

El Perfil del Internauta Uruguayo

12ª Edición 2015

Penetración de PCs en hogares

Actualmente un 85% de la población vive en hogares en los que existe al menos una computadora de cualquier tipo. A nivel de la población total, en el último año esta penetración aumentó dos puntos porcentuales, y este crecimiento se dio algo más en el Interior que en Montevideo. Asimismo, se reduce la ya escasa diferencia entre la penetración de computadoras en ambas regiones geográficas. La variable Nivel Socioeconómico (en adelante NSE) sigue siendo discriminante, aunque la brecha se reduce año a año.

Un 47% de la población mayor de 12 años vive en hogares en los que existe al menos una PC de escritorio, y este porcentaje ha decrecido por primera vez en el último año. La penetración de notebooks (hoy de 46%) es la que más crece y está prácticamente en el mismo porcentaje que la de PCs de escritorio. La de netbooks también cae, y se estanca la de tablets que había tenido un crecimiento explosivo en los años anteriores. Visiblemente ambas sufren de la competencia de las notebooks y sobre todo de los smartphones. Un 29% de la población vive en hogares con al menos una computadora del Plan Ceibal.

El peso de las notebooks en el parque total de equipos ha crecido de un 25% a un 30% en el último año, y por primera vez supera al de las PC de escritorio. Actualmente las notebooks son el tipo de computadora más difundido en Uruguay.

Penetración de internet

A nivel de todo el país, **y considerando exclusivamente los mayores de 12 años** – universo al que encuestamos en esta investigación –, el 81% es usuario de internet en 2015, o sea 7 puntos porcentuales más que en 2014.

A efectos de estimar el número total de usuarios de internet que existen hoy en el Uruguay, consultamos a los entrevistados la edad y el género de todos los demás integrantes de su hogar, y si son o no son usuarios de internet. El resultado es que hoy el 78% de la población del Uruguay es usuaria de internet, o sea 2.580.000 personas, de todas las edades y zonas geográficas.

Los segmentos en los que más ha crecido la penetración de internet en el último año son los de mayor edad (más de 50 años y especialmente más de 65). Se sigue reduciendo la brecha entre niveles socioeconómicos en forma acelerada.

Lugares y tipos de conexión

El lugar de conexión más común sigue siendo el propio hogar, con una PC o portable: 83% de los usuarios de internet lo mencionan, y ese porcentaje ha sido estable en los últimos tres años.

El cyber está en vías de desaparición pero sigue manteniendo cierto público: hace tan solo siete años era el segundo lugar mencionado, apenas detrás de los hogares, y era el principal en los NSE bajos. Hoy tan solo el 7% de los usuarios de internet se conectan desde un cyber.

Los lugares públicos con WiFi y desde una PC o portable se estabilizaron luego de haber crecido aceleradamente: 24% de los usuarios de internet lo mencionan.

Las conexiones desde dispositivos móviles (celulares o tablets) son las que han tenido un crecimiento explosivo en los últimos cuatro años, y muy especialmente en los últimos dos: hoy, con un 72% de menciones, prácticamente alcanzan las conexiones desde el hogar con una PC o portable.

La fibra óptica alcanza al 40% de la población con acceso a internet, y ha alcanzado prácticamente el ADSL.

La penetración de routers viene creciendo muy aceleradamente. Actualmente un 62% de toda la población uruguaya vive en hogares en los que existe uno.

El promedio de horas semanales de conexión sigue mostrando también un importante crecimiento: cada usuario de internet se conectó en promedio 14.3 horas por semana en 2015, tres veces más que en 2008.

Esto es un dato muy relevante para todas las empresas e instituciones que desean comunicar productos, servicios o noticias: este crecimiento del tiempo de uso de internet solo puede estar asociado a una disminución de la exposición a los medios tradicionales, o por lo menos al uso simultáneo de varias "pantallas" (TV y Smartphone al mismo tiempo, por ejemplo).

Usos de internet

Un 22% de los usuarios de internet declara no usar casilla de correo, y entre los que la usan la mitad solo lo hace una vez por semana o con menor frecuencia. Esto está directamente ligado al uso creciente de otras vías de comunicación como Facebook, Whatsapp o Skype.

Los siete usos mencionados por el mayor porcentaje de usuarios de internet han ido variando sustancialmente en los últimos años:

- 1) Buscar información sobre temas de interés ha pasado a ser el uso mencionado por más personas: 89% de los usuarios de internet.
- 2) Facebook y demás redes sociales han pasado al segundo lugar (85%).
- 3) El chat por Whatsapp, Facebook u otras plataformas alcanzó a las redes sociales como segundo uso más mencionado.
- 4) La lectura de noticias sigue creciendo y aparece en cuarto lugar con 6% de menciones. El crecimiento sostenido de los últimos años se explica claramente por la costumbre cada vez más difundida de compartir noticias en Facebook o "retwittearlas", que hace que mucha gente lea las noticias sin tener que entrar por el portal correspondiente.
- 5) El porcentaje de usuarios de Youtube se multiplicó por dos en seis años.
- 6) La búsqueda de información sobre marcas, productos y servicios es el uso que tiene la mayor tasa de crecimiento y llega al 71% de los usuarios de internet.
- 7) El correo electrónico, que hace siete años era el uso mencionado por más internautas, hoy está solo en séptimo lugar.

El crecimiento de Whatsapp sigue sorprendiendo: en 2013 solo tenía una presencia marginal al momento de realizar este estudio, y hoy es utilizado por el 71% de quienes chatean, alcanzando casi a Facebook. Lo interesante es que no sustituye a Facebook sino que se le suma como una alternativa más para el chat. Y tanto Whatsapp como Facebook van sustituyendo rápidamente a Skype como plataforma para hablar por internet.

Netflix sigue creciendo aceleradamente para mirar películas o series, así como Youtube. La primera ya cuenta con más de 210.000 usuarios en Uruguay.

Redes sociales

El número de usuarios de las redes sociales sigue creciendo año a año. Facebook ya llega a 2.1000.000, Twitter 440.000 e Instagram 420.000 (pero esta última crece más rápidamente, especialmente en los rangos de edad más jóvenes).

No solo crece el número de usuarios, sino que también crecen la frecuencia de uso y la "interconexión" entre cuentas ("seguidores" y "siguiendo" en Twitter, por ejemplo).

Las redes sociales se utilizan cada vez más desde celulares. Un 72% de los usuarios de Facebook ya son usuarios desde celulares, así como el 71% de los de Twitter. Más aun, los usuarios de ambas redes ya comenzaron a dejar de usarlas desde computadoras (especialmente Twitter) para usarlas exclusivamente desde dispositivos móviles.

Los usos de Facebook y Twitter vienen modificándose: cada vez son menos un lugar para escribir sobre la vida personal y más para escribir o compartir comentarios

humorísticos o filosóficos sobre la vida o sobre temas de actualidad, para compartir enlaces y noticias, y para debatir sobre temas políticos y sociales.

Internet en el celular

Un 74% de los usuarios de internet tiene internet en el celular y lo usa. En cinco años ese porcentaje se sextuplicó. Si a esto le sumamos que el porcentaje de usuarios de internet pasó del 58% al 81%, podemos deducir que el número de usuarios de internet desde su celular creció de 210.000 a cerca de 1.600.000 en tan solo cinco años.

El chat pasó a ser el uso mencionado por más usuarios de internet desde su celular (89%), seguido por Facebook y otras redes sociales (84%).

El tercer uso más mencionado es navegar en los buscadores (72%), seguido por el correo electrónico (49%), escuchar música online (42%) y los juegos (26%).

El número de smarthones se ha multiplicado por 13 en tres años. Actualmente unas 1.580.000 personas poseen uno.

El 86% de los usuarios de Smartphone descarga aplicaciones para el mismo.

Entre quienes descargan aplicaciones, las más mencionadas son para las redes sociales, chatear, juegos, escuchar música, utilitarias de todo tipo y noticias.

Compras en internet

Un 62% de los usuarios de internet ha comprado alguna vez online, incluyendo Mercado Libre, sitios de descuentos, otros sitios uruguayos, sitios del exterior y pagos de facturas por e-banking: 29% en el último mes, 25% en el último año y 8% antes del último año. Este porcentaje ha ido creciendo en forma constante en los últimos 10 años, impulsado por diferentes factores: primero fueron las compras de ropa, discos y libros en el exterior, luego el desarrollo de Mercado Libre, luego los sitios de "daily deals", luego las compras en el exterior gracias a la franquicia de 200 dólares hasta cinco veces por año, y más recientemente la explosión de los pagos por e-banking y el delivery de comidas.

Si llevamos estos porcentajes a cantidades de personas, teniendo en cuenta que en este período creció significativamente el número de internautas, vemos que el número de compradores online se multiplicó por casi siete, pasando de 170.000 a 1.200.000.

El mercado del e-commerce llegaría a las 900.000 transacciones mensuales que representarían 72 millones de dólares. Si consideramos el mes relevado como un mes "tipo", el e-commerce representaría algo menos del 2% del PBI.

Medido en número de transacciones, el delivery de comida representa el 36%, seguido por el rubro vestimenta y calzado con un 9%. Medido en valor, el principal rubro es autos/motos/repuestos con un 22%, seguido por vestimenta y calzado con un 9%. El valor promedio de una compra por internet es de \$ 2.300 pero con una dispersión muy importante.

Mercado Libre representa el 29% del total de transacciones y el delivery de comidas el 36%. Pero medido en valor, Mercado Libre pasa a ser el 55% y el delivery de comidas solo el 8%.

Ficha técnica

Se aplicaron dos técnicas complementarias:

- 1) Una encuesta presencial (cara a cara) probabilística en hogares a 1.700 personas mayores de 12 años de todo el país. El muestreo fue polietápico:
 - Sorteo de localidades (61 en total)
 - Sorteo de segmentos censales
 - Sorteo de manzanas dentro de los mismos
 - Cuotas por sexo y edad según distribución de la población (fuente: censo INE 2011)

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

La muestra de usuarios de internet fue de 1.376 casos. Los datos referidos a este universo tienen un error máximo de ± 2.7 .

- 2) Una encuesta online autoadministrada de casos a personas mayores de 12 años, reclutadas mediante avisos contratados en Facebook. Esta encuesta se aplicó para los siguientes capítulos de la investigación:
 - Uso de redes sociales
 - E-commerce
 - Algunas de las preguntas sobre seguridad en internet

A fin de corregir el sesgo natural de esta muestra se ponderaron sus resultados según la composición del universo de usuarios de Facebook que surge de la encuesta presencial, por sexo, edad y nivel socioeconómico.