

PERFIL DE LOS PERUANOS CONECTADOS

Un resumen de las principales
investigaciones de Ipsos Perú

GAME CHANGERS



HÁBITOS Y ACTITUDES HACIA INTERNET

1

HÁBITOS, USOS Y ACTITUDES HACIA EL INTERNET

El estudio tiene como principal objetivo conocer los hábitos, usos y actitudes hacia el Internet. Para esta edición 2020 se entrevistó, a través de encuestas online, a hombres y mujeres de 18 a 70 años de los NSE ABCD del Perú Urbano y que son usuarios frecuentes de Internet, en adelante “los entrevistados”. Se realizó 806 entrevistas entre el 11 y el 23 de junio del presente año, durante el periodo de cuarentena por el Covid-19.

Se estima que hay
13.5 millones
de internautas*

*personas que se conectan a internet al menos una vez a la semana

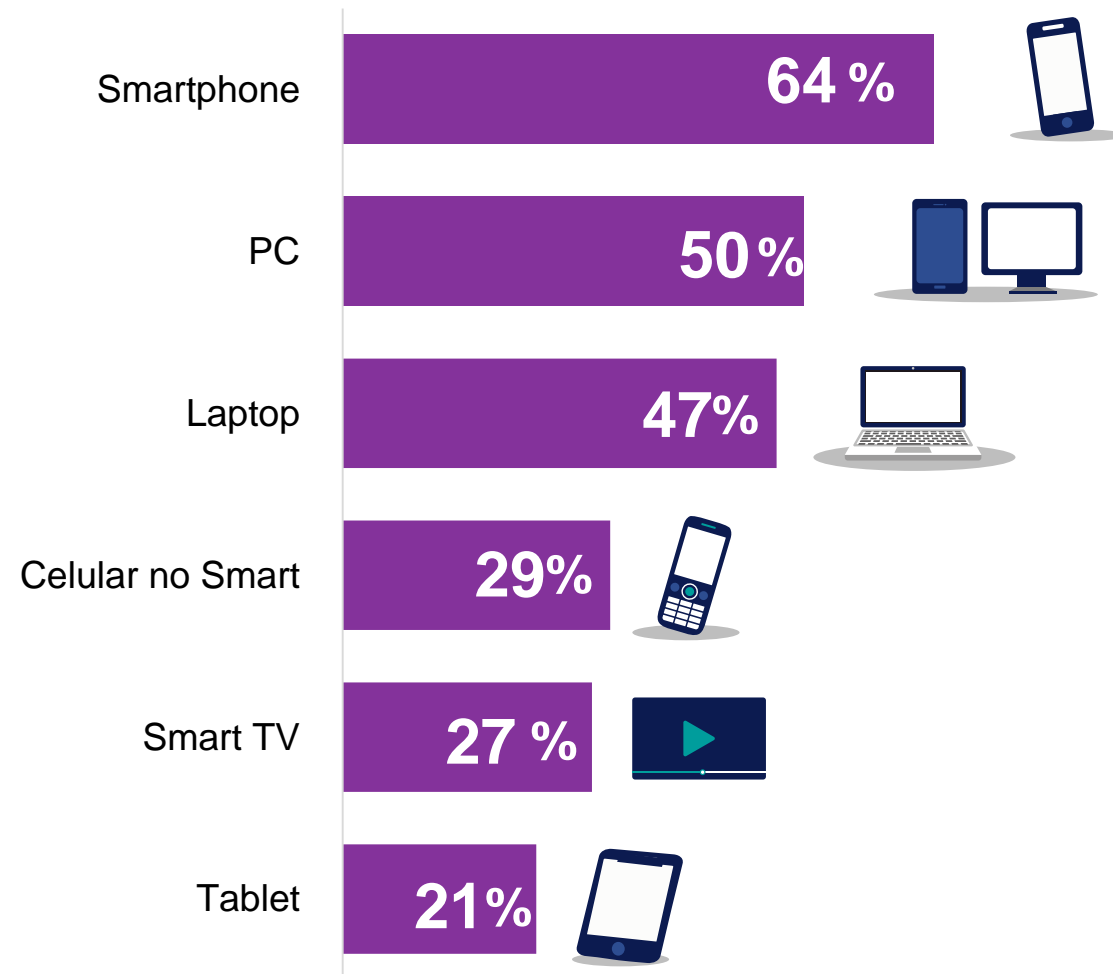


Representan el
80%
de la población entre 16 y
70 años de los NSE ABCD
del Perú Urbano

Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “Hábitos, usos y actitudes hacia el internet”

Muestra: 806 internautas de 18 a 70 años de los NSE ABCD Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online Fecha: 11 al 23 de junio del 2020

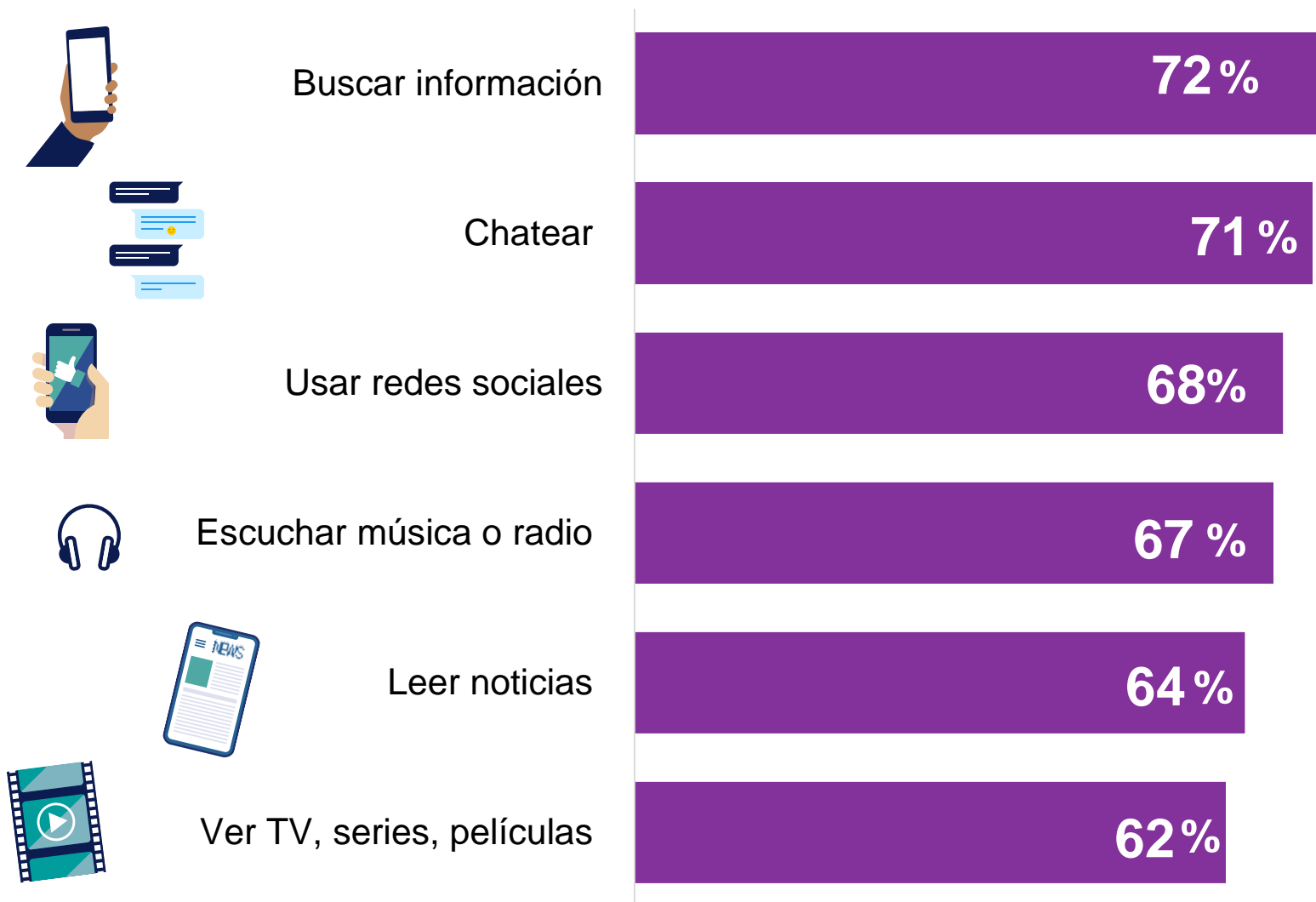
DISPOSITIVOS MÁS USADOS PARA CONECTARSE A INTERNET



Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “Hábitos, usos y actitudes hacia el internet”

Muestra: 806 internautas de 18 a 70 años de los NSE ABCD Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online Fecha: 11 al 23 de junio del 2020

USOS HABITUALES DEL INTERNET



Actividades a distancia

53% está llevando clases online

37% tiene hijos llevando clases online

18% está realizando trabajo remoto

Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “Hábitos, usos y actitudes hacia el internet”

Muestra: 806 internautas de 18 a 70 años de los NSE ABCD Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online Fecha: 11 al 23 de junio del 2020

CONEXIÓN A INTERNET EN EL HOGAR

78% tiene conexión a internet

De ellos...



60% tiene algún problema por la lentitud o inestabilidad de la conexión



69% piensa tomar alguna acción para mejorar su conexión a internet

Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “Hábitos, usos y actitudes hacia el internet”

Muestra: 806 internautas de 18 a 70 años de los NSE ABCD Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online Fecha: 11 al 23 de junio del 2020

COMPRADORES POR INTERNET

2

COMPRADORES POR INTERNET

El estudio tiene como principal objetivo conocer el comportamiento de los compradores en línea, así como sus intenciones de compra en lo que resta del año 2020. Para esta edición se entrevistó, a través de encuestas *online*, a hombres y mujeres de 16 a 70 años de los NSE ABCD del Perú Urbano y que son usuarios frecuentes de Internet y que realizaron alguna compra online en el último año. Se realizaron 400 entrevistas entre el 15 y el 25 de junio del presente año, durante el periodo de cuarentena por el Covid-19.

Se estima que hay
6.6 millones
de compradores en línea



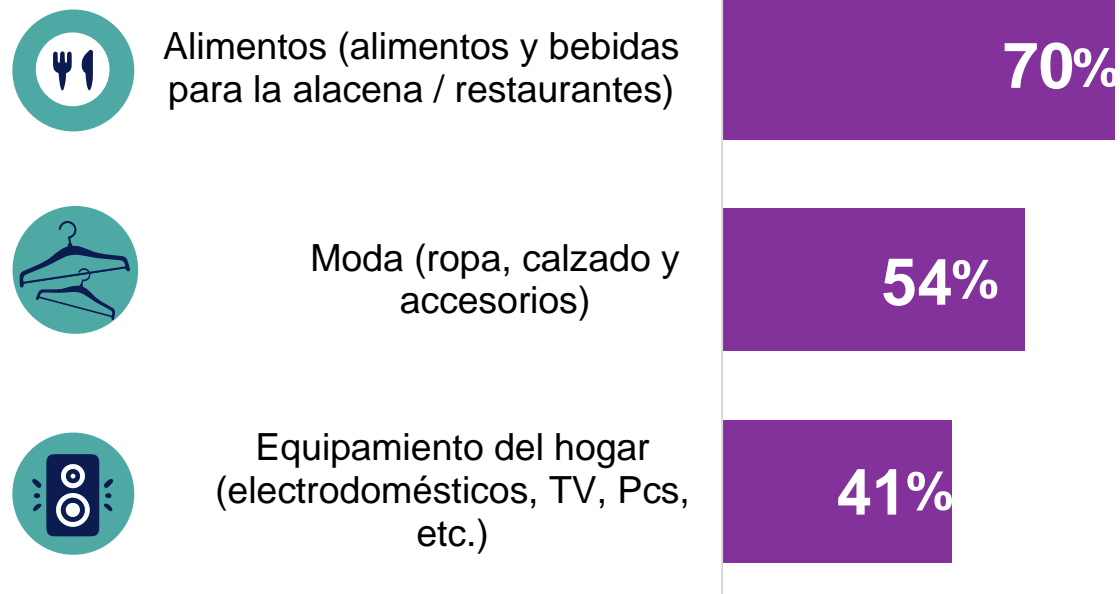
Representan el
44%
de la población entre 16 y
70 años de los NSE ABCD
del Perú Urbano

Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “Comprador en línea”

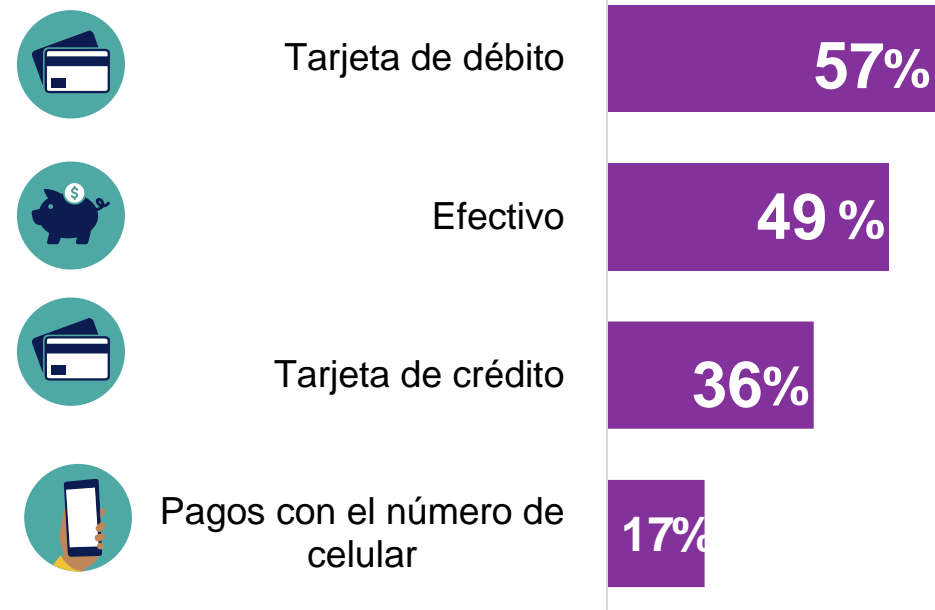
Muestra: 400 hombres y mujeres de 16 a 70 años de los NSE ABCD que compraron por internet en el último año. Ámbito: Perú Urbano. Fecha: 15 al 25 de junio del 2020

COMPRAS HABITUALES

Productos más adquiridos:



Medios de pago usados:



Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “Comprador en línea”

Muestra: 400 hombres y mujeres de 16 a 70 años de los NSE ABCD que compraron por internet en el último año. Ámbito: Perú Urbano. Fecha: 15 al 25 de junio del 2020

COMPRAS HABITUALES

Actividades en el proceso de compras:

Antes de comprar:

71%

compara precios en varias páginas o apps

46%

busca recomendaciones de usuarios o especialistas

Durante la compra:

91%

revisa minuciosamente las características de los productos

16%

no encuentra en internet lo que quiere comprar

Después de la compra:

85%

hace seguimiento a su pedido

47%

reclama si hay alguna falla con el pedido

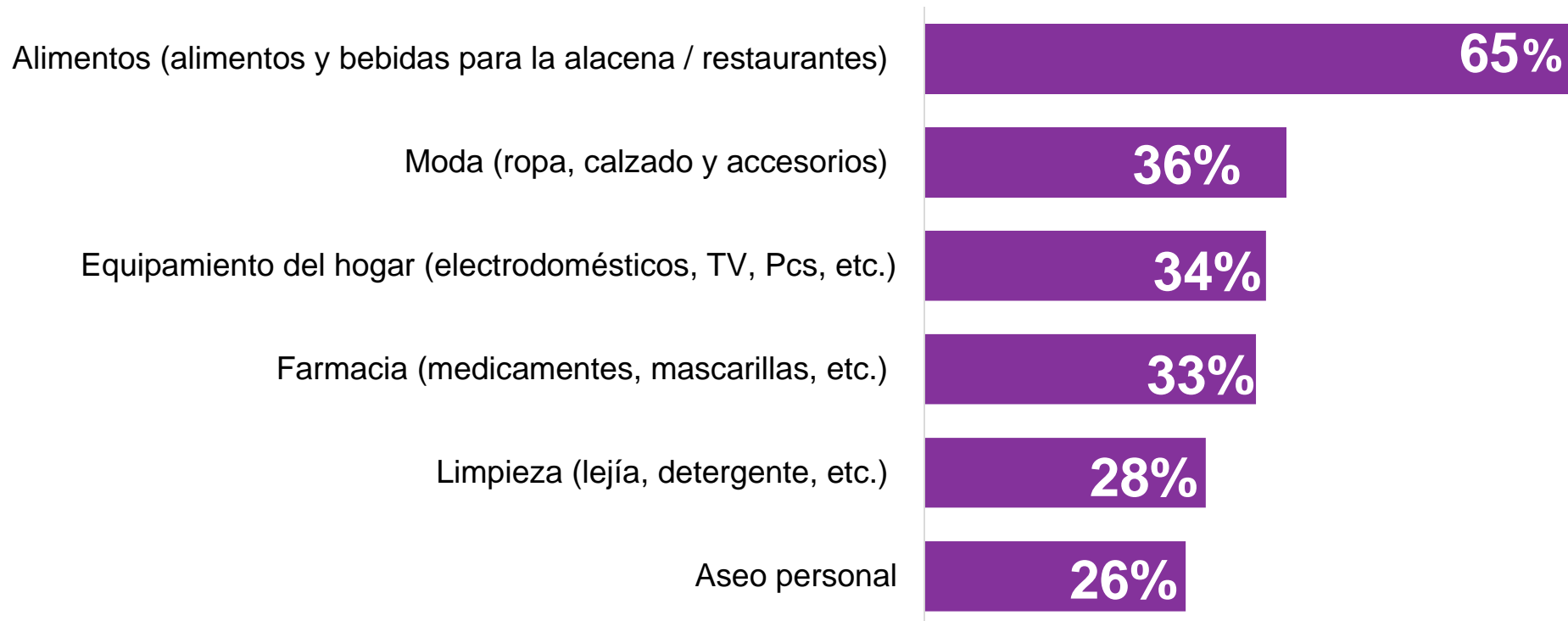
Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “Comprador en línea”

Muestra: 400 hombres y mujeres de 16 a 70 años de los NSE ABCD que compraron por internet en el último año. Ámbito: Perú Urbano. Fecha: 15 al 25 de junio del 2020

COMPRAS DURANTE LA CUARENTENA

73% realizó compras por internet durante la cuarentena

Principales productos que compraron:



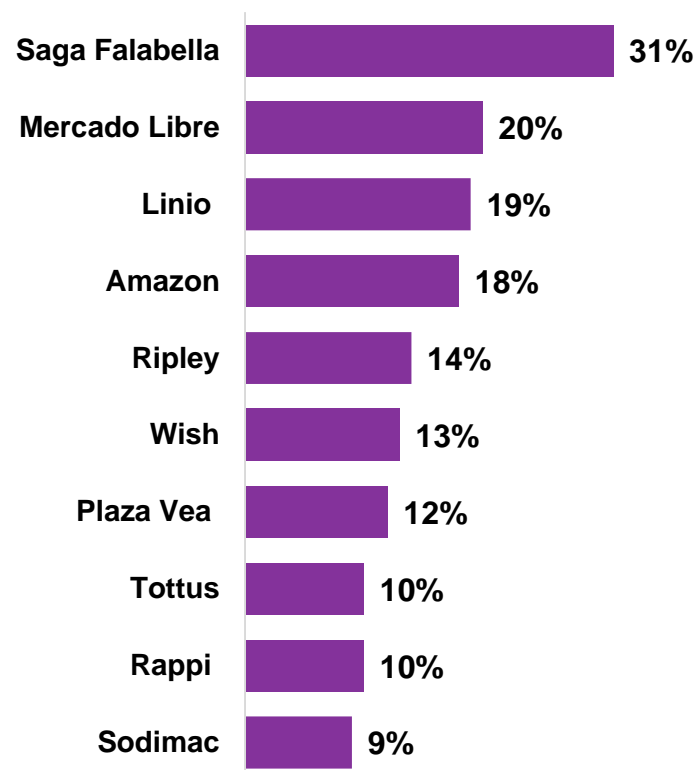
Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “Comprador en línea”

Muestra: 400 hombres y mujeres de 16 a 70 años de los NSE ABCD que compraron por internet en el último año. Ámbito: Perú Urbano. Fecha: 15 al 25 de junio del 2020

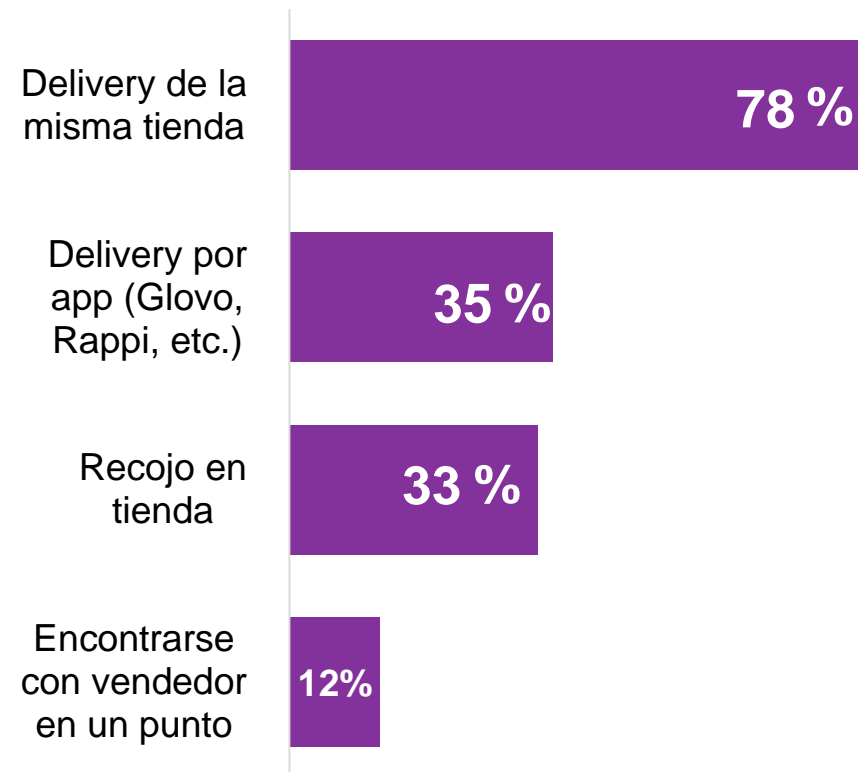
COMPRAS PARA EL RESTO DEL AÑO 2020

91% comprará por internet

Donde piensa comprar (principales menciones)



Alternativas de despacho:



Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “Comprador en línea”

Muestra: 400 hombres y mujeres de 16 a 70 años de los NSE ABCD que compraron por internet en el último año. Ámbito: Perú Urbano. Fecha: 15 al 25 de junio del 2020

COMPRAS DURANTE EL COVID 19

Los pedidos de restaurantes y de supermercados son las compras por internet que generan más desconfianza y preocupación de contagio.

62% confía en que las marcas seguirán el protocolo para evitar contagios

80% no compraría a marcas que no sigan los protocolos para evitar contagios



Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “Comprador en línea”

Muestra: 400 hombres y mujeres de 16 a 70 años de los NSE ABCD que compraron por internet en el último año. Ámbito: Perú Urbano. Fecha: 15 al 25 de junio del 2020

USUARIOS DE REDES SOCIALES

3

USUARIOS DE REDES SOCIALES

El estudio tiene como principal objetivo conocer los hábitos de usos y preferencias hacia las redes sociales. Para esta edición 2020 se entrevistó, a través de encuestas online, a hombres y mujeres de 18 a 70 años de los NSE ABCD del Perú Urbano y que son usuarios frecuentes de Internet con cuentas en redes sociales. Se realizó 801 entrevistas entre el 11 y el 23 de junio del presente año, durante el periodo de cuarentena por el Covid-19.

Se estima que hay
13.2 millones
de usuarios de redes sociales



Representan el
78%
de la población entre 16 y
70 años de los NSE ABCD
del Perú Urbano

Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “Redes sociales 2020”

Muestra: 801 usuarios de redes sociales entrevistados entre 18 a 70 años de niveles socioeconómicos ABCD - Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online - Fecha: 11 al 23 de junio del 2020

PERTENENCIA A REDES SOCIALES

Las redes sociales más usadas son Facebook y WhatsApp



94%

Facebook



86%

WhatsApp



62%

YouTube



60%

Instagram



60%

Messenger



29%

Twitter



21%

LinkedIn



21%

Pinterest



18%

Tik Tok

Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “Redes sociales 2020”

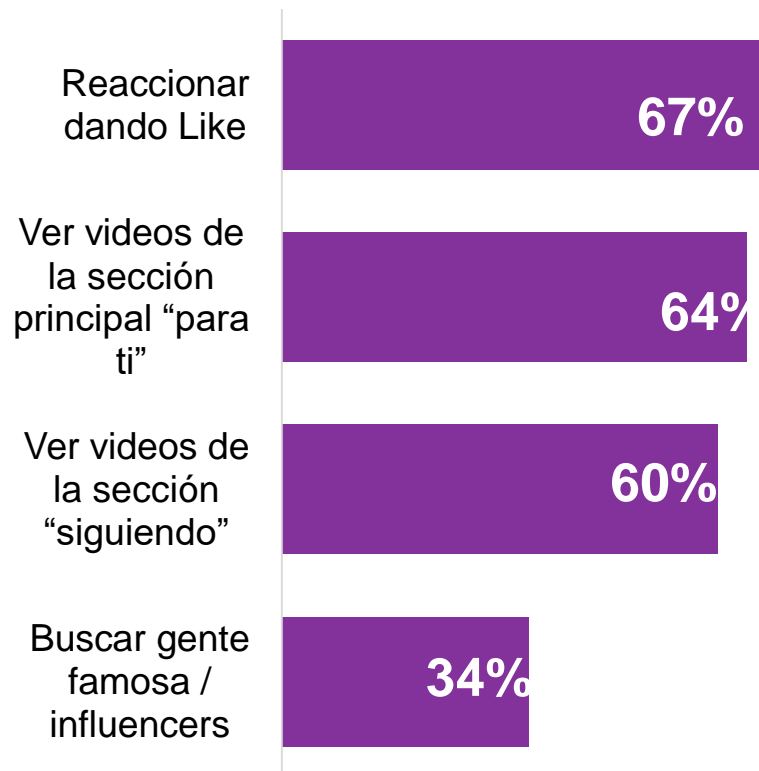
Muestra: 801 usuarios de redes sociales entrevistados entre 18 a 70 años de niveles socioeconómicos ABCD - Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online - Fecha: 11 al 23 de junio del 2020

TIK TOK

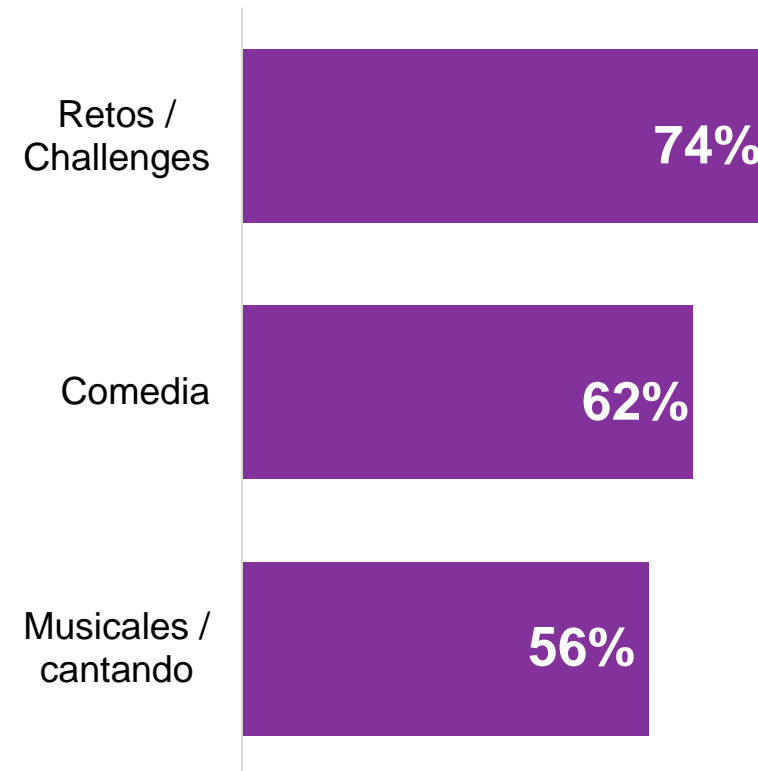


18%
de usuarios
de redes
sociales
pertenece a
TikTok

Actividades habituales:



Videos más vistos:



Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “Redes sociales 2020”

Muestra: 801 usuarios de redes sociales entrevistados entre 18 a 70 años de niveles socioeconómicos ABCD - Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online - Fecha: 11 al 23 de junio del 2020

IMAGEN DE LAS REDES SOCIALES

Mejores redes sociales para...

Lanzar
concursos
o sorteos



Buscar recomendaciones
de productos o servicios



Comprar
productos
o servicios



Publicitar
una marca



Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “Redes sociales 2020”

Muestra: 801 usuarios de redes sociales entrevistados entre 18 a 70 años de niveles socioeconómicos ABCD - Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online - Fecha: 11 al 23 de junio del 2020

WHATSAPP PEDIDOS

4

PEDIDOS POR WHATSAPP

Entre smartphoneros de 18 a 70 años del Perú urbano de los NSE ABC



30% pide por WhatsApp



¿Quiénes son?

- ✓ Hombres y mujeres
- ✓ Millennial adulto
- ✓ Son cabeza de familia
- ✓ Están a cargo de las compras y cuidado del hogar
- ✓ Trabajadores dependientes
- ✓ Bancarizados
- ✓ Son usuarios frecuentes de internet

Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “WhatsApp Pedidos”

Muestra: 300 entrevistados que tienen smartphone y hacen pedidos por WhatsApp entre 16 a 70 años de niveles socioeconómicos ABC - Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online -

Fecha: 17 de setiembre al 4 de octubre del 2020

MOTIVOS PARA PEDIR POR WHATSAPP

Entre usuarios que hacen pedidos por WhatsApp

- ✓ Pandemia: evita contagios
- ✓ Rapidez (ahorro tiempo)
- ✓ Los negocios los usan
- ✓ Es personalizado
- ✓ Fácil y práctico (mensajes)
- ✓ Contestan rápido
- ✓ Confianza con el negocio
- ✓ Mandan fotos



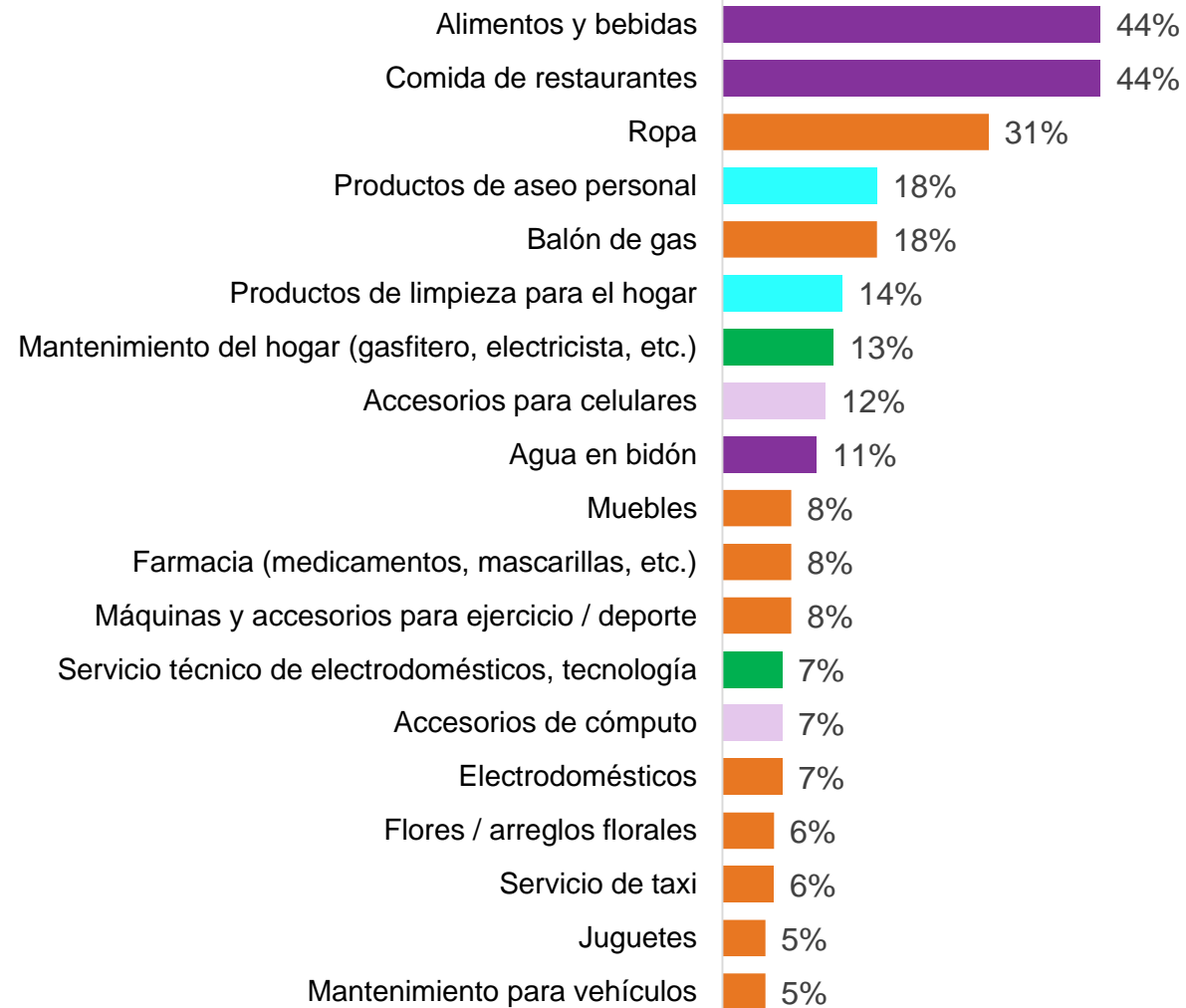
Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “WhatsApp Pedidos”

Muestra: 300 entrevistados que tienen smartphone y hacen pedidos por WhatsApp entre 16 a 70 años de niveles socioeconómicos ABC - Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online -

Fecha: 17 de setiembre al 4 de octubre del 2020

PRODUCTOS SOLICITADOS

Entre usuarios que hacen pedidos por WhatsApp



Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “WhatsApp Pedidos”

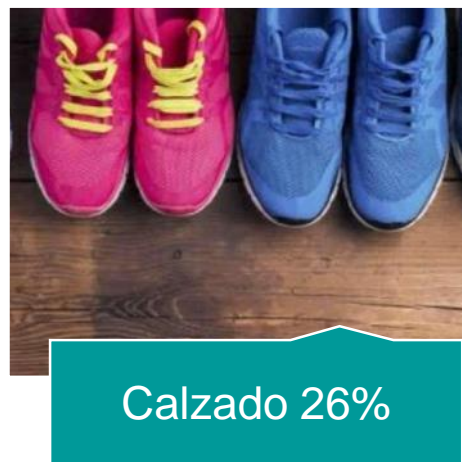
Muestra: 300 entrevistados que tienen smartphone y hacen pedidos por WhatsApp entre 16 a 70 años de niveles socioeconómicos ABC -

Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online - Fecha: 17 de setiembre al 4 de octubre del 2020

© Ipsos | Nombre del documento

CATEGORÍAS QUE LE GUSTARÍA ENCONTRAR Y PEDIR POR WHATSAPP

Entre usuarios que hacen pedidos por WhatsApp



Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “WhatsApp Pedidos”

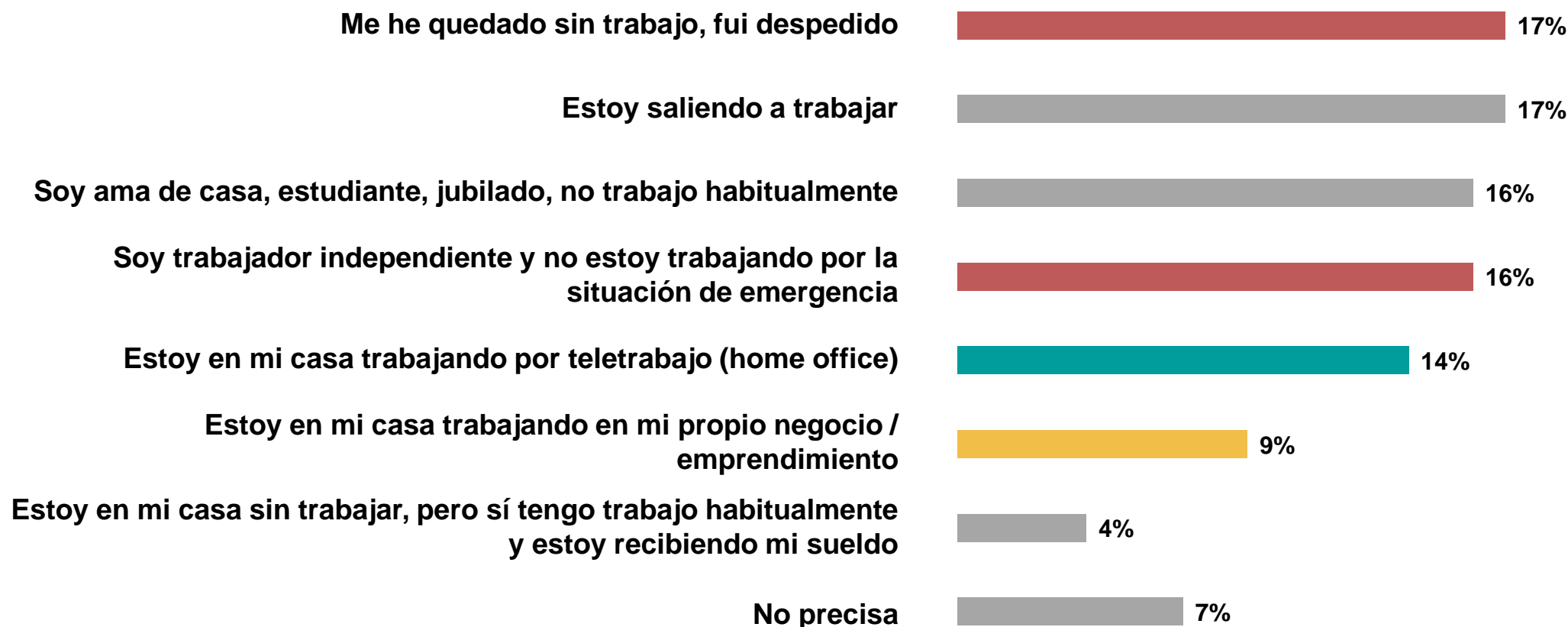
Muestra: 300 entrevistados que tienen smartphone y hacen pedidos por WhatsApp entre 16 a 70 años de niveles socioeconómicos ABC - Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online - Fecha: 17 de setiembre al 4 de octubre del 2020

EL PERUANO EN TIEMPOS DE COVID 19

5

UN TERCIO DE ENTREVISTADOS HA PERDIDO SU EMPLEO PRODUCTO DEL C-19, UNO DE CADA SIETE ESTÁ HACIENDO TELETRABAJO; MIENTRAS QUE, UNO DE CADA DIEZ TRABAJA EN UN EMPRENDIMIENTO PROPIO

¿Como ha sido el impacto del estado de emergencia en la vida laboral?



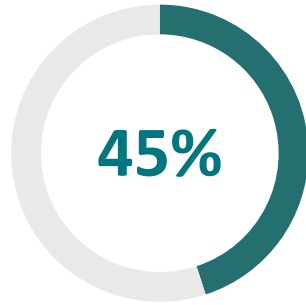
Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “El peruano en tiempos de C-19”

Muestra: 1000 encuestados entre 18 a 70 años de niveles socioeconómicos ABCD - Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online - Fecha: 26 al 31 de agosto del 2020

CASI LA MITAD DE ENTREVISTADOS CUENTA CON DINERO AHORRADO. EN MARZO, ESTE GRUPO ASCENDÍA SOLO AL 37%

Pero principalmente explicado por NSE ABC; lo cual refuerza la vulnerabilidad del NSE D

¿Cuentan con ahorros?



Tienen ahorros

	NSE				GRADO DE INSTRUCCIÓN			TIPO DE TRABAJO		AMBITO	
	A	B	C	D	Básica	Técnico	Superior	Formal	Informal	Lima	Provincia
	81%	68%	40%	28%	36%	43%	56%	64%	41%	51%	39%
42% Ahorros de mayor disponibilidad	72%	63%	37%	27%	35%	40%	51%	59%	38%	47%	37%
18% Dinero en mi casa	16%	23%	18%	16%	21%	16%	18%	19%	20%	17%	20%
28% Dinero en banco o caja de ahorros	66%	50%	22%	12%	15%	29%	39%	48%	21%	36%	19%
10% Ahorros de menor disponibilidad	36%	19%	7%	1%	3%	10%	15%	20%	5%	14%	5%
5% Depósitos a plazo fijo	17%	9%	4%	1%	2%	4%	8%	10%	4%	7%	3%
6% Tengo CTS	22%	12%	3%	0%	2%	6%	9%	13%	2%	9%	2%

Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “El peruano en tiempos de C-19”

Muestra: 1000 encuestados entre 18 a 70 años de niveles socioeconómicos ABCD - Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online - Fecha: 26 al 31 de agosto del 2020

Base: Total de entrevistados (1.000)

P: ¿Tiene usted ahorros?

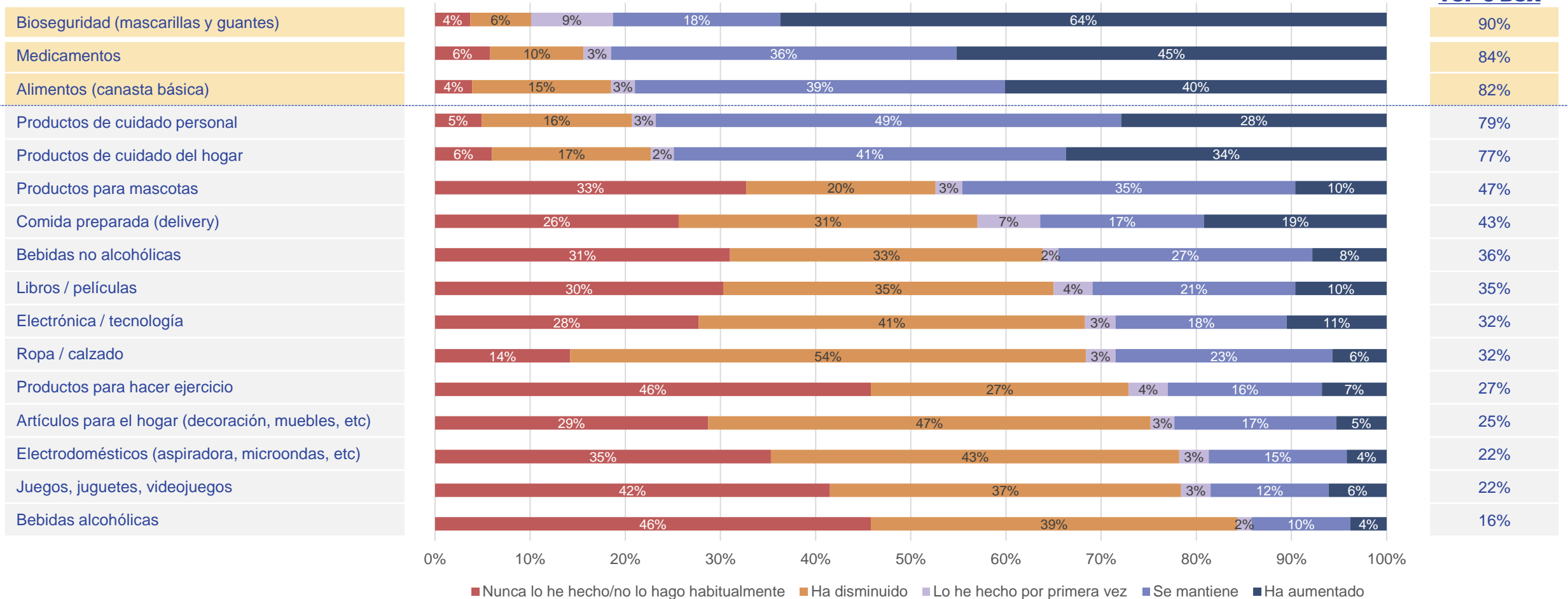
P05: ¿Qué tipo de ahorros tiene? Seleccione todos los que aplican?

Significativamente mayor / Significativamente menor

SE PRIORIZAN COMPRAS QUE GARANTIZAN SALUD, SOBREVIVENCIA Y ALIMENTACIÓN

Bioseguridad y canasta básica son los rubros prioritarios.

EVOLUCIÓN DE LA COMPRA EN C/CATEGORÍA (MARZO A LA FECHA)



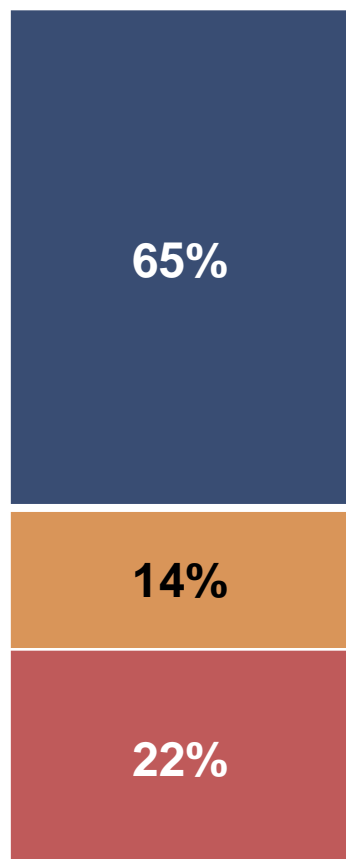
Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “El peruano en tiempos de C-19”

Muestra: 1000 encuestados entre 18 a 70 años de niveles socioeconómicos ABCD - Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online - Fecha: 26 al 31 de agosto del 2020

EXISTEN 3 SEGMENTOS EN TORNO A PAGOS DIGITALES. EL GRUPO MÁS GRANDE ES EL PAGADOR DIGITAL EN ASCENSO (65%)

Pagador digital = plástico en internet + app de micropagos

Segmentos predominantes



Pagador digital en ascenso (ó meseta)
Empieza, mantiene ó aumenta su uso de alguno de los pagos digitales

Pagador digital ambivalente
Disminuye ó no termina de animarse a usar

Pagador no digital
No conoce ó nunca ha hecho pagos por ninguno de los dos medios digitales

* NSE ABC: 100%, 82% y 65%
* Mayores de 24: 70%
* Lima: 72%
* Educación >= técnica: 68% y 75%
* Trabajan: 76%
* Bancarizados: 75%
* Smartphoneros: 73%

* NSE CD: 15% y 18%
* No trabajan: 20%
* No bancarizados: 20%

* NSE CD: 20% y 42%
* 18-24: 28%
* Provincia: 29%
* Educación básica: 33%
* Independientes y no trabajan: 23% y 29%
* No bancarizados: 51%
* No smartphoneros: 40%












Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “El peruano en tiempos de C-19”

Muestra: 1000 encuestados entre 18 a 70 años de niveles socioeconómicos ABCD - Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online - Fecha: 26 al 31 de agosto del 2020

LA ECONOMÍA DIGITAL VIÑO PARA QUEDARSE. EL 94% EJECUTARÁ ALGUNA CONDUCTA DE ECONOMÍA DIGITAL EN EL CORTO PLAZO

EJECUCIÓN DE ALGUNA CONDUCTA DE ECONOMÍA DIGITAL EN LOS PROXIMOS 3 MESES

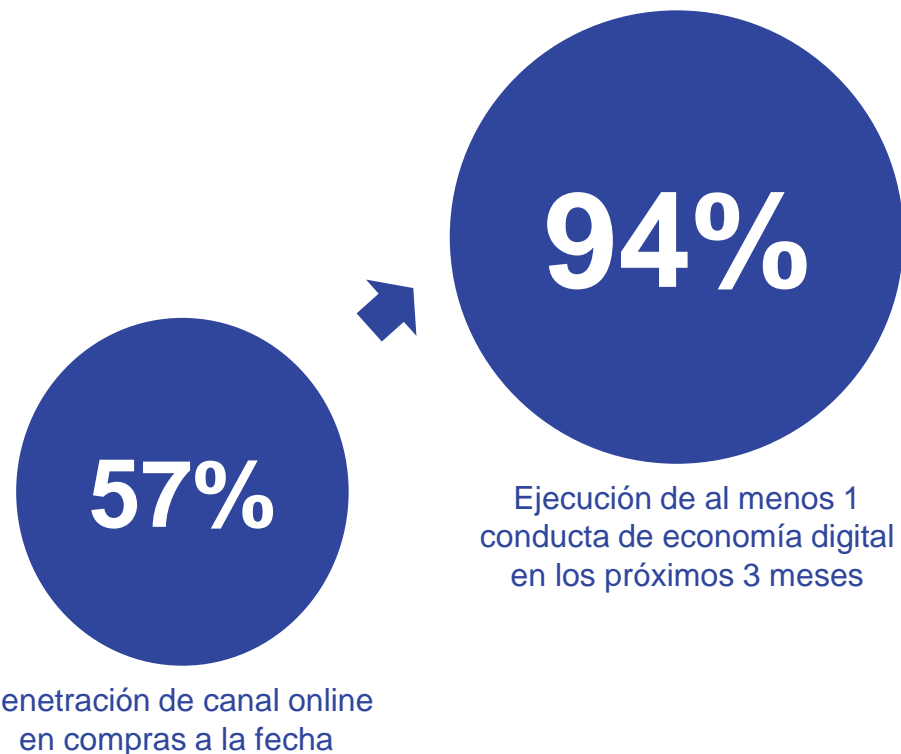
94%

Condición	Acción	%	
Algo + muy probable que lo haga	Use servicios por internet (compras, cursos)	69%	
	Pedidos por teléfono / Whatsapp	52%	
Ejecutará igual ó Más que ahora	Pedidos online / web	52%	
	Pedidos por apps	48%	
	Realización de trámites bancarios a través de la página web o app de un banco	70%	
Se mantendrá ó aumentará	Usos de streaming online para contenidos educativos (clases virtuales)	67%	
	Compras online de alimentos y productos básicos (limpieza, aseo)	61%	
	Usos de streaming online para diversión y ocio (Netflix, movistar play, juegos, ejercicios)	59%	
	Consultas médicas por internet	52%	
	Compras online de otros productos no esenciales (ropa, libros)	42%	 

Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “El peruano en tiempos de C-19”
 Muestra: 1000 encuestados entre 18 a 70 años de niveles socioeconómicos ABCD - Ámbito: Perú
 Urbano Técnica: Encuestas online - Fecha: 26 al 31 de agosto del 2020

RESPECTO A LA SITUACIÓN ACTUAL, SE OBSERVA UNA DISPOSICIÓN CASI GENERAL DE LOS ENTREVISTADOS PARA PARTICIPAR EN LA ECONOMÍA DIGITAL EN LOS PRÓXIMOS MESES

Data Ipsos



Data CAPECE + CCL

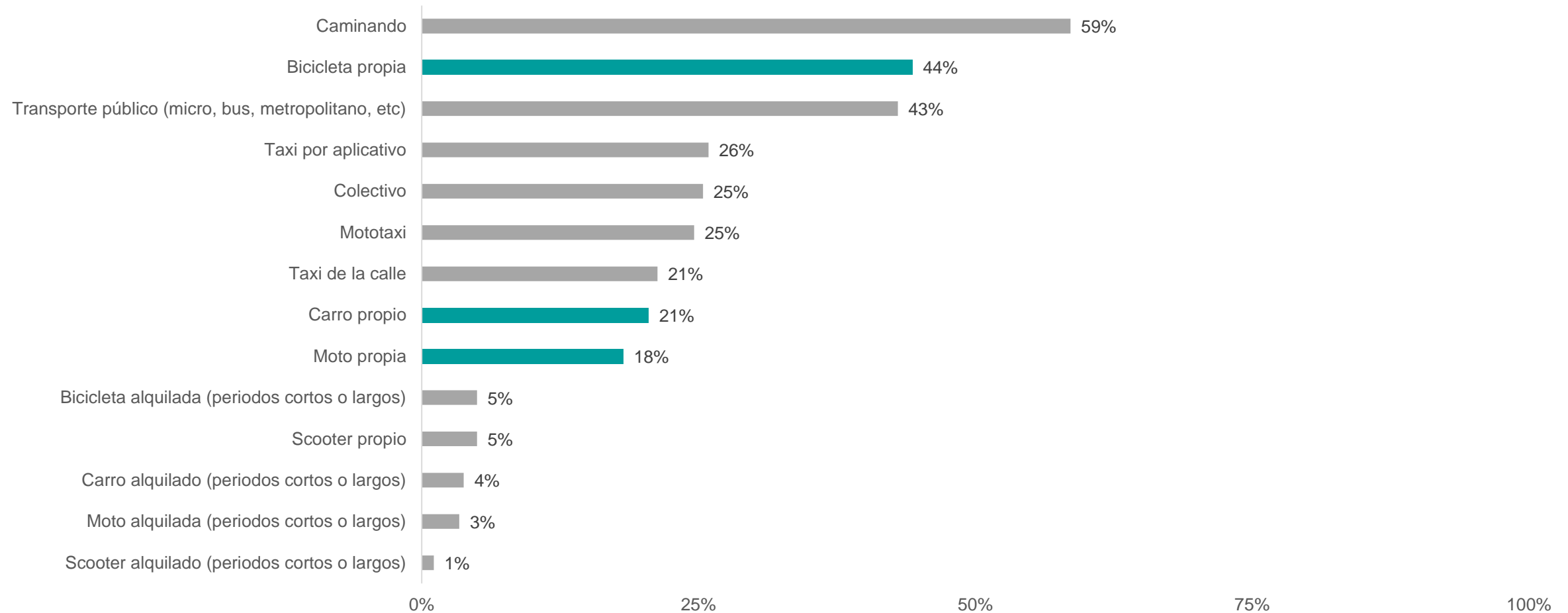


Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “El peruano en tiempos de C-19”

Muestra: 1000 encuestados entre 18 a 70 años de niveles socioeconómicos ABCD - Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online - Fecha: 26 al 31 de agosto del 2020

LA BICICLETA (44%) , EL CARRO (21%) O LA MOTO PROPIA (18%) SON LOS MEDIOS DE TRASPORTE CON MAYOR PREFERENCIA PARA LOS PERUANOS EN TIEMPOS DEL CORONAVIRUS

TOP 3 MEDIOS DE MOVILIZACIÓN EN LOS PRÓXIMOS TRES MESES



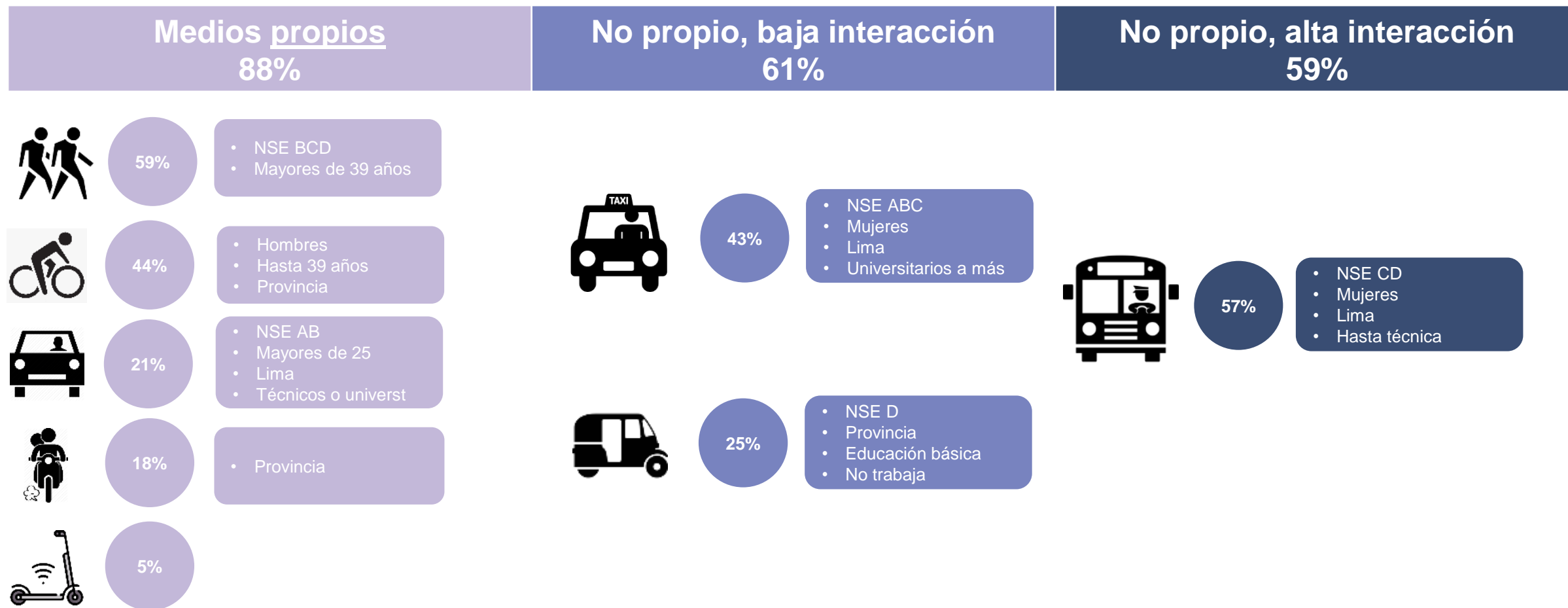
Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “El peruano en tiempos de C-19”

Muestra: 1000 encuestados entre 18 a 70 años de niveles socioeconómicos ABCD - Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online - Fecha: 26 al 31 de agosto del 2020

MEDIOS PROPIOS SON LA MOVILIDAD PREFERIDA AHORA (88%)

Le siguen los que implican interacción, como taxis o mototaxis (61%) ó transporte en bus (59%)

PREFERENCIA DE MEDIOS PARA MOVILIZARSE EN LOS PRÓXIMOS TRES MESES



Fuente: Ipsos Perú – Estudio multicliente “El peruano en tiempos de C-19”

Muestra: 1000 encuestados entre 18 a 70 años de niveles socioeconómicos ABCD - Ámbito: Perú Urbano Técnica: Encuestas online - Fecha: 26 al 31 de agosto del 2020

ACERCA DE IPSOS

Ipsos es la tercera empresa de investigación de mercados más grande del mundo, presente en 90 mercados y emplea a más de 18,000 personas.

Nuestros profesionales de la investigación, analistas y científicos han construido capacidades únicas y multi-especialistas que proveen una visión poderosa de las acciones, opiniones y motivaciones de los ciudadanos, consumidores, pacientes, clientes o empleados. Nuestras 75 soluciones empresariales están basadas en datos primarios provenientes de nuestras encuestas, monitoreo de redes sociales y técnicas cualitativas o de observación.

“Game Changers” – nuestro lema – resume la ambición para ayudar a nuestros 5,000 clientes a navegar más fácil en el profundo mundo cambiante.

Fundada en Francia en 1975, Ipsos cotiza en Euronext Paris desde el 1 de julio de 1999. La compañía hace parte de los índices SBF 120 y Mid-60 y es elegible para el Deferred Settlement Service (SRD)

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg
IPS:FP

www.ipsos.com

GAME CHANGERS

En nuestro mundo que cambia rápidamente, la necesidad de información confiable para tomar decisiones seguras nunca antes había sido tan grande.

En Ipsos creemos que nuestros clientes necesitan más que un proveedor de datos, necesitan un socio que pueda proveerles información precisa y relevante que puedan convertir en hechos accionables.

Esta es la razón por la cual nuestros apasionados y curiosos expertos no solo proporcionan las mediciones más precisas, sino que le dan forma para proveer una verdadera comprensión de la sociedad, los mercados y las personas.

Para esto usamos lo mejor de la ciencia, tecnología y el know-how y aplicamos los principios de Seguridad, Simplicidad, Velocidad y Substancia a todo lo que hacemos para que nuestros clientes puedan actuar de forma más rápida, inteligente y audaz.

You act better when you are sure.



**BE
SURE.
GO
FURTHER.**

GAME CHANGERS



GRACIAS

GAME CHANGERS

