



PERFIL DEL  
CONSUMIDOR **DIGITAL**  
**DE GUATEMALA**

## Perfil del Consumidor Digital de Guatemala: DDI Latam presenta un estudio integral de los hábitos en línea de los guatemaltecos

Guatemala, 1 de octubre 2024 — DDI Latam, con el patrocinio de Banco Industrial y cbc, se complace en anunciar el lanzamiento del estudio "Perfil del Consumidor Digital de Guatemala", que proporciona una visión detallada y actualizada sobre las percepciones y comportamientos de los consumidores digitales en el país.

El objetivo del estudio es proveer datos actualizados, confiables y representativos, tanto a nivel nacional como regional, sobre los hábitos de los consumidores digitales en Guatemala. Es esencial para empresas y organizaciones que buscan ajustar y optimizar sus estrategias digitales en un entorno en constante evolución.

Para llevar a cabo el estudio liderado por [DDI Latam](#), se realizó una encuesta pre-perfilada a usuarios de internet en Guatemala: la muestra incluyó a 1,963 encuestados distribuidos en las 8 regiones del país (Petén, Nor Occidente, Sur Occidente, Centro, Metropolitano, Sur Oriente, Nor Oriente y Verapaces); se dividió equitativamente entre hombres y mujeres y abarcó todas las edades, con un nivel de confianza del 97.4% y un margen de error del 2.5%. Esto representa una muestra robusta, que permite realizar análisis estadísticos detallados y precisos.

### Hallazgos destacados

- **Conexión a Internet:** La mayoría de los usuarios se conectan desde el hogar (83%) y en la noche (25%), aunque los menores de 24 años prefieren conectarse por la mañana y tarde.
- **Uso del Internet:** Chatear es la actividad más popular (59%), seguido por el consumo de contenido en redes sociales.
- **Música en línea:** YouTube es la plataforma preferida para escuchar música (63%), con Spotify en segundo lugar (56%).
- **Redes sociales e influencers:** Facebook es la red principal para seguir a *influencers*, seguida por YouTube.
- **Búsqueda de información:** Las redes sociales son el medio más utilizado para buscar información sobre marcas (75%), mientras que Google es preferido para información general (87%).
- **Anuncios en línea:** El 60% de los usuarios hacen clic en anuncios llamativos, y el 30% en anuncios con promociones atractivas.

Como consultora líder de [Social Intelligence](#) en Latinoamérica, DDI Latam se dedica a proporcionar [insights](#) valiosos y confiables para apoyar la toma de decisiones estratégicas en el ámbito digital. Nuestro compromiso es ofrecer servicios de [investigación](#), [comunicación](#) y [escucha social](#) de alta calidad, que permitan a nuestros clientes comprender mejor sus mercados y optimizar sus estrategias comerciales.

Contacto para más información: [jgomez@ddilatam.com](mailto:jgomez@ddilatam.com)

## Preguntas Frecuentes

- **¿Qué es el estudio "Perfil del Consumidor Digital de Guatemala"?**

Es un estudio integral que analiza los hábitos en línea de los guatemaltecos, proporcionando datos actualizados y representativos sobre los consumidores digitales en el país.

- **¿Quién llevó a cabo este estudio?**

El estudio fue realizado por DDI Latam, con el patrocinio de Banco Industrial y cbc.

- **¿Cuántos encuestados participaron en el estudio?**

Se hizo un trabajo de campo, en el que se realizaron encuestas a 1,963 usuarios de internet en Guatemala.

- **¿Cómo se distribuyó la muestra de encuestados?**

La muestra incluye participantes de las 8 regiones de Guatemala, equilibrada entre hombres y mujeres y abarcando todas las edades.

- **¿Cuál es el nivel de confianza y el margen de error del estudio?**

El estudio tiene un nivel de confianza del 97.4% y un margen de error del 2.5%.

- **¿Cuáles son los hallazgos más destacados del estudio?**

Algunos hallazgos incluyen que el 83% de los usuarios se conecta a internet desde casa, el uso predominante de redes sociales es para buscar información sobre marcas (75%), y que YouTube es la plataforma preferida para escuchar música (63%).

- **¿Por qué es importante conocer el perfil del consumidor digital en Guatemala?**

Comprender el perfil del consumidor digital es fundamental para que las empresas tomen decisiones informadas y efectivas en un entorno digital en constante evolución.

- **¿Cómo pueden las empresas utilizar los datos de este estudio?**

Los datos pueden ayudar a las empresas a ajustar y optimizar sus estrategias digitales en función de los hábitos y preferencias de los consumidores.

- **¿Dónde puedo obtener más información sobre el estudio?**

Para más información, puedes contactar a DDI Latam a través del correo electrónico:

[jgomez@ddilatam.com](mailto:jgomez@ddilatam.com).