

Consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos



— Primera Parte —

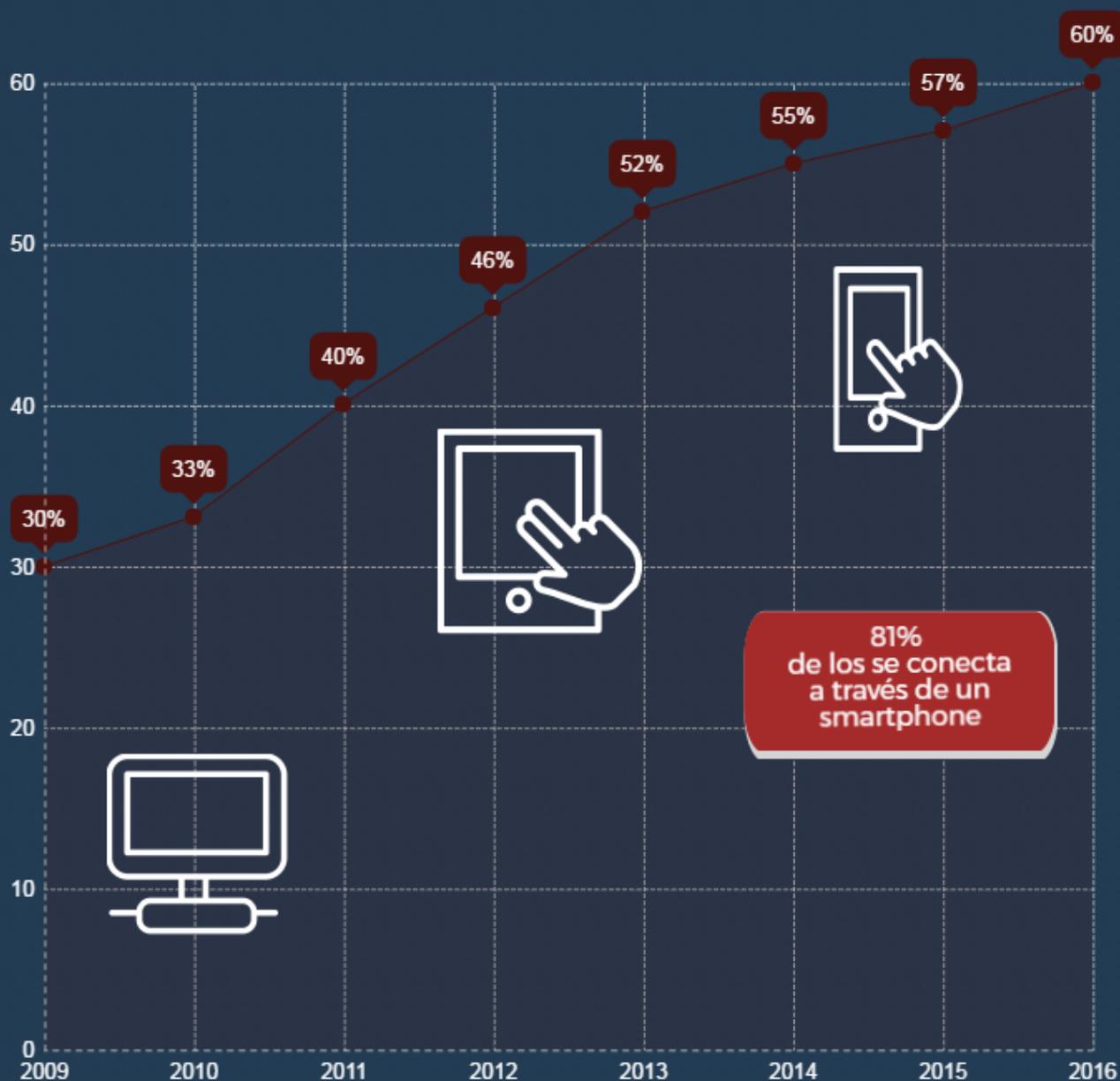
El presente reporte muestra un extracto del Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre internautas mexicanos desarrollado por IAB México y patrocinado por Televisa Digital.

Este estudio tuvo el objetivo de explorar y conocer los usos y hábitos de las personas que se conectan a internet en México a través de los diversos dispositivos, así como entender la experiencia y la percepción de los usuarios hacia la publicidad en plataformas digitales.

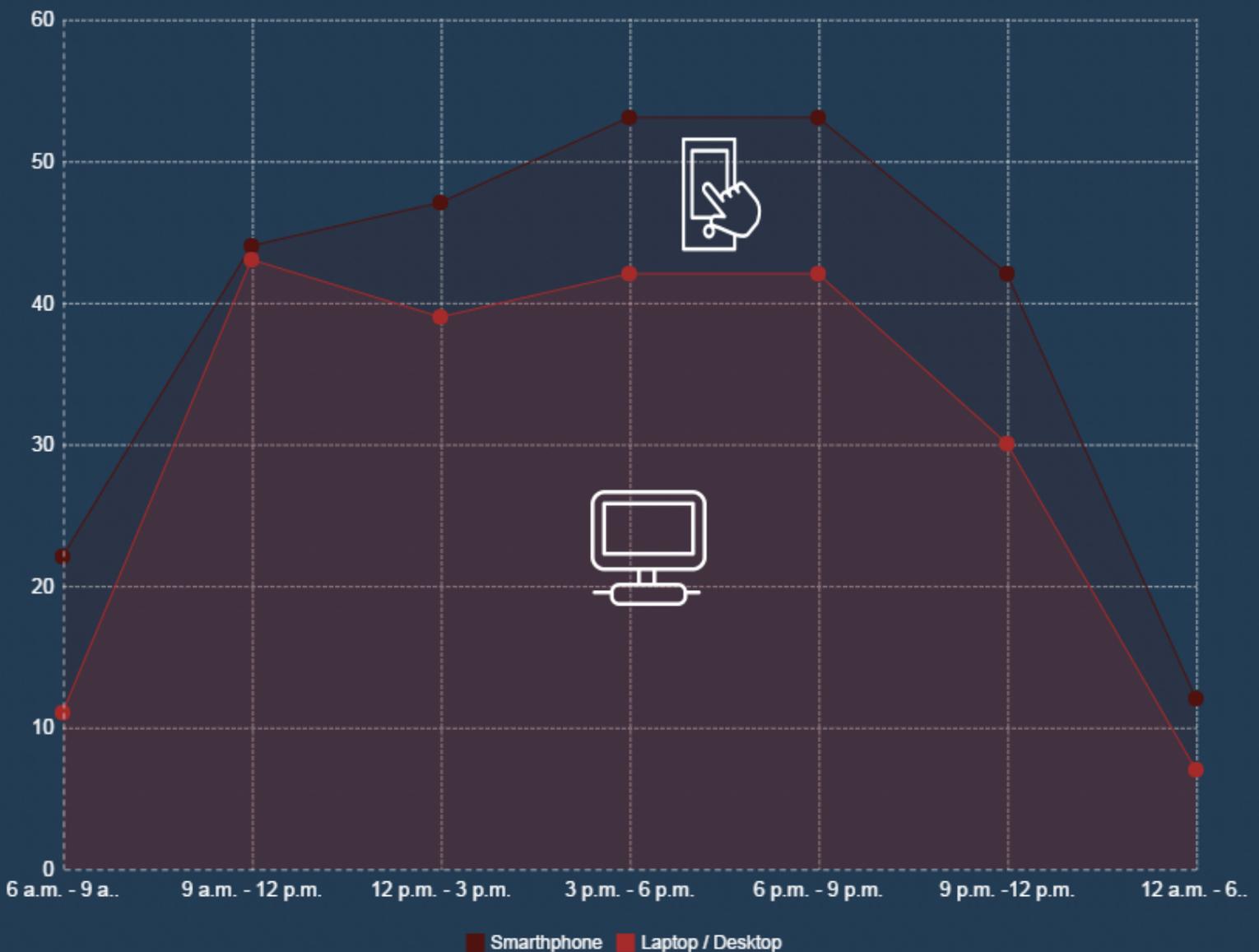
Dicho estudio fue desarrollado a través de mil entrevistas aplicadas en diciembre de 2016.

71.5 millones

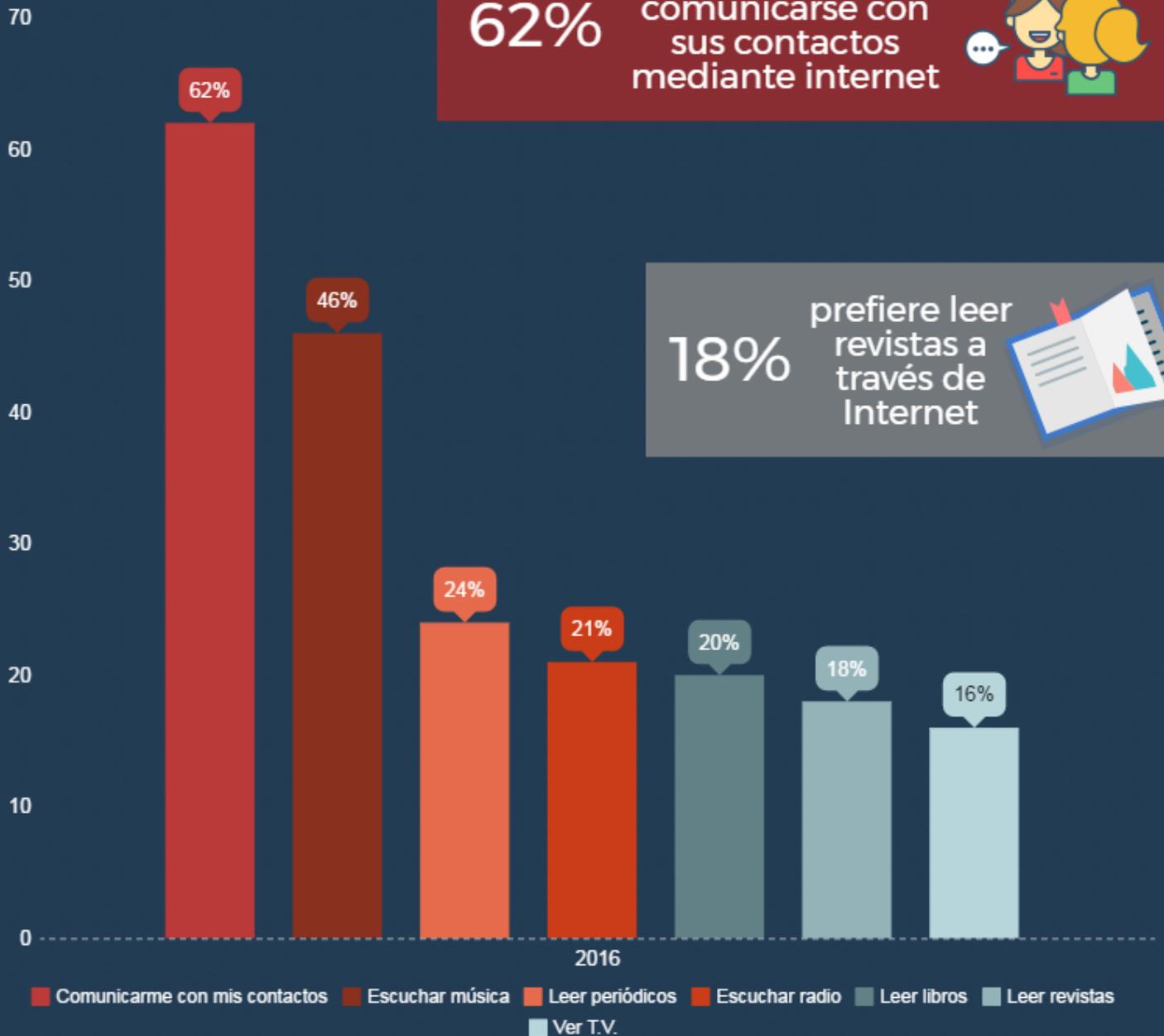
de internautas en México en 2016



El smartphone es el medio preferido por los internatutas, el cual les permite estar conectados a diferentes horas del día, por lo cual se vuelve indispensable que las empresas cuenten con medios de comunicación compatibles con dichos dispositivos.



Preferencia del uso de internet en actividades cotidianas



De manera general 89% de los encuestados prefiere buscar contenidos sobre temas de su interés en video.



Al buscar información sobre temas de Moda y Estilo y Marcas, los internautas prefieren hacerlo de la siguientes formas:



Imagen



Video



Texto



Audio

Moda y Estilo

51%

37%

23%

6%

Marcas

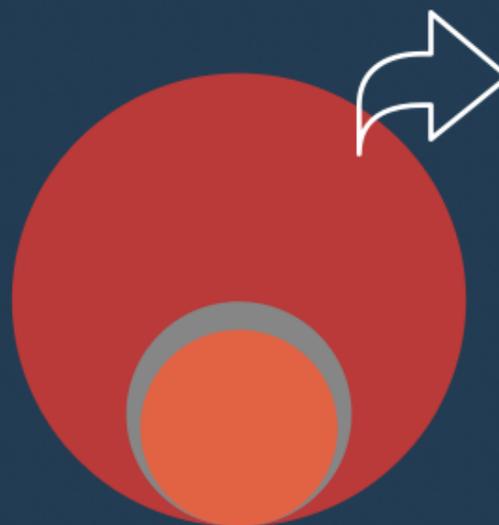
43%

33%

38%

9%

¿Le pones atención a la publicidad que aparece en las páginas de internet?



47%

La publicidad es atractiva

42%

Me entero de promociones / descuentos

42%

Muestra algo novedoso o diferente

■ A veces ■ Siempre ■ Nunca

Publicidad en Internet

¿Con qué frecuencia realizas las siguientes actividades en Internet?



59%

Vio publicidad
en páginas sin dar clic



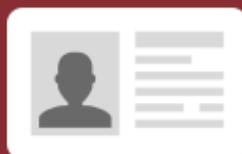
38%

Hizo clic a la publicidad
pero no interactuó



55%

Buscó + información
sobre el producto o marca



38%

Se registró
o dió sus datos



38%

Interactuó con la
publicidad
sin compartir sus datos



43%

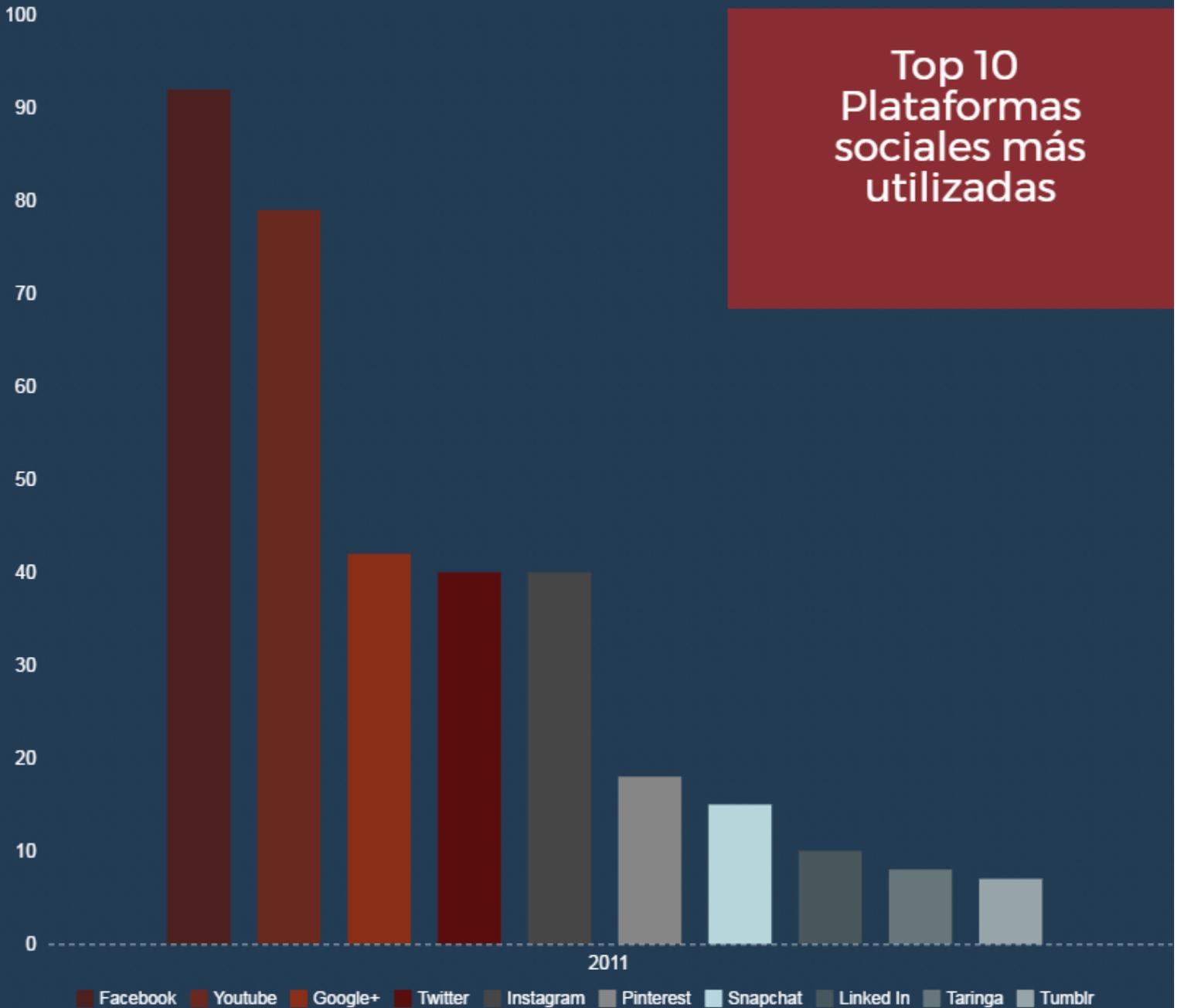
Compró pero no en
Internet



34%

Compró en línea
lo que ofrecía el anuncio

Top 10
Plataformas
sociales más
utilizadas

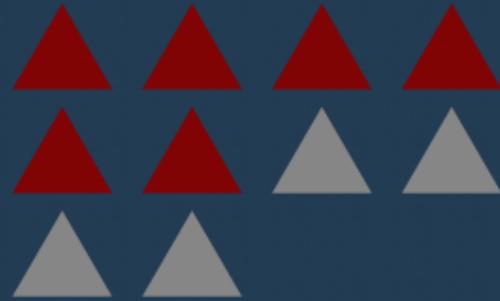


2011

Facebook Youtube Google+ Twitter Instagram Pinterest Snapchat Linked In Taringa Tumblr

6 de cada 10

Siguen a alguna marca o producto en redes sociales



Motivo



83%

Me mantiene actualizado de novedades de la marca



46%

Me entero de promociones especiales descuentos, productos gratis, etc.



41%

Contiene información relevante



41%

Conozco opiniones de otros usuarios

36%

Ha visto que alguien habla sobre marcas en las redes sociales a las que pertenece
"Receivers"



Ha visto que alguien habla sobre marcas y han escrito sobre marcas
"Engaged"

23%

36%

Han escrito sobre marcas
"Transmitters"



En la siguiente entrega se analizarán factores como la importancia de Internet en la decisión de compra y el boom de compras por Internet.

prospecta
