

La opinión pública en contexto

Julio

Redes Sociales

Responsable de la publicación: Lic. Karen Nallely Tenorio Colón

Centro de Estudios
CESOP
Sociales y de Opinión Pública



LXII LEGISLATURA
CÁMARA DE DIPUTADOS

Índice


Temas	Página
1. Asociación Mexicana de Internet (AMIPICI)	3
1.1 11° Estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2015	8
1.2 Estudio de Marketing y Digital y Social Media 2014	14
2. Las redes sociales en la opinión pública	25





1. Asociación Mexicana de Internet (AMIPICI)






La Asociación Mexicana de Internet (AMIPICI) es una asociación civil sin fines de lucro, que conjunta a las empresas y entidades de gobierno más relevantes alrededor de la industria de internet desde 1999.

Esta asociación fomenta el uso responsable y productivo de internet por parte de organizaciones, empresas, instituciones y usuarios. Asimismo, se encarga de realizar estudios y eventos anuales que permiten conocer más sobre las tendencias en línea y la percepción de los usuarios en temas fundamentales alrededor de internet.


Actualmente la AMIPICI cuenta con más de 200 socios de diferentes actividades en línea, algunos de ellos son:

- Instituciones educativas.
- Comercios electrónicos.
- Proveedores de servicios de internet, de contenido y telecomunicaciones.
- Despachos de abogados.
- Agencias de comunicación, publicidad, marketing, medición de audiencias, comunicación estratégica, social media, comercialización online y offline, relaciones públicas e institucionales.
- Medios de pago.
- Empresas de reclutamiento y consultoría organizacional.
- Instituciones financieras y de seguros.
- Aerolíneas.
- Consultores fiscales, jurídicos, en telecomunicaciones, contables, impuestos, en inteligencia y estrategia de negocios, parlamentarios, en tecnologías de la información y comunicación (TIC), en investigación digital y medios interactivos, y en acercamiento con autoridades, legisladores y policy makers.
- Agencias de viajes.

- 
-
- Portales noticiosos y de contenidos.
 - Firmas de investigación y análisis normativo.
 - Empresas de seguridad informática.
 - Tiendas departamentales y de autoservicio.
 - Buscadores web.
 - Desarrolladores y proveedores de hardware y software.
 - Empresas de logística, transporte y entrega.
 - Medios de comunicación.
 - Hoteles.
 - Farmacéuticas.
 - Librerías y editoriales.
 - Empresas de desarrollo de eventos.

Algunos de los objetivos de la AMIPICI son:

- Ayudar y consolidar la industria de Internet en México.
- Agrupar a las empresas que ejercen una verdadera influencia en este sector.
- Promover y cabildear una legislación adecuada para el impulso de la Red en México.
- Realizar estudios de mercado que orienten y favorezcan el crecimiento de Internet, consoliden las cifras de cada sector y se conviertan en un referente en la materia.
- Ser una plataforma de relaciones dentro de la industria para la generación de negocios.
- Favorecer y mantener relaciones de mutuo beneficio al interior de la Asociación y con otras asociaciones y organismos afines.
- Fomentar el uso de nuevas tendencias de investigación y desarrollo en materia de Internet.



Para designar a los integrantes del Consejo Directivo de AMIPICI se hacen elecciones anuales, que se llevan a cabo en el desayuno de socios del mes de noviembre. Únicamente los socios activos pueden ser candidatos para formar parte del Consejo y los que pueden votar por las empresas postuladas. Actualmente se encuentra constituido por:

1. Presidencia:



2. Vicepresidencia Ejecutiva:



3. Tesorería:





4. Secretaría:




Los Comités de Trabajo se encargan de analizar los temas relevantes y coordinar las iniciativas de trabajo de los socios y de la asociación en su conjunto. Las vicepresidencias de cada uno de los Comités se encuentran integradas de la siguiente manera:

Comercio Electrónico	
Seguridad	
Infraestructura	
Servicios Profesionales	
Movilidad	
Jurídico	
Educación y Cultura	
Servicios Financieros	
Marketing y Publicidad	
Relaciones con Gobierno	
Investigación de Mercados	





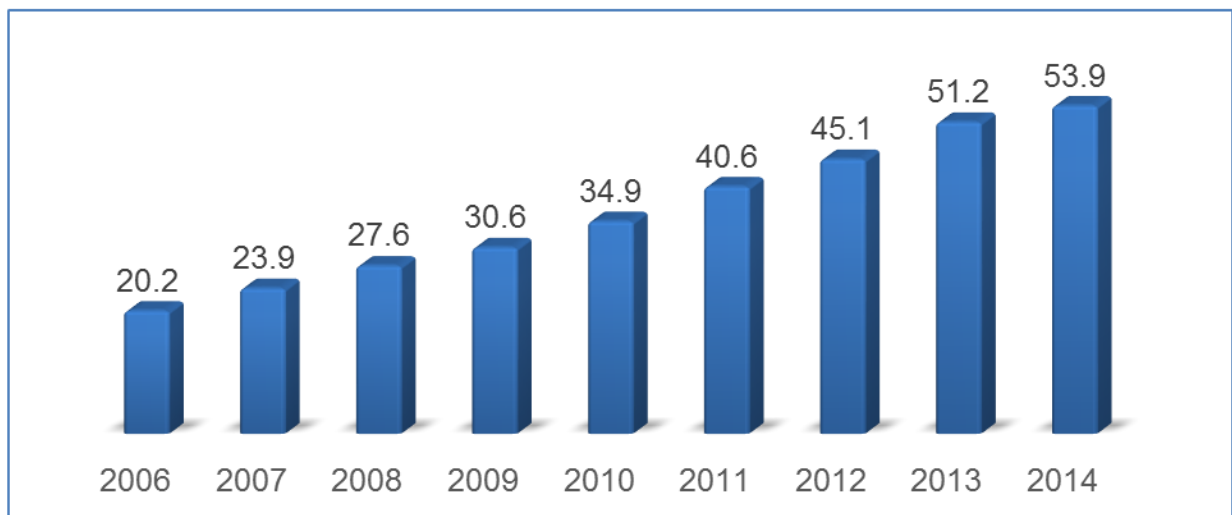
**1.1. 11° Estudio sobre los
hábitos de los usuarios
de internet en México
2015**



La AMIPICI realiza estudios anuales sobre los hábitos de los internautas mexicanos, marketing digital y redes sociales, comercio electrónico, banca en línea, protección de datos personales, búsqueda de empleo, infraestructura y nuevas tecnologías.

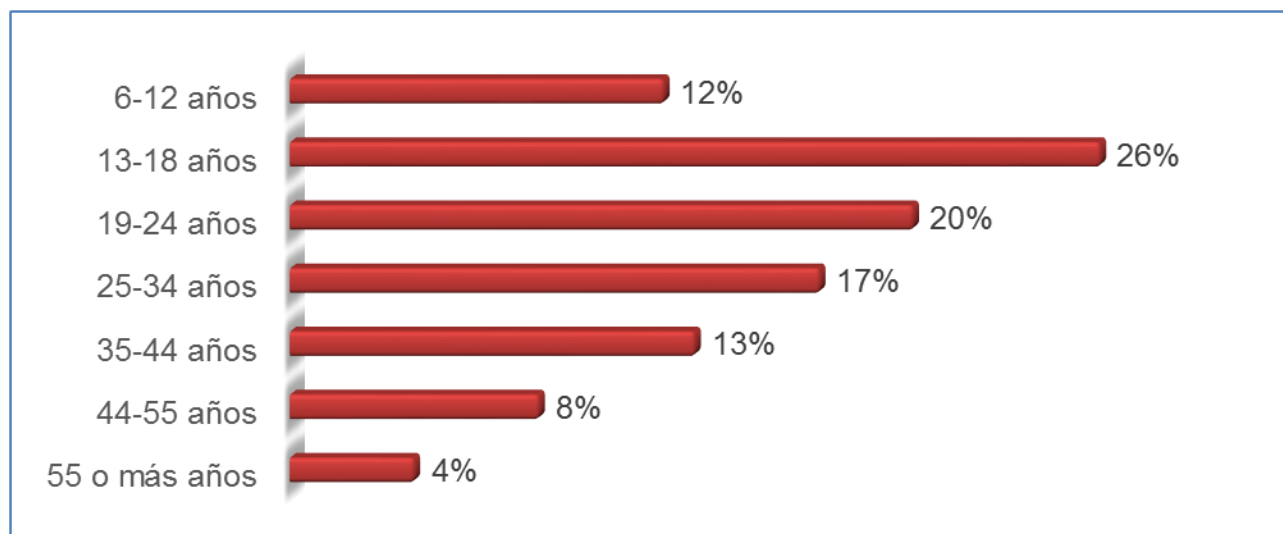
En el 11° estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México de 2015, se observa que de 2006 a 2014 se ha incrementado en 167% el número de usuarios. En 2006 se registraron 20.2 millones, mientras que en 2014 se registraron 53.9 millones.

Evolución de los usuarios de internet en México 2006-2014



De igual manera se puede observar en este estudio que el 50% de los internautas mexicanos son mujeres y el otro 50% hombres. Entre los rangos de edad donde se concentra el mayor número de internautas se encuentra el grupo de 13 a 18 años (26%) y de 19 a 24 años (20%).

Perfil del internauta mexicano



El tiempo promedio diario de conexión en 2015 fue de 6 horas y 11 minutos, 35 minutos más que en 2014 (lo que representa un incremento de 10%).

¿Cuánto tiempo al día te conectas a internet?

2014

Tiempo diario de conexión: 5 horas y 36 minutos



2015

Tiempo diario de conexión: 6 horas y 11 minutos



Entre las principales actividades que realizan *online* se encuentran acceder a redes sociales (85%); búsqueda de información (78%); enviar y recibir mails (73%); y enviar y recibir mensajes instantáneos (chats) (64%).

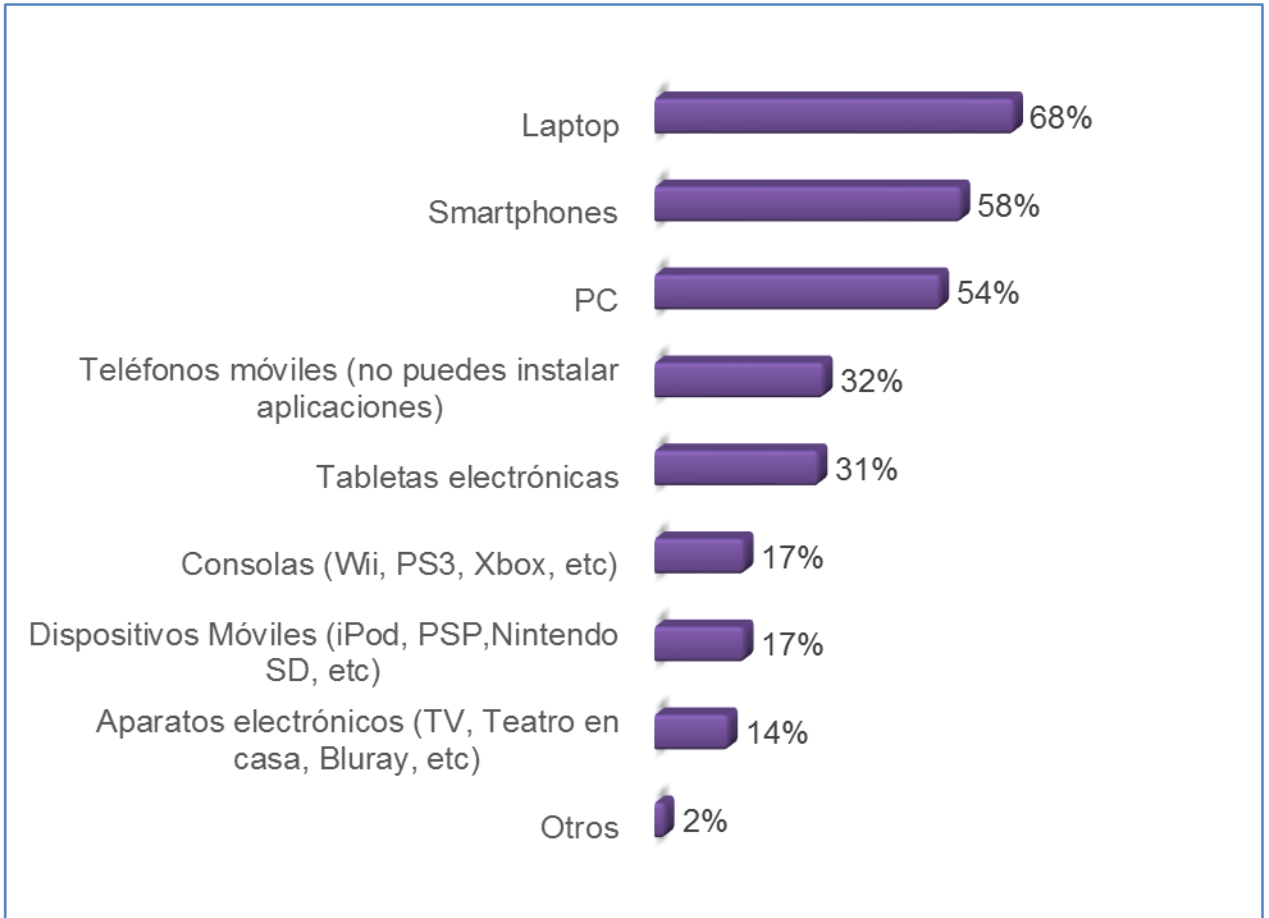
¿Qué actividades *online* realizas?



Las laptops y los smartphones son los principales dispositivos desde los cuales los internautas se conectan a internet, 68% y 58% respectivamente.

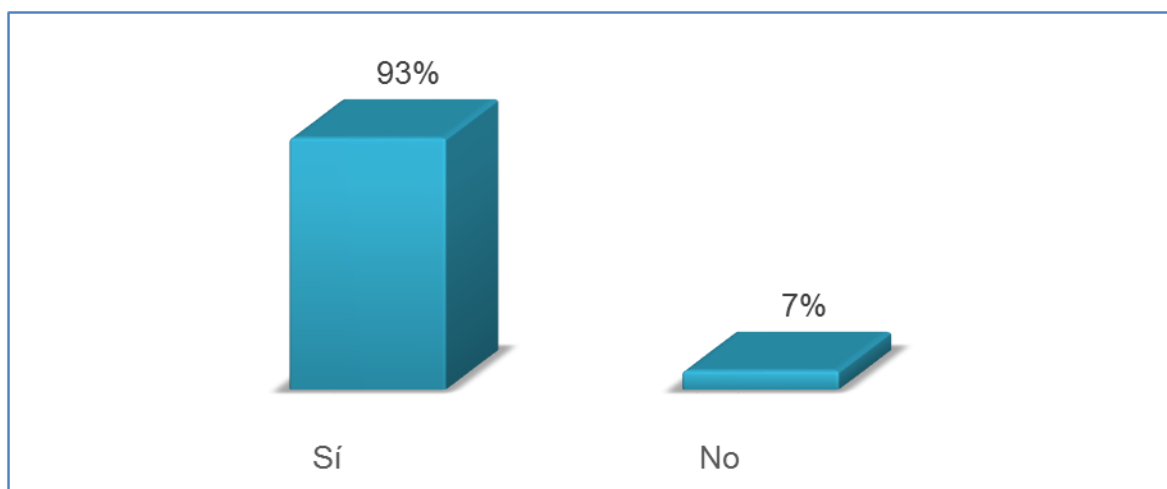
Por el contrario, los dispositivos que menos utilizan son las consolas de videojuegos, aparatos electrónicos y dispositivos móviles como TV, teatro en casa, iPod, etc.

¿Desde qué dispositivos te conectas a internet?



Dentro de los resultados de este estudio se puede observar que la gran mayoría de internautas se encuentran inscritos en alguna red social (93%). Sin embargo, entre el 7% que dijo no estar inscrito más de la mitad mencionó que es por protección de sus datos personales.

¿Te encuentras inscrito en alguna red social?



Motivos de no uso de redes sociales





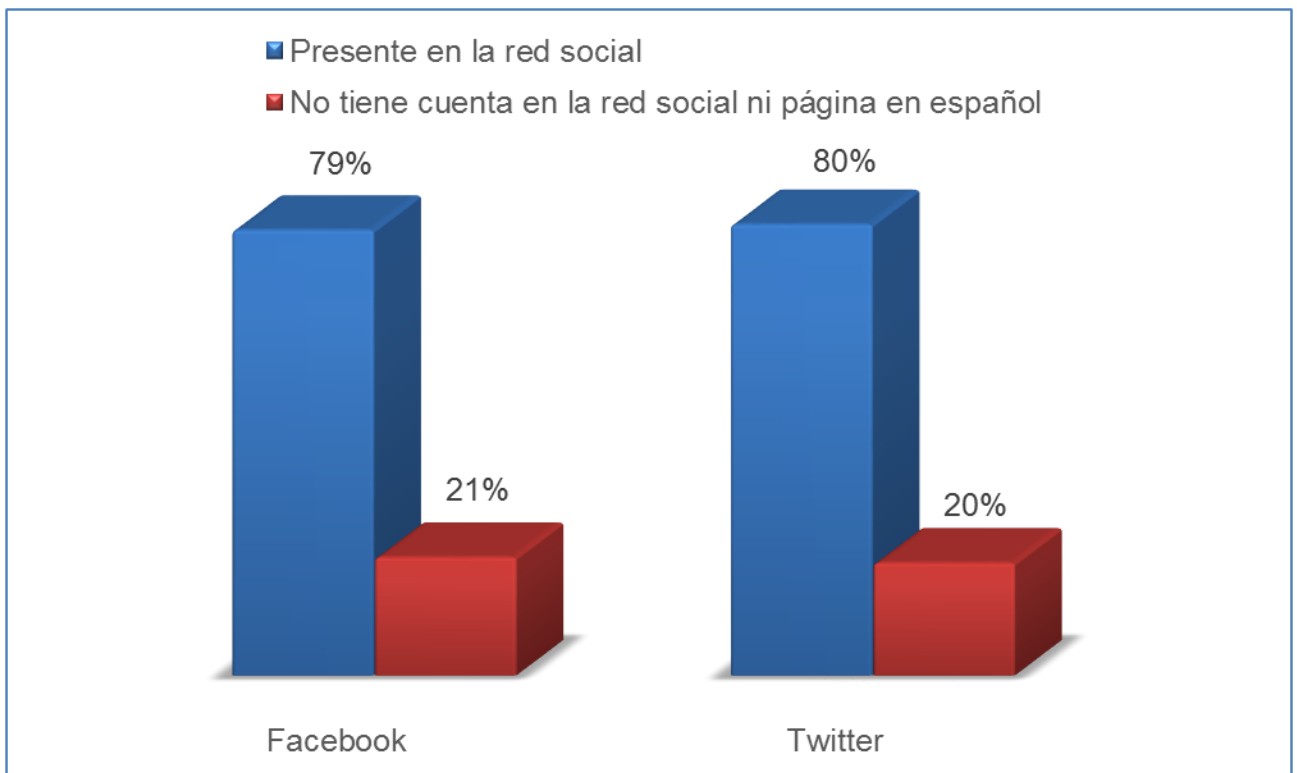
1.2. Estudio de Marketing y Digital y Social Media 2014



Este estudio también midió la presencia de las 100 empresas más importantes –según la revista *Expansión*-- en las redes de Facebook y Twitter. Dicha medición fue realizado en agosto y septiembre de 2014.

Aquí se observa que de las 100 empresas analizadas, 79% tiene presencia en Facebook y 80% en Twitter.

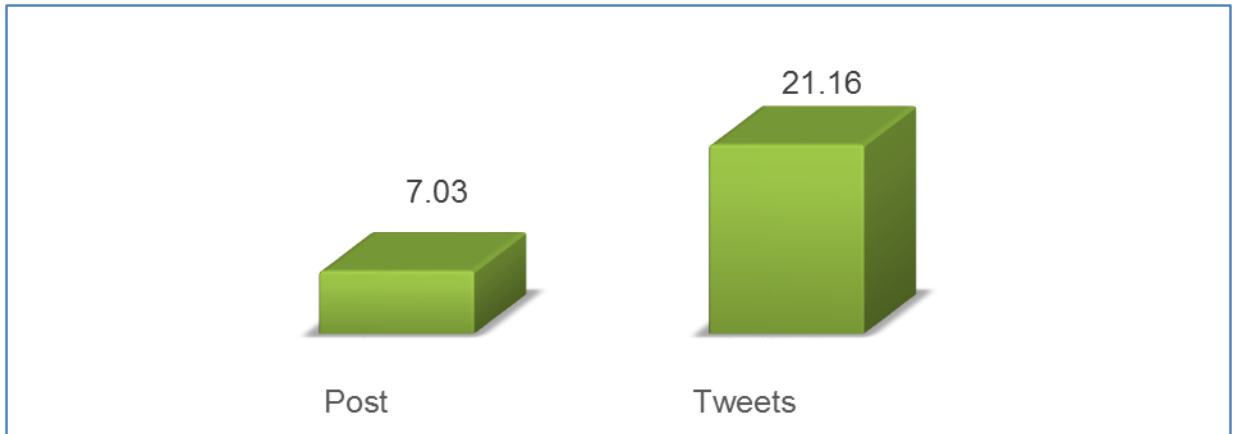
Presencia en Facebook y Twitter



Fuente: AMIPICI, "Estudio de Marketing Digital y Social Media", 2014, disponible en www.amipici.org.mx (fecha de consulta: julio de 2015).

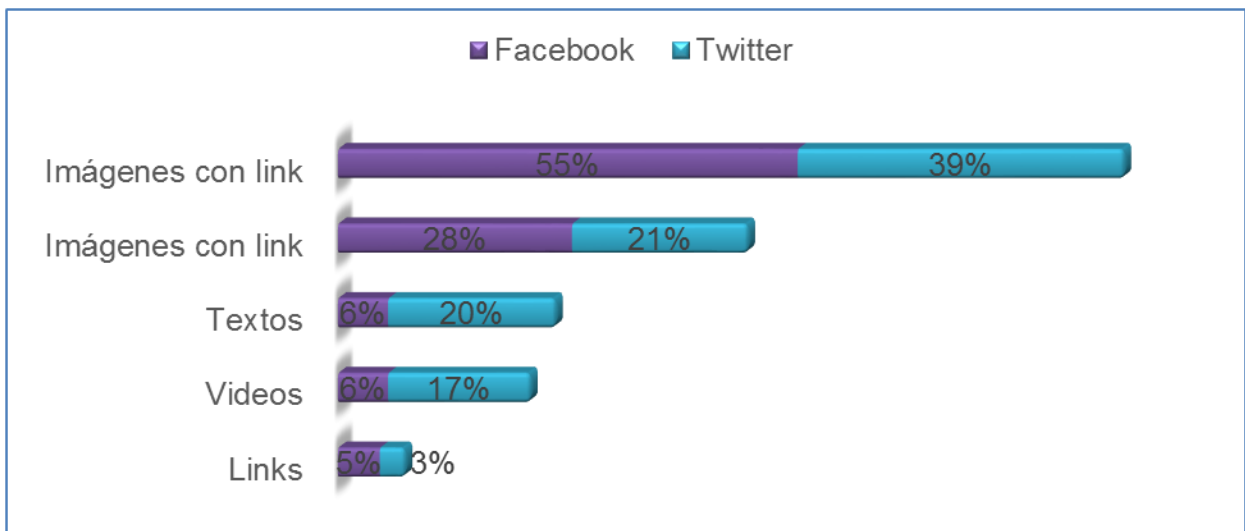
En promedio, estas empresas publican 7 post por semana en Facebook y 21 tweets por semana.

Promedio de publicaciones



En cuanto a los contenidos publicados, en Facebook se observa que, en promedio, 55% de las publicaciones son imágenes, 28% imágenes con link, 6% textos, 6% videos y 5% links. Mientras que en Twitter 39% son textos, 21% imágenes, 20% links, 17% imágenes con link y 3% videos.

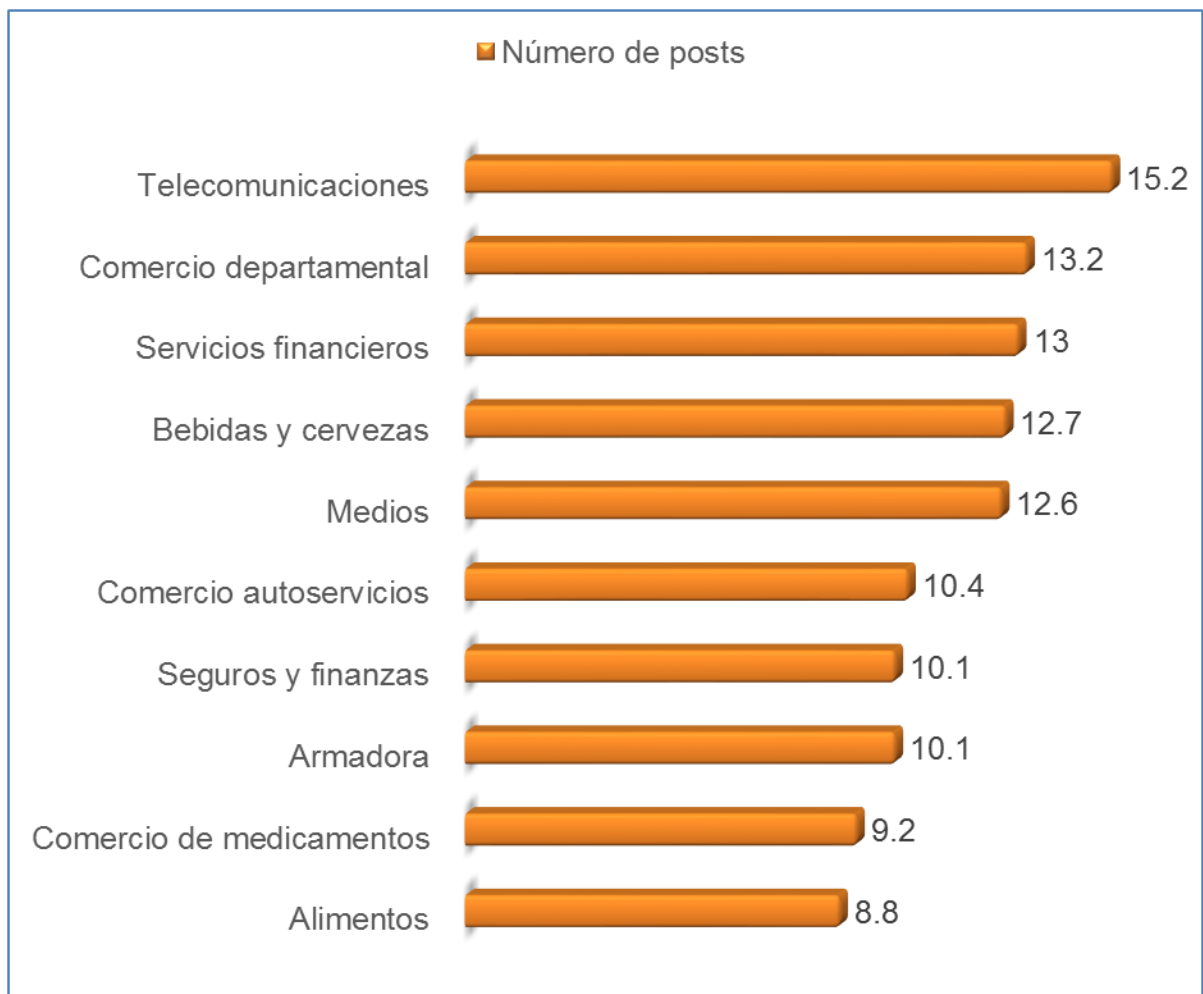
Promedio de contenido



Fuente: AMIPICI, "Estudio de Marketing Digital y Social Media", 2014, disponible en www.amipici.org.mx (fecha de consulta: julio de 2015).

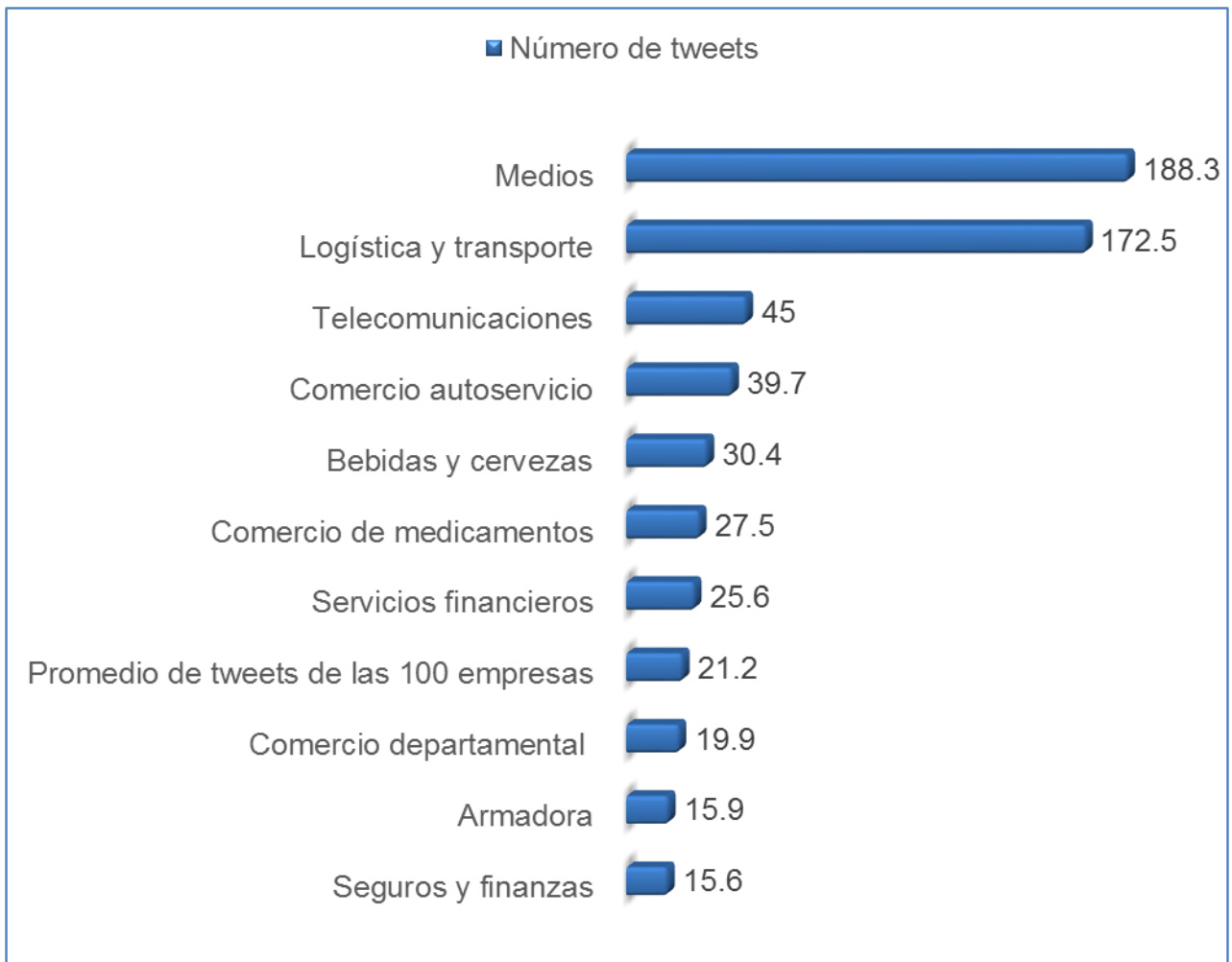
En el ranking de los sectores que más publican en Facebook se encuentra en primer lugar el de telecomunicaciones con 15.2 posts; seguido por el comercio departamental (13.2 posts); en tercer lugar se encuentran los servicios financieros (13.0 posts); en cuarto lugar el sector de bebidas y cervezas (12.7 posts); seguido por los medios (12.6); el comercio de autoservicio (10.4); seguros y finanzas (10.1); armadora (10.1); el comercio de medicamentos (9.2 posts) y el sector de alimentos (8.8 posts).

Top 10 de los que más usan Facebook



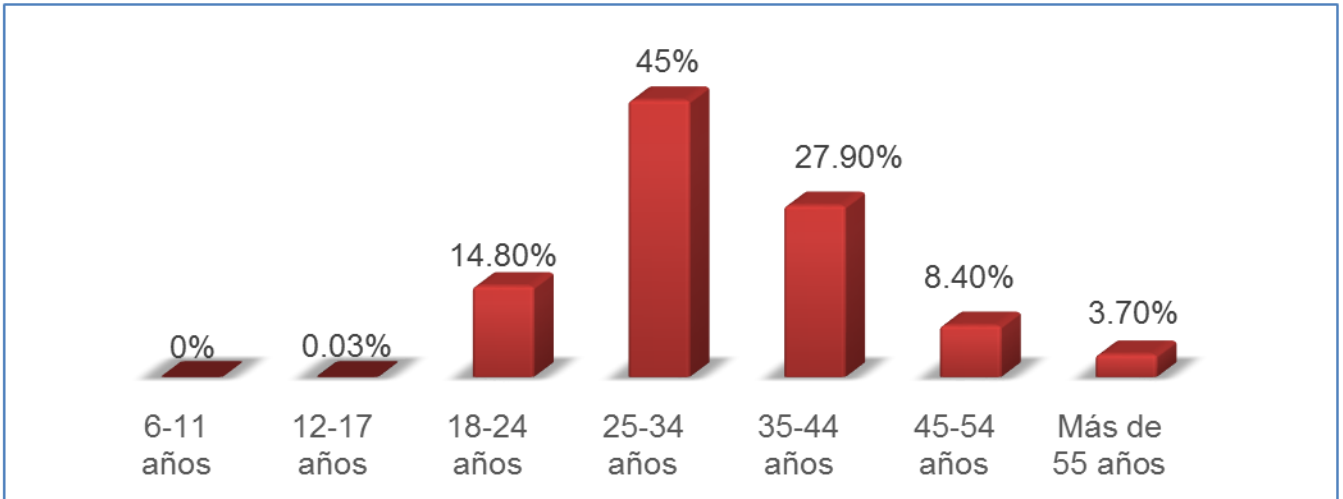
En el ranking de los sectores que más utilizan Twitter se encuentra en primer lugar los medios con 188.3 tweets; en segundo lugar logística y transporte (172.5 tweets); seguido de telecomunicaciones (45); comercio de autoservicio (39.7); bebidas y cervezas (30.4 tweets); seguido por el comercio de medicamentos (27.5); servicios financieros (25.6); comercio departamental con 19.9 tweets; armadora con 15.9 tweets y seguros y finanzas (15.6 tweets). El promedio de tweets publicados por las empresas es de 21.2 tweets.

Top 10 de los que más usan Twitter



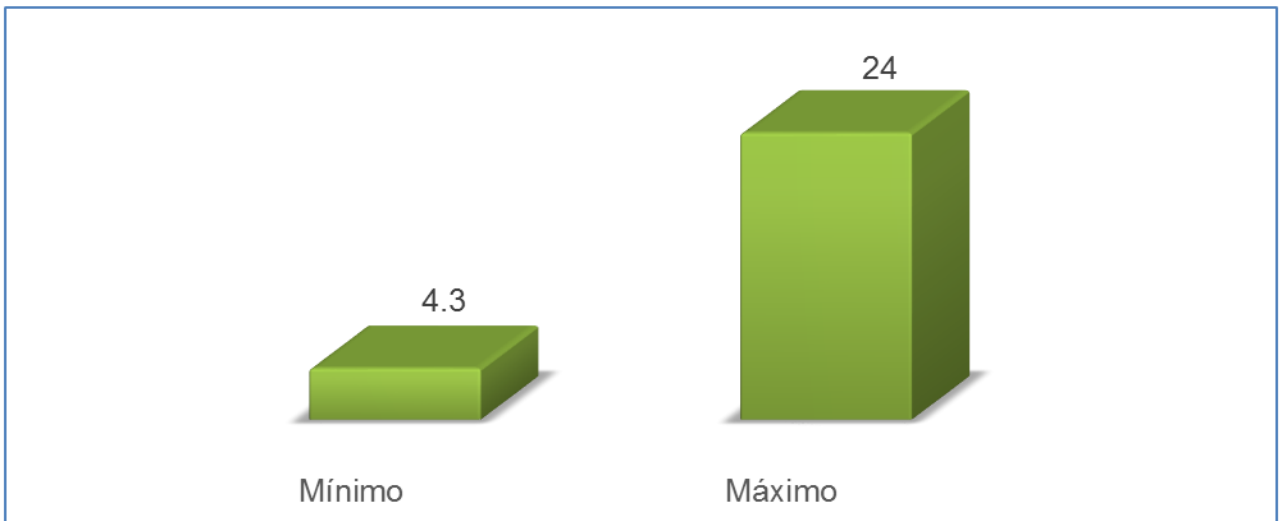
En la segunda parte de este estudio, donde se analizan los hábitos de los usuarios se observa que 53.5% de los internautas son hombres y 46.5% mujeres. Un mayor número de usuarios se encuentra entre los 25 y 34 años.

Edades de los usuarios



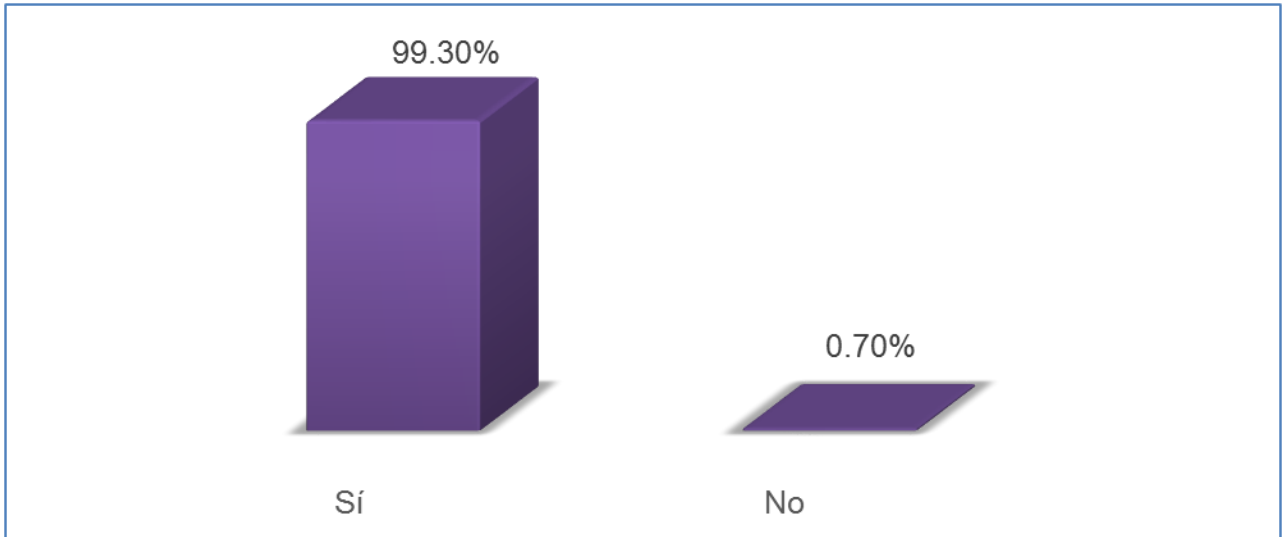
En promedio los usuarios navegan en internet 9 horas al día, con un mínimo de 4.3 horas y un máximo de 24 horas.

¿Cuántas horas navegas al día?

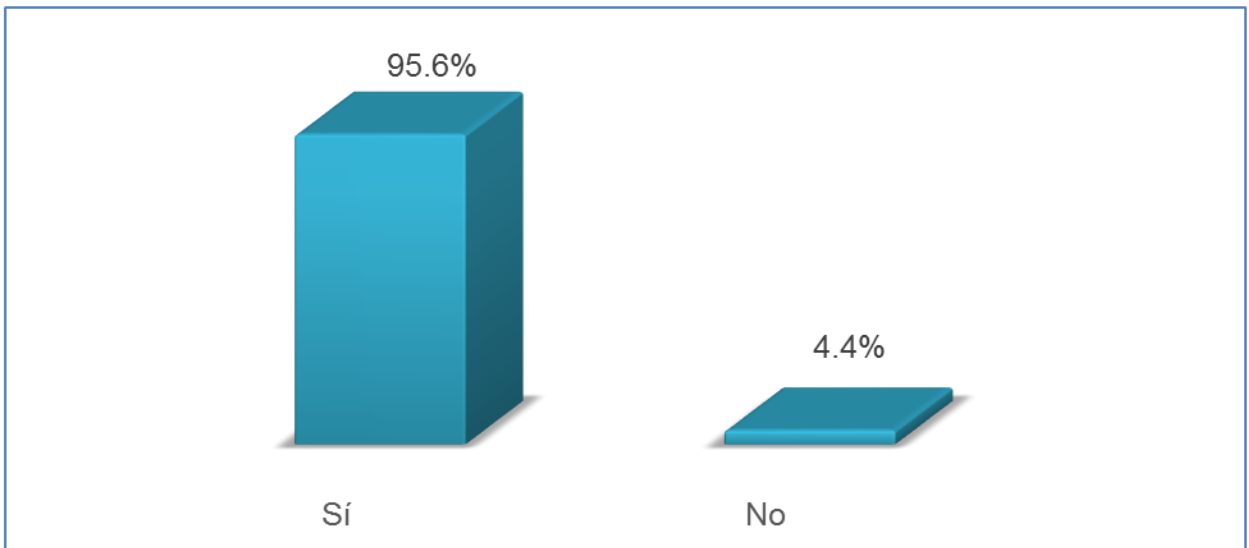


Entre los resultados de este estudio se observa que 99% de los usuarios se encuentra inscrito en alguna red social. Asimismo una gran mayoría utiliza redes sociales desde un Smartphone.

¿Te encuentras inscrito en alguna red social?

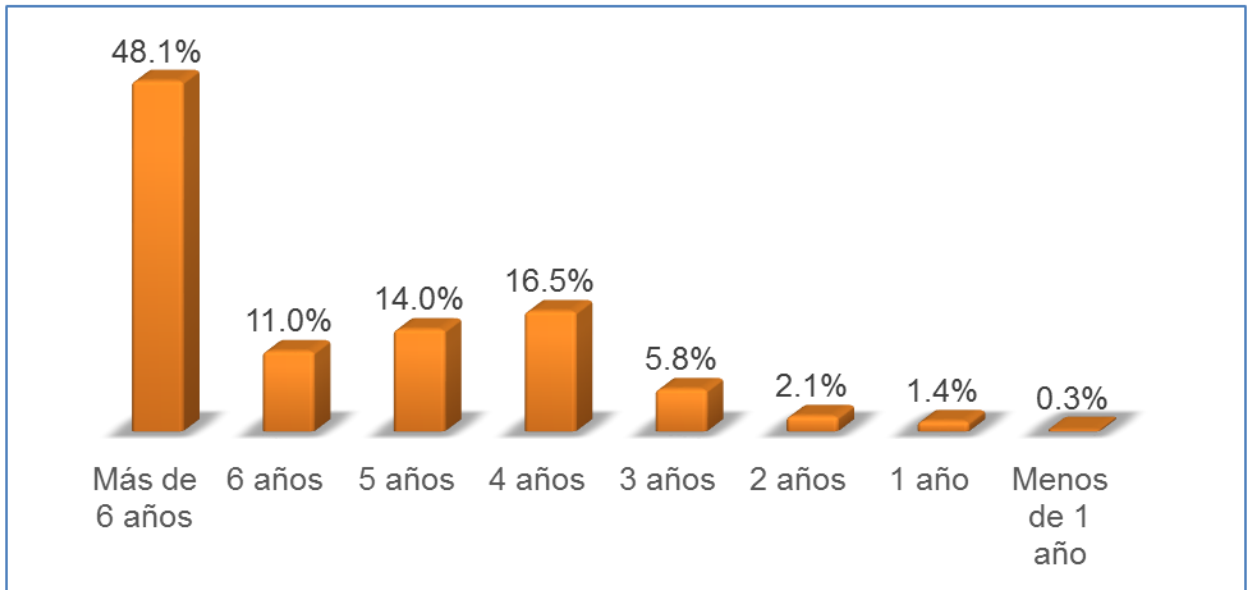


¿Utilizas Redes Sociales en un Smartphone?



Casi la mitad de los usuarios utilizan alguna red social desde hace más de 6 años; entre ellos 47% son mujeres y 53% hombres. 11% de los usuarios utilizan alguna red social desde hace 6 años (56% mujeres y 44% hombres); 14% desde hace 5 años (47% mujeres y 53% hombres) y 16% desde hace 4 años (49% mujeres y 51% hombres).

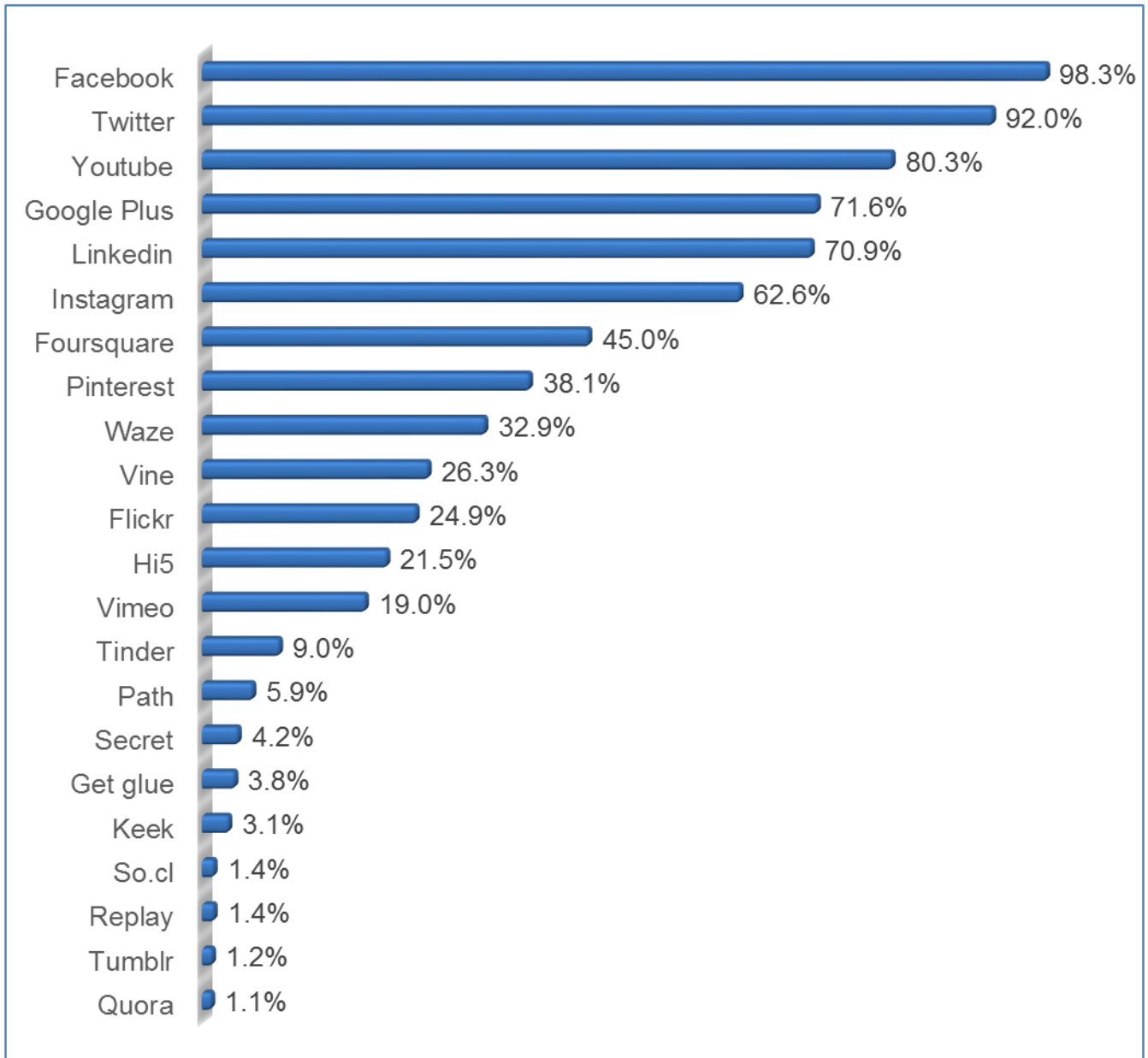
¿Desde hace cuánto tiempo eres usuario de alguna red social?



	Más de 6 años	6 años	5 años	4 años	3 años	2 años	1 año	Menos de 1 año
Mujeres	47%	56%	47%	49%	42%	50%	50%	100%
Hombres	53%	44%	53%	51%	58%	50%	50%	0%

Entre las Redes Sociales existentes, las más utilizadas son Facebook (98%); Twitter (92%); Youtube 80%; Google Plus (71.8%) y LinkedIn (70%).

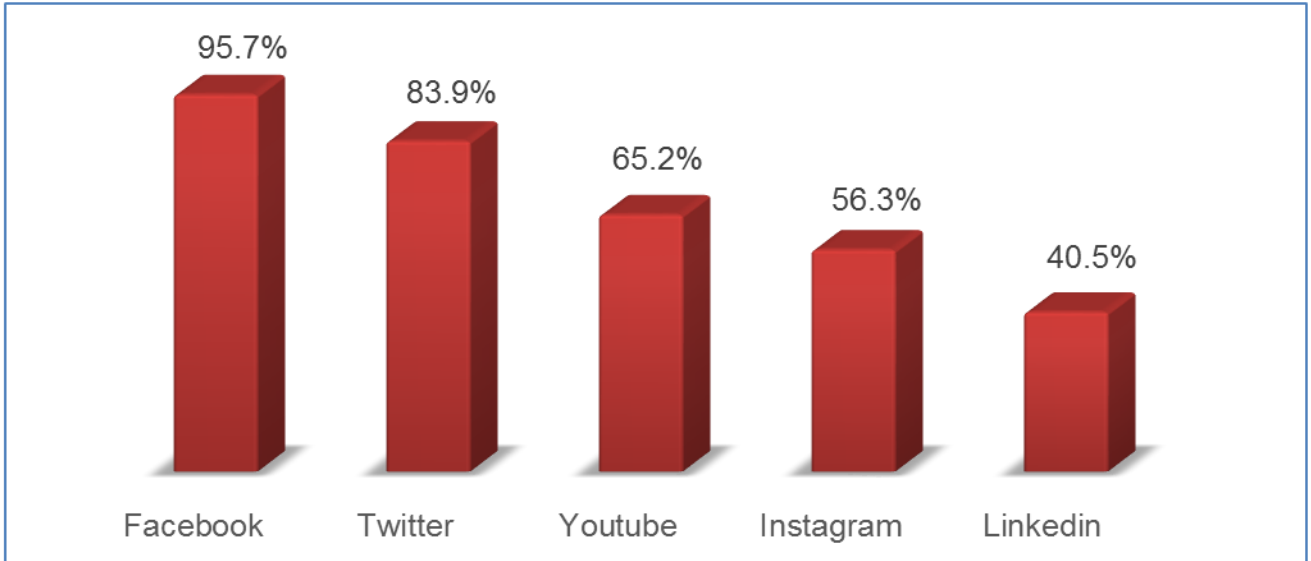
¿En cuáles Redes Sociales estás inscrito?



Fuente: AMIPICI, "Estudio de Marketing Digital y Social Media", 2014, disponible en www.amipici.org.mx (fecha de consulta: julio de 2015).

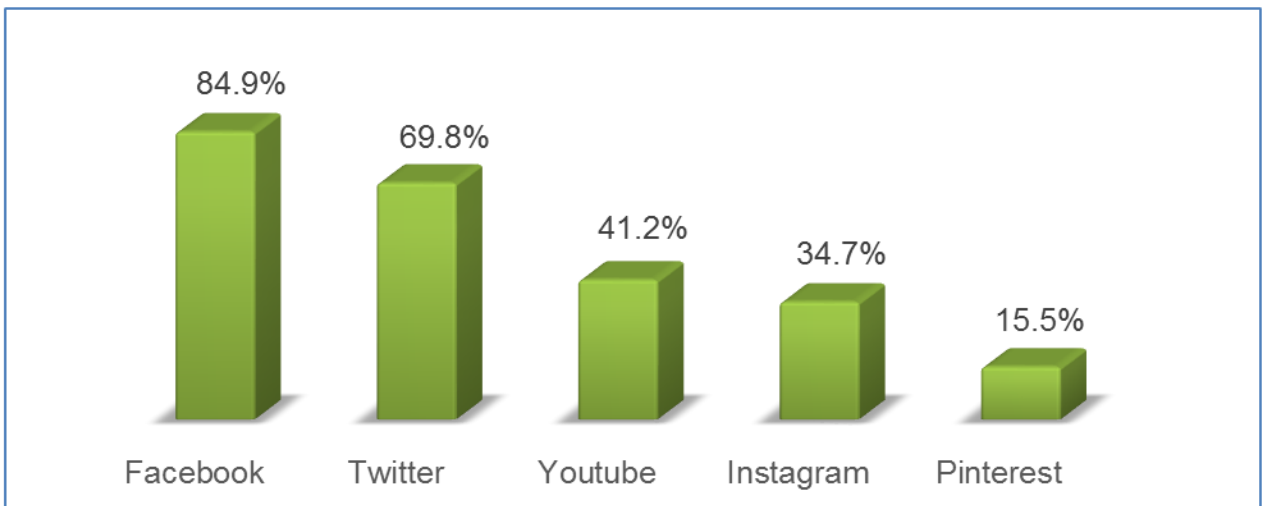
La mayoría de los usuarios utilizan Facebook desde un Smartphone; 83% utiliza Twitter; 65% Youtube; 56% Instagram y 40% LinkedIn.

¿Cuáles Redes Sociales utilizas en un Smartphone?



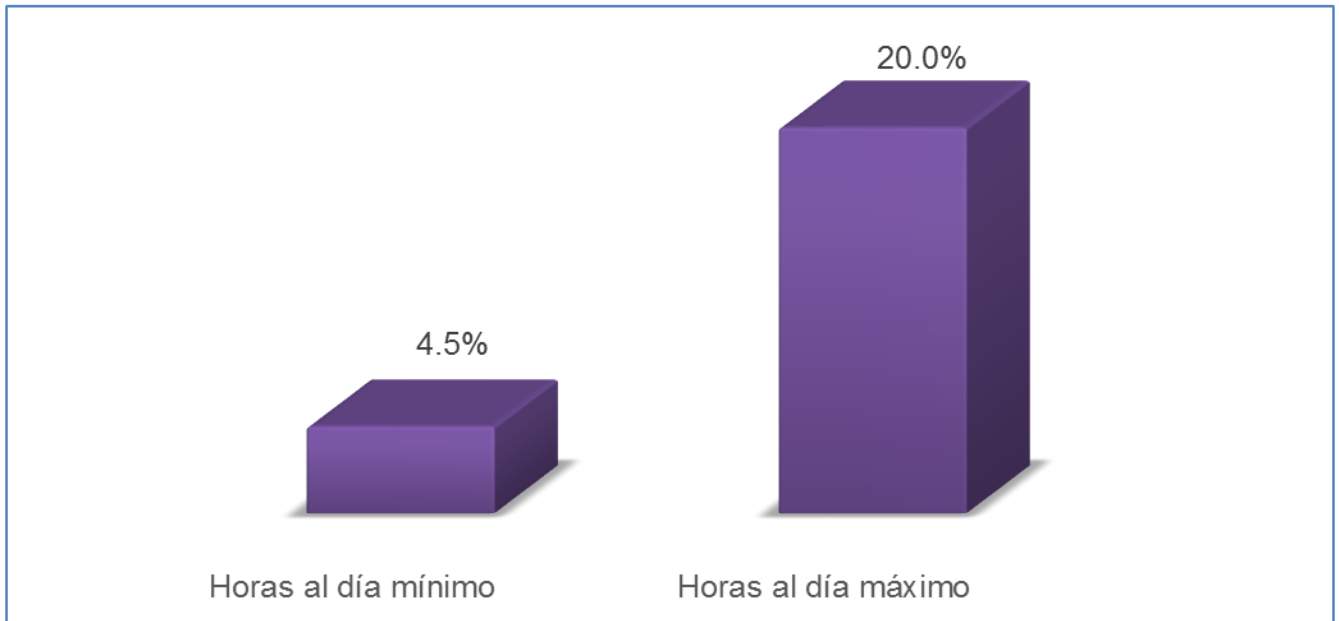
Entre las redes favoritas de los usuarios se encuentran Facebook, Twitter, Youtube, Instagram y Pinterest.

¿Cuáles son tus redes sociales favoritas?



En promedio, los usuarios dedican 6 horas al día en utilizar Redes Sociales. El mínimo de horas que utilizan es 4.5 horas, mientras que el máximo es de 20 horas al día.

¿Cuántas horas al día dedicas al uso de Redes Sociales?







2. Las redes sociales en la opinión pública





Resultados relevantes de la encuesta CESOP

Una encuesta telefónica nacional, realizada por el CESOP en julio de 2015, muestra los siguientes resultados relevantes:

Para 68% de los encuestados las redes sociales influyeron “mucho” o “algo” en la decisión para guiar su voto.

Poco menos de la mitad mencionó que el impacto de la información que circula en las redes sociales es positivo para decidir ir a votar (47%); mientras que una minoría lo consideró negativo (27%).

77% considera que las redes sociales son una herramienta efectiva de publicidad para posicionar a los candidatos.

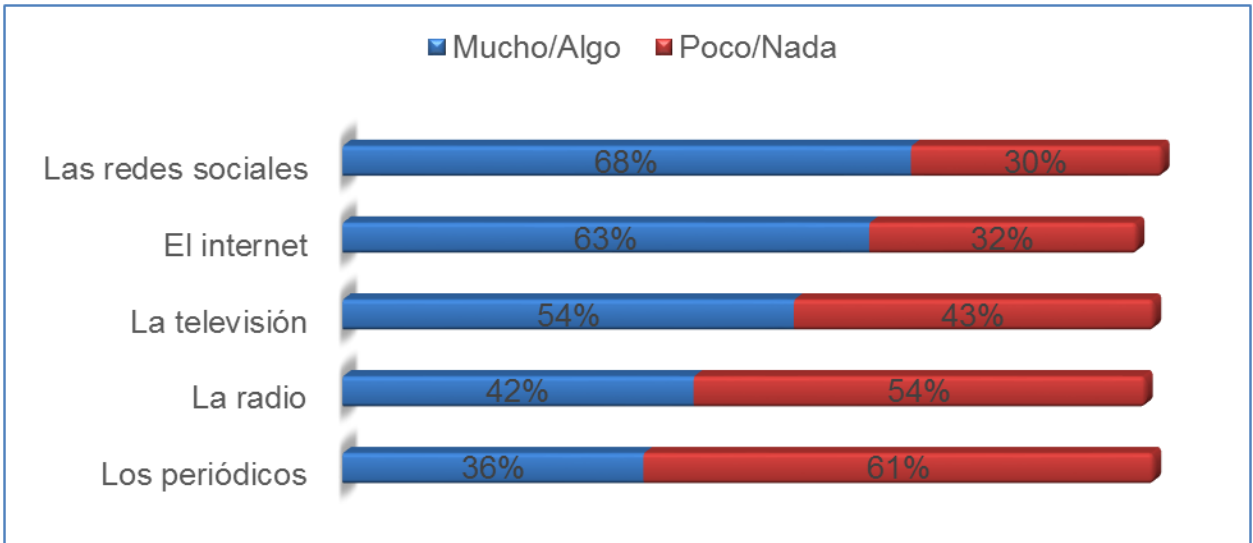
51% utilizó las redes sociales para enterarse de noticias electorales. Porcentajes más reducidos las usaron para promover el voto a favor de un candidato (32%), seguir y promocionar a su candidato (30%) y expresarse en contra de un candidato (28%).

La mayoría está de acuerdo con la idea de que las redes sociales garantizan la libertad de expresión (79%); la libertad de organización para convocar a marchas, reuniones y protestas (70%); y la equidad, contrapeso y equilibrio con la información generada por medios tradicionales (69%).

76% cree que con el uso de las redes sociales la gente dice al gobierno lo que piensa; la ciudadanía tiene más poder político (60%) y el gobierno no puede ocultar cosas (59%).

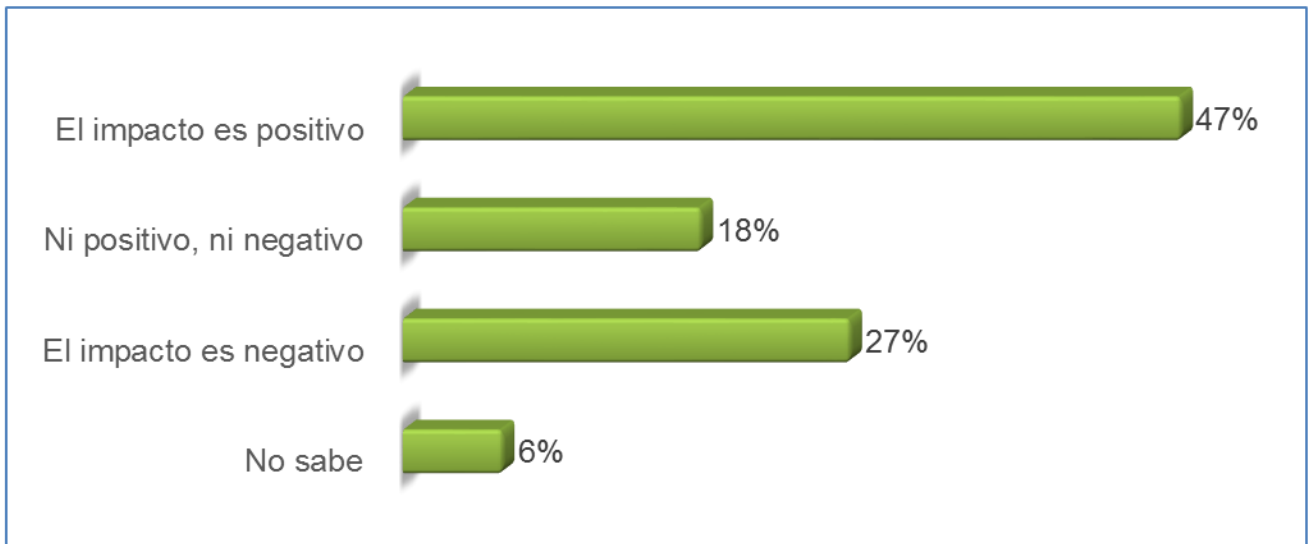
Fuente: CESOP, “Encuesta nacional de opinión pública: Las redes sociales en las elecciones”, julio 2015, disponible en www.diputados.gob.mx/cesop (fecha de consulta: julio de 2015).

Se dice que en las pasadas elecciones la información de internet y redes sociales influyó más en la decisión que la información de periódicos, radio y televisión. En su opinión, ¿qué tanto cree que influyeron... para guiar su voto?



Con Ns/Nc = 100%

¿El impacto de la información que circula en las redes sociales, en general, es más positivo o más negativo para que usted decida ir o no a votar?

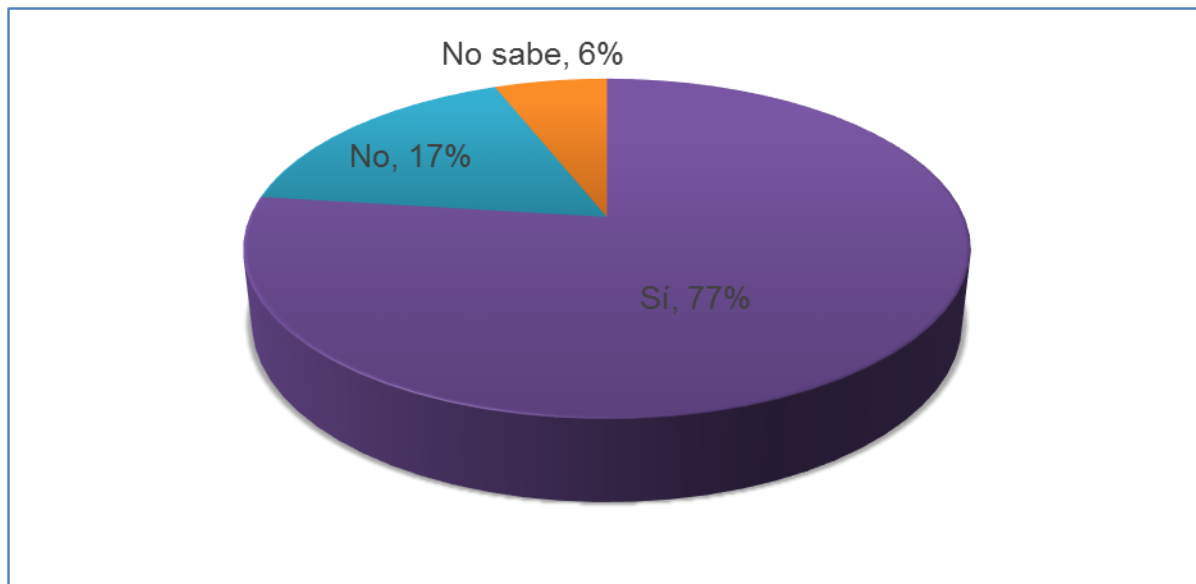


Con No contestó = 100%

Fuente: CESOP, "Encuesta nacional de opinión pública: Las redes sociales en las elecciones", julio 2015, disponible en www.diputados.gob.mx/cesop (fecha de consulta: julio de 2015).

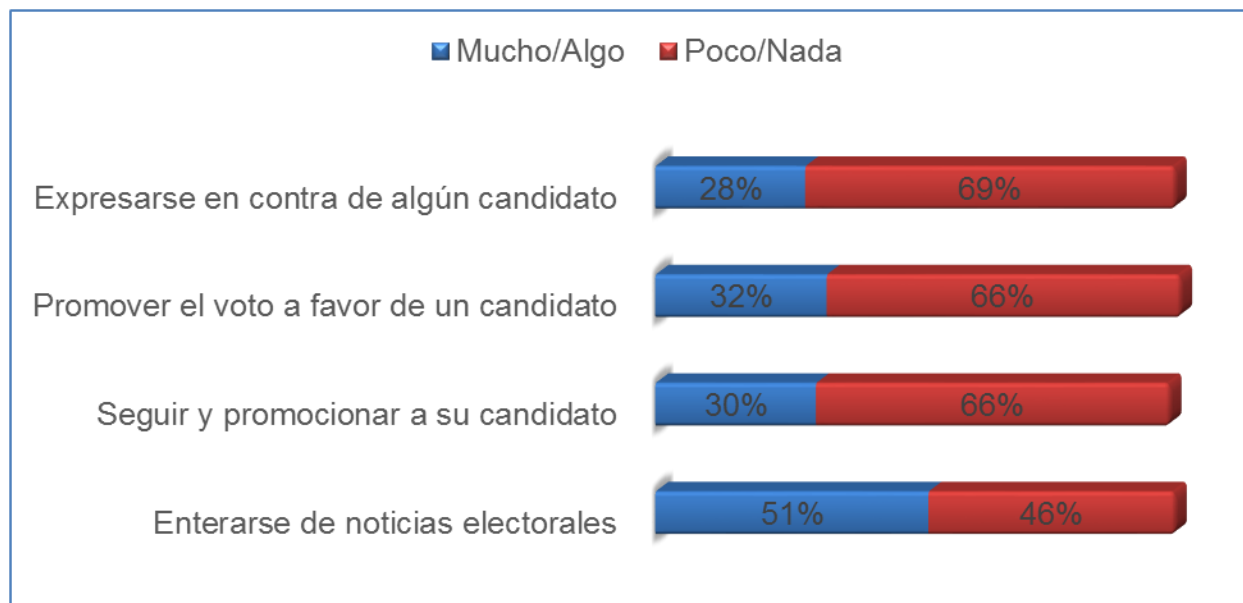
Encuesta telefónica nacional, del 3 al 5 de julio de 2015, 899 entrevistas. Margen de error de +/- 3.2%

¿Considera usted que las redes sociales son una herramienta efectiva de publicidad para posicionar a los candidatos?



Con No contestó = 100%

En estas elecciones, ¿qué tanto utilizó las redes sociales para...?

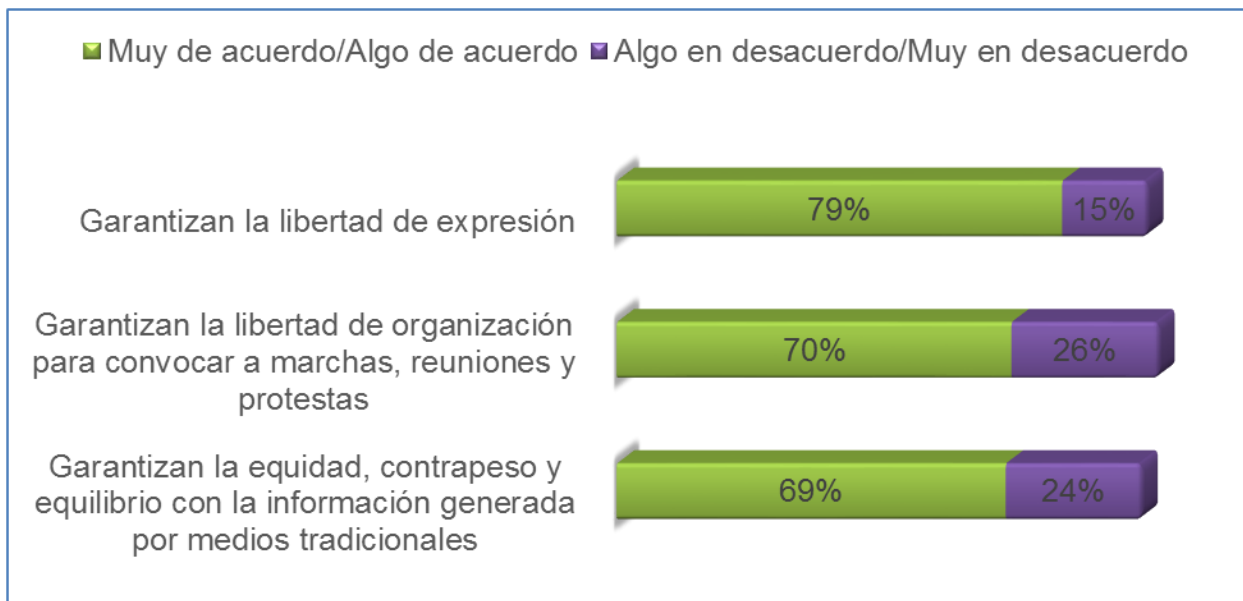


Con Ns/Nc = 100%

Fuente: CESOP, "Encuesta nacional de opinión pública: Las redes sociales en las elecciones", julio 2015, disponible en www.diputados.gob.mx/cesop (fecha de consulta: julio de 2015).

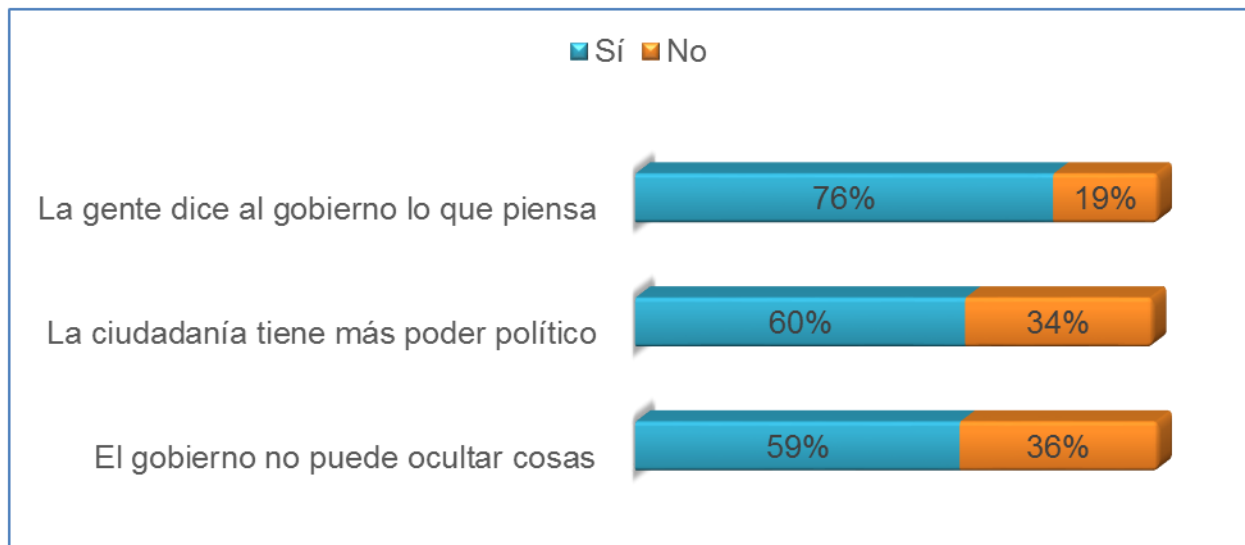
Encuesta telefónica nacional, del 3 al 5 de julio de 2015, 899 entrevistas. Margen de error de +/- 3.2%

Le voy a leer unas ideas sobre las redes sociales en las elecciones. ¿Dígame qué tan de acuerdo o en desacuerdo esta con la idea de que las redes sociales...?



Con Ns/Nc = 100%

¿Con el uso de las redes sociales usted cree que...?



Con No contestó = 100%

Fuente: CESOP, "Encuesta nacional de opinión pública: Las redes sociales en las elecciones", julio 2015, disponible en www.diputados.gob.mx/cesop (fecha de consulta: julio de 2015).

Encuesta telefónica nacional, del 3 al 5 de julio de 2015, 899 entrevistas. Margen de error de +/- 3.2%

Centro de Estudios



Sociales y de Opinión Pública

El Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública
lo invita a visitarnos en nuestra dirección electrónica
<http://www.diputados.gob.mx/cesop/>