

MEMORIA FINAL de Proyectos de Innovación 2018-19 Universidad de Zaragoza

1 - Identificación del proyecto

Código	Título
PIEC_18_385	Evaluación del uso que hace el personal de la Facultad de Veterinaria de las Redes Sociales institucionales del Centro

2 - Coordinadores del proyecto

Coodinador 1	Doña Ana Isabel Allueva Pinilla
Correo Electrónico	allueva@unizar.es
Departamento	Matemática Aplicada
Centro	Facultad de Veterinaria

3 - Resumen del proyecto

Desde el curso 2015-16, en el que comenzó su actividad el Vicedecanato de Tecnología e Innovación Educativa y Cultura Digital, y con el objetivo entre otros de mejorar la proyección social del centro, la Facultad de Veterinaria tiene presencia en las principales Redes Sociales: Twitter, Facebook, YouTube y LinkedIn. El objetivo ha sido ofrecer un servicio dinámico de comunicación e interacción con el usuario para la difusión de actividades, noticias y contenidos que puedan ser de interés para la comunidad universitaria, especialmente en las áreas relacionadas con el Centro, y también otro público externo. Este proyecto tiene como objetivo principal analizar y evaluar el uso y la opinión que el personal del centro (PAS, PDI y estudiantes) tienen sobre estas redes sociales institucionales. Para ello se diseñarán y elaborarán cuestionarios ad hoc que recojan las variables más significativas para llevar a cabo este estudio. Se pretende además, a la vez que se gestionan, mantienen y actualizan los perfiles sociales, fomentar el uso de estos canales de comunicación para incrementar la difusión de las actividades realizadas en el centro.

4 - Participantes en el proyecto

Nombre y apellidos	Correo Electrónico	Departamento	Centro/Institución
Don José Luis Alejandro Marco	jlalejan@unizar.es	Matemática Aplicada	Facultad de Veterinaria
Doña Cristina Acín Tresaco	crisacin@unizar.es	Patología Animal	Facultad de Veterinaria
Don Diego García Gonzalo	Diego.Garcia@unizar.es	Producción Animal y Ciencia de los Alimentos	Facultad de Veterinaria

5 - Rellene, de forma esquemática, los siguientes campos a modo de ficha-resumen del proyecto	
Otras fuentes de financiación sin detallar cuantía	No hay
Tipo de proyecto (Experiencia, Estudio o Desarrollo)	Estudio y desarrollo
Contexto de aplicación/Público objetivo (titulación, curso...)	Personal de la Facultad de Veterinaria de la Universidad de Zaragoza: PDI y estudiantes.
Curso académico en que se empezó a aplicar este proyecto	2018-19
Interés y oportunidad para la institución/titulación	Facilita el contacto y seguimiento con los estudiantes. Visibiliza la institución y sirve como elemento vehicular de la información facilitando la proyección social del centro y la universidad en general. Promociona el contacto y la interacción entre redes sociales de otros estamentos tanto de la universidad como fuera de ella.
Métodos/Técnicas/Actividades utilizadas	Manejo de las Redes Sociales Twitter, Facebook, YouTube y LinkedIn y grupos egresados. Elaboración de información para la difusión offline en cartelería y online en la web de centro y las redes sociales. Desarrollo de encuestas mediante encuestafacil. Elaboración de estadísticas e informe de resultados.
Tecnologías utilizadas	Internet, Redes Sociales (LinkedIn, Twitter y Facebook y LinkedIn). Herramientas de presentación e imagen para cartelería y difusión online. Encuestafacil para el diseño e implementación de las encuestas de satisfacción. Procesador de texto, imágenes y presentaciones para difusión y elaboración del informe.
Tipo de innovación introducida: qué soluciones nuevas o creativas desarrolla	Uso de redes sociales por personal del centro y estudiantes, incluido el uso profesional de las Redes Sociales por los estudiantes, más allá de los aspectos lúdicos que el uso habitual de las redes tiene asociado. Uso de las redes sociales como nuevo vehículo canalizador de la información.
Impacto del proyecto	Se ha ganado en visibilidad y aumentado el número de seguidores en RRSS. Se ha aumentado la interacción con los usuarios de las RRSS. Se han promocionando las actividades del centro hacia un público específico a bajo coste. Las interacciones en RRSS muestran que el impacto se ha extendido a otro público general distinto del objeto de estudio, como otros profesionales del entorno, egresados, personal de otras universidades, etc.
Características que lo hacen sostenible	El proyecto desarrollado tiene continuidad en los cursos sucesivos en los mismos términos que los planteados para analizar y realizar el seguimiento del uso de las redes sociales institucionales en años sucesivos.
Posible aplicación a otras áreas de conocimiento	El proyecto es transferible a cualquier otro centro que decida desarrollar una política de inmersión en las redes sociales y seguimiento de forma similar ya que las redes sociales son de ámbito general y no específicas de las titulaciones del centro.

6 - Contexto del proyecto

Necesidad a la que responde el proyecto, mejoras obtenidas respecto al estado del arte, conocimiento que se genera.

Desde el curso 2015-16, en el que comenzó su actividad el Vicedecanato de Tecnología e Innovación Educativa y Cultura Digital, y con el objetivo entre otros de mejorar la proyección social del centro, la Facultad de Veterinaria tiene presencia en las principales Redes Sociales: Twitter, Facebook, YouTube y LinkedIn. El objetivo ha sido ofrecer un servicio dinámico de comunicación e interacción con el usuario para la difusión de actividades, noticias y contenidos que puedan ser de interés para la comunidad universitaria, especialmente en las áreas relacionadas con el Centro, y también otro público externo. Además, en 2017 se ha focalizado la atención en las posibilidades de las Redes, particularmente LinkedIn, para la atención y el seguimiento de estudiantes egresados. La estrategia de proyección en redes sociales, con los principios básicos de transparencia y calidad de la información relevante y actualizada, permite ganar visibilidad en lo relativo a la oferta académica, de investigación, y servicios tanto en el ámbito nacional como internacional. Además, se contribuye a la transferencia y responsabilidad social de la institución. En todos los casos se han establecido unas pautas de uso y estilo comunes para transmitir una imagen homogénea de acuerdo con la imagen corporativa del Centro y UNIZAR. Se ha comenzado a desarrollar un manual de gestión y buenas prácticas para proceder a la organización de tareas a llevar a cabo en redes sociales procurando su mantenimiento y permanente actualización de información. Tanto la apertura de perfiles como todo el desarrollo, actualización y mantenimiento desde el inicio y durante todo el año 2017 se ha realizado desde el vicedecanato que ha realizado las tareas de community manager incluyendo la atención a seguidores, gestión y publicación de noticias, etc. Además de las herramientas propias de las redes también se gestionan y utilizan herramientas como Hootsuite, plataforma que permite gestionar, publicar y programar las publicaciones en las diferentes cuentas de redes sociales desde una sola aplicación.. Las redes sociales activas en este momento son Twitter, Facebook, YouTube y LinkedIn y perfil en Google+. Además en 2017 también se han abierto dos grupos en LinkedIn: Egresados Veterinaria UNIZAR y Egresados CTA UNIZAR.

7 - Objetivos iniciales del proyecto

Qué se pretendía obtener cuando se solicitó el proyecto.

Analizar y evaluar el uso que el personal de la Facultad (PAS, PDI y estudiantes) tienen sobre las redes sociales institucionales del Centro (Twitter, Facebook, YouTube y LinkedIn). Analizar y evaluar la opinión que el personal de la Facultad (PAS, PDI y estudiantes) tienen sobre las redes sociales institucionales del Centro (Twitter, Facebook, YouTube y LinkedIn). Gestionar, mantener y actualizar los perfiles de estas redes sociales. Fomentar el uso de estos canales de comunicación mediante las redes sociales institucionales para incrementar la difusión de las actividades realizadas en el centro. Visibilizar la institución, promover la cultura digital y facilitar la proyección social.

8 - Métodos de estudio/experimentación y trabajo de campo

Métodos/técnicas utilizadas, características de la muestra, actividades realizadas por los estudiantes y el equipo, calendario de actividades.

Actualización y mantenimiento de los diferentes perfiles en Redes Sociales de la Facultad de Veterinaria.

Diseño e implementación de una encuesta dirigida a los estudiantes para evaluar la actuación propuesta.

Diseño e implementación de una encuesta dirigida al profesorado para evaluar la actuación propuesta.

La muestra ha estado constituida por todo el personal del centro y la actividad se ha llevado a cabo durante los meses de abril y mayo.

Se han elaborado informes incluyendo la evaluación de los resultados con las estadísticas correspondientes para todos los datos disponibles desagregados. En el caso de la encuesta de PDI todos los datos se han analizado de forma conjunta y desagregados por titulación impartida. En el caso de los estudiantes los datos se han analizado así mismo de forma conjunta y desagregados por titulación y por edad.

9 - Conclusiones del proyecto

Conclusiones:lecciones aprendidas, impacto.

Sobre el PDI con docencia en el ámbito de las titulaciones de Veterinaria y CTA:

- manifiesta un alto interés en lo relativo al uso de RRSS
- la mayoría utiliza o cree en las RRSS como herramienta para la mejora de su docencia o ayuda en el aprendizaje
- los usuarios de las RRSS institucionales las valoran positivamente
- hay una demanda de formación sobre la aplicación de RRSS en la docencia.

Se considera necesario mantener, actualizar y mejorar los diferentes perfiles de las RRSS institucionales de la Facultad de Veterinaria.

10 - Continuidad y Expansión

Transferibilidad (que sirva como modelo para otros contextos), Sostenibilidad (que pueda mantenerse por sí mismo), Difusión realizada .

El proyecto tiene continuidad en los cursos sucesivos en los mismos términos que los llevados a cabo para analizar y realizar el seguimiento del uso de las redes sociales institucionales en años sucesivos.

El proyecto es transferible a cualquier otro centro que decida desarrollar una política de inmersión en las redes sociales y seguimiento de similar ya que las redes sociales son de ámbito general y no específicas de las titulaciones del centro.

La difusión del proyecto se ha realizado a través de la correspondiente información mediante cartelería distribuida en las instalaciones de la Facultad, la página web del centro, el envío de información masiva por email a todo el personal a través de las listas de distribución del centro y a través de las mismas redes sociales del centro: Twitter, Facebook y LinkedIn. Además también se han presentado resultados en dos congresos específicos orientados a la innovación docente en ambas titulaciones Ciencia y Tecnología de los Alimentos y Veterinaria.

11 - Resultados del proyecto indicando si son acordes con los objetivos planteados en la propuesta y cómo se han comprobado

Resultados obtenidos y cumplimiento de los objetivos

Analizar y evaluar el uso y la opinión que el personal de la Facultad de Veterinaria tiene sobre las redes sociales institucionales del centro.

La Facultad de Veterinaria tiene presencia institucional desde en las Redes Sociales desde el curso 2015-16 en el que comenzó su actividad el Vicedecanato de Tecnología e Innovación Educativa y Cultura Digital con el objetivo entre otros de mejorar la proyección social del centro.

Hay perfiles abiertos actualmente en Twitter, Facebook, YouTube y LinkedIn. Además en LinkedIn se han abierto los grupos Egresados Veterinaria UNIZAR y Egresados CTA UNIZAR.



 Egresados CTA UNIZAR

 Egresados Veterinaria UNIZAR

Los dos objetivos principales del proyecto han sido analizar y evaluar primero, el uso que hace y segundo, la opinión que tiene, el personal de la Facultad de Veterinaria sobre las Redes Sociales institucionales del centro. Para ello, se han desarrollado sendos cuestionarios *ad hoc* dirigidos respectivamente a estudiantes y PDI que recogen las variables más significativas que han permitido llevar a cabo este estudio. Además de obtener resultados en relación a los objetivos del estudio, las encuestas se han diseñado para analizar también los aspectos generales de uso de las redes sociales por estudiantes y PDI y el uso académico y profesional que se hace de ellas.

La encuesta dirigida a PDI se ha realizado online utilizando la tecnología encuestafácil de forma gratuita gracias al convenio de Universia con esta plataforma. El cuestionario consta de 26 preguntas y se estructura en 5 dimensiones: aspectos identificativos, uso general de las RRSS, uso académico y profesional de las RRSS, uso de RRSS institucionales de la Facultad de Veterinaria y evaluación de las RRSS institucionales de la Facultad de Veterinaria.

La población de estudio es de 188 profesores y se ha contestado por aproximadamente el 55% por lo que entendemos que la respuesta es suficiente mente amplia y significativa para obtener los resultados. En cuanto a resultados generales, destacaremos que los profesores se reparten equitativamente en cuanto a género, siendo ligeramente superior el número de mujeres y, mayoritariamente, con más de 50 años. El 65% son usuarios habituales de RRSS, de los que solo un 12% cree que no tienen utilidad en el ámbito universitario. Todas las RRSS consultadas son utilizadas en docencia, investigación, gestión y transferencia, destacando en docencia YouTube (58%) y Facebook (35%). El 80% indica que el uso de RRSS mejora algo, bastante o mucho el aprendizaje. En media, algo menos de la mitad conocen los perfiles institucionales de estas RRSS que son seguidas por un 50% de ellos (porcentaje similar al de seguidores de otras RRSS institucionales de nuestra universidad) tanto desde ordenadores como dispositivos móviles, principalmente para informarse sobre noticias y novedades del centro (90%), con una frecuencia mayoritaria de un día a la semana (68%).

Las RRSS del centro se evalúan mayoritariamente con una nota media de 4 sobre 5 en relación al diseño, contenido e información proporcionada, considerándose adecuados los contenidos publicados (96%). Consultado el grado de utilidad en la vida universitaria, sobre una escala 1- 5, destacan, con una puntuación de 3 o más, Twitter (75%) y YouTube (85%). A más de la mitad de los encuestados les gustaría que se incrementara la información y actividad en las RRSS institucionales, demandando formación específica para su uso docente.

El análisis de resultados se ha realizado también desagregando los datos de forma que hemos podido obtener toda la información correspondiente al PDI de cada uno de las titulaciones de grado que se imparten en la Facultad: Ciencia y Tecnología de los Alimentos y Veterinaria.

Presentamos de forma gráfica algunos de los principales resultados encontrados.

PDI con docencia en el ámbito en Veterinaria.

Grado en Veterinaria,
Máster en Nutrición Animal,
Máster en Sanidad y Producción Porcina,
Doctorado

Respuestas: **94** cuestionarios, de los cuales **80** ($\approx 85\%$ de la población)

$\approx 67\%$ > de 50 años

52% mujer

64% usuario de RRSS

Uso académico y profesional de las RRSS



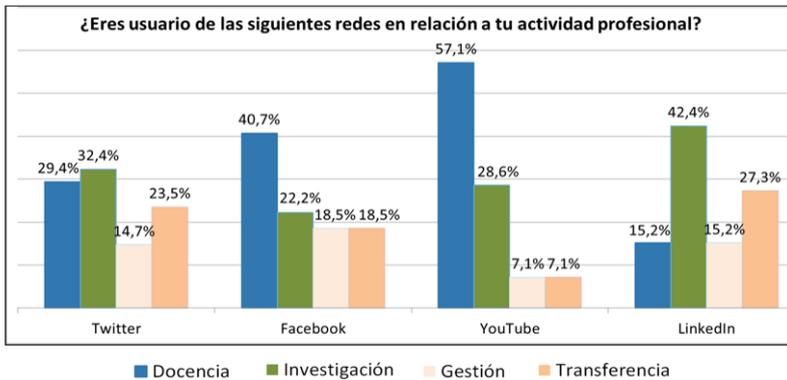
Principales usos

Compartir materiales o intercambiar información

Estar actualizado en contenidos académicos o profesionales

Consultar noticias relacionadas con los estudios impartidos o la profesión

Estar en contacto con otros usuarios o redes sobre temas académicos o profesionales



Mejora del aprendizaje

24%

POCO o NADA

76%

SÍ que lo mejora

40 %

BASTANTE O MUCHO



RRSS Institucionales Facultad de Veterinaria

Grado de conocimiento

Twitter- Facebook **50%**
YouTube **34%**
LinkedIn **34%**
Grupo egresados LinkedIn **13%**

Grado de seguimiento

Disminuye hasta el **20-25%**
[Similar al de otras RRSS institucionales de la universidad]

Finalidad

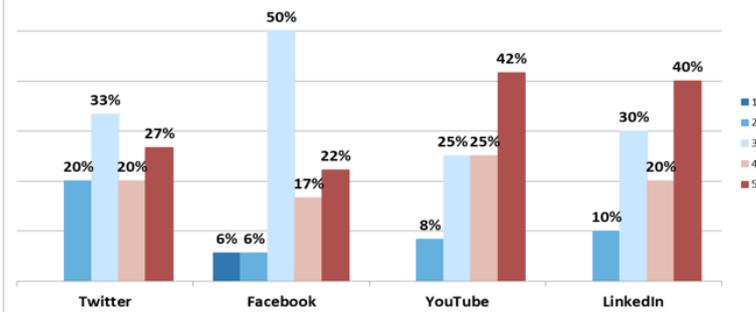
> **87%** Informarme sobre actualidad, noticias y novedades del Centro
42% Curiosear

Frecuencia de uso

27% Consulta contenidos más de 3 días a la semana
68% 1 días a la semana

Evaluación de las RRSS Institucionales de la Facultad de Veterinaria

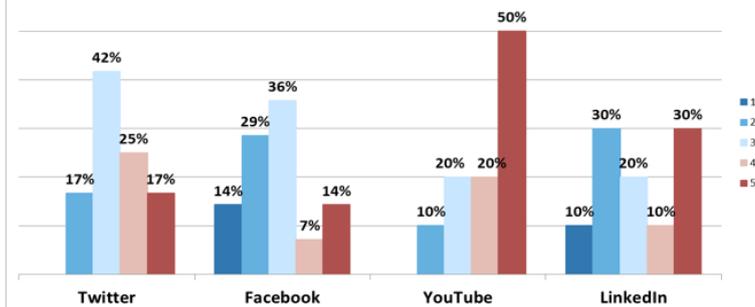
Para cada RRSS de la Facultad que conozcas, puntúa de 1 a 5 de forma global en relación a su diseño, contenidos, información...



95% Cree que los contenidos son adecuados

50% desearía aumento de actividad en las RRSS institucionales con apoyo de personal específico

Para cada RRSS de la Facultad que usas, puntúa de 1 a 5 en relación al grado en que han sido de utilidad en tu vida universitaria



PDI con docencia en el ámbito en Ciencia y Tecnología de los alimentos.

48

(≈ **79%** de la población)

Grado en CTA

Doble Grado Consecutivo en CTA / Ing Agroalimentaria y del Medio Rural

Máster en Calidad, Seguridad y Tecnología de los Alimentos

Doctorado

≈ **50%** > de 50 años

62% mujer

63% usuario de RRSS

Uso académico y profesional de las RRSS



Principales usos

- Estar actualizado en contenidos académicos o profesionales
- Estar en contacto con otros usuarios o redes sobre temas académicos o profesionales
- Compartir materiales o intercambiar información
- Consultar noticias relacionadas con los estudios impartidos o la profesión

Mejora del aprendizaje con el uso de RRSS

23% POCO o NADA **77%** Sí que lo mejora

35 % BASTANTE O MUCHO

RRSS Institucionales Fac Veterinaria



Grado de conocimiento

Twitter- Facebook > 50%
 YouTube 34%
 LinkedIn 42%
 Grupo egresados LinkedIn 31%

Grado de seguimiento

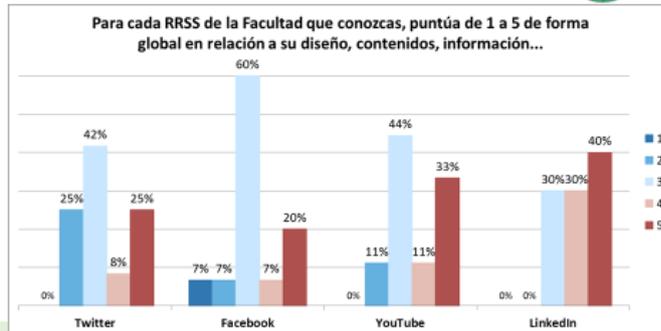
Disminuye hasta el 20-25%
 [Similar al de otras RRSS institucionales de la universidad]

50% desearía que se aumentara la actividad en Redes con apoyo de personal específico

Finalidad

Informarme sobre actualidad, noticias y novedades del Centro > 80%
 Curiosear 50%

Evaluación de las RRSS Institucionales



100% Cree que los contenidos son adecuados
25% Consulta contenidos 3 días/ semana - 62% 1 días/ semana

Evaluación de las RRSS Institucionales



Estudiantes

En el caso de la encuesta dirigida a estudiantes, se obtuvieron 119 respuestas, cifra bastante significativa teniendo en cuenta las más bajas cifras de participación que se han obtenido en otras consultas a estudiantes, lo cual muestra el interés que tienen por esos temas. Al igual que en el caso del PDI, la encuesta se realizó online utilizando la tecnología encuestafacil y se distribuyó a través del correo electrónico. Cabe destacar que más del 90% de las respuestas recogidas se produjeron el mismo día de distribución del email.

El cuestionario consta de 25 preguntas y se estructura también en 5 dimensiones: aspectos identificativos, uso general de las RRSS, uso académico de las RRSS, uso de RRSS institucionales de la Facultad de Veterinaria y evaluación de las RRSS institucionales de la Facultad de Veterinaria.

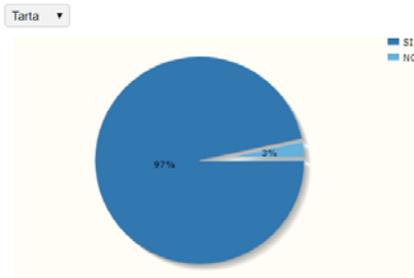
La mayoría de las respuestas recogidas (75%) fueron de mujeres, lo cual es acorde con la distribución por género en nuestro centro. Se consultó por la variable edad como mejor identificador que el curso que se realiza para poder analizar las respuestas. La desagregación por edades (que se corresponderían con mayor fiabilidad a los cursos) está previsto realizarla para un análisis posterior, presentando los correspondientes resultados en Congreso, así como la desagregación por titulación o grado cursado. Los estudiantes son mayoritariamente usuarios de las RRSS y únicamente un 4% cree que no tienen utilidad en el ámbito universitario y más de la mitad consideran que permiten bastante o mucho la mejora del aprendizaje.

Como red más utilizada en docencia destaca YouTube, aunque el canal de la facultad no se encuentra entre las redes institucionales más conocidas. En este aspecto, las redes con más implementación entre los estudiantes son Facebook y Twitter; una de las razones podríamos encontrarla en que han sido las primeras redes institucionales puestas en funcionamiento. Todo ello lleva a concluir que es necesario potenciar el uso y conocimiento del canal de YouTube, con una amplia producción multimedia del centro. En general, las RRSS institucionales de la facultad son bien valoradas por los estudiantes, siendo las mejores Facebook y Twitter, probablemente por ser las más conocidas y

utilizadas entre este colectivo. La respuesta es similar cuando se pregunta sobre el grado de utilidad que han tenido en la vida universitaria para los estudiantes. En este caso, como parece lógico, la red que les ha parecido menos útil es LinkedIn ya que se trata de una red profesional que todavía no utilizan y que desde el centro está también dirigida a mantener contacto con estudiantes egresados publicando información, ofertas de empleo, etc.

Presentamos de forma gráfica algunos de los principales resultados encontrados.

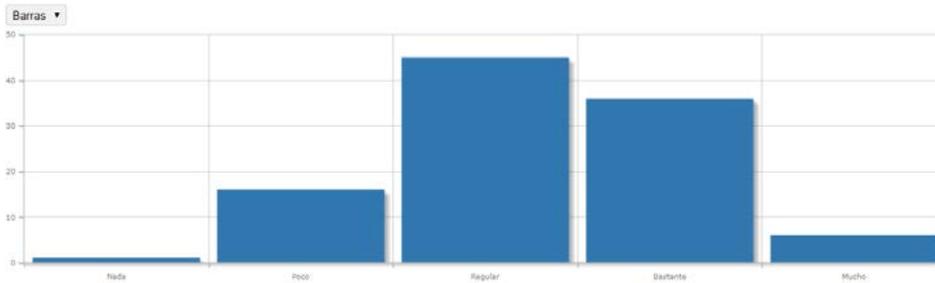
¿Eres usuario de Redes Sociales (o lo has sido en algún momento) en tu vida personal o académica?



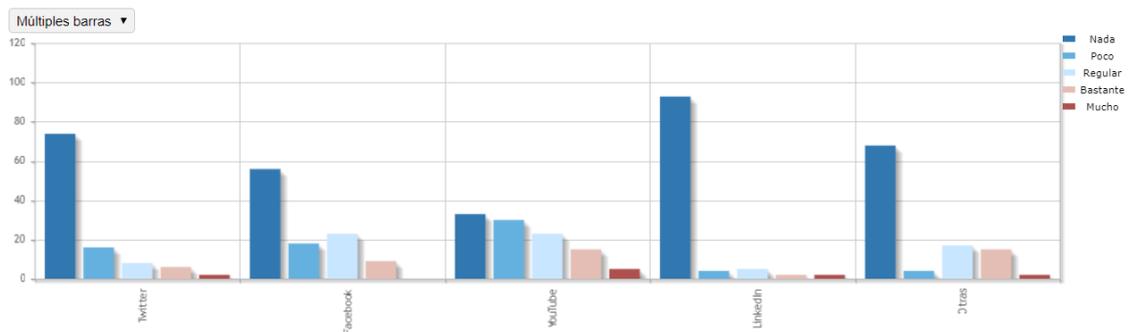
¿Crees que las RRSS tienen utilidad en el ámbito universitario?



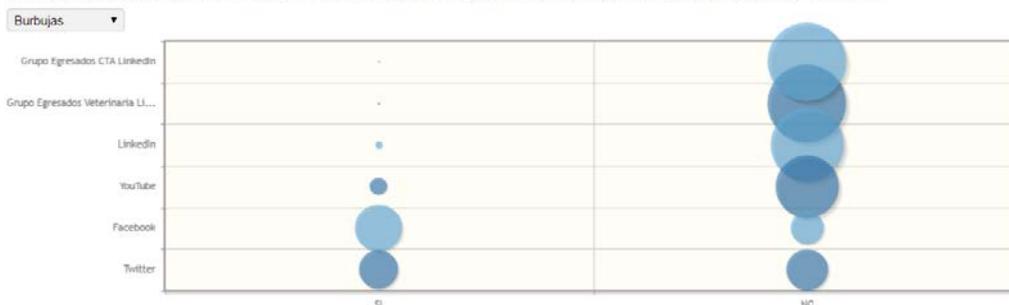
¿En qué grado crees que el uso de RRSS permite la mejora en el aprendizaje?



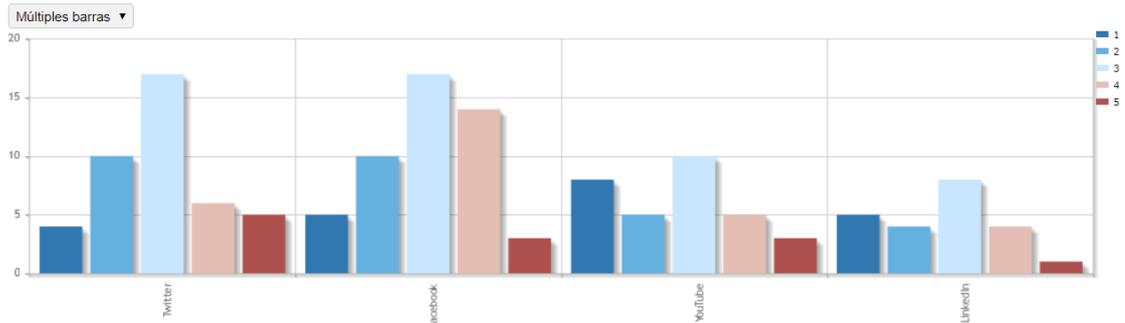
¿Eres usuario de las siguientes redes en relación a tus estudios o para la docencia?



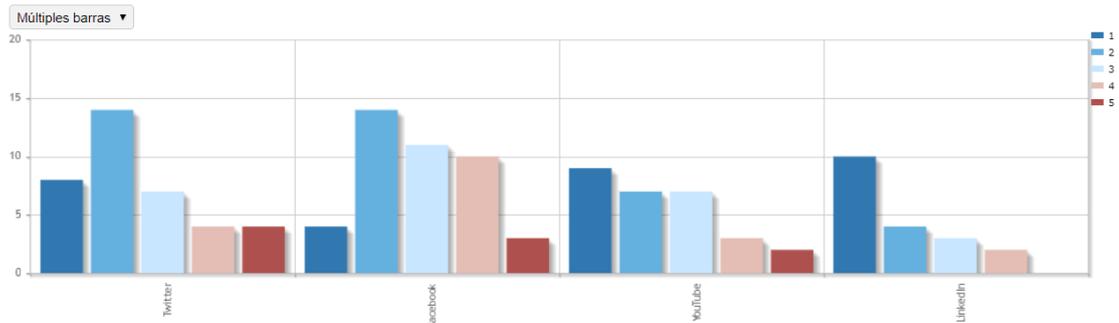
¿Conocías antes de ahora que la Facultad de Veterinaria tiene perfiles institucionales en las siguientes Redes Sociales?



Para cada RRSS de la Facultad que conozcas, puntúa de 1 a 5 de forma global en relación a su diseño, contenidos, información...



Para cada RRSS de la Facultad que usas, puntúa de 1 a 5 en relación al grado en que han sido de utilidad en tu vida universitaria.



Gestionar, mantener y actualizar los perfiles de estas redes sociales

Tanto la apertura de perfiles como todo el desarrollo, actualización y mantenimiento desde el inicio y durante todo el curso 2018-19 se ha realizado desde el vicedecanato de Tecnología e Innovación



Educativa y Cultura Digital incluyendo la atención a seguidores, gestión y publicación de noticias, etc. Además de las herramientas propias de las redes también se gestionan y utilizan herramientas como Hootsuite, plataforma que permite gestionar, publicar y programar las publicaciones en las diferentes cuentas de redes sociales desde una sola aplicación. Durante el año 2018 se ha focalizado la atención especialmente en las publicaciones en LinkedIn

para potenciar el uso de esta red social profesional.

Destacaremos algunos datos estadísticos correspondientes a 2018 sobre las RRSS del

Twitter, <http://twitter.com/FVeterinariaUZ>

La presencia en Twitter permite publicar mensajes cortos para comunicar fundamentalmente novedades, cursos, conferencias, alertas, actos de agenda, convocatorias, etc. También se posibilita la interacción con los usuarios. En 2018 el número de perfiles que siguen la cuenta ha aumentado en un 130%.. El número de tweets publicados hasta final de 2018 asciende a 2.400. El alcance logrado como número de impresiones de los tweets (esto es, la medida del número de personas que han visto un tweet en su timeline) ha sido también muy alto. El número de impresiones totales de tweets alcanzado en 2018 es de 157,4 K. El tweet principal con más número de impresiones (más de 5.000) hace referencia a una información comunicada sobre una formación online en derecho farmacéutico. Respecto a tweets con información propia, el alcance mayor (4.400 impresiones) se logró al publicar la despedida y comunicar las condolencias por el profesor Manuel López, seguido en cifras similares (en torno a 1.800 a 2.000 impresiones) por diferentes tweets referentes a informaciones sobre la Graduación y Actos del Patrón del Centro, Jornadas de Bienvenida, felicitaciones a la Profesora M Dolores Pérez premiada en noviembre, el nuevo portal del investigador de la Biblioteca, programa Erasmus Prácticas 2018-2019 o programa Spinup “Emprende con Unizar”.

Facebook <http://facebook.com/FVeterinariaUZ>

La presencia en esta red social se realiza mediante una página que, a diferencia de un perfil personal (representativo de un usuario), está expresamente pensado para instituciones o empresas, permitiendo a las organizaciones una solución corporativa para transmitir información e interactuar con los usuarios. La forma de relación es a través del “me gusta”. En el año 2018 la publicación con mayor alcance y clics/acciones fue la felicitación de Navidad del Equipo de Dirección de la Facultad (llegando a 1666 personas) seguida de la noticia con las condolencias por el profesor Manuel López que alcanzó a 963 personas. Globalmente se ha llegado a un alcance de actividad de más de 16.000 personas, de las cuales más de 13.000 en España y más de 5.000 en Aragón. También se ha alcanzado a usuarios de otros países como (en orden decreciente) México, Francia, Italia, Reino Unido, Alemania, Estados Unidos, Polonia, Países Bajos, Bélgica, y otros, hasta un total de 48 países. El número de seguidores ha aumentado hasta 1.500 usuarios de Facebook distribuidos en 38 países; la mayoría (1.200) en España. Cabe destacar que los seguidores son mayoritariamente mujeres, 73%, frente al 26% de hombres y principalmente con edades comprendidas entre los 18 y los 34 años. El número de “me gusta” es de 1.444. La valoración en las opiniones es de 4.6 sobre 5. El origen de las visitas se encuentra en el propio Facebook principalmente pero también de forma destacada desde google.es y la página web del centro veterinaria.unizar.es.

YouTube <https://www.youtube.com/channel/UCBaUjHQpZL6c3-VIRLs9IZg>

Esta plataforma se utiliza para publicar y compartir vídeos que forman parte de la producción multimedia del Centro. En este caso se optó por configurar un canal de empresa (y no un canal personal) de forma independiente. El canal está estructurado en secciones y listas de reproducción ordenadas por las diferentes áreas temáticas de la producción multimedia alojada. Existen cinco secciones para Veterinaria; Ciencia y Tecnología de los Alimentos; Salidas profesionales Veterinaria y Ciencia y Tecnología de los Alimentos (CTA); Concursos y Premios y Varios. En el año 2018 hay 27 listas de reproducción que albergan 355 vídeos, lo que supone un aumento del 361% respecto del año anterior. Este mismo año se ha finalizado de analizar todos los vídeos para estudiar su conformidad con la Ley de Propiedad Intelectual y legislación vigente y pasar su visualización a estado público. En el momento actual la cuenta está verificada, no existe ningún aviso por infracción de los derechos de autor y no hay ningún aviso relacionado con las Normas de la Comunidad. Se ha solicitado y concedido la personalización de la URL de modo que al canal se puede acceder desde la dirección <http://youtube.com/c/FacultaddeVeterinariaUniversidaddeZaragozaEspaña>

El número de suscriptores ha aumentado un 404% en 2018, alcanzando la cifra de 303. El número de visualizaciones totales desde que se inició la cuenta es de 71.116 y ha aumentado exponencialmente en 2018, concretamente un 828% respecto al año anterior, lo que corresponde a 58.000 visualizaciones en 135.400 minutos, que a su vez supone también un aumento de tiempo de reproducción de 556% respecto del año anterior. Esto se debe, entre otras razones, a la mayor disponibilidad de vídeos públicos, alcance a los seguidores y difusión en otros canales de comunicación y Redes Sociales. La visualizaciones principales se realizan desde España (27%), México (27%), Colombia (11%), Perú (11%) y Argentina (8,2%) y Ecuador (3%), aunque también se registra un número menor de visualizaciones de hasta otros 19 países de habla no hispana. El vídeo con mayor tiempo de reproducción es “Parto y manejo del lechón recién nacido” con 9.591 reproducciones, y el que más veces se ha reproducido, aunque con la mitad de tiempo que el anterior es “Inseminación artificial en la especie ovina”, con 12.423 visualizaciones. Las fuentes de tráfico principales son la búsqueda directa en YouTube (60%), los vídeos sugeridos (20%) y los vídeos insertados (13%). Respecto al sexo de los usuarios, el 56% son hombres y el 44% mujeres. Finalmente, cabe destacar que el dispositivo más utilizado para acceder a los vídeos es el teléfono móvil (66%), registrándose los picos de acceso en los meses de julio y agosto; seguido del ordenador (26%) y en menor medida la tableta (5%).

LinkedIn <https://www.linkedin.com/in/fveterinariauz>

LinkedIn es fundamentalmente una plataforma de interacción de profesionales que permite el intercambio de experiencias y colaboración en los círculos de contacto. Además se publica un perfil general del Centro que proporciona gran visibilidad. En la actualidad se cuenta con 1.246 contactos

de profesionales en el perfil general de LinkedIn. En 2018 se ha iniciado una línea estratégica de comunicación utilizando esta plataforma profesional realizando publicaciones con información similar a la distribuida en el resto de Redes Sociales del Centro, algunas de ellas con gran visibilidad, alcanzando más de 1.000 visualizaciones en el feed. Dentro de esta estrategia también se encuentra el uso de la Red Social para mantener contacto y realizar seguimiento con los estudiantes egresados. Para ello se abrieron dos grupos para cada una de las titulaciones de grado (Veterinaria y CTA) como canal vehicular de comunicación. El acceso directo a los grupos se hace desde las siguientes direcciones:

Grupo Egresados Veterinaria UNIZAR, <https://www.linkedin.com/groups/8637243>

Grupo Egresados CTA UNIZAR, <https://www.linkedin.com/groups/8636038>

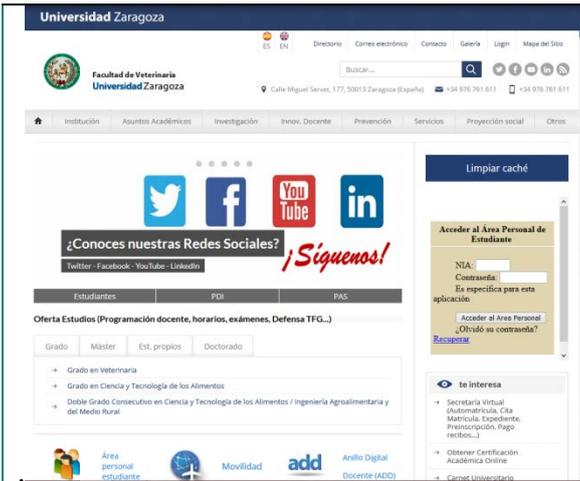
Los grupos están administrados por la vicedecana y los coordinadores de grado. En el momento actual se está procedimentando la inclusión de miembros y en el grupo de CTA se ha alcanzado hasta el momento a 108 miembros. Además, en la línea estratégica diseñada para esta Red se incluye un proyecto de innovación docente desarrollado en el curso 2018-19 con cuyo apoyo se ofrecerá una formación específica en el uso y elaboración del perfil en LinkedIn a los a los estudiantes de los últimos cursos de los grados en Veterinaria y Ciencia y Tecnología de los Alimentos. El objetivo es desarrollar una estrategia de comunicación específica para mantener el contacto y seguimiento de los estudiantes una vez egresados, mediante su participación en los Grupos para Egresados del perfil institucional LinkedIn de la Facultad.

Visibilizar la institución, promover la cultura digital y facilitar la proyección social.

La estrategia de proyección en Redes Sociales permite ganar visibilidad en lo relativo a la oferta académica de la titulación, de investigación, y servicios como se demuestra con las cifras presentadas para cada una de las RRSS institucionales. Se permite también vehicular contenido incluso académico y se contribuye a la transferencia y responsabilidad social de la institución. Además especialmente LinkedIn permite la conexión con egresados.

Fomentar el uso de las redes sociales como canales de comunicación para incrementar la difusión de actividades realizadas en el centro

Para fomentar el uso de las RRSS del centro se ha diseñado un plan estratégico que incluye la información dirigida por mail, la visibilización de las redes en la Web del centro, las TV instaladas en las distintas dependencias y mupis informativos. Entre las actuaciones realizadas, se ha enviado información a las listas de PDI y estudiantes del centro y se ha actualizado la información en la web de centro relativa a Redes Sociales dentro del apartado de menú relativo a Innovación Docente. También se ha incluido información relativa al informe de Gestión de RRSS de centro actualizado al año 2018, así como los resultados de las encuestas de opinión desarrolladas con este proyecto de innovación docente dirigidas a estudiantes y PDI con datos desagregados por titulación. Además, se ha elaborado cartelería específica distribuida por el centro, tanto en papel como en digital. Se han diseñado banner específicos para la Web e imágenes publicitarias de las redes para las pantallas informativas en TV y mupis del centro. También se han diseñado imágenes como fondo de escritorio que aparecerán en los monitores de aulas en los espacios entre clase junto con otra información de centro en rotativos



Asistencia a Congresos y publicaciones derivadas.

Congresos

- X Congreso Nacional CyTA – CESIA, 15-17 mayo 2019, Organiza Facultad de Veterinaria, Universidad de León. Comunicación “Uso de las Redes Sociales Institucionales por los docentes de Ciencia y Tecnología de los Alimentos de la Universidad de Zaragoza”.
- Ponencia: Sesión invitada en Innovación y Docencia en Ciencia y Tecnología de los Alimentos, por Diego García-Gonzalo. “Experiencias en innovación docente en el Grado en Ciencia y Tecnología de los Alimentos de la Universidad de Zaragoza” en X Congreso Nacional CyTA – CESIA, 15-17 mayo 2019, Organiza Facultad de Veterinaria, Universidad de León.
- VetDoc. 8-9 julio 2019, Facultad de Veterinaria Universidad Complutense Madrid. Comunicación “Redes Sociales de la Facultad de Veterinaria de la Universidad de Zaragoza: análisis de su uso por el personal docente del Grado en Veterinaria, Revista de Docencia Veterinaria”. Autores: Allueva-Pinilla, A.I, Alexandre-Marco, J.L., Acín-Tresaco, C., García-Gonzalo, D. Asisten al congreso Ana Allueva y José Luis Alexandre.
- Virtual USATIC, 4-6 septiembre 2019, Universidad de Zaragoza. Comunicación aceptada. Cómo utilizan y valoran los estudiantes de la Facultad de Veterinaria de la Universidad de Zaragoza las redes sociales institucionales. Autores: Allueva-Pinilla, A.I, Alexandre-Marco, J.L., Acín-Tresaco, C., García-Gonzalo, D.
- Además está previsto asistir y presentar comunicación en las XIII Jornadas de Innovación Docente e Investigación Educativa de la Universidad de Zaragoza, 5-6 de septiembre de 2019, y a la X Jornada de Buenas Prácticas en la docencia universitaria con apoyo de TIC, organizada por la Cátedra Banco

Santander de la Universidad de Zaragoza el 9 de septiembre de 2019.

Publicaciones.

Allueva-Pinilla, A.I, Alejandro-Marco, J.L., Acín-Tresaco, C., García-Gonzalo, D. Redes Sociales de la Facultad de Veterinaria de la Universidad de Zaragoza: análisis de su uso por el personal docente del Grado en Veterinaria, Revista de Docencia Veterinaria. 2019, vol 3: 97-98. ISSN 25-29-8704, EISSN:244-1754.

Allueva-Pinilla, A.I, Alejandro-Marco, García-Gonzalo, D. J.L., Acín-Tresaco. Uso de las Redes Sociales Institucionales por los docentes de Ciencia y Tecnología de los Alimentos de la Universidad de Zaragoza. En Impulsando la investigación y la innovación, editado por José María Rodríguez Calleja, Jesús Ángel Santos Buelga y Teresa María López Díaz, pp.49. ISBN: 948-8-9773-954-2.