



*Informe Mundial Uso de Internet/
eCommerce*
TNS/GALLUP ARGENTINA

- Realización: TNS en los distintos países/Gallup en la Argentina
- Fecha de Campo: a lo largo del segundo trimestre del 2001.
- Instrumento: encuestas personales o telefónicas según los países. En Argentina la metodología aplicada fue de entrevistas personales y domiciliarias a una muestra representativa de la población mayor de 14 años, cubriendo todo el territorio nacional. El tamaño muestral fue de 1200 casos en 26 localidades. Margen de error $\pm 3,8\%$ para un 95% de confianza. Dentro de los 36 países, fueron entrevistadas un total de 42.742 personas.
- Total de países estudiados 36 : Argentina, Bélgica, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Inglaterra , Hungría, Irlanda, Israel, Italia, Latvia, Lithuania, Holanda, Noruega, Polonia, Portugal, España, Turquía , Ucrania, Australia, China, Hong Kong, India, Indonesia, Japón, Malasia, Filipinas, Singapur, Corea del Sur, Taiwan, Tailandia, E.E.U.U. y Canada

→ LAS SIGUIENTES DEFINICIONES SE APLICAN A ESTE INFORME :

→ **Usuario de Internet** : toda persona que usó Internet en el último mes desde el hogar o fuera del hogar.

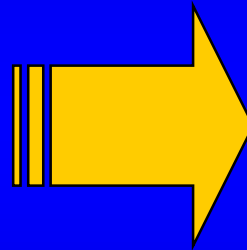
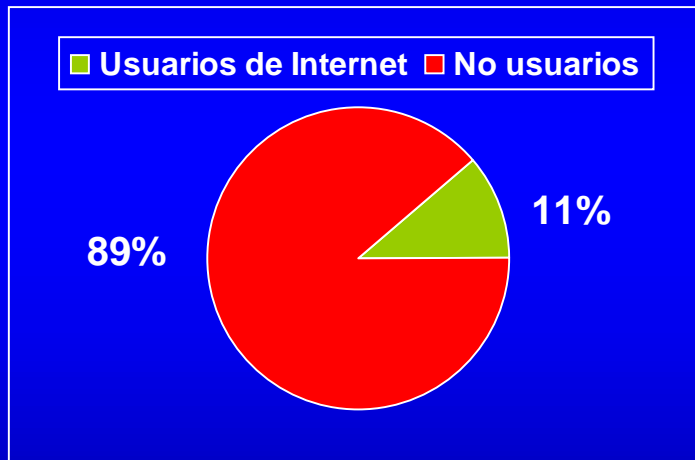
→ **Compradores Online**: usuarios de Internet que compraron u ordenaron bienes o servicios en Internet en el último mes.

El uso de Internet en Argentina

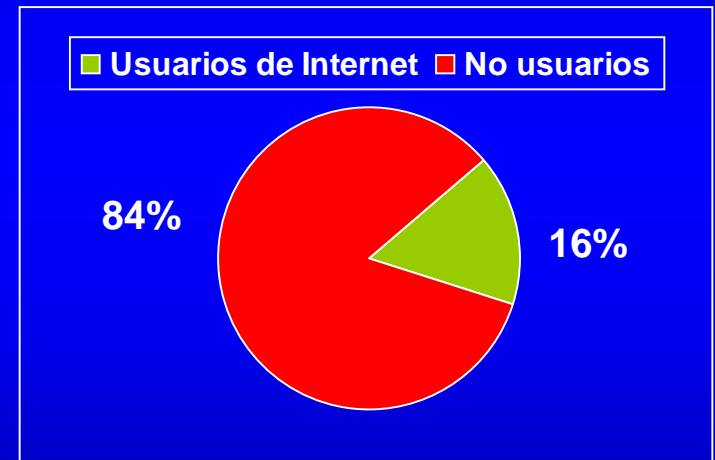
TNS/Gallup Argentina

Los usuarios de Internet aumentaron del 11% en el 2000 al 16% en el 2001

2000



2001



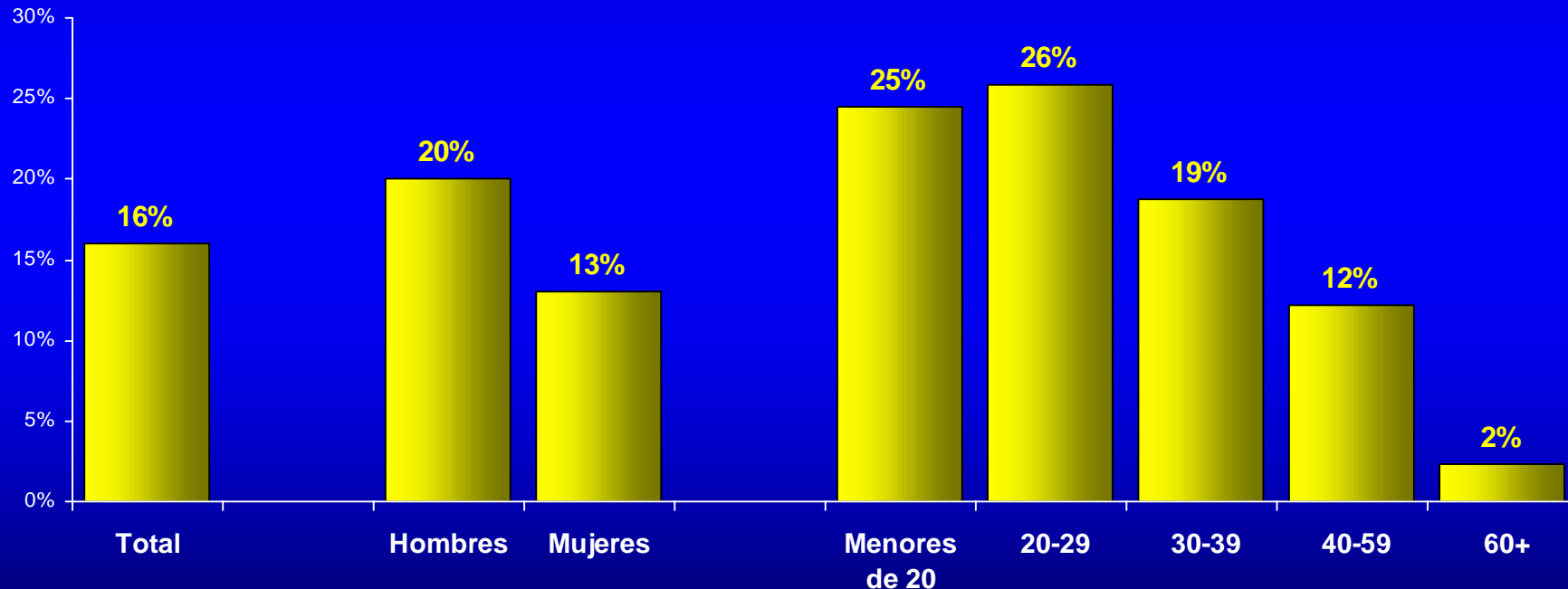
Porcentaje de población adulta argentina que usó personalmente Internet durante el último mes

FUENTE: TNS/ Gallup Argentina

¿Cómo lo usan los distintos segmentos en Argentina?

TNS/Gallup Argentina

El uso de Internet crece a menor edad y entre los hombres



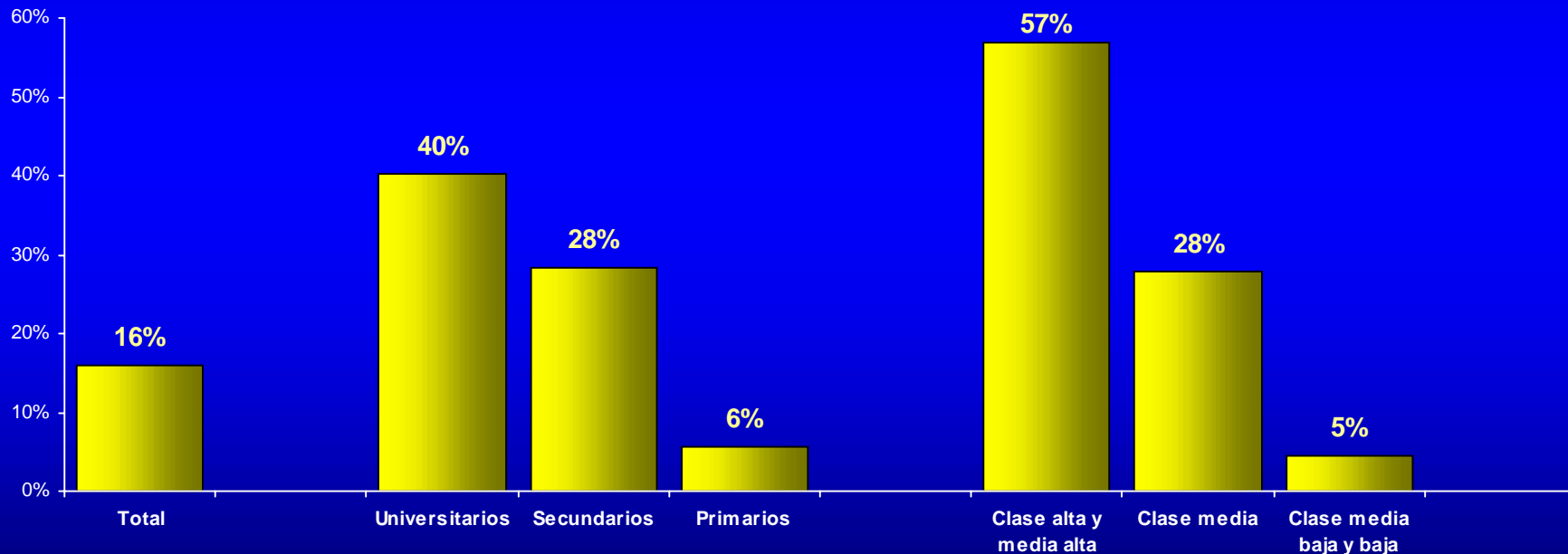
Porcentaje de población adulta argentina que usó personalmente Internet durante el último mes en distintos segmentos sociodemográficos

FUENTE: TNS/ Gallup Argentina

¿Cómo lo usan los distintos segmentos en Argentina?

TNS Gallup Argentina

...y está muy asociado con el nivel de educación y el poder adquisitivo de la población

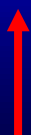
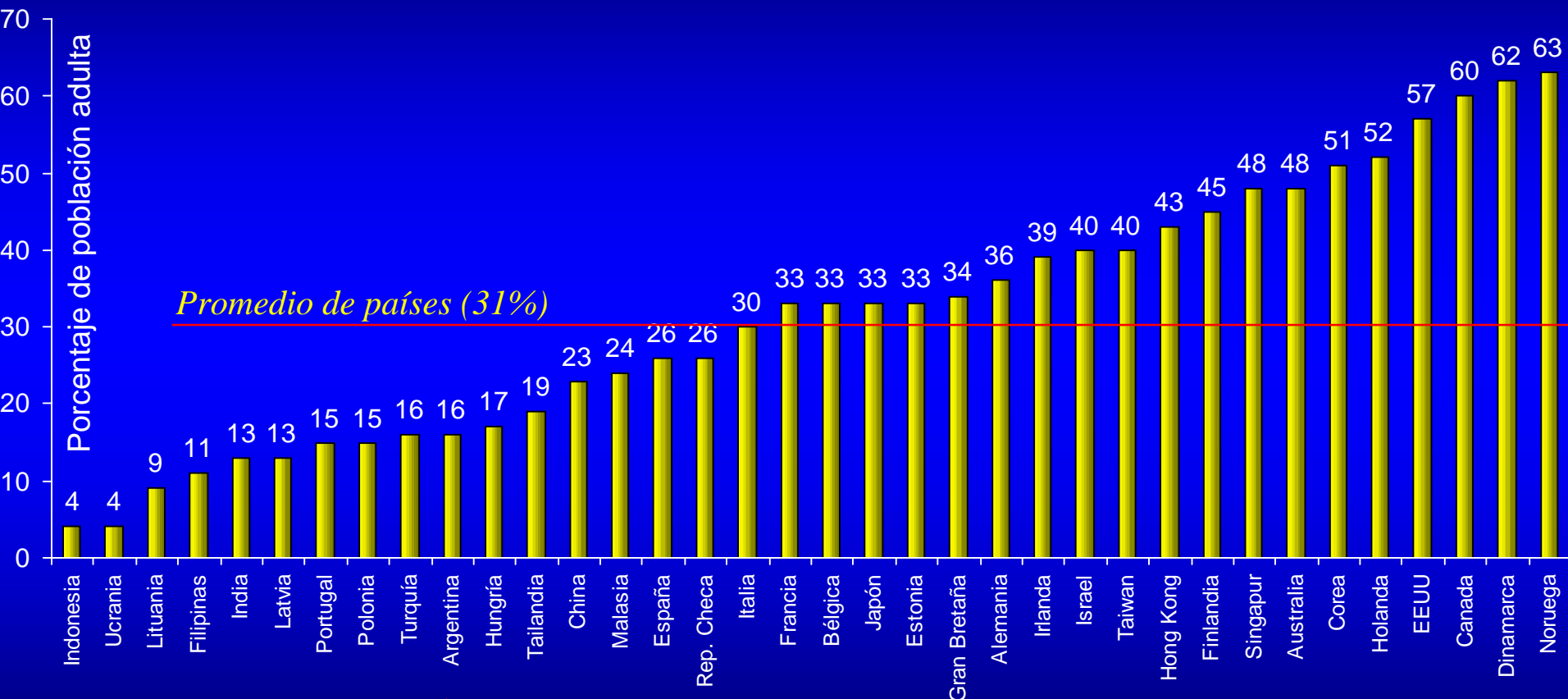


Porcentaje de población adulta argentina que usó personalmente Internet durante el último mes en distintos segmentos sociodemográficos

FUENTE: TNS/ Gallup Argentina

Usuarios de Internet alrededor del mundo 2001

TNS Gallup Argentina



FUENTE: TNS/ Gallup Argentina

Porcentaje de población adulta que usó personalmente Internet durante el último mes

Tres grupos de países conformados por nivel de penetración de Internet

TNS Gallup Argentina

Baja penetración

(menos de 20% de usuarios)

- Indonesia
- Ucrania
- Lituania
- Filipinas
- India
- Latvia
- Portugal
- Polonia
- Turquía
- Argentina
- Hungría
- Tailandia

Penetración media

(20% a 40% de usuarios)

- China
- Malasia
- España
- República Checa
- Italia
- Francia
- Bélgica
- Japón
- Estonia
- Gran Bretaña
- Alemania
- Irlanda
- Taiwan
- Israel

Alta penetración

(más de 40% de usuarios)

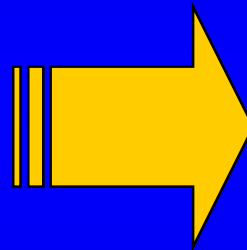
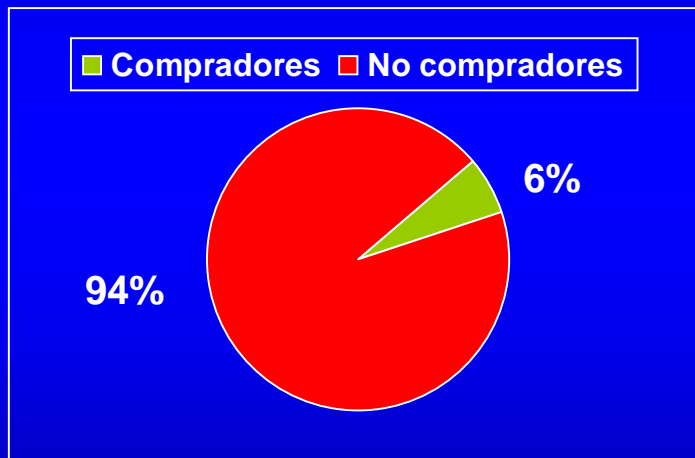
- Hong Kong
- Finlandia
- Singapur
- Australia
- Corea
- Holanda
- EEUU
- Canadá
- Dinamarca
- Noruega

Las compras *online* en Argentina

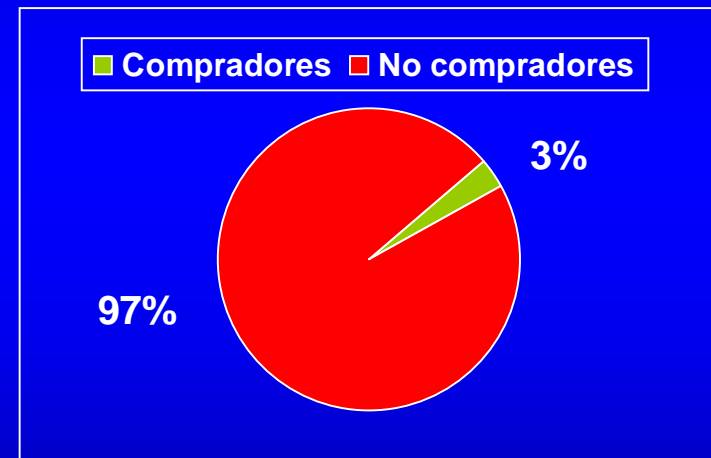
TNS/Gallup Argentina

Los compradores online (personas que compraron en el último mes) se han reducido a la mitad, bajaron del 6% en el 2000 al 3% en el 2001

2000



2001



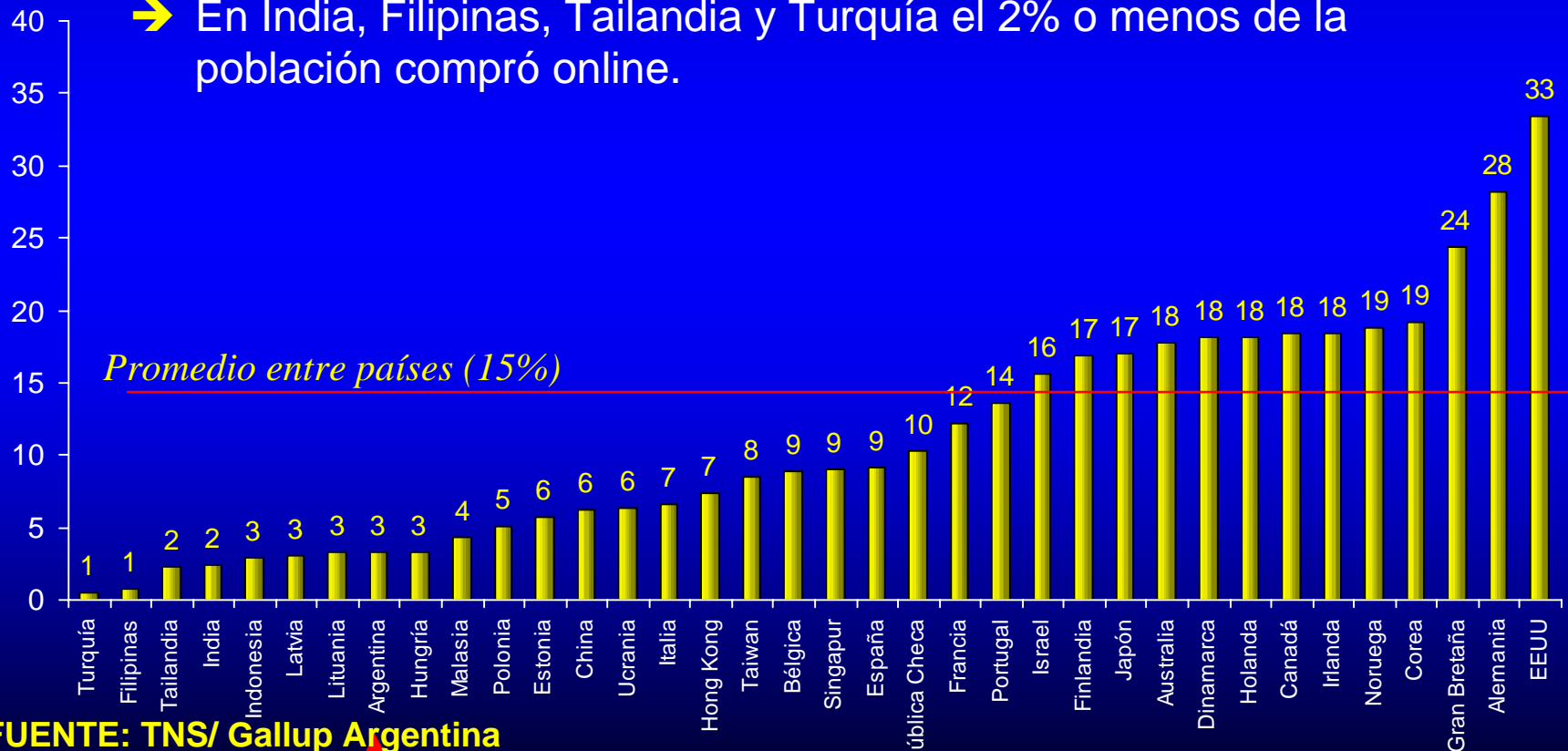
Porcentaje de población adulta argentina que compró mediante Internet durante el último mes sobre el total de usuarios de Internet

FUENTE: TNS/ Gallup Argentina

Compradores online en el mundo 2001 TNS/Gallup Argentina

➔ E.E.U.U. mantiene su posición de liderazgo en la compra online con un 33%, comparando con el 15% de promedio global.

➔ En India, Filipinas, Tailandia y Turquía el 2% o menos de la población compró online.



FUENTE: TNS/ Gallup Argentina

Percentage de usuarios de Internet que compraron bienes o servicios online en el último mes sobre el total de usuarios

Productos comprados online en el mundo

TNS Gallup Argentina

- ➔ Los libros y los CDs siguen siendo los productos más populares para comprar online.
- ➔ Se registra un abanico mayor de categorías de productos que el año pasado.

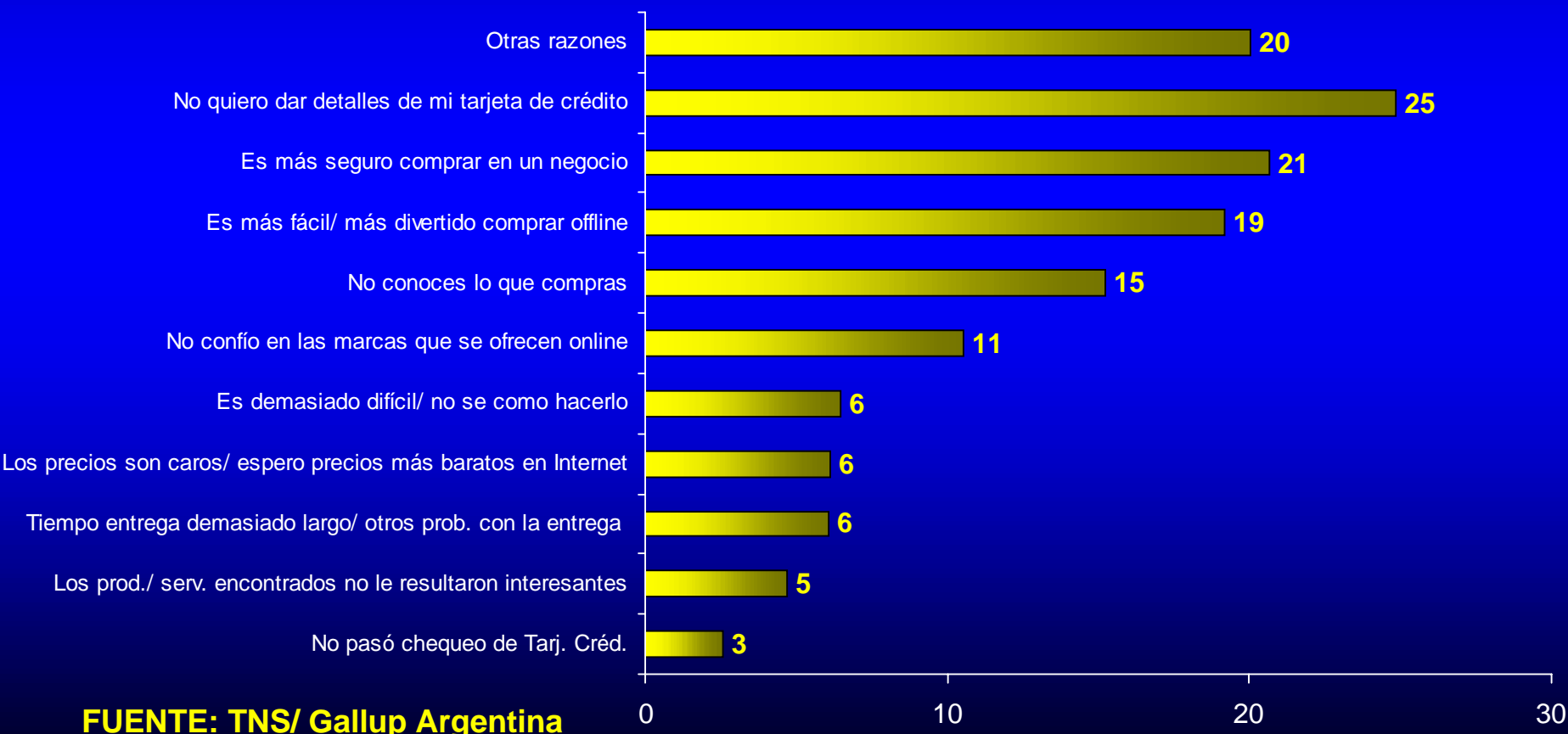


FUENTE: TNS/ Gallup Argentina

Razones por las que todavía no se compra online en el mundo

TNS Gallup Argentina

→ Las mayores razones para no comprar online están relacionadas con la seguridad



FUENTE: TNS/ Gallup Argentina

Porcentaje de aquellos que no compraron y no planean comprar online

USUARIOS ARGENTINOS

- En la Argentina los usuarios de Internet han crecido en forma importante en el período 2000-2001: del 11% al 16% , esto significa un incremento del 45% . Cabe destacar que este crecimiento se da fundamentalmente entre quienes acceden a Internet fuera del hogar.
- En nuestro país hay 27 millones de personas mayores de 14 años. Proyectando los guarismos del estudio se observa que son 4 millones los que usaron internet en el último mes.

COMPRAS ONLINE EN LA ARGENTINA

- En cambio en lo que hace a la compra online nuestro país muestra una reducción de compradores en el último año: bajan del 6% en el 2000 al 3% en el 2001. Esto supone una pérdida del 50% entre ambas fechas.

USO DE INTERNET EN EL MUNDO

- Los países escandinavos continúan liderando el uso de Internet. Noruega, con el 63% de la población adulta habiendo usado Internet en las últimas 4 semanas y Dinamarca con 62% dejaron a un lado al líder del año pasado, E.E.U.U.
- A pesar de los aumentos en el uso de Internet, la penetración varía considerablemente en los distintos países. Los menores de 30 años siguen siendo los que más adoptaron este medio.

COMPRAS ONLINE

- E.E.U.U. Sigue siendo la nación con mayor proporción de usuarios de Internet que compran online - el 33%, contra un 15% de promedio global. Alemania y Gran Bretaña también sufrieron un crecimiento considerable en el último año.

TIPO DE PRODUCTOS COMPRADOS ONLINE

- Los libros y los CDs continúan siendo los elementos más populares para comprar online alrededor del mundo. Sin embargo, es menor el porcentaje que ha comprado ambos artículos en comparación con el estudio del 2000, a la vez que se ha ampliado el abanico de otras categorías de productos
- La indumentaria ocupa el tercer lugar en las compras online.
- Mientras que los libros y los CDs son elementos relativamente baratos (riesgo menor para el comprador), homogéneos (un CD es igual lo compres donde lo compres) y la entrega de estos productos es simple y segura, la ropa no tiene estas características. Esto implica que los usuarios de Internet se están empezando a sentir más cómodos con la idea de comprar por internet.

RAZONES DE NO COMPRA

- Las razones más mencionadas para justificar la no compra online están relacionadas con la seguridad. El 25% de los no compradores manifestaron no querer brindar detalles de su tarjeta de crédito y un 21% señaló que es más segura la compra offline

PUNTOS MAS IMPORTANTES DEL ESTUDIO

TNS Gallup Argentina

EN EL MUNDO

- Los países escandinavos tienen las cifras más altas de usuarios de Internet en el mundo.
- Estados Unidos posee en cambio, el guarismo más alto de compradores online.
- Los libros , los CDs y la ropa en tercer lugar, son las categorías más compradas por Internet.

EN ARGENTINA

- En el último año ha crecido la cantidad de usuarios de Internet pero han disminuído los compradores online. El crecimiento de usuarios se da fundamentalmente entre quienes acceden a Internet fuera del hogar