

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 1 de 34

INFORME DE SEGUIMIENTO A LAS REDES SOCIALES DEL INSTITUTO DE DESARROLLO DE ARAUCA - IDEAR SEGUNDO TRIMESTRE DE 2025.	
FECHA: 11 de julio de 2025	
NOMBRE: Geovanny Alexis Suárez Castellanos	CARGO: Gerente
PROCESO: Comunicaciones	
ASUNTO: Informe de seguimiento a las redes sociales	
OBJETIVO: Proporcionar un análisis detallado del desempeño en redes sociales, plantear recomendaciones para optimizar nuestra estrategia digital y continuar fortaleciendo la presencia en el entorno virtual.	
DESARROLLO: INTRODUCCIÓN El presente informe presenta los datos estadísticos generados por las diferentes redes sociales del Instituto de Desarrollo de Arauca- Idear, durante el segundo trimestre de 2025. En él se destacan los avances logrados en la visibilidad y alcance de nuestras plataformas, gracias al constante trabajo realizado desde el área de apoyo a gerencia y relaciones públicas. Esta labor se centra en la publicación diaria de contenidos sobre las actividades que realiza la entidad, lo que ha permitido una creciente interacción con nuestra audiencia. En la actualidad, el Idear mantiene presencia en diversas redes sociales, incluyendo Facebook, que es la más utilizada por la comunidad araucana, así como X, Instagram y YouTube. Estas plataformas son utilizadas principalmente para informar al público externo sobre nuestras acciones y servicios, promoviendo una comunicación efectiva y transparente. Adicionalmente, contamos con grupos de WhatsApp dirigidos tanto al personal interno de la entidad para mantenerlos actualizados sobre las actividades y proyectos en curso, como a los medios de comunicación, con quienes compartimos información relevante para su difusión a la ciudadanía. Esto no solo fortalece nuestra relación con los medios, sino que también asegura que la información llegue de manera oportuna a todos los interesados. Durante el periodo reportado, hemos observado un aumento significativo en el alcance de nuestras publicaciones, especialmente en Facebook, que sigue siendo la red con mayor impacto en el Departamento de Arauca. Este crecimiento es un reflejo del interés de la comunidad por nuestras iniciativas y del esfuerzo	

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 2 de 34

constante por crear contenido atractivo y pertinente. Sin embargo, es importante señalar que la red social X es la menos utilizada en la región; aunque presenta poca interacción actualmente, consideramos fundamental utilizarla dinámicamente para explorar su potencial y fomentar un mayor compromiso con nuestra audiencia.

Informe de Análisis de Datos – Fan Page: IDEAR – Arauca Periodo: Segundo Trimestre de 2025 (Abril – Junio)

1. Resumen ejecutivo

Durante el segundo trimestre de 2025, la Fan Page del IDEAR – Arauca experimentó un crecimiento y un impacto significativos en las redes sociales. Se observó un incremento notable en el alcance y las interacciones en comparación con el trimestre anterior, lo que demuestra una estrategia de contenido efectiva y una mayor resonancia con la audiencia. El número de seguidores netos también presentó una mejora sustancial, evidenciando un interés creciente en la información y las actividades del IDEAR. Los datos demográficos y geográficos de los seguidores proporcionan información valiosa para afinar futuras estrategias de comunicación.

2. Crecimiento y alcance de la Fan Page



	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 3 de 34

Total de seguidores: La Fan Page cuenta actualmente con un total de 6.679 seguidores.

Alcance de visualizaciones: En el segundo trimestre, se alcanzó un total de 252.392 visualizaciones, lo que representa un crecimiento exponencial respecto a las 49.566 reproducciones del primer trimestre. Este aumento del 409 % en visualizaciones es un indicador clave del éxito en la difusión del contenido.

Alcance total: El alcance total de las publicaciones se situó en 34.500 usuarios, superando considerablemente los 8.583 del trimestre anterior.

Interacciones: Las interacciones (me gusta, comentarios, compartidos) registraron un total de 7.254, un incremento masivo frente a las 1.088 del primer trimestre, lo que subraya una mayor participación y compromiso de la audiencia.

3. Seguidores netos

Aumento de seguidores: Durante el segundo trimestre, se sumaron 142 nuevos seguidores.

Seguidores perdidos: Se registraron 39 seguidores que dejaron de seguir la página.

Seguimiento neto: El resultado neto de seguidores para este periodo fue de 103 internautas.

Comparativa trimestral: Este resultado contrasta favorablemente con el primer trimestre, donde el aumento neto de seguidores fue de tan solo 8 internautas (15 ganados y 7 perdidos).



4. Rendimiento del Contenido (Comparativa Trimestral)

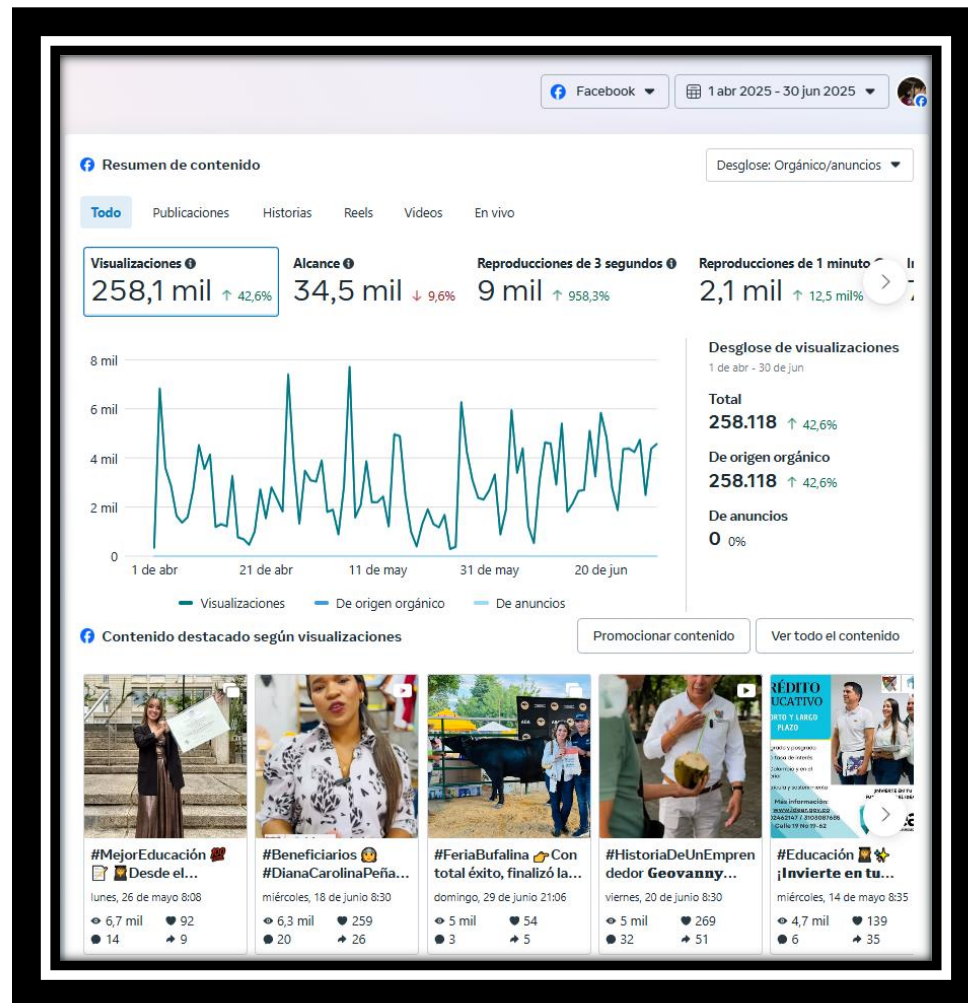
Visualizaciones totales (T2 2025): 258.000 visualizaciones.

Porcentaje de mejora (vs T1 2025): Un 42.6% más que en los 90 días anteriores.

Alcance (T2 2025): 34.500 usuarios.

Alcance (T1 2025): 15.900 usuarios.

Observación: Todas las visualizaciones y el alcance obtenidos durante este trimestre fueron de origen orgánico, lo que resalta la calidad y relevancia del contenido publicado. El incremento respecto al trimestre anterior es significativo, pasando de 58 mil visualizaciones y 15.900 de alcance en el primer trimestre.



5. Datos demográficos de la audiencia

Total de seguidores analizados: 6.681 seguidores.

Distribución por sexo:

- Mujeres: 63.6%
- Hombres: 36.4%

Observación: La audiencia de la Fan Page está predominantemente compuesta por mujeres.

Rango de edades con mayor consumo de información:

- 25 a 54 años: Este grupo etario representa la mayor parte de la audiencia activa y receptiva al contenido.

Observación: El contenido del IDEAR es de particular interés para adultos jóvenes y de mediana edad, lo que sugiere un enfoque en programas y servicios dirigidos a este segmento.

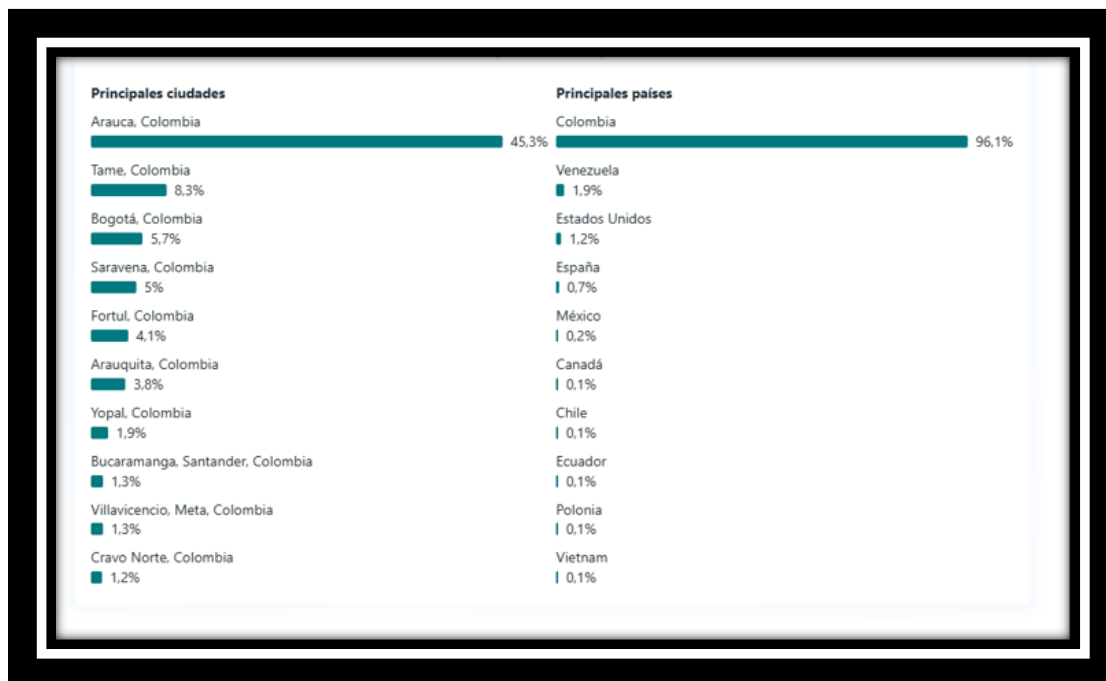


6. Distribución geográfica de los seguidores

La concentración de seguidores por ubicación geográfica es la siguiente:

1. Arauca: 45.3%
2. Tame: 8.3%
3. Bogotá: 5.7%
4. Saravena: 5.0%
5. Fortul: 4.1%
6. Arauquita: 3.8%
7. Yopal: 1.9%
8. Bucaramanga: 1.3%
9. Villavicencio: 1.3%
10. Cravo Norte: 1.2%

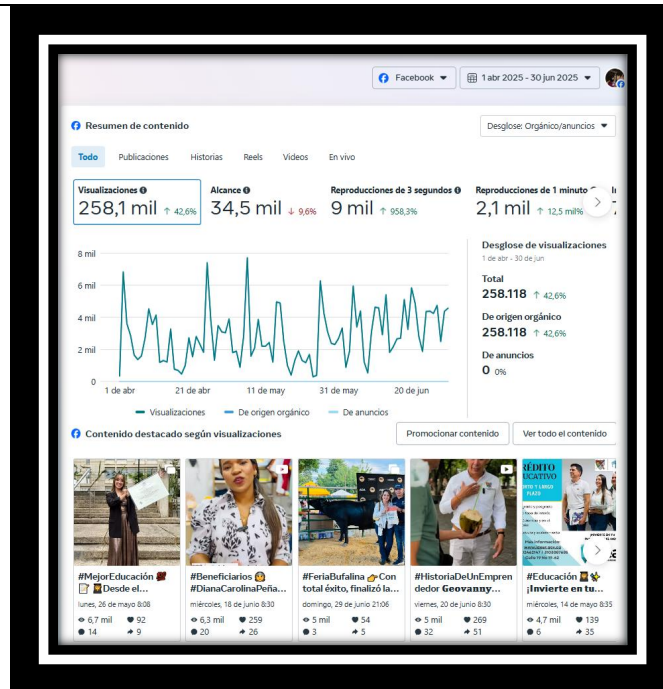
Observación: La mayoría de la audiencia se encuentra en el departamento de Arauca, lo que confirma la relevancia local de la Fan Page. Sin embargo, la presencia en otras ciudades importantes del país indica un alcance que trasciende las fronteras regionales.



7. Publicaciones destacadas por interacción

Se identificaron varias publicaciones que generaron un alto nivel de engagement:

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
	INFORME	Versión: 01
		Fecha: 02/04/2024
		Página: 7 de 34



Publicación 1: Nota sobre la graduación de la Maestría en Energía y Sostenibilidad de Erika Julieth Rojas Patiño, beneficiaria del Proyecto Capital Humano.

- Alcance: 6.700 visualizaciones
- Me Gusta: 92
- Compartidos: 9
- Comentarios: 14

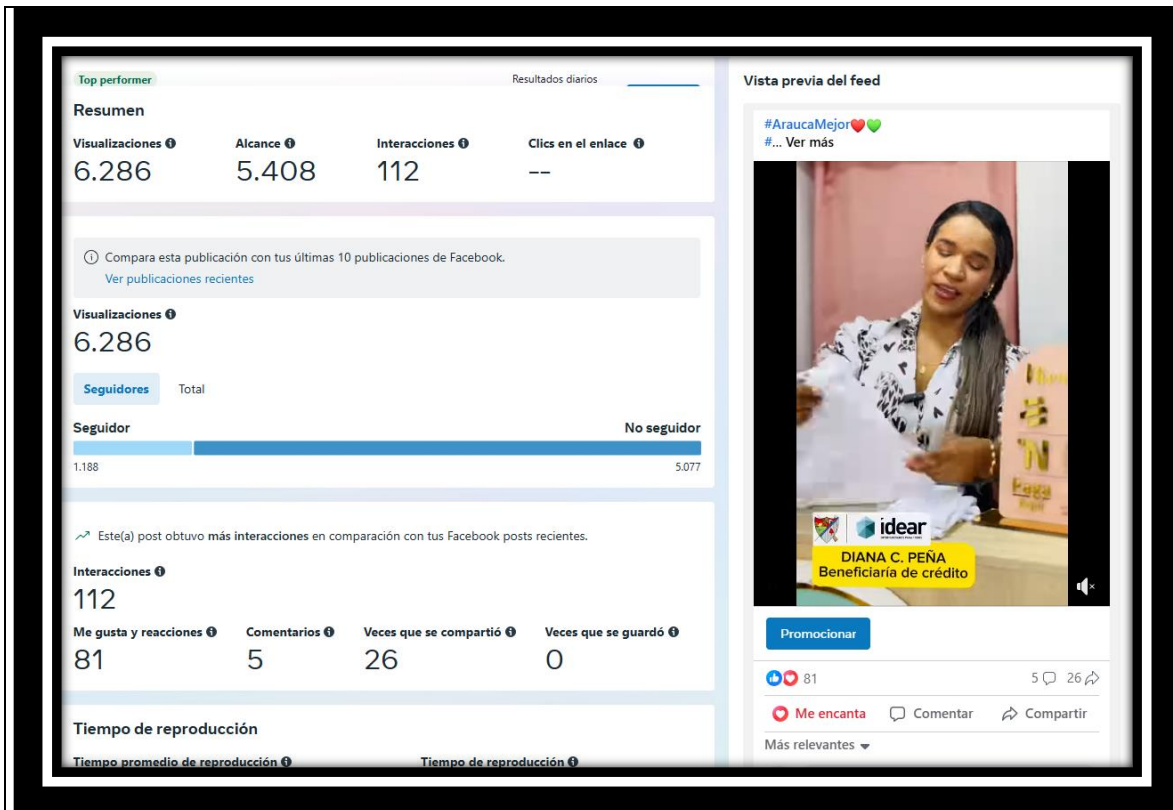
Observación: Esta publicación resonó positivamente al destacar el éxito de un beneficiario, generando interés en los programas de formación del IDEAR.

Publicación 2: Video corto con el testimonio de Diana Carolina Peña, emprendedora beneficiaria de crédito de comercio del IDEAR.

- Alcance: 6.300 visualizaciones
- Me Gusta: 259
- Compartidos: 26
- Comentarios: 20

Observación: Los testimonios de emprendedores son altamente efectivos para mostrar el impacto directo de los créditos del IDEAR, logrando una alta interacción.

	GESTIÓN PLANEACIÓN		Código: F-GP-SG-13
	Sistema Integrado de Gestión		Versión: 01
	INFORME		Fecha: 02/04/2024
			Página: 8 de 34

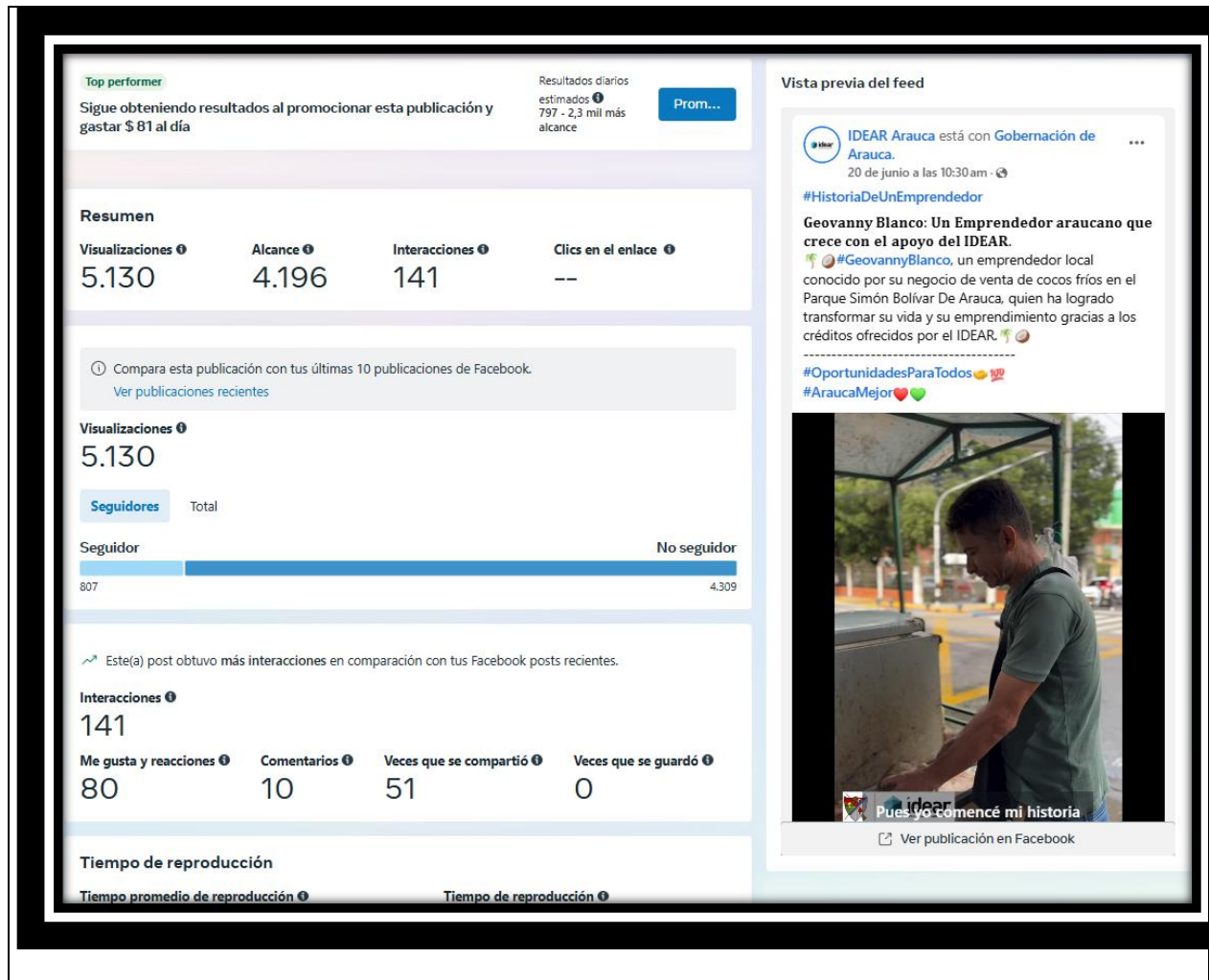


Publicación 3: Testimonio del emprendedor Geovanny Blanco, vendedor de cocos fríos.

- Vistas: 5.115
- Me Gusta: 270
- Comentarios: 32
- Compartidos: 51

Observación: Este testimonio, al igual que el anterior, tuvo un gran impacto, demostrando la efectividad de compartir historias de éxito personal y empresarial gracias al apoyo del IDEAR y su operador Corfas.

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 9 de 34



	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 10 de 34


Contenido destacado según visualizaciones

Promocionar contenido
Ver todo el contenido



#MejorEducación 📄 Desde el...

lunes, 26 de mayo 8:08

👁 6,7 mil ❤️ 92

👍 14 ➦ 9



#Beneficiarios 🗣️ **#DianaCarolinaPeña...**

miércoles, 18 de junio 8:30

👁 6,3 mil ❤️ 259

👍 20 ➦ 26



#HistoriaDeUnEmpren dedor **Geovanny...**

viernes, 20 de junio 8:30

👁 5,1 mil ❤️ 270

👍 32 ➦ 51



#FeriaBufalina 🏠 Con total éxito, finalizó la...

domingo, 29 de junio 21:06

👁 5,1 mil ❤️ 54

👍 3 ➦ 5



#Educación 📖 **¡Invierte en tu...**

miércoles, 14 de mayo 8:35

👁 4,7 mil ❤️ 139

👍 6 ➦ 35

Publicación cuatro: Participación en la Segunda Feria Departamental Bufalina

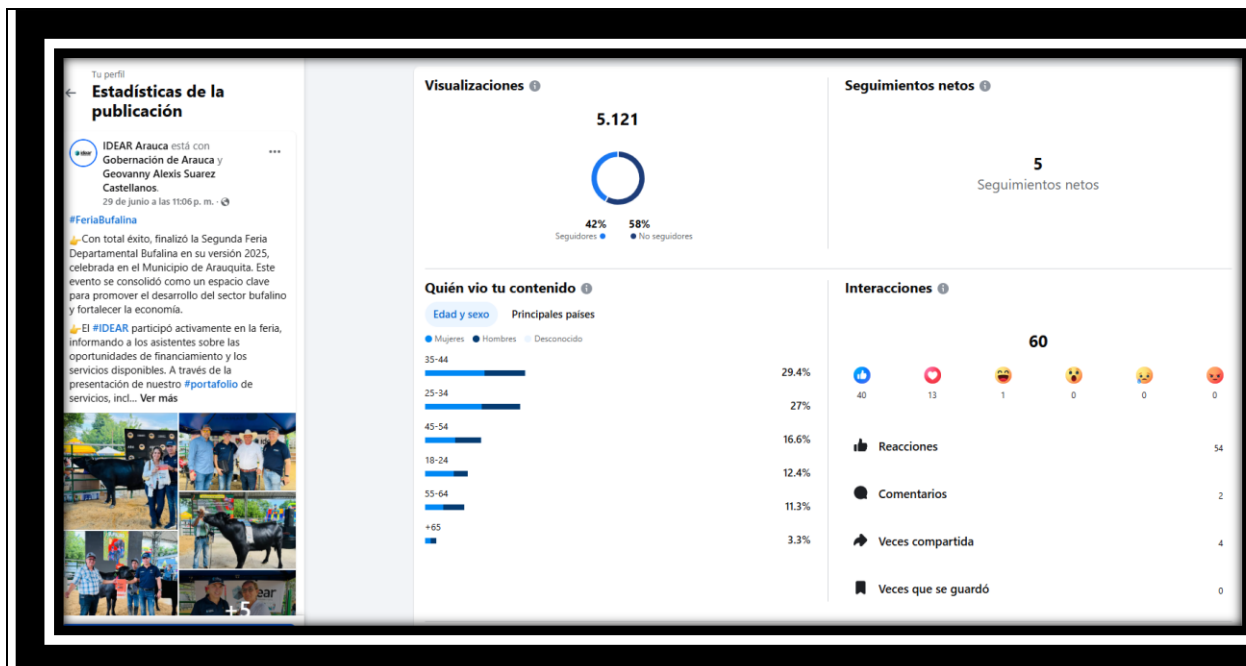
Contenido: Información sobre la participación del IDEAR en la Segunda Feria Departamental Bufalina, celebrada en el Municipio de Arauquita. El IDEAR informó a los asistentes sobre sus oportunidades de financiamiento y servicios.

Métricas:

- Visualizaciones: 5.121
- Me Gusta: 40
- Me Encanta: 13
- Reacciones (total): 54
- Compartidos: 4
- Interacciones Totales: 60

Observación: La presencia del IDEAR en eventos sectoriales como la Feria Bufalina es una excelente oportunidad para conectar directamente con potenciales beneficiarios. La publicación informa sobre esta participación, aunque la interacción, si bien es positiva, muestra un potencial de crecimiento en la difusión de este tipo de actividades.

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 11 de 34



Publicación cinco: Promoción de la Línea Educativa

Contenido: Publicación enfocada en la línea educativa como un servicio dentro del portafolio del IDEAR.

Métricas:

- Visualizaciones: 4.700
- Me Gusta: 139
- Comentarios: 6
- Compartidos: 35

Observación: La línea educativa del IDEAR atrajo un número significativo de "Me Gusta" y "Compartidos", indicando un fuerte interés en las oportunidades de formación y desarrollo profesional. A pesar de un número menor de comentarios, la alta tasa de compartidos sugiere que la información fue considerada valiosa y digna de ser difundida entre la red de contactos de los usuarios.

8. Conclusiones y recomendaciones

La Fan Page del IDEAR – Arauca ha demostrado un crecimiento excepcional en el segundo trimestre de 2025, tanto en alcance como en interacción. Los contenidos que destacan los logros de los beneficiarios y el impacto de los programas del IDEAR son particularmente efectivos.

Recomendaciones:

Continuar enfocándose en contenido de valor: Seguir publicando información relevante sobre los programas, proyectos y logros del IDEAR, con un énfasis particular en los testimonios de éxito de emprendedores y beneficiarios.

Diversificar formatos: Explorar el uso de otros formatos visuales como infografías o transmisiones en vivo para mantener el dinamismo.

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 12 de 34

Segmentación geográfica: Considerar la posibilidad de dirigir campañas específicas a las zonas con mayor concentración de seguidores y explorar estrategias para aumentar la presencia en otras regiones.

Fomentar la participación: Incentivar aún más los comentarios y las preguntas para generar un diálogo continuo con la comunidad.

Analizar contenido de bajo rendimiento: Identificar publicaciones que no generaron la interacción esperada para ajustar la estrategia de contenido.

En resumen, la Fan Page del IDEAR se consolida como una herramienta de comunicación vital y cada vez más influyente en la región, siendo la red social más utilizada por la audiencia araucana.

En cuanto al aumento en los seguidores, fue de 142 internautas; entretanto, se perdieron 39 seguidores de la página oficial, lo cual indica que los seguimientos netos fueron de 103. En comparación con el trimestre anterior, se logró un gran aumento en seguidores de la Fan Page, pues veníamos de un aumento en los seguidores de 15 internautas; se perdieron 7 seguidores y arrojó seguimientos netos de 8 internautas solamente.

Como se demuestra en la siguiente imagen, se destaca que, las visualizaciones totales del trimestre fueron de 258 mil en rendimiento, reflejados en un 42.6 % con respecto a los 90 días anteriores. Por su parte, el alcance fue de 34 mil 500, todas las anteriores, de origen orgánico. Comparado con el trimestre anterior, se marca significativamente el aumento, pues las visualizaciones totales del trimestre anterior fueron de 58 mil en rendimiento y el alcance de 15 mil 900.

En cuanto a público internauta por sexo y edades, la fan page oficial, obtuvo en datos demográficos 6.681 seguidores, con un representativo número de mujeres seguidoras, que sumaron un 63.6 %; por su parte, los hombres se contaron dentro de un 36.4 %. Por su parte, las edades que más consumen información están en el rango de 25 a 54 años, según la tabla de estadísticas del segundo trimestre.

Informe ejecutivo: Análisis de métricas de Instagram - @idear_auca (Segundo Trimestre 2025)

1. Resumen ejecutivo

El segundo trimestre de 2025 ha mostrado un crecimiento significativo en las métricas de la cuenta de Instagram de @idear_auca, particularmente en visualizaciones e interacciones. A pesar de un aumento modesto en seguidores, las métricas de alcance e interacciones netas reflejan una mayor efectividad en la generación de contenido. Sin embargo, se observa una concentración geográfica de la audiencia en Arauca y una baja representación general de la región, a lo que surge un desafío importante. El contenido centrado en actividades institucionales y en beneficiarios ha generado mayor atracción, aunque la interacción total sigue siendo un área de mejora.

2. Análisis detallado de métricas

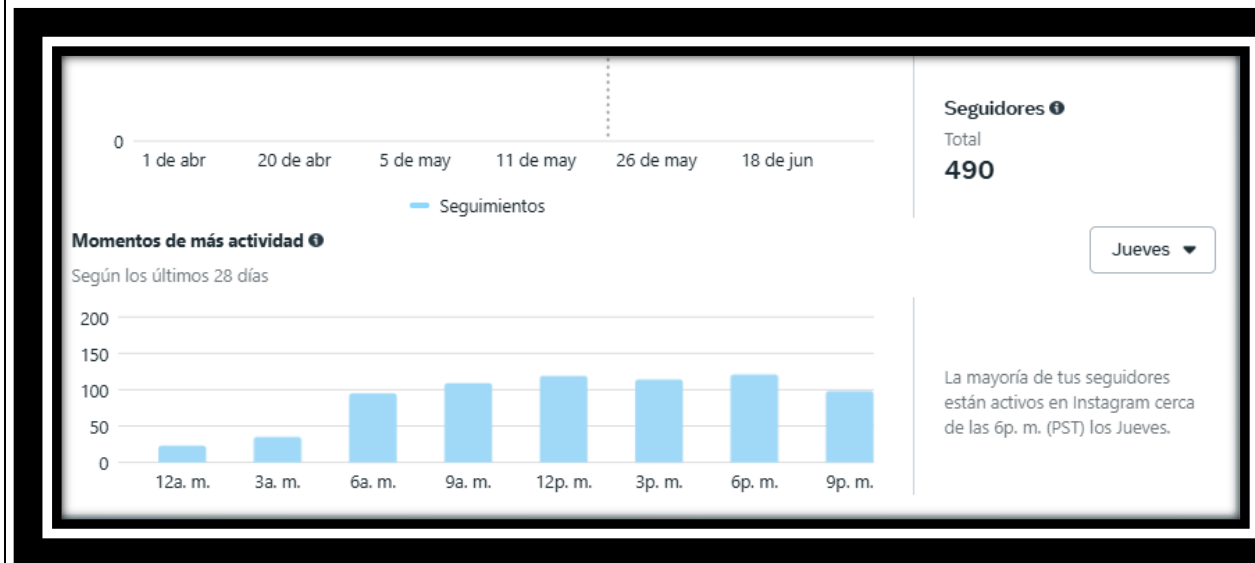
	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 13 de 34

Visualizaciones: Se registró un aumento exponencial, pasando de 1.900 visualizaciones en el trimestre anterior a 13.000 visualizaciones en el segundo trimestre de 2025. Este es un indicador muy positivo del mayor consumo del contenido publicado.

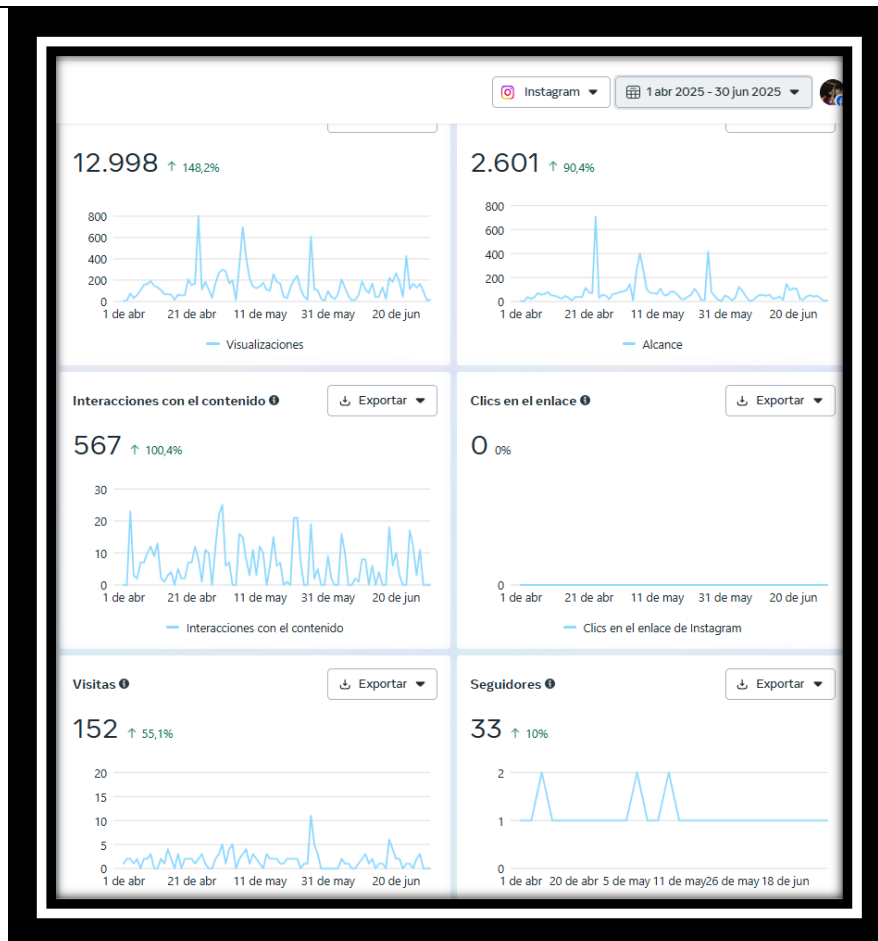
Alcance: El alcance también experimentó un crecimiento notable, pasando de 249 en el trimestre anterior a 2.600 en el periodo analizado. Esto significa que un número considerablemente mayor de cuentas únicas ha visto el contenido del IDEAR.

Interacciones netas: Las interacciones netas (que incluyen me gusta, comentarios, guardados y compartidos, menos las interacciones negativas) aumentaron de 102 a 567. Este incremento del 456 % es un fuerte indicativo de que el contenido está resonando más con la audiencia.

Seguidores: El crecimiento de seguidores ha sido modesto, con un aumento de 10 seguidores, alcanzando un total de 490. Si bien es un crecimiento, la baja tasa de aumento en comparación con el crecimiento de visualizaciones e interacciones sugiere que el contenido está atrayendo a personas que no necesariamente siguen la cuenta de forma permanente, o bien, que las estrategias de captación de seguidores son limitadas.



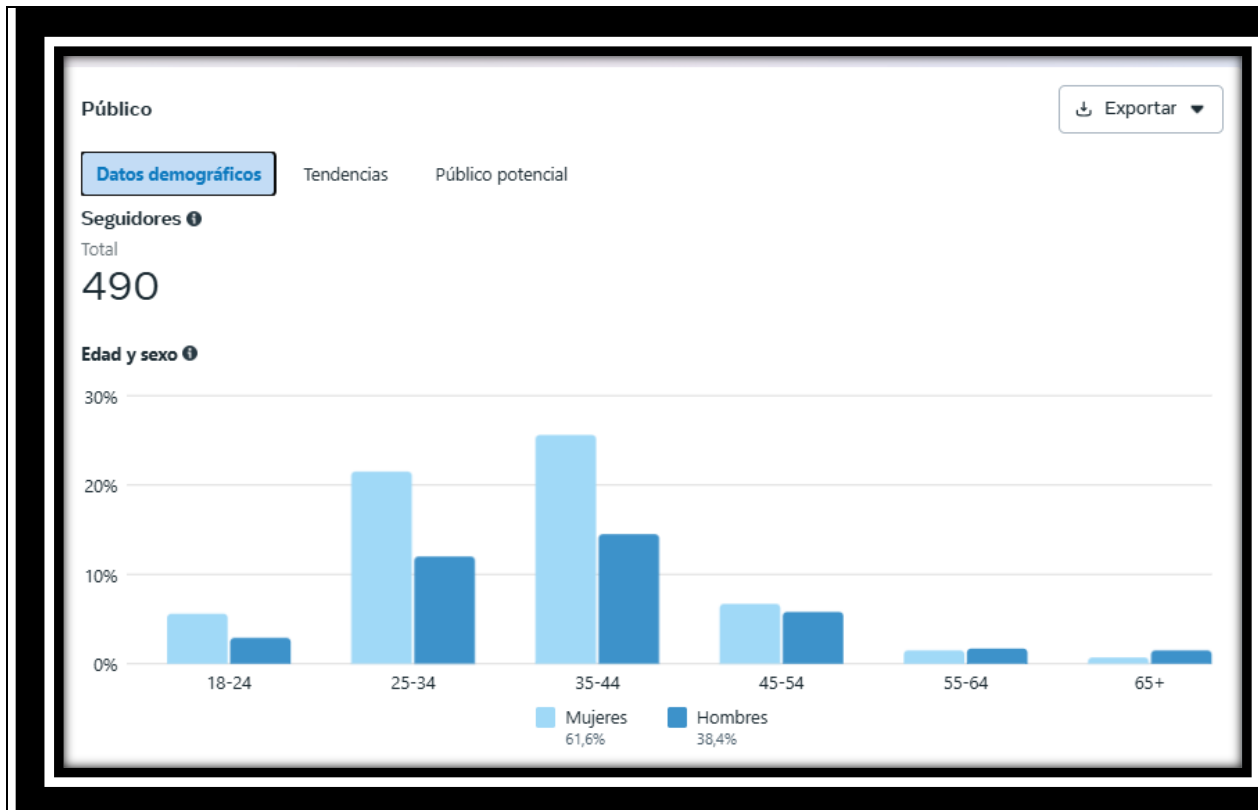
	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
	INFORME	Versión: 01
		Fecha: 02/04/2024 Página: 14 de 34



Demografía de la audiencia:

Género: La audiencia está compuesta mayoritariamente por mujeres (61.6 %) en comparación con hombres (38.4 %). Esto podría ser un factor por considerar al diseñar campañas específicas.

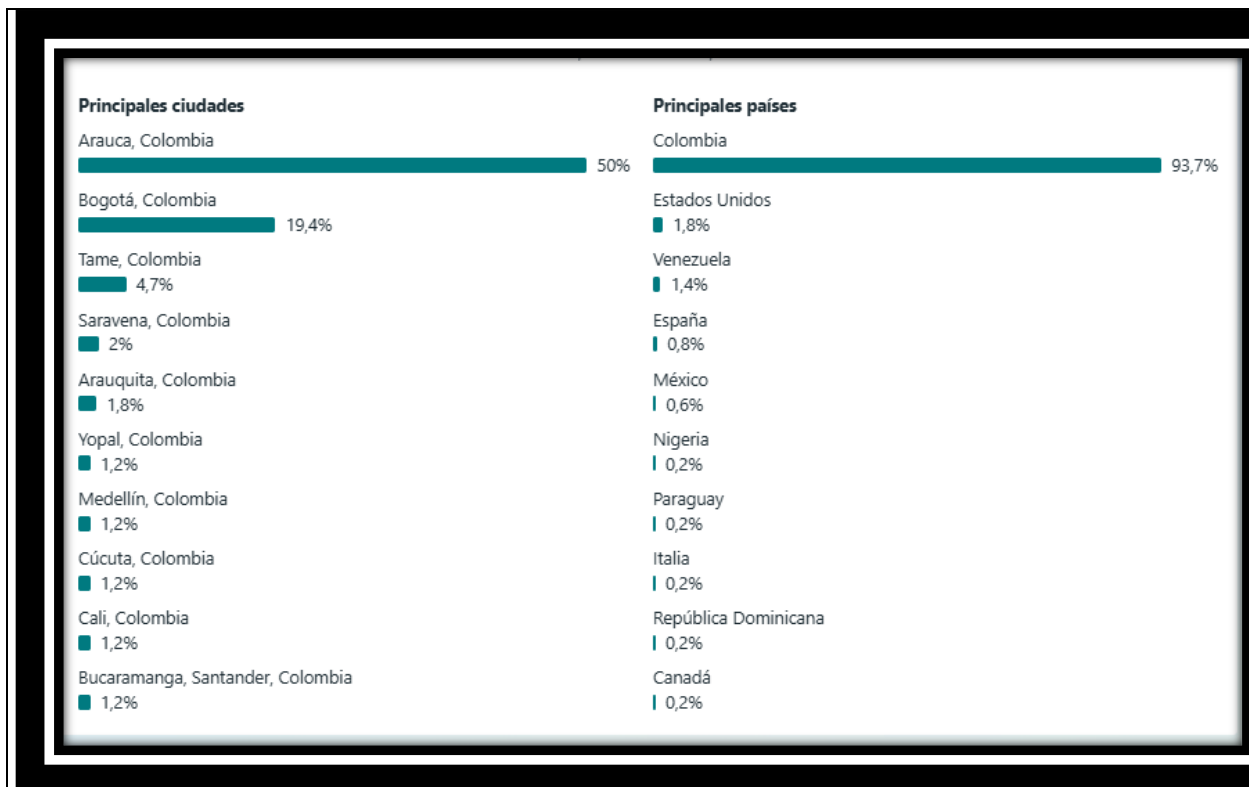
Edad: El grupo de edad predominante se encuentra entre los 25 y 54 años, lo cual es un rango amplio y activo en redes sociales, ideal para la promoción de servicios financieros y de desarrollo.



Distribución geográfica:

La concentración de la audiencia en Arauca (50 %) es alta, lo cual es esperable.

Sin embargo, la baja representación de otras ciudades de la región (Tame 4.7 %, Saravena 2 %, Arauquita 1.8 %) y la limitada presencia en otras capitales importantes (Bogotá 19.4 %, Medellín 1.2 %, Cali 1.2 %, Bucaramanga 1.2 %), confirman la "muy poca representación de esta red social en la región" mencionada. Esto es un punto crítico, ya que el IDEAR busca un impacto regional.



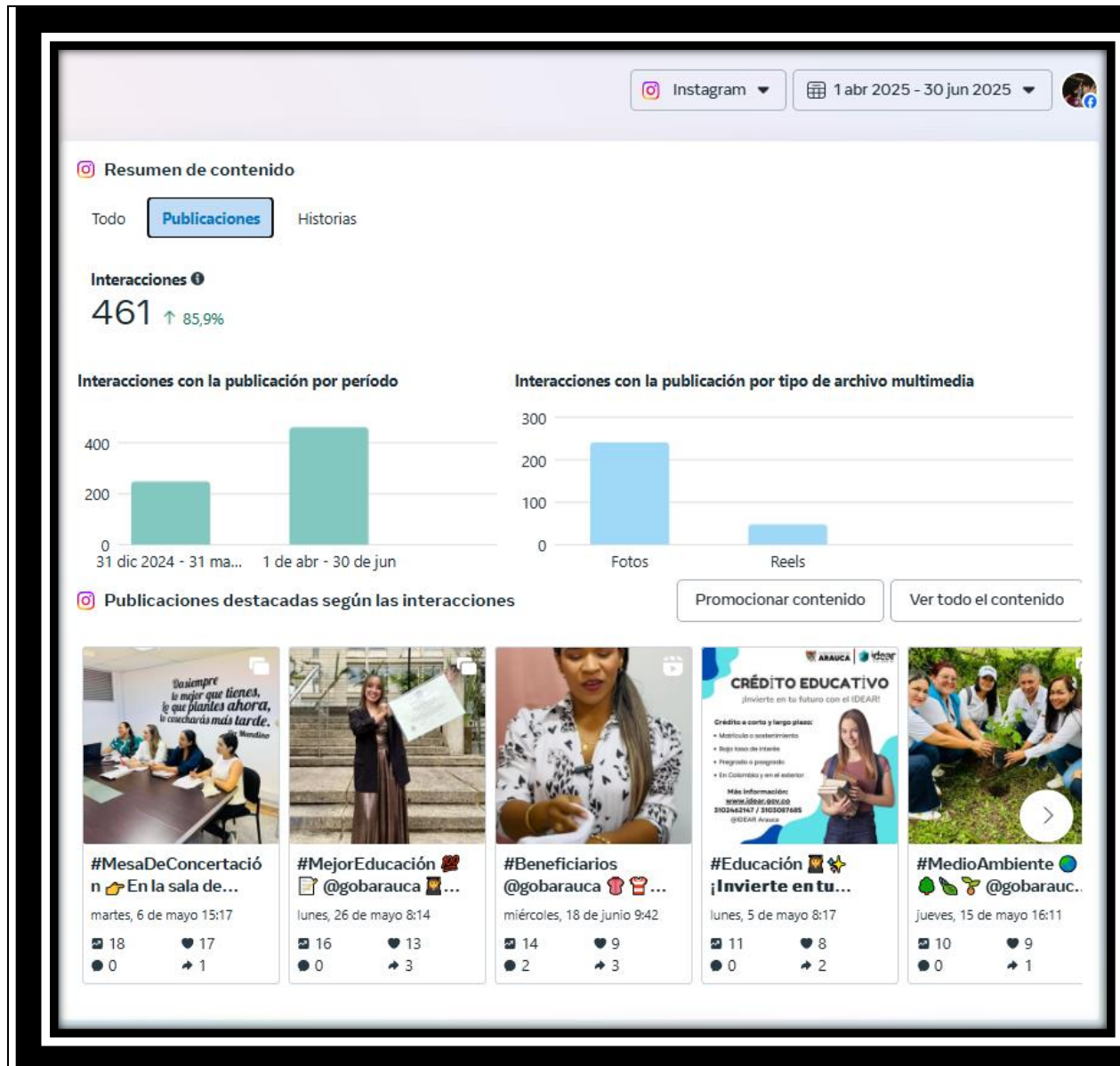
Contenido destacado (por visualizaciones):

1. Mesa de concertaciones: 991 visualizaciones, 17 me gusta, 1 vez compartido.
2. Día de la tierra: 862 visualizaciones, 7 me gusta, 2 veces compartido.
3. Graduación maestría (Erika Julieth Rojas Patiño): 629 visualizaciones, 13 me gusta, 3 veces compartido.

Estos datos resaltan que el contenido informativo sobre actividades institucionales y el enfoque en historias de éxito de beneficiarios generan un alto interés en términos de visualizaciones. La publicación sobre la graduación, a pesar de tener menos visualizaciones que las otras dos, tuvo una mayor tasa de compartidos y "me gusta" en proporción a sus visualizaciones, lo que podría indicar un contenido más emocional o inspirador.



	GESTIÓN PLANEACIÓN	Código: F-GP-SG-13
	Sistema Integrado de Gestión	Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024 Página: 18 de 34



3. Interpretación y conclusiones clave

Tendencia positiva en engagement: El crecimiento en visualizaciones y, especialmente, en interacciones netas, demuestra que el contenido publicado en el segundo trimestre de 2025 ha sido más atractivo y efectivo que en el trimestre anterior. La dinamización en las publicaciones ha dado frutos.

Desafío geográfico: La baja representación de la región en Instagram es un desafío significativo. Si bien el contenido resuena en Arauca, la estrategia actual no está logrando captar la atención de audiencias en otros municipios clave del departamento ni en otras ciudades donde el IDEAR podría tener potencial de alcance o interés. La afirmación de que "la interacción en esta red social es muy baja por la posición

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 19 de 34

geográfica", parece ser una conclusión prematura si el objetivo es expandir el alcance; más bien, la baja representación geográfica indica una oportunidad de mejora en la estrategia de contenido y difusión. Contenido de valor: El contenido que muestra la labor institucional y los logros de los beneficiarios es el que genera mayor interés. Esto sugiere que el público valora la transparencia y las historias de impacto social y económico.

Potencial de crecimiento de seguidores: El bajo crecimiento de seguidores en comparación con el aumento en visualizaciones e interacciones, sugiere que se puede optimizar la estrategia para convertir a quienes ven el contenido en seguidores activos, lo que a largo plazo construirá una comunidad más sólida.

4. Recomendaciones y próximos pasos

Estrategia de contenido geográficamente inclusivo:

Crear y promocionar contenido que destaque los servicios del IDEAR de manera relevante para diferentes municipios de Arauca. Considerar la posibilidad de realizar campañas o publicaciones segmentadas geográficamente.

Utilizar hashtags más específicos y geolocalizados para aumentar la visibilidad en las búsquedas locales.

Optimización de la captación de seguidores:

Promocionar la cuenta de Instagram en otros canales de comunicación del IDEAR (sitio web, otras redes sociales, material impreso).

Profundizar en el contenido de éxito:

Continuar documentando y compartiendo historias de éxito de beneficiarios, enfocándose en los resultados tangibles de los créditos y programas del IDEAR.

Considerar formatos de contenido más dinámicos como videos cortos que muestren el "antes y después" o testimonios más emotivos.

Este informe busca proporcionar una visión clara del desempeño de la cuenta de Instagram del IDEAR, identificando tanto los avances como las áreas críticas que requieren atención para una estrategia de comunicación más efectiva y de mayor alcance regional.

Resumen de las publicaciones: Canal de YouTube de IDEAR

En los últimos seis meses, el canal de YouTube de IDEAR había permanecido inactivo, pero hemos decidido revitalizarlo con el objetivo de aprovechar al máximo esta plataforma institucional. Durante este trimestre, proyectamos darle mayor utilidad al canal mediante la publicación de experiencias exitosas relacionadas con los créditos de nuestras diferentes líneas.

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 20 de 34

Actualmente, el canal cuenta con 44 suscriptores y ha registrado apenas 116 visualizaciones. Sin embargo, confiamos en que a medida que se realicen nuevas publicaciones y se genere contenido relevante, la interacción y el alcance del canal aumentarán significativamente en el próximo trimestre.

El canal de YouTube es fundamental para nuestra estrategia de comunicación por varias razones:

1. Alcance masivo: Nos permite llegar a una audiencia amplia y diversa, ampliando nuestra visibilidad en el mercado.
2. Variedad de contenido: Ofrecemos diferentes tipos de videos que pueden incluir testimonios, tutoriales y presentaciones informativas sobre nuestros productos y servicios.
3. Interacción con la audiencia: Fomenta un diálogo abierto con nuestros seguidores a través de comentarios, lo que nos permite recibir retroalimentación valiosa.
4. Monetización: A medida que crece nuestro número de suscriptores y visualizaciones, existe la posibilidad de generar ingresos adicionales a través del programa de monetización de YouTube.
5. SEO y visibilidad: Los videos optimizados pueden mejorar nuestro posicionamiento en motores de búsqueda, atrayendo a más visitantes a nuestro contenido.
6. Educación y aprendizaje: Proporcionamos recursos educativos que pueden ayudar a nuestros usuarios a comprender mejor nuestros productos y servicios.
7. Tendencias y cultura: Nos mantenemos actualizados sobre las tendencias del mercado y la cultura digital, lo cual es esencial para conectar con nuestra audiencia.
8. Networking: La plataforma permite colaborar con otros creadores y marcas, ampliando nuestras oportunidades comerciales.

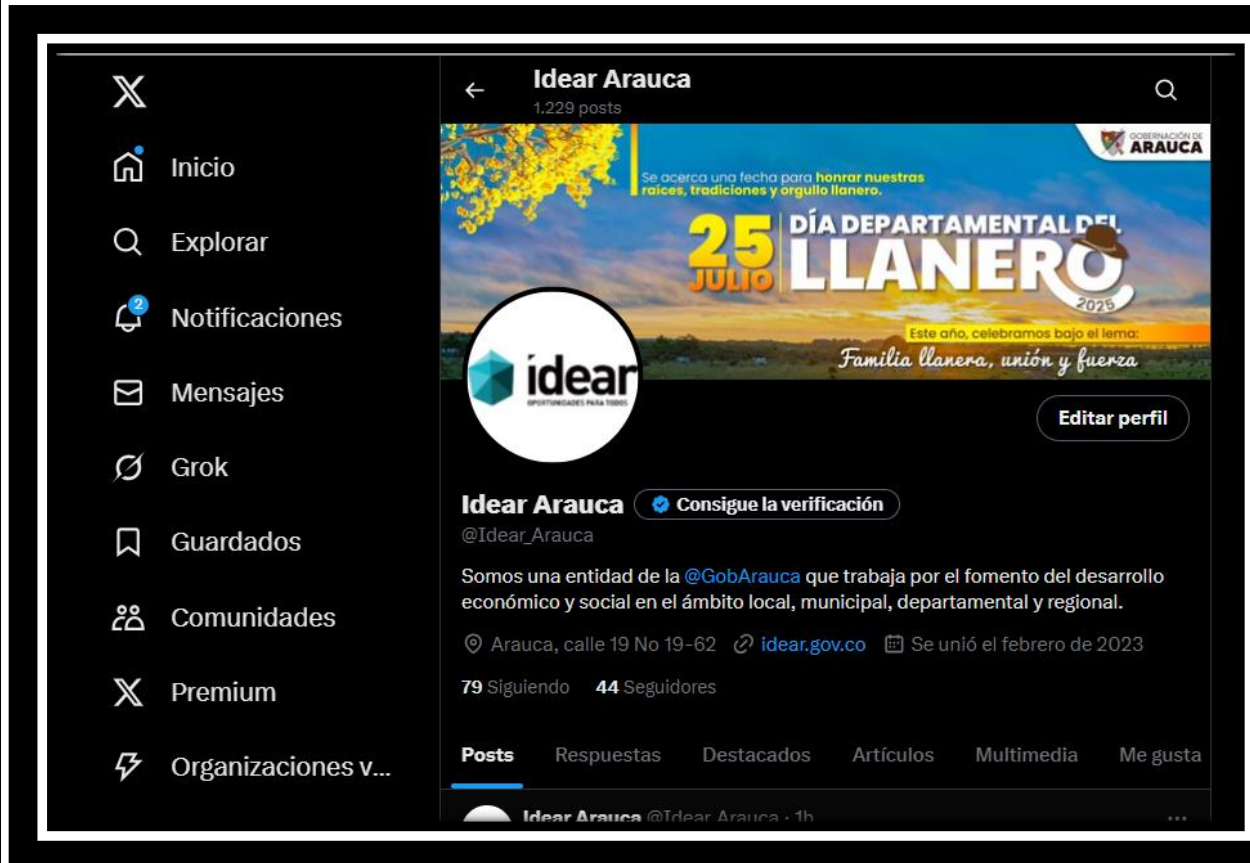
En resumen, YouTube no solo es una plataforma para compartir videos; es una herramienta poderosa que nos brinda la oportunidad de conectar, aprender y crecer tanto personal como profesionalmente. A medida que avanzamos en este proceso, esperamos ver un incremento significativo en nuestra comunidad virtual y un impacto positivo en la percepción e interacción con IDEAR.



	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 22 de 34

Análisis Detallado de publicaciones recientes en X (Trimestre):

Este análisis nos permite identificar que los contenidos más efectivos son aquellos que presentan historias de éxito de nuestros beneficiarios y reconocimientos a nuestro equipo. Debemos capitalizar esta tendencia y explorar formatos que maximicen la visibilidad y el engagement, incluso si el público objetivo en la región es más reducido.



Las estadísticas de nuestros posts durante este trimestre demuestran que el máximo alcance se obtuvo con la publicación de un testimonio de beneficiario de crédito a través del operador Corfas, protagonizado por el Señor Geovanny Blanco, vendedor de cocos fríos. Este tipo de contenido, que humaniza y muestra el impacto real de nuestros servicios, ha resonado positivamente.

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 23 de 34

×

Estadísticas del Post


Idear Arauca @Idear_Arauca · 20 jun.



1:52


#GeovannyBlanco, un emprendedor local conocido por su negocio de venta de cocos fríos en el Parque Simón Bolívar De Arauca, quien ha logrado transformar su vida y su emprendimiento gracias a los créditos ofrecidos por el IDEAR, a través del operador Corfas. @GobArauca



3



2



0

Impresiones ⓘ

265

Interacciones ⓘ

5

Ampliaciones de detalles ⓘ

0

Visitas del perfil ⓘ

0

Video

Métricas del video que compartiste

Le sigue de cerca la publicación sobre el grado de magíster de la beneficiaria Erika Julieth Rojas, parte del Proyecto de Capital Humano. Este contenido destaca el desarrollo personal y profesional de quienes confían en nosotros.

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
	INFORME	Versión: 01
		Fecha: 02/04/2024 Página: 24 de 34



En tercera posición, la publicación de la oferta de créditos educativos logró un alcance de 180 visualizaciones.

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 25 de 34



Posteriormente, encontramos:

La celebración del cumpleaños de nuestra funcionaria Jhoana Gómez con 163 visualizaciones.

El grado de magíster de Diana Carolina Briñez con 158 visualizaciones.

La publicación sobre los canales de denuncia con 133 visualizaciones.

El cumplimiento de la meta de recaudo de abril con 129 visualizaciones.

La publicación de la oferta del portafolio de servicios con la línea educativa en el centro poblado Puerto Jordán, y por último la publicación del cumpleaños del Gobernador Renson Martínez con 111 visualizaciones.

 idear OPORTUNIDADES PARA TODOS	GESTIÓN PLANEACIÓN		Código: F-GP-SG-13
	Sistema Integrado de Gestión		Versión: 01
	INFORME		Fecha: 02/04/2024
			Página: 26 de 34

×

Estadísticas del Post


Idear Arauca @Idear_Arauca · 20 jun.



Con inmensa alegría celebramos la vida de nuestra querida compañera #JhoanaGómez, en su cumpleaños. Jhoana, hoy es un día especial para celebrar tu presencia en nuestra vida laboral y personal. Eres una compañera excepcional, jovial y siempre dispuesta a ayudar a todos. ...



2



0



0

Impresiones ⓘ

164

Interacciones ⓘ

2

Ampliaciones de detalles ⓘ

0

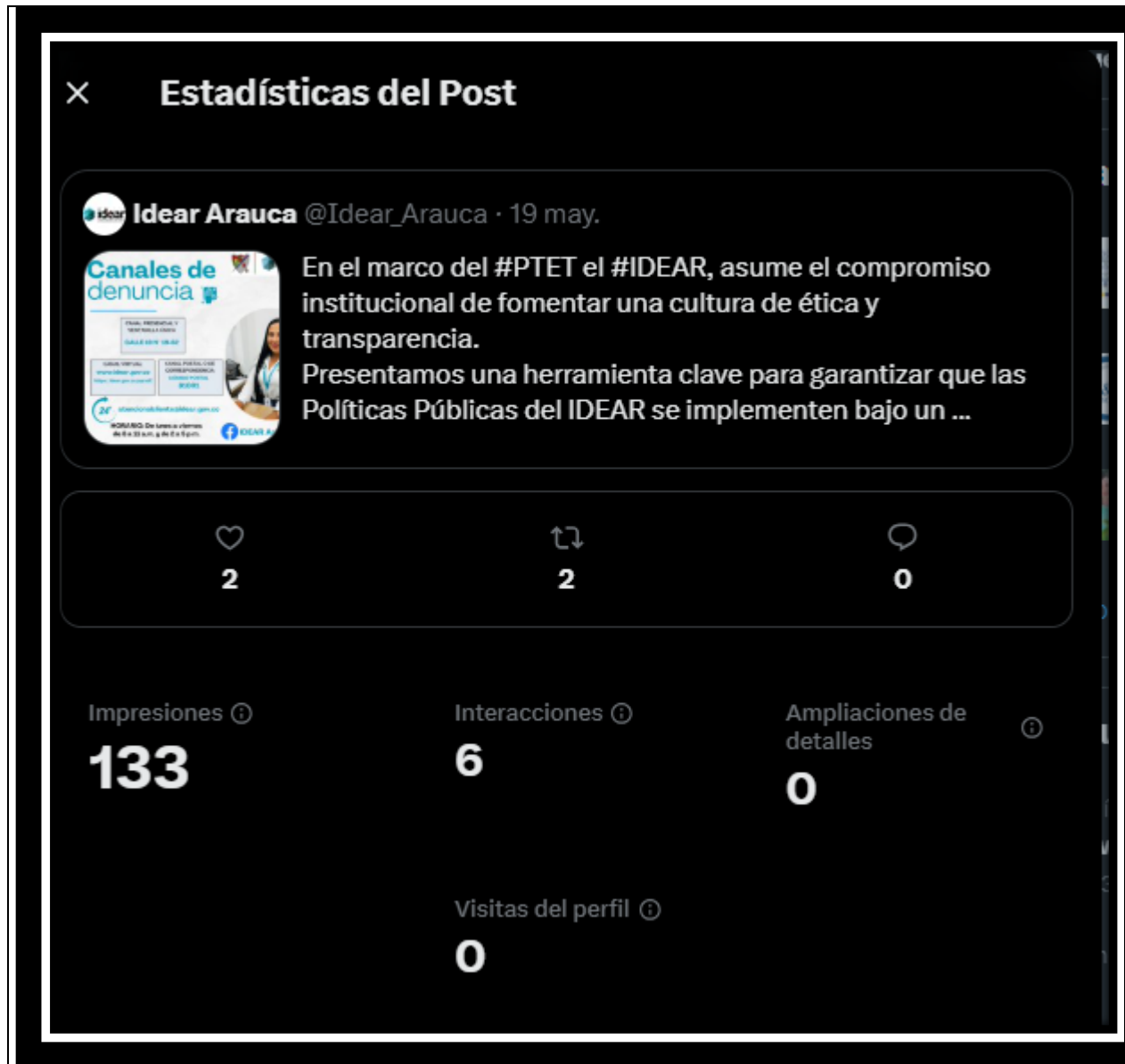
Visitas del perfil ⓘ

0

	GESTIÓN PLANEACIÓN		Código: F-GP-SG-13
	Sistema Integrado de Gestión		Versión: 01
	INFORME		Fecha: 02/04/2024
			Página: 27 de 34



	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024 Página: 28 de 34



 idear OPORTUNIDADES PARA TODOS	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 29 de 34

×

Estadísticas del Post


Idear Arauca @Idear_Arauca · 22 may.



El IDEAR no baja la guardia en el recaudo de cartera En el cuarto mes del año se logró #recaudar 1.559 millones 898 mil 766 pesos. La meta propuesta era de 1.298 millones 647 mil 718 pesos, la cual fue superada
#OportunidadesParaTodos


3


2


0

Impresiones ⓘ
129

Interacciones ⓘ
9

Ampliaciones de detalles ⓘ
5

Visitas del perfil ⓘ
0

 idear OPORTUNIDADES PARA TODOS	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 30 de 34

×

Estadísticas del Post



Idear Arauca

@Idear_Arauca · 21 may.



Participamos de la segunda sesión descentralizada de la Asamblea Departamental de Arauca, en el centro poblado de Puerto Jordán-Arauca.

Aprovechamos la visita a la Institución de Promoción Agropecuaria-IPA para ofertar la línea de crédito educativa ...

♥

3

↻

2

💬

0

Impresiones ⓘ

125

Interacciones ⓘ

5

Ampliaciones de detalles ⓘ

0

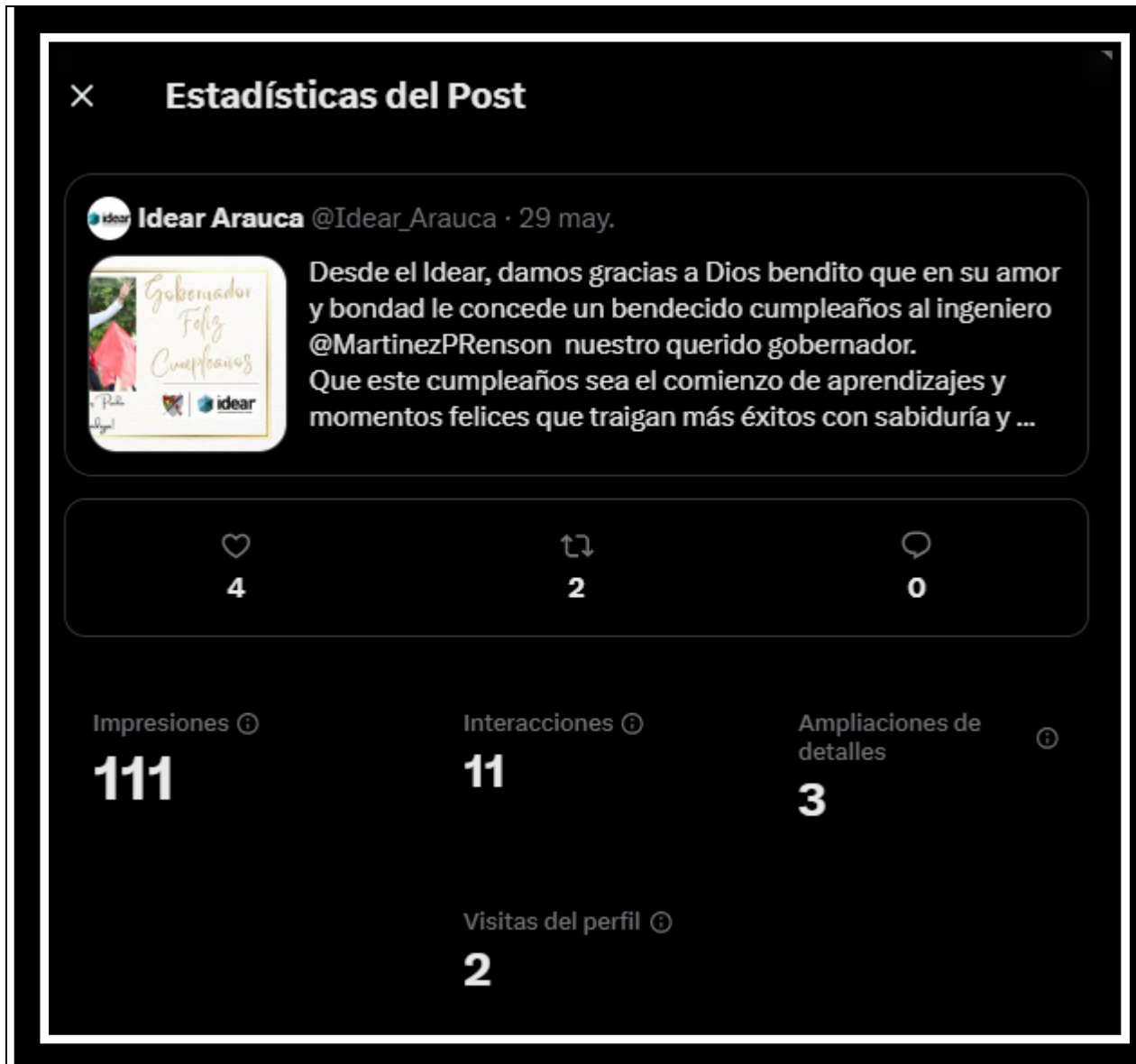
Visitas del perfil ⓘ

0

WWW.IDEAR.GOV.CO / CALLE 19 No. 19- 62 /TELÉFONOS 8853178 / 885 3173 / 8856782 / ARAUCA // COLOMBIA

30 de 34

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
	INFORME	Versión: 01
		Fecha: 02/04/2024 Página: 31 de 34



Este análisis nos permite identificar que los contenidos más efectivos son aquellos que presentan historias de éxito de nuestros beneficiarios y reconocimientos a nuestro equipo. Debemos capitalizar esta tendencia y explorar formatos que maximicen la visibilidad y el engagement, incluso si el público objetivo en la región es más reducido.

Complementos y sugerencias adicionales:

Estrategia de contenido: Considerar la creación de contenido más visual (imágenes o videos cortos) y conciso, que se adapte al formato rápido de X.

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 32 de 34

Interacción proactiva: No esperar a que nos interactúen, sino participar activamente en conversaciones relevantes, usar hashtags estratégicos y seguir a cuentas clave para aumentar nuestra visibilidad.

Promoción cruzada: Mencionar la cuenta de X en otras plataformas (como YouTube o correos electrónicos) para dirigir tráfico y aumentar seguidores.

Contenido de valor: Compartir noticias del sector, consejos rápidos, o enlaces a artículos interesantes que puedan ser de utilidad para nuestra audiencia.

Análisis de hashtags: Investigar y utilizar hashtags populares pero relevantes para aumentar el alcance de nuestras publicaciones.

Segmentación: Si es posible, explorar las herramientas de promoción de X para dirigir nuestras publicaciones a audiencias específicas, incluso si son un nicho.

En resumen, la red social X, a pesar de los desafíos actuales en nuestra región, sigue siendo una herramienta poderosa para la comunicación, el marketing y el networking. Su potencial para ampliar nuestro alcance, fomentar la interacción y fortalecer nuestras conexiones profesionales es innegable.

CONCLUSIONES: Durante el segundo trimestre del año, hemos observado un alcance representativo en nuestras plataformas digitales. Sin embargo, hemos identificado periodos de menor actividad que han impactado negativamente en la interacción general. Para abordar esta situación y maximizar nuestro impacto, proponemos las siguientes acciones de mejora y recomendaciones:

1. Dinamización y frecuencia del contenido:

Acción implementada (Observación): Se ha notado que la baja interacción está ligada a la intermitencia en las publicaciones.

Recomendación clave: Es fundamental establecer una publicación diaria, incluyendo fines de semana (sábados y domingos). La clave estará en la calidad y el atractivo del contenido, distribuido en horarios

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 33 de 34

estratégicos que maximicen la visibilidad de nuestra audiencia. Además, debemos diversificar los formatos, incorporando activamente historias, videos cortos. Estos formatos dinámicos no solo captan mejor la atención, sino que también son priorizados por los algoritmos de las plataformas, permitiéndonos alcanzar a una audiencia significativamente mayor.

2. Creación de contenido de valor y cercanía:

Recomendación clave: Debemos enfocarnos en la creación de contenido altamente atractivo, relevante e interesante para los internautas. Cada publicación debe tener un propósito claro: proyectar una imagen positiva, profesional y, sobre todo, cercana a nuestros usuarios. Al reforzar nuestro compromiso genuino con la región y sus habitantes, construiremos una conexión emocional más fuerte y duradera.

3. Inversión estratégica en publicidad digital:

Recomendación clave: En el actual panorama digital, donde la competencia por la visibilidad es cada vez mayor, especialmente en plataformas como Facebook, la inversión en pautas publicitarias es indispensable. Esto nos permitirá ampliar nuestro alcance orgánico, ya que las plataformas priorizan el contenido promocionado. Además, la segmentación detallada (por demografía, intereses y ubicación geográfica) nos dará la capacidad de dirigir nuestros mensajes a la audiencia correcta, optimizando así el impacto y el retorno de la inversión. Es crucial que esta inversión sea contemplada y presupuestada dentro de nuestro contrato de medios de comunicación.

4. Refuerzo del seguimiento y la dinámica en X (anteriormente Twitter):

Recomendación clave: Para medir adecuadamente nuestro rendimiento en X y, sobre todo, para dinamizar las interacciones, es altamente recomendable que los usuarios internos de la entidad creen sus cuentas personales en esta red social. Al contar con perfiles activos y comprometidos, podremos generar más interacciones, participar en conversaciones relevantes y amplificar el alcance de nuestras comunicaciones institucionales.

5. Excelencia en la atención al cliente digital:

Recomendación clave: La eficacia en la respuesta a consultas y solicitudes de servicios o información a través de los canales digitales es un pilar fundamental. Una atención rápida, clara y resolutive no solo mantiene la confianza de nuestros usuarios externos, sino que también fortalece su satisfacción y fidelidad hacia la entidad.

6. Participación y documentación de actividades regionales:

Recomendación clave: Es vital que nuestra entidad, Idear, participe de manera activa y visible en las iniciativas y eventos organizados por el gobierno regional, las agremiaciones y las actividades comunitarias. Esta participación nos brinda una oportunidad invaluable para impulsar la imagen de la entidad y fortalecer el vínculo con la comunidad. Es indispensable documentar y publicar el material

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 34 de 34

generado durante estos eventos (fotos, videos, testimonios), para ampliar nuestra visibilidad, demostrar nuestro compromiso y generar contenido auténtico y de alto impacto.

La implementación rigurosa de estas acciones y recomendaciones no solo nos permitirá consolidar nuestra presencia digital, sino que también será clave para estrechar la relación con nuestros seguidores y la comunidad en general, a través de una comunicación más efectiva y una participación más activa en el ecosistema digital y regional.



Arely Aguilar Pérez

Profesional Universitario de Apoyo a la Gerencia y Relaciones Públicas