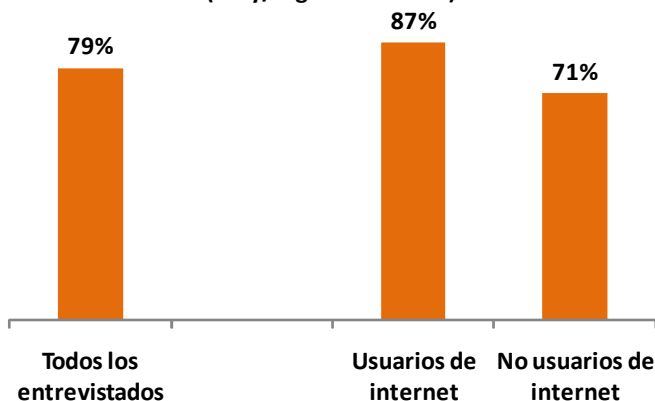




Internet visto por los ojos de los ciudadanos del mundo

Internet es una herramienta que ha ayudado en gran medida a que la globalización sea una realidad, pero a pesar de esa globalización, el internet es visto de diferentes maneras en cada región y en cada país del mundo. Un ejemplo claro es el estudio realizado para la BBC's international news services en 26 países, por la firma internacional GlobeScan. En este estudio, la investigación en México estuvo a cargo del MUND Group aplicando 27,973 entrevistas, de las cuales incluían a 14,306 usuarios de internet. Uno de los principales resultados es que de manera global, el 79% de los entrevistados considera que "el acceso a internet debería ser un derecho fundamental para todas las personas". Ese porcentaje se incrementa al 87% para los usuarios de internet, y para los no usuarios se ubica en 71%; un dato revelador, pues al menos 3 de cada 4 personas considera al internet como un derecho fundamental para todo ser humano.

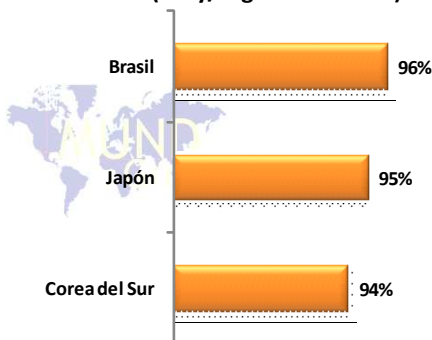
El acceso a internet debería ser un derecho fundamental de todas las personas (Muy/Algo de acuerdo)



Corea del Sur y México son los países que en mayor medida consideran como derecho fundamental de cualquier persona el acceso a internet. En contraste, Pakistán es donde los ciudadanos están menos interesados en que sea un derecho; es de relevancia el caso de China, que se encuentra por encima del promedio general, aún cuando últimamente ha tomado algunas decisiones controvertidas respecto al internet.

Otra pregunta dentro del estudio es si los usuarios de internet consideraban este medio como un buen lugar para aprender:

Internet es un buen lugar para aprender (Muy/Algo de acuerdo)

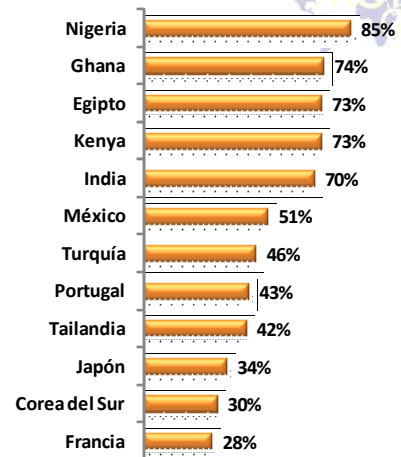


Brasil, Japón y Corea del Sur, tres países con alta penetración de internet tienen los porcentajes más altos en cuanto a entrevistados que están de acuerdo en que el internet es un buen lugar para aprender. Es lógico pensar que un alto número de usuarios genere buena calidad de contenidos en países que no comparten idioma con muchos otros, por lo cual se ven obligados a generar contenido, y al parecer es de buena calidad.

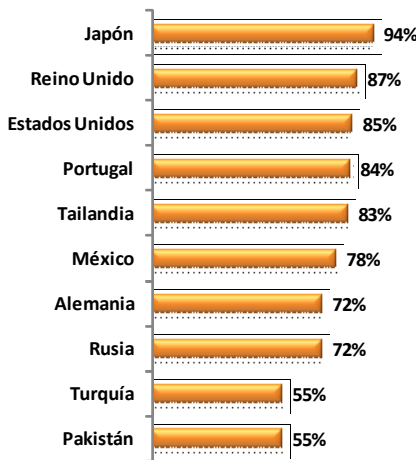


A pesar de que el tema sobre seguridad para expresar ideas requiere de un análisis más profundo, en este estudio varios países africanos son quienes lideran el rubro de sentirse seguros al expresar sus opiniones en internet. Esto podría darnos otro indicio de la trascendencia de internet en la vida del mundo, pues en un continente donde ha habido mucha represión, es donde resalta este aspecto, mientras que en países desarrollados como Francia, Corea del Sur y Japón, el tema no parece tener gran importancia. En México los usuarios de internet se dividen prácticamente a la mitad entre quienes apoyan el tema y los que no.

Internet es un lugar seguro para expresar mis opiniones (Muy/Algo de acuerdo)



Internet me da mayor libertad (Muy/Algo de acuerdo)

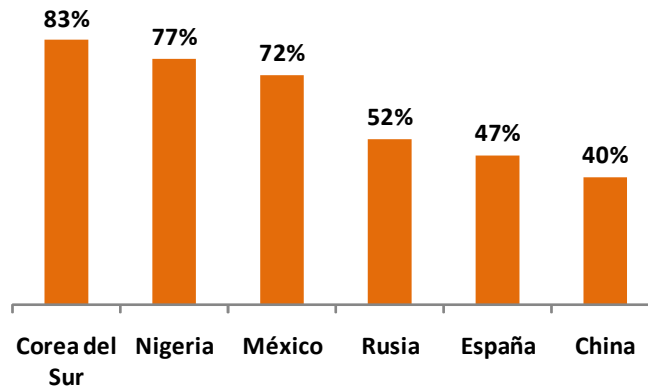


Mientras tanto, el sentirse con mayor libertad con internet parece ser un sentimiento que florece más en países desarrollados, en los cuales la libertad de expresión se da y va de la mano con el desarrollo económico. México se encuentra justo en el promedio (78%), por encima de Alemania y Rusia. Turquía y Pakistán son los porcentajes más bajos, muy por debajo del promedio general.

La regulación en internet es un tema que está en debate en todo el mundo, y es un debate que durará varios años. La pornografía infantil, la irresponsabilidad de algunas personas al publicar en algunos sitios, los ataques a sitios de empresas transnacionales o a servidores de algunos gobiernos, los fraudes y una larga lista de fenómenos, son temas que han detonado la necesidad de una regulación, pero ¿hasta dónde puede llegar la regulación, sin demeritar el aspecto de la libertad de expresión?. ¿Hasta dónde puede llegar la libertad de expresión, sin caer en cualquiera de los temas anteriormente mencionados?. Es un tema interesante, pero que va a ser difícil de definir. En México ya se han dado casos de intentos de censura por parte del Instituto Federal Electoral, al considerar que los videos subidos al portal de Youtube denigraban o calumniaban a algunos personajes de la política mexicana. En nuestro país también se está dando el debate, habrá que ver hasta dónde llega.



Internet nunca debería ser regulada por ningún nivel de gobierno en ningún lugar (Muy/Algo de acuerdo)



En resumen, internet está creciendo y se está metiendo en casi todos los aspectos de nuestra vida cotidiana, incluso ya no hay campaña política exitosa que no se valga de la red para incrementar su penetración en los votantes, sobre todo en los más jóvenes.

Internet en México, infraestructura

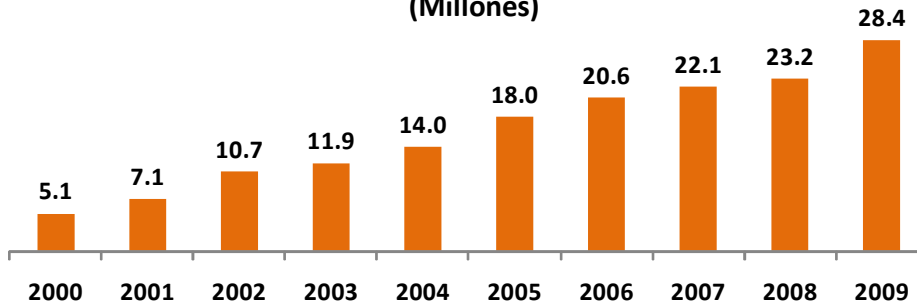
En su inicio en México, en el año de 1989 de manera oficial, el internet era utilizado con fines académicos, siendo un ejemplo claro que los primeros nodos conectados concretamente a internet, fueran equipos situados en la Universidad Nacional Autónoma de México (todavía un elemento clave en la designación de la UNAM entre los 100 universidades de más calidad en el mundo) y en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. A partir de entonces, los nodos se fueron extendiendo por diferentes instituciones educativas.

Es hasta el año de 1994 cuando se empiezan a dar los primeros servicios en la red desde México, para entonces 44 instituciones académicas estaban registradas bajo el dominio .mx, cinco empresas bajo el dominio .com.mx y una institución como .gob.mx; para 1996 el número de dominios .mx ya eran más de 2,200.

Durante el resto de la década de los 90's el número de dominios .mx y .com.mx se fue multiplicando gradualmente, y el número de usuarios empezó a crecer. En la primera década del presente siglo, la cifra ha pasado de 5.1 millones de usuarios a 28.4 millones, un crecimiento del 556.9%.



Usuarios de Internet en México
 (Millones)

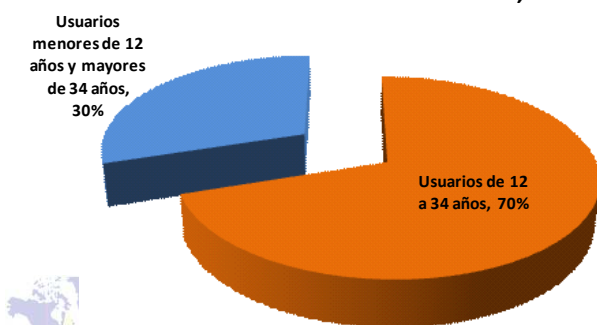


Fuente: Encuesta nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares (ENDUTIH 2009) – INEGI con ajustes de la COFETEL (Comisión Federal de Telecomunicaciones)

Perfil de usuarios

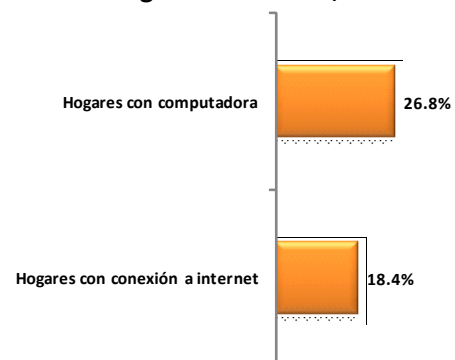
Estas cifras nos hablan de un mercado bastante amplio y atractivo para las empresas, tanto nacionales como extranjeras, pero la pregunta que se hace todo empresario que quiere colocar su producto en internet es ¿cuál es el perfil de los usuarios de internet?. De acuerdo al Instituto Nacional de Geografía e Informática, a través de su Encuesta Nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información (ENDUTIH) 2009, alrededor del 70% de los usuarios de internet en México, se concentra en los jóvenes de 12-34 años; 7.4 millones de hogares cuentan al menos con una computadora en casa, lo que representa el 26.8% del total de hogares; el 18.4% de los hogares (5.1 millones) está equipado con conexión a internet.

Usuarios de Internet en México, 2009



Fuente: ENDUTIH 2009- INEGI

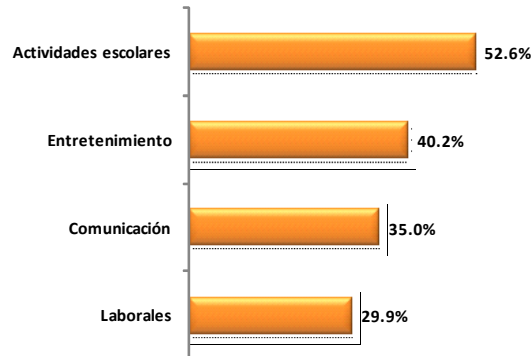
Hogares en México, 2009



De acuerdo al mismo Instituto, la actividad que predomina entre los usuarios de internet tiene que ver con la escuela, seguida del entretenimiento, la comunicación y el trabajo.

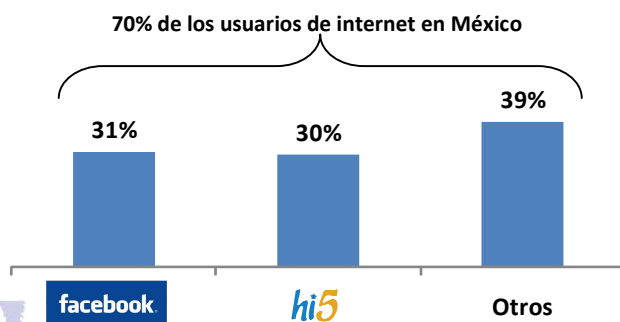


Principales actividades de los usuarios de internet en México

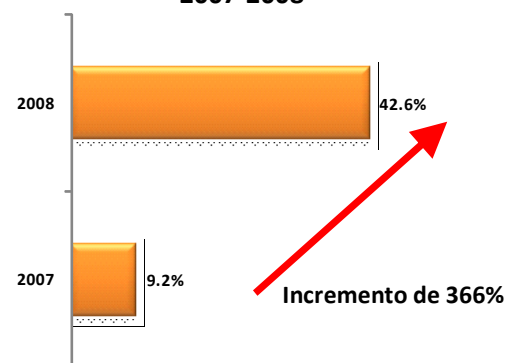


Esto es coherente si se reflexiona sobre la importancia que tienen portales como google, yahoo, msn y redes sociales como facebook, hi5, myspace, twitter, Flickr (alrededor del 70% de los usuarios de internet tienen al menos una suscripción a una red social¹). Estos sitios tienen millones de visitas al día, lo cual se traduce en publicidad y en millones de dólares en ingresos anuales. Por esta razón internet es considerado una mina de oro en constante crecimiento en cuanto a potencial, sólo se requieren ideas innovadoras, originales, creativas, que sean atractivas y sobre todo, útiles a los usuarios. Esta gran masa están en constante búsqueda de novedades dentro de la red, sobre todo los más jóvenes, quienes son los futuros consumidores voraces del mercado on-line. Un ejemplo muy ilustrativo está en el salto que dio el gasto en publicidad dentro de las redes sociales, el cual pasó de 9.2 millones de pesos a 42.6 millones en 2008², un aumento del 366% en un solo año.

Distribución de suscripciones a redes sociales en México



Gasto en Publicidad en Redes Sociales 2007-2008



Fuente: Estudio sobre consumo de medios digitales – IAB México (Interactive Advertising Bureau)

¹ IAB México(Interactive Advertising Bureau) – Estudio sobre Consumo de Medios Digitales 2009

² Ídem



Mercado On-line

Tomando en cuenta que los usuarios más jóvenes (de 25 años o menos) tienen una tendencia a depender más y más de la tecnología, y que las siguientes generaciones se irán sumando a ellos, serán quienes dentro de unos años detonen el boom del comercio en línea. Acostumbrados a vivir con la tecnología, no tendrán ningún problema en adquirir la mayor parte de sus bienes de consumo en línea, pero para eso será necesario tener una buena publicidad, una excelente calidad de conexión y un avance significativo en la seguridad. En este sentido, el principal problema a resolver es la calidad de conexión a internet, pues de acuerdo a SpeedTest.net, firma de la empresa estadounidense Ookla dedicada al desarrollo de sistemas de medición, México ocupa el lugar 103 de 180 países en velocidad de descarga de datos; por debajo de países latinoamericanos como Chile, Brasil, Puerto Rico, Costa Rica y Argentina, y muy por debajo de Corea del Sur que es el primer lugar.

Lugar en el Ranking	Velocidad de Descarga	
1	Corea del Sur	22.98 Mb/s
28	Estados Unidos	7.68 Mb/s
38	Canadá	6.48 Mb/s
62	Chile	3.54 Mb/s
80	Brasil	2.47 Mb/s
82	Puerto Rico	2.34 Mb/s
91	Costa Rica	2.03 Mb/s
101	Argentina	1.84 Mb/s
103	México	1.81 Mb/s
119	Honduras	1.52 Mb/s
122	Belice	1.50 Mb/s
124	Colombia	1.49 Mb/s
126	Nicaragua	1.44 Mb/s
127	El Salvador	1.43 Mb/s
139	Guatemala	1.14 Mb/s
140	Haití	1.12 Mb/s
142	Ecuador	1.09 Mb/s
143	Peru	1.09 Mb/s
147	Venezuela	1.05 Mb/s
152	Uruguay	0.91 Mb/s
161	Paraguay	0.68 Mb/s
172	Bolivia	0.53 Mb/s

Fuente: SpeedTest.net

Lugar en el Ranking	Velocidad para subir o enviar archivos	
1	Lituania	9.74 Mb/s
29	Estados Unidos	1.76 Mb/s
39	Canadá	1.13 Mb/s
48	Honduras	0.90 Mb/s
65	Chile	0.72 Mb/s
73	Nicaragua	0.62 Mb/s
79	Panamá	0.59 Mb/s
84	Haití	0.54 Mb/s
86	Costa Rica	0.53 Mb/s
93	Belice	0.50 Mb/s
94	Puerto Rico	0.49 Mb/s
103	El Salvador	0.46 Mb/s
105	Guatemala	0.45 Mb/s
111	Brasil	0.43 Mb/s
122	Colombia	0.39 Mb/s
129	México	0.34 Mb/s
131	Ecuador	0.33 Mb/s
137	Argentina	0.31 Mb/s
141	Venezuela	0.27 Mb/s
150	Paraguay	0.25 Mb/s
155	Parú	0.23 Mb/s
171	Uruguay	0.14 Mb/s

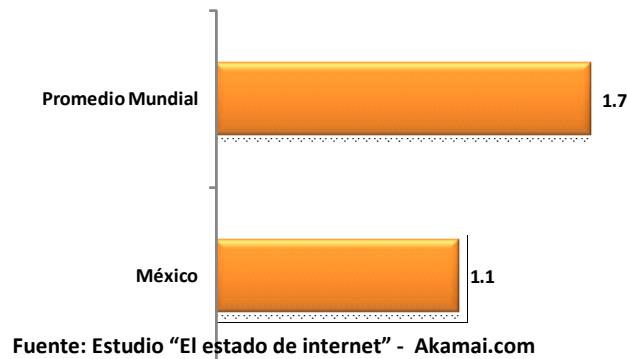
El panorama en el aspecto de subir o enviar datos es menos halagador, pues México ocupa el lugar 129 de 180 países en velocidad de transmisión, países como Haití, Belice, El Salvador, Guatemala y Colombia lo superan.

De acuerdo a la OCDE, México ocupa el lugar 26 de 30 países en velocidad de descarga, y el último en velocidad para subir datos.

En el estudio "El estado de Internet" realizado trimestralmente por la firma Akamai, México se ubica por debajo del promedio mundial en cuanto a velocidad de internet, con un 1.1 MB por segundo, mientras que el promedio mundial es de 1.7 MB por segundo.



**Velocidad de internet en México
comparado con el promedio mundial
(MB /S)**



Estos datos nos demuestran que la velocidad en internet es un tema pendiente para la presente y las futuras generaciones en México, pues su mejora no está correspondiendo al incremento de usuarios. Esto representa un problema al pensar en el comercio en línea, pues nadie quiere estar frente a la computadora más de 10 minutos para poder adquirir un producto, y ni hablar si se necesita conseguir una serie de productos de diferentes establecimientos en un período de tiempo corto. La idea del comercio electrónico es que sea veloz y no cause molestia alguna.

Internet como medio de información

En sus inicios el internet tenía fines académicos exclusivamente. Con el paso del tiempo y el incremento de usuarios, sus utilidades se diversificaron tanto como la diversidad de usuarios y sus necesidades lo exigían.

Una de esas exigencias es la información, el incremento de usuarios de internet y la variedad de actividades que éstos realizan dentro de la red. Esto ha ocasionado que una de esas actividades sea informarse de lo que acontece en el mundo, siempre de acuerdo a noticias de su interés y en ocasiones muy particulares, a noticias de alto impacto, como por ejemplo, los terremotos en Haití y Chile, noticias que incluso llegaron a saturar los servidores de algunos diarios de varios países.

Pero para tener una buena información en internet hay que saber escoger de dónde se obtiene, pues muchos blogs y páginas personales contienen información que corresponden al punto de vista de su autor, lo cual no es necesariamente un reflejo de la realidad, y consecuentemente, se debe ser muy cuidadoso con esto.

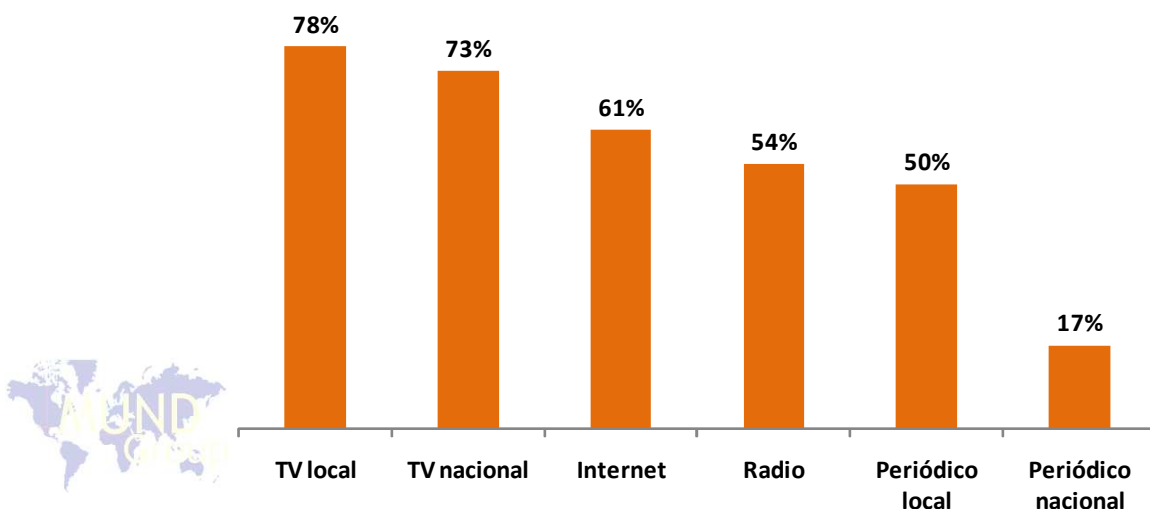


La fuerza que la información ha adquirido a través de internet se debe a que puede generarse, transmitirse y discutirse a través de mensajes de correo electrónico, blogs, redes sociales o sitios de videos. Esto lo convierte quizá en la herramienta más poderosa para que cualquier persona pueda expresarse y que algunas o miles de personas reciban su mensaje en todo el mundo. En pocas palabras, el internet se está convirtiendo cada vez con más fuerza, en uno de los medios de diseminación de noticias y de puntos de vista más importantes, y quizá en un futuro no muy lejano, en el más importante.

Muestra de ello es el estudio “Entendiendo la Participación del Consumidor de Noticias” de PEW Research Center en Estados Unidos, el cual indica que internet es ya el tercer medio de comunicación en importancia mediante el cual los estadounidenses adquieren información. De acuerdo a este estudio, 92% de los estadounidenses se informan a través de múltiples plataformas en un día normal, dichas plataformas incluyen TV en cadena nacional, TV local, internet, periódicos locales, radio y periódicos nacionales. El 46% dijo informarse de 4 a 6 plataformas distintas, mientras que el 7% afirmó que lo hace desde una sola plataforma de noticias.

La parte que más nos interesa es la siguiente: el 59% dijo que se informa a través de una combinación de medios en internet y fuera de internet, siendo de esta manera que internet se ha colocado en el tercer lugar como fuente de noticias, sólo detrás de la televisión local y la televisión en cadena nacional.

Plataforma de la cual obtienen mayoritariamente sus noticias e información los entrevistados



Fuente: Estudio “Understanding the participatory-news consumer” – PEW Research Center



La mayoría de los entrevistados mencionaron que mientras están en línea, usan entre dos y cinco fuentes de noticias, y el 65% dijo no tener un sitio favorito para ello. Alrededor del 21% mencionó visitar rutinariamente un solo sitio para noticias e información.

El estudio indica que en este nuevo ambiente multi-plataformas de medios, la relación de las personas con las noticias se ha vuelto más portátil, personalizada y participativa. Por ejemplo, en portabilidad, el 33% de los propietarios de teléfonos celulares acceden a las noticias desde sus dispositivos móviles. En personalización, el 28% de los usuarios de internet cuentan con una página personalizada para incluir noticias y temas de su particular interés.

En cuanto a participación, el 37% de los usuarios de internet han contribuido a la creación de noticias, comentando sobre ellas o diseminándolas, a través de mensajes en sitios sociales como Facebook o Twitter.

El estudio indica también que la forma en que las personas están experimentando las noticias, se ha vuelto una experiencia social compartida, conforme las personas intercambian correos y direcciones de sitios web, o integran noticias en redes sociales.

Más de ocho de cada 10 de los consumidores de noticias en internet, obtienen o comparten enlaces informativos a través del correo electrónico y de sitios como twitter.

Por lo tanto, aquí en MUND vamos a continuar la investigación sobre Internet como un medio, sobre todo en sus dimensiones dentro de la política pública.

José Luis Benítez
Jefe de Información

Dan Lund
Presidente
El Grupo MUND
México

Los boletines de Reportes de Opinión del Grupo MUND son un comentario independiente sobre nuestras encuestas y las de otros, así como también la política pública en general. MUND es un centro mexicano de investigaciones comerciales y de política pública. Los boletines son un servicio públicamente disponible para todos los participantes activos en política, periodismo, diplomacia y negocios.

Copyright © 2010 MUNAMLAT, SA de CV