

# Métricas de la campaña en redes sociales

“Reconstruir la vida.

Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat”



El objetivo de la campaña fue difundir y generar conversación a partir de la producción del corto documental “Reconstruir la vida. Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat” que se publicó en Youtube con 3 trailers para las redes sociales. Todos los contenidos generados se englobaron con el hashtag #Reconstruyamos.

La campaña fue retomada, adoptando el discurso y usando el hashtag #Reconstruyamos y #ReconstruirLaVida por 11 usuarios en twitter, 4 en Facebook

Twitter:

Habitat international coalition AL @hic\_al  
Habitat international coalition - HIC @habitat\_intl  
Esperanzy @EsperanzyM  
Narciso Cuevas @NarcisoCuQrz  
Cooperación Comunitaria @CooperacionCom  
Sr Filio @SrFilio  
Adeco AC @adecoac  
Nili Majumder @NiliMajumder  
Carlos Estrada @carlosestradac  
Carla Vazquez @carlavam  
CopeviAC @CopeviAC



FB:

Cooperación comunitaria (8)  
Reconstrucción Itsmo ITESO (2)  
Casa y ciudad A.C. (1)  
Copevi (3)

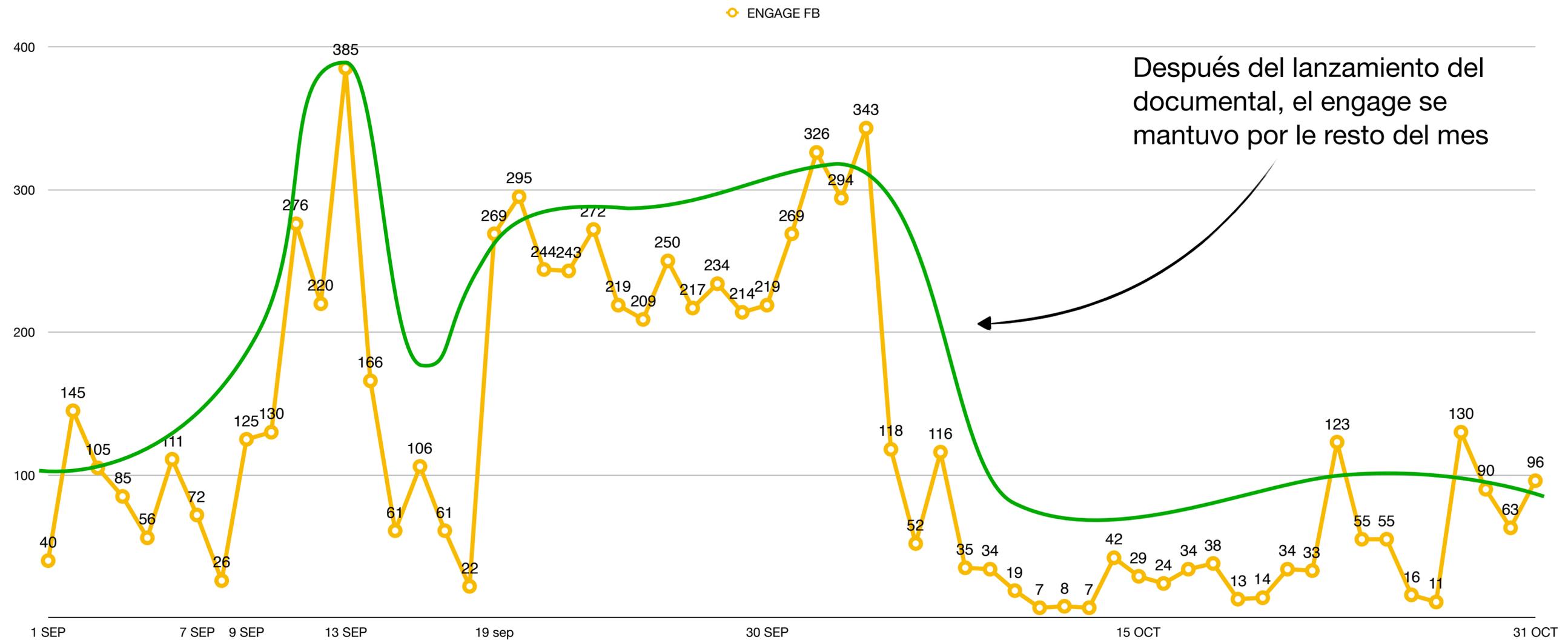




# FACEBOOK

Engage promedio entre el 6 de septiembre al 5 de octubre: 200 personas

Engage antes y después del periodo mencionado : 90 personas



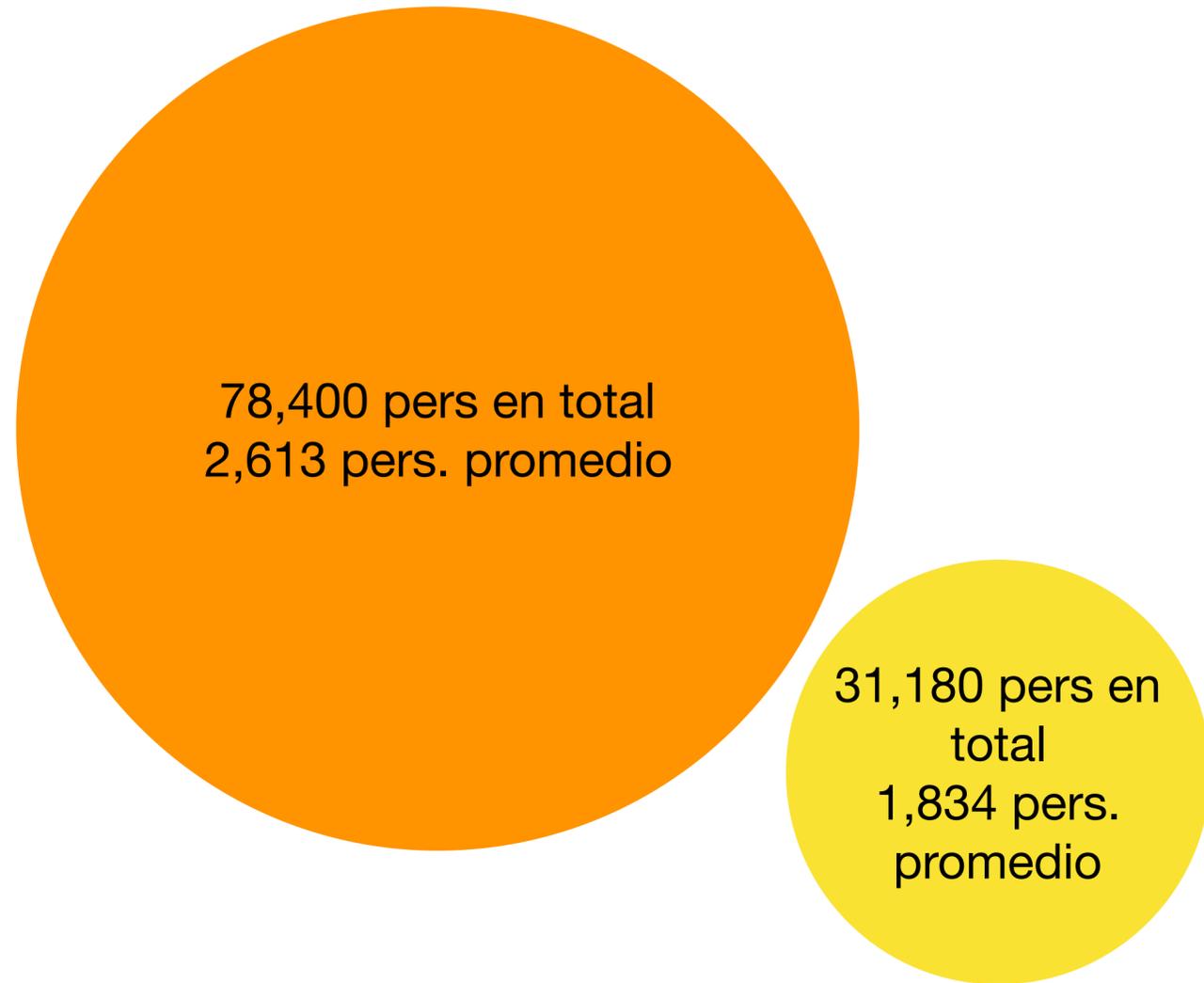
Después del lanzamiento del documental, el engage se mantuvo por le resto del mes

Engage: El número de personas que se han involucrado o participado en el tema de la página incluyendo cualquier click o publicaciones creadas (Usuarios únicos)



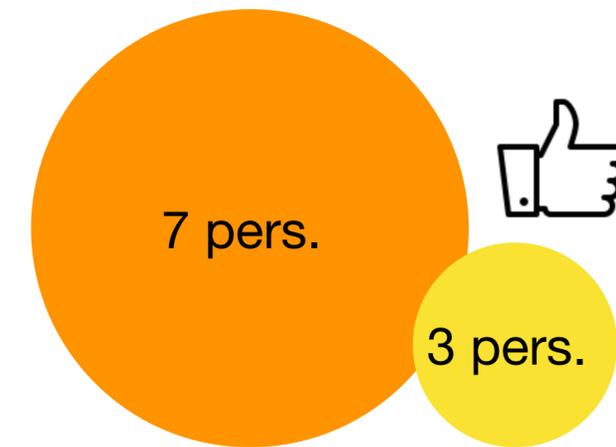
## Alcance orgánico

Entre el 6 de septiembre al 5 de octubre



## Alcance con publicaciones pagadas

Entre 19 de septiembre al 5 de octubre

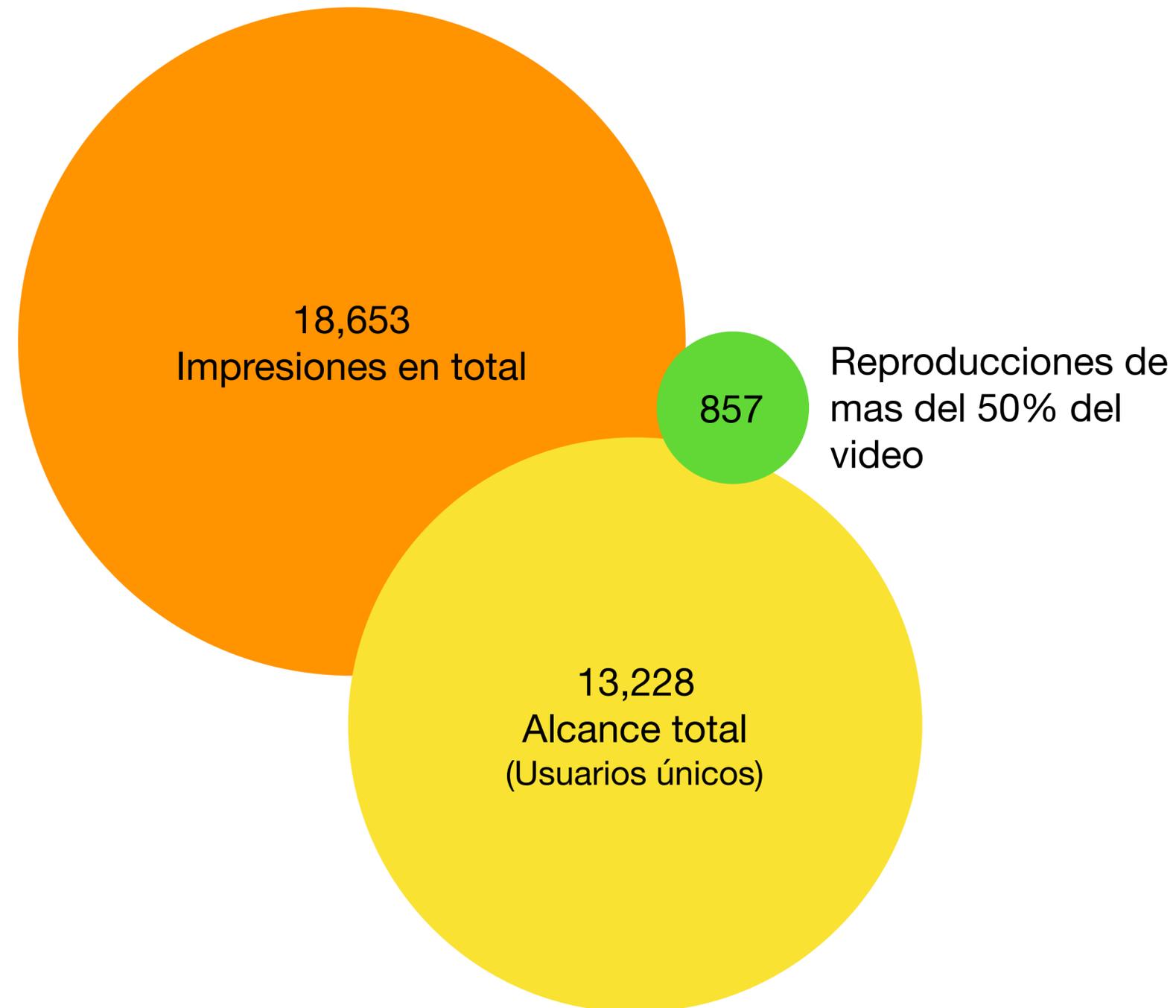
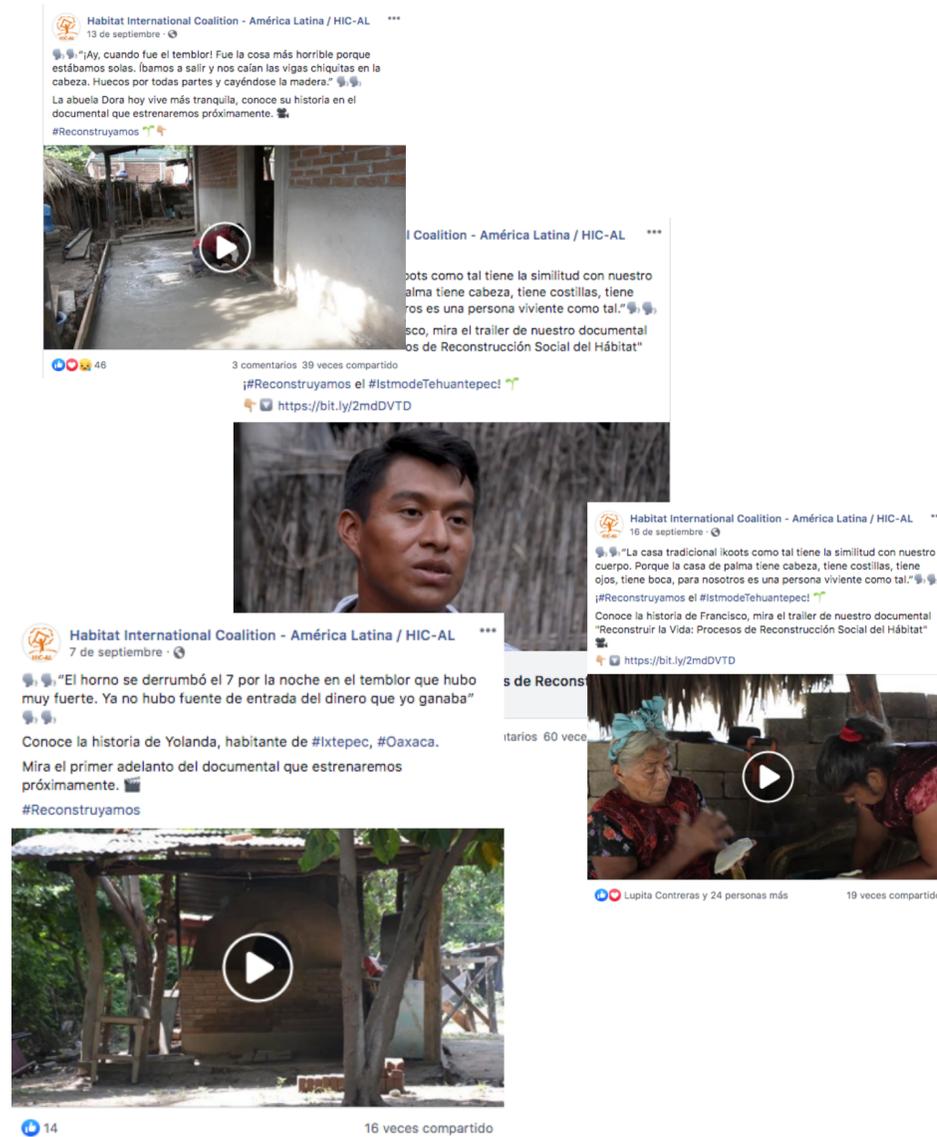


Promedio de Likes entre el 7 y el 19 de Septiembre: 7 likes

Promedio de Likes antes y después del periodo mencionado : 3 likes

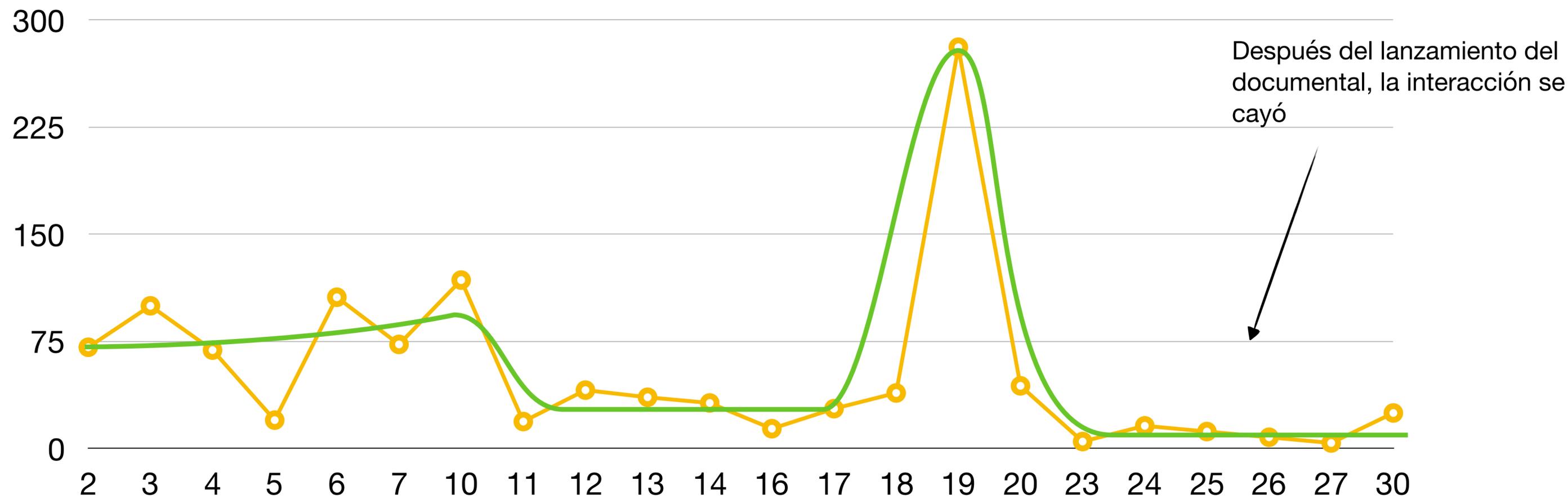


Los cinco videos subidos a Facebook para su reproducción dieron los siguientes resultados:





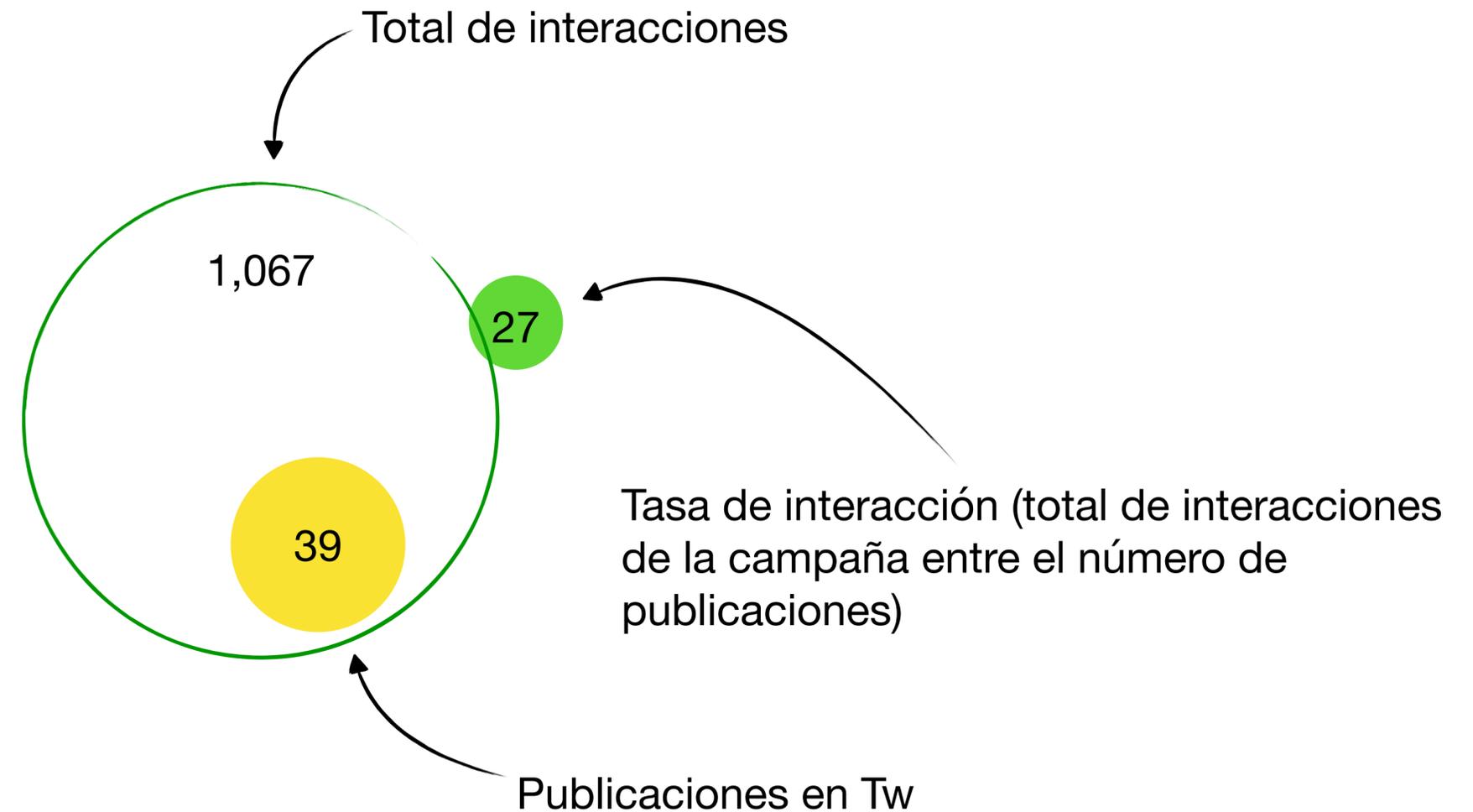
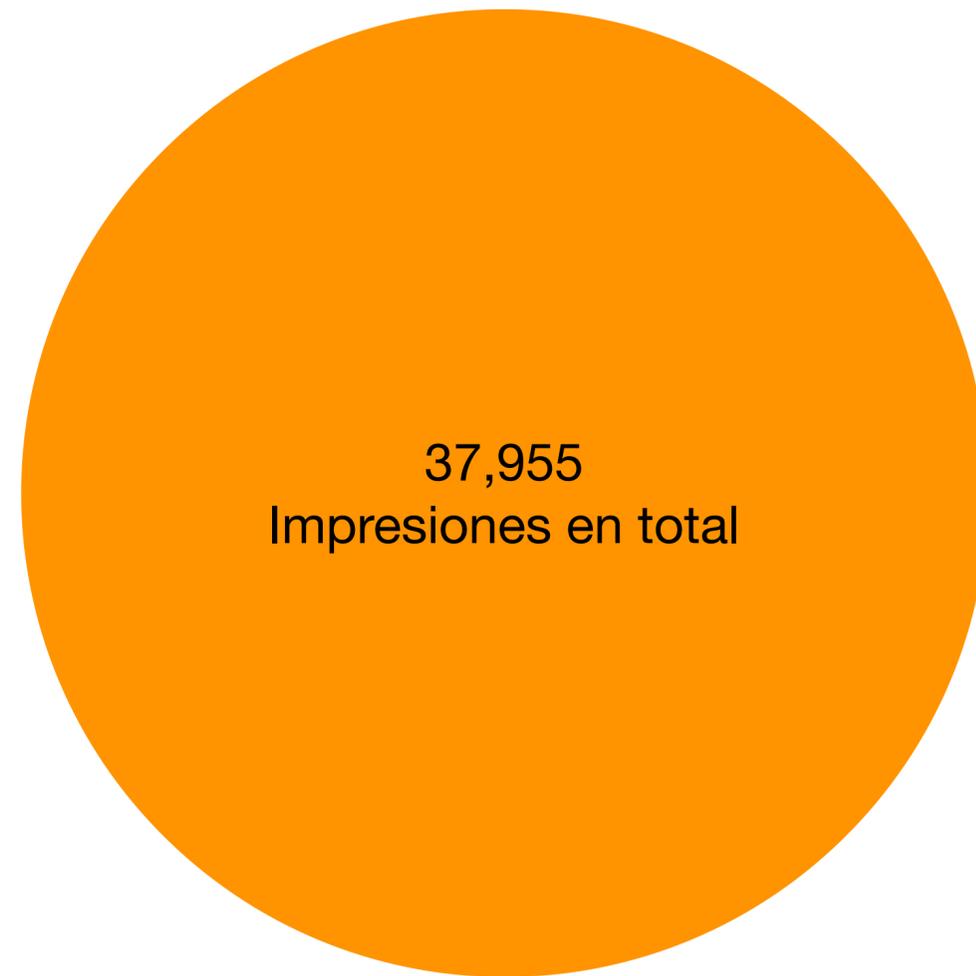
# INTERACCIONES EN TWITTER - SEPTIEMBRE





## Alcance orgánico

Entre el 2 de septiembre al 30 de septiembre



*Interacciones* > retweets, respuestas, me gusta, clics de perfil de usuario, clics en URL, clics de etiquetas, ampliaciones de detalles, clics en enlaces permanentes, seguimientos, visualizaciones multimedia, etc.



Habitat International Coalition AL @HIC\_AL

La [#ProducciónSocialDelHábitat](#) aplicada a la [#Reconstrucción](#) se basó también en la reutilización de materiales, lo que permitió abaratar costos. 🛠️

Así trabajaron [@ReconstruccionI](#), [@CiudadCasa](#) y [@CooperacionCom](#). 🌱🌱🌱

¡Próximamente, nuestro documental! 🎬

[#Reconstruyamos](#)



"Pasaron anunciando que las personas que quisieran demoler su casa, que fueran a apuntarse, muchas personas fueron a apuntarse (...) Me dice mi esposo, vamos a tirar todo eso, cómo lo vamos a dejar ahí, le dije no viejo, vamos a limpiarlo, vamos a rescatar porque no estamos seguros si va a venir alguna ayuda."

12:30 p. m. · 14 sept. 2019 · TweetDeck

6 Retweets 11 Me gusta

Habitat International Coalition AL @HIC\_AL

¿Consideras que la [#PyGSH](#) garantiza el [#DerechoHumano](#) a una [#ViviendaAdecuada](#)? 😊

Compártenos tu opinión 🗣️



12:30 p. m. · 3 sept. 2019 · TweetDeck

8 Retweets 17 Me gusta

Habitat International Coalition AL @HIC\_AL

"¡Ay, cuando fue el temblor! Fue la cosa más horrible porque estábamos solas. Íbamos a salir y nos caían las vigas chiquitas en la cabeza. Huecos por todas partes y cayéndose la madera." 🎧

La abuela Dora fue otra víctima del [#7S](#), conoce pronto su historia. 🎬

[#Reconstruyamos](#) 🌱



12:30 p. m. · 13 sept. 2019 · TweetDeck

3 Retweets 7 Me gusta

Habitat International Coalition AL @HIC\_AL

¿Sabes que la Producción y Social del Hábitat es una óptima alternativa para acceder a una [#ViviendaAdecuada](#)? 😊

¿La conoces? 🗣️



La Producción y Gestión Social del Hábitat coloca a l@s poblador@s organizad@s como sujet@s activ@s en las decisiones y el control de sus propios procesos habitacionales.

Enrique Ortiz

CopeviAC y 2 más

3:07 p. m. · 4 sept. 2019 · Twitter Web App

9 Retweets 19 Me gusta

Habitat International Coalition AL @HIC\_AL

🎬 En este segundo aniversario del [#Terremoto del 19s](#) en [#México](#), estrenamos nuestro documental "[#ReconstruirLaVida](#): Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat" con historias y soluciones que conmueven.

[#Reconstruyamos](#) 🌱

Puedes verlo completo aquí 🖱️ [bit.ly/3458PyN](https://bit.ly/3458PyN)



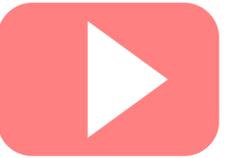
Habitat International Coalition - HIC y 8 más

12:31 p. m. · 19 sept. 2019 · Twitter Web App

35 Retweets 46 Me gusta

Estos son ejemplos de publicaciones 'exitosas' dentro de la campaña y tienen características constantes:

- Invitan a la participación o interacción por parte de la audiencia
- Hacen uso de una imagen o video que acompaña al texto
- Lenguaje menos técnico



Video	Tiempo de visualización	Duración media de las visualizaciones	Visualizaciones
Reconstruir la Vida: Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat	9 hrs	0:07:45	70
Trailer 1: Reconstruir la Vida - Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat	10.58 min	0:00:34	11
Trailer 2: Reconstruir la vida - Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat	12.48 min	0:00:56	8
Trailer 3: Reconstruir la vida - Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat	10.23 min	0:00:46	8



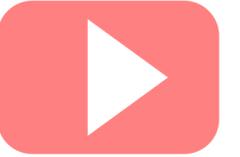
Trailer 1: Reconstruir la Vida - Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat  
61 vistas · Hace 2 meses



Trailer 2: Reconstruir la vida - Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat  
178 vistas · Hace 2 meses



Trailer 3: Reconstruir la vida - Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat  
23 vistas · Hace 2 meses  
Primer trailer para el estreno de nuestro documental "Reconstruir la Vida: Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat". ¡No te lo pierdas!  
Subtítulos



En el caso del documental completo, 'Reconstruir la vida, procesos de reconstrucción social del hábitat' al momento que la plataforma bloqueó el contenido dejó de reportar las reproducciones, pero más importante es que no se visualiza. Lo anterior limitó el alcance del documental, quedándose con un bajo impacto en redes y en la difusión. Por desgracia no se puede apreciar el verdadero potencial del documental por el *strike* generado en la plataforma

Trailer 1: Reconstruir la Vida - Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat  
61 vistas • Hace 2 meses  
Primer trailer para el estreno de nuestro documental "Reconstruir la Vida: Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat". ¡No te lo pierdas!

Trailer 2: Reconstruir la vida - Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat  
178 vistas • Hace 2 meses  
Primer trailer para el estreno de nuestro documental "Reconstruir la Vida: Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat". ¡No te lo pierdas!

Trailer 3: Reconstruir la vida - Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat  
23 vistas • Hace 2 meses  
Primer trailer para el estreno de nuestro documental "Reconstruir la Vida: Procesos de Reconstrucción Social del Hábitat". ¡No te lo pierdas!  
Subtítulos

Los trailers tuvieron métricas bajas en esta plataforma ya que la mayor cantidad de reproducciones se llevaron a cabo directamente en Twitter y Facebook. La duración de los contenidos ayudó a darle salida en las otras redes sociales de la organización. La enseñanza que nos deja es generar contenidos pensando en los formatos de cada una de las plataformas a usar

## CONCLUSIONES

- Tanto en Facebook como en Twitter fue evidente el poco apoyo de la red de actores aliados
- Queda claro que para el *engage* o involucramiento dentro de las redes sociales no basta con retuitear una publicación o darle like, es necesario adoptar el discurso como propio y generar contenidos que se pueden englobar con uno o varios hashtags
- En el caso de Facebook se logró mantener un buen engage durante todo el mes de septiembre, aun y pasando el climax de la campaña (el #19S)
- El alcance logrado en Fb fue de mas de 100,000 personas en el mes de la campaña (sumando el alcance orgánico y el pautado)
- La creación de nuevos contenidos y la coyuntura en el mes de septiembre referente al aniversario del sismo del #19S ayudó a duplicar la cantidad de personas que se suscribieron a la *fan page* de HIC-AL en el mes de la campaña
- En el caso de Twitter las interacciones cayeron drásticamente después del climax de la campaña
- Con los resultados de esta campaña se puede poner un referente de **tasa de interacción** (total de interacciones de la campaña entre el número de publicaciones) de 27 interacciones por publicación en esta red social, est ayudará en las siguientes campañas
- En el caso de Youtube, se generó un reclamo por un tercero (*strike*) lo que limitó drásticamente el alcance de reproducciones en la plataforma y dejando a las audiencias si poder visualizar el contenido central de la campaña