



Situación de Internet en México (State of Internet – SOI México)

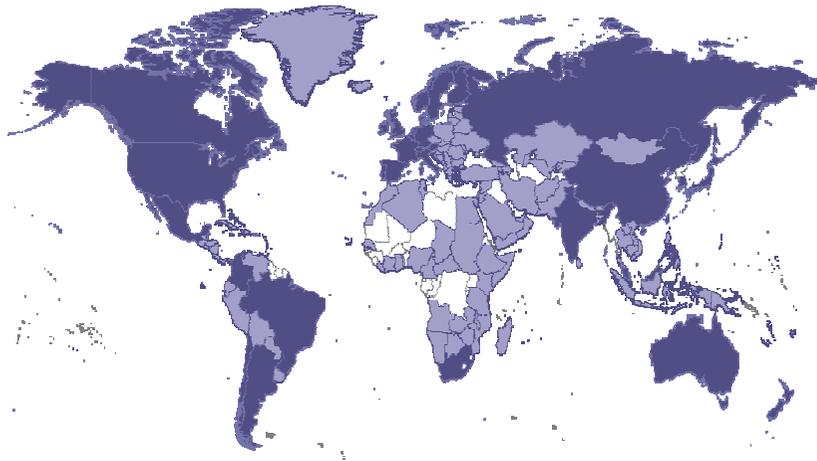
Agosto 2010



Iván Marchant, Country Manager México, comScore, Inc.
imarchant@comscore.com

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

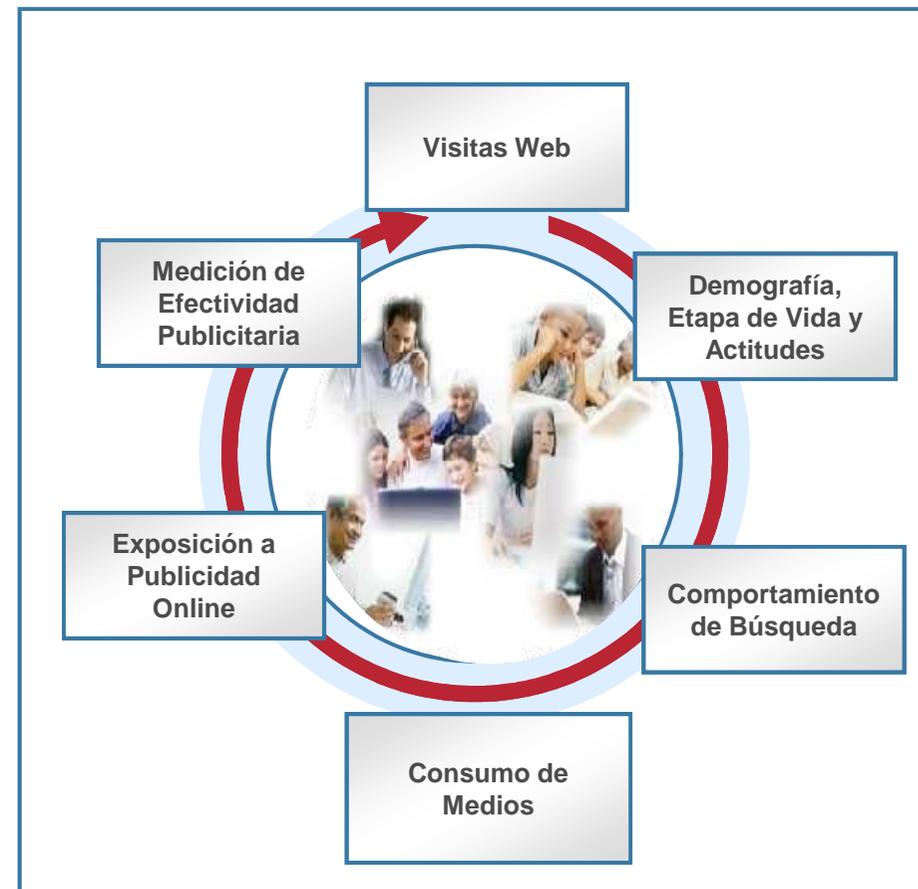
Único en Medición Global de Audiencia y e-Commerce



38 Países Reportando Media Metrix

+170 Países con Panelistas

Visión **360°** del Comportamiento del Consumidor



+ 1.400 Clientes + 90% de Renovación de Suscripciones

Internet	Agencias	Telecom	Financiero	Retail	Viajes	Alimentos	Farmacia	Tecnología

Algunos de Nuestros Clientes en América Latina...



Historia de Liderazgo en Medición de Marketing Digital



Reconocimiento Externo



WORLD ECONOMIC FORUM
Technology Pioneer
2007



Top 100 Innovative Companies
December 2004

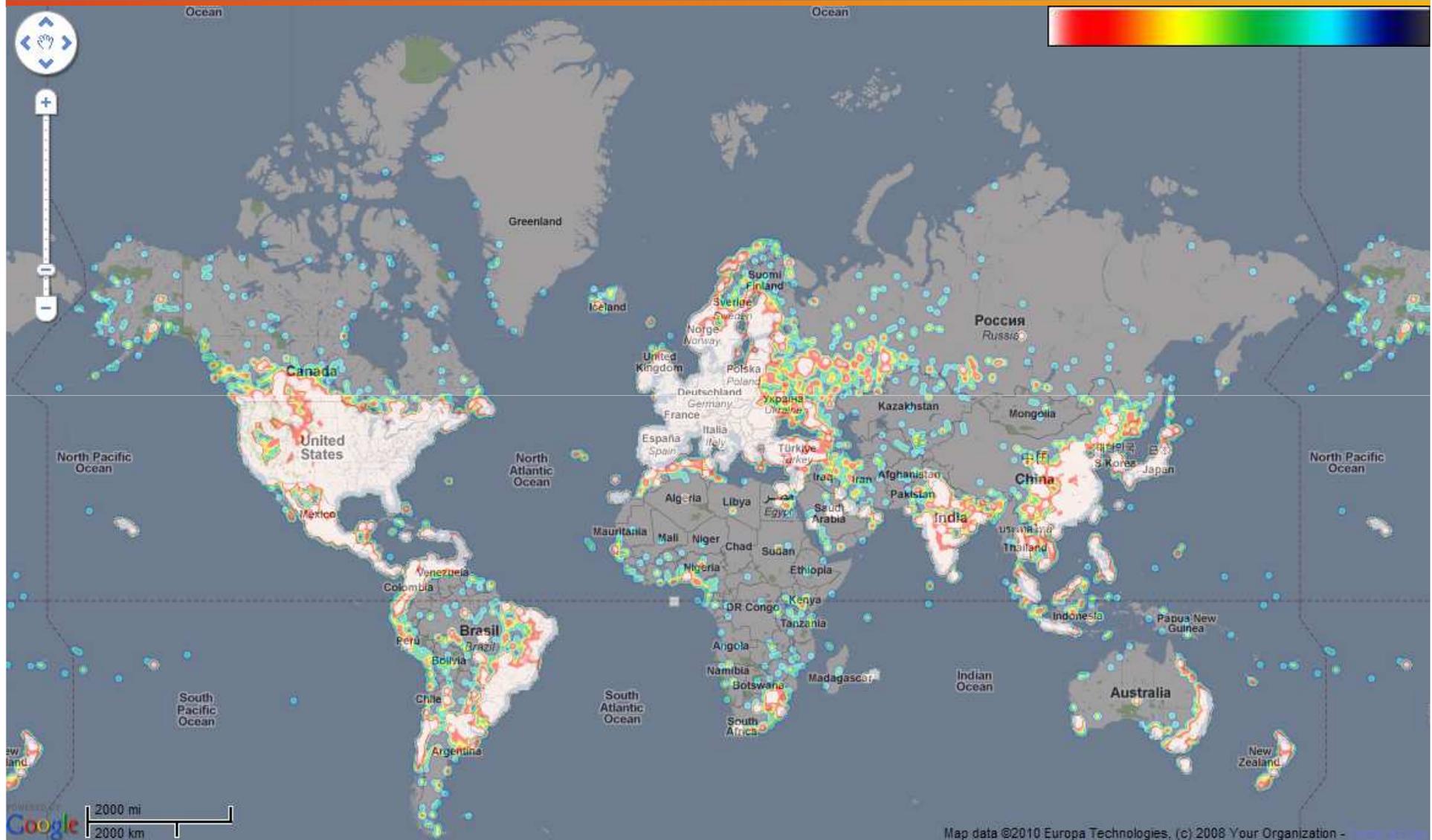


World's Largest Windows Database
December 2001, 2003, 2005

Oficinas de comScore en Latinoamérica



Más de 2 Millones de Panelistas comScore en 170 Países

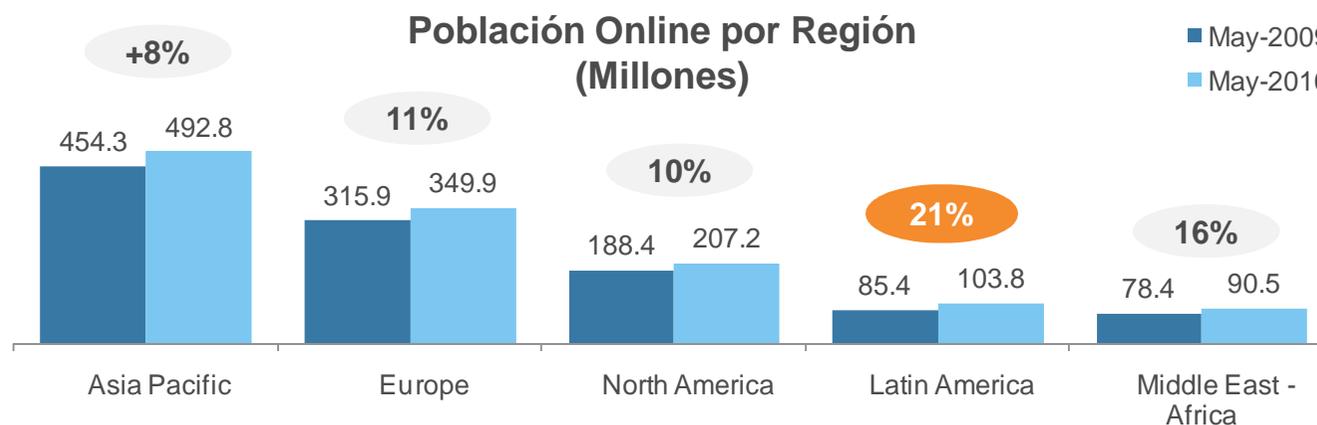


Latinoamérica es la Región de Crecimiento más Rápido en el Mundo

La audiencia en Latinoamérica creció un 21% en el último año, lo que representa 18 millones de nuevos usuarios web de más de 15 años de edad que acceden a internet desde un computador de casa o trabajo.

El crecimiento asiático fue el más bajo, con 8% pero representa a 39 millones de nuevos usuarios web.

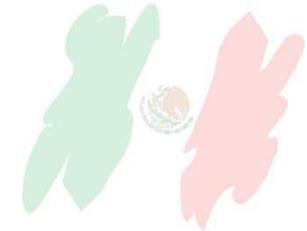
Población Internet Online (Millones)



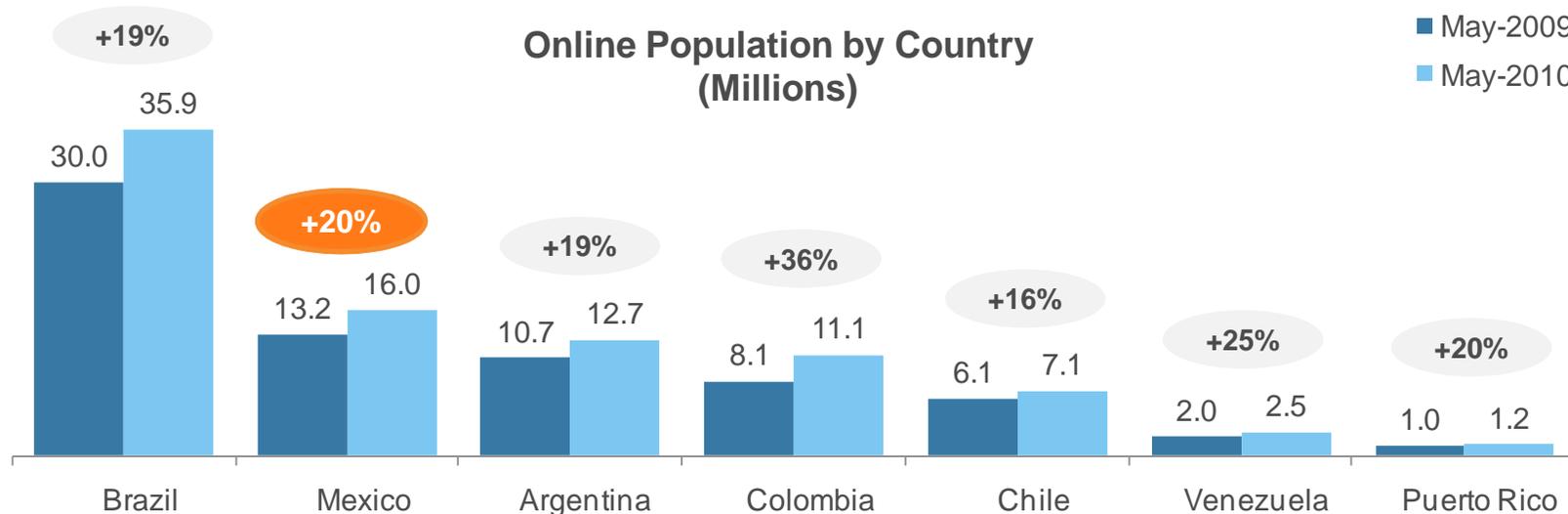
México Sumó 2.8 Millones de Nuevos Usuarios Internet en el Último Año

México está creciendo a casi el mismo ritmo que América Latina en general.

Sumó 2.8 millones de usuarios web nuevos en el último año, un crecimiento de 20 por ciento.



comScore estima que el universo extendido de México llega a 28,5 millones de usuarios de Internet, un número que incluye usuarios menores de 15, y aquellos que acceden a Internet desde una ubicación distinta de trabajo o casa, tales como Cafés Internet o computadores compartidas/públicas.



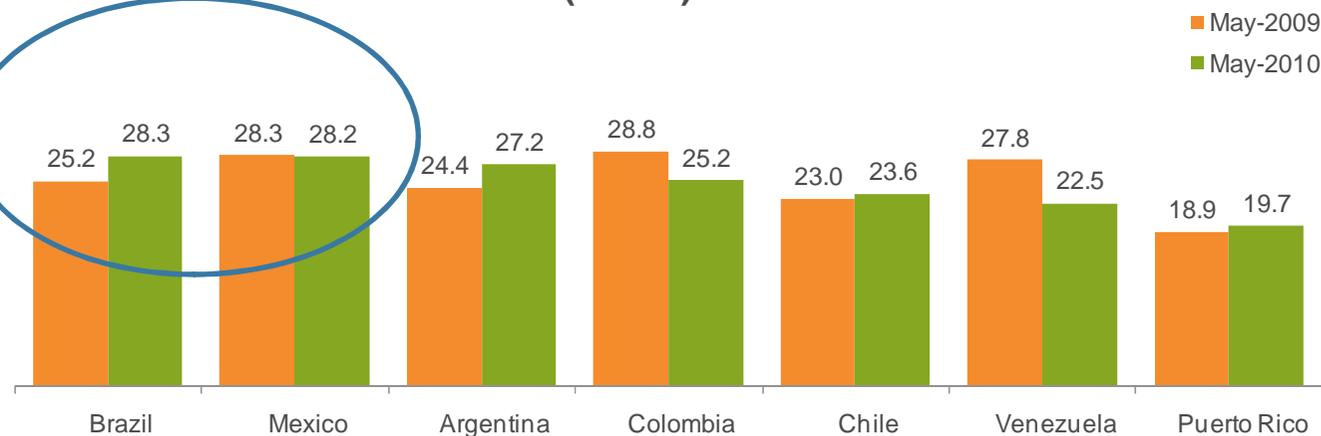
Brasil y México tienen los Usuarios más Intensos de la Región

Colombia y Venezuela están incorporando usuarios de Internet más livianos: son los únicos dos países en la región cuyo consumo promedio ha disminuido en un número significativo.

El uso promedio en México durante el último año se ha mantenido estable.

En Mayo 2010, los usuarios de México y Brasil fueron aquellos que pasaron el mayor tiempo en línea.

Promedio Mensual de Tiempo Consumido Online (Horas)



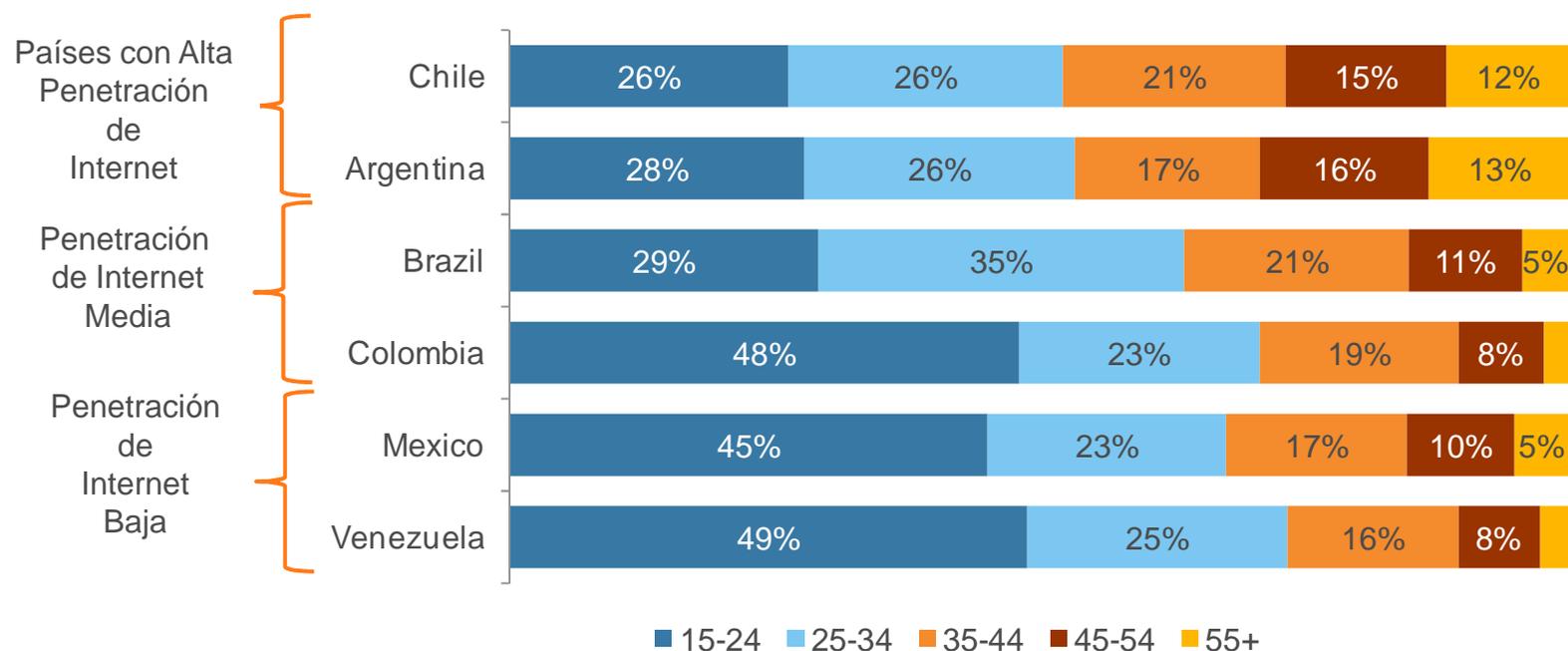
La Distribución Etaria se Correlaciona con la Penetración de Internet

La distribución demográfica se relaciona altamente con los niveles de penetración de Internet y la madurez relativa del mercado de Internet: los usuarios jóvenes son tradicionalmente usuarios de adopción temprana.

La distribución etaria de la audiencia web mexicana esta fuertemente inclinada hacia los usuarios jóvenes: : 68% es menor a 35 años, en comparación al 53% de promedio mundial.

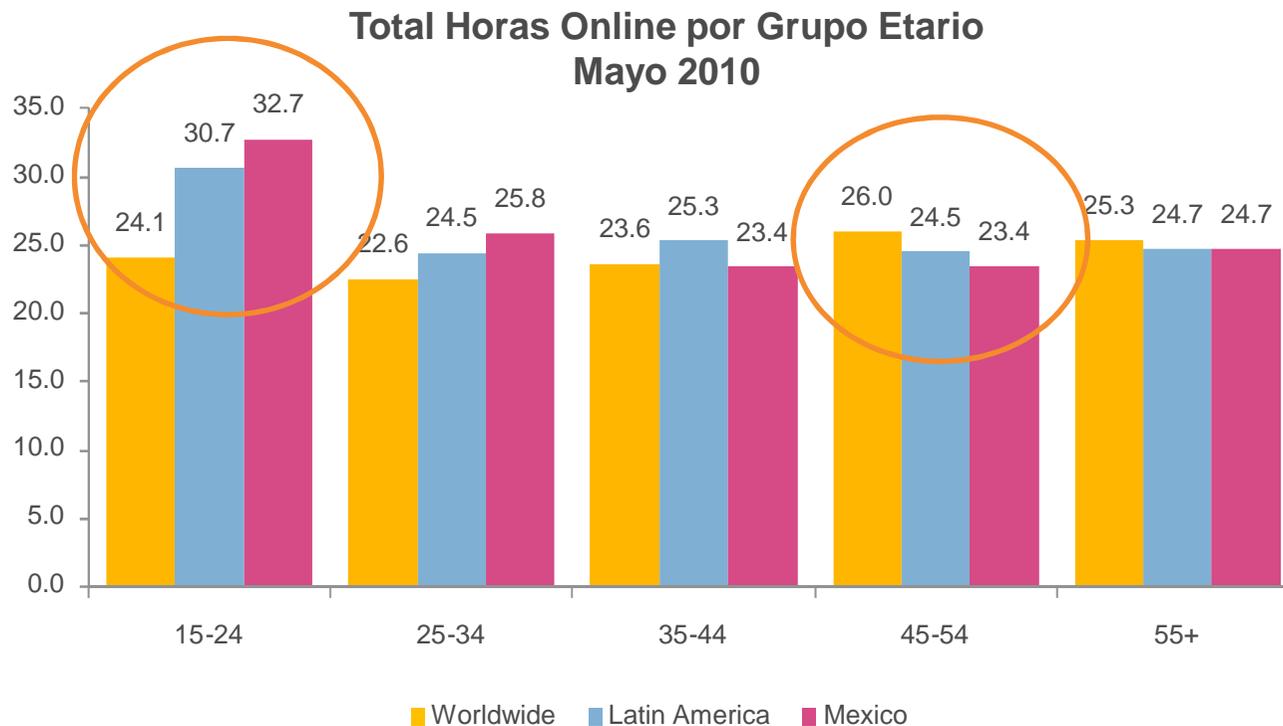


Distribución Demográfica de Usuarios de Internet Por Edad



Jóvenes Mexicanos: Más Comprometidos que sus Pares Regionales con el Online

Los usuarios más jóvenes de México pasan mucho más tiempo online que otros usuarios jóvenes en el mundo. El usuario mexicano de Internet entre 15 y 24 años, pasa 32,7 horas promedio online al mes (8 horas más que el usuario mundial de 15 a 24 años). Los usuarios mayores en México pasan menos tiempo en línea al compararse con sus pares en otras partes del mundo, especialmente en el grupo etario de 45 a 54 años.



Marcas Mundiales y Mexicanas Representadas entre las Principales Propiedades Web

Principales “Properties” Audiencia Mexicana

La ubicación de Google puede ser acreditada a la popularidad de su herramienta de búsqueda como también a YouTube (propiedad de Google).

El alto alcance y fuerte uso de los sitios de Microsoft es empujado por su aplicación de mensajería instantánea.

Los sitios de Entretenimiento están bien representados en la lista de las 10 principales entidades, con Batanga, Vevo, y Fox.

Facebook es hoy la red social líder, y entidad #3 en México.

Marcas Globales y Mexicanas	Total Visitantes Unicos (000)	México % Alcance	Promedio Minutos por Visitante
Google Sites	16,718	91.7	238.8
Microsoft Sites	13,512	74.1	851.5
FACEBOOK.COM	10,651	58.4	190.4
Yahoo! Sites	9,658	53.0	48.1
Wikimedia Foundation Sites	7,599	41.7	12.5
WordPress	5,543	30.4	3.9
Batanga	5,383	29.5	89.0
MercadoLibre	5,056	27.7	28.4
TARINGA.NET	4,949	27.2	10.4
VEVO	4,035	22.1	9.3
Apple Inc.	3,926	21.5	5.2
Terra - Telefonica	3,899	21.4	17.0
NetShelter Technology Media	3,808	20.9	6.0
CONDUIT.COM	3,770	20.7	16.8
HI5.COM	3,516	19.3	114.3
Fox Interactive Media	3,511	19.3	57.4
MUSICA.COM	3,505	19.2	10.2
Hispavista Sites	3,500	19.2	13.2
Grupo Carso	3,355	18.4	17.6
Ask Network	3,179	17.4	6.7
OLX INC.	2,986	16.4	6.6
Orange Sites	2,778	15.2	5.2
MONOGRAFIAS.COM	2,686	14.7	3.2
MEGAUPLOAD.COM	2,669	14.6	29.8

¿Cómo México Usa Internet?

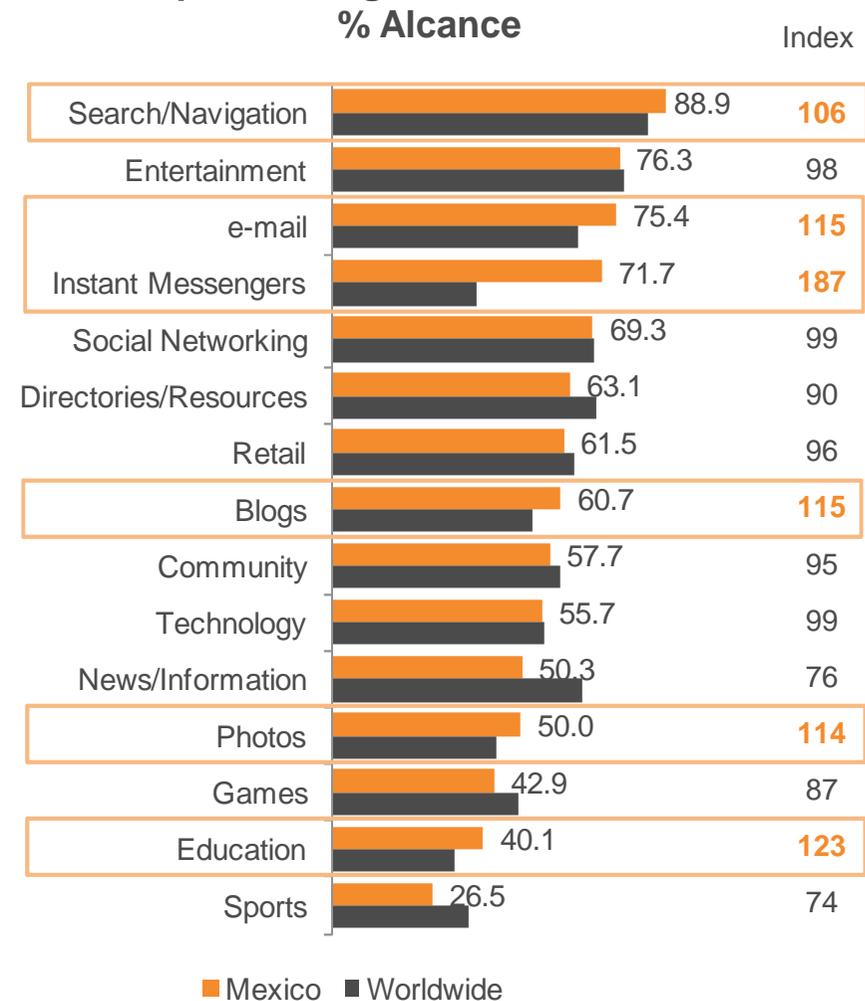
Search/Navigation es la categoría principal en México, con 89% de usuarios web usando sitios de Search/Navigation

Alcance Entretenimiento: alto, debido a los jóvenes

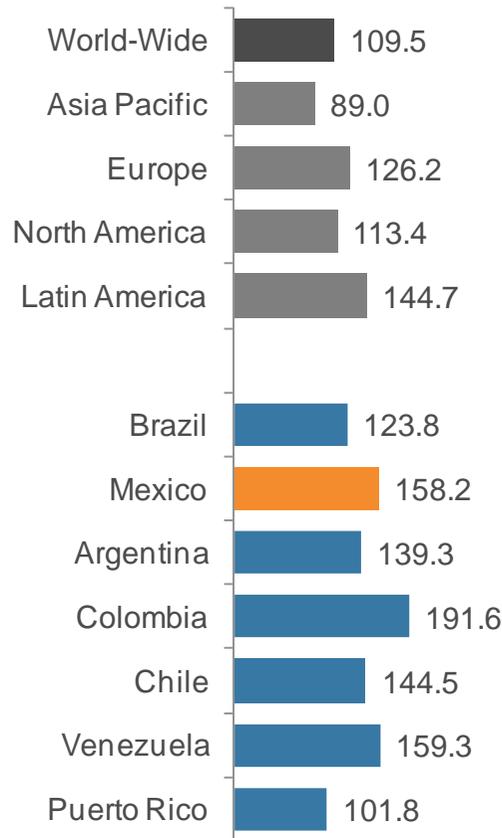
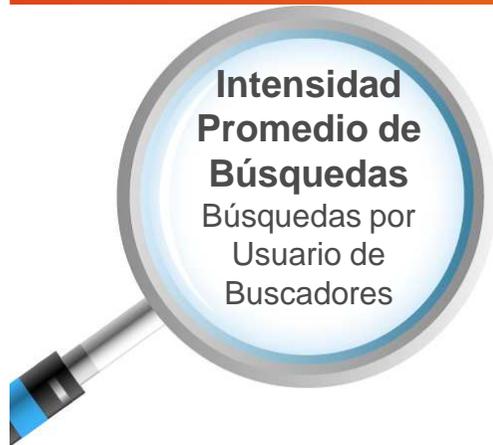
Sorpresa: Social Networking

Alto número de categorías de baja indexación: indica que los mexicanos están visitando un menor rango y variedad de sitios

Principales Categorías de Sitios: México



México Promedia Entre las Mayores Búsquedas por Buscador Mundialmente



El usuario promedio de búsquedas latinoamericano hizo 155,7 búsquedas, la tasa regional más alta en el mundo.

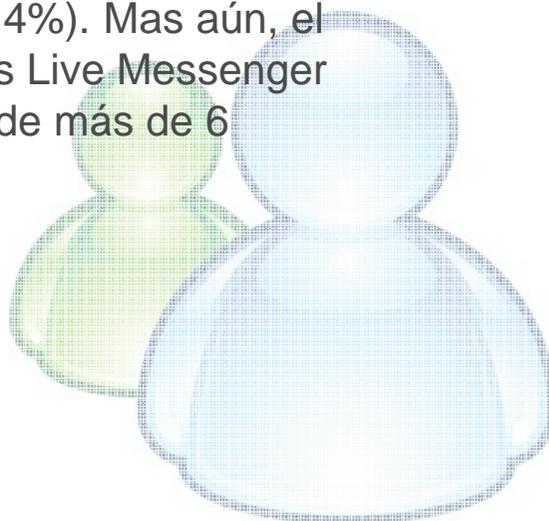
México, junto a Colombia y Venezuela, tienen a los usuarios de búsquedas más intensos del mundo, con tasas que van por lejos sobre el promedio regional y mundial.

IM es Canal de Comunicación Clave para Usuarios Web Mexicanos

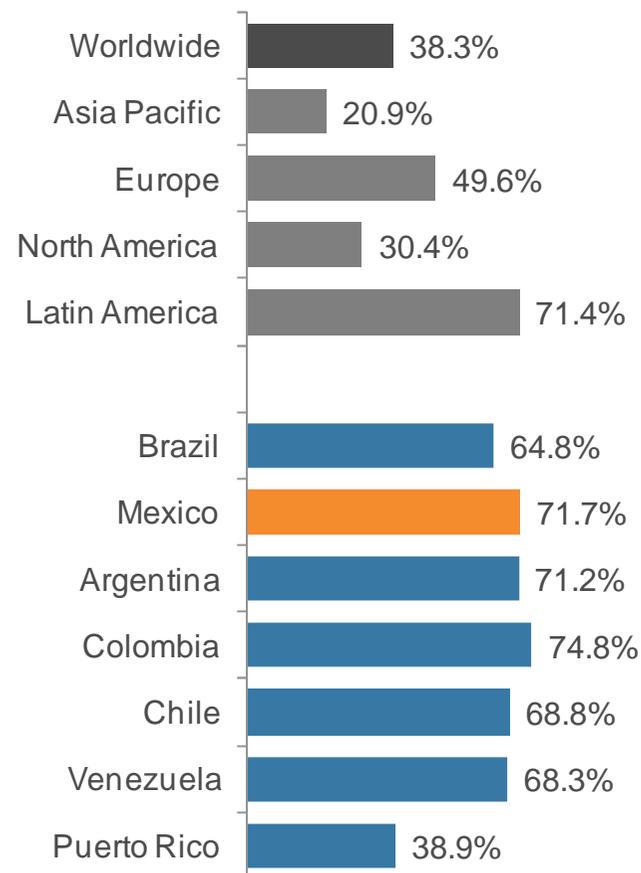
La Mensajería Instantánea (IM) tiene el más alto alcance en América Latina en comparación a otros lugares en el mundo.

Casi el 72 por ciento de la audiencia de Internet Mexicana utiliza IM, una tasa que va casi a la par en la región.

Windows Live Messenger acumula casi todo el uso en México (68,4%). Mas aún, el uso promedio del Windows Live Messenger es muy alto; un promedio de más de 6 horas por mes.



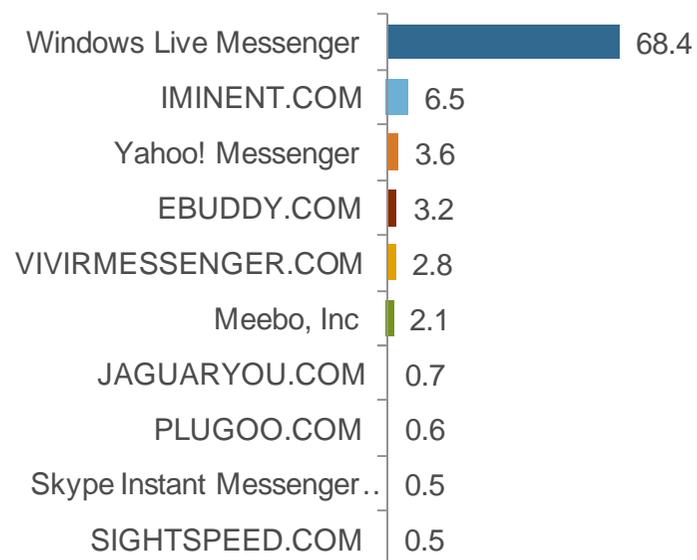
**Instant Messengers
% Alcance**



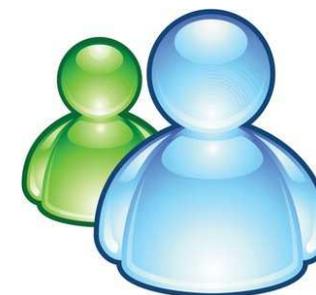
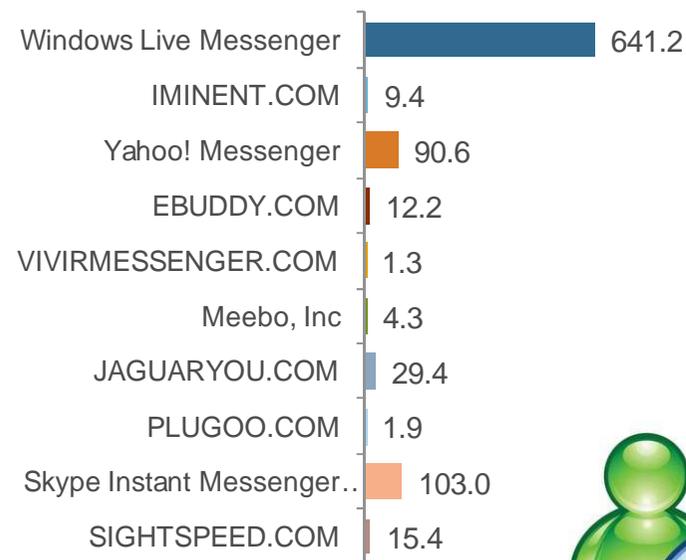
Windows Live Messenger: Claro Líder en Mensajería Instantánea

El Instant Messenger de Microsoft se encuentra en una posición muy avanzada en México respecto de otras soluciones de la categoría, alcanzando el 68% de la audiencia online, con un uso muy intensivo. Yahoo! Messenger y Skype son los otros dos mensajeros instantáneos que están teniendo un uso significativo por parte de esta audiencia, pese a que sus niveles de alcance son significativamente más bajos que en otros lugares del mundo.

Top Instant Messengers: México
% Alcance



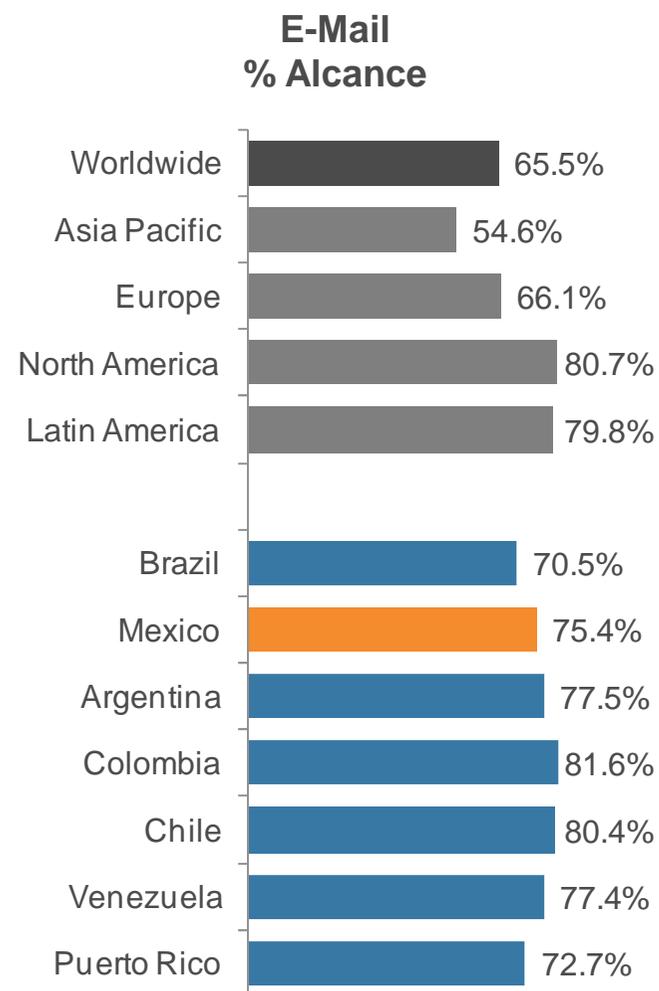
Top Instant Messengers: México
Promedio Minutos por Usuario



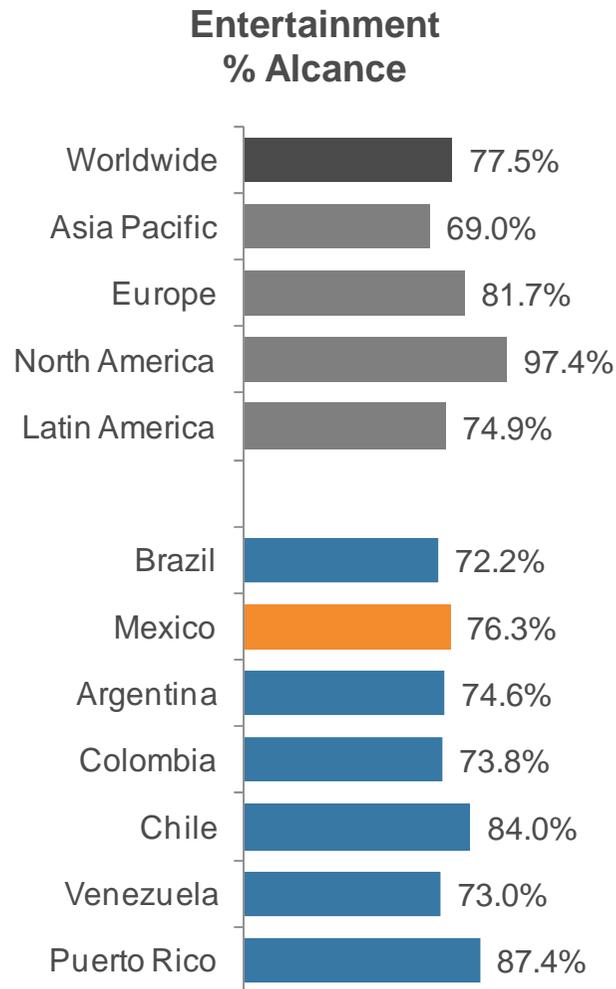
E-mail e IM son Claves en México como Vía de Comunicación

Los usuarios latinoamericanos son generalmente usuarios voraces de E-mail. El alcance de México es levemente mas bajo que el promedio regional, pero cuando se combina con Mensajería Instantánea, subraya la importancia de la red como medio de comunicación en este país.

Hotmail es el principal proveedor en esta categoría, con un alcance de 75%, seguido de Yahoo! Mail, con un alcance de 16%.



Sitios de Entretenimiento generan Interés, pese a la baja disponibilidad de banda ancha en el país



Tres de cada cuatro usuarios web en América Latina visitó un sitio de Entretenimiento en Abril.

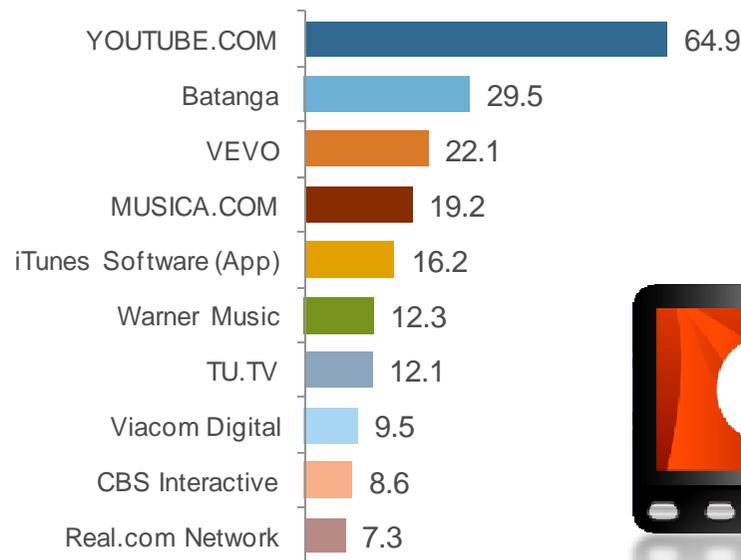
Las visitas a sitios de Entretenimiento típicamente son lideradas por sitios Multimediales y sitios que sirven contenido de video o música.

El alcance de Sitios de Entretenimiento de México está justo sobre el promedio regional, pese a la relativamente baja tasa de penetración de Internet banda ancha, indicando un alto nivel de interés en la categoría.

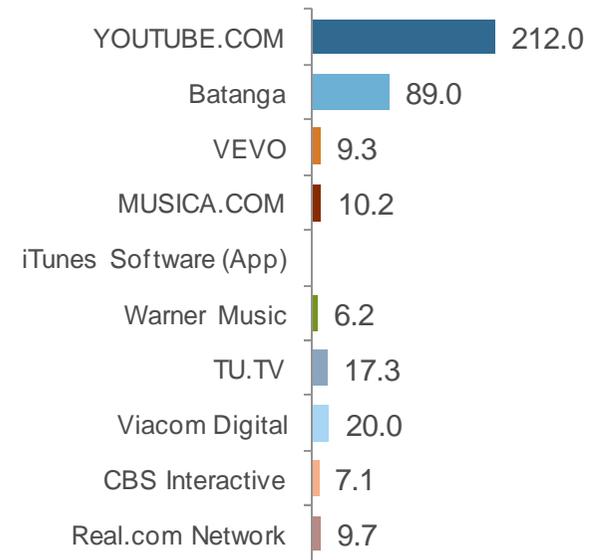
YouTube Lidera el Alcance en Entretenimiento, y es Fuerte en Música

Luego de YouTube, un número significativo de sitios de música se unen al grupo de sitios de Entretenimiento más populares en México. Batanga, Vevo, Musica.com, iTunes, y Warner Music componen los primeros 6 sitios de Entretenimiento. Viacom, #8, también incluye tráfico de MTV y el tráfico de CBS Interactive, #9, es conducido parcialmente por Last.fm.

Top Sitios Entertainment: México
% Alcance



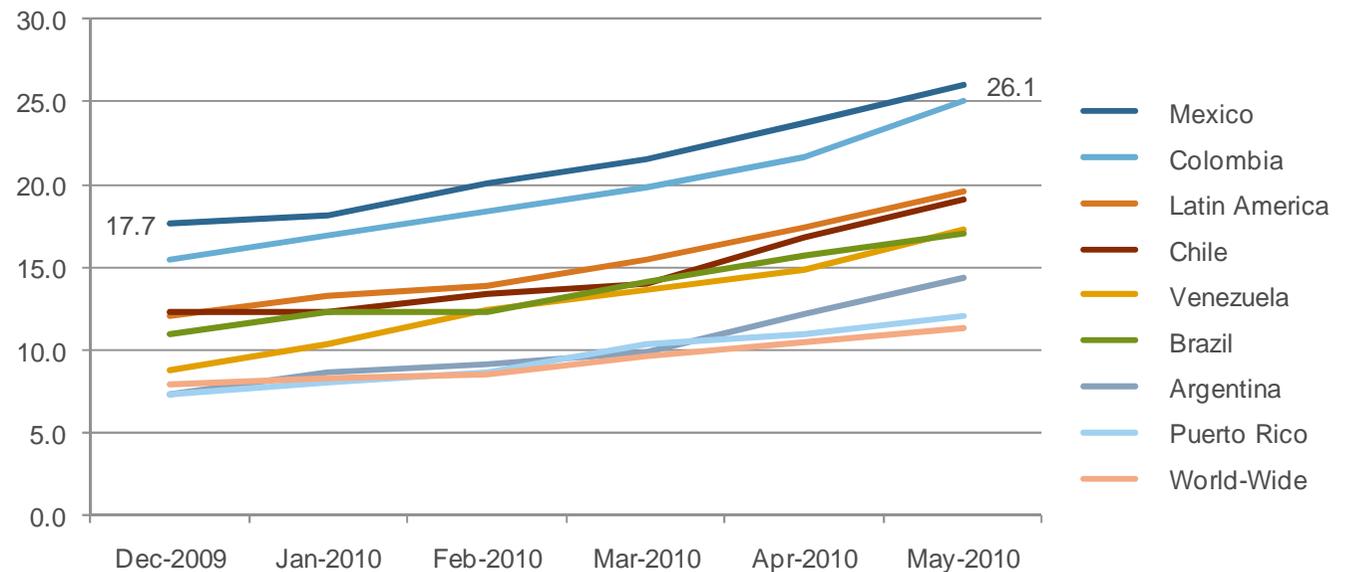
Top Sitios Entertainment: México
Promedio de Minutos por Usuario



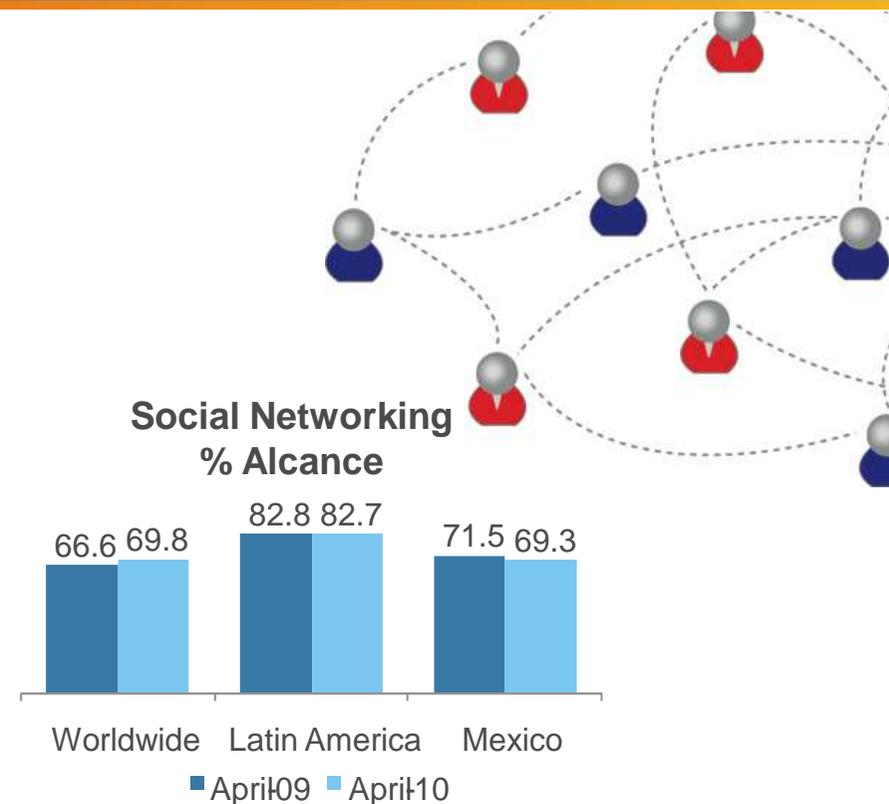
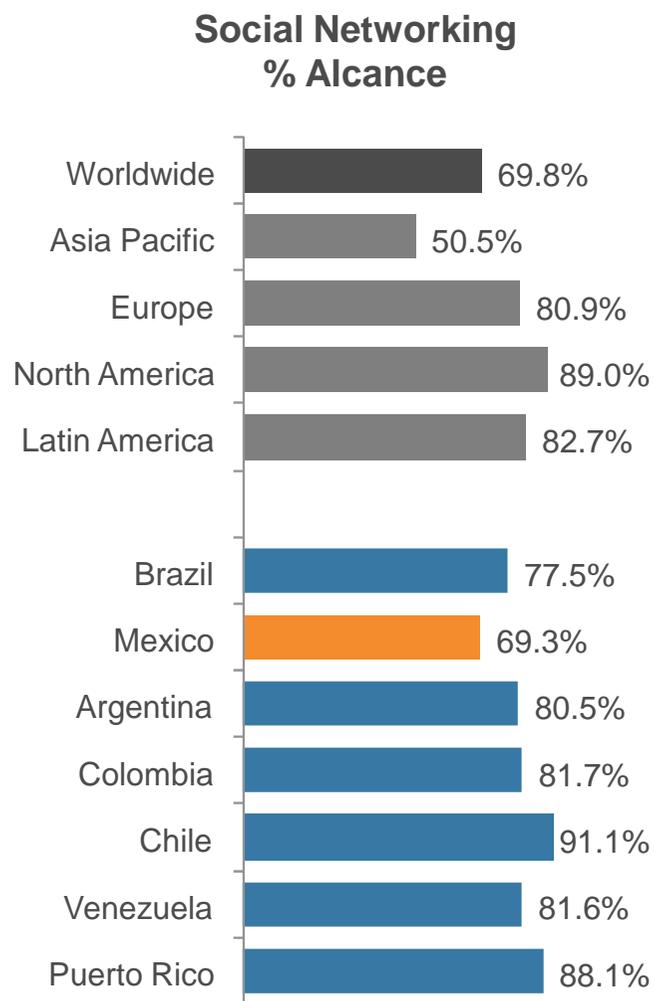
México Lidera el Crecimiento de Vevo en la Región

Vevo, descrito como el “Hulu para Videos de Música” ofrece videos de música para tres de los cuatro principales sellos discográficos. El alcance de Vevo en la audiencia mexicana ha sido el más alto entre los países de América Latina durante los últimos cinco meses, con un alcance que aumenta 47% desde Diciembre, para alcanzar en mayo al 26,1% de la audiencia mexicana de Internet.

VEVO: Crecimiento en América Latina
% Alcance



Sorpresa: Social Networking nota declive en México



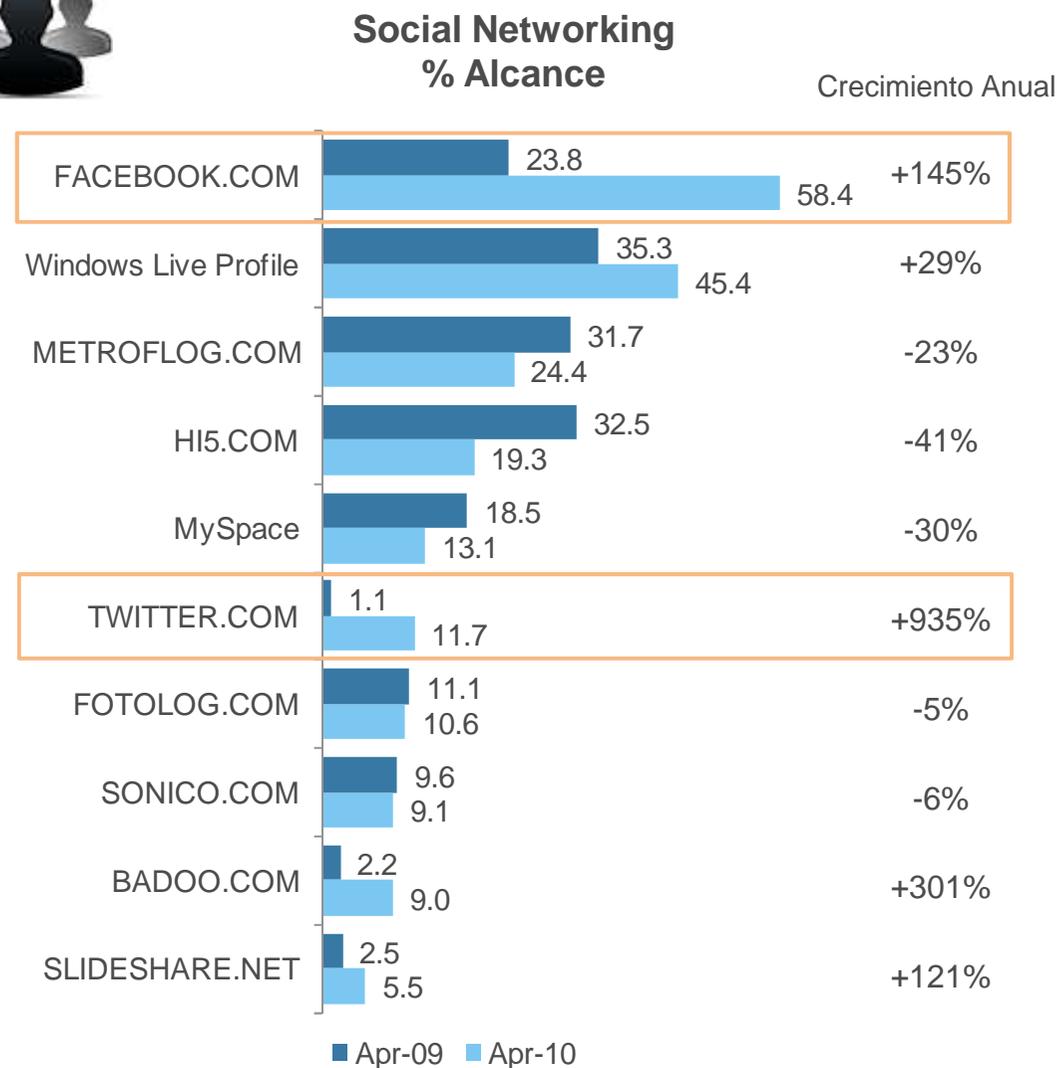
El Alcance de la categoría Redes Sociales en México ha declinado levemente en el último año, de 71,5% a 69.3%. Esta tasa de penetración es la más baja en la región, pero se encuentra a la par con el promedio mundial.

Las Redes Sociales en Mexico Estan en Constante Cambio

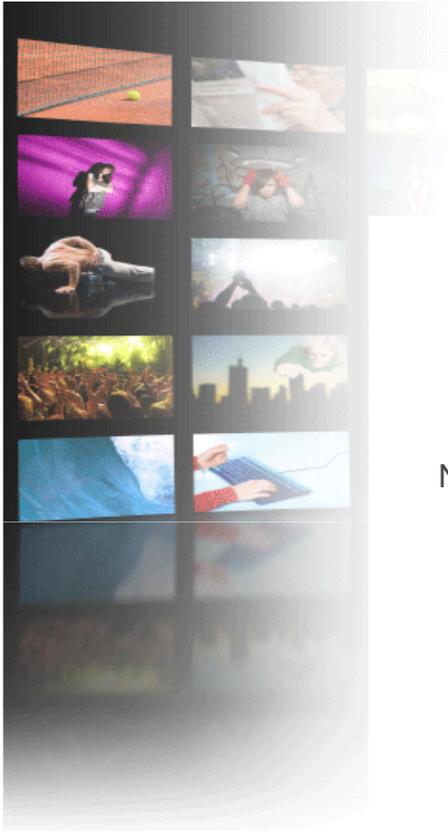


La baja general en el alcance de esta categoría enmascara la dinámica individual de Redes Sociales: Facebook ha duplicado su alcance en el último año, y Twitter ha multiplicado su alcance nueve veces, mientras que los líderes de redes sociales antiguos Metroflog y HI5 han visto su alcance bajar dramáticamente en el mismo período de tiempo.

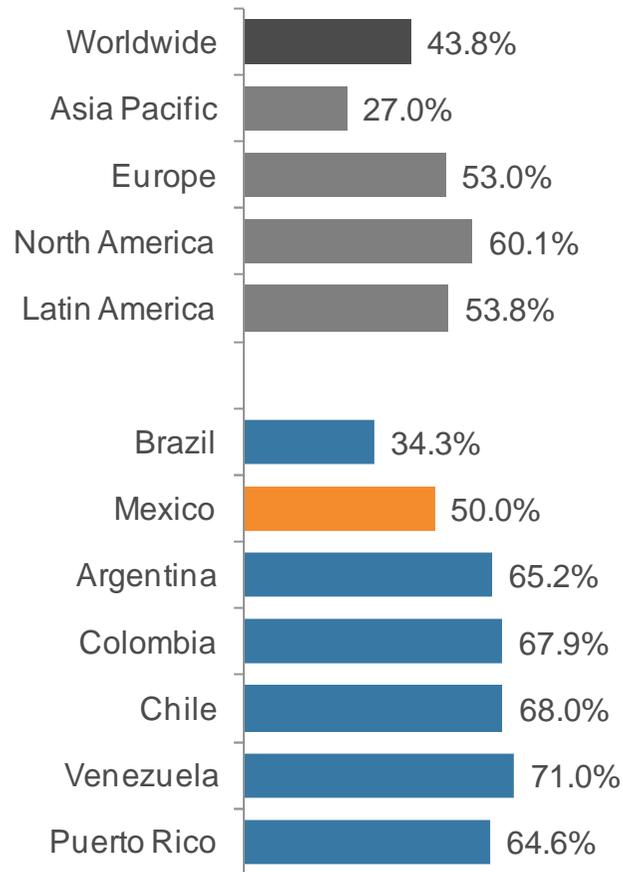
Muchos de estos sitios son capaces de operar en conjunto con Facebook para ofrecer funcionalidades extendidas, particularmente para fotos (Metroflog, Fotolog).



Uso de Sitios de Fotografías en México es más alto que el promedio



Fotos % Alcance



Los usuarios web de hoy son lejos más proclives a compartir fotos con amigos y familia que antes.

El aumento de Redes Sociales ha causado un efecto dominó en otras categorías, especialmente en sitios de Fotografía. Junto a la ubicuidad de cámaras digitales de bajo costo y teléfonos celulares equipados con cámaras, la facilidad para compartir fotografías en sitios de Redes Sociales ha hecho a esta categoría muy popular.

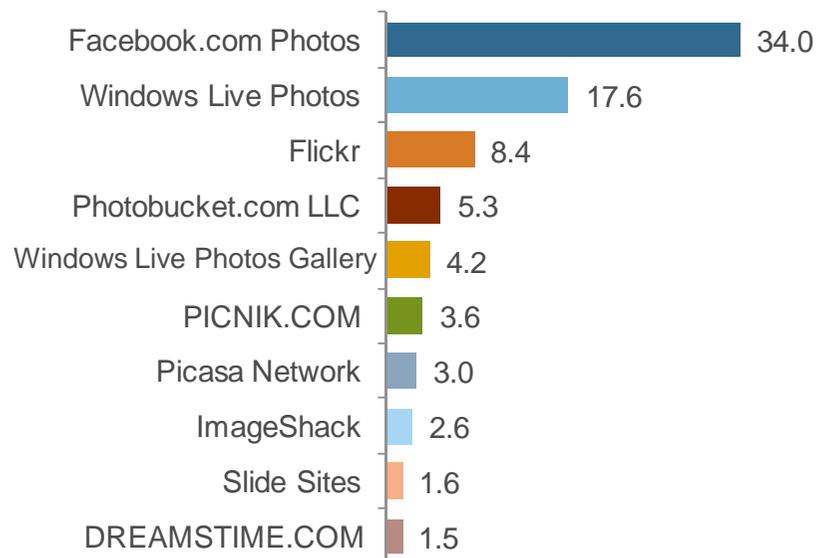
El alcance de sitios de Fotografías en México es el segundo más bajo de América Latina, pero es más un reflejo de la popularidad general de los sitios de fotografías en la región. La mitad de todos los usuarios web mexicanos usaron un sitio de fotografías, en una tasa que es aún más alta que el promedio mundial de 44%.

La Funcionalidad Compartir Fotos en Facebook es la más Popular

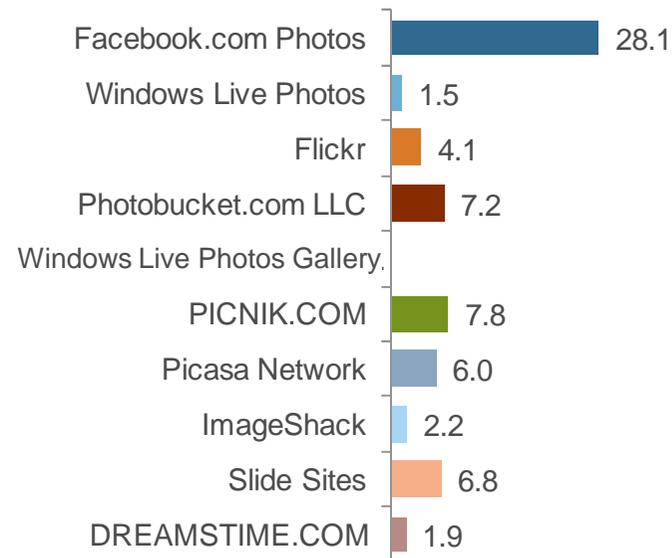
Facebook.com Photos es el sitio más popular en la categoría Fotos, aún cuando existe un número importante de sitios de fotos compitiendo por capturar mayor audiencia en México. Windows Live Photos, Flickr, Photobucket y Picasa de Google, son todos sitios de compartir fotos establecidos y que ya han ganado tracción en otras partes del mundo.

Otros sitios, tales como Picnik, permiten (gratuitamente) funcionalidades de edición limitadas, apuntando primariamente a usuarios más jóvenes.

Top Sitios de Fotos: México
% Alcance



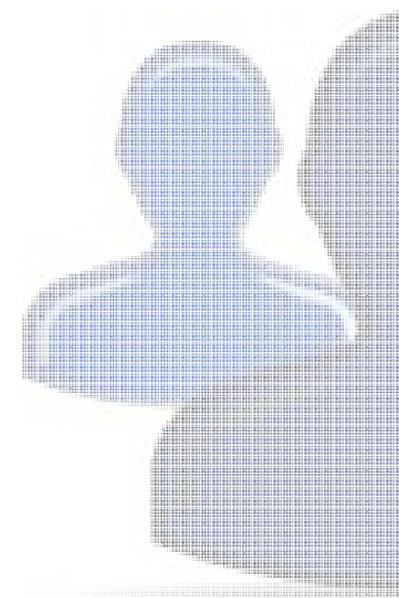
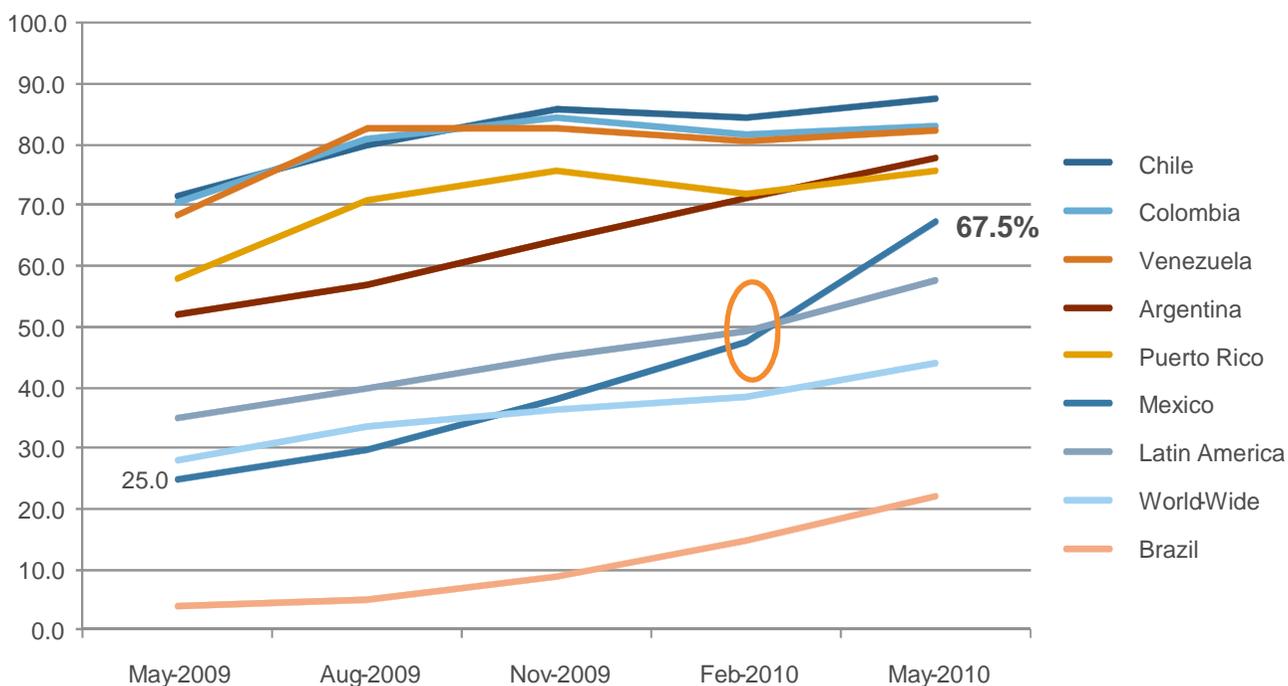
Top Sitios de Fotos: México
Promedio de Minutos por Usuario



Alcance de Facebook en México Creció 170% en un Año

Todavía relativamente bajo versus otros países en la región, pero ha tenido un punto de inflexión en su crecimiento en audiencia recientemente.

Crecimiento de Facebook en América Latina
% Alcance

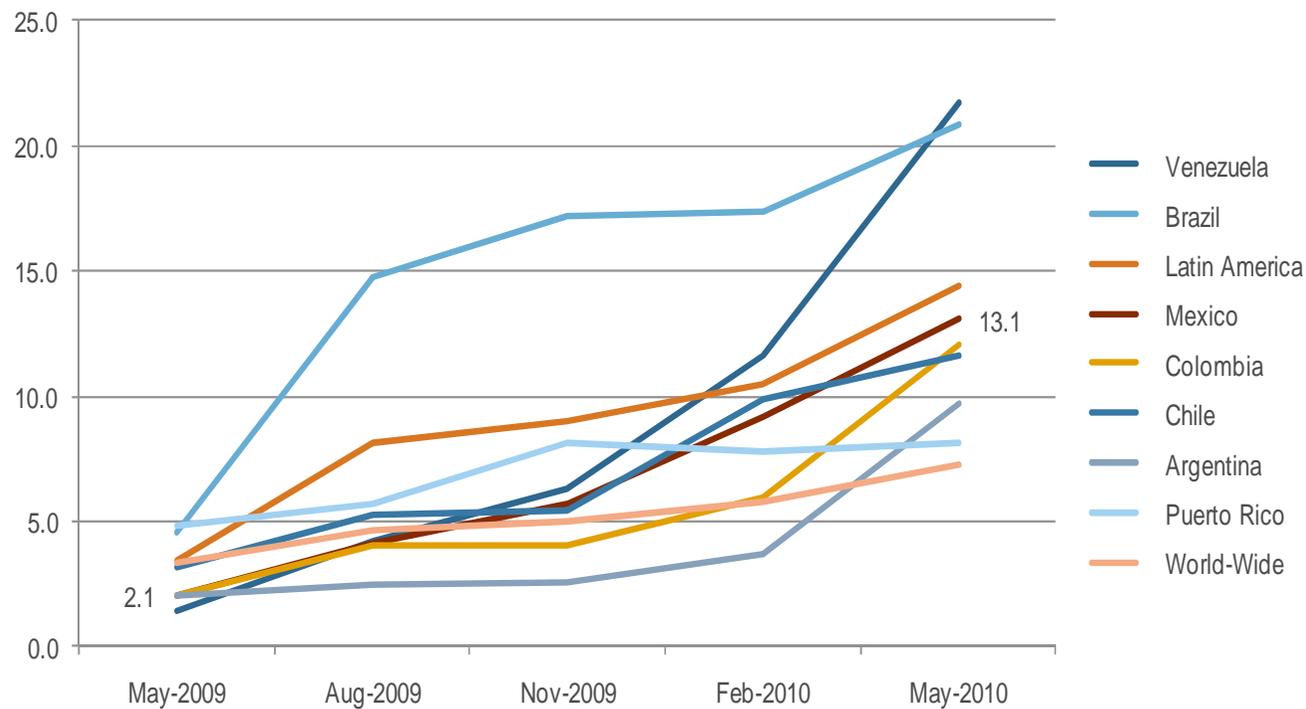


Otros Países de Latinoamérica han Adoptado más Rápidamente a Twitter

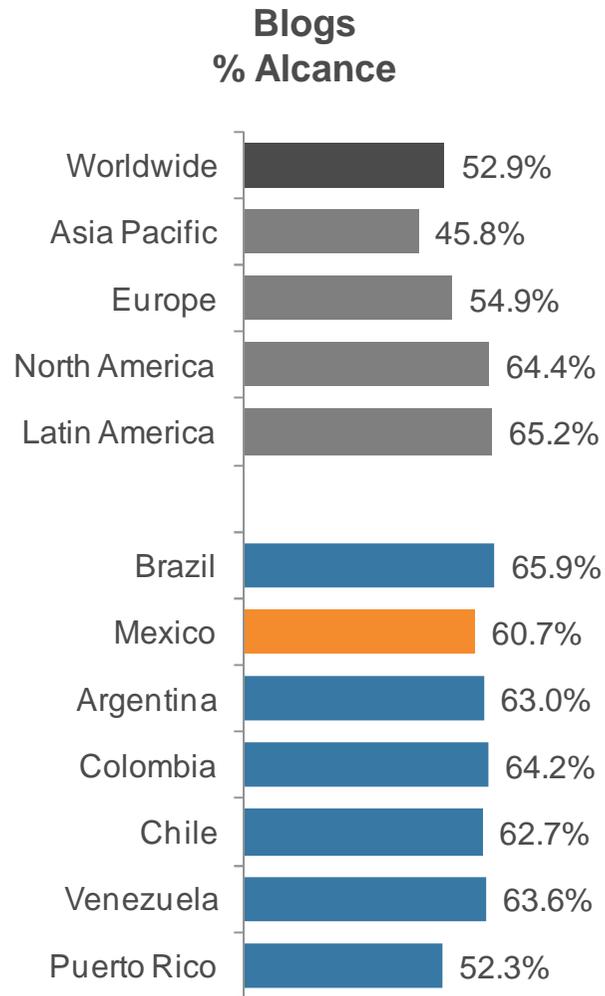
...pero Twitter ha tenido alto impacto en la audiencia mexicana en los últimos 6 meses



**Crecimiento de Twitter en América Latina
% Alcance**



Uso de Blogs es fuerte en América Latina en General, México NO es una Excepción



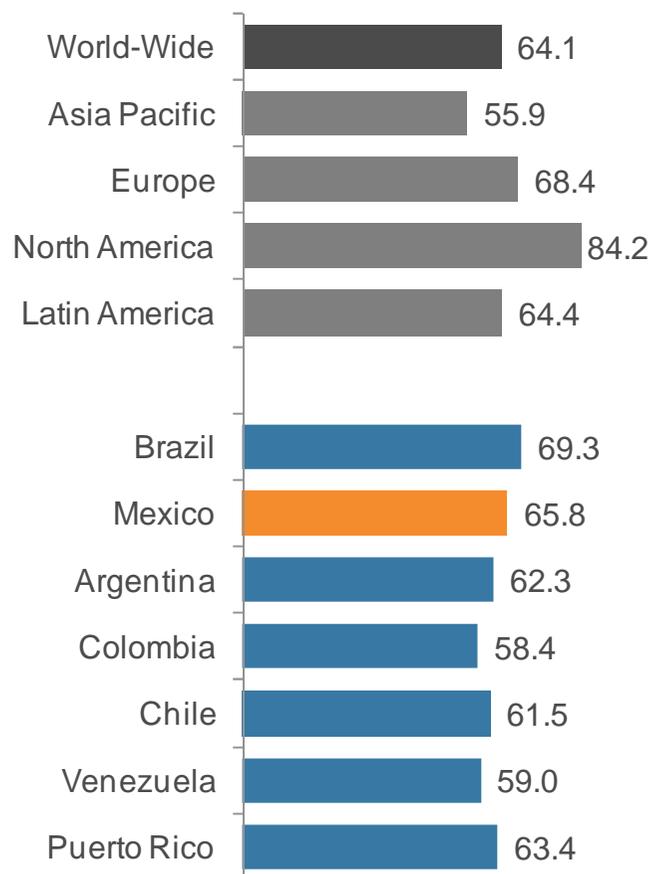
Los sitios de Blog disfrutan de un alto alcance en América Latina, a la par con el alcance de Norteamérica y lejos superando a Asia y Europa.

Además de consumidores que acuden a blogs para compartir fotografías o mantenerse en contacto con amigos y familia, muchos blogs Latinoamericanos se enfocan en política y comentarios políticos. El campo de blogs de México es liderado, como en el resto del mundo, por los hosts Blogger and Wordpress.



Retail Online aún en su Infancia en América Latina

Retail % Alcance



El Comercio Electrónico aún está en su infancia en la mayor parte de América Latina, pero está claro que los consumidores visitan sitios de retail/productos y hacen comparaciones de precios online aún cuando no confían todavía en la seguridad de las transacciones o simplemente prefieren hacer sus compras offline.

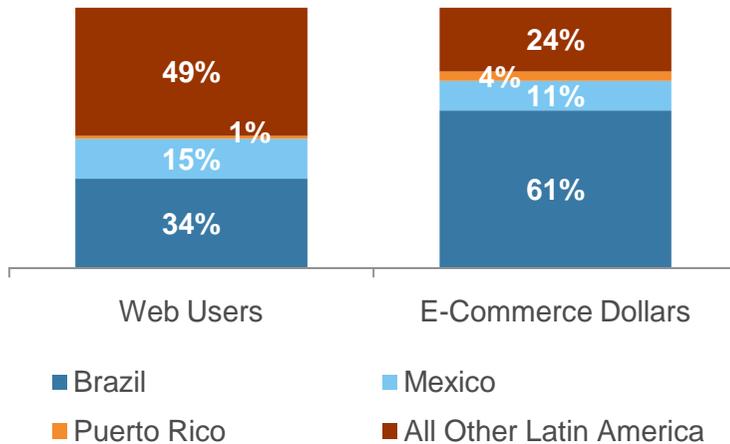


Audiencia 15+ accediendo a Internet desde Hogar o Trabajo

Fuente: comScore Media Metrix, Abril 2010

2/3 de los Dólares Mexicanos van a Sitios Latinoamericanos

**Usuarios vs. E-Commerce Dólares
Participación Latinoamérica**



**Compras
Sitios de Latinoamérica vs
Sitios Resto del Mundo
Participación en Dólares**



México representa el 15% de la población online de América Latina pero constituye el 11% de los dólares e-Commerce regionales en 2009. Las preferencias de comercio varían por país: 66% de los dólares de e-Commerce gastados en México se gastaron en sitios Latinoamericanos; en Brasil, 95% de los dólares e-Commerce fueron gastados en sitios Latinoamericanos.

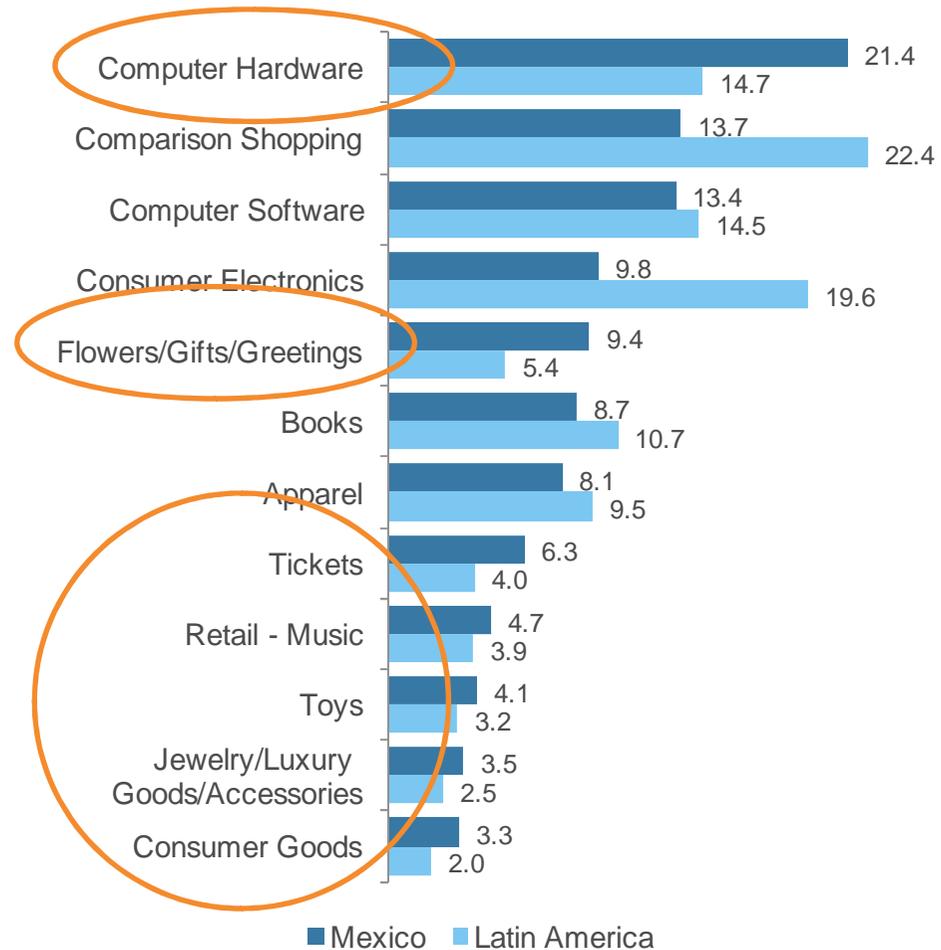
Sitios de Hardware y de Comparación de Precios son los Más Populares

El alto alcance para Hardware de Computadores es impulsado principalmente por las visitas a sitios de Apple.

En cuanto a los sitios de comparación de precios, los mexicanos no parecen confiar tanto en ellos con ocurre en otros países de América Latina.

En general, el alcance de sub categorías individuales es más bajo en México en comparación al promedio latinoamericano con ciertas categorías como Electrónica con índice muchísimo más bajo.

Top Sub Categorías de Retail: México
% Alcance

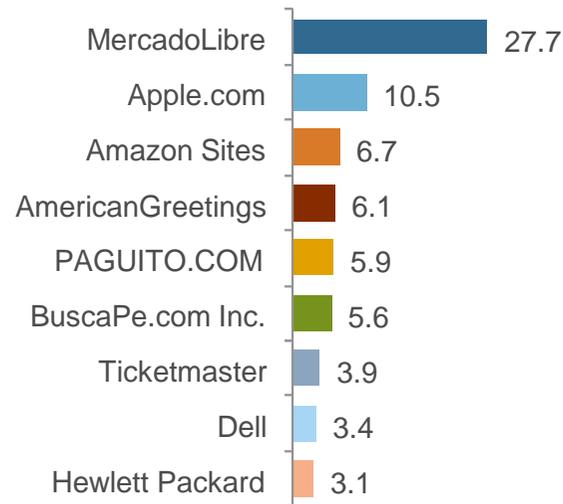


MercadoLibre es el principal sitio de Retail en Mexico

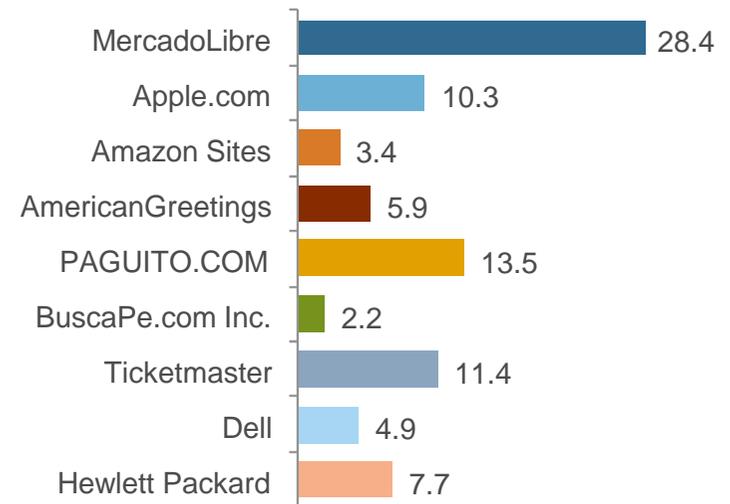
Por lejos, el sitio de compra y venta MercadoLibre es el sitio de comercio electrónico más popular en México, con más de un cuarto de los usuarios de Internet mexicanos visitando el sitio. Un número significativo de sitios de Hardware para Computadores también están dentro de los principales sitios de Retail, ya que los compradores buscan sus compras de computadores online.



Top Sitios Retail: México
% Alcance



Top Sitios Retail: México
Promedio de Minutos por Usuario



Principales Conclusiones

El **panorama web global** está cambiando constantemente, especialmente con el **rápido crecimiento de los mercados emergentes**, particularmente en América Latina. La audiencia online mexicana continuará creciendo rápidamente, ya que su actual tasa de penetración de internet es relativamente baja.

Los **perfiles demográficos** de la región, están cercanamente relacionados con las tasas de penetración de internet: donde la penetración es alta, la población se parece más al promedio mundial; en países de mediana o baja penetración, las audiencias son más jóvenes.

La **joven audiencia** mexicana es un ávido consumidor de contenido de Entretenimiento, particularmente música y videos. En la medida que **augmente la adopción de banda ancha**, deberíamos observar crecimiento drásticos en el consumo total, con énfasis en estas categorías relacionadas a uso intensivo de ancho de banda.

Los antiguos líderes en Social Networking en México han sido suplantados por Facebook. **Social Networking** y **Communication** (vía Email y IM) son claves para entender el uso de Internet en México. Una alta penetración de redes sociales tiene un efecto viral multiplicativo sobre otros tipos de contenido **Web 2.0** tal como **sitios de compartir fotos** y **video**.

