

Las compañías aéreas europeas desafían las predicciones posteriores al 11-S con un crecimiento online superior al 100%

Los sitios de compañías aéreas online son más populares que nunca en Europa según el último estudio de Nielsen//NetRatings. Después del 11-S, el último trimestre de 2001 el sector de viajes sufrió pérdidas económicas, incluso se especuló con la posibilidad de que operaciones de las compañías aéreas pudieran verse afectadas por la recesión. Pero el último informe revela que el sector de líneas aéreas en Europa tuvo más del doble de audiencia online desde octubre del año pasado, con un crecimiento del 118% en los últimos 10 meses.

En Francia y Alemania, el crecimiento de los sitios de las compañías aéreas ha sobrepasado el crecimiento de los sitios de viajes en general. En el caso de Alemania esto se debe a Lufthansa, que ha crecido rápidamente llegando a ser la compañía aérea online líder en Europa. En el Reino Unido, Ryanair, British Airways, y Easy Group, que incluye Easyjet, experimentaron un notable incremento en la audiencia.

En España, el crecimiento de la subcategoría líneas aéreas ha crecido en torno a un 91% en los últimos 10 meses demostrando ser un sector en extraordinario desarrollo y en plena evolución.

Nielsen//NetRatings Top Compañías Aéreas en Europa. Crecimiento anual. Julio 2002

Propiedad	Crecimiento anual %	Alcance Activo %	Audiencia Única	Páginas vistas	Páginas por persona	Tiempo por persona	País
Lufthansa	442	1,89	1.356.966	25.034.783	18	00:13:36	Alemania
British Airways	170	0,93	664.434	10.653.790	16	00:14:22	Reino Unido
KLM	137	0,85	611.980	5.797.896	9	00:05:44	Holanda
Ryanair	133	1,36	974.712	16.916.082	17	00:11:46	Reino Unido
British Midland	132	0,29	206.347	2.310.515	11	00:13:00	Reino Unido
Easy Group	73	1,01	724.721	10.042.455	14	00:13:04	Reino Unido
Air France	62	0,29	206.440	5.716.686	28	00:16:15	Francia
Go Fly	56	0,59	422.411	6.766.413	16	00:13:35	Reino Unido
Alitalia	16	0,32	230.240	6.298.885	27	00:11:44	Italia
Scandinavian Airlines System	N/A	0,17	120.378	2.378.233	20	00:17:30	Suecia
Iberia Líneas Aereas	N/A	1,9	102.000	2.128.000	21	0:09:58	España

Iberia se encuentra en una situación de privilegio si comparamos el éxito de sus sitios online con el de los arriba mostrados. No alcanzando cotas tan altas de audiencia total (su audiencia desde el hogar durante julio de 2002 es de 102.000 usuarios únicos creciendo hasta los 174.000 en agosto), hemos de tomar en consideración que se enfrenta a un universo de Internautas más pequeño que el de países como Alemania, Francia o el Reino Unido. En términos de alcance, Iberia se sitúa a la cabeza europea superando frecuentemente el 2% de los usuarios activos (1,9% en julio y 3,3% en agosto 2002). Aunque todavía se manejen cifras bajas, el peso de Iberia entre los Internautas españoles es superior al de cualquiera de las compañías anteriormente citadas en sus países de referencia, donde quizá, la audiencia esté más fragmentada ante la oferta de este tipo de servicio.

Las agencias de viajes como Lastminute y Expedia han mantenido su popularidad en Europa, habiendo ya anunciado Lastminute que es una compañía rentable. Sin embargo, mientras Expedia y la reciente entrada en el Mercado, Opodo, han experimentado un fuerte crecimiento en los últimos 12 meses, la marca Lastminute no se ha acercado a los niveles crecimiento de su entorno. Sin embargo, la reciente adquisición de Trivago.com, que experimentó un crecimiento interanual de 127% fortalece la cuota de Lastminute en el mercado.

**Nielsen//NetRatings Crecimiento anual de las agencias de viajes europeas.
Julio 2001-Julio 2002, Panel de hogares**

Property	Year-On-Year Growth	Unique Audience	Page Views	Pages Per Person	Time Per Person
travelselect.com	127%	338,844	3,269,582	10	00:04:58
lastminute.com	17%	1,939,479	32,498,414	17	00:10:00
expedia.com	110%	336,326	2,475,909	7	00:03:21
expedia.co.uk	116%	799,216	11,543,091	14	00:07:54
ebookers.com	5%	426,976	3,689,318	9	00:05:04
lastminute.de	-20%	272,484	11,885,897	44	00:10:34
expedia.de	N/A	301,643	2,555,646	8	00:04:11
opodo.de	N/A	500,405	2,156,470	4	00:02:11
opodo.co.uk	N/A	352,551	2,845,562	8	00:04:54
opodo.fr	N/A	226,860	1,258,925	6	00:03:00

Tom Ewing, analista europeo de Nielsen//NetRatings comenta "El sector de líneas aéreas online ha desafiado la mayoría de las predicciones hechas a finales del año pasado. Los sitios de viajes en Europa se están recuperando de la caída económica y turística, y el sector aéreo en particular está experimentando un boom.

Lo que resulta notable es que estos sitios de rápido crecimiento – Lufthansa, BA y KLM – pertenecen a marcas establecidas y no pertenecientes al sector "vuelos económicos". Esto desafía las predicciones de que el mercado online continuaría estando dominado por los las líneas aéreas que ofrecen billetes de bajo coste: el sector "full price" se encuentra en un buen momento, y Lufthansa ha adelantado a los operadores de bajo precio situándose como líder del mercado europeo. Los consumidores prefieren vuelos baratos, como demuestra el éxito de los portales de viajes, pero ahora pueden conseguir esos billetes no solo en compañías de bajo precio sino en otros operadores."

Ewin cree que "esto demuestra que las grandes compañías aéreas demuestran una mayor experiencia, mayor competitividad en precio, así como una mayor capacidad de atención a las necesidades del consumidor, compitiendo más eficazmente con las tarifas online de las compañías aéreas y generando una mayor confianza."

Nielsen//NetRatings organizará un conference-call a nivel europeo centrada en el sector Viajes Online el próximo día 3 de octubre dirigida tanto a prensa como a clientes.

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 y Suecia. 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