



Asociación de
Internet MX®

Estudio de Hábitos de los Usuarios de Internet 2026



OFFERWISE
Part of the **norstat** group

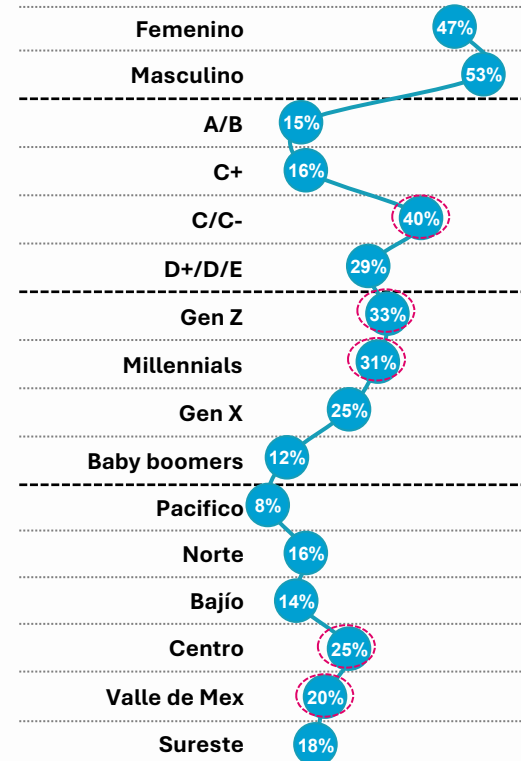
**México en 2026 vive en internet, pero...
ya no decide igual**

Metodología

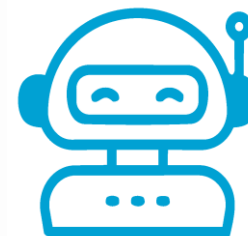
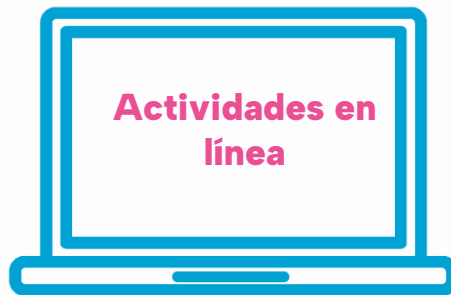


Perfil de los usuarios encuestados

La conectividad se **concentra** en **jóvenes y NSE medios**: el corazón digital del país.



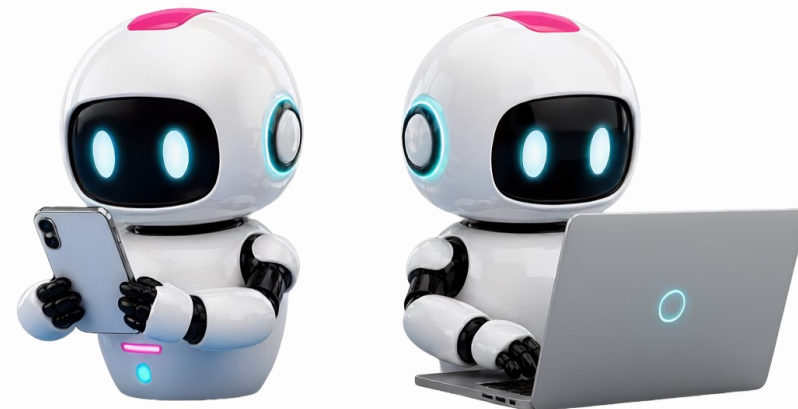
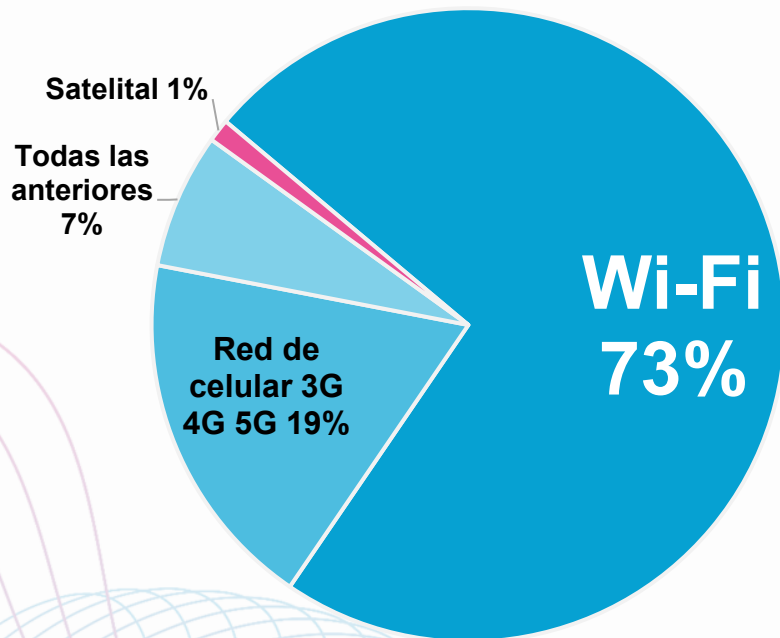
Contenido



Hábitos de conexión

Tipo de conexión de los usuarios

Gran parte de los usuarios en México, se conectan a internet **principalmente con conexión WiFi**. El hogar domina, pero la conexión ya es **constante**.



Base: 1,200
P1. ¿Qué tipo de conexión a internet utilizas?

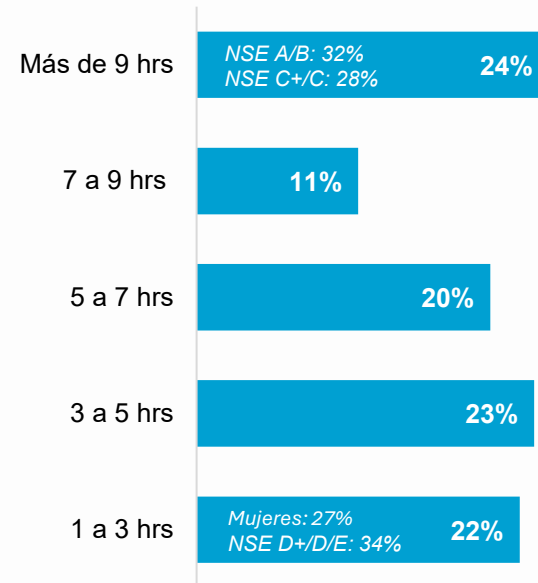
Tiempo promedio de conexión

México no se conecta: **vive más de 6 horas al día** en digital.



6 hrs.

se conectan
en promedio
al día los
usuarios



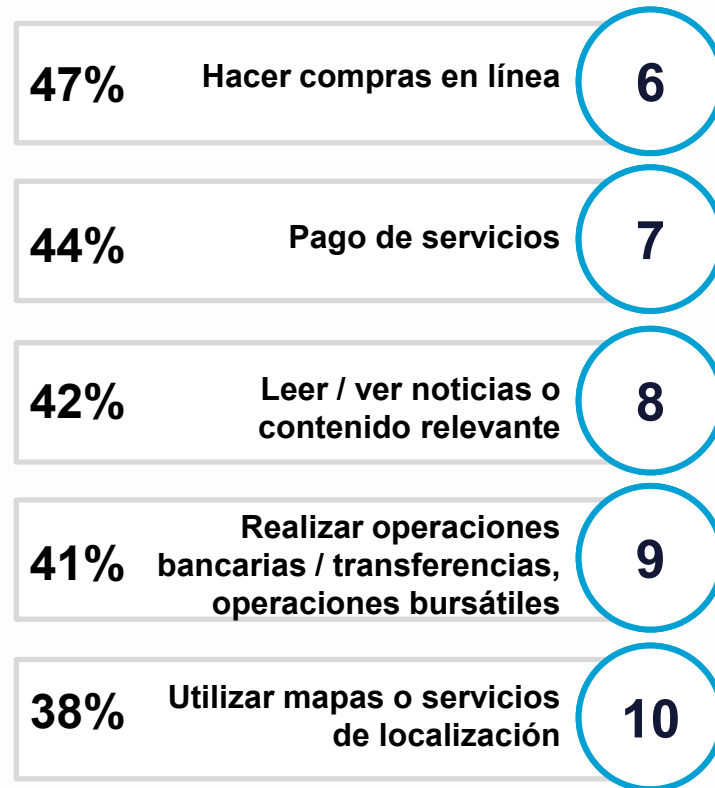
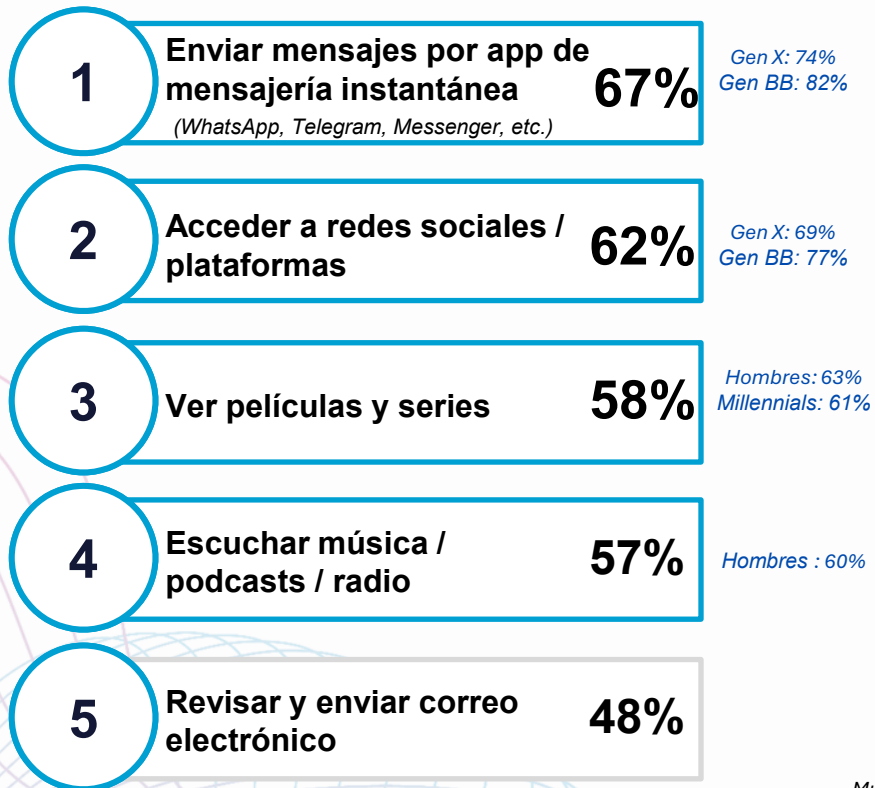
Base: 1,200

P3. ¿En promedio cuánto tiempo permaneces conectado a internet al día?

Actividades en línea

Actividades que realizan los usuarios de internet

El internet es primero **social**, después **transaccional**.



Multiplidad: 7.7

Base: 1,200

P5. ¿Qué actividades realizas en internet?

Uso de redes sociales

RRSS en las que los usuarios tienen una cuenta activa

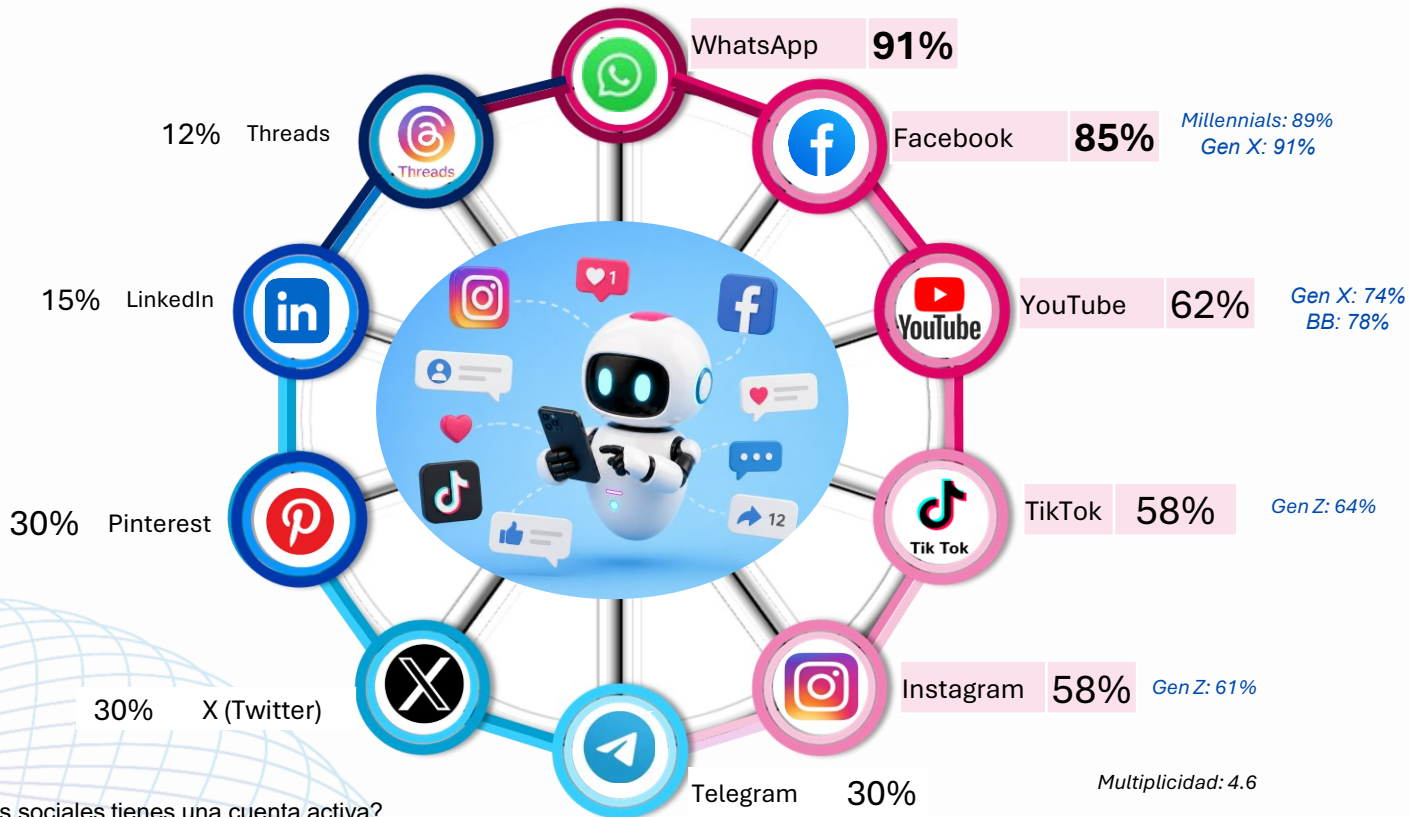


Asociación de Internet MX



OFFERWISE
Part of the horstat group

WhatsApp y Facebook dominan, pero el ecosistema es fragmentado, esto es clave entender para las marcas.



Base: 1,200

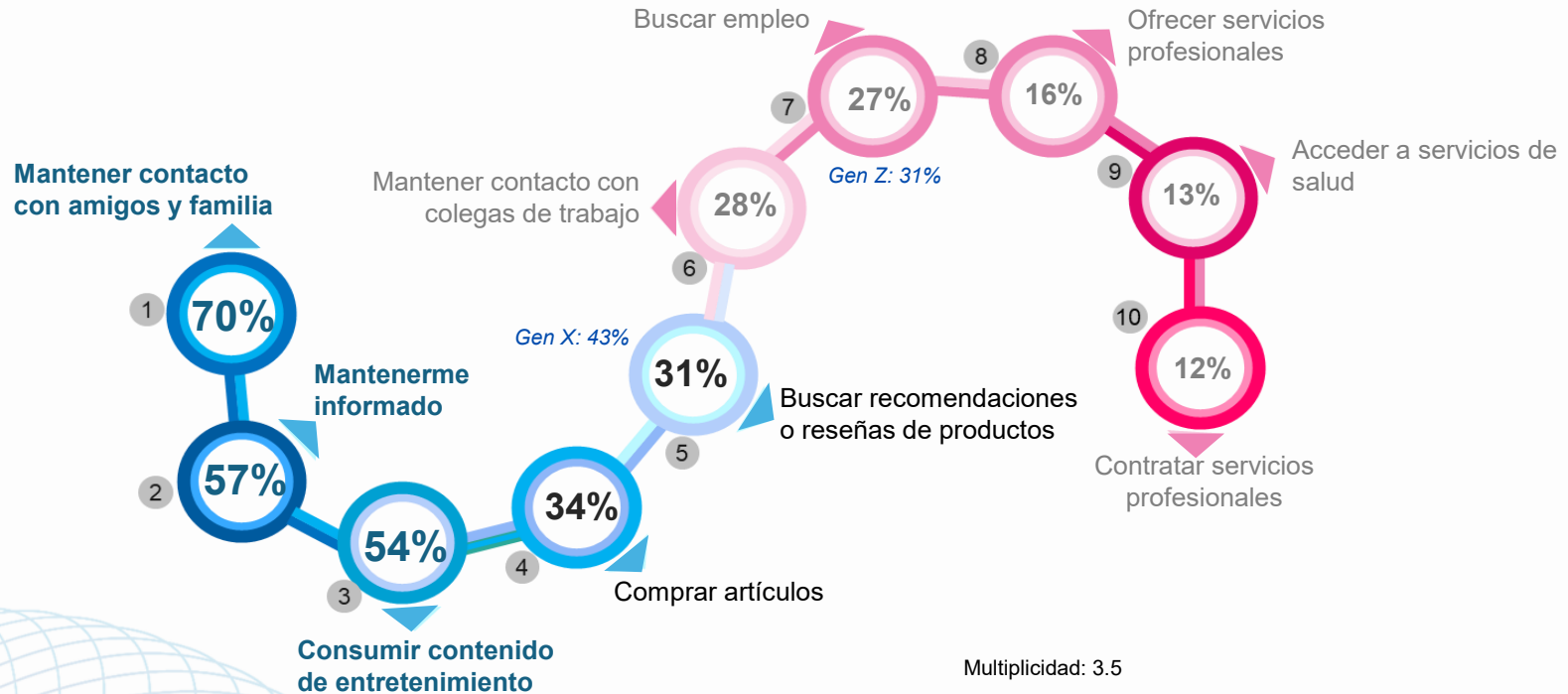
P7. ¿En qué redes sociales tienes una cuenta activa?

Multiplicidad: 4.6

Principales uso de las redes sociales



Las redes **conectan, informan y entretienen...** pero también influyen en decisiones.



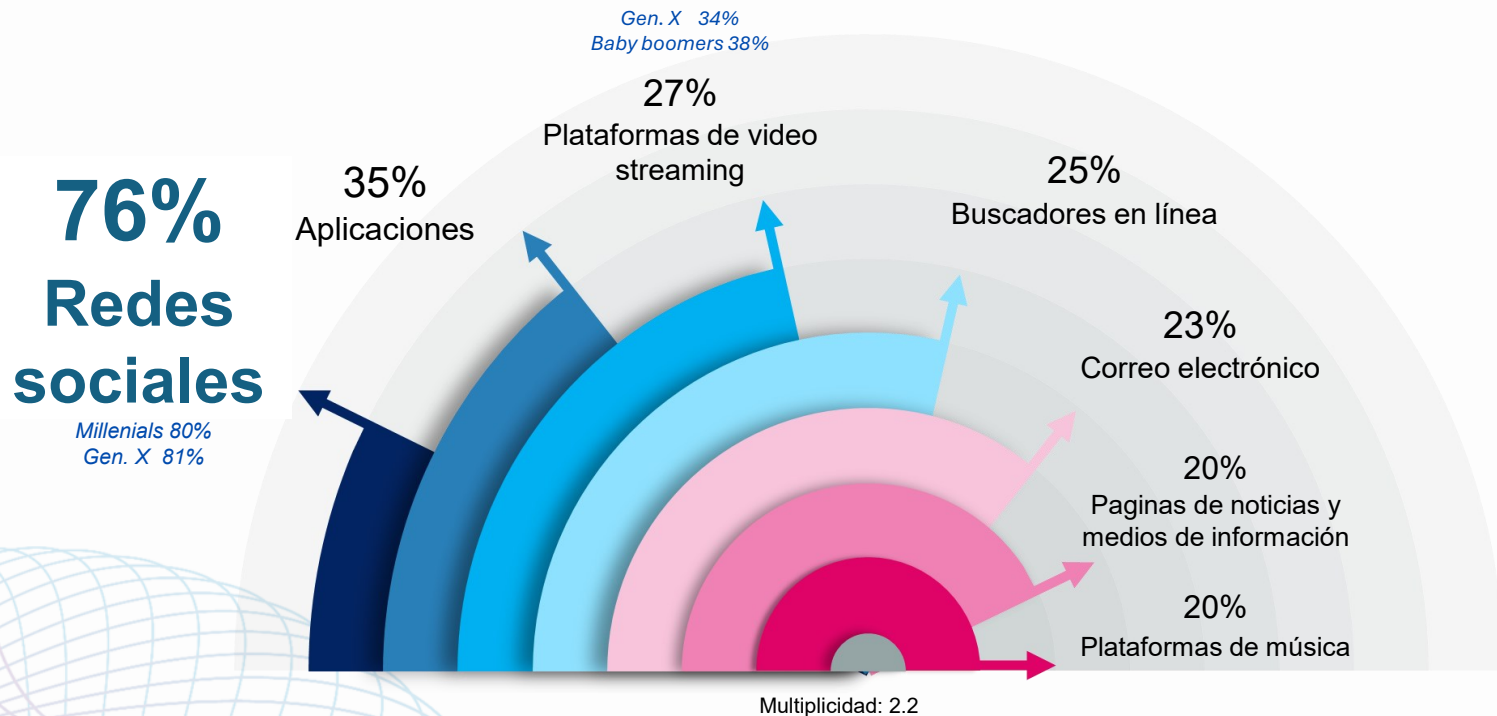
Base: 1,200

P8. ¿Para qué usas las redes sociales?

Consumo publicitario

Medios en los que reciben o ven más publicidad

Las marcas están donde están los usuarios... pero **compiten en un entorno saturado.**



Base: 1,200

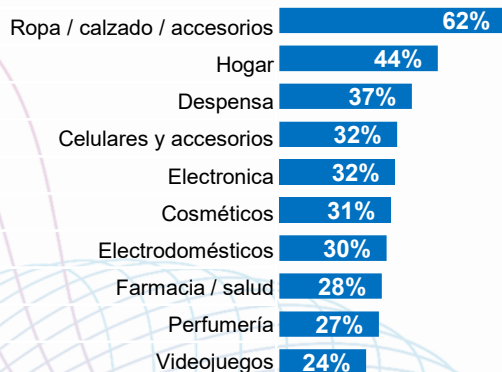
P11. ¿En qué medios recibes o ves más publicidad?

E-Commerce y barreras en la compra en línea

La compra en línea es ya una norma. La **confianza** sigue siendo el principal acelerador pendiente.



¿ Que compra.?



Multiplicidad: 4.9



Barreras a la compra en línea



Multiplicidad: 1.5

Base compradores: 957 | Base no compradores: 243

P12. ¿ Realizas compras en línea.?./ P13. ¿Cuáles son las razones por las que NO realizas compras en línea?

P14.¿Qué productos o servicios acostumbras a comprar en línea?

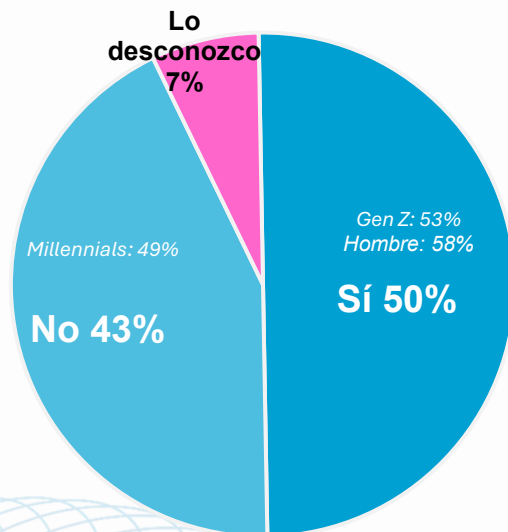
Percepción de la IA

Manejo y opinión sobre el uso de IA



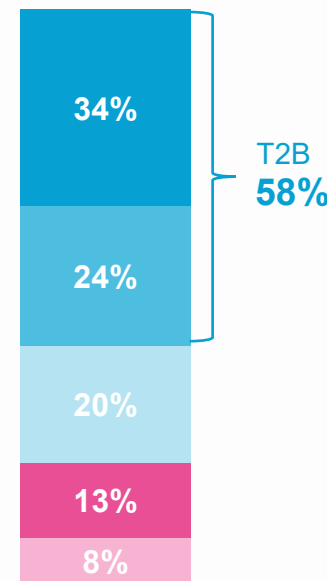
La IA ya está en manos de la mitad de los usuarios. Se percibe como **apoyo, pero no reemplazo**.

¿Utilizas alguna aplicación de IA en internet?



¿Opinión sobre uso de la IA para toma de decisiones?

- Es una herramienta que complementa la decisión humana
- Es una herramienta que mejora la toma de decisiones
- Desconozco los beneficios o perjuicios de la herramienta para la toma de decisiones
- Es una herramienta que sustituye la decisión humana
- Es una herramienta que influye negativamente en la toma de decisiones



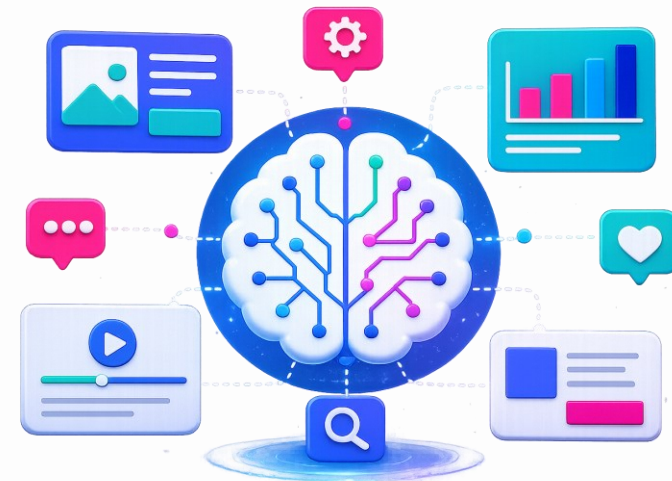
Base: 1,200

P16. ¿Utilizas alguna aplicación de inteligencia artificial en internet?

P17. ¿Qué opinas sobre el uso de inteligencia artificial a través de internet para la toma de decisiones?

Utilidad de la IA

La IA se integra más en lo creativo y educativo que en lo operativo.



Multiplicidad: 3.5

Base: 1,200

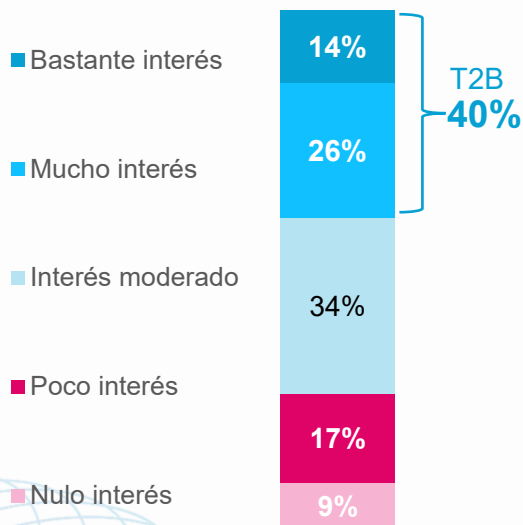
P20. ¿En qué actividades encuentras útil la inteligencia artificial?

Percepción del uso de las tecnologías en campañas políticas

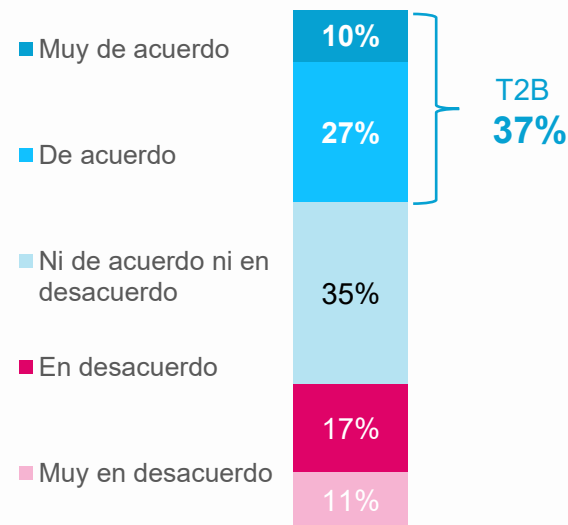
Nivel de interés en asambleas virtuales y que los partidos políticos usen tecnologías emergentes

Interesa participar, pero no necesariamente bajo los formatos actuales.

Interés por participar en asambleas virtuales



A favor de que los partidos políticos utilicen inteligencia artificial



Base: 1,200

P24. ¿Si una comunidad, organización o gobierno te invitara a una asamblea virtual sobre un tema que te afecta directamente, ¿qué tanto interés tendrías en participar?

P25. ¿Estás de acuerdo o en desacuerdo con que los partidos políticos utilicen tecnologías emergentes como asambleas virtuales e inteligencia artificial para acercarse más a la ciudadanía, facilitar participación o escuchar opiniones?

INSIGHTS PARA LLEVAR



1. México ya no se conecta... vive en internet

El entorno digital dejó de ser un canal para convertirse en el espacio principal de interacción, entretenimiento y consumo.

2. La adopción digital es masiva, pero el engagement es selectivo

Aunque casi todos participan (RRSS, e-commerce, IA), los usuarios deciden cada vez más cuándo, cómo y en qué confiar.

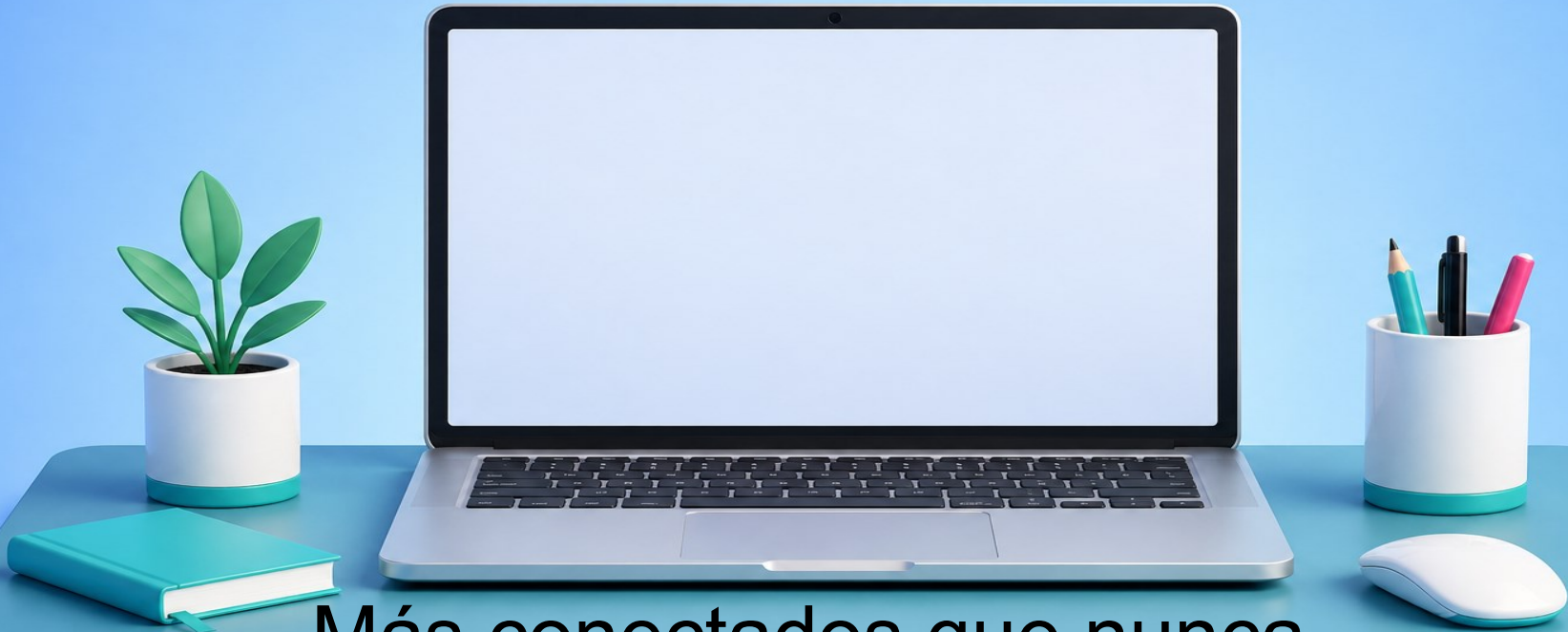
3. Las marcas están presentes, pero con oportunidad de ser más potentes

La exposición publicitaria es alta, pero su capacidad de impactar decisiones —especialmente en jóvenes— es un desafío.

4. La inteligencia artificial ya llegó... pero aún se está entendiendo

Su uso se ha extendido rápidamente, aunque persisten dudas sobre su impacto real y su rol en la toma de decisiones.

En resumen....



Más conectados que nunca...
pero más selectivos que antes.



Asociación de
Internet MX®

Gracias



OFFERWISE
Part of the **horstat** group