

| | | |
|---------------------|-------------------|--------------|
| Fecha 21.04.2009 | Sección Dinero | Página 15 |
|---------------------|-------------------|--------------|

PROYECTO INTERNET
POR OCTAVIO ISLAS*

Estudio 2009 de hábitos en México

■ *El análisis es parte del World Internet Project y propuesta de Jeffrey Cole, fundador del Centro para el Futuro Digital de la Universidad de California.*

Esta mañana se presentaron los resultados del *Estudio 2009 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre internet y diversas tecnologías asociadas.*

El estudio es parte de las actividades del World Internet Project, iniciativa de investigación en colaboración sobre hábitos de consumo cultural de los usuarios de internet en el mundo, propuesta por **Jeffrey Cole**, destacado investigador estadounidense, fundador del Centro para el Futuro Digital de la Universidad de California, en Annenberg, Estados Unidos.

El Centro de Investigación de la Comunicación Digital del **Tecnológico** de **Monterrey**, Campus Estado de México (Cicodi), a cargo de **Fernando Gutiérrez**, coordinó este estudio, contando con el apoyo y financiamiento de Prodigy MSN, Microsoft, HP y Procter & Gamble.

La encuesta comprende más de 100 variables y es aplicada a los mismos informantes a lo largo del tiempo. Ello efectivamente permite evaluar la evolución de los procesos analizados. Además, en la encuesta WIP son considerados no usuarios de internet, usuarios inexpertos y usuarios expertos. La misma metodología es observada en cada 25 países.

Estos son los principales aspectos metodológicos:

El estudio fue realizado a nivel nacional, incluyendo los 32 estados de la República Mexicana, en poblaciones con más de 50 mil habitantes.

El trabajo de campo se desarrolló, durante los meses de octubre y noviembre y la fase de procesamiento durante diciembre de 2008. Se siguieron los lineamientos en cuanto a diseño de cuestionario y metodología de los países participantes en el WIP, insertando algunas preguntas y la clasificación de nivel socioeconómico.

El nivel socioeconómico se determinó mediante la aplica-

El trabajo se realizó a nivel nacional, en poblaciones con más de 50 mil habitantes.



| | | |
|----------------------------|--------------------------|---------------------|
| Fecha 21.04.2009 | Sección Dinero | Página 15 |
|----------------------------|--------------------------|---------------------|

ción 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.

El público objetivo fueron hombres y mujeres de 12 a 70 años de edad.

Se realizaron un total de dos mil 35 entrevistas entre usuarios y no usuarios, para lo cual se efectuaron 27 mil 310 llamadas y más de 35 mil 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 ocurra o no el evento en sus máximos valores (50% y 50%), es de + 2.21%.

Algunos resultados:

El número estimado de usuarios de internet (12-70 años) asciende a 25 millones 217 mil 500.

De ellos, 41 por ciento se ubica en los niveles A, B, C+ (Nielsen).

Además, 58 por ciento son hombres y 42 por ciento mujeres; 64 por ciento tiene menos de 25 años, y 79 por ciento tiene menos de 40 años.

La casa ya no es el principal punto de conexión. En una pregunta de opción múltiple en la que el encuestado podía elegir varias opciones, 69 por ciento respondieron conectarse desde cibercafés, casas de amigos y bibliotecas; mientras que 61 por ciento lo hacen desde sus casas.

Las principales actividades que realizan son revisar *e-mail* (93 por ciento); usar MSN (83 por ciento); mandar documentos por *e-mail* (83 por ciento); trabajos de la escuela (80 por ciento); buscar noticias (78 por ciento).

Sólo 12 por ciento de los usuarios realiza compras por internet.

El mexicano dedica más horas a la semana a la familia y a los amigos que a internet.

Así, 79 por ciento manifiesta pasar el mismo o más tiempo con su familia desde que usa internet.

Las principales razones por las que los mexicanos no usan internet son: no les interesa (31 por ciento); no tiene computadora (28 por ciento); no sabe usarla (24 por ciento).

El resumen del *Estudio 2009 de hábitos y percepciones de los mexicanos sobre internet y diversas tecnologías asociadas* puede ser consultado en wipmexico.org

* DIRECTOR DE PROYECTO INTERNET-CÁTEDRA DE COMUNICACIÓN
ESTRATÉGICA Y CIBERCULTURA DEL TECNOLÓGICO DE **MONTERREY**, CAMPUS
ESTADO DE MÉXICO.
MIEMBRO DEL SISTEMA NACIONAL DE INVESTIGADORES
octavio.islas@itesm.mx