



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

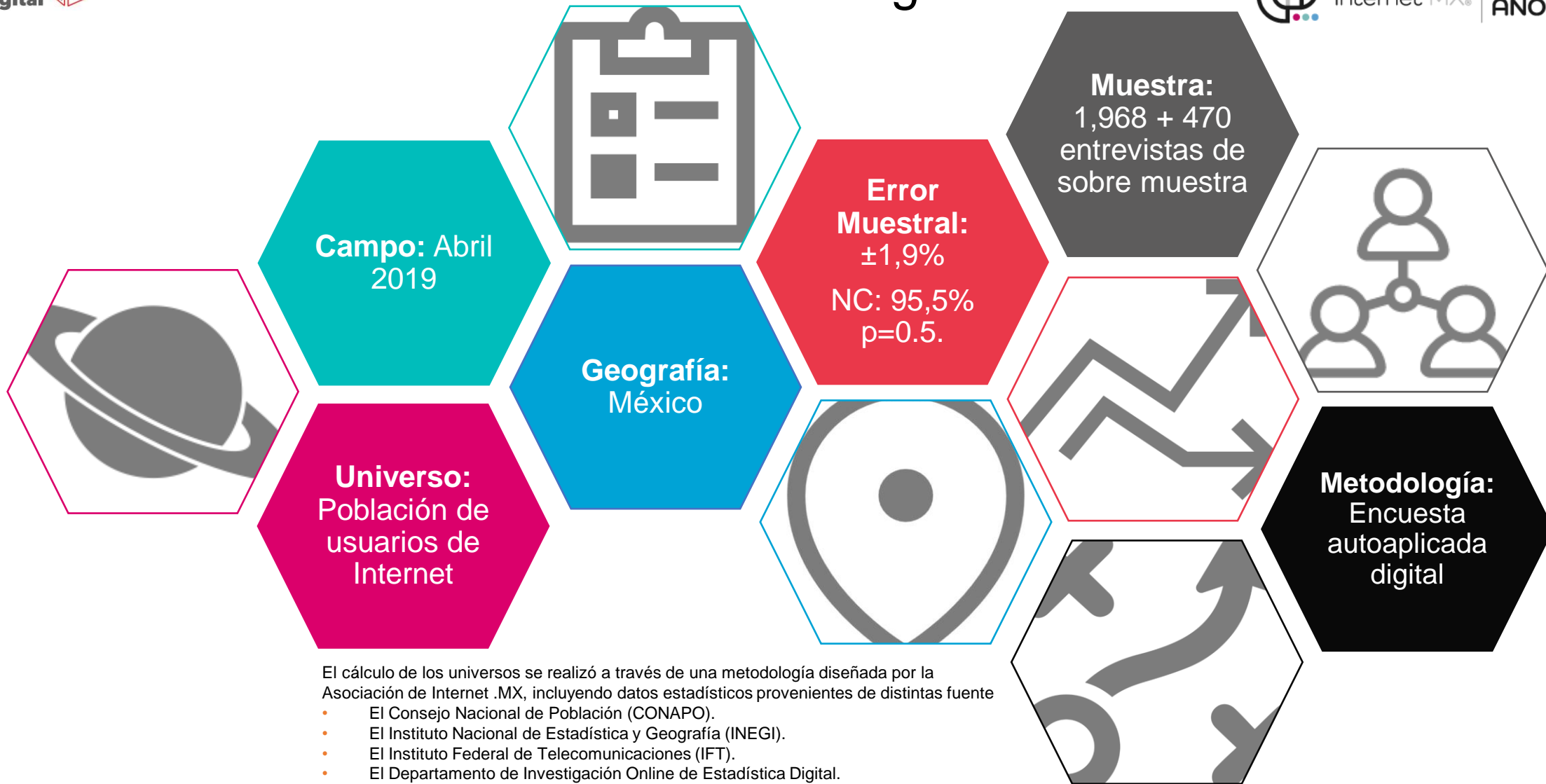
20  
AÑOS

15° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de  
Internet en México 2018

# Movilidad en el Usuario de Internet Mexicano

Julio 31, 2019

# Ficha Metodológica

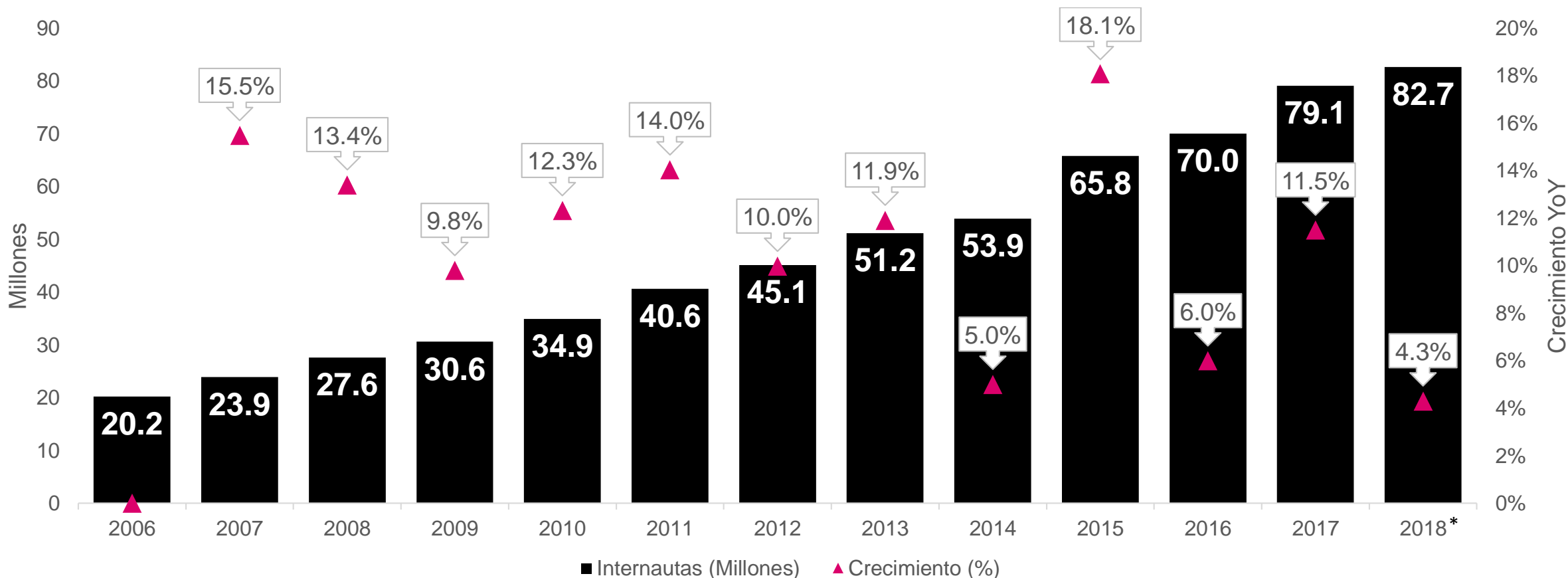


El cálculo de los universos se realizó a través de una metodología diseñada por la Asociación de Internet .MX, incluyendo datos estadísticos provenientes de distintas fuente

- El Consejo Nacional de Población (CONAPO).
- El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).
- El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).
- El Departamento de Investigación Online de Estadística Digital.



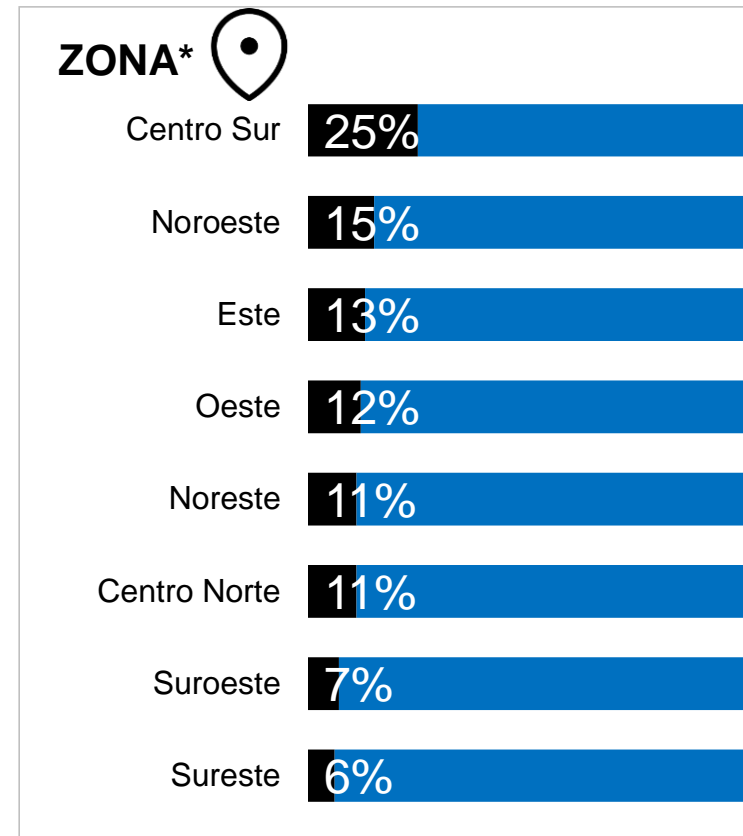
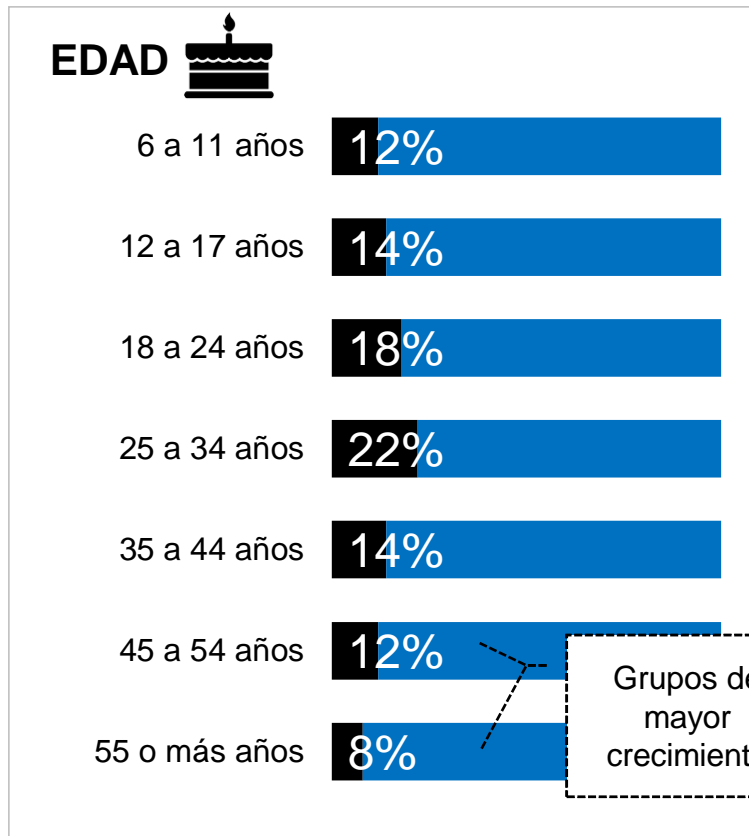
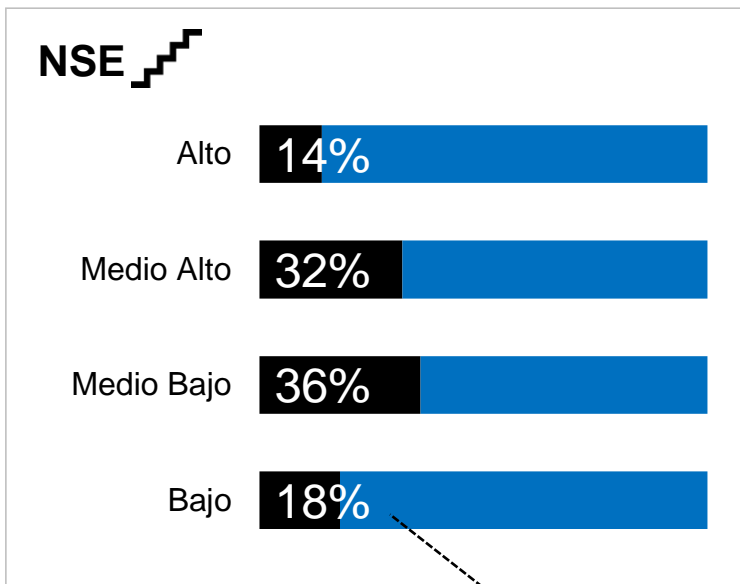
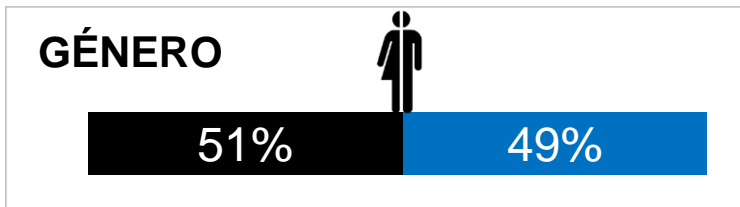
# Usuarios de internet en México 2006-2018\*



\*Cifras en millones calculadas por Estadística Digital, y Asociación de Internet.MX, con base en información de CONAPO, INEGI e IFT

\*México alcanza un **71% de penetración** entre la población de personas mayores a 6 años.

# Perfil Internauta Mexicano



\*CENTRO NORTE: AGS, GTO, QRO, SLP, ZAC  
 ESTE: HGO, PUE, TLAX, VER  
 SURESTE: CAMP, QROO, TAB, YUC  
 SUROESTE: CHIS, GRO, OAX

\*CENTRO SUR: CDMX, MEX, MOR  
 NOROESTE: BC, BCS, CHI, DGO, SIN, SON  
 OESTE: COL, JAL, MICH, NAY  
 NORESTE: COAH, NL, TAMPS

\*<http://bit.ly/RegionesMX>

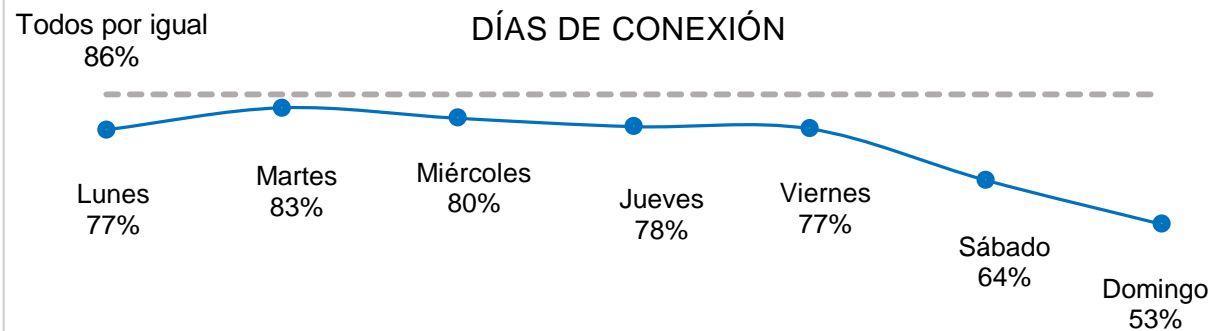
Base: 1,968 + 470 entrevistas de sobre muestra



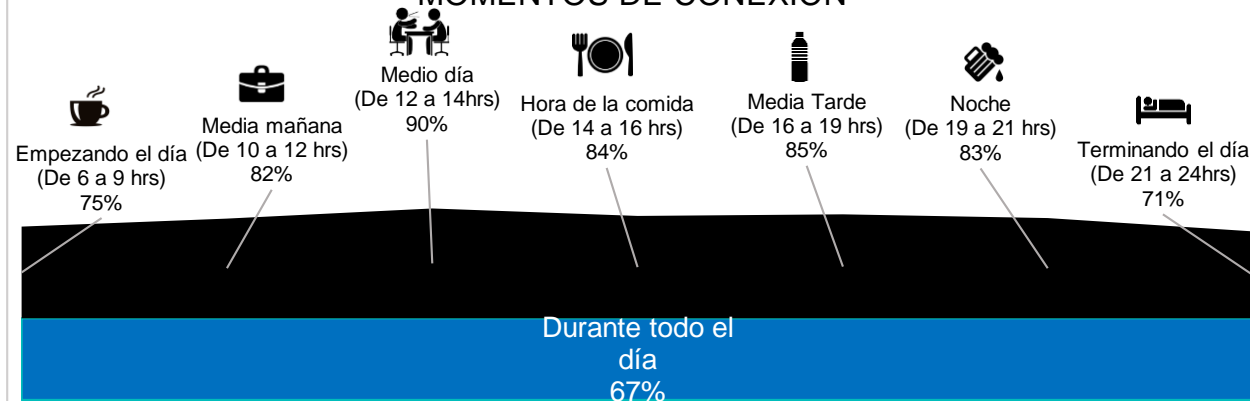
# Hábitos de conexión



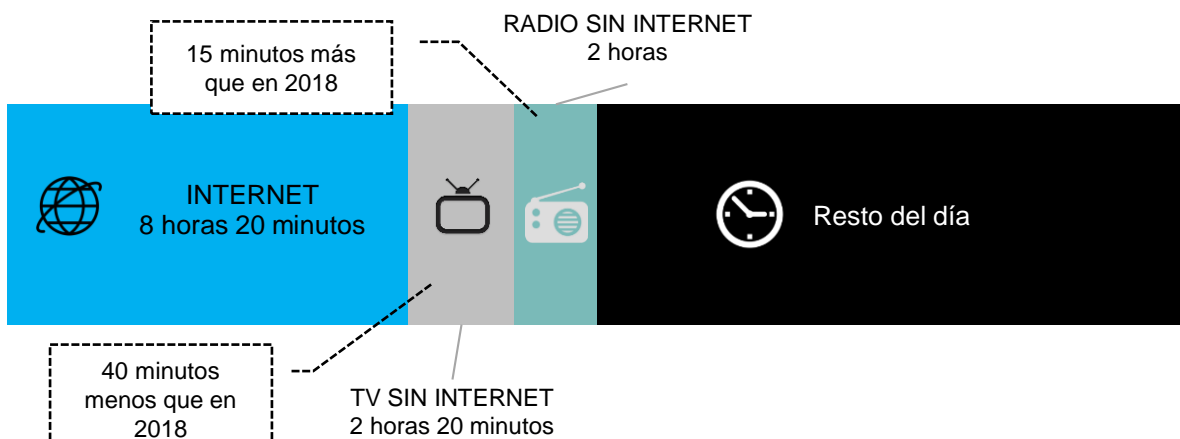
## DÍAS DE CONEXIÓN



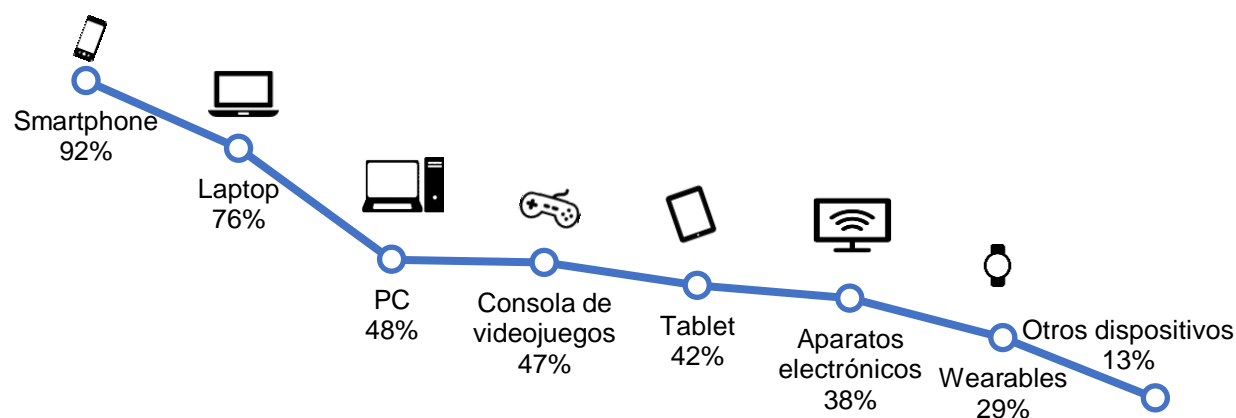
## MOMENTOS DE CONEXIÓN



## TIEMPO DE CONEXIÓN



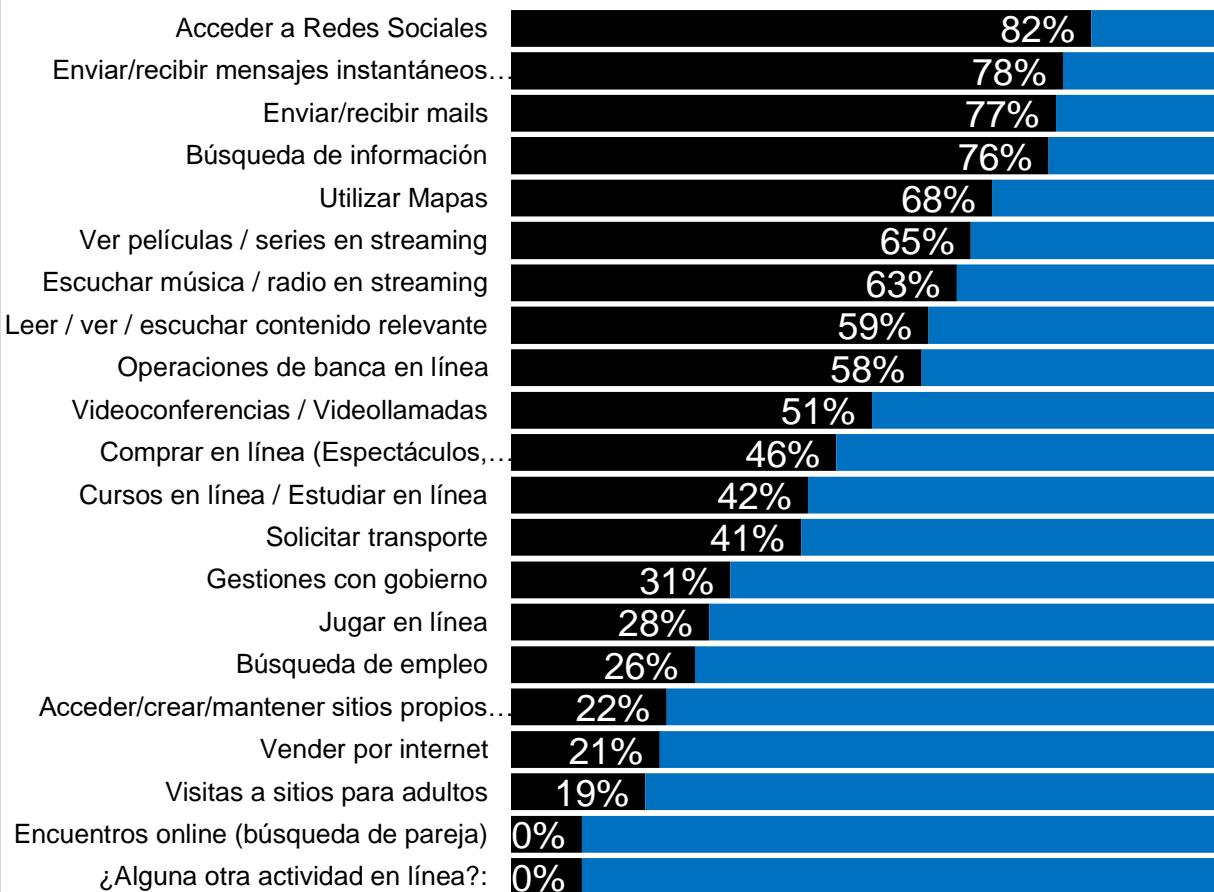
## DISPOSITIVOS DE CONEXIÓN



Base: 1,968 + 470 entrevistas de sobre muestra



## USO DE INTERNET



## ACTIVIDAD

## FRECUENCIA

## DISPOSITIVO

Acceder a Redes Sociales	Varias veces al día	73%		38%
Chats / Llamadas		80%		43%
Enviar/recibir mails		53%		20%
Búsqueda de información		56%		22%
Música / radio en streaming		43%		30%
Leer / ver / escuchar contenido relevante		37%		23%
Ver películas / series en streaming	Varias veces a la semana	30%		20%
Operaciones de banca en línea		31%		28%
Utilizar Mapas		35%		42%
Solicitar transporte		17%		45%
Videoconferencias / Videollamadas		21%		19%
Búsqueda de empleo		Cada semana		26%
Comprar en línea	Cada mes	26%	19%	
Encuentros online (búsqueda de pareja)	Rara vez	82%		29%
Visitas a sitios para adultos		63%		22%
Vender por internet		68%		17%
Gestiones gobierno		59%		28%
Jugar en línea		52%		19%
Cursos en línea / Estudiar en línea		42%		27%
Acceder/crear/mantener sitios / blogs		44%		19%

# Actividades en Línea Movilidad

2019







# Movilidad

## ¿Solicitar Transporte en línea?



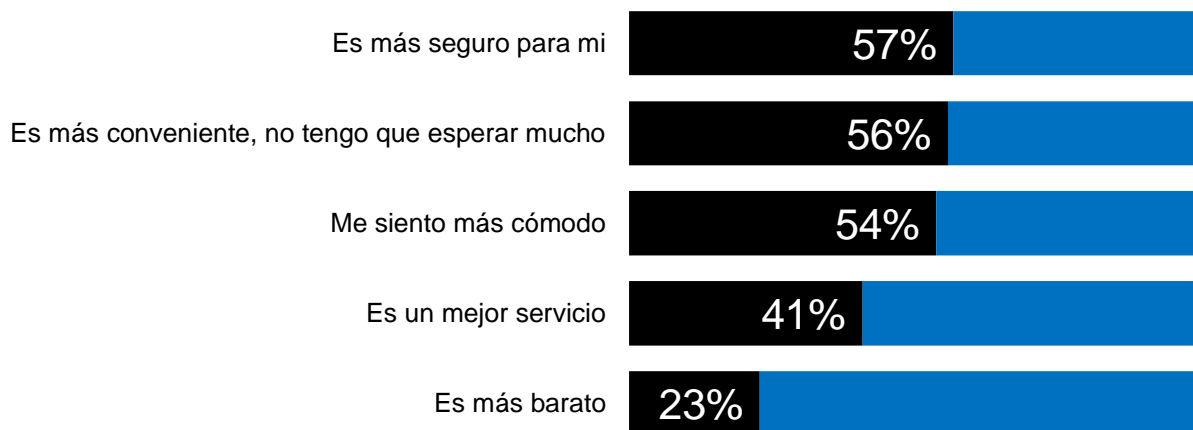
41%



59%

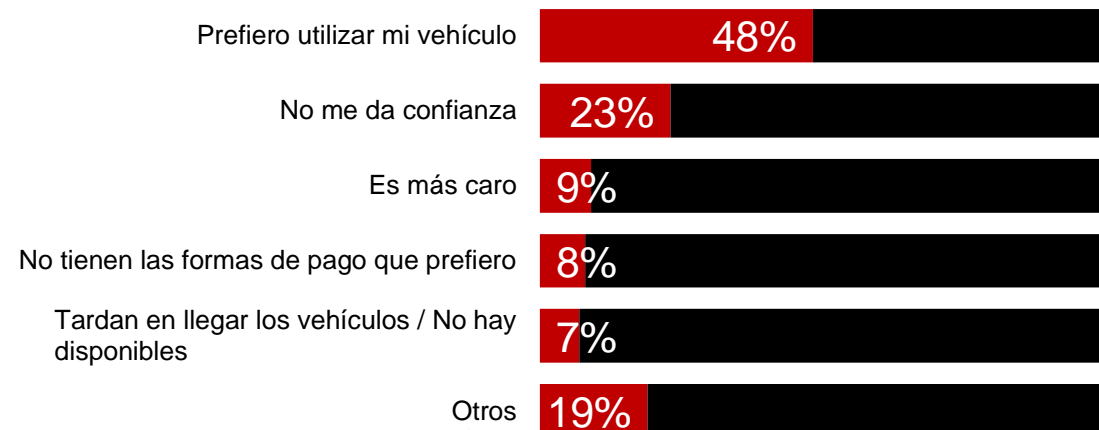
Base: 1,968 + 470 entrevistas de sobre muestra

### RAZONES DE ELECCIÓN



Base: 807 entrevistados que solicitan transporte en línea + 470 entrevistas de sobre muestra

### RAZONES DE NO ELECCIÓN



Otros

- No existe el servicio en mi localidad
- Prefiero caminar
- No cuento con red y memoria en mi teléfono

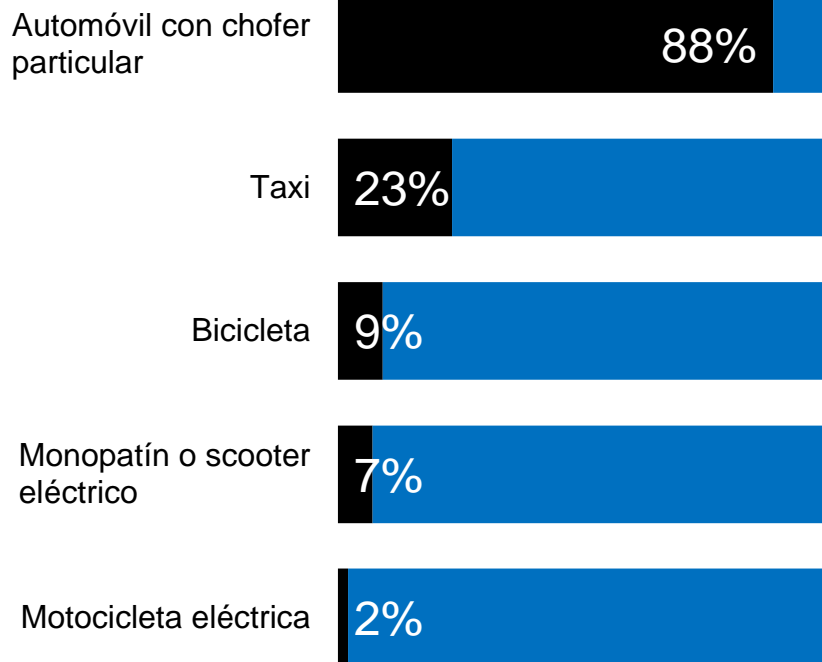
- 41% de los usuarios de internet solicitan transporte en línea, 5% más respecto a 2018.
- Casi 5 de cada 10 usuarios que NO utilizan este tipo de servicios, prefieren utilizar sus vehículos.



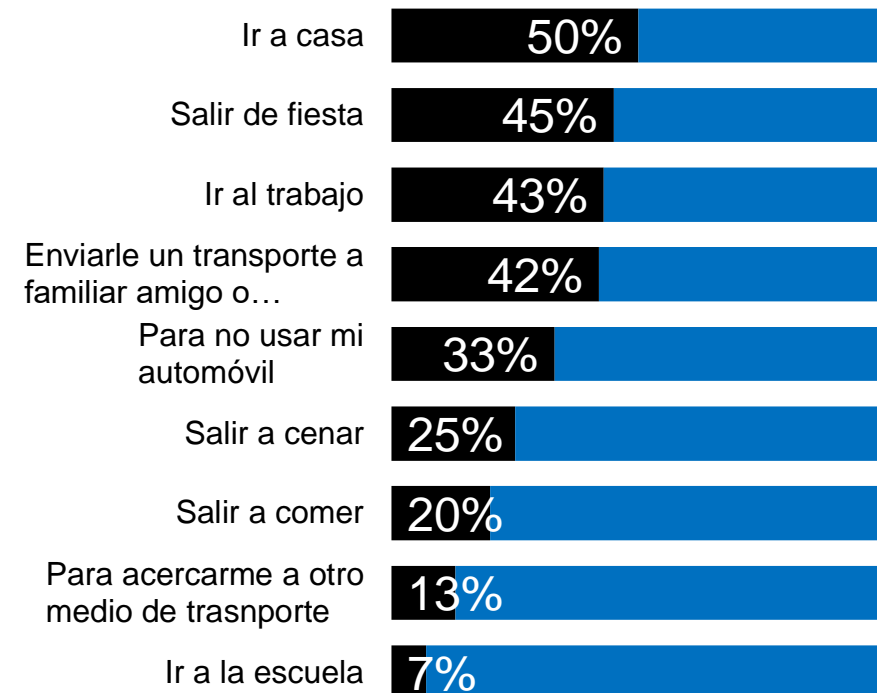
## Transporte en línea



### OPCIONES DE TRANSPORTE



### USOS



- Casi 9 de cada 10 usuarios de transporte en línea, utilizan los servicios de chofer particular con automóvil, seguido de Taxis (23%)
- Ir a casa continúa siendo el principal motivo de solicitar transporte en línea, sin embargo, ir al trabajo gana relevancia en este 2019.



# Movilidad



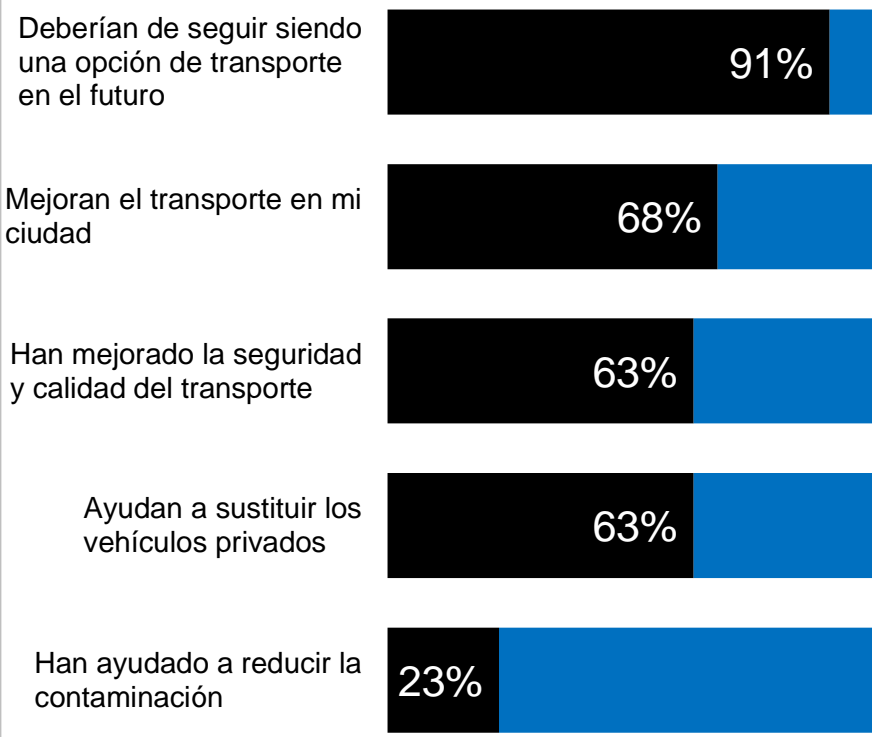
Mayor actividad respecto a 2018 +64%

Mayor actividad respecto a 2018 +32%

## HÁBITOS DE LOS USUARIOS



## PERCEPCIÓN PLATAFORMAS



### Transporte en línea

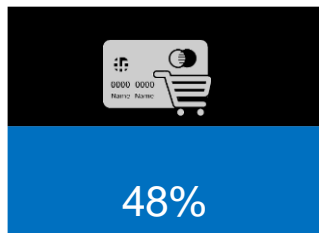


- Las principales fuentes de información para tomar decisión sobre solicitar transportes en línea son; **verificar comentarios negativos** a cerca del servicio y tomar en cuenta **recomendaciones**, los usuarios adecúan sus hábitos a estas actividades relacionadas con el uso de información.
- Los usuarios consideran que las plataformas de movilidad **deberían seguir siendo una opción de transporte para el futuro**, de la misma manera consideran que **mejoran el transporte en su ciudad**.

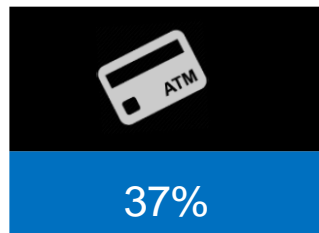
Base: 807 entrevistados que solicitan transporte en línea + 470 entrevistas de sobre muestra



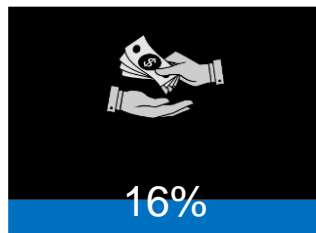
## PREFERENCIA FORMAS DE PAGO



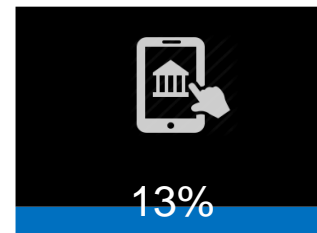
Tarjeta de crédito



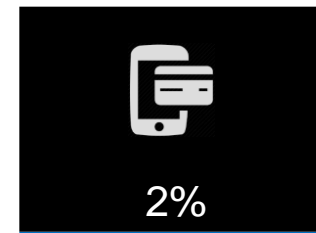
Tarjeta de débito



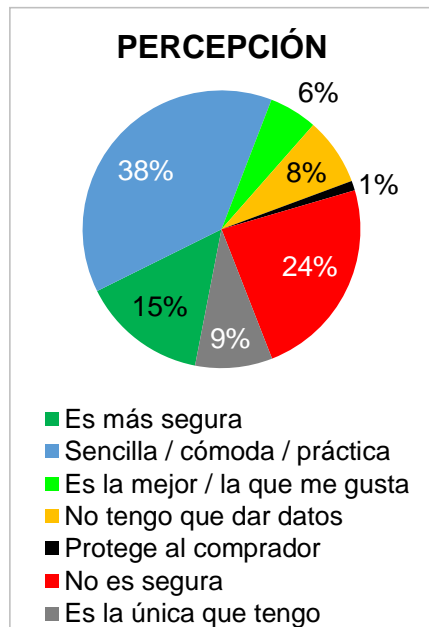
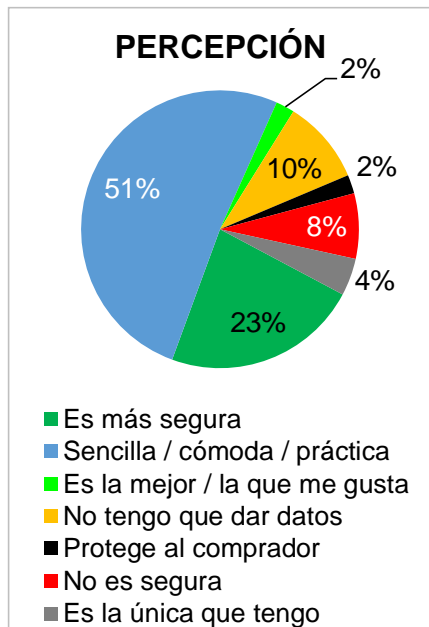
Pago en efectivo



Intermediario de pago



Tarjetas prepagadas

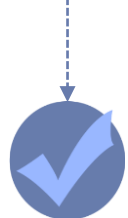




# Movilidad



## ¿Usas plataformas de mapas en línea?



68%

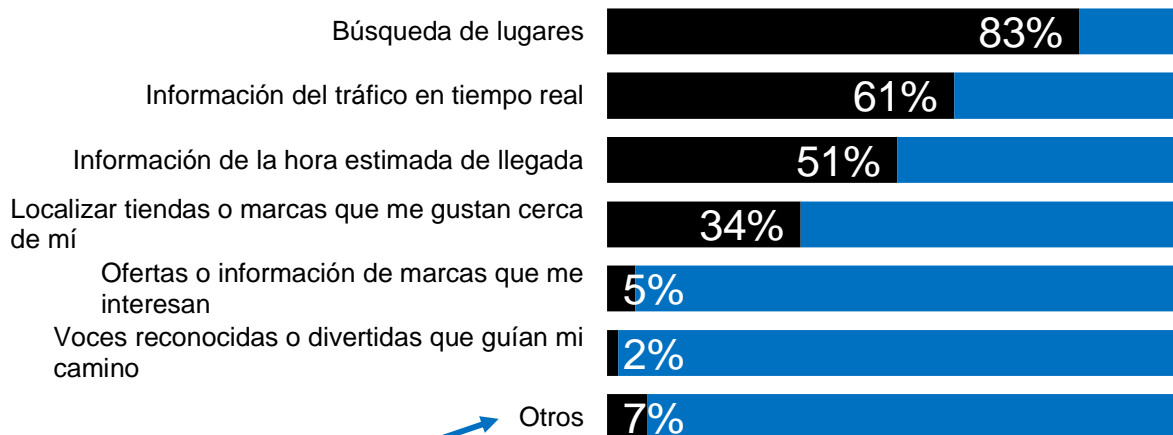


Base: 1,968 + 470 entrevistas de sobre muestra



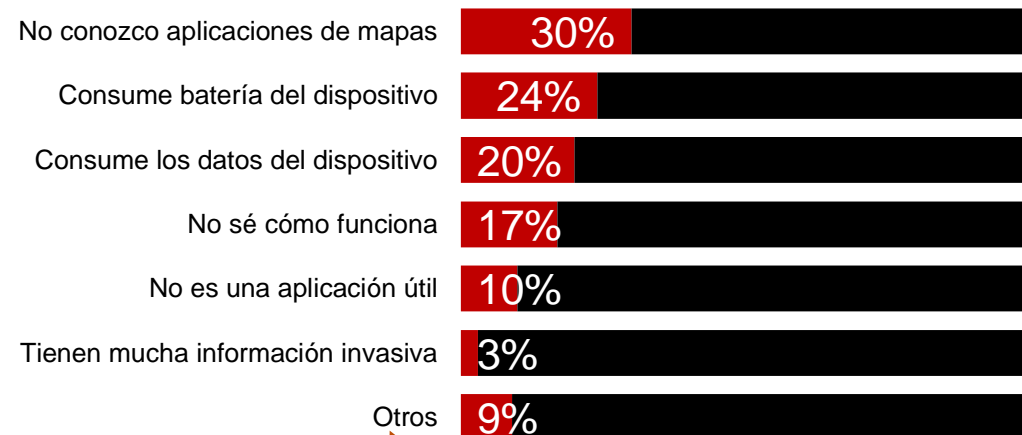
32%

### RAZONES DE USO



Base: 807 entrevistados que solicitan transporte en línea + 470 entrevistas de sobre muestra

### RAZONES DE NO USO



Otros

No la he necesitado  
Se la ruta

- 68% de los usuarios de internet utilizan plataformas de mapas en línea, más allá de **buscar lugares**, la **información del tráfico en tiempo real** destaca dentro de las razones para usarlas.
- **Falta de conocimiento, consumo de datos y batería**, las principales razones para no utilizar estas plataformas

Caminar a un lugar que conozco  
Me sirve de guía  
Localizar ciudades

# Actividades en Línea

# Compras en línea

2019

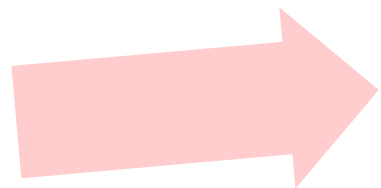




# Compras en línea

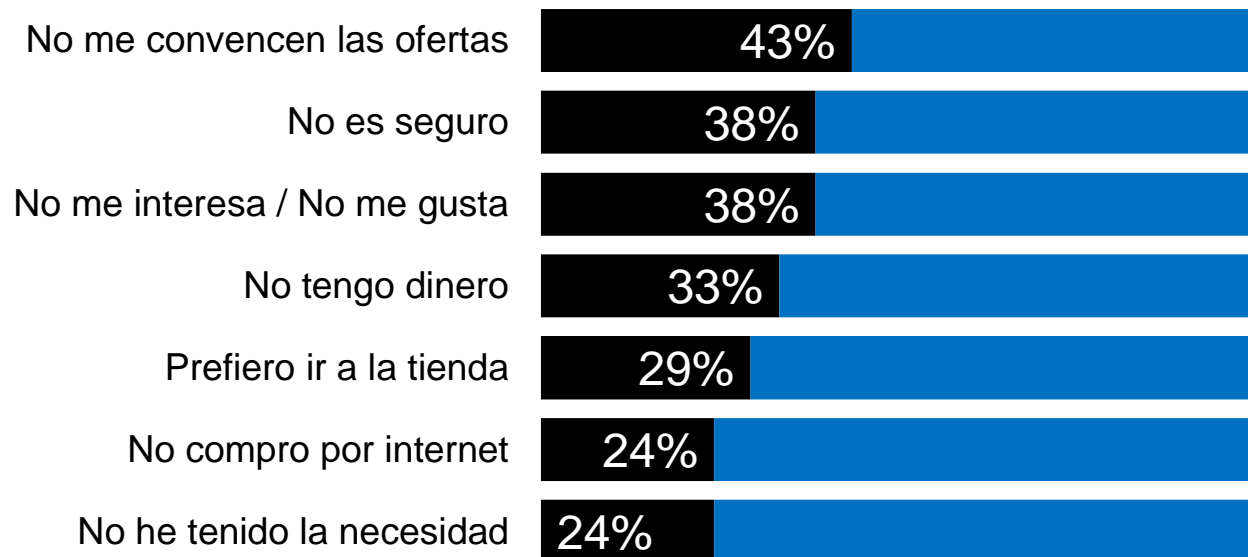


## COMPRAS PROCEDENTES DE LA PUBLICIDAD



- El **14%** de los usuarios de internet en México realizaron alguna **compra**, a partir de interactuar con **la publicidad** en línea, **6% menor** respecto a 2018.
- Percepción negativa respecto a las **ofertas** y **seguridad**, continúan generando barreras para el comercio electrónico en México.

## RAZONES





# Compras en línea

## ¿Compras el supermercado en línea?



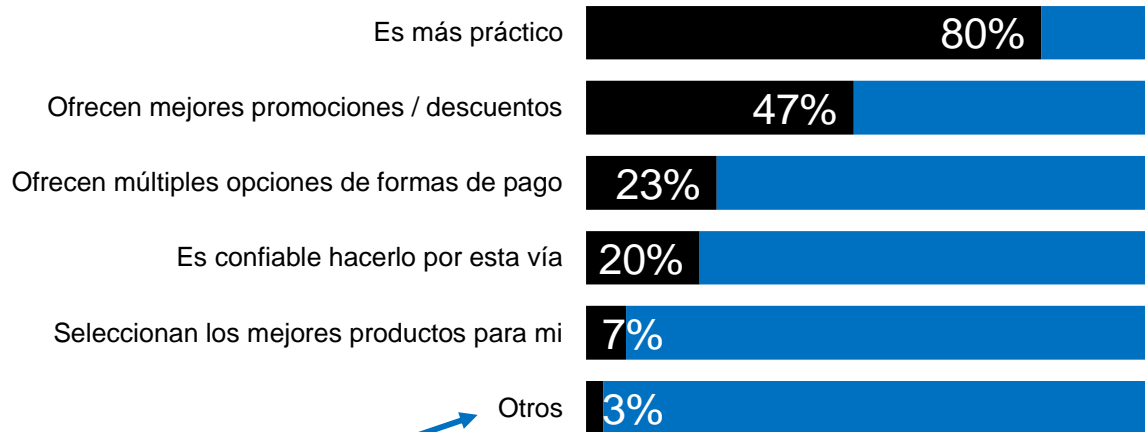
18%



82%

Base: 1,968 + 470 entrevistas de sobre muestra

### RAZONES DE ELECCIÓN



Base: 354 entrevistados que realizan compras de supermercado en línea + 470 entrevistas de sobre muestra

### RAZONES DE NO ELECCIÓN



Prefiero apoyar comercios locales  
 Prefiero elegir mis productos  
 Prefiero asegurar calidad de los productos

- 18% de los usuarios de internet hacen su supermercado en línea, practicidad es la principal razón para realizar esta actividad en internet.
- **Experiencia presencial**, es la principal razón para no comprar el super en línea.

Es más rápido  
 En emergencias





# Compras en línea

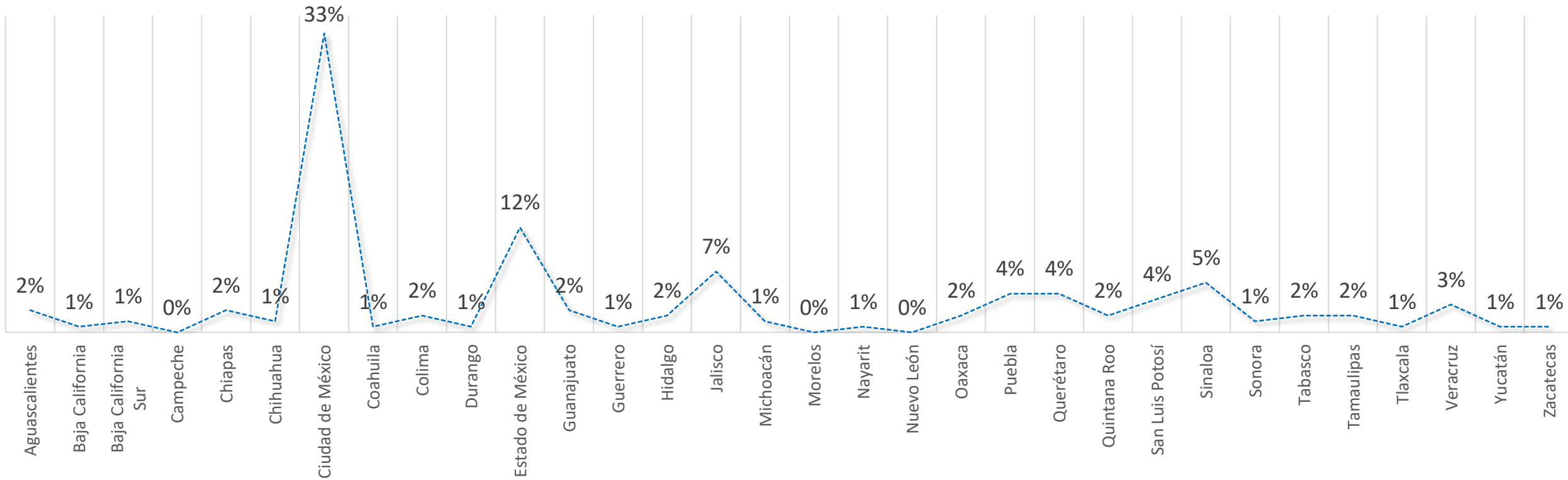
## Compras supermercado por Estado



18%



Base: 1,968 entrevistas



Base: 354 entrevistados que realizan compras de supermercado en línea + 470 entrevistas de sobre muestra



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

20  
AÑOS

# Conclusiones

## 2019



# Conclusiones

- México alcanza un 71% de penetración entre la población de personas de 6 años en adelante, con 79.1 millones de usuarios conectados.
- Respecto al perfil de los internautas en México, el segmento de nivel socioeconómico Bajo mantiene crecimiento, 5% de crecimiento en los últimos 2 años.
- Los momentos de conexión en medio día (12 a 14 hrs) y el Media tarde (16 a 19 hrs), son los horarios de mayor tráfico en internet en México en este 2019.
- El 67% de los internautas en México, perciben que se encuentran conectados en internet las 24hrs.
- En 2019 los usuarios de internet en México pasan diariamente 8 horas con 20 minutos, 8 minutos más que en 2018.

- 41% de los usuarios de internet solicitan transporte en línea, 5% más respecto a 2018.
- Para este 2019 los principales motivos para solicitar transporte en línea son: seguridad (57%) y conveniencia (56%).
- El precio no es factor de decisión para solicitar este tipo de servicios (23%).
- Casi 5 de cada 10 usuarios que NO utilizan este tipo de servicios, prefieren utilizar sus vehículos, respecto a las demás razones, podemos concluir que falta información y cobertura para que estos usuarios se conviertan en clientes activos.
- Casi 9 de cada 10 usuarios de transporte en línea, utilizan los servicios de chofer particular con automóvil, seguido de Taxis (23%)

## Conclusiones

- Bicicletas, monopatines y motos eléctricas ya significan el 18% de usuarios activos en temas de movilidad.
- Ir a casa, continúa siendo el principal motivo de solicitar transporte en línea, sin embargo, ir al trabajo y salir de fiesta ganan relevancia en este 2019.
- Por otro lado no usar el automóvil se convirtió en algo cotidiano, es decir, los usuarios aprecian la comodidad que estos servicios representan.
- Las principales fuentes de información para tomar decisión sobre solicitar transportes en línea son; verificar comentarios negativos a cerca del servicio y tomar en cuenta recomendaciones, los usuarios adecúan sus hábitos a estas actividades relacionadas con el uso de información.

## Conclusiones

- Respecto a la percepción de las plataformas de movilidad, los usuarios consideran que deberían seguir siendo una opción de transporte para el futuro, de la misma manera consideran que mejoran el transporte en su ciudad, así como una mejora sustancial en temas de seguridad y una necesaria sustitución de vehículos.
- 68% de los usuarios de internet utilizan plataformas de mapas en línea, más allá de buscar lugares, la información del tráfico en tiempo real destaca dentro de las razones para usarlas.
- Comienza la apertura de uso comercial por parte de los usuarios, al localizar tiendas y/o marcas de su preferencia, 34% de los usuarios de esta plataforma ya las usan para estos fines.
- Falta de conocimiento, consumo de datos y batería, las principales razones para no utilizar estas plataformas, debido a las zonas de influencia de los usuarios.

# Conclusiones

- El 14% de los usuarios de internet en México realizaron alguna compra, a partir de interactuar con la publicidad en línea, 6% menor respecto a 2018.
- 18% de los usuarios de internet hacen su supermercado en línea, practicidad es la principal razón para realizar esta actividad en internet.
- Búsqueda de promociones, descuentos y variadas formas de pago, encuentran afinidad dentro de este canal, los usuarios perciben así las bondades de realizar sus compras de super mercado en línea
- Experiencia presencial, es la principal razón para no comprar el super en línea, esto debido al aseguramiento de productos y calidad de los mismos, significa falta de información para poder adoptar esta manera de comprar.





Asociación de  
Internet MX®

20  
AÑOS