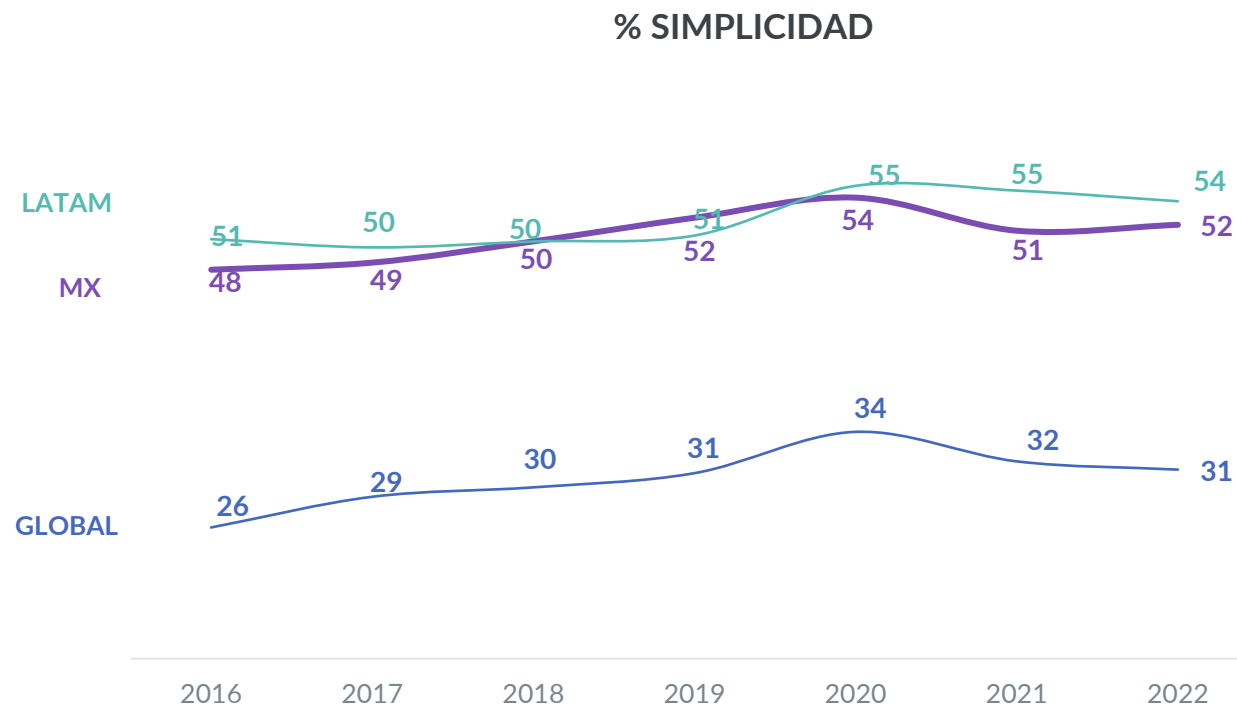


# Los dispositivos móviles en México y LATAM – evolución actitudinal y tecnológica

Los retos de la industria de IT de frente  
al consumidor hiper-digitalizado

Los latinoamericanos esperamos que los productos y/o servicios nos hagan la vida más **sencilla** porque es algo que buscamos en nuestro día a día.



C1- Valores (top box) - Se evalúan más de 54 valores



La simplicidad se encuentra entre los top 15 valores más importantes para Mx y LATAM

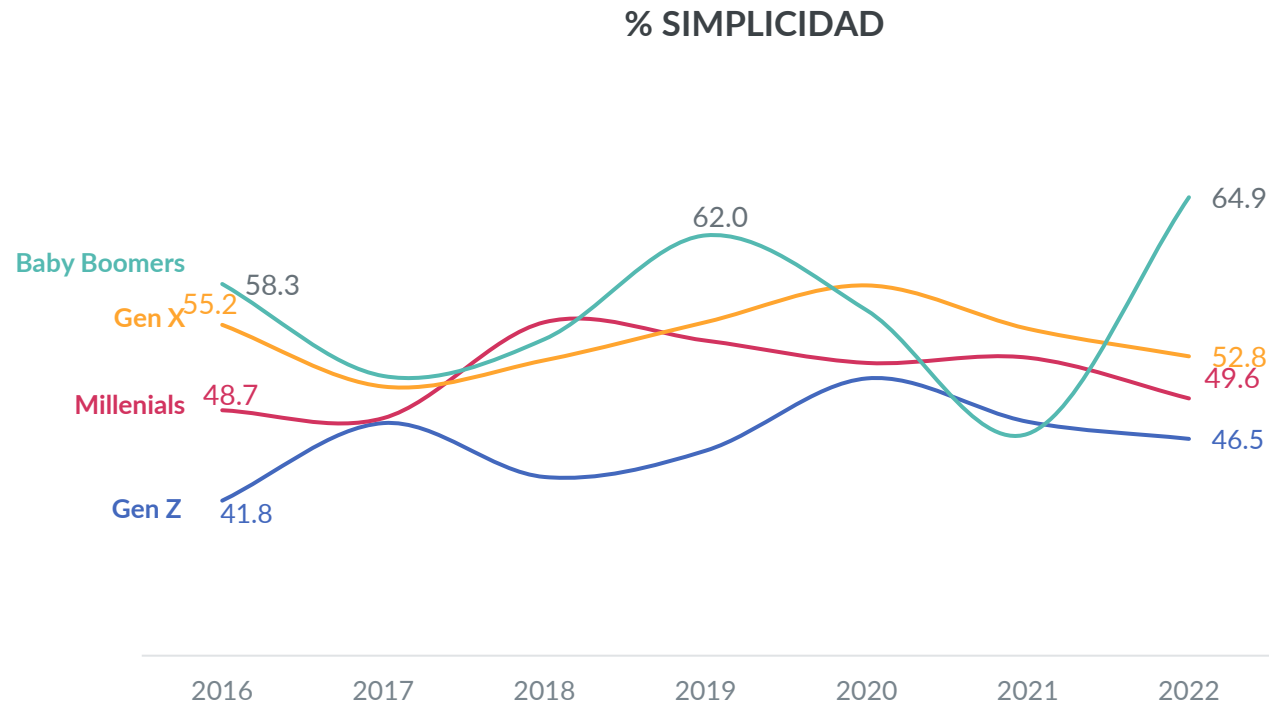
Dif de posición en ranking  
2016 vs 2022

 **MX +5**

**LATAM +8**

**GLOBAL 0**

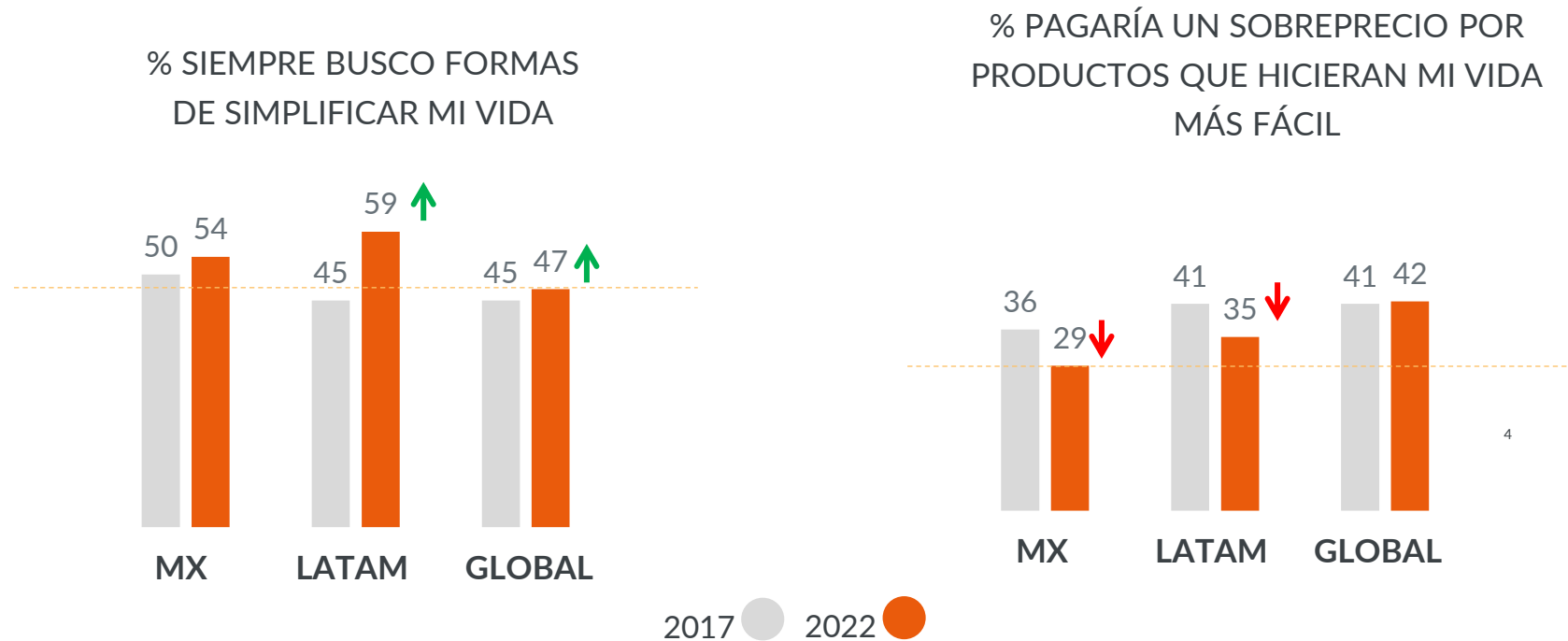
La búsqueda por la **simplicidad** no es algo **exclusivo** de las generaciones más **jóvenes**.



C1- Valores (top box) - Se evalúan más de 54 valores

2022	Ranking	Dif de posición en ranking 2016 vs 2022
MX	14	+5
Gen Z	19	+7
Millenials	12	+7
Gen X	13	+4
Baby boomers	7	+12

A nivel mundial los consumidores buscan diferentes formas de **simplificar la vida**, sin embargo el hacer la **vida más sencilla no** debe de implicar pagar un **sobreprecio**, particularmente en **México y LATAM**.



EMJ - Actitudes (t2b)

Bases 2017 - MX (1,017), LATAM (3,547) Y GLOBAL (28,935),

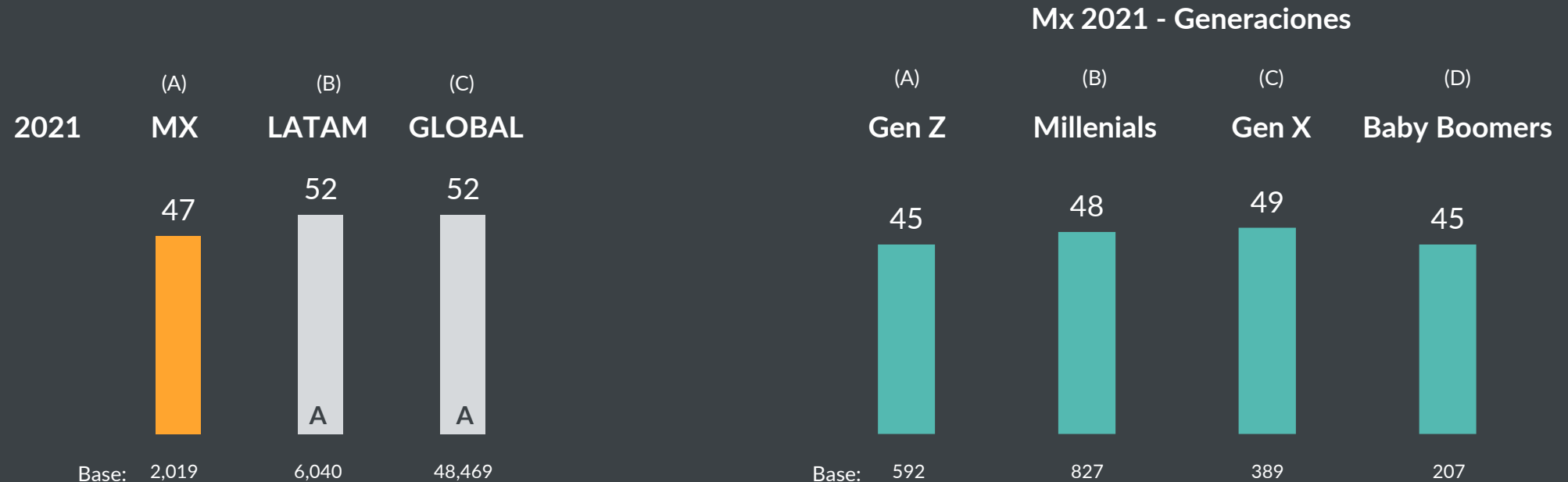
Bases 2022 - MX (1,645), LATAM (5,162) Y GLOBAL (33,144),

↑ ↓ Diferencias significativas vs años

La tecnología es un facilitador en el día a día que al conocer nuestras necesidades y preferencias nos puede hacer recomendaciones. Aunque la percepción positiva de este recurso está más presente en Global y LATAM que en México, contamos en el país con buenos niveles de respaldo que están presentes en las diferentes generaciones.

**47%**  
MÉXICO

Realmente les gusta la idea de que la tecnología pueda hacer recomendaciones basadas en sus necesidades y preferencias



# Bancos y fintech incrementan apuesta por soluciones de Inteligencia Artificial

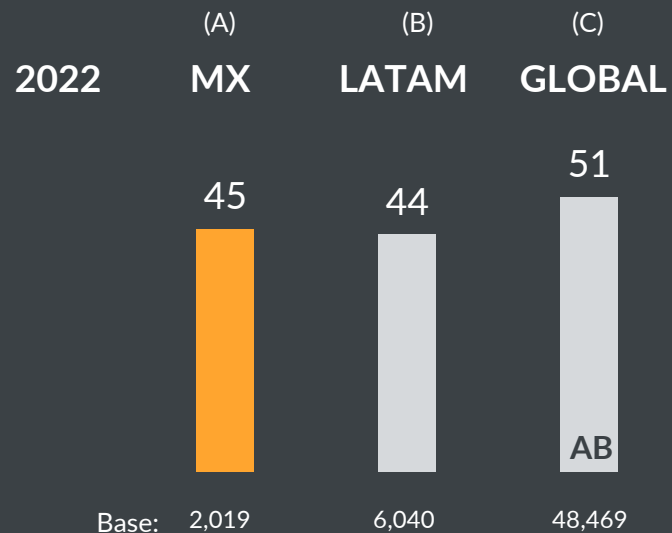
Las fintech y la banca tradicional requieren de soluciones basadas en IA para brindar experiencias similares a sus clientes.



Incluso cuando brindamos nuestros datos personales sabemos que las empresas de tecnología los mantienen seguros. LATAM y México aún no alcanzan los niveles de confianza que se generan en el resto del mundo pero se maneja una percepción bastante optimista, siendo los Millennials los que tienden a sentirse más seguros.

**45%**  
MÉXICO

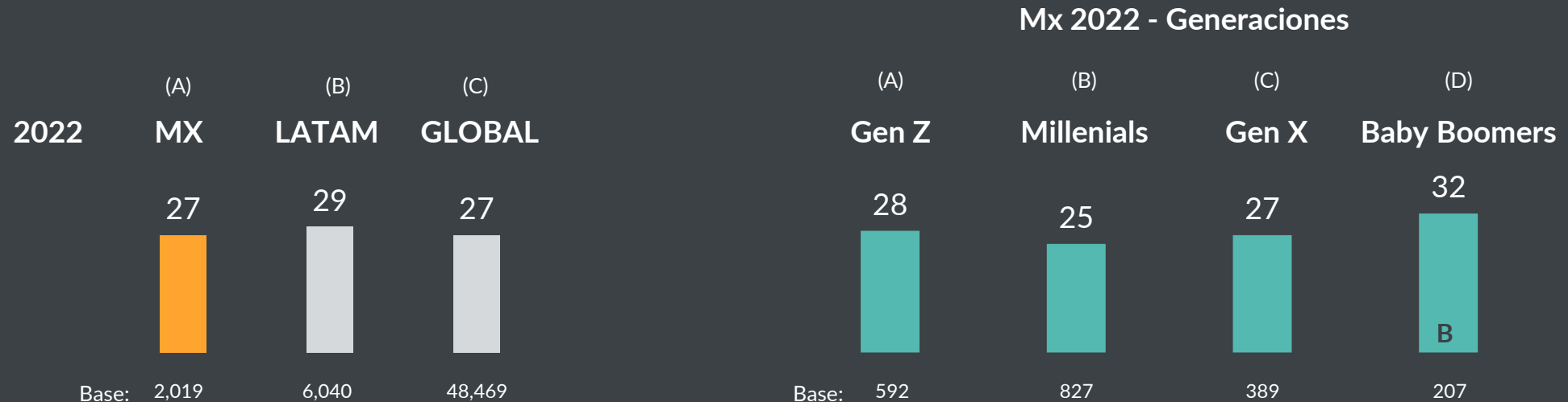
Confían en lo que dicen las empresas de tecnología sobre cómo mantienen su información personal segura



Los dispositivos inteligentes no están relacionados con amenazar la privacidad, en general la tecnología y sus diferentes desarrollos son acompañantes y facilitadores de un consumidor que busca simplicidad en su vida.

**27%**  
MÉXICO

Los dispositivos inteligentes (asistentes de voz, smartphones etc..) amenazan la privacidad.





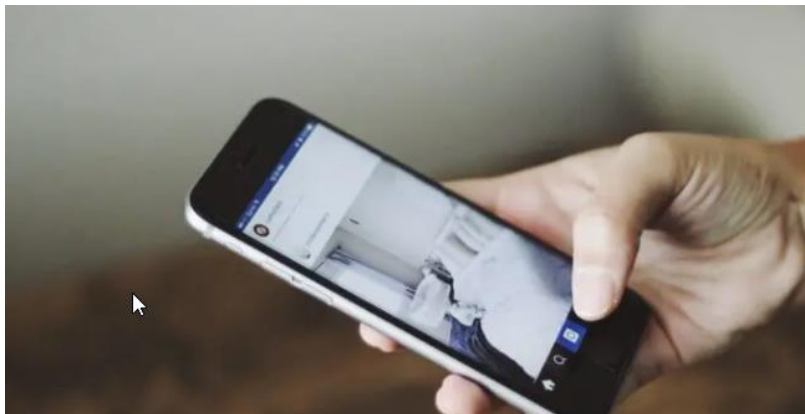


Investigador junto a un prototipo (caja blanca, a la izq.) de altavoz inteligente. EFE/Mark Stone/University of Washington

+ Un equipo de investigadores de la UW ha dotado a los altavoces inteligentes con otra habilidad: **determinar si los latidos cardíacos de una persona son regulares o irregulares, enviando sonidos inaudibles a la habitación donde se encuentra dicha persona y analizando el reflejo de esas señales acústicas.**

+ El objetivo de estos métodos, que aprovechan la Inteligencia Artificial de los asistentes virtuales y la capacidad de los altavoces de emitir señales y captar sonidos, **es detectar en una persona las anomalías cardíacas que requieran atención médica y alertar de inmediato a la familia o los servicios de emergencia.**

## Ya están aquí: Tendencias tecnológicas hoteleras para 2022



### 6. Business intelligence

Facilita al hotel obtener información detallada sobre sus huéspedes con el objetivo de identificar a otros competidores y crear diferencias con un alto valor añadido. Y es que gracias a la digitalización de las acciones que realiza el usuario, estas quedan registradas, con lo que el establecimiento puede conocer y analizar los hábitos de consumo de sus clientes para mejorar su experiencia, lo que se traduce en un aumento de la rentabilidad.

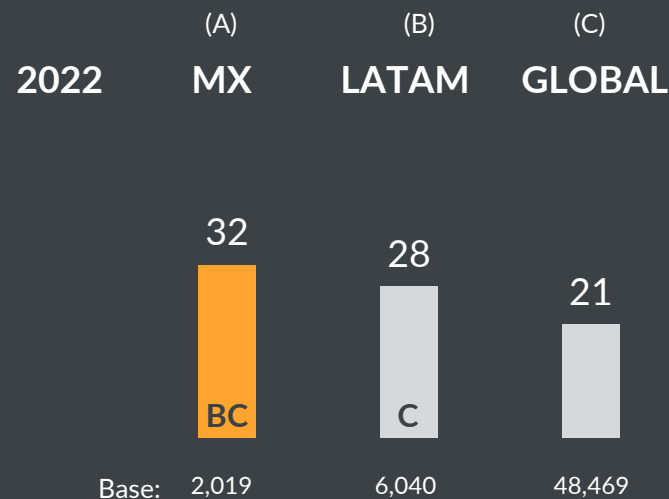
### 7. Interconectividad

Otra tendencia al alza en el sector hotelero, pues ahorra tiempo e incrementa la comodidad del huésped al tener a su alcance un único dispositivo multifunción con el que poder realizar acciones como abrir la habitación, encender las luces, controlar la televisión o la temperatura.

La adopción de tecnología a través de dispositivos móviles o fijos continúa creciendo, pero nos encontramos con barreras que se han ido develando conforme cambiamos nuestros usos y hábitos.

**32%**  
MÉXICO

Siente frustración por la velocidad del internet que hay en casa



# Ya llega el Wifi 7: cuatro veces más veloz, mucho más capaz, respuesta inmediata y más estable y eficiente

La tecnología para la nueva generación de conexiones inalámbricas está lista y comienza a implantarse el próximo año

Entre seis y ocho dispositivos están conectados de forma simultánea a la [wifi](#) en un hogar familiar convencional en estos momentos. Y el número aumenta con la progresiva digitalización de las casas. A los ordenadores, los móviles, las televisiones y las consolas se unen sistemas de vigilancia, [electrodomésticos](#), asistentes de voz, climatización, iluminación, relojes inteligentes... Todo este entramado precisa de una red inalámbrica cada vez más potente. La última generación de esta ya está en marcha: el Wifi 7. Las empresas han empezado a ofrecer procesadores para esta nueva tecnología, que comenzará a implantarse a partir del próximo año. Así es el nuevo wifi.

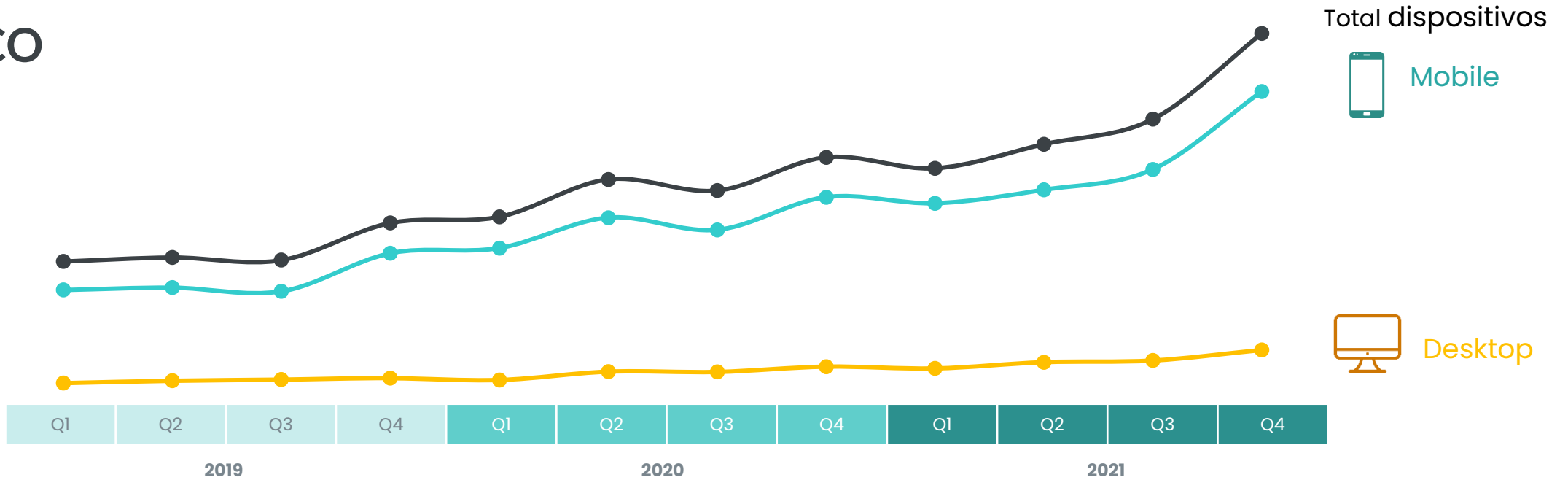


Los dispositivos móviles son un compañero en los diferentes momentos de vida del mexicano, incluso en los periodos de pandemia cuando hubo un mayor distanciamiento social y la gente no salía de sus hogares se mantuvo el crecimiento de visitas a sitios/apps relacionadas con compras. Inclusive en el último trimestre de 2021, donde se tienen menos restricciones, se potencializa el uso de estos.



### Tendencia de visitas – sitios/apps comercio

MÉXICO

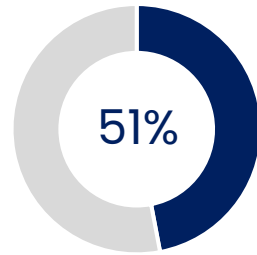


No es que los dispositivos de escritorio estén cayendo en desuso, sino que las interacciones con los consumidores son diferentes. Por ejemplo, en términos de visita a market places, las aplicaciones generan frecuencia, pero el alcance, es decir número de personas que entran a las tiendas, muchas veces se construye a través de los sitios web.

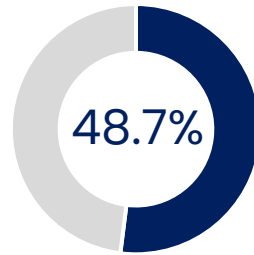
# MÉXICO



ALCANCE TOTAL



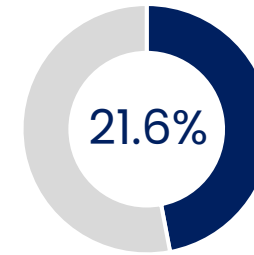
1 sem 2021



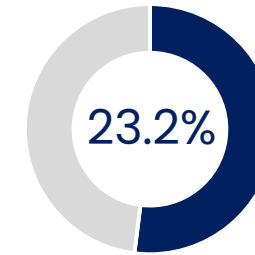
1 sem 2022

Alcance por dispositivo

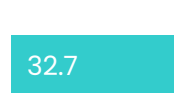
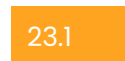
Alcance por dispositivo



1 sem 2021



1 sem 2022



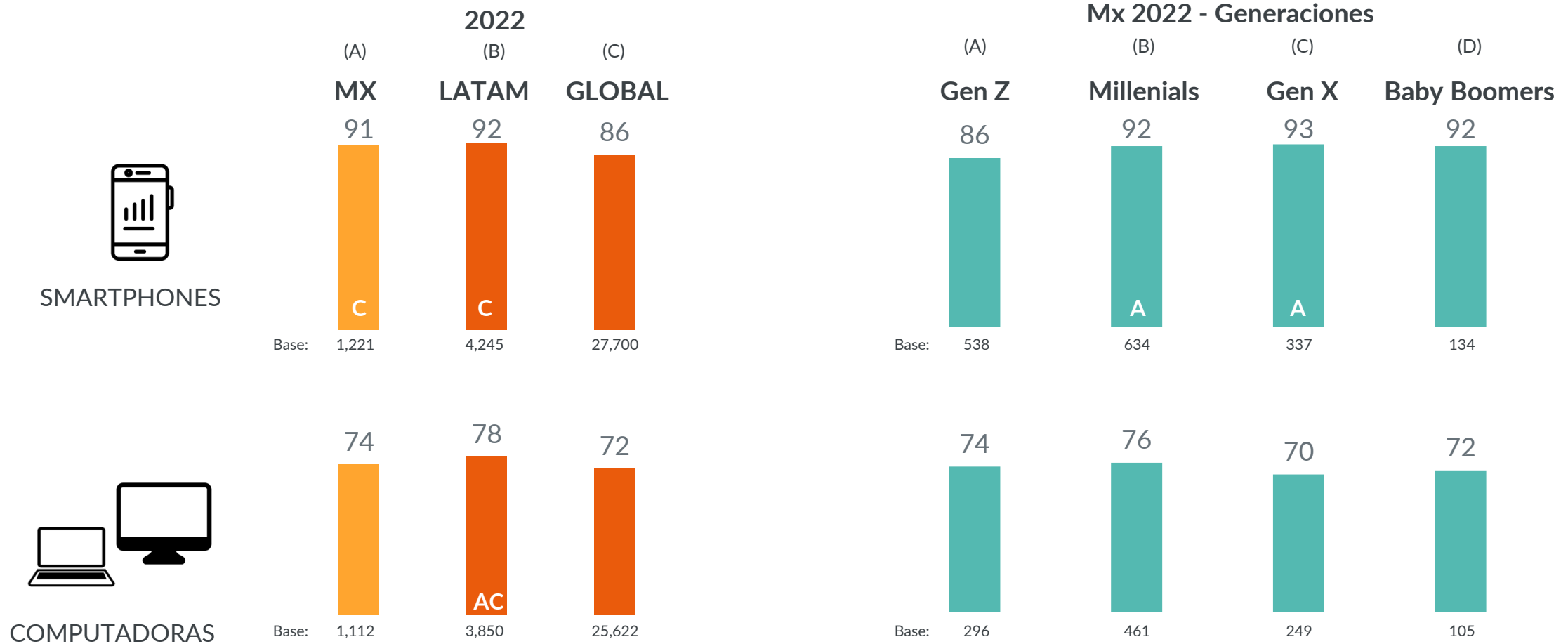
El smartphone tiene un vínculo importante con los videojuegos, sobre todo en México, siendo un puente incluso para la generación X. Por otro lado los Baby Boomers tienden a jugar en ambos dispositivos por igual.

% Juegan videojuegos en los últimos 30 días



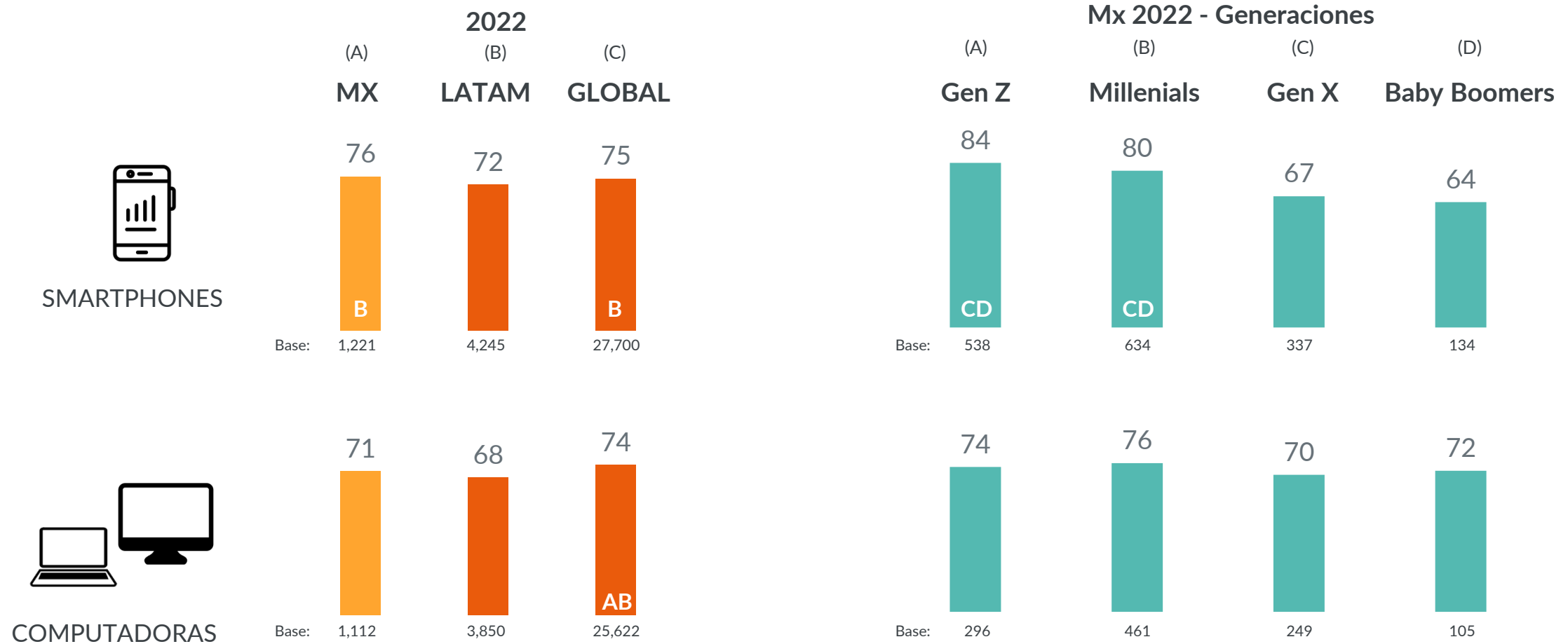
En México y LATAM existe la tendencia de ver más videos cortos a través de los smartphones, este comportamiento está siendo impulsado por los Millenials y Gen X. Por otro lado el uso de las computadoras no es menor, siendo 7 de cada 10 mexicanos quienes interactúan con esta actividad a través de estos dispositivos.

% Ver videos cortos



Los formatos de video más largos tienden a tener una convivencia similar en ambos tipos de dispositivos, sin embargo las generaciones más jóvenes conviven más con este tipo de videos a través de los smartphones. Cabe destacar que las computadoras y laptops tienen una mayor presencia en esta actividad a nivel global.

% Ver películas, programas de tv vía online





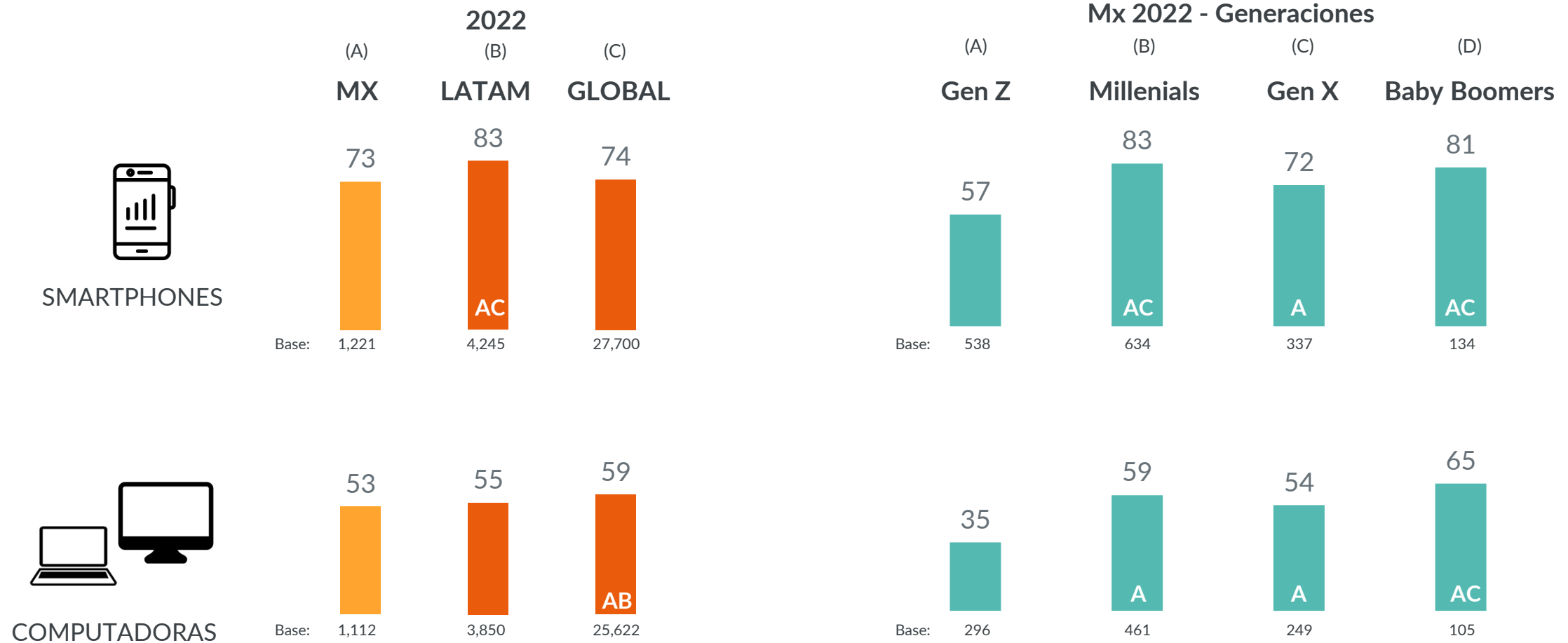
Cuando hablamos de buscar información, ambos dispositivos se utilizan de forma similar, sin embargo el smartphone está más presente en LATAM, mientras que ambos dispositivos se usan por igual en la Generación Z.

% Buscar información online como noticias, etc...



En México y en el mundo las transacciones bancarias se realizan mucho más a través de smartphones, incluso hay una mayor presencia de la Gen Z en este dispositivo, aunque no son los nativos de esta actividad. Las computadoras son más usadas en el resto del mundo que en LATAM y México.

### % Transacciones bancarias



# Dispositivos donde interactúan con los contenidos de audio digital

Es relevante que las plataformas donde se consumen los contenidos de audio sean adaptables tanto a dispositivos móviles como desktop ya que hay una diversidad entre los dispositivos con los que se interactúa. La música, los podcast y los audiolibros tienden a tener mayor presencia en el dispositivo más utilizado, smartphone; mientras que los conciertos se consumen más a través de las Smart TV.

% DISPOSITIVOS DONDE INTERACTÚAS CON LOS CONTENIDOS DE AUDIO DIGITAL

Smartphone o celular



Laptop



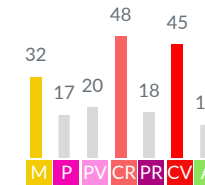
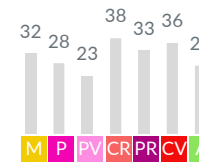
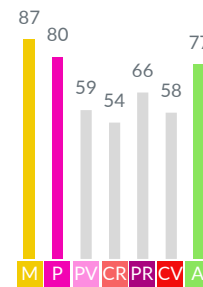
Smart TV



TOP 3 DISPOSITIVOS DONDE INTERACTÚAN

Nota: las barras de colores fuertes indican diferencias significativas al 95% SOB. Dispositivos donde se interactúa con los contenidos de audio digital

- M** Música
- P** Podcast
- PR** Programas de radio retransmitidos
- PV** Programas de radio en vivo/directo
- CR** Conciertos, eventos retransmitidos
- CV** Conciertos, eventos en vivo/directo
- A** Audiolibros



2.7

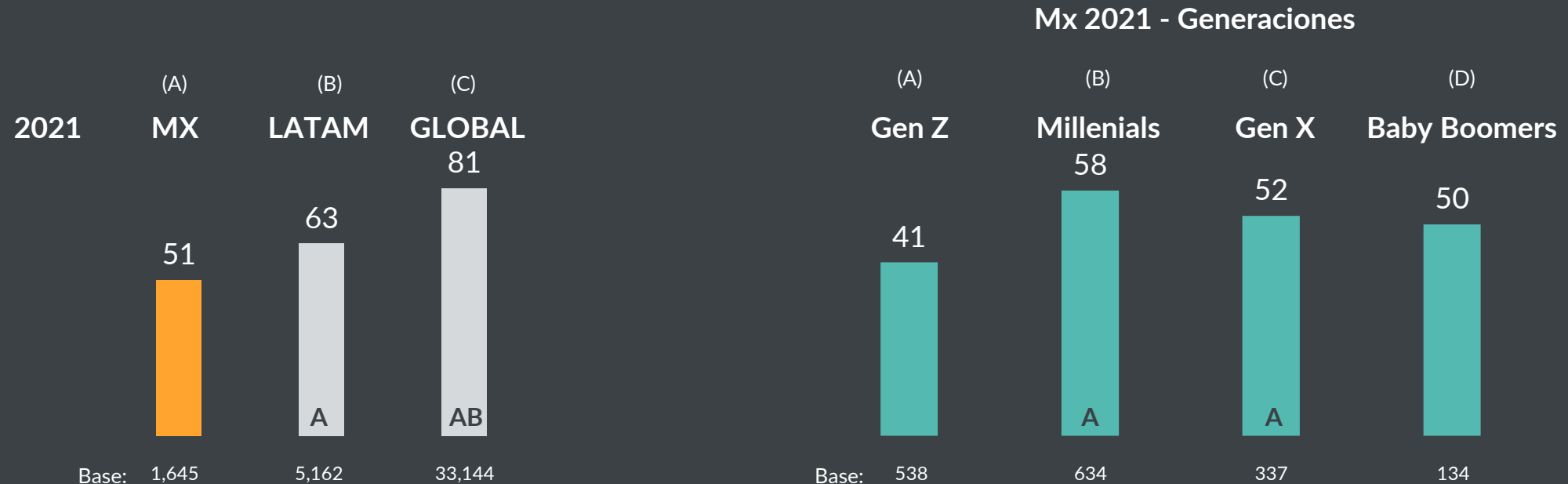
Promedio de número de dispositivos con los que interactúan

Base: 1,000

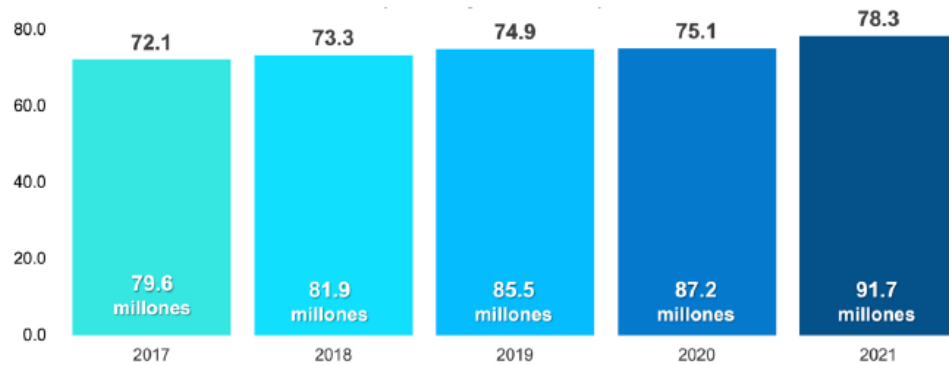
No podemos olvidar que los dispositivos móviles y fijos están también presentes en el proceso de compra del mexicano, pero aún hay oportunidad de seguir fortaleciendo este comportamiento ya que el resto del mundo tiende a recurrir más a este tipo de actividad.

# 51%

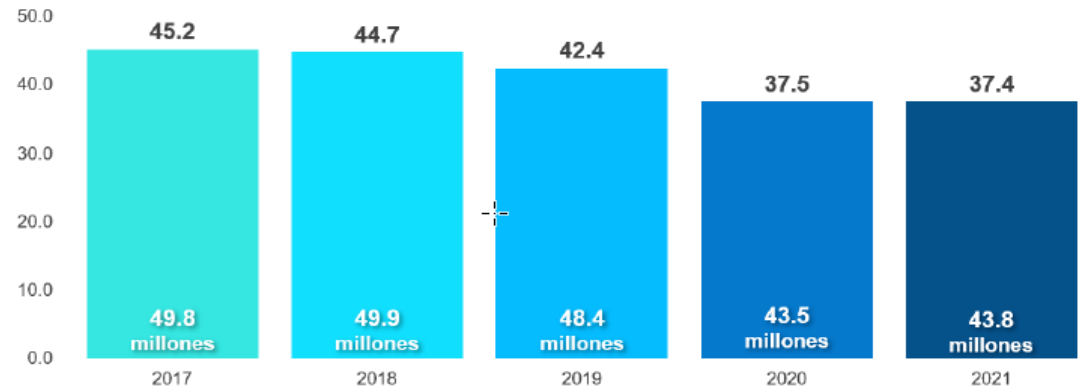
## De los internautas compró algo online en el último mes



**USUARIOS DE TELÉFONO CELULAR**  
(Porcentaje de usuarios)

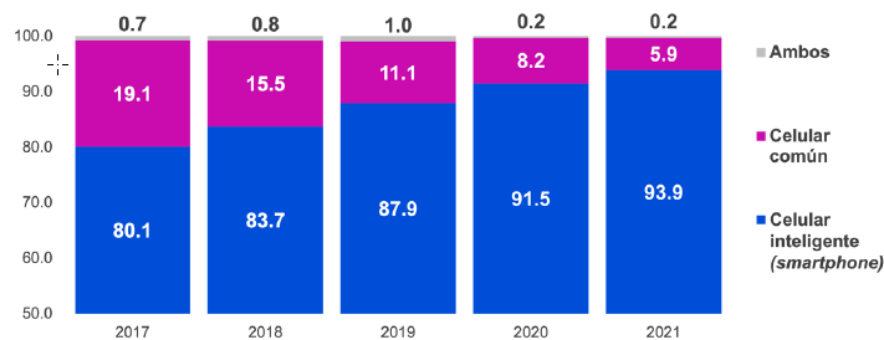


**USUARIOS DE COMPUTADORA**  
(Porcentaje de usuarios)



Nota: Se consideran usuarios de teléfono celular a las personas que lo utilizan de manera autónoma y disponen de este en cualquier momento (cuando lo deseen).

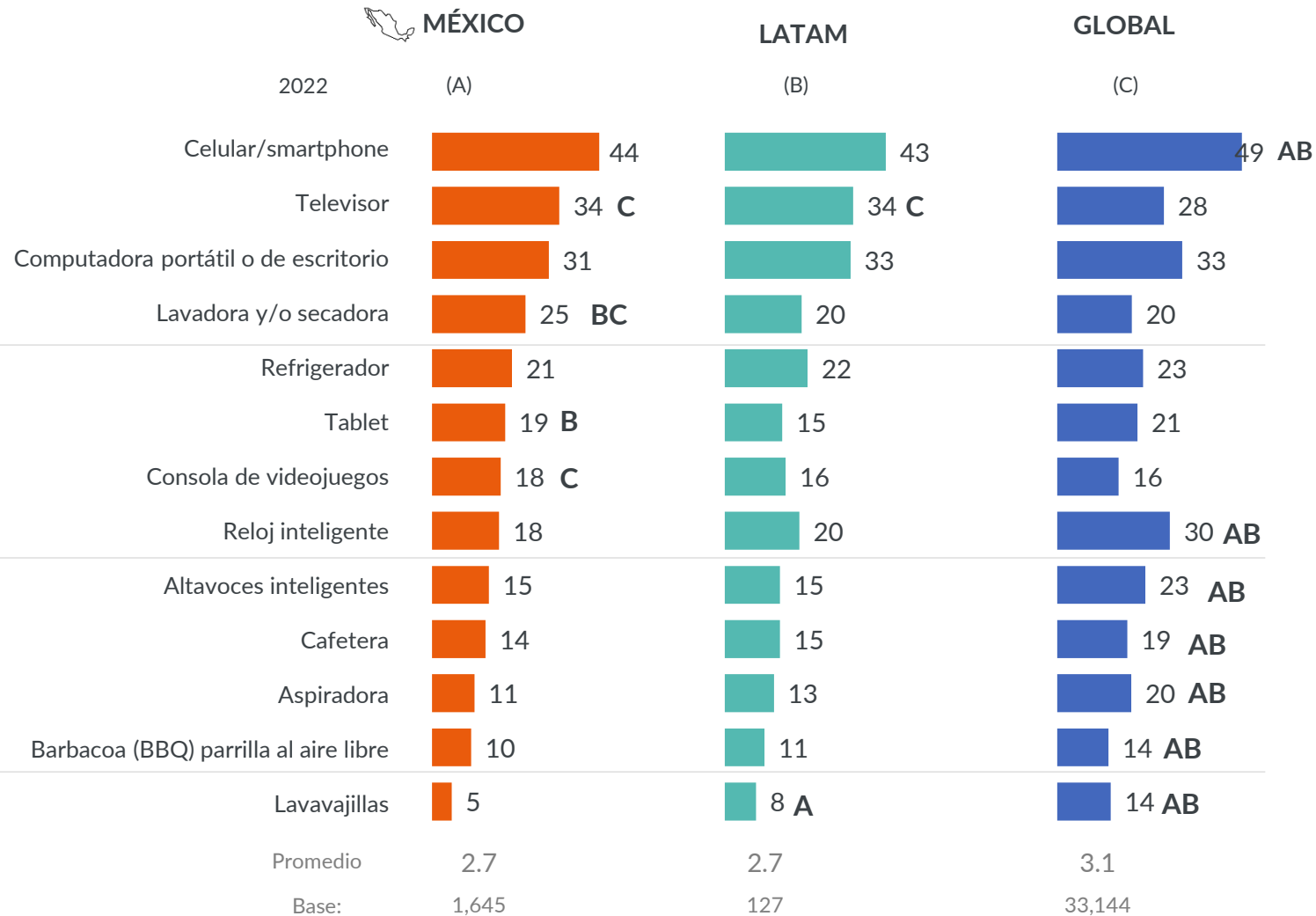
**USUARIOS DE TELÉFONO CELULAR SEGÚN EQUIPO**  
(Porcentaje de usuarios)



Nota: Se consideran usuarios de teléfono celular a las personas que lo utilizan de manera autónoma y disponen de él en cualquier momento (cuando lo deseen).

Y quizás el uso de los celulares esté siendo cada vez más recurrente por el tipo de equipo que se utiliza (smartphone), el cual puede sustituir varias tareas que se realizan en una computadora, además de la practicidad, accesibilidad (precio) y portabilidad de este tipo de dispositivos.

### % Planes de compra para los próximos 12 meses



Los smartphones son la prioridad en términos de renovar equipo, inclusive mucho más en global que México y Latam.

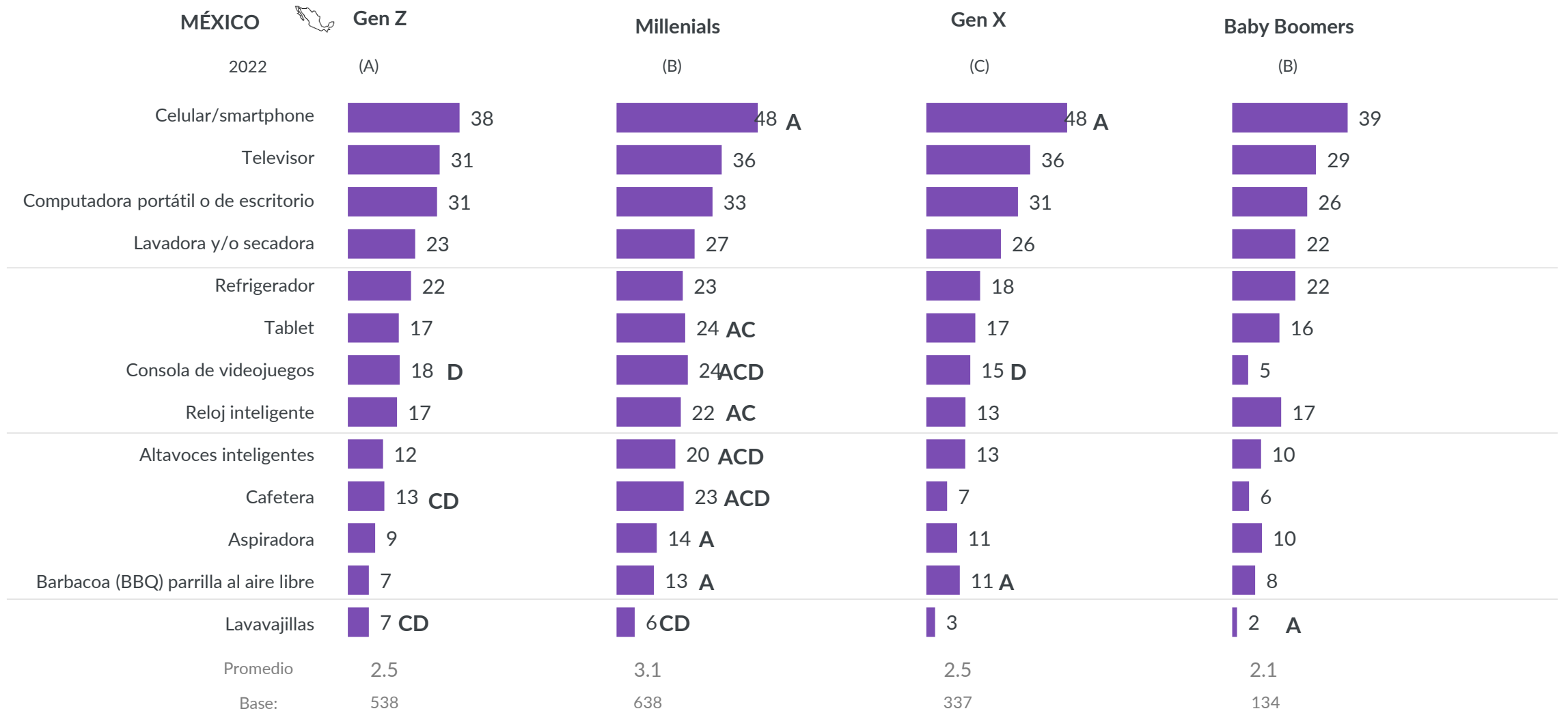
Aunque en ciertos planes de compra a nivel global las computadoras/laptops también son un artículo que cobra relevancia en los planes de compra, al igual que las televisiones, las cuales son más relevantes en LATAM y México (probablemente asociado al efecto del mundial 2022).

Por otro lado las tablets tienen una prioridad secundaria.

Los Millennials son los que tienen más planes de compra relacionados con dispositivos tecnológicos. Cabe destacar que las computadoras tienen una importancia similar en términos de renovación entre las diferentes generaciones.



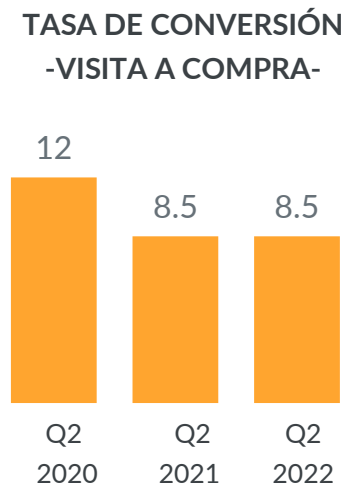
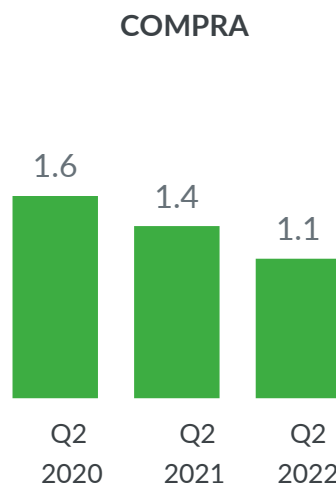
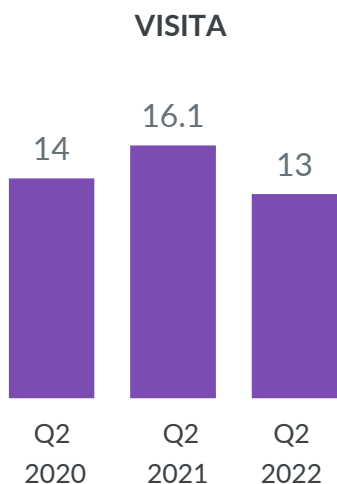
% Planes de compra para los próximos 12 meses



# MÉXICO

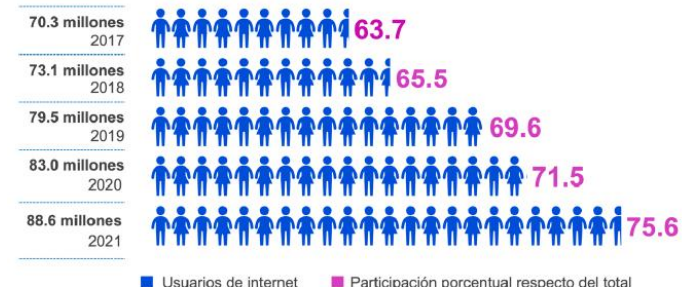


SMARTPHONES



## FUENTE EDUTIH

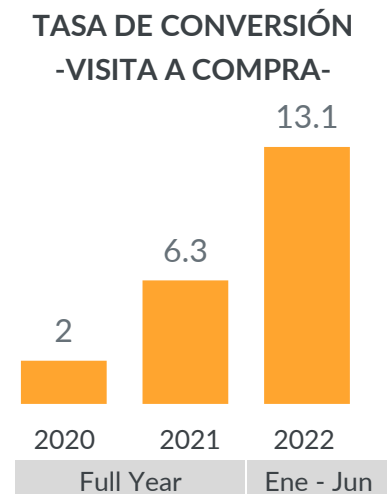
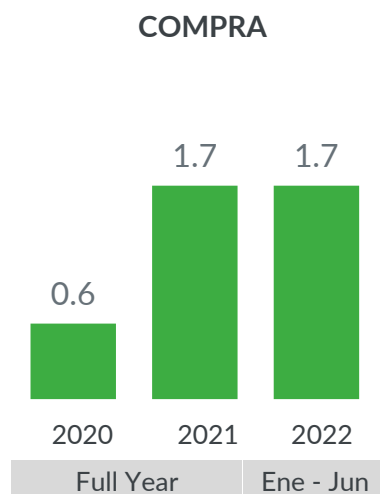
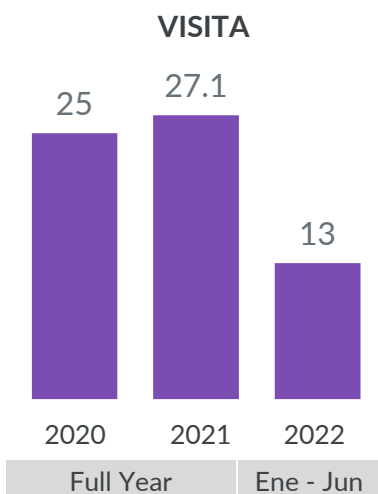
Gráfica 1  
USUARIOS DE INTERNET



Nota: Porcentajes calculados con respecto a la población total de seis años o más.

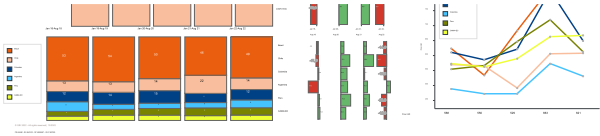


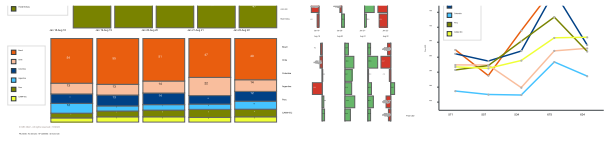
COMPUTADORAS

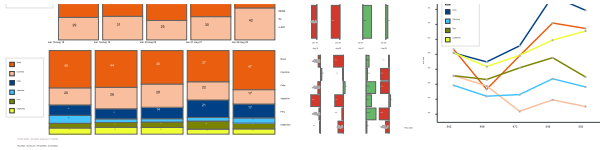


	Ene - Jun 2022	
	Desktop	Laptop
VISITA	4.3	11.2
COMPRA	0.35	1.36
CONVERSIÓN	8.1	12.1










- Aunque muchas de las actividades se comparten entre dispositivos móviles y fijos, existen diferentes usos y preferencias para cada uno de ellos.
- El actual comportamiento de compra y uso de dispositivos no deja evidencia de que los smartphones vayan a sustituir a las computadoras.
- Los equipos de cómputo móviles incrementan en preferencia, muy probablemente porque comparten algunos atributos deseables tanto de los dispositivos fijos (tamaño de pantalla, teclado, equipos compartidos) como de los móviles (portabilidad, peso).
- Es imprescindible seguir monitoreando el comportamiento del consumidor para, de la mano con el desarrollo tecnológico, seguir desarrollando equipos que cumplan con las necesidades emergentes de los usuarios.



# Los dispositivos móviles en México y LATAM – evolución actitudinal y tecnológica

Los retos de la industria de IT de frente  
al consumidor hiper-digitalizado