

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 1 de 23

INFORME DE SEGUIMIENTO A LAS REDES SOCIALES DEL INSTITUTO DE DESARROLLO DE ARAUCA - IDEAR SEGUNDO TRIMESTRE DE 2025.	
FECHA: 14 de enero de 2025	
NOMBRE: Geovanny Alexis Suárez Castellanos	CARGO: Gerente
PROCESO: Comunicaciones	
ASUNTO: Informe de seguimiento a las redes sociales del IV semestre	
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.	
<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;"> DESARROLLO: INTRODUCCIÓN </div> <p>Este informe presenta los datos estadísticos generados por las redes sociales del Instituto de Desarrollo de Arauca (IDEAR) durante el segundo trimestre de 2025. Se destacan los avances en visibilidad y alcance de nuestras plataformas, resultado del trabajo continuo del área de apoyo a la gerencia y relaciones públicas, centrado en la publicación diaria de contenidos sobre las actividades de la entidad, lo que ha propiciado una interacción creciente con nuestra audiencia.</p> <p>Presencia en redes sociales</p> <p>Actualmente, IDEAR mantiene presencia en diversas redes:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Facebook: la más utilizada por la comunidad araucana. ✓ X (Twitter), Instagram y YouTube: empleadas principalmente para informar al público externo sobre nuestras acciones y servicios, favoreciendo una comunicación eficaz y transparente. ✓ <p>Además, gestionamos grupos de WhatsApp dirigidos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Al personal interno, para mantenerlo actualizado sobre actividades y proyectos en curso. 2. A los medios de comunicación, con quienes compartimos información relevante para su difusión a la ciudadanía. 	

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 2 de 23

Esta estrategia no solo fortalece la relación con los medios, sino que también asegura que la información llegue de manera oportuna a todos los interesados.

Resultados del periodo reportado

Durante el trimestre observado se registró un aumento significativo en el alcance de nuestras publicaciones, especialmente en Facebook, que continúa siendo la red con mayor impacto en el Departamento de Arauca. Este crecimiento refleja el interés de la comunidad por nuestras iniciativas y el esfuerzo constante por crear contenido atractivo y pertinente.

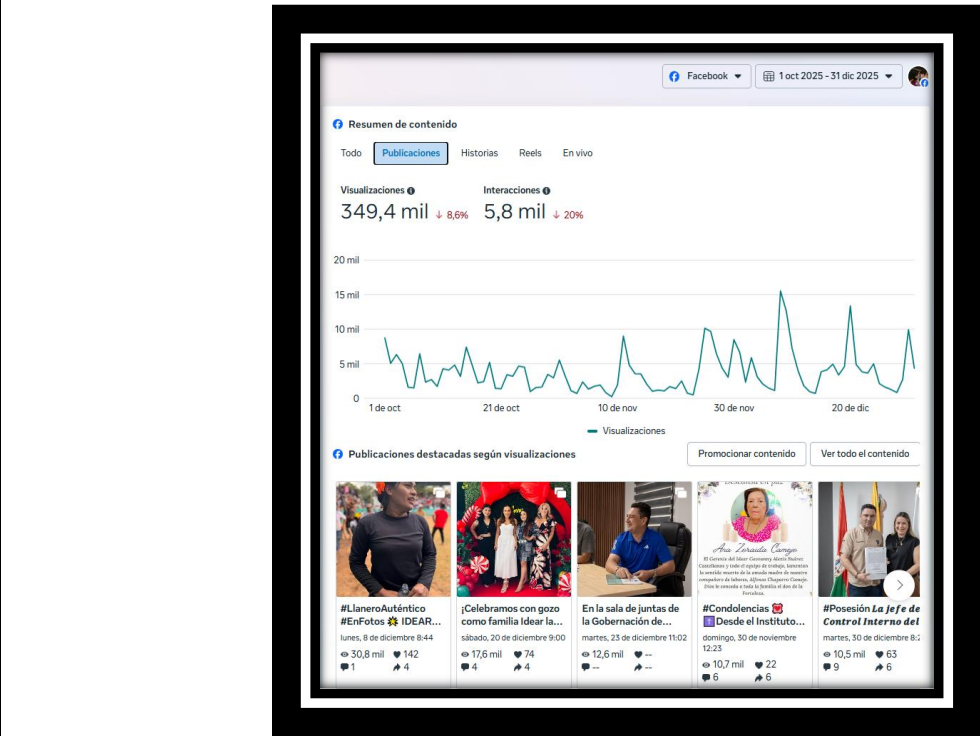
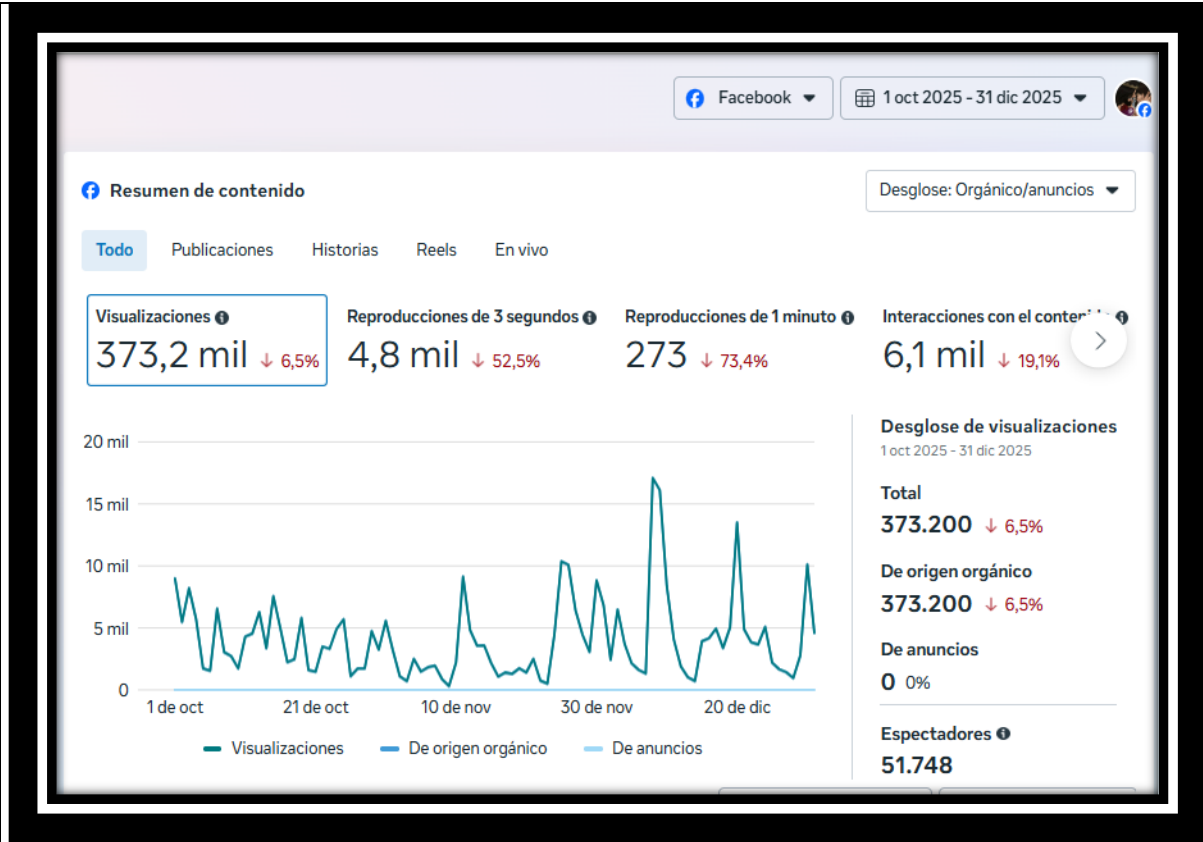
En contraste, la red social X muestra la menor interacción en la región. Aunque actualmente su uso es limitado, consideramos fundamental explotarla de forma dinámica para descubrir su potencial y fomentar un mayor compromiso con nuestra audiencia.

Informe de Análisis de Datos – Fan Page: IDEAR – Arauca **Periodo: Cuarto Trimestre de 2025 (octubre a diciembre)**

1. Resumen ejecutivo

Durante el cuarto trimestre de 2025 la fan page del IDEAR – Arauca experimentó un crecimiento notable tanto en alcance como en nivel de interacción, superando los resultados obtenidos en el trimestre inmediato anterior. La evolución positiva de los indicadores confirma la efectividad de la estrategia de contenidos y una mayor resonancia con la audiencia objetivo. Además, los datos demográficos y geográficos de los seguidores aportan información valiosa para afinar las próximas campañas de comunicación.

Crecimiento y alcance de la Fan Page





1. Indicadores clave

Indicador: Total de seguidores

Valor actual: 6.876

Variación respecto al trimestre anterior: Un porcentaje del 1.4 %, respecto al trimestre anterior.

Alcance total de visualizaciones: **376 200**

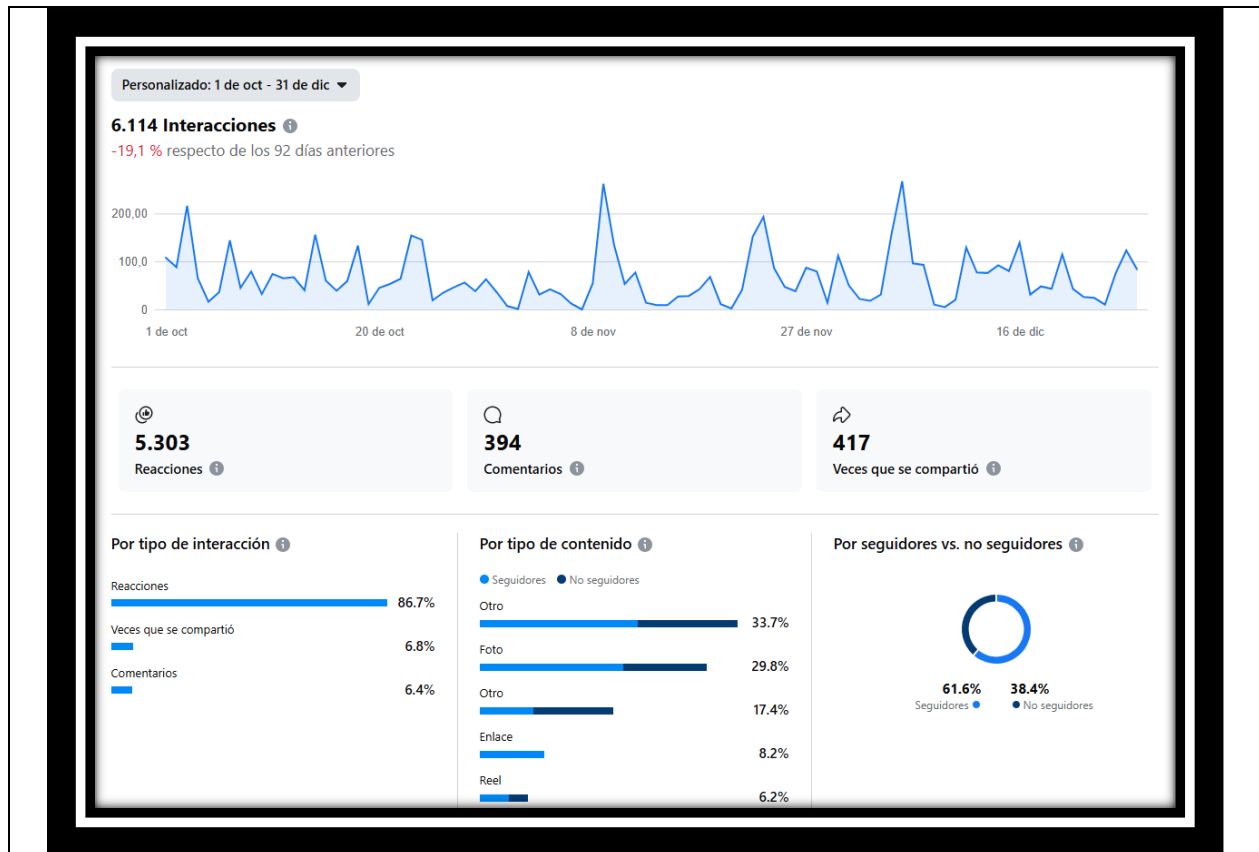
Con **51 748** espectadores.

Reacciones: 5 503

Comentarios: 394

Se compartieron publicaciones: 417 veces

Por seguidores vs. no seguidores: 61.6 % seguidores y 38.4 no seguidores.



2. Análisis cualitativo

1. Crecimiento sostenido de la comunidad

- ✓ El aumento neto de 91 seguidores indica que el contenido publicado está atrayendo a nuevos usuarios y consolidando a la audiencia existente.
- ✓ La mayor proporción de visualizaciones provenientes de seguidores (61.6 %) refleja un nivel alto de fidelidad y compromiso.

2. Alcance y exposición

- ✓ Son 376 200 visualizaciones demostrando interés en los internautas por el contenido de las publicaciones.

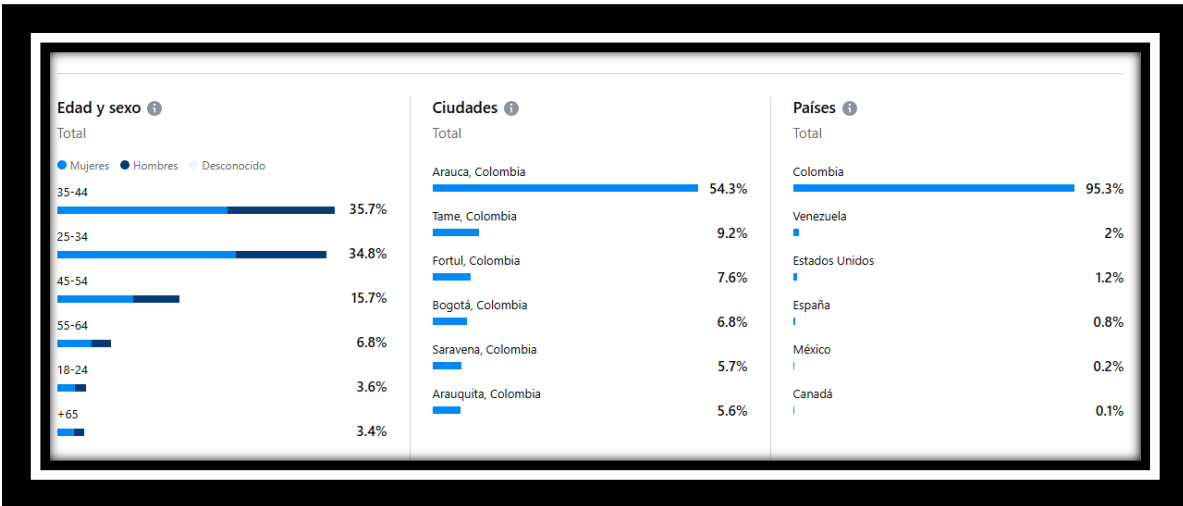
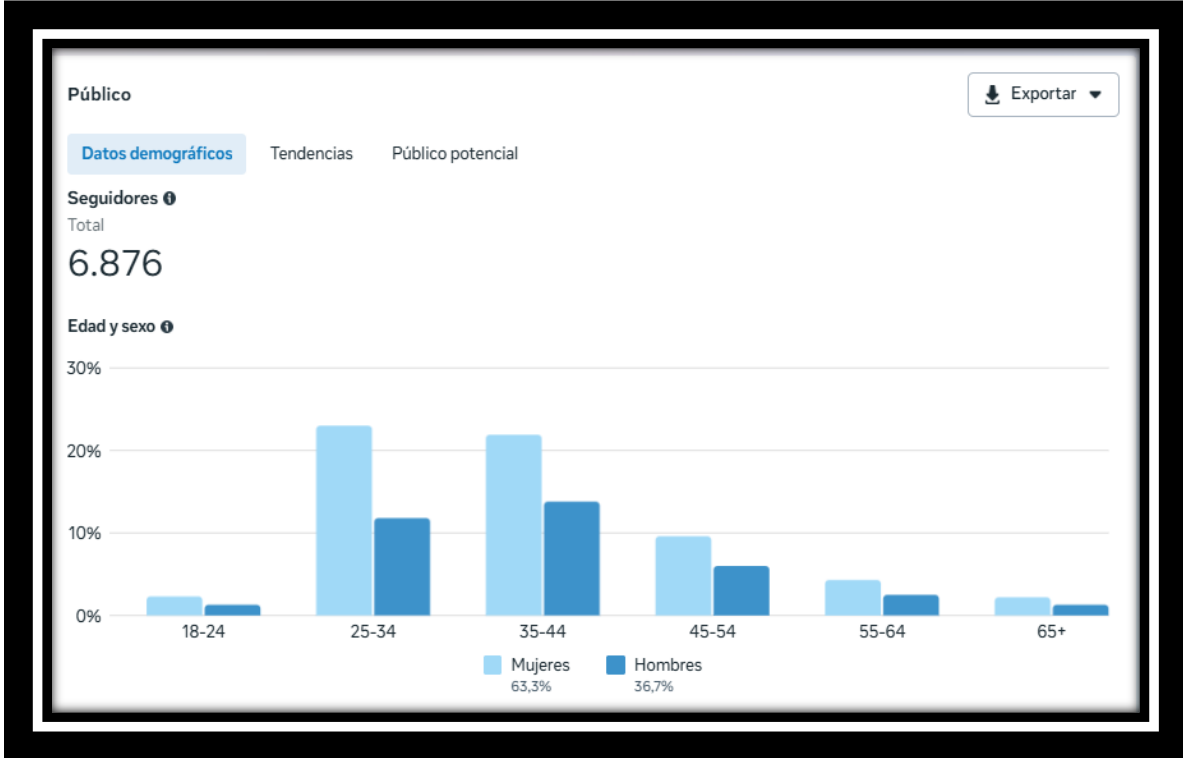
3. Seguidores netos

Aumento de seguidores: Durante el cuarto trimestre, se sumaron 91 nuevos seguidores.

Seguidores perdidos: Se registraron 31 seguidores que dejaron de seguir la página.

4. Perfil demográfico y geográfico

- ✓ Los datos recopilados indican que la mayor parte de la audiencia se concentra en el Departamento de Arauca (68 %).
- ✓ En cuanto a edad, el rango más activo corresponde a los 25-34 años (42 %), seguido por los 35-44 años (28 %). Este perfil sugiere que los contenidos deben orientarse a intereses laborales, educativos y comunitarios propios de este segmento.



6. Distribución geográfica de los seguidores

La concentración de seguidores por ubicación geográfica es la siguiente:

1. Arauca: 54.3 %
2. Tame: 9.2 %
3. Fortul: 7.6 %
4. Bogotá: 6.8 %

5. Fortul: 4.1 %
6. Saravena: 5.7 %
7. Arauquita: 5.6 %

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

Durante el cuarto trimestre se identificaron varias publicaciones que generaron un alto nivel de *engagement* en la fan-page del IDEAR. A continuación, se presentan los contenidos más relevantes, acompañados de sus métricas de alcance.



	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 8 de 23

Publicación 1:

Celebración del llanero auténtico: Nota que presenta la celebración de una de las actividades que preservan las tradiciones llaneras, en un evento organizado por la Gobernación de Arauca. Obtuvo **30 800** visualizaciones.

- Me Gusta: 93
- Compartidos: 17
- Comentarios: 1

Publicación 2:

Celebración de la cena de navidad: Registro de la actividad realizada por los funcionarios del IDEAR en una integración que celebra la acción de gracias a través de la cena de navidad. **17 600 visualizaciones.**

- Me Gusta: 74
- Compartidos: 4
- Comentarios: 4

Observación: Las actividades desarrolladas entre compañeros son muy atractivas, sobre todo cuando todos participan.

Publicación 3:

Sexto Consejo Directivo: En la sala de juntas de la Gobernación de Arauca se realizó el sexto Consejo Directivo Ordinario del IDEAR, presidido por el gobernador Renson Martínez Prada. **12 600 visualizaciones.**

- Me Gusta: 44
- Comentarios: 7
- Compartidos: 3

Publicación cuatro:

Condolencias: Se realizó publicación con mensaje de condolencias por la sentida muerte de la madre del compañero de labores Alfonso Chaparro. **10 700 visualizaciones.**

- Me Gusta: 22
- Comentarios: 6
- Compartidos: 6

Publicación cinco: **Posesión la asesora de control interno Tatiana Martínez:** El gobernador de Arauca, Renson Martínez Prada, posesionó a los nuevos jefes de Control Interno que asumirán funciones durante el próximo periodo de cuatro años, entre ellos, la asesora de control interno del IDEAR. **10 500 visualizaciones.**

- Me Gusta: 63
- Comentarios: 9

	GESTIÓN PLANEACIÓN		Código: F-GP-SG-13
	Sistema Integrado de Gestión		Versión: 01
	INFORME		Fecha: 02/04/2024
			Página: 9 de 23

- Compartidos: 6

Reels:

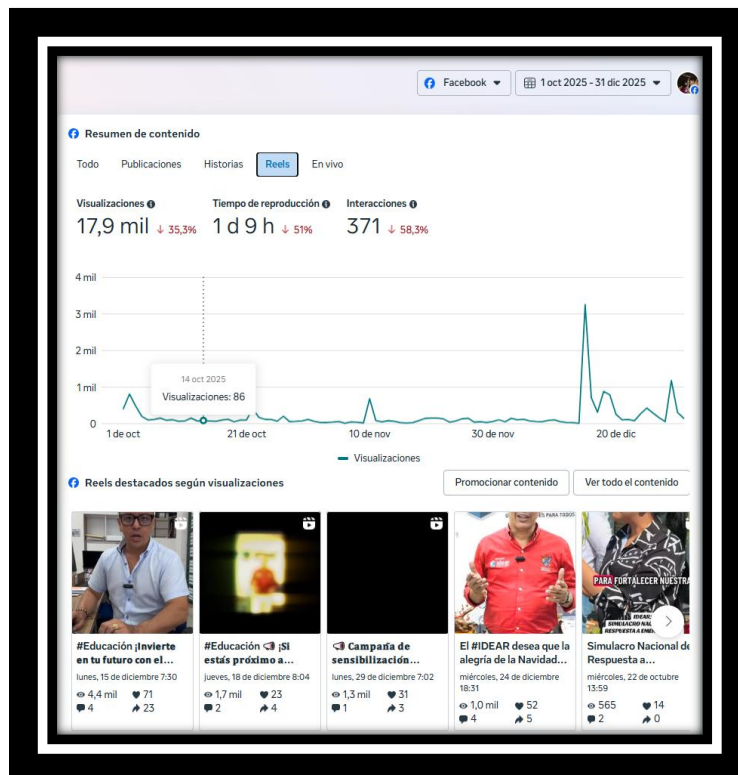
Los **Reels** en Facebook son videos cortos y dinámicos (de 15 seg a 60 seg) que se reproducen en bucle y están diseñados para captar la atención rápidamente. Son la versión de Facebook del formato que se hizo popular en Instagram y TikTok, y sirven tanto a creadores de contenido como a marcas para:

1. **Mostrar creatividad** en pocos segundos.
2. **Aumentar el alcance** porque el algoritmo tiende a impulsar este tipo de videos.
3. **Fomentar la interacción** (likes, comentarios, compartidos y guardados).
4. **Convertir visualizaciones en seguidores** mediante llamadas a la acción.

Publicación 1: Reel con oferta del portafolio de servicios: Se presenta a través de un corto video a la línea educativa en las modalidades de corto y largo plazo, con la interacción de funcionarios y colaboradores de la entidad.

Alcance: 4.400 visualizaciones

- Me Gusta: 71
- Compartidos: 23
- Comentarios: 4



	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 10 de 23

Publicación 2: Video corto de oferta de servicios de la línea educativa, del portafolio del IDEAR. Con 1.700 visualizaciones.

- Me Gusta: 23
- Compartidos: 4
- Comentarios: 2

Publicación 3: Campaña de sensibilización contra la corrupción, en el marco del PTEP (Programa de Transparencia y Ética Pública) queremos que todos los araucanos se sumen a una iniciativa realmente transformadora.

Alcance: 1.300 visualizaciones

- Me Gusta: 31
- Compartidos: 3
- Comentarios: 1

Publicación 4: Reel con mensaje de la navidad del IDEAR, por parte del gerente, Geovanny Alexis Suárez Castellanos.

Alcance: 1.000 visualizaciones

- Me Gusta: 52
- Compartidos: 5
- Comentarios: 4

8. Conclusiones y recomendaciones

Durante el cuarto trimestre de **2025**, la Fan Page del IDEAR – Arauca ha consolidado un crecimiento significativo tanto en número de seguidores como en alcance e interacción, todo ello logrado mediante contenido orgánico centrado en personas y logros institucionales. La audiencia está compuesta mayoritariamente por mujeres jóvenes-adultas residentes en Arauca, pero con una presencia notable a nivel nacional.

Al focalizarse en historias humanas, reforzar el uso estratégico de reels y segmentar los mensajes según los datos demográficos identificados, IDEAR podrá seguir ampliando su influencia digital, potenciar la participación ciudadana y traducir el engagement online en resultados tangibles para sus programas de desarrollo regional.

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: 11 de 23

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 otros sectores.

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.

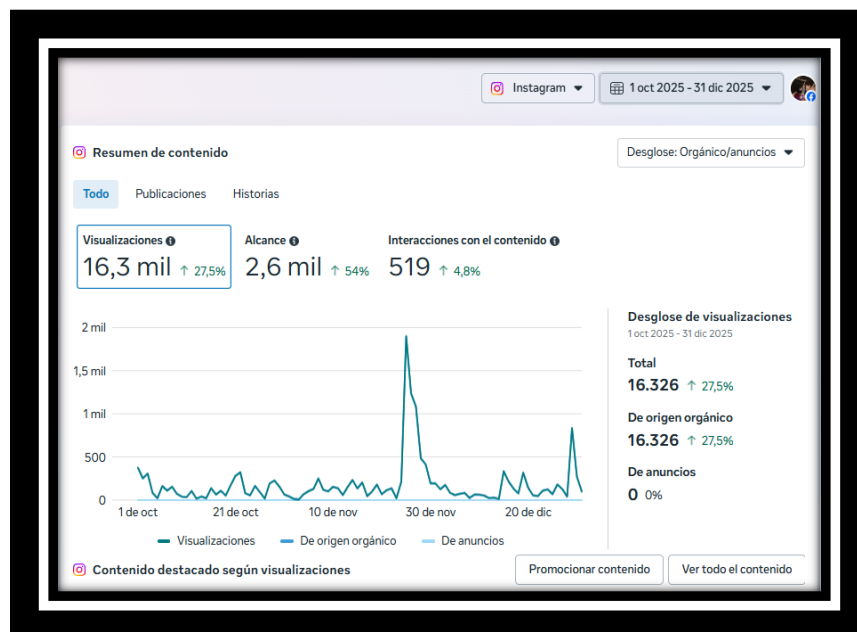
En resumen, la Fan Page del IDEAR se consolida como una herramienta de comunicación vital y cada vez más influyente en la región, siendo la red social más utilizada por la audiencia araucana.

Informe ejecutivo: Análisis de métricas de Instagram - @idear_arauca (Cuarto Trimestre 2025)

1. Resumen ejecutivo

El cuarto trimestre de 2025 ha mostrado un avance significativo en las métricas de la cuenta de Instagram de @idear_arauca, 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.



	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 12 de 23

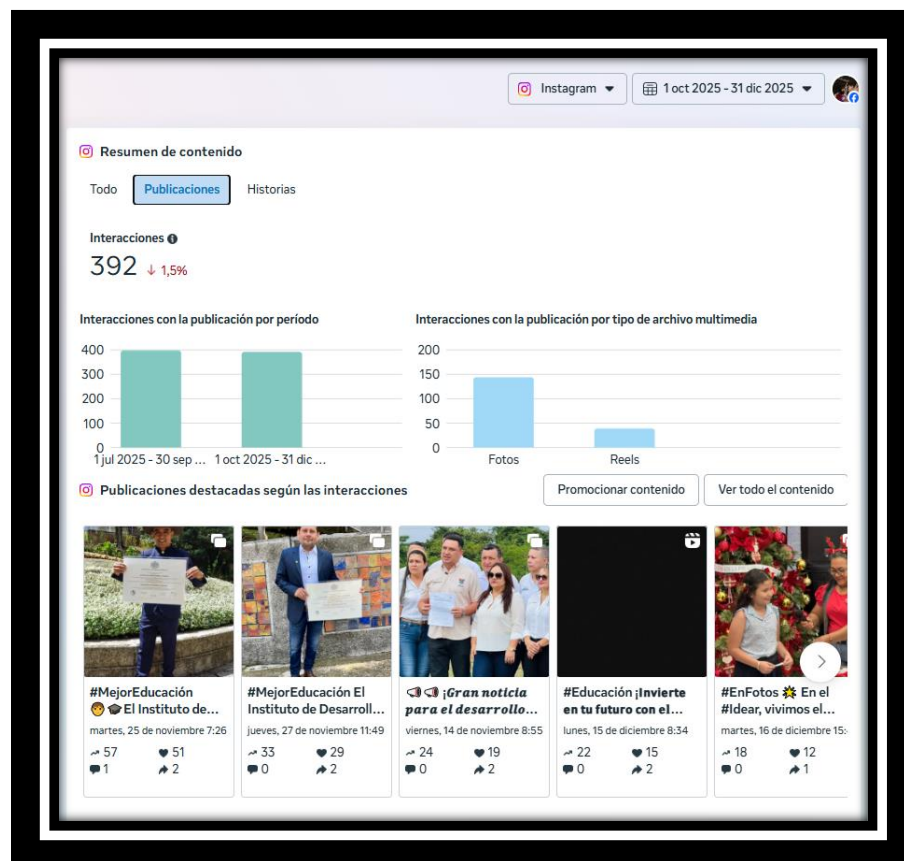
2. Análisis detallado de métricas

Visualizaciones: Se registraron 16.300 visualizaciones. Este es un indicador muy positivo del mayor consumo del contenido publicado.

Alcance: El alcance de 2.600 usuarios internautas y veníamos de 1.700, en el trimestre anterior. Esto significa que un número considerablemente mayor de cuentas únicas ha visto el contenido del IDEAR.

Interacciones con el contenido fueron de 519, un número mayor que el trimestre anterior que fueron 495, donde se marcó un 27.5 %, superior a los 12.7 % del trimestre anterior: Las interacciones netas (que incluyen me gusta, comentarios, guardados y compartidos, menos las interacciones negativas).

Seguidores: El crecimiento de seguidores ha sido modesto, con un aumento de 18 seguidores, alcanzando un total de 529. 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.

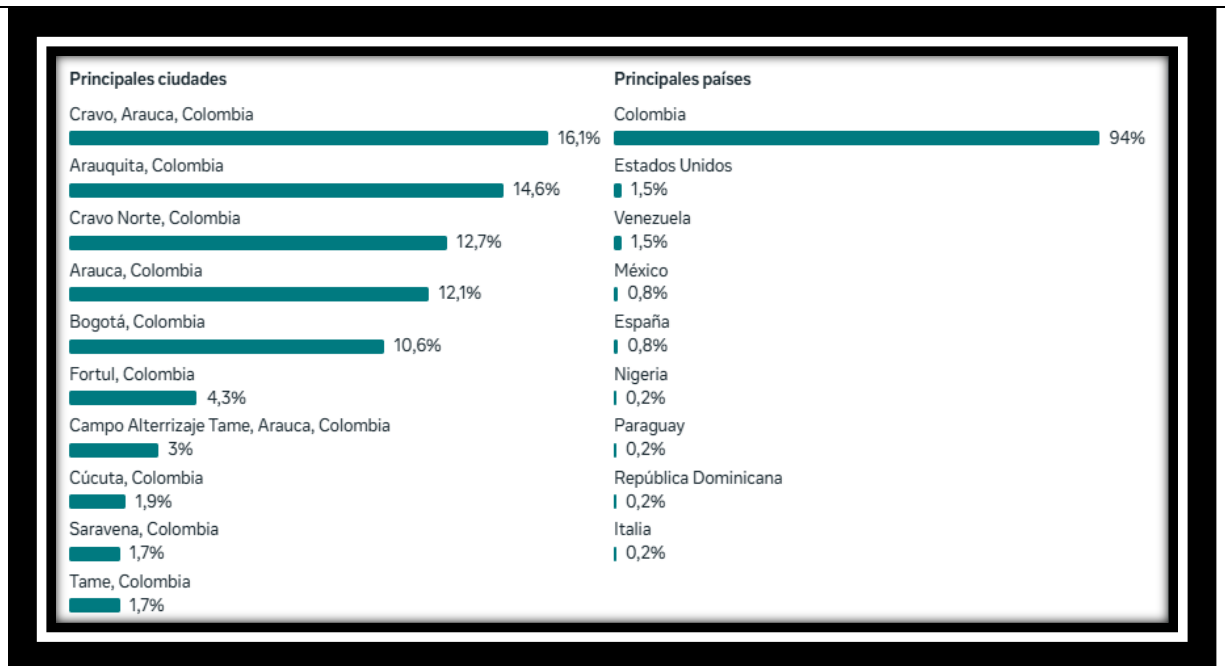


Demografía de la audiencia:

Género: La audiencia está compuesta mayoritariamente por mujeres (60.9 %) en comparación con hombres (39.1 %). 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, siendo las edades entre 35 y 44 años, los máximos visitantes internautas, lo cual es un rango amplio y activo en redes sociales, ideal para la promoción de servicios financieros y de desarrollo.





Distribución geográfica:

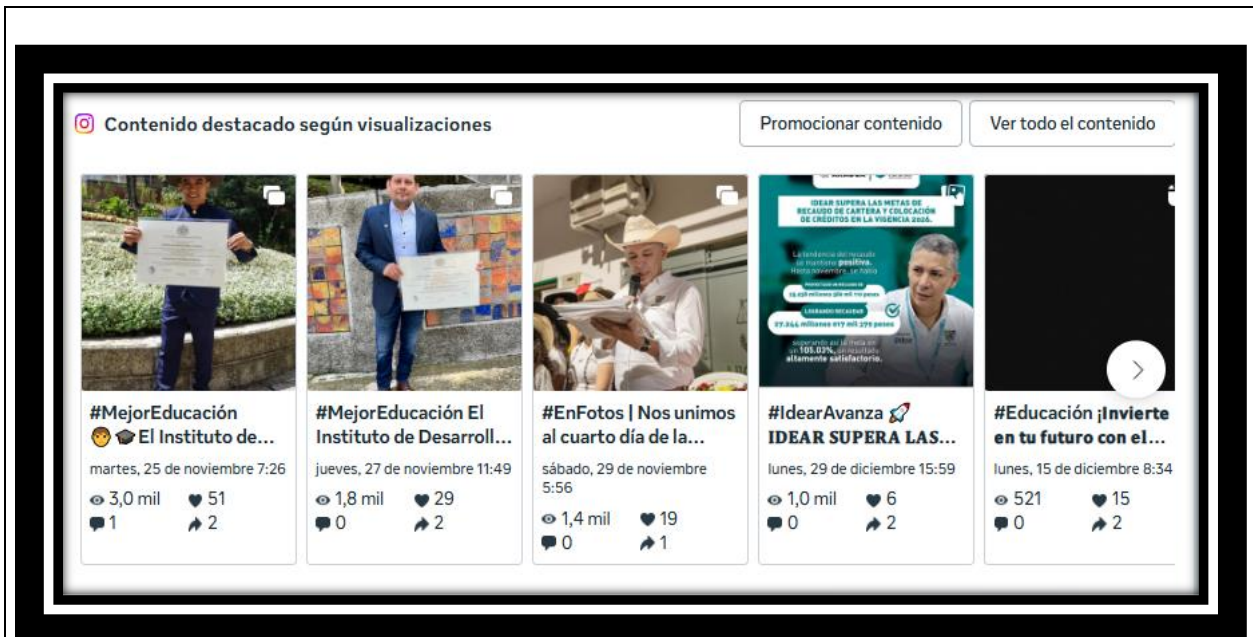
Esta vez, la concentración de la audiencia se centró en Arauca-Arauca (sin embargo la métrica lo tomó como Cravo, Arauca, Colombia) con un 16.1 %, siendo en al igual que los trimestres anteriores el municipio con mayor audiencia.

Le siguen otros municipios como Arauquita, con 14.6 %, Cravo Norte 12.7 %, Bogotá 10.6 %, Tame 3 %, Saravena 2.2 %, Arauquita 2 % y la limitada presencia en otras capitales importantes (Bucaramanga 1.8 %, Cúcuta 1.9 %; los cuales 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. Publicación de la graduación de un beneficiario del Proyecto Capital Humano: 3.000 visualizaciones, 51 me gusta, 2 vez compartido.
2. Publicación de la graduación de otro beneficiario del Proyecto Capital Humano 1.800 visualizaciones, 29 me gusta, 2 veces compartido.
3. Participación del IDEAR en la novena de Santa Bárbara de Arauca: 1.400 visualizaciones, 19 me gusta y 1 vez compartido.
4. Balance de la gestión del IDEAR en la vigencia 2025: 1.000 visualizaciones, 6 me gusta, 2 veces compartido.
5. Reel del portafolio de servicios promocionando la línea educativa: 521 visualizaciones, 15 me gusta y 2 veces compartida.

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
	INFORME	Versión: 01
		Fecha: 02/04/2024 Página: 15 de 23



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. Una mayor tasa de compartidos y "me gusta" podría indicar un contenido más emocional o inspirador.

3. Interpretación y conclusiones clave

Tendencia positiva en Engagement (interacciones): El crecimiento en visualizaciones y, especialmente, en interacciones netas, demuestra que el contenido publicado en el cuarto 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 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.

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:

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 16 de 23

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.

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

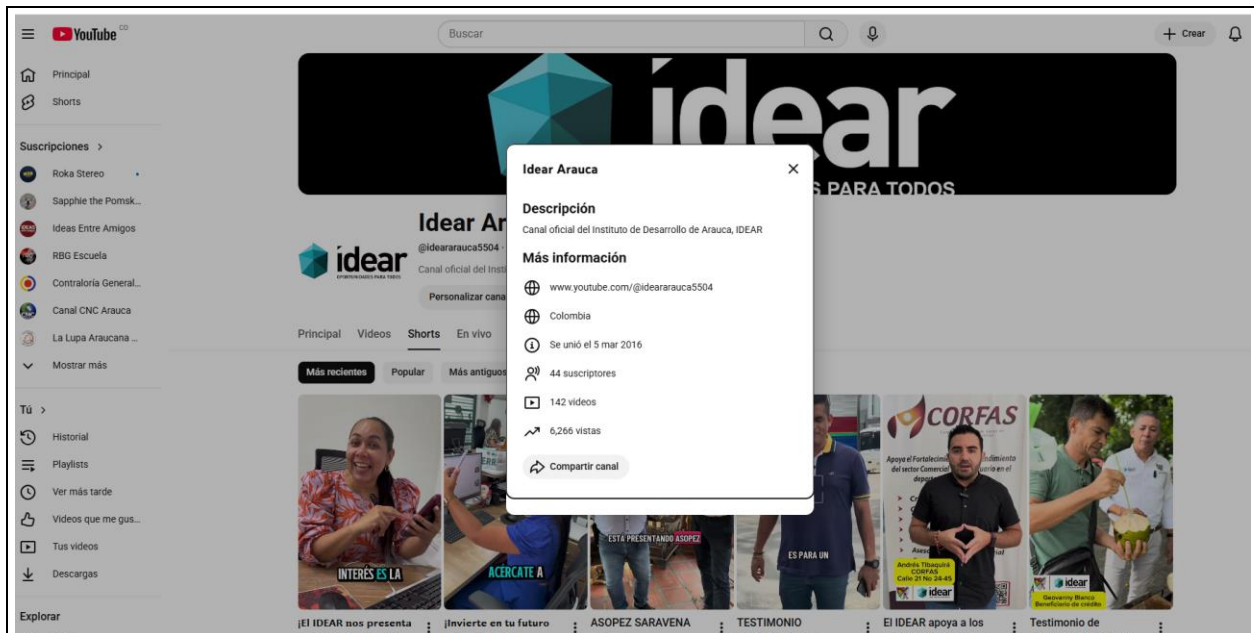
Durante este trimestre, proyectamos darle mayor utilidad al canal mediante la publicación de experiencias exitosas relacionadas con los créditos de nuestras diferentes líneas.

Actualmente, el canal cuenta con 44 suscriptores y ha registrado 6.266 visitas de acuerdo con la métrica consultada.

Se logra identificar que los reels con testimonios son contenido interesante para los internautas; la gente confía más en experiencias reales que en mensajes de marca pulidos, donde La voz del cliente habla por sí misma, sin guiones rígidos.

Por su parte, El espectador se ve reflejado en la historia (problema, solución, resultados); generando empatía inmediata y la sensación de “esto también me puede servir”.

	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 17 de 23



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.

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.

Análisis Detallado de publicaciones recientes en X (Trimestre):

Las estadísticas de nuestros posts durante este trimestre demuestran que el máximo alcance se obtuvo con la publicación de un reel con la oferta del portafolio de servicios, con la información de los créditos educativos a corto y largo plazo. En el video corto interactuaron funcionarios y colaboradores de la entidad. Este tipo de contenido, que humaniza y muestra el impacto real de nuestros servicios, ha resonado positivamente.

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 siguientes imágenes muestran el contenido más visualizado y marca la interacción:



	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 19 de 23





	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 21 de 23



	GESTIÓN PLANEACIÓN Sistema Integrado de Gestión	Código: F-GP-SG-13
		Versión: 01
	INFORME	Fecha: 02/04/2024
		Página: 22 de 23

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.

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.

Acciones de mejora implementadas y recomendaciones estratégicas para potenciar nuestra presencia digital:

Durante el cuarto 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:

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 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

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

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 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