



INSTITUTO SALVADOREÑO DE PENSIONES

**Informe de redes sociales institucionales
período de enero - febrero 2023**

Presentado por:

Lic. Josué Alexander Mártir Cruz
Encargado de Redes Sociales

Revisado por:

Licda. Johanna Gisselle Pinto
Jefa de Unidad de Comunicaciones

Unidad de Comunicaciones
27 de marzo de 2023

Introducción

Con el gobierno del presidente Nayib Bukele, las redes sociales se han convertido en una herramienta fundamental para mantener informada a la población sobre los logros del trabajo que se realiza. Las redes sociales permiten una mayor interacción con los usuarios y el público en general; en el caso de las instituciones puede traducirse en mayor satisfacción en el uso de los servicios por parte del público. El presente informe tiene como objetivo evaluar el rendimiento de las redes sociales del ISP, para lo cual se han tomado en cuenta los datos de Facebook y Twitter.

Justificación

El ISP es la institución rectora del sistema de pensiones de El Salvador, por lo que la presencia en las redes sociales es fundamental para su posicionamiento y visibilidad. Es por ello que resulta importante realizar un análisis de su rendimiento en las redes sociales, para poder detectar fortalezas y debilidades y tomar medidas que permitan mejorar su presencia en línea.

Objetivos

- Evaluar el rendimiento de las redes sociales del ISP.
- Identificar fortalezas y debilidades en su presencia en línea.
- Proponer medidas que permitan mejorar la presencia en redes sociales del ISP.

Resumen de Éxito Facebook

Alcance	Visitas	Nuevos seguidores
7,571	544	123

Desempeño de Facebook

Mes	Publicaciones	Respuesta a mensajes	Respuesta a comentarios
Febrero	13	2	0
Total	13	2	0

Resumen de éxito de Twitter

Impresiones	Visitas	Nuevos seguidores
22,000	2,448	81

Desempeño de Twitter

Mes	Tweets	Respuesta a mensajes	Respuesta a tweets
Enero	26	0	0
Febrero	15	0	0
Total	33	0	0

Conclusiones

De acuerdo con los datos analizados, se puede concluir que el ISP tiene una presencia aceptable en las redes sociales, aunque hay aspectos que se pueden mejorar. En el caso de Facebook, se puede observar que el alcance de la página es bajo en comparación con el número de seguidores, lo que sugiere que se pueden utilizar estrategias para aumentar el alcance orgánico de la página. En cuanto a las visitas y los nuevos seguidores, se puede decir que son cifras positivas, las cuales mejorarán a medida aumente la interacción.

En el caso de Twitter, se puede ver que las impresiones son bastante altas, lo que indica que el contenido publicado tiene un alcance considerable. Sin embargo, la tasa de interacción es baja, lo que sugiere que se pueden realizar acciones para fomentar la participación del público en los tweets.

En resumen, a medida se implementen las estrategias para mejorar el alcance y la interacción con el público, se aprovechará al máximo las oportunidades que ofrece la presencia en línea para aumentar la visibilidad y mejorar la reputación de la institución.