

INFORME FINAL DE EJECUCIÓN



Fechas de celebración del 1 al 5 de abril de 2019

www.uniferia.org

Informe presentado en los XX Encuentros SIOU
Málaga, del 8 al 10 de mayo de 2019



52 Universidades participantes

46 públicas

6 privadas

2 no presenciales

¿Deberíamos estar todas?

FECHAS DE CELEBRACIÓN

- **60 %** de visitantes y **52 %** de técnicos las consideran adecuadas o muy adecuadas

Sugerencias

- ✓ Duración mínima de **15 días**
- ✓ Incluir los **fines de semanas**
- ✓ **Alejada** de las **grandes ferias presenciales**

INTERÉS DE LA FERIA

- **74 %** de visitantes y **63 %** de técnicos la considera interesante o muy interesante
- **90 %** de los **visitantes la recomendaría**
- **Orientadores** celebran la iniciativa
- **78 %** de los técnicos lo considera **buena herramienta de promoción**
- **80 %** de los técnicos participarían en **próximas ediciones**

PERFIL DE VISITANTES

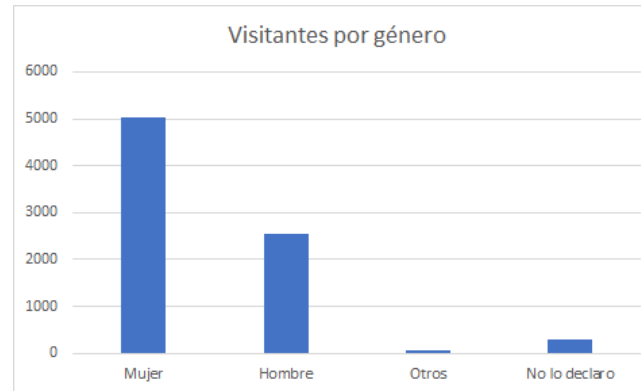
7.989 usuarios registrados

17.861 sesiones

Country	Users	% Users
1. Spain	17,260	96.53%
2. United States	95	0.53%
3. Morocco	72	0.40%
4. Andorra	53	0.30%
5. Peru	37	0.21%
6. Colombia	33	0.18%
7. Ecuador	33	0.18%
8. United Kingdom	26	0.15%
9. China	21	0.12%
10. Mexico	21	0.12%



Principalmente conectados desde **España**.

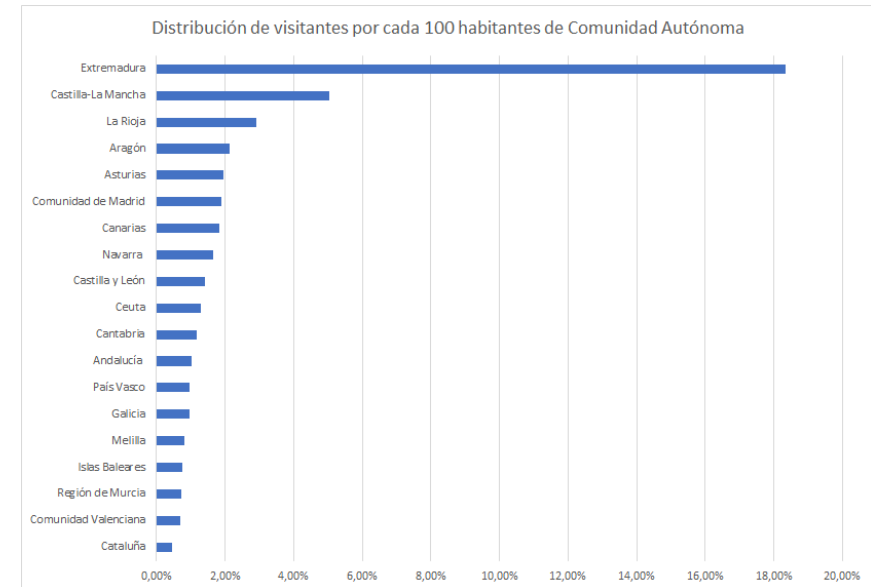
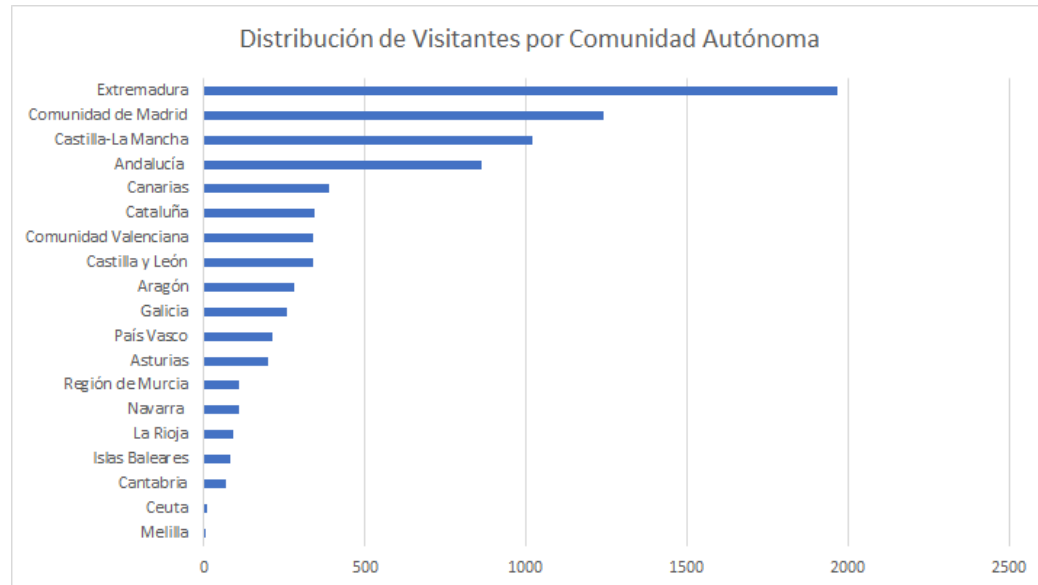


Mayoritariamente **mujeres**.



Principalmente de **bachillerato**.

Distribución de visitantes por Comunidad Autónoma

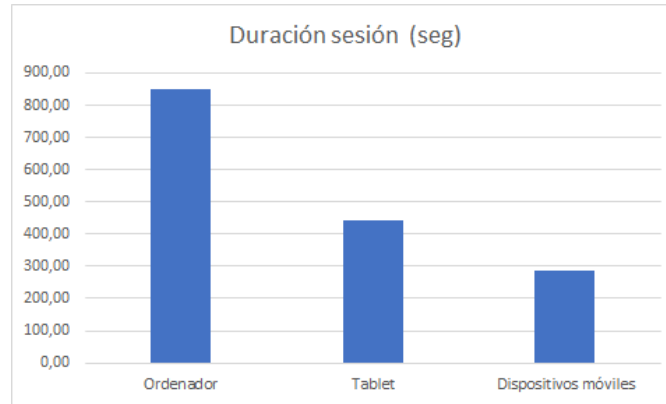


Muy distinto nivel de impacto. Deberíamos analizar en profundidad las actividades de promoción realizadas por cada Universidad.

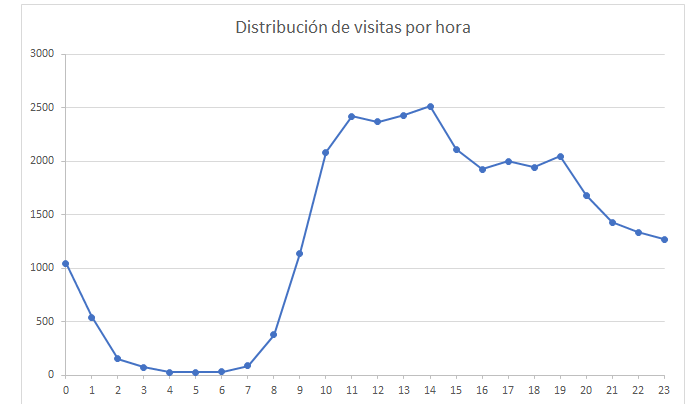
Distribución de visitas por conexión



Principalmente a través de **ordenadores**

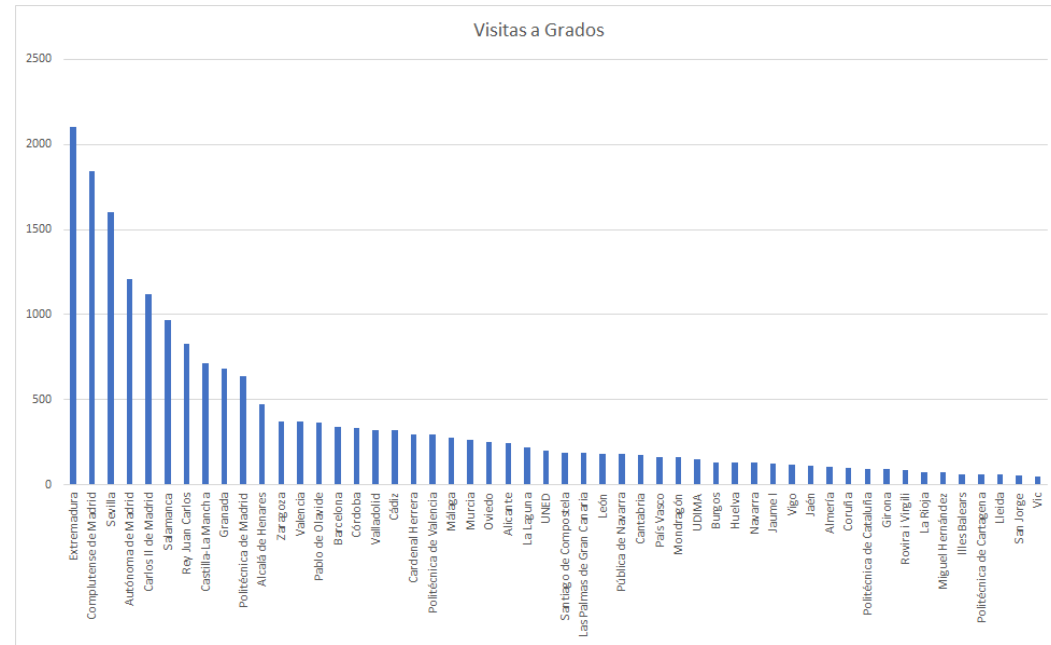
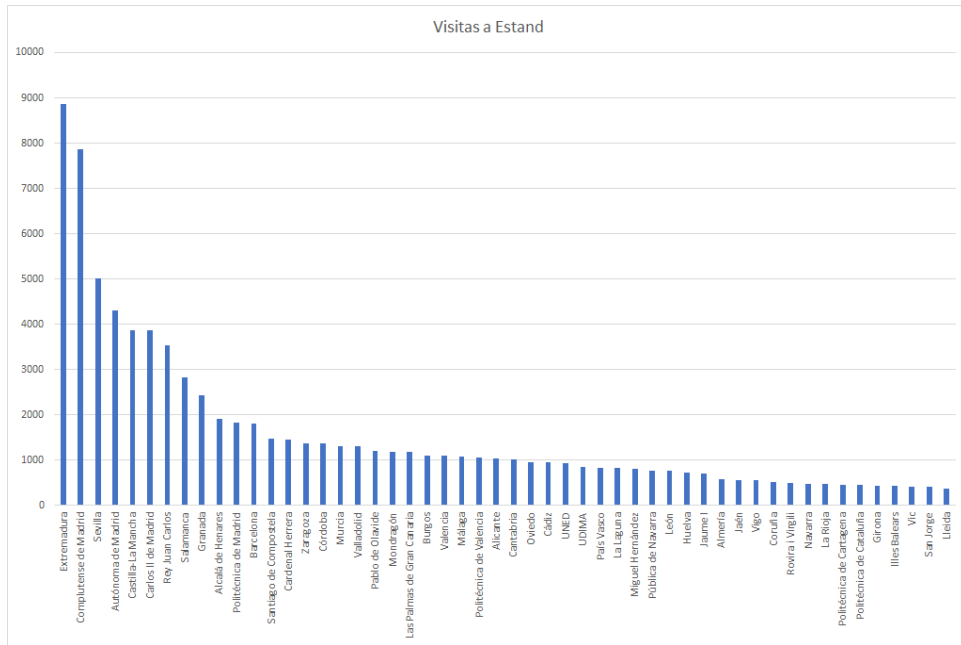


Sesiones de **entorno a 10 minutos**

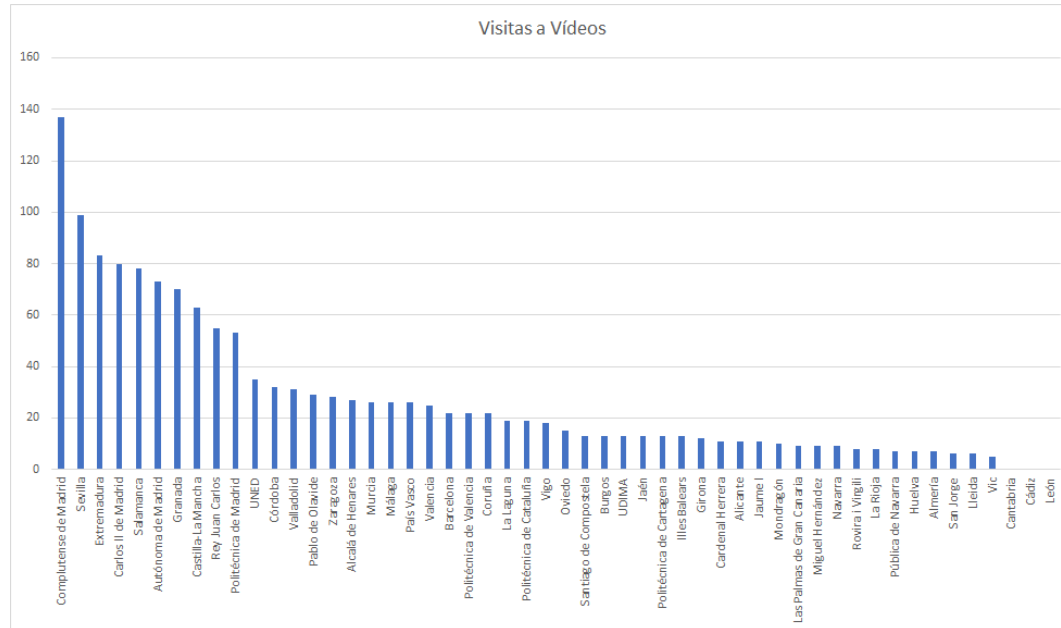


Franja mayoritaria de **10 a 15 horas**

ESTANDS MÁS VISITADOS



ESTANDS MÁS VISITADOS



Los contenidos siguen disponibles: datos a partir del 6 de abril...

- **294** registrados más
- **3.840** visitas más
- **2.375** visitas que no se han registrado
- Además de las visitas que hayan rebotado desde la web UNIFERIA a cada universidad

CONTENIDOS

- **60 %** de visitantes considera la información suficiente
- **63 %** de técnicos consideran buena o muy buena la información de stands y fichas de grado

Sugerencias

- ✓ Necesidad de ampliar y **mejorar los filtros de búsqueda y los resultados**
- ✓ Aumentar el **contenido audiovisual**
- ✓ Incluir **test de orientación**

CHAT

- **Poco uso**, sólo un **28 %** de los visitantes
- **Motivo** de no utilizar la herramienta: **disponer de la información suficiente**

Sugerencias

- ✓ Preferencia por **chat privado**
- ✓ **Horarios adecuados** al perfil del visitante
- ✓ **Mejorar** la herramienta

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN

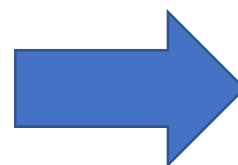
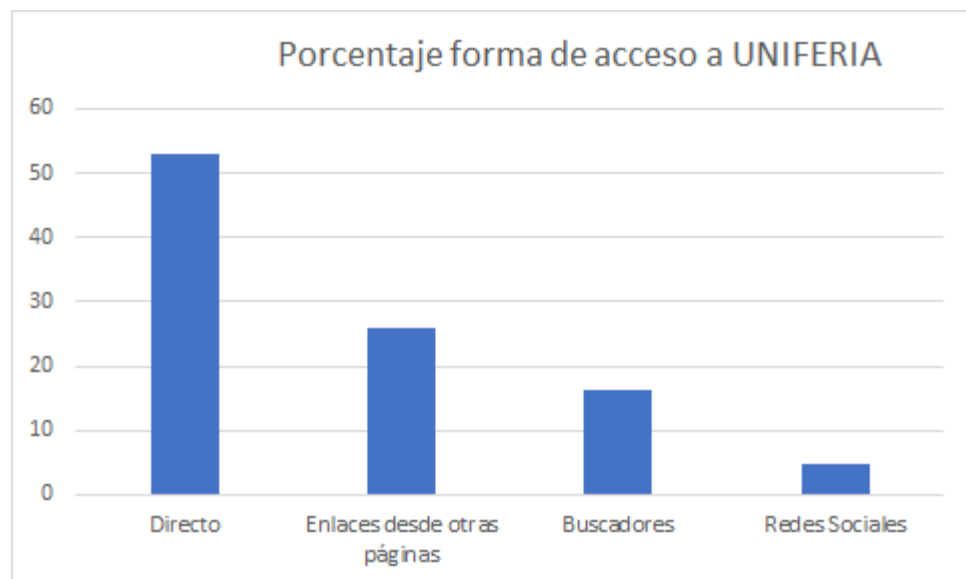
- Se realizó a finales de marzo a través de los canales utilizados por:
 - CRUE
 - Universidades / Servicios de Información y Orientación
 - Consejerías de Educación
 - IES / Orientadores (**canal prioritario** para 68 % visitantes)
- **44.4 %** de técnicos tienen una percepción mala o muy mala de la campaña.

CAMPAÑA DE DIFUSIÓN

Sugerencias

- ✓ Necesidad de **diseñar** una buena campaña de promoción;
- ✓ Realizada con **tiempo suficiente**;
- ✓ Que incluya **posicionamiento web**;
- ✓ Con una **mayor implicación** de las administraciones educativas;
- ✓ Con una **difusión por perfiles**;
- ✓ Que se **igualen las actuaciones** de todas las universidades participantes.

Resultados campaña de difusión



Replantear la promoción utilizando más las **redes sociales** que proporcionan un mayor nivel de impacto.

OTROS ASPECTOS TÉCNICOS

- **Buena y rápida respuesta** por parte de la empresa ante incidencias.
- Gestor de contenidos **sencillo e intuitivo**.

Sugerencias

- ✓ **Entorno gráfico** mejorable, **personalización** de **estands** y avatares y **contenidos integrados** en el stand.
- ✓ **Mapa interactivo**.
- ✓ Facilitar la **carga masiva de contenidos** y **mejorar la ordenación de grados**, la carga de imágenes y el etiquetado de enlaces.
- ✓ El ítem de información general debe convertirse en un **stand de información**.

MÓDULO ESTADÍSTICO

- La percepción por parte de los técnicos es buena o muy buena (40,7 %) frente a quienes lo consideran malo o muy malo (11,11 %). A ello hemos de añadir que un **48,1 %** de los técnicos lo consideran neutro.

Sugerencias

- ✓ Necesidad de un mayor detalle de los datos y la posibilidad de incluir gráficos o exportarlos a otras plataformas de gestión (CRM).

CONCLUSIONES FINALES

- Se han **superado** ampliamente las **expectativas de participación de universidades** (objetivo inicial 25-30).
- **Buena práctica** de trabajo colaborativo interuniversitario.
- **Superar barreras y horizontes** en nuestro trabajo.
- Se han conseguido los objetivos iniciales:
 - **Abaratar costes** en material promocional y gastos de personal
 - **Facilitar el acceso a la información**, superando barreras físicas
 - **Promocionar nuestra oferta académica y de servicios** con una mayor efectividad
 - **Utilizar los canales y el lenguaje** de nuestros futuros estudiantes.