IMPACTO DE LA DECISIÓN DE LOS BRITÁNICOS

"El Brexit ralentizará el crecimiento en Reino Unido"

El incierto camino que emprendió Reino Unido el pasado 25 de junio en busca de un nuevo encaje en el mundo va a tener consecuencias para Ryanair, la mayor compañía aérea de Europa por número de pasajeros, y uno de las empresas británicas más reconocidas. La compañía, que no incorporará aviones el próximo año a sus bases operativas de Reino Unido, cree que la decisión de los británicos de abandonar la Unión Europea (UE) crea un clima de incertidumbre que afectará a su actividad en el país. "Nuestra tasa de crecimiento en Reino Unido se ralentizará al destinar aviones a otros países de la UE, pero continuamos añadiendo nuevas rutas a nuestra red", explica Kenny Jacobs, responsable de Márketing de Ryanair. La aerolínea y su fundador, Michael O'Leary, realizaron una intensa campaña a favor del Bremain –acrónimo de 'Britain' (Reino Unido) y 'remain' (permanecer)– y se mostraron muy decepcionados con el resultado del referéndum. "La única cosa que no cambiará con el Brexit", bromea Jacobs, "es el clima, por lo que los turistas británicos seguirán buscando vacaciones de sol y playa en España con las tarifas más bajas de Ryanair".

rante tantos años por los viajeros como Ryanair. "Contamos con equipos de análisis de datos que regularmente llevan a cabo encuestas y estudios", explica Jacobs, que presume de que en octubre el 94% de los 17.000 pasajeros encuestados asegurara estar satisfecho con su vuelo.

Pese "a haber llegado tarde a la fiesta de las redes sociales", como reconoce el CMO de Ryanair, la compañía ha alcanzado algunos hitos como rebasar el millón de seguidores en Facebook o posicionarse como lo aerolínea más rápida en redes sociales.

Si viaja con Ryanair y decide poner un tuit para compartir su experiencia en el avión, de media, el equipo de atención al cliente de la aerolínea tardará 31 segundos en responderle. Según un estudio del proveedor de software Conversocial, en Europa las compañías aéreas tardan, de media, tres horas y cuarenta minutos en responder a un mensaje en esta red social.

Pese a que la firma irlandesa no desvela cuánto ha invertido en digitalización, su apuesta por liderar la transformación digital del sector aéreo se plasma en proyectos como Ryanair Lab, un *hub* digital en el que trabajan 200 profesionales de tecnología, que tiene como objetivo "construir una web y una aplicación móvil líder en la industria". "Esperamos que este desarrollo digital se vea reflejado en los ingresos procedentes de la venta de servicios adicionales, con un crecimiento del 30% en los próximos cuatro años", concluye Jacobs.

TENDENCIAS

2016: el año en el que Instagram superó a Twitter

Un 91% de los internautas españoles tiene cuenta en alguna red social. La favorita sigue siendo Facebook, por delante de Instagram y Twitter. **Por M. Juste**

A mediados de 2007, Facebook lanzó su versión en español. Desde este momento, los españoles se han mostrado fieles a la red social por excelencia. En la actualidad, Facebook sigue siendo la red con más usuarios activos en España. La capacidad de la compañía de Mark Zuckerberg de adaptarse a las exigencias de los usuarios y su facilidad para introducir novedosas funciones se traduce en una sólida posición de liderazgo.

Según el *VIII Observatorio de Redes Sociales* elaborado por la consultora The Cocktail Analysis con la colaboración de Arena Media, Facebook se mantiene en España como la red más utilizada, con un 88% de los internautas con cuenta activa. A pesar del alto porcentaje, la plataforma ha descendido ligeramente desde 2014, cuando poseía un 92% de penetración.

El segundo puesto es el más disputado. Twitter ha sido la segunda red social con más usuarios en España en los últimos años, pero en 2016 Instagram ha conseguido arrebatarle el puesto. El problema de Twitter, según las cifras del observatorio de The Cocktail, es el aumento de los usuarios con cuenta inactiva o cerrada, que en 2016 alcanzaron un 33% frente al 39% de cuentas activas. Por su parte, Instagram –que fue comprada por Facebook en 2012– cuenta con un 41% de internautas activos, frente a un 12% de usuarios que tienen la cuenta en desuso o cerrada.

LinkedIn, por su parte, pierde usuarios en 2016, pero mantiene el cuarto puesto por delante de Pinterest, que se mantiene en las mismas cifras que en 2015.

Preferencias

La media de uso de las redes sociales entre los internautas españoles se ubica actualmente en torno a las seis horas diarias, siendo WhatsApp la plataforma en la que más tiempo se invierte –31% del total–, seguida de Facebook, con un 21% y de Spotify, con un 11%. Pese a que WhatsApp no se considera una red social, su éxito como medio de comunicación entre los españoles permite que se cuele en este ránking de horas de uso, por ser una de las plataformas preferidas en España.

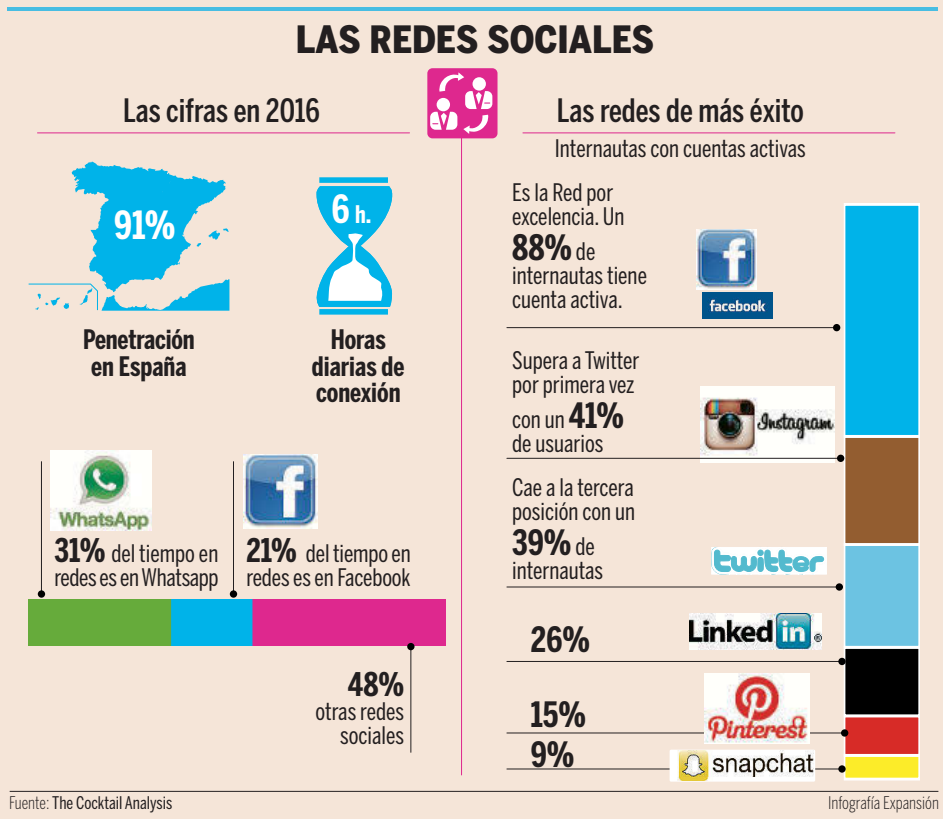
Sin tener en cuenta la aplicación de mensajería instantánea propiedad de Facebook, Youtube e Instagram son, según el observatorio, las redes favoritas. Según The Cocktail Analysis, éstas son las dos plataformas a las que los españoles consideran más enganchados, seguidas de Pinterest, Snapchat, Facebook y Twitter.

Contenidos diferentes

El usuario que emplea Twitter lo hace en busca de una información diferente al que emplea Instagram o Facebook. En concreto, la mayoría de los consumidores que utilizan las redes sociales en busca de contenidos, lo hacen para informarse sobre música, viajes y turismo, deportes, tecnología o ver contenidos audiovisuales.

Instagram, por ejemplo, es considerada por los usuarios una red social más enfocada a los viajes, belleza o la alimentación. Según el observatorio de redes sociales, el tiempo medio de estancia diaria en esta red está en torno a los 55 minutos. En el caso de Twitter, la tecnología y el deporte son el foco principal de atracción para los usuarios, que aseguran visitar la red durante 53 minutos de media al día. Facebook se lleva la palma en cuanto a permanencia en la plataforma puesto que los seguidores de la red la utilizan una media de una hora y media diarias. Además, el deporte, la música y los viajes son los temas preferidos por sus usuarios.

Este año puede deparar sorpresas en las redes sociales si se reactiva el proceso de venta de Twitter, fracasado en 2016. Además, se espera la salida a Bolsa de Snapchat, ahora llamada Snap.



LOS DATOS

31%
en WhatsApp

Los españoles invierten 6 horas diarias en las redes sociales y WhatsApp. En concreto, en la aplicación de mensajería pasan el 31% de este tiempo.

1:29
horas

Los usuarios de Facebook pasan casi una hora y media en la red social, por encima de su tiempo de estancia en Twitter (53 minutos) y en Instagram (55).