Buenos Aires, 26 de Julio de 2016

*Información para la prensa*

**La audiencia de las webs de turismo**

|  |
| --- |
| * La categoría de páginas web de turismo tiene un promedio mensual total de más de 7 millones de visitantes únicos, esto representa un alcance del 32% de la audiencia total de internet.
* Actualmente existe un promedio de 671.000 visitantes diarios, estos crecieron un 47% con respecto al año 2015.
* Con un total de más de 225 millones de páginas vistas (42% más que el año 2015) y un promedio de casi 3 visitas por visitante, la categoría Turismo sigue en crecimiento.
* El consumo de tiempo promedio de navegación por visita en las páginas de turismo es 7,6 minutos.
* En cuanto al sexo de los internautas, cabe destacar que estas plataformas de comunicación no presentan una tendencia a captar mayormente un público en particular.
* Si el análisis se realiza según rango etario, comparándolo con el total de audiencia de internet se destacan principalmente las personas de 25 a 44 años (donde se concentra alrededor del 50% del share) y en menor medida las de más de 55 años.
* Buenos Aires-La Pampa y la Ciudad de Buenos Aires son las regiones que presentan mayores usuarios únicos en las páginas web de turismo.
 |
|  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**Gráfico: Share de avisos de turismo por categorías. AdCuality 2015**

|  |
| --- |
| * Según el relevamiento de anuncios en internet de AdCuality, en 2015 alrededor del 44% de los anuncios de turismo estuvo en las categorías de noticias e información, redes sociales y entretenimiento.
* La intensidad de las campañas se presentó en el último trimestre. El banner en formato estándar fue el más utilizado. Este segmento elige las plataformas de medios convencionales (78%) de comunicación online por sobre las redes sociales.
 |

**Fuente:**

* El contenido del presente informe fue elaborado por el Departamento de Research de **QUIROGA agencia de medios**.
* Media Metrix Argentina - Mayo 2016, Comscore.
* AdCuality 2015