

Asociación de  
Internet MX<sup>®</sup>

# 17° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2021

Mayo 2021





## Técnica de entrevista

*70% Telefónica / 30% Internet*



## Tamaño de muestra

*Total: 2,375 (Entrevistas a nivel nacional)  
Internautas: 1905*



## Error muestral

*Tamaño muestral asociado a un margen de error de 2.25% y un nivel de confianza del 95%*



## Periodo de levantamiento

*12 de abril al 6 de mayo de 2021*

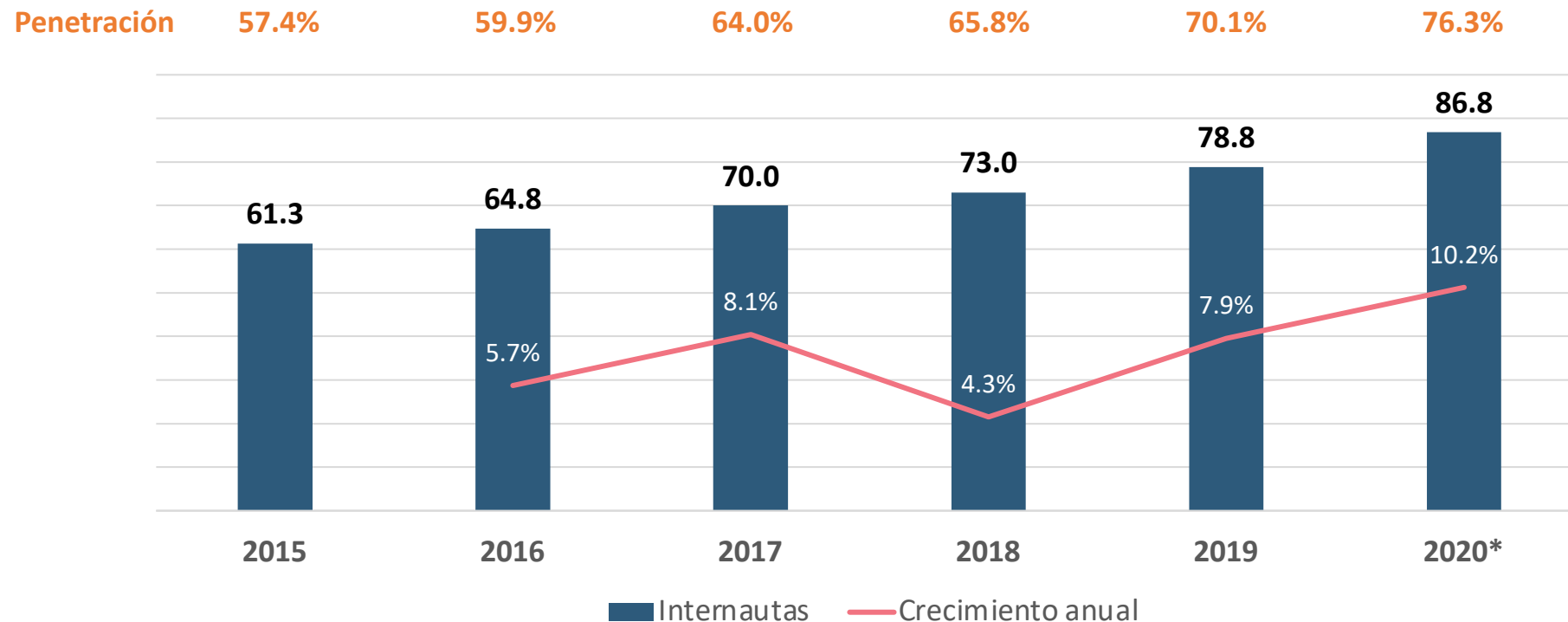


## Grupo objetivo

*Usuarios de Internet*



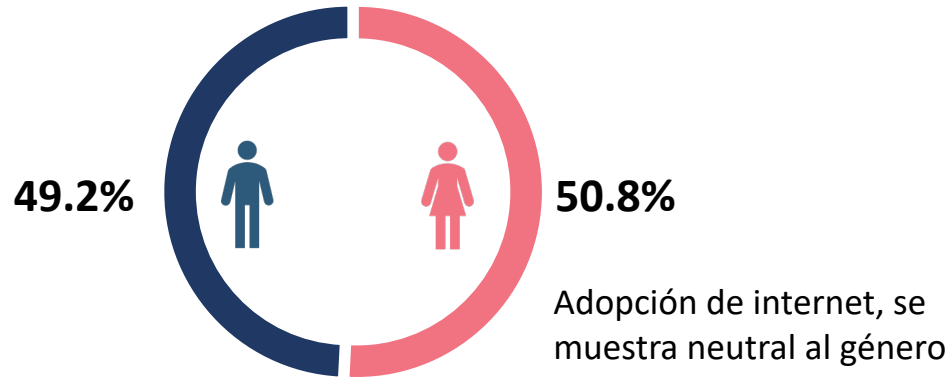
- \*Al 2020 existen **86.8 millones** de internautas en México, lo que representa **76.3%** de la población de 6 años o más
- Durante el 2020 y como consecuencia del confinamiento, los usuarios de internet tuvieron el mayor crecimiento observado en los últimos 5 años
  - **77%** de los no-usuarios planean adquirir una conexión en los próximos 6 meses



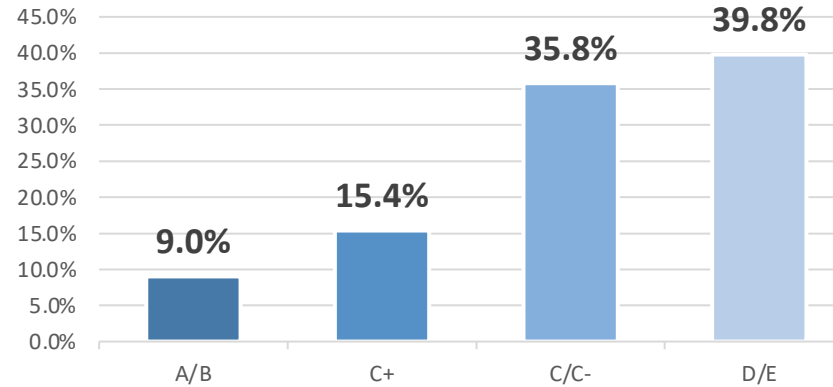
## ¿Por qué no usa internet?

- No lo sé usar: **41.6%**
- Es cara/no me alcanza: **25.6%**
- No me interesa: **16%**
- No tengo dispositivo: **11.2%**
- No lo necesita: **4.0%**
- Falta de cobertura: **0.8%**
- Prefiere ver TV: **0.8%**
- Es inseguro: **0.8%**

## GÉNERO

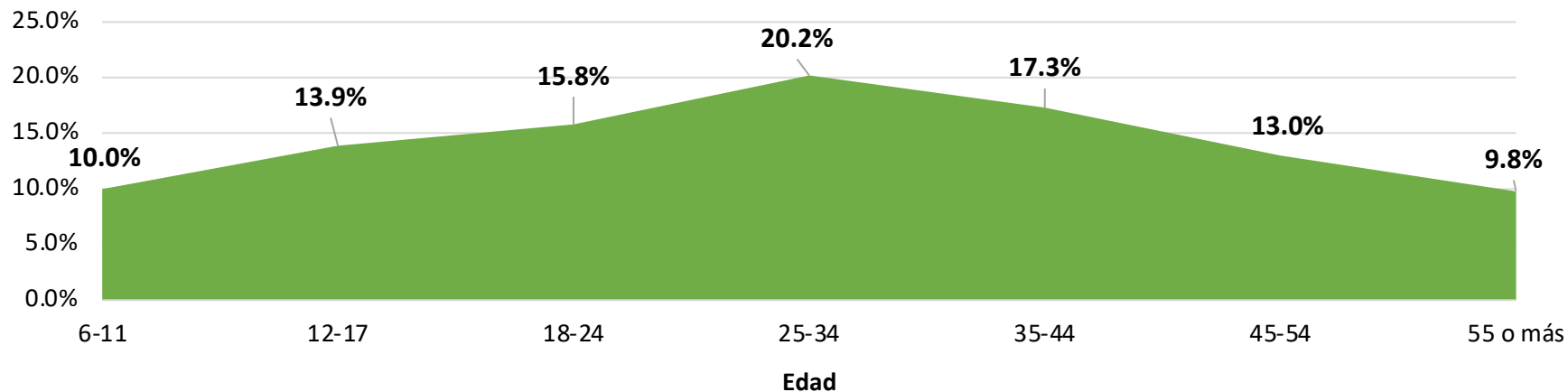


## NSE



Disminución de tarifas y dispositivos móviles, ha democratizado el acceso a internet

## EDAD

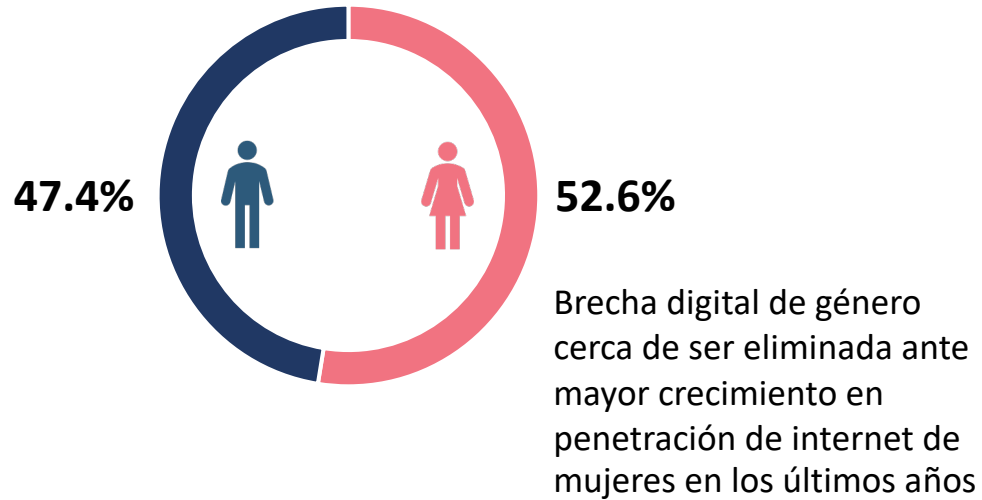


Usuarios de internet muestran una distribución similar a la observada en la población nacional

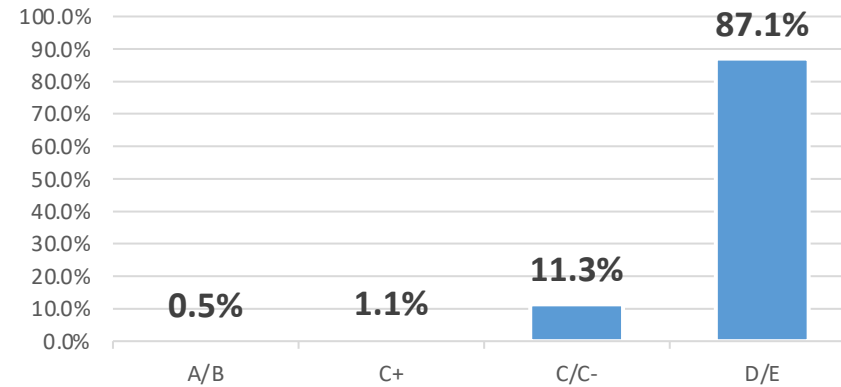
- Masificación de teléfonos inteligentes y baja en tarifas de banda ancha móvil ha contribuido al aumento en penetración en segmentos de edad de menos de 11 años y 55 o más

# Desconectados: Perfil Demográfico

## GÉNERO

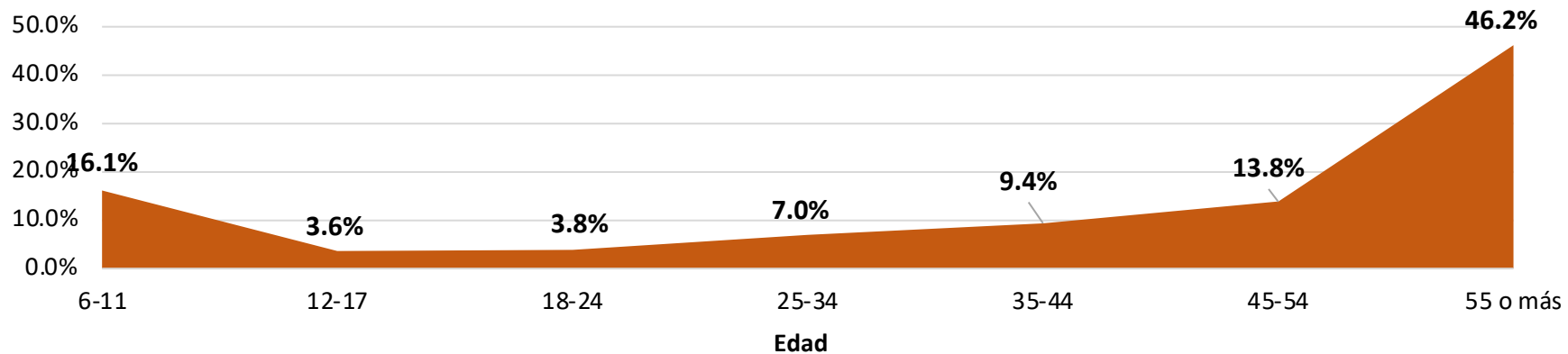


## NSE



Nivel socioeconómico: principal factor para explicar falta de conectividad

## EDAD

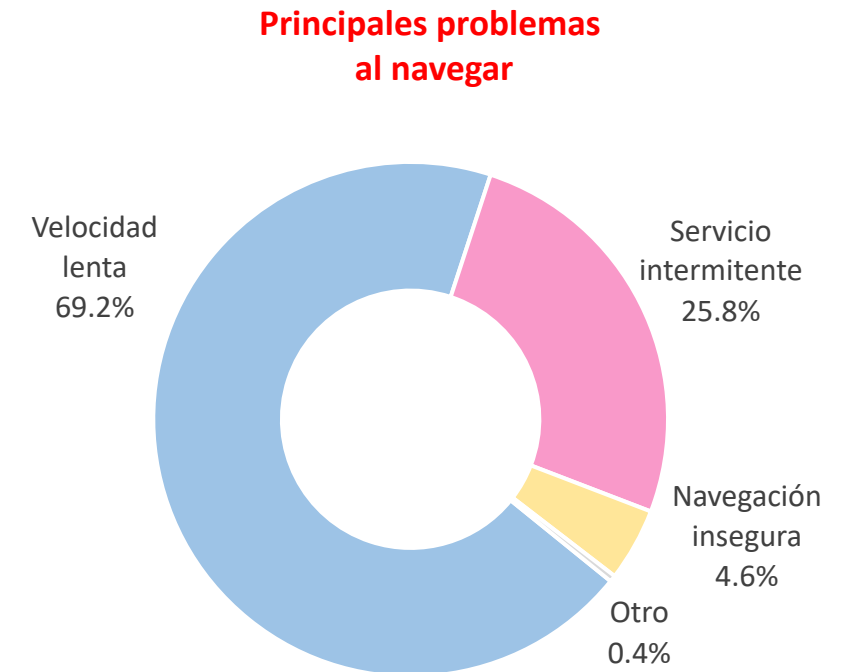
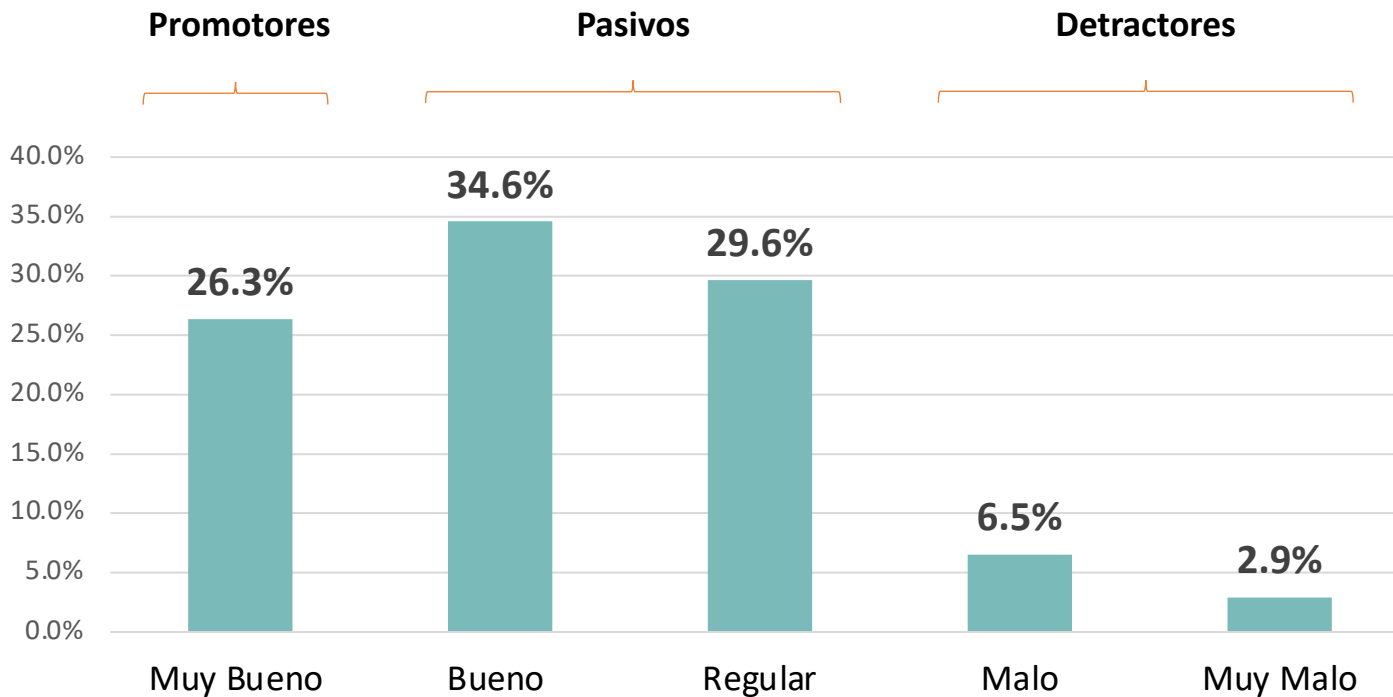


Edad: factor relevante para uso de internet

- Prácticamente la mitad de los no usuarios son mayores a 55 años

Durante el confinamiento, el desempeño de los Operadores de Internet Fijo y Móvil, ha sido favorable

- **9.4%** de los usuarios, no se encuentran satisfechos con su servicio actual de internet
  - Razón más importante está ligada a que perciben que la velocidad obtenida es menor a la contratada

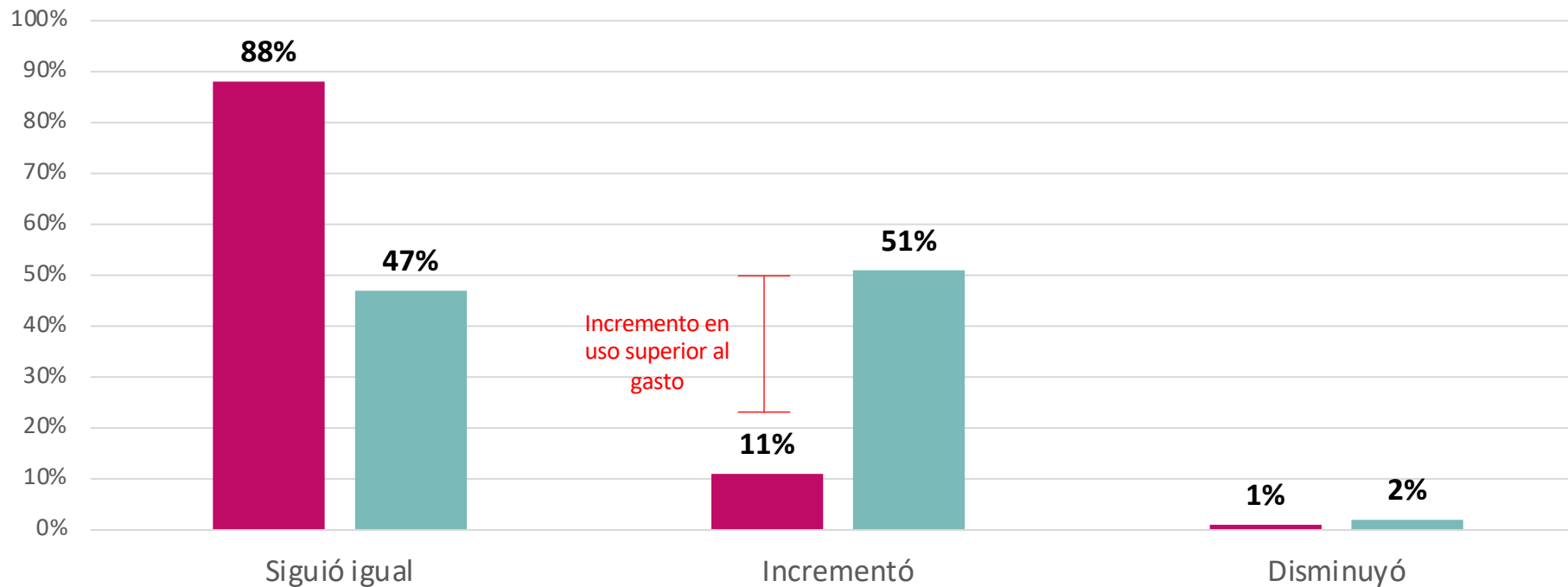


Q= Del 1 al 5, en donde 1 es muy malo y 5 es muy bueno, ¿Cómo calificaría el servicio que le ha brindado su operador de internet durante la pandemia? n= 1,905

Q= ¿Cuál fue el principal problema que ha tenido al navegar en internet durante el último año? n= 1,905

Los hábitos de consumo de internet, por parte de los usuarios, han sufrido impactos durante la pandemia

- Principalmente en el tiempo de los usuarios pasan conectados, ante migración del trabajo, escuela y entretenimiento al hogar
- **1 de cada 10 usuarios**, decidió incrementar la velocidad de descarga que tenía contratado previo a la pandemia
- Baja cantidad de usuarios que reportan una disminución en uso y pago de factura, a pesar de impacto económico negativo



Gasto mensual en internet  
durante la pandemia

Tiempo que usuarios usan  
internet durante la  
pandemia

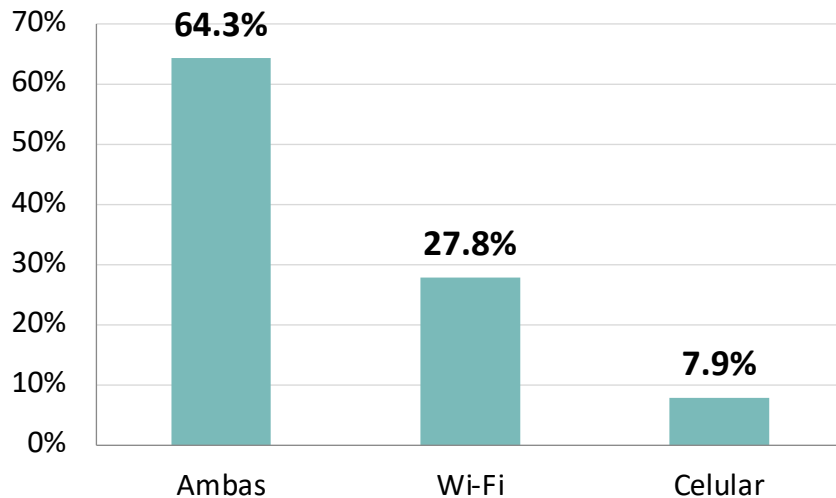


Mayor uso de redes fijas: **9 de cada 10 usuarios** se conectan por este medio

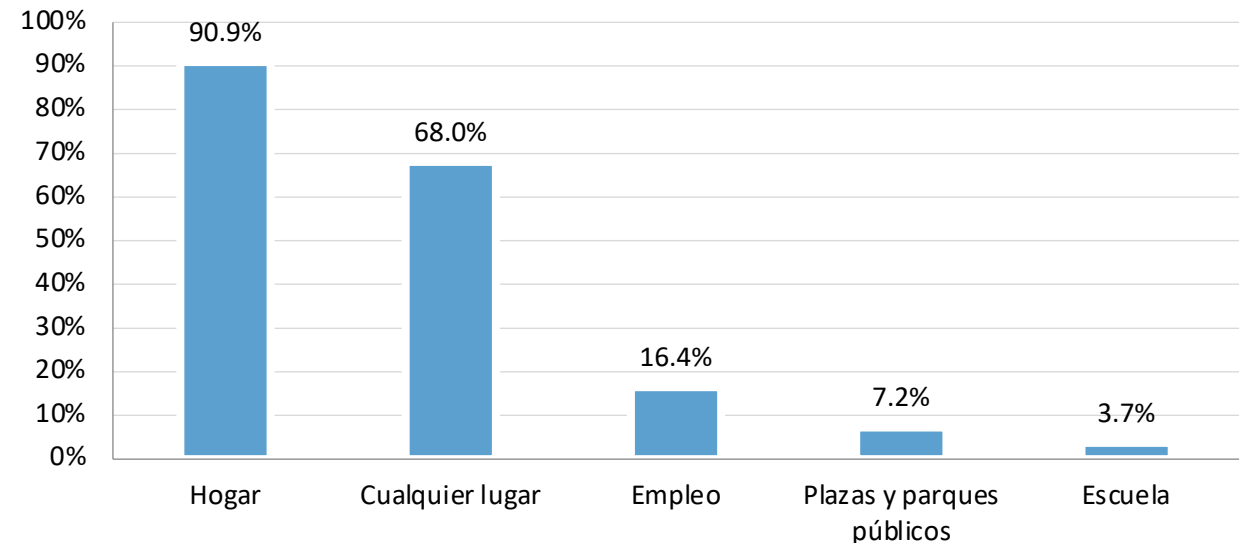
Hogar, principal lugar de conexión ante pandemia

- Escuela ha mostrado disminución en el último año como consecuencia del confinamiento, actual uso destinado para personal administrativo
- Baja adopción de Internet en plazas y parques públicos

## Tipo de conexión



## Lugar de conexión

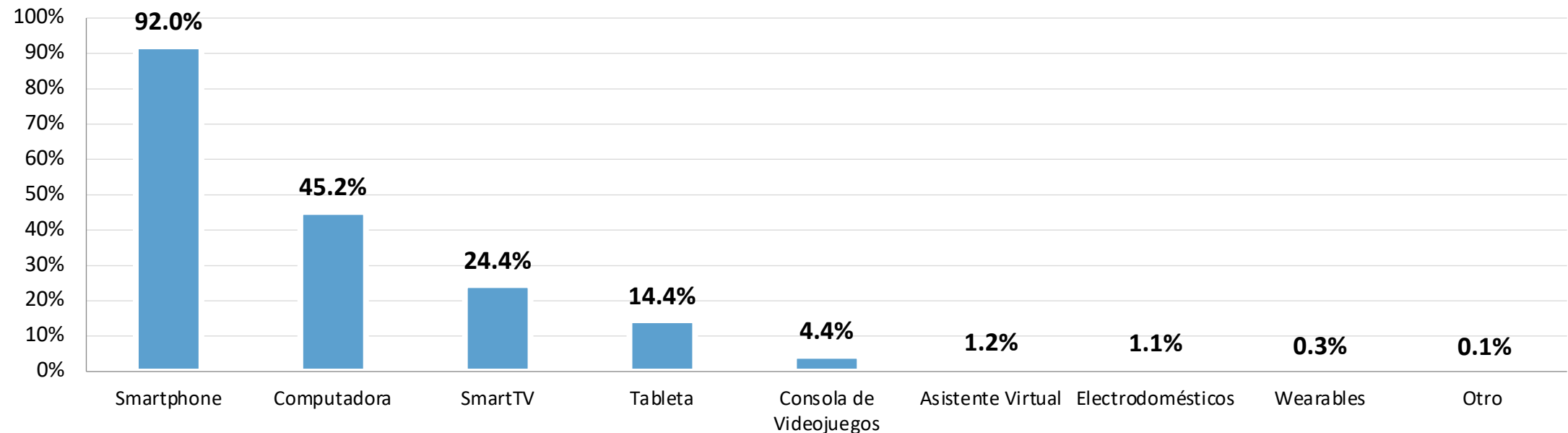


Q: ¿Qué tipo de conexión a internet utiliza?  
n= 1,905

Q: ¿A cuántas conexiones a internet tiene acceso de forma regular?  
n= 1,905

Accesibilidad en precios y amplio catálogo de Smartphones ha permitido que se posicione como el dispositivo de conectividad de mayor adopción

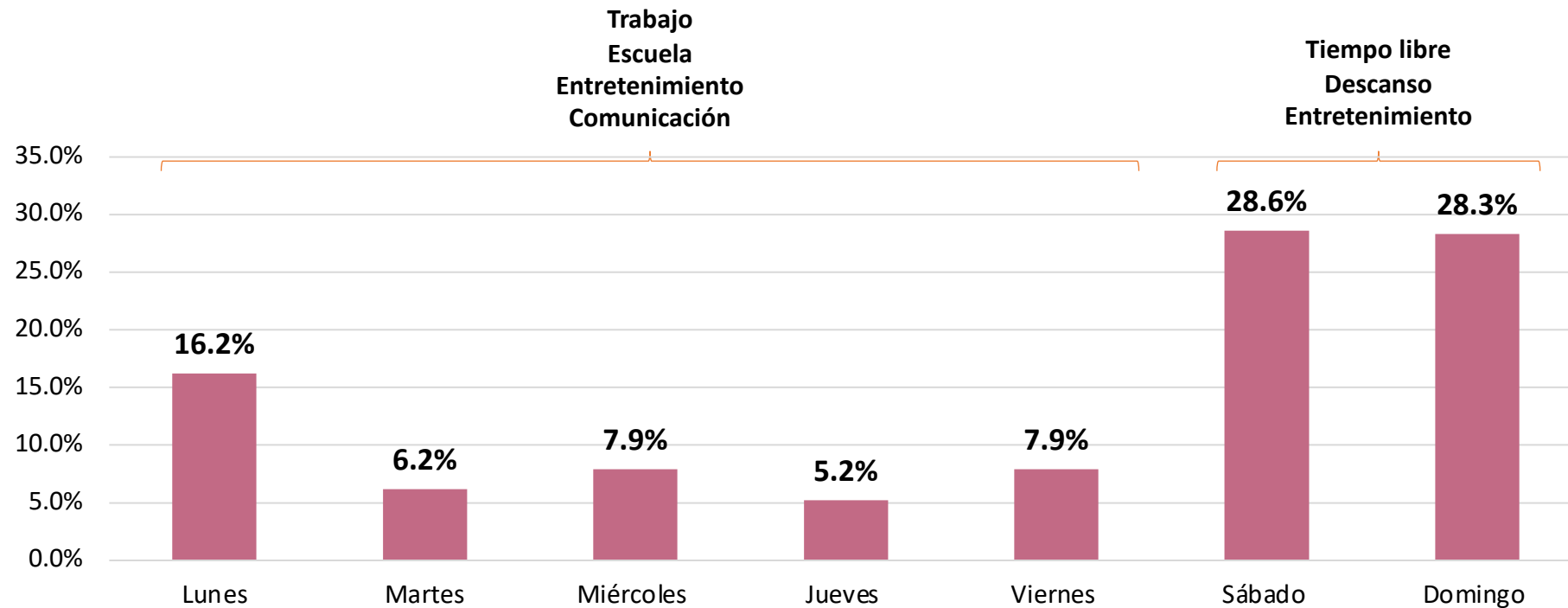
- Computadora es el dispositivo más completo para explotar capacidades de internet, sin embargo, altos costos inhiben su completa adopción en México
- Smart TV ha ganado relevancia, convirtiéndose en el tercer dispositivo mas importante para los internautas



Internet se ha convertido en una parte importante de nuestro día a día por las diferentes actividades que realizamos

- **71% de los usuarios no tienen un día en específico en el que estén mas conectados**
- **56.9%** se conectan todos los días por igual
- **10.1%** se conectan más entre semana
- **4.2%** muestran mayor acceso los fines de semana

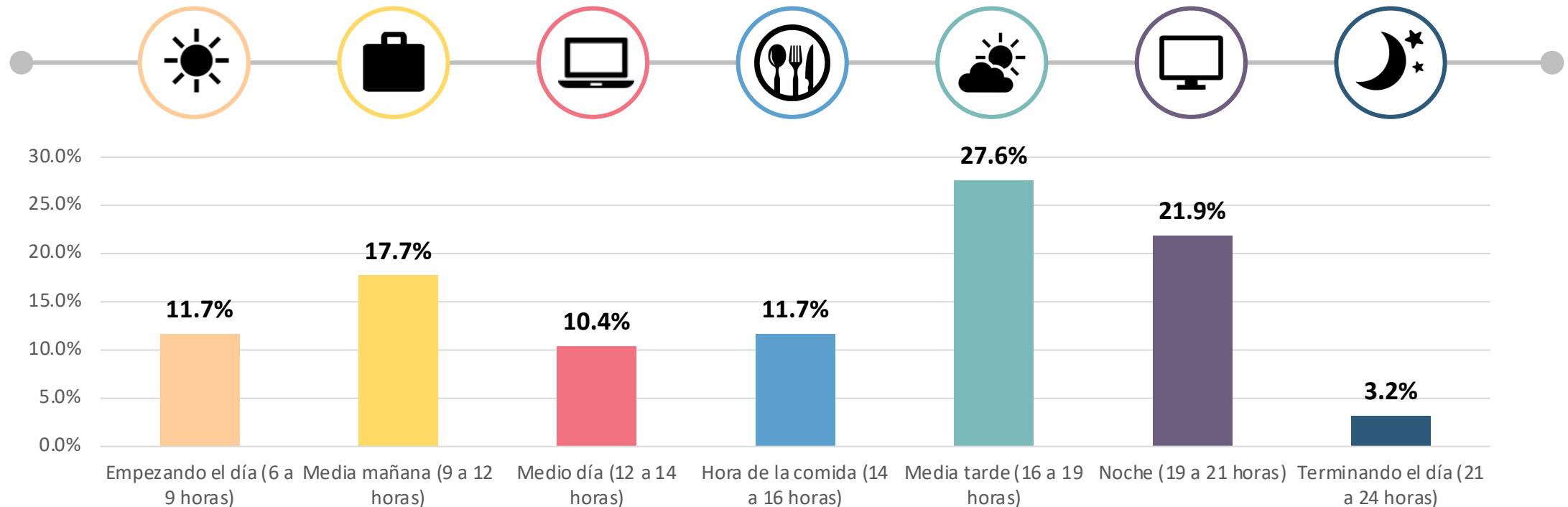
## Distribución de Usuarios que Tienen Preferencia por un Día



Usuarios prefieren conectarse durante la tarde/noche

- **28.2% de los usuarios de internet, reportaron conectarse a internet todo el día por igual**
- La mitad de los internautas pasan más tiempo conectados entre las **16-21 horas**

## Momentos de Conexión



## Actividades en Línea: Proporción de Usuarios

	Top of Mind (Primera Mención)	Share of Mind (Resto de Menciones)	Asistida
Acceder a Redes Sociales	66.1%	77.0%	86.8%
Mensajería instantánea	26.5%	71.7%	83.9%
Enviar y recibir mails	17.8%	36.1%	53.4%
Ver películas/series	15.3%	23.8%	68.2%
Escuchar música/radio	15.1%	23.5%	68.6%
Utilizar mapas	8.8%	15.3%	47.5%
Videoconferencias	7.1%	8.8%	26.6%
Leer/ver contenido relevante	6.3%	7.2%	20.2%
Cursos en línea	6.0%	7.0%	24.8%
Realizar trámites	6.0%	6.9%	25.3%
Crear contenido en páginas	5.1%	8.1%	29.4%
Solicitar transporte	3.4%	4.0%	18.3%
Operaciones bancarias	3.2%	3.4%	16.0%
Comprar bienes en línea	2.6%	3.1%	20.4%
Comprar comida/supermercado	2.4%	2.8%	13.9%
Buscar empleo	2.2%	2.6%	11.8%
Jugar en línea	1.8%	3.9%	10.5%
Buscar pareja	0.8%	0.8%	7.8%

Conforme transcurren los años, el acceso a internet se masifica y los usuarios comienzan a tener mayor consciencia de todos los aplicativos que pueden realizar gracias a esta herramienta y van más allá de la comunicación

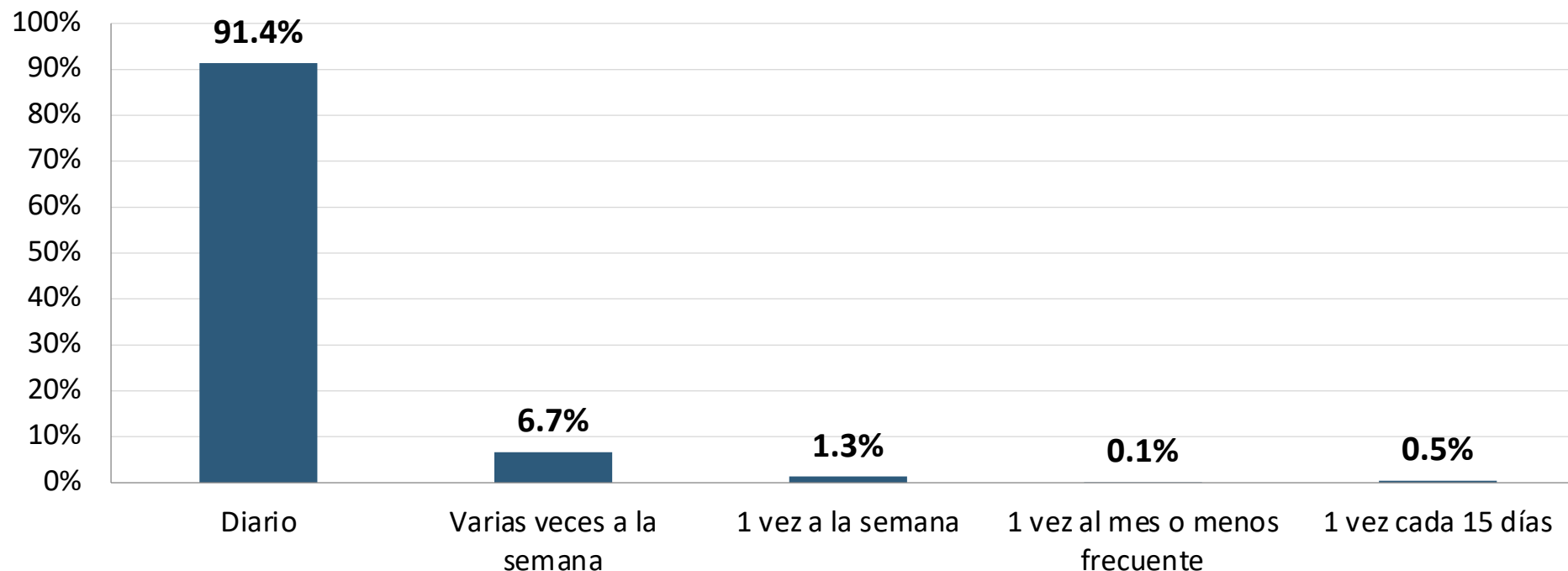
- Durante el año en confinamiento, las actividades relacionadas con la tele-educación y tele-trabajo han incrementado conocimiento por parte de los usuarios

# Uso de Redes Sociales y Plataformas de Comunicación



La oferta comercial de los operadores, al incluir de forma ilimitada acceso a ciertas redes sociales, incentiva el uso de las mismas sin importar el tipo de conexión a internet

- Usuarios que cuentan con redes sociales, son altamente atraídos por la dinámica de flujo de información de las mismas
- Personas se informan de noticias y eventos familiares a través de internet, lo que a incentivado un mayor uso de las redes



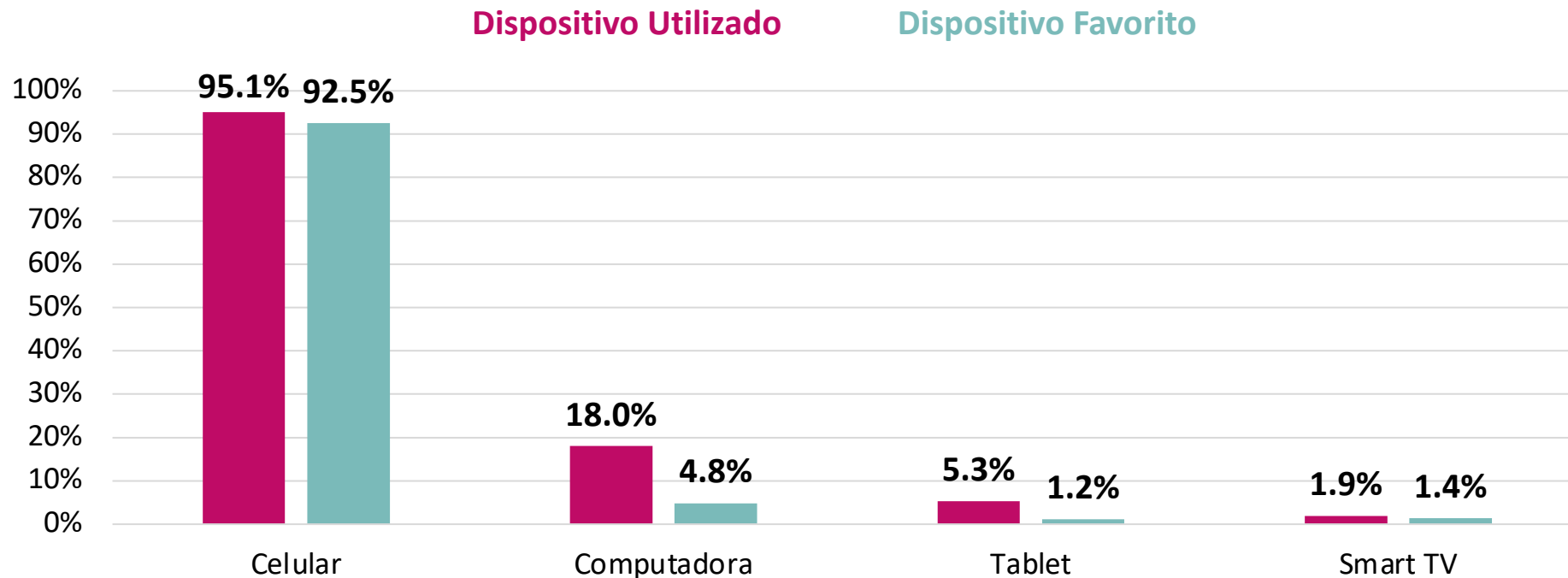
**6.8**

Días a la semana  
En promedio acceden los  
usuarios a sus Redes

# Redes Sociales: Dispositivos Utilizados

En México, al cierre de 2020, se contabilizaron **115 millones de teléfonos móviles inteligentes**

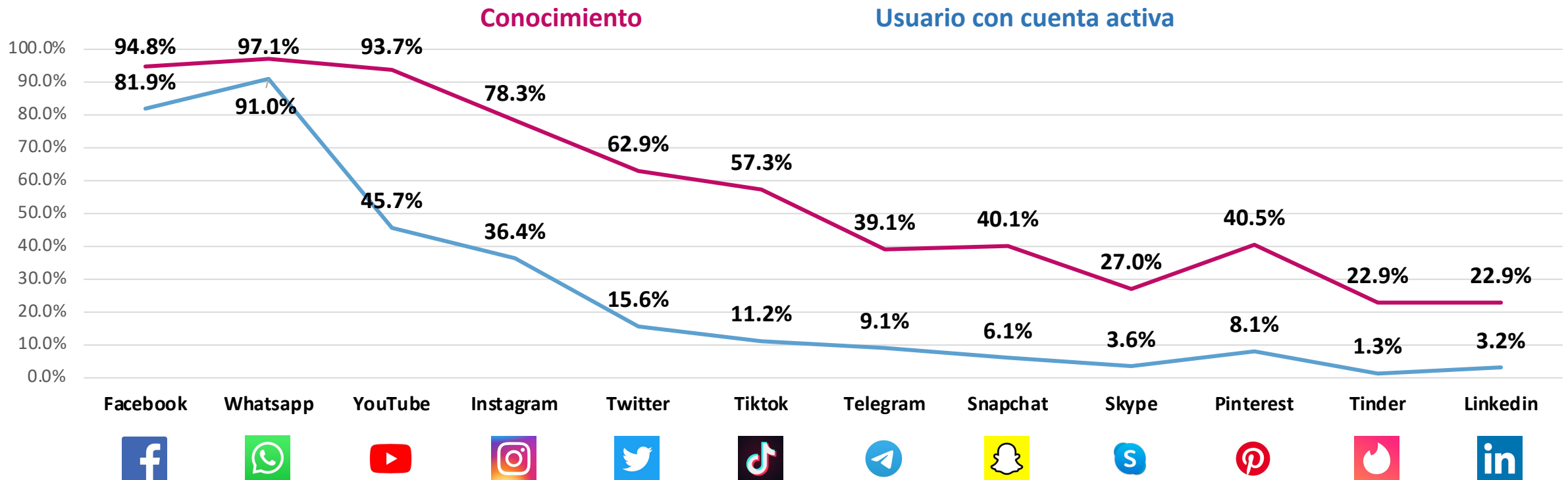
- Tenencia de dispositivos, más frecuencia de acceso a redes sociales, es la razón principal entre la amplia disparidad de uso entre los diferentes dispositivos
- Creadores de contenidos, han comenzado a ajustar formatos enfocados en mayor medida a la visualización de contenido en formato móvil para maximizar la experiencia del usuario





Existe una marcada correlación entre el conocimiento de las principales aplicaciones y la tenencia de una cuenta activa en las mismas

- Al ser el dispositivo móvil el principal medio de acceso a redes sociales, algunos usuarios enfrentan restricciones por contar con dispositivos de gama baja que limitan la cantidad de aplicaciones que pueden descargar
- Adopción de WhatsApp y Facebook es muy alta tomando en consideración la base de internautas que los conocen



Durante el confinamiento y como respuesta a la necesidad de tele-trabajar, tele-estudiar y comunicarnos con familiares y amigos, las videollamadas tuvieron una importante adopción en México

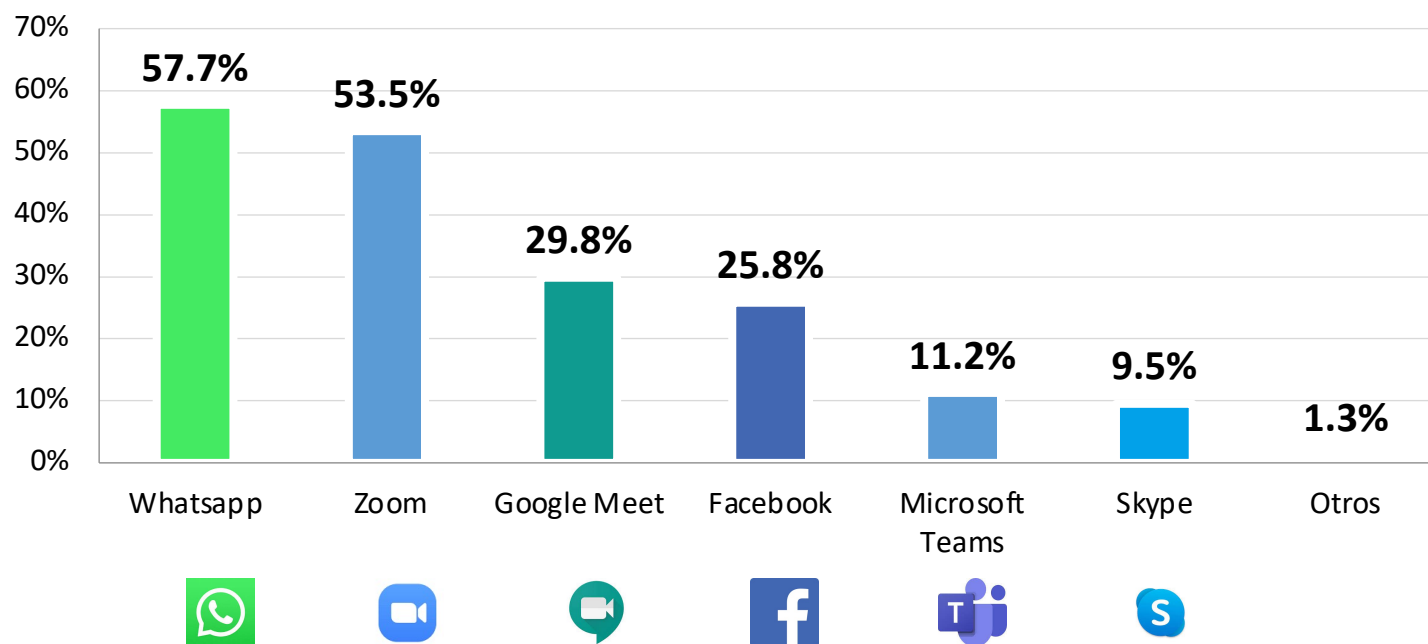
- **7 de cada 10 internautas** han realizado videollamadas durante el último año
- Principalmente es posible por la alta penetración de Banda Ancha Fija



**73.0%**

De los usuarios de internet han utilizado plataformas de videollamadas durante el último año

Aplicación usada para realizar videollamadas



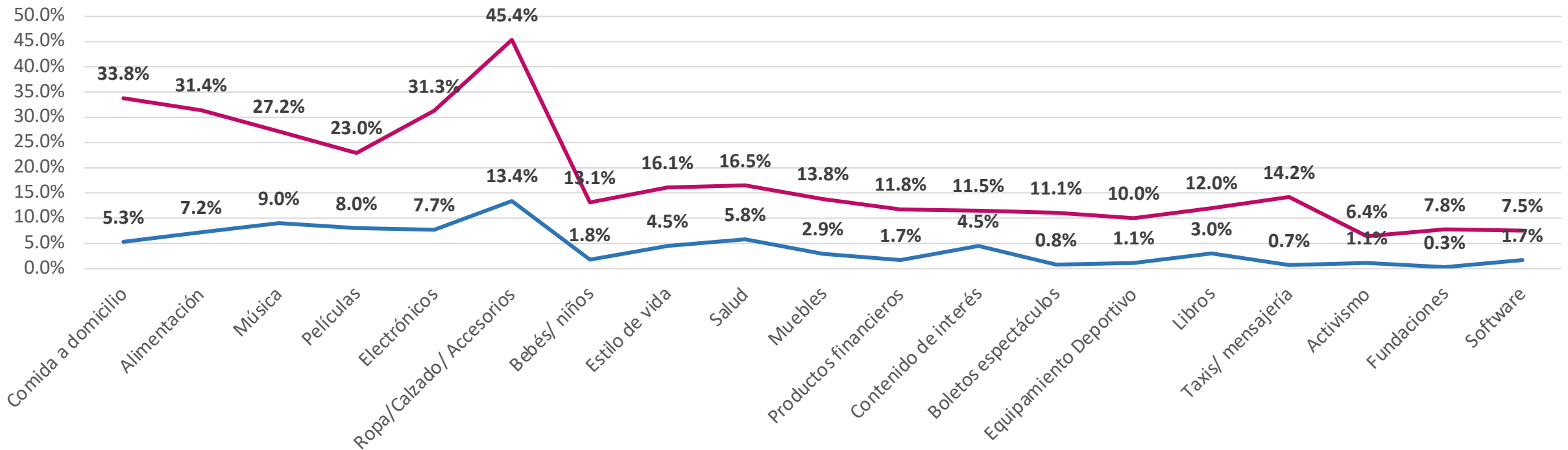
\*Otro: se encuentran aplicaciones como: Discord, Duo, Hangouts, Telegram y Webex

Existe una marcada correlación entre la publicidad que los usuarios encuentran en internet y la que desean observar

- Publicidad que usuarios desean se enfoca en mayor medida en ropa, entretenimiento y artículos de tecnología
- Servicios cuentan con una amplia recepción por parte de los usuarios, sin embargo, es de menor relevancia para los usuarios

Ha visto publicidad de

Le gustaría ver publicidad de



Efectividad medida en compras es altamente efectiva para los establecimientos

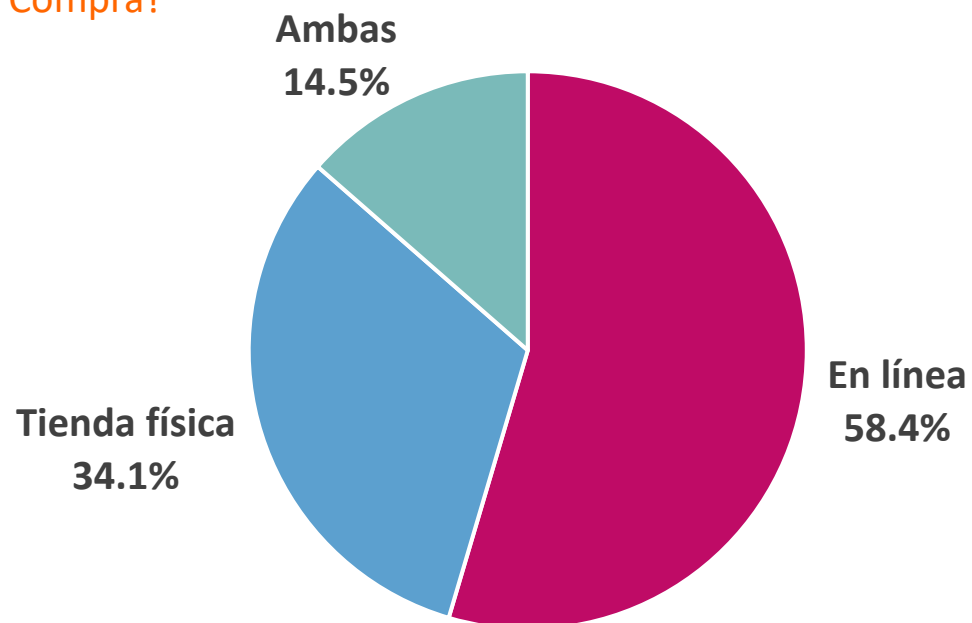
- **2 de cada 10 usuarios** realizan la compra de un producto del cual vieron publicidad en línea
- **34.1%** de los usuarios que realizan compras, siguen prefiriendo ir a la tienda física, lo cual supone una ventaja competitiva para aquellos establecimientos que cuentan con modelos de negocios híbridos (tienda física + en línea)

## ¿Dónde Compra?



**20.3%**

Ha comprado productos  
después de ver  
publicidad



# Conclusiones



### Aumento en tasa de crecimiento de internautas durante 2020

- Impulsado por demanda de conectividad ante trabajo y clases a distancia y necesidad de entretenimiento en casa
- Alcanzan 86.8 millones de internautas, con un crecimiento de 10.2% anual
- Usuarios desconectados declaran que no usan internet principalmente por falta de interés o recursos
  - Concentrados mayormente en perfiles de población de nse bajo o mayores de 55 años
- 11% de la base total de internautas aumentaron su gasto en internet durante este periodo

### Durante 2020 el hogar fue el principal lugar de uso de internet

- 90.9% de los usuarios se conectaron desde ahí, impulsado por confinamiento
- 92.1% se conectan por medio de WiFi
- El teléfono inteligente se ha convertido en el dispositivo principal de conectividad

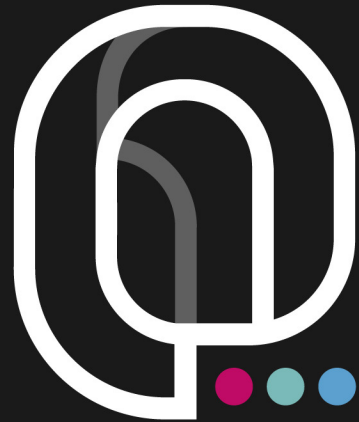
### Acceso a redes sociales se ha diversificado, generando atomización en el número de plataformas utilizadas

- WhatsApp y Facebook continúan mostrando la mayor preferencia

### Mayor proporción de usuarios que ven publicidad sobre calzado y accesorios

- 1 de cada 5 personas que ven publicidad en línea adquieren el producto





Asociación de  
Internet MX®