

Informe de avances y acciones de Administración de Redes Sociales

Ier Semestre año 2021

I. Administración de Redes Sociales

Un área fundamental dentro de la división de multimedia, es el grupo de plataformas digitales, espacios con mayor visibilidad, interacción y presentación de la marca ante los usuarios. Las mejoras en esta sección de multimedia han sido notables. Citamos los siguientes:

- a) Buen uso de contenido multimediático dentro de los lineamientos específicos de cada plataforma (dígase gráficos, videos, hashtags y textos cortos).
- b) Plataformas constantemente actualizadas, sin duplicación de contenido en cuanto a redacción y artes.
- c) Buen uso del logo, línea y elementos gráficos.
- d) Mejoría en el uso de imágenes de las visitas, acciones y participaciones de la institución.
- e) Los videos muestran un uso diverso del contenido, como los audiovisuales de las inauguraciones de las Farmacias del Pueblo.
- f) Mayor interacción y mejoría en los tiempos de respuesta a inquietudes de los usuarios o seguidores.
- g) Creación de campañas para posicionar y difundir los servicios de la institución.
- h) Audiovisuales y piezas visuales producidas con temáticas de efemérides, actividades y encuentros institucionales.
- i) Creación y uso de highlights y apartados para archivar stories (pieza digital que aporta al refuerzo comunicacional y visual de la plataforma, brindando más alcance con los usuarios).
- j) Inicio del uso de coberturas de actividades en tiempo real a través de Instagram.

- k) Organización de listas de videos en YouTube con lo más reciente, adaptando la nueva línea gráfica y creando portadas para cada video para mayor identificación.
- l) Actualización de portadas en todas las redes con información de la campaña a iniciar.
- m) Propuesta de informes trimestrales de estadísticas sobre interacción y aumento de seguidores, destacando el incremento orgánico a la fecha (sin hacer un pago publicitario) de:

Facebook: 5,849

Instagram: 5,688

Twitter: 1,512

LinkedIn: 749

YouTube: 362 suscriptores 670 reproducciones

2. Ponderación de piezas animadas para plataformas digitales

Bajo el lineamiento de adaptación visual del diseño gráfico y aplicación de la línea gráfica de la marca, escalamos a las animaciones digitales. La marca estaba en diseño lineal, evolucionando al compartir mediante las publicaciones, piezas en movimiento, agregando dinamismo y agilidad a la comunicación.

Se puede visualizar en el logo de una de nuestras campañas ponderadas para la motivación y reconocimiento del esfuerzo de los colaboradores de Promese/Cal, **“Yo Soy PromeseCal”**.

3. Creación de diseños de plantillas para las publicaciones a través de redes sociales

Establecido el manual de identidad institucional, se diseñaron plantillas para las redes sociales, adaptándolas con la línea gráfica y el tamaño requerido en cada una de las estructuras digitales. La creación de las mismas beneficia el reconocimiento de los contenidos a difundir.

4. Proceso de verificación de las cuentas de redes sociales, PROMESE/CAL y del Director General.

Un elemento importante dentro de la gestión de multimedia es la administración de redes sociales, por ser el medio y vía actual en donde se presentan en conjunto todos los esfuerzos y tareas de multimedia y los cuales exponemos a nuestros usuarios.

Para formalizar este medio, uno de los logros de esta gestión fue el inicio del proceso de verificación de las cuentas institucionales. Esta iniciativa beneficia a la institución y su imagen confirmando a través del mismo la veracidad de la línea comunicacional y las piezas en difusión. En ampliación a este punto, podemos mencionar la verificación de las cuentas personales del director general de Promese/Cal, importante para compartir datos y noticias de la marca, dando más seguridad al usuario y a los que visitan las distintas plataformas digitales. Al mes de mayo logramos verificar las cuentas de Instagram de la institución y del Director General.

5. Audiovisuales para medios digitales

Los audiovisuales son herramientas eficaces para las gestiones de campañas y multimedia en general. Estas piezas combinan virtudes visuales, como imágenes, expresiones, sonidos, musicalización y transmiten el mensaje e información de una manera única, compartiendo la idea o el momento con más que palabras.

En lo que va de gestión se ha enfatizado en esta herramienta, equilibrando tanto el contenido comunicacional como las piezas gráficas lineales, aportando movimiento y sentido emocional a la información que queremos difundir.

Dentro de los avances a destacar está la adaptación y línea gráfica para identificar esta pieza como parte de la identidad de la institución. Uso del logo versión marca de agua y cierre animado del logo a color.

En la realización de las imágenes y tomas visuales se resalta la nitidez, los paneos y tiempos lentos y rápidos dependiendo de lo que se quiere transmitir.

Los audiovisuales se trabajan con la elaboración de un guión de acuerdo a la temática o efemérides pautadas en la planificación mensual de los medios digitales. Estos presentan un tiempo de duración definido de un minuto.

6. Campañas educativas y de contenido informativo en Redes Sociales

Con el objetivo de informar y educar a nuestros usuarios y comunidad virtual a través de las vías digitales, sobre temas de interés, tales como prevención y cuidado de la salud.

Campaña Covid-Vacunación

Con la finalidad de concienciar y orientar a la población en general y nuestros colaboradores sobre la pandemia del Covid-19, sobre los cuidados de higiene y distanciamiento social; así como promover el uso de la vacuna, llevamos a cabo y mantenemos activa toda una campaña de comunicación a través de nuestros medios de comunicación: página web, redes sociales, y murales informativos.

Campaña de Servicios

Desglosamos los servicios de PROMESE/CAL con el fin de difundir que hacemos, como lo hacemos y a través de qué medios cumplimos nuestra meta y esencia institucional.

Buenas Prácticas Farmacias Del Pueblo

La gestión del Gobierno está centrada en crear lineamientos de mejora, los mismos se reconocen como buenas prácticas. En esta ocasión observamos una oportunidad para presentar lineamientos de apoyo en cuanto al servicio brindado en las Farmacias del Pueblo, como también planteamientos sobre las ventas y uso de los medicamentos.

PROMESE/CAL Te Cuida

Es una campaña que orienta a los usuarios a cómo deben cuidarse, en cuanto a salud y uso de medicamentos. Esta campaña se realiza mediante tips y reflexiones, logrando interactuar con los usuarios, mediante sus comentarios y reacciones.

Campaña Uso Racional de los Medicamentos

Una campaña para concientizar y mostrar la importancia del uso y compra por cantidades minoritarias de medicamentos, para que todos tengamos accesos a ellos y más en tiempos de pandemia.