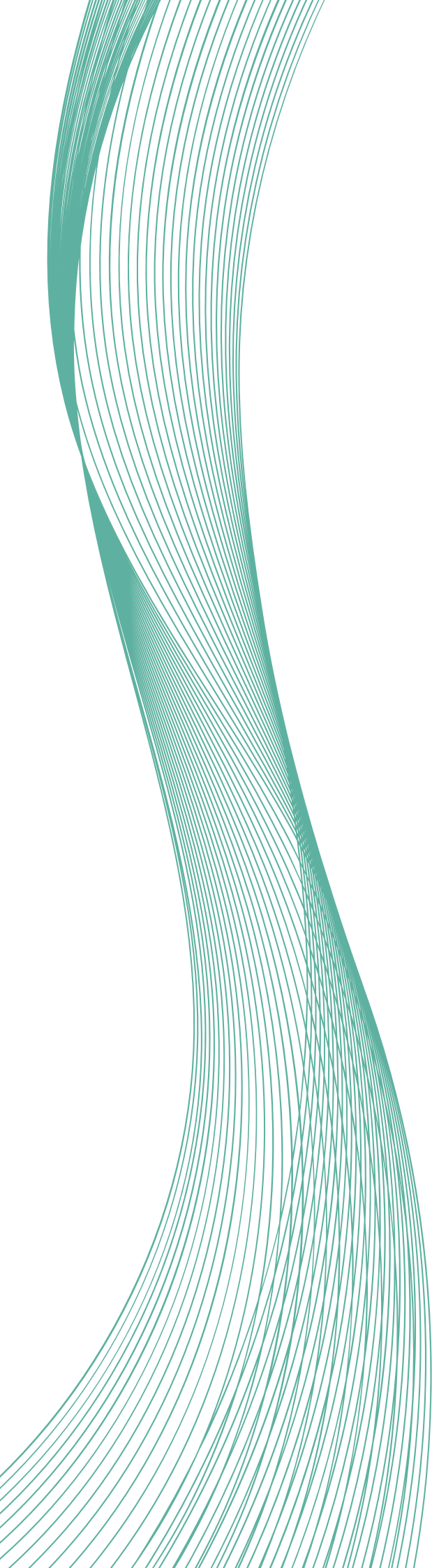


Redes Sociales de la Facultad de Ciencias de la Educación y del Deporte de Melilla

RESUMEN
Curso 2024 - 2025



Índice

01

Introducción

02

Facebook

03

X (Twitter)

04

Instagram

05

LinkedIn

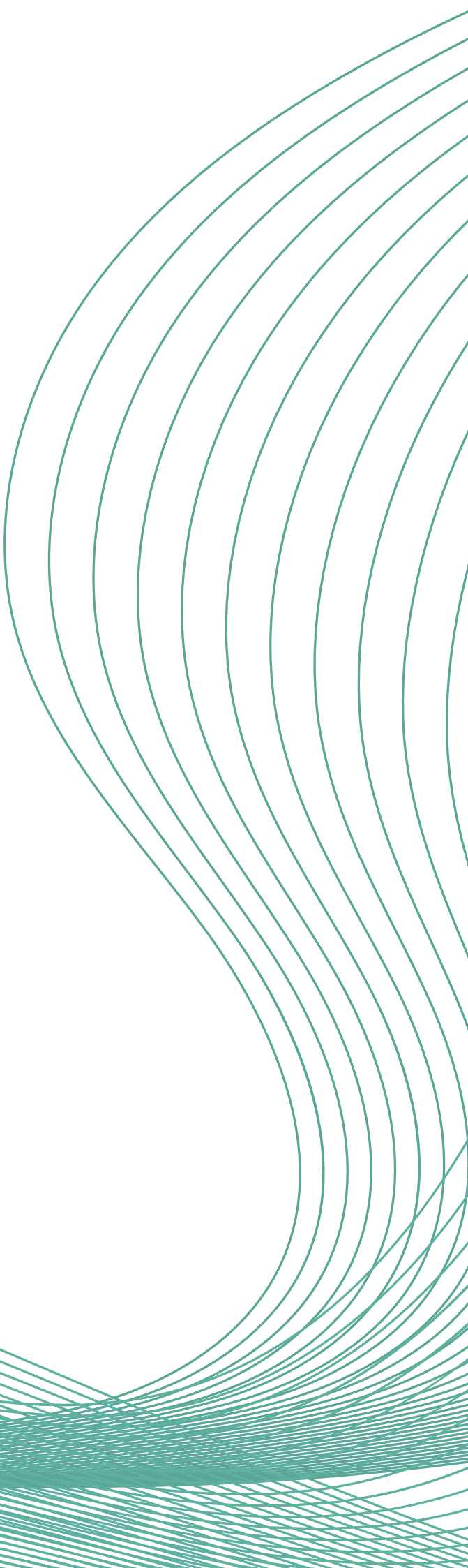
06

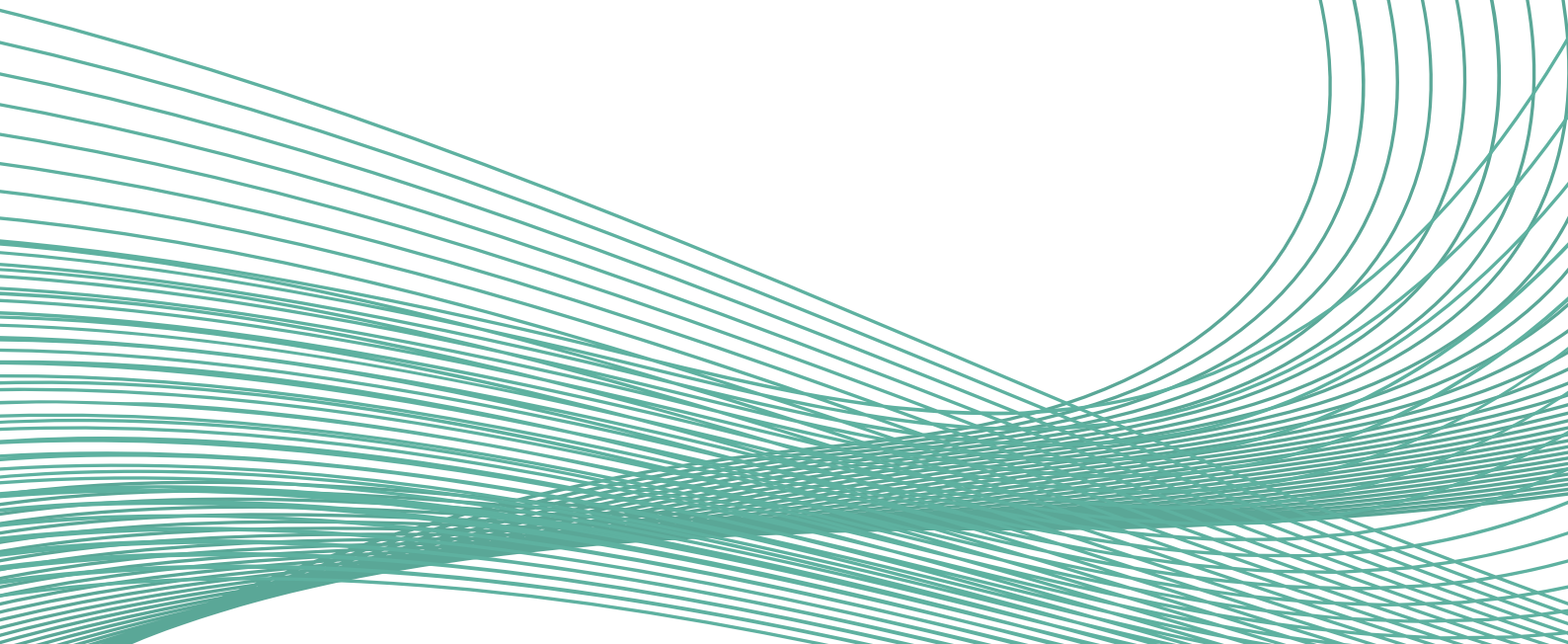
WhatsApp y Telegram

07

Conclusiones

INTRODUCCIÓN



- Presentaremos los resultados más destacados de las redes sociales de la Facultad activas durante el curso 2024-2025.
 - Revisaremos las estadísticas de los perfiles institucionales para identificar tanto puntos débiles como fortalezas.
 - Plantearemos acciones para impulsar el alcance de las redes para la comunidad universitaria (estudiantado, profesorado, personal de administración, gestión y servicios) y la ciudadanía en general.
- 

FACEBOOK

Estadísticas del 1 de septiembre de 2024 al 31 de julio de 2025

Personalizada: 1 sept. - 31 ago. ▼

3655 Interacciones ⓘ

+22,4 % desde 365 días anteriores



2903

Reacciones ⓘ



182

Comentarios ⓘ



570

Contenido compartido ⓘ

CONSOLIDACIÓN DE RESULTADOS

La página de Facebook de la Facultad de Ciencias de la Educación y del Deporte de Melilla mantuvo un buen rendimiento al cierre del curso académico 2024-2025, consolidando la dinámica de los últimos años, pese a ser una red social "antigua" respecto a las que usan las actuales generaciones de estudiantes, que dan prioridad a las redes más dinámicas y de vídeos cortos.

El alcance de las publicaciones llegó a 21.100 usuarios (+12,3 %), las interacciones con el contenido crecieron un 22,4 % con 3.655 acciones y la cifra de seguidores se situó en 1.605 (+66) que visitaron la página un total de 9.856 veces (+5,3 %).

Las interacciones de los usuarios con los contenidos compartidos en la página de Facebook se ha mantenido más o menos continuas durante el curso académico con un relativo descenso durante los periodos vacacionales (Navidad, Semana Santa y verano). A finales de curso se registraron varios picos de crecimiento vinculados con las publicaciones (vídeos + fotogalerías) de los actos de graduación.

CONTENIDO DE INTERÉS

Vista previa	Visualizaciones	Alcance	Interacciones	Impresiones
 Publicada · 26 jun. a las 18:55	3551	720	60	796
 Publicada · 19 jun. a las 19:59	2705	234	41	255
 Publicada · 10 mar. a las 21:36	2620	1416	19	1516
 Publicada · 20 jun. a las 23:12	2587	294	30	352
 Publicada · 20 jun. a las 23:17	2454	245	24	282

Los contenidos que más atrajeron la atención de los seguidores en Facebook a lo largo del curso fueron aquellos relacionados con eventos en los que ellos mismos o personas cercanas tenían un papel central, como las ceremonias de graduación. También destacaron las publicaciones sobre logros institucionales y los reconocimientos a miembros del personal de Faedumel, incluyendo docentes y la decana. Asimismo, generaron interés los cierres de actividades que el público percibe como valiosas. Esta tendencia indica que los seguidores muestran mayor interacción con publicaciones de carácter personal o social, especialmente aquellas que resaltan vínculos humanos y celebran logros individuales o colectivos.

PERFIL DE LOS SEGUIDORES



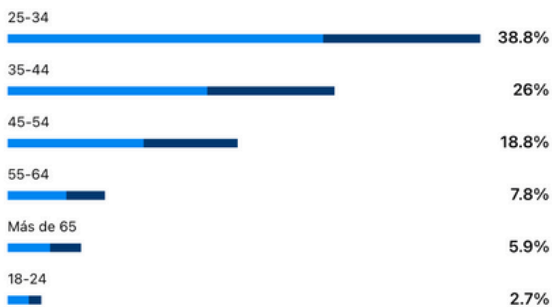
A 31 de agosto de 2025, la cifra de seguidores de la página de Facebook de Faedumel era de 1.613 (+3,8 %) tras sumar 60 nuevos seguidores netos y perder otros 30 que dejaron de seguir la cuenta en diferentes momentos del curso, aunque principalmente al acabar el año académico en cuanto finalizan el último curso de su carrera universitaria.

CIUDADES DE ORIGEN

Edad y sexo ①

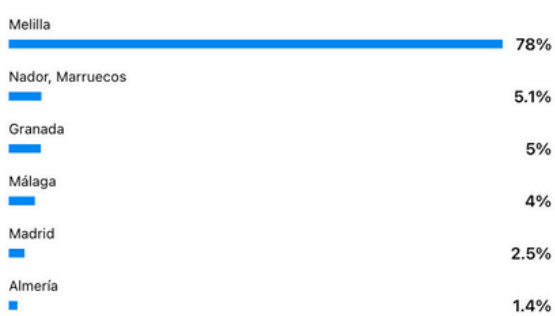
Duración total

● Mujeres ● Hombres ● Desconocido



Ciudades ①

Duración total

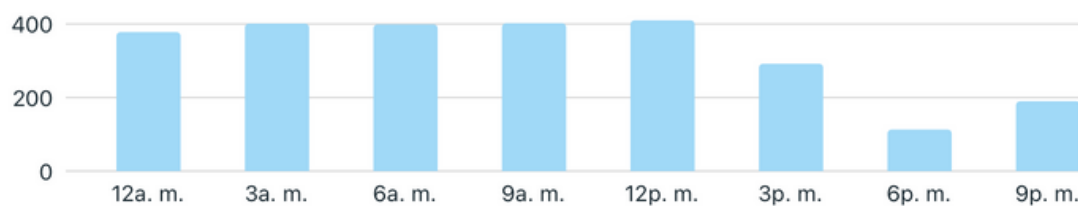


El principal grueso de seguidores de la página de Facebook de la Facultad tiene edades comprendidas entre los 25 y los 34 años (38,8 %) frente a la franja de seguidores que representa nuestro principal objetivo, como lo es la correspondiente entre las edades 18-24 años (2,7 %), en edad universitaria. Esto demuestra la pérdida de liderazgo de Facebook como plataforma social entre los jóvenes y la sitúa como referente de la generación anterior, que mantiene su uso, y que en la actualidad cursan estudios de máster y doctorados.

POTENCIAR EL ALCANCE DE LOS CONTENIDOS

Momentos de más actividad ①

Según los últimos 28 días



Los momentos de mayor actividad de nuestros seguidores en la página siguen una dinámica constante, concentrándose sobre todo en las primeras y últimas horas del día. Por esta razón, se sugiere programar las publicaciones dentro de ese intervalo de tiempo, con el objetivo de lograr un mayor alcance y garantizar una difusión más eficaz de la información.

X (TWITTER)

Muestra de abril de 2024

Tus posts consiguieron **7.9K impresiones** en este período de **30 días**



AVANCE CONTINUO

La cuenta de X (Twitter) de la Facultad de Ciencias de la Educación y del Deporte de Melilla (Faedumel_UGR) mantuvo un ritmo continuo durante el pasado curso académico en todos los parámetros. Al cierre del curso académico 2024-2025, la cuenta de X de la Facultad tenía un total de 1.125 seguidores.

Aunque no se trata de una de las redes sociales preferidas por el alumnado de la Facultad debido a diferencias generacionales, la página ha experimentado un crecimiento paulatino tanto en el número de seguidores como en la interacción, gracias a las menciones y etiquetas utilizadas por diversos medios de comunicación e instituciones a lo largo del curso.

Lamentablemente, abril de 2024 fue el último mes en el que tuvimos disponibles las estadísticas para hacer un análisis mensual, trimestral y anual de los diferentes parámetros (crecimiento de seguidores, publicaciones con mayor interacciones...), dado que en mayo se impuso el pago de una tarifa para poder acceder a este servicio anteriormente gratuito.

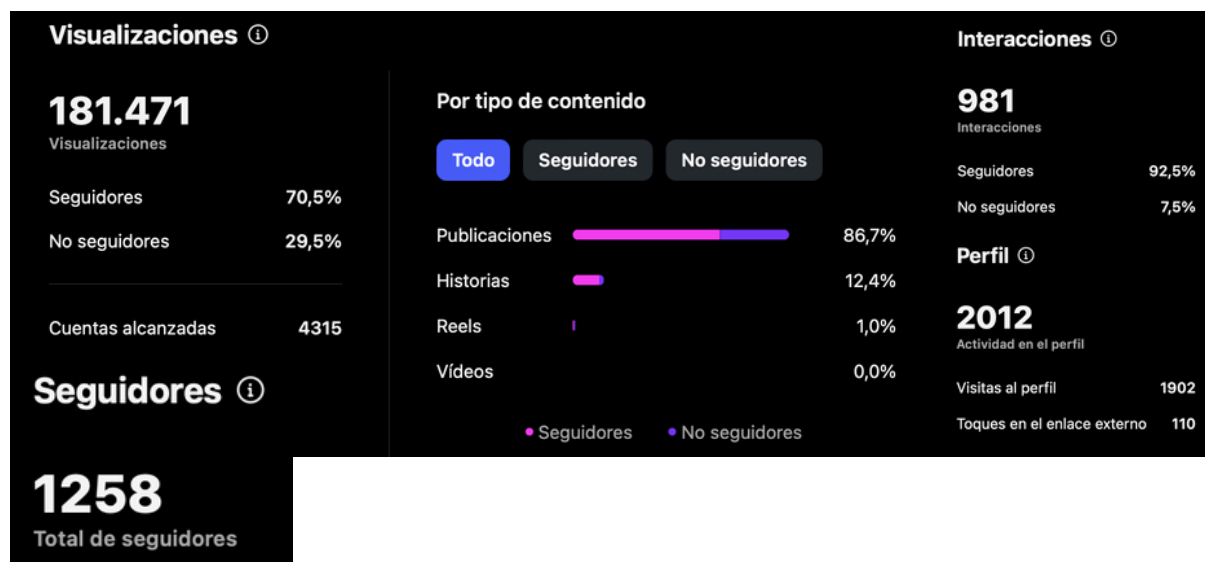
Si se desea tener estadísticas de esta red social, hay que suscribirse a algunas opciones de pago, incluso si se trata de hacer con plataformas de gestión de contenidos como Metricool o Hootsuite.

INSTAGRAM

Septiembre 2024



Julio y agosto 2025



MÁS SEGUIDORES

La cuenta de Instagram de la Facultad de Ciencias de la Educación y del Deporte de Melilla (@faedumel_ugr_melilla) tiene los seguidores más activos respecto a las demás redes sociales, ya que es una plataforma con un perfil más joven y de mayor uso entre el público con edad universitaria.

En un curso académico el número de seguidores creció en 146, pasando de los 1.110 a los 1.258, aumento que también se tradujo en un mayor alcance de los contenidos, ya fueran publicaciones, historias o reels.

LINKEDIN

Datos destacados

Datos de: 20/10/2024 - 31/8/2025

8.263

Impresiones

319

Reacciones

3

Comentarios

1

Veces compartido

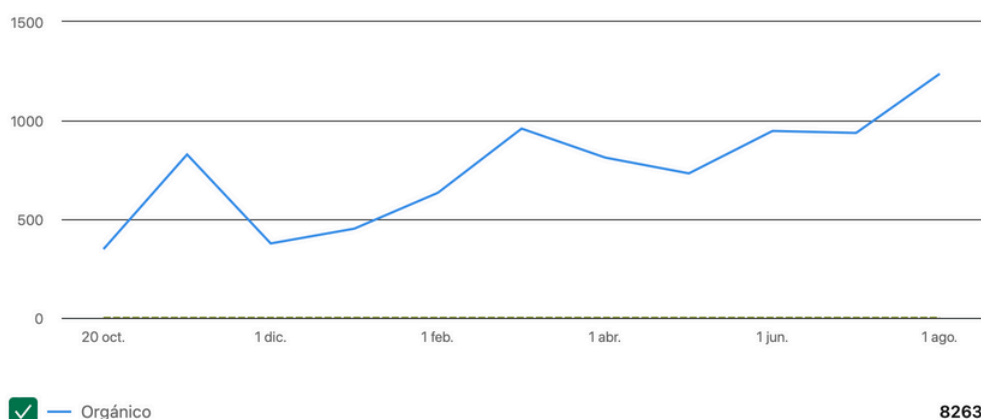
Indicadores

Datos destacados de seguidores ⓘ

Impresiones ▾

155

Total de seguidores



CRECIMIENTO PROFESIONAL

El 1 de octubre de 2023 se puso en marcha la página oficial de la Facultad de Ciencias de la Educación y del Deporte de Melilla en LinkedIn, la principal red profesional orientada a fomentar vínculos entre instituciones, empresas y profesionales de distintos sectores a nivel global.

La creación de este perfil tuvo varios propósitos: aumentar la visibilidad de la Facultad en el entorno digital, mantener informada a la comunidad universitaria que utiliza esta red, establecer lazos con otras entidades, y respaldar a nuestros egresados y personal, brindándoles la posibilidad de vincular nuestro centro como lugar de formación o empleo en sus currículums digitales.

Desde su lanzamiento, la respuesta del público ha sido moderada, en parte porque LinkedIn está más orientada a profesionales que ya han finalizado su formación y buscan oportunidades laborales. Por ello, se ha planteado enfocar este canal especialmente hacia antiguos alumnos y estudiantes de último curso que se están incorporando al mundo laboral.

Hasta la fecha, el perfil de Faedumel ha alcanzado los 155 seguidores y ha registrado más de 8.000 visualizaciones en sus publicaciones, entre las que destacan contenidos institucionales, programas académicos, cursos y convocatorias de becas.

WHATSAPP



FAEDUMEL EN TU MÓVIL

El canal de WhatsApp se puso en marcha con el mensaje navideño de la Facultad. Desde entonces ha conseguido sumar 209 seguidores que reciben en sus teléfonos móviles toda la información sobre trámites, becas, Erasmus, cursos, prácticas y eventos de Faedumel, el Campus de Melilla o la Universidad de Granada (UGR).

Con el canal, los seguidores reciben en su aplicación de WhatsApp directamente, sin necesidad de entrar en ninguna plataforma como sucede con el resto de las redes sociales, aunque puntualmente se les invita a seguir los demás perfiles para no perder oportunidad de estar informado en todo momento.

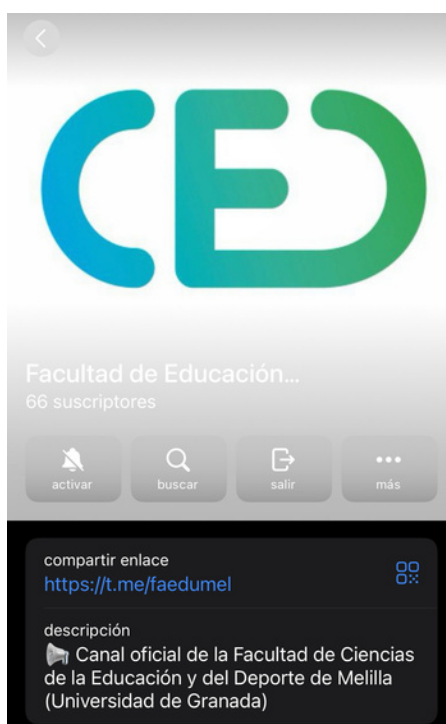
TELEGRAM

INFO A MANO

El canal de Telegram de la Facultad se inauguró al mismo tiempo que el de WhatsApp con el mismo objetivo: llegar a los seguidores de forma rápida y directa a sus dispositivos.

Desde su puesta en marcha a finales de diciembre de 2023, este canal consiguió 66 seguidores.

Telegram es una aplicación ligeramente no tan popular como WhatsApp en España, pero su uso se está extendiendo, sobre todo en perfiles más profesionales que universitarios, por ser considerada más segura.



CONCLUSIONES



AMPLIAR CONEXIONES

Las redes sociales se han consolidado como una valiosa vitrina para la Facultad de Ciencias de la Educación y del Deporte de Melilla. A través de ellas, no solo se difunde información relevante sobre trámites, becas, ayudas, cursos y eventos, sino que también se fortalece el vínculo con la comunidad universitaria y con la sociedad en general. Esto se refleja especialmente en el buen rendimiento de las publicaciones con un enfoque más personal, donde estudiantes, docentes y figuras destacadas de la comunidad son protagonistas.

No solo importa el contenido que se comparte, sino también la manera en que se comunica. Por eso, el uso de recursos multimedia se ha convertido en la estrategia más efectiva para conectar con los seguidores. El formato digital, adaptado a las particularidades de cada red social, ha demostrado ser eficaz para llegar al público deseado, como lo confirman los indicadores positivos registrados al finalizar el curso académico anterior.

Cabe destacar el impacto de los vídeos cortos y los 'reels', que se posicionan como los formatos preferidos por el público joven. Por esta razón, se recomienda que durante el curso 2025-2026 se refuercen este tipo de contenidos para difundir los mensajes más relevantes. Un mensaje breve, directo y bien estructurado siempre tiene mayor alcance.

El balance del curso 2024-2025 en redes sociales es positivo, con un crecimiento sostenido que evidencia el interés de la comunidad universitaria en todo lo relacionado con la Facultad. Asimismo, confirma que las estrategias de comunicación empleadas están funcionando, con una respuesta especialmente activa por parte del alumnado.

De cara al próximo curso, será clave establecer un calendario específico de publicaciones en formato vídeo para fomentar la fidelización del público, así como implementar dinámicas interactivas —como encuestas o preguntas en las stories de Instagram— que mantengan e incrementen la participación del estudiantado, especialmente en esta red social donde su presencia es más significativa.

