



WEBINAR

The webinar will start 5 minutes past the hour.

Estrategias Digitales para la Industria del Turismo

Insights Claves para Agencias,
Aerolíneas y Hoteles

Conoce a quienes les habla



Felipe del Sol
Senior Director, Ad Intelligence
Similarweb

Hoteles, aerolíneas, agencias de viajes y tour operadores están frente a un **viajero hiperconectado**, informado y exigente. Aquellos que no entiendan cómo captar su atención e interés **corren el riesgo de desaparecer**.

Encuentra oportunidades, obtén una ventaja y mantente en la cima



Investiga tu
mercado



Analiza tu
competencia



Conozca a tu
público



Aumenta el
tráfico orgánico



Maximiza el
retorno de la
inversión

Entender a la Audiencia

De dónde vienen?



Mi Audiencia

A dónde se van?

De dónde vienen?
Cómo vienen?



Mi Mercado Objetivo

A dónde se van?
Cómo se van?

Audiencia Alojamientos y Hoteles

 Argentina	 Chile	 Colombia	 México	 Perú
Audience  Feb 2025 6.096M Unique Visitors last month ↑27.24%  YoY Change	Audience  Feb 2025 2.823M Unique Visitors last month ↑20.86%  YoY Change	Audience  Feb 2025 3.001M Unique Visitors last month ↓-21.44%  YoY Change	Audience  Feb 2025 7.540M Unique Visitors last month ↓-18.37%  YoY Change	Audience  Feb 2025 1.359M Unique Visitors last month ↓-18.44%  YoY Change

Audiencia Aerolineas

Argentina	Chile	Colombia	México	Perú
Audience Feb 2025 4.391M Unique Visitors last month ↑9.91% ⓘ YoY Change	Audience Feb 2025 3.876M Unique Visitors last month ↑1.41% ⓘ YoY Change	Audience Feb 2025 5.343M Unique Visitors last month ↓-19.03% ⓘ YoY Change	Audience Feb 2025 8.998M Unique Visitors last month ↓-16.53% ⓘ YoY Change	Audience Feb 2025 2.983M Unique Visitors last month ↓-11.75% ⓘ YoY Change

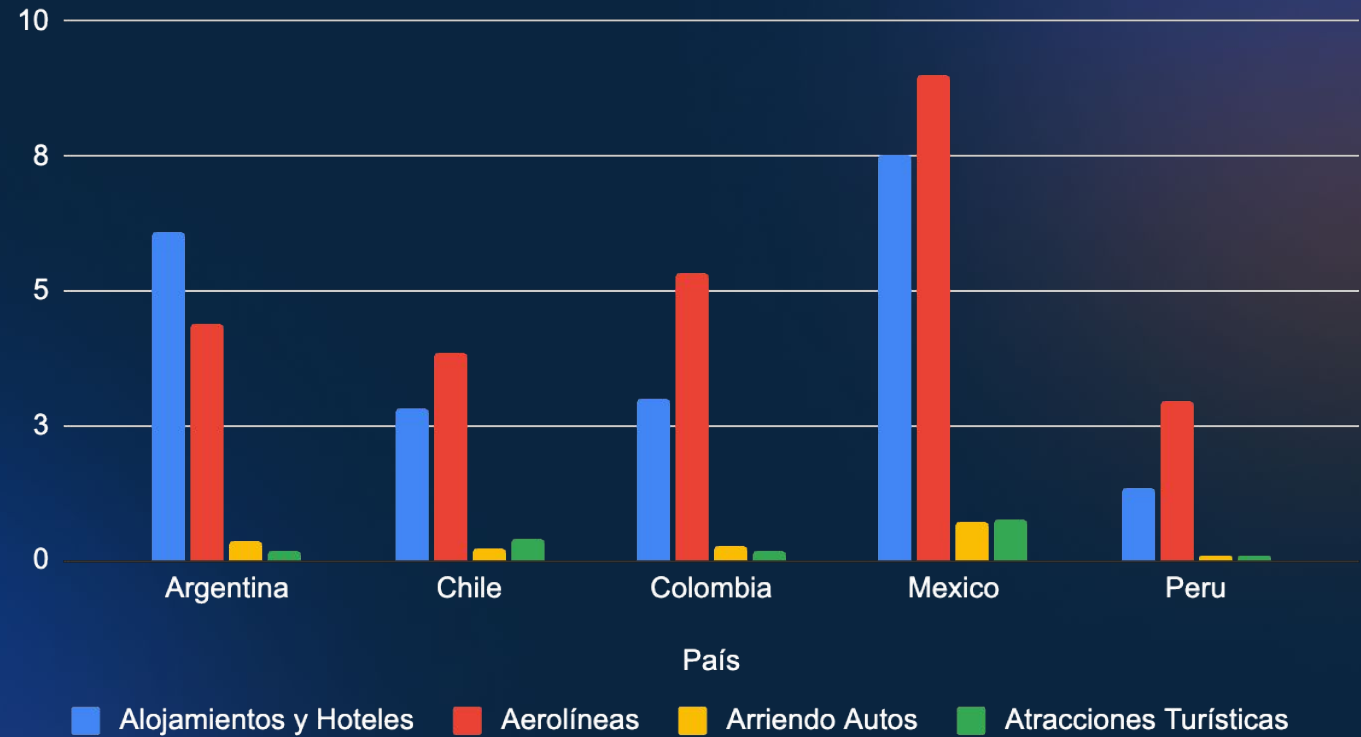
Tabla Resumen Audiencia Digital Turismo

Millones de Visitantes Únicos



Tabla Resumen Audiencia Digital Turismo

Millones de Visitantes Únicos



¿De dónde Vienen?



Air Travel



Chile



Feb, 2025



All traffic

Traffic Share ⓘ



¿De dónde Vienen?

 Car Rentals 

 Mexico

 Feb, 2025

 All traffic

Traffic Share



El ecosistema de Search Orgánico está cambiando

La Era del "Actor Único"

Google

Hoy

Google



ChatGPT



TikTok



Instagram

Mi Tráfico de Google cae

Nuevas funciones SERP

Más anuncios pagos ↑ CPC

200+ factores de rankings

"Zero-Click" Search

AI Overviews en SERPs

Actualizaciones de algoritmos más frecuentes

Algoritmos desconocidos

El consumidor de la Generación Z

El auge de Reddit

Diferentes intenciones y comportamientos

Las empresas que dependen de Search deben comprender...

¿A dónde van
los clientes?

¿Qué están
haciendo los
clientes?

¿Cómo puedo
mantenerme
relevante?

Las empresas que dependen de Search deben comprender...

**Panorama
competitivo**

**Comportamiento
de Audiencia**

**Cambios en
Plataformas**

Las empresas que dependen de Search deben comprender...

Panorama competitivo

- Análisis comparativo de la cuota de tráfico
- Actores en ascenso y en declive
- Disruptores del mercado
- Estrategias de los competidores

Comportamiento de Audiencia

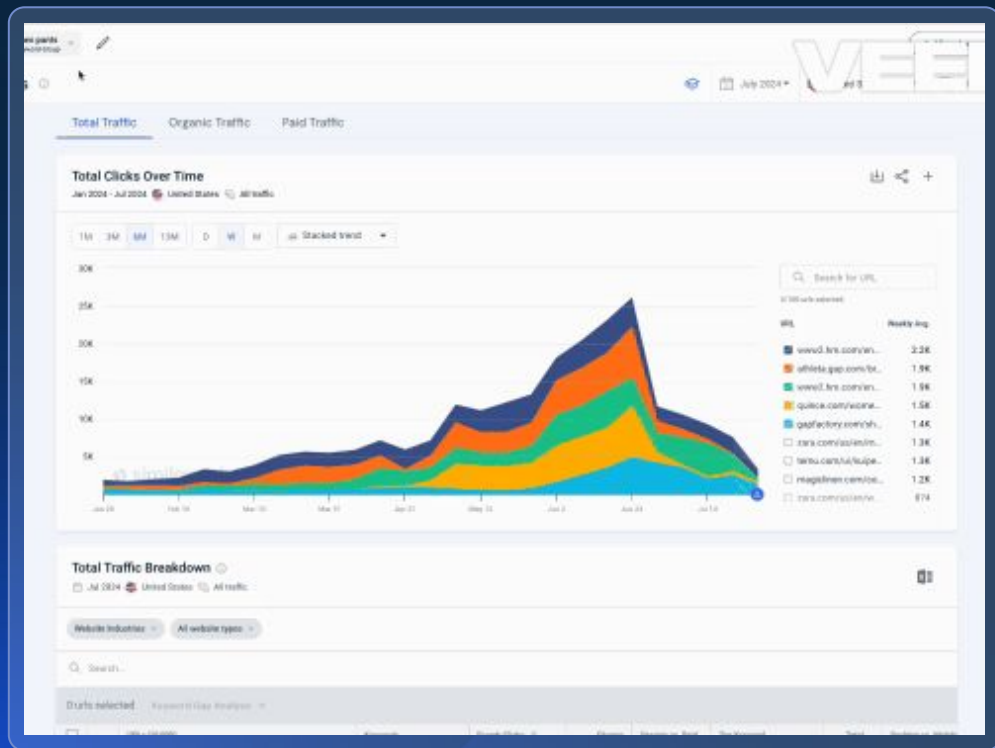
- Plataformas de search
- Comportamiento del usuario
- Tendencias del consumidor
- Onsite Search Keywords
- Prompts de GenAI*

Cambios en Plataformas

- Impactos de cambios de algoritmos en tiempo real
- Nuevas funciones de SERP
- Funciones de “cero click”
- Fuentes de respuesta GenAI*

Tráfico y participación en cualquier plataforma, sitio web, aplicación o canal monitoreados en tiempo real

Datos de comportamiento de usuarios reales



Monitorear las preferencias de la audiencia para el desarrollo de la audiencia y el SEO

- ¿En qué palabras clave se posicionan mis competidores?
- ¿En qué temas estoy perdiendo ante mis competidores en las búsquedas?
- ¿Quién tiene mejor posicionamiento en las IA?
- ¿Cuáles son las secciones más populares de mis competidores?
- ¿A dónde va mi audiencia antes de visitarme a mí o a mis competidores?
- ¿A dónde va mi audiencia después de abandonar mi sitio?

Showtime!

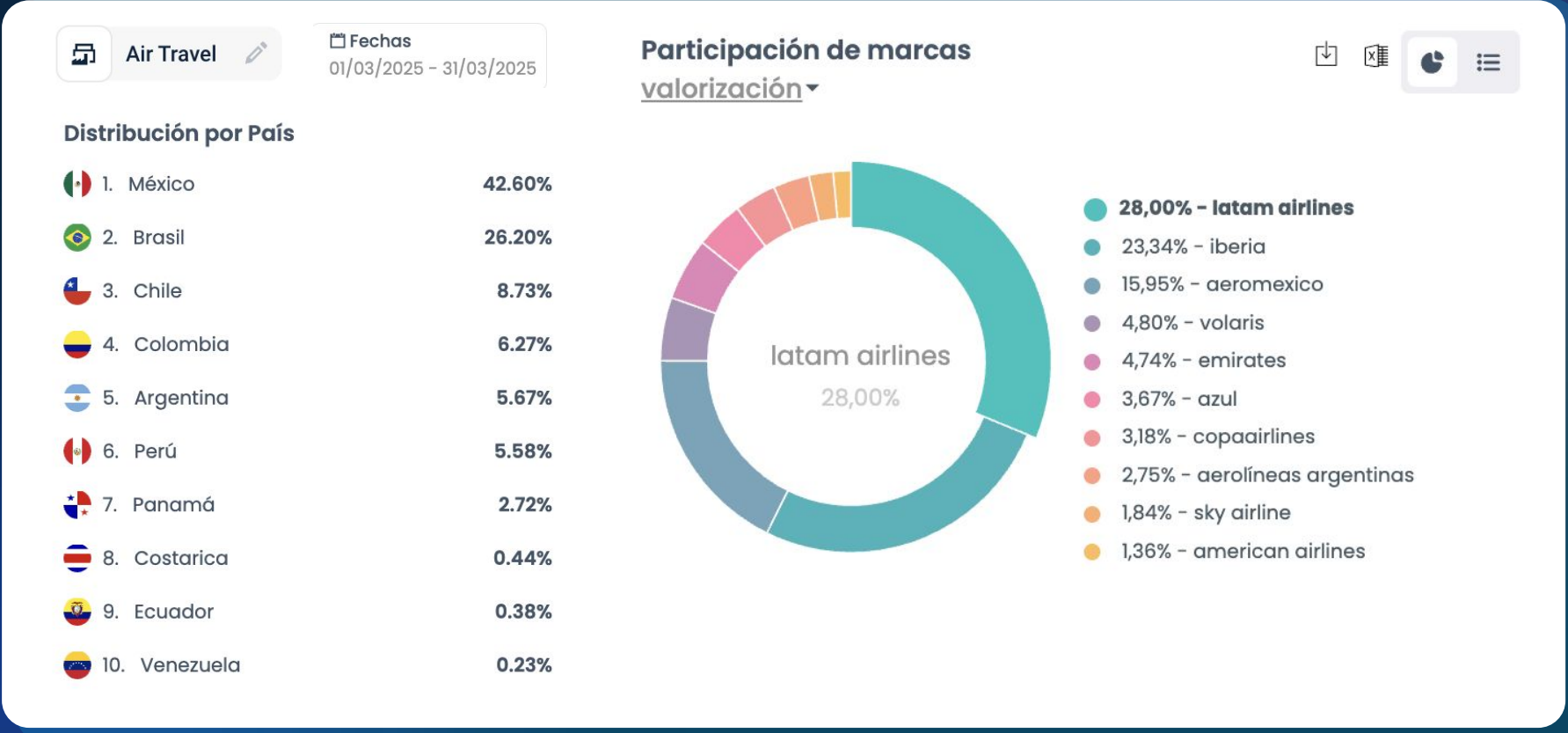
Inversión Publicitaria

Display + Search



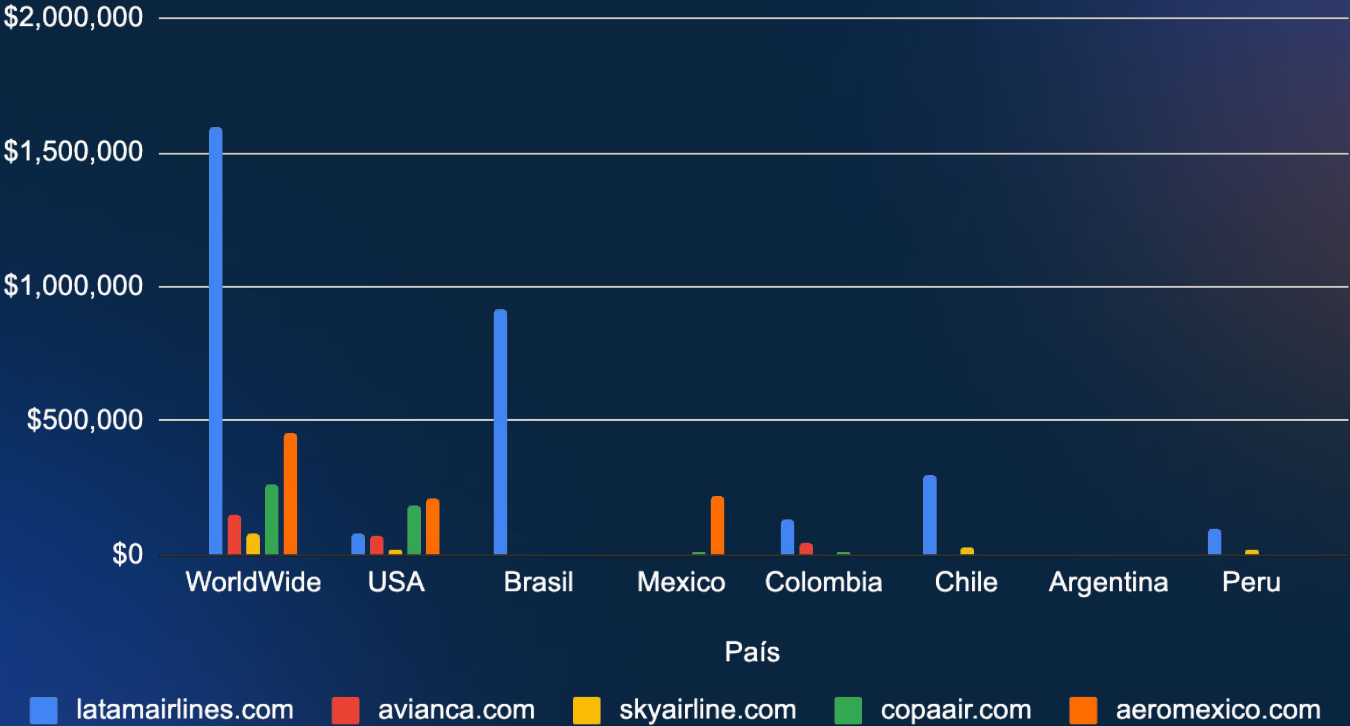
Aerolíneas

Inversión Publicitaria Display: Open Web + Social Media + Retail Media



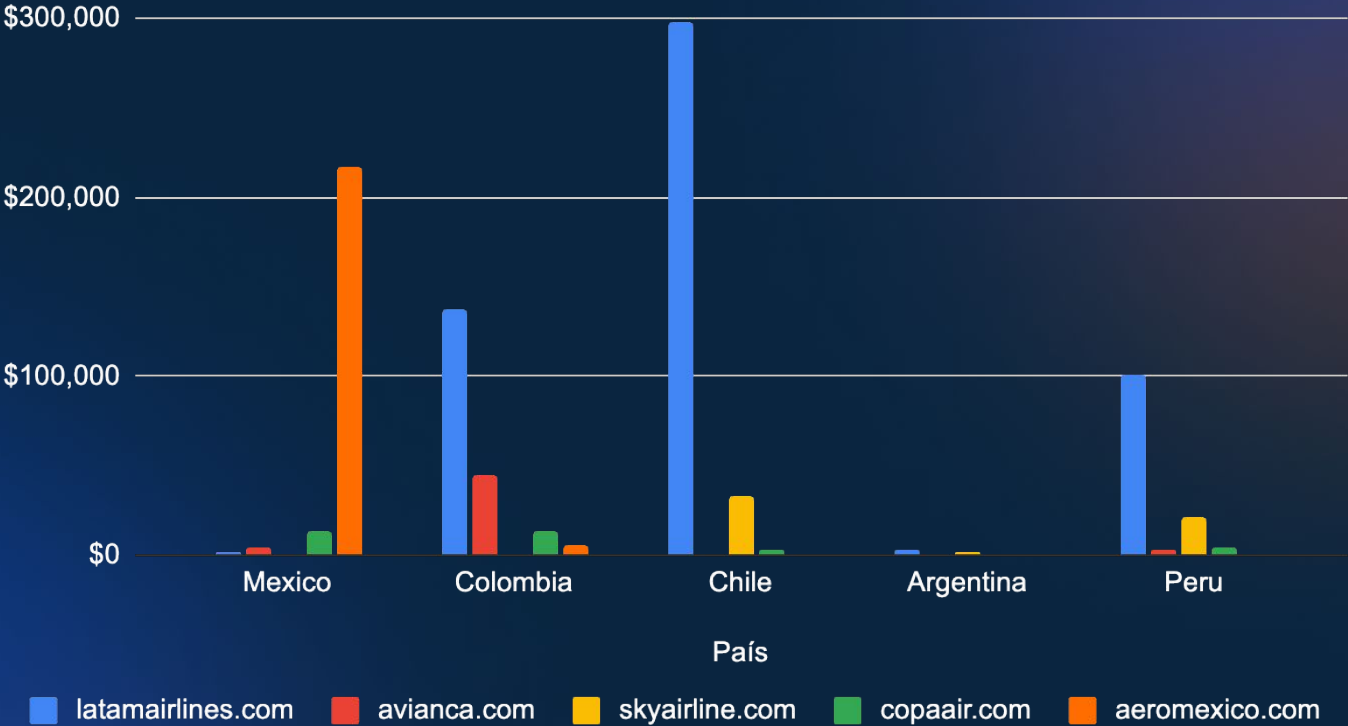
Inversión en Google Search Aerolíneas por País

Search Ad Spend



Inversión en Google Search Aerolíneas por País

Search Ad Spend



Display + Search



Display Media Plan



- 38,38% - facebook.com
- 16,80% - youtube.com
- 7,80% - publimetro.cl
- 4,43% - meganoticias.cl
- 4,13% - 24horas.cl
- 3,59% - latercera.com
- 3,55% - mega.cl
- 2,86% - redgol.cl
- 2,28% - lacuarta.com
- 1,68% - pnt.cl



Search Keyword Plan

Top Non-Branded Keywords ⓘ

📅 Feb 2025 🇲🇽 Mexico 📱 All traffic

Search Terms	Clicks
cabañas mazamitla	1.2K
hostal cerca de la feria de san m...	1.1K
towneplace suites orlando at fla...	880
hospedaje cdmx	790
onto house puerto escondido	750

Aerolineas – Apps – Play Store

Installs and Store Downloads Overview

February 2025 Worldwide

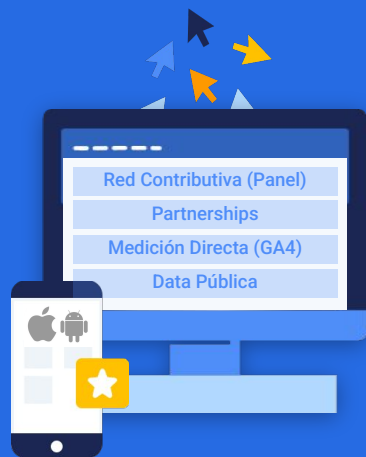
Metric	 LATAM Airlines LATAM Airlines Group S.A.	 SKY Airline Sky Airline S.A.	 avianca Avianca	 Copa Airlines Copa Airlines	 Aeromexico Aerovías de México S.A. d...
 Store Downloads ⓘ	232.14K 🏆	26.43K	45.14K	25.41K	50.07K
 Install Penetration ⓘ	0.61% 🏆	0.03%	0.19%	0.1%	0.27%

Usage & Engagement Overview

February 2025 Worldwide

Metric	 LATAM Airlines LATAM Airlines Group S.A.	 SKY Airline Sky Airline S.A.	 avianca Avianca	 Copa Airlines Copa Airlines	 Aeromexico Aerovías de México S.A. d...
 Monthly Active Users ⓘ	2.1M 🏆	41.24K	1.13M	313.92K	1.24M
 Weekly Active Users ⓘ	1.12M 🏆	13.99K	450.69K	139.17K	456.74K
 Daily Active Users ⓘ	254.96K 🏆	2.64K	100.45K	25.95K	123.04K
 Daily Stickiness ⓘ	12.14% 🏆	5.7%	8.87%	8.27%	9.89%
 Sessions per User ⓘ	2.32	2.44	2.17 ↓ Lowest	2.51 ↑ Highest	2.27
 Avg. Session Time ⓘ	00:01:25	00:01:20	00:01:46	00:01:14 ↓ Lowest	00:01:58 ↑ Highest
 Total Session Time ⓘ	00:03:15 ↓ Lowest	00:03:49	00:03:50	00:03:35	00:04:29 ↑ Highest

1 Data Recopilación



Creamos el universo de datos de señales digitales más diversificado de la industria, construido a partir de conjuntos de datos estadísticamente representativos que preservan la variedad entre países, industrias, grupos de usuarios y dispositivos.

2 Data Síntesis



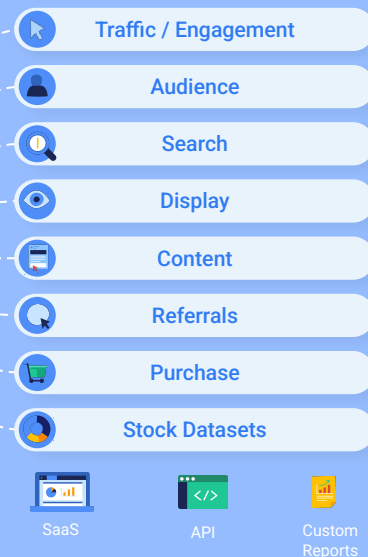
Una vez recopilados los datos, ejecutamos un sofisticado proceso algorítmico para limpiar, combinar, sintetizar, procesar y combinar las entradas para el modelado de datos.

3 Data Modelar



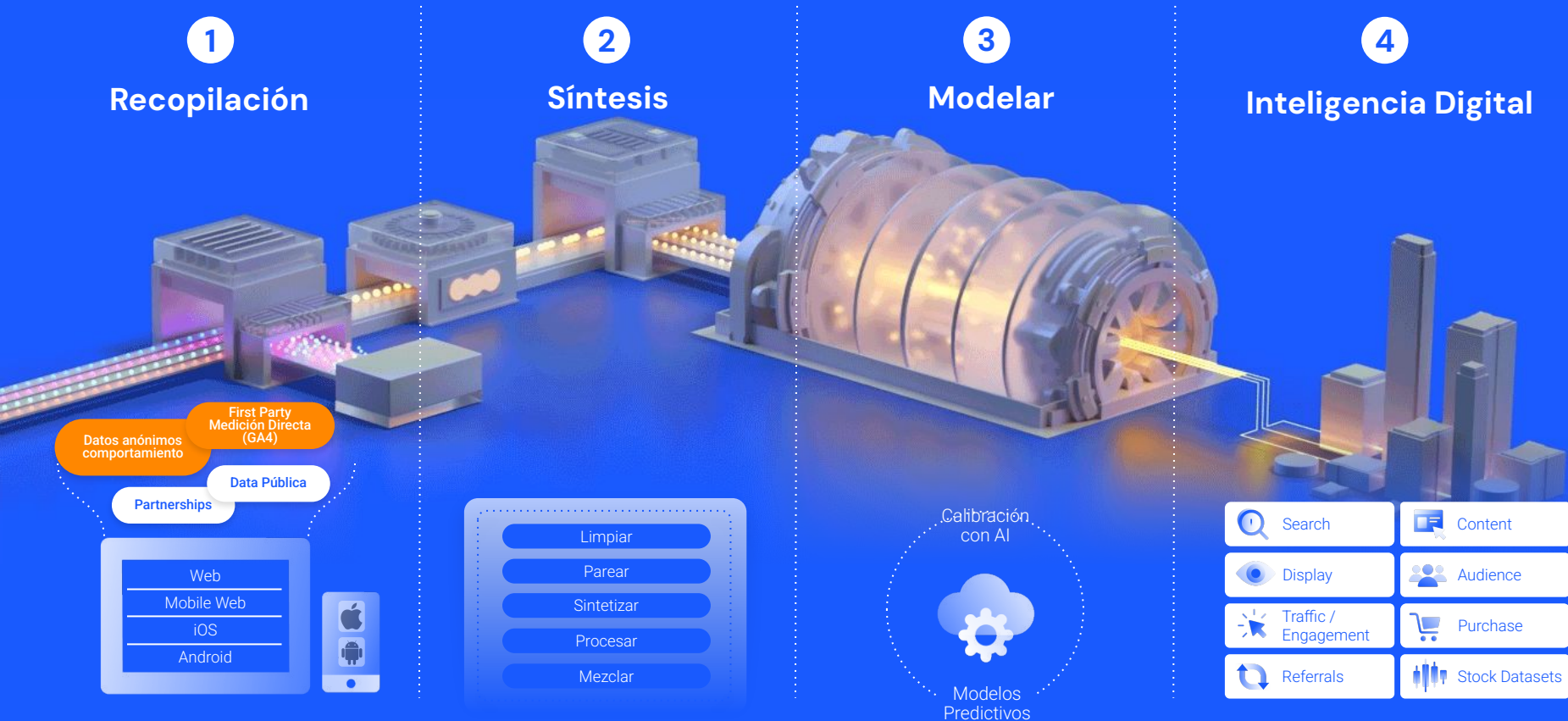
Luego, los datos normalizados se procesan mediante una calibración avanzada de aprendizaje automático y modelos predictivos para brindar una visión precisa y consistente del mundo digital a lo largo del tiempo.

4 Data Entrega



El motor de inteligencia genera información poderosa y lista para usar que se entrega a través de nuestra plataforma práctica o API para ayudarlo a tomar mejores decisiones y crecer de manera inteligente.

Nuestro enfoque único e inigualable para medir el mundo digital





”

Similarweb is making us more efficient. Having an **unbiased, third-party tool helps us to find, qualify, and establish ROI** for partnerships and media campaigns. I wish I could spend all day on **Similarweb**.

Stephanie Cloud

Director of Online Sales & Partner Marketing, **MGM Resorts**



”

Similarweb insights helped us to shift our **focus to domestic travelers and support local tourism operators**. The platform made it very easy to **tailor our messaging, identify, content gaps and uncover partnership opportunities**.

Sarah Britton

Global Manager Digital Analytics, **Tourism New Zealand**



Key Takeaways

Comprender la audiencia es clave: saber de dónde vienen, a qué sitios van y qué hacen después.

La dependencia de Google está impactando a la industria del turismo frente a sus cambios constantes.

Los principales actores del mundo usan inteligencia de mercado para expandir su audiencia y maximizar ingresos.

El crecimiento digital requiere datos de usuarios reales: granulares, precisos y en tiempo real.

La inteligencia de mercado no es una opción, es el camino para competir y liderar en el entorno digital.



WEBINAR

The webinar will start 5 minutes past the hour.

Estrategias Digitales para la Industria del Turismo

¿Preguntas?