

# El consumo de prensa digital en España crece más que la media de la UE

## La Red es la preferida para buscar información sobre el tráfico, el tiempo o la salud

JAVIER TAULER

Madrid. La detención del Odyssey por parte de la Guardia Civil fue seguida ayer en tiempo real por numerosos internautas, a través de los portales de información. Una prueba más de que crece el número de españoles que consultan la información que ofrecen las web de los medios de comunicación. El informe anual de la Fundación Orange, España 2007, sobre el desarrollo de la sociedad de la información en nuestro país, señala que en España la audiencia de los medios de comunicación españoles en Internet se encuentra por encima de la media europea. Algo que no sucede con la prensa de papel.

Junto a esto, el texto señala también que el número de visitantes en Internet de medios de comunicación, ya sea radio, prensa o televisión ha crecido de forma continuada desde 2003. En 2006, según datos del INE, el número de usuarios en el primer trimestre de ese año alcanzó los 9.662.5000.

### Varón urbano

El perfil del internauta que accede a los portales de los medios de comunicación es un varón de 35 años que vive en una población de más

**El perfil del internauta es un varón de 35 años que vive en una población de más de 100.000 habitantes**



Más de diez millones de internautas consultan diariamente los portales informativos de los medios de comunicación.

de 100.000 habitantes. Entre las pautas que se han detectado de los visitantes de los portales de prensa se encuentran, entre otras, que el lunes es el día de mayor audiencia y que el viernes es cuando más tiempo se dedica a visitar el portal, ya que suele ser el día con mayor número de páginas vistas. Por otro lado, el texto destaca la mayor concentración de medios en Internet, ya que los cinco que tienen mayor audiencia engloban el 65% del total de los portales informativos, en vez del 60% que aglutinan

con el canal habitual. Junto a la consulta de información en los portales de los medios de comunicación, cada vez es mayor el número de usuarios que utilizan Internet para trazar sus rutas de viaje, el estado de las carreteras y el tiempo. Datos de Nielsen NetRatings, señalan al respecto, que cerca del 40% de los internautas españoles, unos 6,2 millones de personas, consultan on line el itinerario de su viaje y acceden a portales de información geográfica y turística en busca de mapas, rutas o informa-

ción de ocio como hoteles o restaurantes. Via Michelin encabeza el ranking seguido de la Guía Campa y Mappy. La consultora también señala que han crecido, casi en un 50%, los usuarios que consultan la página de la Dirección General de Tráfico. Sólo en agosto de 2006 de tráfico registro 336 visitantes únicos. En ese mismo mes en 2007 la cifra fue de 623.

En cuanto al tiempo, las estadísticas también avalan el crecimiento en los usuarios que acceden a esta web para consultar el tiempo en

España. Desde la creación de la página, la web ha recibido más de 160 millones de visitas. En lo que va de 2007 ya ha superado los 60 millones y en octubre la web ya ha recibido casi 400.000 visitas.

### Salud y trabajo

El informe de la Fundación Orange hace alusión al incremento en el número de ciudadanos que usan Internet para buscar información relacionada con la salud. Cerca del 40% de los internautas españoles, señala el documento con datos de Eurostat, han realizado consultas de este tipo.

Este porcentaje sitúa a nuestro país ligeramente por encima de la media europea (37%), aunque muy por debajo de Estados Unidos, que según el Pew Research Center 2006, alcanza el 87%. Esta actividad está realizada por distintos agentes como los profesionales sanitarios, los pacientes que quieren obtener más datos sobre sus propias dolencias o estudiantes que recaban información para hacer algún trabajo de investigación.

La búsqueda de empleo es otro de los logros conseguidos por Internet. En España, uno de cada cuatro internautas realiza búsquedas de empleo a través de la red. Comparativamente con la UE, los internautas españoles ocupan un discreto decimocuarto puesto, donde la media se sitúa del 21%. En nuestro país es el 17%.

## LOS BIENES Y SERVICIOS MÁS COMPRADOS

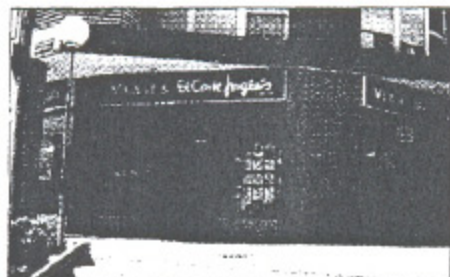
En España, según el informe del Observatorio Red.es, Perfil demográfico de los internautas, con datos del INE correspondientes al primer semestre de 2006, hay algo más de 17 millones de internautas. De esta cifra, el 55,8% son hombres y el 49,7%, mujeres. El Estudio Comercio Electrónico B2C 2007, de ese mismo Observatorio, señala otros aspectos interesantes sobre los bienes y servicios comprados por Internet en 2006. Billetes de avión, entradas para espectáculos, libros, reservas de alojamientos y ropa son los artículos más demandados por Internet. Un 36,5% han comprado por Internet un billete de avión. Le siguen la compra de entradas a espectáculos (16,9%), libros (13,9%), reservas de alojamientos (12,4%), ropa y complementos (10,1%), software (8,2%), DVD y videojuegos (6%), electrónica, también un 6%, música (5,1%), paquetes turísticos (4,8%), hardware (4,5%), alimentación (3,7%), regalos, cosmética y perfumería (3,2%), material de oficina y papelería (3%), productos de telefonía (1,9%), de coleccionismo (1,6%), alquiler de coches (1,6%), electrodomésticos (1,6%), decoración y hogar (1,5%), servicios de Internet (1,5%), artículos deportivos (1,4%), motor (1%), servicios financieros y seguros (0,9%), vinos y gourmet (0,8%). Con respecto a 2005 se mantienen en líneas generales los bienes y servicios adquiridos, aunque hay algunos leves descensos en compra de entradas a espectáculos, libros, hardware o alimentación. El gasto medio por internauta se ha incrementado un 8% en 2006 con respecto a 2005. El año pasado la cifra fue de 523 euros, mientras que en 2005 se situó en 495.

## El mercado del turismo 'online' se ha triplicado en los últimos tres años

Internet es, cada vez más, la herramienta usada por los internautas españoles para turismo. El informe de la Fundación Orange señala al respecto que el número de españoles que han comprado algún viaje o alojamiento de vacaciones a través de la Red se ha triplicado en los últimos tres años. En 2006 el número de compradores on line alcanzó más del 60%. En términos absolutos hubo un total de tres millones de españoles que compraron servicios turísticos

en Internet en el último año. Las mujeres, los solteros y las parejas sin hijos son los que compraron más que el resto.

El documento analiza el tipo de servicio turístico adquirido a partir de datos de Google (2006). El resultado es que Estancias de hoteles (79%) y vuelos de avión (71%) son los productos turísticos más demandados. El tercer puesto es para destinos específicos (43%). Le sigue la compra de billetes de tren (48%), alquiler de coches (42%), paquetes de vaca-



Las redes físicas de agencias de viajes son cada vez menores con la llegada de Internet.

ciones (41%), agencias de viajes on line (38%), casas de vacaciones (34%), vacaciones alter-

nes de lujo (7%) y cierra la lista el capítulo otros, con el 3%.

Una de las razones por las que los usuarios de la Red utilizan Internet para sus compras es que se reducen los costes de búsqueda y facilita la comparación de productos turísticos en precio y calidad. Internet ha conseguido incrementar el poder de negociación de los consumidores. Los portales turísticos más usados son los de las compañías aéreas. En segundo lugar se encuentran los de viajes y

en tercero las agencias de viajes on line. Es interesante destacar en este sentido, que de los portales de agencias de viajes en Internet sólo uno de ellas aparece como red física. Otro dato significativo del proceso de desintermediación es la facturación por parte de las agencias de viaje on line. En 2006 el conjunto de estas oficinas facturó 17.600 millones de euros. De ellos, 768, algo más del 4%, fue de agencias de viajes on line. Aunque hay negocio en Internet en España, es sig-

nificativo, como señala el informe, la concentración en la facturación de las agencias digitales en un único producto: los billetes de avión, que supusieron el 70% de los ingresos. El 30% restante se correspondió a estancias en hoteles (20%) y paquetes vacacionales (10%). Sin embargo, el grado de penetración del turismo on line en España (18%), se encuentra por debajo de la media de los 25 países de la Unión Europea, que se sitúa en el 20%, según Eurostat.