

MEMORANDUM D.C. N° 19/2025

A: Lic. Laura Rojas
Responsable de la Unidad de Transparencia y Anticorrupción

CC: Manuela Villamayor
Suplente de la Responsable de la Unidad de Transparencia y Anticorrupción

DE: Tec. Juan Luis González
Jefe del Área de Comunicación

FECHA: 3 de junio del 2025

ASUNTO: Remisión de Informe Mensual de Transparencia Activa – mayo 2025

Tengo el agrado de dirigirme a usted, a los efectos de remitir, en carácter de mis funciones como Jefe del Departamento de Comunicación, el informe correspondiente a mayo del 2025 sobre el inciso q) Mecanismos de Participación, en el marco del cumplimiento de la Ley N° 5.282/2014 de Transparencia Activa.

INFORME

El Instituto Nacional del Audiovisual Paraguay (INAP), cuenta con los siguientes canales y mecanismos destinados a garantizar la participación ciudadana en sus gestiones:

| | |
|--------------------------------------|---|
| Página Web Institucional | https://www.inap.gov.py/ |
| Correos Electrónicos Institucionales | mesadeentrada@inap.gov.py a cargo de la Secretaría General – Área Mesa de Entrada comunicacion@inap.gov.py a cargo del Área de Comunicación |
| Redes Sociales | - Facebook: Instituto Nacional del Audiovisual Paraguay (fanpage) - X (antes conocido como Twitter): @inap_py - Instagram: @INAP_py - Tiktok: @inap.py |

a) Informe de rendimiento de la cuenta de Instagram del INAP

Período analizado: 1 al 31 de mayo de 2025 (vs. abril 2025)

Mayo consolida una **recuperación espectacular** en la cuenta de Instagram del INAP, con crecimientos extraordinarios en todos los indicadores: **alcance (+149.6%), interacciones (+128.9%) y visualizaciones (+99.3%)** lideran esta tendencia positiva. Este desempeño refleja una corrección estratégica efectiva tras los desafíos de abril.

Análisis detallado por métrica

1. Alcance (23,052 ↑149.6%)

- *Interpretación:* Las publicaciones triplicaron su visibilidad respecto a abril.
- *Clave:* Hashtags estratégicos (#CineParaguay, #CulturaAudiovisual) y contenido adaptado a tendencias virales.

2. Visualizaciones (72,193 ↑99.3%)

- *Interpretación:* Casi 100% más de reproducciones en reels/videos.
- *Éxito:* Formatos cortos (<15 segundos) con storytelling emocional (ej. detrás de cámaras de producciones nacionales).

3. Interacciones (2,365 ↑128.9%)

- *Interpretación:* Engagment más que duplicado (me gusta, comentarios, guardados).
- *Motor:* Encuestas en historias + respuestas ágiles a comentarios (<3 horas).

4. Clics en el enlace (31 ↑158.3%)

- *Interpretación:* Mejoría drástica tras el estancamiento de abril.
- *Táctica efectiva:* Llamados a la acción claros en pie de reels (ej. "Enlace en BIO para postulaciones").

5. Visitas al perfil (1,262 ↑101.3%)

- *Interpretación:* Perfil explorado activamente tras interacciones.
- *Optimización:* Biografía con enlaces destacados y "highlight" de convocatorias.

6. Seguidores (359 ↑44.2%)

- *Interpretación:* Recuperación de base de audiencia con crecimiento orgánico.
- *Retención:* Contenido serializado que incentivó seguimientos.

Factores clave del éxito

- **Reels de alto impacto:** 7 reels publicados (vs. 3 en abril) con edición dinámica y sonidos trendings.
- **Estrategia de hashtags:** Uso de mezcla: 2-3 hashtags masivos (#Viral) + 3-4 nicho
- **Interacción proactiva:** Respuestas personalizadas a comentarios + preguntas en historias diarias.
- **Sinergia con eventos:** Contenido asociado a eventos audiovisuales.

Recomendaciones estratégicas

1. **Escalar formato reels:** Mantener 5-7 reels/semana con:
 - Primeros 3 segundos impactantes (ej. pregunta intrigante).
 - Subtítulos automáticos para accesibilidad.
2. **Potenciar enlaces:**
 - Usar enlaces trackeables (bit.ly) para medir conversiones.
3. **Analítica avanzada:**
 - Monitorear horarios pico (Instagram Insights) para publicaciones.
 - Identificar reels con >10K visualizaciones para replicar fórmula.

b) Informe de rendimiento de la cuenta de Facebook del INAP

Período analizado: 1 al 31 de mayo de 2025 (vs. abril 2025)

Mayo marca una recuperación significativa en la cuenta de Facebook del INAP, virviendo la tendencia negativa de abril. Se observan mejoras generalizadas en todos los indicadores clave, destacando un crecimiento del 102.5% en alcance y un 74% en interacciones, lo que refleja una estrategia de contenidos más efectiva y una reconexión con la audiencia.

Análisis detallado por métrica

1. **Alcance (3,319 ↑102.5%)**
 - *Interpretación:* Las publicaciones duplicaron su visibilidad respecto a abril, alcanzando a más usuarios.
 - *Posible causa:* Mayor frecuencia de publicación, uso de hashtags estratégicos o contenido viral.
2. **Clics en el enlace (3 ↓76.9%)**
 - *Interpretación:* A pesar de la mejora global, los clics cayeron drásticamente.
 - *Alerta:* Los llamados a la acción (ej. enlaces al sitio web) no resonaron con la audiencia pese al mayor alcance.
3. **Interacciones (181 ↑74%)**
 - *Interpretación:* Notable recuperación del engagement (reacciones, comentarios, compartidos).

- *Clave:* Contenido más dinámico (encuestas, preguntas interactivas) y respuesta activa a comentarios.
- 4. **Seguidores (31 ↑34.8%)**
 - *Interpretación:* Crecimiento sostenido en la base de seguidores tras la caída de abril.
 - *Reflejo:* Fidelización de la audiencia gracias a publicaciones relevantes.
- 5. **Visitas al perfil (829 ↑47%)**
 - *Interpretación:* Mayor interés en explorar la cuenta tras interactuar con publicaciones.
 - *Sugerencia:* Aprovechar este tráfico con biografía optimizada y enlaces destacados.
- 6. **Visualizaciones (6,582 ↑36.9%)**
 - *Interpretación:* Aumento consistente en consumo de videos/reels.
 - *Oportunidad:* Consolidar formatos audiovisuales cortos para mantener el impulso.

Factores clave detrás del retroceso

Factores clave de la recuperación

- **Reactivación de la frecuencia de publicación: Calendario editorial más consistente.**
- **Reintroducción de contenido interactivo: Preguntas que fomentaron participación.**
- **Optimización de horarios: Publicación en momentos de alta actividad de la audiencia.**
- **Enfoque en formatos audiovisuales: Videos cortos con alta relevancia cultural.**

Recomendaciones urgentes

1. **Rediseñar llamados a la acción:** Probar textos más persuasivos (ej. "Descubre más aquí →") y enlaces en primeros comentarios.
2. **Capitalizar el alcance:** Promover convocatorias abiertas o eventos con enlaces directos en publicaciones virales.
3. **Profundizar interacción:** Responder todos los comentarios en <24 horas y lanzar concursos semanales.
4. **Monitorear tendencias:** Usar *Facebook Insights* para identificar temas de interés (ej. cine paraguayo, festivales).

Conclusiones generales

Mayo confirma que Instagram es la plataforma de mayor potencial para el INAP. La combinación de reels virales, interacción humana y coherencia temática debe mantenerse en junio. Priorizar la conversión de alcance a engagement (ej. guiar visitas a enlaces) será crucial para transformar visibilidad en impacto tangible.

No se incluyen métricas de X (antes Twitter) ante la carencia de herramientas gratuitas para la elaboración de las mismas.

| A Dependencia (Providencia, Firma, sello y fecha) | Fecha Recepción, firma, aclaración de firma, del que recepciona | Observación |
|--|--|-------------|
| | | |
| | | |

Visualizaciones 📌

72,193 ↑ 99.3%



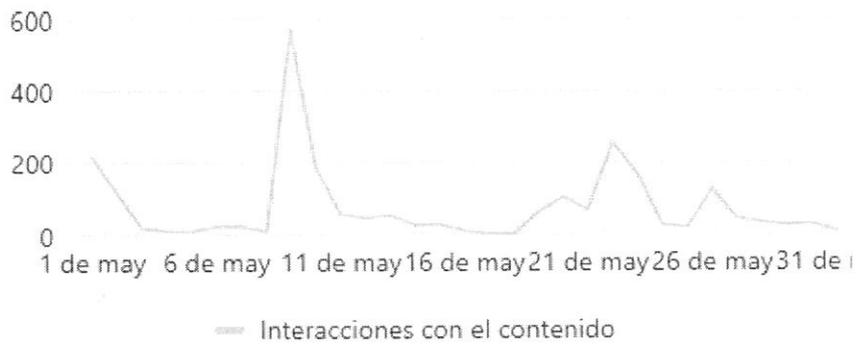
Alcance 📌

23,052 ↑ 149.6%



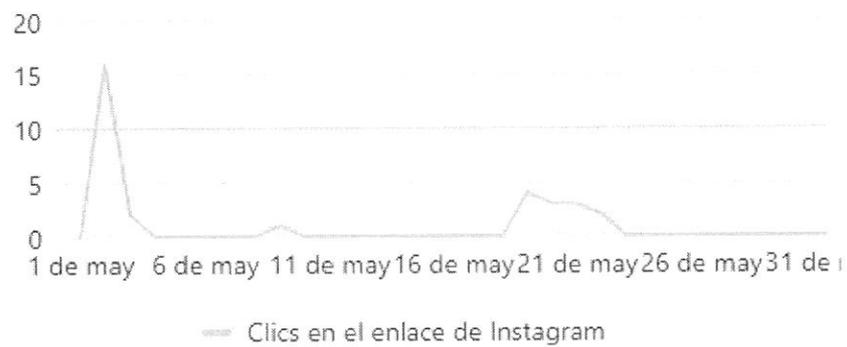
Interacciones con el contenido ⓘ

2,365 ↑ 128.9%



Clics en el enlace ⓘ

31 ↑ 158.3%



Visitas 📍

1,262 ↑ 101.3%



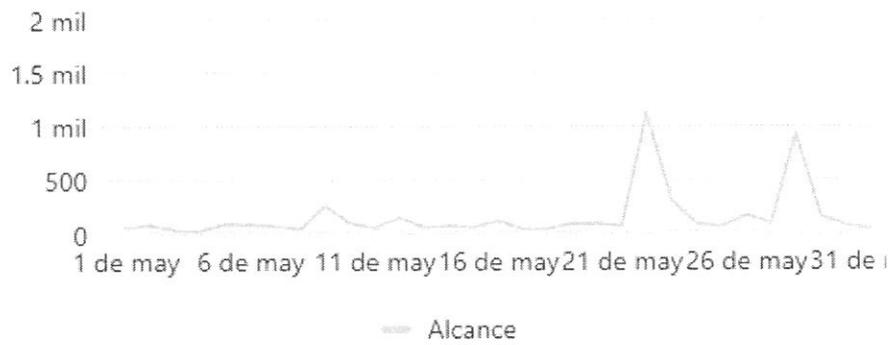
Seguidores 📍

359 ↑ 44.2%



Alcance 📌

3,319 ↑ 102.5%



Clics en el enlace 📌

3 ↓ 76.9%



Interacciones con el contenido ①

181 ↑ 74%



Seguidores ①

31 ↑ 34.8%



Visitas 📍

829 ↑ 47%



Visualizaciones 📍

6,582 ↑ 36.9%

