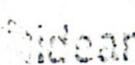


**INFORME**

**SEGUIMIENTO A LAS REDES SOCIALES DEL  
INSTITUTO DE DESARROLLO DE ARAUCA - IDEAR  
NOVIEMBRE 2023**

**Elaboró:** Trina Carolina M. Flores Cadena  
Profesional Universitario de Apoyo a la Gerencia y Relaciones Públicas  
[prensa@idear.gov.co](mailto:prensa@idear.gov.co)

 INSTITUTO DE DESARROLLO  
DE ARAUCA  
NIT 834.000.764-4

Fecha 19/01/24 Hora 3:35 pm  
Página 1 de 7 Dairy Ortiz

## INTRODUCCIÓN

El presente Informe corresponde al seguimiento realizado a las Redes Sociales oficiales del Instituto de Desarrollo de Arauca – IDEAR durante el mes **NOVIEMBRE de 2023**, y cuyo fin es determinar el Impacto que tuvieron las publicaciones.

Cuando hablamos de los canales sociales específicos que las personas usan para consumir noticias, Facebook sigue dominando: es la plataforma más grande que usan las personas como su fuente de noticias.

Desde las instituciones es el uso de las redes sociales. Se trata de un fenómeno tan dinámico y simple a la vez que, muchas veces, terminamos paralizados por la incertidumbre que nos genera el dilema de cómo trabajar la comunicación de una institución desde las redes sociales.

Al momento de pensar en un plan de comunicación, contemplamos todas las herramientas con las que contamos para efectivizar nuestros mensajes. Ahora bien, además, elegimos aquellas herramientas que mejor se adapten a nuestros públicos y a nuestra necesidad de decirlos, de contarlos, de transmitirlos por eso nos estamos afianzando en **FACEBOOK** como la de mayor análisis y uso.

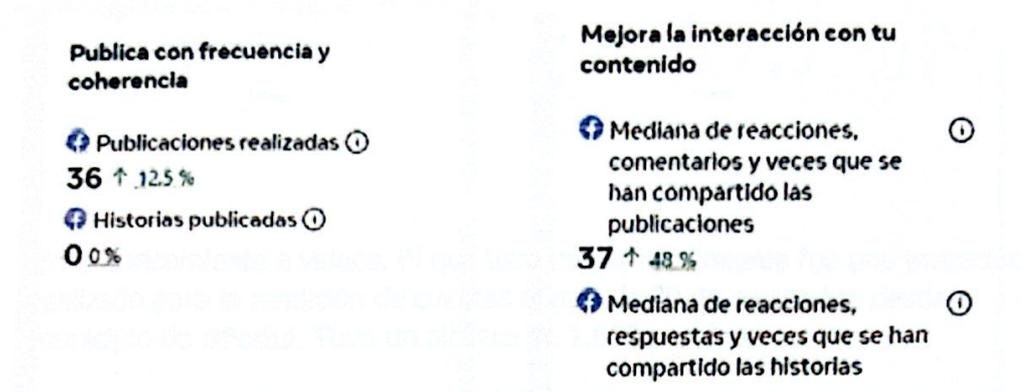
## ANÁLISIS DE DATOS

### Fanpage: IDEAR – Arauca

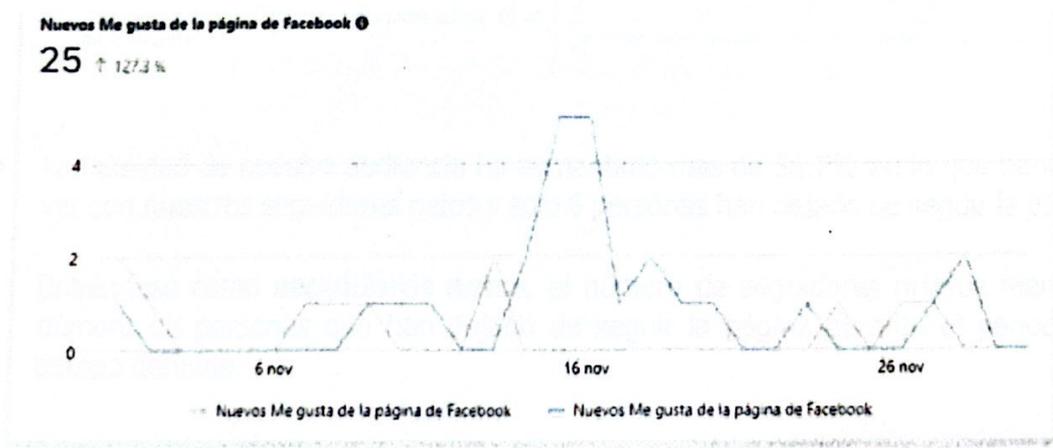
Durante el mes de **NOVIEMBRE** tuvimos un alza en Instagram de más de 13.1% de alcance mientras que en Facebook estuvimos con más de 21 mil personas alcanzadas



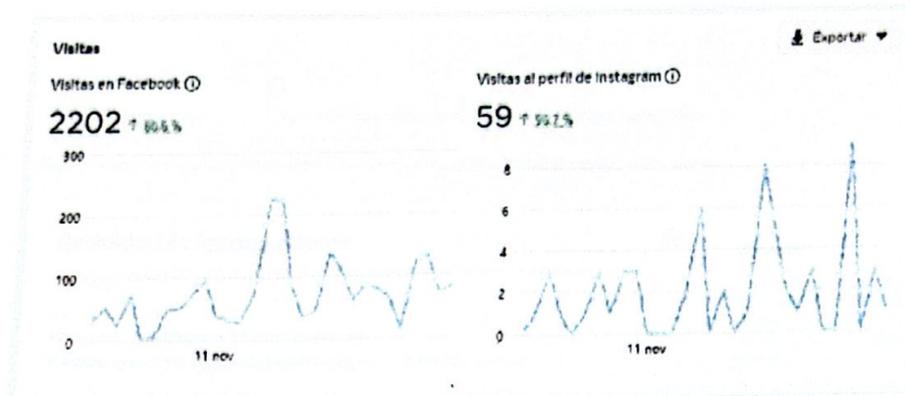
- En el mes de **NOVIEMBRE** se realizaron 36 publicaciones aumentando un 12.5% al igual que subió la interacción de la audiencia con el contenido, así como las veces que se compartieron las publicaciones



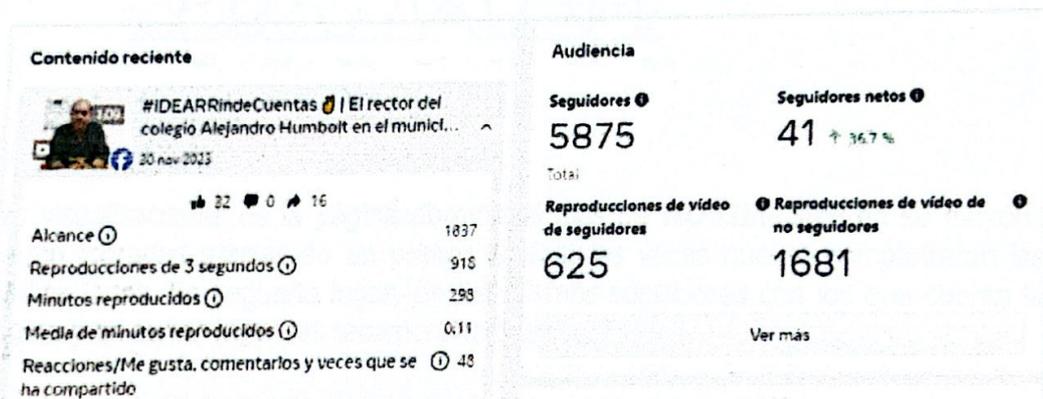
También aumentaron la cantidad de seguidores del mes de noviembre con relación al mes anterior. Se tuvo 25 nuevos me gustas que representó un incremento de 12.73%



- En lo que respecta a las visitas realizadas tanto a Facebook como a Instagram, con un incremento de más de 60% y 90% respectivamente.



- En lo concerniente a videos. El que tuvo mayor rendimiento fue una invitación realizada para la rendición de cuentas el pasado 30 de noviembre desde el municipio de #Fortul. Tuvo un alcance de 1.830 personas.



- La fidelidad de nuestra audiencia ha aumentado mas de 36.7% en lo que tiene que ver con nuestros seguidores netos y solo 6 personas han dejado de seguir la página.

Entiéndase como **seguidores netos**, el número de seguidores nuevos menos el número de personas que han dejado de seguir la página durante el periodo de tiempo definido.

**41** Seguidores netos **0** Espectadores recurrentes **152** Reproducciones completas  
 ▲ **38,7%** con respecto a los 20 días anteriores (semana a la semana de 25/11/2021) ▼ **51,3%** con respecto a los 20 días anteriores

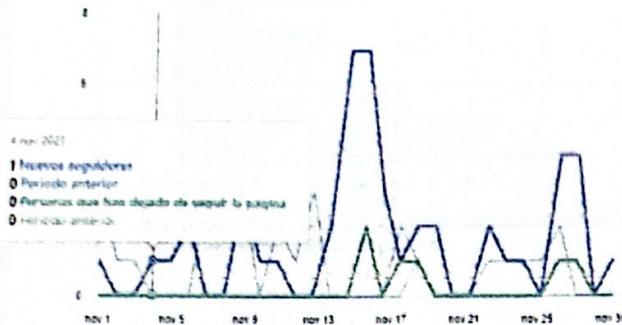
### Actividad de los seguidores

Un análisis de los seguidores muestra los nuevos y las personas que han dejado de seguirte (en el período de una estimación).

1 nov 2021 - 30 nov 2021

**47** Nuevos seguidores **31** Período anterior

**6** Personas que han dejado de seguir la página **1** Período anterior



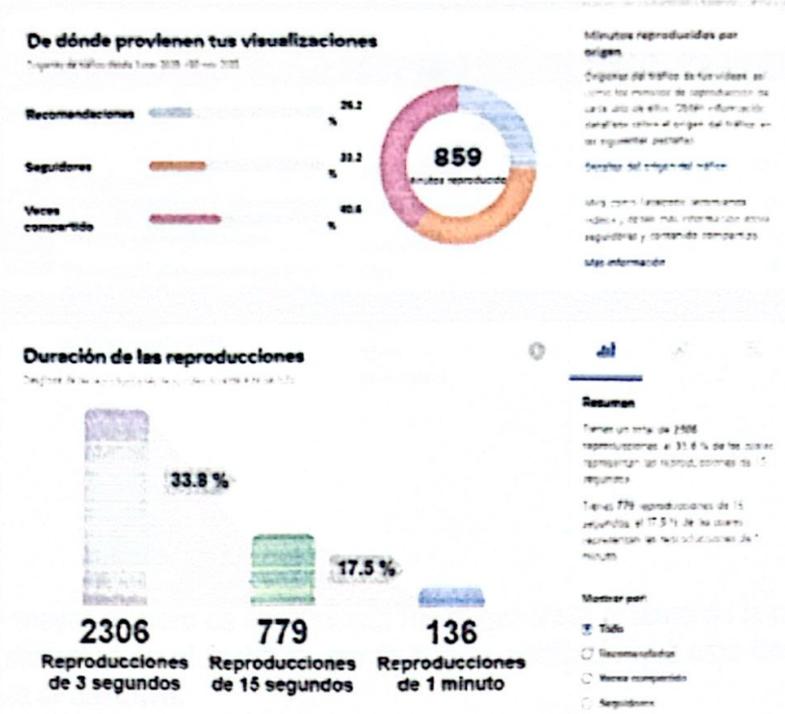
### Resumen

Tener **+41** seguidores netos durante este periodo lo que representa una diferencia de **+36,7%** en comparación con el periodo anterior.

Las visualizaciones de la página durante el mes de **NOVIEMBRE** en su mayoría fueron logradas gracias en un primer lugar a las veces que se compartieron las publicaciones. En segundo lugar, de los mismos seguidores con los que cuenta la página y en tercer lugar las recomendaciones.

Lo que quiere decir que lo de **Veces compartido**. Es posible que haya personas que vean el contenido de vídeo cuando lo comparta alguno de los seguidores u otra página que sigan.

Piensa en el contenido compartido como una consecuencia del marketing "boca a boca", una oportunidad de llegar a nuevos fans y seguidores potenciales más allá de la audiencia principal.



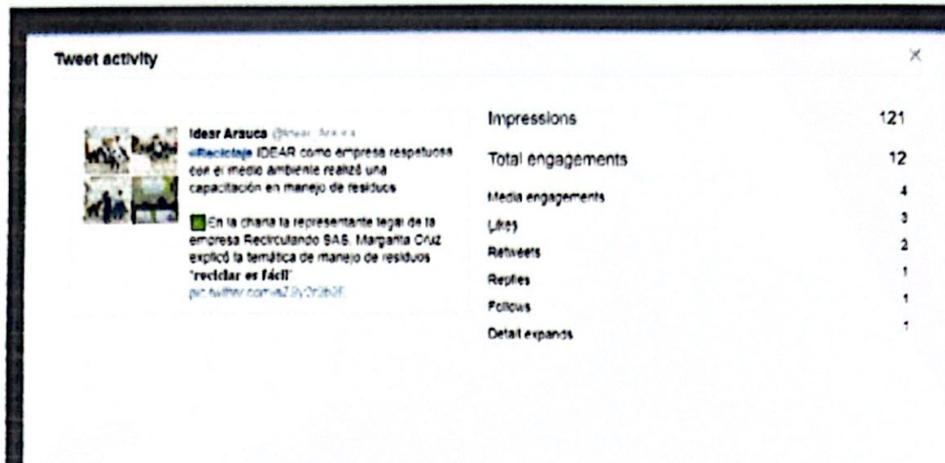
## X (@IDEAR\_ARAUCA)

X facilita la difusión de Información sobre talleres, planes de Alivio, Información general, manteniendo a los usuarios actualizados y promoviendo su participación. Lo utilizamos para invitar a la comunidad educativa a participar en actividades de interés social.

Además se apoya a las Universidades con la promoción de su oferta formativa, captación de estudiantes, o para divulgar su programación y temas relacionados con los servicios que ofrecen.



Y se refleja que durante el mes se alcanzaron más de 2100 impresiones.



El tweet que tuvo mayor número de impresiones fue el que trató el tema de la capacitación en Reciclaje que se realizó en el Instituto, por lo que se evidenció que este tipo de temas son de interés para el colectivo.

### ACCIONES DE MEJORA IMPLEMENTADAS Y RECOMENDACIONES

Las oportunidades de las redes sociales para la difusión de información, comunicación e interacción entre los distintos usuarios de la comunidad son múltiples y ofrecen fórmulas eficaces para mejorar la identidad corporativa y promocionar las líneas de crédito.

Por lo que se sigue participando activamente en las redes sociales porque entendemos que es un instrumento muy eficaz para llegar a los diferentes usuarios mediante la publicación y que es de gran importancia también incluir los llamados **"hashtags"**.

Desde el Instituto de Desarrollo de Arauca se ha entendido que su presencia, visibilidad y huella en la web son indispensables, en este contexto, los medios sociales tienen que evolucionar hacia algo más que un vehículo para comunicar logros. Las instituciones como IDEAR usan las redes sociales para compartir rápidamente información con personas interesadas en sus productos y servicios, así como la retroalimentación en tiempo real, y establecer relaciones con clientes, socios y personas influyentes.