

Comunicados de prensa: 35

Entrevistas con medios de comunicación:

Entrevistas televisivas: **30**

Entrevistas para medios impresos: **28**

Entrevistas radiofónicas: **21**

Conferencias de prensa: **23**

Artículos de opinión: **5**

Estrategia digital y redes sociales

La estructura de medios y canales digitales de la institución implementada el año anterior, permitió que en el 2013 se desarrollara una importante consolidación de acciones estratégicas digitales hechas de forma integral para tres objetivos:

Potenciar a un nuevo nivel referente, la transparencia y participación ciudadana respecto a la cultura de competencia a través de la innovación y desarrollo de productos digitales inéditos de la SC.

Implementar el uso de las nuevas tecnologías de comunicación y social media para potenciar el posicionamiento y el trabajo de la institución.

Integrar los canales digitales con procesos interinstitucionales de “codificación”, que permitieron incrementar el alcance, comprensión y divulgación de los mismos por la población en la web.

Redes sociales

El uso programático de las redes permitió un crecimiento de cantidad y calidad de seguidores y fans en el 2013, por ejemplo, en Facebook se logró un incremento de seguidores de 108%, y la actividad y retroalimentación en esta red llegó a 200% respecto al año anterior. En twitter, los seguidores crecieron de 2,219 a 3,637, manteniendo un porcentaje de 89% de calidad de audiencia, es decir, cuentas de usuarios reales.

Cobertura de eventos en tiempo real en redes

La logística de transmisión en tiempo real de los eventos se optimizó, al crear un circuito visual dentro de los eventos más importantes, para transmitir a la audiencia lo que se estaba hablando en las redes sobre éste evento, usando pantallas e implementando aplicativos digitales. SC generó un nuevo precedente en el uso innovador de éste tipo de recursos.

