

FICHA TÉCNICA

Título: **INFORME DE INTERNET EN ESPAÑA Y EN EL MUNDO**

Año: 2001

Fuente: TATUM, Consultoría de Marketing e Internet

Nº de páginas: 59

Acceso/coste: Gratuito solicitándolo en TATUM

Localización: Disponible en www.tatum.es dirigir petición a informes@tatum.es



El "Informe de Internet en España y en el Mundo" realizado por la consultora de marketing e Internet Tatum recopila información sobre diversos indicadores relacionados con Internet. Aunque este documento se centra especialmente en España ofrece información detallada para otros países (EE.UU., y algunos países europeos), lo que permite un análisis comparativo de los datos presentados.

Descripción

El **Informe de Internet en España y el mundo** publicado con una frecuencia trimestral, desde Septiembre de 2001, por la consultora Tatum en su área de Marketing e Internet, nos muestra la situación de la Red en el ámbito nacional e internacional con los datos obtenidos hasta Diciembre de 2001 (fecha del último informe disponible), prestando una especial atención a España, Europa y EE.UU.

Contenido

El informe consta de 59 páginas donde se recopilan los principales indicadores de la evolución de Internet en el ámbito nacional e internacional y datos comparativos por Comunidades, regiones y países, obtenidos de diversas fuentes conocidas. La información aparece recogida en 46 tablas acompañadas de sus correspondientes gráficos y clasificadas según sean para España o el mundo. No contiene texto que documente la información presentada.

Los datos que presentan son de gran actualidad, referidos a 2000 y 2001 en la mayoría de los casos e incluso con previsiones de futuro para determinados indicadores (usuarios de Internet, comercio electrónico...).

Estructura del informe

I. RESUMEN Internet en España y en el mundo

II. INTERNET EN ESPAÑA

- Datos de la evolución
- Previsión de usuarios
- Número de usuarios por sexo
- Número de usuarios por edad
- Número de usuarios por clase social
- Perfil del internauta
- Nuevos usuarios por sexo
- Nuevos usuarios por edad
- Portales favoritos de los usuarios
- Ranking dominios en Internet
- Número de internautas compradores
- Tipo de participación de las empresas en el marketplace
- Distribución de las empresas por Comunidad Autónoma
- Distribución por sectores de actividad
- Situación del B2B dividido por sectores para el 2003
- Sectores con mayor crecimiento
- Principales barreras del B2B

- ¿Por qué no se desarrolla en e-Commerce?
- Situación de los medios publicitarios
- Medios más afectados por la crisis
- Tendencias de los medios de comunicación no tradicionales
- Ventajas del e-mail marketing
- Formatos más importantes
- Factores que determinan el éxito
- Actitud del usuario ante un correo SPAM

III. INTERNET EN EL MUNDO

- Número de usuarios de Internet en los quince primeros países
- Número de usuarios y previsión por región
- Número de usuarios y previsión por idioma
- Perfil de los usuarios en los principales países por sexo
- Perfil de los usuarios en función de los días conectados
- Perfil de los usuarios por sexo en EE.UU.
- Perfil de los usuarios por edades en EE.UU.
- Costumbre de los usuarios de EE.UU.
- Productos más comprados en EE.UU.
- Ranking de categorías en EE.UU.
- Razones para abandonar una tienda on-line
- Diferentes usos del e-mail
- Características de los internautas en Europa
- Número de internautas en función páginas visitadas
- Previsión de ingresos por e-commerce por región
- Previsión de las transacciones de comercio electrónico en Europa
- E-commerce en el mundo y previsiones
- Evolución del B2B

Principales conclusiones

Este informe no contiene conclusiones específicas, pues no incluye texto explicativo de los resultados, no obstante un análisis de los datos contenidos en él permite extraer los siguientes aspectos relevantes:

- ❖ A principios de 2001, la cifra de usuarios en España, en miles, según la Encuesta General de Medios (EMG), era de 5.486 usuarios. A finales de este mismo año ascendió a 7.388 usuarios, lo que significa que se están cumpliendo las estimaciones de la Asociación de Usuarios de Internet (AUI) que esperaba para 2001 que los usuarios alcanzasen los 7.000, y sostiene unas previsiones para 2002 de 10.000, para 2003 de 12.500, para 2004 de 16.000 y para 2005 de 18.500 usuarios.

- ❖ Por sexo, siguen siendo los hombres los que más utilizan Internet, aunque es destacable el aumento progresivo de la presencia femenina con un 4% más de internautas en 2001 respecto a 2000. Por edad, es el rango de 25-34 años los que más utilizan la red. La clasificación por clases sociales nos muestra que es la clase media la que más hace uso de Internet.
- ❖ En España, el medio más afectado por la crisis ocurrida en el año 2001 ha sido el marketing interactivo, seguido de los patrocinios y los regalos promocionales. Los mailings personalizados y las bases de datos apenas se han visto afectados por la crisis.
- ❖ A nivel mundial y con datos expresados en miles, los países que mayor número de internautas presentan son: EE.UU., con 134.600; Japón con 33.900 y China con 22.500. Cabe destacar que España se encuentra dentro del grupo de los 15 primeros países en número de usuarios de Internet, concretamente en la posición 13, con tan sólo cuatro países europeos por delante (Alemania, Reino Unido, Italia y Francia).
- ❖ Por grandes zonas geográficas, en el año 2000 fue Norteamérica la que encabezó la lista de número de usuarios, seguida de Europa y Asia/Pacífico, aunque las previsiones para 2005 señalan que Europa presentará un mayor número de internautas que Norteamérica.
- ❖ Según Forrester Research, Norteamérica ha representado, en 2000, el 77,51% de los ingresos por e-commerce, seguido de Europa Occidental con un 13,29% y Asia/Pacífico con un 8,17%. Las previsiones para 2004 señalan que las diferencias entre regiones serán menores, con participaciones del 50,91% para Norteamérica, 24,30% para Asia/Pacífico y 22,58% para Europa Occidental.
- ❖ Por países europeos, según Gartner group, Alemania es el que mayores cifras de transacciones electrónicas presenta, con más del 37%, seguido de Reino Unido con más del 34%. España tan sólo presenta el 0,01% de las transacciones electrónicas efectuadas en Europa. Las previsiones de esta consultora para 2004 mantienen a Alemania y Reino Unido como líderes del sector.