

Reporte Especial. 5ª. Edición

Estudio 2013 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas

“Cinco años de exploración sobre la situación de Internet en México”
WIP MX, 2009-2013



comSCORE®



Brújula
interior



prodigy.
msn.

World Internet Project, México
<http://www.wip.mx>



Centro de Desarrollo de la Industria de
Tecnologías de Información en México (CeDITIM)

Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México
Rectoría de la Zona Metropolitana de la Ciudad de México

Antecedentes



- Desde el 2007, el [Center for the Digital Future](#) de la [Annenberg School for Communication](#) de la [Universidad del Sur de California](#) (USC), que coordina los esfuerzos del [World Internet Project](#), trabaja en conjunto con el equipo de investigadores del “[Proyecto Internet](#)” del [Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México](#) para el intercambio y la conducción de investigación cuantitativa y cualitativa, en materia de nuevas tecnologías de información y comunicaciones asociadas a Internet.



Objetivo Principal

- Estudio de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas



Explorar la influencia de Internet en los ámbitos social, político, cultural y económico a través de mediciones periódicas de actitudes, valores y percepciones de los usuarios y no usuarios mexicanos de esta tecnología.

Estructura de Relaciones del WIP México

WORLD INTERNET PROJECT



Consejo Consultivo
(Empresas Fundadoras)

Center for the Digital Future
Annenberg School for Communication
(University of Southern California)

(World Internet Project)



**TECNOLOGICO
DE MONTERREY®**

WIP México

Integrado por profesores investigadores
del Tecnológico de Monterrey

Respaldado por

Con el apoyo
estratégico de

Tiene alianzas con

Asociaciones (IAB, AMITI, ALAIC, AMCO,
Observatorio para la Cibersociedad,
Media Ecology)

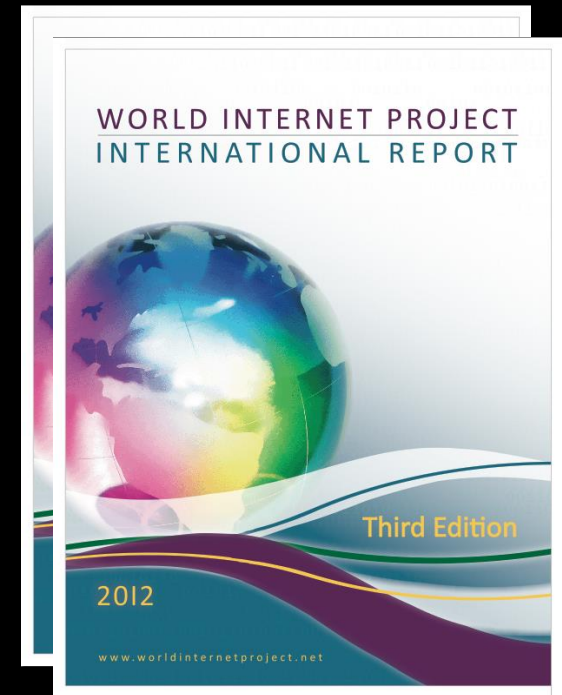


**Centro de Desarrollo de la Industria de
Tecnologías de Información en México (CeDITIM)**

Producto Principal

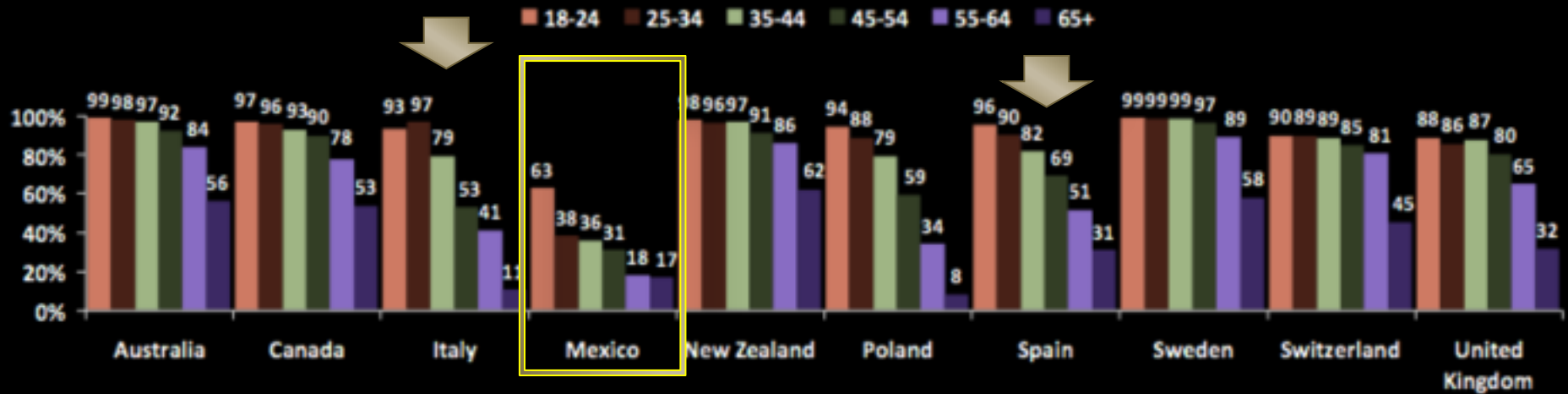
1

- El “Estudio de hábitos y percepciones sobre Internet y diversas tecnologías asociadas” es producto de un análisis longitudinal que se realiza año tras año, en más de 32 países, y con una metodología común, para conocer los hábitos y tendencias de una población con respecto a las tecnologías de información y comunicación asociadas a Internet.



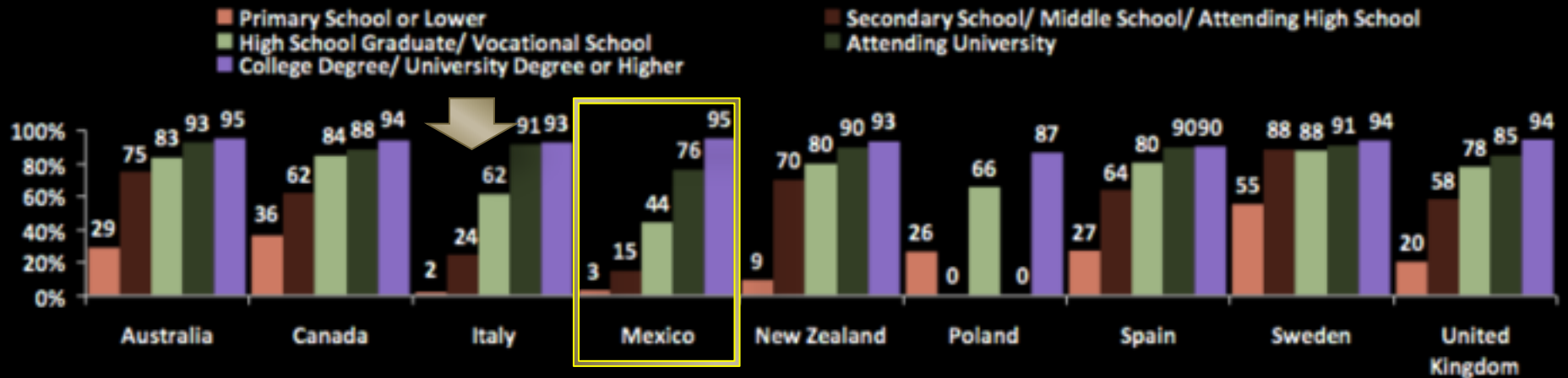
La metodología del WIP facilita un análisis comparativo real que permite la identificación de tendencias o patrones entre los países miembros

Comparativo de usuarios de Internet por rango de edad (2012)



The World Internet Project International Report (fourth edition), USC Annenberg School Center for the Digital Future

Comparativo de usuarios de Internet por nivel educativo (2012)



The World Internet Project International Report (fourth edition), USC Annenberg School Center for the Digital Future

Metodología del Estudio 2013

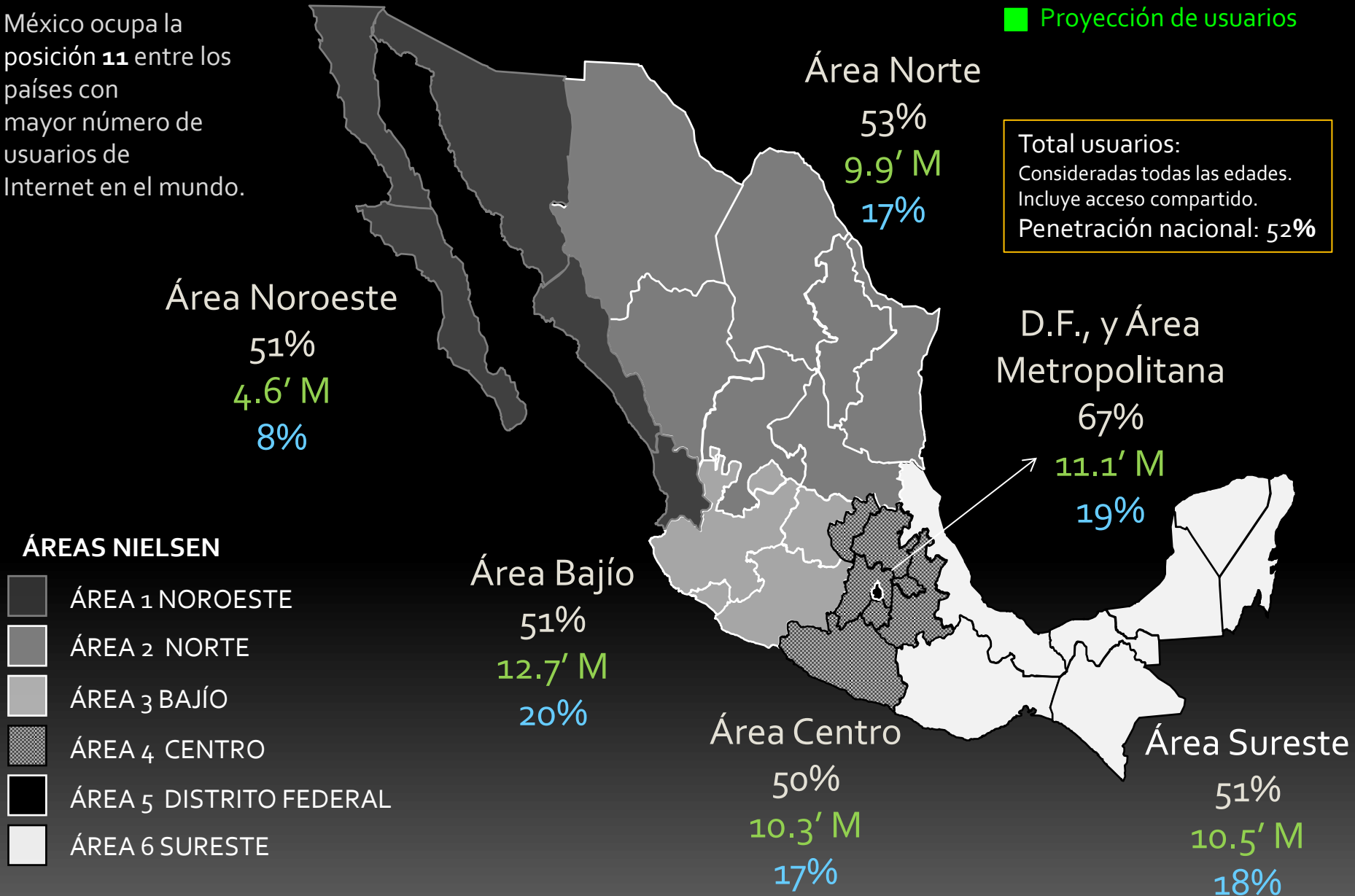
- El estudio fue realizado en las 32 entidades federativas de la República Mexicana, específicamente en ciudades con más de 20,000 habitantes.
- El trabajo de campo se desarrolló durante los meses de junio y julio de 2013. La fase de procesamiento durante los meses de agosto, septiembre y octubre de 2013.
- Se siguieron los lineamientos generales contenidos en el instrumento de investigación de los países participantes en el World Internet Project.
- El nivel socioeconómico se determinó mediante la aplicación del filtro AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación), llevando un control de la muestra por niveles de acuerdo con las proporciones en el universo. Todos los niveles socio-económicos del país fueron considerados, exceptuando el nivel "E" o marginado (7%).
- El público objetivo fueron hombres y mujeres de todas las edades.
- Se realizaron un total de 2,000 entrevistas entre usuarios y no usuarios, para lo cual se efectuaron 50,847 llamadas equivalentes a 134,700 minutos de tiempo aire.
- El error estándar del total de la muestra, considerando al universo a estudiar como infinito, con un intervalo de confianza de 95% y dando a las probabilidades de que ocurriera o no el evento sus máximos valores (50% y 50%), fue de $\pm 2.21\%$
- Para el cálculo de las proyecciones se tomó como referencia la última información publicada por CONAPO en abril de 2013 en la cual se estimó para mediados de este año una población total de 118,396,054 habitantes con una tasa de crecimiento total de 1.13. Esta información está basada en el último censo del INEGI (2010).

Usuarios de Internet en México (2013)

59.2 millones de personas utilizan Internet en México

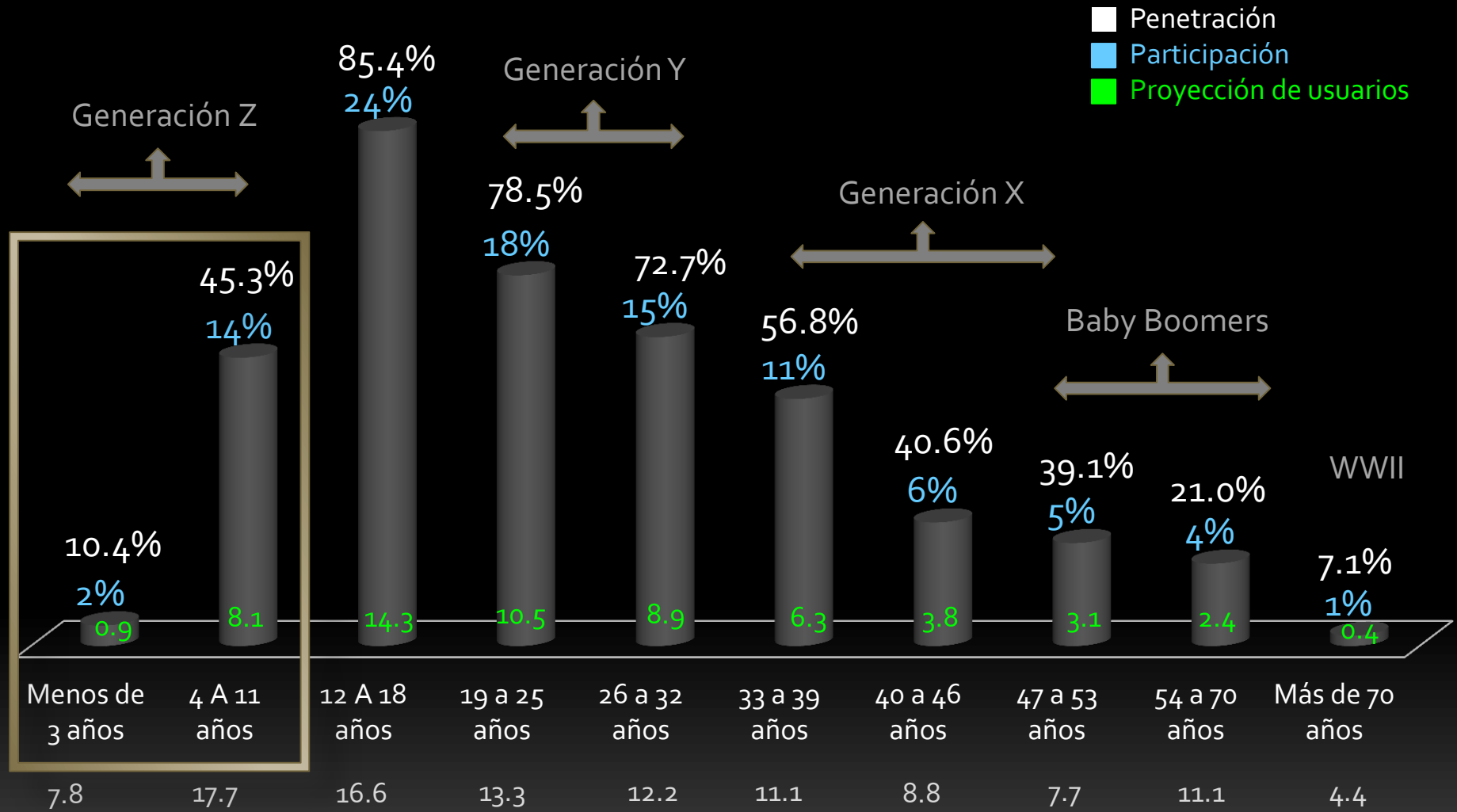
México ocupa la posición **11** entre los países con mayor número de usuarios de Internet en el mundo.

- Penetración
- Participación
- Proyección de usuarios



Más de 9 millones de usuarios son "nativos digitales"

(Personas menores de 12 años que han convivido durante toda su infancia con tecnologías digitales)

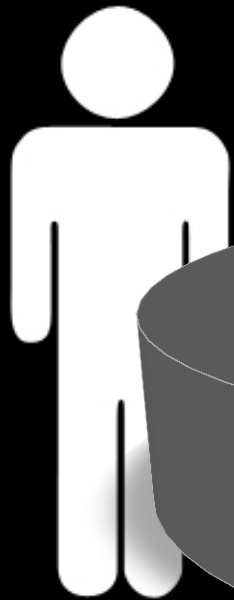


42% de los usuarios de internet tienen entre 12 y 25 años de edad

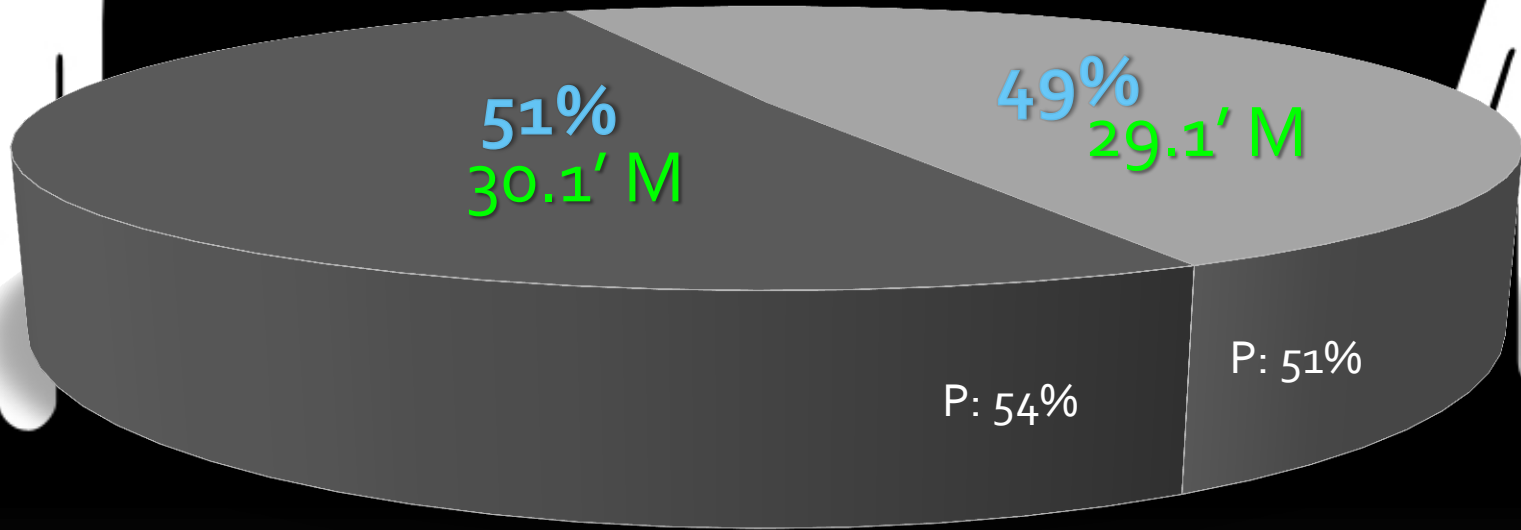
Conforme aumenta la edad disminuye la participación.

Participación de usuarios de Internet por género

Se mantiene casi semejante a la distribución poblacional



Usuarios de Internet:
51% hombres – 49% mujeres



■ HOMBRES

■ MUJERES

En México:
51% de la población son mujeres
49% de la población son hombres
Fuente: CONAPO

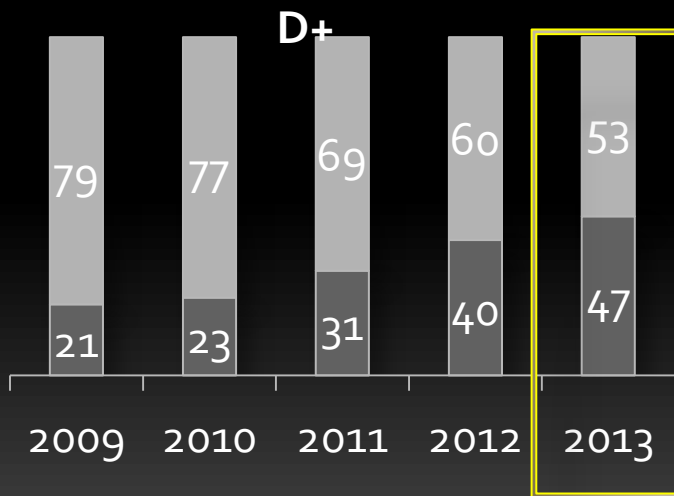
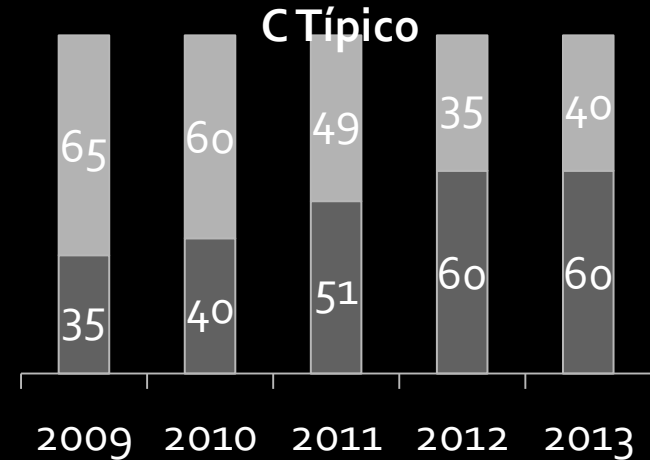
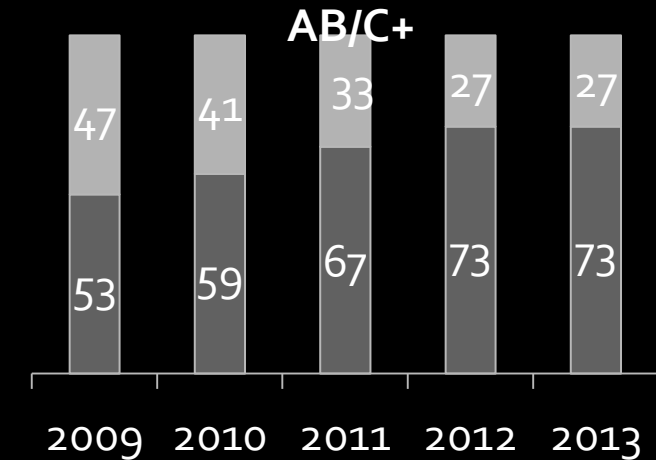
■ Participación
■ Proyección de usuarios
■ Penetración

Total usuarios: 59.2 millones
Consideradas todas las edades

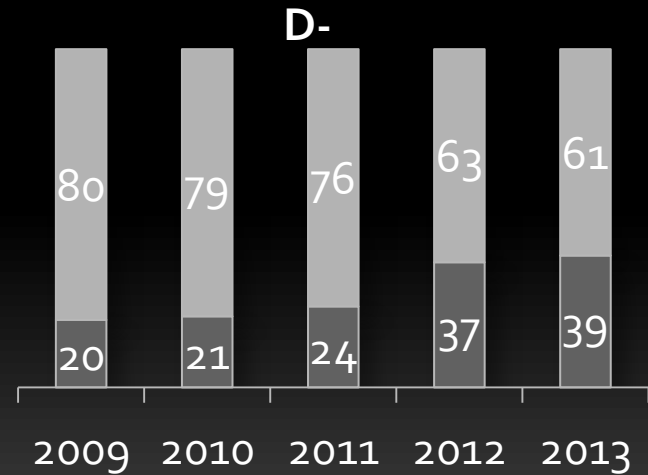
* Proyección ponderada con datos de referencia de CONAPO 2013

Histórico de penetración de Internet por NSE (2009-2013)

El mayor crecimiento se encuentra en el NSE D+



...Mayor crecimiento con respecto a 2012



■ Sí usan Internet

■ No usan Internet

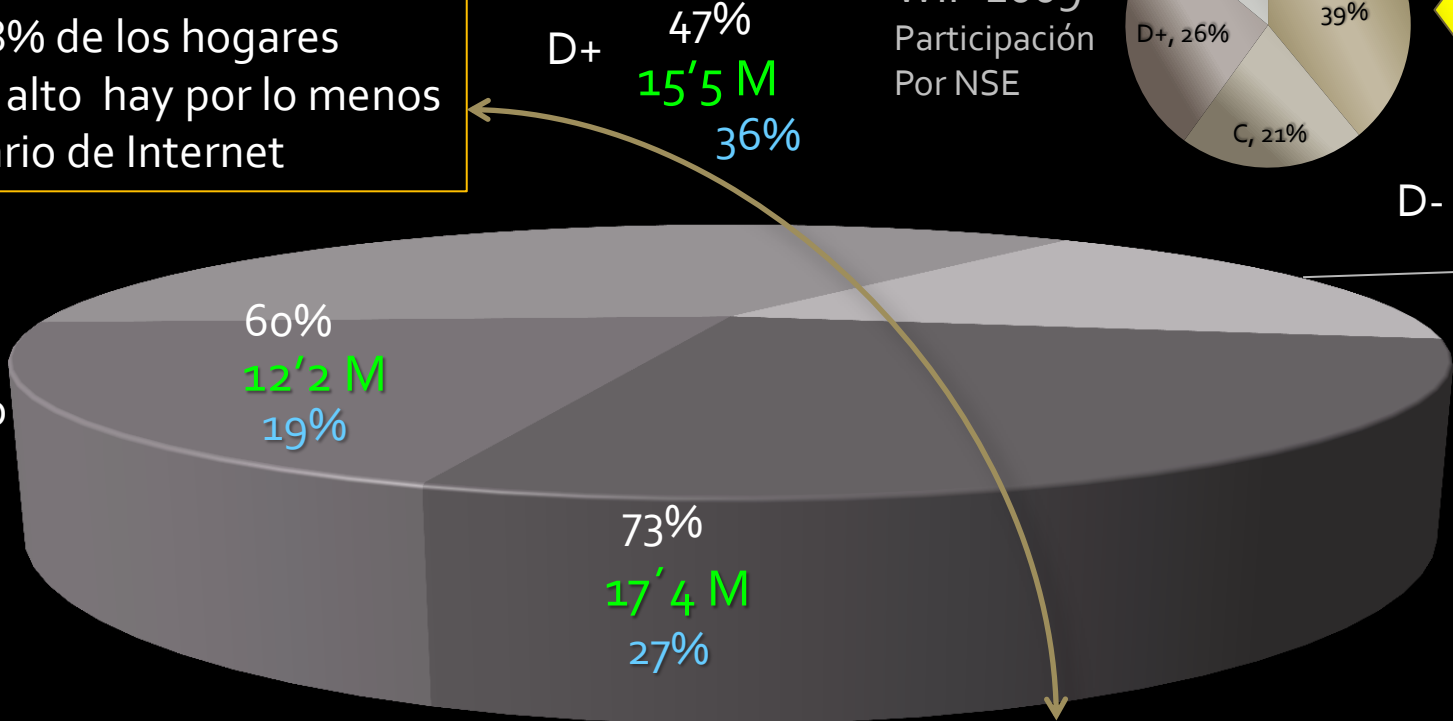
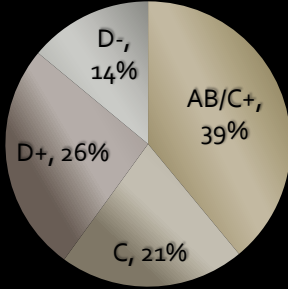
* ¿Utiliza personalmente Internet para realizar alguna de sus actividades?
Base total cuadro de posición familiar 7,296

Participación de los usuarios de Internet por NSE (2013)

Se presenta un reacomodo en la **participación** de usuarios por NSE, muy semejante a la distribución de hogares estimada por la AMAI en 2008

En el 98% de los hogares de NSE alto hay por lo menos un usuario de Internet

WIP 2009
Participación
Por NSE



- Penetración
- Participación
- Proyección de usuarios

- AB / C+
- C Típico
- D+
- D-

Distribución de hogares por NSE en México

AB/C+	21.2%
C	17.9%
D+	35.8%
D-	18.3%
E	6.7%

Estimación AMAI, 2008

Penetración de Internet en México por edad y nivel socioeconómico (2013)

	ABC+	C	D+	D-
3 años o menos	16%	14%	12%	1%
4 a 11 años	65%	44%	40%	38%
12 a 18 años	96%	94%	84%	75%
19 a 25 años	97%	85%	76%	63%
26 a 32 años	95%	83%	68%	55%
33 a 39 años	92%	74%	40%	43%
40 a 46 años	77%	46%	29%	27%
47 a 53 años	71%	52%	32%	14%
54 a 70 años	51%	27%	12%	9%
70 años o más	11%	19%	3%	1%
Total	73%	59%	47%	39%

Penetración de Internet por edad y NSE

Base total: 2000 entrevistas

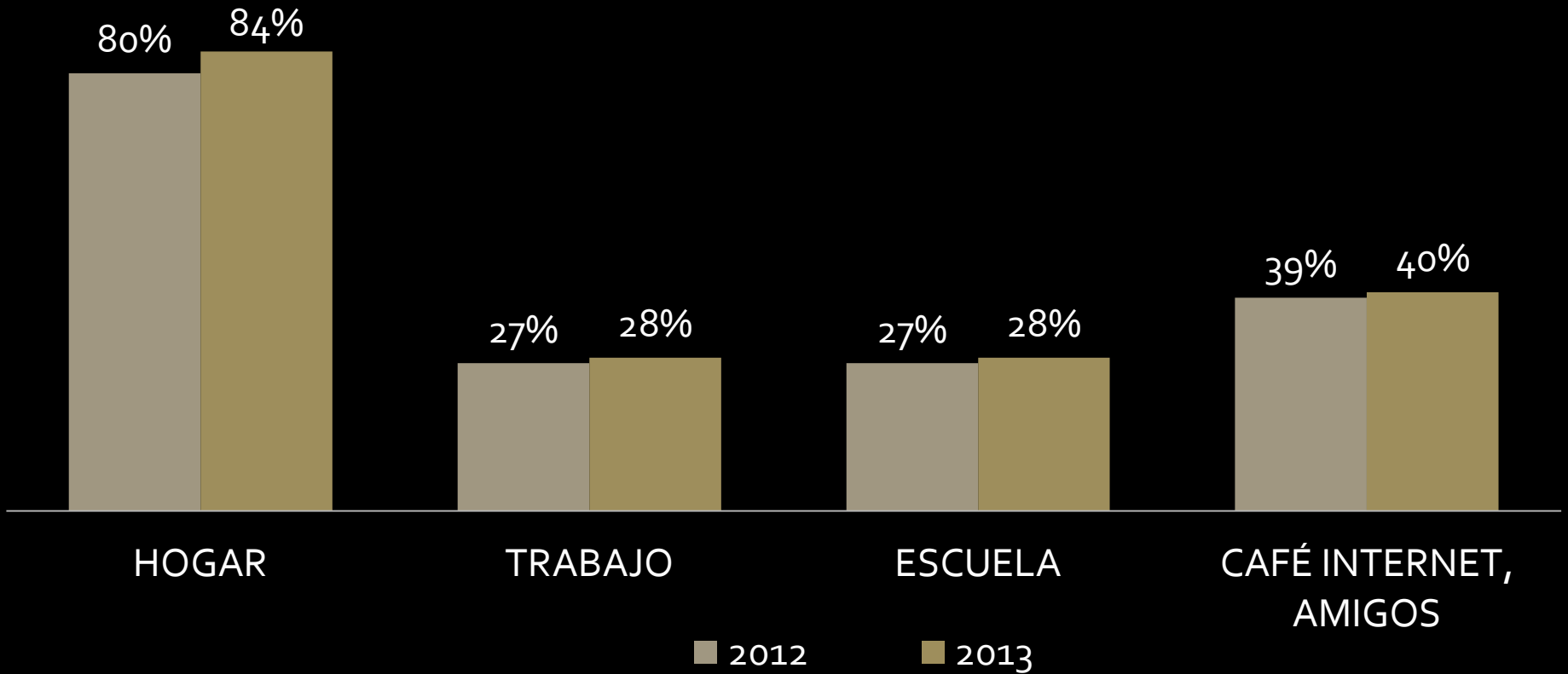
Actitud y percepción de los mexicanos sobre Internet

Hallazgos sobre los usuarios de Internet...

Lugares de mayor uso de internet (2013)

El hogar continua siendo el espacio en donde más se utiliza Internet

La forma de acceso a Internet se ha diversificado por la introducción de nuevos dispositivos móviles (teléfonos celulares, tabletas, consolas de videojuegos...)

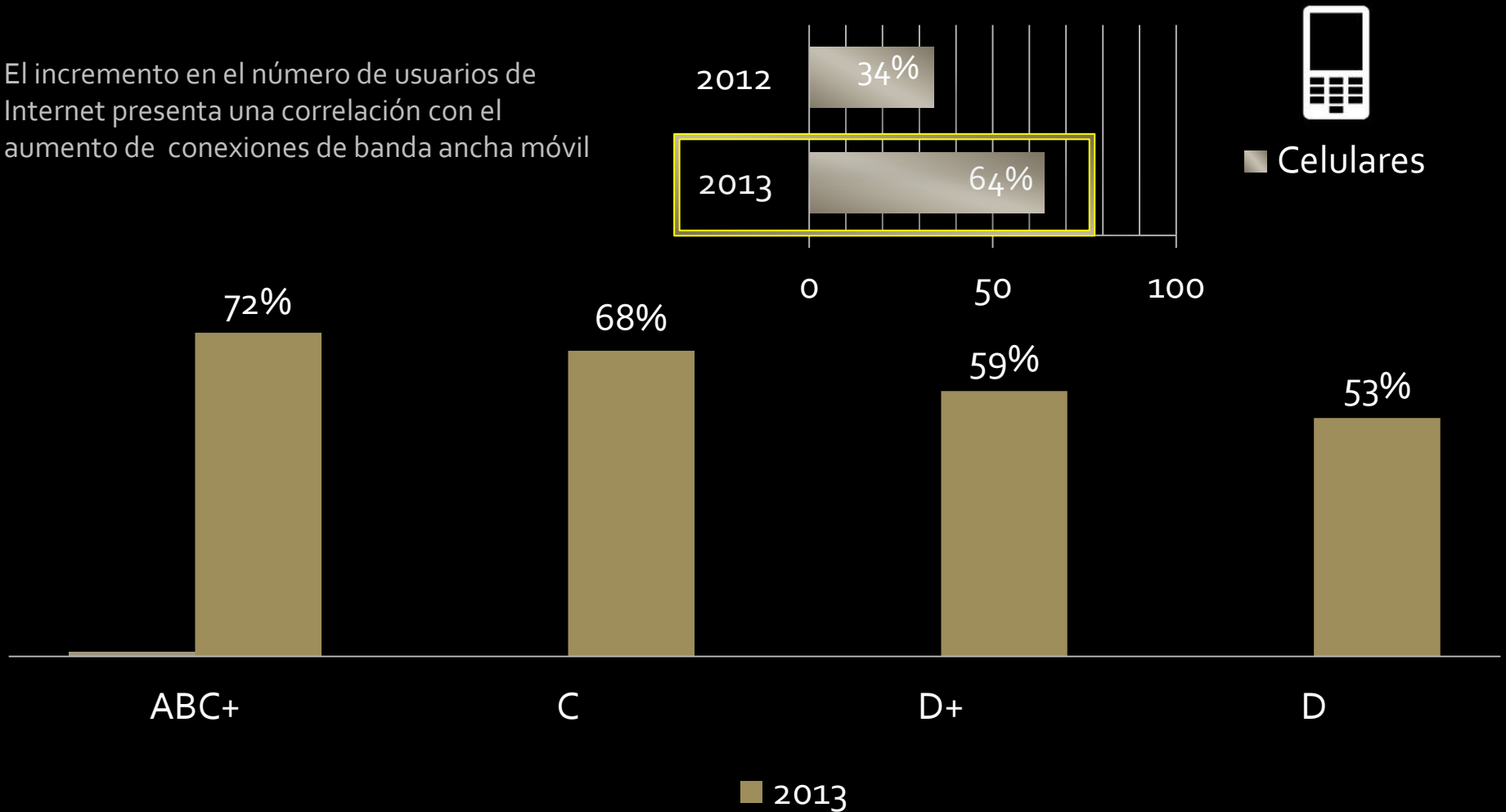


* Lugar por el cual se conecta

El uso del teléfono móvil crece notablemente en 2013

64% de los usuarios de Internet en México se conectan también por medio del teléfono celular

El incremento en el número de usuarios de Internet presenta una correlación con el aumento de conexiones de banda ancha móvil



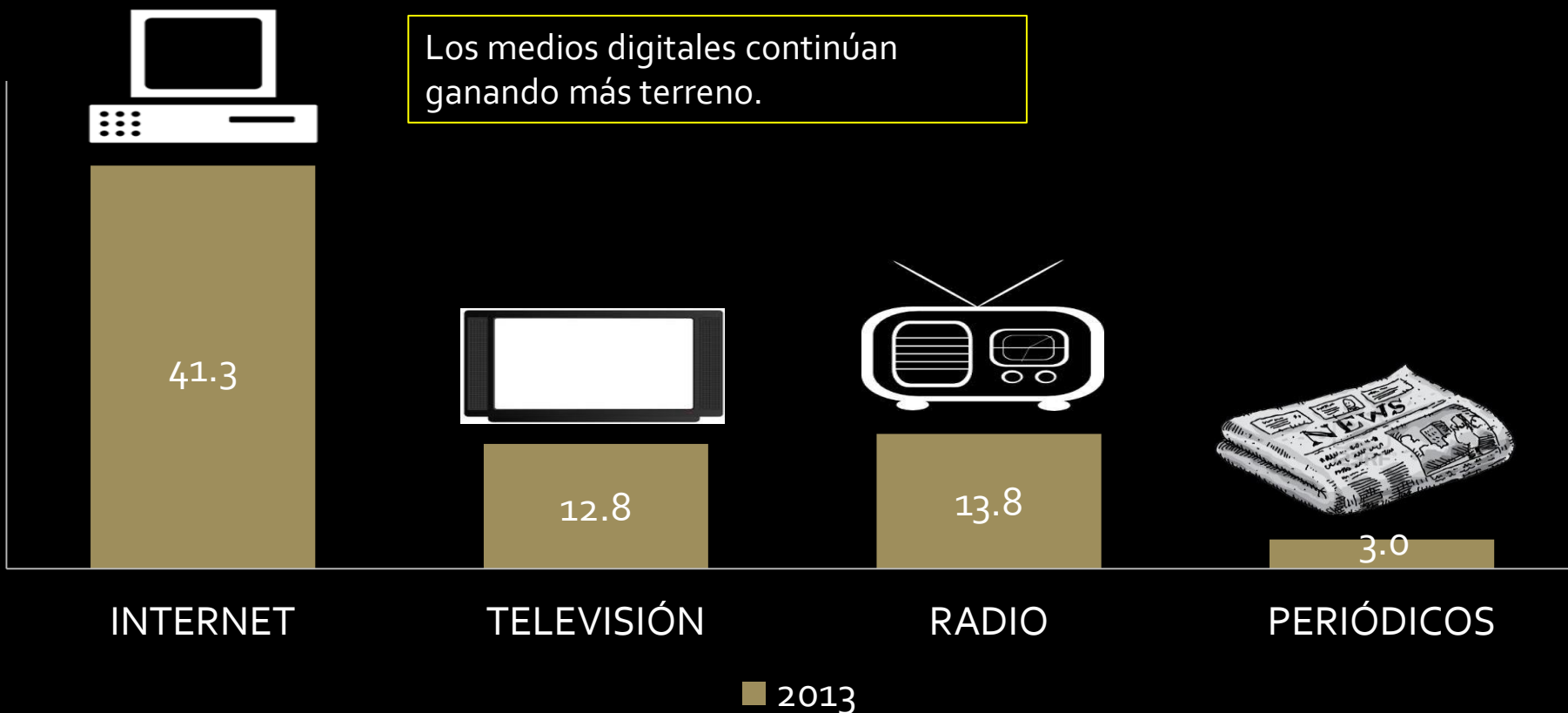
■ Celulares

■ 2013

Con base en el Índice de Producción del Sector Telecomunicaciones (ITEL) se contabilizaron 102.6 millones de suscripciones móviles para el cierre del primer semestre de 2013, y un incremento del 49.7% de las conexiones de banda ancha móvil.

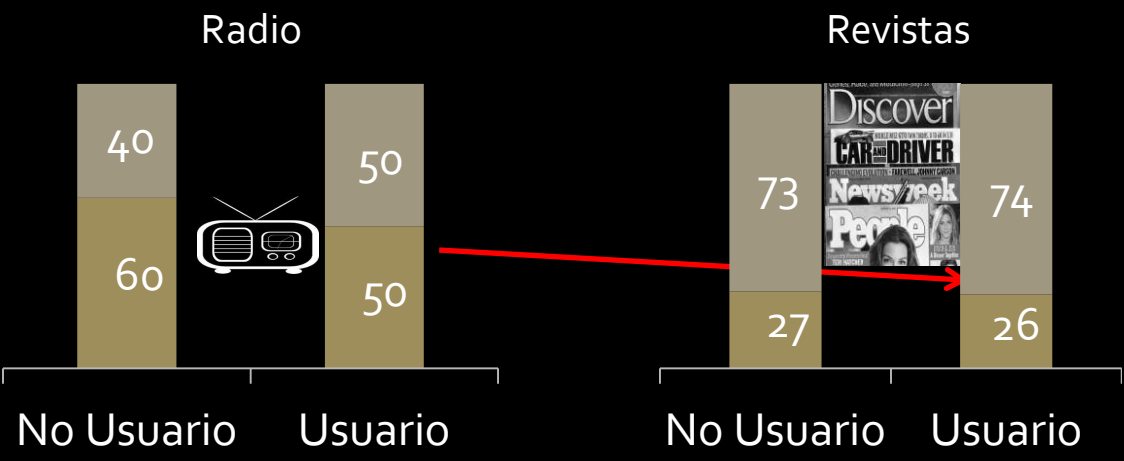
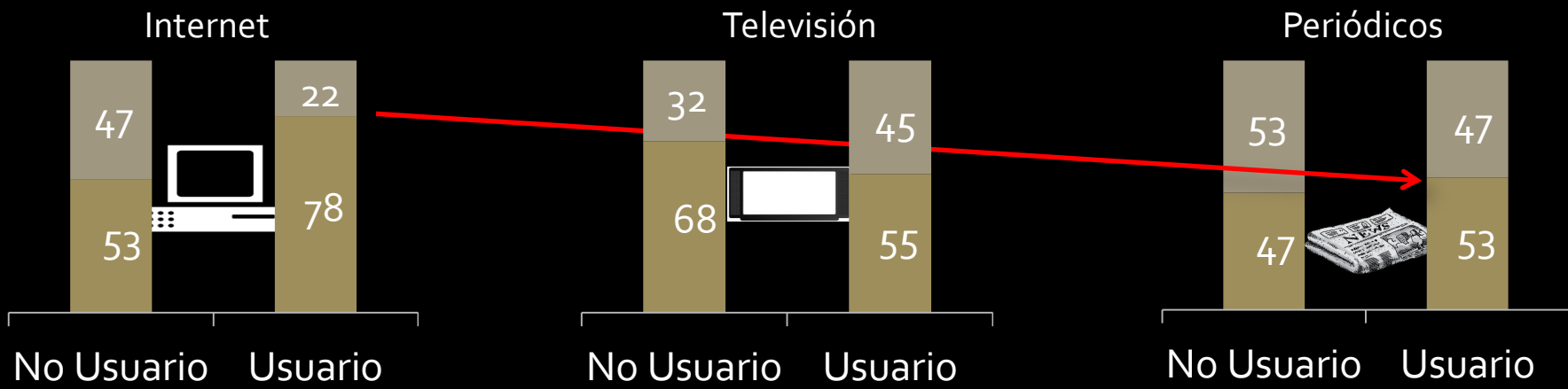
Promedio de horas a la semana dedicado a cada medio

El usuario de Internet pasa tres veces más tiempo frente a este medio que con respecto a la radio y la televisión.



Debido a un mayor consumo de internet la distribución de la inversión publicitaria y la mercadotecnia directa se reconfiguran.

Nivel de importancia de cada medio de comunicación para mantenerse informado (2013)



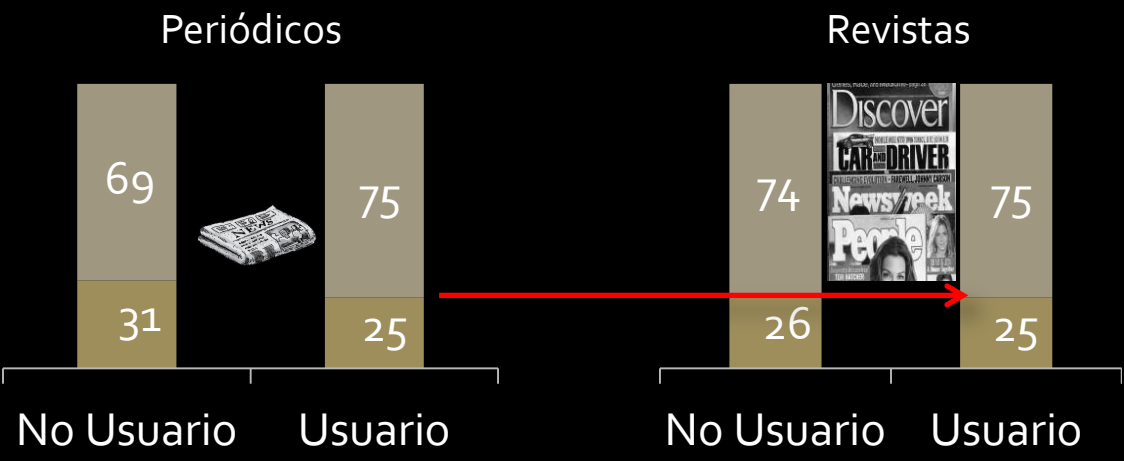
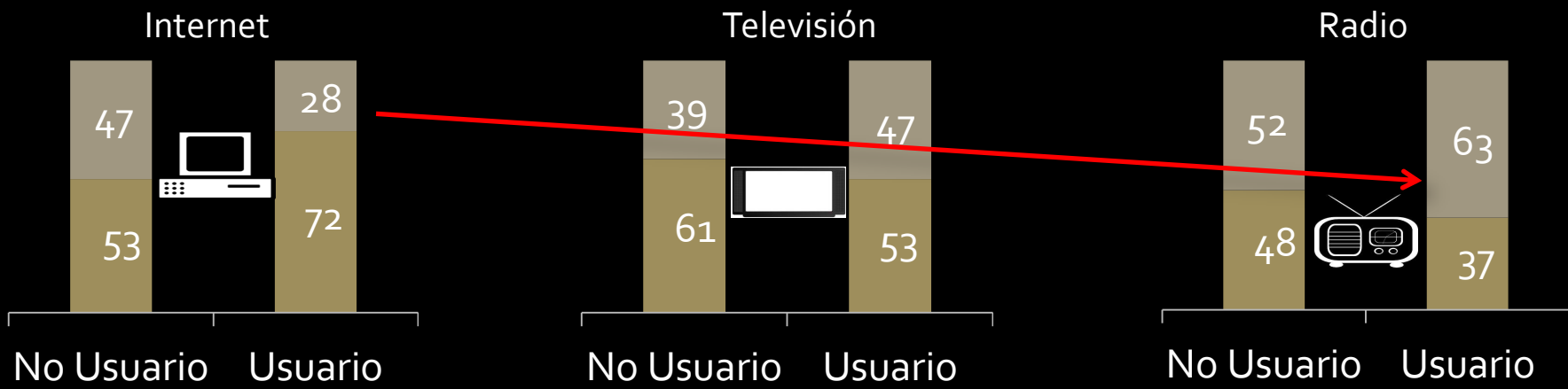
- Nivel de importancia para usuarios:
1. Internet
 2. Televisión
 3. Periódicos
 4. Radio
 5. Revistas

Más o menos Importante (3), Algo importante (2) , Nada Importante (1).

Muy Importante (5), Importante (4)

*¿Qué tan importantes dirías que son los siguientes medios que te voy a leer para mantenerte informado?

Nivel de importancia de cada medio de comunicación para fines de entretenimiento (2013)



- Nivel de importancia para usuarios:
1. Internet
 2. Televisión
 3. Radio
 4. Periódicos
 5. Revistas

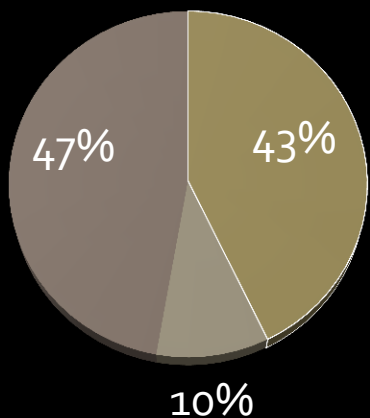
Más o menos Importante (3), Algo importante (2), Nada Importante (1).
 Muy Importante (5), Importante (4)

Sin embargo, la principal fuente de entretenimiento son los amigos y la familia (83%).
 *¿Qué tan importantes dirías que son los siguientes medios que te voy a leer para entretenerte?

Convivencia de medios (2013)

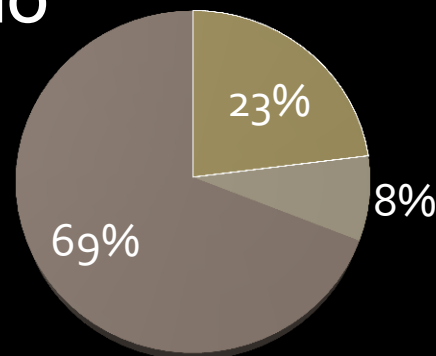
Crece el fenómeno del *Multitasking* o la "Atención Parcial Discontinua".
 Los medios convencionales se remedian con base en las posibilidades digitales.

TV



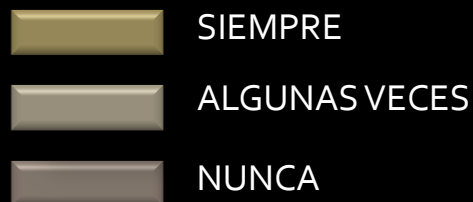
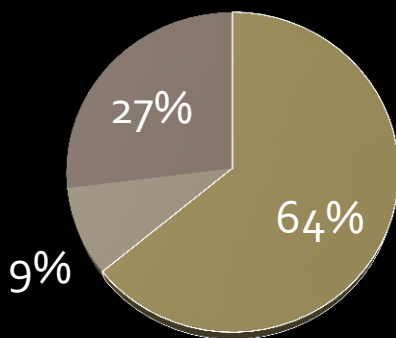
ACTIVIDADES	2013
Navego en Internet con mi celular	26%
Estoy en las redes sociales	24%
Mensajeo en mi celular	21%
Leo un libro, revista o periódico	14%
Navego en Internet con un tableta	8%

TELEFONO



ACTIVIDADES	2013
Estoy en las redes sociales	23%
Navego en Internet con mi celular	19%
Mensajeo en mi celular	15%
Navego en Internet con un tableta	9%

RADIO

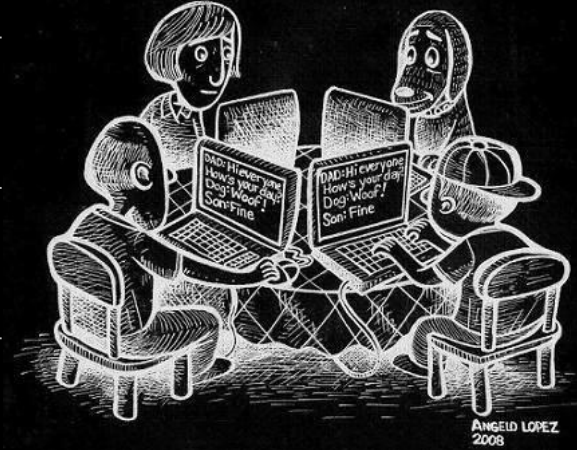
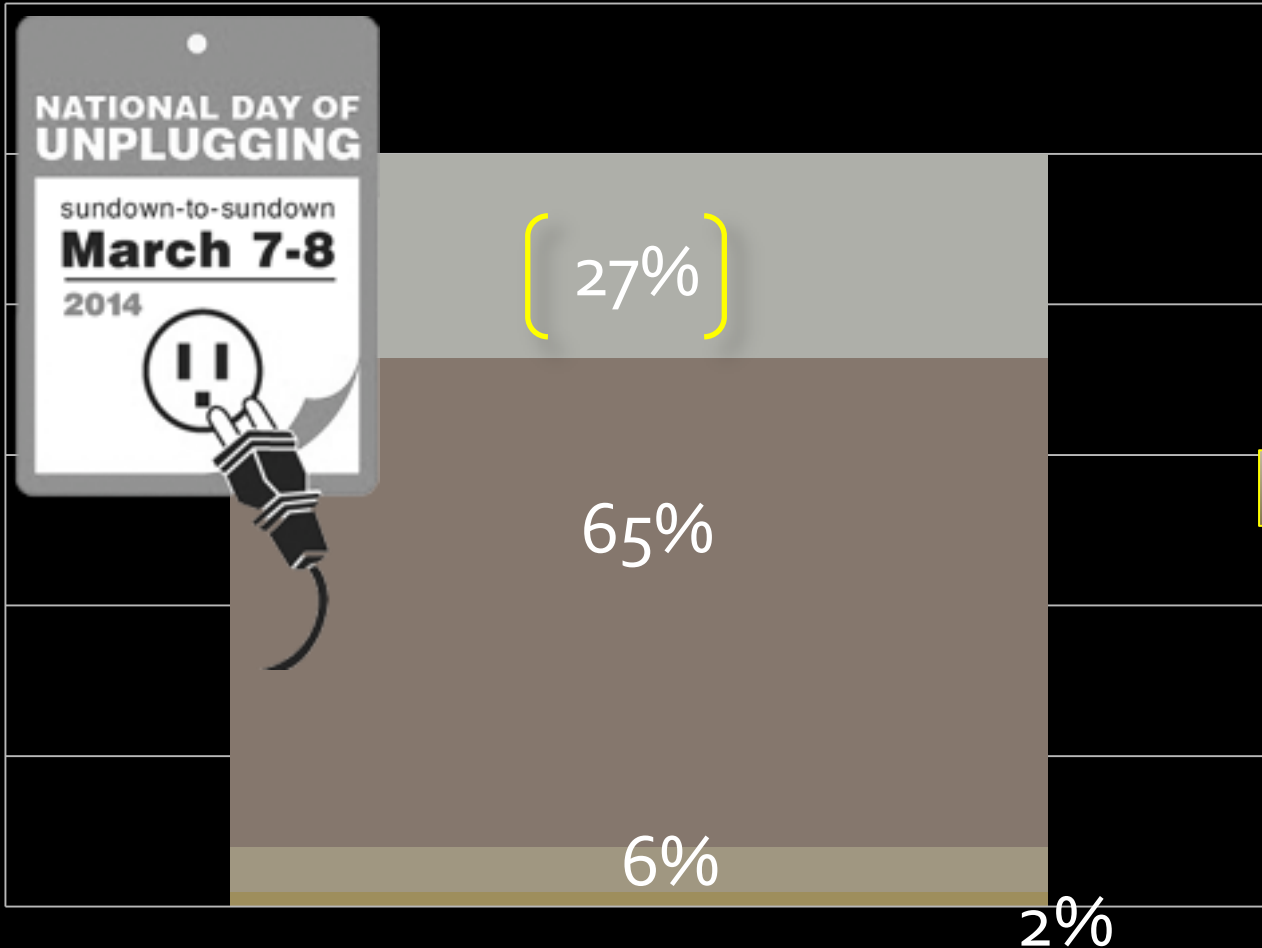


ACTIVIDADES	2013
Estoy en las redes sociales	15%
Leo un libro, revista o periódico	12%
Mensajeo en mi celular	11%
Navego en Internet con mi celular	10%
Navego en Internet con un tableta	8%

Una parte considerable de los usuarios reconoce realizar siempre alguna otra actividad mientras interactúa con algún medio en particular.

El impacto de internet en la relación familiar (2013)

27% de los usuarios consideran que internet ha afectado el tiempo que le dedican a su familia.



- PASAN MENOS TIEMPO FÍSICAMENTE
- PASAN EL MISMO TIEMPO
- PASAN MÁS TIEMPO FÍSICAMENTE
- NO CONTESTÓ



Base de usuarios con Internet en casa: 1139

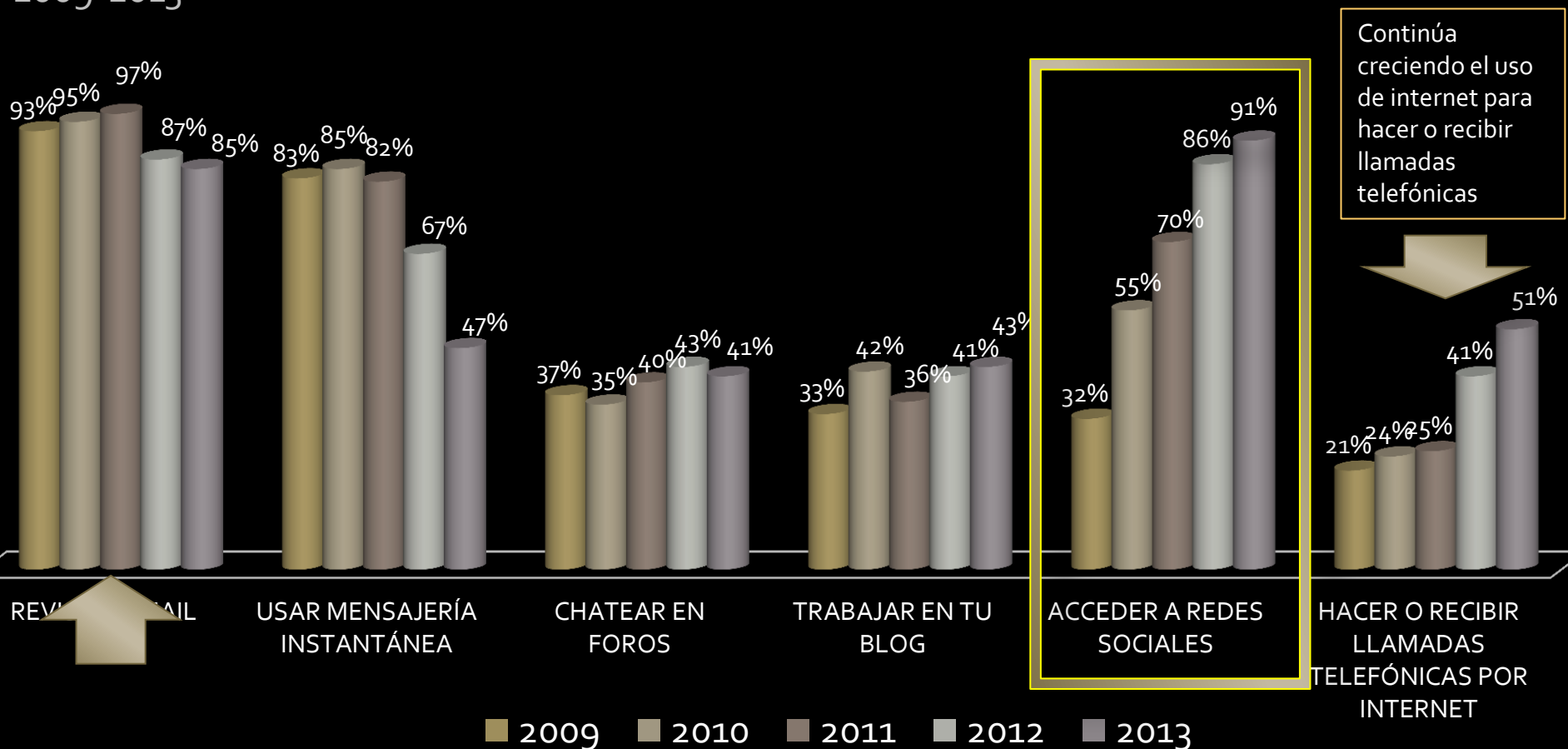
2013

El uso desmedido de nuevos dispositivos móviles ha modificado la interacción familiar tradicional.

Principales hábitos de los usuarios de internet (2013)

El correo electrónico continúa perdiendo terreno frente al creciente uso de las redes sociales. El uso del correo electrónico se asocia más con personas de mayor edad.

Comparativo de actividades en Internet
2009-2013



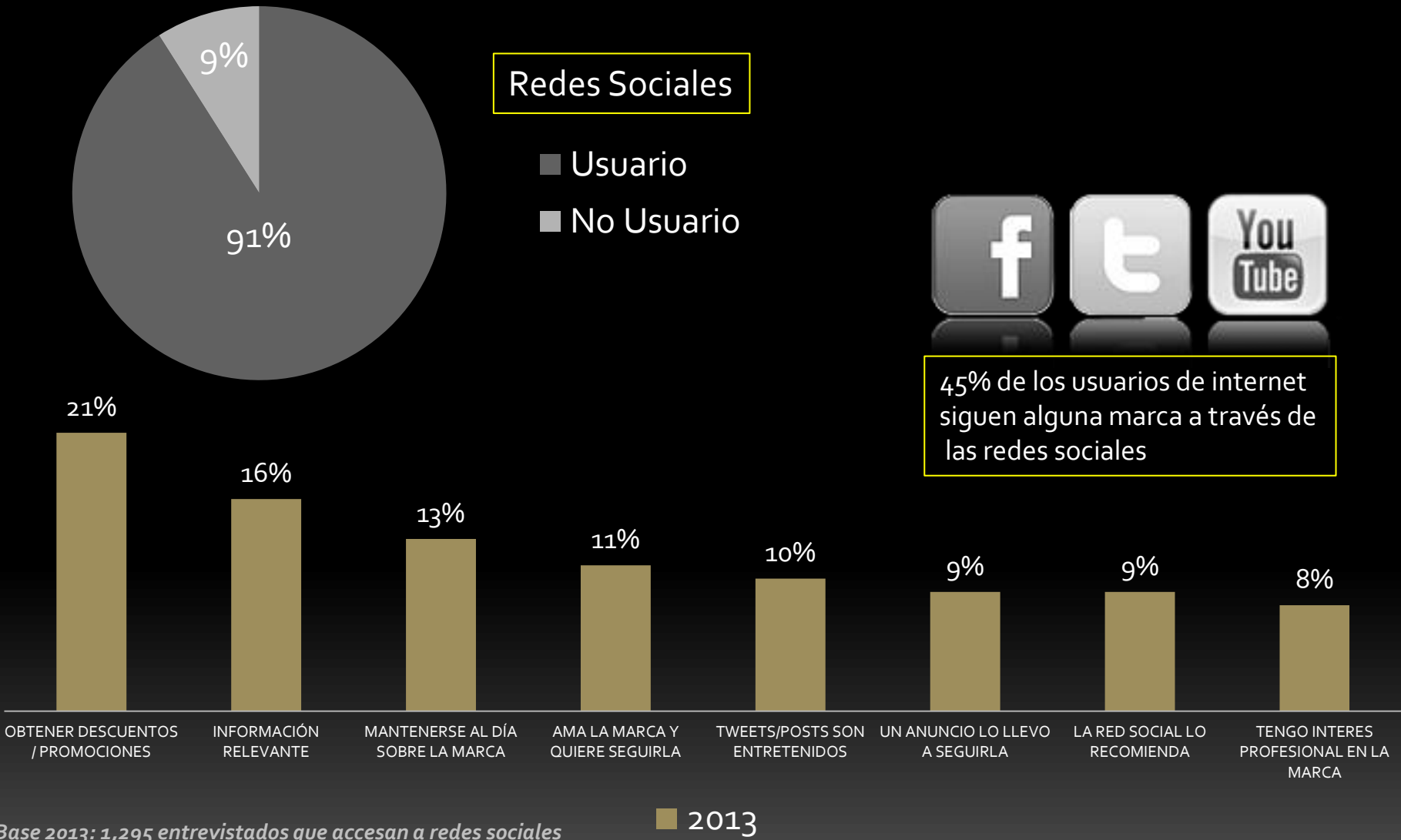
Continúa creciendo el uso de internet para hacer o recibir llamadas telefónicas



La interacción en redes sociales es la principal actividad de los usuarios de internet.

Usuarios de redes sociales (2013)

9 de cada 10 usuarios de Internet en México utilizan las redes sociales

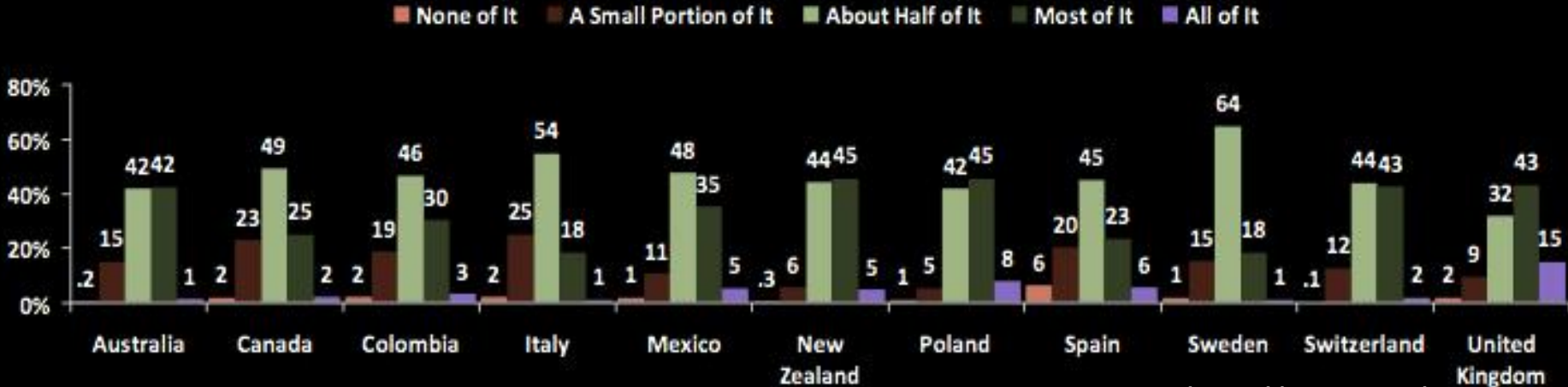


Base 2013: 1,295 entrevistados que accesan a redes sociales

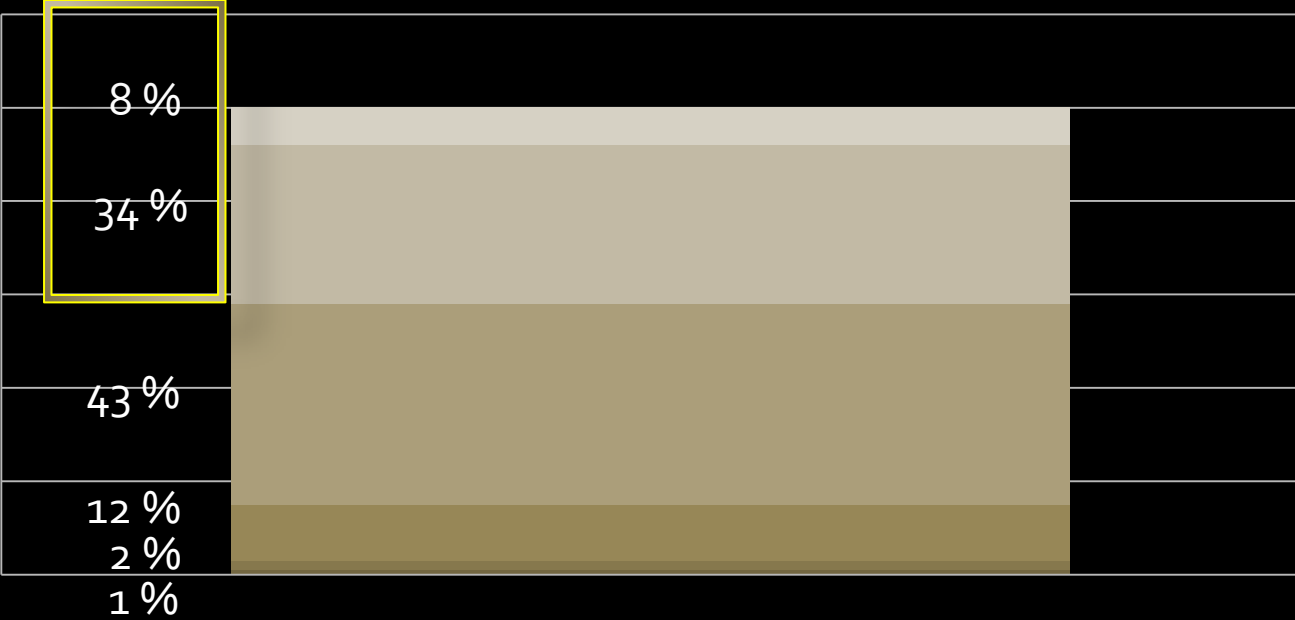
Se sigue a una marca en las redes sociales para mantenerse actualizado, obtener descuentos, promociones o información relevante sobre ésta.

Nivel de confianza de los usuarios (2013)

42% de los usuarios mexicanos confía en casi toda la información que aparece en Internet. Esta tendencia se repite en más de la mitad de los países miembros del WIP.



The World Internet Project International Report (fourth edition), USC Annenberg School Center for the Digital Future



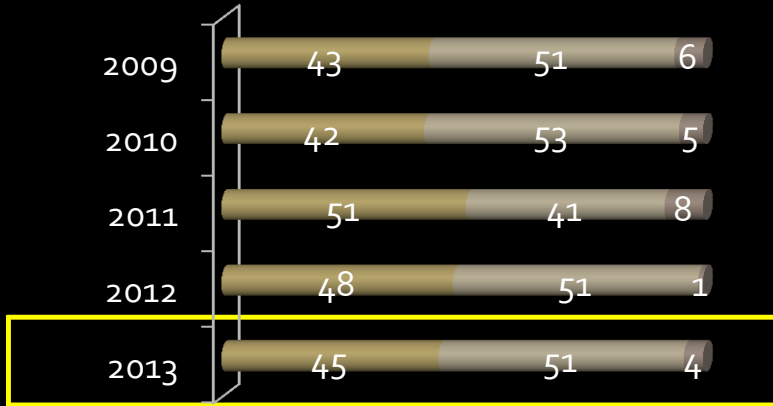
- 5. TODO ES DE FIAR
- 4. UNA GRAN PARTE
- 3. MÁS O MENOS A LA MITAD
- 2. UNA MÍNIMA PARTE
- 1. NADA ES DE FIAR
- NO SABE / SE NEGÓ

2013

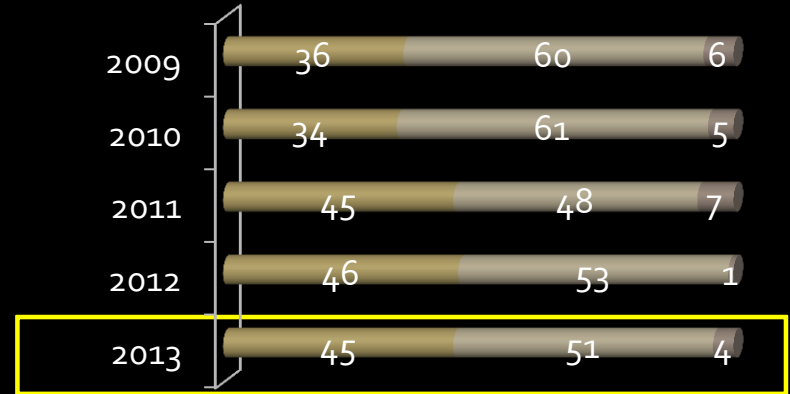
Internet en el ámbito político (2009-2013)

4 de cada 10 usuarios considera que Internet es una efectiva herramienta política

Usando Internet la gente podría decir al gobierno lo que debe hacer

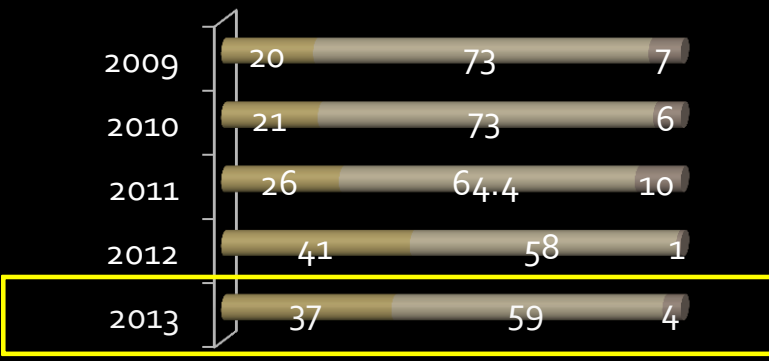


Por medio de Internet las autoridades comprenderían lo que la gente piensa



Por medio de Internet la gente tendría más poder político

Conforme sigue aumentando la migración al entorno digital la influencia en el ámbito político también crece.



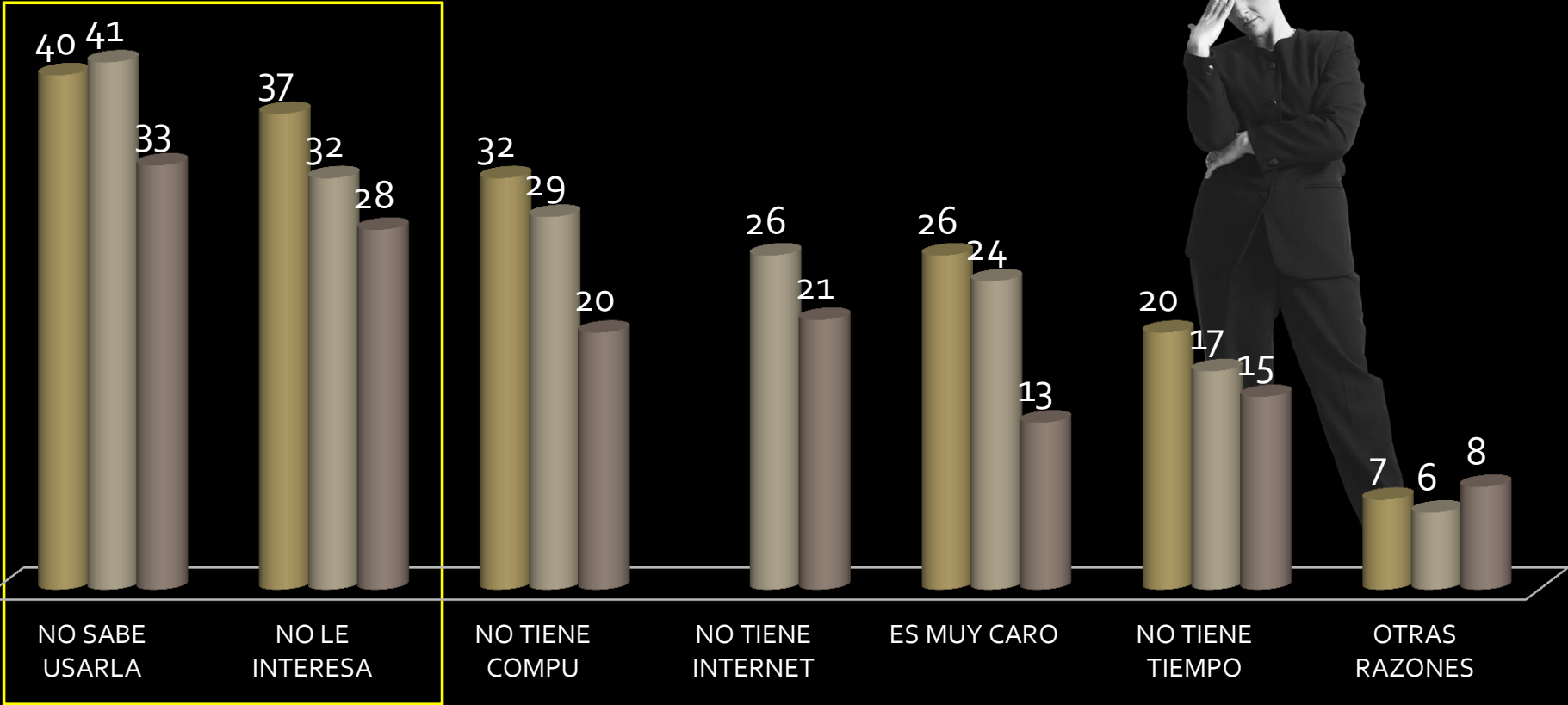
Totalmente De acuerdo (5) y De acuerdo (4)
 Más o menos de acuerdo (3), En Desacuerdo (2) y Totalmente en Desacuerdo (1)
 No Sabe

Actitud y percepción de los mexicanos sobre Internet

Hallazgos sobre los no usuarios de Internet...

Principales razones por las que los mexicanos no usan Internet (2013)

El desconocimiento y la falta de interés en el uso de Internet son las principales causas por la que los mexicanos, que aún no son usuarios, no acceden a este medio.



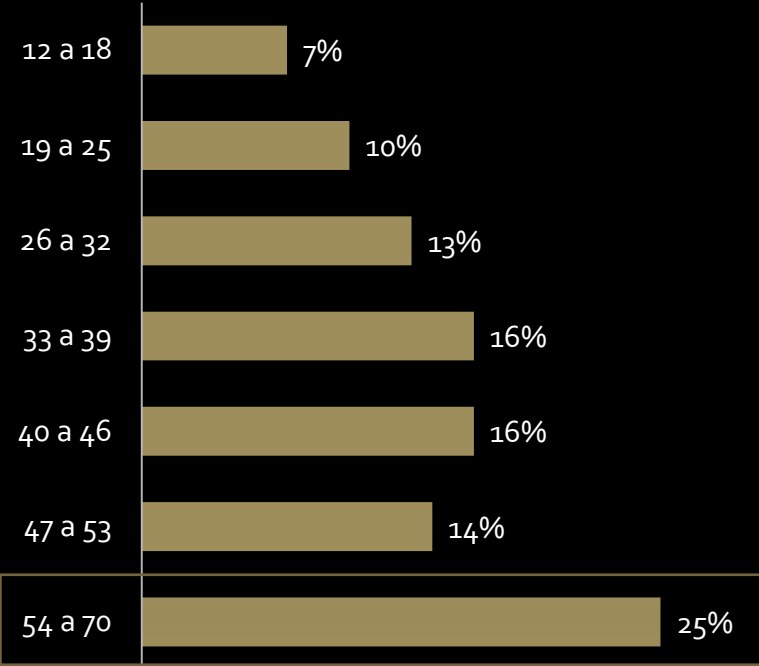
Base 2013: 791 no usuarios de Internet

■ 2011 ■ 2012 ■ 2013

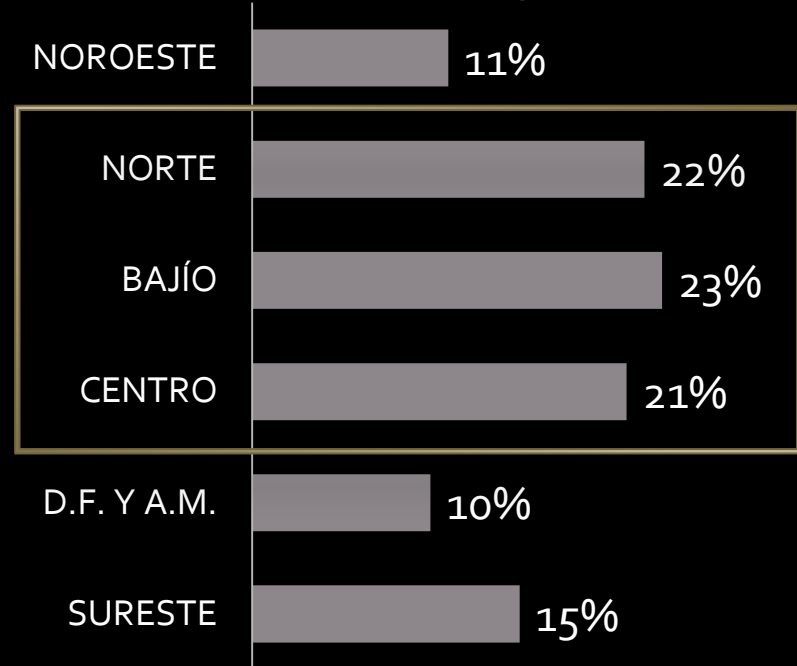
* ¿Cuál es la principal razón por la que no utiliza el Internet?

Perfil del mexicano "No Usuario" de Internet (2013)

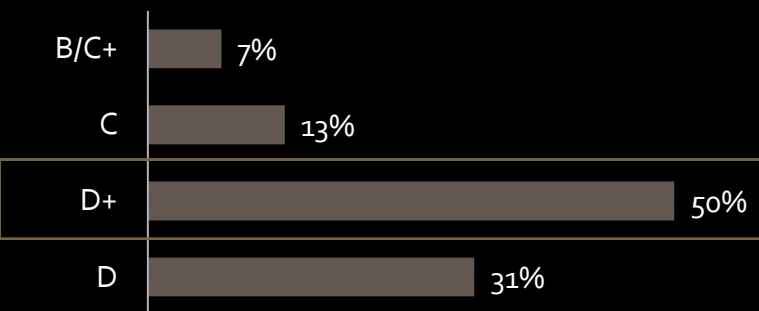
Edad



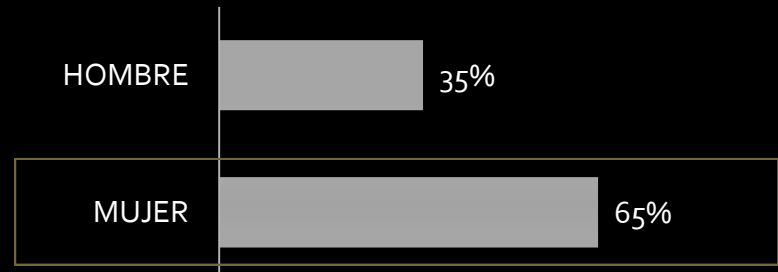
Área Geográfica



Nivel Socioeconómico



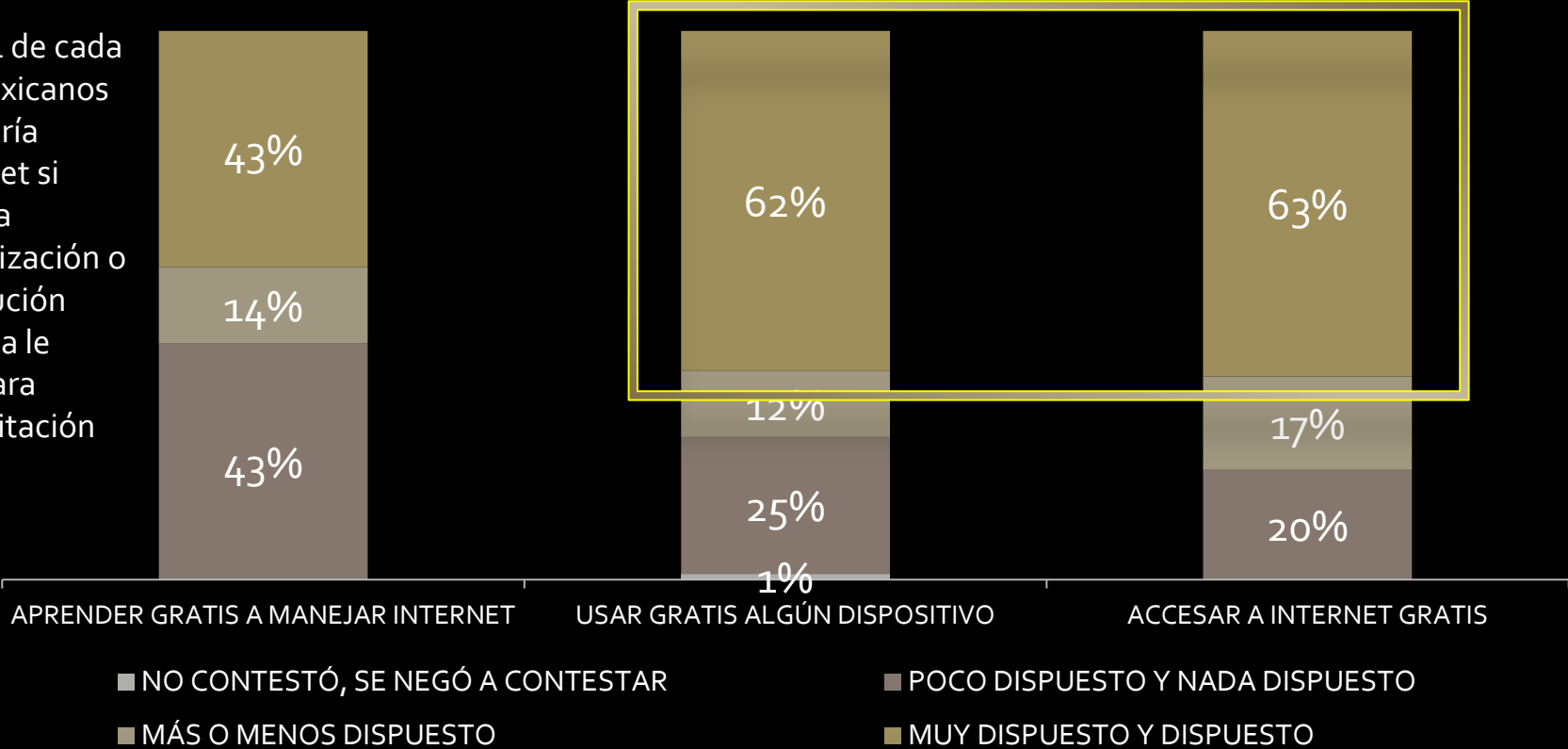
Género



Posibles soluciones para un mayor uso de Internet (2013)

6 de cada 10 mexicanos estarían dispuestos a utilizar Internet si alguna organización o institución pública le facilitara algún dispositivo de acceso y alguna conexión.

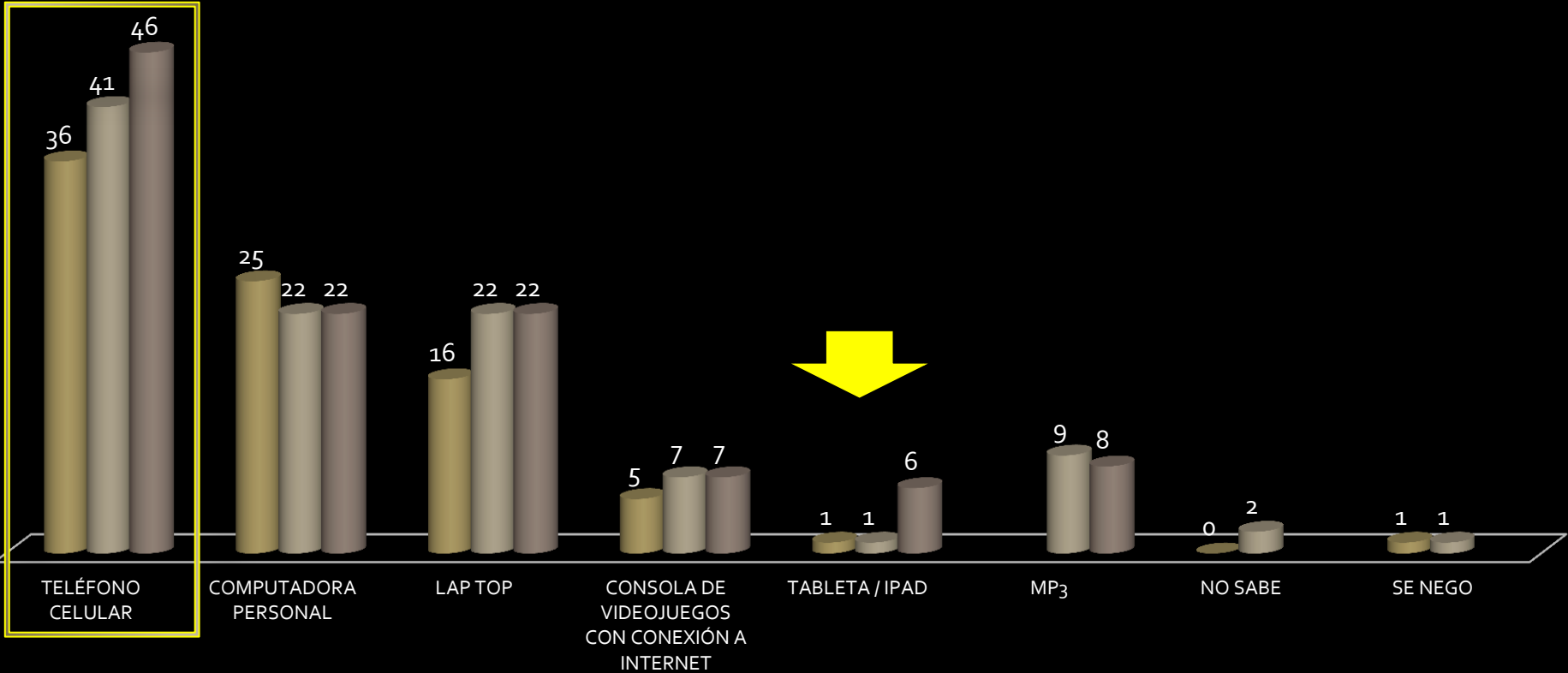
Solo 4 de cada 10 mexicanos utilizaría internet si alguna organización o institución pública le brindara capacitación



* Si alguna organización o institución pública le brindara capacitación gratuita para aprender a utilizar internet ¿Qué tan dispuesto(a) estaría a utilizarlo?
* Si alguna organización o institución pública le facilitara la computadora o dispositivo como una tableta, celular, consola, etc. para tener acceso a internet sin costo alguno ¿Qué tan dispuesto(a) estaría a utilizarlo?
* Si alguna organización o institución pública le facilitara el acceso a internet sin costo alguno ¿Qué tan dispuesto(a) estaría a utilizarlo?

Productos que poseen los mexicanos que aún no usan internet (2013)

Una parte considerable de los “no usuarios” cada vez está más cerca de revertir su clasificación pues cuenta con diversos dispositivos que le permitirán en un momento determinado el acceso a internet.



Base 2012: 791 no usuarios de Internet

* ¿Actualmente cuenta en su casa con alguno de los siguientes equipos?

■ 2011 ■ 2012 ■ 2013

World Internet Project México

<http://www.wip.mx>

CONSEJO 2013

María Teresa Arnal
Presidenta del Consejo
Clarus Digital

Ana Estrada
Consejera
Brújula Interior

Oscar Robles
Consejero
NIC México

Iván Marchant
Consejero
ComScore

Jorge Oriza
Consejero
Beiersdorf

Jorge Pedrero
Consejero
Prodigy MSN

Isabel Menéndez
Consejera
Clarus Digital

Alain DeMatteis
Consejero
Brújula Interior

Ernesto Bojorquez
Consejero
NIC México

Proyecto Internet

Fernando Gutiérrez
Coordinador General
Tecnológico de
Monterrey

Dr. Octavio Islas
Coordinador de
Investigación
Tecnológico de
Monterrey

Dra. Amaia Arribas
Investigadora
Tecnológico de
Monterrey

Dra. Claudia López
Investigadora
Tecnológico de
Monterrey

Dr. Alejandro Ocampo
Investigador
Tecnológico de
Monterrey

Virgilio Torres
Coordinador General
Perfiles Mercadológicos
Tecnológico de
Monterrey

Víctor Martínez
Coordinador
Investigación de Campo
Perfiles Mercadológicos
Tecnológico de
Monterrey

Carlos Trampe
Coordinador
Operación
Perfiles Mercadológicos
Tecnológico de
Monterrey