

Los índices de penetración de Internet en España continúan sin cumplir las previsiones

España ocupa la decimoquinta posición mundial en número de usuarios, como contraposición, el índice de penetración de Internet no llega al 50 por ciento. En 2007 el índice de penetración experimentó un crecimiento del 8,3 por ciento frente a 2006. Los expertos destacan que es previsible que, en la medida en la que el índice de penetración sea cada vez mayor y, por tanto, la mayoría de la población acceda habitualmente a Internet, los ritmos de crecimiento anual serán cada vez más suaves

Tatum, consultora española de gestión comercial, de marketing y de personas, sobre el estado de Internet en España y el mundo, analiza los principales datos de la evolución de la Red. El informe "Internet en España y el mundo" señala que Internet continúa creciendo en el país, pero a un ritmo menor de lo esperado. Actualmente, España ocupa la 15ª posición a nivel mundial en el número de usuarios, sin embargo, el índice de penetración no llega al 50%.

El informe refleja que el número de usuarios de Internet en España, como el índice de penetración (proporción de usuarios respecto de la población total), siguen creciendo.

En 2007 el índice de penetración experimentó un crecimiento del 8,3% frente a 2006. Los expertos destacan que es previsible que, en la medida en la que el índice de penetración sea cada vez mayor y, por tanto, la mayoría de la población acceda habitualmente a Internet, los ritmos de crecimiento anual serán cada vez más suaves.

En cuanto a las Comunidades Autónomas con mayor penetración, destacan Madrid, Baleares, Cataluña y el País Vasco, todas ellas con índices superiores al 45%. A la inversa, en Extremadura este índice es de un 24,4%, pero es la Comunidad, después de Navarra, con mayor crecimiento de la penetración respecto a 2006: un 22%. El resto de Comunidades con bajos índices de penetración en 2007, todas ellas por debajo del 35%, son Galicia, Castilla-La Mancha y Murcia.

Más del 75% de los internautas se conecta a Internet desde su hogar, lo que supone un crecimiento del 7,7% frente a 2006. Los motivos principales de conexión continúan siendo navegar por la Red (96,1%) y el uso del correo electrónico (86,8%). La utilización de la telefonía IP a través del ordenador ha sido uno de los usos que mayor incremento ha tenido el último año: un 44,1%.

Otro de los datos que arroja el informe es que España ha decrecido con respecto a 2006 en cuanto a: sesiones/visitas por personas; dominios visitados por persona y duración de estancia en una página. Sin embargo, han crecido los tiempos de conexión al mes y, sobre todo, el universo de usuarios activos y el universo medio estimado (en ambos, el tercer país de la lista con mayores crecimientos).

Por otra parte, el perfil tipo del usuario español de Internet es el de un hombre (aunque por muy poca diferencia, 14 puntos porcentuales), de entre 25 y 34 años, de clase social media-media que accede todos los días a Internet desde su propia casa.

A nivel internacional, Internet ha experimentado un gran crecimiento. A finales de 2007, eran más de 1.300 los millones de usuarios en el mundo. Esta cifra supone un incremento de 20,6% más de usuarios que en 2006, y un índice de penetración del 20%, es decir, una de cada cinco personas del mundo accedió a Internet en ese periodo, lo significa un crecimiento del 19%.

Los índices de penetración más altos los podemos encontrar en: Norteamérica (70,9%), Oceanía/ Australia (57,3%) y Europa (42,9%). Los más bajos, en: África (4,7%) y Asia (12,4%). Por otro lado, los mayores incrementos en la penetración en 2007 se han producido en Oriente Medio (920,2%), África (879,8%) y

Latinoamérica y Caribe (577,3%).

Según los datos de Nielsen NetRatings, España se sitúa en lugares intermedios en cuanto a índice de penetración (56,5%), con una cuota mundial de usuarios del 7,2%. Actualmente, el español es el tercer idioma más utilizado en Internet, aunque muy alejado del inglés y, algo menos, del chino. Hay más de 113 millones de hispano-hablantes que usan Internet, lo que representa el 9% de los usuarios mundiales de Internet. Éstos han experimentado, desde 2000, un crecimiento del 359,7%.

El informe de tatum también incluye un espacio monográfico a los últimos datos sobre inversión en publicidad en la Red. De los datos se puede extraer que en España continúa una tendencia creciente, semestre a semestre, en los últimos años. En el primer semestre de 2007, dicha inversión alcanzó más de 220 millones de euros: casi un 75% superior al mismo periodo de 2006 y casi un 20% superior al segundo semestre de 2006.

Más del 50% de la inversión en publicidad online viene de la mano de empresas de cuatro sectores: Transportes, viajes y turismo; Finanzas; medios de comunicación, enseñanza y cultura y automoción. Los 10 primeros anunciantes en Internet (por volumen de inversión) representan el 84,1% de la inversión total. El informe se ha realizado a partir de datos del Estudio general de Medios-EGM (Internet en España), Internet World Stats y de Nielsen/NetRatings (Internet en el mundo).

Fuente: Cibersur