



El Consumidor

DIGITAL 2019

Reporte para los Aliados

Realizado por:

td tendencias digitales

ALIADOS DEL ESTUDIO



FICHA TÉCNICA

Universo en Estudio	Usuarios de Internet de Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Panamá, Perú, Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay y Venezuela.
Selección de la muestra	La muestra se seleccionó a través de invitaciones vía correo electrónico y publicidad en sitios web de alto tráfico.
Tamaño de la muestra	8.407 entrevistas.
Fecha de Campo	Julio - Agosto 2019.
Control de calidad y procesamiento	Eliminación de encuestas incompletas, eliminación de casos atípicos con base en Análisis de Distancias, ponderación de resultados.
Análisis de los datos	Estadísticos Descriptivos, Análisis de Correspondencias Múltiples, Cluster Analysis y Factor Analysis.

CONTENIDO

01

Panorama de internet en Latinoamérica

02

Hábitos y usos

03

Medios sociales y videos

04

Ecommerce





Panorama de internet en Latinoamérica

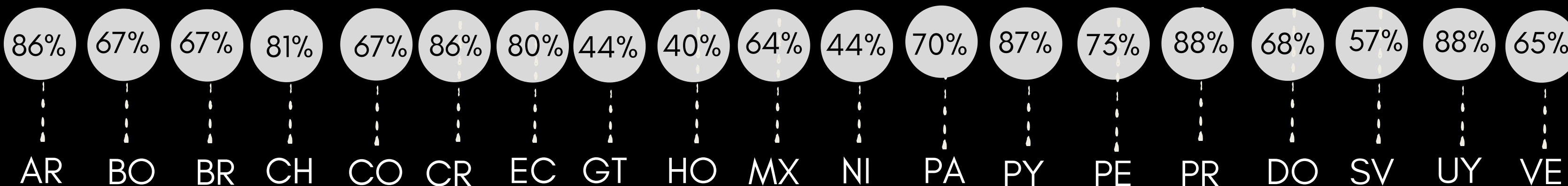
01

EL CONTEXTO DIGITAL LATINOAMERICANO

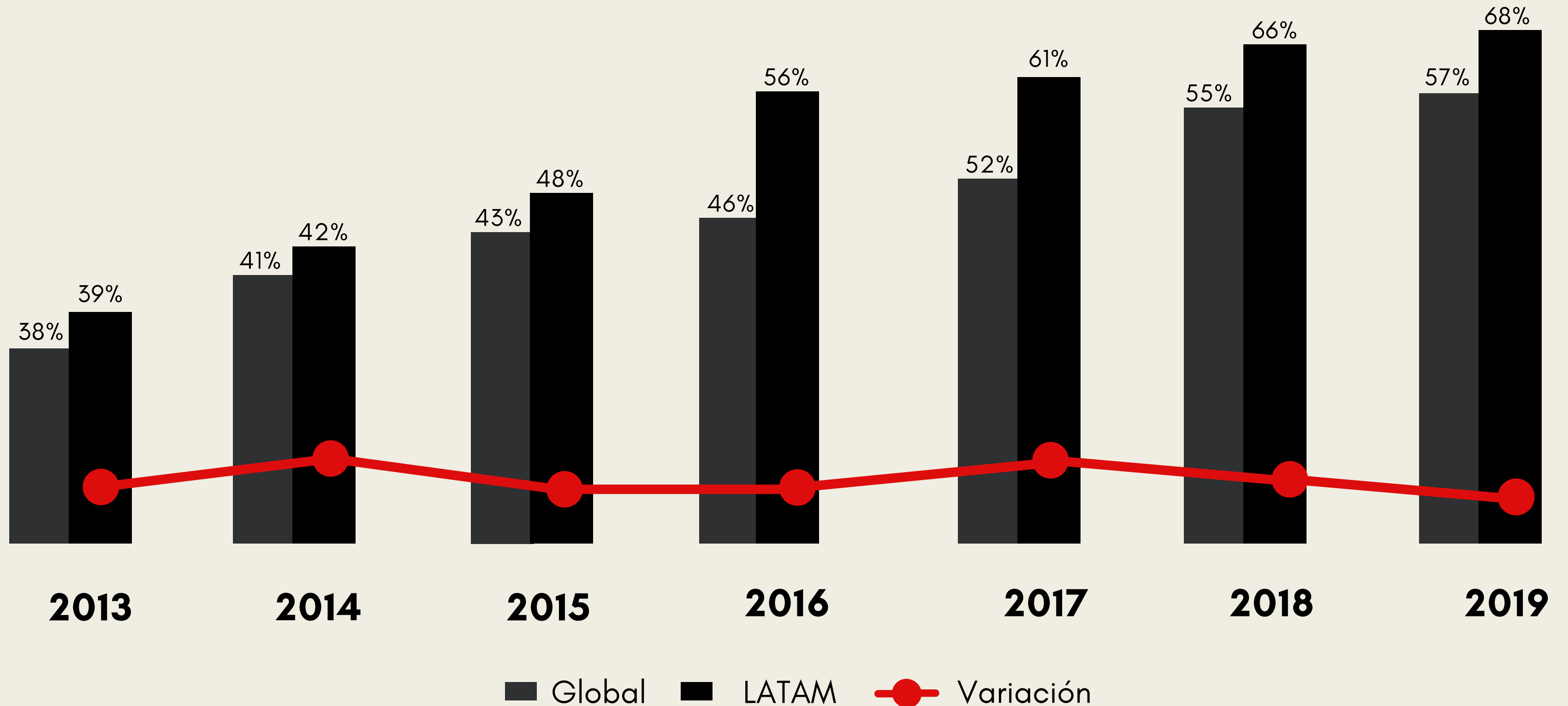
69%

Internet en latinoamérica sigue creciendo, el promedio regional aumentó 4 puntos porcentuales pasando de 65% a 69%.

Con esto, más de la mitad de los consumidores latinoamericanos están conectados, por lo que hablamos de 424 millones de usuarios que representan un mercado lleno de oportunidades y nichos de negocio que hacen vida en el mundo digital.

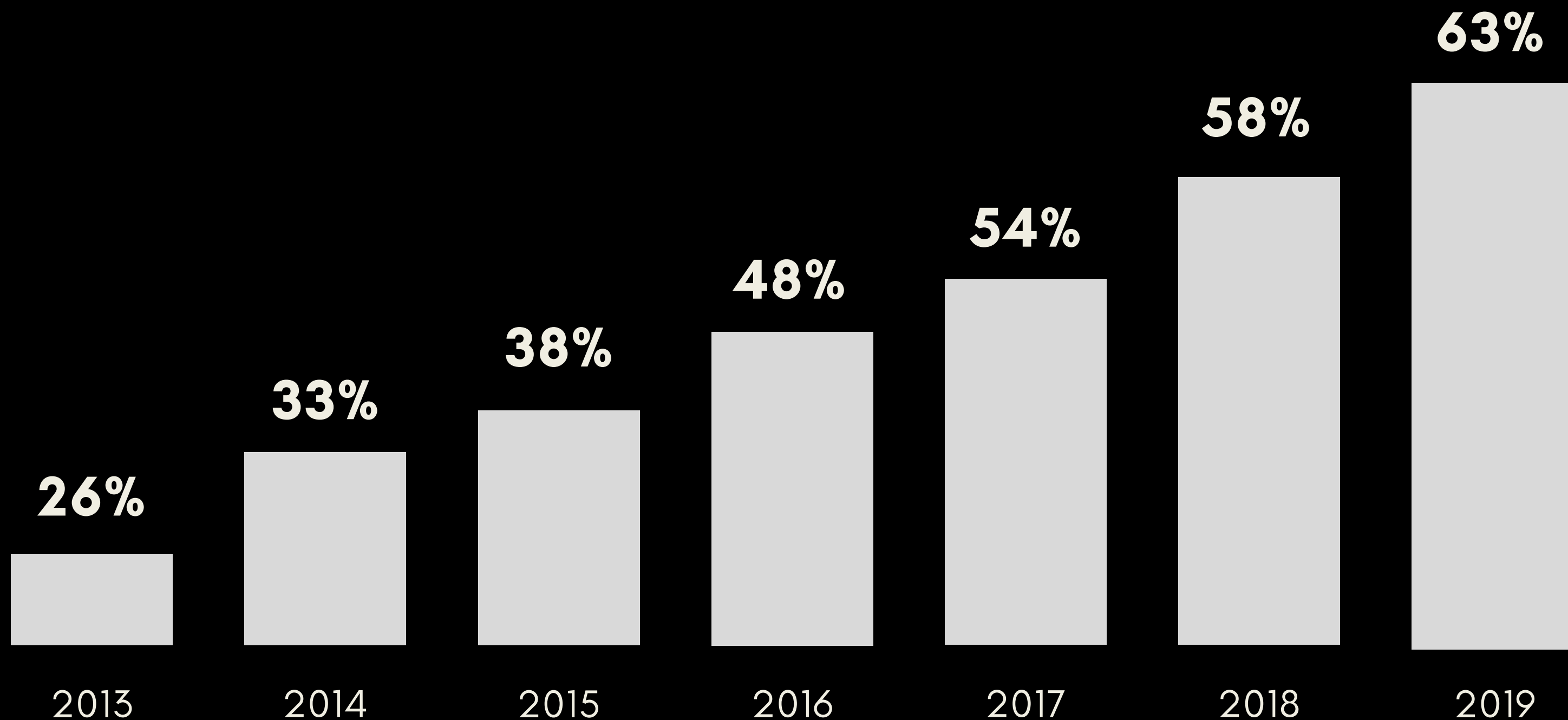


EVOLUCIÓN DE LA PENETRACIÓN DE INTERNET EN LATINOAMÉRICA



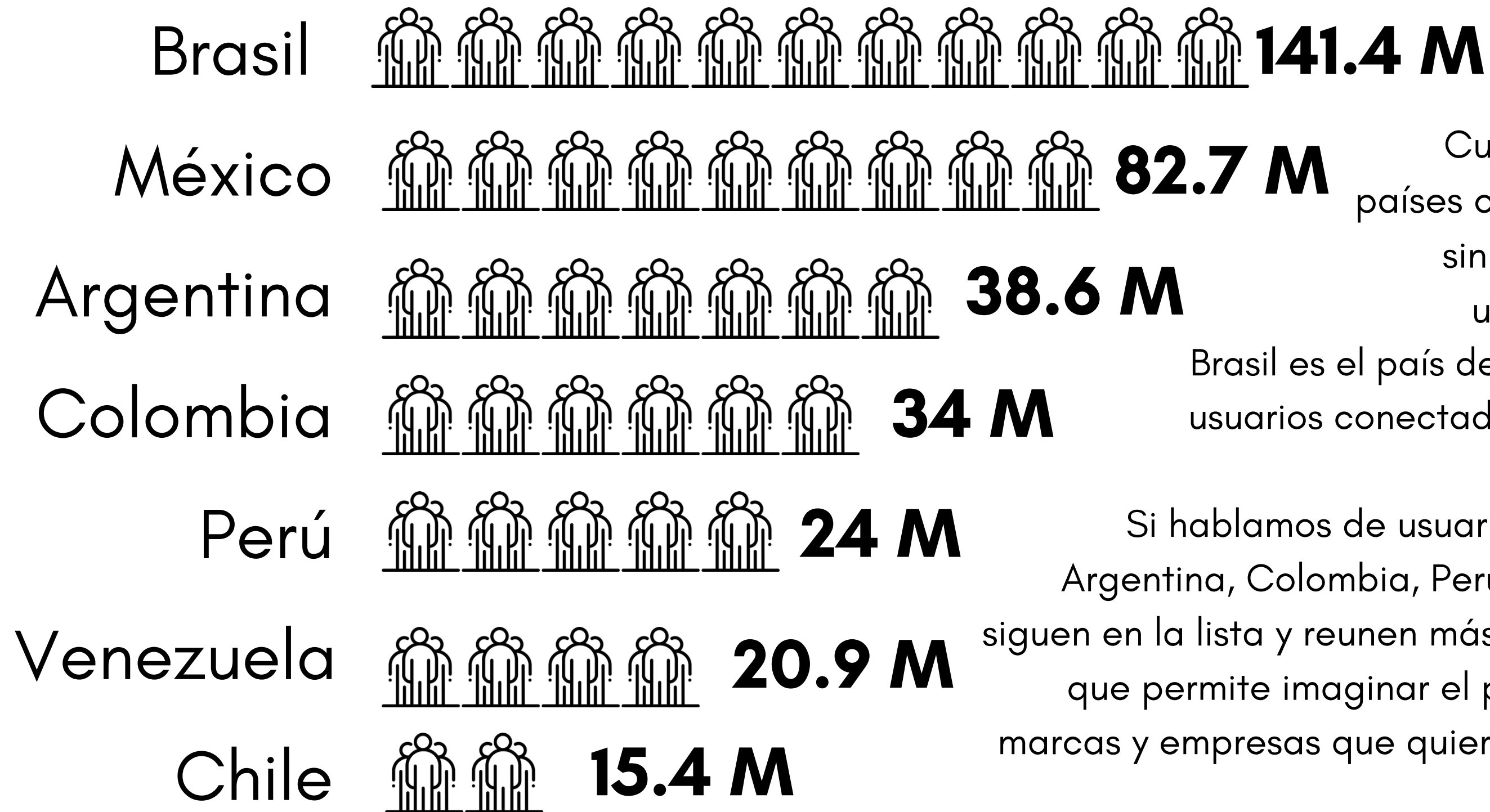


USUARIOS MÓVILES



La conexión a internet desde los dispositivos móviles ha aumentado año a año y para el 2019 el 63% de los internautas latinoamericanos se conecta a través de su móvil. Los países que encabezan la lista con mayor conectividad móvil son: República Dominicana (98%), Panamá (96%), Ecuador(95%) y Colombia (92%).

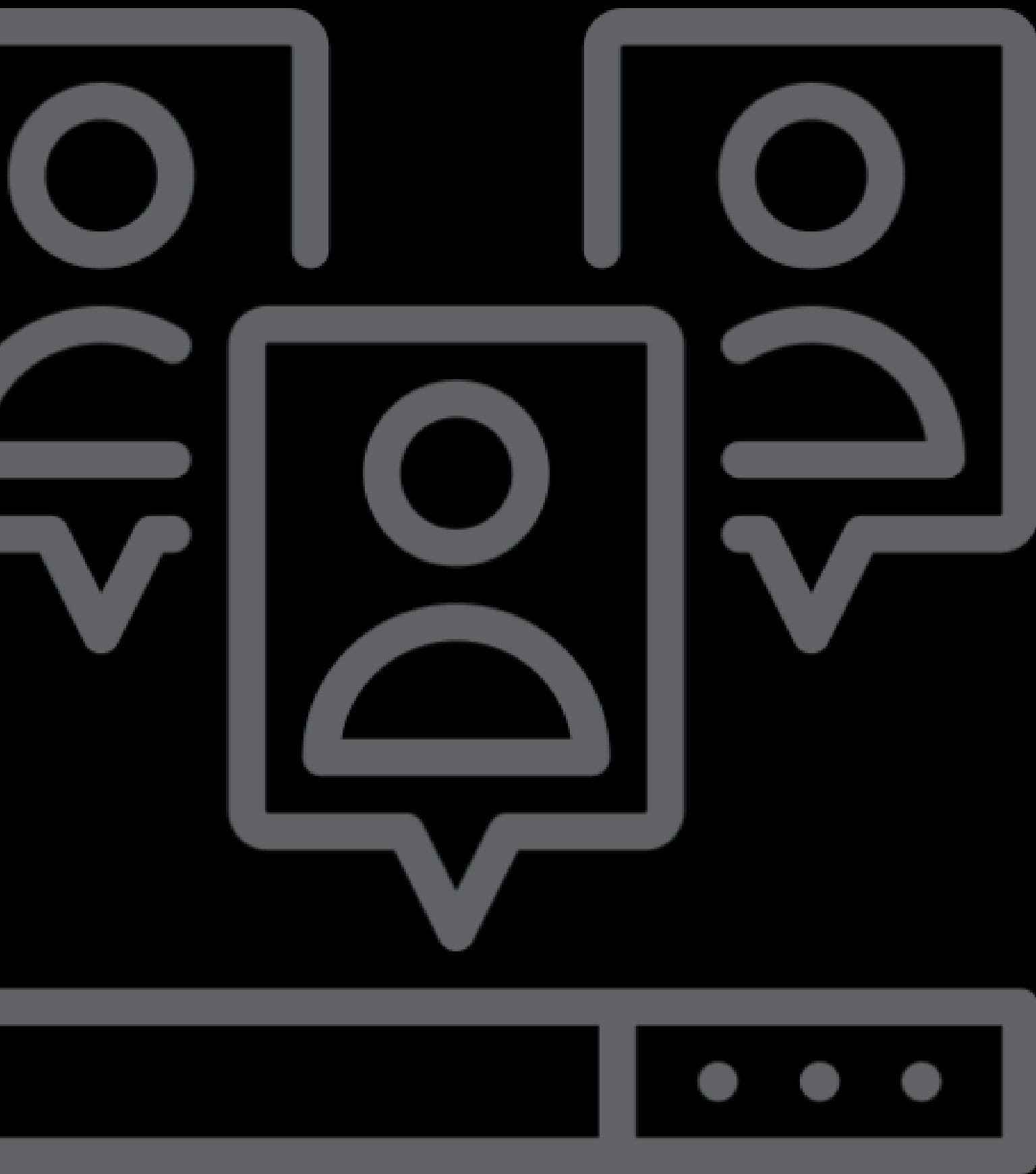
PAÍSES CON MAYOR CANTIDAD DE USUARIOS



Cuando vemos la penetración hay países con porcentajes mayores a 80%, sin embargo, al ver la cantidad de usuarios las posiciones cambian.

Brasil es el país de la región con mayor número de usuarios conectados a internet con 141 millones de internautas.

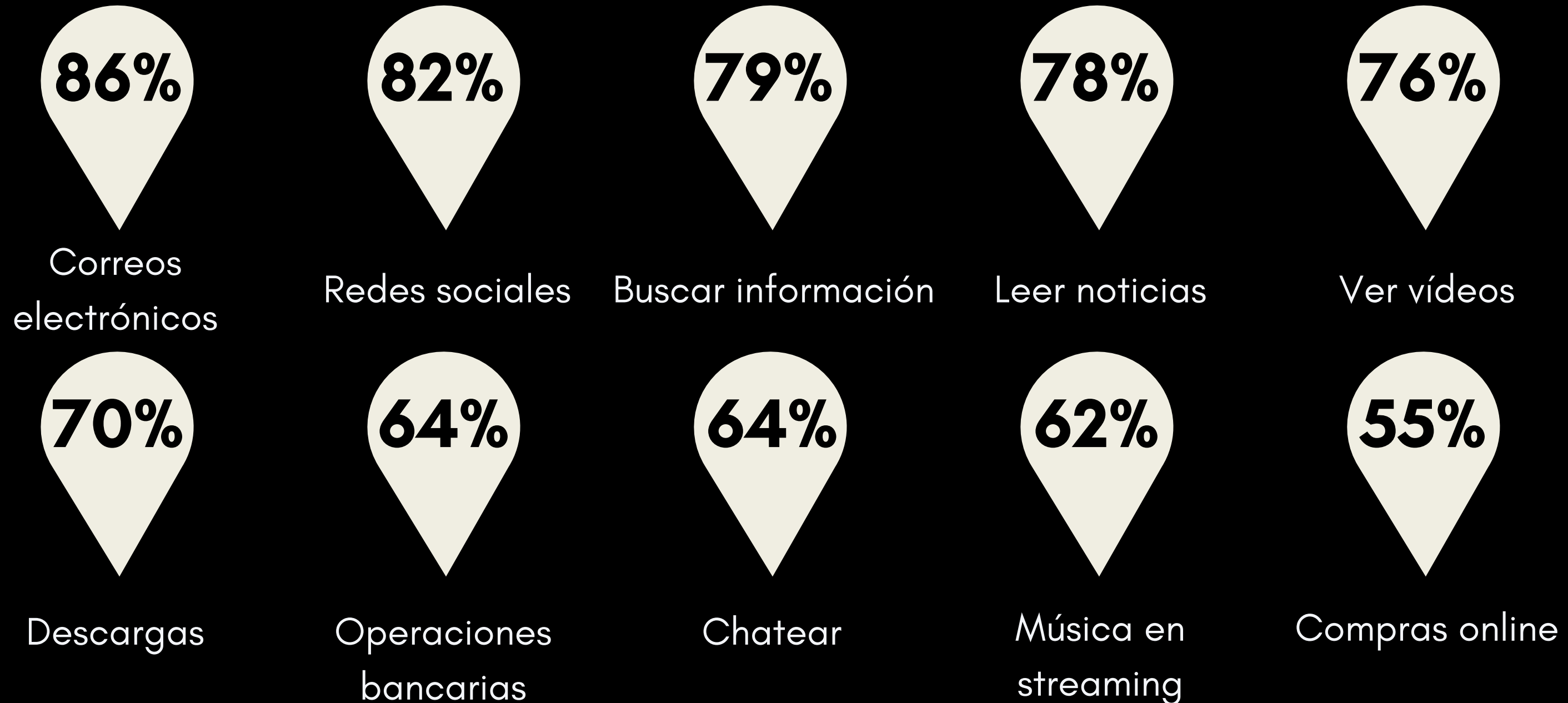
Si hablamos de usuarios que hablan español, México, Argentina, Colombia, Perú, Venezuela y Chile son los que siguen en la lista y reúnen más de 200 millones de usuarios, lo que permite imaginar el potencial de este mercado para marcas y empresas que quieran expandir sus productos en la región.



Hábitos y usos

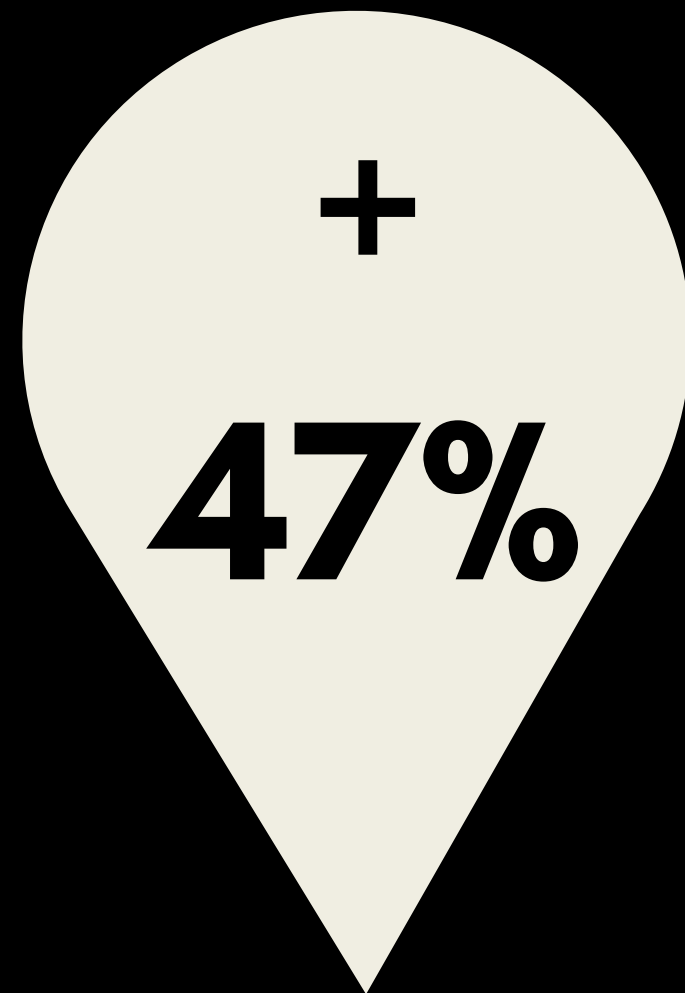
02

PRINCIPALES USOS

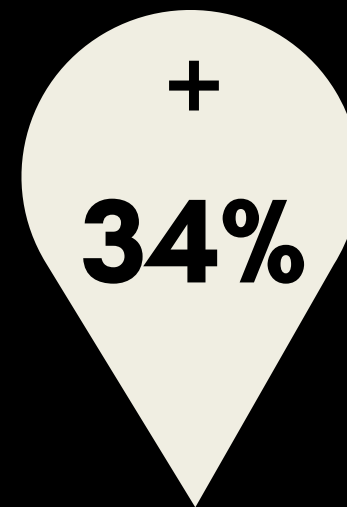


En latinoamérica se mantiene como la actividad con mayor uso el envío y recepción de correos electrónicos, las redes sociales suben un puesto con respecto al 2018 ocupando el segundo lugar de la lista y superando a la búsqueda de información. Escuchar música en streaming y las compras online se integran este año a la lista del top ten presentando crecimientos importantes con respecto al año anterior.

USOS EMERGENTES



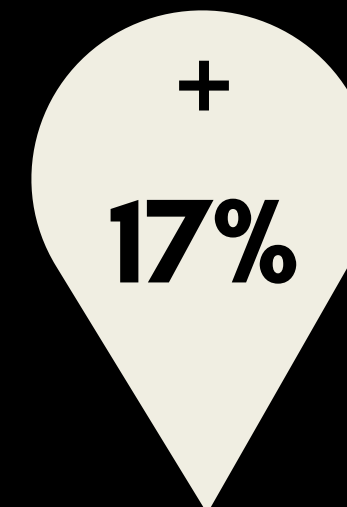
Podcast



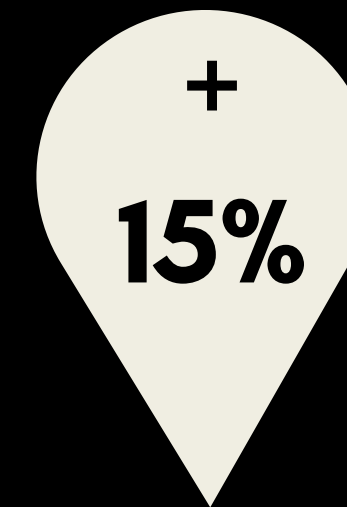
Apuestas online



Ecommerce



Geolocalización



Buscar pareja

Los usos que presentan mayores variaciones con respecto al año 2018 son los podcasts, las apuestas en línea, el ecommerce, la geolocalización y por último el buscar pareja.

La gran popularidad que han adquirido los podcasts dentro del entretenimiento y formación en toda latinoamérica ha sido uno de los factores más influyentes para su crecimiento dentro de los usos de internet.

SITIOS WEB POPULARES EN LA REGIÓN



Google

91%



Gmail

83%



**mercado
libre**

**Mercado
Libre**

58%



Hotmail

53%



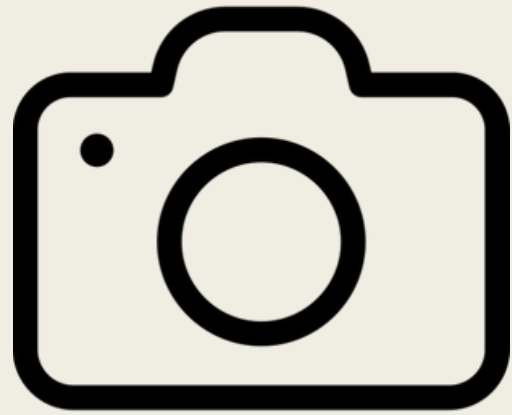
Wikipedia

50%

Los sitios web globales más visitados por los latinoamericanos responden a las tres actividades principales que se realizan en la región Google (91%) y Wikipedia (50%) sobre la búsqueda de información, mientras que el acceso a las plataformas de correos electrónicos con Gmail y Hotmail forman parte del top 5 y sin dejar de lado las compras por internet con las visitas a Mercado Libre, uno de los portales más populares en la región cuando de compras se trata.

USOS DESDE MÓVILES

TOP 5



Tomar fotos

90%



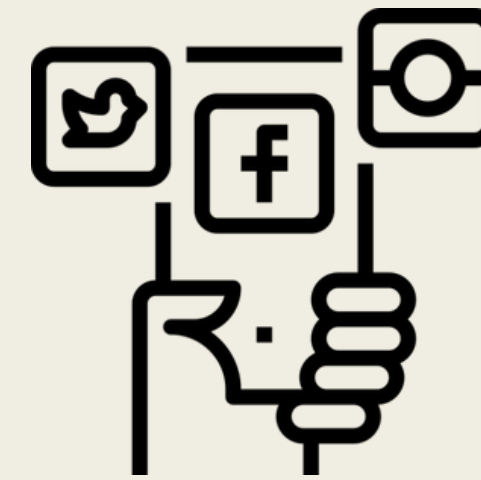
Ver vídeos

81%



Buscar
direcciones

80%



Visitar redes
sociales

80%



Correos
electrónicos

79%

El internet año tras año se ha transformado

Gracias a la movilidad que ha traído el auge de los teléfonos móviles, es relevante destacar los usos específicos de internet en estos dispositivos, así las fotos y los videos ocupan los primeros lugares de las actividades realizadas desde teléfonos móviles, mientras que las redes sociales y los correos electrónicos que en los usos generales ocupan los primeros puestos, aquí están en el cuarto y quinto lugar.

USOS EN LOS MEDIOS SOCIALES

TOP 5



Leer
publicaciones

79%



Chatear

70%



Publicar fotos

56%



Ver historias
(vídeos muy cortos)

56%



Escribir
comentarios

55%

En las actividades específicas realizadas en los medios sociales, destacan el consumo de contenidos (publicaciones, fotos, historias) y las interacciones entre los usuarios.



Medios sociales y videos

03

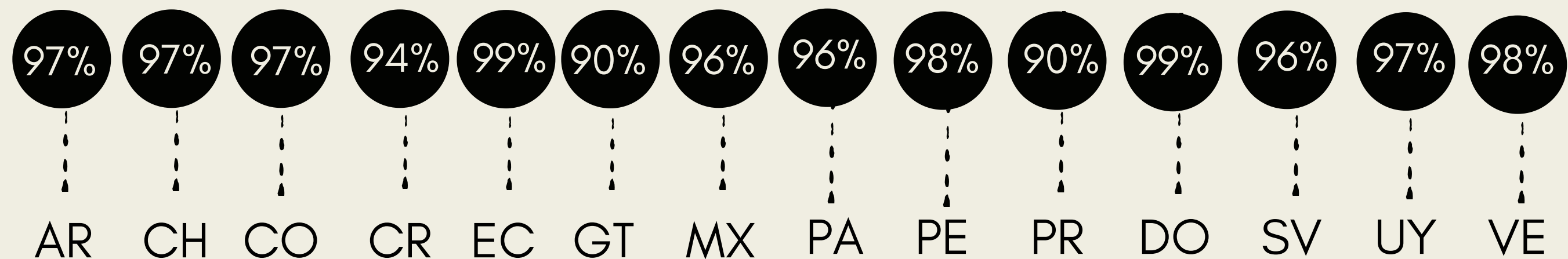
PENETRACIÓN DE LOS MEDIOS SOCIALES



La penetración de los medios sociales en latinoamérica se mantiene superior al 90% con respecto al año 2018.

Este porcentaje se refiere a los internautas que declaran tener un perfil en medios sociales.

Los países que destacan con penetraciones significativamente por debajo del promedio son Costa Rica, Guatemala y Puerto Rico.



PRINCIPALES PLATAFORMAS SOCIALES

TOP 5



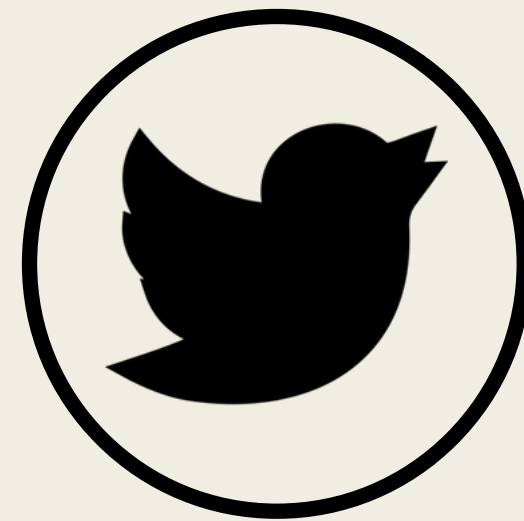
Facebook

90%



Instagram

66%



Twitter

60%



YouTube

59%



LinkedIn

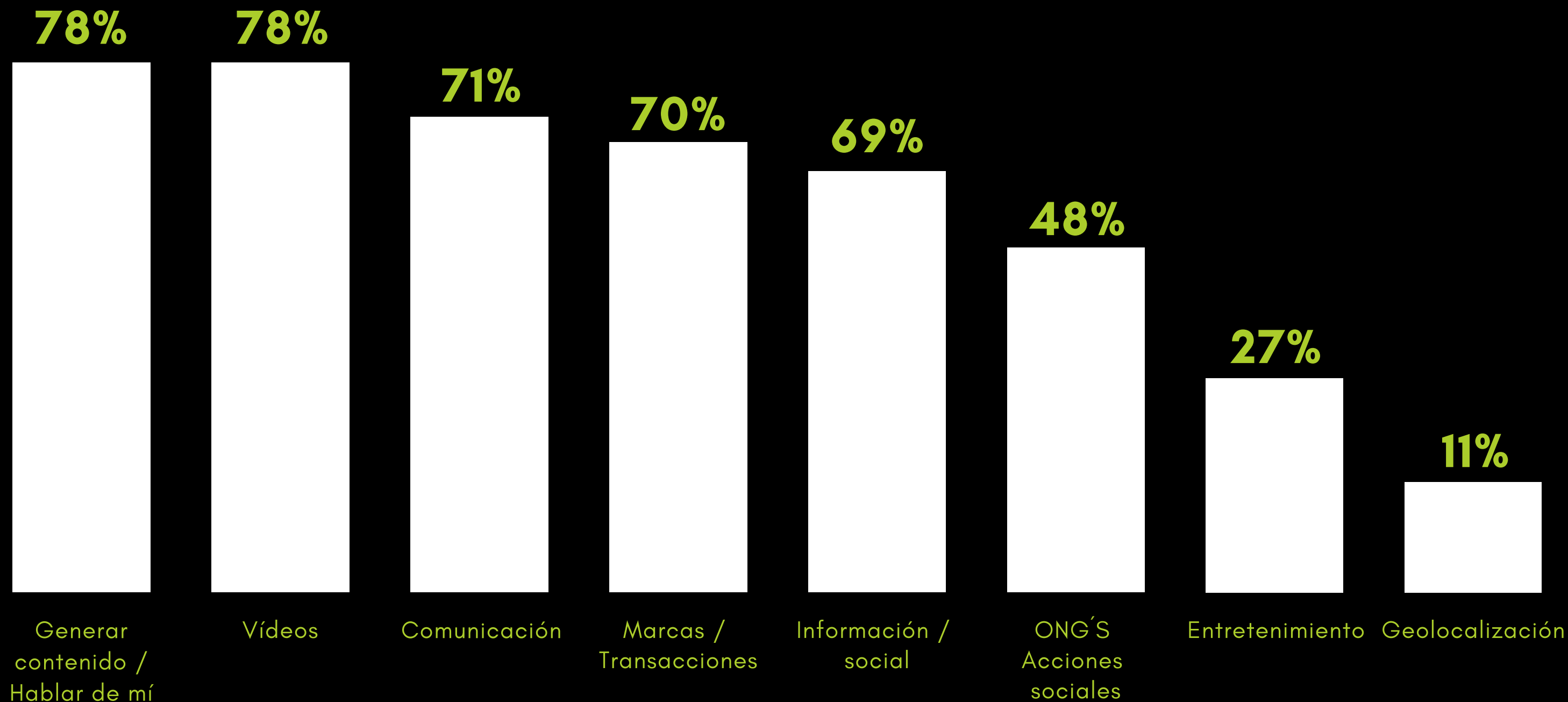
52%

Facebook se mantiene como la plataforma social con mayor alcance en latinoamérica, con una penetración de 90% lo que la hace masiva.

Instagram se ubica en el segundo lugar y presenta un crecimiento significativo con respecto al año 2018 pasando de 59% a 66% de penetración.

TIPOS DE ACTIVIDADES REALIZADAS EN LOS MEDIOS SOCIALES

Al agrupar los usos en los medios sociales por categorías, los internautas de la región los utilizan para generar contenido propio, actividades relacionadas con vídeos y para comunicarse. Las transacciones también son una de las categorías importantes en torno a la cual realizan actividades los usuarios.



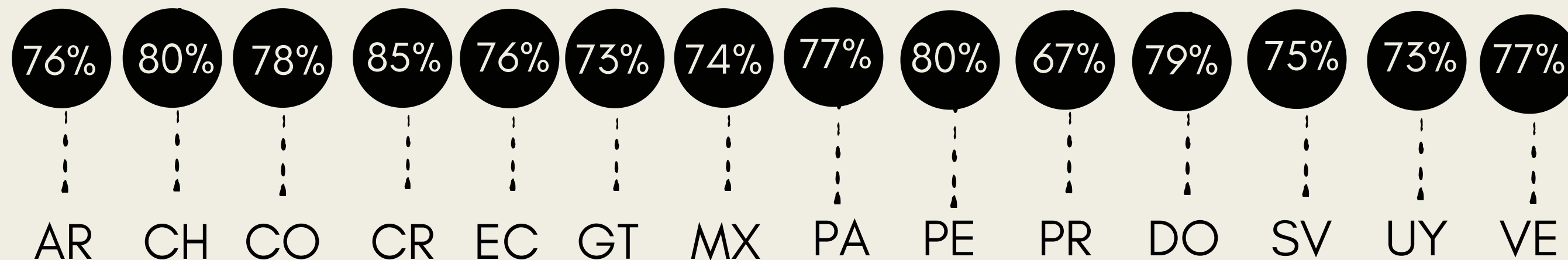
PROPORCIÓN DE USUARIOS QUE VEN VÍDEOS



Más de tres cuartos de los internautas en la región latinoamericana declaran ver vídeos.

El consumo de contenido audiovisual ha venido creciendo en la región, por lo que se espera que aún haya un margen de crecimiento para este formato.

Los países que destacan con unas penetraciones por debajo del promedio son Guatemala, México, Puerto Rico y Uruguay.



PLATAFORMAS PARA VER VÍDEOS

TOP 5



YouTube

91%



Facebook

63%



Instagram

40%



Netflix

39%

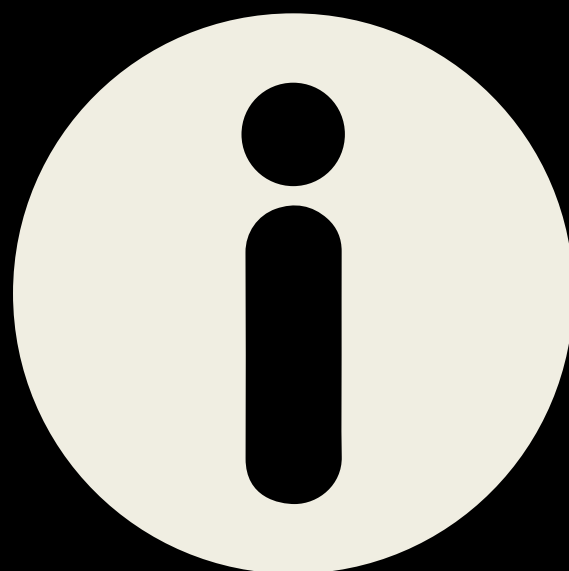


Dentro de las plataformas sociales, existen distintas opciones para el consumo de contenido audiovisual, la plataforma líder para la reproducción de vídeos es YouTube, seguida por Facebook e Instagram. Netflix ha venido creciendo como una de las plataformas novedosas para ver vídeos streaming, hoy 39% de los usuarios de la región declaran utilizarlo.

EXPECTATIVAS CON LAS MARCAS EN LOS MEDIOS SOCIALES

Acercas de las expectativas con las marcas en los medios sociales, los internautas latinoamericanos esperan que las marcas les brinden información, promociones, novedades y que respondan sus preguntas generando una mejor experiencia de usuario.

83%



Recibir información de sus productos y servicios

63%



Que realice promociones

57%



Que cuente sus novedades

51%



Que responda las preguntas de los usuarios

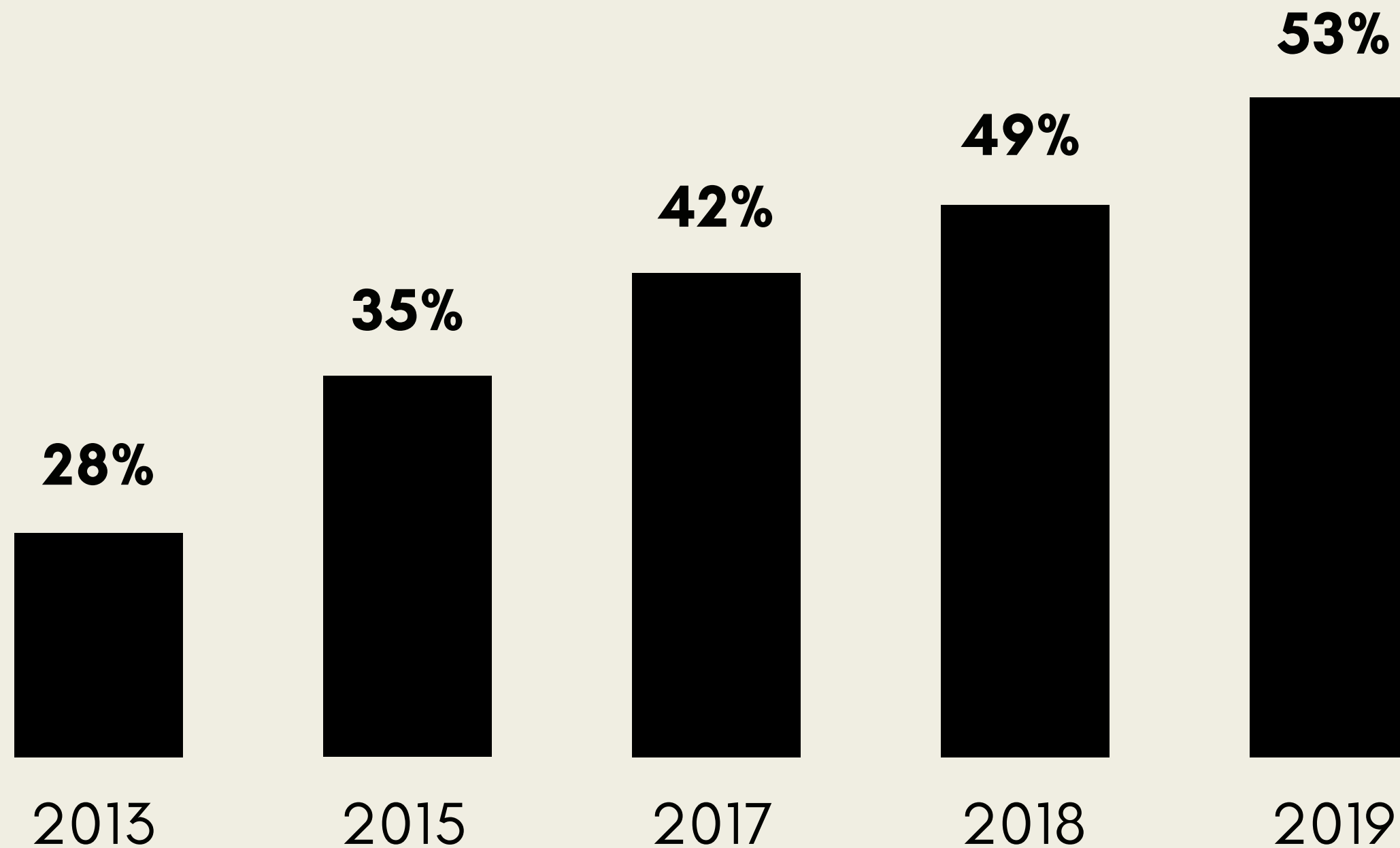


Ecommerce

04

PENETRACIÓN DEL ECOMMERCE

2019 fue otro año de crecimiento para las transacciones de comercio electrónico. Para este año ya los consumidores digitales que declararon comprar en línea superaron el 50%.



LAS BARRERAS DEL ECOMMERCE



Me gusta ver los productos antes de comprarlos

No tengo tarjeta de crédito

Desconfío de la calidad de los productos

Temo recibir un producto diferente al que compré

De las cuatro primeras razones para no comprar en internet, tres de ellas están asociadas a la incertidumbre de recibir un producto distinto o de calidad inferior al comprado, por eso la principal barrera para el ecommerce se relaciona con la confianza y no con las transacciones en si mismas.

USOS RELACIONADOS CON LAS COMPRAS

52%

Buscar información de productos a la hora de comprar

50%

Comprar productos y servicios

37%

Comprar productos y servicios en sitios de descuentos u ofertas

25%

Vender productos y servicios

En latinoamérica el principal uso relacionado con las compras es la búsqueda de información para la decisión de compra, seguido de la compra de productos con un 50% de la región.

TÉRMINOS Y CONDICIONES DE USO DE ESTE REPORTE

Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de Tendencias Digitales, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la comunicación pública, la reproducción, el tratamiento informático y la distribución de ejemplares de la obra mediante venta u otra forma de transmisión de la propiedad, alquiler u otra modalidad de uso a título oneroso y gratuito.



¿QUIÉNES SOMOS?

Somos una empresa de investigación de mercados online especializada en negocios y medios electrónicos en Latinoamérica.



CONOCE CÓMO TE PODEMOS AYUDAR

Boulevard de Sabana Grande.

Torre Selemar, piso 8. Caracas - VE.

(+58)212 762.0319

info@tendenciasdigitales.com

www.tendenciasdigitales.com

OTROS REPORTES DISPONIBLES

- Hábitos de uso de internet y usos emergentes
- Publicidad interactiva y relación con las marcas
- Medios sociales y videos
- Dispositivos y servicios de telecomunicaciones
- Segmentación del consumidor latinoamericano