

## Los índices de penetración de Internet en España no han cumplido las previsiones...

miércoles, 07 de febrero de 2007

...ocupando la 18ª posición a nivel mundial

El informe &ldquo;10 años de Internet España y el mundo&rdquo; de la consultora tatum señala que a pesar de que la penetración media de usuarios de la UE se sitúa actualmente en la mitad de la población con un 51,9%, España se encuentra por debajo de la media con un 43,3%.

Aunque Internet presenta una evolución positiva a nivel internacional, en España se esperaban 18,50 millones de usuarios hasta 2005, mientras que los datos reales presentan un total de 13,77 millones hasta abril de 2006.

Madrid, 07 de Febrero de 2007.- El último informe de Tatum, consultora española de gestión comercial y de marketing, sobre el estado de Internet en España y en el mundo, analiza los datos más relevantes de la evolución de la Red. En los últimos 10 años España no ha cumplido con las previsiones a nivel de penetración situándose en la 18ª posición a nivel mundial.

### Internet en España

El informe refleja que todas las previsiones señaladas por los expertos con respecto al crecimiento de Internet han fallado. El mayor crecimiento estuvo reflejado entre 2000 y 2001 con un 63,2%, superando lo previsto. En 2001, las previsiones apuntaban un mayor crecimiento (42,9%) y, en cambio, se produjo un incremento tan sólo de (9,9%), lo que ha dado lugar al mayor descenso entre lo previsto y lo real de los últimos años, un -76,8%. En 2002 se vuelve a reflejar un menor aumento de lo esperado con un -16%.

Los expertos de tatum señalan que una de las causas de esta diferencia, entre lo previsto y lo real, se debe a la crisis de Internet de 2000-2001, cuando se vio que el crecimiento de las NNTT (UMTS, WAP, etc.) no iba a ser tan rápido como se creía.

Según previsiones de la AUI (Asociación de Usuarios de Internet), entre 2000-2005 el número de usuarios de Internet en España aumentaría, llegando a los 18.500.000. Sin embargo, hasta abril de 2006 sólo se ha conseguido una penetración en la población de 13.772.000 de personas.

Las comunidades que más han aumentado su índice de penetración durante 2006 han sido Madrid (43,6%), País Vasco (41,4%) y Cataluña (40,1%). Las de menor crecimiento: Extremadura, Castilla-La Mancha y Galicia. En estos 10 últimos años, los índices de penetración de Internet en todas las CCAA se han incrementado, desde el mayor porcentaje: 2.975% de Cantabria, hasta el menor: 677,5% de La Rioja.

Desde 1997, los mayores crecimientos se han producido en los usuarios que utilizan Internet para: intercambio de archivos P2P, 33,7% desde 2004; correo electrónico, el segundo mayor uso, 29,6%; mensajería instantánea &ldquo;messenger&rdquo;, 23% desde 2004, y Navegar por la Web (WorldWide Web), 22,2%. Por otra parte, han decrecido los porcentajes de usuarios que utilizan Internet para: chat, -45,8% desde 2001; transferencia de ficheros, -32,2%; otros usos, -29,7%, y grupos de discusión, para lo que menos se usa, -18,9% desde 2001.

Con estos datos podemos establecer que el perfil tipo del usuario español de Internet es el de un hombre (aunque por muy poca diferencia), de entre 25 y 34 años (o, quizá, hasta 44 años), de clase social media-media, de Madrid, País Vasco o Cataluña, que accede todos los días a Internet desde su propia casa, para navegar por la Web o para utilizar el correo electrónico.

### Internet en el mundo

A nivel internacional, Internet cuenta con más de 1.000 millones de usuarios (1.093 millones de usuarios), lo que supone el 16,8% de penetración en el total de la población mundial. Entre los 25 primeros países a la cabeza en penetración, la primera posición la ocupa Islandia con un 86,8% de penetración, seguido de Nueva Zelanda y Suecia. España no entra en esta clasificación.

En cuanto a número de usuarios de Internet a nivel mundial, Estados Unidos ocupa el 1º lugar, seguido de China y Japón. España se sitúa en el 13º puesto en el ranking mundial con un total de 19 millones de internautas, un 43,3% del total de la población.

Los datos sobre la UE señalan que la penetración media de usuarios se sitúa actualmente en la mitad de la población (51,9%), aunque España está por debajo de la media. El mayor índice de penetración en Internet lo obtiene Islandia con un 86,8%, seguida de Suecia con un 74,9%, mientras que el país con mayor número de usuarios es Alemania con 50,6 millones. España se sitúa en 5º lugar al referirnos a número de usuarios y en la 18ª posición en penetración de usuarios.

Otro dato que llama la atención es el crecimiento del idioma español en la Red, un 231,1% respecto al 2000. El español es el cuarto idioma más utilizado (por un 7,5% de los usuarios de Internet en 2006), después del inglés, el chino y el japonés.

El informe se ha realizado a partir de datos del Estudio general de Medios-EGM (Internet en España) y de Nielsen/NetRatings (Internet en el mundo).

Más información o descargar el informe completo.

Tatum es una compañía de consultoría, cuya misión es colaborar con las empresas en la consecución de sus objetivos de negocio, actuando en los procesos comerciales y de marketing. De esta forma colaboran con las Áreas Comerciales y de Marketing de sus clientes actuando en cuatro ejes: en la definición de las estrategias, aportando la información necesaria para la toma de decisiones, actuando en la capacitación y motivación de las redes comerciales, y aportando soluciones tecnológicas para mejorar los procesos de comercialización. Realizan proyectos, tanto a escala nacional, como en el mercado iberoamericano, con acciones en Venezuela, Puerto Rico, Brasil y Chile y con previsiones de ampliarlas a otros países del entorno.