



FACULTAT D'ECONOMIA i EMPRESA
Universitat Rovira i Virgili

Informe de Xarxes Socials de la FEE.

Curs 2019-20.

Junta de Facultat

Sessió número 2 de 29 d'octubre de 2020



FACULTAT D'ECONOMIA i EMPRESA
Universitat Rovira i Virgili

INFORME DE XARXES SOCIALS DE LA FEE
CURS 2019-20

Octubre de 2020



ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	3
2. RESPONSABLES DE LES XARXES SOCIALS DE LA FEE	5
3. ANÀLISI DE L'IMPACTE: FACEBOOK	6
4. ANÀLISI DE L'IMPACTE: INSTAGRAM	19
5. POSICIONAMENT DE LES XARXES SOCIALS DE LA FEE	21
6. VALORACIÓ	27



1. INTRODUCCIÓ

Aquest informe presenta l'evolució al llarg del curs acadèmic 2019-20 de les dades més significatives de les xarxes socials de la Facultat d'Economia i Empresa (FEE) (Facebook i Instagram). El present informe comprèn la informació de l'1 de setembre de 2019 al 31 d'agost de 2020.

Cal assenyalar, que amb data de 18 de desembre de 2019 es fa ficar en funcionament el perfil d'Instagram de la FEE, afegint-se a la pàgina de Facebook.

Denominació i imatge corporativa (Facebook):

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:



- 2) Com a fotografia de perfil, d'acord a la normativa d'identitat corporativa de la URV, elaborada pel Gabinet de Comunicació URV, la següent:





Denominació i imatge corporativa (Instagram):

URL: <https://www.instagram.com/economiaempresaurv/>

Nom pàgina Instagram: Facultat Economia Empresa URV

Nom d'usuari a Instagram: 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, d'acord a la normativa d'identitat corporativa de la URV, és:



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
- Captació d'estudiants (especialment de màster i doctorat)
- Notícies de premsa, blogs, etc., sobre l'activitat universitària i sobre l'economia i l'empresa
- Notícies sobre la recerca, i les publicacions del professorat
- Ofertes de treball per a estudiants i/o titulats/des
- Notícies d'activitats de diferents organismes de la URV vinculats a la Facultat (departaments, càtedres, centres de recerca, grups de recerca...)
- Contribuir a les relacions amb secundària i amb empreses i entitats
- Aquelles que generen sentiment de pertinença i imatge corporativa
- Etc.

Les publicacions, sempre que sigui possible, a Facebook van acompanyades d'una imatge o fotografia (a Instagram només es poden publicar fotografies o imatges amb un curt missatge explicatiu).



2. RESPONSABLES DE LES XARXES SOCIALS DE LA FEE

Els responsables de les xarxes socials de la FEE (Facebook i Instagram) són:

ADMINISTRADORS DE LA PÀGINA:

- Responsable de gestió de la FEE: Antoni Vidal Suñé
- L'empresa INCUBALIA (campanyes promoció màsters a Facebook)

SUPERVISIÓ:

- Responsable comunicació de la FEE (equip deganat): M. Carme Molina
- 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 aportant informació d'interès per a ser publicada.

Respecte a l'empresa contractada "INCUBALIA" (<https://incubalia.com/>), cal recordar que realitza publicitat dels Màsters oficials de la Facultat al Facebook. Es tracta d'una campanya publicitària segmentada per edats (entre 22 i 35 anys), àmbits geogràfics (fonamentalment Llatinoamèrica i alguns països d'Europa), i formació (enginyers/es i economistes); de forma que només és visible per aquelles persones que compleixin tots els requisits de segmentació. Aquest curs, tal com ja es va fer en la campanya del curs anterior, la campanya s'ha llençat només en l'idioma d'impartició del màster, per tant, en castellà pel MDE i el MEI, i en anglès pel MMI. Aquest curs no s'ha fet campanya en català, per l'àmbit més proper. La segmentació per àmbit geogràfic també s'ha fet diferent per cadascun dels màsters. La FEE ha de pagar cada cop que algú clica a un dels anuncis i/o banners, i al fer-ho els redirigeix a la pàgina web de màsters de la FEE. Aquesta campanya només s'activa en els mesos en que està oberta la preinscripció als màsters (febrer, març, abril, maig, juny, juliol, i setembre).

Taula 1. Campanya de promoció dels màsters d'INCUBALIA.

Àmbit	Curs 2018-19 (campanya 2019)	Curs 2019-20 (campanya 2020) *
Àmbit geogràfic en català	-----	-----
Àmbit geogràfic en castellà	Argentina (MDE, MEI) Colòmbia (MDE, MEI) Equador (MDE, MEI) Marroc (MDE, MEI) Mèxic (MDE, MEI) Perú (MDE, MEI) Portugal (MDE, MEI) Uruguai (MDE, MEI) Veneçuela (MDE, MEI) Xile (MDE,MEI)	Argentina (MDE, MEI) Colòmbia (MDE, MEI) Equador (MDE, MEI) Marroc (MDE, MEI) Mèxic (MDE, MEI) Perú (Lima) (MDE, MEI) Uruguai (MDE, MEI) Veneçuela (MDE, MEI) Xile (MDE,MEI)
Àmbit geogràfic en anglès	Argentina (MMI) Colòmbia (MMI) Equador (MMI) Marroc (MMI) Mèxic (MMI) Països Baixos (MMI) Portugal (MMI) Turquia (Istanbul) (MMI) Ucraïna (MMI) Veneçuela (MMI)	Alemanya (zona sud) (MMI) Àustria (MMI) Croàcia (MMI) Irlanda (MMI) Itàlia (MMI) Marroc (MMI) Països Baixos (MMI)

* En el cas del MDE i del MEI la campanya s'ha fet exclusivament en castellà; mentre que en el MMI s'ha fet exclusivament en anglès, amb una segmentació geogràfica diferenciada per a cada màster.

Font: Dades facilitades per l'empresa INCUBALIA i Deganat.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.



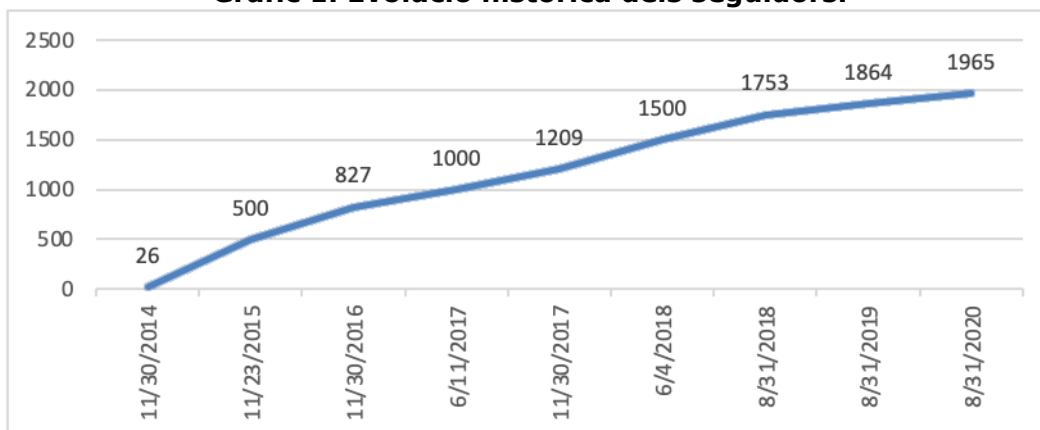
3. ANÀLISI DE L'IMPACTE: FACEBOOK

En aquest apartat s'analitzen diverses dades, amb la finalitat de captar l'impacte i el posicionament assolit per la pàgina de Facebook de la FEE al llarg del curs acadèmic 2019-20.

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 al 31 d'agost de 2020.

Gràfic 1. Evolució històrica dels seguidors.



Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

El nombre de seguidors ha anat creixent de manera progressiva i sostinguda, amb una clara tendència a l'alça, des de la seva posada en funcionament i fins a l'actualitat. El curs 2019-20 s'ha produït un creixement de 101 nous seguidors, la qual cosa suposa un creixement anual del 5,42%.

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

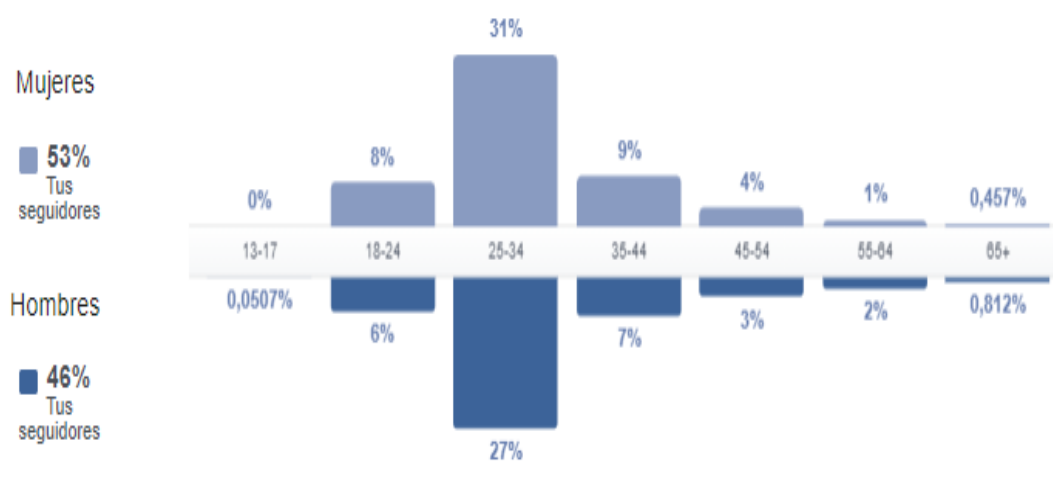
La tipologia dels seguidors de la pàgina de Facebook de la FEE és diversa. En concret, els seguidors formen part dels col·lectius següents:

- Estudiants de la FEE (grau, màster, doctorat)
- Alumni de la FEE (antics alumnes)
- Professorat de la FEE, del DGE i del DE
- Professorat d'altres centres de la URV
- 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

➤ *Gènere i edat dels seguidors*

El Gràfic 2 mostra la distribució per gènere i per edat dels seguidors. S'observa que hi ha un major percentatge de dones (54%) que d'homes (46%), distribució molt similar a la de l'informe del curs anterior. El major nombre de seguidors se situa a la franja d'edat d'entre 25 i 34 anys, en la qual s'han incrementat lleugerament els percentatges (un 2% més), tant en dones com en homes, i en la franja dels 35 a 44 anys (en un 1% més, tant en dones com en homes) respecte l'informe del curs anterior, sent la franja d'entre 18 i 24 anys la que disminueix els seus percentatges (un 4% en les dones i un 3% en els homes).

Gràfic 2. Distribució per gènere i edats dels seguidors (a 30 de setembre de 2020).



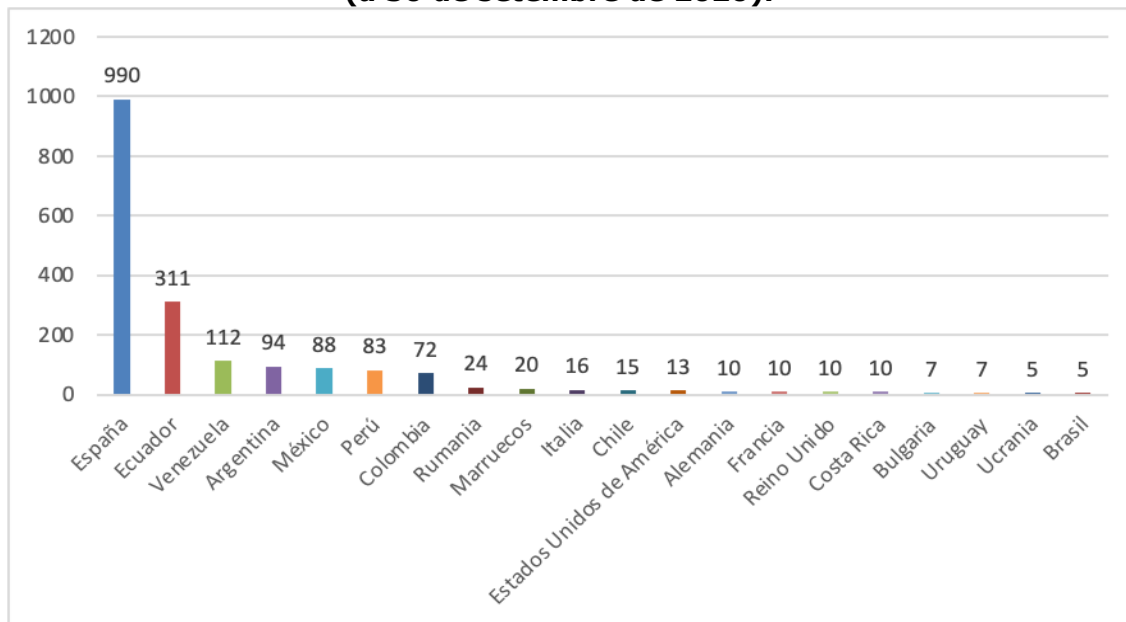
Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

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 31% del total de seguidors), seguides dels homes en el mateix tram d'edat (que representen el 27%); i en conjunt suposen el 58% dels seguidors. Destacar que el tram d'edat, tant en dones com en homes, que ve a continuació és el comprès entre els 35 i 44 anys (que representen el 16% dels seguidors) i el tram entre els 18 i 24 anys (que representen el 14% dels seguidors). És a dir, les dones i homes compresos entre els 18 i els 34 anys representen el 72% dels seguidors (el 88% els compresos entre els 18 i 44 anys). Destaca el pràcticament inexistent percentatge de seguidors entre els 13 i 17 anys, la qual cosa indica la poca capacitat assolida per penetrar en els estudiants de secundària.

➤ *País d'origen dels seguidors*

El Gràfic 3 mostra la distribució de seguidors segons els principals països d'origen (d'acord al que tenen especificat en la configuració del seu perfil personal en Facebook; no tothom l'especifica). S'observa que, com és lògic, la gran majoria són espanyols. Cal destacar que els principals països que aporten més seguidors a continuació corresponen a Llatinoamèrica: Equador, Venèçuela, Argentina, Mèxic, Perú i Colòmbia; els mateixos i en el mateix ordre que en l'informe del curs anterior. Es detecta una escassa presència de seguidors de països europeus, tot i que poc a poc s'observa un molt lleuger increment respecte a anys anteriors (on destaquen, entre ells, Romania i Itàlia), i amb una certa significació del Marroc. El nombre de seguidors dels diferents països es manté relativament estable respecte les dades de l'informe del curs anterior (amb lleugeres variacions a l'alça).

Gràfic 3. Distribució per principals països d'origen dels seguidors (a 30 de setembre de 2020). *



* 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.

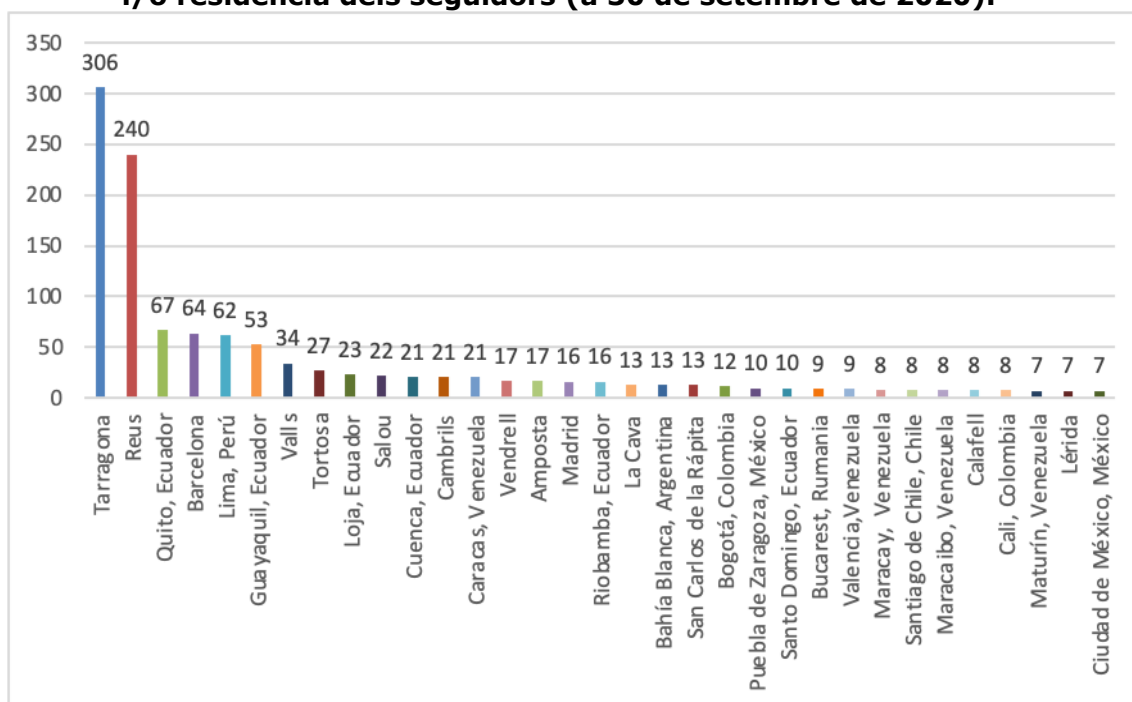
Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

➤ Ciutat d'origen dels seguidors

El Gràfic 4 mostra la distribució de seguidors segons les principals ciutats d'origen i/o residència (d'acord al que tenen especificat en la configuració del seu perfil personal en Facebook; no tothom l'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, on respecte l'informe del curs anterior els de Tarragona disminueixen una mica, i els de Reus augmenten), i que s'observa, en general, una tendència molt similar a la dels cursos anteriors.

A continuació, amb un nombre força més baix, se situen els seguidors de ciutats llatinoamericanes (Quito, Lima, Guayaquil i Loja, principalment) i del Camp de Tarragona (Valls, Salou, Cambrils, El Vendrell, i en menor mesura Torredembarra i Montblanc) i les Terres de l'Ebre (Tortosa, Amposta, La Cava, Sant Carles de la Ràpita, Alcanar, Gandesa). Destacar els 64 seguidors de Barcelona (xifra lleugerament inferior a la del curs anterior, que n'eren 77), així com els 16 seguidors de Madrid. A continuació se situen un reguitzell de moltes altres ciutats (amb un nombre de seguidors relativament baix), entre les que apareix per primer cop la ciutat de Lleida amb 7 seguidors. Indicar que en el llistat no apareix destacada cap ciutat de països europeus (a part de les espanyoles).

Gràfic 4. Distribució per principals ciutats d'origen i/o residència dels seguidors (a 30 de setembre de 2020). *



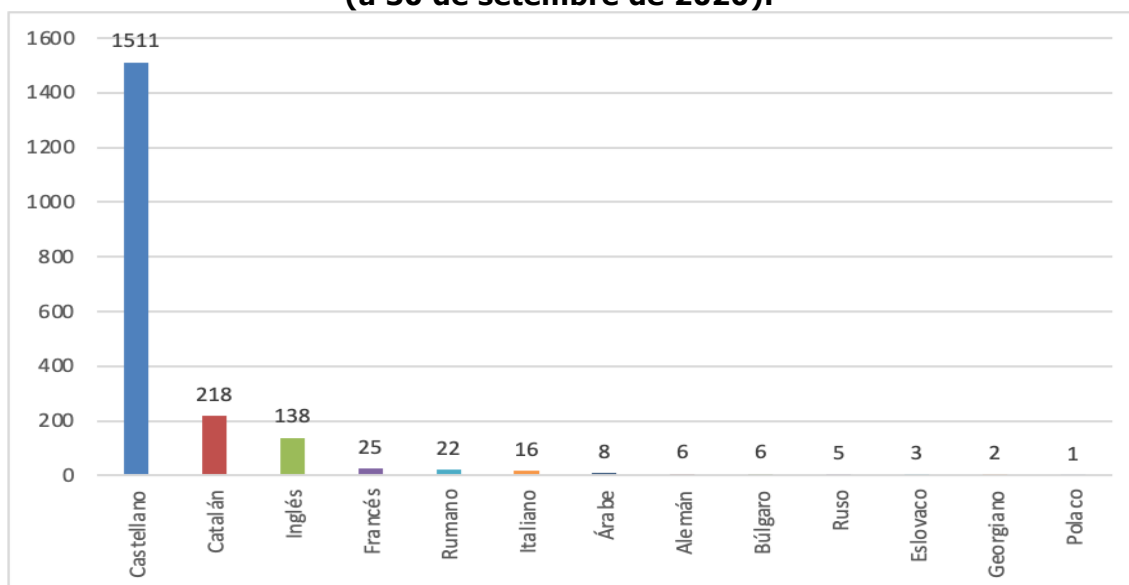
* Els seguidors no tenen l'obligació d'indicar en el seu perfil personal de Facebook quina és la seva ciutat d'origen i/o de residència. És a dir, el nombre de seguidors que es consideren en el gràfic no tenen perquè coincidir amb el nombre total de seguidors de la pàgina de la FEE. A més, no es consideren 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: Setembre 2020.

➤ *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 l'especifica). S'observa que la gran majoria dels seguidors declaren parlar castellà (els quals s'han incrementat considerablement respecte l'informe del curs anterior), seguit de lluny del català (on els seguidors en aquest idioma s'ha incrementat respecte el curs anterior). Destacar la presència d'un nombre apreciable i creixent de seguidors en idioma anglès (tot i que la xifra de seguidors en aquest idioma roman molt estable i amb una variació poc significativa). La resta d'idiomes, bastant diversos, són pràcticament testimonials (però presenten un lleuger increment de seguidors respecte el curs anterior), amb incorporacions destacables, com és el cas de l'alemany, l'eslovac, el georgià i el polonès, que no apareixien en cursos anteriors.

Gràfic 5. Distribució per idiomes materns dels seguidors (a 30 de setembre de 2020). *



* 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: Setembre 2020.

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.

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

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

- 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 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 trams quadrimestrals al llarg del curs, per poder apreciar millor els detalls.

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

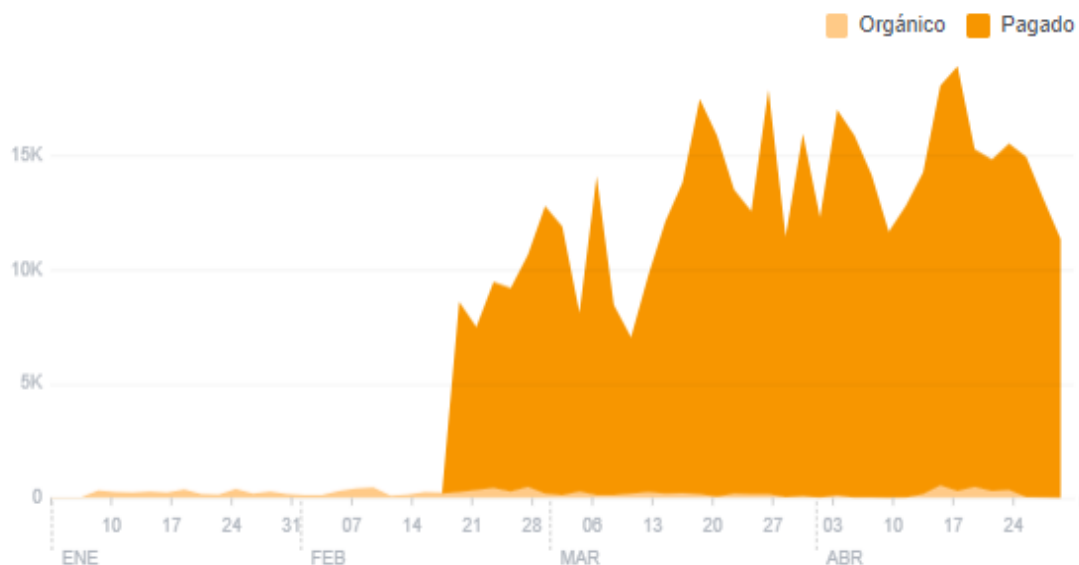
a: Tercer quadrimestre de 2019.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

En general, les visualitzacions diàries de publicacions orgàniques va ser bastant estable, situant-se entre les 200 i 300 visualitzacions diàries de mitjana, sent lleugerament més baixes al desembre. Respecte les publicacions de pagament (campanya de promoció dels màsters en l'últim període de preinscripció del setembre), van superar les 10.000 visualitzacions pràcticament tots els dies del mes, arribant el 15 de setembre al pic més alt amb 18.783 visualitzacions. S'observa una dinàmica relativament similar a les dades del curs anterior.

b: Primer quadrimestre de 2020.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

Al llarg del primer quadrimestre de 2020 s'observa una tendència similar: les visualitzacions de publicacions orgàniques se situen en la majoria dels dies en les 200-300 visualitzacions, i a partir de meitats del mes de febrer, quan s'inicia la campanya de promoció dels màsters, apareixen les publicacions de pagament que es disparen fins superar les 15.000 visualitzacions alguns dies, i arribant a un pic màxim de 18.611 el 17 d'abril.

c: Segon quadrimestre de 2020.

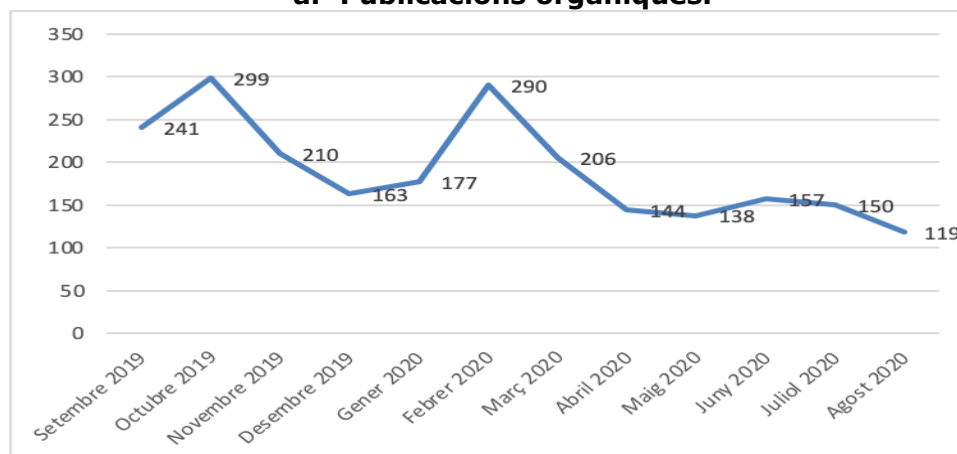


Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

S'observa la mateixa tònica dels mesos anteriors, on predominen les visualitzacions de les publicacions de pagament, mentre que les publicacions orgàniques se situen al voltant de les 100-200 visualitzacions diàries de mitjana.

En el Gràfic 7 es presenta l'evolució de les visualitzacions mitjanes diàries, computades a nivell mensual, al llarg del curs 2019-20. En relació amb les publicacions orgàniques s'observa un seguiment irregular (amb moments més àlgids en els mesos d'octubre 2019 i febrer 2020). Les mitjanes de visualitzacions diàries per mesos se situen entre un mínim de 119 (agost 2020) i un màxim de 290 (febrer 2019).

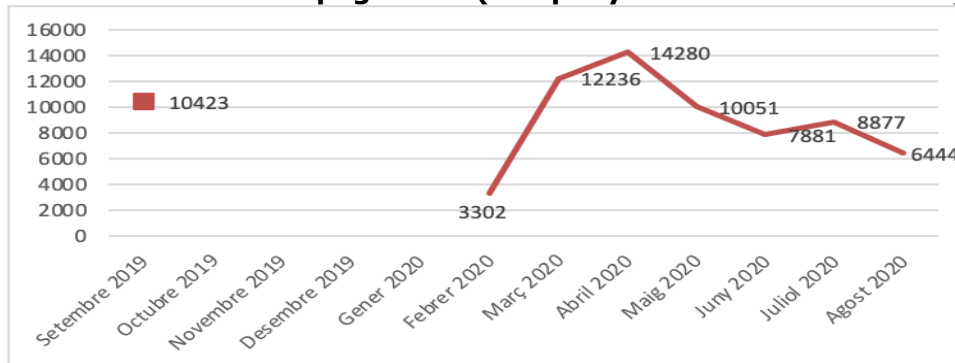
**Gràfic 7. Evolució de la visualització mitjana diària (per mesos).
a. Publicacions orgàniques.**



Font: Elaboració pròpia, a partir estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

Respecte les publicacions de pagament, cal tenir en compte que la campanya de promoció dels màsters es va iniciar el 15 de febrer de 2020 (fet que fa baixar considerablement la mitjana mensual de visualitzacions diàries del febrer), s'observa que els mesos on hi ha un major nombre de visualitzacions són els de març, abril i maig (sempre per damunt de les 10K), tot i que la resta de mesos en cap moment baixen de les 6.000 visualitzacions de mitjana diària.

b. Publicacions de pagament (campanya màsters INCUBALIA).



Font: Elaboració pròpia, a partir estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

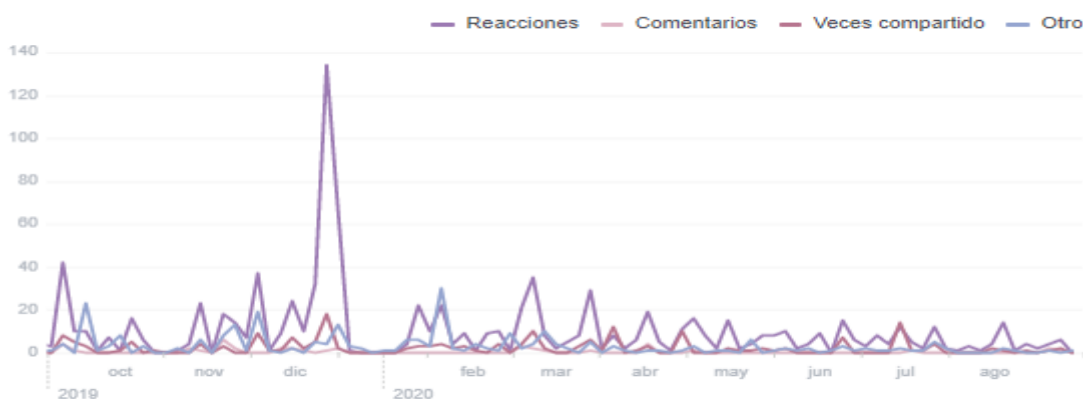
➤ Interaccions dels seguidors a les publicacions

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:

- Reaccions o Fer "m'agrada" a la publicació.
- Introduir un "comentari" a 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 8 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, de manera idèntica a la dinàmica dels cursos anteriors, 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 les "comparticions" (bastant més escasses) i, finalment, els "comentaris" (se'n fan només alguns en ocasions puntuals).

Gràfic 8. Nivell de reaccions (m'agrada), comentaris i comparticions de publicacions diàries per part dels seguidors, curs 2019-20.



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

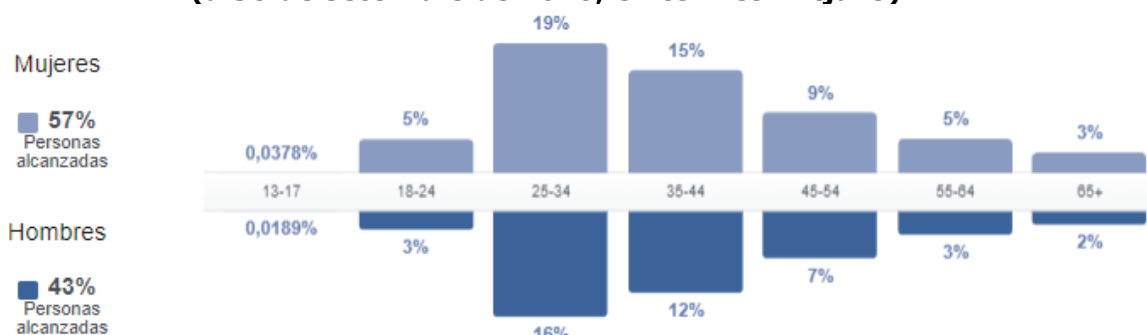
En relació amb les reaccions (fer "m'agrada" a una publicació), aquestes presenten una mitjana diària al llarg del curs 2019-20 d'11, arribant bastants dies al voltant de les 20, i en ocasions prop de les 40; el pic màxim se situa el 12 de desembre de 2019 amb 134 reaccions.

Respecte la compartició de publicacions, presenten una mitjana de 2 comparticions al llarg de tot el període del curs 2019-20, sent els pics més alts de 5-6 comparticions d'una mateixa publicació.

➤ *Impacte de les publicacions (persones abastades)*

El Gràfic 9 mostra la distribució per gènere i edat de les persones abastades, siguin seguidores o no de la pàgina, que han visualitzat alguna publicació en algun moment.

Gràfic 9. Distribució per gènere i edat de les persones abastades, que han visualitzat alguna publicació de la pàgina (a 30 de setembre de 2020, en termes mitjans).



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

S'observa que hi ha un major percentatge de dones (un 57%) que d'homes (un 43%) que veuen les publicacions de la pàgina de Facebook de la FEE. La distribució per edats de les persones abastades indica que principalment es tracta de persones en el tram d'edat entre els 25 i 44 anys, que representen el 62% del total.

La Taula 2 mostra els principals països i ciutats d'origen (d'acord amb la informació que tenen especificada en la configuració del seu perfil personal a Facebook; no tothom l'especifica) de les persones que han realitzat almenys una visualització d'alguna publicació (en termes mitjans), siguin seguidores o no de la pàgina.

Taula 2. Distribució per país i ciutat d'origen de les persones abastades que han visualitzat alguna publicació (a 30 de setembre de 2020, en termes mitjans). *

País	Persones abastades (visualitzacions)	Ciutat	Persones abastades (visualitzacions)
Espanya	3.262	Tarragona	968
Uruguai	282	Reus	560
Xile	271	Barcelona	205
Grècia	261	Valls	204
Costa Rica	210	Atenes (Grècia)	187
Argentina	200	Santiago de Xile (Xile)	177
Equador	105	Salou	138
Veneçuela	97	Madrid	96



País	Persones abastades (visualitzacions)	Ciutat	Persones abastades (visualitzacions)
Suïssa	70	San José (Costa Rica)	88
Estats Units d'Amèrica	58	Maldonado (Uruguai)	70
Perú	57	Mar del Plata (Argentina)	65
Mèxic	49	Chuy (Uruguai)	58
Colòmbia	43	Montevideo (Uruguai)	57
Alemanya	37	Càceres	49
França	37	Cartago (Costa Rica)	46
Regne Unit	37	Cambrils	46
Itàlia	35	Arboleas	43
Brasil	13	Quito (Equador)	39
Romania	12	Don Benito	36
Andorra	11	Pehuajó (Argentina)	35
Bèlgica	10	Vigo	35
Portugal	10	Tortosa	33
Països Baixos	10	Barcelona (Veneçuela)	31
Canadà	8	Puerto La Cruz (Veneçuela)	30
Marroc	7	Paysandú (Uruguai)	29
Xipre	7	Lima (Perú)	27
Irlanda	6	Lausana (Suïssa)	26
Finlàndia	4	Cambados	24
Japó	4	Papudo (Xile)	24
Nova Zelanda	4	Lleida	24
Hongria	4	Buenos Aires (Argentina)	23
Emirats Àrabs Units	4	Kalamata (Grècia)	21
Guatemala	4	Albox	20
Panamà	4	Montblanc	20
Austràlia	4	Vilabella	20
Kosovo	3	València	18
Líban	3	Alcover	16
Àustria	3	Temuco (Xile)	16
Dinamarca	2	Chimbote (Perú)	16
Luxemburg	2	Londres (Regne Unit)	15
Israel	2	El Vendrell	15
Pakistan	2	Bogotà (Colòmbia)	14
Bulgària	2	Nueva Imperial (Xile)	14
Bolívia	2	Amposta	14
Eslovàquia	2	Badajoz	13

* 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.

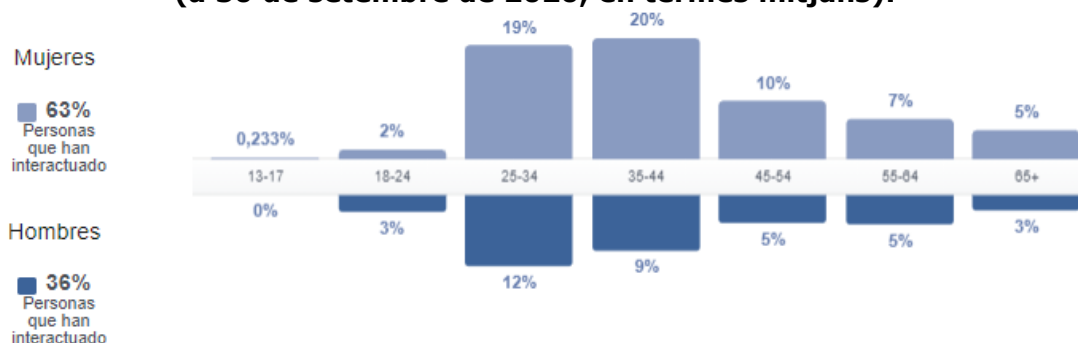
Font: Elaboració pròpia, a partir de les Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

Es comprova l'èxit, al menys en termes de visualitzacions, de la campanya de promoció dels màsters, que fa que la gran majoria de persones abastades siguin de països llatinoamericans (Uruguai, Xile, Costa Rica, Argentina i Veneçuela); seguits a una certa distància pels EUA, Perú, Mèxic i Colòmbia.

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

El Gràfic 10 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. S'observa una distribució per gènere i tram d'edat similar al de les persones abastades. Respecte a la situació de l'informe anterior, s'han intercanviat els percentatges entre homes i dones, ja que les dones representen el 64% de totes les interaccions (va ser del 38% el curs anterior), i els homes el 36% (el 62% el curs anterior).

Gràfic 10. Distribució per gènere i edats de les persones que han interactuat amb alguna publicació de la pàgina (a 30 de setembre de 2020, en termes mitjans).



Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

La Taula 3 mostra els principals països i ciutats d'origen (d'acord amb la informació que tenen especificada en la configuració del seu perfil personal en Facebook; no tothom l'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 setembre de 2020, en termes mitjans). *

País	Persones abastades (interaccions)	Ciutat	Persones abastades (interaccions)
Espanya	264	Tarragona	86
Grècia	52	Reus	68
Argentina	19	Atenes (Grècia)	42
Veneçuela	16	Barcelona	18
Equador	13	Madrid	12
Costa Rica	11	San José (Costa Rica)	9
Uruguai	6	Valls	7
Mèxic	6	Puerto La Cruz (Veneçuela)	7
Colòmbia	6	Mar del Plata (Argentina)	6
Estats Units d'Amèrica	4	Quito (Equador)	6
Perú	4	Barcelona (Veneçuela)	5

* 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.

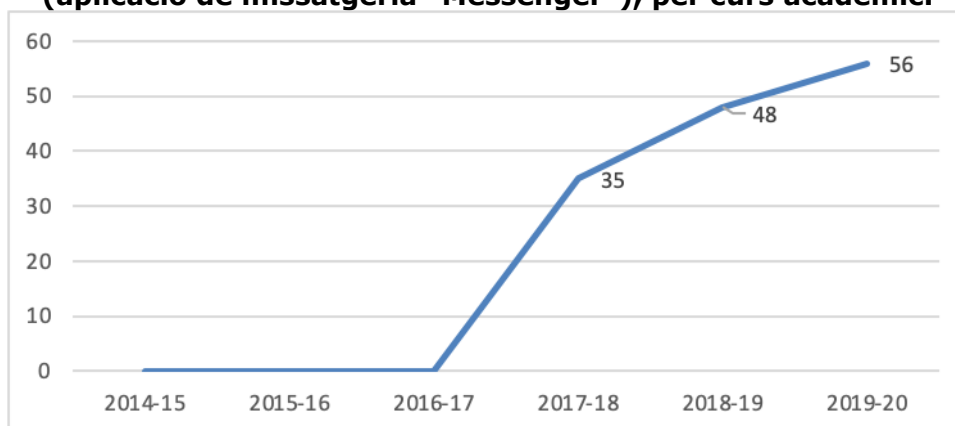
Font: Elaboració pròpia, a partir de les Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

➤ *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, però amb tendència a anar creixent. Al llarg del curs 2019-20 s'han rebut 56 missatges (8 més que el curs anterior), tot ells de persones abastades que preguntaven o s'interessaven per alguna qüestió relacionada amb la Facultat (la gran majoria preguntes relacionades amb els màsters). El Gràfic 11 mostra l'evolució dels missatges rebuts, observant-se un creixement del 16,67% respecte el curs anterior.

Gràfic 11. Evolució del nombre de missatges rebuts (aplicació de missatgeria "Messenger"), per curs acadèmic.



Nota: No hi ha dades disponibles per als cursos 2014-15, 2015-16 i 2016-17.

Font: Elaboració pròpia, a partir estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

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 12 mostra el nombre de persones que visiten la pàgina dia a dia, al llarg del curs acadèmic 2019-20. S'observa que aquest nombre fluctua considerablement, però se situa, en termes mitjans, al voltant de les 10-20 visites diàries, amb alguns pics considerablement superiors en determinats moments (el més alt arriba prop de les 70 visites diàries a meitats d'octubre de 2019).

Gràfic 13. Evolució del nombre de visites diàries (de l'1 de setembre de 2019 al 31 d'agost de 2020).

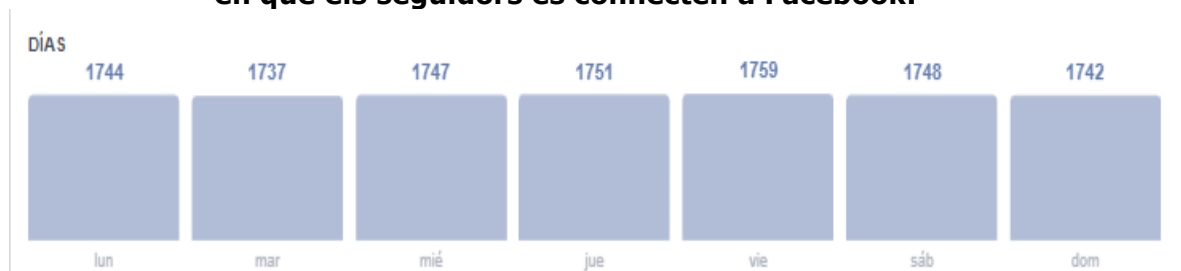


Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2019.

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

El Gràfic 13 mostra la quantitat de seguidors que es connecten a Facebook per dia de la setmana (sense que necessàriament hagin de visualitzar la pàgina de la FEE).

Gràfic 13. Distribució per dia de la setmana en què els seguidors es connecten a Facebook. *



* 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.

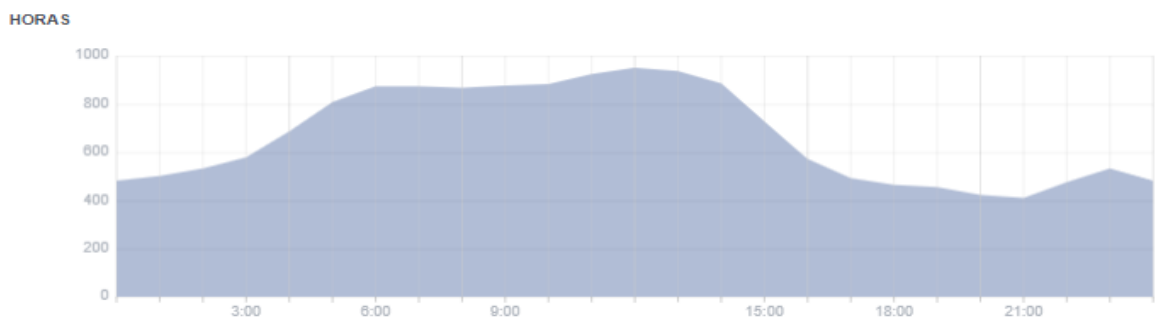
Font: Estadístiques de la pàgina Facebook de la FEE (captura de pantalla).
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

S'observa que una gran majoria de seguidors (al voltant del 90%) es connecten de manera habitual, pràcticament cada dia de la setmana (de dilluns a diumenge). Tot i que hi ha petites diferències entre els dies de la setmana, les connexions efectuades són bastant similars per a tots els dies. Respecte a l'informe del curs anterior, la situació és molt similar, tot i que s'observa un augment de les xifres en tots els dies de la setmana.

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

El Gràfic 14 mostra la quantitat de seguidors de la pàgina que estan connectats a Facebook per hores del dia. S'observa que actualment els seguidors del Facebook de la FEE es connecten principalment per la matinada i el matí (entre les 3 h i les 15 h), amb pics que es produeixen, en termes mitjans, a les 6 h (873 seguidors) i a les 12 h (950 seguidors).

Gràfic 14. Distribució per hores del dia en que els seguidors es connecten a Facebook. *



* 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: Setembre 2020.

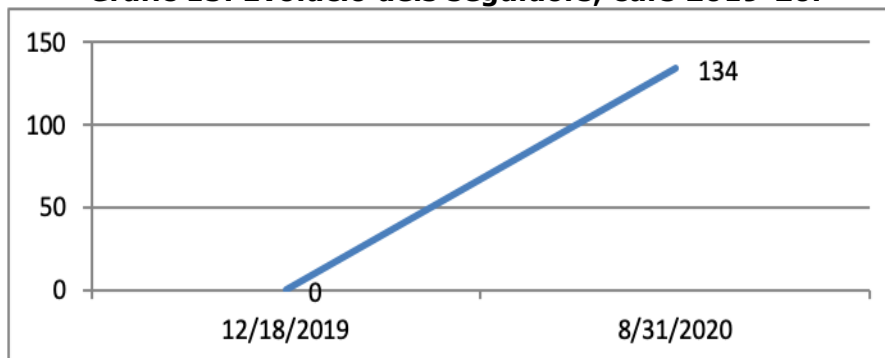
4. ANÀLISI DE L'IMPACTE: INSTAGRAM

Les dades estadístiques que ofereix Instagram són bastant escasses, i en algunes dades només fan referència a la última setmana, motiu pel qual en aquests casos s'han extrapolat a la durada completa del curs acadèmic. En aquest apartat s'analitzen diverses dades, amb la finalitat de captar l'impacte assolit per la pàgina d'Instagram de la FEE el curs acadèmic 2019-2020.

a) Nombre de seguidors

Al Gràfic 15 s'indica l'evolució en el nombre de persones que segueixen la pàgina d'Instagram de la FEE, des de la seva posada en funcionament el 18/12/2019.

Gràfic 15. Evolució dels seguidors, curs 2019-20.



Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de la pàgina Instagram de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

b) Dades d'activitat

➤ *Abast, impressions i interaccions*

- Nombre de perfils únics que han vist alguna de les publicacions: 312.
- Nombre total de vegades que s'han vist totes les publicacions: 1.352.
- Nombre de vegades que s'ha vist el perfil de la FEE: 1.040.

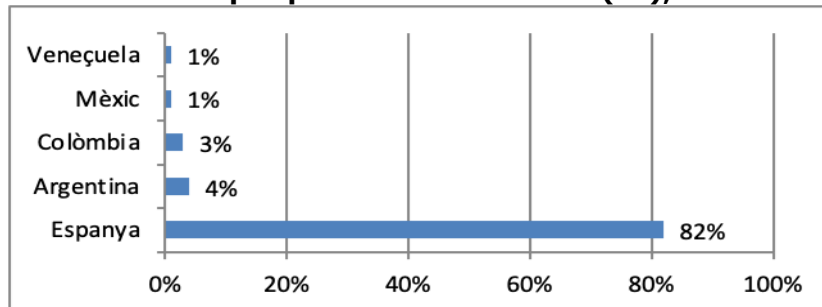
c) Dades d'audiència

➤ Creixement

Nombre de perfils que han començat a seguir la FEE menys els que l'han abandonat: 104.

➤ Ubicacions (principals països)

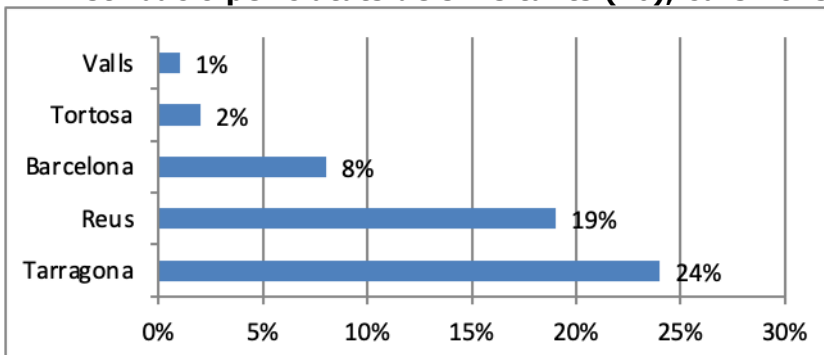
Gràfic 16. Distribució per països dels visitants (%), curs 2019-20.



Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de la pàgina Instagram de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

➤ Ubicacions (principals ciutats)

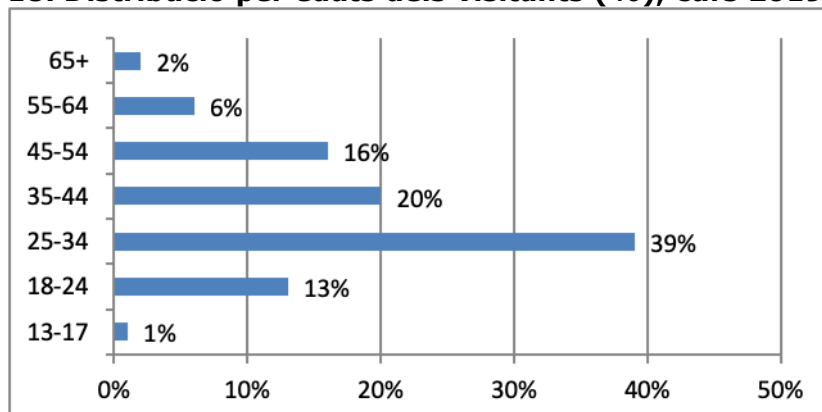
Gràfic 17. Distribució per ciutats dels visitants (%), curs 2019-20.



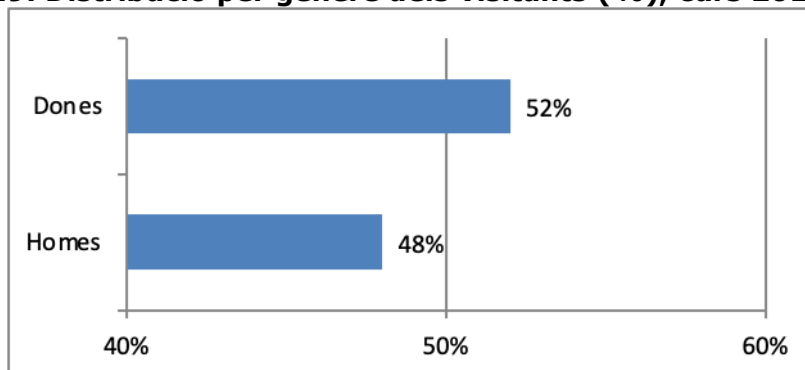
Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de la pàgina Instagram de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

➤ Trams d'edat

Gràfic 18. Distribució per edats dels visitants (%), curs 2019-20.



Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de la pàgina Instagram de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

➤ *Gènere***Gràfic 19. Distribució per gènere dels visitants (%), curs 2019-20.**

Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de la pàgina Instagram de la FEE.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.

5. POSICIONAMENT DE LES XARXES SOCIALS DE LA FEE

En aquest apartat s'exposen un conjunt de dades relacionades amb el posicionament de les xarxes socials de la FEE (Facebook i Instagram), respecte a: 1) altres centres i unitats de la URV, i 2) altres universitats espanyoles.

➤ *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. Es poden consultar els diferents perfils de la URV a les diferents xarxes a: <http://www.urv.cat/ca/universitat/comunicacio/xarxes-socials/perfils/>

La Taula 4 mostra el nombre de seguidors per cada centre o unitat de la URV i xarxa social.

A Facebook, hi ha perfils que per la seva naturalesa i interès disposen d'un major nombre de seguidors (Ocupació URV, Esports URV, i Fundació URV), a més de la pàgina institucional general de la URV; es tracta de pàgines completament diferents a l'activitat desenvolupada per un centre (Facultat o Escola). Dins de la URV, la pàgina següent amb més seguidors ja és la de la Facultat d'Economia i Empresa (que continua, un curs més, sent la que té més seguidors de totes les pàgines de centres), seguida de prop per ComCiència (la Unitat de Comunicació de la Ciència).

A Instagram, el nombre d'unitats i centres de la URV que disposen de perfil és bastant més reduït que en el cas de Facebook. El nombre de seguidors, en general, també és més baix. El perfil de la Facultat d'Economia i Empresa, en comparació als altres centres de la URV, és el que presenta un nombre de seguidors més baix; la qual cosa pot explicar-se per ser també el més recent en ficar-se en funcionament (tan sols fa, a la data de realització d'aquest informe, 9 mesos que va entrar en funcionament).



Taula 4. Nombre de seguidors de les xarxes socials (Facebook i Instagram) creades per diferents centres i unitats de la URV (a 30 de setembre de 2020). *

Centre o Unitat de la URV	Data creació pàgina Facebook	Nombre de seguidors Facebook	Nombre de fans Facebook	% Creixement seguidors Facebook respecte 30/09/2019	Nombre de seguidors Instagram
Universitat Rovira i Virgili (pàgina institucional)	8 octubre 2013	20.197	10.822	9,06%	8.160
Departaments					
Departament d'Infermeria	25 maig 2017	846	799	6,95%	-----
Departament de Bioquímica i Biotecnologia	14 març 2018	277	259	24,22%	-----
Unitats i Serveis					
Ocupació URV	8 febrer 2013	5.784	5.690	4,65%	-----
Fundació URV	6 setembre 2010	4.139	4.039	4,71%	-----
Esports URV	26 març 2010	2.043	1.989	0,00%	889
Unitat de Comunicació de la Ciència (ComCiència)	25 juny 2013	1.883	1.785	9,48%	-----
Consell d'Estudiants	1 febrer 2012	1.701	1.668	-1,68%	540
Llengües URV	18 setembre 2014	1.701	1.641	2,53%	-----
Aula de Cinema	21 febrer 2012	1.485	1.450	-0,07%	-----
Centre Internacional (I-Center)	30 juny 2015	1.461	1.410	8,62%	-----
Alumni URV	20 febrer 2017	1.160	1.085	18,85%	-----
Servei de Recursos Educatius (SREd)	26 abril 2011	973	935	n. d.	280
Observatori de la Igualtat	2 novembre 2012	767	710	3,51%	270
Campus Terres de l'Ebre	15 novembre 2017	711	654	27,88%	718
URV Emprèn	2 maig 2014	642	553	11,27%	-----
Publicacions URV	31 agost 2009	456	412	7,80%	515
Centre de Recursos per a l'Aprenentatge i la Investigació (CRAI)	11 juliol 2017	270	248	143,24%	448
Activitats d'Estiu per a Infants i Joves	28 maig 2018	126	108	22,33%	-----
Oficina de l'Estudiant	No disposa de pàgina oficial	n. d.	n. d.	n. d.	90
Facultats i Escoles					
Facultat d'Economia i Empresa	31 març 2014	1.981	1.941	4,21%	134
Facultat d'Enologia	16 setembre 2015	1.708	1.671	1,91%	-----
Facultat de Turisme i Geografia	31 abril 2015	1.466	1.358	6,15%	755
Facultat de Química	23 febrer 2012	1.293	1.254	0,78%	-----
Facultat de Medicina i Ciències de la Salut	15 juliol 2015	923	904	7,70%	628
Facultat de Ciències Jurídiques	5 febrer 2017	536	516	3,68%	-----
Escola Tècnica Superior d'Arquitectura	1 juny 2016	473	445	8,49%	559
Escola Tècnica Superior d'Enginyeria	3 maig 2016	437	423	8,98%	-----
Facultat de Ciències de l'Educació i Psicologia	9 abril 2018	370	350	52,89%	854

* 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.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de les diferents pàgines Facebook i Instagram de la URV, integrades en el perfil institucional URV.
Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.



➤ *Posicionament respecte d'altres universitats*

A la Taula 5 es recull el nombre de seguidors de les pàgines Facebook i Instagram de les Facultats d'Economia i Empresa (o assimilables) de les universitats espanyoles, tant públiques com privades. Bastants dels centres considerats no disposen de pàgina oficial de Facebook o Instagram (fonamentalment són centres d'universitats privades i alguns, pocs, de públiques).

S'observa 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; i se situa en 11a posició en el rànquing del nombre de seguidors (el curs anterior ens situàvem en 15a posició, amb el que s'ha millorat significativament en el rànquing).

Pel que fa a Instagram, el poc temps que fa que està en funcionament el perfil de la FEE fa que tingui encara pocs seguidors en comparació als de altres facultats espanyoles de l'àmbit de l'economia i l'empresa que fa més temps que utilitzen aquesta xarxa social; tot i així en alguns casos s'està relativament a prop d'alguna d'elles.

Taula 5. Seguidors de les pàgines de Facebook i Instagram de les Facultats d'Economia i Empresa (i assimilables) de les universitats espanyoles, (a 30 de setembre de 2020). *

Centre i Universitat	Data creació pàgina Facebook	Nombre de seguidors Facebook (A)	Nombre d'estudiants 19-20 (B)	Ràtio Facebook seguidors / estudiants (A/B)	Nombre de seguidors Instagram
EAE Business School, Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	2 febrer 2010	153.231	n. d.	n. d.	34.500
ESADE Business School, Universitat Ramon Llull (URL)	3 gener 2008	73.595	4.159	1769,54%	21.300
EUNCET Business School, Universitat Politècnica de Catalunya (UPC)	3 abril 2012	11.258	1.258	894,91%	3.441
Facultat d'Economia, Universitat de València (UV)	28 març 2012	8.081	5.976	135,22%	2.035
Facultat de Ciències Socials de Manresa, Universitat de Vic (UVIC-UCC)	17 maig 2011	5.764 **	644	895,03%	4.896 **
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Complutense de Madrid (UCM)	10 agost 2009	5.147	5.361	96,01%	No disposa de pàgina oficial
Facultat d'Economia i Empresa, Universitat de Barcelona (UB)	6 setembre 2010	4.123	7.283	56,61%	1.275
IQS School of Management, Universitat Ramon Llull (URL)	11 gener 2011	4.075	n. d.	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Málaga (UMA)	2 març 2020	33	3.732	0,88%	677
Facultad de Comercio, Universidad de Valladolid (UVA)	30 juny 2011	2.886	n. d.	n. d.	842
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Granada (UGR)	6 març 2015	2.966	4.074	72,80%	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Deusto (UDE)	2 juny 2011	2.736	1.452	188,43%	8.143 **
Facultad de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Córdoba (UCO)	14 juliol 2014	2.456	1.276	192,48%	333
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Sevilla (US)	31 març 2011	1.978	4.466	44,29%	No disposa de pàgina oficial
Facultat d'Economia i Empresa, Universitat Rovira i Virgili (URV)	31 març 2014	1.981	1.345	147,29%	134
Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y Turismo, Universidad de Alcalá de Henares (UAH)	27 octubre 2010	1.858	1.959	94,84%	823
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Melilla, Universidad de Granada (UGR)	15 octubre 2012	1.518	n. d.	n. d.	431
Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo de Orense, Universidade de Vigo (UVIGO)	18 febrer 2010	1.439	n. d.	n. d.	4.836 **
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de	1 setembre	1.439	2.305	62,43%	No disposa de

Centre i Universitat	Data creació pàgina Facebook	Nombre de seguidors Facebook (A)	Nombre d'estudiants 19-20 (B)	Ràtio Facebook seguidors / estudiants (A/B)	Nombre de seguidors Instagram
Badajoz, Universidad de Extremadura (UNEX)	2013				pàgina oficial
ETEA: Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Loyola Andalucía (ULA)	26 octubre 2010	1.375	794	173,17%	3.850 **
Facultad de Comercio, Turismo y Ciencias Sociales Jovellanos de Gijón, Universidad de Oviedo (UNIOVI)	4 març 2013	1.311	n. d.	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Economía, Empresa y Turismo, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (ULPGC)	15 gener 2014	1.253	2.302	54,43%	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Empresariales, Mondragon Unibersitateea (UMON)	10 setembre 2010	1.267	1.521	83,30%	3.137 **
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Cádiz (UCA)	25 desembre 2014	1.250	2.300	54,35%	10.100 **
Estudis d'Economia i Empresa, Universitat Oberta de Catalunya (UOC)	17 novembre 2015	1.139	9.445	12,06%	19.900 **
Facultad de Ciencias Sociales de Cuenca, Universidad de Castilla La Mancha (UCLM)	10 abril 2013	1.241	n. d.	n. d.	9.880 **
Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Zaragoza (UNIZAR)	8 novembre 2017	1.071	3.798	28,20%	1.293
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Almería (UAL)	22 febrer 2013	983	1.737	56,59%	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Empresa y Gestión Pública de Huesca, Universidad de Zaragoza (UNIZAR)	27 març 2012	979	n. d.	n. d.	325
Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Murcia (UM)	26 octubre 2017	1.034	3.577	28,91%	1.174
Facultad de Ciencias de la Empresa, Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT)	17 octubre 2011	927	606	152,97%	n. d.
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Navarra (UNAV)	26 maig 2011	967	2.517	38,42%	1.021
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Autónoma de Madrid (UAM)	2 novembre 2010	915	2.550	35,88%	367
Facultat de Ciències Econòmiques i Empresariales, Universitat de Girona (UdG)	7 juny 2013	848	884	95,93%	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Derecho y Economía, Universidad Católica de Valencia San Vicente Mártir (UCV)	9 febrer 2015	856	484	176,86%	7.784 **
Facultad de Ciencias Sociales de Talavera de la Reina, Universidad de Castilla La Mancha (UCLM)	30 juliol 2017	890	n. d.	n. d.	9.881 **
Atlantic Business School, Universidad del Atlántico Medio (UNIDAM)	16 abril 2012	1.485 **	37	n. d.	1.028 **
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de León (UNILEON)	14 juliol 2011	771	847	91,03%	346
Facultat de Ciències Jurídiques i Econòmiques, Universitat Jaume I de Castelló (UJI)	10 desembre 2015	704	1.453	48,45%	9.988 **
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Orihuela, Universidad Miguel Hernández (UMH)	2 setembre 2015	736	1.406	52,35%	137
Facultad de Comunicación y Ciencias Sociales, Universidad San Jorge, de Zaragoza (USJ)	16 octubre 2016	665	121	549,59%	3.118 **
Facultad de Ciencias Empresariales y del Trabajo de Soria, Universidad de Valladolid (UVA)	13 juny 2010	577	n. d.	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultat de Ciències Econòmiques i Socials, Universitat Internacional de Catalunya (UIC)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	522	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Administración y Dirección de Empresas Lugo, Universidade de Santiago de Compostela (USC)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	n. d.	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Albacete, Universidad de Castilla La Mancha (UCLM)	21 febrer 2014	449	n. d.	n. d.	495
Fac. de CC. Sociales, Jurídicas y de la Comunicación Segovia, Universidad de Valladolid (UVA)	15 octubre 2015	447	n. d.	n. d.	810
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Valladolid (UVA)	17 març 2015	352	1.780	19,77%	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Pública de Navarra (UPNA)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	1.731	n. d.	2.457 **
Facultat de Dret, Economia i Turisme, Universitat de Lleida (UdL)	4 octubre 2016	216	824	26,21%	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas de Teruel, Universidad de Zaragoza (UNIZAR)	23 març 2011	191	n. d.	n. d.	No disposa de pàgina oficial

Centre i Universitat	Data creació pàgina Facebook	Nombre de seguidors Facebook (A)	Nombre d'estudiants 19-20 (B)	Ràtio Facebook seguidors / estudiants (A/B)	Nombre de seguidors Instagram
Facultad de Ciencias Empresariales y Turismo, Universidad de Huelva (UHU)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	1.335	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Administración y Dirección de Empresas, Universidad Politécnica de Valencia (UPV)	12 març 2018	206	2.098	9,82%	863
Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Salamanca (USAL)	28 maig 2019	177	2.158	8,20%	26.900 **
Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Oviedo (UNIOVI)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	1.806	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Burgos (UBU)	10 juny 2013	117	435	26,90%	4.523 **
Facultade de Economía e Empresa, Universidade da Coruña (UDC)	19 juny 2017	113	2.736	4,13%	2.895 **
Facultat d'Economia i Empresa, Universitat de les Illes Balears (UIB)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	1.929	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad de La Rioja (UNIRIOJA)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	551	n. d.	7.008 **
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Rey Juan Carlos (URJC)	25 novembre 2016	837	11.324	7,39%	432
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, (UNED)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	15.440	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Economía y Empresa (Bilbao, San Sebastián, Vitoria), Universidad del País Vasco (UPV/EHU)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	5.854	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidade de Vigo (UVIGO)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	2.709	n. d.	4.836**
Facultat d'Economia i Empresa, Universitat Autònoma de Barcelona (UAB)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	2.814	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante (UA)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	3.245	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales – ICADE, Universidad Pontificia de Comillas (COMILLAS)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	2.480	n. d.	6.198 **
Facultad de Económicas y Empresariales, Universidade de Santiago de Compostela (USC)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	2.724	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Administración de Empresas y Economía, Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	990	n. d.	6.840 **
Economía y Empresa, Universidad Internacional de La Rioja (UNIR)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	3.402	n. d.	27.600 **
Facultad de Administración y Dirección de Empresas, IE Universidad, de Segovia (IEU)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	4.457	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultat d'Economia i Empresa, Universitat Pompeu Fabra (UPF)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	4.666	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Economía, Empresa y Turismo, Universidad de La Laguna (ULL)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	1.733	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad Carlos III de Madrid (UC3M)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	2.681	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad CEU San Pablo de Madrid (USP-CEU)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	1.233	n. d.	9.229 **
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad de Jaén (UJAEN)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	1.507	n. d.	9.041 **
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Cantabria (UNICAN)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	1.635	n. d.	3.231 **
Facultad de Ciencias Jurídicas y Empresariales, Universidad Francisco de Vitoria de Madrid (UFV)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	154	n. d.	13.100 **
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche, Universidad Miguel Hernández (UMH)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	3.208	n. d.	11.700 **
Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad Pablo de Olavide (UPO)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	2.263	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Europea de Madrid (UEM)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	993	n. d.	25.400**
Facultat d'Empresa i Comunicació, Universitat de Vic (UVIC-UCC)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	2.300	n. d.	638
Facultad de Ciencias Jurídicas y de la Empresa, Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	621	n. d.	46.900 **

Centre i Universitat	Data creació pàgina Facebook	Nombre de seguidors Facebook (A)	Nombre d'estudiants 19-20 (B)	Ràtio Facebook seguidors / estudiants (A/B)	Nombre de seguidors Instagram
Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Antonio de Nebrija (UAN)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	359	n. d.	16.500 **
Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Europea Miguel de Cervantes (UEMC)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	632	n. d.	3.023 **
Facultad de Derecho, Empresa y Ciencias Políticas, Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia (UCH-CEU)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	535	n. d.	9.669 **
Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Abat Oliba CEU (UAO)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	268	n. d.	2.479 **
Facultad de Ciencias Jurídicas y Económicas, Universidad Camilo José Cela (UCJC)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	168	n. d.	5.743 **
Ciencias del Seguro, Jurídicas y de la Empresa, Universidad Pontificia de Salamanca (UPSA)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	170	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Empresa, Universidad Internacional de Valencia (VIU)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	379	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, Universidad Católica Santa Teresa de Jesús de Ávila (UCAV)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	294	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Estudis de Màster, Universidad Europea de Canarias (UEC)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	92	n. d.	25.400 **
Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad Europea del Atlántico, de Santander (UEA)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	257	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Administración y Dirección de Empresas, Universidad Internacional Isabel I de Castilla (UI1)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	207	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Estudis de Màster i Doctorat, Universidad Politécnica de Madrid (UPM)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	319	n. d.	7.528 **
Estudis de Màster, Universidad Europea de Valencia (UEV)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	282	n. d.	25.400 **
Estudios Sociales y Jurídicos, Universidad Alfonso X El Sabio (UAX)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	122	n. d.	11.800 **
Estudis de Màster, Universidad Fernando Pessoa - Canarias (UFP-C)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	8	n. d.	No disposa de pàgina oficial
Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de Ciudad Real, Universidad de Castilla La Mancha (UCLM)	No disposa de pàgina oficial	n. d.	2.771	n. d.	9.879 **
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de Toledo, Universidad de Castilla La Mancha (UCLM)	No disposa de pàgina oficial	n. d.		n. d.	

* S'inclouen totes les Facultats espanyoles integrades a CONFEDe i d'altres afins a l'àmbit d'Economia i Empresa (tant públiques com privades).

El nombre d'alumnes és una dada orientativa, ja que fa referència a les assignacions i no a matrícules efectives, i són dades provisionals del Ministeri; a més, les dades es proporcionen de forma global per facultat o centre, motiu pel qual no es pot desglossar per les diferents ubicacions d'una mateixa facultat.

** Dada del conjunt de la universitat (no disposa de perfils específics per centres).

n. d. = Dada no disponible.

Font: Elaboració pròpia, a partir de les estadístiques de les diferents pàgines Facebook, Instagram i de l'informe "Avance de la estadística de estudiantes universitarios, curso 2019-2020 (provisional)" del Ministerio de Educación y Formación Profesional i del Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades (<http://estadisticas.mecd.gob.es/>).

Data d'extracció de les dades: Setembre 2020.



6. VALORACIÓ

La valoració global de l'evolució de les xarxes socials (Facebook i Instagram) de la Facultat d'Economia i Empresa de la URV al llarg del curs acadèmic 2019-20 és altament positiva, ja que s'han assolit amb escreix els objectius plantejats; especialment el de 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. Com a resum d'aquest informe, es pot concloure que, al llarg del curs 2019-20:

- S'ha donat un creixement sostingut del nombre de seguidors.
- 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; en concret de: Equador, Veneçuela, Argentina, Mèxic, Perú i Colòmbia.
- 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.
- En termes mitjans el nombre de visualitzacions diàries de les publicacions orgàniques s'ha mantingut bastant estable respecte l'informe anterior.
- La pàgina Facebook de la FEE continua sent la que té més seguidors d'entre tots els centres de la URV.
- 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.
- El perfil d'Instagram, en el seu primer curs de funcionament ha assolit un nombre de seguidors acceptable, i un nivell de visites (superior a 3.000) considerable.
- Amb la pandèmia per la Covid-19 i les mesures establertes per prevenir contagis, la comunicació via les xarxes socials, especialment amb la comunitat universitària de la FEE (estudiants, PDI, PAS), adquireix una rellevància significativa.

En definitiva, les xarxes socials de la FEE han 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, les xarxes socials de la FEE s'estan 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.