Numero de oficio: **116**
Revisión: **DT/130/2026**
Fecha de emisión: **30 – septiembre - 2026**

Informe trimestral

LNI. Eduardo Alexis Pérez Esparza
Director de la unidad de transparencia

H. Ayuntamiento de Degollado, Jalisco
Degollado, Jalisco, México.
a **30** de septiembre del **2026**.

En el Municipio de Degollado, jalisco el día 30 (treinta) de enero del año dos mil veintiséis en el que suscribe el **Licenciado en ciencias políticas y sociales Jorge Antonio Guadarrama Salas**, en su carácter como titular de la dirección de comunicación social y relaciones públicas de Degollado, Jalisco, por la designación del presidente de esta municipalidad, con el objetivo de brindar respuesta a la orden de auditoria **DT/130/2026** expedida por la dirección de la unidad de transparencia con el número de oficio correspondiente a **DT/130/2026**

Teniendo a conciencia de buen agrado se exponen los siguientes elementos de relación solicitados en el primer proceso de Informe trimestral del 2026 (dos mil veintiséis) del gobierno municipal de Degollado Jalisco para el Departamento de Comunicación social y relaciones públicas.

A continuación, en cumplimiento con la orden se hace de conocimiento **LNI. Eduardo Alexis Pérez Esparza** en la oficina de la unidad de transparencia del desahogo y entrega total de documentación o información solicitada por concepto de materia de la revisión, la cual está siendo entregada a su equipo conforme el acuerdo de la orden de informe trimestral **DT/130/2026**

Se extiende a ustedes el **primer apartado**, consistente en los resultados obtenidos en las **Redes Sociales Digitales del Gobierno Municipal de Degollado**, correspondientes al periodo comprendido del **1.º (primero) de julio del 2026 (año dos mil veintiséis) al 30 (treinta) de septiembre del 2026 (año dos mil veintiséis)**.

Los parámetros establecidos para el análisis de las actividades realizadas durante el presente periodo comprenden: **visualizaciones, alcance, interacciones con el contenido, visitas al perfil, contactos con usuarios, seguidores y espectadores recurrentes**, correspondientes a las plataformas digitales oficiales de **Facebook e Instagram del Gobierno Municipal de Degollado**; así como el volumen y comportamiento del contenido publicado durante el trimestre.

El presente análisis tiene como finalidad identificar el comportamiento de las comunidades digitales durante el periodo señalado, observar las variaciones registradas respecto del trimestre inmediato anterior y reconocer los contenidos que presentaron mayor respuesta por parte de la audiencia.

1. FACEBOOK

Durante el periodo correspondiente a los meses de **julio, agosto y septiembre de 2026**, la página oficial del **Gobierno Municipal de Degollado en Facebook** registró un total de **3.5 millones de visualizaciones**, representando un **decremento del 12.1%** respecto al trimestre anterior.

A pesar de esta disminución, la plataforma mantuvo un volumen considerable de exposición de los contenidos institucionales, acompañado por un total de **31.9 mil interacciones con el contenido**, indicador que presentó un decremento del **18.3%** en comparación con el periodo anterior.

Asimismo, durante el trimestre se registraron **116.4 mil visitas al perfil de Facebook**, lo que representa un indicador relevante de interés por consultar directamente la información disponible en la página oficial del Gobierno Municipal.

Crecimiento de la comunidad

Durante el trimestre se incorporaron **816 nuevos seguidores**, mientras que **162 personas dejaron de seguir la cuenta**, resultando en un crecimiento neto de **654 seguidores** durante el periodo.

Al cierre de septiembre de 2026, la página oficial alcanzó un total de **29,052 seguidores**.

Este comportamiento representa un crecimiento sostenido de la comunidad digital, aun cuando durante el mismo periodo se registró una reducción en determinados indicadores de consumo e interacción con el contenido.

Por otra parte, se contabilizaron **3.2 mil espectadores recurrentes**, indicador que presentó un decremento del **12.1%** respecto al trimestre anterior. Este dato permite observar que, además del crecimiento nominal de la comunidad, existe un grupo de usuarios que mantiene un comportamiento recurrente de consumo de los contenidos publicados por la institución.

PRODUCCIÓN DE CONTENIDO EN FACEBOOK

Durante el trimestre analizado se generó un total de:

- **136 fotografías/publicaciones**
- **57 reels**
- **13 historias**
- **7 transmisiones en vivo**

Lo anterior representa un total de **213 piezas de contenido**, registrándose un decremento del **16.2%** respecto al trimestre anterior.

El comportamiento de las visualizaciones se concentró principalmente en **fotografías y reels**, formatos que continúan representando una parte importante de la distribución y consumo del contenido publicado.

De acuerdo con los datos proporcionados, las visualizaciones de estos formatos registraron un decremento aproximado del **9.0%**, mientras que las interacciones presentaron una disminución del **18.2%**, concentrándose principalmente en **reels y fotografías**.

Esta información permite observar que, aunque durante el trimestre se produjo una menor cantidad de contenido respecto al periodo anterior, los formatos audiovisuales y fotográficos continuaron siendo los principales medios mediante los cuales la audiencia interactuó con la información institucional.

CONTENIDOS DESTACADOS EN FACEBOOK

Dentro del periodo analizado se identificaron diversos contenidos que sobresalieron por el volumen de visualizaciones obtenido.

Entre los principales se encuentran:

1. Reel — Concurso/regalo de boletos para ExpoFeria con 111.5mil visualizaciones
2. Anuncio pagado — Invitación a ExpoFeria con 106.6 mil visualizaciones
3. Esquela con 64,4mil visualizaciones
4. Comunicado sobre daño a elemento escultórico e histórico con 53,3mil visualizaciones
5. Compilación fotográfica del nuevo recinto para el Poder Judicial Municipal con 52,2mil visualizaciones

Estos resultados muestran que durante el trimestre existió respuesta significativa ante **contenidos de carácter comunitario, eventos municipales, información institucional y acontecimientos de interés público**.

Destaca particularmente el comportamiento de los contenidos relacionados con la **ExpoFeria**, cuyos materiales ocuparon dos de los registros de mayor visualización durante el periodo.

En este punto es importante distinguir que el contenido correspondiente al anuncio de invitación a la ExpoFeria contó con **inversión publicitaria en Meta**, por lo que su alcance y visualizaciones no son directamente comparables con los contenidos distribuidos exclusivamente de manera orgánica.

Por su parte, el reel correspondiente al concurso de boletos alcanzó **111.5 mil visualizaciones**, mostrando un comportamiento destacado de un contenido de carácter participativo y relacionado con una actividad de interés para la comunidad.

También resulta relevante el desempeño de contenidos de carácter institucional y social, como la esquela, el comunicado relacionado con el patrimonio histórico y la publicación referente al nuevo recinto del Poder Judicial Municipal.

2. INSTAGRAM

Durante el mismo periodo, la cuenta oficial del **Gobierno Municipal de Degollado en Instagram** registró un total de **991.3 mil visualizaciones**, lo que representa un decremento del **11.6%** respecto al trimestre anterior.

El contenido publicado alcanzó un **alcance total de 26.8 mil personas** y generó **8 mil interacciones con el contenido**.

Asimismo, se registraron **4.6 mil visitas al perfil**, lo que representa un indicador de consulta directa de la cuenta oficial por parte de los usuarios.

Durante el trimestre se incorporaron **344 nuevos seguidores**, manteniendo un crecimiento de la comunidad digital en esta plataforma.

PRODUCCIÓN DE CONTENIDO EN INSTAGRAM

Durante el periodo analizado se publicaron **200 contenidos**, distribuidos de la siguiente manera:

- **136 publicaciones**
- **82 historias**

La actividad registrada representa un **incremento del 3.3%** respecto al trimestre anterior.

A diferencia de Facebook, donde se observó una disminución en el volumen total de contenido publicado, Instagram presentó un **incremento en la producción de contenidos**, manteniendo una actividad constante durante el trimestre.

Este comportamiento resulta relevante al analizar los resultados generales de la plataforma, debido a que el incremento en la producción coexistió con una disminución del **11.6% en las visualizaciones**, lo que permite señalar que **un mayor volumen de publicaciones no necesariamente se traduce de manera proporcional en un mayor número de visualizaciones**.

Por ello, para los siguientes periodos resulta pertinente continuar observando no solamente la cantidad de contenido producido, sino también el rendimiento obtenido por cada formato.

CONTENIDOS DESTACADOS EN INSTAGRAM

Durante el trimestre se identificaron los siguientes contenidos como los de mayor número de visualizaciones:

1. Reel de Freestyle — evento de ExpoFeria con 25,5mil visualizaciones
2. Banner — visita de la Filarmónica de Jalisco con 11,2 mil visualizaciones
3. Reel — invitación a entrega del cronograma de Fiestas Patrias con 9,8mil visualizaciones
4. Publicación fotográfica — entrega de árboles a la preparatoria con 8.3 mil visualizaciones

CONTACTO Y ATENCIÓN A USUARIOS

Como parte del análisis de las plataformas digitales, durante el trimestre se registraron **103 contactos de usuarios a través de Facebook**, representando un decremento del **50%** respecto al trimestre anterior.

El índice de respuesta registrado fue de **45.7%**, mientras que el tiempo promedio de respuesta fue de aproximadamente **9 horas**.

En comparación con el periodo anterior, el tiempo de respuesta presentó un incremento del **88.6%**.

En Instagram se registraron **9 contactos durante el trimestre**, representando un decremento del **74.3%** respecto al periodo anterior. El índice de respuesta registrado fue del **60%**, con un tiempo estimado de respuesta de aproximadamente **9 segundos**.

Estos datos deben considerarse de manera diferenciada respecto a las métricas de alcance y visualización, debido a que corresponden específicamente al comportamiento de los usuarios que decidieron establecer comunicación directa con las cuentas oficiales.

En el caso de Facebook, el descenso en el número de contactos estuvo acompañado por una disminución en el porcentaje de respuestas y por un incremento en el tiempo de atención. Por ello, este indicador representa un **área de atención para el seguimiento de próximos periodos**, particularmente en la capacidad de respuesta ante los usuarios que utilizan las redes sociales como medio de contacto con el Gobierno Municipal.

ANÁLISIS GENERAL DEL PERIODO

A partir de los indicadores obtenidos durante el trimestre **julio-septiembre de 2026**, se observa un comportamiento diferenciado entre las dos principales plataformas digitales del Gobierno Municipal de Degollado.

En **Facebook**, se registró una disminución en el volumen de contenido producido, pasando a un total de **213 piezas de contenido**, equivalente a un decremento del **16.2%** respecto al trimestre anterior. De manera paralela, las visualizaciones disminuyeron **12.1%** y las interacciones **18.3%**.

Sin embargo, durante el mismo periodo se registró la incorporación de **816 nuevos seguidores**, alcanzando una comunidad total de **29,052 seguidores** al cierre del trimestre.

En **Instagram**, por otro lado, se presentó un incremento del **3.3% en la producción de contenido**, con un total de **200 contenidos publicados**. No obstante, las visualizaciones registraron un decremento del **11.6%**, mientras que se alcanzaron **8 mil interacciones** y **4.6 mil visitas al perfil**.

En ambas plataformas se identifica que los contenidos relacionados con **eventos municipales, actividades culturales, contenidos audiovisuales, información de interés comunitario y acciones directas del Gobierno Municipal** concentraron algunos de los mayores niveles de visualización.

CONSIDERACIONES DEL TRIMESTRE

Los resultados obtenidos durante el periodo permiten establecer tres elementos principales para la lectura del desempeño de las Redes Sociales del Gobierno Municipal de Degollado:

Primero. Se mantiene un crecimiento de las comunidades digitales. Facebook alcanzó **29,052 seguidores**, con **816 nuevas incorporaciones** durante el trimestre, mientras que Instagram sumó **344 nuevos seguidores**.

Segundo. Se presentó una reducción general en determinados indicadores de consumo e interacción respecto al trimestre anterior. En Facebook disminuyeron las visualizaciones y las interacciones, mientras que Instagram registró una disminución en visualizaciones a pesar del incremento en la cantidad de contenido producido.

Tercero. Los contenidos con mayor respuesta muestran que existe una participación importante de la audiencia ante publicaciones vinculadas con **eventos municipales, actividades culturales y recreativas, acontecimientos de relevancia para la comunidad y acciones concretas realizadas por el Gobierno Municipal**.

Por lo anterior, los resultados del trimestre permiten identificar que la actividad de Comunicación Social mantuvo una **presencia constante en ambas plataformas y continuó ampliando las comunidades digitales**, al mismo tiempo que los indicadores de visualización e interacción presentan áreas susceptibles de seguimiento durante los siguientes periodos.

Particularmente, el comportamiento observado en **Instagram**, donde aumentó la cantidad de contenido pero disminuyeron las visualizaciones, y el comportamiento de **Facebook**, donde disminuyó tanto la producción como las interacciones, constituyen indicadores que deberán ser considerados en la planeación de contenidos correspondiente al siguiente trimestre.

Asimismo, el comportamiento de los mensajes recibidos en Facebook señala la conveniencia de dar seguimiento al **índice y tiempo de respuesta**, debido a que las redes sociales institucionales no solamente funcionan como medios de difusión, sino también como canales de comunicación directa entre la ciudadanía y el Gobierno Municipal.



Se extiende a ustedes el **segundo apartado**, consistente en los resultados obtenidos durante el periodo correspondiente del **1.º (primero) de julio del 2026 (año dos mil veintiséis) al 30 (treinta) de septiembre del 2026 (año dos mil veintiséis)**, correspondientes a la cuenta oficial de **Facebook del Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF) Municipal de Degollado**.

Es importante señalar que, durante la mayor parte del periodo objeto del presente análisis, la administración y generación de contenidos de esta cuenta **no se encontraba a cargo del equipo municipal de Comunicación Social**. La cuenta fue reincorporada al manejo del equipo aproximadamente a mediados del mes de

septiembre de 2026, por lo que la gestión directa durante el trimestre corresponde únicamente a las **últimas semanas del periodo analizado**.

En consecuencia, los indicadores que se presentan a continuación corresponden al comportamiento acumulado de la cuenta durante los tres meses señalados y **no deben interpretarse como resultados generados exclusivamente por la gestión realizada durante las últimas semanas del trimestre**. La información se incorpora al presente análisis con el objetivo de establecer un punto de referencia sobre el estado en que se encontraba la cuenta al momento de su reincorporación al manejo de Comunicación Social y facilitar la comparación con los periodos posteriores.

Los parámetros establecidos para el análisis comprenden: **visualizaciones, espectadores habituales, publicaciones realizadas, seguidores, visitas a la página, interacciones con el contenido, conversaciones iniciadas e índice y tiempo de respuesta a los usuarios.**

COMPORTAMIENTO GENERAL DE LA CUENTA

Durante el trimestre julio-septiembre de 2026, la página oficial del DIF Municipal de Degollado registró un total de 42.9 mil visualizaciones, representando un decremento del 67% respecto al trimestre anterior.

Asimismo, se registraron 9,956 espectadores habituales, indicador que presentó una disminución del 51.7% respecto al periodo anterior.

Estos resultados reflejan una reducción considerable en el consumo general de los contenidos de la cuenta durante el trimestre. Sin embargo, debido a que la administración de la cuenta fue reincorporada al equipo municipal de Comunicación Social únicamente durante las últimas semanas del periodo, estos indicadores deben considerarse principalmente como un diagnóstico inicial de las condiciones de la cuenta al momento de su reincorporación, y no como una evaluación directa del desempeño del equipo durante el trimestre.

PRODUCCIÓN DE CONTENIDO

Durante el periodo analizado se registró la publicación de:

- **7 publicaciones fotográficas**
- **3 reels**
- **1 historia**

Para un total de **11 contenidos publicados**, lo que representa un **decremento del 57.7%** respecto al trimestre anterior.

La reducción en la producción de contenido constituye uno de los elementos que permiten contextualizar el comportamiento de las visualizaciones e interacciones registradas durante el periodo.

En este sentido, el volumen de publicaciones representa un indicador relevante para comprender la actividad de la cuenta, particularmente al considerar que la comunicación institucional mediante redes sociales requiere una presencia constante para mantener la exposición de los programas, servicios, actividades y acciones realizadas por el DIF Municipal.

CRECIMIENTO Y COMPORTAMIENTO DE LA COMUNIDAD

Durante el trimestre se registraron **9 nuevos seguidores**, lo que representa un decremento del **18.2%** respecto al periodo anterior.

Asimismo, la cuenta obtuvo **383 visitas a la página**, presentando un decremento del **46%**, mientras que las interacciones con el contenido alcanzaron un total de **161**, representando una disminución del **47%**.

Estos indicadores son consistentes con la reducción general observada en las visualizaciones y en el volumen de contenido publicado durante el trimestre.

En términos de crecimiento de comunidad, el número de nuevos seguidores resulta reducido en relación con el volumen general de audiencia de la cuenta, por lo que este indicador deberá ser observado particularmente en los siguientes periodos, una vez que la gestión de contenidos se encuentre nuevamente bajo una estrategia de comunicación continua.

CONTACTO Y ATENCIÓN A USUARIOS

Durante el periodo analizado se iniciaron únicamente **2 conversaciones con usuarios** a través de la cuenta oficial.

A pesar del bajo número de conversaciones registradas, el **índice de respuesta fue del 100%**, con un tiempo promedio de atención de **55 minutos con 45 segundos**.

Este comportamiento representa un elemento favorable dentro de los indicadores de atención directa, debido a que las conversaciones iniciadas durante el periodo obtuvieron respuesta en su totalidad.

No obstante, debido al reducido número de conversaciones, este indicador deberá continuar observándose durante los siguientes trimestres para determinar si el comportamiento se mantiene cuando exista una mayor actividad y exposición de la cuenta.

CONSIDERACIONES DEL PERIODO

Los resultados obtenidos permiten establecer que, durante el trimestre **julio-septiembre de 2026**, la cuenta oficial del DIF Municipal presentó una **disminución general en sus principales indicadores de alcance, visualización, interacción y crecimiento**, acompañada por una reducción del **57.7% en el volumen de contenido publicado** respecto al trimestre anterior.

Sin embargo, debido a que la cuenta fue reincorporada al manejo del equipo municipal de Comunicación Social **hasta aproximadamente mediados de septiembre**, los resultados acumulados del trimestre deben considerarse principalmente como **un diagnóstico de referencia y punto de partida para la nueva etapa de gestión de la cuenta**.

Los contenidos que obtuvieron mayor respuesta durante el periodo permiten identificar una tendencia clara: las publicaciones relacionadas con **actividades presenciales, cursos, servicios y acciones dirigidas directamente a la población** fueron las que concentraron mayores niveles de visualización.

En este sentido, la reincorporación de la cuenta al esquema de Comunicación Social representa la posibilidad de establecer una **línea de seguimiento a partir del siguiente trimestre**, en la que puedan observarse de manera más precisa los efectos de una producción constante de contenido, una estrategia visual unificada y una comunicación coordinada con las actividades del DIF Municipal.

Finalmente, el indicador correspondiente a la atención de mensajes presenta un comportamiento favorable, al registrar un **100% de respuesta** y un tiempo promedio inferior a una hora. Este aspecto puede mantenerse como referencia para los siguientes periodos, particularmente conforme aumente nuevamente el flujo de usuarios y consultas hacia la cuenta.

En términos generales, el presente trimestre permite establecer el estado de referencia de la cuenta oficial del DIF Municipal al momento de su reincorporación al manejo de Comunicación Social. Los resultados obtenidos durante este periodo servirán como base comparativa para los siguientes informes trimestrales, en los cuales podrá evaluarse de manera directa el comportamiento de la cuenta bajo la estrategia de comunicación implementada por el equipo municipal.



Se extiende a ustedes el **apartado correspondiente a los resultados obtenidos durante el periodo objeto del presente análisis**, relativos a la cuenta oficial de **TikTok del Gobierno Municipal de Degollado, Jalisco**.

Es importante señalar que, a diferencia de otras plataformas digitales, **no se cuenta con acceso al panel completo de Meta u otras herramientas de análisis externo para TikTok**, por lo que la información presentada en este apartado corresponde exclusivamente a los datos y métricas disponibles directamente en la plataforma al momento de realizar el presente análisis.

Durante el periodo analizado, la cuenta registró un total de **4,000 espectadores**, presentando un **decremento del 78.5%** respecto al periodo de referencia. De este total, aproximadamente **2,700 corresponden a espectadores nuevos**, indicador que presentó un **decremento del 56.9%**.

Estos resultados reflejan una disminución considerable en el alcance de los contenidos hacia nuevos usuarios, por lo que uno de los principales retos para los siguientes periodos será **recuperar la capacidad de descubrimiento de la cuenta y ampliar nuevamente su llegada a audiencias que todavía no tienen interacción habitual con el contenido institucional**.

En cuanto a la composición de la audiencia, la plataforma reporta una interacción de **58% de público masculino y 48% de público femenino**. Debido a que los porcentajes reportados superan en conjunto el 100%, esta información deberá considerarse únicamente como referencia de la distribución de audiencia proporcionada por la plataforma, sin utilizarla como una proporción estadística cerrada.

Respecto al comportamiento horario de los espectadores, se identifica como principal ventana de interacción el periodo comprendido aproximadamente entre las **14:00 y las 14:35 horas**, lo que representa una referencia útil para la programación de futuras publicaciones. Se recomienda priorizar este horario para aquellos contenidos que requieran mayor exposición inicial, particularmente videos de carácter informativo, convocatorias, programas municipales y contenidos con potencial de interacción.

En términos generales, los datos disponibles muestran que **TikTok representa un área de oportunidad para fortalecer el alcance digital del Gobierno Municipal de Degollado**, especialmente en la incorporación de nuevos espectadores. La disminución registrada durante el periodo hace necesario reforzar estrategias orientadas a generar mayor descubrimiento, retención e interacción, aprovechando formatos propios de la plataforma como videos breves, narrativas dinámicas, tendencias adaptadas al contexto institucional y contenidos que permitan mostrar de manera más directa las acciones y resultados del Gobierno Municipal.

Como línea de trabajo para el siguiente periodo, se recomienda mantener un **seguimiento periódico de las métricas disponibles**, utilizar como referencia inicial el horario de **14:00 a 14:35 horas**, y evaluar progresivamente qué formatos y temáticas generan mayor retención y llegada a nuevos espectadores. Esto permitirá establecer una estrategia de contenidos basada en el comportamiento real de la audiencia y no únicamente en la frecuencia de publicación.

En este sentido, el objetivo para los siguientes periodos deberá centrarse en **recuperar el crecimiento de la audiencia, ampliar el alcance hacia nuevos usuarios y consolidar TikTok como un canal complementario para acercar las acciones del Gobierno Municipal a públicos que consumen contenidos principalmente en formatos audiovisuales breves.**

Como parte de las labores de comunicación digital del Gobierno Municipal, **también se mantiene atención y generación de contenidos para la cuenta personal del Presidente Municipal**, con el objetivo de acompañar y comunicar las actividades, acciones y gestiones realizadas desde su función pública.

Sin embargo, es importante precisar que **la atención de comentarios, mensajes directos y demás interacciones que se reciben en dicha cuenta son atendidas directamente por el Presidente Municipal**, por lo que la información relacionada con estas conversaciones, así como sus métricas y datos específicos de interacción, **no se encuentran disponibles para su incorporación en el presente análisis**.

Por lo anterior, el presente documento se limita a reportar los resultados y métricas de las cuentas institucionales cuyo manejo y seguimiento corresponde al equipo de Comunicación Social, manteniendo la distinción entre la gestión de los canales oficiales del Gobierno Municipal y la comunicación directa que se desarrolla desde la cuenta personal del Presidente Municipal.

De esta manera, se garantiza que la información presentada corresponde únicamente a los canales y datos que se encuentran bajo seguimiento y análisis del equipo responsable de la comunicación institucional.

X _____

Jorge Antonio Guadarrama Salas
Dir. de Comunicacion social y relaciones pu...