

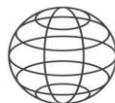


FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS  
Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA

# ESPECIALES COYUNTURALES

OBSERVATORIO POLÍTICA Y REDES SOCIALES

Análisis @metrodesantiago



**JULIO 2017**

[políticayredessociales@ucentral.cl](mailto:políticayredessociales@ucentral.cl) | [www.políticayredessociales.cl](http://www.políticayredessociales.cl) | @politicayRS

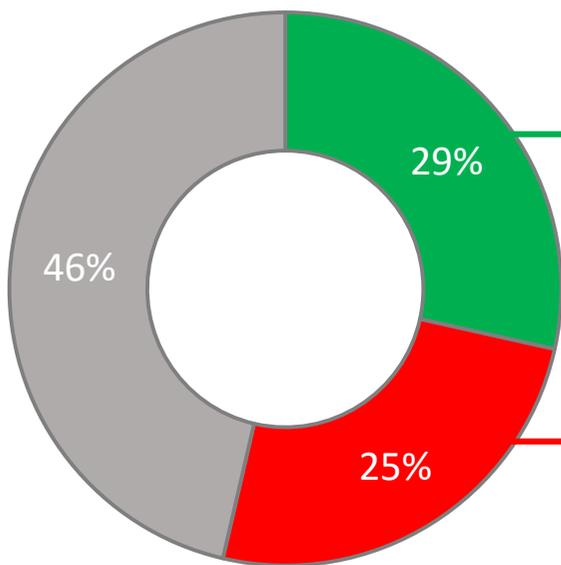


## Valoración de la cuenta

100 palabras más resonantes

- POSITIVO
- NEGATIVO
- NEUTRO

Se destacan las rápidas respuestas de la cuenta @metrodesantiago, su información y contenido acerca del estado del servicio.



- Disgusto general por la mala frecuencia entre trenes del servicio
- Molestia por presencia de vendedores y músicos al interior de los vagones
- Constantes paradas entre estaciones y detenciones muy largas

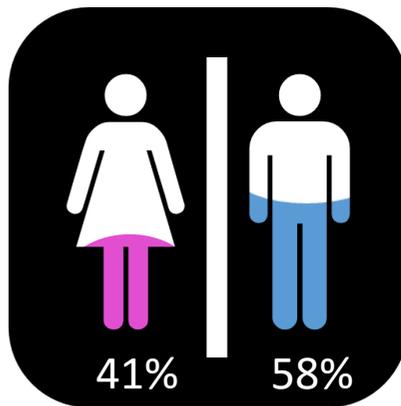
Se analizó la cuenta @metrodesantiago con una búsqueda de 5,220 tuits – 20 al 27 de julio



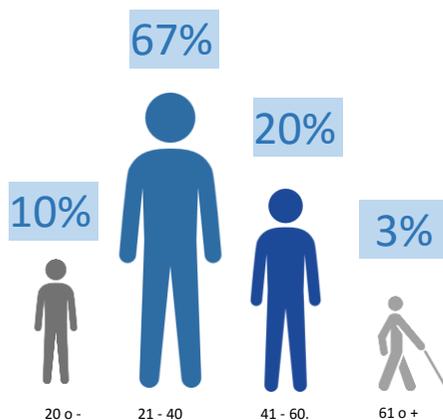
OBSERVATORIO POLÍTICA  
Y REDES SOCIALES



SEXO



EDAD



Se analizó la cuenta @metrodesantiago con una búsqueda de 5,220 tuits – 20 al 27 de julio



La cuenta Twitter @metrodesantiago correspondiente a la empresa Metro S.A., creada el 15 de Septiembre de 2009, tiene a la fecha 1.621.224 *Seguidores* y ha realizado 160.821 *Tweets*. Por otra parte, los *Siguiendo* alcanzan a 424.239 y los *Me Gusta* una cantidad de 1.468.

La metodología usada para este análisis es propia del Observatorio Política y Redes Sociales de la Universidad Central de Chile, la cual consta de una Valoración con respecto a la interacción que se observa en las RRSS con la cuenta de Metro, sumado al análisis semántico particular de la nube de palabras relacionadas a esta. A lo anterior se suma la categorización de dicha interacción en términos etarios, de género y georeferencia<sup>1</sup>.

Este proceso se realiza sobre la base de las interacciones de los últimos 10 días, arrojando un total de 5220 tuits, lo que arrojaría los siguientes resultados:

- **Valoración positiva** (29%): Si bien esta no alcanza niveles significativos, la percepción de la empresa, por parte de los internautas, tiene una valoración predominantemente positiva. Esta responde a principalmente a las rápidas respuestas de la entidad, así como también a la información que se entrega ante dudas de los usuarios. También destacan el estado del servicio en sus diferentes líneas y estaciones.  
La creación de línea 6 y 3, como nuevos recorridos, es positivamente valorado por el público, a pesar de que el mismo tema manifiesta reclamo por parte de usuarios que no tienen estaciones a mano.
- **Valoración negativa** (25%): las reacciones negativas giran principalmente en torno al reclamo de mala frecuencia en el servicio de los trenes; los vendedores y músicos al interior del metro y sus vagones generan disgusto e incomodidad.
- **Valoración neutra** (46%): esto responde principalmente a la estrategia digital de hacer de esta cuenta una cuenta meramente informativa.
- **Análisis semántico**: Los tópicos que arroja el análisis semántico, como por ejemplo, *disponible, servicio, estaciones, trenes*, etc. indicarían justamente la naturaleza informativa del servicio. Sin embargo, existen referencias a algunas estaciones que parecieran asociarse a los problemas que caracterizan la valoración negativa; las estaciones en cuestión son *Tobalaba, Vicente Valdés, Esc. Militar, Los Dominicos*. Referencias a estaciones distintas, como *El Golf y Alcantara*, parecieran responder a otra naturaleza.
- **Categorización**: la participación que se da en torno a la cuenta es dominada por una presencia mayoritariamente masculina (58%), y por individuos que se podrían identificar como pertenecientes al rango etario 21-40 años (67%).
- **Georeferencia**: la muestra no entrega resultados significativos.

El presente informe es un extracto del Reporte Especial Coyuntural elaborado por el Observatorio Política y Redes Sociales de la Universidad Central de Chile, el que ha sido elaborado con datos públicos, metodología propia y otras informaciones fidedignas.

Para cualquier otro tipo de info, puedes escribirnos a (correo) o contactarnos a 0225826547. Nicolás Freire, director del Observatorio Política y Redes Sociales de la Universidad Central de Chile.

<sup>1</sup> La información, así como los datos contenidos en el presente informe son de propiedad del Observatorio Política y Redes Sociales de la Universidad Central de Chile. Se autoriza cualquier tipo de difusión o publicación con la debida referencia o cita

<sup>1</sup> Para mayor información sobre la metodología sobre este y otros estudios, puedes consultar la "Ficha Metodológica" en [www.politicayredessociales.cl](http://www.politicayredessociales.cl)

