

Título**Instagram data insights.**

Transformando datos en estrategias de éxito.

Perfil a analizar: @lenceria_santaevacali**Planteamiento del Problema**

Identificar y comprender los tipos de contenido más populares entre la audiencia, y cómo interactúan los usuarios, con el objetivo de mejorar la estrategia en redes sociales.

Tipos de Datos**DATOS DESCRIPTIVOS DE LA PUBLICACIÓN:**

Características básicas que identifican y definen cada publicación

- Tipo de publicación (video - imagen - carrusel)
- Enlace de la publicación
- Fecha y hora de publicación
- Identificador único

DATOS DE COMPORTAMIENTO:

Patrones de actividad de tu audiencia, específicamente cuándo están más activos y receptivos

- Hora de mayor actividad

MÉTRICAS DE ENGAGEMENT:

Indicadores cuantitativos que miden cómo la audiencia interactúa con tu contenido

- Cantidad de likes
- Cantidad de comentarios

DATOS DEMOGRÁFICOS DE LA AUDIENCIA:

Información sobre quiénes son las personas que siguen e interactúan con tu cuenta

- Distribución por género y edad de seguidores
- Ubicación geográfica de seguidores

Pre Análisis Descriptivo de los Datos

- Total de likes en las publicaciones: 2.198
- Total de comentarios en las publicaciones: 73

Publicación con mayor interactividad:

- Tipo de medio: Video
- Fecha de la publicación: 13 de diciembre del 2024
- Hora de la publicación: 8:13 pm
- Cantidad de likes: 113
- Comentarios: 0

Cantidad de publicaciones por tipo:

- Videos: 29
- Imágenes: 28
- Carruseles: 15

Total de likes por tipo de publicación:

- Videos: 945
- Imágenes: 787
- Carruseles: 466

Total de comentarios por tipo de publicación:

- Videos: 15
- Imágenes: 42
- Carruseles: 16

Datos tomados manual (últimos 30 días):

Top ubicaciones:

- Santiago de Cali: 27.4%
- Bogotá: 4.3%
- Medellín: 3.5%
- Ciudad de Guatemala (Guatemala): 2.4%
- Ciudad de Ho Chi Minh (Vietnam): 1.5%

Tasa de seguidores por rango de edad:

- 13 - 17: 0.4%
- 18 - 24: 8.5%
- 25 - 34: 35.9%
- 35 - 44: 33.6%
- 45 - 54: 16.8%
- 55 - 64: 3.6%
- +65: 0.9%

Tasa de seguidores por género:

- Femenino: 80.2%
- Masculino: 19.8%
-

Horario de mayor actividad por día:

LUN	MAR	MIE	JUE	VIE	SAB	DOM
12 am	89	83	87	86	91	110
3 am	225	222	237	227	230	179
6 am	431	434	437	426	437	426
9 am	480	492	587	479	478	492
12 m	501	504	498	510	501	508
3 pm	513	521	505	506	509	507
6 pm	536	531	524	524	523	518
9 pm	297	298	300	303	346	363
						317

Interpretación de los Resultados

- La mayoría de las interacciones provienen de likes (96.8%), mientras que los comentarios representan solo un 3.2%. Esto sugiere que la audiencia tiende a interactuar pasivamente (con likes) más que activamente (con comentarios).

- Los videos son el tipo de publicación más frecuente, seguidos por las imágenes, mientras que los carruseles son menos comunes. A pesar de que los videos y las imágenes tienen una distribución similar en cantidad, los videos generan más likes en total, lo que indica que podrían ser más atractivos para la audiencia.

- Las imágenes generan la mayoría de los comentarios a pesar de tener menos likes que los videos. Esto sugiere que las imágenes podrían estar generando conversaciones o reacciones más profundas.

- La publicación con mayor interacción sobresale significativamente (casi el 5% de los likes totales), pero la ausencia de comentarios sugiere que fue un contenido que atrajo atención visual o emocional sin generar discusión. La hora (8:13 pm) podría ser un buen momento para publicar, especialmente un viernes (asumiendo que sigue el patrón de la tabla de horarios).

- La publicación con menor interacción posiblemente es debido a la hora tardía (10:34 pm, un sábado según la tabla), cuando la audiencia podría estar menos activa.

- **Días más activos:** Domingo (3.621 interacciones totales) y sábado (3.338 interacciones totales) son los días con mayor actividad, seguidos por lunes (3.172) y viernes (3.145). Esto sugiere que fines de semana y principios de semana son ideales para publicar. La hora con mayor interacción es a las 6 pm, el rango de horario con mayor actividad es de 12 m a 3 pm, y la hora con menor interacción es las 9 pm.

- Dado el enfoque y la ubicación física de la cuenta, es previsible que la mayoría de los seguidores sean mujeres y residan en la ciudad de Santiago de Cali. Y el principal grupo objetivo se encuentra en el rango de edad de 25 a 44 años.

Stack Tecnológico**Extracción de los Datos**

- **Ventajas:** Servicio gratuito, legal, oficial y enfocado en cuentas profesionales. Acceso a métricas clave como conteo de interacciones y demás.

- **Requisitos:** Cuenta de instagram business, vinculada a una cuenta de facebook. Registro en Meta for Developers con sus permisos necesarios.

- **Implementación:** Librería Request para solicitudes HTTP por medio de la API.

Transformación de los Datos

- **Implementación:** Librería Pandas para manipular y transformar datos (calcular tasas de engagement como likes / impresiones), y estructuración en tablas.

- **Opcionales:** NumPy para analizar tendencias y estadísticas

Carga de los Datos

- **Ventajas:** Servicio gratuito, acceso y colaboración en tiempo real, fácil compartición, integración con otras herramientas.

- **Requisitos:** Cuenta de Google con espacio en Drive, conexión a internet, configuración de permisos para la hoja, credenciales JSON para automatización..

- **Implementación:** Librería Gspread para interactuar con Google Sheets desde Python.

Visualización de los Datos

- **Ventajas:** Gratuito, intuitivo y se conecta directamente con Google Sheets. Se puede crear dashboards con métricas como engagement, crecimiento de seguidores o rendimiento por publicación.

- **Implementación:** Se realiza la conexión con google sheets.