

Más de 4 millones de limeños son internautas



Por: **Javier Álvarez** / Gerente de Ipsos Observer
Jessica Ibarra / Asistente Senior de Investigación

Ipsos APOYO Opinión y Mercado ha publicado los recientes estudios "Usos y Actitudes hacia Internet 2008" y "Perfil del Internauta 2008", que forman parte del Informe Gerencial de Marketing (IGM). La información se recolectó a través de encuestas personales cara a cara con internautas y el trabajo de campo se realizó del 30 de abril al 14 de mayo de 2008. A continuación, compartiremos en este artículo los principales resultados y hallazgos de la investigación:

Perfil del Internauta Limeño

Sin lugar a dudas, la comunicación es la fuente primaria y la razón de ser de lo que –casi– todos conocemos como Internet. Pero para cumplir con el perfil de un internauta no solo es necesario conocer del Internet, sino usarlo por lo menos una vez al mes. Es así que año tras año Internet ha acaparado más aficionados a este nuevo medio virtual de comunicación e información, obteniéndose para el presente año a más de 4 millones de internautas entre 8 a 70 años de Lima Metropolitana.

El perfil del internauta continúa siendo un cabinero y pertenece al NSE C, tiene 26 años, asiste a una cabina dos veces por semana como mínimo y su consumo promedio por sesión es de 1 hr. 42 min. Las principales actividades realizadas son chatear a través del Messenger, y enviar y recibir e-mails.

Cada vez más internautas emplean Internet para realizar llamadas de larga distancia para comunicarse con sus amigos o familiares (21%). Algunos se comunican con residentes fuera del Perú, como Estados Unidos o España; y otros llaman a Arequipa y Cusco.

Actualmente, un tercio de los internautas ya cuenta con acceso a Internet desde sus hogares y, según lo registrado en años anteriores, la corriente va en aumento. El acceso a Internet no

sólo se restringe al acceso a través de una PC, sino cada vez más al uso del celular para este fin. Se observa, asimismo, un aumento en la tenencia de Pc's y celulares; 51% y 68%, respectivamente. Una variable que podría explicar el incremento de la penetración de Internet.

Las más visitadas

No podemos dejar de hablar de las páginas web más visitadas. Google y Hotmail continúan siendo los líderes, esto va acorde con los motivos por los cuales el internauta se conecta a Internet. Y es que la búsqueda de información para las labores académicas o profesionales, y la comunicación entre pares son los principales motivos por los cuales el internauta limeño utiliza Internet. Algo alejados, pero aún bien posicionados, se encuentran el MSN Messenger (tercer lugar), Youtube (cuarto), y Hi5.com (quinto).

De cabineros a hogareños

Es indudable que las cabinas siguen siendo el principal lugar de conexión que los dos tercios de internautas limeños prefiere, principalmente en los sectores sociales bajos (95%). Sin embargo, se ha observado una tendencia decreciente, convirtiendo a algunos internautas cabineros en internautas hogareños. Siendo los adultos de los NSE A y B los autores de este cambio.

Quizás, una de las variables que impulsan este cambio en la balanza –entre cabineros y hogareños– se deba a la mayor tenencia de computadoras en el hogar. No olvidemos a las *notebooks*, que este año cada internauta de diez cuenta con una.

Blog's : Mi espacio virtual

O también conocido como *Weblogs*, Bitácora o diario virtual. Este espacio virtual se ha convertido en un escape a la imaginación y desfogue de opiniones e intereses particulares, pero que tan sólo la cuarta parte de los internautas limeños lo conocen y visitan (*blogger's*).

A pesar de existir varios blog's que tratan de diversos contenidos, los más visitados por los *blogger's* son los que tocan temas de música, deportes, entretenimiento, computación y política. Ahora bien, cabe resaltar que casi el 60% de los *blogger's* de NSE C son los que más visitan blog's de música, y el 34% de los NSE D y E visita blog's de entretenimiento.

¿Comprar o no comprar a través de Internet?

Sólo el 6% de los internautas limeños se ha animado a realizar una transacción comercial a través de Internet. Entre ellos se



encuentran los que solo han comprado (4%), los que sólo han vendido (1%) y los que han hecho ambas transacciones (1%). Dos de cada tres internautas que han comprado en internet realizaron sus últimas adquisiciones hace menos de seis meses. Sus mayores intereses fueron las prendas de vestir, electrodomésticos, cámaras o reproductor de audio y libros. Las páginas webs usadas para realizar dichas transacciones fueron Mercadolibre.com, Ebay.com, Amazon.com y Deremate.com.

La pregunta que varias empresas desean conocer es el porqué esta proporción crece a pasos pausados y no se logra interiorizar a la Internet como un canal más para realizar transacciones comerciales, específicamente compras. En este estudio tratamos de responder esta inquietud, y los resultados presentaron que el no estar interesado, por ser menor de edad, desconfianza hacia el sistema y el temor al fraude, son motivos suficientes para no realizar compras a través de Internet.

Pero al mismo tiempo manifestaron que si el sistema tuviera respaldo –la garantía de recibir productos de calidad y evitar fraudes–, si fueran mayores de edad –especialmente los de sectores económicos más bajos–, si tuvieran dinero –tener dinero o comprar a precios módicos–, si necesitaran el producto –estar interesado en el producto–, y si tuvieran tarjeta de crédito; no descartarían la posibilidad de adquirir algún producto por este medio.

Publicidad en Internet

Dentro de los formatos publicitarios por Internet evaluaremos en este artículo los correos electrónicos, más conocidos como correos spam; y los banners o animaciones gráficas que aparecen instantáneamente una vez ingresadas a un portal de Internet.

Los correos spam han presentado una tendencia de corto impacto, esto quiere decir, que sólo el 13% de los internautas que poseen correo lo lee y los guarda. Los demás los eliminan, incluso sin haberlos leído antes. Y este último modo es la actitud que más internautas han tomado durante estos últimos años.

Tan sólo un cuarto de los internautas –con correo electrónico– considera que los correos spam son una buena manera de enterarse de nuevos productos y promociones. Además, el 16% de internautas lee la mayoría de correos spam para ver si algo les interesa. Pero son muy pocos, los que reenvían esta clase de información hacia sus amigos.

Si de alguna forma pudiésemos calificar la efectividad de la recordación de publicidad en las páginas web visitadas por el usuario en el último mes, éste llegaría a ser un tercio del total de internautas entrevistados. Claro, Movistar, Lan y El Comercio son las empresas con mayor recordación.

La recomendación de amigos o de la familia, así como la navegación por Internet, son los medios por los cuales la mayoría de los internautas conocen nuevas páginas web.

En suma, Internet es una gran fuente de oportunida-

des que cada vez acapara a más internautas, de manera lenta pero segura. Y de esta forma satisface las necesidades de comunicación y de entretenimiento que el internauta limeño busca y prefiere. Sin embargo, la cultura de desconfianza no permite aprovechar todo lo que este medio podría hacer. ¿Acaso a las empresas les tocará el arduo trabajo de derrotar los prejuicios y miedos que siguen arraigados en las mentes de los limeños acerca del Internet? ●

