

Observatorio de la actividad, la innovación y las tendencias en la Formación en Red



SCOPEO, Informe Corporativo nº 2

ISSN 1989-8274

La Comunidad SCOPEO
Julio de 2011





La Comunidad SCOPEO Julio de 2011

SCOPEO
Informe Corporativo, nº 2
La Comunidad SCOPEO
Julio de 2011

Universidad de Salamanca Hospedería de Fonseca Calle Fonseca, 2, 2º planta 37002 – Salamanca. España http://scopeo.usal.es scopeo@usal.es +34 923 294746

Pastora Vega Cruz.

Vicerrectora de Innovación e Infraestructuras,
Universidad de Salamanca
Fernando Almaraz.

Director del Servicio de Innovación y Producción Digital,
Universidad de Salamanca
Joaquín Pinto Escribano.

Director del Centro Internacional de Tecnología Avanzada,
Fundación Germán Sánchez Ruipérez
José Ortega Mohedano.
Coordinador SCOPEO
Javier López Rodrigo.
Investigador SCOPEO
Silvia Martín Hernández.
Investigadora SCOPEO

SCOPEO Informe Corporativo, nº 2:
La Comunidad SCOPEO, Julio de 2011
by <u>Scopeo is licensed under a Creative Commons</u>
<u>Reconocimiento-No comercial-Sin obras derivadas 3.0 España</u>



Imagen de portada: Equipo SCOPEO

Para citar este documento: SCOPEO (2011). La Comunidad SCOPEO, Julio de 2011. *Informe Corporativo SCOPEO,* n° 2. Consultado (DD/MM/AAAA)

Índice

Indice de gráficos	2
Índice de tablas	2
Índice de ilustraciones	2
Introducción	5
Metodología	6
Comunidad Activa. Usuarios suscritos al Boletín SCOPEO	6
Comunidad Interactiva. Usuarios de Facebook, Twitter, Canal YouTube, etc.	11
Conclusiones	21

Gráfico 1. Distribución de la Comunidad Activa SCOPEO	7
Gráfico 2. Distribución de los usuarios de la Comunidad Activa SCOPEO por países	8
(excluyendo España)	
Gráfico 3. Distribución de los usuarios de la Comunidad Activa SCOPEO por continente	9
(excluyendo España)	
Gráfico 4. Distribución de los usuarios de la Comunidad Activa SCOPEO por ámbito de	10
estudio	
Índice de Tablas	
Tabla 1. Usuarios de la Comunidad Facebook de SCOPEO	12
Tabla 2. Usuarios de la Comunidad Twitter de SCOPEO	16
Tabla 3. Usuarios de la Comunidad YouTube de SCOPEO	19
Tabla 4. Usuarios de <i>SlideShare</i> (28 de julio de 2011)	20
Tabla 5. Usuarios de <i>Flickr</i> (28 de julio de 2011)	20
Tabla 6. Número Total de Usuarios de la Comunidad SCOPEO	22
Índice de Ilustraciones	
Ilustración 1. Usuarios activos en la página "Observatorio Scopeo" (de 12/01/2010 hasta 16/08/2010)	12
Ilustración 2. Desglose de usuarios activos por día en la página "Observatorio Scopeo"	13
Ilustración 3. Nuevos <i>Me gusta</i> en la página "Observatorio Scopeo"	13
Ilustración 4. Total de <i>Me gusta</i> en la página "Observatorio Scopeo"	14
Ilustración 5. Características demográficas de los usuarios de la página "Observatorio Scopeo"	14
Ilustración 6. Interacciones de los usuarios de la página "Observatorio Scopeo"	15
Ilustración 7. Evolución de los seguidores de Scopeo_ (entre mayo y agosto de 2010 y	17
enero y julio de 2011)	
Ilustración 8. Predicción de seguidores	17
Ilustración 9. <i>Tweets</i> enviados por @Scopeo_ (desde septiembre de 2009 hasta julio de	18
2011)	
Ilustración 10. Tweets enviados por @Scopeo_ en función del día de la semana (desde	18
septiembre de 2009 hasta julio de 2011)	
Ilustración 11. Grado de influencia de @Scope_ según TwitterGrader.com	19
Ilustración 12. Nube de Tags de <i>Flickr</i>	21
Ilustración 13. Captura de la nueva página Web del Observatorio SCOPEO	21

Introducción

Un año después del primer informe corporativo, SCOPEO presenta su continuación, que nos sirve para ver el progreso del Observatorio en el último año. El crecimiento del observatorio en este año ha sido indudable, y el mejor reflejo de ello es el crecimiento de su Comunidad. Una

Comunidad que día tras día está pendiente de la evolución del observatorio.

La Comunidad es la base sobre la que se asiente el trabajo del observatorio y su razón de existencia, es un espacio de acción e interacción para aquellos profesionales interesados en la formación en red, para que puedan informarse e intercambiar experiencias, ayudando a su vez, a consolidar el Observatorio SCOPEO como organismo español de referencia en la formación en red y a convertirlo en un organismo académico de permanente mención y

consulta para la comunidad global interesada en la formación en red.

Ya en el anterior informe, dividimos la Comunidad SCOPEO en:

✓ Comunidad Activa

✓ Comunidad Interactiva

En función de esta división, SCOPEO presenta su segundo informe corporativo con las cifras actualizadas, y con nuevos datos, para observar su evolución y crecimiento durante este último año. Año que además ha sido particularmente importante para el Observatorio, ya que ha sido el año del nacimiento de la nueva página Web del Observatorio.

Como ya señalamos en el informe del pasado año, la intención de este documento es que tenga carácter anual, con un doble objetivo: por un lado y a nivel interno, conocer a las personas a las que se dirige SCOPEO; y por otro, a nivel externo, que los propios usuarios, conozcan la naturaleza de la comunidad a la que pertenecen.

Desde SCOPEO sólo nos queda daros las gracias,

por ser parte de vuestro Observatorio.

Equipo SCOPEO

Metodología

Este informe no parte de la nada, sino que se sirve de los datos recabados para el <u>informe</u> <u>corporativo nº1</u>. Además cuenta con la misma estructura que aquel, y al igual que en el anterior informe corporativo, el universo que conforma el objeto de estudio está formado por:

- Comunidad Activa: usuarios suscritos al Boletín SCOPEO y usuarios que se han dado de alta en la Comunidad SCOPEO a través de la web.
- Comunidad Interactiva: formada por los participantes en los espacios de interacción de SCOPEO (Página de Facebook de SCOPEO, Twitter de SCOPEO, Canal YouTube de SCOPEO, etc.).

En este segundo informe trataremos de mejorar la información relevante tanto de la Comunidad Activa como de la Comunidad Interactiva.

Comunidad Activa. Usuarios suscritos al Boletín SCOPEO

La Comunidad Activa la componen todos los usuarios suscritos al Boletín SCOPEO, incluyendo aquellos dados de alta como usuarios en la Comunidad SCOPEO a través de la web.

El Boletín SCOPEO

El <u>Boletín SCOPEO</u> es una publicación electrónica gratuita y con una periodicidad quincenal¹ que recoge los aspectos más relevantes sobre el sector de la formación en red, divididos en cuatro secciones:

- Enfoque periódico, donde se recoge la impresión de diversos especialistas sobre tópicos del sector.
- Noticias más destacadas sobre el desarrollo de la formación en red.
- Actualidad SCOPEO, nuevas incorporaciones a nuestra web y actividades del Observatorio.
- Agenda de eventos próximos relacionados con el sector.

La Comunidad del Boletín SCOPEO

La *Comunidad Activa* de SCOPEO está formada, a fecha 29 de Julio de 2011 por un total de **949** usuarios. Puesto que en el informe corporativo de 2010 esta cifra era 584, en un año **365** usuarios se han sumado a esta comunidad activa del observatorio.

Podemos ver estos datos distribuidos territorialmente en los gráficos 1, 2 y 3, y en función de los ámbitos en los que se divide la actividad informadora e investigadora de SCOPEO (pre-universidad, universidad, empresa privada y administración pública) en el gráfico 4.

¹ Desde la publicación del Boletín nº 23 (16 de Julio de 2010), el boletín de SCOPEO pasó a publicarse cada quince días. Anteriormente se publicaba semanalmente.

El gráfico 1, nos muestra como cerca de dos tercios de los usuarios de la Comunidad SCOPEO, en concreto el 55,3%, pertenecen a España. Más de dos tercios de la Comunidad son de países de fuera de España. Cabe reseñar que existe un 10% de usuarios de los que no disponemos de los suficientes datos, como para confirmar su origen.

Respecto al del año anterior la proporción prácticamente se mantiene exacta, y sólo hay una ligera variación en que los usuarios de otros países han crecido un 1,8% respecto al porcentaje de usuarios de España. Dato que no resulta muy significativo, pero que si demuestra el avance del Observatorio en otros países, especialmente, como veremos un poco más adelante, en Latinoamérica.

En España, SCOPEO ha crecido, especialmente en Castilla y León, gracias a la celebración de 4 Infoeventos, celebrados en las cuatro universidades de la región: Valladolid, León, Burgos y Salamanca. Pero es que fuera del país también ha existido una difusión destaca gracias a la presencia del Observatorio en diversos congresos y reuniones: Braga, Lisboa, México y Cracovia, entre otras.

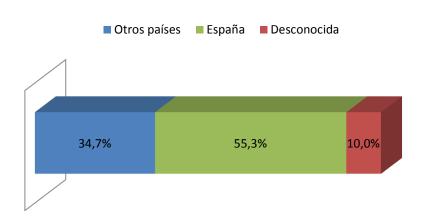
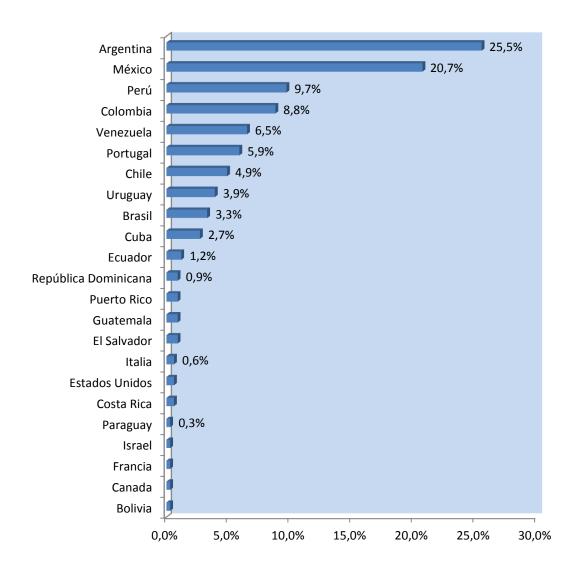


Gráfico 1. Distribución de la Comunidad Activa SCOPEO

Para conocer con más detalle la procedencia de los usuarios de fuera de España, el gráfico 2, nos presenta una disgregación de los mismos en función del país al que pertenecen.

Gráfico 2. Distribución de los usuarios de la Comunidad Activa SCOPEO por países (excluyendo España)



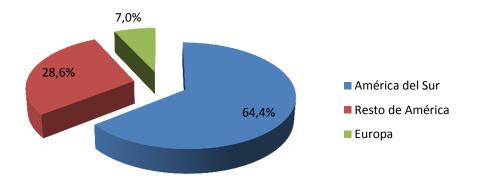
Existen algunas variaciones respecto al año anterior que merece la pena resaltar:

- Entre los dos países más destacados, México y Argentina, suman hasta un 46,2% del total:
 - Argentina sigue siendo el país más representado en la Comunidad SCOPEO. El 25,5% de los usuarios de fuera de España son de allí. Sin embargo su proporción ha bajado en un 2%.
 - El segundo país con más representación sigue siendo México, pero al contrario que Argentina, en este caso ha crecido hasta un 4,2%, seguramente gracias a la presentación del Observatorio realizada en este país como parte de las acciones de difusión llevadas a cabo por el equipo de dirección de SCOPEO.
- Los siguientes países que más destacan son Perú con un 9,7% (1,8% menos que el año anterior), Colombia, 8,8% (0,7% menos), y Venezuela con un 6,5% (0,5% menos). Todos estos países han perdido algo de representación frente al año anterior.

- Al contario que estos países, Portugal, siguiente país más representado, se presenta como el primer país europeo (sin contar con España claro) y supone el 5,9% del total, con un crecimiento de un 2,4% respecto al año anterior.
 - Sin duda este incremento no es casual, sino que es fruto de la presencia del Observatorio en Lisboa y Braga para sendos congresos, y a la colaboración con la *Universidade do Minho*, surgida a partir de estos congresos. Fruto de estas colaboraciones fue la ponencia dada por <u>José Ortega Mohedano en Braga</u> y la de <u>Filipe Rochas en el Infoevento de Salamanca</u>.
 - También de habla portuguesa, Brasil, se mantiene prácticamente igual que el año anterior y supone el 3,3% de la Comunidad Activa de SCOPEO.
- Chile, con un 4,9%, Uruguay, 3,9% y Cuba, 2,7% son los siguientes países más representados. Solo Cuba ha crecido proporcionalmente respecto al año anterior.
- El 8,1% restante se reparte entre Ecuador, República Dominicana, Puerto Rico, Guatemala, El Salvador, Italia, Estados Unidos, Costa Rica, Paraguay, Israel, Francia, Canadá y Bolivia.

En el siguiente gráfico, vemos estos datos distribuidos en función de la región más extensa en la que se incluye:

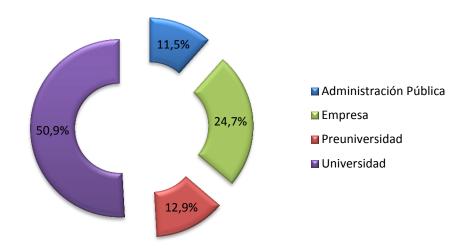




Respecto al año anterior, vemos como América del Sur sigue siendo, con casi dos tercios del total, el continente más representado con un 64,4% del total. Sin embargo, vemos como se ha reducido su representatividad en 5,6% puntos porcentuales. Estos puntos porcentajes se han repartido entre Europa, que pasa de 5% a un 7%, gracias al "empujón" portugués; y resto de América, que crece 3,6% y se sitúa en 28,6%. La mayoría de países pertenecen a América Central pero que se han incorporado a Estados Unidos y Canadá de Norte América.

El gráfico 4, muestra la distribución de la Comunidad Activa de SCOPEO respecto al ámbito de estudio en el que podemos englobar a los usuarios².





Los porcentajes son semejantes a los que teníamos hace un año. El ámbito universitario sigue siendo el más representado aunque un 1,1% menos. Podemos englobar en este ámbito el 50,9% de nuestros usuarios. La empresa privada es el ámbito que más crece y pasa de 21% al 24,7%, casi 4 puntos más que hace un año. El ámbito de la pre-universidad pasa del 14% al 12,9% y el de la Administración Pública, baja del 13% al 11,5%.

_

² Hay que tener en cuenta que existen usuarios que pueden pertenecer a más de un ámbito de investigación.

Comunidad Interactiva. Usuarios de Facebook, Twitter y Canal YouTube

Por Comunidad Interactiva de SCOPEO entendemos a los usuarios que forman parte de la redes sociales del Observatorio. Hace un año estas redes eran tres: Facebook, Twitter y YouTube. Este año debemos incluir también el canal de Flickr y Slideshare.

Facebook

Un año después, se mantiene la dicotomía en Facebook. Por un lado existe el perfil "Obser Scopeo", creado el 16 de diciembre de 2009; y por otro lado la página institucional de SCOPEO "Observatorio Scopeo", que data de la misma fecha.

Hace un año, explicamos en el informe corporativo, como, debido a la duplicidad de funciones que suponía contar con dos "elementos" de Facebook, y para evitar saturación de contenidos, les pedimos a todos nuestros "amigos" del Perfil de "Obser Scopeo" que hicieran clic en el Me Gusta de la página del "Observatorio Scopeo". Así fue, de hecho todos los usuarios de "Obser Scopeo" se encuentran ya en la página, sin embargo el perfil no ha sido eliminado, porque es la matriz de origen de la página, y Facebook no permite hacer este cambio.

Toda la actividad del Observatorio se realiza en la página. A continuación veremos el crecimiento de la página a lo largo de un año, que ha contado incluso, con la figura de una Community Manager encargada de su administración. Su uso básicamente consiste en la difusión de los elementos más interactivos y audiovisuales encontrados en la red sobre la formación virtual. Se trata de un sistema de información permanente y bidireccional entre los distintos miembros de su Comunidad y el propio Equipo SCOPEO. Con Facebook, SCOPEO cumplimenta su actividad informadora con la interactiva, mediante la participación voluntaria de los usuarios de la comunidad en los distintos espacios de Facebook.

Ficha técnica

Por tanto, el universo de usuarios de Facebook en SCOPEO está compuesto por los amigos del perfil "Obser Scopeo" y por los seguidores de la página de Facebook "Observatorio Scopeo".

La tabla 1, refleja los usuarios, tanto amigos como seguidores, del Observatorio y las actividades realizadas en ambos espacios hasta la fecha. Hay que tener en cuenta que todos los usuarios que son del perfil "Obser Scopeo" también están en la "página de Facebook del Observatorio Scopeo", por lo que el dato de 754 no es un valor absoluto. Las actividades hacen referencia a las actividades publicadas en el muro, sean del tipo que sean. Como novedad este año, añadiremos el grupo Infoeventos SCOPEO, creados con la función de difundir los mismos:

Tabla 1. Usuarios de la Comunidad Facebook de SCOPEO.

	Facebook	: Usuarios	Facebook: Actividad		
	2010	2011	2010	2011	
Página de Facebook "Observatorio SCOPEO"	96	428	63	916	
Perfil "Obser Scopeo"	138	240	21	47	
Grupo "Infoeventos Scopeo"		86		37	
TOTAL (Agosto de 2011)	199	754	84	1000	

Las diferencias respecto al año anterior son muy significativas. Como vemos en la Tabla 1, los usuarios de la "página de Facebook del Observatorio Scopeo" han pasado de ser apenas 96, hasta alcanzar los 428 usuarios de la actualidad. Mientras que el crecimiento del perfil "Obser Scopeo" ha pasado de 138 en 2010 a 240 en 2011, un crecimiento menor al que había tenido hasta la fecha, y muy inferior si comparamos ambos elementos de Facebook. Este hecho se debe a que la actividad real de SCOPEO se desarrolla en la página y no en el perfil, como ya hemos indicado previamente.

En este último año se ha pasado de tener apenas 63 publicaciones en la página a 916. El aumento ha sido enorme. Mientras que en el perfil se ha pasado de 21 a 47 publicaciones y todas ellas tiene relación directa con el desarrollo de Infoeventos, ya que se buscó alcanzar la mayor difusión posible, aun a riesgo de resultar repetitivos en algunos casos.

Por otro lado, como vemos, el Grupo "Infoeventos Scopeo", entre marzo y julio, alcanzo los 86 usuarios y las 37 publicaciones, además de múltiples interacciones dentro del propio grupo.

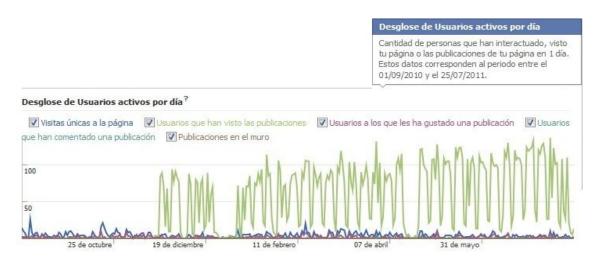
Las siguientes ilustraciones están extraídas de las estadísticas que ofrece Facebook en la página del Observatorio Scopeo que ofrece Facebook. Y todas hacen referencia al período de tiempo que va desde el 1 de septiembre de 2010 hasta el 25 de julio de 2011.

Ilustración 1. Usuarios activos en la página "Observatorio Scopeo"



La primera ilustración hace referencia a la actividad realizada por los usuarios de la página, por día, semana y mes, entre septiembre de 2010 y agosto de 2011. En los usuarios activos por mes, observamos como el crecimiento es sostenido, sobre todo desde diciembre, y como hay un repunte producido desde mediados de junio y julio hasta la fecha. En la actividad de los usuarios vemos dos bajones, que coinciden con los dos períodos vacacionales: entre abril y mayo por Semana Santa, y entre diciembre y enero, por la Navidad. Este hecho se repite en todos las ilustraciones que veremos a continuación. En total, en este año ha habido 334 nuevos *Me gusta*, con un crecimiento del 174%.

Ilustración 2. Desglose de usuarios activos por día en la página "Observatorio Scopeo"



La ilustración 2 muestra la cantidad de usuarios que interactúan, ven la página o las publicaciones durante un día. Como vemos lo que más actividad genera es el visionado de las publicaciones que se colocan en Facebook, superando en numerosas ocasiones las 100 visionados en un único día.

En muchas ocasiones los usuarios visitan la página sin profundizar nada más (visitas únicas de página) lo que muestra un interés diario por la actividad del observatorio. Con una media de unas 10 visitas diarias sin visionar nada. La mayor interacción se produce porque los usuarios

hacen clic en *Me gusta* de alguna publicación. Aunque comentan menos. Por otro lado los usuarios apenas publican en el muro, siendo la actividad menos desarrollada.

Nuevos "Me gusta"

El número de personas nuevas a las que les gusta tu página. Estos datos corresponden al periodo entre el 01/09/2010 y el 25/07/2011.

Nuevos "Me gusta"

Por día Total Origen de los "Me gusta"?

Il 5 Desconocido 107 página 96 Solicitudes 6 Buscar 4 Recuadro "Me gusta" 2 Sugerencias 1 Recuadro "Me gusta" 2 Sugerencias 1 Recuadro "Me gusta"

Ilustración 3. Nuevos Me gusta en la página "Observatorio Scopeo"

La ilustración 3 hace referencia las nuevos *Me gusta* producidos por día. El mayor pico se produjo en octubre, con 11 nuevos usuarios, producido por el efecto llamada realizado al traspasar a los usuarios del perfil de "Obser Scopeo" a la página. Por lo demás el crecimiento ha sido sostenido día a día, con varios picos de hasta 5 personas en un mismo día. Las personas que han hecho clic en Ya no me gusta, son mínimas, nada significativo, apenas 9 en todo el año. En el siguiente gráfico vemos el crecimiento total:



Ilustración 4. Total de Me gusta en la página "Observatorio Scopeo"

La ilustración 4 refleja lo que dijimos anteriormente, el crecimiento sostenido durante todo el año, sin apenas grandes subidas ni grandes bajadas.

Características demográficas Sexo y edad? 2,3 % Mujer 49 % 0,23 % 13-17 18-24 25-34 35-44 45-54 55+ 15 % 14 % Masculino 46 % 0.23 % 11 % 4,4 % 1.4 % Países? Ciudades? Idioma? 305 España 194 Españo 22 Argentina 24 Barcelona 162 Español (España) 20 Portugal 16 Buenos Aires 20 Inglés (Estados Unidos) 11 México 16 Lisbon 13 Portugués (Portugal) 8 Brasil 10 Portugués (Brasil) 7 Colombia 9 Inglés (Reino Unido) 7 Perú 6 Catalán 6 Venezuela 6 Gallego 4 República Dominicana 1 Vasco 1 Francés (Francia) 4 Chile 4 Uruguay 1 Griego 4 Francia 3 Italia 3 Estados Unidos 2 Ecuador 2 El Salvador 2 Canadá 1 Andorra 1 Austria Menos

Ilustración 5. Características demográficas de los usuarios de la página "Observatorio Scopeo"

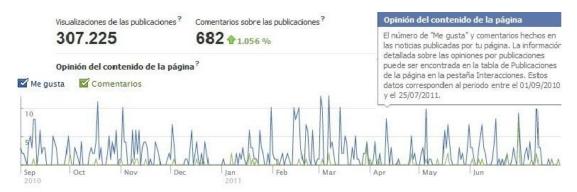
Por su parte, la ilustración 5 es un reflejo de las características demográficas de las personas que conforman la página "Observatorio Scopeo". En primer lugar el género, con una ligera preeminencia de mujeres, 49%, respecto a hombres, 46%; en segundo lugar, las cohortes de edad más representadas son 25-34 años, que suponen el 33% del total, 35-44, un 29% del total y 45-54 con un 20,6%. El 92% de los usuarios se encuentran en la franja de edad de entre 25 y 54 años.

Por otro lado, Facebook también nos ofrece la posibilidad de conocer la procedencia de los usuarios que ofrecen esa información. De este modo vemos como, en cierto modo se repiten los datos que teníamos en el boletín:

- España, lógicamente, ese el país más representado. Supone el 71,3% de los casos.
- Entre los países extranjeros:
 - Al igual que en el boletín, Argentina es el país más representado, el 17,9% de los usuarios de fuera de España pertenecen a Argentina.
 - Portugal, se convierte en Facebook, en el segundo país más representado, supone el 16,3% de los usuarios. Este dato, unido al de Brasil, que es el cuarto país con un 6,5%, convierte a la comunidad luso parlante en una importante parte de la Comunidad SCOPEO.
 - México es el tercer país más representado con el 8,9% de los usarios.

 El resto se reparte, más o menos, con proporciones similares a las de los usuarios del boletín.





Por último, la ilustración 6 hace referencia a la interacción de los usuarios con los contenidos publicados. Como vemos, en el período de tiempo indicado, las visualizaciones de las publicaciones han sido en total **307.225**, cerca de 1.000 al día de media; mientras que los comentarios han sido un total de **682**, con un crecimiento del **1.056**%.

Twitter SCOPEO: Scopeo

Como vemos, el Facebook del observatorio ha dado un salto, cuantitativo y cualitativo, muy importante en el último año. Como veremos a continuación, Twitter no se ha sido menos. La cuenta de Twitter fue activada el 12 de noviembre de 2009. Desde su Twitter, el equipo SCOPEO trata de realizar diariamente una labor de información y difusión continua sobre la actualidad del sector de la formación en red y la sociedad de la información. El objetivo del Twitter Scopeo es contar con un sistema continuo de alertas (basadas especialmente en un Reader de Google) para mantener un feedback constante con los seguidores del Observatorio. Para ello se tuitean y se retuitean de forma continua noticias, artículos de opinión, recursos, etc.

Ficha técnica

Twitter se compone de los seguidores (followers) y seguidos (following). Podemos distinguir entre los siguientes elementos:

Seguidores: **1.254** (a 28/07/2011)

• Seguidos (amigos): 251

Mutuos: 96³

Fans: 1.158 (Siguen a @Scopeo_ pero no al revés) Ídolos: **96** (Seguidos por @Scopeo_ pero no al revés)

Tabla 2. Usuarios de la Comunidad Twitter de SCOPEO

	Twitter: Usuarios		Twitter: Actividad		
	2010	2011	2010	2011	
Seguidores	275	1.254			
Seguidos	265	251		6.788 tweets	
Mutuos	82	96	940 tweets		
Fans	193	1.158			
Ídolos	183	155			
TOTAL (Agosto de 2011)	458 [#]	1.409	940*	6.788	

Esos 1.409 del total hacen referencia a la suma de los seguidores y los seguidos, menos los mutuos que son los casos que se repiten. Como vemos el crecimiento ha sido enorme de un año para otro, más 979 seguidores nuevos en estos 11 meses, unos 90 seguidores al mes. Por lo tanto, al igual que ocurría con Facebook, el Twitter del Observatorio ha crecido notablemente en este período. Esto también se ha producido gracias al crecimiento en Tweets, con 5.848 Tweets nuevos, cerca de 530 Tweets de media al mes. Por otro lado los usuarios seguidos han disminuido, porque se hizo una limpieza, ya que venían heredados del anterior período y muchos no tenía demasiada relevancia.

³ Datos extraídos de la herramienta Web: http://www.friendorfollow.com

Lo vemos gráficamente en la ilustración 7:

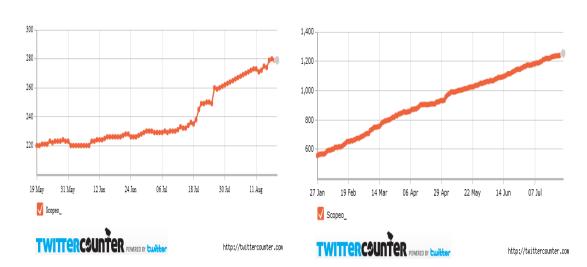


Ilustración 7. Evolución de los seguidores de Scopeo_ (entre mayo y agosto de 2010 y enero y julio de 2011) ⁴

En la ilustración 7 aparecen el gráfico del año informe corporativo 1, que incluye los mese entre mayo y agosto y un segundo gráfico que incluye desde enero hasta julio de 2011. La herramienta utilizada solo permite ver la evolución durante los últimos 6 meses como máximo. Aun así nos sirve de referencia. La primera nos muestra el momento que el Twitter del Observatorio comenzó a crecer paulatinamente, y la segunda nos muestra el crecimiento alto y sostenido que ha tenido durante los últimos 6 meses, llegando a doblar el número de seguidores en este período.

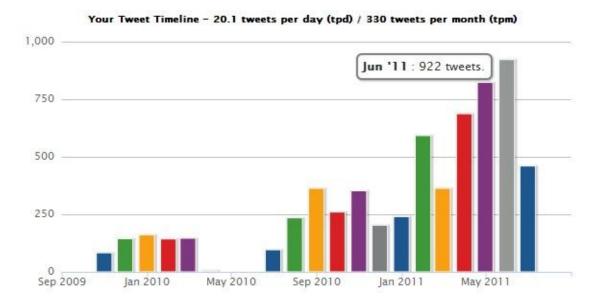
De acuerdo con esta nueva herramienta en un período de 187 días el Twitter de @Scopeo_ alcanzará los 2.000 seguidores:



Ilustración 8. Predicción de seguidores

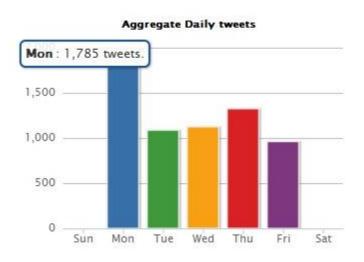
⁴ Extraído de <u>http://twittercounter.com</u>

Ilustración 9. Tweets enviados por @Scopeo_ (desde septiembre de 2009 hasta julio de 2011)⁵



La ilustración 9 nos muestra los *Tweets* enviados por SCOPEO desde la creación de la cuenta. Mientras que hace un año, la media se situaba en 148,5 *Tweets* por mes, durante este año, ha crecido hasta alcanzar los 330 *tweets* por mes. Siendo junio el mes más destacado, alcanzando los 922 *tweets*. Desde septiembre de 2010 han ido incrementando, en mayor o menor medida, hasta alcanzar junio.

Ilustración 10. Tweets enviados por @Scopeo_ en función del día de la semana (desde septiembre de 2009 hasta julio de 2011)



Por su parte, la ilustración 10, muestra en que día de la semana son enviados esos *tweets*, y como vemos es el lunes, con mucha diferencia, el día más prolifero con 1.785 *tweets*. El resto de días se mantienen en una proporción similar.

⁵ Información extraída de: http://tweetstats.com

Por último, señalar que de acuerdo con la aplicación web twittergrader.com, de Twitter, que sirve para medir el grado de influencia de un perfil Twitter, @Scopeo contaría con un grado de 97,6 sobre 100, ocupando el Ranking 240.172 sobre 10.100.407⁶ de mayor impacto, superando la cifra del año anterior, que lo situaba con un 89 sobre 100. Los vemos:

Ilustración 11. Grado de influencia de @Scope_ según TwitterGrader.com



Canal YouTube: ObservatorioSCOPEO

El canal YouTube de SCOPEO, nació el pasado 12 de julio de 2010. Por lo tanto los datos del primer informe corporativo había que cogerlos con pizas, ya que solo tenía un mes de vida. La intención de este canal en YouTube es la "difundir la actividad y las tendencias en formación en red en España, con especial atención a la comunidad hispanohablante, mediante la realización de entrevistas a expertos, la difusión de diversos eventos relacionados con el sector, etc.".

Ficha técnica

Los usuarios del canal YouTube de SCOPEO los vemos en la siguiente tabla:

Tabla 3. Usuarios de la Comunidad YouTube de SCOPEO

	YouTube: Usuarios		YouTube: Actividad		
	2010	2011	2010	2011	
Nº de suscriptores	10	51	-		
Nº de videos	-		1	9	
Nº de reproducciones del canal	-		392	3.446	
Nº de Reproducciones totales de vídeos subidos	-		161	3800	
TOTAL (Agosto de 2010)	10	51	-	-	

Como vemos en la tabla anterior, el número de suscriptores ha crecido en el último año hasta alcanzar los 51. Hay que tener en cuenta que este canal los usa SCOPEO exclusivamente, para colgar videos de elaboración propia, en colaboración con USAL TV, especialmente entrevistas con expertos del sector de la formación en red. A fecha de hoy son 9 los videos subidos a este canal. A fecha de 28 de julio de 2011, los videos suman un total de 3.786 reproducciones, mientras que el canal de SCOPEO ha sido visto en 3.438. El objetivo es que año a año sigue creciendo de la misma manera que lo hizo el pasado año.

⁶ Para conocer cómo funciona este ranking, y los criterios en los que se basa: http://bit.ly/6axoZL

Nuevas redes surgidas este año

Con el objetivo de seguir creciendo y seguir mejorando y diversificando la información, el Observatorio ha creado durante este último año dos nuevas redes sociales, *SlideShare*, destinada para poner a disposición de todos los usuarios que así lo deseen sus presentaciones, y *Flickr*, para ofrecer las fotos de aquellos acontecimientos en los que el Observatorio este presente. Con este mismo objetivo, este mismo año, el pasado mes, se creó la nueva página Web. Vemos cada una con más detenimiento.

SlideShare

En diciembre de 2010, el Observatorio SCOPEO creó un perfil en <u>SlideShare</u>. *SlideShare* es un sitio Web, con alojamiento gratuito, que permite subir y compartir, en público o privado, presentaciones de diapositivas en PowerPoint, documentos de Word, *OpenOffice*, PDF o Portafolios. El objetivo principal con el que nace este nueve perfil de SCOPEO, es poner a disposición de los usuarios interesados, las presentaciones en PowerPoint que el Observatorio va creando. Por eso, no tiene la misma presencia que pueden tener otras redes sociales. Aun se encuentra muy limitada.

Tabla 4. Usuarios de SlideShare (28 de julio de 2011)

	SlideShare: Usuarios	SlideShare: Actividad
Seguidores	3	-
Siguiendo	0	
Presentaciones	-	4
Documentos	-	0
Videos	-	0
Favoritos		6
TOTAL (Julio de 2011)	3	10

Flickr

Por su parte, el perfil de <u>Flickr</u> de SCOPEO, fue creado en febrero de 2011, y su principal objetivo es compartir las fotos realizadas por el Observatorio en los eventos en los que tiene presencia y especialmente, de los eventos que organiza. En la siguiente tabla podemos ver las cifras que maneja:

Tabla 5. Usuarios de Flickr (28 de julio de 2011)

	Flickr: Usuarios	Flickr: Actividad
Contactos	6	
Fotos	-	200
Álbumes		9
Visitas		988
TOTAL (Julio de 2011)	6	200 fotos

Ilustración 12. Nube de Tags de Flickr



Nueva Web de SCOPEO

Especial mención merece la nueva página Web del Observatorio SCOPEO y que fue puesta en marcha el pasado 28 de junio de 2011, después de muchas horas de trabajo (que aún siguen haciéndose). Al entender del Equipo SCOPEO, la anterior página Web (alojada en *Joomla*) era muy poco dinámica, por no decir, nada dinámica y su alojamiento daba muchos problemas.

El objetivo principal de la nueva Web era de dos tipos: interno, para facilitar los procesos que en ella se llevan a cabo; y externo para transforma la página Web en un elemento más dinámico, en el que los usuarios se sintieran más cómodos, que fomentara la participación de los mismos, con elementos simples como la opción de comentarios o la encuestas, y que facilitará la visibilidad de las actividades que realizaba el Observatorio. En definitiva que resultará una Web más acorde al trabajo que realiza SCOPEO, y porque no decirlo, más 2.0.

Scopeo

Gué es SCOPEO Investigación Información Interacción

Apoya | Colabora | Suncifibete | Registra

UILTIMAS NOTICIAS

UIL BB/S de decretar y expertos en el chación pre de la prazar digital aumenta la atendre de y modernición y modución del alumenta de la mente de la mente de y modernición y modución del alumenta de la mente de la mente de y modución de la formación an Red. sigue avanzando en el objetivo de ser referencia en opinión e investigación en e-learning en el mundo interes escribe y estados que proto estas tecnologías serán una calculada en el estado puedo de ser referencia en opinión e investigación en e-learning en el mundo interes escribe y estados que proto estas tecnologías serán una calculada en el estado puedo de ser referencia en opinión e investigación en e-learning en el mundo interes escribe y estados estados esta una resolución de la Formación an Red. sigue avanzando en el objetivo de ser referencia en opinión e investigación en e-learning en el mundo interes escribeda esta una resolución de la formación an Red. sigue avanzando en el objetivo de ser referencia en opinión e investigación en e-learning en el mundo interes escribeda esta una resolución de la formación an Red. sigue avanzando en el objetivo de ser referencia en opinión e investigación en e-learning en el mundo interes escribeda esta una resolución de la formación an Red. sigue avanzando en el objetivo de ser referencia en opinión e investigación en e-learning en el mundo interes escribeda esta una resolución de la formación an Red. sigue avanzando en el objetivo de ser referencia en opinión e investigación en e-learning en el mundo interes que proto estas tecnologías están una resolución de al alumenta de alla describeda esta una resolución de al alumenta de alumen

Ilustración 13. Captura de la nueva página Web del Observatorio SCOPEO

Con apenas un mes de vida, apenas podemos ofrecerles datos de la nueva Web. Esperamos que en el próximo informe corporativo, podamos decir, que sí, que la nueva Web es una Web 2.0 a todos los efectos.

Conclusiones

Como ya hemos indicado a lo largo de este documento, la intención del Informe Corporativo de SCOPEO es que sirva para conocer la Comunidad sobre la que se sustenta el Observatorio, que es la base de todo nuestro trabajo.

A lo largo del último año se ha producido un crecimiento continuo y constante que se ve reflejado en el aumento de los usuarios en todas las redes creadas por el Observatorio. Con redes más específicas, con SlideShare, Flickr o YouTube, con un objetivo muy concreto y sin aspiraciones de aumentar considerablemente su comunidad; y tres puntos sobre los que fomentar el crecimiento: Facebook, Twitter y por supuesto el boletín SCOPEO. El crecimiento de estos tres con respecto al año anterior ha sido sobresaliente: El boletín prácticamente ha duplicado sus cifras, mientras que Facebook se puede decir que las ha multiplicado por tres y Twitter por 10. El objetivo es que sigan creciendo durante los próximos años.

El objetivo principal, repetido ya varias veces, es convertir el Observatorio en una referencia en el mundo hispanohablante en el sector de la formación en red. El año que viene, después de que este año ha servido como relanzamiento de SCOPEO, se presenta como un año decisivo para conseguir el asentamiento definitivo, y convertir el Observatorio, así lo esperamos, en la referencia del sector.

La última tabla, resume todo lo que hemos visto en este informe:

Tabla 6. Nº Total de Usuarios de la Comunidad SCOPEO

	Boletín	Facebook	Twitter	YouTube	SlideShare	Flickr	Nº Total
Comunidad	949	_	_				949
Activa	949	-	-	_			(584)
Comunidad		428**	1.409	51	3#	6#	1897
Interactiva	-	428	1.409	31	3	О	(381)
julio de 2011	949	428	1.409	51	3	6	2846*
(Agosto de 2010)	(584)	(96)	(275)	(10)			(965)

^{*} Debe de tenerse en cuenta la probabilidad de que parte de los usuarios de la Comunidad Activa sean miembros también de la Comunidad Interactiva.

En los siguientes 8 puntos podemos trazar las líneas más importantes vistas en este informe:

La Comunidad SCOPEO tiene una base muy fuerte en el público español, pero cada vez es mayor su crecimiento en toda Latinoamérica, especialmente en Argentina y México.

^{**}Solo se tienen en cuenta los fans de la página.

[#] Estas redes no existían anteriormente.

- Llama la atención especialmente, el crecimiento que se ha producido en Portugal y que puede aumentar gracias a la colaboración con universidades de ese país. El público luso parlante puede crecer considerablemente en los próximos meses.
- La Comunidad SCOPEO es en su mayoría un público universitario, aunque también destaca el público del ámbito empresarial. Sería importante aumentar el público de los otros dos ámbitos de estudio, Administración Pública y especialmente, preuniversidad.
- Lo más notable ha sido el crecimiento producido en Facebook, con 365 nuevos fans en el último año y Twitter, con cerca de 1.000 nuevos seguidores.
- La actividad en ambas redes sociales también ha crecido notablemente en el último año, haciéndolo, de la misma manera, la interacción entre usuarios y con las publicaciones.
- El desarrollo del Canal YouTube, con hasta 9 videos propios generados en colaboración con USAL TV.
- El surgimiento de nuevas redes sociales, con un carácter más específico, para compartir y difundir las actividades del Observatorio.
- El desarrollo y lanzamiento de la nueva Web del Observatorio, con la intención de hacerla más accesible, dinámica. Más 2.0.

En el pasado Informe Corporativo, el Equipo SCOPEO, se marcó unos objetivos de cara al futuro. Veamos cómo han quedado resueltos:

- Es importante seguir insistiendo y promoviendo la página de Facebook "Observatorio Scopeo", intentando que todos los amigos del perfil "Obser Scopeo" pasen a ser fans de la página, que participen en los foros abiertos, etc.
 - Se consiguió con éxito el objetivo de pasar a la página "Observatorio Scopeo", todos los amigos de "Obser Scopeo". Y aunque el perfil ha seguido creciendo, a un ritmo menor, los miembros, están todos ubicados ya la página oficial.
- Continuar con la promoción del Canal YouTube de SCOPEO, incluyendo nuevos contenidos de interés.
 - o El desarrollo del Canal YouTube, como hemos visto ha sido muy positivo.
- Reconocemos la alta probabilidad de que existan usuarios repetidos entre las diferentes "comunidades", por lo que para el próximo informe, siempre que sea posible, sería conveniente depurar esta información.
- También para la próxima edición del informe, procuraremos aportar cifras sobre la procedencia de los miembros de la Comunidad Interactiva y así poder compararla con la de la Comunidad Activa. Entendemos adecuado identificarla más detalladamente (con la misma metodología seguida para los usuarios del Boletín SCOPEO.
 - o Ambos puntos han tenido un problema en común: la falta de tiempo, que ha impedido realizar un análisis más depurado de los usuarios. Sigue siendo un tema pendiente.

A la luz de estos resultados y de cara al futuro, pretende llevar a cabo las siguientes acciones de mejora del servicio ofrecido a su Comunidad:

- Depurar los usuarios de las redes sociales para evitar que las cifras estén solapadas.
- Incluir un análisis sobre la posible influencia de la nueva Web en la Comunidad SCOPEO.
- La intención es seguir creciendo. Y para ello es necesario estar al tanto de las últimas tendencias y observar por donde se mueve la comunidad del sector de la Formación en Red. Esto puede hacer por ejemplo, la creación de nuevas redes sociales, véase Google +.

¿Quiere ayudarnos a mejorar? Escríbanos con su propuesta a scopeo@usal.es.

No se olvide de indicar, por favor el archivo, documento o actividad de SCOPEO a la que hace referencia.

¡Muchas gracias! Equipo SCOPEO

Observatorio de la Formación en Red



SCOPEO, Informe Corporativo nº 2 La Comunidad SCOPEO Julio de 2011

