

3 1 + 1

Pensamiento Político

Municipio de Chihuahua
Reporte de pauta

Abril de 2019

Campañas en Facebook

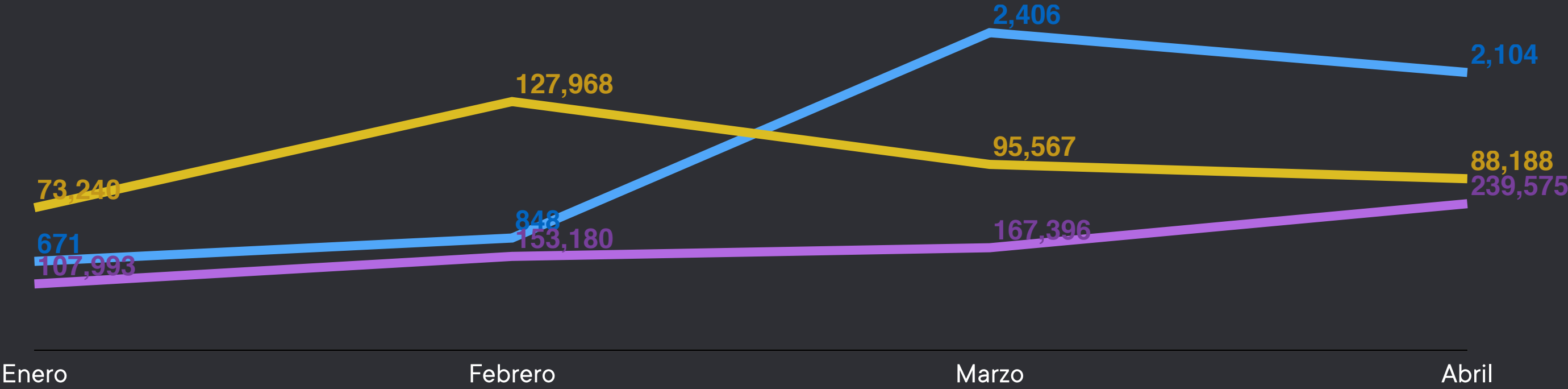
1 al 29 de abril

Campaña de video: Proyecto de Reconversión Tecnológica del Alumbrado Público (10 al 17 de abril)

Indicador	Total	Anuncio 1	Anuncio 2
Vistas de más de 15 segs.	11,887	72.52%	27.48%
Personas alcanzadas	93,275	73,537	46,509
Impresiones	180,411	66.08%	33.92%
Reacciones	660	80.61%	19.39%
Comentarios	134	76.12%	23.88%
Veces compartidas	107	81.31%	18.69%

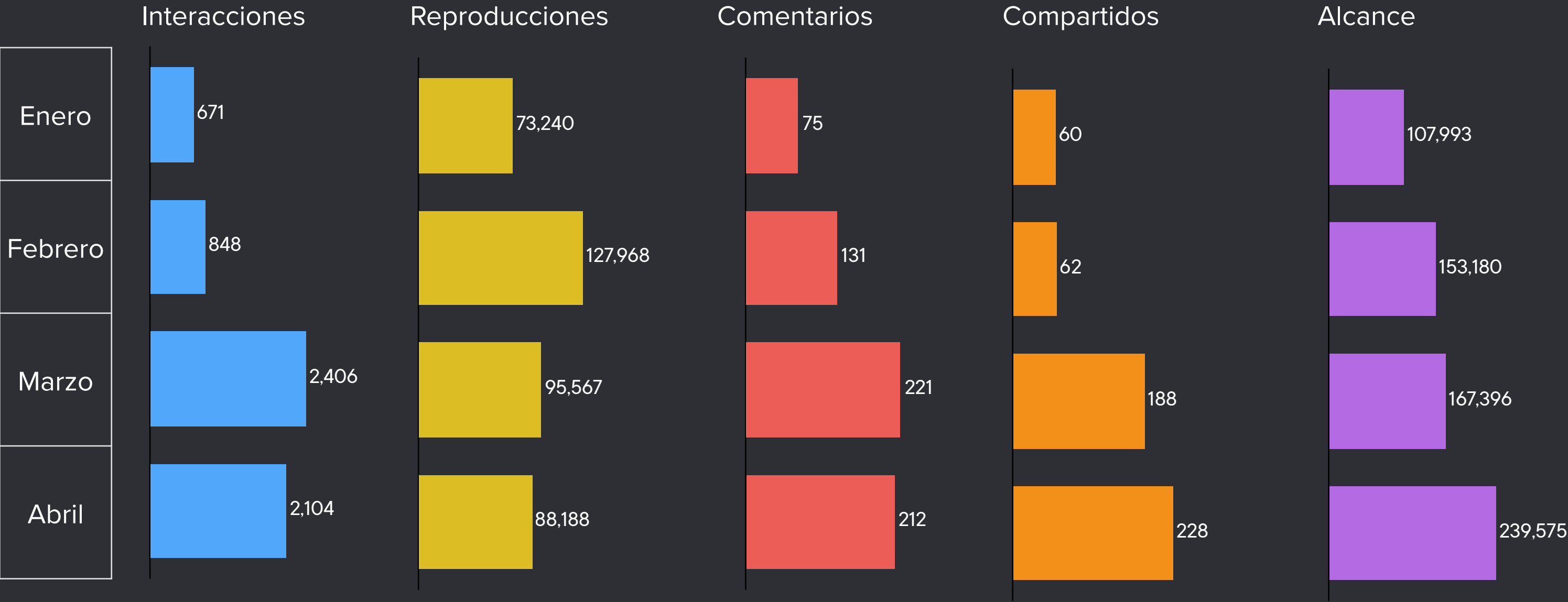
Resumen mensual

Interacciones	
Reproducciones	
Alcance	



Indicadores Principales.

Comparativo grafico de resultados por mes.



Facebook

Abril de 2019

Campañas en Facebook

1 al 29 de abril

Campaña de video: Proyecto de Reconversión Tecnológica del Alumbrado Público (10 al 17 de abril)

1



Anuncio 1

Casi 70% de los comentarios son críticos hacia el proyecto, argumentan que se endeudará al municipio, se dará prioridad a zonas ricas y que puede dar lugar a corrupción y manejos partidistas. El resto solicita priorizar la renovación del alumbrado en ciertas colonias.

2



Anuncio 2

Alrededor de un tercio de los comentarios son negativos hacia el nuevo proyecto, calificándolo de endeudamiento y pidiendo que se prioricen la pavimentación y la seguridad. El resto muestra una postura positiva y neutral, pero solicitando la atención en zonas específicas de la ciudad.

Campañas en Facebook

1 al 29 de abril

Campaña de interacción: Audiencia pública

(28 de abril)

Resultados	Indicador
23,258	Reproducciones
15%	% Reproducciones de más de 10 s.
23,416	Personas alcanzadas
29,526	Impresiones
55	Reacciones
8	Comentarios
7	Veces compartidas



Los comentarios compartidos son críticos hacia la alcaldesa, dudando que se tome en cuenta la voz de los ciudadanos y exigiendo que se trabaje en la rehabilitación de calles y áreas verdes.

Campañas en Facebook

1 al 29 de abril

Campaña de interacción: Únete a la Policía Municipal

(1 a 7 de abril)

Resultados	Indicador
156,766	Reproducciones
13%	% Reproducciones de más de 10 s.
134,779	Personas alcanzadas
230,707	Impresiones
386	Reacciones
70	Comentarios
114	Veces compartidas



Casi tres cuartos de los comentarios acusan a la Policía de contar con malos elementos, mientras algunos solicitan que se considere a mayores de 30 años. El resto respalda a los policías, confiando en que la mayoría son fieles a su encomienda.

Campañas en Facebook

1 al 29 de abril

Campaña de video: Policía



Gobierno Municipal de Chihuahua
Publicidad · ✖

Con el objetivo de incrementar el número de policías y brindar mayor seguridad a los chihuahuenses, queremos que te unas a la @Dirección de Seguridad Pública Municipal de Chihuahua para desempeñarte como policía de proximidad. #ServirYProteger

Revisa la convocatoria aquí --
[<http://www.municipiochihuahua.gob.mx/...>]





Reacciones	386
Comentarios	70
Compartidos	114
Impresiones	230,707
Reproducciones	20,031

Porcentaje de Visualización	
0.25	72.74%
0.5	52.98%
0.75	35.59%
1	26.57%

- Video promocionado específicamente hacia el público masculino en colonias seleccionadas alrededor del área metropolitana.
- La tasa de reproducción y el nivel de interacción superaron en gran medida a los resultados generados por otros videos.

Crecimiento de seguidores de Facebook

1 al 29 de abril



Ubicación de los seguidores en Facebook Top 10

	Total
1. Chihuahua, México	63 736
2. Ciudad Juárez, México	3 651
3. Delicias, México	1 773
4. Cuauhtémoc, México	1 190
5. Parral, Chihuahua, Mexico	1 016
6. Ciudad de México, México	638
7. Camargo, México	420
8. Nuevo Casas Grandes, México	400
9. Ciudad Jiménez, Chihuahua, Mexico	388
10. Municipio de Meoqui, México	346

Alcance de publicaciones por ubicación Top 10

	Total Reached on Apr 30, 2019
1. Chihuahua, México	291 047
2. Ciudad Juárez, México	58 253
3. Delicias, México	12 358
4. Cuauhtémoc, México	10 761
5. Parral, Chihuahua, Mexico	10 106
6. Ciudad de México, México	5 057
7. Nuevo Casas Grandes, México	4 757
8. Victoria de Durango, México	4 407
9. Camargo, México	3 462
10. Monterrey, Nuevo León, México	3 202

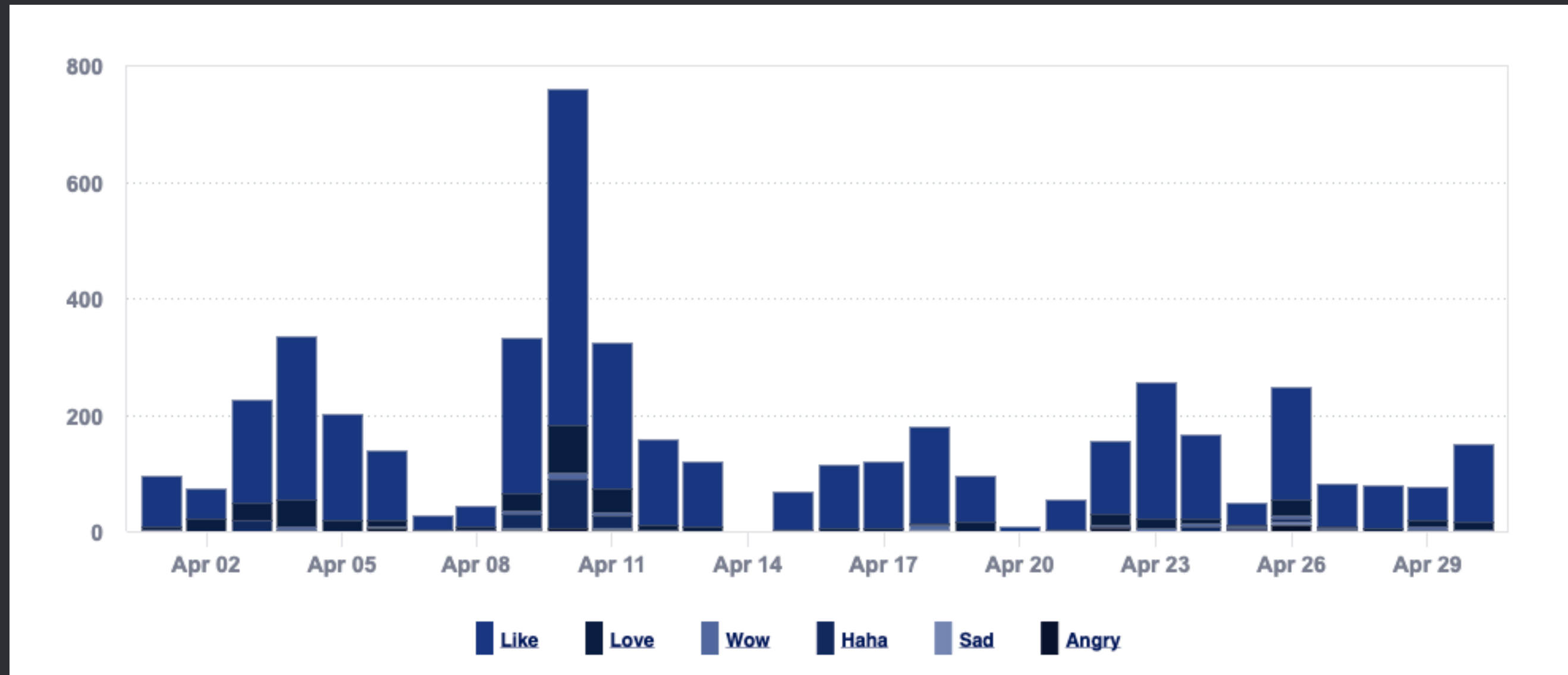
Interacción de publicaciones por ubicación

Top 10

	Total Engaged on Apr 30, 2019
1. Chihuahua, México	258
2. Témoris, México	8
3. Ciudad Juárez, México	6
4. Nuevo Laredo, México	3
5. Guadalupe Victoria, Durango, Mexico	2
6. Colima, México	2
7. Camargo, México	2
8. Teoloyucan, Estado de México, México	2
9. Parral, Chihuahua, Mexico	2
10. Querétaro, México	2

Reacciones en las publicaciones de Facebook

1 al 29 de abril

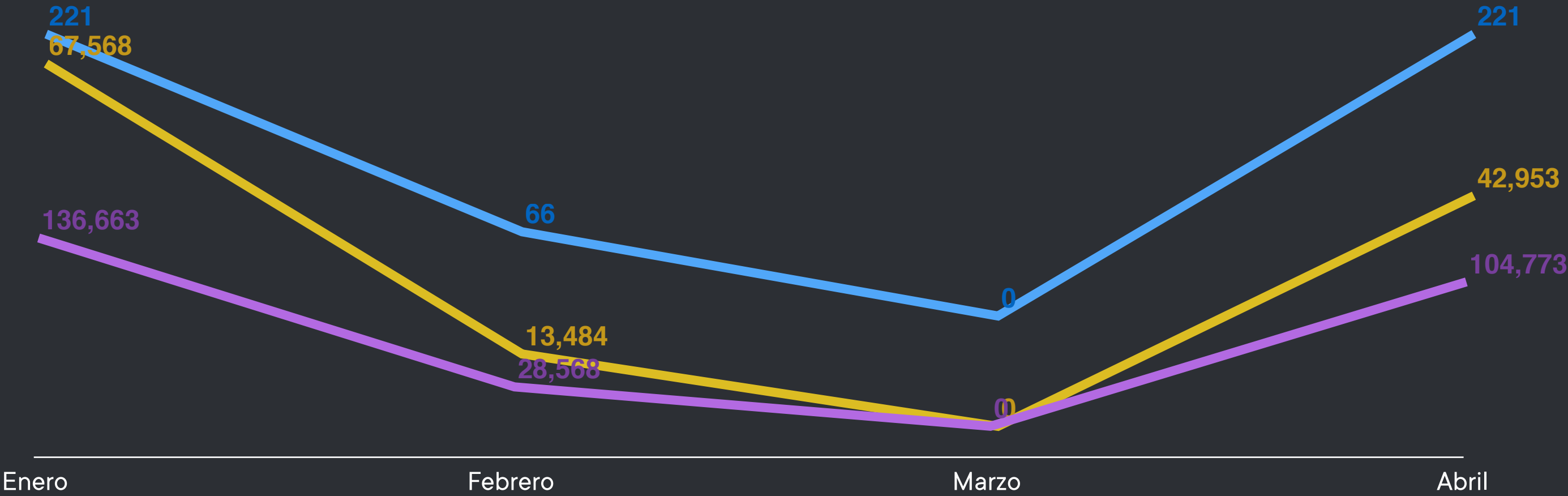


YouTube

Abril de 2019

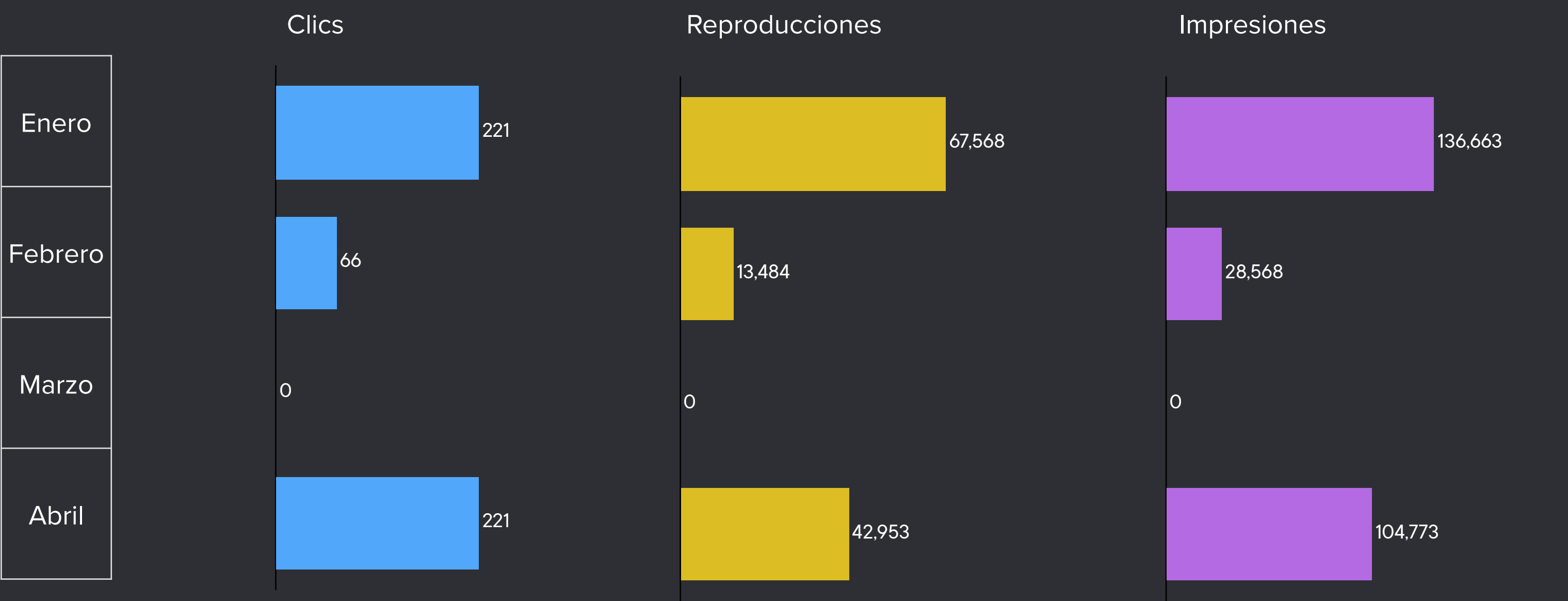
Resumen mensual

Clics	
Reproducciones	
Impresiones	



Indicadores Principales.

Comparativo grafico de resultados por mes.



Campañas en YouTube

1 al 29 de abril

Campaña de video: Policía



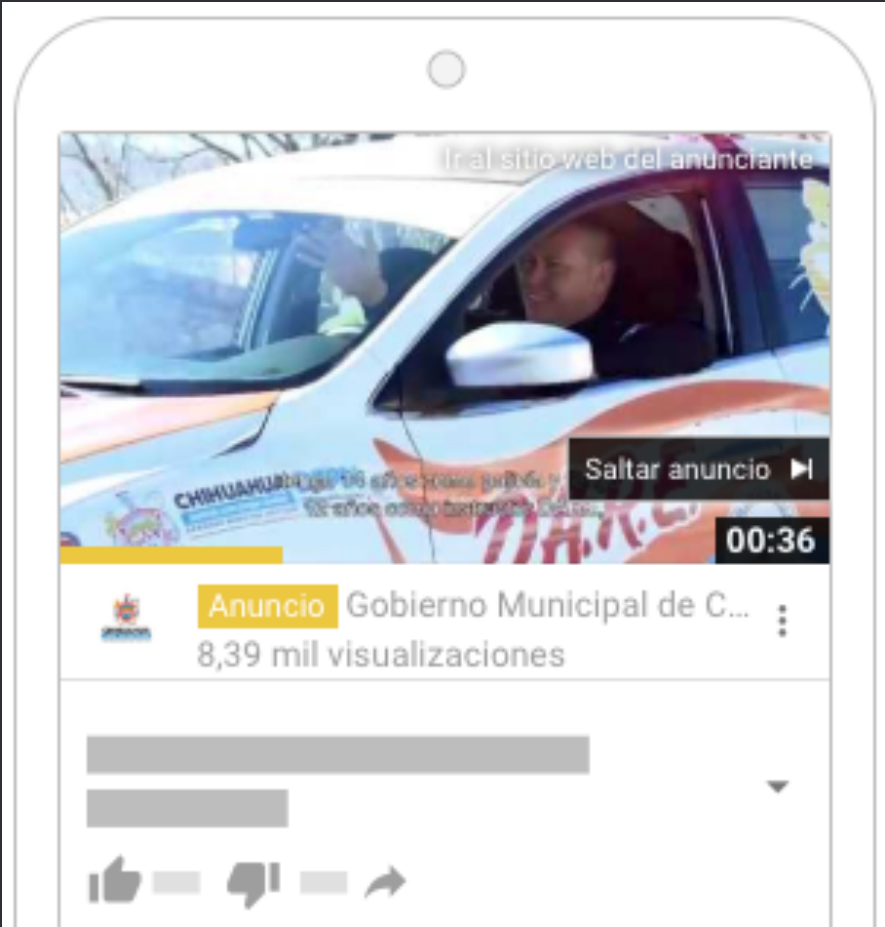
Clics	51
Impresiones	9,389
Reproducciones	18,778

Porcentaje de Visualización	
0.25	91.82%
0.5	63.49%
0.75	53.58%
1	48.80%

Campañas en YouTube

1 al 29 de abril

Campaña de video: Policía



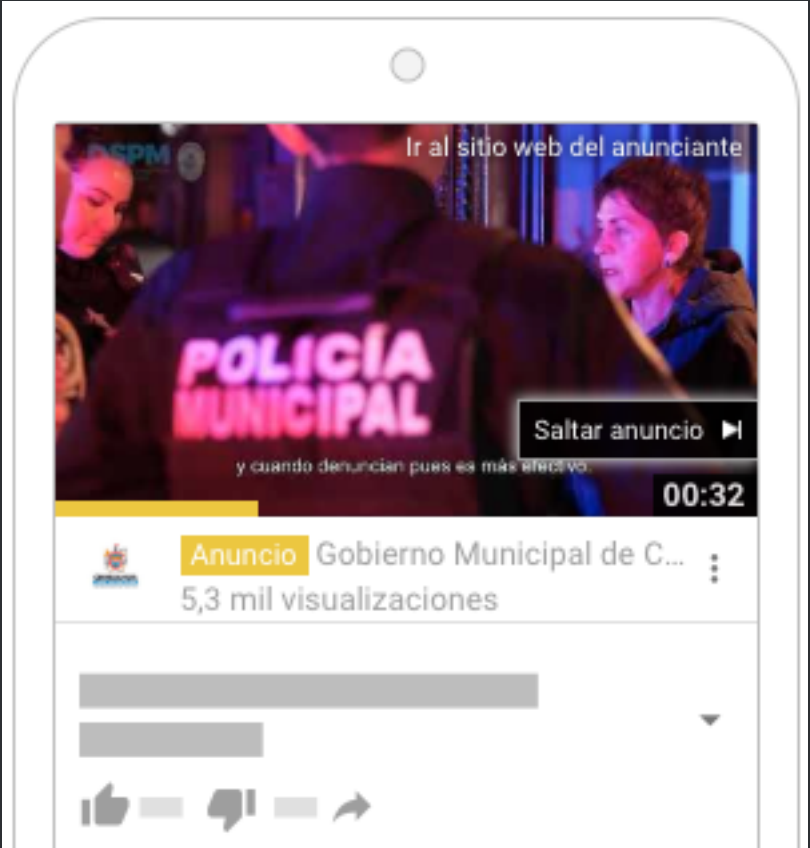
Clics	34
Impresiones	8,513
Reproducciones	19,876

Porcentaje de Visualización	
0.25	67.68%
0.5	51.95%
0.75	44.30%
1	37.17%

Campañas en YouTube

1 al 29 de abril

Campaña de video: Policía



Clics	18
Impresiones	5,408
Reproducciones	13,813

Porcentaje de Visualización	
0.25	74.30%
0.5	52.93%
0.75	44.96%
1	37.57%

Conclusiones:

- A nivel general el publico con el mayor porcentaje reproducciones y volumen de interacción pertenece al rango de entre 18 y 24 años de edad, seguido por el rango entre 25 y 34 años.
- El publico masculino demostró mayor tendencia a visualizar el video completo, mientras que el volumen de interacción se divide a partes iguales entre hombres y mujeres.
- Tanto en Facebook como en Youtube el video de 21 segundos tuvo un desempeño superior a los demás videos, seguido por el video de 36 segundos y dejando en ultimo lugar al video de 32 segundos
- Recomendamos utilizar videos de máximo 21 segundos para futuras campañas y resaltar la importancia de captar la atención de los usuarios en los primeros 5 segundos del video.



Pensamiento
Político