
buho™
Brand
Research

Social Pulse Invías

Diciembre, 2023

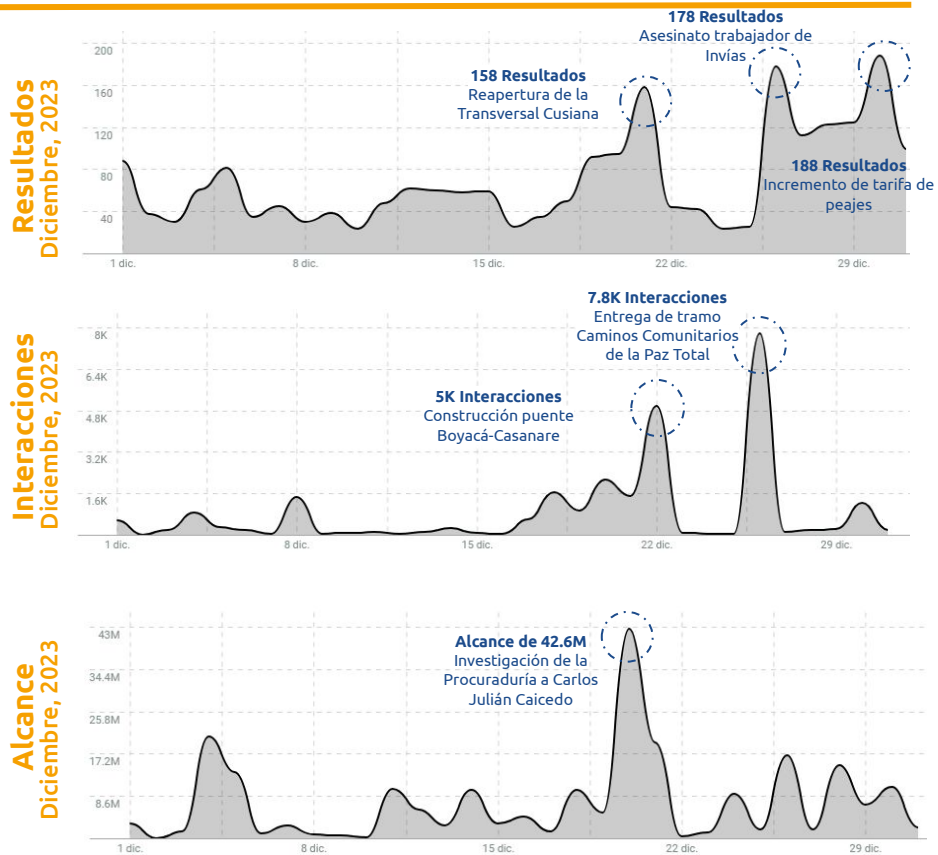


01

Social Pulse



Durante el mes, se registra una conversación diversificada pero se resaltan de manera positiva la difusión de temas de gestión y el trabajo de la entidad.



Resultados
Octubre, 2023

2.2K

Resultados
Noviembre, 2023

4.8K

Resultados
Diciembre, 2023

2.2K ↓

Interacciones
Octubre, 2023

14.9K

Interacciones
Noviembre, 2023

73.4K

Interacciones
Diciembre, 2023

26K ↓

Alcance
Octubre, 2023

145.6M

Alcance
Noviembre, 2023

231.8M

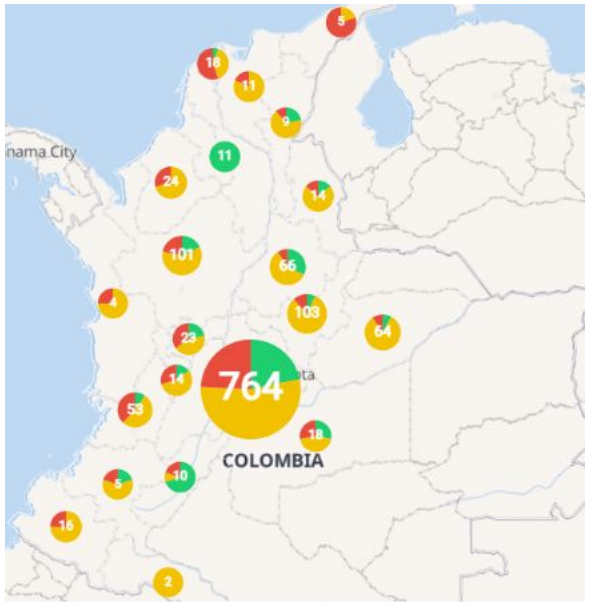
Alcance
Diciembre, 2023

223.4M ↓

La favorabilidad comienza a resaltar cada vez más en regiones relevantes del país. Las situaciones de movilidad del llano se tornan neutrales resaltando la región de Casanare.

La conversación en el país

Redes sociales



Se registra el aumento general de la favorabilidad en regiones importantes del país como Bogotá, Antioquia y Huila.

Además de la reducción general de la actividad, se registra la desactivación de la parte oriental del llano aunque **Casanare registra un aumento neutral y positivo con la reapertura de la Transversal Cusiana.**

La neutralidad en regiones costeras y Antioquia, responden a reportes viales y consultas sobre el estado de las carreteras de los usuarios hacia la entidad, estas consultas se realizan de manera netamente informativa sin generar alguna prejuicio sobre la gestión de la entidad. Por otro lado, el aumento de la neutralidad en el centro del país se debe a la alta difusión de medios de comunicación sobre temas relacionados con la entidad como se verá más adelante.

Es muy importante mantener las respuestas a las dudas de los usuarios activas pues esto representa la intención activa de estar pendientes de los ciudadanos y de brindar apoyo en las situaciones que se presenten estrechando la relación de la entidad con el país.

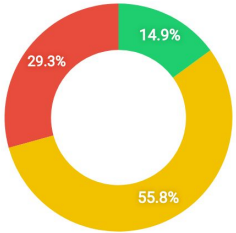
*Análisis de sentimiento automático

La negatividad se disminuye de manera destacable y la favorabilidad alcanza su mayor registro del trimestre gracias a la difusión de la gestión de la entidad.

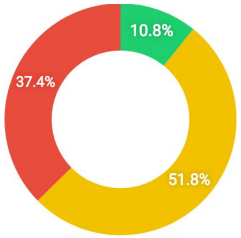
Sentimiento
Redes sociales

Positivo Neutral Negativo

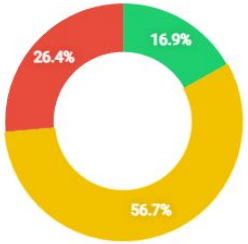
Sentimiento
Octubre, 2023



Sentimiento
Noviembre, 2023



Sentimiento
Diciembre, 2023



*Análisis de sentimiento automático

Tendencias
Noviembre, 2023



Tendencias
Diciembre, 2023



*Análisis de sentimiento automático

La favorabilidad del mes se caracteriza por los temas de gestión y se despliega en temas relevantes como el mejoramiento de carreteras rurales, los beneficios económicos de esta inversión y la relevancia que empiezan a tomar las vías terciarias.

La negatividad disminuye pero continúa registrando las críticas a la creación del **Instituto Nacional de Vías Regionales (Invir)** adicionalmente el escándalo de Julián Caicedo Cano que afecta la imagen de transparencia de la entidad pero no registra negatividad directa a esta.

Se recomienda acompañar los mensajes que difunden la gestión con las implicaciones a corto, mediano y largo plazo que estas tienen para el país y las comunidades rurales pues esto impulsa la cercanía con los usuarios y las noticias.

Aparecen medios de comunicación que impulsan la neutralidad mientras que las cuentas aliadas del Gobierno mueven la favorabilidad. Solo se registra una cuenta crítica.

Influencer	Interacciones
Gustavo Petro @petrogustavo	6.5K
julio Mario Ospina @juliomario55555	3.4K
Anny #ElCambioEsPosible @Mafalda_2020_	1.5K
Jojare @Jojare2	1.4K
RTVC Noticias @RTVCnoticias	1.4K
La FM @lafm	1.1K
Jhon de VIDJCB http://www.youtube.com/	874
EL TIEMPO @ELTIEMPO	816
W Radio Colombia @WRadioColombia	728
Presidencia Colombia @infopresidencia	557

La diversidad de cuentas se toma el top

Además de las cuentas de Invías y #767, la cuenta @Mi_carro_Yyo fue la más activa del mes al ser una cuenta de un transportador que reporta entre otras cosas, estados de carreteras y difunde noticias viales.

La cuenta del **Presidente Gustavo Petro y** la cuenta oficial de presidencia están en el top de mayores interacciones con publicaciones favorables sobre la gestión de la entidad. Se resalta el contraste en el top tres entre @juliomario55555 y @Mafalda_2020_ pues el primero reconoce la gestión mientras que la segunda genera una crítica política a la entidad.

Los medios jugaron un papel crucial durante el mes pues su difusión sobre las noticias que involucran la entidad tanto de manera favorable como desfavorable tuvieron una alta recepción por parte de los usuarios.

Para aprovechar esta atención que los medios tienen sobre la entidad, difundir y activar la estrategia de relacionamiento con medios para brindarles cada vez más información acerca de los distintos planes que se tienen a lo largo del año.

Nos gustaría saber si esta información te resultó útil.

Agradecemos tu opinión.



INVIAS
INSTITUTO NACIONAL DE VIAS

buho™

02

Ficha técnica



Ficha técnica
Media & Social Pulse

buho

Tipo de análisis

- **General Overview:** Basamos nuestro análisis en métricas cuantitativas de eficiencia y exploramos tendencias generales.

Criterios de búsqueda

- Seguimiento y monitoreo de las noticias, artículos, columnas editoriales, contenidos, denuncias y demás informaciones que mencionan al INVIAS en radio, prensa, televisión, revistas, internet y redes sociales a nivel nacional. Mapa de palabras

- La búsqueda tiene en cuenta Instagram, Youtube, Facebook y Twitter.

Sentimiento*

- Favorable
- Desfavorable
- Informativo

*Análisis de sentimiento automático

Unidades de medida y métricas

- **Resultados:** suma de publicaciones y retweets.

- **Interacciones:** se calcula cuando alguien ha interactuado con una publicación. Cálculo por tipo de medio:
  - Facebook: suma de shares, likes y comments.
  - Twitter: suma de retweets y likes.
  - Instagram: suma de likes y comments.
  - YouTube: suma de likes, dislikes y comments

- **Alcance:** representa la oportunidad que tuvo el contenido de ser visto. Cálculo por tipo de medio:
  - Facebook: número de seguidores de la página en el momento en que se hizo la publicación.
  - Instagram: número de seguidores de la cuenta.
  - Twitter: número de seguidores de la cuenta.
  - YouTube: cantidad de vistas de un video.

Metodologías de análisis

Media & Social Pulse

Tipo de análisis para el proyecto:

General Overview ★

Basamos nuestro análisis en métricas cuantitativas de eficiencia y exploramos tendencias generales

+

Smart Tracking

Analizamos métricas cuantitativas e incluimos Inteligencia Artificial para realizar análisis cualitativos generales

+

In-Depth Analysis

Analizamos métricas cuantitativas y usamos codificación manual para realizar análisis cualitativos profundos

+

Emergency Tracking

Análisis a manera de requerimiento que se activa para hacerle seguimiento a una coyuntura

Tipo de Análisis Social Media Evaluation

Dependiendo de la necesidad de nuestro cliente ofrecemos diferentes tipos de análisis

buho™


buho™
Brand
Research