



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN

Facultad de Ciencias Químicas
Coordinación de Comunicación Institucional

MEMORÁNDUM CCI/050/2025

A: C.P. Sonia Unzain, Jefa
Modelo Estándar de Control Interno, FCQ-UNA

De: Prof. Lic. María de los Angeles González Burguez, Coordinadora
Comunicación Institucional


Prof. Lic. María de los Angeles González
Coordinadora
Comunicación Institucional - FCQ-UNA

Fecha : 30 de diciembre de 2025

Asunto : Informe sobre la evolución y el comportamiento de los seguidores a las Redes Sociales institucionales

Por el presente, elevo para vuestro registro el informe evolutivo de las redes sociales institucionales, tomando como las métricas de la plataforma Meta Business, que gestiona las redes sociales Instagram y Facebook, además del seguimiento a la cuenta de TikTok, Likedin y el canal de Youtube.

Se adjunta un informe detallado, para los fines pertinentes,

Cordialmente.

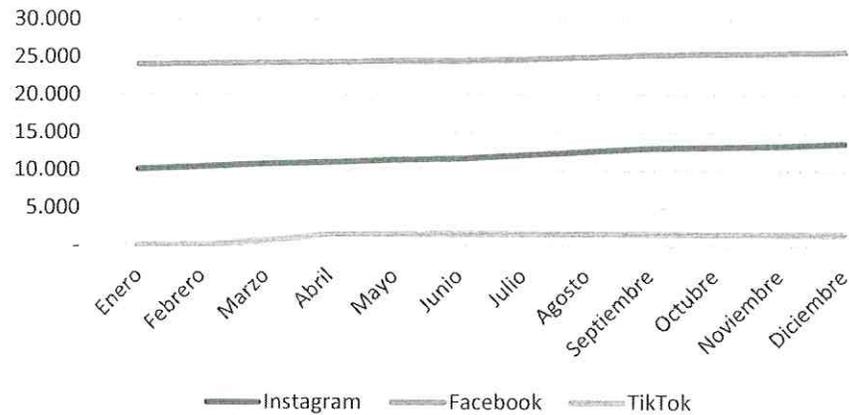
COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL - INFORME GENERAL DE REDES SOCIALES INSTITUCIONALES 2025

Informe cualitativo y cuantitativo de redes sociales – 2025

Evolución mensual de seguidores por Red Social – Año 2025

Redes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	Seguidores											
Instagram	10.119	10.444	10.825	11.036	11.384	11.534	12.025	12.478	12.934	13.127	13.266	13.627
Facebook	24.033	24.093	24.230	24.301	24.481	24.546	24.718	25.026	25.343	25.524	25.615	25.785
TikTok	-	-	640	1.456	1.491	1.513	1.532	1.538	1.543	1.557	1.560	1.559

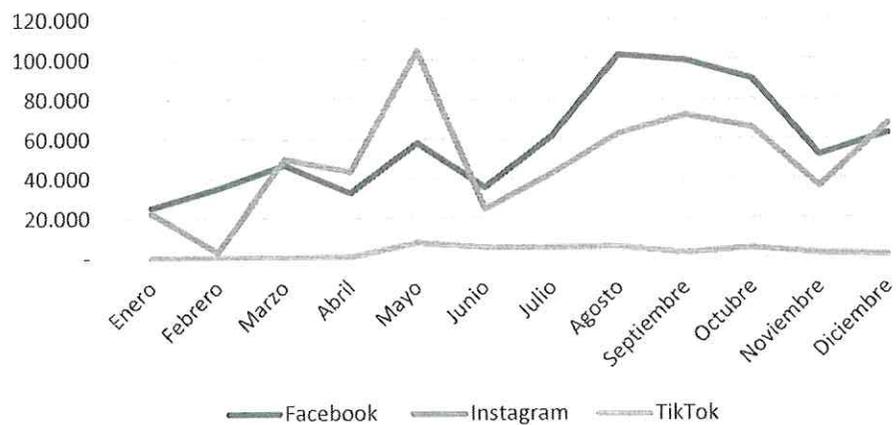
Seguidores de Facebook, Instagram y Tiktok



Alcance de publicaciones por mes – Año 2025

Redes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	Alcance	Alcance	Alcance	Alcance								
Facebook	25.368	34.993	46.699	32.508	57.764	35.289	61.305	102.124	99.346	89.998	51.678	62.537
Instagram	22.327	2.717	49.673	43.266	104.166	24.549	42.371	62.495	71.808	65.656	35.759	67.367
TikTok	-	-	15	182	7.517	5.076	5.123	5.446	2.106	4.697	2.059	1.177

Alcance de Facebook, Instagram y Tiktok



La cobertura de eventos académicos y científicos, junto con la comunicación de la participación activa de estudiantes, docentes y egresados en distintas áreas, generó una mayor cercanía con la audiencia, fortaleciendo el sentido de pertenencia y la identificación con la institución. Este tipo de contenido permitió visibilizar el quehacer académico y científico de la Facultad, contribuyendo positivamente a la percepción institucional.

El incremento de publicaciones en formatos audiovisuales (clips breves) favoreció la captación de nuevos seguidores, especialmente en Instagram y TikTok, plataformas donde este tipo de contenido presenta un mayor alcance orgánico. Asimismo, la presencia sostenida durante todo el año permitió mantener activa a la comunidad digital y generar confianza en los canales oficiales de comunicación.

La inauguración de la cuenta oficial de TikTok y el crecimiento sostenido de LinkedIn ampliaron el alcance de la Facultad hacia nuevos segmentos de público, particularmente el público juvenil en TikTok y profesionales, egresados y sectores específicos vinculados al ámbito académico y productivo en LinkedIn.

Análisis cualitativo por red social

Instagram

Se consolidó como una de las principales plataformas de visibilidad institucional, destacándose por:

- Alto crecimiento de seguidores
- Elevado número de visitas al perfil
- Buena respuesta a contenidos visuales y audiovisuales
- Es un canal clave para estudiantes, aspirantes y público joven.

Facebook

Mantuvo una comunidad amplia y consolidada, con:

- Alto alcance en publicaciones institucionales
- Buen rendimiento en comunicados y difusión masiva.
- Continúa siendo una plataforma estratégica para la comunicación formal.

LinkedIn

Registró un crecimiento sostenido durante el año, con un público compuesto mayoritariamente por profesionales de áreas relacionadas con Farmacia y Alimentos y Bebidas.

Se identifica como un canal estratégico de vinculación con egresados y sectores profesionales, con alto potencial para contenido especializado.

YouTube

Presentó un crecimiento gradual pero constante, consolidándose como una biblioteca audiovisual institucional, orientada a contenidos académicos, informativos y de mayor duración.

Enero 2025: 194 videos

Diciembre 2025: 340 videos

Variación: 75% de aumento

TikTok

Desde su apertura en febrero, mostró un crecimiento acelerado, reflejando:

- Interés del público juvenil
 - Alto nivel de interacción
 - Potencial para humanizar la comunicación institucional
- Se posiciona como un canal complementario de gran proyección.

En conclusión, durante el año 2025 las redes sociales de la Facultad de Ciencias Químicas demostraron ser un instrumento efectivo de comunicación institucional, logrando ampliar su comunidad digital, incrementar el alcance de las publicaciones y fortalecer el vínculo con estudiantes, egresados y profesionales. El crecimiento observado responde a una estrategia basada en la constancia, la relevancia del contenido, la organización visual de la información y la diversificación de formatos y plataformas, sentando bases sólidas para la continuidad y optimización de la comunicación digital en los próximos periodos.