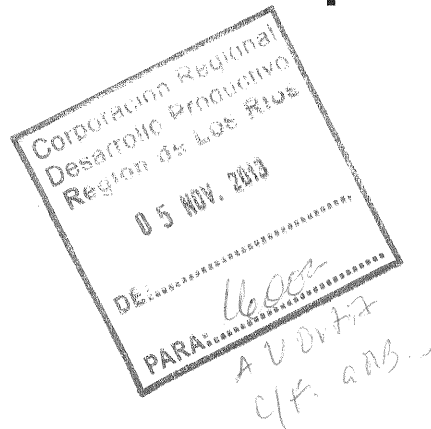


# **Programa Regional de Atracción de Inversiones: Diseño e Implementación de Plataforma de Información Empresarial**

## **Informe 3 Análisis de potencialidad de plataforma**



**Valdivia, 22 de octubre 2013**

## Introducción

El "Programa regional de atracción de inversiones: diseño e implementación de plataforma de información empresarial" tiene como propósito la creación de una plataforma virtual de atracción de inversiones desde donde se visibilice la Región de Los Ríos como lugar de creación y desarrollo de negocios sustentables.

El proyecto se ha estructurado en tres fases las que se detallan a continuación:

1. En la primera se desarrolló una línea base para el diseño de la plataforma de atracción de inversiones de la región. Los resultados se presentaron como parte del Informe 1.
2. En la segunda fase se elaboró una propuesta metodológica que permitió implementar la plataforma de atracción de inversiones junto a tres vídeos que promocionan a la región. En el Informe 2 se plasmaron los antecedentes implicados en la construcción de dichos productos.
3. La tercera fase contempla un análisis de la potencialidad de la plataforma tecnológica desarrollada en su difusión en las redes sociales.

El presente informe da cuenta de los resultados de esta tercera y última etapa del proyecto. El objetivo es analizar el comportamiento de los usuarios de la plataforma, difundida a través de las redes sociales, considerando las visitas que el sitio ha recibido.

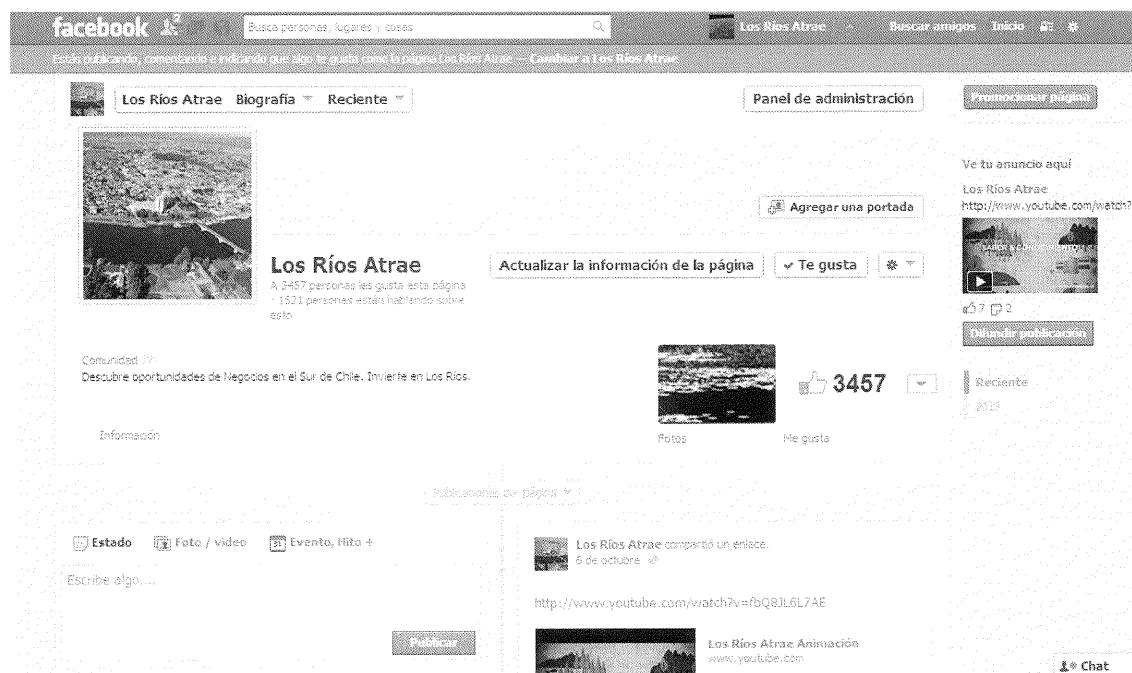
La estructura del informe será la siguiente. En la primera parte se dará cuenta de la estrategia de difusión de la plataforma a través de las redes sociales. Posteriormente, en una segunda parte, se exponen los resultados de dicha difusión, en particular el número de visitas que el sitio ha recibido tanto en su difusión en las redes sociales como en la plataforma propiamente tal. En la tercera y última parte se entregarán recomendaciones respecto de la difusión futura de la plataforma, esto como resultado de la experiencia adquirida en la implementación del proyecto. Se utilizarán como fuentes de las recomendaciones no sólo el juicio de los académicos de la Universidad Austral de Chile, quienes han llevado adelante el proyecto, sino que también las opiniones de actores del directorio de la Corporación para el Desarrollo de la Región de Los Ríos (CODEPROVAL) con quienes se socializó la plataforma.

## 1. Estrategia de diseminación de la plataforma

La diseminación de la plataforma de atracción de inversiones de la Región de Los Ríos – [www.losriosatrae.cl](http://www.losriosatrae.cl) - ha seguido una estrategia de difusión a través de las redes sociales que ofrece Internet. En particular, se ha elegido como medio de publicidad la creación de un "fan page"<sup>1</sup> de Facebook, sitio web de redes sociales que cuenta con más de 1.000 millones de usuarios. Un "fan page" es una página de Facebook a la que usuarios pueden adherir y hacerse parte de las noticias y actualidades que la página entrega.

En la siguiente imagen puede observarse en detalle la parte superior del "fan page" creado:

**Imagen 1: "Fan page" de Los Rios Atrae en Facebook**



La difusión de esta página por Facebook tuvo dos momentos. En la primera, se determinaron los públicos de Chile y Argentina, mostrando la plataforma en su versión en español. En la segunda, se determinaron, por un lado, públicos de Brasil y, por otro lado, públicos de los países que más importancia le dan a la sustentabilidad, esto como parte de la segmentación de mercado y de clientes determinada en el Informe 1 del actual proyecto.

<sup>1</sup> La diseminación del "fan page" fue costeadada como parte del proyecto.

Facebook posee un robusto sistema de definición de público objetivo de campañas de publicidad. Éste permite establecer la ubicación e intereses concretos de las personas para definir el público objetivo y, de este modo, determinar con cierta precisión el número de personas que conforman el público objetivo y que potencialmente podrían ver el “fan page” como parte de la publicidad que Facebook promueve en su plataforma.

En la difusión, se eligieron tres intereses concretos de las personas de modo de dar forma al público objetivo: Inversión, Negocio Sustentable y Agroindustria. Estos intereses son coherentes con los resultados del estudio efectuado en la primera parte del presente proyecto. El tópico de interés “Turismo” no fue considerado ya que evoca también los practicantes del turismo, práctica masiva, y por tanto la dispersión del público objetivo tendía a aumentar significativamente.

Como puede observarse en la Imagen 2, la publicidad del “fan page” a los públicos de Chile y Argentina se dirigió a 540,000 personas aproximadamente.

## Imagen 2: Definición de público objetivo en Chile y Argentina

The screenshot shows the Facebook Ads targeting interface for the page 'Los Ríos Atrás'. The page description is: 'El valor de Los Ríos está dado por su naturaleza y el talento de sus habitantes'. The targeting options are as follows:

- Intereses concretos:** #Inversión, #Negocio sustentable, #Agroindustria
- Gustos e intereses recomendados:**
  - #Sostenibilidad (Audience: 8,828,000)
  - #Family farm (Audience: 1,488,000)
  - #Private equity (Audience: 1,295,000)
  - #Factory farming (Audience: 229,000)
  - #Respetuoso con el medio ambiente (Audience: 2,900,000)
  - #Fertilizante (Audience: 1,608,000)
  - #Tendencias de mercado (Audience: 2,100,000)
  - #Mercado de valores (Audience: 3,600,000)
  - #Green brands (Audience: 80,000)
  - #Cartera de inversiones (Audience: 806,000)
  - #Maquinaria agrícola (Audience: 660,000)
  - #Mercado financiero (Audience: 3,800,000)
  - #Plaguicida (Audience: 729,000)
  - #Value investing (Audience: 1,300,000)
  - #Sector primario (Audience: 29,000)
- Ubicación:** Chile, Argentina
- Público:** 540,000 personas

Para el caso de Brasil, el público objetivo estimado fue de 1,400,000 personas mientras que para los países que le dan más importancia a la sustentabilidad el público objetivo fue de 3,800,000. Estos países son: Alemania, Japón, Australia, Reino Unido, Estados- Unidos, Canadá, Corea del Sur, Francia, Italia, China, Suecia, Noruega, Finlandia, Dinamarca.

El aumento en el número de personas respecto del público objetivo considerado para Chile y Argentina se debe a la gran cantidad de usuarios de países como China, Brasil y Estados- Unidos no obstante el filtro que otorgan la definición de temas interés en las personas.

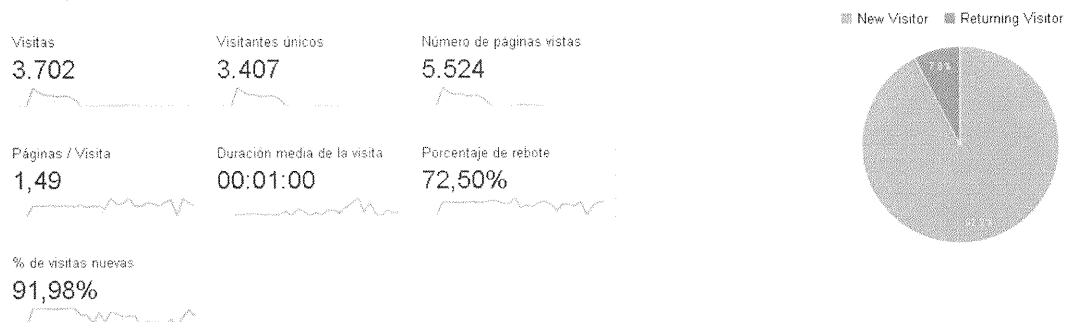
## 2. Resultados de la difusión

### 2.1 Visitas a la plataforma

A través de Google Analytics, programa que ofrece gratuitamente la empresa Google, es posible hacer seguimiento al número de visitas a la plataforma de atracción de inversiones, además de identificar una serie de características de estas visitas. A continuación, se exhibe en la Imagen 3 un resumen del comportamiento del sitio.

#### Imagen 3: Comportamiento general de la plataforma de atracción de inversiones

3.407 usuarios han visitado este sitio.

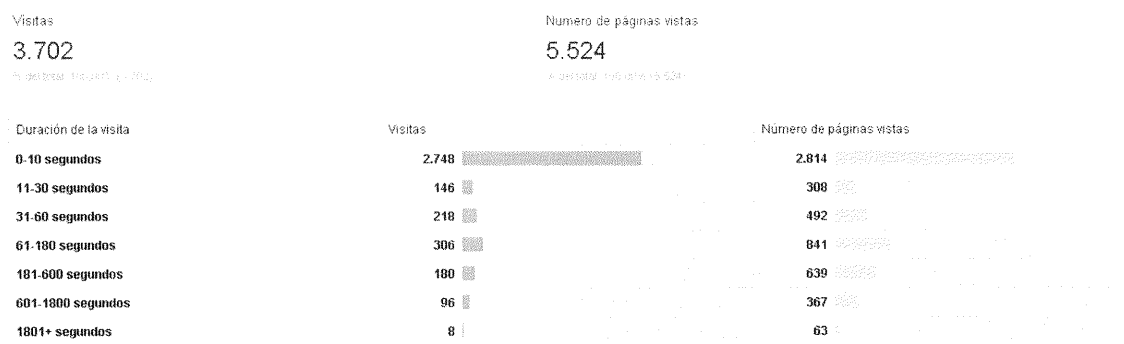


Fuente: Google Analytics

Desde la puesta en la web de la plataforma, ésta ha recibido 3.702 visitas, siendo 3.406 los visitantes únicos. Asimismo, uno de cada dos visitante ha accedido a algún contenido del sitio (1,49 de Páginas / Visita). En efecto, un 72,5% de las visitas sólo miraron el sitio sin interactuar con la página. La duración media de la visita llega caso a un minuto y la tasa de retorno al sitio es de un 7,8%.

La tendencia indica que una buena parte de los usuarios (2.748) permanecieron entre 0 y 10 segundos en la plataforma. Por otro lado, aquellos que permanecieron más de 1 minuto alcanzan prácticamente los 600 usuarios, como puede verse en la Imagen 4.

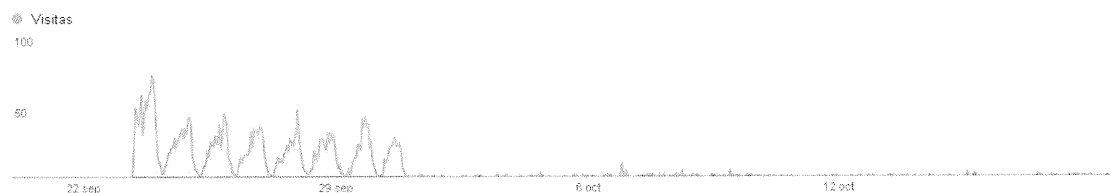
#### Imagen 4: Caracterización de las visitas por duración



Fuente: Google Analytics

Las visitas a la plataforma se concentraron ostensiblemente entre el 22 y 29 de septiembre, semana en la cual fue difundido el sitio a través de Facebook a los públicos de Chile y Argentina. Posteriormente, la difusión en los públicos de Brasil y el resto de los países – campaña efectuada entre el 3 y 10 de octubre – no tuvo un mayor efecto en un aumento de las visitas al sitio. En la Imagen 5 puede verse con precisión el número de visitas durante septiembre y octubre.

#### Imagen 5: Visitas a la plataforma meses de septiembre y octubre



Fuente: Google Analytics

Respecto de la ubicación de los usuarios, gran parte de éstos visitaron la plataforma desde Chile o Argentina, cuestión coherente con lo anteriormente expuesto. El tercer país en visitar la plataforma es Brasil y Estados Unidos el cuarto. En la Imagen 6 se muestra el detalle de las visitas por país.

## Imagen 6: Ubicación de los usuarios por país

País/territorio	Visitas ↓	% de vistas nuevas	Nuevas vistas	Porcentaje de rebote	Páginas / Visita	Duración media de la visita
	3.702 <small>% del total: 100,00% (3.702)</small>	92,25% <small>Proceden del total: 31,98% (10.199)</small>	3.415 <small>% del total: 92,25% (3.415)</small>	72,50% <small>Proceden del total: 72,50% (10.926)</small>	1,49 <small>Proceden del total: 1,49 (10,00%)</small>	00:01:00 <small>Proceden del total: 00:01:00 (10,00%)</small>
1 Chile	1.743	91,51%	1.595	71,49%	1,51	00:01:03
2 Argentina	1.738	94,42%	1.641	74,05%	1,46	00:00:48
3 Brazil	43	88,37%	38	46,51%	2,40	00:03:05
4 United States	38	86,84%	33	89,47%	1,11	00:00:26
5 Italy	35	22,86%	8	57,14%	1,74	00:05:35
6 Paraguay	34	91,18%	31	76,47%	1,32	00:01:46
7 (not set)	27	100,00%	27	85,19%	1,22	00:00:08
8 Spain	8	100,00%	8	50,00%	2,00	00:01:39
9 Mexico	5	80,00%	4	100,00%	1,00	00:00:00
10 Colombia	3	100,00%	3	33,33%	1,67	00:01:42
11 Germany	3	100,00%	3	33,33%	2,67	00:01:06
12 Australia	2	100,00%	2	100,00%	1,00	00:00:00
13 Switzerland	2	100,00%	2	100,00%	1,00	00:00:00

Fuente: Google Analytics

Respecto de la ubicación por ciudades, los usuarios provinieron mayormente de la ciudad de Santiago y Buenos Aires. En la Imagen 7 se muestra con detalle la ubicación por ciudad.

## Imagen 7: Ubicación de los usuarios por ciudad

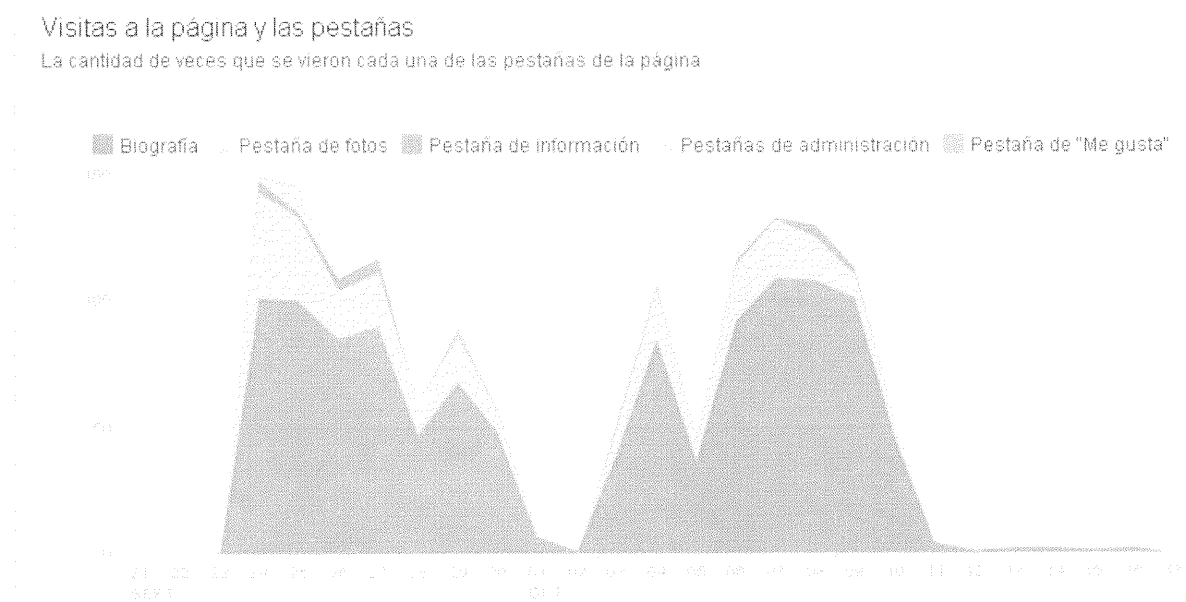
Ciudad	Visitas ↓	% de vistas nuevas	Nuevas vistas	Porcentaje de rebote	Páginas / Visita	Duración media de la visita
	3.702 <small>% del total: 100,00% (3.702)</small>	92,25% <small>Proceden del total: 31,98% (10,20%)</small>	3.415 <small>% del total: 92,25% (3.415)</small>	72,50% <small>Proceden del total: 72,50% (10,00%)</small>	1,49 <small>Proceden del total: 1,49 (10,00%)</small>	00:01:00 <small>Proceden del total: 00:01:00 (10,00%)</small>
1. Santiago	761	90,67%	690	70,43%	1,45	00:01:04
2. Buenos Aires	504	90,87%	458	75,20%	1,39	00:00:37
3. (not set)	374	89,30%	334	67,91%	1,74	00:01:20
4. Rosario	172	97,67%	168	76,16%	1,48	00:00:50
5. Valparaíso	117	94,87%	111	66,67%	1,67	00:01:14
6. Concepción	108	91,67%	99	79,63%	1,36	00:00:54
7. Córdoba	98	95,92%	94	81,63%	1,38	00:01:03
8. Santa Fe	78	97,44%	76	75,64%	1,35	00:00:36
9. Temuco	77	96,10%	74	77,92%	1,43	00:00:31
10. Mendoza	72	93,06%	67	61,11%	1,72	00:01:26
11. Mar del Plata	69	81,16%	56	73,91%	1,68	00:00:35
12. Bahías Blancas	49	95,92%	47	67,35%	1,67	00:01:15
13. Puerto Montt	47	91,49%	43	78,72%	1,28	00:00:31

Fuente: Google Analytics

## 2.2. Visitas al "fan page" de Facebook

Como se mencionó, la plataforma fue difundida a través de facebook en dos momentos. El primero, del 22 al 29 de septiembre, y el segundo del 3 al 10 de octubre. En ambas semanas puede observarse un número importante de visitas. Como puede verse en la Imagen 8, la primera semana, que corresponde a los usuarios de Chile y Argentina, cosechó los mejores resultados. El día 23 de septiembre, 150 usuarios ingresaron al "fan page" e interactuaron con ésta.

**Imagen 8: Visitas al "fan page" de Los Ríos Atrae en Facebook.**



Fuente: Facebook

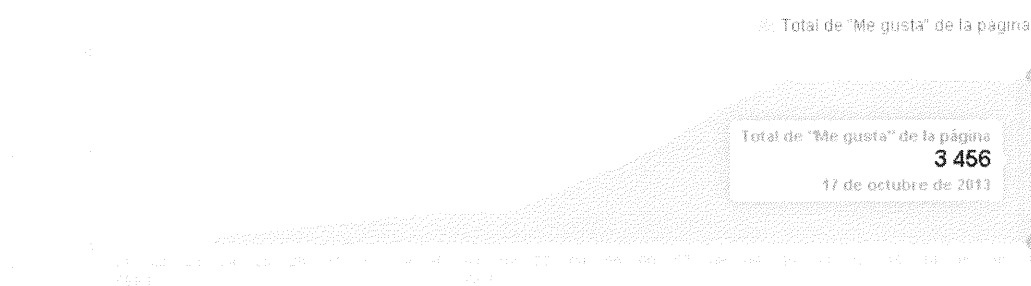
Por otro lado, el "fan page" de Los Ríos Atrae ha recibido 3456 "me gusta", vale decir, dicho número de personas ha manifestado que el sitio es de su agrado. Esto significa que todos esos usuarios verán aparecer en sus sitios personales las noticias que el "fan page" publique.

Como puede observarse en la Imagen 9, fue a partir del segundo momento de difusión que los "me gusta" alcanzaron un mayor número.



### Imagen 9: Evolución de los "me gusta" de Los Ríos Atrae en Facebook.

Total de "Me gusta" de la página hasta hoy: 3 456



Fuente: Facebook

En efecto, como puede observarse en la Imagen 10, la mayor cantidad de fans del sitio provienen de Brasil, particularmente de Sao Paulo y Rio de Janeiro. Asimismo, además de Chile y Argentina, destaca la cantidad de fans de Italia, Corea del Sur, Estados Unidos y Francia, todos países identificados como sustentables.

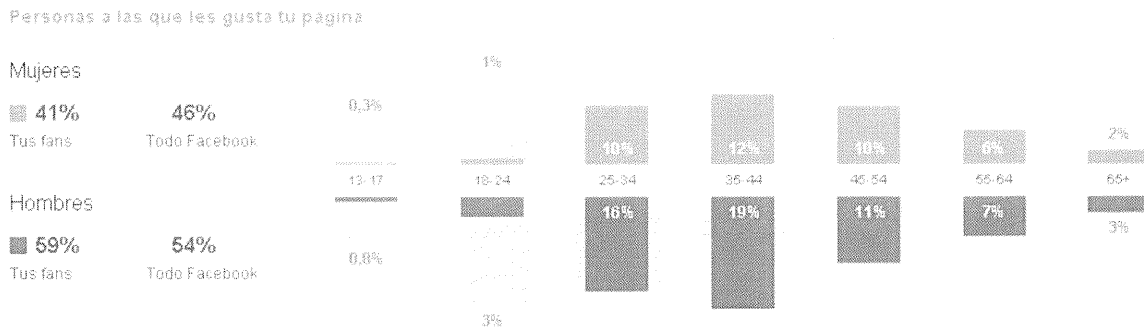
### Imagen 10: Fans de Los Ríos Atrae en Facebook por país, ciudad e idioma.

Pais	Tus fans	Ciudad	Tus fans	Idioma	Tus fans
Brasil	2 103	São Paulo, Brazil	130	Português (Brasil)	2 064
Argentina	108	Rio de Janeiro, Brazil	108	Español	870
Italia	379	Sannago, Región Metrop.	44	Italiano	343
Chile	220	Santiago, South Korea	12	Español (España)	187
Corea del Sur	111	Buenos Aires, Distrito Fe	50	Inglés (Estados Unidos)	87
Estados Unidos de América	55	União, Bahia, Brazil	51	Coreano	31
Francia	10	Manaus, Amazonas, Brazil	43	Português (Portugal)	11
China	8	Rente, Lazio, Italy	11	Inglés (Reino Unido)	15
Reino Unido	4	Valparaíso, Los Lagos, Chile	40	Francés (Francia)	14
Canadá	5	Belo Horizonte, Minas Ge	38	Rumano	7
Australia	4	Recife, Pernambuco, Brazil	31	Árabe	4
Alemania	3	Brasília, Distrito Federal	20	Húngaro (Hungría)	3
Finlandia	4	Recife, Pernambuco, Brazil	30	Fineandés	1
Japón	2	Porto Alegre, Rio Grande	29	Turco	2
Noruega	2	Cumbul, Paraíba, Brazil	26	Cirilo tradicional (Ukraino)	2

Fuente: Facebook

Como muestra la imagen 11, los fans de Los Ríos Atrae en Facebook son mayoritariamente hombres de entre 25 y 44 años.

**Imagen 11: Caracterización de los fans de Los Ríos Atrae**



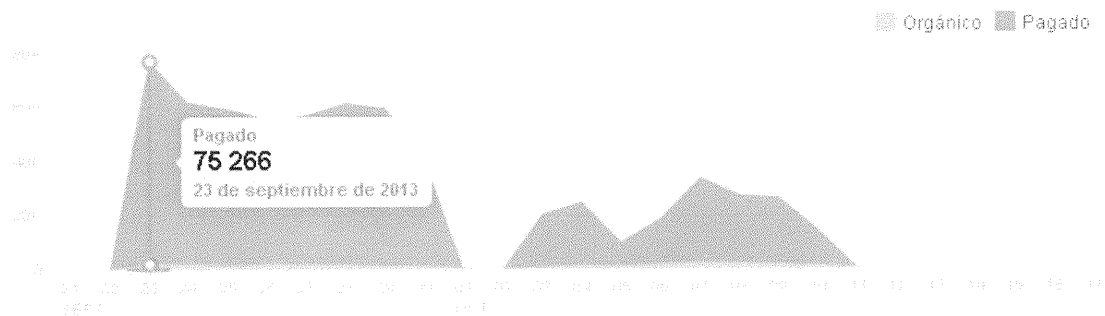
Fuente: Facebook

En cuanto al alcance del "fan Page", vale decir, su visibilidad en la sección de noticias de los usuarios, ésta logró resultados de gran envergadura. El día 23 de septiembre el sitio tuvo una notoriedad que alcanzó 75 266 usuarios, como muestra la Imagen 12.

**Imagen 12: Alcance del "fan page" Los Ríos Atrae**

Alcance total

El número de personas que vio cualquier actividad de tu página, lo que incluye las publicaciones, publicaciones de otras personas, anuncios de "Me gusta" en la página, menciones y visitas



Fuente: Facebook

### 3. Recomendaciones

La continuidad y éxito de la plataforma de atracción de inversiones de la Región de Los Ríos está condicionada a la gestión que la Corporación Regional de Desarrollo Productivo implemente en torno al sitio desarrollado. Parte de esta gestión dependerá de las capacidades técnicas de la Corporación. Al respecto, se realizó una capacitación técnica a dos miembros de la Corporación donde se transfirieron conocimientos respecto del funcionamiento global de la plataforma, en particular sobre publicación de artículos, inserción de vídeos e imágenes y administración general del portal (en el Anexo 1 puede verse una ficha con el detalle de la actividad).

A continuación, se identifican diferentes puntos de acción relacionados con la difusión de la plataforma y su actualización.

*Con relación a la difusión en redes sociales de la plataforma.*

El trabajo en redes sociales requiere que la Corporación Regional de Desarrollo Productivo cuente con personal especializado en difusión en redes sociales. Hoy en día este perfil es llamado Community Manager. Una opción es externalizar el servicio con empresas que provean las capacidades y experiencia en esta materia.

La difusión en redes sociales debe ser prioritaria.

Se debe incorporar la experiencia que la difusión realizada en el actual proyecto donde destacan los siguientes puntos a considerar:

- Definir con mayor precisión el público de los países considerados como sustentables. Es muy probable que la dispersión causada por la gran cantidad de usuarios potenciales definidos por medio del mecanismo que ofrece Facebook en la determinación del público objetivo tenga como consecuencia menos visitas y menos fans de dichos países.
- Reforzar el perfil del público que el "fan page" ha atraído hasta ahora en las próximas campañas de difusión.
- Incorporar imágenes de la región y de la plataforma en las noticias del sitio de Facebook y vincularlas a la dirección URL de la plataforma.
- Generar dos a tres publicaciones por semana respecto de la plataforma para reforzar su difusión.
- Incorporar a los usuarios del sitio por medio de encuestas y preguntas abiertas.

*Con relación al proceso de actualización de información de la plataforma.*

Es importante tener presente que el proceso de actualización de información debe ser realizado de forma periódica. Para ello es requerido que la Corporación Regional de Desarrollo Productivo cuente con recursos que permitan constantemente revisar el estado de la información que se ha incluido en la plataforma.

A continuación se presenta una metodología de trabajo que permitirá mantener actualizada la información de [www.losriosatrae.cl](http://www.losriosatrae.cl)

**Tabla 1: Metodología de trabajo para la actualización de la plataforma.**

<b>Tópico</b>	<b>Actividad</b>	<b>Periodicidad</b>
Imágenes	Cambiar imágenes de página principal. Esta actividad es fundamental para aumentar la tasa de retención de usuarios habituales en la plataforma evitando así el rebote.	Semanal
Videos	Actualizar al menos un video externo en la plataforma. Es importante entregar información multimedial fresca de modo de aumentar la retención y evitar el rebote.	Mensual
Artículos	Incluir un artículo de interés en la plataforma.	Mensual
Reportes	Incluir o actualizar reportes relevantes al proceso de atracción de inversiones.	Mensual
Newsletter	Diseñar y emitir newsletter a usuarios potenciales. Esta actividad debe ser realizada en conjunto con las actividades de difusión de la propia Corporación Regional de Desarrollo Productivo. De esta forma el Newsletter además deberá orientar al posible inversor a acercarse a la institución.	Trimestral
Diseño	Analizar el diseño e incluir mejoras. Se debe tener precaución de evitar cambios bruscos en la plataforma ya que puede generar efectos adversos en usuarios leales.	Semestral

### *Reforzamiento de la dimensión visual de la plataforma*

De acuerdo a las reacciones obtenidas en la presentación de la plataforma a actores del directorio de la Corporación para el Desarrollo de la Región de Los Ríos (CODEPROVAL)<sup>2</sup>, la dimensión visual de la plataforma es el recurso principal del sitio y por tanto debe ser constantemente fortalecido. En ese sentido, la apuesta realizada por el equipo de académicos de la Universidad Austral de Chile, en cuanto a proponer una plataforma eminentemente visual, ha sido validada por dichos actores.

El reforzamiento de la dimensión debe integrar de mejor forma las nociones de calidad de vida, región nueva, calidad institucional y sustentabilidad. Es decir, las imágenes que actualizarán y dinamizarán el sitio deben integrar de la forma más original posible los recursos distintivos de la región. Al respecto, y como fue planteado en dicha reunión de socialización de la plataforma, debe evitarse representar los sellos distintivos a través de textos. El potencial inversionista debe construir una representación de la región por medio de imágenes que transmitan mensajes sólidos y claros.

### *Con relación a nuevas fuentes de información.*

Es necesario analizar con una periodicidad de al menos una vez al mes las fuentes de información empleadas y las nuevas que podrían colocarse en la plataforma. Es importante contar con personal dedicado a esta actividad por parte de la Corporación Regional de Desarrollo Productivo y que, además, permita la integración con otras plataformas habilitantes.

Al respecto, es trascendental mantener una fluida comunicación con actores regionales (corporaciones, empresas, servicios públicos), con el objeto de establecer lazos de cooperación e intercambio de información que permitan integrar nuevas plataformas y que, a su vez, se conviertan en fuentes de datos de interés para posibles inversionistas. Para ello, la plataforma permite integración mediante RSS, uso de Iframes y Banner. La integración provee de dos vías, tanto en la plataforma losriosatrae.cl como en las de terceros.

---

<sup>2</sup> La reunión con CODEPROVAL fue realizada como parte de las actividades requeridas para la tercera fase del proyecto y tuvo como principal propósito la socialización de la plataforma de atracción de inversiones de la región con empresarios y actores del sector privado. En la reunión, que se realizó el día miércoles 16 de octubre en el Club de La Unión de la ciudad de Valdivia en el marco de una reunión de directorio de la entidad, se efectuó una breve presentación de los contenidos de la plataforma y una presentación de los vídeos que la integran. Posteriormente, se dio paso a una conversación grupal en torno a posibles mejoramientos del sitio donde el centro de la discusión lo ocupó la dimensión visual de la plataforma.

*Con relación al contacto*

La plataforma incluye datos de contacto y para ello se creó el correo [losriosatrae@gmail.com](mailto:losriosatrae@gmail.com). La gestión de este correo debe ser asignada a personal específico el que debe incluir dentro de sus funciones el dar respuesta a consultas que llegan de medios tan diversos como teléfono, correo electrónico, Facebook, Twitter u otro. El contacto, es la puerta de entrada a posibles inversores en la región, por lo que no debe ser desatendido. Debe ser prioridad mantener personal dedicado a esta actividad.

**ANEXO 1: INFORME DE CAPACITACIÓN**

Fecha: Viernes 25-10-2013

Hora: 11:00 a 12:30 hrs.

Lugar: Corporación Regional de Desarrollo Productivo

Se capacitó presencialmente a:

- Daniel Saldivar
- María José Villegas

Se realizó un taller de capacitación técnica sobre los siguientes temas:

1. Explicación global sobre la plataforma
2. Edición y publicación de artículos
3. Creación y publicación de artículos
4. Inserción de videos y archivos multimediales
5. Manejo de componente administrador de diapositivas

Todos estos puntos fueron reforzados complementariamente con material audiovisual publicado en Youtube:

1. Edición y publicación de artículos: <http://youtu.be/TufvfGokuvQ>
2. Creación y publicación de artículos <http://youtu.be/Qh03PYcuaTo>
3. Manejo de componente administrador de diapositivas: [http://youtu.be/Wt\\_avTg34ys](http://youtu.be/Wt_avTg34ys)

FIRMA BORIS GONZALEZ – MONITOR

FIRMA DANIEL SALDIVAR

FIRMA MARIA JOSÉ VILLEGAS

-----

-----