

HIDALGO MÁGICO

Comenta, cuánto te gusta
compartir lugares así

TURISMO CULTURAL

ACUEDUCTO DEL PADRE TEMBLEQUE



hidalgo.travel

Derivado de la estrategia de gobierno para apuntalar y reposicionar la marca turística Hidalgo como un destino atractivo para los jóvenes “millennials”, en 2017 y después de mucho tiempo con poca presencia mediática, se rediseña la Marca y se crea un nuevo concepto de comunicación “Hidalgo Mágico”. El objetivo de esta nueva estrategia es; posicionar al estado de Hidalgo como la mejor opción para

hacer turismo alternativo, ya que ofrece experiencias poco conocidas, en entornos mágicos, muy cerca de la CDMX y Área Metropolitana.

La inspiración para esta marca nació de los sabores únicos de cada platillo tradicional, de la adrenalina que se vive en las montañas, de los colores del tenango y sobre todo del encanto de lugares como Huasca de Ocampo, donde cada día los duendes juegan con los visitantes y les brindan protección durante su estancia.

El nuevo símbolo turístico del estado está precisamente inspirado en el tenango, una prenda típica de la región que refleja la cosmovisión ancestral de indígenas de la región Otomí-Tepehua a través de la mezcla de colores, elementos de la naturaleza y el fruto del imaginario colectivo de los artistas tepehuas que dedican su vida en crear verdaderas obras de artes que son plasmadas en manta.

De esta manera, es como se creó el nuevo símbolo que está conformado por tres seres fantásticos en espiral que representan el agua, la tierra y el aire. Así, forman con su trayectoria un remolino que crea un túnel, a través del cual, los viajeros consiguen adentrarse a lo profundo y desconocido de las maravillas hidalguenses para experimentar esa sensación de emoción y adrenalina que se repite cuando se encuentran con ese “algo mágico” que nunca antes habían visto.

El nuevo concepto de campaña fue promovido en medios digitales como Facebook, Instagram, YouTube, Google y por influencers con alta afinidad y penetración en el grupo objetivo, en medios tradicionales los vehículos fueron radio, t.v. de paga y exteriores. En todas las acciones de comunicación contamos con la participación de

diversos socios comerciales; BestDay, ADO y El Consejo de Promoción Turística de México; sumaron esfuerzos en beneficio de la marca y el Estado con campañas en CDMX, Querétaro, Puebla, Tlaxcala y Veracruz.

En 2018, mantenemos nuestro concepto Hidalgo Mágico con nuevas versiones en medios digitales y tradicionales que impactarán nuevamente de forma efectiva al grupo objetivo, reforzando la estrategia definida en los mercados de CDMX y Área Metropolitana, principales mercados emisores de turismo del país y a una muy corta distancia del Estado.

