

## INFORME DE ACTIVIDAD DE REDES SOCIALES MAYO

A continuación se presentan las estadísticas más relevantes de las redes sociales: Facebook, Instagram, Twitter Y LinkedIn de la Institución, en el periodo comprendido entre el 01 y el 18 de mayo de 2023.

Las temáticas principales del contenido publicado durante el mes de mayo son: Semana de la Salud, Convocatoria para elección Representante de Estudiantes ante Consejo Directivo, Ceremonia de Grados, Beneficiarios estrategia Todas y Todos a Estudiar, Pruebas Saber Pro y TyT, carnet institucional como requisito a subsidio de almuerzo, Feria ENDPRENDE, posesión Representate de los Estudiantes ante Consejo Académico, visita Ministra del Deporte y oferta académica.



Cantidad de Publicaciones

27

Cantidad de Historias

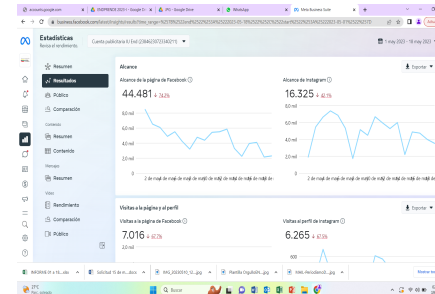
79

Formatos

Fotografías  
Piezas gráficas  
Videos

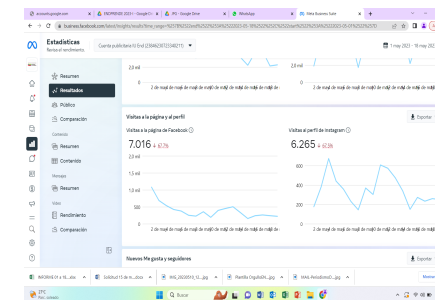
Alcance

44,481



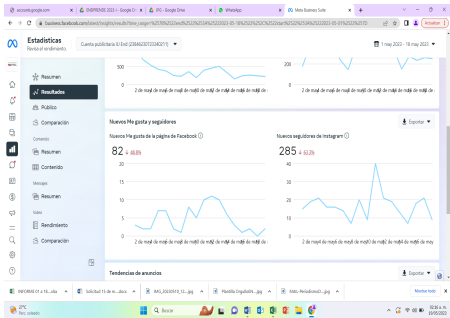
Visitas a la página

7,016



Nuevos Me Gusta de la página

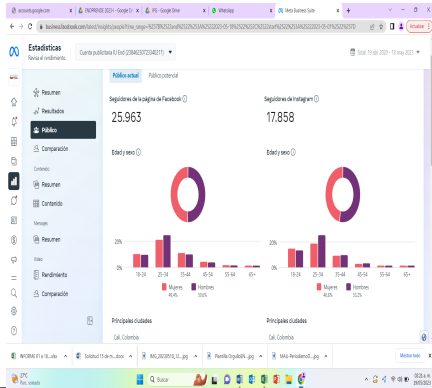
82



Seguidores de la página  
Nuevos seguidores (últimos tres meses)

25.372

591



Interacción  
(Estadística que Facebook arroja sobre los ultimos 90 días: 18 febrero a 18 de mayo de 2023)

Publicaciones: 10,4 mil

Historias: 655

Número de reacciones, comentarios y veces que se compartieron tus publicaciones.  
  
Reacciones, respuestas y veces que se compartieron las historias

Mayor alcance de una publicación

Esta publicación alcanzó 4.746% más cuentas del centro de cuentas (114.907 cuentas del centro de cuentas) en comparación con tu mediana de publicaciones (2.371 cuentas del centro de cuentas) en Facebook.

Publicaciones orgánicas con mayor rendimiento de los últimos tres meses

**Mayor número de reacciones de una publicación**

Esta publicación recibió un 18.144% más de reacciones (3.284 reacciones) que tu mediana de publicaciones (18 reacciones) en Facebook.

**Mayor número de comentarios de una publicación**

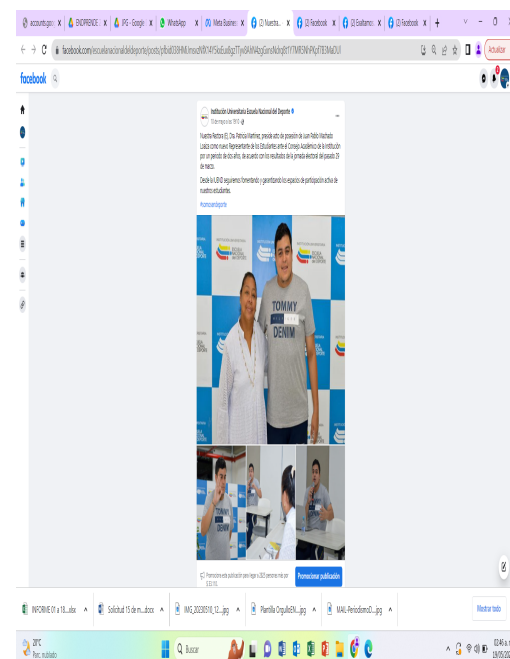
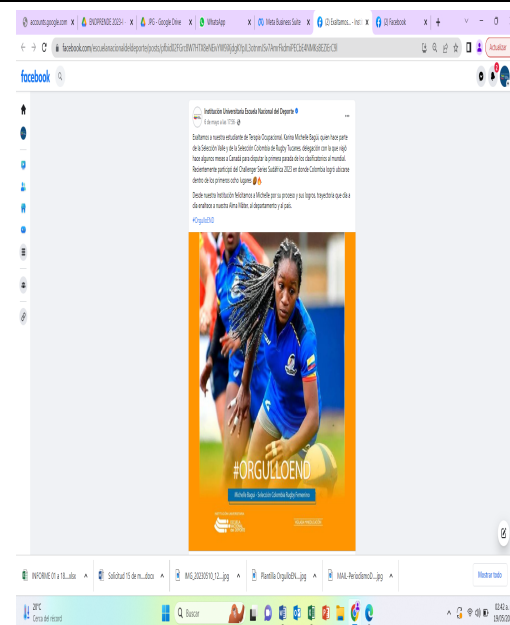
Esta publicación recibió un 52.000% más de comentarios (521 comentarios) que tu mediana de publicaciones (1 comentario) en Facebook.



Publicaciones orgánicas con mayor rendimiento del mes de mayo

Alcance publicación del 06 de mayo  
Orgullo END: 7.826


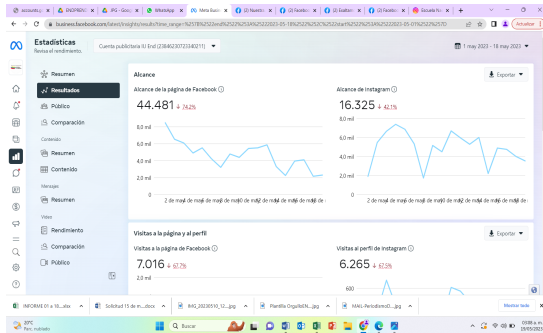
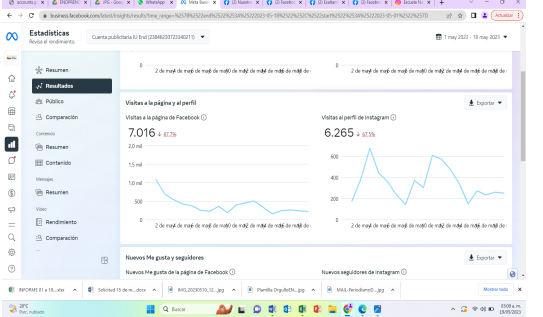
Alcance publicación del 10 de mayo  
Posesión de Representante de los  
Estudiantes ante Consejo Académico:  
4.732

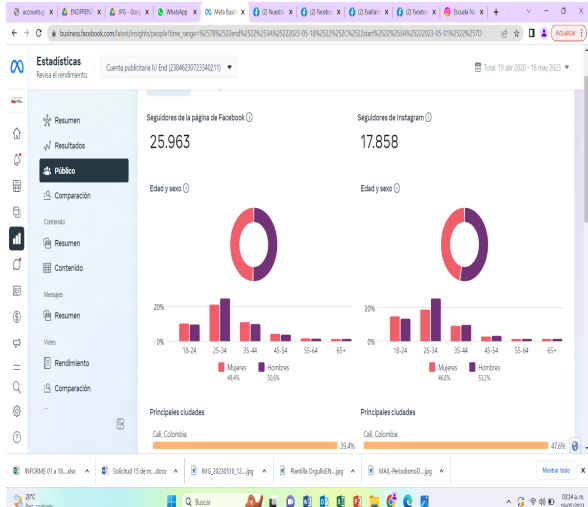
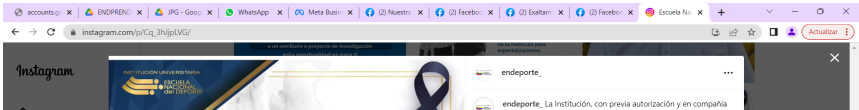




El contenido que más ha llamado la atención en los 18 días analizados son las piezas digitales donde se destacan los logros de los estudiantes de la Institución. Estas imágenes generan mayor conexión porque los estudiantes se sienten identificados. Ejemplo: Orgullo END, Posesión de Representante de los Estudiantes ante Consejo Académico, videos de estudiantes en la Ceremoia de Grados.

Las preguntas más frecuentes que hacen las personas a través del Messenger son sobre el proceso de inscripción de matrícula y sobre los programas, principalmente Deporte, Fisioterapia y Nutrición y Dietética.

	
Cantidad de Publicaciones	29
Cantidad de Historias	79
Formatos	Fotografías Piezas gráficas Videos
Alcance	<div data-bbox="667 885 737 914">16,325</div> 
Visitas al perfil	<div data-bbox="667 1239 737 1268">6,265</div> 

<p>Seguidores de la página</p> <p>Nuevos seguidores</p>	<p>17.858</p> <p>Los últimos tres meses se han aumentado 1.121 seguidores</p>	
<p>Interacción (Estadística que Instagram arroja sobre los últimos 90 días: 18 febrero a 18 de mayo de 2023)</p>	<p>Publicaciones: 30,5 mil Cabe anotar que se duplicó la interacción con respecto a los tres meses anteriores.</p> <p>Historias: 14.8</p>	<p>Me gusta, comentarios y veces que se compartieron las publicaciones</p> <p>Respuestas y veces que se compartieron las historias</p>
	<p><b>Mayor alcance de una publicación</b></p> <p>Esta publicación alcanzó 367% más cuentas del centro de cuentas (24.127 cuentas del centro de cuentas) en comparación con tu mediana de publicaciones (5.162 cuentas del centro de cuentas) en Instagram.</p>	

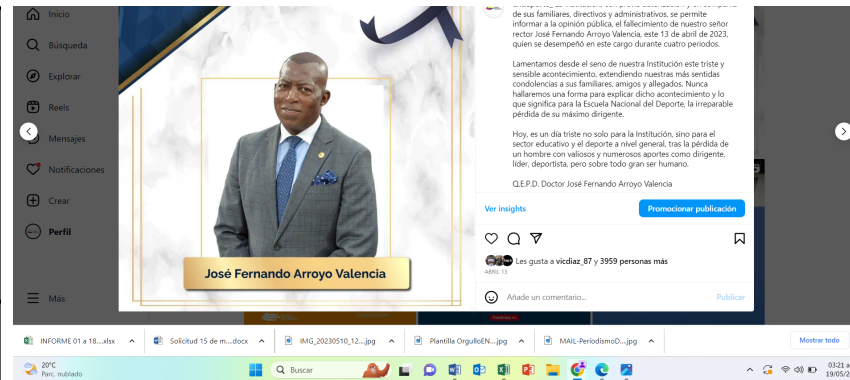
Publicaciones orgánicas con mayor rendimiento

### Mayor número de Me gusta de una publicación

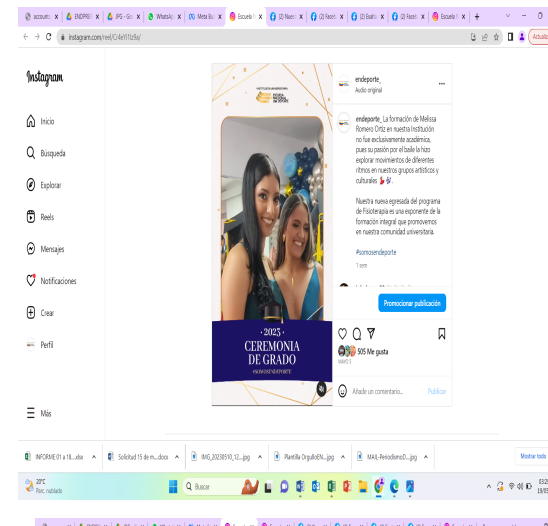
Esta publicación recibió 3.960 Me gusta.

### Mayor número de comentarios de una publicación

Esta publicación recibió un 38.800% más de comentarios (389 comentarios) que tu mediana de publicaciones (1 comentario) en Instagram.



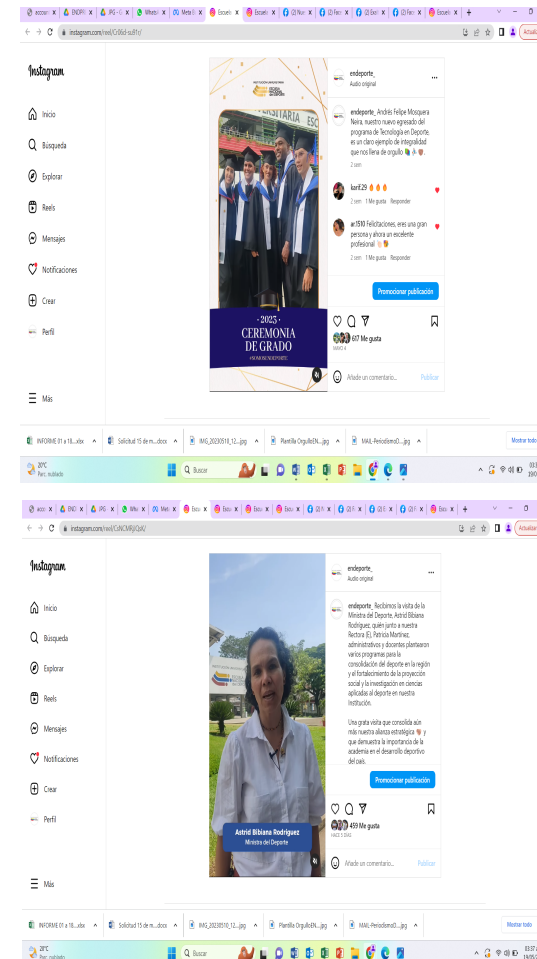
Alcance publicación del mayo 05:  
Reel sobre Ceremonia de Grados,  
nueva egresada de Fisioterapia  
Melissa Romero (estudiante  
vinculada con la cultura) : 8.113.  
Likes: 505



Publicaciones orgánicas con mayor rendimiento del mes de mayo

Alcance publicación del 04 de mayo:  
Reel sobre Ceremonia de Grados, nuevo egresado de Tecnología en Deporte Andrés Mosquera (estudiante vinculado con el deporte y la inclusión): 7.800 Likes: 617

Alcance publicación del 13 de mayo:  
Reel sobre visita de la Ministra del Deporte: 5.967. Likes: 459



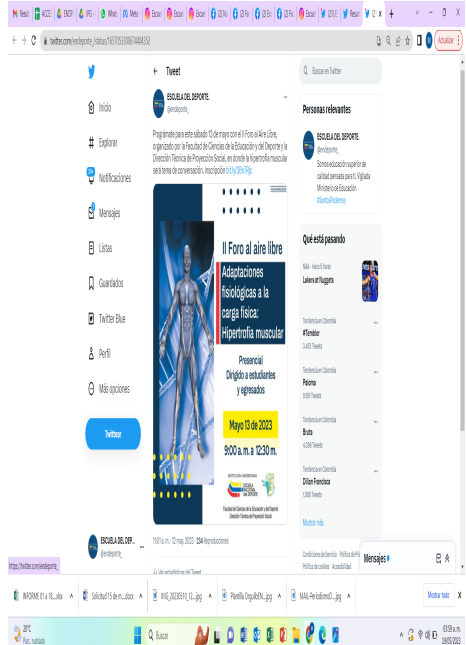
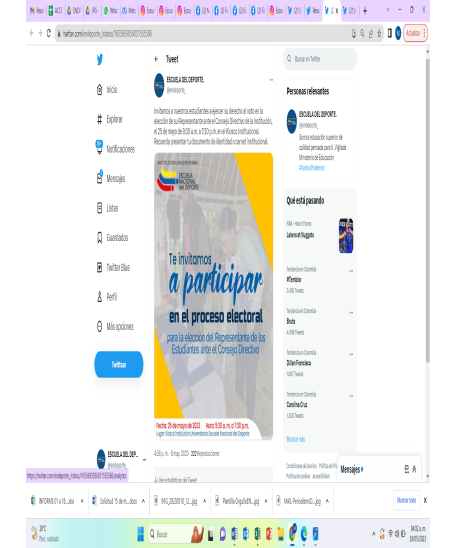
El contenido que sigue llamando más la atención en esta red son los reels, son los que tienen más interacciones y mejores reacciones del público.

Los reels de los tres graduandos, producto del cubrimiento realizado a la Ceremonia de Grados del 28 de abril, publicados la primera semana de mayo, tuvieron muy buena acogida, generaron interacción con felicitaciones y comentarios de las personas a los estudiantes e Institución.

Las preguntas más frecuentes que están haciendo las personas a través de los mensajes directos de Instagram son sobre las fechas y el proceso de inscripciones, sobre la oferta académica y sobre los eventos como simposios, seminarios, cursos, etc.

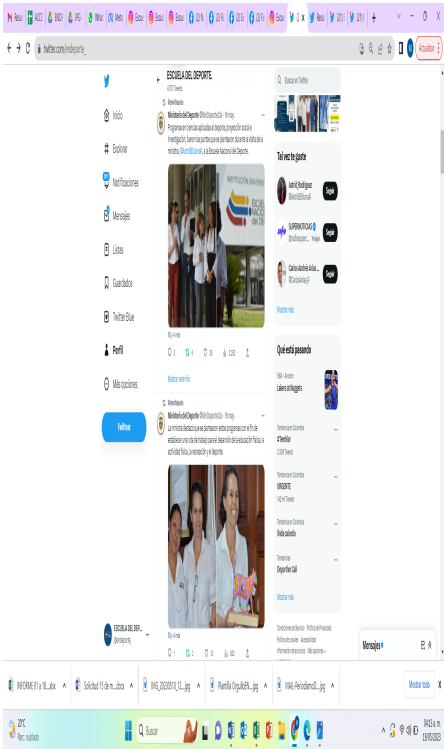
Esta red social es la que genera más tráfico y más interacción con respecto a los demás canales que conforman el ecosistema digital de la Institución. En los últimos tres meses se ha incrementado el contenido y la frecuencia de publicación. Cabe destacar que, el contenido que se publica a través de historias genera una cantidad alta de reacciones.

Cantidad de Tweets	13 y 2 retweets.
Impresiones	3,302
Visitas al perfil	249
Menciones	4
Seguidores	3.284
Nuevos seguidores en los últimos 28 días	16

<p>Tweet principal</p>	<p>Publicación del 12 de mayo sobre Foro de la Facultad de Ciencias de la Educación y del Deporte, y la Dirección Técnica de Proyección Social.</p> <p>Impresiones: 235</p> <p>Interacciones totales: 6</p>	
<p>Tweet con contenido multimedia principal</p>	<p>Publicación del 08 de mayo sobre la invitación a la Jornada Electoral para la elección del Representante de los Estudiantes ante el Consejo Directivo.</p> <p>Impresiones: 222</p> <p>Interacciones totales: 10</p>	

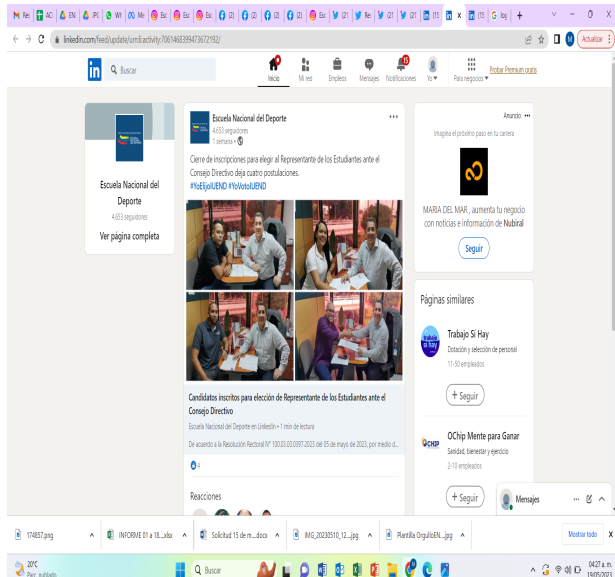
Contenido retwitteado

El sábado 13 de mayo se publicaron dos tweets sobre la visita de la Ministra del Deporte a la Institución (el mismo día).  
El 16 de mayo el Ministerio hizo dos publicaciones sobre el tema, el mismo día se retwittearon.



Aunque la interacción es menor con respecto a las otras redes, se ha continuado con la estrategia digital y se ha aumentado el contenido para este canal en el último mes, ya que es fundamental para la comunicación más ágil y precisa de los temas más relevantes de la Institución, que tienen impacto en la comunidad en general.

in	
Cantidad de publicaciones	11
Reacciones	31
Número de seguidores	4,653
Seguidores ganados mes de mayo	104

Contenido con más impresiones	<p>El contenido con más impresiones: 502, corresponde al artículo sobre los candidatos inscritos para la elección del Representante de los estudiantes ante el Consejo Directivo.</p>	
	<p>El contenido principal de esta red son artículos de corte académico o un poco más especializados, por ejemplo, artículos de investigación o noticias sobre la participación de estudiantes, egresados y docentes en eventos académicos, entre otros. Durante el último mes se ha incrementado la frecuencia de publicación con el fin de generar mayor interacción y de visibilizar más los temas mencionados anteriormente.</p>	