



Situación de Internet en Latinoamérica

(State of Internet – SOI LatAm)

Junio, 2010

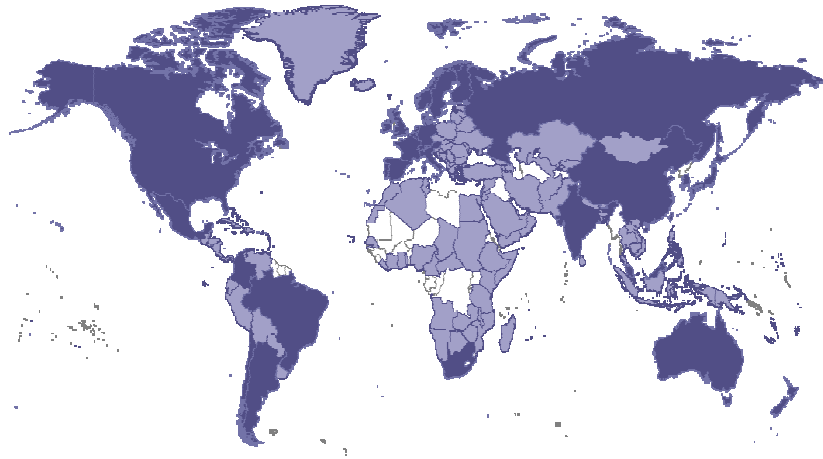


Alejandro Fosk

Senior Vice President Latin America, comScore Inc.

Poderosa Plataforma: Panel Global de 2 Millones de Consumidores, El más Grande en su Tipo

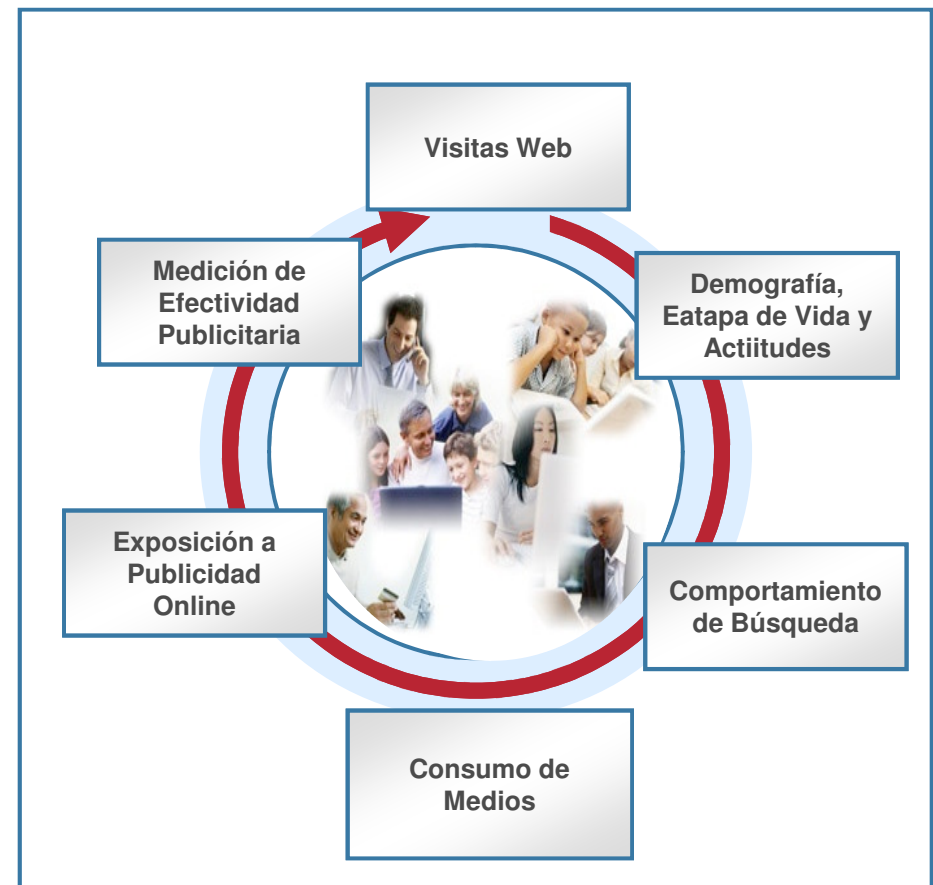
Único en Medición Global de Audiencia y e-Commerce



■ 38 Países Reportando Media Metrix

■ +170 Países con Panelistas

Visión 360° del Comportamiento del Consumidor



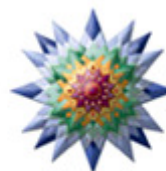
+ 1,273 Clientes
 + 90% de Renovación de Suscripciones

Internet	Agencias	Telecom	Financiero	Retail	Viajes	Alimentos	Farmacia	Tecnología

Algunos de nuestros clientes en América Latina:



TV AZTECA



Starcom MediaVest



Historia de Liderazgo en Medición de Marketing Digital



Reconocimiento Externo



WORLD ECONOMIC FORUM
Technology Pioneer
2007



Top 100 Innovative Companies
December 2004

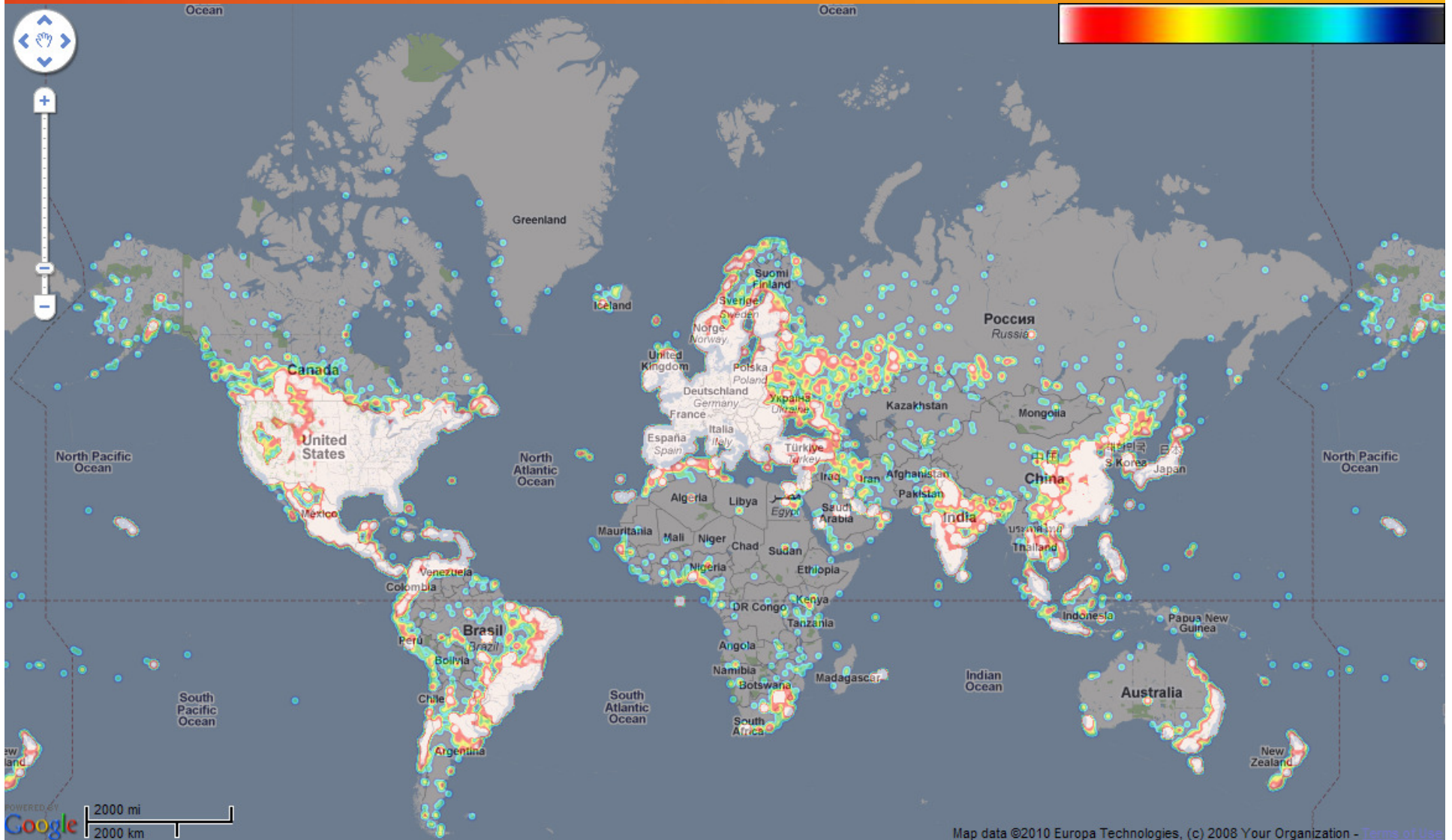


World's Largest Windows Database
December 2001, 2003, 2005

Oficinas de comScore en Latinoamérica



Más de 2 Millones de Panelistas comScore en más de 170 Países



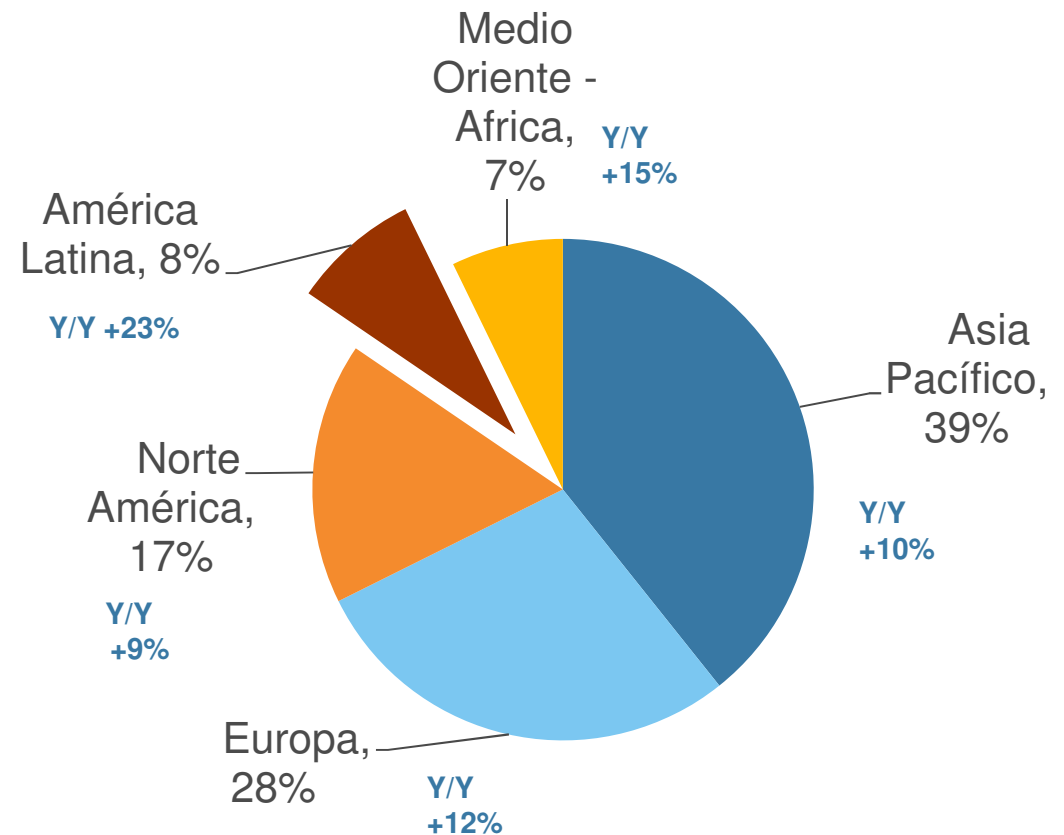
América Latina es la Región de más Rápido Crecimiento en el Mundo

La composición de la población Web está continuamente cambiando.

La audiencia de Internet en América Latina creció un 23% durante 2009, representando así un 8% de la audiencia global de Internet.

Las audiencias Web de los países en desarrollo continuarán creciendo en la medida del incremento de la penetración de Internet en esas regiones.

Distribución Global de Audiencia Internet Usuarios Web 15+ conectándose desde su Hogar o Trabajo

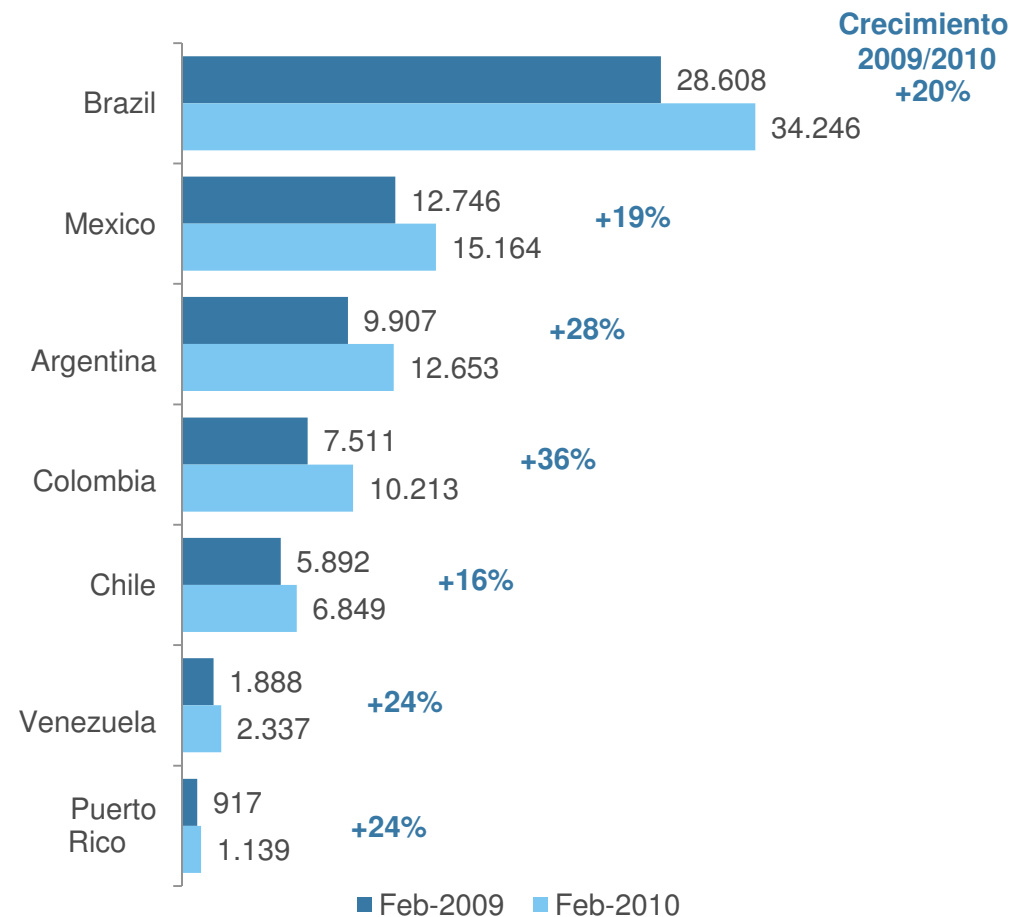


Colombia muestra el Mayor Crecimiento porcentual de la Región

El mayor porcentaje de crecimiento se observó en Colombia, que incrementó su población web en 36% durante 2009.

En términos absolutos, Brasil aportó la mayor cantidad de usuarios, con una tasa de crecimiento de 20%, lo que se traduce en casi 6 millones de nuevos usuarios web durante el año pasado.

Población Online de América Latina Visitantes Únicos (ooo) +15 conectándose desde su Hogar o Trabajo



Brasil, México y Argentina son los más Intensivos en Uso

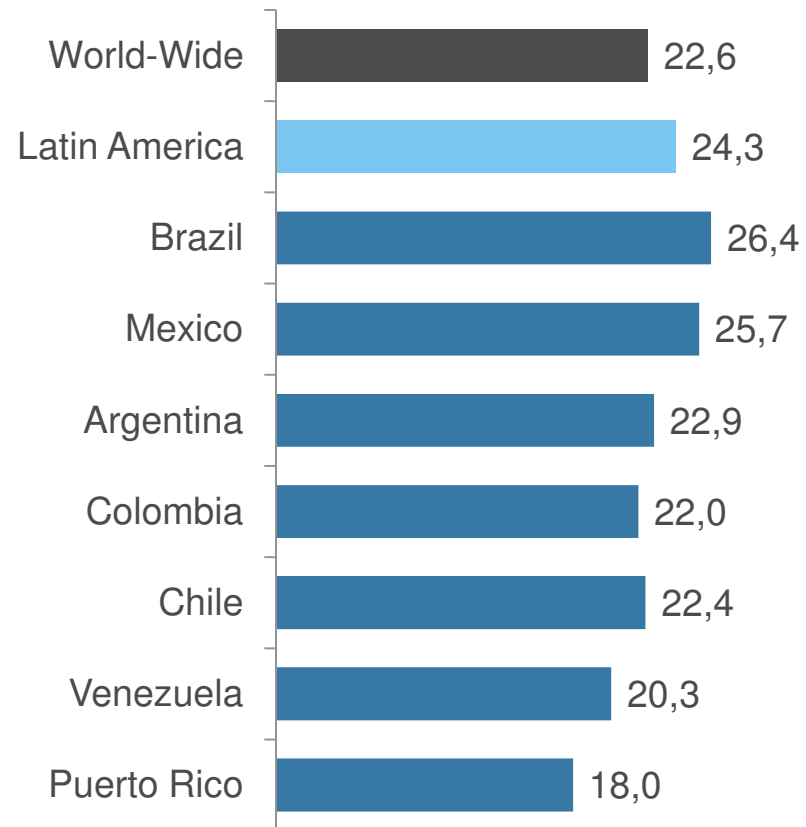
En Latinoamérica fueron los usuarios web de Brasil los que pasaron la mayor cantidad de tiempo conectados a Internet, con un promedio de 26,4 horas.

Los usuarios de Internet en Argentina y México también superaron el promedio global de 22,6 horas online por mes en Febrero 2010.

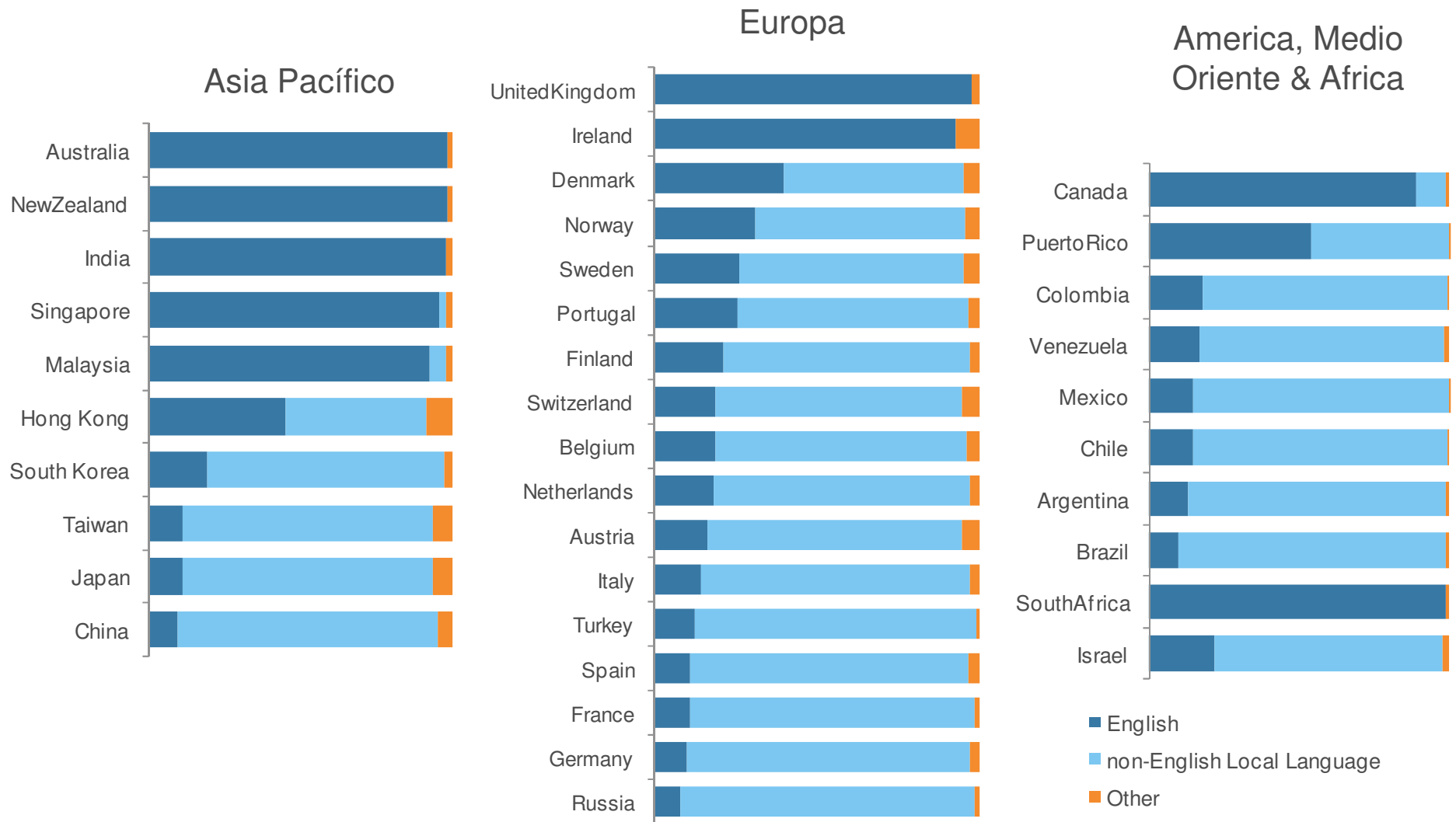
Siendo la penetración de Banda Ancha el factor de mayor influencia en el tiempo de conexión online, deberíamos seguir observando crecimiento de estos indicadores en la medida que crezca la disponibilidad y bajen los costos de este tipo de conexión en la región.

Tiempo Consumido Online

Total Horas por Visitante, Feb 2010



Las Audiencias a través del Mundo Prefieren Consumir Contenidos en su Lenguaje Nativo



Marcas Globales y Regionales dentro de las Top Propiedades

- El primer lugar de Google puede ser atribuido a la popularidad de su herramienta de búsqueda; la Red Social Orkut en Brasil; y YouTube a través de la región
- Los sitios de Microsoft muestran un uso intensivo y alto alcance, impulsado principalmente por su aplicación de mensajería instantánea
- Facebook está penetrando agresivamente, no solo como un sitio de alto alcance, pero con muy intenso uso en la región
- Terra es una propiedad destacada dentro de la región, intensivamente visitada por audiencias de habla hispana

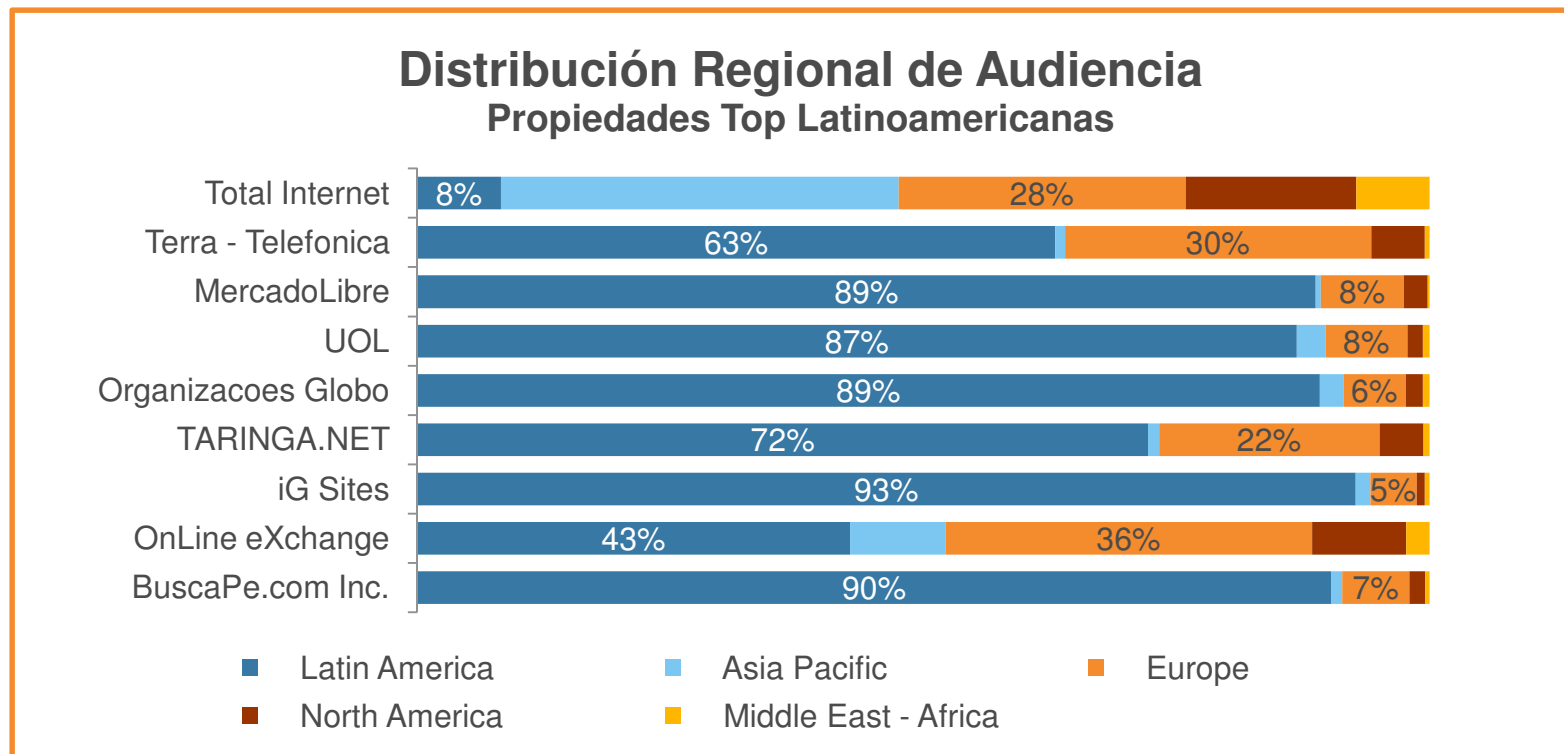
Propiedades Top Latinoamericanas

	Total Unique Visitors (000)	Latin America % Reach	Average Minutes per Visitor
Google Sites	88,300	88.9	294.0
Microsoft Sites	86,385	87.0	577.9
Yahoo! Sites	49,724	50.1	49.0
FACEBOOK.COM	48,783	49.1	203.7
Terra - Telefonica	37,360	37.6	37.2
Wikimedia Foundation Sites	36,414	36.7	11.7
MercadoLibre	28,074	28.3	26.7
WordPress	26,735	26.9	3.9
UOL	23,943	24.1	83.1
Organizacoes Globo	19,705	19.8	96.3
TARINGA.NET	18,866	19.0	14.1
Ask Network	16,977	17.1	7.2
NetShelter Technology Media	16,410	16.5	5.5
The Mozilla Organization	16,097	16.2	3.0
iG Sites	15,654	15.8	28.1
OnLine eXchange	14,124	14.2	4.6
Vevo	13,829	13.9	8.4
Orange Sites	12,606	12.7	6.4
HI5.COM	12,507	12.6	69.5
AOL LLC	12,398	12.5	8.0
Fox Interactive Media	12,051	12.1	28.8
BuscaPe.com Inc.	11,548	11.6	3.5
Hi-Media Group	11,410	11.5	40.9
Adobe Sites	11,395	11.5	3.8
MUSICA.COM	11,131	11.2	8.8

Propiedades Regionales Top Atraen Usuarios foraneos a la Región

Muchas propiedades top de América Latina tienen un significativo porcentaje de audiencia externo a la región:

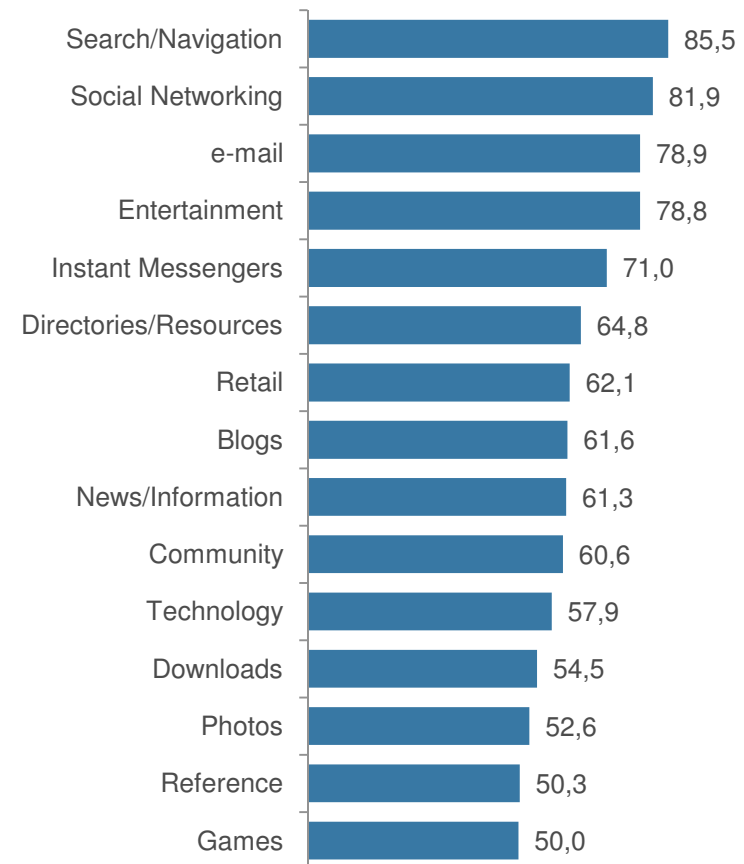
- 30 % de la audiencia de Terra proviene de Europa
- OLX, basado en Argentina y New York, atrae significativa audiencia desde Norteamérica también



¿De qué forma América Latina usa Internet?

- La marcada característica social de nuestra región, hace que no sea sorpresa ver la categoría Social Networking como casi la más popular de América Latina, después de Search.
- El E-mail sigue siendo muy importante para los usuarios web, incluso existiendo otras alternativas de contacto (SMS, IM, SNs). La mensajería instantánea se ubica solo dos lugares por debajo.
- Más del 75% de los usuarios web de América Latina han visitado un sitio de Entretenimiento (incluye Música, Películas, TV, Multimedia, Noticias de Entretenimiento, Humor).
- E-commerce sigue en etapa de infancia en la región, aún cuando las visitas a los sitios de Retail es robusta, con 60% de los usuarios de Latam visitándolos.
- Los sitios de Blogs y Noticias capturan una porción significativa de la audiencia.

Principales Categorías en América Latina
% Alcance



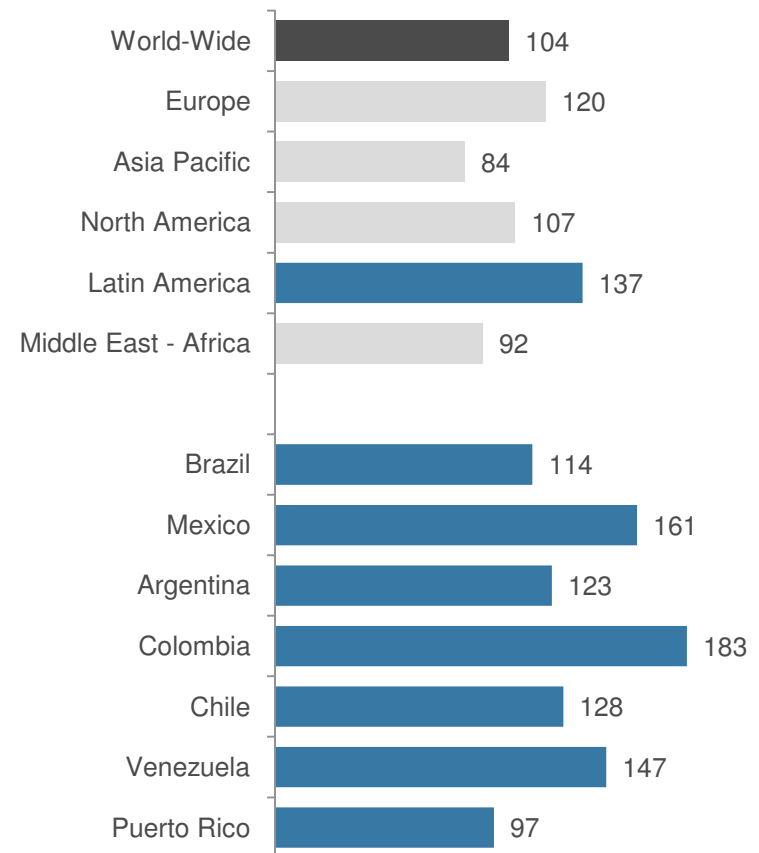
Los Latinoamericanos son los que Más usan Search en el Mundo

Un usuario Latinoamericano que usa buscadores, en promedio ejecuta 137 búsquedas al mes, siendo esta la mayor cantidad a nivel mundial.

Dentro de América Latina, Colombia tiene la mayor cantidad de búsquedas, con un promedio de 183 búsquedas por persona que usa este tipo de sitios.

Colombia, seguido por México y Venezuela, tuvieron los mayores promedios de cantidad de búsquedas a nivel mundial en Febrero 2010.

Intensidad de Búsqueda (Search)
Promedio de Búsquedas por Usuario



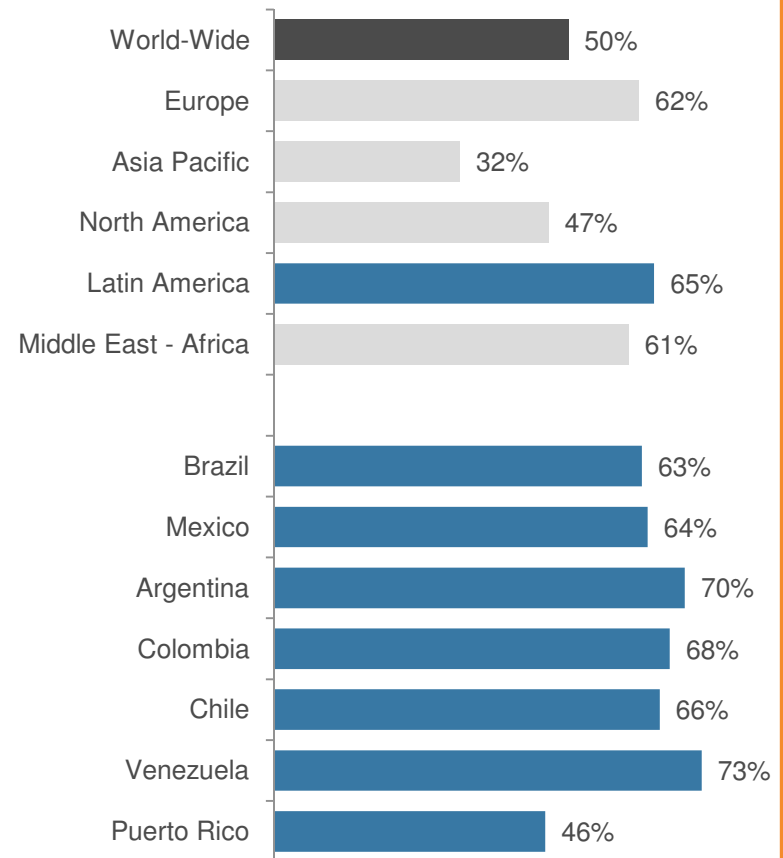
Google Lidera la Participación de Mercado en Latinoamérica

La mitad de todas las búsquedas a nivel mundial son hechas en Google, pero los usuarios de búsqueda Latinoamericanos son más asiduos a usar el buscador de Google que cualquier otro usuario en el globo.

Los usuarios en Venezuela usan Google para la mayoría de sus búsquedas, pero las tasas son similarmente altas en casi todos los otros países de la región.

En otras regiones, la participación de los buscadores está básicamente liderada por sitios regionales en lenguaje local.

Participación Buscador Google
% Total Búsquedas hechas en [P]Google

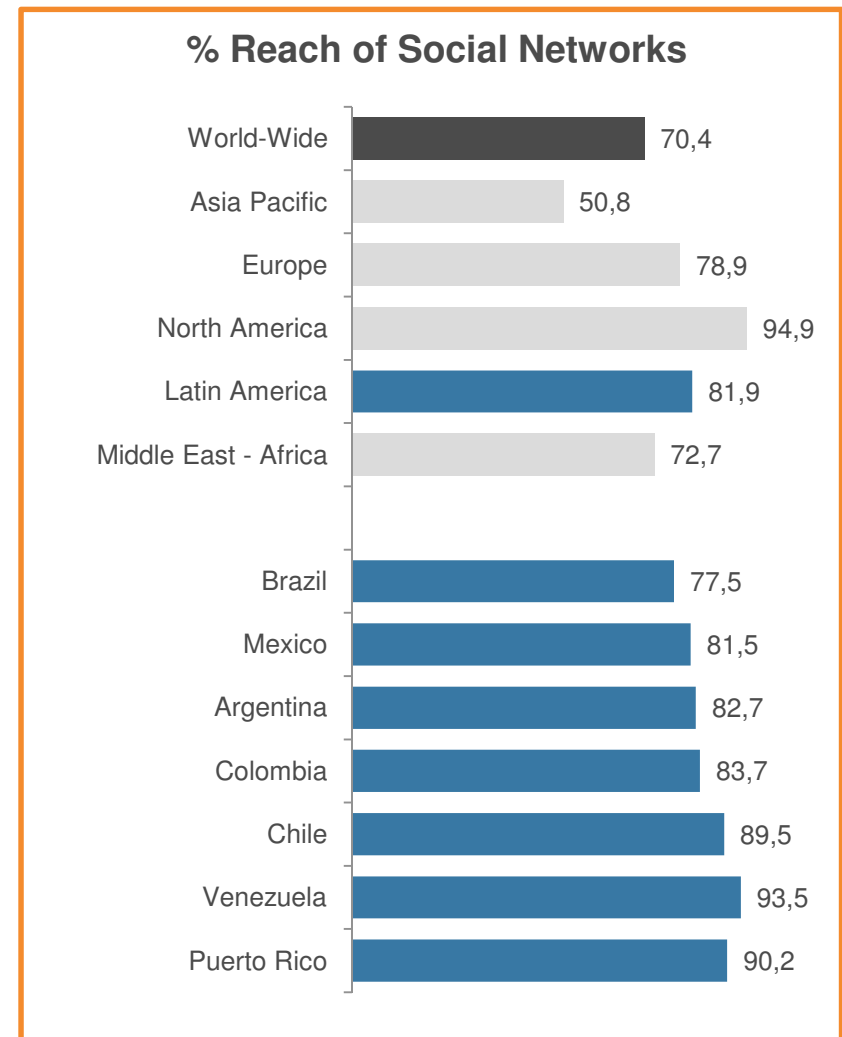


Las Redes Sociales son la Clave de la Audiencia Latinoamericana

La naturaleza altamente sociable de la cultura latinoamericana juega un rol fundamental en el impulso de las Redes Sociales en la región.

Junto al E-mail e IM, las Redes Sociales ofrecen a los usuarios una vía para estar en contacto frecuente con sus amigos y familia, tanto en su país de origen como en el extranjero.

La intensiva penetración de las Redes Sociales en esta región está jugando también un rol importante en facilitar la disseminación de otros tipos de contenido Web 2.0.

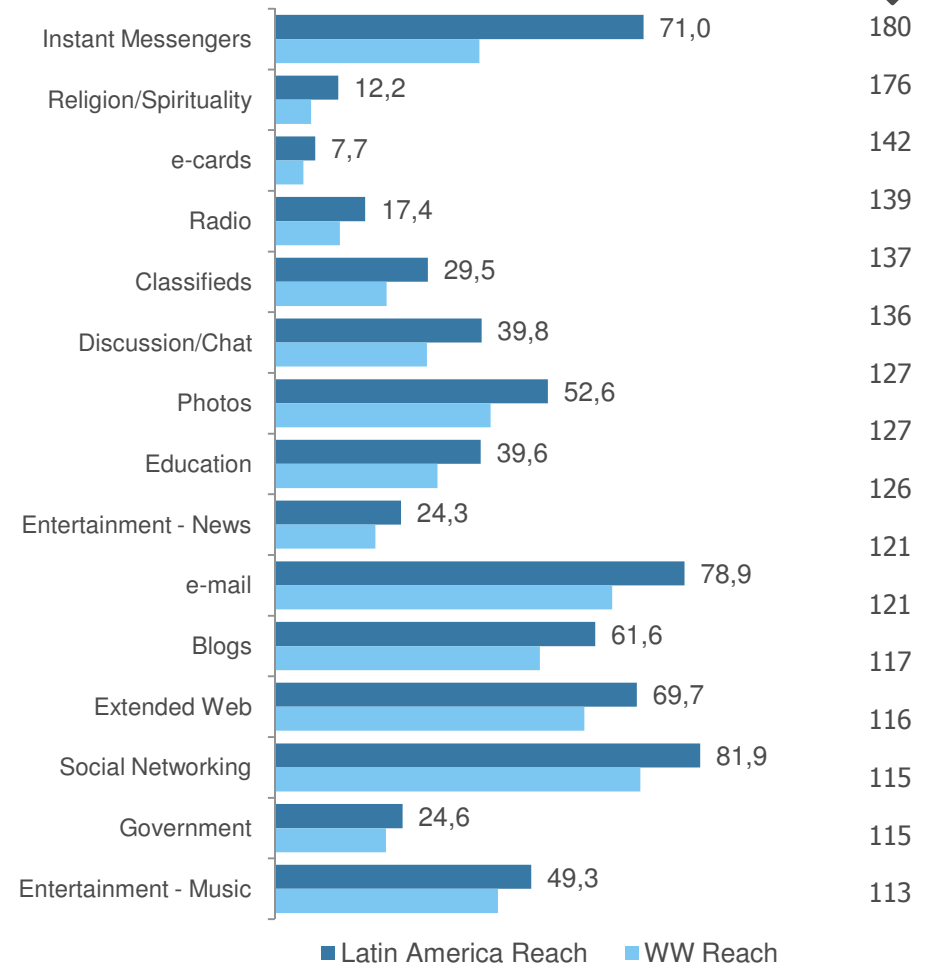


Uso de Internet en América Latina

Existen tres grupos de categorías clave para América Latina:

- **Comunicación:** e-mail y Mensajería Instantánea
- **Conexión:** Redes Sociales, Blogs, Discusión/Chat y sitios de Fotos.
- **Entretenimiento:** Multimedia, Música, Noticias de Entretenimiento y Radio

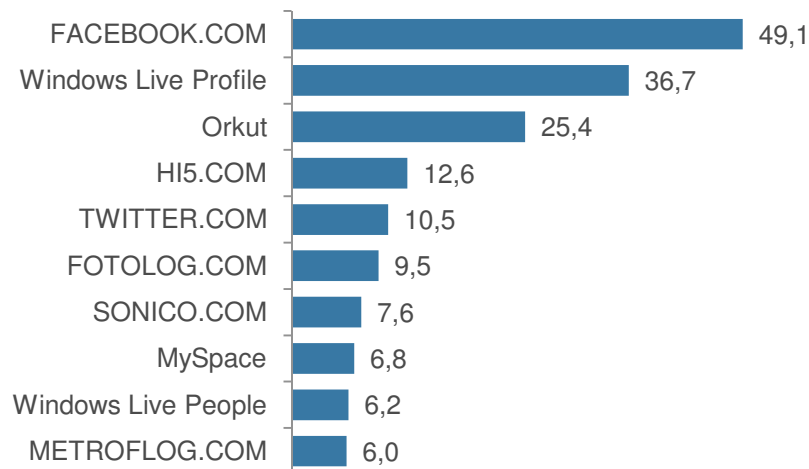
Mayores Categorías por Indexación
(Rankado por Índice comparado con Alcance WW)



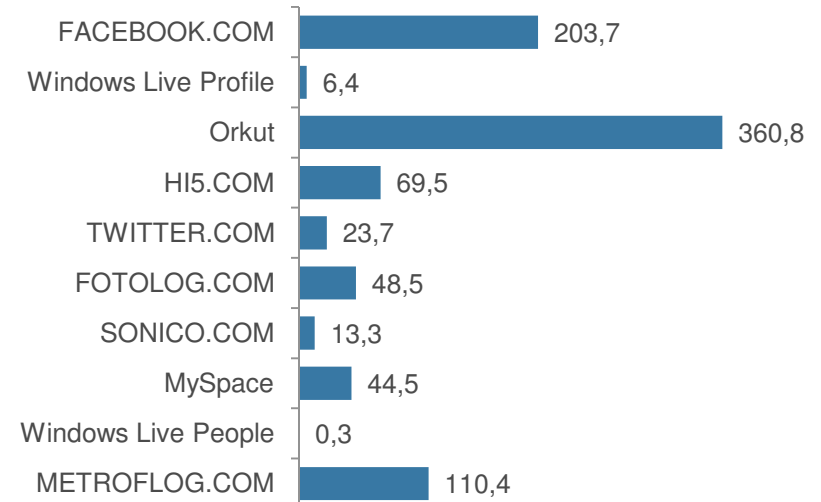
Principales Redes Sociales en Latinoamérica

Facebook es la red social más popular en la región alcanzando una audiencia del 50% del total de América Latina. Facebook y Orkut son también los sitios donde las personas permanecen la mayor cantidad de tiempo: más de 3 horas en Facebook y más de 6 horas en Orkut durante el mes. En el caso de las redes sociales de Windows, que están principalmente representadas por su mensajería instantánea, es destacable que alcanzan un alto porcentaje de alcance entre la población, pero su tasa de uso es baja.

**Ranking Redes Sociales:
Latinoamérica**
% Alcance

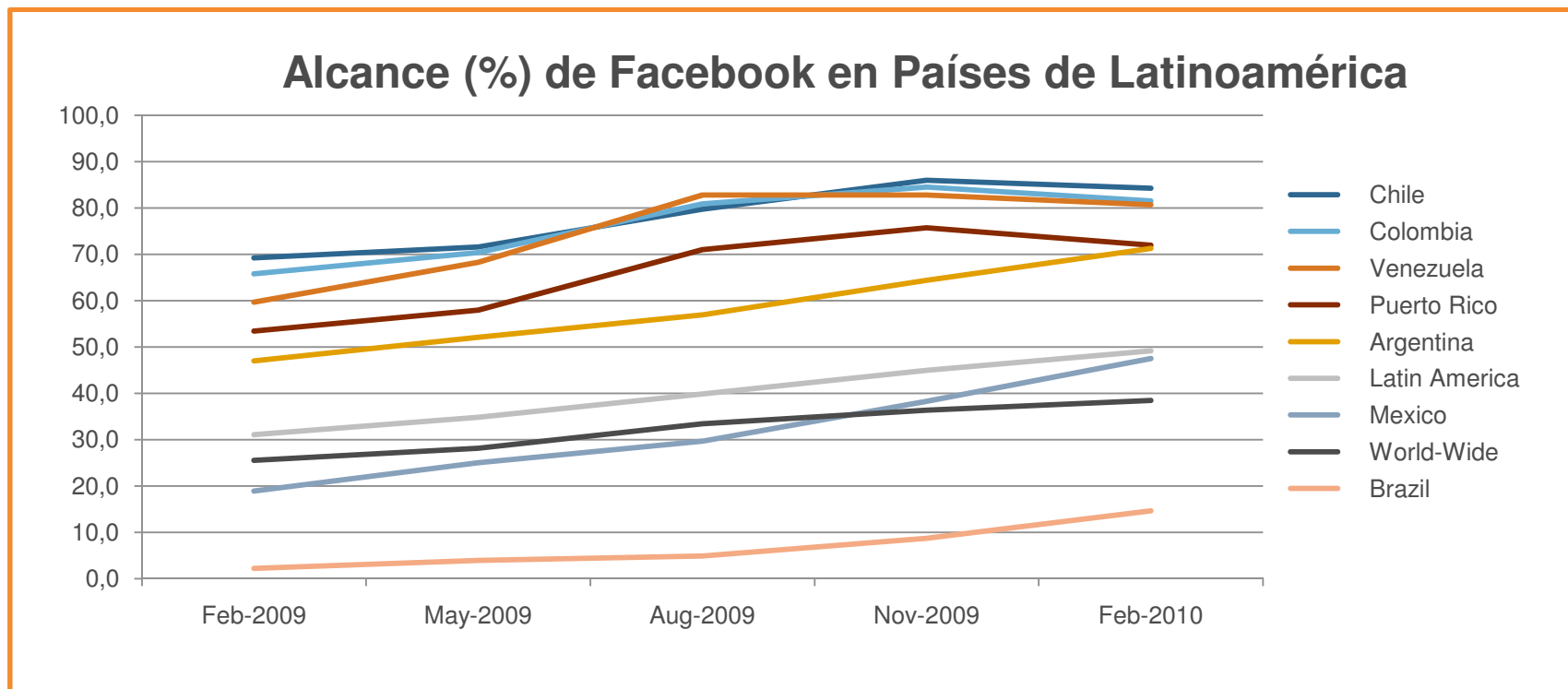


**Ranking Redes Sociales:
Latinoamérica**
Minutos por Usuario



Facebook en Latinoamérica

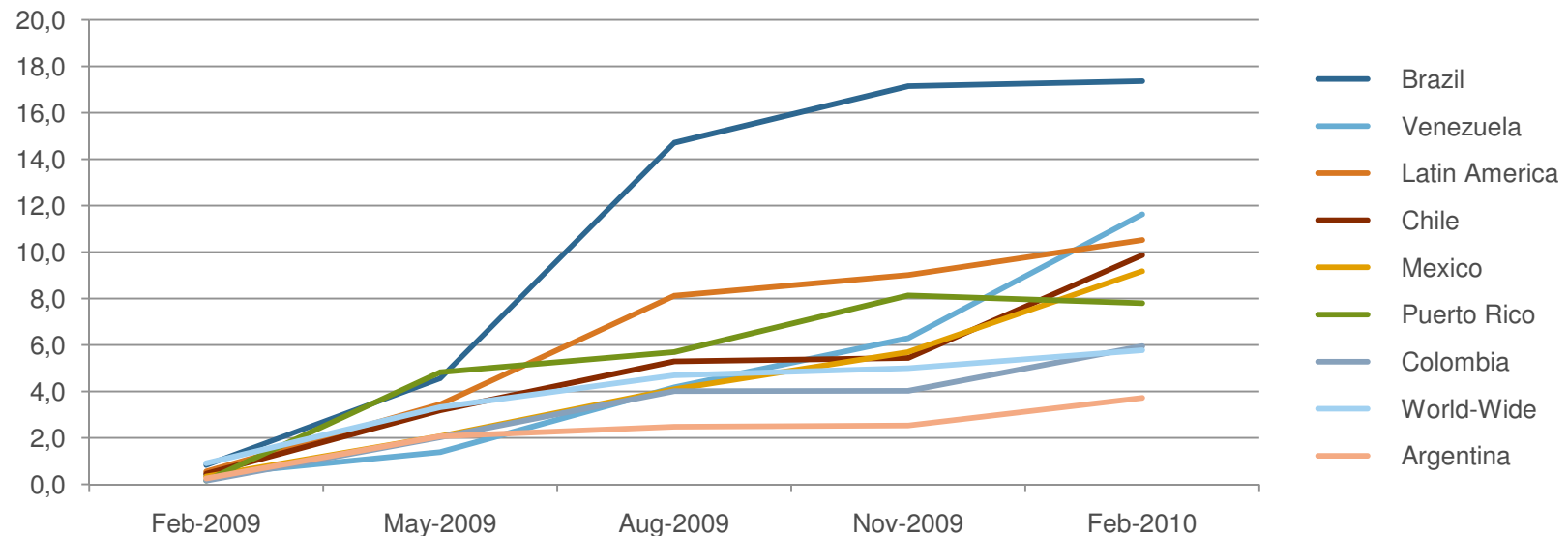
- El alcance de Usuarios de Facebook varía pero es consistente a través de la región.
- Chile y Colombia tienen el mayor porcentaje de Usuarios de Facebook, con 4 de 5 usuarios de internet usando este sitio.
- En Brasil Orkut sigue siendo el más usado, pero el número de usuarios de Facebook sigue en crecimiento.



Explosivo Crecimiento de Twitter en América Latina

Twitter mostró un crecimiento fenomenal en América Latina durante el año pasado. La popularidad del servicio es general, creciendo 5 veces a nivel mundial en 2009 y 13 veces en Latinoamérica, principalmente impulsado por el extremo incremento en su adopción en Brasil.

Alcance (%) de Twitter en los países de América Latina

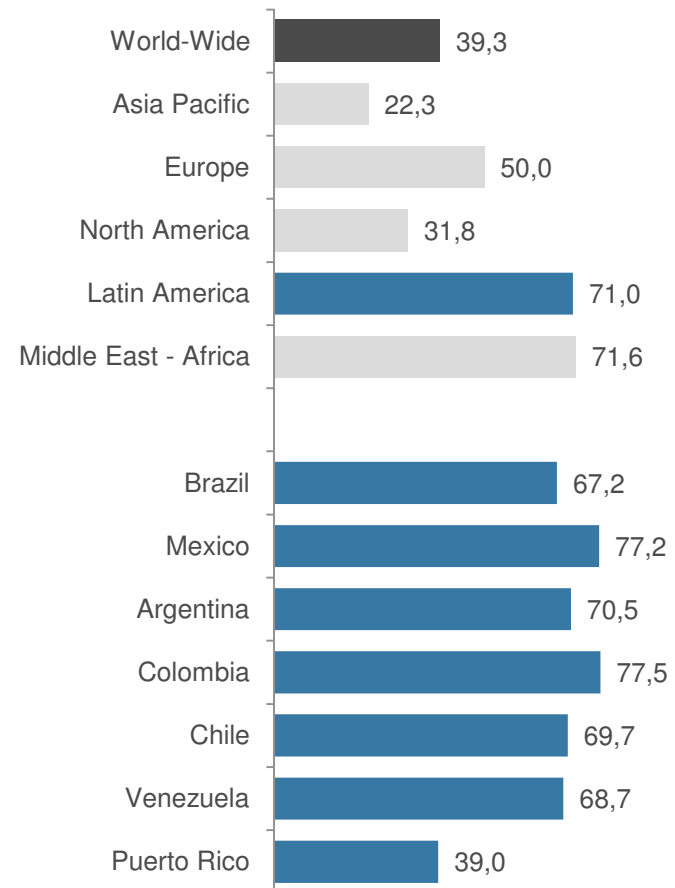


E-mail y Mensajería Instantánea son los Canales de Comunicación Claves para los Usuarios Web

La mensajería Instantánea goza de un extremadamente alto alcance en América Latina y en la región Medio Oriente – África; especialmente en comparación con Norteamérica o Asia Pacífico.

Dentro de América Latina, México y Colombia poseen el mayor alcance en esta categoría, con 3 de cada 4 usuarios usando Mensajería Instantánea durante el mes.

% Alcance Mensajería Instantánea

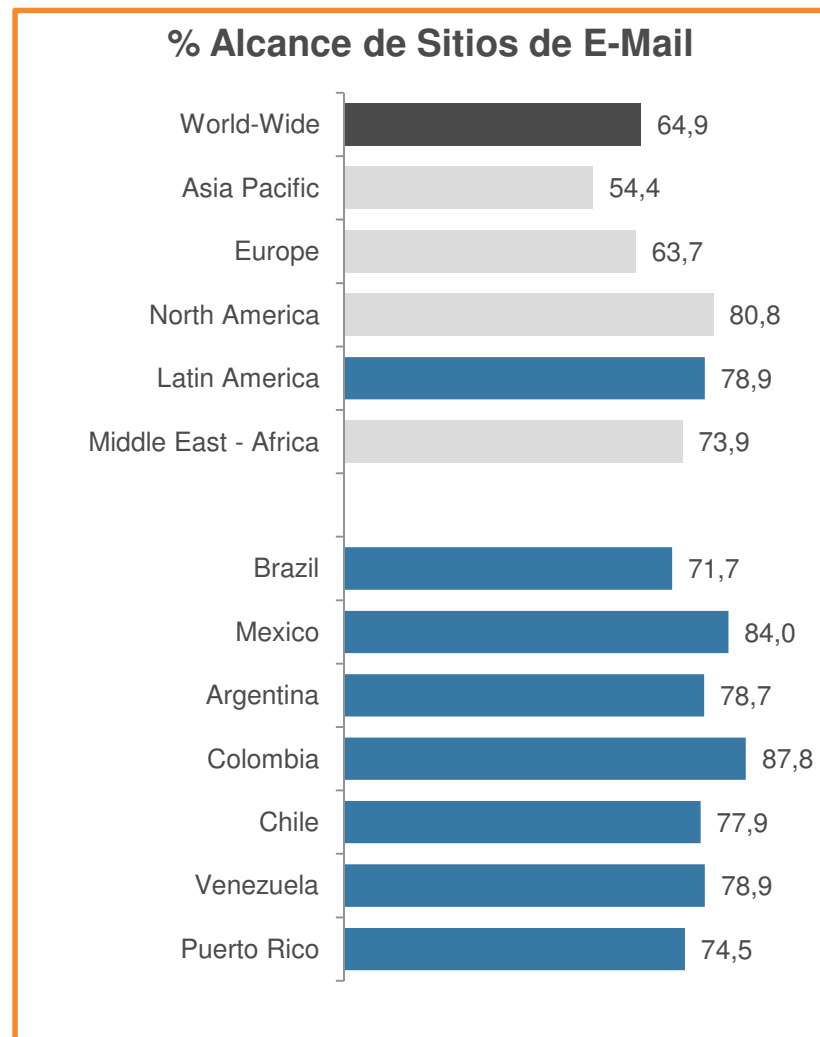


El Uso de E-mail se mantiene Fuerte, sin perjuicio de las otras formas de conectarse que ofrece el mercado

Los usuarios latinoamericanos son también los usuarios más voraces de e-mails. Colombia y México están consistentemente sobre el promedio siendo los dos países con mayor uso de e-mails.

El alcance del E-mail en América Latina es incluso superior que el de la mensajería instantánea.

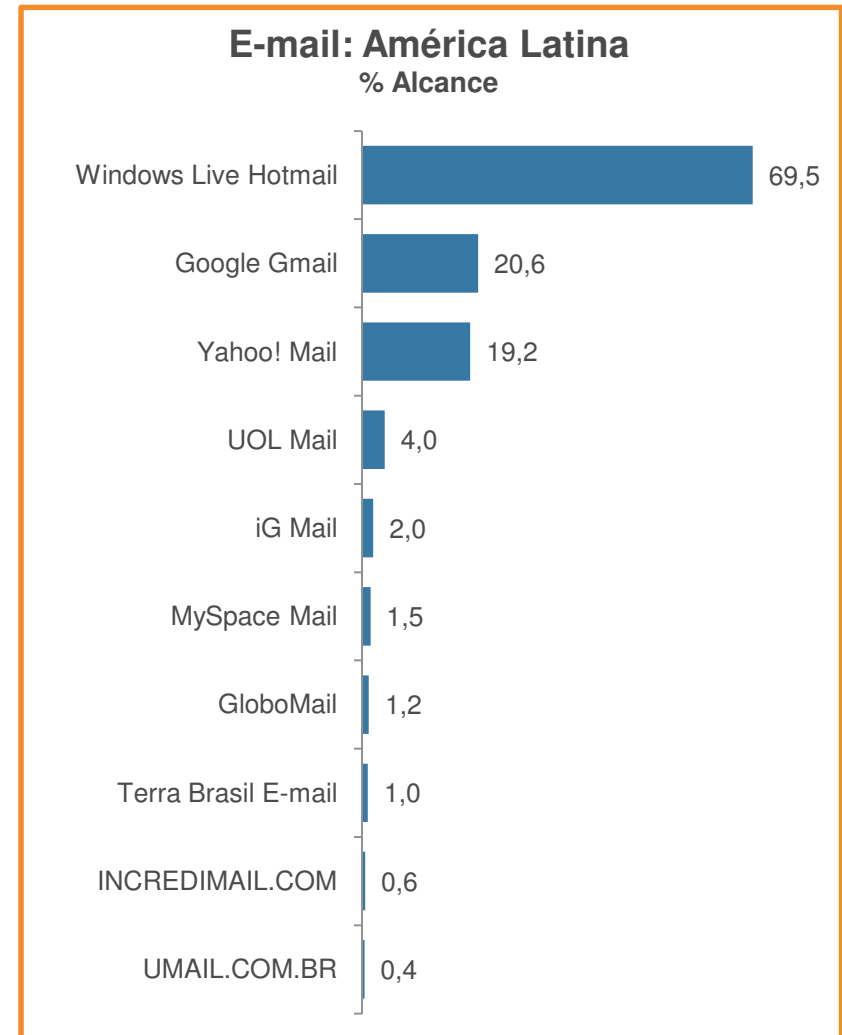
Particularmente en países donde la banda ancha del tipo “siempre conectado” no son aún universales, la comunicación vía E-mail podría ser aún más efectiva que usar aplicaciones de mensajería instantánea.



Windows Hotmail es Claro Líder en Webmail

Casi el 70% de los usuarios Web en América Latina usan Windows Live Hotmail. Gmail de Google se posiciona en segundo lugar, con alrededor de un quinto de la audiencia.

Varios proveedores enfocados en Brasil aparecen dentro de las 10 Propiedades de E-mails más usadas, ello se explica básicamente por el gran tamaño de la audiencia Brasileira.



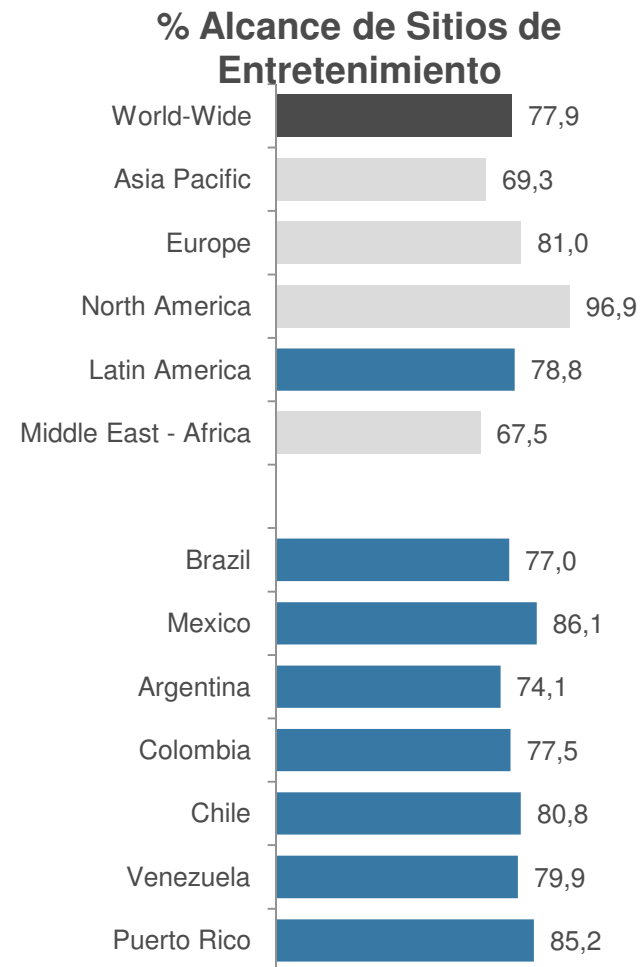
Los Sitios de Entretenimiento atraen Audiencia Significativa

El 79% de la población web latinoamericana visitó un sitio de Entretenimiento en Febrero 2010.

Las visitas a sitios de Entretenimiento son usualmente lideradas por sitios de multimedia o que entregan contenido de videos o música.

En América Latina, la penetración de Entretenimiento es alta en comparación a la relativamente baja penetración de banda ancha, indicando un claro apetito regional por este tipo de contenido.

También los videos y la música online se propagan más fácilmente debido al uso de las Redes Sociales.

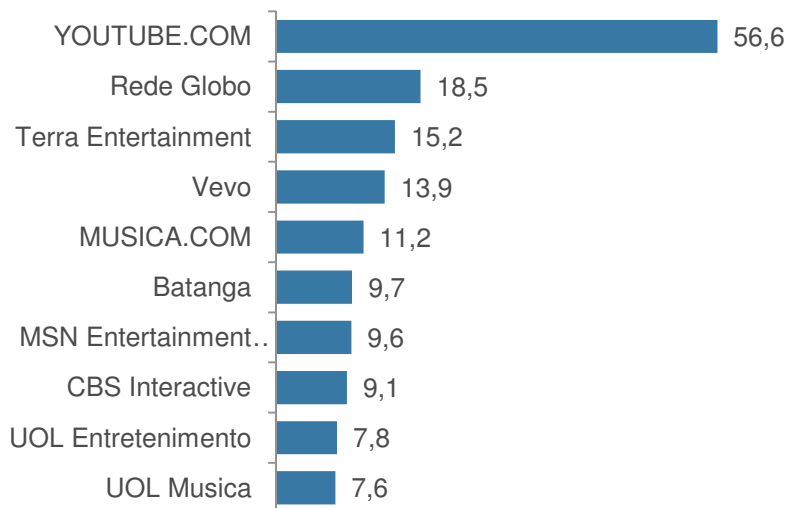


YouTube Lidera, Sitios Locales muestran Uso Significativo

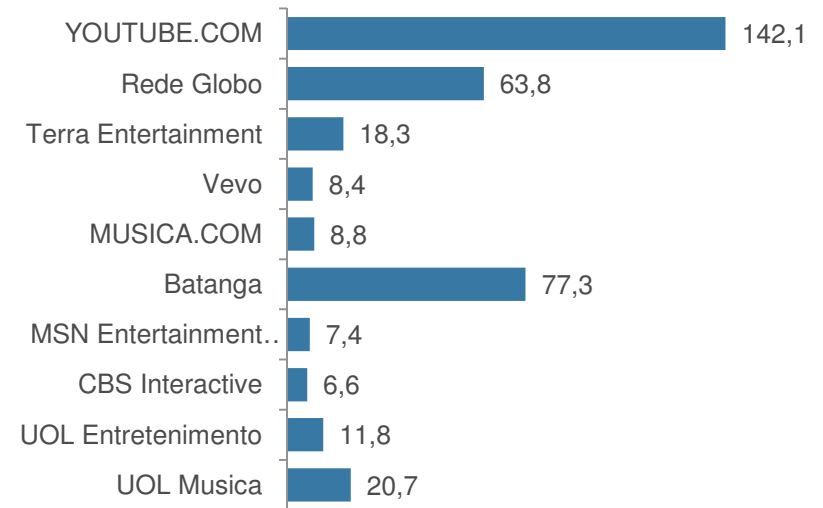
YouTube lidera entre los sitios de entretenimiento, pero el contenido local está probando tener un tremendo atractivo para los usuarios en América Latina.

Rede Globo, por ejemplo, mientras sigue bastante lejos de YouTube en términos de alcance, incrementó sus visitantes únicos en 17%, doblando así su tasa de uso el año 2009.

Top Sitios Entretenimiento: América Latina
% Alcance



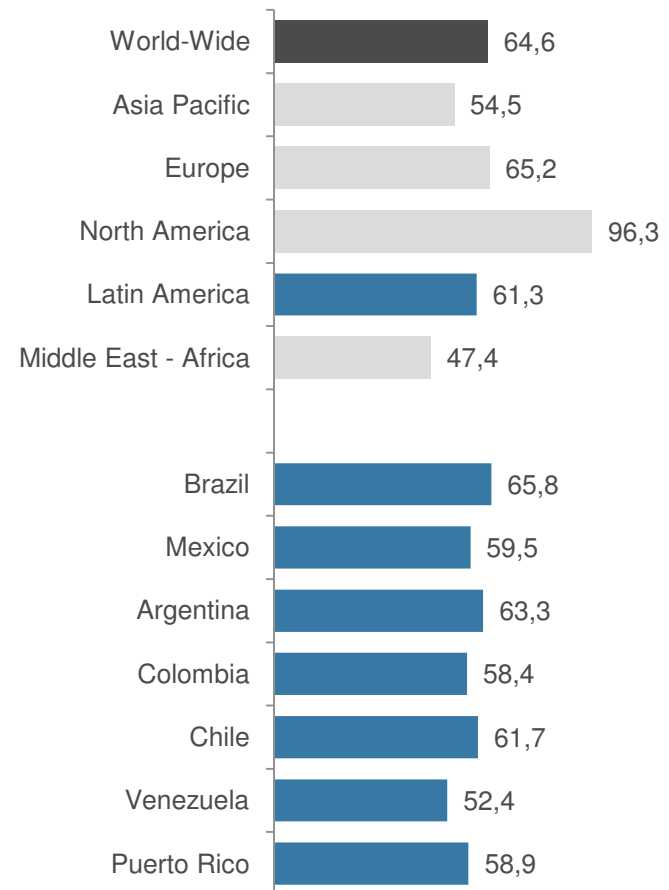
Top Sitios Entretenimiento: América Latina
Minutos por Usuario



Sitios de Noticias e Información

El alcance de la categoría está aún por debajo de Norte América y Europa, pero los usuarios web de América Latina se muestran cada vez más interesados en consultar noticias en la web.

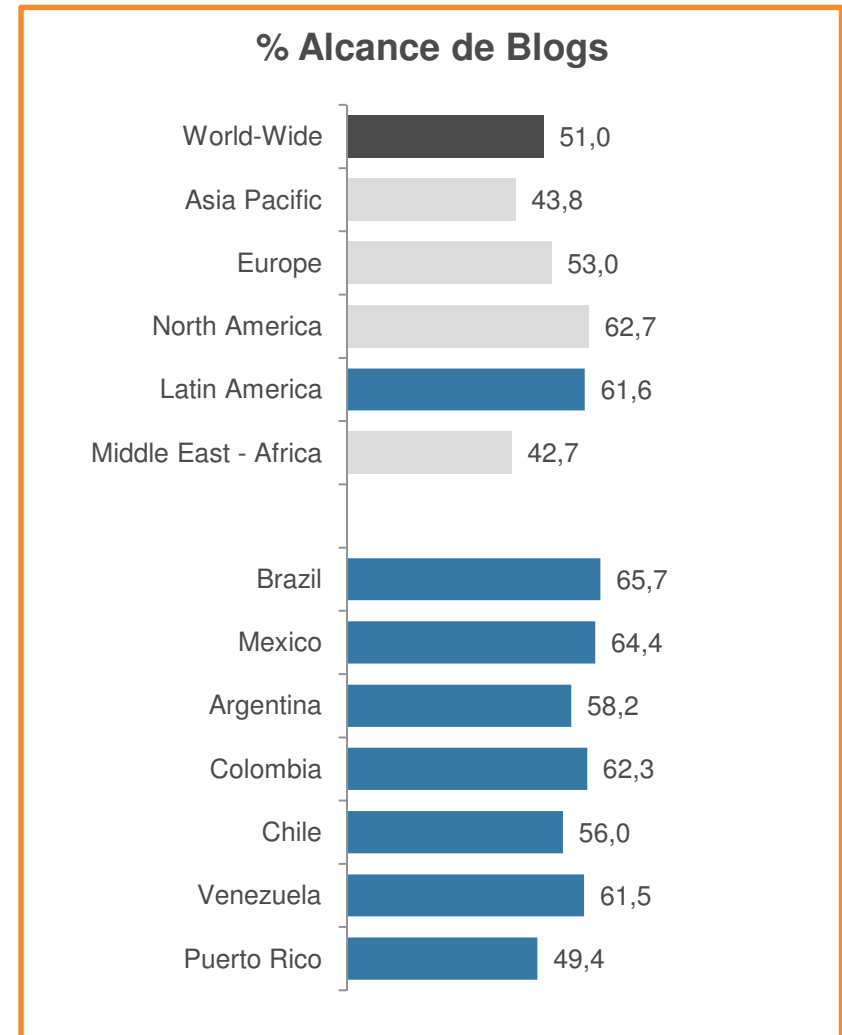
% Alcance de Noticias/Información



Blogs

Los sitios de Blog también disfrutan de un relativamente alto alcance en América Latina, comparado con otras regiones en desarrollo como Asia Pacífico y Medio Oriente – África.

Adicionalmente a los consumidores que usan los sitios de blogs para compartir fotos y estar en contacto con amigos y familia, muchos blogs Latinoamericanos están enfocados en política y comentarios políticos.

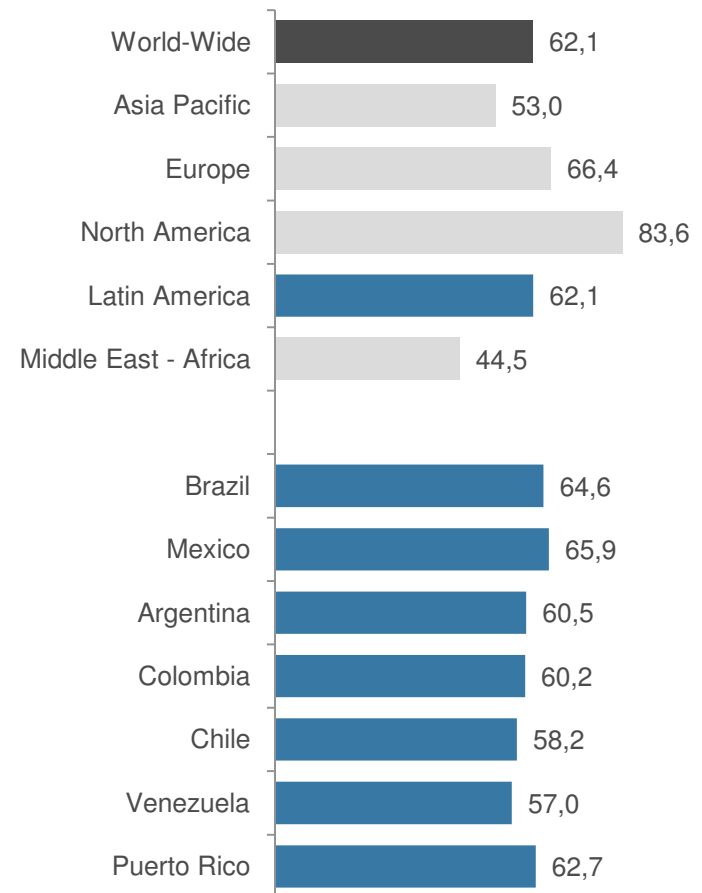


Retail Online

Las visitas a sitios de Retail son mayores en Brasil, México y Puerto Rico.

E-Commerce está todavía en su etapa de infancia en la mayoría de América Latina, pero es claro que los consumidores visitan sitios de Retail/Productos y de comparación de precios online incluso cuando son de aquellos que no confían en la seguridad de las transacciones online, o podrían que prefieren hacer sus compras off line.

% Alcance de Sitios de Retail



Subcategorías de Retail

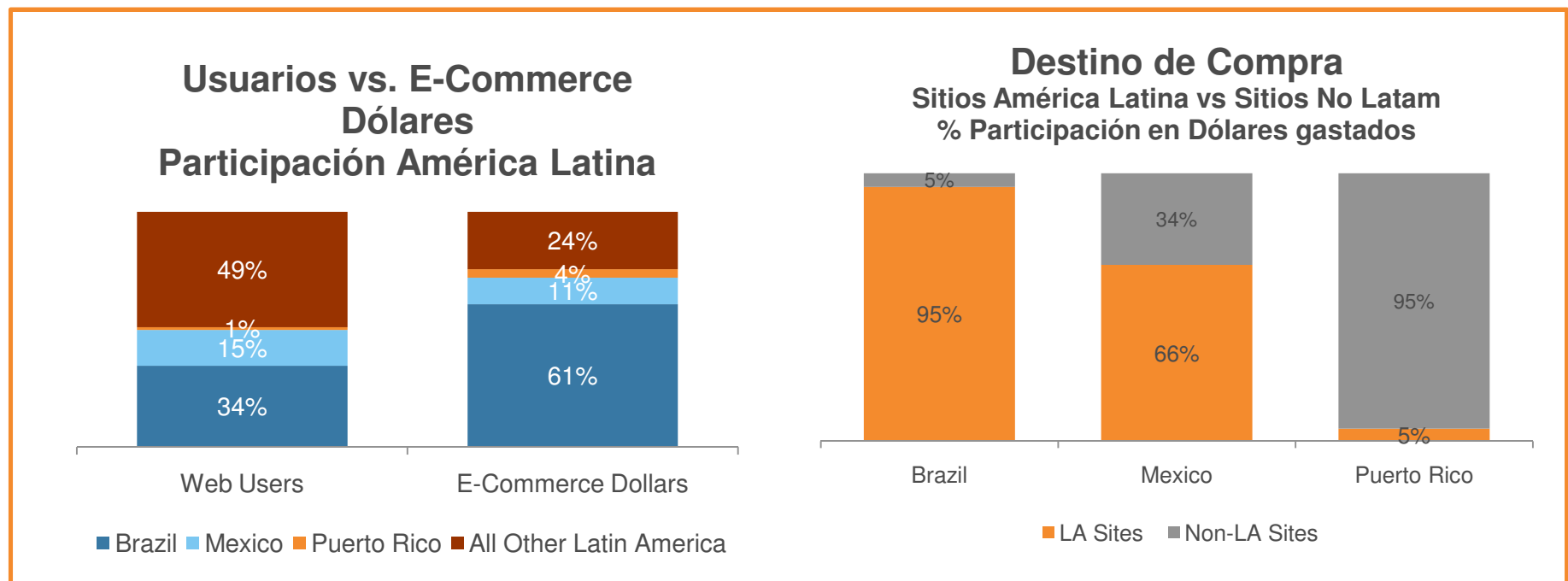
Los sitios de comparación de productos son un importante destino entre los usuarios de América Latina. Las categorías de productos más populares varían por país, dependiendo de los intereses y la presencia de proveedores locales.

% Alcance de Subcategorías de Retail

	Latin America	Brazil	Mexico	Argentina	Colombia	Chile	Venezuela	Puerto Rico
Comparison Shopping	21.5	33.8	17.3	12.5	16.1	14.4	9.8	22.3
Consumer Electronics	18.7	33.5	14.9	15.1	7.5	8.1	6.8	9.1
Computer Hardware	13.2	9.4	21.7	9.5	15.3	12.1	12.3	18.8
Computer Software	13.1	13.5	14.9	10.4	12.4	11.2	11.4	15.5
Books	8.9	10.6	9.9	5.9	12.1	4.0	7.0	6.9
Apparel	8.0	9.7	8.0	5.6	5.5	3.9	5.1	10.7
Department Stores	7.2	10.1	4.0	4.7	3.1	19.2	2.3	7.6
Flowers/Gifts/Greetings	6.2	2.1	12.7	5.3	7.3	5.5	5.8	11.5
Sports/Outdoor	4.7	10.2	1.5	2.0	1.3	1.3	0.7	3.9
Retail - Music	3.8	2.9	5.2	5.2	3.7	3.2	2.2	3.3
Retail - Movies	3.5	4.5	3.0	2.7	2.1	3.1	1.2	3.2
Tickets	3.2	2.8	4.9	3.0	4.8	5.3	0.9	4.7
Fragrances/Cosmetics	2.9	5.3	1.4	1.7	1.1	2.3	0.7	2.5
Toys	2.9	2.4	3.5	2.6	3.0	3.1	2.9	2.9
Mall	2.3	4.6	1.0	1.0	0.5	3.0	0.3	2.4
Jewelry/Luxury Goods/Accessories	2.2	1.6	4.0	1.3	2.6	1.6	2.0	4.4
Health Care	2.1	2.7	1.9	0.9	2.3	1.4	0.9	6.0
Consumer Goods	1.7	1.7	3.4	0.9	1.5	0.8	1.4	2.4
Home Furnishings	1.7	2.1	1.6	0.8	0.9	1.0	0.7	4.2
Retail - Food	1.2	1.6	1.6	0.6	0.9	0.8	1.2	1.8

Brasil Lidera en E - commerce

Brasil constituye el 34% de la población online de América Latina, pero el 61% de los dólares gastados en E-Commerce en la región en 2009. Las preferencias de compra varían por país: 95% de los dólares E-Commerce gastados en Brasil fueron en sitios Latinoamericanos, mientras que en Puerto Rico, 95% de los dólares E-Commerce fueron gastados en sitios No-Latinoamericanos (principalmente en sitios de Estados Unidos).



Conclusiones

- El panorama web global está en constante cambio, especialmente con un rápido crecimiento en los mercados emergentes, particularmente en América Latina. Incluso en los mercados donde el uso de la web está establecido, el incremento en la adopción de banda ancha impulsa un consumo adicional.
- La baja penetración de banda ancha en el segmento hogar impide actividades relacionadas con alto uso de ancho de banda como videos, descarga de música, etc. También es claro que el deseo o interés de los consumidores existe, lo que constituye una tremenda oportunidad para los operadores de Internet de lograr una mayor penetración en esta categoría.
- Social Networking y Comunicación (vía E-mail y Mensajería Instantánea) son indicadores claves del uso de Internet en esta región. La profunda penetración de Redes Sociales tiene además un efecto “viral” multiplicativo para otros tipos de contenido Web 2.0 .
- Facebook ha superado a muchos sitios locales con excepción de Orkut, que sigue siempre el más fuerte en Brasil.
- E-commerce sigue en su etapa de infancia en la región, pero 6 de cada 10 usuarios visitan sitios de Retail y los consumidores están volviéndose más proclives a comprar online.