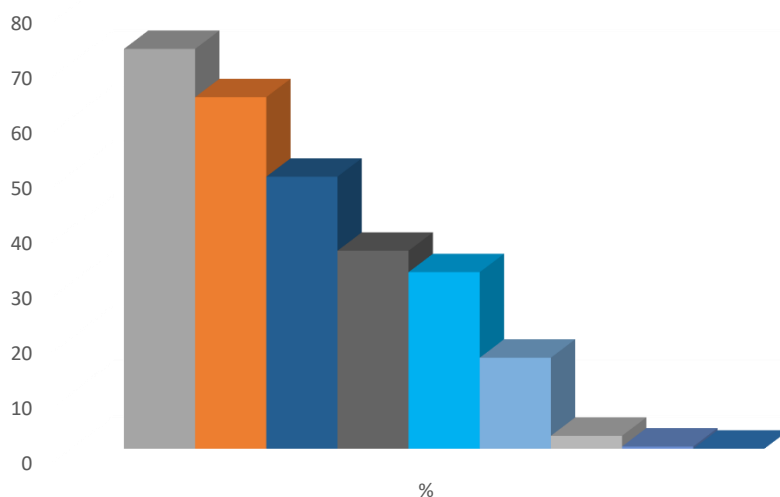


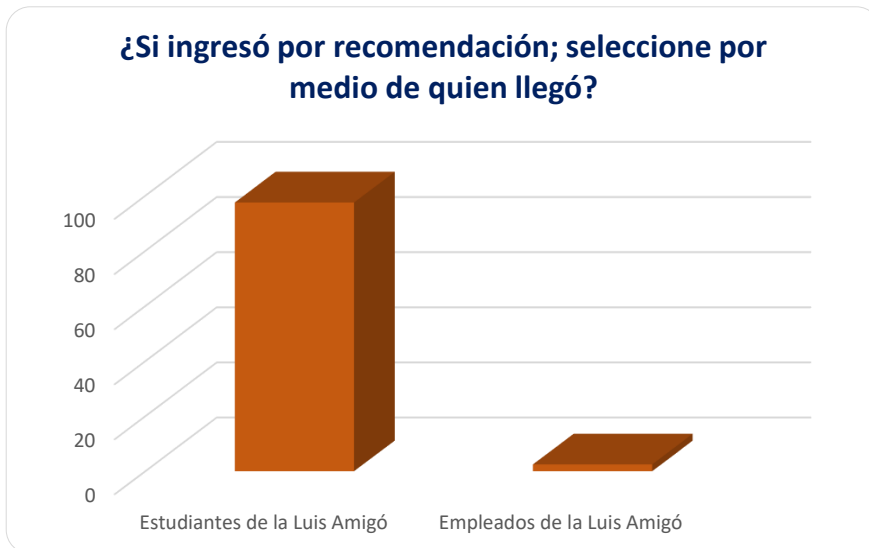
IMPACTO DE MEDIOS SEMESTRE 1 - 2022

ENCUESTA PREGRADO	SEMESTRE 1- 2022	
ASPIRANTES ENCUESTADOS	1003	
1.¿ Qué lo motivó a ingresar a la Luis Amigó ?	CANTIDAD ASPIRANTES	%
Recomendación de personas cercanas a usted	728	73
Publicidad en los medios de Comunicación	640	64
Visita a su colegio o presencia en ferias universitarias virtuales o presenciales	495	49
Trayectoria y posicionamiento	360	36
Precio	321	32
Ubicación	120	16
Convenio de media tecnica o enlace universitario	15	2
Stand en centros comerciales	2	0
Convenio empresarial	0	0

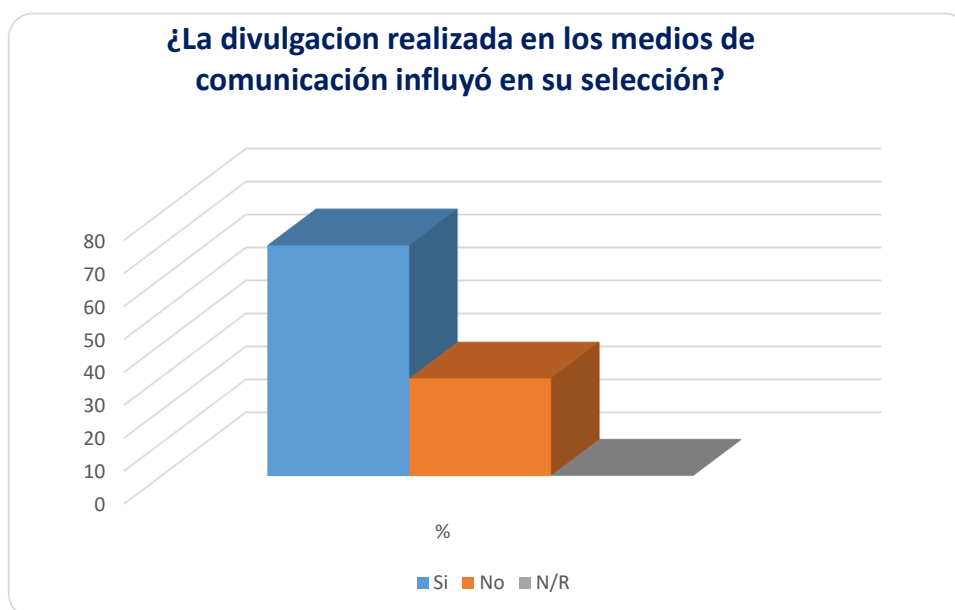
¿ Qué lo motivó a ingresar a la Luis Amigó ?



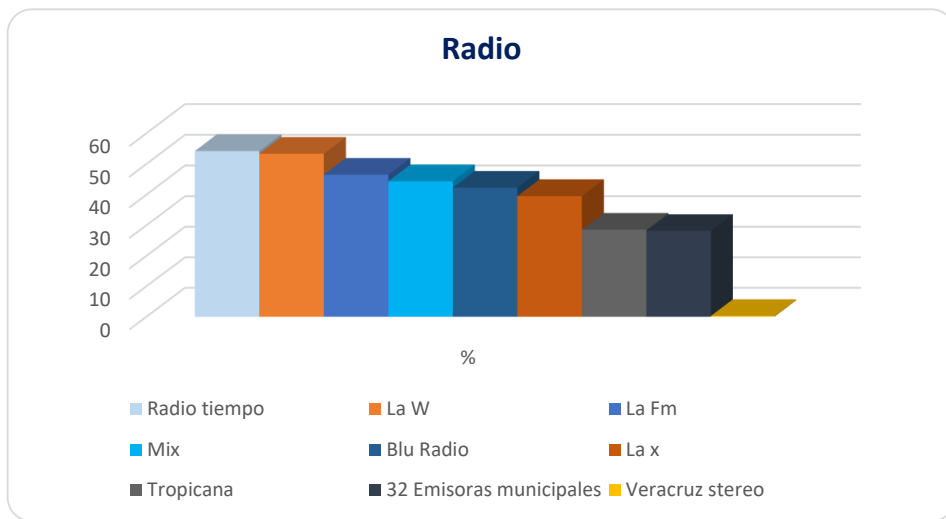
2. ¿Si ingresó por recomendación; seleccione por medio de quien llegó?		%
Estudiantes de la Luis Amigó	710	98
Empleados de la Luis Amigó	18	2



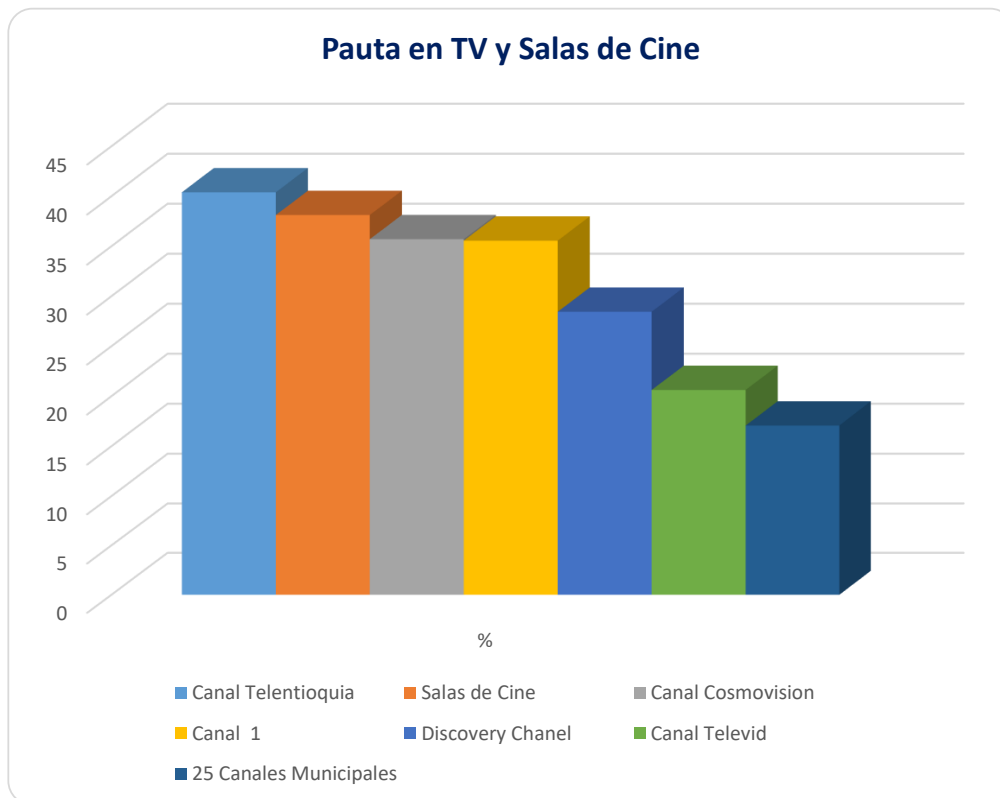
3. ¿La divulgación realizada en los medios de comunicación influyó en su selección?		%
Si	703	70
No	298	30
N/R	2	0



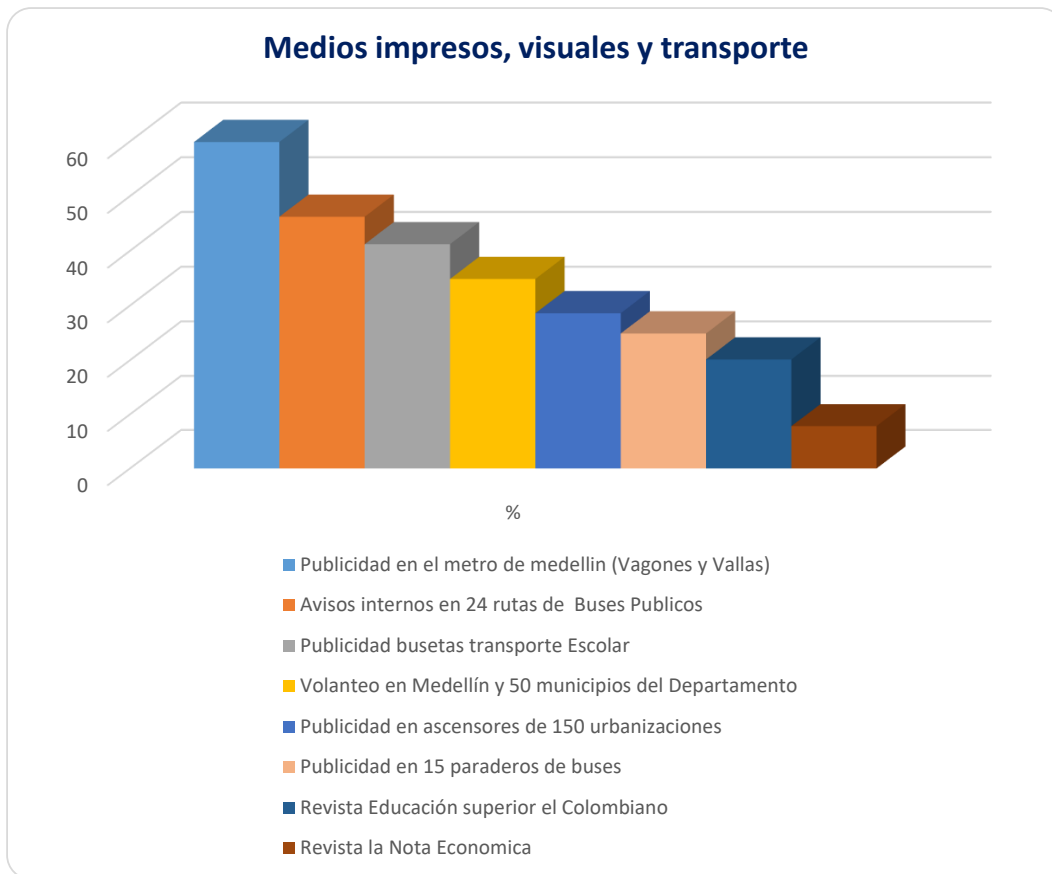
4. ¿Por medio de cuál medio publicitario se enteró de los pregrados y posgrados ?		%
RADIO		
Radio tiempo	381	54
La W	375	53
La Fm	327	47
Mix	312	44
Blu Radio	297	42
La x	278	40
Tropicana	201	29
32 Emisoras municipales	198	28
Veracruz stereo	2	0



Canales de TV y Salas de cine		%
Canal Telentioquia	284	40
Salas de Cine	268	38
Canal Cosmovision	251	36
Canal 1	250	36
Discovery Chanel	200	28
Canal Televid	145	21
25 Canales Municipales	120	17



Medios impresos, visuales y transporte		%
Publicidad en el metro de medellin (Vagones y Vallas)	421	60
Avisos internos en 24 rutas de Buses Publicos	325	46
Publicidad busetas transporte Escolar	300	41
Volanteo en Medellín y 50 municipios del Departamento	245	35
Publicidad en ascensores de 150 urbanizaciones	201	29
Publicidad en 15 paraderos de buses	175	25
Revista Educación superior el Colombiano	60	20
Revista la Nota Economica	55	8



social media		%
www.ucatolicaluisamigo.edu.co	1003	100
Pauta en Instagram	421	60
Pauta en Facebook	385	55
Pauta en gogle adds	245	35
Pauta en Youtube	140	20
Pauta en LinkedIn	32	5

