

This file has been cleaned of potential threats.

If you confirm that the file is coming from a trusted source, you can send the following SHA-256 hash value to your admin for the original file.

c8fef86911327b0ed767ba9fc2aa1b5094a07368b7e9b8fc2a6cacbef78bea0e

To view the reconstructed contents, please SCROLL DOWN to next page.

Cifras sobre jóvenes y redes sociales en México

Octavio Islas*

Resumen

En este texto fueron consultados los principales estudios sobre Internet en México para recuperar la información que ofrecen sobre la penetración de Internet en los jóvenes mexicanos, y el uso de las redes sociales. Los cuatro estudios consultados fueron: 1) *Encuesta sobre disponibilidad y uso de las tecnologías de la información (MODUTIH) 2013*, realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI); 2) *Décimo estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México 2014*, de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI); 3) *Estudio 2013 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas*, realizado por el World Internet Project México (WIP México); 4) *Estudio de consumo de Medios entre internautas mexicanos*, de la Interactive Advertising Bureau México (IAB México). Además fue consultado el estudio *MKTdigital y redes sociales en México 2013*, realizado por la AMIPCI.

De acuerdo con *Wikipedia*¹, la juventud (del latín *iuventus*): “es la edad que se sitúa entre la infancia y la edad adulta. Según la Organización de las Naciones Unidas, la juventud comprende el rango de edad entre los 10 y los 24 años; abarca la pubertad o adolescencia -de 10 a 14 años-, la adolescencia media o tardía -de 15 a 19 años- y la juventud plena -de 20 a 24 años-”. A pesar de que casi la mitad de los internautas mexicanos son jóvenes entre 12 y 24 años (44.5% según INEGI) y entre 13 y 24 años (45% según AMIPCI), la información que ofrecen los estudios consultados sobre la penetración de Internet en jóvenes mexicanos y el uso de redes sociales, efectivamente admite ser considerada limitada.

Palabras clave:

Investigación sobre Internet en México, jóvenes y redes sociales, principales estudios sobre la penetración de Internet en México.

Keywords: Internet research in Mexico, youth and social networks, major studies on Internet penetration in Mexico.

* Director de Investigación del World Internet Project México (WIP México), Profesor en el Tecnológico de Monterrey, campus Estado de México y del campus Ciudad de México, Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI).
joseoctavio.islas@gmail.com

Abstract

In this text I consulted the major studies on Internet in Mexico to retrieve the information offered about the Internet penetration in Mexican youth and the use of social networks. The four studies consulted were: 1) .- Survey on availability and use of information technology (MODUTIH) 2013, conducted by the National Institute of Statistics and Geography (INEGI); 2) .- Tenth study on the habits of Internet users in Mexico 2014, the Mexican Internet Association (AMIPCI); 3) .- 2013 study habits and perceptions of Mexicans over the Internet and various related technologies, conducted by the Mexico World Internet Project (WIP Mexico); 4) .- Study of Media consumption among Mexican Internet, the Interactive Advertising Bureau Mexico (IAB Mexico). Also was consulted on MKTdigital study and social networks in Mexico 2013, conducted by the AMIPCI.

According to Wikipedia, youth (Latin *iuventus*) “is the age that is between childhood and adulthood. According to the United Nations, youth includes the age range between 10 and 24 years; covers puberty or adolescence—from 10-14 years, middle adolescence or late—from 15-19 years and -of his youth 20-24 years“. Although almost half of Mexican Internet users are young people between 12 and 24 years (44.5% according to INEGI) and between 13 and 24 years (45% according AMIPCI), information provided by the studies consulted on Internet penetration Mexican youth and the use of social networks, effectively admits to be considered limited.

1. Encuesta sobre disponibilidad y uso de las tecnologías de la información (MODUTIH) 2013, Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)

Al momento de enviar este texto a la Universidad Iberoamericana León (finales de octubre de 2014), los resultados más recientes de la encuesta de INEGI habían sido dados a conocer en noviembre de 2013. Estas fueron las variables consideradas en esa encuesta²: hogares con computadora (nacional, disponibilidad por entidad federativa, modalidad de pago del equipo, razones para no contar con Internet); hogares con Internet (nacional, disponibilidad por entidad federativa, medio de conexión nacional, medio de conexión por entidad federativa); hogares con radio (disponibilidad por entidad federativa); hogares con servicio de telefonía (disponibilidad por entidad federativa y tipo por entidad federativa); hogares con teléfono (celular nacional y línea fija nacional); hogares con televisión (nacional, disponibilidad por entidad federativa, disponibilidad de líneas analógicas por entidad federativa, disponibilidad de líneas nacionales por entidad federativa); hogares con disponibilidad de señal de televisión digital (diagnóstico inicial de indicadores básicos en ocho ciudades y en el área metropolitana de Tijuana); hogares con televisión de paga (nacional, disponibilidad por entidad federativa).

En abril de 2013
fueron estimados
49,458,088 usuarios
de computadoras en
México

De acuerdo con el citado estudio, en abril de 2013 fueron estimados 49,458,088 usuarios de computadoras en México, de los cuales, 46,026,450 utilizaban Internet. El total de usuarios de

Internet en México aumentó 12.5% con respecto a 2012. Del total de hogares que INEGI reportó en el territorio nacional (31,141,671), 35.8% (11,146,494) contaban con computadora. Esa cifra representó un incremento de 13.3% con respecto del total estimado en 2012.

En el Estado de México y el Distrito Federal se encuentra el mayor número de hogares con computadora: 1,455,619 y 1,402,835 respectivamente. En ambas entidades además fue ubicado el mayor número de hogares sin computadora: 2,553,068 en el Estado de México y 1,156,786 en el Distrito Federal. Tal situación se debe a la cantidad de población en ambas entidades, las más pobladas en el país. INEGI además estimó que 1,888,500 hogares contaban con computadora sin conexión a Internet. La principal razón por la cual esos hogares (1,169,936) no contaban con acceso a Internet era la falta de recursos económicos.

En cuanto a conectividad, 9.5 millones de hogares (30.7% del total) contaban con conexión a Internet. Con respecto a 2012, el incremento observado fue 20.6%. En el Distrito Federal, Baja California Sur y Baja California, cinco de cada diez hogares contaban con computadora. En cambio en Chiapas y Oaxaca, menos de dos de cada diez hogares tenían acceso a computadoras. Los principales lugares de acceso a Internet fueron el hogar (58.9%), sitios públicos (33%) y el trabajo (22.7%).

Los hombres
observaron una
participación de 49.9% y
las mujeres 50.1%.

Por lo que respecta a la distribución por género de los usuarios de computadora, los hombres observaron una participación de 49.9% y las mujeres 50.1%. Esa cifra efectivamente se asemeja a la distribución por género de la población en el territorio nacional. En cuanto a los usuarios de Internet, la distribución por género fue 50 % mujeres y los hombres 50 %. Con respecto a la escolaridad de los usuarios de Internet en México, el estudio realizado por INEGI arrojó los siguientes resultados:

Tabla 1. Escolaridad de los usuarios de Internet.

Escolaridad	Población estimada	Porcentaje
Primaria	9,303,888	20.2%
Secundaria	11,262,190	24.5%
Preparatoria	13,170,238	28.6%
Licenciatura	10,565,970	23.0%
Posgrado	958,929	2.1%
Otro / No especificado	765,235	1.7%
Totales	46,026,450	100.0%

Fuente: INEGI³.

Si consideramos a los estudiantes de secundaria, preparatoria y licenciatura, usuarios de Internet, suman 34,998,398 personas y el porcentaje total asciende a 76.2%. Con respecto a las edades de los usuarios de Internet, la información que ofreció la encuesta de INEGI fue la siguiente:

Tabla 2. Edad de los usuarios de Internet.

Edad	Población estimada	Porcentaje
6 a 11	5,393,655	11.7%
12 a 17	10,876,958	23.6%
18 a 24	9,622,940	20.9%
25 a 34	8,324,737	18.1%
35 a 44	6,070,250	13.2%
45 a 54	3,750,549	8.1%
Mayores de 54	1,987,351	4.3%
Totales	46,026,450	100.0%

Fuente: INEGI⁴.

el mayor número de usuarios de Internet tiene entre 12 y 17 años

Como podemos advertir en la anterior tabla, el mayor número de usuarios de Internet en México (10,876,958 personas), que representan 23.6% del total, tiene entre 12 y 17 años de edad. Si además consideramos el segmento de usuarios de Internet que tiene entre 18 y 24 años (9,622,940), que representan 20.9% del total de usuarios de Internet, tendríamos un total de 20,499,898 jóvenes mexicanos cuyas edades se encuentran comprendidas en el rango de 12 a 24 años de edad, y que representan 44.5% del total de usuarios de Internet en México.

En cuanto a los usos de Internet, obtener información representó el principal motivo (64.3 %). Las otras menciones fueron “para comunicarse” (42.1%), “entretenimiento” (36.2%), “apoyar la educación y la capacitación” (35.1%), “acceder a redes sociales” (34.5%), “operaciones bancarias” (1.7 %), “interactuar con el gobierno” (1.3%)⁵.

2. Décimo estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México. AMIPCI

El primer estudio sobre hábitos de los usuarios de Internet en México fue realizado en el año 2000 por la Asociación Mexicana de la Industria Publicitaria y Comercial en Internet (AMIPCI), hoy Asociación Mexicana de Internet⁶, con el siguiente título: *Primer Estudio de Hábitos y Tendencias en Cibernautas Mexicanos*. Catorce años después, el 17 de mayo de 2014, la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) dio a conocer los resultados de su reciente estudio sobre hábitos de los usuarios de Internet en México: *Décimo estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México*.

El tiempo diario de conexión a Internet fue establecido en 5 horas 36 minutos

De acuerdo con lo asentado en el reciente estudio de la AMIPCI, el total de usuarios de Internet en México fue estimado en 51.2 millones, cifra que representa un incremento de 13% con respecto del total de usuarios de Internet en México estimados por la AMIPCI en 2012. El tiempo diario de conexión a Internet fue establecido en 5 horas 36 minutos. El hogar fue reconocido como el principal punto de conexión (71%), seguido del trabajo (46%), y la escuela (34%). Los principales dispositivos para establecer acceso a Internet fueron las computadoras personales o *laptops* (59%), computadoras de escritorio (57%), teléfonos inteligentes (49%), teléfonos móviles (27%), y tabletas (20%).

Con respecto a la penetración de las redes sociales, la AMIPCI estimó que 90% de los usuarios de Internet en México usan las redes sociales. La principal actividad en línea de los usuarios de Internet en México fue enviar y recibir correos electrónicos (80%); y en segundo lugar, acceder a las redes sociales (77%). Sin embargo, en materia de ocio, la principal actividad es el uso de redes sociales (81%). Sobre las razones por las cuales los no usuarios de las redes sociales se mantienen al margen de éstas destacan:

en materia de ocio, la principal actividad es el uso de redes sociales (81%)

Tabla 3. Principales razones por las cuales los usuarios de Internet en México rechazan el empleo de las redes sociales

Respuesta	Porcentaje
No me interesa, no me divierte.	32%
Por protección de mis datos personales.	28%
Por miedo a engancharme.	26%
No tengo tiempo.	15%
No sé cómo funciona, me parece complicado.	9%
Cancelé las que usaba porque me aburríeron.	8%
Cancelé las que usaba porque me generaron problemas personales.	6%
Otras.	8%

Fuente: AMIPCI.

En cuanto a la edad de los usuarios de Internet en México, las cifras que reporta AMIPCI no difieren mucho de las consignadas en la encuesta de INEGI.

Tabla 4. Edad de los usuarios de Internet.

Edad	Porcentaje
6 a 12	12%
13-18	24%

19 a 24	21%
25 a 34	18%
35 a 44	13%
45 a 54	8%
Mayores de 54	4%
Totales	100%

Fuente: AMIPCI.

8 de cada 10 niños de padres internautas usan Internet

En México, de acuerdo con los resultados que arrojó el citado estudio de AMIPCI, 45% de los usuarios de Internet son jóvenes que tienen entre 13 y 24 años de edad. Además 8 de cada 10 niños de padres internautas usan Internet, principalmente en las escuelas, y para actividades de entretenimiento.

A finales de 2013, la AMIPCI dio a conocer los resultados del estudio *MKTdigital y redes sociales en México 2013*, que fue el segundo estudio que realizó la AMIPCI sobre marketing y redes sociales. En cuanto a los datos relativos al uso de las redes sociales por internautas mexicanos, tema abordado en la segunda parte del estudio, la AMIPCI ofreció la siguiente información: nueve de cada diez internautas en México son usuarios de redes sociales; 5% de los internautas tienen un año o menos accediendo a alguna red social; hasta 2 años, 11%; hasta 3 años, 22%; hasta 4 años, hasta 5 años, 11%; más de 5 años, 34 %. En cuanto al uso de las principales redes sociales, éstos fueron los resultados obtenidos:

Facebook

Del total de internautas en México que acceden a redes sociales, 96% están inscritos a Facebook; además 93% acceden diariamente a esa red y 56% lo hacen a través de un teléfono inteligente o *smarthphone*. En cuanto al género de los usuarios, 55% de los usuarios de Facebook en México son mujeres y 45% hombres.

Twitter

Del total de internautas que acceden a redes sociales, 69% están inscritos a Twitter; 66% acceden diariamente a esa red y 55% lo hacen a través de un teléfono inteligente. Además, 56% de los usuarios de Twitter en México son mujeres y 44% son hombres.

You Tube

Del total de internautas que acceden a redes sociales, 65% están inscritos a YouTube –la AMIPCI la considera red social-; 66% acceden diariamente a esa red y 44% lo hacen a través de un teléfono inteligente. En cuanto al género de los usuarios de YouTube en México, 55 son mujeres y 45% hombres.

Google+

Del total de internautas que acceden a redes sociales, 57% están inscritos a Google+; 56 % acceden diariamente a esa red y 33% lo hace a través de un teléfono inteligente. Además 52% de los usuarios de Google+ en México son mujeres y 48% hombres.

LinkedIn

Del total de internautas que acceden a redes sociales, 38% están inscritos a LinkedIn; 27% acceden diariamente a esa red y 31% lo hace a través de un teléfono inteligente. Además, 52% de los usuarios de LinkedIn en México son mujeres y 48% hombres.

La siguiente tabla concentra la información relativa a las edades de los usuarios de las redes sociales en México. Vale la pena destacar que el referido estudio no ofrece información sobre los usos y la penetración de las redes sociales en menores de 18 años de edad:

Tabla 5. Edad de los usuarios de las principales redes sociales.

	Red social	Red social	Red social	Red social	Red social
Edad	Facebook	Twitter	YouTube	Google+	LinkedIn
18 a 24	39%	48%	48%	44%	26%
25 a 34	26%	26%	25%	24%	31%
35 a 44	16%	14%	12%	15%	21%
45 a 54	13%	8%	11%	11%	15%
Mayores de 54	6%	4%	4%	6%	7%
Totales	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: AMIPCI.

Las redes sociales predilectas de jóvenes entre 18 y 24 años son Twitter y YouTube (48%)

Como podemos advertir en la anterior tabla, los principales usuarios de las redes sociales son mujeres; por lo que respecta a edad, jóvenes cuyas edades se encuentran comprendidas en el rango de 18 a 24 años. La excepción la establece LinkedIn, red social en la cual el porcentaje más grande de usuarios se ubica entre los 25 y 34 años (31%). Las redes sociales predilectas de jóvenes entre 18 y 24 años son Twitter y YouTube (48%); y la menor participación en las principales redes sociales se presenta en LinkedIn (26%).

3. Estudio 2013 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas, World Internet Project México

El *World Internet Project* (WIP)⁷ es una iniciativa del doctor Jeffrey Cole, destacado académico e investigador estadounidense, director del Centro para el Estudio del Futuro Digital de la *Annenberg School for Communication*, en la Universidad del Sur de California en Annenberg, Estados Unidos, institución educativa en la cual además participan dos destacados investigadores de las comunicaciones digitales: Henry Jenkins y Manuel Castells.

En la iniciativa del doctor Cole participamos más de 41 equipos de investigadores, ubicados en 39 países en los cinco continentes. Los investigadores que formamos parte de la red del World Internet

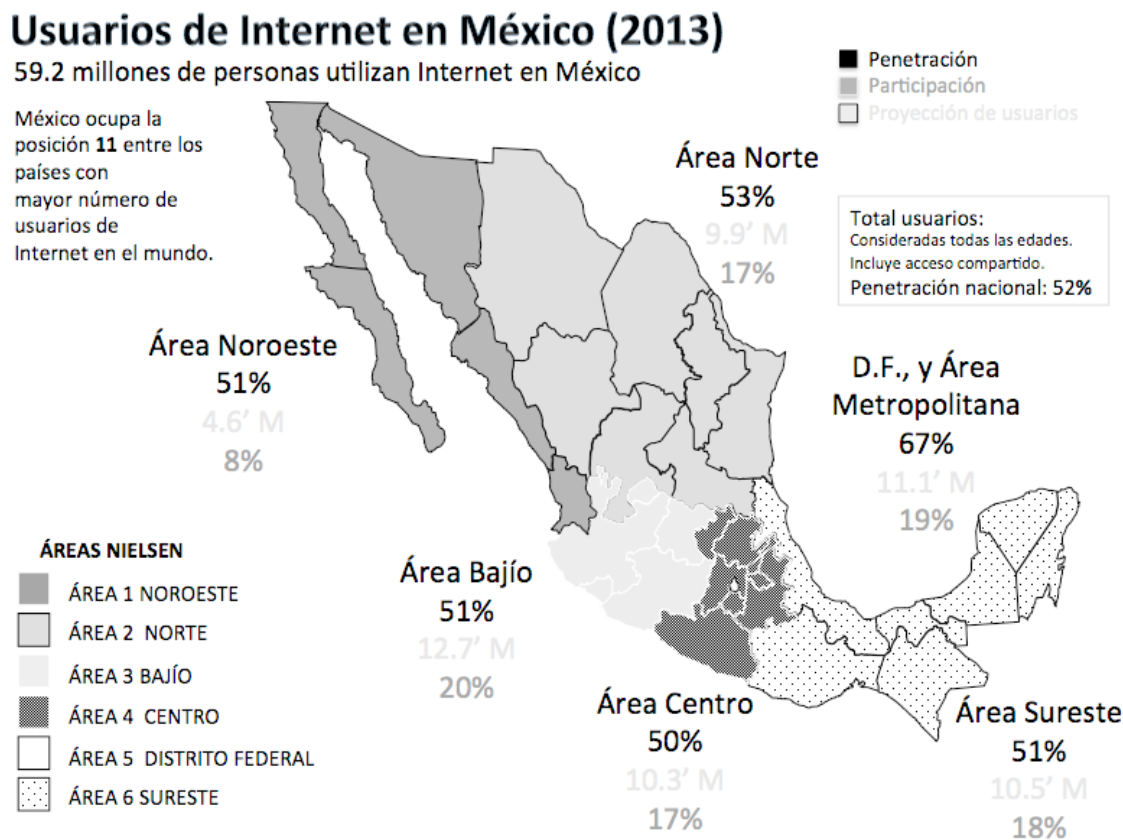
Project observamos la misma metodología y trabajamos con un instrumento de investigación común para facilitar el análisis comparativo de los resultados obtenidos en las diferentes regiones.

En México, desde 2009, el World Internet Project México, a cargo de Fernando Gutiérrez, directivo del Tecnológico de Monterrey, campus Santa Fe, realiza un estudio anual sobre hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas.

participan dos destacados investigadores de las comunicaciones digitales: Henry Jenkins y Manuel Castells.

De acuerdo con los resultados que arrojó la reciente edición -*Estudio 2013 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas*⁸, fueron estimados 59.2 millones de usuarios de Internet en México⁹. La penetración de Internet en México fue establecida en 52%. El siguiente gráfico nos permitirá reconocer la participación y penetración de Internet por regiones –a partir de las llamadas “áreas Nielsen”-, así como el total de usuarios de Internet por región:

Gráfico I. Total de usuarios de Internet en México, 2013.



Fuente: World Internet Project México¹⁰.

Con respecto a las edades de los usuarios de Internet en México, el estudio realizado por el WIP-México arrojó la siguiente información:

Tabla 6. Edad de los usuarios de Internet en México.

Edad	Total usuarios (en millones)	Participación	Penetración
Menores de 3 años	0.9	2%	10.4%
4-11 años	8.1	14%	45.3%
12-18 años	14.3	24%	85.4%
19-25 años	10.5	13%	78.5%
26 a 32 años	8.9	18%	72%
33-39 años	6.3	15%	56.8%
40-46 años	3.8	6%	40.6%
47-53 años	3.1	5%	39.1%
54-70 años	2.4	4%	21%
Mayores de 70 años	0.4	1%	7.1%
	59.2	100%	100%

Fuente: World Internet Project México.

En cuanto a la penetración de Internet según los niveles socioeconómicos determinados por la AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Inteligencia de Mercado y Opinión A.C.), el estudio del WIP-México ofrece los siguientes datos:

Tabla 7. Nivel socioeconómico de los usuarios de Internet en México.

NSE.	Total estimado	Penetración	Participación
AB/C+	17.4 millones	73%	27%
C	12.2 millones	60%	19%
D+	15.5 millones	47%	36%
D	7.2 millones	39%	17%

Fuente: World Internet Project México.

Es importante destacar que, en años recientes, en el nivel socioeconómico D+ se ha observado el incremento porcentual más elevado en materia de participación. Nuestra siguiente tabla corresponde a la correlación de las variables edad y nivel socioeconómico. Éstos son los resultados:

Tabla 8. Penetración de Internet en México por nivel socioeconómico.

Edad	AB, C+	C	D+	D
Menores de 3 años	16%	14%	12%	1%
4-11 años	65%	44%	40%	38%
12-18 años	96%	94%	84%	75%
19-25 años	97%	85%	76%	63%
26 a 32 años	95%	83%	68%	55%
33-39 años	92%	74%	40%	43%
40-46 años	77%	46%	29%	27%
47-53 años	71%	52%	32%	14%
54-70 años	51%	27%	12%	9%
Mayores de 70 años	11%	19%	3%	1%
	73%	60%	47%	39%

Fuente: World Internet Project México.

Como podemos advertir en la tabla anterior, la mayor penetración de Internet en México por nivel socioeconómico se presenta entre jóvenes de 12 a 25 años de edad. Aún en los niveles socioeconómicos menos favorecidos (D+ y D), la penetración de Internet es muy superior al promedio nacional (52%).

En cuanto a las actividades que los cibernautas mexicanos realizan en Internet, destaca el uso de las redes sociales:

la mayor penetración de Internet en México por nivel socioeconómico se presenta entre jóvenes de 12 a 25 años de edad

Tabla 9. Principales usos de Internet.

Actividad	Porcentaje
Revisar e-mail	85%
Usar mensajería instantánea	47%
Chatear en foros	41%
Trabajar en tu blog	43%
Acceder a redes sociales	91%
Hacer o recibir llamadas telefónicas en Internet	51%

Fuente: World Internet Project México.

En el reciente estudio de la AMIPCI se afirma que la principal actividad en Internet es revisar el correo electrónico. En cambio en el estudio del WIP-México se indica que la principal actividad en

Internet es el uso de redes sociales. Según el citado estudio del WIP México, del total de internautas mexicanos, 91% son usuarios de redes sociales. Vale la pena destacar que 45% de los internautas mexicanos siguen alguna marca a través de las redes sociales. En cuanto a las principales razones para seguir a una determinada marca a través de las redes sociales destacan:

Tabla 10. Principales razones para seguir a una marca a través de las redes sociales.

Respuesta	Porcentaje
Obtener descuentos y promociones.	21%
Información relevante.	16%
Mantenerse al día sobre la marca.	13%
Ama la marca y quiere seguirla.	11%
Tuits y comentarios entretenidos.	10%
Un solo anuncio lo llevó a seguirla.	9%
La red social lo recomienda.	9%
Tengo interés profesional en la marca.	8%

Fuente: World Internet Project México.

El estudio del WIP México además establece el perfil del no usuario de Internet por edades y nivel socioeconómico. Veamos las siguientes tablas:

Tabla 11. Perfil de los no usuarios de Internet por edad.

Edad	Porcentaje
12-18 años	7%
19-25 años	10%
26 a 32 años	13%
33-39 años	16%
40-46 años	16%
47-53 años	14%
54-70 años	25%

Fuente: World Internet Project México.

Tabla 12. Perfil de los no usuarios de Internet por nivel socioeconómico.

Nivel Socioeconómico	Porcentaje estimado
B/C+	7%
C	13%



D+	50%
D	32%

Fuente: World Internet Project México.

4. Estudio de consumo de medios entre internautas mexicanos, IAB/México

En enero de 2014, la Interactive Advertising Bureau-México (IAB-México) dio a conocer los resultados de la sexta edición del *Estudio de consumo entre internautas mexicanos*. Para determinar el total de usuarios de Internet en México, la IAB-México recuperó la cifra proporcionada por el WIP-México en el referido estudio (59.2 millones).

El estudio de la IAB-México presentó la siguiente información relativa al tipo de dispositivos que los internautas mexicanos emplean para conectarse a Internet:

Tabla 13. Dispositivos que los internautas mexicanos emplean para conectarse a Internet.

Dispositivo	Porcentaje estimado
Computadora personal	63%
Computadora de escritorio	44%
Teléfono inteligente	41%
Teléfono celular	29%
Tableta	20%
Consola fija de videojuegos	13%
Reproductor MP3	10%
TV con conexión a Internet	10%
Consola portátil de videojuegos	7%

Fuente: IAB-México.

El número y porcentaje de usuarios de Internet que se conectan a través de dispositivos móviles ha observado un sostenido incremento en años recientes. En el estudio correspondiente a 2014, el porcentaje fue estimado en 65%. Además es posible advertir un sostenido incremento en el porcentaje de usuarios que establecen conexión a Internet a través de televisores inteligentes (smart TV).

La IAB-México recuperó la cifra proporcionada por el WIP-México en el referido estudio (59.2 millones).

88% de los internautas mexicanos descargan programas, aplicaciones o software en línea

En cuanto a la penetración de los teléfonos móviles según los distintos niveles socioeconómicos, el estudio arrojó los siguientes resultados: ABC+ (55%), C (53%), D, C- (34%). Por lo que respecta a tabletas, estos fueron los resultados: ABC+ (34%), C (25%), D, C- (13%). La penetración de las televisiones con conexión a Internet fue estimada en 18% en los niveles ABC+.

En el estudio de la IAB-México se afirma que 88% de los internautas mexicanos descargan programas, aplicaciones o software en línea, y el porcentaje de jóvenes de 13 a 18 años que lo hace es 26%, y también 26% entre jóvenes de 19 a 25 años. Los jóvenes entre 13 y 25 años descargan más programas, aplicaciones y software en línea que demás usuarios de Internet en México de otras edades.

El estudio de la IAB-México, como el estudio del WIP México, coinciden en considerar a las redes sociales como la principal actividad de los internautas mexicanos en Internet. De acuerdo con los resultados que arrojó el estudio de la IAB-México. Las redes sociales fueron los sitios más visitados en 2013, superando a los buscadores y a los servicios de correo electrónico. Además de las redes sociales, los sitios que ofrecen videos en línea son los más visitados por los jóvenes (41%, 13-18 años, y 38%, 19-25 años). En cambio los sitios de gobierno son los menos visitados por los jóvenes (4%, 13-18 años, y 8%, 19-25 años). En cuanto al correo electrónico, esta es la penetración por edad:

Tabla 15. Penetración del correo electrónico por edad.

Edad	Porcentaje estimado
12-18	54%
19-25	61%
26-32	57%
33-39	67%
40-46	70%
47-53	76%
54-70	69%

Fuente: IAB-México.

El tiempo diario promedio dedicado a Internet fue estimado en el estudio de la IAB-México en 4 horas 5 minutos

El tiempo diario promedio dedicado a Internet fue estimado en el estudio de la IAB-México en 4 horas 5 minutos. La IAB-México además introdujo una interesante clasificación en términos de tiempo diario destinado a Internet, distinguiendo entre usuarios “heavy”, “medium” y “light”. En cuanto al nivel socioeconómico de los usuarios de Internet, por frecuencia de uso, el estudio de la IAB-México arrojó los siguientes resultados:

Tabla 16. Intensidad de los usuarios de Internet por nivel socioeconómico.

Intensidad del usuario	NSE			
	AB/C+	C	D+ C	D+ C

Light	17%	18%	38%	27%
Medium	30%	19%	37%	14%
Heavy	32%	23%	32%	13%

Fuente: IAB-México.

Los internautas cuyas edades se inscriben en el rango de 19 a 25 años y que pertenecen a los niveles socioeconómicos ABC+ son quienes destinan mayor cantidad de tiempo a Internet.

Nueve de cada 10 internautas mexicanos están en redes sociales, y la red social más popular en México es Facebook (96% del total de usuarios de redes sociales), Twitter (56%), Google+ (54%), Hi5 (25%), Myspace (20%), Metroflog (15%), Sonico (15%), Linked In (13%), Blogger (12%), Pinterest (7%). El usuario de redes sociales en México emplea un promedio de 3.36 redes sociales.

En 2013 las redes sociales fueron la aplicación más descargada por los usuarios de Internet en México (87% del total de menciones); en segundo lugar, los correos electrónicos (82%). En cuanto al tipo de páginas que consultan los internautas para obtener información, las redes sociales fueron ubicadas en la segunda posición (62% del total de menciones). El primer lugar correspondió a buscadores (74%).

Los internautas mexicanos realizan 5.82 actividades a través de las redes sociales.

En promedio los internautas mexicanos realizan 5.82 actividades a través de las redes sociales. Los usuarios “activos” realizan las siguientes actividades: enviar mensajes instantáneos (76%), publicar mensajes personales (61%) subir fotos (53%), actualizar estado (43%), buscar personas (39%), publicar comentarios (34%), participar en los juegos que ofrecen las redes sociales (21%), recomendar y/o calificar lugares y/o servicios (13%), hacer *check in* en lugares visitados (12%). En cambio los usuarios “pasivos” afirmaron realizar las siguientes actividades: ver fotografías (71%), ver las últimas noticias de sus contactos (56%), leer los mensajes o comentarios de las personas que siguen (34%), recibir información sobre alguna *fanpage* o perfil de marca (30%).

Del total de internautas que emplean redes sociales, 53% afirmó ser amigo o seguidor de alguna marca a través de las redes sociales. Los internautas mexicanos en promedio siguen 3.88 redes sociales. Nuestra siguiente tabla destaca las razones por las cuales los internautas siguen a determinadas marcas en las redes sociales:

Tabla 17. Principales razones para seguir marcas a través de redes sociales.

Respuesta	Porcentaje
Me mantiene actualizado de las novedades de la marca.	80%
Me entero de promociones especiales, descuentos, productos gratis, regalos, etc. protección de mis datos personales.	55%
Contiene información relevante (videos, fotos, etc.).	47%

Veo, conozco opiniones de otros usuarios.	42%
Me puedo comunicar con la marca (preguntas, quejas, mi opinión, etcétera).	32%

Fuente: IAB México.

Del porcentaje de internautas que afirmaron comunicarse con la marca a través de las redes sociales (32%), los principales comentarios fueron: compartí información anunciada sobre alguna marca/producto/servicio (34%), participé en alguna promoción de marca (26%), he recomendado alguna marca/producto/servicio (26%), he felicitado a alguna marca/producto/servicio (17%), me quejé de alguna marca/producto/servicio (14%), y hablé mal de la marca/producto/servicio (12%).

A las personas que expresaron haberse quejado de alguna marca/producto/servicio se preguntó si su queja fue atendida. La respuesta fue: No: 31%, No, ignoraron mi queja: 28%, Sí y me ofrecieron una solución: 18%, Sí: 11%, No y borraron mi queja 9%, Sí y ofrecieron una disculpa: 2%. Por supuesto la atención de las quejas e inconformidades interpuestas a través de las redes sociales, representan una estupenda área de oportunidad para las marcas. Debemos tener presente que los internautas no solo están expuestos a la positiva publicidad que de sí misma realizan las marcas a través de las redes sociales. También están expuestos a los comentarios y críticas que otros usuarios de las redes sociales realizan sobre sus experiencias con determinadas marcas.

Conclusiones

A pesar de que casi la mitad de los usuarios de Internet son jóvenes entre 12 y 24 años de edad, y si consideramos a la totalidad de menores de 25 años, definitivamente son mayoría, la información que ofrecen los principales estudios sobre la penetración de Internet en México es sumamente limitada. Es imposible definir políticas públicas para elevar la calidad del uso de Internet en jóvenes si no se dispone de la información pertinente. Asumimos que los jóvenes son los principales usuarios de las redes sociales. Sin embargo, resulta indispensable realizar un estudio efectivamente nacional que permita profundizar en los usos y apropiaciones de Internet en jóvenes mexicanos. ■

Es imposible definir políticas públicas para elevar la calidad del uso de Internet en jóvenes

REFERENCIAS

AMAI. <http://www.amai.org/>

AMIPCI. *Décimo estudio sobre los hábitos de los usuarios de Internet en México*. Disponible en <http://www.amipci.org.mx>

AMIPCI. *MKTdigital y redes sociales en México 2013*. Disponible en <http://www.amipci.org.mx>

COMSCORE. Disponible en <http://www.comscore.com/lat>

IAB México. *Estudio de consumo entre internautas mexicanos*. Disponible en <http://www.iabmexico.com/>

WIP México. *Estudio 2013 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre Internet y diversas tecnologías asociadas*. Disponible en <http://www.wip.mx>

NOTAS FINALES ■

1 Véase: <http://es.wikipedia.org/wiki/Juventud> consultada 20-10-2014.

2 Véase: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/temas/default.aspx?s=est&c=19007> consultada 20-10-2014.

3 Véase: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=tin215&s=est&c=19443> consultada 20-10-2014.

4 Véase: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=tin214&s=est&c=19446> consultada 20-10-2014.

5 Véase: <http://www3.inegi.org.mx/sistemas/sisept/default.aspx?t=tin255&s=est&c=28978> consultada 20-10-2014.

6 Véase David Fierro Villavicencio: "Investigación sobre los hábitos de los cibernautas en México". En Islas, O, *et al.* (Comp.) (2002) *.com probado. Experiencia de empresas exitosas de Internet en México*. México: Grupo Patria Cultural.

7 Véase: <http://worldinternetproject.net> consultada 20-10-2014.

8 Véase: <http://www.wip.mx> Fecha de consulta: 20-10-2014.

9 Con respecto a la metodología empleada, éstos son los principales datos: El estudio fue realizado en las 32 entidades federativas de la República Mexicana, específicamente en ciudades con más de 20,000 habitantes. El trabajo de campo se desarrolló durante los meses de junio y julio de 2013, y el procesamiento de la información durante los meses de agosto, septiembre y octubre de 2013. Fueron observados los lineamientos generales contenidos en el instrumento de investigación de los países participantes en el World Internet Project. El nivel socioeconómico de la población encuestada fue determinado mediante la aplicación del filtro AMAI (Asociación Mexicana de Agencias de Investigación), llevando un control de la muestra por niveles de acuerdo con las proporciones en el universo. Todos los niveles socio-económicos del país fueron considerados, exceptuando el nivel "E" o marginado (7%). El público objetivo fueron hombres y mujeres, sin distinguir edades. Se realizaron un total de 2,000 entrevistas entre usuarios y no usuarios, para lo cual fueron realizadas 50,847 llamadas telefónicas, equivalentes a 134,700 minutos de tiempo aire. El error estándar del total de la muestra, considerando al universo a estudiar como infinito, con un intervalo de confianza de 95%, y dando a las probabilidades de que ocurriera o no el evento sus máximos valores (50% y 50%), fue de + 2.21%.

10 Nota: Para el cálculo de las proyecciones fue tomada como referencia información publicada por el Consejo Nacional de Población (CONAPO), en abril de 2013, en la cual fueron estimados 118,396,054 habitantes en México.