Asociación de Internet MX®

PRAGMATYKA

PROPUESTA DE PLAN DE TRABAJO ANUAL 2027

VICEPRESIDENCIA DE INVESTIGACIÓN

JORGE EDUARDO CERVANTES

Jorge Cervantes es egresado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación por el Tecnológico de Monterrey Campus Ciudad de México, y también cuenta con una Licenciatura en Lengua y Literaturas Hispánicas por la UNAM, además de un Diplomado en Periodismo Digital por la Universidad de Stanford.

Durante 10 años acumuló experiencia como periodista en las fuentes de tecnologías de información y comunicaciones (TICs), tecnología de consumo, gadgets, energía, organizaciones no-gubernamentales, pharma, entretenimiento, política y negocios.

Cuenta con 14 años de experiencia como Media Trainer y Consultor Independiente de Imagen Corporativa para voceros y ejecutivos (CxOs) en las industrias de tecnología, gobierno y consumo, en paralelo a sus 15 años de experiencia como Consultor de Comunicación, Relaciones Públicas, Redes Sociales y Marketing Digital.

Ha desarrollado y operado estrategias de marketing y comunicación para marcas como: AT&T, Oracle, Dell, Apple, Mercado Libre, Roku, Sharp, Sanofi, Didi, Indra, Clickonero, Minsait , SAS, Red Hat, IBM, Microsoft, Intralinks, Attipas, IAB, Suez, MCM Telecom, Yumbling, Dafiti, Brandsclub, Corteva, Citi, DHL, J. Walter Thompson, ISDI, IMAX, Pulso Inmobiliario, Konfío, Weex, CRZ, Mibo, Smartraining, UMA Health, Huawei, WIKO, Bayer, Paybook, Syncfy, ÜMA Health, Asociación de Internet MX, AMCO, Evergo, Hootsuite, Dapp, Asociación de Internet MX, Tec de Monterrery, Tramontina, entre otras.



PROPUESTA ANUAL



Visión Estratégica: Posicionar a la Vicepresidencia de Investigación como el motor de inteligencia de datos de la AIMX, proveyendo información estadística, confiable y oportuna que fundamente todas las iniciativas de las demás vicepresidencias, incremente el posicionamiento mediático, influya en las políticas públicas y ofrezca valor comercial y estratégico a toda la membresía.

Objetivos Estratégicos:

- Transversalidad: Buscar que cada estudio sea co-liderado conceptualmente por al menos una vicepresidencia de la asociación.
- Monetización y Sostenibilidad: Diseñar un modelo de patrocinios rentable para cada estudio que contribuya a la viabilidad financiera y genere ingresos para la AIMX.
- Impacto Mediático y Referencia: Mantener y elevar el estándar de los estudios de la AIMX para que sigan siendo la principal fuente de consulta sobre el ecosistema digital en México para medios, gobierno e inversionistas.

Asociación de Internet MX®

PROPUESTA ANUAL

Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México
- **VP Aliada:** Vicepresidencia de Infraestructura / VP de Políticas Públicas.
- **Enfoque:** Evolución de la conectividad, adopción de nuevos dispositivos, brecha digital, tiempo de conexión y calidad del servicio.

Estudio de Comercio Electrónico y Retail Digital
- **VP Aliada:** Vicepresidencia de Comercio Electrónico.
- **Enfoque:** Frecuencia de compra, ticket promedio, métodos de pago preferidos, logística, devoluciones y adopción de IA en la personalización del retail.

Estudio de Ciberseguridad y Confianza Digital
- **VP Aliada:** Vicepresidencia de Ciberseguridad.
- **Enfoque:** Incidencia de fraudes, percepción de seguridad del usuario final, inversión en ciberseguridad por parte de las PyMEs y adopción de medidas de protección de datos (cumplimiento LFPDPPP).

Estudio de Servicios Financieros Digitales y FinTech
- **VP Aliada:** Vicepresidencia de Servicios Financieros.
- **Enfoque:** Adopción de banca móvil, billeteras digitales, criptoactivos, inclusión financiera digital y Open Banking en México.

Estudio de Capital Humano y Habilidades Digitales
- **VP Aliada:** Vicepresidencia de Educación y Cultura / VP de Capital Humano.
- **Enfoque:** Brecha de talento tecnológico, demanda de perfiles (IA, desarrollo, ciencia de datos), modelos de trabajo (remoto/híbrido) y salarios promedio en la industria tech mexicana.



Asociación de Internet MX®

PROPUESTA ANUAL



Modelo Operativo y Metodología por Estudio

Cada investigación seguirá un ciclo de vida estandarizado de 15 semanas para asegurar calidad y rigor analítico:

- **Definición (Semanas 1-2):** Mesa de trabajo entre la VP de Investigación y la VP aliada para definir el cuestionario, los objetivos y el perfil de la muestra.
- **Levantamiento Comercial (Semanas 1-5):** Búsqueda de patrocinadores en conjunto con el equipo de ventas o dirección general de la AIMX.
- **Trabajo de Campo (Semanas 4-8):** Ejecución de encuestas (paneles online, entrevistas cualitativas) a través de la agencia de investigación de mercados aliada.
- **Análisis y Diseño (Semanas 9-12):** Procesamiento de datos, cruce de variables y diseño editorial del reporte ejecutivo (infografías y presentación).
- **Lanzamiento y PR (Semanas 12-15):** Presentación oficial en evento (presencial o webinar), comunicado de prensa, y distribución a socios.

Asociación de Internet MX®

PROPUESTA ANUAL



Modelo Operativo y Metodología por Estudio

Cada investigación seguirá un ciclo de vida estandarizado de 15 semanas para asegurar calidad y rigor analítico:

- **Definición (Semanas 1-2):** Mesa de trabajo entre la VP de Investigación y la VP aliada para definir el cuestionario, los objetivos y el perfil de la muestra.
- **Levantamiento Comercial (Semanas 1-5):** Búsqueda de patrocinadores en conjunto con el equipo de ventas o dirección general de la AIMX.
- **Trabajo de Campo (Semanas 4-8):** Ejecución de encuestas (paneles online, entrevistas cualitativas) a través de la agencia de investigación de mercados aliada.
- **Análisis y Diseño (Semanas 9-12):** Procesamiento de datos, cruce de variables y diseño editorial del reporte ejecutivo (infografías y presentación).
- **Lanzamiento y PR (Semanas 12-15):** Presentación oficial en evento (presencial o webinar), comunicado de prensa, y distribución a socios.

Asociación de Internet MX®

PRAGMATYKA



¡GRACIAS!

JORGE EDUARDO CERVANTES

55 2498 2012

eduardo.cervantes@pragmatyka.com