

4° trimestre 2019

INEI: Perú cierra 2019 con 20mm de usuarios de internet (62% de la población) y 27mm de usuarios móviles (84%)

Internet móvil es por lejos el principal lugar de acceso a internet (87%)

- Según el Informe Técnico de Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en los Hogares de INEI, Perú cerró el cuarto trimestre 2019 (4T19) con una penetración estimada de 62% en usuarios de internet (20mm de usuarios), y de 84% en usuarios móviles (27mm de usuarios)
- Crecimiento anual de +10% en usuarios de internet (2018: 57%, 18mm de usuarios) y de +5% en usuarios móviles (2018: 81%, 26mm de usuarios)
- Consolidación del internet móvil por lejos como el principal lugar de acceso a internet (87%) y al *smartphone* como principal dispositivo de acceso (84%)

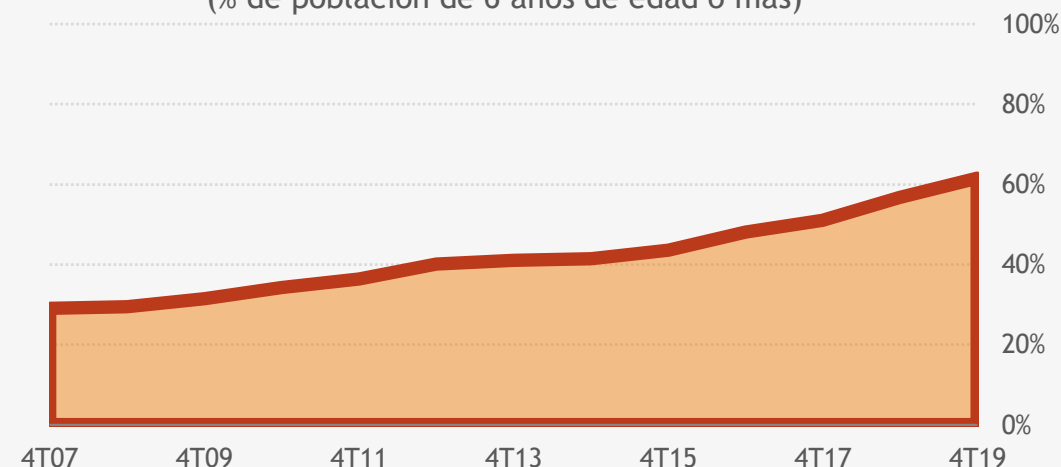
5mm de personas en el ámbito rural aún no usan internet

- Subsistencia de una fuerte brecha urbano-rural en usuarios de internet, bastante menor en usuarios de servicios móviles; 5mm de personas en el ámbito rural aún no usan internet, y 2mm de personas aún no usan el servicio móvil
- Brecha urbano-rural en tenencia del servicio de internet (móvil o fijo) es aún más drástica (Lima Metropolitana 60%, Rural 6%)

Uso predominante de internet en actividades “tradicionales” (86-93%)

- 86%-93% de usuarios de internet lo usan para actividades digitales “tradicionales” (comunicación, información, entretenimiento), mientras que sólo 9%-14% lo usan para actividades digitales “emergentes” (banca, comercio, educación, trámites)
- TV paga: diferencia entre reporte INEI (3,1mm de conexiones en hogares) y OSIPTEL (2,0mm) permite estimar la existencia de 1,1mm conexiones no formales (“piratas”)

PERÚ. Usuarios de internet
(% de población de 6 años de edad o más)



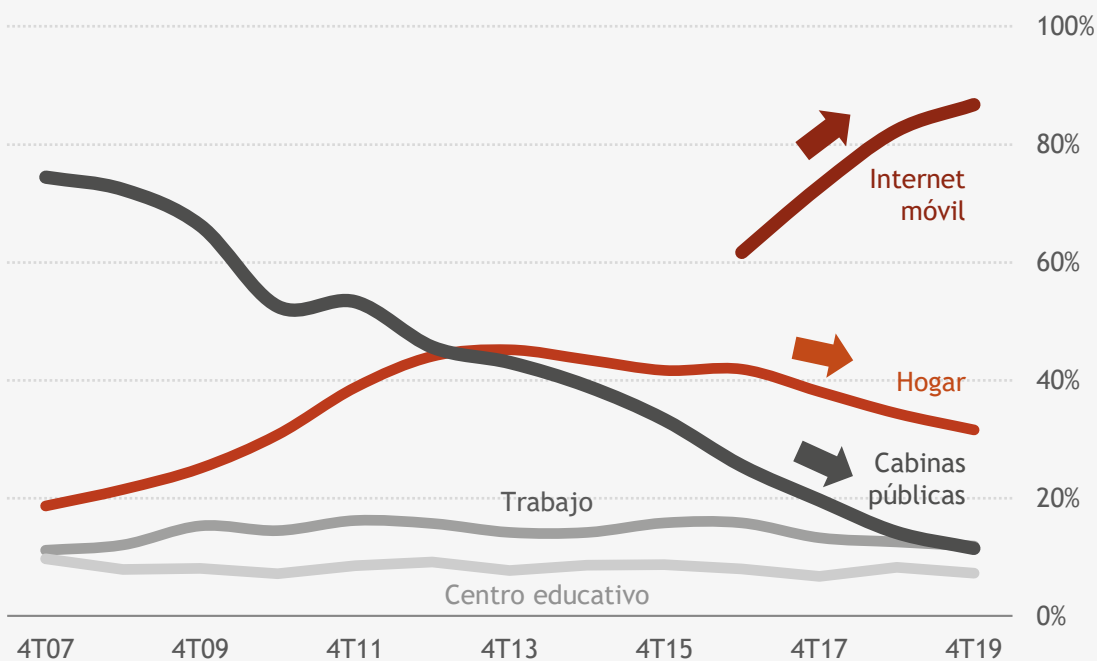
PERÚ. Usuarios móviles
(% de población de 6 años de edad o más)



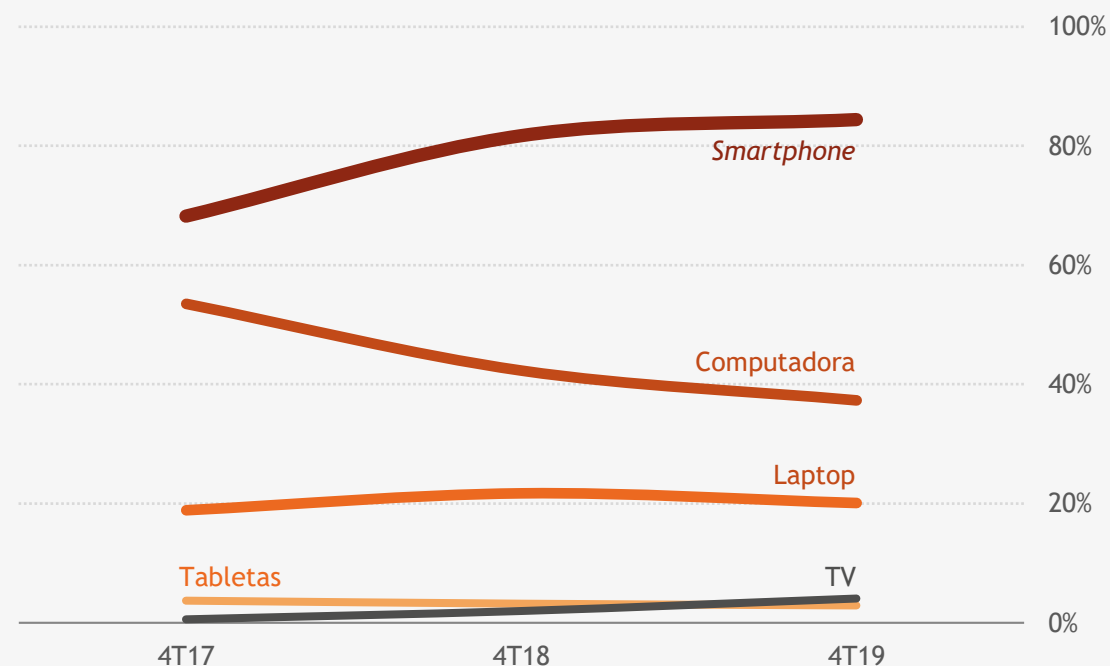
LUGAR Y DISPOSITIVO DE ACCESO A INTERNET (% de usuarios de internet)

- Consolidación del internet móvil por lejos como el principal lugar de acceso a internet (87%) y al *smartphone* como principal dispositivo de acceso (84%)
- **LUGAR DE ACCESO.** Fuerte crecimiento en el acceso móvil (87%), mucho mayor a la conexión en el hogar (32%), y marcada contracción en el uso de cabinas públicas (12%)
- **DISPOSITIVO DE ACCESO.** El *smartphone* es por lejos el principal dispositivo de acceso a internet (84%), bastante por encima de computadoras (37%) o laptop (20%), mientras que el TV Smart surge como un nuevo medio de acceso (4%)

LUGAR DE ACCESO



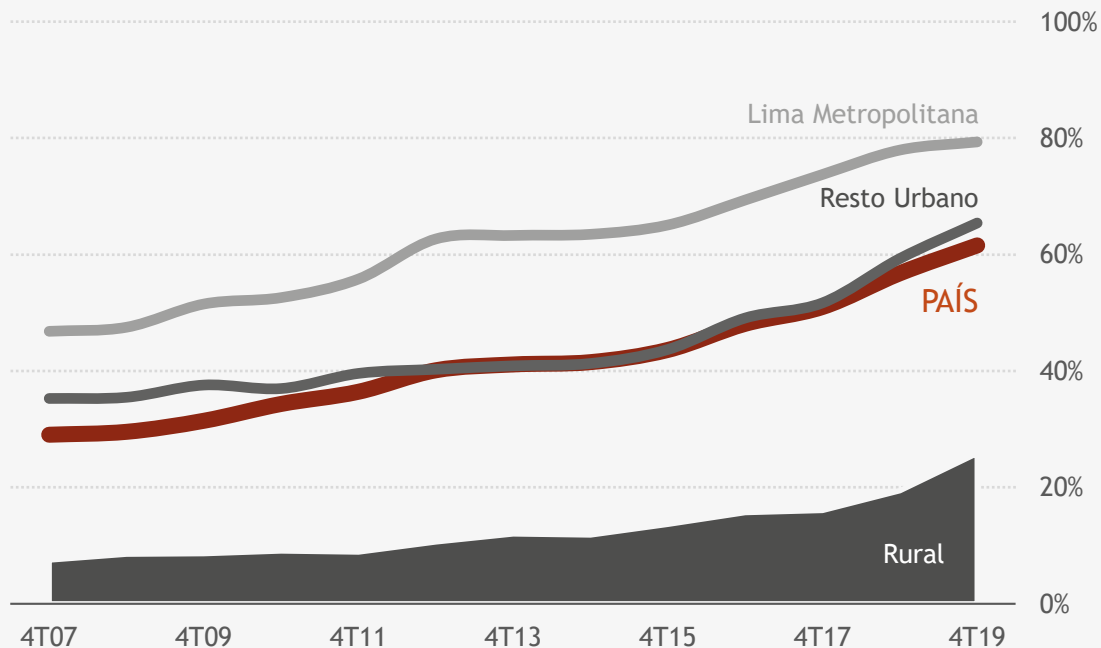
DISPOSITIVO DE ACCESO



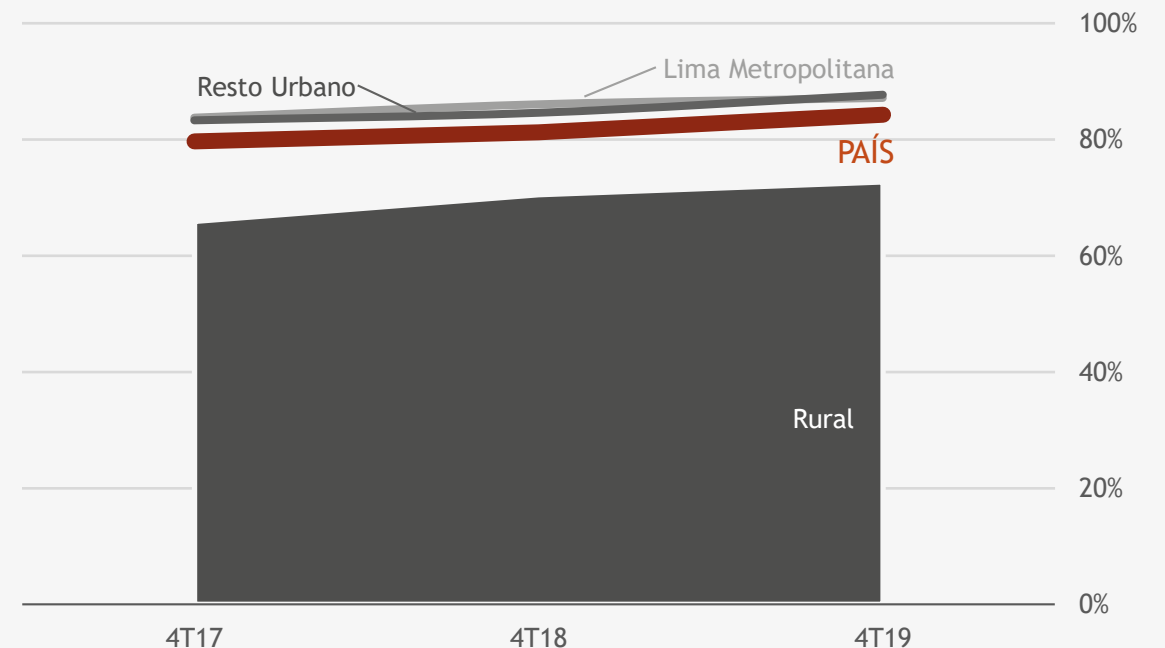
USUARIOS DE INTERNET Y SERVICIOS MÓVILES, SEGÚN ÁMBITO GEOGRÁFICO (% de población de 6 años de edad o más)

- Fuerte brecha urbano-rural en usuarios de internet, y bastante más moderada en usuarios de servicios móviles
- **USUARIOS DE INTERNET.** Subsistencia de una fuerte disparidad urbano-rural, sobre todo entre Lima Metropolitana (79%) y el ámbito rural (26%); 5mm de personas en el ámbito rural aún no usan internet
- **USUARIOS MÓVILES.** Moderada disparidad urbano-rural entre Lima Metropolitana (87%) o Resto Urbano (88%) respecto a Rural (73%); sin embargo, 2mm de personas en el ámbito rural aún no usan el servicio móvil

USUARIOS DE INTERNET



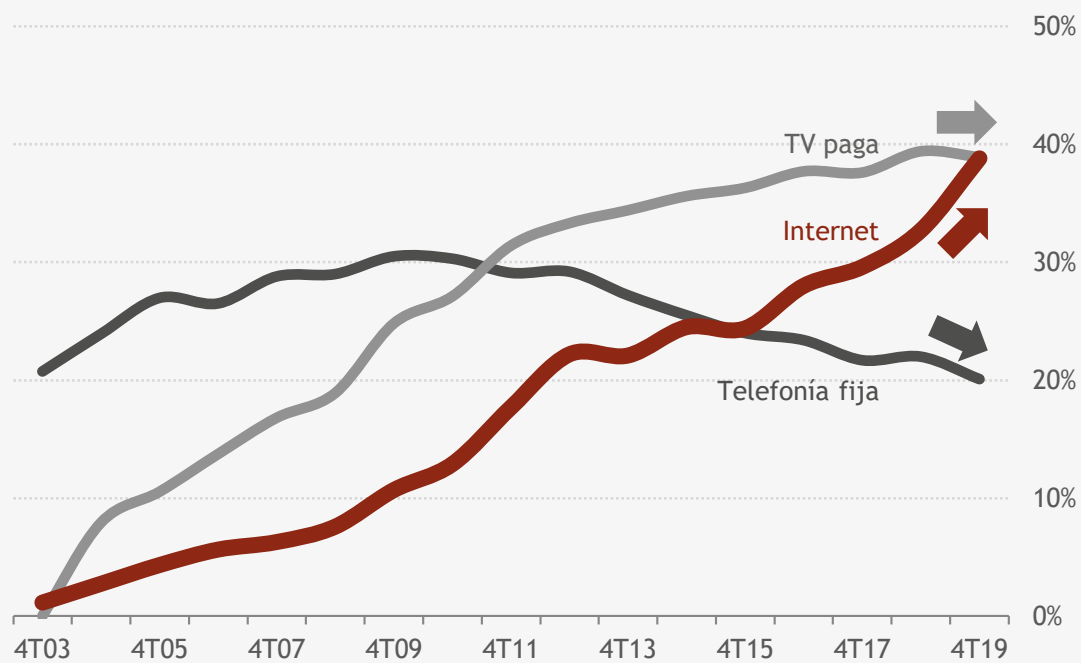
USUARIOS MÓVILES



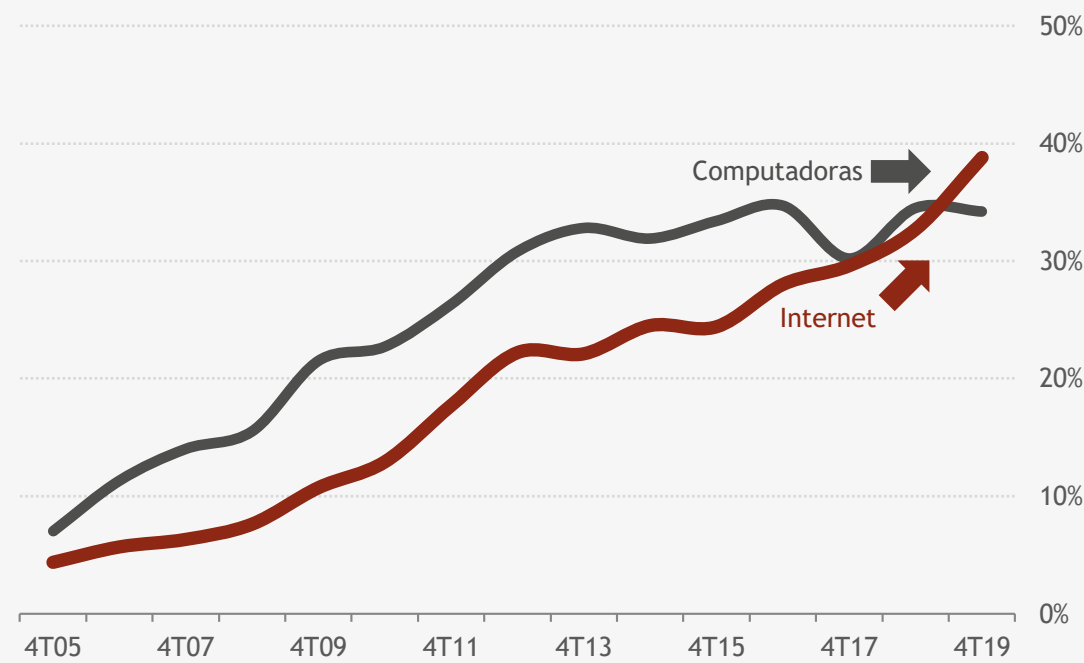
TENENCIA DE SERVICIOS EN EL HOGAR, SEGÚN ÁMBITO GEOGRÁFICO (% de hogares)

- Fuerte ritmo de crecimiento en tenencia de internet (móvil o fijo) contrasta con estancamiento en TV paga y computadoras, y con declive en telefonía fija
- **SERVICIOS BÁSICOS.** Gracias a un fuerte crecimiento interanual (de 33% a 39%), la tenencia de internet alcanza a la tenencia de TV paga (39%), mientras que telefonía fija (20%) confirma el declive sostenido de los últimos años
- **COMPUTADORAS E INTERNET.** Tenencia de internet (39%) supera por primera vez a la tenencia de computadoras (34%)

SERVICIOS BÁSICOS

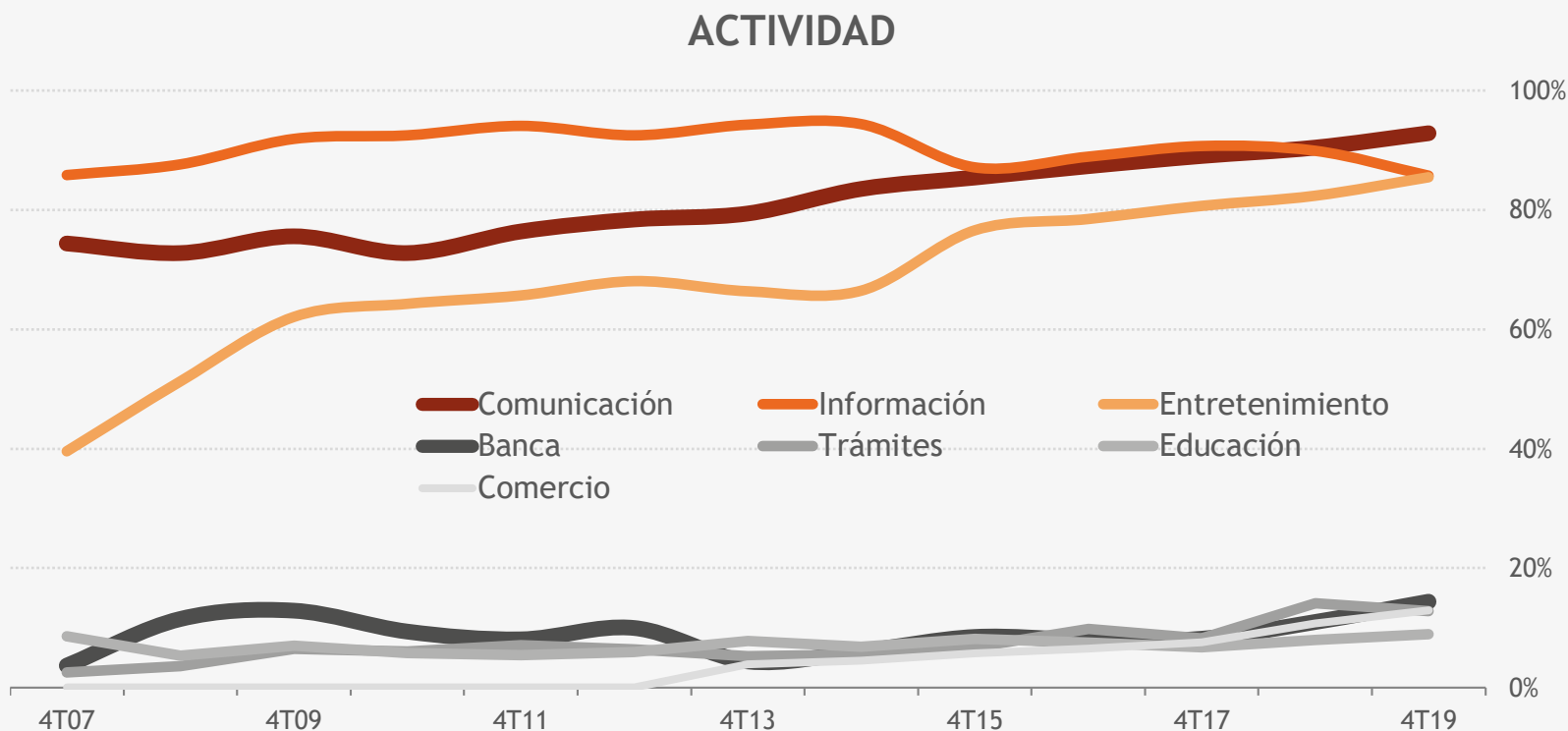


COMPUTADORAS E INTERNET



USO DE INTERNET, SEGÚN ACTIVIDAD (% de usuarios de internet)

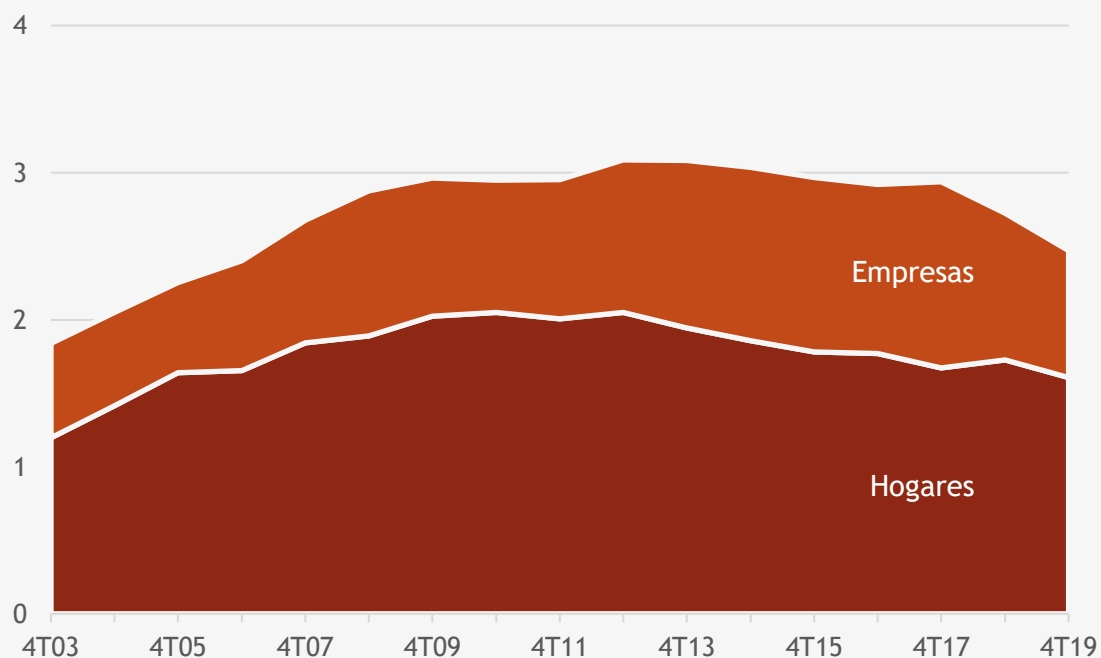
- Uso predominante en actividades digitales “tradicionales”: comunicación (93%), información (86%), entretenimiento (86%)
- Uso aún bastante limitado en actividades digitales “emergentes”: banca (14%), comercio (13%), trámites (13%), educación (9%)



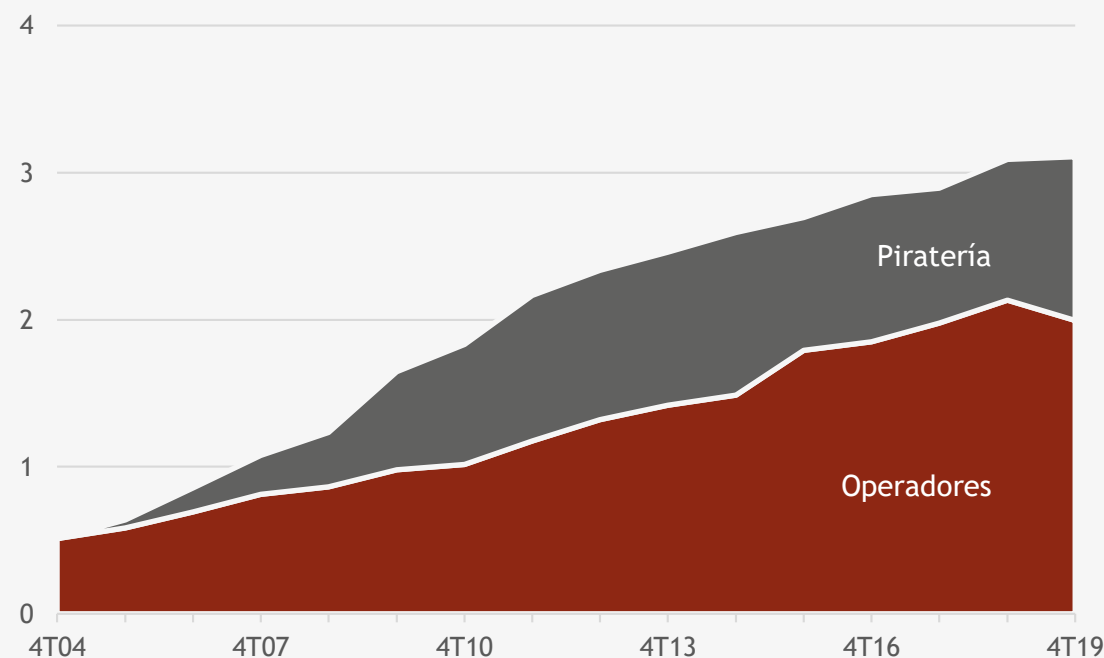
TENENCIA DE SERVICIOS EN EL HOGAR (mm de suscriptores)

- INEI recoge información de hogares y OSIPTEL de operadores; por tanto, una comparación entre ambas fuentes ofrece información más completa del mercado
- **TELEFONÍA FIJA.** El total de 2,5mm de líneas fijas (OSIPTEL) se descompone en 1,6mm de líneas fijas en hogares (INEI) y 0,9mm en empresas
- **TV PAGA.** El total de 3,1mm de suscriptores de TV paga (INEI) se descompone en 2,0mm en suscriptores formales reportados por los operadores (OSIPTEL) y 1,1mm de suscriptores no formales (piratería)

TELEFONÍA FIJA



TV PAGA



- Monitor de Mercado forma parte del Sistema de Información Digital (SID) de DN Consultores, que integra información relacionada con el desarrollo digital procedente de diversas fuentes oficiales de acceso público. DN Consultores no asume responsabilidad en caso alguna pieza de información contenida en este documento no sea veraz. Autorizamos su reproducción total o parcial, siempre que la autoría sea reconocida.
- Monitor de Mercado está disponible por suscripción, mediante contacto a comunicaciones@dnconsultores.com, y en nuestras redes sociales

