

La industria turística crecerá en 2011 de la mano de los productos low cost

- A pesar de que 2010 ha sido un año difícil para la industria turística, el volumen total de vuelos sigue incrementándose*.
- En 2011 el número de desplazamientos debería seguir aumentando notablemente gracias al desarrollo de productos de bajo coste en los sectores aéreos, hotelero y de alquiler de coches.
- Ryanair, Iberia y AirEuropa han sido las compañías aéreas que han recibido la mayor cantidad de reclamaciones por parte de los viajeros.
- La ruta Madrid-Lima fue la más buscada durante el 2010 mientras que Madrid-Bucarest es la que más ha crecido durante lo que va del 2011.
- Benidorm ha sido la ciudad en donde se ha hecho la mayor parte de las búsquedas de hoteles durante el 2010.



Aspectos destacados de 2010

▪ En el mundo:

2010 fue un año casi maldito para la industria del turismo y de los viajeros, pues nos hemos enfrentado a numerosos acontecimientos inesperados:

- Erupción del volcán Eyjafjallajokull y **nube de cenizas**: hasta un 99% de vuelos cancelados, por esto aerolíneas y la industria turística en general han dejado de ganar decenas de millones euros.
- **Huelgas** por toda Europa Occidental, especialmente en Francia, Portugal, España y Reino Unido.
- **Nieve**: las duras condiciones meteorológicas durante diciembre de 2010 han provocado la cancelación de numerosos vuelos.

Además de esto, dos grandes desastres han modificado los planes de viajes de miles de viajeros:

- Marea negra de BP: descenso en los viajes al Caribe y la Florida.
- Incendios forestales en la región de Moscú y en Rusia en general, también golpeada por un ataque terrorista en marzo de 2010.

Sin embargo, pese a la sucesión de hechos dañinos, el **número total de pasajeros a lo largo de 2010 aumentó**. Los viajeros no han parecido asustados ante estos eventos y han



adaptado sus destinos tomando ventaja sobre los acontecimientos mundiales, compensando así las pérdidas provocadas por estos desastres.

De hecho, eventos culturales y deportivos de 2010 como el Mundial de fútbol de Sudáfrica o la Exposición Universal en Shanghái han atraído a millones de viajeros dando un auténtico impulso a la industria turística.



Conclusiones 2010

▪ Ranking anual de destinos más populares

Billetes de avión

Madrid – Lima
Madrid – Londres
Madrid – Nueva York
Madrid – París
Madrid – Bucarest
Madrid – Santa Cruz
Madrid – Asunción
Madrid – La Habana
Madrid – Buenos Aires
Madrid – Barcelona
Madrid – Tenerife
Madrid – Roma
Madrid – Palma de Mallorca
Barcelona – París
Madrid – Santo Domingo

Hoteles

Benidorm
Madrid
París
Tenerife
Cádiz
Londres
Málaga
Barcelona
Salou
Roma
Andorra La Vella
Valencia
Peñíscola
Alicante
Punta Cana

Los españoles han optado por la calidez caribeña con destinos como La Habana. Por otro lado, los trabajadores sudamericanos que residen en nuestro país han tenido un peso importante en el volumen de búsquedas y en la consecución de las mejores tarifas para viajar a destinos como Buenos Aires, Asunción o Lima.

Cabe destacar el papel que ha jugado Nueva York dentro de los destinos de larga distancia, pues ha mantenido la tendencia al alza, confirmándose como destino de compras y cultural.

Por último, las escapadas a ciudades europeas como París, Londres, Barcelona y Roma han atraído numerosos visitantes, debido entre otras cosas, a la abundancia en la oferta de vuelos de bajo coste en el caso de las primeras y al descenso de precios en el caso de las últimas.

Nota: Madrid se mantiene como ciudad predominante como punto de partida, pese a la apertura de rutas desde otras ciudades españolas.

Igualmente la importancia del puente aéreo **Madrid – Barcelona** sigue destacando sobremanera, se confirma como ruta indispensable de negocios.

- **Ranking de aerolíneas**

Aerolíneas que han recibido la mayoría de las reclamaciones efectuadas por los viajeros en 2010:

- 1- **Ryanair**
- 2- Iberia
- 3- **Air Europa**
- 4- **Vueling**
- 5- Spanair
- 6- Easyjet
- 7- Air France
- 8- **Lufthansa**
- 9- Alitalia
- 10- **LAN**
- 11- Swiss
- 12- KLM Royal Dutch Airlines
- 13- American Airlines
- 14- British Airways
- 15- Avianca



Primeras tendencias de 2011

- **Evolución de los destinos**

Evolución de los destinos desde España para las primeras salidas de 2011

Salida	Destino	Variación
Madrid	París	46,74%
Madrid	Asunción	64,58%
Madrid	Bucarest	65,03%
Madrid	Nueva York	36,78%
Madrid	Londres	36,33%
Madrid	Lima	20,01%
Madrid	Buenos Aires	6,46%
Madrid	Barcelona	52,80%
Madrid	Santa Cruz	37,34%
Madrid	Roma	17,06%

▪ Ranking de la búsqueda de destinos para el primer trimestre de 2011

Madrid	Nueva York
Madrid	Londres
Madrid	París
Madrid	Roma
Madrid	Buenos Aires
Barcelona	Nueva York
Madrid	Lima
Barcelona	Londres
Madrid	Tenerife
Barcelona	París

En invierno, los españoles muestran su preferencia por las grandes ciudades como Nueva York, Londres, Roma o París, quizás buscando las capitales culturales y de las tendencias. No se ha mirado tanto el clima en si como la amplia oferta y la popularidad de estos destinos.

En este inicio del año se están confirmando las tendencias, los destinos más populares siguen manteniendo la misma línea, destacando entre los turísticos aquellos que plantean una importante oferta de low cost.

Este último punto, el de la oferta de bajo coste, se está tornando en algo primordial para los viajeros españoles, lo que repercute en la importancia que ciertas aerolíneas van tomando en el mercado

¿Dónde irán los españoles en 2011?

Tras un año complicado para la industria turística, es de esperar un **repunte de las salidas** y un incremento en los viajes para este 2011. Sin embargo, se tiende más que nunca a buscar lo económico y el bajo coste generalizado en todo el sector, desde **billetes de avión** hasta hoteles o coches de alquiler. Se quiere viajar pero ajustándose lo más posible a un presupuesto.

A la caza de los destinos más económicos:

- Las tendencias se confirman: destacan los destinos de bajo coste y los de origen de muchos trabajadores que desarrollan su actividad en nuestro país.
- Con la delicada situación económica, se ha experimentado un repunte del turismo nacional, sobre todo por la búsqueda de una reducción de gastos.
- Así mismo, se ha experimentado un aumento en los desplazamientos a destinos low cost.

¿Cómo viajarán los españoles en 2011?

En las formas de viaje, la tendencia mira a algunos destinos clásicos: queremos sacar el máximo provecho a los días en lo que a cultura y ocio se refiere.

Por otro lado, comienzan a tomar posiciones nuevos destinos que hasta ahora tenían un papel muy residual, como la costa dálmata o países más lejanos como China.



Igualmente los destinos con amplia oferta de vuelos low cost están en constante crecimiento, como ya hemos visto en apartados anteriores.

En lo que a la preparación de los viajes se refiere, es imposible no mencionar la importancia creciente que van tomando las redes sociales, las cuales experimentarán una eclosión en 2011:

- Es algo seguro afirmar que Twitter, Facebook y los blogs influirán cada vez más en las elecciones de los usuarios.
- Ventas a través de estas plataformas.
- Apoyo en estos nuevos elementos en el desarrollo del viaje y en servicios de post venta.

Es algo seguro afirmar que Twitter, Facebook y los blogs influirán cada vez más en las elecciones de los usuario.

La actualidad de liligo.com en 2010:

1- Algunos datos

En 2010, el buscador ha duplicado su volumen de negocio y los ingresos han superado los 4 millones de euros.

2- Participación de SNCF Voyages en el capital

En octubre de 2010, SNCF Voyages anunció haber adquirido una participación mayoritaria en liligo.com, manteniendo esta última su independencia. Desde un punto de vista estratégico, esta adquisición fortalece la capacidad de desarrollo de liligo.com tanto en España como en Europa.

3- Lanzamiento de la red de publicidad liligo Travel Network

A principios de verano, liligo.com lanzó la primera red europea de publicidad web y móvil especializado en la industria de los viajes. Tras ponerse en marcha, más de 30 anunciantes confiaron de forma regular en los presupuestos de liligo Travel Network, quien propone la presencia en 25 páginas de Europa con 23 millones de visitantes únicos dentro del mundo de los viajes.

4- Aplicación para iPhone/iPad

- El lanzamiento en enero de 2010 de liligo para iPhone tuvo una acogida muy buena entre los usuarios, con 200.000 descargas, siendo la más solicitada en Italia, y ahora representan el 10% de las búsquedas realizadas.
- La aplicación para iPad salió en octubre de 2010.

5- Novedades de la web

- El Blog del Viajero se lanzó en marzo de 2010 siendo creado y gestionado por expertos del turismo con el objeto de que los internautas puedan viajar de forma inteligente y eficiente, gracias a informaciones exclusivas, prácticas y relevantes.
- Además, liligo.com ha mejorado sus páginas de inicio y de resultados para una mayor simplicidad de búsqueda.
- Por último, el buscador ha crecido notablemente gracias a su presencia en redes sociales como Facebook, donde las aplicaciones exclusivas están a la disposición de los miembros de la comunidad.

Fuente: El País, 17 de enero de 2010

Acerca de liligo.com:





*liligo.com es el primer buscador de viajes que ofrece la información de más de 250 proveedores (agencias de viajes, aerolíneas, bajo coste, touroperadores, **hoteles baratos**,...), incluyendo 70 low cost y permitiendo un fácil acceso a todas las opciones de viajes disponibles en la red, ordenadas y planteadas de la forma más objetiva posible. Exhaustivo, objetivo e innovador, el objetivo de liligo.com es ayudar al usuario a conseguir lo que busca de manera sencilla y eficiente. Disponible en 10 países europeos, atrae a más de 2 millones de visitantes únicos mensuales, liligo.com es un producto de Findworks Technologies, empresa formada por un equipo de 40 personas y fundada por Pierre Bonelli, Bertrand de la Ruelle, Xavier Corbel y Mikaël Quilfen en 2005.*

Contacto prensa : Byte PR Agencia de Comunicación

Claudio Bravo claudio@bytepr.com +34 667242368

Skype : claudiobravo11 Twitter : @claudiobravo

