

LA PENETRACIÓN DEL USO DE INTERNET EN MÉXICO

En México, la penetración del internet ha alcanzado un total de 46 por ciento, pues la cantidad de internautas en el país suma poco más de 52.3 millones de personas, considerando una población estimada de 114 millones, según cifras del INEGI.

Esta información fue publicada en el informe del estudio “Hábitos y percepciones de los mexicanos sobre internet y diversas tecnologías asociadas 2012”, presentado por el World Internet Project. Estas cifras mostradas en el informe nos hacen ver que la mayoría de las personas en las zonas urbanas tienen acceso a las TIC, ubicando a México entre los 12 principales países con cobertura de internet a nivel mundial.

El estudio realizado menciona que 22.9 millones de usuarios, es decir, el 44 por ciento de los usuarios mexicanos se ubican en el rango de entre 12 y 25 años de edad, mientras que un dato importante es que existen más de 7 millones de internautas menores de 11 años. Respecto a la proporción por género, tenemos que el 51% son hombres y 49% mujeres; la cifra de mujeres aumentó en dos puntos porcentuales con relación al año 2011.



Aunque la tendencia cambia, el correo electrónico sigue siendo lo más usado por el internauta mexicano, con 87%; las redes sociales siguen incrementando sus adeptos y se posicionan como la segunda actividad predilecta de los mexicanos, con 86%; la mensajería instantánea es la tercera actividad, con 67%; mientras que las llamadas telefónicas ocupan el cuarto sitio, con 41%; y los chats en foros abiertos se ubican en la quinta posición de preferencias, con 43%.

Otros datos importantes de mencionar es lo correspondiente a los lugares y promedio de uso de horas de internet de los usuarios mexicanos. El trabajo y el hogar son los lugares donde más se utiliza el internet, con 25.6 y 18.8 horas de promedio semanal por usuario, respectivamente. El estudio también menciona que con el incremento del uso de dispositivos móviles, los espacios de uso se diluyen, ya que 22.4 millones de usuarios manifestaron que utilizan este dispositivo para acceder a Internet un promedio de 22.4 horas por semana, comparadas con las 7.2 horas promedio que utilizaban en 2011.

El estudio especifica que el 25% de los usuarios consideran que Internet ha afectado el tiempo que le dedican a su familia, por lo que el incremento de nuevos dispositivos móviles ha contribuido a una reconfiguración de la interacción familiar.



Respecto a las compras por Internet el 56% de los usuarios obtienen regularmente información sobre productos y servicios, el 22% compra algo por Internet, el 20% realiza reservaciones y el 18% utiliza los servicios de banca por Internet. Los productos más comprados por Internet son las aplicaciones (“APPS”), canciones y juegos; aunque resulta importante resaltar que el 75% de los usuarios no compra productos para sus dispositivos móviles, nicho de mercado que falta explotar.

Las principales razones por las que los mexicanos no usan Internet son, en primer lugar por qué no saben usarlo, en segundo, no le interesa, en tercero, no tiene PC, en cuarto, no tiene Internet, en quinto, es muy caro, en sexto, no tiene tiempo. Cabe señalar que el 83% de los “no usuarios” tiene al menos una PC, laptop o teléfono celular, por lo que la tendencia de usuarios de Internet seguirá en aumento y las de “no usuarios” disminuirá. Habría que ver los resultados que arroja el estudio para 2013, el cual estará listo para octubre o noviembre del presente año.

Es importante señalar que las TIC han sido muy utilizadas en diversas tareas de promoción y venta de algún producto o marca, por poner solo un ejemplo, en las elecciones del 2012, 6 de cada 10 usuarios de Internet siguieron las campañas presidenciales en México por este medio, situación que al parecer se incrementará para las próximas elecciones federales.

En conclusión, las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) están evolucionando cada día, haciendo que los costos de los productos y servicios disminuyan considerablemente hasta hacerlos accesibles a millones de usuarios, incluyendo aquellos de bajos recursos económicos, por lo que las empresas y emprendedores deben de ver estos medios como una ventaja competitiva para incrementar sus ventas o posicionar sus productos.

Por otro lado los dispositivos móviles están siendo las herramientas mayormente utilizadas para comunicar a personas que se encuentran a distancia, y el uso del Internet potencializa estos dispositivos generando que las personas ahorren costos en la comunicación y a la vez se mantengan informados de lo que pasa en su círculo de amistades, grupos de interés, o con sus marcas o productos favoritos.

Para todos aquellos estudiantes o egresados de cualquier carrera existe la posibilidad de generar negocios mediante la implementación de TIC en las micro, pequeñas y medianas empresas, inclusive emprender un negocio por Internet. Para los egresados de TIC se abre un abanico de posibilidades de trabajo, utilizando sus conocimientos y las habilidades de emprendedor que pudieran desarrollar a lo largo de su carrera universitaria.



**Gracias al apoyo del Ing. René Castro Morales
Director de la Carrera de TIC y Mecatrónica**