



TOURISFILM

Jornadas de Turismo e Industria Audiovisual

Informe impacto en Redes Sociales #TourisFilm2014

(análisis del 6/NOV al 30/NOV de 2014)

II Jornadas de Turismo e Industria Audiovisual

Publicado el 10/12/14 y elaborado por



Introducción

La pasada semana, del 24 al 27 de Noviembre de 2014, tuvieron lugar en Madrid las segundas Jornadas sobre Turismo e Industria Audiovisual **#TourisFilm2014**.

Para obtener una medición del efecto y seguimiento de esta segunda edición de las Jornadas en Redes Sociales, se han utilizado algunas herramientas, especialmente algunas que permiten analizar todas las menciones de determinadas palabras clave (o hashtags) en los medios. Estas herramientas se indican en el último apartado del informe. Se ha realizado el seguimiento de la etiqueta (hashtag) [#TourisFilm2014](#) y de la “marca” **TourisFilm**, entre los días **6 y 30 de Noviembre**, eliminando del análisis las referencias anteriores y posteriores, que han sido considerables. Las redes principales sobre las que se ha realizado el seguimiento han sido **Twitter, Facebook e Instagram**.

Datos principales

El resumen de los datos recogidos durante esos días, desde el 6 hasta el 30 de noviembre, arroja los siguientes datos en cuanto a **producción de información**:

- Se produjeron poco **más de 1.000 entradas** (solo **en Twitter se produjeron 828**).

Una **entrada** es cada uno de los mensajes con entidad propia que se han producido en alguna de las redes auditadas, con la mención del término bajo seguimiento. En el caso de **Twitter** se denomina **tuit** y es cada uno de los mensajes de un máximo de 140 caracteres que se pueden enviar a través del servicio de Twitter. Dado que Twitter es la red que tuvo más incidencia, los datos del resto de redes los comentamos al final.

Resumen



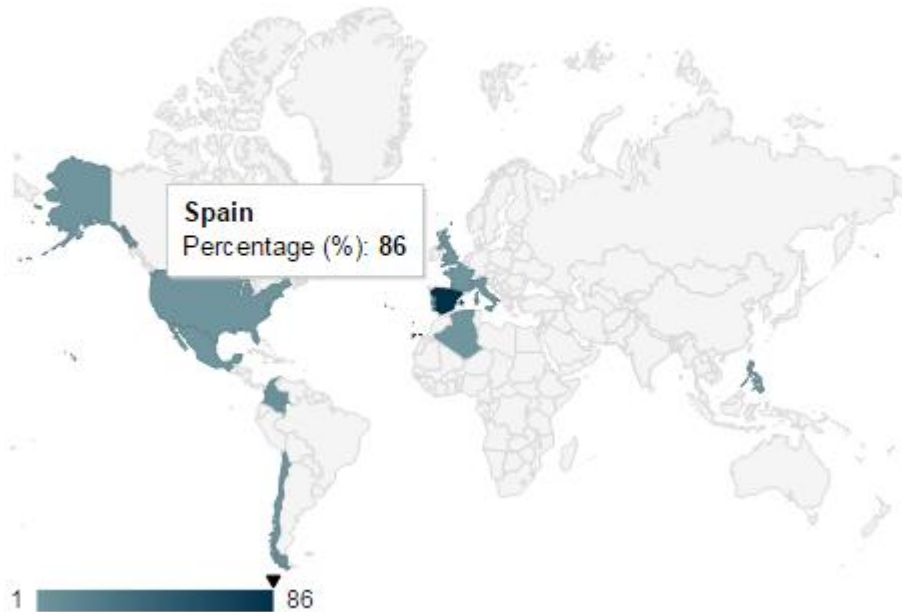
En estas entradas se realizaron comentarios sobre el evento, se promocionó el mismo, se transmitieron algunas de las frases clave de los ponentes, se informó sobre determinados aspectos de las jornadas, se publicaron fotografías y documentos, junto a otra información muy variada, se produjeron preguntas y respuestas, etc.

- Las 828 entradas fueron realizadas por **343 diferentes usuarios**.

Un usuario es un perfil personal, profesional o empresarial que gestiona una cuenta de una red social. Estos perfiles fueron los que generaron los diferentes mensajes, todos ellos haciendo referencia al término o cuenta de “**TourisFilm**”, durante los días de seguimiento. Más adelante se analizan los diferentes perfiles y su contribución.

Estos usuarios se localizaron sobre todo en **España** (un 86% del total), aunque hay que destacar que varias entradas (un 14% del total) se produjeron por usuarios con cuentas ubicadas en **Colombia, Estados Unidos, Chile, Francia, Reino Unido, Argelia y Filipinas**.

Distribución geográfica



- La marca **TourisFilm** tuvo un alcance de más de un millón de usuarios únicos (1.019.070 usuarios únicos).

El alcance recoge toda la audiencia combinada de las 343 diferentes cuentas que produjeron las entradas. Es decir, suma todos los **usuarios únicos** (audiencia total) que tienen las cuentas que aportaron información relacionada con el término.

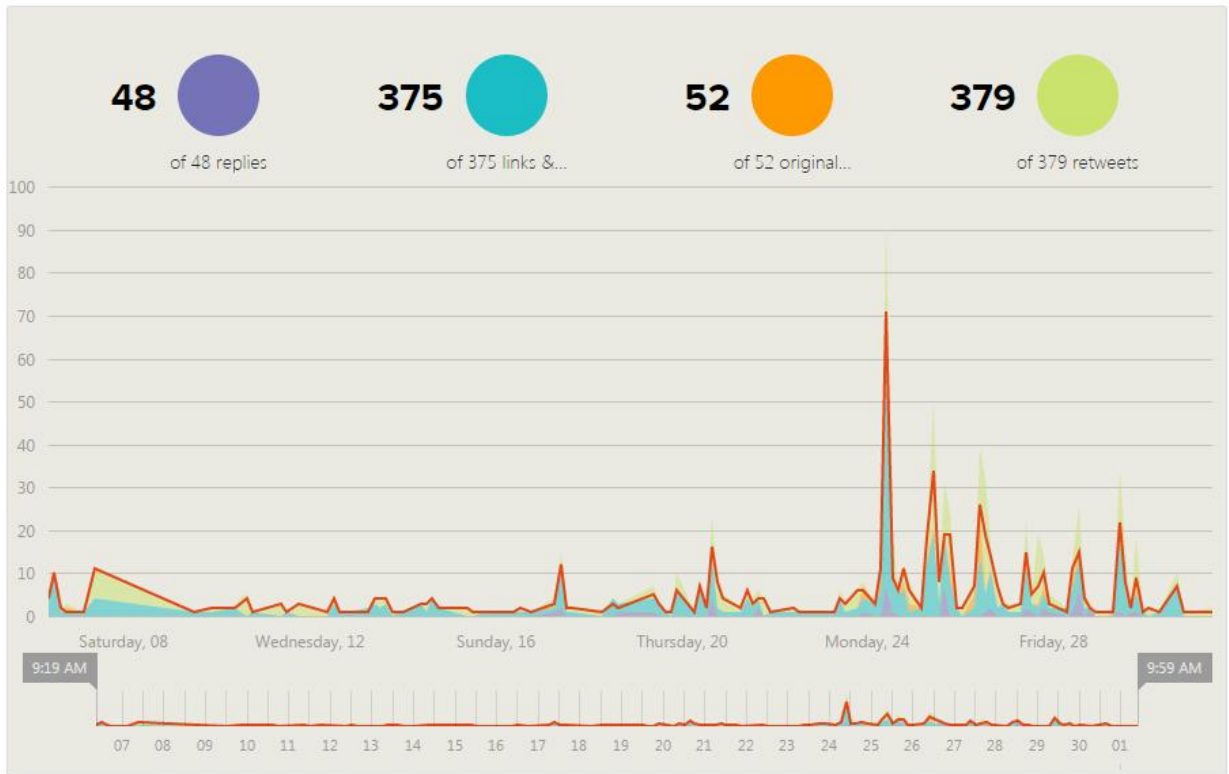
- Los mensajes sobre **TourisFilm** se mostraron más de 3.000.000 de veces (3.243.954 impactos).

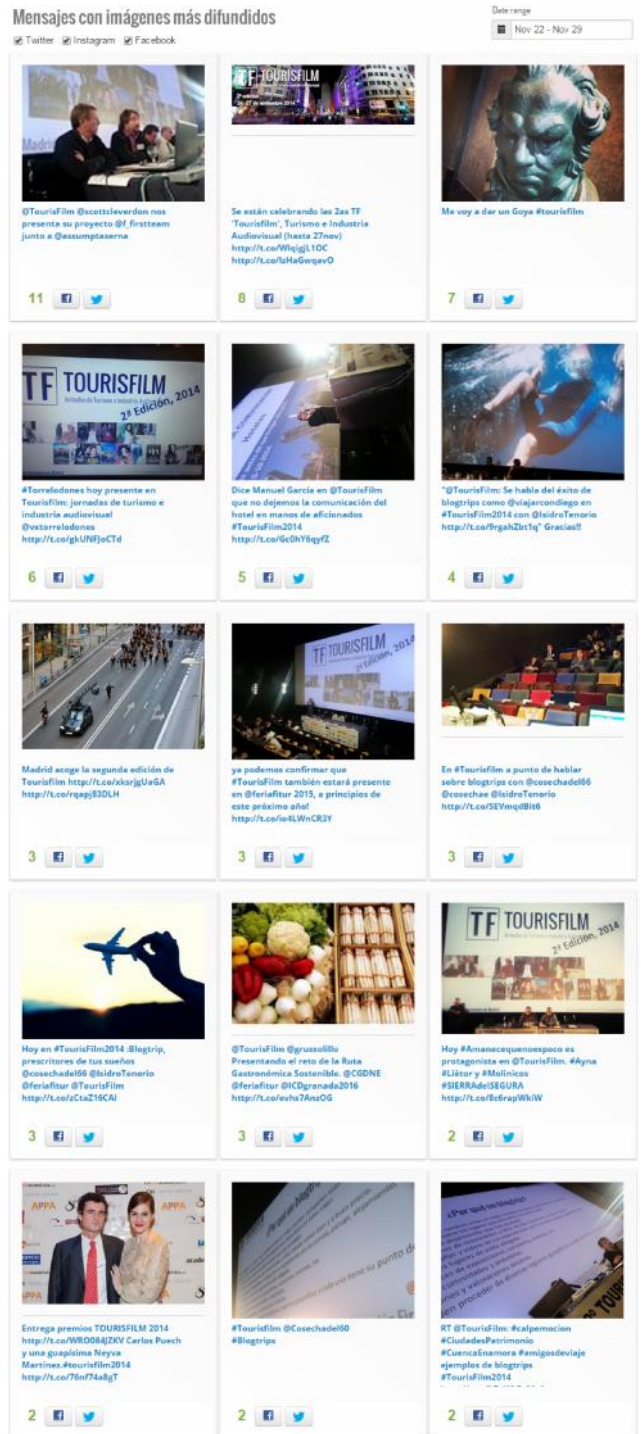
El alcance total, o impactos, representa el total de veces que los 1.019.070 usuarios únicos, pudieron ver los mensajes relacionados con #TourisFilm. Se trata de impactos o impresiones, es decir, las veces totales que los mensajes pudieron aparecer en las líneas de tiempo de la audiencia alcanzada.

- Como es lógico, **los días 24 a 27 fueron los que tuvieron más repercusión.**

Para analizar la evolución durante la semana en cuestión, se adjunta un gráfico con el número de entradas a lo largo de todo el periodo.

Actividad durante el periodo





Prácticamente la mitad de los mensajes enviados con **TourisFilm** iban acompañados de enlaces e imágenes, éstas son las que se difundieron más, en todas las redes.



Datos de Perfiles

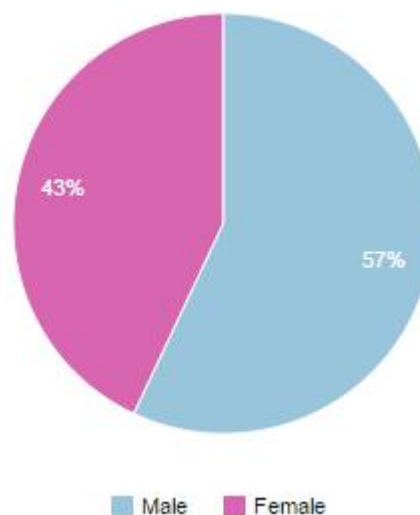
Como información complementaria, se recogen datos sobre los diferentes 343 usuarios que participaron aportando información y conversación. Estas son las cuentas más eficaces trasmitiendo mensajes sobre #TourisFilm a su audiencia, según el número de veces que se compartieron sus mensajes y su índice Klout (índice de relevancia). En las infografías adicionales se detallan estos usuarios.

Perfiles más influyentes (RTs y Klout)



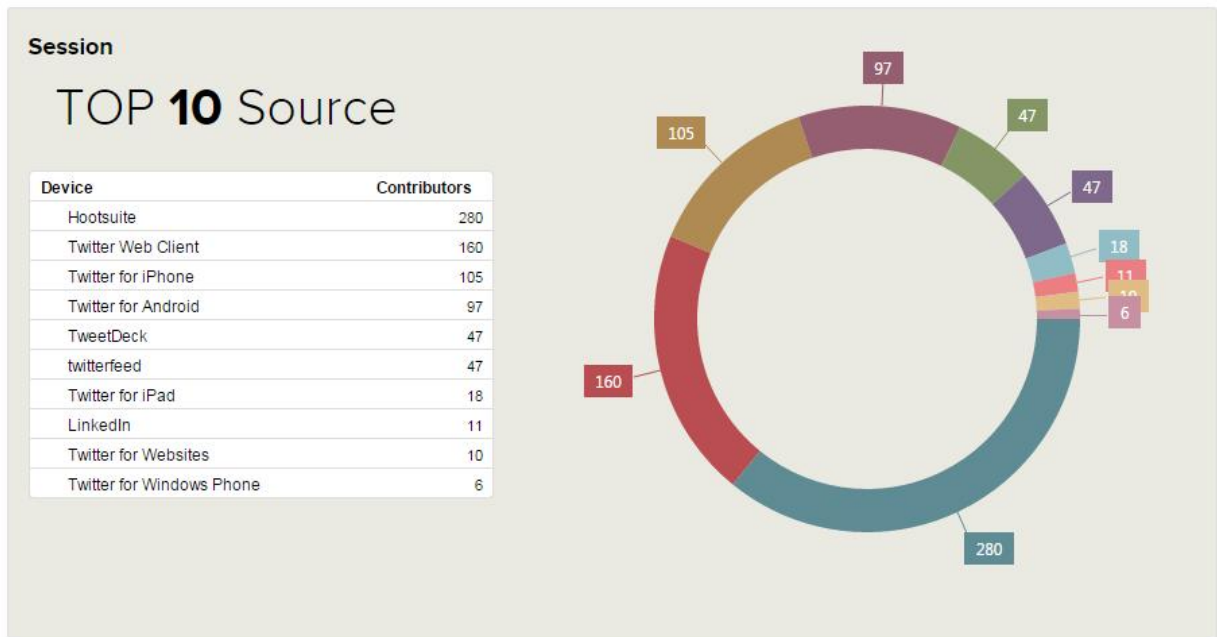
Otra información interesante es la composición demográfica (de género) de los 343 perfiles que contribuyeron creando y trasmitiendo mensajes sobre **TourisFilm**.

Demografía (género)



También es interesante la segmentación por aplicación/dispositivo, donde podemos apreciar que los usuarios emitieron sus mensajes utilizando casi en la misma proporción dispositivos iPhone y Android; mientras que la aplicación favorita para tuitear ha sido Hootsuite.

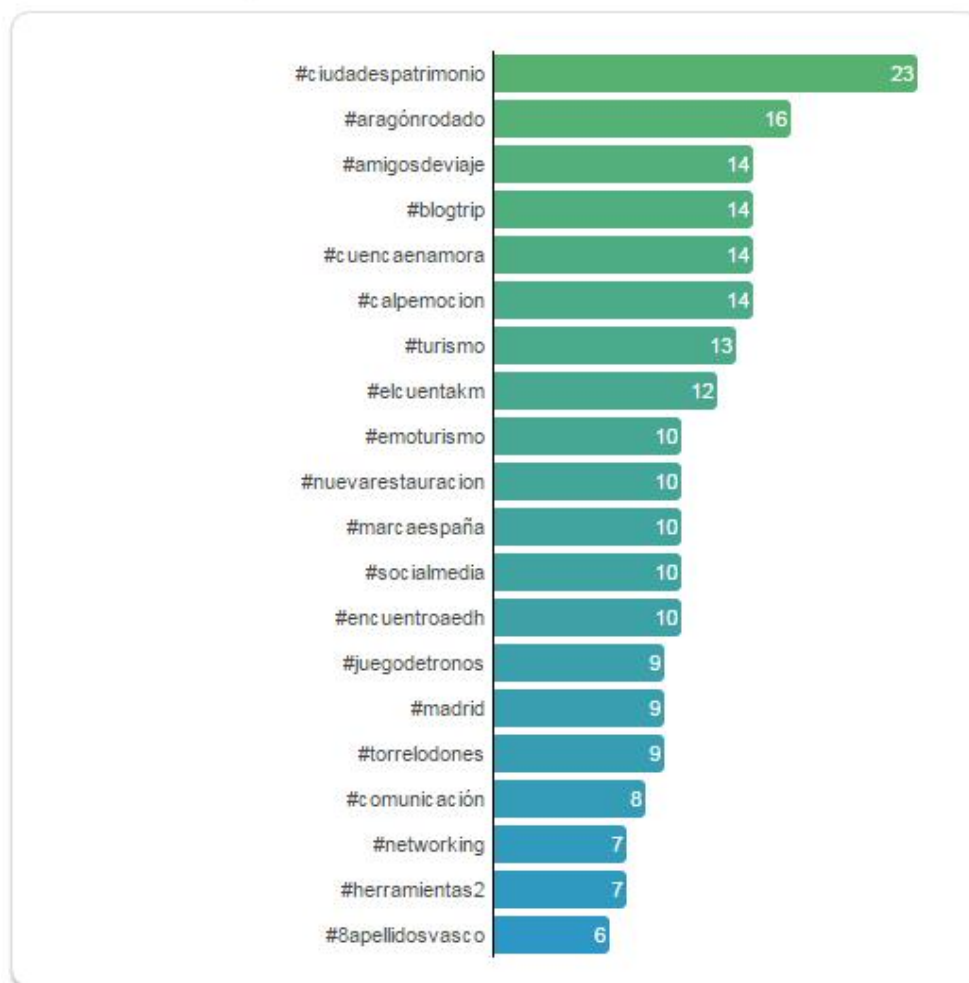
Tuits por aplicación/dispositivo



Referencias cruzadas

Estos son los otros términos y hashtags relacionados, que más aparecieron en los mensajes de **TourisFilm**, [a destacar los relacionados con #blogtrips, #aragonrodado y #turismo.](#)

Otros hashtags relacionados



#TourisFilm2014 adicional

Los mensajes de información específica del evento, así como las entradas que se referían directamente al mismo, emitidas por las cuentas propias, colaboradores y asistentes, se señalaron mediante el hashtag específico #TourisFilm2014.

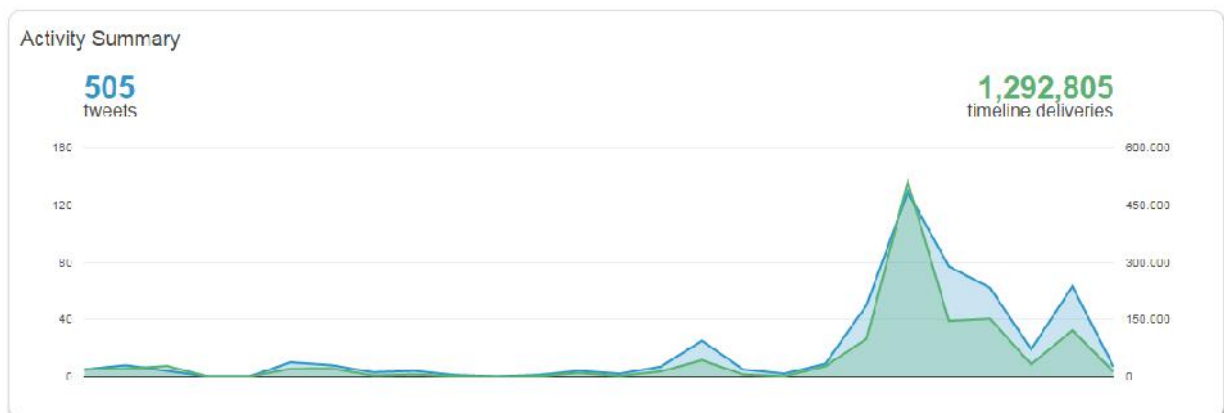
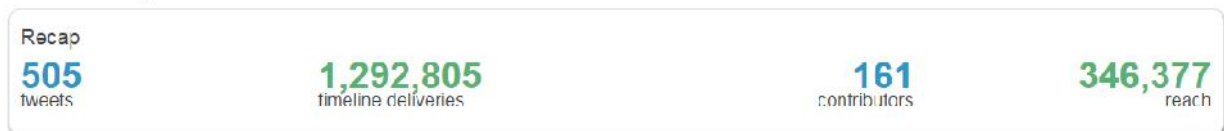
La información sobre el impacto puede seguirse desde la página web de TourisFilm www.tourisfilm.es, en:

<http://www.tourisfilm.es/seguimiento-del-hashtag-tourisfilm2014/>

**sigue el hashtag
#TourisFilm2014**



Resumen impacto #TourisFilm2014



Fuentes

Se han utilizado diversas herramientas para el seguimiento del evento y de la marca, mediante hashtags:

Hootsuite

www.hootsuite.com (seguimiento completo de Twitter)

Hashtracking

www.hashtracking.com (seguimiento de hashtag #TourisFilm2014)

Tweet Binder

<http://www.tweetbinder.com/> (seguimiento completo de Twitter y marca TourisFilm)

KeyHole

www.keyhole.co (seguimiento completo de marca en Twitter, Facebook e Instagram)

Follow The Hashtag

<http://analytics.followthehashtag.com/> (seguimiento completo de Twitter)

Más información adicional puede consultarse en línea sobre **TourisFilm**:

<http://www.tweetbinder.com/rs/gfcl6vXQPSO>

y sobre **#TourisFilm2014**

<https://twitter.com/search?q=%23TourisFilm2014&src=typd>

<http://www.tourisfilm.es/seguimiento-del-hashtag-tourisfilm2014/>

