



**CONSEJO FEDERAL  
DE INVERSIONES**

**PROVINCIA DE JUJUY**

**CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES**

**CAMPAÑA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE JUJUY**

**2020/2021: PROPUESTA DE AMPLIFICACIÓN**

**EXPEDIENTE: 196720301**

**INFORME FINAL – Abril 2021**

**Consultora: Taquion**

 **taquion**

# ÍNDICE

Resumen del proyecto .....	III	■
Finalidad y alcance del proyecto.....	V	■
Objetivos.....	VI	■
Plan de tareas .....	IX	■
Informes de publicaciones. ....	XXIII	■
Informe de Publicaciones   Facebook .....	XXIV	■
Informe de Publicaciones   Google.....	XLI	■
Conclusiones   Insights .....	XLVIII	■



# RESUMEN DEL PROYECTO

# Resumen del proyecto

El presente proyecto tuvo como objetivo dar visibilidad a la oferta turística de la Provincia de Jujuy y a los beneficios para el turista ofrecidos en [www.turismo.jujuy.gov.ar](http://www.turismo.jujuy.gov.ar). El mismo se realizó a través de una campaña de marketing digital en Facebook, YouTube y Google Display con una duración de 2 (dos) meses. Para el mismo se generaron, con una agencia de producción externa, diversos contenidos para las respectivas plataformas. Asimismo se realizaron 2 (dos) notas informativos, que fueron publicadas en portales propios para la difusión de información sobre los atractivos turísticos. El público objetivo al cuál se impactó fueron hombres y mujeres, de entre 20 a 70 años de las provincias de Jujuy, Salta, Santiago del Estero, Formosa, Tucumán y Catamarca. Se buscó también a aquellas personas que tuvieran intereses como viajeros frecuentes o turismo en Argentina.

El esquema de trabajo se desarrolló de la siguiente manera:

Con una agencia de producción externa seleccionada por la contraparte provincial, se generaron los contenidos audiovisuales, de acuerdo a las pautas y formatos planteados desde nuestra parte. El equipo multidisciplinario de Taquion analizó el material producido por la contraparte provincial, con el objetivo de ajustar cuestiones vinculadas al impacto de dicha pieza en los segmentos objetivos, para luego ejecutarlos en la campaña de amplificación propuesta. A partir de eso se hicieron las correcciones pertinentes para cada una de las plataformas por las que íbamos a amplificarlos. Al tener la aprobación de la contraparte, se prosiguió a pautarlos, en base a la estrategia previamente pactada. A su vez, las notas informativas fueron construidas en conjunto, fueron publicadas en el portal "Panorama País", activo digital propiedad de Taquion, para su correspondiente amplificación desde las redes sociales a las audiencias anteriormente determinadas, .

Se realizó la promoción en Facebook e Instagram, ya que es la plataforma de excelencia para la amplificación de contenidos. Se utilizó YouTube, con videos de formato bumper (de 6 segundos) ya que entendemos que la audiencia que buscábamos se encontraba en dicho lugar. A su vez se utilizó Google Display para poder realizar una campaña de remarketing para volver a impactar a aquellos que mostraron interés en las publicaciones anteriores.

El trabajo realizado se dividió en dos etapas, cada con 1 mes de duración. En la primer etapa, se trabajó la narrativa haciendo hincapié en los principales destinos, dentro de la provincia, que podrían ser de interés para el turista. Estos fueron: Valle de la Luna, Purmamarca, Uquía y La Horqueta. Para esto se realizaron videos, placa y bumpers (videos de 6 segundos) para amplificar dichos destinos. Se decidió trabajar con placas ya que se apeló a generar impacto visual, para generar un estilo de comunicación diferente al tradicional.

En la segunda etapa se trabajó haciendo hincapié, ya no en los principales destinos, si no en la oferta turística que ofrece la provincia, en sus diferentes actividades. Estas fueron el turismo de gastronomía y vinos, aventura, de bienestar y comunitario o vivencial. Se realizaron videos, placas y google display.

En ambas etapas se realizaron notas informativas que fueron publicadas en nuestros portales, y luego amplificadas con pauta. La primera desarrolló los principales lugares geográficos para visitar. La segunda relató las diferentes actividades que se pueden realizar.

# FINALIDAD Y ALCANCE DEL PROYECTO

## Finalidad

El presente proyecto se propone amplificar y dar visibilidad a la oferta turística de la Provincia de Jujuy y a los beneficios para el turista ofrecidos en [www.turismo.jujuy.gov.ar](http://www.turismo.jujuy.gov.ar) y estimulados por el programa Pre Viaje 2021, teniendo en consideración las dinámicas complejas que hoy posee la sociedad. Para el logro de este objetivo es necesario potenciar acciones específicas con una estrategia integral que incluya diversas herramientas digitales.

## Alcance del proyecto

La construcción del área de estudio está definida por la factibilidad de generación de demanda apoyada en la segmentación geográfica, el rango etario e intereses de las personas ubicadas en las regiones seleccionadas.

- Segmentación: población digital en las provincias de Jujuy, Salta, Santiago del Estero, Formosa, Tucumán y Catamarca.
- Rango etario: hombres y mujeres entre 20 a 70 años
- Intereses: viajeros frecuentes, turismo en Argentina

A group of people in a meeting, overlaid with a purple gradient. The image shows several individuals in business attire, some looking at a screen or document. The overall scene is dimly lit, with the purple overlay being the most prominent feature.

# OBJETIVOS

# Objetivo

## General:

- Generar posicionamiento, difusión y amplificación de la oferta turística de la Provincia de Jujuy potenciada por los beneficios otorgados por el Programa de estímulo al turismo “Pre Viaje 2021”.

## Específicos:

- Aumentar el tráfico de visitantes a la web [www.turismo.jujuy.gov.ar](http://www.turismo.jujuy.gov.ar) con el objetivo de estimular el consumo de la oferta de servicios turísticos disponible en el sitio.





# PLAN DE TAREAS

# Plan de Tareas

## Tarea 1. Diseño de la estrategia digital

### 1.1 Definición de activos digitales a utilizar.

- Producción de una nota informativa con detalles sobre el lugar y actividades, consensuadas con la contraparte provincial y de interés para el turista en la provincia de Jujuy.
- Seleccionamos el portal informativo “Panorama País” por su llegada a todo el territorio nacional y el alto nivel de visitas que este genera de forma diaria. A través de esta acción de amplificación indirecta impactamos a la audiencia objetivo logrando influencia positiva sobre los servicios turísticos incluidos en la acción.

# Nota Informativa 1

## **Si vas a Jujuy, NO podés dejar de visitar estos lugares**

¿Tenés planeado visitar Jujuy? Acá te nombraremos algunos de los lugares y actividades que NO podés dejar de lado en tu visita.

### 1. Parque Nacional Calilegua

Cercano al pueblo de Calilegua, se encuentra el área protegida de Yungas más grande del país. Podés encontrar lobitos de río, ocelotes, osos meleros, yagaretés, tarucas y gran variedad de aves, entre otras especies. Vas a disfrutar del lado más verde de Jujuy, senderos increíbles y hasta una bici senda. Se destaca el sendero Intercultural Guaraní que puede ser visitado con un guía originario que narrando en guaraní y español cuenta historias del pueblo Ava Guaraní.

### 2. Gauchos de El Fuerte

En la verde región de Yungas, del sureste de Jujuy, el pequeño poblado de El Fuerte ofrece para el verano una propuesta de turismo activo, con circuitos de trekking, observación de aves, junto a propuestas rurales y cultura gaucha, además de vestigios arqueológicos.

### 3. Travesía de la quebrada a las yungas

El trayecto que une dos patrimonios mundiales –La Quebrada de Humahuaca y el Qhapaq Ñan- conecta con varios lugares, entre ellos se encuentran Rodero y su propuesta de cabalgatas y artesanías, Ocumazo con sus circuitos productivos, pasando por el Mirador del Hornocal llegaremos a pueblos donde las tradiciones milenarias e respiran en cada rincón: Chorcan, Aparzo, Palca de Aparzo, y los coloridos y encantadores pueblos de Cianzo y Hornocal.

Un poco más allá, nos esperan abras de 4000 msnm, para descender a los Valles de Altura: Caspala y Santa Ana, detenidos en el tiempo. Cultivos agroecológicos, habilidosas artesanas, coloridos rebozos. Después de recorrer el segundo patrimonio de la Humanidad, el impactante Qhapaq Ñan en Santa Ana, nos conectamos con la selva: nos esperan Valle Colorado, Valle Grande, San Francisco y el Parque Nacional Calilegua.

Diversidad, belleza y contrastes.

Si queremos unir estos ambientes tan diversos, podemos optar por un trekking de entre 4 y 5 días que nos lleva desde Tilcara pasando por los parajes de Huaira Huasi, San Lucas, Molulo, entre otros para finalizar en el corazón de las Yungas, el Parque Nacional Calilegua. El circuito se realiza caminando, aunque hay una opción de cabalgata, dependerá del

# Nota Informativa 1

presupuesto y las opciones que ofrecen cada uno de los guías habilitados para hacerlo.

## 4. El parque provincial “Potrero de Yala”

A 27 km de San Salvador de Jujuy podrás visitar un sitio declarado por BirdLife International como AICA (Área importante para la conservación de las aves). Si tenés suerte, podés avistar pumas, gatos monteses, tarucas o venados andinos.

## 5. Termas de Reyes

A 19 km de San Salvador de Jujuy podés sumergirte, relajarte y desconectarte en las maravillosas aguas termales de nuestra provincia. Una experiencia muy recomendable.

## 6. Los diques y el delicioso soufflé de pejerrey

En El Carmen vas a poder disfrutar de diversos deportes náuticos como el rafting, canotaje y surf. Para aquellos que deseen una experiencia culinaria, recomendamos degustar de uno de sus principales sabores gastronómicos: el soufflé de pejerrey con un buen vino blanco seco, el mejor maridaje.

## 7. Purmamarca

En esta localidad que se encuentra al pie del Cerro de los Siete Colores podrás disfrutar del maravilloso paisaje del Paseo de los Colorados, así como también se ofrecerán las típicas artesanías de la provincia: ponchos de lana de vicuña y llama, bufandas, gorros tejidos, tapices, sonajeros de semillas, collares y pulseras de alpaca y plata, entre otras.

## 8. El extremo norte La Quiaca y Yavi

La Quiaca es la ciudad que se encuentra más al norte de Argentina, en la frontera con Bolivia. En el Mercado “La Lucia” se puede degustar comidas y bebidas típicas de la región, así como productos traídos a lomo de burro por los productores rurales de la Puna o el sur de Bolivia. A 16 km de ahí se puede visitar el pueblo de Yavi, un atractivo pueblo con más de 350 años de antigüedad.

## 9. El viñedo más alto del mundo

A más de 3300 metros en la Quebrada de Humahuaca se encuentra la bodega Viñas de Uquía. Una experiencia inolvidable para los amantes del vino, o de las alturas...

# Nota Informativa 1

## 10. Salinas Grandes

Una de las mayores depresiones de la provincia con más de 12.000 hectáreas de sal a cielo abierto que encandilan por la vastedad infinita del color blanco que las conforman.

## 11. Red de Turismo Comunitario Espejo de Sal: Pastores de Altura

A 30 km de Salinas Grandes, las comunidades indígenas de Rinconadillas, San Francisco de Alfarcito, Sausalito; Barrancas (Abdón Castro Tolay) Cerro Negro y Susques, conforman una red de turismo comunitario aborígen que reciben a los visitantes para compartir su modo de vida rural. Ofrecen alojamiento en casas de familia, o en albergues comunitarios. Los circuitos permiten descubrir fabulosos paisajes entre montañas y el desierto de sal , así como las actividades tradicionales : la agricultura, la artesanía , la agricultura o la extracción de sal, el huésped puede aprender a cocinar platos locales ( preparación de la harina para la preparación de la bebida "Ulpada " ) , cosechar papas, tejer , participarán en " enfloramiento de las llamas " (actividad tradicional nativa en la que el pueblo se une para rendir homenaje a la naturaleza y los animales, decorando las llamas) o descubrir el patrimonio cultural local ( arte rupestre ) a través de paseos o caminatas. Una experiencia única.

## 12. Humahuaca hogar del imponente Hornocal

Un mirador que ofrece una soberbia panorámica, combinando el Cerro de Siete Colores de Purmamarca y la Paleta de Pintor Marimareña. Cuando ya creías haber visto todo, La Quebrada de Humahuaca te vuelve a dejar sin palabras.

## 13. Pueblo de Tilcara y el sagrado Pucará

Ubicada en el centro de la Quebrada es quizá la localidad con más "movida" en el norte jujeño. Podés recorrer sus calles alegres y coloridas, visitar sus peñas y cafés literarios, o relajarte con unos mates en su plaza central comiendo algún dulce regional o viendo artesanías. El Pucará de Tilcara posee espectaculares vistas y no debe dejar de ser visitado en tu paso por Tilcara.

En caso de que sigas teniendo tiempo para recorrer los alucinantes paisajes de nuestra provincia, te dejamos más sugerencias:

Podés conocer una nueva cara de la histórica Ruta 40; recorrer el magnífico tramo empinado de La Cuesta de Lipán y apreciar su vista panorámica; el pintoresco pueblo de Rinconada y la Laguna de Pozuelos con su preciosa fauna; los paisajes de riscos y farallones de Cusi Cusi y el Valle de la Luna; la formación geológica de la Quebrada de Las Señoritas a los alrededores del bellísimo pueblo de Uquía; el Cerro de la Pollera en la localidad de Yacoraite y; la Paleta del Pintor, una sierra colorida ubicada en la localidad de Maimará.

# Nota Informativa 1

Para los fanáticos de la **gastronomía** recomendamos: Los sabrosos platos con carne de llama; los picantes, las empanadas, las humitas y tamales; el api (bebida azucarada con maíz morado) los buñuelos con miel de caña (en el Buñuelodromo del Carmen), los quesillos con dulce de cayote; los guisitos de papa verde y charqui las tortillas rellenas de los pueblos de la Quebrada, los estofados de cabrito, y un infaltable locrito “pulsudo” por los valles.

¡No te pierdas las cervezas artesanales! Las hay a lo largo y ancho de esta geografía diversa.

Por último, algunos **centros culturales o históricos** para visitar incluyen: La gran mayoría de las Iglesias de la Quebrada y Puna han sido declaradas monumentos Históricos por el valioso legado que atesoran. Te recomendamos La Capilla de Suques de fines del siglo XVI y su cementerio; la de Casabindo, conocida como “La Catedral de la Puna”, en donde se lleva a cabo el “Toreo de La Vincha” y; el recientemente inaugurado Centro de Interpretación de Barrancas y su Reserva Arqueológica, en el que se expone una réplica de la Piedra Mapa con proyección de holograma.



# Nota Informativa 2

## Jujuy: una provincia pequeña, pero con gran diversidad geográfica y riqueza cultural.

### Destinos imperdibles

Una buena parte de la superficie de la provincia es una extensa planicie a más de 3600 msnm denominada “**Puna**”. La Puna es fascinante, allí podrás encontrar comunidades originarias que viven desde hace siglos, salares, lagunas y volcanes inactivos, una maravillosa diversidad de fauna: llamas y vicuñas, flamencos australes, parinas, entre otras. Tampoco podés perderte Barrancas y su maravilloso Centro de Interpretación Arqueológica; Susques con la Iglesia más antigua; Cusi Cusi y el cercano Valle de la Luna; Rinconada -un pequeño pueblo de buscadores de oro muy próximo a la Laguna de Pozuelos-; el fin de la Ruta 40, la ciudad de la Quiaca y el pintoresco e histórico pueblo de Yavi.

¿Cuál es la “estrella del show”? La imponente Quebrada de Humahuaca. La Quebrada no sólo es bellísima por sus paisajes y su geografía particular, sino también por sus manifestaciones culturales. En ella podrás encontrar diversos pueblos cada uno con su propia identidad: Humahuaca, Uquía, Huacalera, Tilcara, Maimará, Purmamarca, Tumbaya y Volcán. Es hermoso caminar por sus calles angostas, visitar sus iglesias, comprar artesanías, disfrutar de su alucinante gastronomía y vinos.

### Actividades recreacionales

Tras salir de la planicie casi desértica de la Puna y de los cerros coloridos de la Quebrada ingresamos a los espejos de agua en los valles y al verde intenso de las Yungas (o nuboselva). Acá la aventura continúa: hay cuevas, valles y cascadas, así como itinerarios innovadores con experiencias recreacionales y naturales que incluyen trekking, bicicleta, cabalgatas y observación de aves.

En las cuatro regiones de Jujuy se desarrolla una gama actividades que varían tanto en su dificultad c. Una travesía verdaderamente imperdible es el Trekking de la Quebrada a las Yungas, desde Tilcara hasta el Parque Nacional Calilegua. Podrás atravesar, en una duración de 5 o 7 días, los paisajes más diversos, incluyendo cerros, montañas y hasta caminar sobre nubes para llegar a la selva más tupida. La actividad puede realizarse a pie, caballo o en bicicleta.

# Nota Informativa 2

## Hotelería y Gastronomía

Si de relajarnos se trata, Jujuy no se mantiene exento. Posee pequeños hoteles personalizados, generalmente atendidos por sus dueños, con altos estándares de calidad de servicio.

La cocina Jujeña y los productos de la tierra son otro capítulo, una experiencia en sí misma. En la Puna, se hace imprescindible degustar su gastronomía nativa. Se recomienda la calapurca (cocida con piedras ardientes), sopa majada, la tistincha o tijtinchá, cazuela de cordero o de llama, el huaschalocro, y una amplia variedad de embutidos artesanales.

A medida que descendemos, nos recibe la Quebrada de Humahuaca, con sus pequeñas huertas de hortalizas, brindándonos su variedad de quesos, papas, maíces y habas. A no perderse las humitas y tamales, empanadas, locro con verdeo, cazuelas de llama y cordero, acompañando con algún vino de altura o una cerveza artesanal.

Al adentrarnos en el Valle “abajeño”, su variada gastronomía nos ofrece entre otras delicias: buñuelos o quesillos con miel de caña, escabeche de porotos, soufflé de pejerrey -en la zona de los diques- dulce de cayote, entre otras exquisiteces.

El valle se cierra en una Yunga. Acá encontrarás una selva de árboles de mango y bananales, con paisajes transitorios únicos como los Valles de Altura de donde proviene el tomate de árbol o “chilto”. Destaca la exuberancia de sus frutas tropicales: maracuyá, papaya, palta, plátano, acerola, pitaya, ananá.





# Plan de Tareas

## 1.2 Armado de una narrativa y un storytelling.

El concepto de campaña giró en torno a darle visibilidad a los principales circuitos turísticos de la Provincia de Jujuy. Se hizo hincapié en los atractivos naturales y las diferentes actividades que se pueden realizar en los mismos.

## 1.3 Definición de indicadores para la medición de resultados.

A continuación, detalle y definición de cada indicador a evaluar en el proyecto de ampliación:

- Impresiones: Número de veces que tus anuncios aparecieron en la pantalla.
- Alcance: Número de personas que vieron tus anuncios al menos una vez. Mide la cantidad de personas expuestas a tu mensaje durante una campaña publicitaria.
- Frecuencia: Promedio de veces que cada persona vio tu anuncio.
- Clics: Número de veces que los usuarios hicieron clic en los anuncios publicitarios.

# Plan de Tareas

## 1.4 Selección del público target y de las audiencias / tribus.

- Construimos la audiencia a impactar mediante las diferentes acciones de amplificación. Se seleccionó armar el público en base al denominado “turismo de cercanía” que comprende las provincias de Catamarca, Salta, Santiago del Estero y Tucumán. A su vez se buscó fomentar el turismo interno, por lo que se decidió impactar a Jujuy. Se conformó con hombres y mujeres, de dichas localidades, de 20 a 70 años. Además de armar las audiencias por geolocalización, se buscaron intereses que se manifiestan en la red social Facebook de viajeros frecuentes y turismo en Argentina.

# Plan de Tareas

## Tarea 2. Estrategia de difusión

### 2.1 Escucha digital de otros destinos turísticos.

Se realizó “Benchmark” sobre la comunicación de otros destinos turísticos con el objetivo de identificar oportunidades.

### Benchmark insights

- Visit Salta, el nombre que lleva en las redes sociales el Ministerio de Turismo y Deportes de la Provincia de Salta, opta por el uso de videos para homenajes y para enseñar paisajes .
- Visit Jujuy, utiliza videos para entrevistas, homenajes, gastronomía, manufacturas y turismo.
- Visit Salta cuenta con traducciones al inglés. Un valor agregado a la hora de captar público extranjero.
- Visit Salta comparte fotos de turistas, algo que puede sumar mucho en términos de interacción con los seguidores.
- La cantidad de seguidores en las redes de Turismo Catamarca es menor a todas las cuentas analizadas.
- Ninguna de las cuentas muestra el detrás de escena, al equipo trabajando unido.  
Ninguna de las cuentas está usando Youtube de manera activa. Es una herramienta que podría sumar mucho si se pauta

# Benchmark

	Turismo Jujuy	Turismo Salta	Turismo Catamarca (No Oficial)
Redes	Presencia en todas las redes	Presencia en todas las redes	Presencia en todas las redes
Seguidores	IG: 82.200 TW: 25.900 FB: 250.072 YT: 249	IG: 83.600 TW: 54.600 FB: 512.491 YT: 2.070	IG: 20.900 TW: 5.523 FB: 40.330 YT: 300
Pauta	No tiene	No tiene	No tiene
Cuentas verificadas	IG: no TW: no FB: no	IG: no TW: no FB: no	IG: sí TW: no FB: no
Frecuencia de posteos	Alta	Media	Media
Contenidos	Paisajes, excursiones, entrevistas, videos de gastronomía típica del lugar.	Anuncios, branding (contenido relacionado a las actividades que se pueden hacer, paisajes), efemérides, reseñas de lugares de la provincia, videos (IGTV).	Efemérides, prensa, actividades, cultura, convocatorias, encuentros y charlas. En IG realizan reseñas de ciudades de la provincia.

# Plan de Tareas

## Tarea 2. Ejecución de pauta

A continuación, listado de las acciones propuestas para esta primera etapa:

1º mes

- Spot publicitario: promocionado en Facebook. Activación de pauta en Facebook para amplificar spots
- Placa 1:1 Posteo de placa en Facebook e Instagram, con activación de presupuesto para promoción.
- Nota informativa Producción de una nota informativa publicada en activos digitales de Taquion (portales informativos).
- Bumper publicitario Video breve promocionado en YouTube.
- Activación de presupuesto de promoción para pauta de video de 6 segundos sin posibilidad de omisión.

# Plan de Tareas

## Tarea 3. Readaptación estratégica del tono del mensaje

En base a los resultados del primer mes, se decidió generar contenidos más generales sobre las diferentes opciones que se pueden realizar dentro de Jujuy. Es decir, se buscó mostrar por actividades y no por zonas geográficas la oferta que ofrecen.

A continuación se detallan las acciones realizadas:

2º mes

- Spots publicitario: promocionado en Facebook. Activación de pauta en Facebook para amplificar spots
- Placas 1:1 Posteo de placa en Facebook e Instagram, con activación de presupuesto para promoción.
- Nota informativa 2: Producción de una nota informativa publicada en activos digitales de Taquion (portales informativos).
- Display ads: producción de display y banners, de acuerdo a formatos de la plataforma, con activación de presupuesto para la promoción.



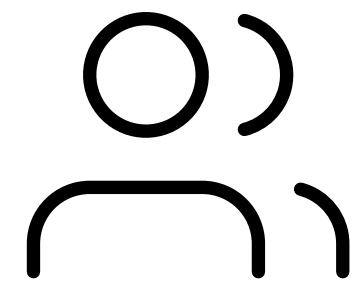
# INFORMES DE PUBLICACIONES



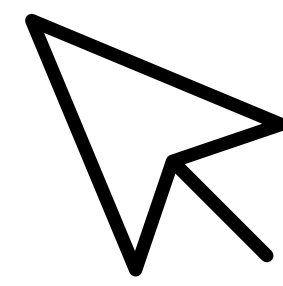
FACEBOOK E  
INSTAGRAM



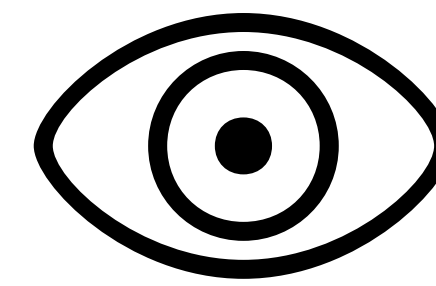
## Resultados integrales.



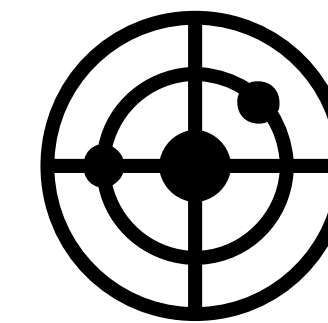
**726.485**  
**alcance**



**92.556**  
**clics**



**2.678.442**  
**impresiones**



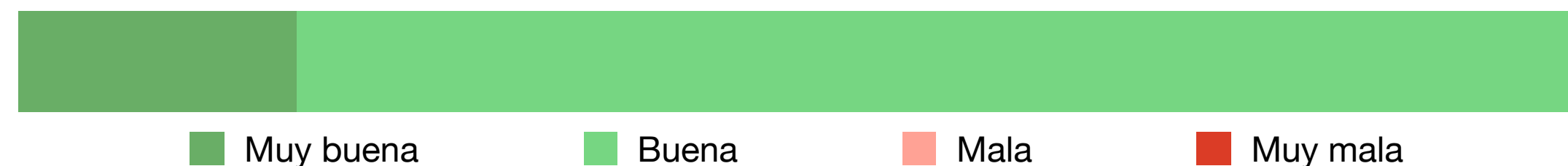
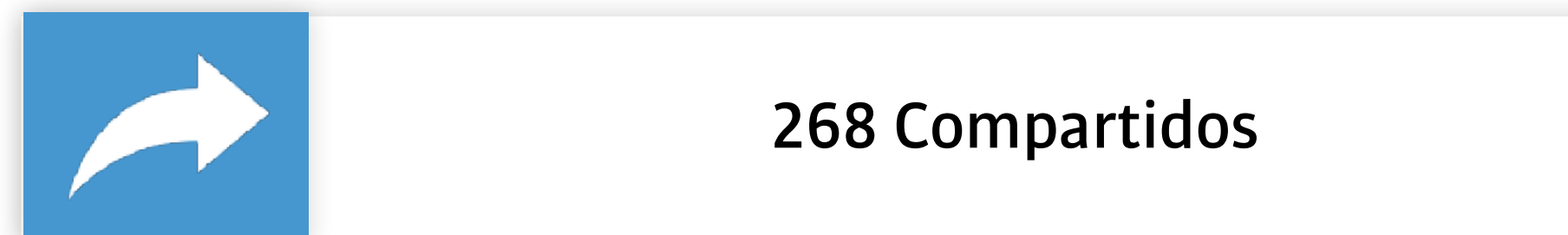
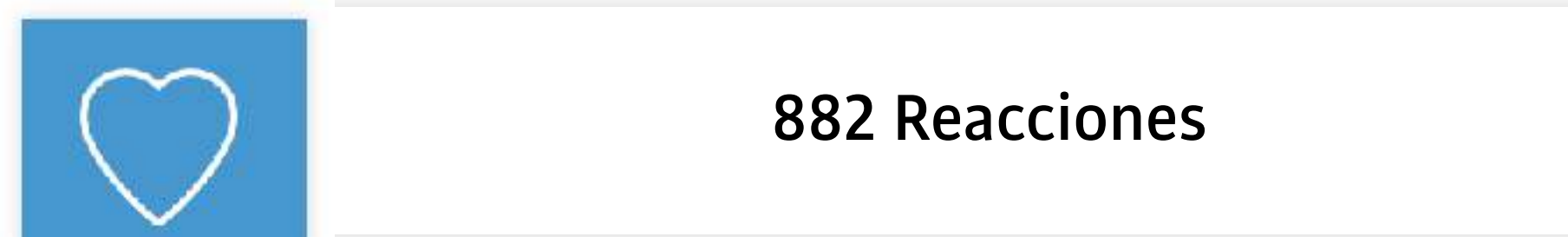
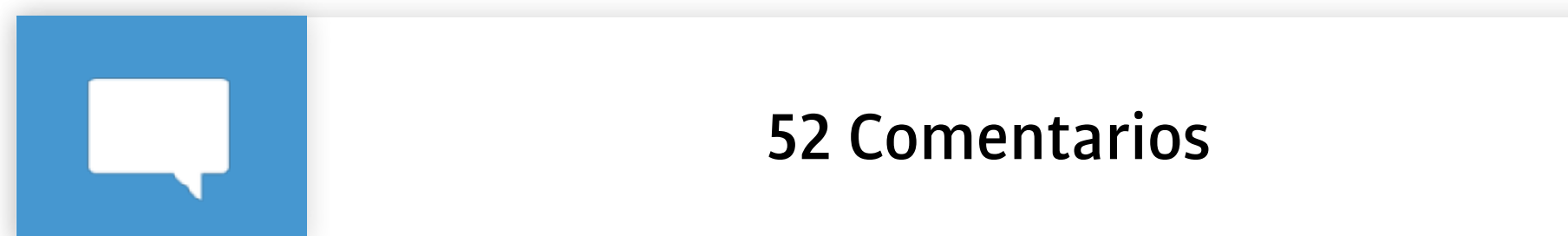
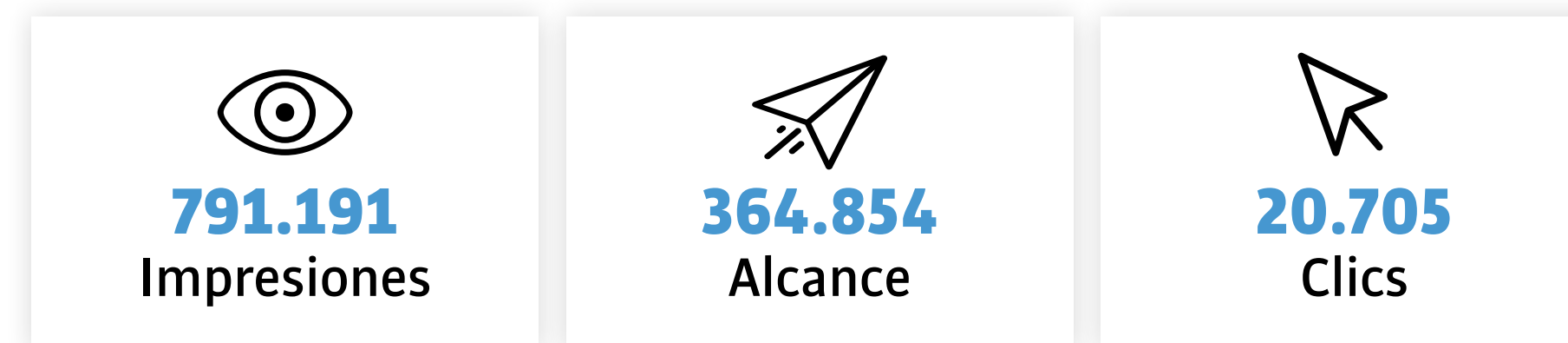
**3,69**  
**frecuencia**

# Pauta Oficial

Video Facebook e Instagram



[Link](#)

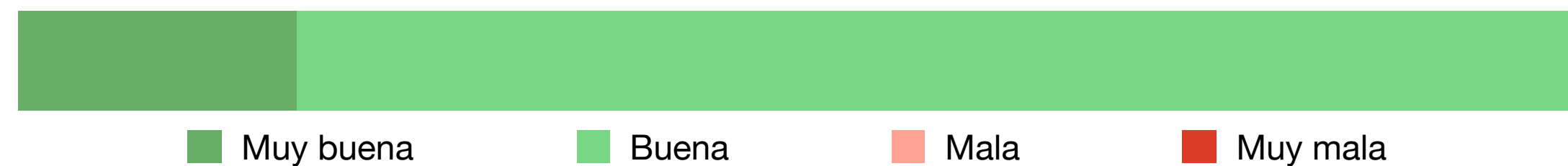
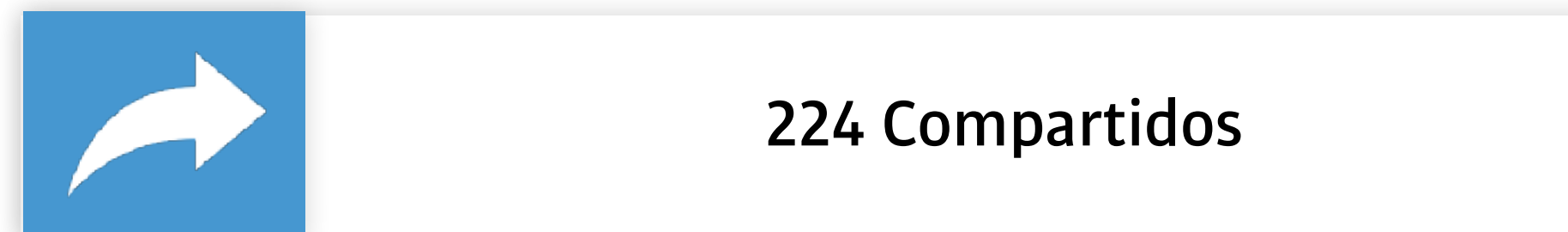
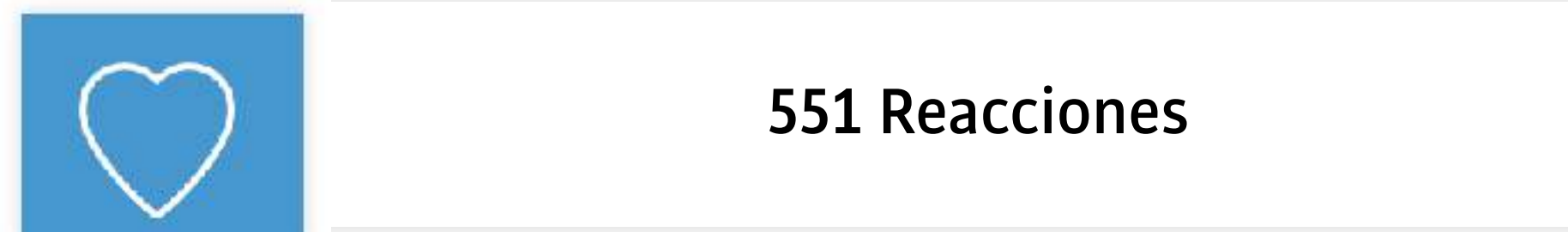
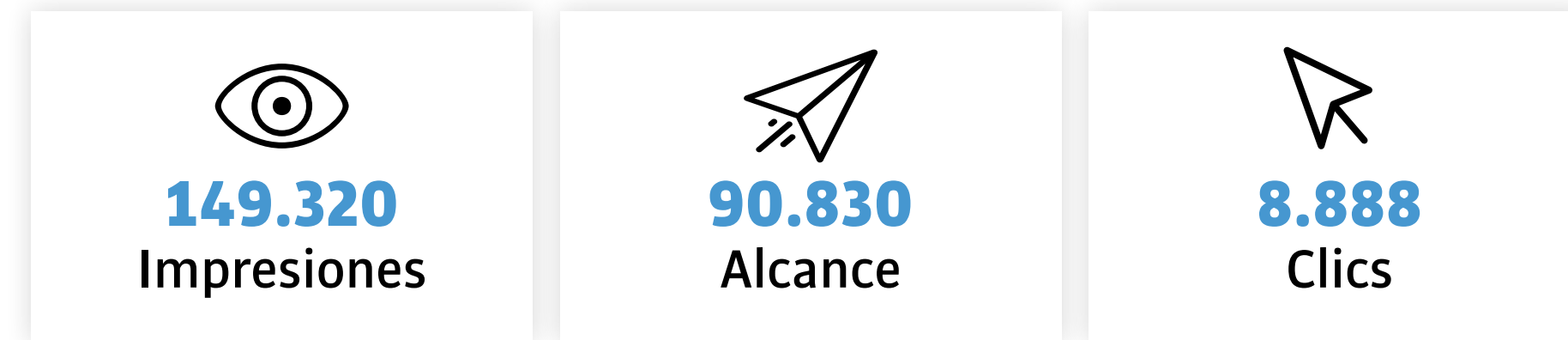


# Pauta Oficial

Video Facebook e Instagram



[Link](#)

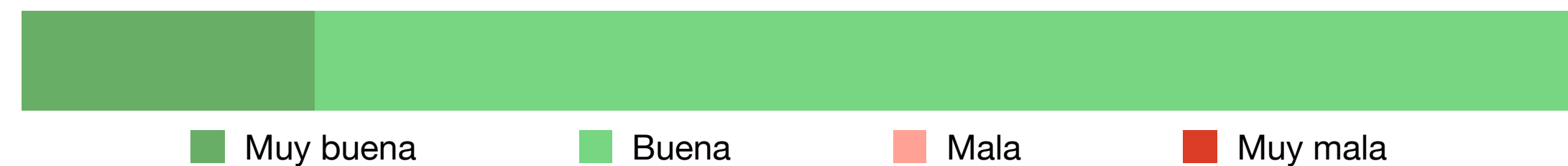
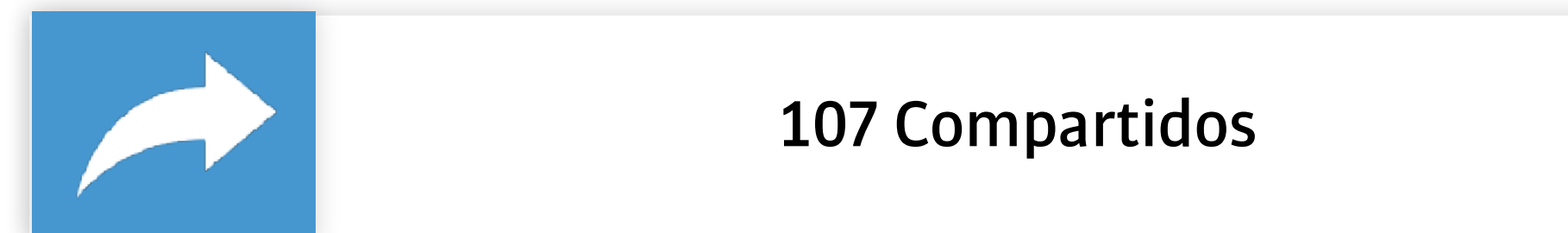
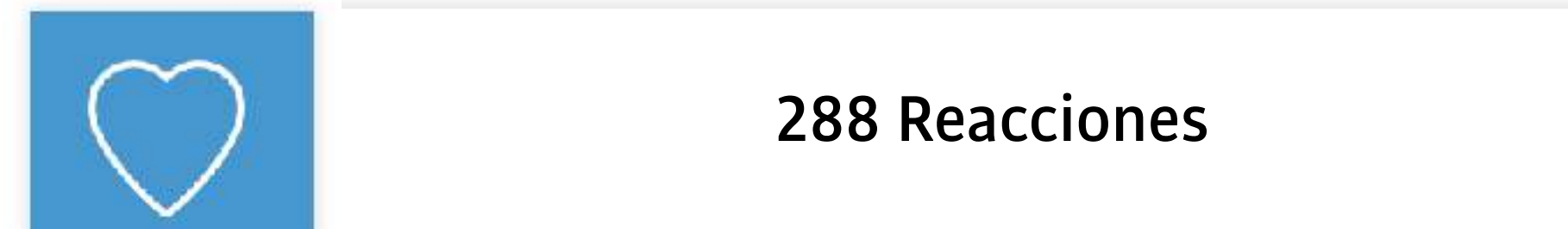
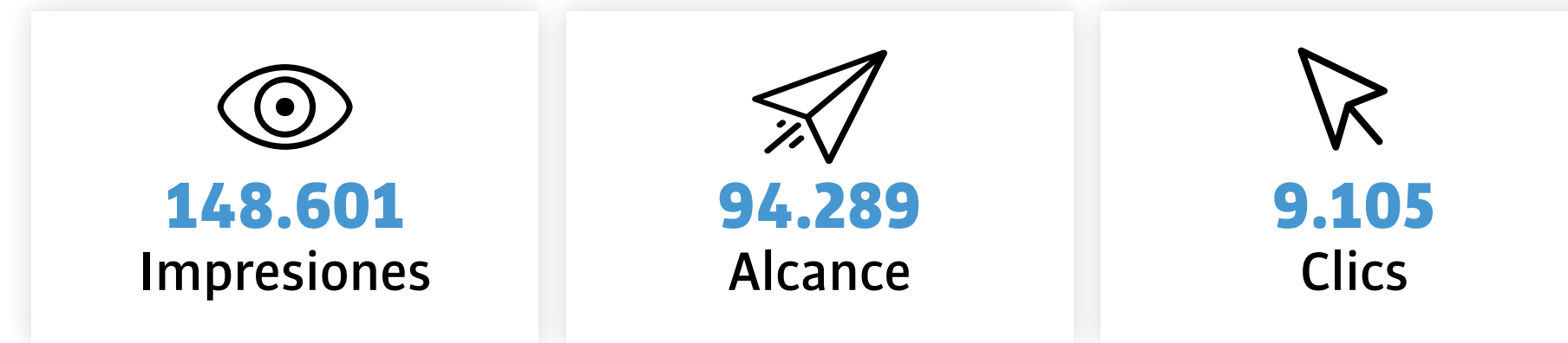


# Pauta Oficial

Video Facebook e Instagram

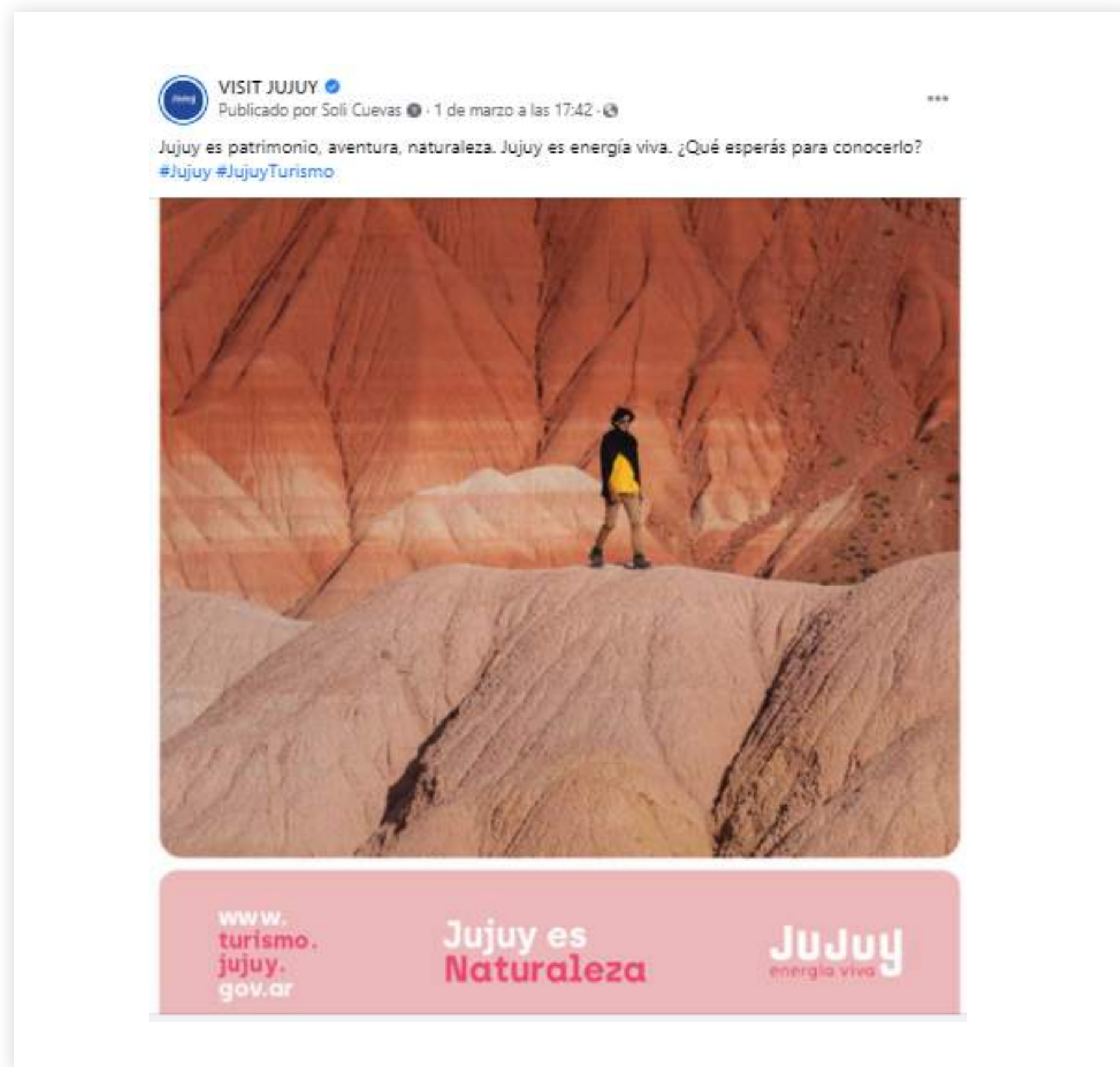


[Link](#)



# Pauta Oficial

Placa Facebook e Instagram



[Link](#)



Muy buena

Buena

Mala

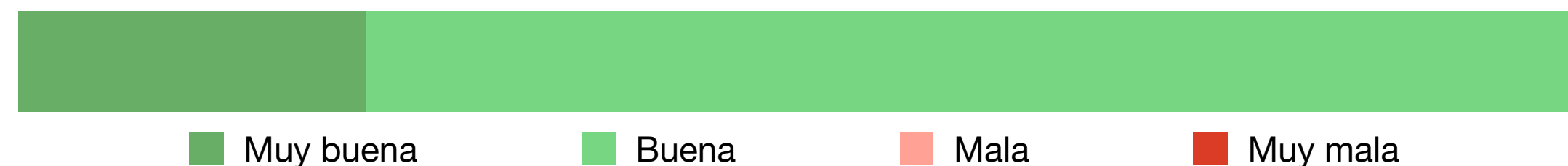
Muy mala

# Pauta Oficial

Video Facebook e Instagram

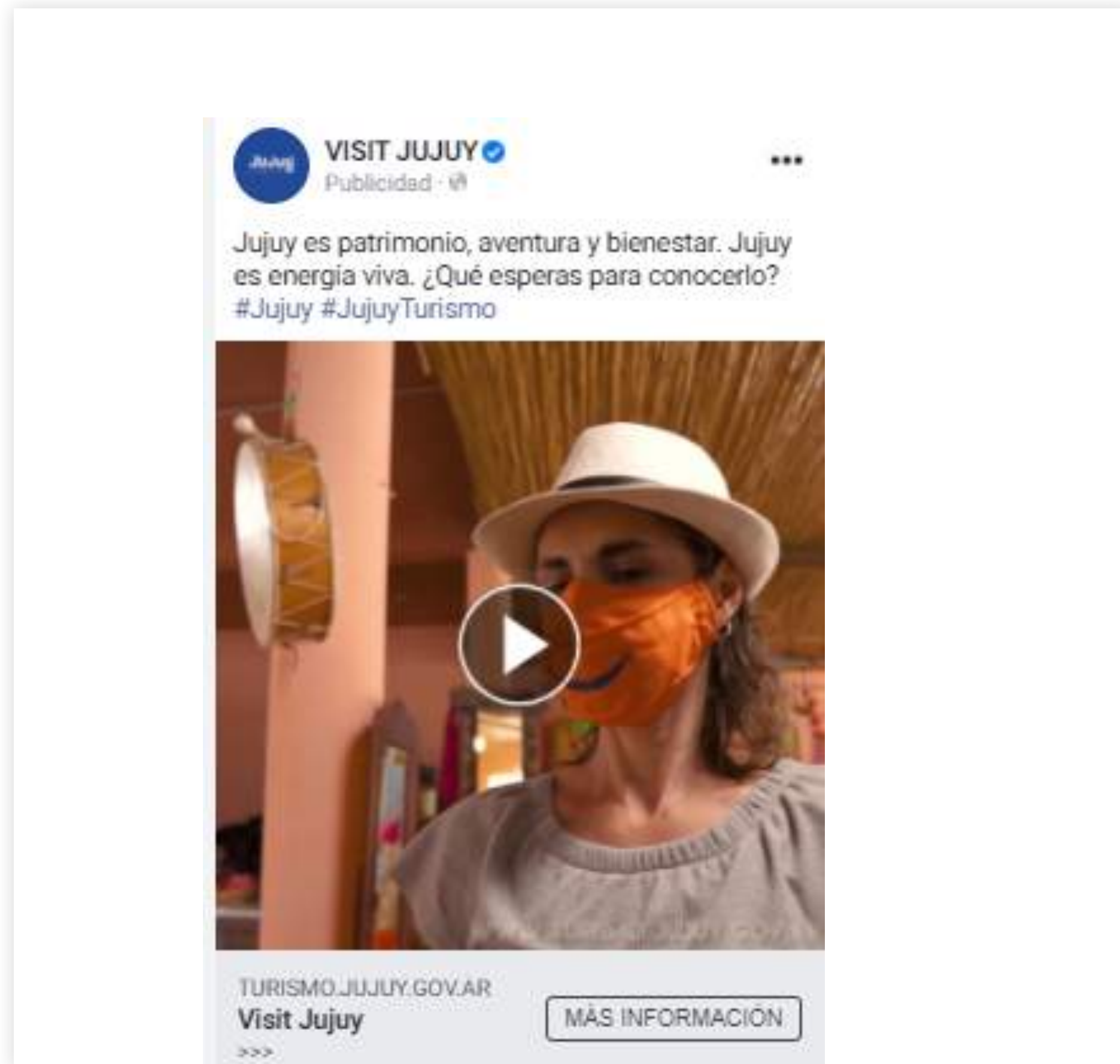


[Link](#)



# Pauta Oficial

Video Facebook e Instagram

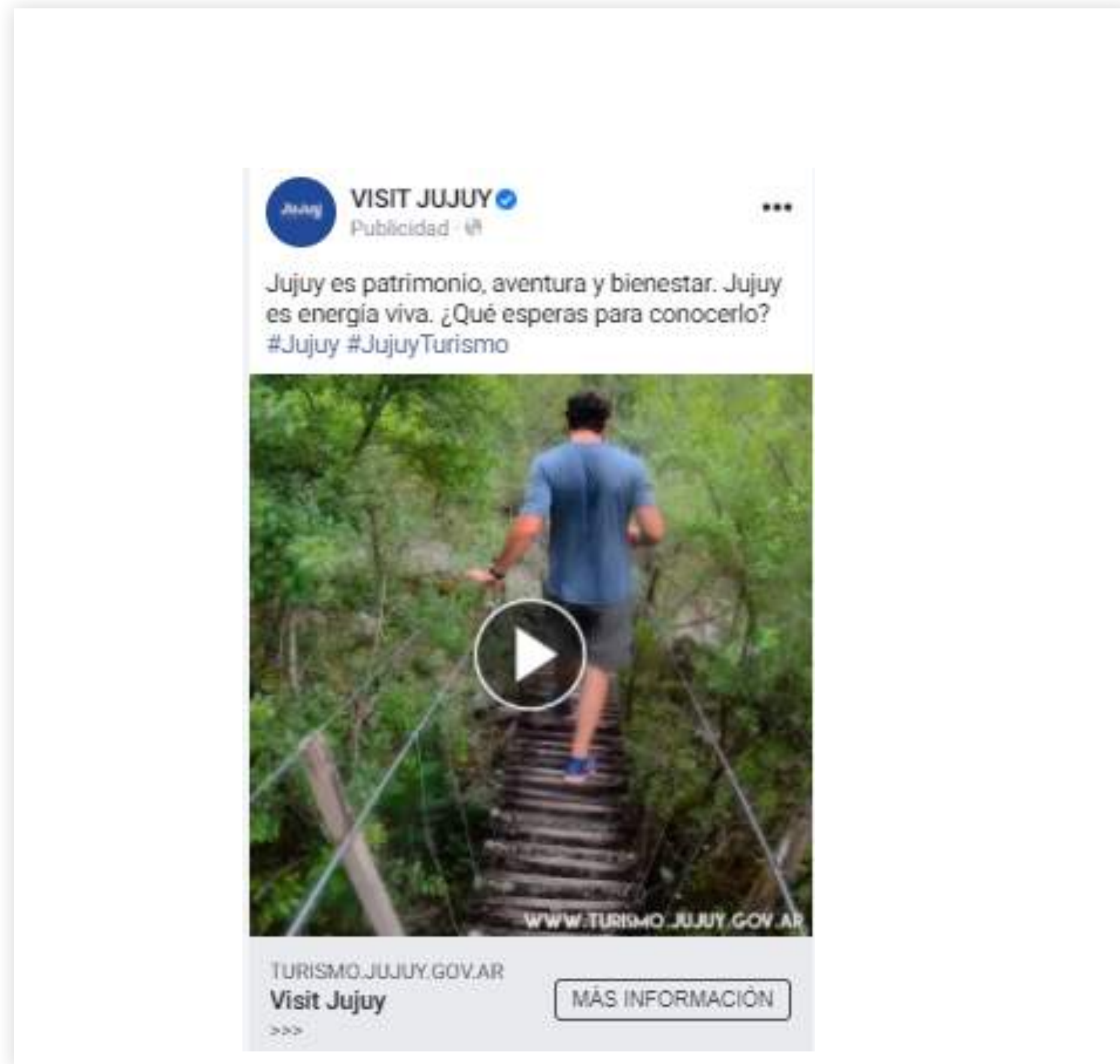


[Link](#)

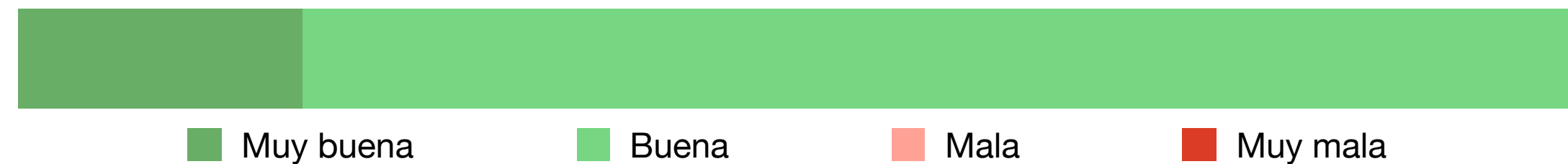


# Pauta Oficial

Video Facebook e Instagram



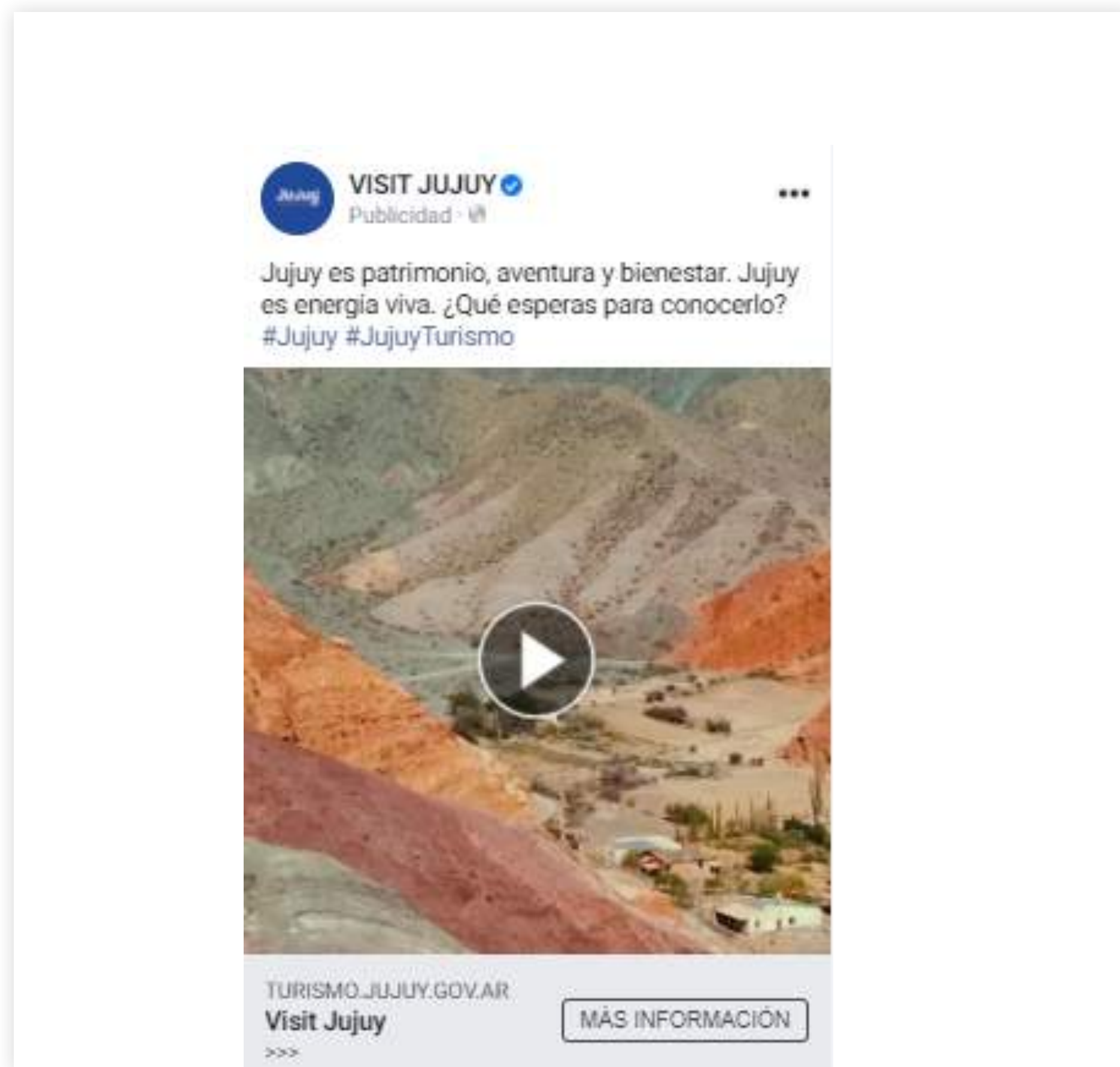
[Link](#)



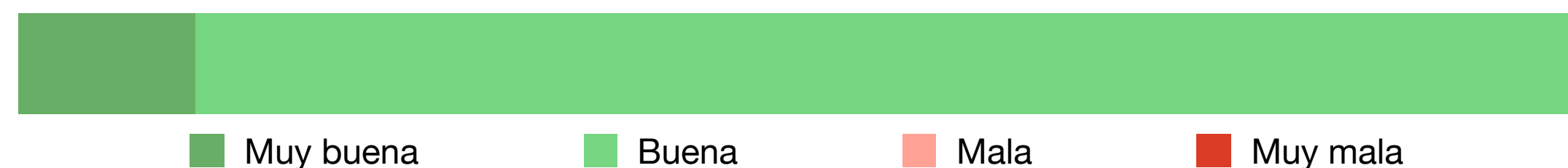


# Pauta Oficial

Video Facebook e Instagram

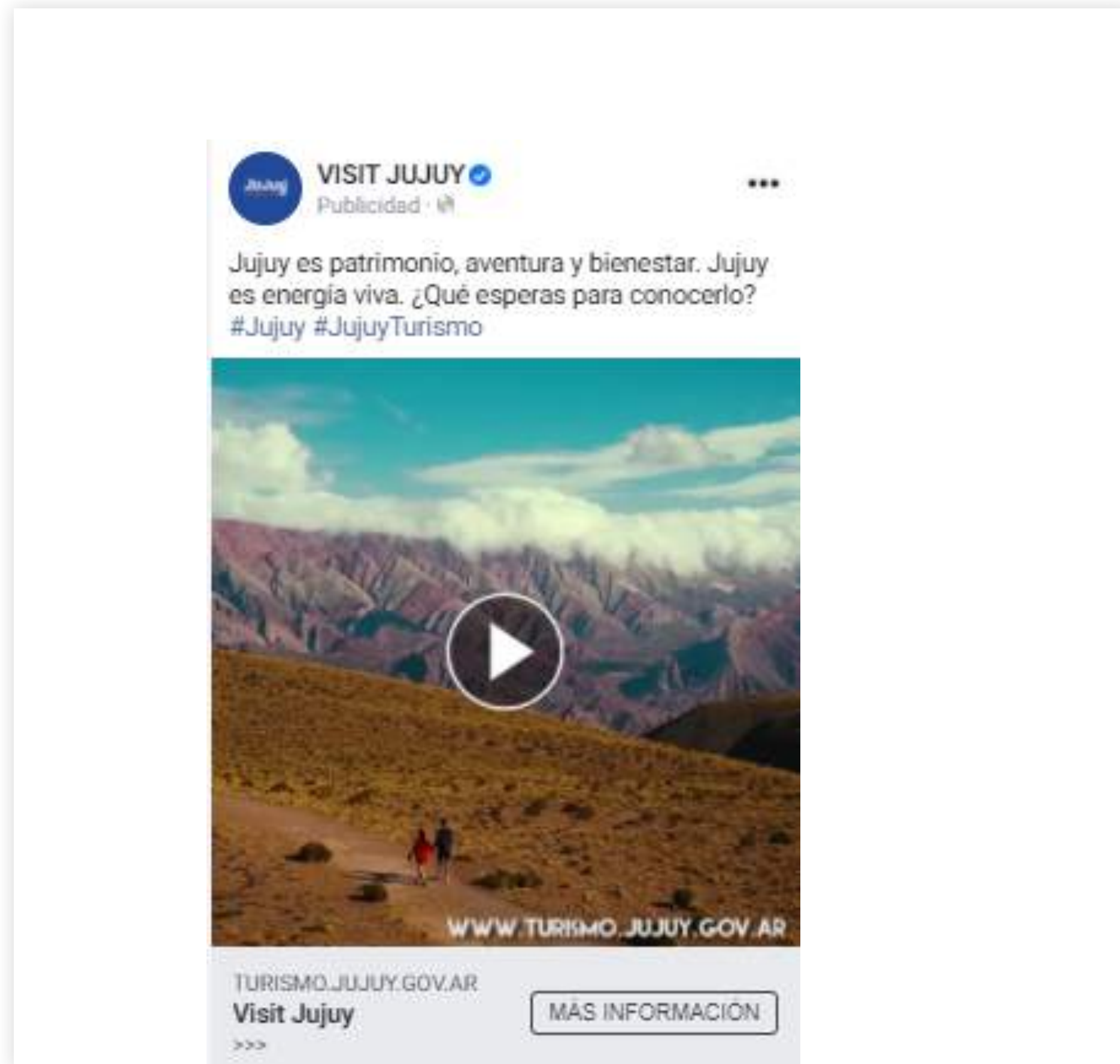


[Link](#)



# Pauta Oficial

Video Facebook e Instagram

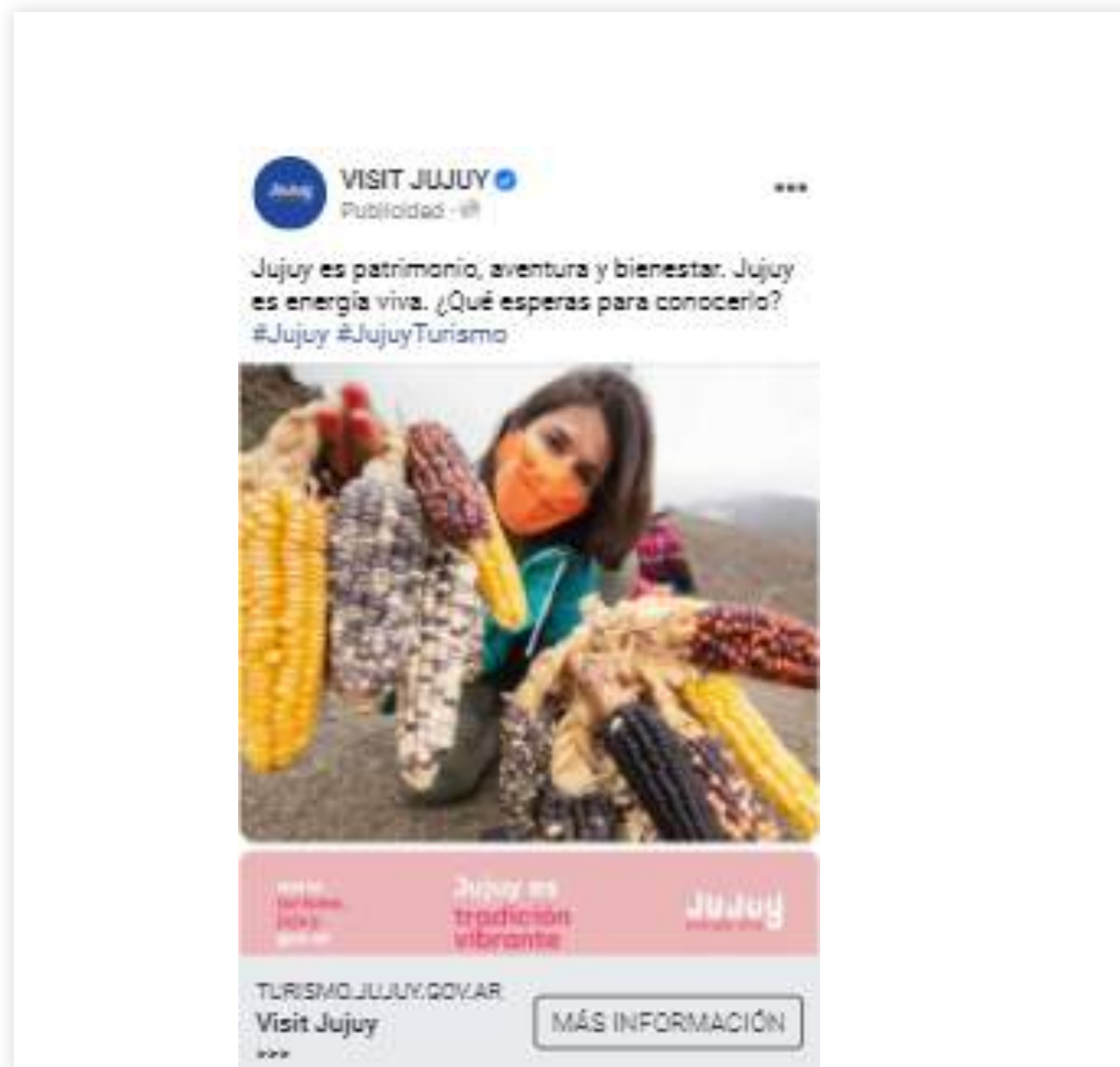


[Link](#)

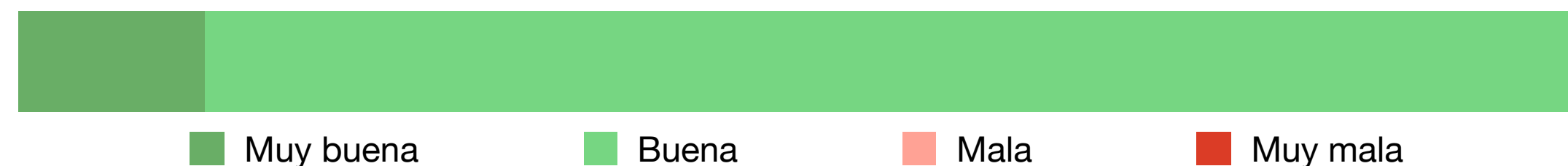


# Pauta Oficial

Placa Facebook e Instagram

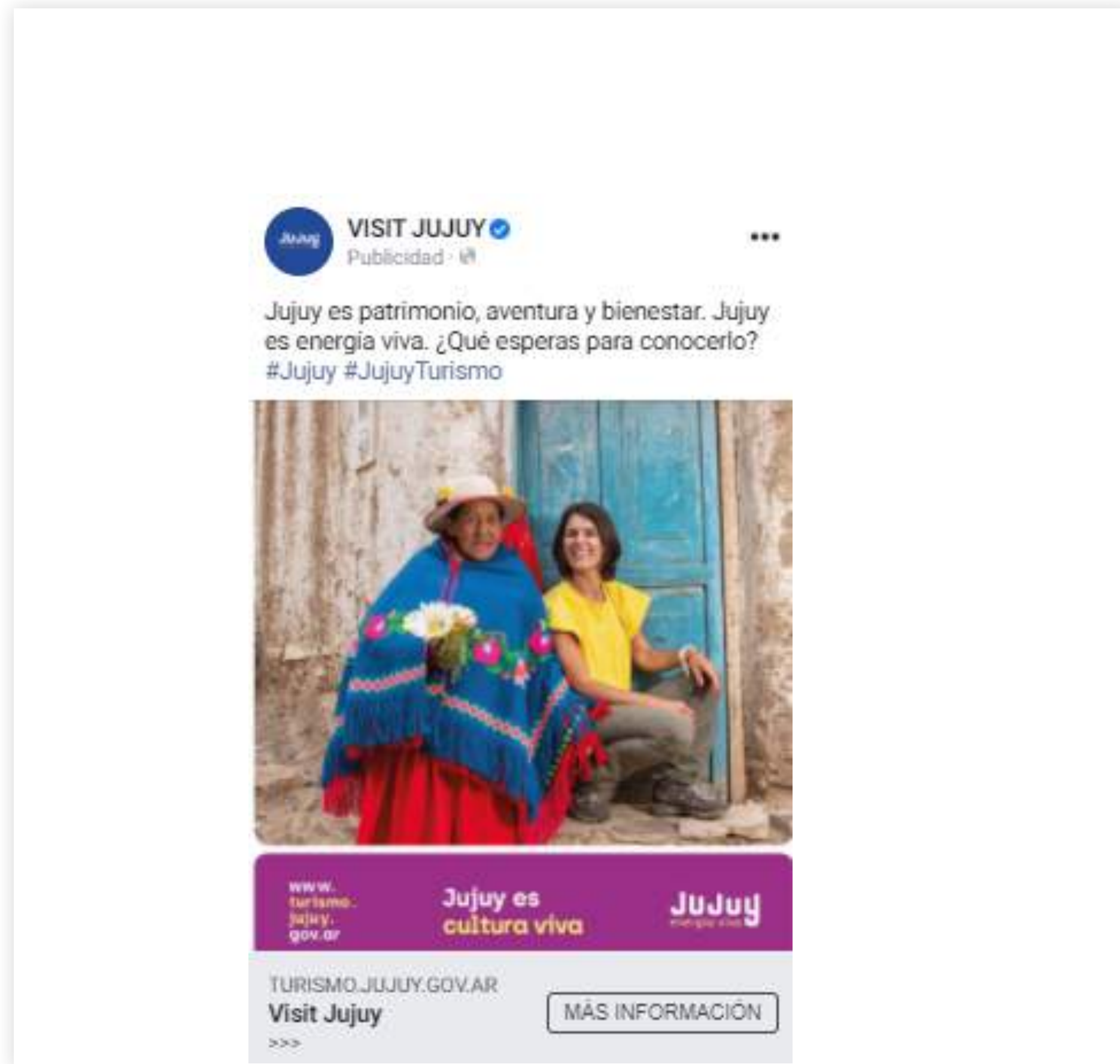


[Link](#)

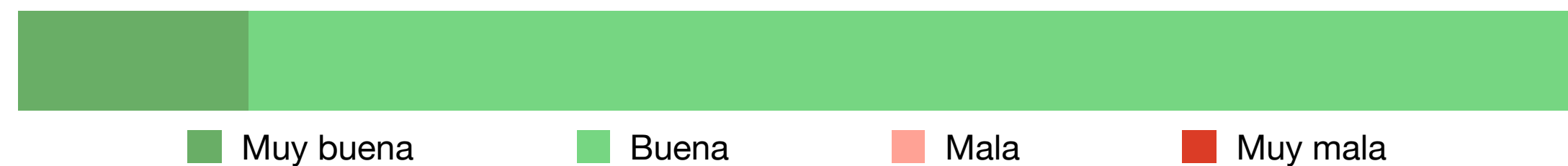


# Pauta Oficial

Placa Facebook e Instagram

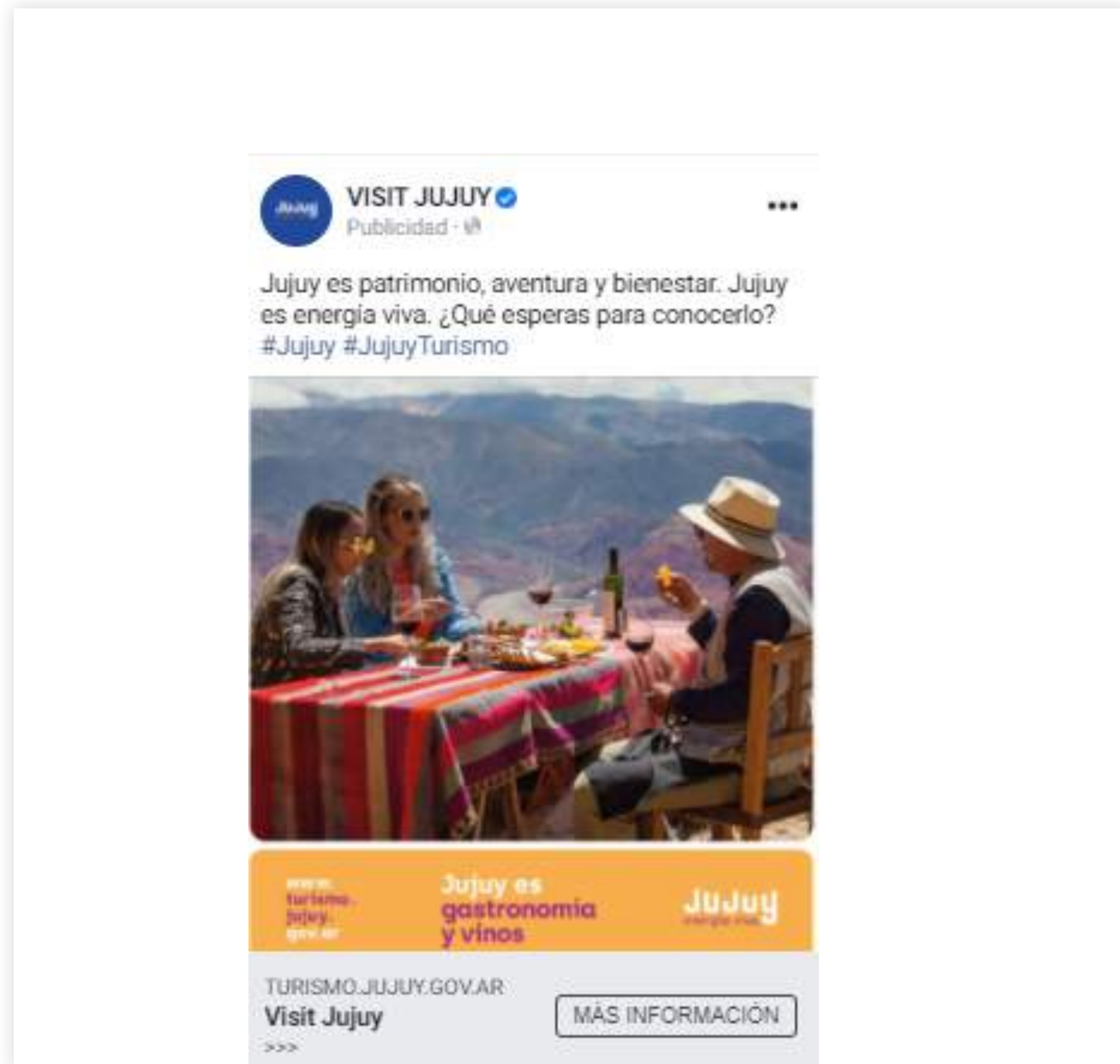


[Link](#)

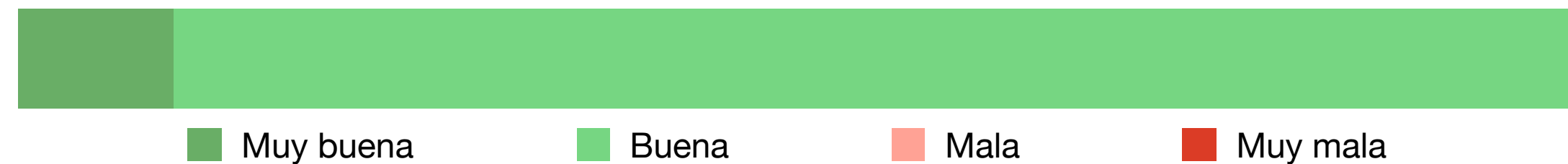


# Pauta Oficial

Placa Facebook e Instagram

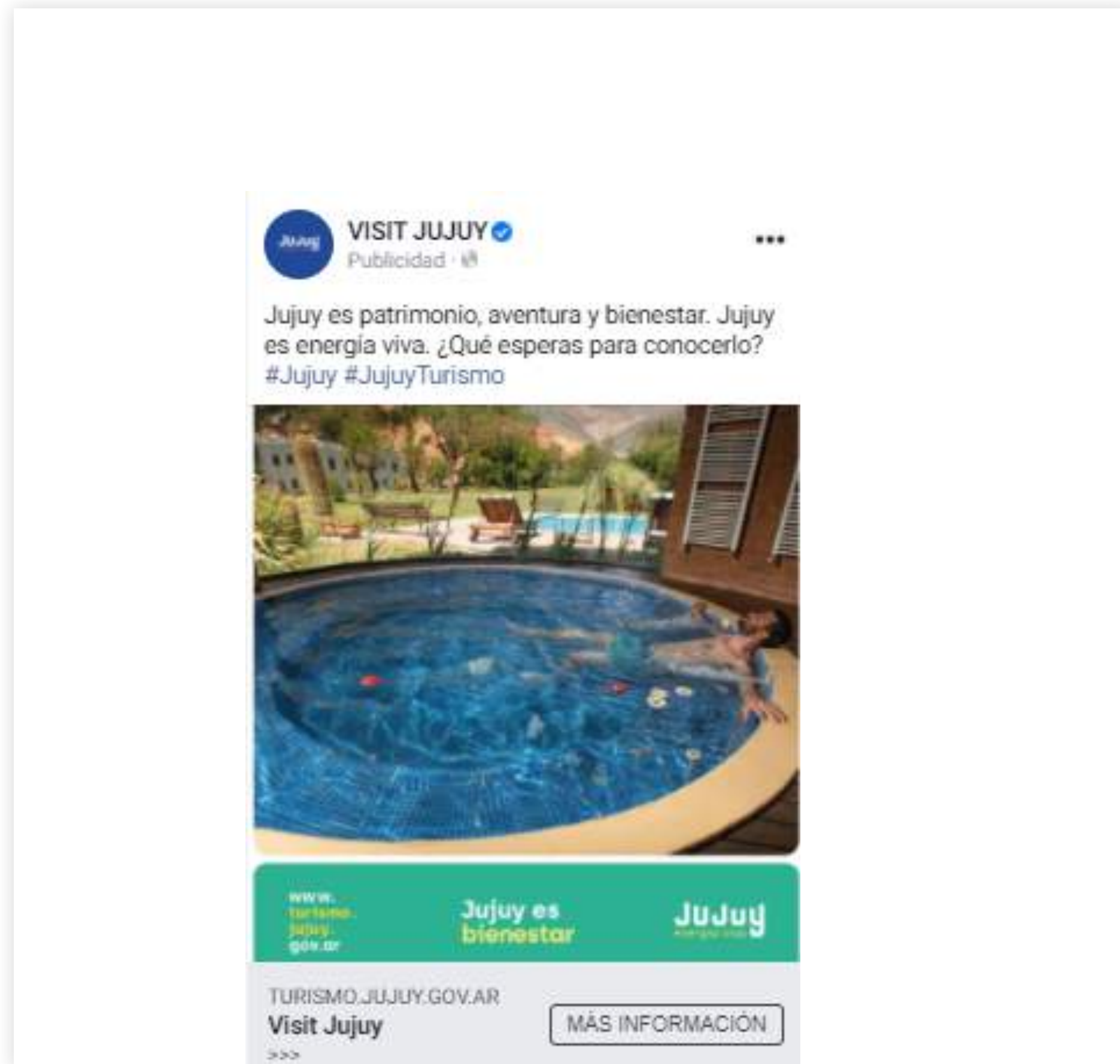


[Link](#)



# Pauta Oficial

Placa Facebook e Instagram



[Link](#)

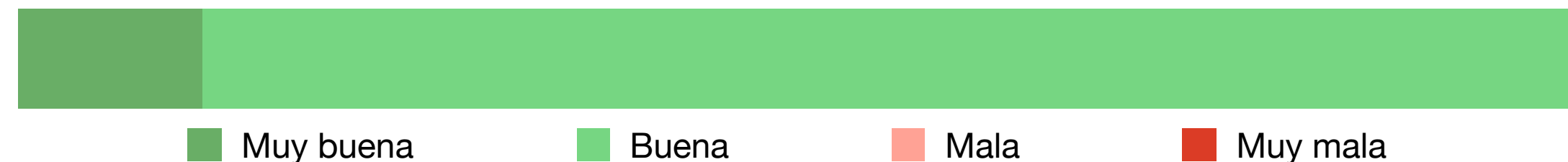


# Pauta Informativa

Publicada en Facebook



[Link](#)

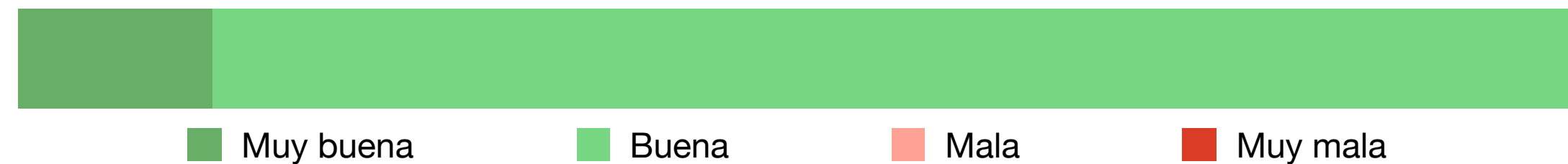


# Pauta Informativa

Publicada en Facebook



[Link](#)

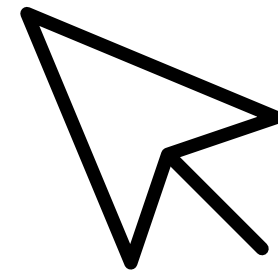




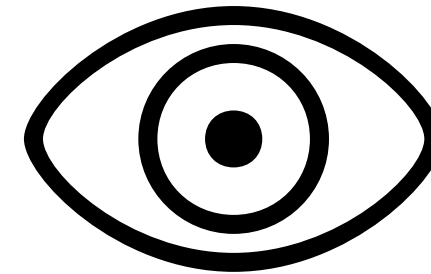


GOOGLE

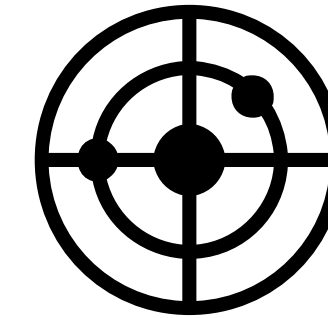
## Resultados integrales.



**20.771**  
clics



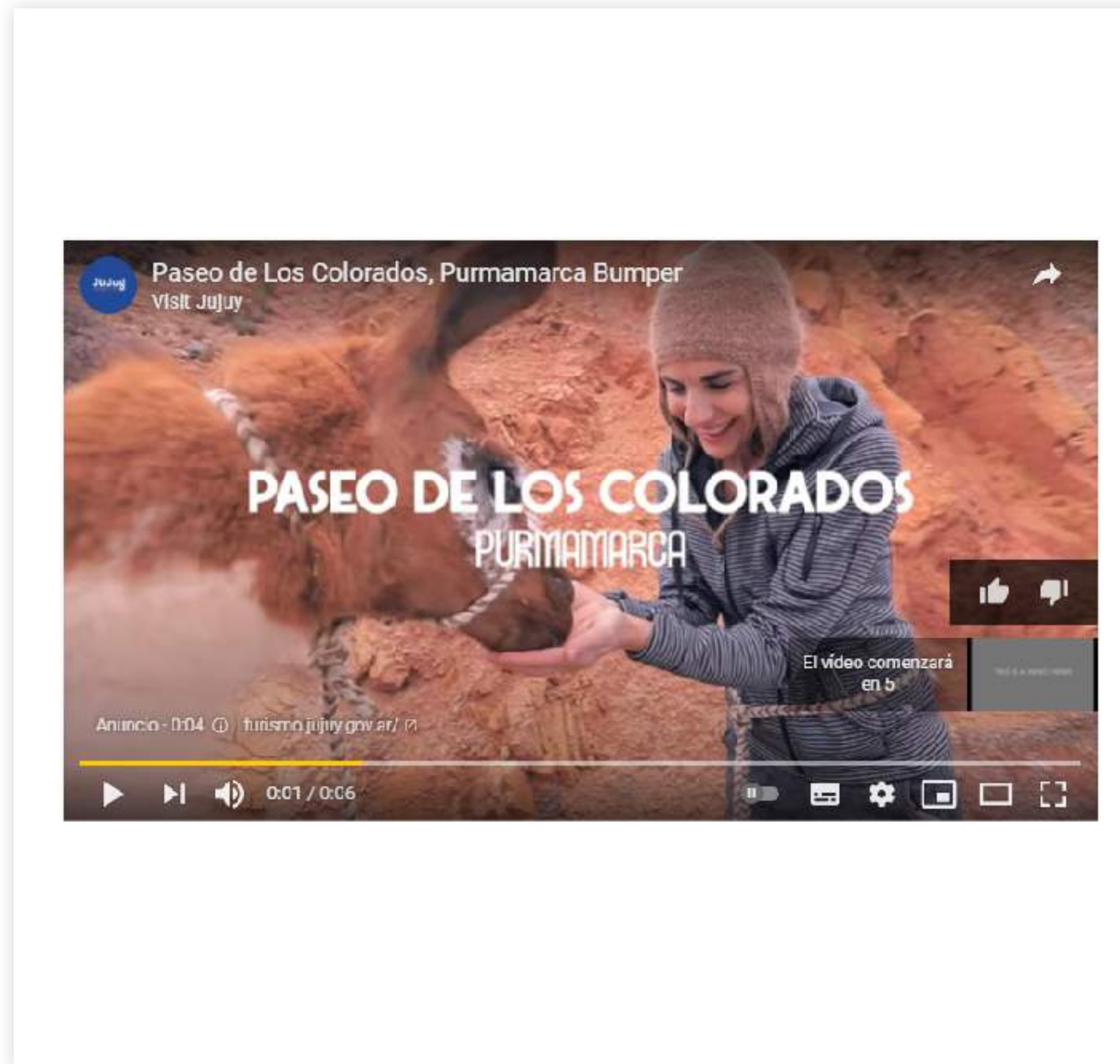
**4.546.292**  
impresiones



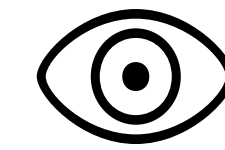
**0,46**  
CTR

# Pauta Oficial

Bumper en YouTube



[Link](#)



**1.533.104**  
Impresiones



**0,14**  
CTR



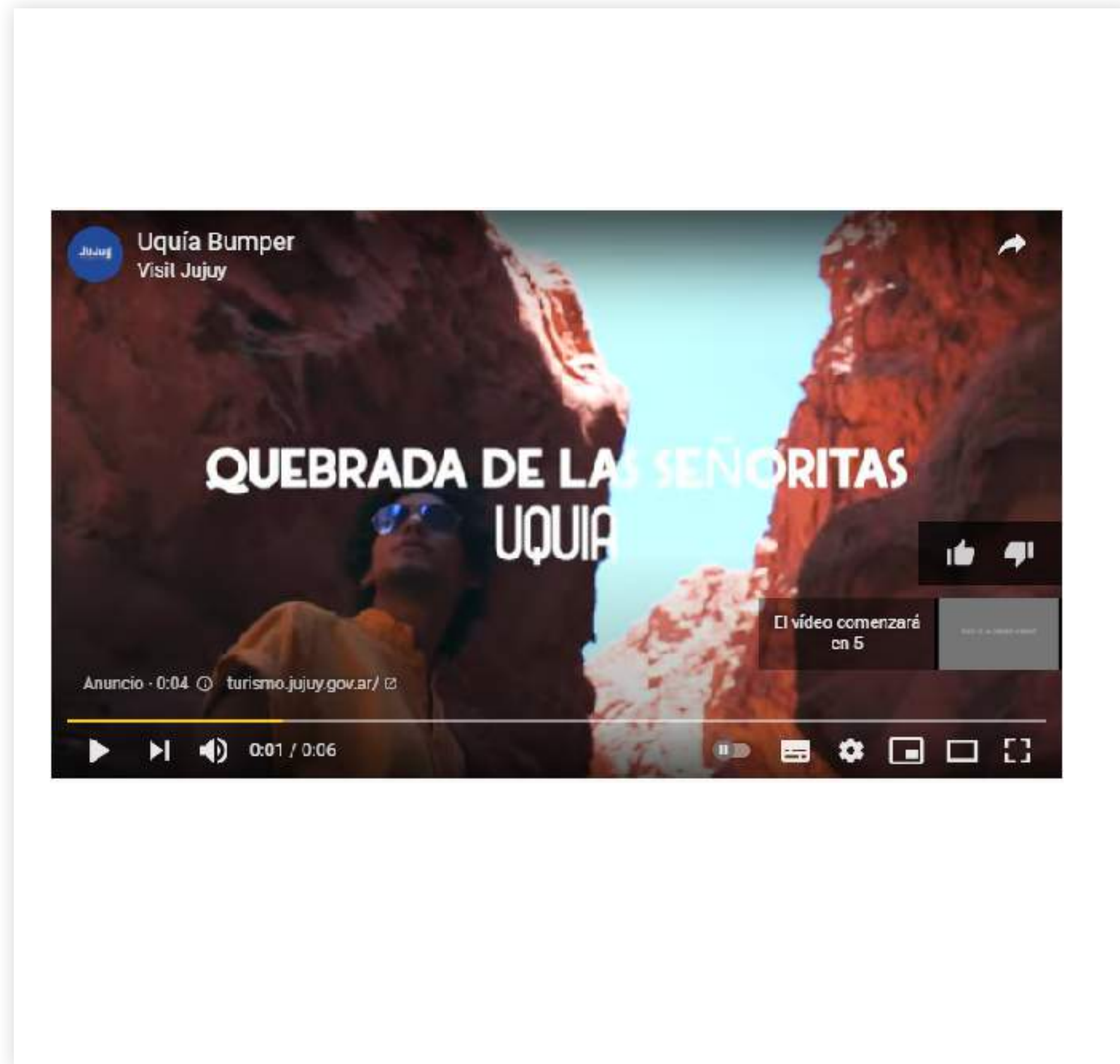
**2.167**  
Clics



Audiencia: Catamarca; Jujuy; Salta; Santiago del Estero; Tucumán

# Pauta Oficial

Bumper en YouTube

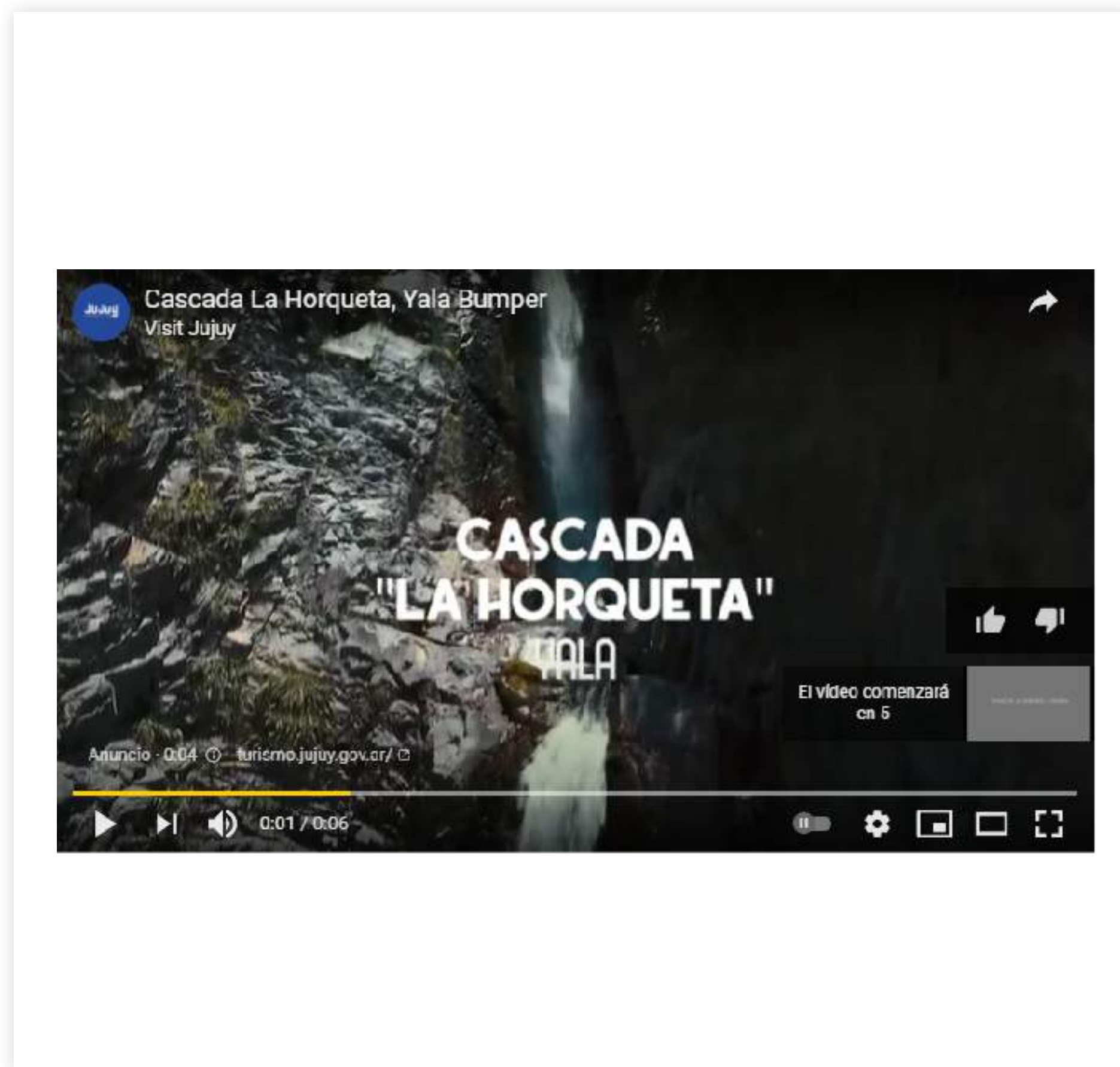


[Link](#)

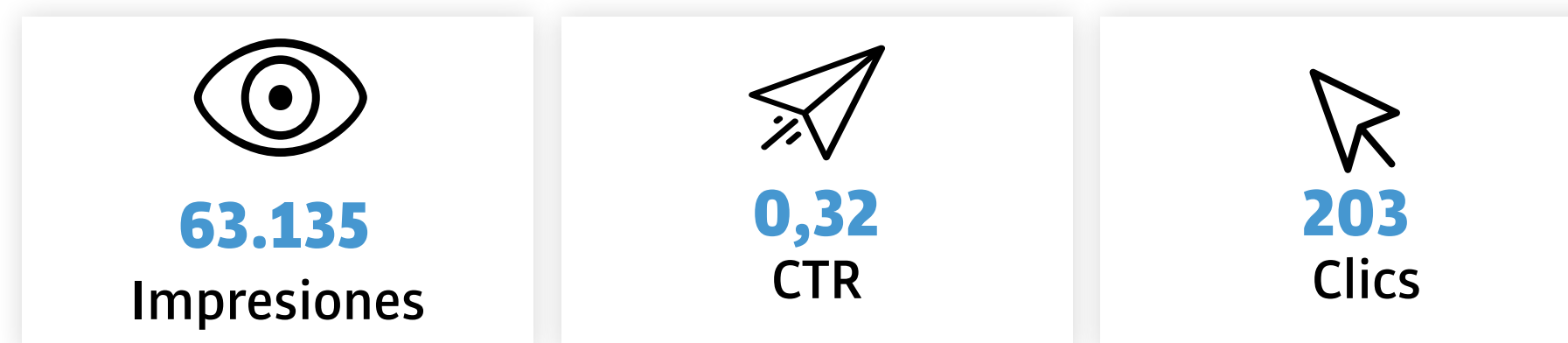


# Pauta Oficial

Bumper en YouTube



[Link](#)

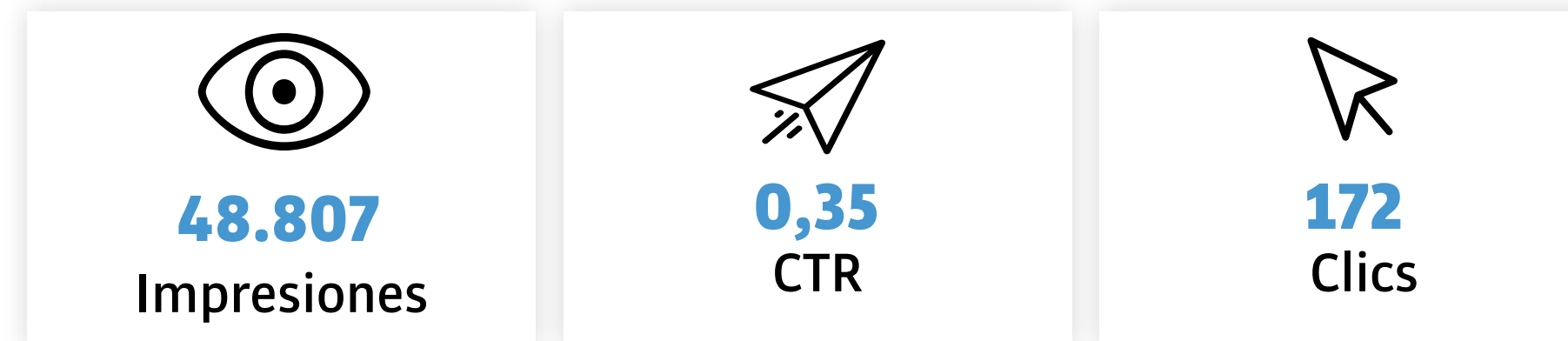


# Pauta Oficial

Bumper en YouTube



[Link](#)

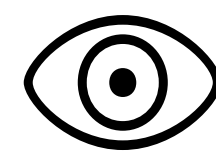


# Pauta Oficial

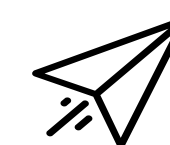
GGL Display



[Link](#)



**2.582.064**  
Impresiones



**0,66**  
CTR



**17.037**  
Clics



Audiencia: Catamarca; Jujuy; Salta;  
Santiago del Estero; Tucumán



# GOOGLE ANALYTICS



# Google Analytics

Desde el 26-03 al 23-04

Usuarios

30 mil

↑ 3.398,8 %

Usuarios nuevos

30 mil

↑ 3.421,6 %

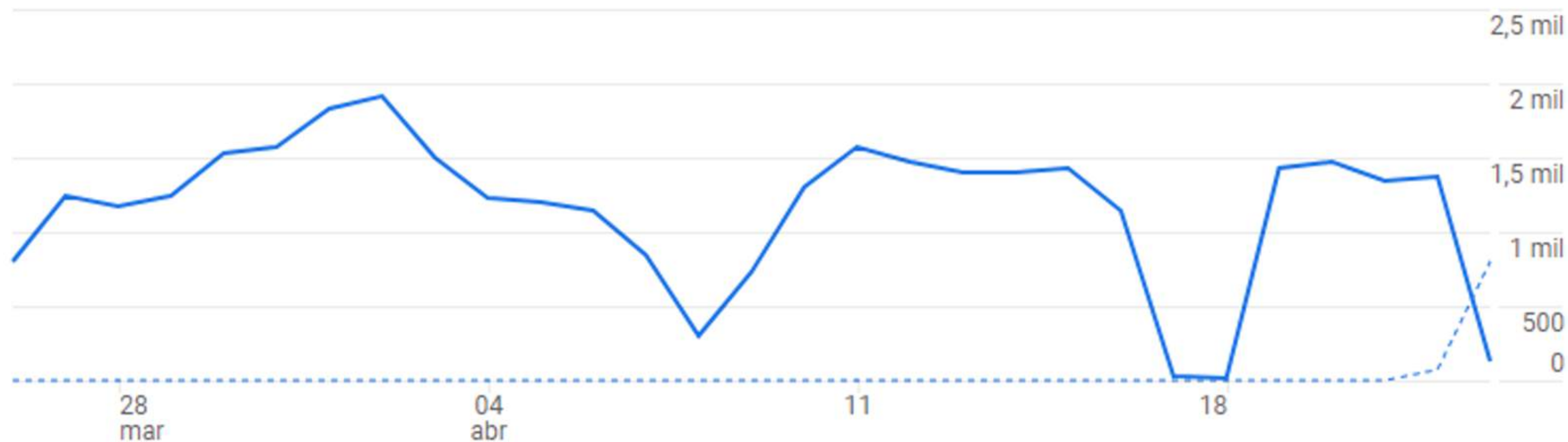
Tiempo de interacción medio

0 min y 26 s

↓ 28,1 %

Total de ingresos ?

0,00 \$



# Google Analytics

Desde el 26-03 al 23-04

		42.552	30.230	30.356
Totales		100 % respecto al total	100 % respecto al total	100 % respecto al total
1	Secretaría de Turismo de Jujuy – Bienvenidos a Jujuy. Ministerio de Cultura y Turismo de la Provincia de Jujuy	34.202	26.780	26.918
2	Quebrada de Humahuaca – Secretaría de Turismo de Jujuy	989	745	356
3	Yungas – Secretaría de Turismo de Jujuy	655	529	341
4	Purmamarca – Secretaría de Turismo de Jujuy	531	434	370

# Google Analytics

Desde el 26-03 al 23-04

NÚMERO DE USUARIOS DURANTE LOS ÚLTIMOS  
30 MINUTOS

**20**  
USUARIOS POR MINUTO



Totales		30.230 100 % respecto al total	30.356 100 % respecto al total	13.235 100 % respecto al total
1	Salta Salta Province	6.365	6.233	2.448
2	Jujuy Jujuy	3.406	3.350	1.652
3	San Miguel de Tucuman Tucuman	2.835	2.765	932
4	El Palomar Buenos Aires Province	2.415	2.326	628
5	Buenos Aires Buenos Aires	2.217	2.136	1.331
6	Cordoba Cordoba	1.933	1.787	666



CONCLUSIONES  
INSIGHTS

# Conclusiones +insights.



Como principales conclusiones e insights se pueden destacar:

- En Facebook, realizamos una campaña de tráfico con spots y placas fijas de los lugares más turísticos de Jujuy para llevar al público objetivo hacia el sitio web. Este material también se replicó en formato historia en Instagram.
- A su vez, sumamos dos notas informativas con diferentes lugares para visitar en Jujuy, y las atracciones turísticas del lugar, con objetivo interacción.  
Estas notas despertaron interés en las audiencias más jóvenes, quienes interactuaron demostrando una gran afinidad con la provincia, y ganas de visitarla.
- Por último, ejecutamos una campaña en Youtube con cuatro bumpers y banners dinámicos haciendo hincapié en la cultura y las regiones más atractivas para recorrer en Jujuy.  
En Youtube el video que mejor performó fue el de Purmamarca, registrando la mayor cantidad de clics provenientes del segmento joven. Consideramos que se generaron esos resultados ya que es el destino que mejor posicionamiento ha logrado a través de los años, generando mayor tracción para el segmento turístico.
- En Facebook la placa genérica fue la que mayor tasa de clics obtuvo, junto al spot de Uquía y Aventura. El segmento más interesado en estos contenidos fue el de 45-65 años.
- Algo para destacar, es que ambas plataformas (Facebook y Google) funcionaron complementándose entre sí, ya que cada una tuvo más repercusión en un público específico, cuando los contenidos eran diferentes entre sí. A su vez, las regiones turísticas por las que se mostraron más interés varió también en cada segmento. En Facebook fue Uquía y los videos de aventura, y en Youtube fue Purmamarca.
- Google Analytics: la mayor cantidad de visitas al sitio web provienen de Salta, Jujuy y Tucumán. Las páginas más visitadas fueron: Quebrada de Humahuaca, Yungas y Purmamarca.

MUCHAS

**GRACIAS**





RESEARCH STRATEGY CONTENT AMPLIFICATION