

INFORME

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

Elaboró: Trina Carolina M. Flores Cadena
Profesional Universitario de Apoyo a la Gerencia y Relaciones Públicas
prensa@idear.gov.co

 INSTITUTO DE DESARROLLO
DE ARAUCA
NIT 834.000.764-4

Fecha 19/01/24 Hora 3:35 PM
Por DOPY OJEDA

1 de 6

INTRODUCCIÓN

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

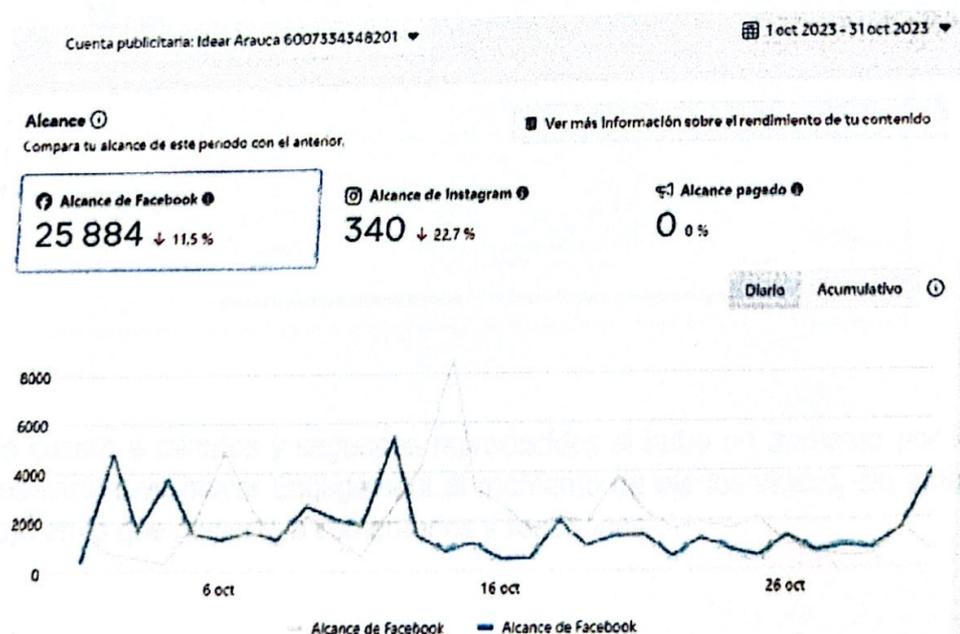
La realización de estos informes te ayuda a entender el pulso de la audiencia. Cómo es el rendimiento que presentan las redes sociales del Instituto lo cual se verá claramente en los informes y esto te dirá indirectamente si estás persiguiendo y llegando a la audiencia adecuada. El rendimiento de las publicaciones refleja cómo la audiencia está consumiendo el contenido. En muchas ocasiones el algoritmo suele improvisar en la selección de su audiencia y, en consecuencia, aumentar el rendimiento en redes sociales.

Además, aunque no ha sido nuestro caso puede prepararnos incluso para la gestión de crisis, y si se tienen los informes de las redes sociales, se podrá saber si se han producido percances similares antes y cómo se han gestionado.

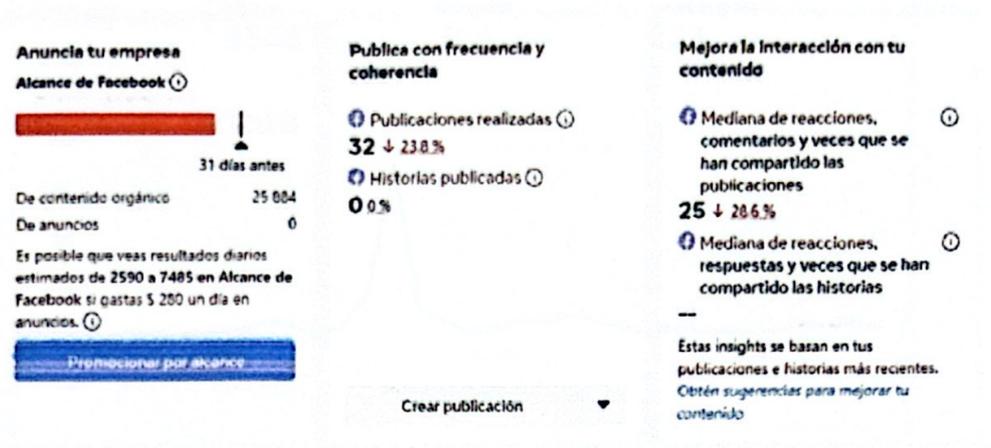
ANÁLISIS DE DATOS

Fanpage: IDEAR – Arauca

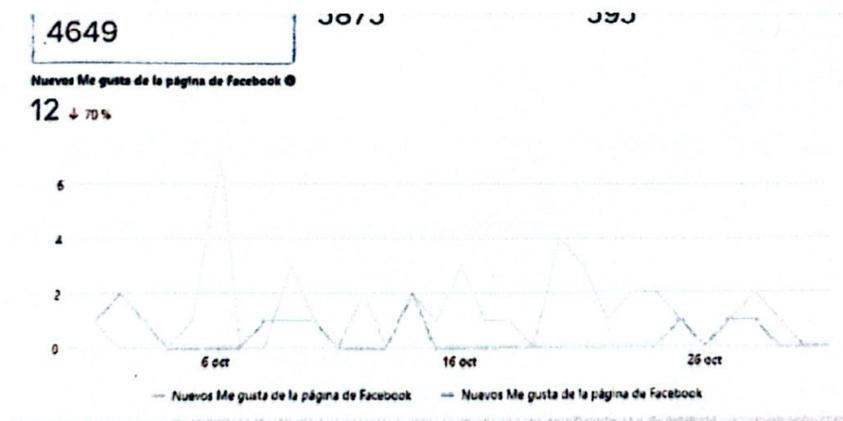
Durante el mes de **OCTUBRE** tanto **Facebook** como **Instagram** tuvieron un alcance bajo en comparación con el mes de septiembre como se muestra la estadística a continuación. Teniendo un alcance de 25.884, un 11.5% esto debido a que este mes se publicaron más posters y se evidenció que los posters no tienen mucha demanda ante la audiencia.



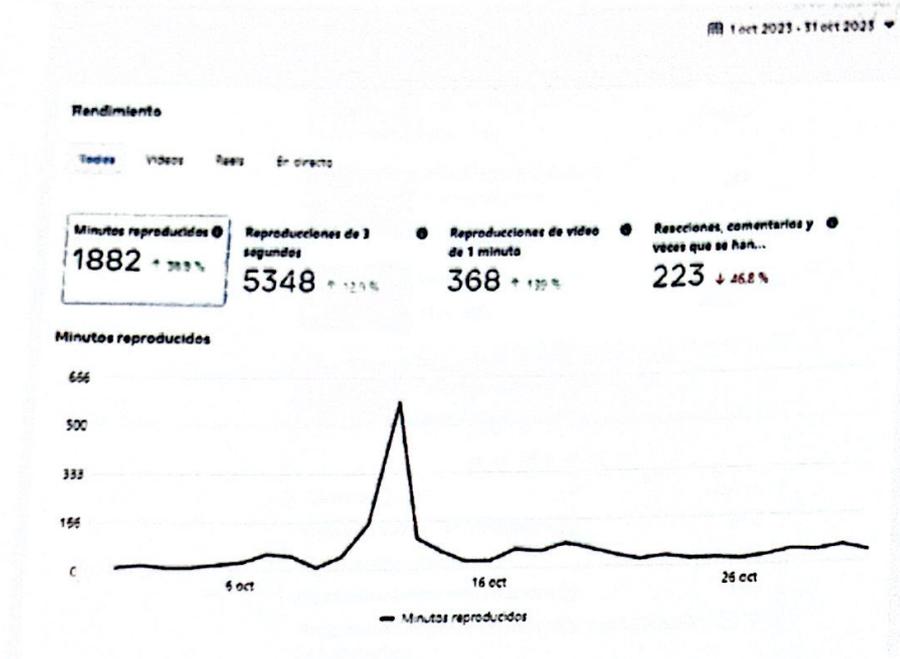
Hubo una baja en cuanto a cantidad de publicaciones realizadas comparadas con el mes inmediatamente anterior, así como de la interacción con los usuarios, tal como se detalla en el gráfico que se anexa a continuación.



- En lo correspondiente a aumento en los **Me gusta** de la página en el mes de **OCTUBRE** tuvimos 12 nuevas personas en la fan page y en Instagram subieron 5 nuevos seguidores.



- En cuanto a minutos y segundos reproducidos si hubo un aumento por lo que la audiencia tuvo mayor Engagement al momento de ver los videos, sin embargo, se bajó en lo que respecta a comentarios y reacciones.



- El video que tuvo mayor alcance fue el publicado el 11 de octubre de 2023 con más de 11.500 personas alcanzadas y fue el video testimonio de una de lo beneficiarios del **plan de Alivio Renuévate con IDEAR, en Castillos del Llano.**

Contenido reciente

	#Noticias En IDEAR en 1 minuto: Est...	350
	#DíaMundialDeLaLuc Lorena Aguirre,...	697
	#PlanDeAlivio	512
	#ClientesIDEAR Miguel Antonio Castellanos, beneficiario de un...	

42 1 15

Alcance	11.5 mil
Reproducciones de 3 segundos	3157
Minutos reproducidos	1279
Media de minutos reproducidos	0:09
Reacciones/Me gusta, comentarios y veces que se ha compartido	58

Ver insights

X (@IDEAR_ARAUCA)

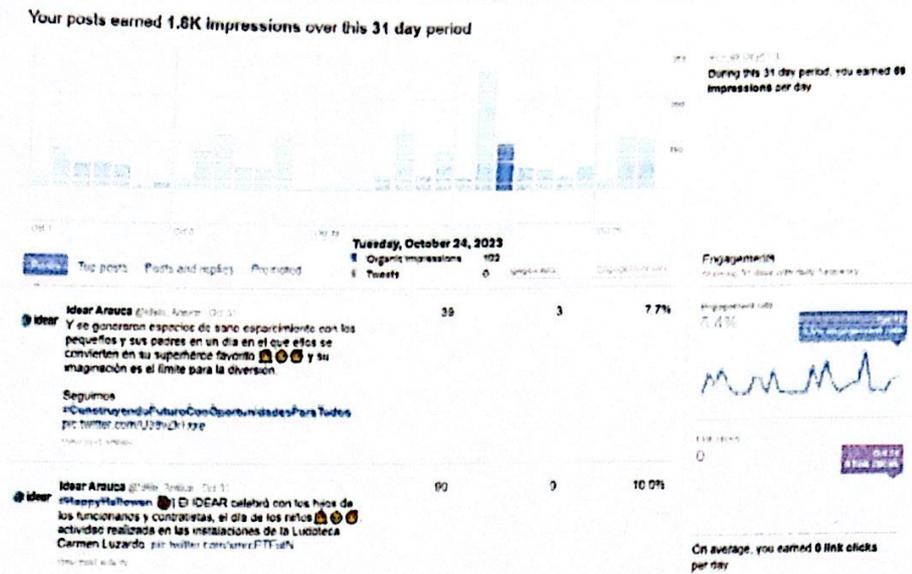
Estas son algunas de las métricas clave que se deben incluir en un informe de rendimiento de Twitter:

#1: Crecimiento de seguidores

Esta métrica muestra el número de seguidores que has ganado o perdido durante un periodo de tiempo. Un informe de crecimiento de seguidores puede darte una buena visión del alcance, la popularidad y el conocimiento de tu marca.

#2: Impresiones

Las impresiones son el número total de veces que la publicación se ha mostrado en el feed de un usuario. El espectador no tiene que interactuar con la publicación para que se cuente como una impresión. Las impresiones cuentan la exposición, no el compromiso. Además, un mismo usuario puede tener varias impresiones en una misma publicación.



Como se nota en la gráfica poco a poco ha ido subiendo la cantidad de impresiones. La institución usa esta red social, más para mostrarse a nivel nacional que local, ya que en el Departamento no es de amplio uso.

ACCIONES DE MEJORA IMPLEMENTADAS Y RECOMENDACIONES

A sabiendas de los servicios que se ofrecen en la institución se han determinado los objetivos a seguir en las diferentes redes sociales como:

- Ofrecer una atención mejor. Permitirá conservar a los usuarios habituales y fidelizar a otros nuevos.
- Ganar nuevos usuarios. Ofreciendo un trato personalizado.
- Fortalecer la institución. El buen trato con el usuario permite que una institución se posicione de manera positiva en la mente del lector.
- Tener un feedback continuo y reciproco. Mantener un diálogo constante con los usuarios ayudará no solo a resolver sus dudas, sino también a conocerlos.