

11. INDICADORES

Todas las acciones de información y publicidad que se lleven a cabo en la EIDUS están sometidas a un mecanismo de seguimiento basado en indicadores, cuya metodología está recogida en la Guía de Seguimiento y Evaluación de los Planes de Comunicación, que se elaboró en el seno del GERIP (Grupo Español de Responsables de Información y Publicidad), y que será actualizada en los primeros años de este período de programación.

Con la finalidad de realizar un seguimiento y evaluación del grado de cumplimiento de los objetivos se han identificado los siguientes indicadores:

ACTIVIDADES	INDICADORES DE REALIZACIÓN	CANTIDAD	INDICADORES DE RESULTADOS	CANTIDAD
0. DESARROLLO DEL PROYECTO	Nº de Planes de Comunicación	1		
	Nº de logos y Manuales de Identidad	1		
1. ACTIVIDADES Y ACTOS PÚBLICOS	Nº de actos de difusión	8	Nº de asistentes a las jornadas	390
	Nº de seminarios/talleres	6	Nº de asistentes a seminarios y talleres	120
2. DIFUSIÓN EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	Nº de vídeos promocionales	1	Nº de apariciones en medios de comunicación	30
	Nº de micro-vídeos (iniciales + finales)	8	Nº de apariciones en los medios de comunicación on line y off line	100
	Nº de perfiles sociales creados	3	Nº de impactos de la publicidad	10.000
	Nº de publicaciones en Facebook	936	Nº de visualizaciones de vídeos	30.000
	Nº de tweets	3120	Nº de me gustas en Facebook	600
	Nº de vídeos YouTube	9	Nº de seguidores en Twitter	600

ACTIVIDADES	INDICADORES DE REALIZACIÓN	CANTIDAD	INDICADORES DE RESULTADOS	CANTIDAD
	Nº de App	1	Nº de tweets marcados como favoritos	120
			Nº de menciones en Twitter	60
			Nº de me gustas en Facebook	300
			Nº de publicaciones en Instagram	1095
			Nº de me gustas en Instagram	100
3. PUBLICACIONES REALIZADAS	Nº Folletos	*		
	Nº de notas de prensa	12		
4. INFORMACIÓN A TRAVÉS DE LA PÁGINA WEB	Nº de webs	1	Nº de visitas web	20.000
	Nº de newsletters	24		