



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Describir la evolución de las redes sociales del Ingemmet a partir de la aplicación de estrategias de comunicación digital en el año 2025”

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL
DE
Licenciado en Comunicación Estratégica

PRESENTADO POR:

Del Aguila Villanueva, Gustavo Adolfo - Comunicación Estratégica

ASESOR

Espinoza Rua, Celes Alonso

LIMA, PERÚ

2025

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Espinoza Rua, Celes Alonso

MIEMBROS DEL JURADO

Sam Anlas, Carlos Antonio

Saco Vertiz Osterloh, Sandra Elizabeth

Velasquez Tapullima, Pedro Alfonso

INFORME TURNITIN

GUSTAVO ADOLFO DEL AGUILA VILLANUEVA

Trabajo licenciatura - Gustavo Del Aguila.docx %281%29.pdf

Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid::30163:529367109

Fecha de entrega

17 nov 2025, 11:31 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

22 dic 2025, 5:52 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

Trabajo licenciatura - Gustavo Del Aguila.docx (1).pdf

Tamaño del archivo

16.1 MB

37 páginas

4836 palabras

29.975 caracteres



Página 2 de 42 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::30163:529367109

18% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

Fuentes principales

17% Fuentes de Internet

4% Publicaciones

12% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

A Stefano, mi hijo, cuya sonrisa ilumina mis días;
a Noemí, mi compañera de vida, por su amor y apoyo
constante; y a mi segundo bebé, que en unos meses
llegará a nuestras vidas. Esta meta es para ustedes.

ÍNDICE TEMÁTICO

INFORME TURNITIN.....	3
RESUMEN.....	6
ABSTRACT.....	7
1. Introducción.....	8
1.1 Objetivo general.....	8
1.2 Justificación.....	8
1.3 Metodología.....	8
2. Contexto institucional.....	9
2.1 Antecedentes de la institución.....	9
2.1.1 Misión.....	9
2.1.2 Vision.....	10
2.1.3 Objetivos institucionales.....	10
2.1.4 Actividad principal y funciones institucionales.....	10
2.2 Estructura organizativa.....	10
2.2.1 Organigrama general.....	10
2.2.2 Lugar o área donde se desempeñaron las funciones.....	12
3. Descripción de las funciones profesionales.....	14
3.1 Cargo ocupado.....	14
3.2 Funciones y responsabilidades.....	14
3.3 Logros alcanzados.....	14
4. Resultados y evidencias de la aplicación profesional.....	16
4.1 Implementación práctica.....	16
4.2 Proceso de generación de contenidos	18
4.3 Resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos.....	22
4.4 Comparación con situaciones anteriores.....	26
4.5 Análisis crítico.....	35
5. Conclusiones.....	36
6. Recomendaciones.....	37
7. Referencias bibliográficas.....	38
8. Anexos	39

RESUMEN

El presente trabajo de suficiencia profesional tiene como objetivo describir la evolución de las redes sociales del Instituto Geológico, Minero y Metalúrgico (Ingemmet) a partir de la aplicación de estrategias de comunicación digital durante el año 2025. La investigación se basa en la experiencia profesional como Coordinador de redes sociales y Community Manager, así como en el análisis documental de métricas, reportes de desempeño y la implementación de productos digitales innovadores.

La aplicación de los conocimientos adquiridos en la carrera de Comunicación Estratégica permitió desarrollar una planificación de contenidos más eficiente, optimizar el lenguaje institucional y fortalecer la conexión con los públicos. Como resultado, se evidenció un crecimiento sostenido en seguidores, alcance e interacciones, además de la mejora de productos comunicacionales y la incorporación de formatos audiovisuales en tendencia.

El estudio demuestra la importancia de la comunicación digital para la divulgación científica y el posicionamiento institucional en el sector público, resaltando los retos, aprendizajes y oportunidades de mejora en la gestión comunicacional del Ingemmet.

Palabras clave: Comunicación digital; gestión de redes sociales; divulgación científica; posicionamiento institucional; comunicación estratégica

ABSTRACT

This professional qualification report aims to describe the evolution of the social media platforms of the Geological, Mining and Metallurgical Institute of Peru (Ingemmet), based on the implementation of digital communication strategies during 2025. The study draws on professional experience as Social Media Coordinator and Community Manager, as well as an analysis of performance reports, metrics, and the development of innovative digital products.

The application of competencies acquired in the Strategic Communication program enabled more efficient content planning, improvements in institutional messaging, and stronger engagement with digital audiences. As a result, significant growth was achieved in followers, reach, and interactions across platforms, together with the modernization of existing communication products and the incorporation of trending audiovisual formats.

The findings highlight the key role of digital communication in scientific dissemination and institutional positioning within the public sector, while identifying challenges, lessons learned, and opportunities for improving Ingemmet's communication strategy.

Keywords: Digital communication; social media management; science communication; institutional branding; strategic communication

1. Introducción

1.1. Objetivo general

El propósito del presente trabajo de suficiencia profesional es demostrar la aplicación de los conocimientos adquiridos durante la formación en la carrera de Comunicación Estratégica en la gestión y desarrollo de las redes sociales institucionales del Instituto Geológico, Minero y Metalúrgico (Ingemmet), mediante la implementación de estrategias de comunicación digital orientadas al fortalecimiento del posicionamiento institucional durante el año 2025.

1.2. Justificación:

La experiencia profesional desempeñada como Community Manager y coordinador de digitales del Ingemmet ha permitido aplicar los principios de comunicación estratégica, marketing digital y gestión de la reputación institucional, contribuyendo significativamente al crecimiento, la interacción y la visibilidad de la entidad en entornos digitales.

Este trabajo resulta relevante porque evidencia el rol de la comunicación digital en la difusión del conocimiento científico y en la construcción de una imagen institucional sólida dentro del sector público. Según Moreno y Capriotti (2020), *la comunicación digital se ha consolidado como una herramienta fundamental para fortalecer la relación entre las instituciones y sus públicos, al permitir una comunicación más directa, participativa y transparente*. En esa línea, el presente informe busca demostrar cómo el uso adecuado de estrategias digitales contribuye a acercar la ciencia geológica a la sociedad peruana y fortalecer la percepción positiva del Ingemmet como organismo técnico y científico del Estado.

1.3. Metodología:

La metodología empleada en el presente trabajo se basa en la implementación de propuestas comunicacionales orientadas a optimizar la gestión de redes sociales del Ingemmet. Estas propuestas incluyeron el diseño y aplicación de estrategias de comunicación digital, la planificación de contenidos institucionales y la incorporación de tendencias y formatos innovadores que fortalecieron la conexión con los públicos de la entidad.

El trabajo se sustenta en la experiencia profesional directa en el área de comunicación del Ingemmet y en la revisión documental de reportes de desempeño digital, métricas de interacción y resultados de campañas comunicacionales. Se consideró además la literatura reciente sobre la gestión de redes sociales en contextos institucionales. En particular, el estudio de Vargas Basilio, Yaulilahua Llancari y Quincho Zevallos (2024) destaca cómo la gestión adaptada de redes sociales —con enfoque en formatos, frecuencia y contenido dirigido al perfil digital millennial— puede incidir de forma significativa en la participación e injerencia del público en entornos institucionales.

A partir de ello, el trabajo busca describir la evolución de las redes sociales del Ingemmet como resultado de la aplicación de propuestas y estrategias de comunicación digital durante el año 2025.

2. Contexto Institucional

2.1. Antecedentes de la institución

El Instituto Geológico, Minero y Metalúrgico (Ingemmet) es un Organismo Público Técnico Especializado del Sector Energía y Minas del Perú, con personería jurídica de derecho público interno y autonomía técnica, administrativa y económica. Tiene como finalidad la obtención, almacenamiento, registro, procesamiento, administración y difusión eficiente de la información geocientífica y aquella relacionada con la geología básica, los recursos del subsuelo, los riesgos geológicos y el geoambiente.

Asimismo, el Ingemmet es responsable de conducir el Procedimiento Ordinario Minero, que incluye la recepción de petitorios, el otorgamiento, administración y extinción de concesiones mineras, según las causales establecidas por la ley. También tiene a su cargo la organización y sistematización de la información georreferenciada a través del Catastro Minero Nacional, así como la administración y distribución del Derecho de Vigencia y Penalidad, garantizando la seguridad jurídica en la gestión de los derechos mineros en el país.

De este modo, el Ingemmet cumple una doble función estratégica: Por un lado, como ente científico y técnico, desarrolla investigaciones geológicas, mineras, metalúrgicas y paleontológicas; y por otro, como autoridad administrativa, gestiona de forma transparente y eficiente las concesiones mineras, contribuyendo al desarrollo sostenible del sector.

Además, el Ingemmet ejerce el rol de Ente Rector de la Paleontología en el Perú, siendo responsable de la investigación, protección y conservación del patrimonio paleontológico nacional.

Figura 1



Nota: Página web del Ingemmet

2.1.1 Misión

La misión del Ingemmet es generar y administrar información geológica y los derechos mineros de forma eficiente, transparente y segura para el beneficio de la ciudadanía, el Estado y el sector privado.

2.1.2 Visión

Ser reconocidos como el ente rector de la investigación geocientífica y la autoridad en la gestión eficiente de las concesiones y del catastro minero.

2.1.3 Objetivos Institucionales

- Fortalecer la investigación, generación y difusión del conocimiento geocientífico del territorio nacional.
- Garantizar la seguridad jurídica en la administración de los derechos mineros.
- Contribuir a la gestión del riesgo de desastres de origen geológico, mediante la investigación y monitoreo de peligros naturales.
- Promover la protección y valorización del patrimonio geológico y paleontológico del Perú.
- Coadyuvar en la promoción de la actividad minera y energética, impulsando la inversión responsable y sostenible.
- Mejorar la comunicación institucional y la difusión accesible del conocimiento técnico hacia la ciudadanía.

2.1.4 Actividad principal y funciones institucionales

El Ingemmet desarrolla actividades de investigación geocientífica, gestión del catastro y derechos mineros, y difusión del conocimiento técnico sobre los recursos del subsuelo, los riesgos geológicos y el patrimonio paleontológico. Además, administra el Procedimiento Ordinario Minero y provee información geológica de calidad para la toma de decisiones en materia de inversión, ordenamiento territorial y gestión del riesgo de desastres, contribuyendo así al desarrollo sostenible del país.

2.2. Estructura organizativa:

2.2.1 Organigrama general de la institución.

El Instituto Geológico, Minero y Metalúrgico (Ingemmet) cuenta con una estructura organizativa jerárquica que garantiza la eficiencia técnica, administrativa y científica en el cumplimiento de sus funciones institucionales. En la cúspide se encuentra la Presidencia Ejecutiva, responsable de dirigir la política institucional, supervisar las actividades técnicas y administrativas, y representar al Ingemmet ante organismos nacionales e internacionales.

Bajo la Presidencia Ejecutiva se encuentran las Direcciones de Línea y las Oficinas de Asesoramiento y Apoyo, entre ellas la Unidad de Relaciones Institucionales (URI).

Dentro de esta última oficina se ubica la coordinación de medios digitales y gestión de Redes Sociales, encargada de la administración de los canales digitales institucionales, la creación de contenido informativo y educativo, y la implementación de estrategias de comunicación digital alineadas con los objetivos institucionales.

La estructura organizacional del equipo de la Unidad de Relaciones Institucionales incluye los siguientes puestos:

- Jefe de Comunicaciones (1)
- Coordinador de digitales (1)
- Coordinador de prensa (1)
- Coordinador de boletines (1)
- Diseñador gráfico (3)
- Audiovisual (1)

Figura 2
Organigrama del Ingemmet

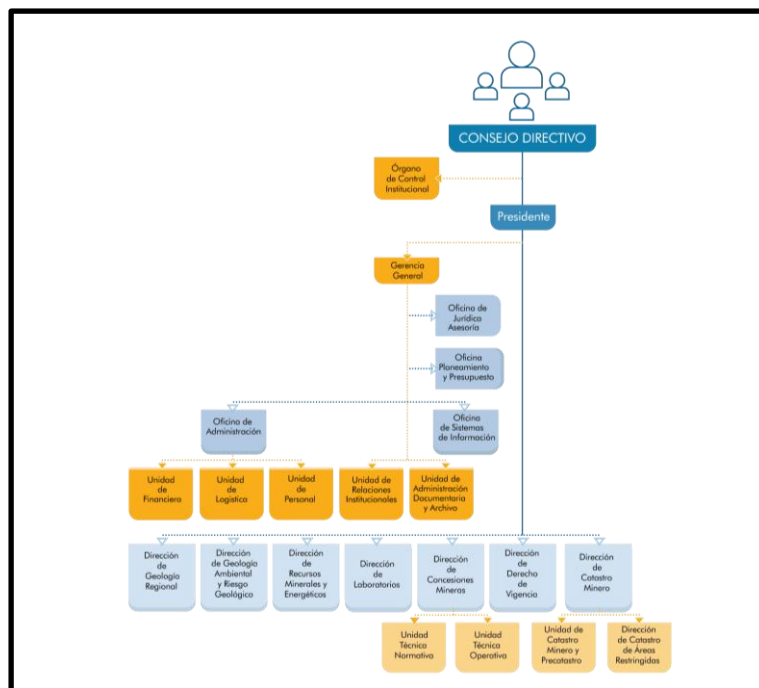
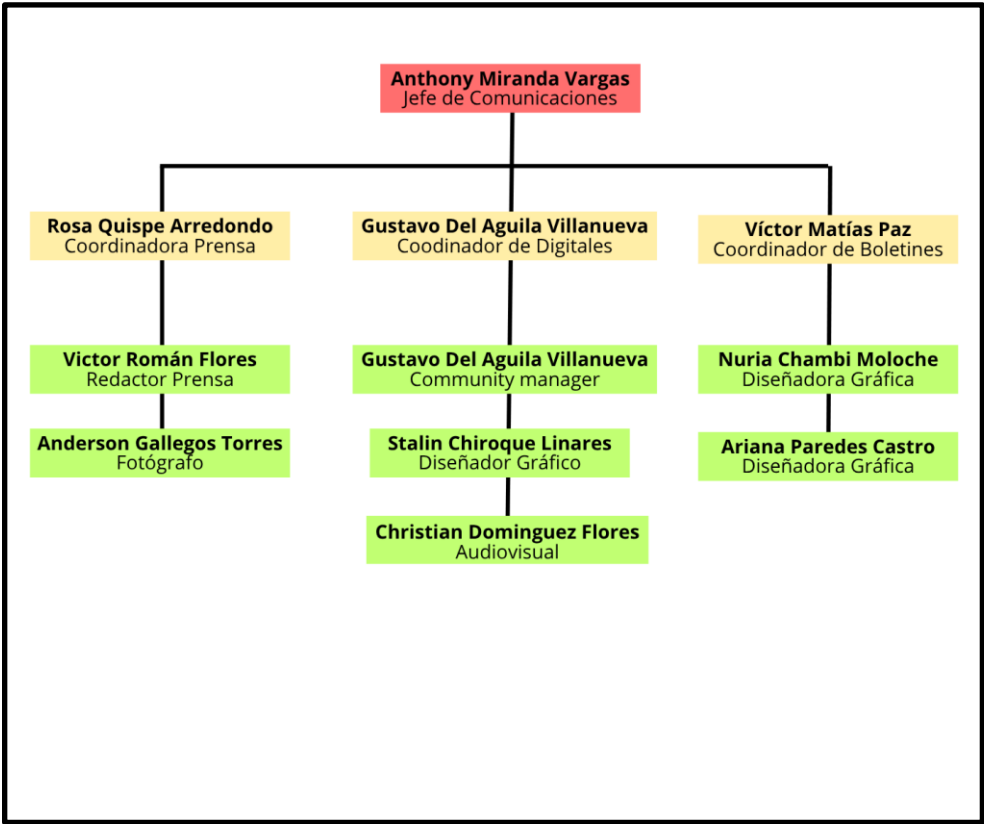


Figura 3

Organigrama de la Unidad de Relaciones Institucionales



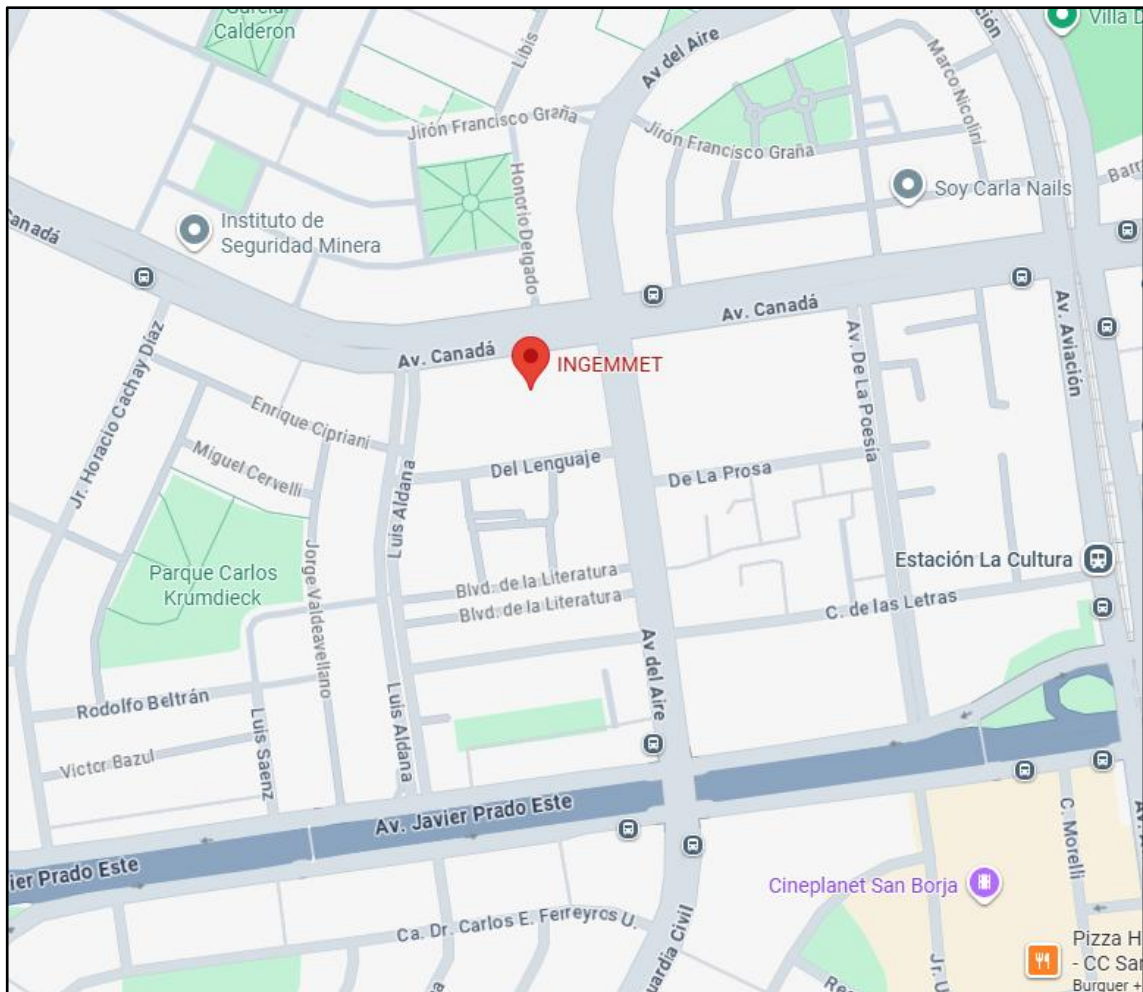
2.2.2 Lugar o área donde se desempeñaron las funciones.

Las funciones se desarrollan en la Unidad de Relaciones Institucionales del Ingemmet, órgano dependiente de la Presidencia Ejecutiva, responsable de planificar, ejecutar y supervisar las estrategias de comunicación institucional y de relacionamiento con la ciudadanía.

Dentro de esta oficina, el puesto de Community Manager y coordinador de redes sociales tiene a su cargo la gestión de los canales digitales institucionales, orientados a la divulgación del conocimiento geocientífico, la transparencia informativa y el posicionamiento del Ingemmet como referente técnico del sector geológico y minero.

Figura 3

El Ingemmet está ubicado en la Avenida Canadá 1470 Distrito de San Borja, Lima, Perú.



Nota: Google Maps

3. Descripción de las Funciones Profesionales

3.1. Cargo ocupado: Descripción del puesto asignado

El puesto desempeñado fue el de Coordinador de redes sociales y Community Manager en el Instituto Geológico, Minero y Metalúrgico (Ingemmet), dentro de la Unidad de Relaciones Instituciones. Este cargo implicó la gestión integral de la presencia digital de la entidad, mediante la planificación, ejecución y supervisión de estrategias comunicacionales orientadas a fortalecer la visibilidad institucional, difundir el conocimiento científico y promover una comunicación más cercana con los diversos públicos del Ingemmet.

Asimismo, el rol demandó la administración de las plataformas digitales oficiales (Facebook, Instagram, X, TikTok, YouTube y LinkedIn), la coordinación con las áreas técnicas y científicas del Ingemmet, y la supervisión de la producción de contenidos gráficos, audiovisuales e informativos alineados con la identidad visual y comunicacional de la institución.

3.2. Funciones y responsabilidades

Entre las principales funciones y responsabilidades desarrolladas destacan las siguientes:

- Planificación y gestión de contenidos digitales: diseño de estrategias comunicacionales en redes sociales y calendarización de publicaciones.
- Elaboración de productos comunicacionales digitales, como las series #RocasyMineralesDelPerú, #FósilDelMes, #ViajeroGeológico, #GeologíaEn360, #IngemmetEnMedios y #PicoyDatos, orientadas a divulgar la labor científica del Ingemmet en formatos accesibles y de alto impacto visual.
- Monitoreo de métricas e indicadores de desempeño digital, evaluando el crecimiento, la interacción y el alcance de las publicaciones institucionales.
- Fortalecimiento del lenguaje comunicacional digital, promoviendo una narrativa más clara, cercana y didáctica, que facilite la comprensión de temas geológicos, mineros y paleontológicos por parte del público general.

3.3. Logros alcanzados

Durante el periodo de desempeño profesional, se lograron resultados significativos en la gestión comunicacional del Ingemmet, entre los cuales destacan:

- Incremento sostenido del número de seguidores y del nivel de interacción en todas las plataformas digitales del Ingemmet, consolidando su presencia en los principales espacios de comunicación digital.
- Implementación de nuevos productos comunicacionales, que contribuyeron a posicionar los contenidos científicos del Ingemmet de manera más atractiva y

comprensible para la ciudadanía.

- Optimización del lenguaje digital institucional, logrando una comunicación más cercana, dinámica y efectiva con los públicos de interés.
- Ampliación de la participación de las unidades desconcentradas, generando una mayor representatividad nacional en la difusión de las actividades técnicas y científicas.
- Fortalecimiento de la reputación institucional mediante una gestión estratégica de la comunicación digital, que ha permitido al Ingemmet consolidarse como referente técnico-científico en las redes sociales del sector público.

4. Resultados y Evidencias de la Aplicación Profesional

4.1. Implementación práctica:

Durante el ejercicio de las funciones como Coordinador de redes sociales y Community Manager del Ingemmet, se aplicaron de manera directa los conocimientos adquiridos en la carrera de Comunicación Estratégica, especialmente en las áreas de planificación, gestión de contenidos digitales y análisis de métricas.

La implementación práctica se centró en el diseño de una estrategia integral de comunicación digital, orientada a fortalecer la presencia institucional del Ingemmet en redes sociales y acercar la información científica al ciudadano de forma clara, didáctica y accesible.

Como parte de este proceso, se elaboró una matriz de publicaciones mensual en formato Excel, herramienta que permitió organizar de manera detallada las publicaciones según su fecha, red social, tipo de formato, tema, responsable y estado de avance. A través de un sistema de codificación por colores, se diferenciaron los contenidos por categoría temática (geología, minería, riesgos geológicos, institucional, entre otros) y tipo de producto (reel, gráfico, nota de prensa, video corto), garantizando un seguimiento eficiente y una comunicación coherente.

De manera complementaria, se desarrolló una grilla de publicaciones que consolidó los contenidos finales listos para difusión, facilitando la revisión y programación de cada pieza. Esta herramienta contribuyó a una gestión más ordenada y estratégica del flujo comunicacional, optimizando tiempos y asegurando la continuidad del mensaje institucional.

Adicionalmente, se aplicaron estrategias aprendidas en la formación profesional, como el análisis de los mejores horarios de publicación según las métricas de comportamiento de la audiencia, lo que permitió incrementar la visibilidad e interacción con los contenidos. Asimismo, se implementó un seguimiento de tendencias digitales y la adaptación de recursos innovadores, incorporando formatos inspirados en las dinámicas más populares de plataformas como TikTok e Instagram, además del uso de herramientas de inteligencia artificial para optimizar procesos de redacción y diseño.

Estas acciones reflejan la aplicación efectiva de los conocimientos teóricos y prácticos adquiridos durante la carrera, fortaleciendo la estrategia comunicacional digital del Ingemmet y consolidando una presencia más moderna, participativa y alineada con las demandas del entorno digital actual.

Figura 4

OCTUBRE			
DÍA	HORARIO + TRÁFICO		
	RANGO HORARIO 1	RANGO HORARIO 2	RANGO HORARIO 3
LUNES	07:00 A.M. -09:00 A.M.	12:00 M. - 13:00 P.M.	17:00 P.M. - 18:00 P.M.
MARTES	07:00 A.M. -09:00 A.M.	13:00 P.M. - 14:00 P.M.	18:00 P.M. - 19:00 P.M.
MIÉRCOLES	08:00 A.M. - 12:00 M.	13:00 P.M. - 15:00 P.M.	17:00 P.M. - 20:00 P.M.
JUEVES	08:00 A.M. - 12 M.	13:00 P.M. - 14:00 P.M	17:00 P.M. - 19:00 P.M.
VIERNES	09:00 A.M. - 11 A.M.	12:00 M. - 13:00 P.M.	20:00 P.M. - 23:00 P.M.
SÁBADO	9:00 A.M. - 12 M.		19:00 P.M. - 21:00 P.M.
DOMINGO	9:00 A.M. - 11 M.		
MEJOR DÍA PARA PUBLICAR		MIÉRCOLES	
PEOR DÍA PARA PUBLICAR		DOMINGO	

Gráfica realizada con base a los horarios tráfico de las redes sociales en el mes de octubre

Figura 5



Adaptación a tendencia en redes sociales sobre el mundial de desayunos de Ibai

Figura 6

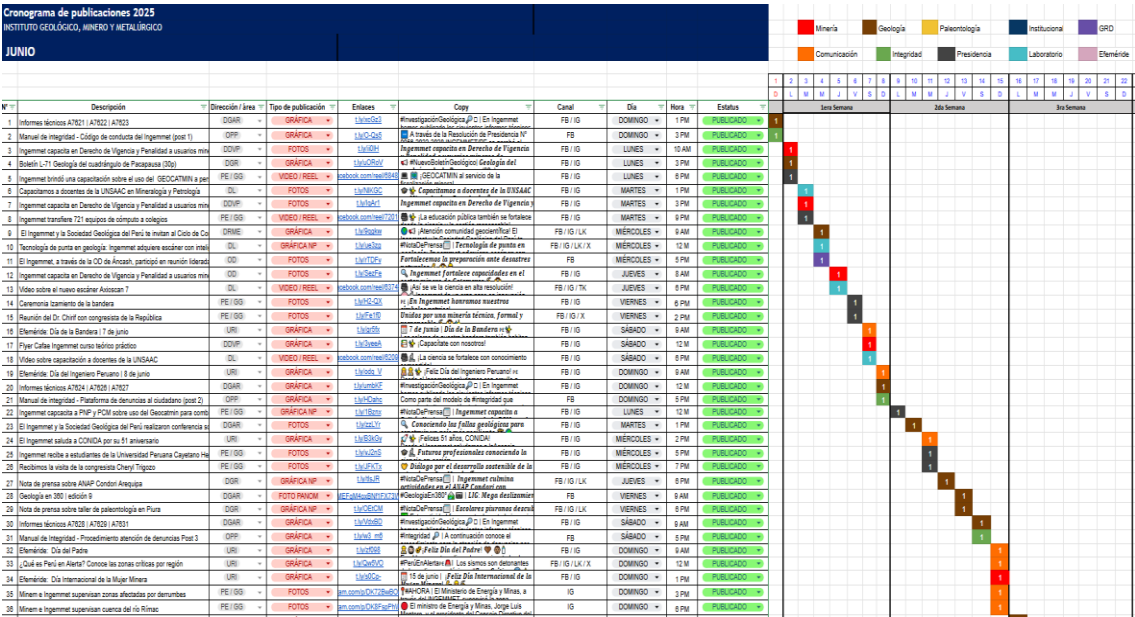


Adaptación a tendencia en redes sociales sobre la generación de retratos con inteligencia artificial

4.2. Proceso de generación de contenidos

Durante el año 2025, se llevó a cabo una readaptación integral de los productos digitales implementados en el año 2024, con el propósito de optimizar su formato, presentación y conexión con los públicos del Ingemmet. Estos ajustes permitieron ofrecer contenidos más dinámicos, visualmente atractivos y con un enfoque comunicacional más cercano y accesible.

Figura 7
(Ejemplo mes junio 2025)



Describir la evolución de las redes sociales del Ingemmet a partir de la aplicación de estrategias de comunicación digital en el año 2025

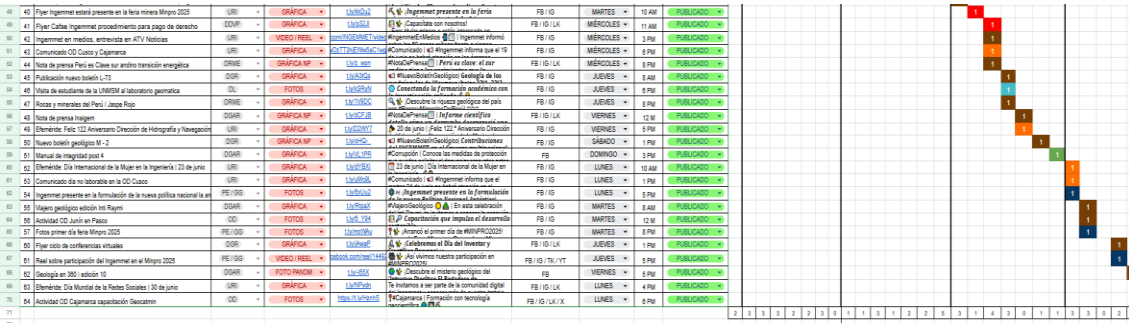


Figura 8
(Ejemplo mes junio 2025)

JUNIO						
LUNES 02	MARTES 03	MIÉRCOLES 04	JUEVES 05	VIERNES 06	SÁBADO 07	DOMINGO 08
10 AM Capacitación en Derecho de Vigencia a mineros de Lambayeque (FOTOS / FB - IG)	1 PM Capacitación a docentes de la UDESA (FOTOS / FB - IG)	9 AM INGEMMET y SOP le invitan al ciclo de conferencias (GRÁFICA / FB - IG - LK)	9 AM Capacitación en Derecho de Vigencia a mineros de Cajamarca (FOTOS / FB - IG)	6 PM Ceremonia izamiento de bandera (FOTOS / FB - IG)	9 AM Efeméride: Día de la Bandera Peruana (GRÁFICA / FB - IG)	9 AM Efeméride: Día del Ingeniero (GRÁFICA / FB - IG)
3 PM #NuevoBoletínGeológico serie L 72 (GRÁFICA / FB - IG)	3 PM Ingemmet adquiere microscopio electrónico (REEL / FB - IG)	12 M #NotaDePrensa Ingemmet adquiere microscopio electrónico (GRÁFICA / FOTOS / FB - IG - LK - X)	6 PM INGEMMET adquiere nuevo microscopio electrónico (REEL / FB - IG - TKG)	2 PM Reunión entre Dr. Chirif y congresista Néstor Acuña (FOTOS / FB - IG - X)	12 M Foyer curso Café Ingemmet (GRÁFICA / FB - IG)	12 M #InvestigaciónGeológica A7624 A7626 A7627 (GRÁFICA / FB - IG)
6 PM INGEMMET capacita a PNP sobre el uso del Geocatamin (FOTOS / FB - IG)	9 PM Ingemmet transfirió 721 equipos de cómputo a colegios (REEL / FB - IG)	5 PM Actividad OD Anáncas con INDEC (FOTOS / FB)		6 PM Capacitación a docentes de la UDESA (REEL / FB - IG)	6 PM Manual de Integridad Post 2 (GRÁFICA / FB)	5 PM Manual de Integridad Post 2 (GRÁFICA / FB)
LUNES 09	MARTES 10	MIÉRCOLES 11	JUEVES 12	VIERNES 13	SÁBADO 14	DOMINGO 15
12 M Ingemmet capacita a PNP y POM sobre Geocatamin (GRÁFICA / FB - IG)	1 PM Ingemmet y SOP realizaron conferencia sobre fallas geológicas (FOTOS / FB - IG)	2 PM Efeméride: Aniversario de CONIDA (GRÁFICA / FB - IG)	6 PM #NotaDePrensa Ingemmet culmina actividades en el ANAP Condori (GRÁFICA / FB - IG - LK)	9 AM #GeologíaEn360 Edición 9 Megadeficiencia traslacional de Huampica (FOTO PAN / FB)	9 AM #InvestigaciónGeológica A7625 A7630 A7635 (GRÁFICA / FB - IG)	9 AM Efeméride: Día del Padre (GRÁFICA / FB - IG)
		5 PM Recebimos a estudiantes de la UPRH (FOTOS / FB - IG)		6 PM #NotaDePrensa Taller de paleontología en Tura (GRÁFICA / FB - IG - LK)	5 PM Manual de Integridad Post 3 (GRÁFICA / FB)	12 M #PerúEnAlerta Conoce las zonas críticas por región (GRÁFICA / FB - IG - LK - X)
		7 PM Reunión del Dr. Chirif con congresista Cheryl Trigo (FOTOS / FB - IG)			3 PM Minem e Ingemmet supervisan zonas afectadas por sismos (FOTOS / IG)	3 PM Manual de Integridad post 4 (GRÁFICA / FB)
LUNES 16	MARTES 17	MIÉRCOLES 18	JUEVES 19	VIERNES 20	SÁBADO 21	DOMINGO 22
9 AM #NuevoBoletínGeológico serie L 72 (GRÁFICA / FB - IG)	10 AM Foyer INGEMMET en el MINPRO 2025 (GRÁFICA / FB - IG)	11 AM FLYER CAFAE CURSO INGEMMET (GRÁFICA / FB - IG - LK)	8 AM #NuevoBoletínGeológico serie L 73 (GRÁFICA / FB - IG)	12 M #NotaDePrensa Ingemmet e imagen laguna glaciar (GRÁFICA / FB - IG - LK)		
1 PM #NotaDePrensa Ingemmet evalúa zonas post sismo (GRÁFICA / FB-IG-LK)		3 PM #IngemmetEnMedios Entrevista en ATV (VIDEO / FB - IG)	6 PM Visita estudiantes de San Marcos (FOTOS / FB - IG)	5 PM Efeméride Aniversario Dirección Hidrografía (GRÁFICA / FB - IG)	1 PM #NuevoBoletínGeológico serie M 2 (GRÁFICA / FB - IG)	3 PM Manual de Integridad post 4 (GRÁFICA / FB)
6 PM #NotaDePrensa Ingemmet tiene identificadas 69 zonas de peligro frente a sismos		8 PM #NotaDePrensa Perú es clave en transición energética	8 PM #RocasMineralesDelPerú Jaspes Rojos			
LUNES 23	MARTES 24	MIÉRCOLES 25	JUEVES 26	VIERNES 27	SÁBADO 28	DOMINGO 29
10 AM Efeméride Día de la mujer en la Ingeniería (GRÁFICA / FB - IG)	8 AM #FuturoGeológico Edición 10 Raym (GRÁFICA / FB - IG)		1 PM Foyer ciclo de conferencias virtuales (GRÁFICA / FB - IG - LK)		10 AM Feria GRD San Borja	9 AM #NuevoBoletínGeológico serie L 70 (GRÁFICA / FB - IG)
1 PM Comunicado Día no laborable en OD Cusco (GRÁFICA / FB - IG)	12 M Actividad OD Junín en Pasco (FOTOS / FB - IG)	12 M Historias de Feria Minpro 2025 (HISTORIA / FB - IG)	5 PM Así fue la participación del Ingemmet en el Minpro 2025 (REEL / FB - IG - TK - LK)	3 PM #GeologíaEn360 Edición (FOTO PAN / FB)	3 PM #InvestigaciónGeológica A7625 A7630 A7635 (GRÁFICA / FB - IG)	3 PM Manual de Integridad post 1 (GRÁFICA / FB)
5 PM INGEMMET presente en la formulación de la nueva política Andina (FOTOS / FB - IG)	8 PM Feria MINPRO 2025 Día 1 (FOTOS / FB - IG)					

La producción de los contenidos comprendió la redacción de textos y copias adaptados a cada red social, empleando un lenguaje claro, accesible y atractivo para el público general. Para el diseño gráfico y la edición audiovisual se utilizaron programas como Canva, Adobe Photoshop y CapCut, de acuerdo con el tipo de pieza (imagen, video o reel).

Describir la evolución de las redes sociales del Ingemmet a partir de la aplicación de estrategias de comunicación digital en el año 2025

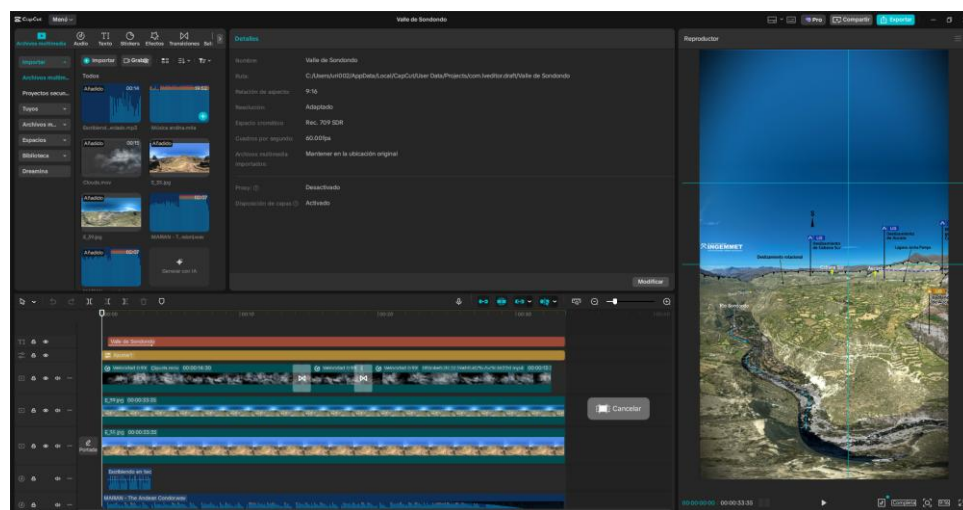
Figura 9

(Pieza trabajada en el programa Illustrator)



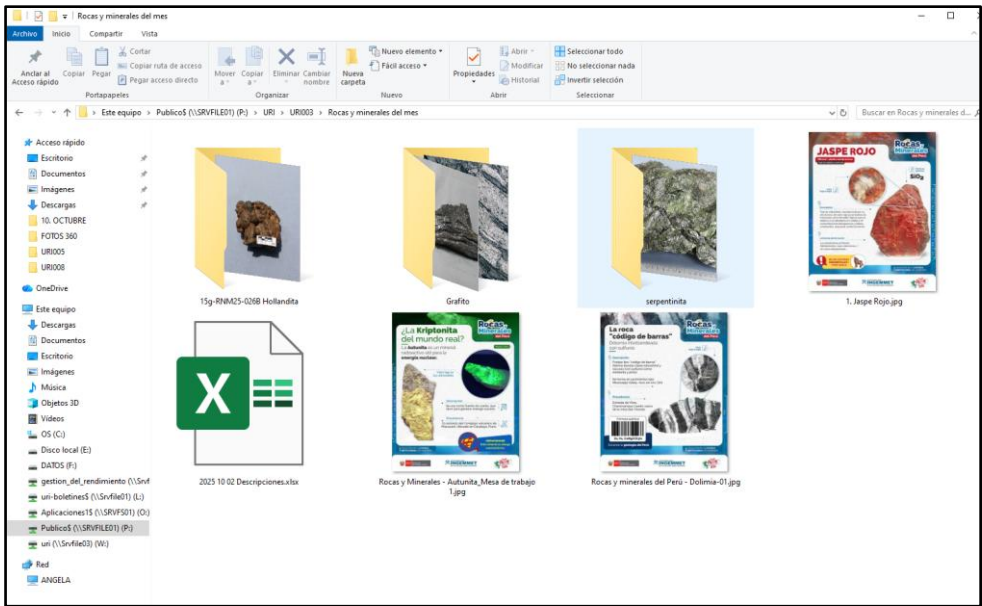
Figura 10

(Video elaborado en programa CapCut)



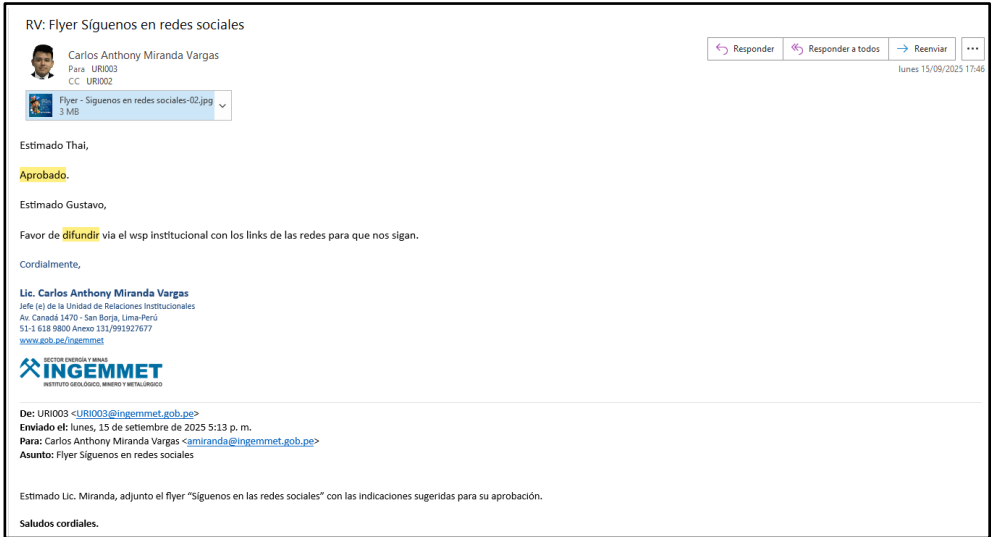
Asimismo, se gestionaron los archivos mediante carpetas compartidas, facilitando el trabajo colaborativo con los equipos de comunicación y los especialistas técnicos.

Figura 11
(Carpeta compartida)



En la etapa de revisión, los contenidos fueron validados por la Oficina de Imagen Institucional y la Dirección de línea, por medio de correo electrónico, asegurando el cumplimiento de los lineamientos visuales y comunicacionales del Ingemmet.

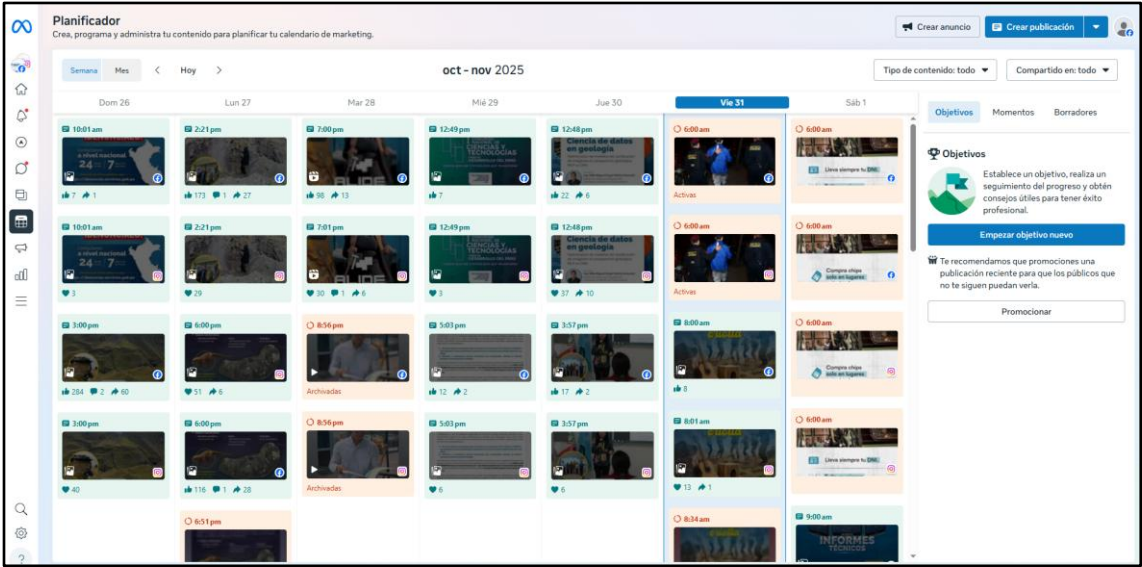
Figura 12
(Validación por correo electrónico)



Posteriormente, la programación y publicación se realizó a través de Meta Business Suite (para Facebook e Instagram), LinkedIn, YouTube Studio, TikTok, y X, siguiendo los horarios de mayor alcance e interacción.

Figura 13

(Programación por Meta Business Suite)



Finalmente, se efectuó el monitoreo de desempeño mediante las métricas de cada plataforma, registrando el alcance, las interacciones y el crecimiento de seguidores. Estos resultados retroalimentaron el proceso, permitiendo optimizar la estrategia de contenido en función del comportamiento de la audiencia.

4.3. Resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos.

Los resultados obtenidos evidencian un crecimiento sostenido en la presencia digital del Ingemmet durante el año 2025, producto de la aplicación de estrategias de comunicación digital planificadas y orientadas a fortalecer la interacción con los públicos institucionales. A nivel cuantitativo, se registró un incremento progresivo en el número de seguidores, el alcance de las publicaciones y las interacciones en las principales plataformas sociales, destacando Facebook, Instagram, TikTok y YouTube. Estos indicadores reflejan la efectividad de las acciones implementadas y la consolidación de una comunidad digital activa.

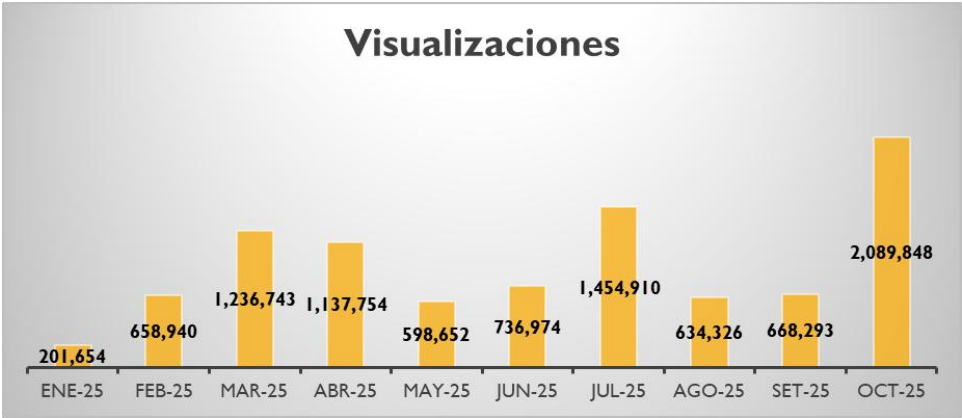
4.3.1 Métricas de Facebook

Figura 14



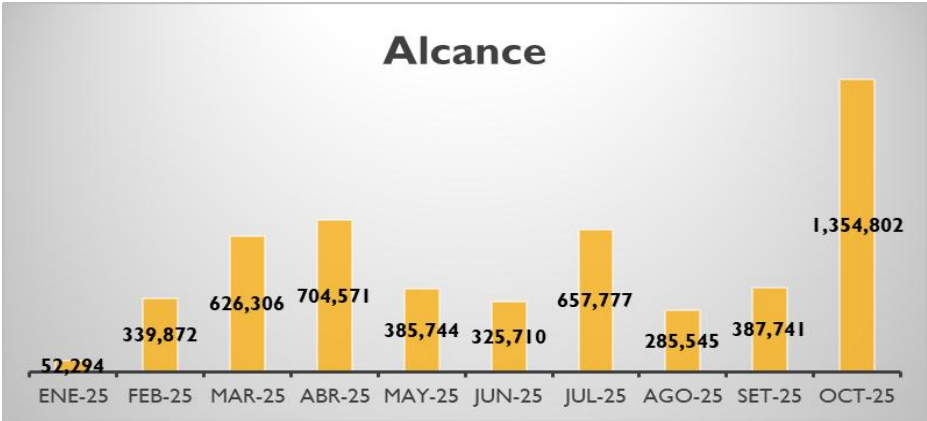
En octubre, la comunidad de Facebook del Ingemmet creció significativamente, alcanzando 95,758 seguidores, casi 7,000 más que en septiembre.

Figura 15



En octubre, las visualizaciones en Facebook del Ingemmet alcanzaron 2,089,848, registrando el nivel más alto del año y triplicando las cifras de septiembre.

Figura 16



En octubre, las interacciones en Facebook del Ingemmet alcanzaron 20,143, más del doble que en septiembre, marcando el mayor nivel de participación del año.

Figura 17



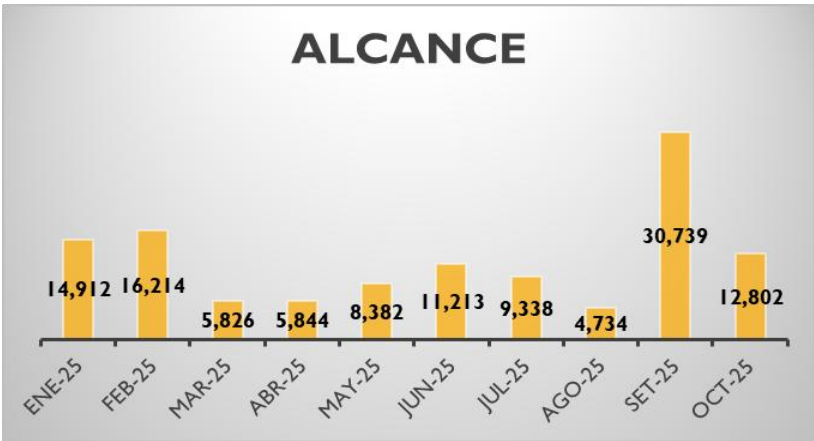
En octubre, las interacciones en Facebook del Ingemmet alcanzaron 20,143, más del doble que en septiembre, marcando el mayor nivel de participación del año.

4.3.2 Métricas de Instagram

Figura 18



Figura 19



En octubre, el alcance en Instagram del Ingemmet fue de 12,802 personas, mostrando una disminución respecto a septiembre, pero manteniendo un nivel superior al promedio anual.

Figura 20



En octubre, las interacciones en Instagram del Ingemmet alcanzaron 2,214, registrando una ligera baja frente a septiembre, pero manteniendo una buena participación del público.

4.3.3 Métricas de Tik Tok.

Figura 21



En octubre, la cuenta de TikTok del Ingemmet alcanzó 5,378 seguidores, logrando un crecimiento de 1,500 nuevos seguidores respecto a septiembre, el mayor incremento del año.

Figura 22



En octubre, los videos de TikTok del Ingemmet alcanzaron 104,000 visualizaciones, triplicando las cifras de septiembre y registrando uno de los picos más altos del año.

Figura 23



En octubre, los videos de TikTok del Ingemmet acumularon 5,200 “me gusta”, mostrando un notable repunte respecto a septiembre y consolidando una mayor interacción del público.

4.3.4 Métricas de YouTube

Figura 24



En octubre, el canal de YouTube del Ingemmet alcanzó 14,062 suscriptores, mostrando un crecimiento constante y un aumento de casi 200 nuevos suscriptores respecto a septiembre.

Figura 24



En octubre, los videos del canal de YouTube del Ingemmet registraron 19,769 visualizaciones, el mayor alcance del año y un incremento significativo frente a septiembre.

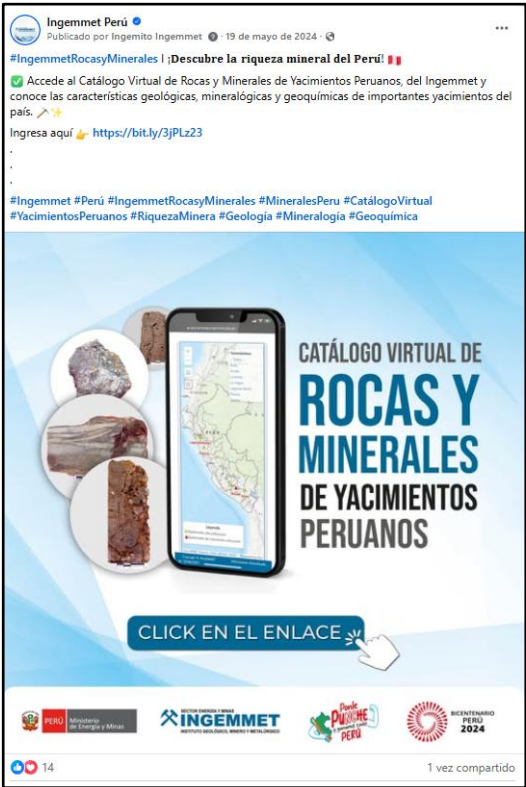
4.4. Comparación con situaciones anteriores (mejoras o eficiencia lograda).

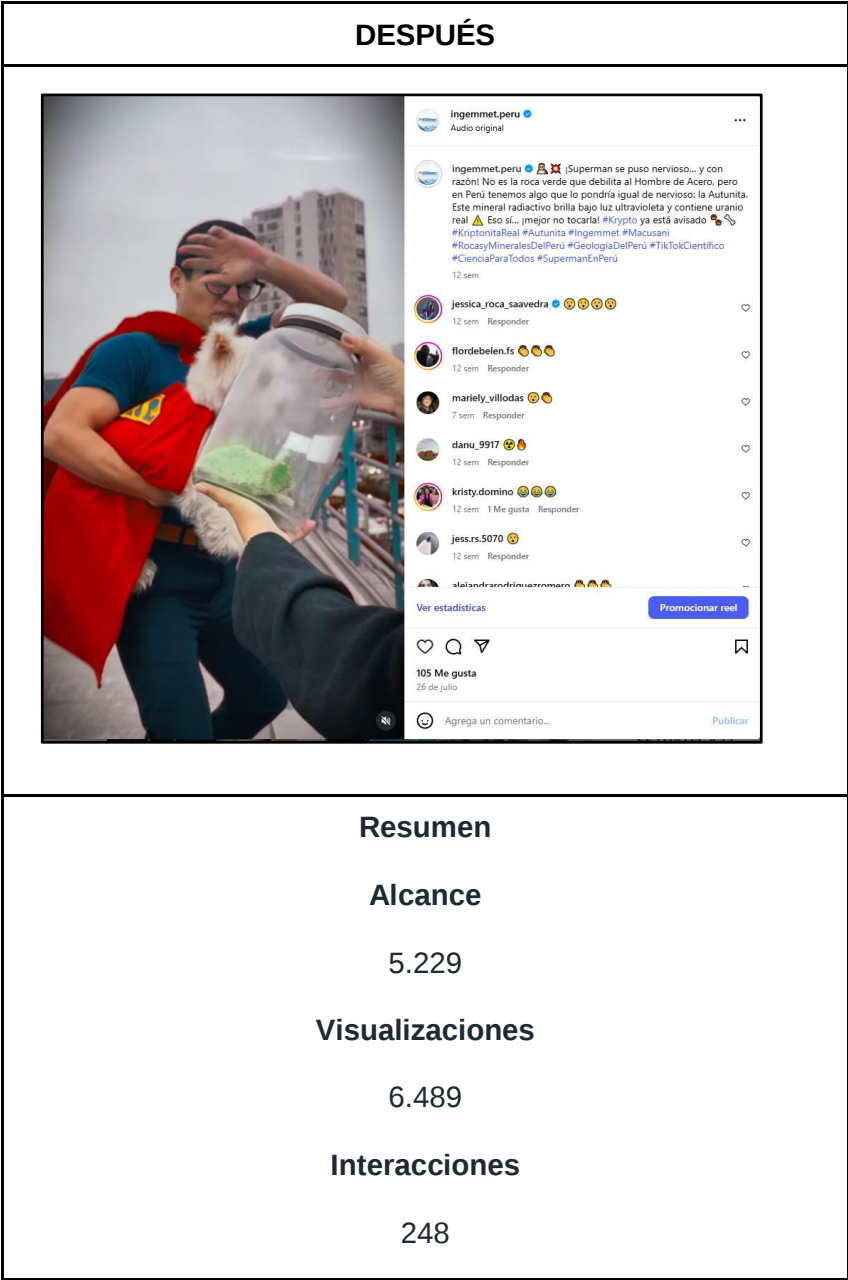
Durante el año 2025, se llevó a cabo una readaptación integral de los productos digitales implementados en el año 2024, con el propósito de optimizar su formato, presentación y conexión con los públicos del Ingemmet. Estos ajustes permitieron ofrecer contenidos más dinámicos, visualmente atractivos y con un enfoque comunicacional más cercano y accesible.

4.4.1 Producto digital de redes sociales “Rocas y minerales del Perú”.

Este producto digital ya existía en años anteriores; sin embargo, presentaba un diseño estático y una estructura informativa extensa que limitaba su alcance e interacción en redes sociales. En 2025 se implementó una nueva versión con un formato visual más atractivo, colores llamativos y textos breves que facilitan la comprensión del contenido. Además, se

incorporó una versión en formato **reel**, elaborada a partir de la misma información gráfica, lo que permitió diversificar el contenido, aumentar la retención del público y reforzar la recordación del tema en los seguidores del Ingemmet.

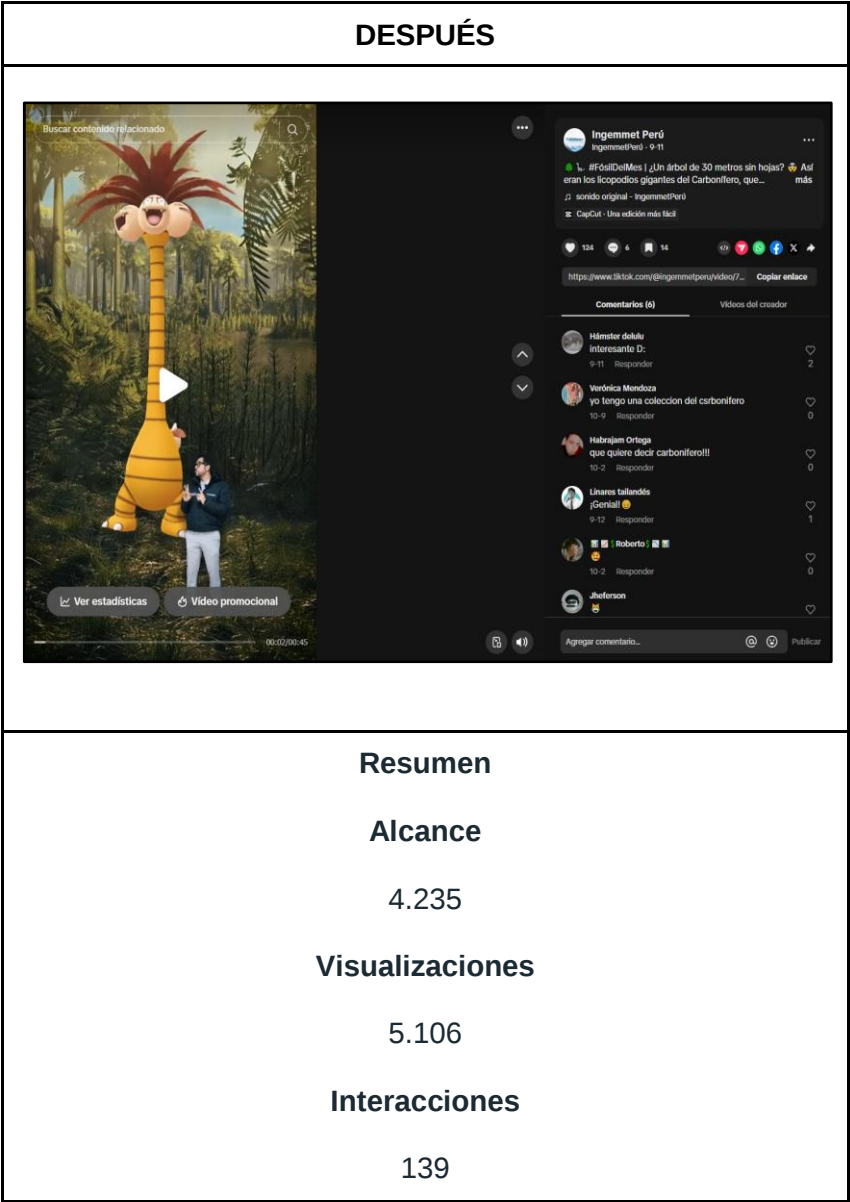
ANTES	DESPUÉS
	
Resumen Alcance 2.405 Visualizaciones 2.575 Interacciones 17	Resumen Alcance 70.849 Visualizaciones 104.653 Interacciones 476



4.4.2 Producto digital de redes sociales “Fósil del mes”

En su versión anterior, este producto presentaba un enfoque técnico y extenso, con información científica poco accesible para el público general. Además, se difundía mediante varias piezas gráficas tipo carrusel, lo que dificultaba su impacto visual. En 2025, se rediseñó bajo un formato infográfico único, con información sintetizada, atractiva y de valor divulgativo. Asimismo, se incorporó una versión en formato reel para cada edición, lo que permitió captar la atención de nuevas audiencias y mejorar significativamente las interacciones y el alcance en redes sociales del Ingemmet.

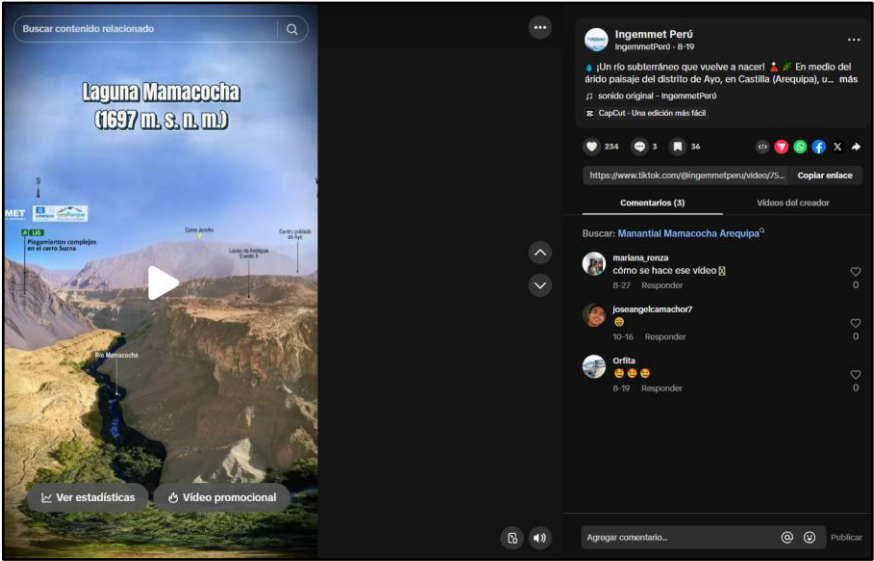
ANTES	DESPUÉS
Resumen Alcance 2.347 Visualizaciones 2.572 Interacciones 22	Resumen Alcance 9.942 Visualizaciones 12.657 Interacciones 121



4.4.3 Producto digital de redes sociales “Geología en 360”

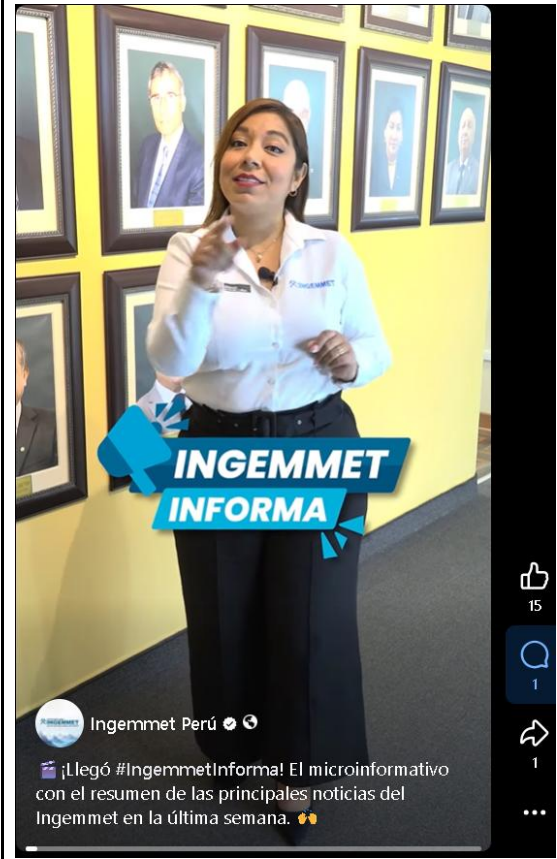
Este producto fue creado en 2025 como una propuesta innovadora para mejorar la forma en que se comunicaban los contenidos geológicos. Anteriormente, la difusión de zonas de interés geológico se realizaba mediante publicaciones con fotografías simples y descripciones extensas que no generaban un alto nivel de interacción. Con “Geología en 360”, se implementó el uso de imágenes panorámicas en formato 360°, elaboradas a partir de fotografías captadas con drones y procesadas mediante software especializado. Estas imágenes incluyen señalizaciones y puntos de información interactivos que facilitan la comprensión visual del entorno geológico. Además, se complementó con un reel informativo, lo que aumentó notablemente el impacto y la participación del público en redes sociales.

ANTES	DESPUÉS
DOS NUEVAS EXPLOSIONES REGISTRA EL VOLCÁN UBINAS El Observatorio Vulcanológico de INGEMMET – OVI, con sede en la ciudad de Arequipa, ha reportado que a las 16:22 y 17:48 horas del día de hoy, 05 de septiembre, se han producido dos nuevas explosiones en el volcán Ubinas; así lo informó el Ing. Domingo Ramos y el Lic. Pablo Masías, quienes se encuentran realizando trabajos de monitoreo en dicho volcán. “Se ha producido una nueva explosión, ha sido registrada por nuestros científicos que se encuentran en el campo haciendo el monitoreo del volcán, se reporta una columna de gases y ceniza con una altura de 3000 metros con una columna vertical en forma de hongo de densidad alta, la cual fue dispersada por el viento con dirección hacia el sur; posterior a ello, la segunda explosión registrada alcanzó una altura de 500 metros sobre la cima del volcán presentando un cambio de dirección hacia el este por acción del viento”, reportó el OVI. El OVI informó que en las siguientes horas la ceniza podría estar produciéndose caídas de ceniza la localidad de Querapi y algunos otros pueblos del valle de Ubinas. Asimismo, el especialista indicó que esta es la séptima explosión registrada desde el pasado 01 de septiembre, fecha en que el volcán Ubinas entrara en actividad conforme lo ha indicado el OVI. En las siguientes horas la ceniza podría estar llegando a la localidad de Querapi. EL IMPACTO QUE PODRÍA CAUSAR LA CENIZA VOLCÁNICA El especialista del INGEMMET Jersy Mariño, señala que la ceniza podría ocasionar colapso en los techos de las viviendas; incremento de accidentes de tránsito por la baja visibilidad; cortes en los sistemas eléctricos; daño a los cultivos y animales; contaminación de fuentes de agua. Asimismo, los daños que podría causar en la salud de las personas son enfermedades, principalmente conjuntivitis y laceraciones en la córnea; afecciones a la piel debido a la acción irritativa que causa dermatitis; males respiratorios, especialmente en personas con asma y problemas gástricos o gastrointestinales, por ingesta de agua y alimentos contaminados.  28 4 comentarios 29 veces compartido	Ingemmet Perú Publicado por Ingemmet Ingemmet · 17 de octubre a las 12:38 p. m. · Meseta estructural de Waqrapukara (Llaqta Pukara) – Cusco Entre los majestuosos paisajes del cañón del río Apurímac, se levanta la imponente meseta estructural de Waqrapukara, a más de 4200 m s. n. m. Este impresionante lugar se formó sobre los estratos de la Formación Anta, del Eoceno (34 a 56 millones de años), cuyos relieves tipo “mesa” fueron esculpidos por la erosión y el levantamiento andino. Allí, sobre estas plataformas naturales, las culturas Canchis e Inca edificaron el Paisaje Arqueológico Waqrapukara (PAW), integrando arquitectura y geología en perfecta armonía. Su nombre proviene del quechua waqra (cuerno) y pukara (fortaleza), inspirado en las peculiares formaciones rocosas con forma de cuernos que dominan el paisaje. Declarado Patrimonio Cultural de la Nación, Waqrapukara es un ejemplo único de cómo la naturaleza y la cultura andina se entrelazan para dar forma a nuestra historia. #GeologíaEn360 #LugaresDeInterésGeológico #PatrimonioGeológico #Ingemmet #GeologíaDelPerú #Cusco #Geoturismo  Ver estadísticas y anuncios Promocionar publicación 2,6 mil 48 comentarios 836 veces compartido
Alcance 1.455 Visualizaciones 1.690 Interacciones 61	Alcance 2.037.127 Visualizaciones 1.371.573 Interacciones 3.959

DESPUÉS	
	
Resumen	
Alcance	
	4.235
Visualizaciones	
	5.106
Interacciones	
	139

4.4.4 Producto digital de redes sociales “Micro informativo”

El microinformativo del Ingemmet surgió como una evolución del anterior formato “Ingemmet Informa”, el cual tenía una estructura tradicional y un estilo similar al de un noticiero institucional, con un lenguaje formal y menor conexión con las audiencias digitales. En 2025, este producto fue reformulado bajo el nombre #PicoYDatos, inspirado en la herramienta del geólogo —la picota— y en la esencia del contenido: datos breves y relevantes. El nuevo formato se presenta a través de reels dinámicos, con un lenguaje juvenil, cercano y visualmente atractivo, incorporando elementos de tendencia y recursos propios de TikTok. Esta transformación permitió aumentar la retención del público y consolidar la identidad digital del Ingemmet en plataformas sociales.

ANTES	DESPUÉS
 Resumen Alcance 845 Visualizaciones 997 Interacciones 17	 Resumen Alcance 5.586 Visualizaciones 6.752 Interacciones 59

4.4.5 Producto digital de redes sociales “Nota de Prensa”

En años anteriores, las notas de prensa del Ingemmet se difundían únicamente mediante enlaces acompañados de textos extensos, lo que limitaba su alcance e impacto en redes sociales. En 2025, se implementó un nuevo formato visual que incluye una pieza gráfica principal con un titular breve y atractivo, distinto al titular original de la nota, para captar de manera más efectiva la atención del público. Esta imagen se complementa con una o dos fotografías del evento o actividad, y en el texto de la publicación se incorpora el enlace directo a la nota completa en la web institucional. Este cambio permitió aumentar significativamente las interacciones, el alcance y la lectura de los comunicados oficiales del Ingemmet en plataformas digitales.

ANTES	DESPUÉS
Resumen Alcance 1.326 Visualizaciones 1.496 Interacciones 9	Resumen Alcance 50.820 Visualizaciones 47.321 Interacciones 411

4.5. Análisis crítico: Reflexión sobre desafíos enfrentados, aprendizaje adquirido y posibles mejoras.

Durante la ejecución de las estrategias digitales del Ingemmet, uno de los principales desafíos fue transformar el enfoque tradicional y técnico de la comunicación institucional hacia un modelo más accesible, interactivo y orientado al ciudadano. Este proceso implicó adaptar contenidos científicos a un lenguaje sencillo, aprovechar las tendencias digitales y promover una comunicación bidireccional con el público.

Según *Capriotti y Zeler (2023)*, muchas instituciones aún mantienen un estilo comunicacional monológico en redes sociales, pese a los esfuerzos por fomentar la participación. En ese sentido, la gestión realizada en el Ingemmet buscó contrarrestar esta tendencia, generando espacios de interacción que fortalecieron la conexión entre la ciencia y la sociedad.

Asimismo, se identificó la necesidad de consolidar procesos internos más ágiles entre las áreas técnicas y de comunicación, a fin de garantizar un flujo constante de información verificable y oportuna. El aprendizaje adquirido refuerza la importancia de la planificación estratégica, la coordinación interinstitucional y la constante actualización en herramientas digitales.

Como posible mejora, se propone ampliar la capacitación de los especialistas en comunicación digital aplicada a la divulgación científica, así como continuar con el uso de inteligencia artificial y analítica avanzada para optimizar la segmentación y personalización de los contenidos.

5. Conclusiones

La experiencia profesional en el Ingemmet permitió aplicar de forma práctica los conocimientos adquiridos en la carrera de Comunicación Estratégica, fortaleciendo la gestión institucional en entornos digitales. Las estrategias implementadas contribuyeron a mejorar la presencia y reputación del Ingemmet, evidenciadas en el incremento de seguidores, el alcance y la interacción en sus plataformas sociales.

Asimismo, se comprobó que la comunicación científica puede ser efectiva y atractiva cuando se adapta a las dinámicas de consumo digital del público. En ese sentido, *Martínez-Rolán y Piñeiro-Otero (2021)* sostienen que la comunicación científica en redes sociales debe ajustarse a las lógicas del entorno digital, priorizando la claridad, el formato visual y la conexión emocional con la audiencia. Este principio fue clave para transformar los contenidos del Ingemmet en mensajes más cercanos y comprensibles, reafirmando el rol del comunicador estratégico como puente entre la información técnica y la ciudadanía.

6. Recomendaciones

- Mantener la planificación estratégica de contenidos digitales basada en métricas y análisis de comportamiento del público.
- Capacitar continuamente al equipo de comunicación en nuevas tendencias, inteligencia artificial aplicada y herramientas de gestión digital.
- Fomentar la colaboración entre las áreas técnicas y de comunicación para generar contenidos científicos más participativos y visualmente atractivos.
- Explorar nuevos formatos y plataformas emergentes para ampliar el alcance institucional y mantener la innovación comunicacional del Ingemmet.
- Invertir en herramientas y recursos tecnológicos que optimicen la creación de contenidos digitales.
- Respetar los tiempos y procesos creativos para garantizar productos comunicacionales de calidad.
- Evitar publicar contenidos solo por solicitud jerárquica, priorizando la coherencia y estrategia institucional.

Referencias bibliográficas

- Capriotti, P., & Zeler, I. (2023). *Analysing effective social media communication in higher education institutions*. ResearchGate.
<https://www.researchgate.net/publication/374507207>
- Martínez-Rolán, X., & Piñeiro-Otero, T. (2021). *Comunicación científica y redes sociales: Estrategias y narrativas para la divulgación digital*. Revista Mediterránea de Comunicación, 12(2), 45–59.
- Moreno, Á., & Capriotti, P. (2020). *La comunicación digital en instituciones públicas: tendencias, participación y transparencia*. Revista Internacional de Relaciones Públicas, 10(19), 5–28.
- Vargas Basilio, L., Yaulilahua Llancari, M., & Quincho Zevallos, R. (2024). *Gestión de redes sociales y su influencia en la participación de usuarios millennials en entornos institucionales*. Revista de Comunicación y Sociedad, 39(1), 112–130.

ANEXOS

Registro de impacto y resultados

Tipo de documento: Trabajo de suficiencia profesional

Título del Trabajo de Investigación o Tesis

Describir la evolución de las redes sociales del Ingemmet a partir de la aplicación de estrategias de comunicación digital en el año 2025

Integrante:

1. Del Aguila Villanueva, Gustavo Adolfo

Asesor: Espinoza Rua, Celes Alonso

Impacto de la investigación

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos,

La aplicación de estrategias de comunicación digital durante el año 2025 generó un impacto positivo en la presencia digital del Ingemmet, fortaleciendo la difusión del conocimiento geocientífico y la conexión con sus públicos. La renovación de productos comunicacionales, la incorporación de formatos audiovisuales y la adaptación del lenguaje institucional permitieron mejorar el alcance, las visualizaciones y las interacciones en las principales redes sociales. Asimismo, estas acciones contribuyeron al fortalecimiento del posicionamiento del Ingemmet como referente técnico y científico del sector público.

Resultado del proceso de investigación

Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzadas después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del proyecto.

El análisis realizado evidenció una evolución favorable de las redes sociales del Ingemmet durante el año 2025. Los resultados mostraron un crecimiento sostenido de seguidores, alcance, visualizaciones e interacciones, especialmente en Facebook, Instagram, TikTok y YouTube. Asimismo, la comparación entre los formatos anteriores y los implementados durante 2025 permitió identificar mejoras significativas en el desempeño de productos como Rocas y Minerales del Perú, Fósil del Mes, Geología en 360, Pico y Datos y Nota de Prensa, demostrando la efectividad de la adaptación de contenidos a las dinámicas de comunicación digital.