

**Informe Final**  
**Diseño Web 2.0 Turismo Río Negro**

**11/2013**



**Presentado por:**  
**Lic. Ivana Vajdic**

## **Índice**

Introducción	3
Diseño del sitio Web (Etapa Final)	5
Sección Destinos	6
Diseño de Municipios (Destinos)	7
Sitios para móviles	9
Mapa interactivo (Enlazado con Prestadores Turísticos)	13
Intranet Provincial	15
Estándar Web	19
Productos Turísticos	24
Prestadores Turísticos	32
Campaña de SEO	36
Newsletters y Flyers	42
Campañas de Marketing Viral	51
Capacitaciones	55
Conclusiones	56

## **Introducción**

Conforme al contrato celebrado el día 07 de Mayo de 2013 entre el **señor Secretario General, Ing. Juan José Ciácerá**, y la **Lic. Ivana Vajdic**, se cumple en redactar el Informe Final estipulado según la **Cláusula Vigésima Quinta** y al cronograma establecido en el cual se estima la entrega del Informe Final para el día 7 de Noviembre de 2013.

Hemos llegado a este paso final visualizando un cambio cuantitativo de información generada a través del sitio web y un cambio cualitativo en cuanto a la mejora evidente de la comunicación online interna de la provincia y externa hacia los usuarios finales.

La navegación del sitio y todos las variables de medición online han mejorado notablemente, en algunos casos hasta muy por encima de las expectativas y objetivos propuestos.

Se ha observado un gran involucramiento por parte de todos los municipios, reflejado en el caso emblemático de un municipio, Sierra Colorada, que al no estar contemplado inicialmente como destino turístico y ver el nuevo sitio, solicitó formalmente formar parte del portal. Dicha solicitud se dio a lugar y hoy tiene usuario, contraseña y acceso propio.

**Como mencionamos en párrafos anteriores, hay muchas variables elocuentes pero en esta breve introducción elegimos solo una. El ranking de Alexa del dominio [www.rionegrotur.gob.ar](http://www.rionegrotur.gob.ar) creció en 1.000.000 de posiciones.**

**Esto es posible gracias a la optimización tanto en la parte de construcción como en la generación de contenido y elegimos este dato porque no es ni más ni menos que un indicador de la popularidad del sitio en internet y el valor que le asignan los propios usuarios.**

**Por todo esto debemos agradecer la confianza depositada por el gobierno de la provincia de Río Negro a través del ministro de Turismo, Ángel Rovira Bosch que nos convocó para esta tarea, confiando desde un primer momento en la labor que llevaríamos a cabo y visualizando el futuro de una estrategia digital desde un sitio optimizado a la altura de los mejores sitios de turismo del mundo, al equipo de trabajo encabezado por la Lic. Natalia Marenzana, Subsecretaria de Planificación Estratégica y Programas quien ha sido un nexo fundamental en el trabajo diario y fuente constante de información para que nos nutriéramos de conocimiento de una provincia que adoptamos como propia, a todo el equipo técnico que se ha abierto a cargar información y modificar el contenido necesario tomando la herramienta como pieza fundamental para mejorar la calidad institucional y por último a la Arq. Laura Perilli, Secretaria de Planificación de la provincia de Río Negro por confiar en este proyecto, darle el apoyo técnico y financiero a través del CFI y por su presencia constante desde el lanzamiento en la localidad de Choele Choel hasta estos días.**

## **Diseño del sitio Web (Etapa Final)**

**En este último paso decidimos a través de la visualización estadística del funcionamiento del sitio, modificar algunas secciones internas y optimizar aquellos accesos que tenían mayor cantidad de visitas.**

Como elementos fundamentales mencionamos el upload de la intranet provincial, el rediseño de las páginas internas de los municipios, la finalización de integración en el mapa provincial, la nueva vista de “Destinos” y la finalización del tema para móviles.

**Landing Page de Destinos.** Para que el usuario final tenga la posibilidad de ver sin complicaciones las opciones turísticas de la provincia se realizó una landing page en la que se puede elegir cada uno de los Destinos que integran Rio Negro. Desde allí se podrá acceder a la página interna de cada uno de ellos. Para esta sección se utilizó CSS3 para realizar una animación acorde al proyecto general.

### **¿Por qué se decidió esta modificación?**

A través de las estadísticas de navegación identificamos que de la totalidad de secciones en la botonera principal, aquella con más cantidad en porcentaje de clicks correspondía a “Destinos” con un 10% como pueden observar en la imagen a continuación. Por eso nos avocamos a generar una sección con más impacto visual y acceso a las páginas internas de los municipios.





Sección Destinos: <http://www.rionegrotur.gob.ar/destinos/>

## Destinos / Municipios: Modificación Visual y Funcional

En pos de mejorar la navegabilidad y acceso a la información subida por los municipios elaboramos un nuevo diseño que cuenta con características visuales propias de acuerdo a las regiones mar, valle, estepa y montaña.

Inicialmente todos los destinos tenían una misma identidad desde el color. Hoy por ejemplo si ingresamos a Dina Huapi vamos a ver lo siguiente.

¿QUÉ HACER?



Atractivos Turísticos en Dina Huapi



uctos/atractivos-turisticos-en-dina-huapi/

**INFORMACIÓN DEL MUNICIPIO**

Gentilicio: Dina Huapi  
 Superficie:  
 Población: 3.730 hab.  
 Límites:  
 Coordenadas: 41° 04'27"S 71° 09'57"O

**¿CÓMO LLEGAR?**

Ingresá tu lugar de partida para conocer la ruta que te lleva a Dina Huapi


**OFICINA DE TURISMO**

Dirección: Chile 735  
 Teléfono: (02944) 468099 468205  
 Sitio Web:  
 Email:

Imagen actual del Municipio Dina Huapi: <http://www.rionegrotur.gob.ar/municipios/dina-huapi/>

El verde concuerda con los colores planteados ya desde el logo a la región montaña.

Además cambiamos el lugar de los productos turísticos desde la parte inferior hacia la parte superior para aumentar la cantidad de visitas hacia los prestadores turísticos y agregamos la funcionalidad de ¿Cómo llegar? A cada uno de los destinos en forma personalizada.

Funciona de la siguiente manera: Tomando como ejemplo a Dina Huapi desde “Como Llegar” debemos solamente introducir nuestro lugar de partida y le damos click a Calcular Distancia.

¿QUÉ HACER?

**INFORMACIÓN DEL MUNICIPIO**

Gentilicio: Dina Huapi  
 Superficie:  
 Población: 3.730 hab.  
 Límites:  
 Coordenadas: 41° 04'27"S 71° 09'57"O

**¿CÓMO LLEGAR?**

Ingresa tu lugar de partida para conocer la ruta que te lleva a Dina Huapi

av. corrientes 1200, capital federal, buenos aires, A

CALCULAR  
DISTANCIA

**OFICINA DE TURISMO**

Dirección: Chile 735  
 Teléfono: (02944) 468099 468205  
 Sitio Web:  
 Email:

**SEGUINOS EN:**

Imagen con el destaque sobre "Como Llegar"

La plataforma integrada a Google Maps nos arroja el resultado junto con la ruta de navegación en auto.

**Sitios para móviles.** Al necesitar customizar todo el portal para que sea visible para dispositivos móviles es importante que toda la información ya sea funcional. Teniendo a Wordpress como plataforma base se produjo la instalación de una extensión que convierte a todo el sitio en un aplicación mobile.



Imagen con la vista actual del sitio en dispositivos móviles.

El menú y las secciones principales se adaptaron para poder ser visualizadas en los diferentes celulares. Si bien la plataforma tiene en cuenta aquellos dispositivos móviles que son touch, la misma puede ser configurada para que se pueda ver sin inconvenientes en Blackberry o en cualquier otro celular que no sea touch.



Categorías > Galeria Multimedia

may 27, 2013

1er Congreso de Turismo de la Provincia de...

Escrito en 27.05.2013 at 18:57  
Por admin  
Categorías: [Galeria Multimedia](#)

may 27, 2013

Galería de Imágenes – Balneario El Cóndor

Escrito en 27.05.2013 at 18:56  
Por admin  
Categorías: [Galeria Multimedia](#)

may 27, 2013

Galería de Imágenes – Allen

Escrito en 27.05.2013 at 18:56  
Por admin  
Categorías: [Galeria Multimedia](#)

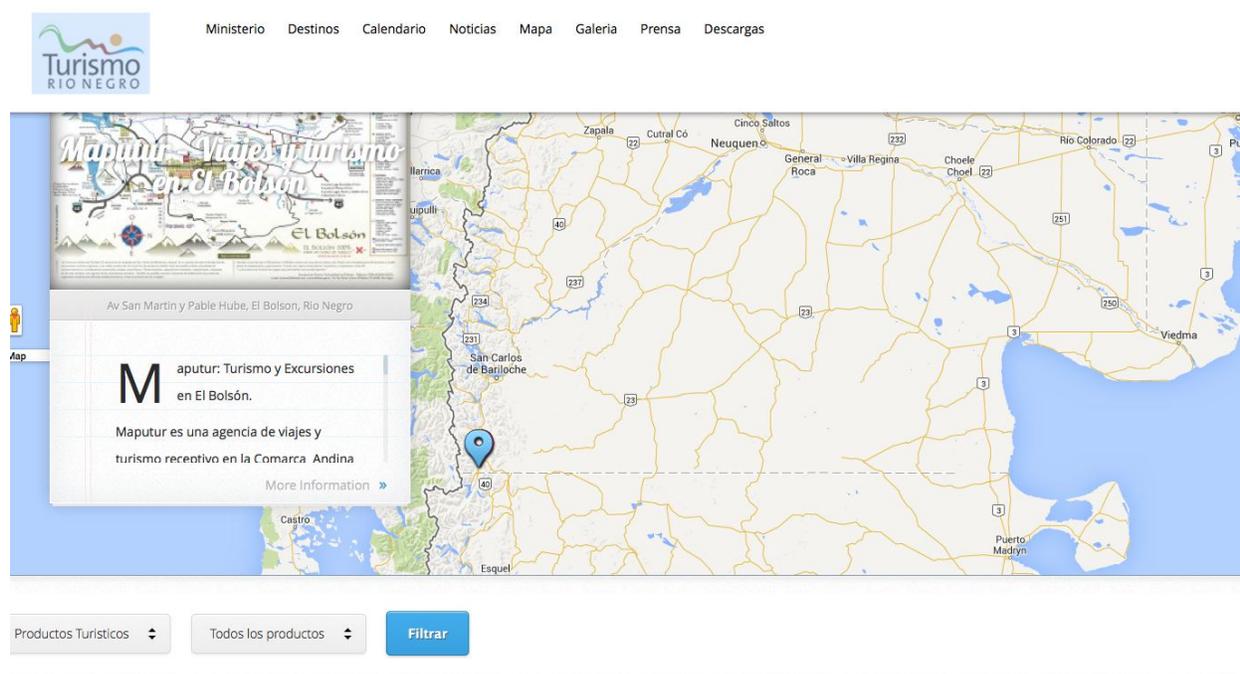
may 27, 2013

Galería de Imágenes – Catriel

Escrito en 27.05.2013 at 18:56  
Por admin  
Categorías: [Galeria Multimedia](#)

## Mapa de Prestadores

Como se estableció en los requerimientos iniciales, se realizó un Mapa en el que se podrán ubicar los prestadores con Markers dentro de Google Maps. Como se puede ver en la imagen de la sección. En esta etapa final hemos finalizado con la labor de integración y ya está completamente funcional, por lo cual los nuevos prestadores que se agreguen al sitio automáticamente van a ser linkeados al mapa.



Así, los turistas tendrán la posibilidad de buscar la actividad que desea realizar dentro de la provincia y en el Mapa quedarán marcados todos los prestadores que brindan ese servicio dentro de Rio Negro.

El marcador contará con una información mínima y luego se puede expandir la misma para que pueda visualizarse todo el contenido del prestador.

Así, los turistas cuentan con dos formas de buscar los productos que desean dentro del sitio. Desde el buscador de prestadores o desde el Mapa. La opción de Google Maps se eligió porque cuenta con opciones muy importantes a la hora de buscar. Por ejemplo, la vista Satelital permite que se pueda tener una imagen del sitio donde se irá a realizar la actividad y como se encuentra la zona a la que vamos a ir.

## Intranet

Para poder crear una Intranet a la que puedan acceder los miembros del ministerio, los municipios, los prestadores y el público en general se realizó la instalación de un Wordpress fresh en el subdominio intranet.rionegrotur.gob.ar.



The screenshot shows the homepage of the Intranet for Turismo Río Negro. The page features a header with the logo on the left and a navigation menu on the right. The main content area displays a large 'Bienvenido' (Welcome) message and a list of recent activity. The navigation menu includes options like LOG OUT, Grupos, Foro, BLOG, MEMBERS, Actividad, and Ministerio. The activity list shows a user named 'Ministerio' who was active 53 seconds ago.

**Turismo RIO NEGRO**

LOG OUT 0 Grupos Foro

BLOG MEMBERS Actividad Ministerio

# Bienvenido

Este micrositio del Ministerio de Turismo, Deporte y Cultura te permitirá conocer documentación y reglamentaciones para cualquier emprendimiento.

Más vistos Activos Alfabético Nuevos

Ministerio  
activo hace 53 segundos  
1 usuario

ih.ar/intranet

En los requisitos iniciales se había solicitado que la misma tenga usuario y contraseña, pero se convino con los responsables del proyecto que la Intranet pueda accederse sin restricciones para que cualquiera pueda ver la información.

En estos grupos se subirán archivos y documentación que cada uno de los grupos considere de importancia. La misma, también, podrá ser compartida con el público general en el caso de que lo consideren necesario.



## Crear un grupo

Directorio de grupos

1. Detalles 2. Configuración 3. Forum 4. Avatar 5. Invitaciones

### Opciones de privacidad

- Este es un grupo público
  - Cualquier usuario, puede pertenecer a este grupo.
  - Este grupo saldrá en el directorio y en la búsqueda de grupos.
  - El contenido y la actividad del Grupo, será visible por todos los usuarios
- Este es un grupo privado
  - Solo los usuarios que pidan pertenecer al grupo y sean aceptados, pueden pertenecer al grupo.



## Ministerio

Grupo oculto, 1 usuario, activo hace 15 segundos  
Este es un grupo privado del Ministerio

Administradores de grupo



<b>Inicio</b>	Forum	Usuarios <b>1</b>	Enviar invitaciones	Admin
---------------	-------	-------------------	---------------------	-------

RSS Mostrar:



¿Qué hay de nuevo en Ministerio, admin?



admin ha creado el grupo Ministerio en este momento

# Ingresar

Username

Password

Remember Me / Password Recovery

# Foro

FORUM	TOPICS	POSTS	FRESHNESS
<b>Grupo de foros</b>	0	0	No Topics

Oh bother! No topics were found here!

Actualmente tiene contenido simulado para que se pueda ver el funcionamiento de la plataforma y ya se le envió al personal del ministerio las indicaciones para poder cargar y crear las diferentes secciones de la Intranet.

**Estándar web.** Usando Wordpress como framework y administrador, con sus extensiones y animaciones, finalmente se procedió con el armado de la web. Para ello se siguieron los estándares de la W3C (World Wide Web Consortium) con el objetivo de, una vez finalizado el proyecto, contar con un portal validado en un 100% por el ente que regula el desarrollo y el diseño web.

Así, se realizaron animaciones y efectos de CSS3 y se maquetó el sitio con elementos HTML5. Al ser lenguajes de programación actuales es muy probable que navegadores más antiguos no logren reconocer la sintaxis. Para estos casos se tomó la precaución de validar el portal con Internet Explorer 7 y 8 y se realizaron las modificaciones correspondientes.

**Actualmente el sitio se encuentra validado en toda su estructura de programación por la W3C.**

De esta manera se finalizaron todas las etapas de diseño y construcción del sitio web 2.0 de Turismo de la provincia de Río Negro.

Sumamos a modo de resumen lo vertido en informes anteriores con las secciones y funcionalidades actuales.

### **Calendario de eventos**

Calendario totalmente funcional e integrado a los eventos de la provincia como pueden ver en la imagen (calendario con recuadro, imagen I001)

El ingreso a los eventos para más información puede ser de dos maneras, o bien directamente el usuario puede ingresar a un evento particular (imagen I002) o puede hacer click en "Ver Calendario" para ver todas las actividades programadas (imagen I003).

### **Municipios (destinos)**

El diseño en las páginas internas ha sido modificado funcional y estéticamente de acuerdo a los requerimientos de los propios destinos y a conducta de navegación de los usuarios. Hoy se cuenta con información detallada y cargada en forma autoadministrable por cada municipio.



**PRÓXIMOS EVENTOS**

SEP 14 Sab	Río Negro en FIT 2013 @ La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires
SEP 21 Sab	Safari del Centenario @ Coronel Belisle Torneo ASEET Golf @ LLAO LLAO
SEP 29 Dom	Trekking 21 K. Bajo Colorado @ Ingeniero Jacobacci
OCT 12 Sab	Semana musical Llaolao XX aniversario @ LLAO LLAO
OCT 18 vie	Desafío Ruta 40 @ Bariloche - El Bolsón

[Ver Calendario](#)

Imagen I001: <http://www.rionegrotur.gob.ar>

[← Volver al calendario](#)

FECHA: 14 septiembre, 2013 - 17 septiembre, 2013

LUGAR: La Rural, Predio Ferial de Buenos Aires  
Avenida Sarmiento 2704  
Escobar, Buenos Aires  
Argentina

[+ Agregar al Calendario](#) [g+ Añadir a Google](#)

#### PROGRAMA A DESARROLLAR EN FIT

DIA 14 – APERTURA 15,00 A 22,00 HS.

16,00 HS DEGUSTACION CASCADA DE CHOCOLATE (APROX. 1 H 1/2 H) (MINISTERIO)

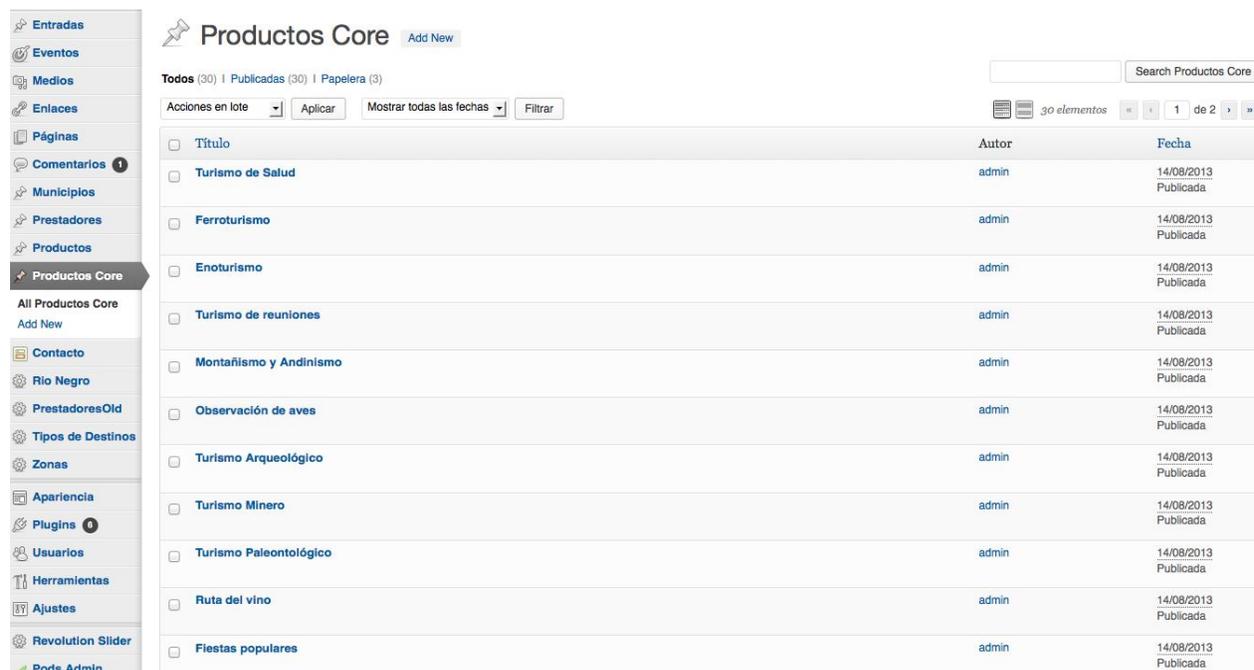
17,30 HS. REPARTO DE BOLSAS (APROX. 1 HS.)

**Imagen I002:** [http://www.rionegrotur.gob.ar/ai1ec\\_event/rio-negro-en-fit-2013/?instance\\_id=27](http://www.rionegrotur.gob.ar/ai1ec_event/rio-negro-en-fit-2013/?instance_id=27)



## Productos Turísticos

Se crearon los Productos Turísticos que el Ministerio solicitó. Con Pods Framework se realizó la carga del listado de los mismos. Para esto se crearon dos instancias. Productos Core y Productos.



The screenshot displays the 'Productos Core' admin interface. On the left is a sidebar menu with various system components. The main area shows a list of products with the following data:

Título	Autor	Fecha
Turismo de Salud	admin	14/08/2013 Publicada
Ferroturismo	admin	14/08/2013 Publicada
Enoturismo	admin	14/08/2013 Publicada
Turismo de reuniones	admin	14/08/2013 Publicada
Montañismo y Andinismo	admin	14/08/2013 Publicada
Observación de aves	admin	14/08/2013 Publicada
Turismo Arqueológico	admin	14/08/2013 Publicada
Turismo Minero	admin	14/08/2013 Publicada
Turismo Paleontológico	admin	14/08/2013 Publicada
Ruta del vino	admin	14/08/2013 Publicada
Fiestas populares	admin	14/08/2013 Publicada

**Imagen del Backend Actual del Ministerio (Panel Interno actualmente funcional al 100%)**

¿Por qué? Cada uno de los destinos cuenta con la posibilidad de, no solo poder editar el contenido institucional de su página, sino que también puede cargar los productos turísticos que cada uno desee destacar de su zona. Por ejemplo, El Bolsón ingresa con su usuario y password y tiene dos opciones: Editar Página o Productos. En la primera, y como quedó establecido en el informe anterior, el destino edita sus datos geográficos, coordenadas de Google Maps, etc. Y ahora también ingresará a Productos y puede cargar la cantidad de contenido que desee.

En un listado desplegable, el destino elige que tipo de producto quiere destacar y coloca un texto y una imagen para el mismo.

Dentro de la vista de cada destino habrá una slider responsive que listará todos los productos que se cargaron. Hay más de 30 posibilidades y, si el Destino cuenta con todas, podrá cargarlas sin inconvenientes.

Además, se modificaron campos específicos pedidos por el Ministerio tales como Gentilicio y la forma en la que se mostraba la imagen principal. También se cambió la extensión que permite compartir el contenido en las Redes Sociales.

MINISTERIO DESTINOS CALENDARIO NOTICIAS MAPA GALERIA PRENSA DESCARGAS f t You Tube

EL BOLSÓN <<< Región: CORDILLERA

¿QUÉ HACER?

INFORMACIÓN DEL MUNICIPIO

Gentilicio: El Bolsón (Bolsones)  
Superficie: 131.805 Ha  
Población: 19.009 Habitantes según información del Indec 2010  
Límites: El ejido municipal de El Bolsón limita al norte con la Comuna Rural de El Manso, al sur con el Paralelo 42° (límite interprovincial con Chubut); al este con el Departamento Norquincó y al oeste con la vecina República de Chile  
Coordenadas: 41° 57' 54,12" S, 71° 32' 03,43" O

¿CÓMO LLEGAR?

Ingresa tu lugar de partida para conocer la ruta que te lleva a El Bolsón

CALCULAR DISTANCIA

El Bolsón  
Mágica y Natural

Por cuestiones de posicionamiento se intervino *on the fly* el guardado del producto para crear urls más amigables. De esta manera se cortó y se construyó una nueva que quedó formada por el nombre del Destino y el producto. Por ejemplo, el producto

Trekking quedó formado así: <http://www.rionegrotur.gov.ar/productos/trekking-en-el-bolson/>.

Para las búsquedas es una construcción clave para aumentar el número de visitas desde los *search engines* más importantes.

## Usuarios Internos

En la actualidad el sistema registra 82 usuarios activos, compuesto por los referentes de los municipios, programadores, encargados de contenidos y los prestadores turísticos.

Estos últimos son apenas los iniciales, ya que se van dando de alta progresivamente.



WordPress 3.6.1 está disponible! Por favor, actualiza ahora. Opciones de pantalla Ayuda

### Usuarios Añadir nuevo

Todos (82) | Administrador (3) | Autor (1) | Suscriptor (5) | Prestador (27) | Municipio (46)

Acciones en lote Aplicar Cambiar perfil a... Cambiar 82 elementos 1 de 5

<input type="checkbox"/>	Nombre de usuario	Nombre	Correo electrónico	Perfil	Entradas
<input type="checkbox"/>	admin		sebastian.rebrej@gmail.com	Administrador	13
<input type="checkbox"/>	ahg	AHG	ahg@rionegrotur.gov.ar	Municipio	0
<input type="checkbox"/>	allen	Allen	turismo@allen.gov.ar	Municipio	0
<input type="checkbox"/>	atap		atap@rionegrotur.gov.ar	Municipio	0
<input type="checkbox"/>	bardadelmedio	Barda del Medio	bardadelmedio@rionegrotur.gov.ar	Municipio	0

## Imagen del panel actual del sitio web: Directorio Interno

**Administrador: Programadores y Diseñadores**

**Suscriptor: Moderadores de Contenido**

**Prestador: Prestadores Turísticos cargados hasta el momento (autogestión)**

**Municipios: Referentes de Municipios**

## Formas de Alta de Usuarios Internos

Los administradores generales son los encargados de proveer usuario y contraseña a los referentes de los municipios. Para ello inicialmente se envió un newsletter a todos los municipios pidiendo que nombre un referente encargado de cargar los contenidos en el sitio web.

Si no visualiza correctamente este E-Mail haga [Click Aquí](#)



Buenas tardes,  
Nos contactamos nuevamente con ustedes para pedirles, que **completan el siguiente formulario para poder brindarles los accesos a nuestro nuevo sitio y puedan actualizar su contenido.**

**Simplemente deben completar el siguiente formulario. [Click Aquí](#)**

Quedamos a disposición ante cualquier duda o consulta.

Saludos,

—  
**Dirección de Marketing Online**  
Ministerio de Turismo, Cultura y Deporte de Río Negro  
[www.rionegrotur.gob.ar](http://www.rionegrotur.gob.ar) - <https://www.facebook.com/TurismoRioNegro> - <https://twitter.com/RioNegroTurismo>  
#RIONEGROMEJUSTA!

Para desuscribirse de nuestra lista haga [Click Aquí](#)

## **Newsletter referenciando a completar datos para el alta de usuarios en el sitio**

Las respuestas obtenidas a través de este envío (completado al que accedían clickeando en la opción Click Aquí) se completaban en una planilla online:

Página 1 de 1

## Responsable de contenidos en sitio oficial

Descripción del formulario

**Destino \***

**Nombre y Apellido de persona responsable de los contenidos en [www.rionegrotur.gob.ar](http://www.rionegrotur.gob.ar) \***

Será la persona encargada y responsable de subir contenidos, guardar usuario y contraseña, como así también nuestro referente ante cualquier duda o inconveniente

**E-mail de responsable para enviarle usuario y contraseña del destino \***

Aquí le llegarán los datos de acceso al sitio como también la recuperación de contraseña en caso de pérdida.

**Los datos automáticamente se cargan en una planilla online para control interno del equipo y del ministerio**

Catriel	Daniel Areco	arecodaniel@catriel.gob.ar
Villa Regina	Leonetti Emilio	turismo@villaregina.gov.ar
Ingeniero Jacobacci	Antonella Chameli	jacobacci.rn@gmail.com
Cipolletti	Mirna Keller	kellermirnanoelia@gmail.com
Estepa	Yamila Chameli	turismo@enteregionsur.com.ar
Cinco Saltos	Lic. Fernández Tamara Anabel	cincosaltoturismo@gmail.com
Río Colorado.	Diego Julián Zurueta	zurueta.diego@hotmail.com
Chimpay	Rivera, Andrea Carolina	ariveragarrido@gmail.com
El Bolsón	Valeria de la Fuente	turismo@elbolson.gov.ar
EMPROTUR BARILOCHE - SAN CARLOS DE BARILOCHE	NICOLAS RICO	gerente@barilocheturismo.gob.ar
ALLEN	HERNANDEZ	solhergior@gmail.com

	SOLEDAD	
General Roca	Mariana Lombard	marianalombard11@gmail.com
Valle del Manso y Foyel	Juan H. Gowda	juan.gowda@gmail.com
San Carlos de Bariloche	Mario Ignacio Pomphile	estadisticaturismomscb@bariloche.gov.ar
	Gladys Quezada	dirturismomscb@bariloche.gov.ar
Viedma	Rosana Maggini	turismo@viedma.gov.ar
Luis Beltrán	Pablo Otazu	secudetu@patagoniadata.com.ar
Valle de Conesa	Brillo Stella Maris	turismovalledeconesa@gmail.com
coronel belisle	juan ramirez	belisleramirez@gmail.com
El Cóndor	Rosana Maggini	turismo@viedma.gov.ar
Comallo	Yamila Chameli	turismo@enteregionsur.com.ar
El Cain	Yamila Chameli	
Los Menucos	Yamila Chameli	
Maquinchao	Yamila Chameli	
Mto. Ramos Mexia	Yamila Chameli	
Ñorquinco	Yamila Chameli	
Pilcaniyeu	Yamila Chameli	
Valcheta	Yamila Chameli	
Las Grutas	Guillermo Soria	surmarino@canaldig.com.ar

La comunicación con los municipios se realiza a través de este mecanismo, ya que utilizamos los datos de contacto de cada uno de los referentes registrados.

En el caso de los prestadores turísticos el mecanismo es diferente ya que el usuario se registra por su cuenta en el sitio ingresando todos los datos y número de habilitación, como mencionamos en el apartado correspondiente (**Prestadores Turísticos - Explicación y funcionamiento del sistema**)

El directorio interno del sitio web del ministerio es una importante recopilación de prestadores turísticos relacionados a cada uno de los destinos de la provincia a través de los ya mencionados productos turísticos.

Esto quiere decir que inicialmente los destinos deben cargar esa actividad a su página interna para que los prestadores puedan darse de alta y facilitar al usuario los datos de

quienes son los prestadores que pueden brindarle por ejemplo, cabalgatas, trekking, alojamiento, etc.

### **Beneficios a la Comunicación Interna**

El ministerio de turismo de la provincia no tenía hasta el momento ninguna forma ni herramienta que unificara la gestión de contenidos ni las bases de datos de los principales actores turísticos.

En ese marco, el sitio web globalmente y la intranet desarrollada hasta el momento como herramienta de ese sistema ha formado ya el sustento principal para que los sectores público y privado confluyan en la carga de contenidos e interactúen a través de productos turísticos y destinos.

El objetivo de la etapa final de la intranet es agregar una forma a través de foros internos, para cargar material de lectura interna, con la previsión de contar además con inbox interno.

## Captura de pantalla de Intranet de Prestador Turístico



The screenshot shows the WordPress admin interface for the Turismo Rio Negro website. At the top, the browser address bar displays "Ministerio de Turismo, Deporte y Cultura...". The dashboard header includes a navigation menu on the left with items like "Inicio", "Custom Dashboard", "Rio Negro", "Perfil", and "Cerrar menú". A yellow notification banner at the top right states "¡WordPress 3.6 está disponible! Por favor, avisa al administrador del sitio." and "Hola, pruebaministerio". The main content area features the Turismo Rio Negro logo and a welcome message: "Bienvenido al administrador del sitio del Ministerio de Turismo de Rio Negro". Below this is a section titled "Tutorial para carga de contenidos" with three steps: "Paso 1", "Paso 2", and "Paso 3". The "Cambio de datos de acceso" section provides instructions on how to change user data, including a recommendation to change the email address and password for security.

Solo “ve” y tiene acceso a modificar perfil y página interna

## Captura de pantalla de Intranet de Administrador General

Escritorio

¡WordPress 3.6.1 está disponible! Por favor, [actualiza ahora](#).

Bienvenido al administrador del sitio del Ministerio de Turismo de Rio Negro

## Tutorial para carga de contenidos

Paso 1 Paso 2 Paso 3

### Cambio de datos de acceso

Cómo primera medida te recomendamos que busques en el listado ubicado a la izquierda de la pantalla el ítem Perfil.

Allí podrás ingresar y modificar tus datos personales. Es importante que cambies el email por uno al que puedas tener acceso, ya que allí llegarán las notificaciones del sistema.

Además, te pedimos que cambies la contraseña por una que puedas recordar. Por cuestiones de seguridad lo ideal es que la misma incluya letras en mayúscula, en minúscula y números. Por ejemplo: Bar10ch3

Gracias por crear con WordPress.

**Como se observa en la barra lateral el acceso es completamente distinto, con full Access.**

### **Prestadores Turísticos - Explicación y funcionamiento del sistema**

Los prestadores que desean pertenecer al directorio simplemente tendrán que registrarse en el sitio.

De esta manera todos los prestadores habilitados pueden tener su propia página para realizar campañas de, por ejemplo, Google AdWords sin la necesidad de tener un sitio web.

Es importante mencionar que además, y con el objetivo de garantizar la carga de datos en cuanto a calidad y veracidad, cada prestador que carga información en el sitio debe facilitar el tipo de habilitación que posee, nacional, provincial o municipal y el número o disposición de la misma. **Esta información es pública y luego verificada por la Subsecretaría de Calidad y Fiscalización del ministerio.**

**REGISTRO PRESTADORES DE SERVICIOS**

&lt;&lt; volver

Nombre Prestador

Web

Nombre de usuario  
  
*Tiene que ser en minúscula, no tener espacios ni caracteres especiales*

Correo electrónico

Contraseña  
  
*Por lo menos 8 chars.*

**REGISTRARSE**

Registro de prestadores online y funcional al 100%:  
<http://www.rionegrotur.gob.ar/prestadores/registro>

Completando un formulario simple para poder generar un usuario y un password, los Prestadores pueden crear su cuenta para luego tener acceso al backend.

Una vez logueados, pueden completar campos de importancia para que los turistas puedan conocerlos y contactarlos.

WordPress 3.6 esta disponible! Por favor, [actualiza ahora](#).

## Add New Prestadores

**More Fields**

Zona \* -- Select One --

Municipio \* -- Select One --

Producto \*

- Avistaje de Fauna Marina
- Buceo
- Cabalgatas
- Caza Deportiva
- Enoturismo
- Ferroturismo
- Fiestas populares

Dirección

Teléfono \*

Email

Website

Servicios

**Publicar**

Guardar borrador Vista previa

Estado: Borrador [Editar](#)

Visibilidad: Público [Editar](#)

[Publicar inmediatamente](#) [Editar](#)

[Mover a la papelera](#) [Publicar](#)

**Imagen actual de la intranet de los prestadores turísticos de la provincia funcional al 100%**

Entre los datos tienen la posibilidad de elegir en que Zona prestan sus servicios, en que Localidad y qué Tipo de Productos Turísticos brindan. Además cuentan con cuestiones tales como dirección, website, etc claves para los turistas.

Pero estos campos también sirven para armar el listado de prestadores y que los filtros funcionen sin inconvenientes.

## PRESTADORES DE SERVICIOS

Alfabeticamente Por Categoria Por Zona

TODOS A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

	<b>Alojamiento en el Bolson , Cabañas Del Campo</b> producto:	<a href="#">VER DETALLE</a> 005-402-944492 Ruta 40 km 1917,4 entre Juan B. Justo y Maipú
	<b>Bosque Tallado en El Bolsón</b> producto:	<a href="#">VER DETALLE</a> 029-449-4440
	<b>hostel boutique el bolson</b> producto:	<a href="#">VER DETALLE</a> 029-447-20219 Los Maitenes y Amancay, Barrio Los Arrayanes
	<b>Travesías en Cuatriciclos "Del Piltri"</b> producto:	<a href="#">VER DETALLE</a> 029-415-481854 -41.990248, -71.505230

### Ingreso Prestadores

NOMBRE DE USUARIO

CONTRASEÑA

recuérdame

[ACCEDER](#)

[¿Todavía no tenes cuenta?](#)

Imagen de la sección de prestadores funcional al 100%.  
<http://www.rionegrotur.gob.ar/prestadores/>

Los prestadores ya comenzaron la carga de datos en el sitio web

En cuanto a las urls, las mismas también fueron intervenidas para que la página de cada uno de los Prestadores pueda ser fácilmente localizable en los buscadores. El nombre del prestador aparece automáticamente en la url lo que ayuda considerablemente al SEO (Posicionamiento Orgánico en Motores de Búsqueda).

## **Campaña SEO (Posicionamiento Orgánico)**

Ya contamos con estadística concretas que nos permiten comparar y realizar cambios de rumbos en los casos que sea necesario.

En informes anteriores teníamos datos concretos pero también estimaciones de tráfico. El panorama hoy es completamente distinto. El sitio cuenta con la avanzada plataforma de estadísticas de Google Analytics con la cual medimos la conducta de los usuarios en torno a los contenidos externos (búsquedas en los principales buscadores) y a los contenidos internos (municipios, noticias, etc.)

Nuestros datos iniciales de SEO indicaban:

- Posición en Alexa 2,774,311
- Estimación del tráfico: 1,500 visitas por mes
- Páginas indexadas iniciales 155 con un crecimiento a 255 en el informe anterior.

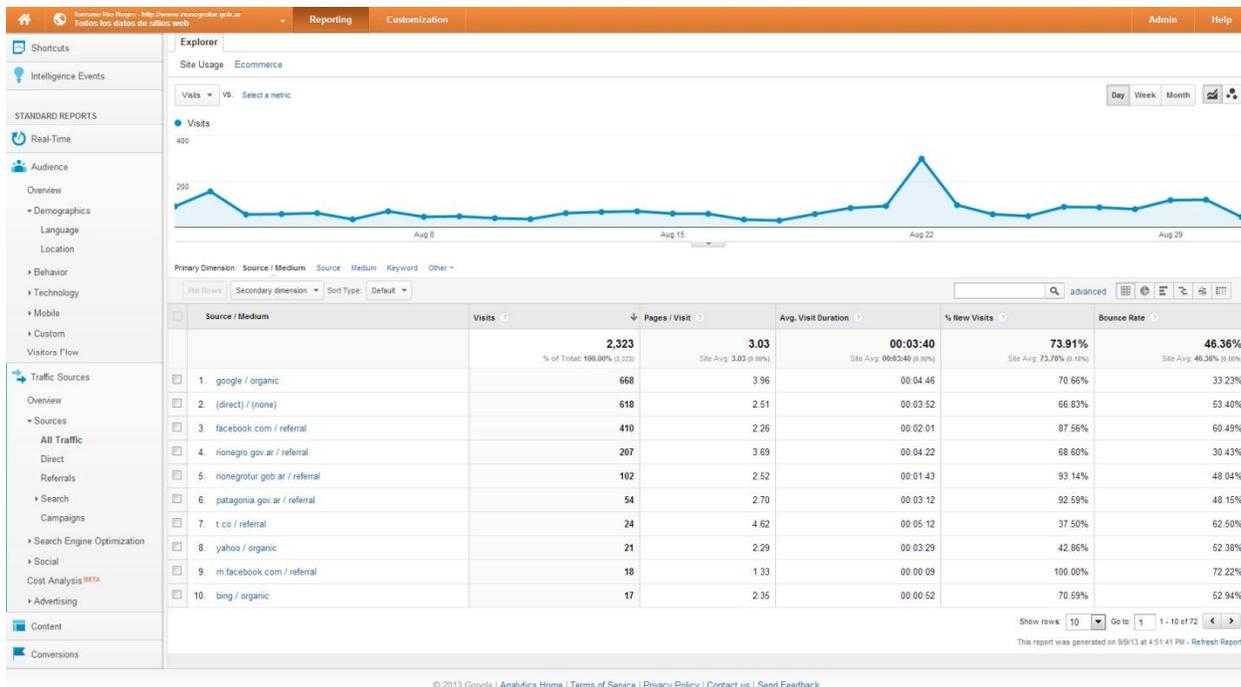
### **En el segundo informe parcial los datos eran los siguientes:**

- Posición en Alexa 2,337,647: Mejoramiento de 436.664 puestos en el principal ranking de popularidad de sitios web. Cabe recordar que el puesto 1 es el más importante a nivel mundial y una buena posición en este índice conlleva un mejor posicionamiento en los motores de búsqueda.
- Páginas indexadas 255, mantenemos el incremento de 100 páginas ya obtenido en el informe anterior.
- Tráfico en el sitio web:

Teniendo en cuenta el mes de agosto de 2013:

- Total de Visitas: 2323
- Visitantes únicos: 1842
- Duración promedio de cada visita: 00:03:40
- Cantidad promedio de páginas vista por usuario: 7,030. Esto significa que el sitio es atractivo para los usuarios.

- Nuevas visitas: 73,78%. Este quizás es el dato más importante en este informe ya que el plan de posicionamiento en buscadores, conjunto con la generación de contenidos en el sitio es altamente beneficioso por la cantidad de usuarios que ingresan a través de Google, Yahoo, Bing, etc.
- Los diez países que más generaron tráfico en el sitio son;
  - Argentina
  - Chile
  - Estados Unidos
  - España
  - Brasil
  - Colombia
  - Perú
  - Venezuela
  - México
  - UK



Esta imagen es una impresión de pantalla del sistema de estadísticas actual instalado en el sitio como parte de la campaña de SEO.

### **Estadísticas actualizadas a Noviembre 2013:**

- Posición en Alexa 1,513,244. Mejoramiento de 1,261,067 posiciones en el principal ranking de popularidad de sitios web.
- Páginas indexadas 504, un incremento de 249 páginas respecto del informe anterior y de 349 páginas de acuerdo al informe inicial (adjuntamos impresión de pantalla de Google Webmasters Tools que certifica esta cifra)

- Tráfico en el sitio web:

Teniendo en cuenta el mes de octubre de 2013:

- Total de Visitas: 20.673. 18.350 visitas más respecto del informe anterior.
- Visitantes únicos: 17.840
- Duración promedio de cada visita: 00:01:37
- Cantidad promedio de páginas vista por usuario: 2.0
- Nuevas visitas: 79,9%.
- Se mantiene el ranking de los diez países que más generaron tráfico en el sitio:

Argentina

Chile

Estados Unidos

España

Brasil

Colombia

Perú

Venezuela

México

UK

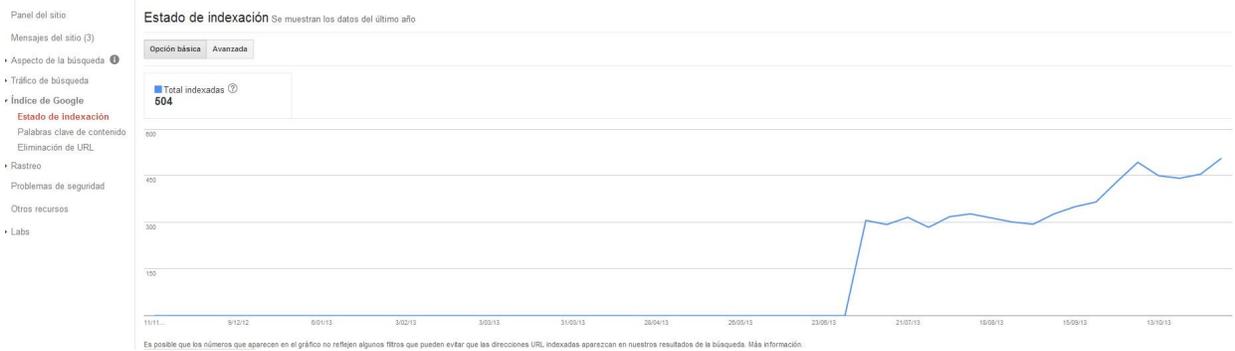


Imagen con cantidad de páginas indexadas: 504 páginas internas.

Actualmente:

- Google es el principal referente de tráfico hacia el sitio: Este es el resultado de la campaña de posicionamiento orgánico a través de contenidos, enlaces hacia el sitio y participación en las principales redes sociales.

## Estrategia de Posicionamiento Orgánico

**Las campañas de posicionamiento natural en buscadores (SEO) tienen dos esferas que deben ser gestionadas.**

**Una es la optimización onpage y la otra la optimización offpage.**

En ese orden mencionamos optimización en ambos sentidos, siendo los más relevantes de cada uno:

## OnPage:

- URLs Amigables: Por ejemplo <http://www.rionegrotur.gob.ar/municipios/dina-huapi/> con textos que pueden ser indexados, sin caracteres especiales.
- Textos con palabras clave: En todos los textos del sitio se marcan en negrita las palabras clave importantes.
- El sitio contiene el archivo sitemap que permite rastrear la información por parte de los motores de búsqueda, por eso el incremento en las páginas indexadas.
- Construcción de sección de noticias: Que permite elaborar contenido amigable para los motores de búsqueda que “pasan” más seguido por el sitio y “levantan” diariamente material.
- Links internos: Los enlaces son una de las claves para el posicionamiento en buscadores, acompañados de palabras clave, por ejemplo: [http://www.rionegrotur.gob.ar/ai1ec\\_event/desafio-ruta-40-2/?instance\\_id=43](http://www.rionegrotur.gob.ar/ai1ec_event/desafio-ruta-40-2/?instance_id=43)  
En este caso se puede ver como se incluye como enlace la palabra clave “Desafío Ruta 40” y no un simple “Click Aquí”.
- Enlaces hacia las redes sociales: También se puede visualizar en “todas” las páginas internas del sitio la opción de compartir. En SEO esta estrategia es llamada **linkbaiting**. Como mencionamos antes los enlaces son una pieza fundamental, pero más cuando son generados por los usuarios en las redes sociales. Cada vez que un usuario comparte contenido nos brinda un “voto positivo” que influye en el posicionamiento natural. Por eso uno de los ejes de la campaña de SEO debe ser la constante generación de contenidos atractivos para los usuarios.
- Sitios para Móviles: Los motores de búsqueda valoran en mejor medida a los sitios que tienen su versión móvil.
- Keyword Density: Se mantiene la densidad de palabras clave remarcando aquellas importante en las noticias y contenidos correspondientes.

## Offpage

- Se investigan constantemente las keywords referidas al sitio, esto se realiza mediante la herramienta Keyword Tool de Google. Estas palabras luego son incluidas en noticias, eventos, etc.
- Se generan enlaces hacia el sitio: Esta estrategia es llamada **linkbuilding** y consiste en enlazar contenido desde noticias, redes sociales, etc. Por ejemplo, cuando se incluye el enlace en una noticia en redes sociales hacia el sitio, es un voto a favor para el posicionamiento.
- Aumento sostenido del tráfico: Todas las acciones tendientes a aumentar el tráfico, newsletters, descargas, noticias, redes sociales conforman una de las variables más importantes para el SEO de cualquier sitio. Más visitas es igual a mejor posicionamiento.

## **Newsletters y Flyers**

### **Diferencia entre Newsletter y Flyer**

En Marketing Digital se entiende como newsletter a una pieza que tiene características informativas, mientras que un flyer es destinado para una acción concreta, generalmente relacionada a una actividad comercial, por ejemplo la promoción de un producto específico.

En el caso del ministerio de turismo de la provincia de Río Negro, el carácter comercial queda de lado, por lo cual en el ámbito público la diferenciación solo está dada por la cantidad de información, siendo un newsletter una pieza de comunicación más extensa y un flyer el llamado a una acción concreta.

Por eso mencionamos como una esta herramienta, con la cual vamos alternando contenidos según aquello sobre lo que se quiera comunicar.

## Invitación a difundir Eventos en Redes Sociales

Ponemos a su disposición nuestros canales de comunicación digital, en los que publicamos diariamente: noticias, eventos, concursos, trivias y preguntas de la provincia para aumentar la interacción con los usuarios.

Los invitamos a enviarnos todos sus eventos, concursos y novedades al siguiente e-mail: [dirmarketingonlinerionegro@gmail.com](mailto:dirmarketingonlinerionegro@gmail.com).

Para difundir cada fecha, en nuestra Fan Page [www.facebook.com/TurismoRioNegro](http://www.facebook.com/TurismoRioNegro) cuentan con una sección de eventos. Sólo deben enviarnos la descripción (con una imagen y/o link donde los usuarios puedan obtener más información).

También pueden enviarnos noticias para publicar en nuestro perfil de Twitter [www.twitter.com/rionegroturismo](http://www.twitter.com/rionegroturismo)

## Manual para Facebook y Asistencia sobre Redes Sociales

Adjuntamos en este newsletter un Manual que preparamos con el objetivo de profesionalizar aún más su presencia en Facebook.

Hemos identificado que algunos municipios aún tienen "perfiles" en lugar de "Fan Pages". En estos casos, aconsejamos "migrar su perfil", para poder contar con estadísticas claras y precisas de la interacción y la segmentación de sus fans.

**Esta pieza es considerada newsletter por la cantidad de información y el múltiple llamado a diferentes acciones (pedido de info, descarga de tutoriales, etc)**

Continuamos con el envío de contenido a través del sistema de envíos. En este período se han enviado sobre todo, comunicaciones sobre el uso y los contenidos del sitio web. Tuvieron el objetivo de confirmar a los responsables de contenidos en el sitio (ya determinados en envío anterior mencionado en el primer informe) que se podía comenzar con la carga de productos turísticos e informar sobre la carga de prestadores.

Los informes indican lo siguiente:

- Cantidad de envíos: 157
- Entregados correctamente: 155
- Aperturas totales: 283
- Aperturas únicas (usuarios): 53
- Rebotes (casillas llenas o inválidas): 2

Toda la información recopilada acerca de las respuestas es guardada en planillas de Google Docs. Dicha información es procesada luego en próximos envíos con el objetivo de optimizar la base de datos y aumentar el impacto de cada comunicación.

Además, al contar con la construcción de páginas internas por parte del ministerio sin ningún tipo de limitación técnica o de cantidad, es posible enlazar todo el contenido de los newsletters hacia secciones internas aumentando el tráfico de manera exponencial.

Si no visualiza correctamente este E-Mail haga [Click Aquí](#)



Buenas tardes,

**Nos ponemos en contacto nuevamente para comentarles novedades en la carga de contenidos en nuestro sitio web [www.rionegrotur.gob.ar](http://www.rionegrotur.gob.ar)**

A partir de hoy pueden empezar a cargar los diferentes productos turísticos disponibles en cada uno de sus municipios.

**Dicho contenido aparecerá luego en la sección ¿Que hacer en....?**

Por ahora lo van a poder cargar y no van a visualizarlo en sus páginas internas. Esto es normal ya que primero queremos subir todo el contenido para luego editar y darle formato unificado.

Es importante que en el transcurso de la próxima semana y hasta el 10 de septiembre puedan tener los productos turísticos cargados para luego comenzar a pedirle a los prestadores habilitados que comiencen a registrarse.

**Este proceso se inicia ingresando como vienen haciendo hasta el momento, con su usuario y contraseña. Al hacer click o posar el mouse sobre Río Negro se desplegará una opción llamada "Productos"**

Realizan click sobre esa opción.

Luego en "Add new".

En el campo de Título no deben incluir nada, ya que optimizamos esos títulos previamente para posicionamiento en buscadores.

**Deben elegir debajo una opción en el desplegable de productos.**

Luego cargan el contenido como realizan la carga de contenidos en sus respectivas páginas pudiendo a través de "Añadir objeto" subir imágenes representativas.

Recuerden no exceder el tamaño y peso en las imágenes.

**Quedamos a disposición ante cualquier duda o consulta.**

**Saludos,**

**Esta pieza puede ser considerada en el ámbito público, como un flyer, ya que contiene el llamado a una sola acción, en este caso completar la información de "Productos"**

## **¿A quiénes se envían los newsletters y flyers?**

Al comenzar nuestro proyecto desde el ministerio nos facilitaron bases de datos internas, sobre las cuales rige la correspondiente privacidad de datos para la no divulgación de los mismos.

Dichas bases de datos en diferentes formatos fueron unificadas en el sistema bajo un mismo formato y segmentada por intereses.

A saber:

Referentes Municipios: 81 contactos

Personal del Ministerio: 61 contactos

Guías de Montaña: 81 contactos

Entretenimientos: 5 contactos

Turismo Activo: 24 contactos

Turismo Aventura: 15 contactos

Alojamientos: 11 contactos

Agencias de Viajes: 79 contactos

Medios de Elevación: 41 contactos

Fotógrafos y Camarógrafos: 78 contactos

Hotelería: 122 contactos

Otros Prestadores: 338 contactos

## **Respuestas de los envíos**

En cada informe mencionamos la cantidad de envíos y el reporte correspondiente.

El sistema detalla en profundidad cuantos usuarios abrieron los correos, cuantos se desuscribieron, etc.

**Si bien mencionamos anteriormente la cantidad de envíos realizado en este período, es bueno aclarar que nuestras comunicaciones poseen una tasa de**

**apertura de arriba del 30%, número excelente de promedio ya que se toma como valor de referencia 14% en e-mail marketing.**

### **Asesoramiento On Page**

**Esta técnica, una de las piezas fundamentales para el posicionamiento orgánico tiene también dos esferas, una es la visible para los usuarios que tiene que ver con los contenidos, mientras que la otra es visible para los motores de búsqueda y tiene que ver con el ya mencionado SEO.**

En esta etapa de desarrollo del sistema nuestra tarea en cuanto al asesoramiento On Page es asegurarnos de que los contenidos subidos al sitio cuenten con un estándar de calidad apropiado para la correcta indexación de los contenidos en los principales motores de búsqueda, garantizando al mismo tiempo una experiencia óptima por parte de los usuarios en la navegación interna.

En ese sentido constantemente revisamos los textos generando el formato adecuado, inicialmente a través del resaltado de palabras clave, técnica básica de posicionamiento natural en buscadores.

Como en una planilla de texto, en optimización On Page, se deben marcar las palabras clave, ya que son aquellas que los robots de los motores resaltan en su esfuerzo por posicionar sitios relevantes a las búsquedas de los usuarios.

El posicionamiento orgánico, y la optimización onpage en consecuencia es una disciplina que se desarrolla mediante la adecuación a los requerimientos de los motores de búsqueda, siendo Google el actor principal. La fórmula de SEO exacta no es conocida por ningún profesional, no obstante anualmente Google publica los principales guidelines que debemos seguir. A eso le sumamos nuestra experiencia en el posicionamiento de sitios en los últimos diez años, para conjugar teoría y práctica.

**La guía de referencia que es un panorama de estándar de calidad puede ser descargada en**

[https://static.googleusercontent.com/external\\_content/untrusted\\_dlcp/www.google.es/es/es/webmasters/docs/guia\\_optimizacion\\_motores\\_busqueda.pdf](https://static.googleusercontent.com/external_content/untrusted_dlcp/www.google.es/es/es/webmasters/docs/guia_optimizacion_motores_busqueda.pdf)



“Vientos del Sur”, el ciclo de programas que el prestigioso chef Francis Mallmann grabó en distintos escenarios de la provincia de Río Negro, podrá verse desde el próximo jueves, a las 21, por el Canal Gourmet.

Se trata de un ciclo de diez programas gastronómicos, grabado totalmente en escenarios naturales de la provincia para la señal televisiva ElGourmet.com, con el apoyo del Ministerio de Turismo, Cultura y Deporte de Río Negro.

La realización del ciclo televisivo, que se enmarca en el Programa de Marketing 2013 y forma parte de **plan estratégico de turismo sustentable**, plantea la difusión de la cultura, las costumbres culinarias y la variada producción de productos típicos de cada una de las regiones de la provincia.

**La estrategia comunicacional busca poner en valor las producciones regionales**, fijar su identidad rionegrina e inducir a su consumo en procura del fortalecimiento de las economías regionales a través del turismo. Se trata de una actividad que llevan adelante, en conjunto, los ministerios de Agricultura, Ganadería y Pesca y de Turismo, Cultura y Deporte de Río Negro.

Coincidentemente, y en sintonía con esta estrategia de fortalecimiento de las economías regionales, una de las características del programa del reconocido Chef internacional, es poner en valor no sólo el escenario de realización y grabación del ciclo, sino también la utilización de los ingredientes y productos característicos de

**Imagen de noticia con keywords (palabras clave) resaltadas para favorecer indexabilidad.**

**Ejemplo: En esta noticia se destaca como palabra clave Plan estratégico sustentable.**



La Universidad Nacional de Río Negro tuvo su espacio en el stand de Río Negro, en el marco de la 18ª Feria Internacional de Turismo FIT, desarrollada en Buenos Aires.

El ministro de Turismo, Cultura y Deporte Ángel Rovira Bosch visitó en el predio, el Área de la Universidad Nacional de Río Negro, y dialogó con Eduardo Pantano, Coordinador de la Licenciatura de Turismo, que se dicta en San Carlos de Bariloche y la Licenciatura en Hotelería que dicta en la misma sede de esta casa de altos estudios.

**Ejemplo: En esta noticia se destaca como palabra clave San Carlos de Bariloche y Licenciatura en Hotelería**

**Las palabras claves son variadas y se resaltan de acuerdo a la noticia.**

Al mismo tiempo y con doble objetivo, se generan los atributos ALT en las imágenes cargadas en el sitio.

Cuando hablamos de dos objetivos nos referimos por un lado a favorecer la indexabilidad de los contenidos visuales en las búsquedas de imágenes de los principales motores de búsqueda, pero por otro lado no menos, favorecemos la accesibilidad al sitio de personas con discapacidad visual.

```

<div class="entry-content">
  <div class="single-title-image">
    <h3 class="entry-title">Sale al aire Vientos del Sur; el ciclo de Francis Mallman
    
  </div>
  <p style="text-align: justify;"><a href="http://www.rionegrotur.gob.ar/wp-content/uploads/2013/09/fmallman.jpg" >Francis Mallman en Río Negro</a>
  <strong>Vientos del Sur", el ciclo de programas que el prestigioso chef Francis Mallmann grabó en distintos escenas

```

Teniendo en cuenta la imagen de Francis Mallman expuesta arriba con el resaltado de palabras clave, podemos ver como la imagen además es optimizada con el atributo ALT "Francis Mallman en Río Negro". Esta vista de código es invisible para los usuarios, pero visible para los motores de búsqueda.

## **Campañas de Marketing Viral**

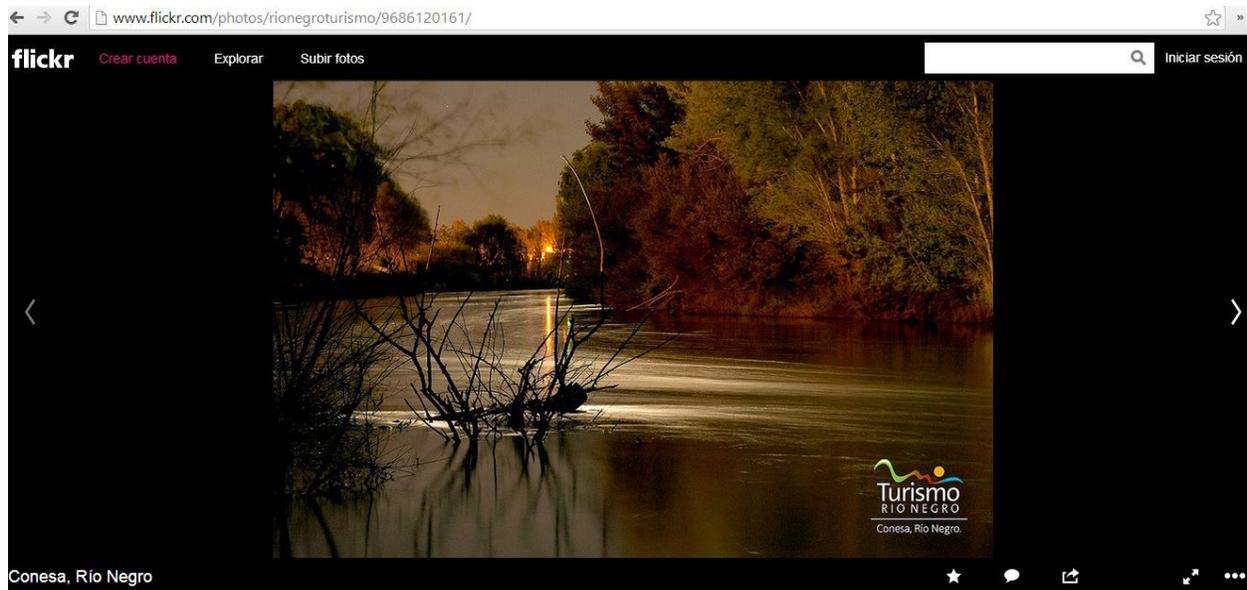
Durante la gestión se han realizado varias campañas de marketing viral tanto desde el sitio como hacia el sitio, por ejemplo a través de las redes sociales.

Cuando mencionamos campañas de marketing viral se puede confundir el término ya que está muy de moda utilizarlo cuando se destacan acciones enunciadas solamente desde las cifras.

Nosotros enfocamos estas acciones inicialmente desde el conocimiento de la oferta turística de la provincia, ya sea a través de la identificación de sus principales destinos, mostrando la interacción con el sector privado y mediante la unificación de criterios de comunicación digital que hasta el momento no estaban generados, como el manual de usos para internet expuesto en el informe parcial anterior.

Por ello queremos destacar las siguientes acciones:

- Manual de identidad para el uso de colores y logos en cada una de las imágenes subidas al sitio y a las redes sociales de manera uniforme. En ese contexto cada imagen compartida viralmente por los usuarios debe contener el logo de la provincia, el logo de turismo y además el nombre del destino, siempre con la presencia de Río Negro como “marca”



### **Imagen con logo de Turismo y referencia al destino Conesa**

El sitio además cuenta con la información del destino completamente actualizada

- **Repercusión de material digital**

Para finalizar la semana les dejamos una imagen de un hermoso atardecer desde Turismo Viedma <http://goo.gl/rkF07R>

Compartí si te gustaría pasar el fin de semana en este lugar.



Turismo RÍO NEGRO  
Viedma, Río Negro.

Ya no me gusta · Comentar · Compartir · Assign To 14

A Río Negro Turismo, Guadalupe Del Castillo, Turismo Cipolletti Cit, Natalia Marenzana y 39 personas más les gusta esto.

Escribe un comentario...

**Argentina Patagonia** Viedma duerme al arrullo del Río Negro ♥  
Ya no me gusta · Responder · 3 · 30 de agosto a la(s) 19:14



MINISTERIO DE TURISMO, CULTURA Y DEPORTE  
GOBIERNO DE RÍO NEGRO

Agregar una descripción

Etiquetar foto · Agregar ubic... · Editar

Ya no me gusta · Comentar · Compartir · Editar

A Río Negro Turismo, Natalia Marenzana, Turismo Cipolletti Cit, Marisol Martínez y 69 personas más les gusta esto.

21 compartidos

**Río Negro Turismo** Hola Vivi Beatriz : Delfines, lobos marinos de uno y dos pelos, petreles, albatros, pingüinos, y desde el 1 de agosto a noviembre la inmensa ballena Franca Austral, son los principales protagonistas invernales de la costa atlántica rionegrina! Mira más info aca: <http://www.rionegrotur.gob.ar/>...

**Avistaje de Fauna Marina se presentó en Bariloche | Ministerio de Turismo, Deporte y Cultura de...**  
[www.rionegrotur.gob.ar](http://www.rionegrotur.gob.ar)  
El gobierno de Río Negro, a través del ministerio de Turismo, Cultura y Deporte... Ver más

Me gusta · Responder · Eliminar Vista Previa · 1 · 4 de septiembre a la(s) 23:45

**Vivi Beatriz** en que epoca es el avistaje de delfines



**Cada contenido compartido en redes sociales se multiplica por 500, cifra que se toma como promedio de cantidad de amigos.**

Por lo tanto, si tenemos 10 compartidos obtenemos una viralidad de 5000 usuarios que se traducen en mayor cantidad de visitas y por consecuencia en mejor posicionamiento orgánico como explicamos en el apartado de SEO.

Como mencionamos en anteriores ocasiones tres herramientas confluyen: Sitio Web, Redes Sociales y Comunicación Interna (esta última a través de la carga de contenidos audiovisuales por parte de los municipios en la intranet)

## **Capacitaciones**

Durante el último período se han realizado dos capacitaciones online (Septiembre – Octubre) a través de la Dirección de Marketing Online del ministerio a cargo de Santiago Correa quien a su vez transmitió a los principales actores la funcionalidad de la herramienta.

Inicialmente de manera presencial nuestro equipo representado por Sebastián Rebrej, informó en Viedma sobre los avances del sitio web, poniendo en común aquellas modificaciones que eran necesarias para la última etapa y capacitando a las áreas de prensa, difusión y marketing online en la carga de contenidos. El viaje fue realizado el 24 de septiembre próximo pasado.

En las capacitaciones a través de videoconferencia Skype se puntualizó sobre los siguientes ítems.

1. Alta de usuarios internos: Explicamos el funcionamiento de la plataforma y el restablecimiento de usuarios y contraseñas.
2. Alta de prestadores turísticos: Mostramos como se genera y da de alta un nuevo prestador turístico y la integración final con el mapa online.
3. Carga final de noticias: Si bien esto ya se había visualizado en forma presencial, hicimos hincapié en la optimización por la importancia que esto tiene para el posicionamiento web.
4. Carga en el calendario de eventos
5. Funcionamiento de la intranet provincial

## **Conclusión General**

**Más allá de las consideraciones estéticas y de diseño estamos en condiciones de afirmar que la mejora en la calidad de contenidos e interacción en el nuevo sitio de turismo de la provincia de Río Negro ha sido exponencial.**

Nos gustaría mencionar aquellas funcionalidades que han dotado a la provincia de una herramienta de última generación y sobre todo escalable y totalmente modificable a lo largo del tiempo por la tecnología open source que se utilizó:

- Totalmente Autoadministrable: Por parte de la provincia, los municipios y los prestadores turísticos.
- Con un directorio interno con roles de usuarios asignados
- Con más de 500 páginas internas absolutamente completas de contenido de calidad para el usuario, indexable por los principales motores de búsqueda
- Con estadísticas certeras, concretas y confiables para establecer diagnósticos claros y campañas exitosas
- Con integración a las principales redes sociales, factor clave en la comunicación online de estos tiempos
- Con la aprobación de la W3C bajo los más altos estándares de calidad web
- Con una intranet provincial que permite cargar archivos y fomenta el debate constructivo con los principales actores del desarrollo turístico

Las estadísticas hablan por sí solas, ya que el incremento en el posicionamiento web obtenido a lo largo de estos meses, sumado al mejoramiento en todas las principales variables como visitas, ranking de Alexa, popularidad, etc hablan a las claras de una herramienta digital a tono con los mejores sitios turísticos a nivel mundial.

Estamos convencidos además, que este proceso es apenas el inicio de un camino de constante mejora institucional ya que desde nuestra gestión apenas pusimos en marcha la estructura. Resta ahora que día a día, mes a mes el sector público representado a través del gobierno provincial y el sector privado a través de las

cámaras empresarias, los entes de promoción y los prestadores unifiquen sus esfuerzos en esta herramienta que equilibra los recursos brindando transparencia, calidad y sustentabilidad a todas las campañas de marketing digital.

No hay campaña de marketing digital exitosa sin un sitio web optimizado.

Hoy la provincia de Río Negro, cuenta en materia turística, con sitio web optimizado con un alto nivel de involucramiento de todos los actores provinciales.

Deseamos fervientemente que nuestro aporte contribuya al crecimiento sostenido del sector para dar a conocer en forma actualizada los principales atractivos de una provincia que enamora a cualquier persona del mundo que la visita.