

Internet en México

2016



— Segunda Parte —

En esta segunda parte del reporte semanal de Prospecta sobre los -Hábitos de Uso de Internet de los Mexicanos- nos enfocamos a las actividades en línea que llevan a cabo los internautas en nuestro país; además se presentan datos del tipo de actividades que prefieren llevar a cabo, ya sea de manera presencial o en línea y concluimos con la penetración y los dispositivos de conexión a redes sociales.

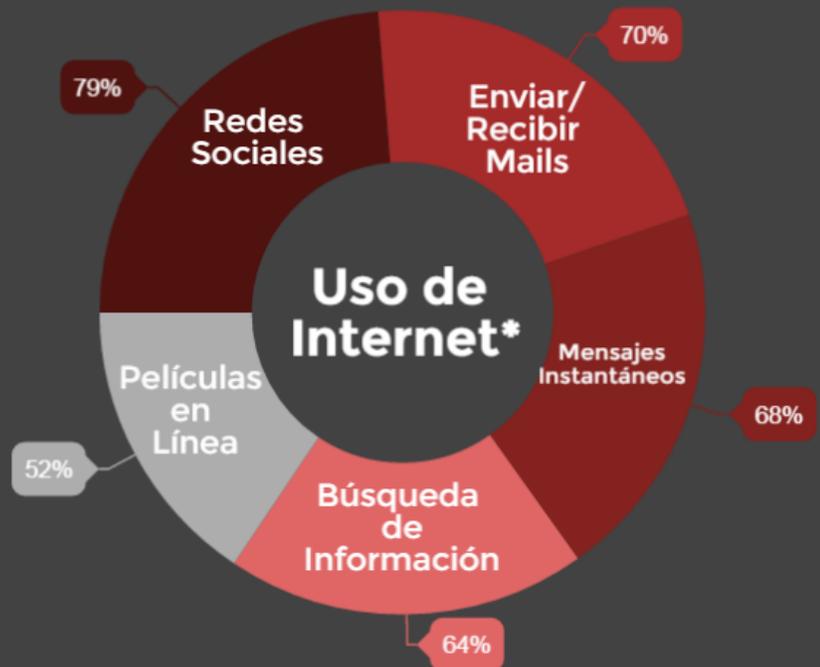
El reporte muestra un extracto de los datos obtenidos en la investigación realizada por la AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet), información correspondiente al 1er. trimestre de 2016.

Actividades en línea

El acceso a Redes Sociales sigue siendo la principal actividad online, por encima de enviar/recibir mails.



Las actividades más recurrentes realizadas por los hombres son las compras en línea, descargas de películas/series/música/podcasts, operaciones de banca en línea, acceso y gestión de sitios propios/blogs.



de los encuestados compran en línea.



de los encuestados venden en línea.

Actividades presenciales VS en línea

3 de cada **4**

internautas declara que Internet ha cambiado sus hábitos respecto a la manera en la que realiza ciertas actividades, entre ellas, las que presentan un mayor auge son las relacionadas con ocio (ver películas / escuchar música), finanzas y temas de formación.



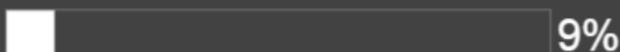
74%

De los encuestados se mostró muy de acuerdo (41%) y bastante de acuerdo (33%) respecto a que Internet ha cambiado sus hábitos en cuanto a cómo desarrollan ciertas actividades.

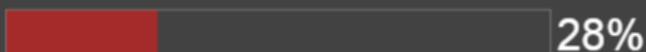
Haciendo referencia al rubro de compras de Boletos y moda, se tienen los siguientes resultados:



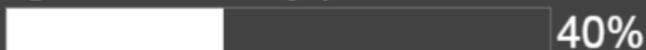
Sólo la realizó en línea



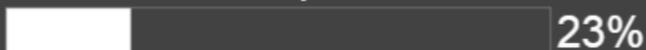
La realizó más en línea



Igual en línea y presencial



Sólo la realizó presencial



Dentro del mismo estudio se proyecta que para el año 2017 un 33% de los encuestados comprarán más en línea y el 25% iniciará actividades de venta en línea, lo cual muestra que el interés por estas actividades va en incremento.

Penetración Redes Sociales



La red de mayor preferencia en México sigue siendo Facebook.



Whatsapp es usado por 8 de cada 10 internautas.



g+

YouTube, Twitter y Google+ han mantenido una penetración relativamente similar en relación a 2015, pero con un número menor de seguidores que Facebook.

5

es el promedio de redes sociales a las que el internauta mexicano está inscrito

20%

es el porcentaje de penetración de LinkedIn, considerada la primera red para profesionales.

Dispositivos de conexión a redes sociales



El teléfono inteligente (Smartphone) es ya el 1er. dispositivo para acceder a redes sociales, el auge de Instagram y Whatsapp ha disparado su uso.



Twitter tiene más uso en teléfono inteligente (Smartphone) que en computadora.



Facebook es la red más usada en laptop, seguida de YouTube.

Debido a la tendencia de incremento en la penetración de Internet en México, hoy en día el 59% de la población tiene acceso a este medio, porcentaje equivalente a 65 millones de internautas, gracias a esto se presenta una gran oportunidad para el desarrollo de campañas de acercamiento que logren llegar a este gran grupo de compradores potenciales.

Cualquier campaña que se genere cuyo enfoque sea la búsqueda de clientes, estará obligada a evolucionar y deberá considerar que el 77% de las personas en nuestro país usan un Smartphone o teléfono inteligente como principal acceso a redes y búsqueda de información; por lo que deberán contar con sitios web que permitan su adaptación a este tipo de dispositivos móviles. Adicionalmente con el incremento de uso de estos dispositivos podemos considerar que los internautas buscan estar siempre en contacto con información sin importar el lugar en el que se encuentren ubicados (movilidad de información y productos).

También es importante resaltar que el promedio diario de conexión a Internet en nuestro país es de 7 horas y 14 minutos, sin embargo este tiempo es asignado a un sin fin de actividades, por lo que se debe ser muy asertivo respecto a la comunicación de los atributos de nuestros productos, la cual deberá ser muy ágil y concisa. Así mismo, es de resaltar que tan sólo en un año el promedio antes mencionado se incrementó 1 hora y 3 minutos.

Así mismo, al ser Facebook la red social más utilizada en México, es suma importancia comprender que más que un medio para vender, puede ser el canal idóneo para realizar la presentación de una marca, tal como hace algunos años lo fueron las páginas de Internet, que a pesar de su existencia, sólo son utilizadas cuando hay un verdadero interés detrás del producto; en la actualidad con las redes sociales contamos con un medio más ágil pero a su vez con un momento percedero que nos permite acercarnos a nuestro cliente.

En el mundo de las redes sociales estamos ante un escenario en el que diariamente surgen y se desarrollan conceptos completamente diferentes con el objetivo de adaptarse a las necesidades del mercado; el estar al día con el surgimiento de toda esta información y llevar a cabo su aplicación al interior de las empresas, ayudará al posicionamiento de la marca, atracción de nuevos compradores y al incremento de ventas.



prospects

www.prospects.mx