



HÁBITOS DE LOS USUARIOS DE INTERNET EN MÉXICO 2007

Octubre, 2007

Vicepresidencia de Investigación de Mercados
Elaborado por: Adriana Peña , Dirección Comercial Televisa Digital



UNIVERSO DE INTERNAUTAS 2007

23.7 millones de internautas en el 2007

19.9 millones de internautas 13 años en adelante en zonas urbanas

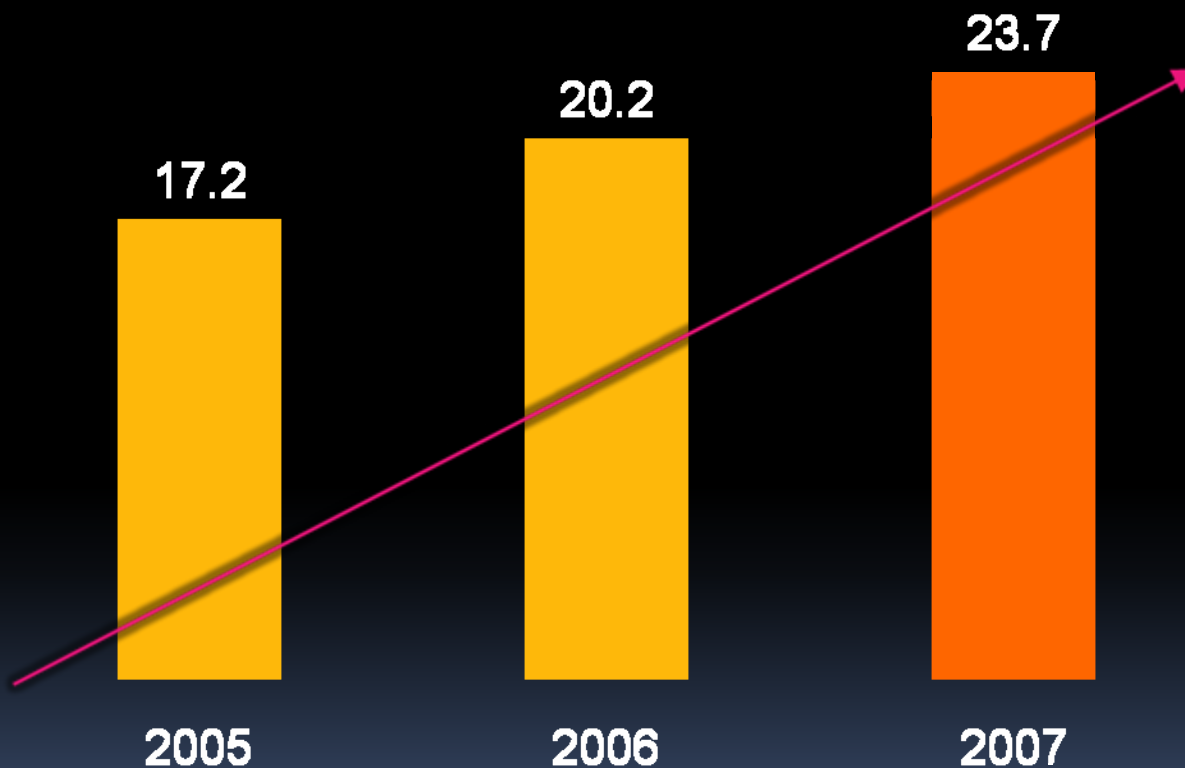
1.8 millones de internautas 13 años en adelante en zonas no urbanas

1.8 millones de internautas 6-12 años en zonas urbanas

La Tasa de Penetración Nacional de Internet es en personas mayores a 6 años de 25.6%

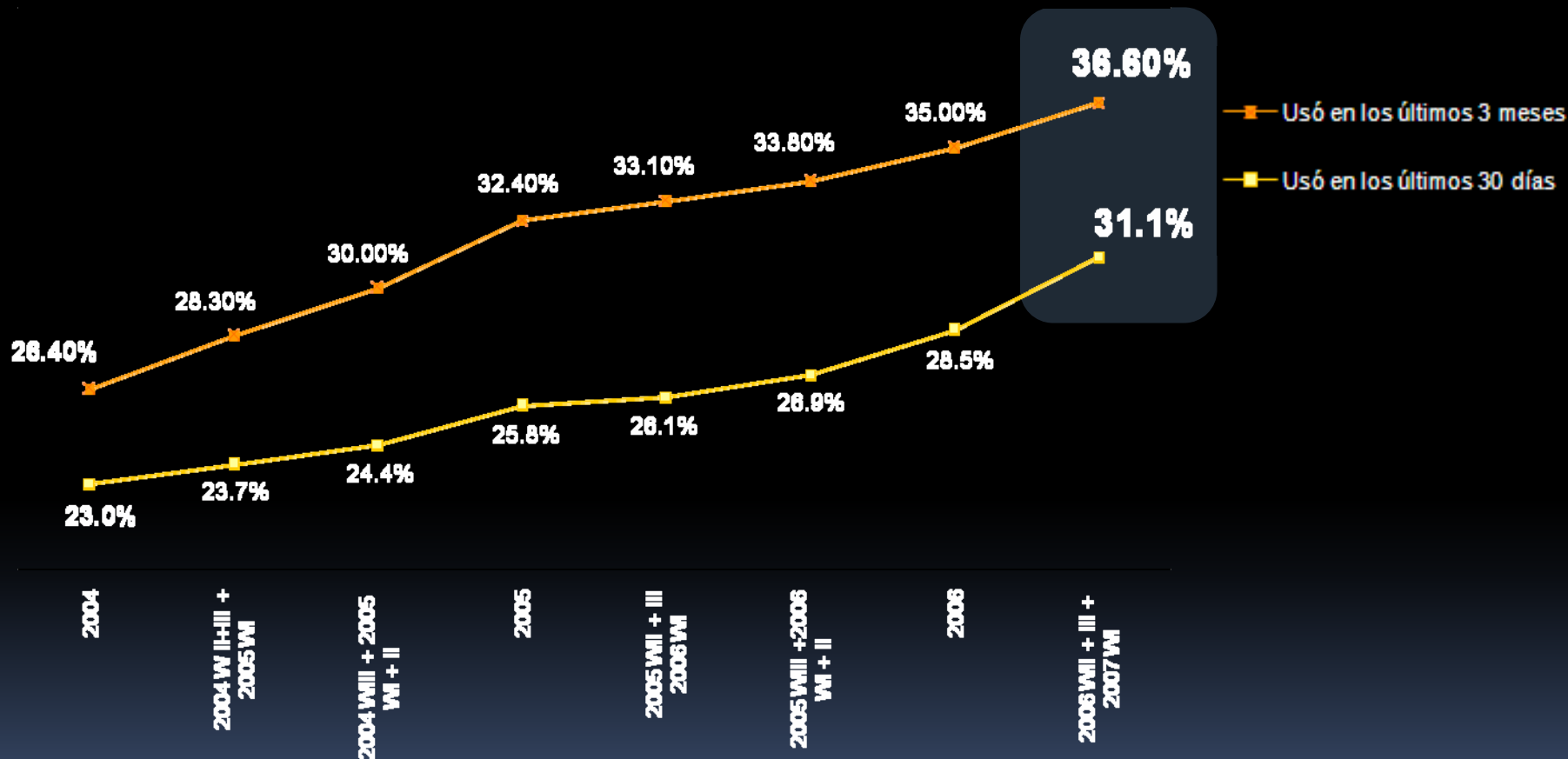
17.5 % de crecimiento de internautas para el 2007

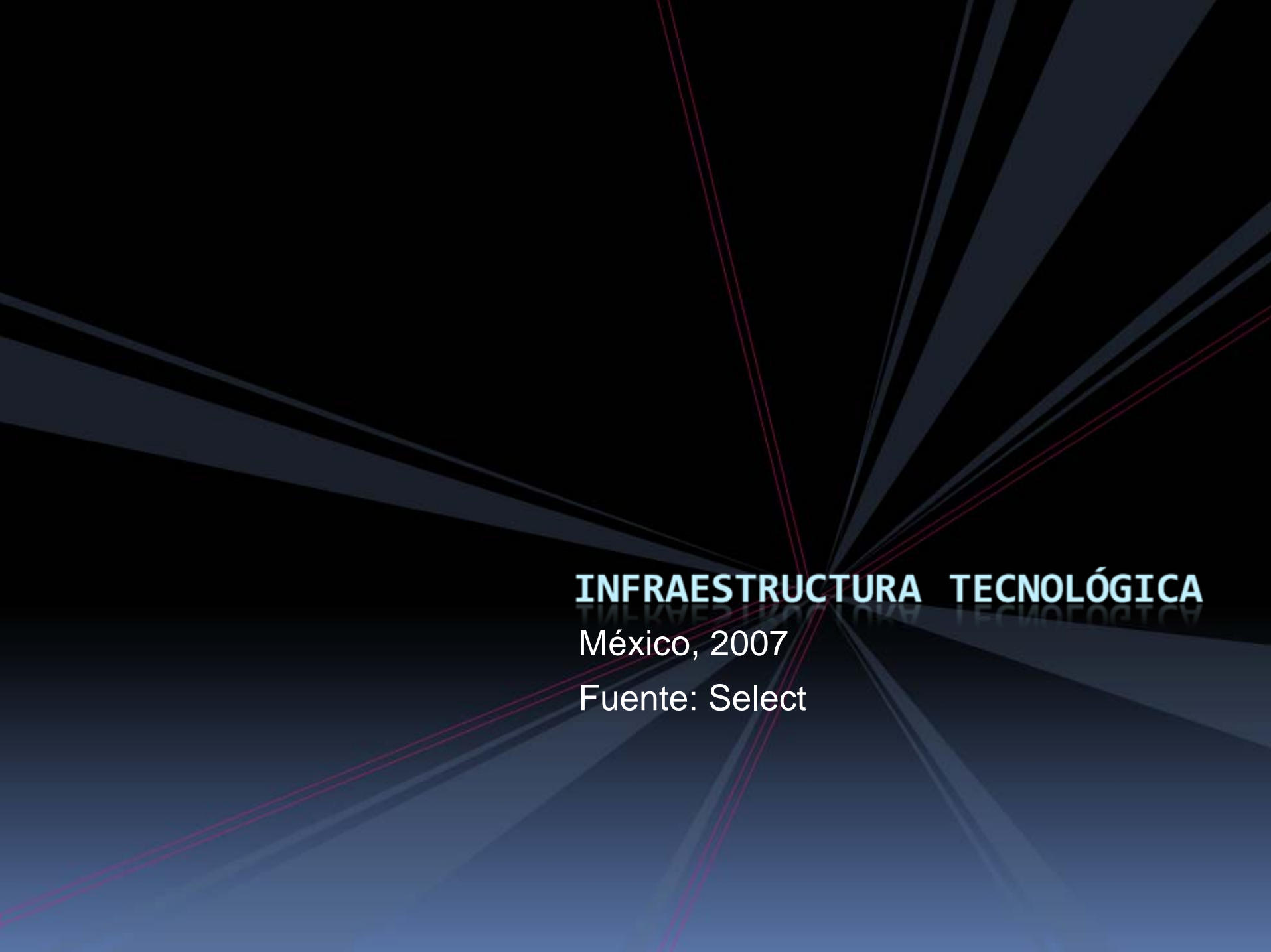
Histórico de Usuarios de Internet en México 2005 - 2007



La penetración urbana de Internet en México es de 36.60%

Histórico de Penetración Urbana de Internet en México





INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA

México, 2007

Fuente: Select

8.7 millones de computadoras con acceso a Internet

Base instalada de dispositivos con posibilidad
de acceder a Internet en México, 2007

Computadoras personales en Mexico (PC´s*)	14.8 millones
<u>Número de computadoras con acceso a Internet en Mexico</u>	<u>8.7 millones</u>
Teléfonos móviles (ajustados**)	63.2 millones

59% de las PC´s instaladas en México están conectadas a Internet

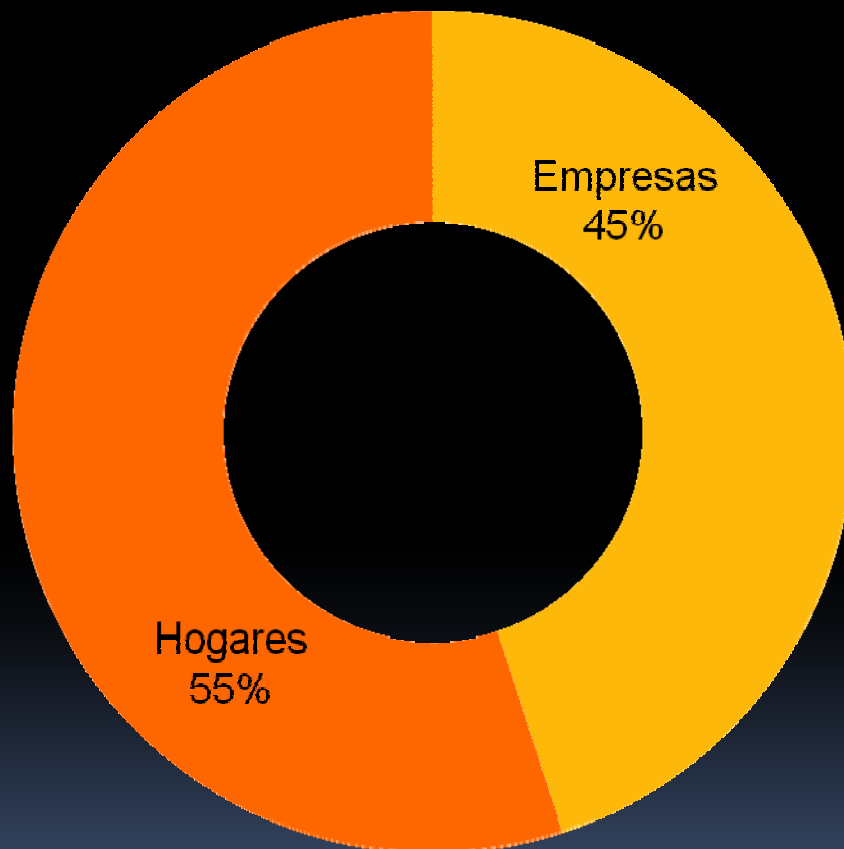
Fuente: Select. Estudio trimestral de computadoras personales en México e Internet, Abril 2007

*Cifras estimadas

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

55% de las computadoras con acceso a Internet están instaladas en hogares

Base de Computadoras Personales por Lugar de Conexión



22.4% es la tasa anual de crecimiento de la base instalada de computadoras personales con acceso a Internet

Crecimiento anual de la base instalada de dispositivos con posibilidad de acceder a Internet en México, 2007 (Cifras en millones)

	2005	2006	2007
PC's	10,884	12,361	14,805
PC's con Internet	6,190	7,140	8,740
Celulares	44,206	55,589	63,229

Fuente: Select. Estudio trimestral de computadoras personales en México e Internet, Abril, 2007

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

78% del total de las cuentas instaladas de acceso a Internet son de Banda Ancha

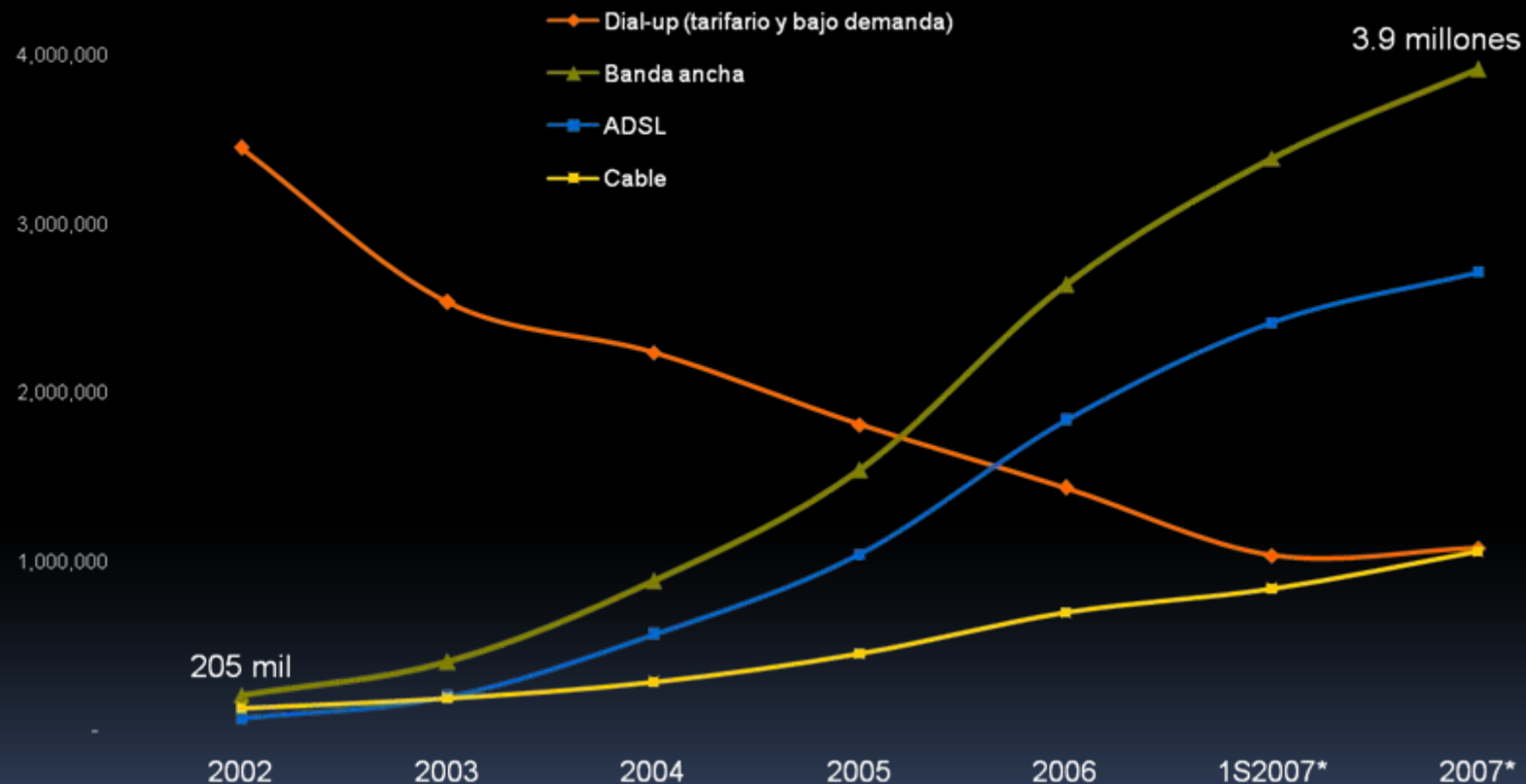
Cuentas de Acceso, 2006 - 2007

Cuentas Totales	2006	2007
Dial Up	1.4 millones	1 millón
Enlace dedicado	13 mil	13.9 mil
Banda ancha	2.6 millones	3.9 millones
Cuentas Totales	4 millones	5 millones

Del 2006 al 2007 las cuentas de banda ancha tuvieron un crecimiento del 48.3%.

La tendencia indica que la banda ancha seguirá creciendo

Cuentas pagadas de acceso a Internet, por tipo de conexión en México, 2002 -2007





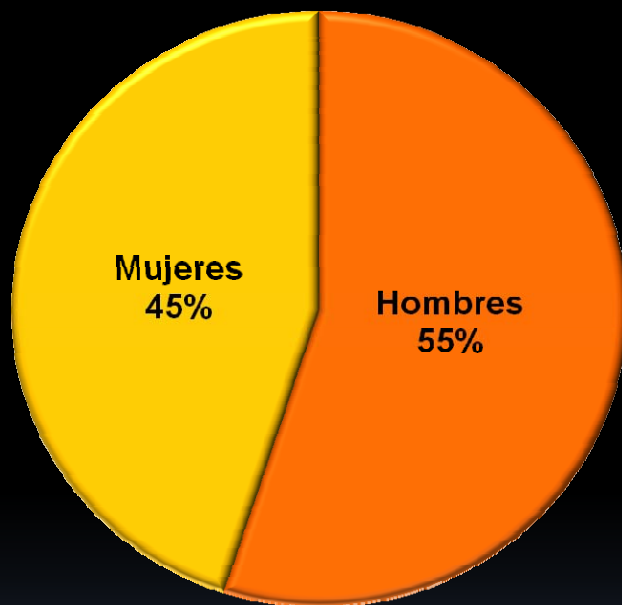
PERFIL DEL INTERNAUTA MEXICANO

México, 2007

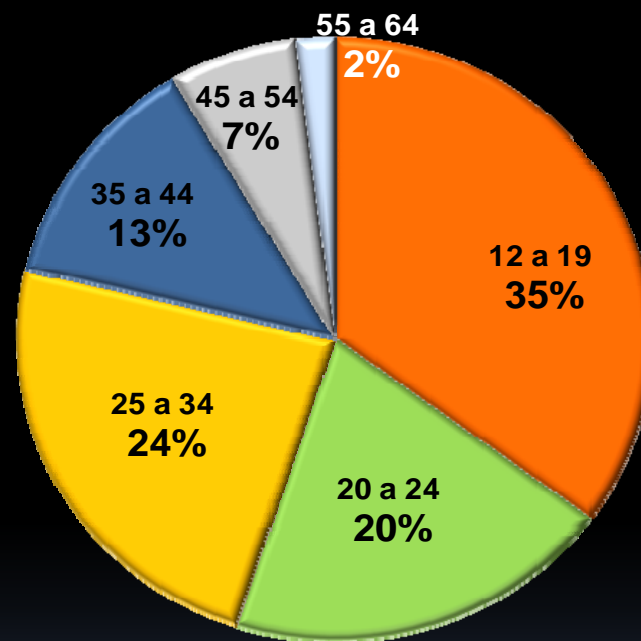
Fuente: TGI Kantar Media Research

55% de los internautas son hombres y el 79% tienen entre 18 y 34 años

Composición del Universo de Internautas por Sexo

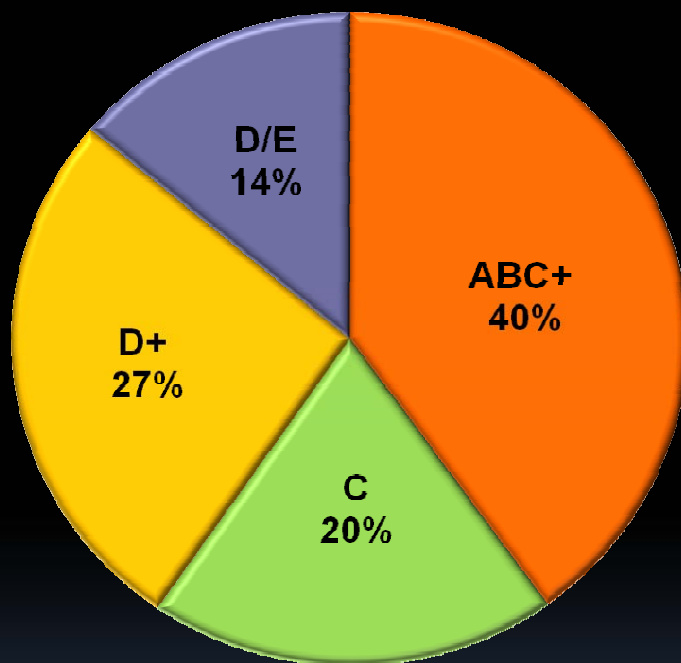


Composición del Universo de Internautas por Edad



40% de los internautas son NSE ABC+ y 66% de los internautas son solteros.

**Composición del Universo de Internautas
por Nivel Socioeconómico**

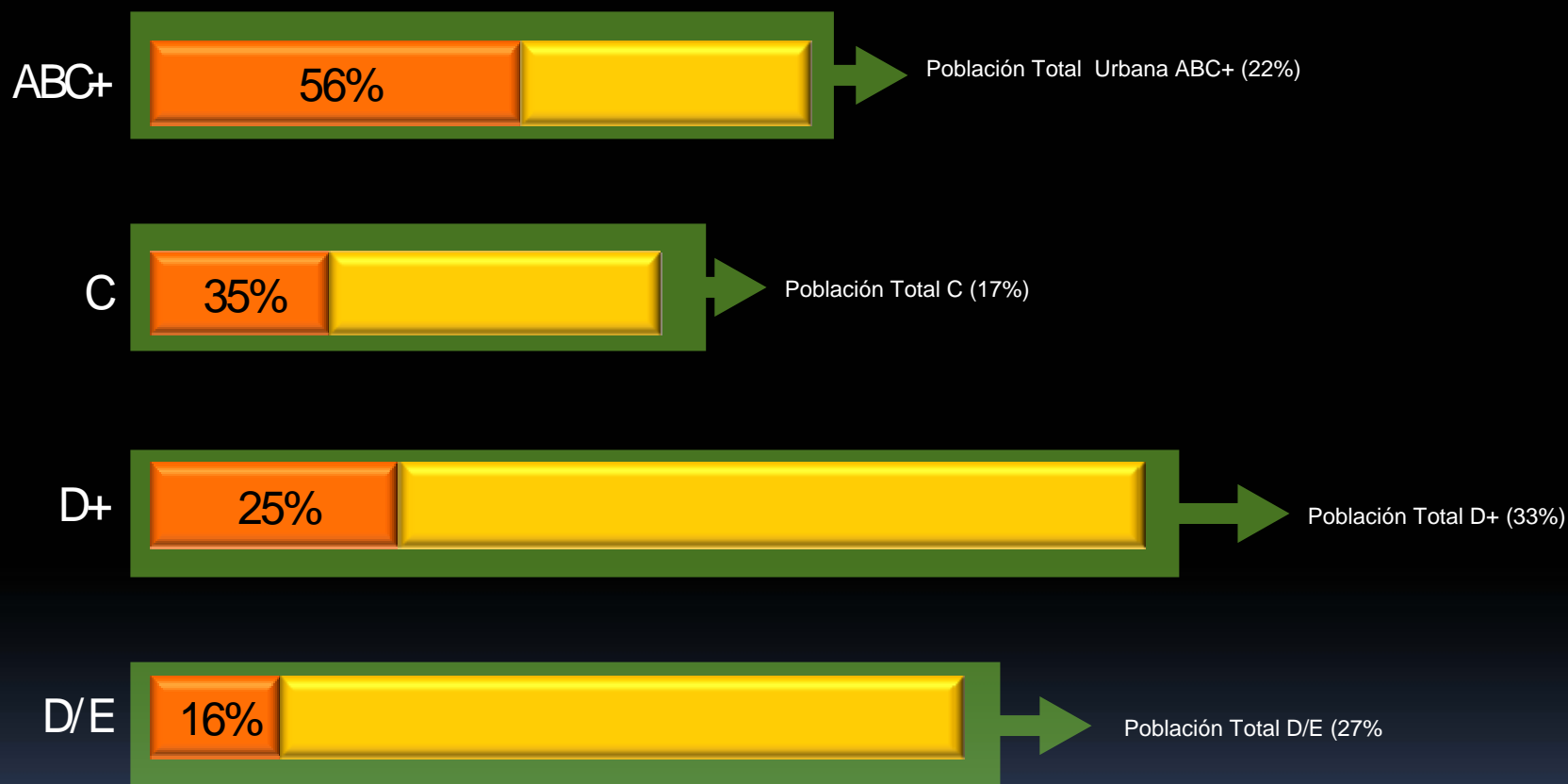


**Composición del Universo de Internautas
por Estado Civil**



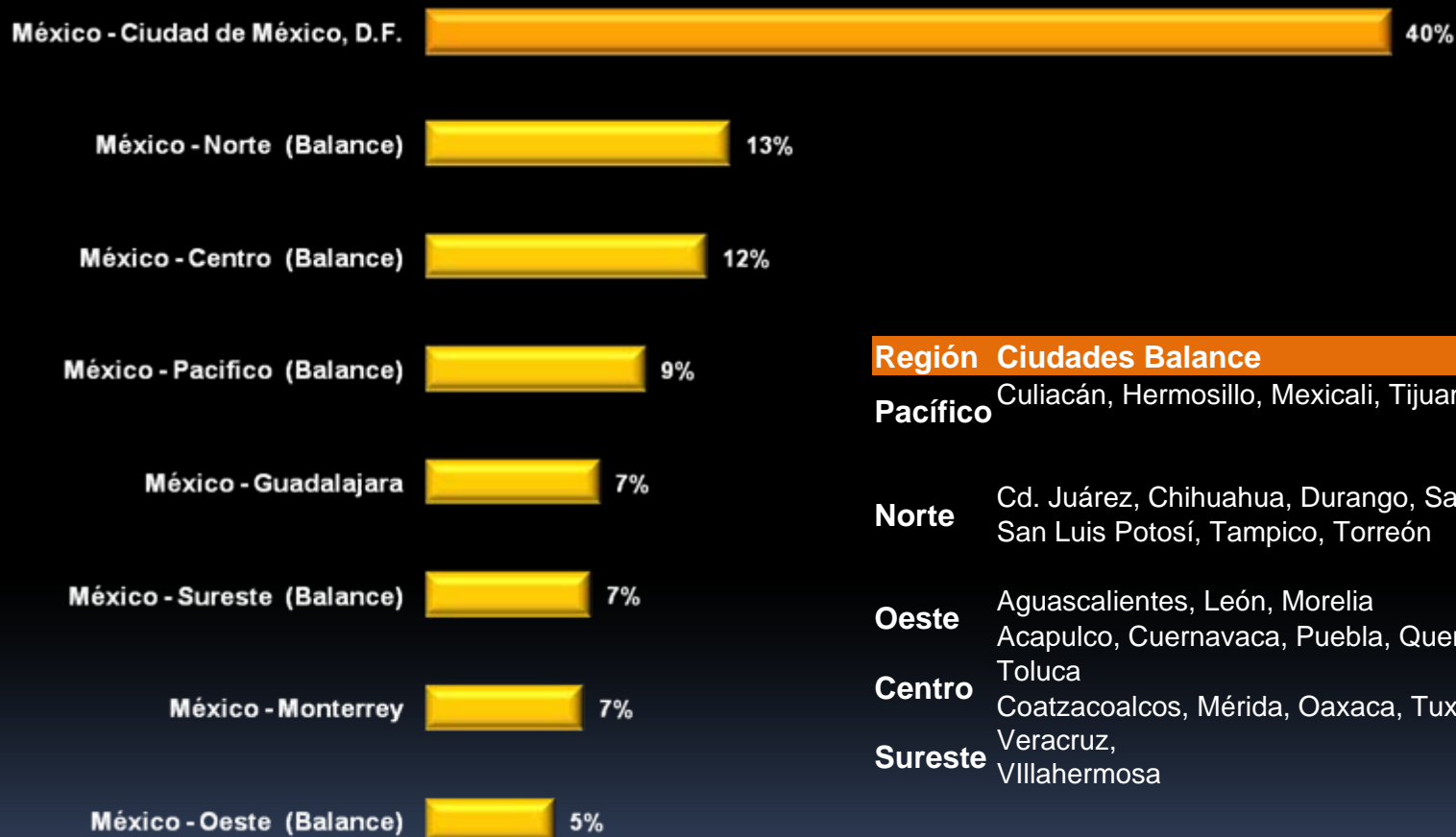
56% de las personas ABC+ en México están en Internet

Penetración del Universo de Internautas por Nivel Socioeconómico



40% de los internautas se conectan de la Ciudad de México.

Penetración de Internet por Regiones





HÁBITOS DE USO DE INTERNET

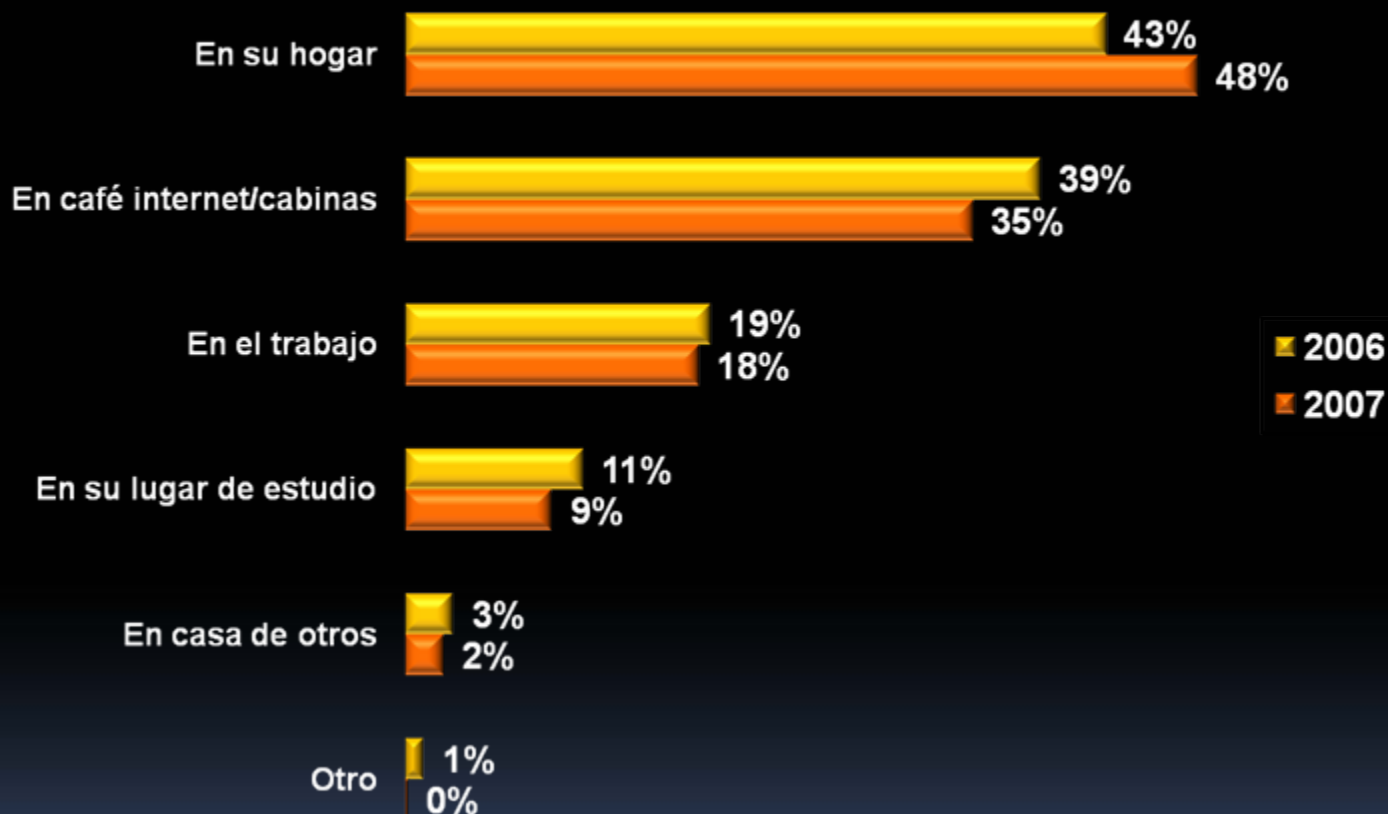
México, 2007

Fuente: TGI Kantar Media Research

48% de los internautas se conectan desde su **hogar**.

Lugar de acceso: Comparativo vs año pasado

Lugar de Acceso de los Internautas



La conexión en casa ha tenido un incremento proporcionalmente mayor a otros lugares de conexión.

El **30%** de las personas que se conectan principalmente desde su **trabajo también** lo hacen desde su casa.

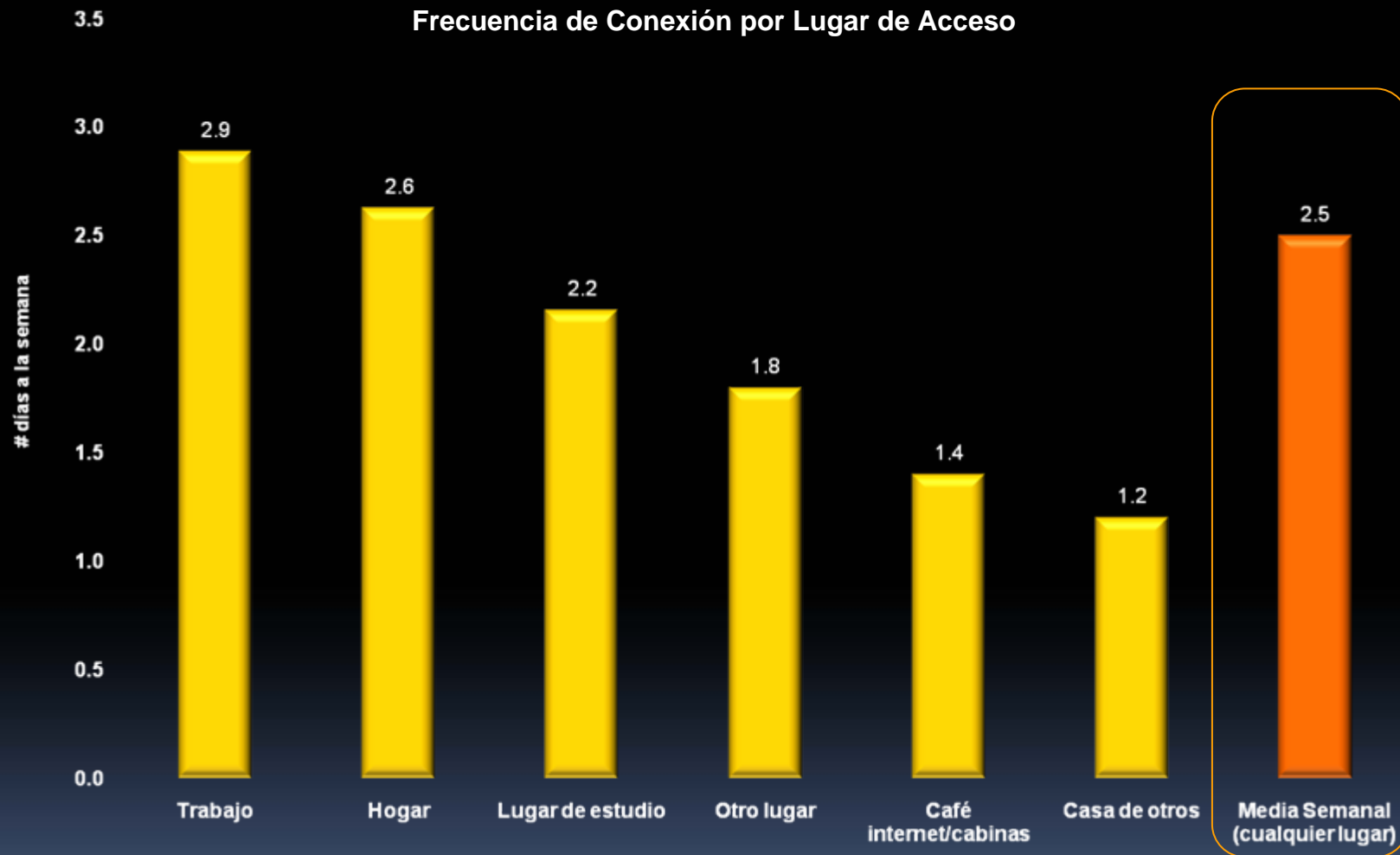
¿Cómo es la duplicidad en el acceso a Internet?

	Total	En su hogar	En café internet/cabinas	En el trabajo	En su lugar de estudio
En su hogar	48%	100%	7%	30%	26%
En café internet	35%	5%	100%	5%	14%
En el trabajo	18%	11%	2%	100%	4%
En su lugar de estudio	9%	5%	4%	2%	100%

- **30%** de los que se conectan de su **trabajo también** lo hacen desde su **hogar**.
- **26%** de los que se conectan desde su **lugar de estudio también** lo hacen desde el **café internet**.
- **11%** de los que se conectan desde su **hogar también** lo hacen desde su **oficina**.

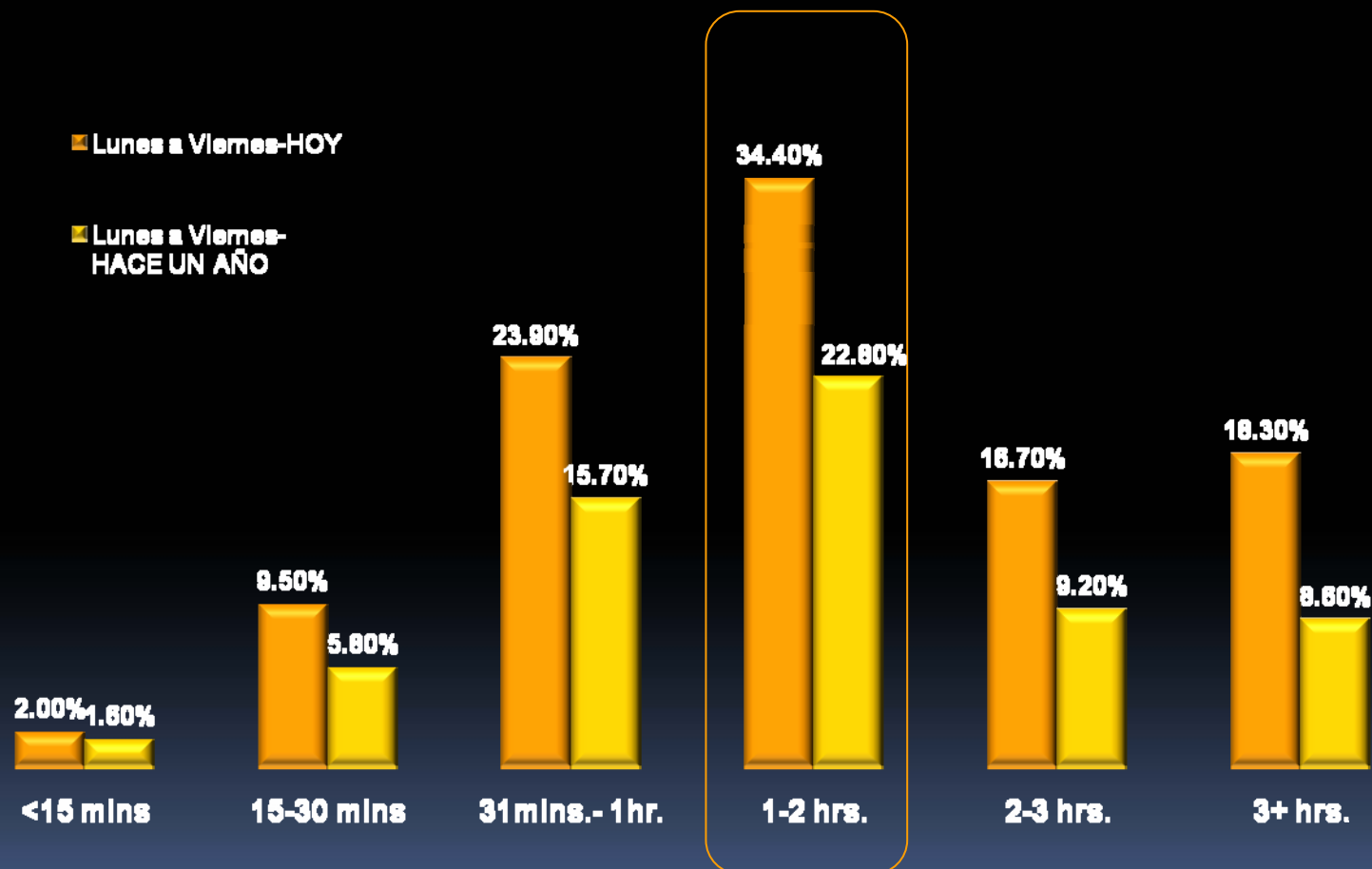
2.5 veces por semana la frecuencia de conexión a Internet en México

100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10% 0%



El 34% de los internautas mexicanos se conectan de 1 a 2 horas entre semana versus el 22% que lo hacía hace un año

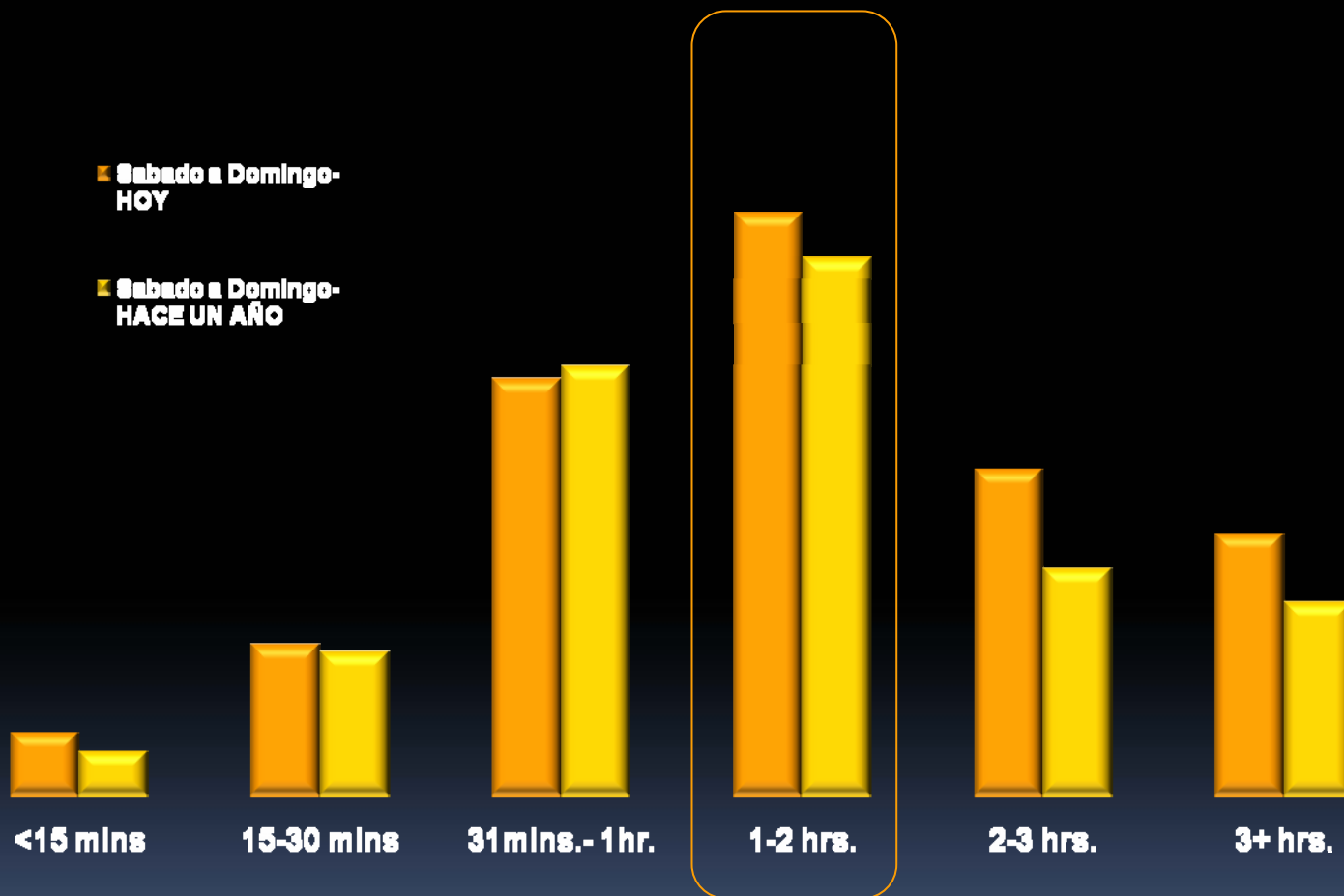
¿Cuánto tiempo estás conectado a Internet de Lunes a Viernes?



Los **internautas** están dedicando **más tiempo a Internet**.

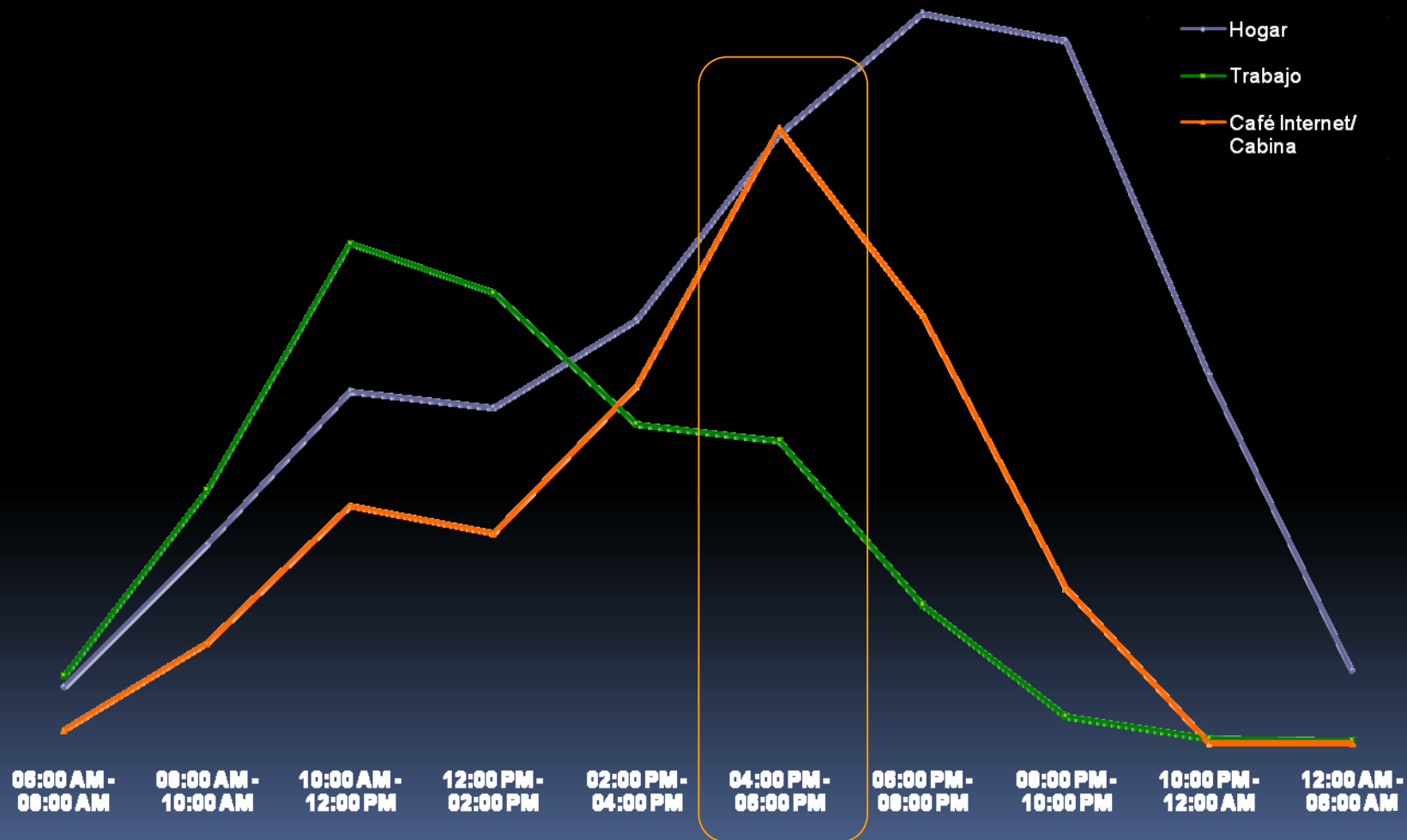
El tiempo de conexión los fines de semana se incremento con respecto al año pasado.

¿Cuánto tiempo estás conectado a Internet los fines de semana?



El prime time de Internet de lunes a viernes es de 4:00-6:00PM.

¿En qué horarios se conectan en promedio por días de la semana?
(Cualquier lugar de Lunes a Viernes)





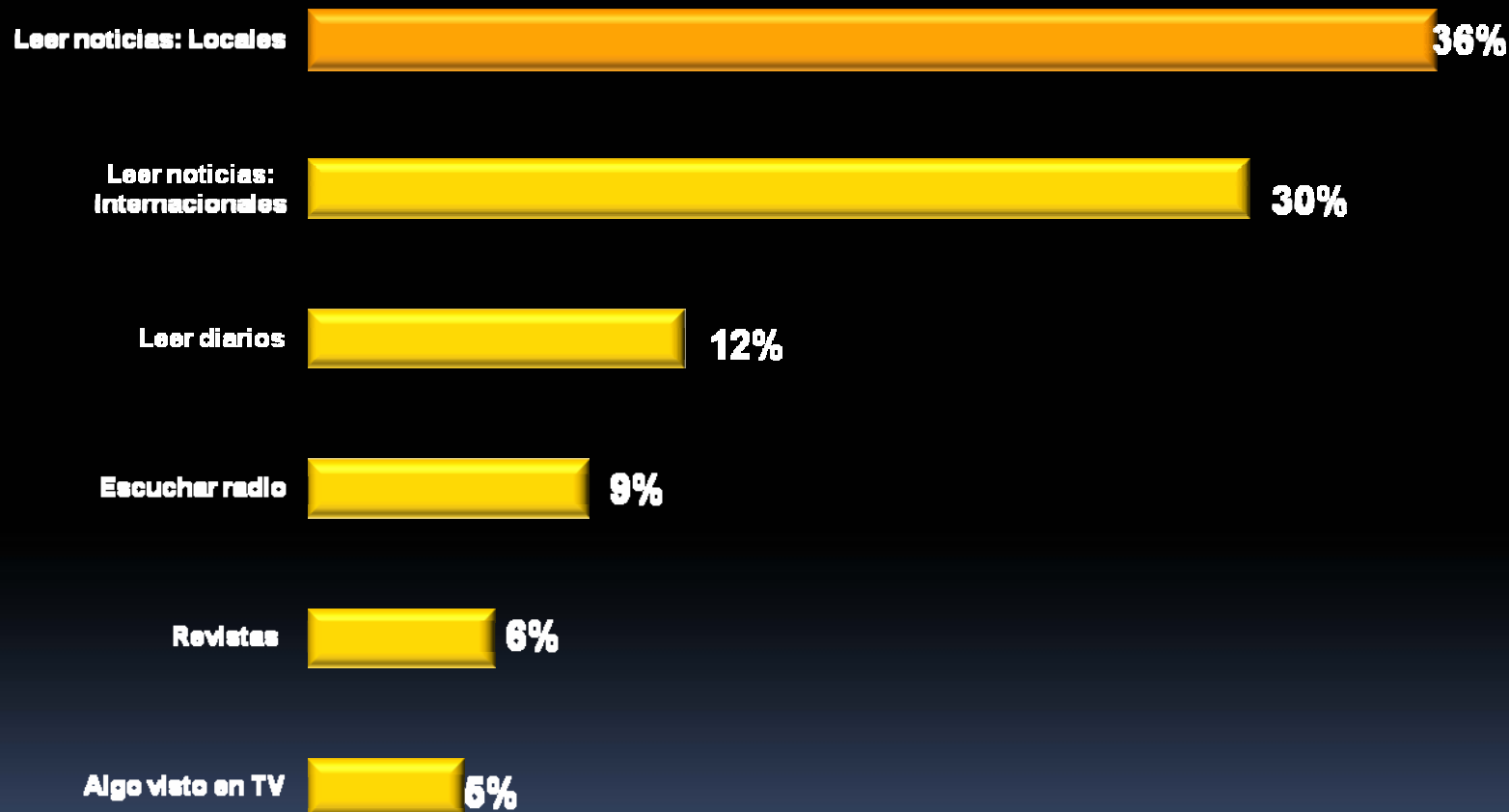
PRINCIPALES ACTIVIDADES DEL INTERNAUTA MEXICANO

México, 2007

Fuente: TGI Kantar Media Research

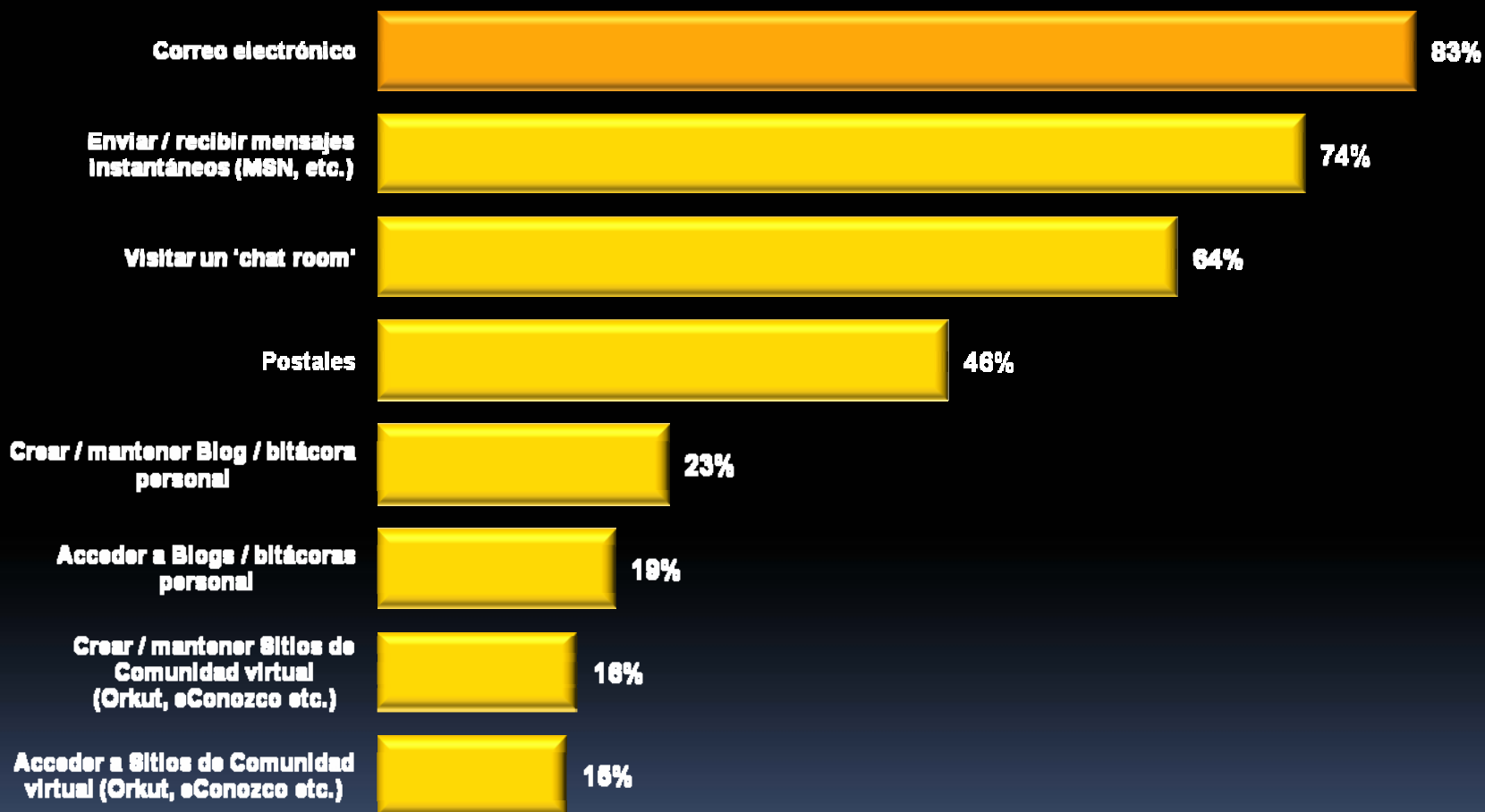
Leer noticias en línea continua siendo la **principal actividad** relacionada con medios de comunicación.

¿Cuáles son las principales actividades ON LINE sobre medios de comunicación?



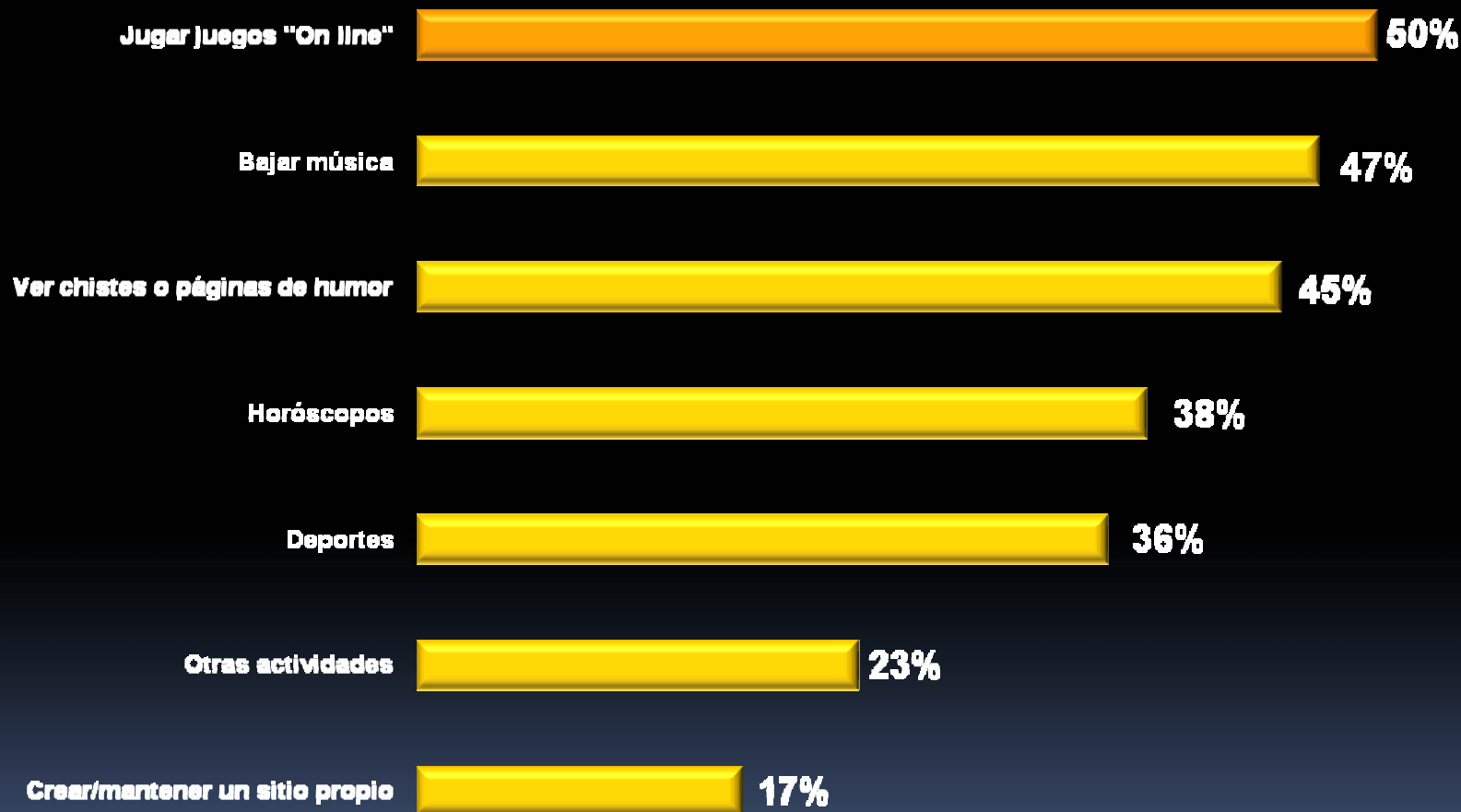
83% de los internautas mexicanos han utilizado el correo electrónico en el último mes.

¿Cuáles son las principales actividades sociales ON LINE?



Jugar “juegos on line” es la principal actividad de entretenimiento on line.

¿Cuáles son las principales actividades de entretenimiento ON LINE?



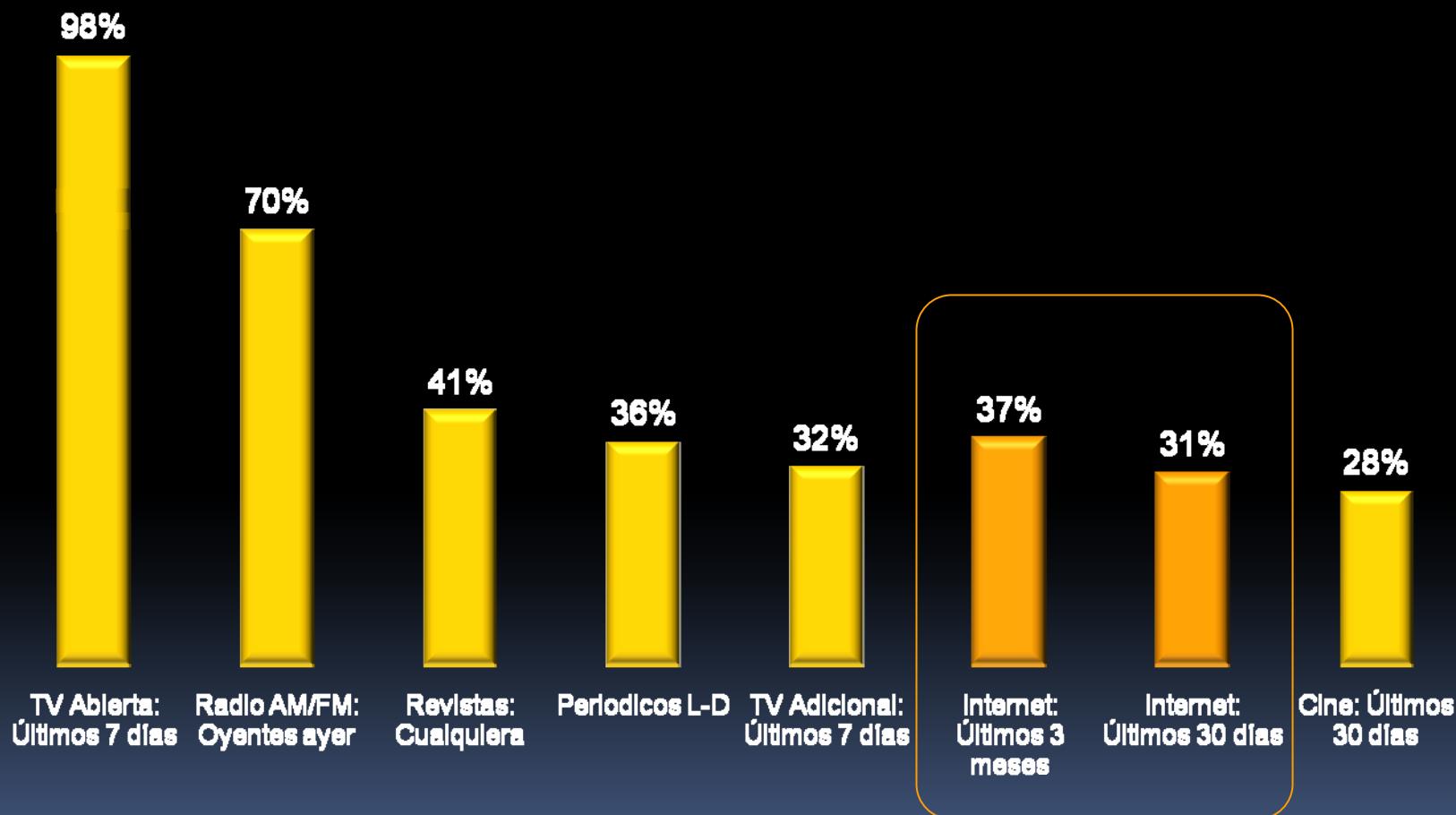
PUBLICIDAD EN INTERNET

México, 2007

Fuente: TGI Kantar Media Research

31% de las personas en zonas urbanas en México están expuestas a Internet.

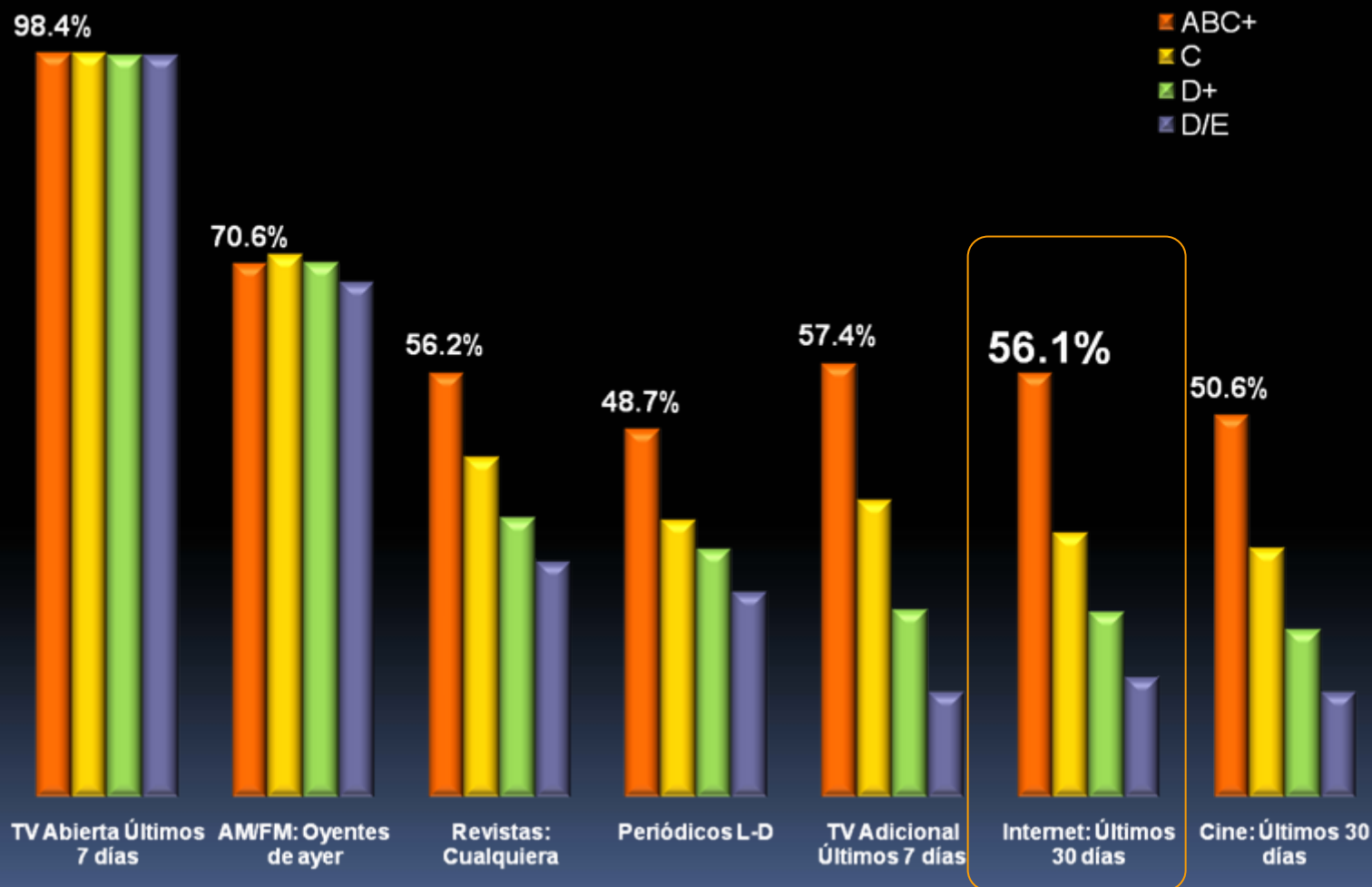
Exposición a Medios: Total Personas 18 a 64 años.



Internet es uno de los medios con más penetración en NSE altos.

Penetración del NSE

Penetración de la Población Total por Nivel Socioeconómico en los Principales Medios





















Fuente: TGI Kantar Media Research México 2006 wave II + III & 2007 wave I v.06.25.2007. Población Urbana. Usuarios de Internet. Últimos 30 días.

Internet incrementa el alcance de medios en población total.

Alcance de Medios en Población Urbana Total

Extensión de Alcance

TV (Últimos 7 días)	 99.0%	TV + Internet	  99.2%	+2 puntos
Radio FM (Ayer)	 62.80%	Radio + Internet	  72.40%	+9.6 puntos
Diarios L-D (Lectores recientes)	 35.60%	Diarios + Internet	  53.90%	+18.3 puntos
TV Pagada (Últimos 7 días)	 31.6%	TV Paga + Internet	  47.3%	+15.7 puntos
Revistas Mensuales	 23.70%	Revistas + Internet	  42.4%	+ 18.7 puntos
Cine (Últimos 30 días)	 28.20%	Cine + Internet	  43.60%	+ 15.4 puntos

FUENTES DE INFORMACIÓN

Consejo Nacional de Población (CONAPO)

www.conapo.gob.mx

Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática (INEGI)

www.inegi.gob.mx

Select

www.select.com.mx

Contacto: Fabiola Cruz, 5256-1426

Sondeo en línea AMIPCI 2007. Elaborado por Elogia Encuestas

www.amipci.org.mx

www.elogiaencuestas.com.mx

Contacto: Pedro Menendez, 5557-0563

TGI Kantar Media Research

www.tgisurveys.com

<http://www.kantarmedia.com/>

Contacto: Diana Arboleya, 5615-2425

Estudio AMIPCI Comercio Electrónico 2007

www.amipci.org.mx