

La Banca Online alcanza en Cinco Países más del 30 por ciento de la población activa de Internet, según los datos globales de Nielsen//NetRatings

Casi un 20 % de la audiencia española visitó las páginas de la banca online en Noviembre.

Madrid, 14 de enero de 2003 - La banca online alcanzó en noviembre más del 30 por ciento de la población activa de Internet en 5 de los principales mercados mundiales, de acuerdo con Nielsen//NetRatings, líder mundial en medición y análisis de audiencias (ver tabla 1). En España, cerca del 20 % de la audiencia activa de Internet visitó páginas de banca online durante el mes de noviembre.

“El sector de servicios financieros a través de Internet es una de las historias de más éxito del último año” dijo Richard Goosey, Director internacional de Estadística y Análisis de NetRatings. “ Entre octubre de 2001 y octubre de 2002 los navegantes europeos que han visitado páginas de servicios financieros crecieron de 15 a 25 millones, mientras que el porcentaje de navegantes europeos que visitan normalmente páginas de servicios financieros creció constantemente hasta el 37 por ciento”.

Analizando país por país, concluimos que Suecia lidera el Mercado de la banca online, atrayendo el mayor porcentaje de los usuarios de Internet, con más de la mitad de los navegantes del país visitando páginas de banca o entidades de crédito y permaneciendo una media de más de una hora en estas páginas a lo largo del mes.

“En realidad en todos los mercados, es la banca física y tradicional, quien está atrayendo mayor audiencia” dijo Goosey “ Con los bancos y las entidades de crédito alcanzando más de un tercio de la audiencia de Internet en mercados como Australia, Francia, Países Bajos y Brasil, la anunciada desaparición de la banca física esta demostrando ser una de las más salvajes exageraciones de los años del boom de Internet”.

“La fidelidad del cliente en el sector de la banca online es muy alta, creando una barrera natural para los bancos presentes únicamente online. La gran mayoría de los consumidores online son clientes físicos de alguna sucursal del banco” dijo Goosey. “ La excepción en Europa es Egg.com, banco puramente online y actualmente el sitio más visitado en el sector de la banca online. Egg.com esta consiguiendo compartir 20 por ciento de su audiencia con sus mayores competidores, la clave de este éxito esta basada en la conveniencia de tener una segunda cuenta de banco para los clientes de la banca tradicional”

Tabla 1. Bancos Comerciales y Entidades de Crédito, Noviembre 2002, Panel de hogares

País	Penetración : % Universo Activo	Audiencia Única	Visitas / Personas	Tiempo / Persona
Suecia	51.3	1,984,000	6.04	1:05:23
Australia	39.6	2,470,000	5.89	0:52:48
Francia	38.7	3,647,000	6.82	0:44:47
Holanda	38.5	2,278,000	4.88	0:46:45
Brasil	36.2	2,585,000	7.45	0:59:31
Reino Unido	28.7	4,862,000	5.95	0:41:09
Hong Kong	21.2	454,000	5.01	0:34:27
Suiza	19.4	482,000	4.44	0:39:44
Alemania	19.3	4,036,000	5.42	0:38:14
España	18.6	1,107,000	5.2	0:44:58
USA	12.5	14,929,000	4.72	0:42:47
Japón	9.6	2,418,000	2.82	0:19:24
Italia	8.3	876,000	5.57	1:21:26

Fuente: Nielsen//NetRatings, Noviembre 2002

Con el índice global de Internet en Noviembre, Nielsen//NetRatings incluye a sus modelos de uso y medida de audiencia mundiales la medida de la actividad de la audiencia suiza en Internet. Actualmente Nielsen//NetRatings mide la audiencia en 13 países que comprenden el 70 por ciento de la audiencia mundial de Internet.

“ Con el reciente éxito de la banca online, es un momento oportuno para Nielsen//NetRatings incluir Suiza – uno de los mayores mercados de banca mundiales- a nuestra cobertura mundial,” dijo Goosey. “ Aunque los dominios de los bancos y entidades de crédito suizos se encuentran en los últimos puestos en términos de porcentaje de audiencia activa en Noviembre, todavía atraen a un significativo 19 por ciento de los internautas suizos.”

Además, El índice global de Nielsen//NetRatings para Noviembre sitúan Sharman Networks y eUniverse Networks como los mayores ganadores en el ranking Top 25 Global Propiedades(ver Tabla 2) ganando cada uno de ellos 5 puestos desde Octubre.

Tabla 2. Top 25 Global Propiedades, Panel Hogar , Noviembre 2002

Ranking por Audiencia Única,	Cambio en Ranking Oct-Nov*	Propiedad	Audiencia única	Penetración; Universo Activo	Visitas / Persona	Páginas / Persona	Tiempo / Persona	Ranking por páginas vistas
1	0	Yahoo!	113,655,134	48.17	10.03	168	1:20:07	1
2	0	MSN**	104,122,778	44.13	9.18	94	0:52:14	3
3	1	AOL Time Warner	91,718,559	38.87	7.71	49	0:32:32	4
4	-1***	Microsoft	82,796,684	35.09	3.04	14	0:10:19	11
5	0	Google	66,000,843	27.97	6.00	55	0:18:14	5
6	0	Lycos Network	51,063,977	21.64	3.49	39	0:18:06	7
7	0	Amazon	44,095,621	18.69	2.46	29	0:15:29	9
8	0	eBay	42,342,756	17.95	7.30	248	1:39:41	2
9	0	About-Primedia	31,160,877	13.21	2.46	22	0:10:49	16
10	0	CNET Networks	23,258,476	9.86	2.18	15	0:08:10	28
11	1	Sony	19,765,572	8.38	3.33	20	0:11:28	25
12	-1	Walt Disney Internet Group	18,833,644	7.98	2.61	27	0:16:07	21
13	0	T-Online	17,241,297	7.31	8.34	76	0:46:57	8
14	5	Sharman Networks	17,053,817	7.23	5.54	10	0:18:27	64
15	0	Wanadoo	17,006,395	7.21	5.50	43	0:22:22	13
16	2	AT&T	16,999,165	7.20	5.09	32	0:21:01	20
17	-1	Vivendi Universal	16,896,749	7.16	2.36	20	0:09:58	32
18	-1	Real Networks	16,726,939	7.09	2.25	10	0:12:36	69
19	-5	Symantec	15,862,528	6.72	3.78	8	0:09:25	94
20	1	Macromedia	15,397,514	6.53	1.79	8	0:09:48	98
21	5	eUniverse Network	14,775,317	6.26	2.44	18	0:09:38	40
22	0	Tiscali	14,569,027	6.17	3.46	24	0:11:11	29
23	-3	InfoSpace	14,298,339	6.06	2.28	16	0:09:01	50
24	0	The Gator Corporation	13,992,682	5.93	7.15	52	0:19:56	14
25	-2	Nifty	13,019,645	5.52	6.49	51	0:27:13	17

Fuente: Nielsen//NetRatings, Noviembre 2002

* Debido al aumento de países cubiertos entre Octubre y Noviembre, el cambio de ranking no puede ser recalculado en base a los 12 países cubiertos en Octubre.

**La propiedad MSN no incluye las propiedades nineMSN, XtraMSN y T1MSN, la propiedad Lycos Network no incluye la propiedad Sympatico-lycos, Dichas propiedades son presentadas como propiedades distintas por petición propia.

*** Trabajando con Microsoft, Nielsen//NetRatings transfiere el tráfico de la propiedad Microsoft a la propiedad MSN en Noviembre, dando como resultado una bajada en la audiencia d Microsoft.

El índice global de Noviembre incluye los datos de; Australia, Brasil, Francia, Alemania, Hong Kong, Italia, Japón, Holanda, España, Suecia, Suiza, Reino Unido y Estados Unidos.

El número de páginas visitadas por sesión y el tiempo pasado por sesión ha crecido cada uno de ellos alrededor del tres por ciento en Noviembre, mientras que el número de dominios únicos visitados creció hasta cerca del 2 por ciento (ver tabla 3).

Tabla 3. Uso Medio, Panel de hogares, Noviembre 2002

	Noviembre	Octubre	% Variación
Número de sesiones al mes	20	20	-1.46%
Número de dominios únicos visitados	51	50	1.62%
Páginas vistas al mes	819	807	1.57%
Páginas vistas por sesión	41	39	3.08%
Tiempo pasado al mes	10:57:12	10:50:53	0.97%
Tiempo pasado por sesión	0:32:39	0:31:52	2.47%
Duración de una página vista	0:00:48	0:00:48	-0.59%
Muestra total	109.975	110.504	-0.48%
Universo activo de Internet	233.455.025	232.548.653	0.39%
Universo total de Internet Estimado	388.230.556	388.068.332	0.04%

Fuente: Nielsen//NetRatings, Noviembre 2002

En Noviembre el Índice Global incluye 13 países, en Octubre el índice global incluyo los datos de 12 países. Para poder establecer comparaciones entre dichos meses, esta tabla no incluye la actividad de la audiencia de Suiza

La Muestra total, Universo activo de Internet, Universo total de Internet Estimado y Universo activo de Internet para Estados Unidos incluye el Buscador Universal de media Digital, que combina el trafico de Internet con las aplicaciones de Internet y la audiencia de los distintos canales de los buscadores. Todas las demás medidas no incluyen aplicaciones de Internet.

Para mas información, por favor contacte con:

Lucy Green, International Marketing and Communications Director

Tel: 07734 126750

lucy.green@eratings.com

Manuel Esteban, International Marketing and Communications Assistant

Tel: 01865 732213

mesteban@intl.netratings.com

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 tendencias online, así como la efectividad publicitaria y las preferencias de marcas.

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

Nielsen//NetRatings tiene importantes relaciones comerciales con AC Nielsen y Nielsen Media Research, proporcionando así un conocimiento y habilidad en el mercado global de estudios de mercado incomparable.