

Informe de seguimiento de la carta de servicios




Gabinete de Imagen y Comunicación

Informe de seguimiento nº	1
Correspondiente al periodo:	Mayo 2015 – Septiembre 2020
Fecha del informe:	29/09/2020
Fecha del último informe:	

1. Tabla de indicadores

Compromiso	Indicador	Estándar de calidad	Datos periodo del informe	Observaciones
Atender las peticiones de miembros de la comunidad universitaria, realizadas en el marco de UNIZAR, para la difusión de proyectos o actividades en medios de comunicación, informándoles sobre su procedencia o no procedencia como hecho o actividad noticiable y, en caso, afirmativo, difundirlo	Número de noticias y convocatorias enviadas a los medios de comunicación Número de informaciones publicadas en los medios de comunicación	100%	Cumplido	
Contestar en un plazo máximo de tres días a las consultas o propuestas sobre convocatorias de ruedas de prensa, informando acerca de su procedencia o no procedencia y sobre la fecha de celebración de las mismas	Número de consultas recibidas	100%	Cumplido	
Remitir a todos los miembros de la comunidad universitaria que lo deseen, el <i>dossier</i> de prensa diario de la Universidad, todos los días laborales, antes de las 11 h.	Hora de envío	100%	Cumplido hasta julio de 2020	Desde julio de 2020 se ha suprimido el envío, por cuestiones relativas a la protección de propiedad intelectual
Enviar el boletín iUnizar a todos los miembros de la comunidad universitaria, todos los días laborales	Número de informaciones recogidas	100%	Cumplido	
Mantenimiento de la información de los mupis	Número de informaciones recogidas	Seguimiento	Cumplido	
Atender todas las consultas de los medios de comunicación	Porcentaje de atención a las demandas de los medios de comunicación	100%	100%	
Apoyar el proceso de migración a la nueva <i>web</i>	Número de unidades que han migrado a la nueva <i>web</i>	Seguimiento	Cumplido	
Actualizar permanentemente los contenidos de la <i>web</i> de la Universidad	Número de consultas por páginas	Incremento del número de consultas en un 5%	Cumplido	
Atender todas las consultas sobre la imagen corporativa de la Universidad y resolverlas en el plazo máximo de una semana	Porcentaje de atención a las demandas relativa a la imagen corporativa de la UNIZAR	100%	Cumplido	
Atender las solicitudes de asesoramiento sobre inserción publicitaria que se hagan por las unidades	Numero de folletos, carteles y otros soportes publicitarios coordinados por el Gabinete	Seguimiento	Cumplido	
Asesoramiento para las inserciones publicitarias institucionales	Número de folletos, carteles y otros soportes publicitarios coordinados por el Gabinete	Seguimiento	Cumplido	
Gestión de redes sociales	Número de seguidores en redes sociales («me gusta», «favoritos», «retwits»...)	Incremento del número de seguidores en un 10% anual	Cumplido	Actualmente se dispone de un técnico para gestión de redes sociales, que ha permitido un avance muy importante en este campo

Cuadro resumen:

	Número de compromisos cumplidos	12	100%
	Compromisos en vías de cumplimiento	Nº	%
	Compromisos no cumplidos	Nº	%

Véase lo dicho sobre el *dossier* de prensa.

2. Sugerencias, quejas y felicitaciones

La relación con la comunidad universitaria y con la sociedad (a través de los medios de comunicación) es constante desde el Gabinete de Comunicación, lo que provoca continuamente reacciones. En el inicio y final de curso se suelen concentrar un buen número de peticiones para dar a conocer nuevas medidas, procedimientos, actividades... En general, el Gabinete de Comunicación recibe agradecimientos por la ayuda en la difusión de las novedades.

La implantación de las redes sociales ha convertido esta vía en una fuente habitual de sugerencias, quejas y felicitaciones. De hecho, los estudiantes utilizan las redes para hacer llegar cuestiones que deberían trasladar a los centros o diferentes espacios. A través de las redes les intentamos orientar sobre el lugar más adecuado para trasladar sus peticiones y suelen agradecer esa labor de apoyo y orientación.

La relación con los medios de comunicación es también fluida y, en general, cordial.

3. Acciones de mejora propuestas

Dado que los estudiantes son nativos digitales y se sienten más cómodos preguntando y trasladando sus preocupaciones o alegrías por las redes sociales sería conveniente establecer una relación directa con el Centro de Información Universitaria. El Gabinete de Comunicación debe hacer un esfuerzo por buscar las respuestas a sus inquietudes y es muy probable que el CIU tenga una respuesta tipo o sepa ir directamente.

Persona responsable: Técnico de Redes Sociales.

Prioridad: media.

4. Actualización de la Carta de servicios

El servicio de envío diario del dossier de prensa se dejó de prestar a mitad de julio de 2020 para realizar ajustes de normativa. En estos momentos se está en proceso de negociación para obtener una licencia que permitirá retomar el servicio, aunque con algunos cambios que impone la nueva legislación de la Ley de Propiedad Intelectual, y poder retomar el envío del Resumen de Prensa. No podemos poner una fecha a la vuelta del servicio, pero sí que se puede afirmar que es un objetivo.

Respecto a las redes sociales, los cambios son constantes y muy rápidos. Redes sociales y velocidad son casi sinónimos. Por eso, atender las redes sociales obliga a respuestas y reacciones rápidas, aunque recordando que son las redes sociales de una institución y, por tanto, la respuesta necesita de una obligada reflexión. Desde el punto de la comunicación interna, las redes sociales deben contribuir a afianzar el sentimiento de comunidad, el orgullo de pertenencia a la Universidad de Zaragoza. Desde el punto de vista de la comunicación externa, las redes sociales deben respaldar y apoyar a la difusión tradicional de nota o rueda de prensa. Es decir, ayudar a alcanzar sectores de población (jóvenes, extranjeros...) a los que resulta muy complicado llegar por las vías más habituales.