

FACULTAD DE COMUNICACIONES



Carrera de Comunicación Corporativa

“LA INFLUENCIA DE LA HERRAMIENTA
FACEBOOK LIVE EN LA IMAGEN CORPORATIVA
DE LA CÁMARA DE COMERCIO Y PRODUCCIÓN
DE CAJAMARCA EN EL AÑO 2017”

Tesis para optar el título profesional de:

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN CORPORATIVA

Autor:

Bach. Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico

Asesor:

Mg. Edwin Erick Delgado Tinoco

Cajamarca - Perú

2020

DEDICATORIA

A mi querida madre Margarita, por ser la mujer que más admiro en esta vida, ejemplo de superación personal y profesional, además por brindarme su amor, apoyo incondicional y por enseñarme que en esta vida aún se puede vivir con nobleza.

A mi padre Manuel, por ser un gran profesional, intelectual, además de brindarme su apoyo incondicional en mi educación y cada uno de los nuevos retos emprendidos.

A mi hermana Karla, por darme siempre palabras de aliento y creer en mí.

A mi Meli, Gala y mi pequeño sobrino Leonardo Manuel por darme el amor más puro y alegrarme cada uno de mis días.

AGRADECIMIENTO

A mis padres por haberme apoyado en el transcurso de mi vida universitaria, por todos sus consejos, paciencia, valores y enseñarme que con trabajo duro y sabiduría puedo lograr todo lo que me proponga en esta vida.

A mi asesor Erick, por toda su paciencia y el apoyo brindado durante este proceso de titulación, porque a pesar de que nunca tuve la suerte de tener una clase con él siempre me dedico de su tiempo y consejos.

A mis amigos Clau, Manu, Yomi, Lupita, Martín y Beky gracias por todas las aventuras, paciencia, cariño y por demostrarme que no somos solo un grupo de compañeros, somos un equipo, somos hermanos.

Tabla de contenidos

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
ÍNDICE DE TABLAS	5
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	7
1.1. Realidad Problemática.....	7
1.2. Formulación del Problema.....	9
1.3. Objetivos.....	9
1.3.1. Objetivo General.....	9
1.3.4. Objetivos Específicos.....	10
1.4. Hipótesis.....	10
CAPÍTULO II. METODOLOGÍA	11
2.1. Tipo de investigación.....	11
2.2. Población y muestra (materiales, instrumentos y métodos)	11
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos.....	12
2.4. Procedimiento.....	14
CAPÍTULO III. RESULTADOS	15
3.1. Técnica e instrumento (encuesta - cuestionario).....	15
3.2. Técnica e instrumento (observación - guía de observación).....	27
3.3. Técnica e instrumento (entrevista - guía de entrevista).....	70
CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.	77
4.1. Discusión.....	77
4.2. Conclusiones.....	79
REFERENCIAS	81
ANEXOS	83

ÍNDICE DE TABLAS

Gráfico n°. 1: Implementación de la herramienta Facebook Live y su proyección como una asociación innovadora y competitiva.....	15
Gráfico n°. 2: Percepción de los seguidores con la implementación de herramientas tecnológicas de comunicación.....	16
Gráfico n°. 3: Valores observables en las transmisiones de Facebook Live de la CCPC.....	17
Gráfico n°. 4: Aceptación de la Implementación de la Herramienta Facebook Live en la CCPC.....	18
Gráfico n°. 5: Innovación de la implementación de la Herramienta Facebook Live en la CCPC.....	19
Gráfico n°. 6: Transmisión de actividades de Responsabilidad Social mediante la Herramienta Facebook en la CCPC – 2017.....	20
Gráfico n°. 7: Promoción del Desarrollo Económico mediante actividades institucionales que fueron transmitidas usando la Herramienta Facebook Live en el año 2017.....	21
Gráfico n°. 8: Evidencia de un buen relacionamiento entre la comunidad y la CCPC mediante el uso de la Herramienta Facebook Live – 2017.....	22
Gráfico n°. 9: Reputación Corporativa Social positiva de la CCPC proyectada mediante las transmisiones mediante la Herramienta Facebook Live – 2017.....	23
Gráfico n°. 10: Confiabilidad de la CCPC transmitido mediante el uso de la herramienta Facebook Live	24
Gráfico n°. 11: Percepción de la CCPC como asociación líder en el mercado mediante el contenido que transmitió a través de la herramienta Facebook Live – 2017.....	25
Gráfico n°. 12: Buena comunicación entre los participantes en las transmisiones de Facebook Live - 2017.....	26
Gráfico n°. 13: Guía de observación – Dimensión Personalización.....	67
Gráfico n°. 14: Guía de observación – Dimensión Interacción	68
Gráfico n°. 15: Guía de observación – Dimensión Contenido	69

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la influencia del uso de la Herramienta Facebook Live en la Imagen Corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017. Para el desarrollo de dicho estudio se utilizó a los usuarios seguidores de la Fan Page de dicha institución quienes interactuaban constantemente en las transmisiones realizadas mediante la herramienta Facebook Live y se escogió la población mediante el muestreo aleatorio simple de clase probabilístico. Las técnicas usadas fueron la observación, entrevista y encuesta, las cuales se utilizaron para analizar y describir las 2 variables estudiadas. Esta investigación fue básica de nivel descriptivo de corte transversal, con un método hipotético deductivo y de diseño no experimental con enfoque cualitativo. Este trabajo pretende determinar la influencia del uso de la herramienta Facebook Live en la Imagen Corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, la cual de ser usada de manera estratégica puede ser de gran beneficio para la asociación. Finalmente, se concluye que con toda la información recolectada a través de cuestionarios y guías de observación tendremos un análisis de los resultados presentados donde se evidencia la influencia positiva y significativa de esta herramienta.

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

En la actualidad, las redes sociales cumplen un rol de gran importancia dentro de nuestra sociedad, han sabido relevar en estos últimos años a medios de comunicación convencionales como la televisión, radio o periódicos, lo que evidencia que las nuevas generaciones se sienten más atraídas por esta nueva manera de comunicarse ya que no solo amplía sus conocimientos, sino que también permiten tener una comunicación más fluida, otorgándoles la posibilidad de crear comunidad con personas que tengan gustos afines y la facilidad de trabajar en conjunto de manera más rápida e instantánea. Un gran número de la población mundial navega en línea y cuenta con al menos un perfil en alguna red social, estas ya no solo se usan con fines de entretenimiento, sino que se han visto presentes en distintas revoluciones, manifestaciones, revueltas gubernamentales, desastres naturales donde se han transmitido fotografías, audios, videos o notas que han sido compartidas a nivel mundial, volviéndose imprescindibles para la población.

Drummond (2017), nos dice que una de las redes sociales más trascendentes y populares es Facebook, creada por Mark Zuckerberg y un grupo de estudiantes de la universidad de Harvard en el año 2004, la misma que ha ganado gran popularidad ya que con el pasar de los años ha ido evolucionando y alcanzando reconocimiento a nivel mundial, además Facebook ha logrado adquirir otras grandes empresas como Instagram y WhatsApp y Oculus VR.

Moreno (2019), en el reporte anual The Global State of Digital in 2019 sobre el Estado de las Redes Sociales elaborado por Hootsuite y We Are Social nos dice que para el 2019 Facebook ha logrado superar los 2.400 millones de usuarios activos y sigue creciendo diariamente, al día cuenta con 1.560 millones de usuarios activos con un incremento de un 8% en las estadísticas del trimestre del año pasado.

En el 2016 se lanzó a nivel mundial Facebook Live, esta es una herramienta de transmisión y marketing que hasta el momento ha realizado más de 3.5 millones de transmisiones y casi 2 millones de personas en el mundo las han visto, las páginas que usan las transmisiones de

Facebook Live promueven más la visualización de su contenido en el algoritmo de Facebook. Newberry & Contreras (2019).

La Imagen Corporativa, como así lo ha descrito el autor Capriotti (2009), es la estructura mental que el público tiene sobre una organización o empresa, esta se formula de manera espontánea por medio de experiencias directas o indirectas de los públicos con la organización o empresa y se dan a través de estructuras mentales cognitivas que los ayudan a ser reconocidos, diferenciados e identificados de las demás sin mucho esfuerzo. Estas estructuras tienen distintos atributos o características que los ayudan a lograr esa diferenciación y las identifica como sujeto social o comercial, además de poder generar una valoración buena o mala, positiva o negativa, aspectos que son calificados por su público, las mismas que no siempre van a ser verdaderas o van a coincidir entre sí. En esta medida, las organizaciones o empresas ya no solo buscan presentarse como una organización con intereses económicos, sino también como parte de la sociedad. En los últimos años las empresas han venido trabajando activamente y con más ímpetu en su imagen corporativa, ya que consideran que esta ayuda a transmitir, proyectar y reforzar su imagen al público, comunicándose positivamente y logrando que estos se sientan identificados con la marca; además de brindarle un valor agregado y de homogeneidad entre todos sus elementos visuales y servicios, siendo identificados más fácilmente, mejorando su imagen y posicionándolos en el mercado. Otro punto importante de la imagen corporativa es que brinda un vínculo emocional y de fidelización de la marca con el público a través de diferentes experiencias, sensaciones o emociones.

El uso de la herramienta Facebook Live ha sido recibida positivamente por las empresas ya que les permite una interacción con sus seguidores de manera más rápida y directa, simplificando sus publicaciones mediante el uso de videos y reduciendo significativamente su inversión en publicidad, lo que ha representado el aumento en el número de seguidores y a la vez una influencia positiva en su Imagen Corporativa. Con esta herramienta también tenemos la facilidad de transmitir distintos tipos de eventos como conferencias, charlas, conversatorios, actividades institucionales, entre otros, que pueden brindar un contenido de valor o interés para sus usuarios, entablando una relación más cercana con su comunidad y permitiendo que sus usuarios tengan la posibilidad de comentar las transmisiones o manifestar los sentimientos que estas les generan mediante el botón de “reacciones”.

En la presente investigación se trabajará con la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca (CCPC), donde podremos analizar la influencia que tiene el uso de la herramienta Facebook Live en su Imagen Corporativa. Esta asociación fue fundada el 26 de marzo de 1930, actualmente está dedicada a la unificación de empresas cajamarquinas grandes y pequeñas de todos los rubros cuya finalidad es velar por los intereses del empresariado de la ciudad de Cajamarca, esta asociación implementó en el año 2013 a la red social Facebook entre sus diversas estrategias de comunicación, llegando a entablar una feedback directo y personalizado con los usuarios seguidores de su fan page, generando un canal de comunicación más directo y cercano que ayudó a captar nuevos clientes, gestionar positivamente su reputación corporativa mejorando así su visibilidad, posicionamiento y a la vez beneficiando su Imagen Corporativa, a pesar de que la CCPC cuenta con esta herramienta entre sus estrategias de comunicación aún no tiene un área específica de community manager o un plan elaborado de redes sociales. En los últimos 4 años esta asociación ha realizado un gran número de transmisiones en vivo mediante su página de Facebook, pudiendo advertir de dicha herramienta la publicación de distintos tipos de contenidos, desde la transmisión de eventos, charlas informativas, ruedas de prensa entre otras actividades, por lo que se busca determinar con esta investigación cual ha sido su influencia en la Imagen Corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017.

1.2. Formulación del problema

¿Cómo influye el uso de la herramienta Facebook Live en la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Describir la influencia del uso de la herramienta Facebook Live en la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017.

1.3.2. Objetivos específicos

O.1. Describir el uso de la herramienta Facebook Live en el fortalecimiento de la Imagen Corporativa en el año 2017.

O.2. Identificar qué indicadores del uso de la herramienta Facebook Live se han atendido en las transmisiones realizadas en el año 2017.

O.3. Determinar los indicadores de la Imagen Corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca que se han fortalecido con el uso de la herramienta Facebook Live.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis General

El uso de la herramienta Facebook Live ha influido significativamente en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017.

CAPÍTULO II. METODOLOGÍA

2.1 Tipo de investigación

Este trabajo es de investigación básica nivel descriptivo, ya que su finalidad es describir como ha sido el uso y la influencia de la herramienta Facebook Live en la variable Imagen corporativa, además de identificar los indicadores de la herramienta Facebook Live que se han atendido y determinar los indicadores de la Imagen Corporativa que se han fortalecido, todo esto con el fin de generar conocimiento a través del problema planteado.

El nivel de diseño es no experimental de corte transversal, tiene un enfoque cualitativo ya que recoge la información de los participantes a través de sus opiniones o experiencias, busca probar la hipótesis planteada mediante técnicas de recolección y análisis de datos como la entrevista abierta, encuestas y guías de observación, esto enriquece y brinda sustento al desarrollo del presente trabajo.

2.2 Población y muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

La población de estudio fue un total de 6,136 usuarios seguidores de la fan page de Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017. El tipo de muestreo que se utilizó fue el aleatorio simple de clase probabilístico, con un nivel de confianza de 95% y un margen de error de 5%. La fórmula que se usó para determinar el número de la muestra fue:

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

Dónde:

n = Es el tamaño de muestra

Z = Es el nivel de confianza

N = Es la población total.

p = Es la proporción pro balística de aceptación.

q = Es la proporción pro balística de rechazo.

E = Es el nivel de precisión.

El resultado obtenido fueron 362 usuarios seguidores de la fan page de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca el cual sería el número de población encuestada, las muestras probabilísticas pueden medir el tamaño de error en las predicciones con una mayor precisión, permiten conocer el tamaño exacto de la población, además de permitirnos ahorrar tiempo y recursos.

2.3 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

La Observación: Es una técnica de investigación que consiste en observar diferentes fenómenos o actividades recolectando la información necesaria para su posterior análisis. La “observación investigativa” no se limita al sentido de la vista, sino a todos los sentidos. (Sampieri, 2013, p. 399).

La Encuesta: Es una técnica utilizada para recolectar la información deseada a varias personas cuyas opiniones son de interés del investigador. Las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Malhotra (2004).

La Entrevista: Es una técnica que consiste en el dialogo entre dos personas para obtener la información deseada para la investigación.

(Sampieri, 2013, p. 403), las entrevistas, como herramientas para recolectar datos cualitativos, se emplean cuando el problema de estudio no se puede observar o es muy difícil hacerlo por ética o complejidad.

Para la realización de este trabajo se aplicó la técnica de la observación en cada una de las transmisiones del año 2017 realizadas en la fan page de la Cámara de Comercio Producción de Cajamarca, las guías de observación fueron diseñadas con la escala de Likert y aplicadas de manera independiente en cada dimensión de la variable herramienta Facebook Live, finalmente se sintetizó la información en gráficos de acuerdo a cada dimensión observada de la variable mencionada anteriormente, esto ayudó a saber el impacto, interacción y alcance que tuvieron cada una de estas transmisiones.

Con respecto a la variable Imagen Corporativa se aplicó la técnica de la encuesta, utilizando un cuestionario formado por 4 dimensiones y el cual tuvo un total de 12 ítems diseñados con la escala de Likert, la finalidad de esta técnica fue conocer la influencia del uso de la variable herramienta Facebook Live en la segunda variable Imagen Corporativa, en esta escala se puntuó del 1-5 tomándose como criterio que a mayor puntuación es más favorable la percepción que los seguidores tienen de la Imagen Corporativa de la CCPC y a menor puntuación de manera contraria.

También se aplicó la técnica de la entrevista abierta con el instrumento guía de entrevista, este fue aplicado a la encargada de Imagen Institucional y Protocolo de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca para poder determinar los indicadores de la Imagen Corporativa; además, permitió saber cómo es el uso de la herramienta Facebook Live en dicha empresa y a la vez para poder realizar un análisis de esta y su relación con el fortalecimiento de la Imagen Corporativa.

El análisis de los datos está conformado por cuadros, tablas y gráficos adecuados a las normas APA que nos ayudan a una mejor comprensión de la información obtenida.

Técnicas	Instrumentos
Observación	Guía de Observación
Entrevista	Guía de Entrevista
Encuesta	Cuestionario

2.4 Procedimiento

La presente investigación se desarrolló en distintas etapas, en la primera etapa se planificaron y programaron las actividades que iban a ser necesarias realizar para llevar a cabo la investigación.

En la segunda etapa se optó por realizar investigación de campo y también utilizar las técnicas de observación, encuesta y entrevista tomando apuntes de estas, con la recolección de esta información se definió la parte introductoria del trabajo, además de lograr identificar los indicadores de las variables que se iban a trabajar posteriormente.

En la tercera etapa se complementó la información obtenida anteriormente con la revisión de información documental, revistas, artículos, sitios web y libros que sirvieron para el sustento y la redacción de la investigación, además se realizó el proceso de análisis e interpretación de la información.

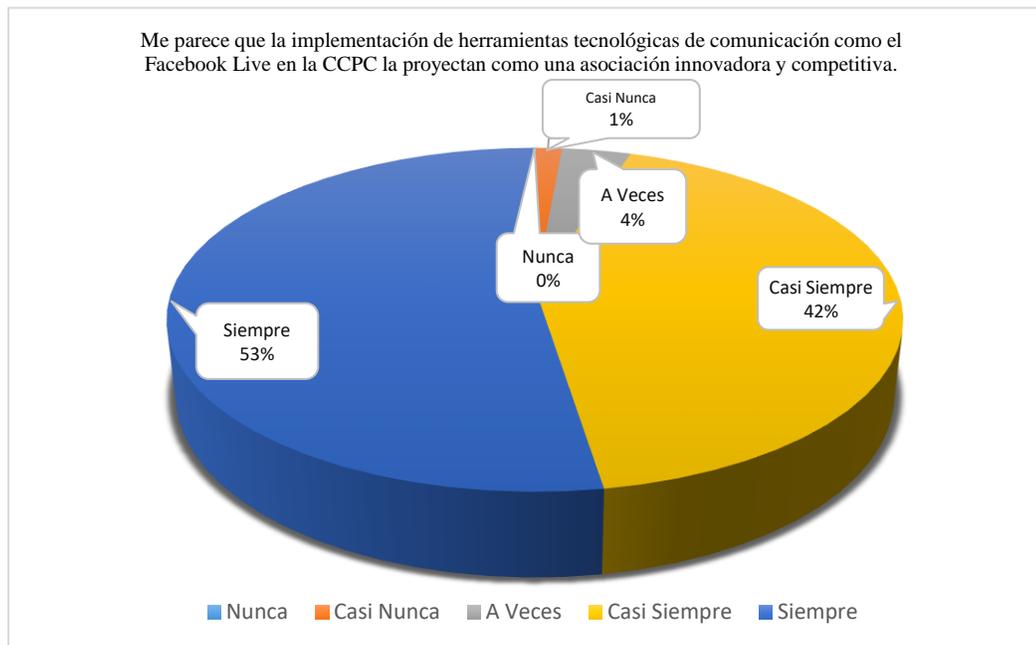
Finalmente, se mostraron resultados de las técnicas e instrumentos que se utilizaron durante la elaboración de la investigación, esto llevó a la discusión y conclusión de los resultados, en conjunto con las demás etapas, posteriormente se redactó un informe como constancia de la investigación realizada.

CAPÍTULO III. RESULTADOS

3.1. Técnica e Instrumento: Encuesta – Cuestionario

La encuesta fue aplicada a 362 usuarios seguidores del Fan Page de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca (CCPC) que representa al 100% de la población en cada uno de los gráficos. (Fuente: Elaboración Propia- Anexo N. °3)

Gráfico n°. 1. Implementación de la herramienta Facebook Live y su proyección como una asociación innovadora y competitiva.



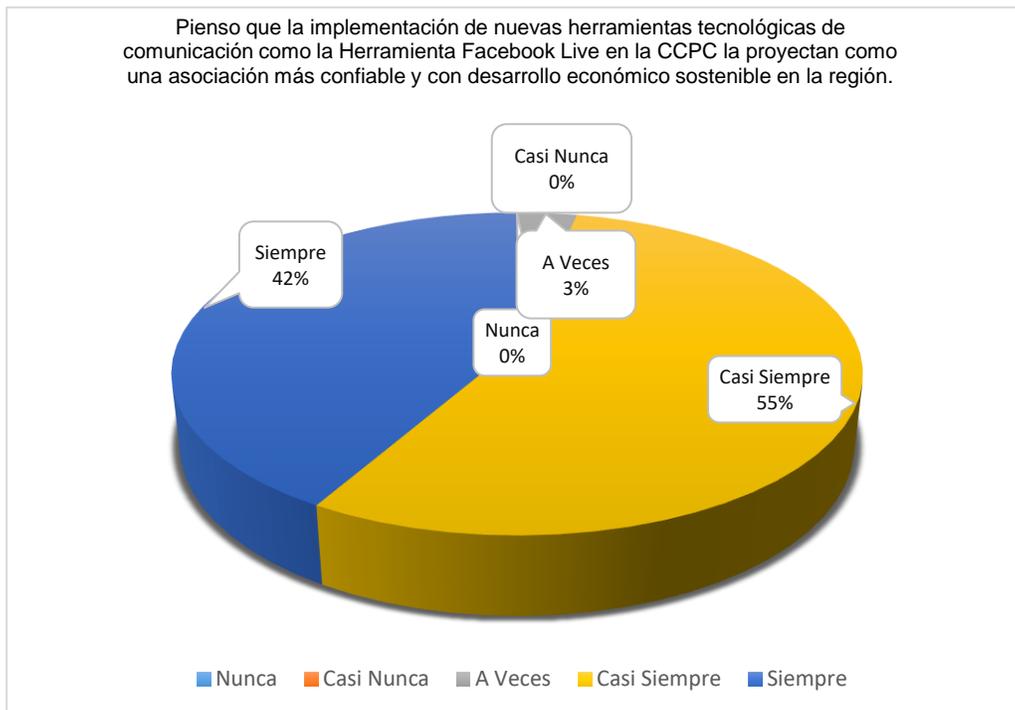
Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Pregunta 1: De acuerdo a la primera pregunta formulada en el cuestionario, nos dice que, el 1% de los seguidores casi nunca considera que la implementación de la herramienta tecnológica Facebook Live proyecta a la CCPC como una asociación innovadora y competitiva, el 4% de los seguidores sienten que solo a veces se proyecta como una asociación innovadora y competitiva, el 42% considera que casi siempre consideran que la implementación de esta herramienta proyecta a la CCPC como una asociación innovadora y competitiva y el 53% de los seguidores consideran que la CCPC siempre se proyecta como

una asociación innovadora y competitiva gracias a la implementación de la herramienta tecnológica Facebook Live. Estos resultados son favorables ya que aprueban la implementación de esta herramienta y la consideran favorecedora para la asociación.

Gráfico n°. 2. Percepción de los seguidores con la implementación de herramientas tecnológicas de comunicación.

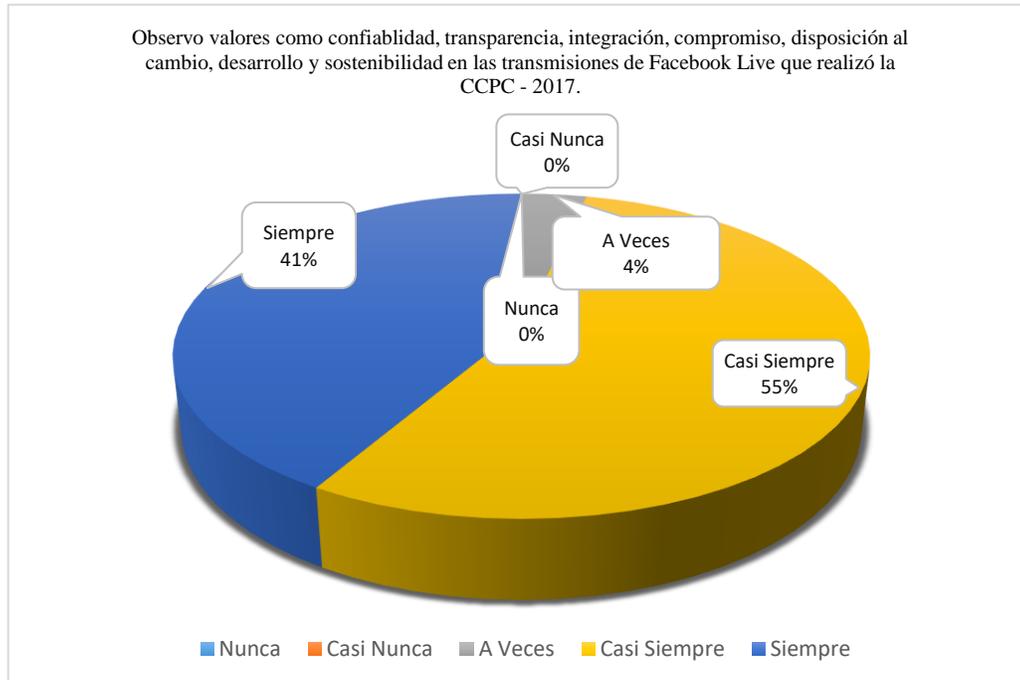


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Pregunta 2: Es importante también saber si la implementación de la Herramienta Facebook Live en la CCPC la proyectan entre sus seguidores como una asociación confiable y con desarrollo económico sostenible en la región. El 3% de los encuestados respondió que a veces la Herramienta Facebook Live les ayuda a percibir a la CCPC como una asociación confiable y con desarrollo económico sostenible, el 55% respondió que casi siempre perciben a la CCPC de esta manera y el 42% considera positiva la implementación de la Herramienta Facebook Live en la CCPC y que esta la proyecta siempre como una asociación confiable y con desarrollo económico sostenible en la región.

Gráfico n°. 3. Valores observables en las transmisiones de Facebook Live de la CCPC.

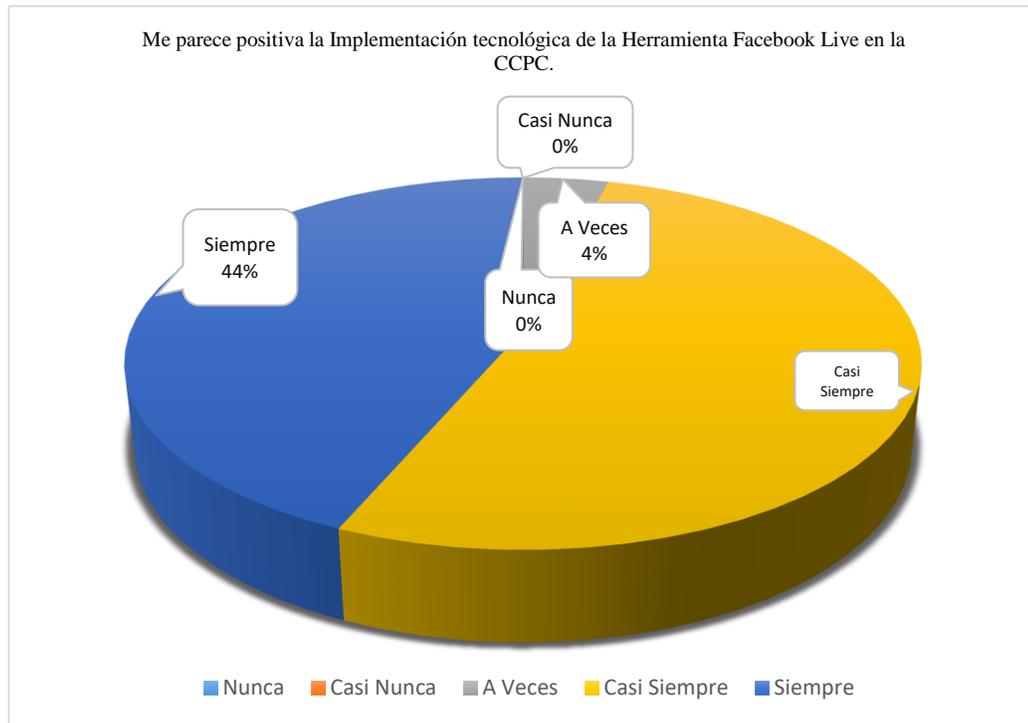


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Pregunta 3: Así también se han observado distintos valores como confiabilidad, transparencia, integración, compromiso, disposición al cambio, desarrollo y sostenibilidad en la CCPC los cuales son parte de su identidad corporativa, estos han sido percibidos por los seguidores mediante las transmisiones de Facebook Live. El 4% de los seguidores respondió que a veces ha observado estos valores en las transmisiones de Facebook Live, el 55% nos dijo que casi siempre ha podido observar estos valores, y el 41% nos dijo que siempre ha logrado observar los valores antes mencionados en la CCPC. Al ser positiva la respuesta de los seguidores de la fan page de la CCP podemos decir que existen valores fuertemente establecidos e identificables entre los seguidores y la asociación.

Gráfico n°. 4. Aceptación de la Implementación de la Herramienta Facebook Live en la CCPC.

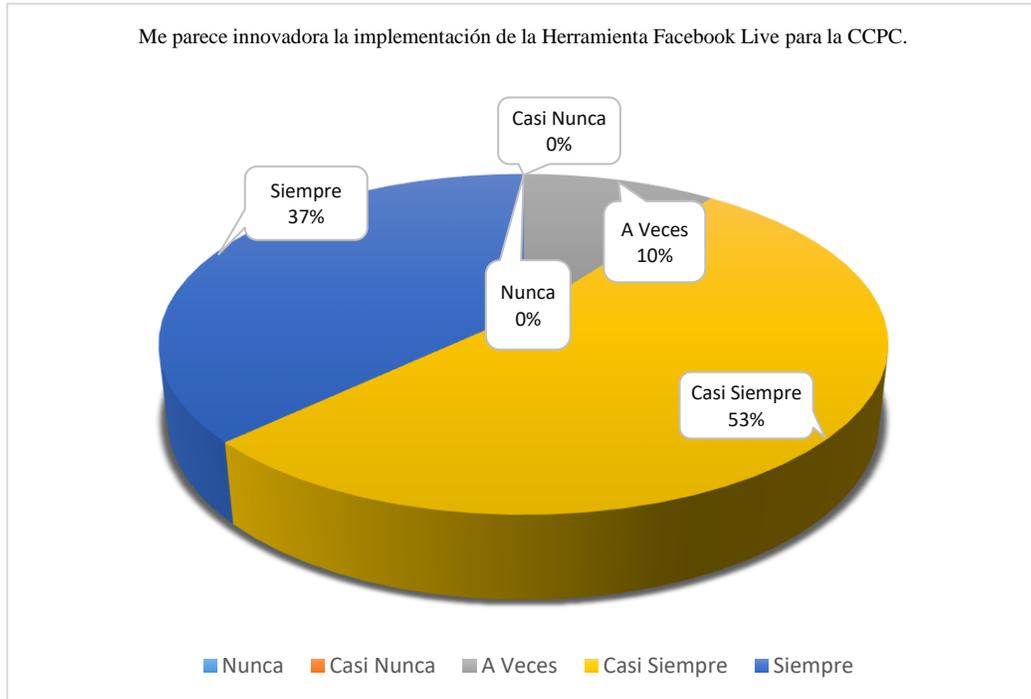


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Pregunta 4: Así mismo, se ha realizado una pregunta dentro del cuestionario que nos ayudó a saber si los seguidores consideraban positiva o negativa la implementación tecnológica de la Herramienta Facebook Live en la CCPC. El 4% considera que a veces es positiva esta implementación, el 52% considera que casi siempre es positiva la implementación tecnológica de nuevas herramientas como el Facebook Live y el 44% considera que siempre es positiva la implementación de nuevas herramientas tecnológica como el Facebook Live. Esto nos permite saber que los seguidores tienen una aceptación positiva y se encuentran satisfechos con la implementación de esta herramienta dentro de la CCPC.

Gráfico n°. 5. Innovación de la implementación de la Herramienta Facebook Live en la CCPC.

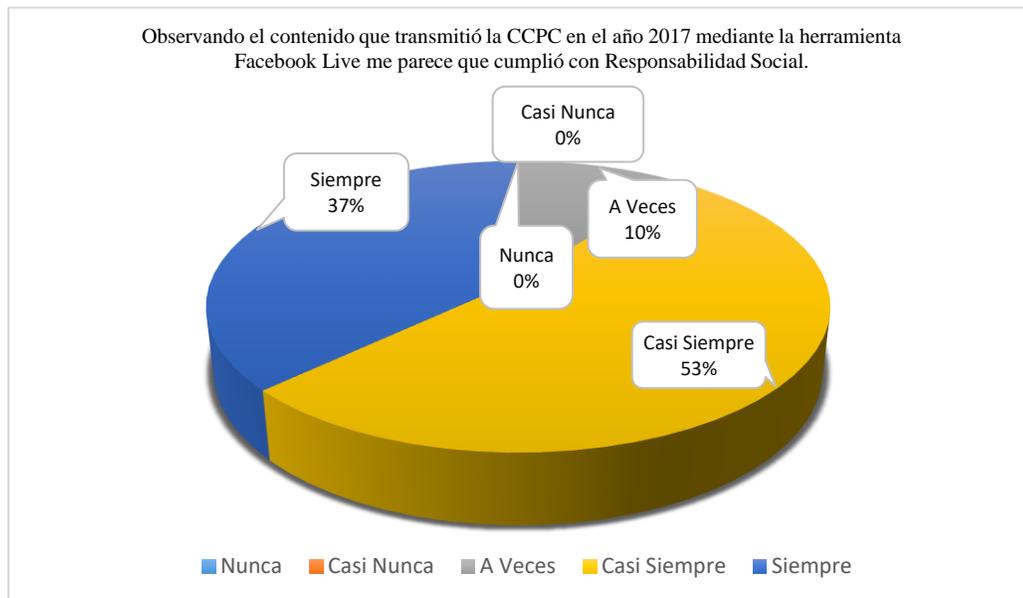


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Pregunta 5: La innovación es una parte importante dentro de todas las empresas o asociaciones, es por ello que a los seguidores de la fan page se les pregunto si consideraban innovadora la implementación de la Herramienta Facebook Live en la CCPC. El 10% considera que a veces le parece innovadora esta implementación, el 53% considera que casi siempre esta implementación es innovadora y el 37% considera que siempre es innovadora la implementación de la herramienta Facebook Live en la CCPC. Entonces podemos decir que la asociación CCPC al ir implementando nuevas estrategias de comunicación o herramientas tecnológicas es considerada innovadora entre sus usuarios.

Gráfico n°. 6. Transmisión de actividades de Responsabilidad Social mediante la Herramienta Facebook en la CCPC - 2017.

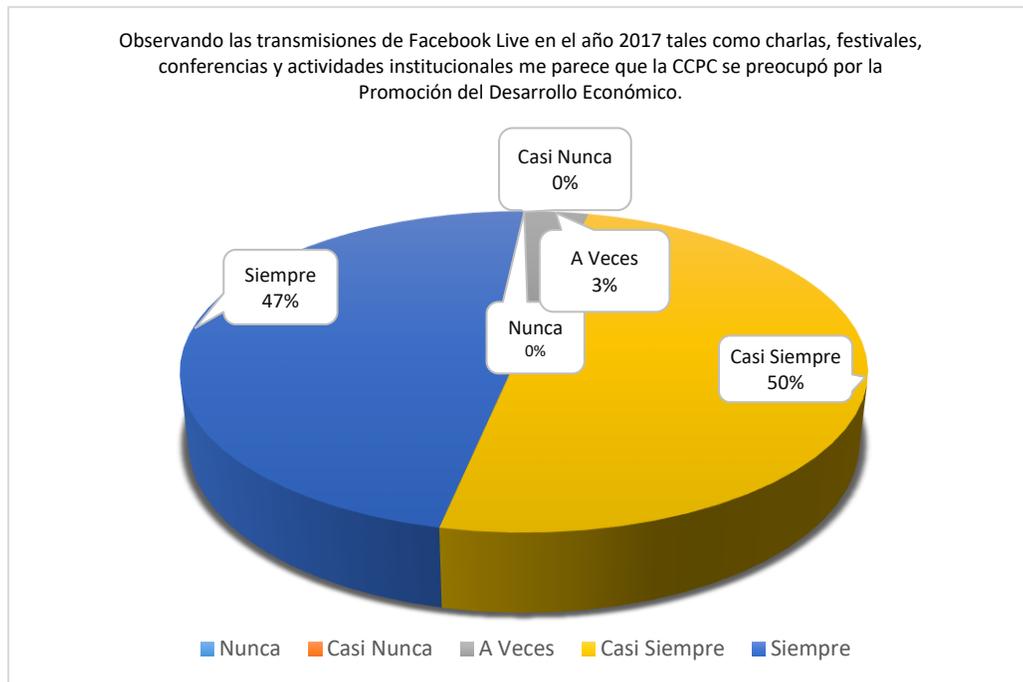


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Pregunta 6: Se ha identificado además que, del total de seguidores de la fan page de la CCPC el 10% considera que a veces pudo observar que el contenido transmitido por dicha asociación cumplía con responsabilidad social en la localidad, el 53% considera que casi siempre observó el cumplimiento de responsabilidad social mediante el contenido transmitido y el 37% indicó que siempre pudo observar responsabilidad social en la CCPC mediante el contenido de las transmisiones de Facebook Live. De esta manera podemos saber que la CCPC si realizó actividades de Responsabilidad Social en la localidad, ya que pudieron ser transmitidas mediante la herramienta Facebook Live y a la vez los seguidores pudieron ser partícipes de estas actividades.

Gráfico n°. 7. Promoción del Desarrollo Económico mediante actividades institucionales que fueron transmitidas usando la Herramienta Facebook Live en el año 2017.

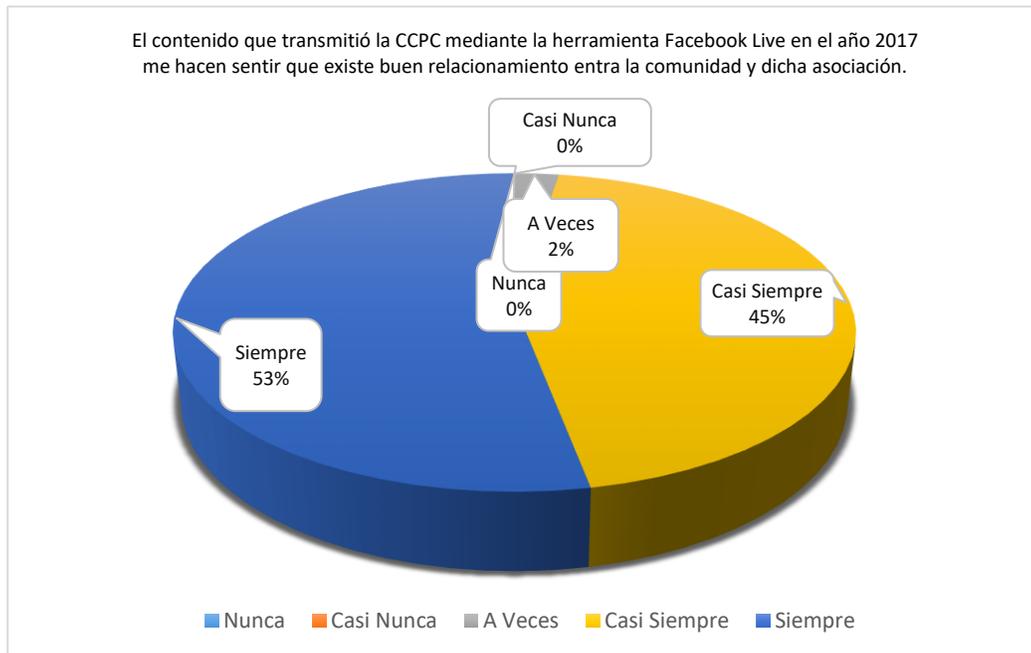


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Pregunta 7: Así también, la CCPC transmitió en el año 2017 charlas, festivales, conferencias entre otras actividades institucionales promocionando así el Desarrollo Económico en la localidad. El 3% considera que a veces la CCPC se preocupó por promocionar el Desarrollo Económico transmitiendo sus diferentes actividades mediante el Facebook Live, el 50% de los encuestados considera que casi siempre observaron que la CCPC se preocupó por promocionar el Desarrollo Económico y el 47% considera que la CCPC siempre se preocupó por promocionar mediante diversas actividades institucionales el Desarrollo Económico en la localidad, ya que tiene un contenido variado y de interés para los seguidores.

Gráfico n°. 8. Evidencia de un buen relacionamiento entre la comunidad y la CCPC mediante el uso de la Herramienta Facebook Live – 2017.

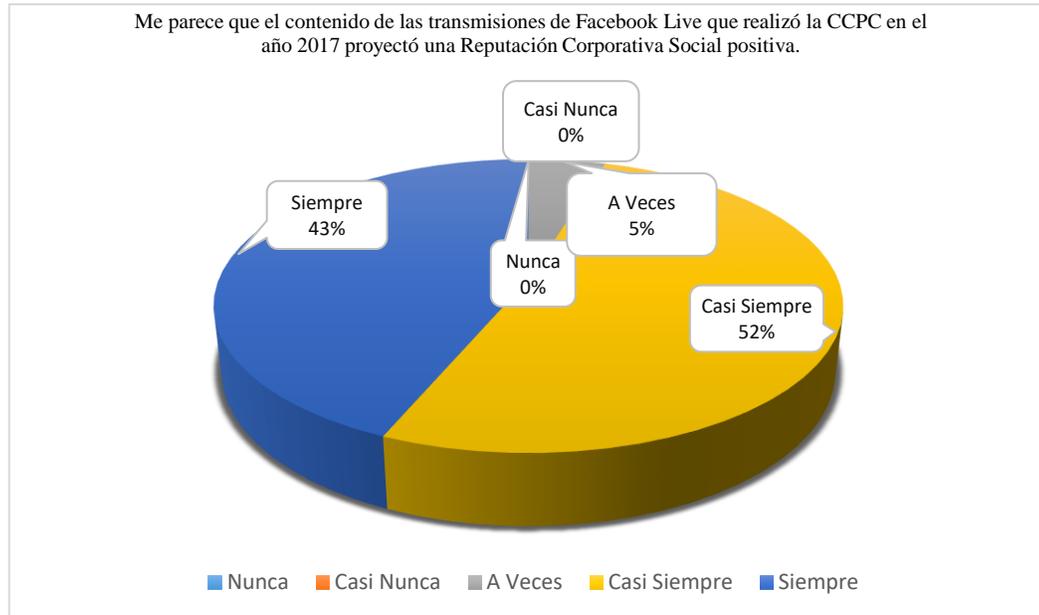


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Pregunta 8: Es importante saber si existe un buen relacionamiento entre la comunidad y la CCPC, ya que de esta manera sabremos si las estrategias que ellos usan son positivas o si se deberían hacer algunos cambios en favor de esta. El 2% considera que a veces siente que el contenido que transmite CCPC hace evidencia de una existencia de un buen relacionamiento con la comunidad, el 45% considera que casi siempre sienten que existe una buena relación y el 53% considera que siempre siente que el contenido transmitido por la CCPC evidencia un buen relacionamiento entre la comunidad y dicha asociación.

Gráfico n°. 9. Reputación Corporativa Social positiva de la CCPC proyectada mediante las transmisiones mediante la Herramienta Facebook Live – 2017.

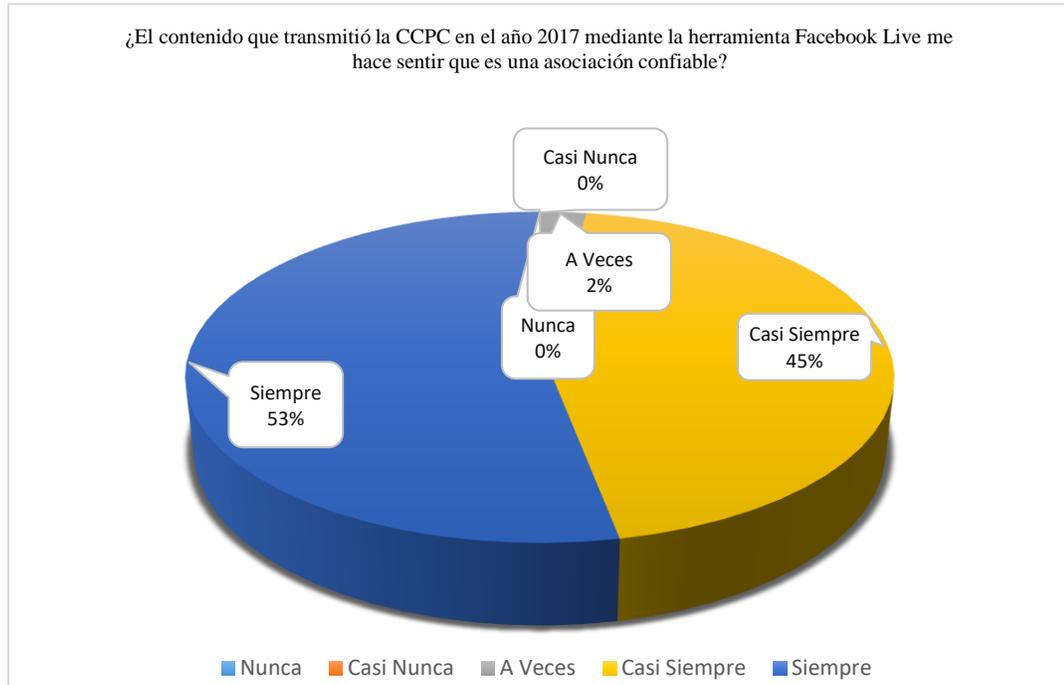


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Pregunta 9: También es importante saber si el contenido que se transmite mediante la Herramienta Facebook Live proyecta una Reputación Corporativa Social positiva entre sus seguidores, el 5% considera que a veces es evidenciable esta proyección favorable de la Reputación Corporativa Social, el 52% considera que casi siempre la CCPC proyecta a través de sus transmisiones una Reputación Corporativa Social positiva y el 43% considera que el contenido de las trasmisiones de Facebook Live siempre proyecta una Reputación Corporativa social positiva. Esto no solo favorece a la empresa, sino también a la visión que tienen los seguidores sobre esta.

Gráfico n°. 10. Confiabilidad de la CCPC transmitido mediante el uso de la herramienta Facebook Live.

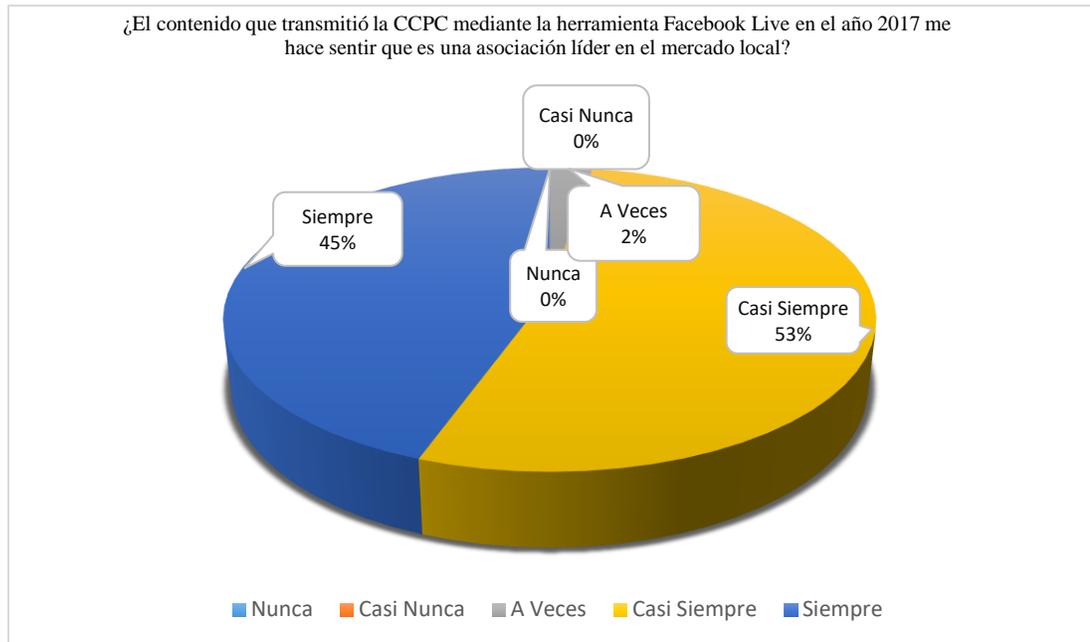


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Pregunta 10: Así mismo es importante saber si la CCPC ha transmitido contenido mediante la Herramienta Facebook Live que permite que sus seguidores la consideren una asociación confiable, el 2% considera que este contenido a veces le hace sentir que si es confiable, el 45% respondió que casi siempre sienten que el contenido transmitido proyecta a la CCPC como una asociación confiable y el 53% considera que casi siempre su contenido transmitido a través de la Herramienta Facebook Live les hace sentir que si es una asociación confiable.

Gráfico n°. 11. Percepción de la CCPC como asociación líder en el mercado mediante el contenido que transmitió a través de la herramienta Facebook Live – 2017.

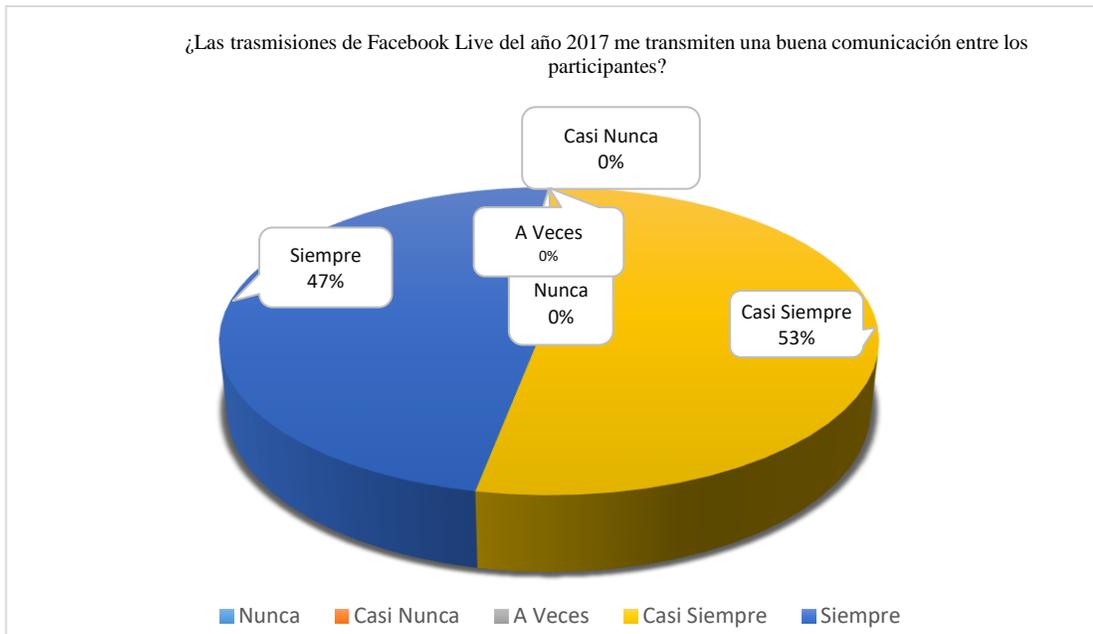


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Pregunta 11: Es importante saber cuál es la situación de la CCPC respecto a su posición en el mercado local, es por ello que se elaboró esta pregunta en el cuestionario, de esta manera podremos saber cómo influye la percepción de los seguidores respecto al liderazgo de la CCPC y su relación al contenido que fue transmitido mediante la Herramienta Facebook Live, el 2% considera que el contenido transmitido les hace sentir que la CCPC a veces es una asociación líder, el 53% considera que casi siempre perciben a la CCPC como una asociación líder en el mercado local y el 45% considera que el contenido transmitido mediante la Herramienta Facebook Live en la CCPC siempre les hace sentir que es una asociación líder en el mercado local. Este punto es de vital importancia, porque a pesar de que CCPC es vista por sus seguidores como una asociación líder se debe seguir trabajando constantemente para mantenerse posicionados en el mercado local.

Gráfico n°. 12. Buena comunicación entre los participantes en las transmisiones de Facebook Live – 2017.



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Pregunta 12: Además, se requiere saber si existe una buena comunicación entre los participantes en las transmisiones de Facebook Live, el 53% considera que casi siempre se da una buena comunicación entre los participantes, el 47% considera que siempre hay una buena comunicación en las transmisiones de Facebook Live entre los participantes.

3.2 Técnica e Instrumento: Observación – Guía de Observación

3.2.1. Transmisión realizada el 13 de enero del 2017, 303 reproducciones, 15 reacciones, 2 comentarios y 2 compartidos. (Fuente: Fan Page CCPC - Anexo N.º 1.1.1).

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN PERSONALIZACIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Personalización de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Ceremonia de Juramentación Consejo Directivo 2017-2018					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
<p>INSTRUCCIONES: Observar los tipos de personalización que han sido definidos y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS: Observar y registrar la personalización de las trasmisiones de Facebook Live de la CCPC del año 2017.</p> <p style="text-align: center;">1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE PERSONALIZACIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
PRIVACIDAD						
1	El contenido de Facebook Live se comparte de manera pública para los seguidores.					✓
DESCRIPCIÓN DEL TIPO DE TRANSMISIÓN						
1	Se adjunta una descripción de acuerdo a la temática de la transmisión de Facebook Live.					✓
SENTIMIENTO						
1	Agregan algún sentimiento en su transmisión de Facebook Live.	✓				
UBICACIÓN						
1	Se muestra la ubicación actual durante la transmisión de Facebook Live.		✓			
ETIQUETA DE USUARIOS						
1	Se etiqueta a las personas que participan durante la transmisión de Facebook Live			✓		
2	Se etiqueta a las empresas o instituciones que participan durante la transmisión de Facebook Live.			✓		
<p>OBSERVACIONES: La única empresa participante fue la CCPC.</p>						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN INTERACCIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Interacción de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Ceremonia de Juramentación Consejo Directivo 2017-2018					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
<p>INSTRUCCIONES: Observar la interacción de los usuarios y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de interacción que tienen los usuarios de la CCPC en las transmisiones de Facebook Live del año 2017.</p> <p style="text-align: center;">1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE INTERACCIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
FEEDBACK						
1	Se observa comentarios de los usuarios en las transmisiones.					✓
2	Se observan respuestas de la fan page a las preguntas o comentarios de los usuarios.	✓				
3	Se tiene una comunicación fluida en las transmisiones.	✓				
4	Se genera debate o espacio de dialogo en las transmisiones.	✓				
COMENTARIOS						
1	Se incita al público a comentar las transmisiones.		✓			
2	Los comentarios guardan relación con la temática de la transmisión.					✓
3	Se responde rápidamente los comentarios o dudas de los usuarios.	✓				
4	Se observa comentarios positivos o a favor de la Asociación.				✓	
VISUALIZACIONES						
1	El tiempo de transmisión es adecuado para lo que se desea transmitir a los seguidores				✓	
COMPARTIDOS						
1	Se incita al público a compartir las transmisiones.			✓		
2	Las transmisiones de Facebook Live compartidas tienen reacciones de otros usuarios.					✓
ALCANCE						
1	El alcance de la transmisión se produce de manera orgánica.					✓
2	Se observa más alcance de la transmisión a través de interacciones.					✓
REACCIONES						
1	Los seguidores reaccionan en las transmisiones de Facebook Live.					✓
2	Se observan reacciones positivas de los usuarios en las transmisiones de Facebook Live.					✓
<p>OBSERVACIONES: Solo se observó un comentario con respecto al audio de la transmisión.</p>						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN CONTENIDO						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Contenido de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Ceremonia de Juramentación Consejo Directivo 2017-2018					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico. .					
Fecha:	25/10/2019					
<p>INSTRUCCIONES: Observar el contenido ofrecido y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de contenido que compartió la CCPC en sus transmisiones de Facebook Live del año 2017.</p> <p>1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE CONTENIDO	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
TEMÁTICA						
1	El contenido que se transmite es de interés local.					✓
2	La temática del contenido que se transmite es variada pero va dentro de los temas relacionados a la CCPC.				✓	
3	El tratamiento del contenido es adecuado para los espectadores.				✓	
CALIDAD						
1	El video tiene una adecuada resolución de imagen en los dispositivos donde se reproduce.				✓	
2	Las voces se escuchan claramente y sin interferencias.			✓		
3	Se aprovechan los recursos sonoros (música, canciones, efectos).		✓			
4	El ritmo de presentación de los contenidos es adecuado al tema (ni demasiado rápido o lento).				✓	
CREATIVIDAD						
1	Las transmisiones presentan originalidad en su contenido.				✓	
2	Las transmisiones presentan creatividad en su contenido.			✓		
3	El contenido impacta en el oyente o espectador manteniendo su atención durante la trasmisión.			✓		
4	Las transmisiones se adaptan a situaciones nuevas o poco convencionales.				✓	
INNOVACIÓN						
1	Se ve novedades en la temática de las transmisiones.				✓	
2	Se hace un adecuado uso de los recursos tecnológicos.			✓		
3	Se hace un uso adecuado de la herramienta Facebook Live.				✓	
FRECUENCIA						
1	Se realizan trasmisiones en vivo frecuentemente.				✓	
2	Se realizan las transmisiones en fechas programas o previstas.				✓	
TIEMPO DE TRANSMISIÓN						
1	El tiempo de transmisión es suficiente para poder expresar los objetivos planteados.				✓	
2	Se hace un uso adecuado del tiempo de transmisión				✓	
3	Se cumplen los tiempos planificados para cada transmisión				✓	
OBSERVACIONES:						

Interpretación de las Guías de observación:

Podemos decir que la transmisión titulada en su descripción como “Ceremonia de Juramentación Consejo Directivo 2017-2018”, realizada el 13 de enero del 2017, tuvo 303 reproducciones, 15 reacciones, 2 comentarios y fue compartida 2 veces, podemos decir que en esta transmisión tampoco se observa que se agregue la configuración de sentimiento, ubicación o etiqueta de usuarios, pero si se menciona a la CCPC durante la transmisión ya que fue la única asociación participante en esta ceremonia, obtuvo la mayoría de resultados positivos durante su transmisión en Facebook Live ya que cumplió con transmitir el mensaje a sus seguidores en el tiempo de planificado, además si se logró obtener reacciones por parte de los espectadores, la temática y el ritmo de transmisión estuvieron de acorde a el tema abordado, pese a esto pudimos percibir durante la transmisión algunos problemas con el audio, el cual fue observado por uno de sus seguidores en los comentarios, también pudimos observar que la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca no responde los comentarios que realizan sus seguidores dificultando así su comunicación y feedback. Finalmente podemos concluir que se ha observado que en la mayoría de ocasiones las transmisiones tienen una buena valoración en sus diferentes dimensiones, se observa un interés y participación constante por parte de los seguidores ya que casi siempre transmiten temas que les genera interés pero aún hay algunos indicadores que se pueden fortalecer como la configuración de sentimiento, ubicación, etiqueta de usuarios, feedback y comentarios.

3.2.2. Transmisión realizada el 19 de mayo del 2017, 319 reproducciones, 14 reacciones, 0 comentarios y 1 compartidos. (Fuente: Fan Page CCPC - Anexo N.º 1.1.2).

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN PERSONALIZACIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Personalización de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Inauguración de la feria del Emprendimiento y de la Mype , organizada por el Consejo Regional de las Mypes					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha						
<p>INSTRUCCIONES: Observar los tipos de personalización que han sido definidos y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS: Observar y registrar la personalización de las trasmisiones de Facebook Live de la CCPC del año 2017.</p> <p style="text-align: center;">1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE PERSONALIZACIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
PRIVACIDAD						
1	El contenido de Facebook Live se comparte de manera pública para los seguidores.					✓
DESCRIPCIÓN DEL TIPO DE TRANSMISIÓN						
1	Se adjunta una descripción de acuerdo a la temática de la transmisión de Facebook Live.					✓
SENTIMIENTO						
1	Agregan algún sentimiento en su transmisión de Facebook Live.	✓				
UBICACIÓN						
1	Se muestra la ubicación actual durante la transmisión de Facebook Live.			✓		
ETIQUETA DE USUARIOS						
1	Se etiqueta a las personas que participan durante la trasmisión de Facebook Live			✓		
2	Se etiqueta a las empresas o instituciones que participan durante la transmisión de Facebook Live.			✓		
<p>OBSERVACIONES: No se utilizó la función ubicación o etiqueta de usuarios pero durante la transmisión se los menciono.</p>						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN INTERACCIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Interacción de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Inauguración de la feria del Emprendimiento y de la Mype , organizada por el Consejo Regional de las Mypes					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
INSTRUCCIONES: Observar la interacción de los usuarios y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.						
OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de interacción que tienen los usuarios de la CCPC en las transmisiones de Facebook Live del año 2017.						
<p style="text-align: center;"> 1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre </p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE INTERACCIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
FEEDBACK						
1	Se observa comentarios de los usuarios en las transmisiones.	✓				
2	Se observan respuestas de la fan page a las preguntas o comentarios de los usuarios.	✓				
3	Se tiene una comunicación fluida en las transmisiones.	✓				
4	Se genera debate o espacio de dialogo en las transmisiones.	✓				
COMENTARIOS						
1	Se incita al público a comentar las transmisiones.		✓			
2	Los comentarios guardan relación en la temática de la transmisión.		✓			
3	Se responde rápidamente los comentarios o dudas de los usuarios.		✓			
4	Se observa comentarios positivos o a favor de la Asociación.				✓	
VISUALIZACIONES						
1	El tiempo de transmisión es adecuado para lo que se desea transmitir a los seguidores				✓	
COMPARTIDOS						
1	Se incita al público a compartir las transmisiones.	✓				
2	Las transmisiones de Facebook Live compartidas tienen reacciones de otros usuarios.					✓
ALCANCE						
1	El alcance de la transmisión se produce de manera orgánica.					✓
2	Se observa más alcance de la transmisión a través de interacciones.					✓
REACCIONES						
1	Los seguidores reaccionan en las transmisiones de Facebook Live.					✓
2	Se observan reacciones positivas de los usuarios en las transmisiones de Facebook Live.					✓
OBSERVACIONES:						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN CONTENIDO						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Contenido de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Inauguración de la feria del Emprendimiento y de la Mype , organizada por el Consejo Regional de las Mypes					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico. .					
Fecha:	25/10/2019					
INSTRUCCIONES: Observar el contenido ofrecido y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.						
OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de contenido que compartió la CCPC en sus transmisiones de Facebook Live del año 2017.						
<p style="text-align: center;"> 1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre </p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE CONTENIDO	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
TEMÁTICA						
1	El contenido que se transmite es de interés local.					✓
2	La temática del contenido que se transmite es variada pero va dentro de los temas relacionados a la CCPC.				✓	
3	El tratamiento del contenido es adecuado para los espectadores.				✓	
CALIDAD						
1	El video tiene una adecuada resolución de imagen en los dispositivos donde se reproduce.			✓		
2	Las voces se escuchan claramente y sin interferencias.				✓	
3	Se aprovechan los recursos sonoros (música, canciones, efectos).			✓		
4	El ritmo de presentación de los contenidos es adecuado al tema (ni demasiado rápido o lento).				✓	
CREATIVIDAD						
1	Las transmisiones presentan originalidad en su contenido.				✓	
2	Las transmisiones presentan creatividad en su contenido.				✓	
3	El contenido impacta en el oyente o espectador manteniendo su atención durante la transmisión.				✓	
4	Las transmisiones se adaptan a situaciones nuevas o poco convencionales.					✓
INNOVACIÓN						
1	Se ve novedades en la temática de las transmisiones.				✓	
2	Se hace un adecuado uso de los recursos tecnológicos.				✓	
3	Se hace un uso adecuado de la herramienta Facebook Live.				✓	
FRECUENCIA						
1	Se realizan transmisiones en vivo frecuentemente.				✓	
2	Se realizan las transmisiones en fechas programadas o previstas.				✓	
TIEMPO DE TRANSMISIÓN						
1	El tiempo de transmisión es suficiente para poder expresar los objetivos planteados.				✓	
2	Se hace un uso adecuado del tiempo de transmisión					✓
3	Se cumplen los tiempos planificados para cada transmisión				✓	
OBSERVACIONES:						

Interpretación de las Guías de observación:

Tenemos la transmisión titulada en su descripción como “Inauguración de la feria del Emprendimiento y de la Mype , organizada por el Consejo Regional de las Mypes” realizada el 19 de mayo del 2017, la cual cuenta con 319 reproducciones, 14 reacciones, 0 comentarios y fue compartida 1 vez, en esta transmisión tampoco se observa que se agregue la configuración de sentimiento, ubicación o etiqueta de usuarios pero si son mencionados durante el desarrollo de la conferencia, esta transmisión tiene reacciones positivas por las personas que la observaron cómo me gusta y me encanta, su contenido es variado y presenta con frecuencia temas novedosos y de interés para la localidad como es el emprendimiento y las Mypes, la calidad de video durante la transmisión realizada no es muy buena, no se obtuvo ningún comentario por ello no pudimos evaluar ese aspecto, la frecuencia y el tiempo de la transmisión son adecuados de acuerdo al tema que están tratando. Finalmente podemos concluir que se ha observado que en la mayoría de ocasiones las transmisiones tienen una buena valoración en sus diferentes dimensiones, se observa un interés y participación constante por parte de los seguidores ya que casi siempre transmiten temas que les genera interés pero aún hay algunos indicadores que se pueden fortalecer como la configuración de sentimiento, ubicación, etiqueta de usuarios, feedback y comentarios.

3.2.3. Transmisión realizada el 12 de julio del 2017, 443 reproducciones, 30 reacciones, 3 comentarios y 4 compartidos. (Fuente: Fan Page CCPC - Anexo N.º 1.1.3).

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN PERSONALIZACIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Personalización de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Conferencia Magistral "Perspectivas de la Economía Nacional" a cargo del Econ. Jorge Gonzales					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha						
<p>INSTRUCCIONES: Observar los tipos de personalización que han sido definidos y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS: Observar y registrar la personalización de las trasmisiones de Facebook Live de la CCPC del año 2017.</p> <p style="text-align: center;">1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE PERSONALIZACIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
PRIVACIDAD						
1	El contenido de Facebook Live se comparte de manera pública para los seguidores.					✓
DESCRIPCIÓN DEL TIPO DE TRANSMISIÓN						
1	Se adjunta una descripción de acuerdo a la temática de la transmisión de Facebook Live.					✓
SENTIMIENTO						
1	Agregan algún sentimiento en su transmisión de Facebook Live.	✓				
UBICACIÓN						
1	Se muestra la ubicación actual durante la transmisión de Facebook Live.	✓				
ETIQUETA DE USUARIOS						
1	Se etiqueta a las personas que participan durante la transmisión de Facebook Live			✓		
2	Se etiqueta a las empresas o instituciones que participan durante la transmisión de Facebook Live.			✓		
<p>OBSERVACIONES: En este caso fue una conferencia, hubo un solo participante el cual no se etiqueto pero se puso su nombre en la descripción de la transmisión de Facebook Live.</p>						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN INTERACCIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Interacción de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Conferencia Magistral "Perspectivas de la Economía Nacional" a cargo del Econ. Jorge Gonzales					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
INSTRUCCIONES: Observar la interacción de los usuarios y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.						
OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de interacción que tienen los usuarios de la CCPC en las transmisiones de Facebook Live del año 2017.						
1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE INTERACCIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
FEEDBACK						
1	Se observa comentarios de los usuarios en las transmisiones.					✓
2	Se observan respuestas de la fan page a las preguntas o comentarios de los usuarios.		✓			
3	Se tiene una comunicación fluida en las transmisiones.				✓	
4	Se genera debate o espacio de dialogo en las transmisiones.				✓	
COMENTARIOS						
1	Se incita al público a comentar las transmisiones.		✓			
2	Los comentarios guardan relación con la temática de la transmisión.					✓
3	Se responde rápidamente los comentarios o dudas de los usuarios.		✓			
4	Se observa comentarios positivos o a favor de la Asociación.				✓	
VISUALIZACIONES						
1	El tiempo de transmisión es adecuado para lo que se desea transmitir a los seguidores					✓
COMPARTIDOS						
1	Se incita al público a compartir las transmisiones.		✓			
2	Las transmisiones de Facebook Live compartidas tienen reacciones de otros usuarios.					✓
ALCANCE						
1	El alcance de la transmisión se produce de manera orgánica.					✓
2	Se observa más alcance de la transmisión a través de interacciones.					✓
REACCIONES						
1	Los seguidores reaccionan en las transmisiones de Facebook Live.					✓
2	Se observan reacciones positivas de los usuarios en las transmisiones de Facebook Live.					✓
OBSERVACIONES:						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN CONTENIDO						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Contenido de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Conferencia Magistral "Perspectivas de la Economía Nacional" a cargo del Econ. Jorge Gonzales					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico. .					
Fecha:	25/10/2019					
INSTRUCCIONES: Observar el contenido ofrecido y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.						
OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de contenido que compartió la CCPC en sus transmisiones de Facebook Live del año 2017.						
1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE CONTENIDO	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
TEMÁTICA						
1	El contenido que se transmite es de interés local.					✓
2	La temática del contenido que se transmite es variada pero va dentro de los temas relacionados a la CCPC.					✓
3	El tratamiento del contenido es adecuado para los espectadores.					✓
CALIDAD						
1	El video tiene una adecuada resolución de imagen en los dispositivos donde se reproduce.				✓	
2	Las voces se escuchan claramente y sin interferencias.				✓	
3	Se aprovechan los recursos sonoros (música, canciones, efectos).			✓		
4	El ritmo de presentación de los contenidos es adecuado al tema (ni demasiado rápido o lento).			✓		
CREATIVIDAD						
1	Las transmisiones presentan originalidad en su contenido.				✓	
2	Las transmisiones presentan creatividad en su contenido.				✓	
3	El contenido impacta en el oyente o espectador manteniendo su atención durante la transmisión.			✓		
4	Las transmisiones se adaptan a situaciones nuevas o poco convencionales.				✓	
INNOVACIÓN						
1	Se ve novedades en la temática de las transmisiones.					✓
2	Se hace un adecuado uso de los recursos tecnológicos.				✓	
3	Se hace un uso adecuado de la herramienta Facebook Live.				✓	
FRECUENCIA						
1	Se realizan transmisiones en vivo frecuentemente.				✓	
2	Se realizan las transmisiones en fechas programadas o previstas.				✓	
TIEMPO DE TRANSMISIÓN						
1	El tiempo de transmisión es suficiente para poder expresar los objetivos planteados.					✓
2	Se hace un uso adecuado del tiempo de transmisión					✓
3	Se cumplen los tiempos planificados para cada transmisión					✓
OBSERVACIONES:						

Interpretación de las Guías de observación:

Tenemos la transmisión titulada en su descripción como Conferencia Magistral "Perspectivas de la Economía Nacional" a cargo del Econ. Jorge Gonzales, realizada el día 12 de julio del 2017, esta transmisión tuvo 443 reproducciones, 30 reacciones, 3 comentarios y 4 compartidos, en esta transmisión tampoco se observa que se agregue la configuración de sentimiento, ubicación o etiqueta de usuarios pero la ubicación y el nombre del conferencista si es mencionado durante la transmisión de Facebook Live, la CCPC no responde con frecuencia los comentarios de sus seguidores, pese a esto podemos ver que se encuentran satisfechos con la transmisión realizada, también podemos observar que la transmisión fue compartida y obtuvo reacciones positivas como me gusta y me encanta, el tema es novedoso y de interés para la localidad ya que es una conferencia respecto a temas económicos a nivel nacional, la calidad de video, sonido y tiempo de transmisión fueron adecuados para la conferencia que se realizó. Finalmente podemos concluir que se ha observado que en la mayoría de ocasiones las transmisiones tienen una buena valoración en sus diferentes dimensiones, se observa un interés y participación constante por parte de los seguidores ya que casi siempre transmiten temas que les genera interés pero aún hay algunos indicadores que se pueden fortalecer como la configuración de sentimiento, ubicación, etiqueta de usuarios, feedback y comentarios.

3.2.4. Transmisión realizada el 18 de julio del 2017, 1000 reproducciones, 23 reacciones, 5 comentarios y 8 compartidos. (Fuente: Fan Page CCPC - Anexo N.º 1.1.4).

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN PERSONALIZACIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Personalización de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	En breves momentos se dará inicio a la conferencia de prensa por el primer festival aerodeportivo					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
<p>INSTRUCCIONES: Observar los tipos de personalización que han sido definidos y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS: Observar y registrar la personalización de las trasmisiones de Facebook Live de la CCPC del año 2017.</p> <p style="text-align: center;">1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE PERSONALIZACIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
PRIVACIDAD						
1	El contenido de Facebook Live se comparte de manera pública para los seguidores.					✓
DESCRIPCIÓN DEL TIPO DE TRANSMISIÓN						
1	Se adjunta una descripción de acuerdo a la temática de la transmisión de Facebook Live.					✓
SENTIMIENTO						
1	Agregan algún sentimiento en su transmisión de Facebook Live.		✓			
UBICACIÓN						
1	Se muestra la ubicación actual durante la transmisión de Facebook Live.				✓	
ETIQUETA DE USUARIOS						
1	Se etiqueta a las personas que participan durante la transmisión de Facebook Live		✓			
2	Se etiqueta a las empresas o instituciones que participan durante la transmisión de Facebook Live.		✓			
<p>OBSERVACIONES: Las personas que participan durante la transmisión son mencionadas por el presentador, más no se utiliza la etiqueta.</p>						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN INTERACCIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Interacción de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	En breves momentos se dará inicio a la conferencia de prensa por el primer festival aerodeportivo					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
INSTRUCCIONES: Observar la interacción de los usuarios y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.						
OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de interacción que tienen los usuarios de la CCPC en las transmisiones de Facebook Live del año 2017.						
1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE INTERACCIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
ITEM	FEEDBACK					
1	Se observa comentarios de los usuarios en las transmisiones.					✓
2	Se observan respuestas de la fan page a las preguntas o comentarios de los usuarios.		✓			
3	Se tiene una comunicación fluida en las transmisiones.				✓	
4	Se genera debate o espacio de dialogo en las transmisiones.				✓	
ITEM	COMENTARIOS					
1	Se incita al público a comentar las transmisiones.			✓		
2	Los comentarios guardan relación con la temática de la transmisión.					✓
3	Se responde rápidamente los comentarios o dudas de los usuarios.			✓		
4	Se observa comentarios positivos o a favor de la Asociación.				✓	
ITEM	VISUALIZACIONES					
1	El tiempo de transmisión es adecuado para lo que se desea transmitir a los seguidores				✓	
ITEM	COMPARTIDOS					
1	Se incita al público a compartir las transmisiones.			✓		
2	Las transmisiones de Facebook Live compartidas tienen reacciones de otros usuarios.					✓
ITEM	ALCANCE					
1	El alcance de la transmisión se produce de manera orgánica.					✓
2	Se observa más alcance de la transmisión a través de interacciones.			✓		
ITEM	REACCIONES					
1	Los seguidores reaccionan en las transmisiones de Facebook Live.				✓	
2	Se observan reacciones positivas de los usuarios en las transmisiones de Facebook Live.					✓
OBSERVACIONES:.						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN CONTENIDO						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Contenido de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	En breves momentos se dará inicio a la conferencia de prensa por el primer festival aerodeportivo					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha:	25/10/2019					
<p>INSTRUCCIONES: Observar el contenido ofrecido y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de contenido que compartió la CCPC en sus transmisiones de Facebook Live del año 2017.</p> <p>1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE CONTENIDO	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
ITEM	TEMÁTICA					
1	El contenido que se transmite es de interés local.					✓
2	La temática del contenido que se transmite es variada pero va dentro de los temas relacionados a la CCPC.					✓
3	El tratamiento del contenido es adecuado para los espectadores.				✓	
ITEM	CALIDAD					
1	El video tiene una adecuada resolución de imagen en los dispositivos donde se reproduce.				✓	
2	Las voces se escuchan claramente y sin interferencias.				✓	
3	Se aprovechan los recursos sonoros (música, canciones, efectos).				✓	
4	El ritmo de presentación de los contenidos es adecuado al tema (ni demasiado rápido o lento).					✓
ITEM	CREATIVIDAD					
1	Las transmisiones presentan originalidad en su contenido.					✓
2	Las transmisiones presentan creatividad en su contenido.			✓		
3	El contenido impacta en el oyente o espectador manteniendo su atención durante la transmisión.					✓
4	Las transmisiones se adaptan a situaciones nuevas o poco convencionales.				✓	
ITEM	INNOVACIÓN					
1	Se ve novedades en la temática de las transmisiones.					✓
2	Se hace un adecuado uso de los recursos tecnológicos.				✓	
3	Se hace un uso adecuado de la herramienta Facebook Live.					✓
ITEM	FRECUENCIA					
1	Se realizan transmisiones en vivo frecuentemente.				✓	
2	Se realizan las transmisiones en fechas programadas o previstas.					✓
ITEM	TIEMPO DE TRANSMISIÓN					
1	El tiempo de transmisión es suficiente para poder expresar los objetivos planteados.				✓	
2	Se hace un uso adecuado del tiempo de transmisión				✓	
3	Se cumplen los tiempos planificados para cada transmisión					✓
OBSERVACIONES:						

Interpretación de las Guías de observación:

Tenemos la transmisión titulada en su descripción como “En breves momentos se dará inicio a la conferencia de prensa por el primer festival aerodeportivo”, realizada el 18 de julio del 2017, esta transmisión logro tener 1000 reproducciones de manera orgánica, 23 reacciones, 5 comentarios durante la transmisión y fue compartida 8 veces, en esta transmisión tampoco se observa que se agregue la configuración de sentimiento, ubicación o etiqueta de usuarios pero la ubicación y los participantes si son mencionados durante el desarrollo de la conferencia, también pudimos observar comentarios positivos respecto al tema que se estaba desarrollando pero no obtuvieron respuestas por parte de la fan page de la CCPC, el tema abordado fue innovador ya que en la ciudad fue la primera vez que se desarrolló un festival de esta magnitud, también se tuvo una buena calidad de sonido y video durante la transmisión, además el tiempo que duro fue preciso para dar a conocer los puntos más importantes o de interés para los seguidores. Finalmente podemos concluir que se ha observado que en la mayoría de ocasiones las transmisiones tienen una buena valoración en sus diferentes dimensiones, se observa un interés y participación constante por parte de los seguidores ya que casi siempre transmiten temas que les genera interés pero aún hay algunos indicadores que se pueden fortalecer como la configuración de sentimiento, ubicación, etiqueta de usuarios, feedback y comentarios.

3.2.5. Transmisión realizada el 03 de agosto del 2017, 588 reproducciones, 15 reacciones, 2 comentarios y 4 compartidos. (Fuente: Fan Page CCPC - Anexo N.º1.1.5).

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN PERSONALIZACIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Personalización de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Nuestro Presidente, Ing. Juan Carlos Mondragón Arroyo, presente en la Conferencia de prensa que ofrece la Fuerza Aérea del Perú, por el I festival Aéreo que se desarrollará en Cajamarca.					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
<p>INSTRUCCIONES: Observar los tipos de personalización que han sido definidos y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS: Observar y registrar la personalización de las transmisiones de Facebook Live de la CCPC del año 2017.</p> <p style="text-align: center;">1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE PERSONALIZACIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
PRIVACIDAD						
1	El contenido de Facebook Live se comparte de manera pública para los seguidores.					✓
DESCRIPCIÓN DEL TIPO DE TRANSMISIÓN						
1	Se adjunta una descripción de acuerdo a la temática de la transmisión de Facebook Live.					✓
SENTIMIENTO						
1	Agregan algún sentimiento en su transmisión de Facebook Live.		✓			
UBICACIÓN						
1	Se muestra la ubicación actual durante la transmisión de Facebook Live.		✓			
ETIQUETA DE USUARIOS						
1	Se etiqueta a las personas que participan durante la transmisión de Facebook Live			✓		
2	Se etiqueta a las empresas o instituciones que participan durante la transmisión de Facebook Live.			✓		
<p>OBSERVACIONES: Las personas que participan durante la transmisión son mencionadas por el presentador, más no se utiliza la etiqueta.</p>						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN INTERACCIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Interacción de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Nuestro Presidente, Ing. Juan Carlos Mondragón Arroyo, presente en la Conferencia de prensa que ofrece la Fuerza Aérea del Perú, por el I festival Aéreo que se desarrollará en Cajamarca.					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
<p>INSTRUCCIONES: Observar la interacción de los usuarios y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de interacción que tienen los usuarios de la CCPC en las transmisiones de Facebook Live del año 2017.</p> <p>1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE INTERACCIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
FEEDBACK						
1	Se observa comentarios de los usuarios en las transmisiones.					✓
2	Se observan respuestas de la fan page a las preguntas o comentarios de los usuarios.				✓	
3	Se tiene una comunicación fluida en las transmisiones.				✓	
4	Se genera debate o espacio de dialogo en las transmisiones.				✓	
COMENTARIOS						
1	Se incita al público a comentar las transmisiones.				✓	
2	Los comentarios guardan relación con la temática de la transmisión.					✓
3	Se responde rápidamente los comentarios o dudas de los usuarios.				✓	
4	Se observa comentarios positivos o a favor de la Asociación.				✓	
VISUALIZACIONES						
1	El tiempo de transmisión es adecuado para lo que se desea transmitir a los seguidores				✓	
COMPARTIDOS						
1	Se incita al público a compartir las transmisiones.			✓		
2	Las transmisiones de Facebook Live compartidas tienen reacciones de otros usuarios.					✓
ALCANCE						
1	El alcance de la transmisión se produce de manera orgánica.					✓
2	Se observa más alcance de la transmisión a través de interacciones.				✓	
REACCIONES						
1	Los seguidores reaccionan en las transmisiones de Facebook Live.				✓	
2	Se observan reacciones positivas de los usuarios en las transmisiones de Facebook Live.					✓
<p>OBSERVACIONES: En esta transmisión es la primera vez que se observa la respuesta por parte de la CCPC a los comentarios de sus seguidores.</p>						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN CONTENIDO						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Contenido de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Nuestro Presidente, Ing. Juan Carlos Mondragón Arroyo, presente en la Conferencia de prensa que ofrece la Fuerza Aérea del Perú, por el I festival Aéreo que se desarrollará en Cajamarca.					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico. .					
Fecha:	25/10/2019					
<p>INSTRUCCIONES: Observar el contenido ofrecido y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de contenido que compartió la CCPC en sus transmisiones de Facebook Live del año 2017.</p> <p>1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE CONTENIDO	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
TEMÁTICA						
1	El contenido que se transmite es de interés local.					✓
2	La temática del contenido que se transmite es variada pero va dentro de los temas relacionados a la CCPC.					✓
3	El tratamiento del contenido es adecuado para los espectadores.					✓
CALIDAD						
1	El video tiene una adecuada resolución de imagen en los dispositivos donde se reproduce.			✓		
2	Las voces se escuchan claramente y sin interferencias.				✓	
3	Se aprovechan los recursos sonoros (música, canciones, efectos).			✓		
4	El ritmo de presentación de los contenidos es adecuado al tema (ni demasiado rápido o lento).					✓
CREATIVIDAD						
1	Las transmisiones presentan originalidad en su contenido.					✓
2	Las transmisiones presentan creatividad en su contenido.				✓	
3	El contenido impacta en el oyente o espectador manteniendo su atención durante la transmisión.					✓
4	Las transmisiones se adaptan a situaciones nuevas o poco convencionales.					✓
INNOVACIÓN						
1	Se ve novedades en la temática de las transmisiones.					✓
2	Se hace un adecuado uso de los recursos tecnológicos.					✓
3	Se hace un uso adecuado de la herramienta Facebook Live.					✓
FRECUENCIA						
1	Se realizan transmisiones en vivo frecuentemente.				✓	
2	Se realizan las transmisiones en fechas programadas o previstas.					✓
TIEMPO DE TRANSMISIÓN						
1	El tiempo de transmisión es suficiente para poder expresar los objetivos planteados.					✓
2	Se hace un uso adecuado del tiempo de transmisión				✓	
3	Se cumplen los tiempos planificados para cada transmisión					✓
OBSERVACIONES:						

Interpretación de las Guías de observación:

Tenemos la transmisión titulada en su descripción como “Nuestro Presidente, Ing. Juan Carlos Mondragón Arroyo, presente en la Conferencia de prensa que ofrece la Fuerza Aérea del Perú, por el I festival Aéreo que se desarrollará en Cajamarca”, realizada el 03 de agosto del 2017, tuvo 588 reproducciones, 15 reacciones, 2 comentarios durante la transmisión y fue compartida 4 veces, en esta transmisión tampoco observación que se agregue la configuración de sentimiento, ubicación o etiqueta de usuarios pero si son mencionados durante el desarrollo de la conferencia, si se puede observar un feedback con sus seguidores ya que es la primera vez que observamos una respuesta por parte de la asociación a una pregunta que se puede observar en los comentarios, esto ayuda a tener una comunicación más fluida y directa con sus seguidores, también podemos observar reacciones positivas como me gusta o me encanta , además logran manejar adecuadamente el tema tratado, se puede observar una buena imagen, las voces de los participantes se escuchan claramente y el tiempo de transmisión es preciso para lo que se desea compartir. Finalmente podemos concluir que se ha observado que en la mayoría de ocasiones las transmisiones tienen una buena valoración en sus diferentes dimensiones, se observa un interés y participación constante por parte de los seguidores ya que casi siempre transmiten temas que les genera interés, pero aún hay algunos indicadores que se pueden fortalecer como la configuración de sentimiento, ubicación, etiqueta de usuarios, feedback y comentarios.

3.2.6. Transmisión realizada el 03 de agosto del 2017, 21000 reproducciones, 359 reacciones, 51 comentarios y 187 compartidos. (Fuente: Fan Page CCPC - Anexo N.º 1.1.6).

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN PERSONALIZACIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Personalización de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	03 de agosto del 2017					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
<p>INSTRUCCIONES: Observar los tipos de personalización que han sido definidos y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS: Observar y registrar la personalización de las trasmisiones de Facebook Live de la CCPC del año 2017.</p> <p style="text-align: center;">1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE PERSONALIZACIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
PRIVACIDAD						
1	El contenido de Facebook Live se comparte de manera pública para los seguidores.					✓
DESCRIPCIÓN DEL TIPO DE TRANSMISIÓN						
1	Se adjunta una descripción de acuerdo a la temática de la transmisión de Facebook Live.		✓			
SENTIMIENTO						
1	Agregan algún sentimiento en su transmisión de Facebook Live.	✓				
UBICACIÓN						
1	Se muestra la ubicación actual durante la transmisión de Facebook Live.		✓			
ETIQUETA DE USUARIOS						
1	Se etiqueta a las personas que participan durante la transmisión de Facebook Live		✓			
2	Se etiqueta a las empresas o instituciones que participan durante la transmisión de Facebook Live.		✓			
<p>OBSERVACIONES: En esta transmisión de Facebook Live no se colocaron ningún nombre o descripción.</p>						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN INTERACCIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Interacción de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	03 de agosto del 2017					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
INSTRUCCIONES: Observar la interacción de los usuarios y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.						
OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de interacción que tienen los usuarios de la CCPC en las transmisiones de Facebook Live del año 2017.						
<p style="text-align: center;"> 1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre </p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE INTERACCIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
FEEDBACK						
1	Se observa comentarios de los usuarios en las transmisiones.					✓
2	Se observan respuestas de la fan page a las preguntas o comentarios de los usuarios.		✓			
3	Se tiene una comunicación fluida en las transmisiones.				✓	
4	Se genera debate o espacio de dialogo en las transmisiones.			✓		
COMENTARIOS						
1	Se incita al público a comentar las transmisiones.		✓			
2	Los comentarios guardan relación con la temática de la transmisión.					✓
3	Se responde rápidamente los comentarios o dudas de los usuarios.				✓	
4	Se observa comentarios positivos o a favor de la Asociación.				✓	
VISUALIZACIONES						
1	El tiempo de transmisión es adecuado para lo que se desea transmitir a los seguidores				✓	
COMPARTIDOS						
1	Se incita al público a compartir las transmisiones.			✓		
2	Las transmisiones de Facebook Live compartidas tienen reacciones de otros usuarios.					✓
ALCANCE						
1	El alcance de la transmisión se produce de manera orgánica.					✓
2	Se observa más alcance de la transmisión a través de interacciones.				✓	
REACCIONES						
1	Los seguidores reaccionan en las transmisiones de Facebook Live.				✓	
2	Se observan reacciones positivas de los usuarios en las transmisiones de Facebook Live.					✓
OBSERVACIONES:						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN CONTENIDO						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Contenido de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	03 de agosto del 2017					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha:	25/10/2019					
INSTRUCCIONES: Observar el contenido ofrecido y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.						
OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de contenido que compartió la CCPC en sus transmisiones de Facebook Live del año 2017.						
1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE CONTENIDO	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
TEMÁTICA						
1	El contenido que se transmite es de interés local.					✓
2	La temática del contenido que se transmite es variada pero va dentro de los temas relacionados a la CCPC.					✓
3	El tratamiento del contenido es adecuado para los espectadores.					✓
CALIDAD						
1	El video tiene una adecuada resolución de imagen en los dispositivos donde se reproduce.			✓		
2	Las voces se escuchan claramente y sin interferencias.			✓		
3	Se aprovechan los recursos sonoros (música, canciones, efectos).			✓		
4	El ritmo de presentación de los contenidos es adecuado al tema (ni demasiado rápido o lento).				✓	
CREATIVIDAD						
1	Las transmisiones presentan originalidad en su contenido.					✓
2	Las transmisiones presentan creatividad en su contenido.					✓
3	El contenido impacta en el oyente o espectador manteniendo su atención durante la transmisión.					✓
4	Las transmisiones se adaptan a situaciones nuevas o poco convencionales.					✓
INNOVACIÓN						
1	Se ve novedades en la temática de las transmisiones.					✓
2	Se hace un adecuado uso de los recursos tecnológicos.				✓	
3	Se hace un uso adecuado de la herramienta Facebook Live.					✓
FRECUENCIA						
1	Se realizan transmisiones en vivo frecuentemente.				✓	
2	Se realizan las transmisiones en fechas programas o previstas.					✓
TIEMPO DE TRANSMISIÓN						
1	El tiempo de transmisión es suficiente para poder expresar los objetivos planteados.					✓
2	Se hace un uso adecuado del tiempo de transmisión					✓
3	Se cumplen los tiempos planificados para cada transmisión					✓
OBSERVACIONES:						

Interpretación de las Guías de observación:

Esta transmisión no tiene una descripción ni un título lo que dificulta su comprensión entre los seguidores ya que no sabe exactamente cuál es el tema que se va abordar, esta transmisión fue realizada el 03 de agosto del 2017, y pese a que no cuenta con una descripción es una de las más exitosas del año, cuenta con 21000 reproducciones de manera orgánica, 359 reacciones, 51 comentarios durante la transmisión y fue compartida 187 veces, no se observa que se haya agregado la configuración de sentimiento, ubicación o etiqueta de usuarios, tampoco que haya interacción por parte de la CCPC con sus seguidores en los comentarios pero estos si guardan relación en su mayoría al tema de la transmisión, la calidad de imagen y audio es buena, el tiempo es preciso para desarrollar la entrevista, el tema abordado es innovador y genera interés en la seguidores de la fan page de la CCPC, esto se puede evidenciar en los números de comentarios, visualizaciones, reacciones antes mencionados. Finalmente podemos concluir que se ha observado que en la mayoría de ocasiones las transmisiones tienen una buena valoración en sus diferentes dimensiones, se observa un interés y participación constante por parte de los seguidores ya que casi siempre transmiten temas que les genera interés pero aún hay algunos indicadores que se pueden fortalecer como la configuración de sentimiento, ubicación, etiqueta de usuarios, feedback y comentarios.

3.2.7. Transmisión realizada el 06 de agosto del 2017, 2800 reproducciones, 103 reacciones, 10 comentarios y 11 compartidos. (Fuente: Fan Page CCPC - Anexo N.º 1.1.7).

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN PERSONALIZACIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Personalización de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	I Festival Aerodeportivo					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
<p>INSTRUCCIONES: Observar los tipos de personalización que han sido definidos y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS: Observar y registrar la personalización de las trasmisiones de Facebook Live de la CCPC del año 2017.</p> <p style="text-align: center;">1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE PERSONALIZACIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
PRIVACIDAD						
1	El contenido de Facebook Live se comparte de manera pública para los seguidores.					✓
DESCRIPCIÓN DEL TIPO DE TRANSMISIÓN						
1	Se adjunta una descripción de acuerdo a la temática de la transmisión de Facebook Live.				✓	
SENTIMIENTO						
1	Agregan algún sentimiento en su transmisión de Facebook Live.	✓				
UBICACIÓN						
1	Se muestra la ubicación actual durante la transmisión de Facebook Live.			✓		
ETIQUETA DE USUARIOS						
1	Se etiqueta a las personas que participan durante la trasmisión de Facebook Live		✓			
2	Se etiqueta a las empresas o instituciones que participan durante la transmisión de Facebook Live.		✓			
<p>OBSERVACIONES: La ubicación es mostrada a través de la transmisión de Facebook Live.</p>						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN INTERACCIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Interacción de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	I Festival Aerodeportivo					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
<p>INSTRUCCIONES: Observar la interacción de los usuarios y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de interacción que tienen los usuarios de la CCPC en las transmisiones de Facebook Live del año 2017.</p> <p style="text-align: center;">1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE INTERACCIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
FEEDBACK						
1	Se observa comentarios de los usuarios en las transmisiones.				✓	
2	Se observan respuestas de la fan page a las preguntas o comentarios de los usuarios.	✓				
3	Se tiene una comunicación fluida en las transmisiones.			✓		
4	Se genera debate o espacio de dialogo en las transmisiones.			✓		
COMENTARIOS						
1	Se incita al público a comentar las transmisiones.			✓		
2	Los comentarios guardan relación con la temática de la transmisión.				✓	
3	Se responde rápidamente los comentarios o dudas de los usuarios.		✓			
4	Se observa comentarios positivos o a favor de la Asociación.					✓
VISUALIZACIONES						
1	El tiempo de transmisión es adecuado para lo que se desea transmitir a los seguidores			✓		
COMPARTIDOS						
1	Se incita al público a compartir las transmisiones.			✓		
2	Las transmisiones de Facebook Live compartidas tienen reacciones de otros usuarios.					✓
ALCANCE						
1	El alcance de la transmisión se produce de manera orgánica.					✓
2	Se observa más alcance de la transmisión a través de interacciones.				✓	
REACCIONES						
1	Los seguidores reaccionan en las transmisiones de Facebook Live.				✓	
2	Se observan reacciones positivas de los usuarios en las transmisiones de Facebook Live.			✓		
<p>OBSERVACIONES: En esta transmisión se observó un comentario sarcástico alusivo a un partido político de la localidad.</p>						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN CONTENIDO						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Contenido de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	I Festival Aerodeportivo					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha:	25/10/2019					
INSTRUCCIONES: Observar el contenido ofrecido y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas. OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de contenido que compartió la CCPC en sus transmisiones de Facebook Live del año 2017.						
1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE CONTENIDO	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
TEMÁTICA						
1	El contenido que se transmite es de interés local.					✓
2	La temática del contenido que se transmite es variada pero va dentro de los temas relacionados a la CCPC.					✓
3	El tratamiento del contenido es adecuado para los espectadores.					✓
CALIDAD						
1	El video tiene una adecuada resolución de imagen en los dispositivos donde se reproduce.				✓	
2	Las voces se escuchan claramente y sin interferencias.			✓		
3	Se aprovechan los recursos sonoros (música, canciones, efectos).			✓		
4	El ritmo de presentación de los contenidos es adecuado al tema (ni demasiado rápido o lento).				✓	
CREATIVIDAD						
1	Las transmisiones presentan originalidad en su contenido.					✓
2	Las transmisiones presentan creatividad en su contenido.					✓
3	El contenido impacta en el oyente o espectador manteniendo su atención durante la transmisión.					✓
4	Las transmisiones se adaptan a situaciones nuevas o poco convencionales.					✓
INNOVACIÓN						
1	Se ve novedades en la temática de las transmisiones.					✓
2	Se hace un adecuado uso de los recursos tecnológicos.				✓	
3	Se hace un uso adecuado de la herramienta Facebook Live.					✓
FRECUENCIA						
1	Se realizan transmisiones en vivo frecuentemente.				✓	
2	Se realizan las transmisiones en fechas programadas o previstas.					✓
TIEMPO DE TRANSMISIÓN						
1	El tiempo de transmisión es suficiente para poder expresar los objetivos planteados.		✓			
2	Se hace un uso adecuado del tiempo de transmisión		✓			
3	Se cumplen los tiempos planificados para cada transmisión			✓		
OBSERVACIONES: Esta transmisión fue realizada en un exterior donde corre bastante viento esto interfiere con la voz y con la señal del celular.						

Interpretación de las Guías de observación:

Esta transmisión fue titulada en su descripción como “I Festival Aerodeportivo”, fue transmitido el 06 de agosto del 2017, tuvo 2800 reproducciones, 103 reacciones, 10 comentarios durante la transmisión y fue compartida 11 veces, la etiqueta de usuarios, sentimiento y ubicación no fueron especificados en la configuración pero sí se mostró la ubicación durante la transmisión, en esta pudimos observar un comentario sarcástico alusivo a un partido político de la localidad, este no guardaba relación con el contenido que se estaba transmitiendo en ese momento, tampoco fue respondido por el encargado de la fan page, la calidad de audio y video fueron regularmente buenos a pesar de realizar la transmisión en un lugar abierto donde hay interferencia y no hay muy buena conexión de internet, el tema es innovador, no se ha realizado antes un festival aerodeportivo de esta magnitud en la comunidad, el tiempo de transmisión no fue suficiente para poder llegar adecuadamente a su público. Finalmente podemos concluir que se ha observado que en la mayoría de ocasiones las transmisiones tienen una buena valoración en sus diferentes dimensiones, se observa un interés y participación constante por parte de los seguidores ya que casi siempre transmiten temas que les genera interés pero aún hay algunos indicadores que se pueden fortalecer como la configuración de sentimiento, ubicación, etiqueta de usuarios, feedback y comentarios.

3.2.8. Transmisión realizada el 24 de agosto del 2017, 900 reproducciones, 21 reacciones, 20 comentarios y 10 compartidos. (Fuente: Fan Page CCPC - Anexo N.º 1.1.8).

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN PERSONALIZACIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Personalización de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	En este momento se desarrolla la Rueda de Negocios, organizado por el Ministerio de Producción y la CCPC . Paula García de la empresa " Joyas para mí" y " Twia" nos brinda su testimonio.					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
<p>INSTRUCCIONES: Observar los tipos de personalización que han sido definidos y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS: Observar y registrar la personalización de las trasmisiones de Facebook Live de la CCPC del año 2017.</p> <p style="text-align: center;">1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE PERSONALIZACIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
PRIVACIDAD						
1	El contenido de Facebook Live se comparte de manera pública para los seguidores.					✓
DESCRIPCIÓN DEL TIPO DE TRANSMISIÓN						
1	Se adjunta una descripción de acuerdo a la temática de la transmisión de Facebook Live.					✓
SENTIMIENTO						
1	Agregan algún sentimiento en su transmisión de Facebook Live.	✓				
UBICACIÓN						
1	Se muestra la ubicación actual durante la transmisión de Facebook Live.			✓		
ETIQUETA DE USUARIOS						
1	Se etiqueta a las personas que participan durante la trasmisión de Facebook Live			✓		
2	Se etiqueta a las empresas o instituciones que participan durante la transmisión de Facebook Live.			✓		
<p>OBSERVACIONES: No se etiqueta o agrega la ubicación directamente, pero esta es mencionada en la descripción.</p>						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN INTERACCIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Interacción de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	En este momento se desarrolla la Rueda de Negocios, organizado por el Ministerio de Producción y la CCPC . Paula García de la empresa " Joyas para mí" y " Twia" nos brinda su testimonio.					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
INSTRUCCIONES: Observar la interacción de los usuarios y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.						
OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de interacción que tienen los usuarios de la CCPC en las transmisiones de Facebook Live del año 2017.						
<p style="text-align: center;">1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE INTERACCIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
FEEDBACK						
1	Se observa comentarios de los usuarios en las transmisiones.					✓
2	Se observan respuestas de la fan page a las preguntas o comentarios de los usuarios.	✓				
3	Se tiene una comunicación fluida en las transmisiones.					✓
4	Se genera debate o espacio de dialogo en las transmisiones.				✓	
COMENTARIOS						
1	Se incita al público a comentar las transmisiones.			✓		
2	Los comentarios guardan relación con la temática de la transmisión.			✓		
3	Se responde rápidamente los comentarios o dudas de los usuarios.		✓			
4	Se observa comentarios positivos o a favor de la Asociación.				✓	
VISUALIZACIONES						
1	El tiempo de transmisión es adecuado para lo que se desea transmitir a los seguidores					✓
COMPARTIDOS						
1	Se incita al público a compartir las transmisiones.			✓		
2	Las transmisiones de Facebook Live compartidas tienen reacciones de otros usuarios.				✓	
ALCANCE						
1	El alcance de la transmisión se produce de manera orgánica.					✓
2	Se observa más alcance de la transmisión a través de interacciones.				✓	
REACCIONES						
1	Los seguidores reaccionan en las transmisiones de Facebook Live.				✓	
2	Se observan reacciones positivas de los usuarios en las transmisiones de Facebook Live.			✓		
OBSERVACIONES:						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN CONTENIDO						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Contenido de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	En este momento se desarrolla la Rueda de Negocios, organizado por el Ministerio de Producción y la CCPC . Paula García de la empresa " Joyas para mí" y " Twia" nos brinda su testimonio.					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico . .					
Fecha:	25/10/2019					
INSTRUCCIONES: Observar el contenido ofrecido y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.						
OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de contenido que compartió la CCPC en sus transmisiones de Facebook Live del año 2017.						
1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE CONTENIDO	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
TEMÁTICA						
1	El contenido que se transmite es de interés local.					✓
2	La temática del contenido que se transmite es variada pero va dentro de los temas relacionados a la CCPC.					✓
3	El tratamiento del contenido es adecuado para los espectadores.					✓
CALIDAD						
1	El video tiene una adecuada resolución de imagen en los dispositivos donde se reproduce.				✓	
2	Las voces se escuchan claramente y sin interferencias.				✓	
3	Se aprovechan los recursos sonoros (música, canciones, efectos).				✓	
4	El ritmo de presentación de los contenidos es adecuado al tema (ni demasiado rápido o lento).				✓	
CREATIVIDAD						
1	Las transmisiones presentan originalidad en su contenido.					✓
2	Las transmisiones presentan creatividad en su contenido.				✓	
3	El contenido impacta en el oyente o espectador manteniendo su atención durante la trasmisión.				✓	
4	Las transmisiones se adaptan a situaciones nuevas o poco convencionales.					✓
INNOVACIÓN						
1	Se ve novedades en la temática de las transmisiones.					✓
2	Se hace un adecuado uso de los recursos tecnológicos.					✓
3	Se hace un uso adecuado de la herramienta Facebook Live.					✓
FRECUENCIA						
1	Se realizan trasmisiones en vivo frecuentemente.				✓	
2	Se realizan las transmisiones en fechas programas o previstas.					✓
TIEMPO DE TRANSMISIÓN						
1	El tiempo de transmisión es suficiente para poder expresar los objetivos planteados.				✓	
2	Se hace un uso adecuado del tiempo de transmisión				✓	
3	Se cumplen los tiempos planificados para cada transmisión				✓	
OBSERVACIONES:						

Interpretación de las Guías de observación:

Esta transmisión fue titulada en su descripción como “En este momento se desarrolla la Rueda de Negocios, organizado por el Ministerio de Producción y la CCPC. Paula García de la empresa " Joyas para mí" y " Twia" nos brinda su testimonio”, fue transmitida el 24 de agosto del 2017, tuvo 900 reproducciones, 21 reacciones, 20 comentarios durante la transmisión y fue compartida 10 veces, la etiqueta de usuarios, sentimiento y ubicación no fueron especificados en la configuración pero sí se mostró la ubicación durante la transmisión, también se mencionó a las empresas y personas participantes de esta rueda de negocios en la descripción de la transmisión lo cual permite a los seguidores tener más información acerca de esta, los comentarios realizados en la fan page tampoco fueron respondidos por la persona responsable, la calidad de audio y video fue buena, el tema es innovador y de importancia para la localidad ya que se tiene como organizador al Ministerio de Producción, el tiempo de transmisión fue adecuado para transmitir sus objetivos a los seguidores de la fan page. Finalmente podemos concluir que se ha observado que en la mayoría de ocasiones las transmisiones tienen una buena valoración en sus diferentes dimensiones, se observa un interés y participación constante por parte de los seguidores ya que casi siempre transmiten temas que les genera interés pero aún hay algunos indicadores que se pueden fortalecer como la configuración de sentimiento, ubicación, etiqueta de usuarios, feedback y comentarios.

3.2.9. Transmisión realizada el 21 de setiembre del 2017, 461 reproducciones, 21 reacciones, 1 comentario y 0 compartidos. (Fuente: Fan Page CCPC - Anexo N.º 1.1.9).

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN PERSONALIZACIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Personalización de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Conferencia de prensa "III Campeonato de Motocross y Minicross"					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
<p>INSTRUCCIONES: Observar los tipos de personalización que han sido definidos y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS: Observar y registrar la personalización de las transmisiones de Facebook Live de la CCPC del año 2017.</p> <p style="text-align: center;">1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE PERSONALIZACIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
PRIVACIDAD						
1	El contenido de Facebook Live se comparte de manera pública para los seguidores.					✓
DESCRIPCIÓN DEL TIPO DE TRANSMISIÓN						
1	Se adjunta una descripción de acuerdo a la temática de la transmisión de Facebook Live.					✓
SENTIMIENTO						
1	Agregan algún sentimiento en su transmisión de Facebook Live.	✓				
UBICACIÓN						
1	Se muestra la ubicación actual durante la transmisión de Facebook Live.			✓		
ETIQUETA DE USUARIOS						
1	Se etiqueta a las personas que participan durante la transmisión de Facebook Live			✓		
2	Se etiqueta a las empresas o instituciones que participan durante la transmisión de Facebook Live.			✓		
<p>OBSERVACIONES: No se agrega la ubicación directamente pero esta se muestra durante la transmisión.</p>						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN INTERACCIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Interacción de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Conferencia de prensa "III Campeonato de Motocross y Minicross"					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
INSTRUCCIONES: Observar la interacción de los usuarios y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.						
OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de interacción que tienen los usuarios de la CCPC en las transmisiones de Facebook Live del año 2017.						
<p style="text-align: center;"> 1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre </p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE INTERACCIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
FEEDBACK						
1	Se observa comentarios de los usuarios en las transmisiones.			✓		
2	Se observan respuestas de la fan page a las preguntas o comentarios de los usuarios.			✓		
3	Se tiene una comunicación fluida en las transmisiones.				✓	
4	Se genera debate o espacio de dialogo en las transmisiones.				✓	
COMENTARIOS						
1	Se incita al público a comentar las transmisiones.			✓		
2	Los comentarios guardan relación con la temática de la transmisión.					✓
3	Se responde rápidamente los comentarios o dudas de los usuarios.			✓		
4	Se observa comentarios positivos o a favor de la Asociación.				✓	
VISUALIZACIONES						
1	El tiempo de transmisión es adecuado para lo que se desea transmitir a los seguidores					✓
COMPARTIDOS						
1	Se incita al público a compartir las transmisiones.			✓		
2	Las transmisiones de Facebook Live compartidas tienen reacciones de otros usuarios.				✓	
ALCANCE						
1	El alcance de la transmisión se produce de manera orgánica.					✓
2	Se observa más alcance de la transmisión a través de interacciones.				✓	
REACCIONES						
1	Los seguidores reaccionan en las transmisiones de Facebook Live.				✓	
2	Se observan reacciones positivas de los usuarios en las transmisiones de Facebook Live.				✓	
OBSERVACIONES:						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN CONTENIDO						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Contenido de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Conferencia de prensa "III Campeonato de Motocross y Minicross"					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico. .					
Fecha:	25/10/2019					
INSTRUCCIONES: Observar el contenido ofrecido y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas. OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de contenido que compartió la CCPC en sus transmisiones de Facebook Live del año 2017.						
1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE CONTENIDO	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
TEMÁTICA						
1	El contenido que se transmite es de interés local.					✓
2	La temática del contenido que se transmite es variada pero va dentro de los temas relacionados a la CCPC.				✓	
3	El tratamiento del contenido es adecuado para los espectadores.					✓
CALIDAD						
1	El video tiene una adecuada resolución de imagen en los dispositivos donde se reproduce.			✓		
2	Las voces se escuchan claramente y sin interferencias.				✓	
3	Se aprovechan los recursos sonoros (música, canciones, efectos).			✓		
4	El ritmo de presentación de los contenidos es adecuado al tema (ni demasiado rápido o lento).				✓	
CREATIVIDAD						
1	Las transmisiones presentan originalidad en su contenido.				✓	
2	Las transmisiones presentan creatividad en su contenido.				✓	
3	El contenido impacta en el oyente o espectador manteniendo su atención durante la transmisión.				✓	
4	Las transmisiones se adaptan a situaciones nuevas o poco convencionales.					✓
INNOVACIÓN						
1	Se ven novedades en la temática de las transmisiones.			✓		
2	Se hace un adecuado uso de los recursos tecnológicos.			✓		
3	Se hace un uso adecuado de la herramienta Facebook Live.			✓		
FRECUENCIA						
1	Se realizan transmisiones en vivo frecuentemente.				✓	
2	Se realizan las transmisiones en fechas programadas o previstas.					✓
TIEMPO DE TRANSMISIÓN						
1	El tiempo de transmisión es suficiente para poder expresar los objetivos planteados.					✓
2	Se hace un uso adecuado del tiempo de transmisión				✓	
3	Se cumplen los tiempos planificados para cada transmisión				✓	
OBSERVACIONES:						

Interpretación de las Guías de observación:

Esta transmisión fue titulada en su descripción como "Conferencia de prensa "III Campeonato de Motocross y Minicross", fue transmitida el 21 de setiembre del 2017, tuvo 461 reproducciones, 21 reacciones, 1 comentario en la transmisión y no fue compartido ninguna vez, la etiqueta de usuarios, sentimiento y ubicación no fueron especificados en la configuración pero sí se mostró la ubicación durante la transmisión, también se mencionó a las personas participantes durante la conferencia lo cual permitió a los seguidores tener más información acerca de esta, solo se observó un comentario y la CCPC realizó una acotación en los comentarios especificando el lugar de venta de entradas, la calidad de audio y video fueron casi siempre buenos, el tema no es muy innovador pero si genera interés en la localidad, el tiempo de transmisión fue suficiente para poder llegar transmitir los objetivos de la conferencia. Finalmente podemos concluir que se ha observado que en la mayoría de ocasiones las transmisiones tienen una buena valoración en sus diferentes dimensiones, se observa un interés y participación constante por parte de los seguidores ya que casi siempre transmiten temas que les genera interés pero aún hay algunos indicadores que se pueden fortalecer como la configuración de sentimiento, ubicación, etiqueta de usuarios, feedback y comentarios.

3.2.10. Transmisión realizada el 23 de noviembre del 2017, 494 reproducciones, 15 reacciones, 1 comentario y 3 compartidos. (Fuente: Fan Page CCPC - Anexo N.º 1.1.10).

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN PERSONALIZACIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Personalización de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Inauguración del II Congreso Internacional: “Derivados Lácteos Cajamarca - Perú 2017”, en el que la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca es uno de los principales organizadores.					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
<p>INSTRUCCIONES: Observar los tipos de personalización que han sido definidos y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.</p> <p>OBJETIVOS: Observar y registrar la personalización de las trasmisiones de Facebook Live de la CCPC del año 2017.</p> <p style="text-align: center;">1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre</p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE PERSONALIZACIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
PRIVACIDAD						
1	El contenido de Facebook Live se comparte de manera pública para los seguidores.					✓
DESCRIPCIÓN DEL TIPO DE TRANSMISIÓN						
1	Se adjunta una descripción de acuerdo a la temática de la transmisión de Facebook Live.					✓
SENTIMIENTO						
1	Agregan algún sentimiento en su transmisión de Facebook Live.	✓				
UBICACIÓN						
1	Se muestra la ubicación actual durante la transmisión de Facebook Live.		✓			
ETIQUETA DE USUARIOS						
1	Se etiqueta a las personas que participan durante la transmisión de Facebook Live		✓			
2	Se etiqueta a las empresas o instituciones que participan durante la transmisión de Facebook Live.		✓			
OBSERVACIONES:						

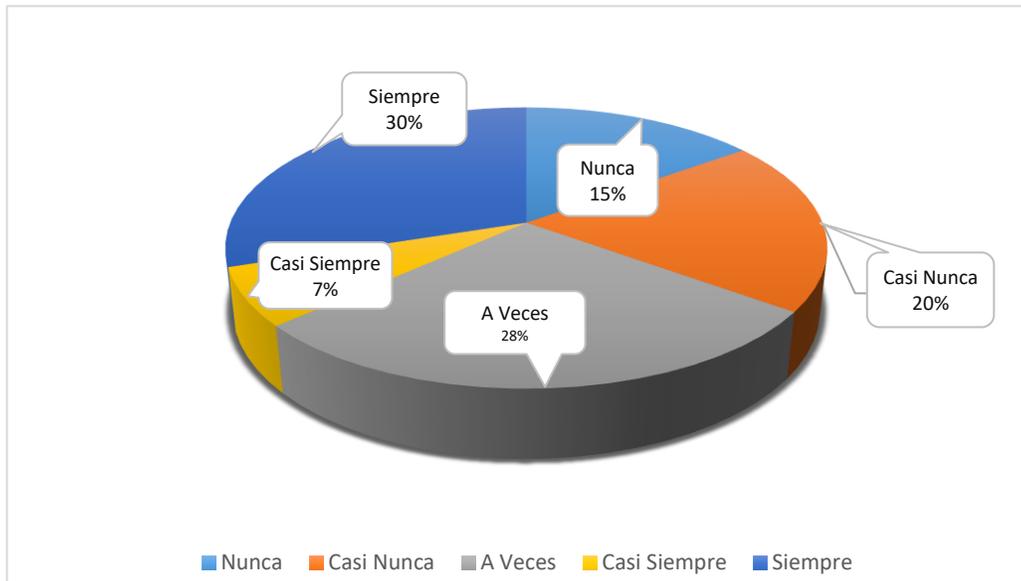
GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN INTERACCIÓN						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Interacción de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Inauguración del II Congreso Internacional: “Derivados Lácteos Cajamarca - Perú 2017”, en el que la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca es uno de los principales organizadores.					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha	25/10/2019					
INSTRUCCIONES: Observar la interacción de los usuarios y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.						
OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de interacción que tienen los usuarios de la CCPC en las transmisiones de Facebook Live del año 2017.						
<p style="text-align: center;"> 1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre </p>						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE INTERACCIÓN	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
FEEDBACK						
1	Se observa comentarios de los usuarios en las transmisiones.				✓	
2	Se observan respuestas de la fan page a las preguntas o comentarios de los usuarios.				✓	
3	Se tiene una comunicación fluida en las transmisiones.				✓	
4	Se genera debate o espacio de dialogo en las transmisiones.				✓	
COMENTARIOS						
1	Se incita al público a comentar las transmisiones.			✓		
2	Los comentarios guardan relación con la temática de la transmisión.					✓
3	Se responde rápidamente los comentarios o dudas de los usuarios.			✓		
4	Se observa comentarios positivos o a favor de la Asociación.				✓	
VISUALIZACIONES						
1	El tiempo de transmisión es adecuado para lo que se desea transmitir a los seguidores					✓
COMPARTIDOS						
1	Se incita al público a compartir las transmisiones.		✓			
2	Las transmisiones de Facebook Live compartidas tienen reacciones de otros usuarios.				✓	
ALCANCE						
1	El alcance de la transmisión se produce de manera orgánica.					✓
2	Se observa más alcance de la transmisión a través de interacciones.				✓	
REACCIONES						
1	Los seguidores reaccionan en las transmisiones de Facebook Live.				✓	
2	Se observan reacciones positivas de los usuarios en las transmisiones de Facebook Live.					✓
OBSERVACIONES:						

GUÍA DE OBSERVACIÓN – DIMENSIÓN CONTENIDO						
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.					
Objeto a observar	Contenido de las transmisiones Facebook Live.					
Nombre o fecha de la Publicación	Inauguración del II Congreso Internacional: "Derivados Lácteos Cajamarca - Perú 2017", en el que la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca es uno de los principales organizadores.					
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.					
Fecha:	25/10/2019					
INSTRUCCIONES: Observar el contenido ofrecido y marcar con una (x) donde corresponde según cumplimiento de acuerdo a las escalas establecidas.						
OBJETIVOS: Observar y registrar el tipo de contenido que compartió la CCPC en sus transmisiones de Facebook Live del año 2017.						
1.Nunca 2.Casi Nunca 3.A Veces 4.Casi Siempre 5.Siempre						
ITEM	ASPECTOS A EVALUAR SEGÚN EL TIPO DE CONTENIDO	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
ITEM	TEMÁTICA					
1	El contenido que se transmite es de interés local.					✓
2	La temática del contenido que se transmite es variada pero va dentro de los temas relacionados a la CCPC.				✓	
3	El tratamiento del contenido es adecuado para los espectadores.					✓
ITEM	CALIDAD					
1	El video tiene una adecuada resolución de imagen en los dispositivos donde se reproduce.				✓	
2	Las voces se escuchan claramente y sin interferencias.			✓		
3	Se aprovechan los recursos sonoros (música, canciones, efectos).		✓			
4	El ritmo de presentación de los contenidos es adecuado al tema (ni demasiado rápido o lento).				✓	
ITEM	CREATIVIDAD					
1	Las transmisiones presentan originalidad en su contenido.				✓	
2	Las transmisiones presentan creatividad en su contenido.		✓			
3	El contenido impacta en el oyente o espectador manteniendo su atención durante la transmisión.				✓	
4	Las transmisiones se adaptan a situaciones nuevas o poco convencionales.					✓
ITEM	INNOVACIÓN					
1	Se ve novedades en la temática de las transmisiones.					✓
2	Se hace un adecuado uso de los recursos tecnológicos.				✓	
3	Se hace un uso adecuado de la herramienta Facebook Live.					✓
ITEM	FRECUENCIA					
1	Se realizan transmisiones en vivo frecuentemente.				✓	
2	Se realizan las transmisiones en fechas programas o previstas.				✓	
ITEM	TIEMPO DE TRANSMISIÓN					
1	El tiempo de transmisión es suficiente para poder expresar los objetivos planteados.				✓	
2	Se hace un uso adecuado del tiempo de transmisión				✓	
3	Se cumplen los tiempos planificados para cada transmisión				✓	
OBSERVACIONES:						

Interpretación de las Guías de observación:

Esta transmisión fue titulada en su descripción como “Inauguración del II Congreso Internacional: “ Derivados Lácteos Cajamarca - Perú 2017” , en el que la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca es uno de los principales organizadores, fue transmitida el 23 de noviembre del 2017, tuvo 494 reproducciones, 15 reacciones, 1 comentario y fue compartido 3 veces, la etiqueta de usuarios, sentimiento y ubicación no fueron especificados en la configuración durante la transmisión, solo se observó un comentario durante la transmisión y no hubo respuesta por parte de la CCPC, la calidad de audio y video no fueron tan buenos, el tema es innovador y de interés para la localidad, el tiempo de transmisión fue suficiente para poder llegar a transmitir los objetivos del congreso. Finalmente podemos concluir que se ha observado que en la mayoría de ocasiones las transmisiones tienen una buena valoración en sus diferentes dimensiones, se observa un interés y participación constante por parte de los seguidores ya que casi siempre transmiten temas que les genera interés, pero aún hay algunos indicadores que se pueden fortalecer como la configuración de sentimiento, ubicación, etiqueta de usuarios, feedback y comentarios.

Gráfico n°. 13. Guía de Observación - Dimensión Personalización

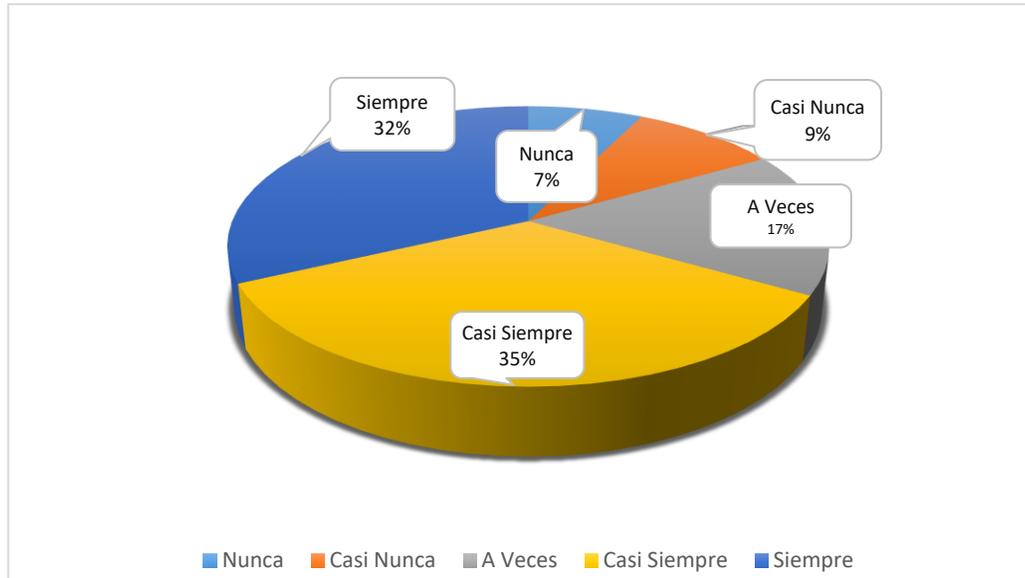


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Guía de Observación – Dimensión Personalización: De acuerdo a las guías de observación aplicadas podemos sintetizar los resultados obtenidos diciendo que, en un 15% se muestra que nunca se realizan las configuraciones de personalización en las transmisiones observadas, en un 20% casi nunca se observaron las configuraciones de personalización de contenido, en un 28% a veces se pudo observar que se realizó la configuración de personalización de las publicaciones en el fan page de la página, en un 7% casi siempre se pudieron observar estas configuraciones, y finalmente en un 30% siempre se pudo observar en sus distintas publicaciones de Facebook Live las configuraciones en la dimensión personalización. Estos resultados no son del todo favorables para la asociación ya que nos demuestra que las publicaciones realizadas por la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017 tiene algunos puntos débiles y por mejorar con respecto a la dimensión personalización.

Gráfico n°. 14. Guía de Observación - Dimensión Interacción

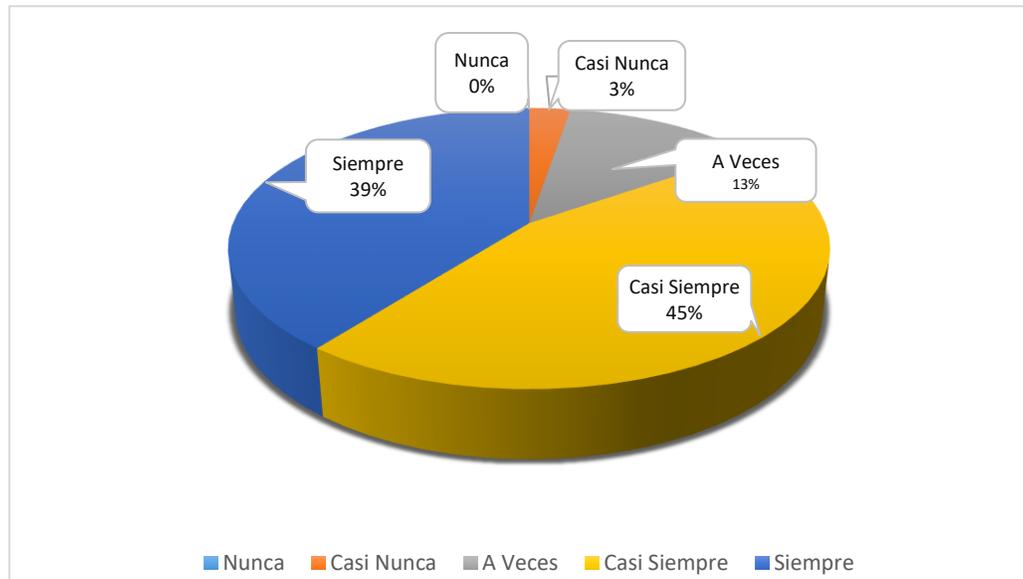


Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Guía de Observación – Dimensión Interacción: De acuerdo a las guías de observación aplicadas en la dimensión interacción podemos sintetizar los resultados obtenidos diciendo que, en un 7% se muestra que nunca se observó interacción en las transmisiones de Facebook Live realizadas en la fan page de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, en un 9% podemos decir que casi nunca se pudo observar interacción en las transmisiones, en un 35% a veces se pudo observar interacción en las distintas transmisiones que realizó la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca y en un 32% podemos decir que siempre observamos interacción en las transmisiones que realizó la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca durante el año 2017. Estos resultados son en su gran mayoría favorables ya que se pudo observar interacción a través de comentarios o acciones realizadas en cada una de las transmisiones de Facebook Live, a pesar de esto se observaron algunos puntos débiles y por mejorar con respecto a la dimensión interacción.

Gráfico n°. 15. Guía de Observación - Dimensión Contenido



Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Guía de Observación – Dimensión Contenido: De acuerdo a las guías de observación aplicadas en la dimensión interacción podemos sintetizar los resultados obtenidos diciendo que, en un 3% casi nunca se observó un contenido favorable para la asociación en las distintas transmisiones de Facebook Live realizadas, en un 13% a veces se pudo observar un contenido favorable y de buena calidad durante las transmisiones, en un 45% casi siempre se pudo observar un contenido favorable realizado por la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, y finalmente podemos decir que en un 39% siempre pudimos observar un contenido de calidad y de interés en las transmisiones de Facebook Live realizadas en la fan page de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca durante el año 2017. Estos resultados son favorables para la asociación ya que se pudo observar que se preocupaban por la calidad de contenido, la frecuencia, el tiempo y la temática que abordan durante las transmisiones realizadas.

3.3. Técnica e Instrumento: Entrevista – Guía de Entrevista

Se realizó la entrevista a María Alejandra Marín Linares – Jefa del Área de Comunicaciones CCPC. (Fuente: Elaboración Propia - Anexo N.º4).

1. ¿Usa frecuentemente la red social Facebook para la CCPC?	Sí, las usamos a diario es una red más social más accesible ya que tiene un mayor alcance y tenemos un mayor número de seguidores, además el 90% de las empresas tienen Facebook y al etiquetarlos logramos que sus seguidores también vean el contenido que se publica.
2. ¿La CCPC cuenta actualmente con un plan de Comunicaciones?	Sí, se trabaja con un plan operativo anual que esta agrupado en comunicación interna y comunicación externa. La prioridad es el beneficio de los asociados.
3. ¿Dentro de su plan de Comunicaciones tienen un plan de Social Media?	No contamos con un plan específico de redes sociales, pero semanalmente se publica la publicidad que envían los asociados y se publica de acuerdo al orden en el que nos envían la información.
4. ¿Cuentan con un área específica y personal encargado del Community Manager?	No, yo me encargo de todas las redes sociales.
5. ¿Cuenta con un cronograma de actividades, charlas, eventos, conferencias que se transmitirán mediante el Facebook Live de la CCPC?	No, no contamos con uno pero si algún miembro del consejo directo participa en alguna actividad se transmite.
6. ¿Tiene un horario específico para realizar las transmisiones o cual es el criterio para escoger la hora?	Usualmente las publicaciones se realizan a la hora de almuerzo, los sábados a las nueve de la mañana, al medio día o a la una de la tarde y ese horario es parecido entre semana. Para las transmisiones se realiza en el momento que suceden las actividades, no se programa nada en la página durante el día para que se pueda realizar la transmisión y la página no esté muy saturada.
7. ¿Cómo es el proceso de selección del contenido que se transmite mediante la herramienta Facebook Live?	El contenido que se transmite casi siempre es de la participación de los representantes de la CCPC. La mayoría del contenido que se transmite es de valor pero a veces pero es importante mostrar cosas puntuales o de interés para el público.

<p>8. ¿Cree que si se cuenta con un soporte para mejorar la imagen y el audio la transmisión sería más agradable para el público?</p>	<p>Sí, por supuesto. A veces tenemos ese problema con el celular porque no contamos con el equipo necesario, también en algunas oportunidades nos falla el wifi o la señal es muy débil, tener un mejor equipo nos ayudaría bastante porque a veces tengo que ubicarme lejos y ya no se escucha la voz de la persona.</p>
<p>9. Considera que la creatividad durante la transmisión de Facebook Live es importante.</p>	<p>Sí, claro. Hay que saber qué cosas poner, a veces las persona que están hablando en una conferencia y no puedes poner 15 minutos únicamente de su rostro de su rostro hay que cambiar la posición de la cámara, acercarnos a sus diapositivas tal vez veces enfocar al público, tener cuidado si alguien pasó, se cayó algo o esos pequeños inconvenientes que hay en los eventos.</p>
<p>10. ¿Usa con frecuencia la herramienta Facebook Live? ¿En qué ocasiones la utiliza?</p>	<p>Si, maso menos dos veces a la semana máximo y una vez cada 10 días como mínimo.</p>
<p>11. ¿Cuántos minutos de transmisión de Facebook Live cree que son suficientes para poder tener los resultados esperados?</p>	<p>10 minutos maso menos, es muy cansado para la persona que transmite y para la que la está viendo, menos tampoco porque se pierde el contexto.</p>
<p>12. ¿Considera que las actividades transmitidas mediante Facebook Live son de interés para la población?</p>	<p>Si, nosotros tenemos en el Facebook a los asociados y también público en general y he visto interés en algunos eventos como charlas de la Sunat, Sunafil tienen muchas reacciones en la comunidad, pero por ejemplo cuando ponemos publicidad de carros no tienen la misma acogida y la llegada a pesar de que es el mismo horario usado para publicar. Lo mismo ocurre con las transmisiones, a veces se transmite un tema que va dirigido a un público pequeño con un lenguaje muy complejo donde los ponentes presentan cuadros estadísticos o informes y no se obtiene la acogida que se esperaba, pero si transmitimos algo como el evento deportivo todo el mundo nos va a ver, de todas las edades.</p>
<p>13. ¿Existe un feedback entre los usuarios que ven las transmisiones y la CCPC?</p>	<p>En la mayoría de trasmisiones sí, comentan o comparten lo que transmitimos.</p>
<p>14. ¿Las transmisiones de Facebook Live generan comentarios positivos o negativos?</p>	<p>La mayoría de comentarios han sido positivos, no tenemos muchos comentarios negativos, por ahí siempre alguien que está en desacuerdo con el tema y da su opinión acerca de este.</p>

<p>15. ¿Qué medida se toma con los comentarios negativos de los usuarios en las transmisiones de Facebook Live?</p>	<p>Se les responde de manera cordial y con fundamento, si es que siguen se los borra o se los bloquea.</p>
<p>16. ¿Luego de realizar las trasmisiones de Facebook Live se hace un análisis de la cantidad de visualizaciones, reacciones, alcance o las veces que ha sido compartido su contenido?</p>	<p>Sí, yo lo reviso al día siguiente, la mayoría son jóvenes, yo siempre veo porque yo ya los conozco quienes son los más participativos, pero si es un tema que ha tenido bastante repercusión se hace el mismo día.</p>
<p>17. ¿Comparten contenido de Facebook Live en modo privado o en grupos cerrados?</p>	<p>No. He visto que han creado grupos de la cámara supongo que habrá sido en otra gestión, pero no se usa. Todo lo que se comparte actualmente desde la página es en modo público.</p>
<p>18. ¿Cree que si el contenido transmitido se personaliza usando descripciones, filtros, máscaras, ubicación o etiquetas se volverá más interactivo o atractivo para los usuarios?</p>	<p>Sí, bueno es una institución seria formal, se me ocurre la ubicación y algunas etiquetas que se pueden usar.</p>
<p>19. ¿Cree que las transmisiones Facebook Live están dando a conocer la misión, visión y valores de la CCPC?</p>	<p>Me parece que de cierta manera sí, pero existen otros medios más adecuado, la misión, visión valores son temas que tienen términos muy estructurados y que al escucharlos en vivo en las transmisiones de Facebook Live no se te van a quedar del todo. Tal vez se podría reforzar utilizando también material gráfico o impreso.</p>
<p>20. ¿Considera que la CCPC con la herramienta Facebook Live demuestra que es una asociación con disposición al cambio, innovadora y adecuada a las nuevas implementaciones tecnológicas?</p>	<p>Si, tal vez aún nos falte modernizarnos un poco más, pero en ese camino vamos.</p>
<p>21. ¿Considera que la CCPC comparte contenido que promociona el desarrollo económico en la ciudad?</p>	<p>Sí, es uno de los objetivos de la cámara, el crecimiento a nivel regional, siempre que hay oportunidad de reforzar esto, es un buen momento para aprovecharla.</p>
<p>22. ¿Consideran importante compartir mediante el Facebook Live sus actividades de Responsabilidad Social?</p>	<p>Sí, porque en el momento que se hagan estas actividades se las va a transmitir por Facebook, pero hay que tener bastante cuidado para no caer en el figuereísmo, es algo delicado, pero se podría hacer como una entrevista antes de y con los cuidados necesarios para cuidar a nuestros voceros, el consejo y el gerente o presidentes de cada comité.</p>

23. ¿Cree que si los usuarios ven estas actividades les beneficiaria en su Reputación Corporativa?	Si, definitivamente.
24. ¿Crees que en las transmisiones de Facebook Live se puede percibir un buen relacionamiento con la comunidad?	Sí, porque se transmite contenido interesante para el sector empresarial, y bueno hay más público que lo ve, si lo deja es porque no es de su gusto o interés, pero nosotros siempre apuntamos a los asociados con los cuales tenemos una muy buena relación.
25. ¿Crees que la CCPC se proyecta a sus usuarios de Facebook como asociación confiable, líder y con buena comunicación?	Si creo que hay esa percepción por parte de los usuarios.
26. La transmisión de Facebook Live realizada el día 3 de agosto del 2017 tiene 21mil reproducciones, 361 reacciones, 51 comentarios y 187 compartidos. ¿Cuál cree que es el éxito de esta?	El tema en sí, porque fue un bastante novedoso ya que era la primera vez que se realizó este tipo de evento Aero deportivo entonces se generó genera bastante expectativa y fue un tema de entretenimiento, aquí no hay opiniones encontradas como cuando se habla de minera y la mitad de la población este favor y la otra mitad en contra, fue algo novedoso y gratuito, las personas estaban contentas, además hubo bastante difusión en su momento, todos estaban felices.
27. ¿Por qué las transmisiones relacionadas al Festival Aero deportivo 2017 tuvieron más alcance que las demás? ¿Considera que este tipo de actividades son más relevantes o de mayor interés para los usuarios?	Claro que sí, en estas actividades el público también es participe, pueden ir a observar, grabar, no es como una conferencia dirigida sobre un tema específico donde que solo unas personas conocen el tema que se va abordar.
28. ¿Cree que si se le da más seguimiento a actividades de interés público como el festival Aero Deportivo usando la herramienta Facebook Live se podrá incrementar el número de seguidores en su página de forma orgánica?	Sí, de todas maneras, si es de entretenimiento o tal vez algo benéfico para la comunidad, estos eventos van a jalar más gente. Todo es orgánico si es un evento grande que nos va a generar ganancia si pagamos publicidad, pero para lo demás no.
29. ¿Considera que la herramienta Facebook Live puede ayudar al	Sí, considero que es una excelente herramienta que trae bastantes beneficios entre ellos el fortalecimiento de la imagen porque la idea es

<p>fortalecimiento de la Imagen Corporativa de la CCPC?</p>	<p>que las personas no se queden con la idea o percepción de que la CCPC es netamente para un grupo cerrado de empresarios adinerados, sino también para que ellos sepan que pueden pertenecer sin tanto papeleo o burocracia, aparte tenemos otros servicios como son servicios de arbitraje, judicial, charlas, entre otras.</p>
<p>30. ¿Cree que la CCPC en sus transmisiones de Facebook Live demuestra tener una buena relación con la comunidad?</p>	<p>Sí, definitivamente, nos preocupamos por la calidad del contenido que les transmitimos en cada transmisión y hemos visto que ellos reaccionan de manera positiva.</p>

Interpretación de la entrevista:

Se aplicó la entrevista abierta a María Alejandra Marín Linares, jefa del Área de Comunicaciones de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca donde el principal objetivo fue conocer como es el uso que se le da a la herramienta Facebook Live dentro de la CCPC para realizar su posterior análisis. El Facebook es la red social que utilizan con mayor frecuencia ya que la gran mayoría de sus seguidores se encuentra en esta red social, la CCPC trabaja con un plan operativo anual que esta agrupado en estrategias de comunicación interna y externa pero a pesar de conocer la importancia de las redes sociales en la actualidad no cuentan con un plan de redes ni con una persona encargada del community manager, es por esto que en las publicaciones mostradas anteriormente aún se pueden observar algunos indicadores que tienen por mejorar como son las preguntas o dudas que realizan sus seguidores en la sección de comentarios durante las transmisiones.

Consideran que el contenido que comparten en las transmisiones de Facebook Live es de valor y de interés para sus seguidores ya que presentan temas innovadores y de importancia para la localidad, además para algunas transmisiones toman en cuenta la participación de los representantes de la CCPC en actividades institucionales o regionales, hemos podido observar también que en algunas ocasiones en sus transmisiones tienen problemas con la calidad audiovisual, Alejandra nos comenta que casi siempre las transmisiones se realizan con un teléfono móvil y que a veces no tienen una buena señal de internet o que no cuentan con equipos profesionales, pese a esto en la mayoría de sus transmisiones se ha visto que sus seguidores comparten su contenido de manera pública, también que casi siempre tienen participación a través de reacciones y comentarios acerca del tema tratado y que en su mayoría son positivos.

Nos dice Alejandra que tal vez en algunos aspectos aún les falta modernizarse pero que si sería bueno agregar algunas configuraciones durante las transmisiones de Facebook Live como la ubicación o algunas etiquetas que se pueden usar, pero que estas serían usadas con bastante cuidado ya que la CCPC es una institución seria y formal.

El éxito de algunas publicaciones realizadas durante el año 2017 se debe al evento aerodeportivo realizado por la Fap y la CCPC, este evento al ser novedoso en la región genero

bastante expectativa entre la población ya que fue un tema de entretenimiento donde toda la localidad era participante de manera gratuita de las diferentes actividades, los temas

como minería y política si deben ser tratados con bastante cuidado ya que hay opiniones encontradas a favor o en contra de estos como pudimos observar en alguna de las transmisiones.

En conclusión, la jefa del área de Comunicaciones de la CCPC nos dice que considera que el uso de la herramienta Facebook Live trae bastantes beneficios entre ellos el fortalecimiento de su imagen corporativa, ya que les ayuda a cambiar la percepción que el público tiene acerca de la CCPC, la mayoría piensa que es netamente para un grupo cerrado de empresarios adinerados, también para que sean más cercanos a la población, además esta asociación busca una mejora constante donde se preocupan por la calidad del contenido que comparten en cada transmisión de Facebook Live ya que han podido observar que los seguidores reaccionan de manera positiva.

CAPÍTULO IV. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Discusión

En la presente investigación titulada “La Influencia de la Herramienta Facebook Live en la Imagen Corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017”, se logró saber tras el proceso de investigación la existencia significativa de la influencia de la variable independiente: Herramienta Facebook Live sobre la variable dependiente: Imagen corporativa.

Alca Rodríguez & Mamani Porras (2017), Universidad Nacional de San Agustín Arequipa –Perú 2017. En su Tesis titulada: “Impacto del uso de las redes sociales (Facebook, Twitter y YouTube) en la Imagen Corporativa de la Aldea Infantil Sagrada Familia, Arequipa durante el primer semestre del año 2017”, tuvo como objetivo general analizar el impacto de las redes sociales en la Imagen Corporativa de la Aldea y a la vez conocer la percepción que los pobladores de Arequipa Metropolitana tenían sobre esta. Las conclusiones a los que los autores llegaron fue que la percepción de los pobladores de Arequipa Metropolitana es negativa respecto al impacto de las redes sociales en su Imagen Corporativa, esto se debe principalmente a la falta de actualización en el contenido que comparten, mal manejo de las herramientas que ofrecen las redes sociales y el poco feedback que tienen con su público generando desconfianza y perjudicando su reputación. En el caso de nuestra investigación usamos tres guías de observación para cada una de las dimensiones de la variable herramienta Facebook Live las cuales nos permitieron saber un poco más del estado en que se encontraban las transmisiones realizadas en el año 2017, al aplicar estas guías de observación en cada una de las transmisiones nos dimos cuenta hay una respuesta positiva por parte de los seguidores ya que generan cierto tipo de debate positivo, casi nunca se ha observado comentarios de odio o en contra de las actividades realizadas por la asociación, pese a esto si se observan comentarios con algunas preguntas o dudas sobre los temas tratados que el encargado de la cuenta de Facebook de la CCPC pocas veces o casi nunca responde, estas preguntas no atendidas realizadas por sus seguidores a la larga puede generar malestar o si no se trabaja

adecuadamente puede perjudicar a la Imagen Corporativa y al buen relacionamiento que la CCPC tiene con sus seguidores en la actualidad.

La tesis de Rueda Hidalgo & García Rodríguez (2018), realizada en la Universidad Privada del Norte, Trujillo – Perú 2018, titulada “Imagen Corporativa y su influencia en las ventas de la Sandwicheria Mahy’s – Distrito de Trujillo, segundo semestre del 2017”, tuvo como objetivo general estudiar la influencia de la imagen corporativa en las ventas de la Sandwicheria Mahy’s y a la vez describir el nivel de percepción que tienen sus públicos. Nuestra variable Imagen Corporativa coincide con esta investigación, ya que podemos decir que existe un grado de influencia que brinda la Imagen Corporativa sobre la percepción que los públicos tienen de esta, en este caso se recolecto la información para el desarrollo de su investigación mediante la aplicación de una encuesta realizada a los usuarios seguidores de la CCPC donde se observó que la variable Imagen Corporativa posee ciertas dimensiones e indicadores que son percibidos durante sus transmisiones de Facebook Live, en nuestra investigación la encuesta arrojó resultados favorables en la mayoría de sus indicadores obteniendo casi siempre en cada una de las preguntas formuladas una suma del 90% de la aprobación de los encuestados. Finalmente, podemos decir que a diferencia de nuestra investigación en la tesis de Rueda Hidalgo & García Rodríguez no se encontraron resultados favorables para la empresa Sandwicheria Mahy’s en la cual se realizó la investigación ya que en los últimos meses no se incrementó el número de sus ventas y se pudo determinar que esto se debió a la calificación otorgada por sus propios consumidores como “mala”, esta logro influir directamente de manera negativa en su Imagen Corporativa, perjudicando también su imagen profesional, visual y ambiental, la cual no favoreció a la empresa donde se aplicó esta investigación.

4.2 Conclusiones

La investigación tuvo como objetivo general determinar la influencia del uso de la herramienta Facebook Live en la Imagen Corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, los resultados obtenidos fueron satisfactorios y si se pudo determinar la influencia mediante el uso de la técnica de la encuesta con valoración en la escala Likert la cual permitió su medición con resultados en su mayoría positivos.

Adicionalmente, se analizó el uso de la herramienta Facebook Live para el fortalecimiento de la Imagen Corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, para esto se utilizó la técnica de la entrevista abierta, la cual fue aplicada a la Jefa de Imagen de dicha institución, en esta entrevista nos explicó el proceso y los criterios que toma en cuenta para la realización de las transmisiones, además de conocer un poco más sobre algunos aspectos que se pueden fortalecer para poder mejorar la calidad de trasmisiones de Facebook Live y la interacción con sus seguidores.

Se logró identificar también que indicadores de la herramienta Facebook Live se han atendido durante las transmisiones del año 2017, para esto se utilizaron tres guías de observación que fueron aplicadas a cada una de las trasmisiones realizadas, estas fueron elaboradas en base a las dimensiones e indicadores de esta herramienta con valoración en la escala de Likert.

Además, se pudo determinar los elementos que se han fortalecido mediante el uso de la herramienta Facebook Live, estos elementos han sido identificados y determinados mediante una encuesta realizada a los seguidores de la fan page de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca los cuales le otorgaron una valoración alta.

En términos generales podemos concluir que con este trabajo de investigación si se evidencia el cumplimiento de la hipótesis planteada y los objetivos antes mencionados, ya que se muestra

la existencia de una influencia significativa de la herramienta Facebook Live en la Imagen Corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, además pudimos conocer como es el proceso que tiene esta asociación al realizar una transmisión con la herramienta

Facebook Live, el tipo de relación que tiene con sus seguidores y conocer cuáles son los puntos débiles en ambas variables que aún tienen por fortalecer.

REFERENCIAS

- Alca Rodríguez , R., & Mamani Porras, M. L. (2017). *Tesis: "Impacto del uso de las redes sociales (Facebook, Twitter y Youtube) en la Imagen Corporativa de la Aldea Infantil Sagrada Familia, Arequipa durante el primer semestre del año 2017"*. Obtenido de <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/6001/CCalror.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Capriotti, P. (2009). Branding Coporativo: Fundamentos para la gestión estrategica de la Identidad Corporativa. En P. Capriotti, *Branding Coporativo: Fundamentos para la gestión estrategica de la Identidad Corporativa* (págs. 86,105). Chile: Colección de Libros de la Empresa.
- Drummond, C. (03 de agosto de 2017). *La historia de Facebook, desde 2004 hasta hoy* . Obtenido de <https://www.ticbeat.com/socialmedia/la-historia-de-facebook-desde-2004-hasta-hoy/>
- Malhotra, N. K. (2004). *Investigación de Mercados* (Vol. Cuarta Edición). México: Pearson Educación de México, S.A de C.V.
- Moreno, M. (Viernes de Septiembre de 2019). *TreceBits*. Obtenido de <https://www.trecebits.com/2019/04/25/facebook-2380/>
- Newberry, C., & Contreras, N. (24 de enero de 2019). *Facebook Live: La Guía completa para tu negocio*. Obtenido de <https://blog.hootsuite.com/es/facebook-live/>
- Rueda Hidalgo, M. A., & García Rodríguez, R. K. (Mayo de 16 de 2018). *Tesis:"Imagen Corporativa y su influencia en las ventas de la Sandwicheria Mahy's – Distrito de Trujillo, segundo semestre del 2017"*. Obtenido de <file:///C:/Users/PC/Desktop/TESIS%20COMUNICACION%20%20INTERNA%202019/IMAGEN%20CORPORATIVA%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20LAS%20VENTAS/IMAGEN%20CORPORATIVA%20Y%20SU%20INFLUENCIA%20EN%20LAS%20VENTAS%20DE%20SANWCHES%20MAYS.pdf>

Sampieri, R. H. (2013). Metodología de la Investigación. México D.F: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A DE C.V.

ANEXOS

Anexo 1

Fan Page del Facebook Cámara de comercio y Producción de Cajamarca

1.1. Transmisiones Facebook Live 2017.

Página de Facebook de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca con todas las transmisiones realizadas por la asociación desde del mes de enero – noviembre del año 2017.



The screenshot shows the Facebook profile of the 'Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca'. The page features a navigation menu on the left with options like 'Inicio', 'Información', 'Opiniones', 'Fotos', 'Eventos', 'Twitter', 'Notas', 'Videos', 'Publicaciones', 'Grupos', and 'Comunidad'. The main content area displays a grid of video posts, each with a thumbnail, title, and view count. The posts include:

- Charla de Alto Impacto:** 26 reproducciones - 27 de noviembre de 2017
- [CCPC - Noticias] Hoy nuestro Presidente, Ing. Juan Carlos...:** 216 reproducciones - 25 de noviembre de 2017
- [CCPC - Eventos] Inauguración del II Congreso Internacional: "...:** 493 reproducciones - 23 de noviembre de 2017
- Conferencia de prensa "Tercer Campeonato de Motorcross y...:** 464 reproducciones - 21 de septiembre de 2017
- [CCPC - Actividades] Estimados Asociados, los invitamos a...:** 182 reproducciones - 13 de septiembre de 2017
- [CCPC - Actividades] En este momento se desarrolla la...:** 900 reproducciones - 24 de agosto de 2017
- I Festival Aerodeportivo:** 2,8 mil reproducciones - 6 de agosto de 2017
- 21 mil reproducciones - 3 de agosto de 2017**
- [CCPC - Actividades] Nuestro Presidente, Ing. Juan Carlos...:** 587 reproducciones - 3 de agosto de 2017
- I festival Aerodeportivo:** 7,6 mil reproducciones - 1 de agosto de 2017
- En breves momentos se dará inicio a la conferencia de...:** 1 mil reproducciones - 18 de julio de 2017
- Conferencia Magistral "Perspectivas de la Economía...:** 443 reproducciones - 12 de julio de 2017
- Conferencia Magistral "Perspectivas de la Economía...:** 166 reproducciones - 12 de julio de 2017
- Inauguración de la feria del Emprendimiento y de la Mype ...:** 319 reproducciones - 19 de mayo de 2017
- 136 reproducciones - 13 de enero de 2017**
- Ceremonia de Juramentación Consejo Directivo 2017-2018:** 302 reproducciones - 13 de enero de 2017

1.1.1. Transmisión realizada el 13 de enero del 2017, 303 reproducciones, 15 reacciones, 2 comentarios y 2 compartidos.



1.1.2 Transmisión realizada el 19 de mayo del 2017, 319 reproducciones, 14 reacciones, 0 comentarios y 1 compartidos.



1.1.3 Transmisión realizada el 12 de julio del 2017, 443 reproducciones, 30 reacciones, 3 comentarios y 4 compartidos.



1.1.4 Transmisión realizada el 18 de julio del 2017, 1000 reproducciones, 23 reacciones, 5 comentarios y 8 compartidos.



1.1.5 Transmisión realizada el 03 de agosto del 2017, 588 reproducciones, 15 reacciones, 2 comentarios y 4 compartidos.



1.1.6 Transmisión realizada el 03 de agosto del 2017, 21000 reproducciones, 359 reacciones, 51 comentarios y 187 compartidos.



1.1.7 Transmisión realizada el 06 de agosto del 2017, 2800 reproducciones, 103 reacciones, 10 comentarios y 11 compartidos.



1.1.8 Transmisión realizada el 24 de agosto del 2017, 900 reproducciones, 21 reacciones, 20 comentarios y 10 compartidos.



1.1.9 Transmisión realizada el 21 de setiembre del 2017, 461 reproducciones, 21 reacciones, 1 comentario y 0 compartidos.



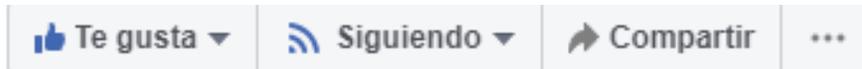
1.1.10 Transmisión realizada el 23 de noviembre del 2017, 494 reproducciones, 15 reacciones, 1 comentario y 3 compartidos.



1.2. Seguidores de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017.



1.3. Información de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en su página de Facebook.



INFORMACIÓN DE CONTACTO ADICIONAL

 asistente.gerencia@camcajamarca.com.pe

 <http://www.camcajamarca.com.pe>

MÁS INFORMACIÓN

Descripción

Innovación, tradición y competitividad al servicio del desarrollo de Cajamarca

Información general

La Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, es una institución formada hace aproximadamente 88 años con el fin de buscar el crecimiento y la prosperidad del comercio, agricultura, artesanía e industria láctea de Cajamarca.

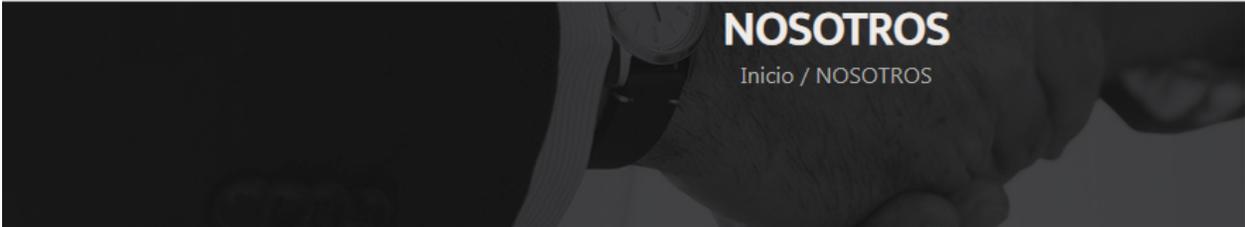
Fecha de fundación

26 de marzo de 1930

Sala de reuniones

Anexo 2

Página web de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.



NOSOTROS
Inicio / NOSOTROS

NOSOTROS

La Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca, es una institución formada hace aproximadamente 88 años con el fin de buscar el crecimiento y la prosperidad del comercio, agricultura, artesanía e industria láctea de Cajamarca.

Misión y Visión

Nuestra misión es promover una cultura empresarial innovadora y competitiva en la región, para generar un entorno favorable a la inversión privada y la diversificación productiva. Además, visionamos ser el gremio representativo más confiable de las empresas e instituciones comprometidas con el desarrollo económico sostenible de la región.

Comités Gremiales

Los Comités Gremiales son los organismos de base de la Cámara, constituidos por la integración de los asociados activos de acuerdo a la naturaleza y especialización de sus actividades económicas. El objetivo de los comités es trabajar por el fortalecimiento institucional del gremio empresarial, generando propuestas para la diversificación de la inversión en la región, con una visión integral de desarrollo.

Anexo 3

Encuesta realizada a los seguidores de la fan page de la CCPC

ENCUESTA						
Nombre de la empresa			Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca			
Objeto a observar			Contenido de las transmisiones Facebook Live.			
Responsable de la evaluación			Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.			
<p>INSTRUCCIONES: Leer atentamente los ítems presentados y marcar con una de acuerdo a las escalas establecidas (x) donde corresponda según su percepción de Imagen Corporativa de la Institución Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca que será abreviada como: CCPC.</p> <p>1: Nunca , 2: Casi Nunca , 3:A Veces , 4: Casi Siempre , 5: Siempre</p>						
ITEM	IMAGEN CORPORATIVA	Registro de Cumplimiento				
		1	2	3	4	5
IDENTIDAD CORPORATIVA						
1	Me parece que la implementación de herramientas tecnológicas de comunicación como el Facebook Live en la CCPC la proyectan como una asociación innovadora y competitiva.					
2	Pienso que la implementación de nuevas herramientas tecnológicas de comunicación como la herramienta Facebook Live en la CCPC la proyectan como una asociación más confiable y con desarrollo económico sostenible en la región.					
3	Observo valores como confiabilidad, transparencia, integración, compromiso, disposición al cambio, desarrollo y sostenibilidad en las transmisiones de Facebook Live que realizó la CCPC-2017.					
DISPOSICIÓN AL CAMBIO						
1	Me parece positiva la Implementación tecnológica de la Herramienta Facebook en la CCPC.					
2	Me parece innovadora la implementación de la herramienta Facebook Live para la CCPC.					
RELACIÓN CON LA COMUNIDAD						
1	Observando el contenido que transmitió la CCPC en el año 2017 mediante la herramienta Facebook Live me parece que cumplió con Responsabilidad Social.					
2	Observando las transmisiones de Facebook Live en el año 2017 tales como charlas, festivales, conferencias y actividades institucionales me parece que la CCPC se preocupó por la Promoción del Desarrollo Económico.					
3	El contenido que transmitió la CCPC mediante la herramienta Facebook Live en el año 2017 me hacen sentir que existe buen relacionamiento entre la comunidad y dicha asociación.					
4	Me parece que el contenido de las transmisiones de Facebook Live que realizó la CCPC en el año 2017 proyectó una Reputación Corporativa Social positiva.					
PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO						
1	¿El contenido que transmitió la CCPC en el año 2017 mediante la herramienta Facebook Live me hace sentir que es una asociación confiable?					
2	¿El contenido que transmitió la CCPC mediante la herramienta Facebook Live en el año 2017 me hace sentir que es una asociación líder en el mercado local?					
3	¿Las transmisiones de Facebook Live del año 2017 me transmiten una buena comunicación entre los participantes?					
OBSERVACIONES:						

Anexo 4

Guion de entrevista

GUIÓN DE ENTREVISTA	
Nombre de la empresa	Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca.
Responsable de la evaluación	Dona Fiorella Scherezada Rodríguez Raico.
Entrevistado:	María Alejandra Marín Linares
Fecha:	11/10/19
<p>Objetivo: Describir el uso del Facebook Live en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la cámara de comercio y producción.</p> <p>Tipo de Entrevista: Semiestructurada.</p> <p>Herramientas: Celular, grabadora de voz, libreta, guía.</p>	
<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Usa frecuentemente la red social Facebook para la CCPC? 2. ¿La CCPC cuenta actualmente con un plan de Comunicaciones? 3. ¿Dentro de su plan de Comunicaciones tienen un plan de Social Media? 4. ¿Cuentan con un área específica y personal encargado del Community Manager? 5. ¿Cuenta con un cronograma de actividades, charlas, eventos, conferencias que se transmitirán mediante el Facebook Live de la CCPC? 6. ¿Tiene un horario específico para realizar las transmisiones o cual es el criterio para escoger la hora? 7. ¿Cómo es el proceso de selección del contenido que se transmite mediante la herramienta Facebook Live? 8. ¿Cree que si se cuenta con un soporte para mejorar la imagen y el audio la transmisión sería más agradable para el público? 9. Considera que la creatividad durante la transmisión de Facebook Live es importante. 10. ¿Usa con frecuencia la herramienta Facebook Live? ¿En qué ocasiones la utiliza? 11. ¿Cuántos minutos de transmisión de Facebook Live cree que son suficientes para poder tener los resultados esperados? 12. ¿Considera que las actividades transmitidas mediante Facebook Live son de interés para la población? 13. ¿Existe un feedback entre los usuarios que ven las transmisiones y la CCPC? 14. ¿Las transmisiones de Facebook Live generan comentarios positivos o negativos? 15. ¿Qué medida se toma con los comentarios negativos de los usuarios en las transmisiones de Facebook Live? 16. ¿Luego de realizar las transmisiones de Facebook Live se hace un análisis de la cantidad de visualizaciones, reacciones, alcance o las veces que ha sido compartido su contenido? 17. ¿Comparten contenido de Facebook Live en modo privado o en grupos cerrados? 18. ¿Cree que si el contenido transmitido se personaliza usando descripciones, filtros, máscaras, ubicación o etiquetas se volverá más interactivo o atractivo para los usuarios? 19. ¿Cree que las transmisiones Facebook Live están dando a conocer la misión, visión y valores de la CCPC? 20. ¿Considera que la CCPC con la herramienta Facebook Live demuestra que es una asociación con disposición al cambio, innovadora y adecuada a las nuevas implementaciones tecnológicas? 21. ¿Considera que la CCPC comparte contenido que promociona el desarrollo económico en la ciudad? 	

22. ¿Consideran importante compartir mediante el Facebook Live sus actividades de Responsabilidad Social?
23. ¿Cree que si los usuarios ven estas actividades les beneficiaría en su Reputación Corporativa?
24. ¿Crees que en las transmisiones de Facebook Live se puede percibir un buen relacionamiento con la comunidad?
25. ¿Crees que la CCPC se proyecta a sus usuarios de Facebook como asociación confiable, líder y con buena comunicación?
26. La transmisión de Facebook Live realizada el día 3 de agosto del 2017 tiene 21mil reproducciones, 361 reacciones, 51 comentarios y 187 compartidos. ¿Cuál cree que es el éxito de esta?
27. ¿Por qué las transmisiones relacionadas al Festival Aero deportivo 2017 tuvieron más alcance que las demás? ¿Considera que este tipo de actividades son más relevantes o de mayor interés para los usuarios?
28. ¿Cree que si se le da más seguimiento a actividades de interés público como el festival Aero Deportivo usando la herramienta Facebook Live se podrá incrementar el número de seguidores en su página de forma orgánica?
29. ¿Considera que la herramienta Facebook Live puede ayudar al fortalecimiento de la Imagen Corporativa de la CCPC?
30. ¿Cree que la CCPC en sus transmisiones de Facebook Live demuestra tener una buena relación con la comunidad?

OBSERVACIONES:



FIRMA DEL ENTREVISTADO

DNI: 72552880

Anexo 5

Validación de Instrumentos

5.1. Docente Víctor Hugo Gutiérrez Sánchez

FICHA DE OPINIÓN Y DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

De acuerdo a los aspectos indicados, cuál es la valoración que le da al instrumento. Marque con una(x) de acuerdo a las escalas establecidas donde corresponda según su criterio.

Apellido y Nombre del Experto	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
GUTIÉRREZ SÁNCHEZ VICTOR HUGO	DOCENTE UPN Cajamarca	Guía de observación – Dimensión contenido	Dona Fiorella Scherezada Rodríguez Raico.
Título: La influencia de la herramienta Facebook Live en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017". Espero su respuesta. Gracias de antemano.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

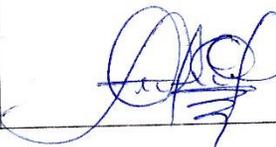
Indicadores	Criterios	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Excelente 4
1.CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado				X
2.OBJETIVIDAD	Es expresado en conductas observables				X
3.ACTUALIDAD	Es adecuado al uso de la ciencia y el avance tecnológico				X
4.ORGANIZACIÓN	Tiene una organización y lógica.				X
5.SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos de calidad y cantidad.				X
6.CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teórico científicos.				X
7.COHERENCIA	Los ítems guardan relación con los indicadores y las dimensiones				X
8.METODOLOGIA	La estrategia usada responde al propósito del estudio.				X
Opinión de Aplicación:					
Promedio de validación:					
Lugar y fecha: Campus UPNC 20/11/2019	Firma del experto: 	DNI: 26641945	Teléfono: 976939401		

FICHA DE OPINIÓN Y DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

De acuerdo a los aspectos indicados, cuál es la valoración que le da al instrumento. Marque con una(x) de acuerdo a las escalas establecidas donde corresponda según su criterio.

Apellido y Nombre del Experto	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
GUTIÉRREZ SAN CHEZ VICTOR HUGO	DOCENTE UPN Cajamarca	Guía de observación – Dimensión interacción	Dona Fiorella Scherezada Rodríguez Raico.
Título: La influencia de la herramienta Facebook Live en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017". Espero su respuesta. Gracias de antemano.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

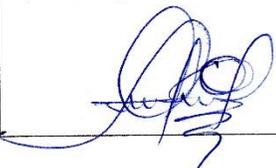
Indicadores	Criterios	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Excelente 4
1. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado				X
2. OBJETIVIDAD	Es expresado en conductas observables				X
3. ACTUALIDAD	Es adecuado al uso de la ciencia y el avance tecnológico				X
4. ORGANIZACIÓN	Tiene una organización y lógica.				X
5. SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos de calidad y cantidad.				X
6. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teórico científicos.				X
7. COHERENCIA	Los ítems guardan relación con los indicadores y las dimensiones				X
8. METODOLOGIA	La estrategia usada responde al propósito del estudio.				X
Opinión de Aplicación:					
Promedio de validación:					
Lugar y fecha:	Firma del experto:	DNI:	Teléfono:		
Campus UPNC 20/11/2019		28621943	976939401		

FICHA DE OPINIÓN Y DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

De acuerdo a los aspectos indicados, cuál es la valoración que le da al instrumento. Marque con una(x) de acuerdo a las escalas establecidas donde corresponda según su criterio.

Apellido y Nombre del Experto	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
RODRIGUEZ SANCHEZ VICTOR HUGO	DOCENTE UPN Cajamarca PCC	Guía de observación – Dimensión personalización	Dona Fiorella Scherezada Rodríguez Raico.
Título: La influencia de la herramienta Facebook Live en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017". Espero su respuesta. Gracias de antemano.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Indicadores	Criterios	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Excelente 4
1.CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado				X
2.OBJETIVIDAD	Es expresado en conductas observables				X
3.ACTUALIDAD	Es adecuado al uso de la ciencia y el avance tecnológico				X
4.ORGANIZACIÓN	Tiene una organización y lógica.				X
5.SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos de calidad y cantidad.				X
6.CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teórico científicos.				X
7.COHERENCIA	Los ítems guardan relación con los indicadores y las dimensiones				X
8.METODOLOGIA	La estrategia usada responde al propósito del estudio.				X
Opinión de Aplicación:					
Promedio de validación:					
Lugar y fecha: Campus UPN/C 20/11/2019	Firma del experto: 	DNI: 26641945	Teléfono: 976939401		

FICHA DE OPINIÓN Y DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

De acuerdo a los aspectos indicados, cuál es la valoración que le da al instrumento. Marque con una(x) de acuerdo a las escalas establecidas donde corresponda según su criterio.

Apellido y Nombre del Experto	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
GUTIÉRREZ SÁNCHEZ VICTOR HUGO	DOCENTE UPN Cajamarca	Guion de entrevista	Dona Fiorella Scherezada Rodríguez Raico.
Título: La influencia de la herramienta Facebook Live en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017". Espero su respuesta. Gracias de antemano.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Indicadores	Criterios	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Excelente 4
1.CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado				X
2.OBJETIVIDAD	Es expresado en conductas observables				X
3.ACTUALIDAD	Es adecuado al uso de la ciencia y el avance tecnológico				X
4.ORGANIZACIÓN	Tiene una organización y lógica.				X
5.SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos de calidad y cantidad.				X
6.CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teórico científicos.				X
7.COHERENCIA	Los ítems guardan relación con los indicadores y las dimensiones				X
8.METODOLOGIA	La estrategia usada responde al propósito del estudio.				X
Opinión de Aplicación:					
Promedio de validación:					
Lugar y fecha:	Firma del experto:	DNI:	Teléfono:		
Campus UPNC 20 NOV /2019		26641945	976939401		

FICHA DE OPINIÓN Y DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

De acuerdo a los aspectos indicados, cuál es la valoración que le da al instrumento. Marque con una(x) de acuerdo a las escalas establecidas donde corresponda según su criterio.

Apellido y Nombre del Experto	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
GUTIÉRREZ RIVERA VICTOR HUGO	DOCENTE UPN Cajamarca PCC	Encuesta	Dona Fiorella Scherezada Rodríguez Raico.
Título: La influencia de la herramienta Facebook Live en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017". Espero su respuesta. Gracias de antemano.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Indicadores	Criterios	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Excelente 4
1.CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado				X
2.OBJETIVIDAD	Es expresado en conductas observables				X
3.ACTUALIDAD	Es adecuado al uso de la ciencia y el avance tecnológico				X
4.ORGANIZACIÓN	Tiene una organización y lógica.				X
5.SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos de calidad y cantidad.				X
6.CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teórico científicos.				X
7.COHERENCIA	Los ítems guardan relación con los indicadores y las dimensiones				X
8.METODOLOGIA	La estrategia usada responde al propósito del estudio.				X
Opinión de Aplicación:					
Promedio de validación:					
Lugar y fecha:	Firma del experto:	DNI:	Teléfono:		
Campus UPNE 20/NOV/2019		26641945	976939401		

5.2. Docente Alex Ricardo Villanueva Spelucín

FICHA DE OPINIÓN Y DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

De acuerdo a los aspectos indicados, cuál es la valoración que le da al instrumento. Marque con una(x) de acuerdo a las escalas establecidas donde corresponda según su criterio.

Apellido y Nombre del Experto	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
Villanueva Spelucín Alex Ricardo	Docente tiempo parcial UPN	Guía de observación – Dimensión interacción	Dona Fiorella Scherezada Rodríguez Raico.
Título: La influencia de la herramienta Facebook Live en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017". Espero su respuesta. Gracias de antemano.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Indicadores	Criterios	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Excelente 4
1. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado				✓
2. OBJETIVIDAD	Es expresado en conductas observables				✓
3. ACTUALIDAD	Es adecuado al uso de la ciencia y el avance tecnológico				✓
4. ORGANIZACIÓN	Tiene una organización y lógica.				✓
5. SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos de calidad y cantidad.				✓
6. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teórico científicos.				✓
7. COHERENCIA	Los ítems guardan relación con los indicadores y las dimensiones				✓
8. METODOLOGIA	La estrategia usada responde al propósito del estudio.			✓	
Opinión de Aplicación:					
Promedio de validación:					
Lugar y fecha: Cajamarca 08/11/19	Firma del experto: 	DNI: 26728720	Teléfono: 950 20 5731		

FICHA DE OPINIÓN Y DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

De acuerdo a los aspectos indicados, cuál es la valoración que le da al instrumento. Marque con una(x) de acuerdo a las escalas establecidas donde corresponda según su criterio.

Apellido y Nombre del Experto	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
Villaverde Spelucun Alex Ricardo	Docente tiempo parcial UPN	Guía de observación – Dimensión personalización	Dona Fiorella Scherezada Rodríguez Raico.
Título: La influencia de la herramienta Facebook Live en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017". Espero su respuesta. Gracias de antemano.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Indicadores	Criterios	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Excelente 4
1.CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado				✓
2.OBJETIVIDAD	Es expresado en conductas observables				✓
3.ACTUALIDAD	Es adecuado al uso de la ciencia y el avance tecnológico				✓
4.ORGANIZACIÓN	Tiene una organización y lógica.				✓
5.SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos de calidad y cantidad.				✓
6.CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teórico científicos.				✓
7.COHERENCIA	Los ítems guardan relación con los indicadores y las dimensiones				✓
8.METODOLOGIA	La estrategia usada responde al propósito del estudio.				✓
Opinión de Aplicación:					
Promedio de validación:					
Lugar y fecha: Cajamarca 08/11/19	Firma del experto: 	DNI: 26728770	Teléfono: 950 2057 31		

FICHA DE OPINIÓN Y DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

De acuerdo a los aspectos indicados, cuál es la valoración que le da al instrumento. Marque con una(x) de acuerdo a las escalas establecidas donde corresponda según su criterio.

Apellido y Nombre del Experto	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
Vilanova Subías Alex Ricardo	Docente tiempo Parcial UPN	Guía de observación – Dimensión contenido	Dona Fiorella Scherezada Rodríguez Raico.
Título: La influencia de la herramienta Facebook Live en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017". Espero su respuesta. Gracias de antemano.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Indicadores	Criterios	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Excelente 4
1.CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado				✓
2.OBJETIVIDAD	Es expresado en conductas observables				✓
3.ACTUALIDAD	Es adecuado al uso de la ciencia y el avance tecnológico				✓
4.ORGANIZACIÓN	Tiene una organización y lógica.				✓
5.SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos de calidad y cantidad.				✓
6.CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teórico científicos.				✓
7.COHERENCIA	Los ítems guardan relación con los indicadores y las dimensiones				✓
8.METODOLOGIA	La estrategia usada responde al propósito del estudio.				✓
Opinión de Aplicación:					
Promedio de validación:					
Lugar y fecha: Cajamarca 08/11/2019	Firma del experto: 	DNI: 26 728 720	Teléfono: 950 205731		

FICHA DE OPINIÓN Y DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

De acuerdo a los aspectos indicados, cuál es la valoración que le da al instrumento. Marque con una(x) de acuerdo a las escalas establecidas donde corresponda según su criterio.

Apellido y Nombre del Experto	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del instrumento
Villaverde Spelucín Max Ricardo	Docente tiempo parcial UPN.	Guion de entrevista	Dona Fiorella Scherezada Rodríguez Raico.
Título: La influencia de la herramienta Facebook Live en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017". Espero su respuesta. Gracias de antemano.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

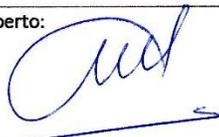
Indicadores	Criterios	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Excelente 4
1. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado				✓
2. OBJETIVIDAD	Es expresado en conductas observables				✓
3. ACTUALIDAD	Es adecuado al uso de la ciencia y el avance tecnológico				✓
4. ORGANIZACIÓN	Tiene una organización y lógica.				✓
5. SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos de calidad y cantidad.				✓
6. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teórico científicos.				✓
7. COHERENCIA	Los ítems guardan relación con los indicadores y las dimensiones			✓	
8. METODOLOGIA	La estrategia usada responde al propósito del estudio.			✓	
Opinión de Aplicación:	Se han hecho algunas anotaciones en la herramienta, que deberán ser subsanadas.				
Promedio de validación:					
Lugar y fecha:	Firma del experto:	DNI:	Teléfono:		
Cajamarca 08/11/2019		26728270	95020 5731		

FICHA DE OPINIÓN Y DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

De acuerdo a los aspectos indicados, cuál es la valoración que le da al instrumento. Marque con una(x) de acuerdo a las escalas establecidas donde corresponda según su criterio.

Apellido y Nombre del Experto	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
Villaverde Spalucín Alex Ricardo	Docente tiempo Parcial UPN	Encuesta	Dona Fiorella Scherezada Rodríguez Raico.
Título: La influencia de la herramienta Facebook Live en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017". Espero su respuesta. Gracias de antemano.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Indicadores	Criterios	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Excelente 4
1. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado				✓
2. OBJETIVIDAD	Es expresado en conductas observables				✓
3. ACTUALIDAD	Es adecuado al uso de la ciencia y el avance tecnológico				✓
4. ORGANIZACIÓN	Tiene una organización y lógica.				✓
5. SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos de calidad y cantidad.				✓
6. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teórico científicos.				✓
7. COHERENCIA	Los ítems guardan relación con los indicadores y las dimensiones				✓
8. METODOLOGIA	La estrategia usada responde al propósito del estudio.			✓	
Opinión de Aplicación:					
Promedio de validación:					
Lugar y fecha: Cajamarca 08/11/2019	Firma del experto: 	DNI: 26728220	Teléfono: 950905731		

5.3. Docente Claudia Coronado.

FICHA DE OPINIÓN Y DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

De acuerdo a los aspectos indicados, cuál es la valoración que le da al instrumento. Marque con una(x) de acuerdo a las escalas establecidas donde corresponda según su criterio.

Apellido y Nombre del Experto	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
Claudia Coronado L	Docente TC.	Guía de observación- Dimensión contenido	Dona Fiorella Scherezada Rodríguez Raico.
Título: La influencia de la herramienta Facebook Live en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017". Espero su respuesta. Gracias de antemano.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Indicadores	Criterios	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Excelente 4
1.CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado				X
2.OBJETIVIDAD	Es expresado en conductas observables				X
3.ACTUALIDAD	Es adecuado al uso de la ciencia y el avance tecnológico				X
4.ORGANIZACIÓN	Tiene una organización y lógica.				X
5.SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos de calidad y cantidad.				X
6.CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teórico científicos.				X
7.COHERENCIA	Los ítems guardan relación con los indicadores y las dimensiones				X
8.METODOLOGIA	La estrategia usada responde al propósito del estudio.				X
Observaciones:					
Promedio de validación:					
Lugar y fecha:	Firma del experto:	DNI:	Teléfono:		
2019-13-11		413243	963013752		

FICHA DE OPINIÓN Y DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

De acuerdo a los aspectos indicados, cuál es la valoración que le da al instrumento. Marque con una(x) de acuerdo a las escalas establecidas donde corresponda según su criterio.

Apellido y Nombre del Experto	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
Claudia Coronado J	Docente TC	Guía de observación- Dimensión interacción	Dona Fiorella Scherezada Rodríguez Raico.
Título: La influencia de la herramienta Facebook Live en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017". Espero su respuesta. Gracias de antemano.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Indicadores	Criterios	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Excelente 4
1.CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado				X
2.OBJETIVIDAD	Es expresado en conductas observables				X
3.ACTUALIDAD	Es adecuado al uso de la ciencia y el avance tecnológico				X
4.ORGANIZACIÓN	Tiene una organización y lógica.				X
5.SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos de calidad y cantidad.				X
6.CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teórico científicos.				X
7.COHERENCIA	Los ítems guardan relación con los indicadores y las dimensiones				X
8.METODOLOGIA	La estrategia usada responde al propósito del estudio.				X
Observaciones:					
Promedio de validación:					
Lugar y fecha:	Firma del experto:	DNI:	Teléfono:		
2019-13-11		41135248	96301352		

FICHA DE OPINIÓN Y DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

De acuerdo a los aspectos indicados, cuál es la valoración que le da al instrumento. Marque con una(x) de acuerdo a las escalas establecidas donde corresponda según su criterio.

Apellido y Nombre del Experto	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
Claudia Coronado L	Docente TC	Guía de observación- Dimensión personalización	Dona Fiorella Scherezada Rodríguez Raico.
Título: La influencia de la herramienta Facebook Live en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017". Espero su respuesta. Gracias de antemano.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Indicadores	Criterios	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Excelente 4
1. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado				X
2. OBJETIVIDAD	Es expresado en conductas observables				X
3. ACTUALIDAD	Es adecuado al uso de la ciencia y el avance tecnológico				X
4. ORGANIZACIÓN	Tiene una organización y lógica.				X
5. SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos de calidad y cantidad.				X
6. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teórico científicos.				X
7. COHERENCIA	Los ítems guardan relación con los indicadores y las dimensiones				X
8. METODOLOGIA	La estrategia usada responde al propósito del estudio.				X
Observaciones:					
Promedio de validación:					
Lugar y fecha:	Firma del experto:	DNI:	Teléfono:		
2019-13-11		41135243	963013752		

FICHA DE OPINIÓN Y DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

De acuerdo a los aspectos indicados, cuál es la valoración que le da al instrumento. Marque con una(x) de acuerdo a las escalas establecidas donde corresponda según su criterio.

Apellido y Nombre del Experto	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
<i>Daudia Coronado Lopez</i>	<i>Docente TC</i>	Encuesta	Dona Fiorella Scherezada Rodríguez Raico.
Título: La influencia de la herramienta Facebook Live en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017". Espero su respuesta. Gracias de antemano.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Indicadores	Criterios	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Excelente 4
1. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado				X
2. OBJETIVIDAD	Es expresado en conductas observables				X
3. ACTUALIDAD	Es adecuado al uso de la ciencia y el avance tecnológico				X
4. ORGANIZACIÓN	Tiene una organización y lógica.				X
5. SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos de calidad y cantidad.				X
6. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teórico científicos.				X
7. COHERENCIA	Los ítems guardan relación con los indicadores y las dimensiones				X
8. METODOLOGIA	La estrategia usada responde al propósito del estudio.				X
Observaciones:					
Promedio de validación:					
Lugar y fecha:	Firma del experto:	DNI:	Teléfono:		
<i>2019-13-11</i>	<i>[Firma]</i>	<i>411352548</i>	<i>963013752</i>		

FICHA DE OPINIÓN Y DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO:

De acuerdo a los aspectos indicados, cuál es la valoración que le da al instrumento. Marque con una(x) de acuerdo a las escalas establecidas donde corresponda según su criterio.

Apellido y Nombre del Experto	Cargo o Institución donde labora	Nombre del instrumento de Evaluación	Autor del Instrumento
Claudia Coronado	Docente TC	Guion de entrevista	Dona Fiorella Scherezada Rodriguez Raico.
Título: La influencia de la herramienta Facebook Live en el fortalecimiento de la imagen corporativa de la Cámara de Comercio y Producción de Cajamarca en el año 2017". Espero su respuesta. Gracias de antemano.			

ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

Indicadores	Criterios	Mala 1	Regular 2	Buena 3	Excelente 4
1. CLARIDAD	Está formulado con un lenguaje apropiado				X
2. OBJETIVIDAD	Es expresado en conductas observables				X
3. ACTUALIDAD	Es adecuado al uso de la ciencia y el avance tecnológico				X
4. ORGANIZACIÓN	Tiene una organización y lógica.				X
5. SUFICIENCIA	Cumple con los aspectos de calidad y cantidad.				X
6. CONSISTENCIA	Está basado en aspectos teórico científicos.				X
7. COHERENCIA	Los ítems guardan relación con los indicadores y las dimensiones				X
8. METODOLOGIA	La estrategia usada responde al propósito del estudio.				X
Observaciones:					
Promedio de validación:					
Lugar y fecha:	Firma del experto:	DNI:	Teléfono:		
13/11/2019		41135248	963 013 752		