

Cámara de Senadores

Ministerio de Turismo
28.08.2017



ASISTIMOS A UNA PROFUNDA MEDIAMORFOSIS

LOS MEDIOS SON, CADA UNO DE ELLOS, PLATAFORMAS
DE COMUNICACIÓN, CON MULTIPLICIDAD DE
INSTRUMENTOS Y QUE SE RETROALIMENTAN

¿Cómo comunicábamos antes?

Hasta no mas de 4 años



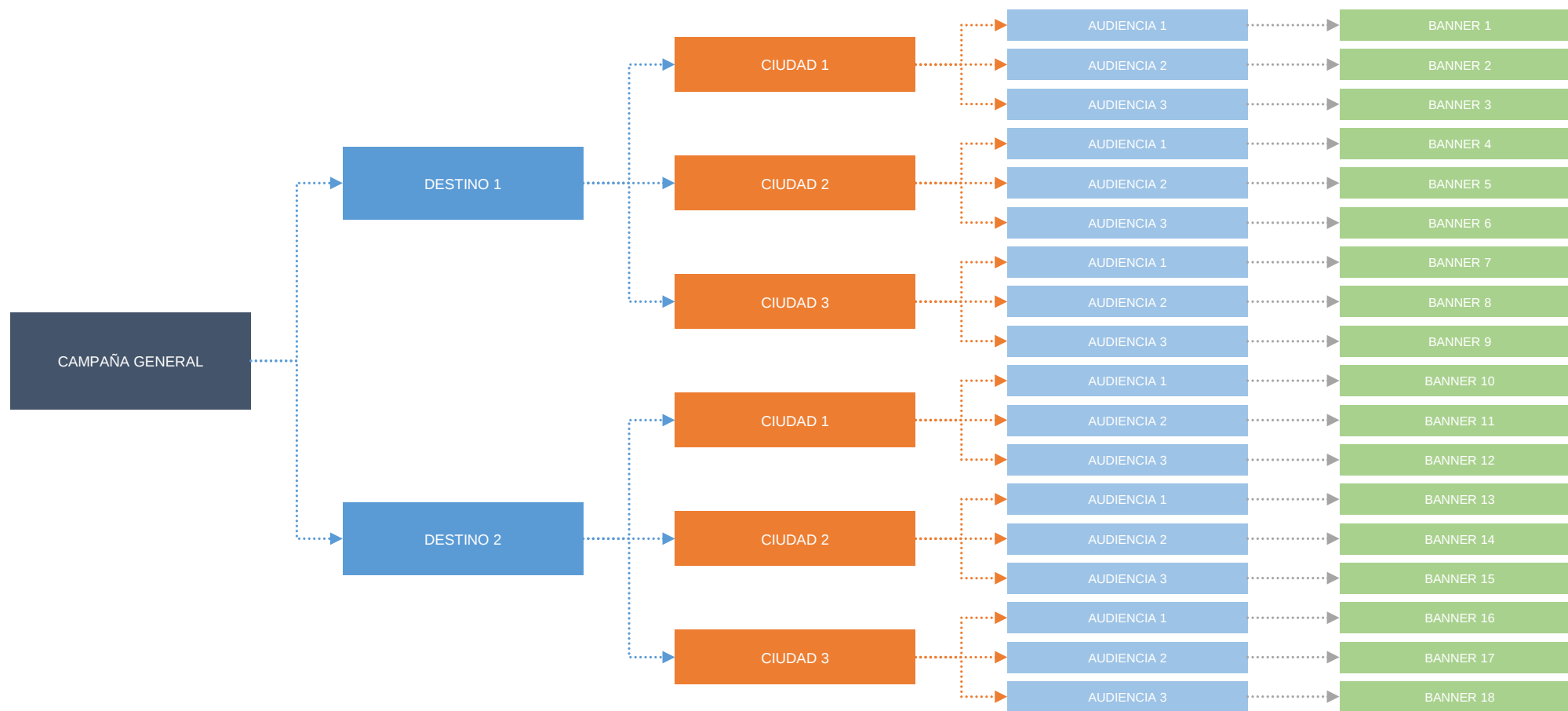
Fotografías de la Memoria



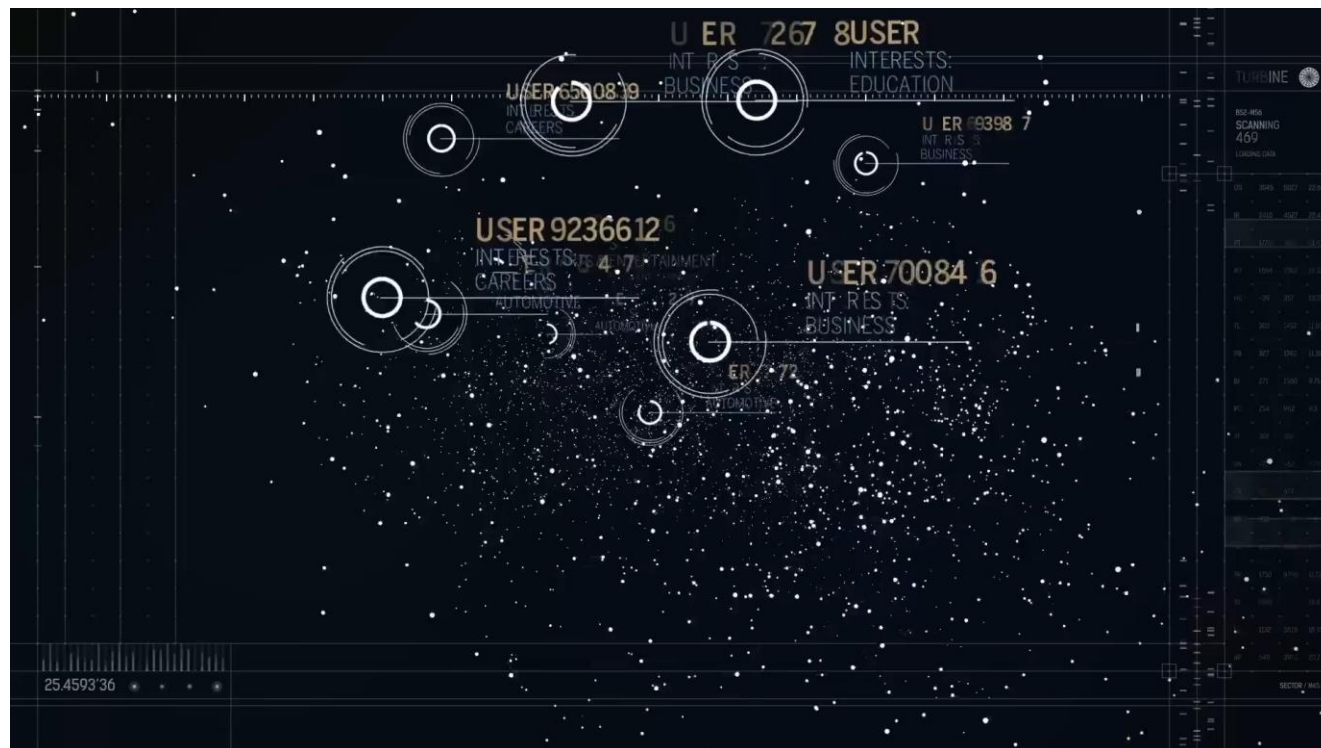
Paracaídas

¿Cómo comunicamos ahora?

¿Cómo comunicar 200 destinos
turísticos en forma simultanea?



COMPRA PROGRAMÁTICA

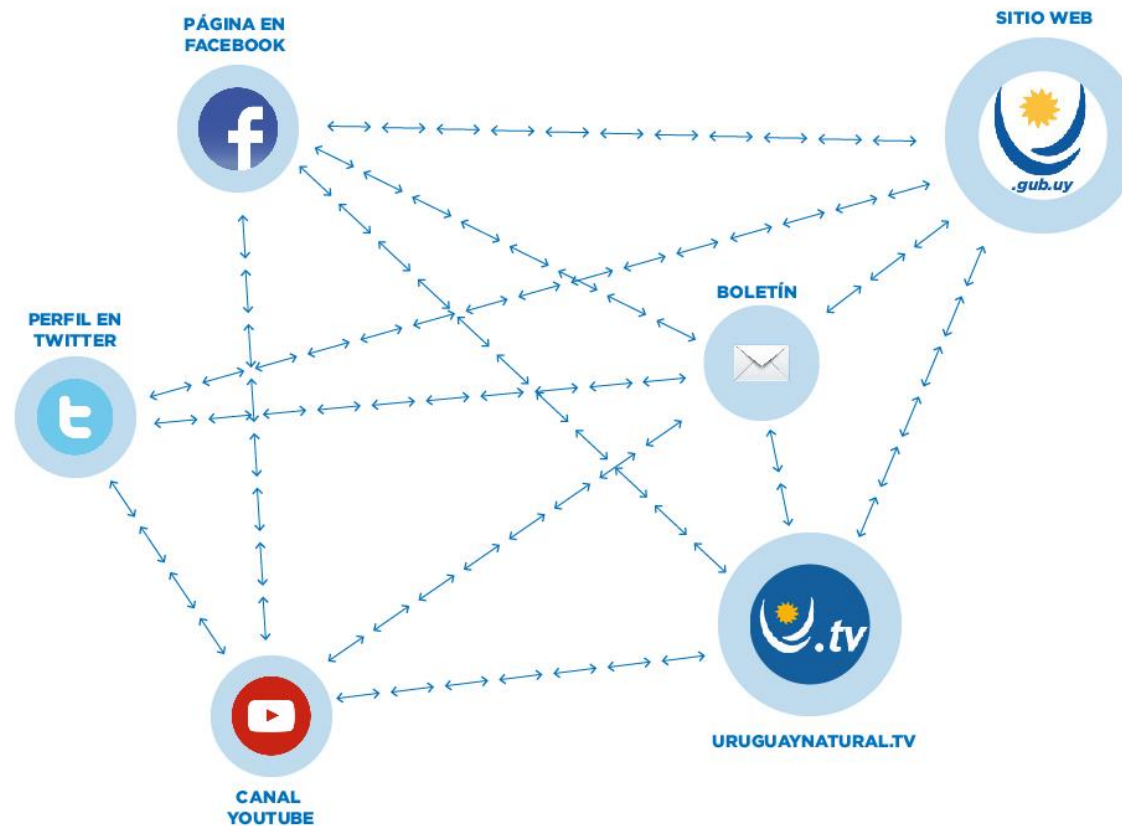


ADSERVER

- Software para **servir publicidad** de forma centralizada.
- Permite unificar en la **misma plataforma** toda la actividad de las campañas digitales y de esta forma tomar decisiones viendo el conjunto de las acciones.
- Posibilidad de implementar campañas con creatividades y **formatos no tradicionales**.

- Tecnología independiente que funciona como **auditor externo** del control de impresiones e interacciones con los anuncios publicitarios de la campaña (clics, reproducciones de video, etc.).
- La capacidad tecnológica del adserver nos permite tener un estricto control sobre tráfico fraudulento asociado a bots o botnets, asegurando la veracidad de los contactos generados.

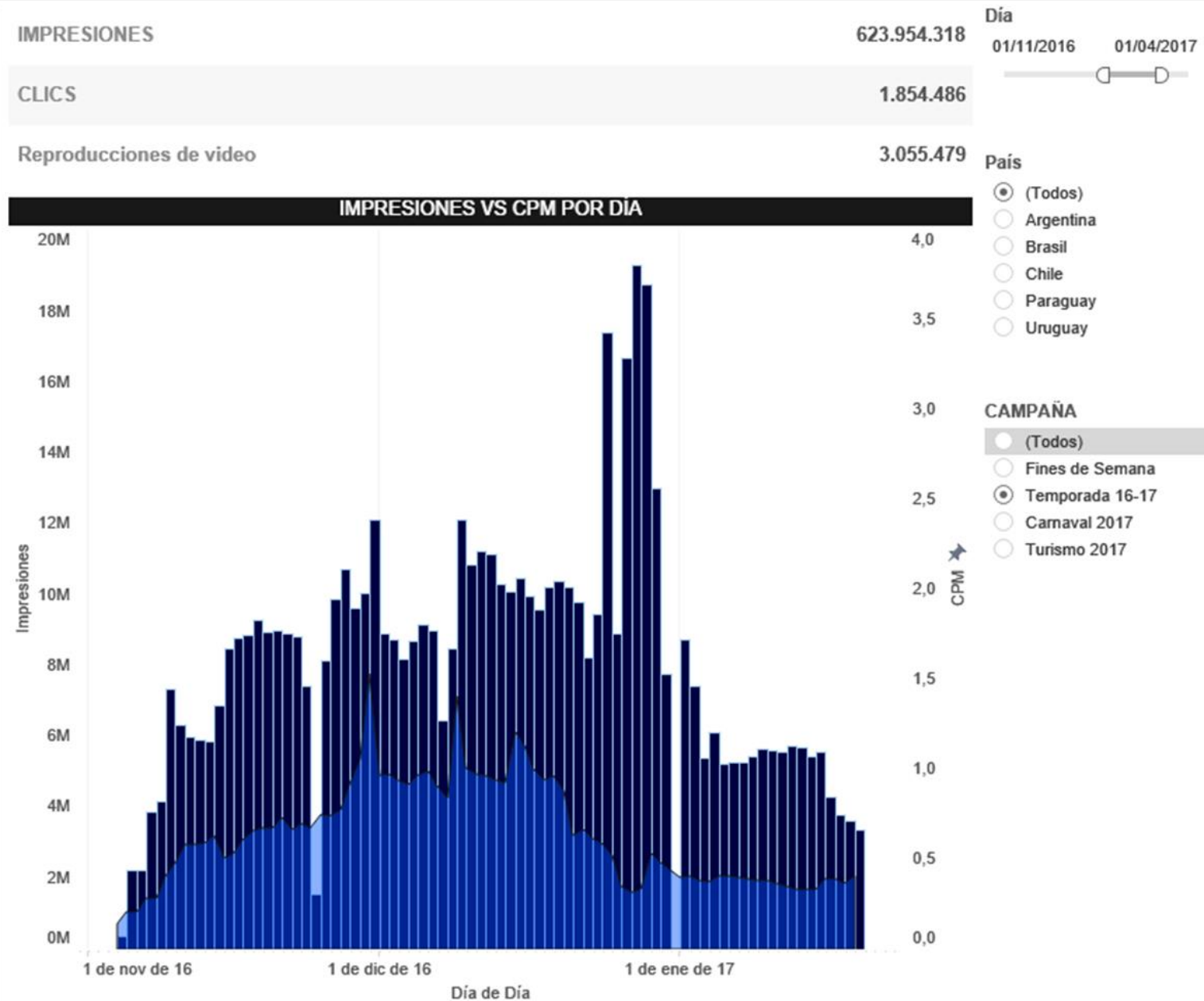
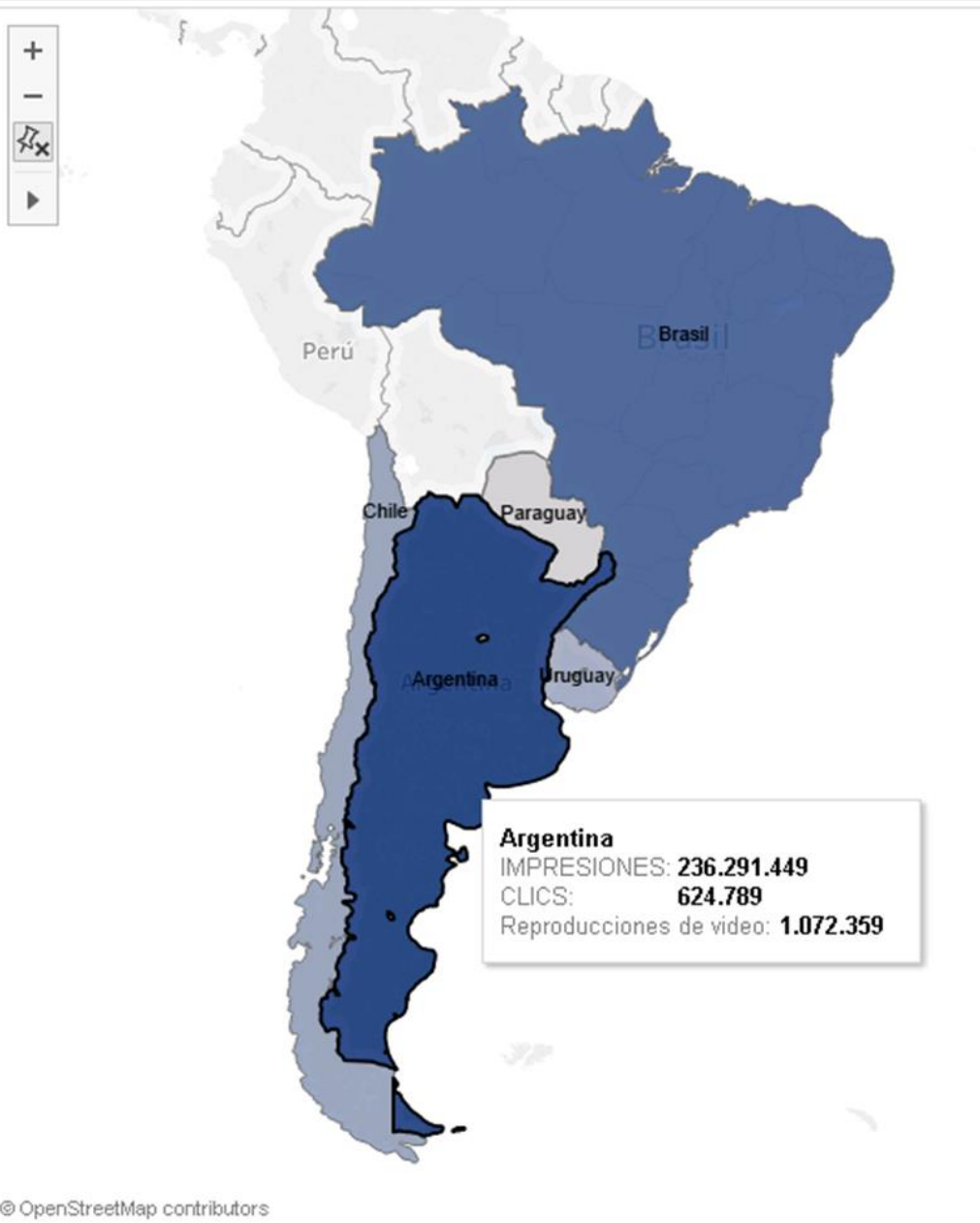
CANALES PROPIOS



La metodología de trabajo se centra en una interconexión de las diferentes plataformas y canales propios del Ministerio, logrando así que los mensajes fluyan naturalmente generando buen alcance y altos niveles de interacción.

Campaña Temporada 2016 - 2017

TOTAL CAMPAÑA TEMPORADA



INVERSIÓN

SITE (grupo) 2	IMPRESIONES	CLICS	CPC	CPM
Programmatic	121.972.236	182.250	\$ 0,20	0,3
Facebook	97.019.189	165.624	\$ 0,19	0,3
Programmatic Video	1.934.021	28.955	\$ 0,37	5,5
Linkedin	1.416.561	9.493	\$ 2,31	15,5
Blis	848.244	4.010	\$ 0,99	4,7
Teads	146.776	1.476	\$ 1,43	14,4
LR21	53.116	92	\$ 0,46	0,8
Spotify	222	0		19,5
El Pais	10	1	\$ 0,07	7,0
Total general	223.390.375	391.901	\$ 0,27	0,5

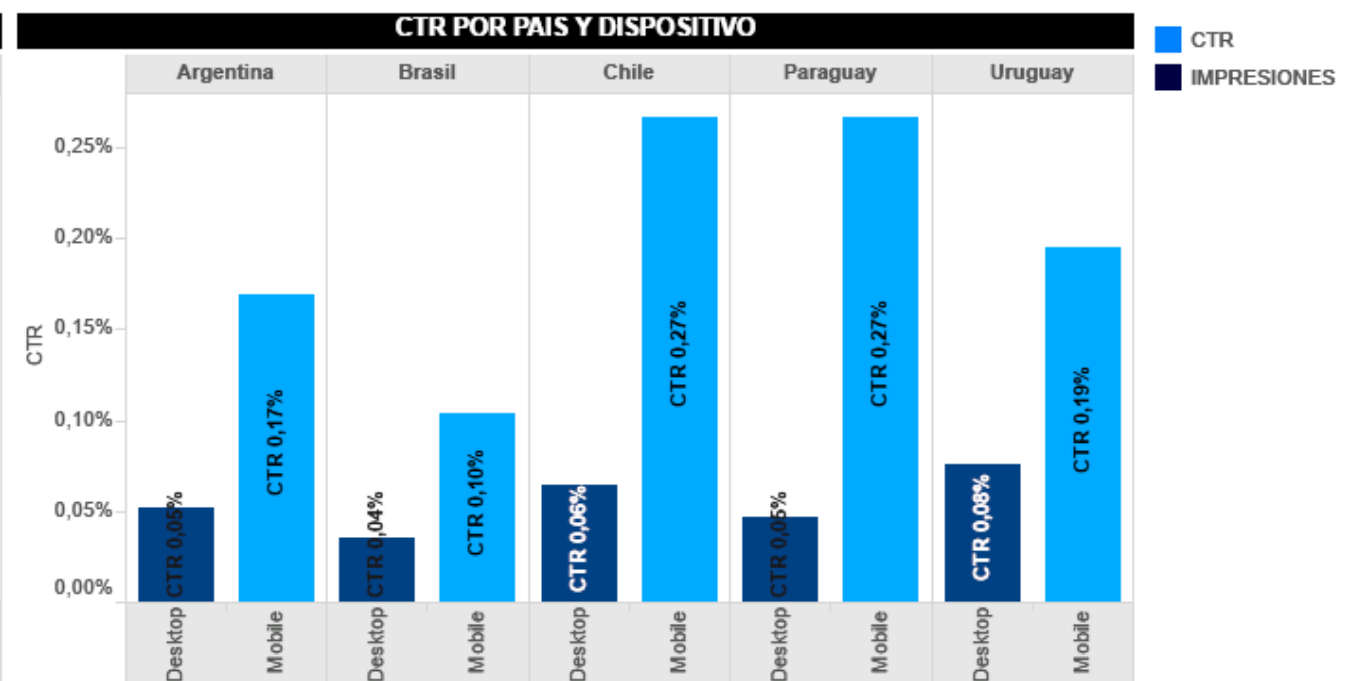
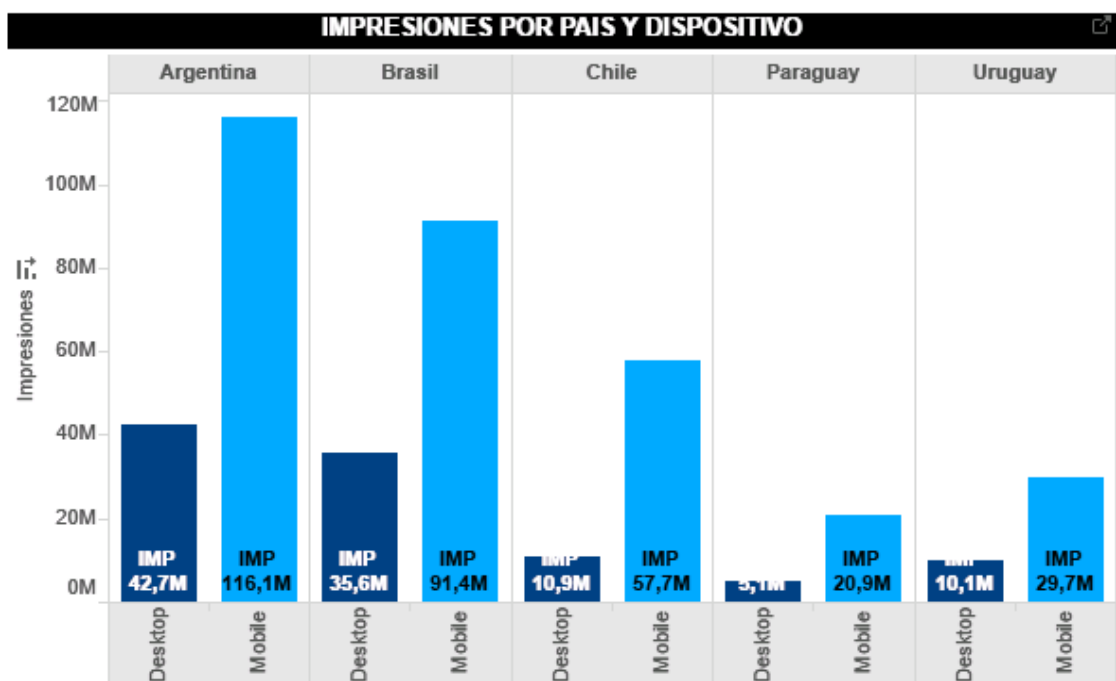
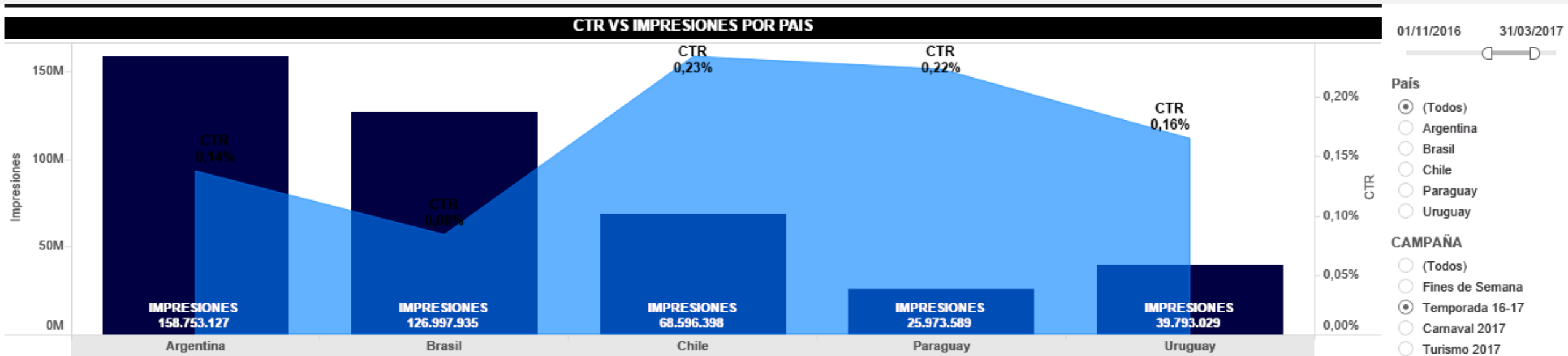
Día
23/12/2016 17/07/2017

País
☒ (Todos)
☐ Argentina
☐ Brasil
☐ Chile
☐ Paraguay
☐ Uruguay

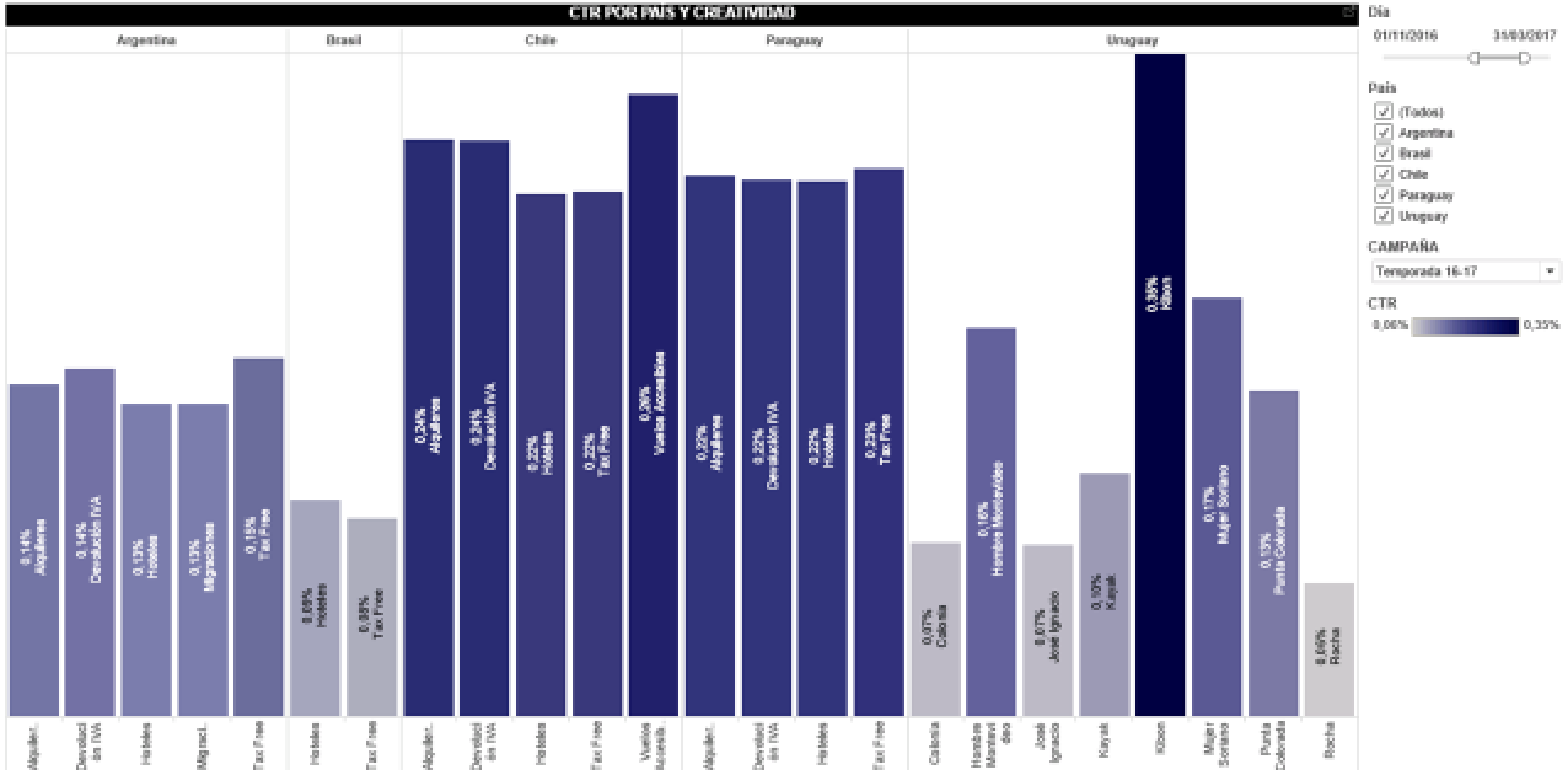


CAMPAÑA
☐ (Todos)
☐ Fines de Semana
☒ Temporada 16-17
☐ Carnaval 2017
☐ Turismo 2017
☐ Vacaciones de Julio 2017

TOTAL CAMPAÑA – Impresiones por País

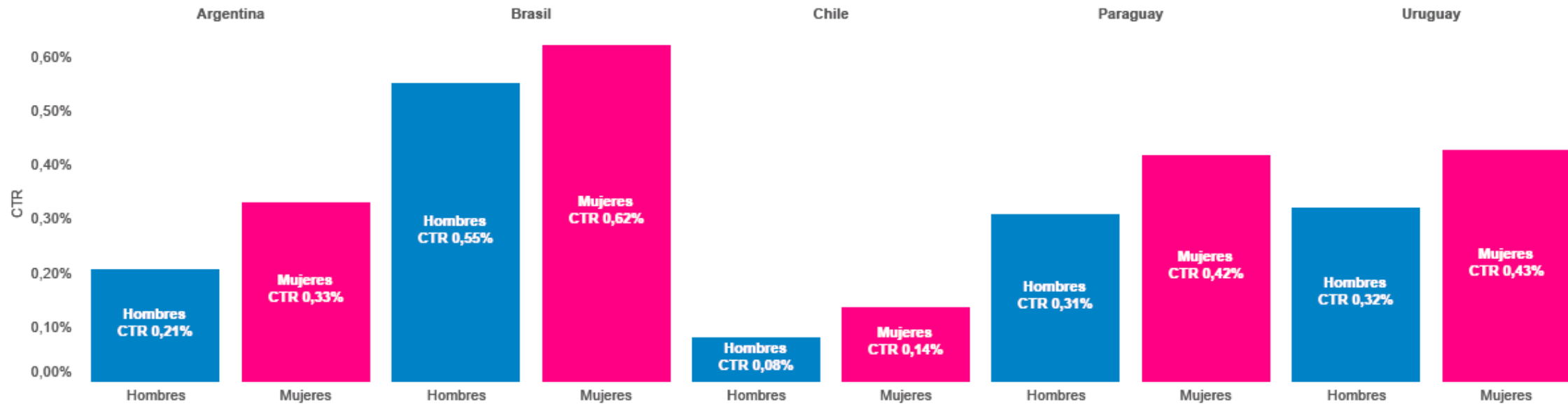


CTR POR País y por Creatividad



FACEBOOK

CTR SEGUN SEXO Y PAIS



País

- ☒ (Todos)
- ☒ Argentina
- ☒ Brasil
- ☒ Chile
- ☒ Paraguay
- ☒ Uruguay

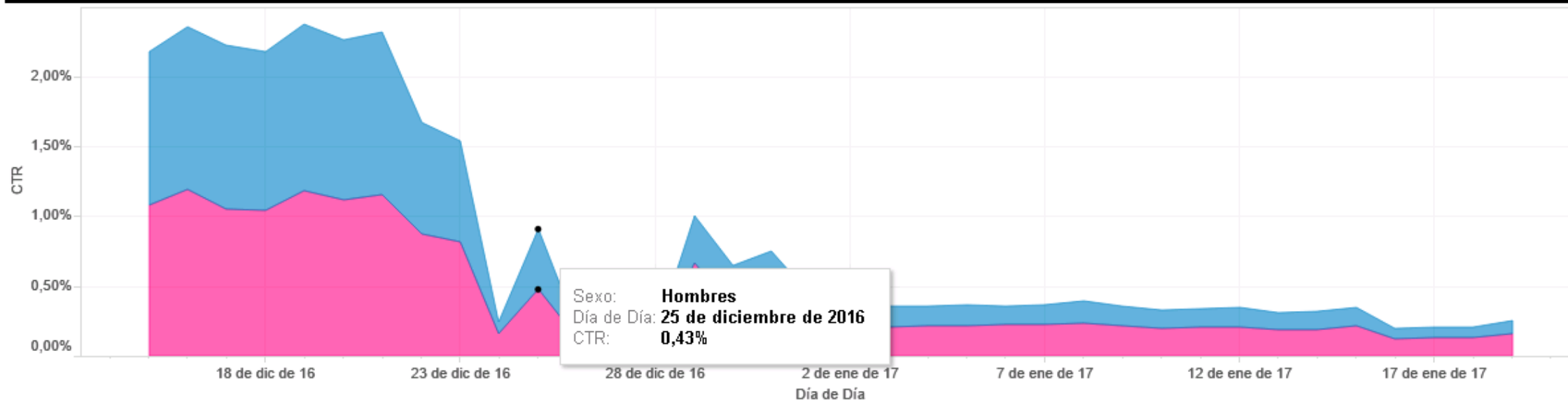
CAMPAÑA

- ☐ (Todos)
- ☐ Fines de Semana
- ☒ Temporada 16-17
- ☐ Carnaval 2017
- ☐ Turismo 2017
- ☐ Vacaciones de Julio 2...

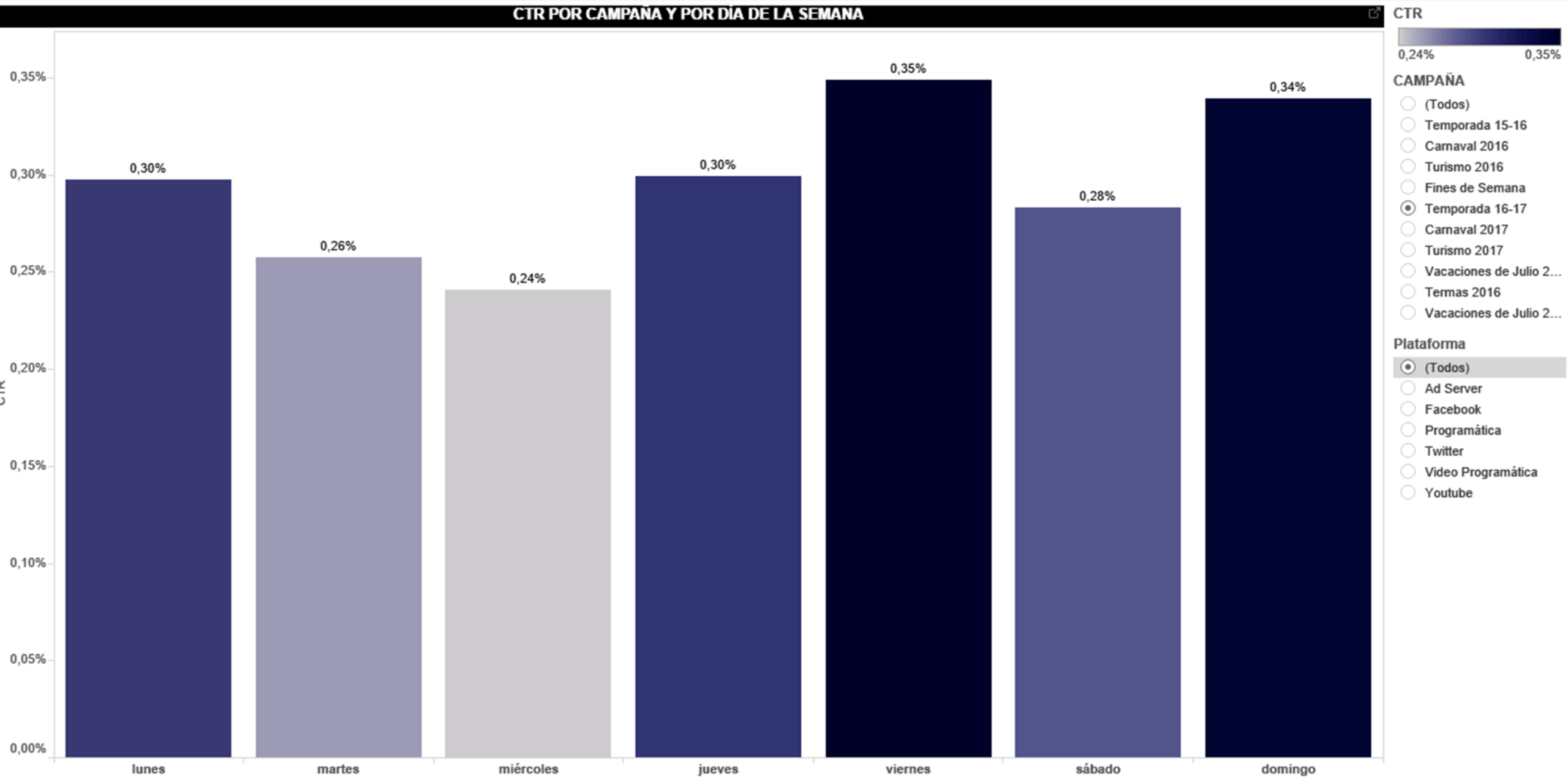
País

- ☒ (Todos)
- ☒ Argentina
- ☒ Brasil
- ☒ Chile
- ☒ Paraguay
- ☒ Uruguay

CTR POR SEXO



CTR POR DÍA DE LA SEMANA



Visualizaciones en medios

2016 – 2017 todos los mercados (noviembre 2016 – abril 2017)



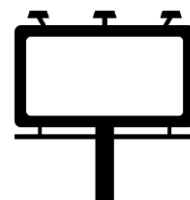
+444 millones



+14 millones



+68 millones



+198 millones



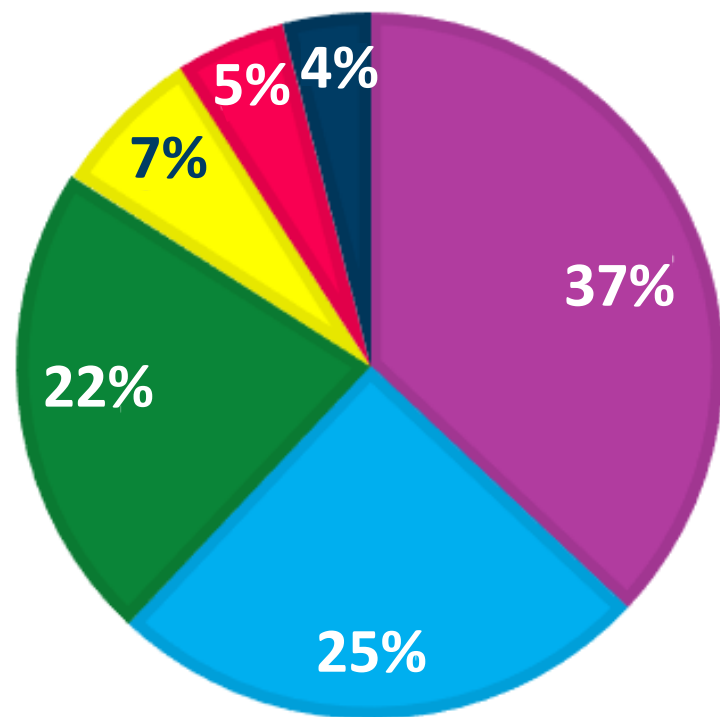
+2.1 millones



+1.096 millones

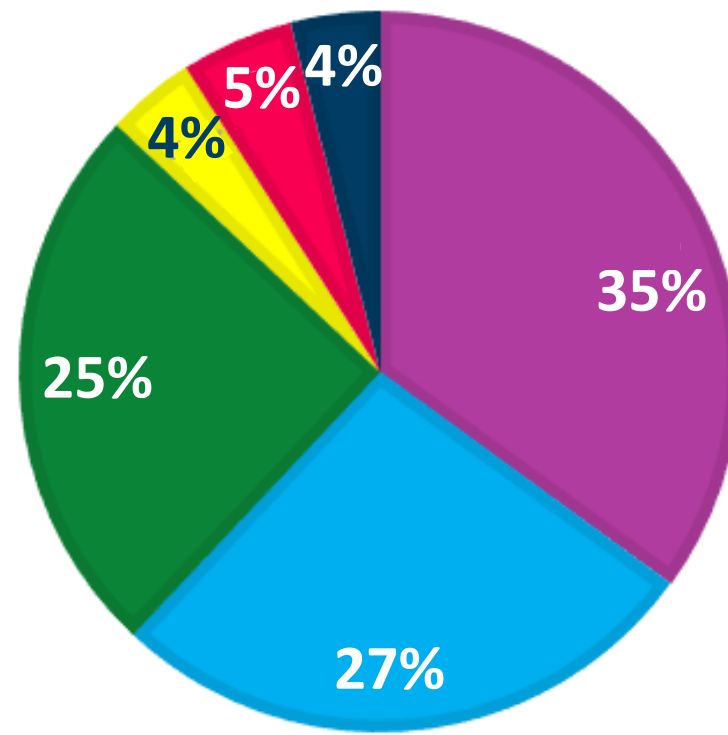
Distribución de la inversión por Mercado

2015/2016 vs 2016/2017



2015/2016

Los cambios en la distribución de la inversión:
comunicación.



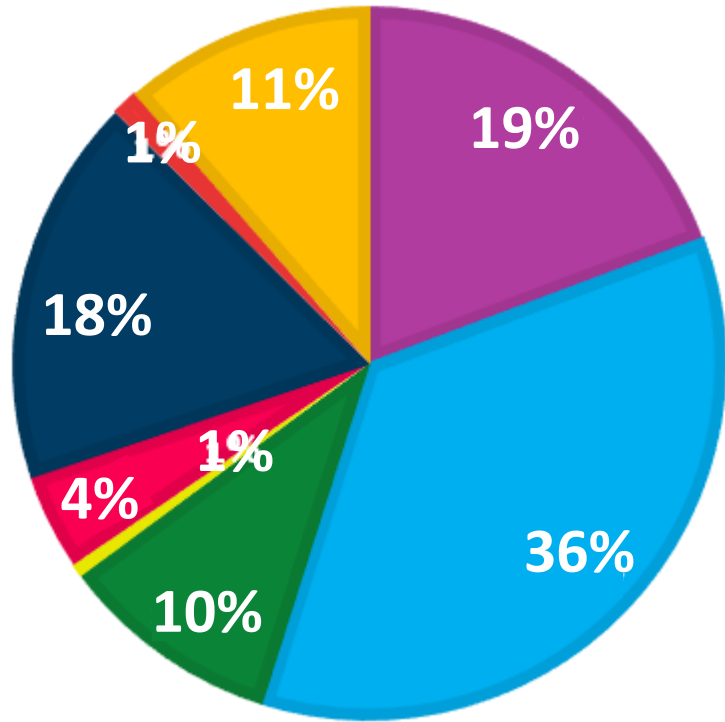
2016/2017

nuevos objetivos de

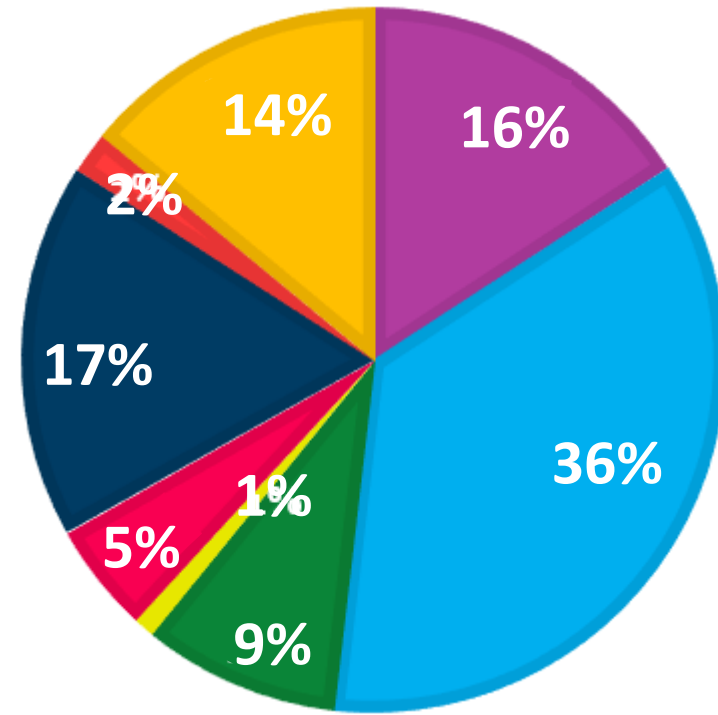
- Uruguay
- Argentina
- Brasil
- Chile
- Paraguay
- Latam

Distribución de la inversión por Medio

2015/2016 vs 2016/2017



2015/2016



2016/2017

- TV Abierta
- TV Cable
- Prensa
- Revistas Trade
- Radio
- Vía Pública
- Cine
- Digital

Digital crece un 25% la inversión (por encima de la media del mercado: 20%)

¿Se pueden beneficiar los destinos
pequeños
de esta mediamorfosis?

RIVERA (Festival de Enogastronomía):

Uruguay:

Pauta: Salto, Tacuarembó Rivera, Paysandú, Cerro Largo,

Durazno y Treinta y Tres.

Impresiones: 56.000

CPM: 0,98

Brasil:

Pauta: Uruguaiana, Pelotas, Bage, Sao Borja, Cachoeira del Sur, Alegrete, Santa María, San Gabriel.

Impresiones: 1.000.000

CPM: 0,29

Con la inversión realizada se lograron más de 1.050.000 contactos.



TERMAS:

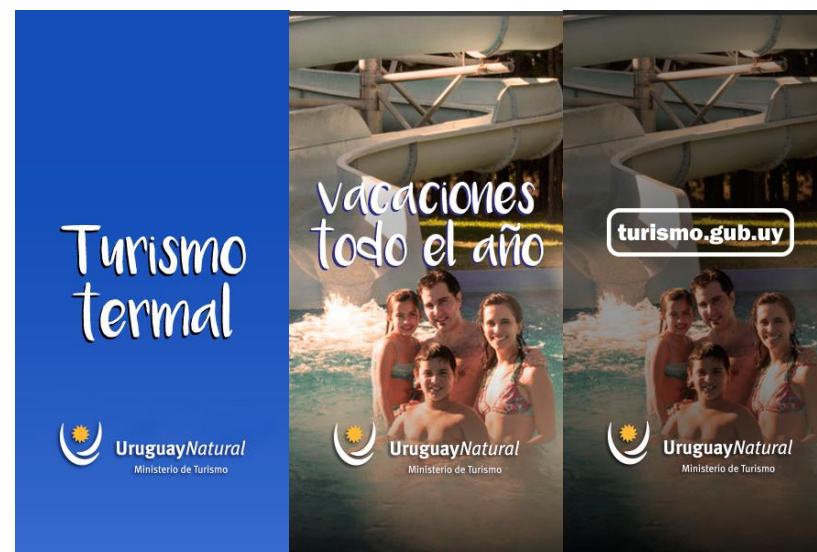
Hombres y mujeres, mayores de **18 años**

Uruguay:

Pauta: Abierta a todo el país

Impresiones: 2.716.895

CPM: 0,14 programática // Facebook CPC: 0,04



Argentina:

Pauta: se trabaja en todo el territorio pero se hace foco en Capital Federal, Buenos Aires, Entre Ríos, Corrientes, Santa Fe, Córdoba

Impresiones: 6.350.269

CPM: 0,20 programática // Facebook CPC: 0,2

Con la inversión reducida se lograron más de 9.000.000 de contactos en audiencias segmentadas y priorizadas

CORREDOR DE LOS PÁJAROS PINTADOS:

+ 246 mil personas alcanzadas

+ 300 me gusta

+ 80 veces compartido

 **Corredor Pájaros Pintados**
9 de agosto a las 10:43 · 🌐

Las vacaciones de primavera son el momento ideal para descubrir los secretos mejor guardados del Uruguay. Descubrí Aventura Náutica, descubrí el Corredor Pájaros Pintados. turismo.gub.uy/pajarospintados



GEOREFERENCIADO:

Pauta georeferenciada

en zonas específicas de Chile

+ 8 millones de impresiones (89% mobile)

+ 26 mil clicks

CTR total campaña: 0,30%

CTR Pico: 1,30%



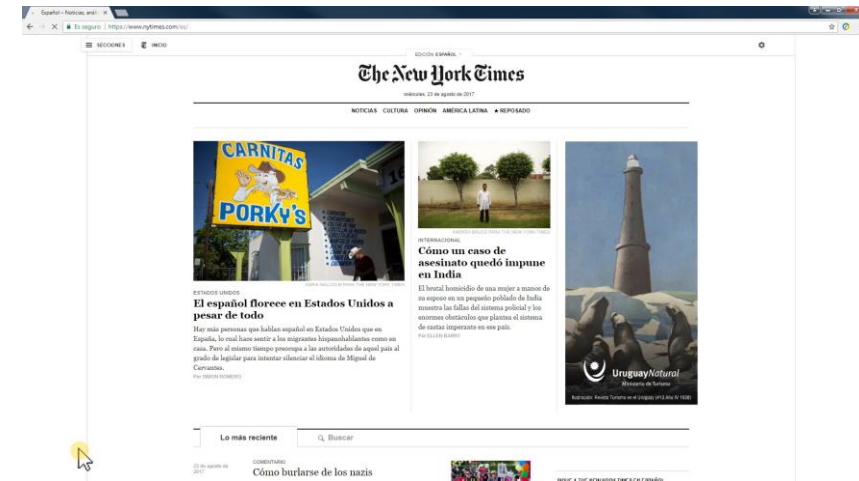
Noche de la nostalgia

Noche de la nostalgia

Facebook

Mercados: Uruguay y Argentina

En Facebook se lanzó la consigna de invitar a los distintos usuarios a proponer sus temas preferidos para la Nostalgia; a medida que llegaban sus respuestas se iban incluyendo en la Playlist de Spotify de Uruguay Natural.



Noche de la nostalgia

Compra Programática

Mercados: Uruguay y Argentina

En display se corrieron distintas creatividades por mercado.

Resultados parciales de todas las plataformas

+ 4.7 millones de impresiones

CPM programática: UY USD 0,19 / AR USD 0,14



SPORT		+DEPORTES		RESULTADOS	DIRECTOS
Sevilla	2	Niza	0	Rijeka	0
Basaksehir	2	Nápoles	2	Olympiacos	1
Finalizado		Finalizado		Finalizado	
Maribor	1	H. Beer Sheva	0		
Finalizado		Finalizado			

Blogs del Sport.es

An advertisement for LBDC (La Bolsa del Corredor) featuring a close-up of a person's arm and shoulder. Text: "El peor calambre muscular jamás visto".

An advertisement for UruguayNatural featuring a lighthouse and the text "SALÍ A BUSCAR NUEVOS RECUERDOS CONOCÉ MÁS AQUÍ".

An advertisement for Triatletas en Red featuring a triathlete celebrating. Text: "El 2018 de Gómez Noya pasaría por Hawaii, pero sin repunión a Tokyo".

Noche de la nostalgia

Spotify

Mercados: Uruguay y Argentina

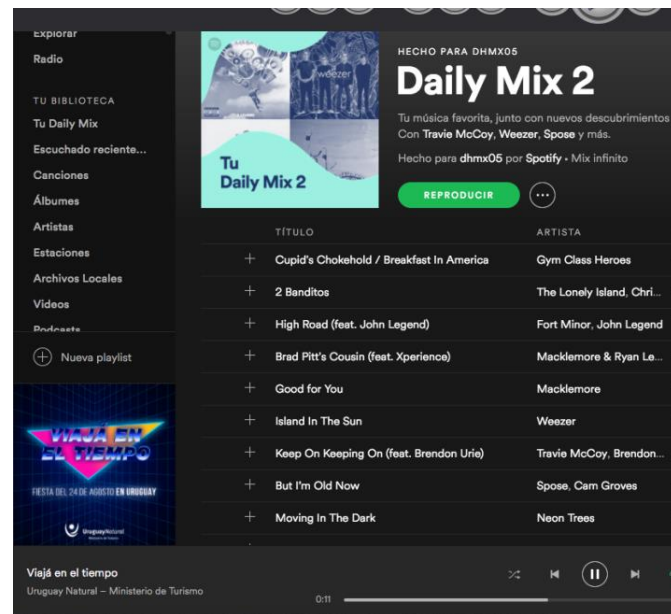
En Spotify se promocionó la Noche de

La Nostalgia y la playlist de Uruguay

Natural mediante formatos

display. En Argentina se utilizó

Además un audio.



Turismo Social

Del 10 al 12 de agosto

ARTIGAS y BELLA UNIÓN

Salida desde: Canelones - Florida - Durazno

Programa Adulto Mayor

\$ 5.685

POR PERSONA - BASE DOBLE

INCLUYE

- Hotel: San Eugenio
- 2 noches alojamiento
- 2 desayunos + 3 comidas
- City Tour por Artigas y Bella Unión
- Ingreso a Canteras de Piedras
- Traslados incluidos

TURISMO SOCIAL

Ministerio de Turismo

☎ Atlantitours: 4372 3060
Ciudad de Florida: 4352 2719
Lucian: 4362 4388

☎ (02) 1885 108 / 135 / 142
f TurismoSocialUruguay

SEGÚN INGRESOS CONSULTE TARIFA



FINANCIACIÓN EN 6 CUOTAS



19 y 20 de agosto

PIRIÁPOLIS

Salida desde: Paysandú - Young

\$ 3.990

POR PERSONA - BASE DOBLE

INCLUYE

- Hotel: Argentino
- 1 noche de alojamiento
- Cena, baile, desayuno y almuerzo
- City Tour por Piriápolis
- Traslados incluidos

TURISMO SOCIAL

Ministerio de Turismo

☎ Sabemar: 4722 4366
Vittori: 4567 2535

☎ (02) 1885 108 / 135 / 142
f TurismoSocialUruguay

SEGÚN INGRESOS CONSULTE TARIFA



FINANCIACIÓN EN 6 CUOTAS



Cápsulas en cines Uruguay y señales cables regionales

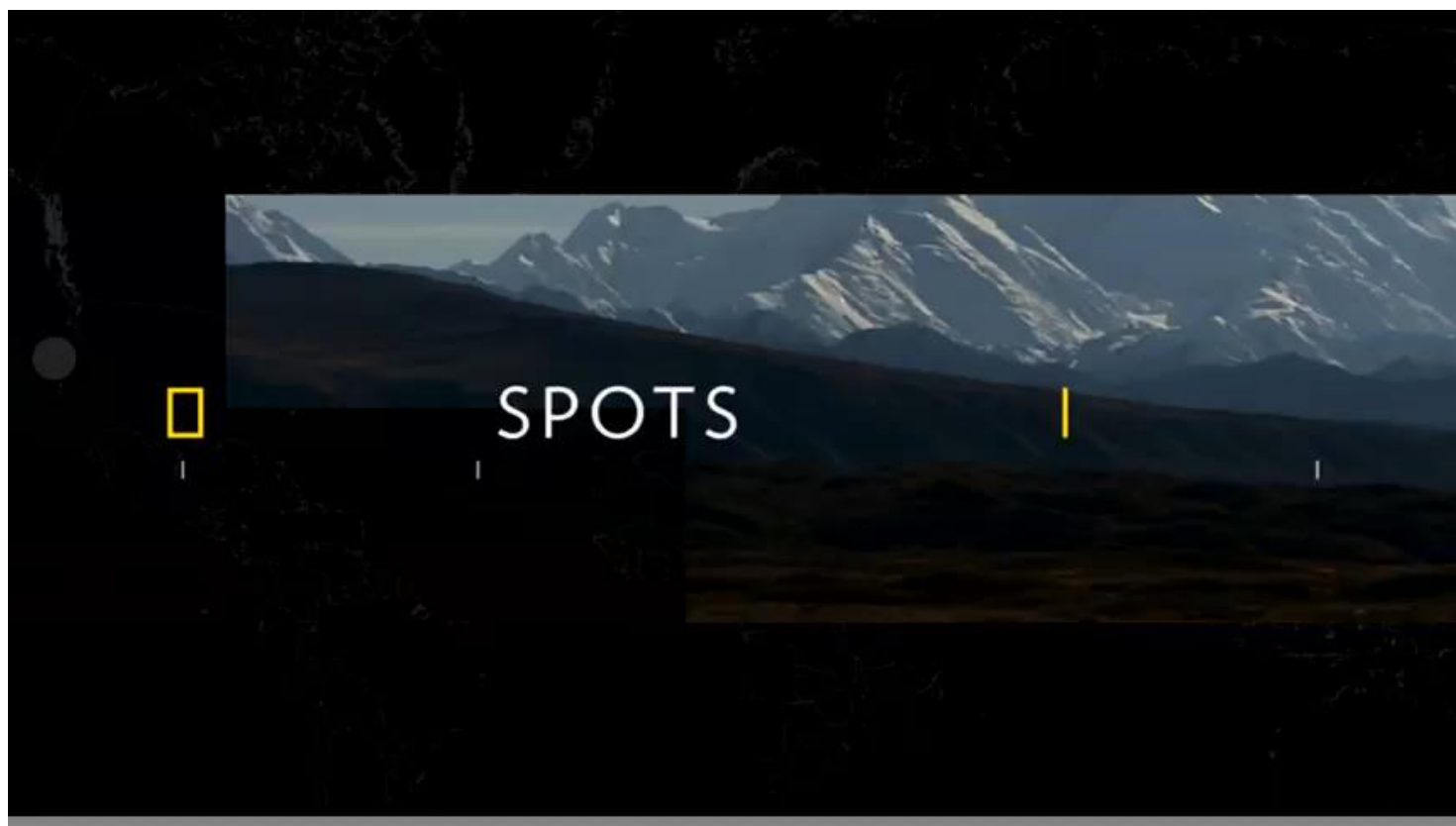
LA CUMPARSITA



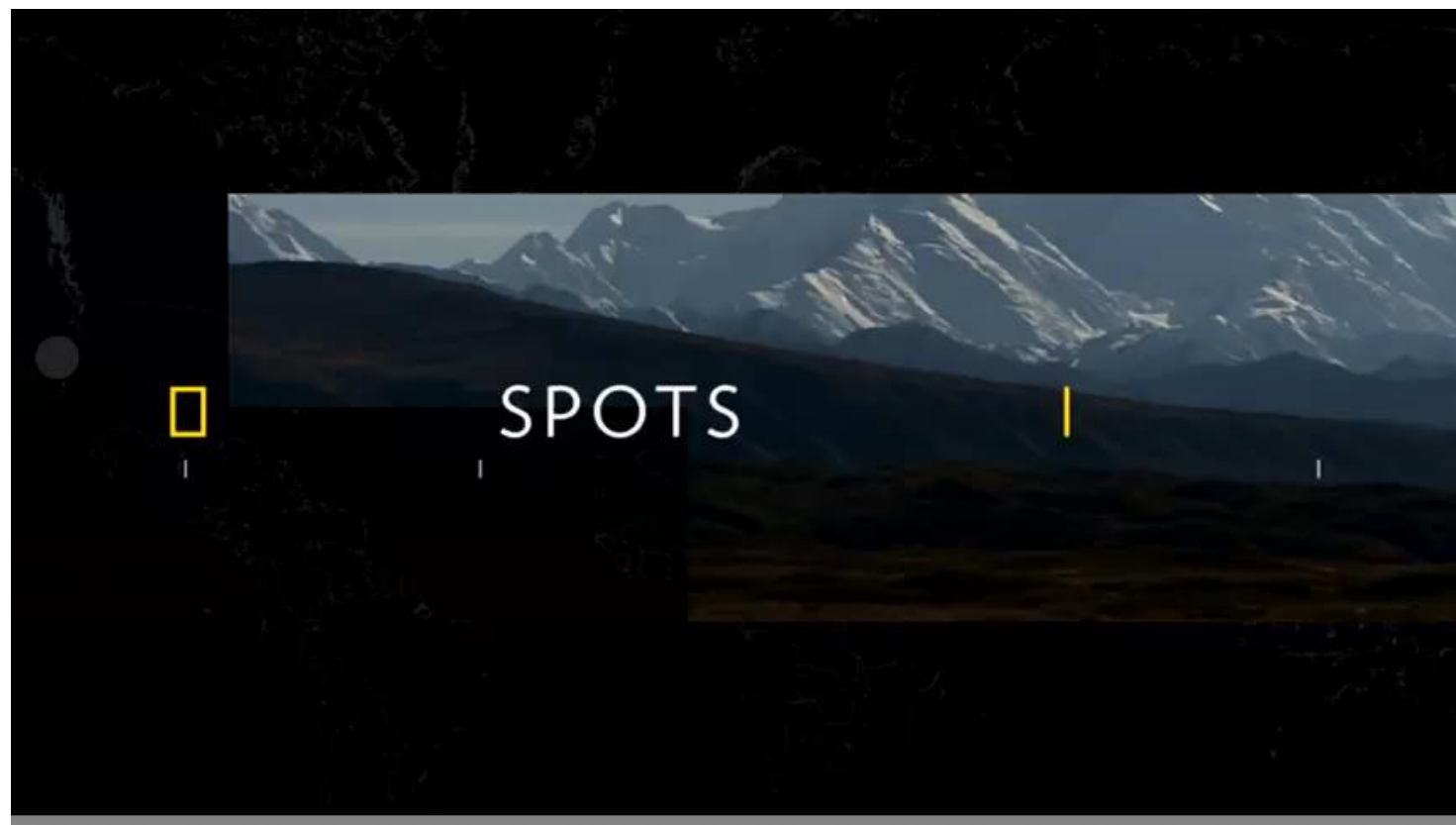
DIESTE



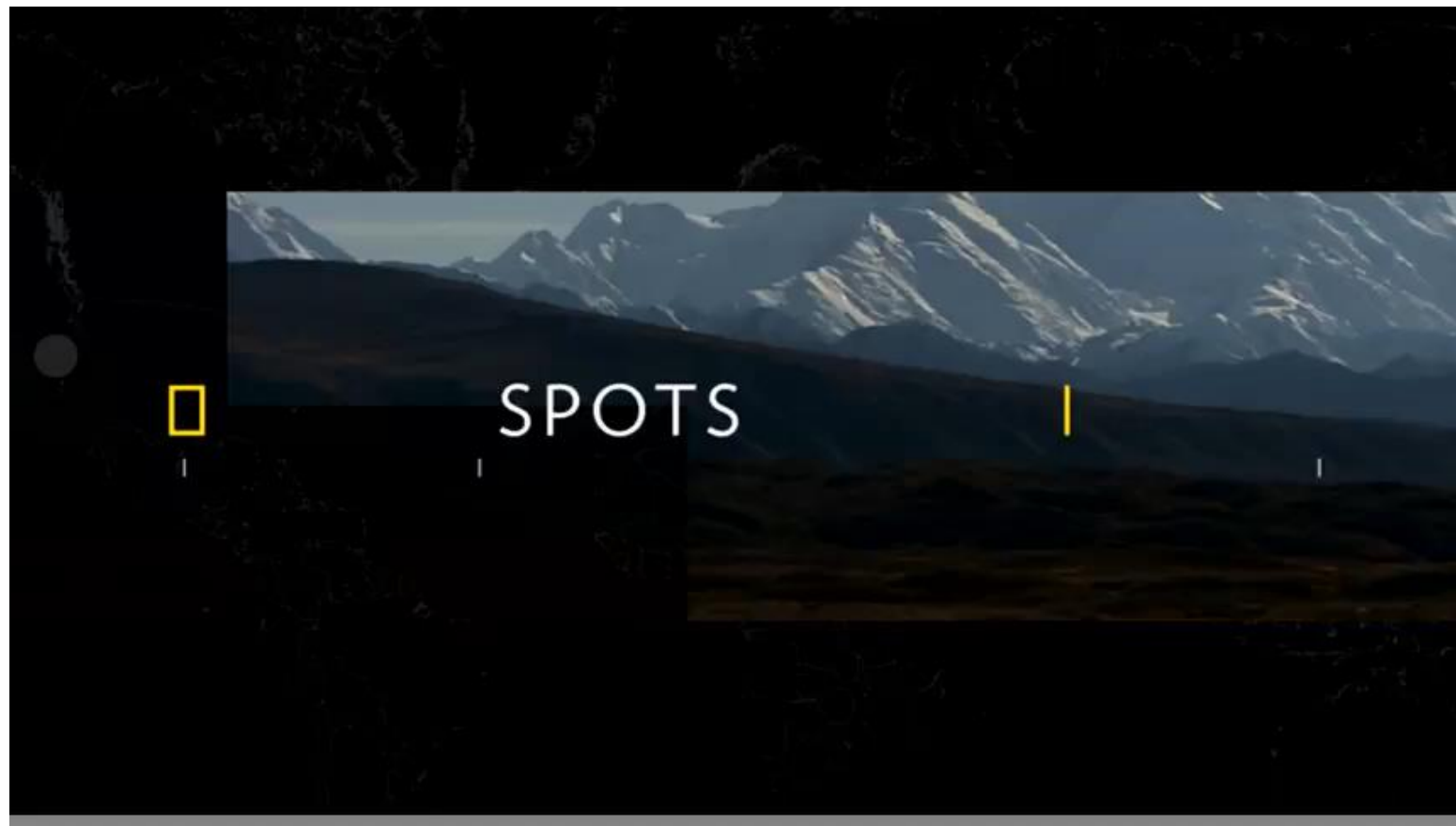
LA RUTA DE LOS FAROS



ESTUDIAR Y VIVIR EN URUGUAY



GASTRONOMÍA





Uruguay*Natural*

