



Market Report

Compañía Peruana de Estudios de Mercados
y Opinión Pública S.A.C.

Miembro Asociado de APEIM

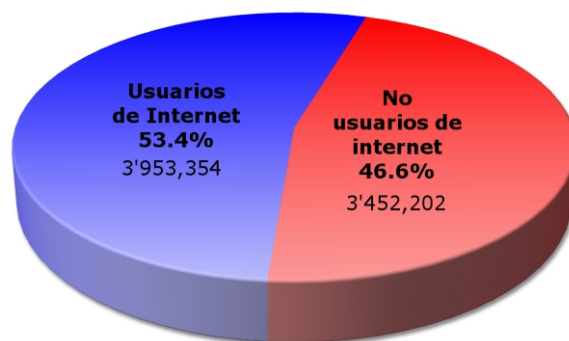
INTERNAUTAS LIMEÑOS

Presentación

La Internet, comparada con otras innovaciones tecnológicas de comunicación, ha tenido una impresionante rapidez de propagación, fomentada principalmente por el avance de la ciencia. La Internet brinda a la población oportunidades para alcanzar mejores niveles de vida, lo que permite un mayor desarrollo, y tiene la capacidad de igualar oportunidades entre personas, empresas y países reduciendo brechas de tiempo y distancia, lo que posibilita su uso potencial en beneficio de las personas.

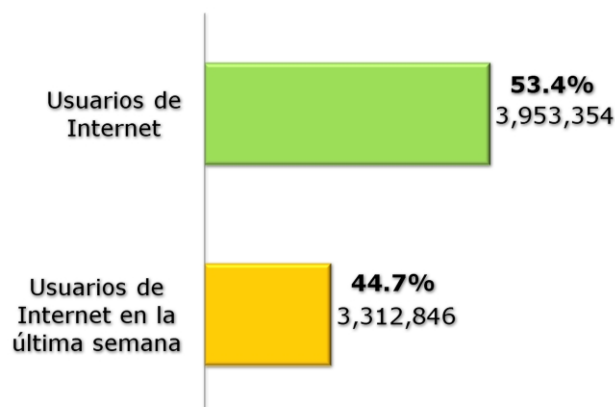
En este contexto, CPI realizó una Encuesta sobre el uso de Internet, dirigido a una muestra de 1,943 personas de 11 años a más de Lima Metropolitana, incluyendo preguntas que han permitido la construcción de principales indicadores, como el uso de Internet, lugar de uso – que incluye todos lugares donde la población puede hacer uso de este medio: como el hogar, las cabinas públicas, el trabajo, centros educativos u otro lugar. Además, se incluyeron preguntas referidas a las "actividades" que realiza la población en Internet. Los resultados de esta encuesta se plasman en el presente informe.

INTERNAUTAS LIMEÑOS DE 11 AÑOS A MÁS



Las personas de 11 años a más de Lima Metropolitana son alrededor de 7 millones 400 mil. De ellas más de la mitad son usuarios de Internet.

INTERNAUTAS LIMEÑOS QUE ACCEDIERON A INTERNET EN LA ÚLTIMA SEMANA

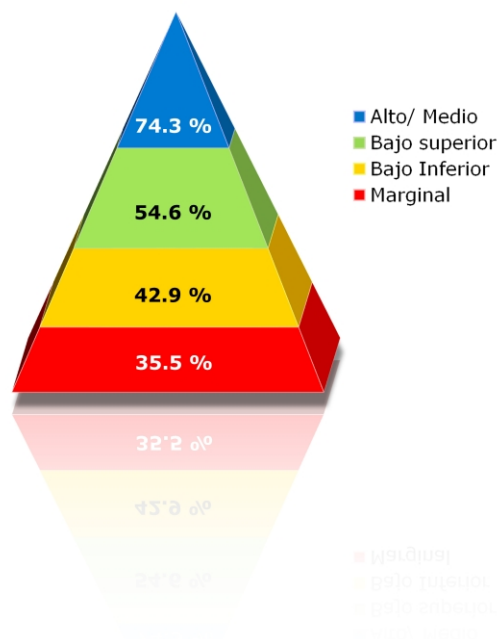


El 84% de los usuarios de Internet accedieron a este medio en la última semana.

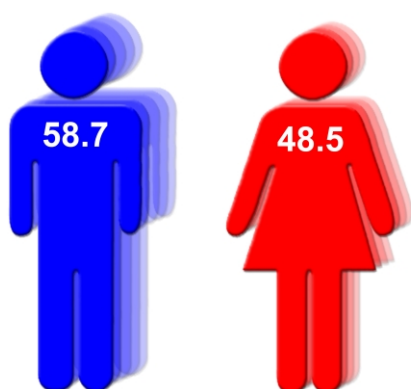
PERFIL DE LOS INTERNAUTAS LIMEÑOS

Al ser la Internet una tecnología de comunicación relativamente “nueva”, las cifras indican que son los estratos socioeconómicos de mayor poder adquisitivo los que más contacto tienen con este medio de comunicación. Esta es una situación normal en el período inicial de penetración, considerando que estos segmentos son los primeros que acceden a la innovación y se benefician de ella, pues están más cercanos a la generación y difusión del cambio tecnológico que sus recursos les permiten.

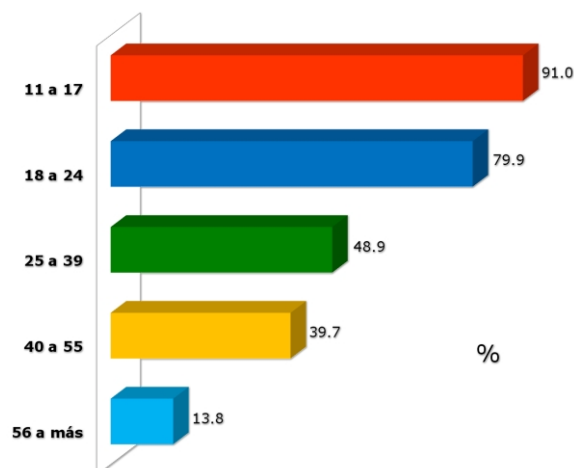
Según NSE



Según Género



Según Segmentos de Edad

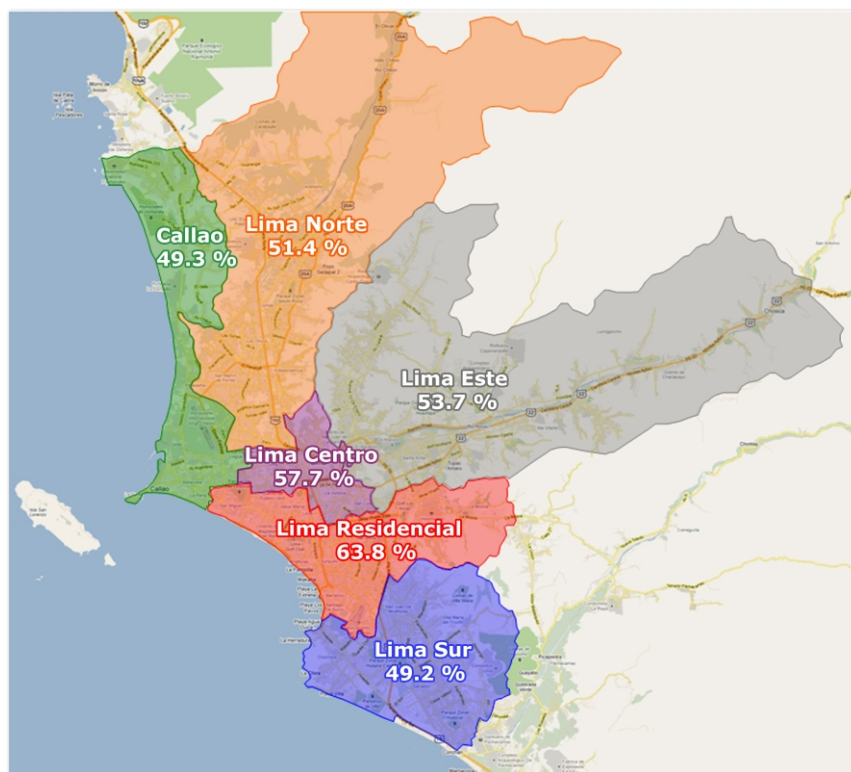


Los principales usuarios de la Internet son los jóvenes de 11 a 24 años; los llamados “nativos digitales” que se caracterizan por haber nacido dentro de la época que apareció el Internet y que han

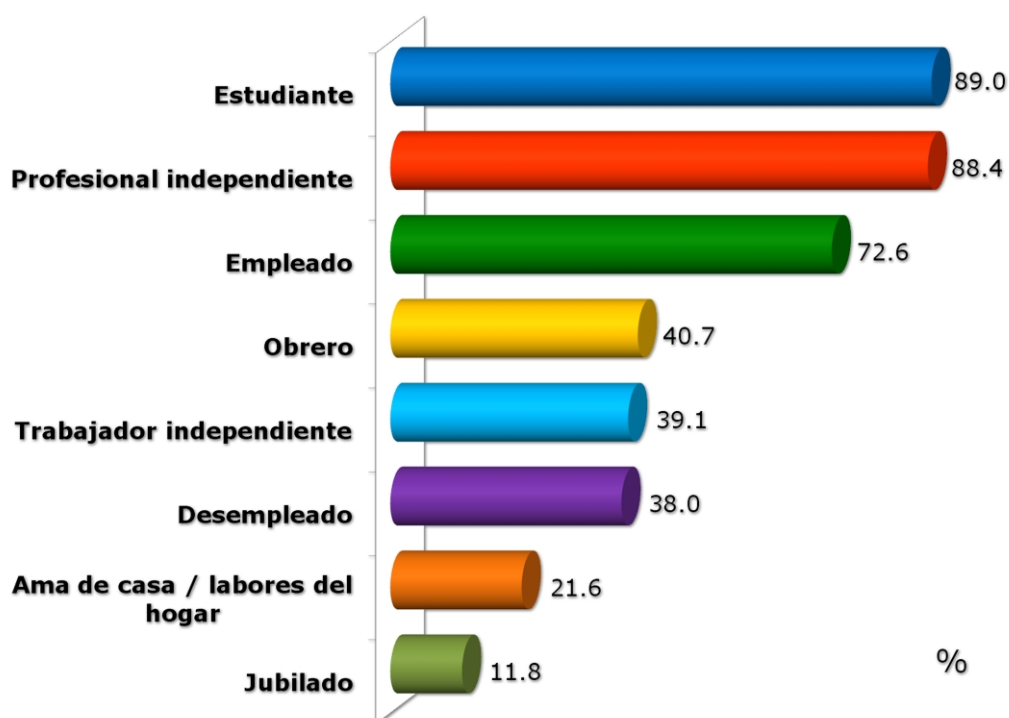
convivido siempre con la tecnología y se sienten naturalmente cómodos con su uso.¹

¹Artículo: “¿Qué hacer para que los internautas acepten la publicidad online?” de Salvador Carrillo y Luis Velezmoro – Revista ANDA noviembre 2011.

Según zonas de Lima



Según ocupación



USO DE INTERNET

- Sobre el total de usuarios de Internet -

Lugar de uso	%
En el hogar	48.3
Cabina pública	42.5
En la oficina	11.3
A través de su celular	2.6
Centro de estudios	1.4
A través de su laptop	0.3
* El internauta accesa a Internet a través de varios lugares	
Actividades realizadas	%
Comunicarse: email, chat, red social	74.6
Entretenimiento: jugar, películas, música	40.1
Obtener información: noticias	30.8
Realizar consultas de trabajo	20.2
Educación y capacitación online	17.1
Operaciones financieras	3.9
Comprar / Vender	2.6
Trabajos escolares	1.8
Realizar consulta de viajes / turismo	0.7
Tienen una cuenta de correo	88.4
Pertenecen a Redes sociales	71.9
Tienen un teléfono móvil con acceso a Internet	27.7

USO DE INTERNET SEGÚN SEGMENTOS DE EDAD

- Sobre el total de usuarios de Internet -

	11 a 17 %	18 a 24 %	25 a 55 %	56 a más %
Lugar de uso				
En el hogar	35.4	51.2	52.3	71.1
Cabina pública	63.3	43.2	32.9	10.0
En la oficina	0.3	7.6	19.2	19.3
A través de su celular	0.2	3.6	3.4	2.4
Centro de estudios	2.2	1.9	0.5	3.3
A través de su laptop	0.0	0.3	0.6	0.0
Actividades realizadas				
Comunicarse: email, chat, red social	74.2	82.9	57.8	60.7
Entretenimiento: jugar, películas, música	56.7	49.0	21.7	14.8
Obtener información: noticias	19.5	26.5	32.1	43.8
Realizar consultas de trabajo	4.7	17.2	24.9	31.3
Educación y capacitación online	22.1	14.8	13.3	7.5
Operaciones banca electrónica y otros financieros	0.0	3.9	4.9	7.6
Comprar / Vender	0.0	1.8	3.6	3.6
Trabajos escolares	6.1	0.0	0.3	0.0
Realizar consulta de viajes / turismo	0.0	0.0	1.2	2.5
Tienen una cuenta de correo	83.2	96.8	86.9	83.9
Pertenecen a Redes sociales	76.2	85.5	64.6	37.8
Tienen un teléfono móvil con acceso a Internet	12.0	29.1	35.1	37.1