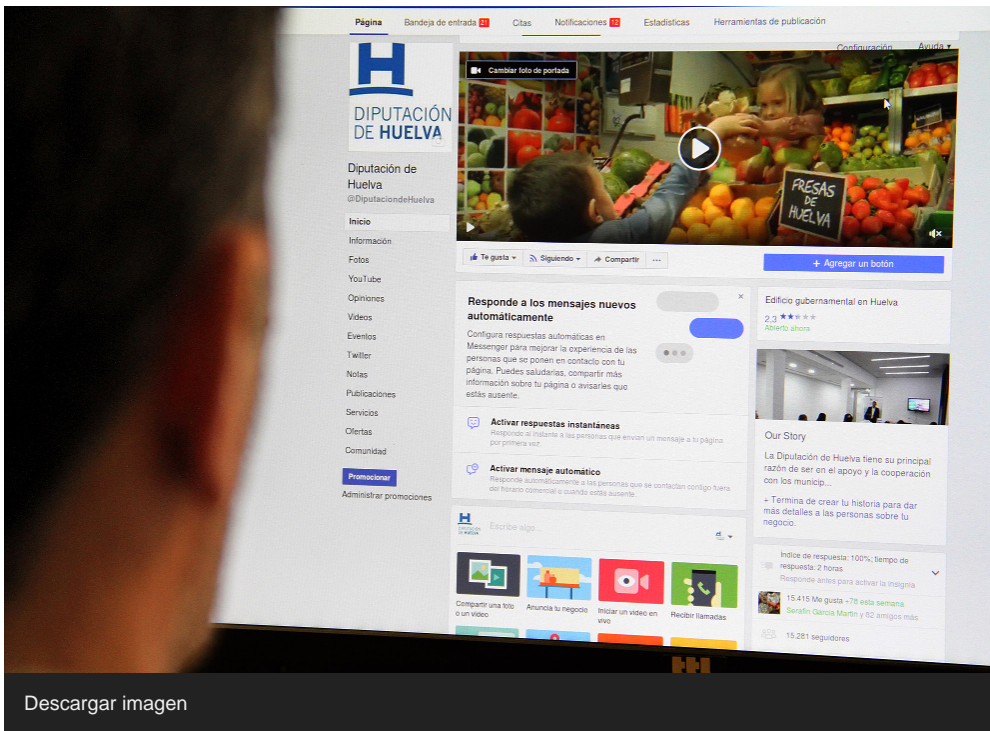


miércoles 24 de enero de 2018

Diputación incrementa un 119 por ciento los seguidores de su página de Facebook respecto al año anterior



Con un aumento de un 40 por ciento en el alcance, se sitúa como el segundo perfil con más seguidores de todas las Diputaciones andaluzas, por detrás de Almería

La Diputación de Huelva consolida sus redes sociales como instrumento de comunicación con los ciudadanos. Así lo demuestran las cifras del informe anual de sus páginas en Twitter y Facebook, destacando especialmente esta última, ya que el número de nuevos seguidores durante el último año (en el periodo de noviembre 2016 a

noviembre de 2017) se incrementó en 8.236, lo que supone un aumento del 119 por ciento con relación a los nuevos seguidores que se obtuvieron en el año anterior. A día de hoy la Diputación de Huelva cuenta con 15.4217 seguidores en Facebook.

El número de seguidores directos sitúa la página de la Diputación de Huelva en Facebook como la segunda más seguida de todas las Diputaciones andaluzas, solo por detrás de Almería (con 28.695 en noviembre de 2017) y por delante de Málaga, Jaén y Córdoba (con entre 11.000 y 15.000 seguidores) y de Sevilla. Cádiz y Granada (con menos de 10.000 seguidores a fecha del informe).

En el Facebook todos los indicadores han experimentado un incremento significativo respecto al año anterior. Así, la media del alcance de las publicaciones -el número de personas a las que se muestra la publicación aumentó en un 40 por ciento (con 2.869 personas más), la media de reacciones se incrementó un 38 por ciento, la media de comentarios, un 71 por ciento -con 5 comentarios más por publicación- y la media de publicaciones compartidas en un 26 por ciento.

Según el informe de las redes sociales, los posts de Facebook con mayor alcance del año son en primer lugar el vídeo del programa España Directo en La Antilla, con un alcance de 136.203 personas y más de 4000 reacciones (2.403 "me gusta", 171 comentarios y 1.444 veces compartido, lo que convierte en el post más compartido del año). Otro vídeo de España Directo, esta vez sobre la belleza de la flecha, el río Piedras y la gastronomía de El Rompido, fue el segundo

post más visto, con un alcance de 95.866 personas y más de 2.800 reacciones (1.810 "me gusta", 82 comentarios y 935 veces compartido). Ambas publicaciones, del 25 de julio y el 1 de agosto, respectivamente, coinciden con el periodo estival, en el que las localidades costeras de la provincia de Huelva, con sus numerosos atractivos naturales y turísticos, son los protagonistas.

El tercer post con más repercusión del año corresponde a una publicación sobre la prueba de BTT Huelva Extrema en 6 de noviembre, día en el que se anunció la fecha de celebración de la próxima edición. La noticia, que fue mostrada a 66.308 personas, obtuvo 2.288 reacciones, de ellas 1.522 me gusta, 351 comentarios y 416 veces compartida.

Los tweets más destacados del año

En cuanto a Twitter, el perfil de la Diputación también ha experimentado un incremento significativo en todos los indicadores durante este último año, tomando como referencia de septiembre a diciembre de 2017 con respecto a 2016. En ese periodo el número de seguidores ha aumentado en 1362 personas -aproximadamente cuatro nuevos seguidores diarios-, lo que supone un incremento del 16,5 por ciento anual. La media de impresiones, es decir el número de veces que los usuarios vieron la publicación en Twitter aumentó un 57 por ciento y la media de clicks a enlaces un 48 por ciento. En cuanto a los retweets y "me gusta", ambos se incrementaron una media de un 67 por ciento en el periodo referido.

El Twitter de la Diputación, con 9.771 seguidores a fecha de hoy, es el sexto de las Diputaciones andaluzas por número de seguidores directos. Si tenemos en cuenta la población total de la provincia, el porcentaje relativo de seguidores coloca a Huelva en tercera posición.

En cuanto al contenido de los tweets, sobresale entre todos los del año la publicación de Manuel Carrasco como embajador de Huelva en el stand de Fitur, publicado el 19 de enero y que fue visto por 8.280 usuarios, obtuvo 898 interacciones y una tasa de interacción -es decir, de reacción ante la publicación, de un 10,8 por ciento, una de la más elevadas del año-. El segundo tweet más destacado fue el de la programación musical del Foro Iberoamericano de la Rábida, anunciada el 13 de mayo, con 11.121 impresiones, 549 interacciones y una tasa de interacción de 4,9 por ciento. En tercer lugar se sitúa la unidad y la solidaridad de Huelva con Barcelona y Cambrils frente al terrorismo yihadista, post que fue visto por 4.089 usuarios y contó con 123 interacciones.

Desde su desembarco en la redes sociales, los perfiles de la Diputación de Huelva han ido experimentado un crecimiento en el número de seguidores, que ha sido especialmente significativo y exponencial en el último año, en el que la institución ha reforzado la actualización y la inmediatez de la información y la interactividad con los usuarios.

En el contexto de la sociedad de la información, el objetivo de la Diputación es convertirse en una institución cada vez más cercana a los ciudadanos, por lo que sus redes sociales constituyen una herramienta directa y democrática de trasladar sus mensajes, al tiempo que promueve la participación de los ciudadanos.