

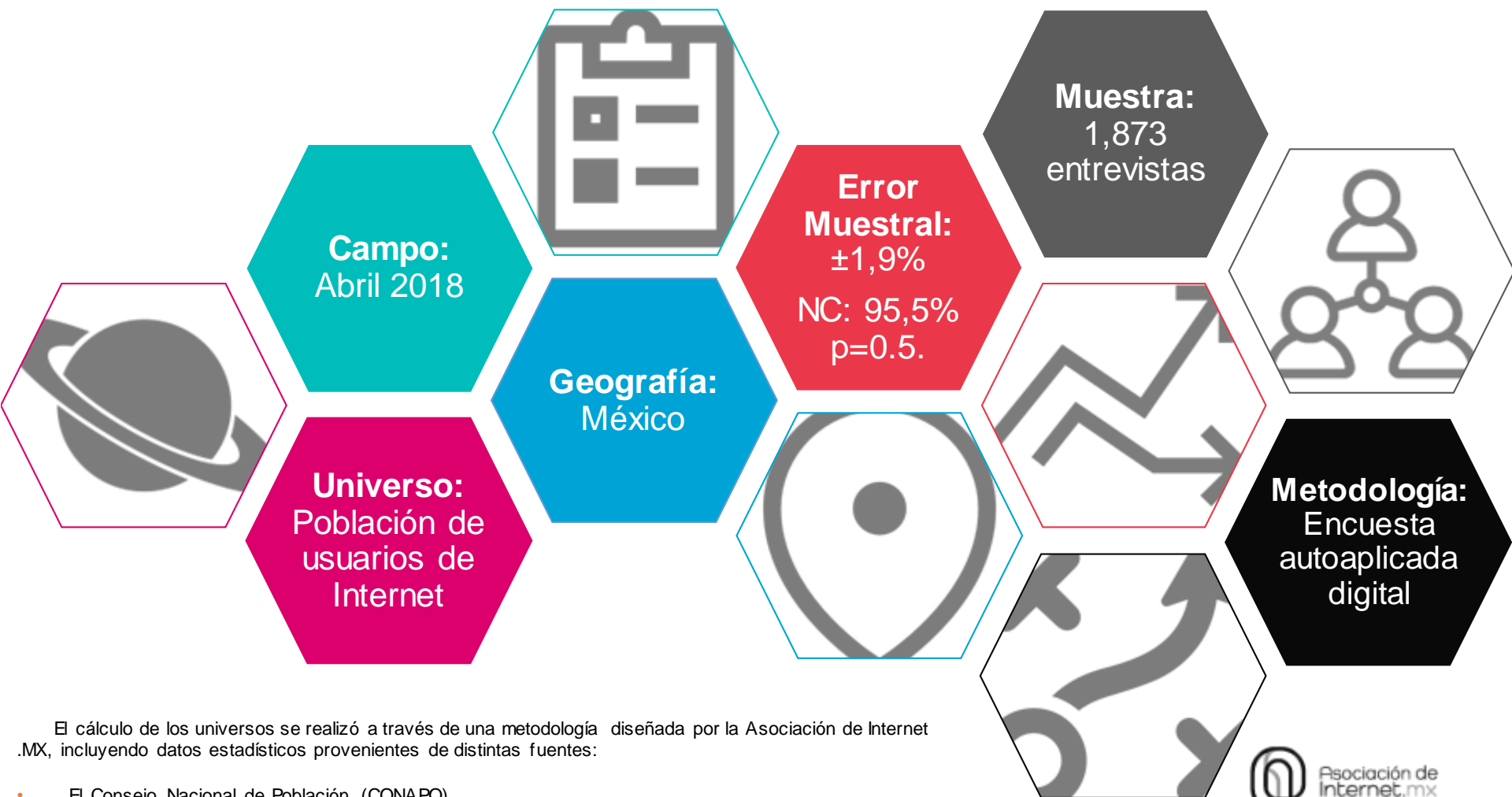


Asociación de
Internet.mx

14° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2018

Mayo 17, 2018

Ficha Metodológica

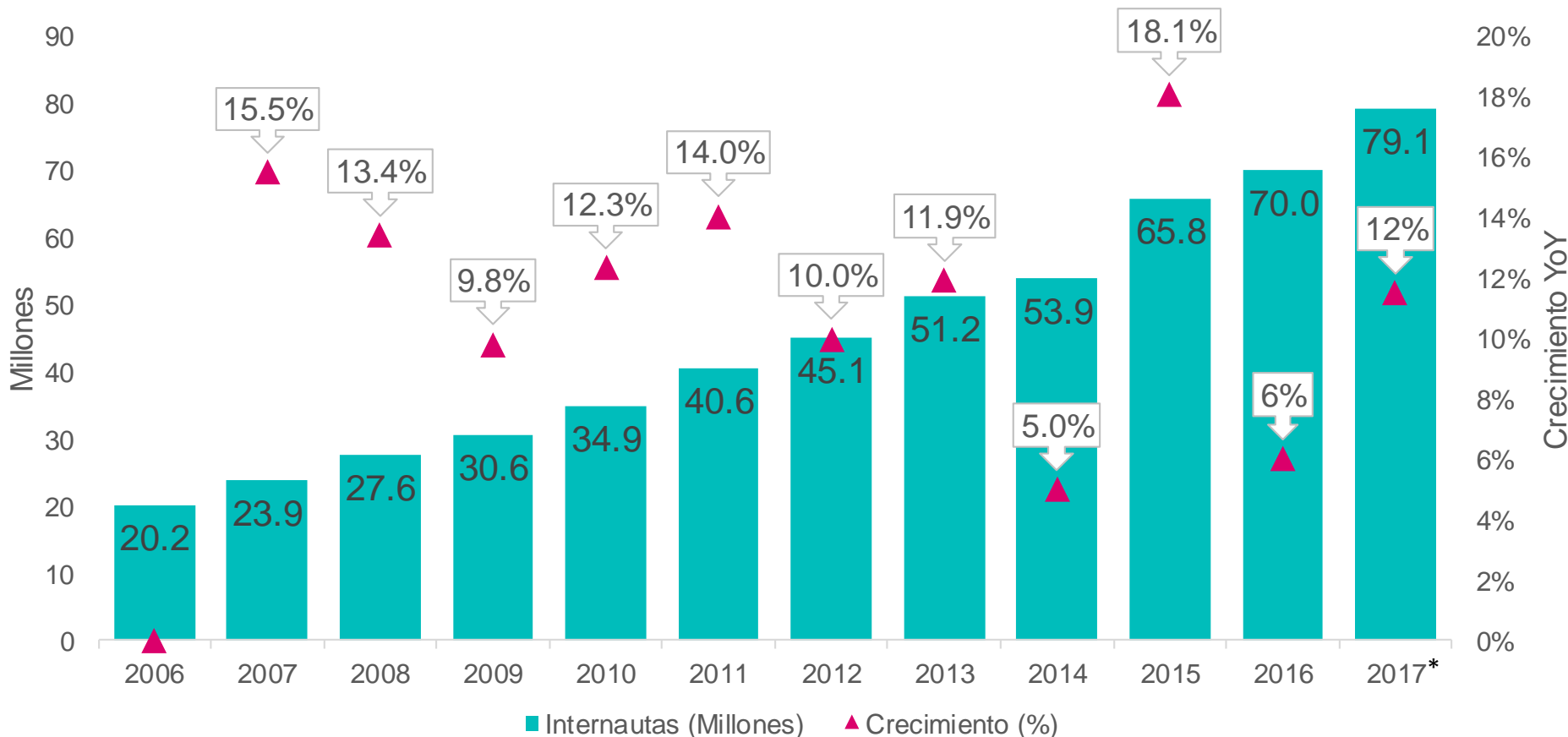


El cálculo de los universos se realizó a través de una metodología diseñada por la Asociación de Internet .MX, incluyendo datos estadísticos provenientes de distintas fuentes:

- El Consejo Nacional de Población (CONAPO).
- El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).
- El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).
- El Departamento de Investigación Online de Estadística Digital.

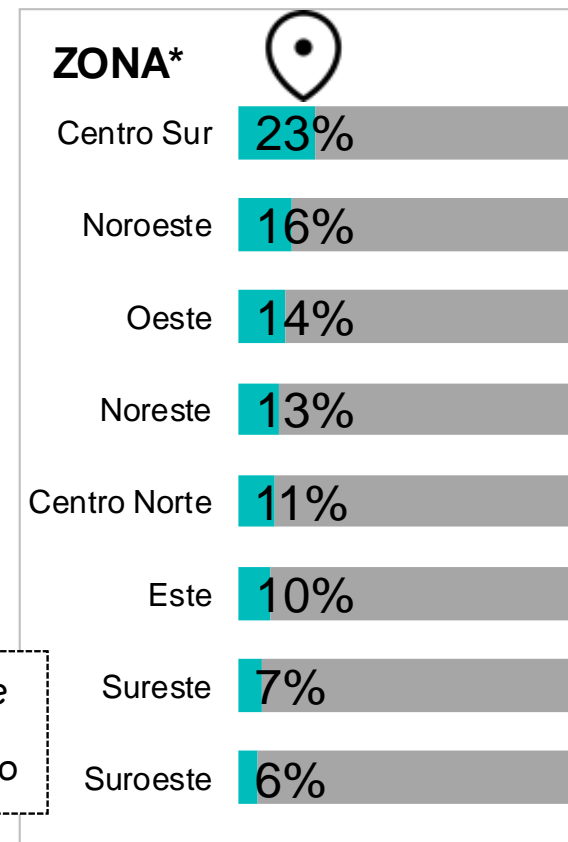
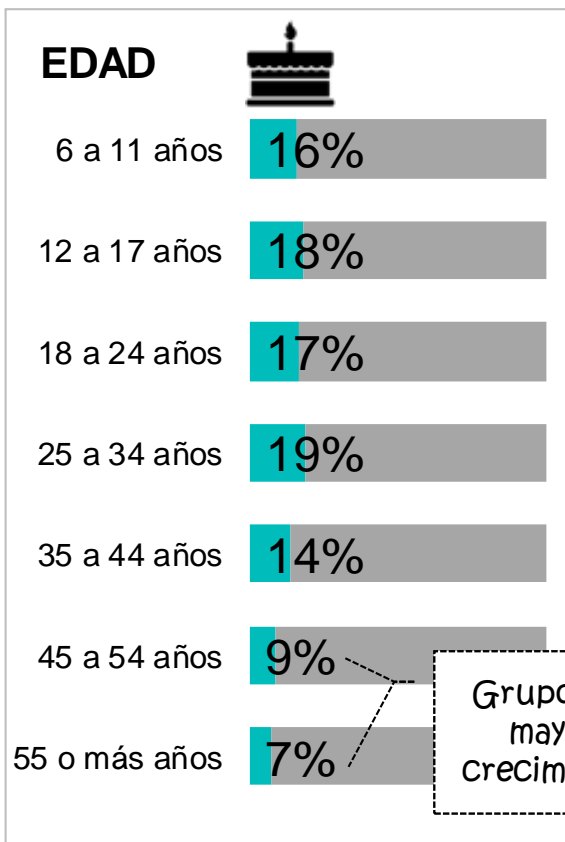
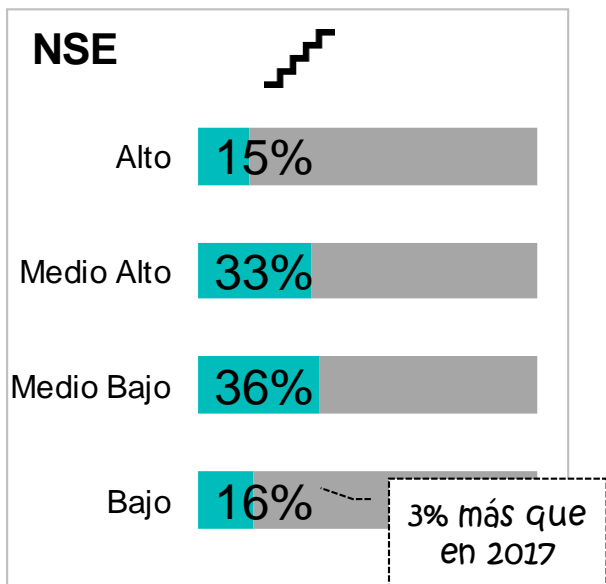
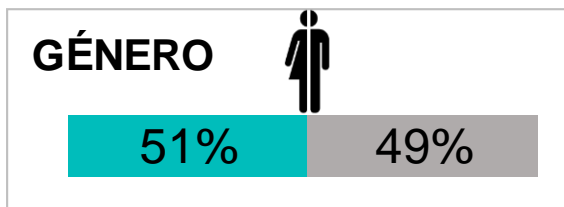


Usuarios de internet en México 2006-2017*



*México alcanza un **67% de penetración** entre la población de personas mayores a 6 años.

Perfil internauta mexicano



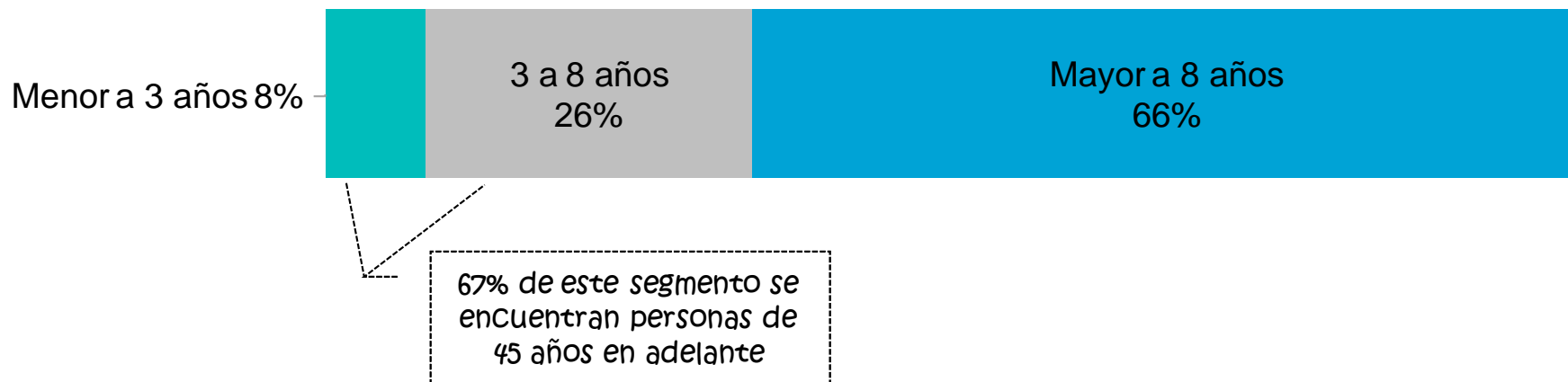
*<http://bit.ly/RegionesMX>

***CENTRO SUR:** CDMX, MEX, MOR
NOROESTE: BC, BCS, CHI, DGO, SIN, SON
OESTE: COL, JAL, MICH, NAY
NORESTE: COAH, NL, TAMPS

***CENTRO NORTE:** AGS, GTO, QRO, SLP, ZAC
ESTE: HGO, PUE, TLAX, VER
SURESTE: CAMP, QROO, TAB, YUC
SUROESTE: CHIS, GRO, OAX



¿Internauta desde...?



- Madurez de usuarios, el 66% de los internautas mexicanos, utilizan la herramienta al menos, desde hace 8 años.
- En promedio, los internautas Mexicanos llevan 7,1 años navegando en la red
- Destacable que año con año, crezca el número de internautas de 45 años en adelante.

Barreras de acceso

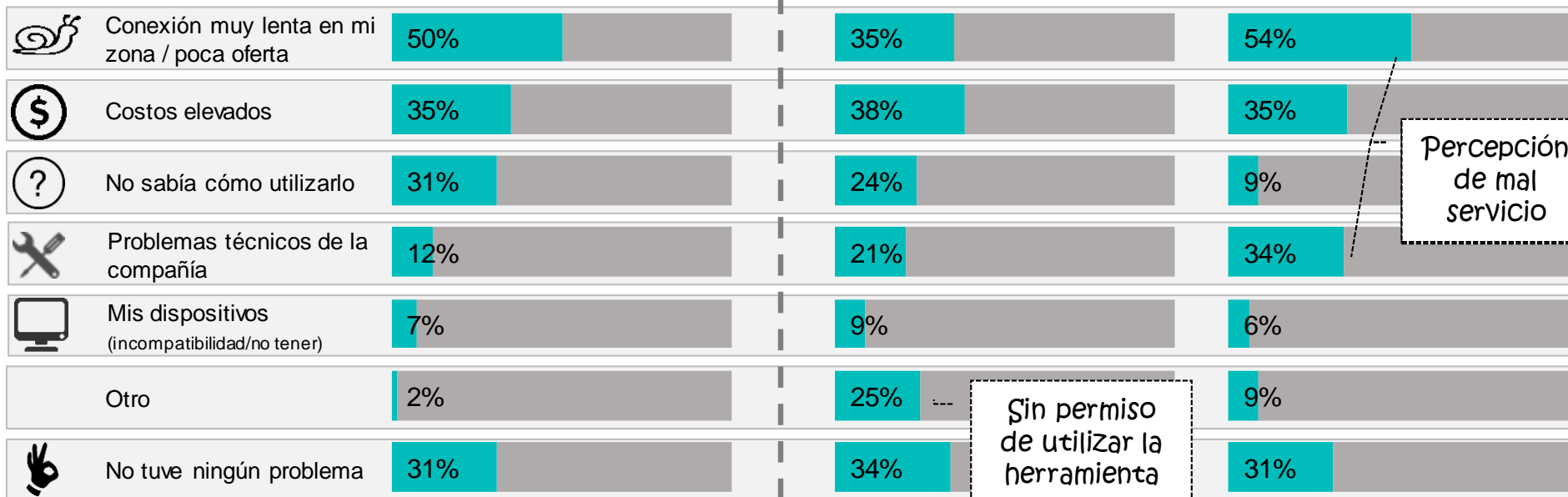
Destacan internautas
De 17 o menos años

Destacan internautas
De 34 a 55 años

TOTAL Base: 1,873

≤ 5 AÑOS USO Base: 637

> 5 AÑOS USO Base: 1,236



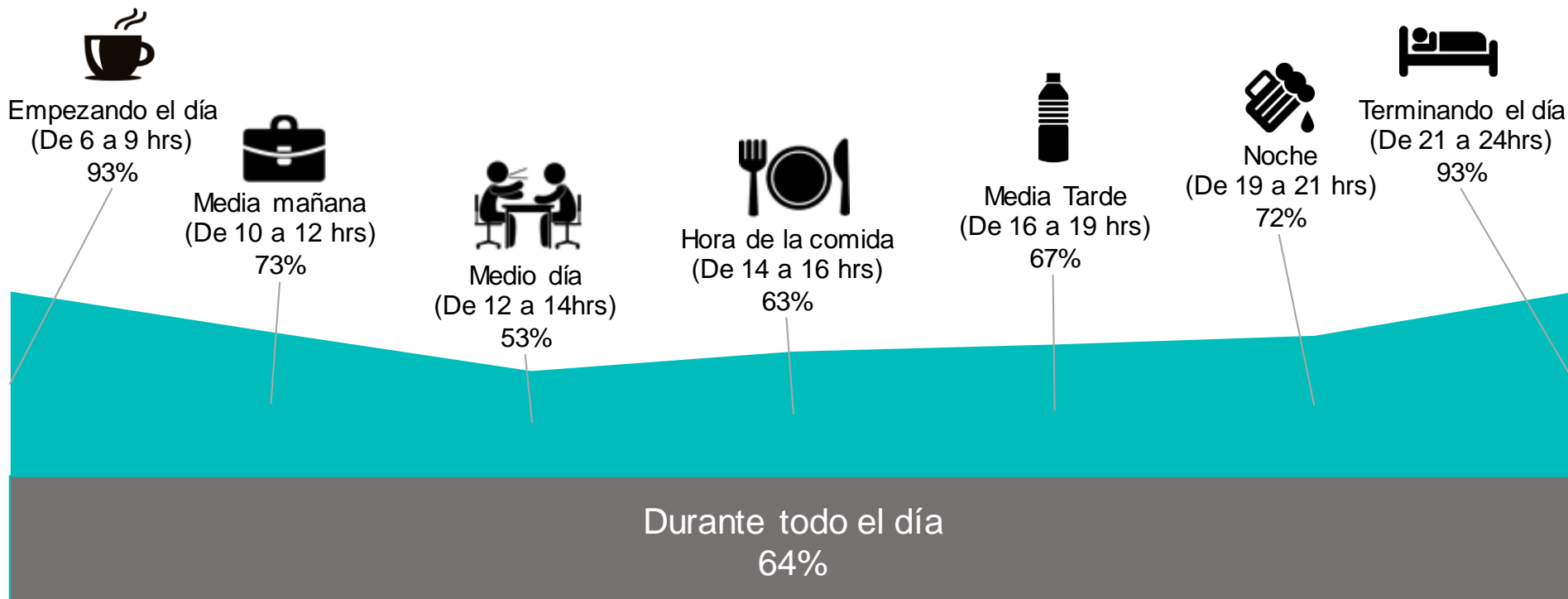
Percepción de mal servicio

Sin permiso de utilizar la herramienta

- La principal barrera de acceso a internet, continúa siendo la **velocidad de navegación**.
- La percepción de **mal servicio** se encuentra presente en el segmento de más de 34 años, por otro lado el segmento de 17 años o menos manifiesta que su principal barrera es **que les permitan el uso** de la herramienta.



Momentos de conexión



- Los momentos de conexión **empezando el día (6 a 9 hrs)** y el **final del día (21 a 24hrs)**, son los horarios de mayor tráfico en internet en México en este 2018.
- El **64%** de los internautas en México, perciben que se encuentran conectados en internet las **24hrs**.

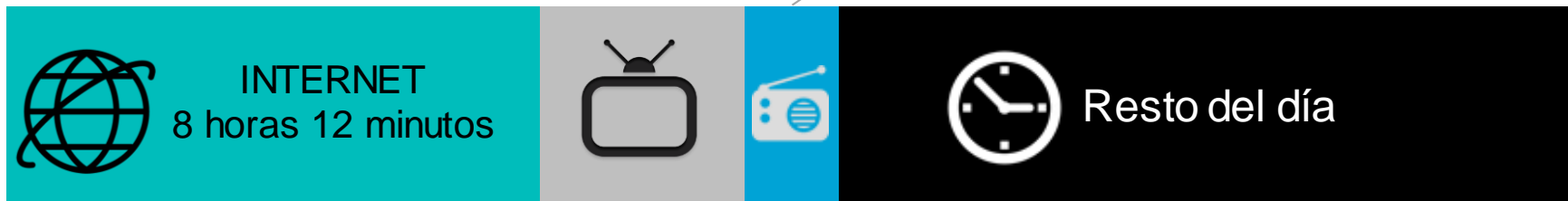


Tiempo promedio

24 HORAS

RADIO SIN INTERNET
1 hora 45 minutos

1 hora 5 minutos
menos que en
2017



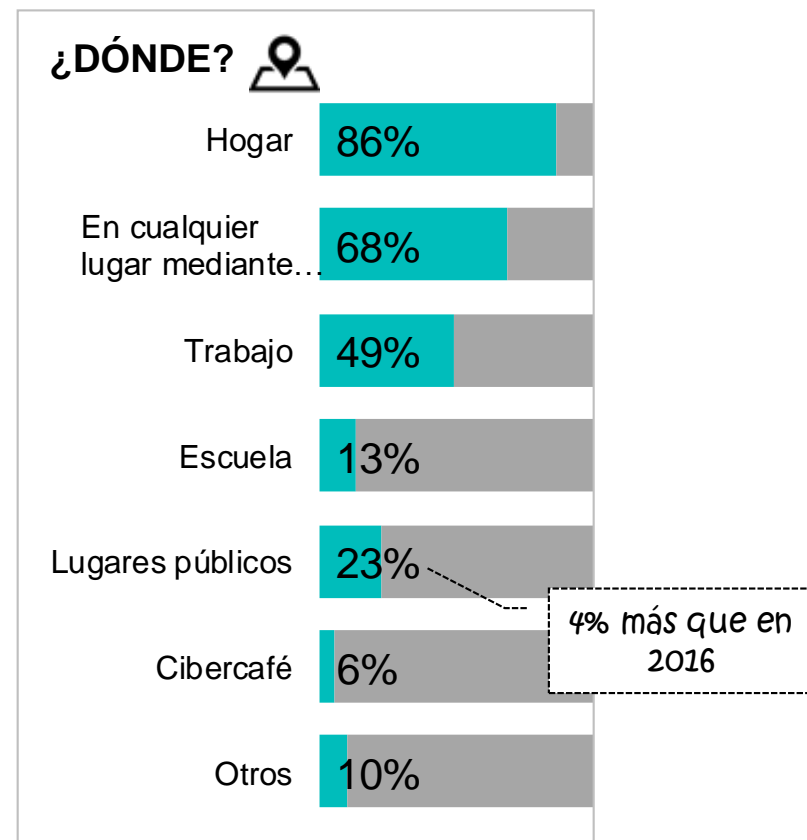
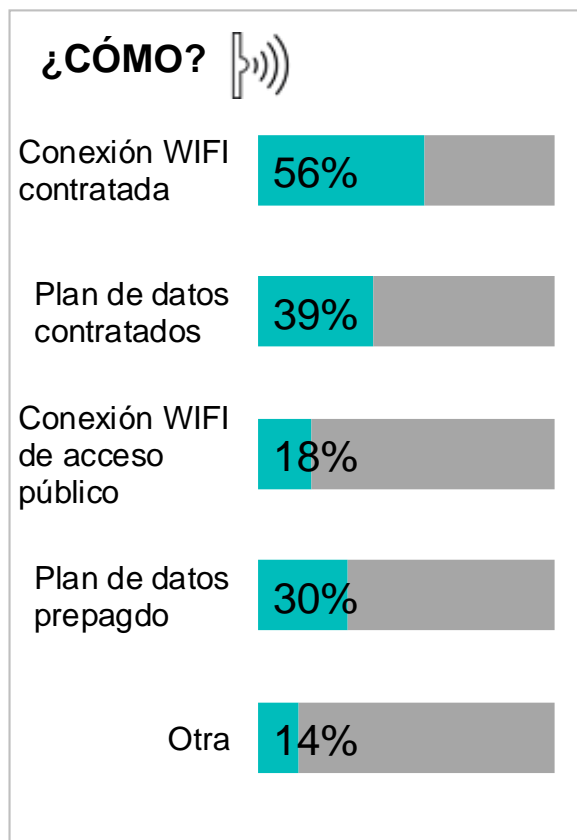
TV SIN INTERNET
3 horas

3 minutos
menos que en
2017



11 minutos
más que en 2017 (+2%).

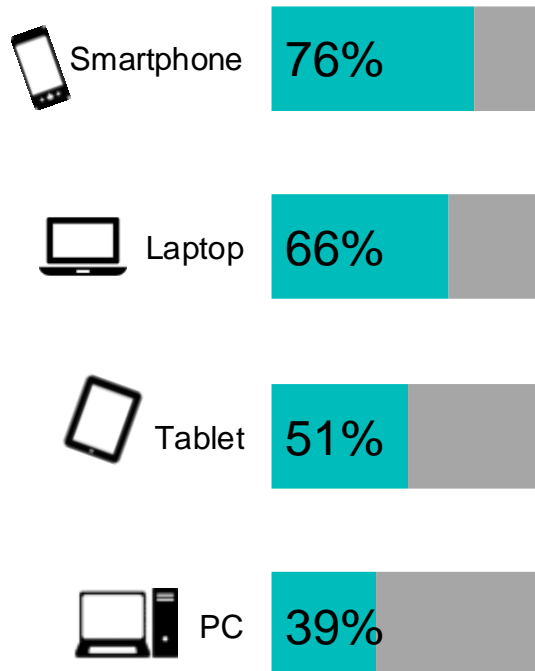
Hábitos de conexión



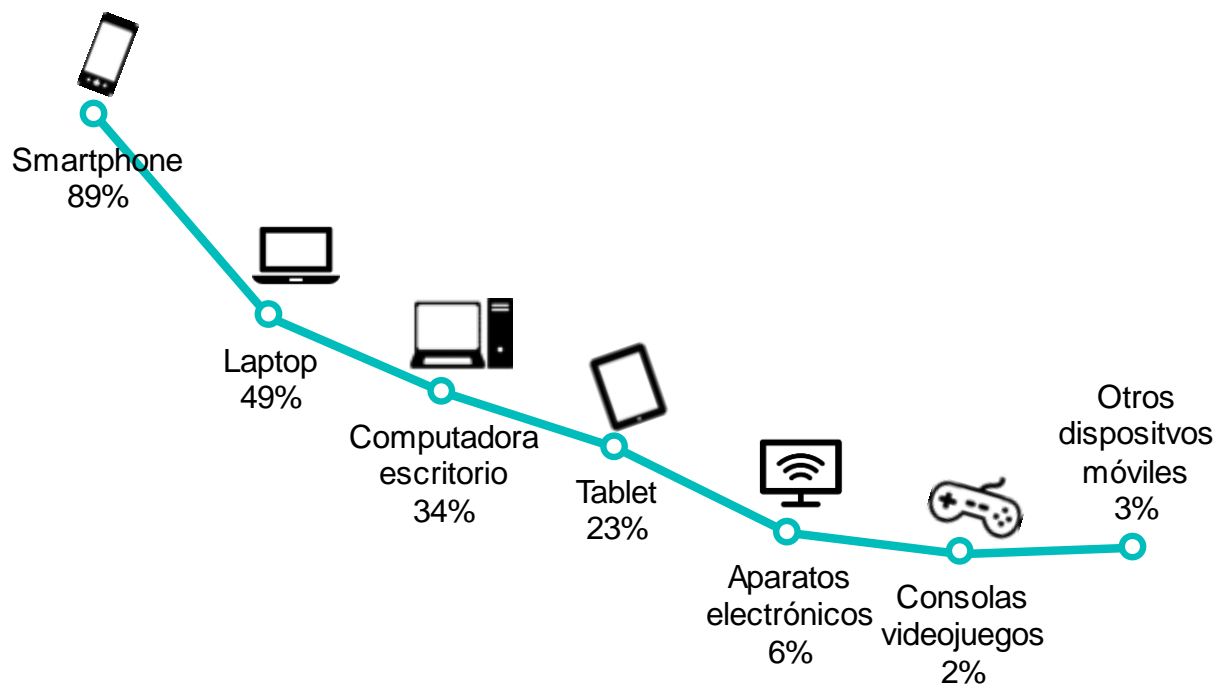
- El internauta mexicano sigue conectándose en el **hogar** y en **cualquier lugar** mediante algún dispositivo móvil.
- Más internautas se conectan en **lugares públicos**, tendencia en el país con más puntos de acceso públicos.

Dispositivos de conexión

PROPIEDAD



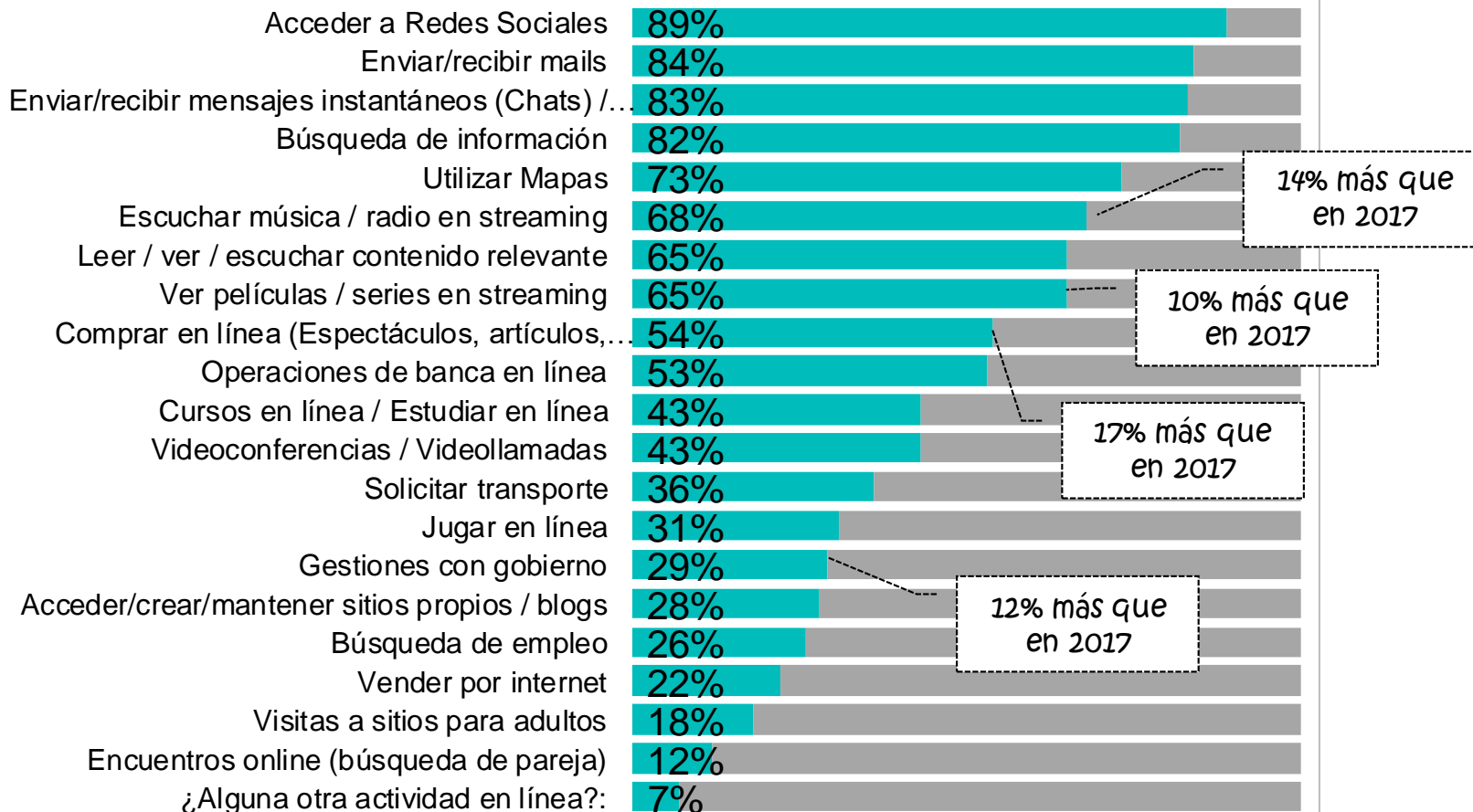
PREFERENCIA DE USO



- Decece significativamente el uso de **PC de escritorio**, 17% menos que en 2017.

Actividades online

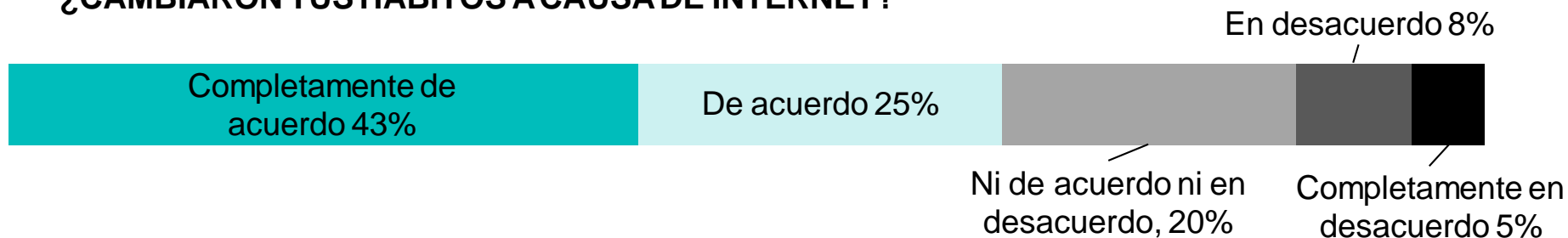
USO DE INTERNET



- **Redes sociales** permanecen como la principal actividad en línea, ganan terreno actividades como **compras en línea**, **escuchar música** y **gestiones con gobierno**.

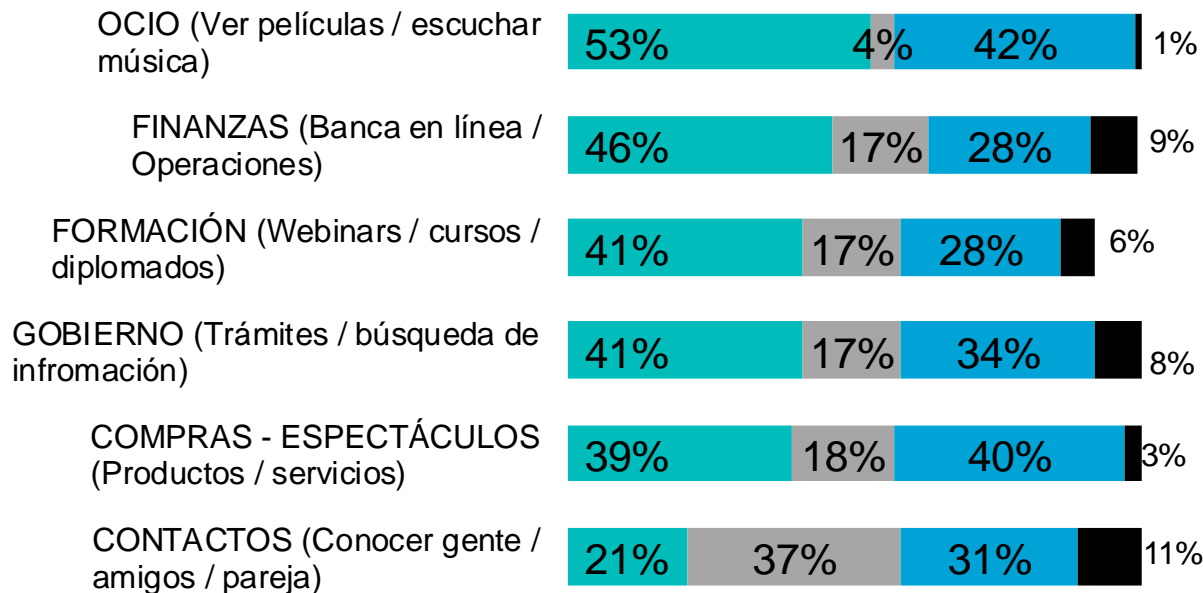
Actividades en línea vs presenciales

¿CAMBIARON TUS HÁBITOS A CAUSA DE INTERNET?



EN LÍNEA VS PRESENCIAL

■ En línea ■ Tradicional ■ Ambas ■ No realizo



16% más que en 2017

8% más que en 2017

○ Internet cada año, con **mayor presencia** en la vida del usuario, prácticamente todas las actividades evaluadas, mostraron crecimientos relevantes.



Actividades en línea

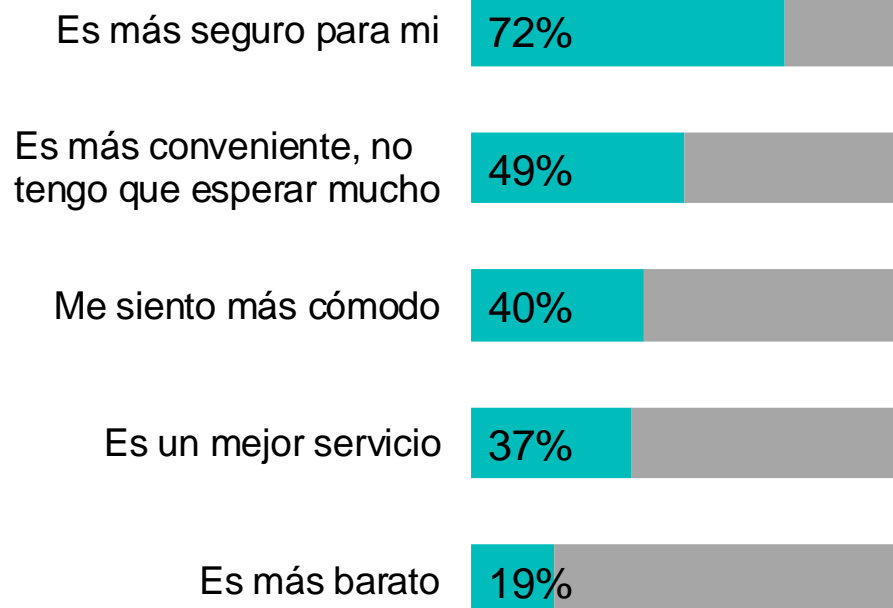
Solicitar Transporte



36%

Base: 1,873 entrevistas

RAZONES DE ELECCIÓN SERVICIO

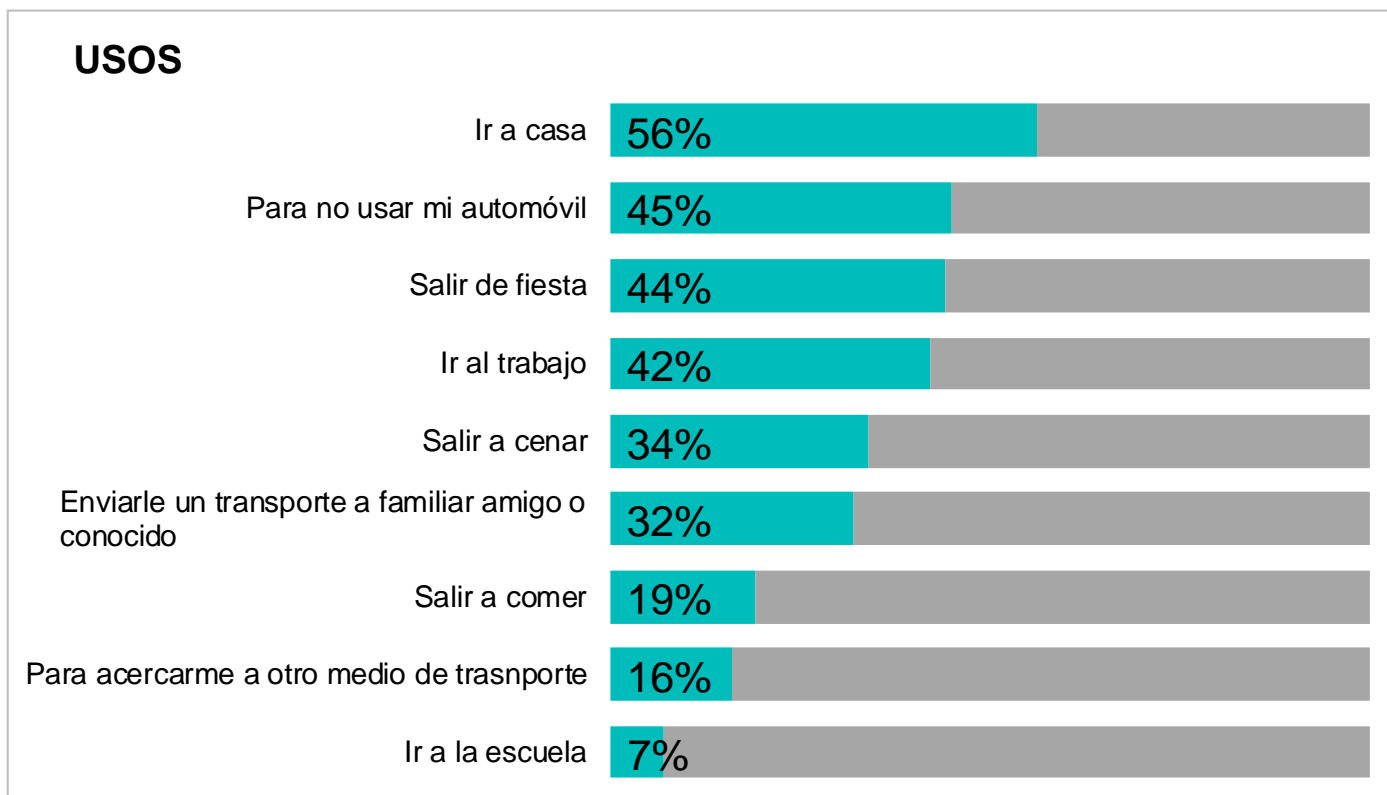


- Casi 4 de cada 10 internautas solicitan transporte en línea.
- El principal motivo **seguridad (72%)**
- Corroboramos la tendencia de los usuarios a incluir la herramienta a su vida, destacable que el principal motivador para solicitar este tipo de servicios es **comodidad** y **conveniencia**.



Actividades en línea

- Ir a casa el principal motivo de solicitar transporte en línea.
- Casi la mitad de los usuarios que utilizan estos servicios, los solicitan por no usar sus automóviles, debido a inseguridad y comodidad.



Publicidad online

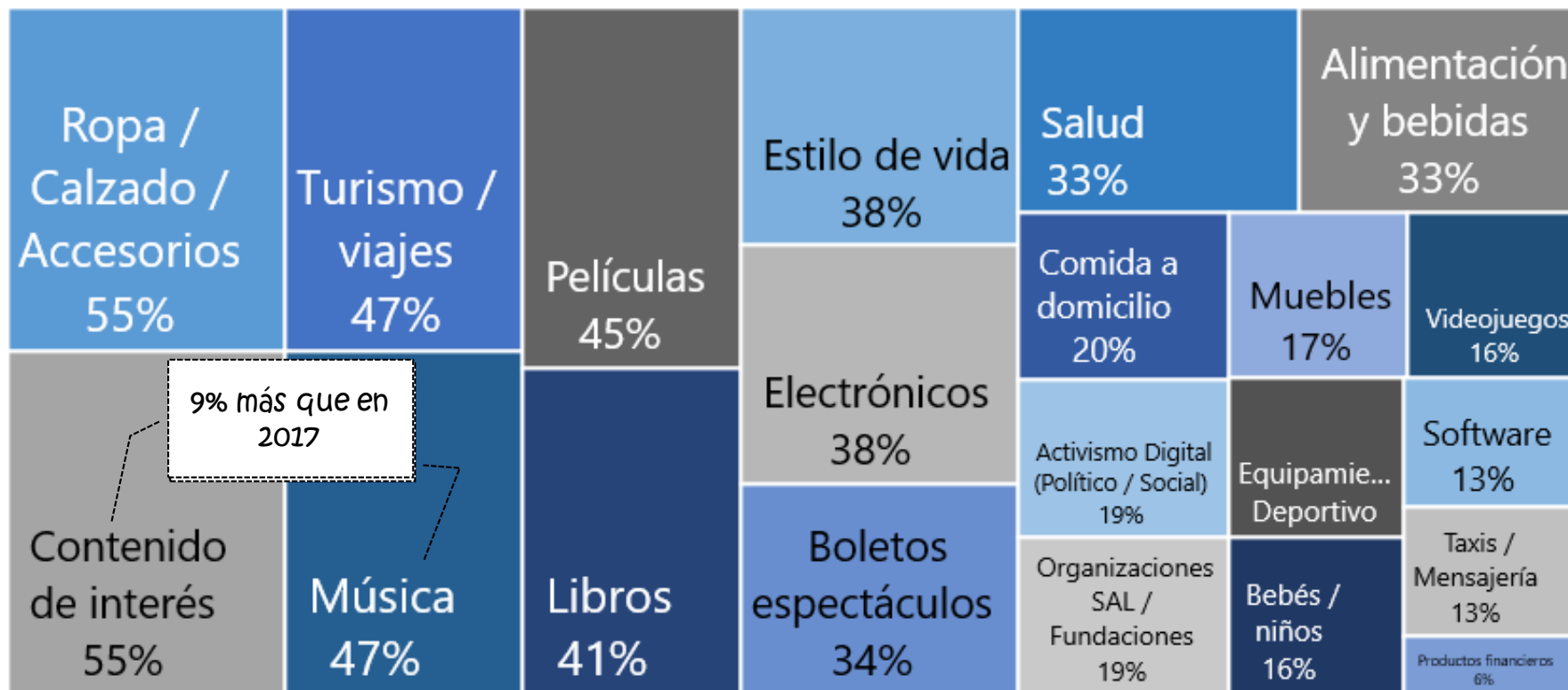
3% más que en 2017

- Un **tercio** de los internautas continúan **interactuando** con la publicidad que ven.
- El consumo de **contenido** y **música**, gana mayor relevancia para los usuarios.



Base: 1,873 entrevistas

PRODUCTOS / SERVICIOS DE INTERÉS



9% más que en 2017

Base: 618 entrevistados que interactúan con publicidad en línea

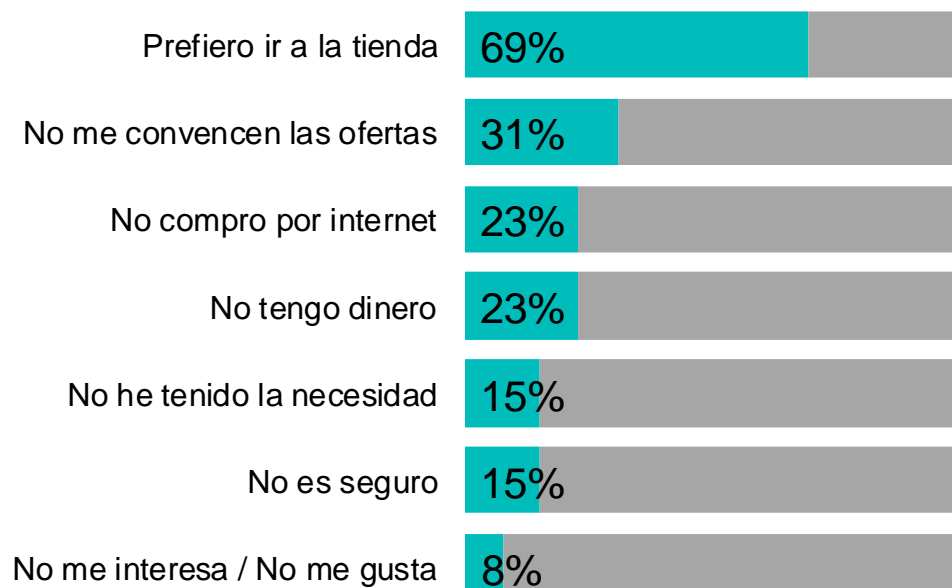
Compras en línea

COMPRAS PROCEDENTES DE LA PUBLICIDAD

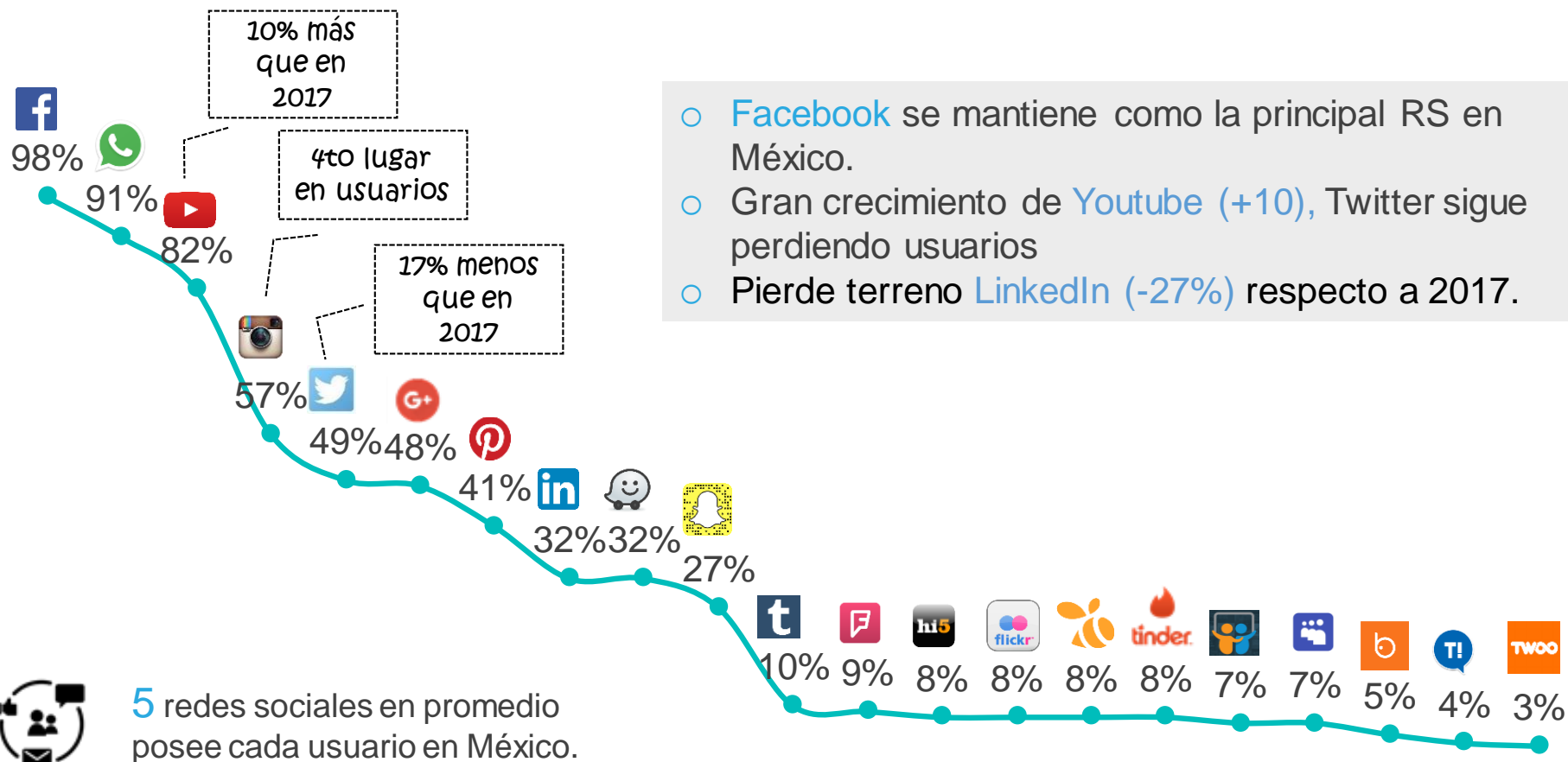


- El 21% de los internautas realizaron alguna compra, a partir de la publicidad en línea.
- Preferencia a las compras tradicionales y buenas ofertas hacia los usuarios, continúan generando barreras para el comercio electrónico en México.


RAZONES




Redes sociales utilizadas



- Facebook se mantiene como la principal RS en México.
- Gran crecimiento de Youtube (+10), Twitter sigue perdiendo usuarios
- Pierde terreno LinkedIn (-27%) respecto a 2017.

 5 redes sociales en promedio posee cada usuario en México.

 1% no se encuentran inscritos en ninguna.



Dispositivos y tiempo de conexión

30 minutos más que en 2017

8 HORAS 12 MINUTOS
(TIEMPO PROMEDIO DIARIO CONECTADO A INTERNET)

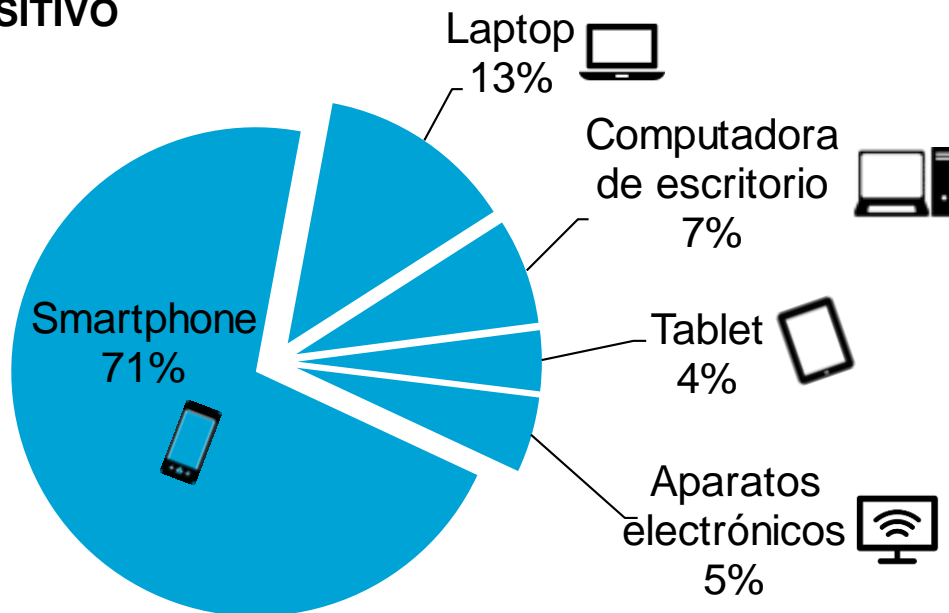


3 horas 28 minutos en RS



Tiempo restante de conexión en internet

DISPOSITIVO



- Los usuarios pasan el 40% de su tiempo conectados en internet en alguna red social.
- Smartphone es el principal dispositivo para acceder a alguna red social, 7 de cada 10 internautas utilizan estos dispositivos.

Conclusiones

2018

Conclusiones

- México alcanza un 67% de penetración entre la población de personas de 6 años en adelante, con 79.1 millones de usuarios conectados.
- Respecto al perfil de los internautas en México, el segmento de nivel socioeconómico Bajo mantiene crecimiento, 3% más que en 2017.
- La principal barrera de acceso a internet, continúa siendo la velocidad de navegación.
- La percepción de mal servicio, se encuentra presente en el segmento de más de 34 años, por otro lado el segmento de 17 años o menos manifiesta que su principal barrera es, que les permitan el uso de la herramienta.

Conclusiones

- Madurez de usuarios, el 66% de los internautas mexicanos, utilizan la herramienta al menos desde hace 8 años.
- En promedio, los internautas Mexicanos llevan 7,1 años navegando en la red
- Destacable que año con año, crezca el número de internautas de los segmentos de edad de 45 años en adelante.
- Los momentos de conexión empezando el día (6 a 9 hrs) y el final del día (21 a 24hrs), son los horarios de mayor tráfico en internet en México en este 2018.
- El 64% de los internautas en México, perciben que se encuentran conectados en internet las 24hrs.

Conclusiones

- El internauta mexicano pasa conectado a internet diariamente en promedio, 8 horas con 12 minutos, 11 minutos más que 2017.
- El internauta mexicano sigue conectándose en el hogar y en cualquier lugar mediante algún dispositivo móvil.
- Más internautas se conectan en lugares públicos, tendencia en el país con más puntos de acceso públicos.
- Decrece significativamente el uso de PC de escritorio, 17% menos que en 2017.
- Internet cada año, con mayor presencia en la vida del usuario, prácticamente todas las actividades evaluadas, mostraron crecimientos relevantes.

Conclusiones

- Redes sociales permanecen como la principal actividad en línea, ganan terreno actividades como compras en línea, escuchar música y gestiones con gobierno.
- Casi 4 de cada 10 internautas solicitan transporte en línea.
- El principal motivo seguridad (72%)
- Corroboramos la tendencia de los usuarios a incluir la herramienta a su vida, destacable que el principal motivador para solicitar este tipo de servicios es comodidad y conveniencia.
- Ir a casa el principal motivo de solicitar transporte en línea.

Conclusiones

- Casi la mitad de los usuarios que utilizan estos servicios, los solicitan por no usar sus automóviles, debido a inseguridad y comodidad.
- Un tercio de los internautas continúan interactuando con la publicidad que ven.
- El consumo de contenido y música, gana mayor relevancia para los usuarios.
- Preferencia a las compras tradicionales y buenas ofertas hacia los usuarios, continúan generando barreras para el comercio electrónico en México.
- Facebook se mantiene como la principal RS en México.

Conclusiones

- Gran crecimiento de Youtube (+10), Twitter sigue perdiendo usuarios
- Pierde terreno LinkedIn (-27%) respecto a 2017.
- Redes Sociales preferidas en México; Facebook y Whatsapp.
- Crece la preferencia y uso de Instagram, respecto al 2017.
- Los usuarios pasan el 40% de su tiempo conectados en internet en alguna red social.
- Smartphone es el principal dispositivo para acceder a alguna red social, 7 de cada 10 internautas utilizan estos dispositivos.



Asociación de
Internet.mx