

---

# Estudio AMIPCI 2002 de Hábitos de los Usuarios de Internet en México

**José Manuel Marrón Recamier**  
**Ricardo Zermeño González**

# Objetivos, Metodología y Perfil del Usuario

# Objetivo

**Profundizar el conocimiento de los usuarios mexicanos de Internet al respecto de sus usos y características sociodemográficas**

## ESTUDIO CUANTITATIVO

RECOPIACIÓN DE MÁS DE 20,000 ENCUESTAS EN LÍNEA A USUARIOS DE INTERNET DE LOS PORTALES Y SITIOS DE INTERNET, MIEMBROS DE LA AMIPCI.  
CUESTIONARIO CON 30 PREGUNTAS CERRADAS, PRECODIFICADAS.  
MÉTODO DE AUTOSELECCIÓN PARA RESPONDER LA ENCUESTA

MUESTRA: 4,656 ENCUESTAS  
CONFIANZA : 95%  
MARGEN DE ERROR: +/- 1%

LEVANTAMIENTO: DEL 12 DE SEPTIEMBRE  
AL 2 DE OCTUBRE DEL 2002

## EMPRESA

AMIPCI

Aeromexico

Autocosmos

Banamex.com

Bancomer.com

Bancomext.com

Banorte

Bitel

Burundis

Cinemex

Citaris

CNI en Línea

Consupermiso

EsMas.com

El Universal

Impuestum

Kio Networks

La Jornada on Line

Metros Cúbicos

Proceso.com

Respuesta Creativa

Scotiabank Inverlat

Sección Amarilla

Serfin

Softtek

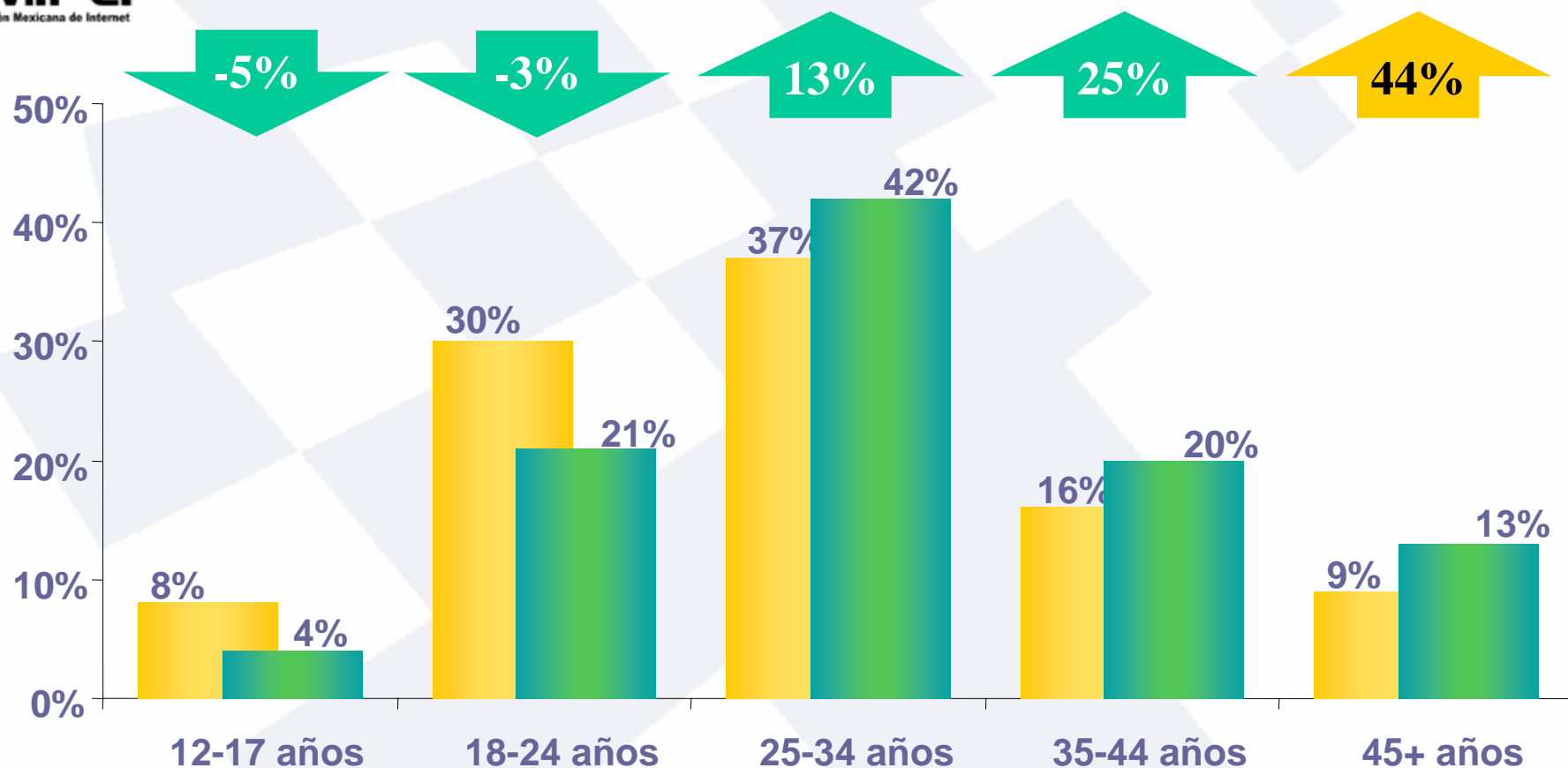
Terra

TV de Mente

T1msn

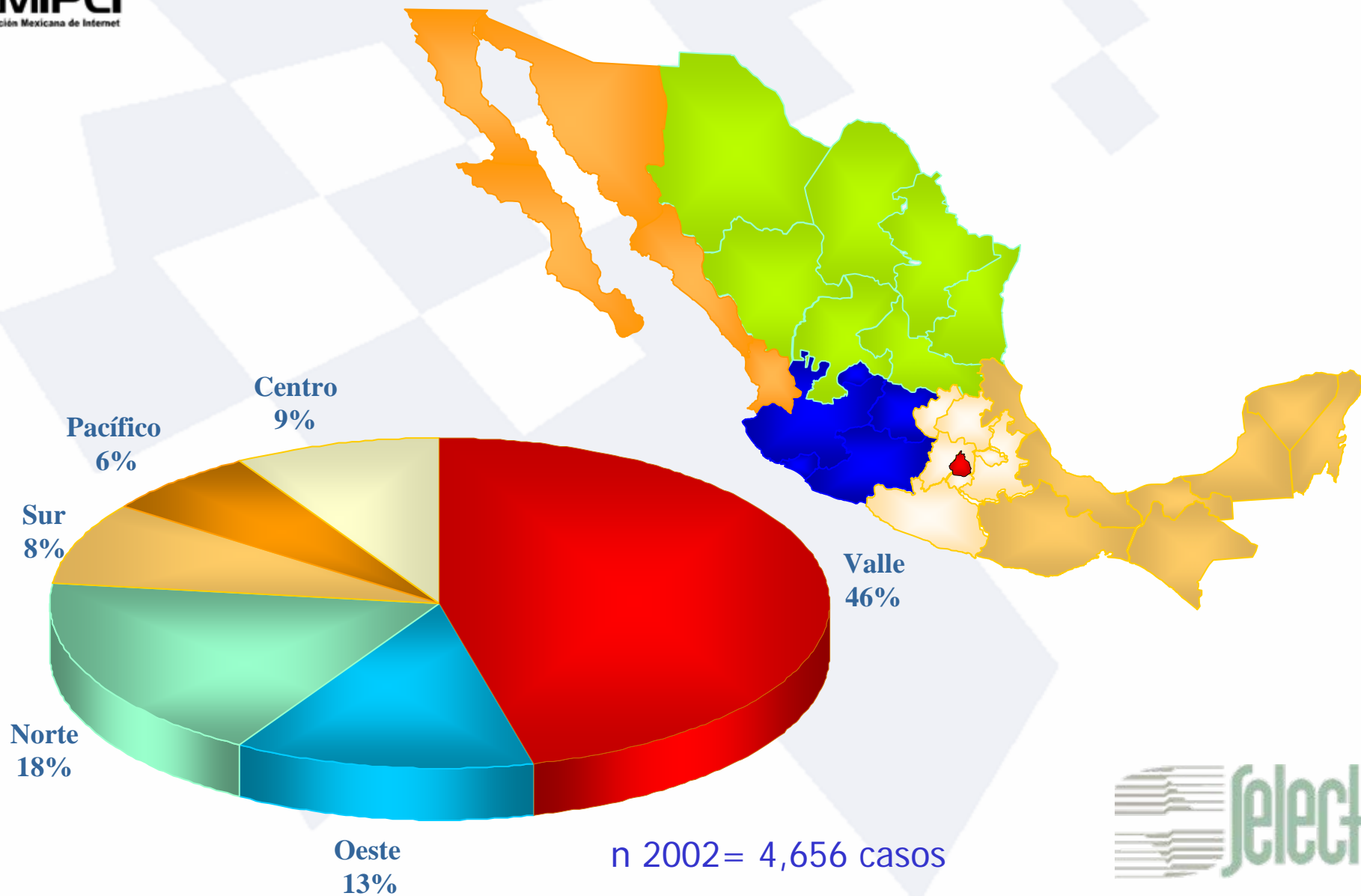
Yahoo

# ¿Cuántos años cumplidos tienes?

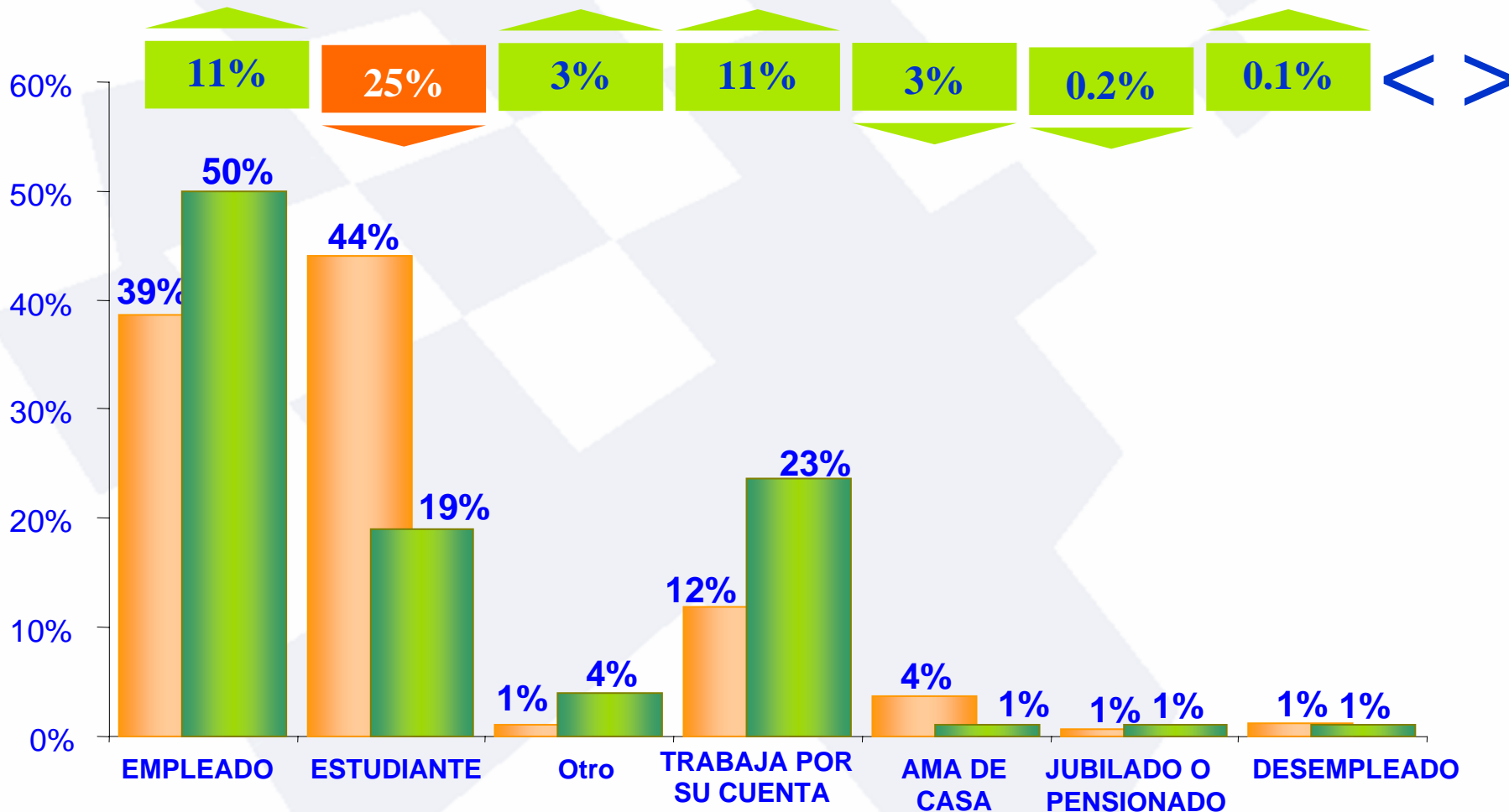


n 2000 = 2,183 casos  
 n 2002 = 4,656 casos

# ¿De qué estado de la República Mexicana nos visitas?

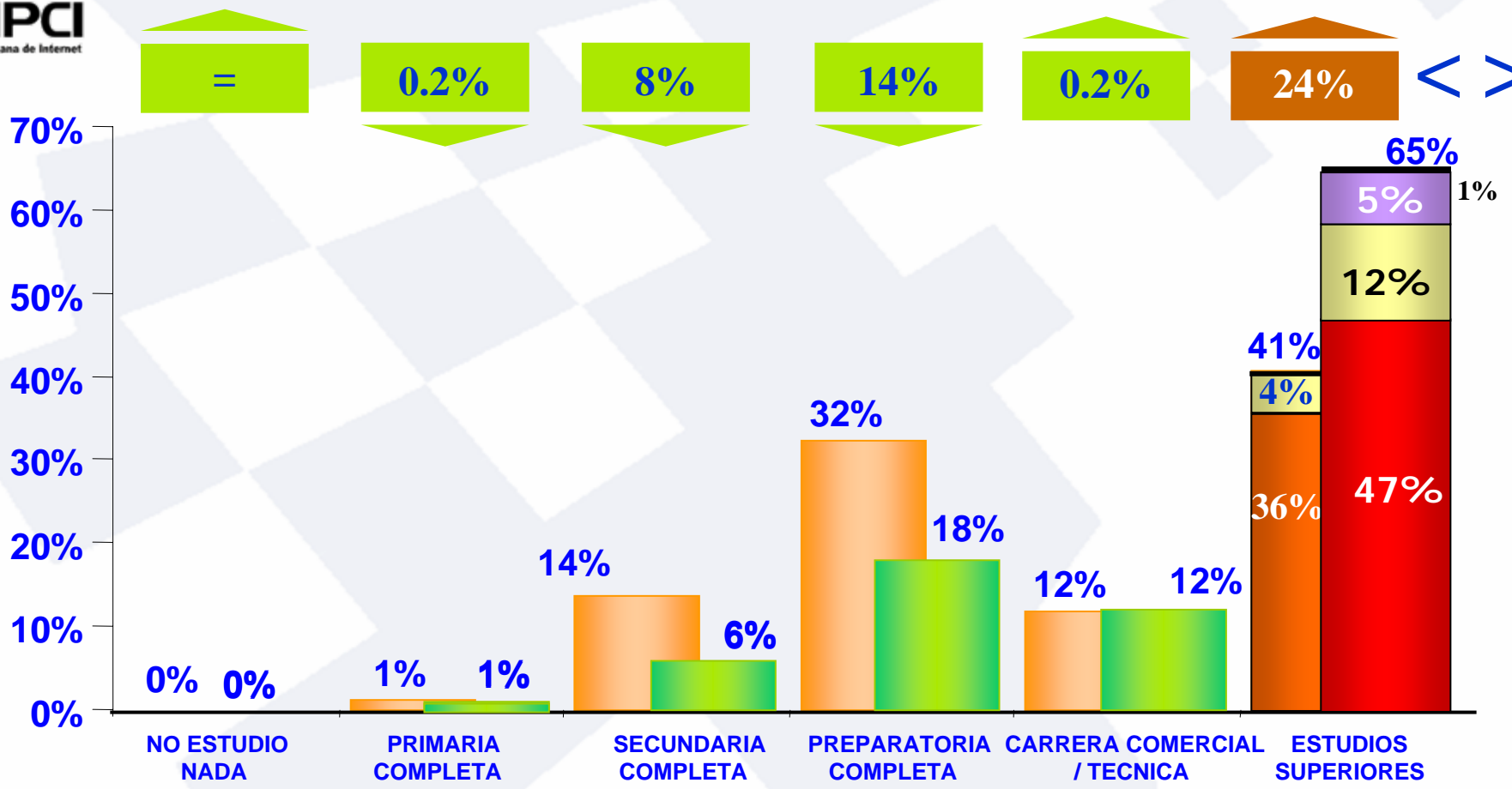


# ¿Cuál es tu ocupación principal?




Perfil Nacional = 1,222 casos  
 Perfil AMIPCI = 4,656 casos


# ¿Cuál es el último grado completo de estudios que cursaste?





 Perfil Nacional = 1,222 casos

 Perfil AMIPCI = 4,656 casos

 LICENCIATURA COMPLETA

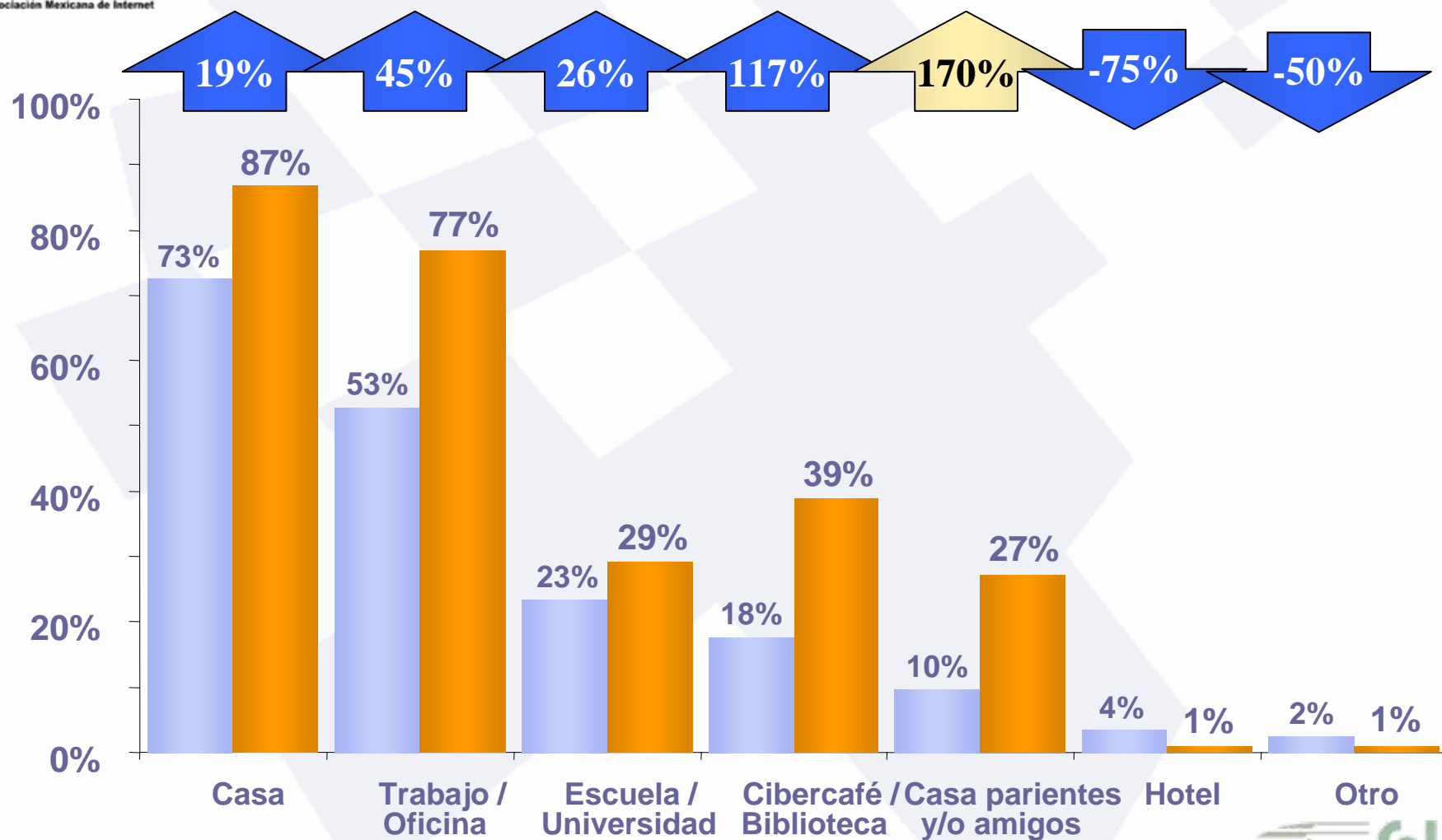
 POSTGRADO/DIPLOMADO

 POSTGRADO/MAESTRIA

 POSTGRADO/DOCTORADO

# Características de Acceso y Hábitos de Uso

# ¿ Desde qué lugar o lugares accedes principalmente a Internet?



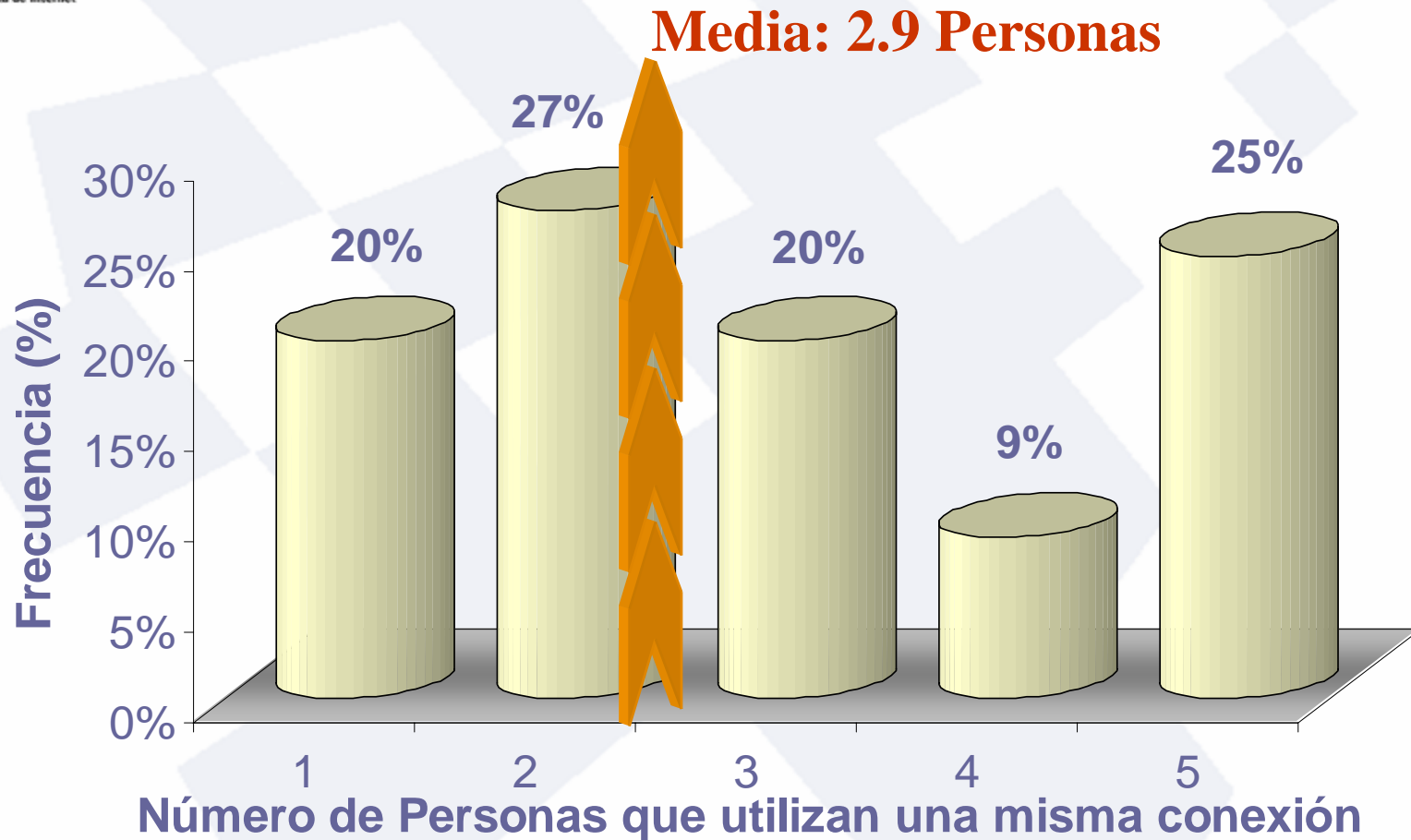
n 2000= 2,183 casos  
 n 2002= 4,656 casos

**Respuesta Múltiple**

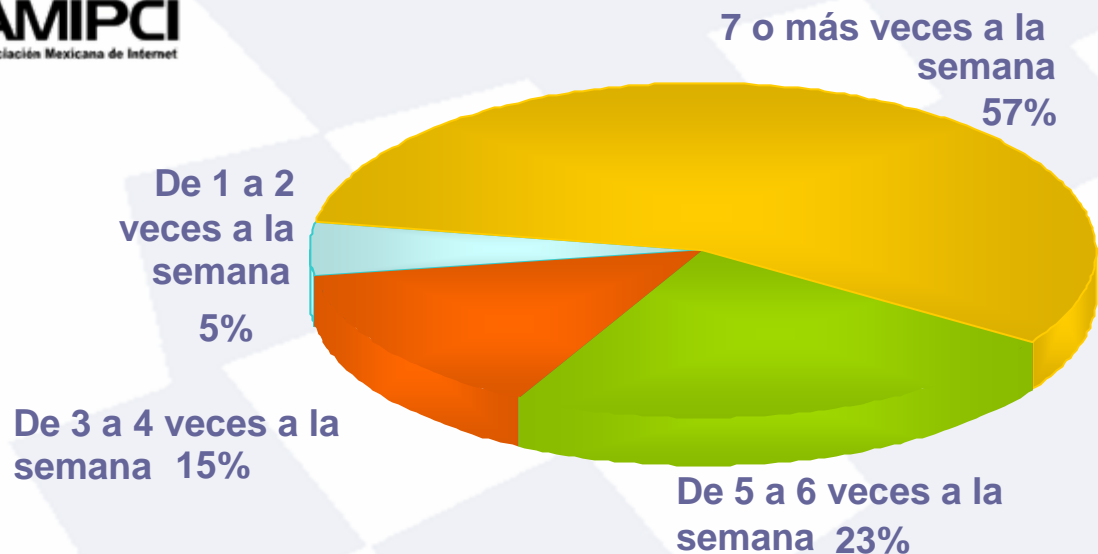
Perfil AMIPCI



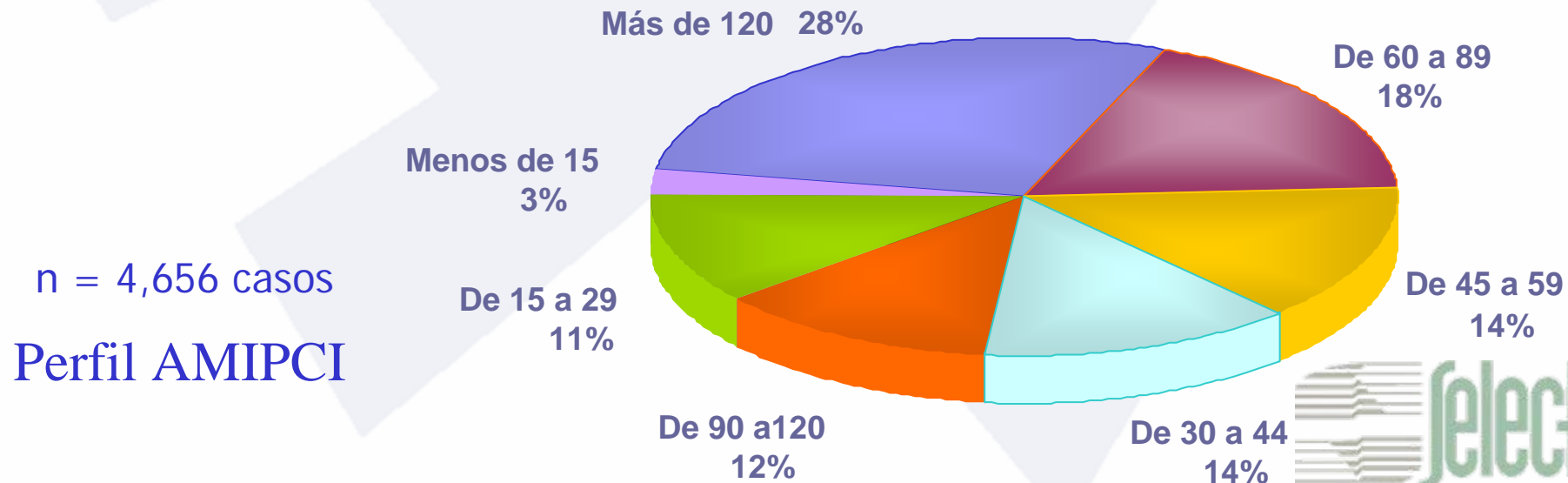
# ¿Cuántas personas, incluyéndote a tí utilizan la conexión a Internet que tu usas?



n = 4,656 casos  
Perfil AMIPCI



Minutos por sesión

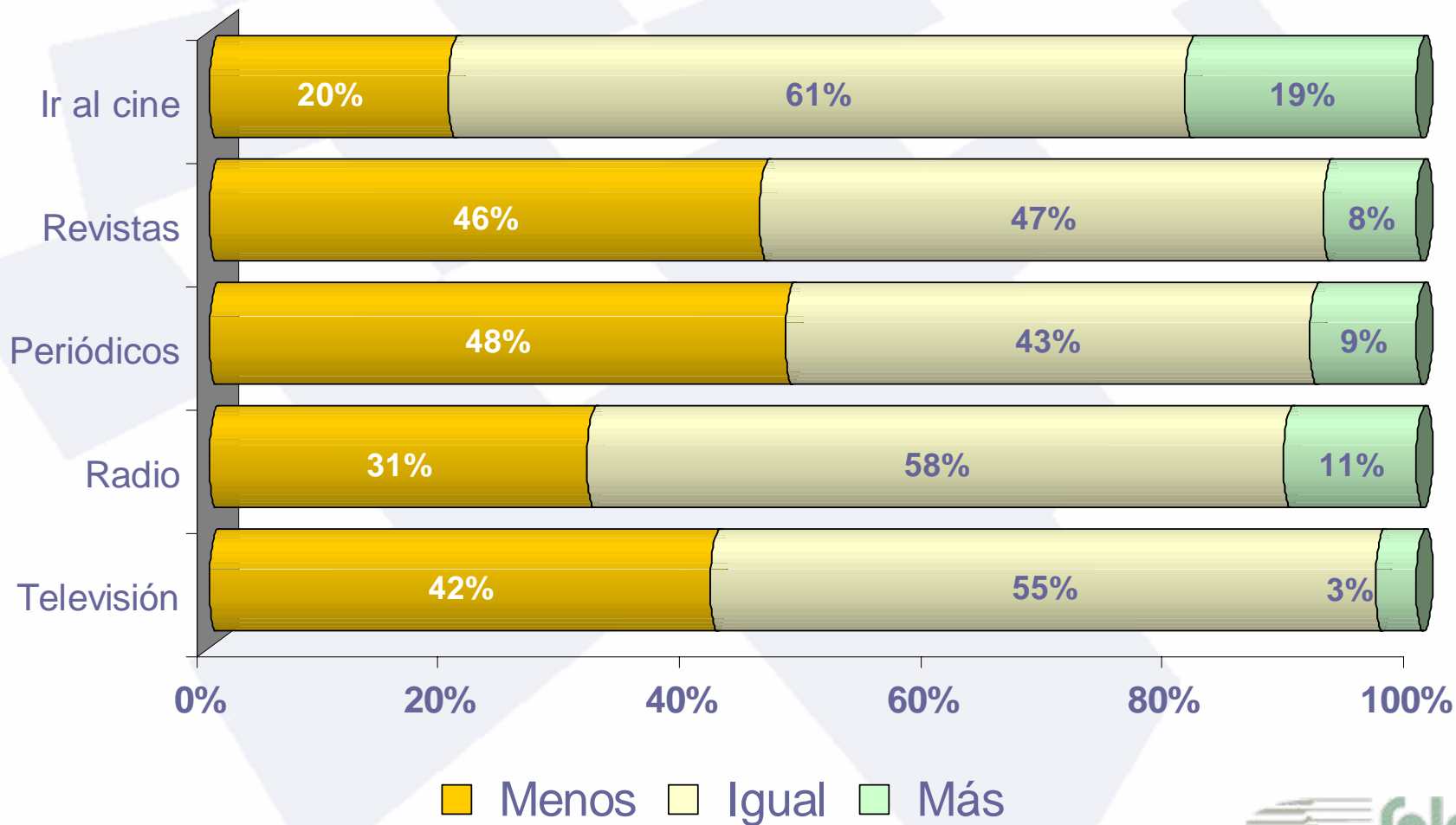


n = 4,656 casos

Perfil AMIPCI



# Para cada uno de los siguientes medios, los está usando menos, igual, o más que antes de haber empezado a usar Internet



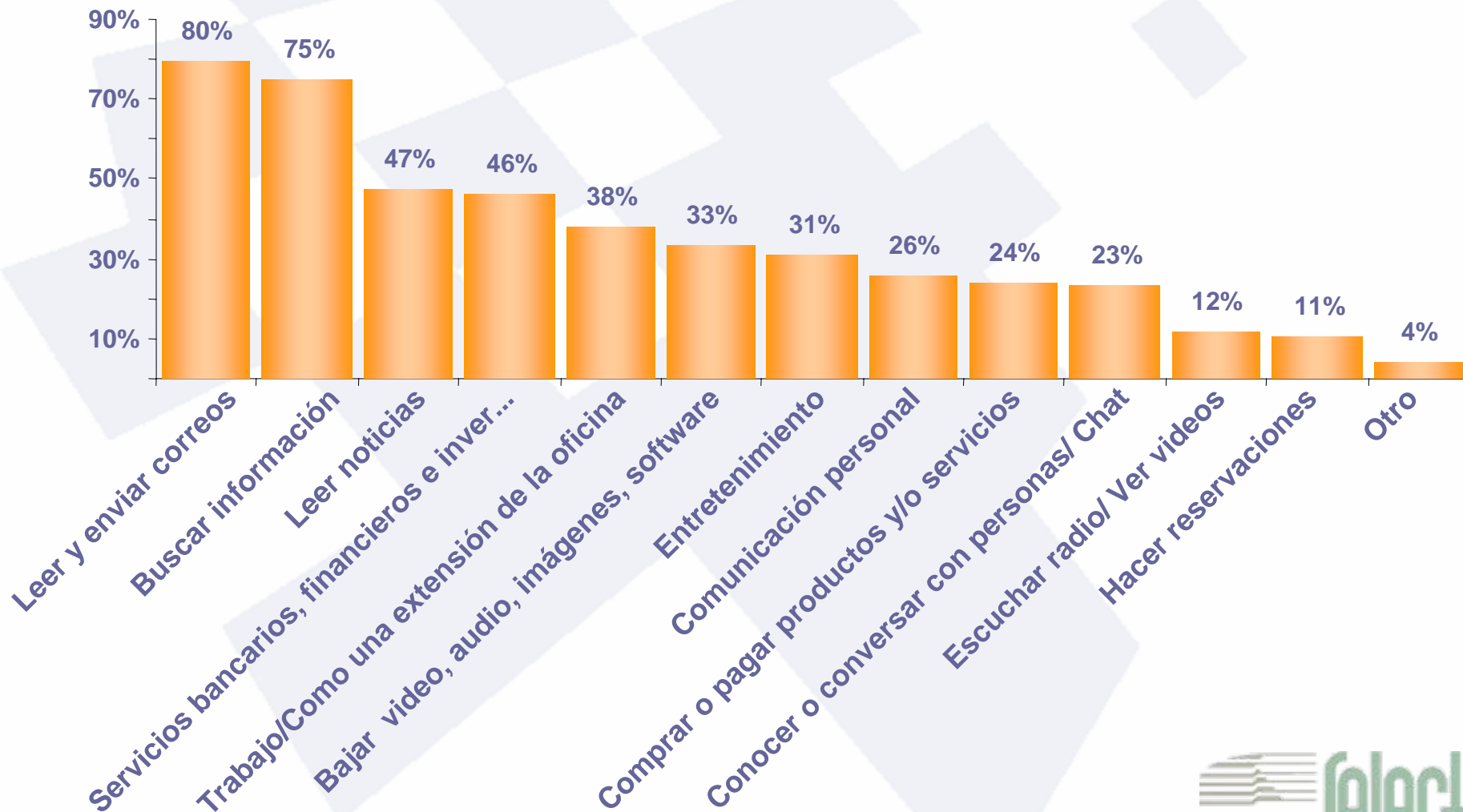
n = 4,656 casos  
Perfil AMIPCI



**AMIPCI**  
Asociación Mexicana de Internet

# Y ¿a qué dedicas más tiempo cuando utilizas Internet?

n = 4,656 casos



Perfil AMIPCI

Respuesta Múltiple



# Factores que mejorarían la experiencia de navegación



**Respuesta Múltiple**

N 2002= 4,656 casos

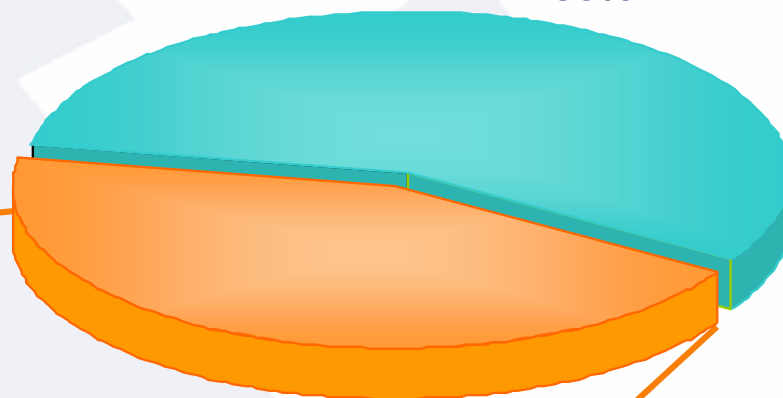
Perfil AMIPCI

# Hábitos de Compra y Uso de Banca Electrónica

# Alguna vez ¿has comprado algún producto o servicio en Internet?

n = 4,656 casos

Si  
56%



No 44%

Me gusta ir a ver las cosas que compro

46%

Me da miedo dar mi número de tarjeta

41%

No tengo tarjeta de crédito

35%

No se si me van a enviar los artículos o no

34%

Se tarda mucho tiempo en enviarme las cosas

8%

No me Interesa

2%

Otros

3%

0% 10% 20% 30% 40% 50%

n = 2,038 casos

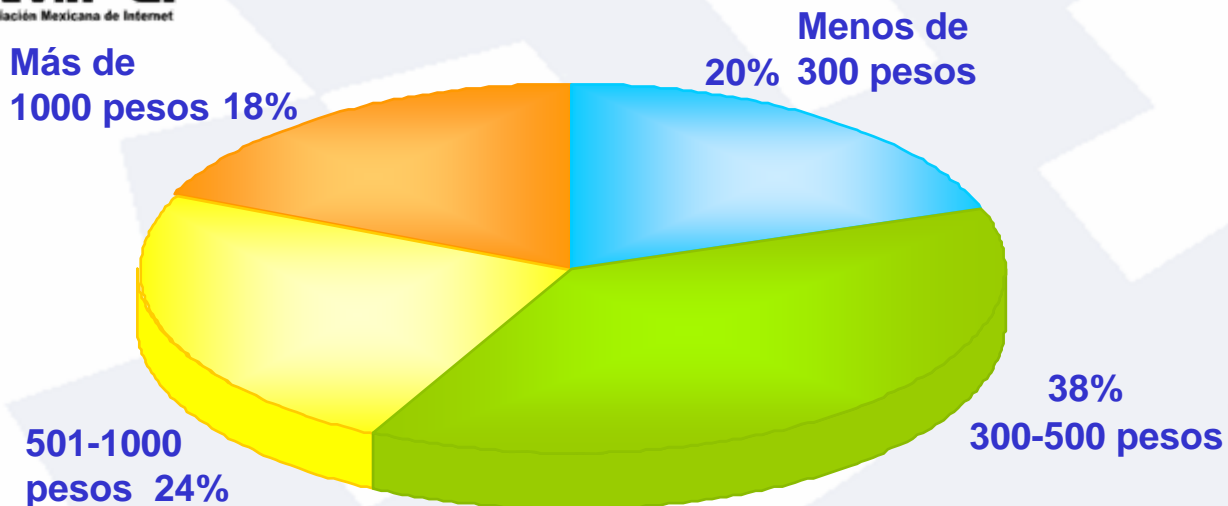
**Respuesta Múltiple**

Perfil AMIPCI



**AMIPCI**  
Asociación Mexicana de Internet

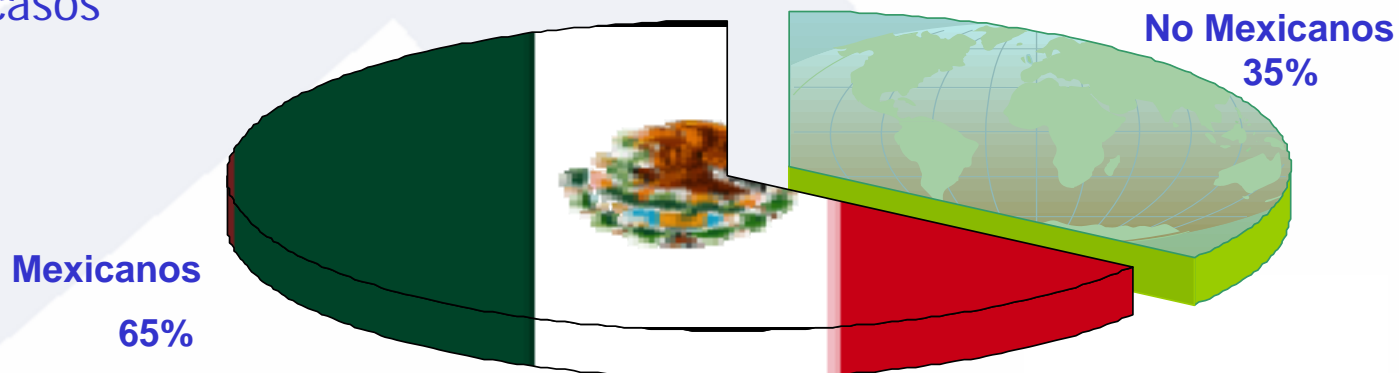
# ¿Cuánto dinero gastas, en promedio, en cada compra que realizas en Internet?



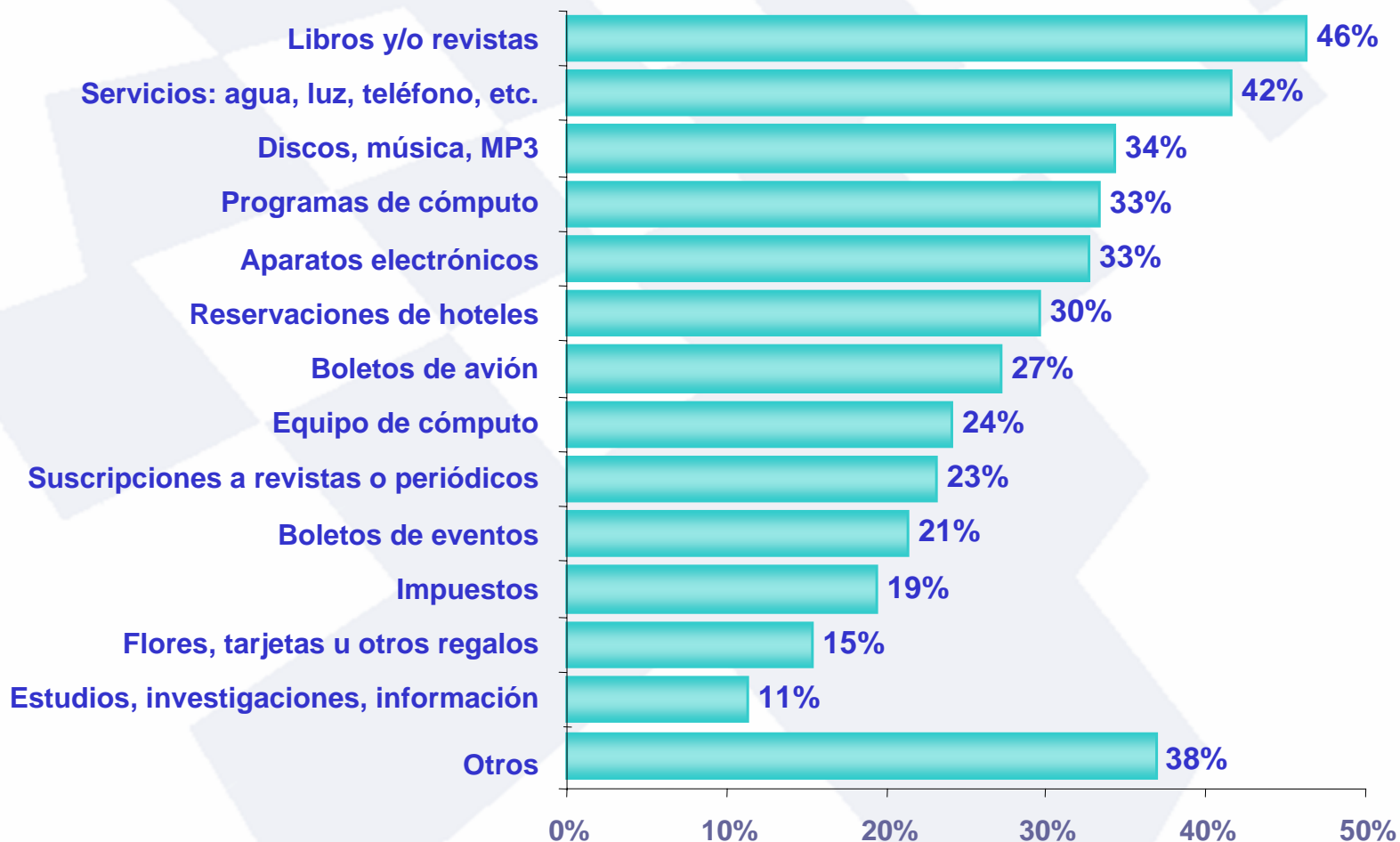
**Media: \$ 877.09**

n 2002 = 4,656 casos

¿Qué porcentaje de tus compras o pagos por Internet los haces en páginas o portales que no son mexicanos?



# ¿Qué tipo de productos o servicios has pagado por Internet?



n = 2,618 casos

**Respuesta Múltiple**  
Perfil AMIPCI

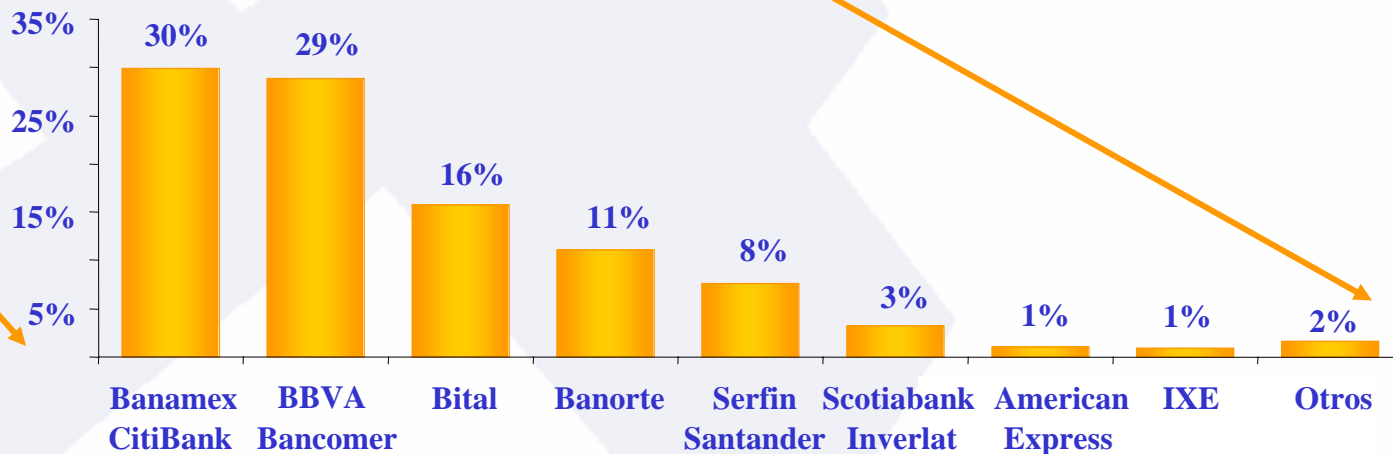
# ¿Utilizas los servicios de banca electrónica?

No  
35%

n = 4,656 casos

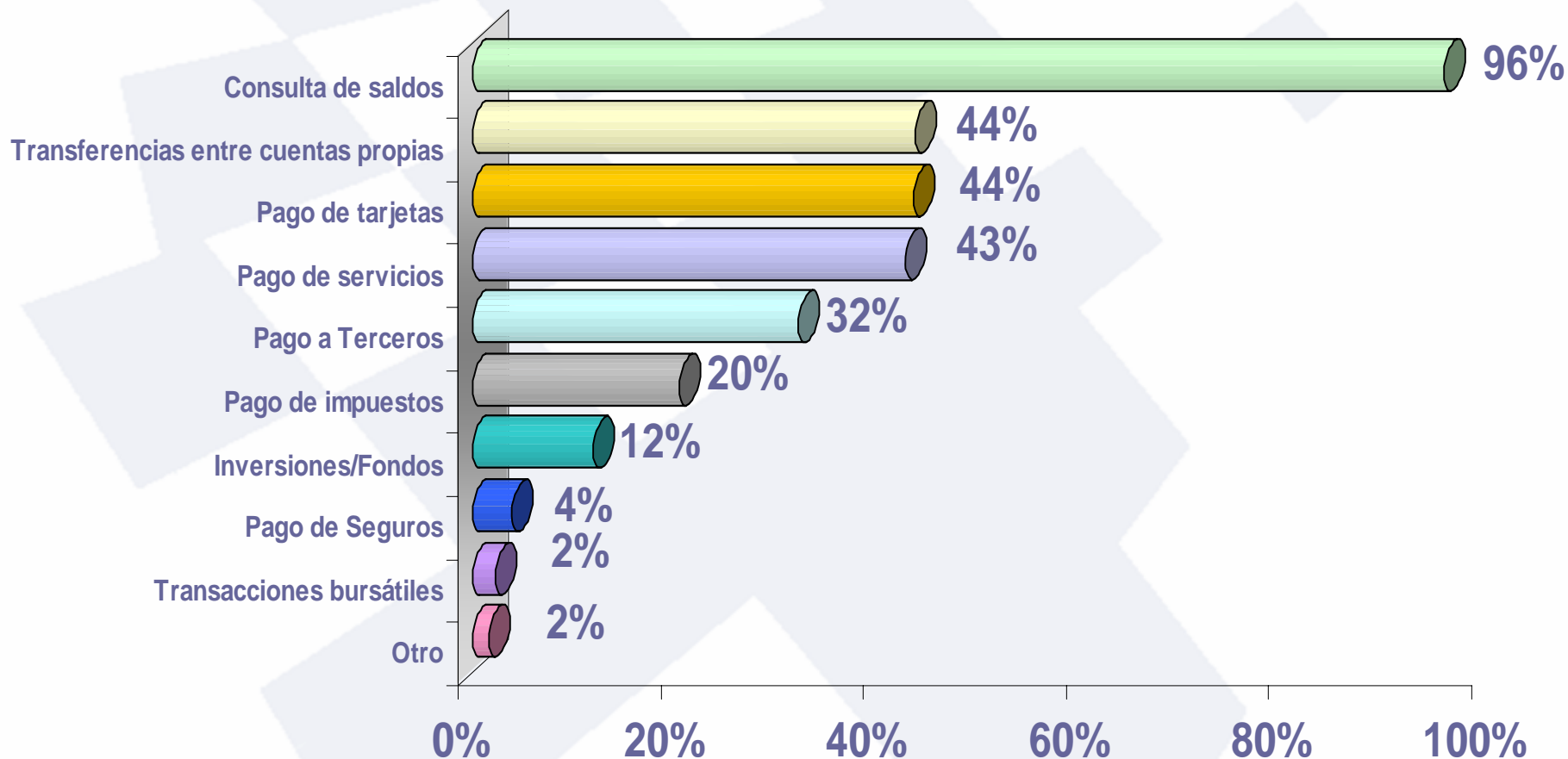
¿Con qué banco?

Si  
65%

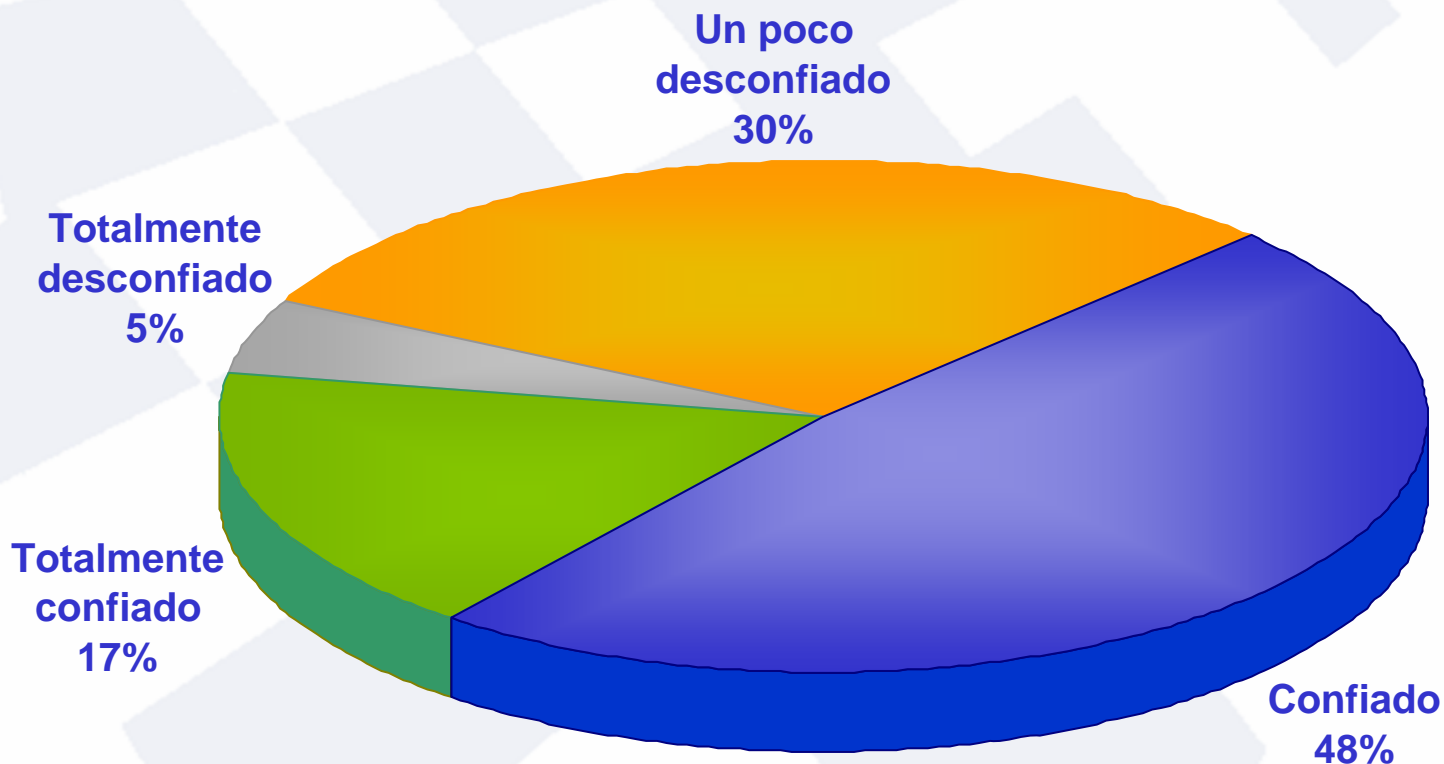


n = 3,039 casos

# ¿Qué servicios utilizas con mayor frecuencia?



# Cuando realizas una transacción bancaria por Internet, tu te sientes:



n = 4,656 casos

# Conclusiones

- Perfil Internet se populariza, se acerca al nacional
- Perfil AMIPCI > Elite: influencia y poder de compra
  - Gente educada, mayor y de altos ingresos
  - Empleados/profesionistas independientes
  - Experiencia, uso intensivo y acceso alta capacidad
  - Ubicados en grandes ciudades
- Acceso multi-lugar/compartido demuestra que Internet es herramienta cotidiana y popular
- ~57% se conectan >1 hora/día
- Afectan medios impresos y sobretodo, TV y benefician al cine

- **Hábitos de uso se asocian a ocupación:**
  - Correo y búsqueda: genéricos
  - Noticias/banco/trabajo: empleados y prof. indep.
  - Descargar/entretenimiento/chats/radio: jóvenes
  - Compras/reservaciones: minoría
- **Prestaciones buscadas:**
  1. Descarga y navegación rápida
  2. Privacidad
  3. Fácilidad/seguridad
  4. Otros

- **Compras a portales mexicanos han crecido**
- **Libros, revistas, servicios, música, cómputo y aparatos electrónicos, lo más vendido**
- **Barreras a la compra:**
  - **Gusto**
  - **No tarjeta**
  - **Miedo**
- **Banca electrónica, uso generalizado y de alto nivel de confianza**

---

# Estudio AMIPCI 2002 de Hábitos de los Usuarios de Internet en México

**José Manuel Marrón Recamier**  
**Ricardo Zermeño González**