

Informe Mes 1 · GHYRA

Oct 31, 2026 · @Jose Borges

FLUX IA × GHYRA S.A.S. (LH Construcciones) · Mes 1: 19 oct – 19 nov 2026 · Corte: 31 oct 2026 (cierre del contenido de octubre).

Resumen

Al cierre de octubre, a 12 días de iniciado el contrato, FLUX IA cumplió 5 de los 7 servicios del mes 1, publicó todo el contenido previsto para octubre en Instagram y Facebook (carrusel, 3 historias, 2 reels y la historia de encuesta) y entregó trabajo adicional que supera el volumen contratado. En Instagram, frente al diagnóstico, las visualizaciones diarias subieron 84 %, los seguidores netos crecen 3,3 veces más rápido y el Reel 101 (3.500 visualizaciones) duplicó la mejor pieza anterior; en Facebook el mismo reel llegó a 2.600. Lo que queda del mes 1 es la grabación de los 2 videos orgánicos con la representante de LH, agendada para el viernes 13 de noviembre, y el informe de resultados del 19 de noviembre.

Indicador	Mes 1
Servicios del contrato cumplidos	5 de 7
Piezas de video con IA entregadas	2 de 2
Imágenes hiperrealistas	8 creadas (4 contratadas)
Entregables adicionales sin costo	15
Días restantes del mes 1	19 (cierre 19 nov)

Instagram, red principal: análisis completo

En 14 días la cuenta casi duplicó su alcance diario: 5.670 visualizaciones y 1.243 cuentas alcanzadas, con +14 seguidores netos y 99 interacciones. El Reel 101 es la pieza más vista de los últimos 30 días (3.500), el doble de la mejor pieza del diagnóstico (1.700).

Indicador · Instagram	14 días (16–29 oct)
Visualizaciones	5.670 (53,6 % seguidores · 46,4 % no seguidores)
Cuentas alcanzadas	1.243

Indicador · Instagram	14 días (16–29 oct)
Seguidores netos	+14 (3.168 en total, +0,4 % desde el 17 oct)
Interacciones	99 (reels 57 · publicaciones 28 · historias 14)
Visualizaciones por formato	reels 2.600 · historias 1.400 · publicaciones 1.300
Veces que se compartió	reels 8 · historias 2
Veces que se guardó	reels 6 · publicaciones 2
Visitas al perfil	122
Toques en el enlace de la biografía	4
Toques en la dirección del negocio	2

Rendimiento por pieza (estadísticas de Instagram, 31 oct)

Pieza	Fecha	Visualizaciones	Cuentas	Me gusta	Coment.	Compartidos	Seguidores nuevos	Tasa de interacción
Reel 101 · Recorrido	26 oct	3.500	508	11	0	3	2	0,4 %
Reel «Un día en GHÿRA»	25 oct	1.200	543	15	1	2	1	1,5 %
Carrusel animado GHÿRA	23 oct	827	296	22	1	0	0	2,8 %
Historia fachada (enlace a WhatsApp)	23 oct	416	—	4	—	2	0	1,4 %
Historia de la familia en el ingreso	25–26 oct	172	153	2	—	0	0	1,2 %
Historia de fondo oscuro	28–29 oct	136	120	1	—	0	0	0,7 %
Historia encuesta «terrazza o metros interiores»	29 oct	129	118	1	—	0	0	0,8 %

Tasa = (me gusta + comentarios + compartidos) ÷ visualizaciones, igual que en el diagnóstico.

Lo que muestran los números

- **Los reels traen gente nueva.** El Reel 101 llegó a 3.500 visualizaciones y fue la pieza que más seguidores trajo (2); los reels concentran 57 de las 99 interacciones y 8 de los 10 compartidos.

- **El carrusel conversa mejor.** Con 827 visualizaciones tuvo la mejor tasa del periodo (2,8 %), por encima de la mejor del diagnóstico (2,6 %): sirve para dar argumentos a quien ya sigue la cuenta.
- **Las historias despertaron.** 1.400 visualizaciones en 14 días frente a 487 en 30 días antes del contrato, y 14 interacciones frente a 6.
- **Se mira mucho, se comenta poco.** El Reel 101 tuvo 3.500 visualizaciones y 0 comentarios; la tasa baja (0,4 %) indica que se ve completo pero no invita a responder.
- **El perfil todavía no convierte.** 122 visitas y solo 4 toques en el enlace (3,3 %); el enlace de la biografía sigue llevando a la web general de LH, no a GHYRA ni a WhatsApp.

Acciones para Instagram en noviembre

1. Fijar el Reel 101 en el perfil y cambiar el enlace de la biografía a WhatsApp de ventas o a una página de GHYRA.
2. Cerrar cada reel con una pregunta y responder los comentarios el mismo día.
3. Mantener una historia diaria con sticker (encuesta, pregunta o enlace): es el formato que más creció.
4. Corregir el texto del carrusel con el CTA de Instagram («Enlace en nuestra biografía») y 3 hashtags.

Facebook y TikTok

Red · pieza o cuenta	Dato al 31 oct	Lectura
Facebook · Reel 101	2.600 reproducciones, 14 reacciones, 1 comentario	7,6 veces el promedio de los 7 reels anteriores (342)
Facebook · Reel «Un día en GHYRA»	390 reproducciones, 4 reacciones, 2 comentarios	En línea con el promedio
Facebook · seguidores	1.600	Sin línea base previa; se mide desde hoy
TikTok · @lh.construcciones	2 seguidores, sin videos	Cuenta nueva; empieza con los reels ya hechos

En Facebook el Reel 101 aparece subido dos veces (2.600 y 285 reproducciones): conviene archivar la copia para no dividir reacciones. Cifras públicas vistas en cada página el 31 oct.

Entregado según contrato

Cada servicio se compara con lo que exige la cláusula segunda para el mes 1.

Servicio (cláusula segunda)	Compromiso mes 1	Entregado	Estado
Diagnóstico corporativo	Reuniones, revisión de redes y contenido, análisis de estadísticas e informe de hallazgos	Análisis previo de la cuenta de Instagram: línea base de 30 días, hallazgos, 5 decisiones estratégicas y metas del mes (documento PDF y versión animada)	Cumplido
Estrategia de contenido y ventas	Mensajes clave, públicos, plan de contenido, objetivos e indicadores	Estrategia de solución de marketing y Plan de acción inmediato en 3 fases y 14 pasos, con públicos, calendario, metas y medición quincenal	Cumplido
Videos orgánicos con representante (45-90 s)	2	Ninguno	Pendiente · 0 de 2
Videos de venta con IA (30-45 s)	2	Reel «Un día en GHYRA» (25 oct) y Reel 101 · Recorrido sobre el plano (26 oct)	Cumplido · 2 de 2
Imágenes hiperrealistas	4	8 imágenes en Drive (carpeta 08) para que LH elija 4	Cumplido · 8 de 4
Sistema de publicación LH	Pieza final, copy, día y hora	Portal web con selector Instagram/Facebook, calendario con copys y horarios, carpetas de Drive por publicación y guía «0 · LEER PRIMERO». El 31 oct se rediseñó como portal paso a paso (ghyra-lhconstrucciones.pages.dev), con pestañas Instagram, Facebook y TikTok y una sección de informes quincenales	Cumplido
Informe breve de resultados	Al cierre del mes	Se entrega el 19 de noviembre	Pendiente · por fecha

Por revisar antes del cierre: el contrato pide el diagnóstico «en sitio»; conviene dejar constancia de la visita a Cuenca o hacerla en el viaje de grabación.

Trabajo adicional sin costo

FLUX IA entregó 15 trabajos que el contrato no incluye en el mes 1; según la cláusula segunda, el contenido que excede el volumen mensual se cotiza aparte, y aquí no se cobró.

Entregable adicional	Fecha	Por qué es adicional
Sistema de campañas de WhatsApp instalado en la computadora de Tatiana Loja, para enviar publicidad a todos sus contactos	Oct 2026	El contrato excluye la administración de cuentas y la atención de mensajes
Base de datos de contactos extraída del celular de ventas, actualizable cada semana	Oct 2026	No figura en el alcance del contrato
4 artes de opción para el grupo de difusión de WhatsApp	Oct 2026	Piezas fuera de las 4 imágenes contratadas
4 imágenes hiperrealistas extra (8 entregadas, 4 contratadas)	Oct 2026	Exceden el volumen del mes 1
Carrusel animado GHYRA de 11 piezas en video	23 oct	Fuera del volumen contratado
3 historias con encuesta y enlace a WhatsApp	23 oct	Fuera del volumen contratado
Historia con el carrusel completo en formato 9:16 a pantalla completa (51 s)	24 oct	Pieza extra para historias, fuera del volumen contratado
Versión para Facebook del carrusel, las historias y los dos reels, recodificada según las normas de Meta (MP4 H.264, 1080×1350, 30 fps, 10 Mbps en dos pasadas, audio AAC)	23-26 oct	Adaptación técnica a un segundo canal
Historia de encuesta «terrazza o metros interiores» con imagen hiperrealista (publicada el 29 oct en las dos redes)	29 oct	Fuera del volumen contratado
Revisión del Reel 101 contra el plano del brochure: áreas, ambientes y textos verificados, con hoja de cálculo de hallazgos	29 oct	Control de calidad que el contrato no pide

Entregable adicional	Fecha	Por qué es adicional
Organización del Drive por red y por fecha: carpetas Instagram y Facebook 01-07, testimonios e informes	23-31 oct	Va más allá de entregar pieza y copy
Panel de resultados dentro del portal, con métricas por publicación y avance del contrato	Oct 2026	El sistema de publicación pide pieza, copy, día y hora; el panel va más allá
Rediseño del portal como guía paso a paso (calendario mensual, tarjetas por publicación, animaciones) y traslado a Cloudflare Pages sin costo de alojamiento para LH	30-31 oct	Mejora del sistema de publicación fuera del alcance
Informe quincenal automático (3 y 18 de cada mes) con revisión de Instagram, Facebook y TikTok de LH	Desde 3 nov	El contrato pide un informe breve al cierre de cada mes
Capacitación a Tatiana Loja en el uso de Claude, el sistema de campañas de WhatsApp y la base de datos de contactos	Oct 2026	Formación en herramientas fuera del alcance del contrato

También quedan adelantados los guiones y la edición de los 2 primeros reels del mes 2 (20 y 22 de noviembre), y quedó programado un informe quincenal automático (3 y 18 de cada mes) con la revisión de las redes de LH.

Pendiente del mes 1

Lo único contractual que falta es la grabación de los 2 videos orgánicos y el informe de resultados; lo demás son ajustes operativos.

#	Pendiente	Responsable	Fecha límite	Siguiente paso
1	2 videos orgánicos con la representante de LH (45-90 s)	FLUX IA y LH	Antes del 19 nov	Jornada agendada para el viernes 13 de noviembre en Cuenca; firmar la autorización de uso de imagen (cláusula 12.1) antes de grabar

#	Pendiente	Responsable	Fecha límite	Siguiente paso
2	Informe breve de resultados del mes 1	FLUX IA	19 nov	Comparar contra la línea base y las metas del diagnóstico
3	Actualizar resultados en el portal con las piezas publicadas desde el 23 oct	FLUX IA	3 nov	Primer informe quincenal automático con las cifras de Instagram y Facebook
4	Ajustar el portal: contador de videos con IA a 2 de 2 y estado de cada residencia	FLUX IA	3 nov	Hecho el 29 oct: contador 2 de 2, calendario unificado Instagram/Facebook y enlaces directos a cada archivo
5	Confirmar el número de WhatsApp de ventas y el enlace de la biografía	LH	Esta semana	Tatiana envía el número final

Recomendación: grabar en un solo viaje a Cuenca los 4 videos orgánicos de los meses 1 y 2 y aprovechar la visita para dejar constancia del diagnóstico en sitio.

Fechas y pagos

El saldo del mes 1 vence el 3 de noviembre; LH tiene 7 días de gracia (cláusula 5.5).

Fecha	Hito	Valor
19 oct 2026	Firma del contrato y anticipo del mes 1	USD 450
3 nov 2026	Saldo del mes 1 y actualización de resultados en el portal	USD 450
19 nov 2026	Cierre del mes 1, informe de resultados y pago del mes 2	USD 1.000
20 y 22 nov 2026	Primeros reels del mes 2	—

Comparativa: cómo recibimos la cuenta y qué mejoró

Frente al diagnóstico del 21 de octubre, Instagram creció en casi todo lo que mide alcance y comunidad: visualizaciones +84 % por día, cuentas alcanzadas +81 %, seguidores netos 3,3 veces más rápido e interacciones +64 %. Lo que todavía no se mueve es el paso a la venta: los toques al enlace siguen en el mismo nivel.

Indicador · Instagram	Al recibir la cuenta (20 sep – 19 oct, 30 días)	Hoy (16 – 29 oct, 14 días)	Por día: antes → ahora	Cambio
Visualizaciones	6.588	5.670	220 → 405	+84 %
Cuentas alcanzadas	1.470	1.243	49 → 89	+81 %
Seguidores netos	+9	+14	0,3 → 1,0	3,3×
Interacciones	129	99	4,3 → 7,1	+64 %
Visitas al perfil	179	122	6,0 → 8,7	+46 %
Toques en el enlace de la biografía	8	4	0,27 → 0,29	Igual
Toques en la dirección	0	2	0 → 0,14	De 0 a 2
Visualizaciones de historias	487	1.400	16 → 100	6,2×
Interacciones en historias	6	14	0,2 → 1,0	5×
Pieza más vista	1.700 (carrusel «Una mirada»)	3.500 (Reel 101)	—	2,1×
Mejor tasa de interacción	2,6 %	2,8 % (carrusel)	—	+0,2 puntos
Publicaciones en el feed	4 en 30 días	3 en 7 días, más historias casi diarias	—	Ritmo semanal 3×
Visualizaciones de no seguidores	48,9 %	46,4 %	—	Estable

Cómo leer la tabla: los periodos tienen distinta duración, por eso se compara el promedio por día. La ventana de 14 días que da Instagram empieza el 16 de octubre e incluye 3 días previos al contrato (con el reel «La buena vida» de LH). Las cuentas alcanzadas son

personas únicas, así que el promedio diario es una aproximación.

Qué mejoró desde que FLUX IA tomó el contenido

- **Constancia:** de menos de una pieza por semana a un calendario con carrusel, reels e historias en días y horas medidos con la audiencia.
- **Alcance:** la cuenta ya no cae a cero entre publicaciones; la curva de 14 días termina en su punto más alto (842 visualizaciones el 29 oct).
- **Comunidad:** +14 seguidores en 14 días frente a +9 en 30, y los reels nuevos son los que más seguidores trajeron.
- **Historias:** pasaron de estar casi apagadas a sumar 1.400 visualizaciones, con encuesta y enlace a WhatsApp.
- **Orden y herramientas:** portal paso a paso con textos y archivos listos, Drive por red y fecha, versiones para Facebook y la cuenta de TikTok lista para empezar.

Lo que falta mover

- **Del interés a la venta:** las visitas al perfil crecieron, pero los toques al enlace no; el siguiente paso es apuntar el enlace a WhatsApp de ventas o a GHYRA.
- **Conversación:** 2 comentarios en Instagram en 7 días; cada pieza debe cerrar con una pregunta y recibir respuesta el mismo día.
- **Videos con personas reales:** los 2 testimonios del 13 de noviembre son la pieza que más confianza genera en este rango de precio.

Fuentes: Estadísticas de Instagram de @lhconstrucciones.ec (capturas del 31 oct 2026), Diagnóstico de métricas de Instagram FLUX IA (21 oct 2026), perfiles públicos de Facebook y TikTok (31 oct 2026), Contrato FLUX IA × GHYRA S.A.S. (19 oct 2026), Avance de contrato mes 1 (31 oct 2026) y calendario de publicación GHYRA.