

# MEMORIA PROYECTO INNOVACIÓN Y MEJORA DOCENTE. Curso 2014 - 2015

## IDENTIFICACION DEL PROYECTO:

**Código:**

ID2014/0145

**Título:**

CREACIÓN Y DESARROLLO DE PLATAFORMAS DE REDES  
SOCIALES Y POSICIONAMIENTO ONLINE PARA MAXIMIZAR  
LA VISIBILIDAD DE LOS ESTUDIOS DE LA ESCUELA DE  
EDUCACIÓN Y TURISMO DE ÁVILA DE LA UNIVERSIDAD DE  
SALAMANCA

**Centro:** Escuela Universitaria de Educación y Turismo (Ávila)

**Modalidad:** C. Proyectos dirigidos a un centro (Facultad, Escuela,  
Departamento o Instituto) que los avala.

I. Captación de estudiantes y promoción de titulaciones.

*Coordinadora del proyecto: Eva Lahuerta Otero*

## 1.- OBJETIVOS DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN DOCENTE

El objetivo principal del proyecto planteado es ofrecer una herramienta informativa rápida, cómoda, de fácil acceso y disponible en cualquier momento a los alumnos de la Escuela Universitaria de Educación y Turismo de Ávila de la Universidad de Salamanca

Este proyecto se concibió como una forma de acercarse a los alumnos de la escuela en un ambiente un poco más distendido y en el que ellos se sintiesen cómodos y libres para comunicarse no sólo con la institución sino también entre ellos.

Así, la plataforma virtual se planteó como un lugar en el que plantear dudas e inquietudes que serían resueltas por todos los miembros implicados. Por otro lado supondría un lugar de opinión donde exponer opiniones, quejas y donde aportar ideas para la mejora de la escuela y su funcionamiento.

Desde el punto de vista de la institución, serviría para recoger información de las necesidades de los agentes integrados en la misma para que la gestión mejorase en eficiencia. Serviría también como plataforma promocional de las titulaciones que se imparten en el centro, pero no sólo desde un punto de vista formal, si no que los propios alumnos con sus experiencias y participación den a conocer lo que se ofrece, de forma que los actuales estudiantes sean prescriptores de los futuros. Este punto creemos que es importante ya que la influencia de los semejantes puede ser más fuerte que muchas campañas institucionales de difusión.

## 2.- RECURSOS EMPLEADOS

El principal recurso utilizado para el desarrollo del proyecto ha sido la Red Social horizontal "Facebook". Esta red social permite la interconexión de individuos desde cualquier lugar del mundo a cualquier hora del día de un modo rápido y sencillo.

Los alumnos (potenciales, actuales y egresados) pueden entrar en la página y grupos creados en esta plataforma virtual a través de sus perfiles de Facebook, para obtener toda la información sobre la Escuela Universitaria, así que como otros contenidos relacionados con la vida universitaria o con el ámbito económico y empresarial. Por otro lado, pueden interactuar con la página dando sus opiniones o mostrando el agrado o desagrado con la información que se presenta.

Como recursos secundarios se utilizaron las pantallas de USAL TV para la promoción del proyecto, así como una campaña de emailing y el uso de cartelería institucional.

### 3.- ORGANIZACIÓN DE ACTIVIDADES PARA LA IMPLANTACIÓN DEL PROYECTO

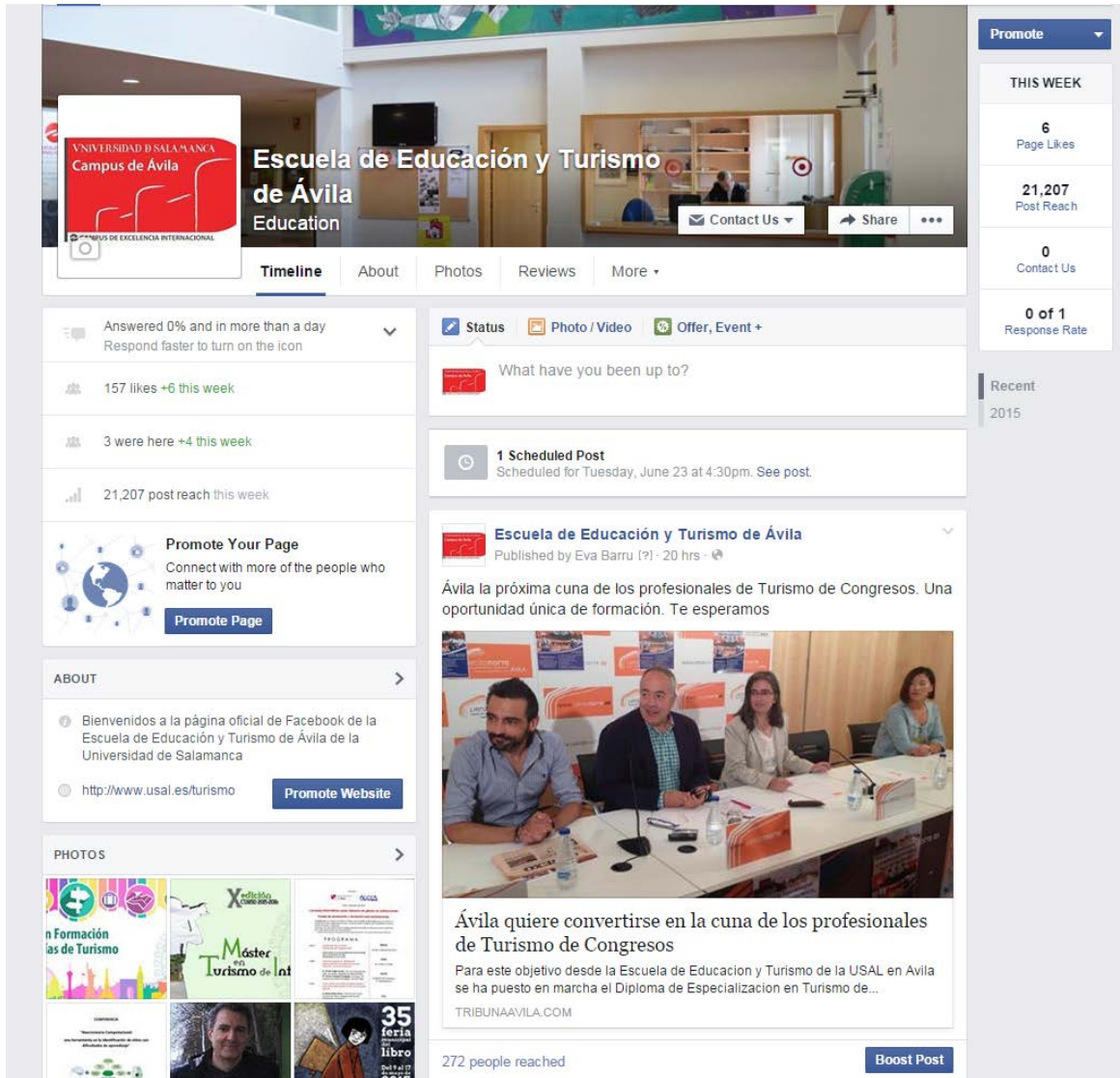
El presente proyecto se propuso para la Escuela Universitaria de Educación y Turismo de Ávila de la Universidad de Salamanca, con vistas a la utilidad futura del proyecto se plantea como público al que va dirigido alumnos matriculados actualmente en la escuela pero también futuros estudiantes y ex alumnos que quieran seguir vinculados al centro.

Las actuaciones que se han realizado para la consecución del proyecto se detallan a continuación:

- Fijación de objetivos que se querían lograr con la apertura de una página oficial en la Red Social Facebook, para lo que la coordinadora se reunió con los miembros del equipo, profesores y personal de Administración y Servicios del centro. En esta reunión se determinaron los puntos de actuación y carencias informativas que los alumnos podrían tener.
- A partir de este momento, se comenzó a elaborar por parte de la coordinadora, y de los miembros del equipo:
  - El diseño de la cartelería con la que se anunciaría el nacimiento del Facebook de la escuela, para lo que se contó con colaboración externa.
  - Los contenidos y el formato que se daría a los mismos para el momento de su lanzamiento (desde qué contenidos se incluirían y cuáles no, el estilo de redacción de los mismos, palabras claves de búsqueda e identificación de contenidos...)
  - Las imágenes que se incluirían en el perfil de la Escuela
  - La campaña promocional para maximizar la visibilidad de dos de los títulos propios de la escuela: Máster en Turismo de Interior y Máster en Formación para guías de Turismo.
- Se procedió a la creación de la nueva página oficial de Facebook de la escuela (7 de abril de 2015). Antes de este paso, se tuvieron que reclamar o fusionar (Facebook tiene un procedimiento estandarizado) hasta tres páginas y perfiles ya existentes que se relacionaban con el centro, pero que no tenían apenas actividad.

CREACIÓN Y DESARROLLO DE PLATAFORMAS DE REDES SOCIALES Y POSICIONAMIENTO ONLINE PARA MAXIMIZAR LA VISIBILIDAD DE LOS ESTUDIOS DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN Y TURISMO DE ÁVILA DE LA UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

Imagen 1: Página oficial en Facebook de la Escuela Universitaria de Educación y Turismo de Ávila



Durante un período de 7 días se configuró la página según las necesidades de la escuela, y se insertaron las imágenes que servirían como presentación de la misma.

- La semana siguiente se comenzó con la campaña de difusión a través de las pantallas de USAL tv instaladas en los centros, y con el envío masivo de un correo electrónico a los alumnos para maximizar la difusión de la iniciativa. También se instaló cartelería por el centro:

*Imagen 2: Cartelería de difusión utilizada en la Escuela Universitaria de Educación y Turismo de Ávila*



## LA ESCUELA UNIVERSITARIA DE EDUCACIÓN Y TURISMO YA ESTÁ EN **facebook**

**TODA LA INFORMACIÓN Y NOVEDADES QUE TE INTERESAN**

Proyecto de Innovación Docente ID2014/0145  
Cofinanciado por la Universidad de Salamanca y  
la Escuela Universitaria de Educación y Turismo de Ávila  
Coordinadora del proyecto: Eva Lahuerta Otero



**Haz click en  
Me gusta**

- Durante las semanas siguientes se fue insertando información que se estimó oportuna para los alumnos y miembros de la comunidad universitaria en general.

#### 4.- METODOLOGÍA DE TRABAJO

La metodología utilizada para la realización del proyecto consistió en:

- Reuniones con el equipo para la fijación de objetivos del proyecto. En estas reuniones se fijaron también las formas de actuación para la consecución de los objetivos planteados. La coordinadora exponía sus ideas para ser discutidas y mejoradas por los miembros del proyecto.
- Elección de los contenidos que serían incluidos en el Facebook del centro.
- Elaboración por parte de la coordinadora de los contenidos con el formato adecuado a la plataforma virtual.
- Promoción física y online de la iniciativa, utilizando para ellos cartelería, las pantallas de USAL TV colocadas en la escuela, correo electrónico, y por supuesto, propia página de la institución.

- Inserción de los contenidos (con una frecuencia prácticamente diaria) y actualización de los mismos.
- Creación de la campaña de difusión de los Títulos propios.
- Resolución de dudas o cuestiones planteadas a través de la página.

#### 4.- EVALUACIÓN DEL DESARROLLO DEL PROYECTO

Por parte de la coordinación, el proyecto ha sido exitoso. Aunque es cierto que podría llegar a más, esto no fue así por las fechas de lanzamiento y difusión. Pero consideramos que en años posteriores con la información oportuna al alumno en el momento de la matriculación los resultados serán mucho mejores. Aun así, la implicación y la participación de los alumnos fue muy positiva, dando a me gusta y compartiendo los contenidos que más les interesan, incluso haciendo comentarios y propuestas de mejora.

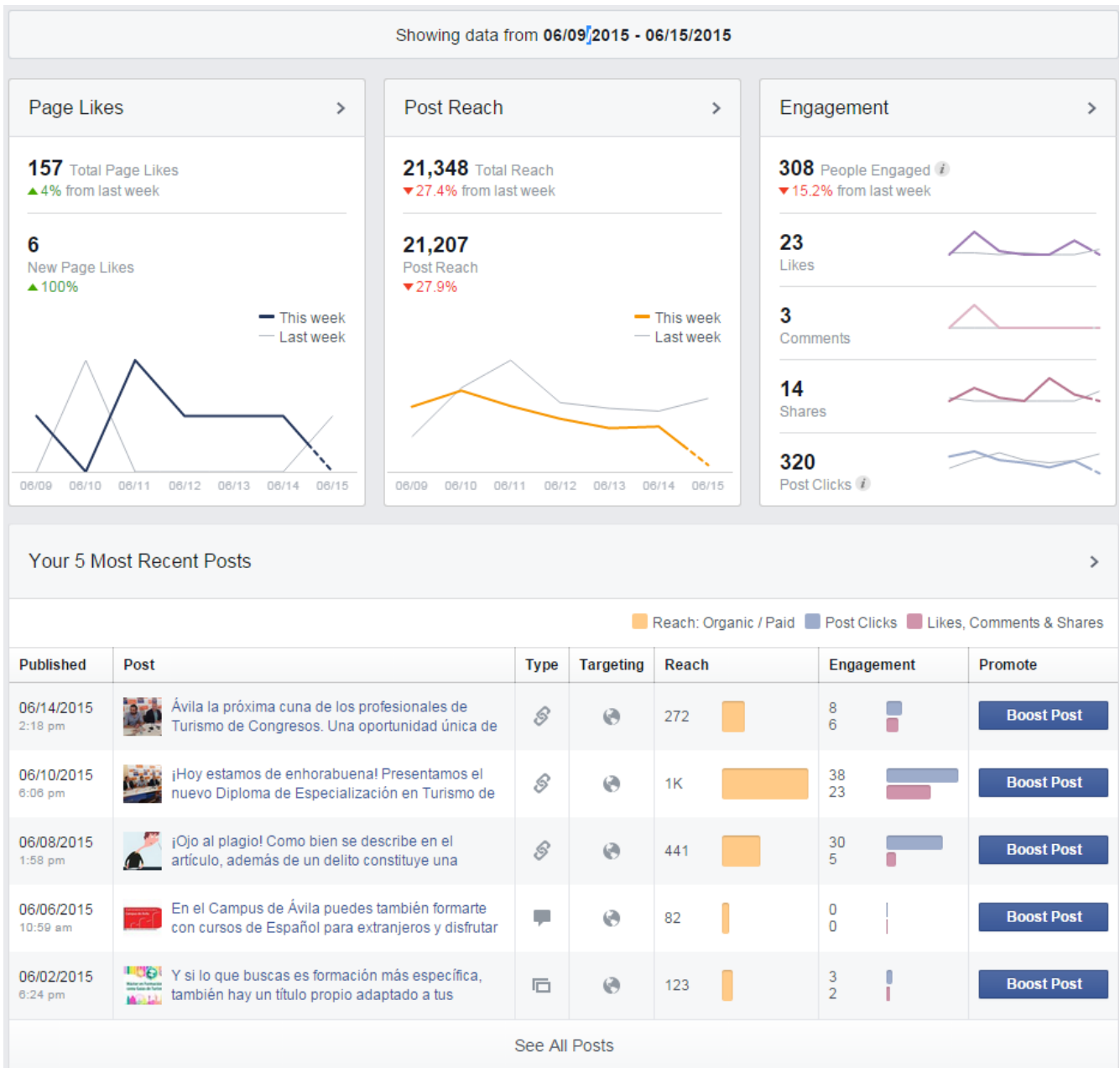
Lo anteriormente expuesto queda claramente reflejado en algunos de los datos que presentamos a continuación y que han sido recogidos a fecha 15 de junio de 2015, obviamente son orientativos y relativos puesto que la iniciativa continuará, pero son un buen indicador del éxito del proyecto.

- **Resultados en la página de Facebook de la Escuela de Educación y Turismo de Ávila.** Como se puede observar en el Gráfico 1, se consiguieron 157 fans en la página de la escuela, este número se sigue incrementando día a día. A través de estos fans la página consiguió un alcance de 21.262 personas (personas que podían llegar a conocer la página a través de esos 157 fans), con lo que el potencial de difusión de la escuela hacia posibles nuevos alumnos es enorme. Podemos observar también que todos los días se está hablando de la página, en mayor o menor medida, lo que nos permite asegurar que nuestra iniciativa tiene interés.

Por último, podemos ver que más de 1000 personas (alcance total en la última semana de una sola publicación) vieron o interactuaron con la página, lo que nos permite reforzar la idea de alta difusión de los contenidos de nuestra escuela no sólo entre actuales fans si no en personas ajenas. Esto nos lleva a pensar en que el crecimiento de la página aumentará en el futuro, ya que usuarios que regularmente vean contenidos en los perfiles de otros amigos terminarán por agregarse a nuestra página para ver el global de contenidos en tiempo real y con una notificación de los mismos.

CREACIÓN Y DESARROLLO DE PLATAFORMAS DE REDES SOCIALES Y POSICIONAMIENTO ONLINE PARA MAXIMIZAR LA VISIBILIDAD DE LOS ESTUDIOS DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN Y TURISMO DE ÁVILA DE LA UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

Gráfico 1: Descripción general de la página



CREACIÓN Y DESARROLLO DE PLATAFORMAS DE REDES SOCIALES Y POSICIONAMIENTO ONLINE  
 PARA MAXIMIZAR LA VISIBILIDAD DE LOS ESTUDIOS DE LA ESCUELA DE EDUCACIÓN Y TURISMO  
 DE ÁVILA DE LA UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

A continuación se presentan datos acerca de las publicaciones en la página de la escuela. Hasta el día de recogida de los datos se había publicado más de 50 contenidos con una frecuencia prácticamente diaria, con contenidos específicos de la Escuela, así como temas relacionados con la Universidad en general o con Ávila. En el gráfico 2 se pueden observar cuáles de las publicaciones realizadas por la institución tuvieron más repercusión en los fans.

Observamos que la publicación con más difusión (aquella que de las personas que la vieron crearon una historia relacionada) fue la noticia en prensa de la puesta en marcha del nuevo título propio de Diploma de Especialización en Turismo de Congresos, Eventos y Reuniones, que ha sido vista por más de 1000 personas. Tiene además 8 me gusta y se ha compartido en dos ocasiones.

Esto nos demuestra que nuestros alumnos no sólo se interesan por contenidos concretos de la escuela si no que amplían su ámbito de interés a contenidos relacionados.

*Gráfico 2: Publicaciones con mayor repercusión (hasta el 15 de junio)*

■ Reach: Organic / Paid ▾
■ Post Clicks ■ Likes, Comments & Shares ▾

Published	Post	Type	Targeting	Reach	Engagement	Promote
05/08/2015 12:07 pm	 Mañana sábado 9 de mayo, tendrá lugar el ACTO DE GRADUACIÓN DE LOS ALUMNOS DE LAS			1.3K 	58 46 	<a href="#">Boost Post</a>
06/10/2015 6:06 pm	 ¡Hoy estamos de enhorabuena! Presentamos el nuevo Diploma de Especialización en Turismo de			1K 	38 23 	<a href="#">Boost Post</a>
06/08/2015 1:58 pm	 ¡Ojo al plagio! Como bien se describe en el artículo, además de un delito constituye una			441 	30 5 	<a href="#">Boost Post</a>
05/10/2015 2:34 pm	 Momentos especiales en un día inolvidable. ¡Enhorabuena graduados!			422 	83 12 	<a href="#">Boost Post</a>
05/12/2015 4:35 pm	 Abierto el plazo de matrícula para el PROGRAMA INTERUNIVERSITARIO DE LA EXPERIENCIA DE			380 	10 3 	<a href="#">Boost Post</a>
06/14/2015 2:18 pm	 Ávila la próxima cuna de los profesionales de Turismo de Congresos. Una oportunidad única de			272 	8 6 	<a href="#">Boost Post</a>
04/24/2015 6:35 pm	 ¿Sabías qué... La Tuna de Magisterio de Ávila ha cumplido 28 años? En 2014 lo celebraron todos			161 	6 3 	<a href="#">Boost Post</a>
05/19/2015 3:37 pm	 Mañana, miércoles 20 de mayo, tendremos la excelente oportunidad de conversar con el			152 	9 4 	<a href="#">Boost Post</a>

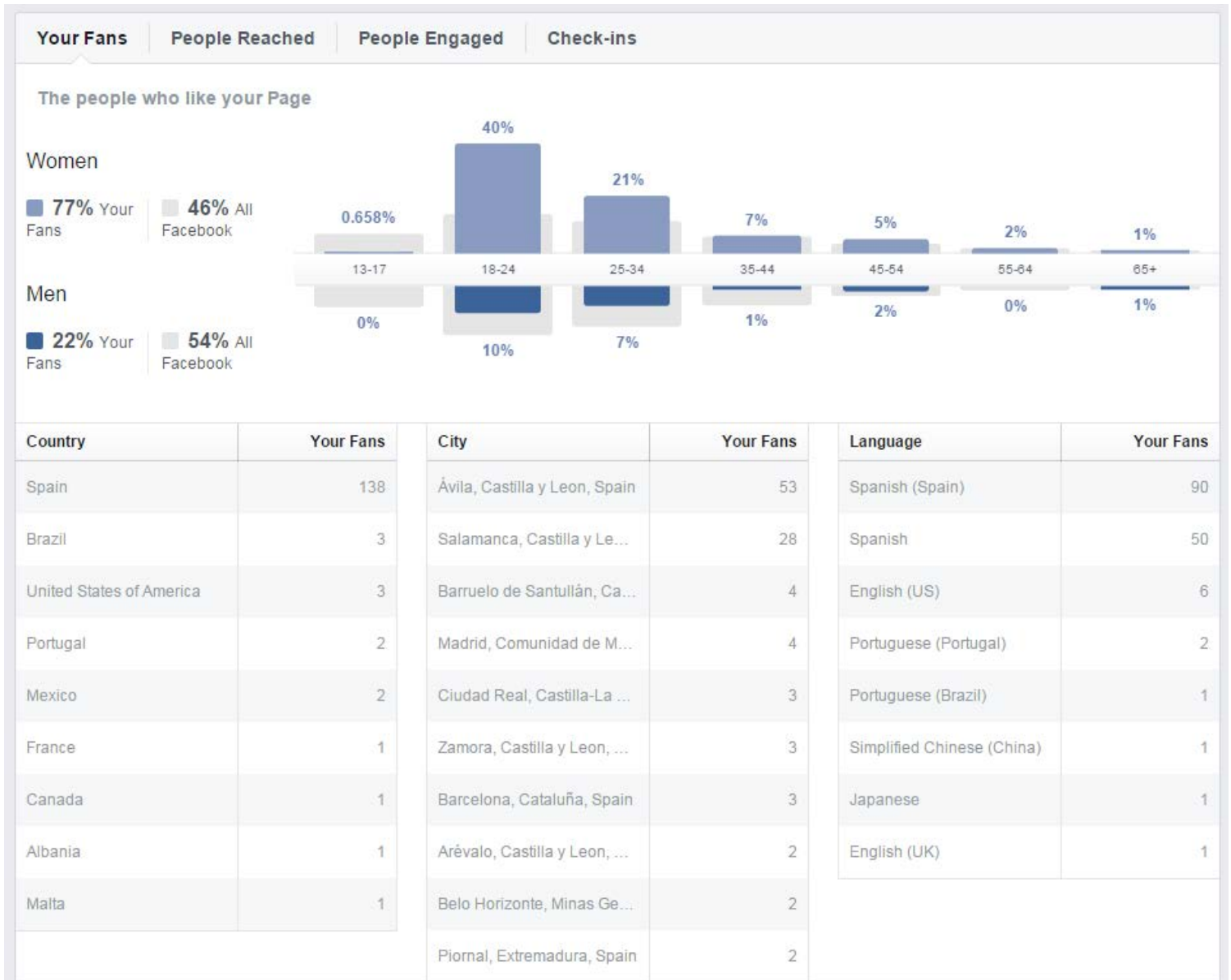


En relación al perfil de los fans que se agregaron a nuestra página (Gráfico 3), observamos que existe 77% de mujeres en nuestra página. Respecto a la edad, el segmento que más se ha agregado es el que comprende de 18 a 24 años seguido del de 25 a 34, también era un dato esperado puesto que es la franja de edad más común entre nuestros estudiantes. Pero también cabe reseñar que individuos de otras edades también se han visto atraídos por la página, suponemos que son ex alumnos que siguen interesados en la escuela y su funcionamiento y también en profesores y personal de administración de la institución que quieren estar al día.

Otro punto que podemos analizar es la nacionalidad de nuestros fans, como es lógico la gran mayoría son de nacionalidad española. Pero el dato importante es que nuestra página tiene agregados individuos de hasta otras 8 nacionalidades, lo que supone una difusión y promoción internacional de nuestra escuela. Este hecho puede repercutir en la recepción de estudiantes de intercambio en sucesivos cursos académicos.

La gran mayoría de nuestros fans se conecta o accede a nuestra página desde Ávila y Salamanca, aunque observamos que el número de ciudades desde las que se nos visita es muy amplio y variado, incluso desde el extranjero. Esto indica que a pesar de no estar en la actualidad en nuestra ciudad siguen teniendo interés por conocer lo que sucede en la institución desde otros lugares.

Gráfico 3: Perfil de los fans de la página de la Escuela



*Imagen 3: Ejemplo de post publicado dentro de la página de Facebook oficial de la Escuela.*

**Post Details** Reported stats may be delayed from what appears on posts X

**Escuela de Educación y Turismo de Ávila**  
Published by Eva Barru [?] · April 24 · 🌐

¿Sabías qué... La Tuna de Magisterio de Ávila ha cumplido 28 años? En 2014 lo celebraron todos juntos y nos hicieron pasar ratos tan buenos como éstos:

**Aniversario de la Tuna de Magisterio de Ávila**  
3 mayo 2014. La Tuna de Magisterio de Ávila ha celebrado en público sus 27 años de existencia, con pasacalles que han sido jaleados y aplaudidos por el centr...  
YOUTUBE.COM

161 people reached **Boost Post**

2 Likes 1 Comment

👍 Like    💬 Comment    ➦ Share

<b>161</b> People Reached		
<b>3</b> Likes, Comments & Shares		
<b>2</b> Likes	<b>2</b> On Post	<b>0</b> On Shares
<b>1</b> Comments	<b>1</b> On Post	<b>0</b> On Shares
<b>0</b> Shares	<b>0</b> On Post	<b>0</b> On Shares
<b>6</b> Post Clicks		
<b>0</b> Photo Views	<b>3</b> Link Clicks	<b>3</b> Other Clicks ⓘ
<b>NEGATIVE FEEDBACK</b>		
<b>0</b> Hide Post	<b>0</b> Hide All Posts	
<b>0</b> Report as Spam	<b>0</b> Unlike Page	

- **Resultados de la campaña de publicidad pagada a través de la Herramienta Facebook ads.** Como parte fundamental de este proyecto, y en línea con los objetivos de maximizar la visibilidad, se ha utilizado la financiación concedida en este proyecto (125€) para realizar una campaña de difusión de los títulos propios de Máster en Turismo de Interior y Máster en Formación para Guías de Turismo.

La campaña ha conseguido los siguientes resultados (A fecha 15 de junio de 2015):

- Clics en el anuncio sobre el máster de Turismo: 474
- Clics en el anuncio sobre el máster de formación de Guías: 123 (Este anuncio tuvo problemas de verificación por Facebook, por lo que su difusión es más tardía, desde el 10 de junio de 2015).
- Alcance total pagado de los anuncios: 46775 personas
- Coste medio: 0,10€ clic.

Estos resultados demuestran la gran efectividad de la herramienta de Facebook ads a la hora de promocionar titulaciones, ya que por un coste muy pequeño se pueden conseguir grandes resultados de difusión.

*Imagen 4: Vista previa anuncio en Facebook sobre el Máster en Formación para guías de turismo.*

The image shows a Facebook advertisement for the 'Máster en Formación como Guías de Turismo' (Master in Training as Tourist Guides) at the 'Escuela de Educación y Turismo de Ávila' (School of Education and Tourism of Ávila). The ad is sponsored and includes a 'Like Page' button. The main text reads 'Título Propio Máster en formación para guías de turismo.' Below this is a colorful banner with icons representing a compass, a double-headed arrow, a suitcase, a book, and a camera. The banner also features a silhouette of a city skyline with various landmarks like the Eiffel Tower and Big Ben. The text 'Máster en Formación como Guías de Turismo' is prominently displayed. Below the banner, the text reads 'Máster USAL Guías Turismo' and '¿Te interesa el turismo? ¿Quieres recibir formación puntera semipresencial u online? ¡Matrícuate en nuestro máster con prácticas en empresas te convertirás en experto! PLAZO DE PREINSCRIPCIÓN ABIERTO'. A 'Sign Up' button is located at the bottom right of the ad. The URL 'WWW.USAL.ES' is also visible. Below the ad, there are options to 'Like', 'Comment', and 'Share', along with a 'View in News Feed (desktop)', 'View on mobile', and 'View Post Permalink With Comments' link. A blue 'OK' button is at the bottom right of the entire image.

*Imagen 5: Vista previa anuncio en Facebook sobre el Máster en Formación para guías de turismo.*

Escuela de Educación y Turismo de Ávila

Sponsored ·

Like Page

Título Propio de la USAL. Formación especializada online/semipresencial. ¡Matricúlate ya!

X edición  
CURSO 2015-2016

Máster  
en  
Turismo de Interior

Máster Turismo Interior

WWW.USAL.ES

Sign Up

2

Like Comment Share

View in News Feed (desktop)  
View on Right Hand Side

View on mobile  
View Post Permalink With Comments

OK

En definitiva, valoramos que el proyecto ha tenido el éxito esperando teniendo en cuenta el poco tiempo que lleva en funcionamiento público. Es nuestro deseo continuar con la iniciativa en años sucesivos para aumentar no sólo la difusión y promoción de la Escuela Universitaria de Educación y Turismo de Ávila si no también aumentar la satisfacción de nuestros alumnos y profesores presentes, pasados y futuros. Y recomendamos la aplicación de este proyecto a cualquier otra escuela de esta y otras universidades, vistos los grandes resultados de visibilidad y difusión a un coste relativamente pequeño.