

Anexo 1

ESTUDIO: EL ADN DEL USUARIO LATINOAMERICANO DE INTERNET:

Estudio realizado por MercadoLibre y reproducido y analizado por el Equipo Editorial de la página de internet eMarketing Online. Fue publicado en la página el día 12 de mayo de 2012. Recuperado de:

<http://www.emarketingcolombia.com/2012/05/16/estudio-el-adn-del-usuario-de-internet-latinoamericano/>. Consultado el día: 7 de Febrero de 2013.

“El estudio, presentado por Mercado Libre, fue realizado por OH! Panel en 9 países de la región (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Perú, Uruguay y Venezuela).

- *El mayor uso de internet es para enviar y recibir emails*
- *7 de cada 10 usuarios participan activamente en redes sociales*
- *Más del 80% está a favor de trabajar desde su casa*
- *El 97% admite haber realizado al menos una compra o venta on line durante el último año*

Del informe se desprende que para los usuarios latinos el mayor uso que le dan actualmente a la web sigue siendo el envío y recepción de emails, seguido de la búsqueda de información. En tercer lugar, utilizan internet para la compra y venta de productos; en cuarto escalón lo hacen para participar en redes sociales y finalmente para informarse. Se observa además, que, comparativamente, aún es incipiente las actividades cómo alquilar películas, videos y juegos, ver TV y la telefonía on line.

“Estamos viviendo una era en donde el usuario de la web es cada vez más exigente, busca y posee más información y confía mucho más en la seguridad que

le brinda la web para sus actividades cotidianas en lo laboral y personal. Por eso el gran desafío para todos los que trabajamos en el universo internet es entender ese proceso natural de cambio cultural y acompañar al usuario minuto a minuto en ese camino donde la red es un protagonista inevitable” comenta Marcelino Herrera Vegas, gerente general de MercadoLibre Colombia.

REDES SOCIALES: espiar nos gusta

La preocupación principal del 65% de los usuarios de redes sociales en la región es la pérdida de privacidad

El comportamiento dentro de Facebook va evolucionando y el informe demuestra que cada vez es mayor la atención que el usuario le presta en saber a quién confirma como amigo y que para el 65% de ellos, la mayor preocupación es la pérdida de privacidad. Por otro lado, más de la mitad de los consultados (51%) admite haber espiado el perfil de Facebook del novio /a de un amigo para ver si es lindo/a, siendo Argentina el país donde esta actividad es la más baja de la región (43%) y Perú la más alta (67%).

CONSUMO ON LINE: bueno, bonito y barato

Teniendo en cuenta que la compra y venta de productos es uno de los usos más frecuentes de los usuarios actualmente, el informe revela que el 97,5% de los usuarios de Internet de América Latina tuvo al menos una experiencia de compra o venta electrónica durante el último año. Los principales motivos para realizar las operaciones electrónicas siguen siendo la posibilidad de acceder a mejores precios, el ahorro de tiempo y la comodidad de poder hacerlo desde cualquier lugar.

En este sentido, al momento de hacer una compra por la red, el usuario considera el precio y la reputación del vendedor como aspectos más importantes para tomar su decisión. Un dato que marca la exigencia del usuario: la atención del vendedor es un ítem que hoy el comprador on line valora en el mismo nivel que el precio ofrecido (75%) para tomar su decisión.

Es muy interesante percibir que hoy para los usuarios, la inseguridad de brindar datos personales o de los medios de pago, no es la principal preocupación para realizar una transacción electrónica. Los que prefieren realizar sus compras off lo hacen principalmente porque les permite tocar o ver el producto (55%).

A la hora de trazar un perfil del consumidor on line colombiano promedio, el estudio lo caracteriza como una persona amante de la tecnología, seguidor de los comentarios que se suben a la web sobre productos/servicios, buscador de oportunidades de promociones on line para comprar más barato y rápido; y está atento a las novedades y nuevos lanzamientos, aún mediante el consumo de publicidades. El 46,7% de los compradores colombianos reconoció que disfruta hacer compras y que es una de sus actividades favoritas.

INTERNET Y TRABAJO: todos conectados

El 80% respondió que le encanta la posibilidad de trabajar desde su casa conectado por internet

Sobre el uso de internet para el trabajo, el 80% respondió que le encanta la posibilidad de trabajar desde su casa conectado por internet. Si bien la diferencia es mínima respecto a toda la región, Argentina es el país de la región que menos está de acuerdo con esa opción (75%). Un dato muy interesante que marca lo indispensable de la web en el mundo de hoy, es que el 63% considera que toda

persona tiene derecho a conectarse a internet en el trabajo y que no deberían adoptarse medidas restrictivas en ese sentido.

INTERNET EN CASA: una manera de entretenernos.

Cuando del uso hogareño se trata, Internet también ocupa un lugar cada vez más destacado tanto para el entretenimiento de la familia como para la modificación de hábitos. El 49% afirma que cada integrante de la familia se conecta y se divierte por su cuenta a través de internet. El acceso a internet no sólo se da a través de una pc, notebook o dispositivo móvil, sino que la misma TV -hoy conocida como SmartTV- también empieza a ocupar un rol destacado y modifica el uso de este equipo como entretenimiento hogareño, ya que casi el 40% manifiesta que con el LCD o LED TV con conexión a internet, se divierte cada vez más navegando y quita horas a la tv tradicional.

En las relaciones personales, internet también es protagonista. El 24% de los usuarios confiesa haber tenido discusiones con su pareja por el tiempo dedicado a jugar por la red. Por otro lado, en las reuniones de amigos, el 28% afirma que se divierte con internet y para el 22% de los padres internet es una ayuda para compartir más tiempo con sus hijos porque le permite divertirse con los mismos juegos y actividades.

Ficha técnica:

- **Estudio realizado por:** OH Panel!
- **Fecha de trabajo de campo:** 23 de abril al 7 de mayo de 2012
- **Tipo de estudio:** Encuesta por muestreo
- **Target:** Se encuestó a hombres y mujeres, usuarios de internet, de 16 y más años, de NSE ABCD, residente en 9 países de América Latina

(Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Mexico, Peru, Uruguay, Venezuela)

- ***Universo total:*** 4774 respuestas
- ***Duración del cuestionario:*** 15 minutos”.