



**UNIVERSIDAD
GERARDO BARRIOS**

Líderes en Gestión del Conocimiento



Comisión de Acreditación de la
Calidad de la Educación Superior
UNIVERSIDAD GERARDO BARRIOS (UGB)
ACREDITADA
2019- 2024

INFORME DE RENDIMIENTO CAMPAÑA DIGITAL “CIENCIA EN CONFINAMIENTO” 29/04/20 - 19/06/20

**Fátima Azucena Ordóñez
Coordinadora Editorial - UGB**

Presentación

Este informe expone el alcance y repercusión de las publicaciones realizadas en la red social Facebook en el marco de la campaña digital de divulgación científica "Ciencia en confinamiento", desarrollada del 29 de abril al 19 de junio de 2020 y en la que participaron investigadores de la Unidad de Investigación de la Universidad Gerardo Barrios Sede Central San Miguel.

Objetivo General

Promover la popularización de la ciencia a través de la divulgación de contenido científico.

Objetivos Específicos

1. Crear una atmósfera de estímulo a la curiosidad e interés por la ciencia.
2. Visibilizar las investigaciones realizadas por la Universidad Gerardo Barrios.

Análisis General

Actualmente la página oficial de Facebook de la Universidad Gerardo Barrios cuenta con un total de 81,253 seguidores y con 78,533 me gusta, además promedia seis publicaciones por día y cuenta con una media de 280 reacciones, las más populares suelen ser el contenido propio y vídeos.

Datos

Los datos presentados fueron proporcionados por la Unidad de Comunicación y fueron obtenidos gracias a la herramienta de estadísticas que Facebook facilita a los administradores de las páginas en esta red social. Las estadísticas se encuentran actualizadas hasta el día 24 de junio de 2020.

RESUMEN GENERAL - INFOGRAFÍAS

7

PUBLICACIONES

63,624

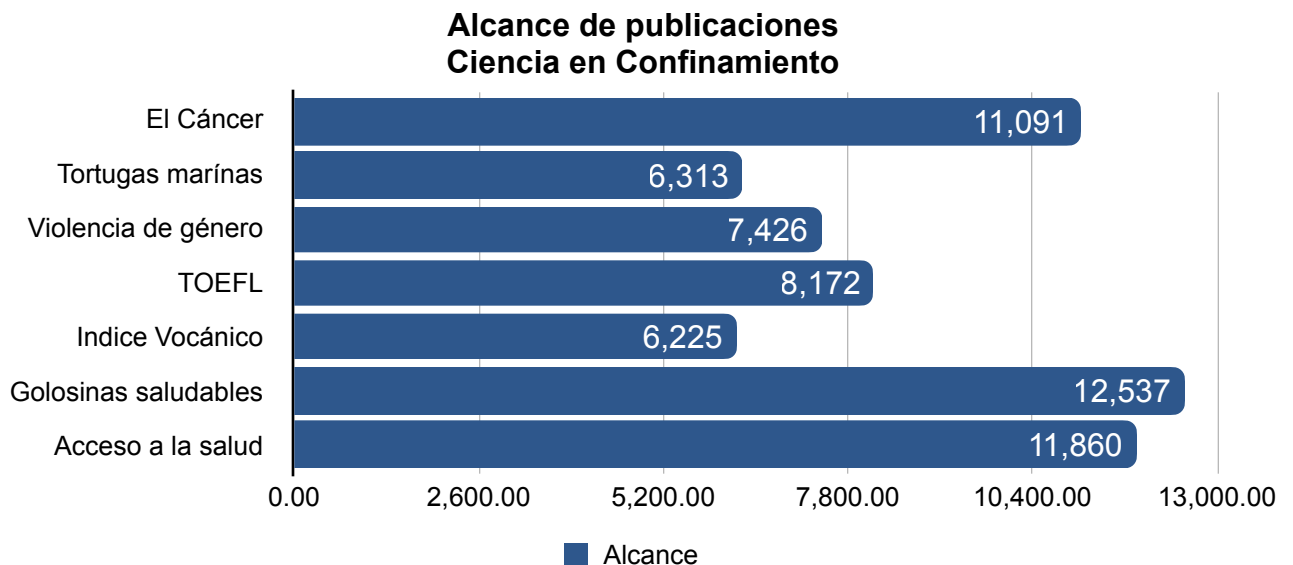
ALCANCE

4,376

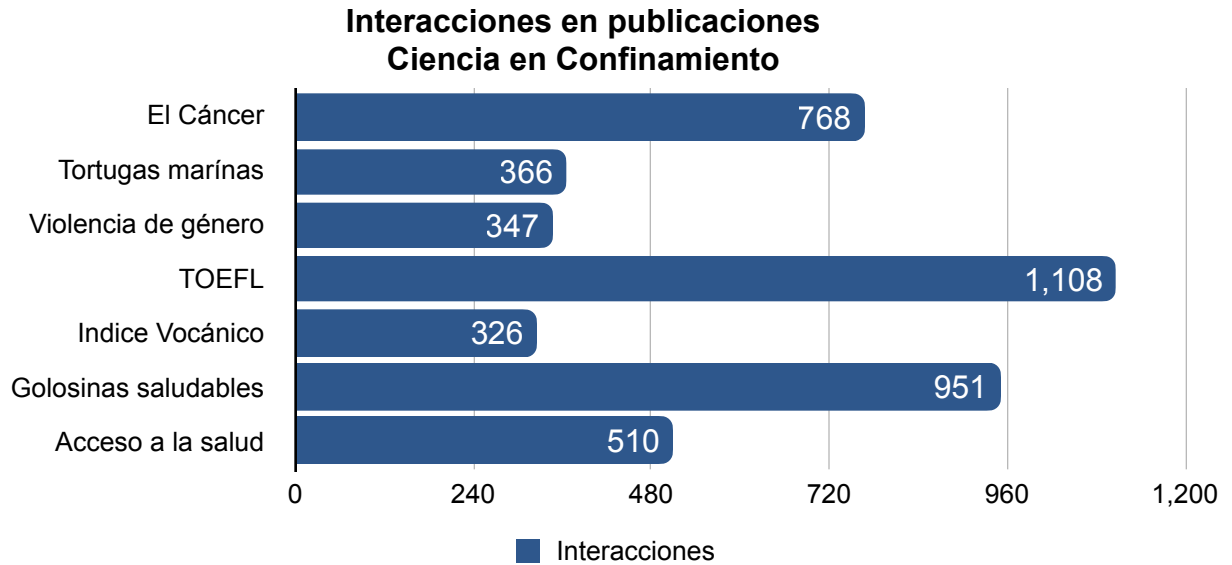
INTERACCIÓN

127

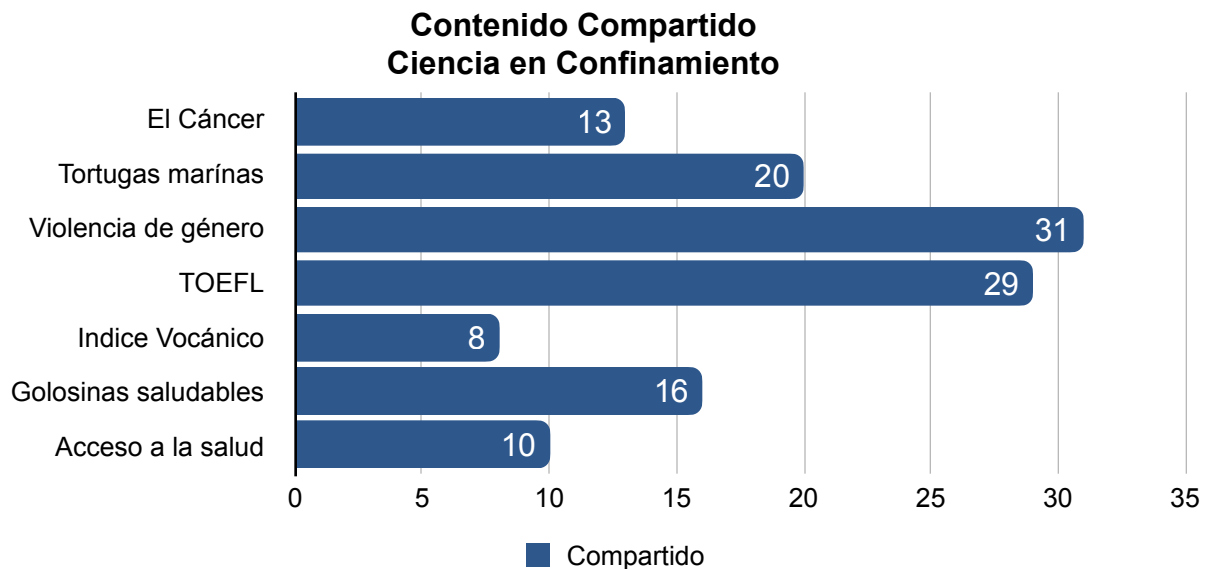
CONTENIDO
COMPARTIDO



Análisis: Se puede constatar que la infografía titulada “Golosinas saludables” obtuvo mayor alcance que el resto, más todas las infografías tuvieron un alcance mayor a 6,000 personas, teniendo un alcance total de 63,624.



Análisis: Como muestra la gráfica, la infografía titulada “TOEFL” fue la que mayor interacción generó alcanzando las más de 1,000 y el número de interacciones totales superan las 4,000.



Análisis: Las estadísticas evidencian que la infografía titulada “Violencia de género” fue la que obtuvo mayor cantidad de compartidos. Todas las infografías generaron un total de 127 compartidos.

RESUMEN GENERAL - VÍDEOS

8

VÍDEOS

26,847

REPRODUCCIONES

279

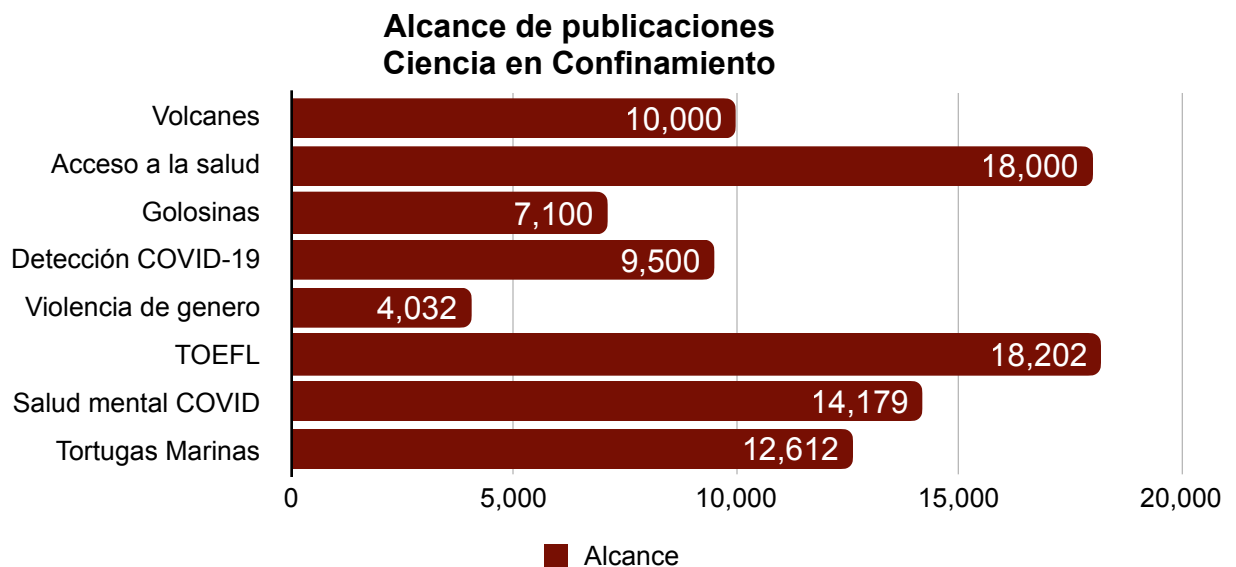
CONTENIDO
COMPARTIDO

6,285

INTERACCIÓN

93,625

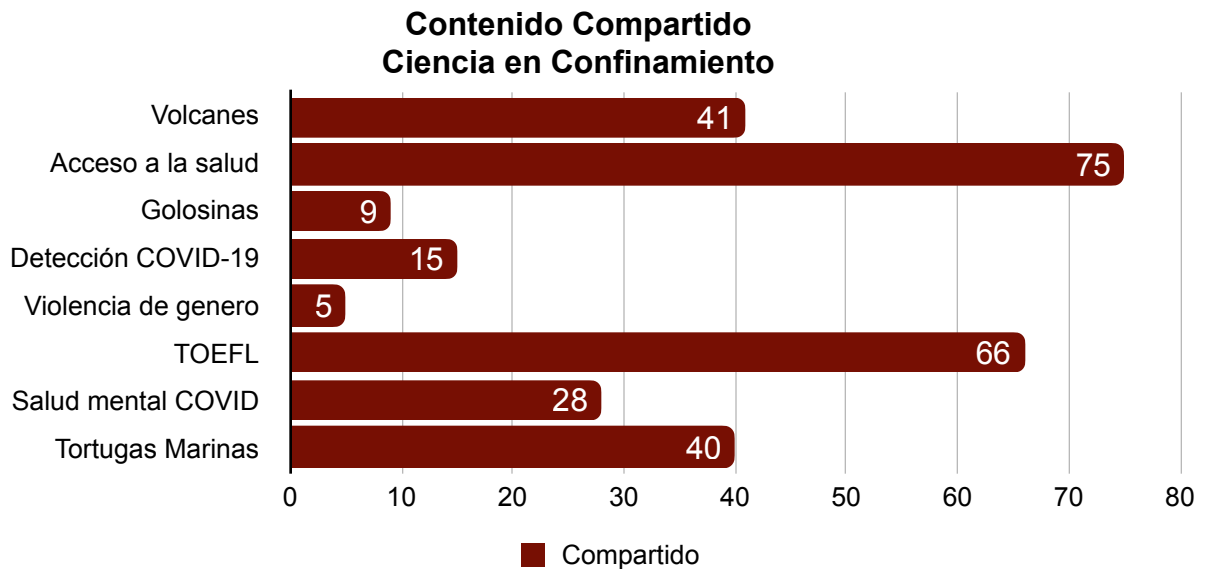
ALCANCE



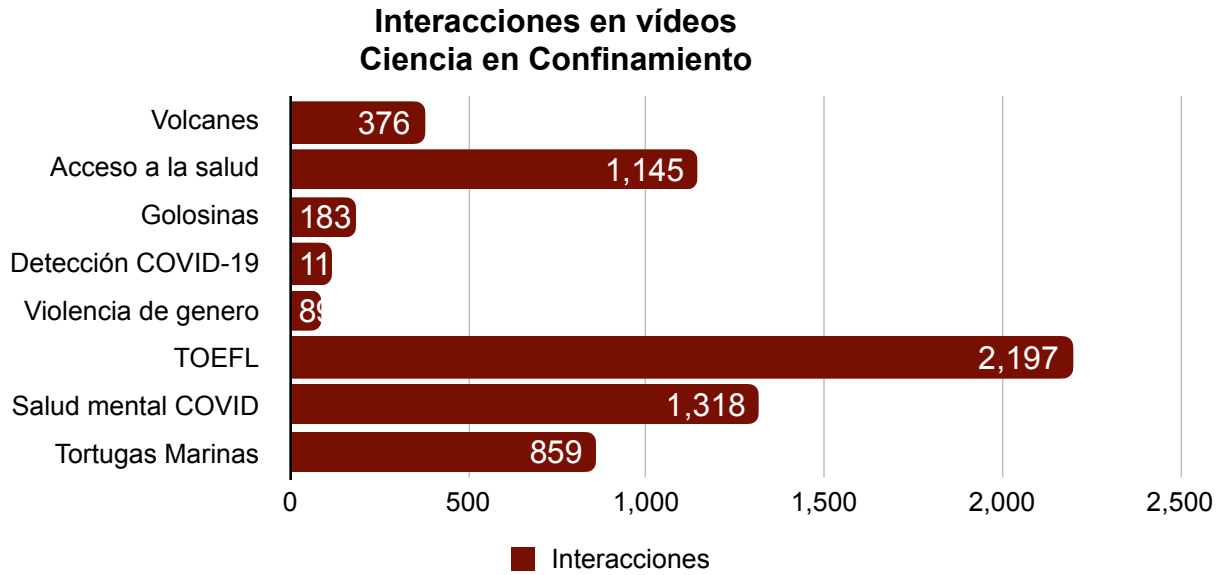
Análisis: Las estadísticas muestran que el vídeo titulado “TOEFL” fue el vídeo que más alcance obtuvo llegando a más de 18,000. El alcance total de los vídeos fue de más de 93,000 personas alcanzadas.



Análisis: La información evidencia que el vídeo titulado “Acceso a la salud” fue el que vídeo que obtuvo mayor número de reproducciones superando las 6,000. El total de reproducciones sumando todos los vídeos fue de 26,847.



Análisis: Se puede confirmar a través de la gráfica que el vídeo titulado “Acceso a la salud” fue el vídeo más compartido de toda la estrategia. Todos los vídeos generaron un total de 279 compartidos.



Análisis: Como se muestra en la gráfica el vídeo titulado “TOEFL” fue el que generó mayor cantidad de interacciones superando las 2,000 y el número de interacciones totales fue de 6,178.

RESUMEN GENERAL “CIENCIA EN CONFINAMIENTO”

15

PUBLICACIONES

26,847

REPRODUCCIONES

406

**CONTENIDO
COMPARTIDO**

10,661

INTERACCIÓN

157,249

ALCANCE

**LA TOTALIDAD DE LAS ESTADISTICAS PRESENTADAS FUE LOGRADA
MEDIANTE POSICIONAMIENTO ORGÁNICO.**

Logros

1. Se popularizó la ciencia en sus diversas ramas, alcanzando a más de 150,000 personas mediante formatos nuevos de fácil comprensión.
2. Las investigaciones realizadas por la Universidad Gerardo Barrios fueron tema de conversación en las redes sociales.
3. Se estimuló la curiosidad e interés de las personas por la ciencia.
4. Las investigaciones realizadas por la Universidad Gerardo Barrios fueron divulgadas con métodos actuales y efectivos.
5. Se obtuvieron excelentes resultados mediante la apuesta de creación de contenido sin necesidad de invertir monetariamente en la promoción de las publicaciones.