

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

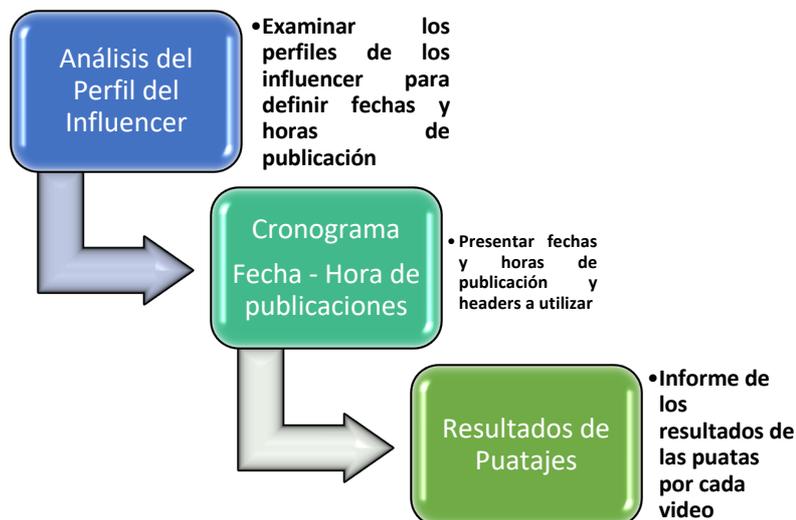
## INFORME DE ALCANCE E INTERACCIONES DE LA CAMPAÑA EDUCOMUNICACIONAL “EL RIMEMBER, HISTORIAS QUITENAS RECICLADAS”

### 1. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA PROMOCIÓN DE LOS VIDEOS

Se utilizó la plataforma de FACEBOOK BUSINESS para la estrategia de comunicación digital, esta es una herramienta que cuenta con un panel de control centralizado, mismo que proporciona datos sobre el rendimiento de las publicaciones para analizar y mejorar las estrategias en redes sociales.

Con el fin de contar con un mayor resultado en la difusión de los videos, se publicó en los perfiles de los Influencers que formaron parte de las historias, logrando conseguir que la audiencia se conecte con la figura pública y con el mensaje que se deseaba transmitir.

En la estrategia de difusión se recomendó realizar las publicaciones de cada uno de los videos por 7 días consecutivos en horario continuo, lo que nos permitió contar con los resultados de las publicaciones realizadas de cada video, basados en: número de personas , número de reproducciones, rango de edad al que llegaron los videos durante la campaña.



#### 1.1. Reporte e informe del video: “El Rimember de Cantuña”

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN



Carla Yépez  
Video – Cantuña

<b>FECHA</b>	<b>DE</b>	Inicio de publicación: 27 de mayo de 2021
<b>PUBLICACIÓN:</b>		Termino de publicación: 2 de junio de 2021
<b>INFLUENCER:</b>		CARLA YÉPEZ
<b>RED SOCIAL:</b>		FACEBOOK BUSINESS

Se subió el Video: “*El Rimember de Cantuña*” en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS para iniciar la publicación desde el 27 de mayo de 2021 hasta el 2 de junio de 2021 como se demuestra en la siguiente imagen:

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

La publicación se realizó desde el **27 de mayo de 2021 a las 18h00** en la red social del **Influencer** como se demuestra en la imagen.



- Gabriela Padre Almeida
- Gabriela Padre Almeida
- El Gallo de la Catedral Gabriela
- El Gallo de la Catedral Gabriela
- El Gallo de la Catedral Gabriela
- El diablo de Quito Fausto
- El diablo de Quito Fausto
- El diablo de Quito Fausto
- Mariangula Carla Yépez
- Mariangula Carla Yépez
- Mariangula Carla Yépez
- Capilla del robo Gabriela 1
- Capilla del robo Gabriela 1
- Campaña 1028 Fausto 1
- Campaña 1028 Fausto 1

**Presupuesto total**

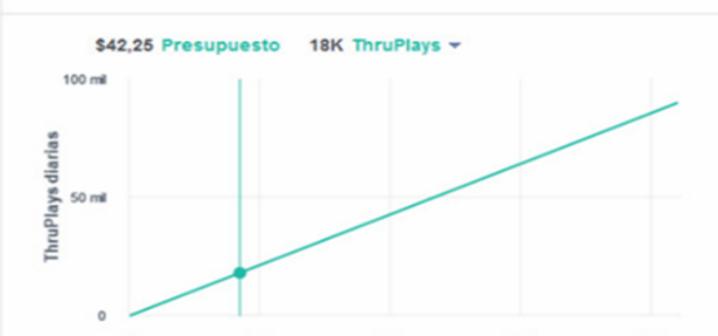
\$250,00 USD

Hasta \$250,00, incluidos los \$250,00 que gastaste hasta ahora.

Ocultar gráfico de alcance estimado y resultados ▶

**ThruPlays diarias estimadas**

\$42,25 Presupuesto 18K ThruPlays ▼



Estas son solo estimaciones y no garantizan ningún resultado. ⓘ

¿Te resultaron útiles estas estimaciones?

**Calendario**

**Fecha de inicio**

27/5/2021 20:00

Hora de Guayaquil

**Finalización**

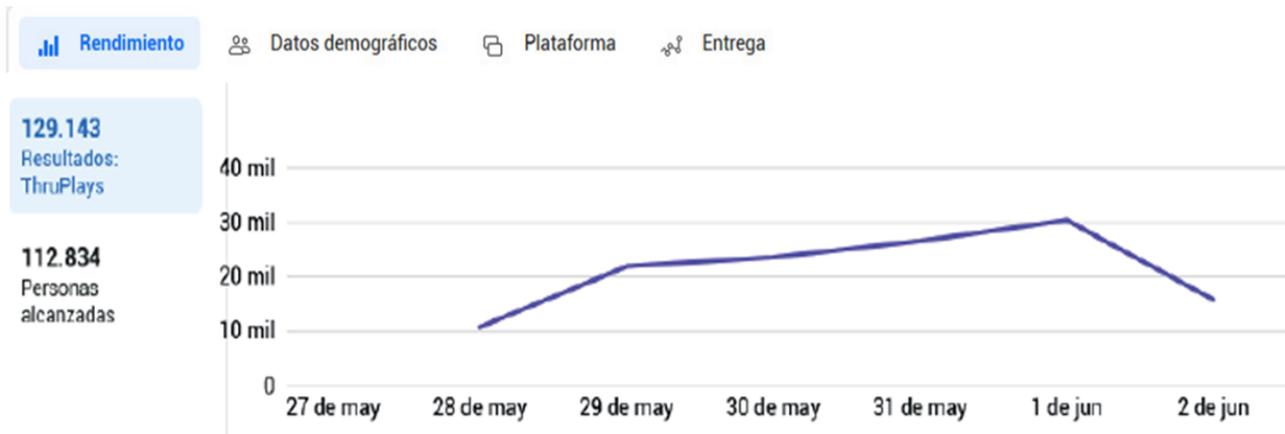
2/6/2021 18:00

Hora de Guayaquil

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

## Resultados:

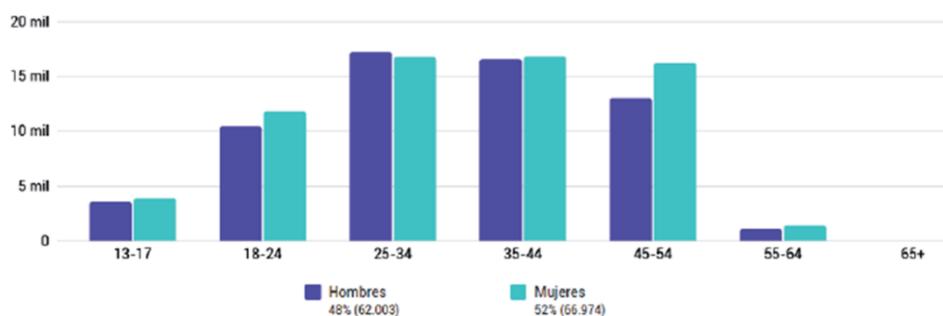
### Gráfico No.8: Resultados de las reproducciones



En el gráfico No. 8 observamos que el reporte generado de la plataforma inicia desde 28 de mayo de 2021, fecha que inicio la pauta del video. En la red del Influencer sus seguidores reprodujeron el video el mismo día 27 de mayo de 2021.

La campaña publicada del video de “Rimember de Cantuña”, generó el siguiente resultado: 129.143 reproducciones en la plataforma, con un alcance de 112.834 personas durante la campaña, con un promedio de 22.000 personas por día durante su publicación

### Gráfico No. 9: Rango de Edad - Personas Alcanzadas



		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

En esta gráfica identificamos que el rango de edad del público al que llegó la campaña fue de 13 a 64 años; con el 52% de reproducción es por mujeres (66.974) con mayor interacción en el rango de edad de 25 a 44 años y 48% de reproducciones por los hombres (62.003).

**Gráfico No. 10: Alcance en redes**



En el gráfico No.10 observamos que el video “El Rimember de Cantuña” tuvo 128.944 reproducciones con un alcance de 112.034 personas durante la campaña en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS.

 Publicidad realizada en la Plataforma de FACEBOOK BUSINESS

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
<b>Fecha:</b>	20 de septiembre de 2021	<b>COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN</b>



## 1.2. Reporte e informe del video: “El Rimember de la Casa 1028”



**Fausto Miño**  
Video – Casa 1028

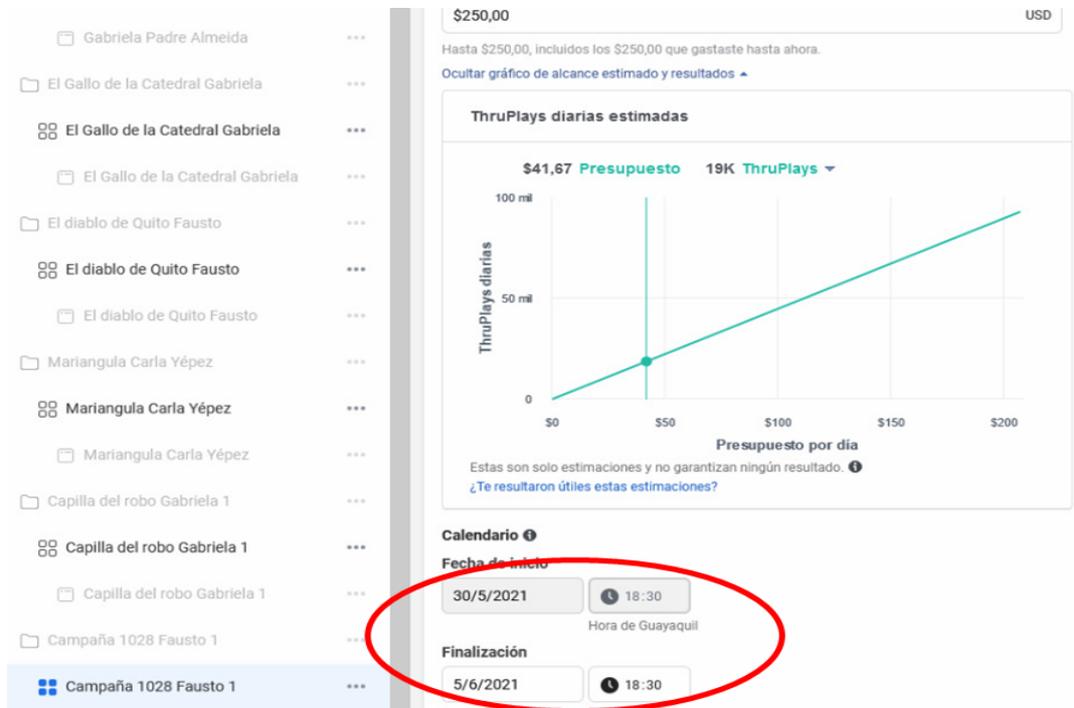
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	Inicio de publicación: 30 de mayo de 2021 Terminó de publicación: 5 de junio de 2021
<b>INFLUENCER:</b>	FAUSTO MIÑO
<b>RED SOCIAL:</b>	FACEBOOK BUSINESS

Se subió el Video: “*El Rimember de la Casa 1028*” en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS para iniciar la publicación desde el 30 de mayo de 2021 hasta el 5 de junio de 2021 como se demuestra en la siguiente imagen:

Fecha:

20 de septiembre de 2021

COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y  
COMUNICACIÓN



La publicación se realizó desde el **30 de mayo de 2021 a las 18h00** en la red social del **Influencer** como se demuestra en la imagen.

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN



**Resultados:**

*Gráfico No. 11: Resultados de las Reproducciones*

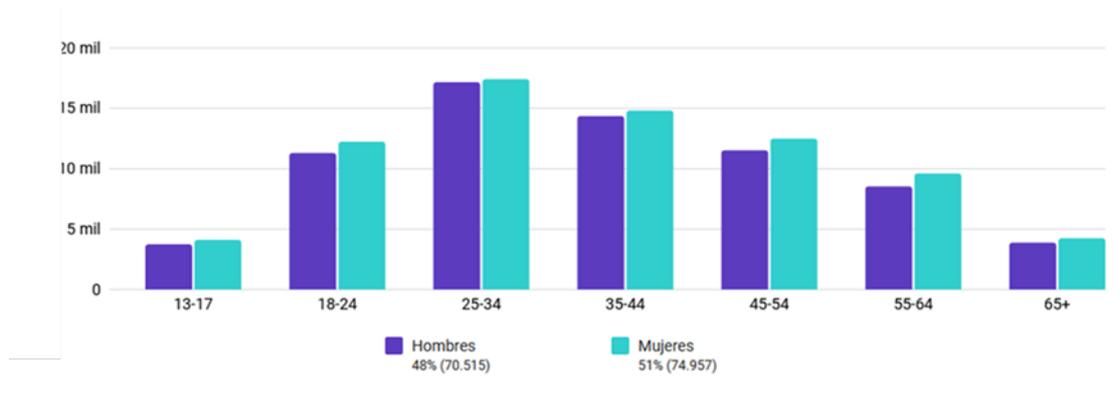
		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN



En el gráfico No. 11 observamos que el reporte generado de la plataforma inicia desde 30 de mayo de 2021, fecha que inició el pautaaje. En la red del Influencer sus seguidores reprodujeron el video el mismo día.

La campaña publicada generó el siguiente resultado: 145.625 reproducciones en la plataforma, con un alcance de 136.272 personas y un promedio de 25 mil personas por día durante la publicación.

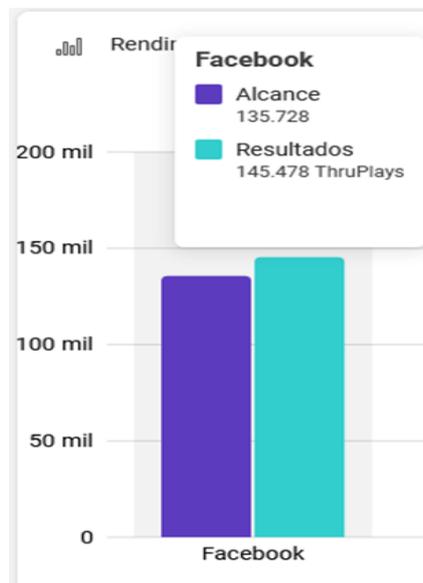
**Gráfico No. 12: Rango de Edad - Personas Alcanzadas**



En esta gráfica analizamos que el rango de edad del público al que llegó la campaña fue de 13 a 65 años; con el 51% de reproducciones por mujeres (74.957) con mayor interacción en el rango de edad de 25 a 34 años y 48% de reproducciones por los hombres (70.515).

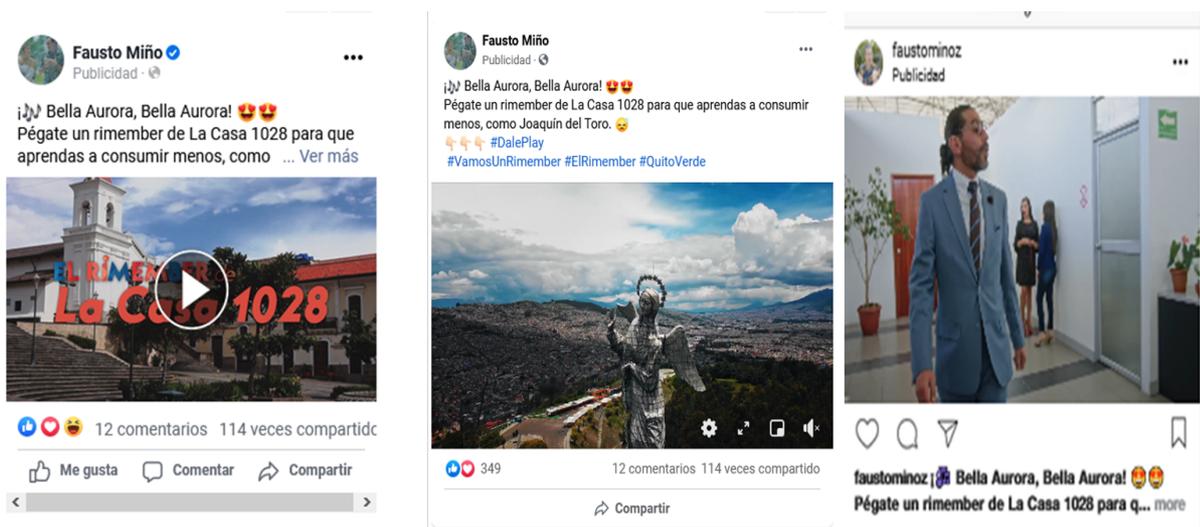
		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

**1. Gráfico No. 13: Alcance en Redes.**



En el gráfico No. 13 observamos que el video “Rimember de la Casa 1028” tuvo 145.478 reproducciones con un alcance de 135.728 personas durante la campaña en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS.

 Publicidad realizada en la Plataforma de FACEBOOK BUSINES



		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

### 1.3. Reporte e informe del video: “El Rimember de la Capilla de Robo

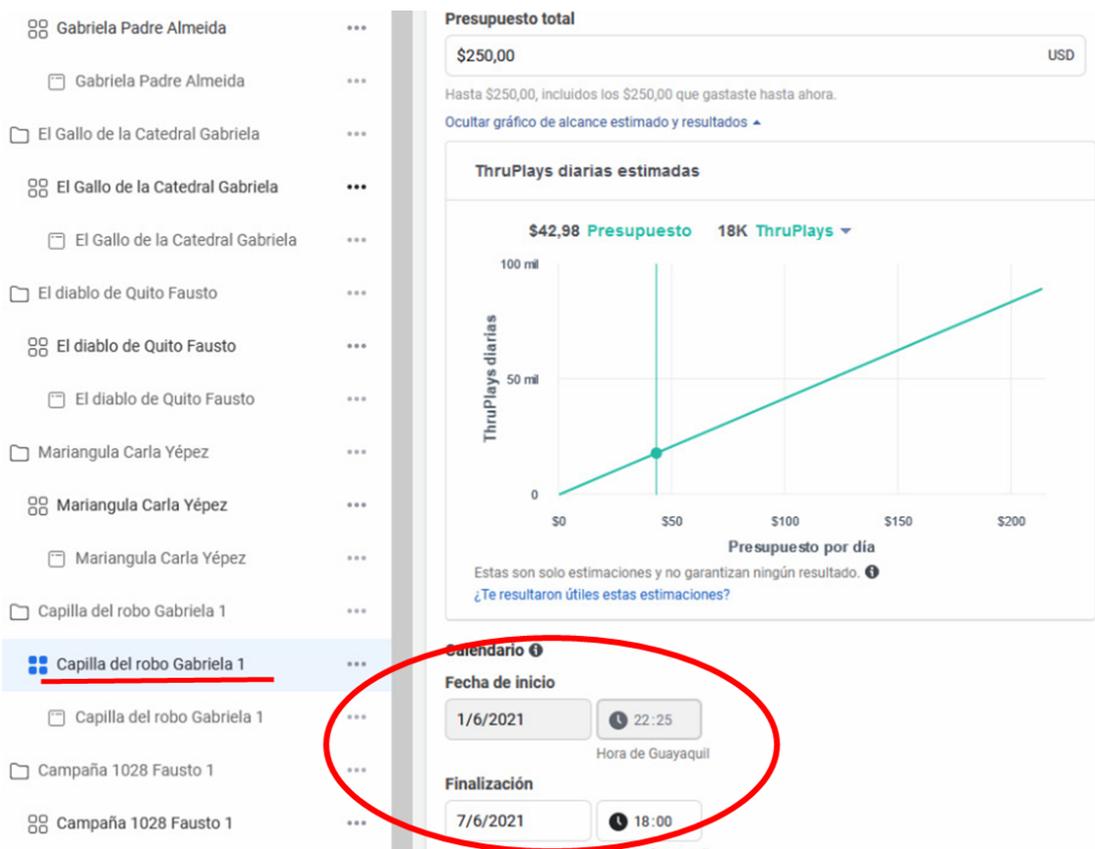


Gabriela Córdova  
Video – Capilla del Robo

<b>FECHA</b>	<b>DE</b>	Inicio de publicación: 01 de junio de 2021
<b>PUBLICACIÓN:</b>		Termino de publicación: 07 de junio de 2021
<b>INFLUENCER:</b>		GABRIELA CÓRDOVA
<b>RED SOCIAL:</b>		FACEBOOK BUSINESS

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

Se subió el Video: “*El Remember de la Capilla del Robo*” en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS para iniciar la publicación desde el 1 de junio 2021 hasta el 7 de junio de 2021 como se demuestra en la siguiente imagen:



**Presupuesto total**  
\$250,00 USD

Hasta \$250,00, incluidos los \$250,00 que gastaste hasta ahora.

Ocultar gráfico de alcance estimado y resultados ▾

**ThruPlays diarias estimadas**

\$42,98 Presupuesto 18K ThruPlays ▾

100 ml  
50 ml  
0

ThruPlays diarias

\$0 \$50 \$100 \$150 \$200

Presupuesto por día

Estas son solo estimaciones y no garantizan ningún resultado. ⓘ  
¿Te resultaron útiles estas estimaciones?

**Calendario ⓘ**

**Fecha de inicio**  
1/6/2021 22:25  
Hora de Guayaquil

**Finalización**  
7/6/2021 18:00

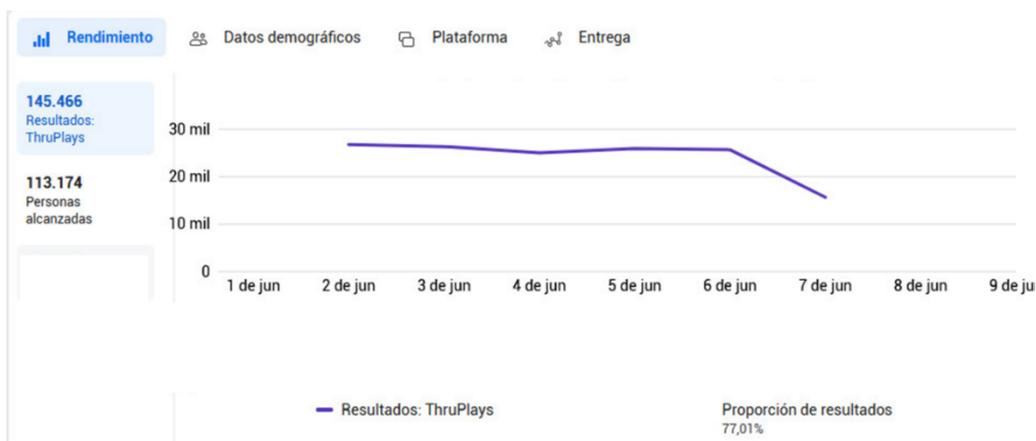
La publicación se realizó desde el **1 de junio de 2021 a las 18h00** en la red social del **Influencer** como se demuestra en la imagen.

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN



## Resultados:

### Gráfico No. 14: Resultados de las Reproducciones.

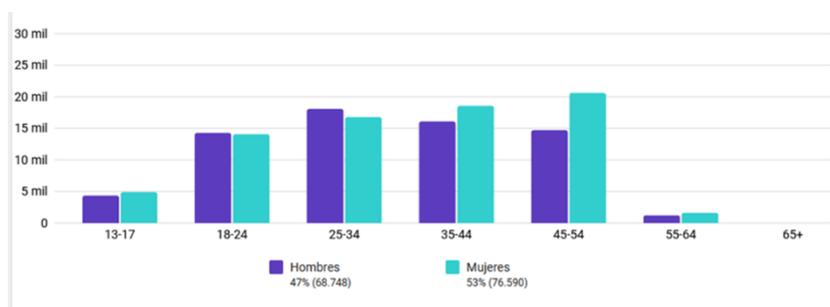


En el gráfico No. 14 observamos que el reporte generado de la plataforma inicia desde 2 de junio de 2021, fecha que inicio la pauta del video. En la red del Influencer sus seguidores reprodujeron el video el mismo 01 de junio de 2021.

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

En el gráfico se analiza que la campaña publicada del video “La Capilla del Robo” tuvo como resultado: 145.466 reproducciones en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS, con un alcance de 113.174 personas y un promedio de 28 mil personas por día durante su publicación.

**Gráfico No. 15: Rango de Edad - Personas Alcanzadas**



En esta gráfica se observa que el rango de edad del público al que llegó la campaña fue de 13 a 64 años; con el 53% de reproducciones por las mujeres (76.590) con mayor interacción en el rango de edad de 44 a 54 años y 47% de reproducciones por los hombres (68.748) con mayor interacción entre 25 y 34 años.

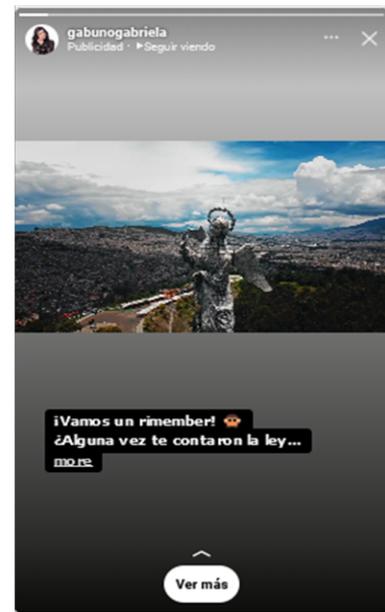
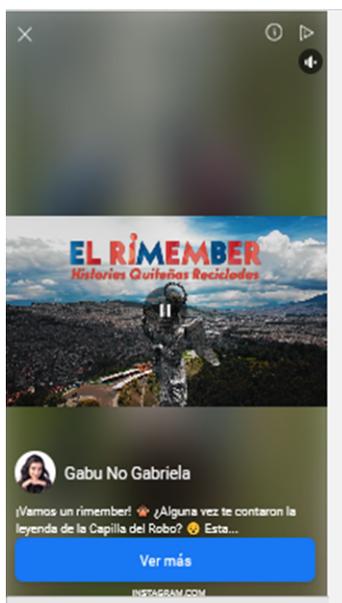
**2. Gráfico No. 16: Alcance en Redes.**



En el gráfico analizamos que el video de “Rimember de la Capilla del Robo” tuvo un alcance de 111.668 personas con un total 145.136 reproducciones durante la campaña en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EMGIRS-EP</b>
<b>Fecha:</b>	20 de septiembre de 2021	<b>COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN</b>

Publicidad realizada en la Plataforma de FACEBOOK BUSINESS



#### 1.4. Reporte e informe del video: “El Rimember de Mariangula”

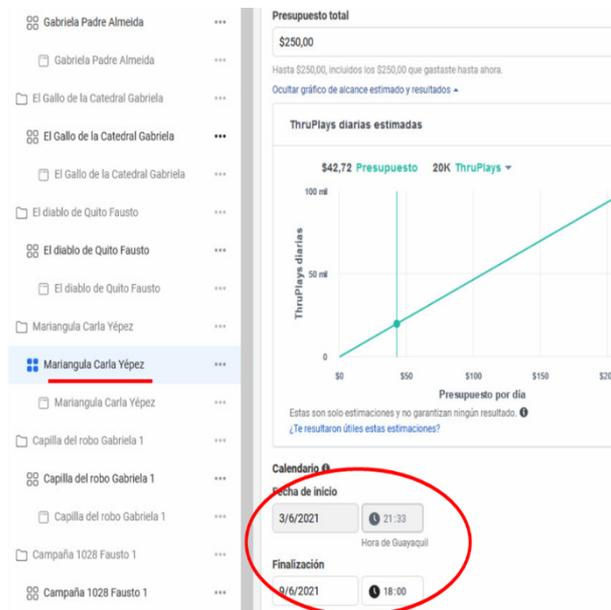


Carla Yépez  
Video – Mariangula

<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	Inicio de publicación: 03 de junio de 2021 Termino de publicación: 09 de junio de 2021
<b>INFLUENCER:</b>	CARLA YÉPEZ
<b>RED SOCIAL:</b>	FACEBOOK BUSINESS

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

Se subió el Video: “El Rimember de Mariangula” en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS para iniciar la publicación desde el 3 de junio 2021 hasta el 9 de junio de 2021 como se demuestra en la siguiente imagen:



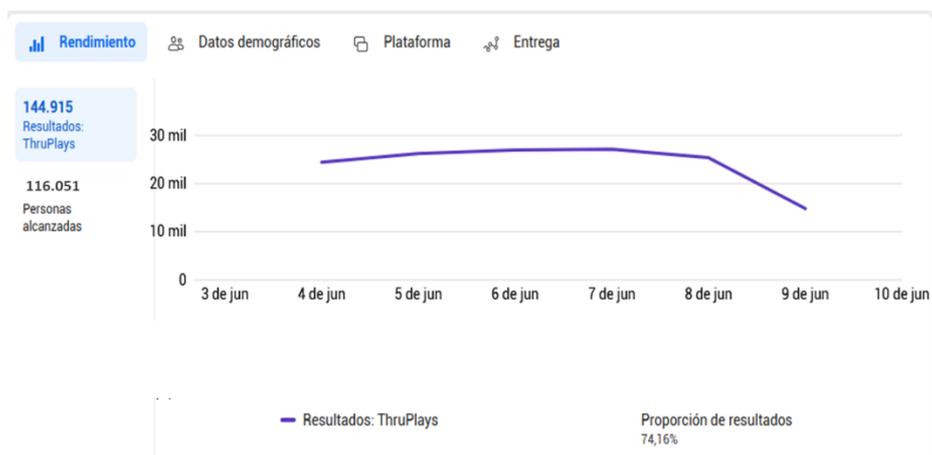
La publicación se realizó desde el **3 de junio de 2021 a las 18h00 en la red social del Influencer** como se demuestra en la imagen.

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN



**Resultados:**

*Gráfico No. 17: Resultados de las Reproducciones.*

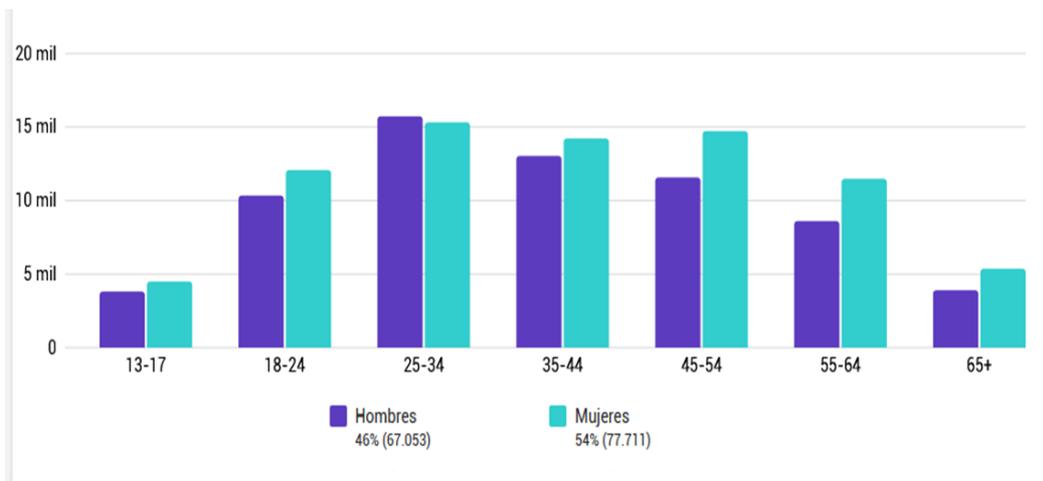


En el gráfico No. 17 observamos que el reporte generado por la plataforma del video “Rimember de Mariangula” inicia desde 4 de junio de 2021, fecha en la que inició la pauta del video. En la red del Influencer sus seguidores reprodujeron el video el mismo 03 de junio de 2021.

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

En el gráfico se analiza que la campaña publicada del video “*Mariangula*” tuvo como resultado: 144.915 reproducciones en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS, con un alcance de 116.051 personas y un promedio de 26 mil personas por día.

**Gráfico No. 18: Rango de Edad - Personas Alcanzadas**



En esta gráfica se observa que el rango de edad del público al que llegó la campaña fue de 13 a 65 años; con el 54% reproducciones por mujeres (77.711) con mayor interacción en el rango de edad de 34 a 54 años y 46% de reproducciones por los hombres (67.053) con mayor interacción en el rango de edad de 25 a 34 años.

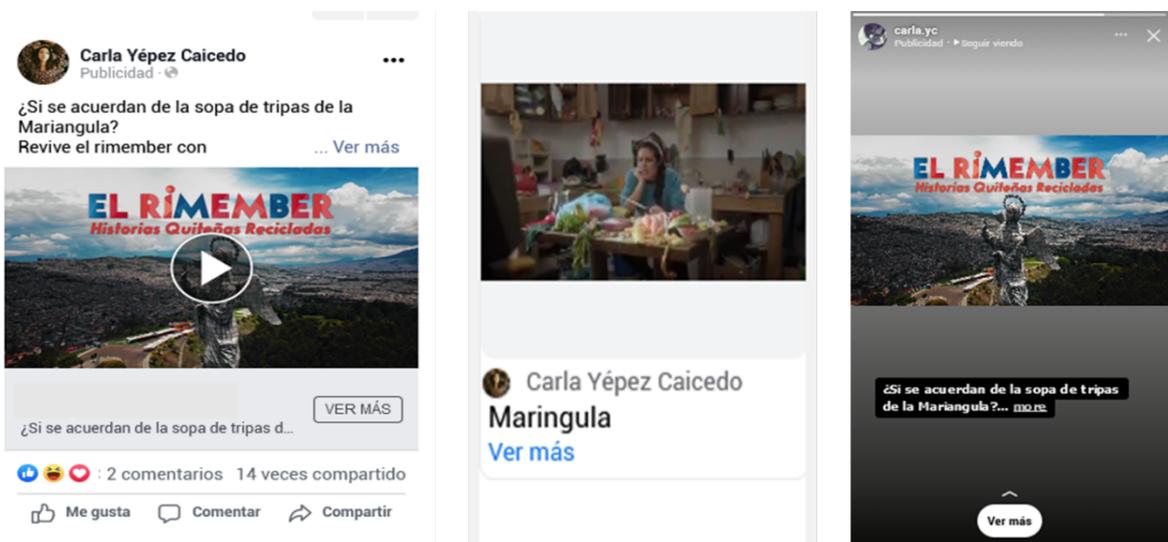
**3. Gráfico No. 19: Alcance en Redes.**



		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

En el gráfico analizamos que el video del “Rimember de Mariangula” tuvo un alcance de 114.994 personas con un total 144.655 reproducciones durante la campaña en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS

 Publicidad realizada en la Plataforma de FACEBOOK BUSINES



### 1.5. Reporte e informe del video: “El Rimember del Diablo de Quito”

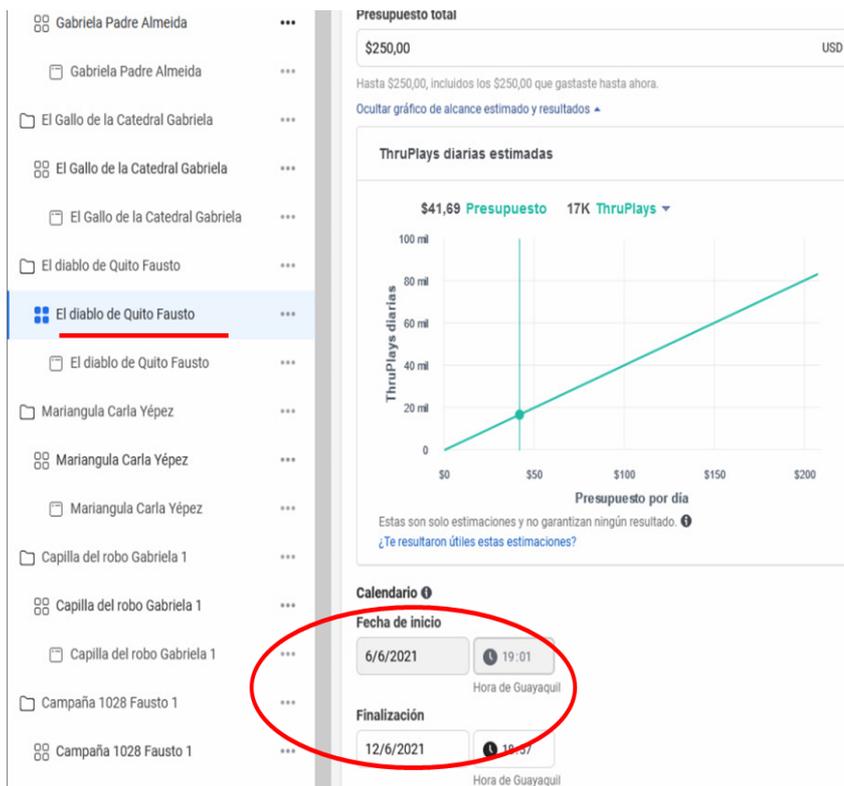


Fausto Miño  
Video – El Diablo de Quito

<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	Inicio de publicación: 06 de junio de 2021 Termino de publicación: 12 de junio de 2021
<b>INFLUENCER:</b>	FAUSTO MIÑO
<b>RED SOCIAL:</b>	FACEBOOK BUSINESS

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
<b>Fecha:</b>	20 de septiembre de 2021	<b>COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN</b>

Se subió el Video: “El Rimeter del Diablo de Quito” en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS para iniciar la publicación desde el 6 de junio 2021 hasta el 12 de junio de 2021 como se demuestra en la siguiente imagen:



The screenshot displays the Facebook Business Manager interface. On the left, a list of posts is shown, with 'El diablo de Quito Fausto' selected. The right panel shows the 'Presupuesto total' (Total Budget) set at \$250,00 USD. Below this, a line graph titled 'ThruPlays diarias estimadas' (Estimated Daily ThruPlays) shows a budget of \$41,69 and 17K ThruPlays. The x-axis is 'Presupuesto por día' (Daily Budget) from \$0 to \$200, and the y-axis is 'ThruPlays diarias' (Daily ThruPlays) from 0 to 100 mil. A red circle highlights the 'Calendario' (Calendar) section, which includes the start date '6/6/2021' at 19:01 and the end date '12/6/2021' at 18:57, both in Guayaquil.

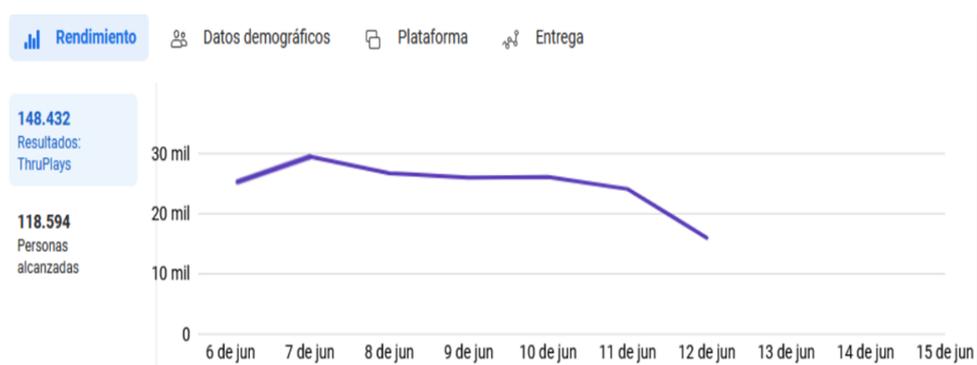
		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

La publicación se realizó desde el **6 de junio de 2021 en la red social del Influencer** como se demuestra en la imagen.



## Resultados:

**Gráfico No. 20: Resultados de las Reproducciones.**

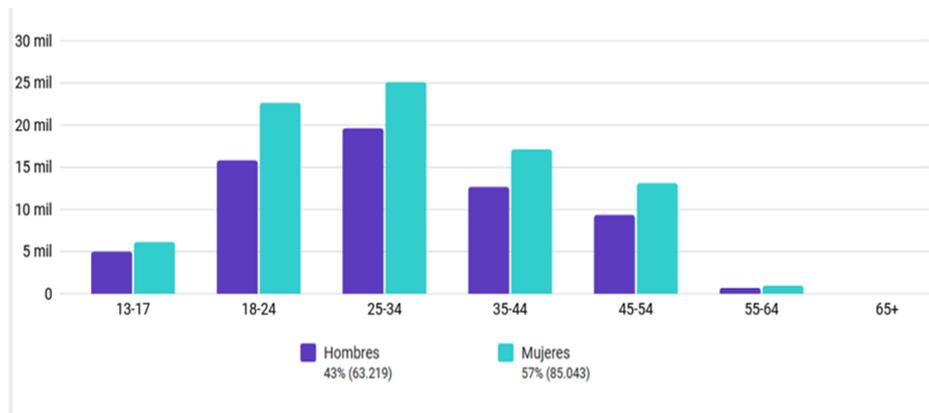


En el gráfico No. 20 observamos que el reporte generado por la plataforma del video “Rimember de Mariangula” inicia desde 6 de junio de 2021, fecha que inicio la pauta del video. En la red del Influencer sus seguidores reprodujeron el video el mismo 06 de junio de 2021.

En el gráfico se analiza que la campaña publicada del video “El Diablo de Quito” tuvo como resultado: 148.432 reproducciones en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS, con un alcance de 118.594 personas y un promedio de 26,42 mil personas por día.

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

**Gráfico No. 21: Rango de Edad - Personas Alcanzadas**



En esta gráfica se observa que el rango de edad del público al que llegó la campaña fue de 13 a 64 años; con el 57% de reproducciones por mujeres (85.043) con mayor interacción en el rango de edad de 25 a 34 años y 43% de reproducciones por los hombres (63.219) con mayor interacción del rango de edad de 18 a 25 años

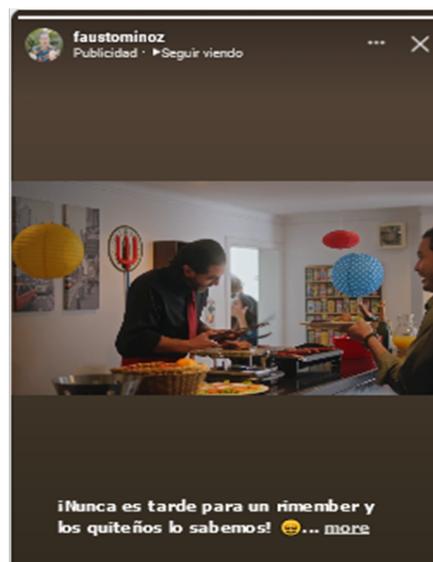
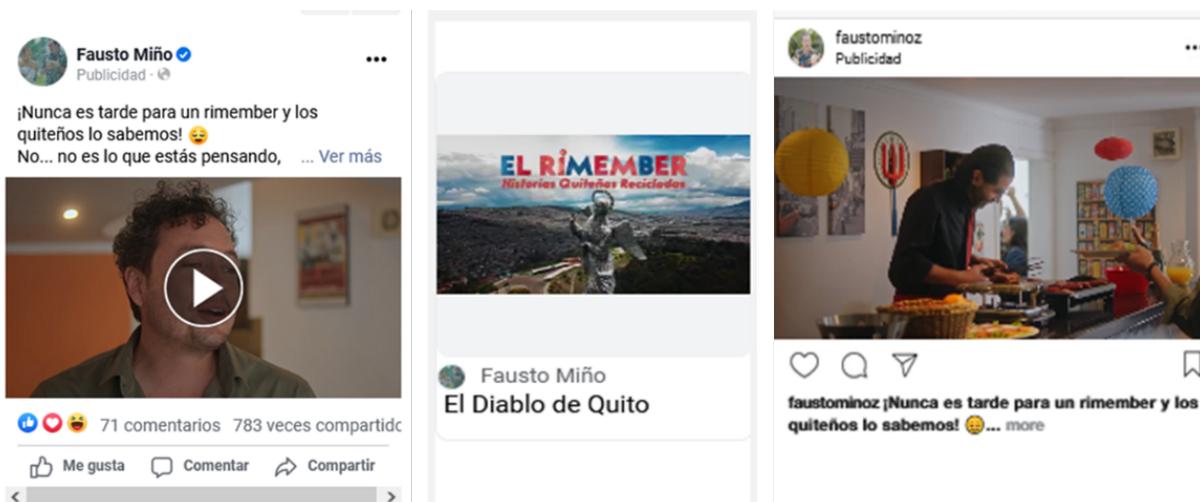
**4. Gráfico No. 22: Alcance en Redes.**



En el gráfico analizamos que el video “Rimember del Diablo de Quito” tuvo un alcance de 118.274 personas con un total 148.331 reproducciones durante la campaña en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS.

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

Publicidad realizada en la Plataforma de FACEBOOK BUSINES



		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

### 1.6. Reporte e informe del video: “El Rimember del Gallo de la Catedral”



Gabriela Córdova  
Video – El Gallo de la Catedral

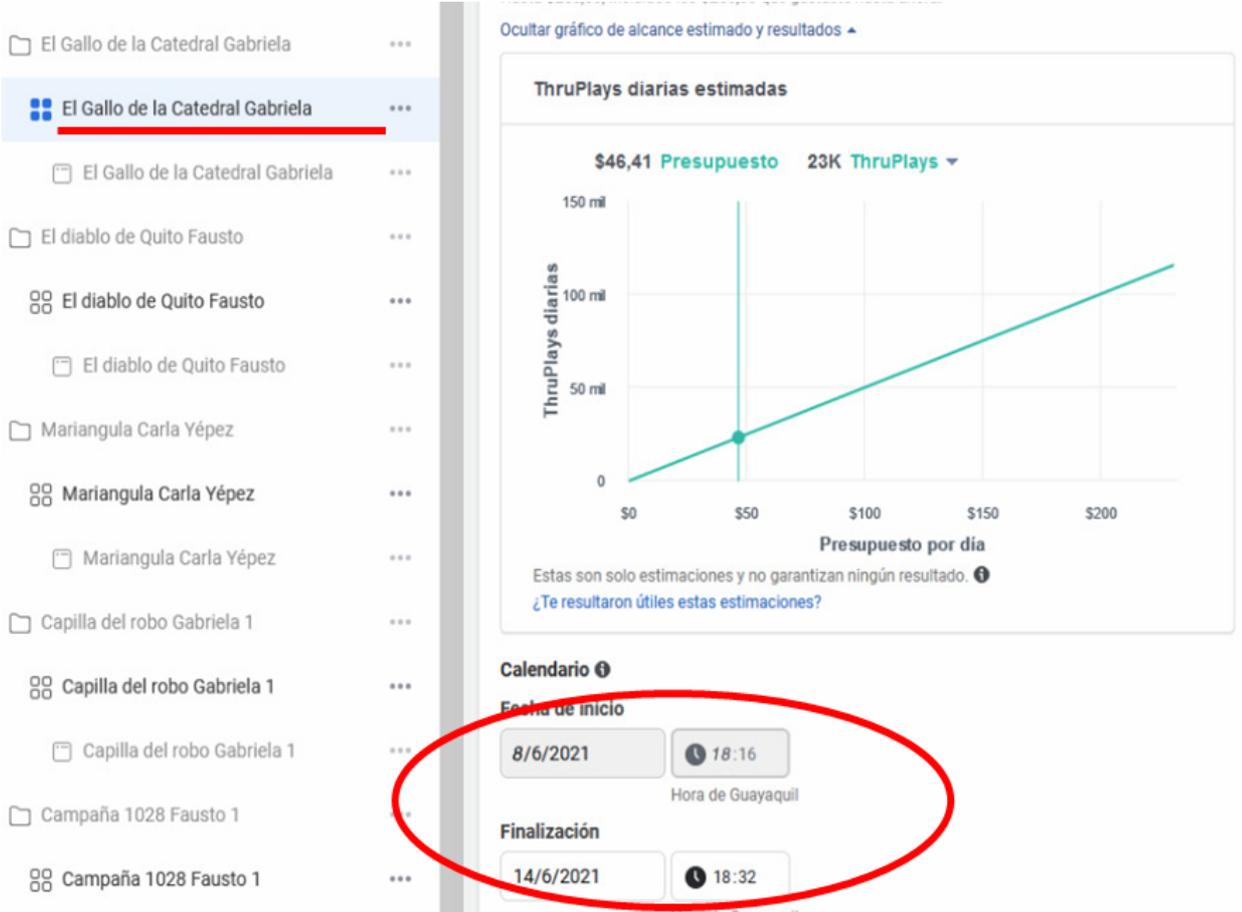
<b>FECHA</b>	<b>DE</b>	Inicio de publicación: 08 de junio de 2021
<b>PUBLICACIÓN:</b>		Termino de publicación: 14 de junio de 2021
<b>INFLUENCER:</b>		GABRIELA CÓRDOVA
<b>RED SOCIAL:</b>		FACEBOOK BUSINESS

Se subió el Video: “*El Rimember del Gallo de la Catedral*” en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS para iniciar la publicación desde el 8 de junio 2021 hasta el 14 de junio de 2021 como se demuestra en la siguiente imagen:

Fecha:

20 de septiembre de 2021

COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y  
COMUNICACIÓN



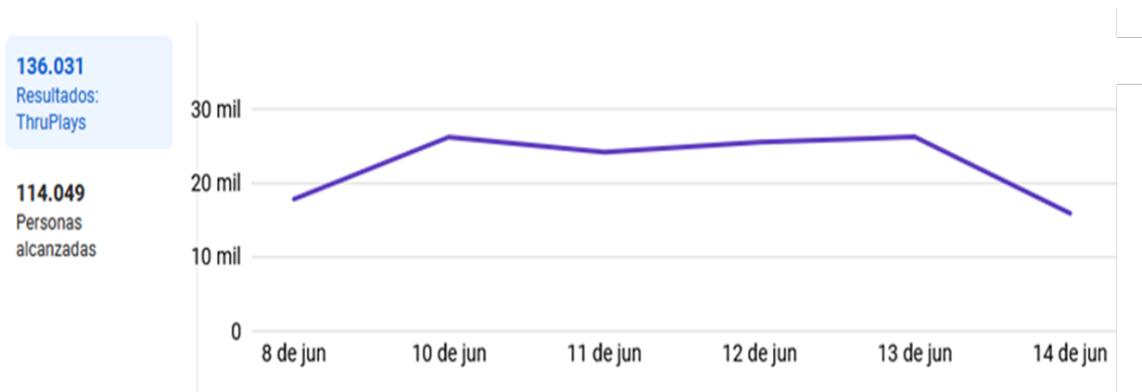
		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

La publicación se realizó desde el **8 de junio de 2021 en la red social del Influencer** como se demuestra en la imagen.



## Resultados:

**Gráfico No. 23: Resultados de las Reproducciones.**

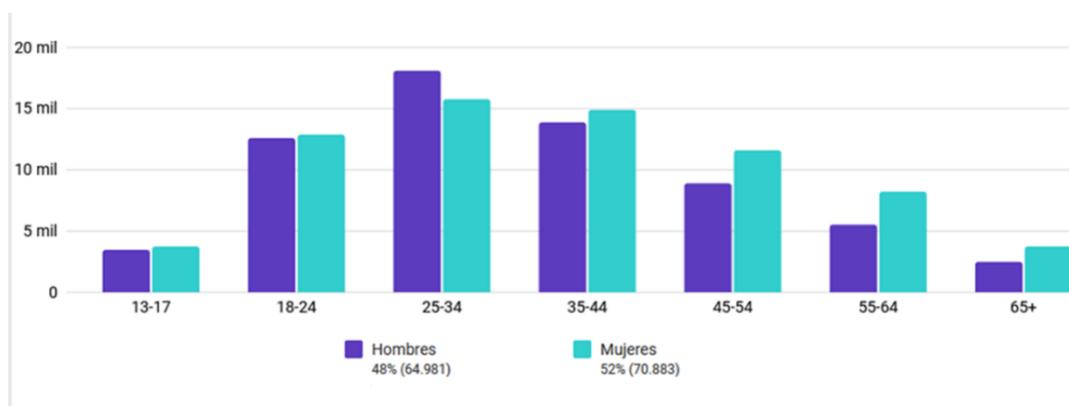


		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

En el gráfico No. 23 observamos que el reporte generado por la plataforma del video “Rimember del Gallo de la Catedral” inicia desde 8 de junio de 2021, fecha que inicio la pauta del video. En la red del Influencer sus seguidores reprodujeron el video el mismo 06 de junio de 2021.

En el gráfico se analiza que la campaña publicada del video “El Gallo de la Catedral” tuvo como resultado: 136.03 reproducciones en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS, con un alcance de 114.049 personas y un promedio de 24 mil personas por día.

**Gráfico No. 24: Rango de Edad - Personas Alcanzadas**



En esta gráfica se observa que el rango de edad del público al que llegó la campaña fue de 13 a 65 años; con el 52% de reproducciones por mujeres (70.883) con mayor interacción en el rango de edad de 25 a 34 años y 48% de reproducciones por los hombres (64.981) con mayor interacción del rango de edad de 25 a 34 años.

**Gráfico No. 25: Alcance en Redes**



		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

En el gráfico analizamos que el video “Rimember del Gallo de la Catedral” tuvo un alcance de 112.801 personas con un total 135.834 reproducciones durante la campaña en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS.

 Publicidad realizada en la Plataforma de FACEBOOK BUSINES



**1.7. Reporte e informe del video: “El Rimember del Padre Almeida”**

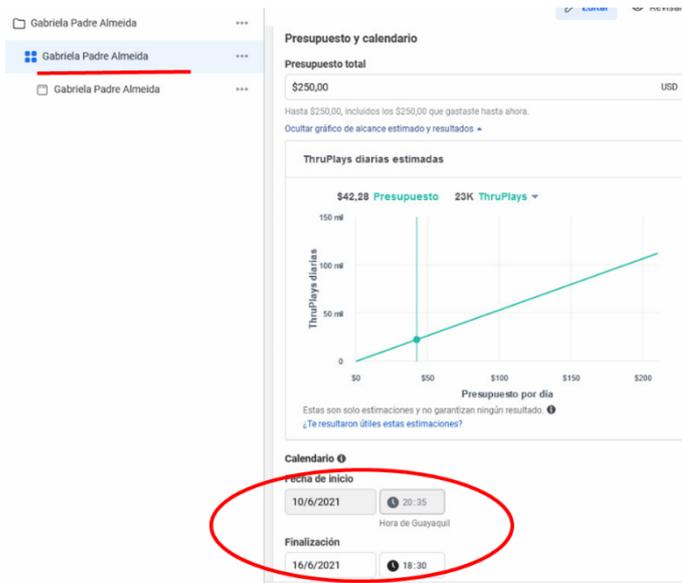


Gabriela Córdova  
Video – El Padre Almeida

<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	Inicio de publicación: 10 de junio de 2021 Termino de publicación: 16 de junio de 2021
<b>INFLUENCER:</b>	GABRIELA CÓRDOVA
<b>RED SOCIAL:</b>	FACEBOOK BUSINESS

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

Se subió el Video: “*El Rimember del Padre Almeida*” en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS para iniciar la publicación desde el 10 de junio 2021 hasta el 16 de junio de 2021 como se demuestra en la siguiente imagen:



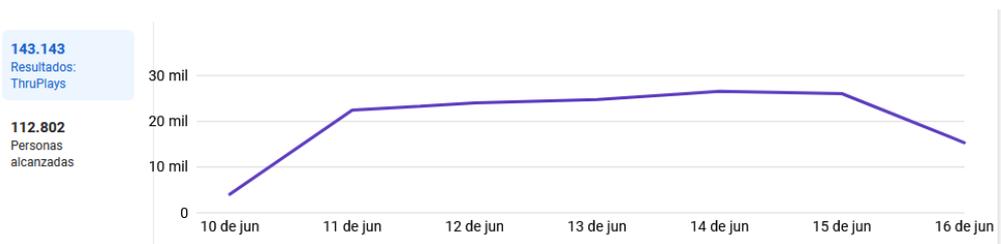
La publicación se realizó desde el **10 de junio de 2021 en la red social del Influencer** como se demuestra en la imagen.

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN



**Resultados:**

*Gráfico No. 26: Resultados de las Reproducciones.*

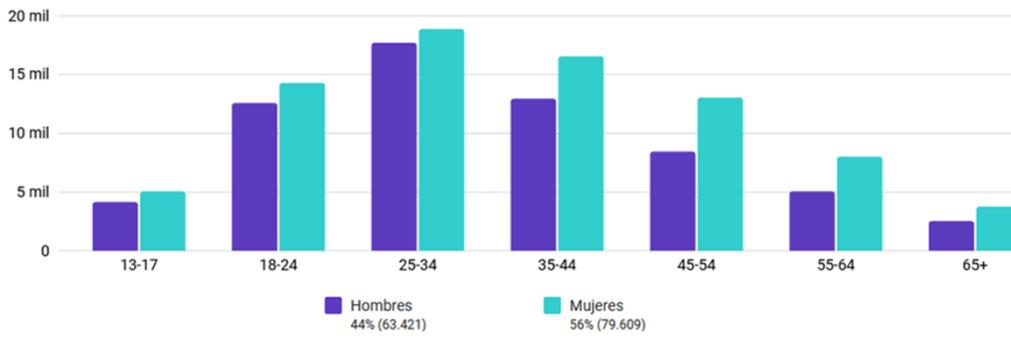


En el gráfico No. 26 observamos que el reporte generado por la plataforma del video “Rimember del Padre Almeida” inicia desde 10 de junio de 2021, fecha que inicio la pauta del video.

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

En el gráfico se analiza que la campaña publicada del video “El Padre Almeida” tuvo como resultado: 143.143 reproducciones en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS, con un alcance de 112.802 personas y un promedio de 24 mil personas por día.

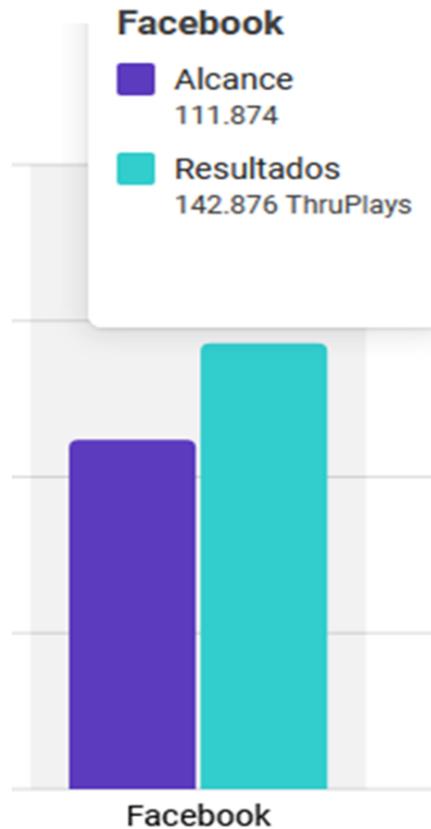
**Gráfico No. 27: Rango de Edad - Personas Alcanzadas**



En esta gráfica se observa que el rango de edad del público al que llegó la campaña fue de 13 a 65 años; con el 56% de reproducciones por mujeres (79.609) con mayor interacción en el rango de edad de 25 a 34 años y 44% de reproducciones por los hombres (63.421) con mayor interacción del rango de edad de 25 a 34 años.

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

**Gráfico No. 28: Alcance en Redes**



En el gráfico analizamos que el video “Rimember del Padre Almeida” tuvo un alcance de 111.874 personas con un total 142.876 reproducciones durante la campaña en la plataforma de FACEBOOK BUSINESS.

**ESTRATEGIA COMUNICACIONAL REALIZADA DESDE LAS REDES DE EMGIRS-EP**

Con el objetivo de dar seguimiento a la campaña y reforzar los mensajes comunicacionales a través de los distintos públicos objetivos, la coordinación de comunicación planteó distintas estrategias que permitieron incrementar el alcance de los videos de la campaña antes mencionada.

**1. CHULLA PLANET**

A través del programa radial chulla planet se promocionó durante cuatro meses cada uno de los 7 videos, proyectando los mensajes a través de diferentes dinámicas que permitieron que los locutores interactuen con los oyentes, por medio de la participación activa basada en el diálogo interactivo que se dio durante las llamadas.

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

Una de las dinámicas ejecutadas fue la realización de una trivia relacionada con los personajes de la campaña, la cual consistió en realizar tres preguntas sobre cada historia con el incentivo de entregar un premio a quien más aciertos obtenga. Durante cada programa se obtuvo alrededor de 20 a 30 participaciones, dando un total de 400 llamadas que resultaron de la promoción de 16 programas seguidos. Adicionalmente, se entrevistó a 4 personajes principales de El Padre Almeida, Cantuña, Mariangula, Lucifer y la Casa 1028.



## ESTRATEGIA EN REDES SOCIALES DE EMGIRS-EP

A través de las redes de la EMGIRS-EP se reforzó la campaña educomunicacional por medio de una estrategia de recordación basada en la publicación continua de videos y trailers. Esta acción incrementó el alcance inicial, puesto a que se obtuvieron varias interacciones. Adicionalmente se publicó un video de expectativa para generar enganche inicial.

- #ElRimemberDelGalloDeLaCatedral**  
 Hace 2 meses · 721 reproducciones  
 36 likes
- #ElRimemberDeLaIglesiaDelRobo**  
 Hace 2 meses · 515 reproducciones  
 38 likes
- #ElRimemberDelDiabloDeQuito**  
 Hace 2 meses · 1,2 mil reproducciones  
 60 likes
- Día del padre**  
 Hace 3 meses · 731 reproducciones  
 56 likes
- #ElRimemberDeMariangula**  
 Hace 3 meses · 1,9 mil reproducciones  
 67 likes

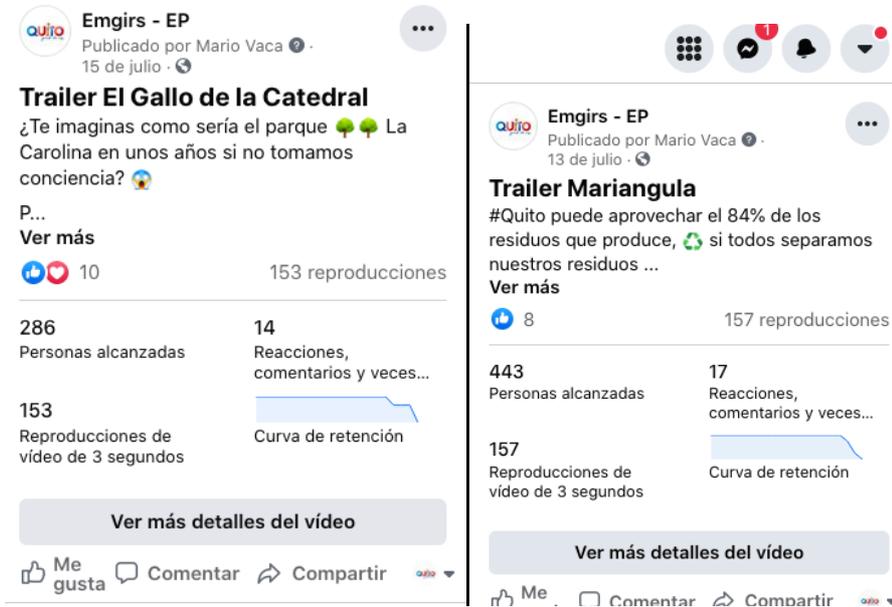
#ElRimemberDeCantuña



**EL RÍMEMBER**  
Historias Quiteñas Reciclad

181 likes · 50 comentarios · 108 veces compartido

		<b>EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SOLIDOS EMGIRS-EP</b>
Fecha:	20 de septiembre de 2021	COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN



En las imágenes anteriores se puede observar algunas de las interacciones alcanzadas en las publicaciones realizadas, el mínimo de personas alcanzadas **fue de 727** y el **máximo fue de 3.465**.

Diariamente se realizaban publicaciones de la campaña, se variaba contenido entre los videos enteros y los cortos de expectativa, de esta manera se logró repositionar “El Rimember”.

## RELACIONES PÚBLICAS

En relaciones públicas se activo un extenso recorrido de medios con alcance nacional y local para difundir la campaña El Rimember, historias quiteñas recicladas en el que se difunda. Los mensajes que englobaban los siete videos.

En total se hizo 21 entrevistas con diferentes voceros entre los cuales se encontraba la máxima autoridad. Estas entrevistas nos permitieron llegar a diferentes públicos a nivel local y provincial. A continuación, se detallan los espacios en medios de comunicación en donde se posicionó la campaña:

FECHA	AUTORIDAD	TEMA	MEDIO	HORA	ENTREVISTADOR	TIEMPO	ESTADO
<b>Miércoles 26 de mayo</b>	María Gabriela Dávila, gerente Emgirs EP	El Rimember, historias quiteñas recicladas	Radio FB	07h30	Fernando Bair y Francisco Guevara	20:00	REALIZADA
<b>Miércoles 26 de mayo</b>	María Gabriela Dávila, gerente Emgirs EP	El Rimember, historias quiteñas recicladas	Radio Pacha	13h00	Jorge Ñacato y Bety Ontaneda	15:00	REALIZADA

Fecha: 20 de septiembre de 2021

COORDINACIÓN DE GESTIÓN SOCIAL Y  
COMUNICACIÓN

<b>Jueves 27 de mayo</b>	María Gabriela Dávila, gerente Emgirs EP	El Rremember, historias quiteñas recicladas	Radio Vigía	07h15	Martha Vilatuña	20:00	REALIZADA
<b>Jueves 27 de mayo</b>	María Gabriela Dávila, gerente Emgirs EP	El Rremember, historias quiteñas recicladas	Radio HCJB	09h30 Grabada sale a las 12h30	Edwin Chamorro	15:00	REALIZADA
<b>Viernes 28 de mayo</b>	María Gabriela Dávila, gerente Emgirs EP	El Rremember, historias quiteñas recicladas	Radio América	06h30	Jorge Ñacato	15:00	REALIZADA
<b>Viernes 28 de mayo</b>	María Gabriela Dávila, gerente Emgirs EP	El Rremember, historias quiteñas recicladas	Radio Centro	08h10	Andrés López y Carmen Andrade	15:00	REALIZADA
<b>Viernes 28 de mayo</b>	María Gabriela Dávila, gerente Emgirs EP	El Rremember, historias quiteñas recicladas	Radio Democracia	08h30	Francisco Rocha	15:00	REALIZADA
<b>Lunes 31 de mayo</b>	María Gabriela Dávila, gerente Emgirs EP	El Rremember, historias quiteñas recicladas	Telesucesos	09h00	Santiago Llerena	10:00	REALIZADA
<b>Lunes 31 de mayo</b>	María Gabriela Dávila, gerente Emgirs EP	El Rremember, historias quiteñas recicladas	Periodismo Público	20h00	Fabrizio Cevallos y Eduardo Córdova	20:00	REALIZADA
<b>Miércoles 2 de junio</b>	María Gabriela Dávila, gerente Emgirs EP	El Rremember, historias quiteñas recicladas	Fm Mundo <b>Mundo Positivo</b>	12h00 Grabada sale el sábado 06 a las 12h00	Karina y Karla Sarmiento	20:00	REALIZADA
<b>Miércoles 16 de junio</b>	Raúl Tapia	El Rremember, historias quiteñas recicladas	Extra	17h00	Kátherine Heredia	20'	REALIZADA
<b>Miércoles 30 de junio</b>	Ricardo Pachano	El Rremember, historias quiteñas recicladas	Televisión	13h00	Maurico Sánchez	10'	REALIZADA
<b>Jueves 01 de julio</b>	Raúl Tapia	El Rremember, historias quiteñas recicladas	Televisión	10h00	Maurico Sánchez	10'	REALIZADA
<b>Lunes 5 de julio</b>	María Gabriela Dávila, gerente de Emgirs	El Rremember, historias quiteñas recicladas	TC Televisión	16h30	Fabiola Santana	10'	REALIZADA

<b>Martes de julio</b>	<b>6</b>	María Gabriela Dávila, gerente de Emgirs	El Rimeter, historias quiteñas recicladas	Telesucesos	09h00	Taty Martinez	10'	REALIZADA
<b>Martes de julio</b>	<b>6</b>	Raúl Tapia	El Rimeter, historias quiteñas recicladas	Radio Quito	10h00	Mayra Miranda	20'	REALIZADA
<b>Martes de julio</b>	<b>6</b>	María Gabriela Dávila, gerente de Emgirs	El Rimeter, historias quiteñas recicladas	Radio Platinum	10h00	Marisol Romero	20'	REALIZADA
<b>Martes de julio</b>	<b>6</b>	Raúl Tapia	El Rimeter, historias quiteñas recicladas	Radio Católica	12h40	Alex Reyes	20'	REALIZADA
<b>Miércoles de julio</b>	<b>7</b>	Raúl Tapia	El Rimeter, historias quiteñas recicladas	Telerama	08h30	María Antonieta Tanus	10'	REALIZADA
<b>Viernes de julio</b>	<b>9</b>	María Gabriela Dávila, gerente de Emgirs	El Rimeter, historias quiteñas recicladas	Radio Pacha	13h00	Jorge Ñacato y Betty Ontaneda	20'	REALIZADA
<b>Miércoles 14 de julio</b>		María Gabriela Dávila, gerente de Emgirs	El Rimeter, historias quiteñas recicladas	Radio Majestad	10h00	María Mercedes Castro	15'	REALIZADA

La marca Emgirs EP acompañada de la campaña El Rimeter, historias quiteñas recicladas, generó más de USD 100.00 en free press gracias a manejo adecuado de las relaciones públicas. Adicionalmente, en todas las entrevistas que la gerente o los voceros oficiales han dado sobre cualquier tema de coyuntura se hace mención de esta campaña.