

PRE-005 Plan integral de comunicación y marketing de la EPS

Elaboración y gestión del boletín informativo de la EPS [ITE-005-01]

Gestión, mantenimiento y dinamización de redes sociales [ITE-005-02]



Balance de resultados 2020

Febrero 2021

Introducción

Se presentan resultados de los indicadores utilizados para evaluar el impacto de las redes sociales de la EPS (Facebook, Twitter y LinkedIn) y del boletín electrónico iEPS. Los datos corresponden al año 2020 y se complementan con datos de evolución 2017-2020. Las fuentes utilizadas para la obtención de los datos son las métricas que proporcionan las propias redes (FB, TW y LIN) y Matomo (el software de análisis web gratuito implementado por la UZ) para el boletín.

El proyecto

La iniciativa de publicar un boletín informativo en formato electrónico y de tener presencia en las redes sociales surge el año 2017. Se trabaja siguiendo la metodología de proyecto bajo la coordinación de la biblioteca. En septiembre del mismo año se integra en el SGIC como Instrucciones Técnicas ([ITE-005-01 Elaboración y gestión del boletín informativo de la EPS](#) e [ITE-005-02 Gestión y mantenimiento información de la EPS en redes sociales](#)) dentro del procedimiento estratégico [PRE-005 Plan integral de comunicación y marketing de la EPS](#).

Se muestra a continuación extracto de la ficha de proyecto con objetivos e indicadores de cada proyecto:

NOMBRE DEL PROYECTO	Mantenimiento y dinamización de las redes sociales EPS
HORIZONTE DEL PROYECTO	Vinculado al Plan de Comunicación de la EPS (PRE-005) Gestión, mantenimiento y dinamización de redes sociales (ITE-005-02)

1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

CONTRIBUYE A LOS SIGUIENTES OBJETIVOS ESTRATEGICOS DE LA EPS (Plan de Comunicación EPS)	<ul style="list-style-type: none">Garantizar el flujo bidireccional de información con todos los grupos de interés
OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL PROYECTO	<ul style="list-style-type: none">Mejorar la proyección de la EPS y la difusión de sus servicios y actividadesRendir cuentas a los grupos de interésFomentar la participación de la comunidad universitariaContribuir a la mejora de la imagen corporativa del centro, proyectándola y proporcionando información veraz y completa de los servicios ofertados.
RESULTADO ESPERADO <ul style="list-style-type: none">Producto oServicio	<ul style="list-style-type: none">Facebook, Twitter, LinkedIn EPS
INDICADORES	<p>FACEBOOK</p> <ul style="list-style-type: none">Nº de seguidoresRitmo de incremento mensualTipología de los seguidoresTasa de interacción (nº de "me gusta", "compartir" y "comentarios" dividido por el nº total de seguidores)Índice <i>Klout</i> (medición de la presencia de las redes sociales en internet en el ámbito de centros universitarios afines) <p>TWITTER</p> <ul style="list-style-type: none">Nº seguidoresRitmo de incremento mensual<i>Retuits</i> (entradas de la EPS que otros usuarios <i>retuitean</i> en sus cuentas)Tasa de interacción (nº de interacciones –<i>clicks</i>, respuestas, seguimientos y me gusta) dividido por el nº de impresiones (n de veces que los usuarios vieron el tweet en Twitter). Una tasa de éxito se sitúa entre el 2 y el 3% <p>PARA LA GESTIÓN INTERNA</p> <ul style="list-style-type: none">Carga de trabajo del personal participante en el proyecto (dedicación en horas)

Extracto ficha proyecto redes

NOMBRE DEL PROYECTO	Diseño e implementación de un boletín informativo semanal: <u>iEPS</u>
HORIZONTE DEL PROYECTO	Vinculado al Plan Integral de Comunicación y Marketing de la EPS <u>Plan de Comunicación Interna</u>

1 OBJETIVOS DEL PROYECTO

CONTRIBUYE A LOS SIGUIENTES OBJETIVOS ESTRATEGICOS DE LA EPS (Plan Integral de Comunicación y Marketing de la EPS)	<ul style="list-style-type: none"> • Propiciar, entre todo el personal, el desarrollo de una visión común acerca de la política de calidad, organización y fines de la EPS. • Mantener oportuna y adecuadamente informados al PDI, PAS y Estudiantes acerca de los cambios en el entorno que incidan en el funcionamiento de la EPS. • Establecer canales de comunicación bidireccionales que permitan sentar las bases para el mantenimiento de un clima de trabajo propicio para el logro de los objetivos y la participación y compromiso del personal en su consecución.
OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL PROYECTO	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar un boletín semanal mediante el programa de <i>software</i> libre <u>Scribus</u> • Crear un canal de comunicación tanto interno como externo que aglutine todas las actividades del Centro y evite la dispersión de las fuentes de información • Mejorar la visibilidad de la institución tanto entre los grupos de interés como en la sociedad en general
RESULTADO ESPERADO <ul style="list-style-type: none"> • Producto o • Servicio 	<ul style="list-style-type: none"> • Boletín de noticias <u>iEPS</u>
INDICADORES	<ul style="list-style-type: none"> • N° boletines publicados al mes • N° visualizaciones • N° descargas • Satisfacción

Extracto ficha proyecto boletín

Los hitos más relevantes desde el punto de vista organizativo han sido los siguientes:



¿Quiénes somos [hoy]?



Responsable Plan de Comunicación EPS

Pablo Martín Ramos
(Subdirector de Relaciones Internacionales, Calidad y Sostenibilidad)

Coordinadoras proyecto "Gestión, mantenimiento y dinamización boletín iEPS y redes sociales EPS"

Elena Escar (Directora de la biblioteca) y Mercedes García (Administradora)

Equipo técnico boletín iEPS

Mari Escar (Negociado de Calidad)
Concha Cano (Secretaría de Dirección)

Equipo técnico RRSS

Adriana Oliva (Biblioteca)
Pablo Asensio (Biblioteca)

Indicadores

<http://eps.unizar.es/calidad/manual-procedimientos>

PRE-005 Plan de comunicación de la EPS	ITE-005-01 Elaboración y gestión del Boletín Informativo de la EPS ITE-005-02 Gestión y mantenimiento información de la EPS en redes sociales ITE-005-03 Gestión del Foro EPS-Empresas	FRE-005-01	FIE-005-01 FIE-005-02 FIE-005-03 FIE-005-04 FIE-005-05 FIE-005-06 FIE-005-07
--	--	------------	--

Indicador	Período de cálculo	Responsable
FIE-005-01. Reuniones de seguimiento del PC-EPS, con el PAS y PDI con responsables de impulsar redes y elaboración boletín	Anual	Subdirector con competencias en Calidad
FIE-005-02. Número de boletines de la EPS publicados anualmente, visualizaciones y descargas realizadas	Anual	Responsable del Boletín en Área Biblioteca
FIE-005-03. Seguimiento de noticias en red Twitter: tuits publicados, visitas al perfil, impresiones de tuits, menciones y nuevos seguidores	Anual	Responsable del Boletín en Área Biblioteca
FIE-005-04. Seguimiento red Facebook: número de seguidores, medición anual e índice Klout	Anual	Responsable del Boletín en Área Biblioteca
FIE-005-05. Seguimiento red LinkedIn: número de seguidores anual	Anual	Subdirector con competencias en Calidad
FIE-005-06. Satisfacción global de la comunidad universitaria de la EPS sobre la comunicación interna, a través de encuesta online	Anual	Subdirector con competencias en Calidad
FIE-005-07. Número de incidencias, reclamaciones, sugerencias, oportunidades, propuestas, etc. derivadas de la aplicación del procedimiento	Anual	Responsable principal del procedimiento

Resultados indicadores FIE-005-02 a 05

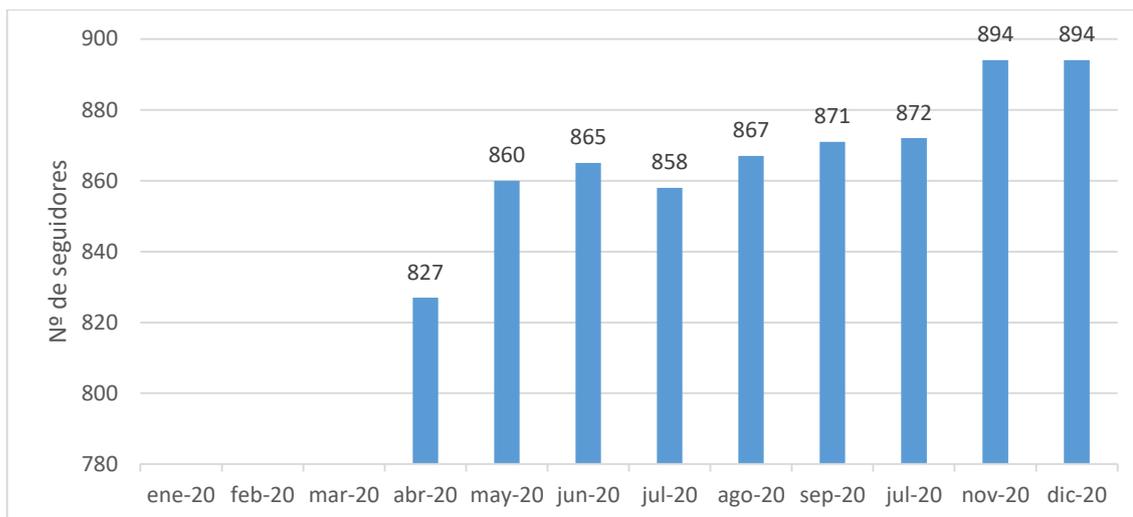
		2017	2018	2019	2020
iEPS_Nº boletines/año	FIE-005-02a	12	27	19	16
iEPS_Nº visualizaciones [únicas] promedio	FIE-005-02b	242	247	205	183
iEPS_Nº descargas [únicas] promedio	FIE-005-02c	156	109	143	147
TW_Nº tuits publicados/año	FIE-005-03a	282	Datos incompletos	726	944
TW_Nº visitas al perfil/año	FIE-005-03b	691	Datos incompletos	2971	7029
TW_Nº impresiones/año	FIE-005-03c		353900	399000	460400
TW_Nº menciones/año	FIE-005-03d	108	Datos incompletos	247	420
TW_Nº nuevos seguidores/año	FIE-005-03e	128	199	139	195
FB_Nº seguidores	FIE-005-04a		688	800	894
FB_Índice klout	FIE-005-04b				
LinkedIn_Nº seguidores	FIE-005-05		401	786	908

Balance Facebook

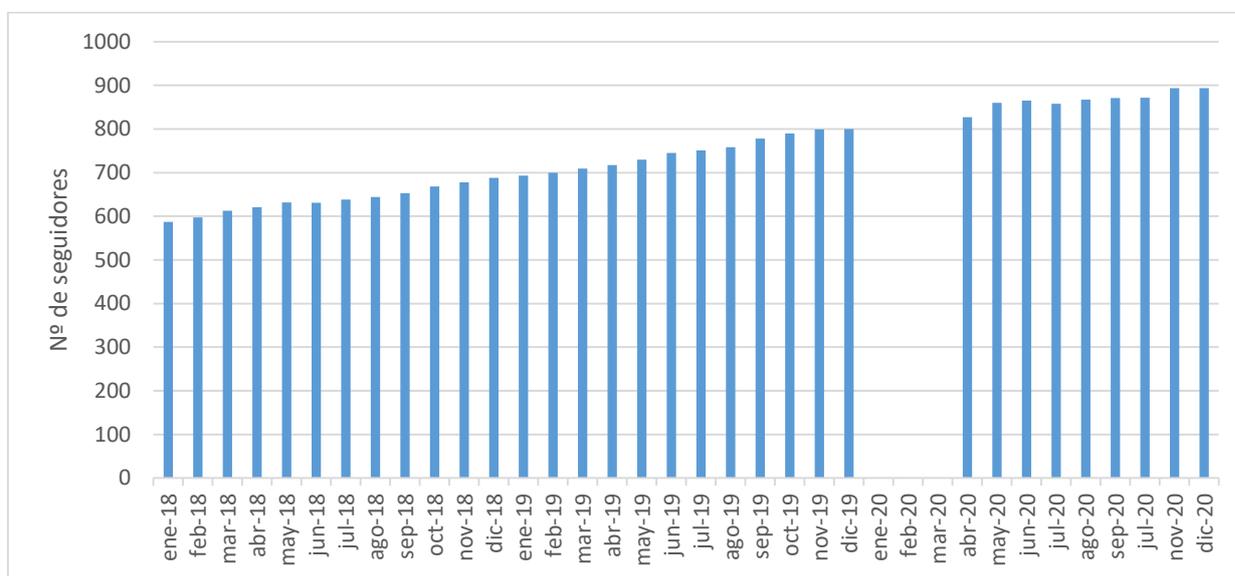


Facebook_Seguidores: año 2020

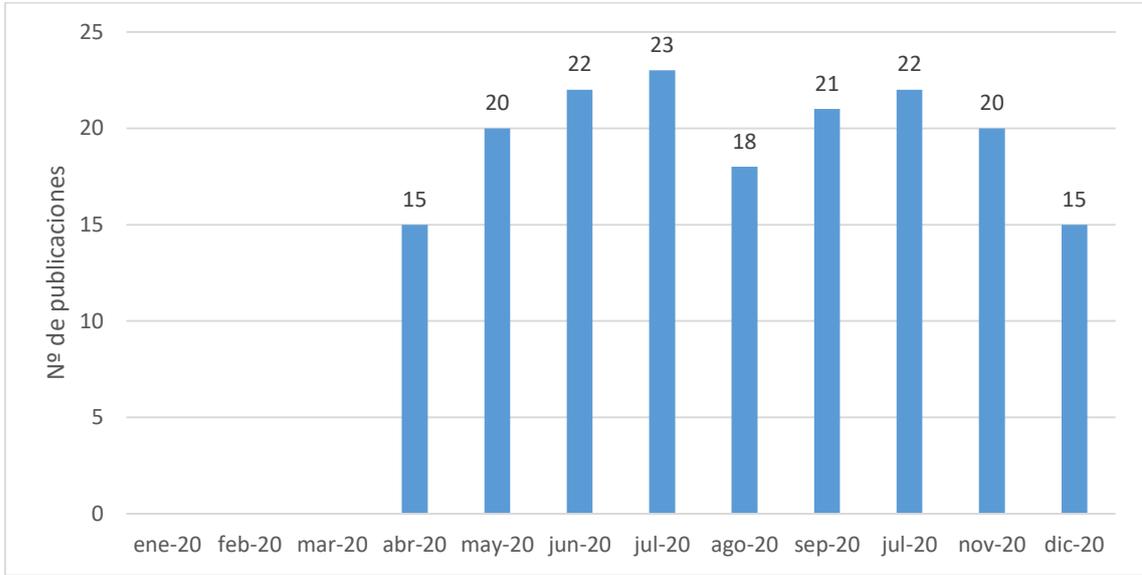
Indicador SGIC



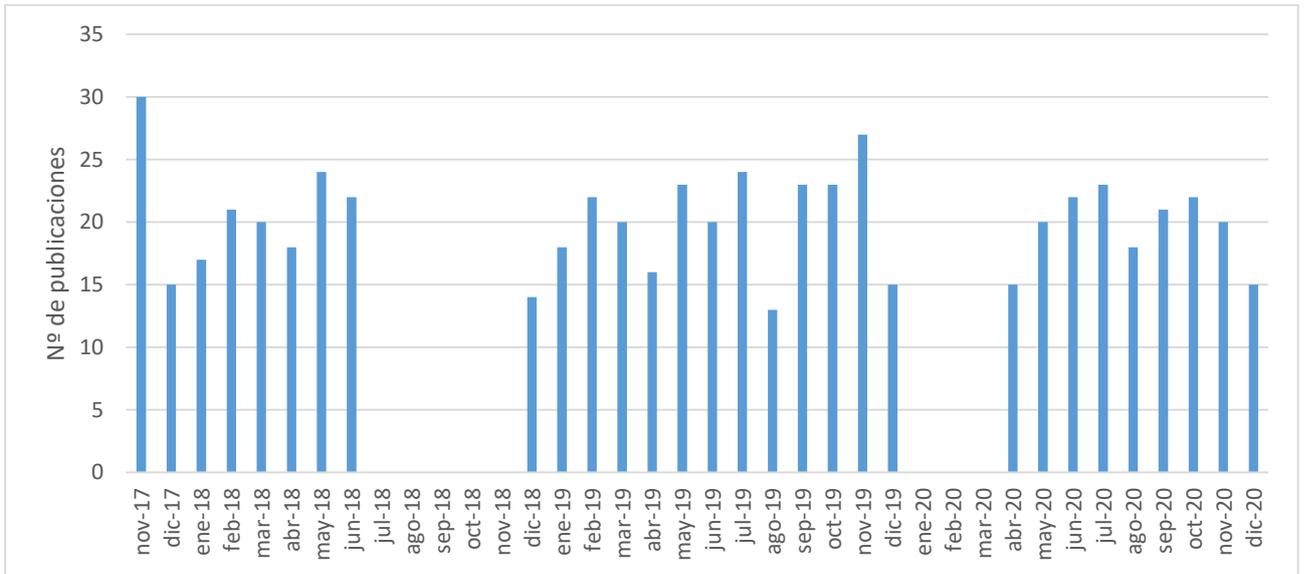
Facebook_Seguidores: evolución 2018-2020



Facebook_ Número de publicaciones: año 2020

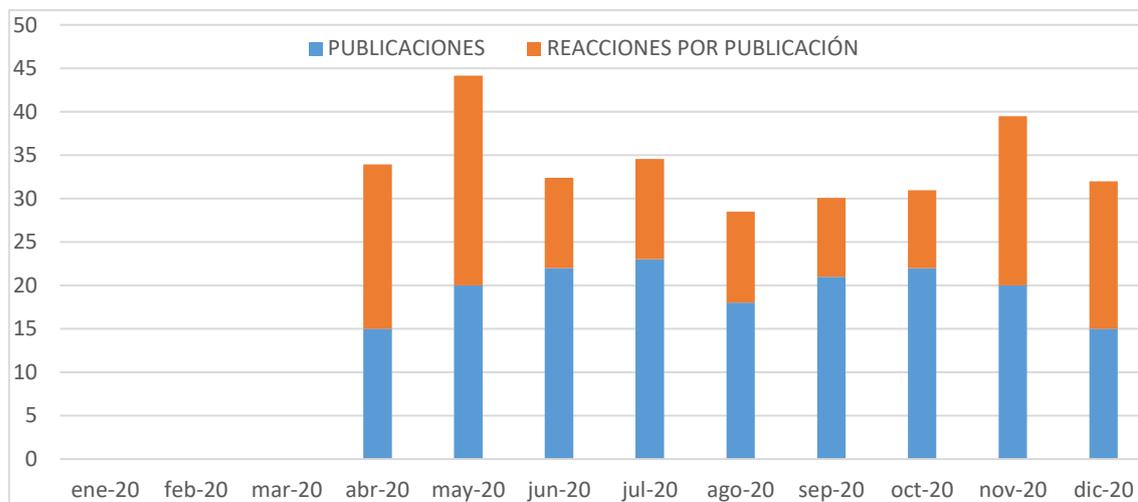


Facebook_ Número de publicaciones: evolución 2017-2020

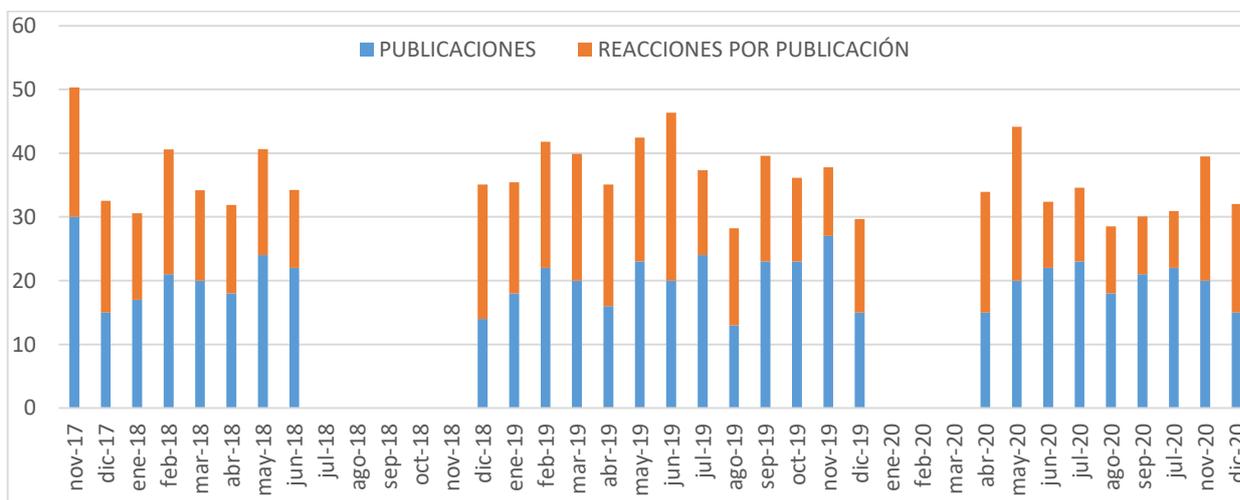


Facebook_ Reacciones por publicación: año 2020

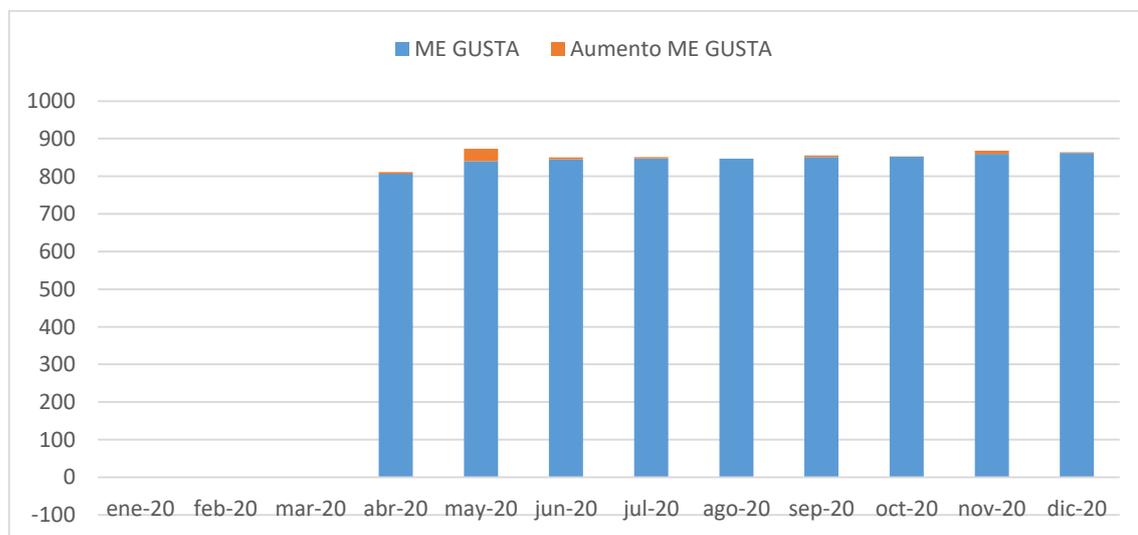
Las reacciones a las publicaciones (Me gusta, Me encanta, Me divierte, Me asombra, Me entristece o Me enfada) indican si las noticias resultan relevantes para nuestro público objetivo



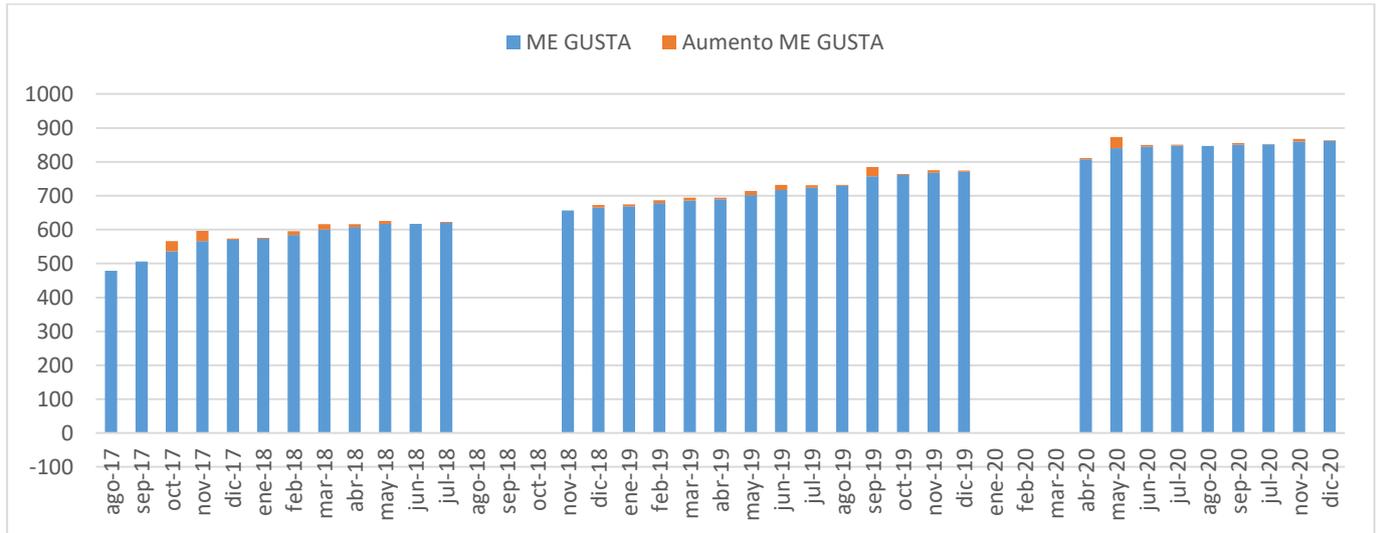
Facebook_ Reacciones por publicación: evolución 2017-2020



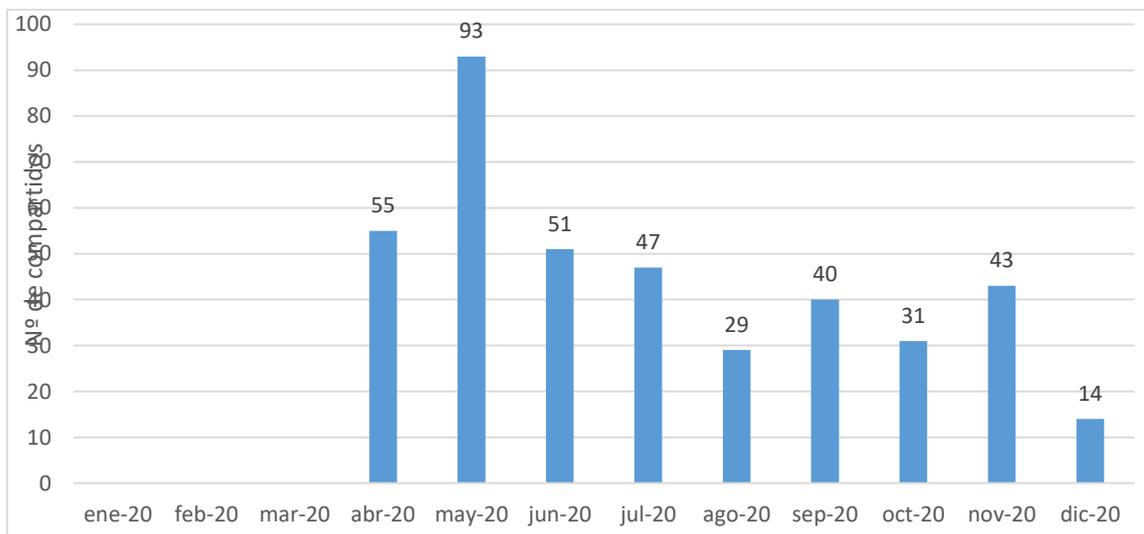
Facebook_ Te gusta [la página]: año 2020



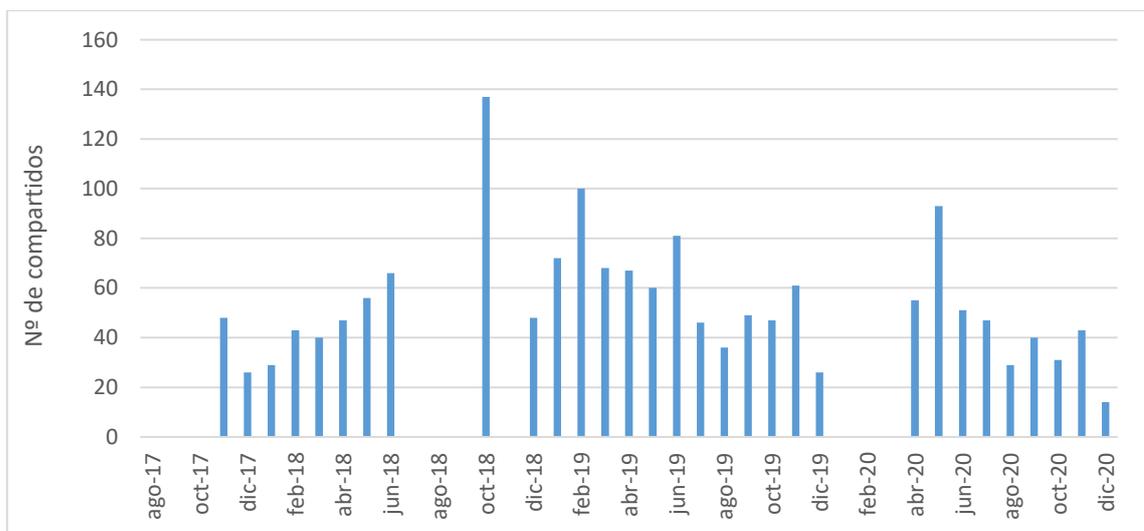
Facebook_ Te gusta [la página]: evolución 2017-2020



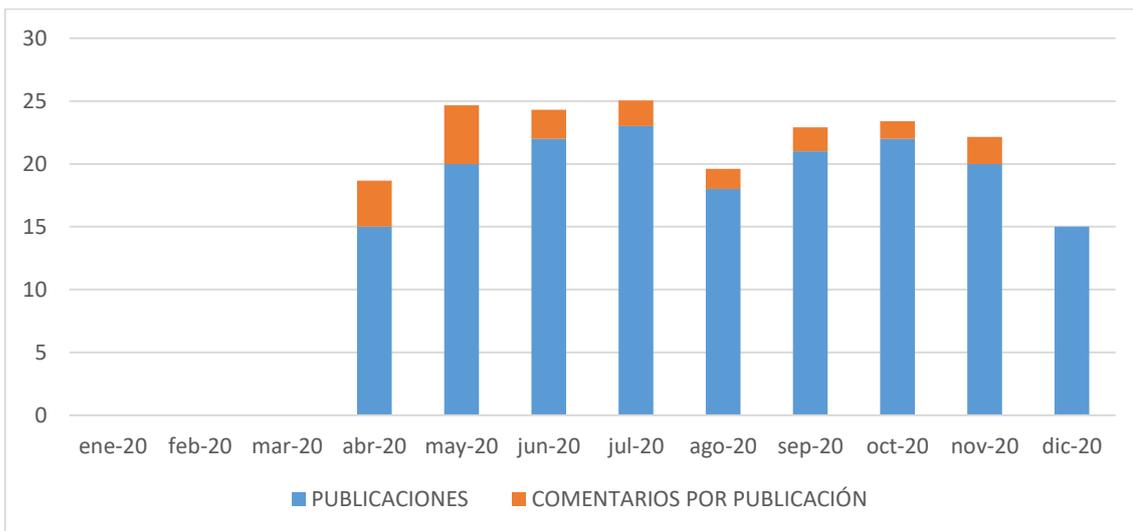
Facebook_Compartidos: año 2020



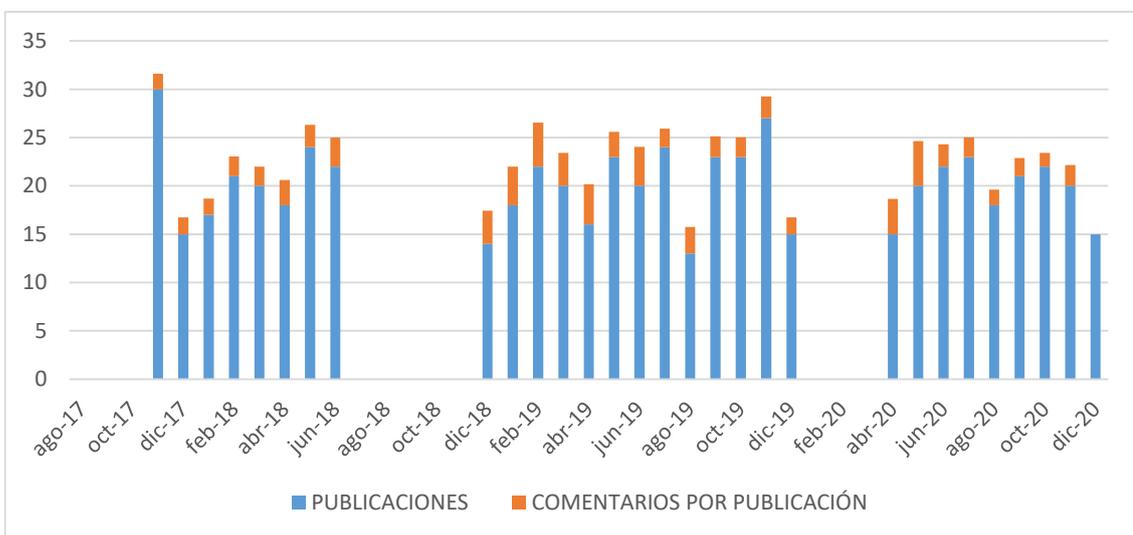
Facebook_Compartidos: evolución 2017-2020



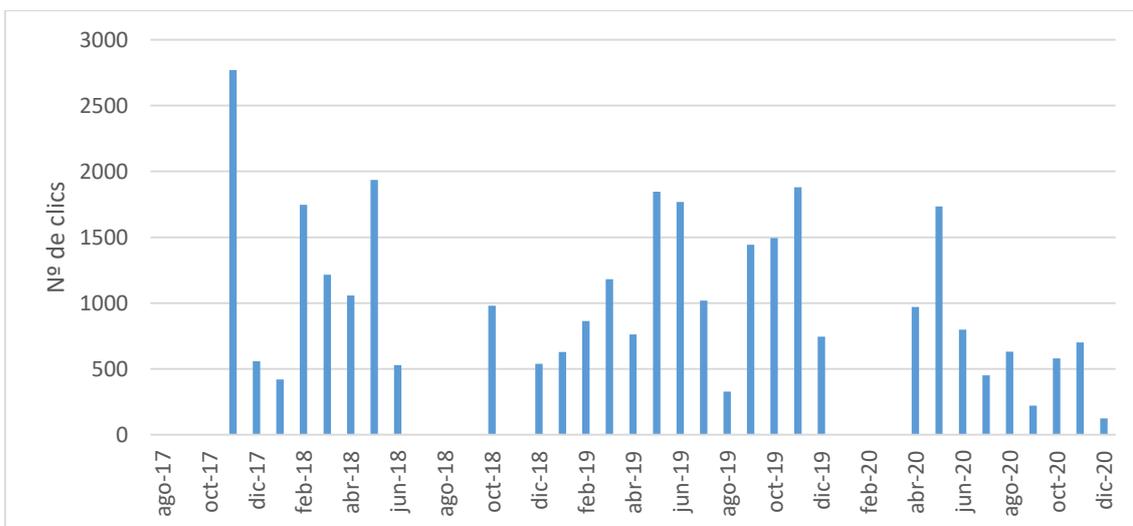
Facebook_ Comentarios por publicación: año 2020



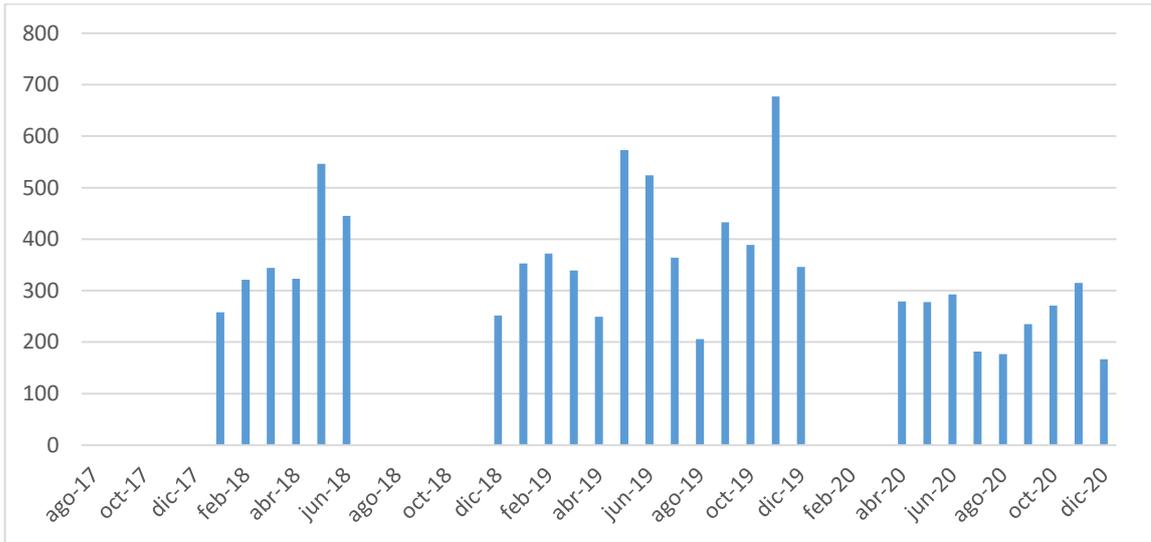
Facebook_ Comentarios por publicación: evolución 2017-2020



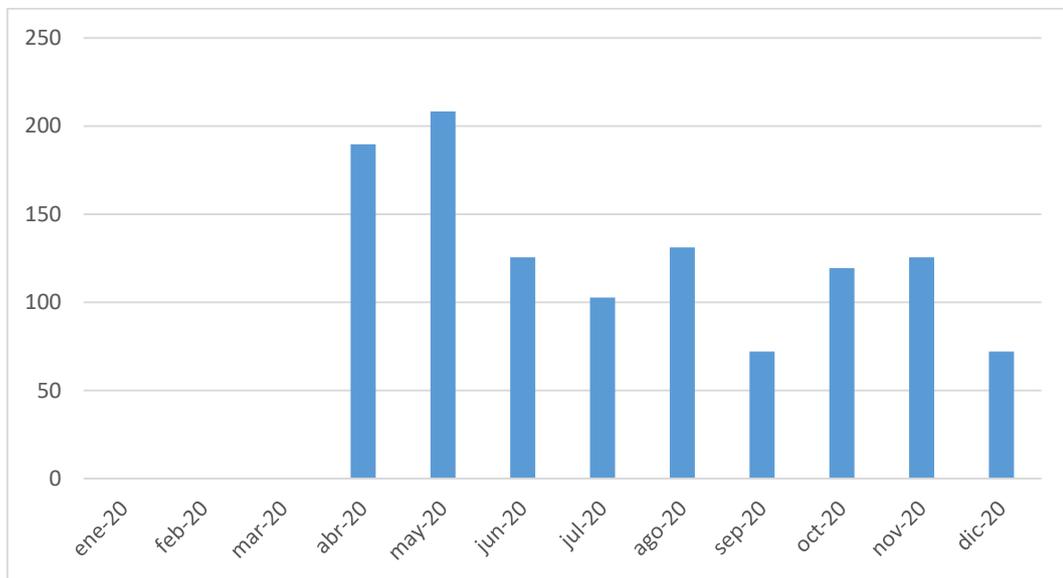
Facebook_Clics: evolución 2017-2020 [número de clics que se han hecho en los enlaces de la publicación]



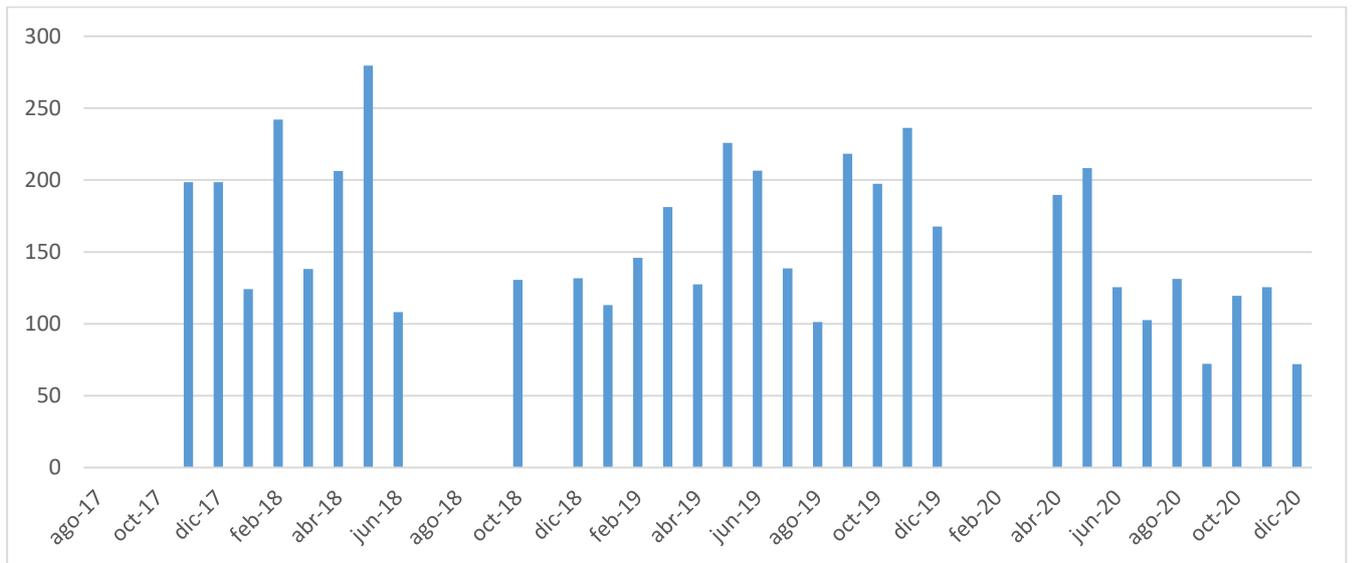
Facebook_Visitas (Nº de veces que las personas han visto el **perfil** de la página)



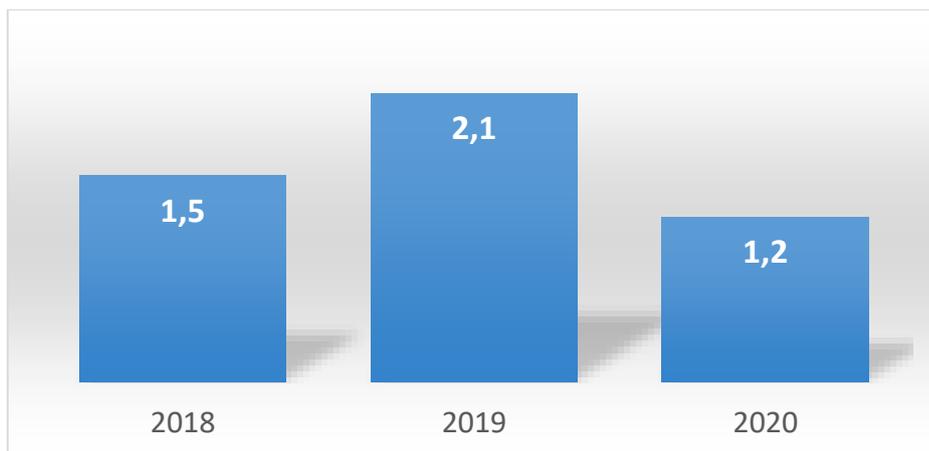
Facebook_Engagement: año 2020 (**compromiso** de los usuarios)



Facebook_Engagement: evolución 2017-2020 (compromiso de los usuarios)

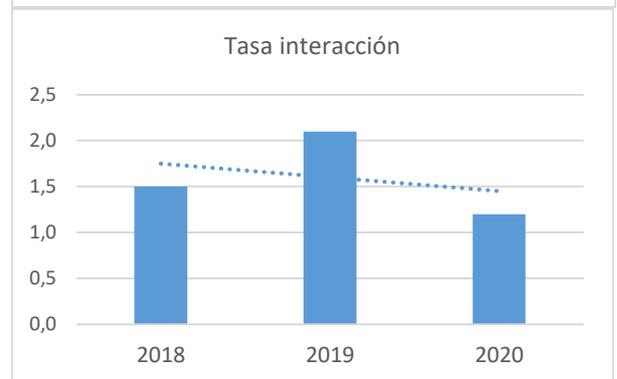
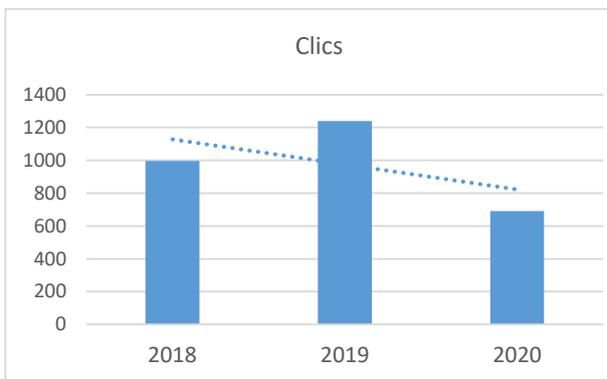
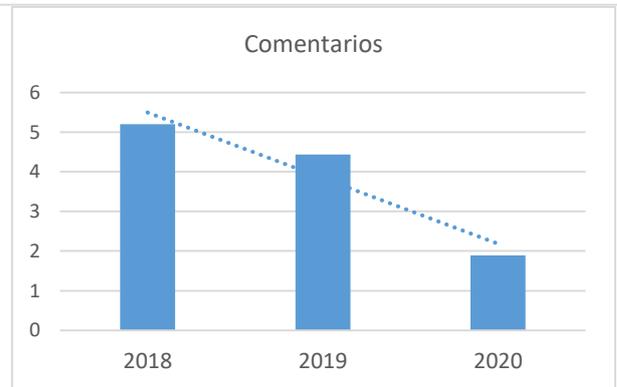
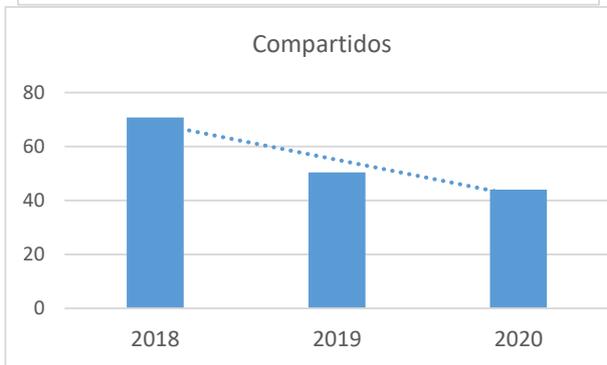
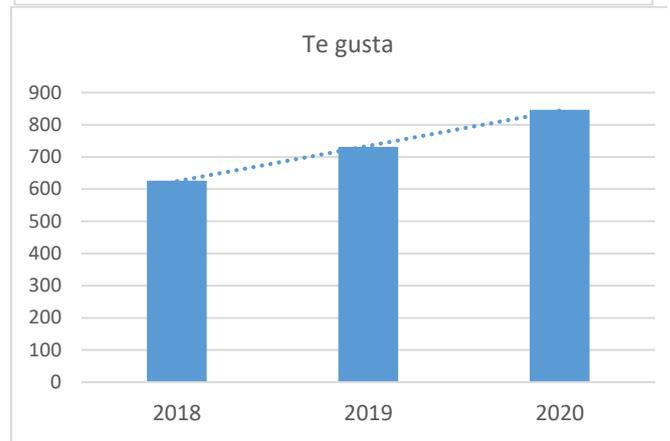
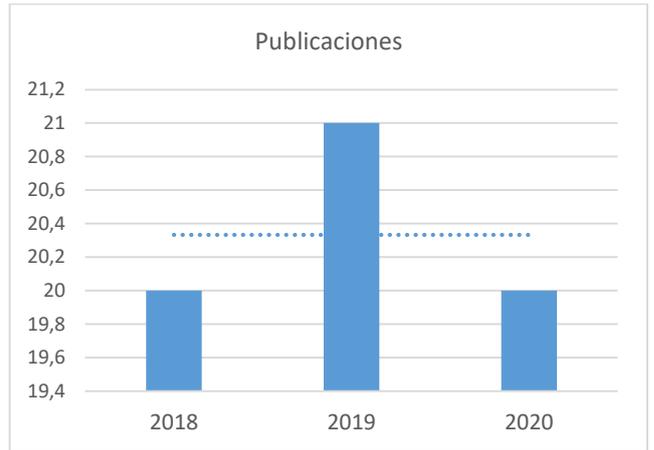


Tasa de interacción: indicador eficiente para comprobar influencia en usuarios [nº de interacciones/nº total de seguidores]



	2018	2019	2020
ene	1,2	1,5	
feb	3,7	2,0	
mar	1,8	2,3	
abr	2,2	1,6	1,6
may	3,8	3,2	2,7
jun	1,4	3,2	1,3
jul	0,0	1,9	0,9
ago	0,0	0,7	1,0
sep	0,0	2,4	0,5
oct	2,7	2,3	1,2
nov	0,0	2,8	1,3
dic	1,3	1,2	0,3

Tabla resumen: Evolución datos promedio (2017-2020)





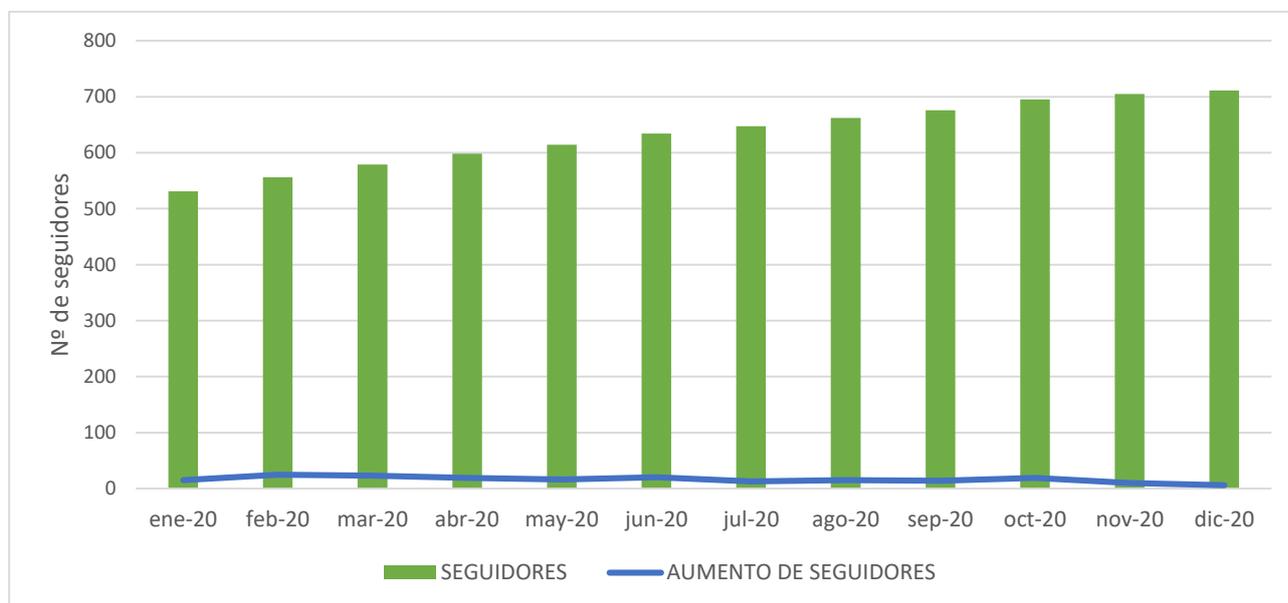
Indicadores TW FIE-005-03. Seguimiento de noticias en red Twitter: tuits publicados, visitas al perfil, impresiones de tuits, menciones y nuevos seguidores

- Nº seguidores
- Ritmo de incremento mensual
- Retuits (cantidad de RT que otros usuarios realizan en los tweets)
- Tasa de interacción =
$$\frac{\text{nº de interacciones (likes, respuestas, seguimientos y más gusta)}}{\text{nº de impresiones (nº de veces que los usuarios vieron el tweet en Twitter)}}$$

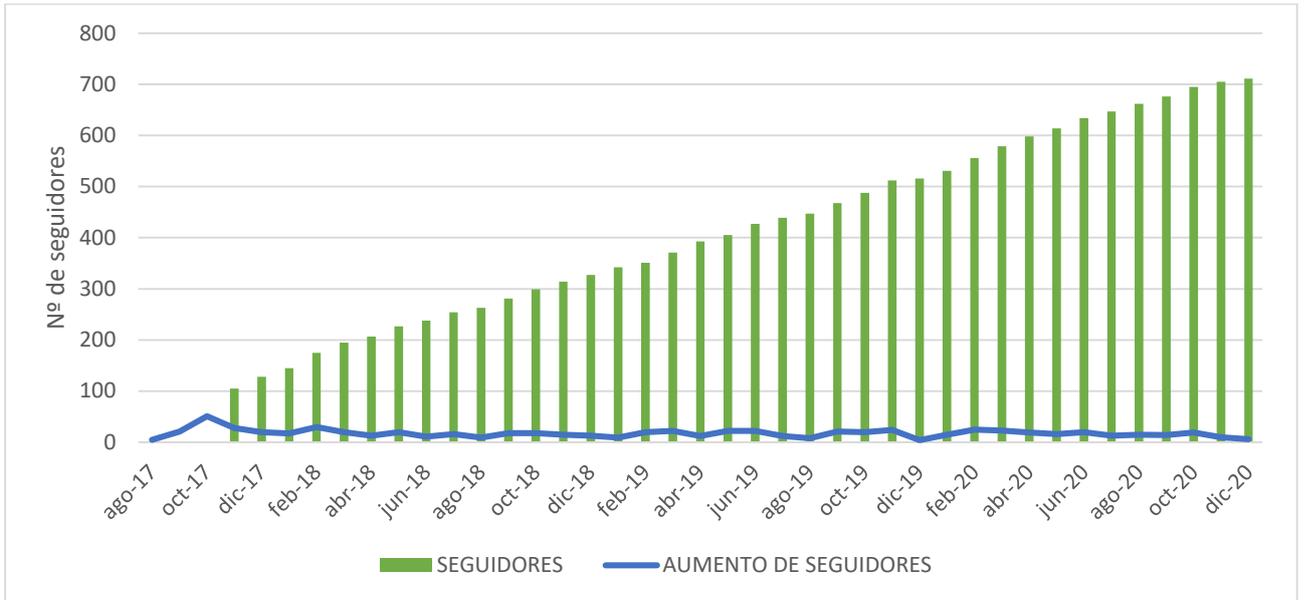
Una tasa de éxito se sitúa entre el 2 y el 3%

Twitter_Número de seguidores: evolución año 2020

Indicador SGIC

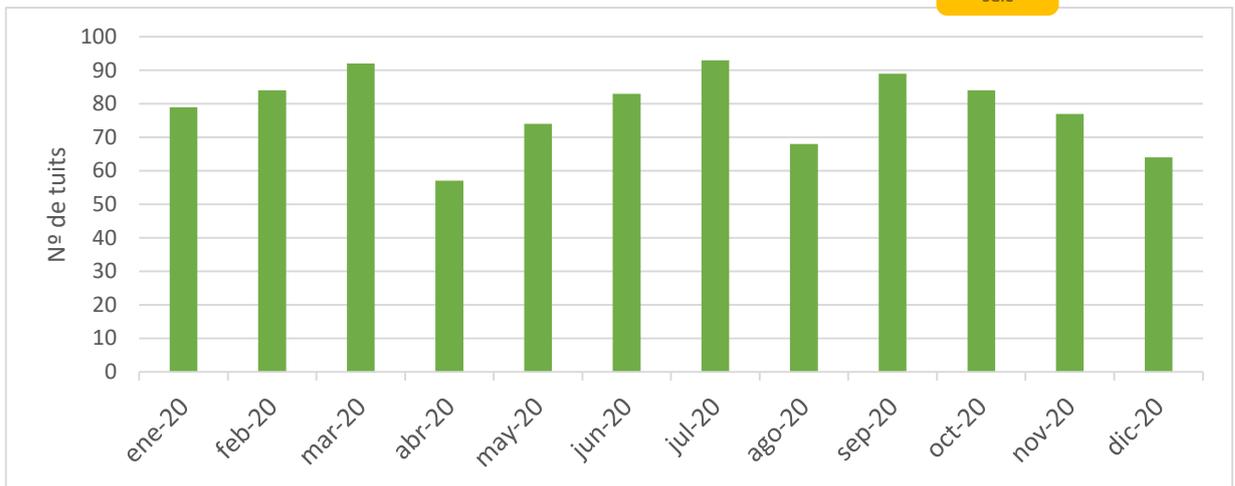


Twitter_Número de seguidores: evolución 2017-2020

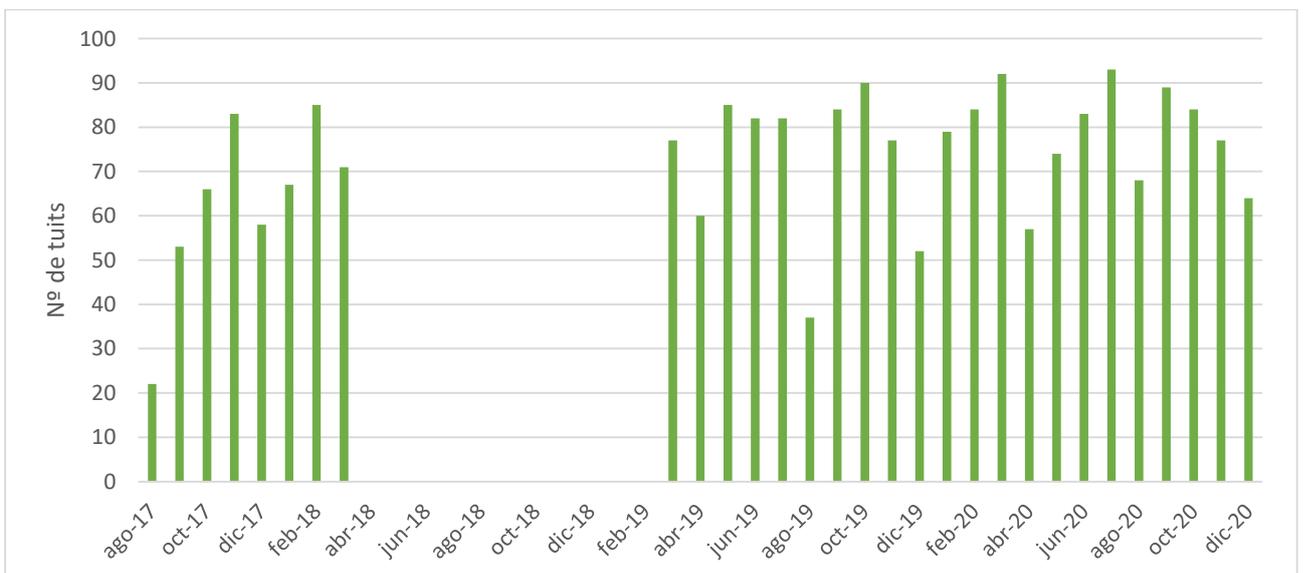


Twitter_Número de tuits: evolución 2020

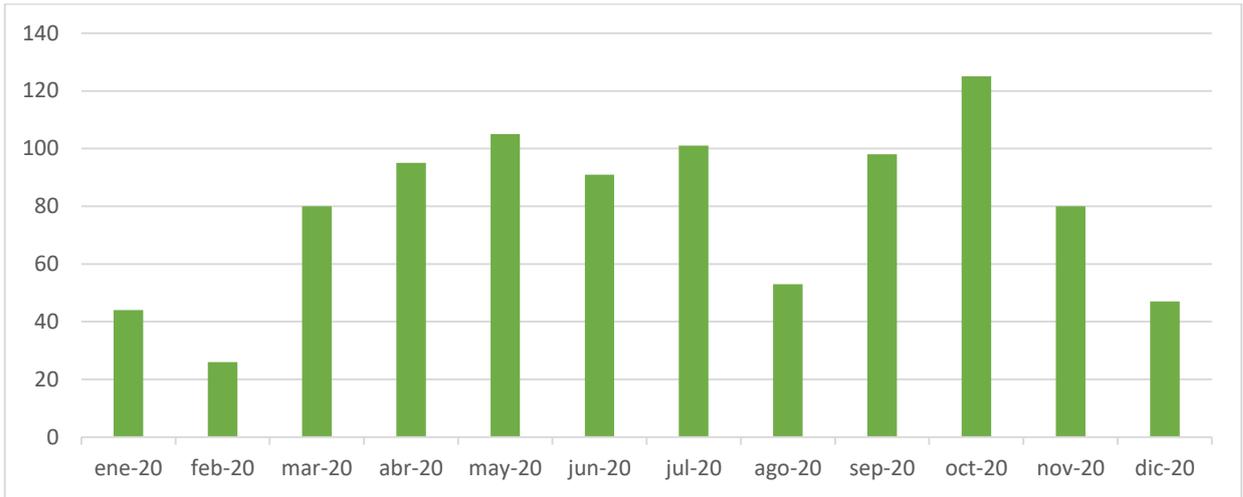
Indicador SGIC



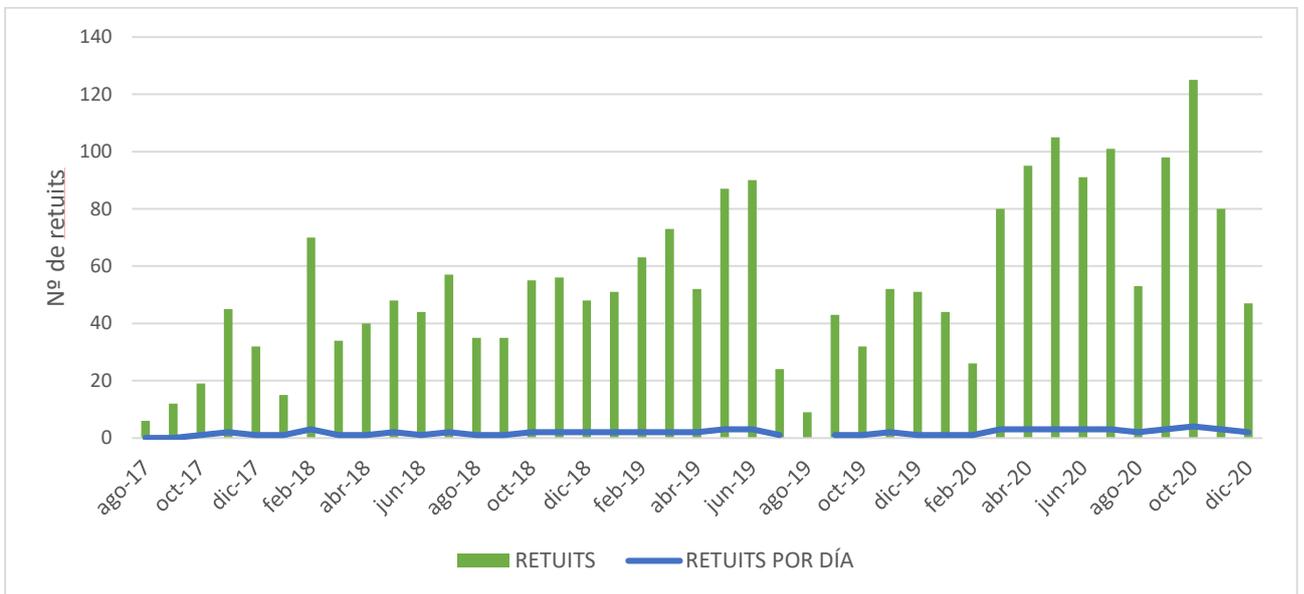
Twitter_Número de tuits: evolución 2017-2020



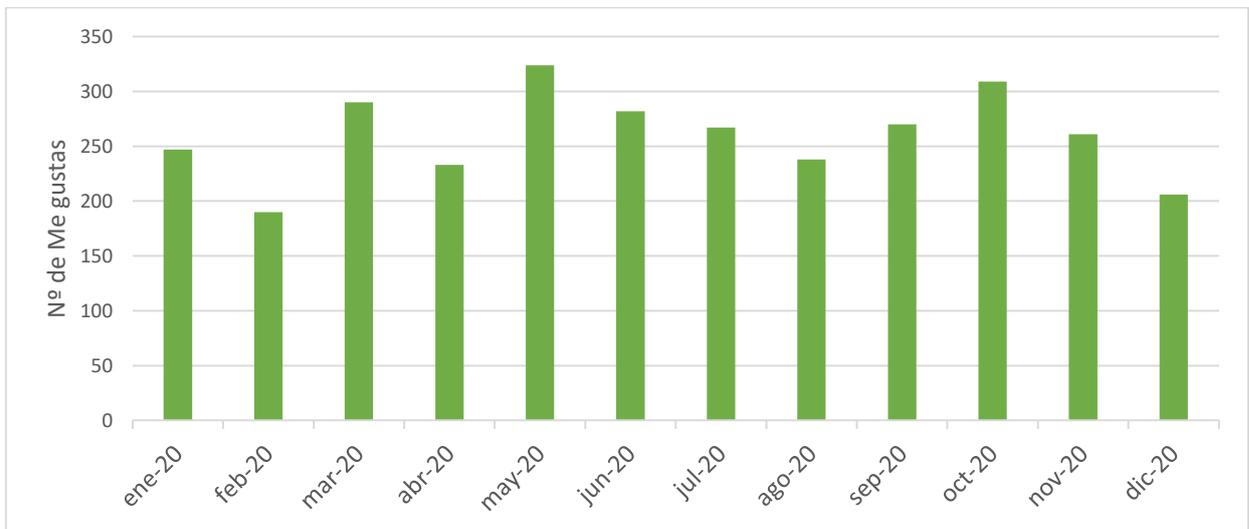
Twitter_Número de retuits: año 2020



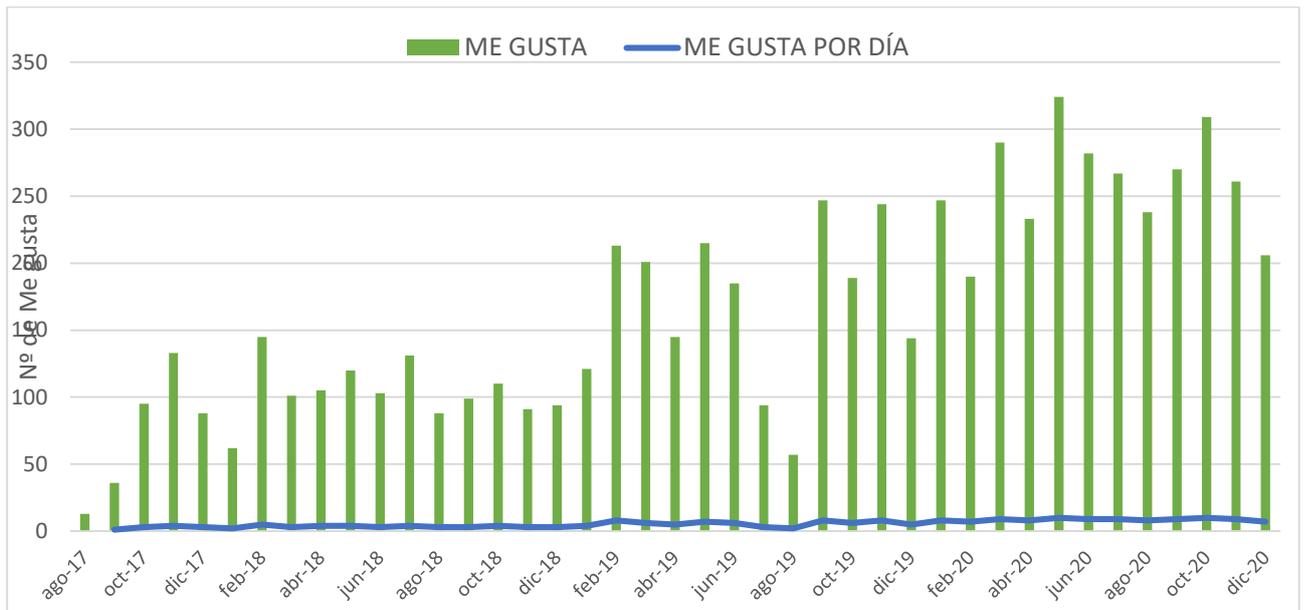
Twitter_Número de retuits: evolución 2017-2020



Twitter_Número de "Me gusta": año 2020

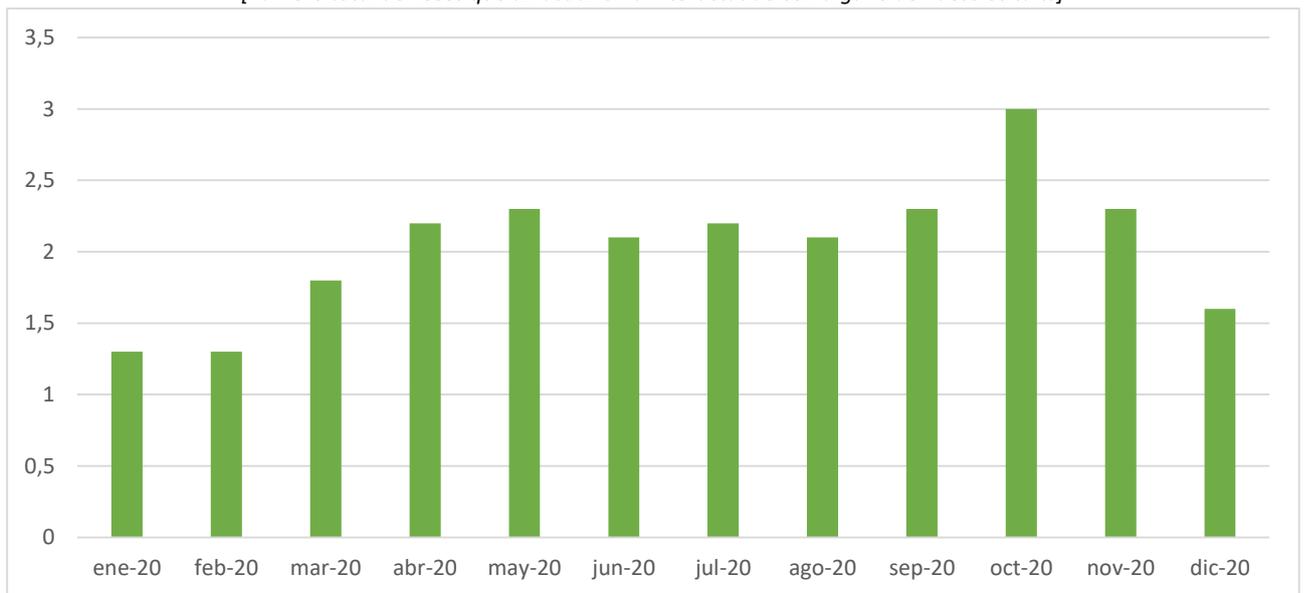


Twitter_Número de “Me gusta”: evolución 2017-2020

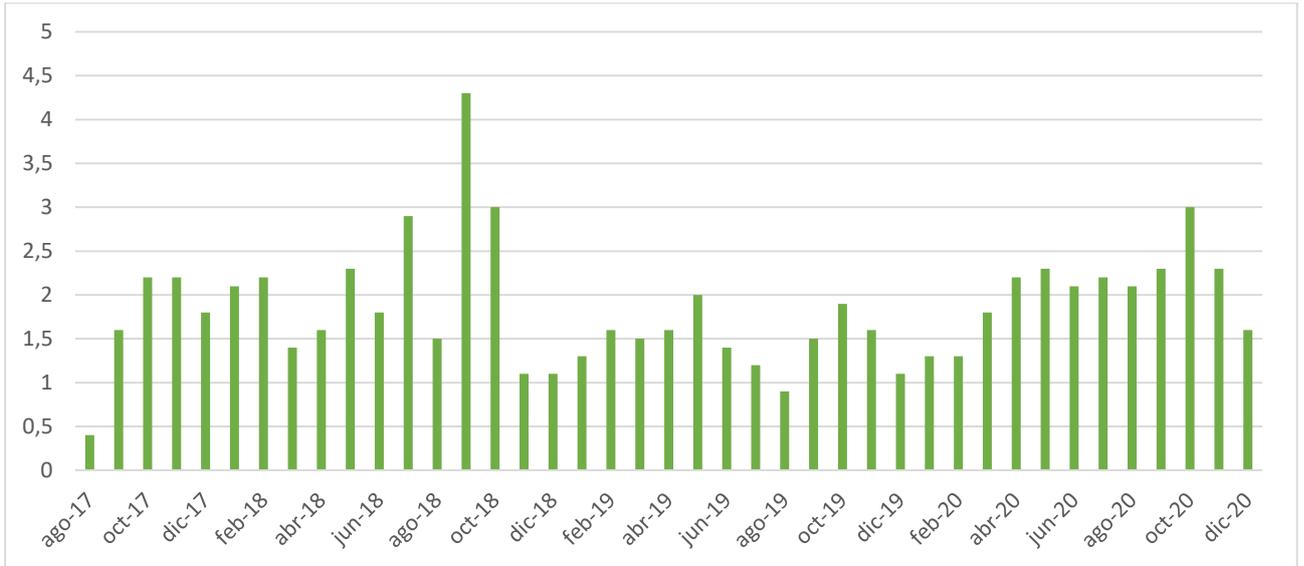


Twitter_Tasa de interacción: año 2020

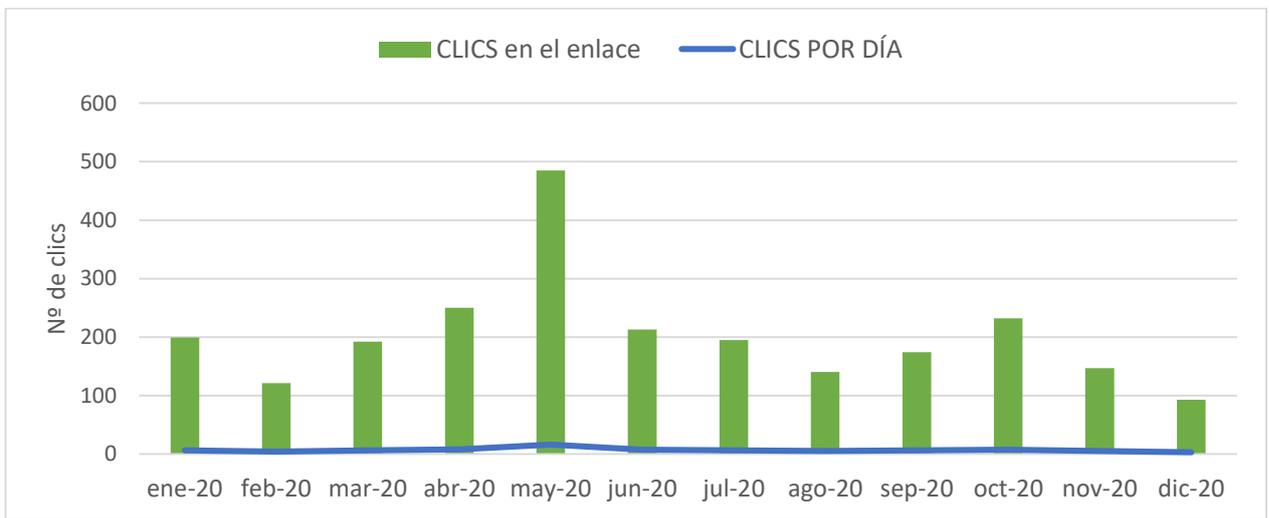
[Número total de veces que un usuario ha interactuado con alguno de nuestros tuits]



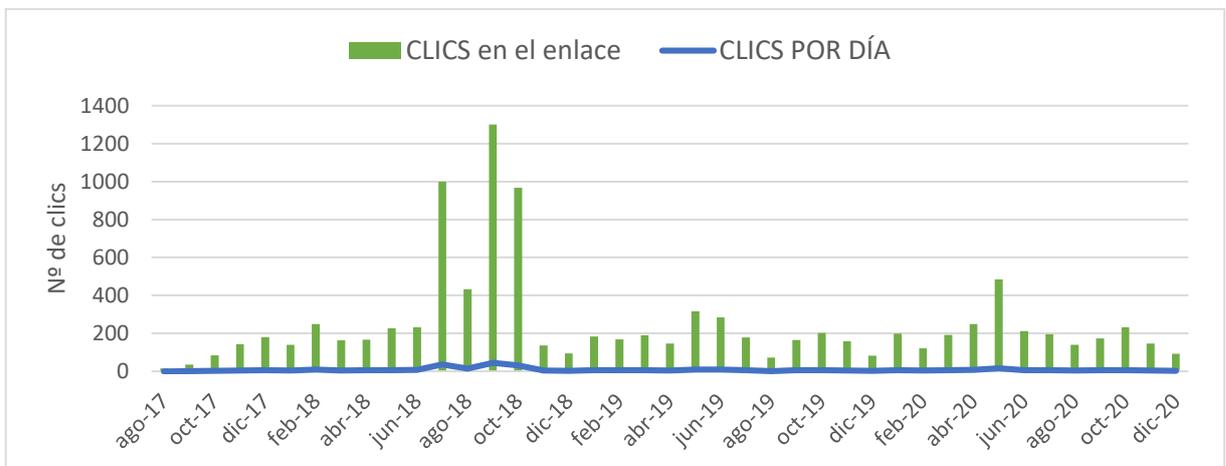
Twitter_Tasa de interacción: evolución 2017-2020



Twitter_Número de clics: año 2020 [número de clics que se han hecho en los enlaces del tuit]

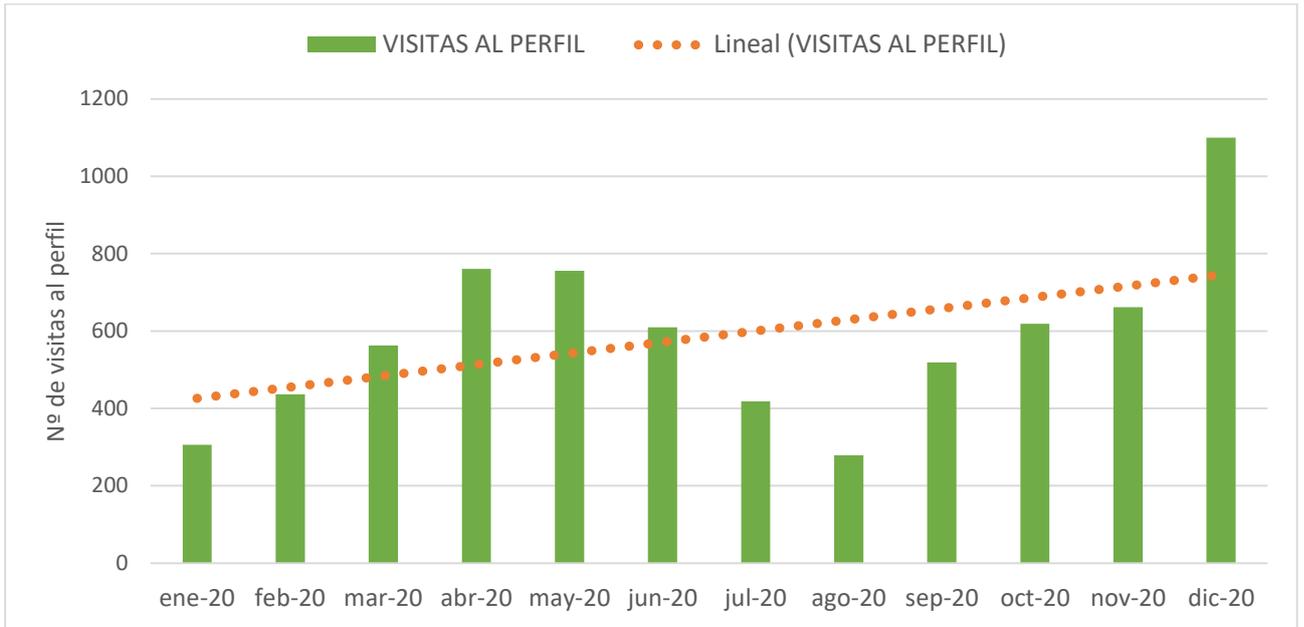


Twitter_Número de clics: evolución 2017-2020

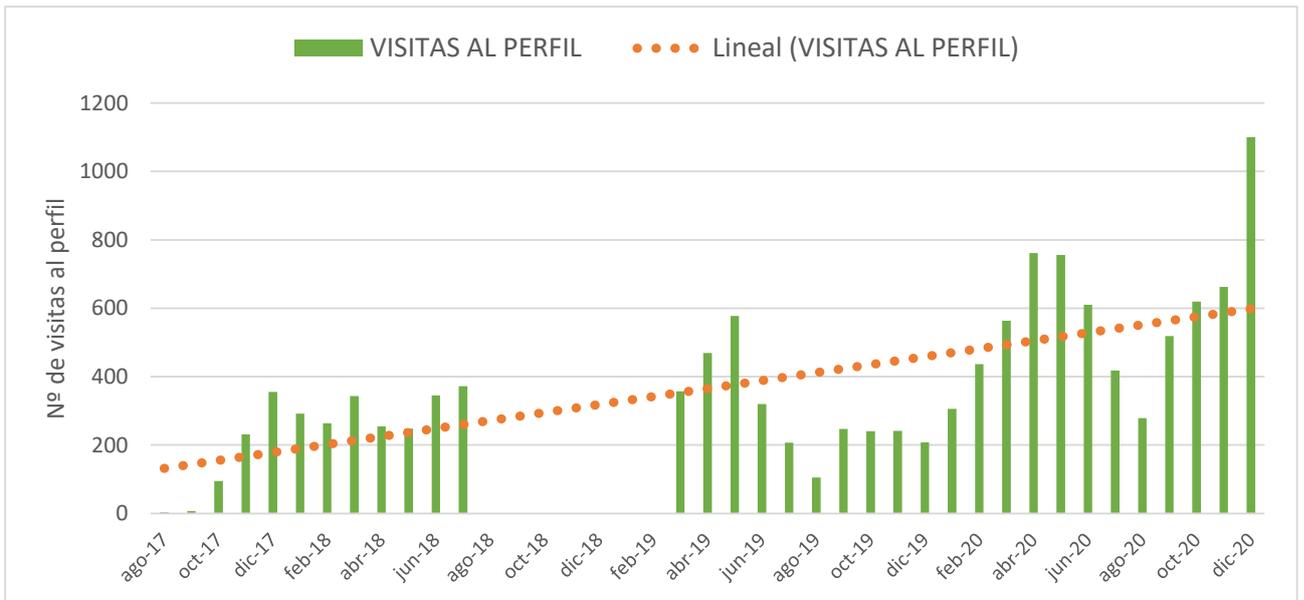


Twitter_Visitas al perfil: año 2020

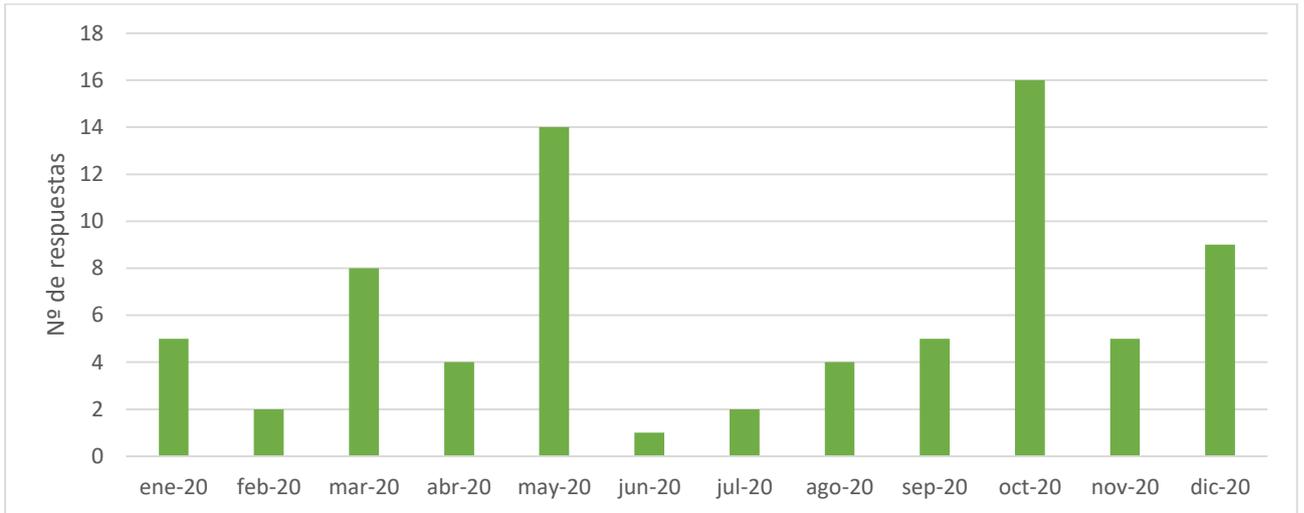
Indicador SGIC



Twitter_Visitas al perfil: evolución 2017-2020

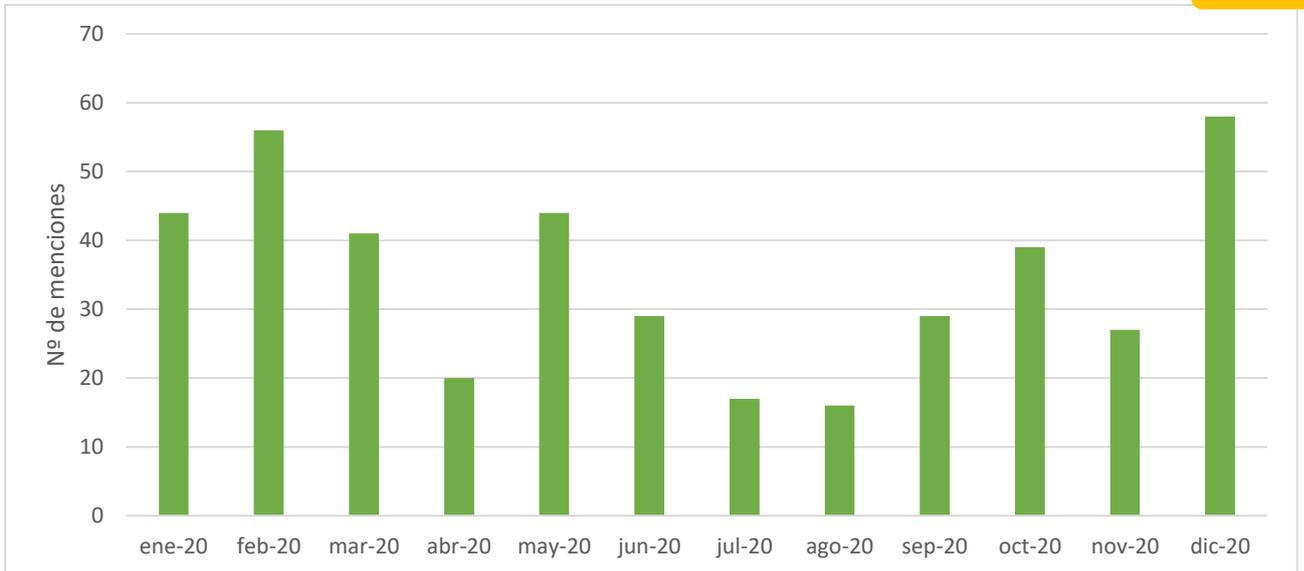


Twitter_Respuestas: año 2020 [Número de veces que respondemos a los tuit de otras personas]

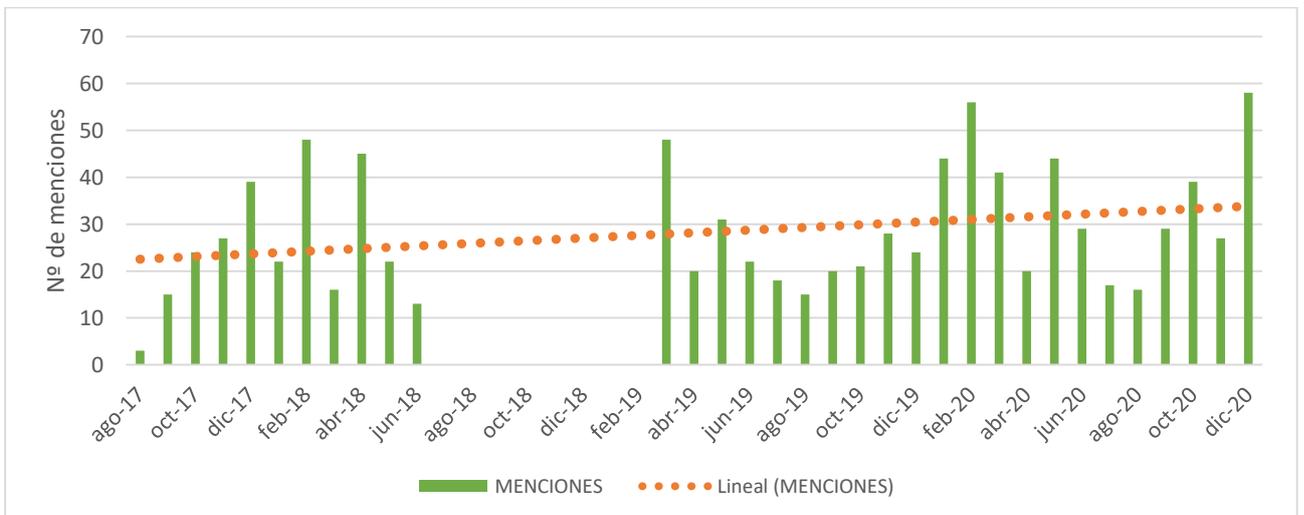


Twitter_Menciones: año 2020 [Cuando otros usuarios nombran (citan) a @EPSunizar]

Indicador SGIC



Twitter_Menciones: evolución 2017-2020



Twitter_Respuestas: evolución 2017-2020

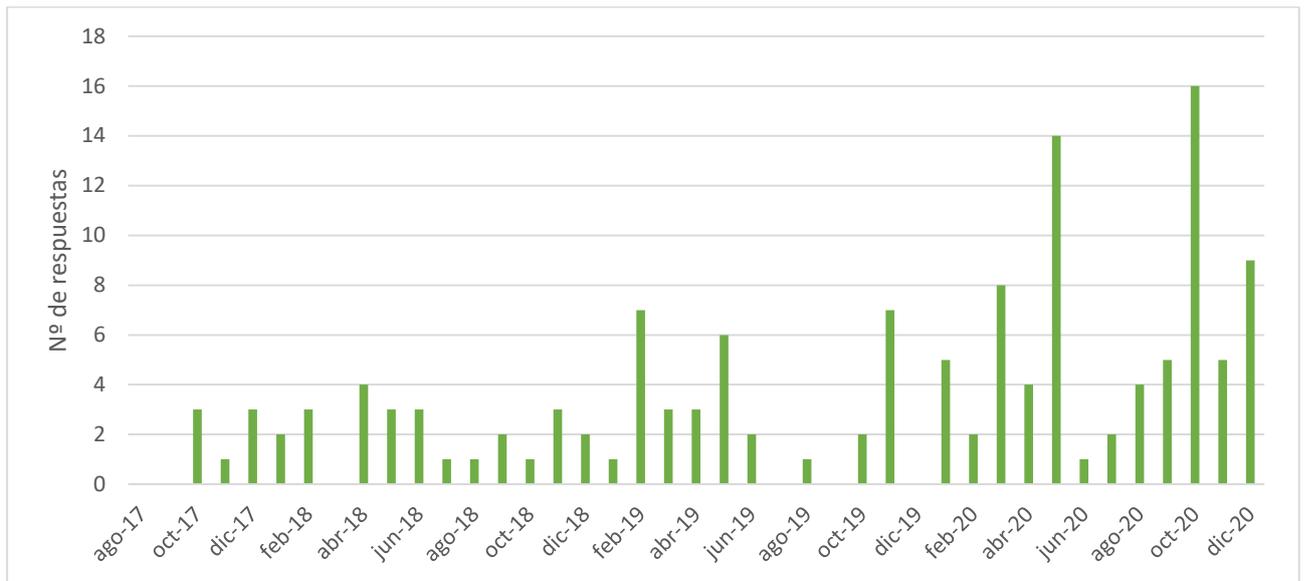
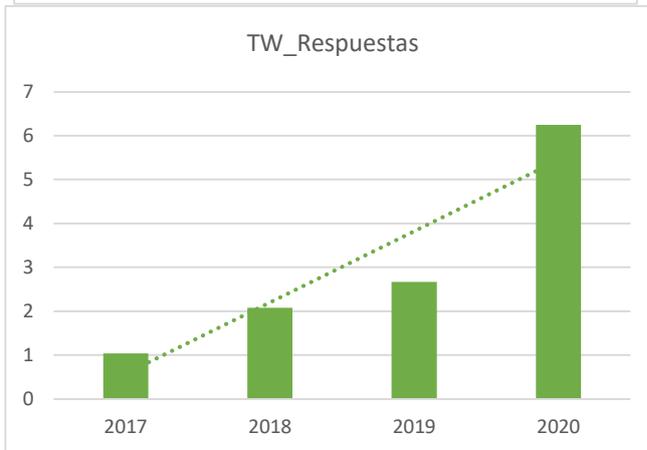
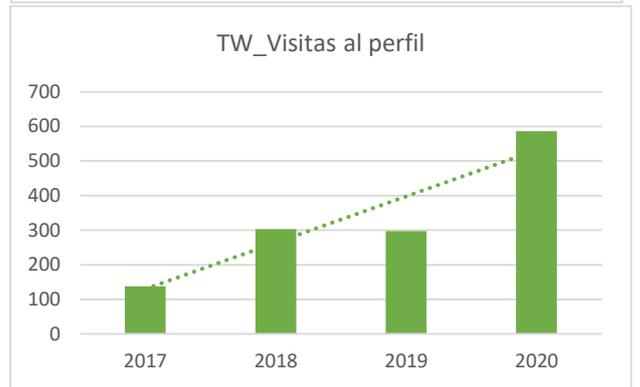
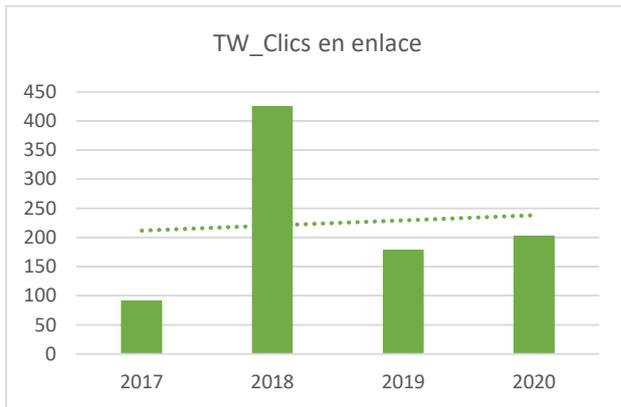
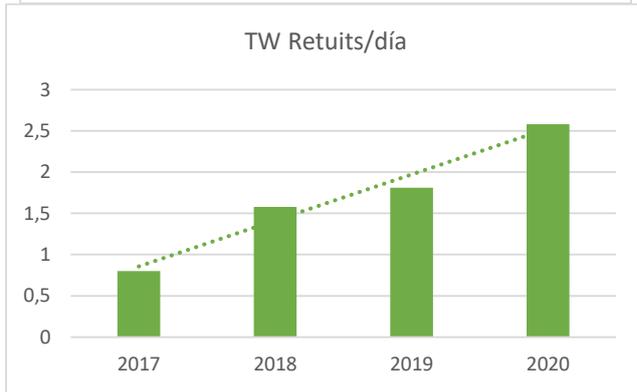
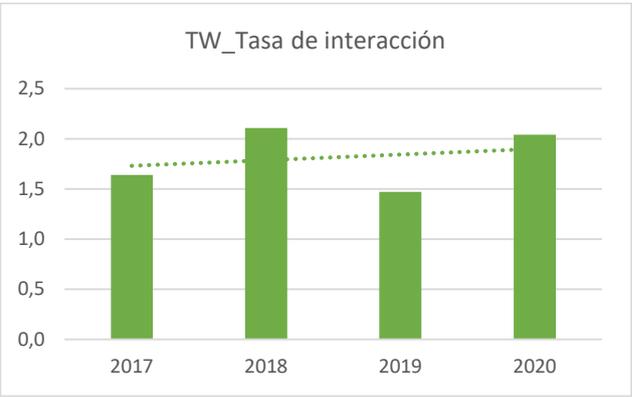


Tabla resumen: Evolución datos promedio (2017-2020)





Analíticas

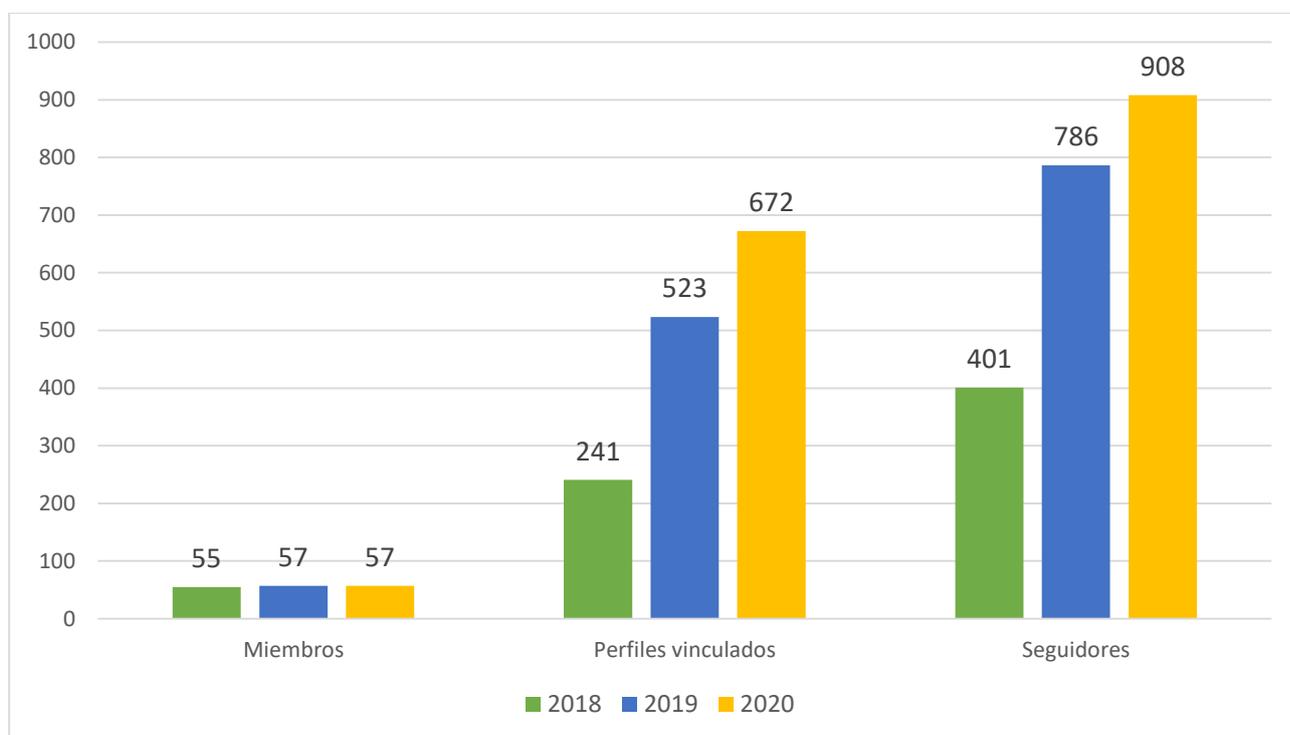


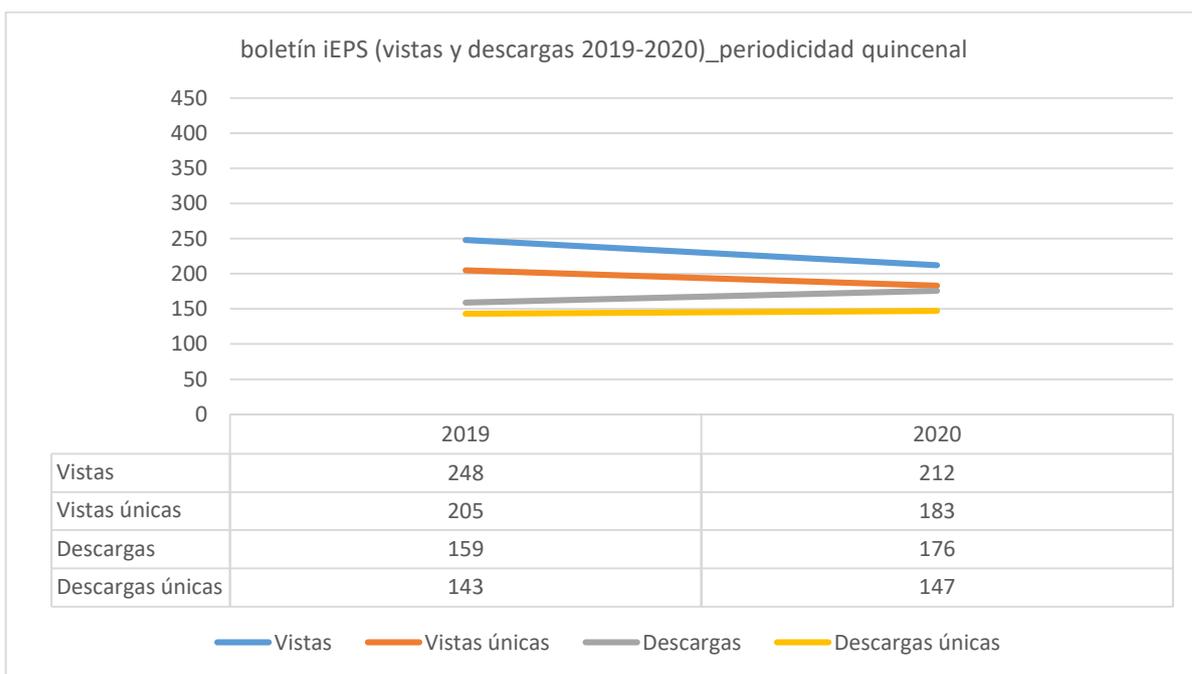
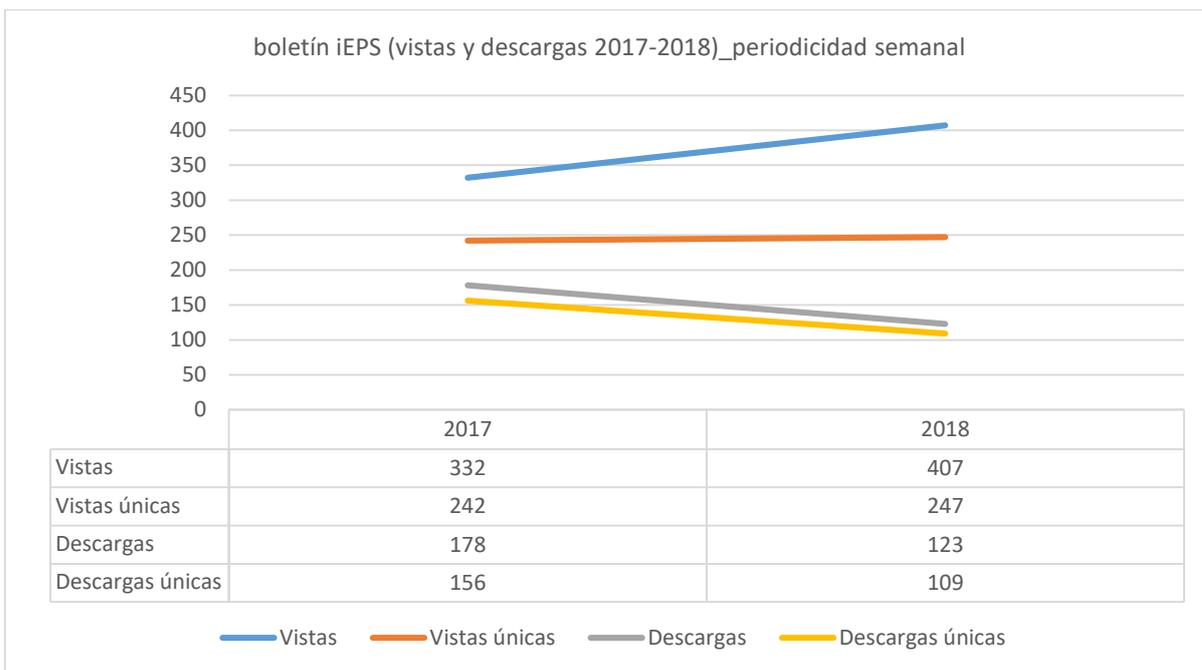
57 miembros del grupo

672 perfiles vinculados

[personal, alumnos o exalumnos que han indicado que estudian o trabajan en la EPS]

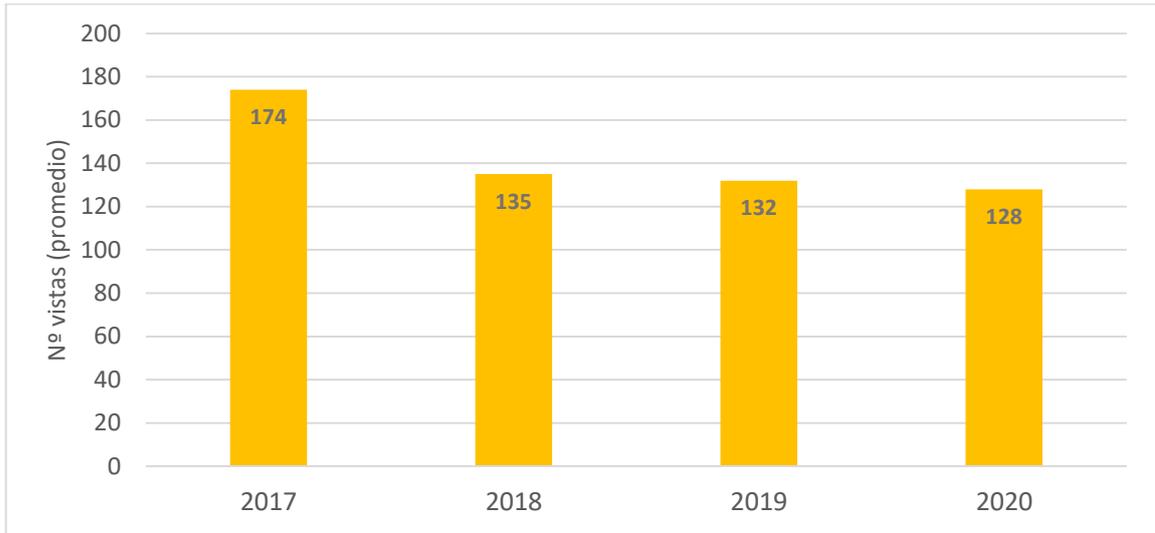
908 seguidores





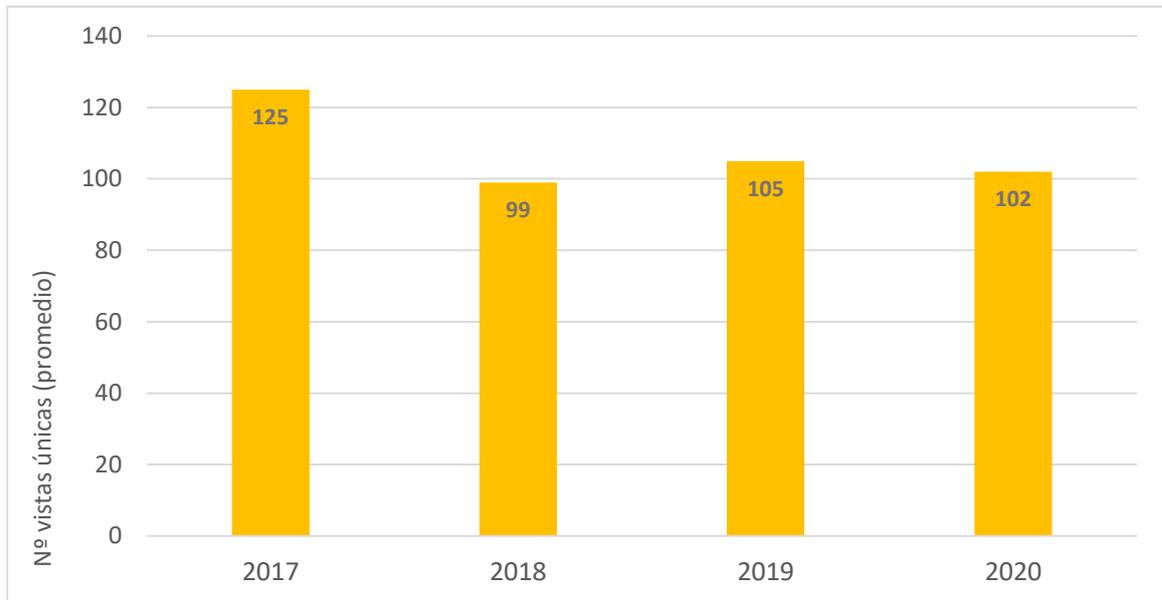
Boletín iEPS_Promedio vistas: evolución 2017-2020

Indicador
SGIC



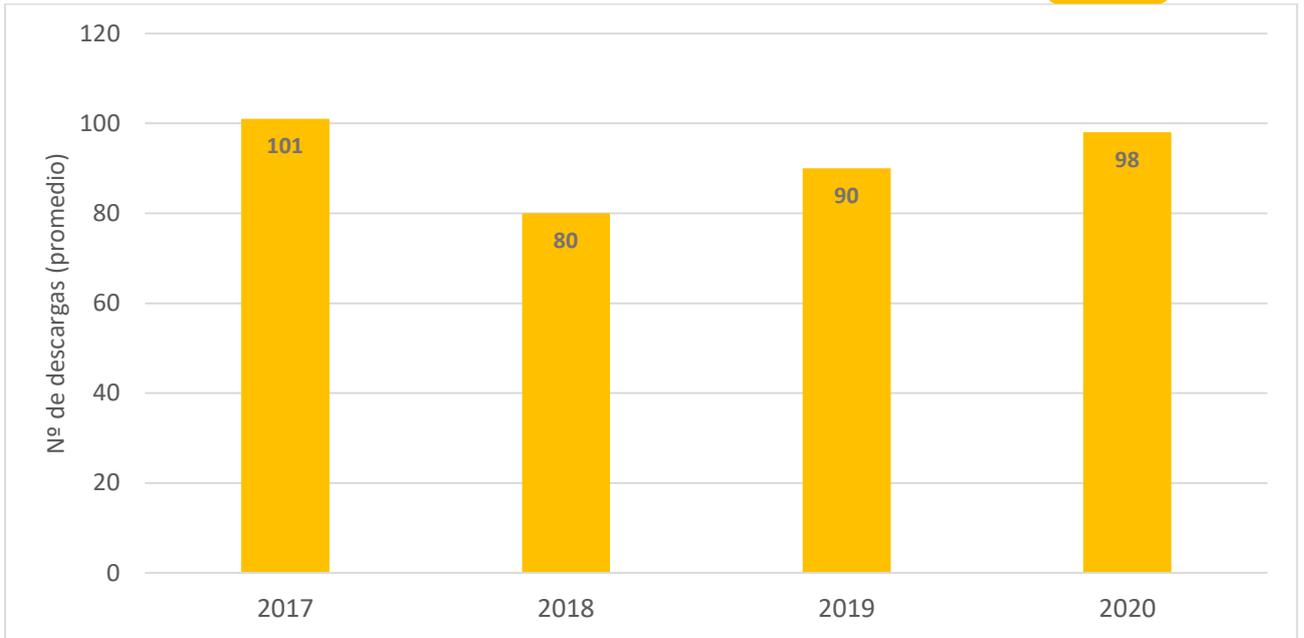
Boletín iEPS_Promedio vistas *únicas*: evolución 2017-2020

Indicador
SGIC



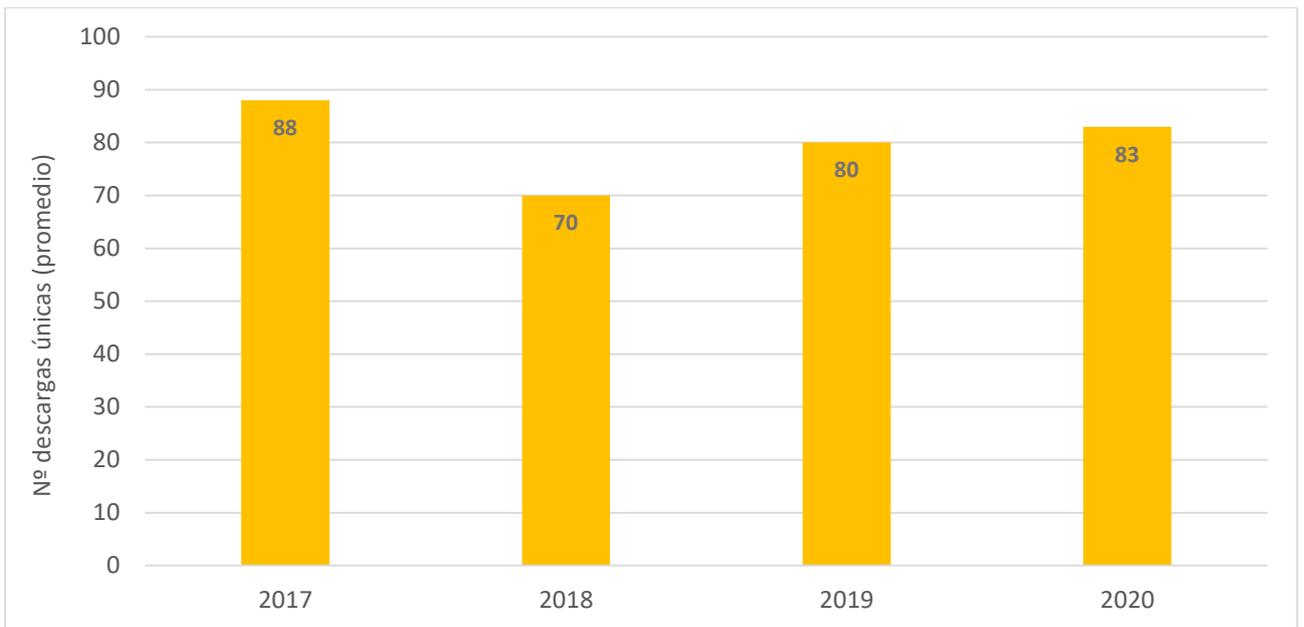
Boletín iEPS_Promedio descargas: evolución 2017-2020

Indicador
SGIC



Boletín iEPS_Promedio descargas *únicas*: evolución 2017-2020

Indicador
SGIC



Top 3 visitantes únicos 2020

1



147 vistas
24 julio

2



134 vistas
12 marzo

3



125 vistas
25 septiembre

Top 3 visitantes únicos 2019

1



160 visitas
19 septiembre

2



126 visitas
23 octubre

3



120 visitas
17 octubre

Top 3 visitantes únicos 2018

1



153 visitas
11 enero

2



143 visitas
28 julio

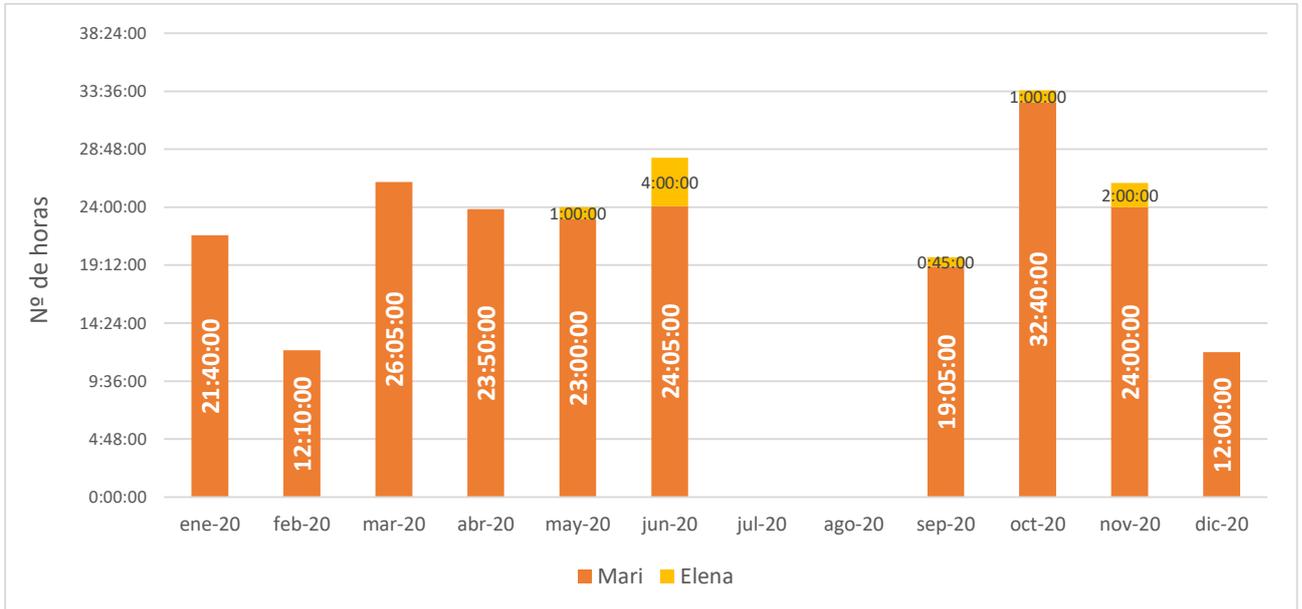
3



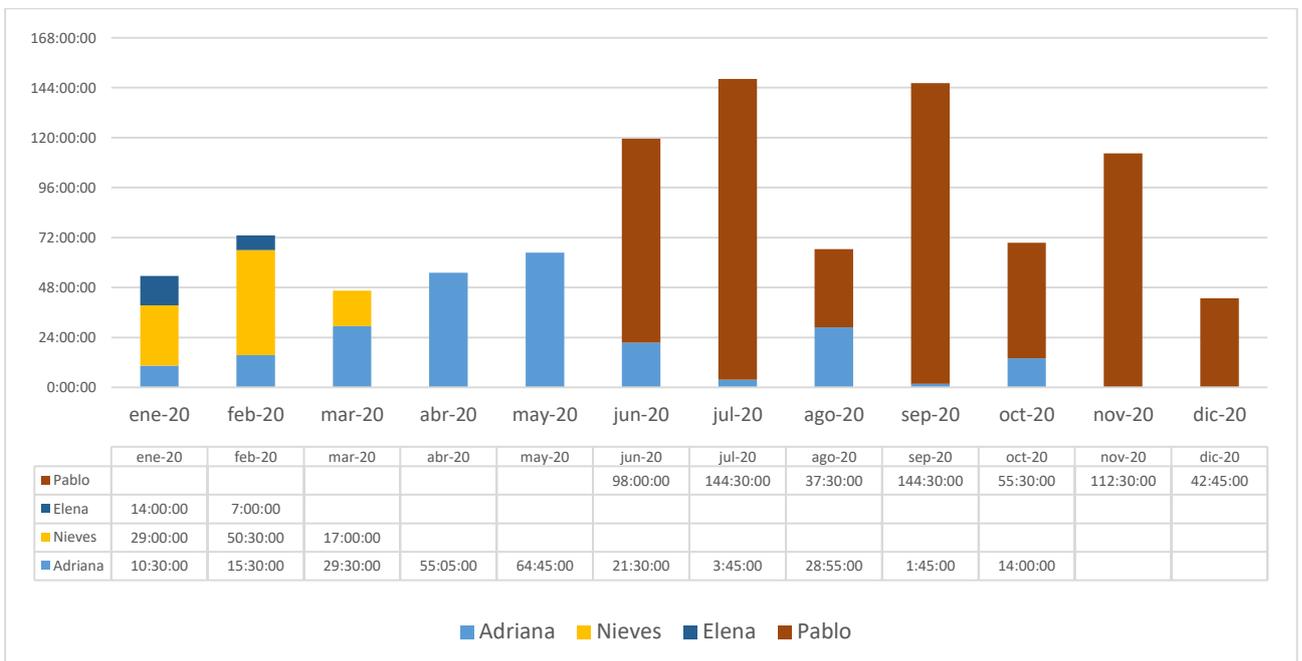
116 visitas
1 marzo

Indicadores dedicación [carga de trabajo]

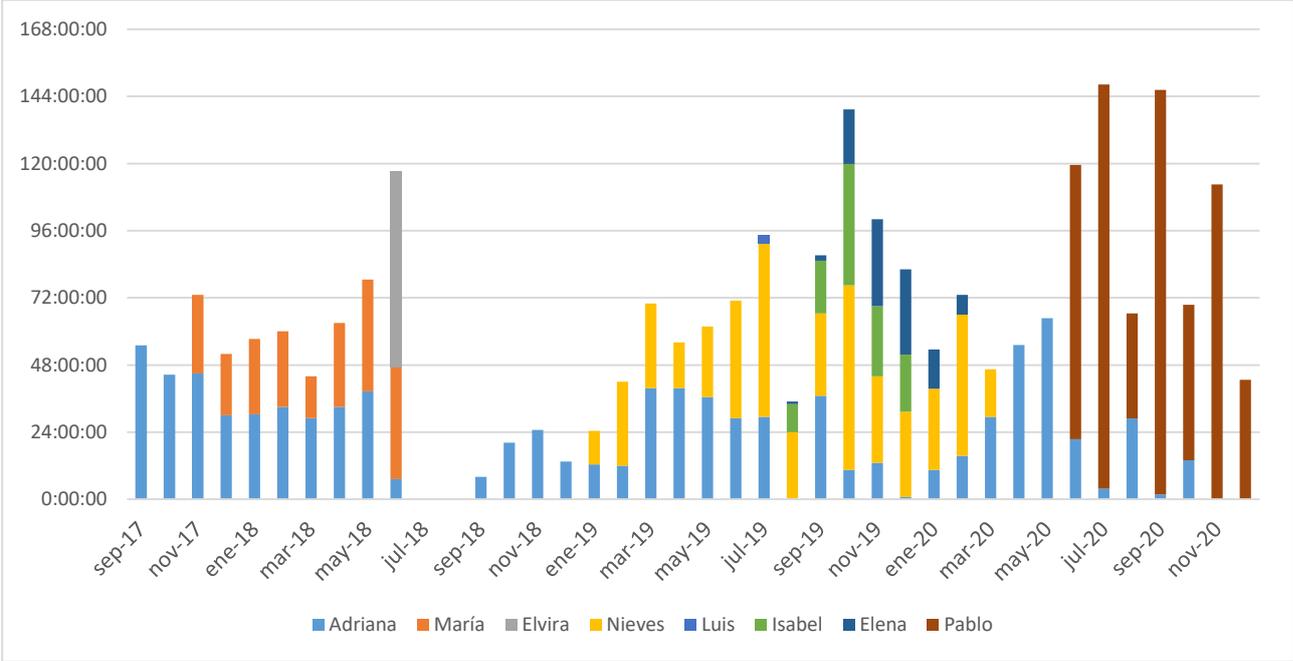
Mantener boletín [hh:mm por persona]: año 2020 *[no se contempla dedicación de Concha Cano]*



Mantener FB y TW [hh:mm por persona y mes]: año 2020

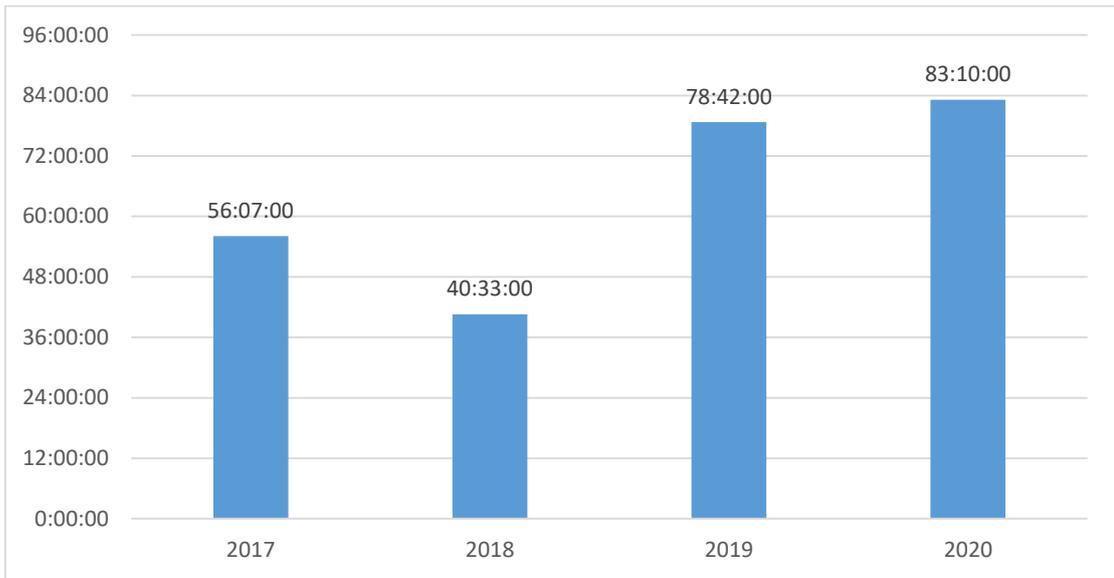


Mantener FB y TW [hh:mm por persona]: evolución 2017-2020

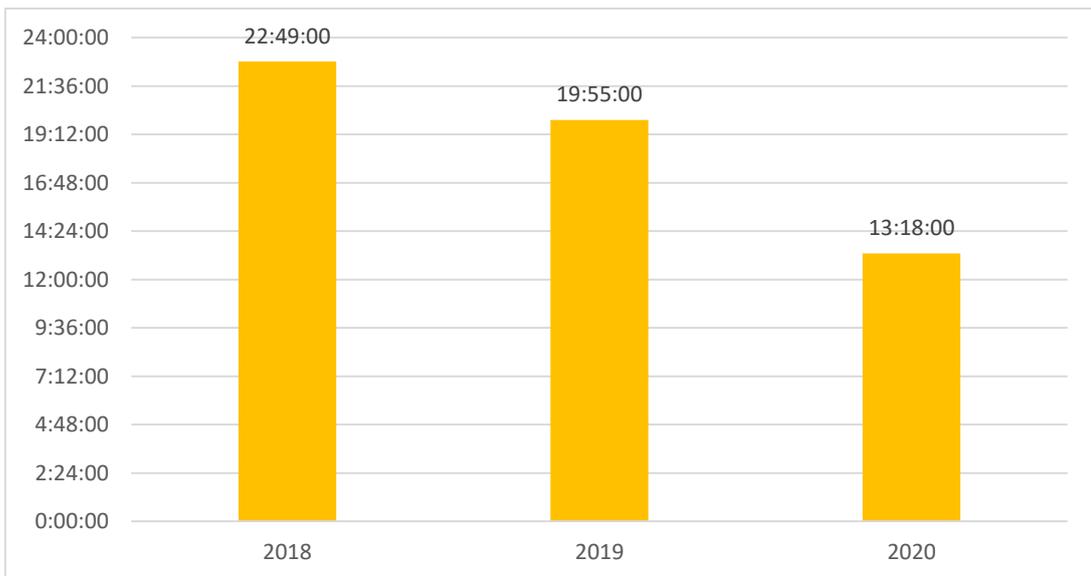


Resumen dedicación (promedio mensual)

Mantener FB y TW



Mantener boletín i EPS *[no se contempla dedicación de Concha Cano]*



Acciones de mejora 2021

El 25.2.2021 se reunió el equipo de trabajo con el objetivo de:

- Realizar **balance** de la **gestión, mantenimiento y dinamización** del boletín iEPS y de las redes sociales en el año **2020** a partir de los datos de resultados
- **Revisar** y actualizar los **indicadores**
- Plantear objetivos y **acciones de mejora 2021**

Como resultado de la reunión se llegó a los siguientes acuerdos:

- Realizar revisiones anuales del procedimiento [PRE-005 Plan de comunicación de la EPS](#)
- Incorporar al nuevo Negociado de Calidad en la coordinación del proyecto que desarrolla las instrucciones técnicas [ITE-005-01 Elaboración y gestión del Boletín Informativo de la EPS](#) e [ITE-005-02 Gestión y mantenimiento información de la EPS en redes sociales](#). Transferir de forma paulatina el control y seguimiento de indicadores y la documentación generada por el proyecto.
- Reactivar el análisis comparativo con otros para conocer nuestra posición y detectar buenas prácticas. Contactar con el Gabinete de Comunicación e Imagen.
- Dar formalidad al grupo de trabajo transversal que desarrolla este procedimiento a través de la publicación de su composición y de los resultados anuales de su trabajo (informes, datos indicadores, etc.) en la web de la EPS.
- Revisados los indicadores, se seleccionan los siguientes a modo de cuadro de mando:

	Indicador	Objetivo del indicador
Boletín IEPS	Promedio de descargas únicas	≥ 90
FACEBOOK	Nº de seguidores	≥ 950 [a 31.12.2021]
	Engagement	≥ 1,5
TWITTER	Nº de seguidores	Incremento anual: ≥ 200
	Tasa de interacción	≥ 2,5%
LINKEDIN	Nº de seguidores	≥ 1.000 [a 31.12.2021]
	Nº de perfiles vinculados	≥ 700 [a 31.12.2021]
Global	Satisfacción	≥ 4% muestra

Todos los indicadores son anuales. No obstante, se realizará seguimiento mensual de los datos para detectar impactos positivos o negativos que nos permitan analizar las causas a corto plazo. Independientemente de ello, se continuará con el registro de datos de todos los ítems analizados hasta la fecha. Contactar con el Gabinete de Comunicación e Imagen para recabar información sobre las métricas obtenidas a través de *matomo*.

- Medir la satisfacción de nuestros seguidores a través de la realización de una encuesta sencilla (formulario G) con dos ítems: emoticonos y campo comentarios. Se difundirá a través de las propias redes y boletín.
- Explorar las posibilidades de la funcionalidad Encuestas de satisfacción de Administración electrónica UZ (ae.unizar.es)



- Dar contenido a la red LinkedIn aprovechando las publicaciones en TW: una publicación al día, seleccionando la noticia de potencial interés para esta red.
- Mejorar la visibilidad del boletín mediante la incorporación de la imagen de la portada y algún avance (cebo) del contenido en el mensaje de e-correo que se envía a las listas; y mediante la inclusión del logo del mismo como imagen rotatoria en la página inicio de la web.
- Tener presente la figura del Becario de servicios (cuando vuelva a haber financiación) para incorporar al equipo de redes a estudiantes interesados. Mientras tanto, seguir colaborando con la asociación ECAINA o cualquier otra en la que estén implicados estudiantes de la Escuela.

Los acuerdos se traducen en las siguientes acciones de mejora, con indicación de responsable y cronograma:

Ámbito	Qué	Quién/Quiénes	Cuándo	Observaciones
Global	Crear página en la web para publicar documentación de esta proyecto	Concha		
	Recopilar y clasificar la documentación que se publicará en la nueva página de la web: Informes balance desde 2017 a 2020. Pasar a Negociado Calidad	Elena Mari		
	Revisar el procedimiento PRE-005 Plan de comunicación de la EPS y aplicar cambios en IT e indicadores	Mari		
	Recopilar y enviar a Administradora histórico de componentes del grupo de trabajo a efectos de comunicación a Inspección de Servicios	Elena	Antes 10.3.2021	
	Establecer sistemática control mensual/trimestral de los datos FB y TW registrados en G Drive para detectar impacto y/o desviaciones.			
	Diseñar formulario G para encuesta satisfacción y difundirlo	Concha Mari		
	Contactar con el Gabinete de Comunicación e Imagen UZ para poder definir los ítems y las entidades con las que compararnos FB, TW, LinkedIn	Elena? Adriana?		
	Elaborar producto difusión (infografía) resultados 2020	Elena		
Boletín	Incorporar de la imagen de la portada y algún avance (cebo) del contenido en el mensaje de e-correo que se envía a las listas	Concha	Desde nº 78 (26.2.2021)	
	Incorporar el logo (o imagen relacionada) como imagen rotatoria en la web	Concha		
	Contactar con Gabinete de Comunicación e Imagen UZ para conocer situación aplicación matomo métricas boletín. Repensar la sistemática de recogida de datos para indicadores	Pablo Martín		
LinkedIn	Explorar opciones de para vincular publicaciones TW a esta red	Pablo Martín Adriana Pablo Asensio		

