MEMORIA DE ACTIVIDADES

2022

Gabinete de Comunicación
TvUBU
Redes Sociales institucionales

Actividades Gabinete de Comunicación

Enero – diciembre 2022

Desde el Gabinete de Comunicación, como responsable de la difusión y promoción de la actividad universitaria, entre enero y diciembre de 2022 se ha realizado el envío de un total de **1.463 correos electrónicos** a nuestra lista de distribución de medios de comunicación, integrada por **153 contactos** entre medios, agencias de noticias y periodistas, tanto locales como autonómicos y nacionales.

Estos mensajes engloban informaciones elaboradas desde el Gabinete, actividades de la UBU que pueden ser de interés para la sociedad, convocatorias de prensa o difusión de calendarios de actividades culturales, deportivas…

Estas comunicaciones se han traducido en unos **impactos en medios de difusión** cifrados en **12.965.304.435**, con una **valoración económica de 20.303.087 €.**, según datos de la empresa de pressclipping MyNews, que recoge en sus búsquedas los impactos en más de 500 fuentes de prensa impresa, 200.000 fuentes online, 50 canales y emisoras de televisión y radio.

	IMPACTOS	VALORACIÓN
ENERO	854.376.815	1.149.168
FEBRERO	781.239.161	1.260.491 €
MARZO	874.128.598	1.372.362 €
ABRIL	1.324.796.588	2.148.394 €
MAYO	630.723.143	1.069.051 €
JUNIO	1.482.917.927	2.247.623 €
JULIO	935.995.222	1.448.574 €
AGOSTO	574.805.767	1.078.506
SEPTIEMBRE	1.696.239.294	2.332.167 €
OCTUBRE	1.433.010.296	2.076.718 €
NOVIEMBRE	1.320.153.601	2.123.540 €
DICIEMBRE	1.056.918.023	1.996.493 €
Total	**12.965.304.435**	**20.303.087 €**

*****Suma de la audiencia potencial de los medios que han recogido informaciones que contienen el término "Universidad de Burgos" durante el periodo definido.*
***La valoración se realiza en función del importe que supondría insertar como publicidad la información.*

Además de esta comunicación masiva, desde el Gabinete de Comunicación se han atendido las demandas de periodistas de medios nacionales, regionales y locales con el fin de concertar entrevistas con múltiples miembros de la comunidad universitaria y/o ampliar informaciones. Entre **atención telefónica o vía electrónica** la cifra de **consultas** supera las **600**.

En lo que respecta a la **comunicación interna**, el gabinete gestiona el apartado de *Noticias* del *website* institucional de la Universidad de Burgos. Durante el periodo señalado se han publicado

1.358 noticias de elaboración propia – redacción, imagen gráfica y publicación web - que reflejan la actividad de los miembros del PDI, PAS o alumnado.

El Gabinete de Comunicación es, igualmente, responsable de la publicación de gran parte de las entradas de la sección de ***Agenda***, donde se han creado más de **950 contenidos** con los programas de congresos, lecturas de tesis, seminarios, conferencias, actividades culturales...

Estas publicaciones se difunden también en los diversos **boletines semanales** que, elaborados desde Comunicación Interna, se envían a la Comunidad Universitaria y suponen gran parte de su contenido.

Además, **se documenta gráficamente** la vida universitaria. Durante el año 2022 se han incorporado al banco de imágenes más de **8.000 nuevas fotografías,** que incluyen, además de las de actividad puramente académica o institucional, las realizadas con carácter promocional para ferias, difusión, inserciones publicitarias, solicitudes de medios de comunicación, graduaciones, retratos de miembros de la comunidad protagonistas de hechos relevantes, material gráfico de recurso… Todo este material está a disposición de la comunidad universitaria.

Por otra parte, se realiza un **resumen de prensa diario** destinado a los miembros del equipo rectoral. A partir de este material se elaboran dosieres personalizados sobre actividades concretas, como congresos o proyectos europeos, que se usan para la justificación de la financiación recibida.

Acciones de mayor relevancia

Además de actos institucionales anuales de especial relevancia académica, tales como la inauguración del curso, la Fiesta de la Universidad y Día del Doctor, las jornadas de bienvenida o los Premios del Consejo Social, destacamos la difusión realizada en otros temas que este año han tenido especial significación informativa

UCRANIA

La Universidad de Burgos recibió a un grupo de estudiantes ucranianos, gracias al programa **UBU-Refugio**. Desde el Gabinete de Comunicación se ha colaborado con esta iniciativa realizando llamadas a la colaboración para la búsqueda de alojamiento y empleo de estos estudiantes, además de difundir actividades académicas relacionadas con el conflicto (jornadas, seminarios, etc).

PERSONALIDADES

Svante Pääbo, vinculado al Laboratorio de Evolución Humana, ganó el **Nobel de Medicina**, la difusión de esta relación ha tenido gran repercusión en medios de comunicación.

La **ministra de Sanidad**, Carolina Darias, participó en los Cursos de Verano, cuya conferencia inaugural corrió a cargo de **Josep Piqué.**

La Cátedra de Monarquía Parlamentaria contó con la participación de personalidades como **Miquel Roca Junyent, Alfonso Guerra y Soraya Sáenz de Santamaría**, entre otros, con la consiguiente repercusión informativa.

Se concedió el **doctorado *honoris causa* a la enfermera Dolores Grinspum.**

El **embajador de Irlanda** participó durante dos días en un congreso en la UBU.

ACTIVIDADES ACADÉMICAS E INVESTIGADORAS

- Once nuevos investigadores se incorporaron a la UBU gracias al **Programa Margarita Salas.**
- Se constituyó en la UBU la **Cátedra de Derechos Humanos y Cultura Democrática del Instituto Nacional Auschwitz Birkenau**, primera del mundo con la colaboración directa del Museo Estatal Auschwitz Birkenau.
- La UBU coordina el **convenio** suscrito por la Junta de Castilla y León con las Universidades Públicas de la región para **buscar soluciones al reto demográfico y la despoblación**.
- Se constituyó la **Red Hispanoamericana de Derechos Humanos "Francisco de Vitoria",** que reúne a 20 instituciones.
- La primera promoción de **pilotos de la UBU** inició el curso en 2022.
- Se inauguró el nuevo **Máster Universitario Internacional en Terapia de la Mano**, impartido de forma conjunta con la Escuela de Salud del Politécnico de Leiria (Portugal)
- El Centro de Innovación y Tecnología en Videojuegos y Comunicación Audiovisual (**ÍTACA**), presentó sus **nuevas instalaciones.**
- En materia de **divulgación científica**, reforzamos la difusión de las actividades de la UCC+i, como la Semana de la Ciencia, el programa de tv Cien&Cia, la premiada serie sobre la Catedral de Burgos, o las numerosas actividades en la Estación de la Ciencia y la Tecnología.
- Difusión de los resultados obtenidos por la institución en los diferentes **rankings**, como la posición **215 entre las universidades con mayor impacto social y económico del mundo.**
- La **Sostenibilidad y el Medio Ambiente** también han sido objeto de difusión, como la aprobación del **Plan de Ahorro Energético**, el papel de la UBU como primera entidad en promoción de **actividades ambientales** en la provincia de Burgos o la actividad del rector en el ejercicio de la **presidencia de la Sectorial de CRUE** Sostenibilidad.
- En el campo de la **investigación**, además de la difusión de patentes o avances científicos nacidos en la UBU, destacan éxitos como el de ocho investigadores que obtuvieron **1M€** en la convocatoria **Proyectos de Generación Conocimiento 2021**, o los **2 M€** concedidos por el **Ministerio de Ciencia e Innovación** a proyectos de la UBU, con una tasa de éxito del 74%.

GRADO EN MEDICINA

Mención aparte merece la histórica demanda del grado en Medicina por la Universidad de Burgos, a la que se han sumado gran parte de los agentes sociales de la ciudad como el Pleno del Ayuntamiento, el Colegio de Médicos, partidos políticos… Esto, unido a la actividad desplegada desde la UBU para lograr este objetivo ha dado a esta reclamación una importante visibilidad y apoyo en numerosos medios.

INFRAESTRUCTURAS

En otro ámbito otras noticias relacionadas con la UBU tuvieron una importante repercusión como fue la cesión por parte de la Junta de nuevos inmuebles del Hospital Militar para uso docente e investigador, el anuncio del inicio de las obras del Hospital de la Concepción antes del verano de 2023, o los acuerdos con el Ayuntamiento para materializar la cesión de terrenos en La Milanera y para el desarrollo de nuevas infraestructuras de la Universidad y un recinto ferial permanente para la ciudad.

UNIVERSIDAD – EMPRESA

La implantación el próximo curso del **Grado en Ingeniería de la Empresa Digital** en Miranda de Ebro, con la colaboración de FAE – entidad con la que se realizan numerosas actividades durante el curso – es la muestra más reciente de la estrecha relación de la UBU con el tejido empresarial.

Este vínculo también se ha puesto de manifiesto en diversas informaciones relacionadas con diferentes empresas. Desde Cursos de Verano que ha contado con la participación de empresas como **Antolin, Hiperbaric, Adisseo, Eurofrits, Frías, Asti, Kronospan, Skretting, Matsa, TK Elevator, Nicolás Correa o Pharmex** a numerosas jornadas formativas o programas de **prácticas** han sido reflejadas por los medios de comunicación.

Algunas de las muestras más evidentes de esta unión es el **Foro de Empleo de la UBU**, que volvió a celebrarse en modalidad presencial; el **proyecto** del **Plan Complementario de Energía e Hidrógeno Renovable** que, financiado con **2,7 millones** de euros, lidera la Universidad e implica a empresas como Hiperbaric; o convenio firmado por la Universidad de Burgos y el **consorcio europeo KIC Innoenergy**, para impartir formación especializada en baterías de alto rendimiento.

A estas informaciones hay que sumar las relacionadas con el mundo del **Emprendimiento y la Transferencia**, como el nacimiento de dos **nuevas starups** en el seno de la Universidad - Revoluciona tu PYME y 2131 norte - o eventos como UBU Talento Emprendedor - The Passion Economy, el Startup Weekend Burgos y las acciones relacionadas con el programa **TCUE 2021-2023.**

INTERNACIONALIZACIÓN

La incorporación de la Universidad de Burgos a la **Universidad Europea RUN-EU** se oficializó en noviembre de 2022 y representa un hito en la estrategia de internacionalización de la institución. Con ello, y dentro de una organización integrada por nueve universidades públicas del continente, la UBU pasa a formar parte del diseño de la UE para el sistema universitario europeo.

EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

En cuanto a las actividades de **extensión universitaria** hemos difundido entre los medios de comunicación todos los cursos realizados por **UBUAbierta**, actividades deportivas, los programas de **Formación de Mayores** – que este curso han superado todos los datos de matrícula anteriores- o la intensa **actividad cultural** que ha recuperado la normalidad con la vuelta del Tablero de Música, y un **Julio Cultural** que atrajo a más de **12.500 personas.**

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

- Premio PepsiCo Trabajo Fin de Máster (TFM).
- Premio Mundial a la Ciencia "Eureka 2022". Cátedra Miradas por el Autismo.
- Premio Historia de la Contabilidad 2022.
- Un ingeniero burgalés, entre los 35 más influyentes de España menores de 35 años.
- Alumna de la UBU obtiene una beca Fulbright.
- Segunda mejor nota de España a una alumna de doctorado de la UBU.
- 'Burgos 1921' gana el premio E-VOLUCIÓN a mejor proyecto de Realidad Virtual.
- Premios para la UBU en la iniciativa Campus Emprendedor.

Actividades TvUBU

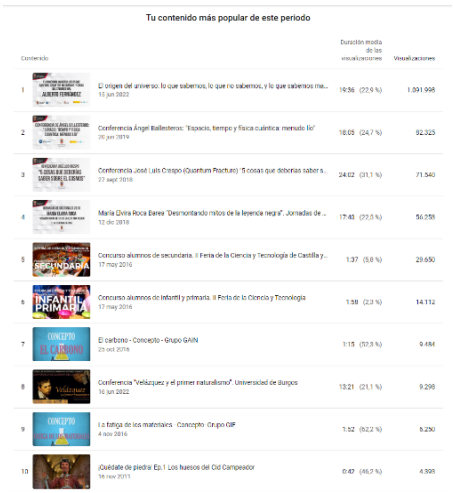
Enero – diciembre 2022

Durante el año 2022 el contenido generado en el canal de **YouTube:**

- Se han publicado 227 vídeos y se han programado 90 retransmisiones en directo.
- Entre streamings y vídeos subidos se ha conseguido 1.593.207 visualizaciones.
    - *191% más que los 365 días anteriores*
- El tiempo acumulado de visualización en el canal ha sido 455.255,5 horas.
    - *328% más que los 365 días anteriores*
- Se han conseguido 7.300 nuevos suscriptores.
    - *251% más que los 365 días anteriores*
- Durante este periodo el vídeo más visto ha sido "El origen del universo: lo que sabemos, lo que no sabemos, y lo que sabemos mal. Alberto Fernández" con 1.092.218 visualizaciones y un total de 356.793,9 horas reproducidas.
- La retransmisión en directo más vista durante este periodo ha sido "First Lego League 2022" con un total de 4.170 visualizaciones y 217 horas reproducidas.

Igualmente, en **Instagram** se han conseguido **7.943 visualizaciones** entre cinco vídeos cortos que se subieron como "Reels".

Tus vídeos han conseguido 1.593.207 visualizaciones en el 2022



Desde la fecha de creación del Canal de YouTube los datos han sido los siguientes:

- Se han **publicado 2.328 vídeos** y se han programado **315 retransmisiones en directo**.
- Entre *streamings* y vídeos subidos se ha conseguido **4.836.933 visualizaciones**.
- El **tiempo acumulado de visualización en el canal ha sido 1.100.000 horas**.
- Se han conseguido **18.722 suscriptores**.
- Durante este periodo el vídeo más visto ha sido "El origen del universo: lo que sabemos, lo que no sabemos, y lo que sabemos mal. Alberto Fernández" con 1.092.998 visualizaciones y un total de 356.793,9 horas reproducidas.
- La retransmisión en directo más vista durante este periodo ha "RUGBY UBU Colina Clinic vs Sanitas Alcobendas Rugby. Liga Heineken" con un total de 8.039 visualizaciones y 1800 horas reproducidas.

Actividades Redes Sociales Institucionales

Enero – diciembre 2022

En relación a la promoción de contenidos a través de las RRSS generales de la Universidad de Burgos, tanto informativos (noticias o avisos) como para promoción de eventos, se ha seguido la dinámica de años anteriores, que incluye no sólo la gestión de los perfiles generales sino la realización de campañas promocionales de pago para los diversos servicios y titulaciones que lo solicitan, la colaboración y creación de contenido en diferentes perfiles, resolución de dudas, formación y asesoramiento a nuevos publicadores y creación de material promocional, en formato banner, para diferentes cursos y eventos.

Como en años anteriores, se ha dedicado un especial esfuerzo a la promoción de la oferta formativa de la UBU en los periodos de matriculación, tanto en la promoción orgánica de los cursos como en la creación de campañas de pago.

Siguiendo las tendencias de uso de RRSS por parte de nuestro público objetivo, se ha ampliado el esfuerzo dedicado a la dinamización de contenidos en Instagram, plataforma que gracias a los cambios adoptados en sus mecánicas de publicación ofrece cada vez mejores resultados y se ha convertido en una plataforma fundamental para la comunicación con nuestra Comunidad Universitaria. En todo caso, desde el Gabinete de Comunicación de la UBU se siguen estudiando futuras opciones para mejorar y ampliar las opciones de comunicación en distintos Medios Sociales cuando la situación así lo aconseje.

Como muestra representativa del trabajo de comunicación realizado, merece la pena destacar algunos datos relevantes, referidos en este caso a los tres perfiles generales de la Universidad de Burgos gestionados de forma directa y exclusiva por el Gabinete de Comunicación, en las plataformas de Facebook, Twitter e Instagram (Los datos son relativos a los últimos 12 meses, pero dada la regularidad y volumen de publicación, son una extrapolación válida para los datos finales de 2022).

INSTAGRAM

La promoción se realiza de forma principal a través de historias (publicaciones de 24 horas de duración que se comparten también en Facebook). Para ello se han realizado un total aproximado de:

- 500 noticias en formato gráfico para su publicación como historias.
- 700 banners promocionales de actividades de agenda, avisos y campañas informativas.

Los contenidos anteriores junto con la promoción de contenidos externos en nuestro canal, permitirá alcanzar las 3.000 historias publicadas.

Gracias a ello se prevé cerrar el año con:

- Más de 300.000 cuentas únicas alcanzadas
- Unas 30.000 visitas directas al perfil (cuentas únicas)
- Más de 2.200 nuevos seguidores.

A falta de las estadísticas finales, es previsible cerrar el año con un total cercano a los 7.800 seguidores.

FACEBOOK

La promoción se realiza mediante la publicación de enlaces con texto informativo acompañados de imágenes, carteles oficiales de evento y banners promocionales. Para ello se han realizado un total aproximado de:

- 180 banners promocionales

Los contenidos anteriores junto con la promoción de las diferentes noticias, eventos y campañas promocionales de pago permitirán alcanzar las 750 publicaciones, la cuales se traducen en una previsión final de:

- Más de 2.000.000 de cuentas únicas alcanzadas.
- Más de 17.500 visitas al perfil (cuentas únicas).
- Casi 800 "Me gusta" en la página.

A falta de las estadísticas finales, es previsible cerrar el año con más de 11.000 seguidores.

TWITTER

La promoción se realiza mediante la publicación de enlaces con texto informativo acompañados de imágenes, carteles oficiales de evento y banners promocionales. Para ello se han realizado un total aproximado de:

- 240 banners promocionales.

Los contenidos anteriores junto con la promoción de las diferentes noticias, eventos y campañas promocionales de pago permitirán alcanzar las 2.500 publicaciones propias, que se traducen en una previsión final de:

- Casi 700.000 impresiones.
- Más de 200.000 visitas al perfil (un mismo usuario puede realizar varias visitas).
- Casi 450 nuevos seguidores (cifra que este año se ha visto influida por una muy fuerte campaña de reducción de cuentas "falsas" por parte de Twitter, que en nuestro caso

superaron ligeramente los 150 seguidores eliminados, lo cual no deja de ser un dato positivo).

A falta de las estadísticas finales, es previsible cerrar el año con más de 13.600 seguidores.