usuarios)



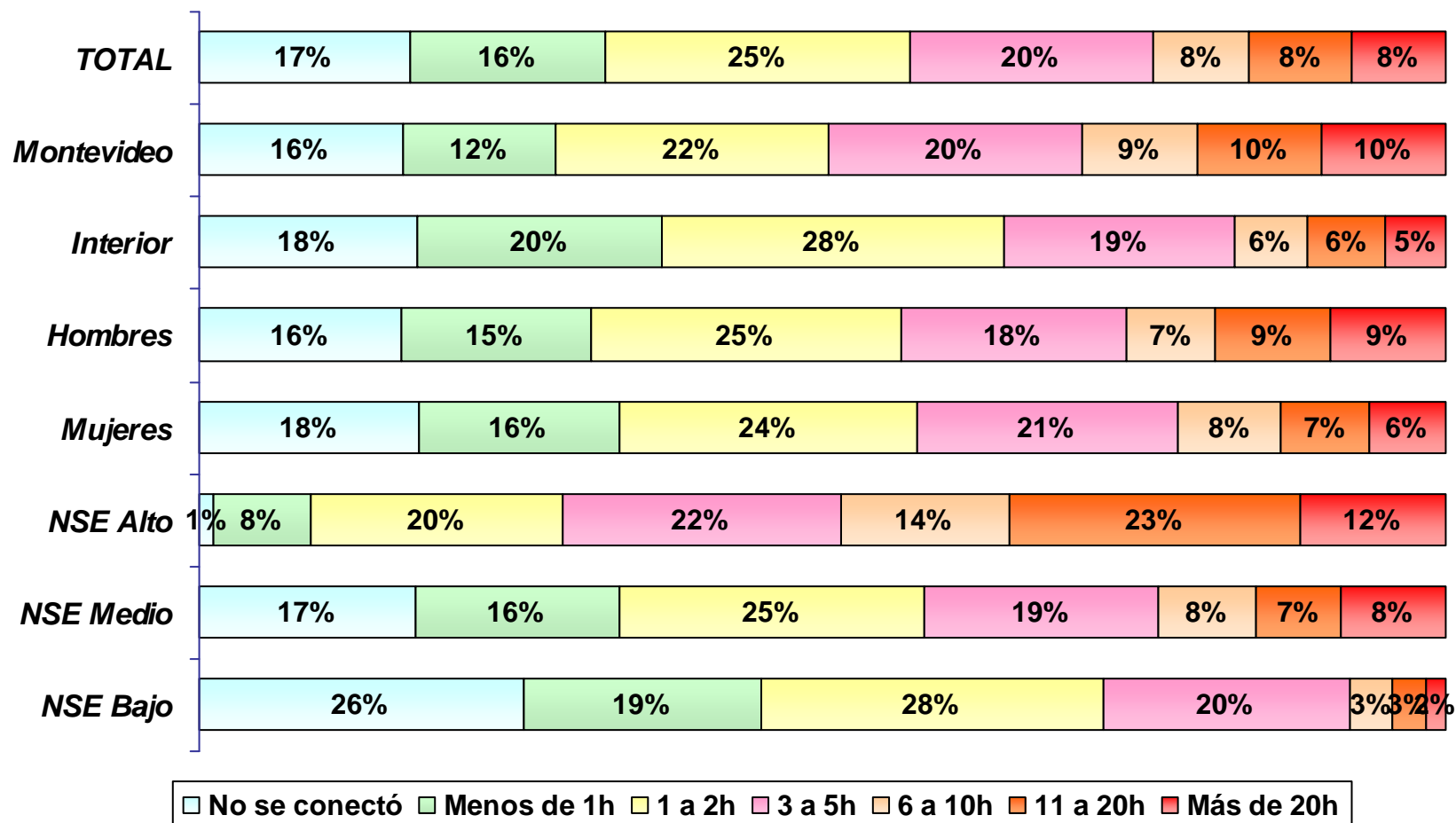
### Usuarios de 5 ó más años:

Total: 30%  
NSE Alto: 55%  
NSE Medio: 28%  
NSE Bajo: 19%

No hay diferencias entre Montevideo e Interior, ni por sexo.

## 22. Tiempo de conexión a Internet (1)

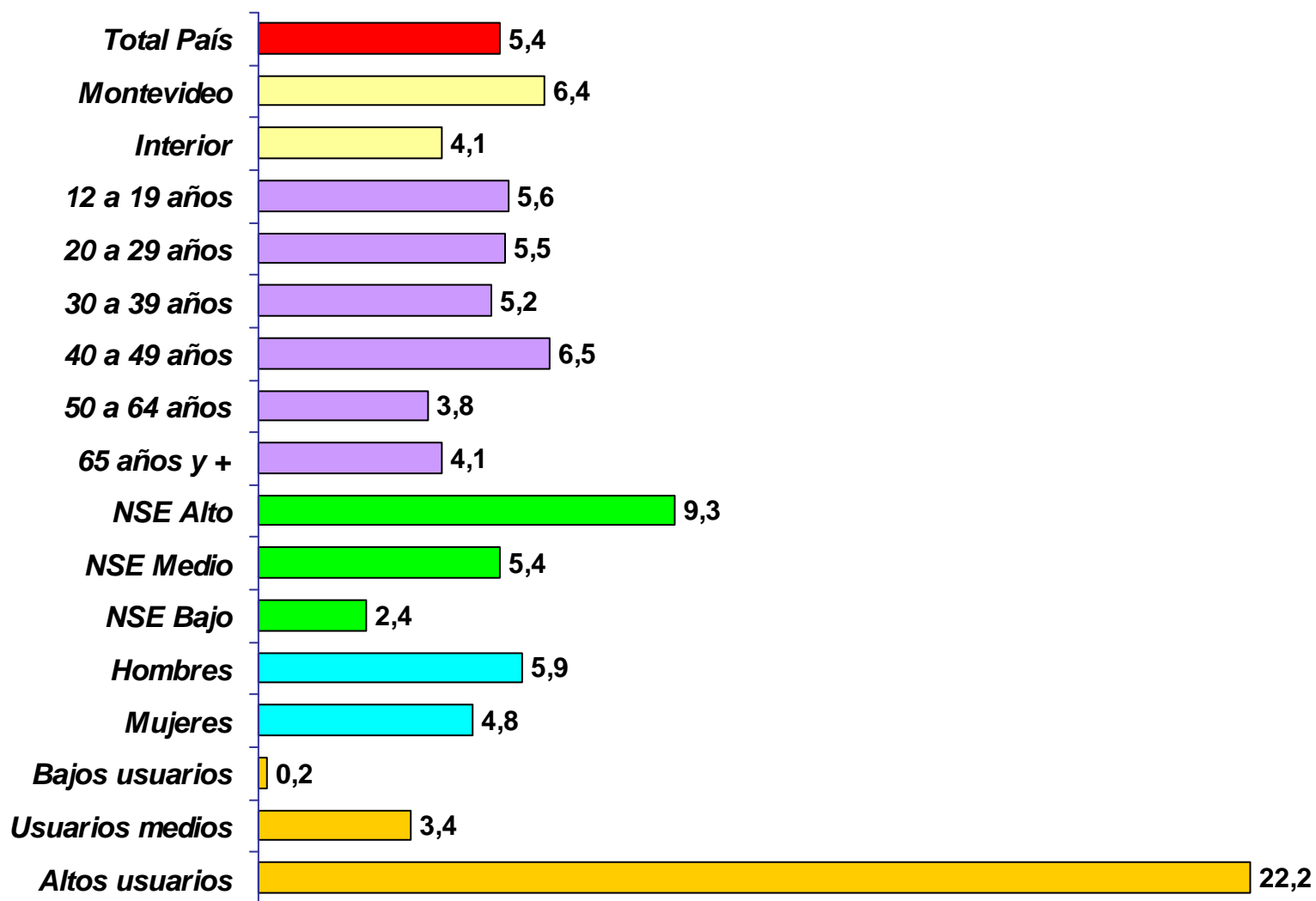
¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días? (base: 701 usuarios)



No existen diferencias significativas según la variable edad

## 23. Tiempo de conexión a Internet (2)

Promedio en horas semanales (base 701, incluye los que no se conectaron la última semana)





## 24. Altos, medios y bajos usuarios de Internet

---

### Altos usuarios

- Se conectan más de 10 horas semanales.
- Son el 16% de los usuarios (unas 215.000 personas) y consumen el 66% de las horas.

### Usuarios medios

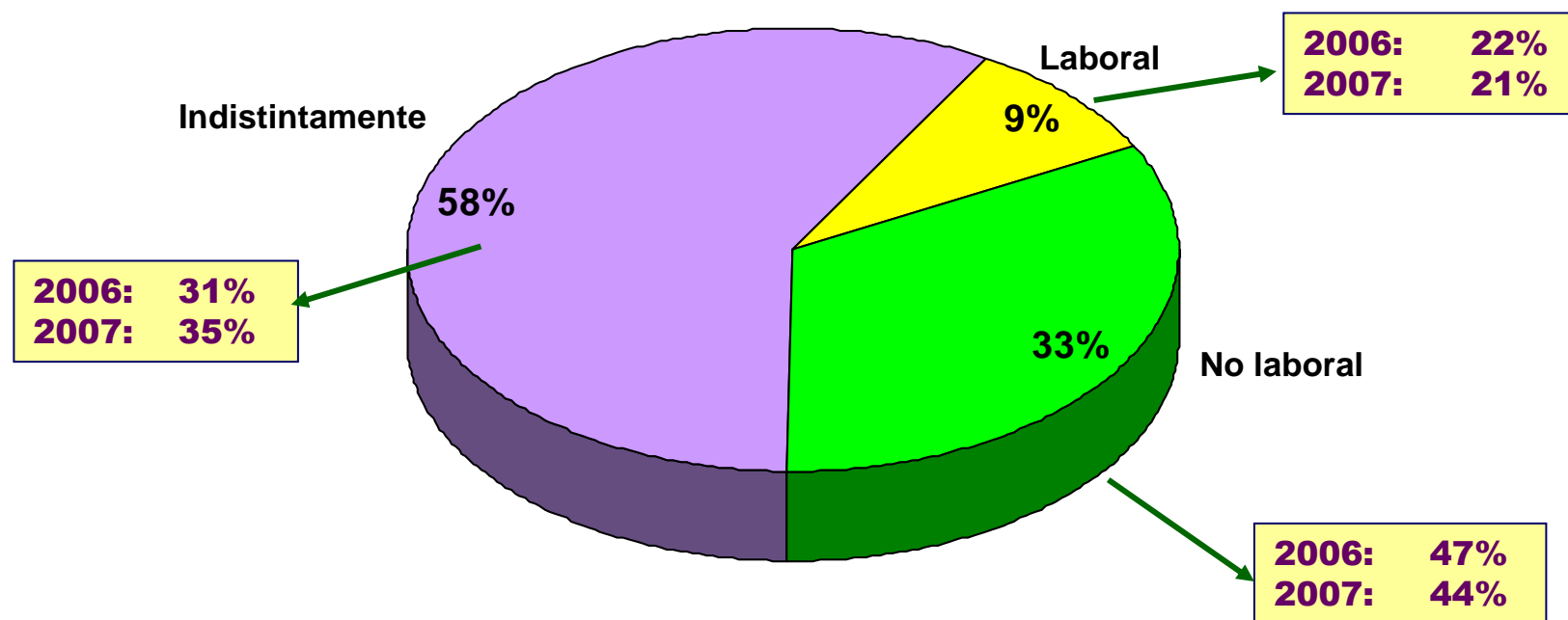
- Se conectan entre 2 y 10 horas semanales.
- Son el 52% de los usuarios de Internet y consumen el 33% del total de horas.

### Bajos usuarios

- Se conectan menos de 2 horas semanales.
- Son el 33% de los usuarios (42% en 2007, 60% en 2006) y consumen el 1% de las horas

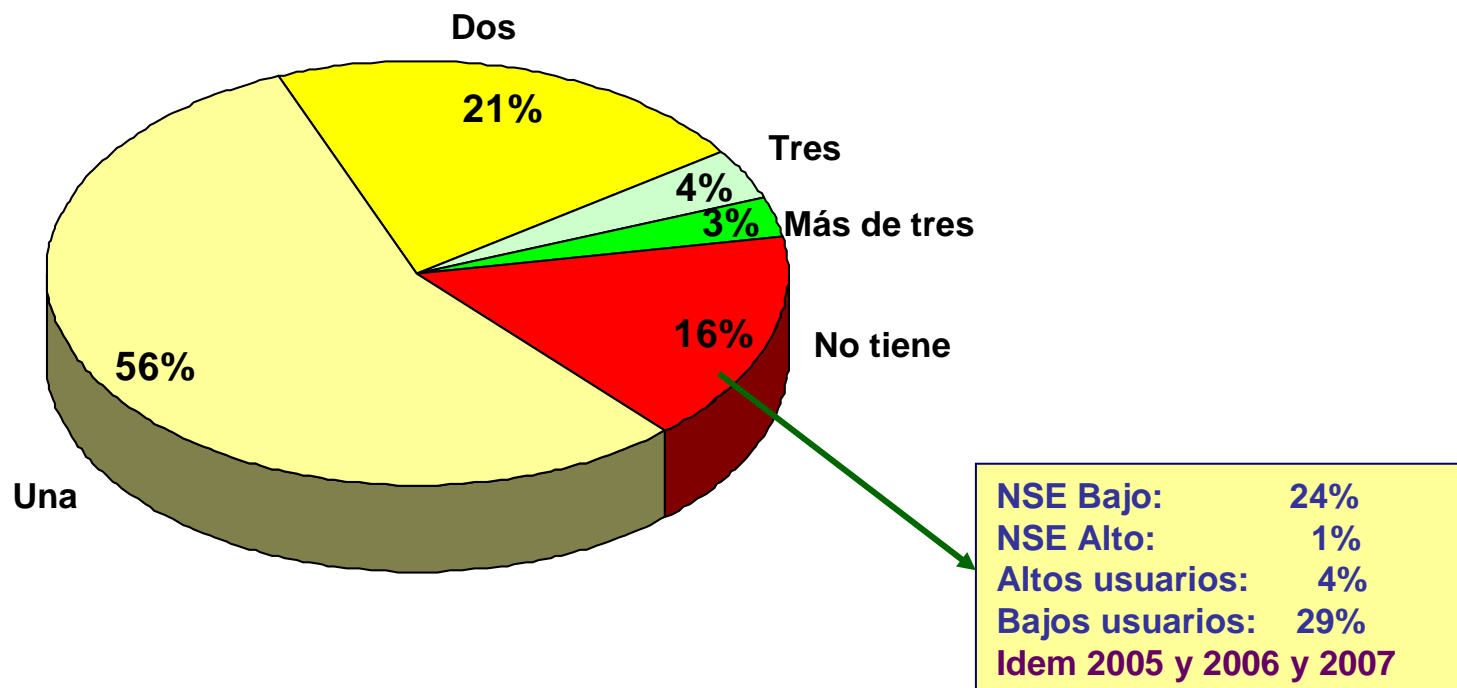
## 25. Horario de conexión

¿En qué horario se conecta habitualmente? (base: 701 usuarios)



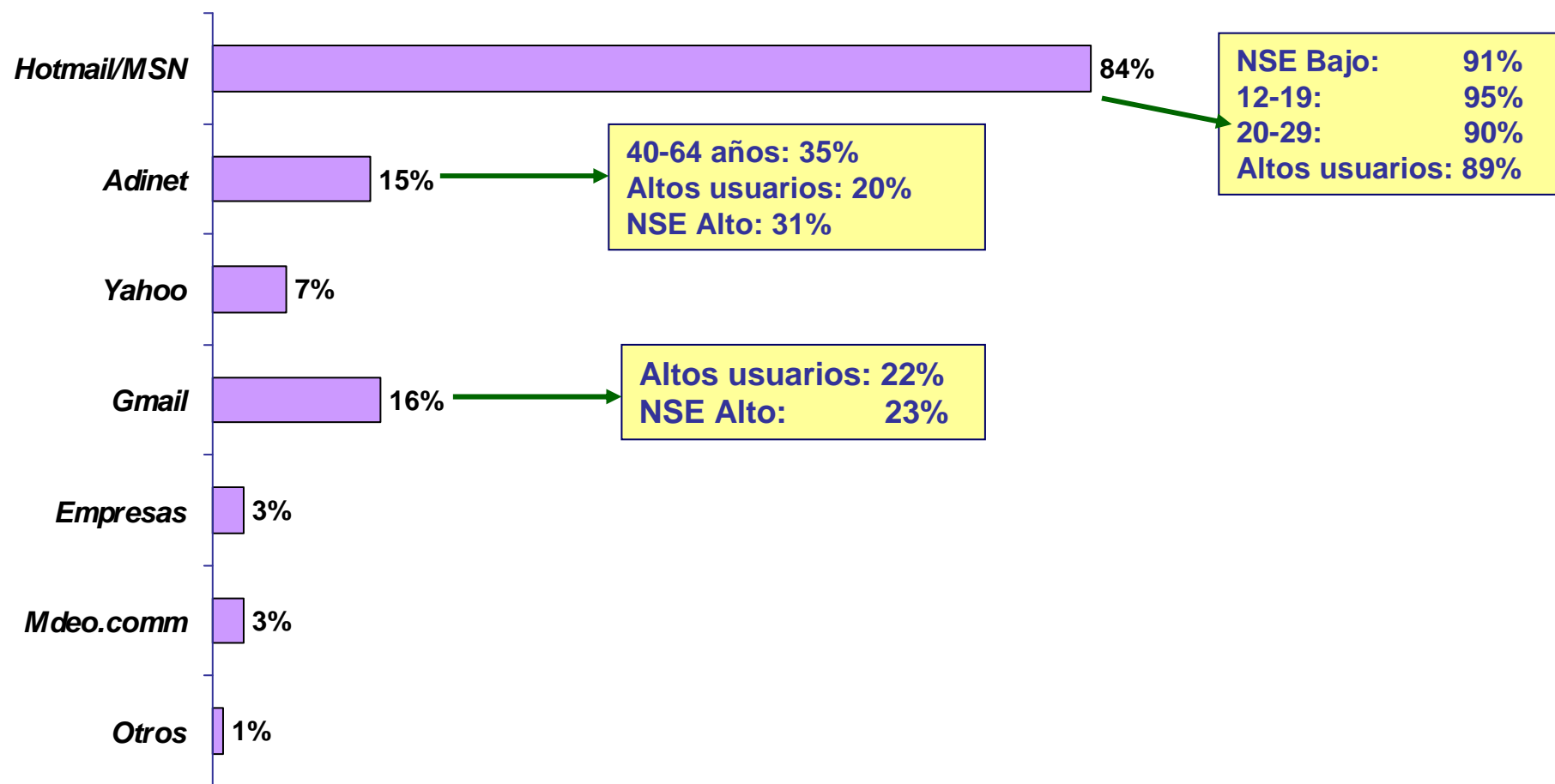
## 26. Casillas de correo (1)

¿Tiene casilla de correo electrónico? ¿Cuántas? (base: 701 usuarios)



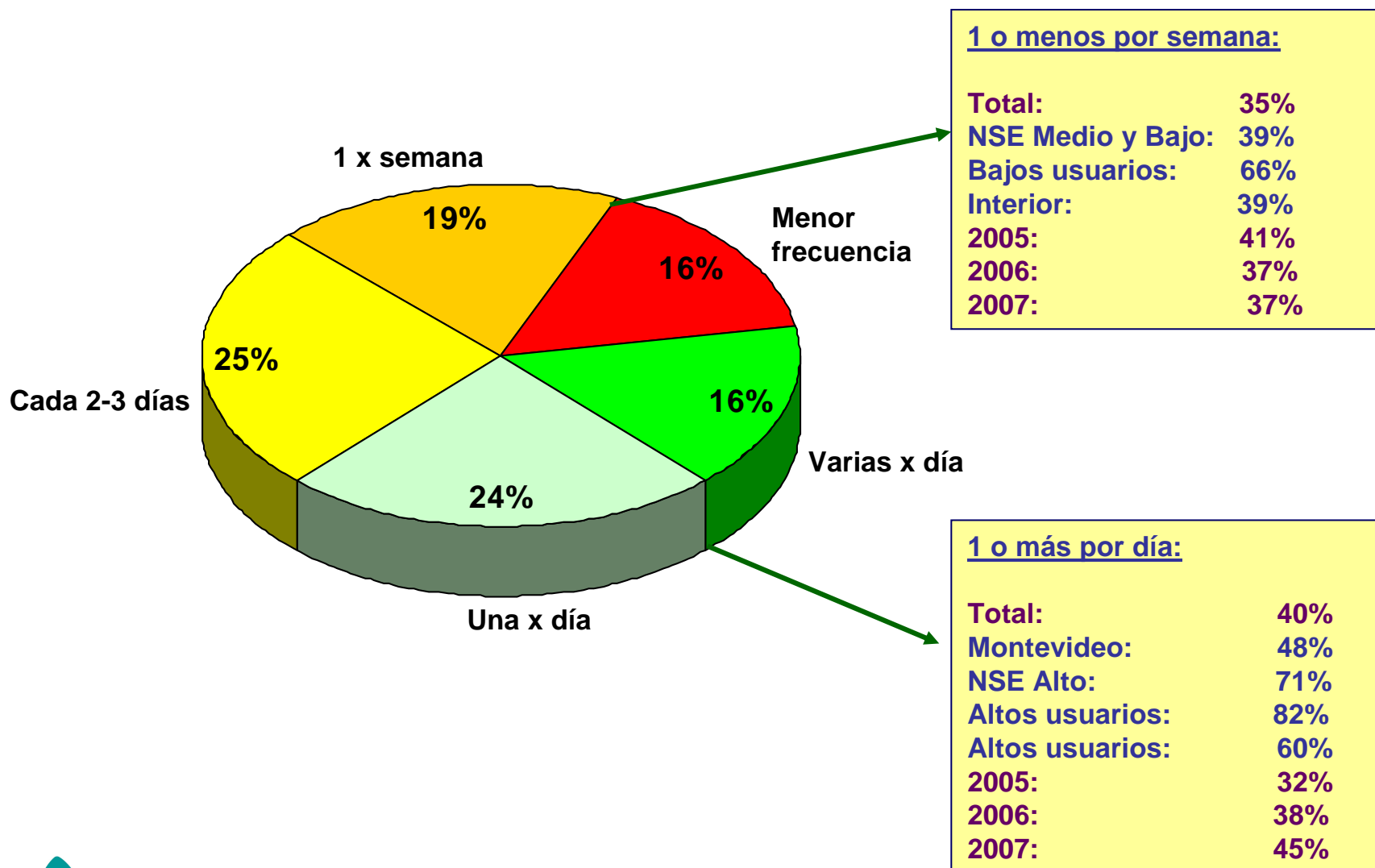
## 27. Casillas de correo (2)

¿En qué servidor(es) tiene su(s) casilla(s) de correo? (base: 586 con casilla)



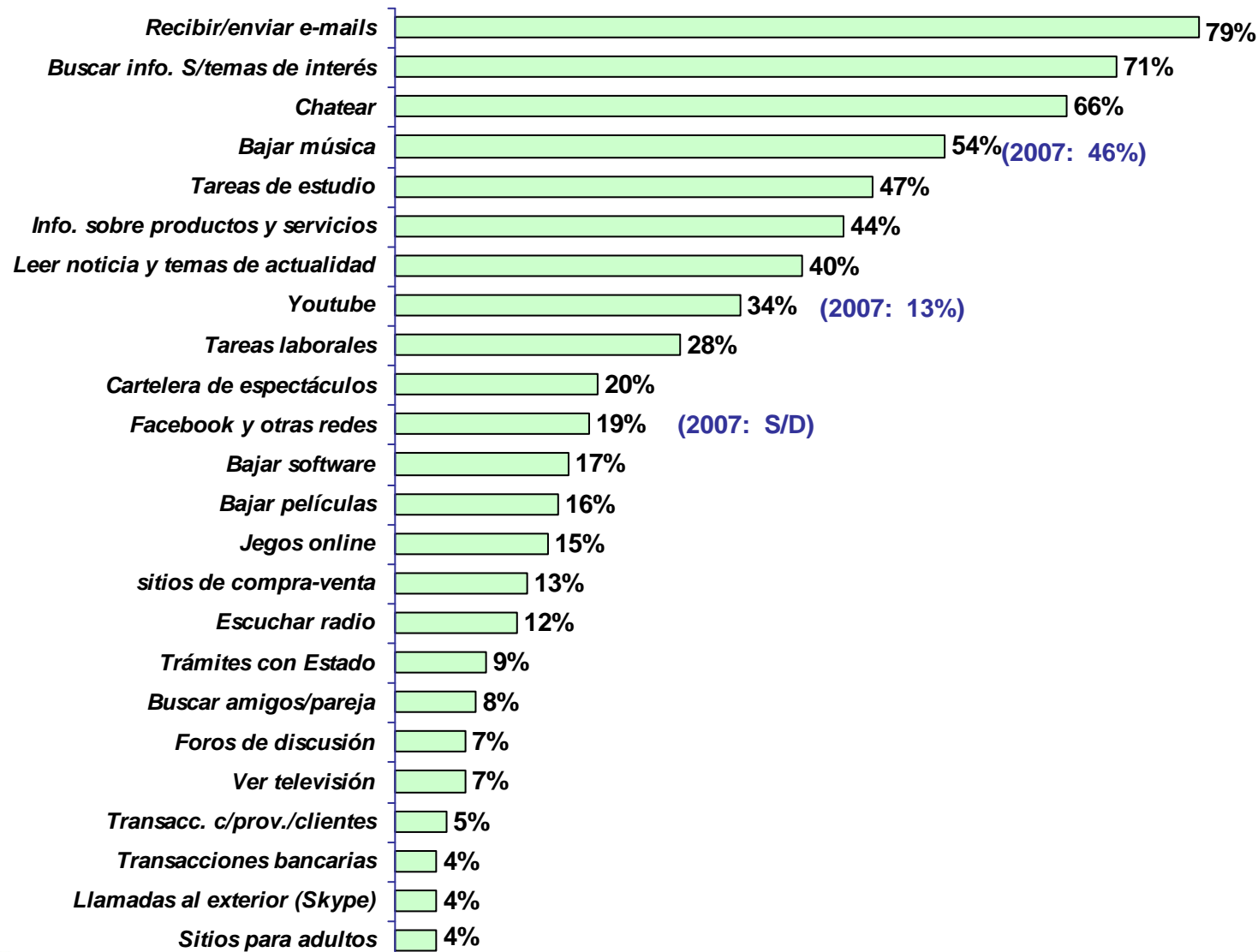
## 28 Frecuencia de uso del mail

¿Con qué frecuencia lee o envía e-mails? (base: 586 usuarios con casilla)



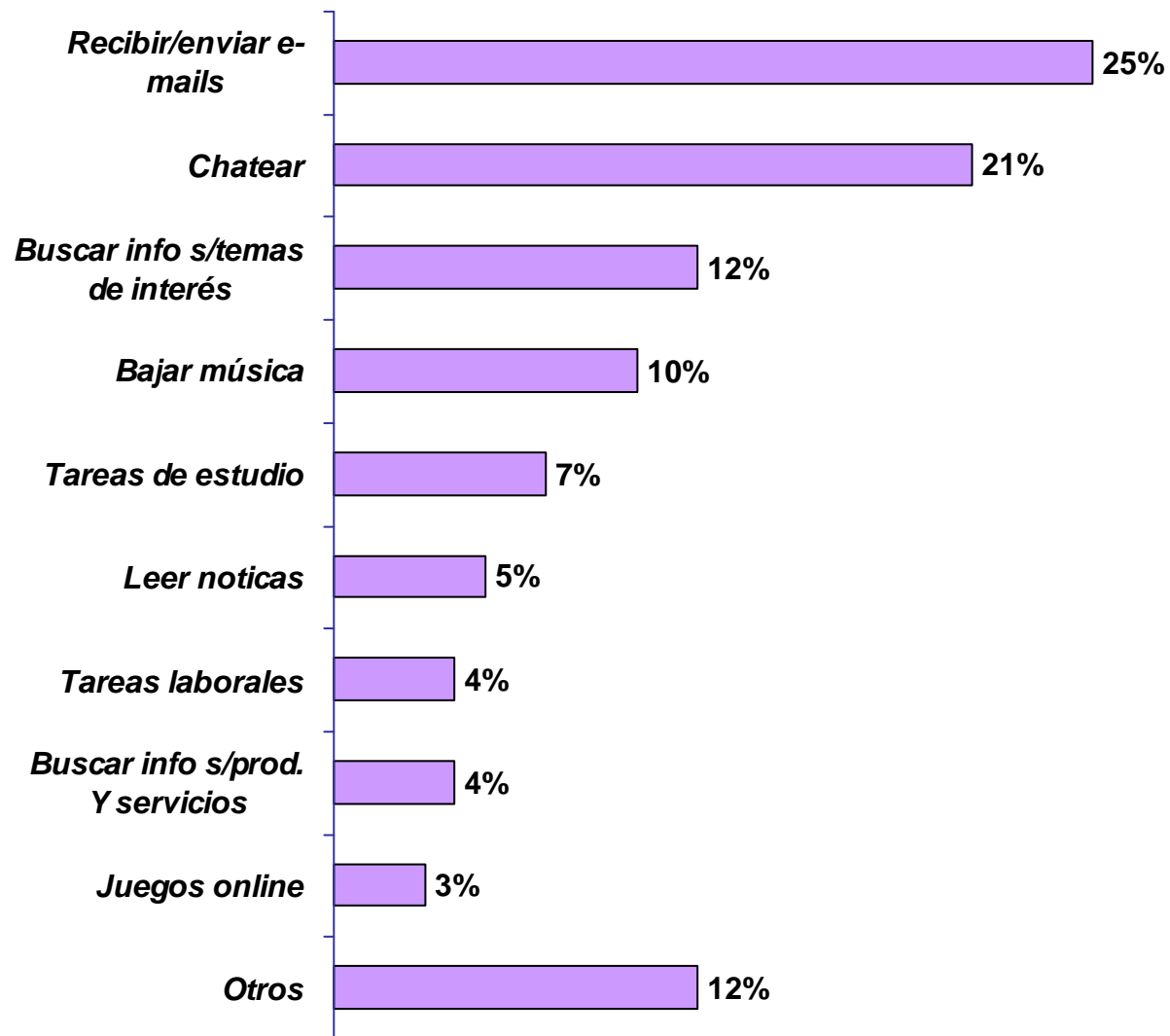
## 29. Usos de Internet

¿Qué usos de dio a Internet en el último mes? (lista predeterminada, base: 701 usuarios)



## 30. Uso principal de Internet

¿Cuál es el principal uso que le da a Internet? (base: 701 usuarios)



## 31. Tres usos principales de Internet

¿Cuáles son los tres principales usos que le da a Internet? (base: 701 usuarios)





## 32. Usos de Internet según zona de residencia

- La “diversificación” del usuario del Interior es cada vez más cercana a la del montevideano: de la lista de usos presentada, contestó en promedio 6.3 ítems diferentes mientras que el usuario del Interior contestó 6.1.
- Esto significa que en casi todos los ítems los valores de Montevideo e Interior son muy similares. Sobresalen levemente en Montevideo:
  - Buscar información sobre temas de interés (77% / 63%)
  - Tareas laborales (31% / 24%)
  - Cartelera de espectáculos (24% / 16%)
  - Buscar información sobre productos y servicios (50% / 38%)
  - Sitios de compra/venta (17% / 8%)
- Los usos en los que el Interior supera a Montevideo son:
  - Leer noticias/temas de actualidad (43% / 37%)
  - Bajar música (57% / 52%)
  - You Tube y otros videos amateurs (37% / 32%)
  - Tareas de estudio (50% / 44%)
- De todas formas las diferencias entre Montevideo e Interior se siguen reduciendo sistemáticamente año a año y son cada vez menos significativas.

### 33. Usos de Internet según sexo

- El usuario masculino sigue estando más “diversificado” que el femenino: de la lista de usos presentada, los hombres contestaron en promedio 6.8 ítems diferentes mientras que las mujeres contestaron 5.6.
- Sobresalen particularmente entre los hombres:
  - Leer noticias/temas de actualidad (43% / 36%)
  - Bajar películas (22% / 10%)
  - Bajar software (22% / 13%)
  - Sitios para adultos (7% / 2%)
  - Juegos online (19% / 11%)
  - Bajar música (60% / 48%)
  - Sitios de compra / venta (20% / 7%)
  - Foros de discusión (10% / 5%)
  - Ver TV (10% / 5%)
  - You Tube y otros videos amateurs (40% / 29%)
  - Buscar info s/prod. y servicios (49% / 40%)
- Los usos en los que las mujeres igualan a los hombres o los superan:
  - Mails
  - Chatear
  - Buscar info sobre temas de interés
  - Tareas laborales
  - Facebook y otras redes sociales
  - Trámites con organismos del Estado

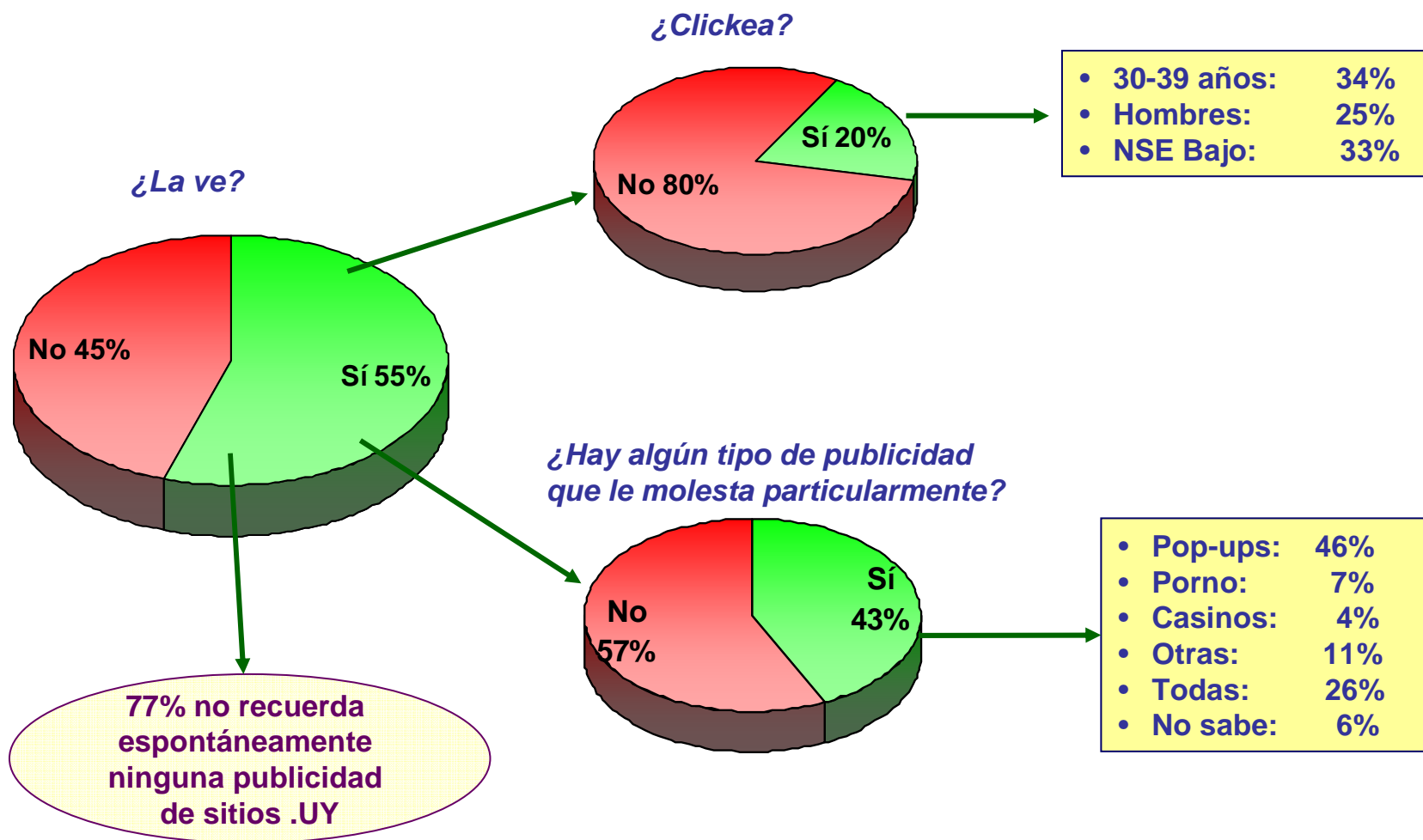
## 34. Usos de Internet según edad

---

- El número de usos diferentes crece a menor edad, entre un promedio de 5.5 para los mayores de 65 años y 6.6 para los 12-19. Estas variaciones son cada vez menos significativas
- El segmento de adolescentes se destaca particularmente en los siguientes usos:
  - Chatear (86%)
  - Juegos online (27%)
  - Tareas de estudio (72%)
  - Bajar música (71%)
  - Bajar software (23%)
  - Bajar películas (19%)
  - Facebook y otras redes (34%)
  - You Tube y otras videos amateurs (49%)
- El segmento de los 40-49 años se destaca en:
  - Buscar info sobre prod. y servicios (59%)
  - Tareas laborales (52%)
- Los mayores de 65 años se destacan particularmente en:
  - Uso del e-mail (86%)
  - Trámites con el Estado (29%)
  - Leer noticias / temas de actualidad (62%)
  - Llamadas al exterior (8%)

## 35. Publicidad en Internet (1)

¿Ha notado la publicidad en Internet? ¿Clickea? ¿Hay algún tipo de publicidad que le molesta particularmente? (base: 701 usuarios)



## 36. Publicidad en Internet (2)

¿Recuerda publicidad de alguna marca o empresa uruguaya en Internet? (base: 383 que ven la publicidad)

¿Recuerda alguna publicidad especialmente atractiva en sitios uruguayos? (base: 67 casos que recuerdan alguna publicidad uruguaya)

- **El 10% de los usuarios de Internet recuerda alguna publicidad de marcas o empresas uruguayas en Internet (67 casos).**
- **Solo el 3% de los usuarios de Internet dice recordar alguna publicidad particularmente atractiva en sitios .uy (23 casos)**

### Publicidades recordadas (no. de menciones)

• Antel / Ancel / ADSL / Anteldata / Adinet:	17
• Coca Cola:	7
• Mercado Libre:	4
• Celulares s/espec.:	4
• Canarias:	4
• El País:	3
• Pilsen:	3
• Movistar:	2
• Claro:	2
• Dedicado:	2
• Macromercado:	2
• James:	2
• Sprite:	2
• Autos s/esp.:	2
• Otros(*):	39

(\*) Axe, Bancos, Banda Ancha, Casinos, Computadoras, Conaprole, Artistas, Cuadros de fútbol, turismo, Disco, Emporio de los sandwiches, Fanta, Fleishmann, Crufi, La Pasiva, Larrique rulemanes, Los Nietitos, Maquinaria agrícola, Médica Uruguaya, Montevideo.comm, Motorola, Pepsi, PLuna, Productos sin gluten, Promociones de viajes, Puma, Punta Carretas, Puritas, Reebok, Caras, Ropa, Shopping, Suat, Ta-ta, Tenfield, Tienda Inglesa, UDE, Uruguay Natural

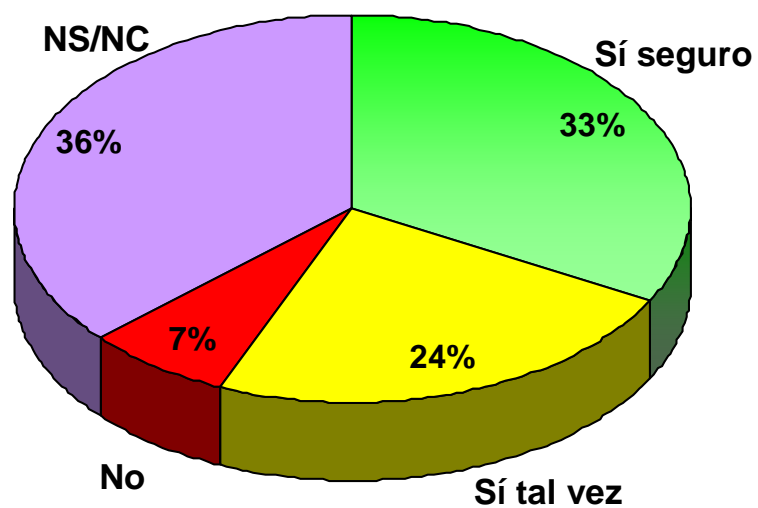
### 37. Publicidad en Internet (3)

¿Le parece que viene aumentando la publicidad en sitios .UY en Internet? (base: 383 que ven la publicidad)

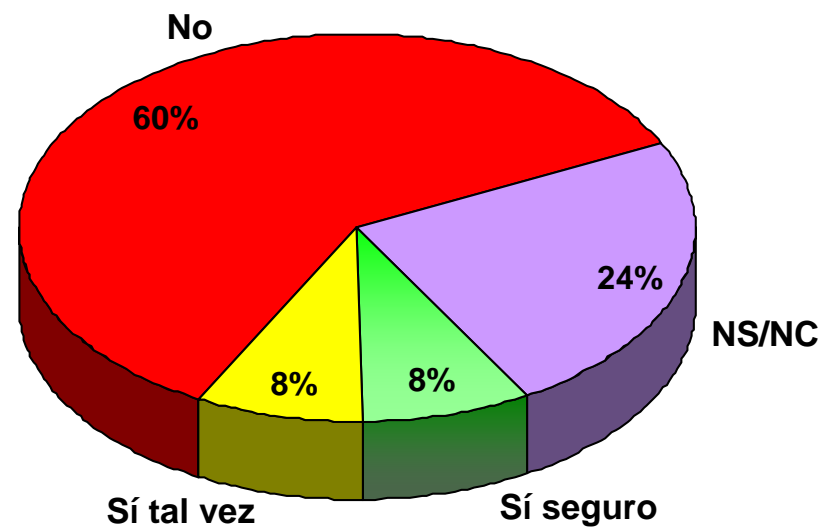
¿Cree que la publicidad en Internet ha influido en alguna compra que haya realizado? (base: 383 que ven la publicidad)

(Si influyó) ¿Recuerda algún ejemplo? (base: 62 casos)

¿Viene aumentando?

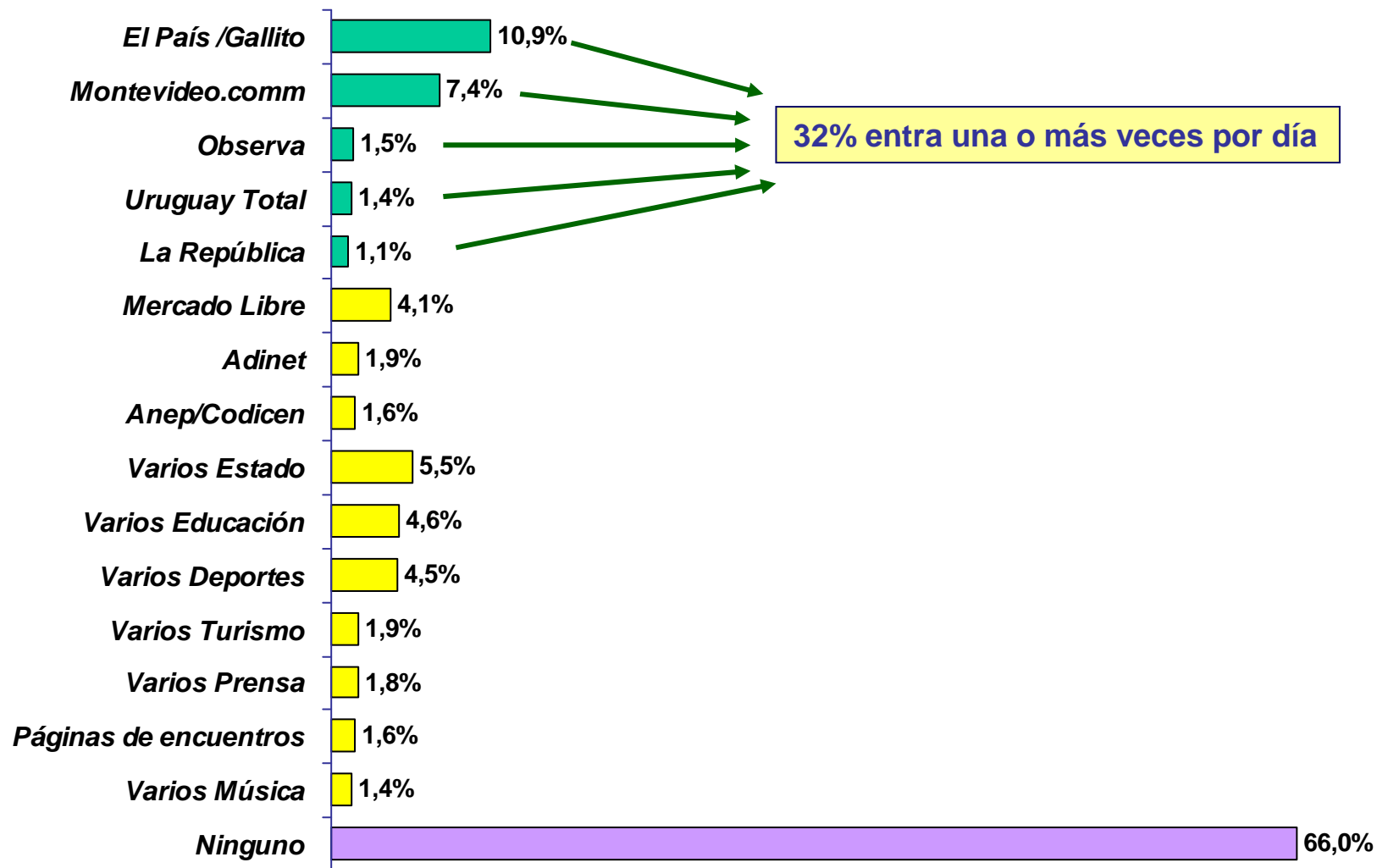


¿Ha influido en alguna compra?



## 39. Sitios web uruguayos

¿En qué sitios web uruguayos navega usted regularmente? Con qué frecuencia? (respuesta espontánea, base: 701 usuarios)



## 40. Perfil de usuarios de algunos sitios uruguayos

### Montevideo.comm:

- Hombres y mujeres por igual
- 20-29 años
- Fuertemente montevideano

### Varios Estado:

- Fuertemente femenino
- NSE Medio
- Fuertemente montevideano
- 30-49 años

### El País / Gallito:

- Más femenino
- NSE Medio y Alto
- Todas las edades
- Tanto MVD como Interior

### Varios Deportes:

- Casi todos hombres
- NSE Alto
- 20-29 años

### Mercado Libre:

- Fuertemente masculino
- Levemente más Interior que MVD
- NSE Medio
- 20-29 años

### Varios Música:

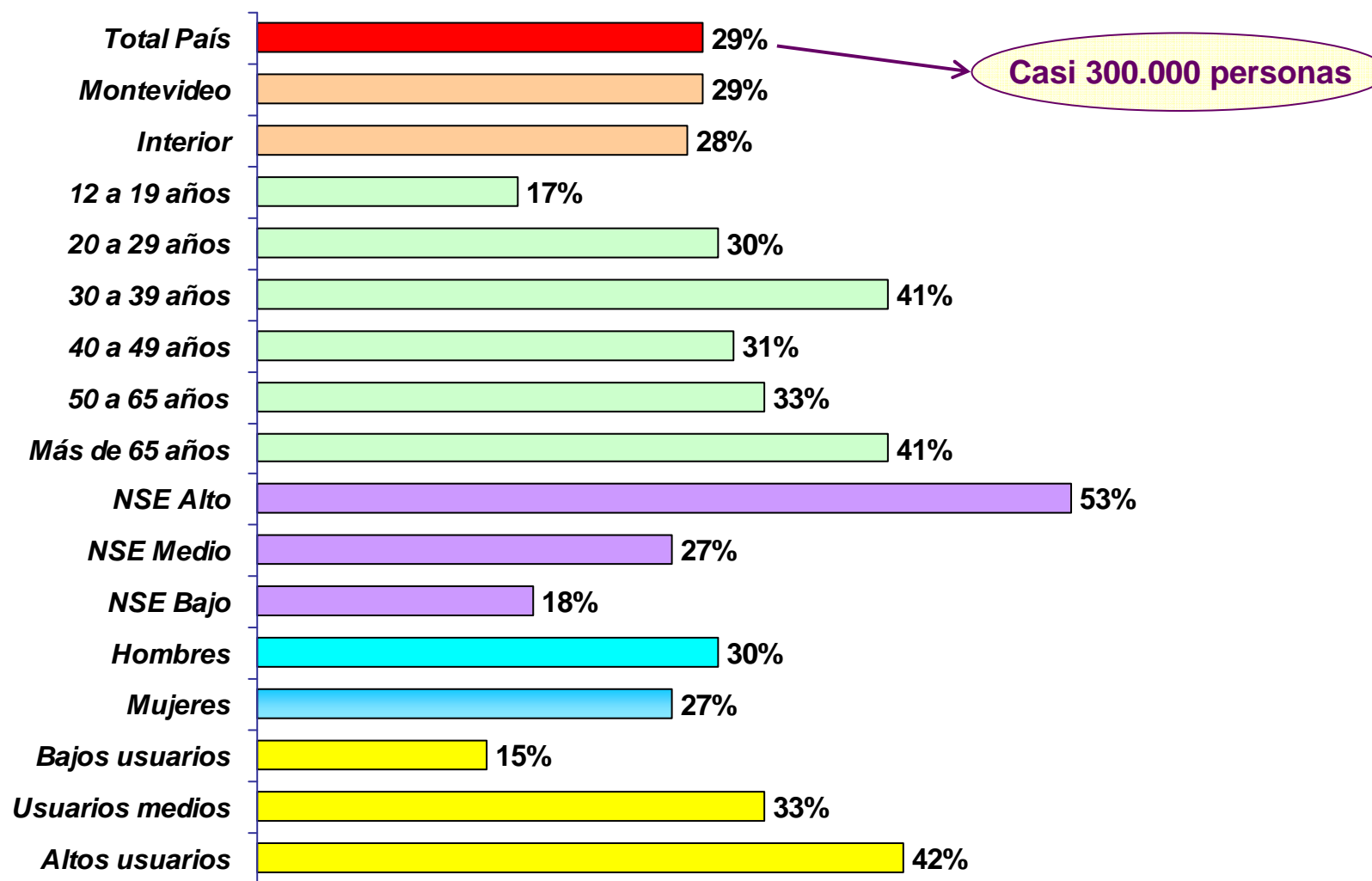
- NSE Medio
- 80% menor de 30 años
- Fuertemente montevideano
- Tanto hombres como mujeres

**En síntesis: los que navegan en páginas web uruguayas son muy claramente de NSE Medio, levemente más del Interior que montevideanos, y se destaca el tramo entre 20 y 29 años**



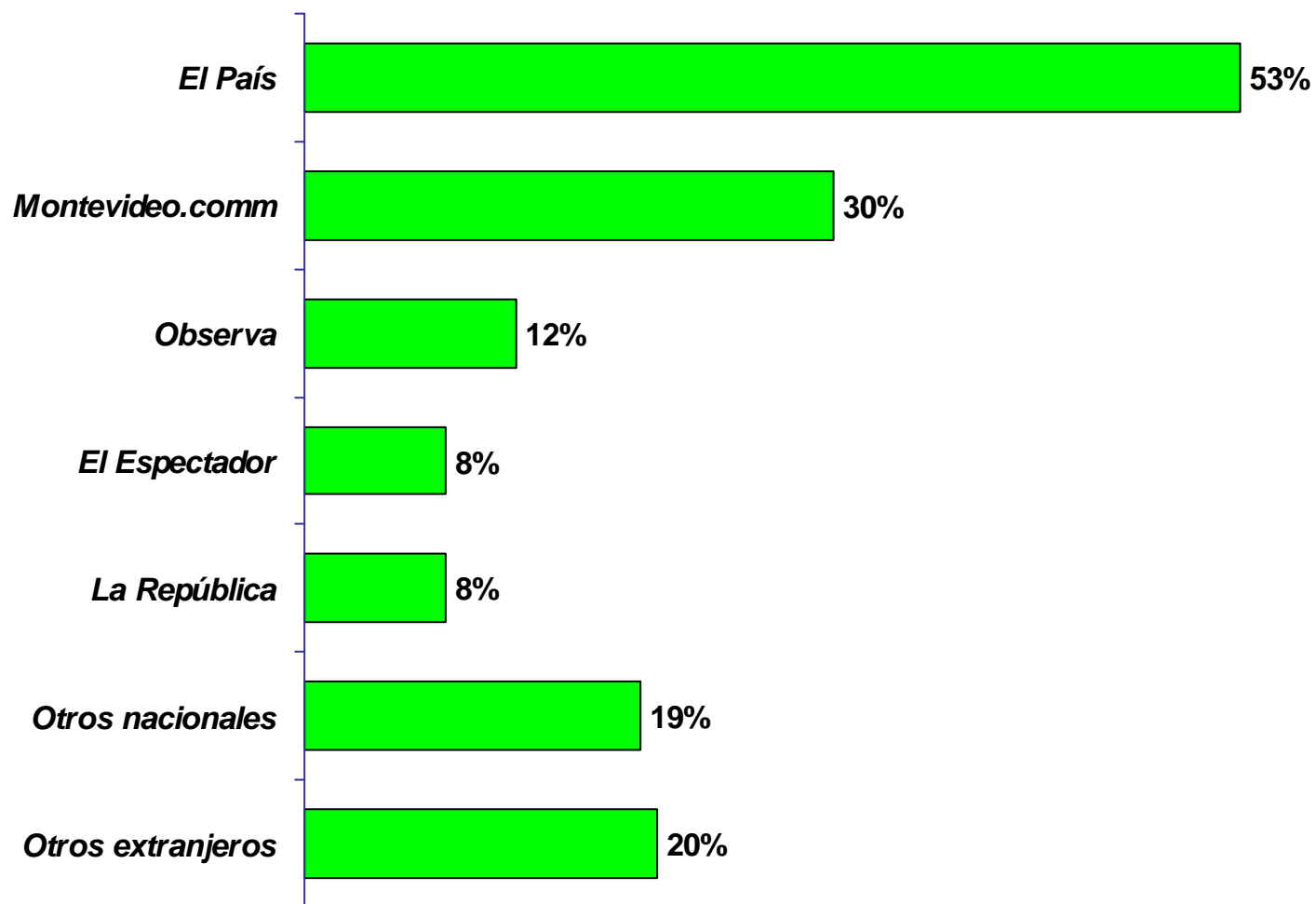
## 41. Medios digitales (1)

¿En la última semana, ha leído o escuchado noticias en algún medio de prensa por Internet o en algún portal? (base: 701)



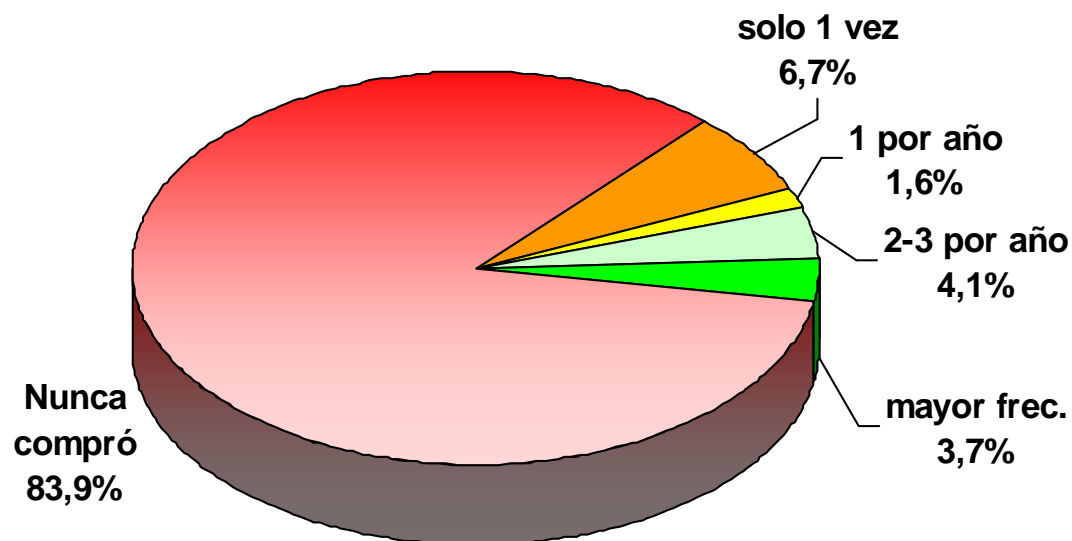
## 42. Medios digitales (2)

¿Qué medios de prensa ha leído/escuchado por Internet la última semana? (espontánea, base: 219 que leyeron/escucharon alguno)



## 43. Compras por Internet (1)

¿Ha comprado alguna vez por Internet? Con qué frecuencia lo hace? (base: 701)



### Compraron alguna vez:

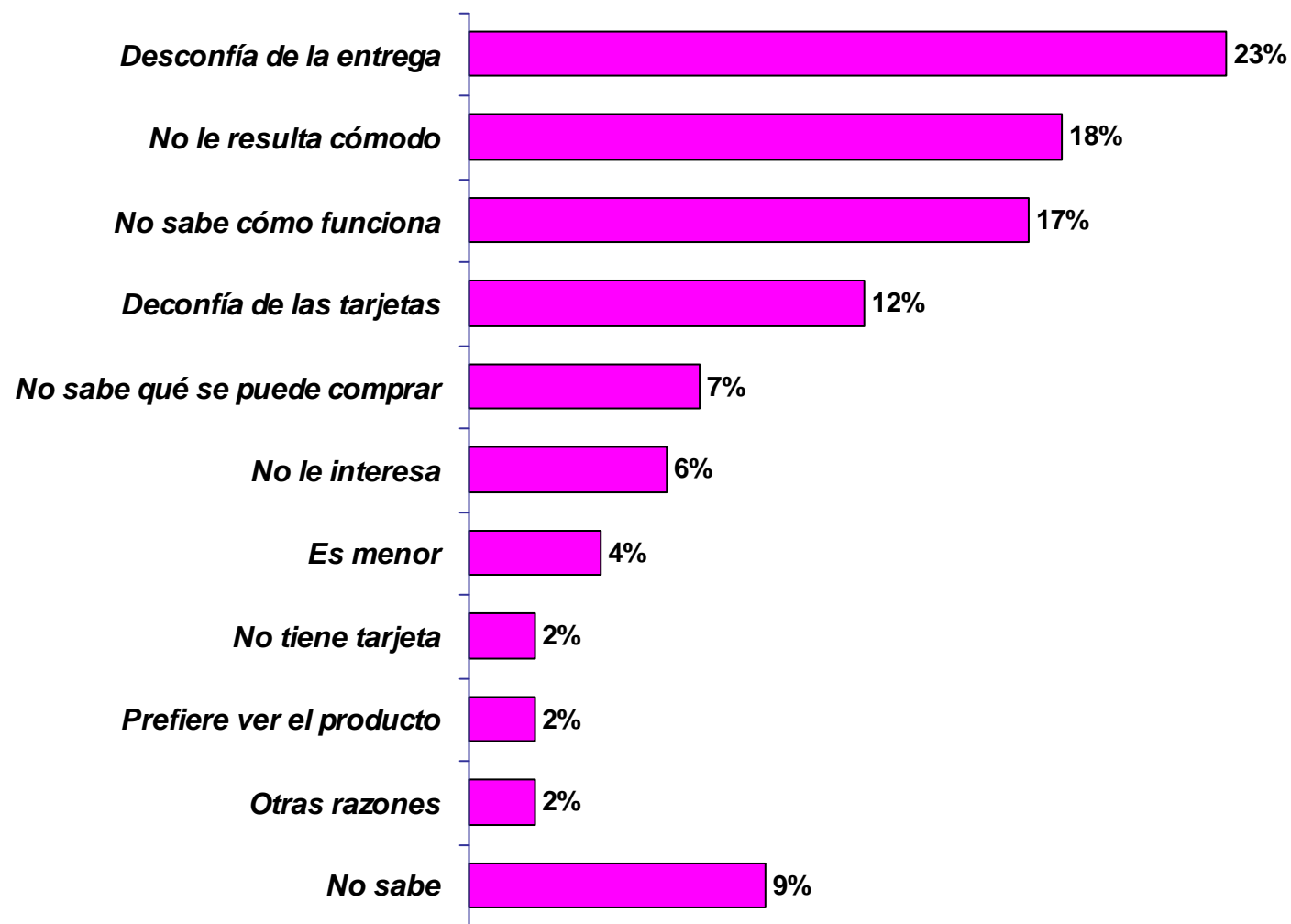
<b>TOTAL:</b>	<b>16%</b>
<b>Hombres:</b>	<b>24%</b>
<b>20-39 años:</b>	<b>22%</b>
<b>NSE Alto:</b>	<b>26%</b>
<b>Altos usuarios:</b>	<b>29%</b>

50% de los compradores tienen entre 20 y 39 años  
62% son montevideanos  
67% son medios o altos usuarios de Internet.  
73% son hombres

160.000 personas han comprado alguna vez por Internet

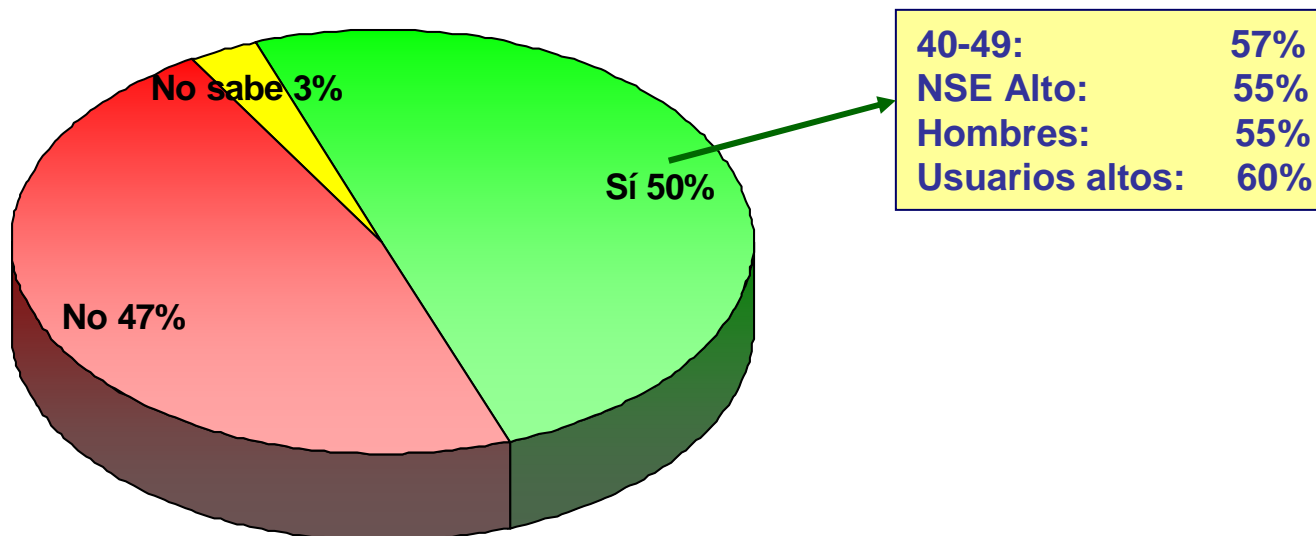
## 44. Compras por Internet (2)

¿Por qué nunca compró por Internet? (base: 687 que nunca compraron)



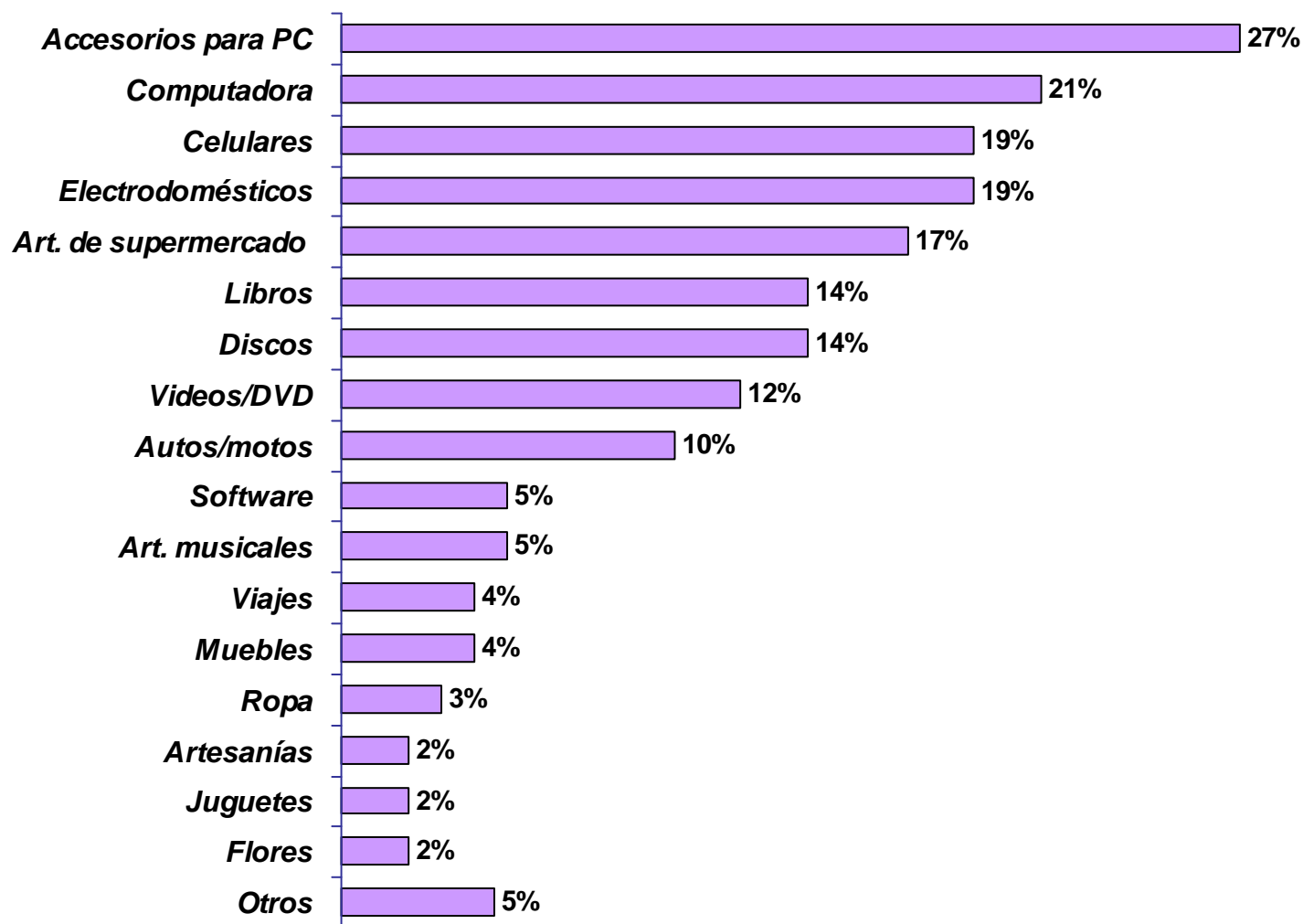
## 45. Compras por Internet (3)

¿Estaría dispuesto a comprar si viera propuestas de su interés? (base: 687 que nunca compraron)



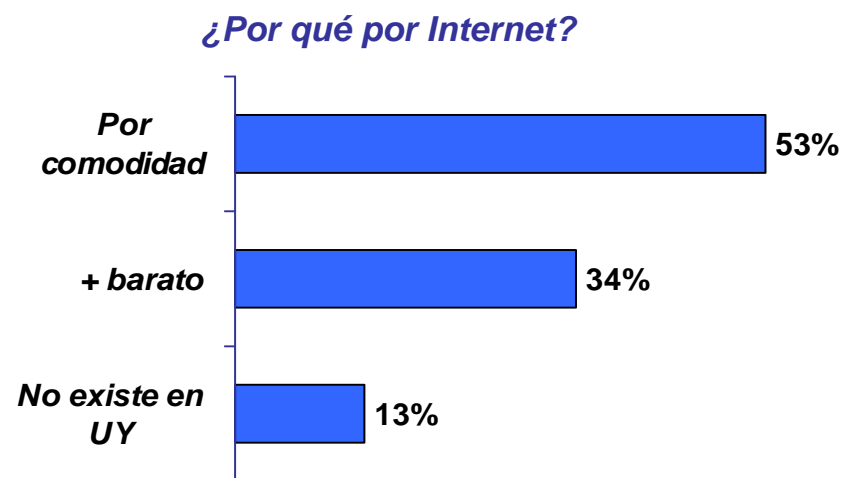
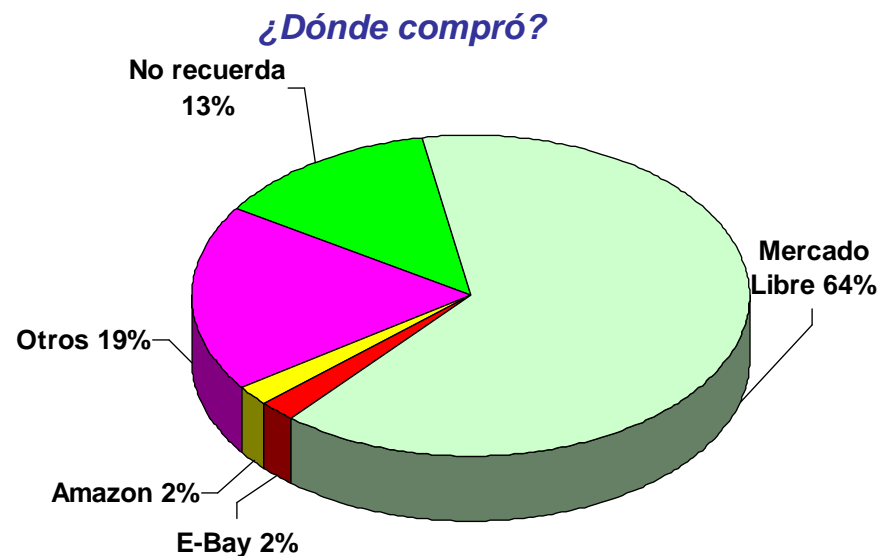
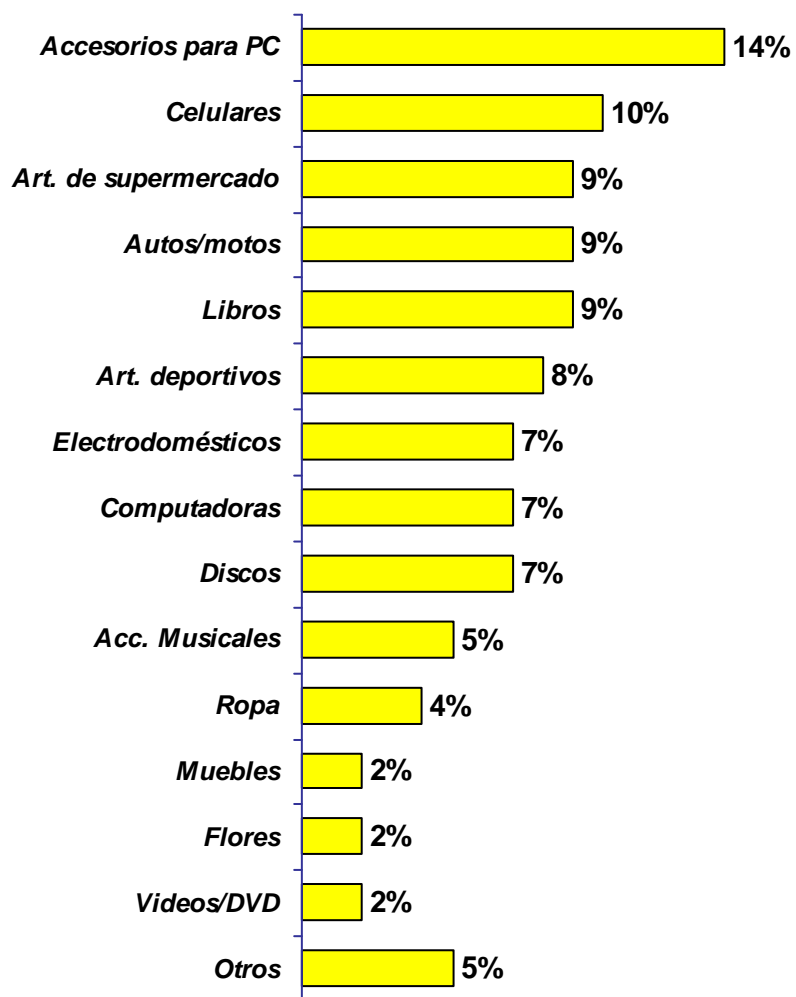
## 46. Compras por Internet (4)

¿Cuáles de los siguientes artículos ha comprado en el último año? (base: 111 que compraron)



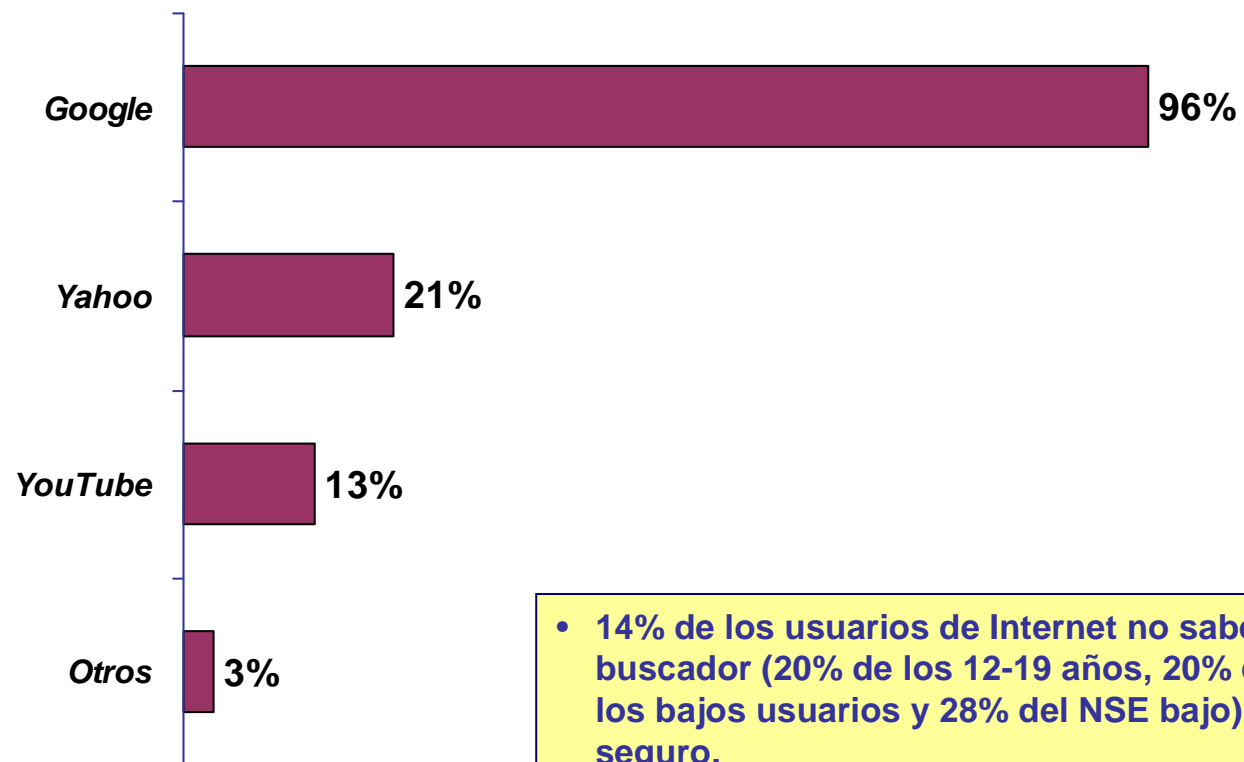
## 47. Compras por Internet (5)

¿Qué fue lo último que compró por Internet? Dónde lo compró? Por qué lo compró por Internet?  
(base: 111 que compraron)



## 48. Buscadores

¿Qué buscadores ha usado el último mes? (base: 541 usuarios que saben lo que es un buscador)



- 14% de los usuarios de Internet no saben lo que es un buscador (20% de los 12-19 años, 20% en Interior, 25% de los bajos usuarios y 28% del NSE bajo). Otro 9% no está seguro.
- Un 80% de los que dicen no saber lo que es un buscador o no están seguros, saben lo que es Google. La marca Google se transformó en un “genérico”



# El perfil del internauta uruguayo

## Sexta edición

Diciembre 2008

