

Contacto: Laura Martín Aguirre  
+34 91 377 72 75

## El universo total de internautas crece una media de un 4% en un año

España se posiciona como el país con mayores crecimientos a nivel europeo.

**MADRID – 24 de febrero de 2003** – Nielsen//NetRatings, líder global en medición de audiencias y estudios de Mercado en Internet, muestra que los 11 principales mercados de Internet experimentaron un incremento medio en número de internautas del 4% entre el último trimestre de 2001 y el último trimestre de 2002. Estableciendo una comparación entre todos los países estudiados, Estados Unidos es el país que más ha incrementado su universo total de Internet en dicho período, según el Informe Global sobre la Evolución de Internet del cuarto trimestre de 2002 realizado por Nielsen//NetRatings.

“Casi 10 millones de personas con más de 16 años accedieron a Internet en Estados Unidos entre el último trimestre de 2001 y el de 2002., un número superior al de los otros países estudiados.” dijo Richard Goosey, Director internacional de Estadística y Análisis de Nielsen//NetRatings (ver Tabla 1). “Como porcentaje de la población, este número sólo representa un incremento del 3% para Estados Unidos, mientras que para España supone un incremento del 22% para ese mismo año.”

**Tabla 1. Número y Porcentaje de gente con acceso a Internet en la actualidad, desde cualquier situación.**

Número de personas de más de 16 años con acceso a Internet desde cualquier lugar* (en millones)				% Personas más de 16 años con conexión a Internet desde cualquier lugar**			
País	Q4 2001	Q4 2002	Variación	País	Q4 2001	Q4 2002	Variación
Estados Unidos	158.9	168.6	<b>9.7</b>	España	32	54	<b>22</b>
España	10.1	17.0	<b>6.9</b>	Reino Unido	62	68	<b>6</b>
Alemania	38.7	41.8	<b>3.1</b>	Italia	50	56	<b>6</b>
Reino Unido	28.0	30.4	<b>2.4</b>	Alemania	59	63	<b>4</b>
Italia	23.0	25.3	<b>2.3</b>	Estados Unidos	76	79	<b>3</b>
Brasil	17.6	19.7	<b>2.1</b>	Holanda	70	73	<b>3</b>
Francia	21.9	23.0	<b>1.1</b>	Francia	52	54	<b>2</b>
Holanda	8.7	9.2	<b>0.5</b>	Brasil	43	45	<b>2</b>
Suecia	6.0	6.1	<b>0.1</b>	Suecia	84	85	<b>1</b>
Hong Kong	4.1	4.0	<b>(0.1)</b>	Hong Kong	73	70	<b>(3)</b>
Australia	11.1	10.5	<b>(0.6)</b>	Australia	76	72	<b>(4)</b>

\*entre población con más de 2 años en el hogar

\*\*entre población de más de 16 años en hogares con línea(s) de teléfono fija(s), en millones

Fuente: Informe Global de Internet Nielsen//NetRatings Q4 2002

“Alemania, Reino Unido e Italia, son los países europeos que más han aumentado su población internauta”, continuo Goosey. “De todos los países analizados en este informe, Alemania (35,6 millones), Reino Unido (29 millones) e Italia (22,7 millones) tienen el número más alto de internautas excluyendo Estados Unidos, con acceso a Internet via PC desde el hogar, en conjunto representan más de la mitad (54%) del total de los 10 países (160,6 millones) excluyendo Estados Unidos.”

“Suecia, Hong Kong, Holanda y Australia parecen ser los mercados de Internet más maduros, liderando claramente las estadísticas: % de personas con ordenador propio o prestado en el hogar

(más del 63%), y altas tasas de conexión de alta velocidad a Internet (más del 81%) para aquellos que tienen ordenador en el hogar” dijo.

“El Informe Global sobre la Evolución de Internet correspondiente al cuarto trimestre de 2002, sitúa a España en la siguiente posición como gran mercado” dijo Goosey. “Además del gran crecimiento en porcentaje de la población con acceso a Internet, España tuvo también el mayor incremento porcentual en otras actividades en Internet entre usuarios en los últimos seis meses, con un incremento del 6% en la recepción y envío de correo electrónico, un 5% en ver contenido audiovisual, y un 9% en la participación en un chat. España es actualmente el país con mayor tasa de uso de mensajería instantánea (44%).”

El informe de Nielsen//NetRatings señala también a Brasil como un mercado con gran crecimiento en el futuro, el 18% de la población con teléfono en el hogar tiene planeado adquirir una conexión a Internet en los próximos 12 meses.

### **Acceso Global a Internet**

Globalmente, el número de personas que han accedido a Internet vía PC desde el hogar pasó de 563 millones en el tercer trimestre de 2002 a 580 millones en el cuarto trimestre de 2002 (ver Tabla 2). Estados Unidos es el país con mayor número de internautas, representando el 29% del total, seguido por Europa con un 23%, Asia&Pacífico con un 13% y Latinoamérica con un 2%. Los mercados no analizados por Nielsen//NetRatings representan el 33%.

**Tabla 2. Número Total de personas con más de 2 años con acceso a Internet via PC desde el hogar.**

	<b>Número de personas con acceso a Internet (en millones)</b>	<b>% sobre la población internauta a nivel mundial</b>
<b>Estados Unidos</b>	168.1	29
<b>Europa</b>	135.3	23
<b>Asia &amp; Pacífico</b>	75.5	13
<b>Latinoamérica</b>	14.3	2
<b>Resto del Munso</b>	186.8	33
<b>Total</b>	580	100

Fuente: Informe Global de Internet de Nielsen//NetRatings Q4 2002

Europa incluye: Francia, Alemania, Italia, Holanda España, Suecia, Suiza y Reino Unido.

Asia & Pacífico incluye: Australia, Hong Kong y Japón

Latinoamérica incluye Brasil

Resto del Mundo: países que no media Nielsen//NetRatings a finales del cuarto trimestre de 2002

Los resultados proceden del estudio Global Internet Trends de Nielsen//NetRatings, servicio de realización trimestral que da información sobre uso y acceso a Internet a nivel mundial. Basado en encuestas realizadas en octubre de 2002 utilizando una metodología de investigación consistente en todos los países. El informe del cuarto trimestre de 2002 se centra en la penetración y uso de Internet en Australia, Brasil, Francia, Alemania, Hong Kong, Italia, Holanda, España, Suecia y Reino Unido, con algún dato adicional de Estados Unidos, Japón y Suiza.

### **Sobre Nielsen//NetRatings**

Nielsen//NetRatings es líder global en medición de audiencias de Internet, proporcionando información exacta, extensa y actualizada para ayudar a los clientes a comprender y analizar la evolución y comportamiento del consumidor y online, así como la efectividad publicitaria y las preferencias de marcas.

En Europa, la compañía tiene paneles de consumidores que usan un software para medir continuamente y de manera no intrusiva el comportamiento online. Estos paneles se encuentran activos en España, Reino Unido, Francia, Alemania, Italia, Suecia y Suiza. La metodología del panel recoge detalladamente los datos sociodemográficos de cada persona, asegurando que las compañías puedan entender y clasificar a sus consumidores e identificar nuevos targets de audiencia.

Nielsen//NetRatings informa regularmente del comportamiento de los usuarios de Internet en el mundo, utilizando los paneles que tiene en 16 países en América, Australia, Asia y Europa. Además del servicio de medición de audiencias de Nielsen//NetRatings, la compañía también proporciona informes analíticos sobre tendencias y mercados internacionales y ha lanzado recientemente la única herramienta publicitaria de planificación de Internet, WebRF. Para más información, por favor visite [www.nielsen-netratings.com](http://www.nielsen-netratings.com)

NETRATINGS, INC.  
890 HILLVIEW COURT  
MILPITAS, CA 95035  
1 888 634 1222

NIELSEN MEDIA RESEARCH  
250 PARK AVENUE  
NEW YORK, NY 10177  
1 212 907 4220

ACNIELSEN ERATINGS.COM  
1 STAMFORD LANDING  
62 SOUTHFIELD AVENUE  
STAMFORD, CT 06902  
1 203 602 4500