

## Los sitios de viajes alcanzan el mayor porcentaje de usuarios en Francia, superior al de cualquier otro Mercado, según el Índice Global Nielsen//NetRatings

La penetración en sitios de viajes creció en España en el mes de diciembre.

**Madrid, 5 de febrero de 2002** - En Francia, los sitios de viajes alcanzaron un 33% del universo activo de internautas en diciembre, una penetración superior a la de los otros 12 mercados, según Nielsen//NetRatings, líder mundial en medición y análisis de audiencias (ver tabla 1). En España, los sitios de viajes alcanzaron el 7,5% del universo activo en diciembre, creciendo desde el 6,5% de noviembre. Los usuarios españoles pasaron una media de 9,5 minutos navegando por sitios de viajes en diciembre.

“Mucha gente se desplaza en diciembre- visitando a familiares y amigos, o planificando las vacaciones familiares para que coincidan las vacaciones laborales con las vacaciones escolares” dijo Richard Goosey, Director internacional de Estadística y Análisis de NetRatings. “Esto hace que los sitios de viajes e información meteorológica sean populares destinos online, tanto para buscar y reservar viajes, así como para decidir si vamos a esquiar o a la playa

“El hecho de que dos sitios en Francia hayan alcanzado casi el millón de usuarios únicos en diciembre – de entre nueve millones y medio en total– y de que estos sitios se sitúen entre los 20 principales sitios globales, demuestra hasta que nivel ha penetrado esta peculiar categoría en el mercado francés,” añadió Goosey, “En España, travelclub.es fue el sitio de viajes más visitado, alcanzando casi los 186.000 visitantes de un universo activo de 6,3 millones de personas

“Cada vez más, la tendencia entre los usuarios europeos es depender cada vez menos de los portales e incrementar más el uso de sitios especializados” declaró, “Esto se refleja en los resultados de diciembre, que muestran sitios de Alemania, (bahn.de), Reino Unido (multimap.com), Francia (mappy.com y voyages-sncf.com) e Italia (trenitalia.com) al mismo nivel de uno de los motores europeos de tráfico, lastminute.com, atrayendo tráfico suficiente de cada uno de los países como para posicionarse entre los principales sitios de viajes en el mundo”.

**Tabla 1, Categoría de Viajes, Diciembre de 2002, Panel de Hogares**

País	Penetración: % Universo Activo Diciembre	Penetración: % Universo Activo Noviembre	Tiempo por Persona, Diciembre	Tiempo por Persona, Noviembre
Francia	33,23	29,50	0:14:19	0:14:56
Holanda	30,77	28,81	0:13:07	0:12:22
Alemania	28,87	26,31	0:19:03	0:16:35
Japón	28,73	28,73	0:09:05	0:08:50
Suiza	27,90	26,24	0:12:37	0:11:50
Reino Unido	26,80	27,63	0:15:31	0:16:39
EEUU	25,52	25,73	0:24:49	0:26:25
Suecia	22,32	21,23	0:14:38	0:17:07
Australia	17,82	18,07	0:18:28	0:18:54
Italia	15,70	13,95	0:11:57	0:12:18
Hong Kong	13,93	16,41	0:11:15	0:14:32
España	7,55	6,51	0:09:40	0:08:47
Brasil	3,91	3,10	0:13:31	0:16:31

Fuente: Nielsen//NetRatings, Diciembre 2002

Por otro lado, el Índice Global de Nielsen//NetRatings para el mes de diciembre sitúa Wanadoo y eUniverse Networks como los mayores ganadores en el Top 25 propiedades (ver Tabla 2), ganando cada uno de ellos tres puestos desde noviembre. Los resultados proceden del Índice Global de Internet de Nielsen//NetRatings, que mide la audiencia en 13 países que comprenden el 70% de la audiencia mundial de Internet.

**Tabla 2. Top 25 Global Propiedades, Panel Hogar , Diciembre 2002**

Ranking por Audiencia Única,	Cambio en Ranking Nov-Dic	Propiedad	Audiencia única	Penetración Universo Activo	Visitas / Persona	Páginas / Persona	Tiempo / Persona	Ranking por páginas vistas
1	0	Yahoo!	119.691.405	49,89	10,10	166	1:18:46	1
2	0	MSN*	107.606.487	44,85	9,41	96	0:52:55	2
3	0	AOL Time Warner	92.519.056	38,56	7,79	48	0:31:27	4
4	0	Microsoft	78.000.914	32,51	2,77	11	0:09:27	12
5	0	Google	67.588.029	28,17	6,18	54	0:17:40	5
6	1	Amazon	50.962.183	21,24	2,62	30	0:16:29	9
7	1	Lycos Network	50.574.053	21,08	3,53	37	0:17:35	7
8	0	eBay	45.531.082	18,98	7,05	225	1:29:42	3
9	0	About-Primedia	31.173.309	12,99	2,47	22	0:11:31	17
10	0	CNET Networks	22.856.113	9,53	2,26	18	0:08:18	27
11	0	Sony	21.165.617	8,82	3,30	21	0:12:05	24
12	3	Wanadoo	19.852.921	8,27	5,39	43	0:21:47	13
13	-1	Walt Disney Internet Group	18.727.859	7,81	2,62	22	0:14:45	26
14	0	Sharman Networks	18.088.080	7,54	5,30	9	0:17:04	68
15	2	Vivendi Universal	17.501.586	7,29	2,35	20	0:10:09	33
16	-3	T-Online	17.405.335	7,25	8,48	95	0:57:04	8
17	1	Real Networks	17.002.978	7,09	2,28	10	0:12:17	65
18	3	eUniverse Network	16.712.757	6,97	2,54	16	0:10:17	42
19	1	Macromedia	16.145.298	6,73	1,74	7	0:08:50	108
20	-1	Symantec	16.024.670	6,68	3,93	8	0:09:55	99
21	2	InfoSpace	15.377.257	6,41	2,19	15	0:08:31	48
22	0	Tiscali	15.108.147	6,30	3,46	24	0:11:01	31
23	1	The Gator Corporation	14.317.184	5,97	7,23	47	0:18:52	18
24	2	Rakuten	14.024.865	5,85	6,71	84	0:36:23	10
25	0	Nifty	13.863.289	5,78	6,40	52	0:28:46	14

Fuente: Nielsen//NetRatings. Diciembre 2002

\*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.

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 universo activo de Internet ha experimentado un fuerte incremento en el mes de diciembre. cercano a un 2% respecto a noviembre (ver tabla 3). Las páginas vistas al mes. el tiempo pasado al mes y el número de sesiones por mes también se han incrementado en aproximadamente un 1% respecto al mes pasado.

**Tabla 3. Uso medio. Panel de hogares. Diciembre 2002**

	<b>Diciembre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>% Variación</b>
<b>Número de sesiones al mes</b>	20	20	0.75%
<b>Número de dominios únicos visitados</b>	51	51	0.54%
<b>Páginas vistas al mes</b>	825	818	0.87%
<b>Páginas vistas por sesión</b>	41	41	0.11%
<b>Tiempo pasado al mes</b>	11:00:13	10:55:19	0.75%
<b>Tiempo pasado por sesión</b>	0:32:35	0:32:36	-0.01%
<b>Duración de una página vista</b>	0:00:48	0:00:48	-0.12%
<b>Muestra total</b>	111.591	112.872	-1.13%
<b>Universo activo de Internet</b>	239.915.413	235.936.066	1.69%
<b>Universo total de Internet Estimado</b>	393.301.203	392.283.392	0.26%

Fuente: Nielsen//NetRatings. Diciembre 2002

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 tráfico 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 más información, por favor contacte con:**

Lucy Green, Directora Internacional de Marketing y Comunicación

Tel: 07734 126750

[lucy.green@eratings.com](mailto:lucy.green@eratings.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 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](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