COMPRAS POR INTERNET

10 de abril de 2017

GCE
Gabinete de Comunicación Estratégica

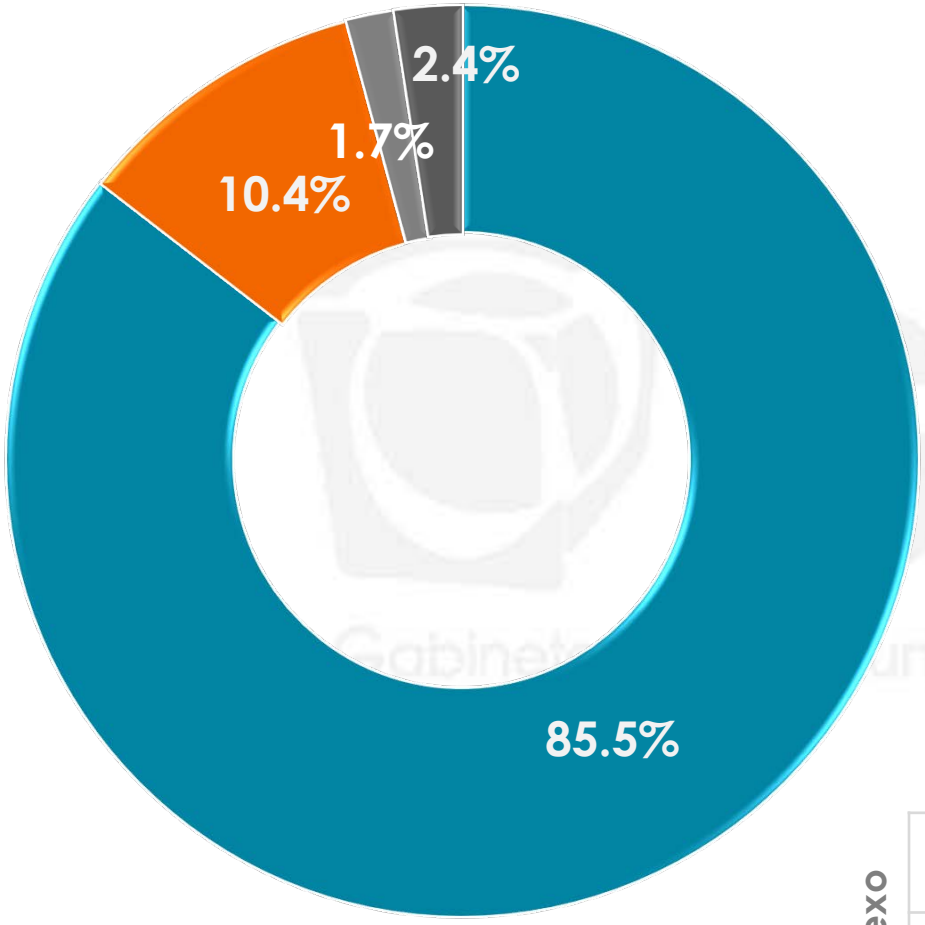
kaleydoscopio
[...en donde nos vemos como nos pintamos]

ÍNDICE

BENEFICIOS DE LA TECNOLOGÍA _____ **3**
COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU SEGURIDAD _____ **7**
PRINCIPALES ARTÍCULOS Y SERVICIOS _____ **12**
VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE COMPRAR POR INTERNET _____ **19**
NIVEL DE SATISFACCIÓN _____ **24**

1 BENEFICIOS DE LA TECNOLOGÍA

¿Usted cree que el uso de nuevas tecnologías facilita la vida de las personas?

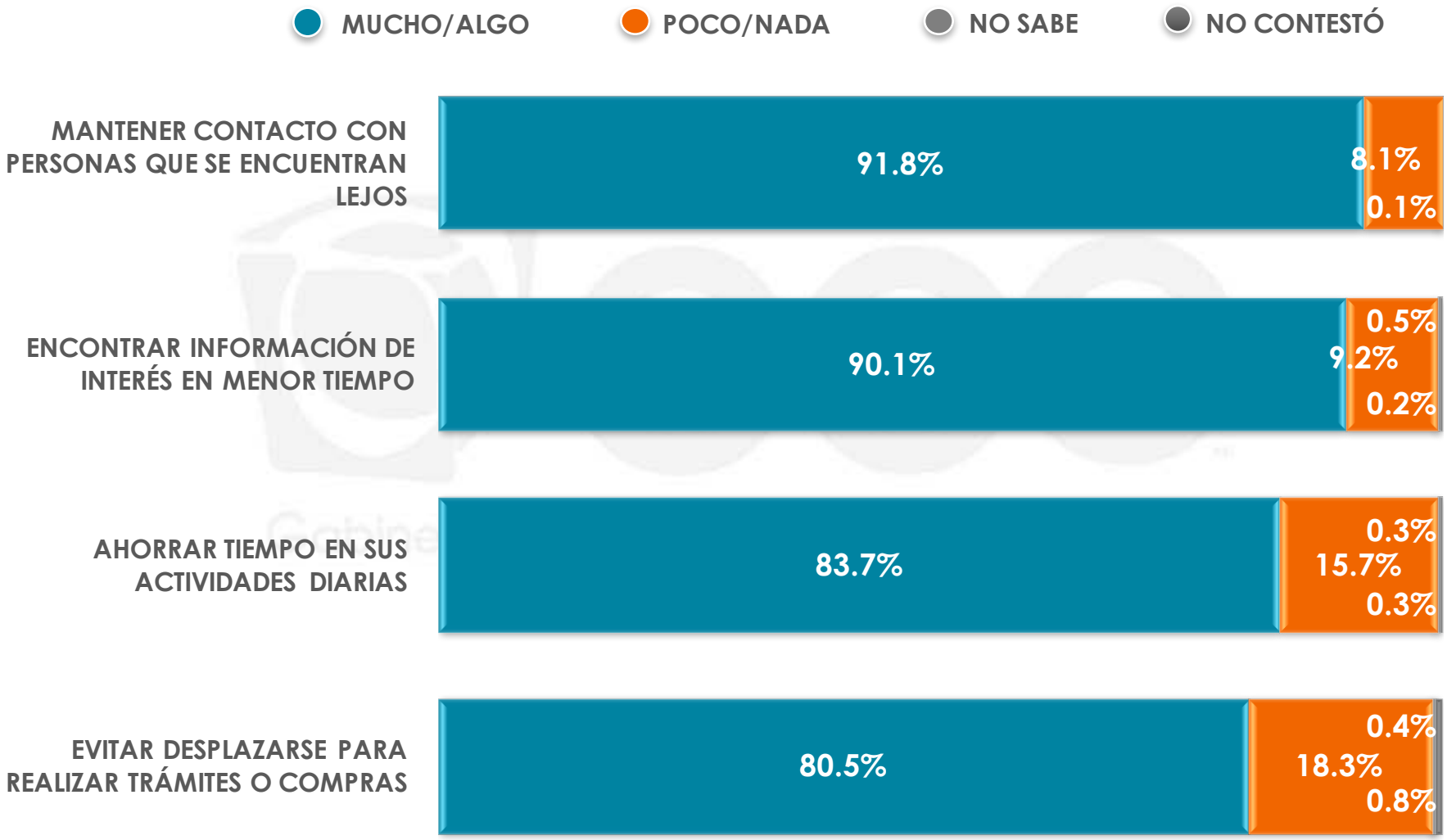


- SÍ
- NO
- NO SABE
- NO CONTESTÓ

Sexo	SÍ	NO	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	88.1%	8.4%	1.1%	2.4%
FEMENINO	83.2%	12.3%	2.4%	2.1%

n= 600

¿Qué tanto beneficia a las personas el uso de la tecnología para: (...)?



n= 600

¿Qué tanto beneficia a las personas el uso de la tecnología para: (...)?

MANTENER CONTACTO CON PERSONAS QUE SE ENCUENTRAN LEJOS

Sexo	MUCHO/ALGO	POCO/NADA	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	92.2%	7.6%	0.0%	0.2%
FEMENINO	91.3%	8.7%	0.0%	0.0%

ENCONTRAR INFORMACIÓN DE INTERÉS EN MENOR TIEMPO

Sexo	MUCHO/ALGO	POCO/NADA	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	92.4%	6.9%	0.3%	0.4%
FEMENINO	87.9%	11.2%	0.7%	0.2%

AHORRAR TIEMPO EN SUS ACTIVIDADES DIARIAS

Sexo	MUCHO/ALGO	POCO/NADA	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	87.4%	12.3%	0.2%	0.1%
FEMENINO	80.4%	18.8%	0.4%	0.4%

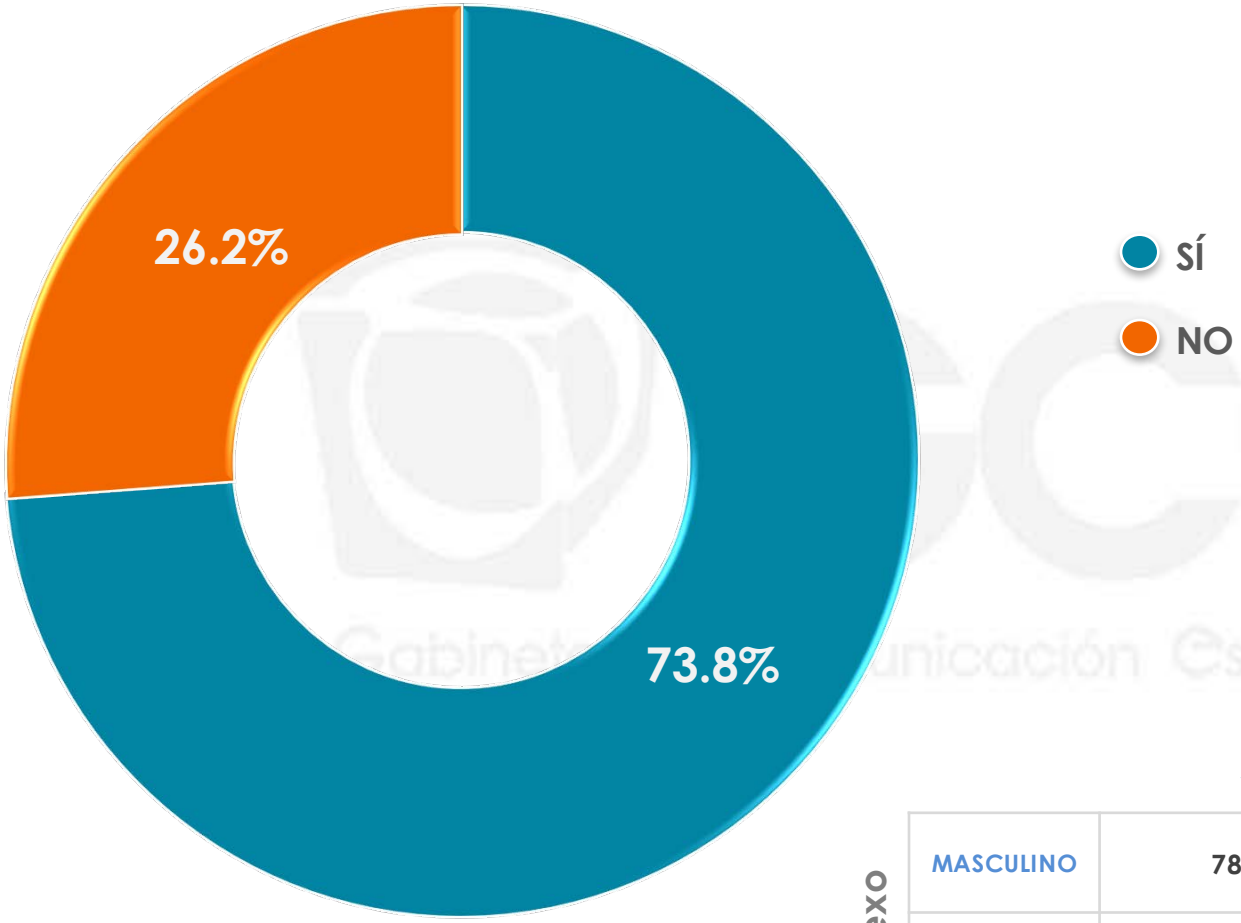
EVITAR DESPLAZARSE PARA REALIZAR TRÁMITES O COMPRAS

Sexo	MUCHO/ALGO	POCO/NADA	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	79.1%	19.6%	0.2%	1.1%
FEMENINO	81.7%	17.1%	0.5%	0.7%

2

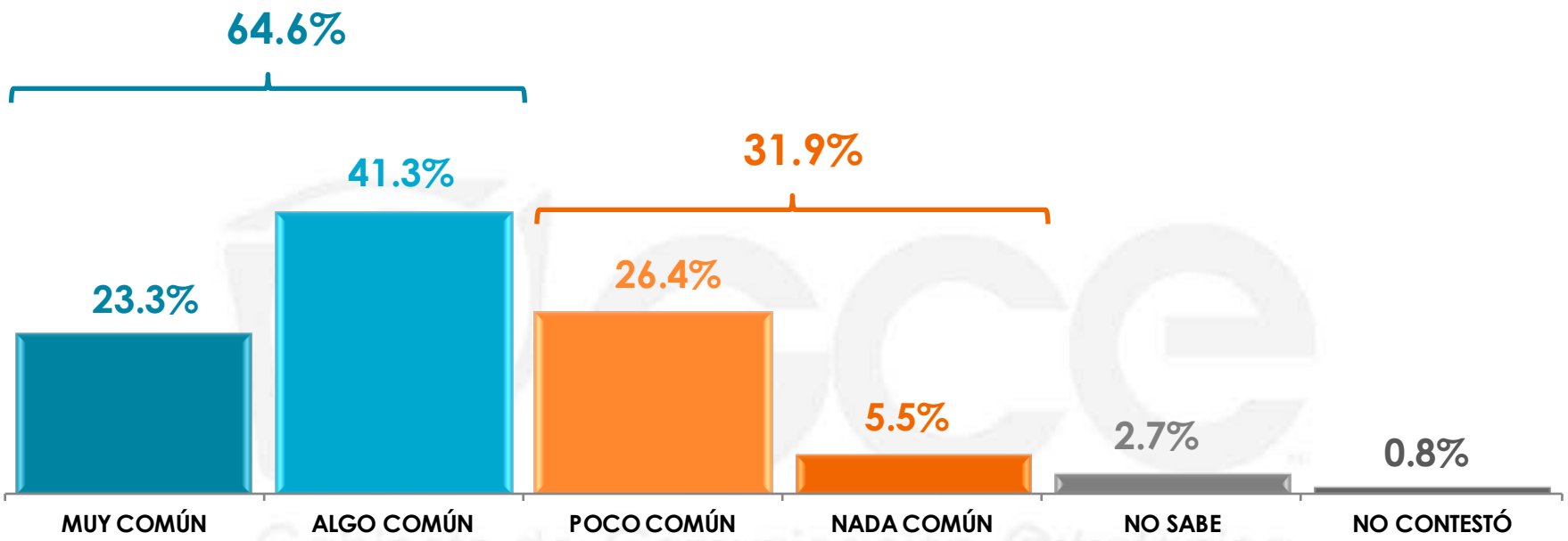
COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU SEGURIDAD

El comercio electrónico o bien negocios por Internet o negocios online, consiste en la compra y venta de productos o servicios a través de Internet. Antes de que se lo mencionara, ¿usted sabía esta información?



		SÍ	NO
Sexo	MASCULINO	78.5%	21.5%
	FEMENINO	69.5%	30.5%

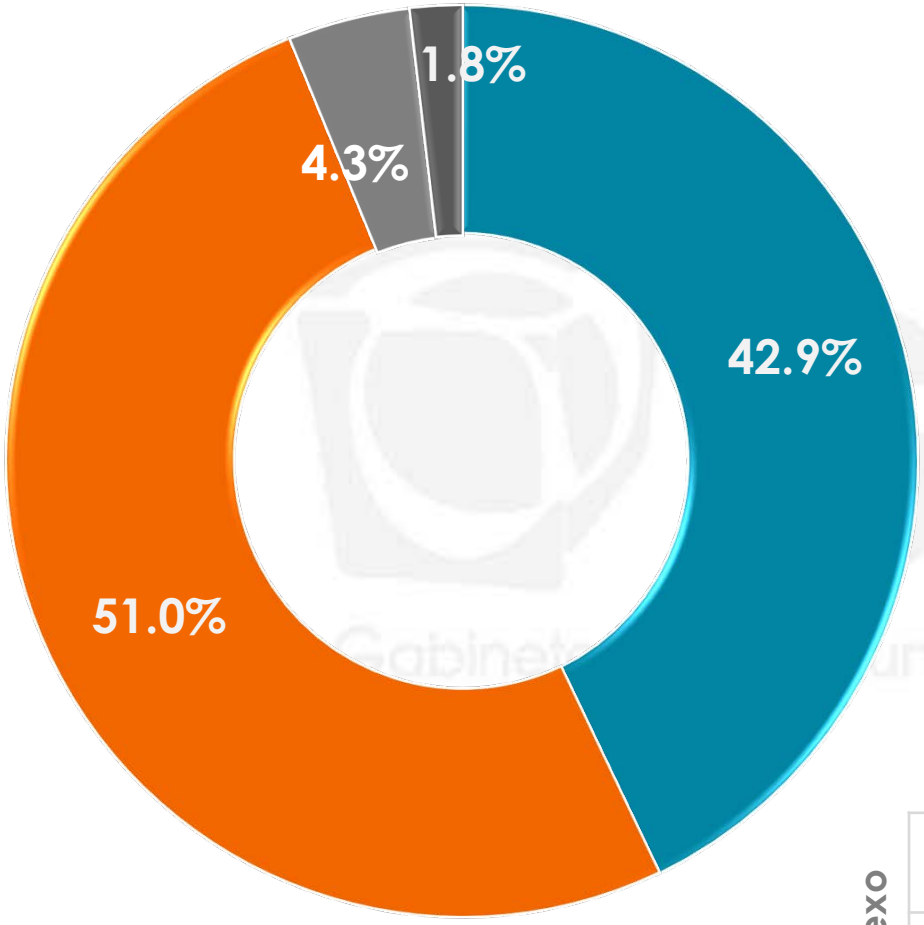
Por lo que sabe, ¿qué tan común es que los mexicanos realicen alguna compra por Internet: muy común, algo, poco o nada común?



		MUY COMÚN	ALGO COMÚN	POCO COMÚN	NADA COMÚN	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	21.8%	42.0%	27.1%	5.6%	2.5%	1.0%
	FEMENINO	24.8%	40.7%	25.7%	5.4%	2.9%	0.5%

n= 600

¿Usted cree que los mexicanos cuando realizan alguna compra a través de Internet: se cercioran que sea un sitio seguro o no se cercioran?

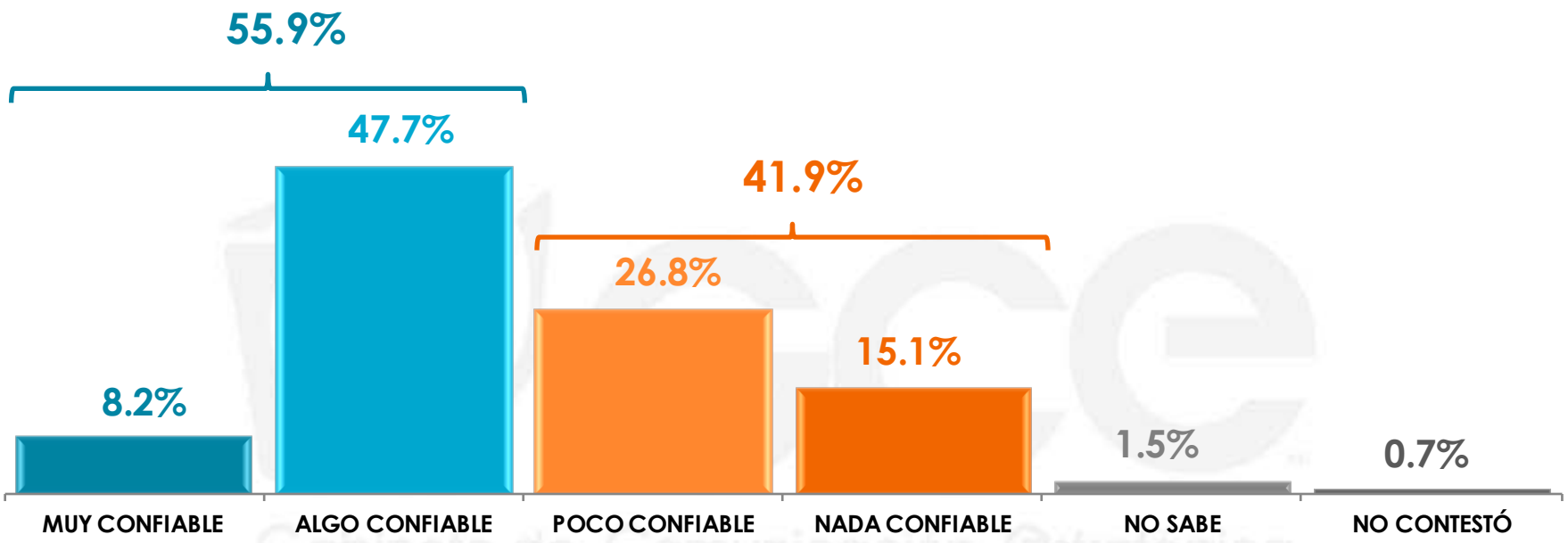


- SE CERCIORAN QUE SEA SEGURO
- NO SE CERCIORAN QUE SEA SEGURO
- NO SABE
- NO CONTESTÓ

Sexo	SE CERCIORAN QUE SEA SEGURO	NO SE CERCIORAN QUE SEA SEGURO	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	41.9%	51.6%	3.8%	2.7%
FEMENINO	43.8%	50.5%	4.8%	0.9%

n= 600

Por lo que sabe o ha escuchado, ¿qué tan confiable es realizar alguna compra por Internet: muy confiable, algo, poco o nada confiable?

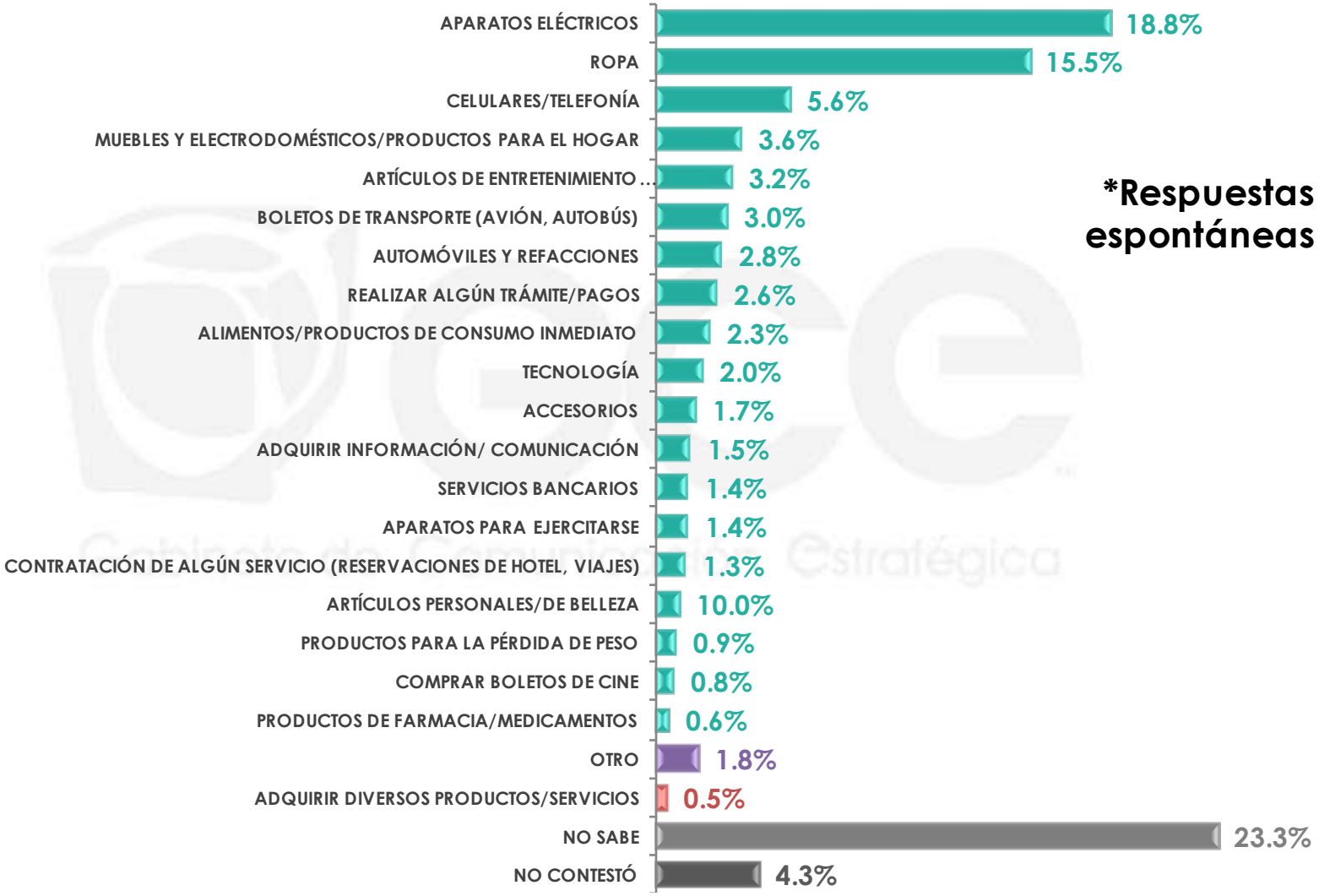


Sexo	MUY CONFIABLE	ALGO CONFIABLE	POCO CONFIABLE	NADA CONFIABLE	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	10.6%	48.7%	25.0%	13.4%	1.4%	0.9%
FEMENINO	6.0%	46.7%	28.5%	16.7%	1.5%	0.6%

n= 600

3 PRINCIPALES ARTÍCULOS Y SERVICIOS

¿Cuál cree que es el principal artículo o servicio que suelen adquirir los mexicanos a través de Internet?



***Respuestas espontáneas**

n= 600

¿Cuál cree que es el principal artículo o servicio que suelen adquirir los mexicanos a través de Internet?

***Respuestas espontáneas**

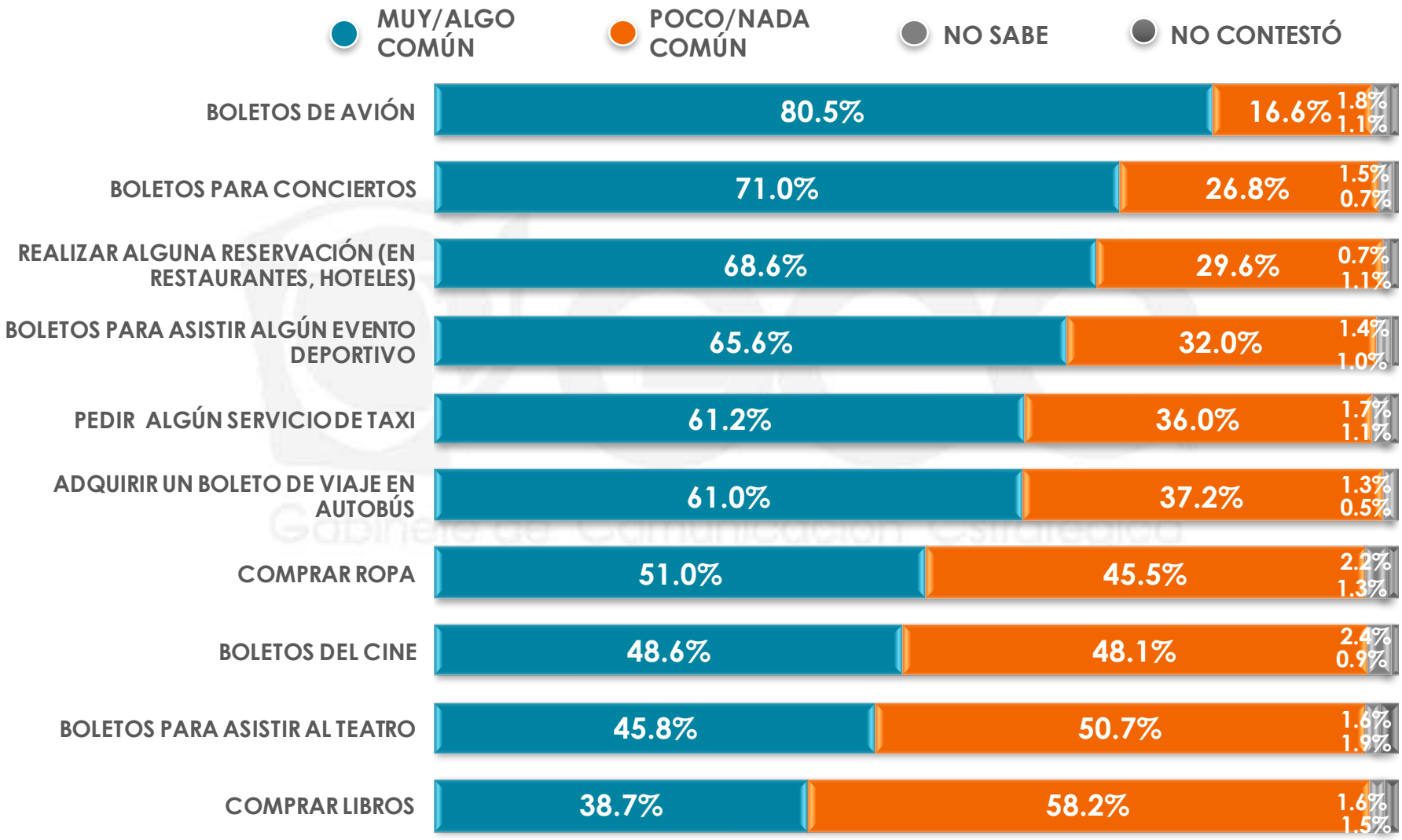
Sexo	APARATOS ELÉCTRICOS	ROPA	CELULARES/ TELEFONÍA	MUEBLES Y ELECTRODOMÉSTICOS/ PRODUCTOS PARA EL HOGAR	ARTÍCULOS DE ENTRETENIMIENTO (VIDEOJUEGOS, MÚSICA, PELÍCULAS)	BOLETOS DE TRANSPORTE (AVIÓN, AUTOBÚS)	AUTOMÓVILES Y REFACCIONES
MASCULINO	20.6%	13.4%	4.7%	2.7%	4.2%	3.1%	3.9%
FEMENINO	17.2%	17.4%	6.4%	4.4%	2.3%	2.9%	1.8%

Sexo	REALIZAR ALGÚN TRÁMITE/ PAGOS	ALIMENTOS/ PRODUCTOS DE CONSUMO INMEDIATO	TECNOLOGÍA	ACCESORIOS	ADQUIRIR INFORMACIÓN/ COMUNICACIÓN	SERVICIOS BANCARIOS	APARATOS PARA EJERCITARSE	CONTRATACIÓN DE ALGÚN SERVICIO (RESERVACIONES DE HOTEL, VIAJES)
MASCULINO	2.6%	1.7%	3.5%	1.8%	2.3%	0.6%	1.1%	1.8%
FEMENINO	2.6%	2.8%	0.6%	1.5%	0.9%	2.1%	1.6%	0.8%

Sexo	ARTÍCULOS PERSONALES/ DE BELLEZA	PRODUCTOS PARA LA PÉRDIDA DE PESO	COMPRAR BOLETOS DE CINE	PRODUCTOS DE FARMACIA/ MEDICAMENTOS	OTRO	ADQUIRIR DIVERSOS PRODUCTOS/ SERVICIOS	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	1.2%	1.2%	1.1%	0.9%	2.0%	0.2%	20.9%	4.5%
FEMENINO	1.1%	0.6%	0.5%	0.4%	1.5%	0.8%	25.5%	4.3%

Gabinete de Comunicación Estratégica

¿Qué tan común es que los mexicanos compren o pidan los siguientes servicios a través de internet?



n= 600

¿Qué tan común es que los mexicanos compren o pidan los siguientes servicios a través de internet?

BOLETOS DE AVIÓN

Sexo	MUY/ALGO COMÚN	POCO/NADA COMÚN	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	82.3%	15.3%	0.8%	1.6%
FEMENINO	78.7%	17.8%	2.6%	0.9%

BOLETOS PARA CONCIERTOS

Sexo	MUY/ALGO COMÚN	POCO/NADA COMÚN	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	72.4%	26.4%	0.6%	0.6%
FEMENINO	69.7%	27.0%	2.3%	1.0%

REALIZAR ALGUNA RESERVACIÓN (EN RESTAURANTES, HOTELES)

Sexo	MUY/ALGO COMÚN	POCO/NADA COMÚN	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	69.4%	29.3%	0.2%	1.1%
FEMENINO	68.0%	29.9%	1.2%	0.9%

BOLETOS PARA ASISTIR ALGÚN EVENTO DEPORTIVO

Sexo	MUY/ALGO COMÚN	POCO/NADA COMÚN	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	64.1%	34.2%	0.5%	1.2%
FEMENINO	67.0%	30.0%	2.3%	0.7%

¿Qué tan común es que los mexicanos compren o pidan los siguientes servicios a través de internet?

PEDIR ALGÚN SERVICIO DE TAXI

		MUY/ALGO COMÚN	POCO/NADA COMÚN	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	63.4%	34.0%	1.1%	1.5%
	FEMENINO	59.2%	37.9%	2.2%	0.7%

ADQUIRIR UN BOLETO DE VIAJE EN AUTOBÚS

		MUY/ALGO COMÚN	POCO/NADA COMÚN	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	64.4%	34.0%	0.5%	1.1%
	FEMENINO	57.7%	40.2%	2.0%	0.1%

COMPRAR ROPA

		MUY/ALGO COMÚN	POCO/NADA COMÚN	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	47.4%	48.2%	2.7%	1.7%
	FEMENINO	54.3%	43.0%	1.7%	1.0%

GCE Gabinete de Comunicación Estratégica

¿Qué tan común es que los mexicanos compren o pidan los siguientes servicios a través de internet?

BOLETOS DEL CINE

		MUY/ALGO COMÚN	POCO/NADA COMÚN	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	50.0%	47.0%	2.3%	0.7%
	FEMENINO	47.4%	49.2%	2.6%	0.8%

BOLETOS PARA ASISTIR AL TEATRO

		MUY/ALGO COMÚN	POCO/NADA COMÚN	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	44.1%	52.7%	1.0%	2.2%
	FEMENINO	47.5%	48.8%	2.1%	1.6%

COMPRAR LIBROS

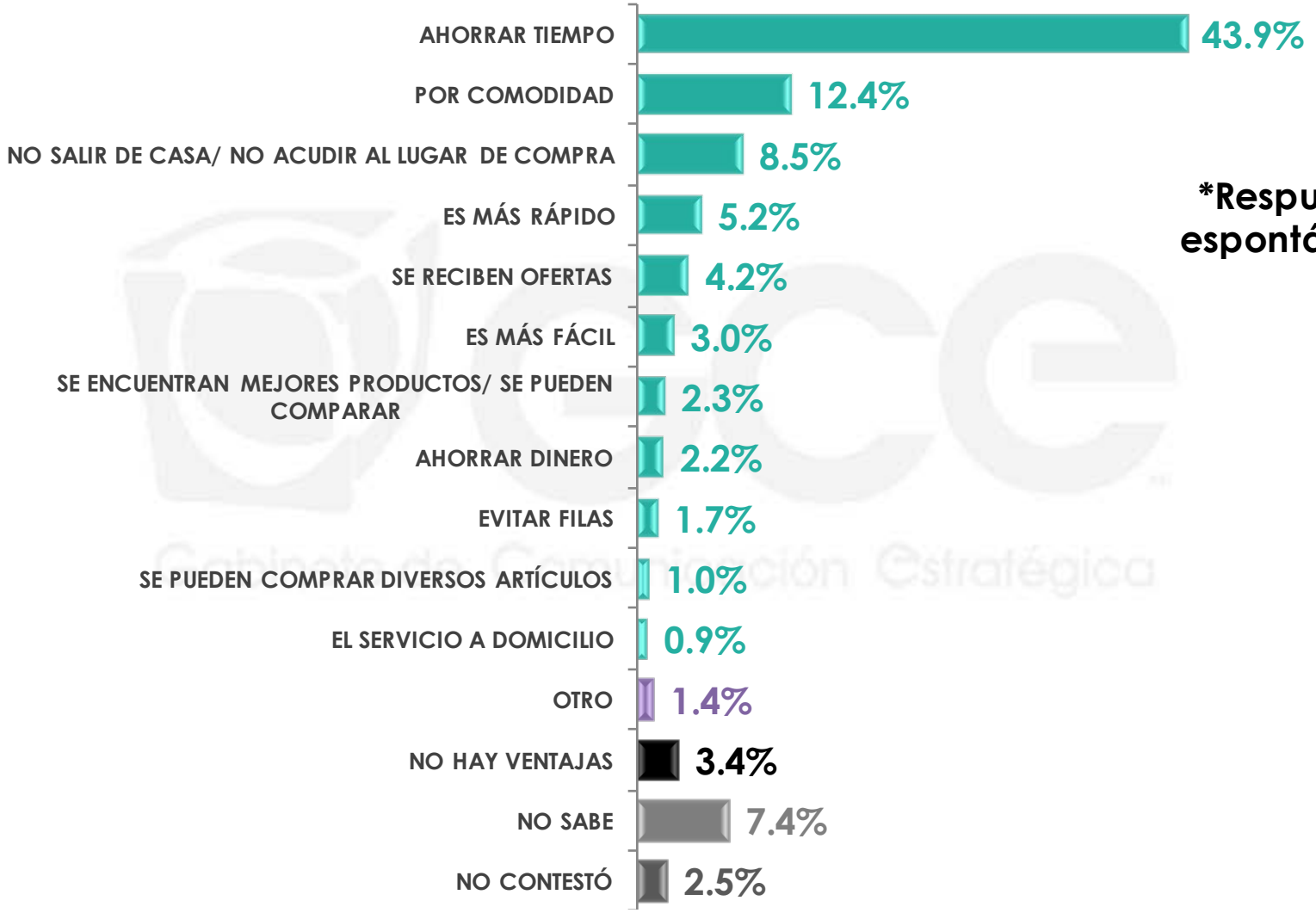
		MUY/ALGO COMÚN	POCO/NADA COMÚN	NO SABE	NO CONTESTÓ
Sexo	MASCULINO	39.8%	57.6%	1.1%	1.5%
	FEMENINO	37.7%	58.7%	2.1%	1.5%

Gabinete de Comunicación Estratégica

4

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE COMPRAR POR INTERNET

Por lo que sabe o ha escuchado, ¿cuál diría que es la principal ventaja de realizar compras a través de Internet?



***Respuestas espontáneas**

n= 600

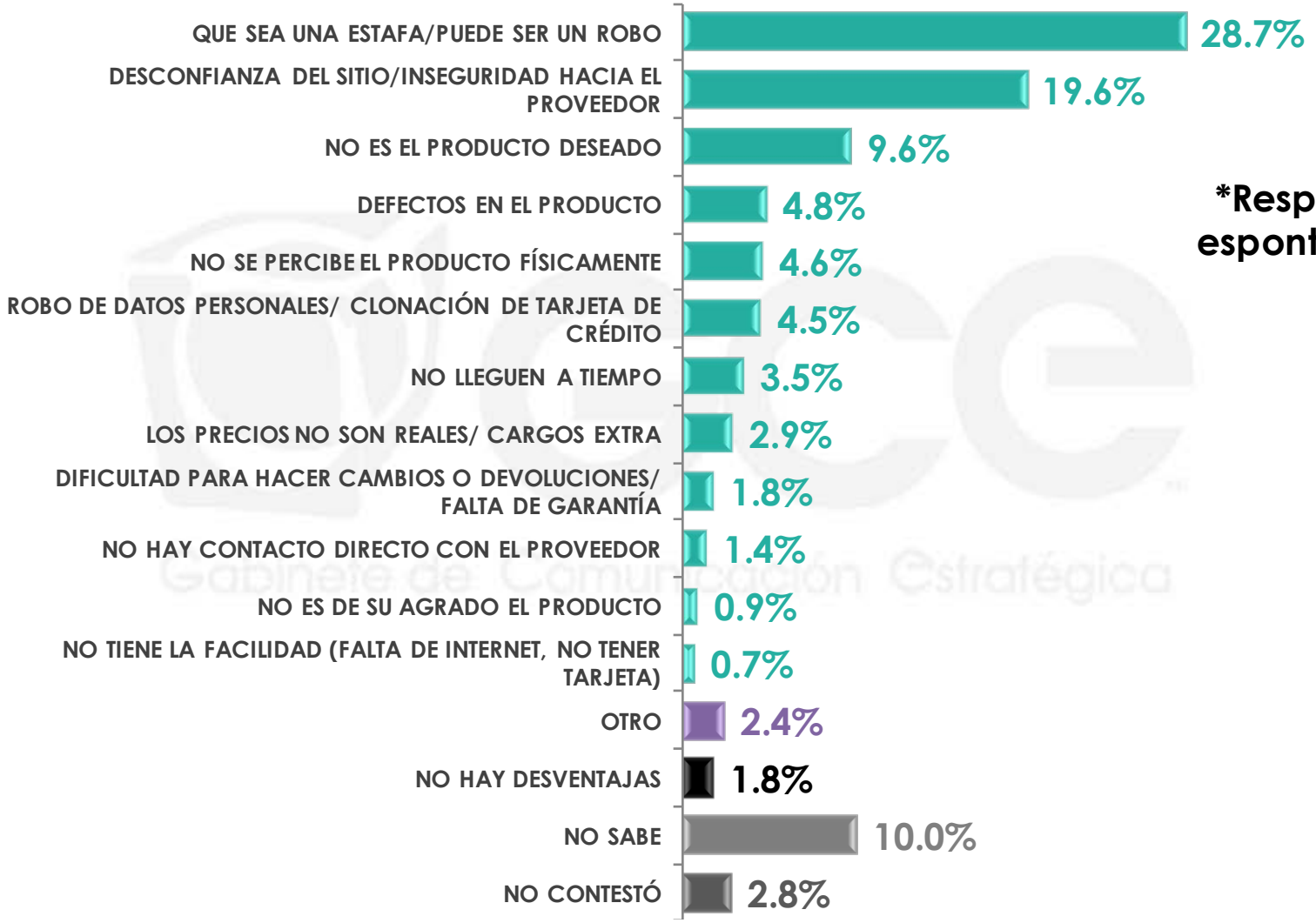
Por lo que sabe o ha escuchado, ¿cuál diría que es la principal ventaja de realizar compras a través de Internet?

***Respuestas espontáneas**

Sexo	AHORRAR TIEMPO	POR COMODIDAD	NO SALIR DE CASA/ NO ACUDIR AL LUGAR DE COMPRA	ES MÁS RÁPIDO	SE RECIBEN OFERTAS	ES MÁS FÁCIL	SE ENCUENTRAN MEJORES PRODUCTOS/ SE PUEDEN COMPARAR
MASCULINO	45.6%	11.9%	9.5%	6.5%	5.9%	3.3%	2.4%
FEMENINO	42.4%	12.8%	7.5%	4.0%	2.7%	2.8%	2.2%

Sexo	AHORRAR DINERO	EVITAR FILAS	SE PUEDEN COMPRAR DIVERSOS ARTÍCULOS	EL SERVICIO A DOMICILIO	OTRO	NO HAY VENTAJAS	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	1.3%	1.5%	0.8%	0.3%	1.1%	2.4%	4.9%	2.6%
FEMENINO	2.9%	1.8%	1.2%	1.5%	1.6%	4.3%	9.7%	2.6%

Y, ¿cuál cree que es la principal desventaja de realizar compras a través de Internet?



***Respuestas espontáneas**

n= 600

Y, ¿cuál cree que es la principal desventaja de realizar compras a través de Internet?

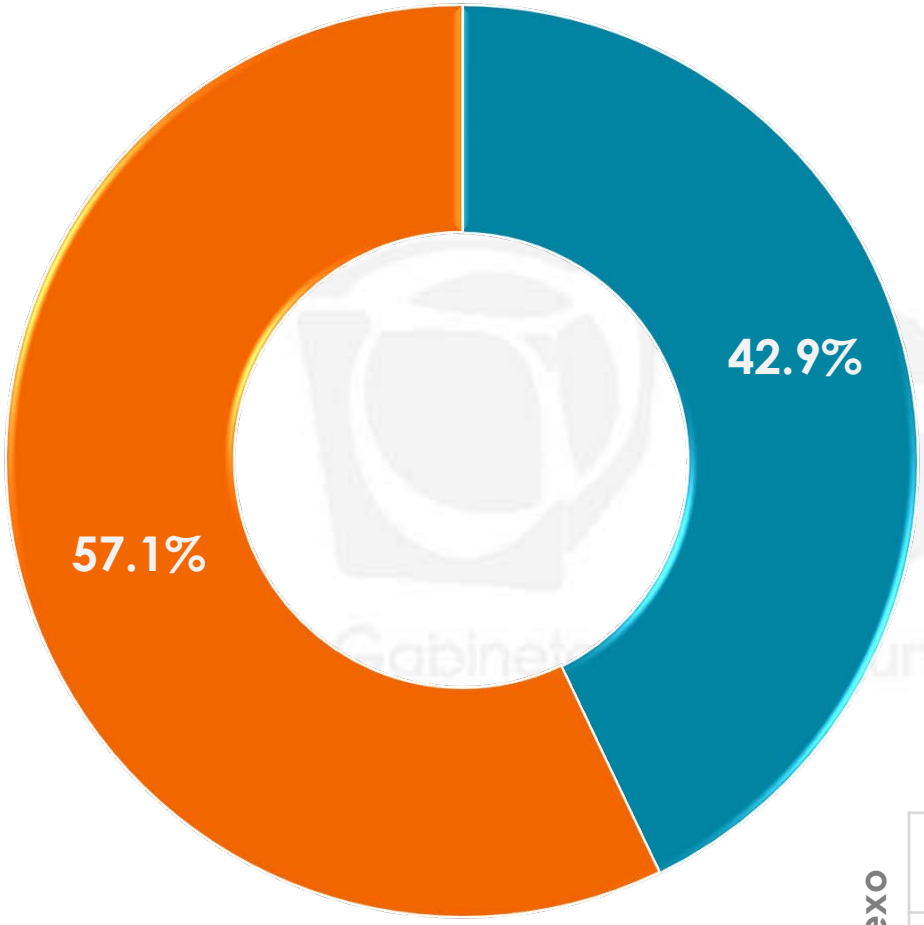
***Respuestas espontáneas**

Sexo	QUE SEA UNA ESTAFA/ PUEDE SER UN ROBO	DESCONFIANZA DEL SITIO/ INSEGURIDAD HACIA EL PROVEEDOR	NO ES EL PRODUCTO DESEADO	DEFECTOS EN EL PRODUCTO	NO SE PERCIBE EL PRODUCTO FÍSICAMENTE	ROBO DE DATOS PERSONALES/ CLONACIÓN DE TARJETA DE CRÉDITO	NO LLEGUEN A TIEMPO	LOS PRECIOS NO SON REALES/ CARGOS EXTRA
MASCULINO	30.5%	19.9%	7.0%	3.6%	7.0%	7.1%	4.1%	1.9%
FEMENINO	27.1%	19.3%	12.0%	5.9%	2.5%	2.1%	2.9%	3.8%

Sexo	DIFICULTAD PARA HACER CAMBIOS O DEVOLUCIONES/ FALTA DE GARANTÍA	NO HAY CONTACTO DIRECTO CON EL PROVEEDOR	NO ES DE SU AGRADO EL PRODUCTO	NO TIENE LA FACILIDAD (FALTA DE INTERNET, NO TENER TARJETA)	OTRO	NO HAY DESVENTAJAS	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	1.8%	1.0%	0.3%	1.1%	1.9%	1.4%	8.7%	2.7%
FEMENINO	1.8%	1.7%	1.4%	0.3%	2.8%	2.1%	11.2%	3.1%

5 NIVEL DE SATISFACCIÓN

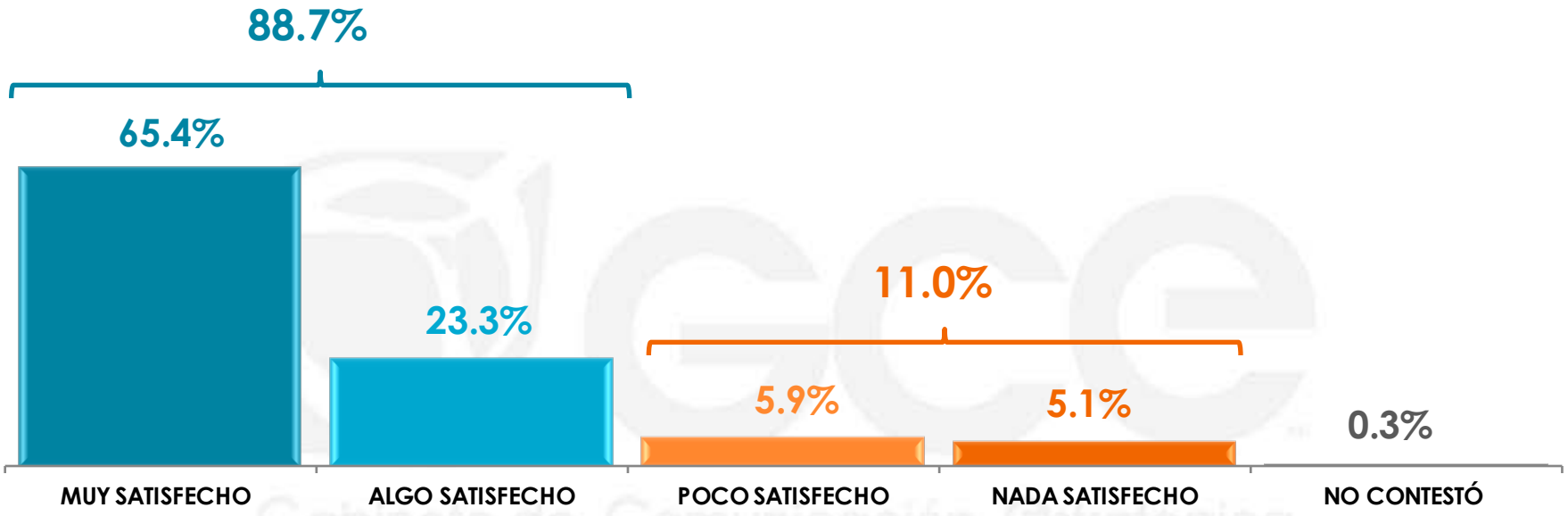
¿Usted ha realizado alguna compra a través de Internet?



		SÍ	NO
Sexo	MASCULINO	50.7%	49.3%
	FEMENINO	35.8%	64.2%

n= 600

¿Qué tan satisfecho quedó con la compra que realizó: muy satisfecho, algo, poco o nada satisfecho?*

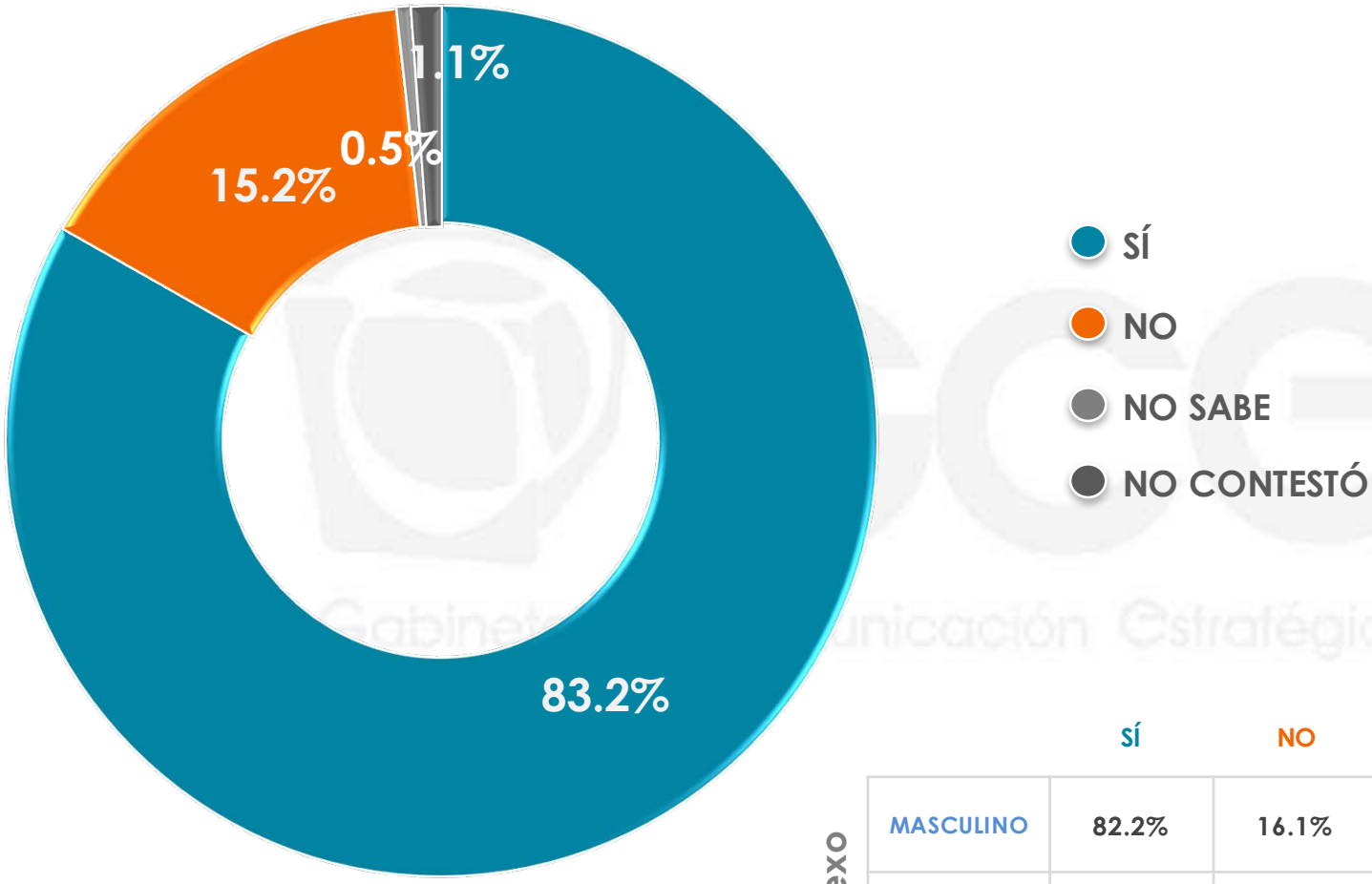


Sexo	MUY SATISFECHO	ALGO SATISFECHO	POCO SATISFECHO	NADA SATISFECHO	NO CONTESTÓ
MASCULINO	63.7%	25.5%	3.4%	6.8%	0.6%
FEMENINO	67.6%	20.4%	9.2%	2.8%	0.0%

*Esta pregunta sólo se realizó a quienes han realizado alguna compra por internet.

n= 217

Y dígame, en las compras que ha realizado, ¿los productos llegaron conforme a las condiciones y cantidad que solicitó?*

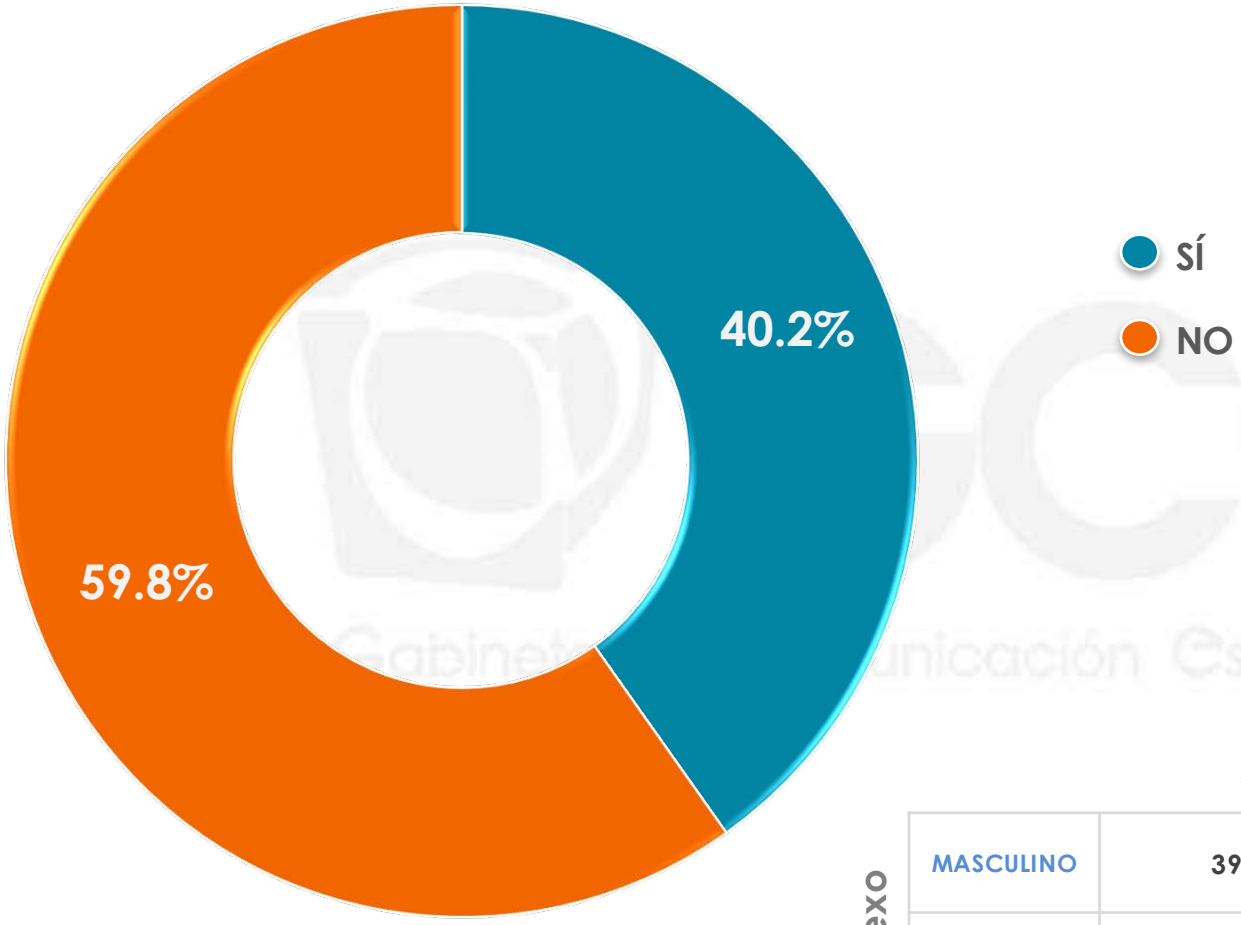


Sexo	SÍ	NO	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	82.2%	16.1%	0.5%	1.2%
FEMENINO	84.5%	14.1%	0.5%	0.9%

*Esta pregunta sólo se realizó a quienes han realizado alguna compra por internet.

n= 217

El comercio electrónico permite que se puedan adquirir productos que aún no llegan a México, ¿usted ha comprado algo de otro país?*

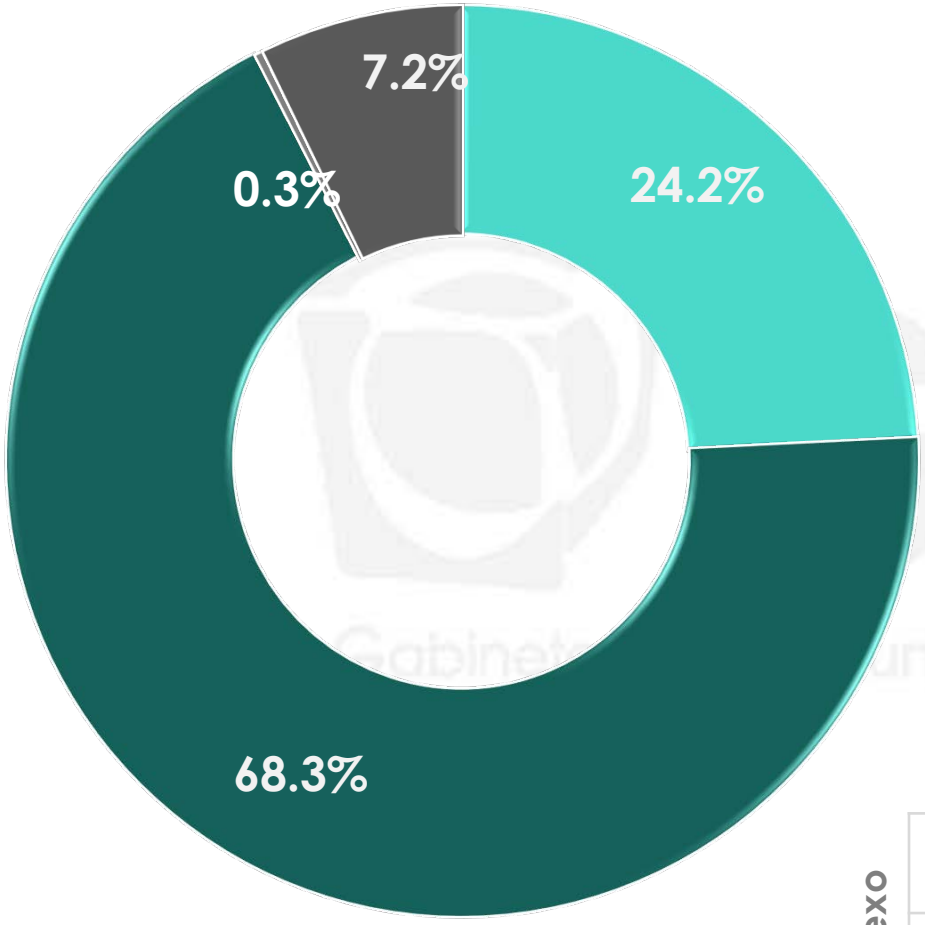


Sexo	SÍ	NO
MASCULINO	39.4%	60.6%
FEMENINO	41.3%	58.7%

*Esta pregunta sólo se realizó a quienes han realizado alguna compra por internet.

n= 217

De acuerdo con su experiencia, dígame, ¿usted prefiere comprar a través de internet o directo en las tiendas o taquillas?*



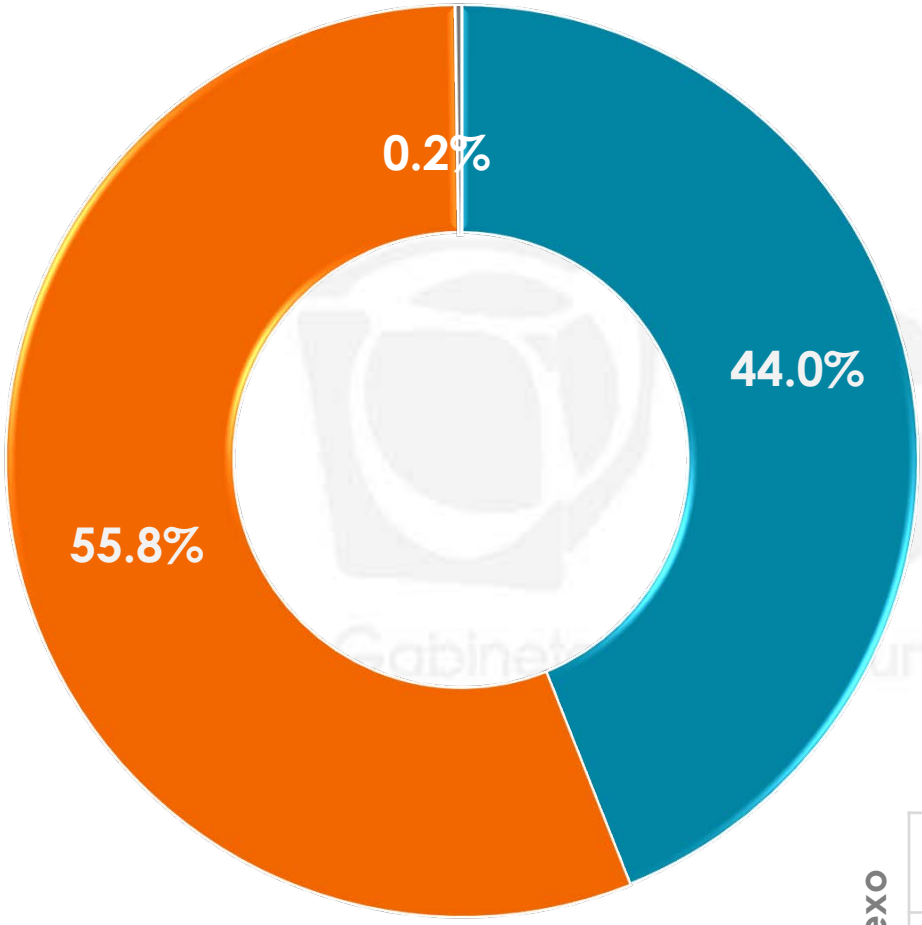
- COMPRAR POR INTERNET
- DIRECTO EN LAS TIENDAS O TAQUILLAS
- NO SABE
- NO CONTESTÓ

Sexo	COMPRAR POR INTERNET	DIRECTO EN LAS TIENDAS O TAQUILLAS	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	23.2%	67.1%	0.6%	9.1%
FEMENINO	25.5%	69.8%	0.0%	4.7%

*Esta pregunta sólo se realizó a quienes han realizado alguna compra por internet.

n= 217

¿Usted conoce alguna aplicación para realizar compras a través de Internet?

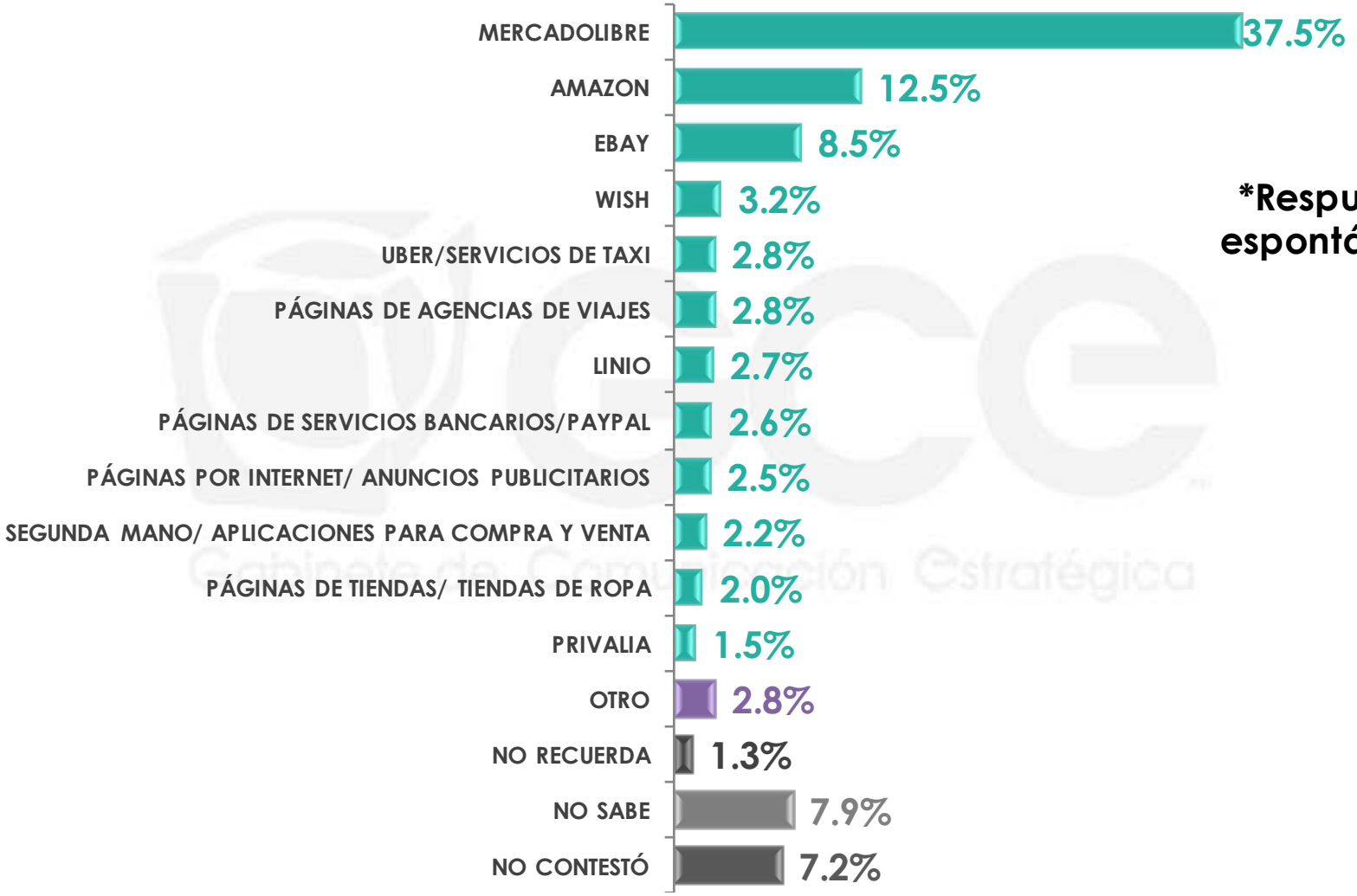


- SÍ
- NO
- NO CONTESTÓ

Sexo	SÍ	NO	NO CONTESTÓ
MASCULINO	53.0%	47.0%	0.0%
FEMENINO	35.7%	63.9%	0.4%

n= 600

¿Qué aplicación para realizar compras a través de Internet conoce?*



***Respuestas espontáneas**

*Esta pregunta sólo se realizó a quienes mencionaron que conocen alguna aplicación para realizar compras por internet.

n= 216

¿Qué aplicación para realizar compras a través de Internet conoce?*

***Respuestas espontáneas**

Sexo	MERCADOLIBRE	AMAZON	EBAY	WISH	UBER/ SERVICIOS DE TAXI	PÁGINAS DE AGENCIAS DE VIAJES	LINIO	PÁGINAS DE SERVICIOS BANCARIOS/ PAYPAL
MASCULINO	36.7%	15.0%	9.8%	3.6%	1.1%	1.0%	3.1%	3.1%
FEMENINO	38.7%	9.1%	6.6%	2.7%	5.2%	5.3%	2.0%	1.9%

Sexo	PÁGINAS POR INTERNET/ ANUNCIOS PUBLICITARIOS	SEGUNDA MANO/ APLICACIONES PARA COMPRA Y VENTA	PÁGINAS DE TIENDAS/ TIENDAS DE ROPA	PRIVALIA	OTRO	NO RECUERDA	NO SABE	NO CONTESTÓ
MASCULINO	1.6%	1.6%	1.7%	1.1%	1.8%	1.8%	9.1%	7.9%
FEMENINO	3.9%	3.1%	2.4%	2.2%	4.1%	0.6%	6.2%	6.0%

*Esta pregunta sólo se realizó a quienes mencionaron que conocen alguna aplicación para realizar compras por internet.

n= 216

Universo

- Ciudadanos mayores de 18 años que residen en la República Mexicana y cuentan con línea telefónica en su hogar.

Técnica de levantamiento

- Encuesta telefónica realizada el 10 de abril de 2017.

Tamaño de la muestra y su precisión estadística

- Se diseñó una muestra de 600 encuestas, distribuidas en los 32 entidades del país para mantener tanto proporcionalidad como dispersión óptimas. Con un nivel de confianza de 95%, el error teórico es de ±4.0% a nivel nacional.

- Los resultados reportados están basados en los estimadores de Horvitz-Thompson, calibrados y redondeados a un decimal.

Marco muestral y selección de la muestra

- Se utilizó como marco de muestreo la lista nominal actualizada del INE.
- Muestreo estratificado de alocación proporcional al tamaño.

Gabinete de Comunicación Estratégica