

5. Resultados

En este capítulo se presentan las estimaciones obtenidas por medio de la encuesta que se aplicó en la ciudad de Puebla, también se presenta el análisis de la curva de difusión obtenida con los datos de la primera adopción de los encuestados. Para todas las regresiones, la variable dependiente fue la *dummy* de adopción COMP. Los datos de las regresiones incluyen el coeficiente y la desviación estándar abajo en paréntesis. De ser significativa la variable, se indica con asteriscos en donde un asterisco representa significancia a 10%, dos asteriscos a 5% y tres asteriscos a 1%.

5.1 Análisis de Regresiones

5.1.1 Variables Demográficas.

La primera regresión tuvo como propósito encontrar el efecto de las variables socio-demográficas en la adopción de computadoras. La ecuación de esta regresión es la siguiente y posteriormente se presentan los datos estadísticos de la regresión:

$$COMP = \beta_1 + \delta_1 SEXO + \beta_2 EDAD + \beta_3 HAB + \beta_4 EDUCAJ + \delta_5 MENOR + \delta_6 CASA + \delta_7 TRAB + \sum_{i=1}^n \delta_8 ZONA_i + \mu$$

Fig. 5.1: Regresión de Variables Demográficas

	PROBIT	DPROBIT
sexo	-0.073 (0.40)	-0.027 (0.40)
edad	0.004 (0.30)	0.001 (0.30)
hab	-0.034 (0.37)	-0.013 (0.37)
educaj	0.120 *** (2.72)	0.044 *** (2.72)
menor	0.213 (0.86)	0.078 (0.86)
casa	-0.022 (0.08)	-0.008 (0.08)
trab	1.125 *** (4.10)	0.368 *** (4.10)
zona2	0.687 * (1.67)	0.263 * (1.67)
zona3	1.297 *** (3.16)	0.483 *** (3.16)
zona4	2.187 *** (4.77)	0.713 *** (4.77)
zona5	3.852 *** (6.57)	0.875 *** (6.57)
constant	-2.365 *** (3.92)	
Obs.	361	
Pseudo R ²	.5028	

Como era de esperarse, todas las zonas resultaron significativas lo que significa que el nivel de ingreso fuertemente determinó la adopción de computadoras ya que las zonas fueron *proxies* del ingreso del hogar. Todas las zonas fueron significativas a 1% excepto la zona 2 que fue significativa a 10%. Los coeficientes también mostraron considerable fuerza, tanto así que estar en el quintil mayor de hogares aumentaba en 87.5% la probabilidad de haber adoptado. Este mismo coeficiente se observó incrementando desde la zona 1 (la constante) hasta la zona 5 lo que comprueba que la propensidad a la adopción de computadoras aumenta progresivamente a través de las zonas. La otra variable de suma importancia fue la educación, tomada como rezago, la cual fue significativa a 1%. Cada año adicional de educación ajusta para la edad, aumentaba en un 4.4% la posibilidad de adopción.

Por otra parte, las demás variables demográficas no resultaron significativas, estas fueron el sexo, la edad, el número de habitantes en el hogar y la existencia de menores de edad. Las otras dos variables correspondientes a patrones de trabajo fueron el traer trabajo a casa la cual resulto no-significativa y el uso de una computadora en el trabajo o escuela la cual resulto significativa a 1% con un coeficiente bastante fuerte: un

aumento de 36.8% en la posibilidad de adoptar una computadora si esta se usa en el trabajo o escuela. En resumen, esta regresión muestra que las variables principales de interés, en este caso el ingreso reflejado por medio de las zonas y la educación, resultaron altamente significativas.

5.1.2 Actitud y Sofisticación.

La segunda regresión se utilizó para determinar la relevancia de factores no-observables en la decisión de adopción de computadoras. Los factores no-observables se dividen básicamente en dos: en factores de actitud subjetiva y de sofisticación tecnológica. Dado que sería imposible obtener resultados concretos sobre estos factores, se utilizaron una serie de *proxies* para aproximarlos. Para la actitud, se emplearon una serie de afirmaciones sobre la percepción general hacia esta tecnología mientras que para la sofisticación se utilizó la tenencia de una serie de artículos de tecnología moderna.

$$COMP = \beta_1 + \sum_{i=1}^n \delta_1 ACTIT_i + \sum_{i=1}^n \delta_2 SOFIST_i + \mu$$

Fig. 5.2: Regresión de Actitud y Sofisticación

	PROBIT	DPROBIT
actit_a	0.507 (0.80)	0.175 (0.80)
actit_b	0.513 (0.79)	0.177 (0.79)
actit_c	dropped	dropped
actit_d	-1.735 (1.44)	-0.543 (1.44)
actit_e	0.872 ** (2.00)	0.298 ** (2.00)
actit_f	0.773 *** (3.64)	0.290 *** (3.64)
actit_g	0.699 *** (2.69)	0.247 *** (2.69)
actit_h	-0.005 (0.02)	-0.002 (0.02)
actit_i	0.090 (0.41)	0.034 (0.41)
sofist_a	0.529 (1.49)	0.190 (1.49)
sofist_b	0.098 (0.22)	0.038 (0.22)
sofist_c	0.627 ** (2.53)	0.243 ** (2.53)
sofist_d	0.219 (0.30)	0.086 (0.30)
sofist_e	1.870 *** (3.58)	0.622 *** (3.58)
sofist_f	0.944 *** (4.23)	0.348 *** (4.23)
sofist_g	0.485 (1.01)	0.190 (1.01)
constant	-2.613 * (1.84)	
Obs.	341	
Pseudo R2	.5693	

Con respecto a la actitud, existieron 3 variables con fuerte significancia, estas fueron $ACTIT_E$ (saber utilizar la computadora), $ACTIT_F$ (arraigo de la computadora a estilo de vida), y $ACTIT_G$ (aligera la carga de trabajo). Además, la variable $ACTIT_C$ (intimidación de las computadoras) resultó perfectamente ajustada a la variable dependiente, es decir fue una variable determinística puesto que todas las personas que se sintieron intimidadas por la computadora, fueron no-adoptantes. En cuanto a la sofisticación hacia la tecnología, se tuvieron 3 variables significativas, estas fueron $SOFIST_C$ (Reproductor de DVD), $SOFIST_E$ (Cámara Digital), y $SOFIST_F$ (TV Satelital o por Cable). Al correr la regresión con la constante, ésta resultó con un coeficiente de -3.741 y significativa a 1%. Dado que la variable de $ACTIT_C$ fue capturada en la constante al ser eliminada como variable determinística, se revela que en efecto, el estar

intimidado por las computadoras afecta de manera sustancialmente negativa en la adopción de computadoras.

Una medición alterna para esta regresión fue tomar las variables de sofisticación como un índice, en vez de valores individuales para cada uno, es decir, medir la sofisticación de acuerdo a que *número* de artículos tiene. Para esto se creó un índice de sofisticación de la siguiente manera:

$$\text{SOFIST} = \sum_{i=1}^n w_i x_i$$

Donde x es el artículo de tecnología y w su peso relativo de sofisticación. Por cuestiones de simplicidad se utilizó un peso equitativo para cada artículo por lo que el índice final fue simplemente una suma de la tenencia de los siete artículos. Los resultados que se muestran en la siguiente tabla revelan una fuerte significancia del índice de sofisticación (SOFIST). Existe un aumento de 17.7% en la propensidad de adoptar una computadora cuando una persona es tenedor de uno de estos siete artículos. También se incluyen las variables de zona por el hecho de que un mayor ingreso afecta el poder adquisitivo sobre artículos de esta naturaleza, por lo que el efecto ingreso debe ser controlado en la regresión. En cuanto a la actitud, las mismas variables significativas y determinísticas de la regresión anterior lo fueron también, con la diferencia de que ACTIT_D fue significativa a 10%.

Fig. 5.3: Regresión de Actitud y Sofisticación (Índice)

	PROBIT	DPROBIT
actit_a	0.561 (0.99)	0.186 (0.99)
actit_b	0.413 (0.62)	0.144 (0.62)
actit_c	dropped	dropped
actit_d	-1.993 * (1.94)	-0.586 * (1.94)
actit_e	0.743 * (1.66)	0.255 * (1.66)
actit_f	0.770 *** (3.59)	0.286 *** (3.59)
actit_g	0.802 *** (2.97)	0.273 *** (2.97)
actit_h	-0.036 (0.16)	-0.014 (0.16)
actit_i	0.187 (0.84)	0.070 (0.84)
sofist	0.469 *** (3.68)	0.177 *** (3.68)
zona2	-0.214 (0.46)	-0.079 (0.46)
zona3	0.131 (0.28)	0.050 (0.28)
zona4	0.704 (1.44)	0.273 (1.44)
zona5	1.324 ** (2.21)	0.491 ** (2.21)
constant	-2.267 * (1.80)	
Observations	341	
Pseudo-R2	.5817	

En resumen, se demostró que existieron un número de factores no-observables en la decisión de adopción, en cuanto a la actitud subjetiva de la gente, estas fueron aquellos relativos a los aspectos prácticos de la computadora en su vida (¿le sirve? ¿las sabe usar?) como también sobre sus sentimientos frente a esta tecnología (¿le intimida? ¿está arraigada a usted?). Por el lado de la sofisticación, fue considerablemente importante en explicar el fenómeno de adopción mientras se tomara como un índice, aunque los artículos de tecnología en si, no fueron todos significativos tomados individualmente.

5.1.3 Comunicaciones e Internet.

La última serie de regresiones tuvo como objetivo determinar la significancia de factores de comunicación interpersonal como también del Internet como tecnología

complementaria en la adopción de computadoras. El planteamiento de esta regresión se muestra a continuación:

$$COMP = \beta_1 + \sum_{i=1}^n \delta_1 LUGCON_i + \sum_{i=1}^n \delta_2 HORAS_i + \sum_{i=1}^n \delta_3 TIEMPO_i + \sum_{i=1}^n \delta_4 FACOMP_i + \sum_{i=1}^n \delta_5 FAINT_i + \mu$$

Fig. 5.4: Regresión de Comunicaciones e Internet

	PROBIT	DPROBIT	NOCONST
lugcon1			3.260 *** (0.96)
lugcon2	-0.570 (1.25)	-0.124 (1.25)	0.839 (0.79)
lugcon3	-1.532 *** (4.82)	-0.372 *** (4.82)	0.720 (0.77)
horas1			-0.988 (1.08)
horas2	dropped	dropped	-1.611 ** (0.65)
horas3	1.409 ** (2.56)	0.465 ** (2.56)	-0.266 (0.42)
horas4	1.515 *** (2.66)	0.516 *** (2.66)	-0.414 (0.42)
horas5	2.112 *** (3.45)	0.709 *** (3.45)	dropped
horas6	dropped	dropped	dropped
tiempo1			dropped
tiempo2	1.578 ** (2.49)	0.497 ** (2.49)	0.132 (0.46)
tiempo3	1.935 *** (2.89)	0.647 *** (2.89)	0.593 (0.48)
tiempo4	1.751 ** (2.37)	0.615 ** (2.37)	dropped
tiempo5	dropped	dropped	dropped
tiempo6	dropped	dropped	dropped
facomp1			-2.203 * (1.27)
facomp2	0.852 ** (2.41)	0.283 ** (2.41)	-1.205 (1.14)
facomp3	0.349 (0.45)	0.109 (0.45)	-2.036 (1.43)
faint1			1.016 * (0.55)
faint2	-0.491 (1.05)	-0.112 (1.05)	dropped
faint3	dropped	dropped	dropped
constant	-2.171 *** (7.64)		
Obs.	306		
Pseudo R2	.4741		

Comenzando con la primera serie de variables, el lugar de conexión (LUGCON), se tuvo que conectarse al Internet desde el trabajo o escuela (LUGCON₂) no era un factor a considerarse en la adopción. Esto en conjunto con las observaciones obtenidas en la Figura 4.16 demuestra que no hubo mucha variación con respecto a las zonas (excepto las zonas de “extremo” o sea la 1 y 5), y por ende con la adopción. Sin embargo, el conectarse desde un café Internet se mostró altamente significativo y con un

coeficiente negativo. Esto se debe a que la mayoría de las personas que se conectaban al Internet vía un café no contaban con conexión en su hogar generalmente porque no tenían computadora para hacerlo. El conectarse al Internet en estos lugares implicaba una reducción de 37.2% en la propensidad de haber adoptado. Debido a la trampa de la variable ficticia, la variable de conexión en el hogar, (LUGCON₁) fue eliminada de la regresión e incorporada a la constante, que fue significativa. Sin embargo, para mejor aislar esta, se decidió correr la regresión eliminando LUGCON₃ manteniendo todo lo demás igual. En este caso, LUGCON₁ fue significativo al 1% con un coeficiente de 0.791, lo que indica que conectarse al Internet desde el hogar aumenta en un 79.1% la probabilidad de que la persona haya adoptado una computadora.

La siguiente serie de variables fueron el tiempo dedicado a estar conectado al Internet a la semana dentro de seis posibles rangos (HORAS₁ siendo cero horas a la semana, hasta HORAS₆ siendo 16 horas o más). Como se puede observar en la tabla, todas las variables de tiempo fueron significativas a 1% excepto HORAS₂ que fue significativa a 5%. Cabe mencionar que HORAS₁ fue captada en la constante debido a la trampa de variable ficticia, y que HORAS₂ y HORAS₆ fueron eliminadas de la muestra, la primera debido a correlación, y la segunda por ser variable determinística, es decir que toda persona que navegaba más de 16 horas a la semana había adoptado una computadora. En los resultados también se muestra que el coeficiente de estas variables aumenta progresivamente de acuerdo al número de horas navegadas.

La tercera serie de variables estaban relacionadas con el tiempo que la persona llevaba conectada al Internet (TIEMPO). Al igual que la variable anterior esta variable estaba compuesta por una serie de rangos empezando por menos de un año (TIEMPO₁) hasta más de seis años (TIEMPO₆). Los resultados de la regresión mostraron un alto grado de significancia, contundentes con la idea de que la gente expuesta a una tecnología complementaria por mayor tiempo están más propensas a adoptarla (una de las postulaciones de la teoría epidemiológica). Las variables de TIEMPO₅ y TIEMPO₆ fueron eliminados de la regresión por ser variables determinísticas. Una interesante observación es que el coeficiente de TIEMPO₄ decrece en vez de incrementarse con respecto al de TIEMPO₃ siendo que se esperaría que aumentara. Sin embargo, la reducción porcentual fue mínima (solo 3.2%) comparada al aumento entre el 2 y 3 (15%) por lo que fue un error probablemente corregible con una muestra más grande.

La última serie de variables en esta regresión fueron aquellas relacionadas con la comunicación entre familiares y amigos. Se hicieron dos preguntas relativas a los conocidos que eran también dueños de computadoras (FACOMP) como también que se conectaban a Internet (FAINT) y se tomaron tres escalas (menos de la mitad, la mitad, y más de la mitad de conocidos con computadora e Internet). Sin embargo, solo una de estas variables, FACOMP₂ (la mitad de conocidos con computadora) fue significativa a 5% y otra de ellas, FAINT₃ (más de la mitad de conocidos con Internet) fue eliminada por ser variable determinística. Debido a la existencia de más de una trampa de variable ficticia en esta ecuación y lo difícil de separar aquellas variables capturadas en la constante, se corrió la regresión sin calcular la constante β_1 . Aquí se pudo observar que tanto FACOMP₁ como FAINT₁ fueron significativas pero solamente al 10%. No obstante, comparado a los resultados de las variables relacionadas al Internet, es evidente que la comunicación interpersonal no es un factor tan importante en la adopción de computadoras en Puebla.

5.1.4 Precio de Reserva.

La última regresión fue buscar una sencilla relación entre el precio de reserva y la adopción de computadoras, para ver si efectivamente existe un umbral tras el cual la gente decide adoptar o no esta tecnología. Dado que el precio que una persona está dispuesto a pagar por una tecnología está intrínsecamente ligado al ingreso disponible, se incluye la variable de zona para controlar para el ingreso.

$$COMP = \beta_1 + \sum_{i=1}^n \delta_1 RES_i + \sum_{i=1}^n \delta_2 ZONA_i + \mu$$

Fig. 5.5: Regresiones de Precio de Reserva.

	PROBIT	DPROBIT
res2	1.111 *** (4.52)	0.392 *** (4.52)
res3	1.577 *** (5.67)	0.557 *** (5.67)
res4	dropped	dropped
res5	dropped	dropped
zona2	0.329 (0.81)	0.112 (0.81)
zona3	0.799 ** (2.01)	0.286 ** (2.01)
zona4	1.332 *** (3.34)	0.479 *** (3.34)
zona5	2.177 *** (4.50)	0.716 *** (4.50)
Constant	-2.150 *** (6.28)	
Obs.	330	
Pseudo R ²	.4435	

Como era para esperarse, el precio de reserva (RES) fue claramente significativo para la adopción, con ambas variables en la regresión (RES₂ y RES₃) significativas al 1%. Más aún, RES₄ y RES₅ fueron eliminadas por ser variables determinísticas. Debido a que RES₁ está capturado en la constante, corriendo la misma regresión sin constante se tuvo que RES₁ fue significativa al 1% y con una constante de -2.150 lo cual también fue consistente con la tendencia de coeficientes mayores mientras exista un precio de reserva mayor.

Para concluir, se puede comprobar la existencia de un umbral de precios simplemente comparando los promedios de precios de reserva entre los adoptantes y los no-adoptantes de computadoras. Queda bastante claro en la siguiente tabla que el precio de reserva de los adoptantes fue considerablemente mayor al de los que no tuvieron computadora. Dado que la pregunta sobre precio de reserva estipula el precio de reserva para los no-adoptantes pero el precio de compra de la última computadora para los adoptantes con esto se tiene un “precio promedio” de una computadora. Es evidente entonces, que el precio de reserva de los no adoptantes en términos agregados no está ni remotamente cerca del “precio promedio” por lo que su decisión de compra es negativa. Esto lleva a pensar que existen fuertes razones económicas en cuanto a la adopción, y que la gente que no llega a este umbral, decide no incorporarse al grupo de los adoptantes.

Fig. 5.6: Precio Promedio

	NO	SI
res1	149	8
res2	48	45
res3	17	63
res4	0	27
res5	0	4
Total	214	147
Prom.	1.383	2.823

5.2 Análisis de la Curva de Difusión

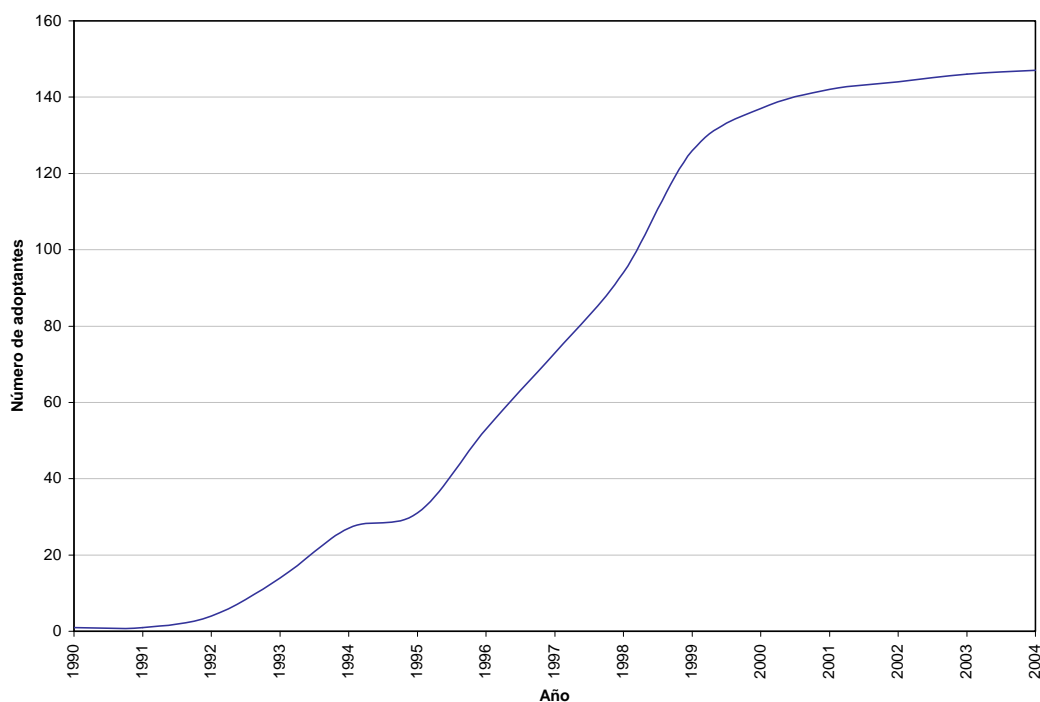
Un análisis de los datos sobre la fecha de primera adopción (PRIM) revela interesantes patrones que se representan gráficamente en la curva S de difusión en el siguiente capítulo. Se puede observar que dentro del rango de la muestra, la adopción inicial se dio en 1990 mientras que la adopción mas reciente fue este mismo año, 2004. A partir de 1990, el ritmo de difusión de las computadoras personales fue aumentando hasta el año de 1995 donde hubo un fuerte retroceso, este fenómeno muy probablemente relacionado con la crisis económica que sufrió el país en ese año. Posteriormente a la crisis, la difusión continuó al alza hasta alcanzar un máximo en 1999 cuando 32 hogares adoptaron computadoras personales (una quinta parte de todos los adoptantes). Los detalles de la difusión de computadoras se presentan en la siguiente tabla:

Fig. 5.7: Adopción de Computadoras por Año

Año	#	Acum	%	% Acum
1990	1	1	0.68	0.7
1991	0	0	0	0.7
1992	3	4	2.04	2.7
1993	10	14	6.8	9.5
1994	13	27	8.84	18.4
1995	4	31	2.72	21.1
1996	22	53	14.97	36.1
1997	20	73	13.61	49.7
1998	21	94	14.29	64.0
1999	32	126	21.77	85.7
2000	11	137	7.48	93.2
2001	5	142	3.4	96.6
2002	2	144	1.36	98.0
2003	2	146	1.36	99.3
2004	1	147	0.68	100.0
Total	147			

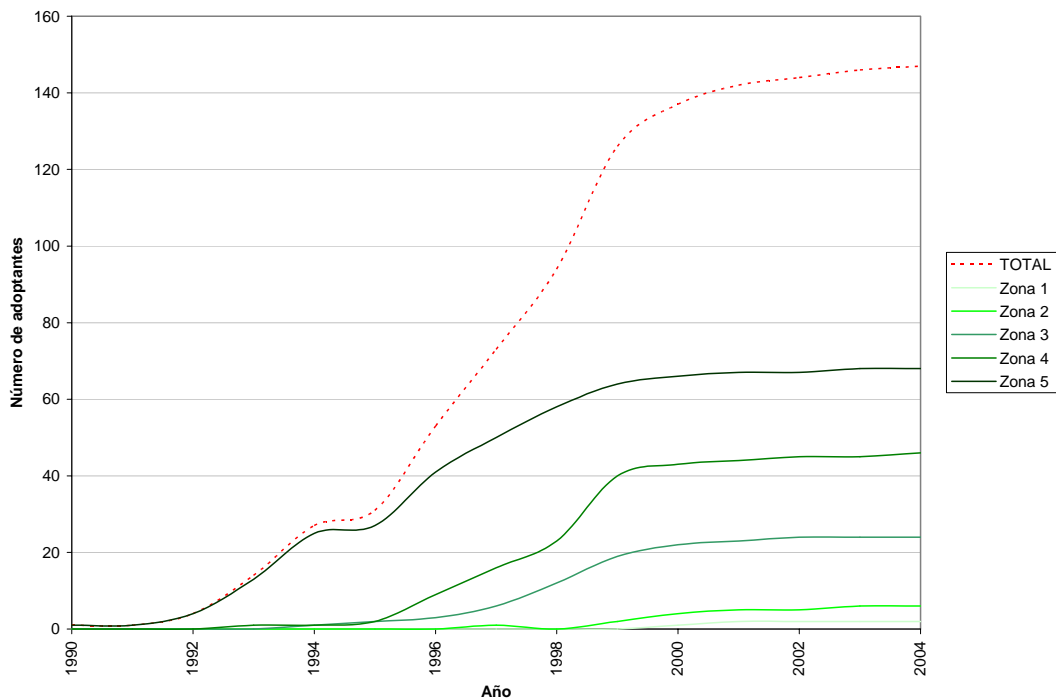
En base a esta información es posible construir una curva de difusión para determinar la trayectoria que ha tomado esta tecnología en los hogares de Puebla. De acuerdo a la gráfica mostrada a continuación, se puede ver claramente que el proceso de difusión de computadoras toma la forma de la curva logística o S que se menciona en la literatura, y que es característica de toda innovación exitosa. En base a la muestra, la difusión de computadoras comienza en 1990 y aumenta de manera sostenida hasta 1995 donde, seguramente debido a la crisis económica de ese año, se frena relativamente la adopción hasta el siguiente año. De acuerdo a la gráfica, se puede considerar el año 1999 como el punto de inflexión que es el punto en donde la adopción comienza a desacelerar sistemáticamente. Para el presente año, 2004, se puede asumir que la difusión de computadoras está en sus últimas etapas debido a la posición de la curva. En términos agregados, esto significa que existe poco aumento en el número de nuevos adoptantes de la tecnología: es decir, la mayoría de la gente con los medios de adoptar una computadora, ya lo ha hecho. Así pues, las compras de computadoras para uso personal en hogares se está dando ahora por gente que previamente ya había comprado una, un fenómeno nada inusual considerando que el tiempo de vida de una unidad es de dos años antes de obsolescencia o la necesidad de tener varias unidades para diferentes miembros de la familia.

Fig. 5.8: Difusión de Computadoras en Puebla



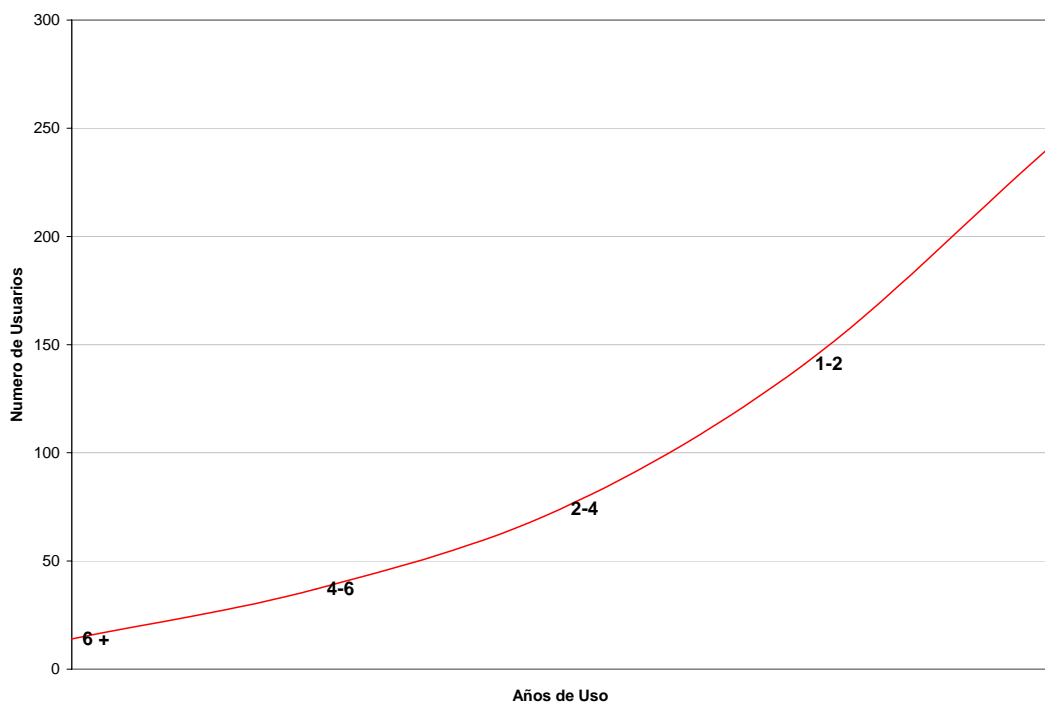
Esta grafica muestra el fenómeno de difusión de manera agregada. Una aplicación interesante es desglosar esta curva de acuerdo a las zonas. El resultado son cinco curvas distintas para cada zona. Los resultados no son sorprendidos: la zona 5 fue la principal impulsora del despegue de las computadoras durante la primera mitad de la década de los 90. En este periodo, la difusión de computadoras en las otras zonas fue casi nula lo cual indica que fue el quintil más rico de la población quien se benefició de esta nueva tecnología antes. La adopción en las zonas 3 y 4 ocurrió posteriormente a la crisis del 95 mientras que en las zonas 1 y 2 se dio una muy débil difusión después de 1998. Los puntos de inflexión también mostraron una interesante varianza. El punto de inflexión de la zona 5 fue aproximadamente en 1996, mientras que para las zonas 3 y 4, éste se dio hasta 1999. Por otro lado, el comienzo de la “estabilidad” ocurrió virtualmente en paralelo para las cinco zonas, entre el 2000 y 2001. Desde esos años, la adopción de computadoras se ha prácticamente frenado, y sin ninguna aparente tendencia para aumentar en el futuro.

Fig. 5.9: Difusión de Computadoras en Puebla por Zonas



Por último, la relación intrínseca entre el Internet y la adopción de computadoras hace necesaria construir una curva de difusión de ésta primera para efectos de comparación. Debido a que el Internet no es un producto “adquirido” como lo es la computadora, fue imposible obtener datos exactos de la primera adopción por lo que se utilizaron rangos de años a partir del momento en que el encuestadazo comenzó a utilizar el Internet. La trayectoria de difusión, basada en los datos obtenidos en la Fig. 4.15 se muestran a continuación:

Fig. 5.9: Difusión de Computadoras en Puebla por Zonas



Así pues, contrario a la trayectoria de difusión de las computadoras, la del Internet se encuentra aún en expansión y es posible que todavía no se haya alcanzado el punto de inflexión. Esto demuestra que aunque muchas personas han decidido no adoptar una computadora, una mayor proporción de ellas continúan siendo expuestas al Internet, una tecnología considerablemente más barata y fácilmente accesible, ya sea en el trabajo, escuela o en lugares públicos.

5.3 Razones de Adopción

A los adoptantes de computadora se les hizo una serie de preguntas con el fin de determinar las razones por las cuales decidieron adoptar la tecnología (PQSI). Estas se presentan en la siguiente tabla. Aunque algunas de estas preguntas parecen similares a las hechas en la variable ACTIT, aquí fueron hechas explícitamente preguntando si tuvieron influencia sobre la decisión de compra. Debido a que es necesario un análisis entre zonas, los datos se presentan a nivel agregado y por zonas.

Fig. 5.10: Razones de Adopción por zonas

Año	#	%	zona 1	zona 2	zona 3	zona 4	zona 5
pqsi_a	62	42.2%	0.0%	0.0%	25.0%	19.6%	69.1%
pqsi_b	89	60.5%	50.0%	100.0%	79.2%	80.4%	36.8%
pqsi_c	140	95.2%	100.0%	71.4%	100.0%	95.7%	95.6%
pqsi_d	115	78.2%	100.0%	85.7%	79.2%	65.2%	85.3%
pqsi_e	147	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
pqsi_f	49	33.3%	50.0%	14.3%	62.5%	23.9%	30.9%
pqsi_g	63	42.9%	50.0%	28.6%	54.2%	37.0%	44.1%
pqsi_h	97	66.0%	50.0%	14.3%	50.0%	60.9%	80.9%
pqsi_i	96	65.3%	50.0%	14.3%	54.2%	60.9%	77.9%
Total	147						

La variable PQSI_A preguntó si existieron recursos para la compra inmediata de la computadora. Como era de esperarse, solo el quintil más rico, en la zona 5, predominantemente dijo que se cumplió este requisito. La siguiente variable, PQSI_B mostró el efecto contrario, si la compra fue más debido al acceso a crédito. Para las zonas de ingreso medio este factor fue sumamente importante, contrastando con una menor importancia para la zona 5. Esto lleva a pensar que la difusión de computadoras dentro de las clases medias fue en gran parte debido a la existencia de créditos para su compra durante la segunda mitad de la década de los 90s. Las variables PQSI_C y PQSI_D midieron factores de uso en el ámbito laboral y académico. Particularmente el factor académico fue de suma importancia, mostrando así que estar expuesto a las computadoras en la escuela hace un requisito de su uso y por este medio un incentivo para la adopción. PQSI_E fue una pregunta directa sobre la utilidad de la computadora para aplicaciones prácticas. Sin sorpresas, no hubo una sola persona que no haya adoptado una computadora sin haber tenido este factor en cuenta en su decisión de compra. PQSI_G, relativo al entretenimiento, fue importante para muchos más no para la mayoría. Finalmente, para observar aspectos de comunicación interpersonal se tuvieron las variables PQSI_H e PQSI_I. Ambas resultaron con alrededor de dos terceras partes de los adoptantes considerando esta una razón importante de compra, aunque el efecto fue particularmente fuerte en la zona 5.