

Informe de Internet en España y en el mundo

Estado actual de las Redes Sociales en España

mayo de 2011

Este informe se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento - No Comercial - Sin obra derivada"; se permite su copia y distribución por cualquier medio siempre que se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de la obra y no se realice ninguna modificación en ella. La licencia completa puede consultarse en: <http://es.creativecommons.org/>



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	18
3.1.- INTRODUCCIÓN	19
3.2.- EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE USUARIOS	20
Evolución global del número de usuarios a nivel mundial	20
Datos por continentes	21
Usuarios de Internet en Europa (principales países)	22
Usuarios de Internet en América (principales países).....	24
Usuarios de Internet en Asia (principales países)	25
Usuarios de Internet en Oriente Próximo (principales países).....	26
Usuarios de Internet en Oceanía (principales países).....	27



Informe de Internet en España y en el mundo

Usuarios de Internet en África (principales países)	28
Países con mayor número de usuarios de Internet	28
Principales países con alta penetración en Internet	29
Idiomas más utilizados en Internet a nivel mundial	30
4.- ESTADO ACTUAL DE LAS REDES SOCIALES EN ESPAÑA.....	32
4.1.- INTRODUCCIÓN	33
4.2.- EVOLUCIÓN DEL FENÓMENO DE LAS REDES SOCIALES	34
El uso de redes sociales.....	34
El abandono de redes sociales.....	38
Perspectivas de futuro	39
4.3.- EL CÓMO Y EL PORQUÉ: RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES	40
5.- SOBRE TATUM.....	41

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

Con el **Informe de Internet en España y el mundo**, que **tatum** viene realizando desde 2001, y que está disponible de forma gratuita a través de nuestra web (www.tatum.es), 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

Aunque ya están disponibles algunos datos de 2011, en estos informes comparamos datos anuales, por lo que hemos elaborado este apartado a partir de los datos de la última ola de 2010 (3ª: octubre-noviembre) de la Audiencia de Internet en el EGM-Estudio General de Medios de la AIMC-Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación.

- ❖ Universo: población de 14 ó más años (39.435.000 individuos).
- ❖ Tamaño muestral:
 - Muestra anual tres últimas olas: 30.526 entrevistas.
 - Muestra de la última ola: 10.157 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, a finales de 2010 son más de 21,5 millones los internautas que accedieron a Internet "en el último mes" (un 55% de la población de España) y casi 16 millones los que accedieron "ayer" (un 40% de la población de España).

Once de las diecisiete Comunidades Autónomas tienen índices de penetración por encima del 50%. Las que tienen los índices más altos son La Rioja, Madrid y Baleares (más del 60%). Las que tienen los índices más bajos son Murcia, Galicia, las dos Castillas, Extremadura y Andalucía (menos del 50%). Si se quiere evitar las brechas digitales, habría que mejorar la penetración en estas Comunidades y, sobre todo, en las dos Castillas y Galicia, ya que tienen unos crecimientos anuales muy bajos.

Cada año son más los usuarios de Internet que acceden con frecuencia diaria (casi tres de cada cuatro) y, sobre todo, desde casa (un 88%), aunque casi uno de cada cuatro navega también desde el trabajo.

Los servicios de Internet más usados 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.

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

Casi tres de cada cuatro internautas tiene entre 14 y 44 años, aunque son los de más de 44 años los que más crecen en presencia respecto a 2009 y los de menos de 20 años los que más disminuyen.

El grupo más numeroso de usuario sigue siendo de clase social media-media, pero el mayor crecimiento lo experimentan en 2010 los de clase baja y los que más decrecen son los de clase alta.

A modo de retrato robot, si durante octubre o noviembre de 2010 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 La Rioja, Madrid o Baleares, y
- ❖ que accede a Internet desde su casa diariamente, para recibir y/o enviar correo electrónico.

Veamos con cierto detalle los datos de usuarios de Internet en España a finales de 2010.



2.2.- EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE USUARIOS

Usuarios último mes

Durante el tercer trimestre de 2010, el número de usuarios de 14 o más años que accedió "en el último mes" a Internet en España fue casi 21,6 millones.

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).

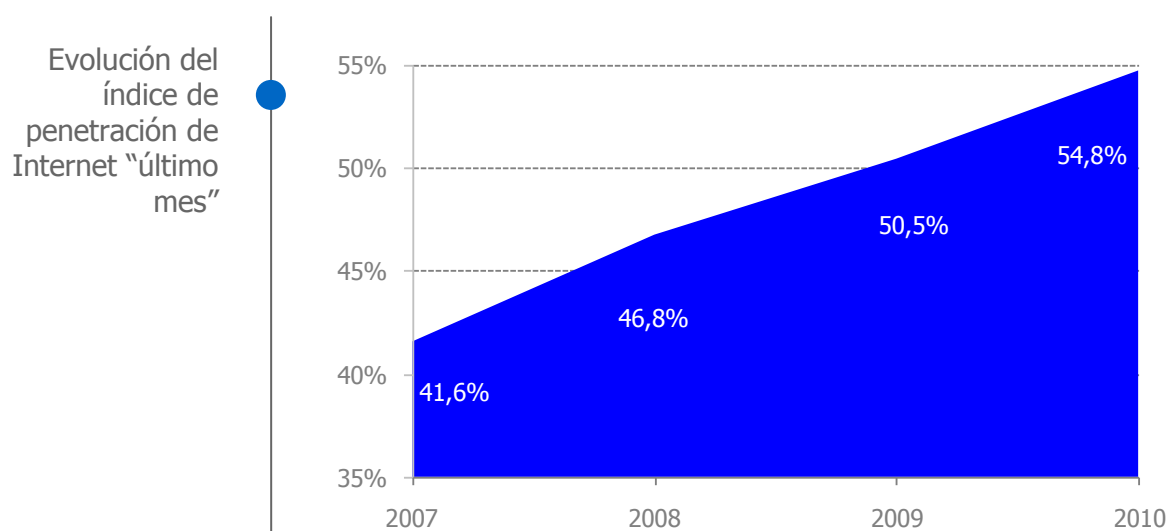
Si comparamos este índice de penetración con el del mismo período de 2009, se ha producido un crecimiento del 8,5%.

EVOLUCIÓN DE USUARIOS DE INTERNET									
2007		2008		2009		2010		VAR. 09/10	
Nº	% Penet.	Nº	% Penet.	Nº	% Penet.	Nº	% Penet.	% crec.	
15.771	41,6%	17.902	46,8%	19.921	50,5%	21.598	54,8%	8,5%	

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2010

Universo: Población de 14 ó más años

Base: Usuarios último mes. Individuos en miles





Usuarios "ayer"

Durante el último trimestre de 2010, el número de usuarios de 14 o más años que accedió "ayer" a Internet en España fue casi 16 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 40%.

Si comparamos este índice de penetración con el del mismo período de 2009, observamos un crecimiento del 13% (el mismo que el año pasado).

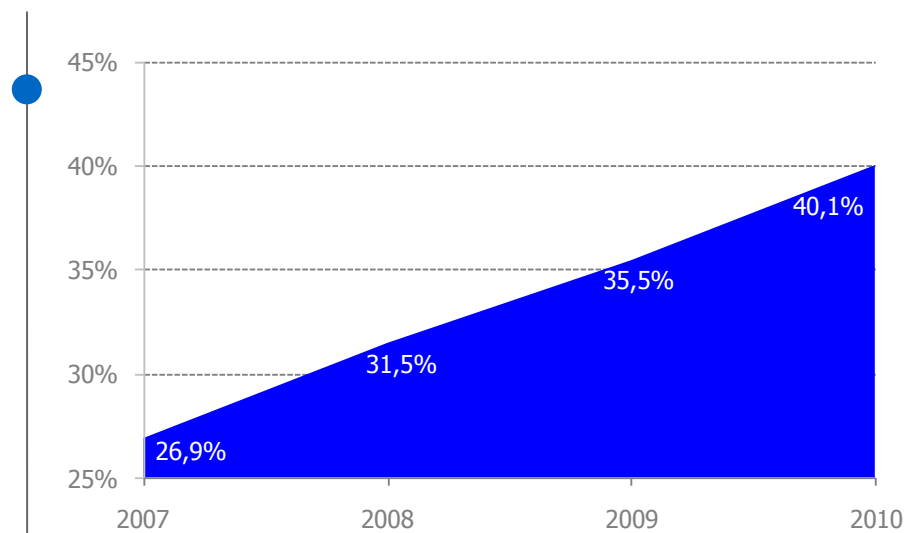
EVOLUCIÓN DE USUARIOS DE INTERNET									
2007		2008		2009		2010		VAR. 09/10	
Nº	% Penet.	Nº	% Penet.	Nº	% Penet.	Nº	% Penet.	% crec.	
10.193	26,9%	12.050	31,5%	14.001	35,5%	15.807	40,1%	13,0%	

Fuente: Elaboración **tatum**, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2010

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 2010, once de las diecisiete Comunidades tienen índices de penetración de Internet superiores al 50%.

Los primeros lugares de esta tabla los ocupan las Comunidades con índices de

penetración superiores al 60%: La Rioja, Madrid y Baleares.

Los últimos lugares los ocupan las Comunidades que no llegan al 50% de penetración: Murcia, Galicia, las dos Castillas, Extremadura y Andalucía.

	EVOLUCIÓN DE LOS USUARIOS POR COMUNIDAD				
	2007	2008	2009	2010	VAR. 09/10
	%Penet.	%Penet.	%Penet.	%Penet.	% crec.
Rioja, La	35,4%	47,6%	51,7%	60,9%	17,8%
Madrid	50,6%	54,6%	57,8%	60,3%	4,3%
Baleares	48,2%	54,5%	53,9%	60,2%	11,7%
Cataluña	47,5%	51,8%	57,1%	59,4%	4,0%
Canarias	43,0%	48,1%	52,4%	56,7%	8,2%
Cantabria	43,2%	46,1%	50,3%	56,3%	11,9%
País Vasco	46,8%	51,6%	55,4%	56,2%	1,4%
Aragón	40,8%	46,2%	51,3%	54,7%	6,6%
Asturias	39,0%	44,0%	45,8%	53,7%	17,2%
Navarra	43,4%	46,7%	53,8%	52,4%	-2,6%
C. Valenciana	39,0%	41,9%	46,9%	52,1%	11,1%
Andalucía	36,2%	40,2%	44,0%	48,5%	10,2%
Extremadura	24,4%	33,6%	35,9%	45,9%	27,9%
Castilla-León	35,8%	38,2%	41,8%	45,4%	8,6%
Castilla-La Mancha	33,3%	37,0%	43,2%	45,0%	4,2%
Galicia	33,0%	39,1%	42,0%	44,3%	5,5%
Murcia	34,5%	38,7%	39,3%	43,9%	11,7%
	39,7%	44,7%	48,4%	52,7%	

Fuente: Elaboración **tatum**, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2010

Universo: Población de 14 ó más años

Base: Usuarios último mes

Si ordenamos la tabla según el crecimiento de la penetración en 2010, observamos el fuerte impulso que han manifestado Extremadura, La Rioja y Asturias (con incrementos del 28%, 18% y 17%, respectivamente). A pesar de ello, Extremadura sigue estando entre las Comunidades con menor índice de penetración, Asturias mantiene un índice ligeramente superior al 50% y sólo La

Rioja ha escalado hasta el primer puesto en el ranking de índices de penetración.

Entre las Comunidades con crecimientos inferiores al 10% encontramos dos grupos. Uno, formado por Comunidades con índices de penetración superiores al 50% (Navarra, País Vasco, Cataluña, Madrid, Aragón y Canarias), crecen poco



Informe de Internet en España y en el mundo

porque están acercándose a techos de penetración.

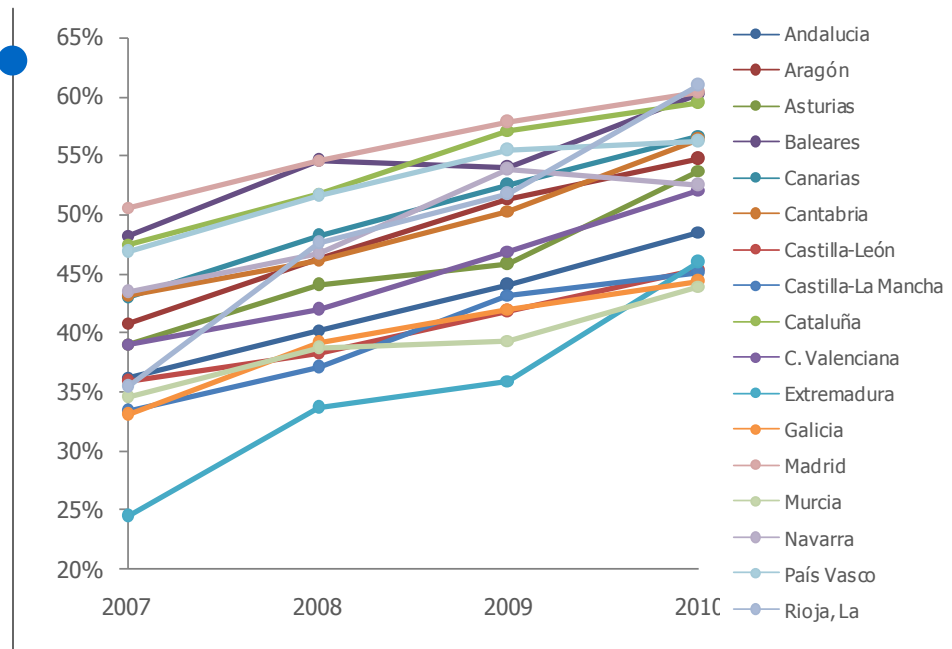
anual y bajos índices de penetración, lo que deberían vigilar, si quieren evitar la "brecha digital" entre Comunidades.

En cambio, Castilla La Mancha, Galicia, Castilla León, tienen bajos crecimientos

	EVOLUCIÓN DE LOS USUARIOS POR COMUNIDAD				
	2007	2008	2009	2010	VAR. 09/10
	%Penet.	%Penet.	%Penet.	%Penet.	% crec.
Extremadura	24,4%	33,6%	35,9%	45,9%	27,9%
Rioja, La	35,4%	47,6%	51,7%	60,9%	17,8%
Asturias	39,0%	44,0%	45,8%	53,7%	17,2%
Cantabria	43,2%	46,1%	50,3%	56,3%	11,9%
Murcia	34,5%	38,7%	39,3%	43,9%	11,7%
Baleares	48,2%	54,5%	53,9%	60,2%	11,7%
C. Valenciana	39,0%	41,9%	46,9%	52,1%	11,1%
Andalucía	36,2%	40,2%	44,0%	48,5%	10,2%
Castilla-León	35,8%	38,2%	41,8%	45,4%	8,6%
Canarias	43,0%	48,1%	52,4%	56,7%	8,2%
Aragón	40,8%	46,2%	51,3%	54,7%	6,6%
Galicia	33,0%	39,1%	42,0%	44,3%	5,5%
Madrid	50,6%	54,6%	57,8%	60,3%	4,3%
Castilla-La Mancha	33,3%	37,0%	43,2%	45,0%	4,2%
Cataluña	47,5%	51,8%	57,1%	59,4%	4,0%
País Vasco	46,8%	51,6%	55,4%	56,2%	1,4%
Navarra	43,4%	46,7%	53,8%	52,4%	-2,6%
	39,7%	44,7%	48,4%	52,7%	

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2010
Universo: Población de 14 ó más años
Base: Usuarios último mes

Evolución de la penetración de Internet por CCAA





2.3.- COSTUMBRES DE LOS USUARIOS

Último acceso

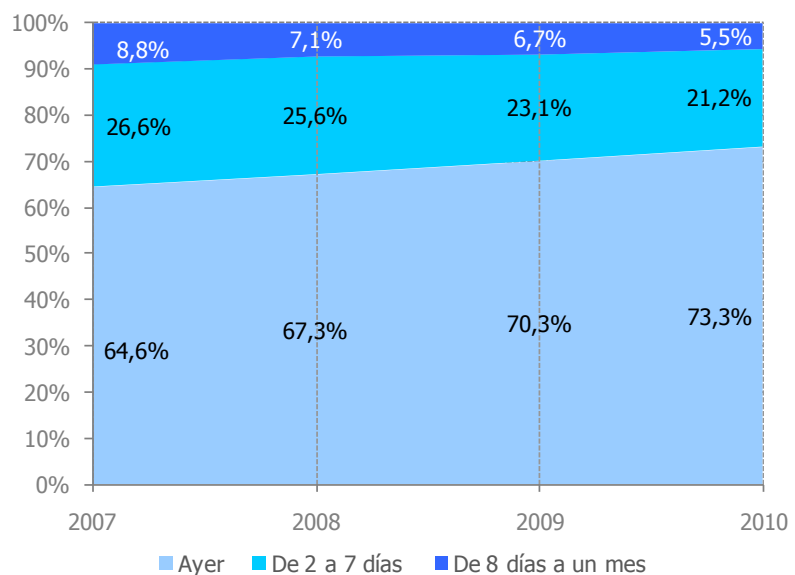
Año tras año, aumenta el porcentaje de usuarios de Internet en España que accede a la Red con frecuencia diaria (73%, un 4% más que en el mismo período de 2009) y disminuye el porcentaje de los que acceden con

frecuencia semanal (21%, un 8% menos que en el mismo período de 2009) y el de los que acceden con frecuencia mensual (6%, un 18% menos que en el mismo período de 2009).

	ÚLTIMO ACCESO				
	2007	2008	2009	2010	VAR. 09/10
	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% crec.
Ayer	64,6%	67,3%	70,3%	73,3%	4,3%
De 2 a 7 días	26,6%	25,6%	23,1%	21,2%	-8,2%
De 8 días a un mes	8,8%	7,1%	6,7%	5,5%	-17,9%
	100%	100%	100%	100%	

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2010
Universo: Población de 14 ó más años
Base: Usuarios último mes

Evolución del porcentaje de usuarios de Internet según último acceso



Lugar de acceso

Cada vez más los internautas que se conectan a Internet en España lo hacen desde casa (un 4% más que en 2009): el 88% de los usuarios.

El trabajo sigue siendo el segundo lugar más utilizado: un 24% de los usuarios,

pero un 6% menos que en el mismo periodo de 2009.

También son menos que el año pasado los que lo hacen desde la Universidad o centro de estudios (un 16% menos que en 2009), y sólo representan un 5% de los usuarios.

	LUGAR DE ACCESO				
	2007	2008	2009	2009	VAR. 09/10
	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% crec.
Casa	78,2%	80,8%	85,2%	88,2%	3,5%
Trabajo	27,7%	25,3%	25,2%	23,7%	-6,0%
Univ./ Centro estudios	5,6%	5,9%	6,3%	5,3%	-15,9%
Otros/NS.NC	14,4%	14,0%	12,9%	11,2%	-13,2%
	125,9%	126,0%	129,6%	128,4%	

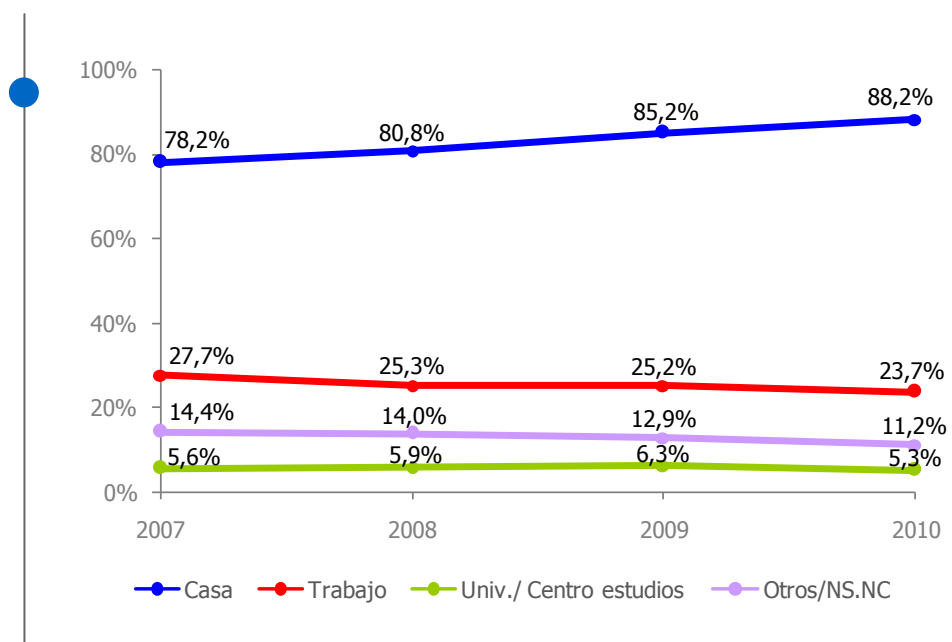
La suma de los lugares de acceso es superior a 100% ya que algunas personas acceden desde más de un lugar.

Fuente: Elaboración **tatum**, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2010

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 (89%, aunque un 1% menos que en el

mismo periodo del año anterior). En menor medida, para consultar noticias, comunicarse mediante mensajería instantánea (un 9% más que en el mismo periodo de 2009), acceder a redes sociales y escuchar música y ver vídeos.

Los servicios menos usados son la compra online; las llamadas telefónicas por ordenador (un 4% menos que en el mismo periodo de 2009) y la participación en blogs.

	SERVICIOS UTILIZADOS EN EL ÚLTIMO MES				
	2007	2008	2009	2010	VAR. 09/10
	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% crec.
Correo electrónico	86,8%	88,9%	89,5%	88,6%	-1,0%
Noticias actualidad	---	---	---	53,7%	---
Mensajería instantánea	41,0%	48,4%	45,0%	48,9%	8,7%
Redes sociales	---	---	---	38,3%	---
Música por Internet	---	---	---	33,9%	---
Visionado de vídeos	---	---	---	32,9%	---
Compartir archivos P2P	32,5%	35,0%	27,4%	25,5%	-6,9%
Operativa bancaria	---	---	---	21,6%	---
Juegos online	---	---	---	11,5%	---
Compra de prod./serv.	---	---	---	9,8%	---
Llam. telef. ordenador	4,8%	4,3%	8,3%	8,0%	-3,6%
Participar en blogs	---	---	---	6,0%	---
	165,1%	176,6%	170,2%	378,7%	

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 2010

Universo: Población de 14 ó más años

Base: Usuarios último mes

2.4.- PERFIL DE LOS USUARIOS

Perfil por sexo

Durante 2010, 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 2009 (55% y 45%, respectivamente), con una pequeña variación de 5 décimas porcentuales.

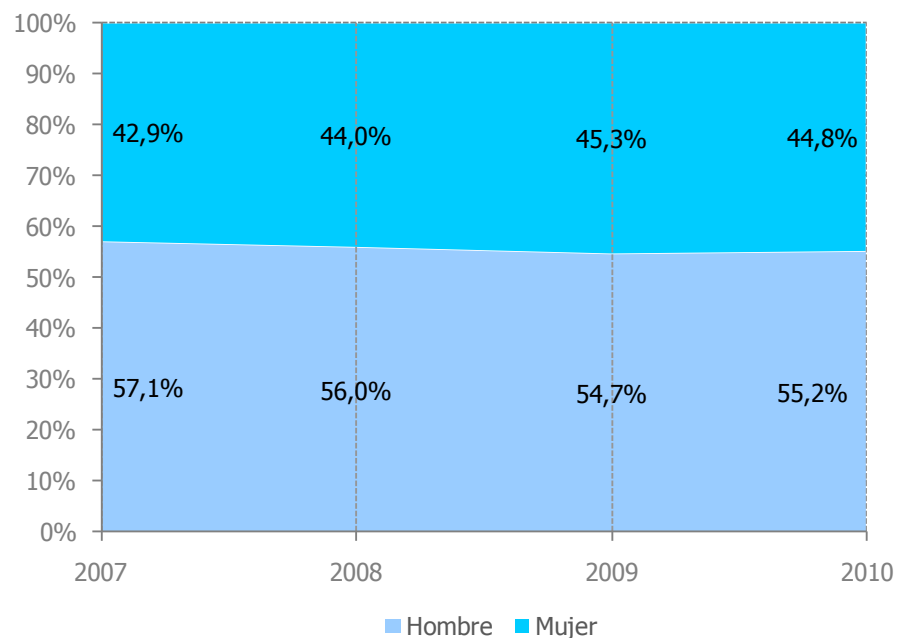
	PERFIL POR SEXO DE LOS USUARIOS				
	2007	2008	2009	2010	VAR. 09/10
	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% crec.
Hombre	57,1%	56,0%	54,7%	55,2%	0,9%
Mujer	42,9%	44,0%	45,3%	44,8%	-1,1%
	100%	100%	100%	100%	

Fuente: Elaboración **tatum**, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2010

Universo: Población de 14 ó más años

Base: Usuarios ayer

Evolución del porcentaje de usuarios de Internet según el sexo





Perfil por edad

Los grupos de edad más numerosos siguen siendo los de entre 25 y 44 años (27% y 24%, respectivamente). En general, disminuyen los porcentajes de usuarios menores de 35 años que accedieron "ayer" a Internet en España y aumenta el de los usuarios mayores de 35 años.

Decrecen un 8% los de edades entre 14 y 19 años (representan el 11% de los

internautas); un 6% otro 11% de los internautas) y un 4% los de entre 25 y 34 años (representan el 27% de los internautas).

En cambio, crecen un 9% los navegantes de 45 a 54 años (representan el 15% de los internautas); un 6% los mayores de 55 años (ya son el 13% de los internautas) y un 5% los de entre 35 y 44 años (representan el 24% de los internautas).

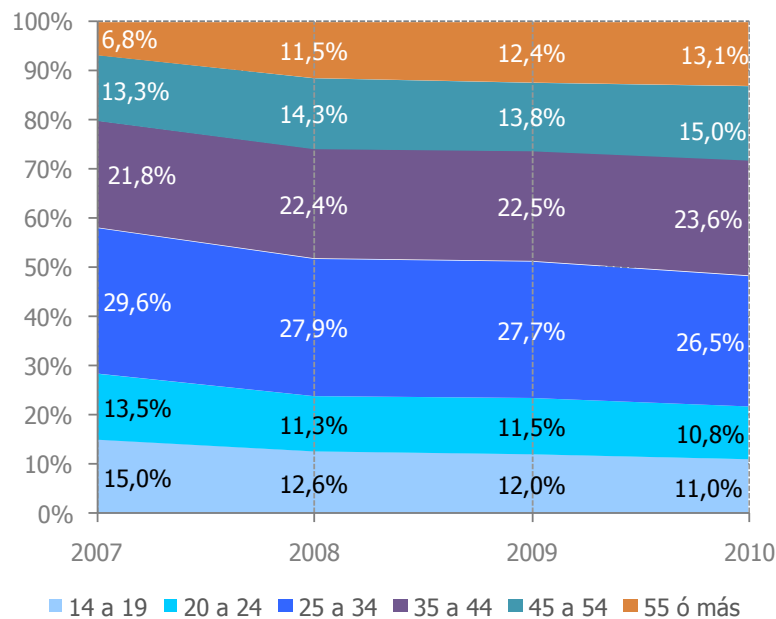
	PERFIL POR EDAD DE LOS USUARIOS				
	2007	2008	2009	2010	VAR. 09/10
	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% crec.
14 a 19	15,0%	12,6%	12,0%	11,0%	-8,3%
20 a 24	13,5%	11,3%	11,5%	10,8%	-6,1%
25 a 34	29,6%	27,9%	27,7%	26,5%	-4,3%
35 a 44	21,8%	22,4%	22,5%	23,6%	4,9%
45 a 54	13,3%	14,3%	13,8%	15,0%	8,7%
55 ó más	6,8%	11,5%	12,4%	13,1%	5,6%
	100%	100%	100%	100%	

Fuente: Elaboración **tatum**, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2009

Universo: Población de 14 ó más años

Base: Usuarios ayer

Evolución del porcentaje de usuarios de Internet según tramos de edad





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 (16% y 15%, respectivamente).

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

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 2010, el mayor crecimiento lo experimenta el grupo de clase baja (un 4%), mientras que los de clase alta y media-alta decrecen un 5% y un 3%, respectivamente.

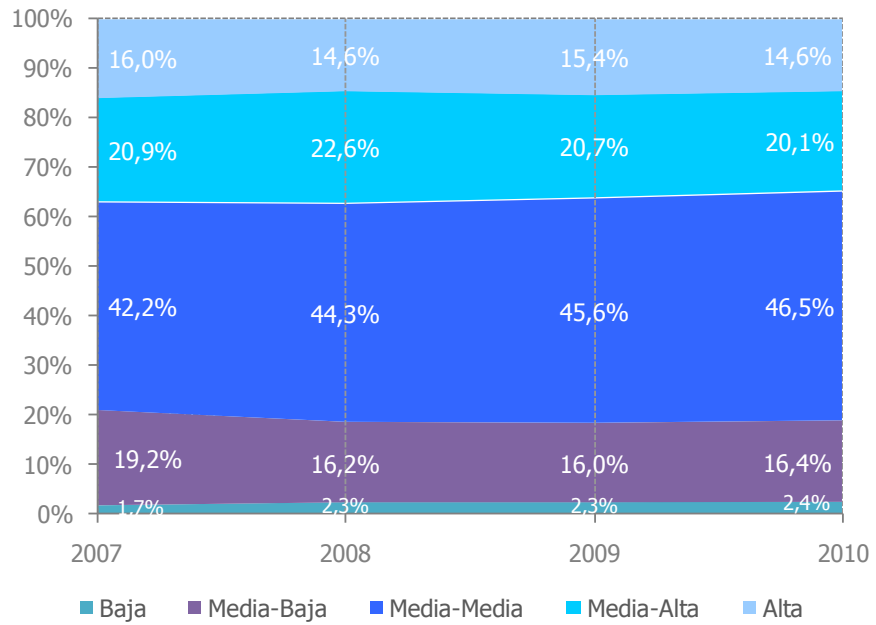
PERFIL POR CLASE SOCIAL DE LOS USUARIOS					
	2007	2008	2009	2010	VAR. 09/10
	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% usuar.	% crec.
Alta	16,0%	14,6%	15,4%	14,6%	-5,2%
Media-Alta	20,9%	22,6%	20,7%	20,1%	-2,9%
Media-Media	42,2%	44,3%	45,6%	46,5%	2,0%
Media-Baja	19,2%	16,2%	16,0%	16,4%	2,5%
Baja	1,7%	2,3%	2,3%	2,4%	4,3%
	100%	100%	100%	100%	

Fuente: Elaboración **tatum**, a partir de datos de AIMC octubre/noviembre 2010
Universo: Población de 14 ó más años
Base: Usuarios ayer



Informe de Internet en España y en el mundo

Evolución del porcentaje de usuarios de Internet según la clase social





3.- USUARIOS DE INTERNET EN EL MUNDO



3.1.- INTRODUCCIÓN

A modo de resumen, en 2010 casi un 30% en el mundo es usuario de Internet, lo que supone casi 2.000 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 los datos de Internet World Stats) tiene un índice de penetración de Internet casi del 60% (Islandia, Noruega, Suecia, Holanda, Dinamarca, Finlandia, Luxemburgo y Reino Unido superior al 80%). Los países con mayores cuotas de usuarios de Internet en Europa son Alemania, Rusia, Reino Unido y Francia.

España, según esta fuente, es el 7º país europeo en número de usuarios, con una cuota del 6% y un índice de penetración del 63% (qué cómo observamos, y ya mencionamos en informes anteriores, hay discrepancias según la fuente).

En Norteamérica, EE UU tiene mayor cuota de usuarios de Internet, pero Canadá tiene mayor índice de penetración.

En Latinoamérica, los países con mayores cuotas de usuarios de Internet son Brasil, México, Colombia y Argentina. Sin embargo, es Chile el único que tiene un

índice de penetración superior al 50% de la población.

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 Bahrein, Emiratos Arabes Unidos e Israel, por encima del 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 (aunque no alcanzan el 35%).

Según esta fuente, entre los países con mayor número de usuarios de Internet, España se sitúa en el 18º lugar. Entre los países con mayores índices de penetración de Internet, España aparece en el puesto 27º.

Por último, casi 153 millones de usuarios de Internet son hispanoparlantes: un 8% de los internautas mundiales, por detrás de los angloparlantes y de los chinos.



3.2.- EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE USUARIOS

Evolución global del número de usuarios a nivel mundial

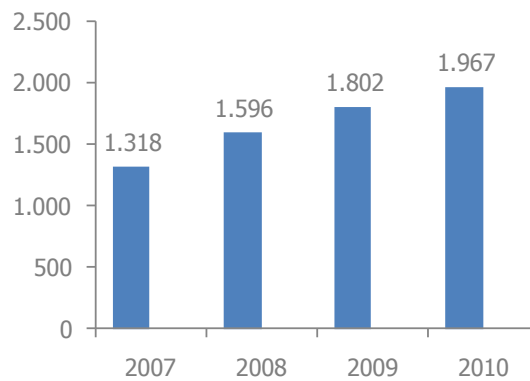
En 2010 el número de usuarios de Internet en el mundo es casi de 2.000 millones, un 9% más que el año anterior.

Casi un 30% de la población mundial es usuario de Internet (un 8% más que en 2009).

	2007	2008	2009	2010	VAR. 09/10
	Diciembre	Marzo '09	Diciembre	Junio	% crecim.
Nº de usuarios (en millones)	1.318	1.596	1.802	1.967	9,1%
Penetración	20,0%	23,8%	26,6%	28,7%	7,9%

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de Internet World Stats, junio 2010

Evolución del porcentaje de usuarios mundiales de Internet (datos en millones)



Evolución del índice de penetración mundial de Internet





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 (3.834 millones) también es mayor el número de usuarios de Internet (más de 825 millones; un 42% de los usuarios mundiales). Sin embargo, si nos fijamos en el índice de penetración (criterio por el que está ordenada la tabla), Asia está en los últimos lugares de la lista, con sólo un 22% de población usuaria de Internet.

Norteamérica (EE UU y Canadá) ocupa el primer lugar, con un 77% de penetración. A continuación, Australia (Oceanía) y

Europa, con una penetración de 61% y 53%, respectivamente.

Por tanto, Asia con su numerosa población es la zona con mayor cuota mundial, pero con uno de los índices de penetración más bajos. En el otro extremo, Australia (Oceanía) con una población muy pequeña tiene la menor cuota mundial (1%), pero uno de los índices de penetración más altos (61%).

En cuanto al crecimiento en los últimos años, los más marcados son los de África, Oriente Medio y Latinoamérica/Caribe (2357%, 1825% y 1033%, respectivamente).

	Población 2010 (estim.)	Usuarios (Junio '10)	Penetración (%)	Cuota mundial (%)	VAR. 00/10 % crecim.
Norteamérica	344.124.450	266.224.500	77,4%	13,5%	146,3%
Oceanía / Australia	34.700.201	21.263.990	61,3%	1,1%	179,0%
Europa	813.319.511	475.069.448	58,4%	24,2%	352,0%
Latinoamérica y Caribe	592.556.972	204.689.836	34,5%	10,4%	1032,8%
Oriente Medio	212.336.924	63.240.946	29,8%	3,2%	1825,3%
Asia	3.834.792.852	825.094.396	21,5%	42,0%	621,8%
África	1.013.779.050	110.931.700	10,9%	5,6%	2357,3%
Total mundial	6.845.609.960	1.966.514.816	28,7%	100,0%	444,8%

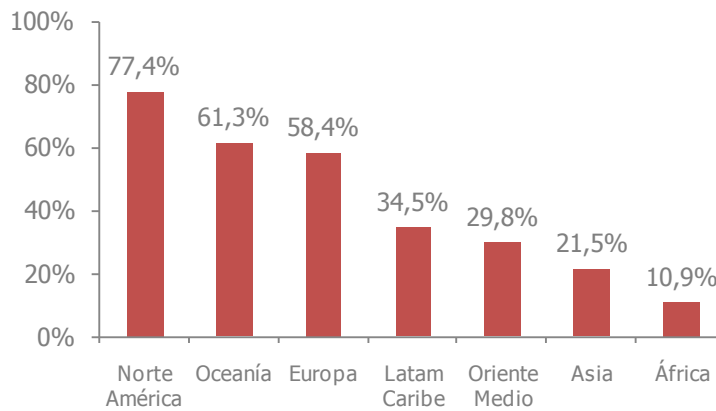
Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de Internet World Stats, junio 2010

NOTA: Respetando la fuente original, incluimos México en Latinoamérica y Caribe



Informe de Internet en España y en el mundo

Índice de penetración de Internet por zona geográfica



Usuarios de Internet en Europa (principales países)

Alemania, Rusia, Reino Unido y Francia son los países europeos con mayores volúmenes de usuarios de Internet 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%. Catorce países tienen una penetración superior al 75%; es decir, tres de cada cuatro personas en esos países son usuarias de Internet (Islandia, Noruega, Suecia, Holanda, Dinamarca, Finlandia, Luxemburgo, Reino Unido, Andorra, Alemania, Bélgica, Suiza, Mónaco y Estonia).

Sin embargo, la mayoría de ellos están entre los países de menor crecimiento de usuarios de Internet en los últimos 10 años.

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 (Rusia, Turquía, Rumanía y Bulgaria).

Según esta fuente (que utiliza datos de Nielsen Online, ITU, GfK y que no coincide con los de AIMC), España es el séptimo país europeo en número de usuarios (29 millones), con una cuota del 6% y una penetración del 63%.



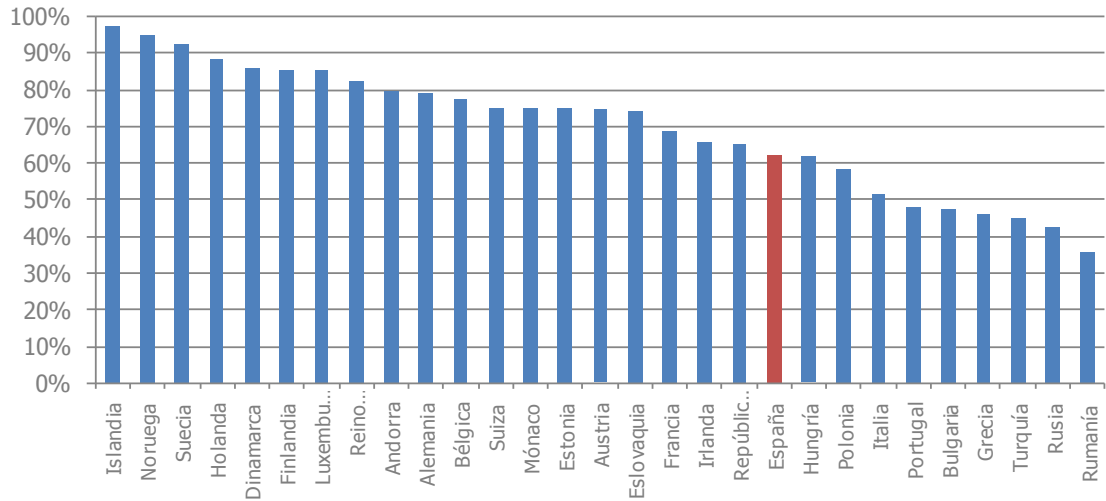
Informe de Internet en España y en el mundo

	Población 2010	Usuarios	Penetración	Cuota Eur.	VAR. 00/10
	(estim.)	(Junio '10)	(%)	(%)	% crecim.
Islandia	30.891	301.600	97,6%	0,1%	79,5%
Noruega	4.676.305	4.431.100	94,8%	0,9%	101,4%
Suecia	9.074.055	8.397.900	92,5%	1,8%	107,5%
Holanda	16.783.092	14.872.200	88,6%	3,1%	281,3%
Dinamarca	5.515.575	4.750.500	86,1%	1,0%	143,6%
Finlandia	5.255.695	4.480.900	85,3%	0,9%	132,5%
Luxemburgo	497.538	424.500	85,3%	0,1%	324,5%
Reino Unido	62.348.447	51.442.100	82,5%	10,8%	234,0%
Andorra	84.525	67.200	79,5%	0,0%	1244,0%
Alemania	82.282.988	65.123.800	79,1%	13,7%	171,3%
Bélgica	10.423.493	8.113.200	77,8%	1,7%	305,7%
Suiza	7.623.438	5.739.300	75,3%	1,2%	168,9%
Mónaco	30.586	23.000	75,2%	0,0%	228,6%
Estonia	1.291.170	969.700	75,1%	0,2%	164,5%
Austria	8.214.160	6.143.600	74,8%	1,3%	192,6%
Eslovaquia	5.470.306	4.063.600	74,3%	0,9%	525,2%
Francia	64.768.389	44.625.300	68,9%	9,4%	425,0%
Irlanda	4.622.917	3.042.600	65,8%	0,6%	288,1%
República Checa	10.201.707	6.680.800	65,5%	1,4%	568,1%
España	46.505.963	29.093.984	62,6%	6,1%	440,0%
Hungría	9.992.339	6.176.400	61,8%	1,3%	763,8%
Polonia	38.463.689	22.450.600	58,4%	4,7%	701,8%
Italia	58.090.681	30.026.400	51,7%	6,3%	127,5%
Portugal	10.735.765	5.168.800	48,1%	1,1%	106,8%
Bulgaria	7.148.785	3.395.000	47,5%	0,7%	689,5%
Grecia	10.749.943	4.970.700	46,2%	1,0%	397,1%
Turquía	77.804.122	35.000.000	45,0%	7,4%	1650,0%
Rusia	139.390.205	59.700.000	42,8%	12,6%	1825,8%
Rumanía	21.959.278	7.786.700	35,5%	1,6%	873,3%
Total Europa	813.319.511	475.069.448	58,4%	100,0%	352,0%

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de Internet World Stats, junio 2010



Índice de penetración de Internet en Europa



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, pero

Canadá es el que tiene mayor cuota de penetración (78%).

	Población 2010 (estim.)	Usuarios (Junio '10)	Penetración (%)	Cuota NA (%)	VAR. 00/10 % crecim.
Canadá	33.759.742	26.224.900	77,7%	9,9%	106,5%
EE UU	310.232.863	239.232.863	77,3%	90,1%	151,6%
Total Norteamérica	344.124.450	266.224.500	77,4%	100,0%	146,3%

Fuente: Elaboración tatum, a partir de datos de Internet World Stats, junio 2010

NOTA: Los datos de México se incluyen en la tabla de Latinoamérica

(Los datos de población y de usuarios de Internet en Latinoamérica son los de diciembre de 2009.)

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

países con mayores cuotas de usuarios de Internet.

Sin embargo, Chile es el país con mayor índice de penetración y el único que supera la barrera del 50%. Bolivia y Nicaragua son los países con los índices de penetración más pequeños (11% y 10%, respectivamente).



Informe de Internet en España y en el mundo

Sin embargo, entre los países con menores índices de penetración, se encuentran seis de los diez países con

mayores crecimientos en el número de usuarios de Internet en los últimos años.

	Población (estim. '09)	Usuarios (Dic. '09)	Penetración (%)	Cuota Latam. (%)	VAR. 00/09 % crecim.
Chile	16.601.707	8.369.036	50,4%	4,6%	376,2%
Argentina	40.913.584	20.000.000	48,9%	10,9%	700,0%
Colombia	43.677.372	20.788.818	47,6%	11,4%	2267,7%
Uruguay	3.494.382	1.340.000	38,3%	0,7%	262,2%
Brasil	198.739.269	72.027.700	36,2%	39,4%	1340,6%
Costa Rica	4.253.877	1.500.000	35,3%	0,8%	500,0%
Venezuela	26.814.843	8.846.535	33,0%	4,8%	831,2%
República Dominicana	9.650.054	3.000.000	31,1%	1,6%	5354,5%
Panamá	3.360.474	934.500	27,8%	0,5%	1976,7%
Perú	29.546.963	7.636.400	25,8%	4,2%	205,5%
Puerto Rico	3.966.213	1.000.000	25,2%	0,5%	400,0%
México	111.211.789	27.600.000	24,8%	15,1%	917,5%
Guatemala	13.276.517	1.960.000	14,8%	1,1%	2915,4%
El Salvador	7.185.218	975.000	13,6%	0,5%	2337,5%
Paraguay	6.995.655	894.200	12,8%	0,5%	4371,0%
Cuba	11.451.652	1.450.000	12,7%	0,8%	2316,7%
Ecuador	14.573.101	1.840.678	12,6%	1,0%	922,6%
Honduras	7.833.696	958.500	12,2%	0,5%	2296,3%
Bolivia	9.775.246	1.050.000	10,7%	0,6%	775,0%
Nicaragua	5.891.199	600.000	10,2%	0,3%	1100,0%
TOTAL	569.212.811	182.771.367	32,1%	100,0%	927,2%

Fuente: Elaboración **tatum**, a partir de datos de Internet World Stats, diciembre 2009

Usuarios de Internet en Asia (principales países)

China, Japón e India son los tres países asiáticos con mayores volúmenes de usuarios de Internet y, por tanto, con mayores cuotas de usuarios (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 78% (el más alto después de Corea del Sur y Brunei, 81%), frente al

32% de China y al 7% de India (el más bajo).

Si atendemos a las cifras de crecimiento en los últimos años, encontramos países como Uzbequistán, Tadjiquistán, Azerbaiyán, Pakistán o Vietnam, con crecimientos superiores al 10.000%. Frente a ellos, los países con mayores índices de penetración (Corea del Sur, Japón, Hong Kong, Taiwán y Singapur) tienen los crecimientos menores (entre 100% y 200%).



Informe de Internet en España y en el mundo

	Población 2010 (estim.)	Usuarios (junio '10)	Penetración (%)	Cuota Asia (%)	VAR. 00/10 % crecim.
Corea del Sur	48.636.068	39.440.000	81,1%	4,8%	107,1%
Brunei	395.027	318.900	80,7%	0,0%	963,0%
Japón	126.804.433	99.143.700	78,2%	12,0%	110,6%
Singapur	4.701.069	3.658.400	77,8%	0,4%	204,9%
Taiwán	23.024.956	16.130.000	70,1%	2,0%	157,7%
Hong Kong *	7.089.705	4.878.713	68,8%	0,6%	113,7%
Malasia	26.160.256	16.902.600	64,6%	2,0%	356,8%
Macao*	567.957	280.900	49,5%	0,0%	368,2%
Azerbaián	8.303.512	3.689.000	44,4%	0,4%	30641,7%
Kirguistán	5.508.626	2.194.400	39,8%	0,3%	4152,7%
Kazajistán	15.460.484	5.300.000	34,3%	0,6%	7471,4%
China *	1.330.141.295	420.000.000	31,6%	50,9%	1766,7%
Filipinas	99.900.177	29.700.000	29,7%	3,6%	1385,0%
Georgia	4.600.825	1.300.000	28,3%	0,2%	6400,0%
Vietnam	89.571.130	24.269.083	27,1%	2,9%	12034,5%
Tailandia	66.404.688	17.486.400	26,3%	2,1%	660,3%
Maldivas	39.565	87.900	22,2%	0,0%	1365,0%
Uzbequistán	27.865.738	4.689.000	16,8%	0,6%	62420,0%
Indonesia	242.968.342	30.000.000	12,3%	3,6%	1400,0%
Mongolia	3.086.918	350.000	11,3%	0,0%	1066,7%
Pakistán	177.276.594	18.500.000	10,4%	2,2%	13716,3%
Tajiquistán	7.487.489	700.000	9,3%	0,1%	34900,0%
Sri Lanka	21.513.990	1.776.200	8,3%	0,2%	1361,9%
Laos	6.993.767	527.400	7,5%	0,1%	8690,0%
Bután	699.847	50.000	7,1%	0,0%	9900,0%
Armenia	2.966.802	208.200	7,0%	0,0%	594,0%
India	1.173.108.018	81.000.000	6,9%	9,8%	1520,0%
Total Asia	3.834.792.852	825.094.396	21,5%	100,0%	621,8%

Fuente: Elaboración **tatum**, a partir de datos de Internet World Stats, junio 2010

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

Usuarios de Internet en Oriente Próximo (principales países)

Irán y Arabia Saudí son los países de Oriente Próximo con mayores volúmenes de usuarios de Internet y, por tanto, con mayores cuotas de usuarios (53% y 16%, respectivamente). En ambos casos, estos puestos se explican por su enorme población, más que por que tengan un alto índice de penetración de Internet (un 43% y un 38%, respectivamente).

Los índices más altos de penetración los tienen Bahrein, Emiratos Árabes e Israel, por encima del 70%. Los más bajos, Siria, Palestina, Yemen e Irak, no llegan al 20%.

Si atendemos a las cifras de crecimiento, entre los cinco mayores se encuentran tres de los países con menor penetración (Siria, Yemen e Irak), lo que puede favorecer reducir la brecha digital. En cambio, Emiratos Árabes e Israel, países



Informe de Internet en España y en el mundo

con altos índices de penetración, tienen menores crecimientos.

	Población 2010 (estim.)	Usuarios (Junio '10)	Penetración (%)	Cuota Oriente (%)	VAR. 00/10 % crecim.
Bahréin	738.004	649.300	88,0%	1,0%	1523,3%
Emiratos Árabes Unidos	4.975.593	3.777.900	75,9%	6,0%	414,0%
Israel	7.353.985	5.263.146	71,6%	8,3%	314,4%
Qatar	840.926	436.000	51,8%	0,7%	1353,3%
Irán	76.923.300	33.200.000	43,2%	52,5%	13180,0%
Omán	2.967.717	1.236.700	41,7%	2,0%	1274,1%
Kuwait	2.789.132	1.100.000	39,4%	1,7%	633,3%
Arabia Saudí	25.731.776	9.800.000	38,1%	15,5%	4800,0%
Jordania	6.407.085	1.741.900	27,2%	2,8%	1268,3%
Líbano	4.125.247	1.000.000	24,2%	1,6%	233,3%
Siria	22.198.110	3.935.000	17,7%	6,2%	13016,7%
Palestina	2.514.845	356.000	14,2%	0,6%	917,1%
Yemen	23.495.361	420.000	1,8%	0,7%	2700,0%
Irak	29.671.605	325.000	1,1%	0,5%	2500,0%
Total Oriente Próximo	212.336.924	63.240.946	29,8%	100,0%	1825,3%

Fuente: Elaboración **tatum**, a partir de datos de Internet World Stats, junio 2010

Usuarios de Internet en Oceanía (principales países)

Australia es el país de Oceanía con más usuarios de Internet: el 80% de la cuota de usuarios en el continente. Sin embargo, su índice de penetración, aun siendo muy

alto (80%), es inferior al de Nueva Zelanda (85%), que además sigue creciendo a mayor ritmo que Australia.

	Población 2010 (estim.)	Usuarios (Sep. '10)	Penetración (%)	Cuota Oceanía (%)	VAR. 00/10 % crecim.
Nueva Zelanda	4.213.418	3.600.000	85,4%	16,9%	333,7%
Australia	21.262.641	17.033.826	80,1%	80,1%	158,1%
Total Oceanía/Australia	34.700.201	21.272.470	61,3%	100,0%	179,1%

Fuente: Elaboración **tatum**, a partir de datos de Internet World Stats, septiembre 2010



Usuarios de Internet en África (principales países)

Nigeria, Egipto y Marruecos son los países de África con mayores volúmenes de usuarios de Internet y, por tanto, con mayores cuotas de usuarios (40%, 15% y 9%, respectivamente). 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 (relativamente) alto índice de penetración de Internet (33%), que junto con Túnez (34%) son los más altos del continente.

Los índices más bajos (teniendo en cuenta que sólo hemos incluido los países con al menos 10% de penetración) los tienen Sudáfrica, Sudán y Kenia.

Si atendemos a las cifras de crecimiento en los últimos años, observamos que países como Marruecos y Nigeria, aun teniendo índices de penetración mayores, están creciendo significativamente, mientras que otros, como Kenia y Sudáfrica, tienen índices de penetración muy bajos, pero tampoco muestran crecimientos importantes.

	Población 2010 (estim.)	Usuarios (Junio '10)	Penetración (%)	Cuota África (%)	VAR. 00/10 % crecim.
Túnez	10.589.025	3.600.000	34,0%	3,2%	3500,0%
Marruecos	31.627.428	10.442.500	33,0%	9,4%	10342,5%
Cape Verde	508.659	150.000	29,5%	0,1%	1775,0%
Nigeria	152.217.341	43.982.200	28,9%	39,6%	21891,1%
Egipto	80.471.869	17.060.000	21,2%	15,4%	3691,1%
Argelia	34.586.184	4.700.000	13,6%	4,3%	9300,0%
Zimbabue	11.651.858	1.422.000	12,2%	1,3%	2744,0%
Sudáfrica	49.109.107	5.300.000	10,8%	4,8%	120,8%
Kenia	40.046.566	3.995.500	10,0%	3,6%	1897,8%
Sudán	41.980.182	4.200.000	10,0%	3,8%	13900,0%
Total África	1.013.779.050	110.931.700	10,9%	100,0%	2357,3%

Fuente: Elaboración **tatum**, a partir de datos de Internet World Stats, junio 2010

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 (32% y 7%, respectivamente).

- Por otro lado, países como EEUU o Japón con poblaciones bastante menos numerosas, pero con altos índices de penetración (77% y 78%, respectivamente).



Informe de Internet en España y en el mundo

España se sitúa en el decimoctavo lugar, cuatro puestos por debajo del año pasado.

	Internet (junio '10)	
	Usuarios	Penetración
1 China *	420.000.000	31,6%
2 EE UU	239.893.600	77,3%
3 Japón	99.143.700	78,2%
4 India	81.000.000	6,9%
5 Brasil	75.943.600	37,8%
6 Alemania	65.123.800	79,1%
7 Rusia	59.700.000	42,8%
8 Reino Unido	51.442.100	82,5%
9 Francia	44.625.300	68,9%
10 Nigeria	43.982.200	28,9%
11 Corea del Sur	39.440.000	81,1%
12 Turquía	35.000.000	45,0%
13 Irán	33.200.000	43,2%
14 México	30.600.000	27,2%
15 Italia	30.026.400	51,7%
16 Indonesia	30.000.000	12,3%
17 Filipinas	29.700.000	29,7%
18 España	29.093.984	62,6%
19 Argentina	26.614.813	64,4%
20 Canadá	26.224.900	77,7%
Total Top	1.490.754.397	33,3%
Resto del mundo	475.760.419	20,1%
Total mundial (usuarios)	1.966.514.816	28,7%

Fuente: Elaboración **tatum**, a partir de datos de Internet World Stats, junio 2010

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, esta muestra los países con mayores índices de penetración de Internet en sus poblaciones.

Quedan fuera del ranking los países con poca penetración, pero muy poblados, y entran países con poca población, como casi todos los que ocupan los primeros puestos. [Hemos sacado los países que

tienen poblaciones muy pequeñas: Islas Falkland (1^{er} puesto), Groenlandia (4^o), San Kitts y Nevis (6^o), Islas Faroe (14^o), Antigua y Barbuda (17^o) y Bermuda (21^o).]

Cabe destacar que son los países del norte de Europa los que encabezan este ranking. España aparece en el vigesimoséptimo puesto del ranking de todos los países.



	Internet (Dic '09)	
	Penetración	Usuarios
Islandia	93,2%	285.700
Noruega	90,9%	4.235.800
Suecia	89,2%	8.085.500
Holanda	85,6%	14.304.600
Dinamarca	84,2%	4.629.600
Finlandia	83,5%	4.382.700
Nueva Zelanda	83,1%	3.500.000
Australia	80,1%	17.033.826
Luxemburgo	78,7%	387.000
Corea del Sur	77,3%	37.475.800
Reino Unido	76,4%	46.683.900
EE UU	76,3%	234.372.000
Suiza	75,5%	5.739.300
Japón	75,5%	95.979.000
Alemania	75,3%	61.973.100
Canadá	74,9%	25.086.000
Emiratos Árabes Unidos	74,1%	3.558.000
Israel	72,8%	5.263.146
Singapur	72,4%	3.370.000
Austria	72,3%	5.936.700
España	71,8%	29.093.984
Total Top 58	72,1%	786.683.055
Resto del mundo	17,9%	1.015.647.402
Total mundial (usuarios)	26,6%	1.802.330.457

Fuente: Elaboración **tatum**, a partir de datos de Internet World Stats, septiembre 2009, excepto:
- Nueva Zelanda, Alemania y Emiratos Árabes Unidos (datos a diciembre 2009)
- EE UU (datos a noviembre 2009)
- Australia y España (datos a agosto 2009)
- Dinamarca (datos a junio 2009)
- Israel (datos a mayo 2009)
- Corea del Sur (datos a junio 2008)

Idiomas más utilizados en Internet a nivel mundial

Adicionalmente, puede resultar interesante saber qué potencial de usuarios puede tener un sitio web diseñado en español.

Hay casi 153 millones de usuarios de Internet hispanoparlantes, que representan el 8% de los usuarios

mundiales de Internet, la tercera cuota más grande de usuarios, por debajo de los angloparlantes y de los chinos (27% y 23%, respectivamente).

Sin embargo, al tratarse del idioma utilizado en países con bajos índices de



Informe de Internet en España y en el mundo

penetración (Latinoamérica), el índice de penetración de usuarios de Internet hispanoparlantes no es de los más altos: sólo usa Internet un 37% de los casi 420,5 millones de personas que se estima que hablan español.

Idiomas como el japonés, el alemán o el coreano tienen índices de penetración mucho más altos, ya que se utilizan casi

exclusivamente en países con alta penetración de Internet.

El número de hispanoparlantes que usa Internet ha experimentado, desde 2000, un crecimiento del 743%: 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).

	Población/idioma (est. 2010)	Usuarios (junio '10)	Penetración (%)	Cuota Top Ten (%)	VAR. 00/10 % crecim.
Inglés	1.277.528.133	536.564.837	42,0%	27,3%	281,2%
Chino	1.365.524.982	444.948.013	32,6%	22,6%	1277,4%
Español	420.469.703	153.309.074	36,5%	7,8%	743,2%
Japonés	126.804.433	99.143.700	78,2%	5,0%	110,6%
Portugués	250.372.925	82.548.200	33,0%	4,2%	989,6%
Alemán	95.637.049	75.158.584	78,6%	3,8%	173,1%
Árabe	347.002.991	65.365.400	18,8%	3,3%	2501,2%
Francés	347.932.305	59.779.525	17,2%	3,0%	398,2%
Ruso	139.390.205	59.700.000	42,8%	3,0%	1825,8%
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	6.845.609.960	1.966.514.816	28,7%	100,0%	444,8%

Fuente: Elaboración **tatum**, a partir de datos de Internet World Stats, junio 2010



4.- Estado actual de las Redes Sociales en España



4.1.- INTRODUCCIÓN

Por último, queremos dar un rápido repaso a los últimos datos sobre el **uso de las redes sociales en España**, basándonos en algunos de los resultados de la 3ª oleada del Observatorio Redes Sociales, elaborada por **The Cocktail Analysis** a partir de 1.793 encuestas a internautas y 8 grupos de discusión, y gracias al patrocinio de BBVA y Microsoft.

Según sus resultados, la participación en las redes sociales en 2010 se ha consolidado entre los internautas españoles (el 85% las utilizan, frente al 81% en 2009). Y esta consolidación supone, por un lado, que **se estabiliza el número medio de redes a las que pertenece cada usuario** (2 redes, como en 2009, y sólo un 25% de los usuarios piensa ampliar su participación, sobre todo en Twitter) y, por otro lado, que **las redes empiezan a dotarse de contenidos**, más allá de la mera actividad relacional (un 45% de los internautas participa en alguna red de temática específica, sobre todo formativas o profesionales y de hobbies: deporte, ocio y música).

La red social con más penetración en España es Facebook (con un 78% de

usuarios con cuenta activa). Tuenti "vive un momento de afianzamiento" (35% de penetración) y Twitter está creciendo (del 9% en 2009 al 14% en 2010). Los usuarios de Facebook y Tuenti las utilizan, en primer lugar, para comunicarse con sus contactos y, en segundo lugar, para curiosear en las fotos y perfiles de otros usuarios. Mientras en Twitter los usuarios principalmente siguen la actividad de sus contactos y sólo un tercio publican tweets con frecuencia.

Messenger sigue liderando la mensajería instantánea (69% de penetración: y el 90% de los que usan su cuenta la tienen desde hace más de tres años).

Cuatro de cada 10 cuentas abiertas en redes sociales no están activas (se han cerrado o no se usan). Algunas redes están en claro retroceso (Xing, Fotolog, Hi5, Sónico, Badoo y MySpace) y otras tienen altos índices de abandono, pero con una elevada disposición a reabrir las cuentas y con gran número de usuarios nuevos (Twitter y LinkedIn).

Fuente: The Cocktail Analysis. Observatorio Redes Sociales 3ª oleada, febrero de 2011

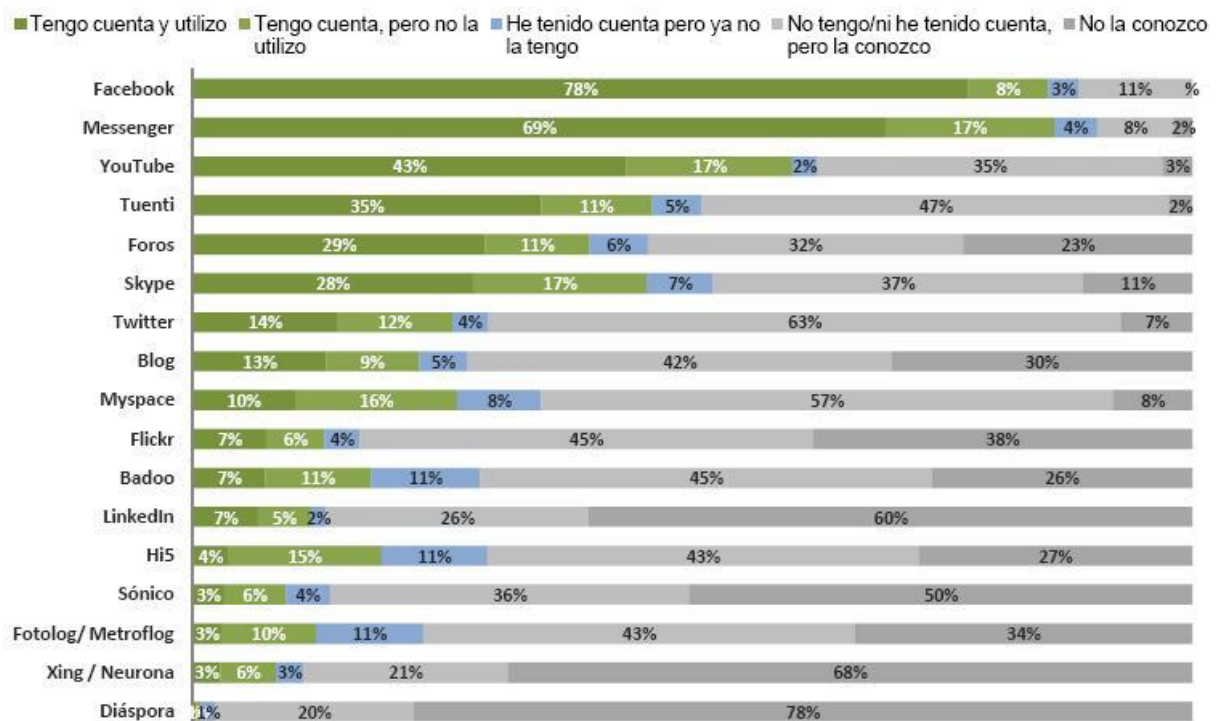


4.2.- EVOLUCIÓN DEL FENÓMENO DE LAS REDES SOCIALES

El uso de redes sociales

Fuente: The Cocktail Analysis. Observatorio Redes Sociales 3ª oleada, febrero de 2011

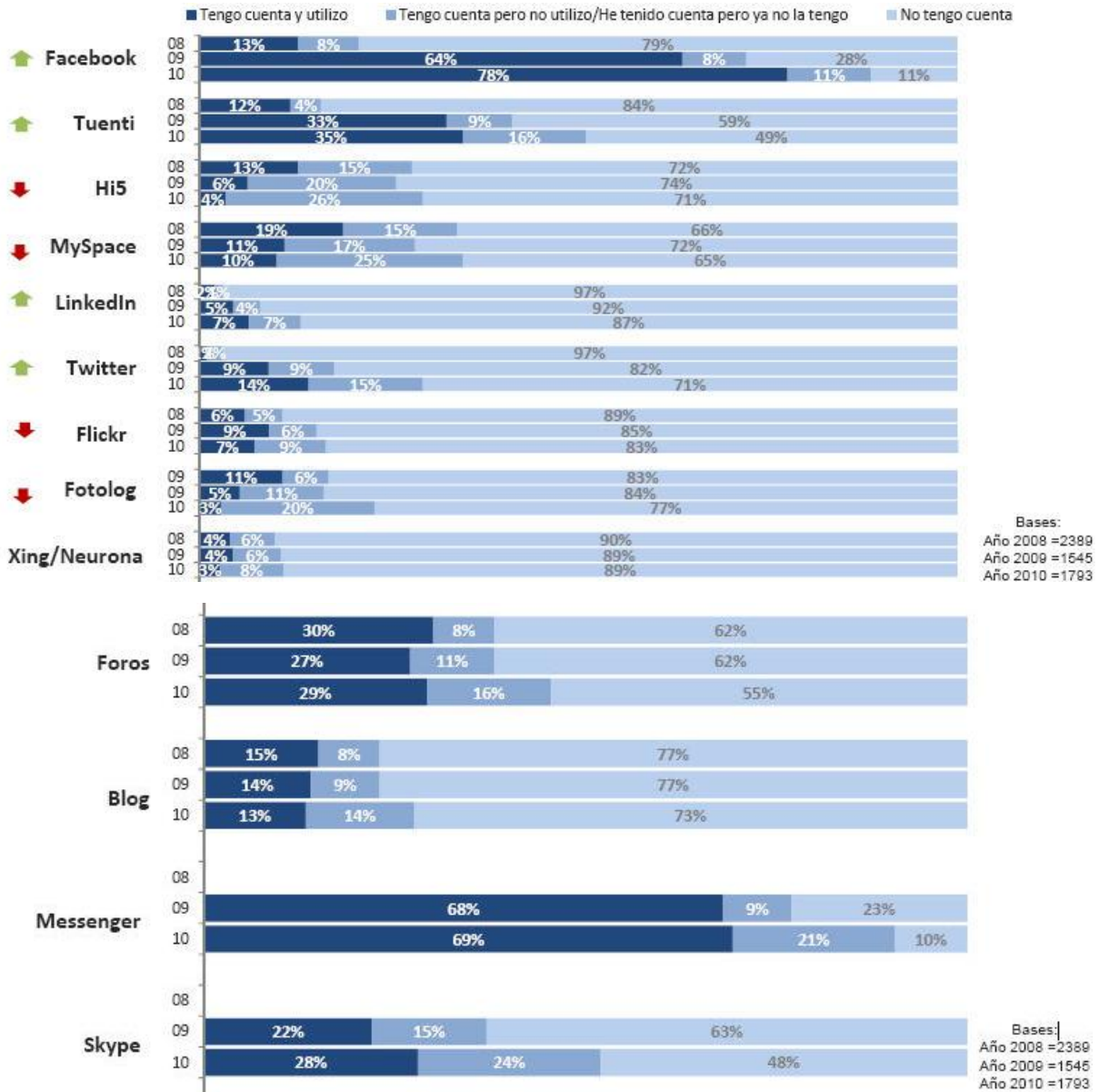
Pertenencia a redes sociales/comunidades



Base total = 1703

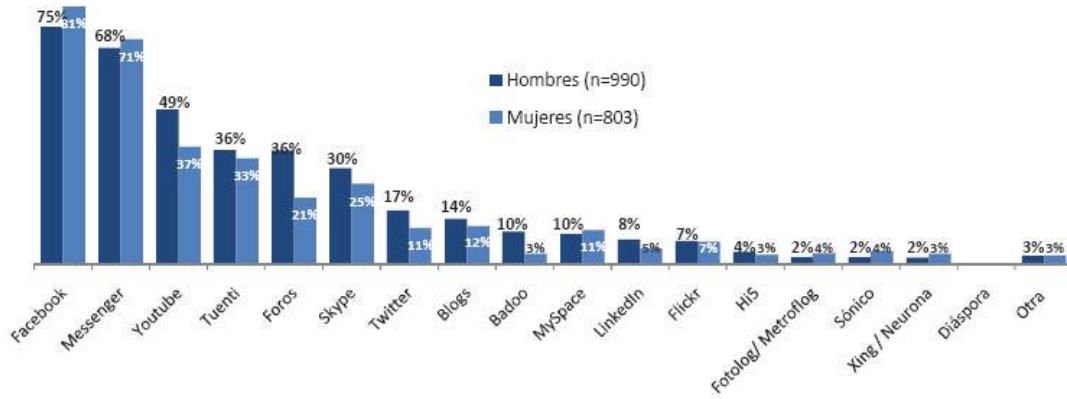


Evolución de la pertenencia a redes sociales/comunidades (2008-2010)

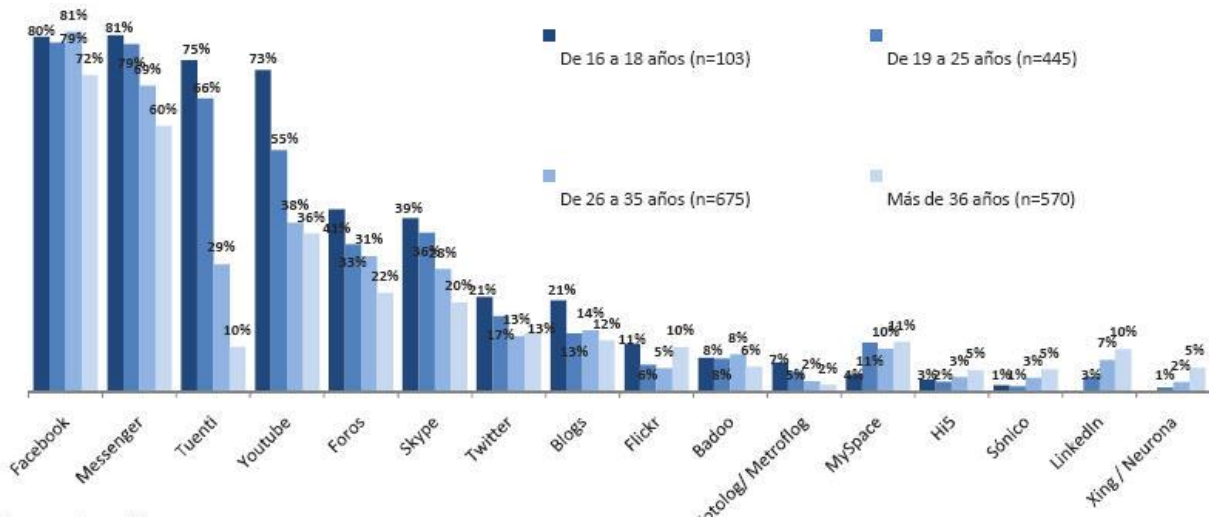




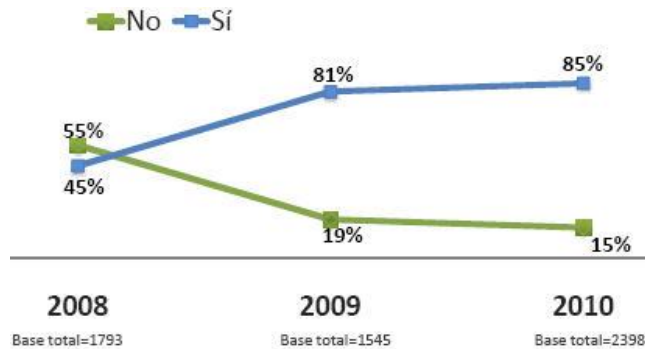
Redes y género: Tengo cuenta y utilizo



Redes y edad: Tengo cuenta y utilizo



Penetración en redes sociales puras



NOTA: Facebook, Tuenti, Hi5, LinkedIn, Spaces, Xing/ Neurona, Fotolog/ Metroflog, Twitter, MySpace, Badoo, Sónico y Flickr

Media de redes sociales / plataformas: ¿Cuántas cuentas tienen?



NOTA: Facebook, Tuenti, Hi5, LinkedIn, Spaces, Xing/ Neurona, Fotolog/ Metroflog, Twitter, MySpace, Badoo, Sónico y Flickr

¿Participas en alguna red social/comunidad de temática específicas?



El abandono de redes sociales

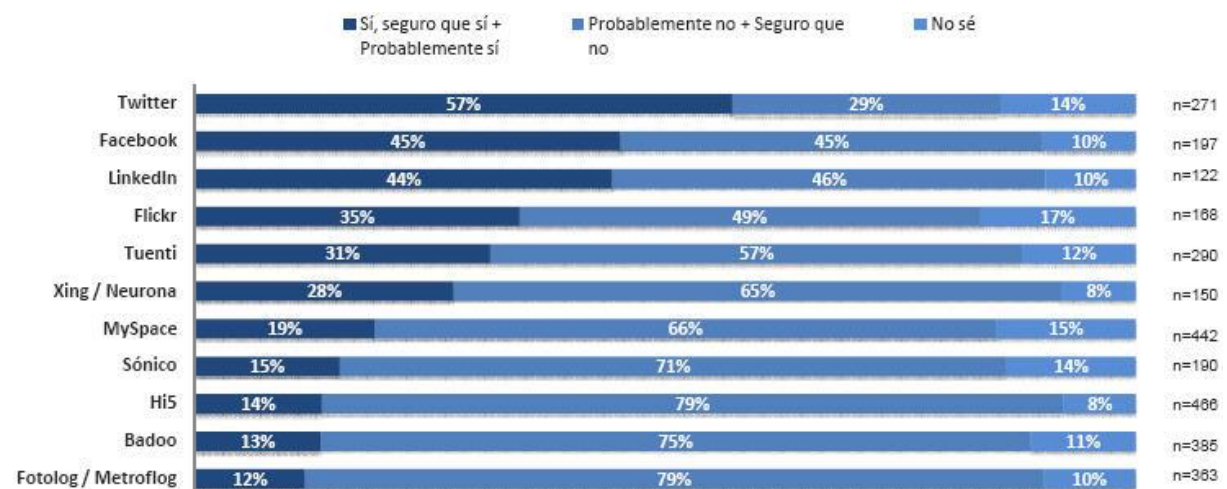
Fuente: The Cocktail Analysis. Observatorio Redes Sociales 3ª oleada, febrero de 2011

Penetración vs abandono de cuentas en redes sociales/comunidades



Base “tienen cuenta y usan” vs “tienen cuenta y no usan”+ “ha tenido cuenta pero ya no la tiene”

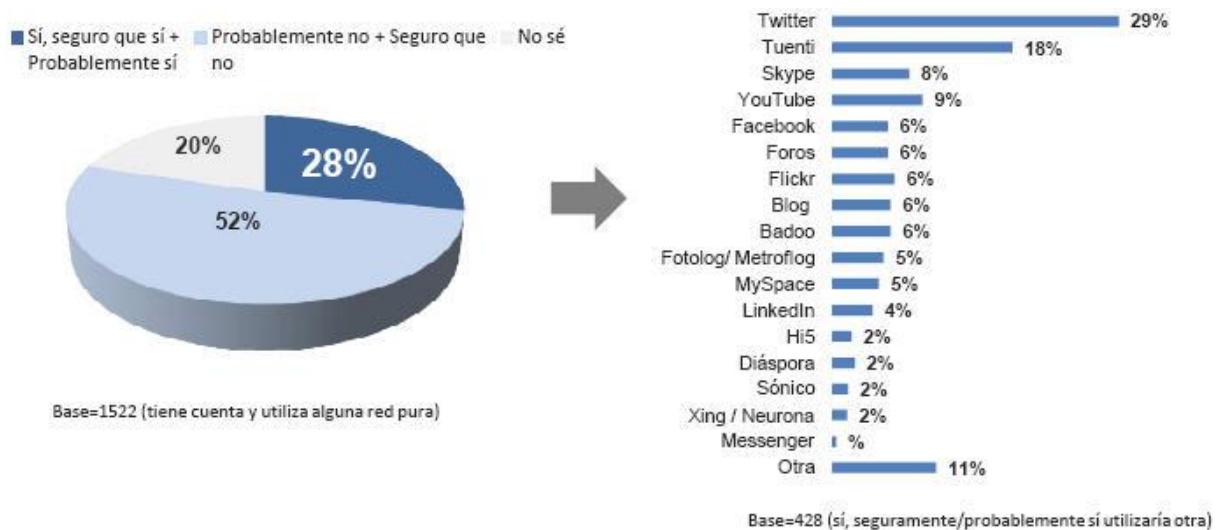
Creas que volverás a utilizar las siguientes redes en un futuro cercano



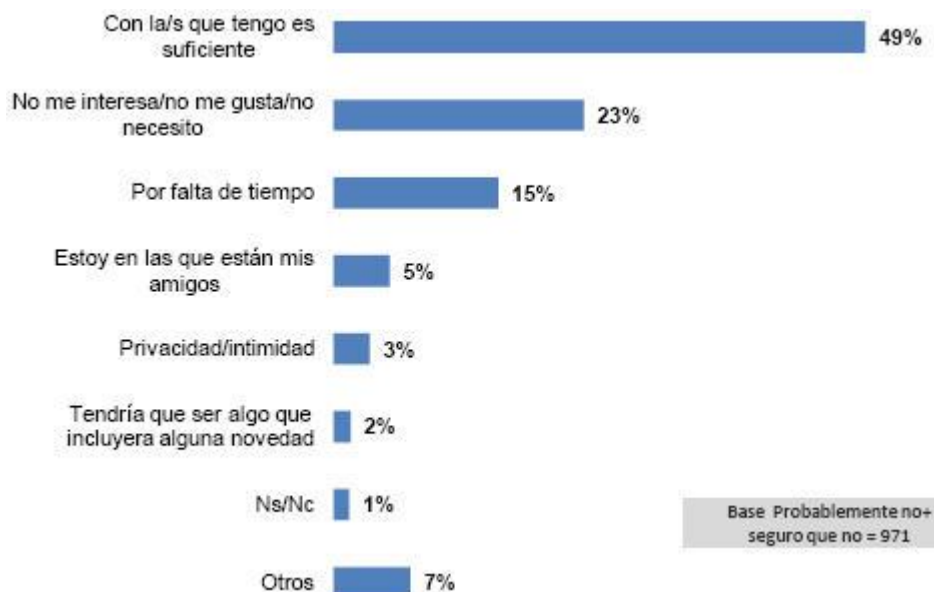
Perspectivas de futuro

Fuente: The Cocktail Analysis. Observatorio Redes Sociales 3ª oleada, febrero de 2011

Intención de abrir una cuenta/comenzar a usar alguna otra red social



Frenos a abrir nuevas cuentas de Redes Sociales

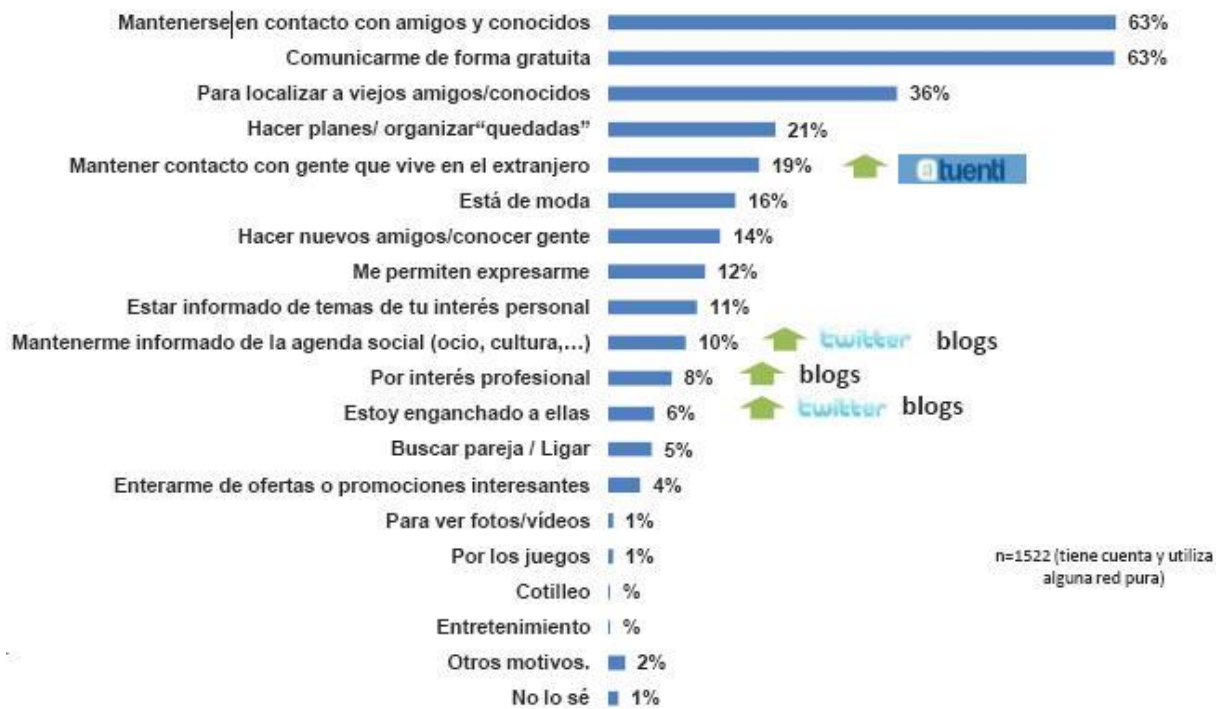




4.3.- EL CÓMO Y EL PORQUÉ: RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES

Fuente: The Cocktail Analysis. Observatorio Redes Sociales 3ª oleada, febrero de 2011

Motivos de pertenencia de redes sociales





5.- SOBRE TATUM

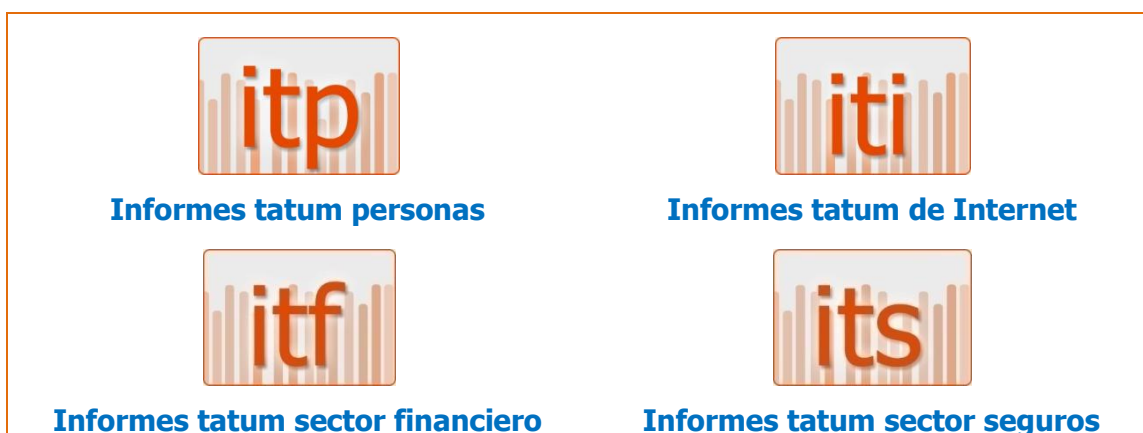
tatum es una compañía de consultoría que viene operando desde 1996 en el mercado español y en el latinoamericano, y cuya misión es colaborar con las empresas en la consecución de sus objetivos de negocio, ofreciendo soluciones integrales en:

- ▣ **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 en Centro de Recursos en 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