

USO Y ACTITUDES HACIA INTERNET 2007

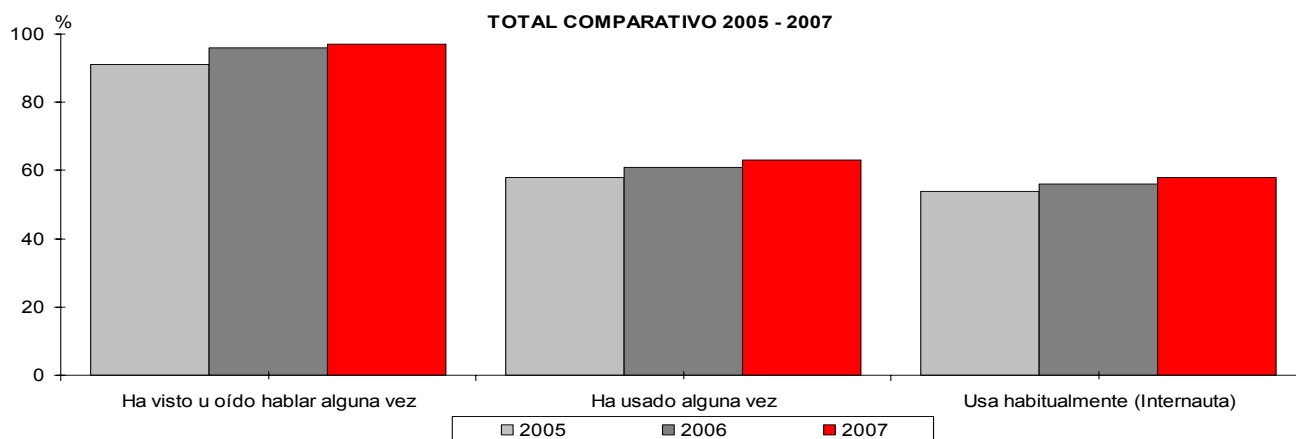
APOYO Opinión y Mercado ha publicado una nueva versión del estudio multicliente Usos y actitudes hacia Internet. A continuación se presentan algunos de los principales resultados y hallazgos de la investigación.

Se observa una tendencia creciente en el indicador de penetración de Internet durante los últimos años; es decir, en la proporción de personas que ingresa a Internet por lo menos una vez al mes. El 58% de la población entre 8 a 70 años de Lima Metropolitana se conecta con esta frecuencia, este resultado es ligeramente mayor al registrado el año anterior y se debe básicamente al incremento entre los niños y adolescentes.

Por otro lado, la proporción de personas que no conocen o no han oído hablar de Internet es cada vez menor y se registra principalmente en los NSE más bajos y entre la población de mayor edad. La mayor parte de internautas (dos tercios) se concentra en los NSE C y D, y tiene entre 12 y 35 años.

Conocimiento y uso de Internet

(Personas de 8 a 70 años de edad de todos los niveles socioeconómicos de Lima Metropolitana)



Las personas se conectan a Internet en promedio 14 veces al mes, lo que constituye un aumento respecto de mediciones anteriores debido principalmente a que la frecuencia de uso se ha incrementado. Aproximadamente, la mitad de los internautas se conecta de tres a más veces por semana. El lugar donde las personas se conectan en mayor medida a Internet son las cabinas públicas; sin embargo, se muestra un incremento entre aquellos que suelen conectarse en sus hogares; principalmente en las personas pertenecientes al NSE B. En promedio, una persona permanece conectada 1 hora y media cada vez que ingresa a Internet.

Metodología

Encuestas realizadas entre el 12 y el 22 de abril de 2007 a una muestra aleatoria conformada por 610 usuarios habituales (por lo menos una vez al mes) de Internet de todos los niveles socioeconómicos de Lima Metropolitana y cuyas edades fluctúan entre los 8 y 70 años.

Responsables

Director del estudio : Javier Álvarez (javier.alvarez@ipsos-apoyo.com.pe)
Elaboración del estudio : Andrea Díaz (andrea.diaz@ipsos-apoyo.com.pe)
Asistente de ventas : Johana Tang (johana.tang@ipsos-apoyo.com.pe)

Marketing Data

Marketing Data es un servicio de información que brinda los principales hallazgos de los estudios multiclientes que realiza Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A. El contenido detallado y los resultados desagregados de las investigaciones se encuentran en los informes que publica Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.

Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.

Av. República de Panamá 6380. Miraflores. Lima. Perú

610-0100 / 241-8141

www.ipsos-apoyo.com.pe

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL
SIN AUTORIZACIÓN ESCRITA DEL DIRECTOR.

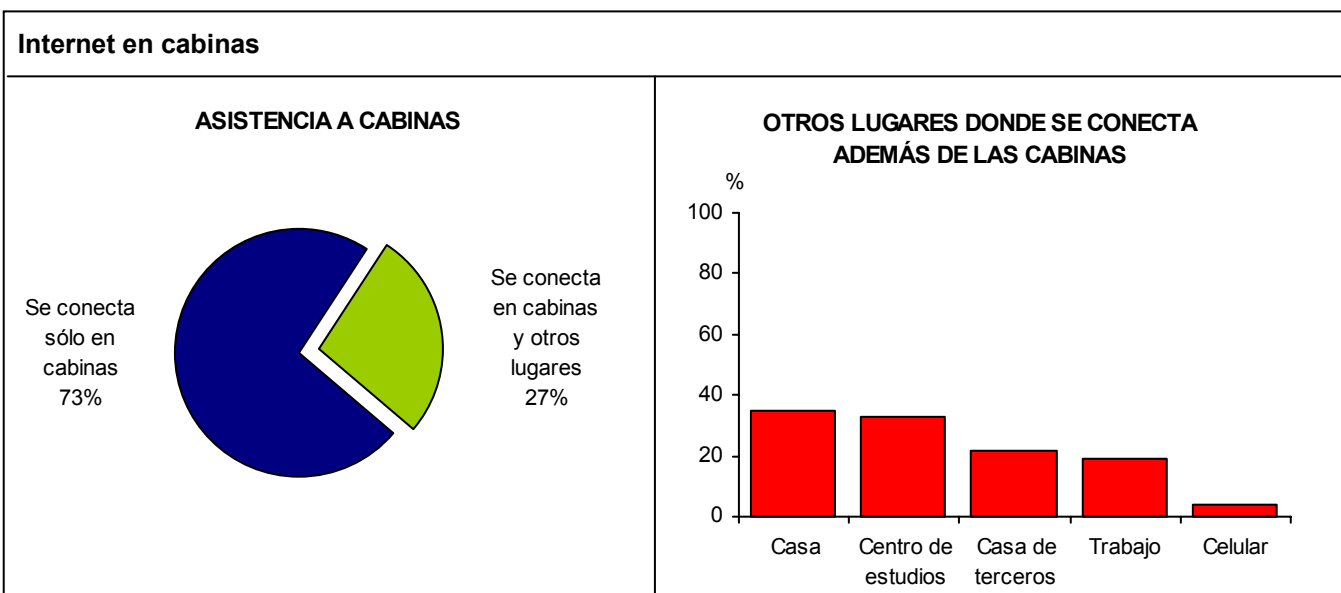


Asimismo, se indagó sobre los miembros del hogar que suelen conectarse y en la gran mayoría, son los hijos; dentro de este segmento, son los hijos de 11 a 24 años quienes se conectan con mayor frecuencia.

Por otro lado, El mayor uso adjudicado a Internet continúa siendo la comunicación, mediante el chat o enviando y recibiendo *e-mails*; la búsqueda de información es un uso importante que se le da a este servicio, así como la descarga de archivos y aplicaciones como “bajar” música, videos o juegos. En las entrevistas en profundidad se pudo observar el uso de Internet para acceder a temas de entretenimiento y ocio como juegos, música; esto se confirma en los resultados obtenidos que muestran estos temas como los más consultados, básicamente entre los niños y jóvenes.

A pesar del ligero incremento en el acceso a Internet en hogares, la mayoría de internautas acude a cabinas públicas; esta proporción muestra una disminución respecto del año anterior. Dentro del segmento de internautas que suele conectarse en cabinas (“cabineros”), predominan las personas de NSE más bajos, así como los más jóvenes (niños y adolescentes). Dentro de los cabineros, aproximadamente el 70% se conecta sólo en cabinas, mientras que el resto accede también en sus hogares, centro de estudios, trabajo.

La penetración de Internet en los hogares mantiene una tendencia creciente durante los últimos años. Cabe indicar que los hogares en los que destaca un importante incremento son los pertenecientes a los NSE B y C. Aunque la penetración de Internet aumenta y la tenencia de computadoras en el hogar también, sólo dos de cada cinco internautas cuentan con una, y se considera este factor como una barrera para contratar este servicio; adicionalmente, existe la percepción de que el servicio sería muy costoso. Por ello, en términos generales, la probabilidad de contratar el servicio es muy baja.



Muchos de los internautas se limitan a usar buscadores para acceder a las páginas web que requieren; sobre este aspecto Google continúa liderando el segmento de buscadores, ya que es el más utilizado, seguido en menor medida por Yahoo. Además de los buscadores, las páginas web más consultadas son las de correos electrónicos y las relacionadas con entretenimiento/ocio. Se profundizó sobre este aspecto y se obtuvo que tres de cada cinco internautas suele ingresar a este tipo de páginas entre las que destacan Youtube, páginas relacionadas con música y artistas, juegos on-line y las páginas conocidas como connecting people, donde destaca la *web* de Hi5, sobre todo entre los más jóvenes.

USO Y ACTITUDES HACIA INTERNET 2007

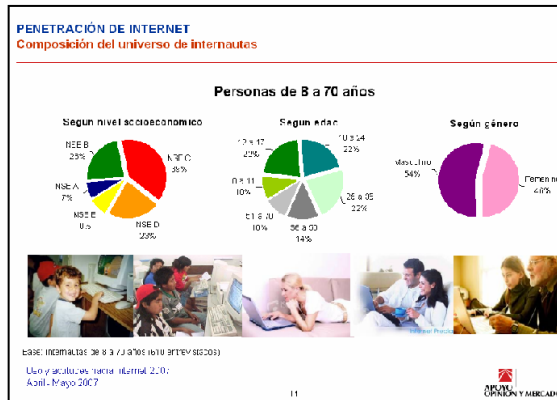
El estudio Usos y actitudes hacia Internet 2007 tiene como objetivo principal conocer a los usuarios habituales de Internet (internautas) de Lima Metropolitana.

CONTENIDO DEL INFORME

- Resumen ejecutivo
- Penetración de Internet en la población de 8 a 70 años
- Universo de estudio
- Hábitos de uso de Internet
- Internet en cabinas
- Internet en hogares
- Uso de buscadores y páginas web
- Comunicación a través de Internet
- Transacciones comerciales a través de Internet
- Tenencia de computadora y teléfono celular
- Metodología

PRESENTACIÓN

El informe se presenta en versión impresa y digital. Además, podrá contar con las tablas de resultados de las preguntas del cuestionario cruzadas por nivel socioeconómico, edad, género y ocupación del internauta. También se podrá consultar vía web toda la información del informe a través de nuestro Marketing Data Plus, banco electrónico de información de nuestros estudios multiclientes que le permitirá acceder a los resultados por medio de un buscador.



PENETRACIÓN DE INTERNET
Internautas: usan Internet por lo menos una vez al mes

INTERNAUTAS	2006	2006	2007
Personas de 8 a 70 años	54%	56%	58%
Nivel socioeconómico			
NSE A	85%	90%	91%
NSE B	80%	81%	81%
NSE C	63%	65%	66%
NSE D	45%	44%	44%
NSE E	33%	32%	31%
Género			
Hombres	58%	63%	61%
Mujeres	50%	49%	52%
Edad			
8 a 17 años	63%	65%	65%
18 a 24 años	70%	70%	70%
25 a 35 años	75%	77%	77%
36 a 40 años	66%	67%	66%
41 a 50 años	39%	38%	38%
51 a 70 años	36%	35%	35%

Base por capítulo: Personas de 8 a 70 años de edad de todos los niveles socioeconómicos (E=2003) (E=2006)

Usos y actitudes hacia Internet 2007
Abril - Mayo 2007

ORDEN DE COMPRA

Señores,
Ipsos APOYO Opinión y Mercado S.A.
Av. República de Panamá 6380 - Miraflores
Telf: 610-0100, 241-8141 Fax: 447-1831, 445-2982

Atención:
Javier Álvarez
Gerente de Proyectos

Deseamos adquirir:

1. Uso y actitudes hacia Internet	\$ 1,400	ó	S/. 4,438	☐
2. Perfil del internauta limeño	\$ 1,000	ó	S/. 3,170	☐
3. Perfil de la cabina pública de Internet	\$ 1,000	ó	S/. 3,170	☐
PRECIO PAQUETES:				
1. Por el informe 1 + (2 ó 3)	\$ 1,900	ó	S/. 6,023	☐
2. Por los 3 informes	\$ 2,600	ó	S/. 8,242	☐

Sírvanse remitir el informe con los resultados del estudio a:

Nombre: _____ Cargo: _____ E-mail: _____

Empresa: _____ Dirección: _____

RUC: _____ Teléfono: _____ Fax: _____

Enviar factura a nombre de: _____ Firma: _____

* Monto referencial calculado de acuerdo con el tipo de cambio 3.17 nuevos soles por dólar, vigente al 13 de Junio del 2007. Después de esa fecha, el precio final en nuevos soles se determinará según el artículo 1237 del Código Civil.

Nota: Fotocopiar este formato para ser enviado por fax. Si tuviese interés en adquirir este estudio o algún otro de nuestros estudios le agradeceríamos comunicarse con Johana Tang Lévano (Asistente de Ventas) a los teléfonos 610-0100 ó 610-0121 o vía mail a johana.tang@ipsos-apoyo.com.pe