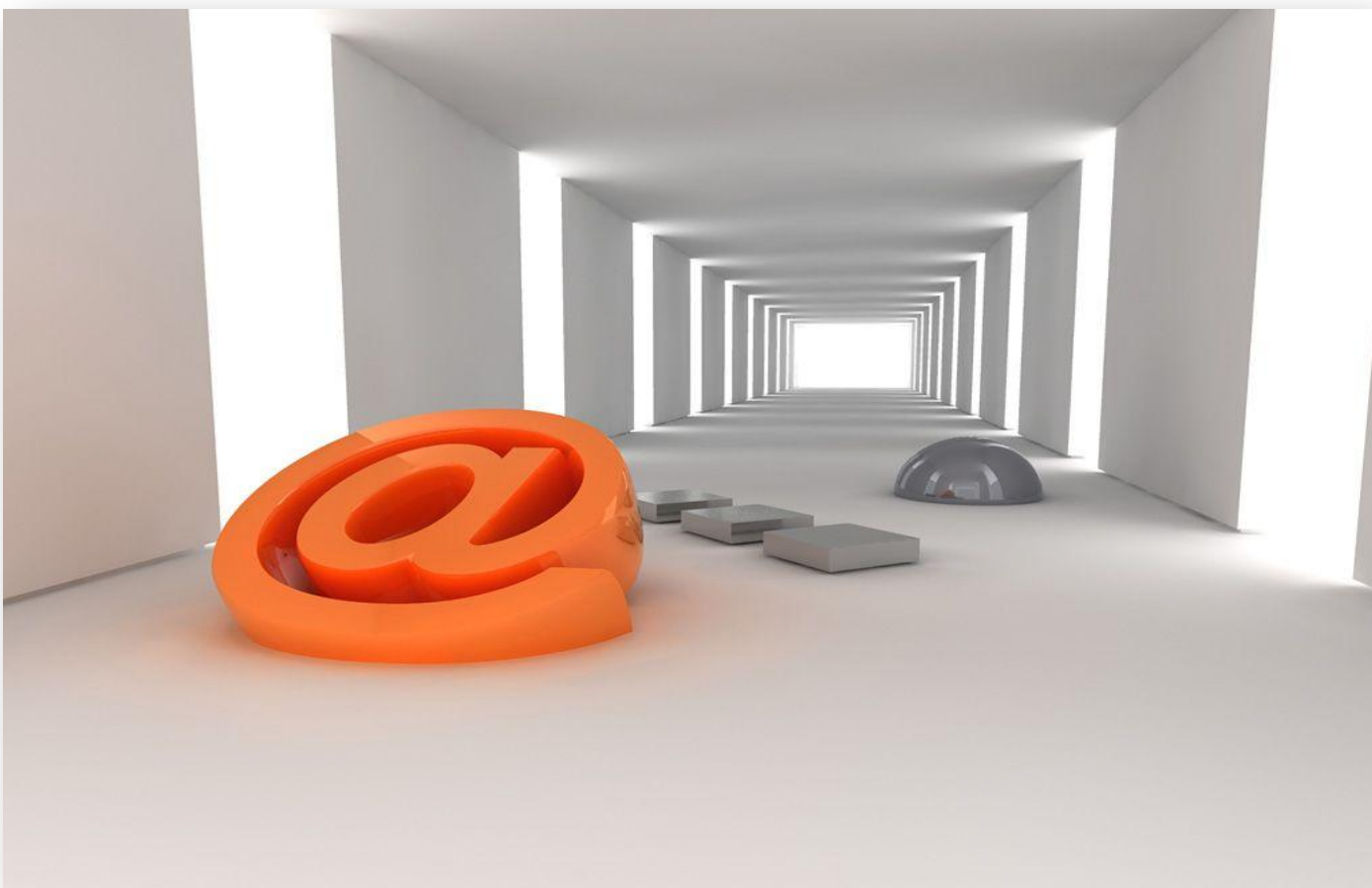


Flash online



Nº 14

Octubre de 2011

Datos Generales uso de Internet (Incluye Internet Applications) Período: Septiembre 2011 / Agosto 2011



**ACTIVE DIGITAL
MEDIA UNIVERSE**
Septiembre: 22.671.266
Agosto: 22.114.502
Dif: +2,52%

VISITAS DOMINIOS PERSONA
Septiembre: 86
Agosto: 80
Dif: +7,50%

VISITAS PAGINAS WEB PERSONA
Septiembre: 2.389
Agosto: 2.172
Dif: +9,99%

Top 20 Ranking Sites Septiembre-Agosto 2011

Rk	Brand	Usuarios Únicos Sep. 2011 ('000)	Usuarios Únicos Ago. 2011 ('000)	Diferencia %
1	Google	20,772	19,687	5,5%
2	MSN/WindowsLive/Bing	16,727	16,078	4,0%
3	Facebook	15,523	14,752	5,2%
4	YouTube	13,781	12,887	6,9%
5	Microsoft	11,607	10,855	6,9%
6	Blogger	11,046	9,602	15,0%
7	Yahoo!	10,415	9,927	4,9%
8	Wikipedia	9,286	8,209	13,1%
9	Elmundo.es	5,225	4,846	7,8%
10	WordPress.com	5,084	4,307	18,0%
11	Marca.com	4,945	4,790	3,2%
12	Tuenti	4,898	4,923	-0,5%
13	Elpais.com	4,731	4,147	14,1%
14	Terra	4,645	4,284	8,4%
15	Apple	4,513	4,193	7,6%
16	El Corte Inglés	4,358	3,401	28,1%
17	Mozilla	4,113	2,763	48,9%
18	Megaupload.com	3,882	3,786	2,5%
19	Taringa	3,824	3,481	9,9%
20	Softonic	3,721	3,356	10,9%



Standard Metrics (Internet Applications Included, Adult Sites Excluded)



FUENTE: Nielsen online Net View
Tipo de Panel : Hogar y trabajo

EQU MEDIA

Top 5 Septiembre - por categorías. Usuarios únicos ('000)

Automoción	
Forocoches.com	1,620
Coches.net	1,365
Marcamotor	1,003
Segundamano Motor	899
Autocasion	488

Buscadores / Portales / Comunidades	
Google	20,772
MSN/WindowsLive/Bing	16,727
Facebook	15,523
Blogger	11,046
Yahoo!	10,415

Comercios	
El Corte Inglés	4,358
eBay	3,133
LetsBonus	2,591
Segundamano	2,568
eBay Classifieds	2,458

Educación	
InfoJobs	2,369
Rincon del Vago	1,437
Emagister.com	1,276
Ministerio de Trabajo e Inmigracion	1,122
Trabajos.com	969

Entretenimiento	
YouTube	13,781
Marca.com	4,945
rtve.es	3,340
VEVO	3,333
AS.com	2,938

Familia y estilo de vida	
Facilísimo	1,748
Disney Online	1,056
OCU	1,015
Meetic	483
Happy Studio	482

Finanzas y seguros	
La Caixa	2,979
ING Direct	2,152
PayPal	1,668
Lineadirecta.com	1,551
elEconomista.es	1,319

Gubernamentales	
Junta de Andalucía	1,579
Generalitat de Catalunya	1,449
Comunidad de Madrid	1,253
Ministerio de Educación y Ciencia	1,180
Xtec	988

Hogar y moda	
idealista	1,956
Fotocasa.es	1,763
IKEA	1,736
Kiabi.com	1,000
Pisos.com	928

Información corporativa	
Repsol.com	1,293
eInforma	1,055
Axesor	697
INFORMA D&B	574
Gas Natural Fenosa	514

Noticias e información	
Wikipedia	9,286
Yahoo! Answers	5,405
Elmundo.es	5,225
Elpais.com	4,731
Yell Publicidad	3,409

Ocasiones especiales	
correos.es	1,028
SEUR	304
Bodas.net	260
Bodaclick.com	175
Rememori.com	165

Ordenadores y pr. Electrónicos	
Microsoft	11,607
Apple	4,513
Mozilla	4,113
Softonic	3,721
Picasa	2,917

Telecomunicaciones y serv. internet	
Windows Live Hotmail	12,009
Windows Live Messenger	10,533
Google Gmail	7,216
Google Account	6,772
Megaupload.com	3,882

Viajes	
Google Maps	10,773
eDreams	2,566
Priceline Network	2,211
atrapalo.com	2,012
renfe.es	1,982

Violet = Brand Green = Channel



FUENTE: Nielsen online Net View

Tipo de Panel : Hogar y trabajo

Perfil comparativo sites de Videojuegos: Segundamano Vs Ebay anuncios



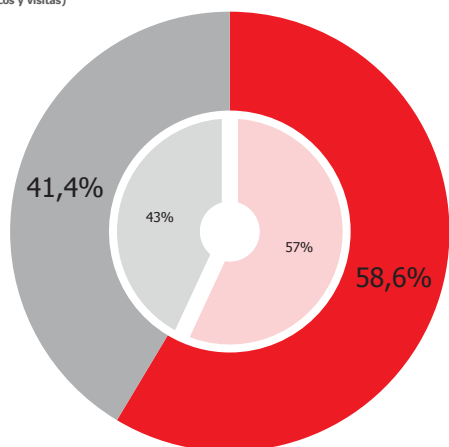
	abr-11	may-11	jun-11	jul-11	ago-11	sep-11
Aud. Única ('000)	2,437	2,522	2,440	1,941	1,885	2,568
% incremento		3,5%	-3,3%	-20,5%	-2,9%	36,2%



	abr-11	may-11	jun-11	jul-11	ago-11	sep-11
Aud. Única ('000)	--	--	--	--	2,029	2,458
% incremento						21,1%

Sexo

(% Usuarios únicos y visitas)

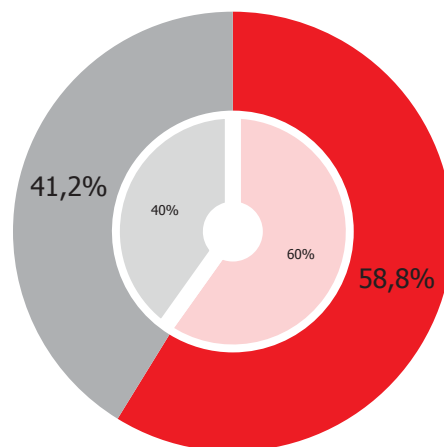


% Usuarios únicos

Mujeres
Hombres

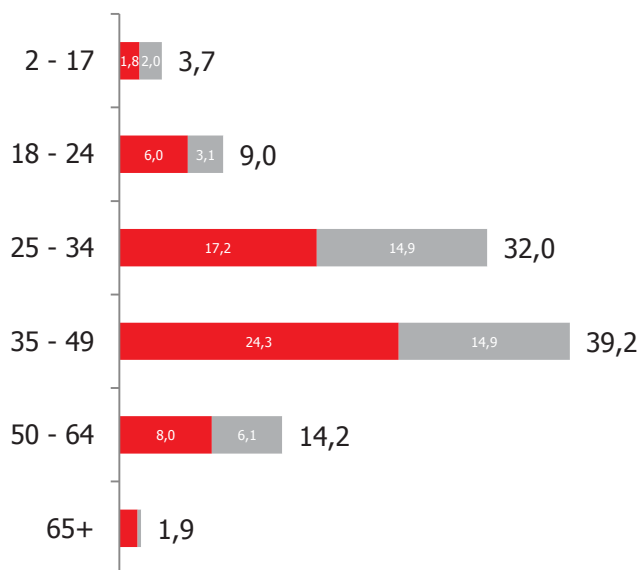
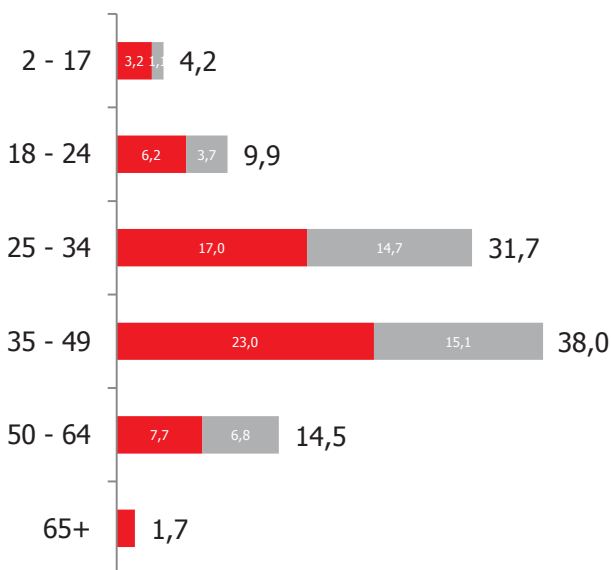
% Visitas

Mujeres
Hombres



Pirámide de edad

(% total por sexos)



FUENTE: Nielsen online Net View

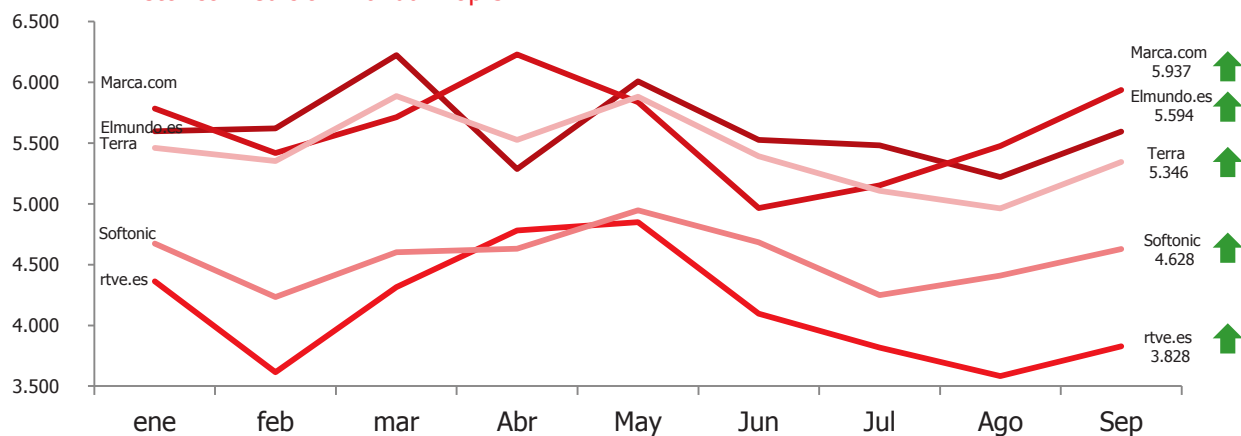
Tipo de Panel %usuarios /categorías: Hogar, trabajo

EQUIMEDIA

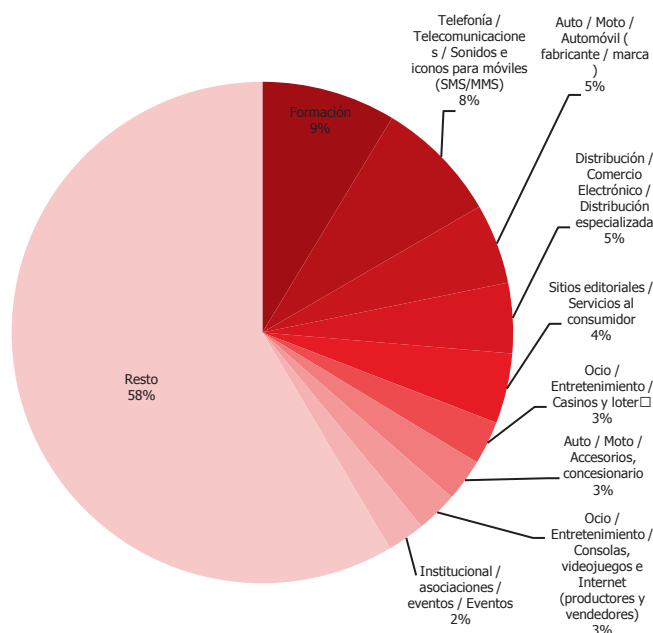
Diferencias medición híbrida VS "home & work". Septiembre 2011

Rk. Sistema híbrido	BRAND	Audiencia Única ('000)	Audiencia Única ('000) Home & Work	Incremento Híbrido vs H&W A.U.('000)
1	Marca.com	5.937	4.945	20,1%
2	Elmundo.es	5.594	5.225	7,1%
3	Terra	5.346	4.645	15,1%
4	Softonic	4.628	3.721	24,4%
5	Yell Publicidad	3.924	3.409	15,1%
6	rtve.es	3.828	3.340	14,6%
7	ABC.es	3.570	3.021	18,2%
8	Telecinco	3.080	2.704	13,9%
9	Segundamano	3.074	2.568	19,7%
10	20 Minutos	2.973	2.560	16,1%
11	Antena 3	2.753	2.432	13,2%
12	Eltiempo.es	2.717	2.331	16,6%
13	InfoJobs	2.492	2.369	5,2%
14	Fotocasa.es	2.128	1.763	20,7%
15	Euroresidentes.com	1.989	1.470	35,3%
16	Rumbo	1.743	1.557	11,9%
17	Publico.es	1.677	1.452	15,5%
18	Coches.net	1.669	1.365	22,3%
19	La Sexta	1.553	1.291	20,3%
20	elEconomista.es	1.551	1.319	17,6%
21	Emagister.com	1.494	1.276	17,1%
22	SPORT.es	1.458	1.134	28,6%
23	Europa Press - ep	1.437	1.138	26,3%
24	123 people	1.382	886	56,0%
25	FormulaTV	1.379	952	44,9%
26	ElPeriodico.com	1.371	1.231	11,4%
27	Pisos.com	1.358	928	46,3%
28	Expansion.com	1.308	1.043	25,4%
29	En alquiler	1.222	830	40,5%
30	Cuatro	1.193	965	23,6%

Histórico medición híbrida. Top 5



% Campañas según el sector de la actividad Septiembre 2011



Top 3 Banners más difundidos Última semana (10/10/11 a 16/10/11)

LETRAS DEL TESORO

Desde 1.000€. A 3, 6, 12 y 18 meses. Rentabilidad asegurada a vencimiento.

Tesoro Público (82 sites)

BONOS DEL ESTADO

Comodidad, seguridad y rentabilidad.

Tesoro Público (70 sites)

Un último número:
Audi A4 TDI e "Advanced Edition"
completamente equipado con
la última tecnología por 29.300€.*

Audi A4 (69 sites)

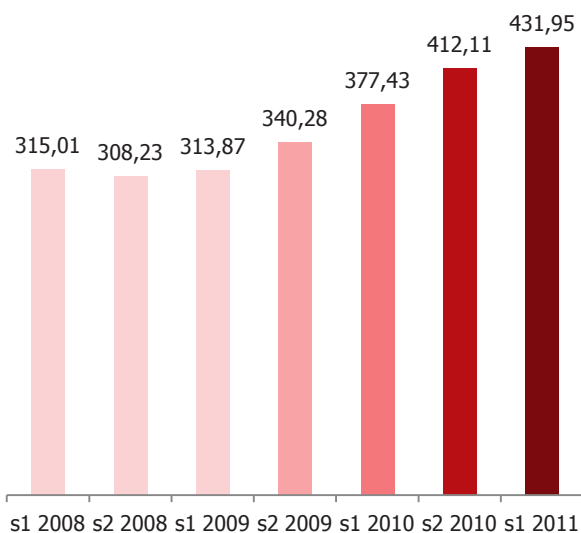
Top 50 Anunciantes – Septiembre 2011

Anunciantes	Nº de campañas	Nº de banners
Blinko / BlinkoGold	146	292
Nvia	43	305
Lotopia	42	111
Digitaran - clickaqui.co	39	56
UEM - Universidad Europea de Madrid	32	90
Ventura24	31	171
Delicom	31	47
Telefonica - Movistar	28	129
Cell dorado.com	28	106
Buongiorno - MyAlert	27	89
Vodafone	27	88
QDQ.com	26	62
Interactive 3G	24	136
ONO	24	101
Froggie	24	79
Viajes Iberia	23	182
Botemania	21	36
Hedonai - Centros médico- estéticos	20	76
Meetic	20	55
LetsBonus	18	140
Sarenza	18	53
Freedom Finance	18	20
Direct Line / Linea Directa	17	55
IPS - Instituto Profesional de Estudios de la	17	46
Muchoviaje	17	22
The Phone House	16	47
ISEP	16	34
IE Instituto de Empresa / IE Business School	16	31
Deusto Formación	16	27
La Caixa	15	77
Datataalk	15	75
Orange	15	54
Nissan - Juke	15	43
Peugeot - 508	15	35
Logitravel	15	29
Home English	15	26
SMeet	15	25
Bonnier / G+J / Gruppo Editoriale	15	19
Universitat Oberta de Catalunya - UOC	15	18
Anyoption.com	14	141
El Corte Inglés	14	87
De Agostini - Collezioni	14	63
BSCH - Santander Bank - Formula	14	27
Bforex	14	20
Rumbo	14	19
Egyptian Tourist Authority / Visit Egypt	14	14
Nissan - Leaf	13	49
Citroën - C4 / C4 Picasso	13	39
Nissan - NV200	13	37
Terra	13	34

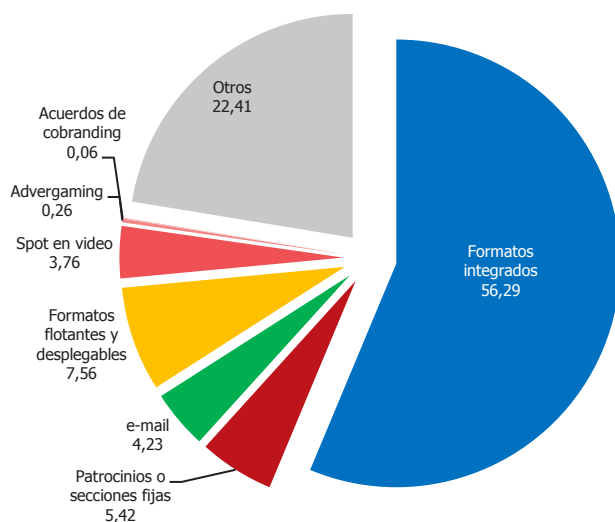
I Inversión primer semestre 2011 por medios (M€)

	S1 2010	S1 2011	Var. %	% sb total
Televisión	1.311,3	1.214,6	-7,4	43,9
Diarios	526,6	465,0	-11,7	16,8
Internet	377,4	432,0	14,4	15,6
Radio	261,2	220,9	-2,2	8,0
Revistas	205,5	200,3	-2,5	7,2
Exterior	180,9	193,0	-2,2	7,0
Dominicales	31,6	29,8	-5,5	1,1
Cine	11,4	10,0	-12,0	0,4
Total	2.905,9	2.765,6	-4,8	

I Histórico inversión medios digitales (M€)



I % Inversión por formato



Los soportes digitales están registrando un imparable ascenso en su inversión publicitaria, llegando a suponer durante la primera mitad del año 2011 un 15,6% de total inversión en España mientras que en el mismo periodo del año anterior eran el 13%. La variación interanual producida en comparación con el primer semestre de 2010 nos muestra un crecimiento del 14,4%.

La inversión relacionada con *Enlaces Patrocinados* alcanzó los 216,6 millones de € (196,1 en S1 2010) mientras que los *Formatos Gráficos* se colocan por primera vez a la par que los enlaces patrocinados con 215,4 millones. Destaca la pérdida de fuerza de la inversión en e-mail marketing pasa de suponer un 8,9% en el 2010 a un 4,2% este año.

■ **"Inversión publicitaria medios digitales primer semestre 2011"**

Recientemente se ha publicado el informe de inversión publicitaria en medios digitales de Iab Spain sobre el primer semestre de 2011.

La inversión publicitaria digital ya supone un 15,6% del total de la inversión de España y presenta un crecimiento del 14,4%, en relación con la primera mitad del año 2010, rozando los 432 millones de euros.

Según este informe Internet es además el único medio que incrementa su inversión con respecto al mismo periodo del año pasado.



■ **"Canal de YouTube de las elecciones generales"**



El portal de vídeos más visitado, YouTube, ha abierto un canal específico para las próximas elecciones generales. En él los internautas pueden plantear preguntas y las más votadas serán contestadas por los candidatos.

El canal ya lleva más de 120.000 reproducciones y más 250 suscripciones.

■ **"Frases de Steve Jobs"**

- Cambiaría toda mi tecnología por una tarde con Sócrates.
- Cuando se innova, se corre el riesgo de cometer errores. Es mejor admitirlo rápidamente y continuar con otra innovación.
- La innovación es lo que distingue a un líder del resto.
- Si hoy fuese el último día de mi vida, ¿querría hacer lo que voy a hacer hoy? Y si la respuesta era no durante demasiados días seguidos, sabía que necesitaba cambiar algo.
- Puedes preguntarle a los clientes qué es lo que quieren y después intentar dárselo. Para cuando lo tengas hecho, ellos querrán algo nuevo.
- Estoy tan orgulloso de lo que no hacemos como de lo que hacemos.
- Estamos aquí para dar un mordisco al universo. Si no, ¿Para qué otra cosa podemos estar aquí?





Universo estudiado:

Muestra: 30.000 panelistas

Universo activo: Población en España, desde hogar y trabajo, mayor de 2 años, que haya accedido a Internet en el último mes.

Captación de la muestra:

La captación de panelistas de Nielsen Online se realiza usando el método Random Digit Dial (RDD: Marcación Telefónica Aleatoria). En España, como punto de partida del estudio, se realizan alrededor de 120.000 entrevistas telefónicas (más de 750.000 llamadas).

Censo continuo del Universo

Trimestralmente Nielsen realiza miles de llamadas, con el fin de obtener los principales datos estadísticos de evolución de Internet en España.

DESCRIPCION UNIDADES

Audiencia/Usuarios Únicos ('000): El número de personas distintas que visitaron el sitio web y forman parte del target que estamos estudiando.

Páginas vistas: El número total de veces que una página web ha sido vista por los internautas. Puede haber duplicidad en las Páginas vistas porque cualquier internauta puede ver una página varias veces. Para contabilizar como página vista, la página tiene que descargarse entera. Se incluyen como páginas vistas las que proceden de la memoria caché.

Sesiones vistas por persona: Una sesión se define como una petición continua de URLs o de actividad continua de aplicaciones. Si se produce un log off o 30 minutos de inactividad finalizaría la sesión. Si bien la actividad provocada por aplicaciones aparece convenientemente separada a efectos de frecuencias.

NUEVA METODOLOGÍA

Los datos publicados a partir de enero de 2011 incluirán una nueva metodología de medición basada en tres puntos:

1- Nueva normativa de ordenación de activos

2- Aplicación de los universos de EGM:

Actualmente la medición se estaba realizando sobre los universos GNETT de Nielsen. A partir de enero y para equiparar la medición con el resto de medios se actualizarán los universos a los datos de EGM. Esto supondrá un descenso generalizado de las estimaciones de las audiencias.

3- Metodología híbrida:

Para aquellas webs medidas con tags se podrá aplicar un sistema de medición híbrido que combinará las mediciones del panel y tags.