



FACULTAT D'ECONOMIA i EMPRESA
Universitat Rovira i Virgili

Informe de Xarxes Socials de la FEE

Curs 2017-18

Junta de Facultat

Sessió número 3 de 19 de desembre de 2018



FACULTAT D'ECONOMIA i EMPRESA
Universitat Rovira i Virgili

INFORME DE XARXES SOCIALS DE LA FEE
CURS 2017-18

Desembre de 2018



ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	2
2. RESPONSABLES DE LA PÀGINA DE FACEBOOK DE LA FEE	2
3. DESCRIPCIÓ DE L'EVOLUCIÓ HISTÒRICA	5
4. ANÀLISI DE L'IMPACTE	10
5. VALORACIÓ	35
6. PROPOSTES DE MILLORA	36



1. INTRODUCCIÓ

Aquest és el primer cop que s'elabora i es presenta un Informe sobre les Xarxes Socials de la FEE, basat en la pàgina de Facebook, que va entrar en funcionament l'any 2014; per aquest motiu es fa una anàlisi de l'evolució de la pàgina de Facebook de la FEE des del seu inici, el 2014, i fins al moment actual (30 de novembre de 2018).

2. RESPONSABLES DE LA PÀGINA DE FACEBOOK DE LA FEE

La gestió de la pàgina de Facebook de la FEE recau sobre un membre del professorat de la FEE, nomenat per l'equip deganal. Des de l'entrada en funcionament de la pàgina i fins a l'actualitat aquesta gestió recau en el professor Antoni Vidal Suñé (administrador de la pàgina Facebook de la FEE).

És evident que la gestió de la pàgina de Facebook de la FEE s'incorpora dins de la política de comunicació de la FEE, motiu pel qual està supervisada per l'equip deganal de la FEE, i en concret per la professora M. Carme Molina, que té encarregades les funcions de coordinació de la política de comunicació de la FEE.

La pàgina de Facebook de la FEE està integrada també en els perfils institucionals de xarxes socials de la URV, que des del Gabinet de Comunicació i Relacions Externes de la URV coordina la informació i la imatge pública global de la URV, seguint els acords presos pels òrgans de gestió de la URV (Consell de Direcció, Consell de Govern, Claustre). Per aquest motiu la pàgina de Facebook de la FEE també està supervisada pel Sr. Javier Polinario Montesinos (tècnic de gestió de les xarxes socials de la URV), qui, a tal efecte, és administrador de la pàgina. Al respecte, cal indicar que les directrius estan recollides en els documents i normatives següents:

- Normativa de la URV sobre l'ús de les tecnologies de la informació (TIC) (aprovada pel Consell de Govern de 22/11/2011; modificada en el Consell de Govern de 30/10/2012).
- Arquitectura de marca i encàrrec del Manual d'Identitat corporativa de la URV (aprovats pel Consell de Govern de l'11/07/2013).
- Pla director per a la presència a Internet de la URV (aprovat pel Consell de Govern de 30/10/2013).
- Política de presència de la URV a les xarxes socials (Gabinet de Comunicació i Relacions Externes de la URV, seguint i recollint aspectes de les normatives anteriors).
- Guia d'usos i recomanacions per a l'ús de les xarxes socials a la URV (Twitter, Facebook, Instagram) (Gabinet de Comunicació i Relacions Externes de la URV, seguint i recollint aspectes de les normatives anteriors, s'actualitza periòdicament).

A més, des de finals de maig de 2016, la FEE té contractada l'empresa "INCUBALIA" (<https://incubalia.com/>; ubicada al Campus Terres de l'Ebre de la URV) per realitzar publicitat dels Màsters oficials de la Facultat al Facebook, mitjançant l'aplicatiu "Facebook Ads" i el "Display Google Adwords" (banners publicitaris que apareixen en diferents pàgines web). Es tracta d'una campanya publicitària segmentada per edats (entre 22 i 35 anys), àmbits geogràfics (fonamentalment Catalunya i països de Llatinoamèrica, veure Taula 1), i formació

(enginyers i economistes); de forma que només és visible per aquelles persones que compleixin tots els requisits de segmentació. La FEE ha de pagar cada cop que algú clica a un dels anuncis o *banners*, i que al fer-ho els redirigeix a la pàgina web de màsters de la FEE (veure Figura 1). Aquesta campanya només s'activa en els mesos en que està oberta la preinscripció als màsters (març, abril, maig, juny, juliol i setembre). L'empresa INCUBALIA, per poder fer anualment les tasques que se li contracten, té rols aprovats per gestionar parcialment la pàgina, en concret té rols d'analista, anunciant, editor, moderador i administrador.

Taula 1. Àmbits geogràfics de les campanyes d'INCUBALIA.

Àmbit	Curs 2015-16 (campanya 2016)	Curs 2016-17 (campanya 2017)	Curs 2017-18 (campanya 2018)
Àmbit geogràfic en català	Alcanyís La Sènia Lleida Tarragona Tàrrrega Vilafranca del Penedès	Alcanyís La Sènia Lleida Tarragona Tàrrrega Vilafranca del Penedès	Alcanyís La Sènia Lleida Tarragona Tàrrrega Vilafranca del Penedès
Àmbit geogràfic en castellà		Argentina Colòmbia Equador Mèxic Perú	Argentina Colòmbia Equador Mèxic Perú Veneçuela
Àmbit geogràfic en anglès		Bulgària Polònia Romania	Eslovàquia Estònia Letònia Lituània Txèquia Romania Ucraïna

n. d. = no disponible

Font: Dades facilitades per l'empresa INCUBALIA.
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

Figura 1. Exemples de publicacions i banners de les campanyes d'INCUBALIA.





Font: Proposta de plantejament de publicitat online d'INCUBALIA (01/06/2016).

En conseqüència, els responsables de la gestió de la pàgina de Facebook de la FEE són:

ADMINISTRADORS DE LA PÀGINA:

- Responsable de gestió del Facebook de la FEE: Antoni Vidal Suñé
- Tècnic de gestió de les xarxes socials de la URV: Javier Polinario Montesinos
- Empleats de l'empresa contractada INCUBALIA

SUPERVISIÓ:

- Responsable comunicació de la FEE (equip deganal): M. Carme Molina Cobo
- Tècnic de gestió de les xarxes socials de la URV: Javier Polinario Montesinos

COL-LABORADORS: Diversos membres de la comunitat universitària de la FEE (PDI, PAS, i estudiants) col·laboren amb la pàgina de Facebook, aportant informació d'interès per a ser publicada.

3. DESCRIPCIÓ DE L'EVOLUCIÓ HISTÒRICA

ETAPA 1: Antecedents. A inicis de l'any 2014, la degana en aquell moment, M. Glòria Barberà, amb la finalitat d'intentar captar més estudiants pels Màsters oficials, va acordar amb els/les coordinadors/es dels Màsters que s'impartien en aquell moment, destinar el pressupost que s'assigna a cada Màster per fer captació d'estudiants. La campanya va incloure la creació d'una pàgina de Facebook que es va dedicar exclusivament a promocionar els Màsters de la FEE i va estar activa només els mesos de l'any 2014 que coincidien amb el període de preinscripció als màsters (març, abril, maig i setembre). Al finalitzar l'últim període de preinscripció als Màsters, a finals de setembre de 2014, la pàgina va quedar inactiva. Durant aquests mesos, aquesta pàgina només va assolir 26 seguidors. No obstant això, és precisament aquesta pàgina dels màsters l'origen i precedent directe de l'actual pàgina de Facebook de la FEE.



ETAPA 2: Creació i inicis. Donat que la pàgina ja estava creada i per tal d'aprofitar el seu potencial, a finals del mes de novembre de 2014 la degana va nomenar al professor Antoni Vidal com a responsable de la gestió de la pàgina de Facebook de la FEE, per tal que aquesta estigués activa i ser un element de comunicació de la Facultat.

Les primeres actuacions del nou responsable van consistir en canviar la imatge de portada, la imatge de perfil i anar fent publicacions dels diferents actes i activitats que s'anaven desenvolupant a la FEE (conferències, *workshops*, lectures de tesis, sessions informatives, etc.). També es van incorporar notícies d'interès compartides des de pàgines alienes i, evidentment, en els períodes de preinscripció informacions sobre els màsters.

Poc a poc, el nombre de seguidors de la pàgina va anar augmentant progressivament, ja que a l'incorporar publicacions diverses i variades sobre diferents temàtiques, la pàgina resultava més atractiva i interessant per a diferents col·lectius. I atès que les xarxes socials presenten les denominades economies de xarxa, quants més seguidors més opcions d'ampliar el creixement en el nombre de seguidors i, en conseqüència, el radi de difusió de les informacions publicades.

ETAPA 3: Incorporació al perfil institucional de la URV i consolidació:

Recordar, com ja s'ha comentat a l'apartat anterior, que a finals de maig de 2016 la FEE va contractar l'empresa "INCUBALIA" per fer una campanya publicitària al Facebook dels màsters oficials, la qual cosa ha generat un constant creixement de seguidors de la pàgina. A més, atès que la URV, mitjançant el Gabinet de Comunicació i Relacions Externes i seguint les directrius i normatives aprovades en Consell de Govern de la URV, va iniciar l'any 2015 una gestió descentralitzada per unitats i centres de les xarxes socials, el deganat de la FEE va decidir el juny de 2016 incorporar la pàgina de Facebook de la FEE en el perfil institucional de xarxes socials de la URV. Aquest fet, un cop feta la sol·licitud i aprovada, implica:

- Una supervisió per part del tècnic responsable de xarxes socials de la URV, Sr. Javier Polinario, qui coordina l'acció de les diferents xarxes socials de la URV.
- Que els responsables de gestió de les xarxes socials rebin informació i formació per millorar la gestió i l'impacte de les respectives xarxes socials que gestionen.
- Participació en les activitats de coordinació de les xarxes socials de la URV:
a) inclusió en el grup de Facebook "Gestors de xarxes socials URV", b) participació en *hashtags* especials que crea la URV per esdeveniments concrets (per exemple: jornades de portes obertes, dia del llibre per Sant Jordi, etc.), c) participació en la Trobada anual de gestors/es de xarxes socials de la URV, d) participació en cursos específics de formació per a gestors/es de xarxes socials de la URV; etc.
- Complir amb els requisits d'imatge i identitat corporativa estipulats en les normatives de la URV.
- Visualització i enllaç de la pàgina de Facebook de la FEE a la web de la URV.

Per a que la sol·licitud d'incorporació al perfil institucional de xarxes socials de la URV sigui aprovada, es van haver de presentar un conjunt d'elements que defineixen la política de comunicació de la xarxa social que es pretén portar a terme. Tot seguit s'exposa aquesta política, d'acord al que es va establir en la sol·licitud efectuada per a la pàgina de Facebook de la FEE:



a) Objectius:

- Difondre informació sobre les activitats docents, acadèmiques i investigadores de la FEE.
- Cohesionar la comunitat de la FEE.
- Posicionar-nos com a referència i prescriptors en els àmbits de l'economia i l'empresa.
- Donar visibilitat als treballs de recerca i a les publicacions del professorat de la FEE.
- Comunicar activitats rellevants de la FEE.
- Captar talent.
- Donar visibilitat a la FEE i a les activitats que s'hi fan.
- Fer difusió de publicacions en webs, blogs i altres eines vinculades a la Universitat i a la Facultat.
- Fer difusió de publicacions en webs, blogs i altres eines relacionades amb l'economia i l'empresa.
- Difondre el coneixement de l'economia i l'empresa en el públic general.

b) Tipus de públics:

- Estudiants
- Estudiants de Postgrau
- Professorat
- Investigadors/es
- PAS
- Personal de gestió
- Antics alumnes
- Estudiants i professorat de secundària
- Empresaris/àries i directius/ves empresarials
- Directius/ves d'institucions i organismes públics
- Públic en general (societat)

c) Gestió del compte a les xarxes socials:

Un membre del professorat de la FEE, designat pel deganat.

d) Denominació i imatge corporativa:

URL: <https://www.facebook.com/EconomiaEmpresaURV/>

Nom pàgina Facebook: Facultat d'Economia i Empresa URV

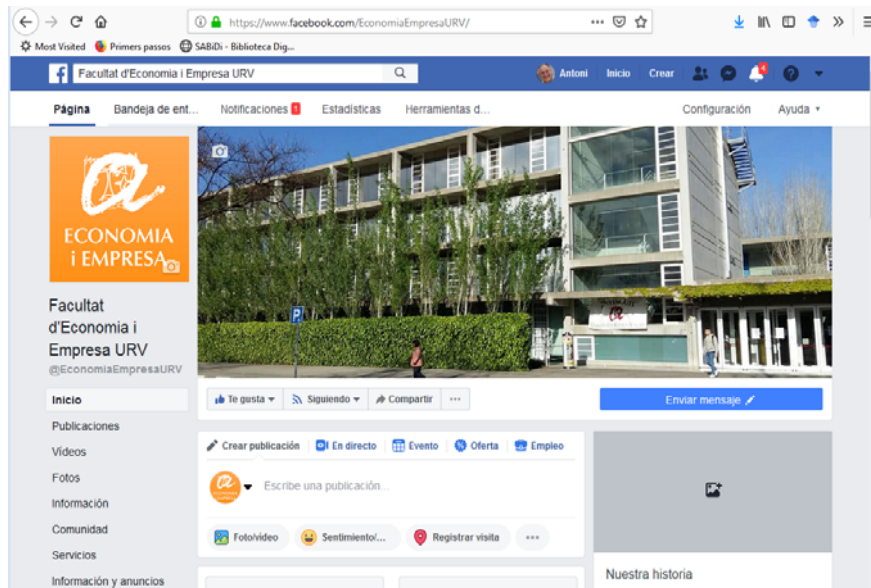
Nom d'usuari a Facebook: @EconomiaEmpresaURV

Amb la descripció següent (per suggeriment del tècnic responsable de xarxes socials de la URV):

"Pàgina de la Facultat d'Economia i Empresa de la URV, amb seu a Reus i Tortosa, on pots cursar una formació de qualitat i excel·lència."

La imatge corporativa és:

- 1) Com a fotografia de portada, una fotografia d'algun aspecte concret vinculat a la Facultat: edifici, acte o activitat que s'hi realitzi, etc.; la qual pot canviar-se sempre que es consideri oportú, és a dir, pot anar variant al llarg del temps:



- 2) Com a fotografia de perfil, d'acord a la normativa d'identitat corporativa de la URV, elaborada pel Gabinet de Comunicació URV, i que no pot canviar-se, es va posar la següent:



e) Tipus de publicacions:

Per assolir els objectius establerts i per tal de donar cobertura a tots els públics, els continguts a publicar són diversos:

- Informació relacionada amb els estudis i les activitats organitzades a la Facultat
- Informació d'interès per a estudiants, professorat, PAS i públic en general
- Anuncis d'activitats rellevants
- Reportatges sobre activitats rellevants
- Notícies de premsa, blogs i altres eines sobre l'activitat universitària o sobre l'economia i l'empresa
- Notícies sobre publicacions d'articles i llibres del professorat
- Ofertes de treball per a estudiants i/o titulats/des
- Notícies rellevants relacionades amb estudiants, professorat i PAS
- Notícies d'activitats de diferents organismes de la URV vinculats a la Facultat (departaments, càtedres, centres de recerca, grups de recerca...)
- Difusió de conceptes i idees vinculats a l'economia i l'empresa
- Etc.

Les publicacions sempre que sigui possible van acompanyades d'un cartell i/o fotografia.



f) Freqüència de publicació:

La freqüència de publicació està fortament marcada pel moment en què es produeixi una notícia o activitat de la qual s'informa. Es poden fer diverses publicacions en un mateix dia o estar algun dia sense fer cap publicació (la Guia d'Ús de les Xarxes Socials de la URV recomana fer un mínim de 2-3 publicacions al dia). No obstant, es fan diverses publicacions totes les setmanes, en termes mitjans, entre 10 i 15 a la setmana. És a dir, més o menys, entre 40 i 60 publicacions al mes, que representa aproximadament entre 450 i 700 publicacions al llarg de cada curs acadèmic.

g) Avaluació de resultats:

Es monitoritza l'activitat de la pàgina de manera freqüent amb les eines estadístiques que proporciona la mateixa plataforma Facebook.

A partir de la incorporació, el juny de 2016, de la pàgina de la FEE al perfil institucional de xarxes socials de la URV, el creixement del nombre de seguidors ha estat constant. L'impacte de les publicacions realitzades també ha estat molt més alt.

4. ANÀLISI DE L'IMPACTE

En aquest apartat s'analitzen diverses dades, amb la finalitat de captar l'impacte i el posicionament assolit fins al moment actual de la pàgina de Facebook de la FEE.

Cal advertir que la informació estadística que ofereix el propi Facebook només recull dades històriques en alguns casos de l'últim mes, i només per algunes dades concretes permet remuntar-se als dos últims anys, motiu pel qual dels anys 2014, 2015 i 2016 no es tenen recopilades dades, exceptuant les d'aquells moments puntuals en que s'ha arribat a una xifra rodona de seguidors.

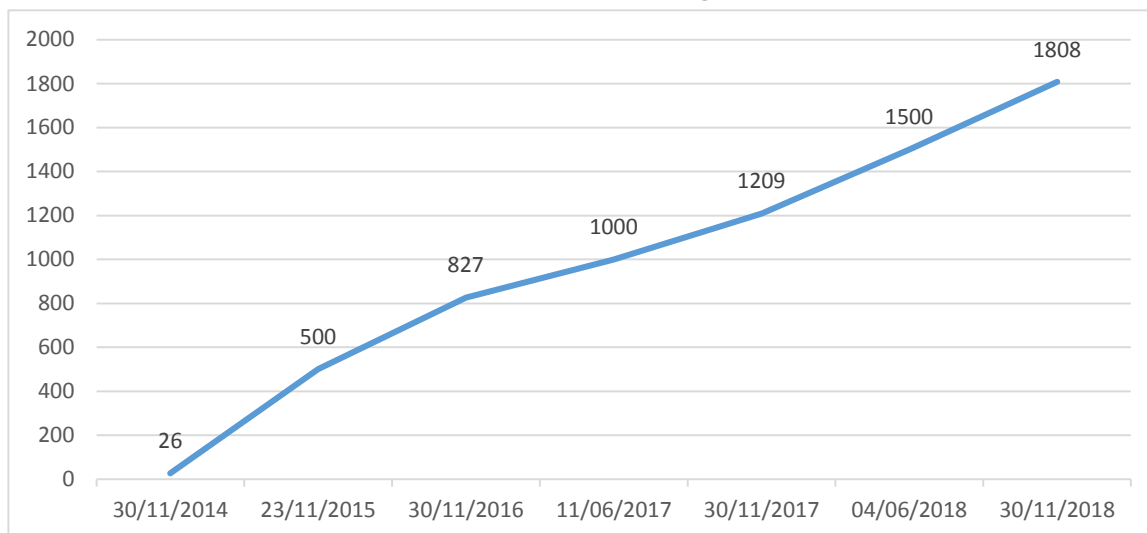
També cal assenyalar que de manera més o menys periòdica el Facebook canvia i actualitza la configuració i la manera de presentar les publicacions i el seu impacte i, per tant, el tipus d'informació que ofereix és variable (no és del tot uniforme al llarg del temps).

a) Nombre de seguidors

Al Gràfic 1 s'indica l'evolució en el nombre de persones que segueixen la pàgina de Facebook de la FEE, des de la seva posada en funcionament el 30 de novembre de 2014 i fins a l'actualitat (30 de novembre de 2018).



Gràfic 1. Evolució dels seguidors



Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

El nombre de seguidors ha anat creixent de manera progressiva i sostinguda, amb una clara tendència a l'alça.

Cal assenyalar que, puntualment, hi ha seguidors que abandonen la pàgina (deixen de seguir-la). Aquest fet, habitual en les xarxes socials, és molt poc freqüent en la pàgina de la FEE, aproximadament d'un 0,02%.

b) Perfil dels seguidors

En aquest subapartat s'exposen diverses dades sobre el perfil dels seguidors de la pàgina de Facebook de la FEE.

➤ *Tipologia de seguidors*

La tipologia dels seguidors de la pàgina de Facebook de la FEE és diversa. En concret, els seguidors formen part dels col·lectius següents:

- Estudiants de la FEE (grau, màster, doctorat)
- Alumni de la FEE (antics alumnes)
- Professorat de la FEE, del Dept. de Gestió d'Empreses i del Dept. d'Economia
- Professorat d'altres centres de la URV (molt pocs, però algun n'hi ha)
- PAS de la FEE
- Professorat d'altres universitats espanyoles i estrangeres
- Potencials estudiants dels màsters oficials (majoritàriament estrangers)
- Professorat i estudiants de secundària
- Empresaris/àries, directius/ves empresarials i d'institucions del territori
- Representants polítics, a nivell local
- Perfils institucionals d'algunes associacions i universitats
- Ciutadania en general, interessada en l'economia i l'empresa

Tot i que no es disposa de dades sobre el percentatge que representa cadascun dels col·lectius, la gran majoria dels seguidors són estudiants actuals de la FEE, especialment de grau (orientativament, d'acord al recompte fet per l'administrador, poden representar al voltant del 35% dels seguidors de la pàgina, és a dir, uns 630



seguidors), tot i que, com mostra l'informe de l'Estudi de Percepció de la Docència del curs 2017-18 (presentat a la Junta de Facultat del 9 de novembre de 2018), només un 20% dels enquestats/des reconeix seguir el Facebook de la FEE (que suposaria un total de 253 estudiants de grau que segueixen el Facebook, xifra que es considera força inferior a la real).

En relació als estudiants de màsters oficials, tot i ser en quantitat un col·lectiu força menor respecte els estudiants de grau, manifesten a l'informe de l'Estudi de Percepció de la Docència del curs 2017-18 (presentat a la Junta de Facultat del 9 de novembre de 2018) que un 48% d'ells segueixen la pàgina de Facebook de la FEE (el que representa, aproximadament, uns 30 seguidors). Els estudiants de doctorat que segueixen el Facebook de la FEE són escassos.

Un col·lectiu que ha crescut considerablement en els dos últims anys, fruit de les campanyes de promoció dels màsters que realitza l'empresa INCUBALIA, ha estat el de potencials estudiants interessats en els màsters (majoritàriament d'origen estranger), que orientativament, segons el recompte de l'administrador de la pàgina, poden representar al voltant del 20% dels seguidors de la pàgina, és a dir, aproximadament, un 360 seguidors.

Respecte el professorat, orientativament, segueixen el Facebook de la FEE aproximadament uns 100 membres d'aquest col·lectiu. En conjunt, els col·lectius de professorat d'altres universitats espanyoles i estrangeres, empresaris/àries, directius/ves empresarials i d'institucions del territori, professorat i estudiants de secundària, i ciutadania en general aporten, aproximadament, uns 400 seguidors.

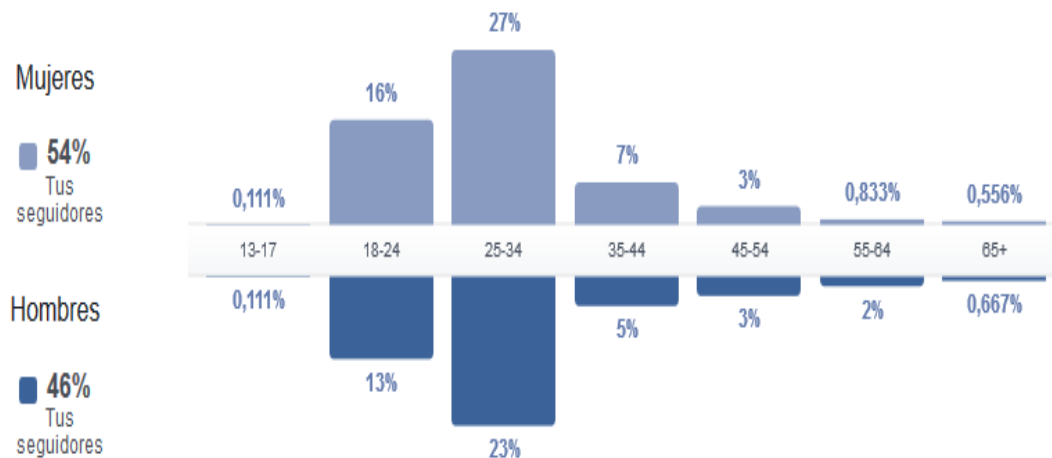
El que queda fins al total de seguidors actuals (uns 280) corresponen, aproximadament, a la resta de col·lectius (alumni, professorat d'altres centres de la URV, PAS, representants polítics, i perfils institucionals).

➤ *Gènere i edat dels seguidors*

El Gràfic 2 mostra la situació en el moment actual de la distribució per gènere i per edat dels seguidors: s'observa que hi ha un major percentatge de dones (54%) que d'homes (46%), majoritàriament en la franja d'edat d'entre 25-34 anys.

**Gràfic 2. Distribució per gènere i edat dels seguidors
(a 30 de novembre de 2018)**

Personas que siguen tu página.



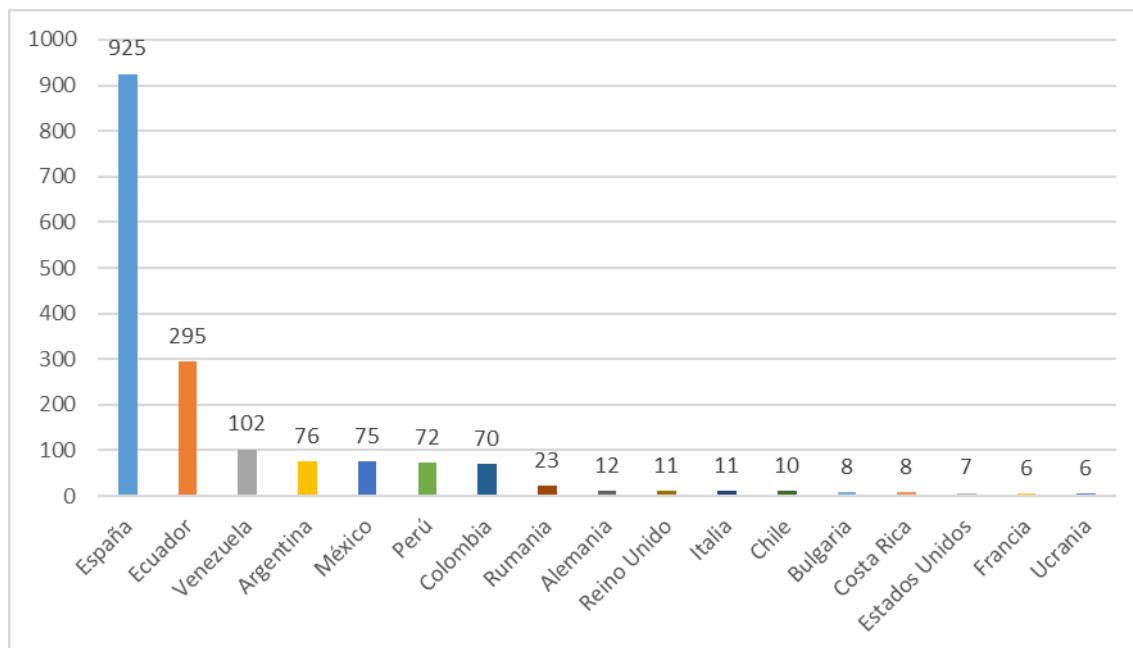
Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

D'aquesta manera, el perfil tipus de seguidor de la pàgina és el d'una dona d'entre 25 i 34 anys (que representen el 27% del total de seguidors), seguides dels homes en el mateix tram d'edat (que representen el 23% del total de seguidors); i en conjunt suposen el 50% dels seguidors. Destacar, que el tram d'edat, tant en dones com en homes, que ve a continuació és el comprès entre els 18 i els 24 anys (representen en conjunt el 29% dels seguidors). És a dir, les dones i homes compresos entre els 18 i els 34 anys representen el 79% dels seguidors.

➤ *País d'origen dels seguidors*

El Gràfic 3 mostra la distribució de seguidors segons els principals països d'origen (d'acord als que tenen especificat en la configuració del seu perfil personal en Facebook; no tothom ho especifica). S'observa que, com és lògic, la gran majoria són espanyols. Destacar que els principals països que aporten més seguidors a continuació corresponen a Llatinoamèrica; amb una relativament escassa presència de seguidors de països europeus.

Gràfic 3. Distribució per principals països d'origen dels seguidors (a 30 de novembre de 2018)*



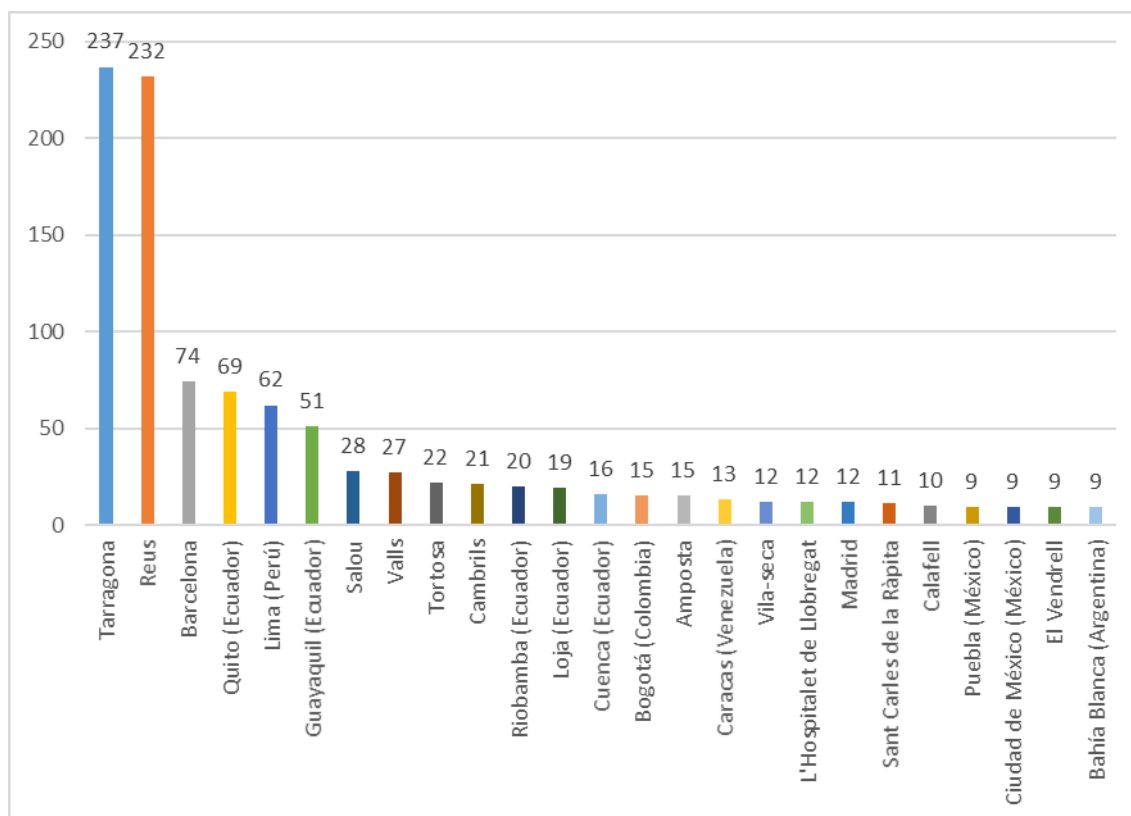
* Els seguidors no tenen l'obligació d'indicar en el seu perfil personal de Facebook quin és el seu país d'origen. És a dir, el nombre de seguidors que es consideren en el gràfic no tenen perquè coincidir amb el nombre total de seguidors de la pàgina de la FEE. A més, no es consideren tots els països, ja que només es presenten les dades dels països que més seguidors aporten.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

➤ *Ciutat d'origen dels seguidors*

El Gràfic 4 mostra la distribució de seguidors segons les principals ciutats d'origen i/o residència (d'acord a les que tenen especificat en la configuració del seu perfil personal en Facebook; no tothom ho especifica). S'observa que, com és lògic, la gran majoria dels seguidors són de les ciutats de Tarragona i Reus (origen també de la majoria dels estudiants de la FEE), seguides d'altres ciutats del Camp de Tarragona i de les Terres de l'Ebre, però apareixen intercalades força ciutats de Llatinoamèrica.

Gràfic 4. Distribució per principals ciutats d'origen i/o residència dels seguidors (a 30 de novembre de 2018)*



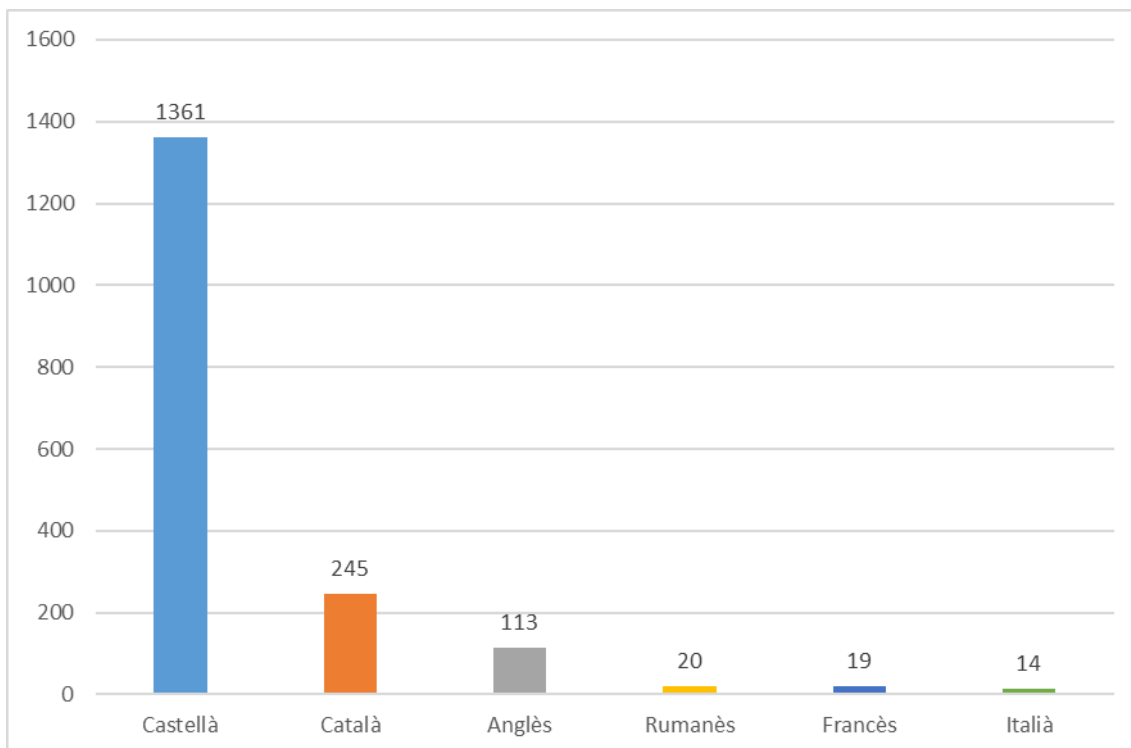
* Els seguidors no tenen l'obligació d'indicar en el seu perfil personal de Facebook quina és la seva ciutat d'origen i/o de residència. És a dir, el nombre de seguidors que es consideren en el gràfic no tenen perquè coincidir amb el nombre total de seguidors de la pàgina de la FEE. A més, no es consideren totes les ciutats, ja que només es presenten les dades de les ciutats que més seguidors aporten.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

➤ Idioma dels seguidors

El Gràfic 5 mostra la distribució de seguidors segons el seu idioma matern (d'acord al que tenen especificat en la configuració del seu perfil personal en Facebook; no tothom ho especifica). S'observa que la gran majoria dels seguidors declaren parlar castellà, seguit de lluny del català. Destacar la presència d'un nombre apreciable de seguidors en idioma anglès. La resta d'idiomes, bastant diversos, són pràcticament testimonials.

**Gràfic 5. Distribució per idiomes materns dels seguidors
(a 30 de novembre de 2018)***



* Els seguidors no tenen l'obligació d'indicar en el seu perfil personal de Facebook quin és el seu idioma matern. És a dir, el nombre de seguidors que es consideren en el gràfic no tenen perquè coincidir amb el nombre total de seguidors de la pàgina de la FEE. A més, no es consideren tots els idiomes, ja que només es presenten les dades dels idiomes que més seguidors aporten.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

c) Abast i impacte de les publicacions

En aquest subapartat s'exposen diverses dades sobre l'abast i l'impacte, en termes mitjans, de les publicacions (*posts*) realitzades en la pàgina de Facebook de la FEE, a partir de l'11/11/2016 (data a partir de la qual la plataforma Facebook ens proporciona informació).

➤ *Abast de les publicacions (nombre de visualitzacions)*

Les publicacions en Facebook (per a pàgines, no per a perfils) poden ser de dos tipus:

- Orgàniques: Publicacions de continguts diversos publicades pels administradors (la seva visualització és gratuïta)
- De pagament: Publicacions dins de campanyes publicitàries (la seva visualització suposa un pagament per clic efectuat). Les publicacions efectuades per l'empresa INCUBALIA per promocionar els màsters són d'aquest tipus.

En el Gràfic 6 es mostra l'evolució diària de les visualitzacions de les publicacions de la pàgina (nombre de persones que han vist aquell dia una publicació de la pàgina), tant les orgàniques com les de pagament. Les dades s'han separat en diferents trams temporals, per poder apreciar millor els detalls.

Gràfic 6. Nivell de visualització de publicacions (nombre de persones que han vist alguna publicació per dia)

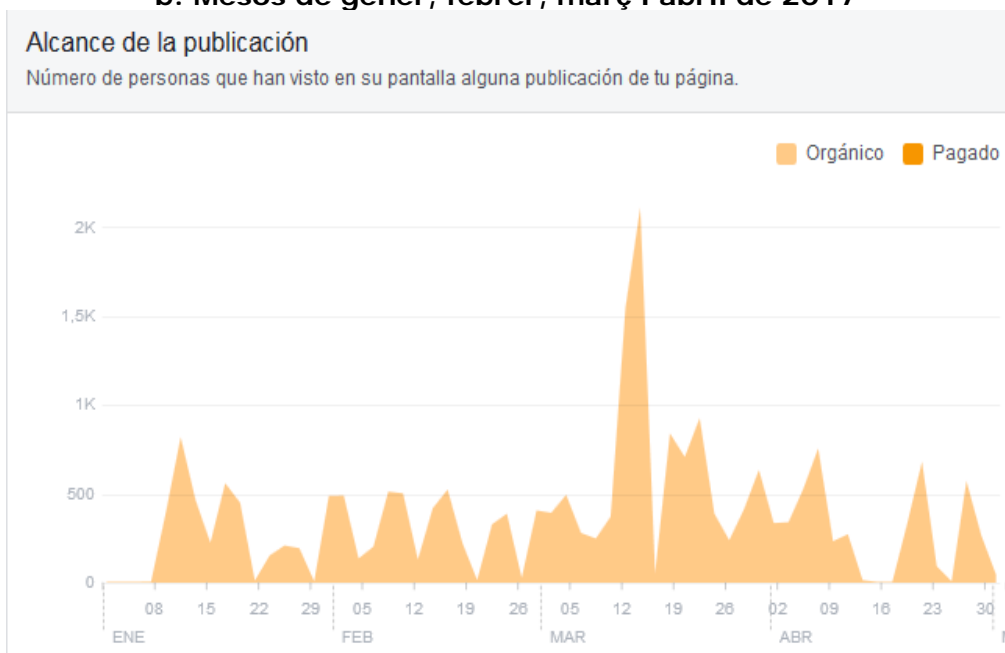
a: Mesos de novembre i desembre de 2016



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

La tònica general, en els últims mesos de l'any 2016, era la d'assolir un nombre de visualitzacions diàries inferior a les 500, totes de caràcter orgànic. No obstant, en els primers dies de desembre hi ha un pic que s'eleva per damunt de les 1.500 visualitzacions (1,5k), i un altre, més baix, a meitats de desembre que puja fins a les 1.000 (1k).

b: Mesos de gener, febrer, març i abril de 2017



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.



Al llarg dels quatre primers mesos de l'any 2017, ja es traspassava sovint, i de manera clara, el llindar de les 500 visualitzacions diàries, totes elles de caràcter orgànic, amb un pic a meitats de març que puja per damunt de les 2.000 (2k).

c: Mesos de maig, juny i juliol de 2017



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

La dinàmica canvia a partir del mes de maig de 2017, quan s'executa la campanya publicitària dels màsters per part de l'empresa INCUBALIA, amb publicacions de pagament per clic. Les publicacions orgàniques mantenen, amb algunes fluctuacions, el nivell mitjà d'aproximadament les 500 visualitzacions diàries (amb un pic a finals de juliol que arriba prop de les 3.000); però l'efecte de la campanya publicitària dels màsters dispara la visualització de les publicacions de pagament per damunt de les 5.000 visualitzacions diàries (5k), amb pics que a principis i meitats de maig sobrepassen les 20.000 (20k) visualitzacions.



d: Mesos d'agost, setembre i octubre de 2017



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

El mes d'agost, exceptuant la primera setmana que encara arrossega l'efecte de la campanya de publicitat dels màsters, va ser molt tranquil, disminuint considerablement les visualitzacions, la qual cosa s'explica per ser època vacacional. Amb l'inici del curs, a principis de setembre, les visualitzacions tornen a recuperar-se al ritme habitual d'aproximadament 500 al dia, amb alts i baixos. També s'observa l'efecte de la campanya dels màsters en el període de preinscripció de setembre, que dispara les visualitzacions de pagament, la segona quinzena del mes, en algun dia per damunt de les 15.000 (15k), i en nivells superiors a les 5.000 (5k) alguns altres dies. En el mes d'octubre es recupera la tònica habitual de les publicacions orgàniques.

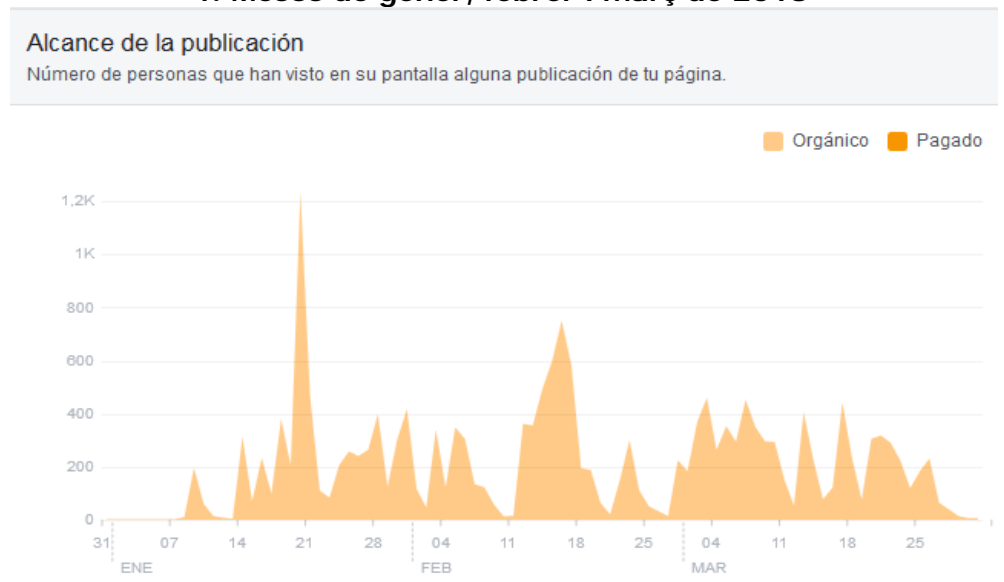
e: Mesos de novembre i desembre de 2017



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

En els mesos de novembre i desembre de 2017, ja sense publicacions de pagament, és a dir, només amb publicacions orgàniques, el nivell de visualitzacions és variable, situant-se per damunt de les 400 la majoria dels dies de novembre (amb un parell de pics que arriben prop de les 900). En canvi, el mes de desembre, especialment a partir de la segona quinzena, mostra una clara disminució d'activitat, fruit del període nadalenc.

f: Mesos de gener, febrer i març de 2018



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.



En el primer trimestre de 2018, només amb publicacions orgàniques, s'observa que en termes mitjans les visualitzacions de publicacions ronden la majoria de dies prop de les 400, amb un pic el 21 de gener que arriba a sobrepassar les 1.200 (1,2k), i un altre el 17 de febrer que se situa proper a les 800.

g: Mesos d'abril, maig i juny de 2018



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

En el segon trimestre de 2018, les publicacions orgàniques segueixen pautes similars al trimestre anterior, però s'observa de nou l'important impacte de la campanya publicitària dels màsters, que situa la visualització de les publicacions de pagament, en termes mitjans al llarg de tot el trimestre, entre les 5.000 (5k) i les 10.000 (10k), amb un pic el 9 d'abril que arriba a les 25.000 visualitzacions (25k).

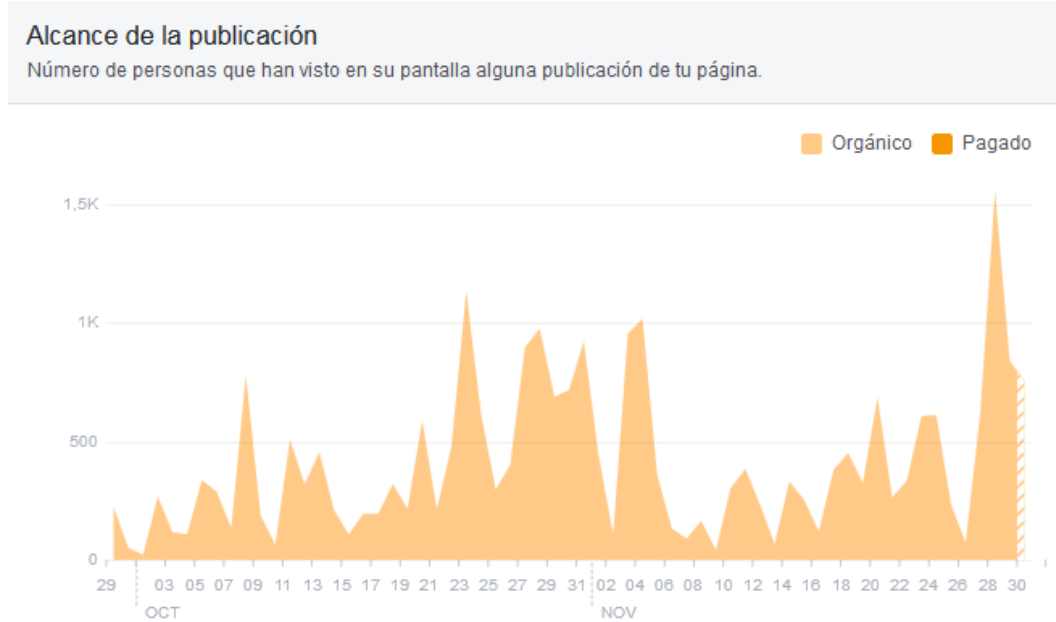
h: Mesos de juliol, agost i setembre de 2018



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

En el tercer trimestre de 2018, el mes de juliol presenta una dinàmica similar als mesos anteriors, amb visualitzacions de publicacions de pagament que se situen entre les 6.000 (6k) i les 8.000 (8k). Al mes d'agost, vacacional, cau dràsticament l'activitat, per recuperar-se, ja només amb publicacions orgàniques, en el mes de setembre (que se situen en termes mitjans al voltant de les 300).

i: Mesos d'octubre i novembre de 2018



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

En el quart trimestre de 2018 (fins a novembre), s'observa una elevada fluctuació en les visualitzacions diàries, però gairebé sempre per damunt de les 200, i força dies molt per sobre, donant-se pics, a finals d'octubre i principis de novembre, o que es queden propers o que sobrepassen les 1.000 visualitzacions (1K) de publicacions orgàniques, i a finals de novembre per damunt de les 1.500 visualitzacions (1,5k).

➤ Reaccions dels seguidors a les publicacions

Les persones que visualitzen les publicacions, siguin seguidores o no de la pàgina, a més de veure la publicació poden interactuar-hi de diferents formes, que poden ser:

- Fer "m'agrada" a la publicació (el que es denomina com a "reacció"), denotant que a aquella persona li agrada el contingut de la publicació.
- Introduir un "comentari" a la publicació, manifestant la seva opinió sobre els continguts de la publicació.
- "Compartir" la publicació en el seu perfil personal de Facebook, fent així arribar la publicació a més gent (economies de xarxa).

En el Gràfic 7, que s'ha separat en diferents trams temporals, per poder apreciar millor els detalls, es mostra l'evolució diària de les reaccions (m'agrada de publicacions), els comentaris, i les comparticions que han realitzat les persones que han visualitzat les publicacions. En general, el nivell d'interactuacions és molt baix. El tipus d'interacció més freqüent són les reaccions (fer un "m'agrada" a les

publicacions”), a força distància la segueixen els “comentaris” (bastant més escassos) i, finalment, les “comparticions”.

Gràfic 7. Nivell de reaccions (m'agrada), comentaris i comparticions de publicacions diàries per part dels seguidors

a: Mesos de novembre i desembre de 2016



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

En els mesos de novembre i desembre de 2016, pot observar-se el baix nivell d'interacció, que en termes mitjans diaris no arriben, en general, a les 10 (tant per les reaccions com pels comentaris i les comparticions). No obstant això, en relació a les reaccions (fer “m'agrada”) es donen tres pics puntuals, l'últim dels quals a meitats de desembre sobrepasa les 30 reaccions.

b: Mesos de gener, febrer, març i abril de 2017



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

En el primer quadrimestre de 2017, s'observa la mateixa dinàmica comentada pels mesos anteriors, destacant un pic a meitats d'abril que arriba a les 2.000 reaccions (2k).

c: Mesos de maig, juny i juliol de 2017

Reacciones, comentarios, contenido compartido y más

Estas acciones te ayudarán a llegar a más personas.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

Es produeix una situació similar en els mesos de maig, juny i juliol de 2017, destacant un pic a finals de maig que se situa proper a les 1.500 reaccions (1,5k).

d: Mesos d'agost, setembre i octubre de 2017

Reacciones, comentarios, contenido compartido y más

Estas acciones te ayudarán a llegar a más personas.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

Segueix la mateixa tònica en els mesos d'agost, setembre i octubre de 2017, en els quals s'observa que el nivell mitjà diari d'interaccions se situa, majoritàriament, entre les 10 i 25 reaccions; amb pics puntuals que en un cas (meitats d'octubre) sobrepassa les 50, i en un altre cas (finals de setembre) sobrepassa les 150 reaccions.

e: Mesos de novembre i desembre de 2017

Reacciones, comentarios, contenido compartido y más

Estas acciones te ayudarán a llegar a más personas.



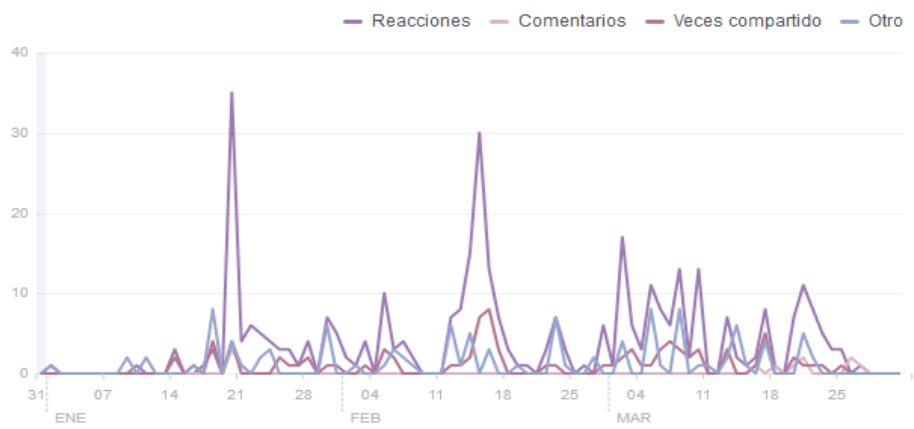
Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

Els mesos de novembre i desembre de 2017 segueixen la mateixa dinàmica, però amb una major oscil·lació, amb dies que les reaccions arriben al voltant de les 20, i amb un pic a meitats de novembre que supera les 50.

f: Mesos de gener, febrer i març de 2018

Reacciones, comentarios, contenido compartido y más

Estas acciones te ayudarán a llegar a más personas.



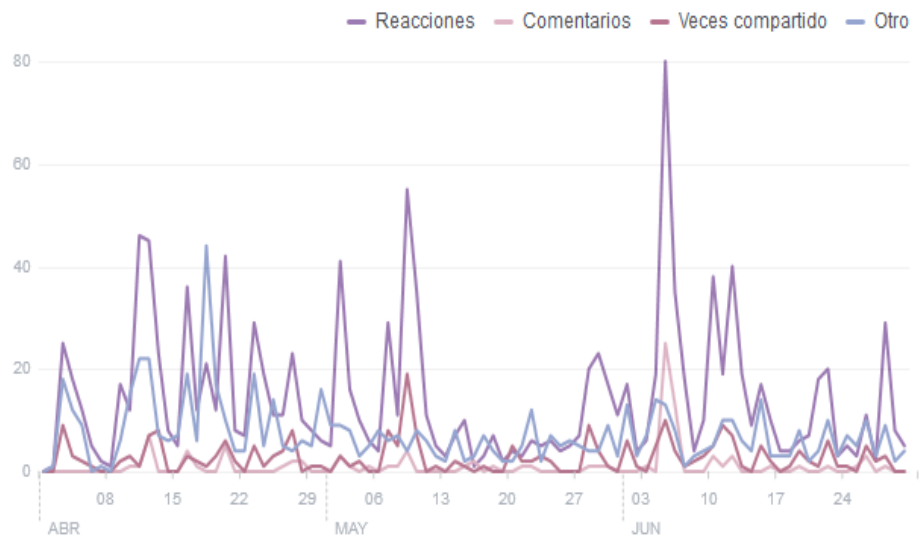
Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

En el primer trimestre de 2018, segueix la mateixa dinàmica de baixes interaccions. Però a l'igual que passava en els mesos de novembre i desembre de 2017, amb clares fluctuacions en tots els tipus d'interacció.

g: Mesos d'abril, maig i juny de 2018

Reacciones, comentarios, contenido compartido y más

Estas acciones te ayudarán a llegar a más personas.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

El mateix pot comentar-se pels mesos del segon trimestre de 2018, tot i que s'observa un lleuger increment de les interaccions, però que només arriben a les 80 en un pic que es produeix a principis de juny.

h: Mesos de juliol, agost i setembre de 2018

Reacciones, comentarios, contenido compartido y más

Estas acciones te ayudarán a llegar a más personas.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

En el tercer trimestre del 2018, segueix la mateixa dinàmica, però reduint-se l'activitat (inexistent a l'agost).

i: Mesos d'octubre i novembre de 2018

Reacciones, comentarios, contenido compartido y más

Estas acciones te ayudarán a llegar a más personas.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

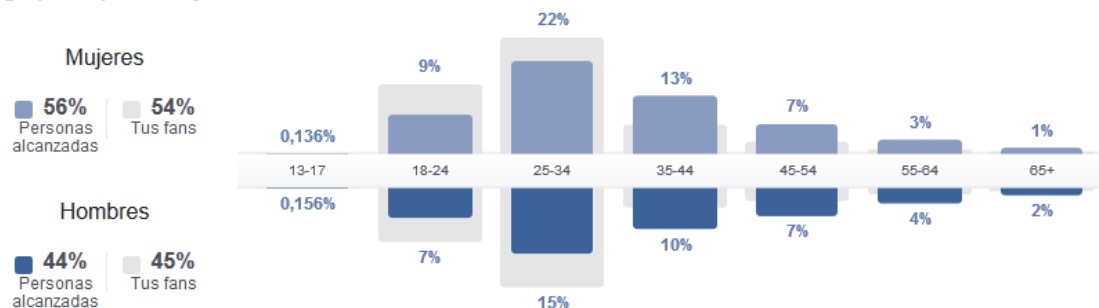
Finalment, en els mesos d'octubre i novembre de 2018, continua la tònica d'aproximadament entre 10 i 20 interaccions diàries, amb dos pics a finals d'octubre i a finals de novembre que sobrepassen, respectivament, les 40 i les 60 interaccions.

➤ *Impacte de les publicacions (persones abastades)*

El Gràfic 8 mostra la distribució per gènere i edat de les persones, siguin seguidores o no de la pàgina, que han visualitzat alguna publicació. S'observa que aquesta distribució és molt similar a la dels seguidors (Gràfic 2), però amb una major presència de dones en el tram d'edat entre 18 i 34 anys.

Gràfic 8. Distribució per gènere i edat de les persones que han visualitzat alguna publicació de la pàgina (a 30 de novembre de 2018, en termes mitjans)

Número de personas a las que se ha mostrado en pantalla contenido de tu página o relacionado con ella, agrupadas por edad y sexo.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

La Taula 2 mostra els principals països i ciutats d'origen (d'acord als que tenen especificat en la configuració del seu perfil personal en Facebook; no tothom ho

específica) de les persones que han realitzat almenys una visualització d'alguna publicació (en termes mitjans).

Taula 2. Distribució per país i ciutat d'origen de les persones que han visualitzat alguna publicació (a 30 de novembre de 2018, en termes mitjans) *

País	Persones abastades (visualitzacions)	Ciutat	Persones abastades (visualitzacions)
Espanya	2.942	Reus	565
Costa Rica	703	Tarragona	403
Perú	395	Valls	351
Equador	294	Barcelona	236
Argentina	121	San José (Costa Rica)	234
Colòmbia	102	Cuzco (Perú)	153
Xile	81	Cartago (Costa Rica)	138
Veneçuela	55	Vila-seca	128
Mèxic	48	Lima (Perú)	111
Uruguai	47	Quito (Equador)	91
Estats Units d'Amèrica	31	Arboledas (Andalusia)	71
Alemanya	29	Riudecanyes	63
Itàlia	29	L'Hospitalet del Llobregat	54
França	26	Cambriils	53

* Les persones que realitzen visualitzacions de publicacions no tenen l'obligació d'indicar en el seu perfil personal de Facebook quin és el seu país o ciutat d'origen. És a dir, les xifres indicades no tenen perquè coincidir amb el nombre total de visualitzacions. A més, no es consideren tots els països i ciutats, ja que només es presenten les dades dels països i ciutats que més visualitzacions aporten.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

S'observa que la gran majoria de visualitzacions procedeixen d'Espanya (especialment de ciutats del Camp de Tarragona). No obstant, cal destacar el considerable nombre de visualitzacions procedents de països de Llatinoamèrica.

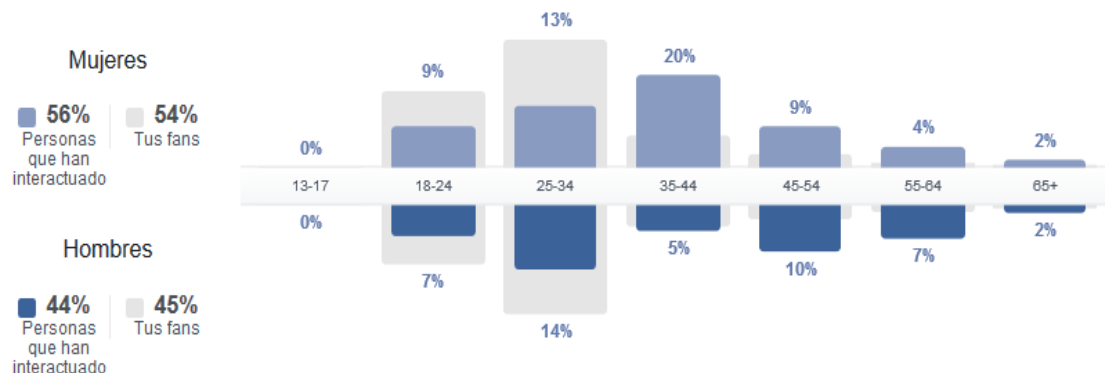
➤ *Impacte de les publicacions (persones que han interactuat)*

El Gràfic 9 mostra la distribució per gènere i edat de les persones, siguin seguidores o no de la pàgina, que han interactuat al menys un cop amb alguna publicació. Com a interaccions s'integren el conjunt de reaccions (fer "m'agrada"), realitzar comentaris i compartir la publicació.

En aquesta ocasió s'observa una distribució per edats lleugerament diferent, amb un major pes de persones dels trams d'edat més alta, especialment del tram d'entre 35 i 44 anys.

Gràfic 9. Distribució per gènere i edat de les persones que han interactuat amb alguna publicació de la pàgina (a 30 de novembre de 2018, en termes mitjans)

Número de personas que hablan acerca de la página por edad y sexo de usuario.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

La Taula 3 mostra els principals països i ciutats d'origen (d'acord als que tenen especificat en la configuració del seu perfil personal en Facebook; no tothom ho especifica) de les persones que han realitzat almenys una interacció (reacció, comentari o compartició) en alguna publicació (en termes mitjans). S'observa una dinàmica similar a la comentada respecte les visualitzacions.

Taula 3. Distribució per país i ciutat d'origen de les persones que han interactuat amb alguna publicació (a 30 de novembre de 2018, en termes mitjans)*

País	Persones abastades (visualitzacions)	Ciutat	Persones abastades (visualitzacions)
Espanya	142	Reus	42
Costa Rica	18	Tarragona	26
Equador	6	San José (Costa Rica)	8
Argentina	5	L'Hospitalet del Llobregat	7
Perú	4	Barcelona	6
Veneçuela	3	Arboledas (Andalusia)	5
Colòmbia	2	Valls	5
Mèxic	2	Cambrils	4
Romania	2	Vila-seca	4
Estats Units d'Amèrica	2	Cartago (Costa Rica)	3

* Les persones que realitzen interaccions en publicacions no tenen l'obligació d'indicar en el seu perfil personal de Facebook quin és el seu país o ciutat d'origen. És a dir, les xifres indicades no tenen perquè coincidir amb el nombre total d'interaccions. A més, no es consideren tots els països i ciutats, ja que només es presenten les dades dels països i ciutats que més interaccions aporten.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

➤ *Missatges*



A l'entorn de l'aplicació Facebook s'entenen com a missatges els comentaris que es fan a les publicacions, i a més les preguntes i/o consultes rebudes mitjançant l'aplicació complementària de missatgeria "Messenger" (que està vinculada a Facebook), de caràcter "privat" (és a dir, els missatges només els veuen els interlocutors, i no es publiquen a la pàgina).

El nivell de missatges rebuts mitjançant l'aplicació de missatgeria "Messenger" de la pàgina de Facebook de la FEE, és relativament baix. Així, per exemple, des de novembre de 2017 i fins a novembre de 2018 s'han rebut un total de 36 missatges, la gran majoria, 35, enviats per persones que preguntaven pels màsters oficials (rebuts en els mesos d'abril, juny i juliol de 2018), i un de recent (el 13 de novembre de 2018) d'una persona que preguntava com poder publicar una oferta laboral per a recents titulats/des. Sempre es respon a aquests missatges facilitant l'adreça on trobar la informació corresponent a la web, i afegint el correu electrònic de la persona de la FEE responsable del tema (coordinadors/es dels màsters, coordinador/a de la borsa de treball, etc.) a qui dirigir-se per concretar la consulta.

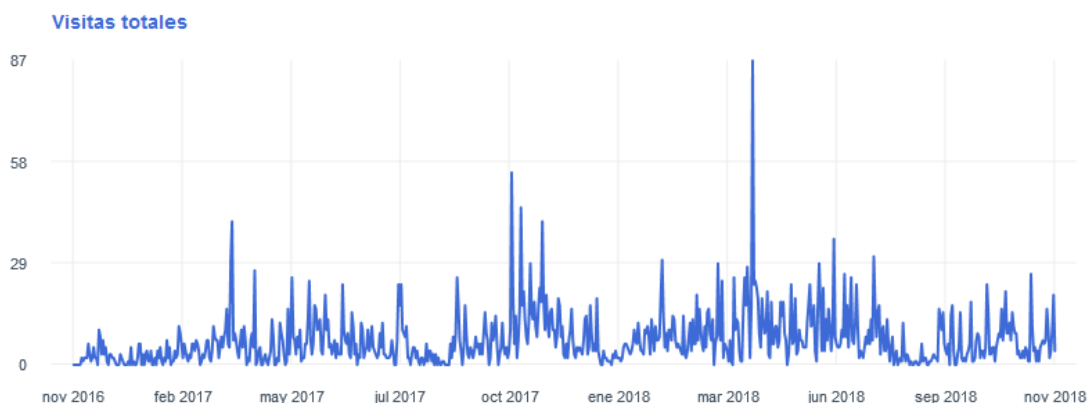
d) Connexió

En aquest apartat s'exposen un conjunt de dades relacionades amb la connectivitat assolida per la pàgina de Facebook de la FEE.

➤ *Visites diàries*

El Gràfic 10 mostra la quantitat de persones que visita la pàgina dia a dia (de novembre de 2016 a novembre de 2018). S'observa que el nombre de persones que visiten la pàgina fluctua considerablement, però se situa, en termes mitjans, entre les 15 i 30 visites diàries, amb alguns pics considerablement superiors en determinats moments, on el més alt arriba prop de les 90 visites diàries (març 2018).

Gràfic 10. Evolució del nombre de visites diàries a la pàgina de Facebook de la FEE (del 21/11/2016 al 30/11/2018)

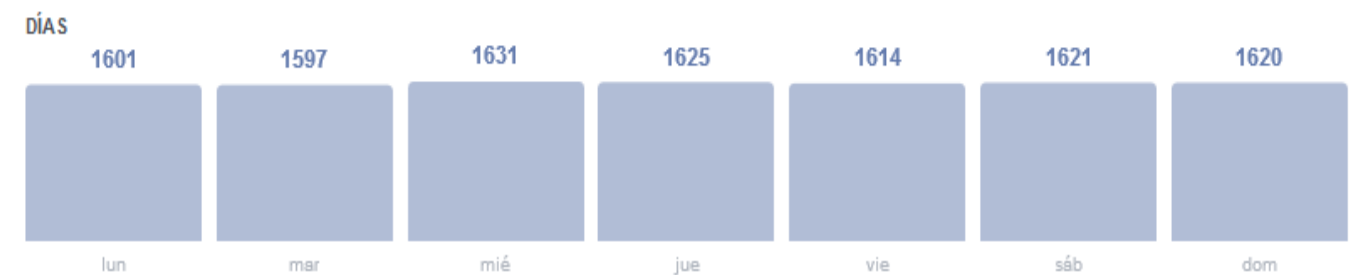


Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

➤ *Dia de la setmana en que els seguidors es connecten a Facebook*

El Gràfic 11 mostra la quantitat de seguidors de la pàgina que es connecten a Facebook per dia de la setmana.

Gràfic 11. Distribució per dia de la setmana en que els seguidors de la FEE es connecten al Facebook (a 30 de novembre de 2018, en termes mitjans)*



* La informació considera el nombre de seguidors de la pàgina que es connecten a Facebook (en general) cada dia de la setmana (en termes mitjans), la qual cosa no suposa necessàriament que visitin la pàgina de Facebook de la FEE.

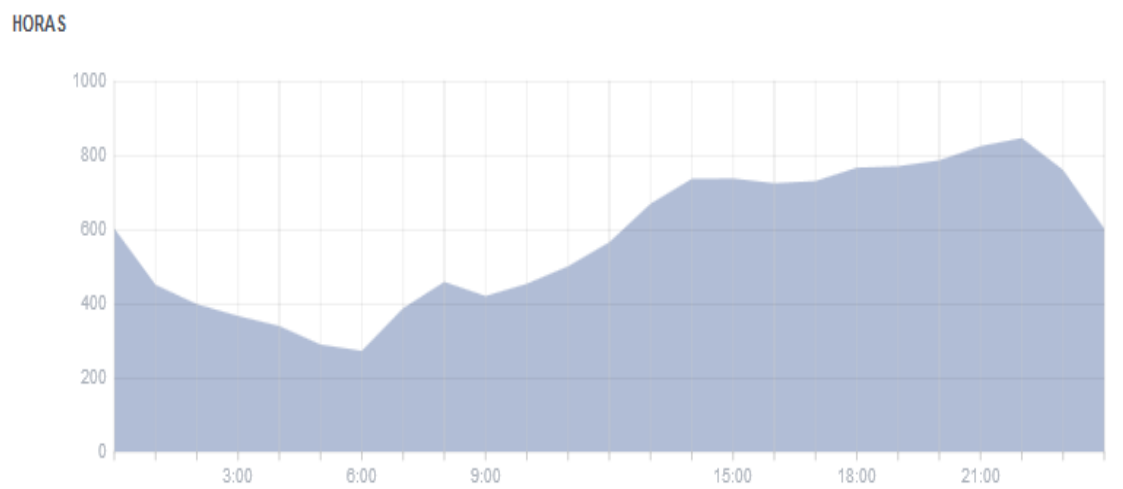
Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

S'observa, en primer lloc, que una gran majoria de seguidors de la pàgina de la FEE (al voltant del 90%) es connecten a Facebook de manera habitual. En segon lloc, tot i petites diferències entre els dies de la setmana, les connexions efectuades a Facebook són bastant similars en quantitat per a tots els dies de la setmana. En conjunt, es pot concloure que la gran majoria de seguidors de la pàgina de la FEE utilitzen, gairebé diàriament, la xarxa social Facebook.

➤ *Hora del dia en que els seguidors es connecten a Facebook*

El Gràfic 12 mostra la quantitat de seguidors de la pàgina que estan connectats a Facebook per hores del dia. S'observa que principalment es connecten per la tarda i primeres hores de la nit (entre les 14 h i les 24 h). No obstant això, el nombre de connexions que s'efectuen pel matí i al migdia (entre les 7 h i les 14 h) és també apreciable. És evident que les connexions en plena nit són considerablement més baixes (entre la 1 h i les 6 h), però es produeixen i a uns nivells que no es poden menystenir, que possiblement vindrien explicades per les connexions de seguidors residents en Llatinoamèrica (pel canvi horari).

Gràfic 12. Distribució per hores del dia en que els seguidors de la FEE es connecten a Facebook (a 30 de novembre de 2018, en termes mitjans)*



* La informació considera el nombre de seguidors de la pàgina que estan connectats a Facebook (en general) en una hora determinada del dia (en termes mitjans), la qual cosa no suposa necessàriament que visitin la pàgina de Facebook de la FEE.

Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

e) Posicionament de la pàgina

En aquest apartat s'exposen un conjunt de dades relacionades amb el posicionament de la pàgina de Facebook de la FEE respecte a altres pàgines de Facebook similars.

➤ *Posicionament respecte altres centres i unitats de la URV*

Amb la creació dels perfils institucionals de la URV a les xarxes socials, que es gestiona i coordina des del Gabinet de Comunicació i Relacions Externes de la URV, i atesa la seva gestió descentralitzada, diversos centres i unitats de la URV han creat en els últims anys els seus propis comptes en diferents xarxes socials, incloent Facebook. Es poden consultar els diferents perfils de la URV a les diferents xarxes a: <http://www.urv.cat/ca/universitat/comunicacio/xarxes-socials/perfils/>

Si considerem només els perfils creats a Facebook, la Taula 4 mostra el nombre de seguidors assolit per cada centre o unitat de la URV.



Taula 4. Nombre de seguidors de les pàgines Facebook creades per diferents centres i unitats de la URV (a 30 de novembre de 2018)*

Centre o Unitat de la URV	Nombre de seguidors	Nombre de fans (m'agrada de pàgina)
Universitat Rovira i Virgili (pàgina institucional general)	17.251	7.979
Ambits de Coneixement		
Departament d'Infermeria	664	627
Departament de Bioquímica i Biotecnologia	101	99
Unitats i Serveis		
Ocupació URV	5.424	5.438
Fundació URV	3.776	3.774
Esports URV	1.967	1.969
Consell d'Estudiants	1.714	1.712
Unitat de Comunicació de la Ciència (ComCiència)	1.579	1.578
Llengües URV	1.501	1.503
Aula de Cinema	1.463	1.453
Centre Internacional (I-Center)	1.182	1.169
Alumni URV	841	805
Observatori de la Igualtat	655	671
URV Emprèn	504	508
Publicacions URV	366	373
Campus Terres de l'Ebre	336	326
Activitats d'Estiu per a Infants i Joves	71	62
Centre de Recursos per a l'Aprenentatge i la Investigació (CRAI)	52	49
Facultats i Escoles		
Facultat d'Economia i Empresa	1.808	1.799
Facultat d'Enologia	1.644	1.639
Facultat de Turisme i Geografia	1.250	1.244
Facultat de Química	1.237	1.227
Facultat de Medicina i Ciències de la Salut	737	736
Facultat de Ciències Jurídiques	508	495
Escola Tècnica Superior d'Arquitectura	411	404
Escola Tècnica Superior d'Enginyeria	396	395
Facultat de Ciències de l'Educació i Psicologia	156	152

* No s'inclouen les pàgines de docència (vinculades bàsicament a màsters), ni les de recerca (vinculades a grups de recerca), ni les de les càtedres URV (en el perfil institucional de xarxes socials de la URV només hi està integrada una única càtedra que tingui Facebook: sobre el dolor infantil).

Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de les diferents pàgines Facebook de la URV, integrades en el perfil institucional URV.
Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.

Hi ha perfils que per la seva naturalesa i interès disposen d'un major nombre de seguidors (Esports URV, Fundació URV, i Ocupació URV), a més de la pàgina institucional general de la URV; es tracta de pàgines de diverses unitats o serveis específics completament diferents a l'activitat desenvolupada per un centre (Facultat o Escola).



Per tant, considerant només els perfils corresponents a centres de la URV (Facultats o Escoles), cal destacar el bon posicionament de la pàgina Facebook de la FEE, ja que és el centre de la URV que compta amb el major nombre de seguidors.

➤ *Posicionament respecte d'altres universitats*

La utilització de les xarxes socials, i entre elles del Facebook, és generalitzada actualment en l'àmbit universitari (igual que en la resta de la societat). Són, doncs, diverses, tot i que no totes, les Facultats d'Economia i Empresa (de denominació similar o que integren els ensenyaments d'economia i/o empresa) de la universitat espanyola que disposen de perfil oficial de Facebook.

A la Taula 4 es recull el nombre de seguidors de les pàgines de Facebook de les Facultats d'Economia i Empresa (o assimilables) d'universitats espanyoles de les quals s'ha trobat que disposen de pàgina oficial a Facebook (n'existeixen 3 més, però que no són oficials, és a dir que no estan gestionades pels equips directius de les Facultats).

Al tractar-se de Facultats amb dimensions diferents, per poder-les comparar s'incorpora també el nombre d'estudiants matriculats en el curs 2017-18, la qual cosa, tot i que els seguidors de les pàgines Facebook no necessàriament han de ser estudiants (poden ser també membres del professorat, del PAS, empresaris/àries, ciutadans, etc.), permet contextualitzar el nombre de seguidors de cada pàgina respecte la dimensió de cada centre, mitjançant el càlcul del que hem denominat "Ràtio seguidors / matriculats". Aquesta ràtio, quan és inferior al 100%, indica el percentatge que la pàgina de Facebook del centre en qüestió assoleix sobre els seu volum d'estudiants. Quan la ràtio supera el 100%, està indicant que la pàgina de Facebook d'aquell centre sobrepassa el volum d'estudiants i, per tant, presenta una major projecció sobre la societat en general.

S'observa, a la Taula 5, que la pàgina de Facebook de la FEE està molt ben posicionada, ja que és de les poques que sobrepassa la seva dimensió en funció del nombre d'estudiants (sent la segona amb percentatge més alt, i molt a prop de la primera).



Taula 5. Nombre de seguidors de les pàgines Facebook de les Facultats d'Economia i Empresa (o assimilables) de les universitats espanyoles (a 30 de novembre de 2018) *

Centre i Universitat	Nombre de seguidors (A)	Nombre d'estudiants matriculats 17-18 (B)	Ràtio seguidors / matriculats (A/B)
Facultat d'Economia, Universitat de València (UV)	7.412	6.855	108,13 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid (UCM)	4.610	6.292	73,27 %
Facultat d'Economia i Empresa, Universitat de Barcelona (UB)	4.039	7.576	53,31 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Málaga (UMA)	3.339	4.691	71,18 %
Facultad de Comercio, Universidad de Valladolid (UVA)	2.617	2.209	118,47 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Granada (UGR)	2.522	6.023	41,87 %
Facultad de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Córdoba (UCO)	2.177	1.604	135,72 %
Facultat d'Economia i Empresa, Universitat Rovira i Virgili (URV)	1.808	1.362	132,75 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Sevilla (US)	1.789	4.948	36,16 %
Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo, Universidad de Alcalá de Henares (UAH)	1.757	2.608	67,37 %
ETEA: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Córdoba (UCO)	1.322	2.057	64,27 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Badajoz, Universidad de Extremadura (UEX)	1.317	2.836	46,44 %
Facultad de Economía, Empresa y Turismo, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC)	1.175	2.627	44,73 %
Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos, Universidad de Oviedo (UNIOVI)	1.171	2.207	53,06 %
Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Zaragoza (UNIZAR)	902	4.429	20,37 %
Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales, Universitat de Girona (UdG)	826	1.150	70,09 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid (UAM)	825	2.625	31,43 %
Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Salamanca (USAL)	824	2.024	40,71 %
Facultad de Empresa y Gestión Pública de Huesca, Universidad de Zaragoza (UNIZAR)	821	n. d.	n. d.
Facultad de Economía y Empresa, Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir (UCV)	800	1.446	55,33 %
Facultad de Ciencias de la Empresa, Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT)	775	625	124,00 %
Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Murcia (UM)	679	4.047	16,78 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de León (ULE)	634	1.001	63,34 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Albacete, Universidad de Castilla La Mancha (UCLM)	368	3.414	10,78 %
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Pública de Navarra (UPNA)	261	1.785	14,62 %
Facultat de Dret, Economia i Turisme, Universitat de Lleida (UdL)	162	875	18,52 %
Facultat d'Economia i Empresa, Universitat de les Illes Balears (UIB)	51	1.110	4,59 %
Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad de La Rioja (UR)	34	621	5,48 %

* Només s'inclouen aquelles Facultats que s'ha trobat que disposen de pàgina de Facebook oficial.

n. d. = Dada no disponible.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de les diferents pàgines Facebook i de l'informe "Avance de la estadística de estudiantes universitarios, curso 2017-2018" del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (<http://estadisticas.mecd.gob.es/>).

Data d'extracció de les dades: Desembre 2018.



5. VALORACIÓ

La valoració global de la posada en funcionament i de l'evolució de la pàgina de Facebook de la Facultat d'Economia i Empresa de la URV és altament positiva, ja que, s'ha assolit amb escreix l'objectiu general plantejat, és a dir, fer difusió de les diverses activitats i actes que es realitzen a la Facultat, i augmentar així la visibilitat social de les tasques que s'hi duen a terme.

També s'han anat assolint els diferents objectius principals establerts:

- Difondre informació sobre les activitats docents, acadèmiques i investigadores de la FEE.
- Cohesionar la comunitat de la FEE.
- Posicionar-nos com a referència i prescriptors en els àmbits de l'economia i l'empresa.
- Donar visibilitat als treballs de recerca i a les publicacions del professorat de la FEE.
- Comunicar activitats rellevants de la FEE.
- Captar talent.
- Donar visibilitat a la FEE i a les activitats que s'hi fan.
- Fer difusió de publicacions en webs, blogs i altres eines vinculades a la Universitat i a la Facultat.
- Fer difusió de publicacions en webs, blogs i altres eines relacionades amb l'economia i l'empresa
- Difondre el coneixement de l'economia i l'empresa en el públic general.

Si fem un resum de les dades comentades en aquest informe, es pot concloure que, des de la posada en funcionament de la pàgina (30 de novembre de 2014) i fins a l'actualitat:

- S'ha donat un creixement sostingut del nombre de seguidors, arribant actualment als 1.808.
- Han crescut els seguidors de les diverses tipologies que suposen el públic objectiu de la pàgina.
- El seguidor tipus és un jove d'entre 25 i 34 anys (amb una lleugera major presència de dones), i majoritàriament del Camp de Tarragona.
- Cal destacar el nombre de seguidors d'altres països, especialment de Llatinoamèrica.
- Analitzant l'abast de les publicacions, s'observa el gran impacte que tenen les publicacions de pagament que fa l'empresa INCUBALIA, per promocionar els màsters de la Facultat, amb pics que ens alguns dies sobrepassen les 20.000 (20k) visualitzacions.
- En termes mitjans el nombre de visualitzacions diàries de les publicacions orgàniques se situa, aproximadament, entre les 200 i 700, sent però molt variables. Puntualment, hi ha alguna publicació orgànica que assoleix pics de visualització força elevats (entre 2.000 i 5.000 visualitzacions).
- El nivell d'interactuació dels seguidors, i d'altres persones que puguin veure les publicacions és relativament baix, tot i que en ocasions, per algunes publicacions concretes (reportatge sobre l'acte d'inauguració del curs, notícies d'actes de graduació, notícies d'estudiants o de professorat concrets, notícies econòmico-empresarials d'elevat interès, etc.), poden incrementar-se considerablement.
- La pàgina Facebook de la FEE és la que té més seguidors d'entre tots els centres (Facultats i Escoles) de la URV que disposen d'aquesta xarxa social.



- Si comparem la pàgina de la FEE-URV amb la d'altres facultats assimilables d'universitats espanyoles que disposen d'aquesta xarxa social, s'observa que també està molt ben posicionada, sent una de les que té més seguidors considerant la seva dimensió.

En definitiva, la pàgina de Facebook de la FEE ha contribuït a difondre els actes i les activitats realitzades, no només entre els membres de la comunitat universitària (professorat, PAS i estudiants), sinó també entre la societat i ciutadania interessada. Ha permès també captar potencials estudiants, especialment de màster. També ha assolit millorar el sentiment de pertinença dels membres de la comunitat universitària de la Facultat. En conseqüència, la pàgina de Facebook de la FEE s'està mostrant com un important canal d'informació i de difusió de l'activitat realitzada i, que cada cop més, a mesura que va creixent el nombre de seguidors, augmenta progressivament aquesta importància comunicativa i de generació d'imatge. Per tot l'exposat, es pot fer una valoració molt positiva.

6. PROPOSTES DE MILLORA

Les xarxes socials es caracteritzen per tenir una elevada variabilitat: les dades canvien sovint de manera molt ràpida (altes i baixes de seguidors) i les visualitzacions fluctuen en funció dels interessos i gustos canvians. És per aquests motius que a continuació es proposen una sèrie d'accions de millora en la gestió de la pàgina Facebook de la FEE, però més aviat com a proposta d'idees per al debat, que puguin implementar-se en el futur més o menys immediat, sempre que interessi dur-les a terme i existeixin els recursos materials, personals i de temps per a poder-les fer.

Les propostes de millora es classifiquen en tres grans blocs:

a) Propostes de millora per a la pàgina Facebook de la FEE:

- Augmentar el nombre de reaccions dels seguidors ("m'agrada" de publicacions, comentaris, i comparticions). És especialment interessant augmentar el nombre de comparticions de publicacions, ja que això permet que la informació arribi a més gent (economies de xarxa).
- Incorporar en les publicacions, sempre que resulti adequat, *hashtags*, per tal que els usuaris de Facebook puguin trobar publicacions de la FEE quan fan cerques temàtiques del seu interès. La qual cosa augmentaria la visibilitat de la pàgina de la FEE i facilitaria que la informació arribés a més gent (economies de xarxa).
- Incorporar en les publicacions que puguin afectar a agents tercers (interns i/o externs) el seu nom d'usuari (sempre que l'agent tingui presència a Facebook), és a dir, fer "mencions", amb la finalitat que pugui veure directament la publicació i si ho considera oportú compartir-la. De nou, això augmentaria la visibilitat de la pàgina de la FEE i facilitaria que la informació arribés a més gent (economies de xarxa).
- Incorporar més publicacions en format vídeo.
- Incorporar publicacions en format infografies (per exemple, amb diverses dades d'interès dels diferents informes que elabora la FEE: matriculats, estudiants que fan pràctiques externes, estudiants en els programes de mobilitat IN i OUT, dades sobre els TFG/TFM, etc.).



- Incorporar publicacions sobre resultats de recerca del professorat (publicació d'articles, projectes, grups de recerca, activitats de transferència, etc.), per donar una major visibilitat a aquests aspectes de la tasca universitària. Per poder fer això, es necessitaria disposar de la informació corresponent quan es produeixi.
- b) Propostes de millora per a les xarxes socials de la FEE:
- Incorporar noves xarxes socials, especialment Instagram i Twitter.
- c) Propostes de millora de la política de comunicació de la FEE:
- Crear una Comissió de Comunicació de la FEE, que vetlli per la correcta utilització de la imatge de la FEE i faciliti la coordinació entre els diferents elements comunicatius que utilitza la FEE (web FEE, web Màsters, Facebook, altres xarxes socials que es puguin incorporar, cartells, tríptics, etc.).
 - Millorar els canals interns d'informació, per facilitar la coordinació, transmissió i difusió de notícies i esdeveniments entre els diferents elements comunicatius de la FEE.
 - Implicar a tota la comunitat universitària de la FEE (estudiants, professorat i PAS) en la política comunicativa de la FEE; i més en concret, amb la transmissió d'informació d'interès a difondre, de la que puguin ser l'origen, a les persones que gestionen la comunicació de la FEE.