



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES

**ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**El nivel de percepción de los contenidos digitales en los
usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de voces
escolares en lima norte 2018**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Espinoza Castillo, Luis Enrique (orcid.org/0000-0003-4128-6685)

ASESOR:

Mgtr. Smith Corrales, César Augusto (orcid.org/0000-0003-0187-0967)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Procesos Comunicacionales en la Sociedad Contemporánea

LIMA – PERÚ

2020

Dedicatoria

El presente trabajo está dedicado a Sharon Chavarria, a mi familia, y a mí mismo, quienes me apoyaron y motivaron a seguir y poder alcanzar lo que me proponga, a mis compañeros de trabajo, a los niños de la radio y a todas las personas que han compartido conmigo parte de su tiempo donde eh aprendido y logrado aplicar todo lo estudiado.

Agradecimiento

Quiero agradecer a la universidad César Vallejo por mi formación académica, los docentes por su gran labor y a todas aquellas personas que han formado parte de mi educación brindándome oportunidades y confianza para poder mostrar lo aprendido.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO.....	9
III. METODOLOGÍA.....	13
3.1 Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Variables y operacionalización	13
3.3 Población, muestra y muestreo	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	16
3.6. Método de Análisis de datos	16
3.7. Aspectos éticos	17
IV. RESULTADOS.....	18
V. DISCUSIÓN	43
VI. CONCLUSIONES	44
VII. RECOMENDACIONES.....	45
REFERENCIAS.....	47
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1	18
Tabla 2	19
Tabla 3	20
Tabla 4	21
Tabla 5	22
Tabla 6	23
Tabla 7	24
Tabla 8	25
Tabla 9	26
Tabla 10	27
Tabla 11	28
Tabla 12	29
Tabla 13	30
Tabla 14	31
Tabla 15	32
Tabla 16	33
Tabla 17	34
Tabla 18	35
Tabla 19	36
Tabla 20	37
Tabla 21	38
Tabla 22	39
Tabla 23	40
Tabla 24	41
Tabla 25	42

Índice de gráficos y figuras

Gráfico 1	18
Gráfico 2	19
Gráfico 3	20
Gráfico 4	21
Gráfico 5	22
Gráfico 6	23
Gráfico 7	24
Gráfico 8	25
Gráfico 9	26
Gráfico 10	27
Gráfico 11	28
Gráfico 12	29
Gráfico 13	30
Gráfico 14	31
Gráfico 15	32
Gráfico 16	33
Gráfico 17	34
Gráfico 18	35
Gráfico 19	36
Gráfico 20	37
Gráfico 21	38
Gráfico 22	39
Gráfico 23	40
Gráfico 24	41
Gráfico 25	42

Resumen

El siguiente trabajo de investigación tiene como finalidad, analizar el nivel de percepción de los contenidos digitales en los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de voces escolares en lima norte 2018 donde se aplicó una encuesta logrando obtener datos que permitan medir el nivel de percepción que tienen los usuarios con respecto a los contenidos digitales presentados por el Fan Page de Voces Escolares. Así mismo se presentan alternativas de solución en los índices que puedan mostrar una baja percepción las cuales puedan servir de ayuda a la mejora de los contenidos digitales que está presenta. De igual forma este documento pretende servir de ayuda para las siguientes investigaciones que requieran analizar algunos puntos en concreto con respecto a la percepción que los usuarios puedan mostrar al ser expuestos a contenidos digitales, así también se puede dar una idea más clara de cómo el público seguidor del Fan Page de Voces Escolares presenta una conducta en este caso de percepción con respecto a la información que se publica, siendo un indicador importante que puede ser utilizado para futuras estrategias comunicacionales por parte de la marca. Otro de los objetivos es también mostrar como las imágenes y las informaciones son percibidas, el nivel que está puede lograr alcanzar al ser presentadas ante sus seguidores y las reacciones que estos puedan tener. Finalmente se llegó a la conclusión que el nivel de percepción que mostraron los usuarios seguidores del Fan Page de Voces Escolares fue favorable, con una “buena” percepción, un buen indicador que manifiesta que los contenidos digitales empleados en la página están bien elaborados.

Palabras clave:

Fan Page, Voces Escolares, Percepción, Estrategias comunicacionales, Contenidos digitales.

Abstract

The following research work aims to analyze the level of perception of digital content in users aged 18 to 24 years followers of the fan page of school voices in Lima 2018 where a survey was applied to obtain data to measure the level of perception that users have with respect to digital content presented by the Fan Page of Voces Escolares. Likewise, solution alternatives are presented in the indexes that may show a low perception, which may help to improve the digital content that is presented. In the same way, this document intends to help with the following investigations that need to analyze some specific points with respect to the perception that the users can show when being exposed to digital content, as well as giving a clearer idea of how the public Fan Page follower of School Voices presents a behavior in this case of perception with respect to the information that is published, being an important indicator that can be used for future communication strategies by the brand. Another objective is also to show how images and information are perceived, the level they can achieve when they are presented to their followers and the reactions they may have. Finally, it was concluded that the level of perception shown by the followers of the Voices School Fan Page was favorable, with a "good" perception, a good indicator that the digital contents used on the page are well prepared.

Keywords:

Fan Page, Voces Escolares, Perception, communication strategies, digital contents.

I. INTRODUCCIÓN

El avance de las nuevas tecnologías de la información demanda una constante actualización y la aplicación de nuevas estrategias de comunicación siempre cambiantes, la implementación de sistemas y la utilización de todo tipo de estrategias que ayuden a mejorar nuestros mensajes es indispensable.

Los medios digitales definen la existencia de un público virtual, un objetivo intangible a simple vista pero real si hablamos de datos y resultados, es por ellos que un buen contenido es la clave para mantener a un cliente fidelizado, a una marca vigente y a una idea presente.

Por lo tanto, la elección de un buen mensaje es fundamental para que la estrategia de comunicación sea efectiva. Pero elegir el mensaje no siempre es fácil, máxime si tenemos en cuenta el proceso que sigue la comunicación, ya que entre lo que deseamos decir y lo que finalmente se percibe, se sigue un proceso enormemente complejo que hace necesaria la gestión por profesionales de la comunicación. (Martínez, 2005, p. 13)

Conocer el proceso de comunicación no es simplemente la base para crear un contenido, es indispensable tener claro que el proceso por el cual un mensaje es enviado, recibido y percibido, debe ser pilar fundamental en la elaboración y creación del mismo, un buen manejo dará como resultado mejores oportunidades, un mensaje bien dirigido hará que el receptor lo perciba de una mejor manera, minimizando el error y manteniendo clara la idea de dicho mensaje.

Así mismo, Fonseca (s. f), nos dice. “Con la llegada de la llamada internet 2.0, la forma de comunicarnos ha cambiado. Ahora podemos evaluar y valorar los contenidos de internet, agruparnos en redes sociales para compartir diferentes medios informativos,...” (p. 25). Las valoraciones de lo que una marca puede compartir es de suma importancia, pues de ello deriva como se es expuesto ante

los demás, como nos ven es como nos tomarán en cuenta y una buena percepción será sinónimo a buenos mensajes.

Una marca que no utilice los medios digitales se convierte en un fantasma digital, mientras por otro lado muchas empresas sacan provecho de esta herramienta, es importante integrarse a alguno de los grupos existentes, saber en cuál de ellos radica nuestro mayor público objetivo y tener presente que lo que publiquemos será la ventana para que nuestros seguidores tengan una idea de quienes somos, lo que hacemos y la forma en la que somos percibidos.

Vemos, por tanto, cómo el comportamiento que integra la denominada habilidad social, como cualquier otra conducta, se debe considerar dentro de un marco cultural determinado, puesto que los patrones de comunicación varían ampliamente entre culturas e incluso dentro de una misma cultura, dependiendo de los factores tales como la edad, el sexo, la clase social o la educación. (Hofstadt, 2005, p. 3).

Tal variación de patrones de comunicación muestra un problema muy grande al momento de generar un contenido comunicativo digital, en el caso de las imágenes se deben analizar, crear y escoger con cuidado el mensaje que se quiere dar a conocer, lo que se quiere mostrar y las sensaciones que se quieren transmitir, el impacto que estas puedan causar al público y su forma en cómo queremos que seamos vistos.

La utilización de colores, la visualización del mismo, su diseño e implementación dentro de un mensaje aplica funciones comunicativas, el generar sensaciones recuerdos y estados de ánimo, nos dará como resultado una forma de como la marca o el contenido es recibido y asimilado, es importante reconocer estos factores y convertirlos en indicadores de percepción al momento de generar un nuevo contenido. La mejora de cada contenido digital radica en saber interpretar esos datos, de esta manera el mensaje legará con una mejor percepción por parte de los usuarios y a su vez generará una idea positiva de la marca.

Costa (2003) menciona que; Los mensajes pueden tener distintos significados, pueden no estar literalmente presentes en las imágenes, pero los significados que los mensajes llevan son elaborados expresamente, e inducidos y comunicados por medio del diseño (p. 56). Una parte importante en la creación de contenidos digitales, es la utilización de herramientas y diseños, pues de ello dependerá la forma en que se pueden percibir los contenidos, una buena distribución, una regla de composición puede marcar la diferencia entre un anuncio importante y uno solo informativo, ambos comunicarán, pero dependerá de cómo se estructure dentro del formato para que este pueda ser entendido correctamente.

La percepción depende mucho no solo de los juicios de valor, del como vemos a una marca o servicio, o simplemente la opinión sobre algo, sino que también radica en nuestras experiencias previas, nuestros conocimientos anteriores y los estados de ánimo que podamos tener previamente.

Si cada variante de color, movimiento, sonido, olor, temperatura, etcétera, terminara en la memoria de trabajo, la vida sería imposible. Al poner atención para selección unos estímulos e ignorar otros, limitamos las posibilidades de lo que procesamos. A aquello que dirigimos nuestra atención depende, de cierto grado, de lo que ya sabemos y de lo que necesitamos saber; por lo tanto, la atención está y participa en los tres procesos de memoria... (Woolfolk, 2013, p. 241)

Es decir, en nivel de percepción dependerá del conocimiento previo que el usuario pueda tener y de cómo pueda estar ordenado en el mensaje, la complejidad con la que se muestra una imagen y la frecuencia que este pueda tener, en otras palabras, un contenido digital deberá ser bien estructurado para que consiga un buen nivel de percepción en el usuario.

Entendiendo la comprensión de el “proceso constructivo que a partir de ciertos datos actuales (input) e información previa disponible en la memoria, tiene como objetivo llegar a una interpretación de aquellos” (Parodi, 1999: 20).

La forma en como percibimos las cosas puede cambiar dependiendo de muchos factores, pero lo más importante es lo que logremos sentir luego de estar expuestos a algún contenido digital, entender de la mejor manera posible el mensaje y que esté se transmita de la forma más clara posible disminuyendo así el margen de error en el proceso comunicativo de emisor – receptor.

... las sutiles matizaciones que a veces justifican el establecimiento de un nuevo enfoque, así como las variaciones que imponen los medios materiales de investigación, exigen la clarificación de nuestra propia trayectoria teórica y empírica. En este sentido, será necesario deslindar las diversas actividades que hemos llamado cognitivas para poder comprender adecuadamente su interdependencia. (Bayo, 1987, p. 14).

La percepción si bien sabemos que depende de un conocimiento previo, experiencias previas y de un sinfín de hechos que pueden mediar en la toma de una decisión final, con respecto a un valor que podamos dar hacia algo, es por ello que es necesario evaluar los distintos aspectos que puedan influenciar en el usuario y que esté a su vez tenga una mejor imagen de lo que se quiere transmitir.

Para la medición de la percepción y el nivel que estos puedan alcanzar, se utiliza la escala Likert la cual nos servirá de punto de apoyo en la investigación, según la revista Redie (2018): “La escala Likert permite medir el nivel de calidad y percepción de un producto o servicio, el nivel de calidad y la forma de apreciar un contenido”

Se habló del diseño, la forma en cómo se puede estructurar un mensaje, pero también es importante el uso de los colores como un indicador que puede ser

medible, la percepción pasa por una serie de elementos que pueden ser recibidos, en este caso, el color o los colores que se pueden emplear en la creación de contenidos digitales, sirven como una base de apoyo en como un mensaje puede ser interpretado, entendido y la respuesta que pueda tener cada usuario con un contenido digital.

Si se habla de iconicidad en las imágenes y las formas, donde se utiliza una escala de grados que van de la máxima fidelidad representación hasta la abstracción, se puede hablar de iconicidad del color (Costa, 2003, p. 57).

La interpretación no solo está basada en lo que dice el contenido digital, sino también en su conjunto, el diseño, los colores, la distribución, es decir, como funciona un contenido digital en su totalidad, la mezcla de indicadores que hacen que un contenido digital tenga un peso y pueda ser dirigido de mejor manera al público usuario y este a su vez pueda percibir de forma casi fiel a lo que la marca quiere dar a conocer. Por lo tanto, es necesario conocer al usuario, interpretar estos datos y darle al usuario un mensaje acorde a sus necesidades, a sus conocimientos previos y que esté genere un mensaje hacia el contenido que observa.

Para Benitez y Robles (1993), mencionan que “la forma de concebir las sensaciones de color, (...) etc., como ‘traducciones’ de la estructura profunda del mundo natural remiten a la propuesta de que las ideas de sensación son signos peculiares del mundo en torno”.

Complementando como un usuario puede percibir los colores dentro de un contenido digital, este realiza un proceso previo de traducción, percibe los colores de acuerdo a un conocimiento previo y que esté a su vez le genere nuevas sensaciones o que le hagan recordar situaciones similares que ayuden a generar un juicio de valor.

Es posible transmitir ideas, sensaciones y mensajes mediante las imágenes, el uso de colores y diseños, lo que puede reforzar una idea principal mediante un contenido digital, para llegar de manera más eficiente al público usuario, manteniéndolo conectado y generándoles sensaciones que puedan ser beneficiosas tanto para él como para la empresa, la cual tendría un consumidor a la espera de más mensajes que satisfagan su inquietud.

Lo que define a la comunicación social es la distancia entre el emisor y el receptor. Ya no se trata de una interacción personal, de un diálogo cara a cara. Del lado de la recepción no hay un solo destinatario si no muchísimos, a veces millones, y del lado de la emisión los múltiples emisores de mensajes muchas veces son organización, es decir que el emisor es un grupo y no una persona en singular. (La comunicación es servicio, 20011, p. 72)

Cabe recalcar que el uso de las nuevas tecnologías, el uso de las informaciones y el manejo de los datos dan como resultado mensajes mucho más acorde con el usuario, disminuyendo el margen de error, pero si hablamos de percepción siempre se tendrá un factor importante en el usuario que no se puede controlar, sus experiencias previas, algo que se debe poner énfasis en brindarle a los nuevos usuarios, tener una buena experiencia, recibir un buen mensaje y que este a su vez se convierta en un conocimiento previo para futuros mensajes y que mejoren su percepción para con la marca.

Costa y Piñero (2013), menciona que: “las nuevas herramientas tecnológicas permiten que los contenidos lleguen a otros usuarios con imágenes, videos, textos y sonidos. La convergencia es la clave” (p. 10). Es importante saber que el uso de las nuevas herramientas para la difusión de un mensaje facilita el alcance y la velocidad con la que una idea es difundida, tenerlo todo en un mismo lugar mejora la experiencia y agiliza el proceso de comunicación, se puede poner mayor énfasis en el contenido para que pueda llegar de manera más eficiente, aprovechando esta unión y velocidad de estas nuevas herramientas digitales.

Problema General

- ¿Cómo son percibidos los contenidos digitales en los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de voces escolares en lima norte 2018?

Problemas Específicos

- ¿Cómo perciben el diseño de las imágenes de los contenidos digitales los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018?
- ¿Cómo perciben la información de los contenidos digitales los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018?
- ¿Cómo perciben los colores de los contenidos digitales los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018?
- ¿Cómo perciben la organización de los contenidos digitales los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018?
- ¿Cómo se comprenden los contenidos digitales de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018?
- ¿Cómo se percibe y logra la recordación(memoria) de los contenidos digitales los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018?

Justificación del estudio

El proyecto Voces Escolares intenta posicionarse como una marca en el ámbito social y educativo con lo cual es de mucha importancia poder conocer como los usuarios y seguidores de la marca reciben sus mensajes y cómo reaccionan ante esto.

La investigación es correlacional desde el punto de vista cuantitativo, los métodos científicos que se utilizan son deductivos, comparativos y descriptivo,

así mismo la técnica que se utiliza para la recolección de datos y análisis será las fichas de observación.

Este trabajo de investigación tiene la intención de encontrar la relación que tienen las imágenes publicadas en el fan page de Voces Escolares, con la percepción que tienen los usuarios acerca del contenido (imágenes) publicado, la intención que estos reciben y su sensación al interactuar con las mismas.

Hoy en día es importante hacer uso de las nuevas tecnologías, el uso de medios digitales como herramientas de difusión y la constante actualización de datos hace que una marca se posicione y genere recordación, a su vez puede convertirse en un punto de referencia si sus contenidos son los adecuados.

De la misma manera que este trabajo de investigación pretende ver la relación de como los usuarios perciben las imágenes y se espera pueda ser un punto de inicio para todas aquellas marcas que pretenden tener mayor contacto con su público, generando interacción y buen contenido, también se pretende usar los datos obtenidos para mejorar en futuros trabajos que requieran de creación de contenidos similares a los estudiados, así como también mejorar la interacción e impacto con los usuarios.

Hipótesis General.

El nivel de percepción de los contenidos digitales en los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de voces escolares en lima norte 2018

Objetivo General

- Determinar cuál es el nivel de percepción tienen de los contenidos digitales los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de voces escolares en lima norte 2018

Objetivos Específicos

- Determinar el nivel que perciben el diseño de las imágenes de los contenidos digitales los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018
- Determinar en qué nivel perciben la información de los contenidos digitales los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018
- Determinar cómo perciben los colores de los contenidos digitales los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018
- Determinar cómo perciben la organización de los contenidos digitales los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018
- cómo se comprenden los contenidos digitales los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018
- Determinar de qué manera se percibe y logra la recordación(memoria) de los contenidos digitales los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018

II. MARCO TEÓRICO

López, W. (2013) en su tesis Estrategias de Comunicación Digital a través de redes sociales en línea (Facebook y Twitter): Un estudio comparativo sobre activismo digital de movimientos sociales juveniles en red de El Salvador y el movimiento #YoSoy132 de México, utiliza estrategias para crear contenidos amigables y que sean sencillos de interpretar.

Menciona como un buen contenido estructurado es bien recibido y genera un mensaje positivo al momento de su difusión, la percepción que este genera depende mucho de los mensajes previos y acciones que se dieron antes que los contenidos digitales fueran publicados.

También menciona que una estrategia de comunicación digital debe estar basada en la comunicación, un diseño y una intención que puede ser percibida por el usuario, tal intención debe ser previamente considerada para maximizar el proceso comunicativo y perceptivo.

Fernández, J. (2011). En su Tesis para Magister de la Universidad Cádiz, aborda el tema: Diseño e implementación de un plan de Social Media Marketing (o Marketing 2.0) en la Biblioteca de la Universidad de Cádiz.

Para medir el nivel de percepción Fernández trabaja con 3 niveles, alto, regular, bajo, donde aplica las estrategias digitales para maximizar el impacto con cada mensaje.

Fernández menciona que el público usuario percibe estas informaciones en un primer nivel de recordación, en lo cual se debe tener especial cuidado pues un mensaje mal brindado podría dar una mala percepción de la idea a transmitir.

García, V. (2015). En su tesis de licenciatura habla del tema: Percepción de la gestión del marketing educativo y valoración de la formación académica cultural en estudiantes universitarios. En el cual se enfoca en como los usuarios perciben una marca, el nivel de percepción que los usuarios muestran al momento de reaccionar ante la marca.

Como un mensaje puede ser recibido y como los usuarios pueden reaccionar ante este mensaje, dando calificaciones positivas o negativas según el nivel al cual el mensaje fue dado.

Gorochategui, R. (2013). En su Tesis de licenciatura aborda el tema:

Análisis y propuesta de mejora para la estrategia de social media de la empresa reventure ltd. Donde se menciona que un buen contenido hace que un mensaje alcance un nivel alto de percepción, logrando que los usuarios consumidores de este contenido puedan entender de manera rápida y eficiente lo que se trata de informar.

Heredia, M. y Regalado, V. (2016) en su Tesis aborda el tema:

Análisis de contenido de la página de Facebook de la empresa ad y I consulting 2016

Tesis en la cual mencionan el análisis de los contenidos generados, el mensaje utilizado dentro de las imágenes y la recepción del mismo.

Asimismo, este trabajo es de mucha importancia ya que se hace mención a la creación de contenidos y el plan que se debe llevar a cabo ante una realidad basada en las nuevas tecnologías, en este caso el uso de un fan page de Facebook.

Para esta investigación adaptaremos la teoría de La difusión de las Informaciones creada por Rogers (1962), donde menciona como los usuarios pueden percibir ciertos estímulos presentados por una marca, un mensaje bien elaborado puede ser definido positivamente o negativamente, menciona 4 aspectos que consideramos para la investigación.

- Percepción: Como la persona entiende y comprende en un primer acercamiento a un nuevo mensaje.
- Diseño: la forma en cómo se estructuran los contenidos

- Información: el mensaje que se quiere dar a conocer, la forma y la intención que se quiere transmitir al usuario receptor.
- Organización: como se estructura un mensaje, la forma en como este está organizado y presentado.

Las informaciones que se crean en base a ser difundidas, suponen cierto grado de complejidad, el cual debe ser evaluado con anterioridad, ajustadas al contexto y al público al cual ira dirigido, minimizando la mala interpretación o el poco entendimiento de la misma. Es necesario contar con un experto que pueda crear el contenido que esté acorde a los requerimientos y pueda ser alcanzado por el máximo del público objetivo.

García (2013) en su teoría de Percepción, menciona que un individuo puede percibir un mensaje mediante diferentes estímulos visuales como el color, la forma, la similitud de objetos, repetitividad y frecuencia, con lo cual podemos ayudarnos a encontrar indicadores para poder tener un nivel perceptivo del usuario.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de investigación: Básica

3.1.2 Diseño de investigación:

Diseño Transversal descriptivo.

3.2. Variables y operacionalización

El Nivel de Percepción de los contenidos digitales,

• Definición conceptual:

“Diseñar, visualizar, supone utilizar colores y, por tanto, aplicar a este uso funciones comunicativas (Costa, 2003, p. 57)

“La composición de toda representación semántico-textual parte de la aprehensión perceptiva que acontece ante nuestros estímulos además de la información almacenada, desde una perspectiva filogenética, en nuestra memoria en lo que se refiere a la contextualización del sujeto” (García, 2006, p.27)

• Definición operacional:

Analizar la percepción que tiene el público objetivo con respecto al contenido digital publicado en el fan page de Voces Escolares.

• Indicadores:

Originalidad, creativo, orden, comprensión, sencillez, importancia, contraste, armonía, intensidad, orden, patrón, armonía, interpretación, Interés, relación, recordación, similitud, impacto

• Escala de medición: Se utilizará la escala de Likert

3.3 Población, muestra y muestreo

3.3.1 Población: La población del siguiente estudio está basada en una característica en común entre las personas a evaluar, la cual indica que son Seguidores del Fan Page de Voces Escolares los cuales ascienden a 4.359 La cual solo 2168 usuarios son de 18 a 24 años de edad residentes en Lima.

3.3.2 Muestra: En esta investigación se procede a tomar una muestra no probabilística por conveniencia conforme se va accediendo a las personas a ser evaluadas y cumplir con la muestra.

Dada la población de 2168 usuarios seguidores, se procede a aplicar la fórmula dado que todos los individuos pueden ser elegidos de forma aleatoria, para obtener la muestra con la siguiente descripción, datos obtenidos de las estadísticas de Facebook, del propio Fan Page de Voces Escolares

Donde:

n: tamaño de la muestra

Z: constante nivel de confianza

p: Proporción que no posee la característica

q: Proporción que posee la característica

e: error

N: Población

$$n = \frac{z^2 \times N(p)(q)}{e^2(N - 1) + Z^2(p)(q)}$$

$$n = \frac{3.8416 \times 2168(0.05)(0.95)}{0.0025(2095 - 1) + 3.8416 (0.0475)}$$

$$n = \frac{395.6080}{5,235 + 0.1825}$$

$$n = 73.02$$

$$n = 73 \text{ personas}$$

Luego de realizada la fórmula matemática, la muestra a utilizar para este proyecto de investigación será de 73 usuarios seguidores del Fan Page de 18 a 24 años Residentes en Lima.

3.3.3 Muestreo: La técnica a utilizar en el proyecto de investigación será la

Validez de los expertos a través del coeficiente de validación V de aiken					
Preguntas	experto 1	experto 2	experto 3	Suma	V
ITEM 1	1	1	1	3	100%
ITEM 2	1	1	1	3	100%
ITEM 3	1	1	1	3	100%
ITEM 4	1	1	1	3	100%
ITEM 5	1	1	1	3	100%
ITEM 6	1	1	1	3	100%
ITEM 7	1	1	1	3	100%
ITEM 8	1	1	1	3	100%
ITEM 9	1	1	1	3	100%
ITEM 10	1	1	1	3	100%
ITEM 11	1	1	1	3	100%
ITEM 12	1	1	1	3	100%
ITEM 13	1	1	1	3	100%
ITEM 14	1	1	1	3	100%
ITEM 15	1	1	1	3	100%
					100%

encuesta de elaboración propia, la cual será aplicada en el desarrollo de la investigación.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica a utilizar en el proyecto de investigación será la encuesta de elaboración propia, la cual será aplicada en el desarrollo de la investigación.

El instrumento elaborado, ha sido validado por 3 expertos de la rama de comunicación digital, luego se midió la confiabilidad de los expertos a través del coeficiente de validación "V de aiken".

Luego de realizar la operación de validación de V de Aiken obtenemos como resultado la validez de un 100% en el instrumento.

Para la confiabilidad se aplicó el Alfa de Cronbach adquiriendo un valor de 0.981 de coeficiente, el cual indica que el instrumento es confiable, en el siguiente cuadro se mostrará el coeficiente obtenido mediante el programa SPSS.

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,981	,982	18

3.6. Método de Análisis de datos

Para la investigación utilizaremos el programa SPSS (Statistical Product and Service Solutions), el cual nos permitirá hacer un vaciado de datos de las encuestas realizadas, así como medir la confiabilidad del instrumento y la obtención de datos resultantes mediante cálculos estadísticos, siendo una herramienta confiable para el procesamiento de los datos.

3.7. Aspectos éticos

Esta investigación cuenta con el permiso correspondiente por parte de la marca Voces Escolares para la revisión de las métricas para poder conocer el público objetivo a analizar.

También se toma en cuenta las referencias bibliográficas citando a los autores de manera correspondiente mediante el formato APA evitando así el uso indebido de informaciones que ayuden a sustentar esta investigación.

Los instrumentos utilizados, son de uso particular salvaguardando la información obtenida de las personas encuestadas sin divulgación de sus respuestas, así como de su identidad.

El trabajo de investigación se presenta de forma original respetando las normativas establecidas y los códigos de ética de la institución como de los autores e informaciones utilizadas, haciendo uso de las citas bibliográficas en caso de usar textos que ayuden a sustentar la investigación.

IV. RESULTADOS

Los resultados obtenidos serán presentados de la siguiente manera:

4.1 Resultado por variable

4.2 Resultado por dimensión

4.3 Resultado por ítem

4.1 Resultado por Variable

		NIVEL DE PERCEPCIÓN			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	24	30,8	32,9	32,9
	MUY BUENO	49	62,8	67,1	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 1.

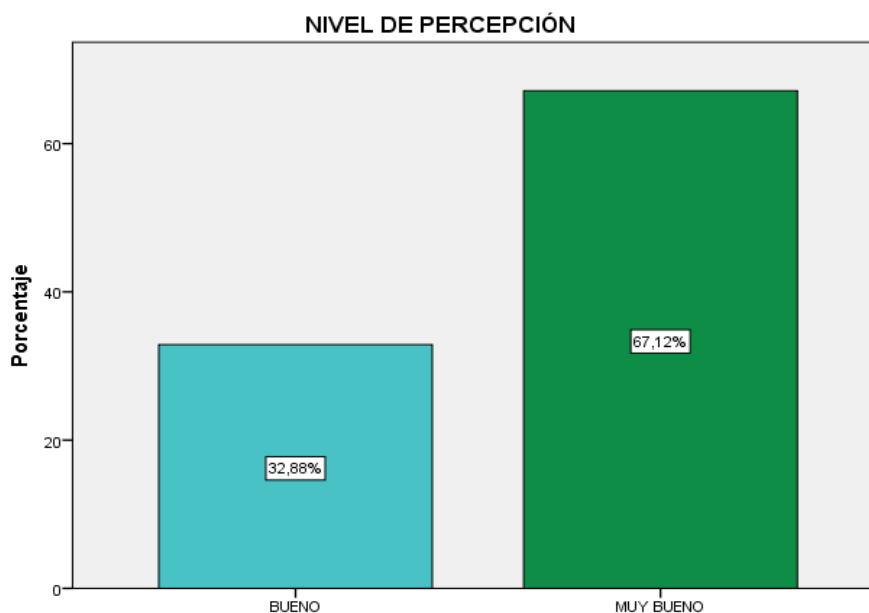


Gráfico 1.

Se concluye, para nuestra variable de estudio como el nivel de percepción de los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares, que el nivel obtenido mediante el instrumento aplicado es de “MUY BUENO”, con un 67.12%, siendo este un indicador positivo en nuestro trabajo de investigación afirmando que los contenidos digitales presentados por el Fan Page de Voces Escolares tienen un alto índice de percepción en sus usuarios seguidores.

3.2 Resultado por Dimensión:

DIMENSIÓN: DISEÑO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	1	1,3	1,4	1,4
	MUY BUENO	72	92,3	98,6	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 2.

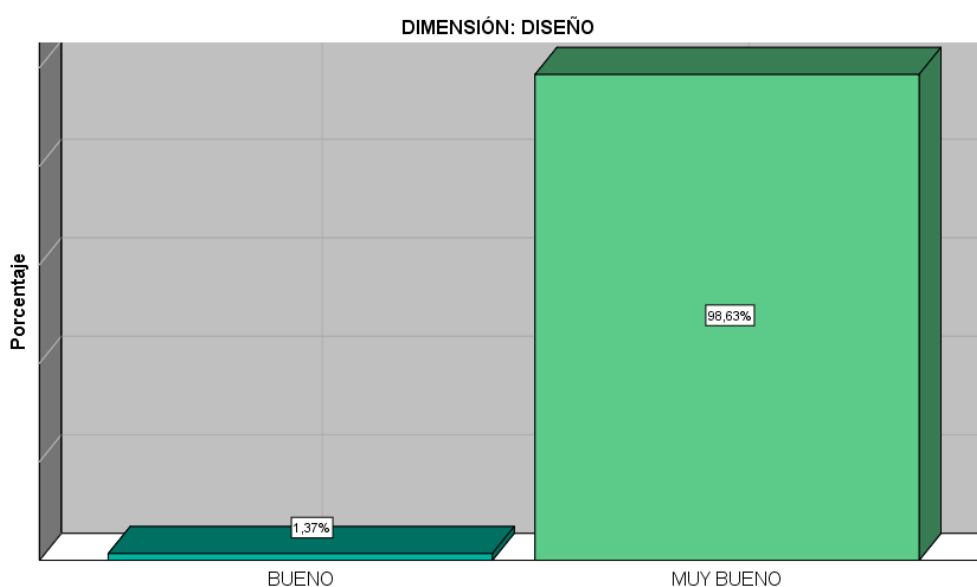


Gráfico 2.

Para nuestra primera dimensión encontramos que un 98.63% de los encuestados manifestó que su nivel de percepción con respecto al diseño presentado en los contenidos digitales en el Fan Page de Voces Escolares es “MUY BUENO”, con lo cual podemos afirmar que se tiene una percepción positiva en el aspecto del diseño.

DIMENSIÓN: INFORMACIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	2	2,6	2,7	2,7
	MUY BUENO	71	91,0	97,3	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 3.

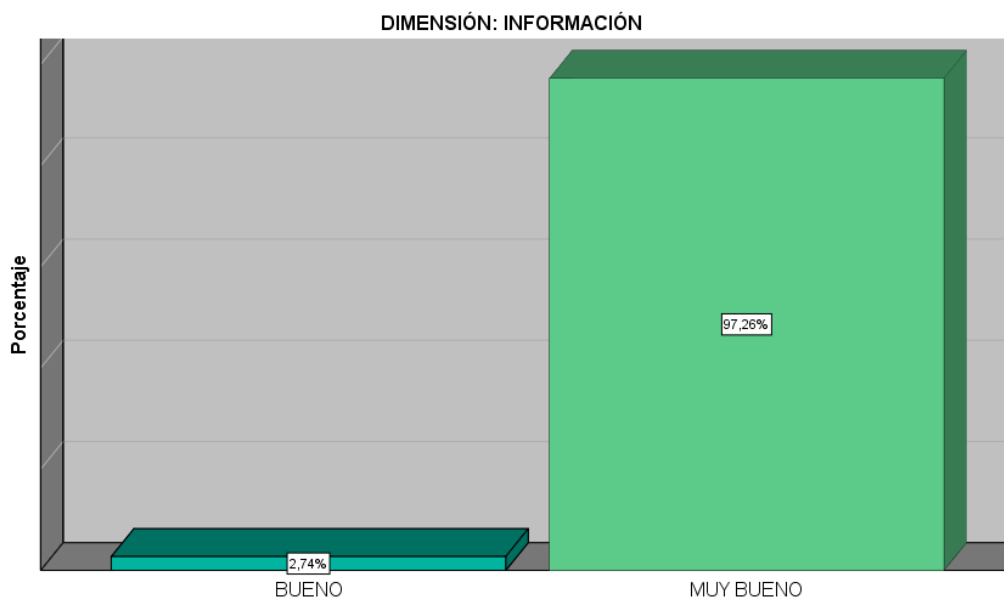


Gráfico 3.

En la dimensión “Información” tuvimos como resultado un 97.26% de usuarios seguidores del Fan Page de Voces Escolares que indican que el nivel de percepción que ellos muestran es “MUY BUENO”, otro indicador positivo con respecto a los contenidos digitales presentados en el Fan Page. Mostrando uniformidad en el público al momento de percibir la información.

DIMENSIÓN: COLORES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	ACEPTABLE	2	2,6	2,7	2,7
	BUENO	69	88,5	94,5	97,3
	MUY BUENO	2	2,6	2,7	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 4.

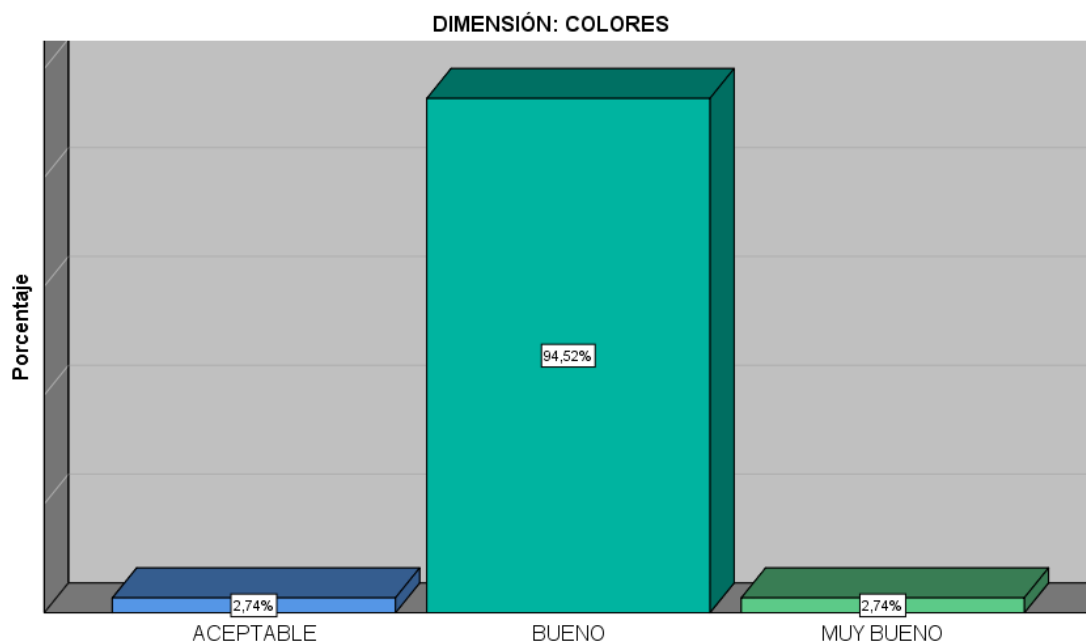


Gráfico 4.

En la dimensión “Colores” podemos ver que la gran mayoría con un 94.52% percibe como “BUENO” los colores presentados en los contenidos digitales publicados en el Fan Page de Voces Escolares, aunque no es un dato excelente puede ser mejorado con estrategias de diseño para la implementación de un mejor contenido y una mejor percepción que aunque es positiva podría mejorarse.

DIMENSIÓN: ORGANIZACIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	18	23,1	24,7	24,7
	MUY BUENO	55	70,5	75,3	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 5.

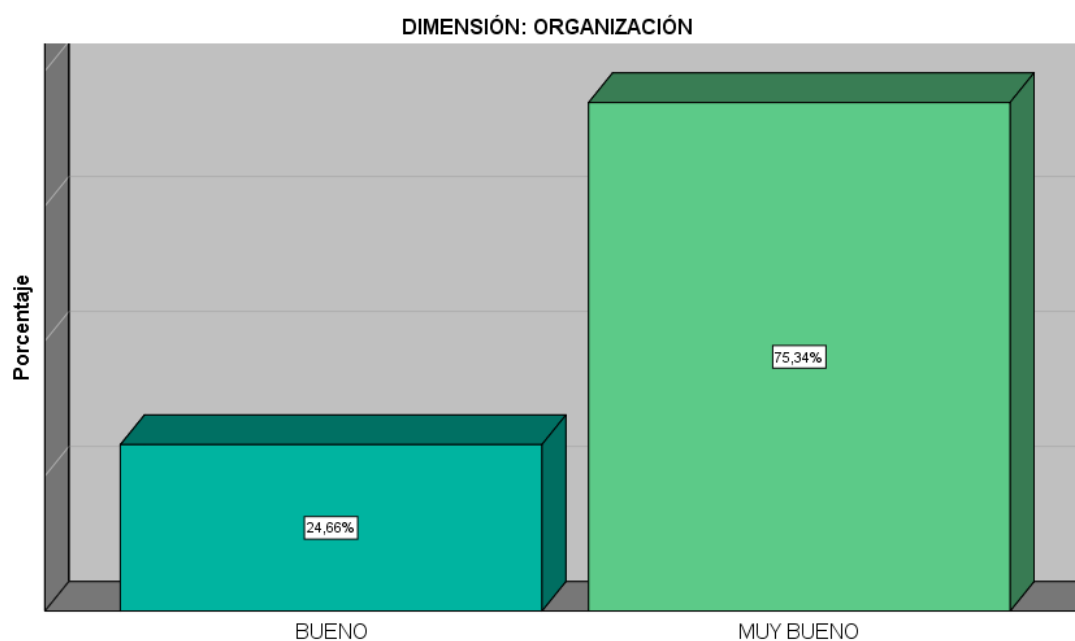


Gráfico 5.

En nuestra dimensión “Organización” pudimos observar que para el nivel “MUY BUENO” un 75.34% De los encuestados estaría percibiendo de forma positiva, y un 24.66% restante solo percibiría de “BUENO” la opción de “organización” con lo cual nos indica que si bien los contenidos publicados en el Fan Page de Voces Escolares tienen una buena aceptación aún es posible dar mejoras que mantengan al público con una buena percepción.

DIMENSIÓN: COMPRENSIÓN

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	3	3,8	4,1	4,1
	MUY BUENO	70	89,7	95,9	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 6.

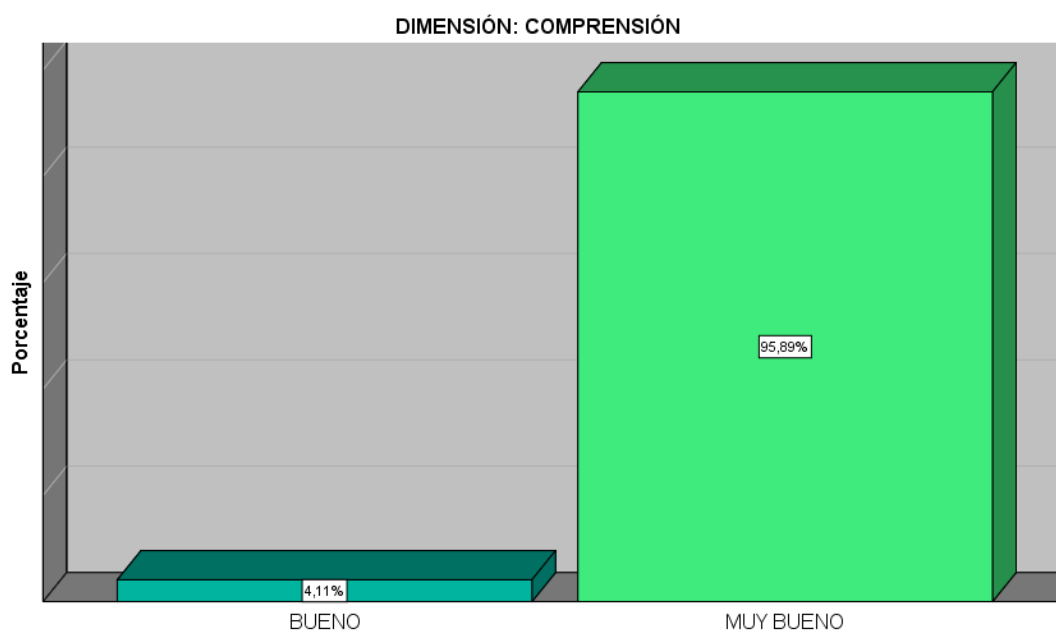


Gráfico 6.

En esta opción encontramos que un 95.89% de los usuarios encuestados percibe y tiene como nivel de comprensión “MUY BUENA”, lo que indica que los contenidos digitales publicados en el Fan Page de Voces Escolares son sencillos de leer y entender.

DIMENSIÓN: MEMORIA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	BUENO	53	67,9	72,6	72,6
	MUY BUENO	20	25,6	27,4	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 7.

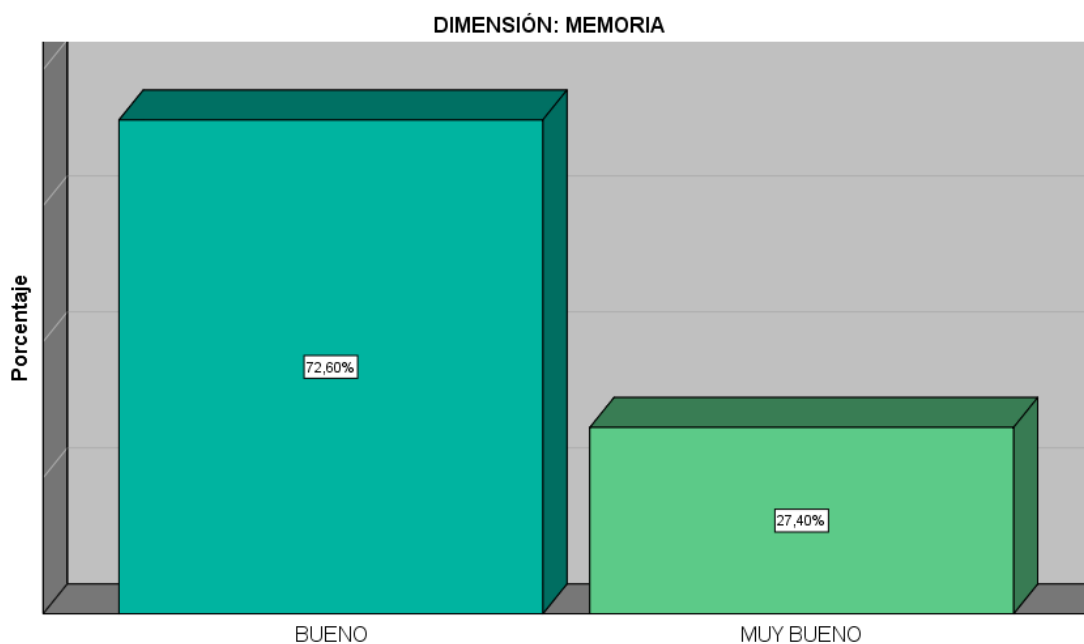


Gráfico 7.

Se tiene que para la última dimensión de “Memoria”, pudimos observar que un 72.6% de los usuarios encuestados, percibe como “BUENO” la capacidad de retención de la información presentada en el Fan Page de Voces Escolares, y solo un 27.4% restante indicó que percibe como “MUY BUENO”, opción en la cual se puede enfatizar un poco más al momento de generar recordación y un contenido que sea sencillo de asimilar para facilitar el impacto y llegada con el público, el uso de alguna estrategia o presentación de información ayudaría a mejorar este aspecto.

3.3 Resultado por Ítem:

¿Qué nivel de originalidad presentan los diseños de las imágenes que publica el Fan Page de Voces Escolares?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	11	14,1	15,1	15,1
	Muy Bueno	62	79,5	84,9	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 8.

¿Qué nivel de originalidad presentan los diseños de las imágenes que publica el Fan Page de Voces Escolares?

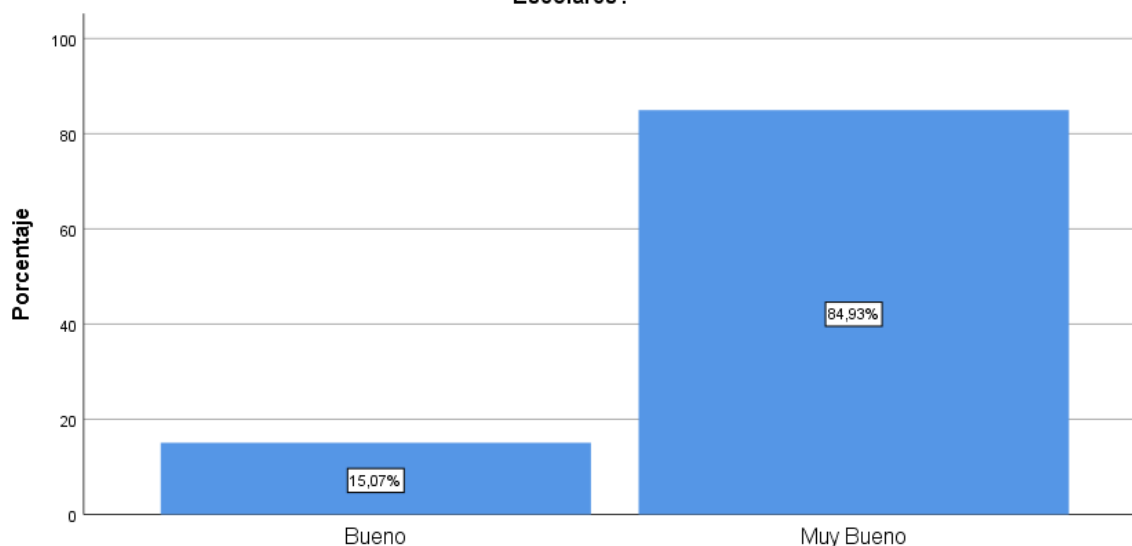


Gráfico 8.

Para el primer ítem se obtiene que un 84.93% de los encuestados percibe como “Muy bueno” la originalidad de los diseños de las imágenes que publica el Fan Page de Voces Escolares, con lo cual se tiene una percepción positiva por parte de los usuarios.

¿Qué nivel de creatividad tienen los diseños de las imágenes del fan page de Voces Escolares?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	62	79,5	84,9	84,9
	Muy Bueno	11	14,1	15,1	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 9.

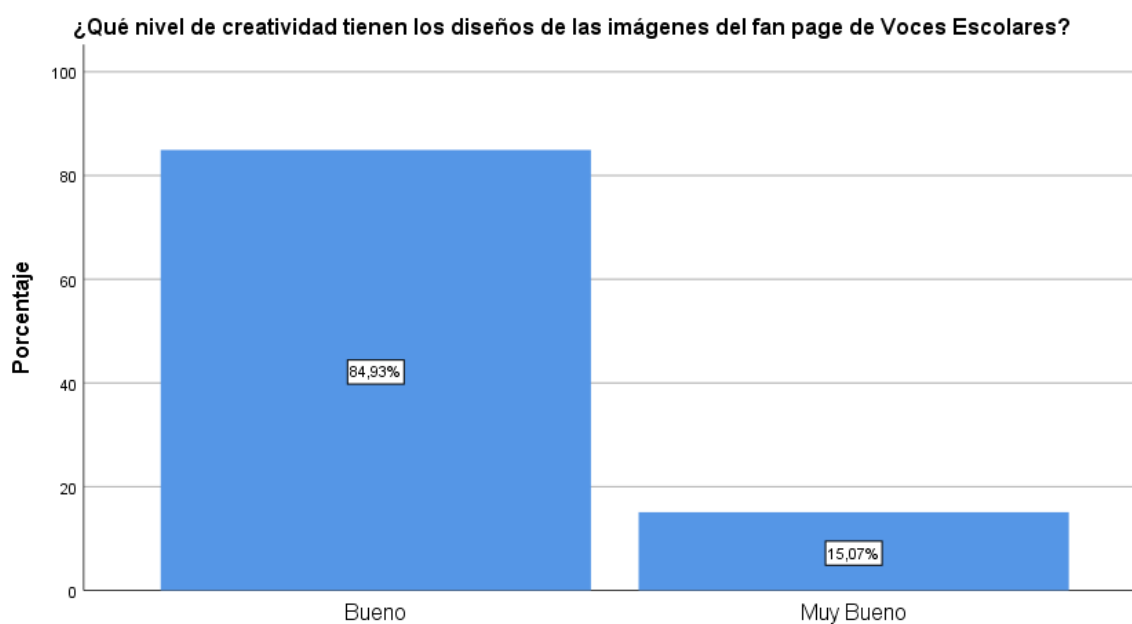


Gráfico 9.

Para esta opción se encontró que un 84.93% de los usuarios encuestados percibe como “Bueno” la creatividad en los diseños y solo un 15.07% restante percibió como “Muy Bueno”, indicador que se puede mejorar y mantener con una buena estrategia digital manteniendo la buena percepción que tienen los usuarios seguidores del Fan Page.

¿Cómo consideraría que es el nivel del orden que presentan los diseños?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	3	3,8	4,1	4,1
	Bueno	61	78,2	83,6	87,7
	Muy Bueno	9	11,5	12,3	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 10.

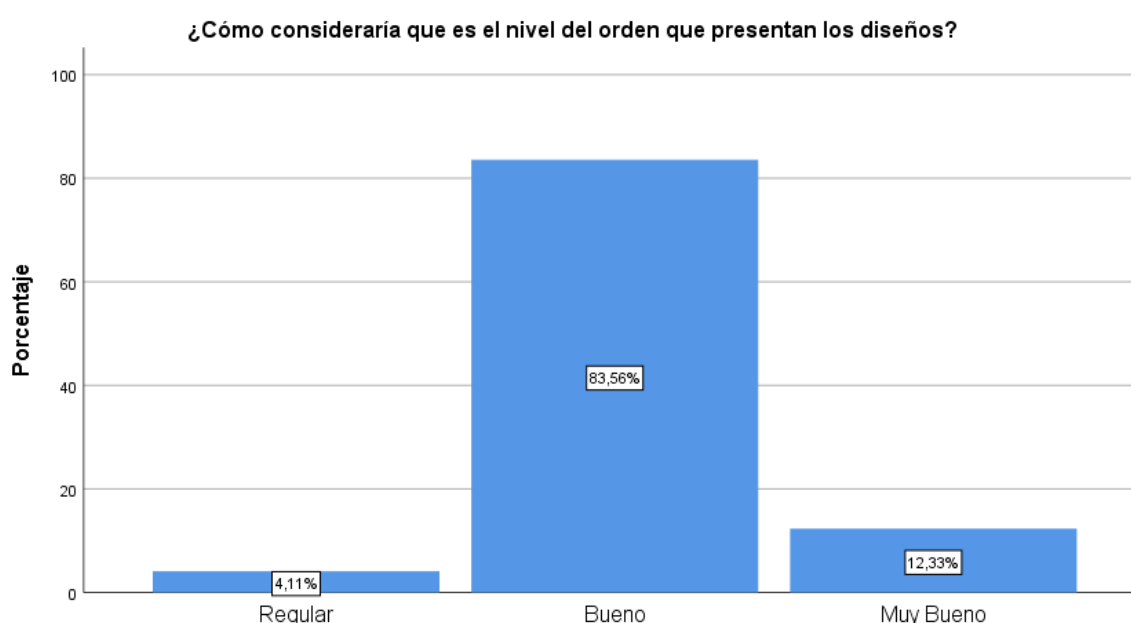


Gráfico 10.

Para este indicador se obtuvieron 3 datos relevantes, el principal con 83.56% para un nivel “bueno” un 12.33% con la opción “Muy bueno” y un 4.11% con la opción “regular”, con lo que podemos ver que los usuarios perciben en su mayoría como “Bueno” el orden que mantienen los diseños presentados por el Fan Page de Voces Escolares, ítem que se podría mejorar generar aún mejor percepción en los usuarios.

¿Cuál es el nivel de comprensión que obtiene al leer la información que publica el Fan Page de Voces Escolares?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	7	9,0	9,6	9,6
	Bueno	64	82,1	87,7	97,3
	Muy Bueno	2	2,6	2,7	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 11.

¿Cuál es el nivel de comprensión que obtiene al leer la información que publica el Fan Page de Voces Escolares?

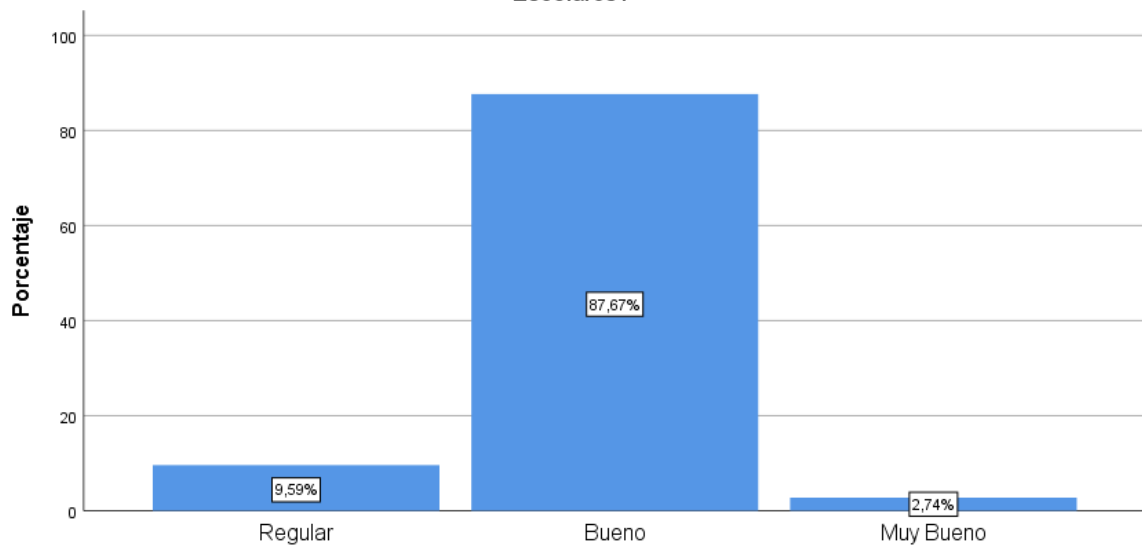


Gráfico 11.

Los usuarios seguidores del Fan Page de Voces Escolares al leer la información publicada, la comprenden a un nivel “bueno”, siendo la mayoría con un 87.67%, percibiendo de manera positiva y dando como indicador la fácil comprensión de la información presentada en los contenidos digitales. A sí mismo, tener una buena comprensión sobre lo que se lee, muestra y da como resultado que la marca pueda lograr un mejor posicionamiento al ser entendida por la mayoría de sus seguidores.

¿Cómo calificaría la sencillez de la información que presente el Fan Page de Voces Escolares?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	2	2,6	2,7	2,7
	Bueno	14	17,9	19,2	21,9
	Muy Bueno	57	73,1	78,1	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 12.

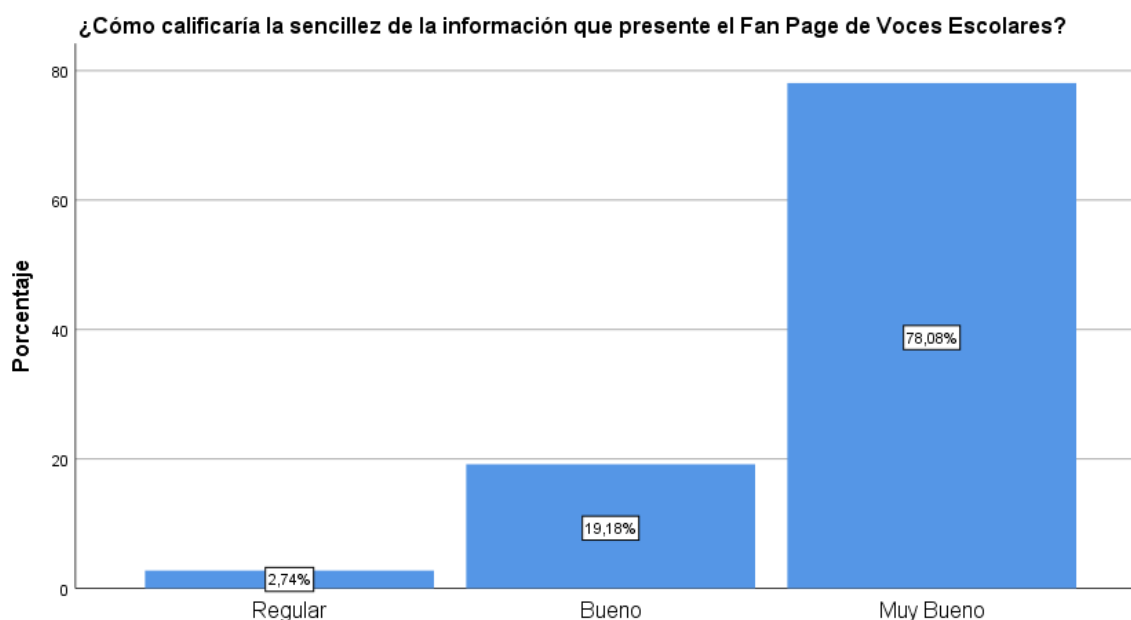


Gráfico 12.

La información presentada en los contenidos digitales, tiene un alto nivel de percepción, con un 78.08% de encuestados que indica que la sencillez usada en las publicaciones es “muy buena”, con lo cual este indicador se da de manera positiva.

¿Cuál es el nivel de importancia que muestra el Fan Page de Voces Escolares?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	5	6,4	6,8	6,8
	Bueno	8	10,3	11,0	17,8
	Muy Bueno	60	76,9	82,2	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 13.

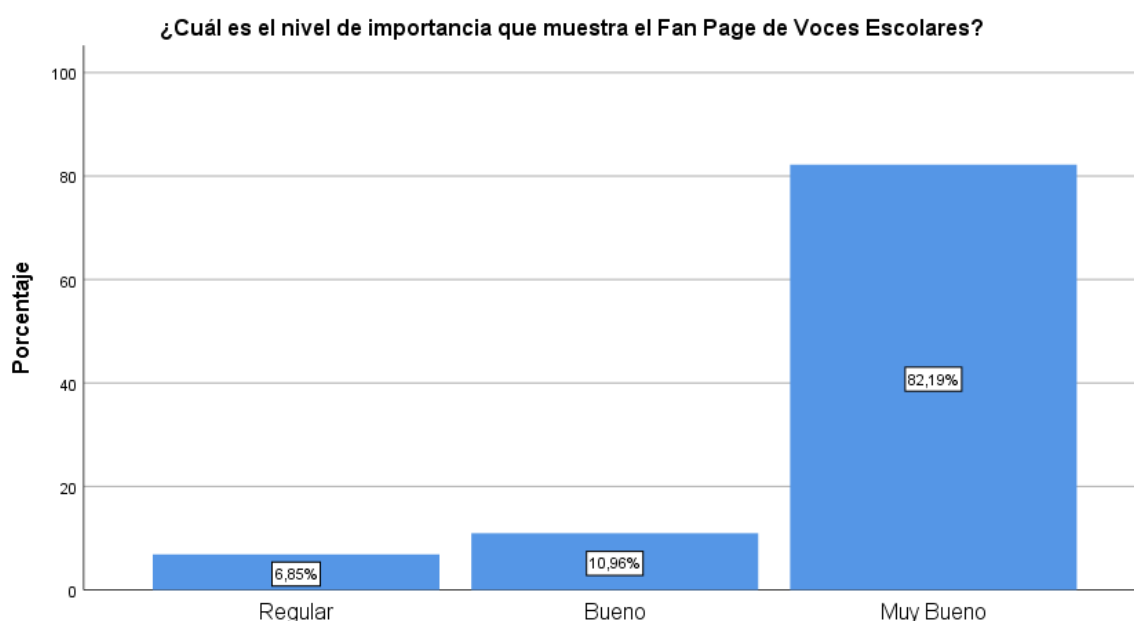


Gráfico 13.

Para el nivel de importancia mostrado en los contenidos digitales del Fan Page de Voces Escolares se encontró que un 82.19% indicó como “muy bueno” esta opción, siendo la mayoría quienes perciben de manera muy positiva el nivel de importancia que la marca le da a sus contenidos publicados, estando a la par con lo que los usuarios perciben de la misma. Un indicador positivo al momento de seleccionar contenidos para la difusión de informaciones.

¿La similitud con algún hecho real que presentan los contenidos digitales en el Fan Page de Voces Escolares es?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	9	11,5	12,3	12,3
	Bueno	58	74,4	79,5	91,8
	Muy Bueno	6	7,7	8,2	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 14.

¿La similitud con algún hecho real que presentan los contenidos digitales en el Fan Page de Voces Escolares es?

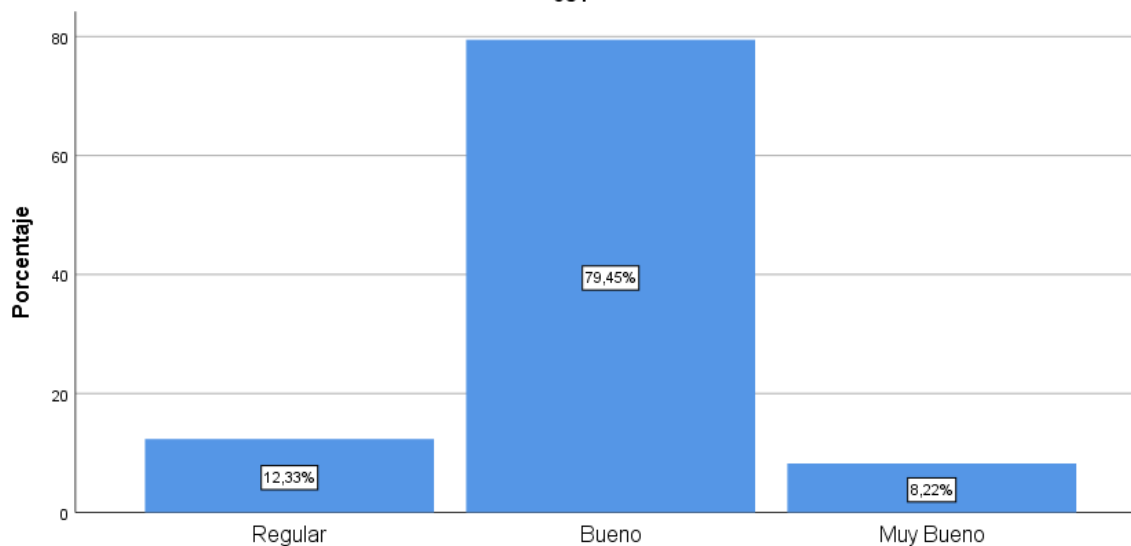


Gráfico 14.

Para este ítem se encontró que los usuarios encuestados perciben en un nivel “Bueno” la similitud con algún hecho real que presentan los contenidos digitales en el Fan Page de Voces Escolares, siento este un buen indicador al momento de generar buenas sensaciones y recordación de marca.

¿Cuál cree que es el nivel de contrastes en las imágenes publicadas en el fan page de Voces Escolares?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	3	3,8	4,1	4,1
	Regular	59	75,6	80,8	84,9
	Bueno	11	14,1	15,1	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 15.

¿Cuál cree que es el nivel de contrastes en las imágenes publicadas en el fan page de Voces Escolares?

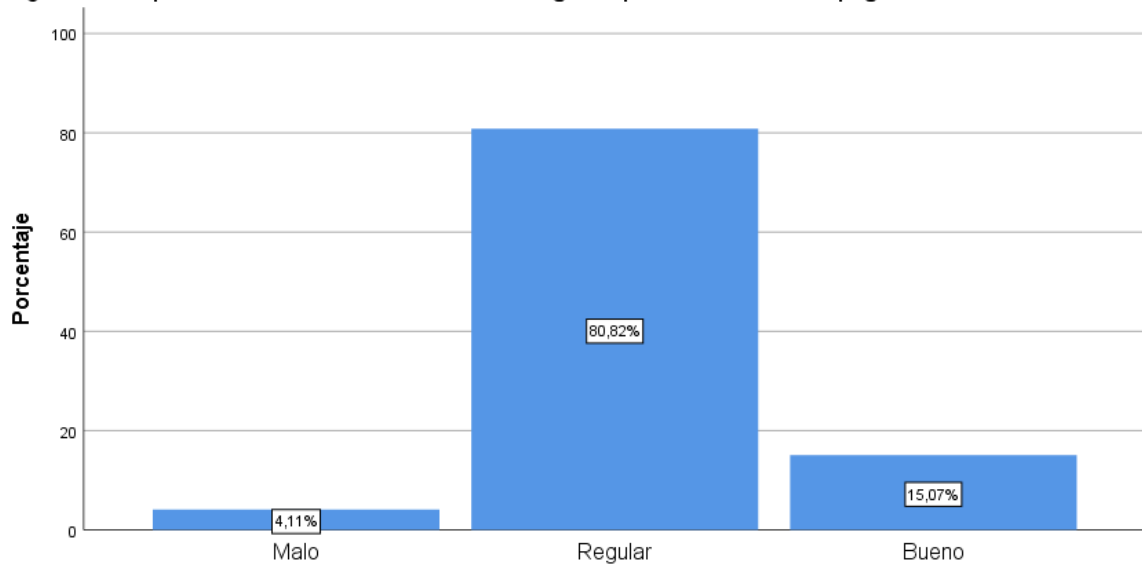


Gráfico 15.

En esta opción, el nivel de contrastes usado en las imágenes publicadas en el Fan Page de Voces Escolares, dio como resultado un promedio “Regular”, lo cual no es desfavorable, pero si un punto en el cual se debe aplicar estrategias de mejora para que el usuario perciba de mejor manera estos contrastes y el índice de 80.82% que percibió como regular disminuya aumentando el nivel de percepción

¿Qué nivel de armonía presentan los colores en las imágenes publicadas de Voces Escolares?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	5	6,4	6,8	6,8
	Regular	13	16,7	17,8	24,7
	Bueno	55	70,5	75,3	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 16.

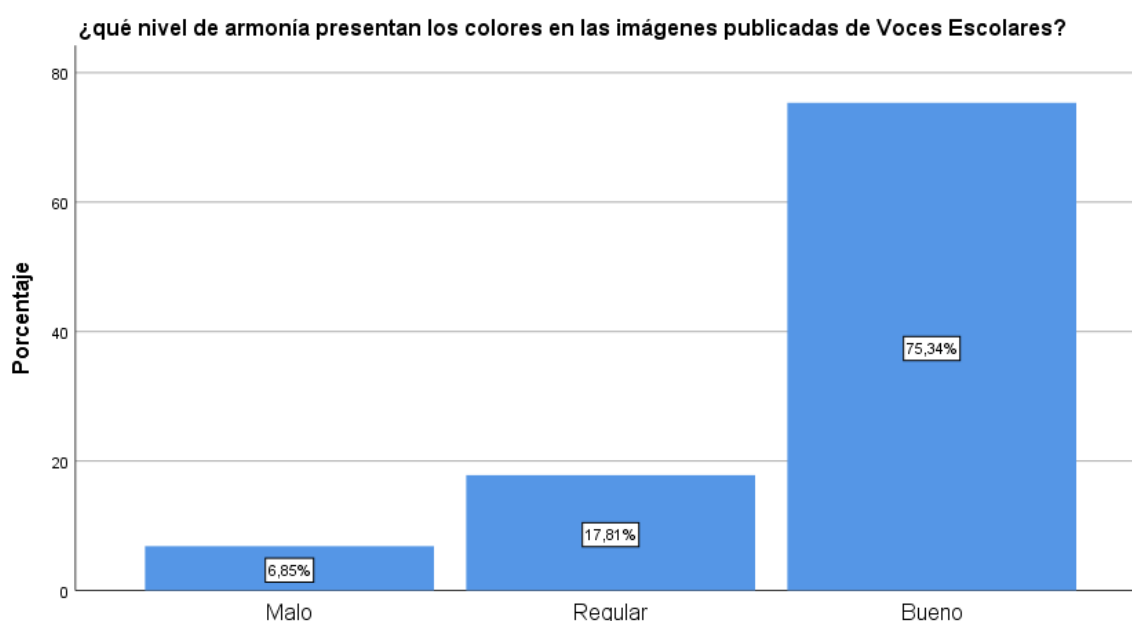


Gráfico 16.

Para el “Nivel de Armonía” que presentan los colores en las imágenes publicadas en el Fan Page de Voces escolares se encontró que solo un 75.34% lo percibe como “Bueno”, un 17.81% como “Regular” y un pequeño porcentaje de 6.85% como malo, lo cual es un indicador negativo, donde se deberá realizar mejorar para que los usuarios perciban de mejor manera las imágenes, y aunque en poca medida los usuarios que indicaron la opción de “malo” puedan percibir mejor esta opción.

¿A qué nivel de intensidad se presentan los colores en las imágenes publicadas en el Fan Page de Voces Escolares?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	2	2,6	2,7	2,7
	Regular	47	60,3	64,4	67,1
	Bueno	24	30,8	32,9	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 17.

¿A qué nivel de intensidad se presentan los colores en las imágenes publicadas en el Fan Page de Voces Escolares?



Gráfico 17.

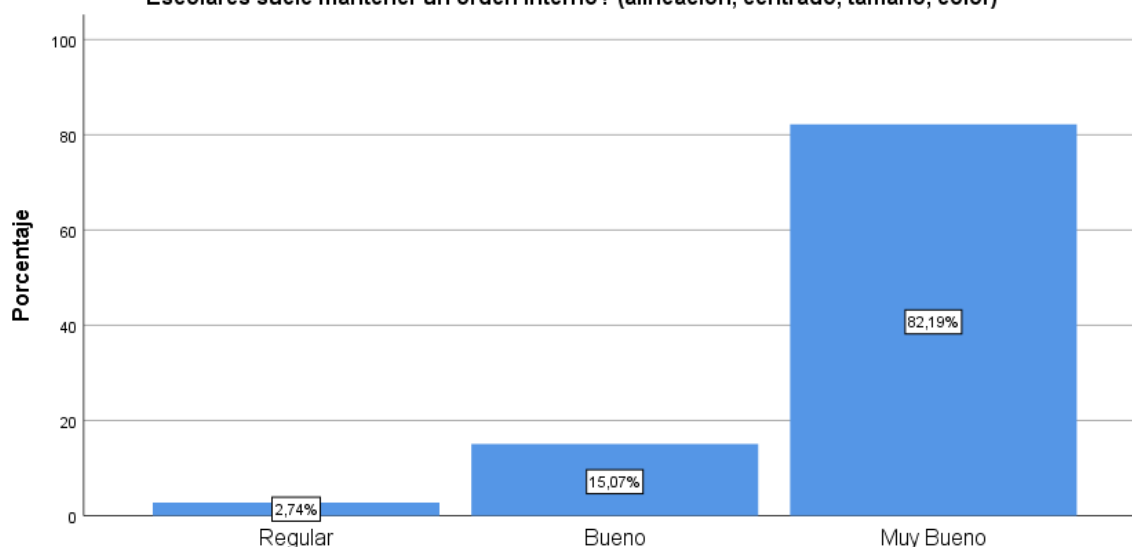
Para el nivel de intensidad presentada en los colores de las imágenes publicadas en el Fan Page de Voces Escolares, se encontró que en su mayoría los usuarios perciben como “Regular” esta opción con un 64.38%, solo un 32.88% indicó como “bueno” esta opción, y un 2.74% como “Malo”, dando como resultado una percepción baja y negativa, sabemos que la intensidad de los colores puede generar sensaciones en los usuarios al tener un indicador “Regular” nos da a entender que si no es mejorable esta opción los usuarios no estarán percibiendo bien los mensajes de las imágenes ya que el mal uso en la intensidad puede hacer que las publicaciones no sean vistas el tiempo suficiente, perdiendo así también recordación y posicionamiento.

¿Cuál cree que es el nivel de la información dentro de las imágenes publicadas en el Fan Page de Voces Escolares suele mantener un orden interno? (alineación, centrado, tamaño, color)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	2	2,6	2,7	2,7
	Bueno	11	14,1	15,1	17,8
	Muy Bueno	60	76,9	82,2	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 18.

¿Cuál cree que es el nivel de la información dentro de las imágenes publicadas en el Fan Page de Voces Escolares suele mantener un orden interno? (alineación, centrado, tamaño, color)



¿Cuál cree que es el nivel de la información dentro de las imágenes publicadas en el Fan Page de Voces Escolares suele mantener un orden interno? (alineación, centrado, tamaño, color)

Gráfico 18.

Para medir el nivel de información y como los usuarios lo perciben encontramos que un 82.19% de los encuestados la perciben como “Muy Bueno”, indicador positivo lo cual nos da una respuesta positiva por parte de los seguidores del Fan Page de Voces Escolares con “Muy Buena” percepción de las informaciones lo cual se podría ver reflejada en una mejor difusión por parte de ellos.

¿Cómo calificaría el nivel de los patrones (imágenes repetidas, figuras, líneas) que se utilizan en las imágenes publicadas en el fan page de voces escolares?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	2	2,6	2,7	2,7
	Regular	65	83,3	89,0	91,8
	Bueno	6	7,7	8,2	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 19.

¿Cómo calificaría el nivel de los patrones (imágenes repetidas, figuras, líneas) que se utilizan en las imágenes publicadas en el fan page de voces escolares?

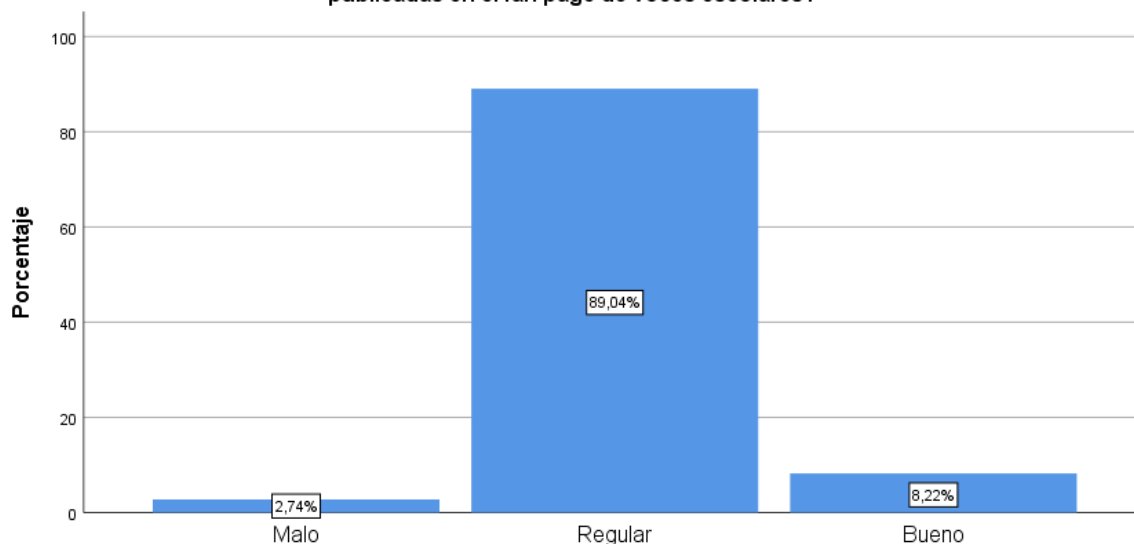


Gráfico 19.

En este ítem encontramos que el nivel de percepción en los usuarios seguidores del Fan Page de Voces Escolares es de un 89.04% con la opción “Regular”, fato que no es negativo, pero sería un indicador para mejorar con opciones de estrategias digitales.

¿Cuál cree que es el nivel de armonía de las imágenes publicadas en el fan page de Voces Escolares?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	1	1,3	1,4	1,4
	Regular	8	10,3	11,0	12,3
	Bueno	64	82,1	87,7	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 20.

¿Cuál cree que es el nivel de armonía de las imágenes publicadas en el fan page de Voces Escolares?

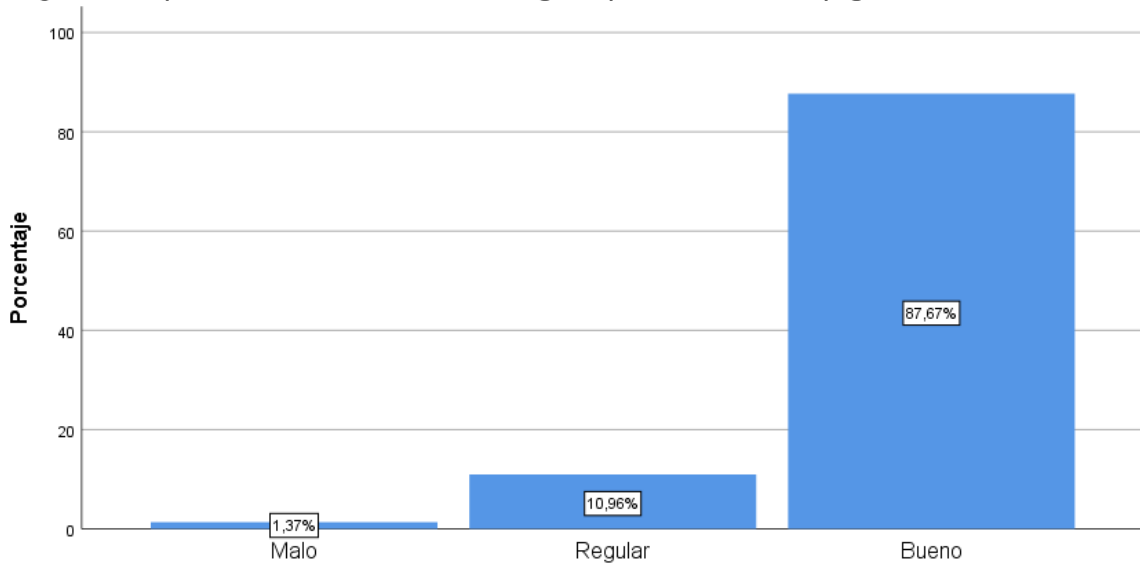


Gráfico 20.

El nivel de percepción en esta opción fue “Bueno”, con un 87.67% de encuestados, lo cual indica que la armonía de las imágenes publicadas en el Fan Page de Voces Escolares es positiva.

¿Con que nivel calificaría la interpretación que usted le da a lo publicado en el fan page de Voces Escolares?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	1	1,3	1,4	1,4
	Bueno	60	76,9	82,2	83,6
	Muy Bueno	12	15,4	16,4	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 21.

¿Con que nivel calificaría la interpretación que usted le da a lo publicado en el fan page de Voces Escolares?

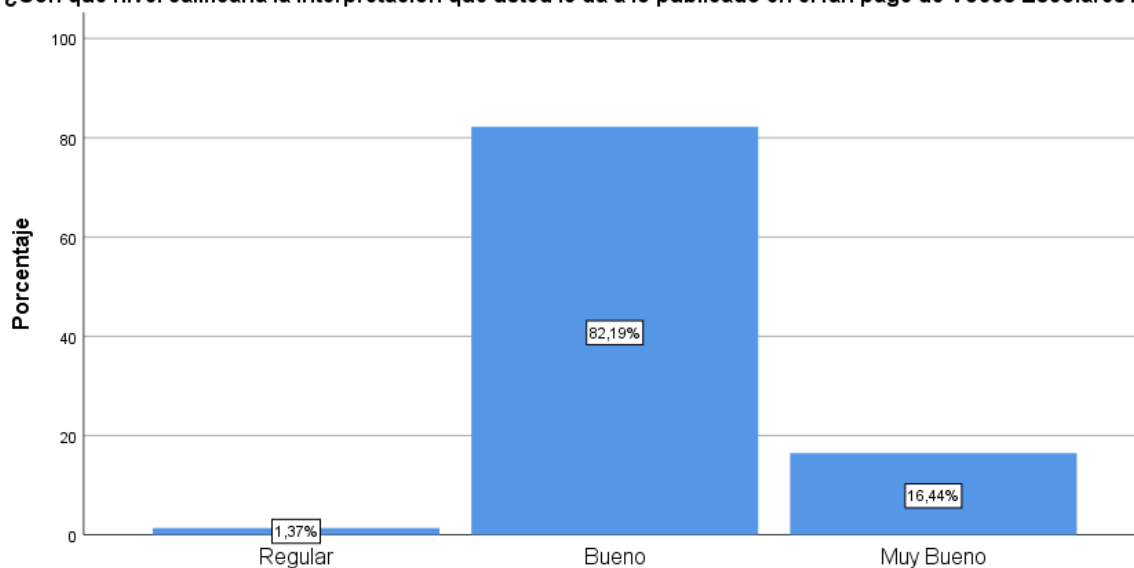


Tabla 21.

Para el nivel de la interpretación se obtuvo que un 82.19% de los usuarios encuestados percibe como “Bueno”, siendo un buen indicador al analizar que los contenidos son sencillos de interpretar.

¿Cuál es el nivel de interés que te generan las publicaciones del Fan Page de Voces Escolares?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	11	14,1	15,1	15,1
	Bueno	61	78,2	83,6	98,6
	Muy Bueno	1	1,3	1,4	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 22.

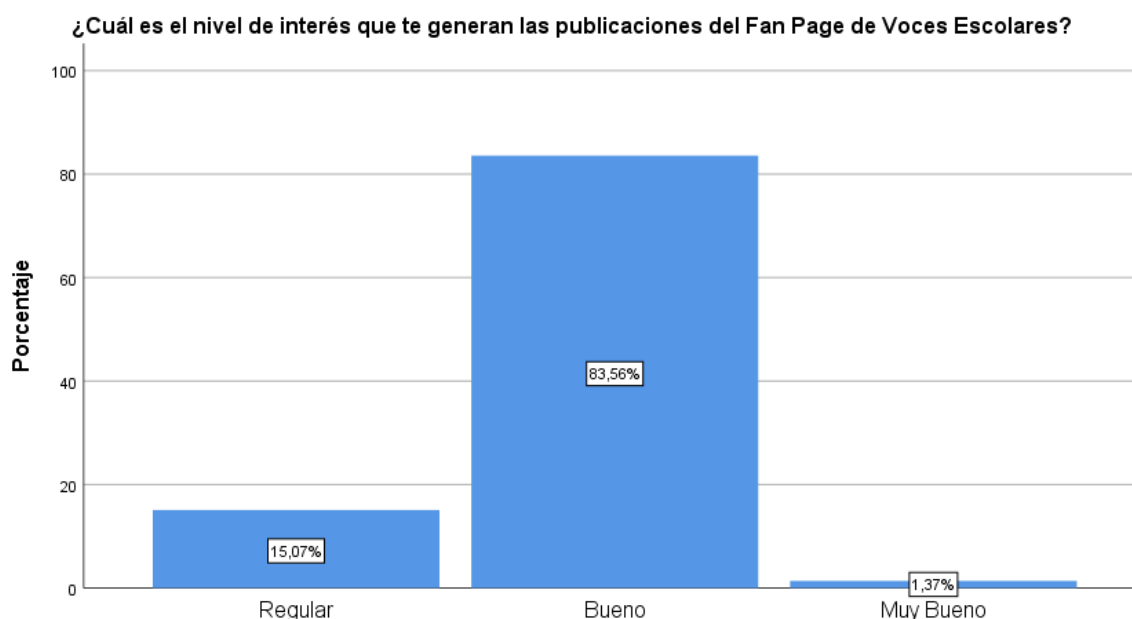


Gráfico 22.

Para el nivel de interés que generan las publicaciones se encontró que un 83.56% de los usuarios encuestados percibe como “Bueno”, dato positivo que se logró obtener, siendo los contenidos digitales publicados en el fan page de Voces Escolares de interés para sus seguidores.

¿Cómo percibe contenidos publicados en el fan page de Voces Escolares en relación con algo en tu vida?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	1	1,3	1,4	1,4
	Bueno	17	21,8	23,3	24,7
	Muy Bueno	55	70,5	75,3	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 23.

¿Cómo percibe contenidos publicados en el fan page de Voces Escolares en relación con algo en tu vida?

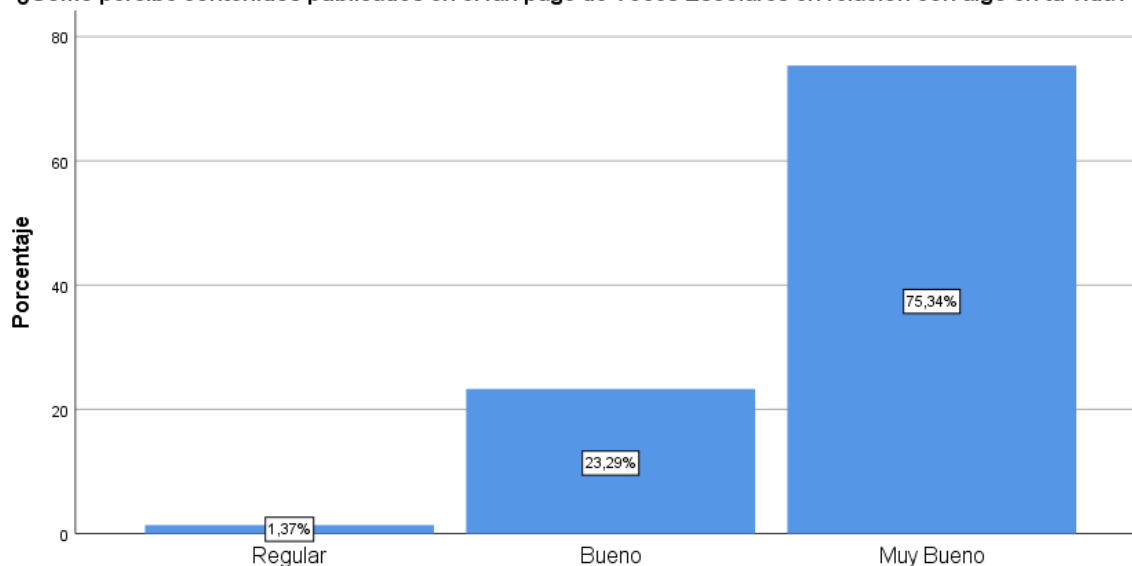


Gráfico 23.

En el Ítem, como se percibe los contenidos publicados en el fan page de Voces Escolares, se encontró que un 75.34% indicó como “Muy Bueno”, calificando positivamente el trabajo realizado por parte de Voces Escolares en la difusión de sus informaciones digitales

¿Cómo calificarías tu nivel de recordación luego de conocer algún contenido publicado en el Fan Page de Voces Escolares?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	5,1	5,5	5,5
	Regular	55	70,5	75,3	80,8
	Bueno	12	15,4	16,4	97,3
	Muy Bueno	2	2,6	2,7	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 24.

¿Cómo calificarías tu nivel de recordación luego de conocer algún contenido publicado en el Fan Page de Voces Escolares?

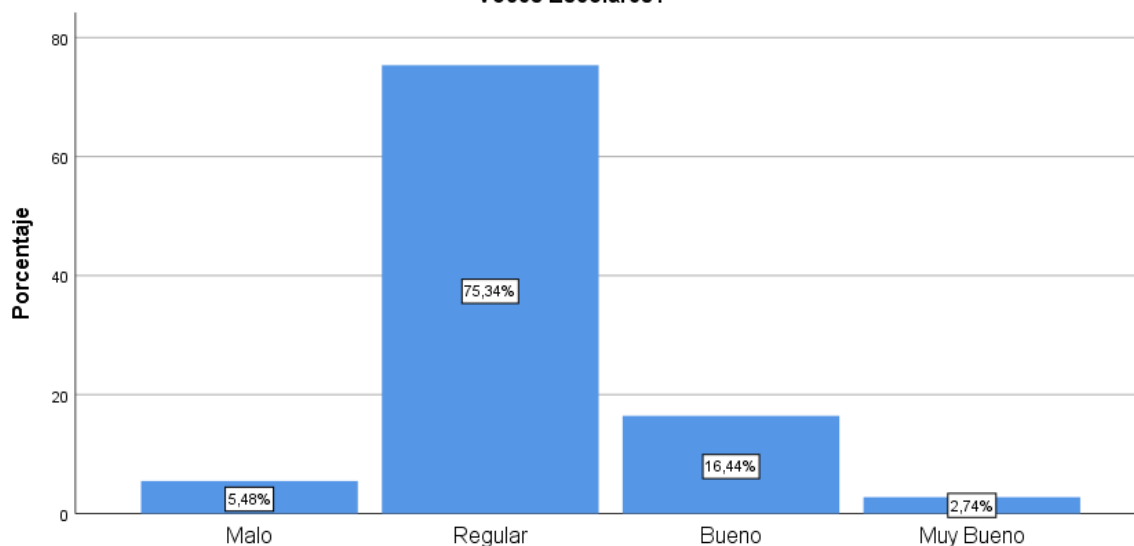


Gráfico 24.

En el Ítem, como se percibe los contenidos publicados en el fan page de Voces Escolares, se encontró que un 75.34% indicó como “Muy Bueno”, calificando positivamente el trabajo realizado por parte de Voces Escolares en la difusión de sus informaciones digitales

¿Cómo calificarías el nivel de impacto de las imágenes publicadas en el Fan Page de Voces Escolares?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	8	10,3	11,0	11,0
	Bueno	61	78,2	83,6	94,5
	Muy Bueno	4	5,1	5,5	100,0
	Total	73	93,6	100,0	
Perdidos	Sistema	5	6,4		
Total		78	100,0		

Tabla 25.

¿Cómo calificarías el nivel de impacto de las imágenes publicadas en el Fan Page de Voces Escolares?

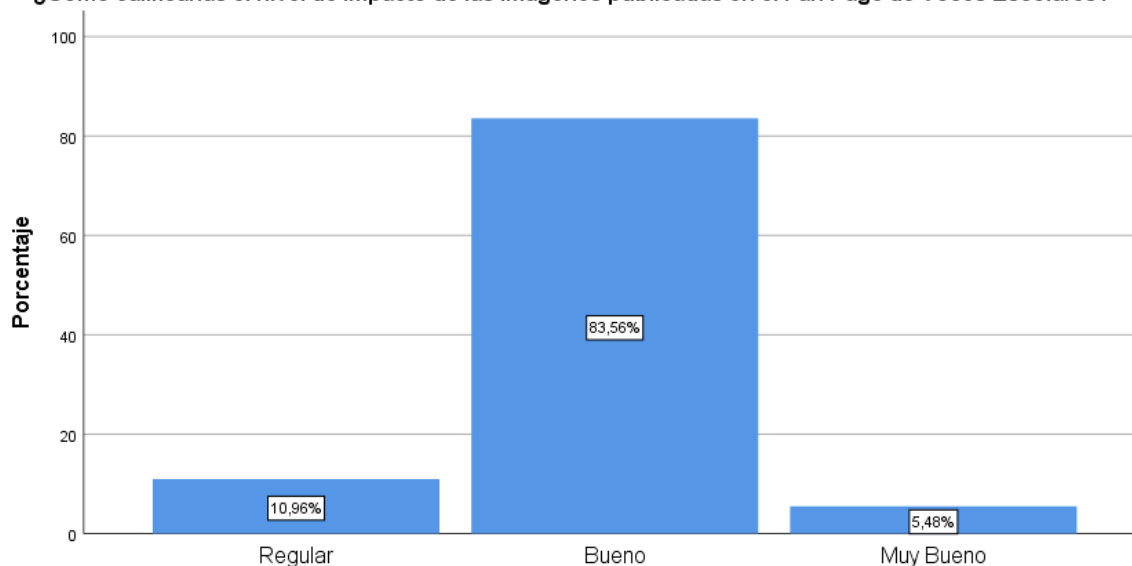


Gráfico 25.

Para la opción de como calificarías el nivel de impacto de las imágenes publicadas en el Fan Page de Voces Escolares se obtuvo que el nivel de percepción fue “bueno”, con un 83.56% de usuarios encuestados, indicador bastante positivo tras analizar los datos.

V. DISCUSIÓN

El Fan Page de Voces Escolares, cuenta con un Community Manager encargado de crear, supervisar, responder y difundir sus contenidos digitales de forma frecuente, lo cual le ha permitido mantener un nivel de percepción “bueno”, los usuarios encuestados mostraron interés y un nivel positivo en su percepción a dichas publicaciones.

Basados en la teoría de la Difusión de Informaciones de Rogers (1962), nos muestra que el uso de las nuevas tecnologías, estrategias y difusión son importantes para alcanzar altos niveles de percepción en los usuarios, y que a su vez estos retribuyan con estancias más prolongadas con la marca.

Al observar y analizar a los encuestados, se encontraron puntos concretos donde pueden poner mayor énfasis en la mejora, como la utilización de mejores contrastes o escalas de color sutiles para mejorar la percepción de las mismas, ya que fue donde los indicadores mostraron una baja en el nivel de percepción por parte de los usuarios.

Por otro lado, el manejo del Fan Page de Voces Escolares y su constante actualización de informaciones le permitió mantener un buen nivel con los usuarios, que podría mejorarse aún más, si se enfoca de forma puntual con contenidos dirigidos de manera más precisa a cada tipo de usuario.

Finalmente, es favorable observar que el público seguidor del Fan Page de Voces Escolares mostro un índice positivo general con la forma como perciben los contenidos publicados haciendo que Voces Escolares sea una marca confiable con información clara y veraz.

VI. CONCLUSIONES

Se concluye en función al objetivo general que el nivel alcanzado en la percepción por parte de los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte es “MUY BUENO” con un 67.12%, siendo este un promedio obtenido por los objetivos estudiados y aplicado el instrumento, indicador principal positivo en este estudio, el cual refuerza el buen manejo de los contenidos digitales por parte de él Fan Page de Voces Escolares.

Se concluye en función al primer objetivo, que el nivel que perciben del diseño de las imágenes de los contenidos digitales en los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte es “Bueno”, con un 98.63% de respuestas afirmativas para esta opción.

Para el segundo objetivo se concluye que se determina el nivel en el cual se percibe la información de los contenidos digitales los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018 es “Muy Bueno”, índice obtenido mediante el instrumento el cual mostraría un 97.26% de los usuarios encuestados quienes optaron por esta opción.

En función del tercer objetivo se determinó que la percepción de los colores de los contenidos digitales en los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018 es “Bueno”, opción que tuvo un 94.52% de respuestas por parte de los encuestados.

Se concluye que para el cuarto objetivo se determinó que se percibe como “Muy bueno” la organización de los contenidos digitales los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018 con un 75.34% de la mayoría de los usuarios encuestados.

Para el quinto objetivo se concluye y se determinó que los contenidos digitales en los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018 son percibidos y comprendidos como “muy buenos” en un 95.89% según nuestro instrumento.

Se determinó en función al sexto objetivo que la manera que se percibe y logra la recordación(memoria) de los contenidos digitales los usuarios de 18 a 24 años seguidores del fan page de Voces Escolares en Lima Norte 2018 fue “buena” con un 72.6%, siendo la mayoría de los encuestados que tendrían dicha percepción.

VII. RECOMENDACIONES

Obtenido los datos y análisis de las encuestas se recomienda mantener el buen manejo de los contenidos digitales que se presentan en el Fan Page de Voces Escolares, para poder mantener una buena percepción con los sus usuarios seguidores de la página.

Se recomienda mejorar el uso de mejores contrastes en los colores utilizados en las imágenes publicadas, para facilitar la lectura de las mismas y mejorar el índice de percepción.

Así mismo también se puede recomendar el uso de una estrategia digital aplicada a la organización de la información dentro de una publicación, que haga que la lectura sea más fluida y de forma más rápida para evitar que el lector pueda aburrirse y pueda crear una mala percepción con respecto al contenido.

Se sugiere, contar con un diseñador para la creación de piezas visuales más atractivas, una persona especializada en la creación de este tipo de contenidos mejoraría la percepción de las mismas en un mejor grado.

Como recomendación se sugiere mantener y mejorar la frecuencia de publicación con el fin de mejorar la forma de percibir la marca y la recordación que los usuarios tienen, favoreciendo al posicionamiento de la misma.

REFERENCIAS

Ramos, J. (2016) Marketing de Contenidos. Guía Básica. XinXii

Pérez-Soler, S. (2017) Periodismo y redes sociales: Claves para la gestión de contenidos digitales. Editorial: UOC 20

Guallarte, C. Granger, J. Rodrigues, P. (2005) El Sector de contenidos digitales: agentes y estrategias Centre d'Economía Industrial UAB

Fernández B. (2010); Las redes sociales. Lo que hacen sus hijos en internet; España: Editorial Club Universitario

Real Academia Española. (2002). Diccionario de la lengua española (22. a ed.) Recuperado de: <http://www.rae.es/rae.html>

Hung, E. (2010) TIC, comunicación y periodismo digital. Ediciones Uninorte

Martínez, I. (2005) la comunicación en el punto de venta: Estrategias de Comunicación en el comercio Real y Online. Editorial: Esic

Hofstad, C. (2005) El libro de las habilidades de comunicación. Editorial: Díaz de Santos, S. A.

Costa, C. y Piñeiro, T. (2013) Estrategias de comunicación multimedia. Editorial: UOC

Fundación Compromiso (2001) La comunicación es servicio. Editorial: Granica S.A.

Costa, J. (2003) Diseñar para los ojos. Grupo Editorial Design

Revista electrónica de Investigación Educativa (2018): Diseño del formato de escalas estilo Likert: un estado de la cuestión, 41. Recuperado de: <https://redie.uabc.mx/redie/article/viewFile/1347/1613>

Manuel García Pérez: Semiótica de la descripción en la publicidad, cine y comic (2016), 54. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=WQtNhZOj3WEC&pg=PA54&dq=percepci%C3%B3n+semiotica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjRrNeJy6ncAhWqxVkkHZ2oDGoQ6AEIRjAG#v=onepage&q=percepci%C3%B3n%20semiotica&f=false>

Joan Costa: Diseñar para los ojos (2003), 47- 48. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=aod9tjaeabcC&pg=PA57&dq=percepci%C3%B3n+semiotica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiGpPOSy6ncAhUpx1kKHTRADJc4ChDoAQgsMAE#v=onepage&q=percepci%C3%B3n%20semiotica&f=false>

José Bayo Margalef: Percepción, desarrollo cognitivo y artes visuales (1987), 78. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=-HVCzVCuTUkC&printsec=frontcover&dq=percepci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwim3v7Sv6ncAhUmx1kKHb1UDvAQ6AEIJzAA#v=onepage&q=percepci%C3%B3n&f=false>

Laura benitez, José A. Robles: Percepción: Colores (1993), 35. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=ZqzHBn9nlSQC&printsec=frontcover&dq=percepci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwim3v7Sv6ncAhUmx1kKHb1UDvAQ6AEILDAB#v=onepage&q=percepci%C3%B3n&f=false>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Preguntas	Escala
Nivel de Percepción del Contenido digital	<p>“Diseñar, visualizar, supone utilizar colores y, por tanto, aplicar a este uso funciones comunicativas (Costa, 2003, p. 57)</p> <p>“La composición de toda representación semántico-textual parte de la aprehensión perceptiva que acontece ante nuestros estímulos además de la información almacenada, desde una perspectiva filogenética, en nuestra memoria en lo que se refiere a la contextualización del sujeto” (García, 2006, p.27)</p>	<p>Analizar la percepción que tiene el público objetivo con respecto al contenido digital publicado en el fan page de Voces Escolares.</p>	Diseño	*Originalidad *Creativo *Orden	¿Qué nivel de originalidad presentan los diseños de las imágenes que publica el Fan Page de Voces Escolares?	Se utilizará la escala de Likert *Muy Malo *malo *Aceptable *Bueno *Muy Bueno
					¿Qué nivel de creatividad tienen los diseños de las imágenes del fan page de Voces Escolares?	
					¿Cómo consideraría que es el nivel del orden que presentan los diseños?	
			Información	*comprensión *sencillez *importancia	¿Cuál es el nivel de comprensión que obtiene al leer la información que publica el Fan Page de Voces Escolares?	
					¿Cómo calificaría la sencillez de la información que presente el Fan Page de Voces Escolares?	
					¿Cuál es el nivel de importancia que muestra el Fan Page de Voces Escolares?	
			Colores	*contraste * armonía * intensidad	¿Cuál cree que es el nivel de contrastes en las imágenes publicadas en el fan page de Voces Escolares?	
					¿Qué nivel de armonía presentan los colores en las imágenes publicadas de Voces Escolares?	
					¿A qué nivel de intensidad se presentan los colores en las imágenes publicadas en el Fan Page de Voces Escolares?	
			Organización	* orden * patrón * armonía	¿Cuál cree que es el nivel de la información dentro de las imágenes publicadas el en Fan Page de Voces Escolares suele mantener un orden interno? (alineación, centrado, tamaño, color)	
					¿Cómo calificaría el nivel de los patrones (imágenes repetidas, figuras, líneas) que se utilizan en las imágenes publicadas en el fan page de voces escolares?	
					¿Cuál cree que es el nivel de armonía de las imágenes publicadas en el fan page de Voces Escolares?	
			Comprensión	* interpretación * Interés * relación	¿Con que nivel calificaría la interpretación que usted le da a lo publicado en el fan page de Voces Escolares?	
					¿Cuál es el nivel de interés que te generan las publicaciones del Fan Page de Voces Escolares?	
					¿Cómo percibe contenidos publicados en el fan page de Voces Escolares en relación con algo en tu vida?	
			Memoria	*recordación *Similitud *impacto	¿Cómo calificarías tu nivel de recordación luego de conocer algún contenido publicado en el Fan Page de Voces Escolares?	
					¿La similitud con algún hecho real que presentan los contenidos digitales en el Fan Page de Voces Escolares es?	
					¿Cómo calificarías el nivel de impacto de las imágenes publicadas en el Fan Page de Voces Escolares?	

Anexo 2: Instrumento de recolección de datos

Encuesta a los seguidores del Fan Page de Voces Escolares de 18-24

Años del distrito de Lima 2018

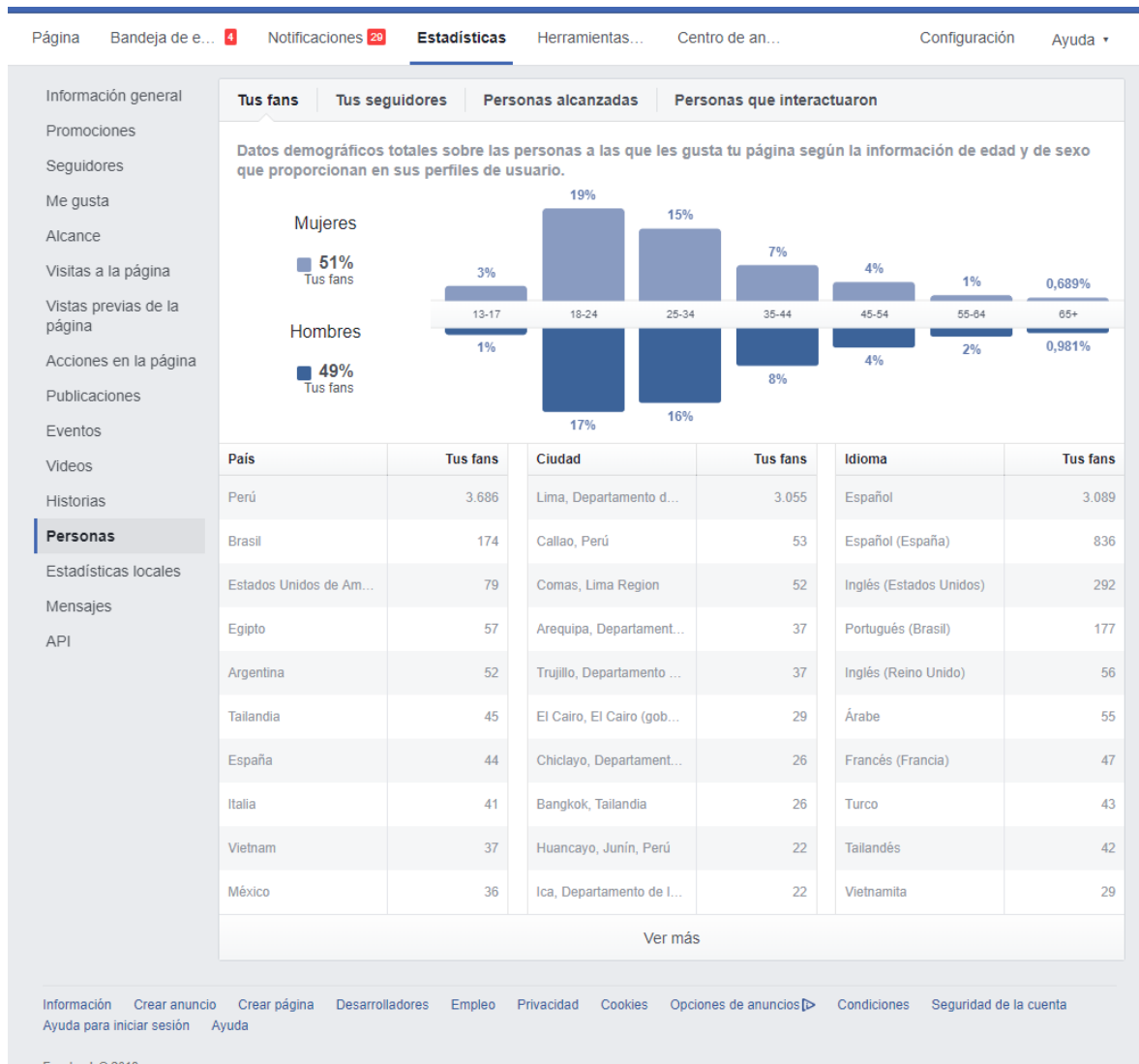
Indicaciones:

- Marcar con un Aspa (X) en el recuadro correspondiente para cada respuesta.
- Solo se permite marcar una vez para cada pregunta
- Responder todas las preguntas

N°	Preguntas	Muy malo	malo	aceptable	bueno	Muy bueno
1	¿Qué nivel de originalidad presentan los diseños de las imágenes que publica el Fan Page de Voces Escolares?					
2	¿Qué nivel de creatividad tienen los diseños de las imágenes del fan page de Voces Escolares?					
3	¿Cómo consideraría que es el nivel del orden que presentan los diseños?					
4	¿Cuál es el nivel de comprensión que obtiene al leer la información que publica el Fan Page de Voces Escolares?					
5	¿Cómo calificaría la sencillez de la información que presente el Fan Page de Voces Escolares?					
6	¿Cuál es el nivel de importancia que muestra el Fan Page de Voces Escolares?					
7	¿Cuál cree que es el nivel de contrastes en las imágenes publicadas en el fan page de Voces Escolares?					
8	¿Qué nivel de armonía presentan los colores en las imágenes publicadas de Voces Escolares?					
9	¿A qué nivel de intensidad se presentan los colores en las imágenes publicadas en el Fan Page de Voces Escolares?					
10	¿Cuál cree que es el nivel de la información dentro de las imágenes publicadas el en Fan Page de Voces Escolares suele mantener un orden interno? (alineación, centrado, tamaño, color)					
11	¿Cómo calificaría el nivel de los patrones (imágenes repetidas, figuras, líneas) que se utilizan en las imágenes publicadas en el fan page de voces escolares?					
12	¿Cuál cree que es el nivel de armonía de las imágenes publicadas en el fan page de Voces Escolares?					
13	¿Con que nivel calificaría la interpretación que usted le da a lo publicado en el fan page de Voces Escolares?					
14	¿Cuál es el nivel de interés que te generan las publicaciones del Fan Page de Voces Escolares?					
15	¿Cómo percibe contenidos publicados en el fan page de Voces Escolares en relación con algo en tu vida?					
16	¿Cómo calificarías tu nivel de recordación luego de conocer algún contenido publicado en el Fan Page de Voces Escolares?					
17	¿La similitud con algún hecho real que presentan los contenidos digitales en el Fan Page de Voces Escolares es?					
18	¿Cómo calificarías el nivel de impacto de las imágenes publicadas en el Fan Page de Voces Escolares?					

Anexo 3

Captura de pantalla Facebook analytics



Anexo 4

Captura de Pantalla Turnitin

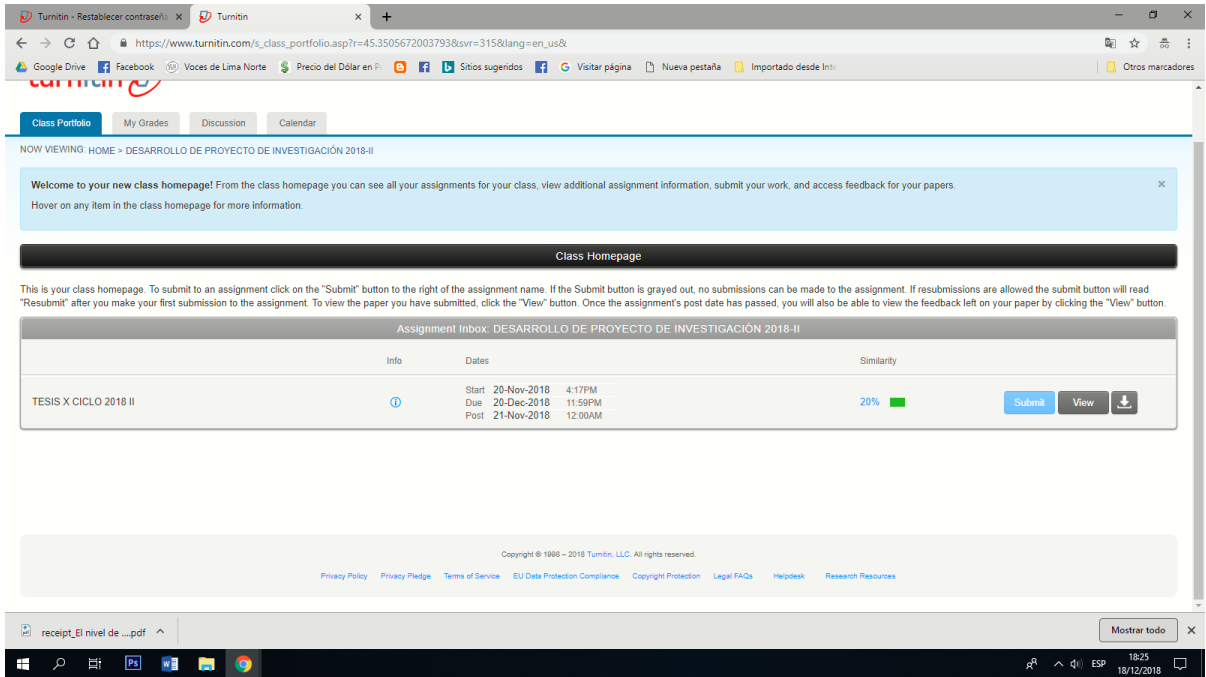


TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Chavarria Villanueva Sharon

Título y/o Grado: Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....() Licenciado....() Otros. Especifique

Universidad que labora:

Fecha: 06-07-18

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

El nivel de percepción de los contenidos digitales en los usuarios de 18 a 24 años seguidores del Fan Page de Voces escolares en Lima norte 2018

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	+		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	+		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	+		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	+		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	+		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	+		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	+		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	+		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		x	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	+		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	+		
TOTAL				

SUGERENCIAS:

NOMBRE Y APELLIDOS:



FIRMA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Mezarina Jara Renata

Título y/o Grado: _____

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....() Licenciado....() Otros. Especifique

Universidad que labora:

Fecha: 06-07-18

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

El nivel de percepción de los contenidos digitales en los usuarios de 16 a 24 años seguidores del fan page de UoCER escolares en Lima norte 2018

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	x		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	x		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		x	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
TOTAL				

SUGERENCIAS: _____

NOMBRE Y APELLIDOS:



 FIRMA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Efraim Toscano Socsa

Título y/o Grado: _____

Ph. D.....() Doctor.....() Magister....() Licenciado....() Otros. Especifique ✕

Universidad que labora:

Fecha: 06-07-18

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

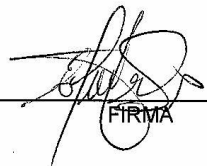
El nivel de percepción de los contenidos digitales en los usuarios de 10 a 24 años seguidores del fan page de Voces escolares en Lima norte 2018

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	↓		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	+		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	+		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	+		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	+		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	+		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	+		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	+		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		+	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	+		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	+		
TOTAL				

SUGERENCIAS: _____

NOMBRE Y APELLIDOS:



 FIRMA

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, SMITH CORRALES, CESAR AUGUSTO, docente de la FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES y Escuela Profesional de CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, asesor de la Tesis titulada: "EL NIVEL DE PERCEPCIÓN DE LOS CONTENIDOS DIGITALES EN LOS USUARIOS DE 18 A 24 AÑOS SEGUIDORES DEL FAN PAGE DE VOCES ESCOLARES EN LIMA NORTE 2018", del autor ESPINOZA CASTILLO, LUIS ENRIQUE, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido 17% y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el Trabajo de Investigación / Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Lima, 05 de diciembre de 2018

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
SMITH CORRALES, CESAR AUGUSTO DNI: 40090002 ORCID 0000-0003-0187-0967	