



INTERNET

EN EL PERÚ

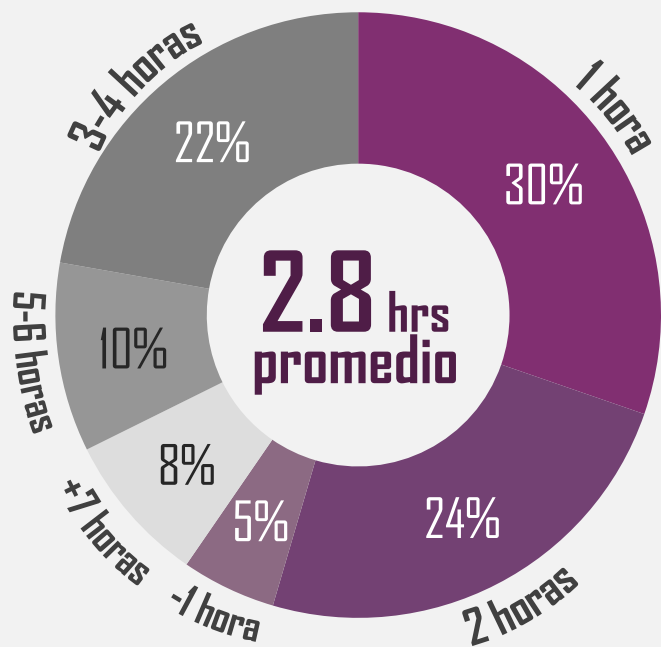
Cada vez más peruanos y peruanas tienen acceso a internet. En el 2015, tan solo el 52% de la población contaba con este servicio, y para finales del 2016 esta cifra creció a un 66%. Sin embargo, la brecha digital en nuestro país es aún bastante amplia: en las zonas urbanas, el 73% de la población goza de este servicio; mientras que en las zonas rurales llega a un escaso 27%.

Datum realizó un estudio con el objetivo de medir el comportamiento, las costumbres y los usos de los peruanos en internet. El Smartphone se ha convertido en el principal medio de acceso a internet (80% de personas encuestadas así lo indicaron), principalmente las más jóvenes; mientras que los mayores optan por acceder a internet desde sus computadoras. Se estima que 6 de cada 10 usuarios se conectan todos los días, en un periodo promedio de 2.8 horas. Los horarios preferidos de conexión van entre las 9:30 p.m. y las 11:30 p.m.

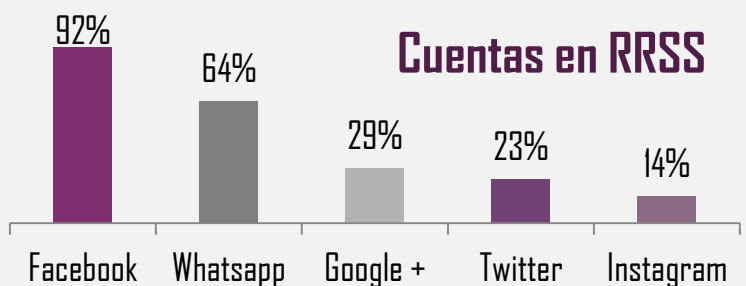
Principales actividades

Las actividades principales que los usuarios realizan en internet son: entrar a las redes sociales (76%), chatear (50%), buscar información (47%) y leer emails (30%). También existen otros intereses que varían de acuerdo a los rangos de edad: los jóvenes entre 18 y 34 años les gusta más escuchar música, ver videos, series y películas en internet; los adultos entre 35 y 50 años buscan información de interés general más que los demás; y las personas

Horas en Internet



Cuentas en RRSS



4% Participación
No hay usuarios mayores de 44 años

Mayor presencia en NSE C
97%

5% No usa RR.SS

Más concentración en NSEA/B 34%
Hombres 28%
Mujeres 17%

18/24: 21%
A/B: 23%
Hombres 16%
Mujeres 12%

64% chatea por Wsp
39% entre 55/70 lo usa.

entre 51 y 70 años de edad ingresan a internet para leer sus correos con mayor frecuencia que el resto.

Facebook se posiciona como la preferida por todos con un 92%, sin distinción de edad, género o nivel socioeconómico. A continuación está Whatsapp con un 64%. Le sigue Google+ (29%); y en posiciones siguientes están Twitter (23%), Instagram (14%) y Snapchat (4%) respectivamente.

Compras Online

En el último año, el 86% de personas encuestadas señalaron no haber realizado compras online. Esto se debe principalmente a la sensación de inseguridad y la falta de conocimiento que existe respecto al tema. Sin embargo, aquellas que sí las realizaron consideran conveniente informarse antes de comprar y para ello acceden a sitios como Google (77%) o redes sociales (18%). Los portales preferidos son: Mercado Libre (34%), Saga Falabella (34%) y OLX (33%), y

los productos con mayor demanda son productos tecnológicos y ropa. Por otro lado, 83% nunca califica su experiencia de compra, mientras que 16% comparte su experiencia en Internet.

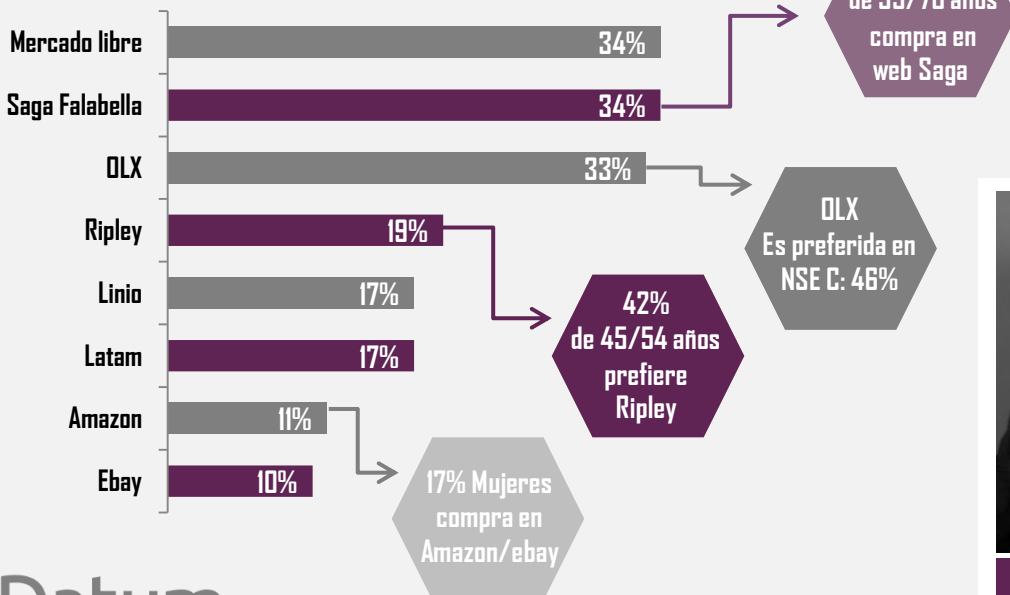
Medios de Reclamo

Hasta el día de hoy, el 24% de los peruanos prefieren realizar sus quejas ante el libro de reclamaciones porque lo consideran más efectivo que contactar a Indecopi, hablar con el/la gerente o quejarse en las redes sociales.

En síntesis, internet ha dejado de ser utilizado sólo por una generación y se ha convertido en un servicio básico de uso cotidiano de todos los peruanos. Los smartphones han sido claves en este proceso, por lo que ahora el reto para las empresas es desarrollar productos y servicios pensados desde estos dispositivos móviles (con sus respectivas herramientas) y no desde la web.



¿EN QUÉ PÁGINAS/APPS HACEN SUS COMPRAS?



Carlos Fowks

Director de Estudios