

Participación y Repercusión SICMA23



Repercusión SICMA23

PARTICIPACIÓN

EVENTOS	Nº actividades	asistentes/visualizaciones
Visitantes presenciales exposición, talleres, conciertos...	12	18.038
Participantes podcast	7	28
Participantes visitas a obra e infraestructuras	15	723
Visualizaciones Site SICMA		22.928
Visualizaciones videos y <i>streaming</i>	27	789.363
TOTAL	61	831.080

MEDIOS COMUNICACIÓN

MEDIOS	impactos	audiencia/páginas vistas	Valor Comunicativo (€)
Impactos digitales	125		
Impactos radios y teles	14		
Impactos prensa papel	4		
TOTAL	143	33.536.403	1.249.963 € €

La valoración económica de las noticias equivale al llamado “Valor de comunicación”, equivalente al coste de la inversión necesaria que hubiera tenido que realizarse para ocupar el mismo espacio en formato publicitario multiplicado por 2,5 veces. Fuente: Hallon y Onclusive

RR.SS.

ALCANCE RR.SS. PROPIAS (24/02 – 20/03)	interacciones /engagement	POST publicados	impresiones
Twitter	3000	261	505.900
Linkedin	3000	109	
Instagram	1900	135	63.340
Facebook	320	104	129.484
Total	8220	609	698.724

Análisis del hashtag **#SICMA23** y **#LaIngenieríaNosUne**

- 1635 tweets

- 18,639.27 €

- 80.99 % *Sentiment score*

Red: Twitter - Período: 24/02 – 17/03

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD		Alcance
Física (líneas autobuses EMT)	14	1.260.000
SPOT Televisión Telemadrid+La Otra	76	1.619.000
Pantallas Canalbus + bunner web Telemadrid	2	2.850.000
Radio (Onda Madrid y Cadena Ser)	466	3.097.000
TOTAL		8.826.000 personas



93 instituciones,
 asociaciones,
 organizaciones
 sectoriales,
 administraciones
 públicas,
 universidades,
 empresas
 constructoras,
 consultoras y de
 servicios.