

“Los usos de Internet en el Uruguay”

- ¿Qué características exhiben los usos de Internet en el Uruguay?
- ¿Qué relevancia pueden tener para los EID que integran la Red USI?

De investigaciones en casi una década de la evolución de los usos de Internet en el Uruguay, en el presente trabajo se realiza una caracterización del proceso, con una mirada en las implicancias para el accionar de los EID. Se revisa la infraestructura digital, el acceso a la red, los usos de Internet. A partir de allí, se realizan inferencias sobre los usos actuales de Internet en el contexto de la Red USI.

Infraestructura digital



Dispositivos digitales en el hogar.-

“Hay celulares en casi todos los hogares: el Smartphone se universalizó”

El uso de internet empieza con la infraestructura. Seguidamente, nos referimos a los dispositivos digitales que son el medio físico para acceder a la red. Nos basamos en estudios realizados a escala nacional.

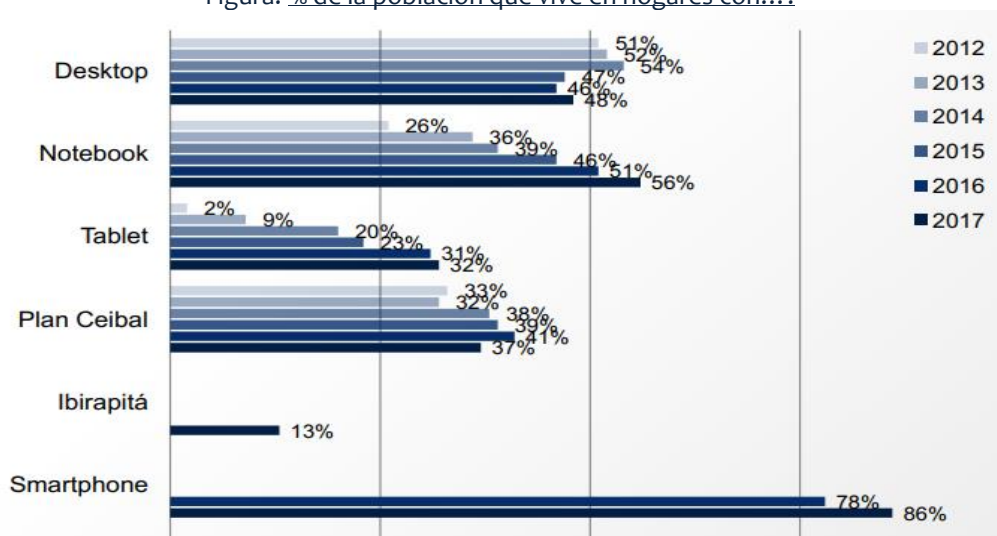
En el 2017, 94% de los hogares del Uruguay tiene algún tipo de equipo digital. En un mismo hogar puede haber diversos dispositivos, lo que aumenta con el nivel socio-económico y si está localizado en Montevideo (Grupo RADAR -2017).

El celular es el dispositivo electrónico más mencionado y le siguen a buena distancia la notebook y la desktop. En 2016-17, la amplia mayoría declaró tener Smartphone (78-86%), más de la mitad notebook (51-56%), casi la mitad desktop (46-48%), más de un tercio Ceibalita (41-37%), un tercio Tablet (31-32%) y un décimo Tablet Ibirapitá.

Para estos dispositivos, la tendencia histórica es como sigue: en 6 años el número de personas con celular se multiplicó por 20, llegando a 2,3 millones. La presencia del *smartphone* en hogares supera a la de cualquier otro equipo digital: 78-86% (2016-17).

La notebook –sin incluir ceibalitas- se ha expandido en los últimos 6 años, de 26% (2012) a 56% (2017), lo que le permitió superar –desde 2016- a la desktop¹. Cinco años atrás, la computadora de escritorio era el equipo más señalado pero, luego de crecer a 51-54% (2012-14) disminuyó en los últimos tres años a 47-48% (2015-17).

Figura.-% de la población que vive en hogares con....



Fuente: Informe RADAR (2017)

¹ En 2015, el 59% de quienes tenían intención de adquirir una computadora declararon que comprarían una notebook.

La ceibalita parece tener “un techo”, en 6 años, ha oscilado sin pasar a un siguiente nivel: 33-32% (2012-13), 38-39% (2014-15), 37% (2017). Por su parte, la Tablet Ibirapitá recién inicia en las estadísticas: 13% (2017).

“Estos elementos van indicando que el celular logró un nivel de penetración en el hogar superior a otros dispositivos digitales. Tiene posibilidades de seguir creciendo en los próximos años. De todos modos, una cosa es clara: al momento, es el más popular.”

Televisores en el hogar.-

Nos referimos también al televisor, por su potencial de competir con los dispositivos digitales (Smartphone, notebook, desktop) como medio masivo de información y publicidad en el hogar:

- TV para abonados.- En la última década, creció desde 56% (2008) hasta 79% (2015) pero, en los dos últimos años ha disminuido: 72-70% (2016-17).
- TV pantalla plana y Smart TV.- El TV plano se ha convertido en el estándar: creció en forma sostenida de 9% (2008) a 79% (2017). El Smart TV avanza con consistencia: de 6% (2014) a 31% (2017).

Acceso a Internet



Conectividad en el hogar.-

En el 2015, más del 60% de los hogares en el Uruguay contaba con telefonía de línea fija (encuesta del INE), 46% con ADSL y 40% con fibra óptica (Grupo RADAR).

En el 2017, 7 de cada 10 hogares tiene WiFi. Su presencia se ha incrementado en forma sostenida en la última década, de 5% (2008) a 71% (2017). Tiene el potencial de seguir creciendo por el estímulo de más aplicaciones diseñadas para equipos móviles. El costo podría ser una barrera en sectores socio-económicos más bajos.

Penetración de Internet.-

“Casi 2,9 millones de personas son usuarios de Internet”

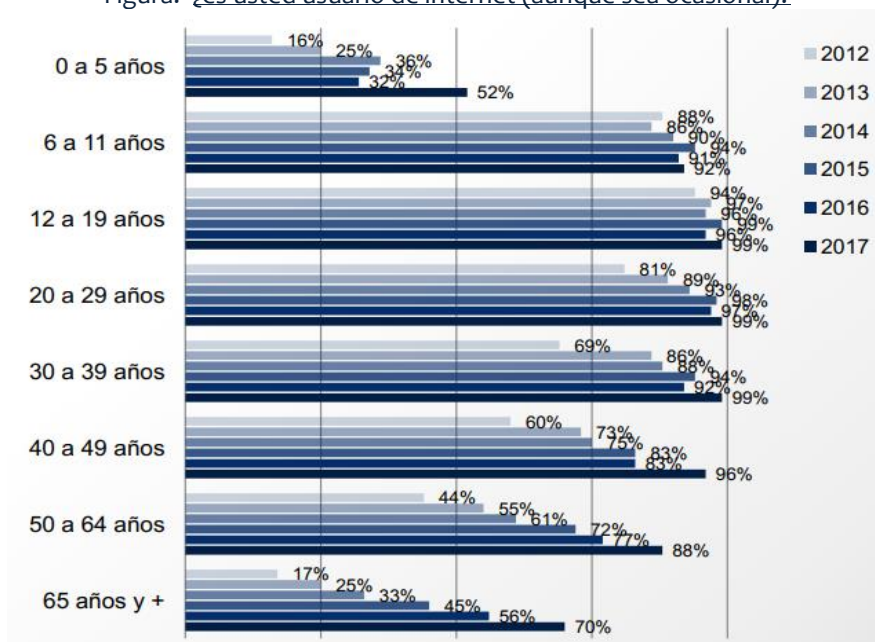
Internet es la plataforma universal de interconexión, sobre la cual operan diversas aplicaciones de información y comunicación, incluyendo las de comercio electrónico.

En el 2017 la penetración de internet alcanzó la cifra record de 88% de la población (Grupo RADAR). En 10 años, el número de hogares con internet creció de 13% (2007) a 83% (2016) y, casi no hay diferencia entre Montevideo (90%) y el Interior (87%).

La situación por edad y nivel socio-económico es como sigue:

- Franjas etarias.- Prácticamente toda la población de 12-39 años es usuaria de internet (99%). Las franjas de 40-49 años y de 6-11 años también lo son en alto porcentaje (96% y 92%). Sigue la franja de 50-64 años con 88%. Desde el 2012, el mayor crecimiento de usuarios se ha dado en la franja de mayores de 50 años.

Figura.- ¿es usted usuario de internet (aunque sea ocasional)?



Fuente: Informe RADAR (2017)

- Niveles socio-económicos.- Hace 5 años los usuarios de nivel alto duplicaban a los de nivel bajo. Ahora, la brecha de acceso entre niveles socio-económicos se ha reducido a 15%: 96% - nivel alto, 88% - nivel medio, 81% - nivel bajo.

Acceso a internet.-

“Los internautas se conectan fundamentalmente desde casa con el celular durante 5 horas”

La inmensa mayoría de los internautas (94%) se conecta desde casa. Casi la mitad (45%) lo hace durante tiempos “muertos” (salas de espera, paradas de ómnibus, filas del supermercado). Un tercio (33%) en lugares públicos (plazas, bares, restaurantes). Sólo un 31% declara conectarse desde su centro de trabajo.

El acceso de los internautas uruguayos exhibe estas otras características:

- Dispositivo utilizado.- 9 de cada 10 internautas utilizan el celular para conectarse a la red (93%) y en menor medida se utiliza la notebook (49%) y la desktop (48%).
- Tiempo de uso.- Los internautas se conectan 5 horas diarias en promedio. No hay gran diferencia por sexo ni por nivel socio-económico. En cambio, si la hay entre usuarios de dedicación alta (12 hrs), media (3,5 hrs) y baja (½ hr). El tiempo de uso se concentra en la dedicación alta, éstos son sólo 1/5 de los internautas (23%) pero, responden por el 68% del tiempo total de uso. Los de media son casi un tercio (29%) y suman el 29% del total de horas. Los de baja son casi la mitad (48%) pero, sólo consumen el 3% del tiempo total de uso. Por franjas etarias, los usuarios de 12-39 años se ubican por encima del promedio (12-19 años: algo más de 7 hrs, 20-29 años: casi 7 hrs, 30-39 años: casi 6 hrs).
- Navegador que usan.- Google Chrome sigue siendo el navegador por excelencia: 9 de cada 10 internautas lo usan habitualmente. En 6 años creció en forma continua de 49% (2012) a 88% (2017). A mucha distancia le siguen Mozilla Firefox e Internet Explorer: I.E. decreció de 36% a 18% y Mozilla de 32% a 18%.

“A partir de estas consideraciones señalamos que 9 de cada 10 hogares tiene algún equipo digital, 9 de cada 10 uruguayos accede a internet. Se ha reducido notablemente las diferencias de acceso a la red entre Montevideo y el interior, hombres y mujeres, franjas etarias y, niveles socio-económicos.

Se considera que 7 de cada 10 hogares tiene WiFi, los internautas se conectan desde casa con el celular unas 5 horas al día y, la franja etaria de 12-39 años está por encima de la media. Utilizan Google Chrome como navegador.”

Usos de Internet



Usos de la red.-

“Las personas cuando navegan por Internet se relacionan y se informan”

¿Qué hacen los navegantes en el ciberespacio? En el Uruguay se dan dos grandes comportamientos entre los internautas: de un lado, se relacionan a distancia (chatean, usan redes sociales, usan el correo electrónico, llaman al exterior) y de otro lado, acceden a información en línea (buscan por temas específicos, ven videos, leen noticias, buscan sobre marcas/ productos, escuchan música).

“El chateo por Whatsapp es el uso habitual de los internautas”

A fines del 2017: en cuanto a relacionamiento, los dos usos más mencionados son el chateo (94%) y las redes sociales (80%). En cuanto a información, los dos usos más señalados son la búsqueda por temas de interés (77%) y la lectura de noticias (67%).

Estos son los cuatro usos de internet más habituales de los encuestados. Su evolución en la última década ha sido la siguiente:

- Chateo.- lidera actualmente el uso de internet, es el que más creció todos los años: de 60-63% (2009-10) pasó a 77% (2014), hasta llegar a 91-94% (2016-17).

Whatsapp vs Facebook: cuatro años le tomó a Whatsapp establecerse como la plataforma para chatear: de 41% (2014) pasó a 71% (2015), hasta llegar a 92-95% (2016-17), superando a Facebook que evolucionó de 86% (2012) pasando a 92% (2013), 81% (2015) y quedando en 75%-74% (2016-17).

Whatsapp y en menor medida las redes sociales son las principales “vías de entrada” de los nuevos usuarios.

- Redes sociales.- luego de expandirse durante 8 años de 19% (2008) a 85% (2015), se detuvo en los últimos dos años: 83-80% (2016-17).

Facebook vs otros: Facebook sigue siendo la plataforma de referencia 97-94% (2016-17) pero, con signos de estancamiento. En cambio, crece Instagram 17-41% (2015-17) y disminuye Twitter 22-17% (2016-17).

Instagram se afirma como la segunda red más usada y va decreciendo el uso de Facebook entre los más jóvenes. Los celulares (85-89%) duplican en las preferencias a las computadoras (45-26%) cuando se trata de usar las redes sociales.

- Búsqueda de información sobre temas de interés.- luego de crecer durante 7 años de 62% (2009) a 89% (2015) ha disminuido en los últimos dos años 81-77% (2016-17).
- Lectura de noticias en portales o redes sociales.- luego de crecer durante 8 años de 40% (2008) a 76% (2015) se detuvo en los últimos dos años 70-67% (2016-17).

La situación de otros usos frecuentes de internet es como sigue:

- Correo electrónico.- Es un *tópico de análisis en sí*. En 2016-17 es mencionado por el 64-63%, lo cual sugiere que sigue “teniendo” su público. Pero, para el Grupo RADAR, estaría disminuyendo tanto su uso efectivo (84% -2007, 78% -2015) como la frecuencia de acceso diario (53% -2009, 38% -2015). En cuanto a los programas que usan: sigue creciendo el uso de Gmail (41% -2014, 50% -2015) en detrimento de Hotmail.



Fuente: Informe RADAR (2015)

En cuanto al uso, tenemos la impresión que no está dicha la última palabra:

a) de un lado, si el e-mail no encuentra un diferencial, esto es un servicio de valor agregado con respecto a: enviar mensajes de texto (Whatsapp es más rápido y se puede hablar), enviar archivos (Google Drive maneja archivos de mayor tamaño), manejar listas de destinatarios (Whatsapp también lo tiene y con más información), quedará relegado en las preferencias del público ávido de aplicaciones “más potentes”. En este escenario, quedará confinado a comunicaciones entre instituciones, sobre todo públicas, quienes la seguirán

usando por razones “más formales”: tienen reconocimiento jurídico, se almacenan en directorios, se pueden imprimir.

b) de otro lado, la difusión del Smartphone (que brinda acceso a Gmail) puede generar un nuevo impulso al uso de e-mail. De hecho, en el 2017 el 80% de los internautas lo tiene en su celular, con lo cual el potencial existe. Pero, como sólo el 57% lo utilizó en una semana, está claro que se requiere algo más para traducir esa capacidad instalada en resultados de uso. Quizá se podría hacer más lúdica la aplicación e incorporarle audio para captar a los más jóvenes.

- Llamadas (al exterior) por internet.- Este uso *ha crecido continuamente* en una década: de 4% (2008), a 32% (2015) hasta llegar a 50-57% en los dos últimos años. En el último quinquenio (2013-17) se triplicó las llamadas vía Internet. Es probable que el ritmo creciente se mantenga, debido a Whatsapp.

Whatsapp vs otros: Whatsapp solo necesitó dos años (2015-16) para desplazar a Facebook y Skype como la plataforma para hablar por internet. En el 2017, el 94% de los encuestados ha preferido Whatsapp versus el 24% de Facebook y el 10% de Skype. Es llamativa la caída de Skype desde 95% hace sólo 5 años (2013).

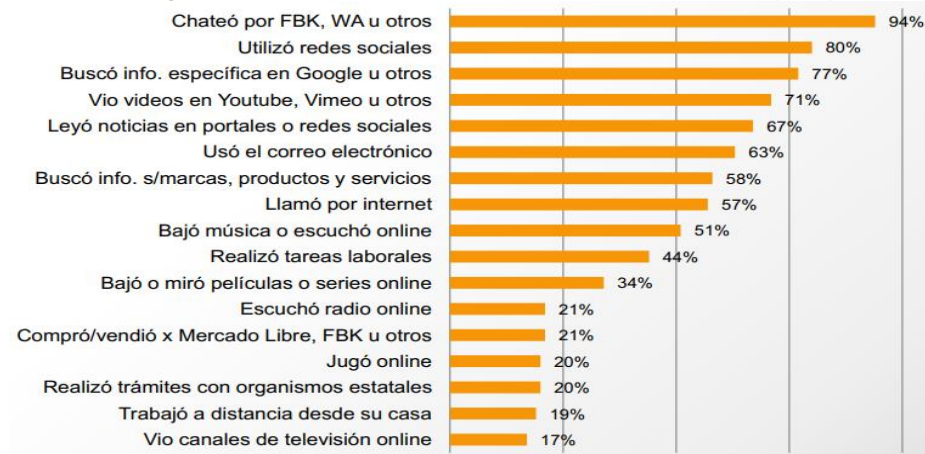
- Información sobre marcas/productos/servicios.- Este uso creció en 8 años de 44% (2008) a 71% (2015) para luego mantenerse con consistencia en 57-58% (2016-17).
- Ver televisión/escuchar radio.- El uso de ver TV creció de 7% (2008) a 17% (2017) en una década. En los últimos tres años se mantuvo en forma consistente en torno al 16%. Por su parte, el uso de escuchar música, creció de 12% (2008) a 24% 2016 en 9 años y se ubicó en 21% el último año (2017).
- Trámites con organismos estatales.- Los registros para este uso van de 9% (2008), a 22% (2015) y a 17-20% (2016-17). No avanzó más en toda una década. Es mencionado por apenas 1/5 de los encuestados. Hay camino por recorrer si se desea pasar a un siguiente nivel.
- E-banking.- El pago de facturas vía internet no es parte de los usos más señalados. De todos modos, para quienes declaran que si lo usan en el 2017, le sirve esencialmente para pagar servicios públicos -UTE-OSE-ANTEL- (85%). Luego, está la tarjeta de crédito (46%), los servicios privados -TV Cable-Salud- (41%) y, los impuestos -DGI-BPS-FONASA- (25%).

Internet en el celular.-

“el celular es por lejos el medio principal para usar internet”

Más de 1,8 millones de personas emplean el celular para chatear y usar las redes sociales. Whatsapp, Facebook, Youtube y el correo electrónico son las aplicaciones más frecuentes en los celulares. El móvil se afirma como el principal impulsor del crecimiento del número de usuarios, del tiempo de uso y de la diversificación de las aplicaciones.

Figura.- ¿qué usos le dio a internet en la última semana? (2017)



Fuente: Informe RADAR (2017)

“A partir de este ejercicio de caracterización –a nivel nacional- expresamos que, las personas acceden a internet esencialmente para relacionarse e informarse. Lo habitual es chatear por Whatsapp usando el celular. Luego, siguen la interacción en redes sociales liderada por Facebook, la búsqueda de información sobre temas de interés y la lectura de noticias en la web.

Ver videos, escuchar música y mirar películas tiene su audiencia. Está creciendo el volumen de llamadas al exterior. La frecuencia de uso futuro del e-mail está por verse. En una década, los trámites en línea con organismos estatales no ha despegado y el e-banking está aún en sus inicios”.

“A partir del trabajo realizado, efectuamos las siguientes inferencias para el ámbito de la red USI, relacionándolas con la situación nacional:

INTERNET

En cuanto al acceso a la red:

- No hay brecha de género a nivel nacional. Tampoco la hay en la red USI, donde entre los usuarios hay más mujeres que hombres.
- La brecha entre niveles socio-económicos se ha reducido drásticamente a nivel nacional. La red USI trabaja esencialmente con estratos bajos contribuyendo así a un acceso más equitativo a internet.

- A nivel nacional, se está reduciendo las asimetrías de acceso por franjas etarias. La red USI trabaja con usuarios de todas las edades, desde niños hasta adultos mayores, contribuyendo así a reducir las diferencias generacionales.
- Un tercio de los internautas a nivel nacional se conecta a internet desde lugares públicos. Los Centros de la Red USI pueden ser asimilados a esa categoría por tratarse de lugares comunitarios de acceso a las TIC.
- La mitad de los internautas a nivel nacional son usuarios de dedicación baja (1/2-1 hora al día). Los usuarios de la Red USI pertenecen a esta categoría porque ese es el período que normalmente permanecen frente a la computadora.

En cuanto a los usos de internet:

- A nivel nacional, las redes sociales y la búsqueda de información de interés son de los usos de internet más citados.
- Esta situación también se observa en Centros de la Red USI. De un lado, usuarios de todas las edades buscan información de su interés (los niños para la escuela, los de edad intermedia para el trabajo, los muy mayores para la salud).
- De otro lado, luego de los cursos de capacitación o en horarios de uso libre, los usuarios realizan actividades de entretenimiento en la red (juegos, chat, redes sociales -Facebook).
- Para muchos usuarios jóvenes, las redes sociales son su medio principal de información y comunicación a distancia.

Marzo 2018

Alipio Nahui Ortiz
Consultor