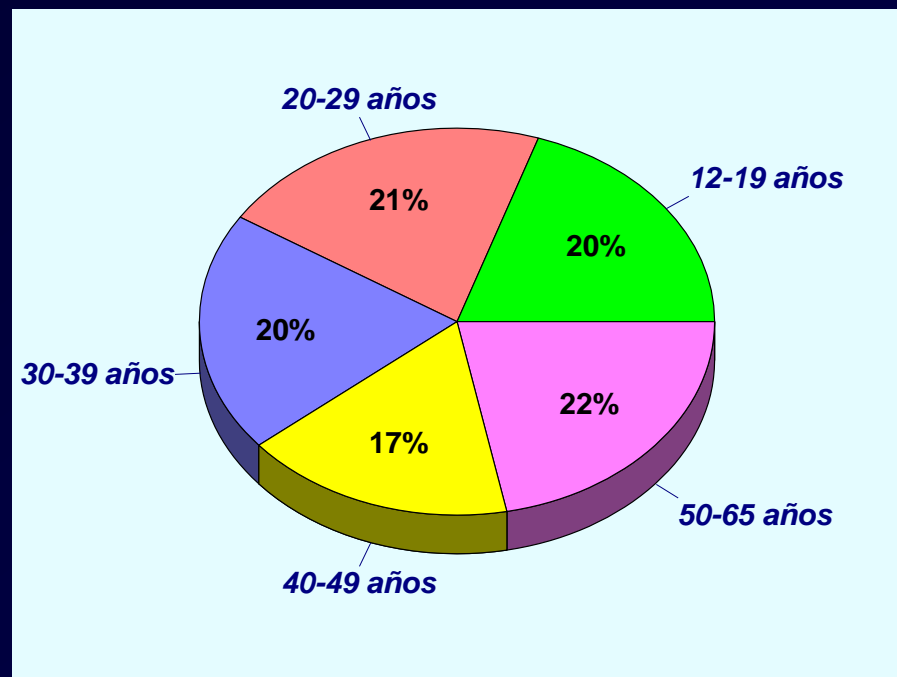
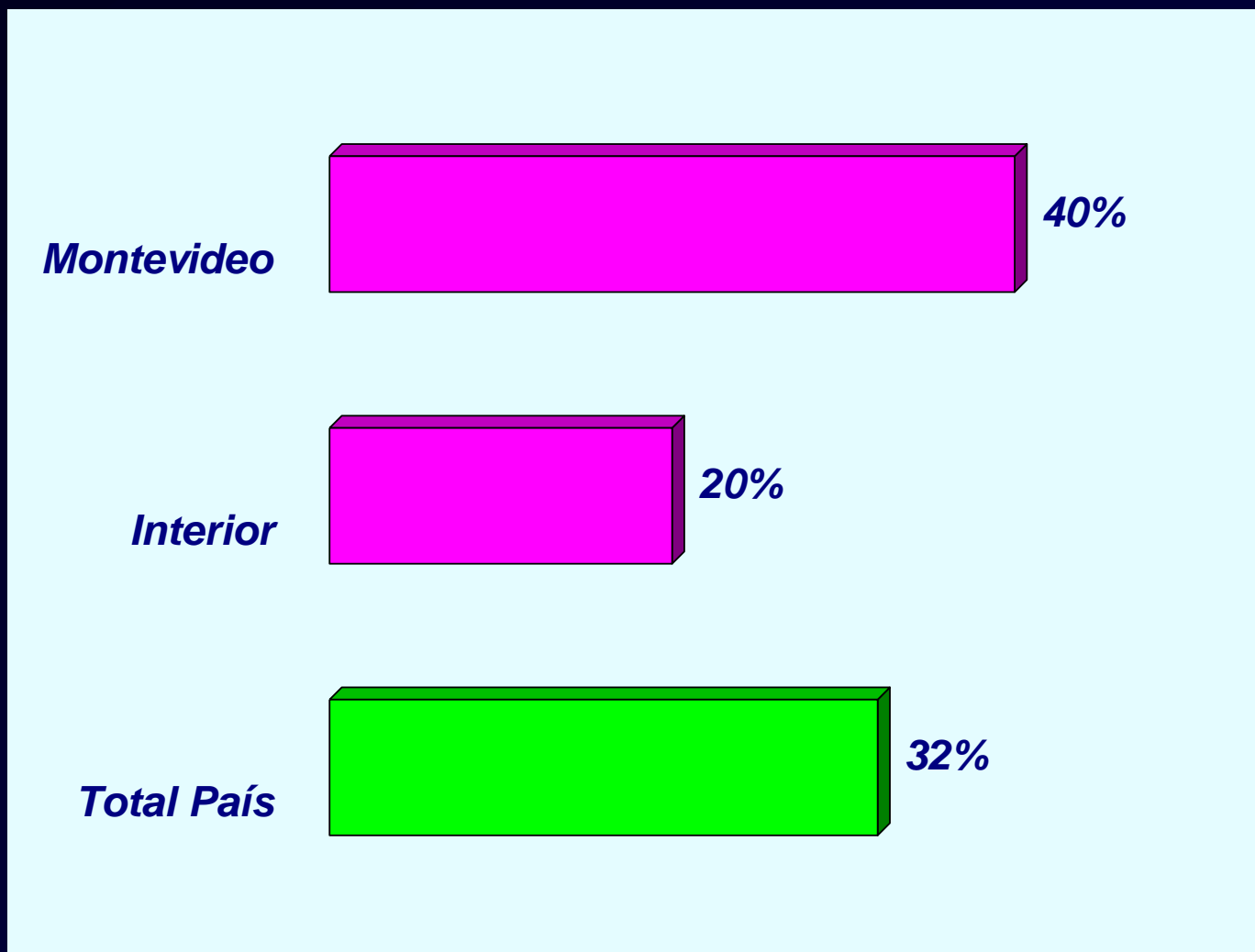


Composición de la muestra



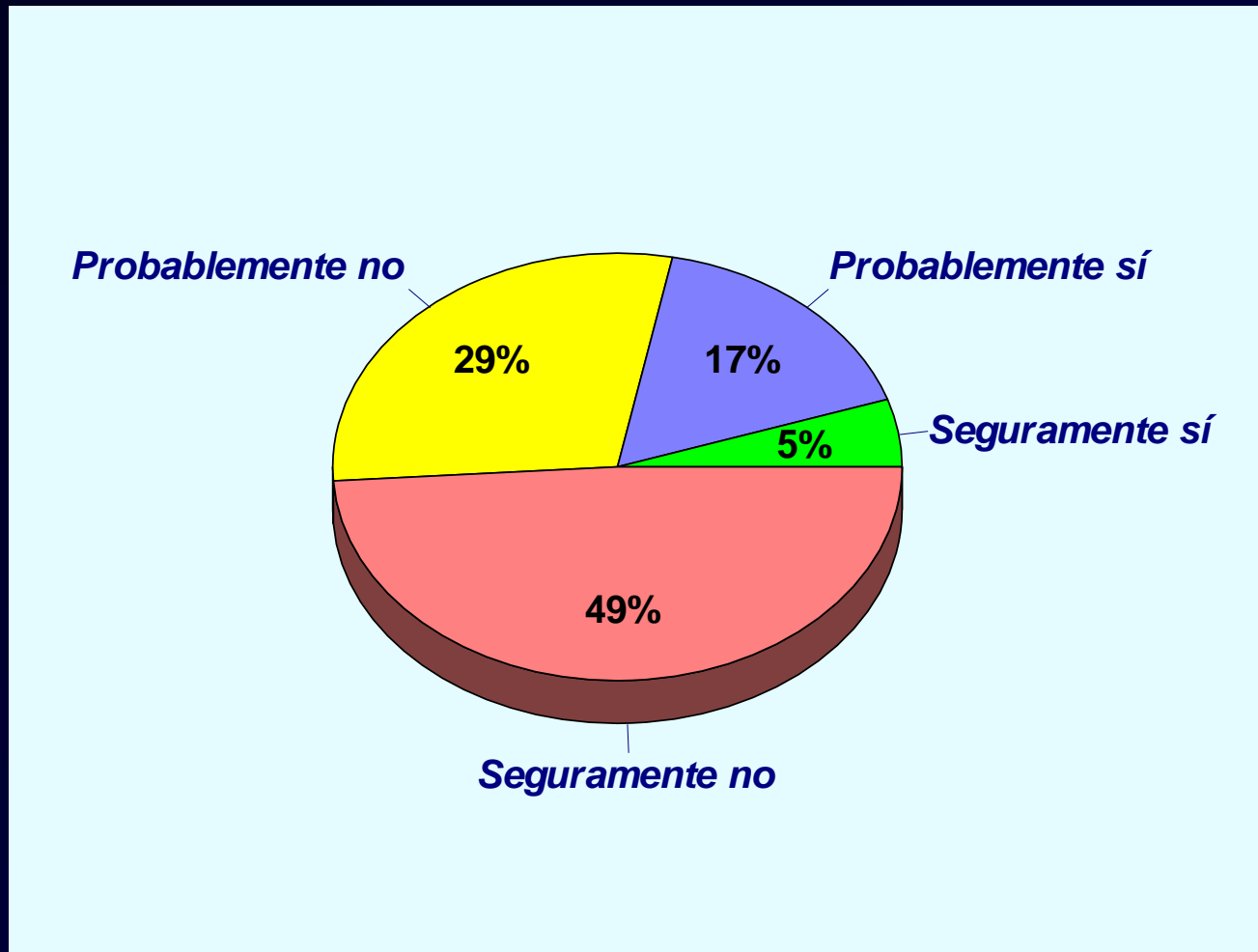
Penetración de PC en hogares

- ¿Hay una computadora en su hogar? (base: 1834)



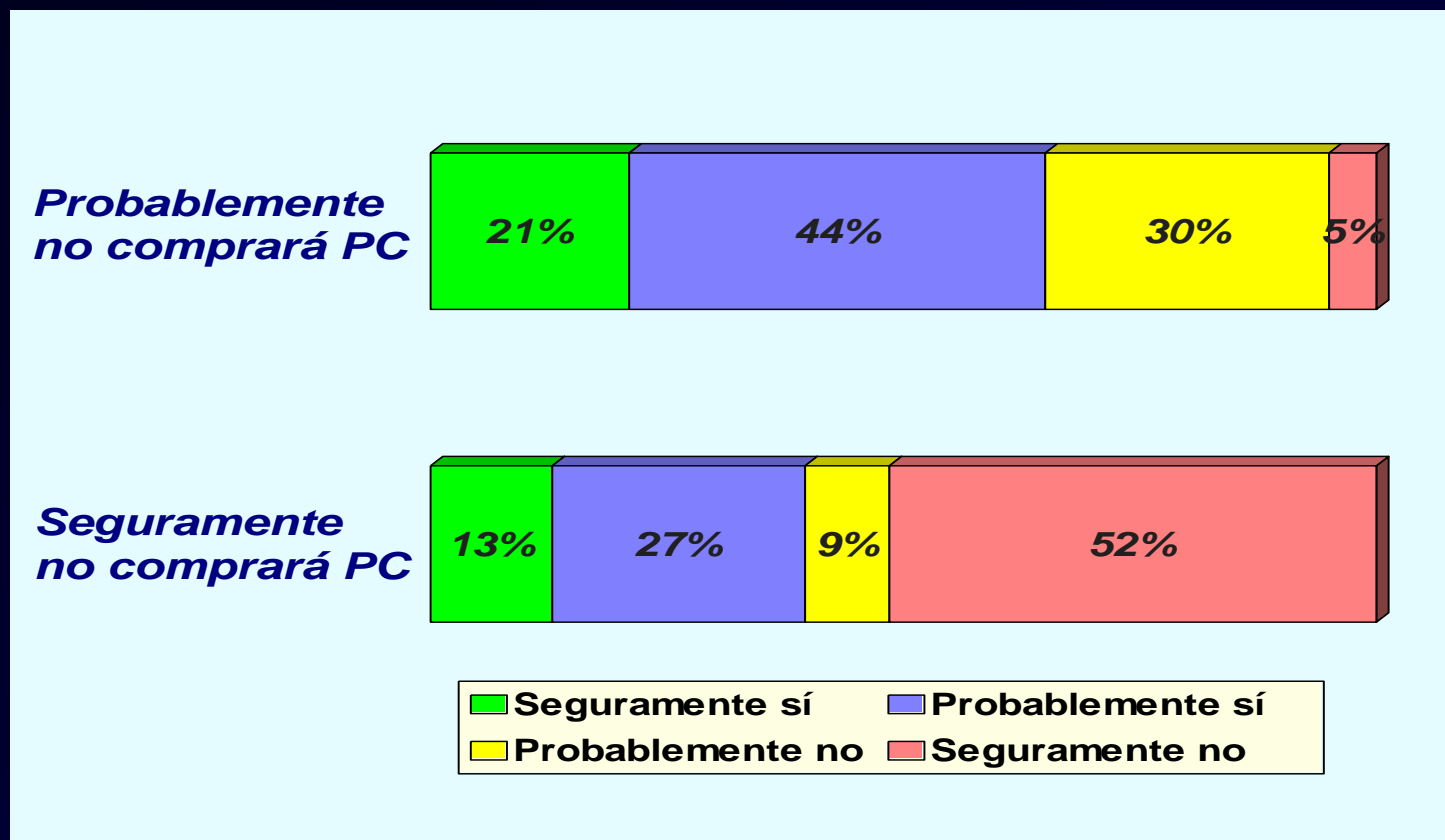
Intención de compra de PC

- ¿Alguien en su hogar está pensando en comprar una computadora en los próximos seis meses? (base: 1239, no tienen PC)



Intención de compra de PC (2)

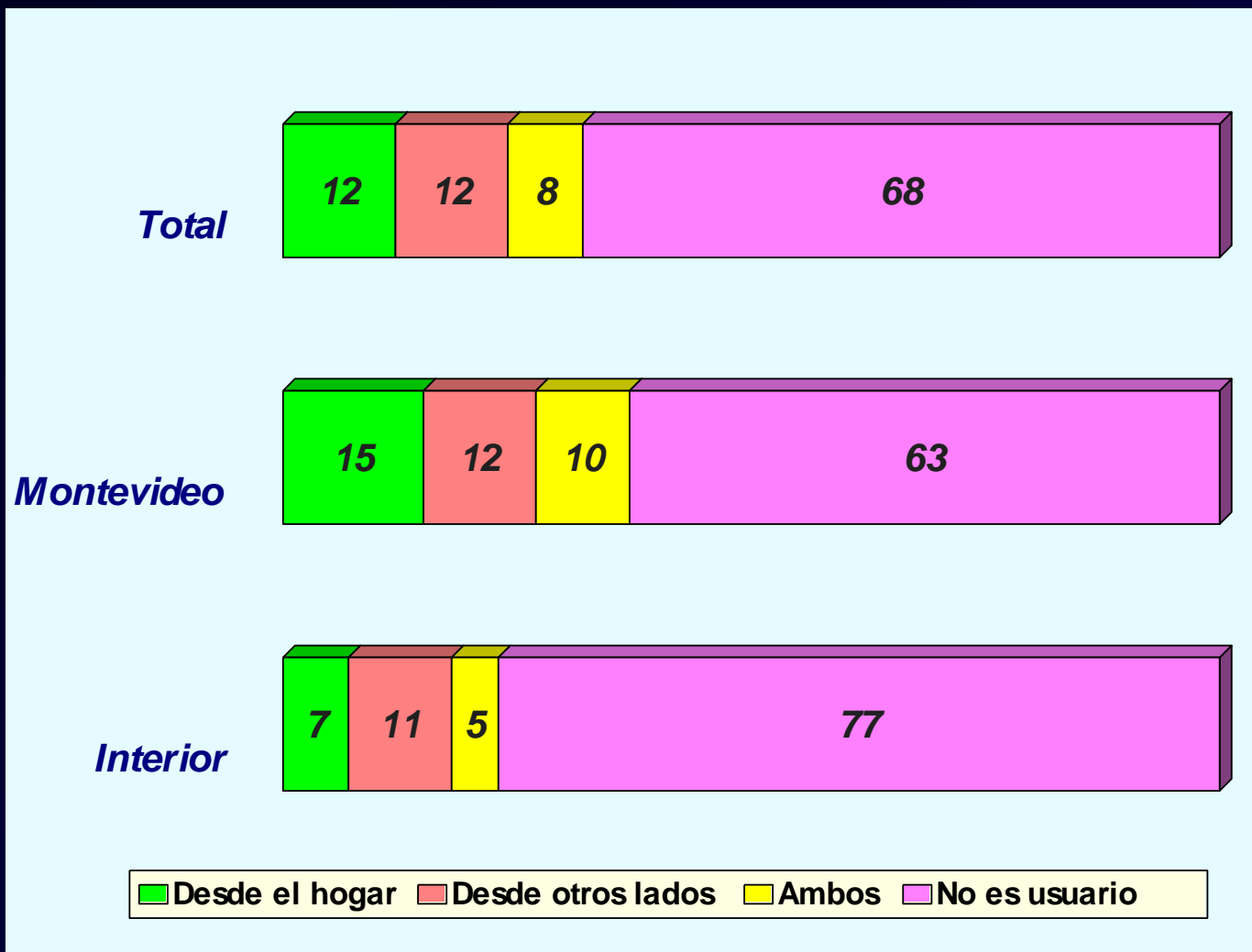
- Si las computadoras tuvieran un precio accesible para Ud., ¿cree que compraría una? (base: 970, no piensan comprar PC)



La mitad de los que no comprarán PC en los próximos meses probablemente compraría una si fueran más accesibles

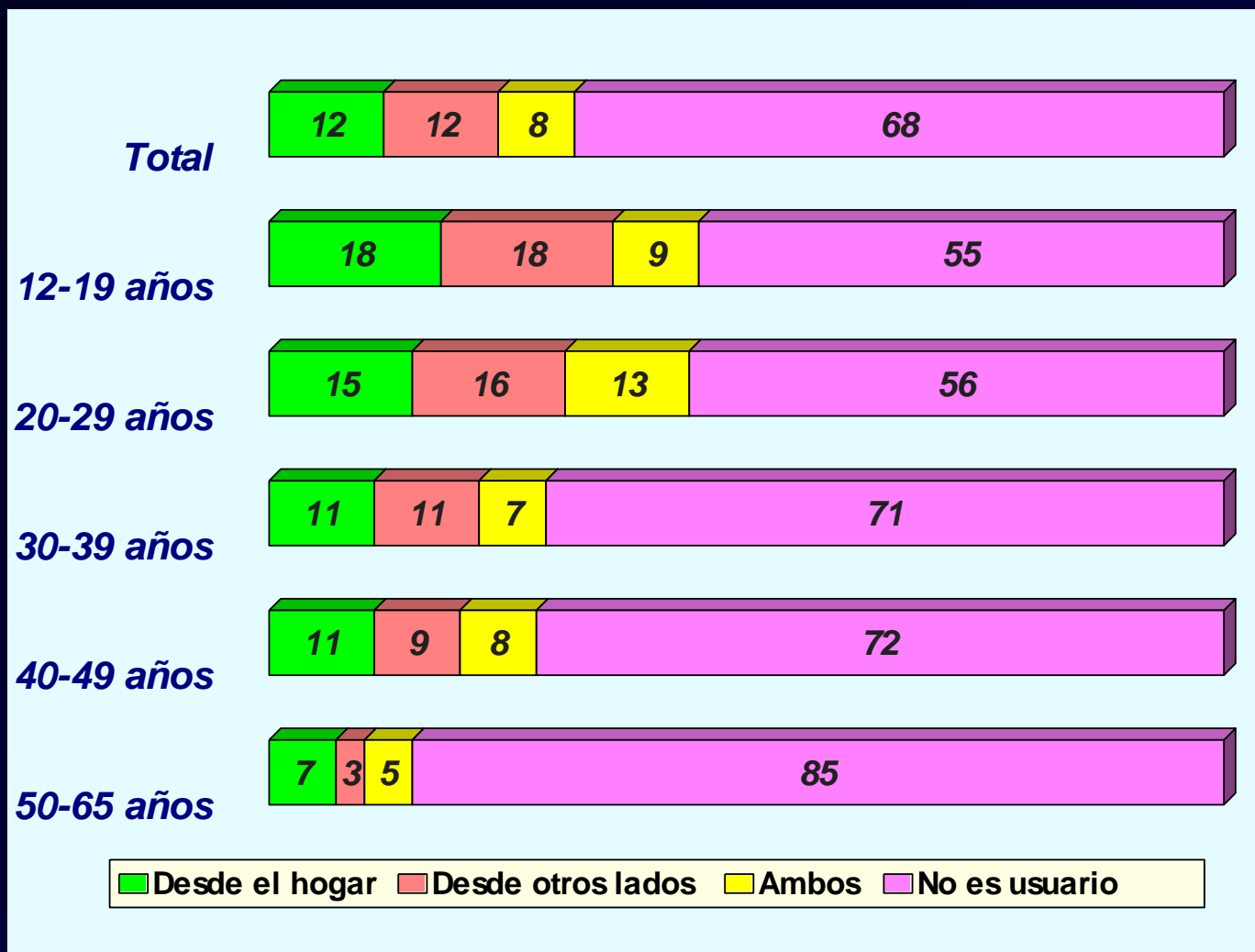
Penetración de Internet (1)

- ¿Es Ud. usuario de Internet, aunque sea esporádicamente? (% , base:1834)



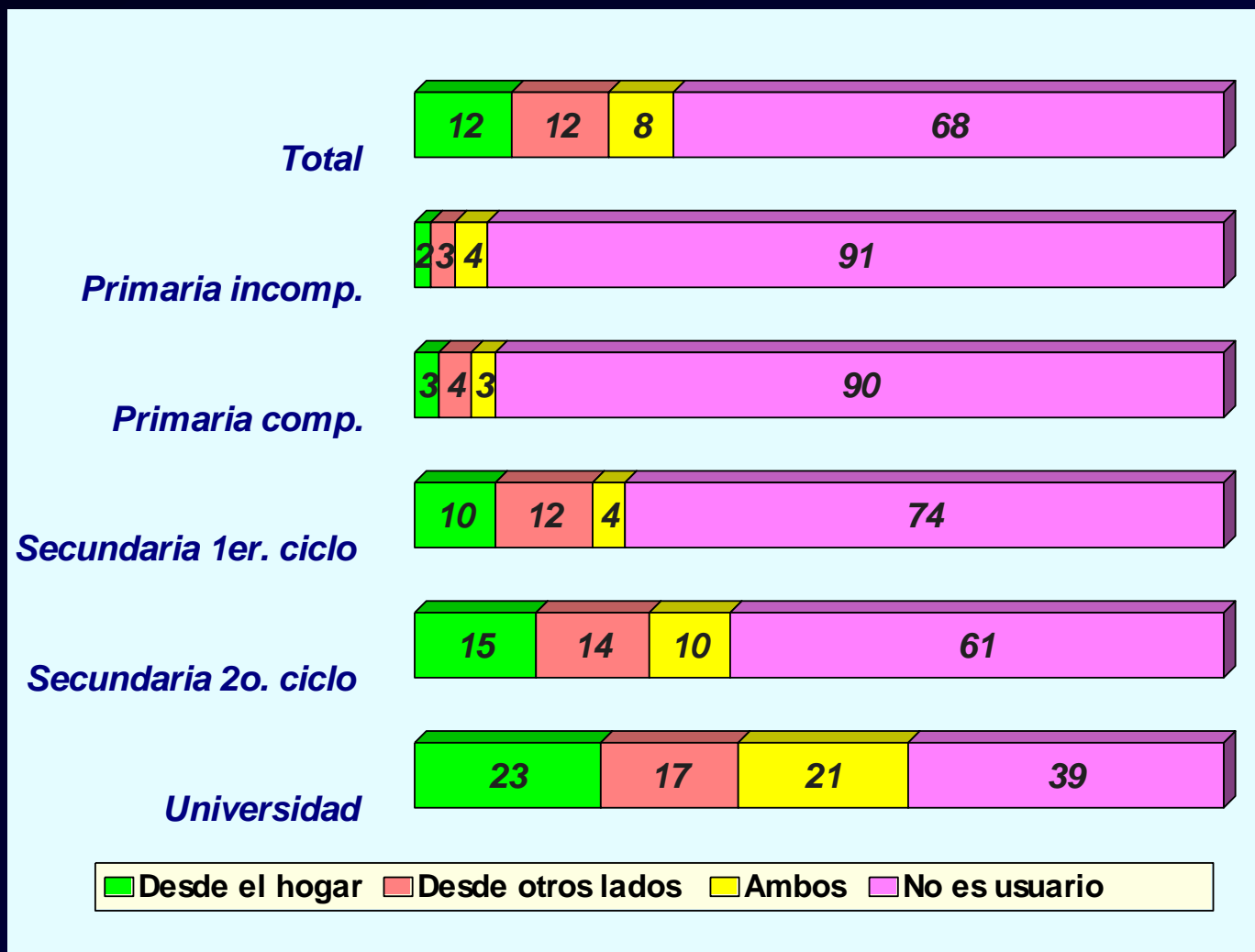
Penetración de Internet (2)

- ¿Es Ud. usuario de Internet, aunque sea esporádicamente? (% , base:1834)



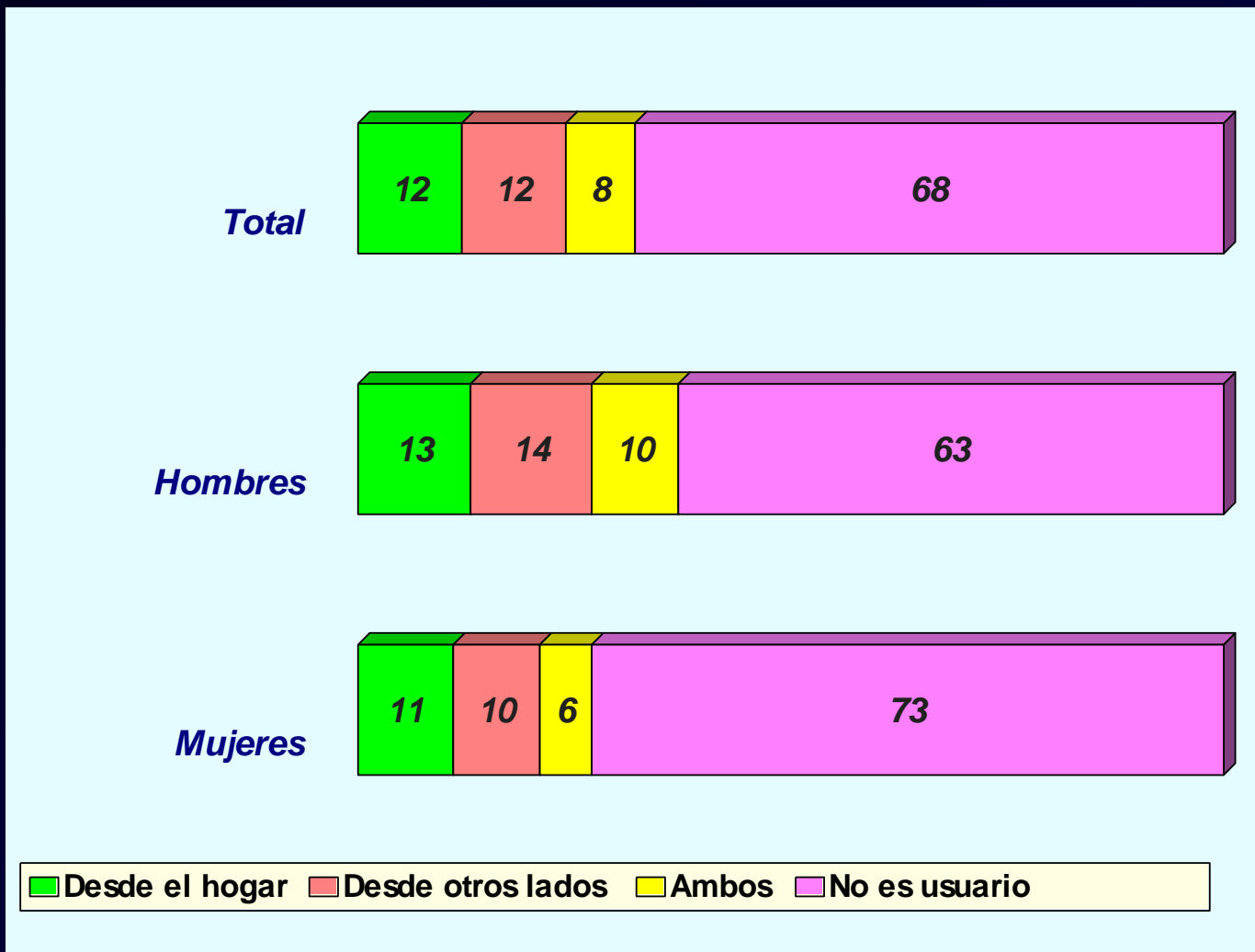
Penetración de Internet (3)

- ¿Es Ud. usuario de Internet, aunque sea esporádicamente? (% , base:1834)



Penetración de Internet (4)

- ¿Es Ud. usuario de Internet, aunque sea esporádicamente? (% , base:1834)

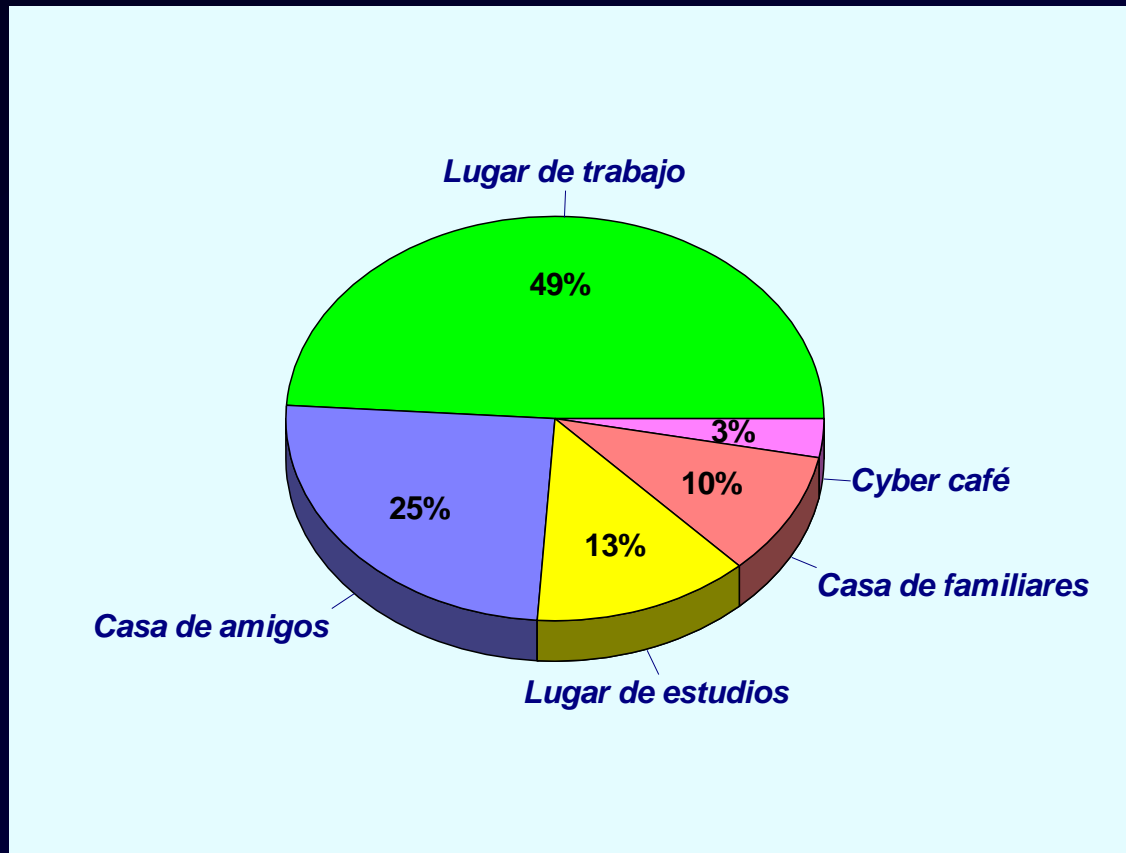


Composición del universo de internautas

- **73% de los usuarios de Internet están en Montevideo (62% de la muestra).**
- **57% son menores de 30 años (41% del total de la muestra). Sólo 10% son mayores de 50 años (22% de la muestra).**
- **68% tiene por lo menos Secundaria 2o. Ciclo completa (47% de la muestra). Sólo 6% tiene Primaria incompleta o completa (22% de la muestra).**
- **El perfil del usuario de Internet es levemente más masculino que femenino: 55% del universo son hombres (47% de la muestra).**

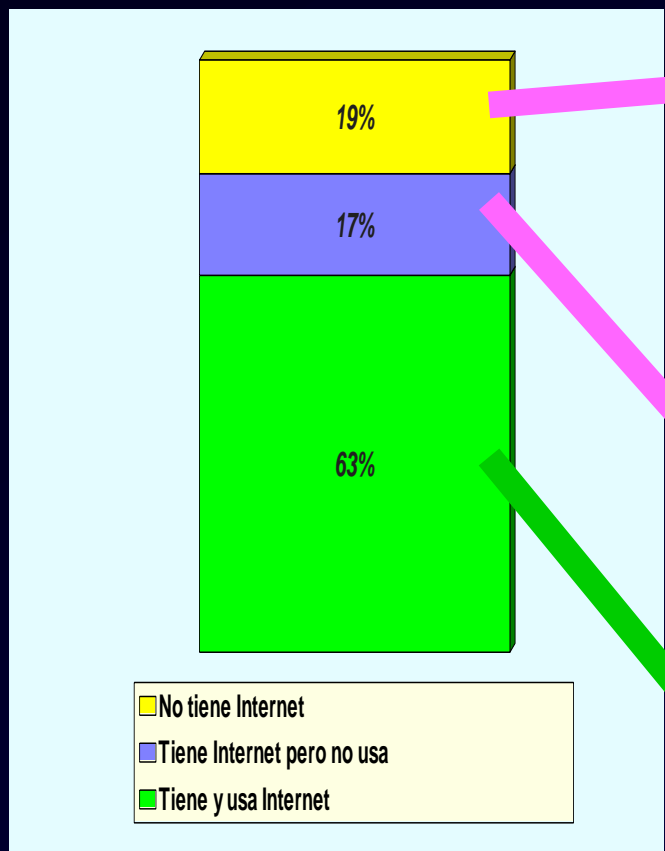
Conexión fuera del hogar

- ¿Desde dónde se conecta a Internet fuera de su hogar, aunque sea esporádicamente? (base: 384, se conectan desde fuera del hogar)



13% de los que no tienen PC en la casa son usuarios de Internet

Penetración de PC vs. penetración de Internet



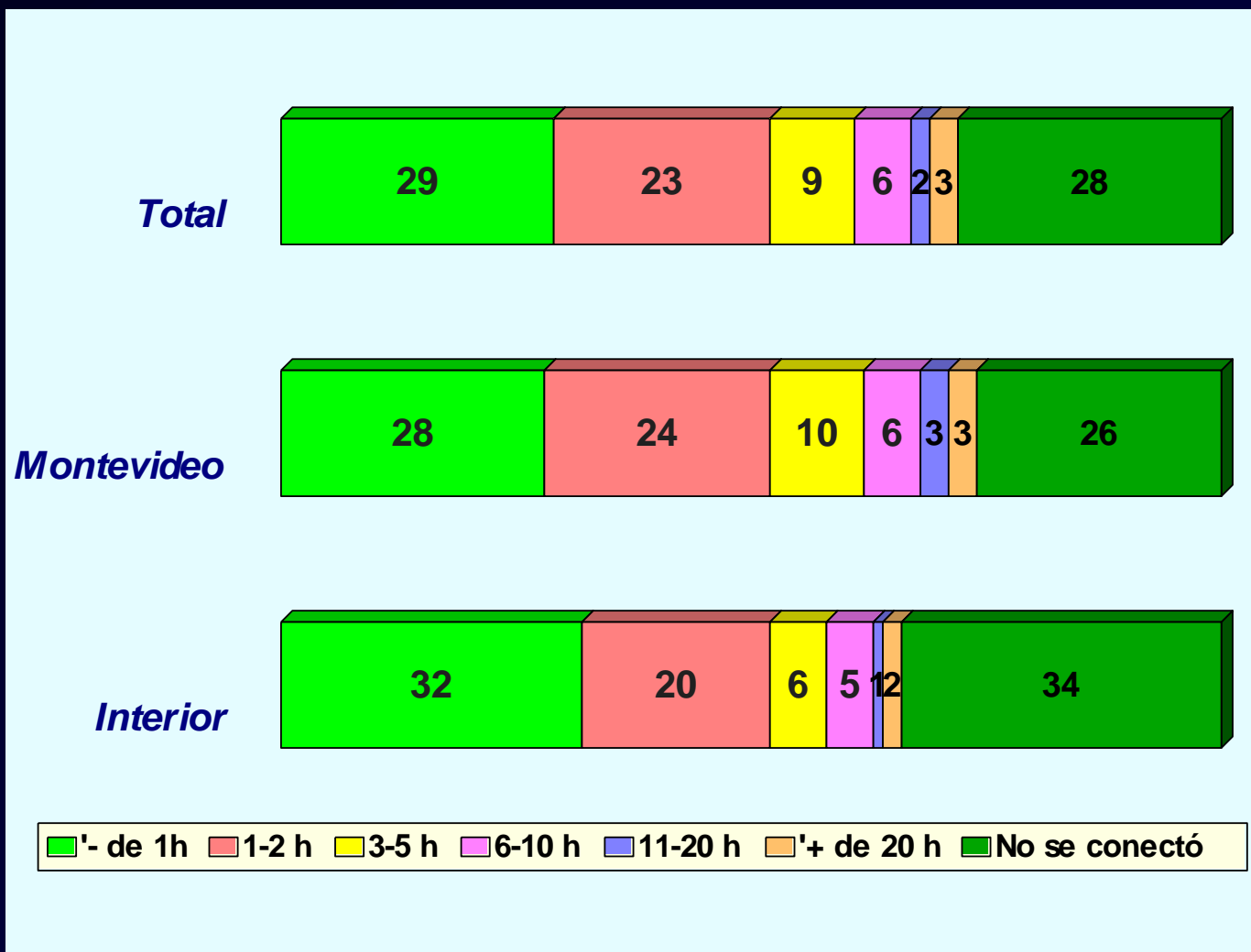
- Es una PC vieja 18%
- Problemas económicos: 17%
- Costo de las conexiones: 16%
- No le interesa Internet: 15%
- No sabe por qué: 10%
- Recién la compró: 8%
- Otras razones: 16%

- No sabe cómo usarlo: 22%
- No tiene tiempo: 21%
- No le interesa Internet: 20%
- Costo de las conexiones: 17%
- Otras razones: 20%

Sólo 63% de los que tienen PC son usuarios de Internet desde su casa

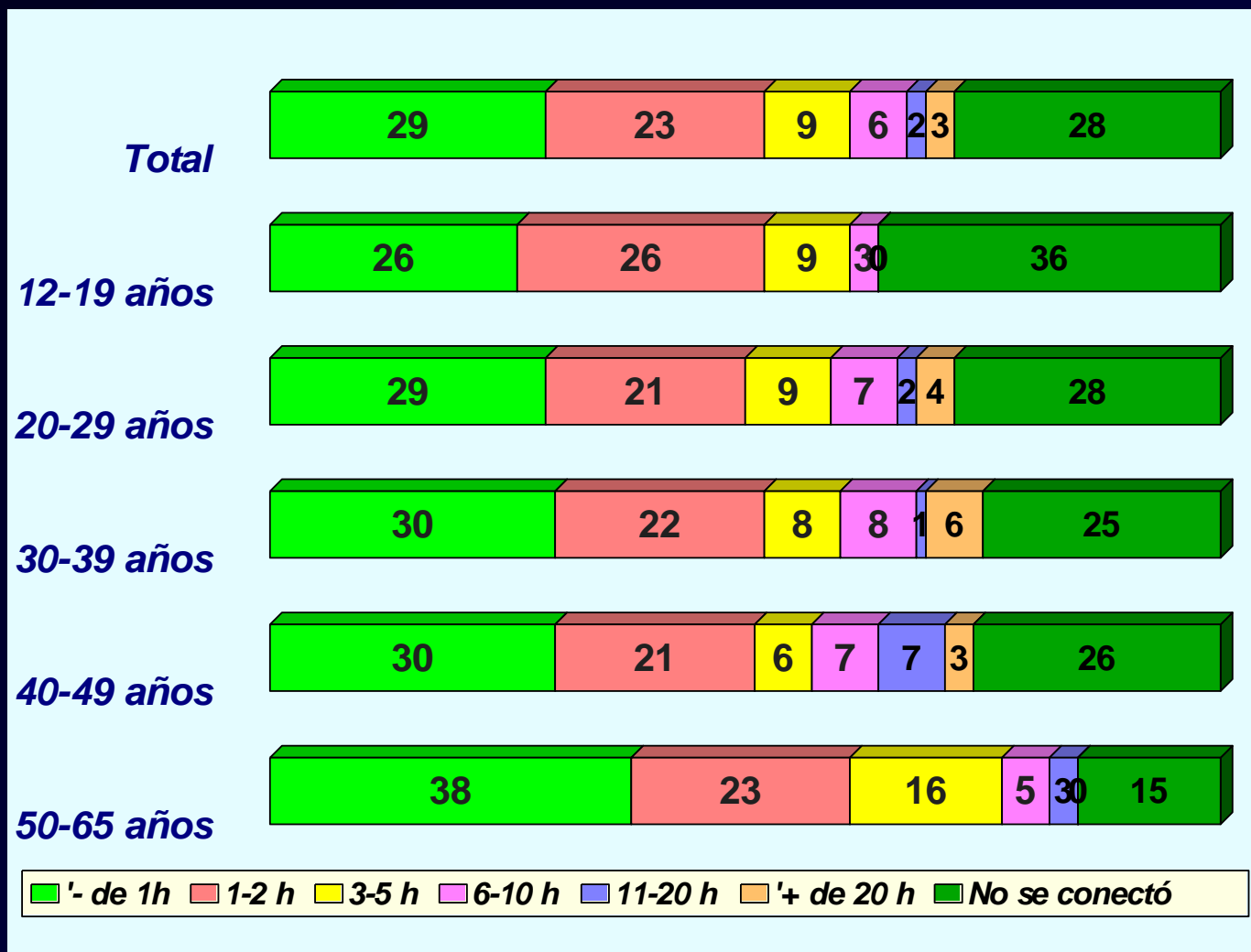
Tiempo de conexión a Internet (1)

- ¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días? (% , base: 586)



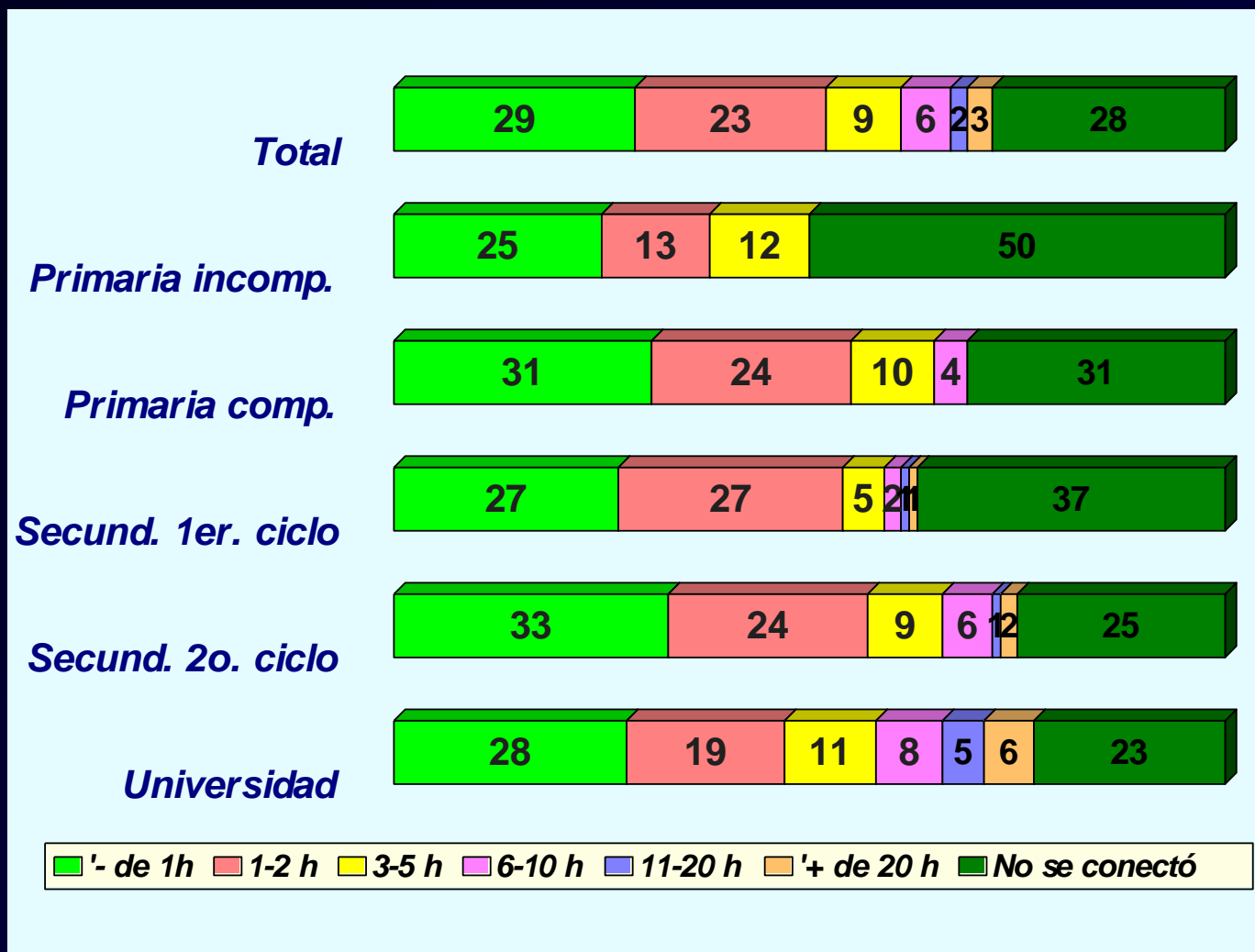
Tiempo de conexión a Internet (2)

- ¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días? (% , base: 586)



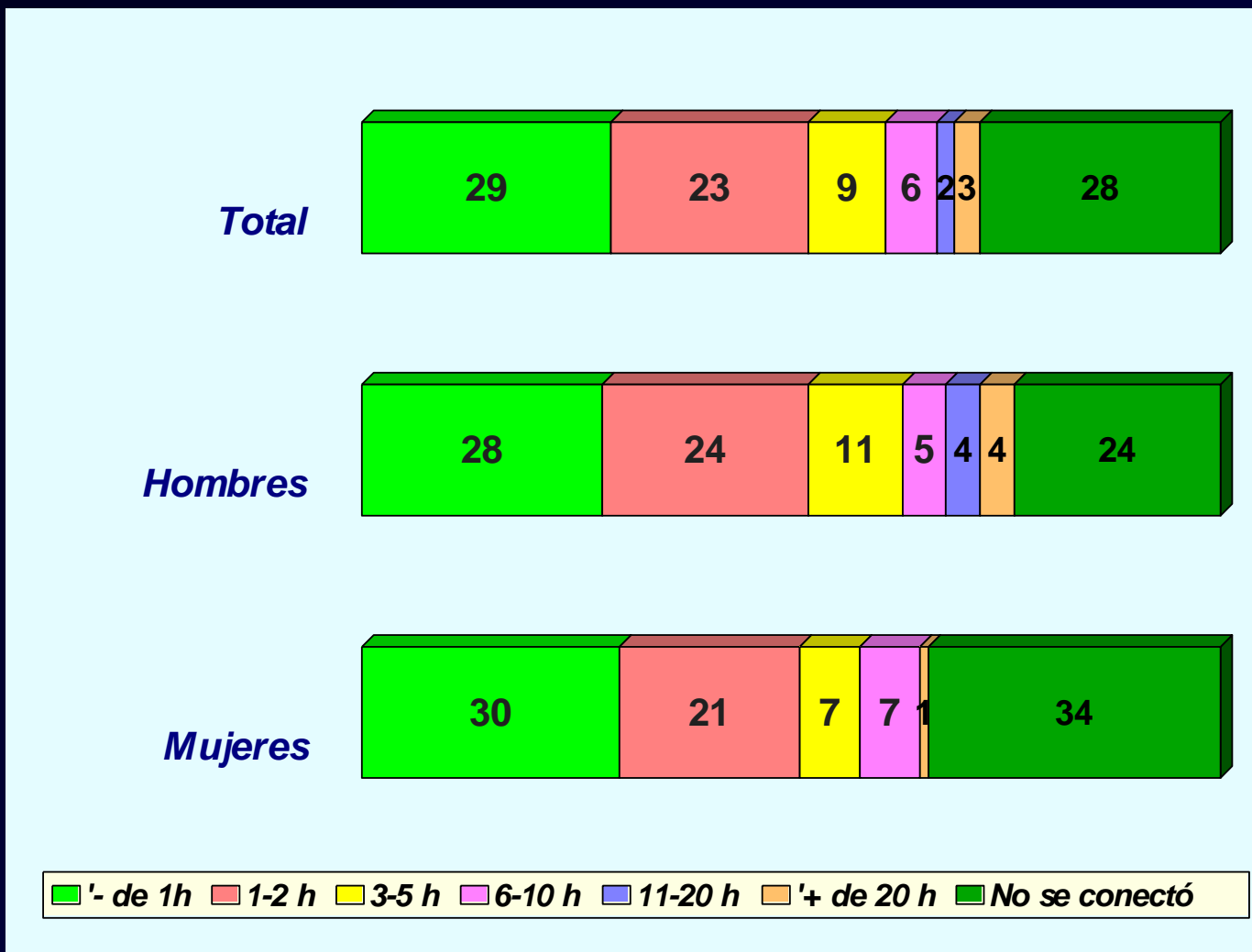
Tiempo de conexión a Internet (3)

- ¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días? (% , base: 586)



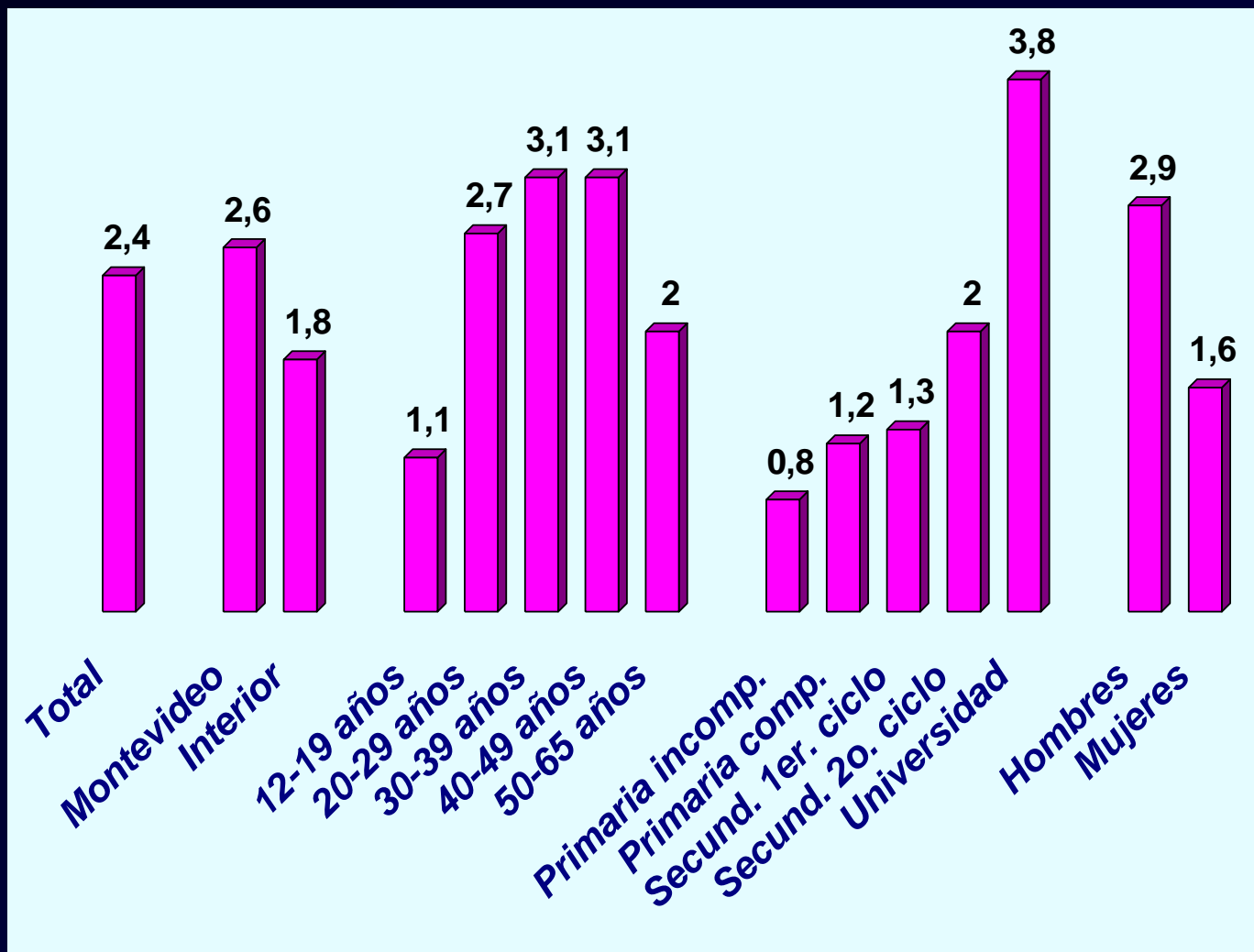
Tiempo de conexión a Internet (4)

- ¿Cuánto tiempo en total estima Ud. que se conectó a Internet en los últimos siete días? (% , base: 586)



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: 421 que se conectaron)

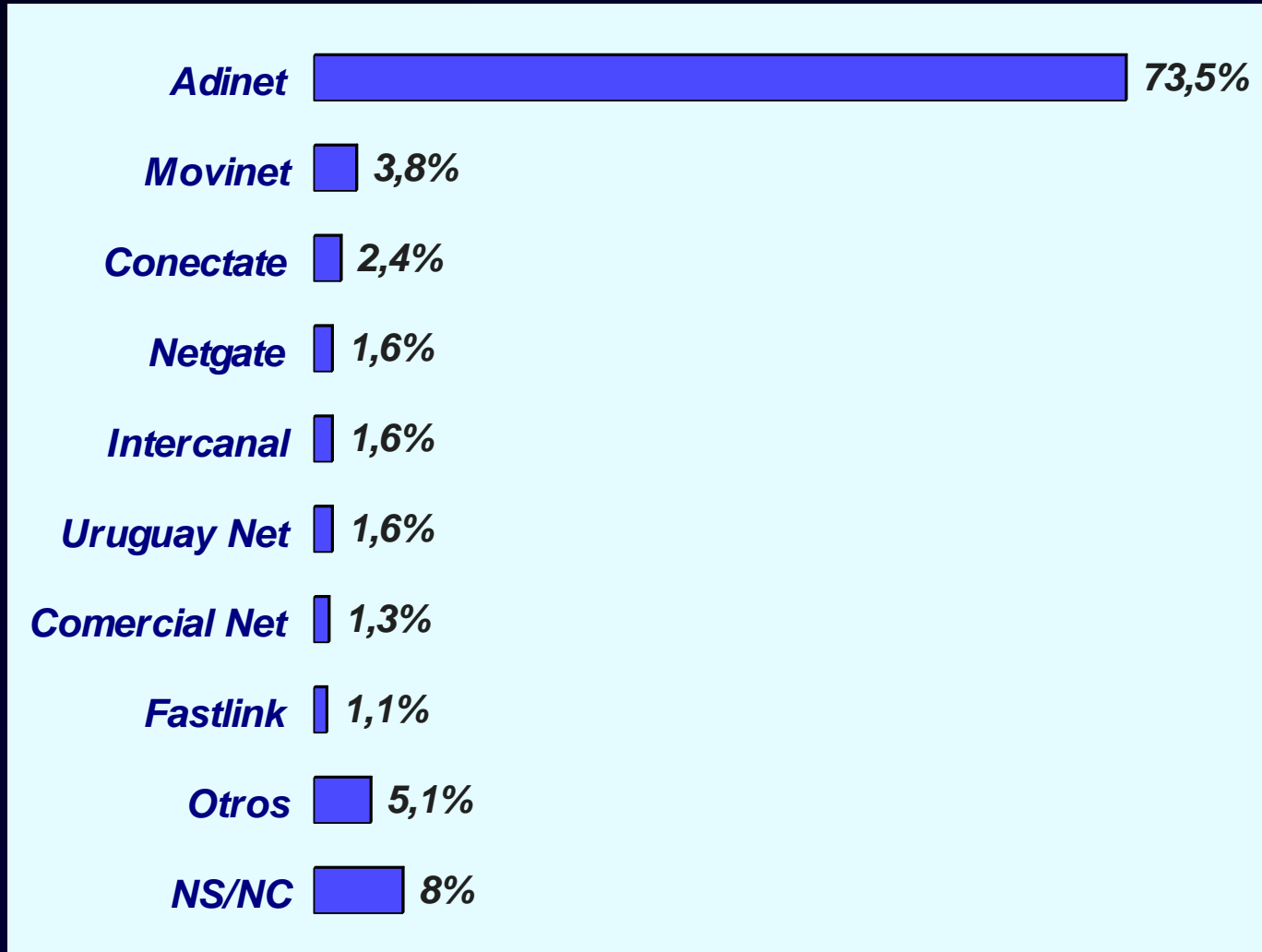


Tiempo de conexión a Internet (6)

- ¿Por qué no se conectó en la última semana? (base: 165 que no se conectaron)

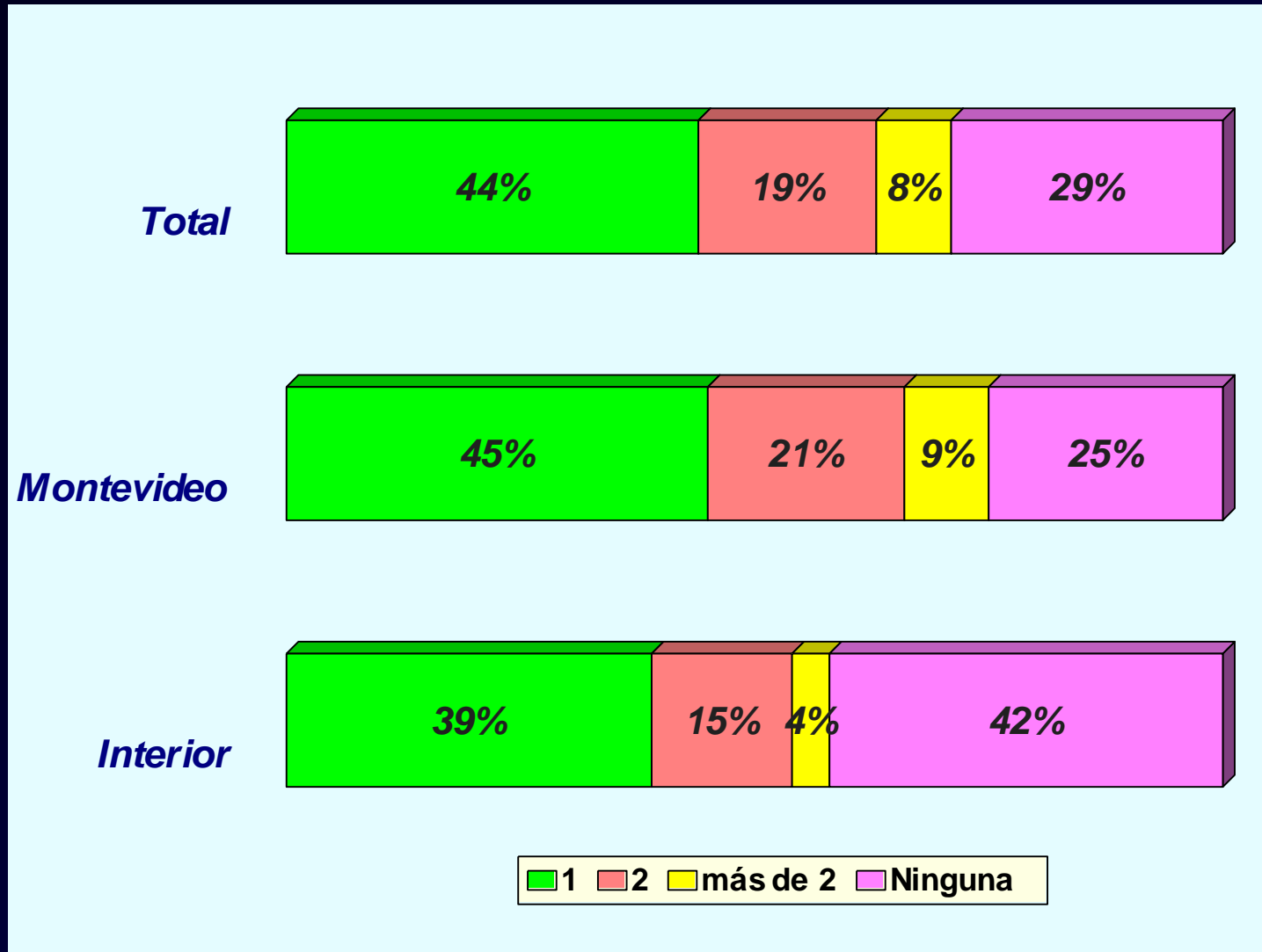


- ¿Cuál es su proveedor de acceso a Internet? (base: 373 que se conectan desde el hogar)



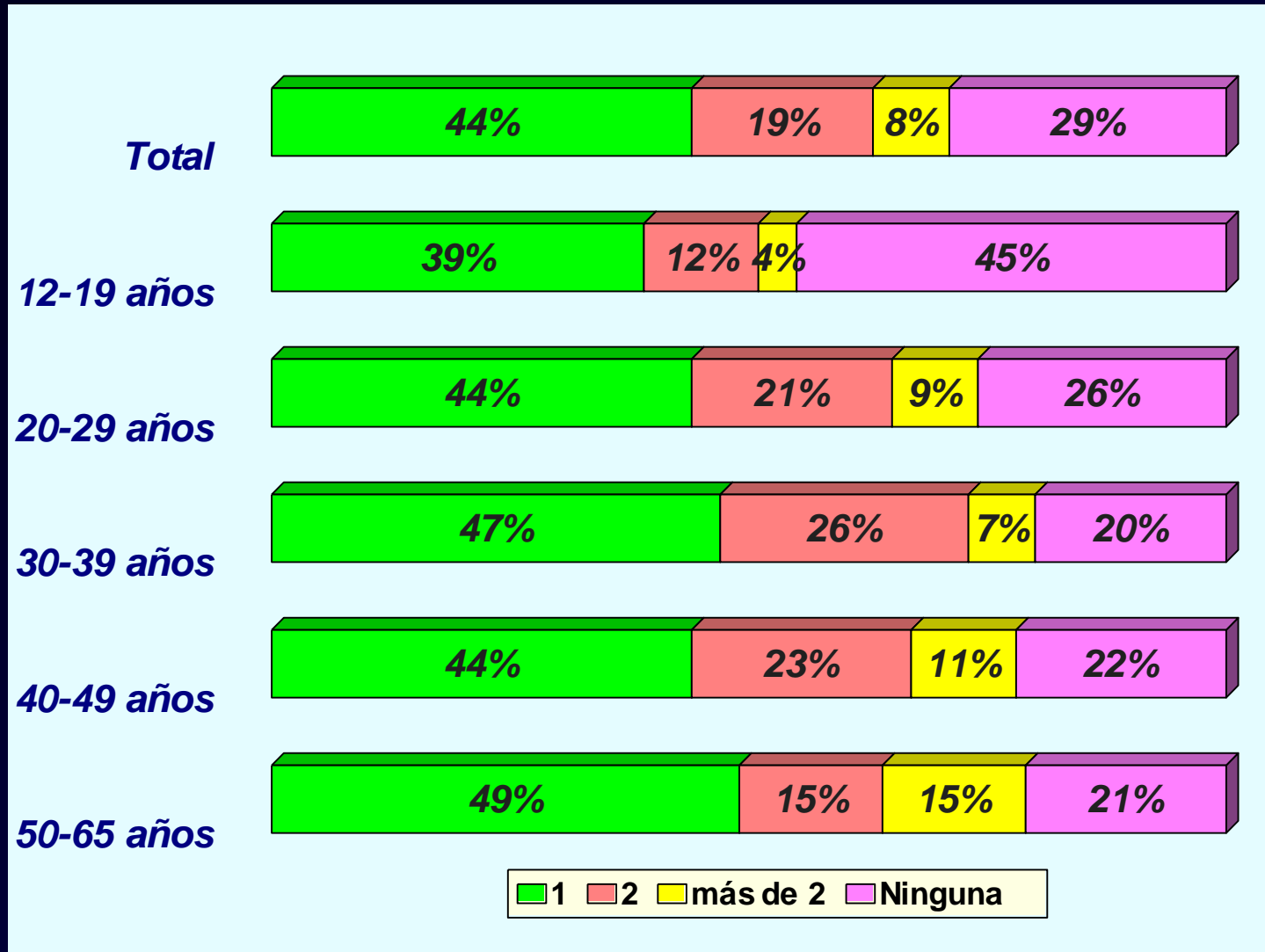
Casillas de correo (1)

- ¿Tiene Ud. casilla de correo electrónico? ¿Cuántas? (base: 586 usuarios)



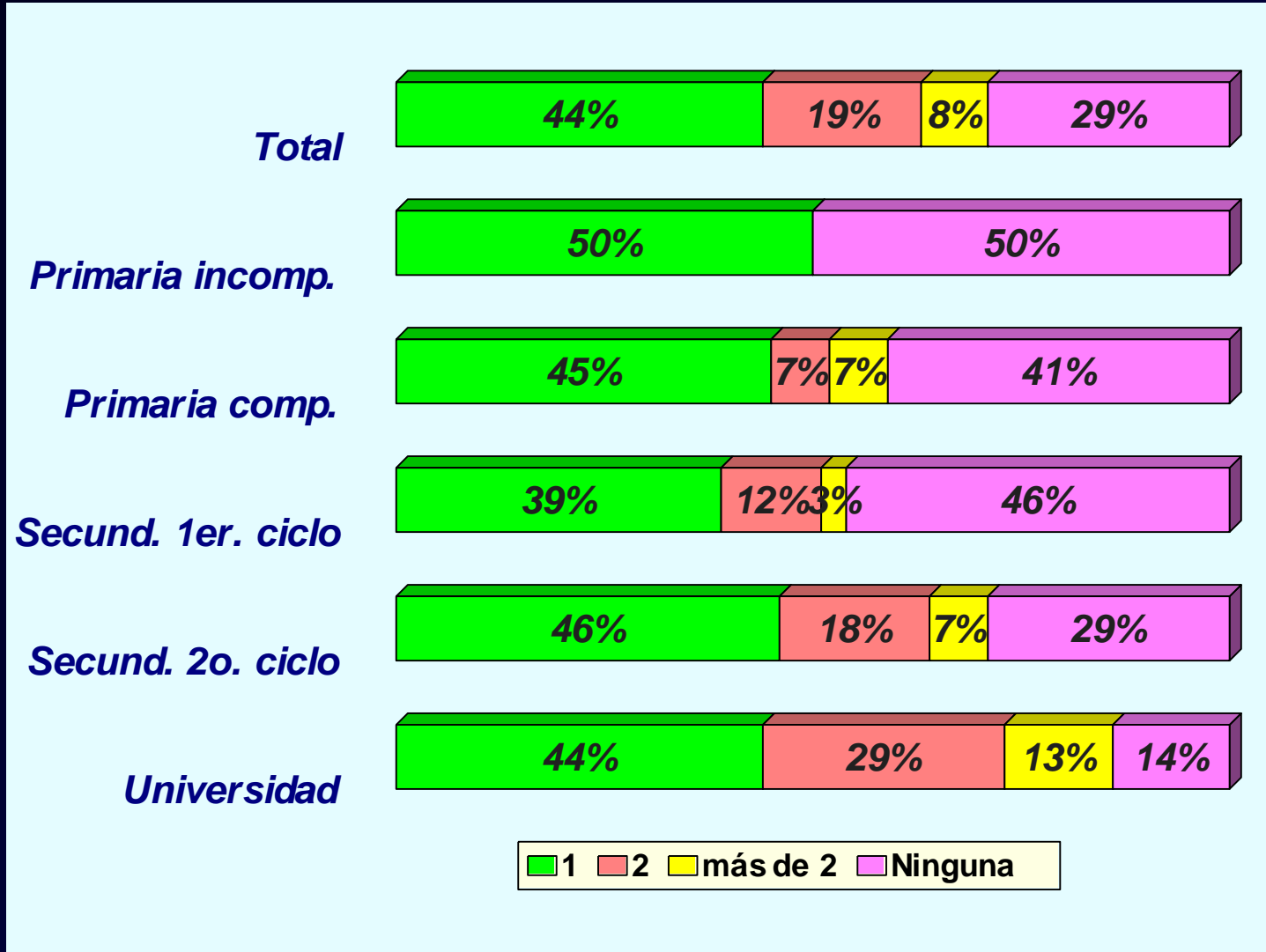
Casillas de correo (2)

- ¿Tiene Ud. casilla de correo electrónico? ¿Cuántas? (base: 586 usuarios)



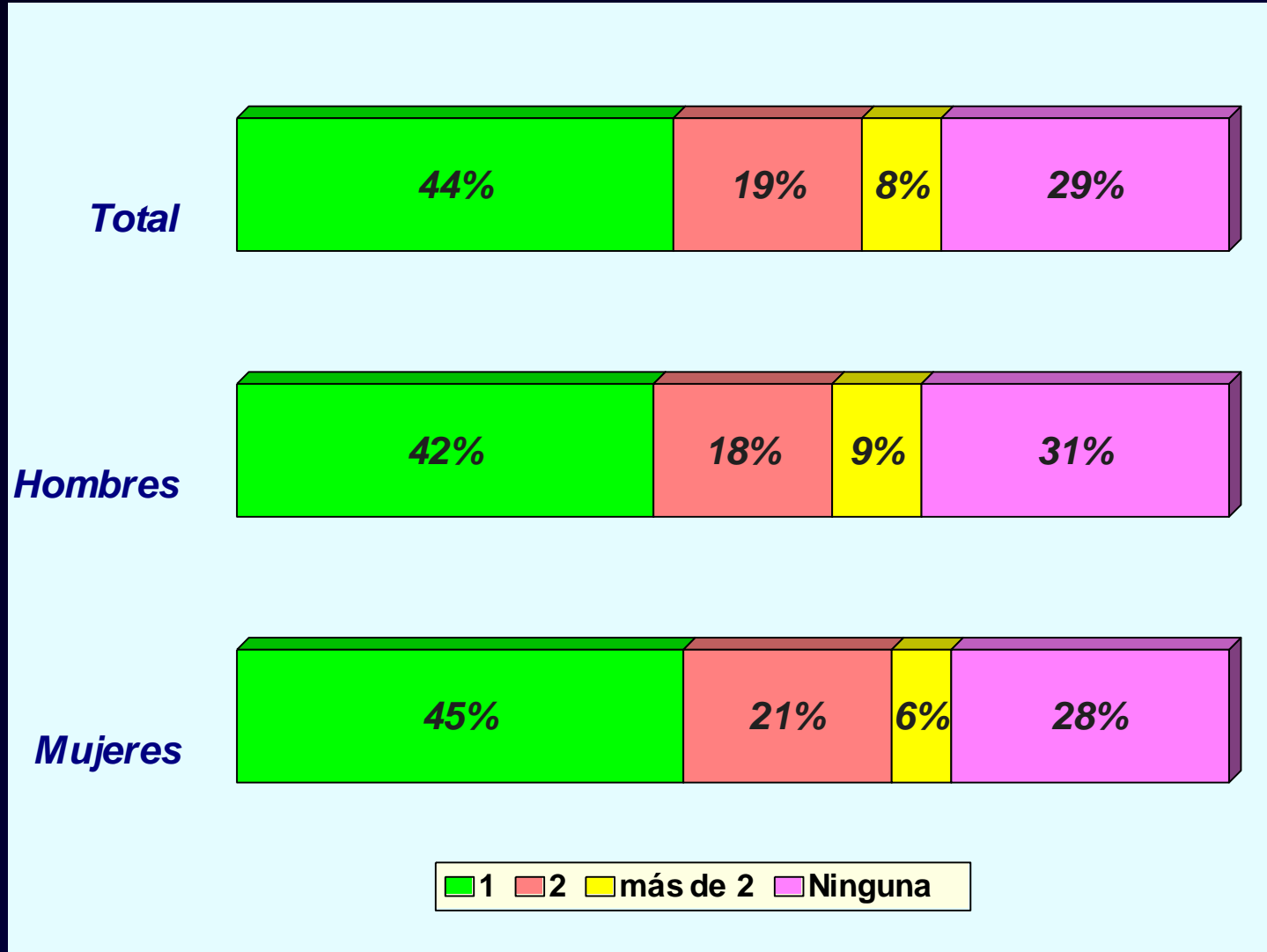
Casillas de correo (3)

• ¿Tiene Ud. casilla de correo electrónico? ¿Cuántas? (base: 586 usuarios)



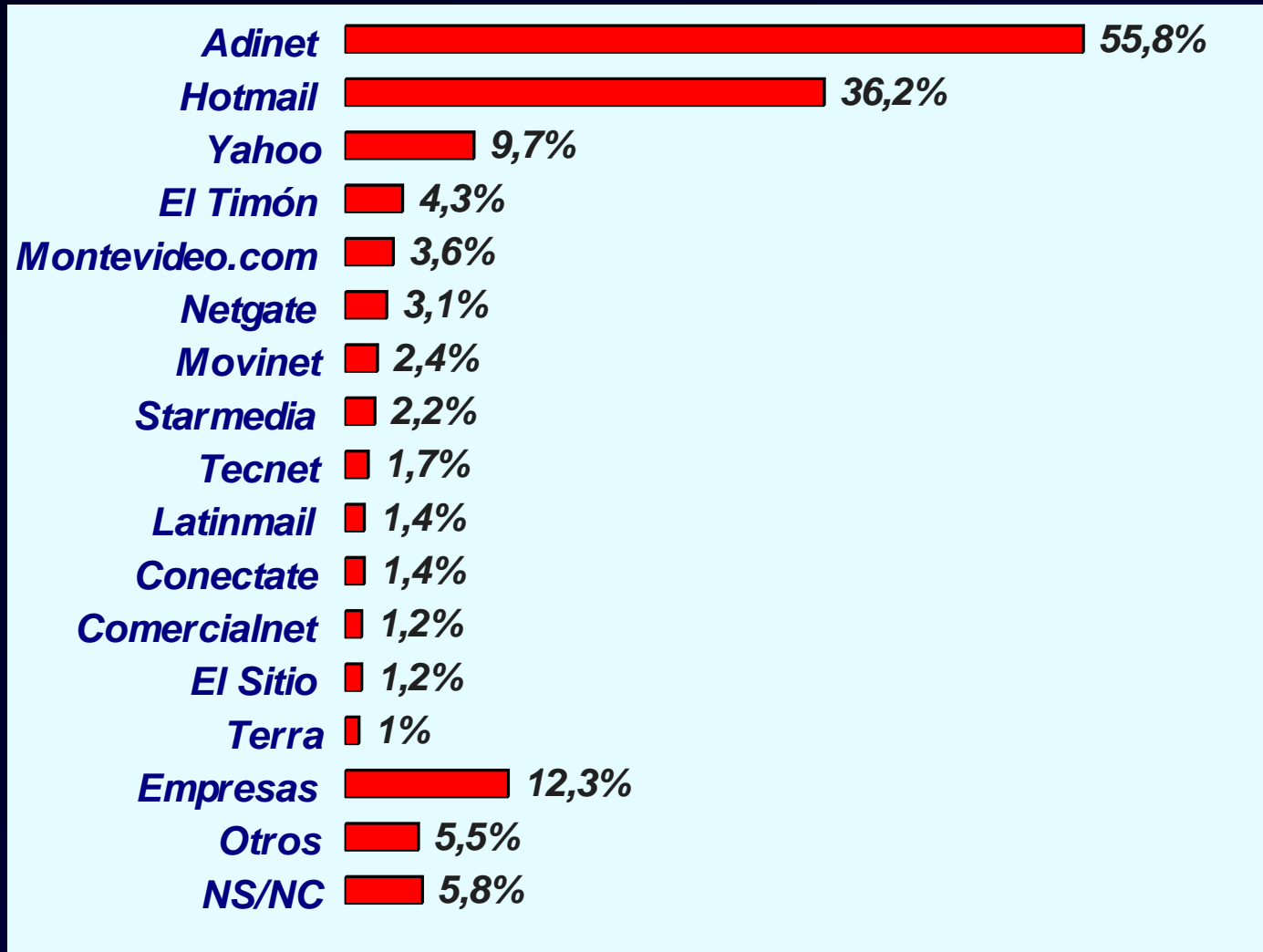
Casillas de correo (4)

- ¿Tiene Ud. casilla de correo electrónico? ¿Cuántas? (base: 586 usuarios)



Casillas de correo (5)

- ¿En qué servidor(es) tiene su(s) casilla(s) de correo? (% sobre personas, múltiple, base: 414)



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: 586)**



Usos de Internet según zona de residencia

Más en Montevideo que en el Interior:

- **Enviar y recibir e-mails (80%/67%)**
- **Consultar cartelera de espectáculos (30%/20%)**

Más en el Interior que en Montevideo:

- **Buscar información sobre temas específicos (87%/77%)**
- **Leer noticias o temas de actualidad (69%/56%)**
- **Chatear o usar mensajerías (38%/32%)**
- **Juegos on-line (16%/11%)**

Usos de Internet según edad

Aumentan a mayor edad:

- Enviar y recibir e-mails (12-19: **60%** - 50-65: **89%**)
- Leer noticias o temas de actualidad (12-19: **41%** - 50-65: **74%**)
- Realizar tareas laborales (12-19: **15%** - 30-65: **entre 50% y 57%**)
- Transacc./consultas bancarias (12-29: **3 a 6%** - 30-65: **14% a 19%**)

Aumentan a menor edad:

- Chatear o usar mensajerías (12-19: **56%** - 20-65: **20% a 29%**)
- Bajar música (12-19: **47%** - 50-65: **13%**)
- Juegos on-line (12-19: **26%** - 30-54: **4% a 8%**)

Otros casos:

- Sitios de compra, venta, remate: 20-29: **23%**
- Carteleras de espectáculos: 20-39: **30% a 34%**

Usos de Internet según educación

Aumentan a mayor educación:

- Enviar y recibir e-mails (50%/92%)
- Leer noticias o temas de actualidad (38%/73%)
- Usar buscadores (38%/60%)
- Realizar tareas laborales (25%/52%)
- Consultar cartelera de espectáculos (13%/30%)
- Transacc./consultas bancarias (0%/19%)
- Sitios de erotismo (0%/8%)

Aumentan a menor educación:

- Chatear o usar mensajerías (63%/26%)
- Juegos on-line (38%/5%)

Usos de Internet según sexo

Más los hombres que las mujeres:

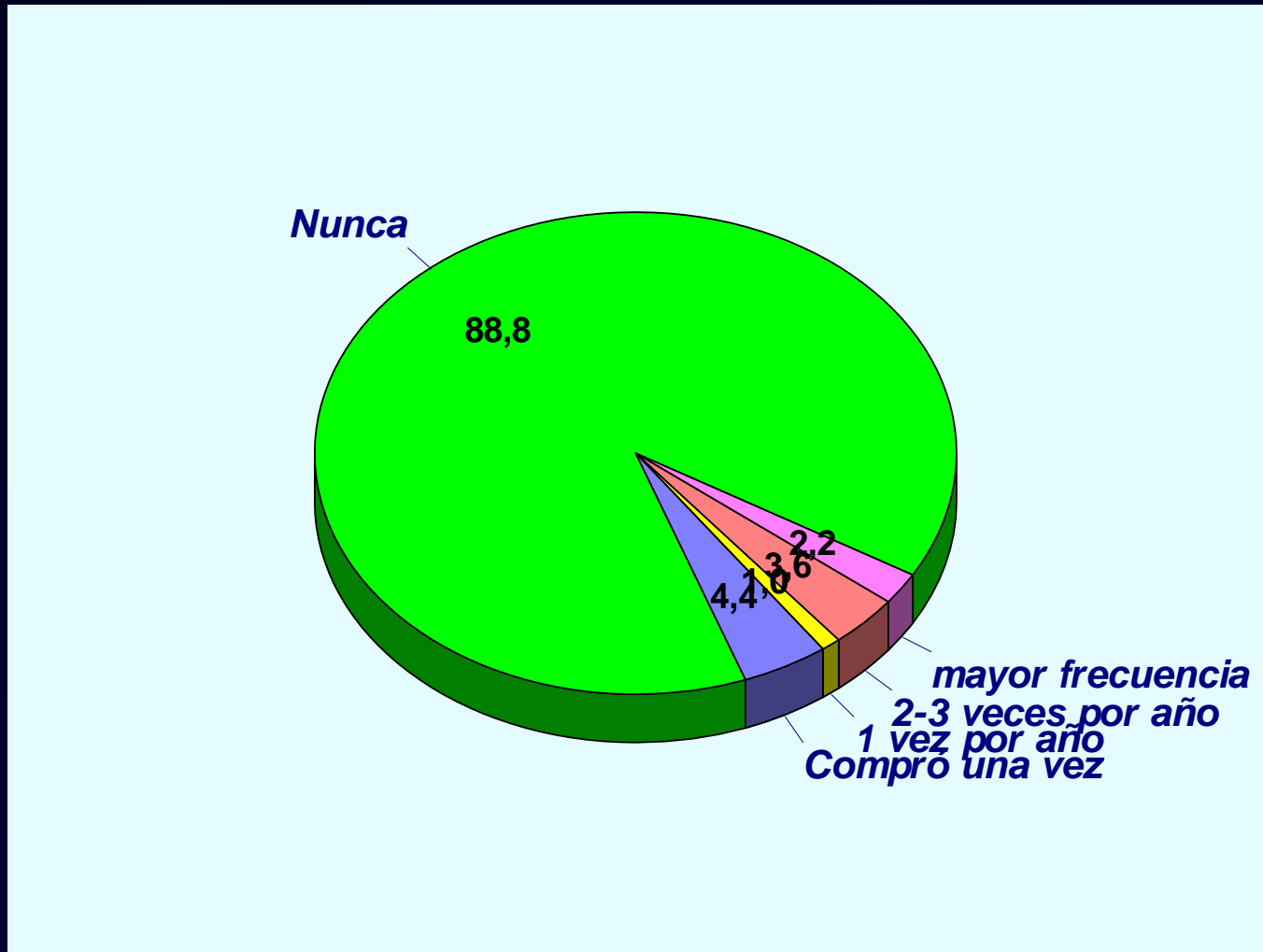
- Leer noticias o temas de actualidad (63%/55%)
- Realizar tareas laborales (44%/33%)
- Sitios de compras, ventas, remates (22%/10%)
- Juegos on-line (17%/8%)
- Consultas/transacciones bancarias (12%/7%)
- Sitios de erotismo (12%/1%)

Más las mujeres que los hombres:

- Consultar carteleras de espectáculos (31%/24%)
- Consultar horóscopos (15%/7%)

Compras por Internet (1)

- ¿Ha comprado alguna vez por Internet, sin contar los supermercados?
¿Con qué frecuencia? (base: 586)

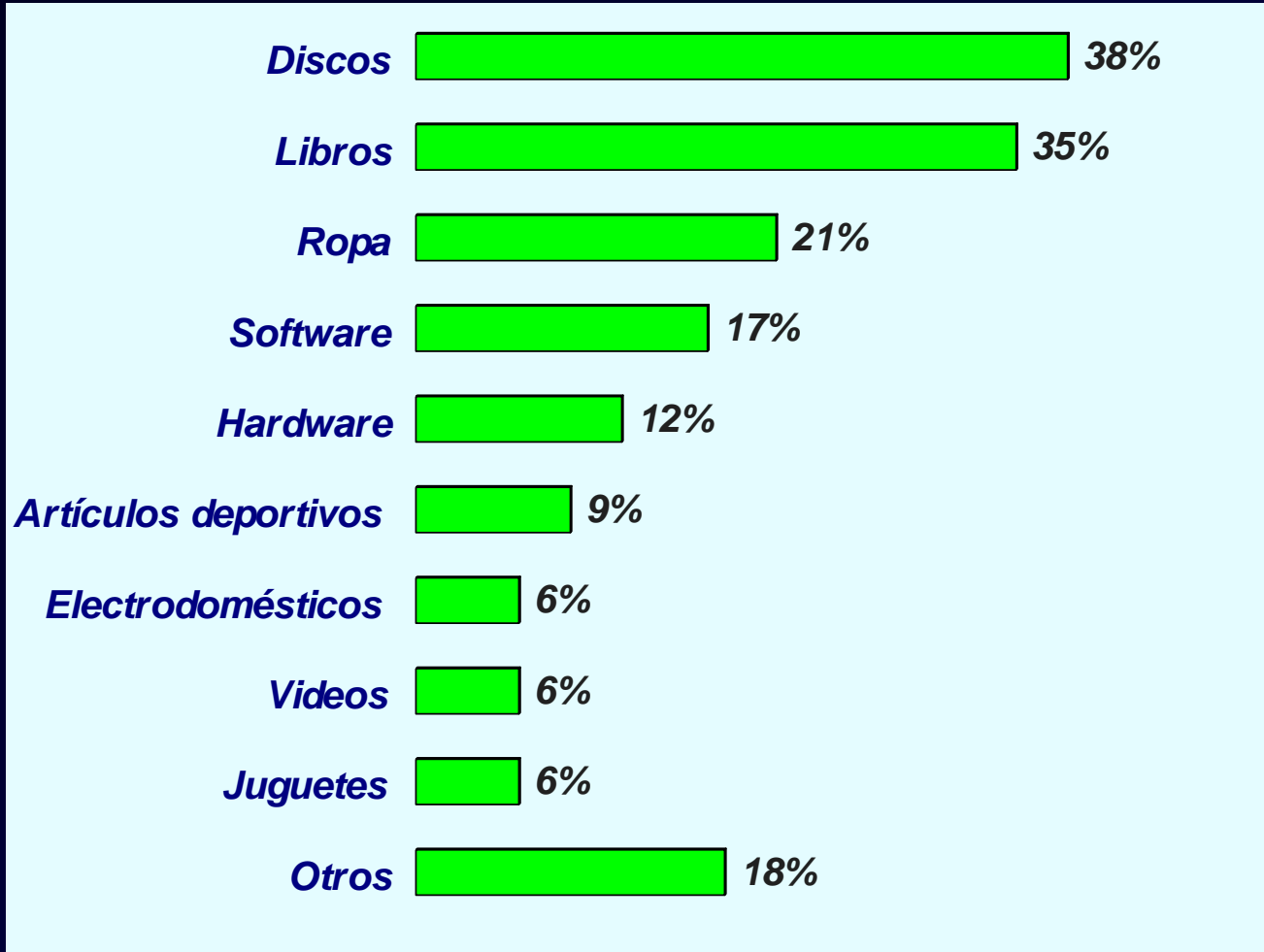


Compras por Internet (2)

- **Montevideo y el Interior pesan prácticamente lo mismo entre los compradores por Internet que en el total de usuarios de Internet (74%/26%).**
- **27% de los que alguna vez compraron por Internet tienen entre 30 y 39 años (18% de la muestra total). Los rangos de edad contiguos (20-29 y 40-59) pesan muy levemente más entre los compradores que en la muestra total. Los más jóvenes sólo constituyen el 12% de los compradores (28% del total de internautas).**
- **55% de los compradores por Internet tienen estudios universitarios completos (30% del total de internautas).**
- **El perfil del comprador por Internet es fuertemente más masculino que femenino: 74% del universo son hombres (55% del total de usuarios de Internet).**

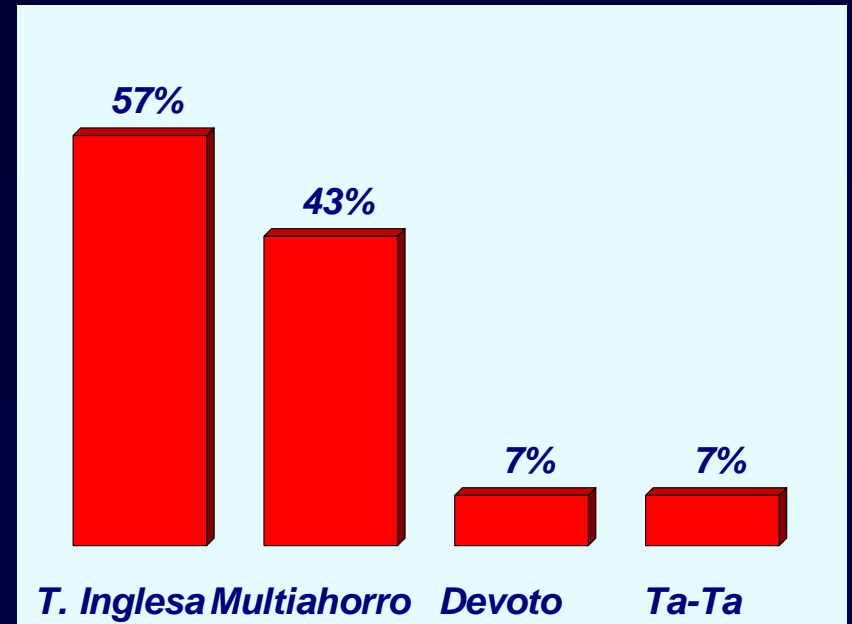
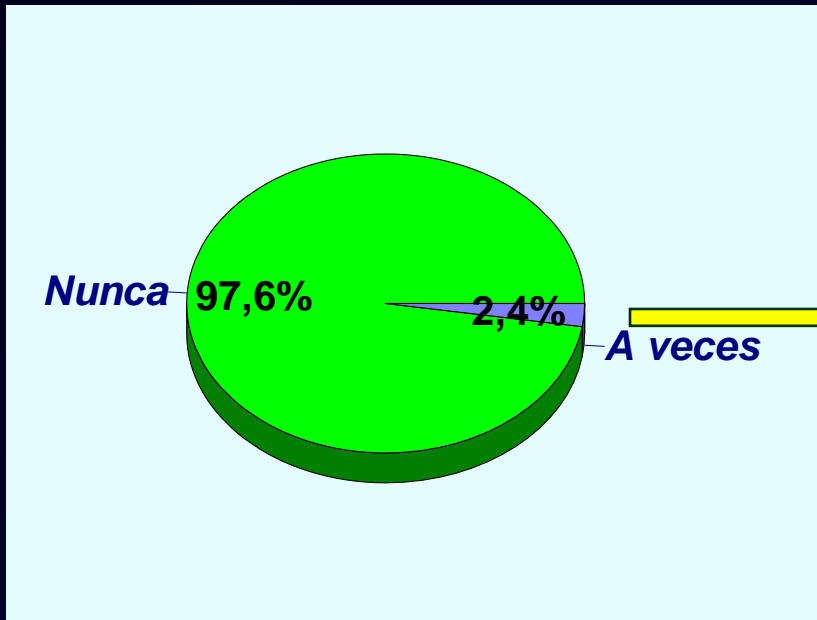
Compras por Internet (3)

- *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 sólo vez (múltiple, base: 66)*



Compras por Internet (4)

- ¿Ha comprado alguna vez en un supermercado por Internet? ¿En cuál?
(base: 586)



Compras por Internet (5)

• ¿Por qué nunca compró por Internet? (múltiple, base: 512)



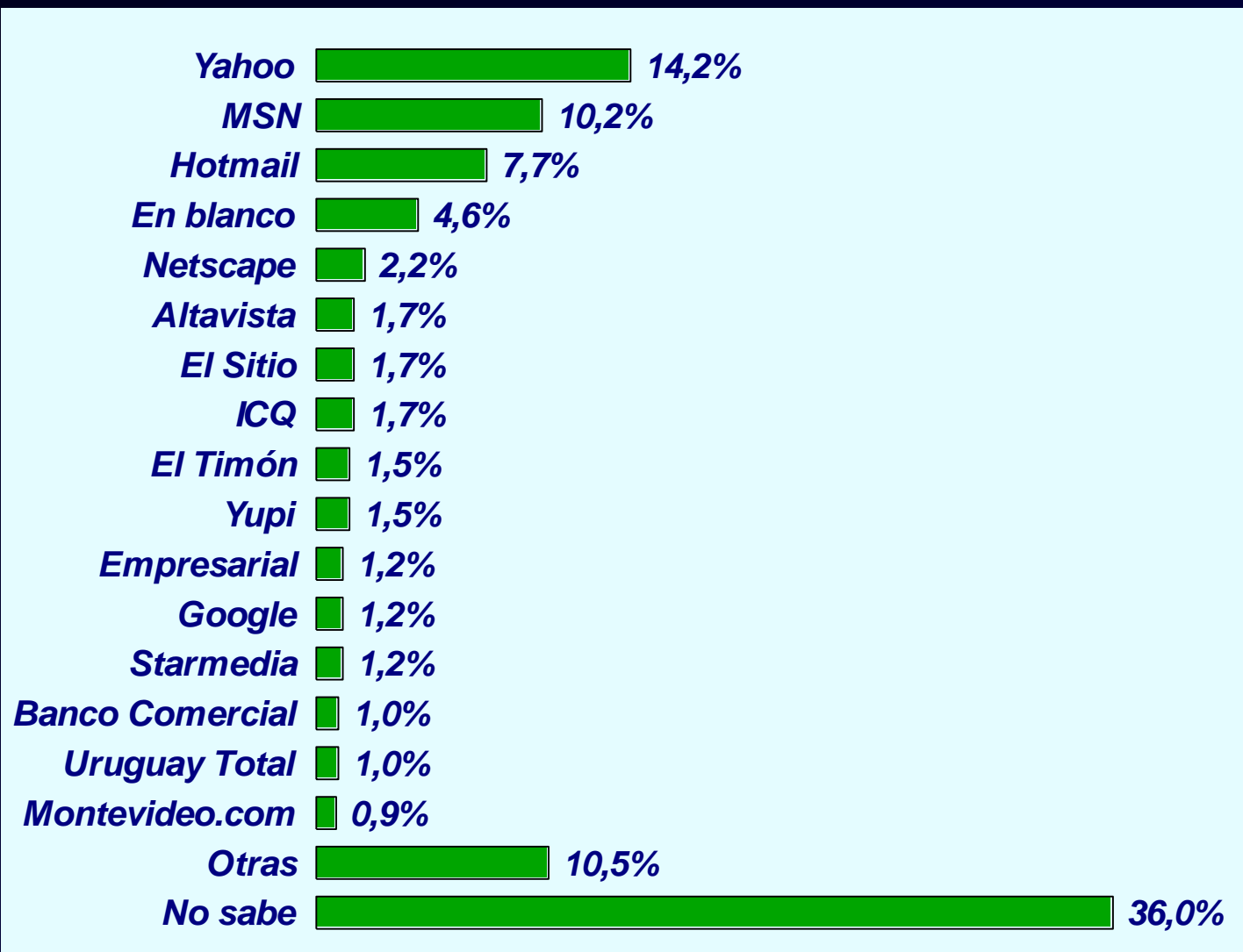
Compras por Internet (6)

• ¿Qué empresas uruguayas conoce que vendan por Internet? (base: 586)



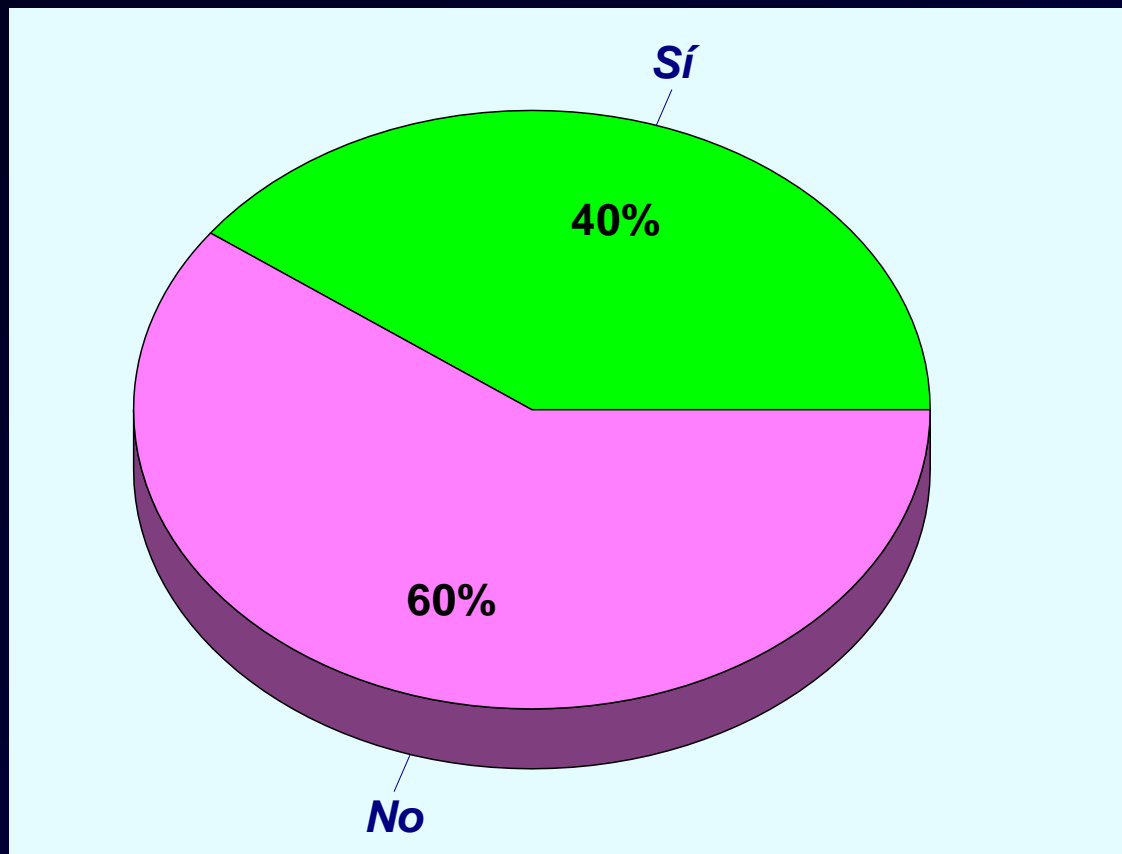
Página de inicio (1)

- ¿Cuál es su página de inicio cuando se conecta a Internet? (base: 586)



Página de inicio (2)

- ¿Sabe cómo cambiar su página de inicio? (base: 586)



Aun en los segmentos más “informados”, el porcentaje de personas que saben cambiar la página de inicio no supera el 47%

Portales de Internet

• ¿En qué portales ha navegado en el último mes? (base: 586)



Buscadores de Internet

• ¿Qué buscadores ha utilizado en el último mes? (base: 586)



¿Y ahora?

- **Repetir la investigación en forma periódica y a la misma muestra para medir la evolución de los comportamientos.**
- **Profundizar en algunos temas y agregar temas nuevos en función de las inquietudes de las empresas vinculadas a Internet.**
- **Posibilidad de realizar encuestas on-line a una muestra representativa de usuarios de Internet gracias a la base de datos de e-mails de los entrevistados en esta investigación.**
- **Realizar investigaciones on-line a cualquier segmento de la población usuaria de Internet: clientes de una empresa, usuarios de un servicio, etc.**