

Reporte trimestral de Redes Sociales, elaborado por el Área de Comunicación y autorizado por la Dirección de Estrategia Digital del Instituto Quintanarroense de Innovación y Tecnología, publicado: <https://qroo.gob.mx/iqit/medios-de-verificacion>. Medio de verificación del Indicador: PS61C2 - **Porcentaje de usuarios alcanzados a través de los contenidos de comunicación publicados en las plataformas de redes sociales** y PS61C2A2 - **Promedio de usuarios que accesan a redes sociales a consultar noticias del gobierno por contenidos publicados en materia de comunicación.**

REPORTE DE REDES 12 DE ENERO DE 2022

Redes Gobierno de Quintana Roo

1 de octubre de 2021 al 31 de diciembre de 2021.

1

FACEBOOK

491 publicaciones
411,659 visitas a la página
175K interacciones
3027 clicks de tráfico.

1597 nuevos fans.

2

TWITTER

214 tweets
246,500 visitas al perfil
2.2K interacciones
3.2K clicks de tráfico

2K nuevos seguidores.

3

YOUTUBE

59 videos
84780 visualizaciones.

32 nuevos seguidores.

4

GENERAL

Total de publicaciones: **764**

Total de usuarios accedendo a redes: **742,939.**

Total de nuevos seguidores:

3.629

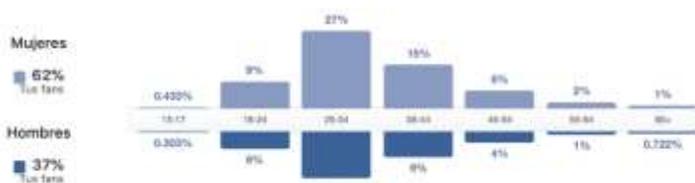


Handwritten signatures and initials.

*Datos de la página de Facebook de Gobierno de Quintana Roo en el periodo seleccionado.

Análisis de métricas en Facebook

Aumentó la actividad en este periodo debido a la pandemia y el proceso de vacunación en todas las redes sociales. Las mujeres tienen un porcentaje de interacción del 62 %, mientras que los hombres se estima que representan el 37% de interacciones. El 1% restante son menores de edad.





*Datos de la cuenta de Twitter de Gobierno de Quintana Roo en el periodo seleccionado.

Análisis de métricas en Twitter

La red mantuvo constancia en sus publicaciones dentro del periodo seleccionado, con similar interacción al periodo anterior.



*Datos de la cuenta de Youtube de Gobierno de Quintana Roo en el periodo seleccionado.

Análisis de métricas en Youtube

En esta red se mantuvo el número de publicaciones respecto a otros periodos, lo que se reflejó en 84780 visualizaciones.

Elaboró

C. Gabriel Góngora Navarrete
Monitorista de Medios IQIT

Autorizó

C. Yesica Margarita Vargas Durán
Directora de Estrategia Digital

Reporte trimestral de Redes Sociales, elaborado por el Área de Comunicación y autorizado por la Dirección de Estrategia Digital del Instituto Quintanarroense de Innovación y Tecnología, publicado: <https://qroo.gob.mx/iqit/medios-de-verificacion>. Medio de verificación del Indicador: PS61C2 - **Porcentaje de usuarios alcanzados a través de los contenidos de comunicación publicados en las plataformas de redes sociales** y PS61C2A2 - **Promedio de usuarios que accesan a redes sociales a consultar noticias del gobierno por contenidos publicados en materia de comunicación.**

REPORTE DE REDES

12 DE ENERO DE 2022

Redes Carlos Joaquín

1 de octubre de 2021 al 31 de diciembre de 2021.

1

FACEBOOK

505 publicaciones
3,603,448 visitas a la página
2.8M interacciones
7856 clicks de tráfico.

16712 nuevos fans.

2

TWITTER

560 tweets
249,150 visitas al perfil
91 K interacciones
30 K clicks de tráfico

2K nuevos seguidores.

3

YOUTUBE

38 videos
8,200 visualizaciones.

50 nuevos suscriptores.

4

GENERAL

Total de publicaciones: **1103**
Total de usuarios accediendo a redes: **3,860,798.**

Total de nuevos seguidores: **18,762**



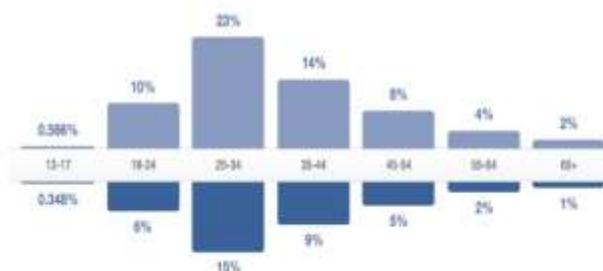
*Datos de la página de Facebook de Carlos Joaquín en el periodo seleccionado.

Mujeres

61%
Tus fans

Hombres

38%
Tus fans



Análisis de métricas en Facebook

En comparación con periodos anteriores, se mantiene un aumento en la actividad y por lo tanto en métricas de todas las redes sociales; esto ocasionado por la pandemia, y el proceso de vacunación en los últimos meses. El porcentaje de mujeres que interactúan es del 61%, mientras que los hombres representan el 38% aproximadamente. El 1% restante son menores de edad.



*Datos de la cuenta de Twitter de Carlos Joaquín en el periodo seleccionado.

Análisis de métricas en Twitter

La red mantuvo la cantidad de publicaciones en el periodo seleccionado, aunque en comparación con Facebook, se generó menor interacción. Sobre esta métrica, la registrada por tipo, es mayor en likes después en RTs y por último en shares.



Análisis de métricas en Youtube

En este periodo, particularmente en el mes de enero, se realizó un menor número de visitas, lo que se reflejó en 8,200 visualizaciones, así como un aumento de 50 suscriptores.

*Datos de la cuenta de Youtube de Carlos Joaquín en el periodo seleccionado.

Elaboró

C. Gabriel Góngora Navarrete
Monitorista de Medios IQIT

Autorizó

C. Yesica Margarita Vargas Durán
Directora de Estrategia Digital