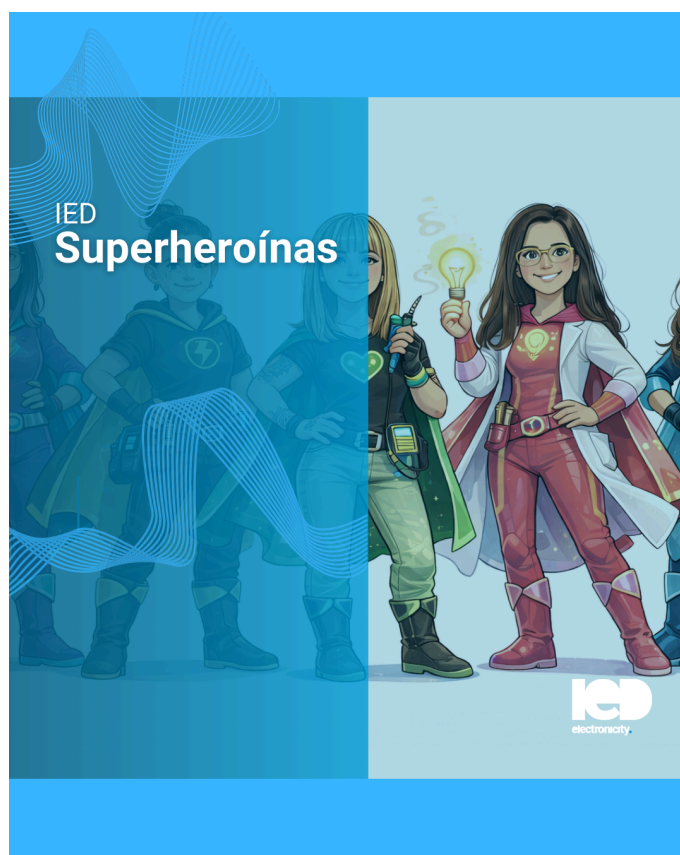




SUPERHEROÍNAS IED

Campaña de comunicación en redes sociales · 11F 2026

"Las superheroínas existen. No llevan capa, pero sí talento, visión y una determinación capaz de cambiar las cosas."

IED · Ingeniería Electrónica

Categoría: Mejor campaña en redes sociales

Periodo: 30 enero – 11 febrero 2026

1. LA CAMPAÑA

La campaña "**Superheroínas IED**" nació con motivo del **Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia (11F)** para visibilizar a las mujeres que forman parte del equipo técnico de IED: ingenieras mecánicas, electrónicas, informáticas y técnicas que cada día convierten el conocimiento en soluciones reales.

Lejos del comunicado institucional habitual, IED apostó por un formato **creativo, humano y con identidad propia**: transformar el rol técnico de cada trabajadora en una identidad de **superheroína**, con ilustración personalizada y un superpoder directamente vinculado a su trabajo real. Una forma de hacer visible lo invisible.

Objetivos de la campaña

- Visibilizar el talento femenino en sectores STEM dentro de una empresa de ingeniería electrónica, históricamente masculinizados.
- Humanizar la marca IED mostrando a las personas reales que hacen posible la tecnología.
- Inspirar a niñas y jóvenes a considerar carreras en ciencia, tecnología e ingeniería.
- Generar comunidad e interacción orgánica en redes sociales sin inversión publicitaria.
- Alinearse con los ODS 4 (Educación de calidad) y ODS 5 (Igualdad de género).

2. ESTRUCTURA DE LA CAMPAÑA

FASE 1  Teaser 30 enero	FASE 2  Las Heroínas 4 – 10 febrero	FASE 3  Gran Final 11 febrero · 11F
Stories con encuesta para generar curiosidad y anticipación. Silueta misteriosa con capa sobre fondo de circuitos.	Un post diario presentando a cada superheroína: ilustración personalizada, nombre en clave y superpoder vinculado a su rol STEM real.	Post final reivindicativo en Instagram y carrusel en LinkedIn. Mensaje dirigido a niñas vocacionadas por la ciencia.

Canales y formatos

Canal	Formato	Volumen
Instagram @iedcompany	Posts individuales + Stories	8 posts + 17 stories
LinkedIn @IED	Post carrusel	1 carrusel · 8 diapositivas

3. LAS PROTAGONISTAS

Seis mujeres reales, con nombre y apellido, protagonizaron la campaña. Sus roles técnicos se transformaron en superpoderes, creando una narrativa que conecta la ingeniería con el imaginario colectivo de manera original y memorable.



 Neurona · Idoia Cerro <i>Ingeniera Informática</i> ⚡ Red Cognitiva Procesa millones de datos para que las máquinas aprendan y razonen. Anticipa soluciones inteligentes para que IED sea más autónoma.	 Electro-Guardiana · Leyre González <i>Técnica Electrónica</i> ⚡ Sincronía de Ensamblaje Precisión microscópica para detectar anomalías y armonizar componentes complejos en un conjunto funcional perfecto.
 Voltio · Irati Negro <i>Ingeniera Electrónica</i> ⚡ Pulso Eléctrico Controla el flujo de electrones para crear el sistema nervioso de los productos IED. La energía fluye sin límites.	 Destello · Irene Beisti <i>Ingeniera Mecánica</i> ⚡ Ingenio Visual Materializa soluciones mecánicas complejas mediante ráfagas de claridad creativa. Ilumina los retos técnicos más difíciles.
 Cinética · Paula Rodríguez <i>Ingeniera Mecánica</i> ⚡ Dominio Físico Controla resistencia de materiales y geometría. Diseña el armazón perfecto que protege y da forma a la tecnología IED.	 Impulsa · María López <i>Ingeniera Electrónica (Cádiz)</i> ⚡ Arquitectura Energética Remota Diseña y supervisa sistemas complejos en remoto. Demuestra que la innovación no entiende de fronteras.

4. RESULTADOS E IMPACTO

La campaña se desarrolló íntegramente **sin inversión publicitaria**, con recursos propios. Los resultados comparados con el periodo equivalente anterior demuestran el impacto excepcional de la acción.

Instagram @iedcompany · Métricas globales del periodo

11.020 +679,76% Visualizaciones	161,71 +1.179% Alcance prom./día	244 +639% Interacciones	218 +808% Me gusta
--	---	--------------------------------------	---------------------------------

23 +360% Compartidos	334,63 +33,85% Alcance prom./post	1.424 +888,89% Impresiones stories	17 +750% Stories publicadas
-----------------------------------	--	---	--

Post más destacado de la campaña

 Electro-Guardiana (Leyre González) 2.006 visualizaciones 681 cuentas alcanzadas 56 me gusta · Engagement: 8,52%	 Neurona (Idoia Cerro) 948 visualizaciones 244 cuentas alcanzadas 26 me gusta · Engagement: 12,70%
---	---

LinkedIn @IED · Post del 11F

4.627 +69,55% Impresiones	1.516 +330,68% Clicks	1.844 +1.052% Interacciones	47,82 +533% Engagement
--	------------------------------------	--	-------------------------------------

Alcance geográfico

La campaña impactó en **10 países** a través de Instagram (España 83,97%, Brasil, China, México, Argentina, EEUU, Chile, Francia, Indonesia, India) y en LinkedIn con audiencia en más de 10 países, con fuerte presencia en Colombia (22,63%) además de España (53,97%), Italia, China e India.

Los hashtags **#mujeresstem**, **#stem** y **#superwomen** acumularon más de 1.100 visualizaciones cada uno. En LinkedIn, el 10,26% de la audiencia pertenece al sector de **Ingeniería**, alcanzando directamente al público profesional objetivo.

5. IMPACTO SOCIAL Y ALINEACIÓN CON ODS

 ODS 5 · Igualdad de Género Visibiliza a 6 mujeres reales en roles técnicos STEM dentro de una empresa industrial, un sector con baja representación femenina. Combate estereotipos con hechos y personas reales.	 ODS 4 · Educación de Calidad El mensaje final se dirige explícitamente a las niñas: "ese es vuestro superpoder. La ciencia y la tecnología también os pertenecen." Una llamada directa a la vocación STEM.
--	--

¿Por qué esta campaña es comunicación responsable?

- Autenticidad radical: las protagonistas son empleadas reales, no modelos ni ilustraciones genéricas. Cada ilustración y superpoder es único y personalizado.
- Cero inversión publicitaria: el impacto se generó exclusivamente mediante contenido orgánico de calidad, demostrando que la comunicación responsable no requiere grandes presupuestos.
- Mensaje duradero: más allá del 11F, la campaña queda como referente interno y externo de la cultura de IED hacia la diversidad y la inclusión.
- Replicabilidad: el modelo es trasladable a cualquier organización con equipo técnico, independientemente de su tamaño o sector.
- Alcance internacional: con presencia en 10+ países y contenido bilingüe, el mensaje trasciende el ámbito local.

6. SOBRE IED

IED es una empresa de **ingeniería electrónica** ubicada en Navarra, con presencia también en India, China y EEUU, especializada en el diseño y fabricación de soluciones electrónicas a medida para sectores industriales. Cuenta con aproximadamente **95 personas** en plantilla y opera en mercados nacionales e internacionales. Su actividad se financia mayormente mediante la venta de servicios y proyectos de ingeniería a clientes industriales (90%), una parte de financiación bancaria (5-10%) y subvenciones públicas (1%).

Esta campaña fue desarrollada con **recursos humanos y creativos propios**, sin presupuesto de medios externos, lo que refuerza su valor como práctica de comunicación responsable replicable y sostenible.