

AREANDINA

Fundación Universitaria del Área Andina

DIAGNÓSTICO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
NUEVOS CANALES DE COMUNICACIÓN

LAURA ISABEL SANTANA MARTÍNEZ

ÍNDICE



Captura de información.



Análisis de resultados.



Conclusiones

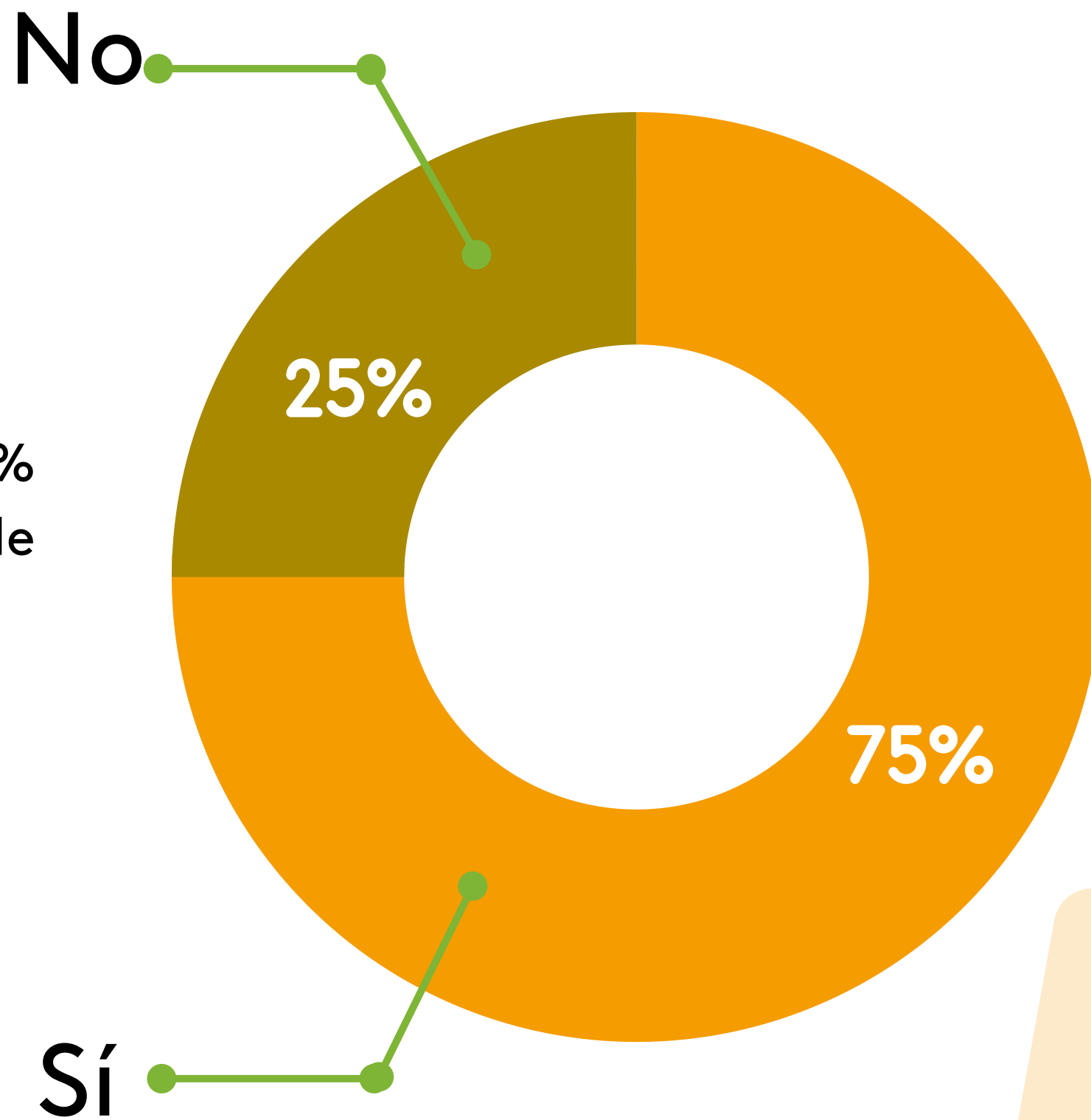
CAPTURA DE INFORMACIÓN

Este proyecto se enmarca en la investigación cualitativa, la cual consiste en recolectar y analizar datos numéricos, el porqué de esta metodología se fundamenta en que es un método ideal para identificar tendencias y promedios, realizar predicciones, comprobar relaciones y obtener resultados generales en diferentes poblaciones. Se llevó a cabo la aplicación de una encuesta por medio de la herramienta Microsoft Forms, a los estudiantes activos del programa entre los 18 y 25 años, se aplicaron en total 51 encuestas con 7 preguntas diferentes, las cuales tenían como objetivo determinar la percepción del uso de las redes sociales y con los resultados obtenidos poder generar estrategias.



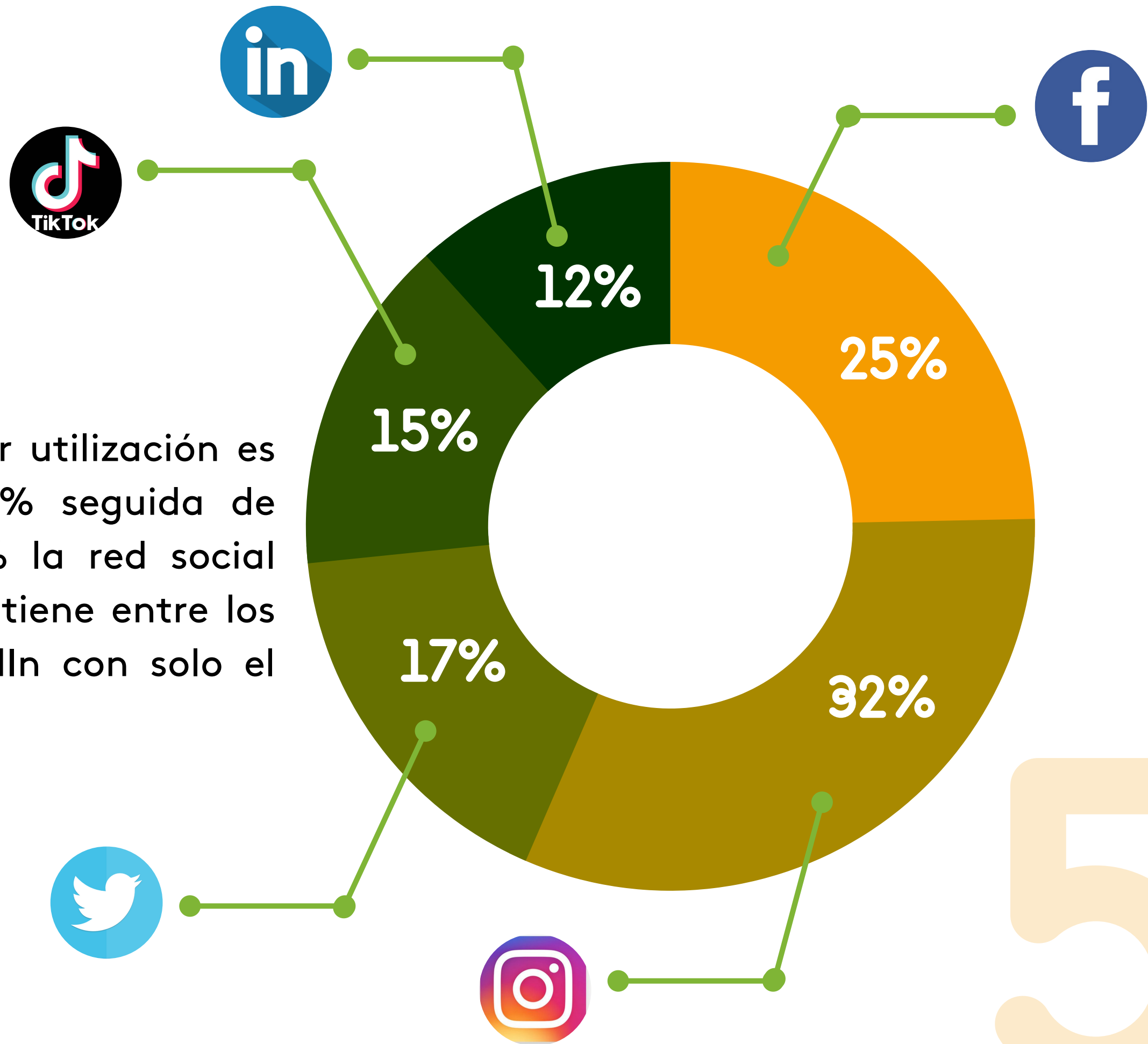
ANÁLISIS DE RESULTADOS

Del total de los encuestados, el 75% afirma pertenecer al grupo de Facebook del programa.



ANÁLISIS DE RESULTADOS

La red social de mayor utilización es Instagram con un 32% seguida de Facebook con un 25% la red social que menos utilización tiene entre los encuestados es LinkedIn con solo el 12%.

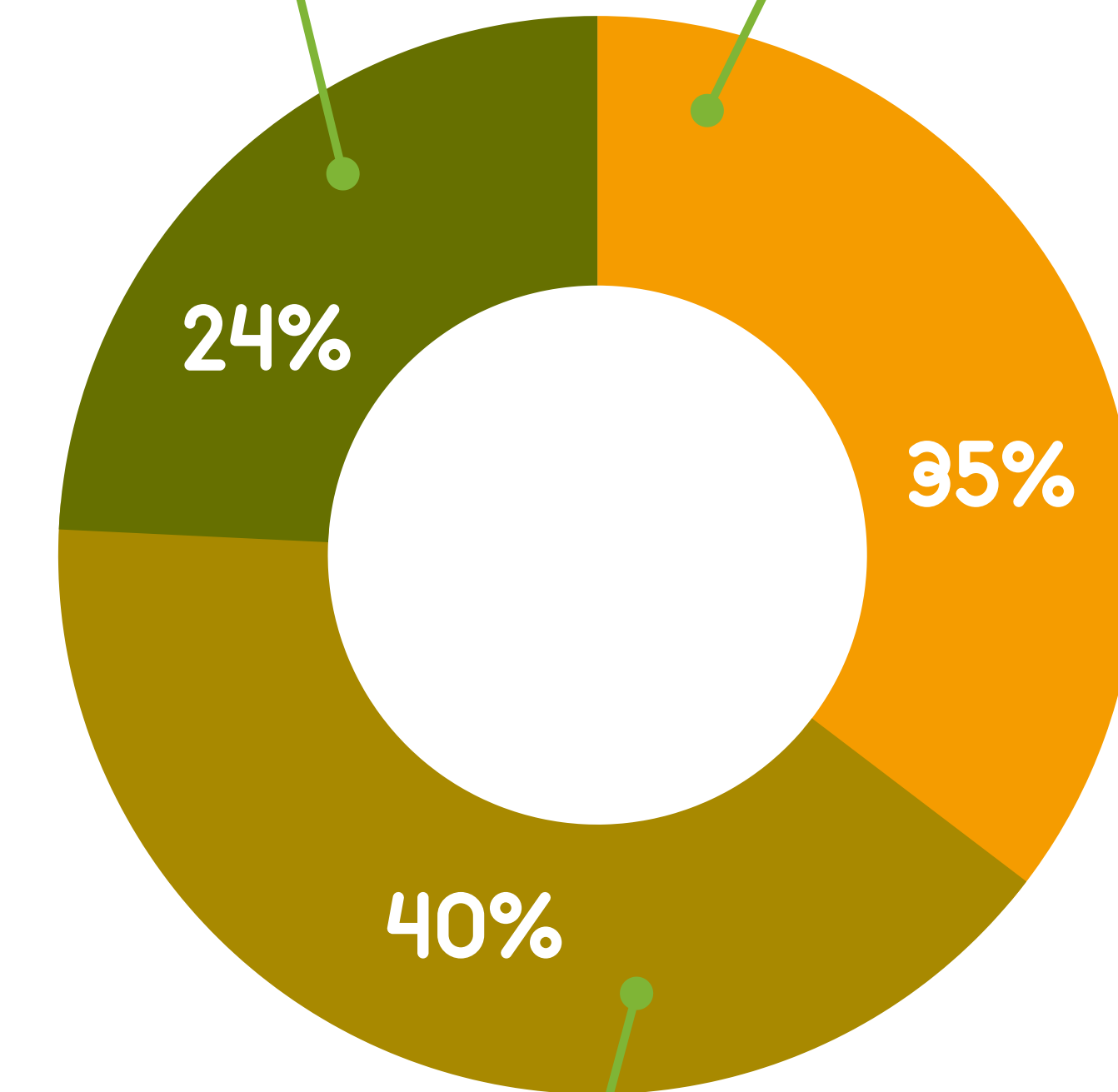


ANÁLISIS DE RESULTADOS

Frente al tipo de contenido compartido por los encuestados, se encontró que la mayoría con un 40% comparte fotografías o imágenes, seguido de memes con el 35% y el contenido que menos se comparte es aquel relacionado con temas de la carrera.

Temas relacionados con la carrera

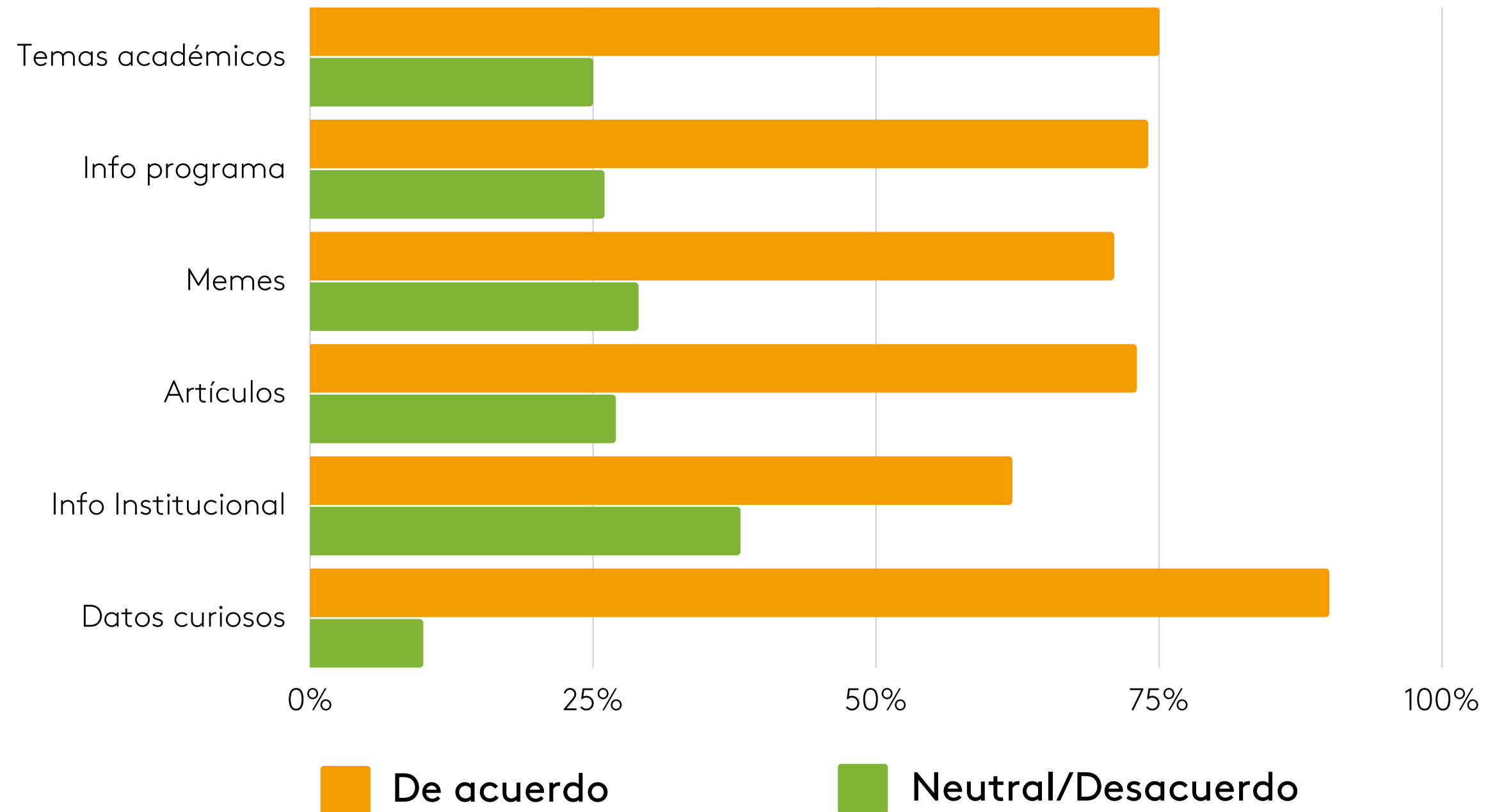
Memes



Fotografías/Imágenes



ANÁLISIS DE RESULTADOS

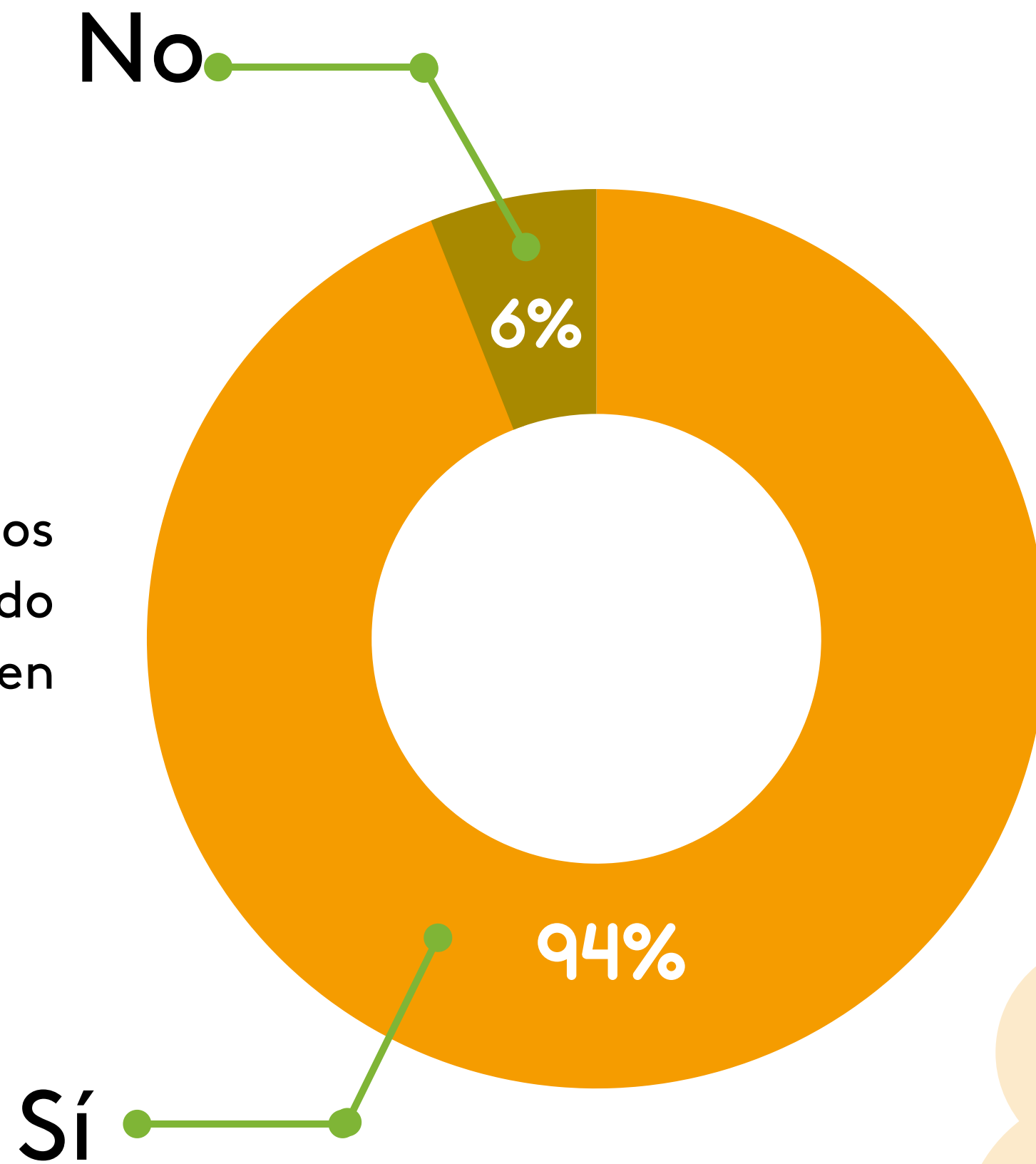


Con relación al contenido que quieren ver publicado en redes sociales la pregunta se formuló en escala Likert utilizando un rango en función de que tan de acuerdo y en desacuerdo se encuentra frente a las diferentes publicaciones, al respecto se tienen los siguientes resultados:

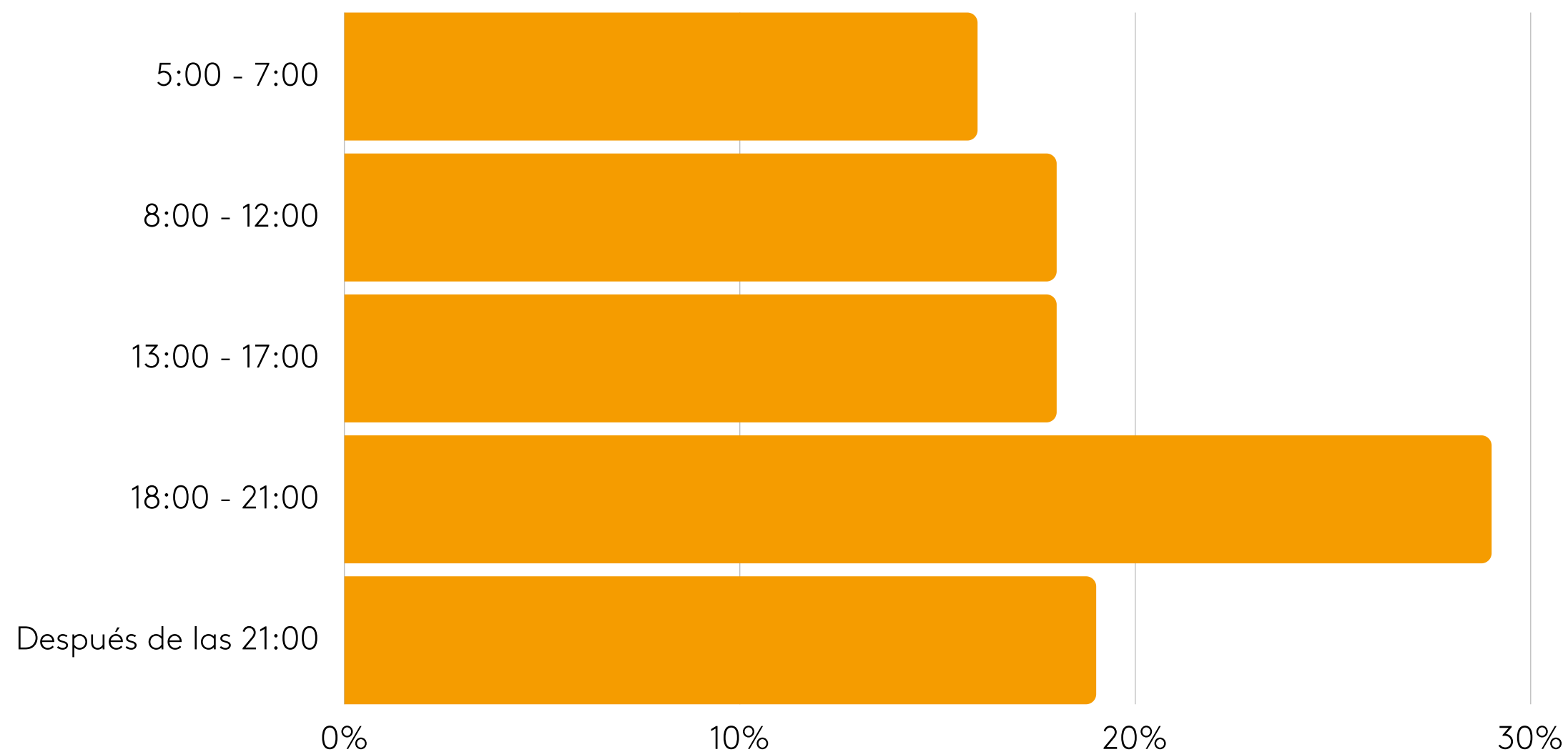


ANÁLISIS DE RESULTADOS

Por otra parte, el 94% de los encuestados, afirma estar de acuerdo con que el programa esté presente en otros canales.



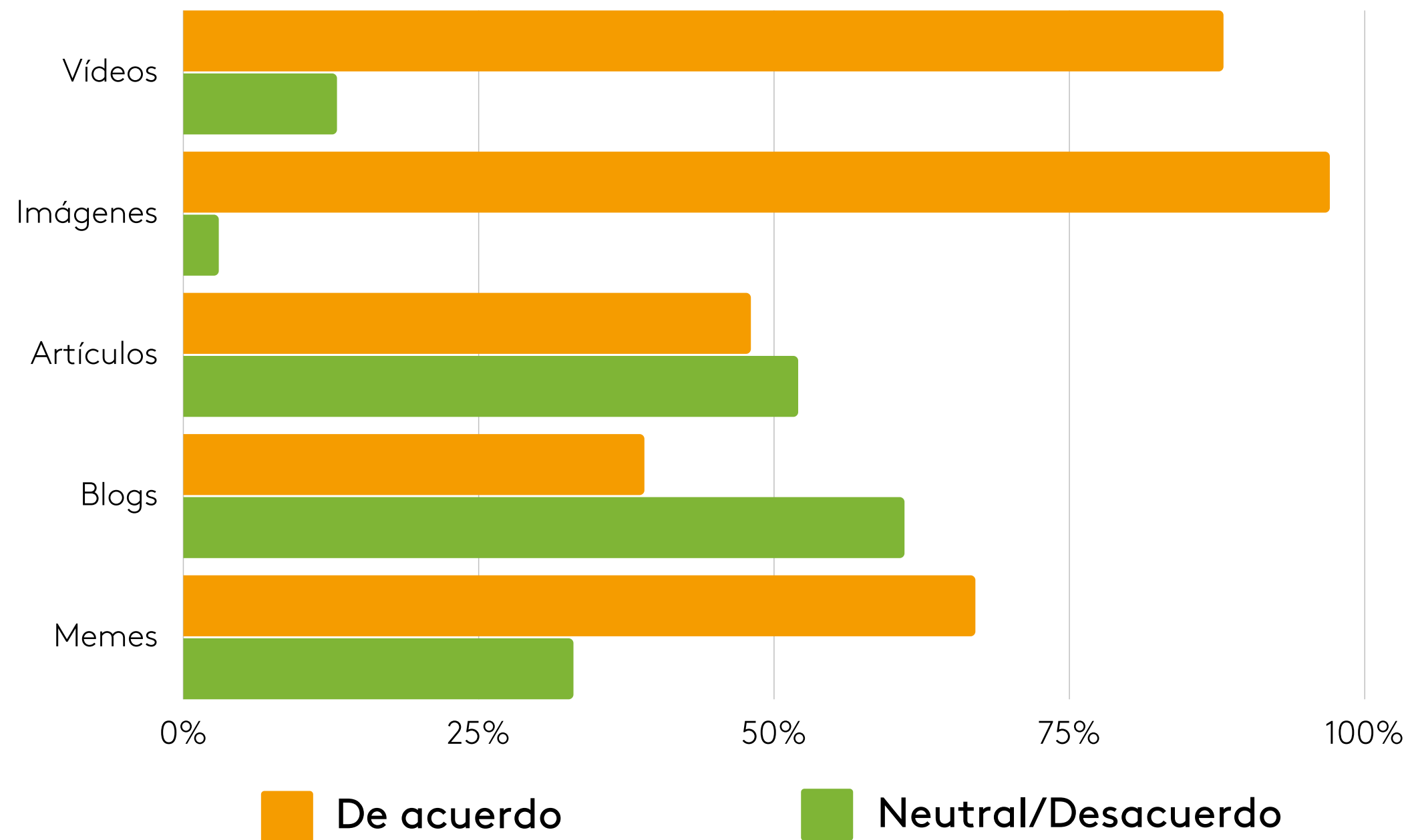
ANÁLISIS DE RESULTADOS



Respecto de la actividad en redes sociales, de acuerdo a los resultados se evidencio que la mayor actividad se presenta entre las 6:00 pm y las 9:00 pm con un 29% seguido por un 19% después de las 9:00 pm, este comportamiento puede responder a que en ese horario se tiene más tiempo libre.



ANÁLISIS DE RESULTADOS



Respecto a la preferencia de contenido que los encuestados quisieran ver en redes sociales, se encuentra el formato de imágenes con un 97% seguido del formato de vídeo con un 88%; sin embargo, se evidencia que los artículos y blogs tienen un alto porcentaje de desacuerdo y/o neutral.

CONCLUSIONES

La encuesta realizada permitió identificar las redes sociales de uso más frecuente, así como el contenido de preferencia por la comunidad estudiantil.

Instagram, es la red social de mayor preferencia, por parte de la comunidad, dicha identificación respalda la propuesta de la implementación de un perfil en esta red social, pues contaría con una visualización mayor a la actual en Facebook.

Los resultados de la encuesta, demuestran que las estrategias enfocadas a las redes sociales (Facebook e Instagram) en las cuales orientan los recursos a la publicación de contenido de interés para la audiencia, resultan ser efectivas.

