

## **CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN DE LAS REDES SOCIALES A LA MEJORA DE LA VISIBILIDAD. EL EJEMPLO DE “DIASMUNDIALESDE”**

Torre-Aragonés TM. Hospital Universitario Infanta Leonor – Bibliotecaria.  
[teresadelatorrearagones@gmail.com](mailto:teresadelatorrearagones@gmail.com)

### **INTRODUCCIÓN**

En el año 2012 comienza el proyecto “*DiasMundialesDe*” cuyo principal objetivo es proporcionar al personal de las bibliotecas de ciencias de la salud y a sus usuarios recursos de información, de diversa tipología localizables en Internet coincidiendo con una fecha reconocida internacionalmente para conmemorar un hecho o promover la lucha contra una enfermedad. Para ello, se genera una página web donde recopilar estos recursos de manera organizada, pero desde el principio la difusión y promoción de los mismos no se realizó de manera sistematizada. En septiembre de 2016, se incorpora un nuevo miembro al equipo con el objetivo de gestionar las redes sociales del proyecto y sistematizar el proceso de difusión y promoción ejerciendo las funciones de Community Manager.

### **OBJETIVOS**

Conocer el impacto que ha supuesto la sistematización del proceso de difusión de los contenidos de “*DiasMundialesDe*” en medios sociales y cómo ha repercutido en la visibilidad del proyecto.

### **METODOLOGÍA**

Durante el último trimestre de 2016, se desarrolló el Plan de Medios Sociales donde se definían los objetivos, metas y las principales líneas de actuación estableciendo de esta manera la estrategia online a seguir. De la misma manera, se definió un Plan de Cobertura a Tiempo Real y los principales indicadores y métricas para evaluar la evolución e implantación de la estrategia online.

## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Se analizó el acceso a los recursos de información a partir de la puesta en marcha del Plan y se compararon los resultados con los accesos anteriores. Se ha demostrado que era necesario la creación de un Plan de Medios Sociales para aumentar la visibilidad del proyecto “*DiasMundialesDe*” y potenciar el posicionamiento web así como mejorar la reputación online del mismo. Además, con la monitorización de los resultados obtenidos desde septiembre de 2016, se han podido establecer líneas de mejora y pautas de actuación futuras.

## **CONCLUSIONES**

En la actualidad, estar en las redes sociales no es una finalidad, sino más un bien un medio para conseguir otros objetivos, como puede ser una mayor presencia y visibilidad de una marca. Esto implica establecer a priori una estrategia online bien definida que reporte beneficios y resultados acordes a los objetivos del proyecto.