

ASUNTO: INFORME DE CAMPAÑA

A QUIEN CORRESPONDA

SECRETARÍA DE SALUD DEL ESTADO DE PUEBLA

P R E S E N T E.

El que suscribe Lic. Oswaldo Alfonso Álvarez, Director de Marketing & Social Media Manager en Estratégica Global, por medio del presente le envió un cordial saludo y en el mismo sentido aprovecho para manifestarle lo siguiente:

Sirva el particular para remitir de acuerdo a la promoción realizada en la campaña “**Prevención y Promoción de una Vida Libre de Violencia y la Resolución Pacífica de Conflictos**” el informe detallado comprendido del 13 de noviembre al 13 de diciembre de la presente anualidad realizada mediante **ADS de Facebook** con una estrategia de promoción diaria en zonas específicas, además para la completa comprensión del presente informe se anexa un glosario a continuación:

GLOSARIO

Alcance: *Número de personas que vieron tus anuncios al menos una vez. El alcance es diferente de las impresiones, que pueden incluir varias visualizaciones de los anuncios por parte de las mismas personas.*

Impresiones: *Número de veces que tus anuncios aparecieron en la pantalla.*

Clics en el enlace: *Número de clics en los enlaces del anuncio que dirigieron a destinos especificados por el anunciante tanto dentro como fuera de Facebook.*

Objetivo: *Se denomina el fin al que se desea llegar o la meta que se pretende lograr.*

Edad: *Rango de las edades agrupadas según el algoritmo de Facebook.*

Sexo: *Condición orgánica que distingue a los hombres de las mujeres.*

Lugar: *Posición geográfica donde se llevó a cabo la promoción.*

Hora: *Horario del día en que se fueron registrando las actividades de los usuarios.*

- a) En el presente inciso se muestra el **alcance** de audiencia obtenido total de dicha campaña logrando un alcance de 111,806 usuarios, tal y como se muestra a continuación con un esquema de alcance diario.



- b) En el mismo periodo de tiempo se lograron alcanzar hasta 226,270 **impresiones** a las publicaciones promocionadas tal y como se muestra a continuación, desglosando la gráfica por día y número de impresiones.



- c) Con la campaña actual se lograron alcanzar un total 728 clics e interacciones con las publicaciones de la promoción realizada, se muestra a continuación.



- d) Derivado de los clics, se muestra a continuación los tipos y números de interacciones que se tuvieron, como son mensajes o me gusta de la página promocionada, dividiendo los alcances por las categorías de mensajes y me gustas.



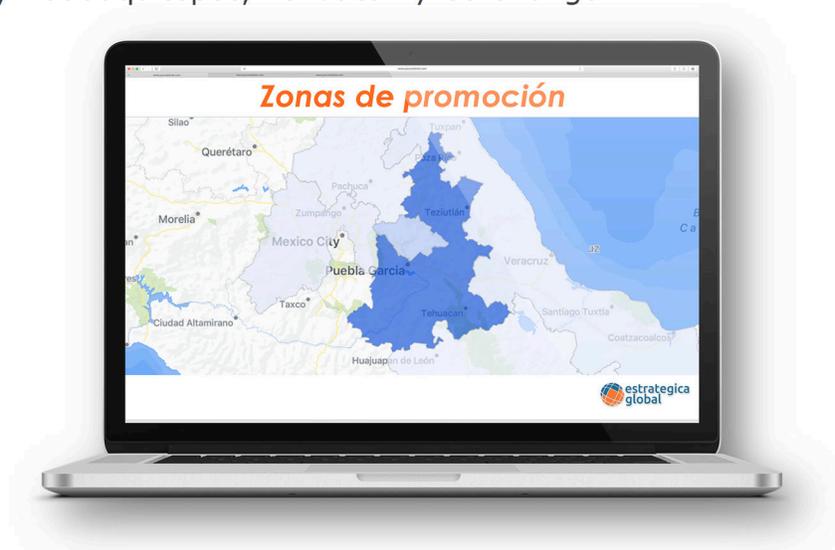
Interacciones de los clics

Objetivo	Resultados	Alcance
Mensajes 33 Campañas	155 Conversaciones con mensajes iniciadas	87,742
Me gusta de la página 4 Campañas	796 Me gusta de la página	28,943

- e) Cómo la presente campaña se orientó a un público de usuarias mujeres se omitió la división de sexo, puesto que esta por parte de los hombres fue de 0% y se puso énfasis en los rangos de edades con para saber y tener conocimiento de cuál era el rango con mayor actividad y el rango con menor actividad tal y como se muestra a continuación alcanzando un número total de 67,598 mujeres.



- f) Tal y como se acordó en los lineamientos de nuestro contrato de prestación de servicios, con la Secretaria de Salud del Estado de Puebla, se promocionó la campaña en los municipios de Puebla de Zaragoza, Zacatlán, San Martín Texmelucan, Zacapoaxtla, Tlatlauquitepec, Tehuacán y Coronango.

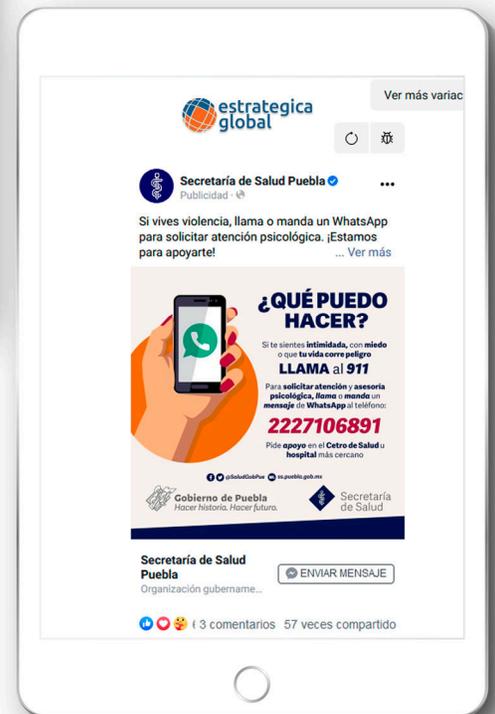


Si bien es cierto que nuestras estadísticas se muestran de manera general, se difunden en los municipios antes mencionados, ya que, si lo hacemos de forma dividida para cada municipio, el algoritmo de Facebook además de tardar más en autorizar nuestras promociones el alcance e impresiones se ve afectado pues se divide la audiencia.

- g) Como se pudo observar durante la campaña de difusión se comparte la información respecto de los horarios con mayor y menor actividad de la audiencia alcanzada, con la finalidad de conocer a futuro los momentos oportunos al momento de publicitar.



ANEXO EVIDENCIA DE CAMPAÑA





Sin otro asunto en particular que tratar, agradeciendo de antemano la atención brindada al presente, entregamos los datos estadísticos para los fines a los que tenga lugar dentro de la Secretaría de Salud del Estado de Puebla, quedo a sus órdenes.



ATENTAMENTE

**OSWALDO ALFONSO ÁLVAREZ
MARKETING & SOCIAL MEDIA MANAGER
ESTRATÉGICA GLOBAL**

C.c.p. Archivo