



Futuro Digital – México 2012

Agosto 2012



¡Síguenos en Twitter! [@comScoreLATAM](https://twitter.com/comScoreLATAM)

[#futurodigital12](https://twitter.com/comScoreLATAM)

Iván Marchant imarchant@comscore.com

Country Manager México, comScore, Inc.

comScore es Líder Mundial en Medición del Mundo Digital de Rápida Evolución, Cubriendo el Mundo con Presencia Local

NASDAQ

SCOR

Fundada

1999

Clientes

2,000+ en el mundo

Empleados

1,000+

Cobertura Global

**170+ países medidos;
44 mercados reportados individualmente**

Presencia Global

32 oficinas en 22 países



El Enfoque Innovador de comScore Revoluciona la Medición

2 Millones de Panelistas
Visión 360° del Comportamiento de las Personas



Panel Centrado en **PERSONAS** con Medición Censal de **SITIO**



PANEL



CENSO



Unified Digital Measurement™ (UDM)

Metodología con Patente en Trámite

Adoptado por 93% de las Principales Entidades de América Latina

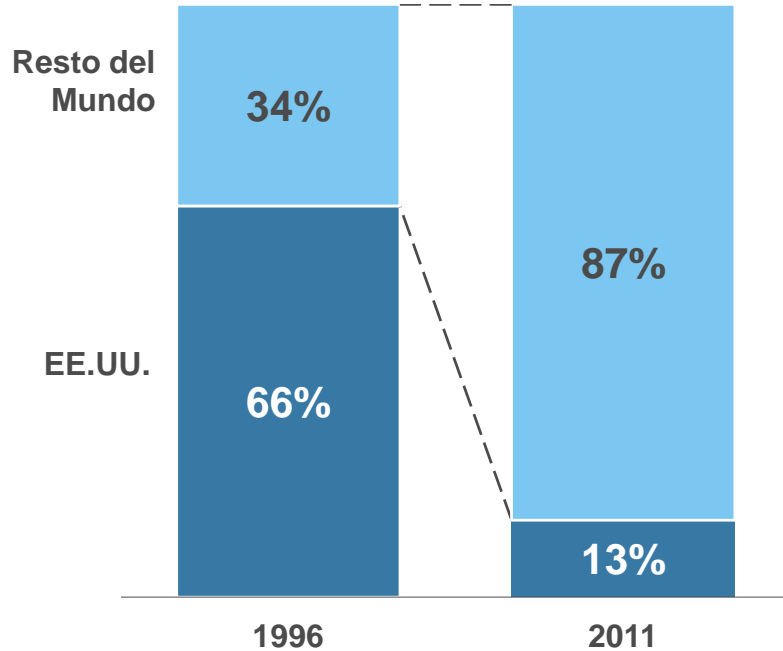
TENDENCIAS: MODELANDO EL PANORAMA DIGITAL MEXICANO

- EL USUARIO DE INTERNET ACTUAL
- PRINCIPALES SITIOS
- REDES SOCIALES
- ENTRETENIMIENTO, JUEGOS Y VIDEO ONLINE
- CONTENIDO DE NOTICIAS
- COMPRAS ONLINE & VIAJES
- BANCA, NEGOCIOS Y FINANZAS
- COMUNICACIONES ONLINE: EMAIL Y MENSAJERÍA
- COMUNIDAD & EDUCACION
- BÚSQUEDAS
- MÓVILES

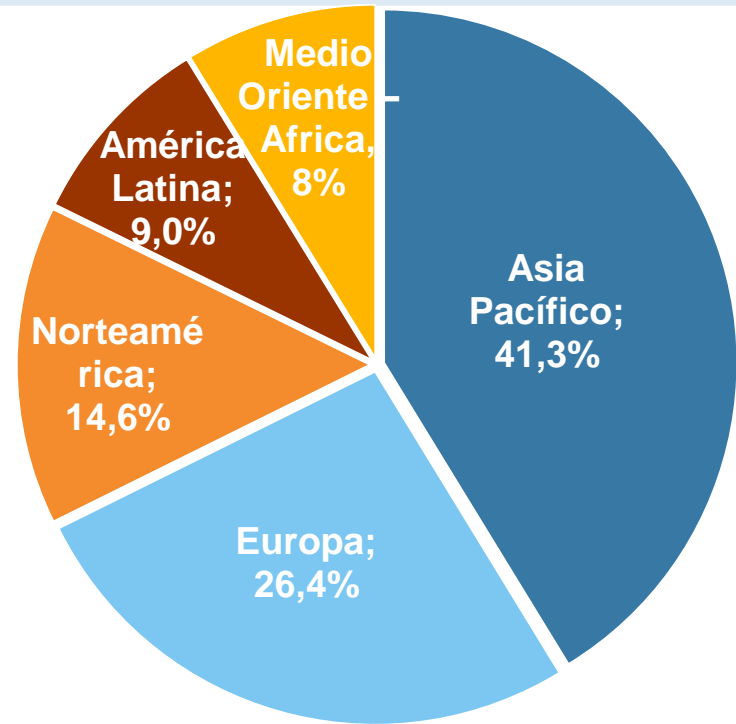
EL CRECIENTE Y CAMBIANTE PANORAMA DIGITAL EN AMÉRICA LATINA Y ALREDEDOR DEL MUNDO

Estados Unidos ya no es el Centro del Universo Online

Población Internet EE.UU. vs. Resto del Mundo



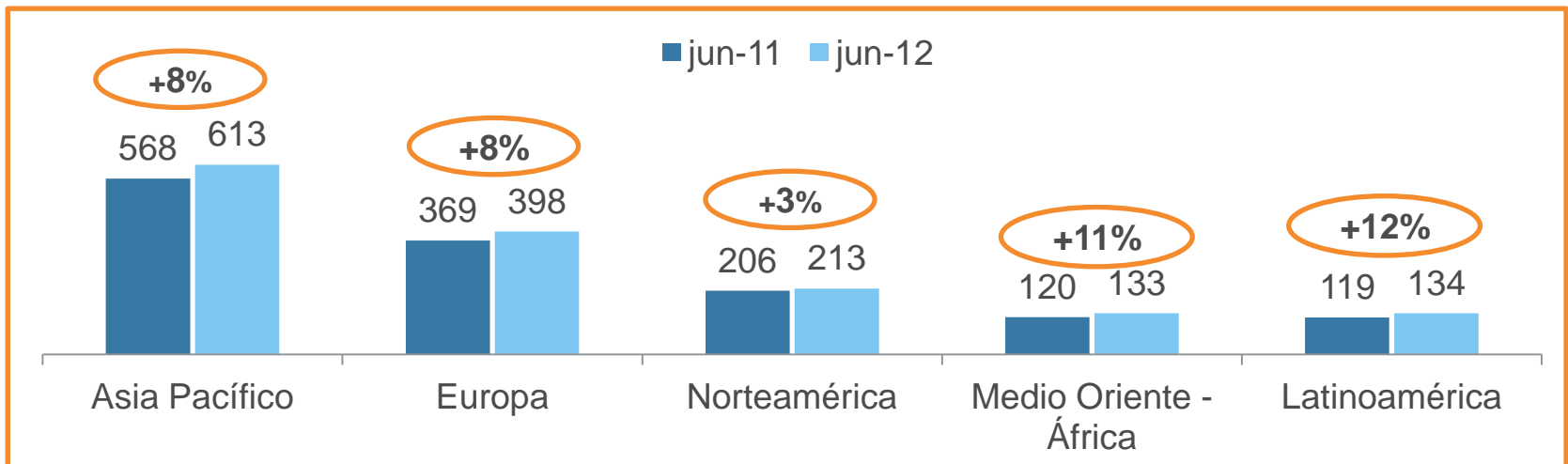
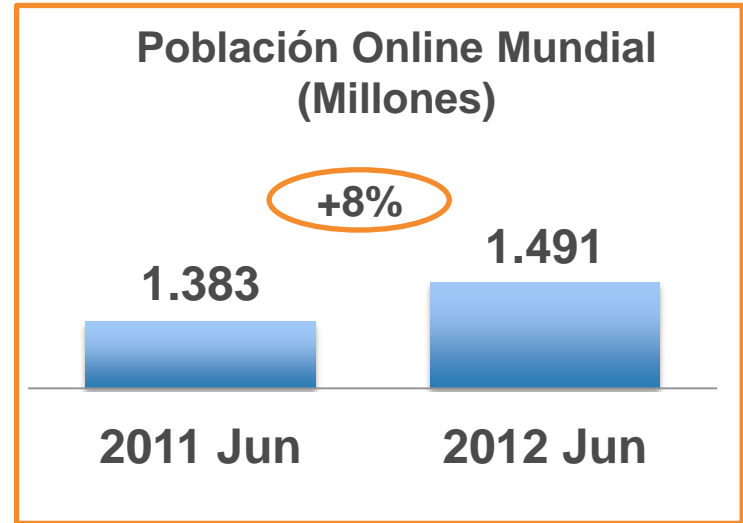
Distribución de Audiencia Internet en el Mundo



- En 1996, 2/3 de la población de Internet en el mundo se encontraba en Estados Unidos, hoy Asia Pacífico es la región más grande con más de un 40% de la población online.
- Muchas regiones emergentes son susceptibles a dejar atrás los modos antiguos, pasando de dial-up directamente a banda ancha, haciendo al contenido multimedia, de video y contenido colaborativo inmediatamente accesible.
- La temprana adopción de internet móvil además de internet en PC tenderá a ser popular en estas áreas de alto crecimiento.

Latinoamérica es la región con más rápido crecimiento en el último año.

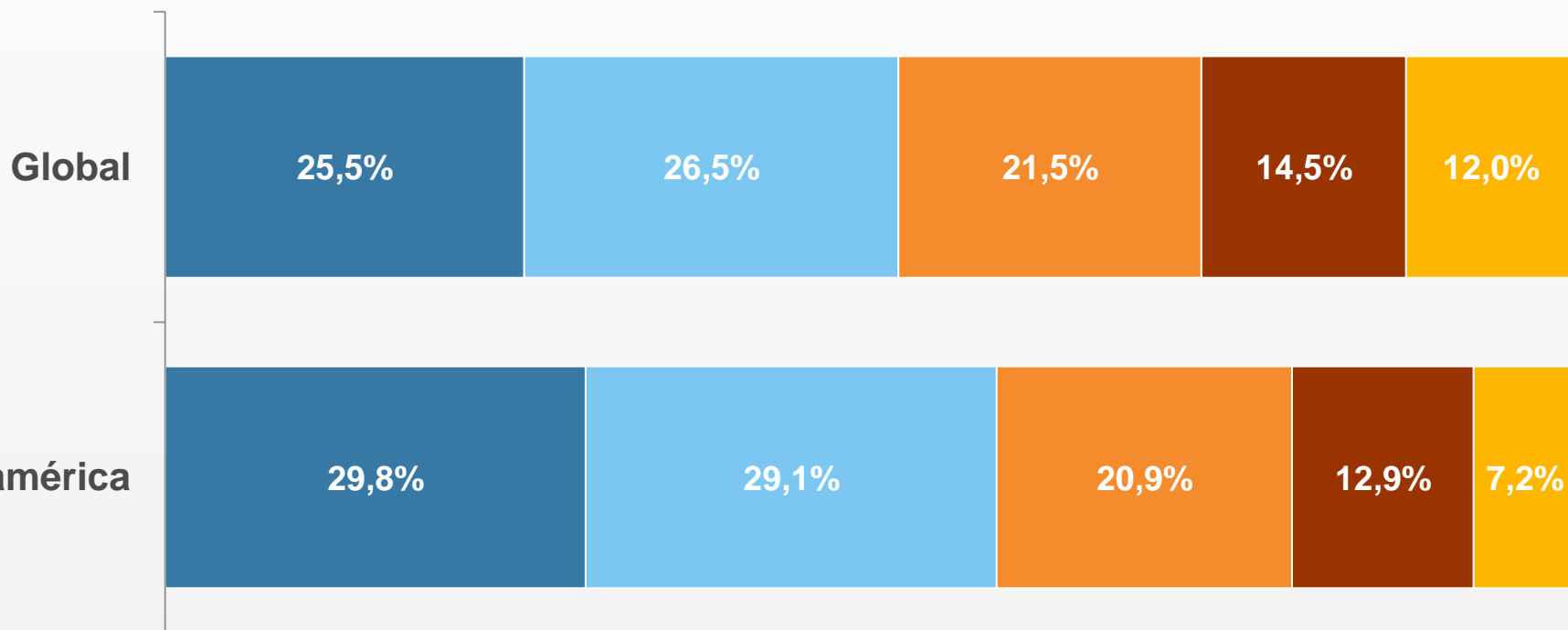
- Se espera que el crecimiento continúe a medida que la penetración de banda ancha incrementa en los hogares de Asia y América Latina
- El crecimiento en regiones en desarrollo es susceptible a continuar a medida que la gente va migrando de acceso compartido a uso en hogar o trabajo
- Crecimiento Lento en Norteamérica
- Crecimiento Europeo mayoritariamente impulsado por Rusia



Población Online de América Latina se Muestra Joven

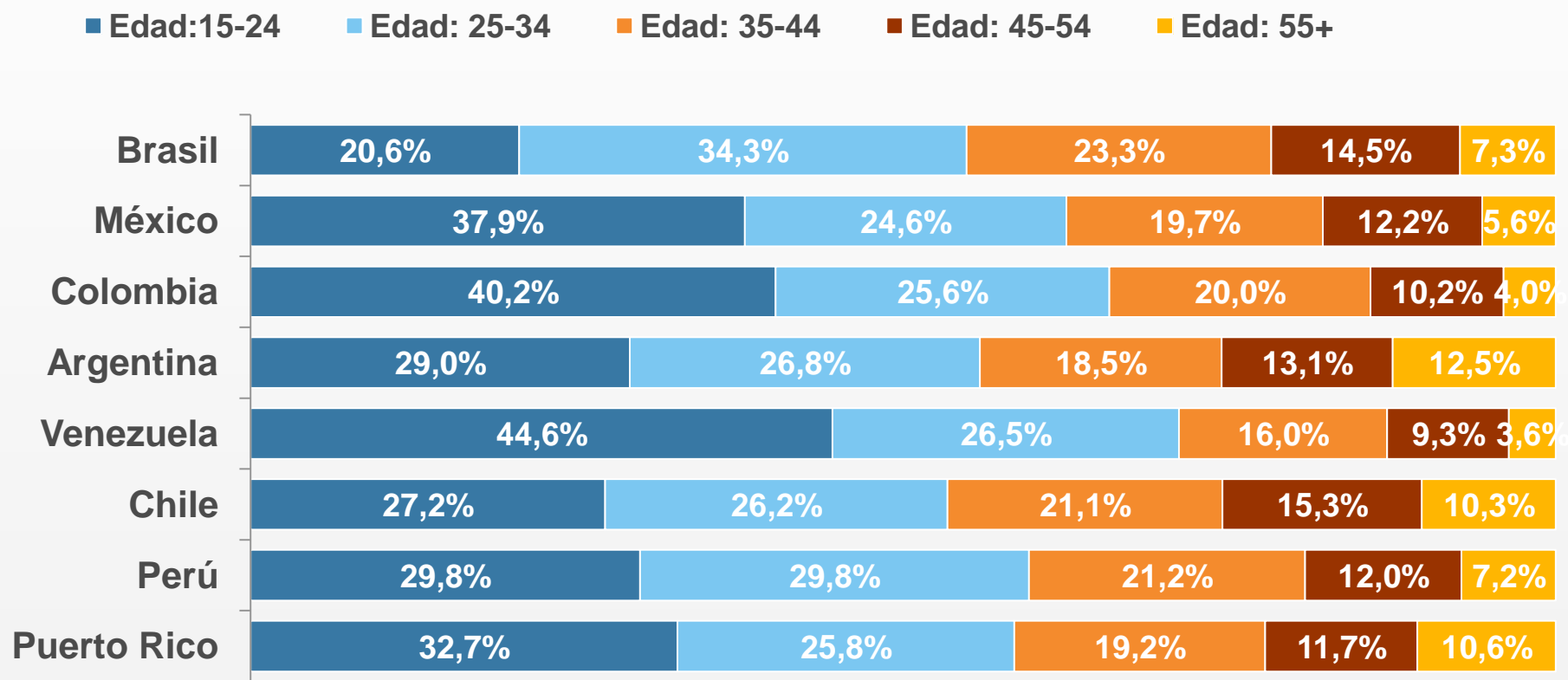
3 de 5 Visitantes a Internet tienen menos de 35 años

■ Edad: 15-24 ■ Edad: 25-34 ■ Edad: 35-44 ■ Edad: 45-54 ■ Edad: 55+



Composición Porcentual de Total Visitantes en Internet

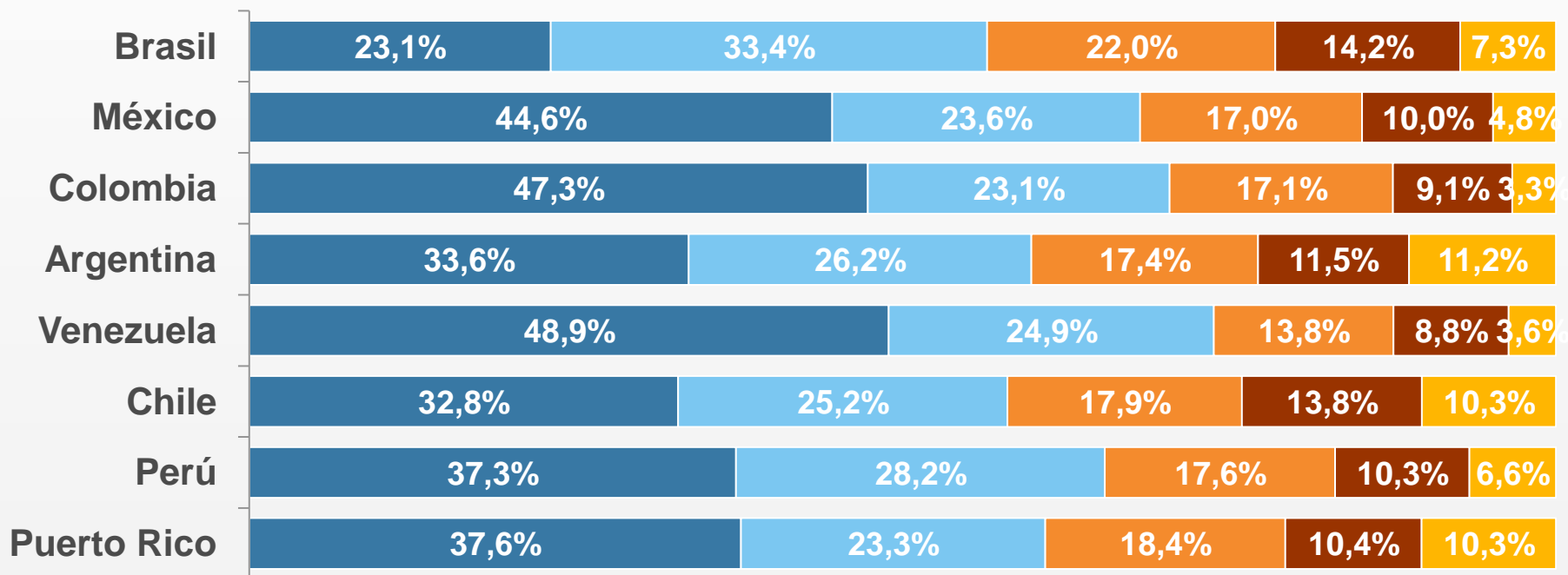
Venezuela, Colombia y México Poseen los Usuarios Online más Jóvenes



Composición Porcentual de Total Visitantes en Internet

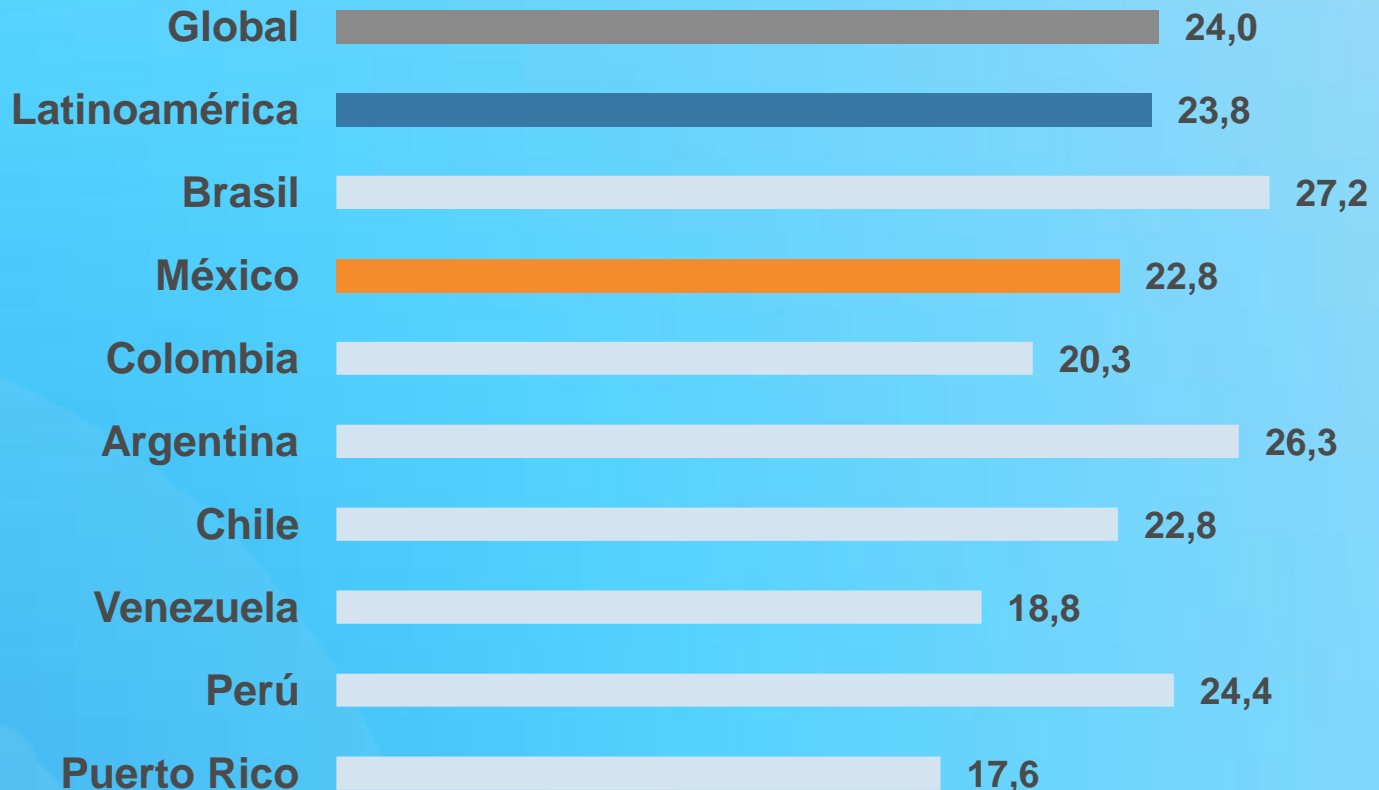
En Todos los Mercados, Los Usuarios Jóvenes Registran una Participación Desproporcionadamente Alta de Tiempo Consumido Online

■ Edad: 15-24 ■ Edad: 25-34 ■ Edad: 35-44 ■ Edad: 45-54 ■ Edad: 55+



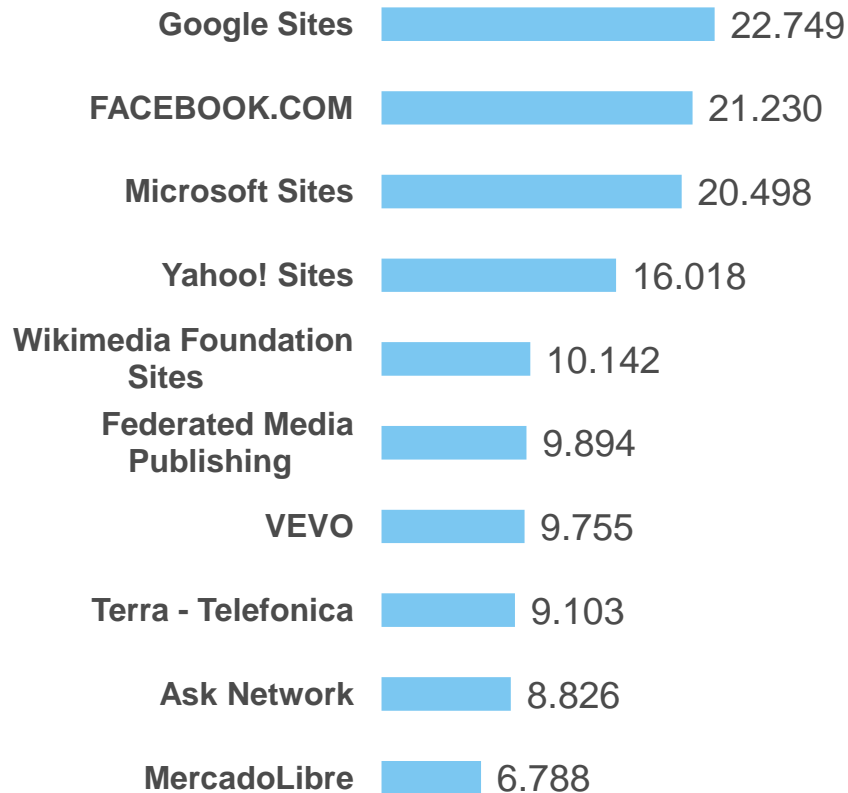
Composición Porcentual de Minutos Totales

Perú, Brasil y Argentina sede de los Usuarios Online más Involucrados en la Región; México en el Promedio

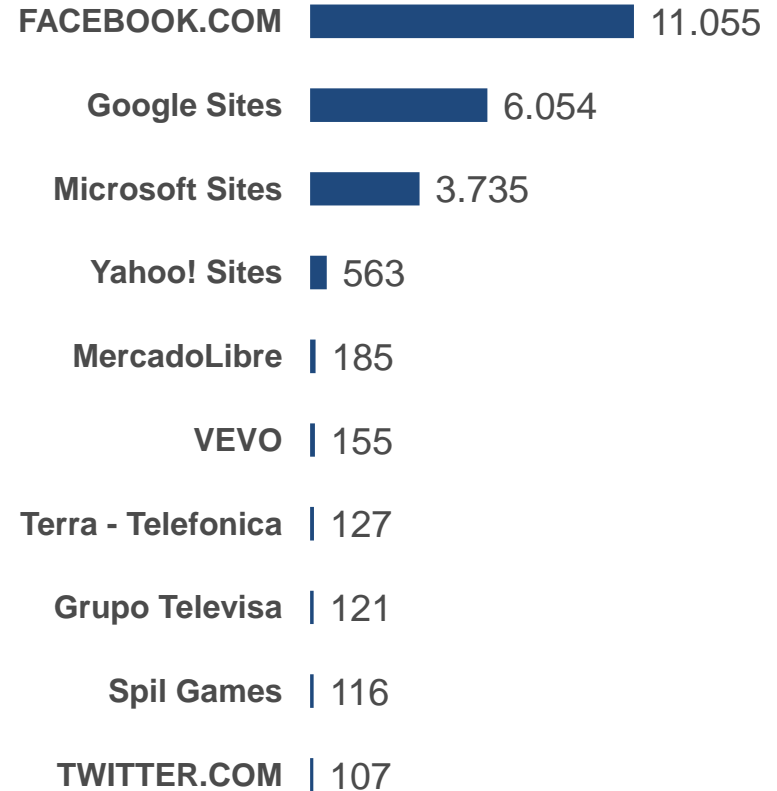


Promedio de Horas Consumida por Visitante

Sitios Google son el Destino más Visitado en México, Facebook el de Mayor Involucramiento



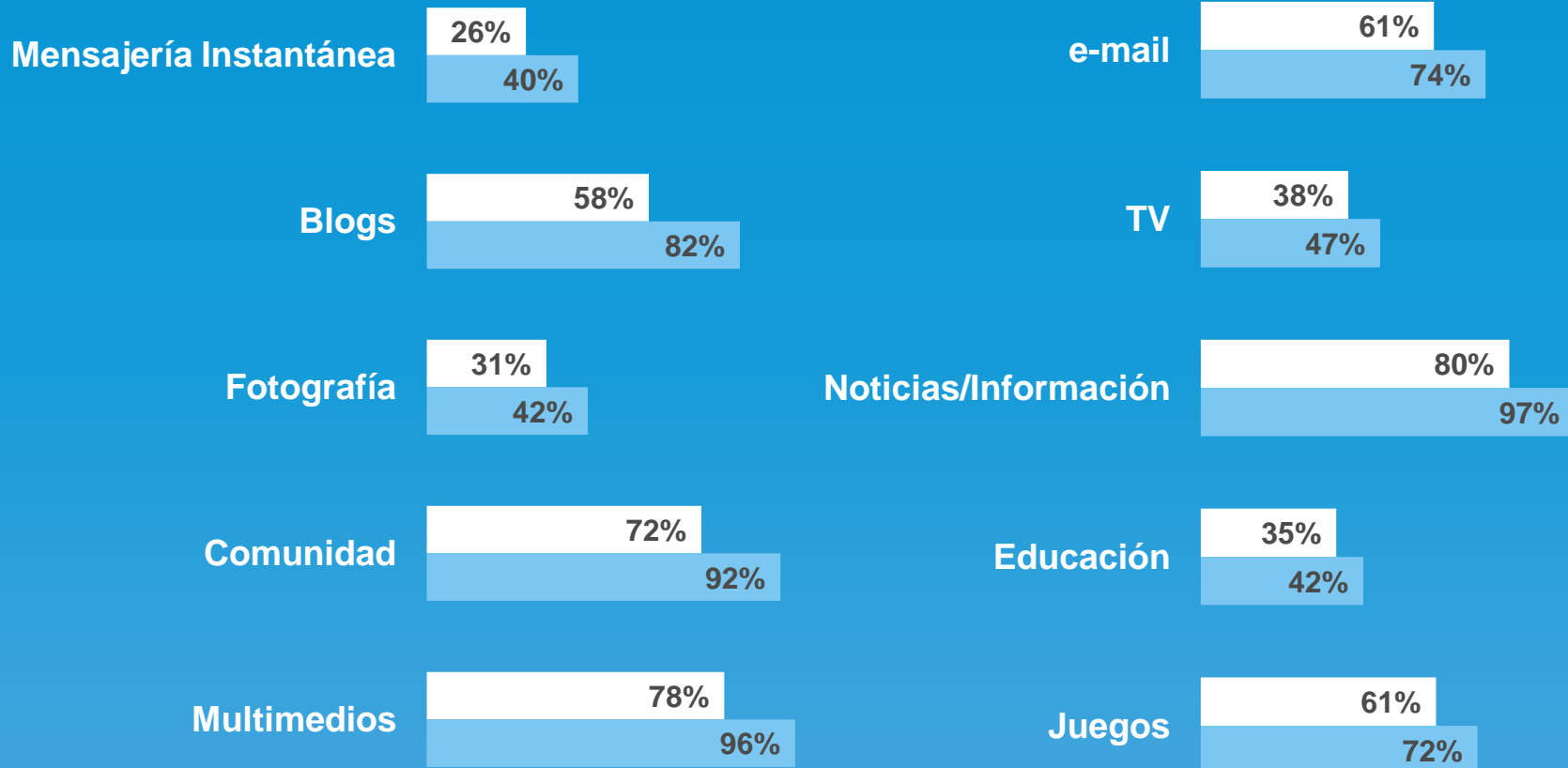
Principales Propiedades en México
Visitantes (000)



Principales Propiedades en México
Total Minutos (MM)

Mexicanos Acceden a Sitios de Mensajería Instantánea, Blogs y Fotografía en Mayor Cantidad que Promedios Globales

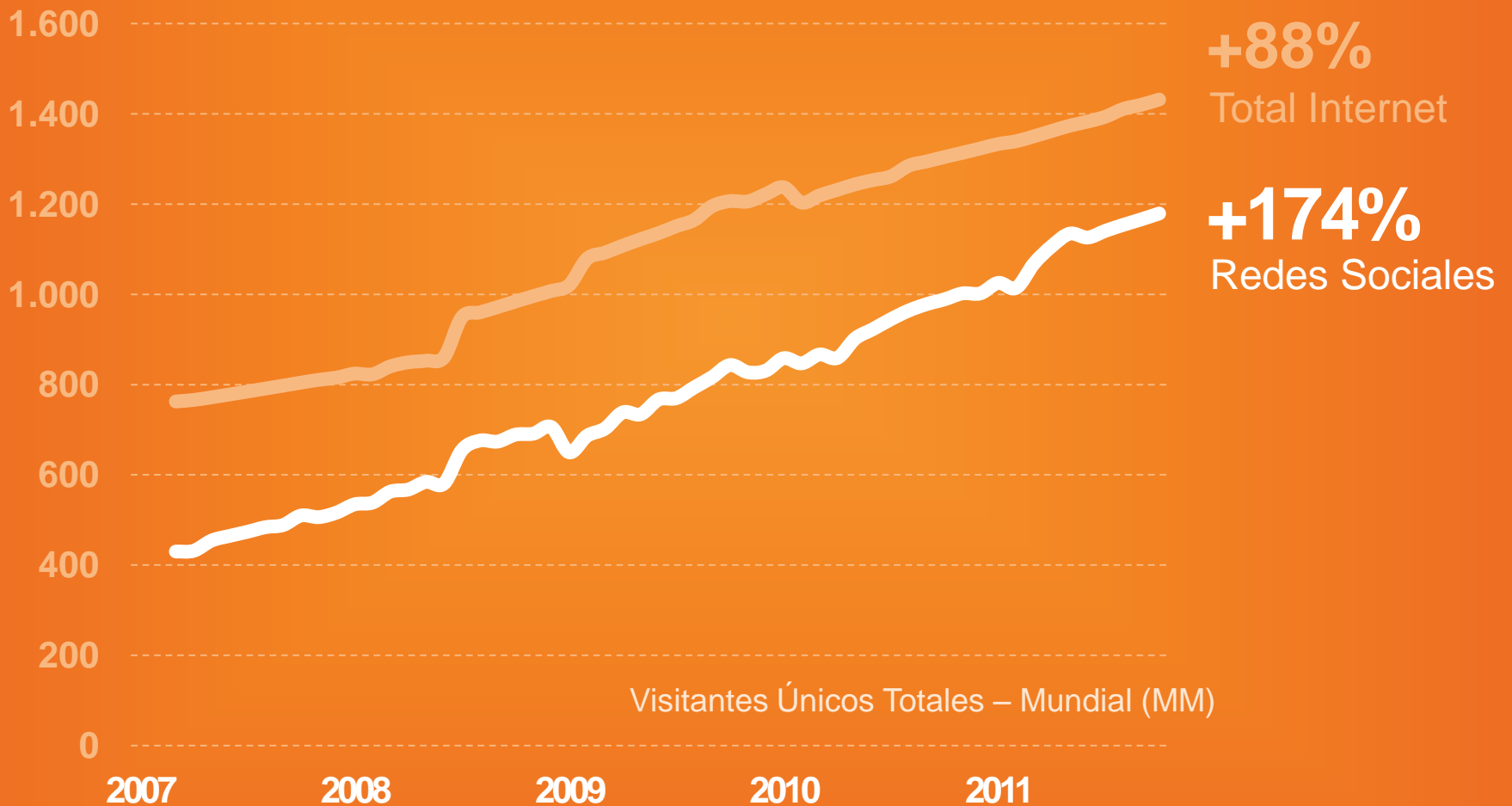
■ Global ■ México



Porcentaje de Alcance de Visitantes Únicos por Principales Categorías Mundiales

MEDIOS SOCIALES ESTAN REDEFINIENDO LA COMUNICACIÓN EN EL MUNDO DIGITAL Y EL MUNDO REAL

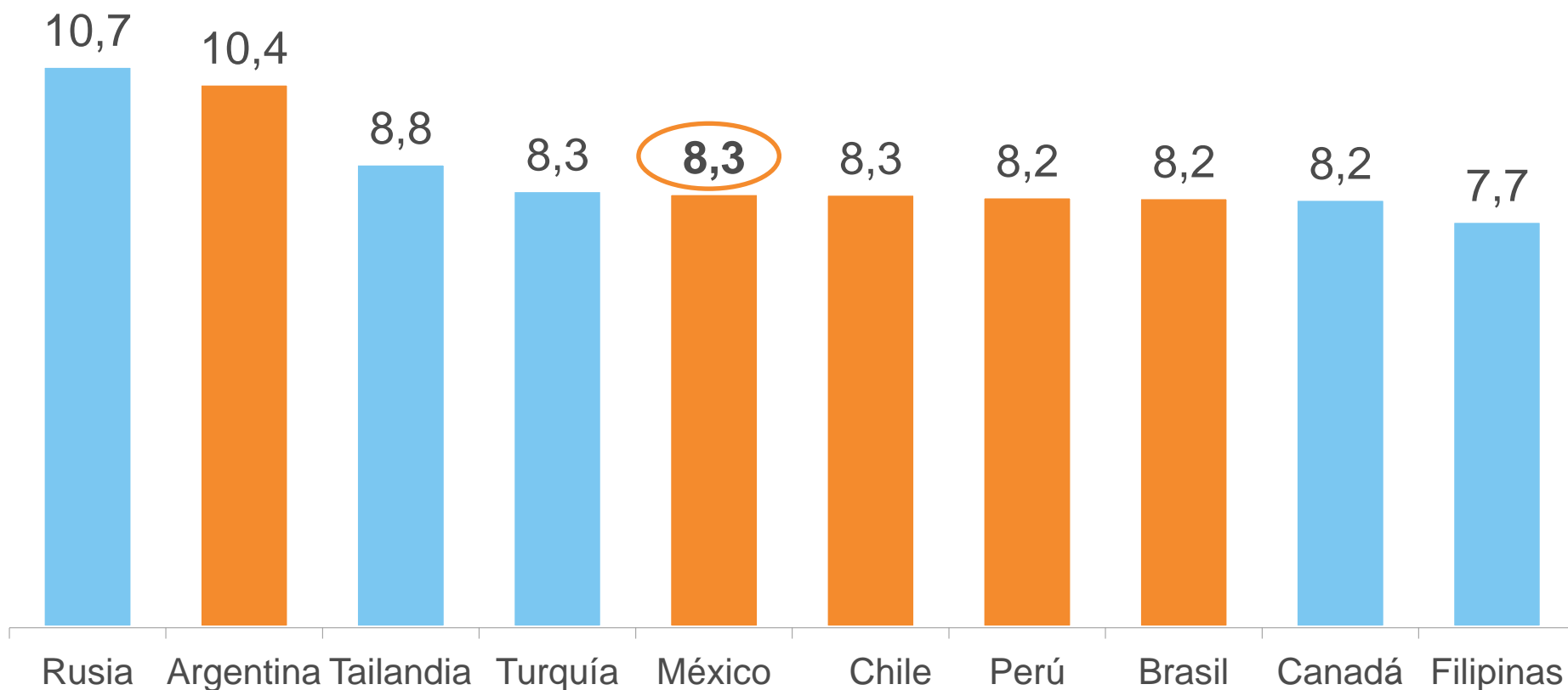
Crecimiento de la Audiencia Mundial de Redes Sociales



5 de los Mercados más Involucrados en Redes Sociales se encuentran en América Latina

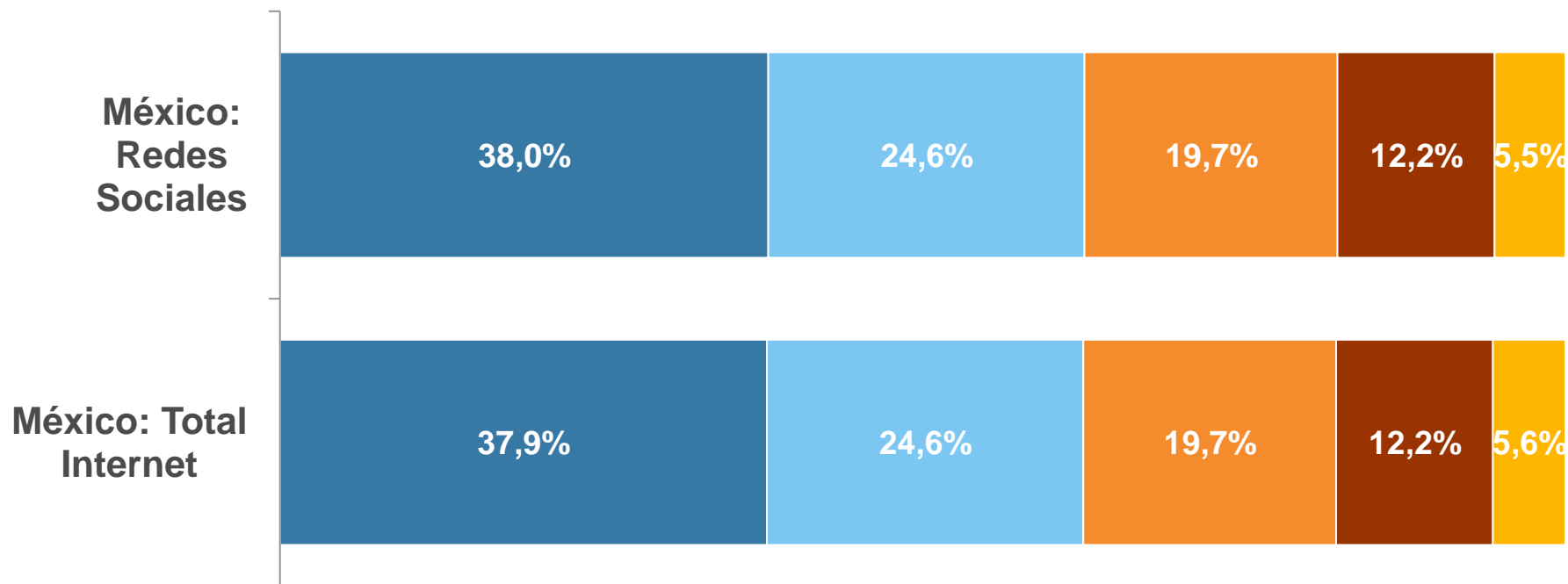


Horas Promedio por Visitante



Las Redes Sociales en México se **Extienden a Través de los Grupos Etarios**, Replicando la Distribución de la Población Online

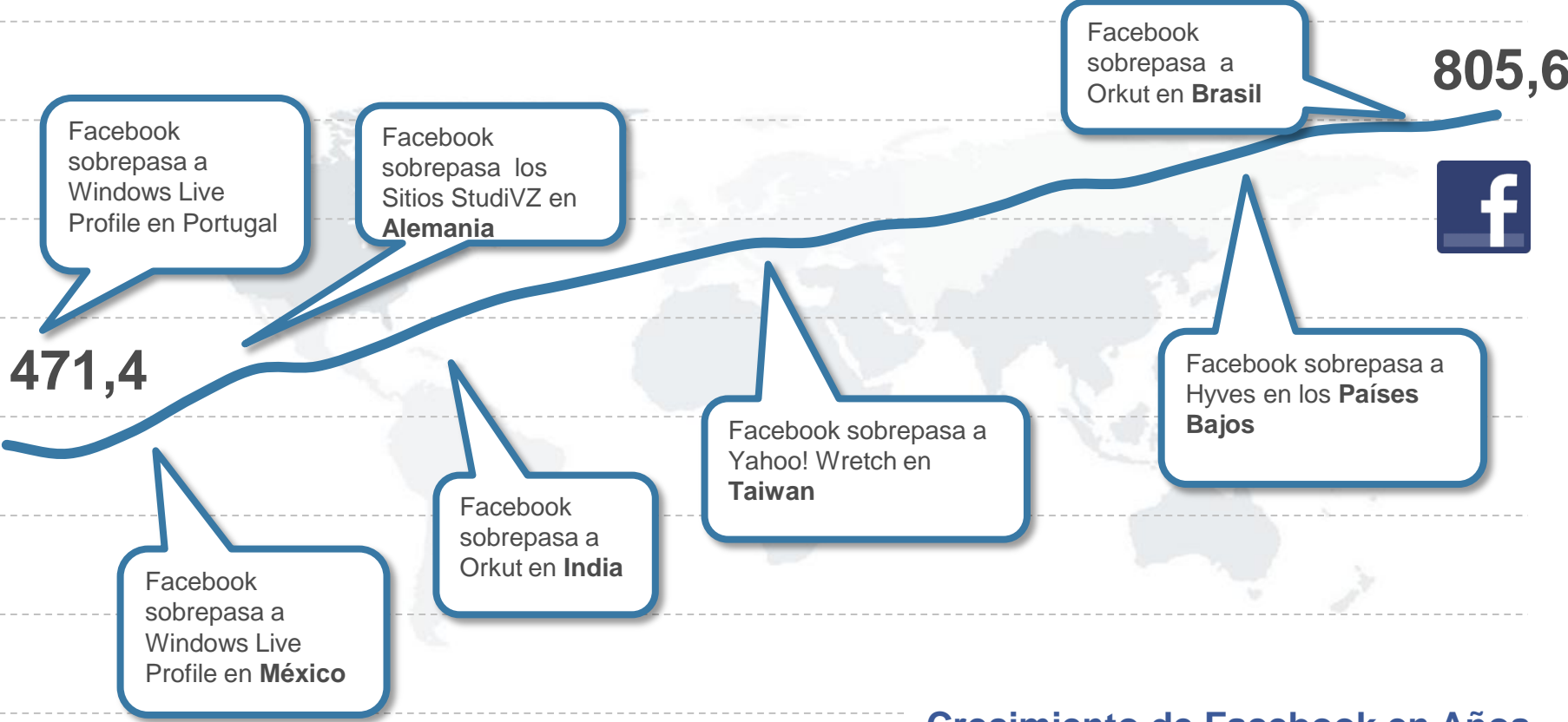
■ Edad: 15-24 ■ Edad: 25-34 ■ Edad: 35-44 ■ Edad: 45-54 ■ Edad: 55+



Porcentaje de Composición de Total de Visitantes en Internet vs. Sitios de Redes Sociales

Desde 2010, Facebook ha tomado el liderazgo en 6 nuevos mercados a través de Asia, América Latina y Europa

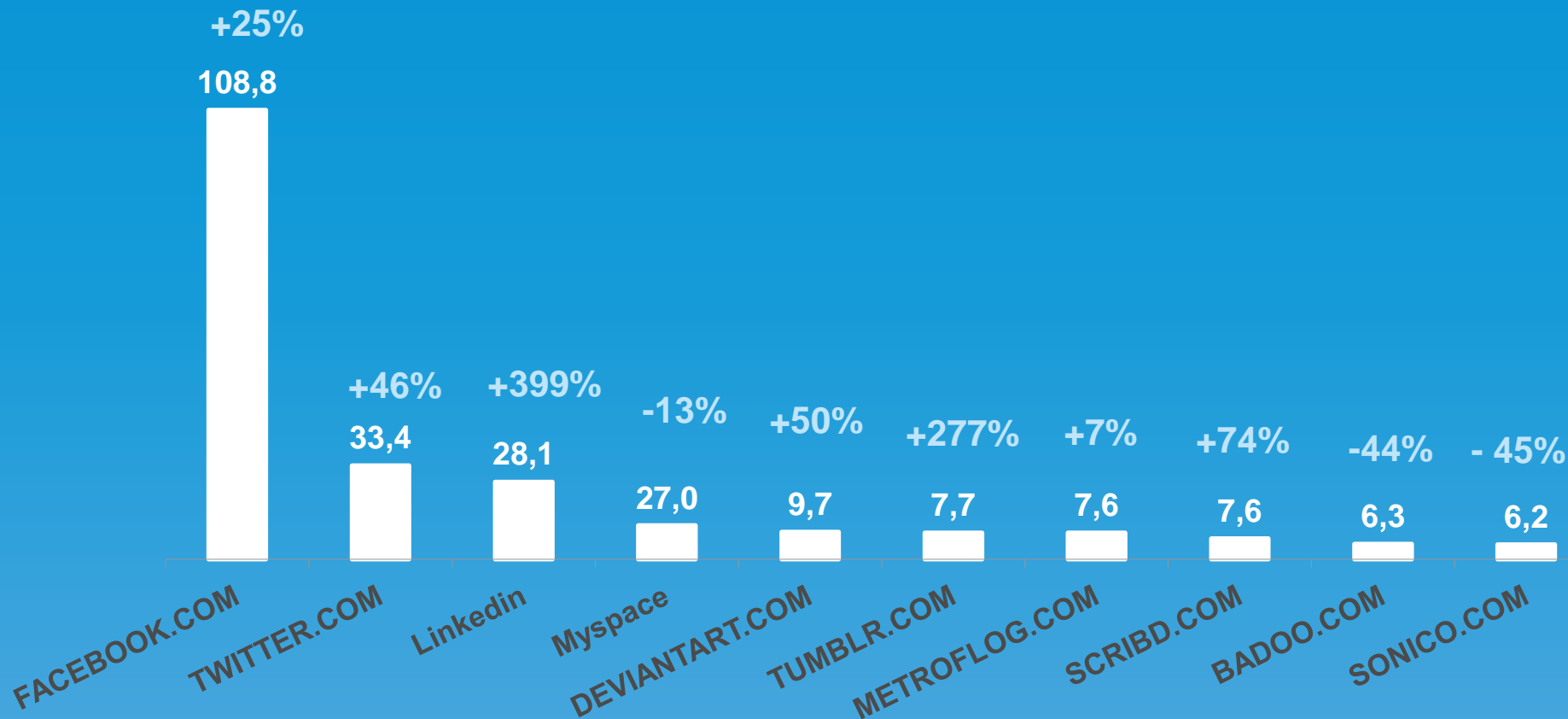
Jan-2010 Apr-2010 Jul-2010 Oct-2010 Jan-2011 Apr-2011 Jul-2011 Oct-2011 Jan-2012



Crecimiento de Facebook en Años Recientes
Total Visitantes Únicos (MM)

Facebook Lidera y Continúa Creciendo; LinkedIn y Tumblr Tienen un Impresionante Aumento en México

Principales 10 Redes Sociales en México por Visitantes (000)
Jun-2011 vs. Jun-20



8,7 Horas Consumidas en Facebook
por el Visitante Promedio en
México

90% de Penetración de
Facebook en México

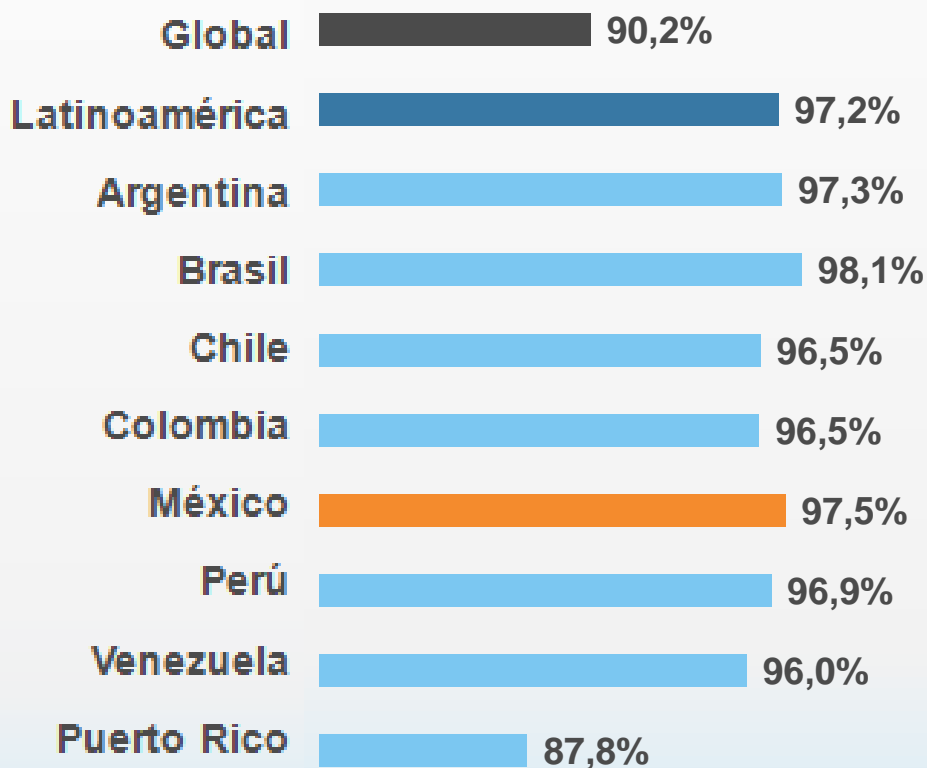


**CONTENIDO DE ENTRETENIMIENTO Y
VIDEO ONLINE ATRAE A VISITANTES
A LO LARGO DE LA REGIÓN**

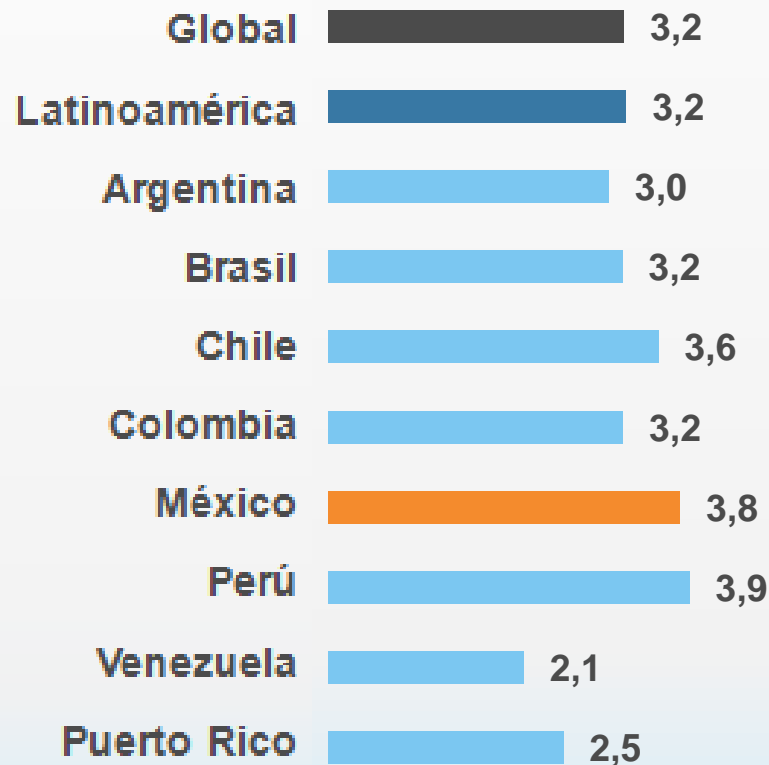
El Contenido de Entretenimiento Atrae una Porción Significativa de la Audiencia Mexicana

Categoría Entretenimiento

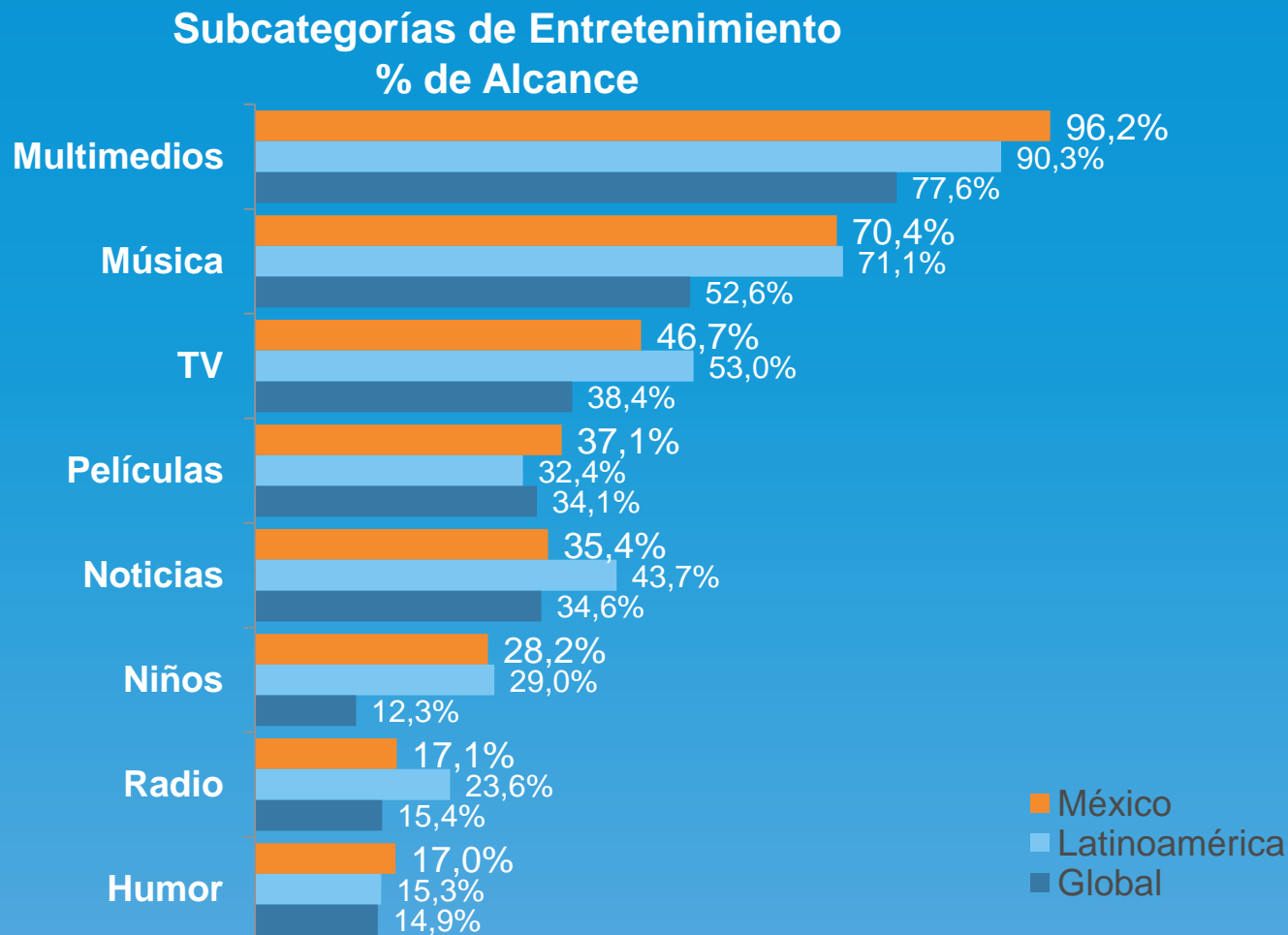
Alcance Porcentual



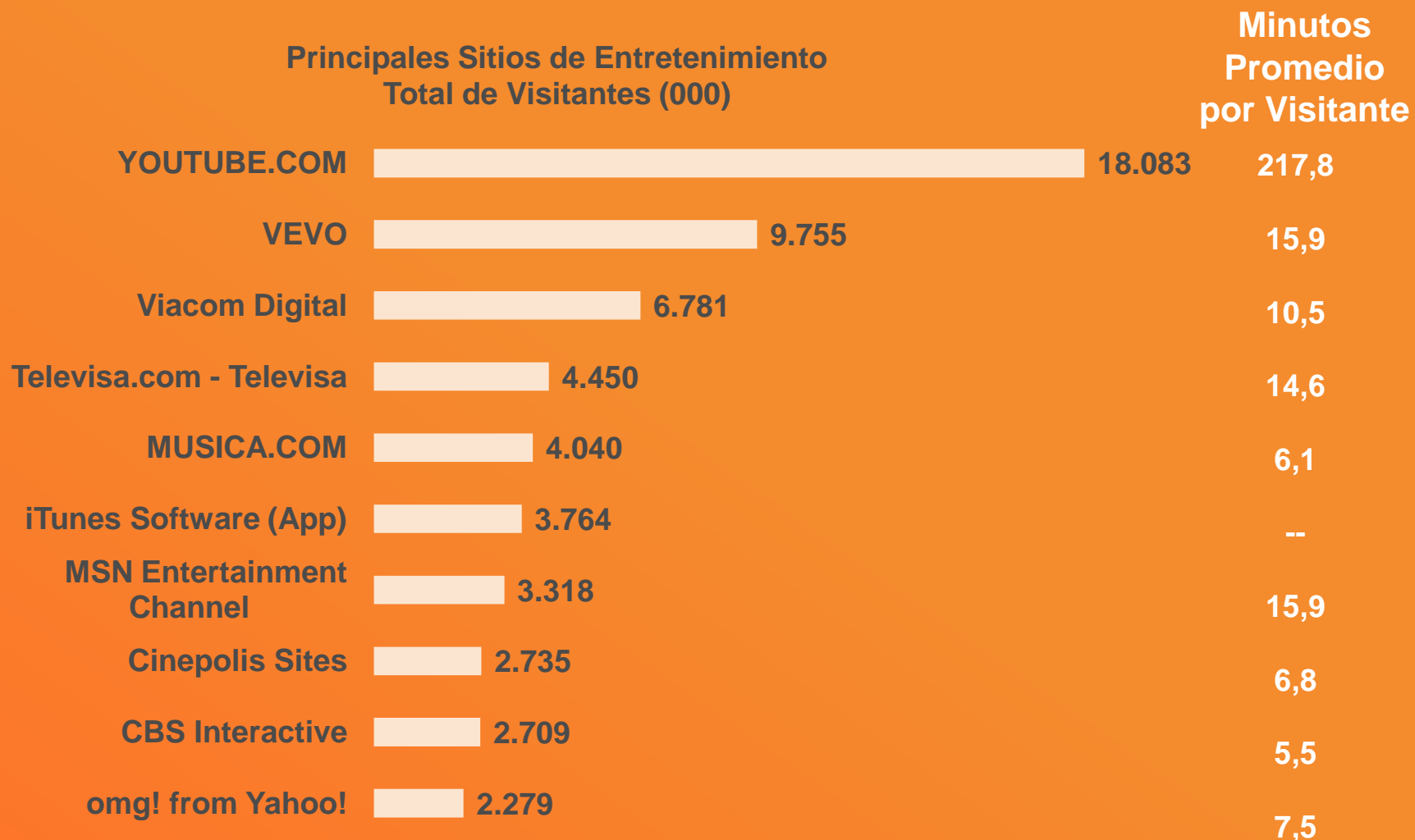
Horas Consumidas por Visitante



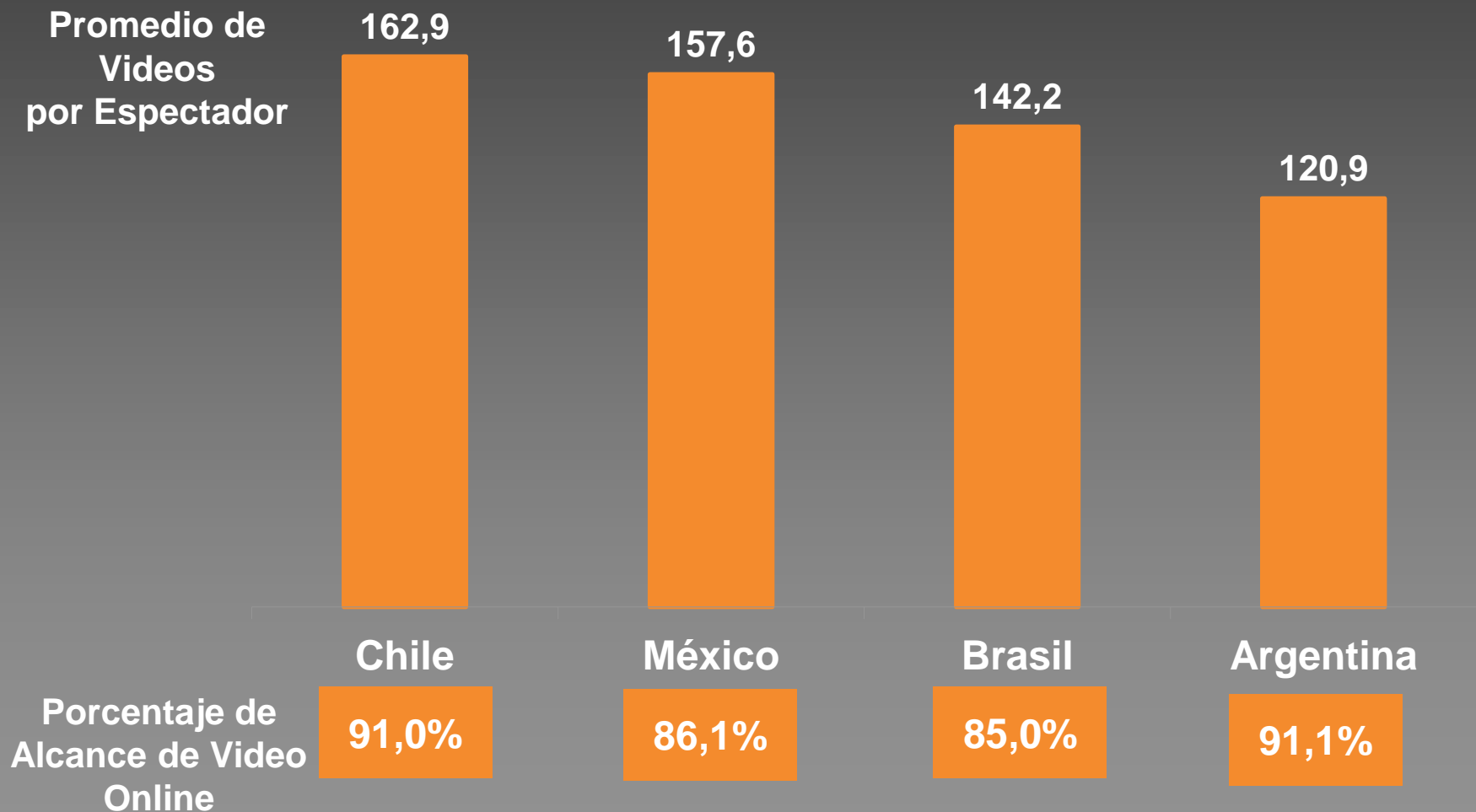
Multimedios el más popular; Mexicanos más proclives a visitar sitios de **Música** y **Películas** más que los Promedios Regionales y Globales



YouTube es el sitio de Entretenimiento Más Popular en México, Alcanza 76% de la Audiencia

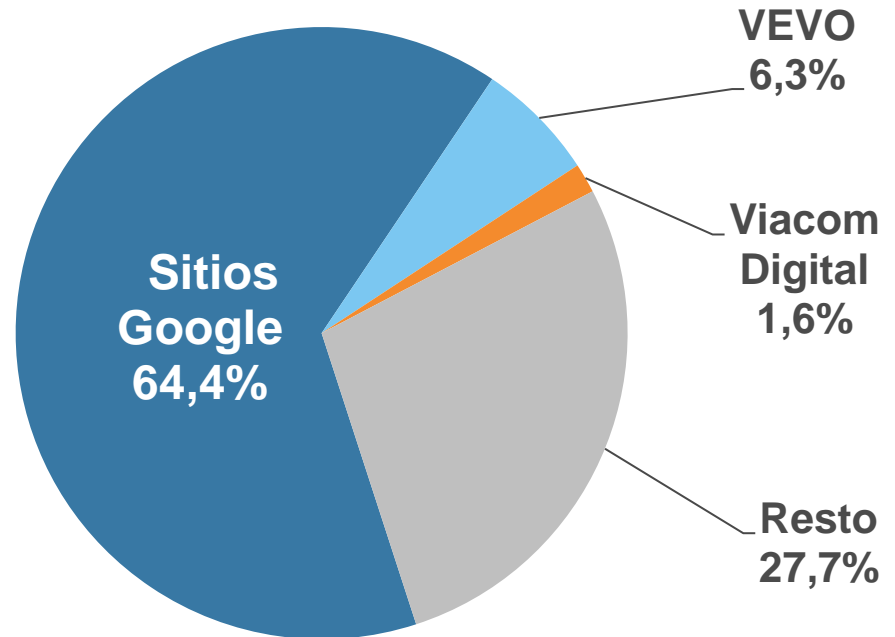


Usuarios Mexicanos Ven 157 Videos en Promedio por Usuario



Conducidos por **YouTube**, los Sitios de Google Registran la Mayor Parte de los Videos Vistos

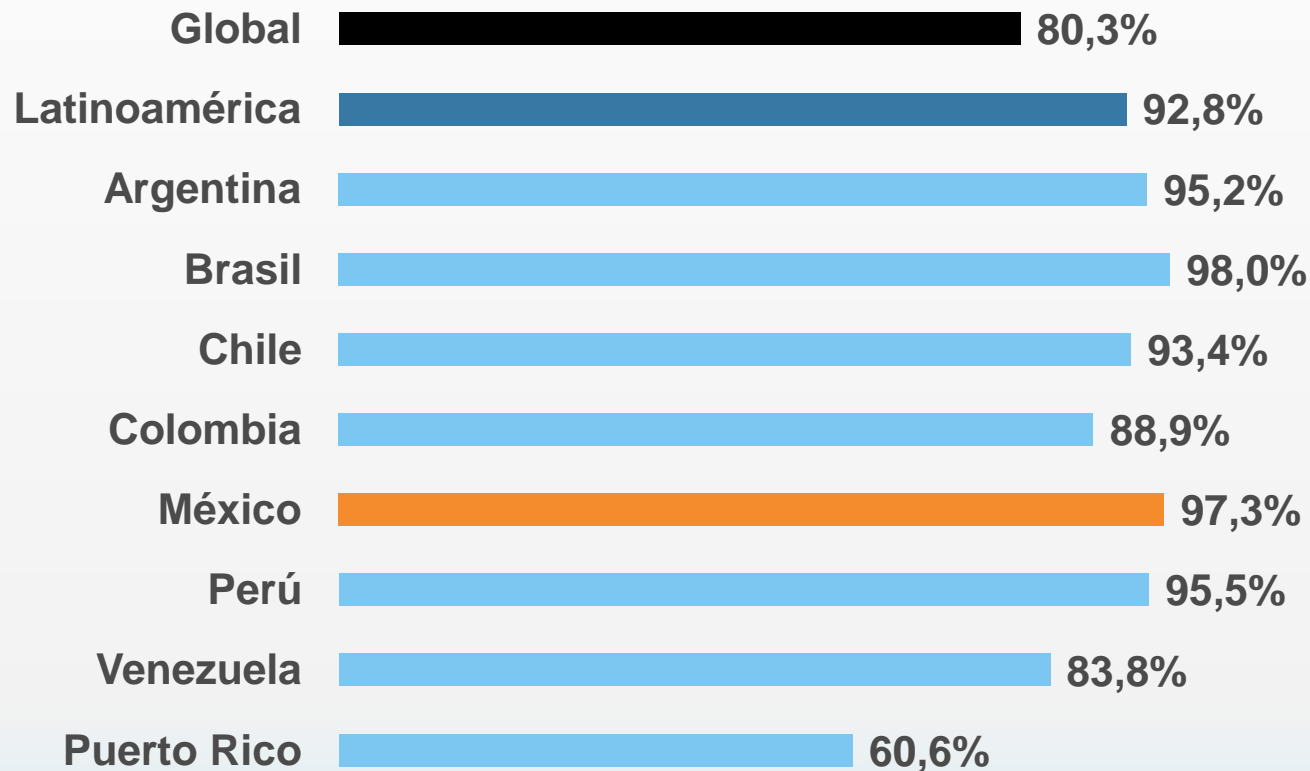
Participación del Total de Videos Vistos en México



**ELECCIONES DE JULIO
CONDUJERON AUMENTO DE VISITAS
A SITIOS DE NOTICIAS Y POLÍTICA**

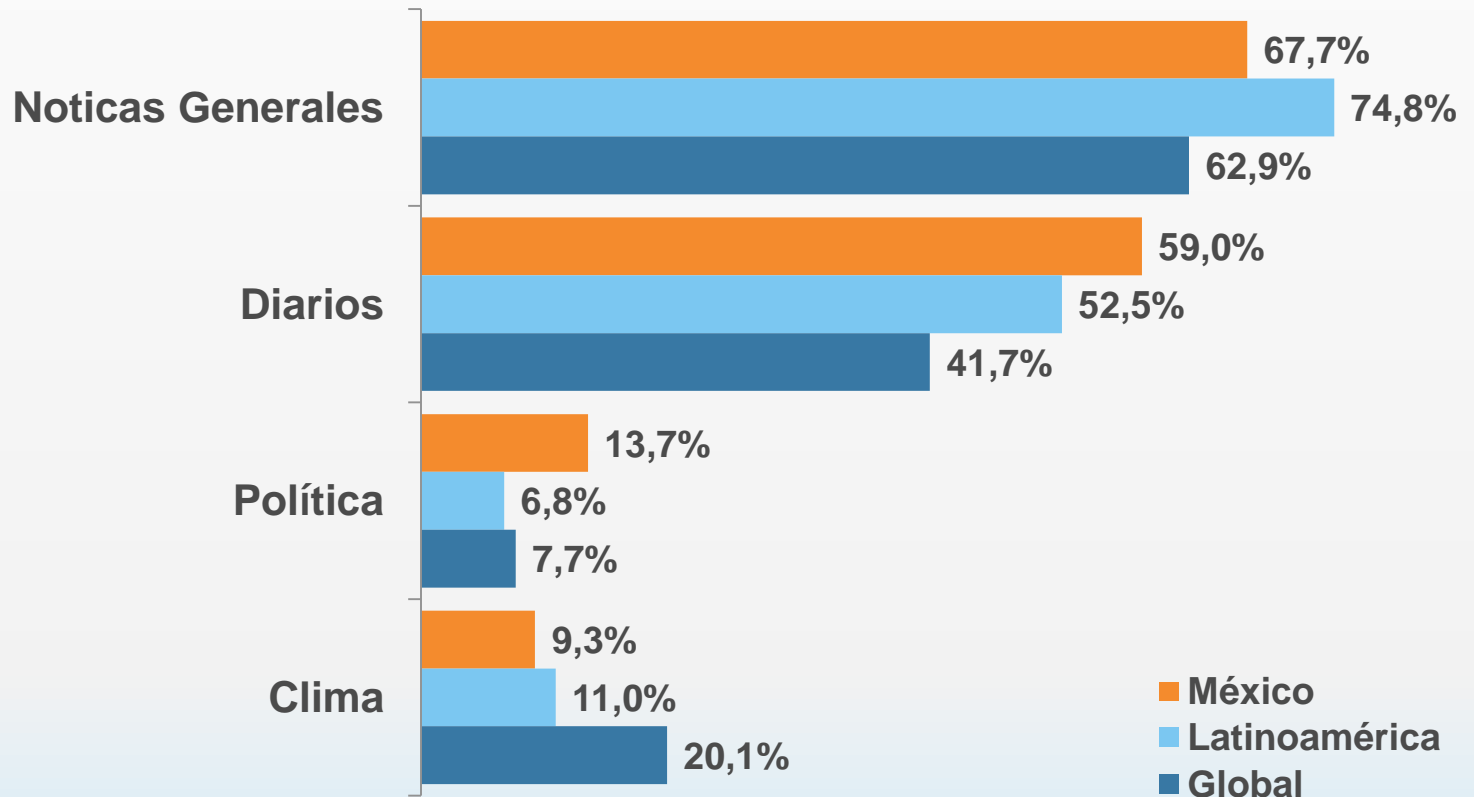
Ávidos de noticias, Mexicanos Entre los de Mayor Alcance para Categoría Noticias/ Información

Categoría Noticias/Información % Alcance



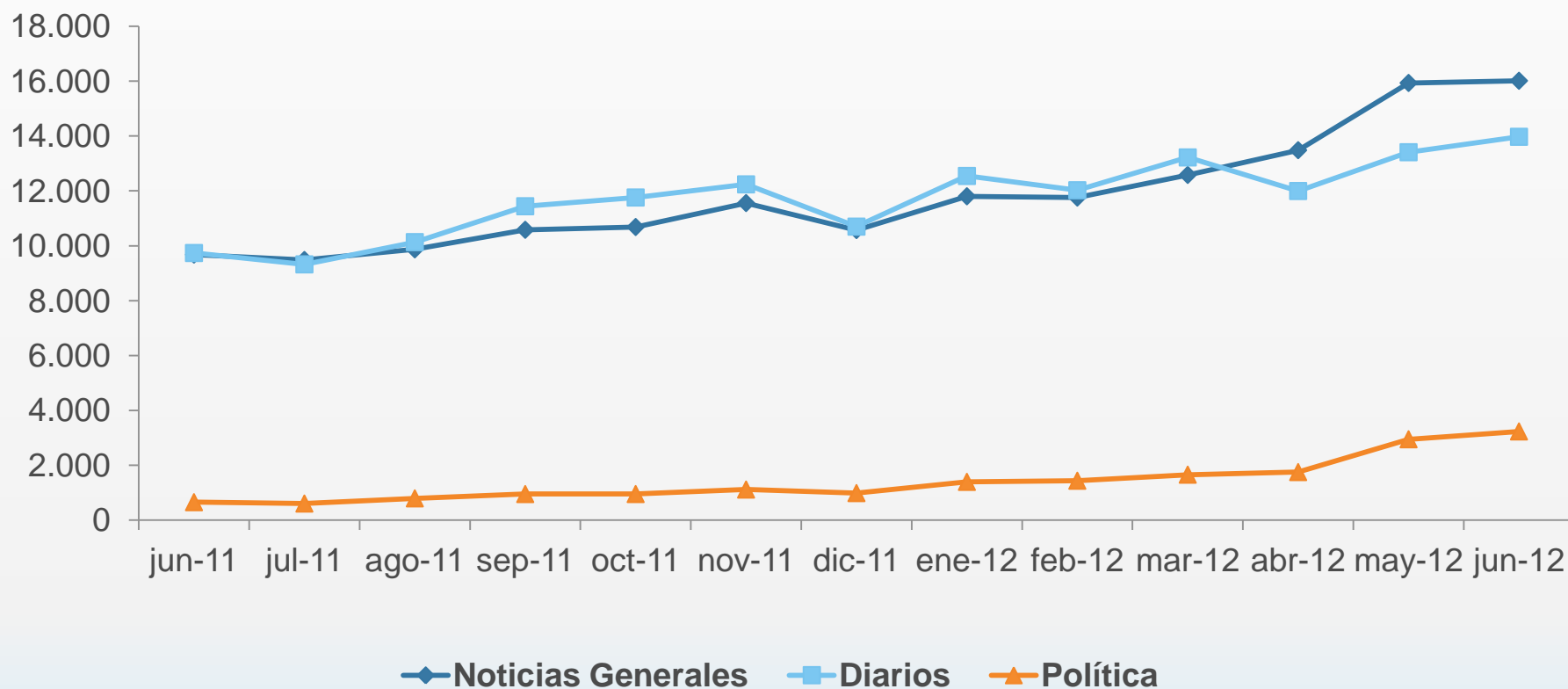
Acercándose a las Elecciones, Sitios de Diarios & Política Atraen Visitas sobre Promedio en México

Subcategorías de Noticias/Información
% Alcance



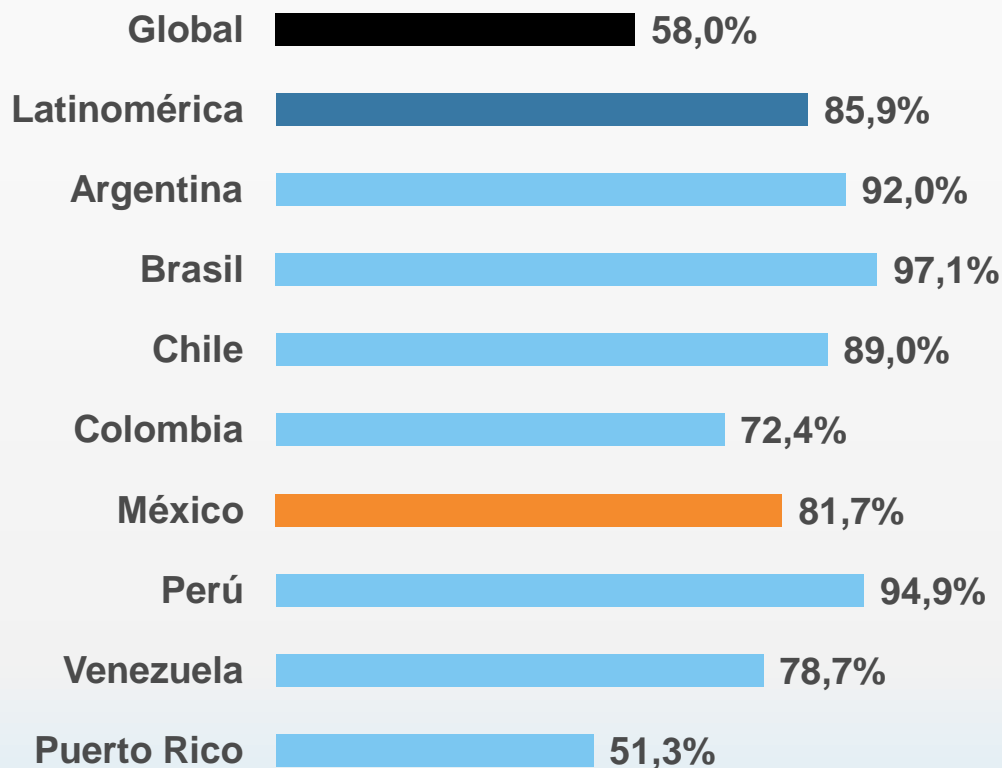
Interés por Sitios de Noticias y Política Aumentó Constantemente Durante el Último Año

Categorías Noticias/Información
Visitantes Únicos (000)



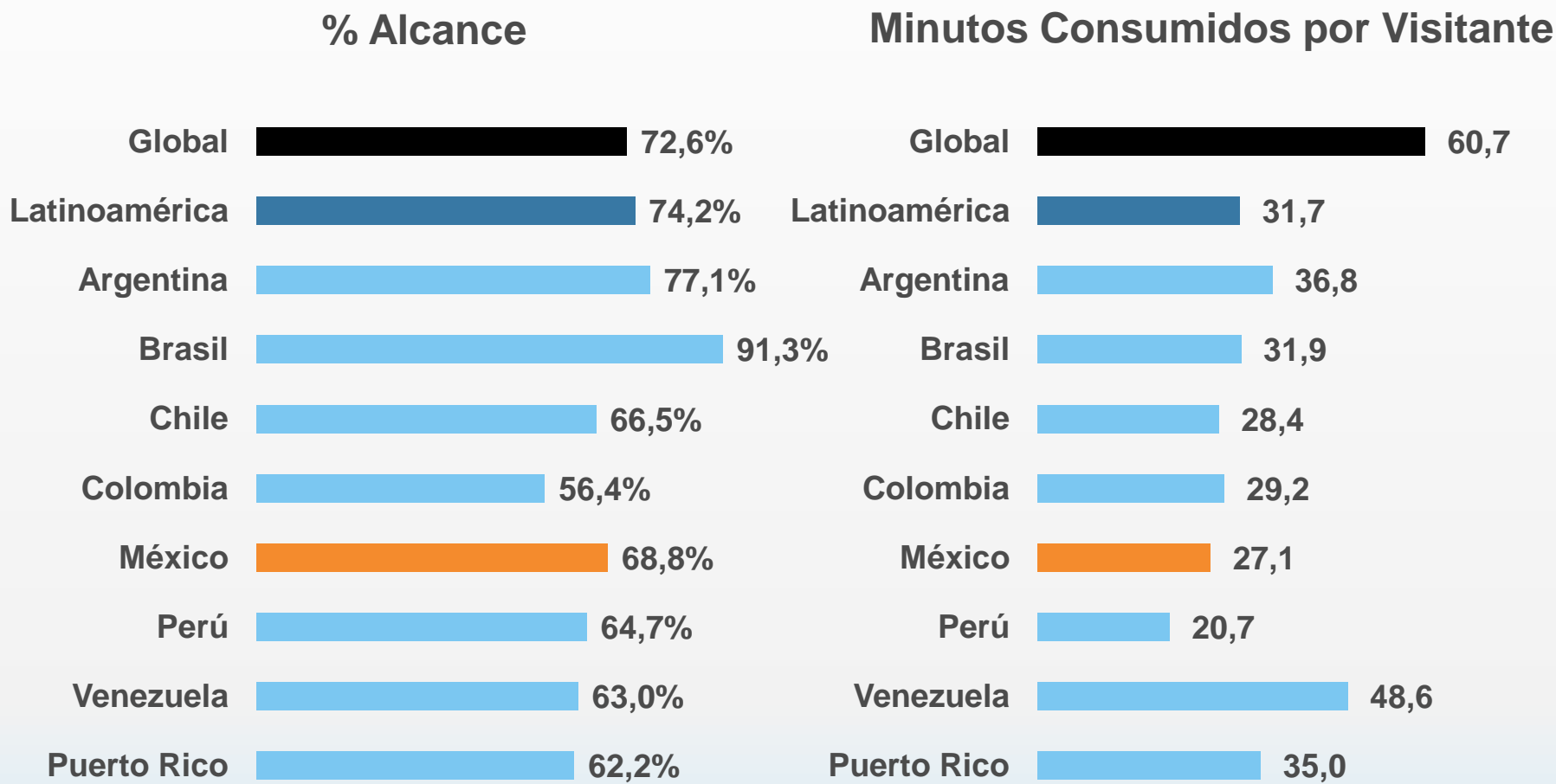
A lo Largo de América Latina , Blogs También Suplementan a Noticias/Información con Tasas Sobre Promedios Globales

Sitios de Blogs
% Alcance



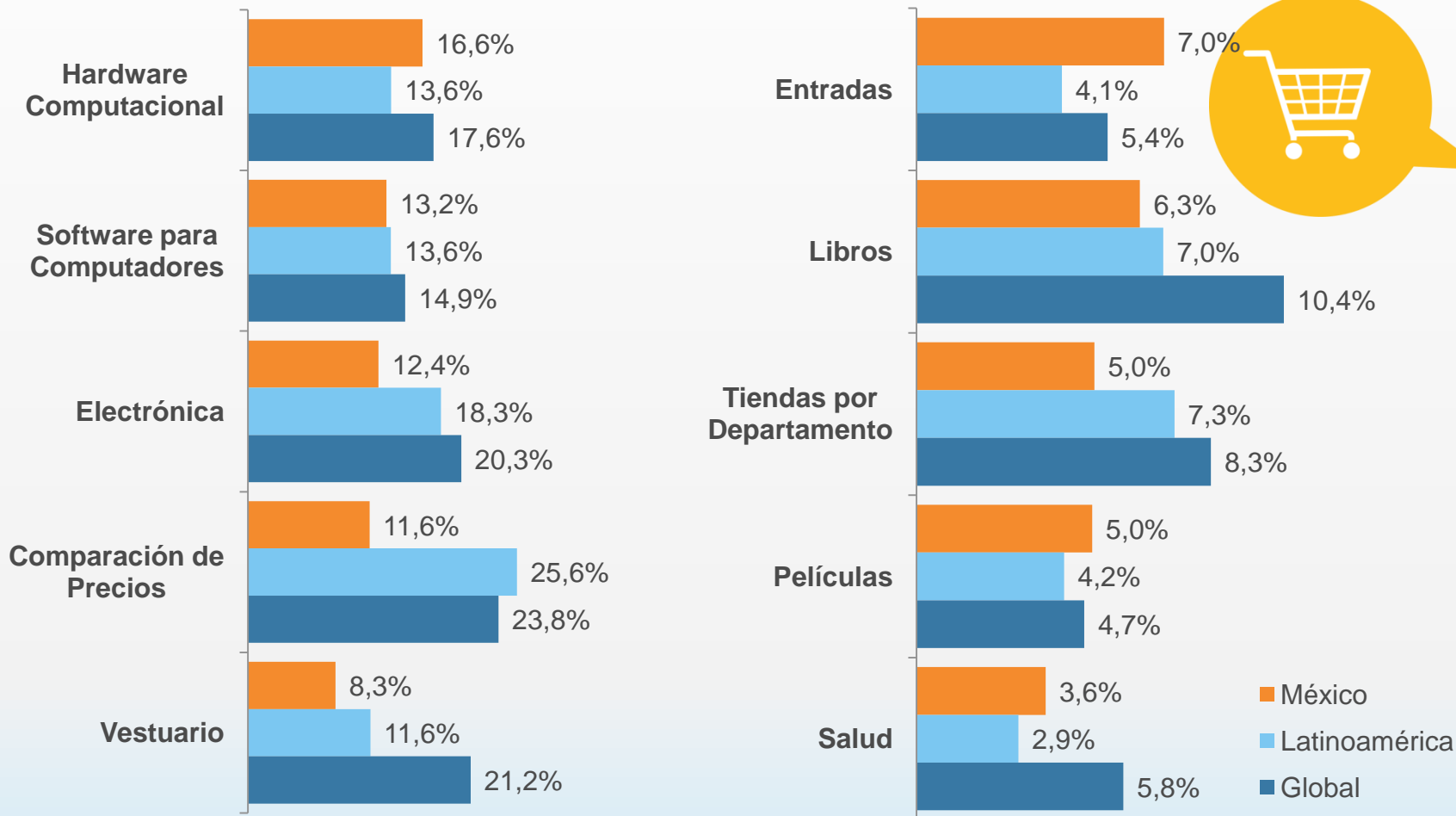
**COMPRAS ONLINE Y VIAJES
COMIENZAN A SER UNA ACTIVIDAD
ONLINE CLAVE EN MÉXICO**

Visitas de Mexicanos a Sitios de Retail se encuentra por Debajo de otros en la Región. Tiempo Consumido está por lejos bajo los Promedios Globales



Software /Hardware de Computadores y Electrónica son las Categorías de Retail Más Populares

% Alcance Subcategorías de Retail



Mercado Libre es el Principal Sitio de Retail, pero Compañías con Base en EE.UU. componen la Mayor Parte del Top 10

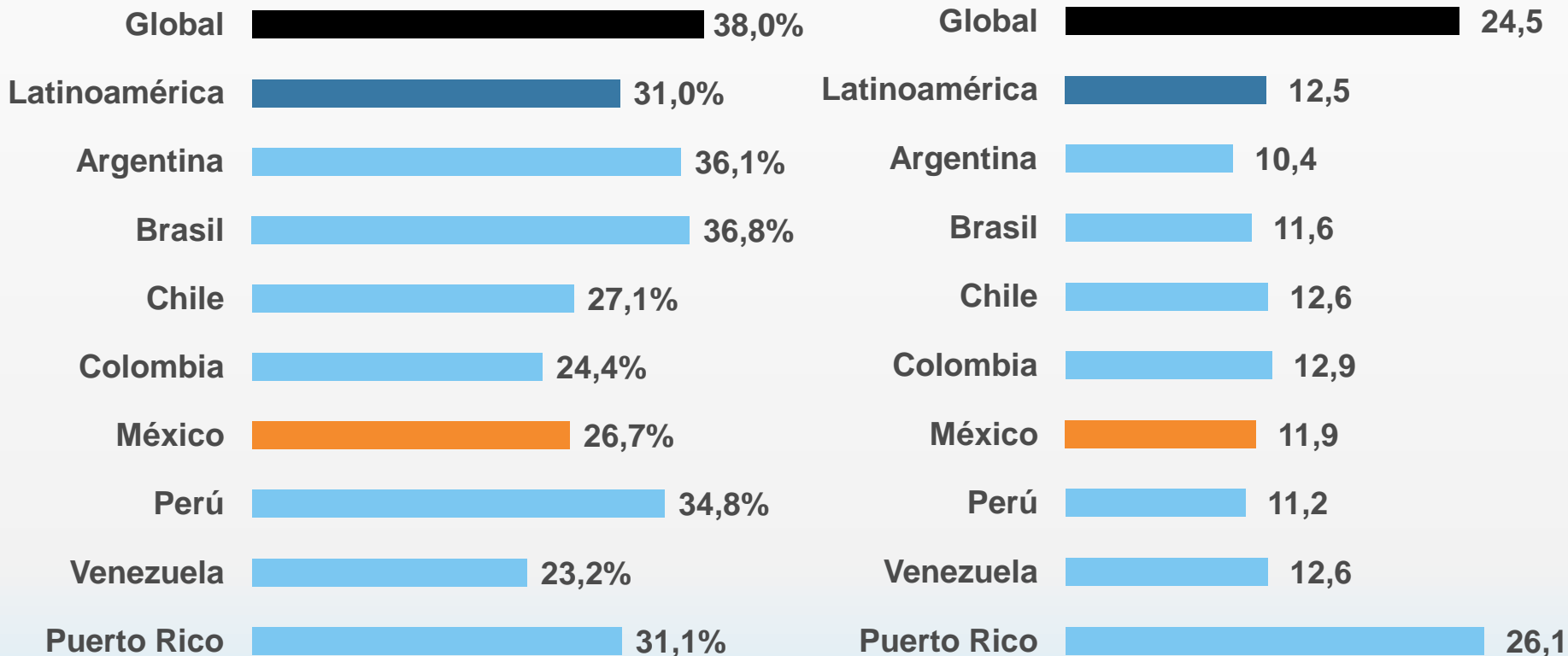


Visitas a Sitios de Viajes Están Aún Bajo Promedios Regionales

Sitios de Viajes

% Alcance

Minutos Consumidos por Visitante



Sitios Despegar Poseen la Mayoría de Visitantes en Categoría Viajes



BANCA ONLINE Y SITIOS DE FINANZAS AÚN EN SU INFANCIA EN MÉXICO

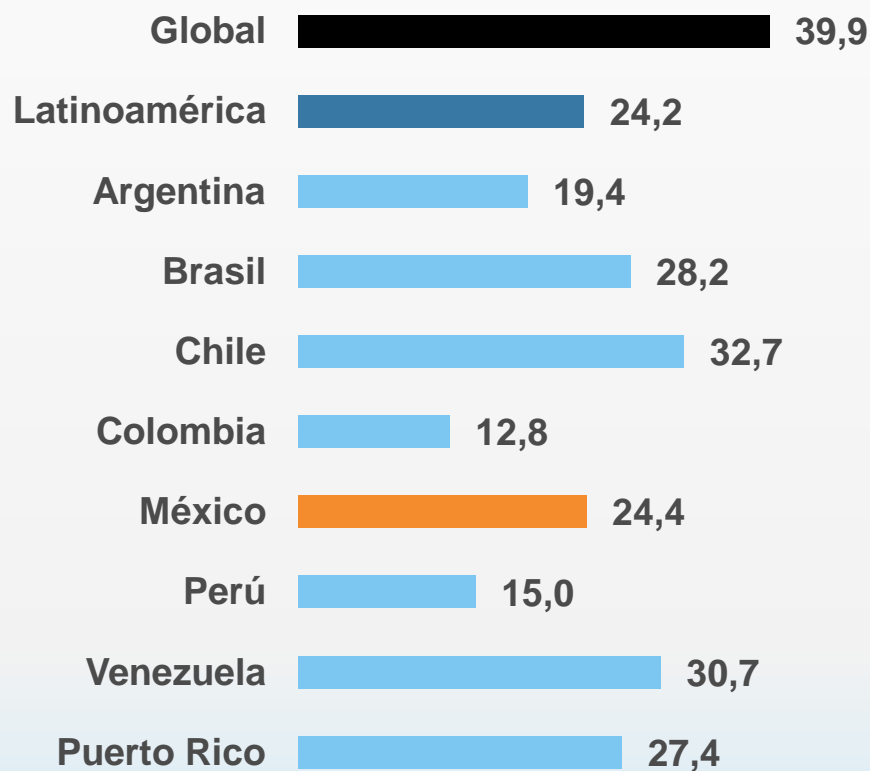
Visitantes Mexicanos de Sitios de Negocios/Finanzas Sigue Siendo el más Bajo de la Región

Sitios de Negocios/Finanzas

% Alcance

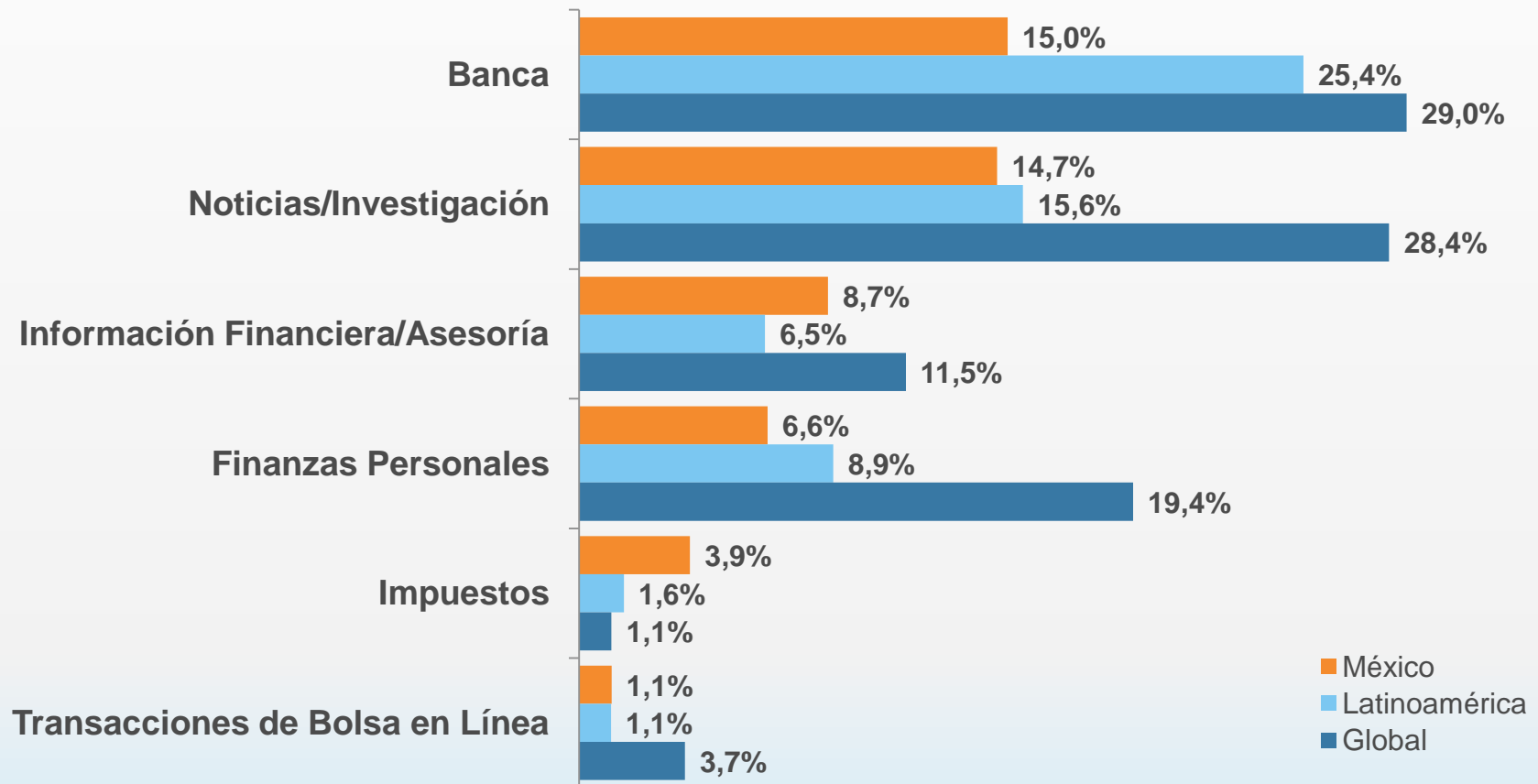


Minutos Consumidos por Visitante



Sitios de Banca los más Visitados, Visitas a Sitios de Impuestos Superan Promedios Globales

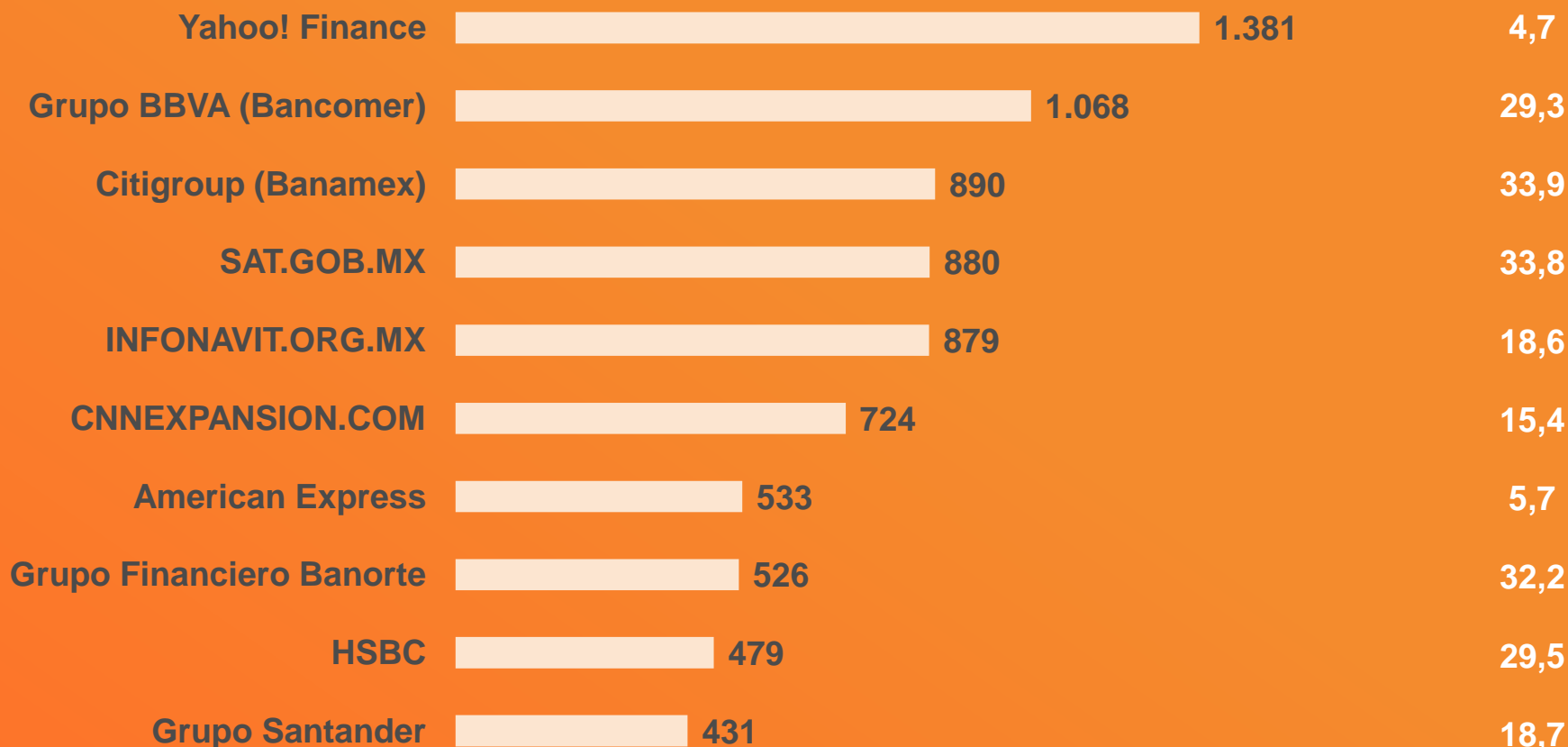
Subcategorías de Negocios/Finanzas
% Alcance



Yahoo! Finance Lidera Sitios de Negocios/Finanzas; Los Bancos con más usuarios son Bancomer y Banamex

Principales Sitios de Negocios/Finanzas en México
Total de Visitantes (000)

Minutos
Promedio
por Visitante



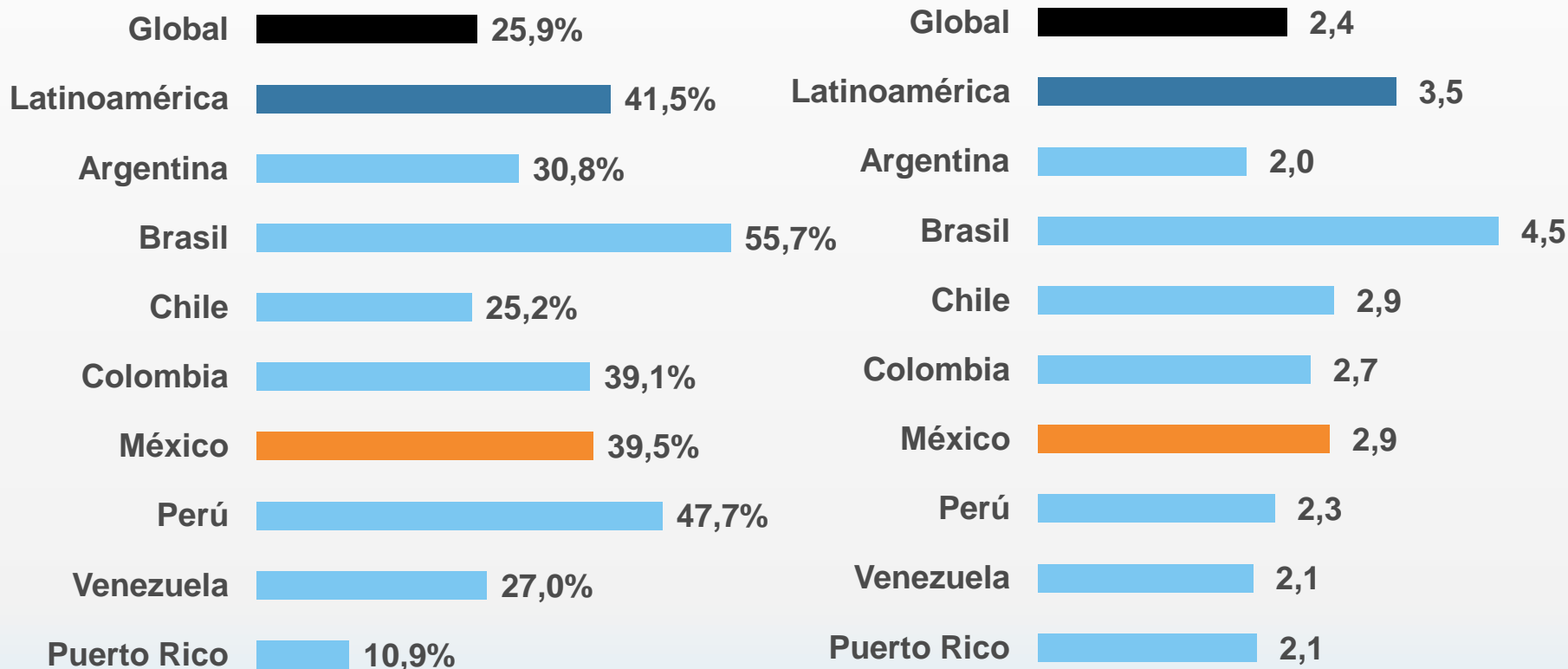
**INTERNET COMO MEDIO DE
COMUNICACIÓN ES AÚN FUERTE EN
AMÉRICA LATINA**

Pese a Declinación Mundial del Uso de MI, su Alcance Aún es Fuerte en México y América Latina

Mensajería Instantánea

% Alcance

Horas Consumidas por Visitante

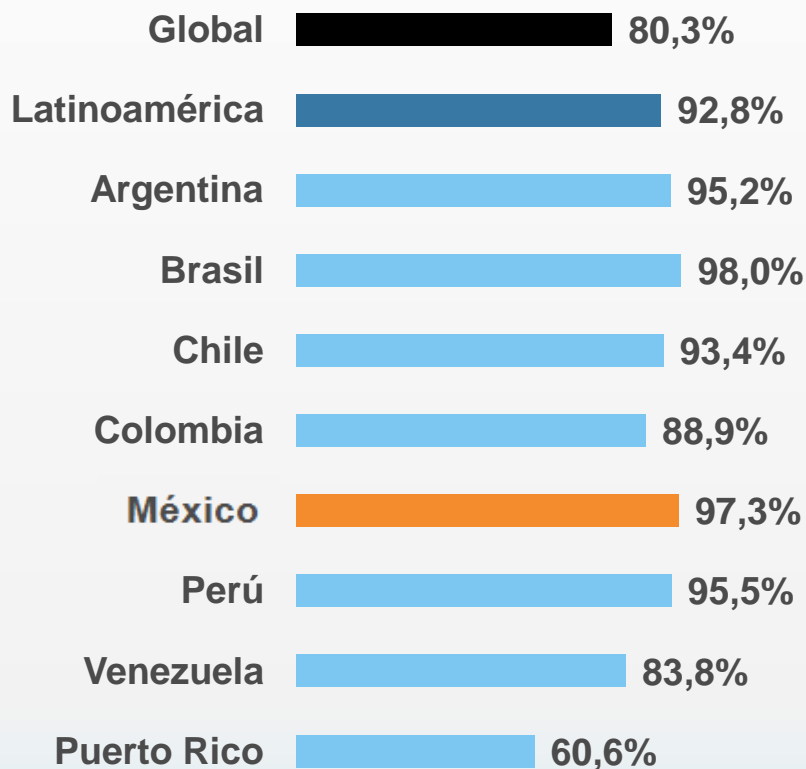


Windows Live Messenger es de forma Abrumadora el Favorito en México

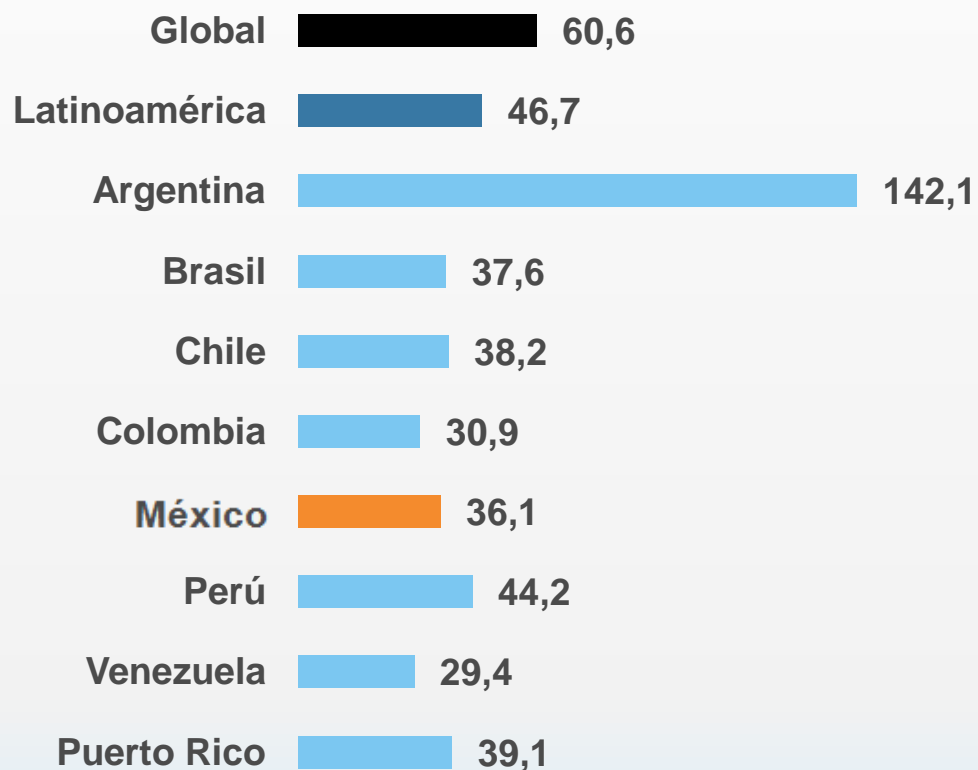


Una Gran Parte de la Población Utiliza Web Email, Pero su Uso es mas Bajo que el Promedio Global

% Alcance



Minutos Consumidos por Visitante



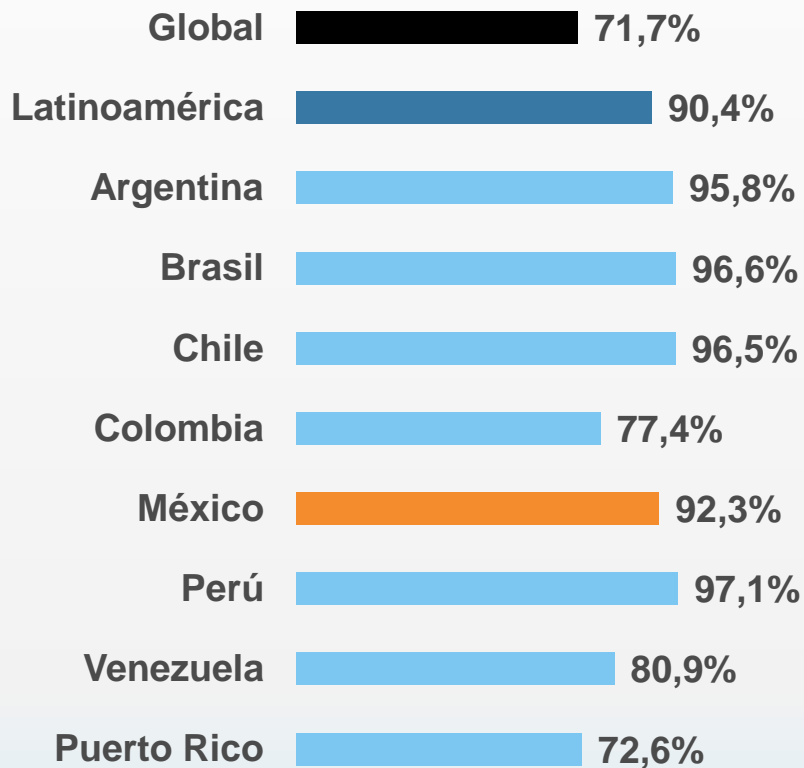
Panorama de Webmail Muy Concentrado, donde Hotmail de Microsoft es Claramente Líder



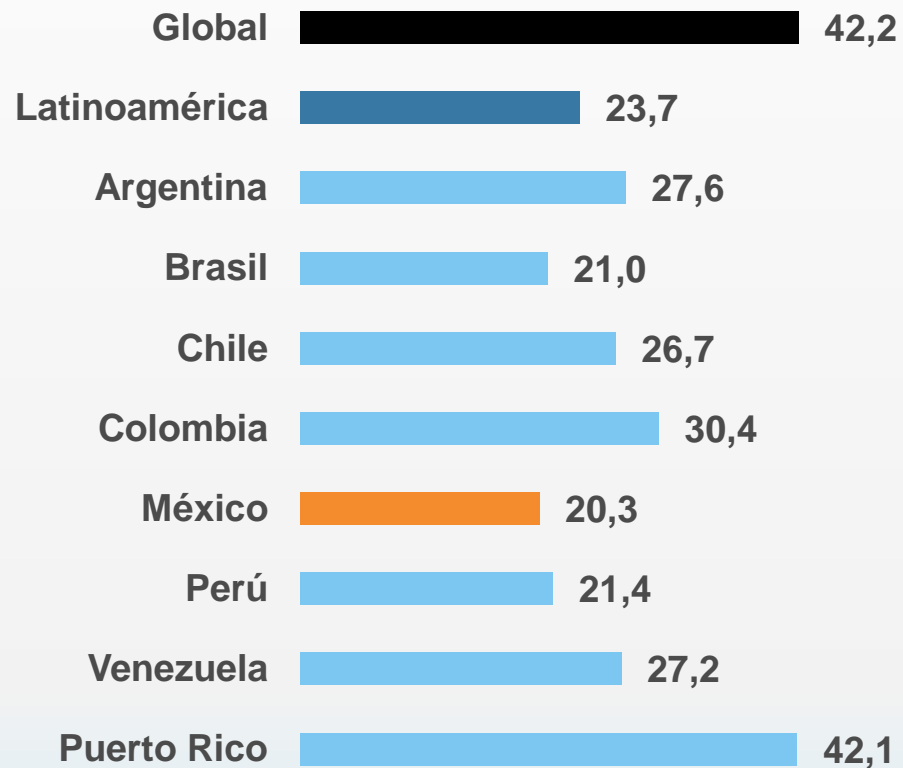
**SITIOS DE COMUNIDAD TIENEN
GRANDES AUDIENCIAS EN MÉXICO
SITIOS DE EDUCACIÓN TAMBIÉN
ATRAEN TRÁFICO SIGNIFICATIVO**

Visitas a Sitios de Comunidad en México Superan Promedios Globales y Regionales

% Alcance Sitios de Comunidad

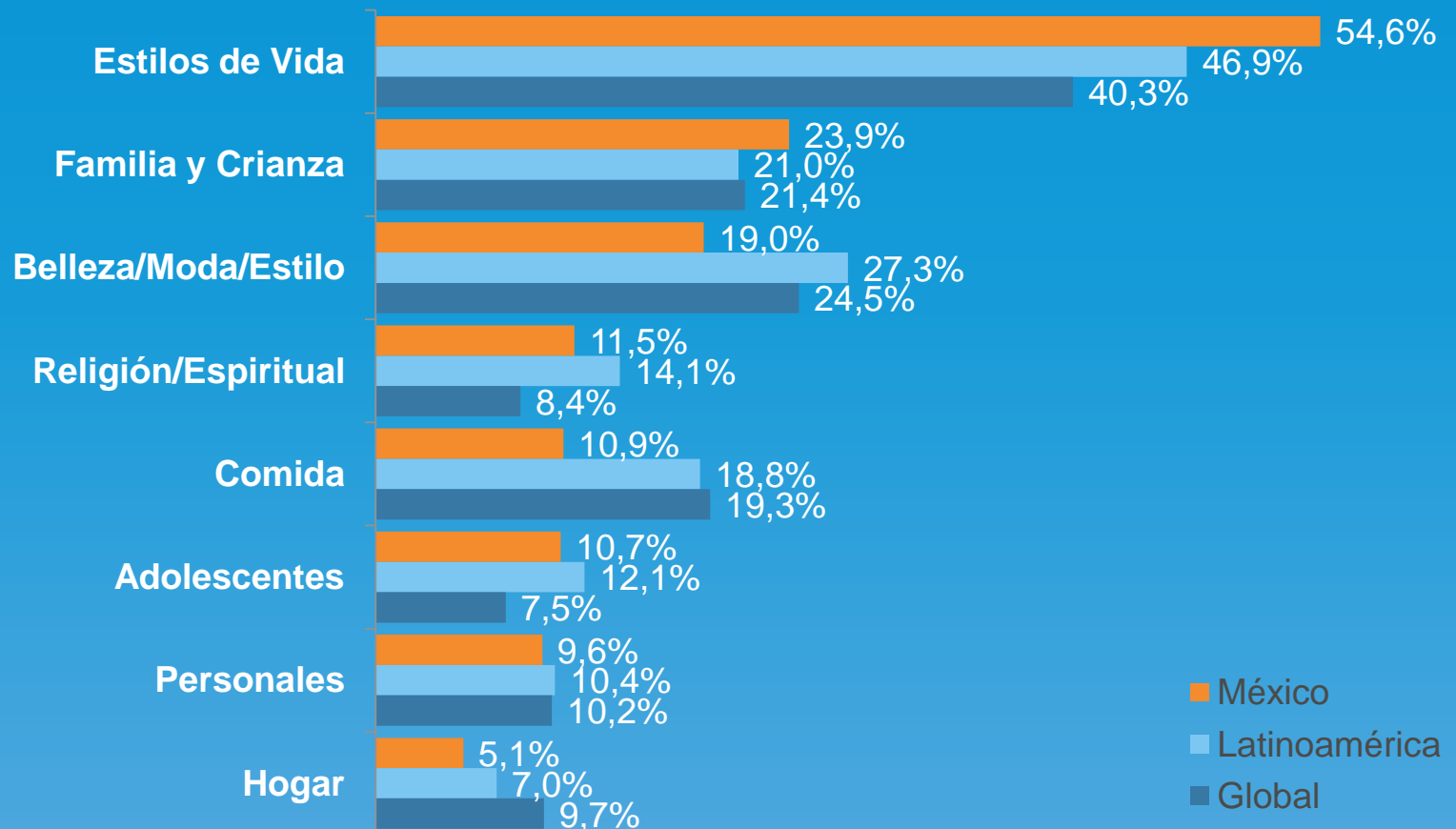


Minutos Consumidos en Promedio por Visitante

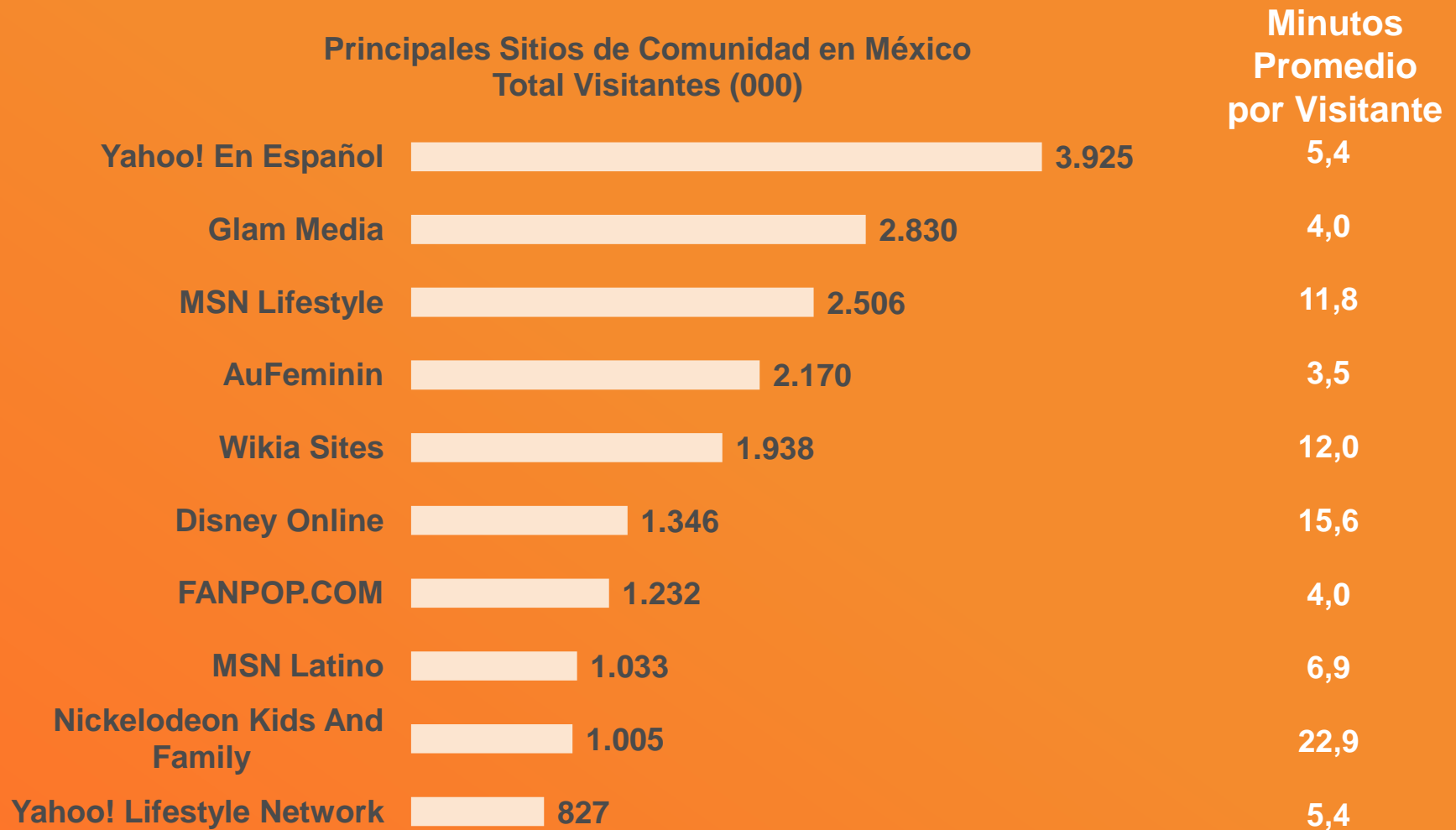


Sitios de Estilos de Vida – en Especial Aquellos Enfocados a Mujer y Familia Conducen las Visitas de Comunidad

% Alcance Sub-categorías de Comunidad

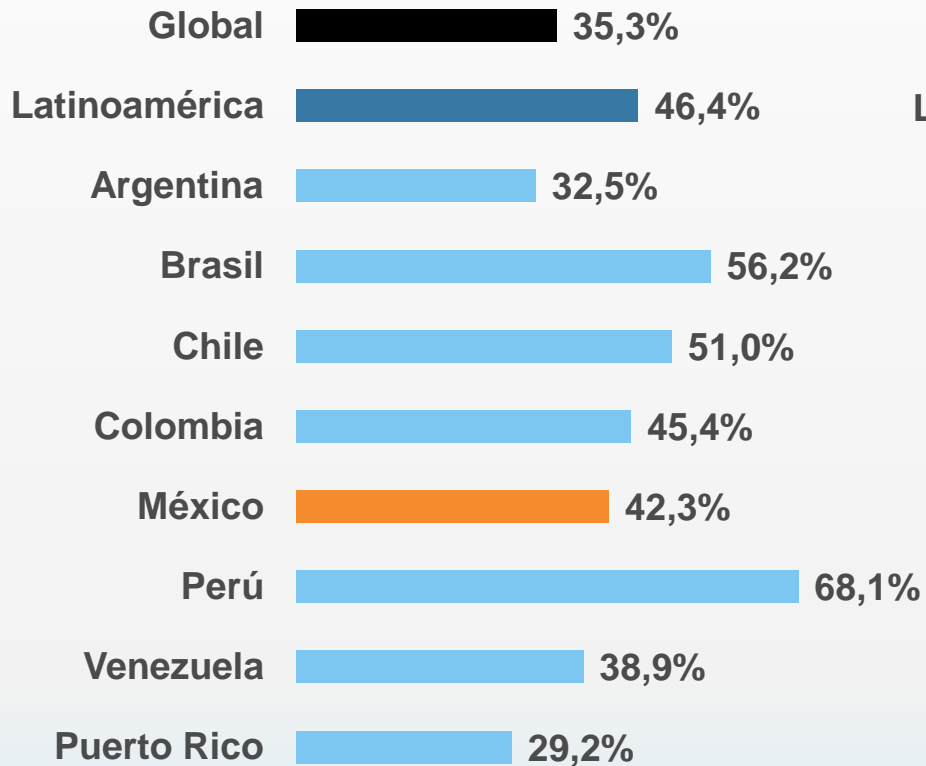


Sitios Orientados a Mujeres y Familia Son los Principales en la Categoría Comunidad

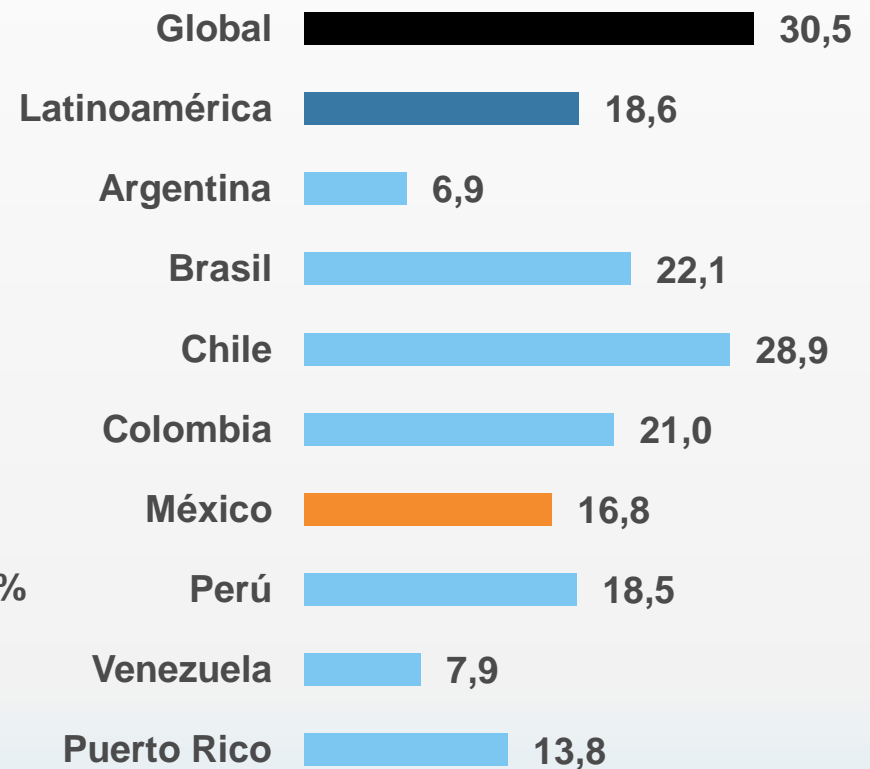


Sitios de Educación Atraen 42% de Población Web en México

% Alcance



Minutos Consumidos por Visitante



Las Visitas se Distribuyen Entre Sitios de Educación General y de Universidades

Principales Sitios de Educación en México
Total Visitantes (000)



**¿BUSCANDO ALGO? LOS
MEXICANOS SON USUARIOS ÁVIDOS
DE BÚSQUEDAS ONLINE**

Usuarios mexicanos de Internet promedian 172,2 búsquedas por buscador, muy por arriba del promedio mundial



Promedio Mundial es 117,3 búsquedas por buscador

Buscadores Mexicanos

22,5 millones de búsquedas únicas

100% de Población Mexicana de Internet

Promedio 172,2 búsquedas por buscador

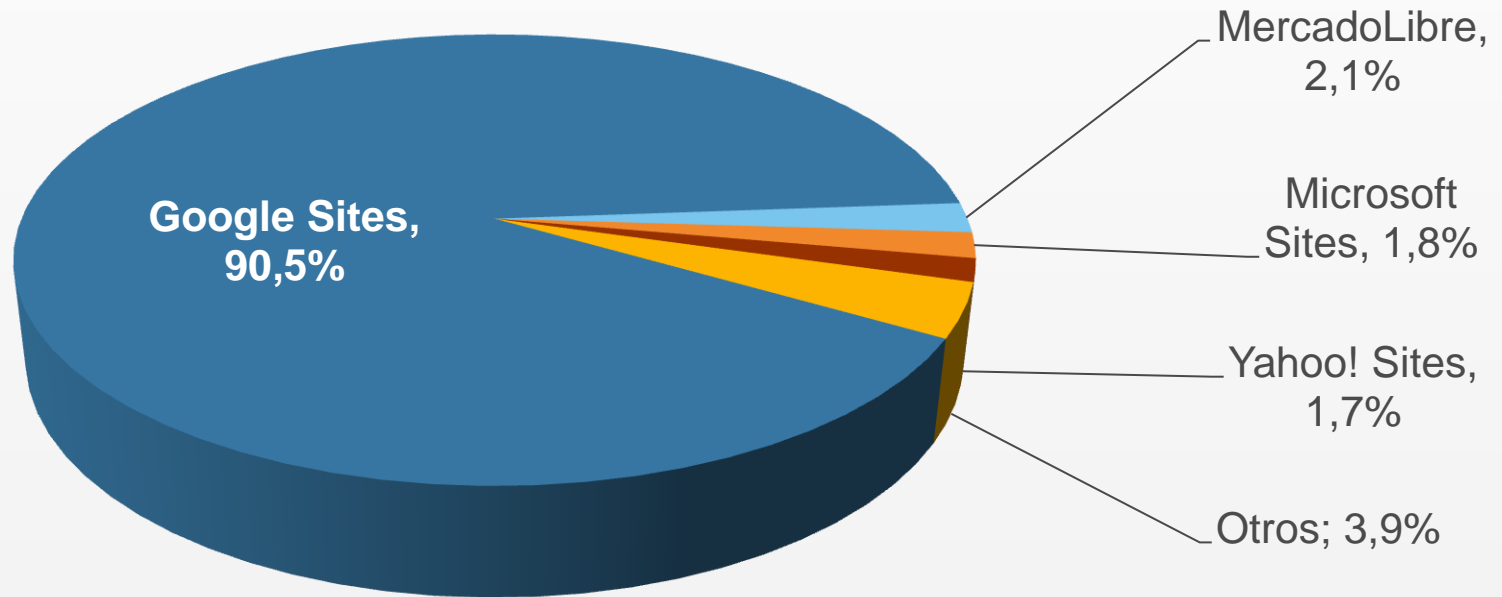
Total Búsquedas en México

3,9 mil millones de búsquedas

4,5 mil millones de páginas de resultado de búsqueda

939 millones de visitas de búsqueda

Los Sitios Google Registran 9 de cada 10 búsquedas en México



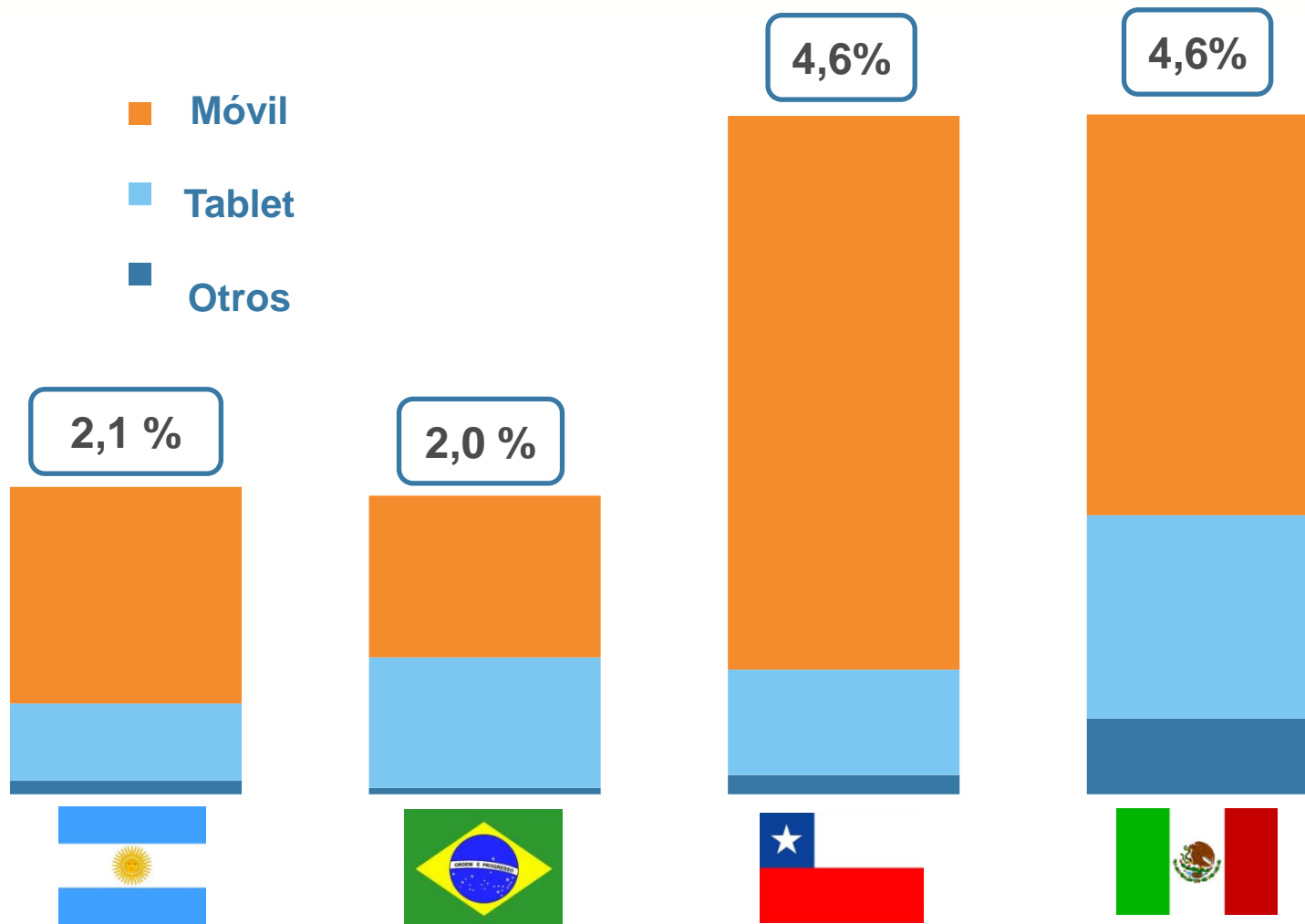
The background features a large, abstract shape in shades of orange and yellow, resembling a stylized banner or a wave. The shape is filled with a gradient from a darker orange on the left to a lighter yellow on the right. The text is centered within this shape in a bold, white, sans-serif font.

**SMARTPHONES Y TABLETS
POTENCIAN EL SURGIMIENTO DEL
OMNIVORO DIGITAL**

México Lidera Junto a Chile en Tráfico de Dispositivos Móviles Conectados en la Región

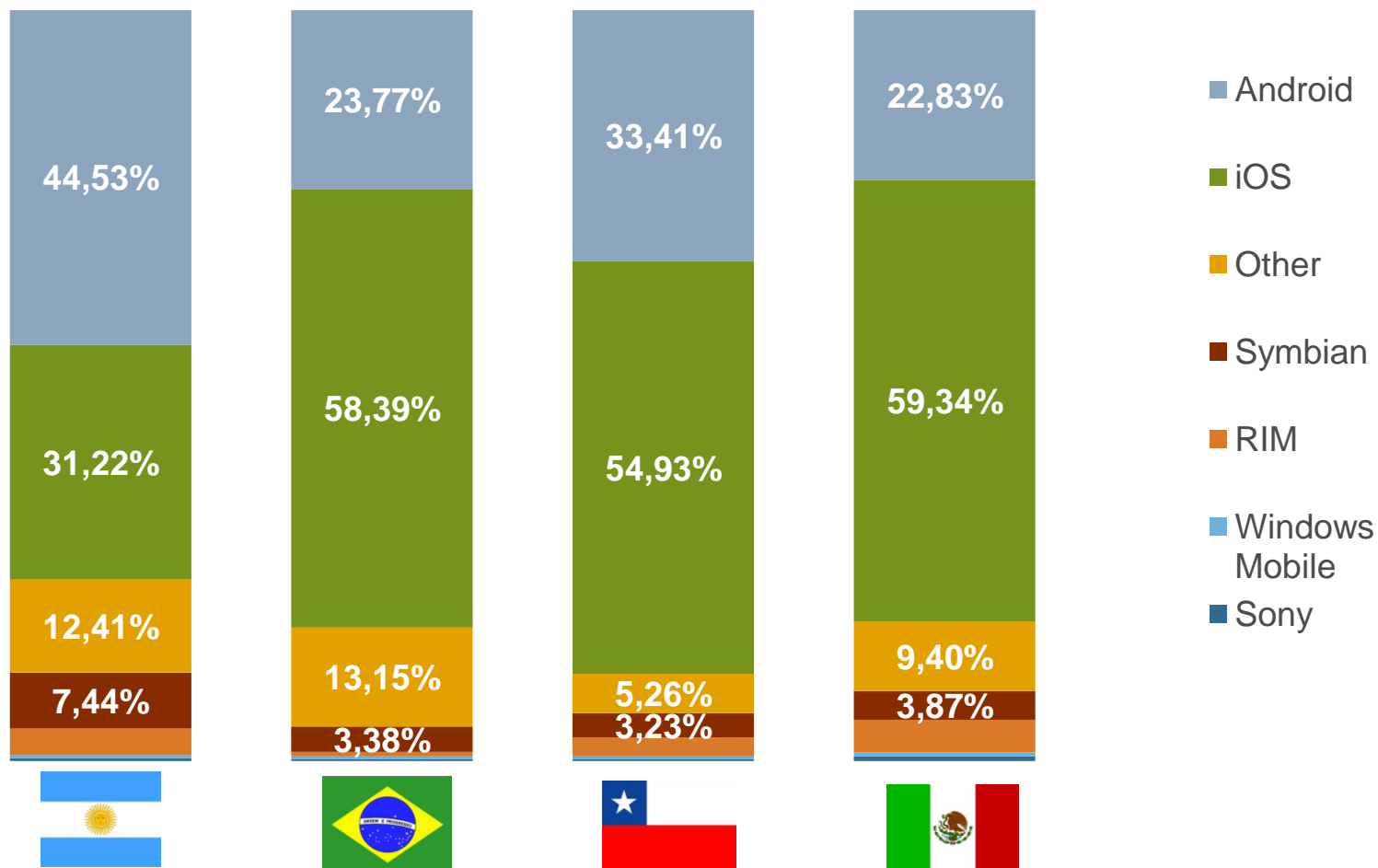
Tráfico de No-computadores

- Móvil
- Tablet
- Otros



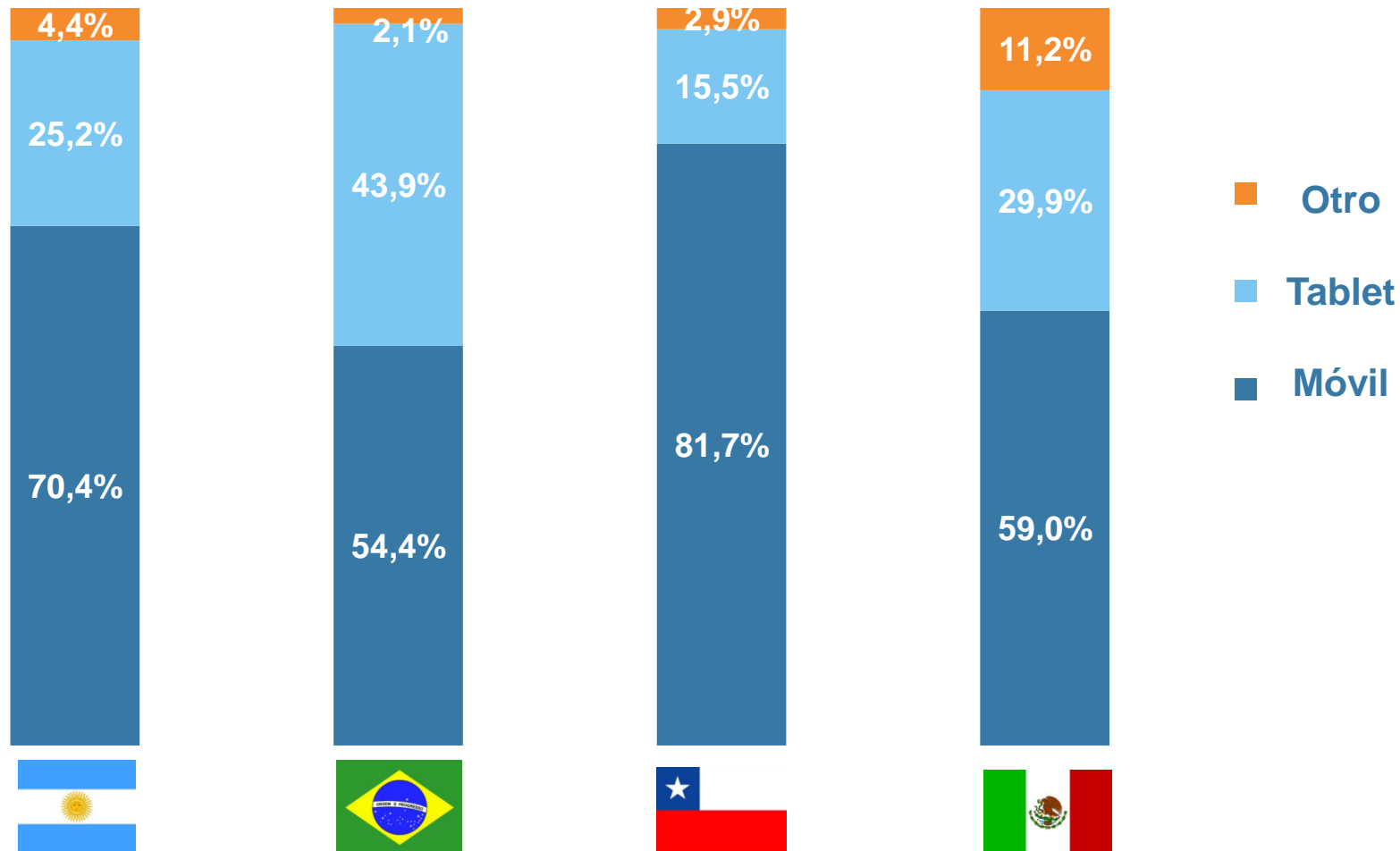
iOS Concentra más de la mitad del tráfico desde Dispositivos Móviles en Chile, Brasil y México

Tráfico de no-computadores según sistema operativo



En Latinoamérica el mayor consumo desde No computadores se realiza desde móviles. Brasileños y mexicanos son los que más utilizan tablets

Tráfico de no-computadores según tipo de dispositivo



Historias que Darán Forma a lo Digital en 2012

1 LO SOCIAL DEFINE EL CONSUMO

MODELANDO CÓMO INTERACTÚAN LAS PERSONAS EN EL MUNDO DIGITAL Y EL FÍSICO

2 JUEGOS OLÍMPICOS 2012

ILUMINA EL CRECIMIENTO DE CONSUMO DE MULTIMEDIOS

3 COMPRAS ONLINE AFECTARÁN

AL FLUJO REGULAR DE VENTAS TRADICIONALES DE RETAIL

4 FIJARSE EN EL OMNIVORO DIGITAL

5 NOTICIAS - POLITICA Y REDES SOCIALES

¿PREGUNTAS?

Por favor escribanos a sepamas@comscore.com
si tiene cualquier pregunta o comentario adicional.

¡Síguenos en Twitter! @comScoreLATAM

#futurodigital12



¡Gracias!

Nota: Una copia de esta presentación será enviada a los asistentes dentro de 48 horas.



¡Síguenos en Twitter! @comScoreLATAM

#futurodigital12

Iván Marchant imarchant@comscore.com

Country Manager México, comScore, Inc.