



## Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2005

**17.1**



**El objetivo es medir el alcance e impacto de Internet en los procesos económicos y sociales de nuestro país**



## mediante el análisis de información generada por diversas fuentes

- Consejo Nacional de Población
- Coordinación General del Sistema Nacional e-México
- Instituto Nacional de Geografía e Informática
- Ipsos Bimsa
- Kantar Media Research Group
- Primer Estudio de Comercio Electrónico AMIPCI 2005/ Price WaterhouseCoopers
- Secretaría de la Función Pública
- Select
- Sondeo en línea AMIPCI 2005/ Consupermiso



## Universo poblacional de referencia

**93.9 millones de habitantes de  
6 años en adelante a nivel  
nacional**



# La base total de computadoras es de 10.8 millones en el país

## Base instalada de dispositivos de acceso a Internet, 2005

---

<b>Computadoras personales (PC's)</b>	<b>10.8 millones</b>
<b>Teléfonos móviles</b>	<b>46.1 millones</b>
<b>PDA's</b>	<b>1.7 millones</b>

La base instalada de computadoras en México viene creciendo a una tasa neta de 9.9%

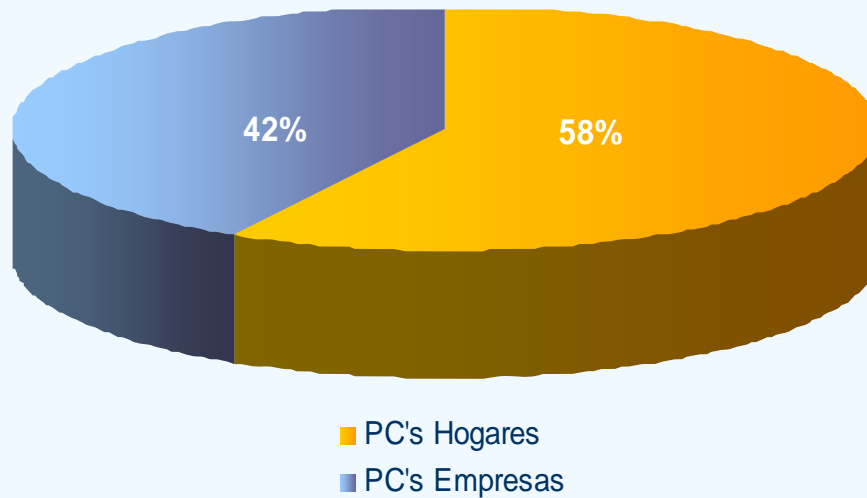
Fuente: Select. Estudio trimestral de computadoras personales en México e Internet, Julio 2005. \*Cifras estimadas al cierre del 2005.

\*\*La cifra de teléfonos móviles ajustados refleja el total de teléfonos en uso.



## El principal uso de las computadoras en México es el hogar

### Base de computadoras personales por lugar de instalación en México, 2005





# El 58% de las PC's instaladas en México están conectadas a Internet

## Base instalada de PC's con Conexión a Internet

	<b>Base Instalada de PC's</b>	<b>PC's con Conexión a Internet</b>	<b>Porcentaje</b>
PC's empresas	4.5 millones	2.7 millones	61%
PC's hogar	6.3 millones	3.5 millones	55%
<b>PC's totales</b>	<b>10.8 millones</b>	<b>6.3 millones</b>	<b>58%</b>





La Banda Ancha representa ya el 48% del total de las cuentas de Internet

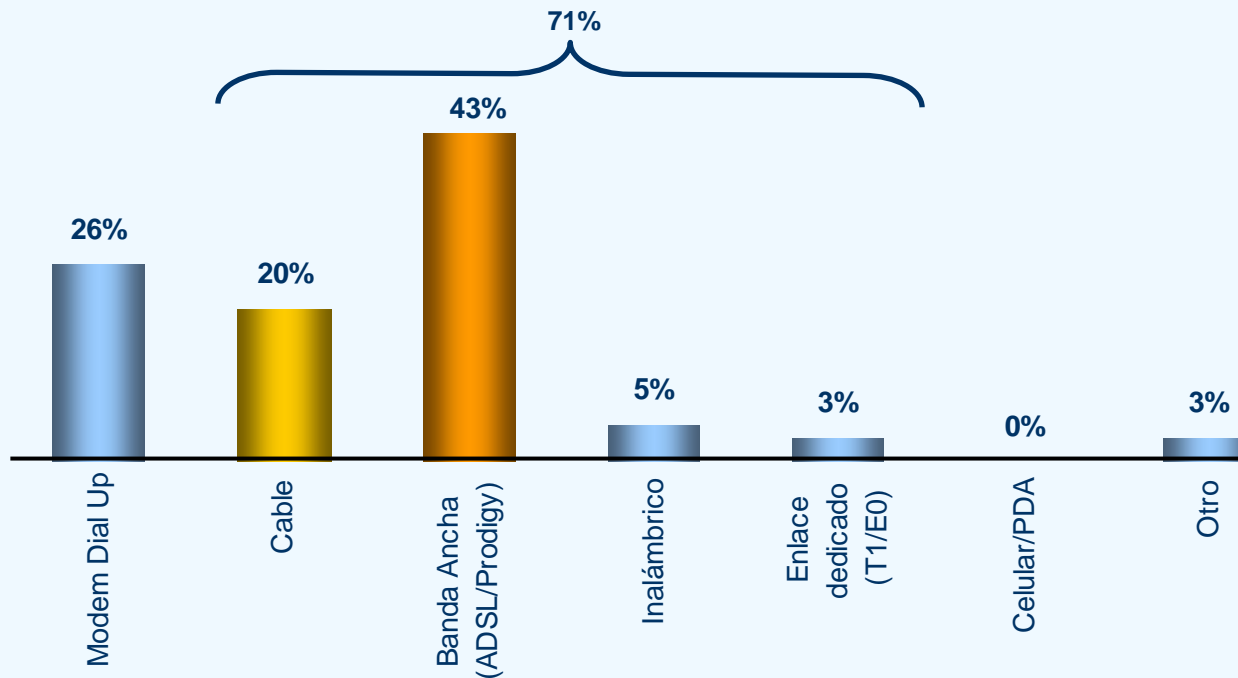
### Cuentas de Acceso

<b>Cuentas Totales</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
Dial Up	2.2 millones	1.8 millones
Enlace dedicado	12 mil	<b>12 mil</b>
Banda Ancha	881 mil	<b>1.7 millones</b>
<b>Cuentas Totales</b>	<b>3.1 millones</b>	<b>3.6 millones</b>



# El 71% de los internautas acceden a Internet vía alguna forma de conexión de alta velocidad

## Tipo de Conexión a Internet





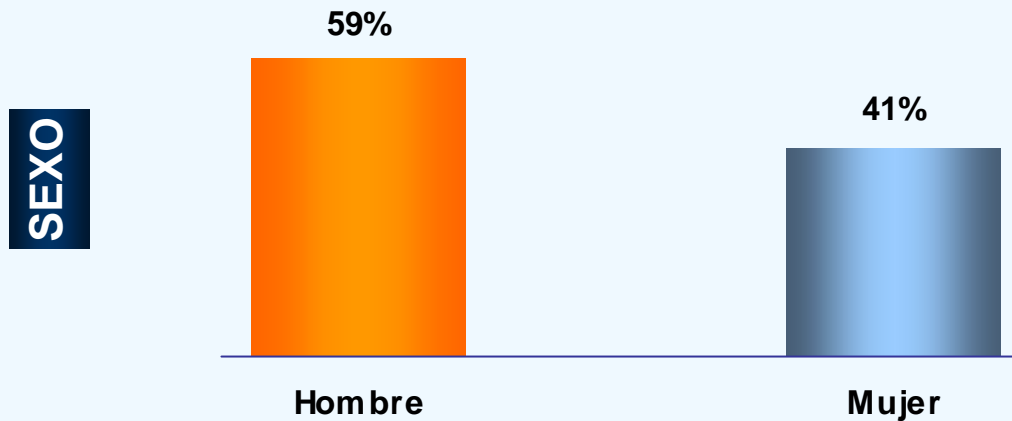
La tasa de penetración nacional de Internet es de 18.2%

**17.1 millones de internautas  
mayores a 6 años a nivel nacional**



# El 59% de los internautas son hombres

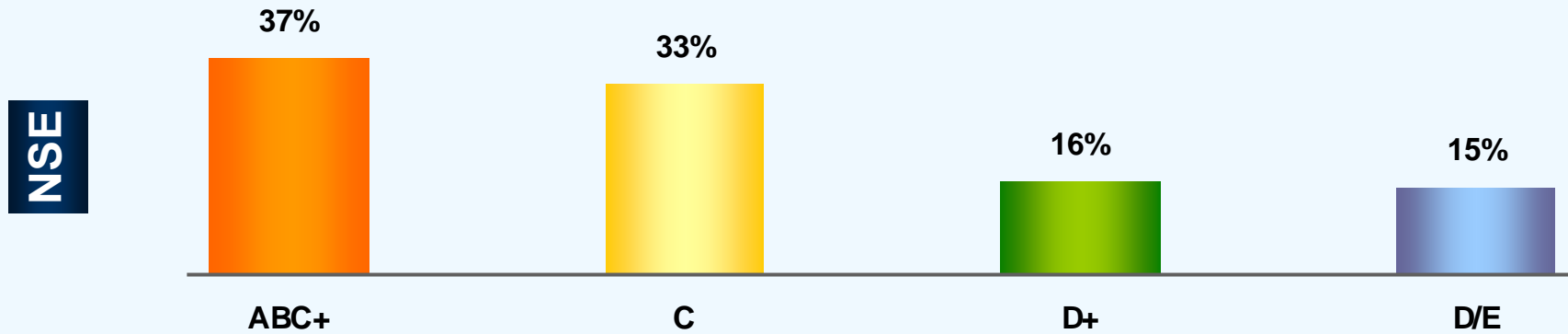
## Perfil por Sexo





# El nivel socio-económico del internauta mexicano es principalmente ABC+ y C

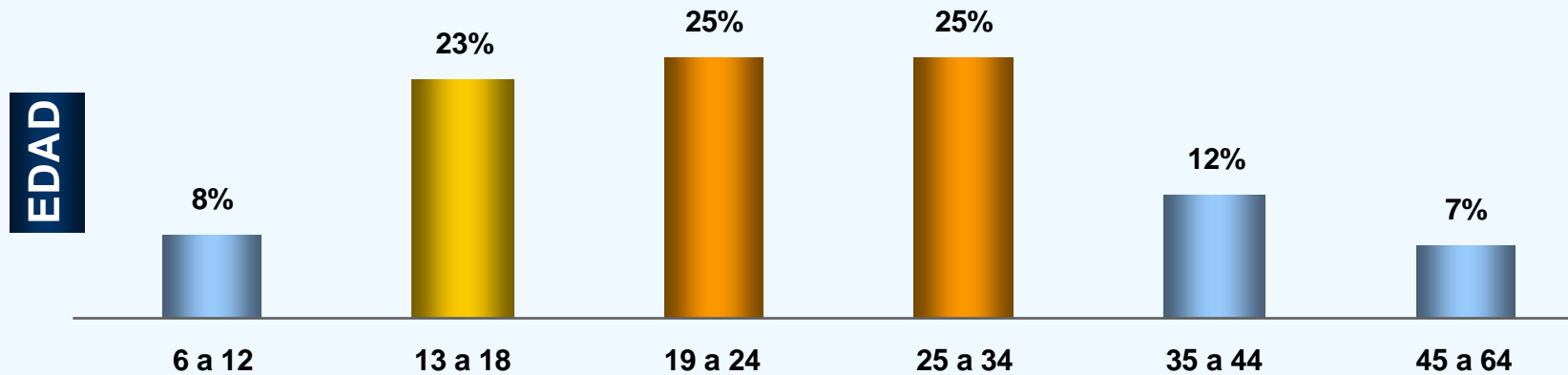
## Perfil por Nivel Socioeconómico





# El internauta mexicano se concentra entre los 13 y 35 años

## Perfil por Edad





# El 38% de los internautas estudian o estudiaron una licenciatura

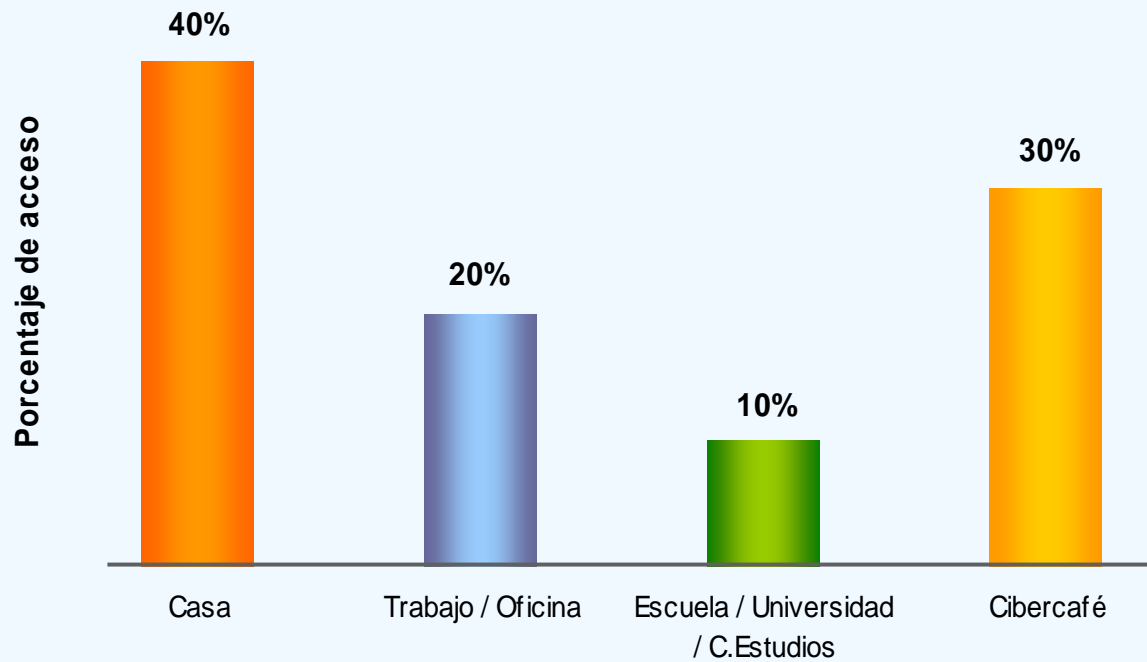
## Nivel de Estudios

Grado máximo de estudios	Total Población México	Usuarios Internet
Licenciatura completa	9%	<b>20%</b>
Licenciatura incompleta	7%	18%
Preparatoria completa	9%	13%
Preparatoria incompleta	11%	17%
Carrera comercial	3%	2%
Carrera técnica	35%	5%
Secundaria completa	19%	7%
Secundaria incompleta	8%	5%
Primaria completa	14%	2%
Primaria incompleta	7%	1%
NS/NC	4%	5%



# El principal lugar de acceso es la casa

## Lugar más Frecuente de Acceso







El tiempo promedio por conexión se ha incrementado a casi dos horas.

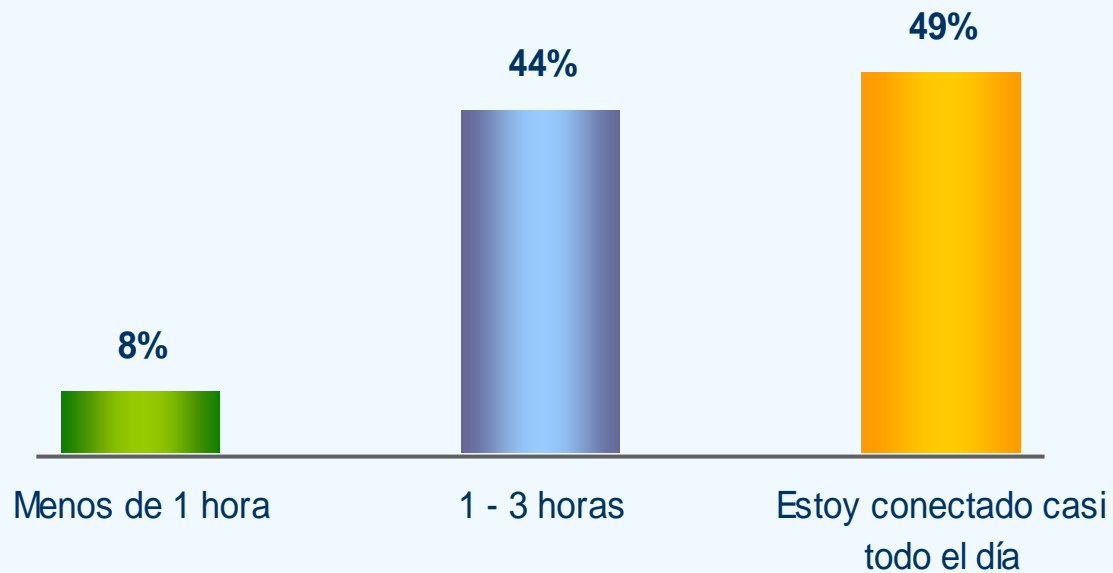
### Tiempo de Conexión por Lugar de Acceso





El 49% dice estar conectado casi todo el día gracias a la capacidad *a/ways on* del Broadband

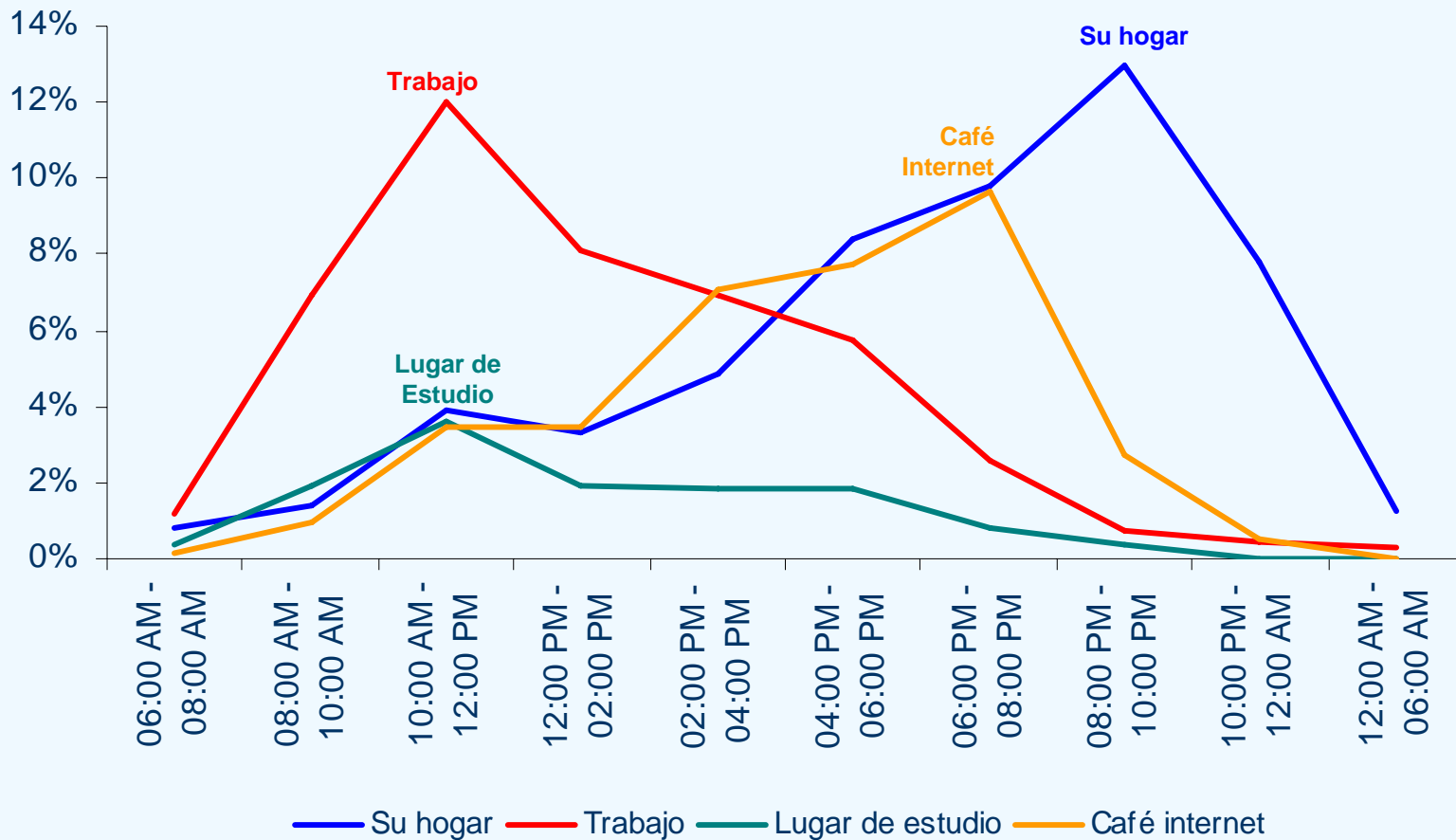
### Tiempo Promedio en Línea





# Los horarios de acceso varían en función de el lugar de acceso

## Acceso de Lunes a Viernes





El 73% de los usuarios en México cuentan con conexión a Internet desde su casa desde hace más de un año

### Tiempo con Acceso a Internet desde el Hogar



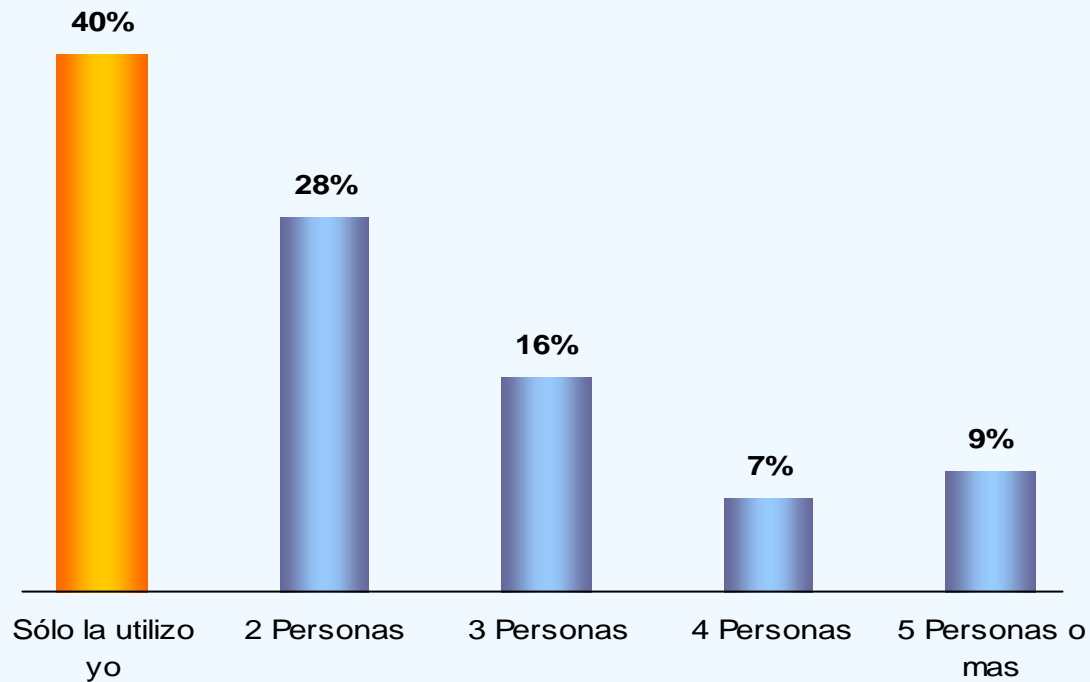
■ Menos de 3 meses ■ De 4 a 6 meses ■ De 7 meses a 1 año ■ Más de 1 año ■ No sabe / no contestó



El 60% de los usuarios comparten su PC

### Usuarios por Computadora

---






## Internet es un medio de entretenimiento

<b>Actividad</b>	<b>Últimos 30 días</b>	<b>Más frecuente</b>
Postales	45%	21%
Escuchar música	44%	24%
Bajar Música	43%	24%
Jugar juegos <i>Online</i>	43%	17%
Ver chistes o páginas de humor	40%	15%
Deportes	35%	15%
Salud	31%	13%
Leer noticias locales	28%	11%
Guías de películas	28%	10%



# Internet es un medio de entretenimiento

Actividad	Últimos 30 días	Más frecuente
Postales	45%	21%
Escuchar música	44%	24%
Bajar Música	43%	24%
Jugar juegos <i>Online</i>	43%	17%
Ver chistes o páginas de humor	40%	15%
Deportes	35%	15%
Salud	31%	13%
Leer noticias locales	28%	11%
Guías de películas	28%	10%



El internauta tiene una mayor afinidad a actividades deportivas y bancarias que la población en general.

### Actividades deportivas del internauta mexicano

<b>Actividad</b>	<b>Población</b>	<b>Internautas</b>
Jugar al fútbol	24%	32%
Va a un gimnasio	7%	16%
Corre	10%	14%
Natación	4%	8%
Ciclismo	5%	8%
Deportes en equipo	3%	6%

### Actividades bancarias y de seguros

<b>Actividad</b>	<b>Población</b>	<b>Internautas</b>
Tarjeta de crédito	48%	58%
Cheques	14%	22%
Seguro de auto	34%	42%
Seguro médico	10%	15%





# Internet incrementa el alcance de TV, Radio, Diarios y Revistas

## Alcance de Medios en Población Urbana

## Extensión de Alcance

### TV



74%

### TV + Internet



80%

+ 6 puntos

### Radio



51%

### Radio + Internet



59%

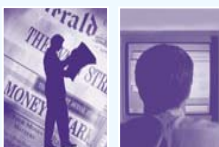
+ 8 puntos

### Diarios



17%

### Diarios + Internet



30%

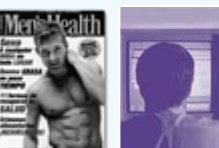
+ 13 puntos

### Revistas



32%

### Revistas + Internet



39%

+ 7 puntos



# Internet aumenta el alcance al target ABC+ entre 16 a 28 puntos porcentuales a los medios tradicionales.

## Alcance de Medios en Población Urbana NSE ABC+

## Extensión de Alcance

### TV Abierta



67%

### TV + Internet



83%

**+16 puntos**

### Radio



55%

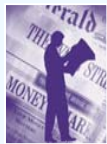
### Radio + Internet



72%

**+17 puntos**

### Diarios



26%

### Diarios + Internet



54%

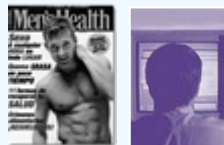
**+28 puntos**

### Revistas



50%

### Revistas + Internet



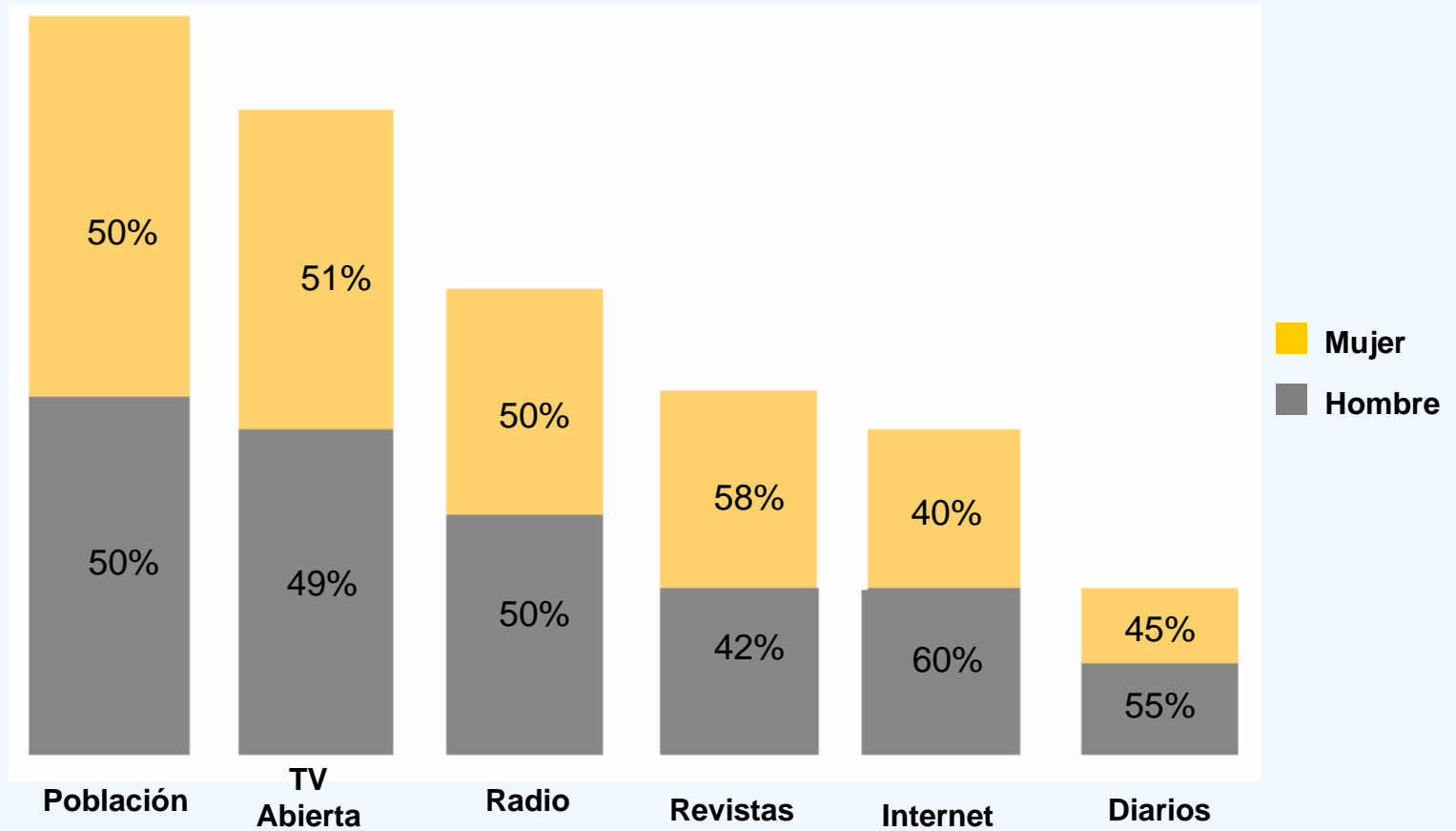
66%

**+16 puntos**



# Internet presenta el mayor índice de afinidad a hombres.

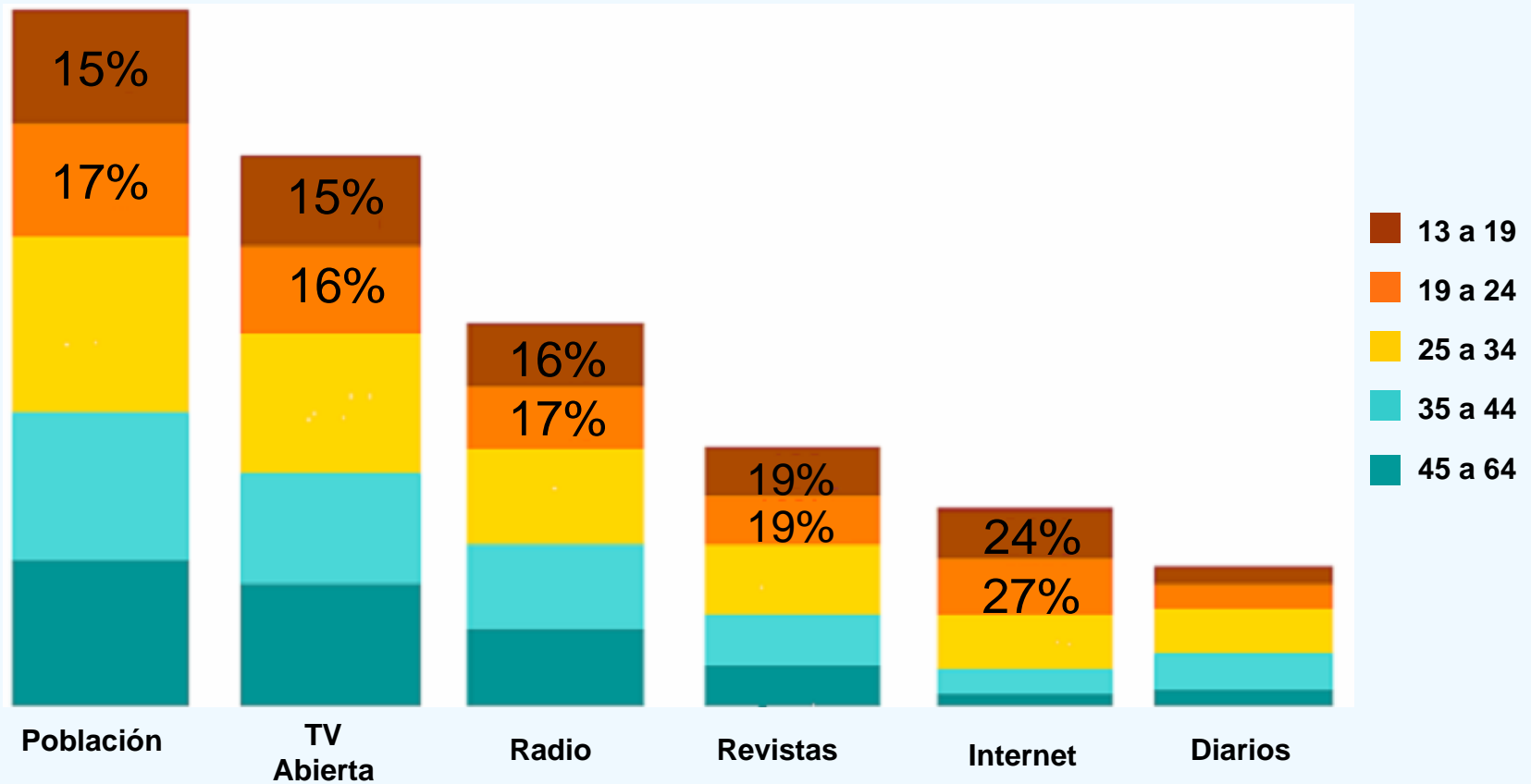
## Exposición a Medios por Sexo





Internet tiene el más alto índice de afinidad en los segmentos de 13 a 19 y de 25 a 34 años.

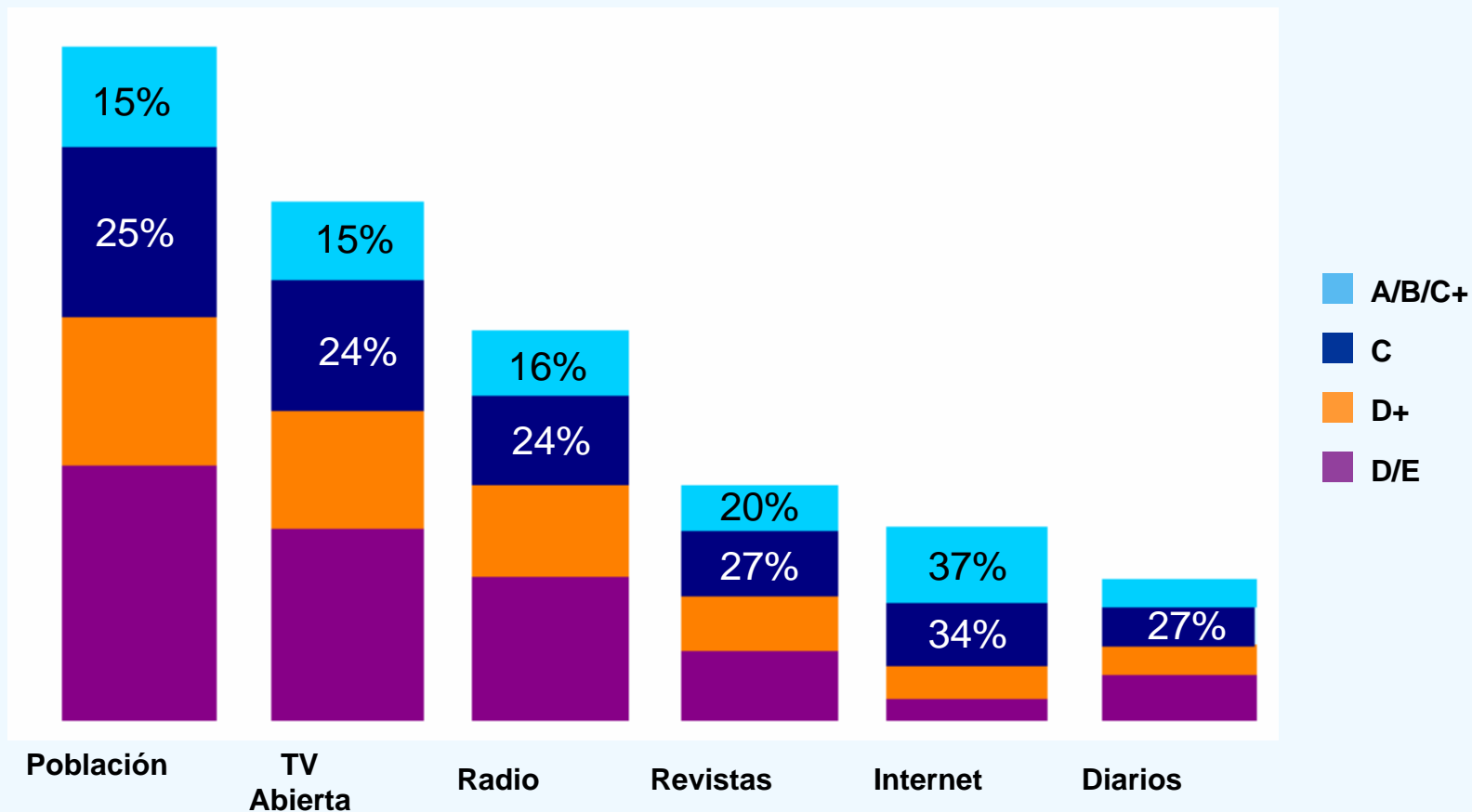
### Exposición a Medios por Edad





Internet es el medio con mayor índice de afinidad a los niveles A/B/C+ y C.

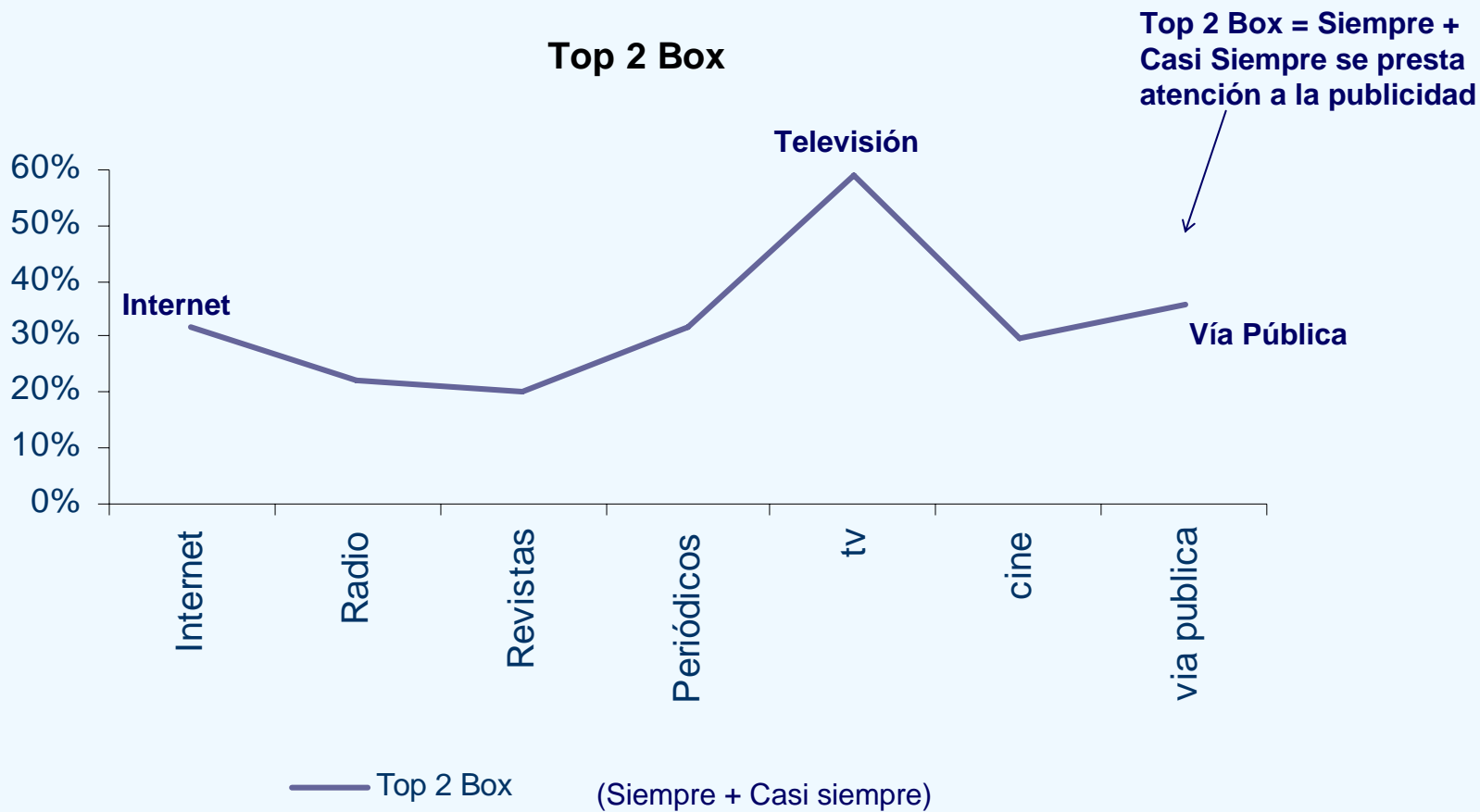
### Exposición a Medios por NSE





Internet es uno de los medios a los que se les presta más atención a la publicidad.

### Nivel de atención a publicidad en medios

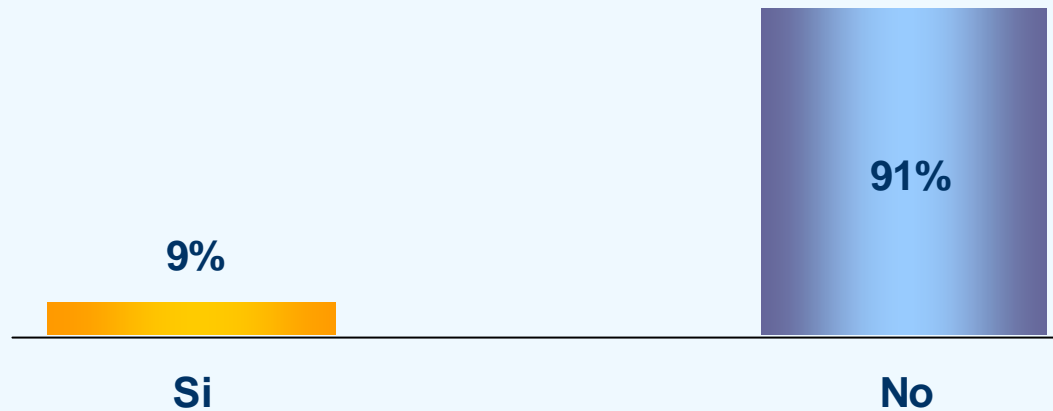




**El 9% de los internautas han comprado algo por Internet en los últimos 30 días.**

**Internautas que han hecho una compra por Internet en los últimos 30 días**

---



# Primer Estudio AMIPCI de Comercio Electrónico 2005

Las ventas totales del Comercio electrónico ha alcanzado la cifra de 210 millones de dólares en el 2004.

Es este estudio participaron 26 empresas que proporcionaron información que fue consolidada por PricewaterhouseCoopers .



Información consolidada por:

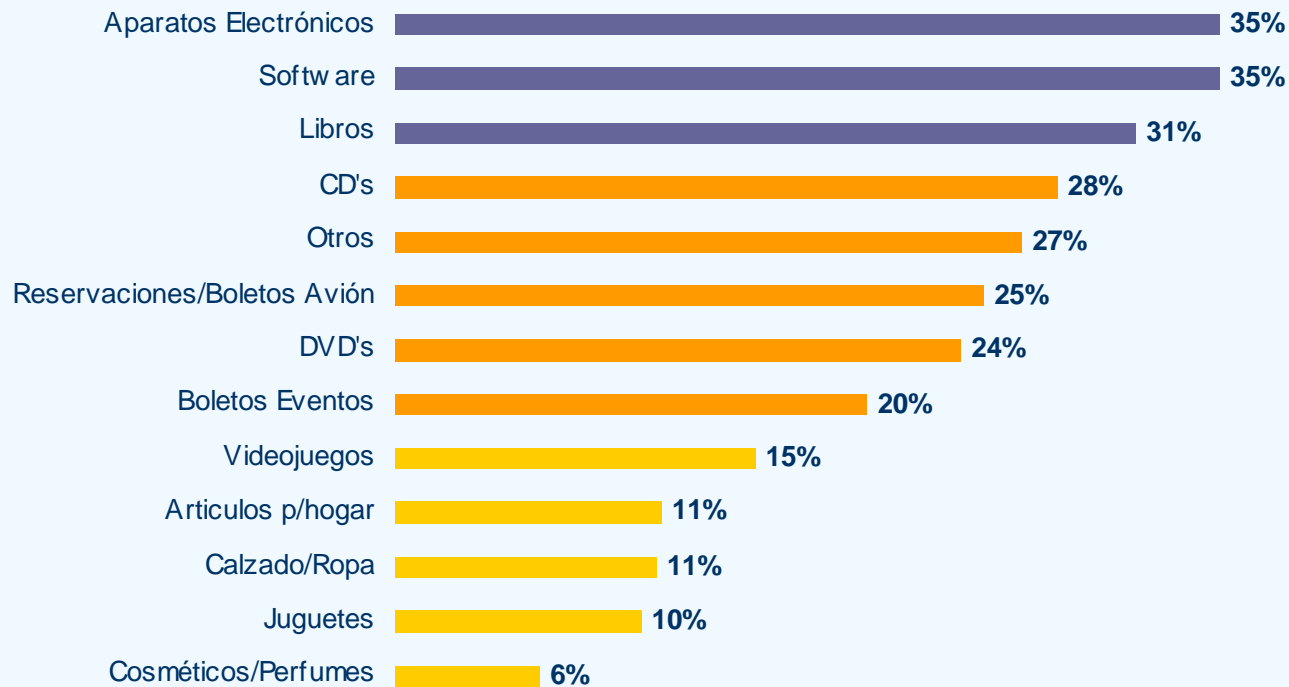






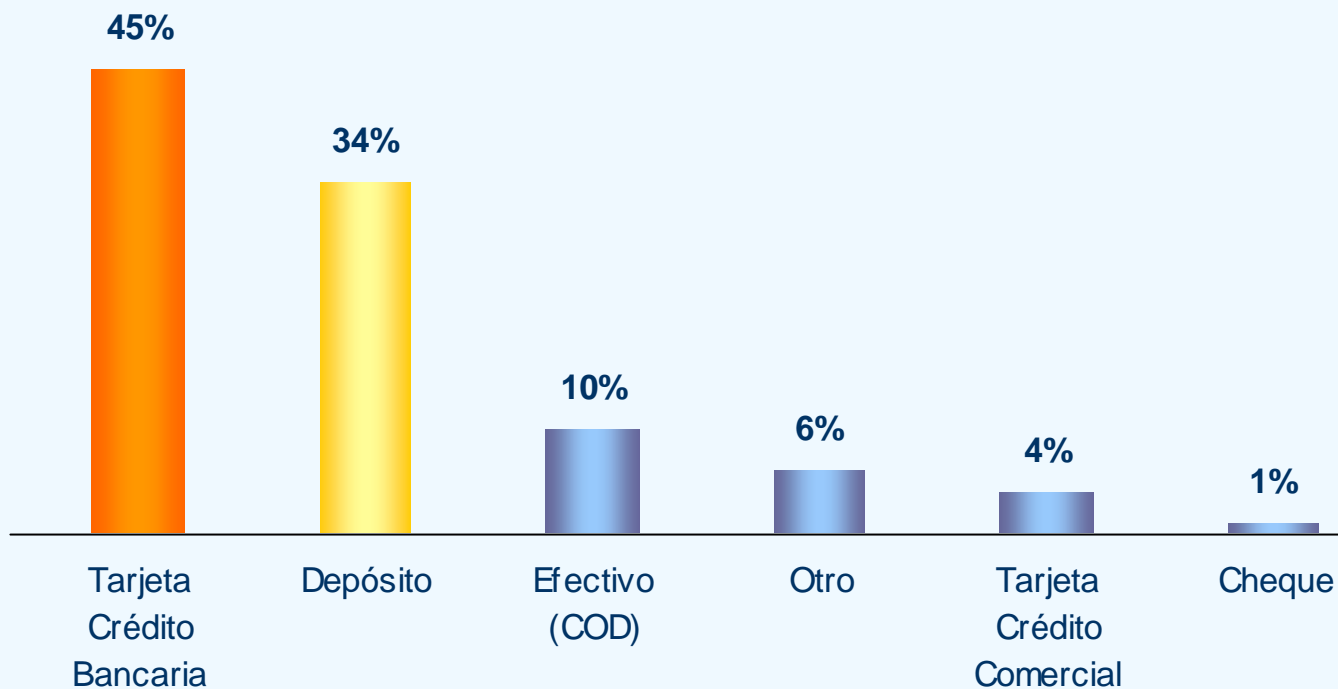
# Los artículos más comprados son electrónicos, software y libros.

## Artículos comprados por Internet en el último año



**El 45% de las compras por Internet son pagadas con tarjeta de crédito.**

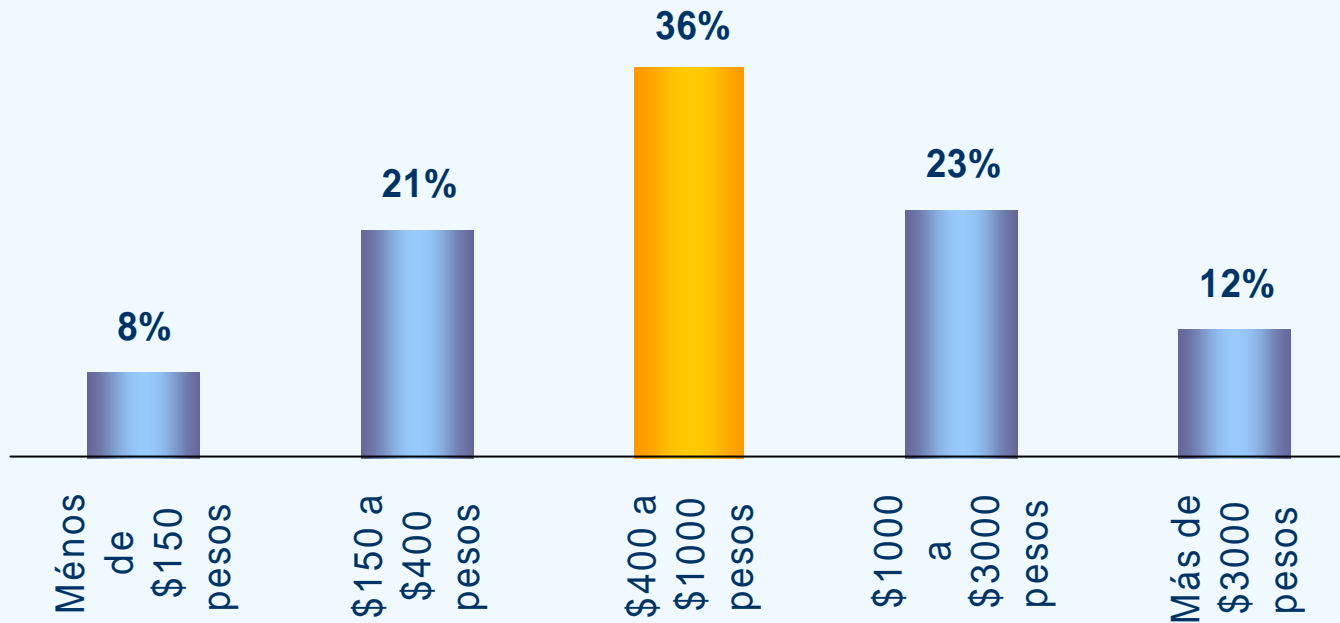
### Formas de Pago de Compras por Internet





El 36% de los usuarios dicen gastar entre \$400 y \$1000 pesos por cada compra que realizan en Internet.

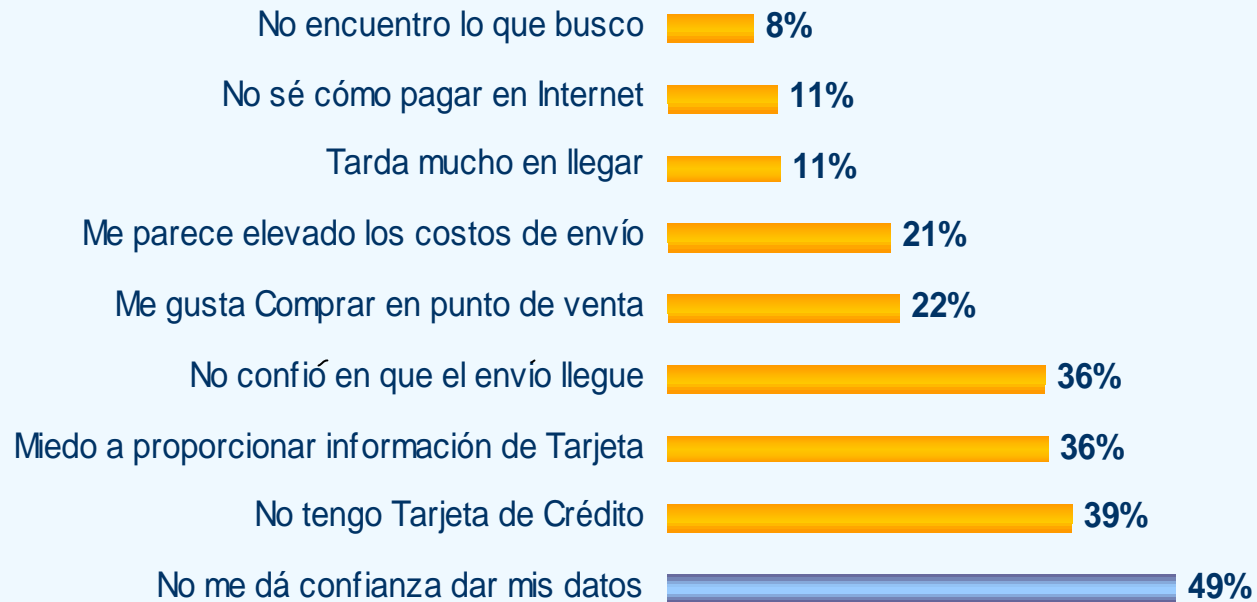
### Importe Promedio por Compra en Internet





El principal obstáculo para comprar en línea es la percepción de inseguridad.

### Motivos por los que los internautas no compran en Internet

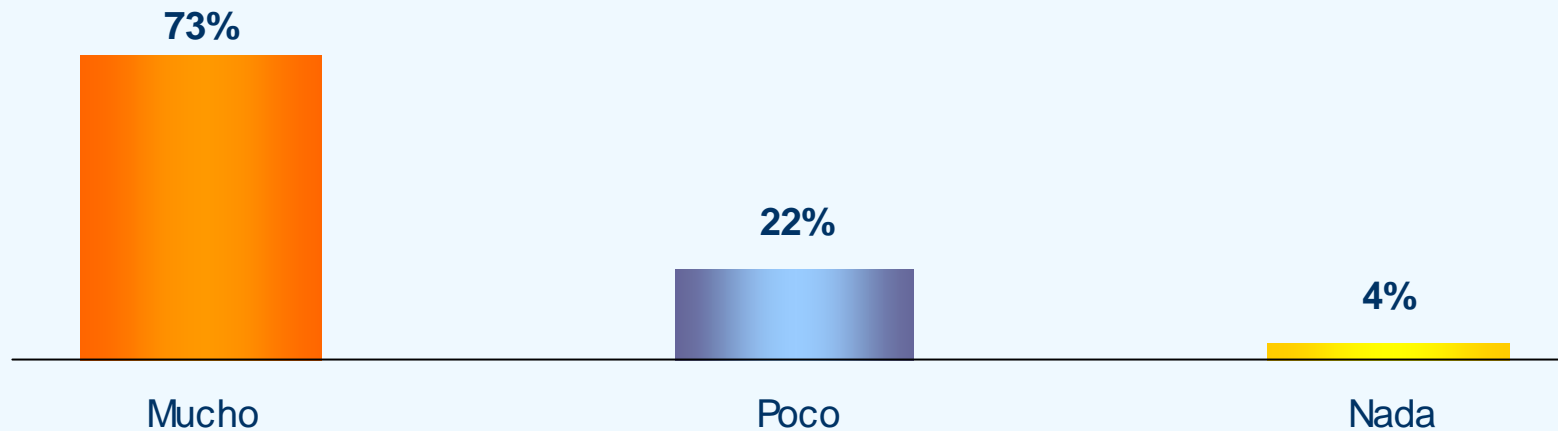




Para el 73% de los usuarios, Internet ya ejerce mucha influencia en la decisión de compra de un artículo en una tienda física.

### Influencia de Internet en la Decisión de Compra en Tiendas Físicas

---

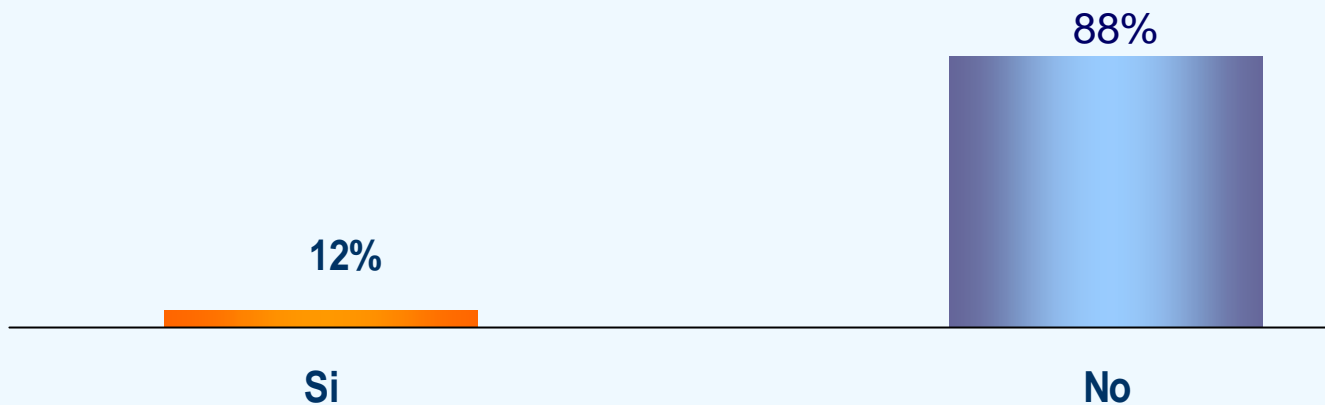




El 12 % de los internautas son usuarios frecuentes de servicios bancarios *online*.

### Usuarios de Banca por Internet últimos 30 días

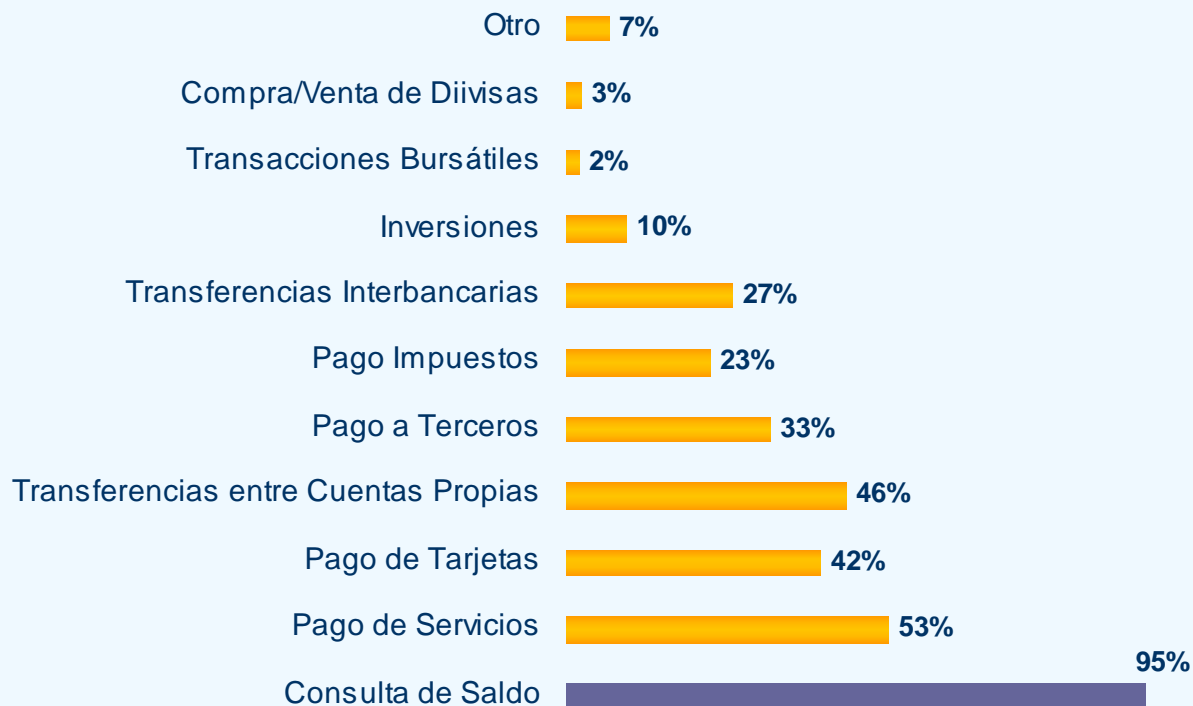
---





# Más de la mitad de los internautas ya realizan pagos a través de Internet.

## Servicios Bancarios On Line Utilizados con Mayor Frecuencia





Actualmente hay en operación 7,500 centros comunitarios digitales que impactan a 5.8 millones de usuarios al año.

Entidad	Total	Entidad	Total
Aguascalientes	74	Morelos	77
Baja California	74	Nayarit	101
Baja California Sur	40	Nuevo León	167
Campeche	132	Oaxaca	619
Chiapas	383	Puebla	501
Chihuahua	180	Querétaro	115
Coahuila	123	Quintana Roo	81
Colima	39	San Luis Poto	243
Distrito Federal	80	Sinaloa	219
Durango	143	Sonora	577
Guanajuato	186	Tabasco	518
Guerrero	270	Tamaulipas	163
Hidalgo	321	Tlaxcala	145
Jalisco	423	Veracruz	428
México	364	Yucatán	193
Michoacán	316	Zacatecas	205
		<b>Total Naciona</b>	<b>7,500</b>

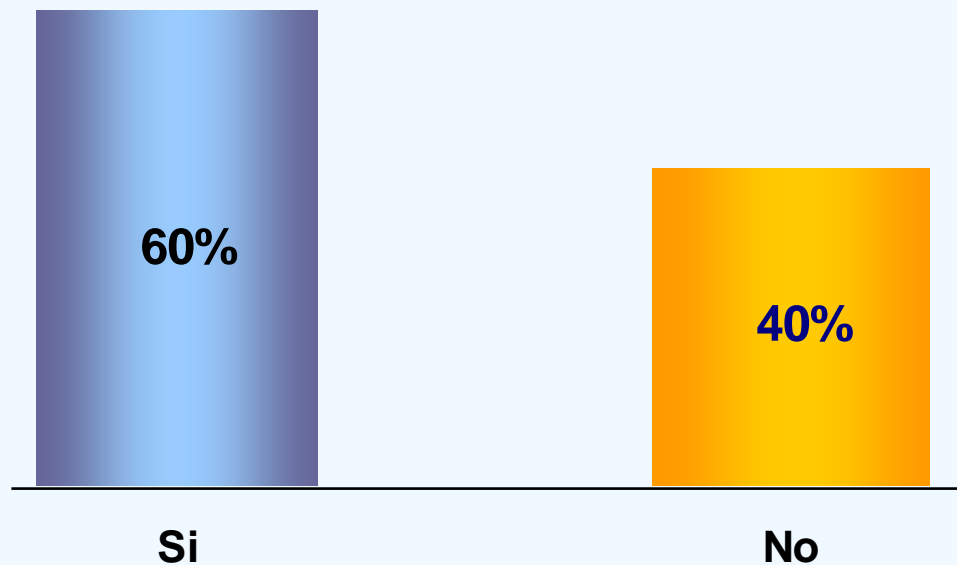




**El 60% de los internautas ya ha utilizado servicios de gobierno por Internet.**

**Usuarios que han utilizado servicios de gobierno por Internet**

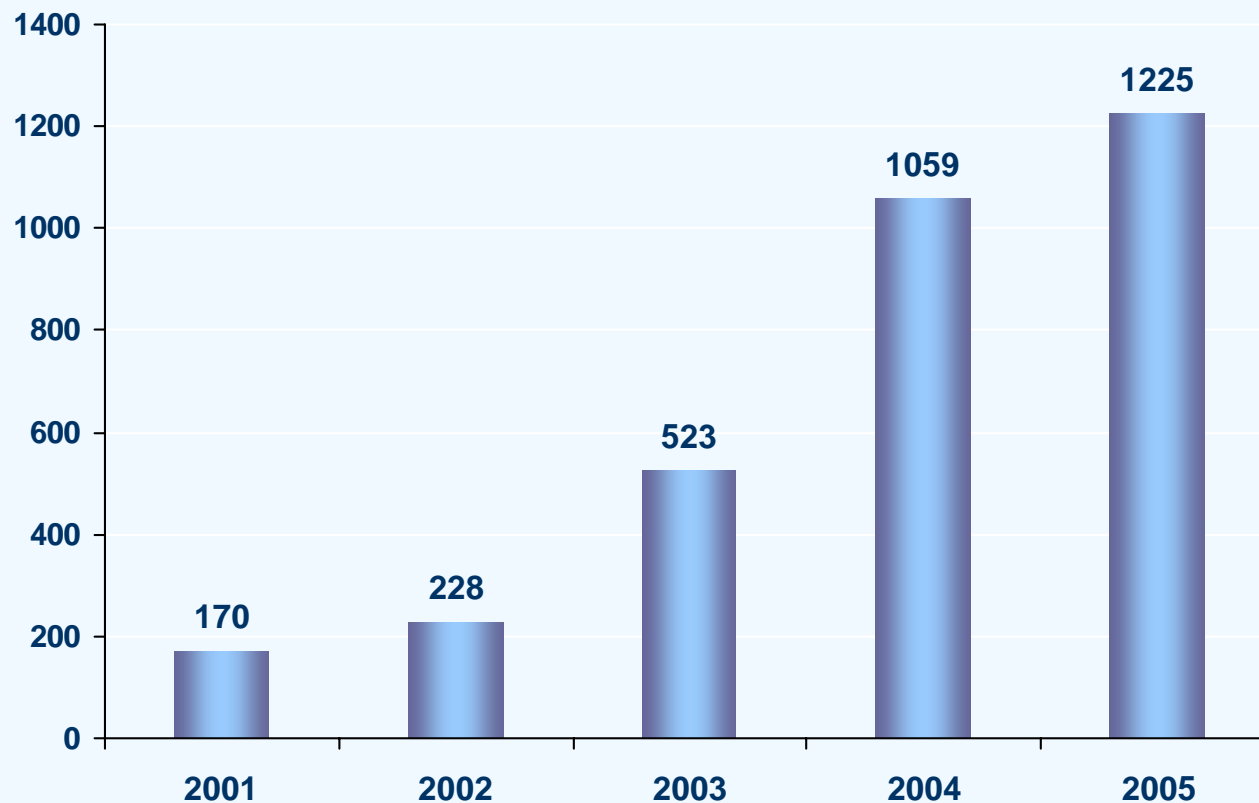
---





Hasta junio del 2005 la ciudadanía tuvo acceso a 1,225 trámites y servicios electrónicos gubernamentales.

**Trámites y servicios gubernamentales disponibles en línea.**



**17.1 millones  
de usuarios  
de Internet**

# **Alcance a NSE Bajos**

# **Incrementar el Alcance de Internet**

# **Vehículo Publicitario**

# **Comercio Electrónico**

# **Banca Electrónica**



**Gobierno**

**Brecha**

**Digital**