

Comportamiento del consumidor digital en Centroamérica: Patrones, valores y oportunidades

Centroamérica está viviendo una transformación digital acelerada, con hogares cada vez más conectados y hábitos móviles que definen nuevas formas de consumo. Datos concretos de Comscore y Kantar revelan quiénes, cómo y cuándo consumen contenido digital, compran online o interactúan con marcas.

Este artículo desglosa las tendencias más relevantes –mobile-first, streaming, audio digital, estilo de vida saludable– y te ofrece estrategias claras para conectar, fidelizar y crecer en esta región desde una perspectiva local, profesional y orientada a resultados.

Hallazgos clave con análisis aplicado

1. Alta penetración y conexiones móviles dominan el consumo

En Costa Rica, el **92.6 %** de la población está conectada a Internet (4.76 millones de personas), con **7.4 millones de conexiones móviles** –es decir, más líneas que personas. Redes sociales activas llegan al **74.5 %** de la población, y el **80.5 %** de internautas usan al menos una red social.

Interpretación aplicada: Los consumidores centroamericanos son **digitales por defecto**. Estrategias digitales no son un lujo: son el canal principal para captar, convertir y fidelizar. Mobile-first no es opción, es obligatoria.

2. Streaming y audio dominan tiempos muertos

- En Panamá, el **82 %** consume noticias en audio vía streaming.
- En Puerto Rico, el **74 %** ve videos en streaming durante la tarde.
- En El Salvador, el **54 %** escucha podcasts mientras viaja en transporte público. ([turn0search2])

Oportunidad concreta: Los formatos audio (podcasts, anuncios en streaming) y video son espacios clave para conectar con consumidores en su rutina diaria. El contenido que acompaña su viaje o que ofrece soluciones rápidas puede generar impacto real y consciente.

3. Contenido según horario y perfil segmentado

- Costa Ricans interactúan más con redes sociales **por la tarde** en móviles.
- En Guatemala, el **85 %** de mujeres de 15–34 años consume videos de belleza en TikTok.
- En República Dominicana, el **58 %** de hombres de 15–34 compra online desde el trabajo o la escuela.
- En Honduras, **3 de cada 10 personas** buscan más información luego de ver un anuncio.

Táctica estratégica: Ajusta tiempos y formatos de publicación según comportamiento local. Contenido de belleza en Guatemala o social commerce en RD puede generar mayor resonancia si aparece en el momento justo.

4. Preferencias de consumo y estilo de vida saludable

- **7 de cada 10 centroamericanos** buscan un estilo de vida más saludable, una tendencia creciente para 2025, según

Kantar. ([turn0search8])

Cómo aterrizar esto: Crea contenido útil, local e inspirador que vincule hábitos saludables con productos o servicios específicos. Esa conexión emocional puede diferenciar tu mensaje y ser parte de campañas auténticas.

5. Cansancio digital y búsqueda de autenticidad

Un informe de AmericasMI muestra un creciente **digital fatigue** en Latinoamérica –usuarios cansados de influencers, noticias falsas y publicidad intrusiva– y en cambio buscan **contenidos más humanos, auténticos y de confianza**.

Implicación para tu comunicación: La autenticidad tiene valor. Menos volumen, más historias reales. Construye comunidad y contenido útil, no solo transaccional.

Acciones prácticas recomendadas

1. Prioriza la experiencia mobile-first: carga rápida, UX limpia y copy directo.
2. Desarrolla contenido streaming/opinión: podcasts, Reels, Lives en horarios pico de la tarde.
3. Ajusta publicaciones según perfil y hora local: beauty TikTok para mujeres jóvenes en Guatemala; promociones laborales en RD a mediodía.
4. Contextualiza tus mensajes con estilo de vida saludable local (ej.: recetas, mini retos, beneficios simples).
5. Practica autenticidad: testimoniales reales, detrás de cámaras o acciones de comunidad importan más que publicaciones vacías.

Preguntas frecuentes

¿Mobile-first es indispensable en Centroamérica?

Sí. Con más conexiones móviles que personas, cualquier

proyecto digital debe tomar esto como punto de partida.

¿Por qué crear contenido de audio o video si no vendo productos de tecnología?

Porque es donde están los usuarios: tu marca gana visibilidad y confianza si está presente durante la rutina diaria.

¿Cómo combatir la fatiga digital?

Con contenido auténtico, útil y humano, mejor que con bombardeo de promociones superficiales.

Puntos clave

- Más del **92 %** de los costarricenses están conectados; mobile es dominante.
- Audio (panamá) y video (Puerto Rico, El Salvador) dominan momentos de consumo.
- Contenido segmentado según país, género e interés (bella, trabajo, cuidado personal) genera impacto.
- Estilo de vida saludable es tendencia fuertísima en la región.
- Consumidores buscan autenticidad, no solo anuncios.

Conclusión

El consumidor digital centroamericano ya no es una promesa: es una realidad demandante, diversificada y consciente. Para destacarte, necesitas **contexto local, contenido útil y autenticidad**. Y, sobre todo, presencia digital no solo con mensajes, sino con conversaciones que sumen, acompañen y generen confianza.

Fuentes

- Comscore. (2025, abril 30). *Hábitos digitales en Centroamérica y el Caribe*.

<https://www.comscore.com/Insights/Blog/Habitos-digitales-en-Centroamerica-y-el-Caribe>

- Kantar Worldpanel. (2025, enero 24). *Tendencias de consumo en Centroamérica: estilo de vida saludable*. <https://www.kantar.com/latin-america/inspiracion/consumidor/2025-worldpanel-cam-aprendizajes-2024-y-oportunidades-2025>
- AmericasMI. (2025, julio 18). *Digital Behavior of Latin American Consumers in 2025*. <https://americasmi.com/insights/latin-americans-digital-behavior-fatigue/>
- DataReportal & We Are Social. (2025, febrero). *Digital 2025: más de 5,640 millones conectados; video como pasatiempo favorito*. <https://wearesocial.com/es/blog/2025/02/digital-2025/>
- eMarketer / Insider Intelligence. (2025, junio 25). *Latin America Ad Spending 2025*. <https://www.emarketer.com/content/latin-america-ad-spending-2025>
- BroadPeak. (2025, enero 27). *Latin America Trends 2025: streaming y diversidad cultural impulsan consumo de contenidos*. <https://broadpeak.tv/blog/latin-america-trends-2025-5-key-takeaways-latam>