Reporte de

# REDES SOCIALES

Septiembre 2025

IMPULSO
—Agencia de Marketing—

# RESUMEN EJECUTIVO

## Objetivo

Posicionar a El Pollito Pérez como la pollería de referencia en Río Seco – El Porvenir, destacando su propuesta de valor: pollo a la brasa crocante, doradito y jugoso, acompañado de promociones familiares accesibles, y al mismo tiempo construir comunidad digital en Facebook e Instagram para aumentar el alcance local, generar recordación de marca y atraer clientes al punto de venta y al delivery.

## Hallazgos

- 38 Me gusta en la página.
- 40 seguidores (nuevos y recurrentes).
- 13,330 impresiones (alcance total del contenido).
- 461 visitas a la página.
- 24 publicaciones en el mes( imágenes, videos y historias)
- 15.37 visitas diarias en promedio.

IMPULSO
Agencia de Marketing

# METODOLOGÍA

## Redes Sociales

**Facebook, Instagram y tik tok – El Pollito Pérez**

*Fechas*

Del 1 al 30 de septiembre de 2025

*Herramientas de análisis*

- Meta Business Suite: para medir métricas de alcance, impresiones y participación.
- Metricool: para análisis de crecimiento, frecuencia de publicación y rendimiento de contenidos.
- Reporte manual de interacciones: revisión de reacciones, comentarios, compartidos y clics en publicaciones.

IMPULSO
—Agencia de Marketing—

# MÉTRICAS CLAVES

## Alcance

Durante septiembre, las publicaciones alcanzaron aproximadamente 7,270 personas. Esto refleja que las piezas creativas y los copies lograron captar la atención de la comunidad local, especialmente en publicaciones promocionales y dinámicas.

## Impresiones

Se registraron más de 13,300 impresiones, lo que significa que los contenidos fueron vistos varias veces por la misma audiencia. Este indicador confirma que la frecuencia de publicaciones (5.6 por semana) está generando visibilidad sostenida

## Engagement

El promedio de interacciones fue de 10 a 15 por publicación, con picos más altos en promociones especiales y publicaciones vinculadas a fechas relevantes (ejemplo: 18 de septiembre con “Flores amarillas y papas amarillas”). Aunque las interacciones son buenas, aún hay espacio para incentivar más comentarios y compartidos.

## Seguidores

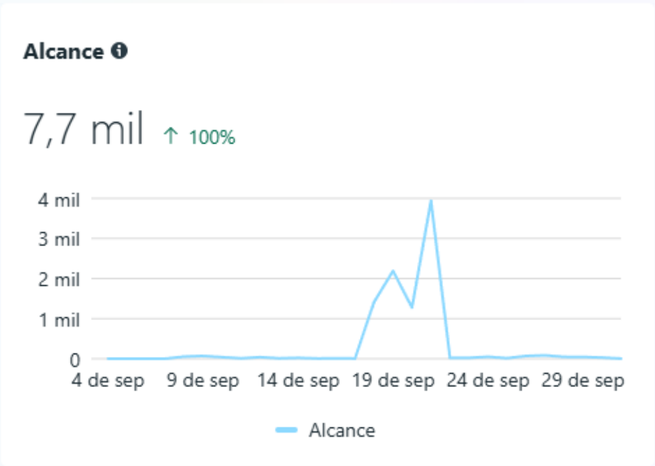
La página logró llegar a 40 seguidores activos en su primer mes de medición. Si bien el número inicial es pequeño, muestra un crecimiento constante desde el lanzamiento de la estrategia. La meta debe enfocarse en mantener publicaciones atractivas y dinámicas que impulsen la fidelización.

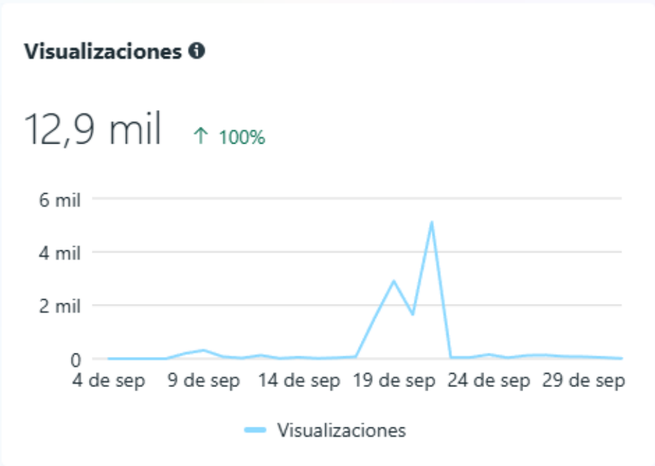
IMPULSO
Agencia de Marketing

# Red social:

SEPTIEMBRE

# GRÁFICA COMPARATIVA

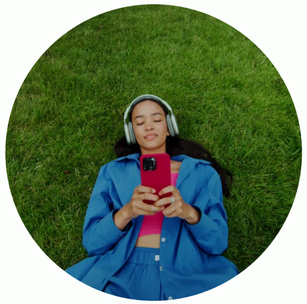



Crecimiento positivo : Aunque la comunidad es aún pequeña (40 seguidores), el alcance y las visualizaciones son mucho más grandes, lo que indica que el contenido está logrando atraer a personas fuera de los seguidores actuales.

IMPULSO
Agencia de Marketing

# ANÁLISIS DE CONTENIDO



## Videos

*Los videos muestran bajo nivel de interacción y alcance. Aunque generan algunas reproducciones, no logran captar suficiente atención. Requieren optimización: duración más corta, ganchos iniciales atractivos y llamados a la acción claros.*

## Fotos

*Son el formato más efectivo en términos de alcance e impresiones. Publicaciones con carga emocional o cultural (ej. flores amarillas, festividades) han alcanzado más de 12 mil impresiones, consolidándose como piezas virales.*

## Memes

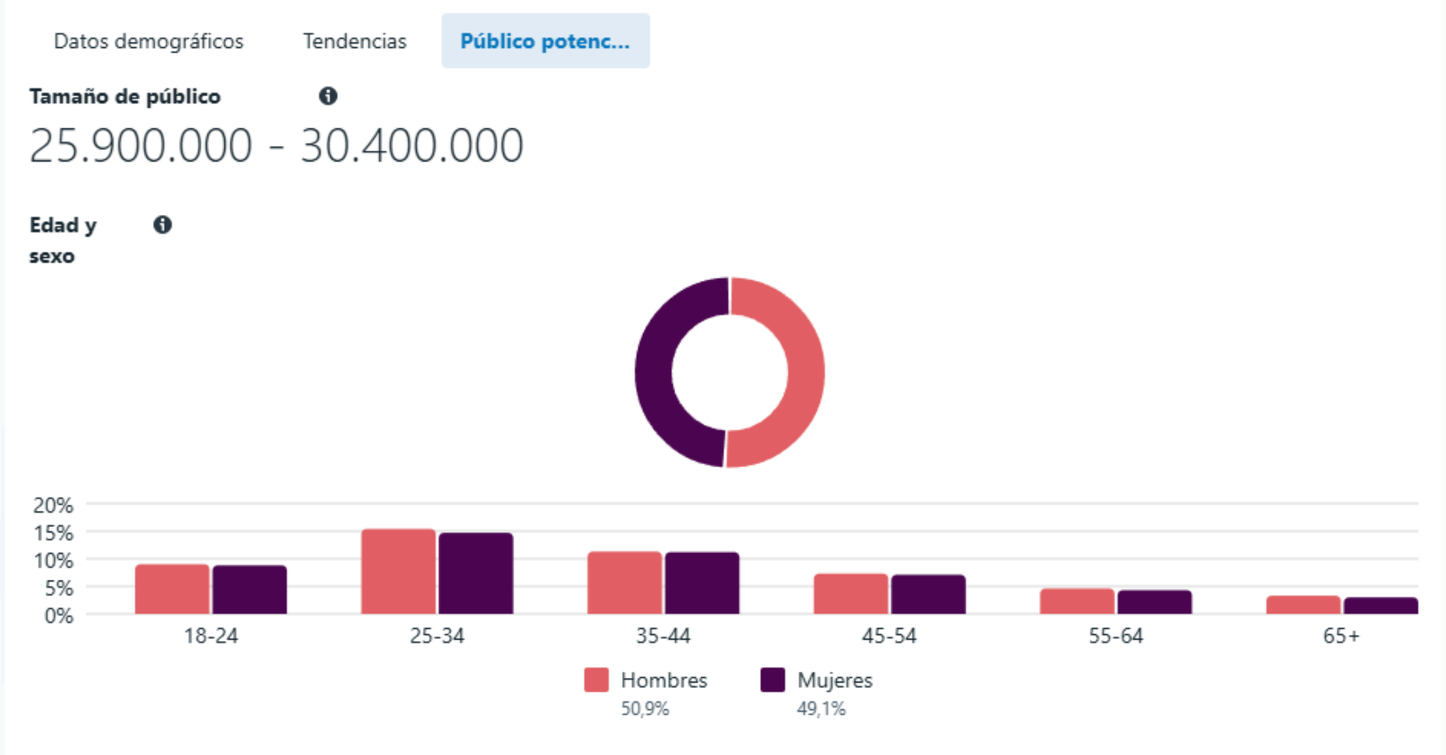
El humor genera mayor conexión con la audiencia. Frases divertidas o situaciones cotidianas obtienen más comentarios y compartidos, potenciando el alcance orgánico.

## *Historias*

Tuvieron un rol clave en mantener la visibilidad diaria y generar interacción directa con el público (respuestas a stickers y encuestas). Funcionan como canal ágil para promociones flash y recordatorios de combos.

IMPULSO
Agencia de Marketing

# ANÁLISIS DE LA AUDIENCIA




- Edad predominante: 25 – 34 años (mayor concentración de usuarios).
- Distribución por género: muy equilibrada → Hombres (50.9%) y Mujeres (49.1%).
- Segmento de 18 – 24 años también representa un porcentaje relevante.

IMPULSO
Agencia de Marketing

# Red social:

## SEPTIEMBRE

### CONCLUSIÓN

***Crecimiento positivo: Aunque la comunidad es aún pequeña (40 seguidores), el alcance y las visualizaciones son mucho más grandes, lo que indica que el contenido está logrando atraer a personas fuera de los seguidores actuales.***

***Impacto concentrado: Los picos de seguidores, alcance y visualizaciones muestran que ciertos contenidos puntuales generan gran tracción, pero aún falta consistencia.***

***Oportunidad clave: Si se mantiene la constancia y se refuerzan los formatos que generaron los picos (probablemente Reels y promociones llamativas), el crecimiento en seguidores y fidelización puede acelerarse en los próximos meses.***

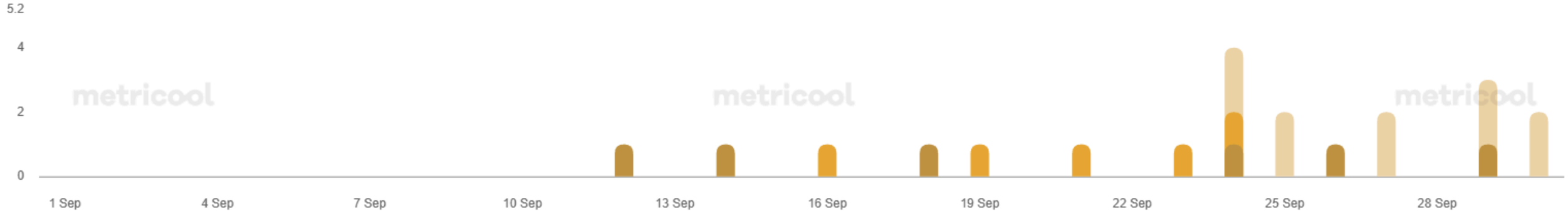
# Red social:

SEPTIEMBRE

# GRÁFICA COMPARATIVA

Crecimiento

| 106 | 10 | 21 |
|---|---|---|
| Seguidores | Siguiendo | Contenido total |

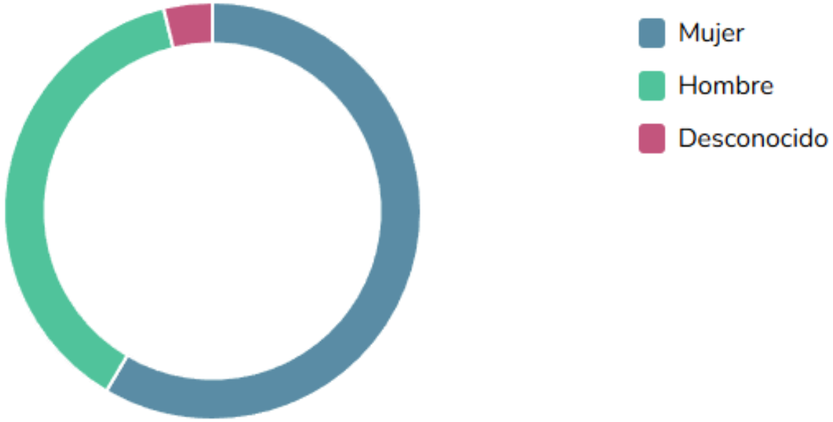



| - | - | - | - | 0.7 | 4.9 |
|---|---|---|---|---|---|
| Seguidores | Seguidores diarios | Seguidores por publicación | Siguiendo | Publicaciones por día | Publicaciones por semana |

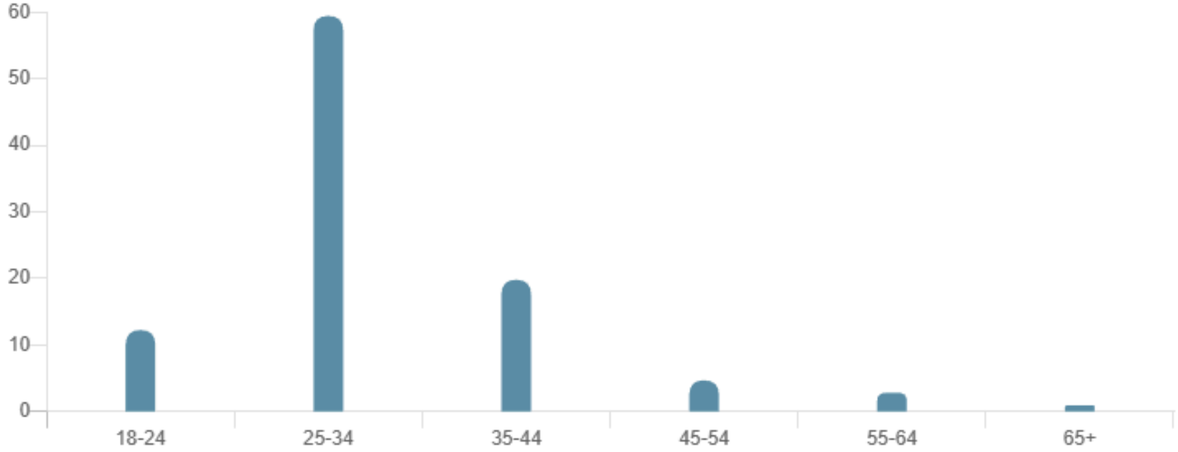
IMPULSO
Agencia de Marketing

## Género

Ver tabla

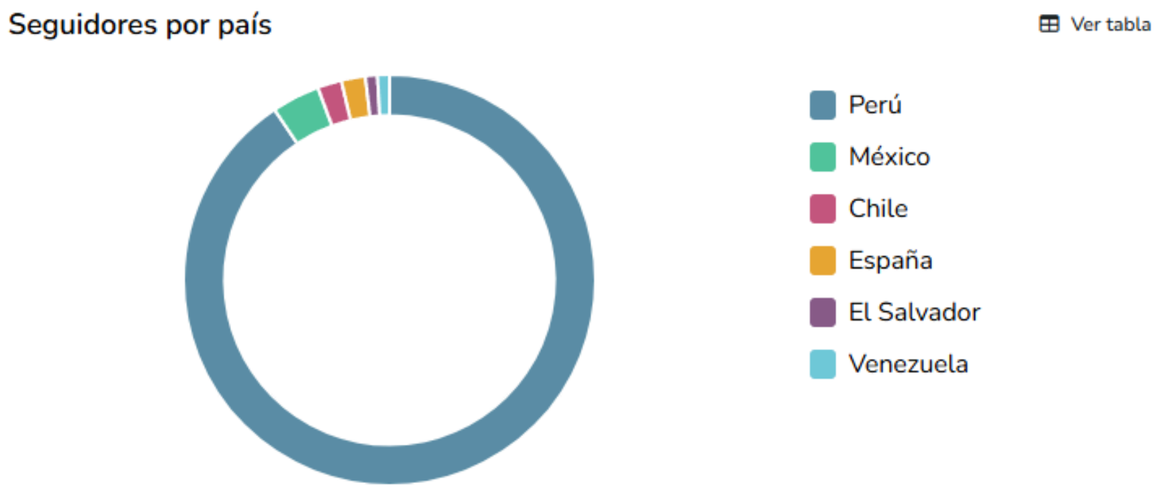


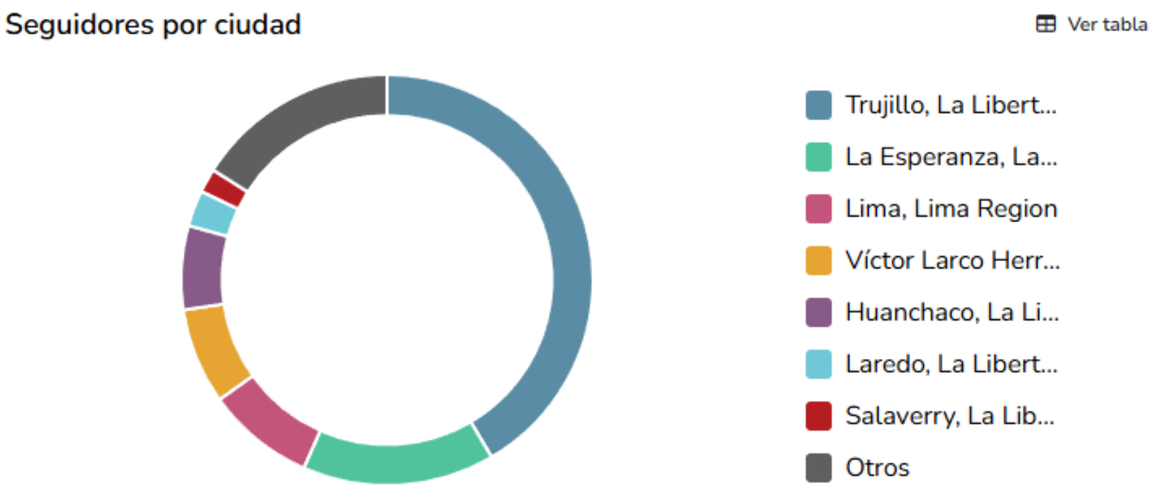

## Edad



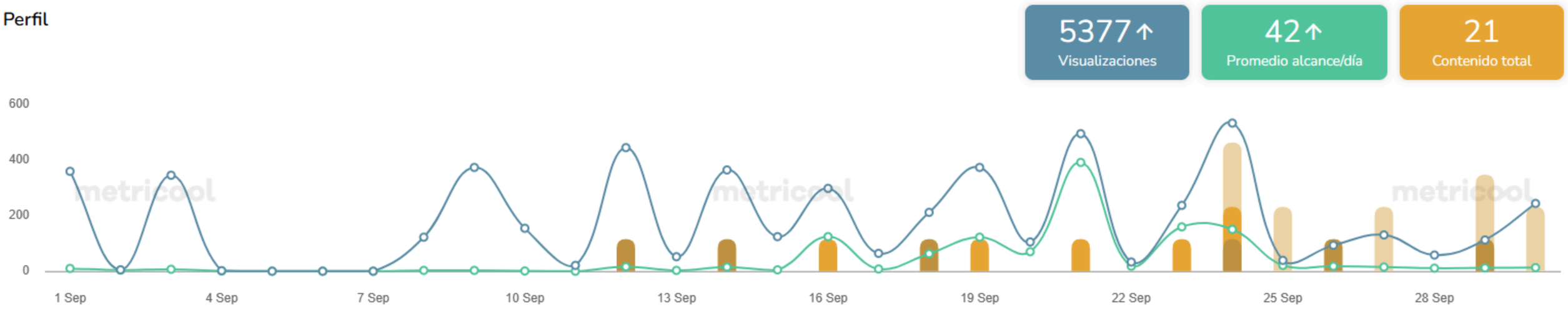

La audiencia es mayoritariamente femenina , lo que indica que gran parte de las decisiones de compra o interés por el contenido está influenciado por mujeres.

El segmento principal es 25-34 años , seguido de 35-44 años. Estos grupos representan a jóvenes adultos y adultos en etapa familiar, perfil ideal para consumo frecuente de pollos a la brasa y delivery.




Fuerte presencia local : La mayoría de los seguidores son de Perú (90%) , y dentro del país, la concentración es clara en Trujillo y alrededores (más del 70%) .
👉 Esto confirma que Pollito Pérez tiene una comunidad sólida en su zona de influencia directa (La Libertad).

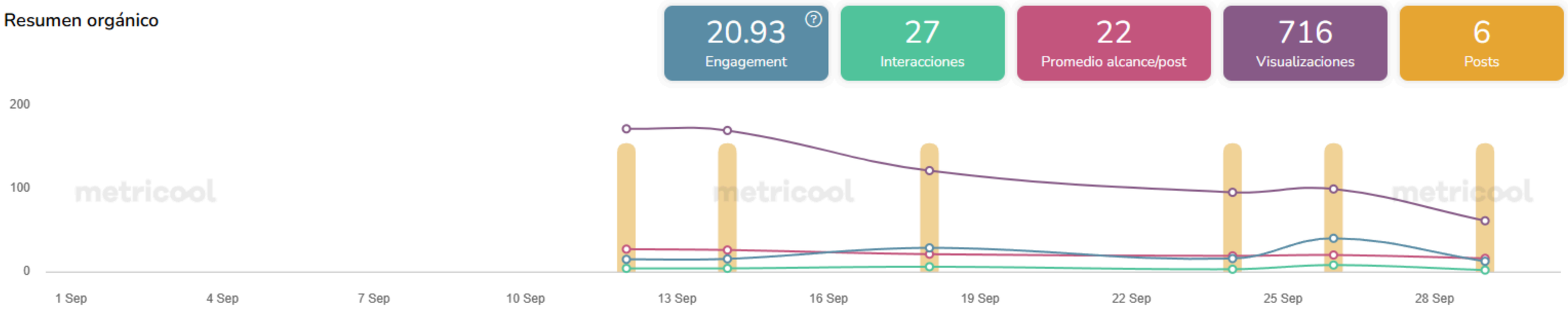



📈 Comportamiento

Se observan picos de visualizaciones fuertes en varias fechas clave (1, 4, 9, 13, 16, 22 y 25 de septiembre). Esto indica que ciertos contenidos generaron más curiosidad e interés, impulsando visitas al perfil.

La mayoría de estos picos coinciden con días de publicaciones nuevas, lo que muestra que el contenido publicado es el principal motor de tráfico .

En días sin publicaciones, las visualizaciones bajan casi a cero, evidenciando que aún no hay tráfico orgánico constante ni búsqueda de marca consolidada.




El desempeño orgánico demuestra que Pollito Pérez tiene potencial de generar interacción con su audiencia , pero el volumen de contenido todavía es muy bajo. Para mejorar:

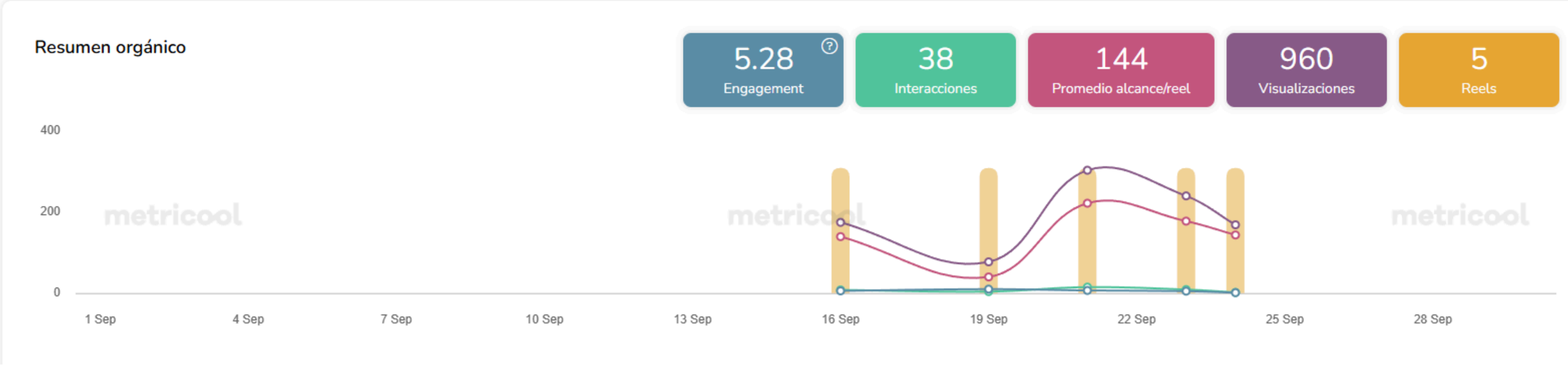
1. Incrementar la frecuencia (mínimo 3–4 publicaciones semanales).
2. Apostar más por Reels y dinámicas interactivas (encuestas, retos, preguntas).
3. Vincular mejor las publicaciones con fechas clave y promociones para escalar el alcance.

## Lista de posts

| | Tipo | Fecha | Visualizaciones orgánicas | Alcance orgánico | Likes orgánicos |
|---|---|---|---|---|---|
| ¡Descubre el Top 3 de los combos más pedidos en ... Más Reutilizar contenido Ver | | 26 sep 2025 13:10 | 99 | 20 | 7 |
| "El último pedazo... es mío 😋 🍗 "... Más Reutilizar contenido Ver + Promocionar | | 29 sep 2025 11:36 | 61 | 16 | 2 |
| 👉 Estamos solicitando: Personal de atención al ... Más Reutilizar contenido Ver + Promocionar | | 24 sep 2025 18:44 | 95 | 19 | 3 |
| 🌸 💛 Flores amarillas combinan con papas ... Más Reutilizar contenido Ver + Promocionar | | 18 sep 2025 11:03 | 121 | 21 | 6 |
| 😍 La felicidad tiene sabor a pollo a la brasa 💛 ... Más Reutilizar contenido Ver + Promocionar | | 14 sep 2025 13:03 | 169 | 26 | 4 |

Los contenidos emocionales o con tendencia viral (ej: Flores amarillas ) y los que destacan los productos más vendidos ( Top 3 de combos ) son los que generan mayor interacción orgánica .
Las publicaciones informativas (convocatorias, mensajes internos) tienen menos interacciones, pero cumplen un rol necesario.
El alcance orgánico sigue siendo bajo , por lo que se recomienda reforzar con videos cortos (Reels/TikTok) y publicaciones en horarios de mayor actividad (según métricas: tardes y fines de semana).

## Reels en el periodo




Los Reels son el formato más efectivo para visibilidad en Pollito Pérez, superando ampliamente el alcance de las publicaciones estáticas, Sin embargo, falta trabajar en el contenido interactivo (humor, tendencias, retos, preguntas al público) para elevar el engagement.

**En resumen: los Reels funcionan, pero necesitan más frecuencia y mejor estrategia de interacción para convertirse en el motor principal de crecimiento de la marca.**

## Lista de reels

| | Fecha | Visualizaciones orgánicas | Alcance orgánico | Likes orgánicos |
|---|---|---|---|---|
| Con ustedes... el verdadero escuadrón del sabor 🍗 ... Más Reutilizar contenido Ver + Promocionar | 23 sep 2025 10:54 | 239 | 177 | 6 |
| 😅 Cuando dices "¡tú también!" y terminas ... Más Reutilizar contenido Ver + Promocionar | 21 sep 2025 9:02 | 302 | 221 | 12 |
| 🔴 ¡El CRUNCH que enamora! 🍗 🔥 ... Más Reutilizar contenido Ver + Promocionar | 16 sep 2025 11:28 | 174 | 139 | 7 |
| 😜 ¡Ese vacío en la refri duele!... Más Reutilizar contenido Ver + Promocionar | 24 sep 2025 9:02 | 168 | 143 | 2 |
| 👉 Cuéntanos en los comentarios: ¿qué plato se te ... Más Reutilizar contenido Ver + Promocionar | 19 sep 2025 9:05 | 77 | 40 | 4 |

Los Reels con humor, dinamismo y situaciones reales son los que mejor funcionan (ejemplo: "¡tú también!"), En resumen: los Reels son un motor clave de alcance, pero el humor y la identificación personal son los factores que marcan la diferencia en el engagement .

# Red social:

## SEPTIEMBRE

### CONCLUSIÓN

***Los Reels con humor, dinamismo y situaciones reales son los que mejor funcionan (ejemplo: “¡tú también!”).***

***Los Reels descriptivos o más “publicitarios” tuvieron menor interacción, aunque siguen sumando alcance.***

***Para octubre conviene:***

- ***Reforzar contenido humorístico y relatable.***
- ***Usar tendencias musicales y challenges para aumentar visibilidad.***
- ***Incluir llamados a la acción más claros (ej: “dale like si te provoca un pollo ahora mismo”, “etiqueta al que siempre se come tu presa favorita”).***

# Red social:

SEPTIEMBRE

# GRÁFICA COMPARATIVA

IMPULSO
Agencia de Marketing

El contenido publicado a partir del 19 de septiembre generó un pico inmediato de visualizaciones , llegando a su punto más alto el 22 de septiembre , con más de 4,000 vistas.
Después del pico, las visualizaciones bajaron, pero se mantuvieron estables en un rango entre 1,000 y 2,000.

Al igual que en visualizaciones, la actividad se concentró entre el 19 y el 25 de septiembre .
Hubo un pico máximo el 22 de septiembre , donde se alcanzó la mayor cantidad de interacciones.
Los compartidos destacan como la acción más fuerte de la audiencia.

## Posts

Buscar

| | Tipo | Fecha | Visualizaciones | Me gusta | Comentarios |
|---|---|---|---|---|---|
| 😂 ¡Ese vacío en la refri duele! Pero en Pollito Pérez... Más Reutilizar contenido Ver | | 24 sep 2025 9:09 | 977 | 31 | 0 |
| Con ustedes... el verdadero escuadrón del sabor 🍗 ... Más Reutilizar contenido Ver | | 23 sep 2025 10:57 | 1.26k | 52 | 3 |
| 😅 Cuando dices “¡tú también!” y terminas ... Más Reutilizar contenido Ver | | 21 sep 2025 9:07 | 4.19k | 154 | 20 |
| 👉 Cuéntanos en los comentarios: ¿qué plato se te ... Más Reutilizar contenido Ver | | 19 sep 2025 9:11 | 611 | 18 | 1 |
| La felicidad tiene sabor a pollito y lo sabes 😀 😁 Más Reutilizar contenido Ver | | 19 sep 2025 9:09 | 410 | 18 | 0 |

Contenido ganador: El reel del 21 de septiembre (“Cuando dices tú también…”)
superó al resto en todas las métricas → Es el formato ideal para replicar: humor, cercanía y contexto cotidiano.
Buen alcance sostenido: El resto de posts lograron entre 400 y 1.2k vistas, lo que refleja un buen promedio, pero con menor nivel de interacción (pocos comentarios).

# Red social:

## SEPTIEMBRE

### CONCLUSIÓN 1

- ***Contenido ganador: El reel del 21 de septiembre ("Cuando dices tú también…") superó al resto en todas las métricas → Es el formato ideal para replicar: humor, cercanía y contexto cotidiano.***

- ***Buen alcance sostenido: El resto de posts lograron entre 400 y 1.2k vistas, lo que refleja un buen promedio, pero con menor nivel de interacción (pocos comentarios).***

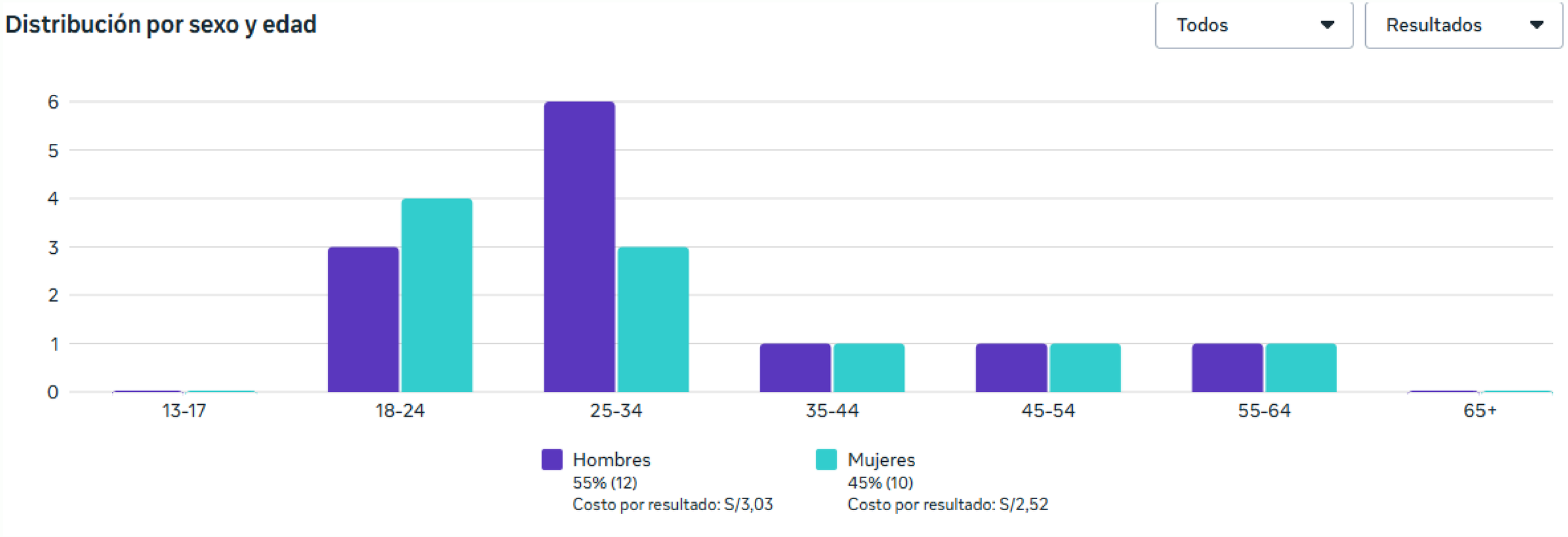
- ***Falta de conversación: Excepto en el post viral, la mayoría de publicaciones tuvieron muy pocos comentarios (0-3). Esto indica que la audiencia observa y reacciona, pero no conversa.***

- ***Importancia del storytelling: Los posts con frases creativas y situaciones de la vida diaria (ej. "vacío en la refri") conectan mejor que los mensajes genéricos.***

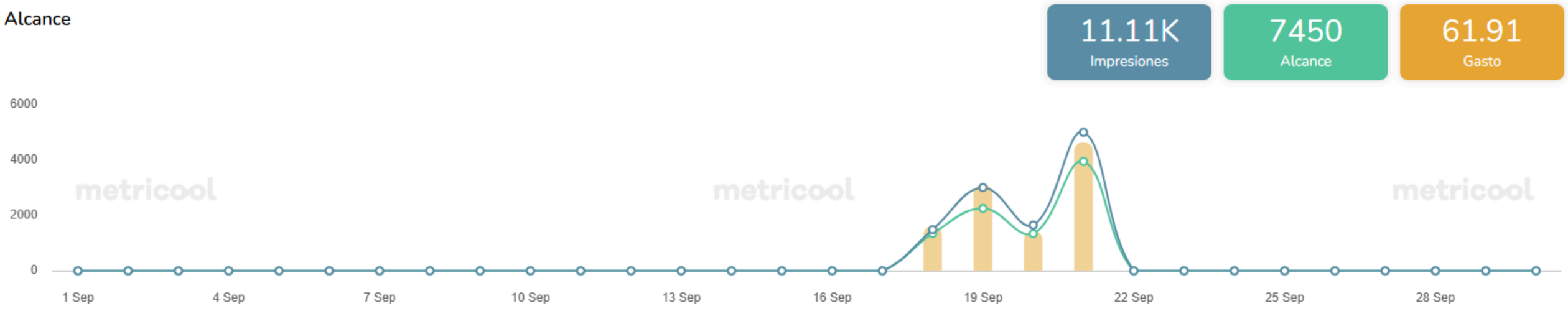
# Meta ADS:

SEPTIEMBRE

IMPULSO
Agencia de Marketing

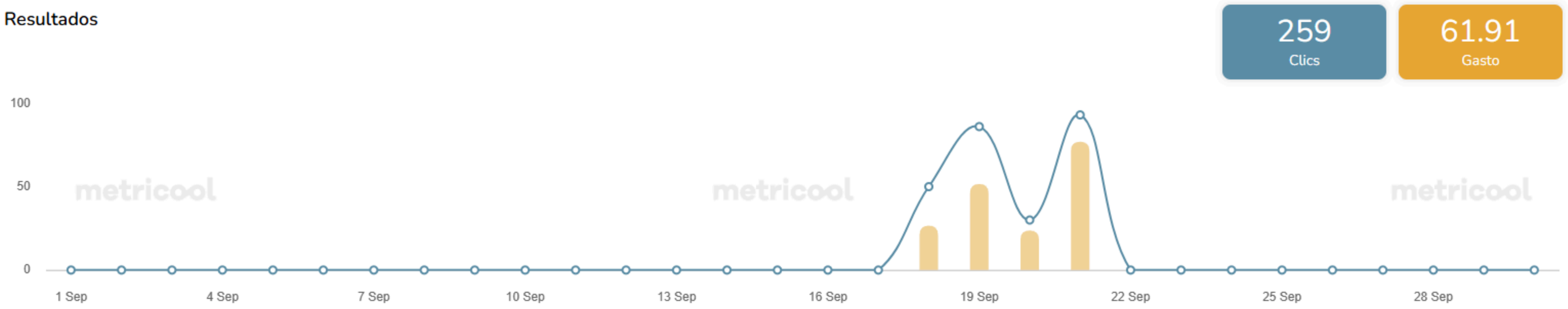



En resumen, la campaña funcionó mejor en jóvenes adultos (18 a 34 años), con buena respuesta tanto de hombres como mujeres, pero con mayor volumen en hombres y menor costo en mujeres.

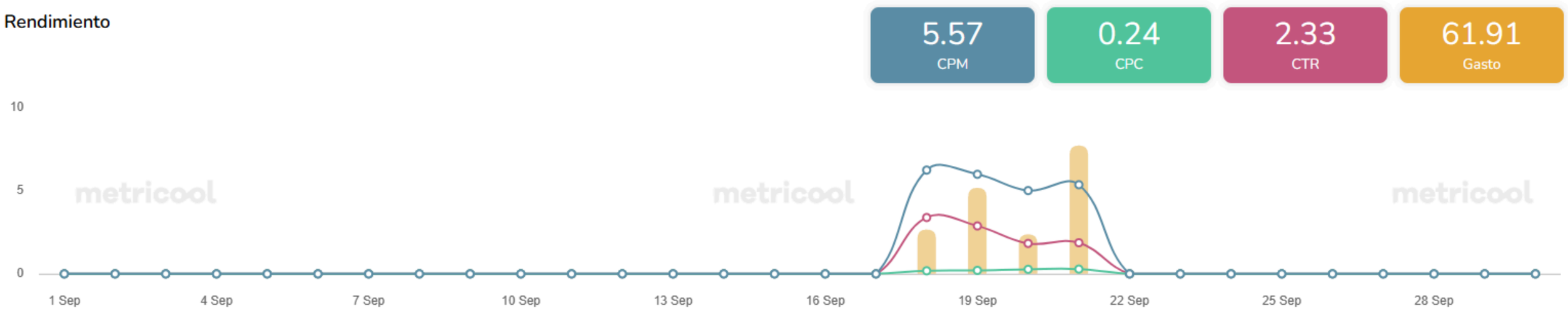



Durante el mes de septiembre, la campaña alcanzó un total de 7,450 personas y generó 11,110 impresiones, con una inversión de S/61.91.
El gráfico refleja picos de mayor alcance entre el 19 y 22 de septiembre, donde las publicaciones lograron los mejores resultados en visibilidad e interacción. Posteriormente, el alcance disminuyó, lo que indica que la pauta publicitaria fue clave para impulsar los resultados en esos días específicos.

👉 En resumen: con una baja inversión se obtuvo una amplia visibilidad, confirmando la efectividad de la campaña en generar presencia de marca.




se logró una buena tasa de respuesta por inversión, concentrada en un periodo corto pero muy efectivo para captar la atención de la audiencia.




EN ESTE GRÁFICO OBSERVAMOS LOS INDICADORES CLAVE DE LA PAUTA:
**CPM (Costo por mil impresiones): 5.57 → muestra un costo eficiente para llegar a 1000 personas.**
**CPC (Costo por clic): 0.24 → cada clic generado fue muy económico, lo que refleja un buen nivel de optimización.**
**CTR (Tasa de clics): 2.33% → indica un nivel aceptable de interés de los usuarios respecto al contenido mostrado.**
**Gasto total: S/61.91 → inversión que generó el alcance y los clics reportados.**

# Meta ADS:

SEPTIEMBRE

## CONCLUSIÓN

LA CAMPAÑA FUE POSITIVA Y RENTABLE, YA QUE CON UNA INVERSIÓN PEQUEÑA SE LOGRÓ: BUEN ALCANCE Y EXPOSICIÓN DE MARCA.

COSTOS MUY BAJOS POR CLIC E INTERACCIÓN. CONVERSACIONES INICIADAS QUE SON CLAVE PARA VENTAS DIRECTAS.

👉 EL APRENDIZAJE PRINCIPAL ES QUE CUANDO SE CONCENTRA LA INVERSIÓN EN DÍAS ESTRATÉGICOS, LOS RESULTADOS SE POTENCIAN.

PARA LA SIGUIENTE CAMPAÑA SE RECOMIENDA: MANTENER LA INVERSIÓN EN PERÍODOS CLAVE (FINES DE SEMANA O FECHAS ESPECIALES). AMPLIAR LA DURACIÓN ACTIVA PARA NO DEPENDER SOLO DE 3-4 DÍAS DE IMPACTO.

EXPERIMENTAR CON MÁS FORMATOS CREATIVOS (REELS + OFERTAS EXCLUSIVAS) PARA SUBIR AÚN MÁS EL CTR.

# CONTACTO

## Datos de contacto

(55) 1234 5678
www.sitioincreible.com
hola@sitioincreible.com
@sitioincreible

IMPULSO
Agencia de Marketing