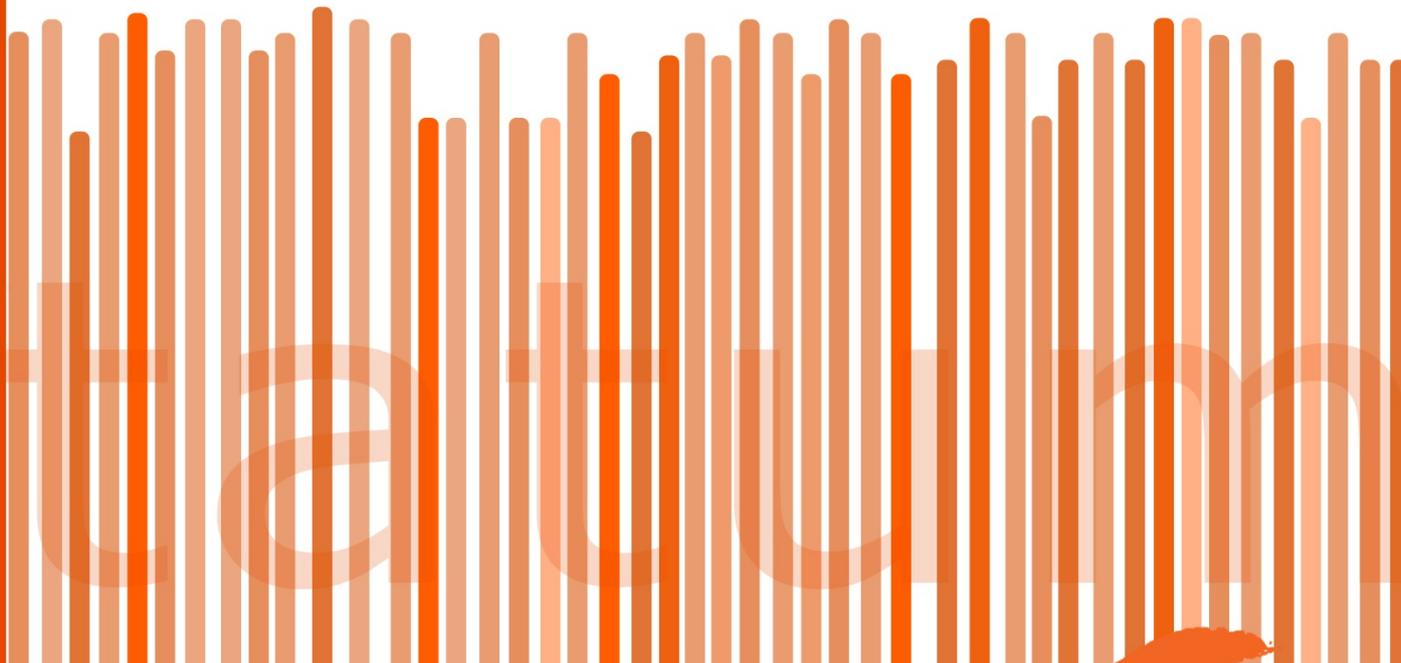


Informe de Internet en España y en el mundo

Evolución de las redes sociales

mayo de 2012





ÍNDICE

ÍNDICE.....	2
1.- INTRODUCCIÓN	4
2.- USUARIOS DE INTERNET EN ESPAÑA.....	5
2.1.- INTRODUCCIÓN	6
2.2.- EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE USUARIOS	7
Usuarios último mes	7
Usuarios "ayer"	8
Usuarios por Comunidad Autónoma.....	9
2.3.- COSTUMBRES DE LOS USUARIOS	11
Último acceso	11
Lugar de acceso.....	12
Servicios utilizados	13
2.4.- PERFIL DE LOS USUARIOS.....	14
Perfil por sexo.....	14
Perfil por edad	15
Perfil por clase social.....	16
3.- USUARIOS DE INTERNET EN EL MUNDO	17
3.1.- INTRODUCCIÓN	18
3.2.- EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE USUARIOS	19
Evolución global del número de usuarios a nivel mundial	19
Datos por continentes	20
Usuarios de Internet en Europa (principales países)	21
Usuarios de Internet en América (principales países).....	22
Usuarios de Internet en Asia (principales países).....	24
Usuarios de Internet en Oriente Próximo (principales países).....	25
Usuarios de Internet en Oceanía (principales países).....	26



Informe de Internet en España y en el mundo

Usuarios de Internet en África (principales países)	26
Países con mayor número de usuarios de Internet	27
Principales países con alta penetración en Internet	28
Idiomas más utilizados en Internet a nivel mundial	29
4.- SOBRE TATUM	30

Si desea enviarnos sus comentarios o solicitarnos más información respecto a estos Informes o respecto a los servicios de **tatum**, hágalo a través de:

902 01 31 91 // (+34) 91 598 39 00
marketing@tatum.es // www.tatum.es



1.- INTRODUCCIÓN

Tatum viene realizando desde 2001 el **Informe de Internet en España y el mundo**. Está disponible de forma gratuita a través de nuestra web (www.tatum.es), y con él intentamos transmitir la importancia que tiene Internet para el mundo de las organizaciones.

Si bien es cierto que en 1996, cuando desde **tatum** empezamos a diseñar y desarrollar la primeras webs que hacíamos para nuestros clientes, era mucho más difícil argumentar la importancia de Internet, aún hoy en día hay muchas organizaciones que no conocen ni aprovechan todo su potencial.

Por ello, seguimos haciendo estos informes: con el ánimo de que organizaciones que aún no creen que les puede servir como herramienta para conseguir sus objetivos de negocio se vayan dando cuenta de que no es una moda pasajera, que Internet está aquí para quedarse y que sí que hay empresas y sectores que conocen o están descubriendo su potencial como fuente para incrementar los ingresos, bien con la

captación o fidelización de clientes o bien como vía para reducir costes de procesos u operaciones que se pueden automatizar.

Son muchas las ventajas que nos aporta Internet como medio de comunicación, de información, de formación... Pero en las áreas comerciales y de marketing, como un canal más dentro de nuestra estrategia de captación o vinculación de clientes, como herramienta de información comercial, como medio de colaboración entre la red comercial, etc., todavía hay muchas organizaciones a las que les queda mucho por hacer.

Esperamos que la información que hemos seleccionado, ordenado y sintetizado en este informe (a partir de fuentes públicas y gratuitas) le resulte de interés y le permita estar al día en cuanto a las grandes cifras que se manejan en la red.

Desde **tatum** quedamos a su disposición para asesorarle y guiarle en las posibilidades de negocio que le puede brindar Internet para su organización.



2.- Usuarios de Internet en España



2.1.- INTRODUCCIÓN

Hemos elaborado este apartado a partir de los datos de la 3ª ola de 2011 (octubre-noviembre) de la Audiencia de Internet en el Estudio General de Medios de la **Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)**.

- ❖ Universo: población de 14 ó más años (39.484.000 individuos).
- ❖ Tamaño muestral:
 - Muestra anual tres últimas olas: 30.526 entrevistas.
 - Muestra de la última ola: 10.185 entrevistas.
- ❖ Método de recogida de información: entrevista personal.
- ❖ Diseño muestral: selección aleatoria de hogares y elección de una persona del hogar.

A modo de resumen, durante el tercer trimestre de 2011 son casi 22,8 millones los internautas que accedieron a Internet "en el último mes" (un 55% de la población de España) y más de 16 millones los que accedieron "ayer" (un 40% de la población de España).

Catorce de las diecisiete Comunidades Autónomas tienen índices de penetración por encima del 50% (tres Comunidades más que en 2010). Las que tienen los índices más altos son Cataluña y Madrid (más del 60%). Las que tienen los índices más bajos son Extremadura, Castilla y León, y Galicia (menos del 50%). De entre estas tres últimas, Galicia es la que ha conseguido un mayor crecimiento, rompiendo así la brecha digital en la que estaba sometida respecto a otras Comunidades.

Como en los últimos años, en 2011 ha aumentado el número de los usuarios de

Internet que acceden a la Red con frecuencia diaria (casi tres de cada cuatro) y, hay que destacar asimismo, el considerable descenso en el acceso a la Red desde el trabajo, que ha sido el mayor desde los últimos años, situándose en el 20%.

Los servicios de Internet más usados por los internautas en España son el correo electrónico y, en bastante menor medida, las noticias, la mensajería, las redes sociales, la música y los vídeos por Internet. En sólo un año, el porcentaje en el acceso a Redes Sociales ha crecido enormemente, desde el 38,3% en el que se situaba en 2010, al 52,4% al que asciende actualmente.

Se mantiene estable la proporción entre usuarios y usuarias de Internet: 55-45 a favor de los hombres.

Casi tres de cada cuatro internautas tienen entre 14 y 44 años.

El grupo más numeroso de usuario sigue siendo de clase social media-media, aunque el mayor crecimiento lo experimentan en 2011 los de clase media-baja, mientras en la clase baja el crecimiento se paraliza, como en la alta.

A modo de retrato robot, si durante octubre o noviembre de 2011 hubiéramos escogido al azar un usuario de Internet en España, lo más probable es que fuera:

- ❖ un hombre, de entre 25 y 34 años, de clase social media-media,
- ❖ residente en Cataluña o Madrid, y
- ❖ que accede a Internet desde su casa diariamente, para recibir y/o enviar correo electrónico.



2.2.- EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE USUARIOS

Usuarios último mes

Durante el tercer trimestre de 2011, el número de usuarios de 14 o más años que accedió "en el último mes" a Internet en España fue unos 22,8 millones, más de un millón de usuarios más que en 2010.

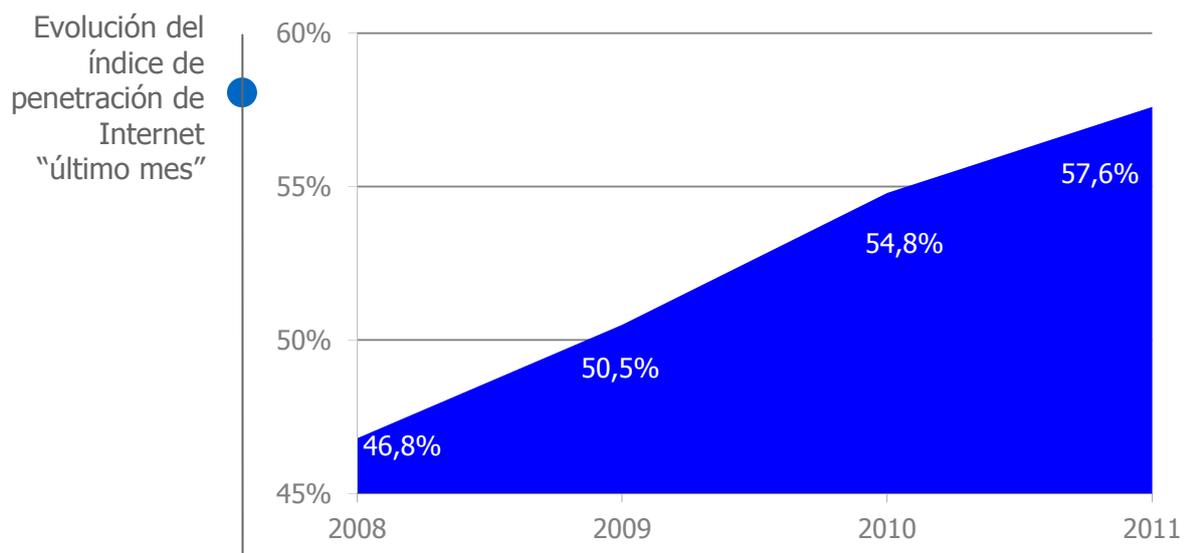
Esto quiere decir que un 55% de la población de España de 14 o más años ha accedido a Internet "en el último mes",

durante ese período (índice de penetración).

Si comparamos este índice de penetración con el del mismo período de 2009, se ha producido un crecimiento del 8,5%.

EVOLUCIÓN DE USUARIOS DE INTERNET								
2008		2009		2010		2011		VAR. 10/11
Nº	% Penet.	Nº	% Penet.	Nº	% Penet.	Nº	% Penet.	% crec.
17.902	46,8%	19.921	50,5%	21.598	54,8%	22.726	57,6%	5,1%

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2011
Universo: Población de 14 ó más años
Base: Usuarios último mes. Individuos en miles





Usuarios "ayer"

Durante el último trimestre de 2011, el número de usuarios de 14 o más años que accedió "ayer" a Internet en España fue casi 17 millones.

La cifra es inferior a la de usuarios en el "último mes", ya que no todos los internautas acceden a diario a la Red, como veremos más abajo.

El índice de penetración de usuarios de "ayer" en España es 42,4%.

Si comparamos este índice de penetración con el del mismo período de 2010, observamos un crecimiento del 5,7%

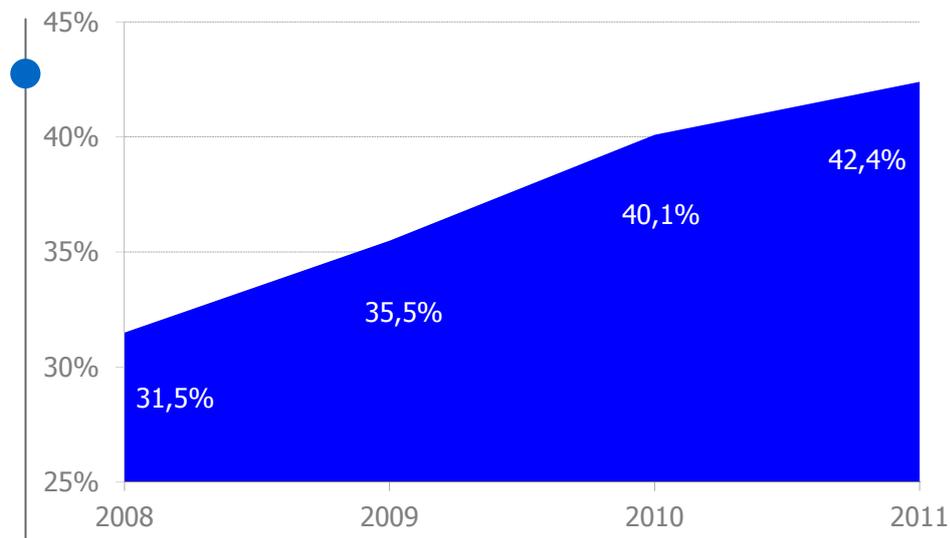
EVOLUCIÓN DE USUARIOS DE INTERNET								
2008		2009		2010		2011		VAR. 10/11
Nº	% Penet.	Nº	% Penet.	Nº	% Penet.	Nº	% Penet.	% crec.
12.050	31,5%	14.001	35,5%	15.807	40,1%	16.746	42,4%	5,7%

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2011

Universo: Población de 14 ó más años

Base: Usuarios ayer. Individuos en miles

Evolución del índice de penetración de Internet "ayer"





Usuarios por Comunidad Autónoma

En 2011, catorce de las diecisiete Comunidades Autónomas tienen índices de penetración de Internet superiores al 50%.

Los primeros lugares de esta tabla los ocupan las CCAA con una penetración superior al 60%: Cataluña y Madrid.

Los últimos lugares los ocupan las Comunidades que no llegan al 50% de penetración: Extremadura, Castilla – León y Galicia.

EVOLUCIÓN DE LOS USUARIOS POR COMUNIDAD					
	2008	2009	2010	2011	VAR. 10/11
	%Penet.	%Penet.	%Penet.	%Penet.	% crec.
Cataluña	51,8%	57,1%	59,4%	65,4%	10,1%
Madrid	54,6%	57,8%	60,3%	62,7%	4,0%
Canarias	48,1%	52,4%	56,7%	59,3%	4,6%
Navarra	46,7%	53,8%	52,4%	59,2%	13,0%
Aragón	46,2%	51,3%	54,7%	58,9%	7,7%
Cantabria	46,1%	50,3%	56,3%	56,3%	0,0%
C. Valenciana	41,9%	46,9%	52,1%	56,2%	7,9%
Baleares	54,5%	53,9%	60,2%	56,1%	-6,8%
País Vasco	51,6%	55,4%	56,2%	54,3%	-3,4%
Andalucía	40,2%	44,0%	48,5%	54,3%	12,0%
Rioja, La	47,6%	51,7%	60,9%	52,8%	-13,3%
Castilla-La Mancha	37,0%	43,2%	45,0%	52,1%	15,8%
Murcia	38,7%	39,3%	43,9%	51,6%	17,5%
Asturias	44,0%	45,8%	53,7%	50,7%	-5,6%
Galicia	39,1%	42,0%	44,3%	49,6%	12,0%
Castilla-León	38,2%	41,8%	45,4%	47,9%	5,5%
Extremadura	33,6%	35,9%	45,9%	46,9%	2,2%
	44,7%	48,4%	52,7%	55,0%	

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2011

Universo: Población de 14 ó más años

Base: Usuarios último mes

Si ordenamos la tabla según el crecimiento de la penetración en 2011, observamos el fuerte impulso que han manifestado Galicia, Castilla – La Mancha y la C. Valenciana. A pesar de ello, Galicia sigue

estando entre las Comunidades con menor índice de penetración.

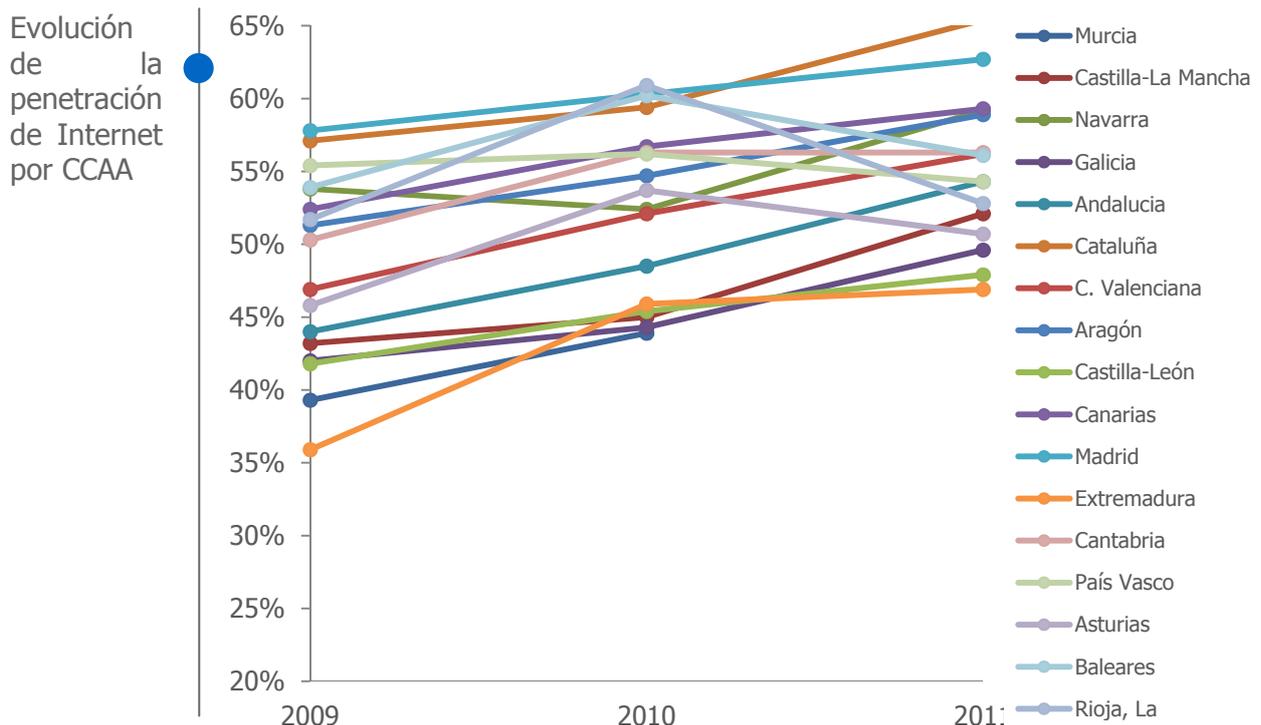


Informe de Internet en España y en el mundo

Cada vez son más las Comunidades que experimentan crecimientos inferiores al 10%; habría dos grupos. Uno, formado por Comunidades con índices de penetración superiores al 50% (La Rioja, P. Vasco, Baleares, C. Valenciana, Cantabria, Aragón, Canarias y Madrid)-. El principal motivo de la debilidad de su crecimiento, es porque están acercándose a techos de penetración. De entre estas Comunidades, hay que destacar que cuatro de ellas: La Rioja, Baleares, Asturias y el País Vasco, han decrecido en

su índice de penetración; el caso más llamativo es La Rioja, que pasa del 61% al 53%.

Por otra parte, las Comunidades con un índice de penetración inferior al 50%, cada vez son menos (Extremadura, Castilla-León y Galicia), y se acercan más a los índices del resto de CCAA, evitando la "brecha digital" que sin embargo advertíamos en el pasado.





2.3.- COSTUMBRES DE LOS USUARIOS

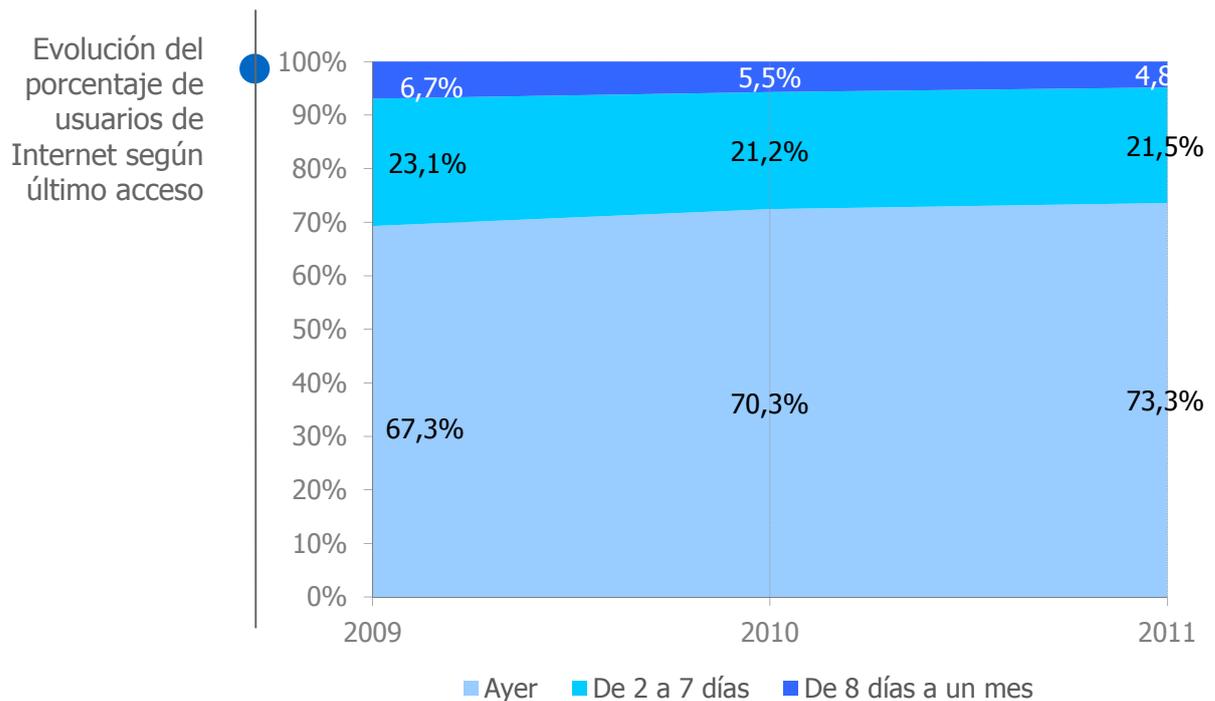
Último acceso

En los últimos años fue aumentando progresivamente el número de usuarios de la Red en España. Sin embargo, si comparamos las cifras de 2010 con las de 2011, podemos confirmar que este crecimiento, en el acceso diario, se está

estancando. Y el de los que acceden con frecuencia mensual se ha visto reducido desde el 5,5% en el año anterior, al 4,8% de 2011.

	ÚLTIMO ACCESO				
	2008	2009	2010	2011	VAR. 10/11
	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% crec.
Ayer	67,3%	70,3%	73,3%	73,7%	0,5%
De 2 a 7 días	25,6%	23,1%	21,2%	21,5%	1,4%
De 8 días a un mes	7,1%	6,7%	5,5%	4,8%	-12,7%
	100%	100%	100%	100%	

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2011
Universo: Población de 14 ó más años
Base: Usuarios último mes





Lugar de acceso

Con respecto al lugar de acceso, los índices no han variado demasiado con respecto a 2010. Los internautas continúan prefiriendo conectarse desde casa, en casi un 90% de los casos.

El trabajo sigue siendo el segundo lugar más utilizado, pese a que desde 2010 el

índice de usuarios en este tipo de acceso se viene reduciendo.

También son menos que el año pasado los que lo hacen desde la Universidad o centro de estudios (un 30,2% menos que en 2010), y sólo representan un 3,7% de los usuarios.

	LUGAR DE ACCESO				
	2008	2009	2010	2011	VAR. 10/11
	% usar.	% usar.	% usar.	% usar.	% crec.
Casa	80,8%	85,2%	88,2%	89,5%	1,5%
Trabajo	25,3%	25,2%	23,7%	20,0%	-15,6%
Univ./ Centro estudios	5,9%	6,3%	5,3%	3,7%	-30,2%
Otros/NS.NC	14,0%	12,9%	11,2%	11,8%	5,4%
	126,0%	129,6%	128,4%	125,0%	

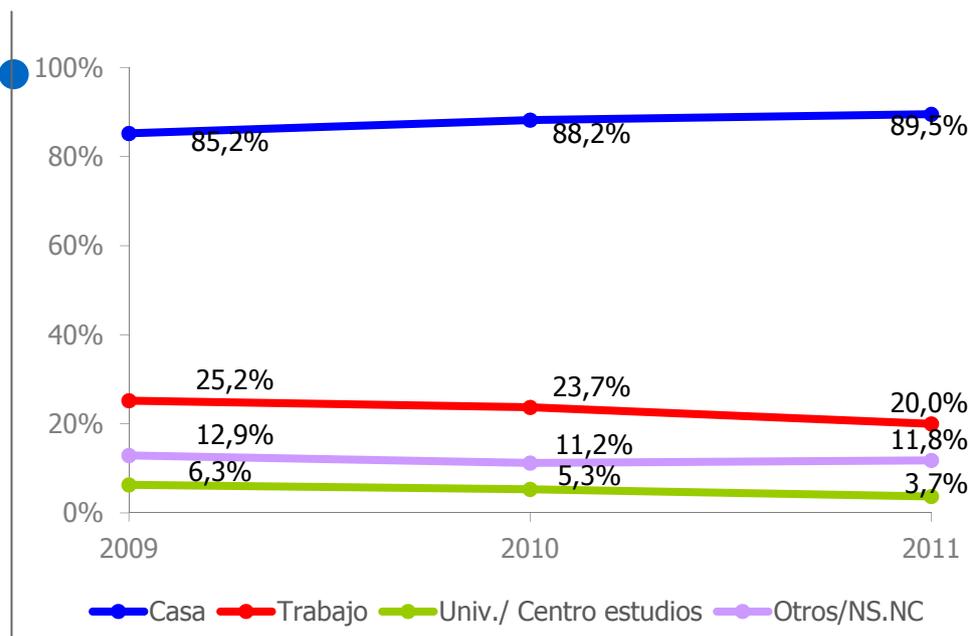
La suma de los lugares de acceso es superior a 100% ya que algunas personas acceden desde más de un lugar.

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2011

Universo: Población de 14 ó más años

Base: Usuarios último mes

Evolución del porcentaje de usuarios de Internet según lugar de acceso





Servicios utilizados

En 2010, el EGM cambió el listado de servicios utilizados, para adaptarlo a los nuevos usos de Internet (web 2.0 y redes sociales). Por ello, la mayoría de datos de la tabla no cuenta con el histórico de años anteriores (de ahí, que no incluyamos la gráfica de evolución), ni con dato de variación anual.

En este último año, los usuarios de Internet en España han accedido, sobre todo, para enviar/recibir correo electrónico (88%, aunque un 1% menos que en el mismo periodo del año anterior). En menor medida, los usuarios afirman usar internet para consultar noticias (53%). Este año, las redes sociales avanzan en

posiciones, siendo el tercer servicio de la red más utilizado; el porcentaje de crecimiento ha aumentando en casi 37 puntos. Comunicarse mediante mensajería instantánea, aún supone uno de los principales servicios, pero ha experimentado una gran disminución en el número de usuarios (-15,5%); otro de los servicios que más han disminuido en cuanto al uso, es el de compartir archivos P2P (-26,3%).

Los servicios menos usados son la participación en blogs, llamadas telefónicas por ordenador y compra on line.

SERVICIOS UTILIZADOS EN EL ÚLTIMO MES					
	2008	2009	2010	2011	VAR. 10/11
	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% crec.
Correo electrónico	88,9%	89,5%	88,6%	87,8%	-0,9%
Noticias actualidad	---	---	53,7%	53,3%	-0,7%
Redes sociales	---	---	38,3%	52,4%	36,8%
Mensajería instantánea	48,4%	45,0%	48,9%	41,3%	-15,5%
Visionado de vídeos	---	---	32,9%	36,4%	10,6%
Música por Internet	---	---	33,9%	34,4%	1,5%
Operativa bancaria	---	---	21,6%	21,6%	0,0%
Juegos online	---	---	11,5%	19,6%	70,4%
Compartir archivos P2P	35,0%	27,4%	25,5%	18,8%	-26,3%
Compra de prod./serv.	---	---	9,8%	10,0%	2,0%
Llam. telef. ordenador	4,3%	8,3%	8,0%	9,6%	20,0%
Participar en blogs	---	---	6,0%	7,0%	16,7%
	176,6%	170,2%	378,7%	392,2%	

La suma de los servicios utilizados es superior a 100% ya que algunas personas utilizan más de un servicio.

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2011

Universo: Población de 14 ó más años

Base: Usuarios último mes.



2.4.- PERFIL DE LOS USUARIOS

Perfil por sexo

Durante 2011, apenas ha variado la diferencia entre el porcentaje de usuarios y el de usuarias que accedieron "ayer" a Internet en España, manteniendo casi los

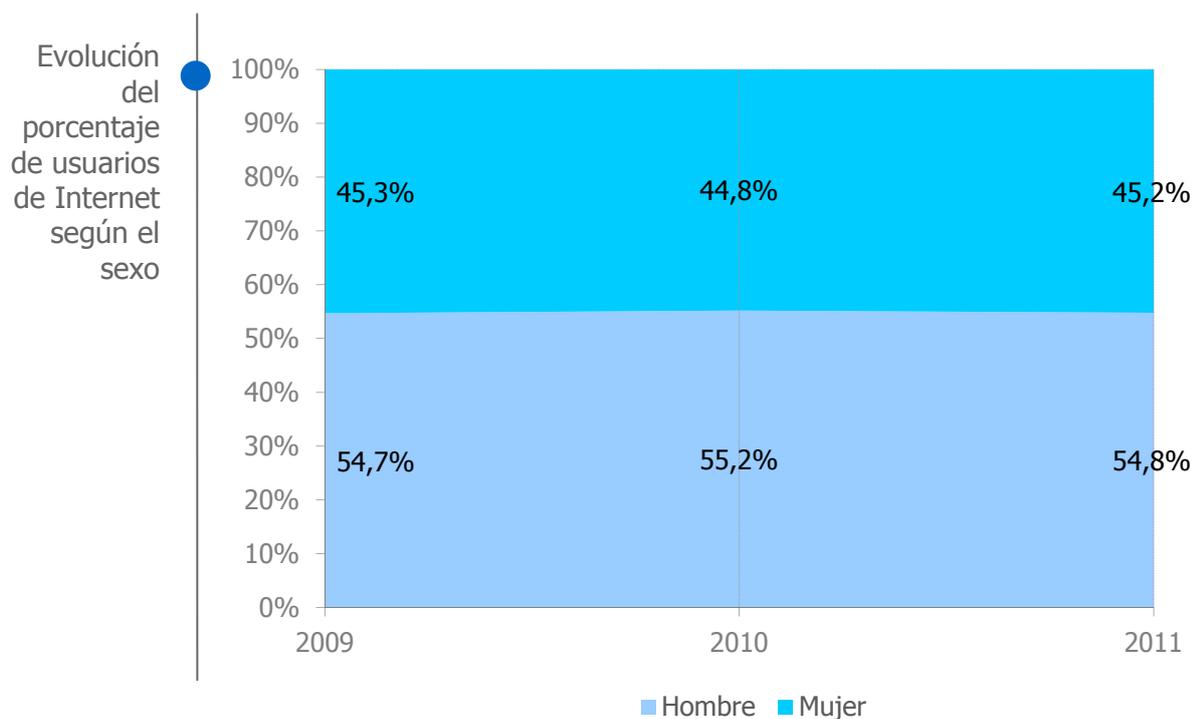
mismos valores que en 2010. Aunque hay que mencionar el descenso por primera vez en el crecimiento de usuarias (-1,1%).

	PERFIL POR SEXO DE LOS USUARIOS				
	2008	2009	2010	2011	VAR. 10/11
	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% crec.
Hombre	56,0%	54,7%	55,2%	54,8%	0,9%
Mujer	44,0%	45,3%	44,8%	45,2%	0,9%
	100%	100%	100%	100%	

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2011

Universo: Población de 14 ó más años

Base: Usuarios ayer





Perfil por edad

Los grupos de edad más numerosos siguen siendo los de la franja 25- 44 años (26% y 24%, respectivamente), pese a que disminuyen los porcentajes de usuarios menores de 25 años que accedieron "ayer" a Internet, y aumenta el de los usuarios entre 35-44 años.

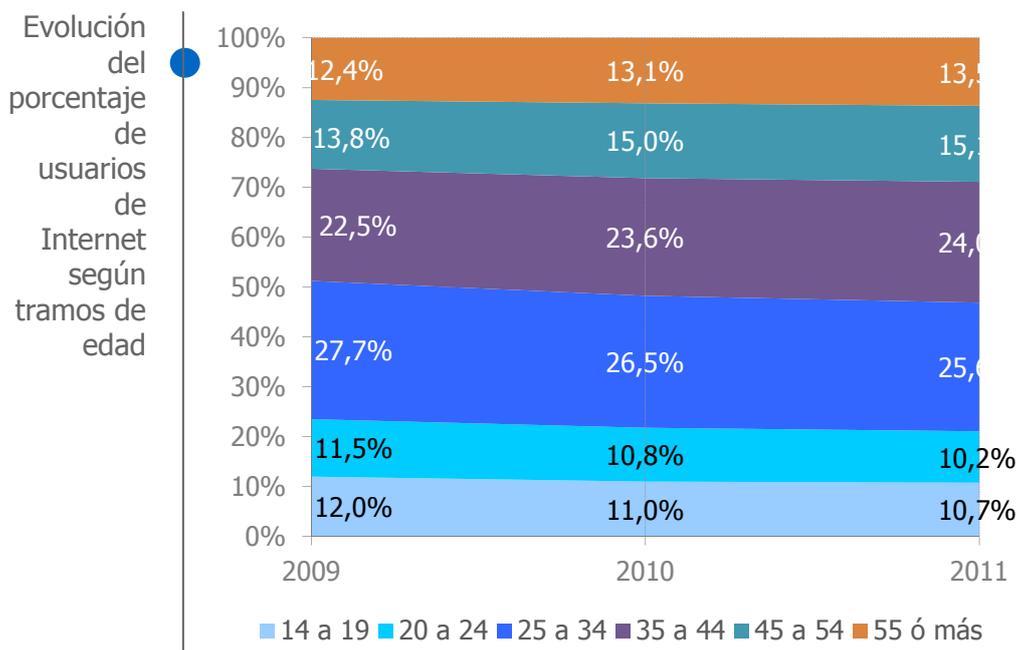
Decrecen un 8,3% los índices de edades entre 14 y 24 años; aunque siguen

representando un amplio porcentaje respecto al total (casi del 30% entre ambas franjas de edad: 14-19 y 20-24).

Por otra parte, se mantiene el crecimiento en los navegantes de 45-54 años (constituyen el 15% de los internautas); y en los usuarios con 55 años ó más (13,5%).

PERFIL POR EDAD DE LOS USUARIOS					
	2008	2009	2010	2011	VAR. 10/11
	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% crec.
14 a 19	12,6%	12,0%	11,0%	10,7%	-2,7%
20 a 24	11,3%	11,5%	10,8%	10,2%	-5,6%
25 a 34	27,9%	27,7%	26,5%	25,6%	-3,4%
35 a 44	22,4%	22,5%	23,6%	24,0%	1,7%
45 a 54	14,3%	13,8%	15,0%	15,1%	0,7%
55 ó más	11,5%	12,4%	13,1%	13,5%	3,1%
	100%	100%	100%	99%	

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2011





Perfil por clase social

Del total de usuarios de 14 o más años que accedió "ayer" a Internet en España, el grupo más numeroso es el de clase social media-media (un 47%). Bastante por debajo, pero a continuación en porcentaje, está el grupo de la clase media-alta (20%). Los de clase media-baja y alta tienen porcentajes de uso similares (17% y 14%, respectivamente).

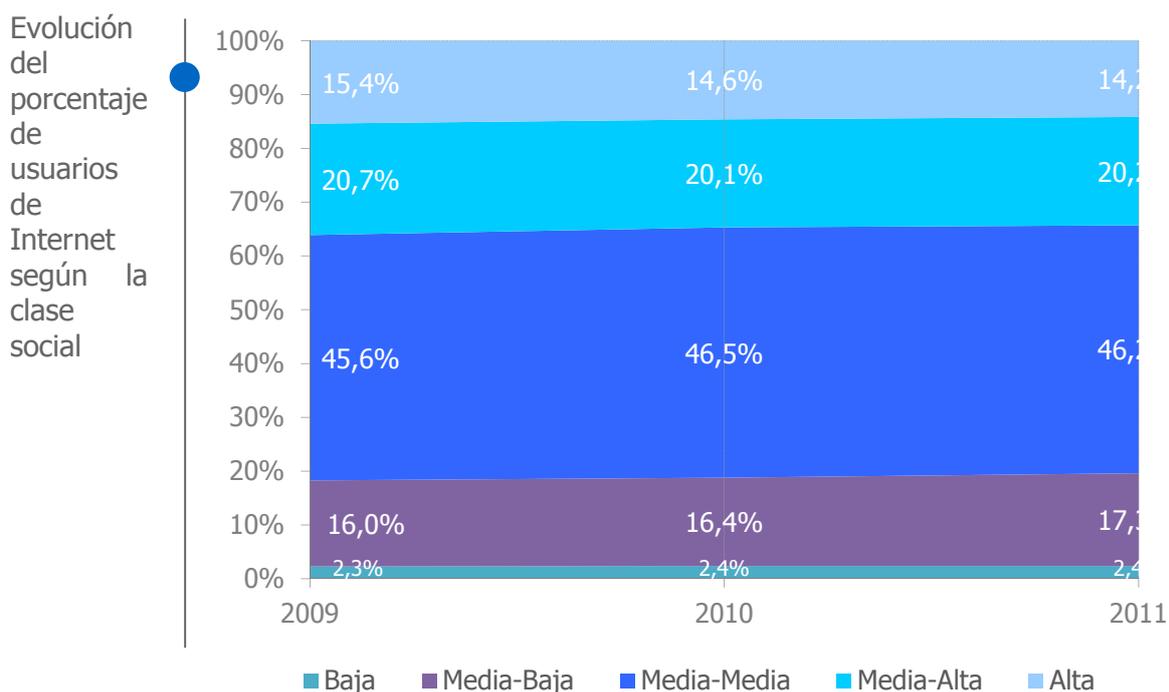
los porcentajes sumados de clase baja y media-baja (19%). Es decir, el perfil social del usuario de Internet sigue siendo más alto que el de la población general.

En 2011, el mayor crecimiento lo experimenta el grupo de clase media-baja (un 5,5%), mientras que los de clase alta decrecen un 2,7%.

Los porcentajes sumados de la clase alta y media-alta (35%) dan una cifra superior a

	PERFIL POR CLASE SOCIAL DE LOS USUARIOS				
	2008	2009	2010	2011	VAR. 10/11
	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% crec.
Alta	14,6%	15,4%	14,6%	14,2%	-2,7%
Media-Alta	22,6%	20,7%	20,1%	20,2%	0,5%
Media-Media	44,3%	45,6%	46,5%	46,2%	-0,6%
Media-Baja	16,2%	16,0%	16,4%	17,3%	5,5%
Baja	2,3%	2,3%	2,4%	2,4%	0,0%
	100%	100%	100%	100%	

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2011





3.- USUARIOS DE INTERNET EN EL MUNDO



3.1.- INTRODUCCIÓN

A modo de resumen, en 2011 el uso de Internet ha conseguido sobrepasar el 30% del total de la población: 2,267,233,742 millones de personas (a partir de los datos de Internet World Stats, que a su vez tienen como fuentes, entre otras, a Nielsen Online, ITU y GFK).

Por zonas geográficas, Asia, con su numerosa población, es la zona con mayor cuota mundial, pero con uno de los índices de penetración más bajos (sólo por encima de África). Por el contrario, Oceanía, con una población muy pequeña, tiene la menor cuota mundial, pero uno de los índices de penetración más altos, que encabeza Norteamérica (EE UU y Canadá).

En Europa, la mayoría de los países (entre ellos España, según Internet World Stats) tiene un índice de penetración de Internet del 61,3%. Como en 2011, los países con mayores cuotas de usuarios de Internet en Europa son Alemania, Rusia y Reino Unido.

España, según esta fuente, sigue siendo el 7º país europeo en número de usuarios, con una cuota del 6% y un índice de penetración del 65%.

En Norteamérica, EE UU tiene mayor cuota de usuarios de Internet, pero Canadá tiene mayor índice de penetración (por un 3% más que EE UU).

En Latinoamérica, los países con mayores cuotas de usuarios de Internet son Brasil, México, Argentina y Colombia. El índice de penetración ha crecido destacadamente desde 2010, cuando sólo Chile (55%)

superaba el 50% de penetración sobre la población; en 2011 se han sumado las Islas Malvinas (92%), Argentina (66%), Uruguay (56%) y Colombia (50%).

En Asia, China, Japón e India son los países con mayores cuotas de usuarios de Internet. China e India, debido a su enorme población; Japón, debido a su alto índice de penetración: el mayor después de Corea del Sur y Brunei (los tres alrededor del 80%).

En Oriente Próximo, Irán y Arabia Saudí son los países con mayores cuotas de usuarios de Internet, ambos debido a su enorme población, ya que los mayores índices de penetración los tienen Israel, Emiratos Árabes Unidos y Qatar (ascienden aproximadamente al 70%).

En Oceanía, Australia es la que tiene la mayor cuota de usuarios de Internet, pero Nueva Zelanda el mayor índice de penetración, ambos por encima del 80%.

En África, Nigeria, Egipto y Marruecos son los países con mayores cuotas de usuarios de Internet. Nigeria y Egipto, debido a su enorme población; Marruecos, debido a su mayor índice de penetración, que junto con Túnez son los más altos de la zona, el de Marruecos ya alcanza casi el 50% (ha crecido en 11 puntos), y el de Túnez ronda el 35%.

Entre los países con mayores índices de penetración de Internet, España aparece entre los 50 primeros países del ranking.



3.2.- EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE USUARIOS

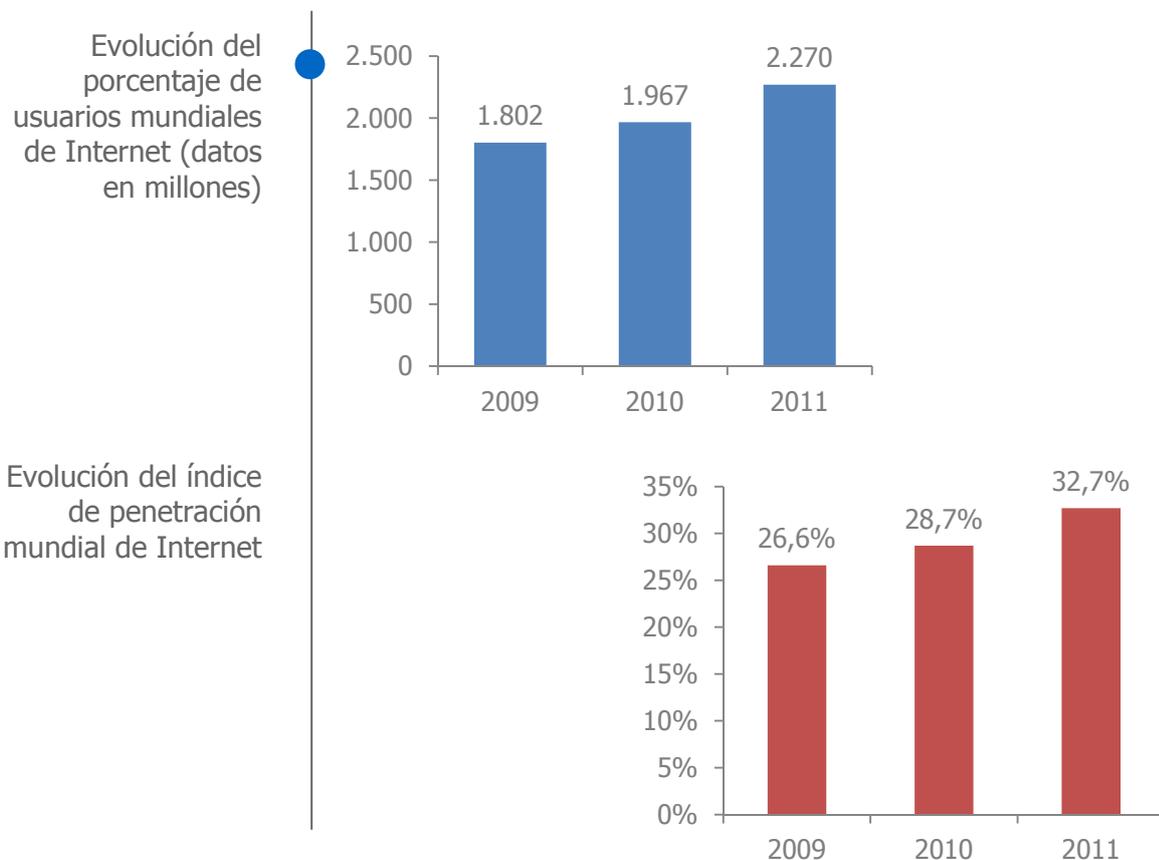
Evolución global del número de usuarios a nivel mundial

En 2011 el número de usuarios de Internet en el mundo es casi de 2.270 millones, un 15,4% más que el año anterior.

La población mundial usuaria de Internet, asciende por primer año al 33% (casi un 14% más que en 2010).

	2008	2009	2010	2011	VAR. 10/11
	Marzo '09	Diciembre	Junio	Junio	% crecim.
Nº de usuarios (en millones)	1.596	1.802	1.967	2.270	15,4%
Penetración	23,8%	26,6%	28,7%	32,7%	13,9%

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de Internet World Stats, diciembre 2011





Datos por continentes

La distribución de los usuarios de Internet por continentes (o zonas geográficas) muestra interesantes pautas.

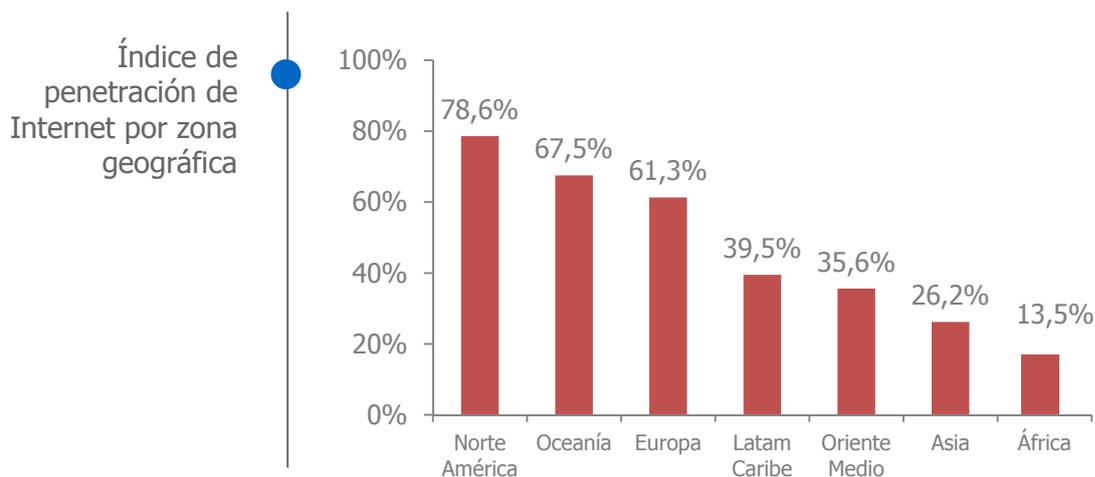
Evidentemente, Asia donde la población general es mayor (3.880 millones) también es mayor el número de usuarios de Internet (más de 1.016 millones; un 45% de los usuarios mundiales). Sin embargo, si nos fijamos en el índice de penetración (criterio por el que está ordenada la tabla), Asia está entre los últimos lugares de la lista, con sólo un 26% de población usuaria de Internet.

Norteamérica (EE UU y Canadá) ocupa el primer lugar, con un 79% de penetración.

A continuación, Australia (Oceanía) con un 67% de penetración, aunque sólo 240 millones de usuarios (debido a que son una población pequeña). Europa, con una penetración del 61%, es el tercer continente con mayor índice de penetración, y el segundo en número de usuarios (por detrás de Asia).

En cuanto al crecimiento en los últimos años, los más marcados son los de África, Oriente Medio y Latinoamérica/Caribe (2,988.4%, 2,244.8% y 1,205.1%, respectivamente).

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de Internet World Stats, diciembre 2011
NOTA: Respetando la fuente original, incluimos México en Latinoamérica y Caribe





Usuarios de Internet en Europa (principales países)

Alemania, Rusia, Reino Unido y Francia continúan siendo los países europeos con mayores volúmenes de usuarios de Internet (por encima de los 50 millones) y, por tanto, con mayores cuotas de usuarios de Internet en Europa.

Si atendemos al índice de penetración de Internet en la población, en la mayoría de los países de Europa es superior a 50%. Dieciséis países tienen una penetración superior al 75% (dos países más que en 2010); es decir, tres de cada cuatro personas en esos países son usuarias de Internet (Islandia, Noruega, Suecia, Luxemburgo, Holanda, Dinamarca, Finlandia, Suiza, Reino Unido, Alemania, Bélgica, Andorra, Eslovaquia, Estonia, Francia y Mónaco). Sin embargo, la mayoría de ellos están entre los países de menor crecimiento de usuarios de Internet en los últimos 10 años. Debido a que

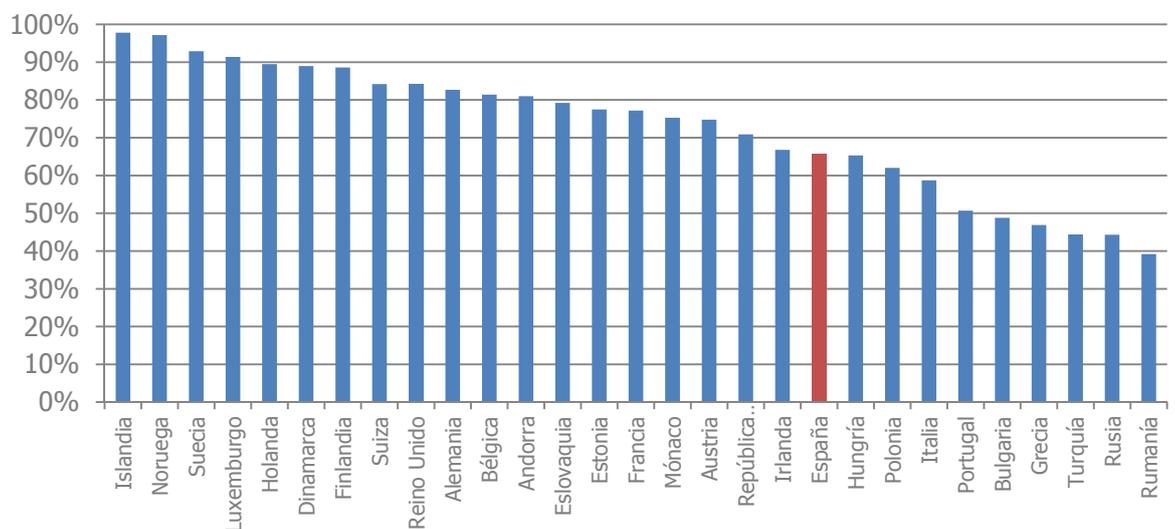
alcanzado cotas de penetración que ascienden en algunos casos, casi a la totalidad de la población

Por el contrario, cuatro de los siete países con mayores crecimientos de usuarios de Internet en los últimos años, se encuentran entre los que tienen índices de penetración más bajos (Rumania, Rusia, Turquía y Grecia).

Según esta fuente (que utiliza datos de Nielsen Online, ITU, GfK y que no coincide con los de AIMC), España es el octavo país 30 millones), con una cuota que representa el 6% dentro de Europa y una penetración del 66%.

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de Internet World Stats, diciembre 2011

Índice de penetración de Internet en Europa





	Población 2011 (estim.)	Usuarios (Dic. '11)	Penetración (%)	Cuota Eur. (%)	facebook (Marz. '12)
Islandia	311.058	304	97.8%	0.1%	210.220
Noruega	4.691.849	4.560.572	97.2%	0.9%	2.561.820
Suecia	9.088.728	8.441.718	92.9%	1.7%	4.519.780
Luxemburgo	503.302	459.833	91.4%	0.1%	190.020
Holanda	16.847.007	15.071.191	89.5%	3.0%	5.759.840
Dinamarca	5.529.888	4.923.824	89.0%	1.0%	2.835.120
Finlandia	5.259.250	4.661.265	88.6%	0.9%	2.078.880
Suiza	7.639.961	6.430.363	84.2%	1.3%	2.727.600
Reino Unido	62.698.362	52.731.209	84.1%	10.5%	30.470.400
Alemania	81.471.834	67.364.898	82.7%	13.5%	22.123.660
Bélgica	10.431.477	8.489.901	81.4%	1.7%	1.634.220
Andorra	84.825	68.740	81.0%	0.0%	36.760
Eslovaquia	5.477.038	4.337.868	79.2%	0.9%	1.889.160
Estonia	1.282.963	993.785	77.5%	0.2%	447.620
Francia	65.102.719	50.290.226	77.2%	10.0%	23.544.460
Mónaco	30.539	33.000	75.3%	0.0%	36.800
Austria	8.217.280	6.143.600	74.8%	1.3%	2.766.240
República Checa	10.190.213	7.220.732	70.9%	1.4%	3.502.420
Irlanda	4.670.976	3.122.358	66.8%	0.6%	2.093.960
España	46.754.784	30.654.678	65.6%	6.1%	15.682.800
Hungría	9.976.062	6.516.627	65.3%	1.3%	3.751.300
Polonia	38.441.588	23.852.486	62.0%	4.8%	7.524.220
Italia	61.016.804	35.800.000	58.7%	7.1%	20.889.260
Portugal	10.760.305	5.455.217	50.7%	1.1%	4.174.000
Bulgaria	7.093.635	3.464.287	48.8%	0.7%	2.386.800
Grecia	10.760.136	5.043.550	46.9%	1.0%	3.562.120
Turquía	78.785.548	35.000.000	44.4%	7.3%	30.963.100
Rusia	138.739.892	61.472.011	44.3%	12.6%	5.237.420
Rumanía	21.904.551	8.578.484	39.2%	1.7%	4.161.340
Total Europa	816.426.346	500.723.686	61.3%	100.0%	235.525.280

Usuarios de Internet en América (principales países)

En Norteamérica (excluyendo México, que aparece en la tabla de Latinoamérica y Caribe). EE UU es el país con mayor volumen de usuarios de Internet (245 millones) pero Canadá es el que tiene mayor cuota de penetración (82%).

En cuanto al número de usuarios de facebook, también supera EE UU a Canadá, sumando entre ambos más de 174 millones.



Informe de Internet en España y en el mundo

	Población 2011 (estim.)	Usuarios (Dic. '11)	Penetración (%)	Cuota NA (%)	facebook (Dic. '11)
Canadá	34.030.589	27.757.540	81.6%	9.8%	17.113.220
EE UU	313.232.044	245.203.319	78.3%	90.2%	157.147.920
Total Norteamérica	347.262.633	266.224.500	77.4%	100.0%	174.261.140

Entre los principales países de Latinoamérica y Caribe, los que tienen mayores volúmenes de usuarios de Internet son: Brasil. México. Colombia y Argentina.

Respecto al índice de penetración, en 2012 ya son cuatro los países que superan la barrera del 50%. a Chile se le han sumado Argentina (que encabeza la lista con un 67%). Uruguay y Colombia (56%).

Nicaragua y Honduras son los países con los índices de penetración más pequeños (12% y 13%. respectivamente).

La suma de usuarios de facebook en Latinoamérica asciende a 145 millones, muy por debajo de la de Norteamérica. si tenemos en cuenta que la población en Latinoamérica es de 579 millones de personas, frente a la de sus vecinos del Norte que es de 347 millones.

	Población (estim. '11)	Usuarios (Dic. '11)	Penetración (%)	Cuota Latam. (%)	facebook (Dic. '11)
Argentina	41.769.726	28.000.000	67.0 %	10.7%	17.581.160
Bolivia	10.118.683	1.985.970	19.6 %	0.8%	1.482.800
Brasil	203.429.773	79.245.740	39.0 %	30.3%	35.158.740
Chile	16.888.760	10.000.000	59.2%	3.8%	9.020.800
Colombia	44.725.543	25.000.000	55.9 %	9.6%	15.799.320
Costa Rica	4.576.562	2.000.000	43.7%	0.8%	1.638.420
Cuba	11.451.652	1.702.206	15.4%	0.7%	n/a
Ecuador	15.007.343	4.075.500	27.2%	1.6%	4.075.500
El Salvador	6.071.774	1.257.380	20.7%	0.5%	1.257.380
Guatemala	13.824.463	2.280.000	16.5%	0.9%	1.740.660
Honduras	8.143.564	1.067.560	13.1%	0.4%	1.067.560
México	113.724.226	42.000.000	36.9 %	16.1 %	30.990.480
Nicaragua	5.666.301	664	11.7 %	0.3 %	663.500
Panamá	3.460.462	1.503.441	43.4 %	0.6 %	895.700
Paraguay	6.459.058	1.523.273	23.6 %	0.6 %	954.980
Perú	29.248.943	9.973.244	34.1 %	3.8 %	7.886.820
Puerto Rico	3.989.133	1.698.301	42.6 %	0.6 %	1.361.020
República Dominicana	9.956.648	4.120.801	41.4 %	1.6 %	2.514.120
Uruguay	3.308.535	1.855.000	56.1 %	0.8 %	1.479.580
Venezuela	27.635.743	10.976.342	39.7 %	4.8 %	9.579.200
Total Latam.	579.092.570	230.928.258	39.9 %	100.0 %	145.147.740

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de Internet World Stats. Diciembre 2011



Usuarios de Internet en Asia (principales países)

China, India y Japón son los tres países asiáticos con mayores volúmenes de usuarios de Internet y, por tanto, con mayores cuotas de participación en Asia (51%, 12% y 10% respectivamente).

En los casos de China e India, estos puestos se explican por su enorme población. En el caso de Japón, por su alto índice de penetración de Internet en la población: un 80% (el más alto después

de Corea del 83%), frente al 38% de China y al 10% de India (el 2º más bajo).

En Asia hay 195 millones de usuarios de la red social facebook (respecto a una población de 3.880 millones de personas). Sólo India e Indonesia superan los 40.000 usuarios por país.

	Población 2011 (estim.)	Usuarios Dic. '11	Penetración (%)	Cuota Asia (%)	facebook (Dic. '11)
Corea del Sur	4.875.465	40.329.660	82.7%	4,0%	6.376.160,000
Japón	126.475.664	101.228.736	80,0%	10,0%	7.684.120,000
Brunei	401.890	318.900	79.4%	0,0%	234.060,000
Singapur	4.740.737	3.658.400	77.2%	0.4%	2.602.880,000
Taiwán	23.071.779	16.147.000	70,0%	1.6%	11.877.620,000
Hong Kong *	7.122.508	4.894.913	68.7%	0.5%	3.752.160,000
Malasia	28.728.607	17.723.000	61.7%	1.7%	12.365.780,000
Macao*	573.003	308.797	53.9%	0,0%	204.920,000
Armenia	2.966.802	1.396.550	47.1%	0.1%	282.700,000
Azerbaiyán	8.372.373	3.689.000	44.1%	0.4%	782.000,000
Kirguistán	5.587.443	2.194.400	39.3%	0.2%	75.380,000
China *	1.336.718.015	513.100.000	38.4%	50.5%	447.460,000
Kazajistán	15.522.373	5.448.965	35.1%	0.5%	452.200,000
Vietnam	90.549.390	30.516.587	33.7%	3,0%	3.173.480,000
Filipinas	101.833.938	29.700.000	29.2%	2.9%	27.724.040,000
Maldivas	394.999	114.100	28.9%	0,0%	120.020,000
Georgia	4.585.874	1.300.000	28.3%	0.1%	907.620,000
Tailandia	66.720.153	18.310.000	27.4%	1.8%	14.235.700,000
Uzbequistán	28.128.600	7.550.000	26.8%	0.7%	128.780,000
Indonesia	245.613.043	55.000.000	22.4%	5.4%	43.523.740,000
Pakistán	187.342.721	29.128.970	15.5%	2.9%	6.412.960,000
Bután	708.427	98.728	13.9%	0,0%	65.660,000
Sri Lanka	21.283.913	2.503.194	11.8%	0.2%	1.235.080,000
Mongolia	3.133.318	355.524	11.3%	0,0%	458.700,000
Tajiquistán	7.627.200	794.483	10.4%	0.1%	34.640,000
India	1.189.172.906	121.000.000	10.2%	11.9%	45.048.100,000
Laos	6.477.211	527.400	8.1%	0.1%	156.160,000
Total Asia	3.879.740.877	1.016.799.076	26.2%	100,0%	195.034.380,000

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de Internet World Stats. Diciembre 2011

NOTAS: En la fuente original. China no incluye a Hong Kong ni Macao



Usuarios de Internet en Oriente Próximo (principales países)

Irán es el país de Oriente Próximo con mayores volúmenes de usuarios de Internet, aunque su cuota de penetración no consigue alcanzar el 50% (se sitúa en el 47%). El segundo país con más usuarios es Arabia Saudí, que aunque cuenta con 25.000 usuarios menos que Irán, tiene un índice de penetración similar (42%). En ambos casos, los puestos por volumen de usuarios se explican por su enorme población.

Los índices más altos de penetración los tienen Israel, Emiratos Árabes y Qatar (por encima del 60%). Los más bajos Irak, Yemen y Siria, que un año más siguen sin alcanzar el 20%.

En cuanto al número de usuarios registrados en facebook, Arabia Saudí también se sitúa en las primeras posiciones con 5 millones de usuarios, seguida de Israel y Emiratos Árabes Unidos. Respecto a Europa y América, Oriente Próximo tiene unas cifras mínimas en registros en facebook (aunque también la población es inferior, pero no lo suficiente para que se produzca una brecha tan significativa en este índice).

	Población 2011 (estim.)	Usuarios (Dic. '11)	Penetración (%)	Cuota Oriente (%)	facebook (Dic. '11)
Israel	7.473.052	5.263.146	70.4%	6.8%	3.469.020,000
Emiratos Árabes Unidos	5.148.664	3.555.100	69,0%	4.9%	2.909.860,000
Qatar	848.016	563.800	66.5%	0.8%	481.400,000
Palestina	2.568.555	1.512.273	58.9%	2,0%	914.660,000
Omán	3.027.959	1.741.804	57.5%	2.3%	422.180,000
Bahrén	1.214.705	694.009	57.1%	0.9%	346.220,000
Irán	77.891.220	36.500.000	46.9%	47.4%	n / a
Arabia Saudí	26.131.703	11.400.000	43.6%	14.8%	5.148.240,000
Kuwait	2.595.628	1.100.000	42.4%	1.4%	898.560,000
Jordania	6.508.271	1.987.400	30.5%	2.6%	2.226.220,000
Líbano	4.143.101	1.367.220	33,0%	1.8%	1.444.200,000
Siria	22.517.750	4.469.000	19.8%	5.8%	n / a
Yemen	24.133.492	2.609.698	10.8%	3.4%	436.500,000
Irak	30.399.572	1.303.760	4.3%	1.7%	1.550.840,000
Total Oriente Próximo	216.258.843	77.020.995	35.6%	100,0%	20.247.900,000

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de Internet World Stats. Diciembre 2011



Usuarios de Internet en Oceanía (principales países)

Australia es el país de Oceanía con más usuarios de Internet: el 82% de la cuota de usuarios en el continente. Por primer

año, el índice de penetración de Australia (89.8%⁹, consigue superar al de Nueva Zelanda (84.5%).

	Población 2011 (estim.)	Usuarios (Dic. '11)	Penetración (%)	Cuota Oceanía (%)	VAR. 00/11 % crecim.
Nueva Zelanda	4.290.347	3.625.553	84.5 %	15.2 %	336.8 %
Australia	21.766.711	19.554.832	89.8 %	81.7 %	196.3 %
Total Oceanía/Australia	35.426.995	23.927.457	67.5 %	100,0%	214.0 %

Usuarios de Internet en África (principales países)

Nigeria, es el país de África con más volumen de usuarios (45 millones), seguido con una diferencia significativa de Egipto y Marruecos. En el caso de Nigeria y Egipto estos volúmenes se explican por su enorme población (las dos más numerosas). En el caso de Marruecos, por su reciente incremento del índice de penetración de Internet (49%), el más alto de todo el continente.

El índice más bajo (si sólo se incluyen los países con al menos 10% de penetración) lo tiene Sudán.

Egipto registra el mayor índice en número de usuarios de facebook, con más de 10 millones. El resto de países no alcanzan ni los 5 millones. En el segundo continente más poblado de la Tierra, sólo se han contabilizado 40 millones de usuarios de facebook.

	Población 2011 (estim.)	Usuarios (Dic. '11)	Penetración (%)	Cuota África (%)	facebook (Dic. '11)
Marruecos	31.968.361	15.656.192	49.0 %	11.2 %	4.408.340
Túnez	10.629.186	3.856.984	36.3 %	2.8 %	2.955.260
Nigeria	155.215.573	45.039.711	29.0 %	32.2 %	4.312.060
Cape Verde	516	149	28.8 %	0.1 %	83.940
Egipto	82.079.636	21.691.776	26.4 %	15.5 %	10.475.940
Kenia	41.070.934	10.492.785	25.5 %	7.5 %	1.325.020
Sudáfrica	49.004.031	6.800.000	13.9 %	4.9 %	4.954.280
Argelia	34.994.937	4.700.000	13.4 %	3.4 %	3.328.800
Zimbabüe	12.084.304	1.445.717	12.0 %	1.0 %	n/a
Sudán	45.047.502	4.200.000	9.3 %	3.0 %	n/a
Total África	1.037.524.058	139.875.242	13.5 %	100.0 %	40.205.580

Fuente: Elaboración tatum. a partir de datos de Internet World Stats. Diciembre 2011



Países con mayor número de usuarios de Internet

La tabla de los países con mayor número de usuarios de Internet (después incluimos la de mayores índices de penetración) la conforman:

- Por un lado, países como China o India con una población total muy grande (más de 1.000 millones), pero con índices de penetración bajos (38% y 10% respectivamente).
- Por otro lado, países como EEUU o Japón con poblaciones bastante menos numerosas, pero con altos

índices de penetración (78% y 80% respectivamente).

España, desciende este año una posición, situándose en el decimonoveno puesto.

El cambio más significativo de la tabla lo ha experimentado Indonesia, moviéndose del lugar 18 al octavo de la lista.

También hay que mencionar la entrada en el ranking de Vietnam y Pakistán.

	Internet (marzo '11)	
	Usuarios	Penetración
1 China *	513,100,000	38.4 %
2 EE UU	245,203,319	78.3 %
3 India	121,000,000	10.2 %
4 Japón	101,228,736	80.0 %
5 Brasil	81,798,000	42.2 %
6 Alemania	67,364,898	82.7 %
7 Rusia	61,472,011	44.3 %
8 Indonesia	55,000,000	22.4 %
9 Reino Unido	52,731,209	84.1 %
10 Francia	50,290,226	77.2 %
11 Nigeria	45,039,711	26.5 %
12 México	42,000,000	36.5 %
13 Corea del Sur	40,329,660	82.7 %
14 Irán	36,500,000	46.9 %
15 Turquía	36,455,000	46.3 %
16 Italia	35,800,000	58.7 %
17 Filipinas	33,600,000	33.0 %
18 Vietnam	30,858,742	34.1 %
19 España	30,654,678	65.6 %
20 Pakistán	29,128,970	15.5 %
Total Top	1,709,555,160	36.1 %
Resto del mundo	570,154,469	25.5 %
Total mundial (usuarios)	2,279,709,629	32.7 %

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de Internet World Stats. Marzo 2011

NOTAS: En la fuente original. China no incluye a Hong Kong ni Macao



Principales países con alta penetración en Internet

Si la tabla anterior mostraba los países con mayores cifras de usuarios de Internet. A continuación se muestran los países con mayores índices de penetración de Internet en sus poblaciones.

[Hemos sacado los países que tienen poblaciones muy pequeñas: Islas Falkland (4º puesto), Groenlandia (6º), Santa Lucía (11º) y Niue (15º).

Cabe destacar que son los países del norte de Europa los que encabezan este ranking, año tras año, España aparecía en 2011 en el vigesimoséptimo puesto del ranking, actualmente se sitúa en el lugar 49º.

	Internet (Dic '11)	
	Penetración	Usuarios
Islandia	97.8 %	304
Noruega	99.0 %	4,560,572
Suecia	92.9 %	8,441,718
Luxemburgo	91.4 %	460
Australia	89.8 %	19,554,832
Dinamarca	89.0 %	4,923,824
Finlandia	88.6 %	4,661,265
Nueva Zelanda	84.5 %	3,625,553
Suiza	84.2 %	6,430,363
Reino Unido	84.1 %	52,731,209
Corea del Sur	82.7 %	40,329,660
Alemania	82.7 %	67,364,898
Canadá	81.6 %	27,757,540
Bélgica	81.4 %	8,489,901
Total Top 58	78.6 %	789,591,207
Resto del mundo	25.0 %	1,490,118,422
Total mundial (usuarios)	32.7 %	2,279,709,629

Fuente: Elaboración tatum. a partir de datos de Internet World Stats. Diciembre 2011.



Idiomas más utilizados en Internet a nivel mundial

Una de las variables que puede resultar más interesante, es saber qué potencial de usuarios puede tener un sitio web diseñado en español.

Hay casi 164 millones de usuarios de Internet hispanoparlantes, que representan el 8% de los usuarios mundiales de Internet. El castellano, sigue representando la tercera cuota más grande de usuarios, sólo por debajo de los angloparlantes y de los chinos (27% y 24%. respectivamente).

Sin embargo, al tratarse del idioma utilizado en países con bajos índices de penetración (Latinoamérica), el índice de penetración de usuarios de Internet hispanoparlantes no es de los más altos: sólo usa Internet un 39%.

Otros idiomas como el japonés, el alemán o el coreano o el ruso tienen índices de

penetración mucho más altos, ya que se utilizan casi exclusivamente en países con alta penetración de Internet. Aunque el número de usuarios es mucho menor

El número de hispanoparlantes que usa Internet ha experimentado, desde 2000, un crecimiento del 807%: no es de los más significativos (como el árabe, el ruso, el chino o el portugués), ni de los más bajos (como el coreano, el japonés o el alemán).

Los idiomas con más usuarios (muy por encima del resto), nuevamente son el inglés y chino. El primero de ellos debido a que es el idioma de referencia a nivel mundial y porque lo habla un elevado número de la población, esta característica se repite en el chino.

	Población/idioma (est. 2011)	Usuarios (Mayo '11)	Penetración (%)	Cuota Top Ten (%)	VAR. 00/11 % crecim.
Inglés	1.302.275.670	565.004.126	43.4 %	26.8 %	301.4 %
Chino	1.372.226.042	509.965.013	37.2 %	24.2 %	1.478.7 %
Español	423.085.806	164.968.742	39.0 %	7.8 %	807.4 %
Japonés	126.475.664	99.182.000	78.4 %	4.7 %	110.7 %
Portugués	253.947.594	82.586.600	32.5 %	3.9 %	990.1 %
Alemán	94.842.656	75.422.674	79.5 %	3.6 %	174.1 %
Árabe	347.002.991	65.365.400	18.8 %	3.3 %	2.501.2 %
Francés	347.932.305	59.779.525	17.2 %	3.0 %	398.2 %
Ruso	139.390.205	59.700.000	42.8 %	3.0 %	1.825.8 %
Coreano	71.393.343	39.440.000	55.2 %	2.0 %	107.1 %
Total Top Ten idiomas	4.442.056.069	1.615.957.333	36.4 %	82.2 %	421.2 %
Resto de idiomas	2.403.553.891	350.557.483	14.6 %	17.8 %	588.5 %
Total mundial	6.930.055.154	2.099.926.965	30.3 %	100.0 %	481.7 %

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de Internet World Stats. Mayo 2011



5.- SOBRE TATUM

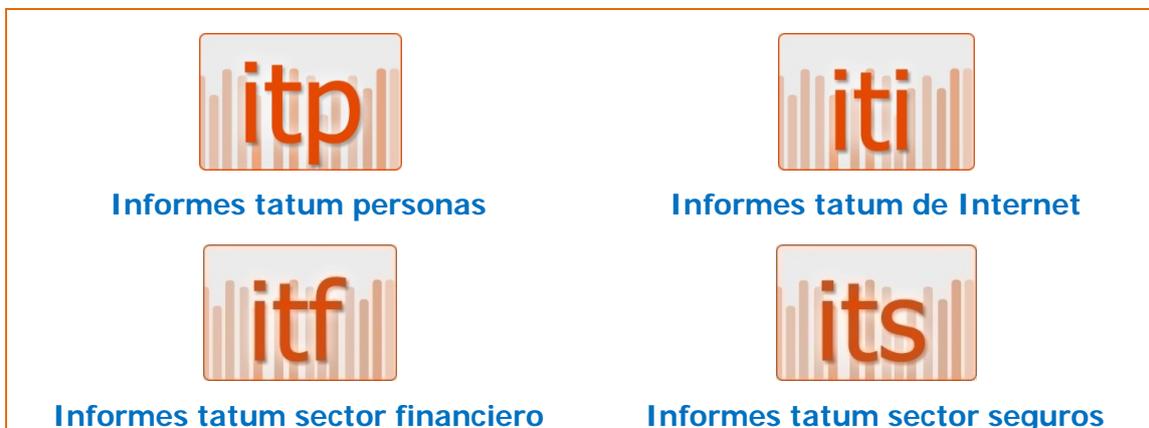
tatum es una compañía de consultoría que viene operando desde 1996 en el mercado español y en el latinoamericano. y cuya misión es colaborar con las empresas en la consecución de sus objetivos de negocio. ofreciendo soluciones integrales en:

- **Los procesos comerciales y de marketing.** mediante el análisis de las claves para lograr el éxito. dibujando las estrategias necesarias para conseguirlo. diseñando e implantando programas para las redes comerciales. ayudando a aprovechar al máximo el canal de Internet. y mediante la construcción

de modelos para la captación. gestión y fidelización de clientes.

- **El desarrollo de las personas** encaminadas a formar y motivar equipos. entrenar habilidades comerciales. desarrollar habilidades directivas y dinamizar los comités de dirección en la orientación al negocio. combinando técnicas presenciales. online. multimedia. juegos. coaching y outdoor training.

Desde 2001. **tatum** viene realizando una serie de informes agrupados bajo las siguientes temáticas:



Estos informes están disponibles de forma gratuita a través de nuestra web www.tatum.es

Si desea enviarnos sus comentarios o solicitarnos más información respecto a estos Informes o respecto a los servicios de **tatum**. hágalo a través de:

902 01 31 91 // (+34) 91 598 39 00
marketing@tatum.es // www.tatum.es