

Informe de redes

Ingeniería de Muestra 2017



Resumen

La difusión de Ingeniería de Muestra 2017 tuvo una fuerte presencia en redes, concentrándose en el evento creado a través del perfil de Facebook de la Facultad de Ingeniería y administrado conjuntamente por Fing y FJR. Como complemento, también se utilizaron los perfiles de la Fundación Ricaldoni en Facebook y Twitter. Se apostó a la viralización de los contenidos a través de los seguidores, porque por cuarto año consecutivo no se realizó una campaña paga.

La actividad en las redes analizada en este informe incluye el período previo a la realización del evento, durante el desarrollo del mismo y días posteriores. La difusión comenzó 20 días antes del inicio de la exposición, con el cambio de las imágenes de perfil.

La primera parte de la campaña estuvo enfocada en transmitir información general sobre la muestra (fechas, actividades, referencia al centenario del nacimiento del ingeniero Eladio Dieste, hecho que dio nombre a la muestra), así como en recordar imágenes y videos de IdM2016.

En la semana previa de IdM2017, se realizaron sorteos con el objetivo de incentivar la participación en el evento y se difundieron las primeras entrevistas de prensa que se efectuaron sobre el evento.

También se aprovechó el contexto en tres ocasiones para difundir la muestra: se hizo una publicación en ruso el día que Uruguay clasificó al mundial de fútbol de 2018 y se compartieron mensajes alusivos al día del ingeniero y al día de las niñas en las TIC.

Durante la semana de IdM, la etapa de la campaña que tuvo más *engagement*, se difundieron dos videos de 30 segundos sobre proyectos que se podrían conocer en la muestra (los videos fueron elaborados específicamente para ser difundidos en las redes YouTube, Facebook, Twitter y Whatsapp en ese período) . También se transmitió en tiempo real lo que estaba sucediendo (imágenes de armado de la muestra, actividades y espectáculos que se realizaron en el marco del evento). Al mismo tiempo, se fueron comunicando las repercusiones de la muestra en los medios de comunicación.

Finalmente se compartieron las imágenes de los ganadores de los distintos concursos y se viralizaron notas sobre IdM publicadas en los portales web de FING y FJR, entre otros contenidos.

Por segundo año consecutivo, el evento en Facebook fue gestionado en conjunto por el Área de Comunicación de la FING junto a la FJR. Contó con 840 asistí, lo que

equivale a un 55 % más que en 2016 (habían sido 380). Por su parte, el crecimiento de “Me Gusta” de la página de la Fundación Ricaldoni en Facebook fue de un 2 %.

Para la campaña en Twitter y en Facebook se resolvió utilizar el *hashtag* #IdM2017. Un *hashtag* o etiqueta sirve para unificar los mensajes referidos a una temática, de eso modo es posible medir cuántas personas publicaron información, imágenes o enlaces referidos a Ingeniería deMuestra. La etiqueta se incorporó a la campaña gráfica de la muestra para motivar que los usuarios lo conocieran.

El resultado es que del 24 de setiembre al 24 de octubre, se generaron 1239 interacciones en redes sociales con el *hashtag* de IdM (incluye Twitter, Instagram y Facebook), lo que supone un alcance potencial de 197.610 personas.



El *hashtag* #IdM207 tuvo un alcance potencial de 197.610 personas (incluye Twitter, Instagram y Facebook).

Por primera vez se incluyó Whatsapp en la estrategia de difusión de Ingeniería deMuestra. La difusión se realizó a través de los contactos de los integrantes del Comité Organizador, allegados y de los entrevistados en los videos promocionales. Cabe mencionar que el Área de Comunicación envió estos mensajes a los celulares de los periodistas especializados.

Se enviaron imágenes de los afiches (el oficial y el realizado en ruso) y los videos promocionales, así como también la gráfica de Mi Tesis y del Certamen de Puentes.

No tenemos forma de medir el alcance de estos mensajes ni a nivel cuantitativo ni cualitativo.

Facebook

La campaña en el evento de Facebook empezó el martes 3 de octubre y finalizó el sábado 21 de octubre. Lo que se hizo ese día fue cambiar los cabezales de Facebook y crear un evento en esta red social.

El evento de IdM2017 fue gestionado de forma coordinada entre Comunicación de FING y Comunicación FJR. Esta última institución estuvo a cargo de hacer las menciones acordadas de los anunciantes.

Este año se implementó un cambio en la estrategia con respecto a años anteriores, al acortar el período del evento y diversificar los contenidos entre las fanpages institucionales.

Evento de Facebook comparativa 2012-2017:

Año	Asistí	Interesados	Total
2012	475	225	700
2013	860	212	1072
2014	693	116	809
2015	1445	173	1618
2016	380	123	503
2017	840	847	1687

Estadísticas del evento:

- 61.908 personas fueron alcanzadas por la actividad del evento (vieron alguna publicación relacionada con el evento)
- 5.003 fueron las visualizaciones (vieron la página del evento)
- 1.668 participaron de alguna manera en el evento (likes, compartir, comentar, etc.)

Evaluación

Volvimos a mejorar el número de “asistí”, aunque artificialmente, proponiéndole a la gente hacerlo a través de sorteos y regalos. Dar “asistí” no es del todo natural para nuestro público. Las imágenes de alegría, disfrute y variedad siguen siendo las más aprobadas por la gente. Los videos estuvieron mejor este año, con más reproducciones.

Publicaciones en el evento con más repercusiones:



Facultad de Ingeniería - Udelar

17 de octubre a las 13:06 · 🌐

Siguen los preparativos
Estamos a 2 días de #IdM2017

📅 3

19, 20 y 21 de octubre

🕒 17 a 21 hs...

Ver más



👍❤️👎

74

2 comentarios · 12 veces compartido





Facultad de Ingeniería - Udelar

13 de octubre a las 14:54 · 🌐

¡Cada vez falta menos!
Entre quienes den "asistiré" al evento y "me gusta" a esta publicación sortearémos 4 pack-regalo. Cada uno incluye: remerá de IdM, libro de los 100 años de Ing y libro histórico sobre los primeros 75 años de ingenieros en Uruguay. 📖👕📚

📅 3

19, 20 y 21 de octubre

📍

En la Facultad de Ingeniería - Udelar



👍❤️👎

218

1 comentario · 23 veces compartido



Facultad de Ingeniería - Udelar 11 de octubre a las 10:37

Las niñas que hoy se interesen y pueden experimentar la ciencia y la tecnología, serán las ingenieras y científicas del mañana. 🧒🧒🧒🧒
 La facultad y la ingeniería las necesita
 Las esperamos en #dM2017
 11 de octubre Día Internacional de la Niña 🧒




104 40 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

Fundación Julio Ricaldoni 21 de octubre a las 16:24

🇺🇷 🇨🇵 ¡HOY es el último día!

Con más de 100 stands interactivos, visitas al túnel del viento y el canal de olas, la ceremonia de premiación y un gran show de arte y tecnología, te espera #dM2017.

De 17 a 22 h venite a conocer el futuro a la Facultad de Ingeniería - Udelar.... Ver más




67 1 comentario 16 veces compartido

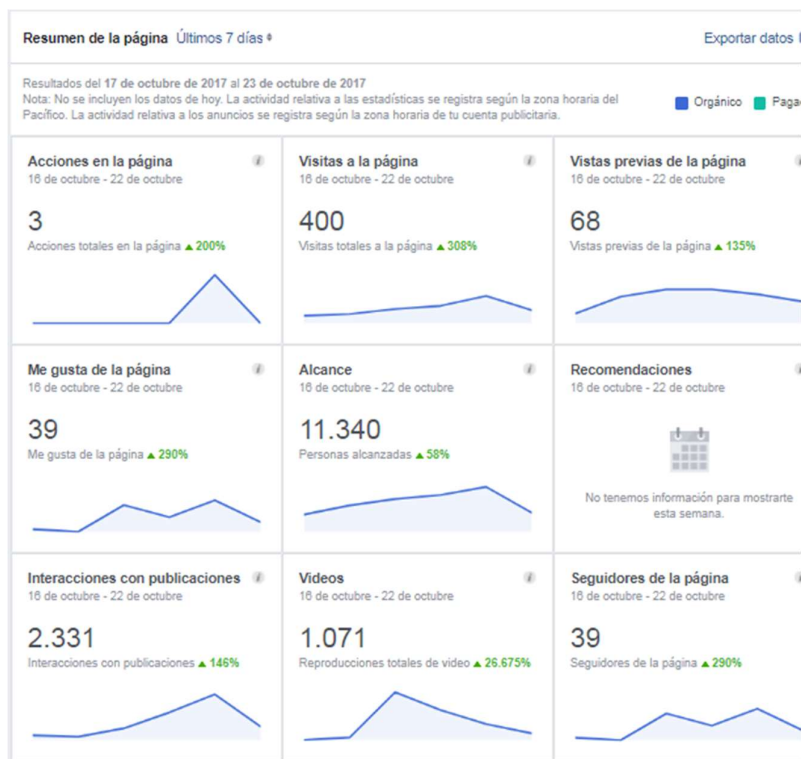
Me gusta Comentar Compartir

Perfil de la Fundación Ricaldoni:

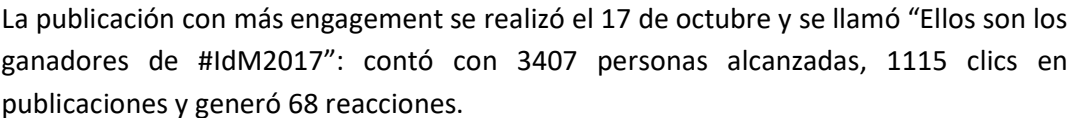
La *fanpage* de la FJR fue usada como complemento al evento de FB, publicándose contenidos que promocionaron IdM2017 en los días previos y posteriores al evento. Se fueron informando las novedades del evento, cronograma y preparativos del montaje de la muestra. Además durante los días de evento se fueron realizando publicaciones sobre lo que iba sucediendo en la muestra, de modo de informar a quienes no se encontraban en la muestra e invitarlos a asistir.



Los “Me gusta” provinieron de navegación orgánica. Al 24 de octubre, la fanpage de la FJR cuenta con 2738 Me Gusta, mientras que el 26 de setiembre los seguidores eran 2685.



Publicación con más *engagement*:

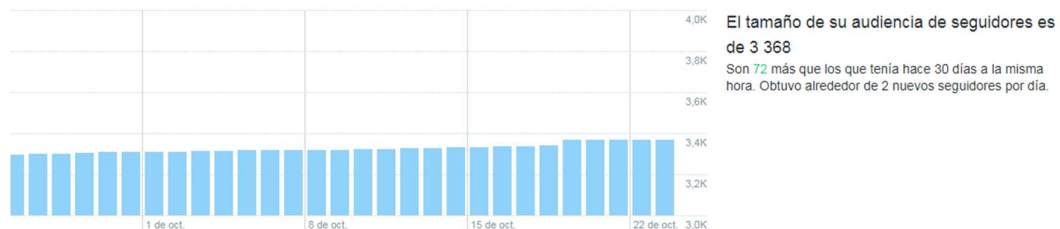


Twitter

La estrategia que se siguió fue similar a la utilizada en Facebook, al comenzar la campaña se difundieron imágenes y videos de la edición de IdM 2016, luego se publicaron fotografías de la previa y finalmente información sobre los proyectos destacados, así como de las actividades que se realizaron durante la actividad y de las notas de prensa que se fueron publicando.

La cantidad de twitts publicados aumentó en la medida que se acercaba la muestra, al igual que el número de impresiones de los mismos.

Al 23 de octubre, el perfil de Fundación Ricaldoni en Twitter tiene 3368 seguidores, un mes antes tenía 72 menos.



El tweet principal de la campaña tuvo 5686 impresiones y fue el siguiente:

DATOS DESTACADOS DEL TWEET

Tweet principal tuvo 5.686 impresiones

Espionaje de monitores es uno de los proy.
que expondremos en [#IdM2017](#)

¿Querés saber de qué trata? ¡Venite a
[#Fing!](#) !!

Invita [@AntelDeTodos](#)

pic.twitter.com/iEuogr1TE



1 12 22

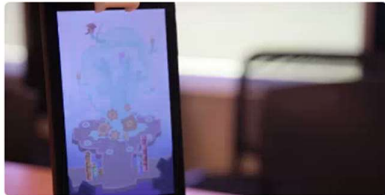
[Ver toda la actividad del Tweet](#)

El Tweet con contenido multimedia principal enviado por la FJR, fue el siguiente:

Tweet con contenido multimedia principal

tuvo 4,182 impresiones

¡Les presentamos a Bruno, uno de los 100 proyectos que conocerán en #IdM2017! Los esperamos a partir de mañ en #Fing | | Invita @AntelDeTodos pic.twitter.com/53XMsADaOi



5 16

[Ver toda la actividad del Tweet](#)

[Ver la Actividad del Tweet](#)

Resumen desde el 27 de setiembre al 24 de octubre de 2017:

En igual ventana de tiempo, los datos de 2016 habían sido: 76,9 K impresiones de twitts, 2812 visitas al perfil y 75 seguidores nuevos.



Gráfica de actividad de los Tweets a lo largo del tiempo.



Se ve claramente que el pico de actividad estuvo concentrado los días de la muestra, fundamentalmente el viernes 20 (generaron 18.702 impresiones):



Los datos de 2016 fueron: 1,7% la tasa de interacción, 207 retweets, 339 clics en el enlace y 314 me gusta.

Análisis del hastag #IdM2017:

- Datos del 24 de setiembre al 24 de octubre en base a la herramienta [Brand 24](#):

Se encontraron 94 resultados originales con el hastag en el período estudiado, que generaron 1239 interacciones totales en las redes sociales (de ellos: 259 compartidos, 968 likes y 12 comentarios). El alcance potencial de estas publicaciones fue de 197.610 personas (se desprende del número de personas que usaron el hastag y del número de sus seguidores). Incluye menciones en Facebook, Twitter e Instagram.



Las menciones más populares fueron:

#IdM2017 Your current project			
The most popular mentions		★ Latest mentions	
1	 Dmartinez_uy twitter.com 143 29 estudiantes de ingeniería alimentado un proyecto de país. #IdM2017 Vamo arriba! twitter.com/Z9y...	2017-10-19 14:57	
2	 danielmartinez_uy instagram.com 51 1 estudiantes de ingeniería alimentado un proyecto de país. #IdM2017 Vamo arriba!!!	2017-10-20 00:09	
3	 FundRicaldoni twitter.com 36 11 arte y tecnología inspirado en Dieste, se despide #IdM2017. ¡Gracias por acompañarnos y hasta 20	2017-10-21 17:59	
4	 Udelaruy twitter.com 29 14 #IdM2017. «Queremos demostrar que hacemos tarea útil y valiosa para el país», dijo María Simon. http	2017-10-20 05:16	
5	 joreggioni twitter.com 22 10 electroencefalógrafo inalámbrico desarrollado x estudiantes de @Udelaruy en #IdM2017 con apoyo de C	2017-10-20 19:22	
— MORE RESULTS			

Los autores con mayor influencia en las redes sociales, son:

Influence of social media authors			
 Antel		52.536% Voice share	103 816 Influence
 AntelDeTodos		28.494% Voice share	56 308 Influence
 FundRicaldoni		5.167% Voice share	10 211 Influence
 Dmartinez_uy		3.297% Voice share	6 516 Influence
 agesic		2.128% Voice share	4 205 Influence
 Ideingenio		1.590% Voice share	3 142 Influence
 Fedelosa		1.305% Voice share	2 579 Influence
 PRO Universitarios		0.915% Voice share	1 808 Influence
 CutiUy		0.723% Voice share	1 429 Influence
 crisricher		0.439% Voice share	868 Influence
More			