

RIF: J 30647247-9



Universidad  
Monteávila

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA  
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROMOVER E IMPULSAR EL VÍNCULO ENTRE LA UNIVERSIDAD  
MONTEÁVILA Y LOS EGRESADOS A TRAVÉS DE FACEBOOK

Autores:  
Landaeta, Valentina  
Luna, Daniela

Profesor coordinador:  
Peña de Arias, María Eugenia

Caracas, 7 de marzo de 2016

## Contenido

1. RESUMEN.....	3
2. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO .....	4
3. ESTRATEGIA.....	10
4. MARCO CONTEXTUAL .....	12
4.1 Historia.....	12
4.2 Misión.....	12
Visión.....	13
Valores.....	13
4.3 Clientes .....	13
4.4 Estrategias usadas.....	14
4.5 Análisis DOFA.....	15
Debilidades:.....	15
Oportunidades: .....	15
Fortalezas:.....	16
Amenazas:.....	16
4.6 Mapa de públicos .....	16
5. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD.....	17
6. PROPUESTA.....	18
7. CONCLUSIONES.....	26
8. RECOMENDACIONES.....	27
9. REFERENCIAS .....	28
10. ANEXOS .....	30

## **1. RESUMEN**

El presente Proyecto Final de Carrera tiene como objetivo impulsar la comunicación que existe entre la Universidad Monteávila y los egresados. A lo largo de este proyecto se presentaron algunos obstáculos, que originaban una brecha entre el vínculo de estos mismos. El medio al cual se recurrió para impulsar la comunicación fue el portal de Facebook, que permite distintas funciones dentro de las necesidades que se buscaba satisfacer con respecto a las deficiencias en materia de comunicación Egresado-UMA. Dentro de esta red se puede dar a conocer eventos noticiosos, información de interés, el crecimiento de la Universidad, los logros dentro de los estudiantes y el personal que sigue formando parte de la Universidad Monteávila. Se dedicaron varias semanas a la recopilación de datos, contenido, imágenes, información, videos, pósteres de eventos, que serían publicados durante las semanas previas a la finalización de esta campaña. Estas semanas además de servir para publicar el contenido también se observaría la respuesta de los usuarios, positiva o negativa, que serviría de termómetro, para detectar que tipo de publicaciones son de interés para un egresado y que con el tiempo siga teniendo un alcance efectivo. La campaña consistió en generar contenido en Facebook que apelara a la emoción y recuerdo de los egresados para así observar las reacciones que tuvieran los mismos. Las reacciones observadas tuvieron un carácter positivo ya que se pudo ver el interés en las publicaciones y la interacción que generaron los mismos usuarios. Esta interacción fue el indicador de que la campaña que se estaba llevando a cabo logró su objetivo de evaluar la estrategia de comunicación a través de Facebook.

## **2. PRESENTACIÓN DEL PROYECTO**

Durante los años de estudio, la Universidad busca crear una relación que perdure en el tiempo mediante los lazos entre su personal y los alumnos, misas, eventos recreativos y/o académicos, espacios de convivencia, entre otros. La Universidad, durante el período académico les ofrece a sus alumnos las posibilidades de enriquecer sus conocimientos, establecer amistades y fortalecer su crecimiento integral, que al momento de graduarse se mantenga y no se olvide con los años.

Para la UMA es importante la relación que tiene con sus egresados porque estos son los que llevan su nombre y prestigio en alto, le dan vida a la Universidad y cada persona egresada que va a competir en el mundo laboral desempeña sus habilidades obtenidas en la misma. Los egresados son el motor que la impulsa a continuar con su labor educativa y a cosechar éxitos que solo la Universidad Monteávila puede ofrecer.

El proyecto planteado surge a partir de una falla que se encontró en la previa idea de la realización de nuestro primer Proyecto Final de Carrera, el cual se iba a tratar de contactar a los egresados de Comunicación Social para saber además de donde se encontraban, la posibilidad que tenían de realizar un aporte, ya sea económico, profesional, donaciones de equipos, entre otros. Dicha falla encontrada, fue específicamente en la base de datos que posee la Universidad con respecto a sus egresados, ya que esta no se encontraba actualizada y por ende se dificultaba la comunicación con los mismos.

Esta situación llevó a tomar un enfoque distinto en cuanto al Proyecto Final de Carrera, ya que era más importante como primer objetivo la necesidad de fortalecer el apego y la comunicación entre la Universidad y sus egresados. A pesar de la gran relación que existe durante el pregrado universitario y su *alma mater*, ésta misma suele decaer una vez que los alumnos se gradúan por distintas razones; no existe una relación del día a día, ni tampoco un vínculo directo con el personal de la Universidad Monteávila,

también muchos egresados parten hacia otras fronteras o simplemente las nuevas responsabilidades no se lo permiten.

Por consiguiente, como futuros egresados de la Universidad Monteávila, se vio la necesidad de crear un vínculo permanente y/o espacio entre los egresados y la Universidad. En este caso se decidió por una de las mejores vías de comunicación hoy en día que son las llamadas redes sociales, ya que la sociedad se encuentra en un mundo 2.0. Estas redes sociales son un servicio público global, interactivo y de fácil acceso donde el usuario puede crear un perfil público o privado dependiendo de sus intereses. Dentro de las redes pueden existir distintas relaciones entre los usuarios que la integren y mediante juegos en línea, chats, fotos, videos, pósteres, videos en tiempo real, mensajes instantáneos, etiquetas, videoconferencias y videollamadas para así interactuar con las publicaciones de su agrado mediante comentarios, “me gusta” y compartir las mismas.

Los medios que tiene la Universidad Monteávila para mantener el contacto con sus egresados son el Twitter @AE\_UMA, el cual su último *post* fue el 17 de julio del 2015 (véase Figura 1, pág.6). También existe la cuenta de la Universidad en Twitter @Monteavila, la cual se mantiene activa y actualizada (véase Figura 2, pág. 6). Por otro lado el Centro de Estudiantes también posee una cuenta de Twitter @CEUMonteavila, la cual puede ser de interés para los egresados para enterarse de eventos noticiosos ya que se encuentra actualizada (véase Figura 3, pág. 6). En Facebook, existen los usuarios como “Asociación de Egresados Universidad Monteávila”, el cual se encuentra desactualizado desde el 26 de Julio del 2014 (véase Figura 4, pág. 7), “Ceuma Universidad Monteávila” que se encuentra actualizado (véase Figura 5, pág. 7), “Universidad Monteávila” que también se encuentra actualizo (véase Figura 6, pág. 8) y por último “Egresados UMA” que estaba inactivo desde el 31 de julio del 2015 (véase Figura 7, pág. 8).

Figura 1: Captura de Pantalla último post @AE\_UMA en Twitter



Fuente: @AE\_UMA, Recuperada: 27 de Febrero del 2016 de: [https://twitter.com/AE\\_UMA](https://twitter.com/AE_UMA)

Figura 2: Captura de pantalla último post @Monteavila en Twitter



Fuente: @Monteavila, Recuperada: 27 de Febrero del 2016 de <https://twitter.com/Monteavila>

Figura 3: Captura de pantalla último post @ceumonteavila en Twitter



Fuente: @ceumonteavila. Recuperada: 4 de Marzo del 2016 de <https://twitter.com/ceumonteavila>

Figura 4: Captura de pantalla de la Página de Asociación de Egresados Universidad Monteávila en Facebook



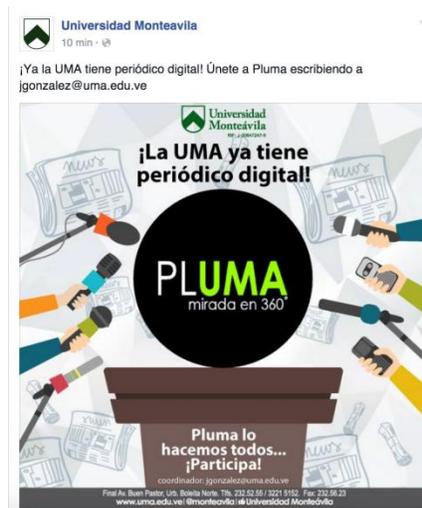
Fuente: Asociación de Egresados Universidad Monteávila. Recuperada: 3 de Marzo del 2016 de <https://www.facebook.com/ae.monteavila/?fref=ts>

Figura 5: Captura de pantalla de la Página de Ceuma Universidad Monteávila en Facebook



Fuente: Ceuma Universidad Monteávila. Recuperada: 4 de Marzo del 2016 de <https://www.facebook.com/ceuma.universidadmonteavila?fref=ts>

Figura 6: Captura de pantalla de la Página de Universidad Monteávila en Facebook



Fuente: Universidad Monteávila. Recuperada: 4 de Marzo del 2016 de <https://www.facebook.com/monteavilaweb/?fref=ts>

Figura 7: Captura de pantalla de la Página de Egresados UMA en Facebook



Fuente: Egresados UMA. Recuperada: 3 de Febrero del 2016 de <https://www.facebook.com/egresados.uma?fref=ts>

Una vez acordado los objetivos del proyecto se tomó la decisión de emplear el portal de Facebook como nuestro principal medio de comunicación con los egresados, ya que este se adaptaba a las necesidades y/o requisitos que tiene como meta el proyecto. Facebook actualmente tiene 1.591 millones de usuarios en todo el mundo manteniendo el liderazgo de las redes sociales según el Congreso Iberoamericano de Redes Sociales. (EFE, 2016)

Para diciembre 2013 Venezuela contaba con 10.800.000 usuarios en Facebook de los cuales el 54 % son mujeres y el 46 % son hombres. El país se encontraba en la posición 28 de la clasificación mundial de Facebook. (Curiosa Rivers, 2013)

Se escogió el portal de Facebook “Egresados UMA” porque se buscaba tener esa dirección bidireccional que es indispensable entre la Universidad Monteávila y sus egresados, ya que dentro de esta red se puede subir imágenes y videos de espacios, actividades, miembros y personal de la Universidad. Además se puede crear un lugar de encuentro entre los egresados, compartir publicaciones de las distintas cuentas de la Universidad, publicar contenido en materia académica que pueda beneficiar a los egresados de manera educativa, compartir con los usuarios que han obtenido los estudiantes de la UMA, entre otros.

En cuanto a la estrategia planteada, se decidió llevar a cabo estas publicaciones diariamente en el portal a través del usuario “Egresados UMA”, buscando como meta principal una respuesta o intercambio de comunicación entre la Universidad y sus egresados.

Figura 8 : Captura de pantalla de la Página de Egresados UMA en Facebook



Fuente: Egresados UMA. Recuperada 27 de Febrero del 2016 de <https://www.facebook.com/egresados.uma>

### 3. ESTRATEGIA

En los inicios de este Proyecto Final de Carrera el principal objetivo era la búsqueda de aporte, en todos sus aspectos, de parte de los egresados hacia la Universidad Monteávila. Se consideró una excelente iniciativa para el crecimiento de la Universidad por parte de todos, ya que ésta busca crecer por y a través de sus egresados, y es debido a esa razón que se buscó contactar a cada uno de los exalumnos mediante una encuesta enviada (véase Figura 9) a sus correos electrónicos que se encontraban en la base de datos que posee la Universidad; sin embargo a medida que se seguían los pasos para llegar al objetivo, se presentó un inconveniente que no permitió llegar al resultado final. Dicho percance fue que la base de datos se encuentra desactualizada por lo que la encuesta enviada a los correos electrónicos no llegó a su destino final, y por ende no se pudo cumplir con la meta esperada.

Figura 9: Captura de pantalla de la Encuesta Asociación de Egresados UMA en Survey Monkey

Asociación de Egresados UMA

1. Nombre y Apellido

2. ¿Dónde vives actualmente?

Venezuela

Extranjero

3. ¿A qué te dedicas actualmente?

4. ¿Estarías dispuesto a ayudar a tu universidad?

Si

No

5. De ser afirmativa tu respuesta anterior ¿Con qué estarías dispuesto a ayudar?

Equipos

Charlas

Clases

Donación económica

Otro (especifica)

Listo

Fuente: Encuesta Asociación de Egresados UMA. Recuperada el 15 de Diciembre del 2015 de <https://es.surveymonkey.com/r/6C5HQ33>

Esto genera una falla en la comunicación UMA-Egresado, por lo que para recuperar esa comunicación se buscó recurrir a otro objetivo el cual fue impulsar y afianzar ese vínculo comunicativo con los exalumnos mediante una vía de comunicación que existía, pero se encontraba inactiva. Esta vía, es la llamada red social Facebook que permite además de comunicar información de interés para los egresados, apelar a los recuerdos como estudiante mediante imágenes y videos que fortalezcan el apego por la Universidad.

Para llegar al propósito planteado se debían cumplir ciertos pasos; buscar contenido que ligara a los egresados con la Universidad y viceversa, elaborar y redactarlo en una tabla para así mantener un orden, programar dicho contenido según el día y la hora establecida, y por último esperar las reacciones e interacciones de los usuarios.

## **4. MARCO CONTEXTUAL**

La Universidad a lo largo de su trayectoria se ha caracterizado por crear una excelente base para la relación que tiene con sus alumnos y sus egresados. Esta relación se basa en generar aptitudes académicas, formar una personalidad integral y fortalecer las relaciones interpersonales. La Propuesta para este Proyecto Final de Carrera es promover e impulsar el vínculo entre la Universidad Monteávila y sus egresados.

### **4.1 Historia**

La Universidad Monteávila es una institución privada, perteneciente al Opus Dei "... la cual es una organización que forma parte de la Iglesia Católica fundada el 2 de octubre de 1928 por Josemaría Escrivá de Balaguer, su significado es Obra de Dios". (Opus Dei, 2016) Esta casa de estudios fue fundada el 2 de Octubre de 1998 en la ciudad de Caracas, Venezuela. El pénsum que ofrece la Universidad es integral y cuenta con 4 carreras; Comunicación Social, Administración, Educación y Derecho.

### **4.2 Misión**

La Universidad Monteávila es una institución venezolana de educación superior, sin fines de lucro y con personalidad jurídica propia, dedicada a la formación integral de todas las personas de su comunidad, incluyendo la formación académica y científica de profesionales competentes en sus áreas de especialidad. Se constituye como una comunidad de personas y saberes integrados por unas relaciones interpersonales signadas por el trabajo esforzado y conjunto, ordenado hacia la meta común que es el saber, por cuanto se propone despertar y estimular en todos sus miembros el amor a la "sabiduría", estableciendo entre ellos relaciones vivificadas por el amor de amistad, que comportan querer bien al amigo y querer el bien del amigo.

## **Visión**

Conformar una comunidad de personas que promuevan y acojan la más variada multiplicidad de disciplinas en un permanente diálogo y armónica cooperación y que, junto a la profundización en los fundamentos y causas últimas de la realidad, aspiren a la plenitud del saber y del bien, dispuestos generosamente al servicio de la humanidad y del país.

## **Valores**

Entre los valores más apreciados que orientan la vida universitaria de la Monteávila destacan:

- Reconocimiento de la eminente dignidad de la persona humana.
- Trabajo esforzado ordenado al saber.
- Promoción de la unidad de vida.
- Conocimiento de la verdad.
- Búsqueda y práctica del bien.
- Contemplación de la belleza.
- Aceptación integral y respetuosa del misterio del ser humano.
- Atención permanente a la realidad.
- Acompañamiento personal en el desarrollo de cada uno hacia la plenitud de sus potencialidades.
- Convivencia afectuosa que deriva del conocerse y servirse mutuamente.

### **4.3 Clientes**

Un egresado es aquel estudiante que se forma durante un tiempo determinado en una institución y finaliza dentro de la misma sus estudios. Una vez que el estudiante se gradúa, la institución busca establecer de manera continua una comunicación para mantener los lazos entre los mismos. Los clientes de este proyecto final de carrera son, hombres y mujeres, jóvenes y adultos contemporáneos, a la fecha 1.545 de Pregrado y 665 de Posgrado, que se encuentren en Venezuela o en el extranjero y sean egresa-

dos de la Universidad Monteávila, ya que esta misma impulsó el proyecto para continuar y crear una ventana de comunicación entre los exalumnos y la Universidad, por ello las publicaciones que se realizaron en el usuario de Egresados UMA de Facebook van dirigidas a estos mismos, al igual que mantener el contacto y que el vínculo UMA-Egresado persista con el tiempo.

#### **4.4 Estrategias usadas**

Durante una entrevista realizada en la Universidad Monteávila, el miércoles 2 de marzo del 2016, al profesor Joaquín Rodríguez, nos afirmó que las estrategias que se han empleado previamente para la comunicación con los egresados son dos asambleas por año, pero muchas veces ha habido percances o situaciones irregulares que impiden que alguna de estas se lleve a cabo en el tiempo estimado por lo tanto a pesar de ser de gran ayuda para el reencuentro UMA-Egresado no es del todo exitoso en su propósito ya que el quorum a veces no es el esperado. Esta asamblea limita aquellos que viven en el extranjero al no poder asistir y no poder reencontrarse con su Universidad y sus excompañeros.

Por otro lado, existe la Asociación de Egresados, la cual es una entidad jurídica, que se creó en el año 2004 cuando se graduó la primera promoción, con el fin de que cada uno de los egresados forme parte de esta asociación tanto de pregrado como posgrado sin costo alguno. Al momento del acto de grado, el estudiante firma un acta para pertenecer a la Asociación de Egresados.

También se creó la revista Enlace, la cual es una revista digital que pretende mantener al día al egresado sobre eventos sociales y/o académicos. Dicha iniciativa no tiene la efectividad esperada ya que las publicaciones no son con la frecuencia prometida ni contenido dinámico.

Otras de las estrategias usadas es contactar a los egresados por medio de sus números telefónicos o correos electrónicos para invitarlos a eventos, charlas, asamble-

as o simple información de su interés, pero esta podría ser una limitante ya que la base de datos de los egresados no se encuentra actualizada.

Por último, se ofrece un beneficio de un 30 % de descuento en posgrados, diplomados, cursos, talleres y seminarios a las personas egresadas de la Universidad.

#### **4.5 Análisis DOFA**

##### **Debilidades:**

- Base de datos de los egresados se encuentra desactualizada.
- Departamento de posgrados vacante.
- No existe manejo continuo de la página de Facebook.
- Facebook no posee la mayor cantidad de egresados en comparación a la asociación de egresados.
- Poca actualización de la página web de la universidad en materia de egresados.
- No se tiene una estrategia comunicacional efectiva en las redes sociales.
- Pérdida de contenido innovador.
- Un porcentaje pequeño de egresados no pertenece a la red social.
- Déficit comunicacional UMA-Egresado.
- Publicaciones de contenido que no sean de interés para un egresado.

##### **Oportunidades:**

- Al ser una universidad pequeña, la estrategia de comunicación es más rápida y efectiva.
- Apego emocional de los egresados.
- Búsqueda de aportes dentro del mismo egresados.
- Mantener al tanto a los egresados de los logros de la UMA y sus estudiantes.

- Mantener un programa activo con estudiantes para el manejo de las redes sociales

#### **Fortalezas:**

- Existe un departamento de posgrados.
- La universidad cuenta con redes sociales.
- La universidad posee una página web.
- Futuros egresados en llevar un contenido innovador y dinámico.
- Estudiantes activos y dispuestos al manejo de redes sociales.
- Buenas relaciones con el personal académico.

#### **Amenazas:**

- No hay suficiente ingreso de estudiantes.
- Si desaparece la red social habría un espacio menos para comunicarnos.
- Porcentaje de egresados no viven en Venezuela.

#### **4.6 Mapa de públicos**

- Egresados
- Personal académico
- Asociación de Egresados
- Otras Universidades
- Empresas

## **5. DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD**

Una vez que el estudiante se gradúa, en muchos casos, se pierde el contacto con la Universidad debido a que su vida toma un nuevo camino en materia profesional y personal por lo que la casa de estudios y sus recuerdos pasan a un segundo plano. Esto también puede ser ocasionado ya que la misma no ha tomado las prevenciones necesarias para evitar que esta comunicación se pierda con el tiempo. Mediante este proyecto se evaluó esta situación y como poder llegar de manera rápida y efectiva a los egresados, ya que muchos de ellos se encuentran fuera del país y no pueden mantener ese más cercano directo a diferencia de los que se encuentran todavía en Venezuela.

Se detectó que durante los años se ha tratado de mantener esta relación, más no se ha prolongado lo suficiente como para convertirse en una comunicación permanente, ya que los mecanismos empleados no han sido de interés ni atractivo para los egresados.

En el caso de este proyecto se enfocó en la red social Facebook que se encontró inactiva durante unos meses, pero seguía manteniendo los contactos y por ello se pudo aprovechar para rescatarla y emplearla como un medio efectivo para sus egresados. Dentro de esta misma se puede comunicar a los egresados algo que se esté llevando actualmente dentro de la universidad, algún acontecimiento de interés, poner en contacto a los mismos egresados, permitir un espacio donde nos puedan comunicar sus solicitudes, requerimientos, recomendaciones, entre otros.

Este proyecto puede atender las necesidades que tengan la universidad y sus egresados si se prolonga con el tiempo.

## 6. PROPUESTA

La propuesta principal de este proyecto es fortalecer y crear un lazo sentimental mediante la red social Facebook al publicar *posts* que apelen a la emoción de nuestros egresados y sus recuerdos en su *alma mater*.

Como punto de partida de este plan de acción, se organizó de manera que las publicaciones tengan un orden y queden preestablecidas en un cronograma llamado *grilla* que fue creada en el portal de Google Drive, asemejándose a una tabla Excel.

Egresados UMA					
Fecha	Tipo	Red Social	Publicación	Link	Imagen o video
3/02/2016	Social	FB			
	Académico	FB			
	Social	FB			
	Social	FB			
	Encuesta	FB			
4/02/2016	Social	FB			
	Académico	FB			
	Social	FB			
	Social	FB			
	Encuesta	FB			
5/02/2016	Social	FB			
	Académico	FB			
	Social	FB			
	Encuesta	FB			

Ejemplo de grilla

Esta grilla está diseñada con 7 columnas que corresponden a:

- Fecha, donde se encuentran los días durante los cuales se realiza la campaña en Facebook.
- Tipo, representa el área, llámese académica, social y de encuesta a la cual va a hacer referencia la publicación.
- Red social, representa el medio digital donde se publica el contenido, en este caso corresponde a Facebook ya que es donde se enfoca nuestra campaña.
- Publicación, el contenido escrito que lleva el respectivo *post*.
- Enlace, es el hipervínculo que lleva una publicación direccionando a una página web.
- Imagen o video, es el contenido multimedia que acompaña la publicación.

Durante la campaña se realizaron 5 publicaciones diarias de lunes a viernes con distintos horarios durante el día, durante 4 semanas, ya que se considera que cada publicación después de 2 a 2.5 horas de ser publicada empieza a perder audiencia, y es por ese motivo que se debe publicar en diferentes momentos del día para así hacer más visible y atractivo el usuario.

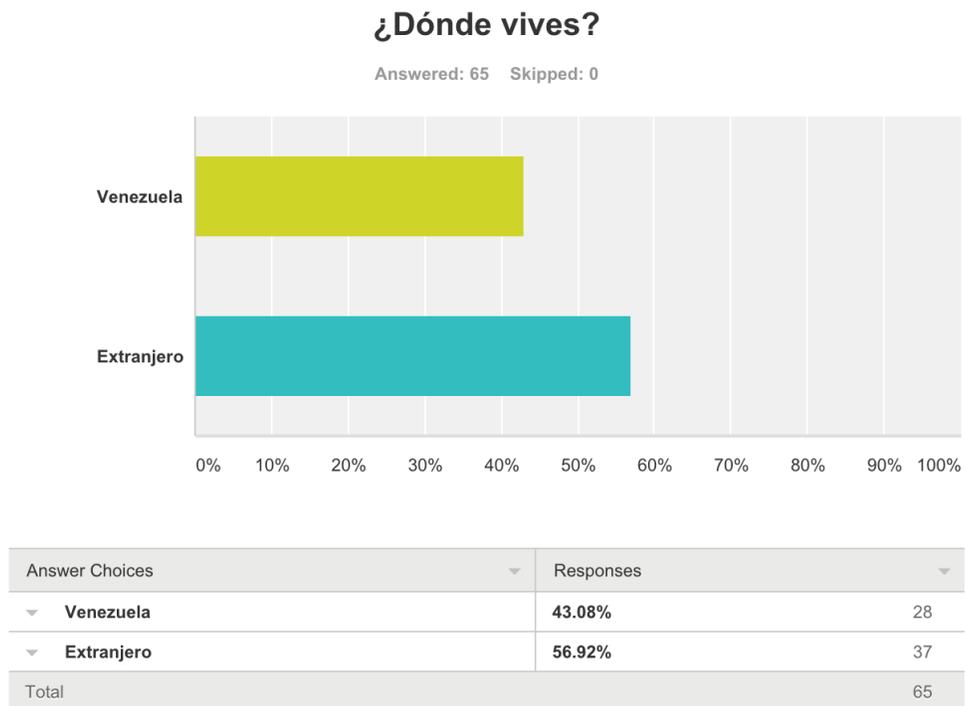
Las publicaciones que se llevaron a cabo consistían en información académica, referentes a la Universidad Monteávila y sus actividades, por ejemplo invitando a los egresados a los posgrados y diplomados que ofrece la Universidad, charlas, exposiciones y conversatorios que pueden ser de interés para su vida profesional o cotidiana al igual que el crecimiento académico que les puede ofrecer. Por otro lado, también se publicó contenido social referente a los emprendimientos de los egresados y eventos sociales dentro de la universidad que tocaran el corazón de cada uno de los exalumnos y sus recuerdos como universitarios; por ejemplo los espacios dentro de la Universidad que integran la vida como universitario UMA, el personal docente y de servicio que se han convertido en iconos para los estudiantes a lo largo del tiempo. Las imágenes publicadas son acerca de espacios, pósteres referentes a charlas, diplomados o posgrados, previamente mencionados, y personas emblemáticas de la universidad con la que los egresados se sintieran identificados apelando a sus sentimientos y memoria. Además, se hicieron los llamados *repost*<sup>1</sup> que estuvieran ligados o que pudieran ser de beneficio para los egresados de manera educativa o recreativa. Por otro lado, entre las publicaciones hubo una pequeña encuesta para conocer donde trabajan y donde se encuentran viviendo los egresados. (Véase Figura 10)

1 *repost*: publicar de nuevo un contenido

Figura 10: Captura de pantalla de la Encuesta Egresados UMA en Survey Monkey

Fuente: Egresados UMA. Recuperada el 4 de Marzo del 2016 de <https://es.surveymonkey.com/r/6C5HQ33>

Figura 11: Captura de pantalla de la Encuesta Egresados UMA en Survey Monkey



Fuente: Egresados UMA. Recuperado el 4 de Marzo del 2016 de [https://www.surveymonkey.com/analyze/IZB6wnu\\_2BuN970y7Qr\\_2FpwOVKdo60O6HJSExiLC5cnADE](https://www.surveymonkey.com/analyze/IZB6wnu_2BuN970y7Qr_2FpwOVKdo60O6HJSExiLC5cnADE)

Según las respuestas recibidas en la encuesta, 65 en su totalidad, se percató que el 56.92 % de los Egresados viven en el extranjero.

La estrategia de este proyecto se desenvuelve bajo los siguientes pasos:

1. Establecer qué tipo de contenido se requiere en las publicaciones para conocer qué información y datos se requiere recopilar.
2. Crear una encuesta para conocer donde viven los egresados y donde trabajan.
3. Redactar en la *grilla* el texto que será publicado coherente con las fechas establecidas. Por ejemplo, el aniversario de Radio UMA.
4. Una vez establecido el contenido, se debe ubicar de donde se puede obtener dicha información, ya sea con identidades de la universidad o por medio del portal web de la Universidad Monteávila. En caso de ser multimedia ir hacia el espacio para documentarlo. Si se va a compartir información de evento, de una persona o de otro usuario contactar al responsable de la misma para la autorización de la publicación.
5. Al obtener el contenido necesario, se debe programar semanalmente a través de una aplicación que gestione redes sociales mediante la web o un móvil.
6. Una vez programadas, se debe supervisar que se hayan publicado en el momento establecido y sin errores que pueden perjudicar la transmisión de la información.
7. Establecer un horario durante el día dedicado a entrar al portal de Facebook y evaluar la interacción que han recibido las publicaciones ya sean comentarios, “me gusta”, mensajes directivos y publicaciones compartidas. Es importante resaltarle a los egresados que existe un *feedback* y comunicación interpersonal mediante la respuesta de sus comentarios y “me gusta”.

Nota: En dado caso que surja una publicación más relevante que cualquier de las pre-establecidas se puede sustituir y aquella que estaba pautada se programa para otro día y así se aprovecha el contenido al máximo.

Entre las publicaciones más destacadas se encuentran las siguientes (véase página 22):

- Publicación con más “me gusta”

Figura 12: Captura de pantalla de la Página de Egresados UMA en Facebook



Fuente: Egresados UMA. Recuperada el 4 de Marzo del 2016 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=454471808087218&set=pb.100005732076721.-2207520000.1457126848.&type=3&theater>

- Publicación con más comentarios:

Figura 13: Captura de pantalla de la Página de Egresados UMA en Facebook



Fuente: Egresados UMA. Recuperada el 4 de Marzo del 2016 de <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=456084387925960&set=pb.100005732076721.-2207520000.1457126848.&type=3&theater>

- Publicación más compartida:

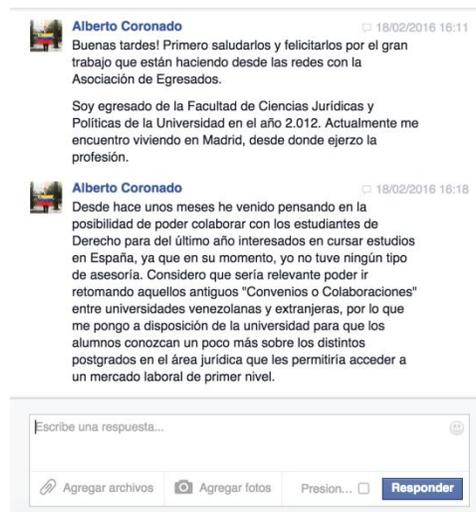
Figura 14: Captura de pantalla de la Página de Egresados UMA en Facebook



Fuente: Egresados UMA. Recuperada el 4 de Marzo del 2016 de <https://www.facebook.com/egresados.uma/posts/455118874689178>

- Mensajes directos recibidos con diversos intereses:

Figura 15: Captura de pantalla de la Página de Egresados UMA en Facebook



Fuente: Egresados UMA. Recuperada el 4 de Marzo del 2016 de

Figura 16: Captura de pantalla de la Página de Egresados UMA en Facebook



Fuente: Egresados UMA. Recuperada el 4 de Marzo del 2016 de

- Post con menos “me gusta”

Figura 17: Captura de pantalla de la Página de Egresados UMA en Facebook



Fuente: Egresados UMA. Recuperada el 4 de Marzo del 2016

El uso de etiquetas fue indispensable en cada una de las publicaciones, para así crear vínculos entre ellas. Se buscó crear un *feedback* con los egresados mediante los comentarios y los mensajes directos. También se empleó dar “me gusta” a los comen-

tarios positivos recibidos y también en *posts* referentes a los egresados donde se etiquetaba al usuario “Egresados UMA”. Además del contenido, se compartieron las publicaciones de las cuentas del Centro de Estudiantes y de la Universidad Monteávila para dar a conocerlas y establecer un vínculo entre las distintas cuentas de la universidad.

Al finalizar esta campaña, que se llevó a cabo durante 4 semanas, se pudo notar que las publicaciones sociales son más aceptadas a diferencia de las académicas. Esto se debe a que nuestro público busca publicaciones recreativas, donde puedan interactuar entre los mismos usuarios, estar al tanto del crecimiento de la Universidad y del personal que sigue siendo parte de la UMA.

Este proyecto permitió restablecer el apego de los egresados con la Universidad Monteávila y se debe mantener estos lazos que pueden sobrepasar fronteras.

## **7. CONCLUSIONES**

Este proyecto comenzó con una idea simple, recuperar a nuestros egresados. Se desconocía la importancia que puede tener la comunicación entre la Universidad y aquellos que alguna vez formaron parte de ella, pero a lo largo de este camino se observó que el contenido era recibido de manera positiva y aceptado por todos aquellos usuarios de Egresados UMA, lo cual indicó que estos mismos deseaban seguir conectados y enterados de lo que sucede con su *alma mater* a pesar de estar tan cerca o tan lejos de ella.

A medida que se fue desarrollando la campaña, la audiencia fue demostrando y guiando sobre qué tipo de contenido deseaba y apreciaba recibir mediante una simple evaluación entre; las publicaciones con más “me gusta”, las publicaciones con más comentarios, las publicaciones más compartidas y las publicaciones que no tenían ninguno tipo de interacción.

A raíz de estos resultados se pudo notar que para el portal de Facebook, que posee este tipo de audiencia, se debe elaborar un contenido meramente social, que apele a los recuerdos, la emoción y al entretenimiento ya que lo que se considera que los usuarios de “Egresados UMA” buscan a través de esta red social, es una distracción de su vida cotidiana y profesional.

Este proyecto dejó enseñanzas y experiencias para poder manejar una red social tan dinámica e interactiva, como tratar con un tipo de público como el de “Egresados UMA” que busca recuperar el apego emocional con su universidad, como a través del contenido que se crea se puede generar reacciones positivas o negativas.

Hay veces que los caminos que tomamos pueden presentar obstáculos y retos en el mismo, pero estos son solo pruebas para demostrar las ganas y la convicción que se tienen cuando un proyecto trae consigo una meta positiva para uno mismo y para los demás.

## **8. RECOMENDACIONES**

- Buscar alguien especializado en redes sociales para el manejo de:
  - Usuario de Facebook “Egresados UMA”
  - Twitter Asociación de Egresados
- Actualización de:
  - Revista Enlace
  - Asociación de Egresados
  - Base de datos de los egresados
  - Página web referente a posgrado, diplomados, cursos entre otros
- Continuidad de futuros proyectos para el acercamiento con los egresados de la Universidad Monteávila.
- Establecer una estrategia de incentivo para que los egresados se suman a los posgrados y/o diplomados que ofrecen la universidad.

## 9. REFERENCIAS

- [Eldeber.com.bo](http://www.eldeber.com.bo). (2016). *Facebook, líder mundial en redes sociales*. Fecha de consulta 1 de Marzo del 2016. Disponible en la web <http://www.eldeber.com.bo/tendencias/facebook-lider-mundial-redes-sociales.html>
- Flores Cueto, J., Morán Corso, J., & Rodríguez Vila, J. (2009). *Las Redes Sociales. Observatorio de las tecnologías en la Educación en la Patagonia*. Fecha de consulta 1 de Marzo del 2016. Disponible en la web [http://mc142.uib.es:8080/rid%3D1HY8TVCBB-15599LW-1S6Z/redes\\_sociales.pdf](http://mc142.uib.es:8080/rid%3D1HY8TVCBB-15599LW-1S6Z/redes_sociales.pdf)
- Opusdei.es. (2016). *Opus Dei - Preguntas frecuentes*. Fecha de consulta 28 de Febrero del 2016. Disponible en la web <http://www.opusdei.es/es-es/faq/>
- Regalado, O. (2015). *¿Cuántas veces al día publicar en las Redes Sociales de tu marca? - Octavio Regalado*. Octavio Regalado. Fecha de consulta 4 de marzo del 2016. Disponible en la web <http://octavioregalado.com/cuantas-veces-al-dia-publicar-en-las-redes-sociales-facebook-twitter-instagram-linkedin/>
- [Uma.edu.ve](http://uma.edu.ve). (2016). *Universidad Monteávila/Asociación de Egresados*. Fecha de consulta 28 de Febrero del 2016. Disponible en la web [http://uma.edu.ve/minisite/77/asociacion\\_de\\_egresados](http://uma.edu.ve/minisite/77/asociacion_de_egresados)
- [Uma.edu.ve](http://uma.edu.ve). (2016). *Universidad Monteávila/Monteávila*. Fecha de consulta 28 de Febrero del 2016. Disponible en la web <https://www.uma.edu.ve/minisite/26/monteavila>
- [Uma.edu.ve](http://uma.edu.ve),. (2016). *Universidad Monteávila/Presentación*. Fecha de consulta 28 de Febrero. Disponible en la web [http://www.uma.edu.ve/interna/27/530/informe\\_de\\_gestion\\_2014\\_2015](http://www.uma.edu.ve/interna/27/530/informe_de_gestion_2014_2015)
- [Uma.edu.ve](http://uma.edu.ve). (2016). *Universidad Monteávila/Presentación*. Fecha de consulta 28 de Febrero. Disponible en la web [http://www.uma.edu.ve/interna/27/30/nuestra\\_vision\\_mision\\_y\\_valores](http://www.uma.edu.ve/interna/27/30/nuestra_vision_mision_y_valores)

- [Uma.edu.ve](https://www.uma.edu.ve),. (2016). *Universidad Monteávila/Presentación*. Fecha de consulta 28 de Febrero. Disponible en la web [https://www.uma.edu.ve/interna/27/67/nuestros\\_fundadores](https://www.uma.edu.ve/interna/27/67/nuestros_fundadores)

## 10. ANEXOS

### A. Grilla

Egresados UMA					
Fecha	Tipo	Red Social	Publicación	Link	Imagen o video
3/02/2016	Social	FB	¿Recuerdas donde desayunabas todas las mañanas?	N/A	Imagen del Cafetín
	Académico	FB	¡Felicidades a los alumnos que participaron en el HNM-LA! #OrgulloUMAISTA	N/A	Imagen HNM
	Social	FB	¡Que divino una mañana fría junto a nuestro Ávila!	N/A	Imagen Snap Temperatura Ávila
	Social	FB	¡Que orgullo que un diputado de la Asamblea Nacional sea un egresado! #UMA	N/A	Imagen Diputado
	Encuesta	FB	¡Egresado! ¿Cuántanos donde te encuentras? #Umaístacuéntanosdetti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
4/02/2016	Social	FB	¿Recuerdas tus Carnavales como universitario? ¡Cuéntanos como son ahora!	N/A	Imagen Playa/Montaña en Familia
	Académico	FB	¡Felicitaciones a la actual decana María Eugenia Peña por su doctorado!	N/A	Imagen María Eugenia Peña
	Social	FB	*Repost* Para los Egresados que no conocen "Chefas".. ¡Se las presentamos!	N/A	Imagen Chefas
	Social	FB	Los PFC también nos enseñan a promover la belleza natural de la mujer. Si quieres saber más sigue la cuenta	N/A	Imagen @bellezasinfiltr

	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras! #Umaistacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
5/02/2016	Social	FB	*Repost* ¡Exalumnas con nuestro querido Pantin!	N/A	Imagen de Maryana Marcano (Egresadas y Pantin)
	Académico	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaquas, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imagen de la UMA
	Social	FB	¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 1
	Social	FB	*Repost* #EmergenciaUMA	N/A	Imagen Primeros Auxilios
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras trabajando! #Umaistacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
8/02/2016	Social	FB	Felices Carnavales!		
	Académico	FB			
	Social	FB			
	Social	FB			
	Encuesta	FB			
9/02/2016	Social	FB			
	Académico	FB			
	Social	FB			
	Encuesta	FB			

10/02/2016	Social	FB	¡Te invitamos a la misa de Miércoles de Ceniza que se realizará el día de hoy!	N/A	Imagen Misa Miércoles de Ceniza
	Académico	FB	Estamos complacidos en informar que ya la UMA tiene su Coordinación de Deporte precedida por Julio Lameda. #laUMAsiguecreciendo	N/A	Imagen Julio Lameda
	Social	FB	¿Sabías que Winston sigue trabajando en la UMA? #OrgulloUMAÍSTA	N/A	Imagen Winston
	Social	FB	¿Recuerdas a Wilmer y Dani? ¡Siguen siendo parte de la UMA! #OrgulloUMAÍSTA	N/A	Imagen Parqueros
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras! #Umaistacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
11/02/2016	Social	FB	"Supra Móntem Pósita" ¿Recuerdas lo que significaba el lema de tu #UMA?	N/A	Imagen del Lema
	Académico	FB	¿Recuerdas a Joaquín Rodríguez? Hoy en día se encuentra dando clases de Temporalidad y Trascendencia a los alumnos de 5to año.	N/A	Imagen de Joaquín Rodríguez
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaquas, la UMA abre	N/A	Imagen Universidad

	Social	FB	¿Sabías que la marca de trajes de baños @Anana es un proyecto emprendedor de una Umaísta?	N/A	Imagen Anana
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras trabajando! #Umaístacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
12/02/2016	Social	FB	La Universidad Monteávila junto al Comité Venezolano de Yad Vashem tienen el placer de invitarlos al Seminario del Holocausto 2016 Trudy Spira Z'L, que se llevará a cabo en la semana del 15 al 19 de febrero.	<a href="http://ow.ly/YdLNp">http://ow.ly/YdLNp</a>	Imagen Holocausto
	Académico	FB	*Repost* #DeporteUMA	N/A	Imagen Volleyball
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaquen, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imagen de la UMA
	Social	FB	¿Recuerdas a Buma? Sigue siendo la mascota de UMA creada por Juan Manuel Campos y Diego de la Rosa.	N/A	Imagen de BUMA
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras! #Umaístacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A

15/02/2016	Social	FB	¿Recuerdas este personaje?	N/A	Imagen del Pingüino
	Académico	FB	¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 1
	Social	FB	¿Recuerdas las empanadas de Victor?	N/A	Imagen del Carrito
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaquen, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imagen de la UMA
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras trabajando! #Umaístacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
16/02/2016	Social	FB	¡Que increíble vista te ofrece la UMA!	N/A	Imagen del Ávila
	Académico	FB	¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 2
	Social	FB	¡Increíble como ha crecido nuestra Biblioteca UMA!	N/A	Imagen Biblioteca
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaquen, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imagen de la UMA
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras! #Umaístacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A

17/02/2016	Social	FB	¡Que satisfactorio tener a Egresados como @DonRubenJose dando clases en la UMA! #OrgulloUMA	N/A	Imagen Profesor Rubén Rodríguez Gil
	Académico	FB	¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 3
	Social	FB	*Repost* ¿Quieres saber como las marcas siguen invirtiendo en nuestro país a pesar de la crisis? Asiste al Proyecto Final de Carrera que te ofrece una conferencia de marcas reconocidas con información de este tema.	N/A	Imagen Poster Marcas en Tiempos de Crisis
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaquas, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imagen de la UMA
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras trabajando! #Umaístacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
	Social	FB	*Repost* All You Can Yoga	N/A	Imagen del Poster
	Académico	FB	¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 4

18/02/2016	Social	FB	¡Le deseamos mucho éxito a nuestra egresada Daniela Di Giacomo que hoy se encuentra en Premio lo Nuestro en Miami, Estados Unidos!	N/A	Imagen Premios Lo Nuestro
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaquas, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imagen de la UMA
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras! #Umaístacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
19/02/2016	Social	FB	¡Espacios que han cambiado en la UMA!	N/A	Antes/Después de Área de Plumrose
	Académico	FB	¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 5
	Social	FB	*Repost* Seminario Fitness 360 ¡No se lo pueden perder!	N/A	Imagen Poster Seminario Fitness 360
	Social	FB	*Repost* ¡El Centro de Estudios de Regulación Económica en alianza con @cidepVE invitan al Diplomado en Derecho Aeronáutica!	N/A	Imagen Poster Diplomado en Derecho Aeronáutica
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras trabajando! #Umaístacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A

22/02/2016	Social	FB	¿Sabías que uno de los narradores y traductores de F1 de Mediapro en España es el egresado Carlos Ignacio? #OrgulloUMA	N/A	Imagen Carlos Ignacio Ponte
	Académico	FB	¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 6
	Social	FB	¿Quieres saber como las marcas siguen invirtiendo en nuestro país a pesar de la crisis? Asiste al Proyecto Final de Carrera que te ofrece una conferencia de marcas reconocidas con información de este tema.	N/A	Imágen de Flyer Marcas
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaques, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imágen de la UMA
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras! #Umaístacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
	Social	FB	¿Sabías que la marca de cervezas Birras Coronarias es un proyecto emprendedor de los Umaistas @JuanTorres y @Rafaelrojas? Si quieres conocerlas puedes buscarlas en Instagram	N/A	Imágen Birras Coronarias

23/02/2016	Académico	FB	¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 1
	Social	FB	¡Una de nuestras egresadas esta triunfando en el mundo de la moda! Felicitaciones Constanza Oquendo #OrgulloUMA	N/A	Imágen Constanza Oquendo
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaques, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imágen de la UMA
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras trabajando! #Umaístacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
24/02/2016	Social	FB	¡Uno de nuestros estudiantes necesita de tu ayuda!	<a href="http://elestimulo.com/blog/la-lucha-sin-fama-por-un-trasplante-de-medula/">http://elestimulo.com/blog/la-lucha-sin-fama-por-un-trasplante-de-medula/</a>	Imagen Manuel Orellana
	Académico	FB	¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 2
	Social	FB	*Repost* ¡Empezó siendo una electiva y se convirtió en algo más!	N/A	Imagen Teatro
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaques, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imagen de la UMA

	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras! #Umaístacuéntanosdети	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
25/02/2016	Social	FB	¡El próximo 5 de marzo sé parte del primer Foto Day de Caracas!	N/A	Imagen Poster Foto Day
	Académico	FB	¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 3
	Social	FB	¡Nuestro querido Capellán Pantin les envía un saludo a todos los Egresados!	N/A	Video Pantin
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaquen, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imagen de la UMA
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras trabajando! #Umaístacuéntanosdети	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
26/02/2016	Social	FB	¡Uno de nuestros estudiantes necesita de tu ayuda!	<a href="http://elestimulo.com/blog/la-lucha-sin-fama-por-un-trasplante-de-medula/">http://elestimulo.com/blog/la-lucha-sin-fama-por-un-trasplante-de-medula/</a>	Imagen Manuel Orellana
	Académico	FB	¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 4
	Social	FB	¡Esperamos que recuerdas esta entrada!	N/A	Imagen Entrada UMA
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te	N/A	Imagen de la UMA

	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras! #Umaístacuéntanosdети	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
29/02/2016	Social	FB	¡Orgullosos del Estudio de TV que se instaló en la UMA!	N/A	Imagen de Estudio de TV
	Académico	FB	¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 5
	Social	FB	¡Te presentamos la camisa de la promoción de egresados 2011-2016! ¿Recuerdas la tuya?	N/A	Imagen Camisa Promoción
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaquen, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imagen de la UMA
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras trabajando! #Umaístacuéntanosdети	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
	Social	FB	¡En esta semana del 5to Aniversario de Radio UMA queremos agradecer y felicitar a Naudy García por seguir formando parte de la UMA y sus logros! #OrgulloUMA	N/A	Imagen Naudy
	Académico	FB	*Repost* ¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 6

1/03/2016	Social	FB	¡Celebra el mes de la mujer junto con nosotros!	N/A	Imagen Poster "El Poder de la Esencia Femenina"
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaquas, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imagen de la UMA
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras! #Umaístacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
2/03/2016	Social	FB	¡Aquí les presentamos el estudio donde se lleva a cabo Radio UMA!	N/A	Imagen Radio UMA
	Académico	FB	¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 1
	Social	FB	¿Recuerdas al señor Alvaro D'Marco?	N/A	Imagen Tienda El Nacional
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaquas, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imagen de la UMA
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras trabajando! #Umaístacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
	Social	FB	¡Lo que para algunas promociones era el cafetín hoy en día es el Centro de Reproducción!	N/A	Imagen Centro de Reproducción

1/03/2016	Social	FB	¡Celebra el mes de la mujer junto con nosotros!	N/A	Imagen Poster "El Poder de la Esencia Femenina"
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaquas, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imagen de la UMA
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras! #Umaístacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
2/03/2016	Social	FB	¡Aquí les presentamos el estudio donde se lleva a cabo Radio UMA!	N/A	Imagen Radio UMA
	Académico	FB	¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 1
	Social	FB	¿Recuerdas al señor Alvaro D'Marco?	N/A	Imagen Tienda El Nacional
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaquas, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imagen de la UMA
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras trabajando! #Umaístacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
	Social	FB	¡Lo que para algunas promociones era el cafetín hoy en día es el Centro de Reproducción!	N/A	Imagen Centro de Reproducción

3/03/2016	Académico	FB	¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 2
	Social	FB	¡Espacios de la UMA que han cambiado!	N/A	Imagen subida a la Cafetería
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaquen, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imagen de la UMA
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras! #Umaístacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A
4/03/2016	Social	FB	¡Donde los deportes UMA se vuelven realidad!	N/A	Imagen Cancha
	Académico	FB	¡Anímate a realizar un Postgrado en la UMA!	N/A	Foto 3
	Social	FB	¡El querido Profesor Antonio Ricoy!	N/A	Imagen Profesor Ricoy
	Social	FB	¡Egresado, si te encuentras interesado en dar charlas, cursos u/o exposiciones acerca de algo en lo que te destaquen, la UMA abre las puertas para ti!	N/A	Imagen de la UMA
	Encuesta	FB	¡Queremos saber dónde te encuentras trabajando! #Umaístacuéntanosdeti	<a href="https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL">https://es.surveymonkey.com/r/SPBQ7NL</a>	N/A