Colegio Oficial Ópticos_ Optometristas Región de Murcia

Memoria

4º Trimestre 2020 - 1er Trimestre 2021

Sumario

0. Introducción

1. Actos y relaciones institucionales

2. Formación

3. 4° Trimestre 2020

_ 3. 1 _ Estrategia de comunicación

_ 3. 2 _ Redes sociales

_ 3. 3 _ Análisis de competencia en RR.SS.

4. 1er Trimestre 2021

_ 4. 1 _ Estrategia de comunicación

_ 4. 2 _ Redes sociales

_ 4. 3 _ Análisis de competencia

_ 4. 4 _Conclusiones

5. Youtube

0. Introducción

¿Cuál es el objetivo de esta memoria?

La memoria del Colegio tiene el fin de reflejar las diversas actividades que el COORM realiza durante el año.

Con el fin de establecer una trazabilidad de todos los proyectos, reuniones e iniciativas que emanan desde el colegio, redactamos y presentamos este documento para compartirlos contigo, como los elementos relacionados con la comunicación.

Repasaremos los puntos importantes desde la última asamblea, del 17 de noviembre de 2020 hasta el 31 de marzo de 2021.

1. Actos y relaciones institucionales

1. Actos y relaciones institucionales

Reunión sobre proyecto con Servicios Sociales del Ayuntamiento de Murcia

Reunión telemática con D. Antonio Benito, Óptico-Optometrista, profesor e investigador de la Facultad de Óptica y Optometría de la Universidad de Murcia y Concejal en el Ayuntamiento de Murcia. Por parte del COORM, asistieron Dª Mª Dolores Villaescusa y Dª Almudena Guillén.

Se trató una proposición de participación del COORM en un proyecto, donde a través de los Servicios Sociales del Ayuntamiento de Murcia, se otorgarían ayudas visuales a los alumnos sin recursos económicos. Por parte de D. Antonio Benito, consideró importante que el COORM apoyase esta iniciativa. Se aprobó apoyarla, aunque estaba en una fase muy incipiente.

1. Actos y relaciones institucionales

Retribuciones miembros de Junta

Retribuciones miembros de Junta de Gobierno para el próximo año 2021. Tras la decisión tomada por parte de esta Junta de anular retribuciones por asistencia a Junta de Gobierno y de representación en el CGCOO para todo el año 2020, dado el periodo de confinamiento de marzo 2020, se pasa a considerar que a comienzos del año 2021, la situación vuelva a ser como lo era en periodos anteriores a la pandemia. Así, desde enero de 2021 las retribuciones por Juntas de Gobierno u otras reuniones necesarias para el correcto funcionamiento del COORM y defensa de la profesión, volverán a estar vigentes.

Seguro AMA

El seguro de vida con la Aseguradora AMA para colegiados, ha sido firmado.

Presupuestos 2021

El Sr. Tesorero y Contador, empiezan a trabajar en los presupuestos del año 2021 solicitando las necesidades para el funcionamiento a las distintas comisiones.

1. Actos y relaciones institucionales

Reunión con Dª Ana Martínez Vidal

El día 13 de enero, la Sra. Presidenta tiene una reunión con Dª Ana Martín Vidal, Consejera de Empresa, Industria y Portavocía, quien está convocando a los diferentes colegios profesionales para presentarles la línea de Inversiones Tecnológicas COVID. Tras la reunión se recibe la información vía email, referente a esta línea de Inversión.

1. Actos y relaciones institucionales

Vacunación COVID-19

Creación de la Comisión Vacunación COORM

Tras la insistente solicitud de información sobre la vacunación del grupo 3 al Subdirector General de Prevención, Promoción de la Salud y Adicciones, D. Jaime J. Pérez Martín, por parte del COORM y otros altos cargos de la CARM, se consiguió que se pusieran en contacto con nosotros para comenzar con el proceso de vacunación.

Para ello, el día 13 de enero nos enviaron un correo electrónico con los pasos a seguir y lo que tenían que hacer los colegiados para presentar en el colegio (el colegio iba hacer de intermediario entre los establecimientos sanitarios de óptica y la CARM). Nos enviaron un archivo Excel que tenía que completar cada establecimiento sanitario de óptica, un archivo pdf que era el consentimiento informado para la vacunación de cada miembro del establecimiento y un enlace a la web de la CARM CITAS VACUNACION - WEB (carm.es), donde se debían inscribir uno por uno de los trabajadores de los establecimientos, tanto profesionales como auxiliares.

Todos estos datos, fueron recogidos por los administrativos del COORM y numerosas llamadas con las dudas surgidas como consecuencia de todo lo que rodeaba a la vacuna.

Se fue alargando en el tiempo la vacunación y la indignación de los colegiados y más aún cuando el día 11 de Febrero, se recibió con gran sorpresa que, en un nuevo protocolo, en "Grupo 3. Otro personal sanitario y sociosanitario" más en concreto "Grupo 3B Personal en activo …", no se especifica al Óptico-Optometrista, lo cual produjo, un grandísimo mal estar en los profesionales sanitarios que componemos este colectivo y que no entendimos, dado que se nos consideró desde el inicio de la pandemia, colectivo esencial.

Con el nuevo Protocolo de Vacunación, se recibió un correo electrónico del Colegiado D. Juan Sánchez Romero en el instó a esta Junta a emprender medidas legales contra las autoridades sanitarias autonómicas por el cambio del protocolo de vacunación. Se concertó reunión virtual con el colegiado, a la que no asistió, pero si otros compañeros.

Se tuvo reunión con D. José Carlos Vicente López, Director Gral. De Salud Pública y adicciones, para solicitar esta información, pero posteriormente fue cesado y no hubo contestación al respecto.

1. Actos y relaciones institucionales

Vacunación COVID-19

Creación de la Comisión Vacunación COORM

Se le comunicó al Sr. Consejero de Salud que en reiteradas ocasiones y en distintos departamentos que conforman su Consejería, habíamos enviado numerosos escritos haciéndoles partícipes de cuáles son las distancias en las que un Óptico-Optometrista realiza su trabajo cotidianamente, así como el nº de profesionales y Establecimientos Sanitarios de Óptica que hay en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia. Le reiteramos en que no queremos convertirnos en un vector de contagio más, dada las distancias en las que se realiza nuestro trabajo.

Le solicitamos que nos diera contestación de cuál es la posición de la Consejería de Salud de Murcia, en relación a la vacunación de los Óptico-Optometrista en la Región, y si es posible, el orden en la que se iba a hacer y en qué momento aproximado.

Le comunicamos que éramos conscientes de la gran demanda de vacunas, que había grupos más vulnerables que otros, pero que exigíamos un trato igualitario con otras profesiones sanitarias, el cual no se nos estaba prestando en ningún momento, ni a nosotros ni a los pacientes que utilizan nuestras instalaciones.

Se le dijo que se nos indicara si íbamos a ser incluidos en el grupo 3 y que se produjera la vacunación con la misma celeridad, a las profesiones que desarrollan sus labores sanitarias en condiciones similares a las nuestras o incluso con menor riesgo y que ya se habían vacunado, por el bien de nuestros pacientes, usuarios y los profesionales sanitarios que representa el COORM.

1. Actos y relaciones institucionales

Vacunación COVID-19

Vídeo reivindicativo sobre la vacunación

La Sra. Presidenta informa que desde la Comisión de Comunicación se ha grabado un vídeo para visualizar el trabajo del Óptico-Optometrista en el gabinete, evidenciando la imposibilidad de mantener las normas de seguridad ante el COVID-19. El motivo de este vídeo es la actualización del protocolo de vacunación en el que se excluye al Óptico-Optometrista del punto 3C y su fin es su publicación en redes sociales y hacerlo llegar a las autoridades sanitarias autonómicas.

El día 19 de febrero, por fin, se empezó después de muchas cartas y llamadas, la vacunación por la zona de Cartagena para después seguir por Murcia y más tarde Lorca, las tres zonas que había para elegir. Hubo un parón por la suspensión a nivel Nacional con la vacuna AstraZeneca de 15 días pero se retomó, incluyendo a esta vez, a los mayores de 55 años hasta los 65.

1. Actos y relaciones institucionales

Empresa Compliance

La empresa del Compliance, se puso en contacto con la Sra. Secretaria para averiguar si había habido alguna incidencia en el colegio.

Se le traslada por parte de Secretaría que la única novedad ha sido, la baja de uno de los trabajadores por COVID-19 teniendo este hecho, nula repercusión en el resto de Junta de Gobierno, dado que todas las reuniones se celebran por medios telemáticos.

Acuerdo ERTEs

Se llega al acuerdo que para ERTEs parciales (50% jornada y 50% en ERTE) se apruebe una ayuda del 20% de la cuota durante el periodo que cumpla esa condición, comprometiéndose el colegiado a informar cuando su situación cambie. Es una condición que la Junta de Gobierno considera especial, dado que cualquiera de las bonificaciones que el COORM tenía vigentes, no se van a contemplar este año para ningún colegiado dada la condonación de la segunda cuota el pasado año por confinamiento Covid-19.

1. Actos y relaciones institucionales

Elecciones COORM

Elecciones COORM: se recuerda en junta que este año hay que convocar elecciones a Vicepresidente, Contador y Vocal 2º.

Asamblea 2021

En la Junta de gobierno, celebrada el día 2 de febrero, se determina que la fecha de celebración de la Asamblea General Ordinaria de Colegiado se celebre el próximo 22 de abril de 2021.

1. Actos y relaciones institucionales

Página web COORM

La empresa dr brand factory se encargará de realizar el mantenimiento y la subida de contenido de la web del COORM.

Reporte del mes de enero de la audiencia de la web del COORM. Se demuestra que se ha reforzado la visibilidad del COORM.

Jornadas de Empresa Facultad de Ó-O de la Universidad de Murcia

El día 16 de Marzo se celebró, como todos los años, Las Jornadas de Empresa organizadas por la Facultad de Óptica y Optometría de la Universidad de Murcia.

Este año en representación del COORM, ha asistido Dª Almudena Guillén, para abordar los temas de interés del Colegio, como pueden ser funciones, servicios o algo tan simple y a la vez tan complejo como ¿qué es el Colegio?

1. Actos y relaciones institucionales

Consulta Máster de Profesorado de la UCAM

Se recibe instancia del colegiado 17.666 en referencia al Máster de Profesorado de la UCAM solicitando apoyo para que la UCAM incluya la Diplomatura en Óptica y Optometría en la opción de "Procesos socio-sanitarios". Se decide responder a este escrito explicando al colegiado el proceso de acceso a la bolsa de trabajo de Profesorado de Secundaria y mostrando nuestro apoyo.

Oposiciones Comunidad Valenciana

Al haber sido convocadas oposiciones para 7 plazas de óptico-optometrista en la Comunidad Valenciana, ha habido un aluvión de llamadas en el COORM, para solicitar información.

2. Formación

2. Formación

Cursos de formación COORM

Desde la **Comisión de Formación** se informa de los cursos que es han realizado y los que se tienen programados para este año 2021.

Hacemos mención especial a la reciente incorporación en la Comisión de nuestro compañero, **D. Miguel Ángel Guerrero**.

2. Formación

Acceso a Web of Science

Desde el mes de abril tenemos acceso a Web of Science, algo que hemos ido gestionando desde principios de año.

2. Formación

Formación con Jesús Alonso

17/03/2021

2. Formación

Formación con Montse Callejas

25/03/2021

2. Formación

Programación de futuros cursos

	Modalidad	Nombre	Profesorado	Fecha del curso	Fechas presenciales
Curso #1	Semipresencial	Control de la miopía	Diego López Alcón	17/05/21 al 07/06/21	18, 20, 25, 27 mayo y 01/06 16:00-17:30h
Curso #2	Semipresencial	Parálisis oculomotoras	Maribel Soro Martínez	24/05/21 al 19/06/21	12/06 16:00-19:00h y 13/06 09:30-13:30h
Curso #3	Semipresencial	Iniciación en baja visión	Adrián Pérez Baladrón	01/06/21 al 15/06/21	19/06 16:00-20:00h y 20/06 09:30-13:30h
Curso #4	Seminario	Trabajo en equipo en óptica	Montse Callejas	16/06/21	16/06/21
Curso #5	Semipresencial	Lentes progresivas 2ª edición	Eloy Villegas	Finales junio	Por determinar

De septiembre a diciembre hay **programados 4 cursos más**, a falta de determinar fechas.

3. 4° Trimestre 2020

3. 4° Trimestre

Octubre - diciembre 2020

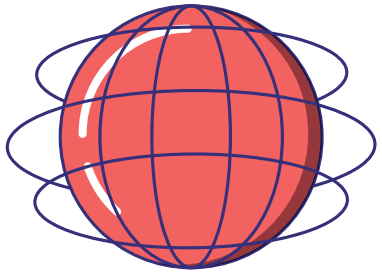
Durante el cuarto trimestre, incrementamos nuestros esfuerzos en **materia digital**.
Incorporamos nuevas mejoras a nuestra plataforma web a nivel funcionamiento.

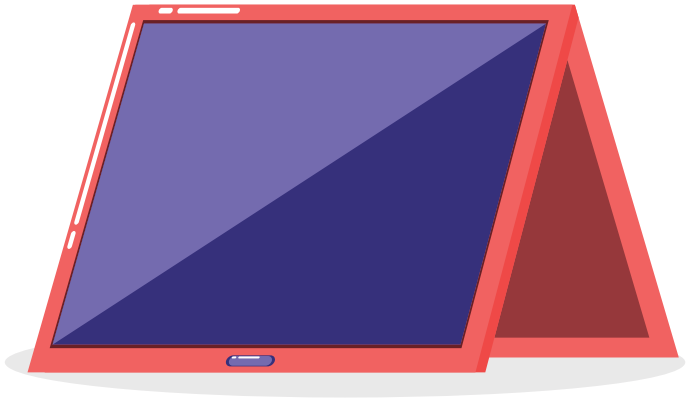
A su vez, con la utilización del apartado ***"Noticias"*** hemos mantenido un contacto directo con el colegiado, ofreciéndole las últimas novedades y actualidad.

Además, gracias a la publicación del **Decálogo** en el periódico digital **La Verdad** y su impacto y medición de éste, hemos verificado la poca rentabilidad que ofrecen, hoy en día y a los costes que suponen, las **publicaciones en medios tradicionales**.

Con ello, sentamos las bases de una **comunicación centralizada** desde la web del Coorm.
Mediante el uso de artículos originales podemos proyectar el mensaje o imagen que queramos con **mayor impacto y menor coste**.

Preparamos una presentación para la baraja de cartas ilustradas y la campaña **Plan de Educación Visual**.





3.1. Estrategia de comunicación

Campaña Ambliopía

La campaña Ambliopía, compuesta por un spot enfocado en el **público infantil**, abrió el último trimestre del año.

El guión y el spot giran sobre la idea de un pirata con problemas visuales que desembarca en la Isla de Ambliopía, tierra del **Marinero Óptico**.

Candela y Belén, protagonistas del spot, interpretaron sus papeles de manera fluida acercando a los niños de su entorno el conocimiento sobre el defecto visual también conocido como "**ojo vago**".

08/10/2020

3.1. Estrategia de comunicación

Comunicación Asamblea

16/10/2020

3.1. Estrategia de comunicación

Consejo Nº8.

27/10/2020

3.1. Estrategia de comunicación

Consejo Nº9.

12/11/2020

3.1. Estrategia de comunicación

Recordatorio Asamblea Anual 2020

17/11/2020

3.1. Estrategia de comunicación

Asamblea Anual 2020

18/11/2020

3.1. Estrategia de comunicación

Consejo Nº10

27/11/2020

3.1. Estrategia de comunicación

Llamada a la acción

30/11/2020

3.1. Estrategia de comunicación

Consejo Nº11

10/12/2020

3.1. Estrategia de comunicación

Covipedia

10/12/2020

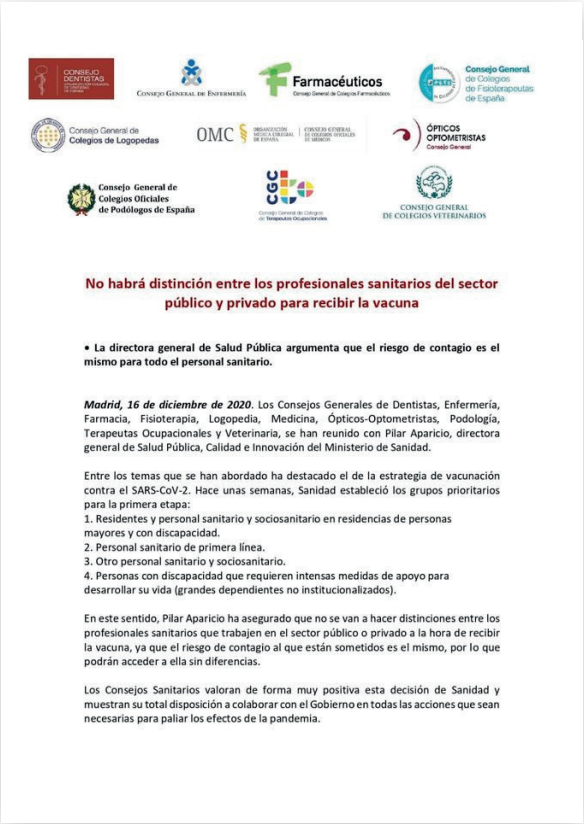
3.1. Estrategia de comunicación

Día de Santa Otilia, Patrona de los Ópticos-Optometristas

13/12/2020

3.1. Estrategia de comunicación

Información sobre la vacuna



No habrá distinción entre los profesionales sanitarios del sector público y privado para recibir la vacuna

- **La directora general de Salud Pública argumenta que el riesgo de contagio es el mismo para todo el personal sanitario.**

Madrid, 16 de diciembre de 2020. Los Consejos Generales de Dentistas, Enfermería, Farmacia, Fisioterapia, Logopedia, Medicina, Ópticos-Optometristas, Podología, Terapeutas Ocupacionales y Veterinaria, se han reunido con Pilar Aparicio, directora general de Salud Pública, Calidad e Innovación del Ministerio de Sanidad.

Entre los temas que se han abordado ha destacado el de la estrategia de vacunación contra el SARS-CoV-2. Hace unas semanas, Sanidad estableció los grupos prioritarios para la primera etapa:
1. Residentes y personal sanitario y sociosanitario en residencias de personas mayores y con discapacidad.
2. Personal sanitario de primera línea.
3. Otro personal sanitario y sociosanitario.
4. Personas con discapacidad que requieren intensas medidas de apoyo para desarrollar su vida (grandes dependientes no institucionalizados).

En este sentido, Pilar Aparicio ha asegurado que no se van a hacer distinciones entre los profesionales sanitarios que trabajen en el sector público o privado a la hora de recibir la vacuna, ya que el riesgo de contagio al que están sometidos es el mismo, por lo que podrán acceder a ella sin diferencias.

Los Consejos Sanitarios valoran de forma muy positiva esta decisión de Sanidad y muestran su total disposición a colaborar con el Gobierno en todas las acciones que sean necesarias para paliar los efectos de la pandemia.

17/12/2020

3.1. Estrategia de comunicación

Último post de los 12 consejos de tu óptico

24/12/2020

3.1. Estrategia de comunicación

Felicitación navideña

24/12/2020

3.1. Estrategia de comunicación

Felicitación de año nuevo

31/12/2020

3.2. Redes sociales

Análisis de redes

En este apartado, analizaremos los 4 perfiles del Coorm en las redes sociales: **Facebook, Twitter, Instagram y Youtube** durante el último trimestre de 2020.

3.2. Redes sociales

Facebook

En este segundo trimestre hemos conseguido:

Me gustas de la página	Impresiones	Visitas a la página	Seguidores ganados	Interacciones	Alcance
2.328	36.437	470	34	1.042	21.527

Impresiones: es la cantidad de veces en las que el contenido fue entregado al timeline o muro de seguidores y fans.

Alcance: número de usuarios únicos que han visto el contenido que se ha compartido.

Interacciones: veces que los usuarios han realizado alguna acción en las publicaciones (compartir, me gusta, etc).

3.2. Redes sociales

Facebook

Datos demográficos del target:

Mujer	Hombre	Desconocido
64,96%	33,92%	1,12%

Se puede observar que el porcentaje más alto de personas que nos siguen en redes sociales son mujeres, seguido de hombres con casi un **34% de diferencia.**

Esto supone un porcentaje y una diferencia notablemente elevada.

3.2. Redes sociales

Facebook

Respecto a la **edad** de nuestro target, la hemos medido según los siguientes intervalos:

13-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	+65
1	141	**741**	**757**	446	165	77

En la página de Facebook, la media de edad más elevada es la de **25-34 años**, seguido de **35-44 años**.

3.2. Redes sociales

Facebook

También hemos analizado la ubicación del target del Coorm según los **países**:

España	México	Perú	Argentina	Ecuador	Otros
68,09%	9,52%	3,62%	2,8%	1,81%	11,05%

Y según las **ciudades**:

Murcia	Madrid	Ciudad de México	Valencia	Lima	Alicante	Cartagena
17,67%	4,18%	3,92%	2,28%	2,24%	1,38%	0,69%

3.2. Redes sociales

Twitter

Análisis de las estadísticas de **seguidores**:

Seguidores totales	2º Grado
2.557	3.724.692

Seguidores de 2º grado: son los seguidores de nuestros seguidores, es decir, los seguidores potenciales que han visto uno de nuestros tweets.

Seguidores ganados	Tweets	Me gustas	Retweets
68	44	59	9

Retweets: veces que han compartido una publicación.

3.2. Redes sociales

Instagram

Estos son los datos relevantes del perfil del Coorm en **Instagram**:

Seguidores finales	Publicaciones
1.485	**110**

Seguidores ganados	Seguidores finales	Menciones	Impresiones	Visitas al perfil	Interacciones
45	**1.485**	56	30.726	783	571

Menciones: veces que nos mencionan en publicaciones de otras cuentas. El resultado es que le ha gustado a la gente el contenido.

Impresiones: veces que una persona ha visto una publicación.

Interacciones: veces que los usuarios han realizado alguna acción en las publicaciones (compartir, me gusta, etc).

3.2. Redes sociales

Instagram

Aquí presentamos los datos sobre la periodicidad de las publicaciones y sus consecuentes respuestas:

Media de publicaciones al día	Media de publicaciones a la semana	Media de Me gusta al día	Media de comentarios al día
0.47	**3.31**	**11.77**	0.22

Sobre las **historias** de Instagram, tenemos los siguientes datos:

Impresiones totales	Alcance total	Total Historias
28.382	**23.466**	**99**

3.2. Redes sociales

Instagram

Datos demográficos de los seguidores:

Mujer	Hombre	Desconocido
65,48%	33,49%	1,03%

Se puede observar que el porcentaje más alto de personas que nos siguen en redes sociales son mujeres, seguido de hombres con un **18% de diferencia.**

3.2. Redes sociales

Instagram

Respecto a la **edad** de nuestros seguidores, la hemos dividido en los siguientes intervalos:

13-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	+65
2	314	**448**	**310**	135	36	18

En el perfil de Instagram, la media de edad más elevada es la de **25-34 años**, seguido de **35-44 años**.

3.2. Redes sociales

Instagram

3.2

También hemos analizado la ubicación del target del Coorm según los **países**:

España	Argentina	Brasil	Colombia	México	EEUU	Chile	Otros
72,04%	11,9%	3,9%	2,73%	2,24%	0,98%	0,98%	5,46%

Y según las **ciudades**:

Murcia	Madrid	Lorca	Valencia	Buenos Aires	Barcelona	Otros
18,93%	4%	3,32%	1,85%	234%	1,17%	26,19%

3.2. Redes sociales

Observaciones y conclusiones

En este periodo todas las cifras en redes sociales son positivas, se ha seguido con la campaña '**Los 12 Consejos de tu Óptico**'. Con ella continuamos aconsejando a la ciudadanía del cuidado diario de los ojos para evitar posibles daños y tener una visión más saludable.

También se estrenó el spot de la "Isla de Ambliopía" donde se explica en qué consiste este problema visual, para celebrar el día **8 de octubre por el Día Mundial de la Visión**, rememorando la importancia del cuidado de la vista.

En Facebook en este periodo el número de seguidores ha aumentado en 34 personas, con **un total de 2.328**.

El alcance ha aumentado en casi 21.527 personas y el número de impresiones en 36.437. En cuanto a los datos demográficos, nuestros seguidores son mujeres en un 65% y hombres en un 34% aproximadamente. Más del 60% tienen una edad comprendida entre los 25 y los 44 años, y se ubican mayoritariamente en España (68,1%), y Sudamérica.

La mayor parte de los seguidores son de Murcia ciudad (16,7%) y demás ciudades y municipios de la Región.
En Instagram se han hecho **32 publicaciones nuevas**, las cuales han sido vistas por 30.726 usuarios. En ellas, se ha comentado 7 veces y se han dado 543 me gustas. **La cuenta ha ganado 45 seguidores**, sumando un total de **1.485**.

Durante este periodo, además, se han producido **783 visitas nuevas al perfil** de Instagram, 571 interacciones y 30.726 impresiones en las publicaciones. En cuanto a los datos demográficos, el 67,7% de nuestros seguidores en Instagram son mujeres, mientras que el 31,4% son hombres.
En cuanto a la edad, entre 18 y 44 años se concentra más del 80% de los seguidores de nuestra cuenta.

De nuevo, el origen de nuestros seguidores es muy similar a las demás redes. Mayoritariamente España (72%) y Sudamérica. La Región de Murcia, Madrid, Comunidad Valenciana y Andalucía son las CCAA más representadas.

3.3. Análisis de competencia en RR.SS.

Análisis

En este apartado, **compararemos nuestras estadísticas del segundo trimestre** con las de otros Colegios Ópticos de España.

3.3. Análisis de competencia en RR.SS.

Análisis de Facebook

Empezaremos mostrando las cifras de **Facebook**.

	Me gusta (página)	Publicaciones	Reacciones (media)	Comentarios (media)	Compartidos (media)	Engagement (media)
Coorm	**2.3k**	**53**	**38,3**	**0,33**	**2,2**	**8,35**
C. Ópticos Andalucía	3.8k	48	10,23	0,42	8,48	5,33
COOCV	5.5k	74	23,46	0,57	17,88	7,55
Optometristas CYL	1.1k	36	3,78	0,08	1,92	5,65

3.3. Análisis de competencia en RR.SS.

Análisis de Twitter

Continuamos con una comparativa de las cifras de **Twitter**.

	Seguidores	Siguiendo	Tweets	Likes (media)	Retweets (media)
Coorm	**2557**	**1366**	**44**	**1,46**	**0,21**
C. Ópticos Andalucía	3850	637	63	1,65	1,25
COOCV	5.55k	271	44	4,57	2,02
Optometristas CYL	937	170	32	0,97	1,00

3.3. Análisis de competencia en RR.SS.

Análisis de Instagram

Por último, tenemos las cifras de **Instagram**.

	Me gusta (página)	Publicaciones	Reacciones (media)	Comentarios (media)	Engagement (media)
Coorm	**1.485**	**32**	**4**	**0,3**	**40,19**
C. Ópticos Andalucía	1.8k	33	18,48	0,12	-
COOCV	839	3	45,33	0	54,03
Optometristas CYL	1013	40	4,83	0,23	9,58

***** Los datos relativos al **COA** hacen referencia a su iniciativa en Instagram llamada **Somos Tu Optometrista**.

4. 1er Trimestre 2021

1er Trimestre

4. 1er Trimestre 2021

Enero - marzo 2021

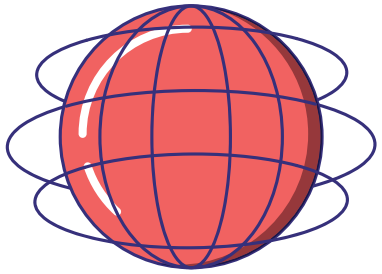
Durante este trimestre, se prepara el **calendario de campañas** anual, donde se establecen los distintos proyectos de comunicación que afrontará el colegio durante el año.

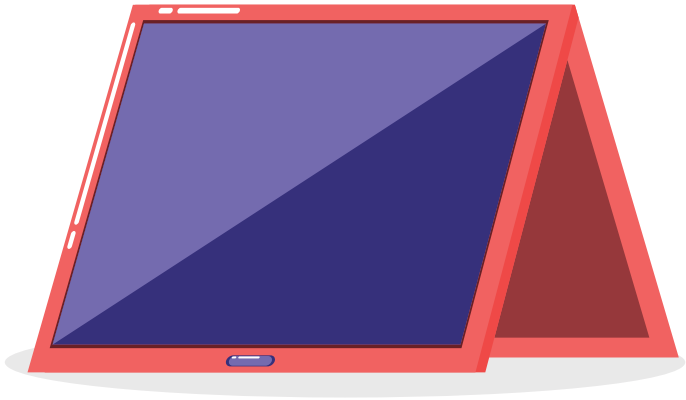
Este periodo, siempre un tanto preparatorio, está marcado además por el inicio de nuevos proyectos, como la creación de una app para el colegio que reuna las funcionalidades que el usuario necesita. Como parte de ese proceso, se encuesta a los colegiados si ven favorable el uso de la **app**.

Durante este periodo se ha presentado la campaña **¿Cómo lo hacen?** pensada para visibilizar cómo se han adaptado los ópticos-optometristas a las nuevas condiciones propias de la pandemia.

También se han introducido publicaciones de **branded content,** o contenido de marca, con mensajes generales relacionados con la actividad del coorm, así como numerosos comunicados relacionados con la política de **vacunaciones del COVID-19**.

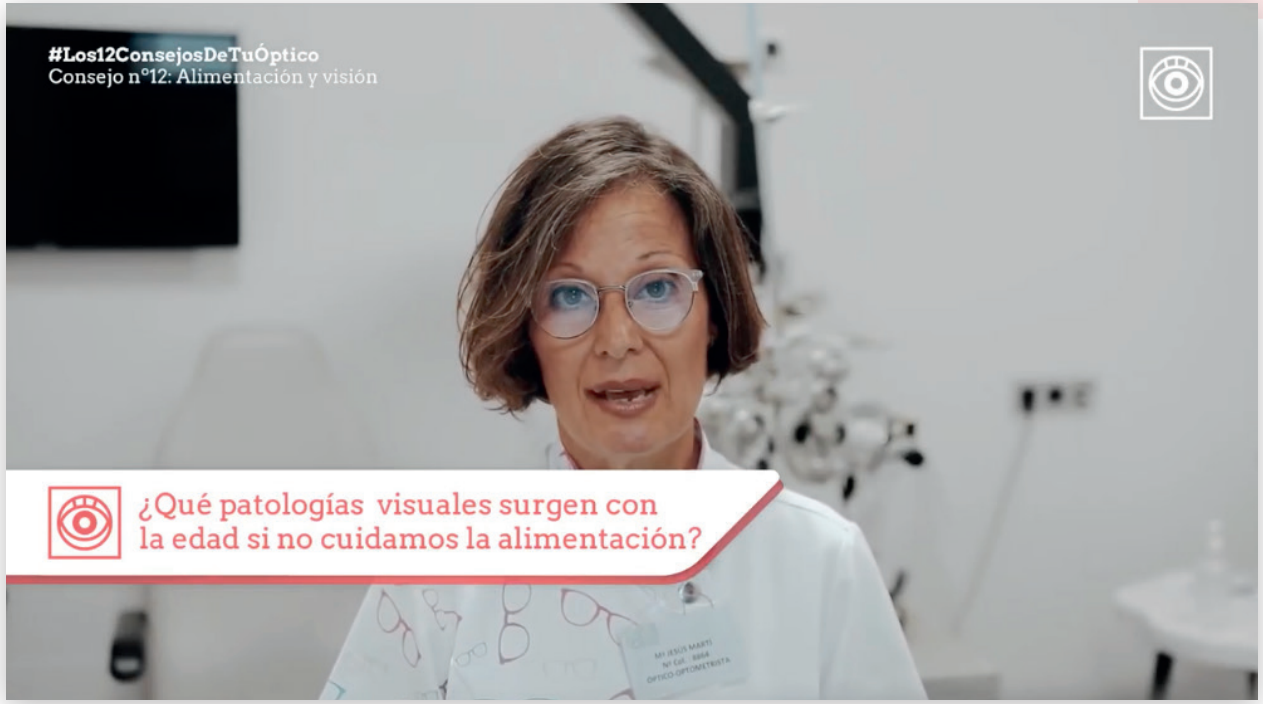
Todos los contenidos se pueden revisar dentro de las mismas redes sociales.





4.1. Estrategia de comunicación

Consejo N°12 Alimentación y visión



11, 12, 13/01/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Comunicado vacunación

16/01/2021

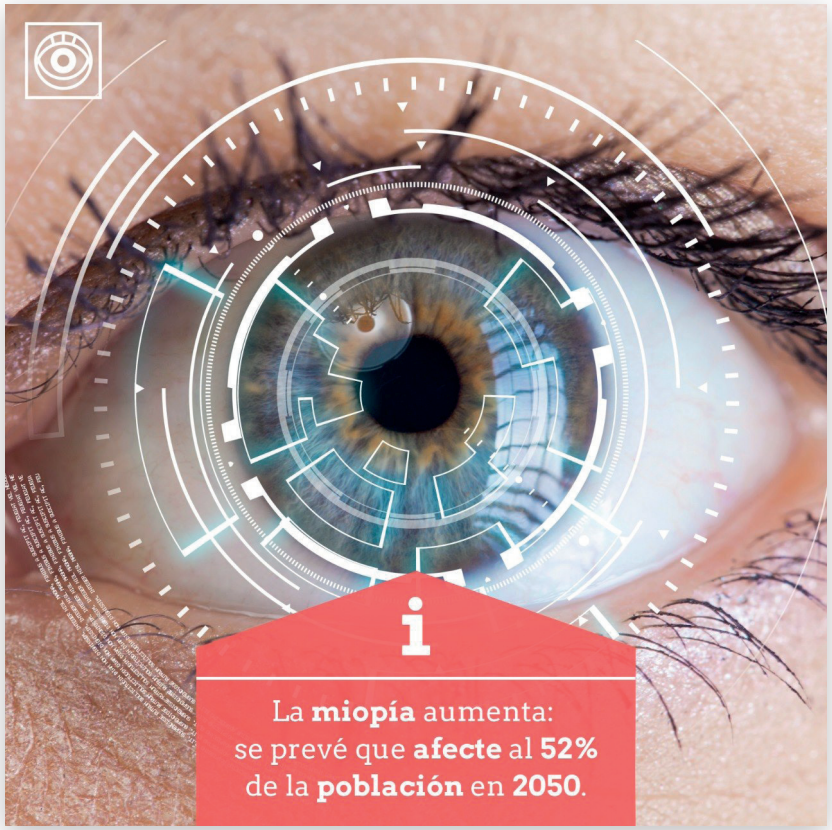
4.1. Estrategia de comunicación

Comunicados

20/01/2021

4.1. Estrategia de comunicación

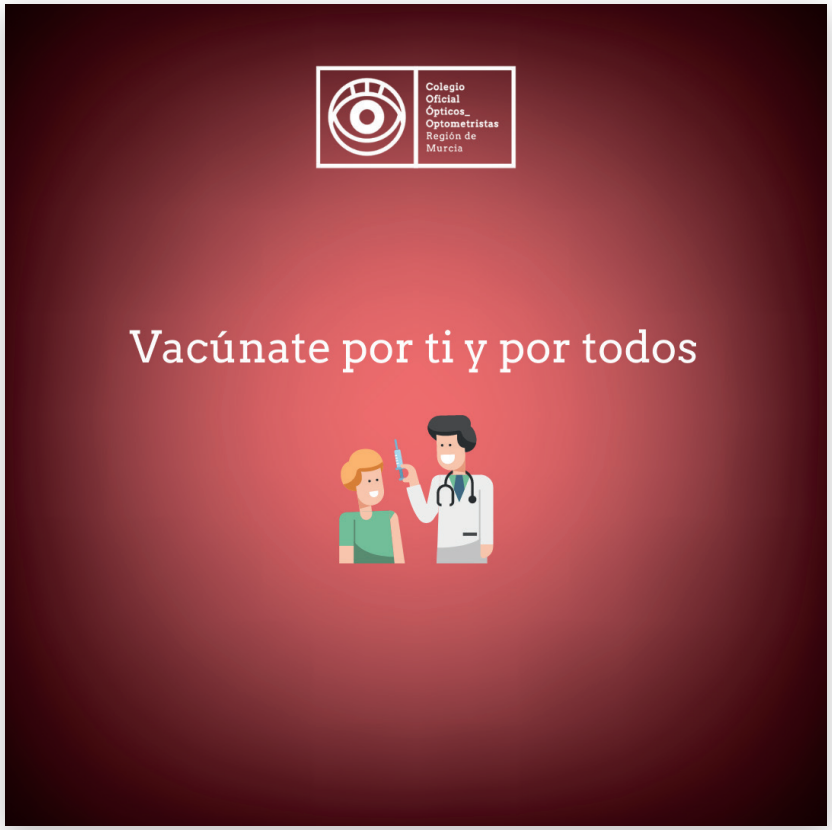
Publicaciones de branded content



25/01/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Información sobre la vacuna Covid-19



26/01/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Información sobre la vacuna Covid-19

Colegio Oficial Ópticos_ Optometristas Región de Murcia

Comunicado Oficial
Vacuna Covid-19

Llevamos días trabajando en la inclusión de nuestros colegiados en el colectivo prioritario para la vacunación del Covid-19, como **profesionales sanitarios**.

Estamos insistiendo para obtener el por qué de la información que nos hemos encontrado en prensa:
"Salud frena las vacunaciones a personal no prioritario tras los cambios en el protocolo.
Ópticos, trabajadores de los centros de menores y farmacéuticos tendrán que esperar".

No comprendemos el cambio que se ha realizado en el protocolo de vacunación.

Seguiremos luchando para defender **nuestros derechos**.

#Coorm
#TuSaludNosImporta

28/01/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Publicaciones de branded content

29/01/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Publicaciones de branded content

01/02/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Publicaciones de branded content

03/02/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Publicaciones de branded content

05/02/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Comunicado Vacunación Covid-19

05/02/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Comunicado vacunación Covid-19

Colegio Oficial Ópticos_ Optometristas Región de Murcia

DECLARACIÓN SOBRE LA ACTUALIZACIÓN DE LA POLÍTICA DE VACUNACIÓN ACTUAL.

Comunicamos a nuestros colegiados que, en la tercera actualización sobre la estrategia de **vacunación** contra el **Covid-19** del día 9 de febrero de 2021, se ha decidido que los ópticos-optometristas, enmarcados dentro del **grupo 3B**, no entren en el siguiente listado de **vacunación.**

Se espera que tanto nosotros como otros sectores sanitarios, **reciban** la **vacuna** lo antes posible.

Desde el **COORM** mostramos nuestra **disconformidad** con esta decisión, ya que somos **personal de 1ª línea** en ámbito sanitario.

El colegio está **luchando** para que esta situación **cambie** por el bien de nuestros **colegiados y pacientes.**

11/02/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Comunicado vacunación

19/02/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Presentación ¿Cómo lo hacen?

25/02/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Publicacion 1er vídeo ¿Cómo lo hacen?

26/02/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Publicación branded content

26/02/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Publicación 1er vídeo ¿Cómo lo hacen?

02/02/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Publicación de branded content

03/03/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Día Internacional de la Mujer Trabajadora

08/03/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Publicacion 2º vídeo ¿Cómo lo hacen?

09/03/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Publicación de branded content

10/03/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Encuesta sobre la app del coorm

Encuesta para la creación de una aplicación móvil del COORM

Desarrollar una aplicación puede ser algo muy costoso, y desde el COORM queremos identificar cuales serían aquellas funciones que más valor podrían aportar a nuestros colegiados para hacer de este proceso de transformación digital, algo muy eficiente.
Te rogamos respondas a las siguientes preguntas con sinceridad y pensando que cada funcionalidad adicional repercute en un desembolso mayor para el colegio.

Los datos utilizados son anónimos.

* Required

10/03/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Día Mundial del Glaucoma

12/03/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Publicacion 3er vídeo ¿Cómo lo hacen?

12/03/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Envío de mascarillas a los colegiados

16/03/2021

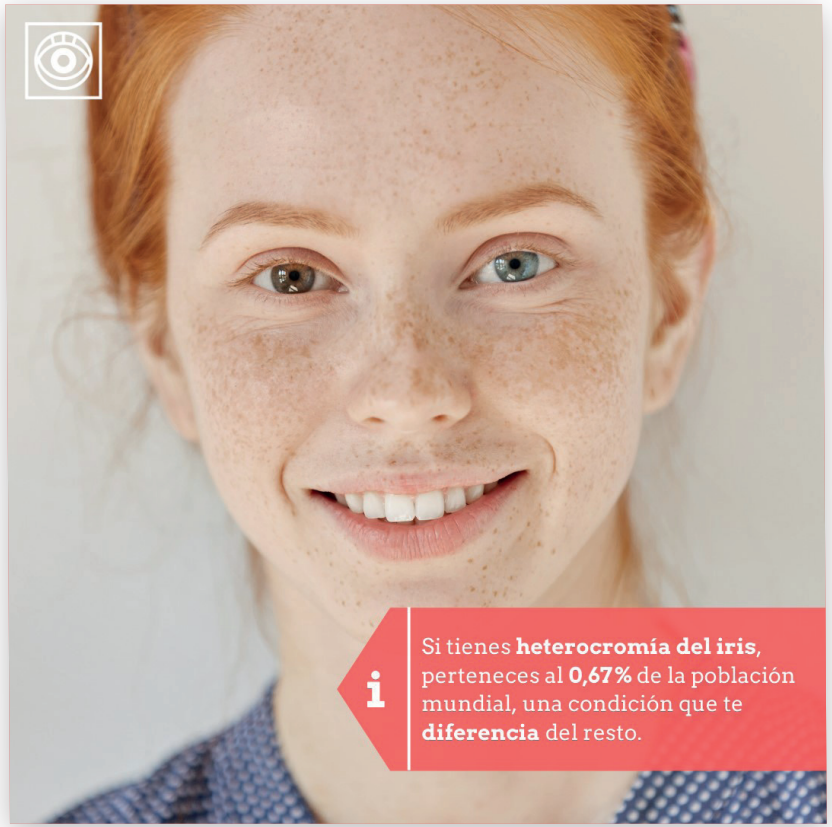
4.1. Estrategia de comunicación

Publicacion 4º vídeo ¿Cómo lo hacen?

18/03/2021

4.1. Estrategia de comunicación

Publicación de branded content



24/03/2021

4.2. Redes sociales

Análisis de redes

En este apartado, analizaremos los 4 perfiles del Coorm en las redes sociales: **Facebook, Twitter, Instagram y Youtube** duranteel primer trismestre de 2021.

4.2. Redes sociales

Facebook

En este **primer trimestre** hemos conseguido:

Me gustas de la página	Impresiones	Visitas a la página	Seguidores ganados	Interacciones	Alcance
2.350	58.973	978	39	3.368	32.079

Impresiones: es la cantidad de veces en las que el contenido fue entregado al timeline o muro de seguidores y fans.

Alcance: número de usuarios únicos que han visto el contenido que se ha compartido.

Interacciones: veces que los usuarios han realizado alguna acción en las publicaciones (compartir, me gusta, etc).

4.2. Redes sociales

Facebook

Datos demográficos del target:

Mujer	Hombre	Desconocido
65,06%	33,07%	1,23%

Se puede observar que el porcentaje más alto de personas que nos siguen en redes sociales son mujeres, seguido de hombres con un **31,36% de diferencia.**

4.2. Redes sociales

Facebook

Respecto a la **edad** de nuestro target, la hemos medido según los siguientes intervalos:

13-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	+65
0	5,66	**31,79**	**32,64**	19,28	7,36	3,23

En la página de Facebook, la media de edad más elevada es la de **35-44 años**, seguido de **25-34 años**.

4.2. Redes sociales

Facebook

También hemos analizado la ubicación del target del Coorm según los **países**:

España	México	Perú	Argentina	Ecuador	Otros
68,33%	9,35%	3,71%	2,73%	1,88%	10,95%

Y según las **ciudades**:

Murcia	Madrid	Ciudad de México	Lima	Valencia	Alicante	Lorca
12,97%	3,33%	3,12%	2,18%	1,79%	1,41%	1,62%

4.2. Redes sociales

Twitter

Análisis de las estadísticas de **seguidores**:

Seguidores totales	2º Grado
2.571	3.711.882

Seguidores de 2º grado: son los seguidores de nuestros seguidores, es decir, los seguidores potenciales que han visto uno de nuestros tweets.

Seguidores ganados	Tweets	Me gustas	Retweets
14	54	88	22

Retweets: veces que han compartido una publicación.

4.2. Redes sociales

Instagram

Estos son los datos relevantes del perfil del Coorm en Instagram:

Seguidores finales	Publicaciones
2.478	**45**

Seguidores ganados	Seguidores finales	Crecimiento	Impresiones	Visitas al perfil	Interacciones
993	**2.478**	66,87%	63.663	4.174	1.402

Impresiones: veces que una persona ha visto una publicación.

Interacciones: veces que los usuarios han realizado alguna acción en las publicaciones (compartir, me gusta, etc).

4.2. Redes sociales

Instagram

Datos demográficos de los seguidores:

Mujer	Hombre	Desconocido
66,79%	32,12%	1,08%

Se puede observar que el porcentaje más alto de personas que nos siguen en redes sociales son mujeres, seguido de hombres con un **34,67% de diferencia.**

4.2. Redes sociales

Instagram

Respecto a la **edad** de nuestros seguidores, la hemos dividido en los siguientes intervalos:

13-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	+65
0,33%	17,71%	**34,4%**	**26%**	15,33%	4,5%	1,73%

En el perfil de Instagram, la media de edad más elevada es la de **25-34 años**, seguido de **35-44 años**.

4.2. Redes sociales

Instagram

4.2

También hemos analizado la ubicación del target del Coorm según los **países**:

España	Argentina	Brasil	México	Colombia	EEUU	Chile	Otros
71,28%	8,96%	4,02%	3,15%	2,5%	1,03%	1,19%	7,82%

Y según las **ciudades**:

Murcia	Madrid	Lorca	Valencia	Córdoba	Cartagena	Otros
15,31%	3,15%	2,06%	1,85%	1,68%	1,62%	74,43%

4.2. Redes sociales

Instagram

Aquí presentamos los datos sobre la periodicidad de las publicaciones y sus consecuentes respuestas:

Media de publicaciones al día	Media de publicaciones a la semana	Media de Me gusta al día	Media de comentarios al día
0.5	**3.5**	**14.06**	0.99

Sobre las **Historias** de Instagram, tenemos los siguientes datos:

Impresiones totales	Alcance total	Total Historias
31.891	**32.677**	**96**

4.3. Análisis de competencia en RR.SS.

Análisis

En este apartado, **compararemos nuestras estadísticas del primer trimestre** con las de otros Colegios Ópticos de España.

4.3. Análisis de competencia en RR.SS.

Análisis de Facebook

Empezaremos mostrando las cifras de **Facebook**.

	Me gusta (página)	Publicaciones	Reacciones (media)	Comentarios (media)	Compartidos (media)
CN Ópticos-Optometristas	**10,52k**	**87**	**46,11**	**0,82**	**37,37**
COO C. Valenciana	5,68k	77	30,05	0,97	15,45
CGCO	4.55k	106	2,89	0,22	1,22
COOO de Andalucía	3,9k	61	9,61	0,43	5,77
COORM	2,36k	62	5,34	0,27	5,5

4.3. Análisis de competencia en RR.SS.

Análisis de Twitter

Continuamos con una comparativa de las cifras de **Twitter**.

	Seguidores	Siguiendo	Tweets	Likes (media)	Retweets (media)
Tu optometrista	**4,22k**	**735**	**80**	**5,73**	**2,18**
C. Ópticos Andalucía	3,29k	653	66	2,27	0,79
CNOO	2,92k	61	84	7,64	4,21
COORM	2,57k	1,36k	50	1,72	0,44
CGCOO	2,23k	25	107	3,77	1,49

4.3. Análisis de competencia en RR.SS.

Análisis de Instagram

Por último, tenemos las cifras de **Instagram**.

	Me gusta (página)	Publicaciones	Likes (media)	Comentarios (media)
Coorm	**2,48k**	**35**	**27,2**	**1,83**
Tu Optometrista	2,03k	51	25,33	0,18
COOCV	1,02k	13	55,15	1,31
Primera Delegación CNOO	862	20	25,6	0,15

4.4. Conclusiones

Observaciones y conclusiones

En este periodo todas las cifras en redes sociales son positivas, se ha presentado la campaña '¿Cómo lo hacen?', la cual está teniendo éxito ya que tres de los cinco vídeos más vistos en Youtube han sido los publicados hasta la fecha de dicha campaña. Con ella relatamos a la ciudadanía cómo los ópticos-optometristas de la Región de Murcia se han adaptado y sobrevivido de la mejor forma posible a los cambios ocasionados por la covid. Hemos realizado diversas publicaciones promocionando las mascarillas transparentes del Coorm.

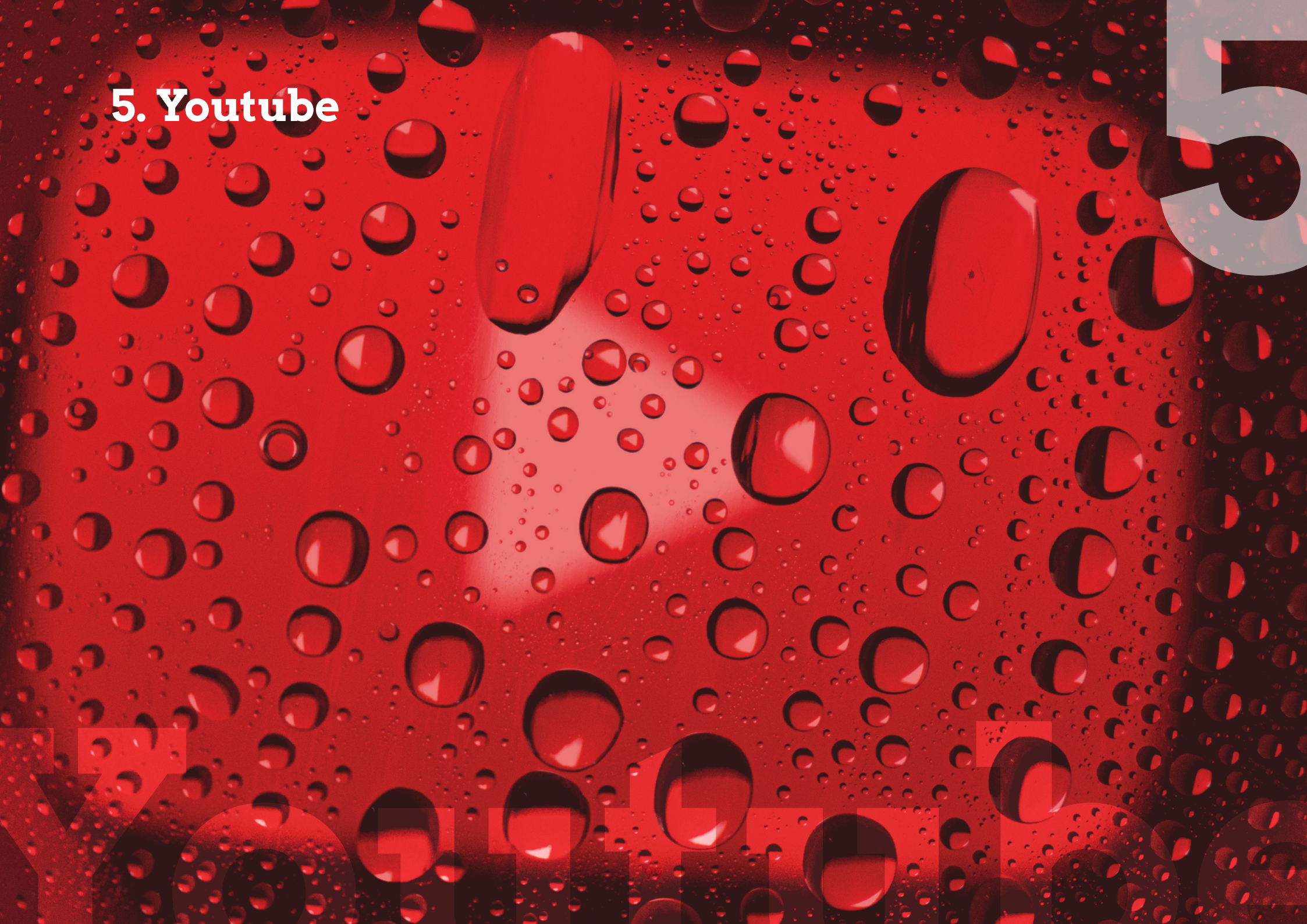
Además, hemos seguido realizando publicaciones de "¿Sabías que…?" aportando consejos sobre óptica. También hemos publicado diversos cursos de formación online como "Un viaje a los fundamentos de tu negocio" por Jesús Alonso o "Comunicación efectiva en tu óptica" por Montse Callejas así como varias publicaciones con información de interés para los colegiados. Por último, hubo varias publicaciones sobre la reivindicación de la vacuna para los ópticos de la Región de Murcia en la que se realizó un gran hincapié a través de las distintas redes sociales.
En Facebook, en este periodo, el número de seguidores ha aumentado en 39 personas, con un total de 2.416 seguidores. El alcance ha aumentado en casi 11.700 personas y el número de impresiones en casi 11.000.

En cuanto a los datos demográficos, nuestros seguidores son mujeres en un 65% y hombres en un casi 34% aproximadamente. Más del 60% tienen una edad comprendida entre los 25 y los 44 años y se ubican mayoritariamente en España (68,33%) y Sudamérica. La mayor parte de los seguidores son de Murcia ciudad (12,97%) y el resto son de las demás ciudades y municipios de la Región.

En Instagram se han hecho 45 publicaciones, las cuales han sido vistas por casi 30.000 usuarios. En ellas, se ha comentado 89 veces y se han dado 1.264 me gusta. La cuenta ha ganado 993 seguidores, que suman un total de 2.478. Durante este periodo, además, se han producido 4.174 visitas al perfil de Instagram, 1.402 interacciones y 63.673 impresiones en las publicaciones. En cuanto a los datos demográficos, el 66,79% de nuestros seguidores en Instagram son mujeres, mientras que el 32,12% son hombres. Acerca de las historias de Instagram, las impresiones totales han sido 31.891 y el alcance total de 32.677. El total de historias publicadas en Instagram ha sido 96.

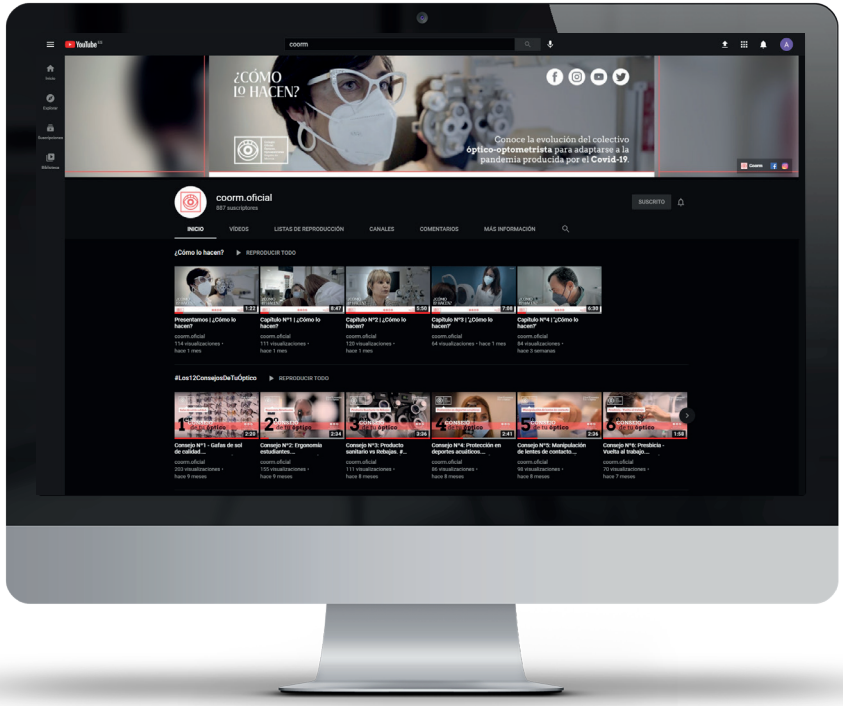
En Twitter, hemos ganado 14 seguidores (2.571 en total) y se han publicado 54 tweets, obteniendo 88 me gusta y 22 retweets. Además, en Twitter nos encontramos en buena posición en cuanto a seguidores se refiere.

5. Youtube



5. Youtube

El canal audiovisual de referencia



2020 ha sido el año de mayor crecimiento en **Youtube**.
2021 lo seguirá siendo.

5. Youtube

1 octubre 2020 al 31 de marzo de 2021

106
vídeos totales

1.729
reproducciones

+ 16
nuevos vídeos

19
suscriptores

La interacción con el colegiado a través de **Youtube** ha sido eficaz: **casi 1.8 mil visualizaciones** de nuestro contenido en esta plataforma.

Colegio
Oficial
Ópticos_
Optometristas
Región de
Murcia

admin@coorm.org
968 20 87 73/67.

Calle Miguel Vivancos, 4, bajo 1.
30007, **Murcia**.

@COORM.OFICIAL