

AMIPCI

Asociación Mexicana de Internet



AMIPCI

Redes Sociales en México y Latinoamérica 2011

Septiembre, 2011

México, Distrito Federal



Introducción

La Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) presenta su **Primer Estudio** sobre **Redes Sociales** en México

Para ello, se incluyeron los principales indicadores sobre Redes Sociales en México, como universos, perfiles y los principales hábitos de los internautas de nuestro país, mostrando una representatividad Nacional.

Adicionalmente se ha integrado una serie de preguntas sobre los principales **Actores Políticos** de cara a las próximas elecciones de **2012**, para medir su impacto sobre los Internautas Mexicanos dentro de las Redes Sociales.

Metodología

El cálculo de los universos para el internauta, se realizó a través de una metodología diseñada por la AMIPCI, que incluye datos estadísticos provenientes de distintas fuentes, entre las que se encuentran :

El Consejo Nacional de Población **CONAPO**

Instituto Nacional de Estadística y Geografía **INEGI**

La Comisión Federal de Telecomunicaciones **COFETEL**

La empresa **ELOGIA**

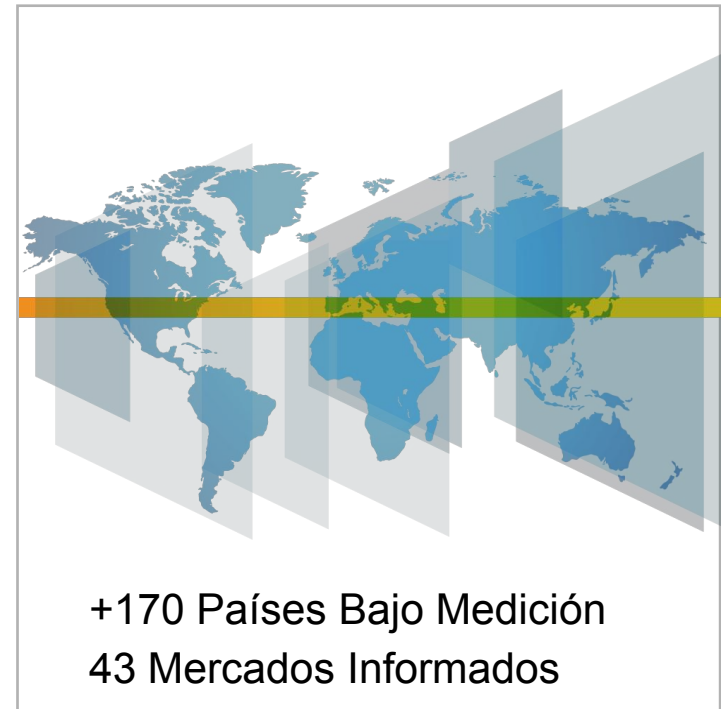
Metodología

El cálculo de los Indicadores Globales sobre redes sociales, se realizó a través de una metodología diseñada por **COMSCORE**:

Panel de 2 Millones de Personas
Vista 360° del Comportamiento de las Personas



Medición Mundial de Audiencia y E-Commerce



Metodología

Para el desarrollo de la sección de Hábitos del internauta mexicano en las Redes Sociales, **ELOGIA** diseñó una metodología on line buscando Representatividad Nacional.

- Diseño muestral probabilístico
1149 casos, NC=95% / e=0.15

- Representatividad Nacional 32 estados de la República Mexicana



- Representativo al Internauta Mexicano : 6 años en adelante, todos los NSE, Mujeres 49% / Hombres 51%

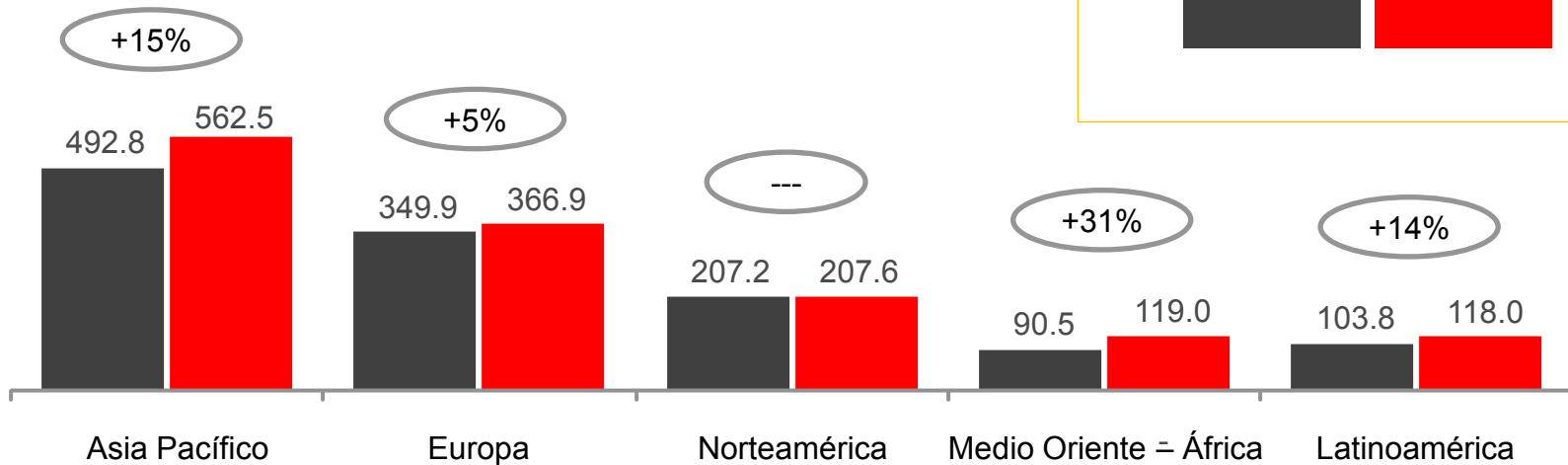
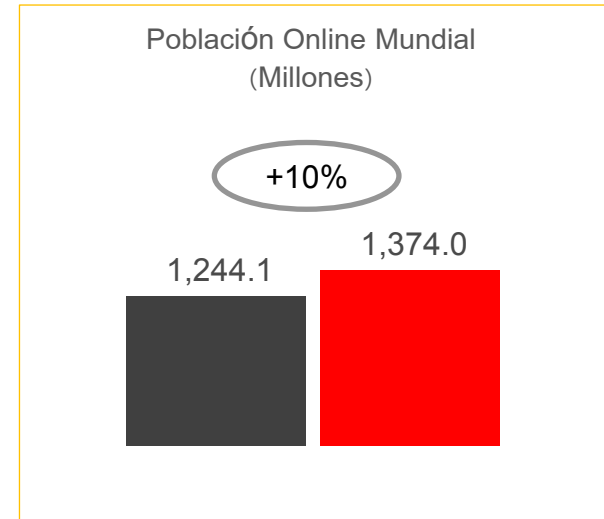
- Entrevistados pertenecientes al panel on line de Elogia

- Instrumento de medición y lanzamiento on line

Internauta en el Mundo

Crecimientos en Audiencia en el Mundo

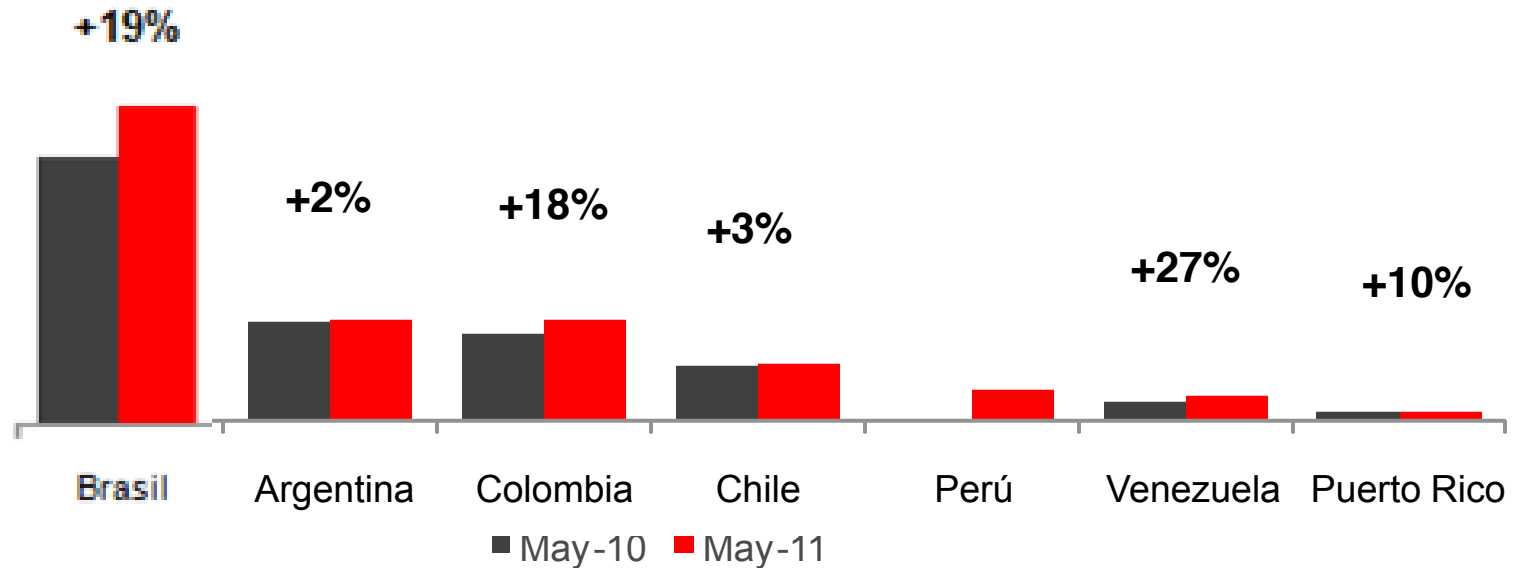
Se espera que el crecimiento en **América Latina** continúe, gracias a la penetración de banda ancha residencial a lo largo de la región y potenciado por la migración del uso de ambientes compartidos (como cafés de internet o universidades) a conexiones de hogar u oficina.



■ Mayo 2010
■ Mayo 2011

Internauta en Latinoamérica

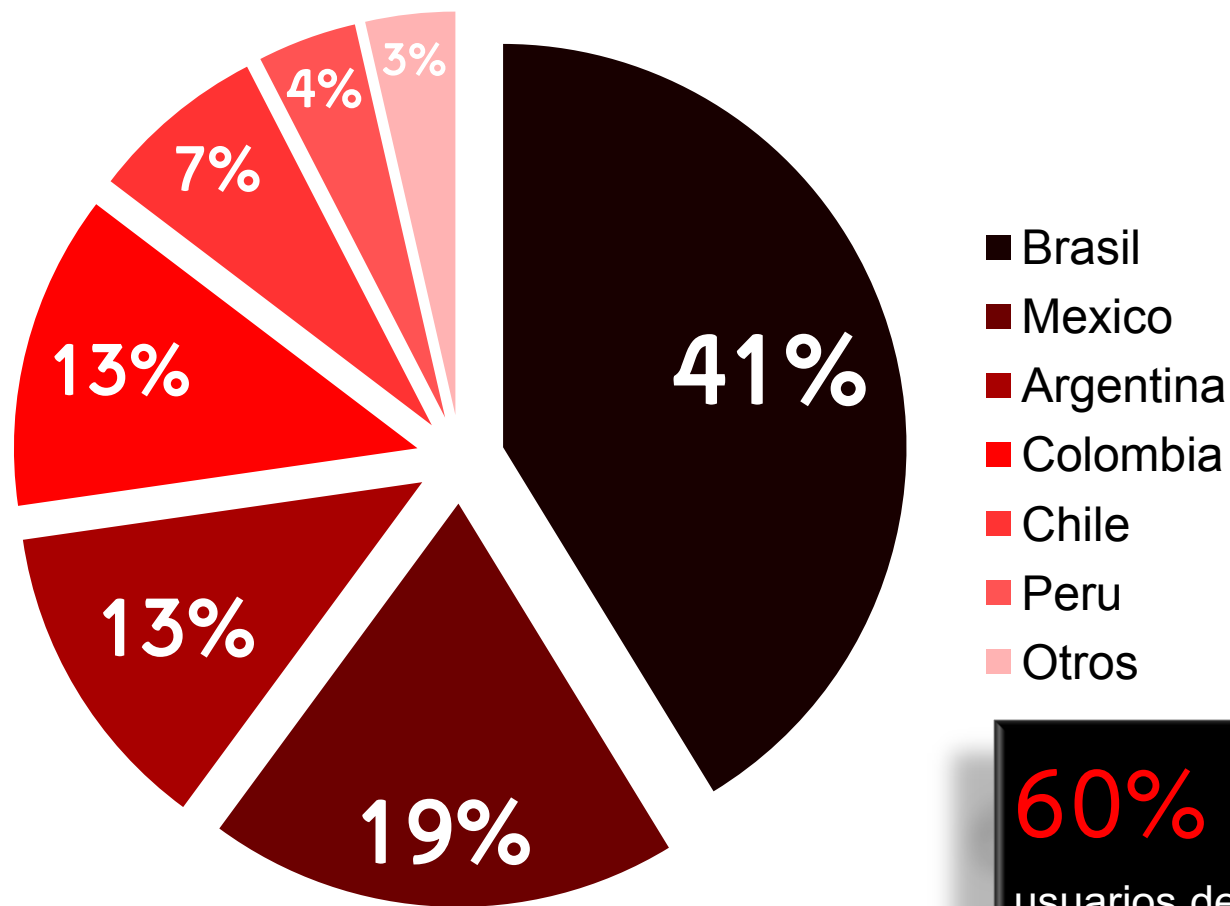
Crecimientos en Audiencia en **Latinoamérica**



Crecimiento significativo en la mayoría de los mercados en América Latina durante el último año.

Crecimiento moderado en Argentina y Chile, reflejando la madurez de estos mercados.

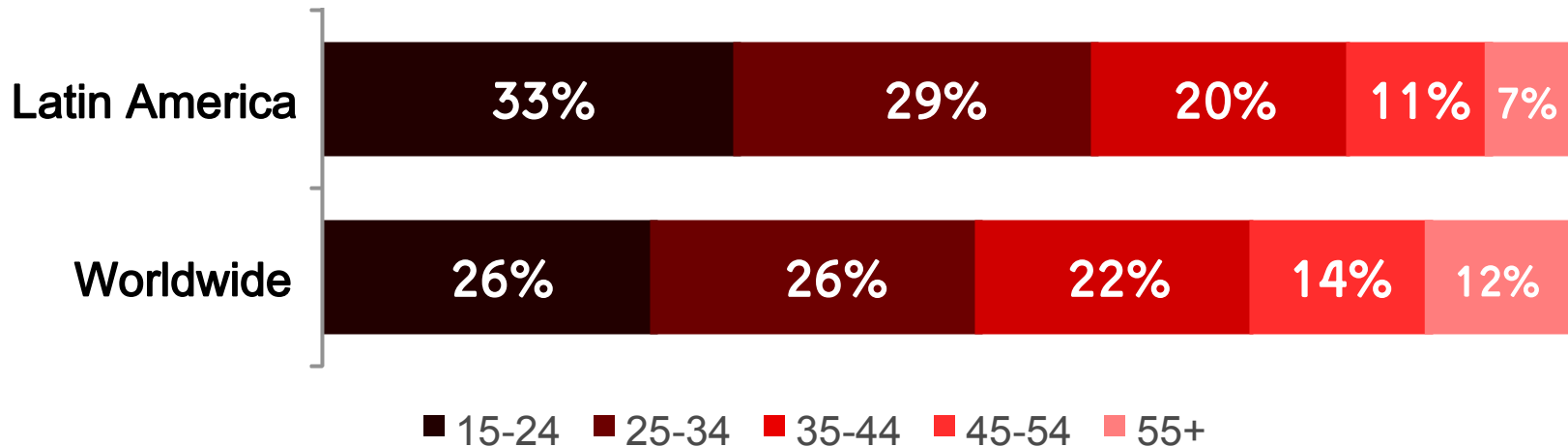
Participación de Audiencia en **Latinoamérica** (%)



60% de los usuarios de Latinoamérica son de Brasil y México

Audiencia Internet 15+ accediendo a Internet desde Hogar o Trabajo
Fuente: comScore Media Metrix, Mayo 2011

Distribución de Edades en **Latinoamérica** vs **Mundo**



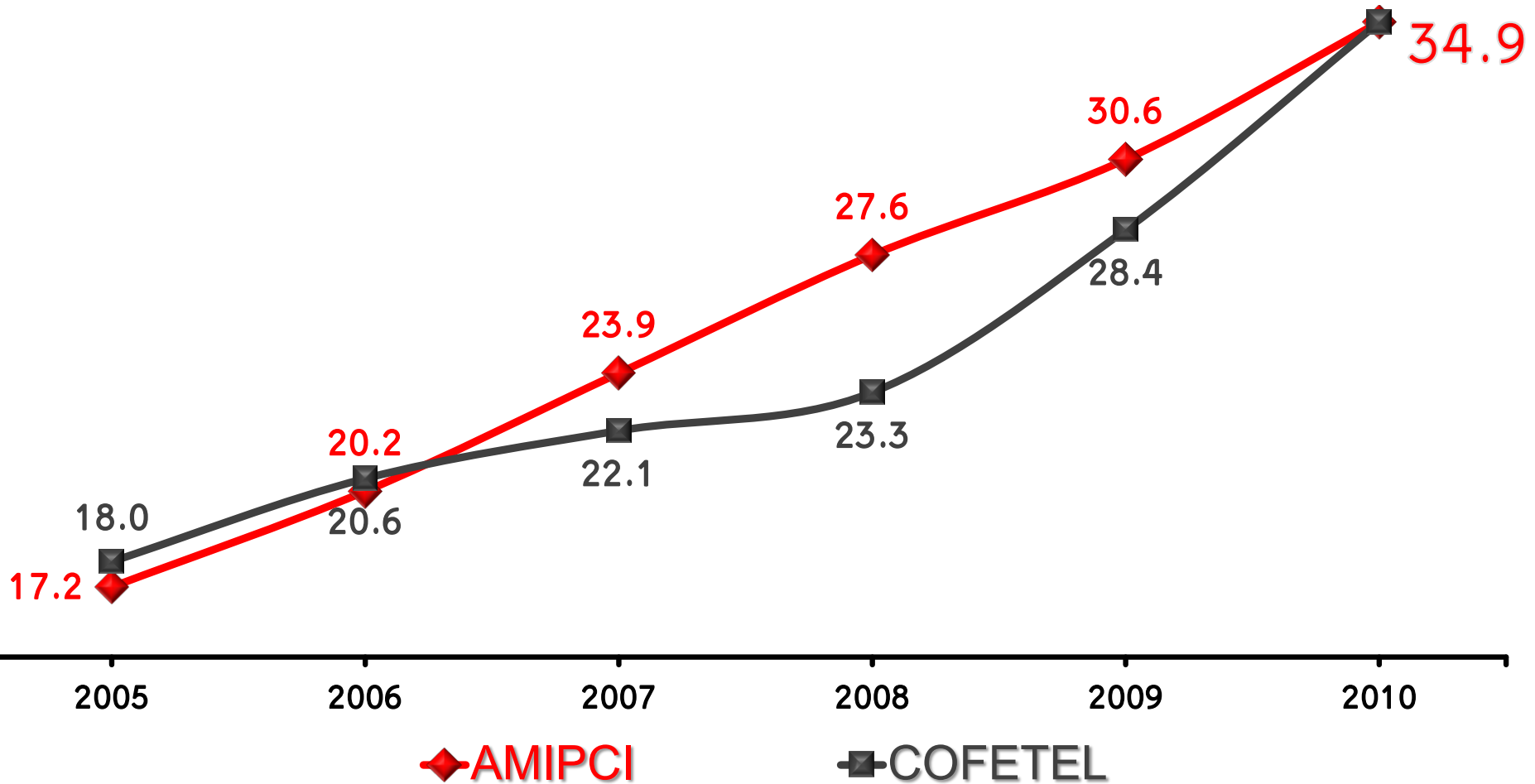
En Latinoamérica **62%** de la audiencia de Internet tiene entre 15 y 35 años de edad, en comparación a **53%** de la población online del mundo.

Audiencia Internet 15+ accediendo a Internet desde Hogar o Trabajo
Fuente: comScore Media Metrix, Mayo 2011

Internauta en México

Histórico de Usuarios de Internet en México

2005-2010 (cifras en millones)



Fuente: Estudios AMIPCI (2005-2009)

Fuente: Cifras calculadas por COFETEL al mes de diciembre 2010, con base en información de INEGI

Top 10 de Usuarios y Penetración de Internet por Entidad Federativa, 2010

Entidad Federativa

% Usuarios

% Penetración

Edo. de Mex.

14.9%

36.2%

Distrito Federal

11.8%

47.3%

Jalisco

7.4%

38.6%

Veracruz

5.5%

27.6%

Nuevo León

5.2%

42.5%

Puebla

4.6%

30.0%

Baja California

4.0%

45.1%

Guanajuato

3.6%

26.8%

Chihuahua

3.4%

35.8%

Tamaulipas

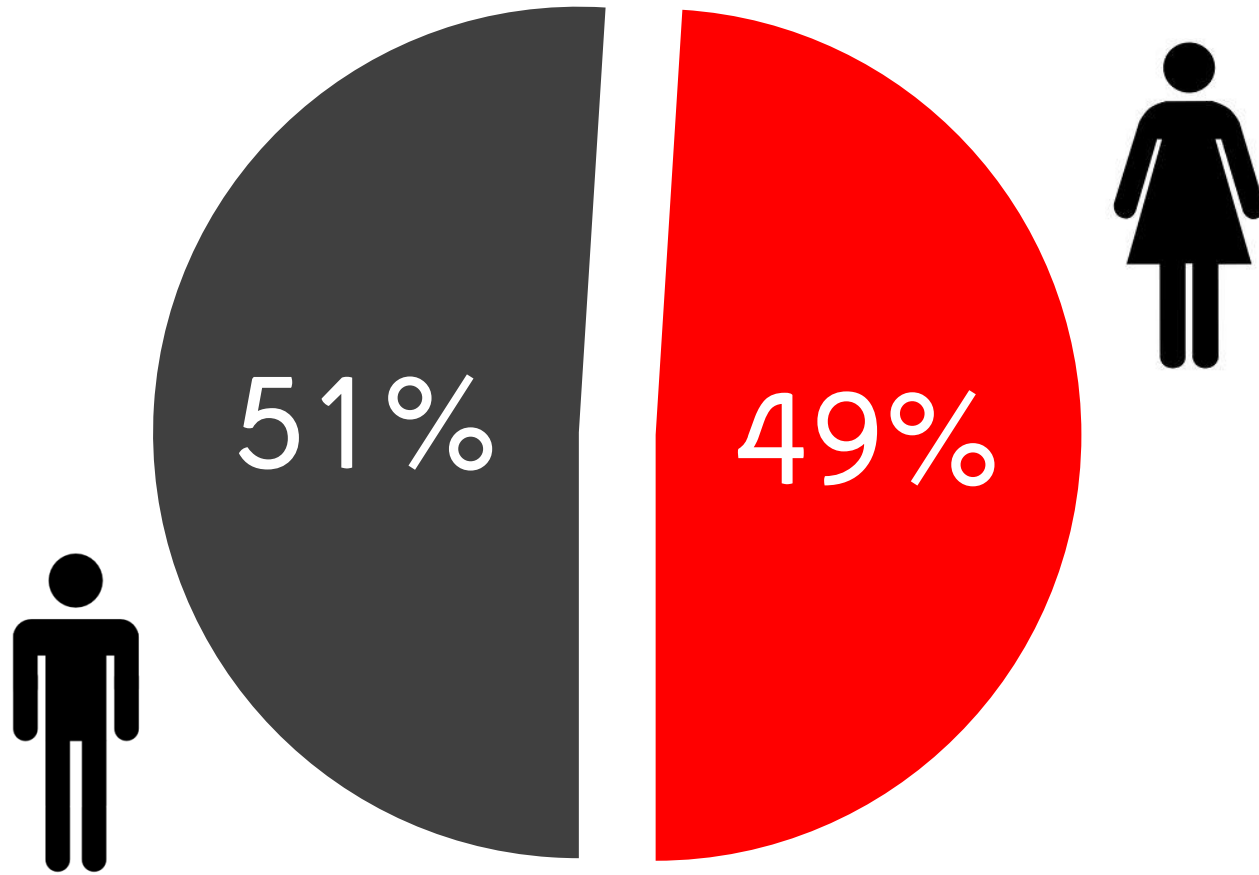
3.3%

37.3%

FUENTE: INEGI-Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (MODUTIH), 2010

Internauta Mexicano

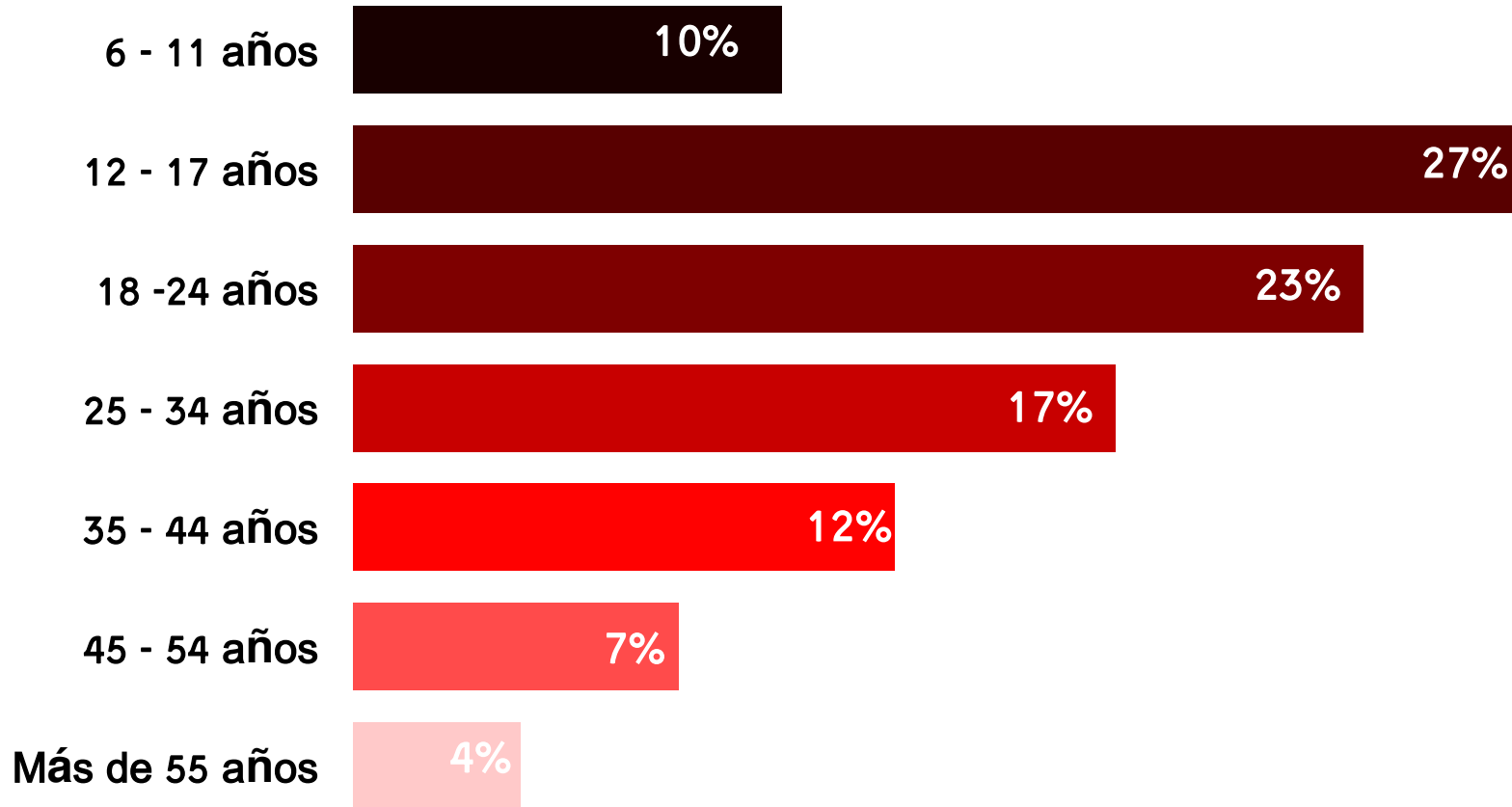
Usuarios de Internet por Género, 2010



NOTA: Cifras como porcentaje del total de usuarios de Internet.

Fuente: INEGI – ENDUTIH

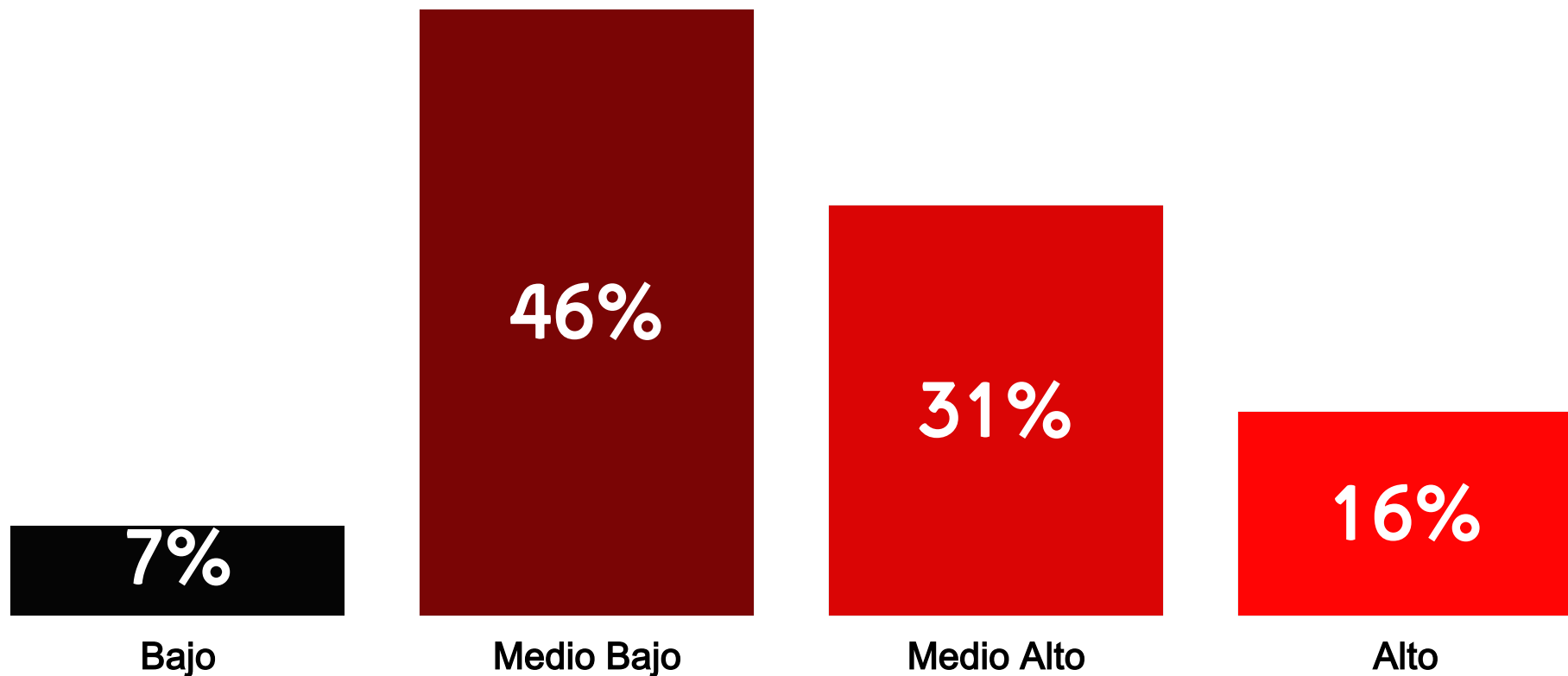
Distribución de Usuarios de Internet por Grupos de Edad, 2010



NOTA: Cifras como porcentaje del grupo de edad que se señala.

FUENTE: INEGI-Módulo sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (MODUTIH), 2010

Distribución de Usuarios de Internet por Estrato Socioeconómico del Hogar.

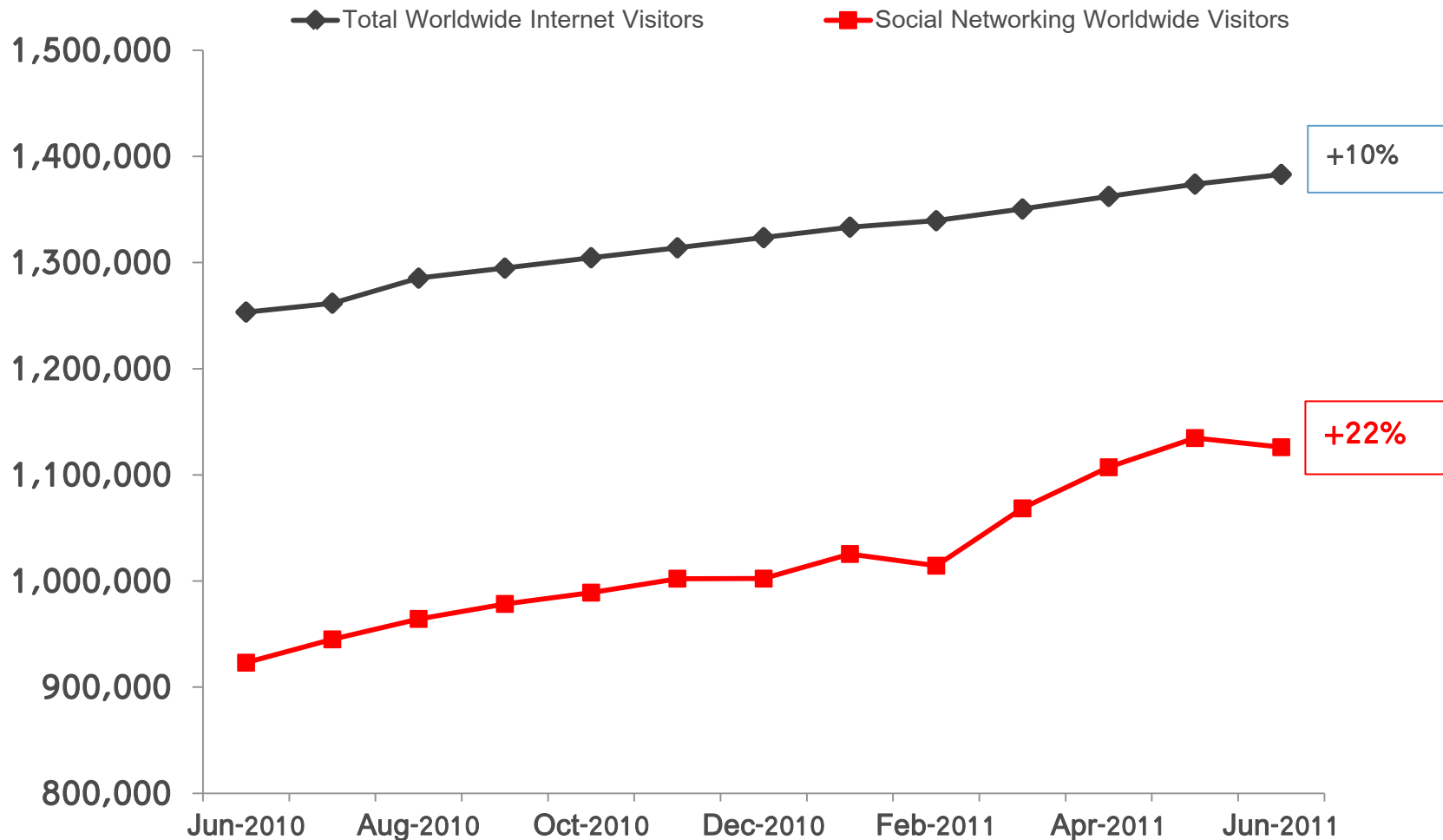


INEGI-Encuesta Nacional sobre Disponibilidad de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), 2005-2009.

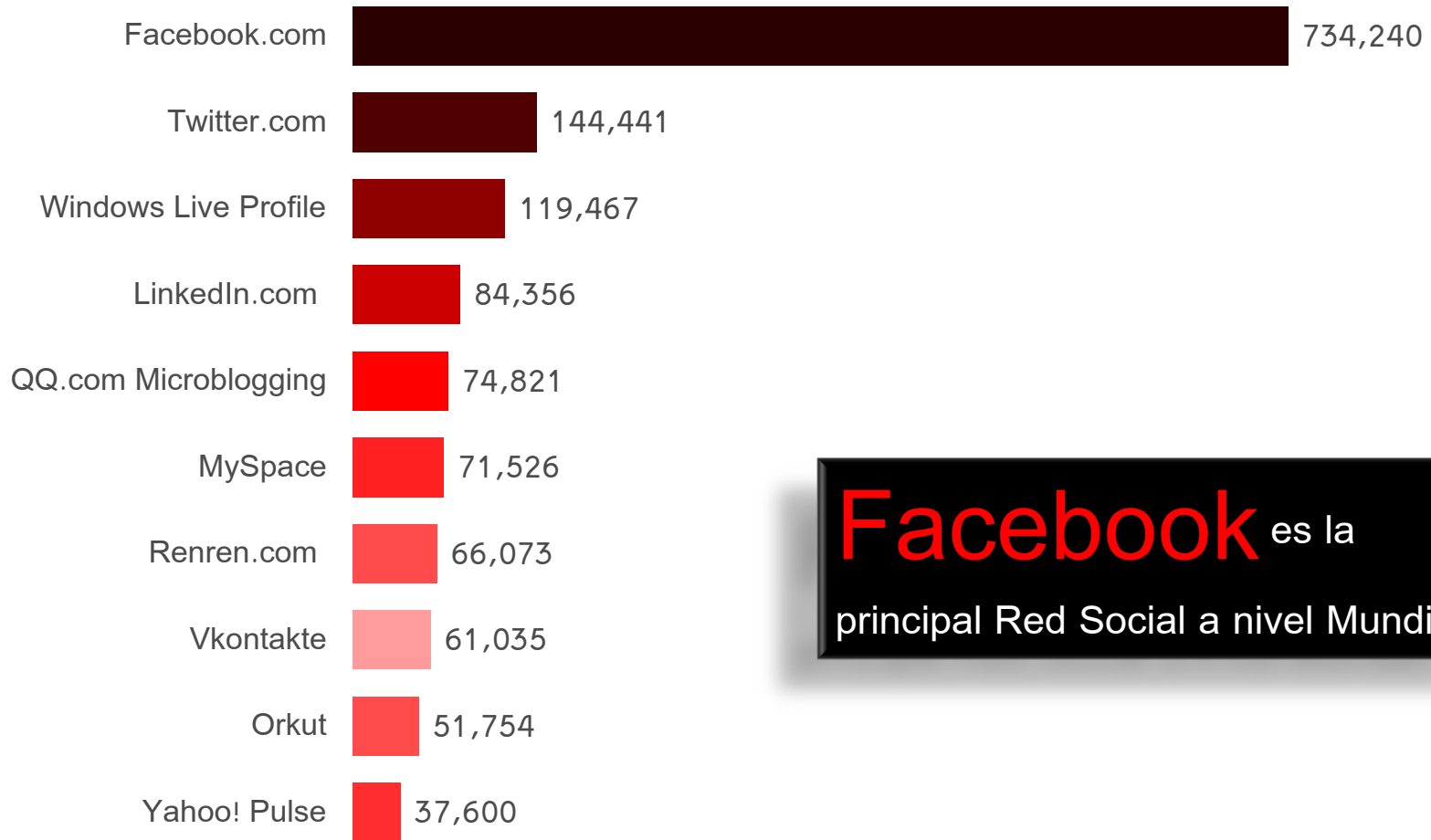
INEGI-Módulo sobre Disponibilidad de Tecnologías de la Información en los Hogares (MODUTIH), 2010

Redes Sociales en el Mundo

Visitantes Globales en sitios de **Redes Sociales** (000)



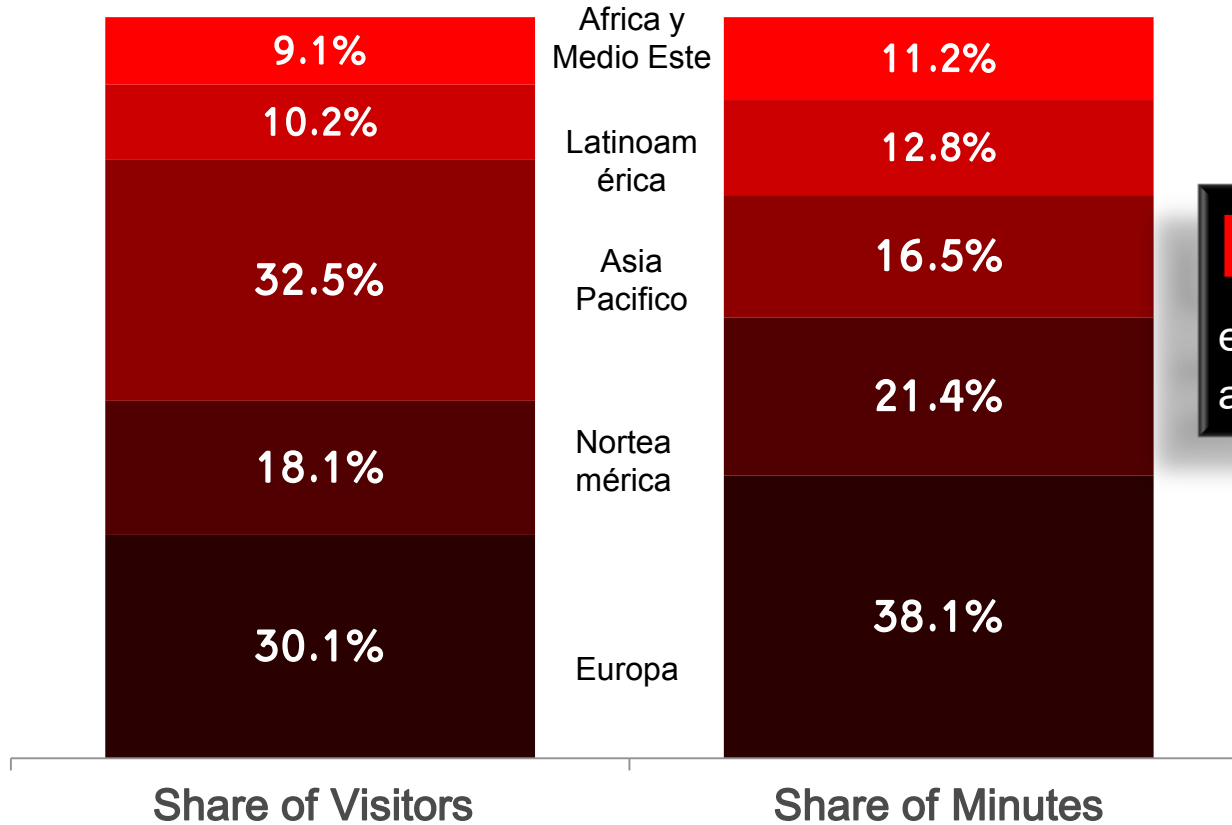
Principales 10 sitios de **Redes Sociales** a nivel Global



Facebook es la principal Red Social a nivel Mundial.

% de Participación de visitantes en Redes Sociales y Minutos por Región

■ Europe ■ North America ■ Asia Pacific ■ Latin America ■ Middle East - Africa

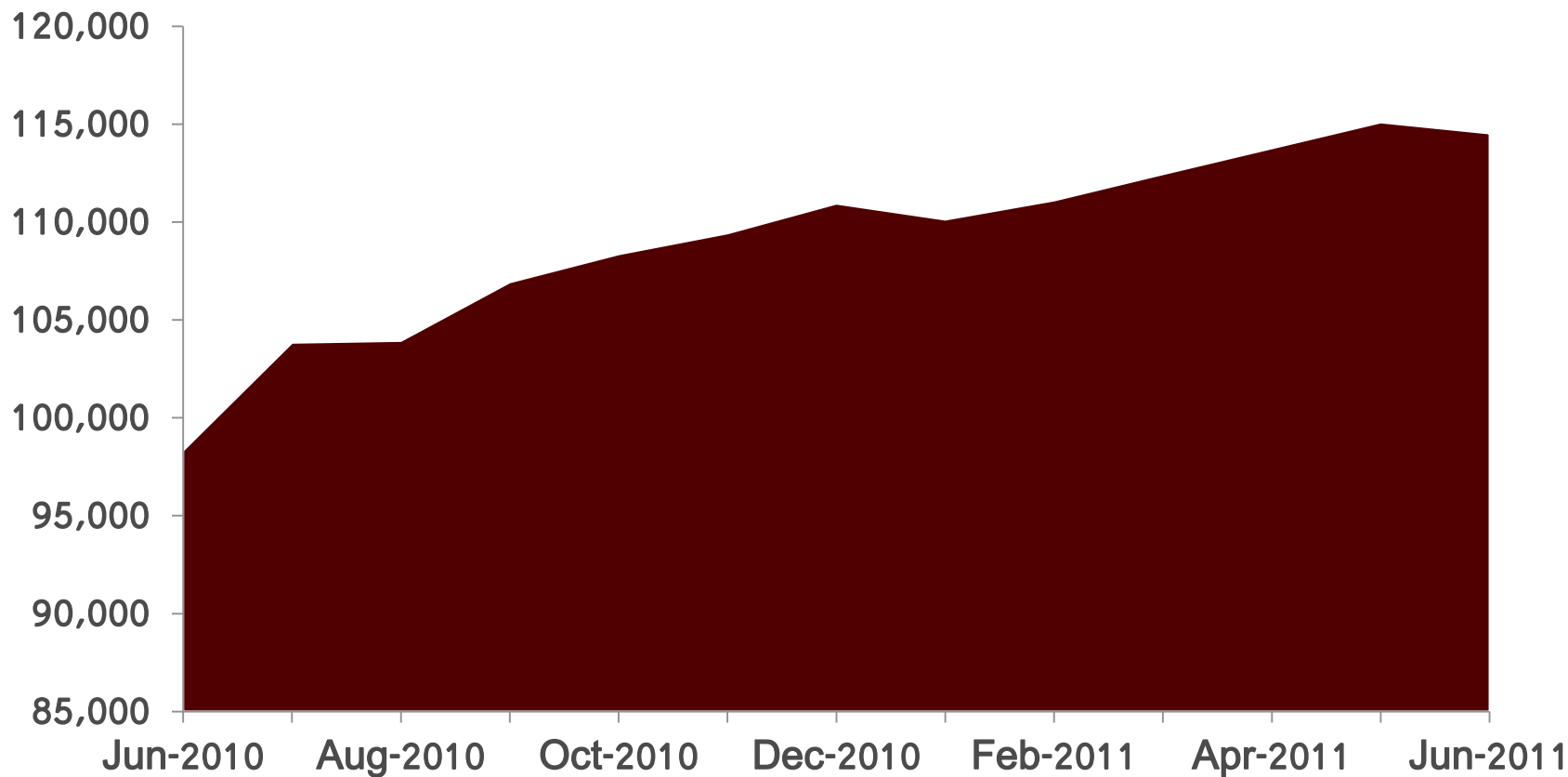


Latinoamérica

entre los mercados más afines a las Redes Sociales.

Redes Sociales en Latinoamérica

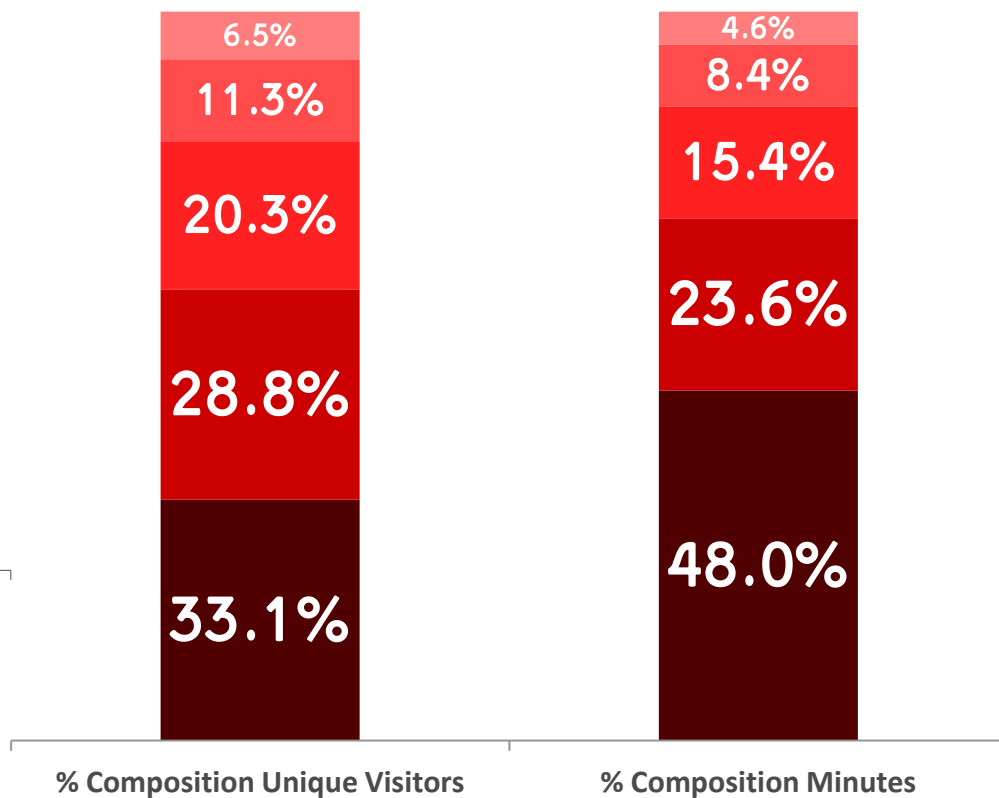
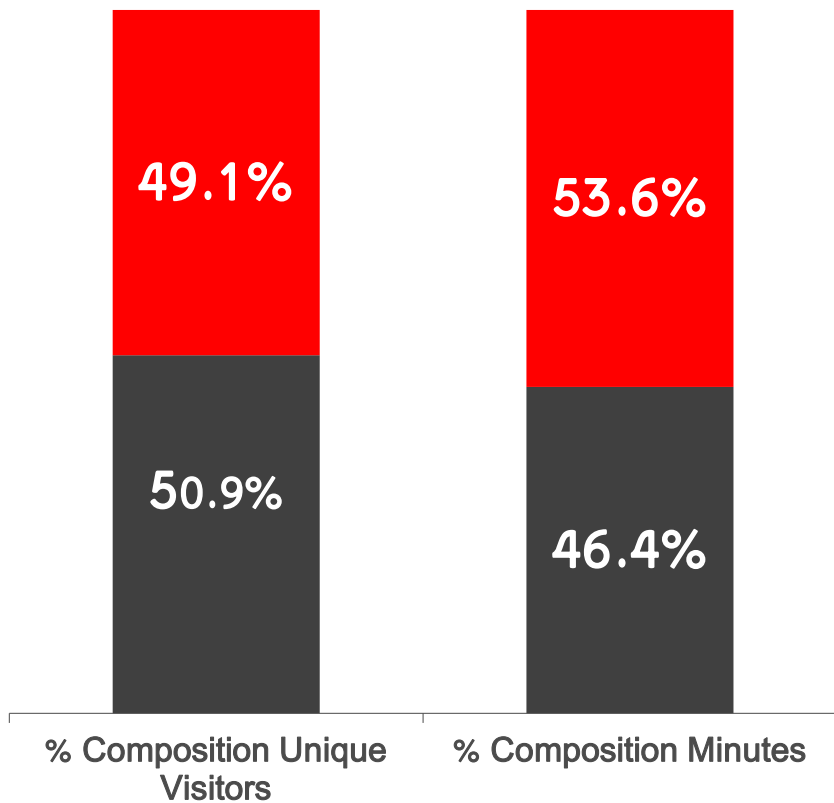
Visitantes en **Redes Sociales** de Latinoamérica (000)



Perfil Demográfico de Usuarios de Redes Sociales en Latinoamérica

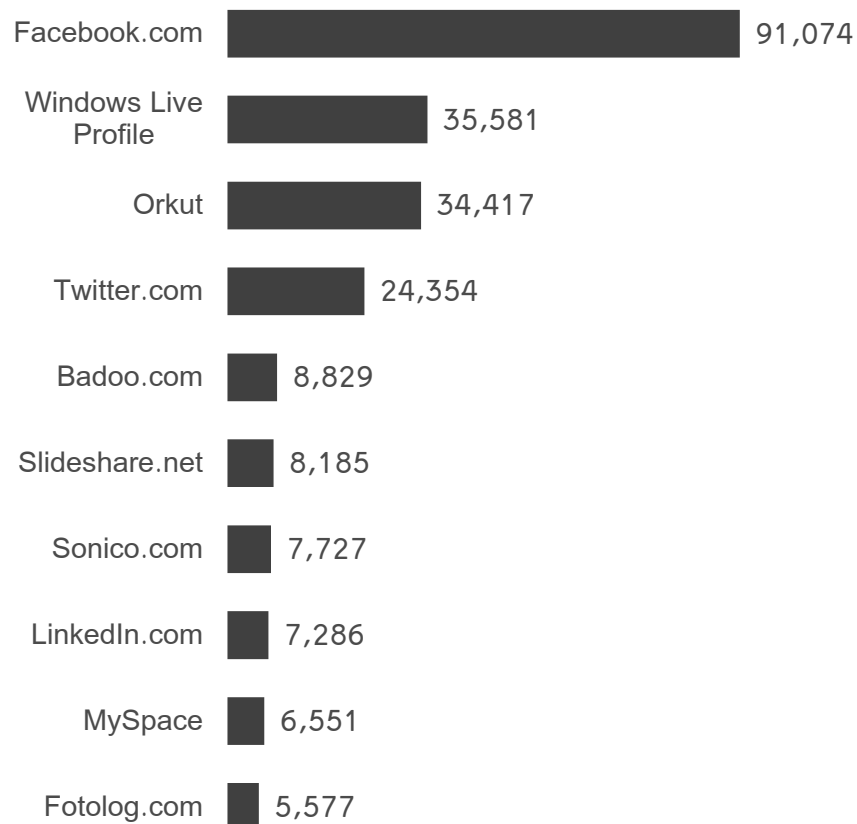
■ Hombres
■ Mujeres

■ Personas: 15-24 ■ Personas: 25-34 ■ Personas: 35-44
■ Personas: 45-54 ■ Personas: 55+

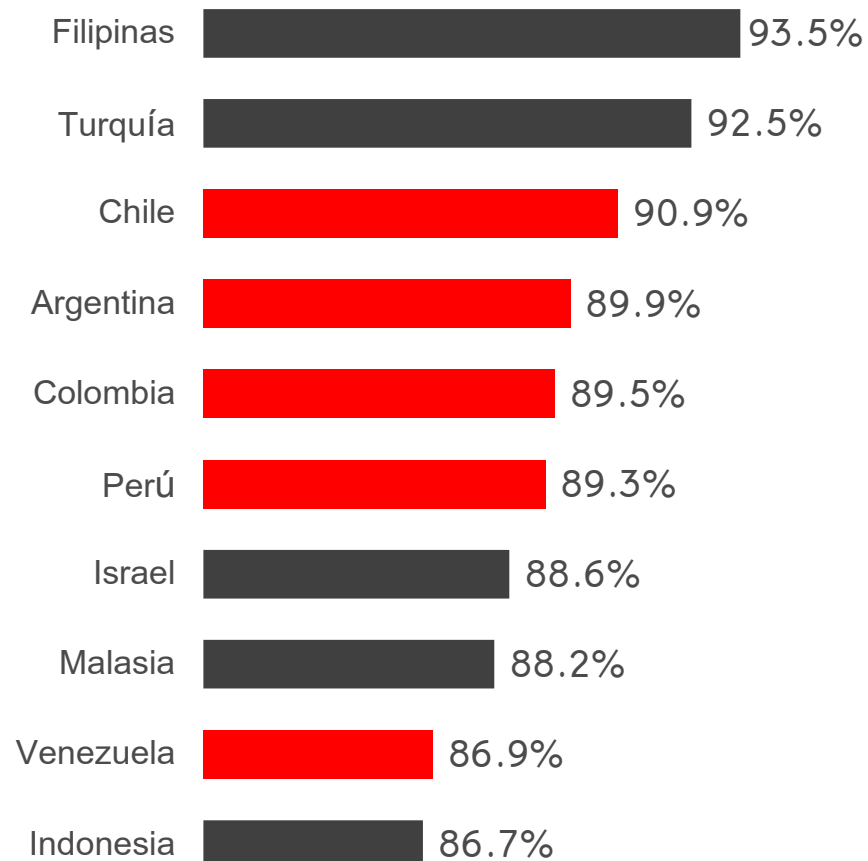


Audiencia Internet 15+ accediendo a Internet desde Hogar o Trabajo
Fuente: comScore Media Metrix, Mayo 2011

Top 10 sitios de Redes Sociales por visitantes en Latinoamérica



Top 10 Mercados para Facebook por % de alcance



Tiempo dedicado a Facebook vs otras Redes Sociales



Filipinas

41%



Malasia

31%



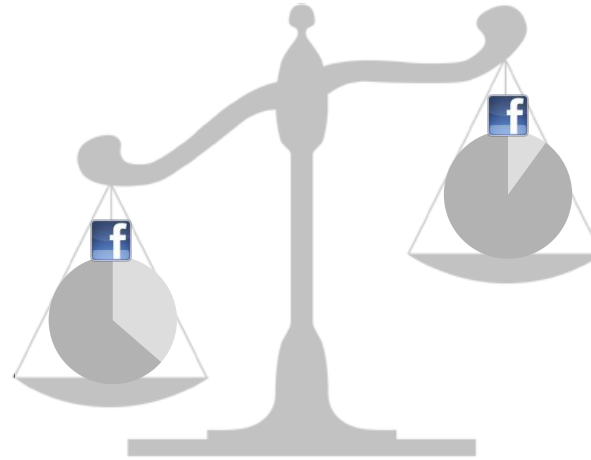
Chile

30%



Italia

29%



Japón

4%



Corea del Sur

8%



Holanda

14%



Francia

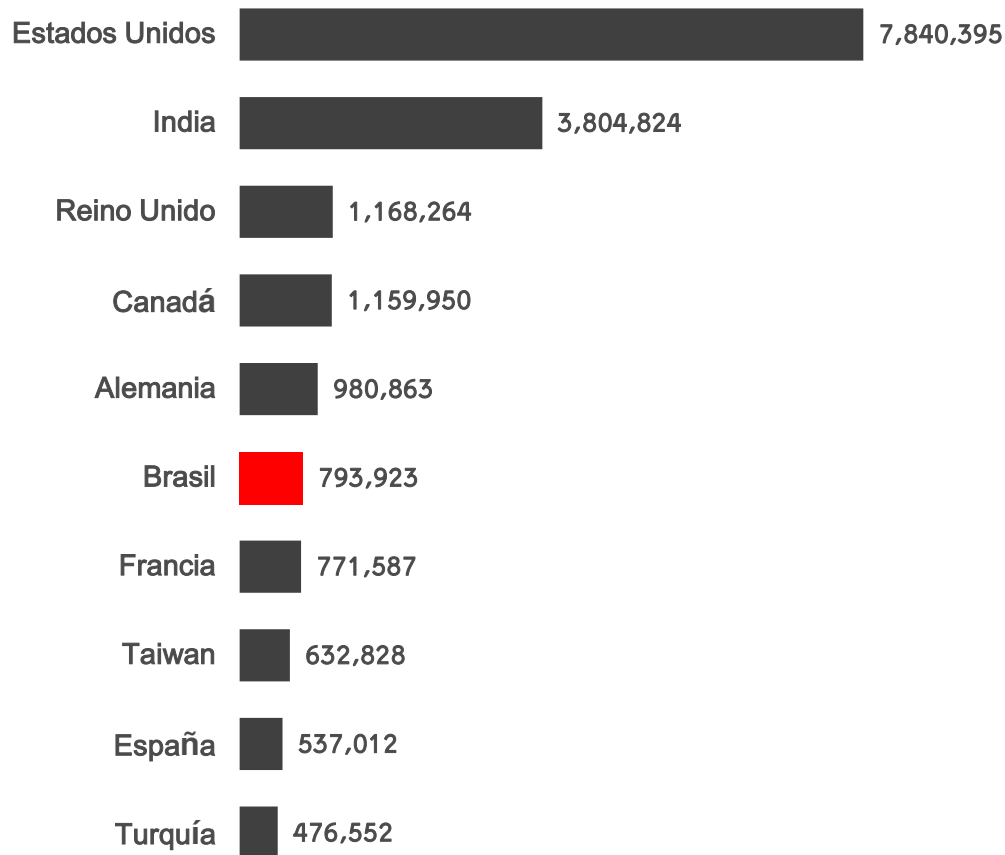
15%



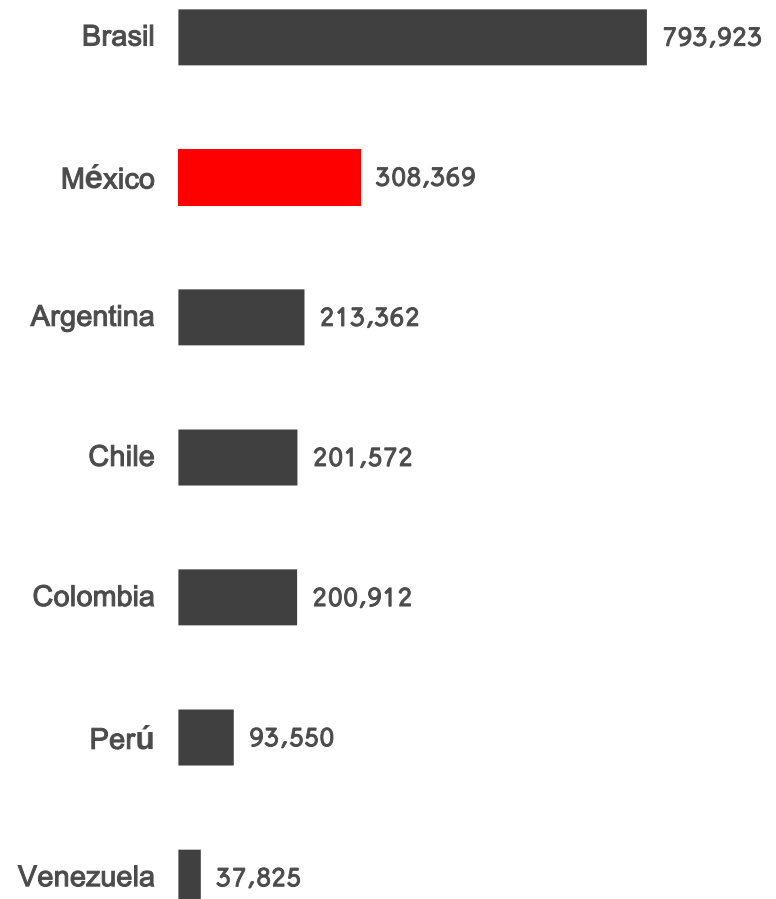
México

24%

Top 10 Mercados de Google+ por visitante

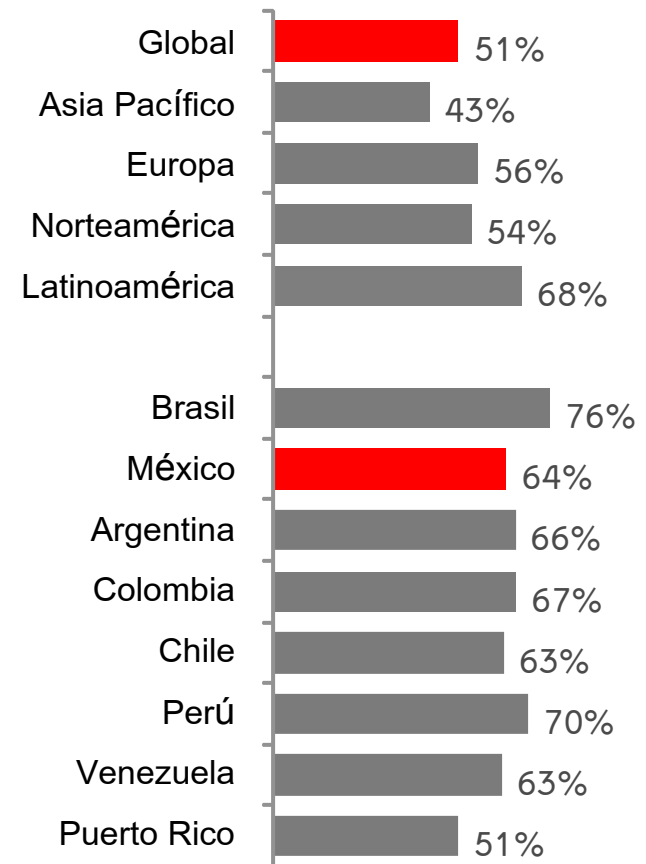
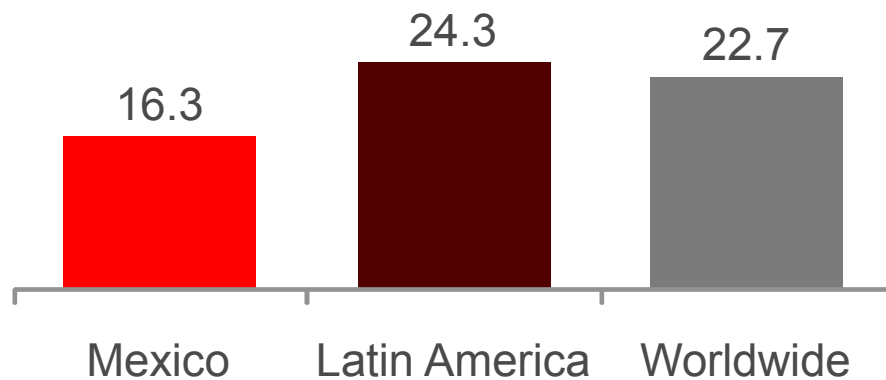


Visitantes de Google+ en Latinoamérica



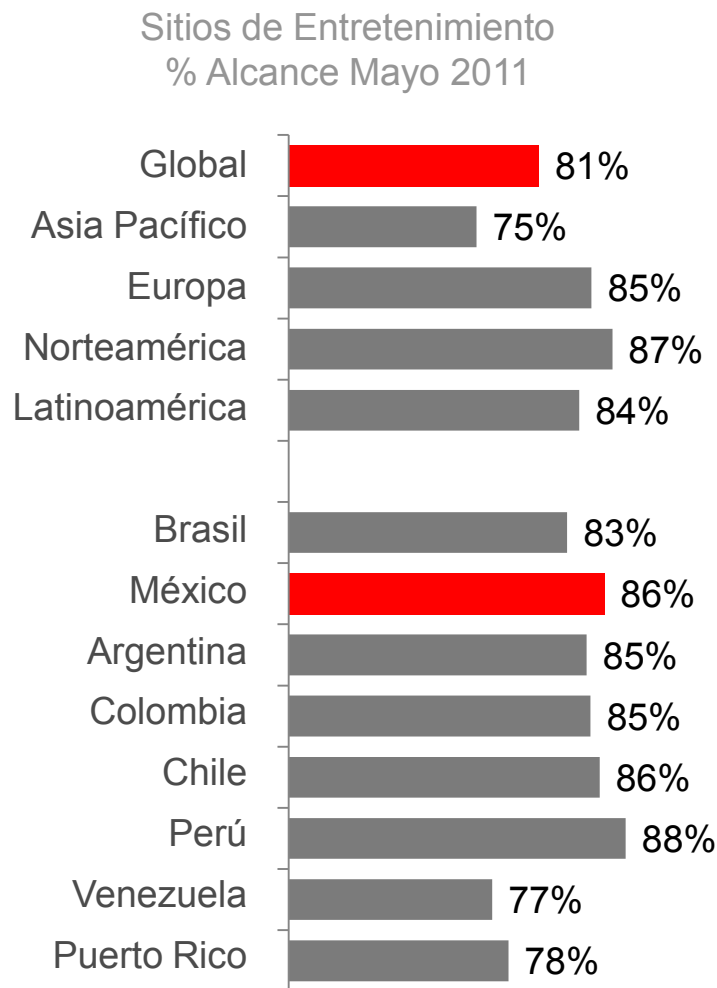
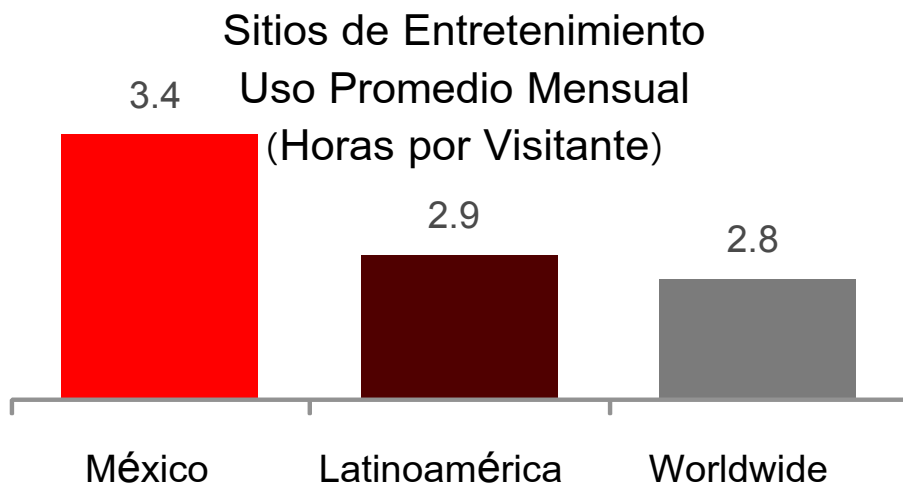
Alcance de Blogs en México y en el Mundo

Sitios de Blog
Uso Promedio Mensual
(Minutos por Visitante)



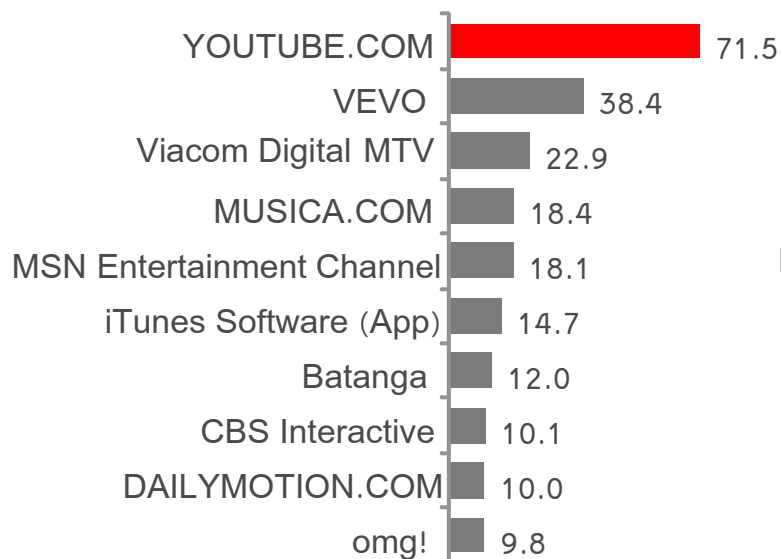
Alcance en Sitios de **Entretención** en el Mundo

86% de los usuarios web en México visitó un sitio de Entertención durante Mayo .

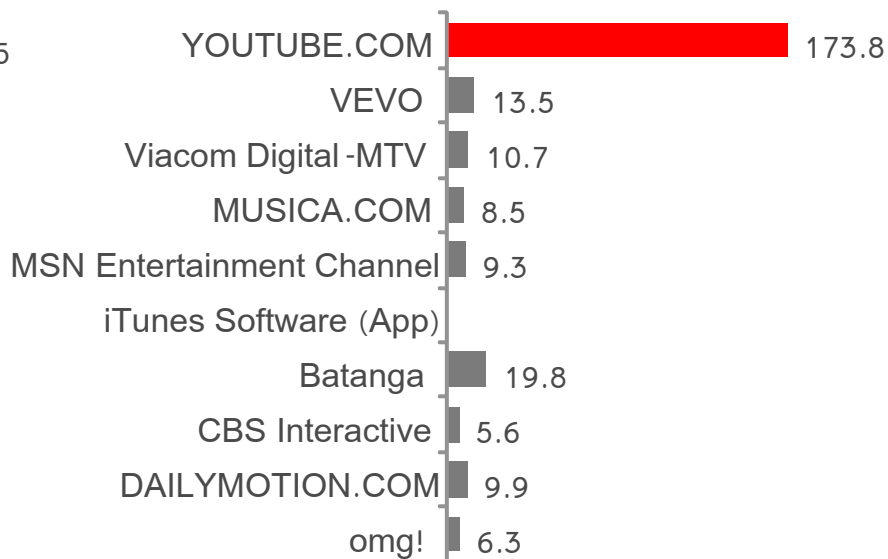


Alcance en Sitios de **Entretenimiento** en el Mundo

% Alcance



Principales Sitios de Entretenimiento: México
Promedio de Minutos por Usuario



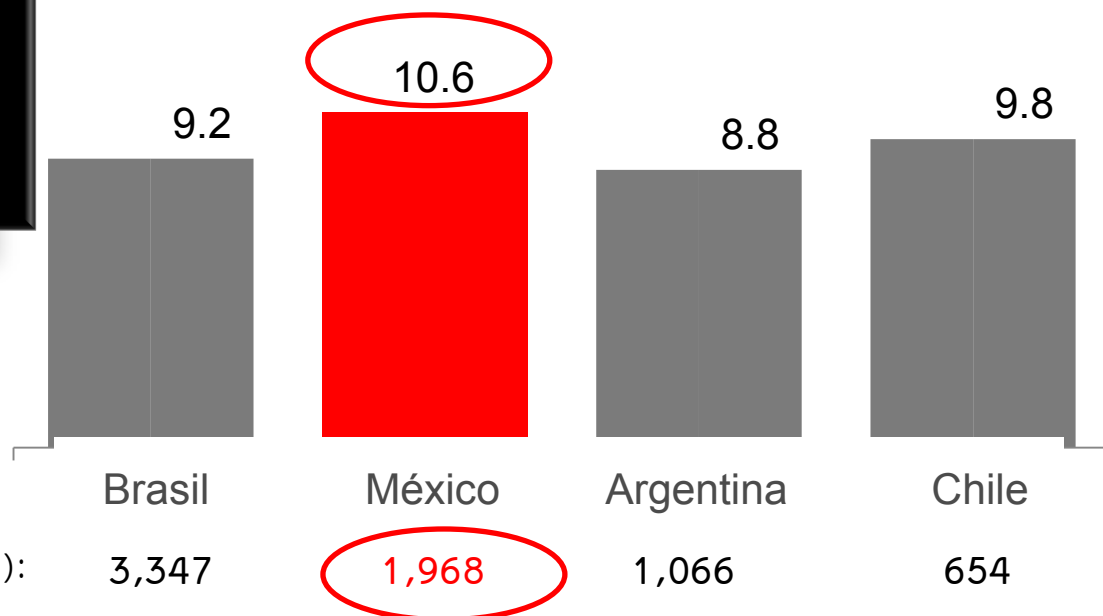
Sin ser sorpresa, **Youtube** lidera la categoría

Entretenimiento, con **72%** de la audiencia web mexicana. El uso promedia casi 3 horas por usuario.

Espectadores de **Video** en Latinoamérica

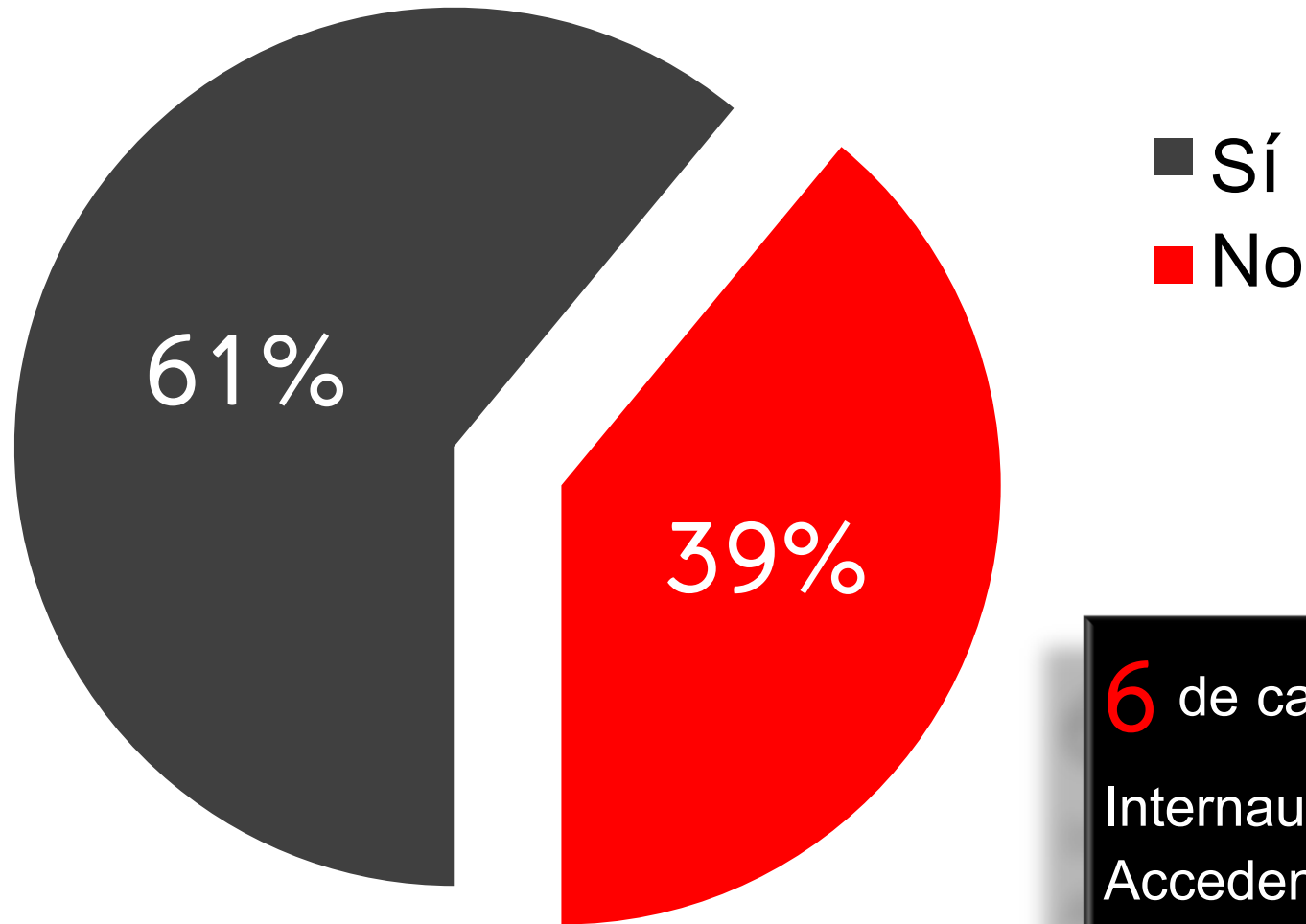
El promedio de tiempo consumido viendo video online en América Latina es **mucho más bajo** que los promedios de Norteamérica y Europa: por ejemplo, el tiempo promedio viendo video en Estados Unidos fue **18,2** horas durante el mismo período de tiempo.

Vistas de Video Online en Latinoamérica
Promedio de Horas por Espectador/Mes



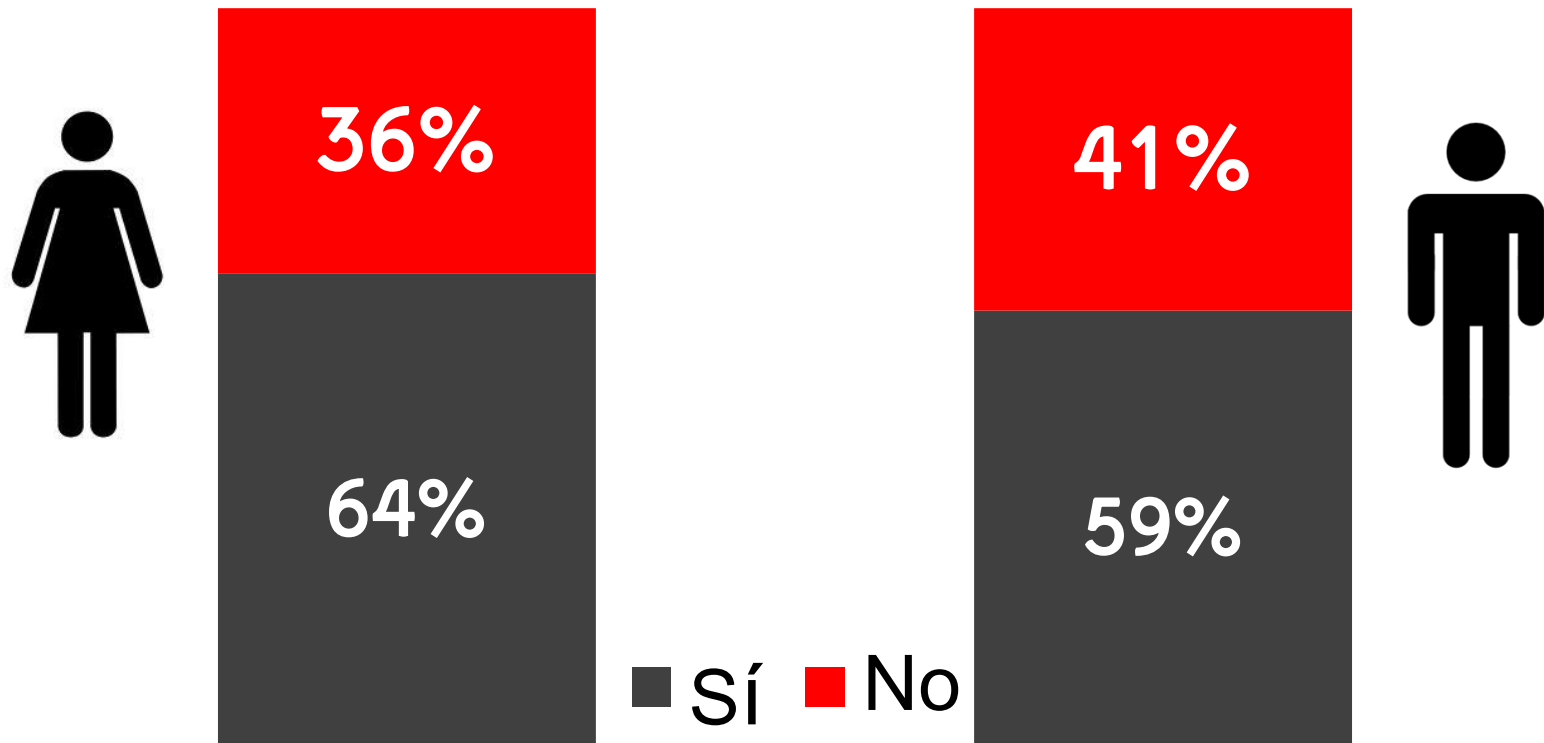
Redes Sociales en México

Uso de Redes Sociales en México



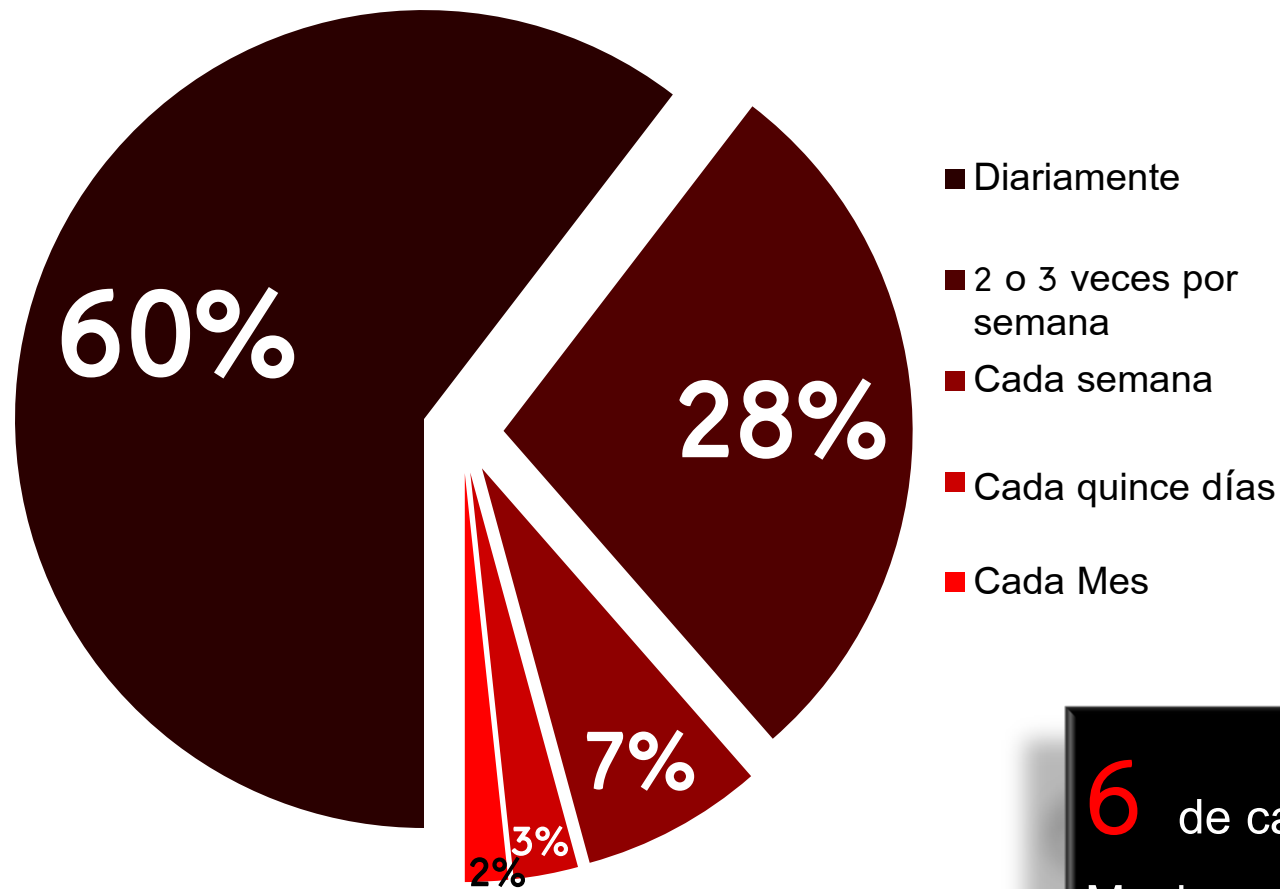
6 de cada **10**
Internautas Mexicanos
Acceden a alguna red
Social.

Usuarios de Redes Sociales por Género



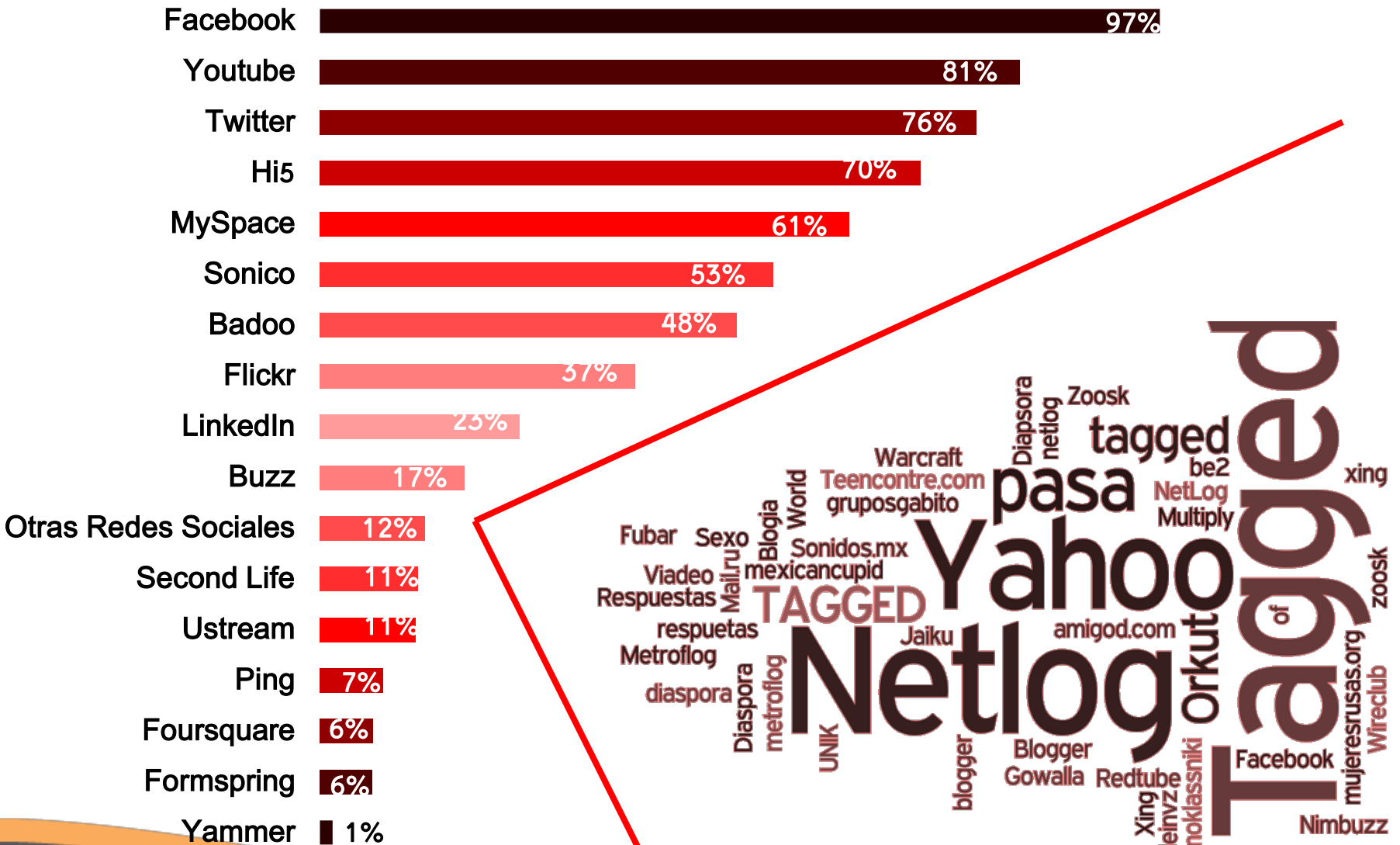
Por distribución de Géneros son **5%** más las Mujeres que Hombres, que accesan a alguna Red Social,

Frecuencia de Conexión/Acceso a Redes Sociales

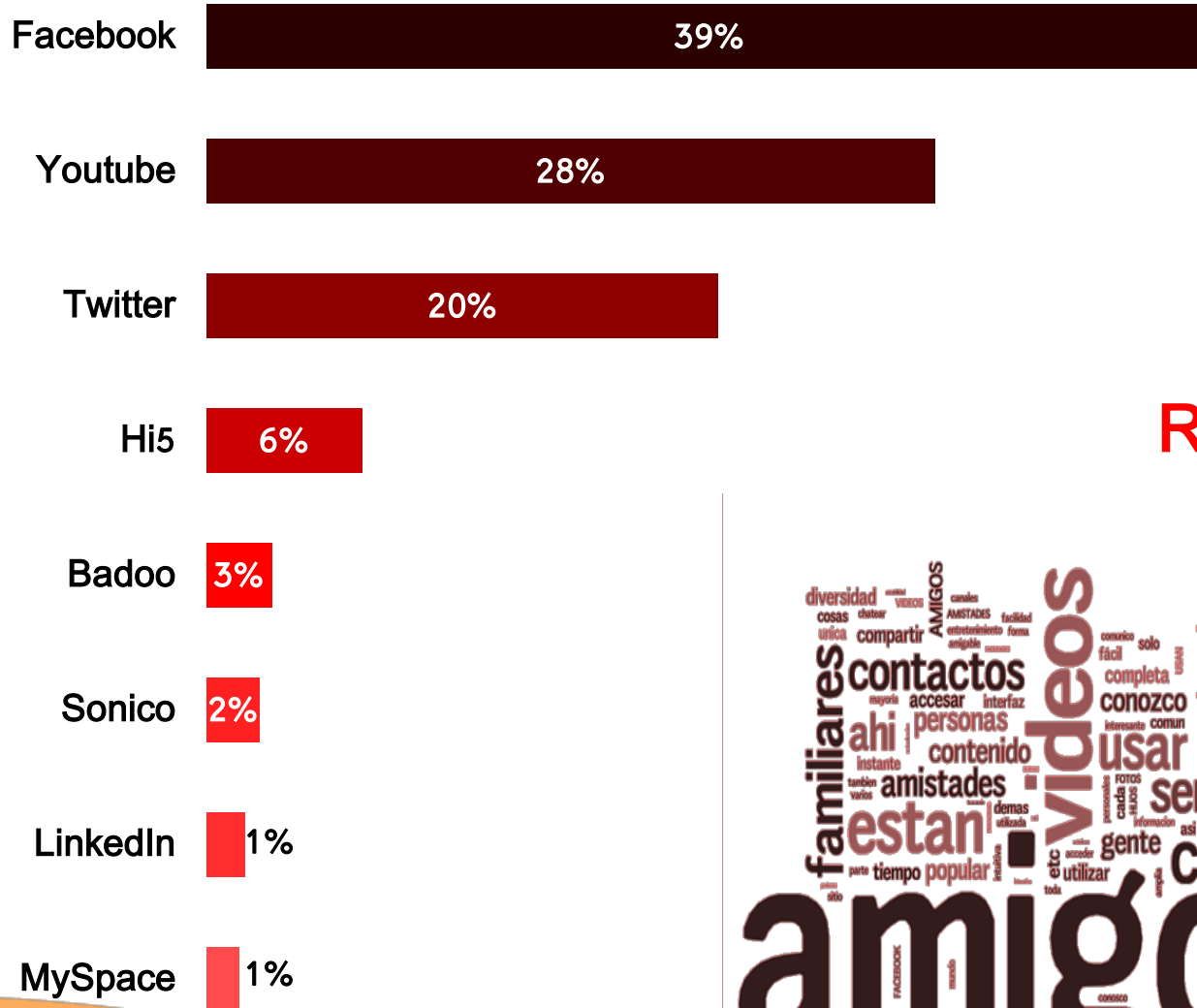


6 de cada **10** Internautas Mexicanos se conectan/acceden diariamente al menos a alguna Red Social.

Conocimiento de Redes Sociales



Redes Sociales más usadas

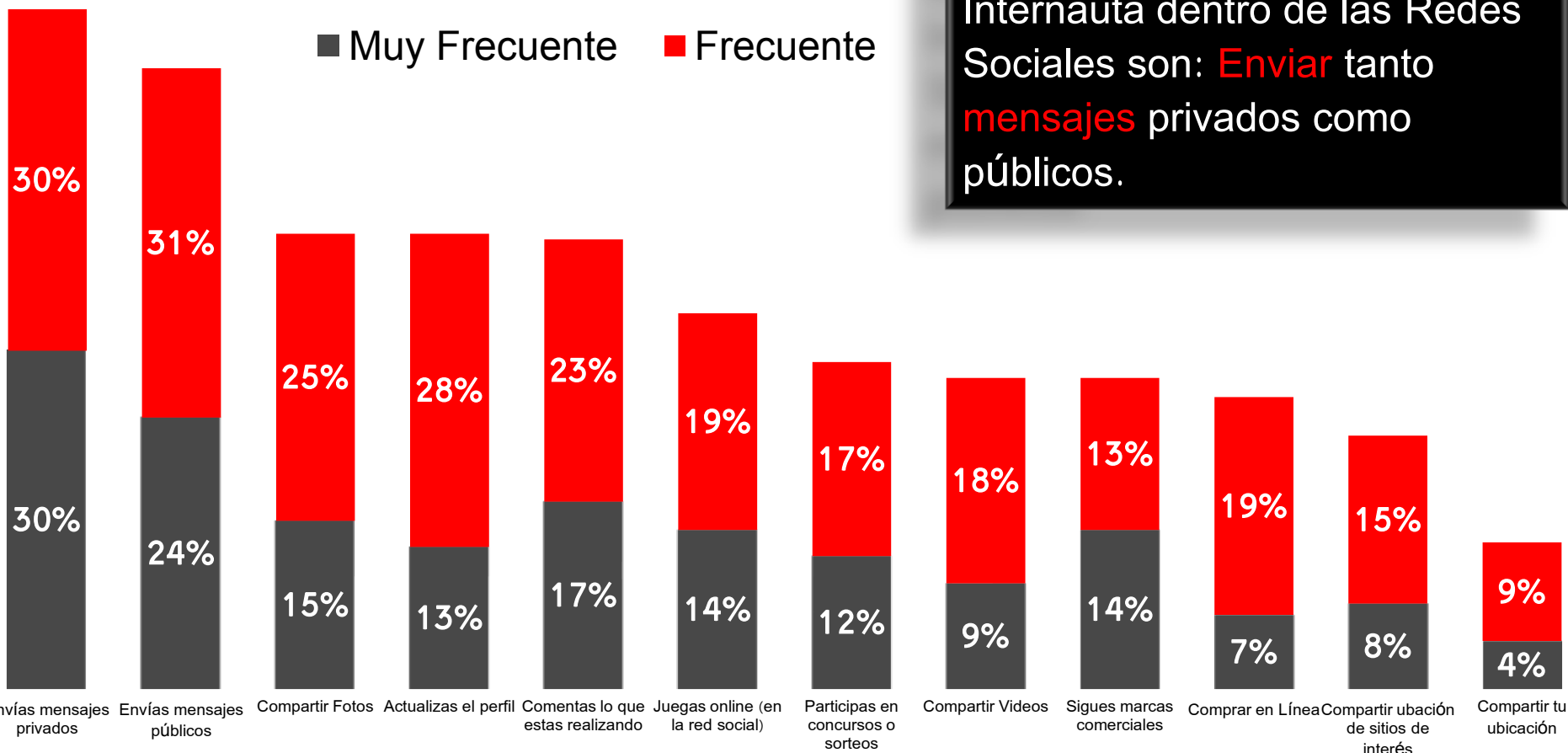


Razones



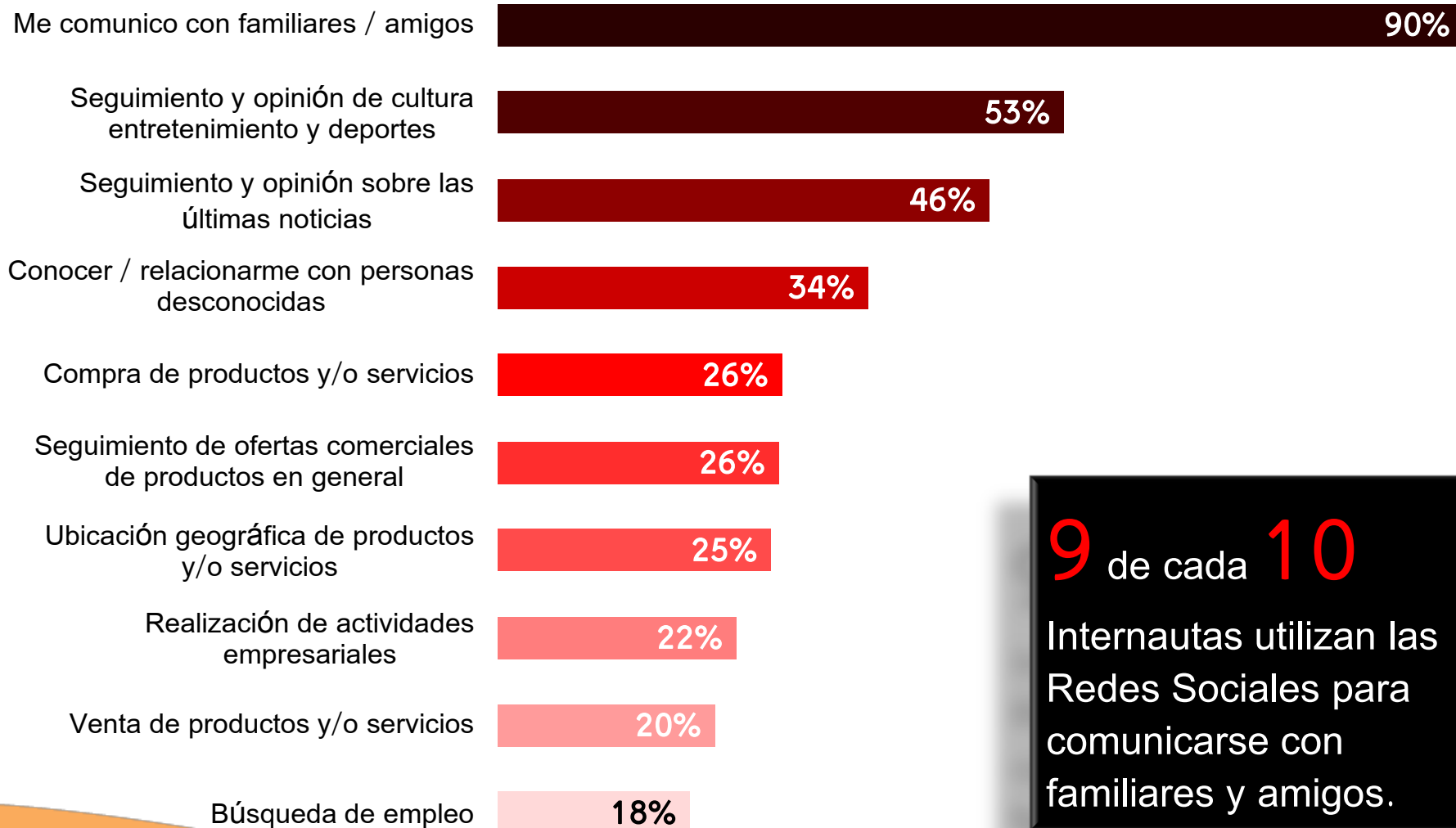
Principales **Actividades** dentro de las Redes Sociales

Top two



Las principales actividades del Internauta dentro de las Redes Sociales son: **Enviar** tanto **mensajes** privados como públicos.

Principales Usos del Internauta en las Redes Sociales

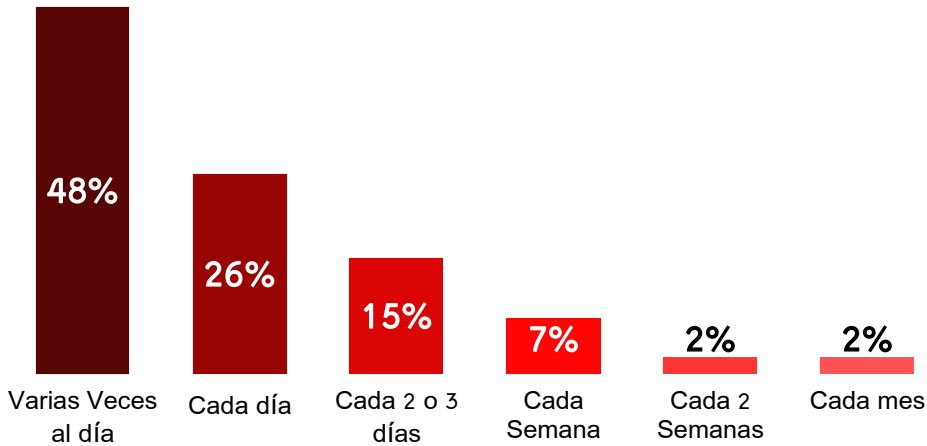


9 de cada **10**
Internautas utilizan las
Redes Sociales para
comunicarse con
familiares y amigos.

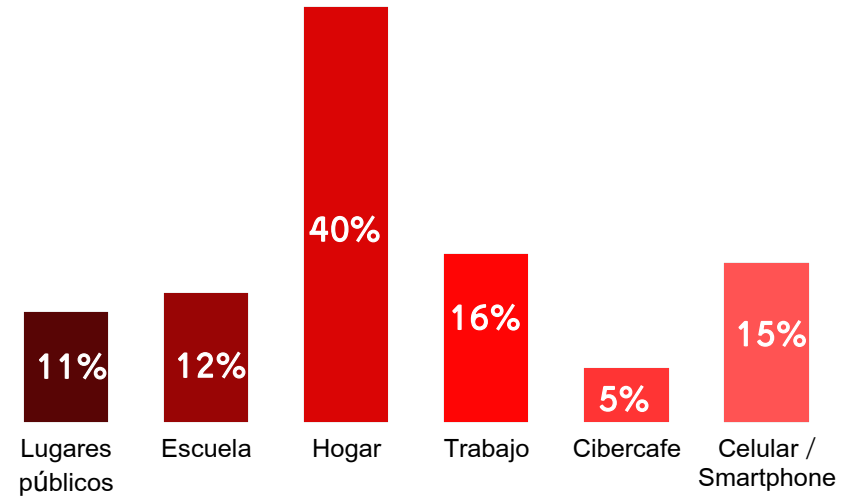
El Internauta Mexicano en las principales Redes Sociales

Facebook

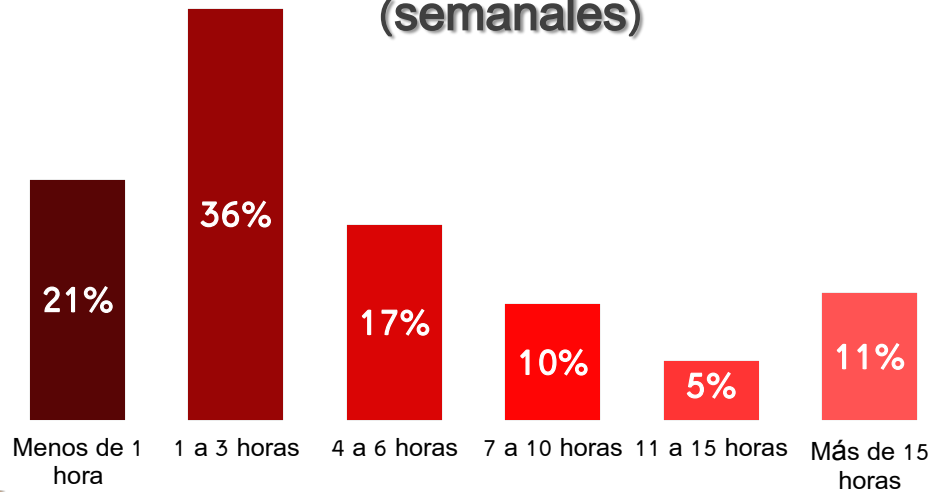
Frecuencia de Conexión



Lugares de Conexión

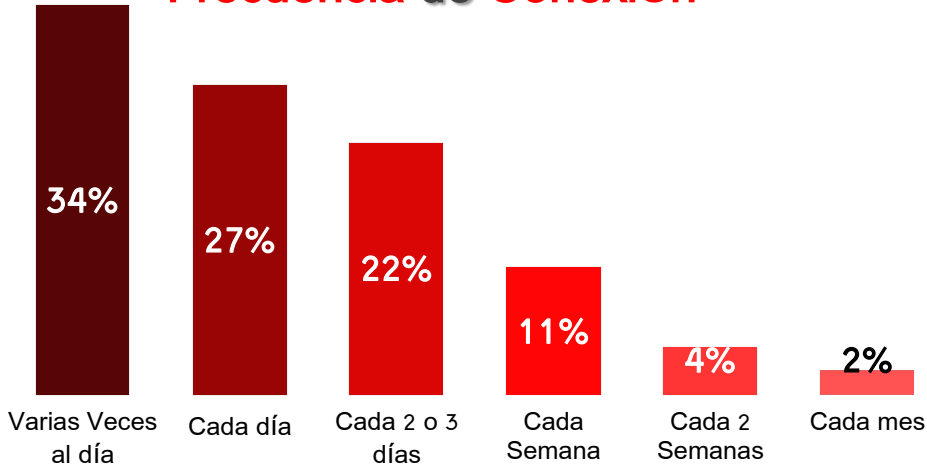


Horas de Conexión (semanales)

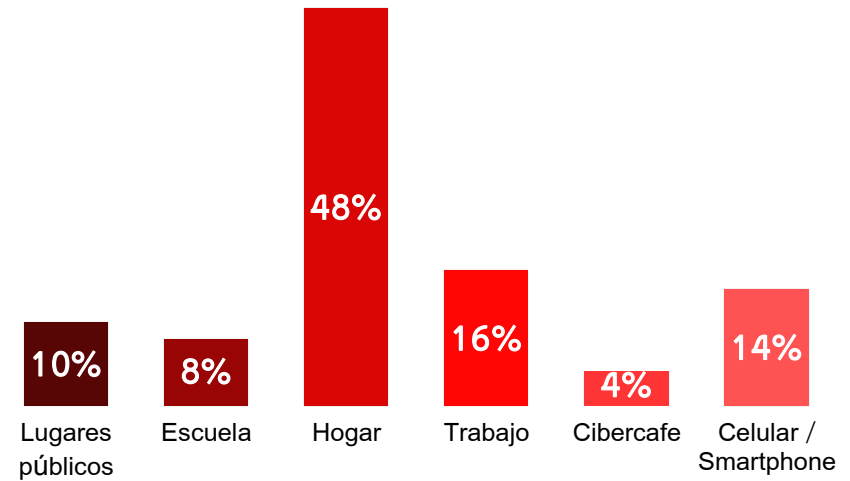


Youtube

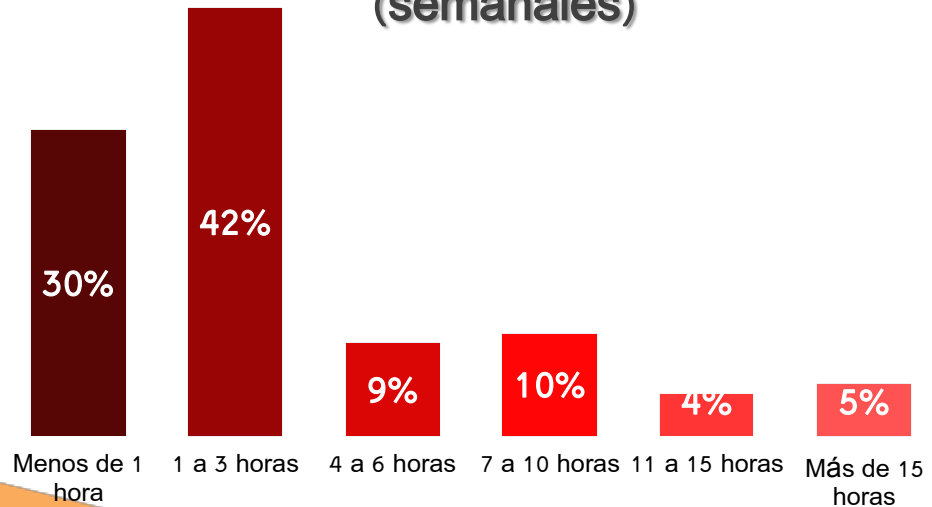
Frecuencia de Conexión



Lugares de Conexión

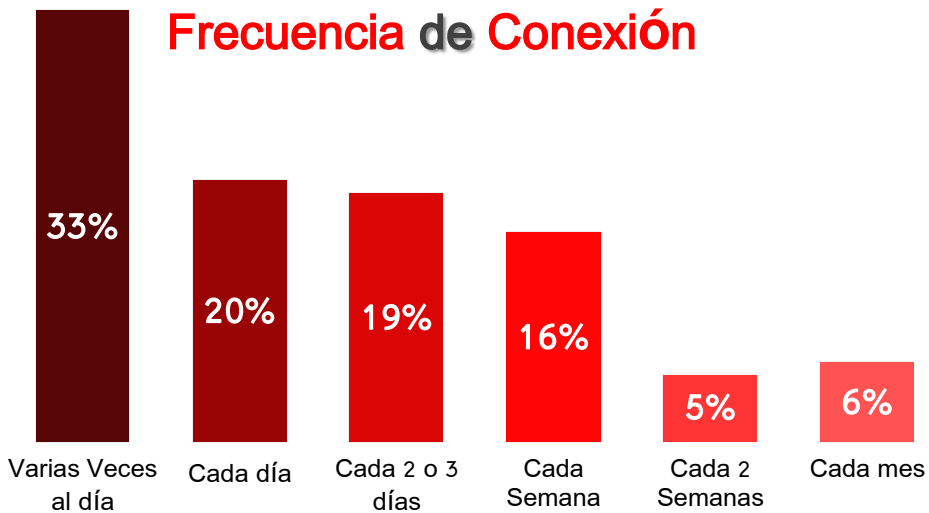


Horas de Conexión (semanales)

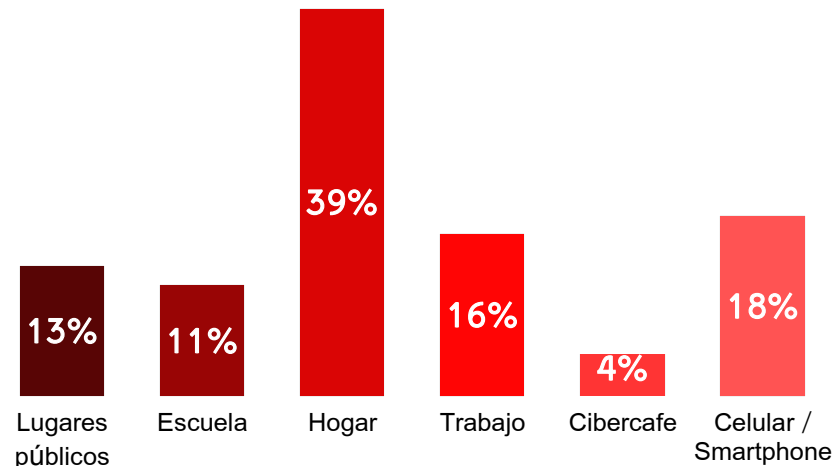


Twitter

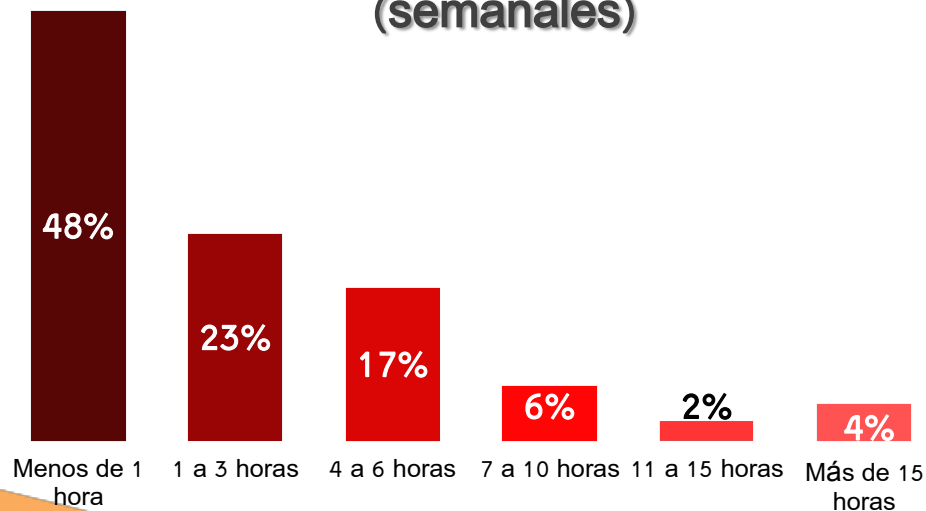
Frecuencia de Conexión



Lugares de Conexión



Horas de Conexión (semanales)

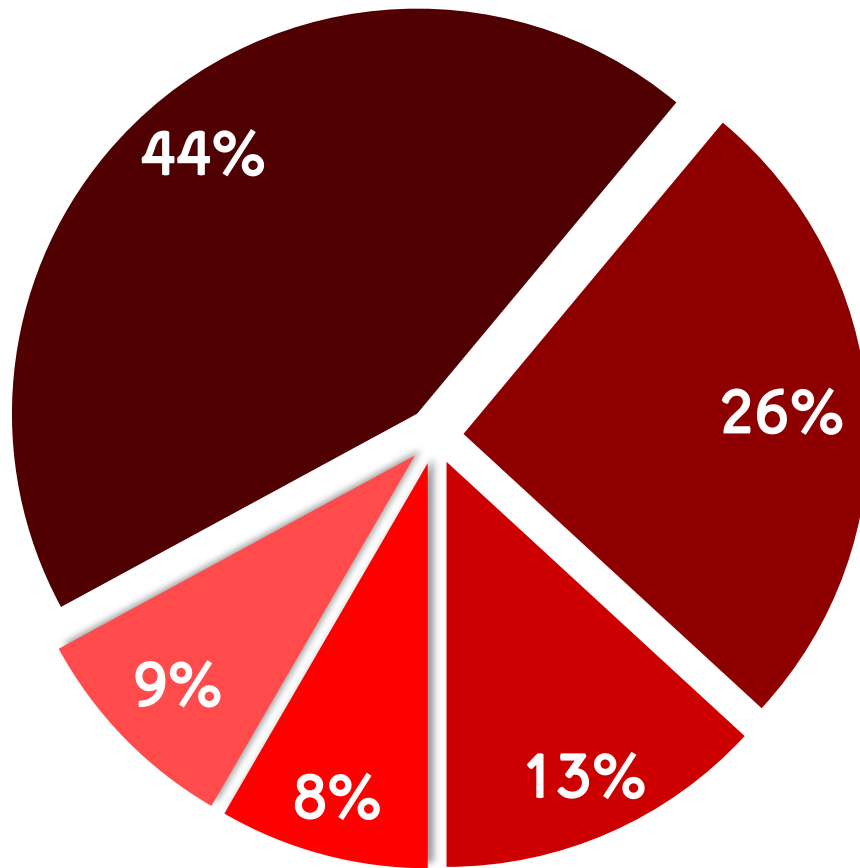


Comparativo **Principales** Redes Sociales en México

	1° Facebook	2° Youtube	3° Twitter
Principal Lugar de Conexión	Hogar	Hogar	Hogar
Frecuencia de Conexión	Varias Veces al Día	Varias Veces al Día	Varias Veces al Día
Horas de Conexión a la semana	1 a 3 Horas	1 a 3 Horas	Menos de 1 Hora
Nivel de Recomendación	54%	51%	36%
Nivel de Visitas en el futuro	Disminuirá	Seguirá	Empezaré a visitarla

Publicidad dentro de las Redes Sociales

Publicidad dentro de las Redes Sociales



- Me disgusta mucho
- Me disgusta
- Ni me gusta ni me disgusta
- Me gusta
- Me gusta mucho

4 de cada **10**

Internautas Mexicanos les gusta la Publicidad dentro de las Redes Sociales.

Tipo de **Publicidad** vista en las Redes Sociales

Productos (Computadoras, comida, gadgets, papelería, etc.)

74%

Servicios (Hoteles, Vuelos de avión, Restaurantes, Viajes, Experiencias, etc.)

72%

Política (Partidos Políticos, Candidatos, etc.)

42%

Asociaciones sin afán de lucro (Greenpeace, Fundaciones, Niños con cancer, etc.)

32%

Gubernamental (Gobierno Federal, Estatal, Secretarías, Municipios, Cámaras de Diputados etc.)

29%

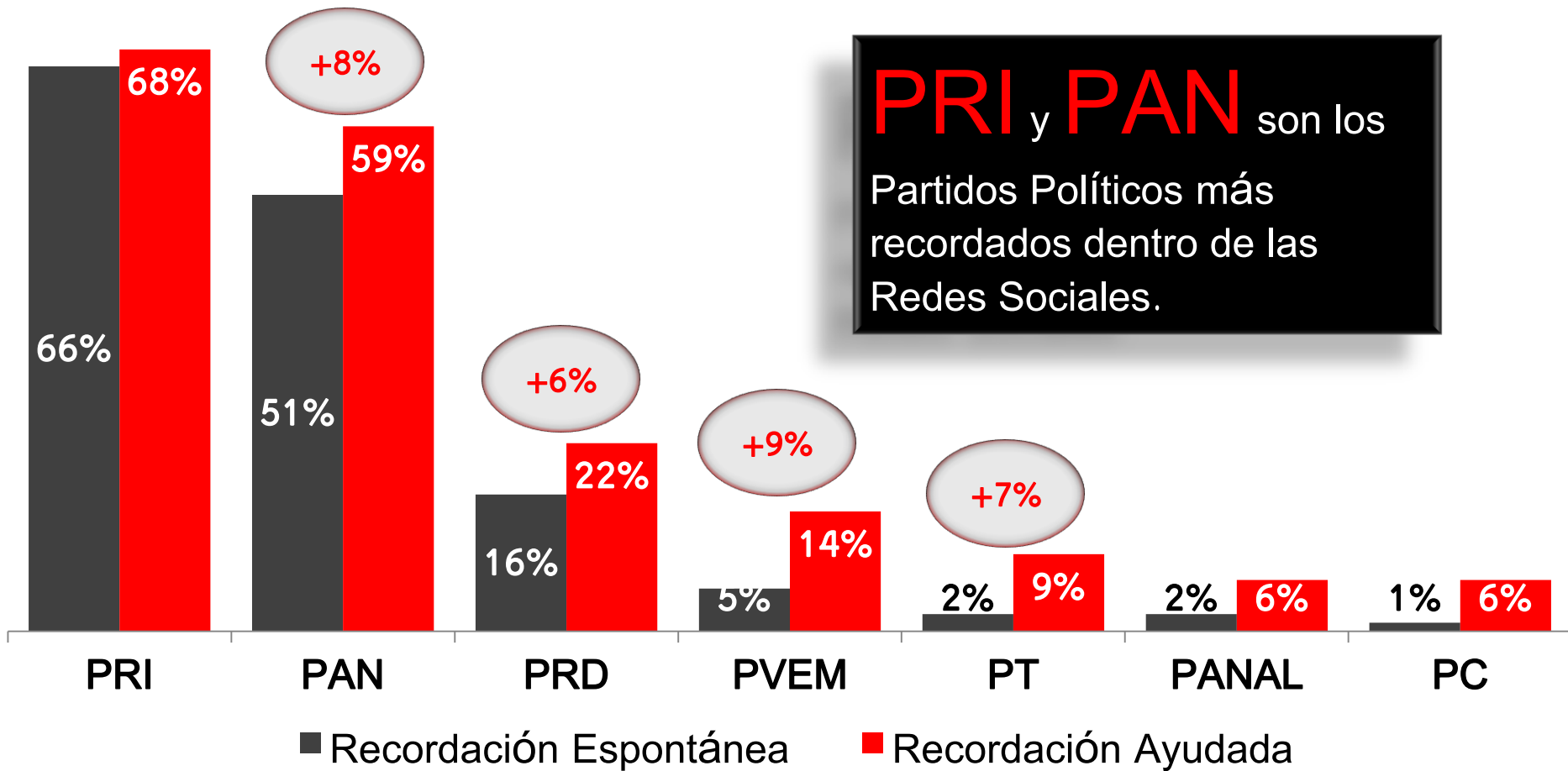
42% de los Internautas han visto publicidad a cerca de Política en Redes Sociales.

Partidos y Pre-Candidatos en Redes Sociales

Partidos Políticos dentro de las principales Redes Sociales

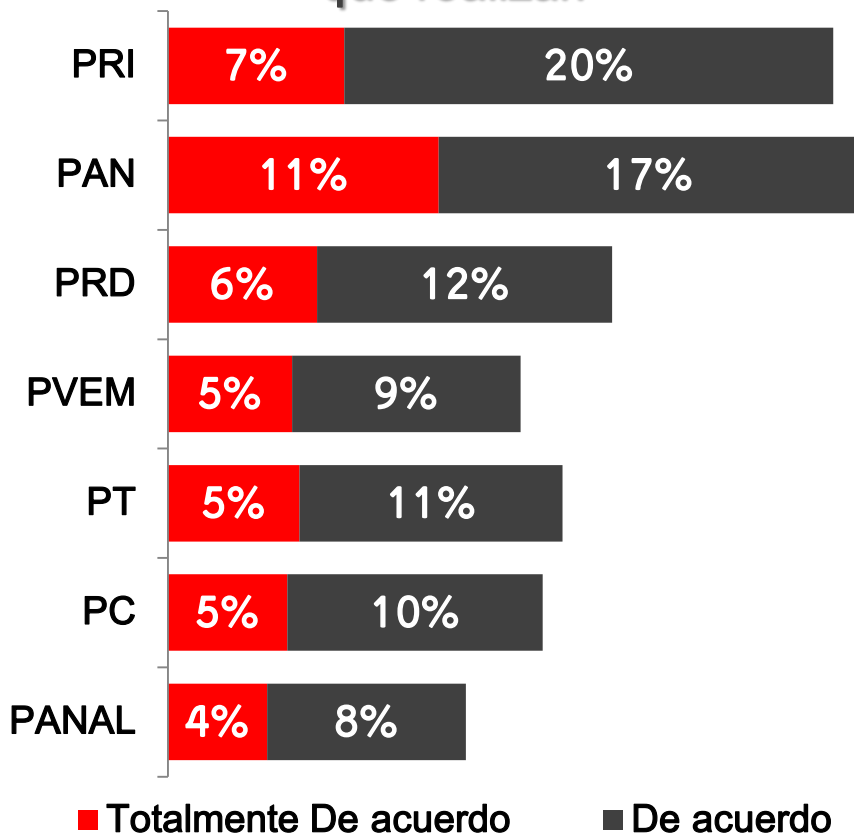
	Facebook	Twitter
Partido Revolucionario Institucional (PRI)	21, 666	2, 662
Partido Acción Nacional (PAN)	1,341	23, 663
Partido de la Revolución Democrática (PRD)	5,213	7,900
Partido Verde Ecológico de México (PVEM)	658	2, 116
Partido Convergencia (PC)	258	1, 618
Partido del Trabajo (PT)	1,077	N/A
Partido Nueva Alianza (PANAL)	544	1,044

Recordación de Partidos Políticos dentro de las Redes Sociales

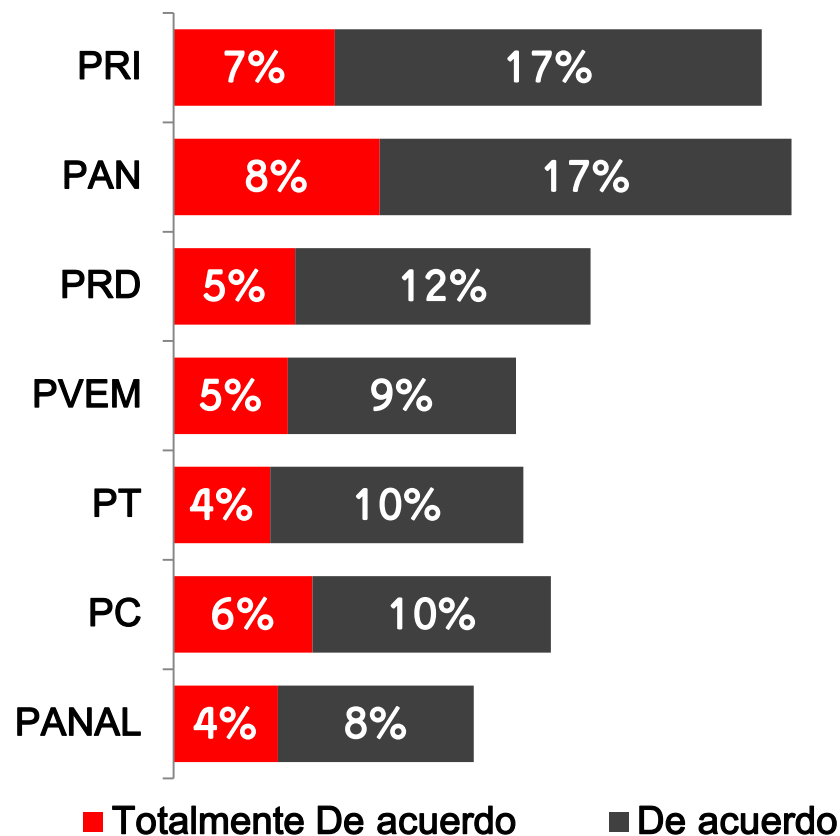


Percepción de **Partidos Políticos** dentro de las Redes Sociales

Información **clara** sobre las actividades que realizan

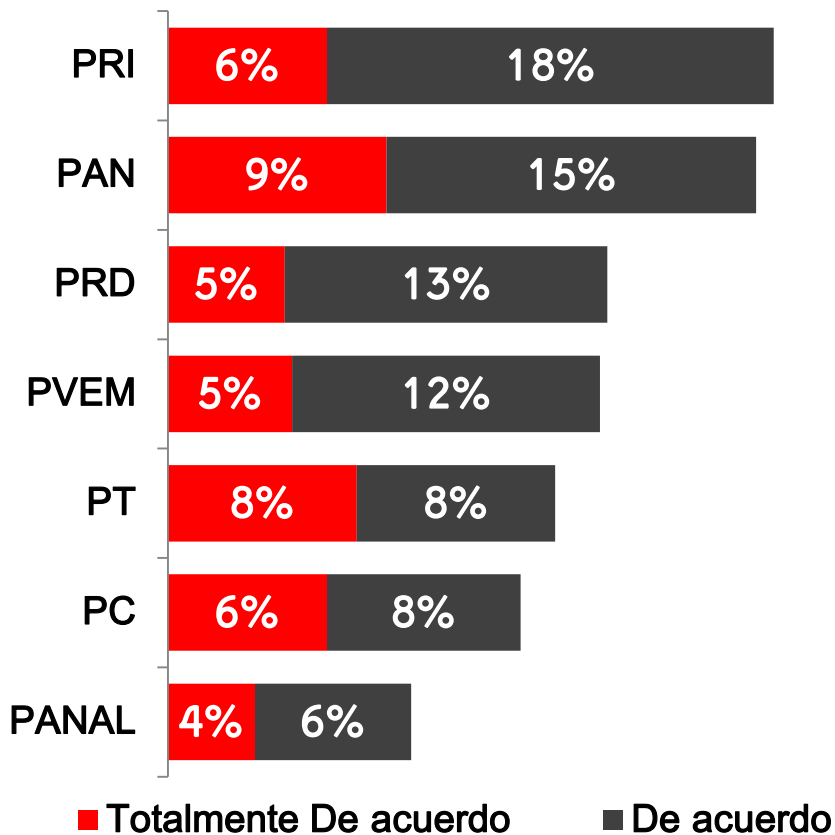


Comunican con **Mensajes claros**

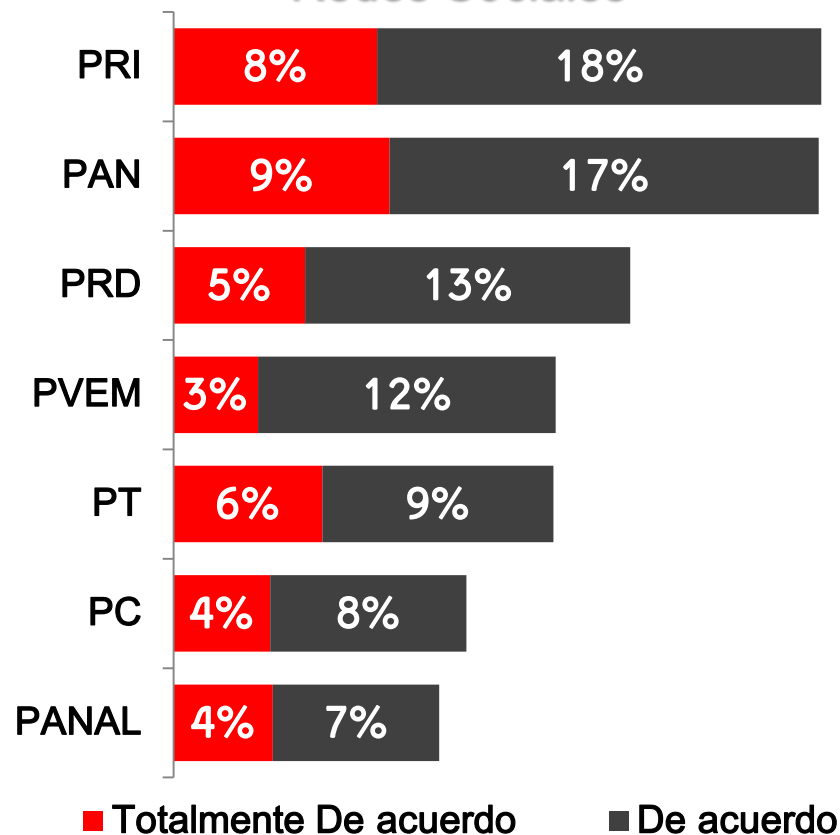


Percepción de **Partidos Políticos** dentro de las Redes Sociales

Aprecio de **contenidos** que genera



Congruencia Medios tradicionales vs Redes Sociales

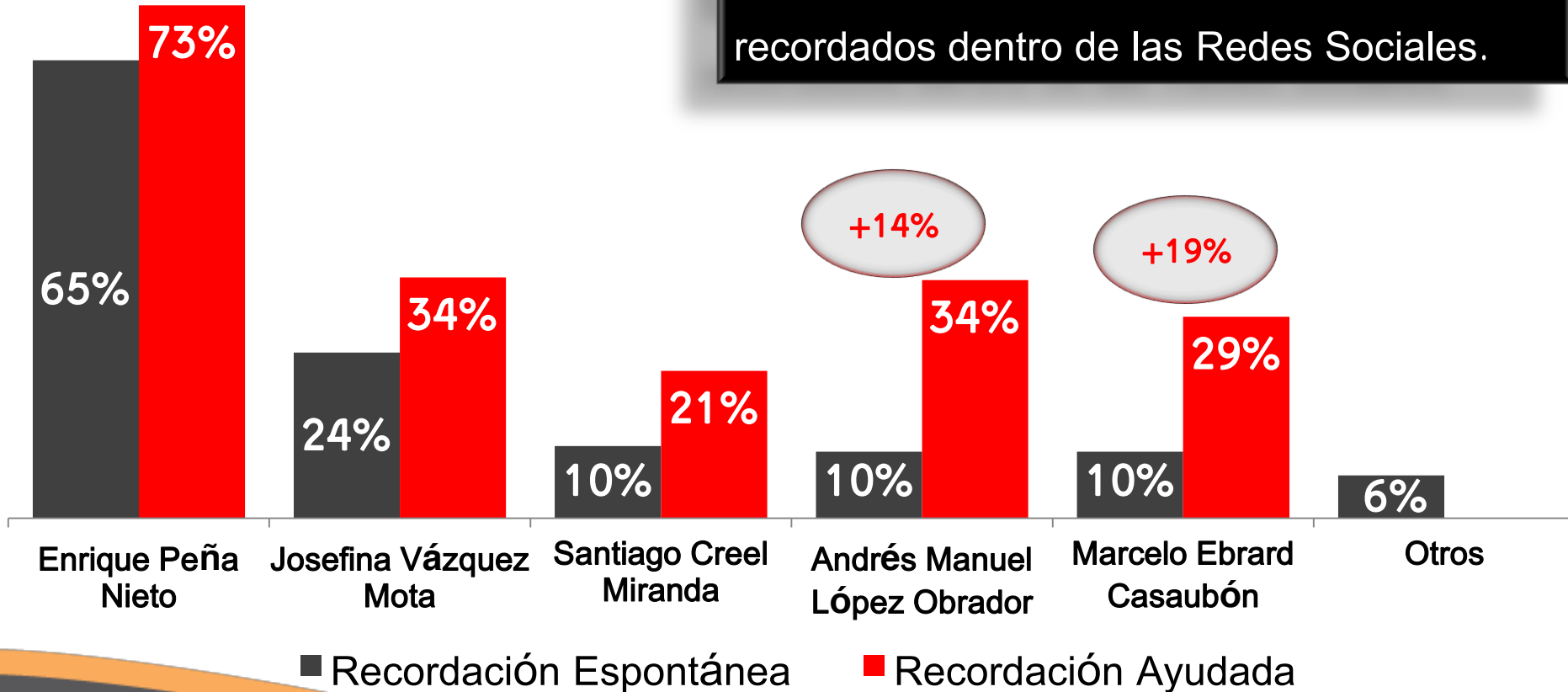


Pre-Candidatos dentro de las principales Redes Sociales

	Facebook	Twitter
Enrique Peña Nieto	1,008, 018	27, 381
Josefina Vázquez Mota	373,974	60, 503
Santiago Creel Miranda	15,543	4,015
Andrés Manuel López Obrador	36,397	97, 274
Marcelo Ebrard Casaubón	1,061	3, 202

Recordación de **Pre-Candidatos** dentro de las Redes Sociales

EPN es uno de Pre-Candidatos más recordados dentro de las Redes Sociales.



Percepción de **Pre-Candidatos** dentro de las Redes Sociales

Proporciona Información **Relevante**

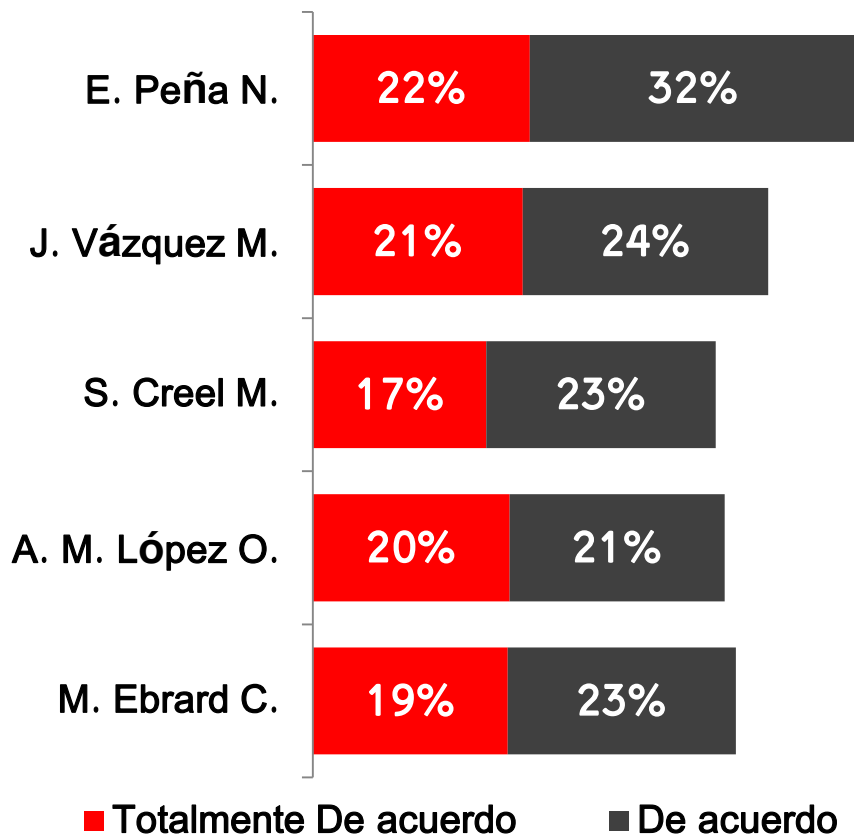
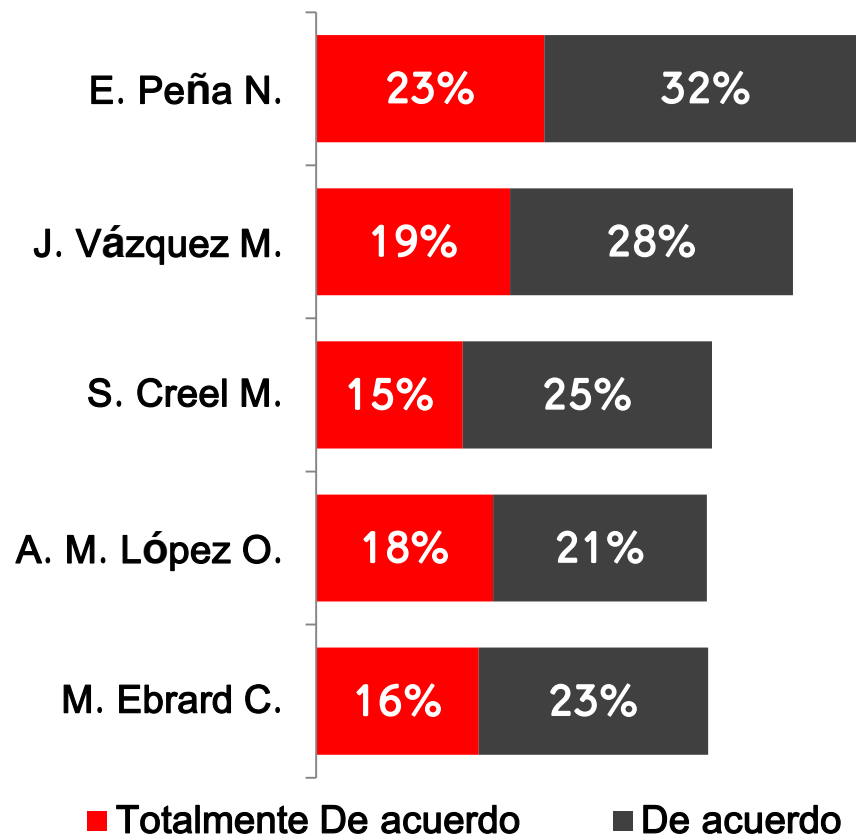


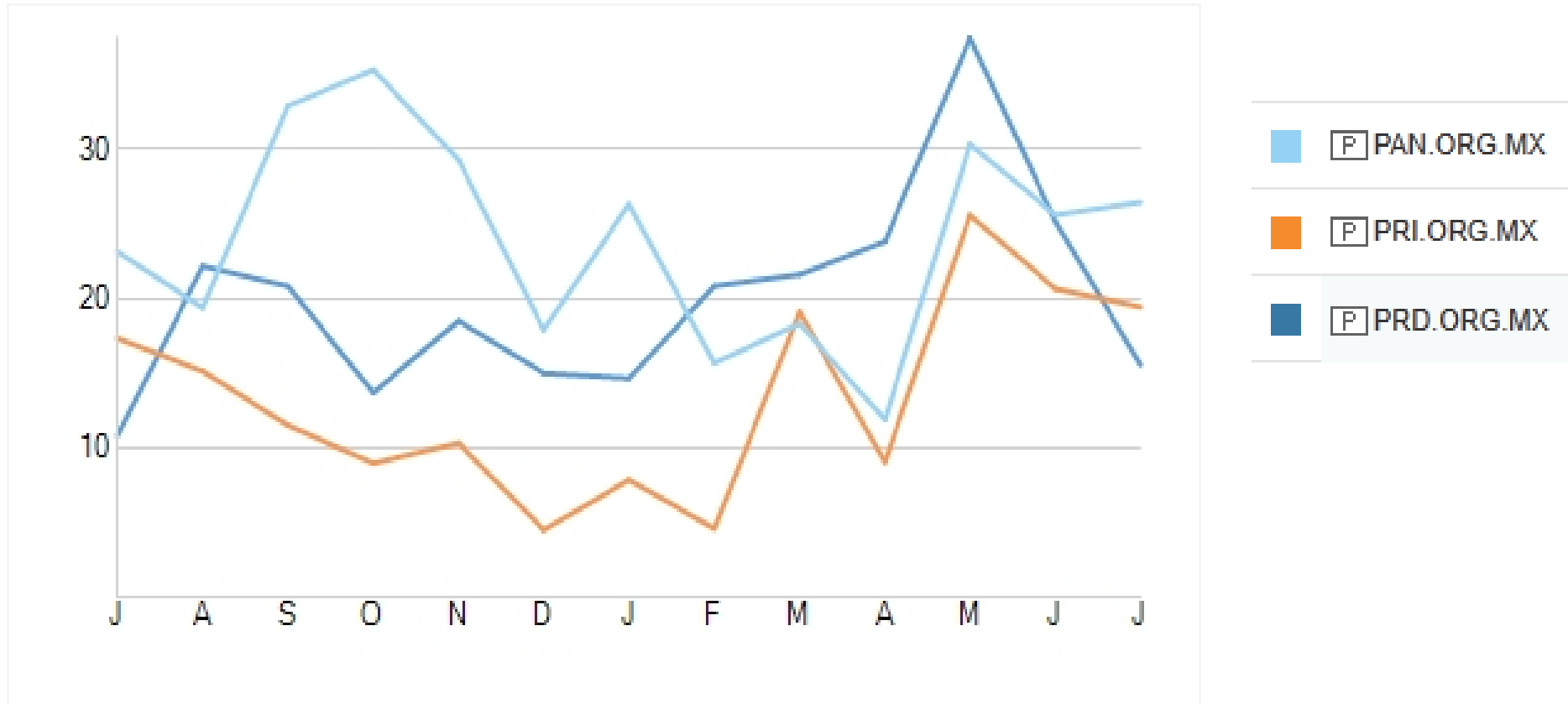
Imagen **Congruente**



Monitoreo Político

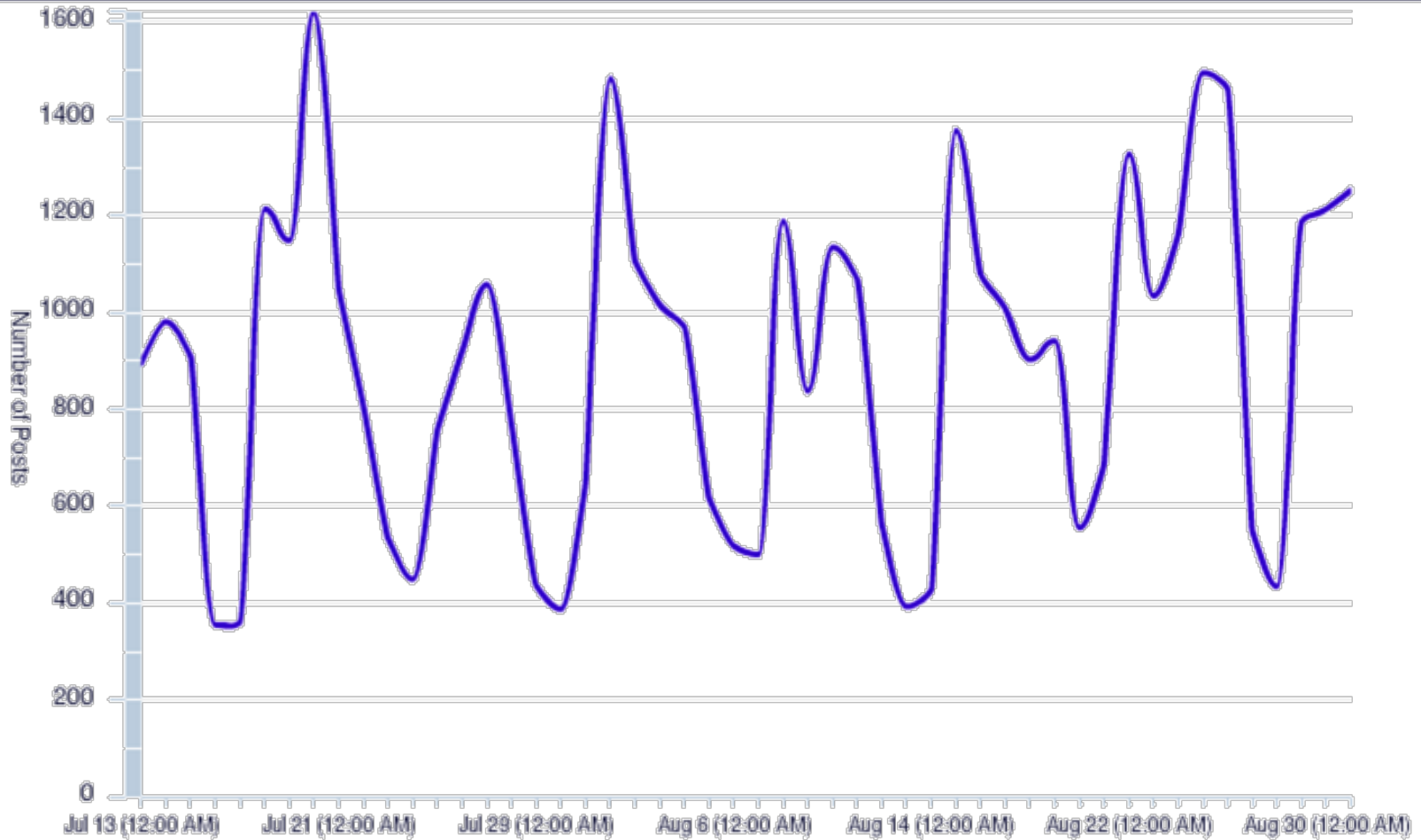
Visitas en sitios de **Partidos Políticos**

Total Unique Visitors (000) Trend



Comentarios sobre Pre-Candidatos

Candidatos Mexico - (Total # of posts: 44757)

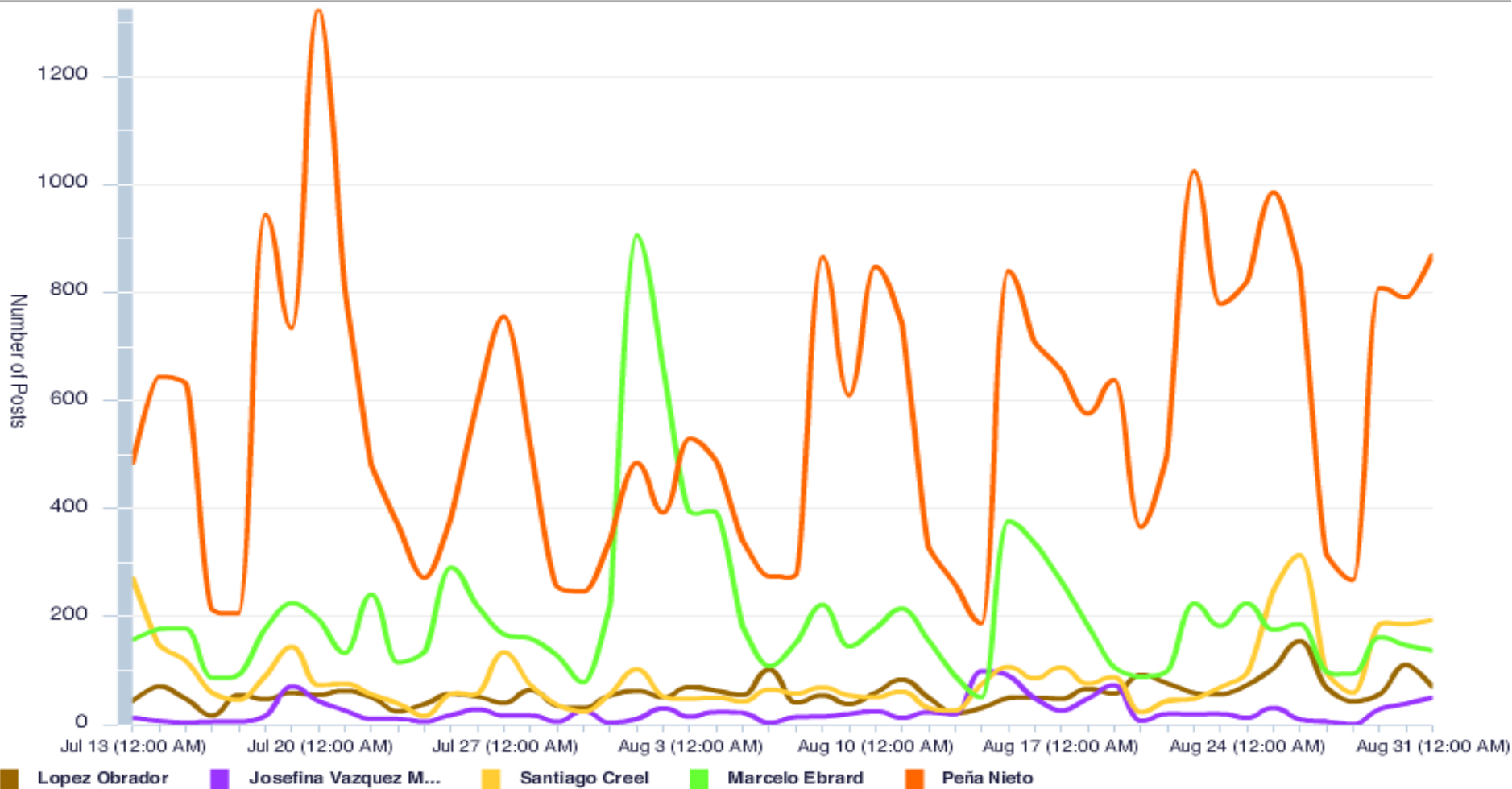


■ Topic Trend

Enrique Peña Nieto (PRI)
Josefina Vázquez Mota (PAN)
Santiago Creel Miranda (PAN)
Andrés Manuel López Obrador (PT/PC)
Marcelo Ebrard Casaubón (PRD)

Volumen de comentarios sobre Pre-Candidatos

DEMO Candidatos Mexico - (Total # of posts: 47258)



Sitios Sociales con más comentarios sobre **Pre-Candidatos**



Vanguardia: Informaci... [Twitter / jcblancoc4](#)

[Publimetro - Calendario](#) [SinEmbargoMX](#)

El Arsenal / Diario ... [Twitter / lasillarota](#)

[patriciogaribay](#) [columnas.ejecentral.com.mx](#)

Homozapping [rss.informador.co...](#)

PateandoPiedrasweb [Colectivo Pericú](#)

[Torreón, El Siglo de Torreón](#) [Twitter / Argueta41](#)

EstadoDeMexicoC... [AArturoDDice](#)

[Twitter / SinEmbargoMX](#) [Noticias de los Diputado...](#)

Twitter / El_Univer... [RSS todas las secciones](#)

[zumpangolandia](#)

Conclusiones

Conclusiones

- Para el 2011 el número de internautas a nivel mundial alcanzó los **1,374 millones**, representando un crecimiento de **10%**. Latinoamérica alcanzó un crecimiento del **14%**, significando **118 millones** de internautas respecto al mismo periodo de 2010.
- México es segundo lugar de participación de audiencia en internet con **19%**.
- En el 2010 el número de internautas en México alcanzó los **34.9 millones**.
- A nivel mundial las visitas a Redes Sociales significaron un incremento del **22%**, siendo las tres principales Redes Sociales visitadas: **Facebook, Twitter y Windows live profile**.
- Los visitantes Latinoamericanos en Redes Sociales significaron poco más de **115 millones** de visitas. Las tres principales Redes Sociales más visitadas en Latinoamérica son: **Facebook, Windows live Profile y Orkut**.
- El **86%** de los Internautas Mexicanos visitan al menos un sitio de entretenimiento al mes y dedican **3.4** horas semanales en este tema.
- El Internauta Mexicano dedica **10.6** horas al mes en sitios de video On line, colocándose en el primer lugar a nivel Latinoamérica.

Conclusiones

- El **61%** de los Internautas en México accesan al menos a alguna Red Social, las mujeres acceden en mayor proporción que los hombres.
- **6** de cada **10** Internautas Mexicanos acceden diariamente al menos a alguna Red Social.
- Las Redes Sociales más conocidas y utilizadas en México son: **Facebook, Youtube y Twitter.**
- Los **Usos** que el Internauta Mexicano le da a las Redes Sociales son : **Comunicarse** con amigos y/o familiares, **seguimiento y opinión** de contenidos sobre cultura, deportes y entretenimiento, de la misma manera **seguimiento y opinión** de las últimas noticias tanto nacionales como internacionales.
- Casi el **40%** de los Internautas en México se encuentran de acuerdo con la Publicidad dentro de las Redes Sociales, en contraste del **17%** que les disgusta.
- **4** de cada **10** internautas han visto publicidad respecto a política dentro de las Redes Sociales.
- Respecto a los Partidos Políticos dentro de las Redes Sociales pudimos observar que el **PRI** y el **PAN** tienen una mayor presencia y por lo consiguiente una mayor recordación, **propuestas claras** y atractivas más **no ataques** es lo que espera el Internauta Mexicano de su accionar dentro de las Redes Sociales..

Elaborado por:

VP Investigación de Mercados

Renato Juárez Research Director Elogia
Iván Marchant Country Manager Comscore



Luis Carracci 146.
Col. Extremadura Insurgentes
Del. Benito Juárez.
C.P. 03470. México D.F.
Tel. 5559 8322. Fax: ext. 110
www.amipci.org.mx
informes@amipci.org.mx

