



# ASÍ SE VIVIÓ EN REDES SOCIALES EL LANZAMIENTO DEL NUEVO LOGO DE MARCA PAÍS

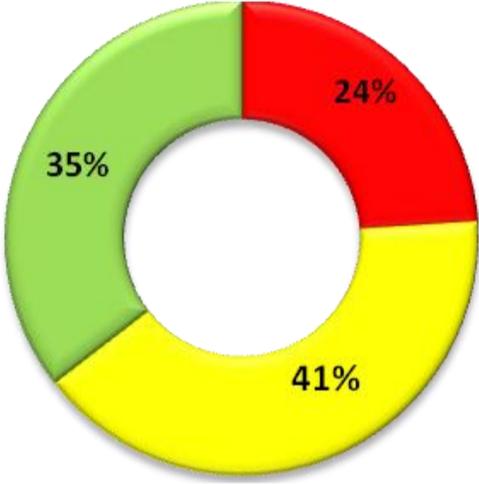


**Impacto mediático nuevo logo de "Marca País Colombia"**  
(entre el 03 al 16 de septiembre de 2012)

**Percepción general frente al lanzamiento del logo**

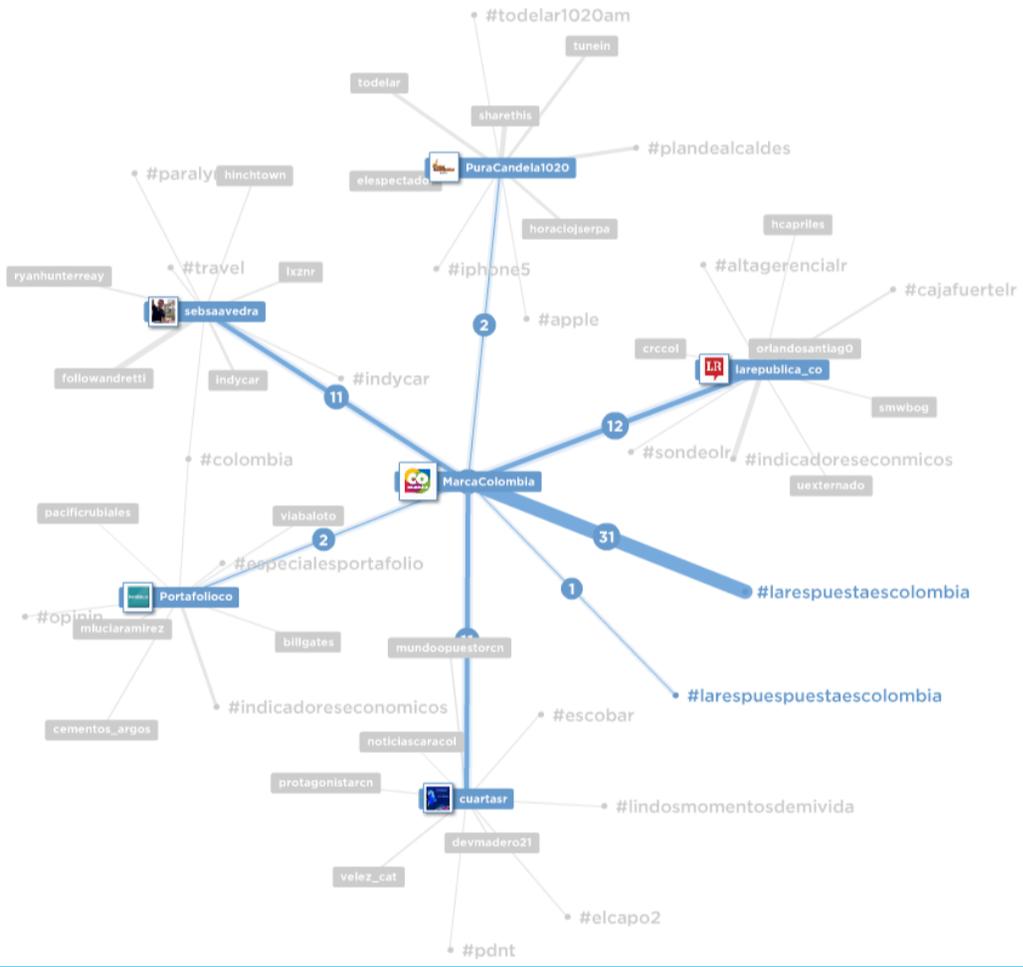
mercado nacional humanidad cultivar campeona santa recibamos cultural orgullo solución unesco italia #larespuestaescol... 95% colombia país pasión alta patinaje mundial marca 55% esmeraldas coronó sabías inversión mundo selección cultura somos patrimonio exporta @sebsaavedra

**@marcacolombia**

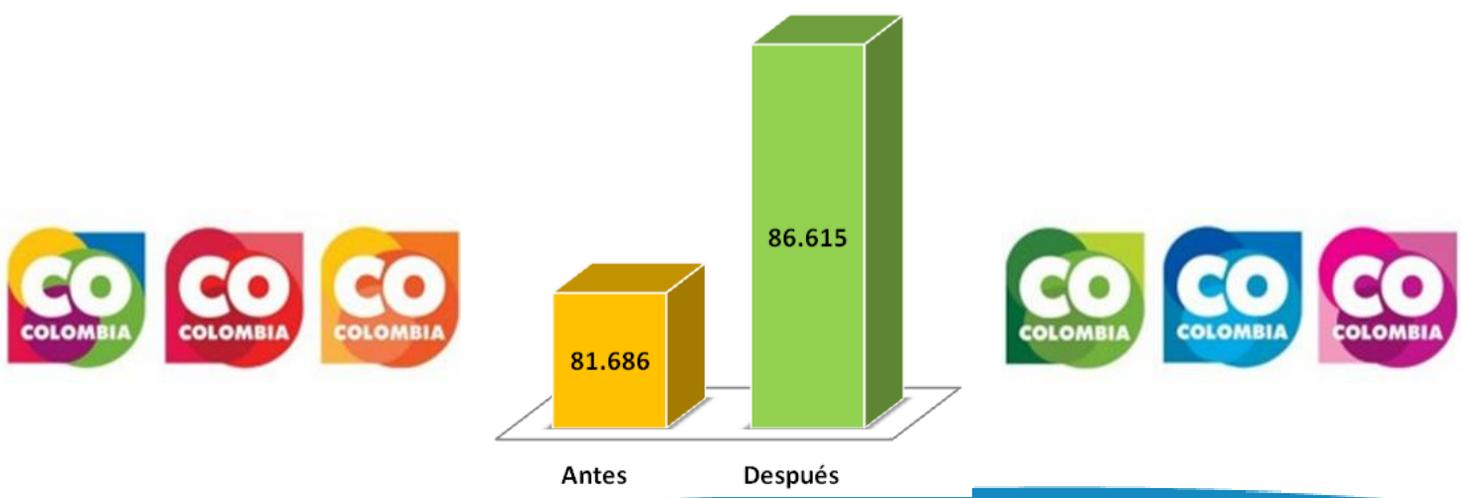


- Positivo
- Negativo
- Neutro

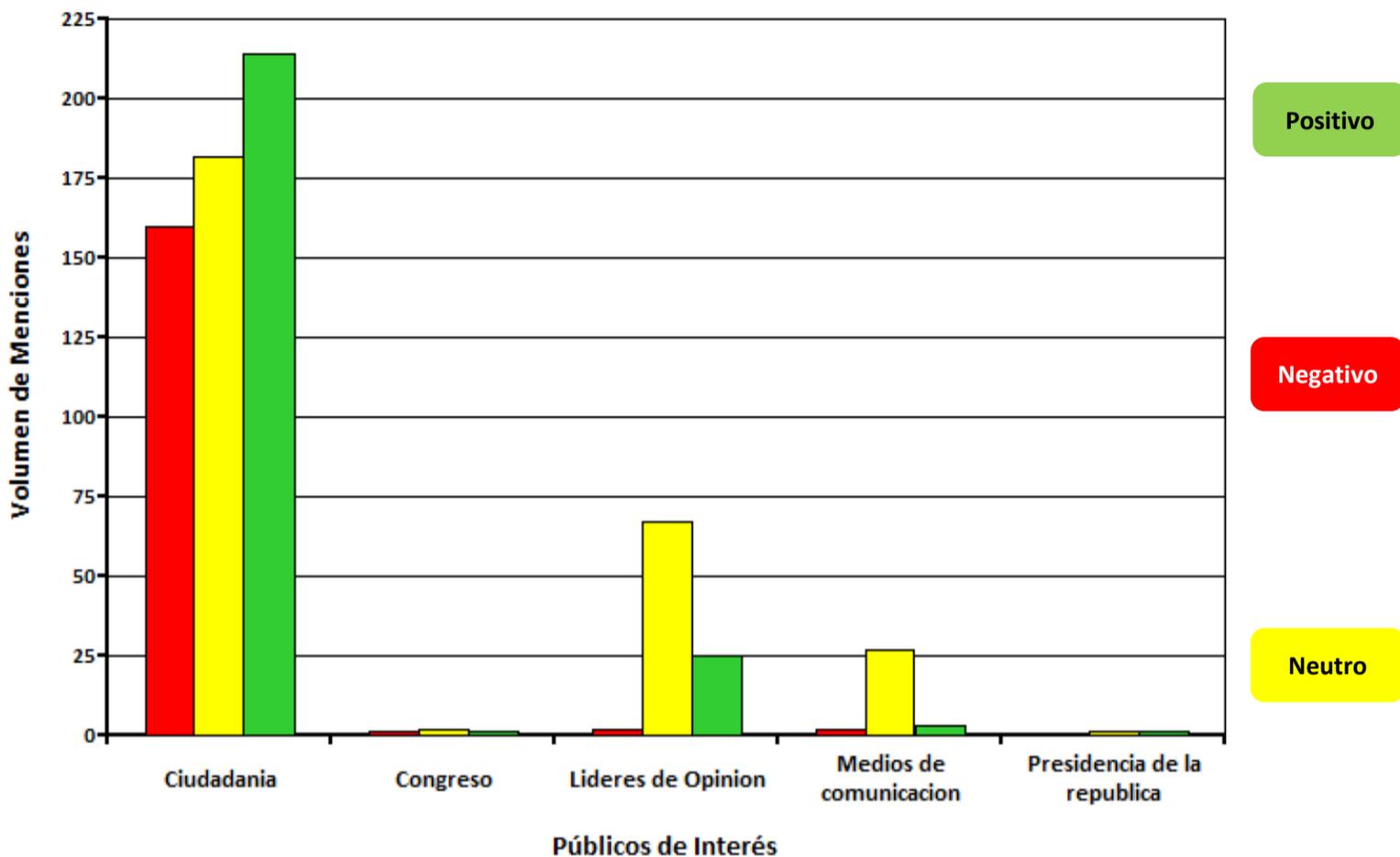
## Red de interacción cuenta oficial en Twitter de Marca País Colombia



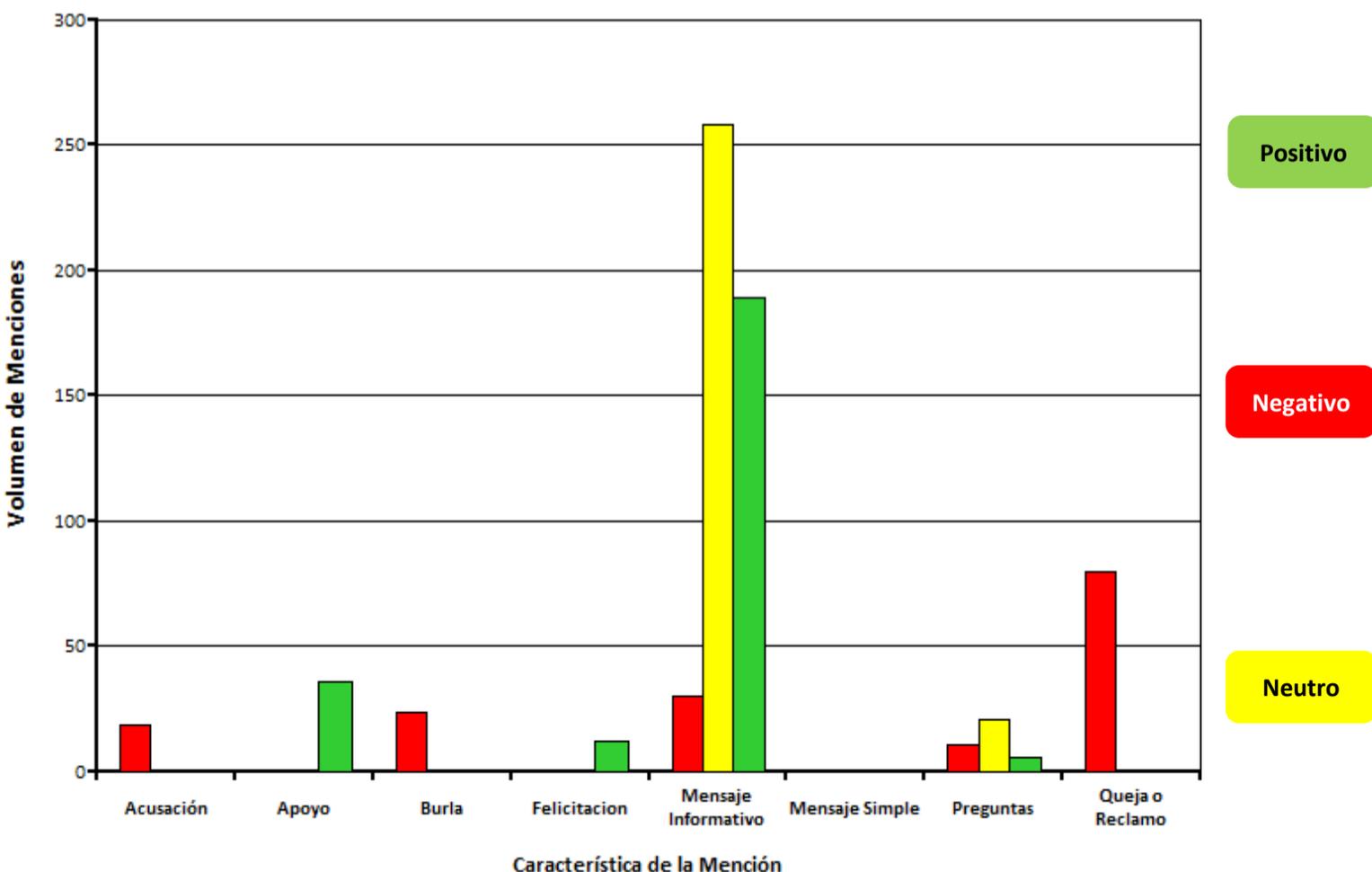
## Aumento de seguidores en Twitter de @MarcaColombia (desde el 06 al 16 de septiembre de 2012)



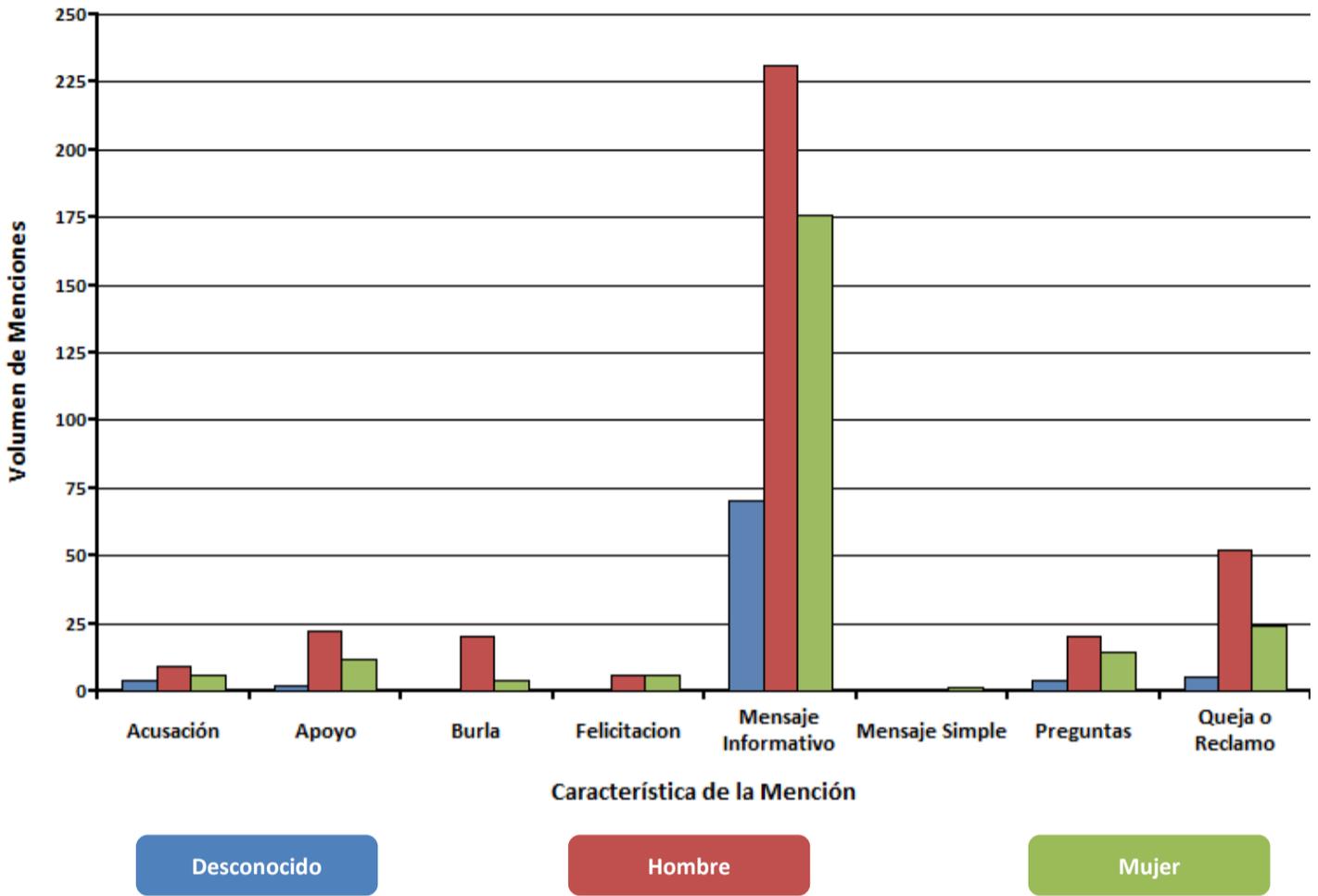
## Sentimiento asociado al público que opinó acerca del nuevo logo.



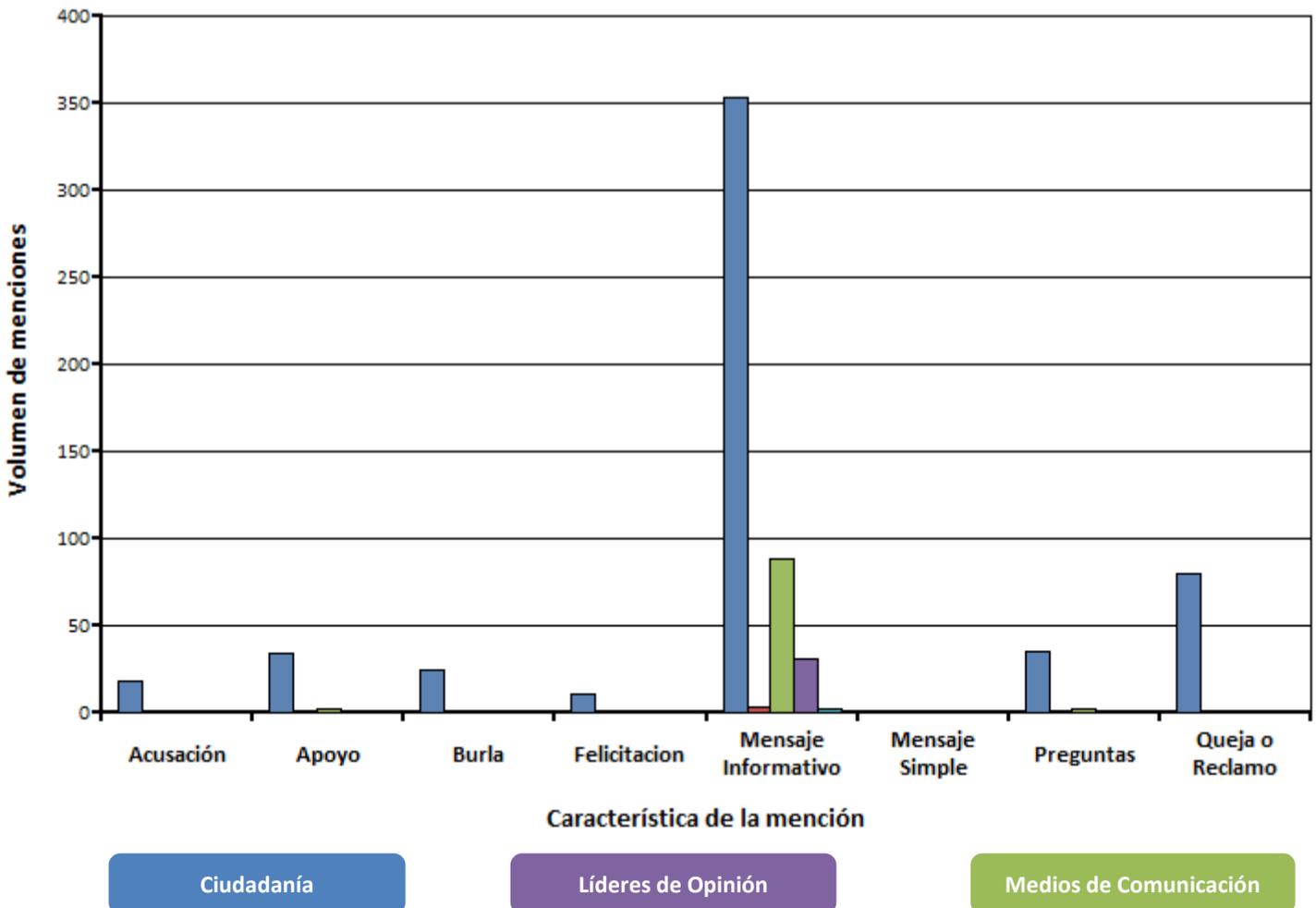
## Características de las menciones realizadas con relación al lanzamiento del nuevo logo y el sentimiento asociado



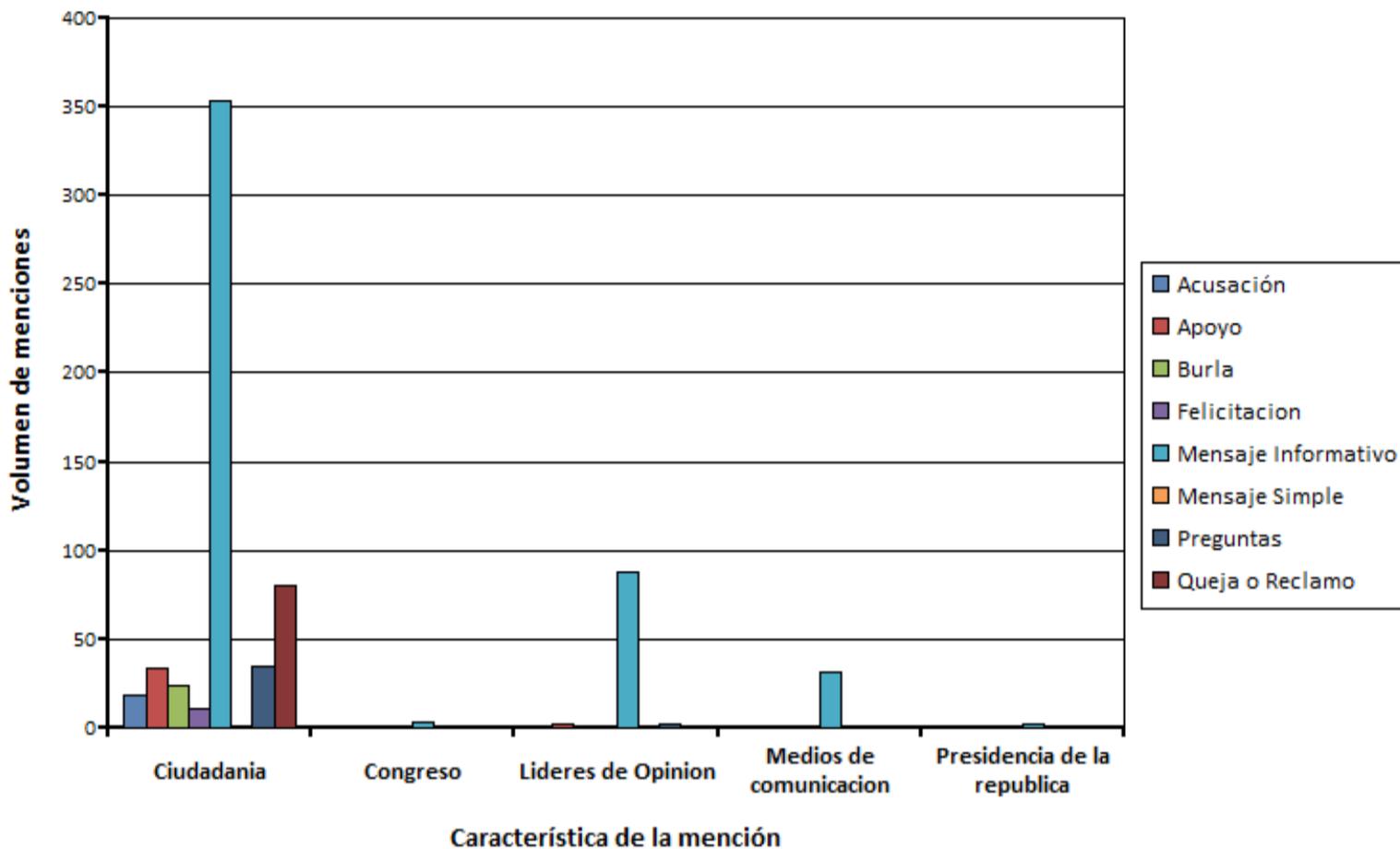
## Características de las menciones realizadas con relación al lanzamiento del nuevo logo y el genero asociado



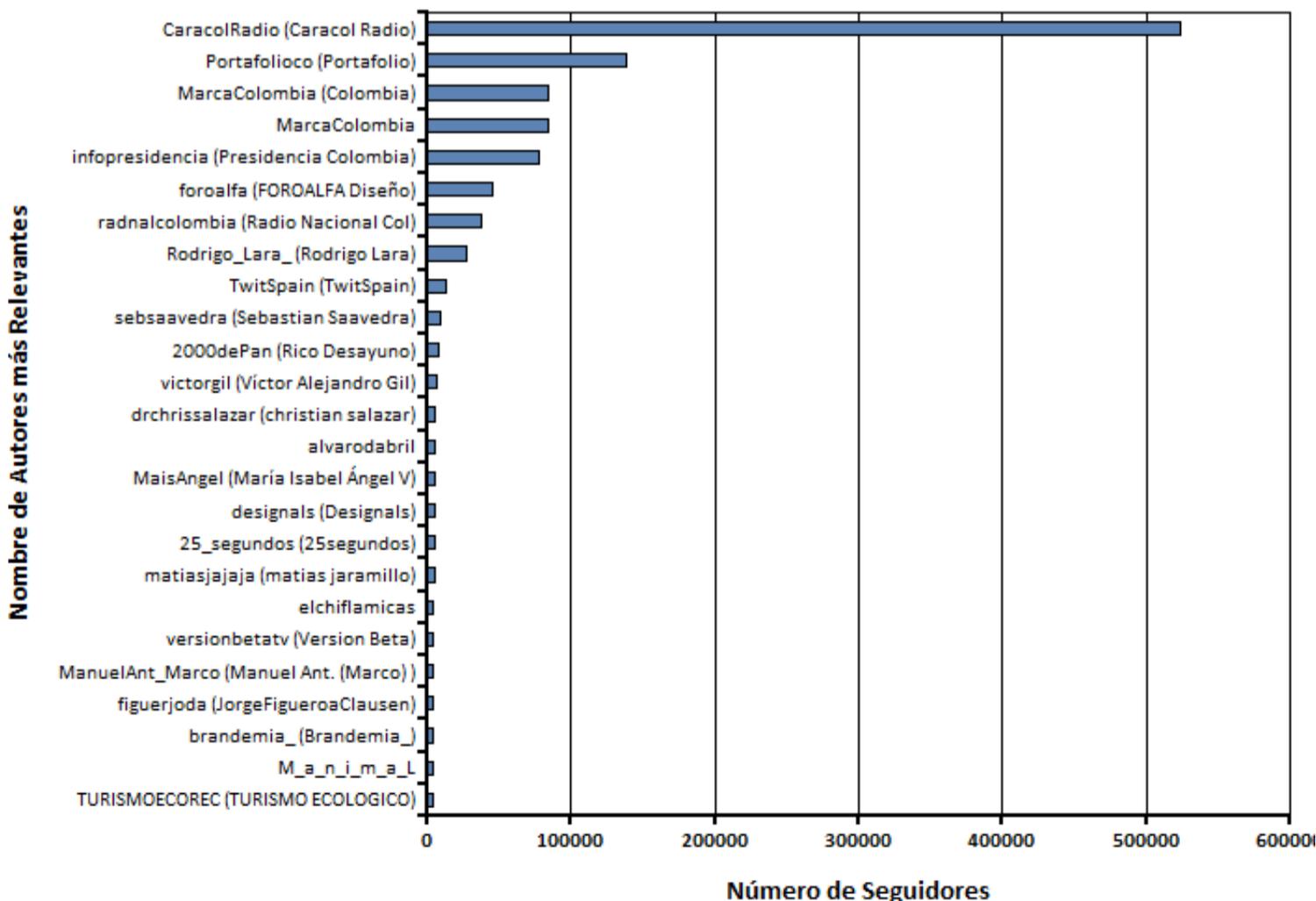
## Públicos de interés y las características de las menciones realizadas



## Públicos de interés y las características de las menciones realizadas



## Nombre de las personas o autores más relevantes por número de seguidores que hicieron mención del nuevo logo.





## ASÍ SE VIVIÓ EN REDES SOCIALES EL LANZAMIENTO DEL NUEVO LOGO DE MARCA PAÍS



### CONCLUSIONES

- El 41% del volumen total de las menciones corresponde a un carácter neutro, donde el contenido es informativo, acerca del lanzamiento del nuevo logo de Marca País. Un 35% de las menciones son de carácter positivo, donde la gente pública su aprobación y gusto por el nuevo logo y el 24% restante, corresponde a un sentimiento negativo, donde la información principal corresponde a quejas, burlas y disgustos respecto al logo.
- Se evidenció que el mayor volumen de menciones fueron realizadas por los ciudadanos, quienes en un 31% aprobaron la nueva imagen de Marca País Colombia. Sin embargo un 23% no estuvo de acuerdo con el logo.
- Así mismo los líderes de opinión en las redes sociales, se encargaron de socializar la información acerca del lanzamiento del logo. Los medios de comunicación también evidenciaron un nivel de participación significativo en cuanto a la retransmisión de la misma.
- Un 69% de la información analizada, es de carácter informativo, sin embargo se evidenció que un 12% de las menciones corresponden a quejas y reclamos frente al nuevo logo; hechas por los ciudadanos.
- Se identificó que los hombres registraron un mayor nivel de participación con un 52% frente al lanzamiento del nuevo logo de Marca País Colombia.

FICHA TÉCNICA	
<b>NÚMERO DE MENCIONES EXTRAÍDAS</b>	916
<b>NÚMERO DE MENCIONES ANALIZADAS</b>	689
<b>HERRAMIENTAS DE MONITOREO</b>	Para este estudio se utilizaron herramientas especializadas en rastreo de información de redes sociales.
<b>HERRAMIENTAS PROPIAS</b>	Herramientas propias de proceso y análisis: SMMS & SYCIP SISGECOM
<b>UNIVERSO</b>	Menciones de Blogs, Foros, Microblog, Prensa y Medios, Videos, Fotos Redes Sociales y Wiki.
<b>RANGO DE ESTUDIO</b>	Entre el 01 y 16 de Septiembre de 2012
<b>NOTA</b>	El 100% de las menciones fueron clasificadas y analizadas manualmente por politólogos expertos, con énfasis en redes sociales.



SISGECOM, es una compañía de comunicaciones especializada en servicio de gestión y análisis de medios sociales.

Para mayor información comuníquese al 643 31 37 o visítenos en [www.sisgecom.com.co](http://www.sisgecom.com.co)

También nos puede encontrar en Twitter:

**@Sisgecom\_pmi**

