

# Monitoreo y Análisis en Redes Sociales

 SOCIAL ALERT

 SOCIAL SCAN



G



**KEY DECISIONS**

## Resumen Ejecutivo

En el siguiente informe se establece un levantamiento de información acerca de las publicaciones hechas en: **Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Twitter, páginas web, Twitch y contenido RSS** acerca de la esfera digital de la empresa mexicana de medios de comunicación, Grupo Televisa.

Se hizo un **escaneo estratégico** de su esfera global para disponer de una **escucha social** sobre las principales actividades reflejadas en las **cuentas oficiales** de la empresa mencionada anteriormente.

Se estructuró un estudio a través de nuestras plataformas de análisis de datos, desde el **martes 19 de abril al jueves 19 de mayo** de 2022, lo que significó un alcance en la **audiencia** estimada de **88.7 M, 62.5 K de publicaciones, 25.8 K de usuarios y 3.5 M de interacciones** con un sentimiento **negativo** superior al 60%.

**Grupo Televisa** es una gran corporación de telecomunicaciones que posee y opera una de las compañías de cable de mayor relevancia y un sistema **líder de televisión** de paga vía satelital en México.



## ¿Cuántos y qué sentimiento experimentaron los usuarios?

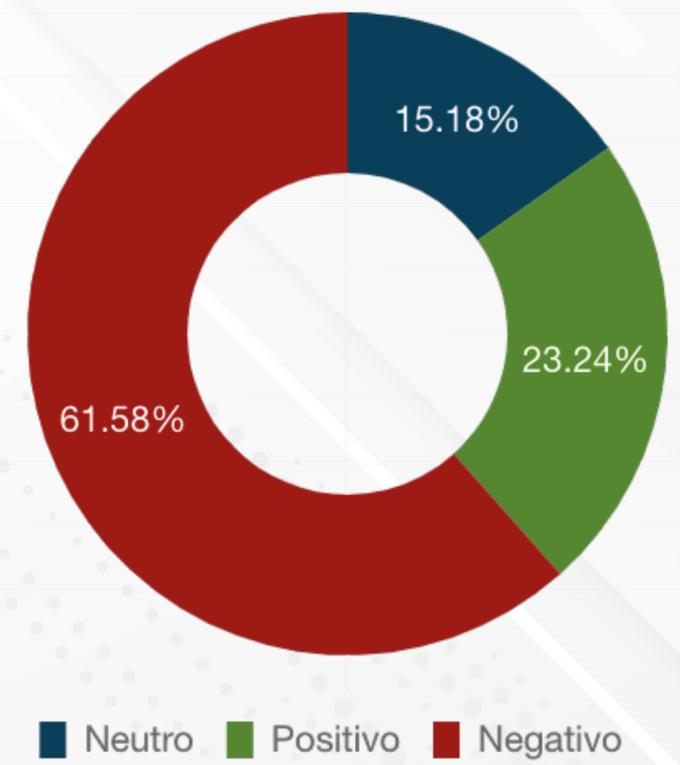


Se identificó una participación moderada de usuarios, sin embargo alcanzaron una cantidad masiva de audiencia, esto debido al gran número de seguidores que poseen las cuentas que originaron contenido. **Record México** y **Univisión Noticias** fueron las cuentas que más publicaciones generaron con **1.6 K** y **1.4 K** publicaciones respectivamente.

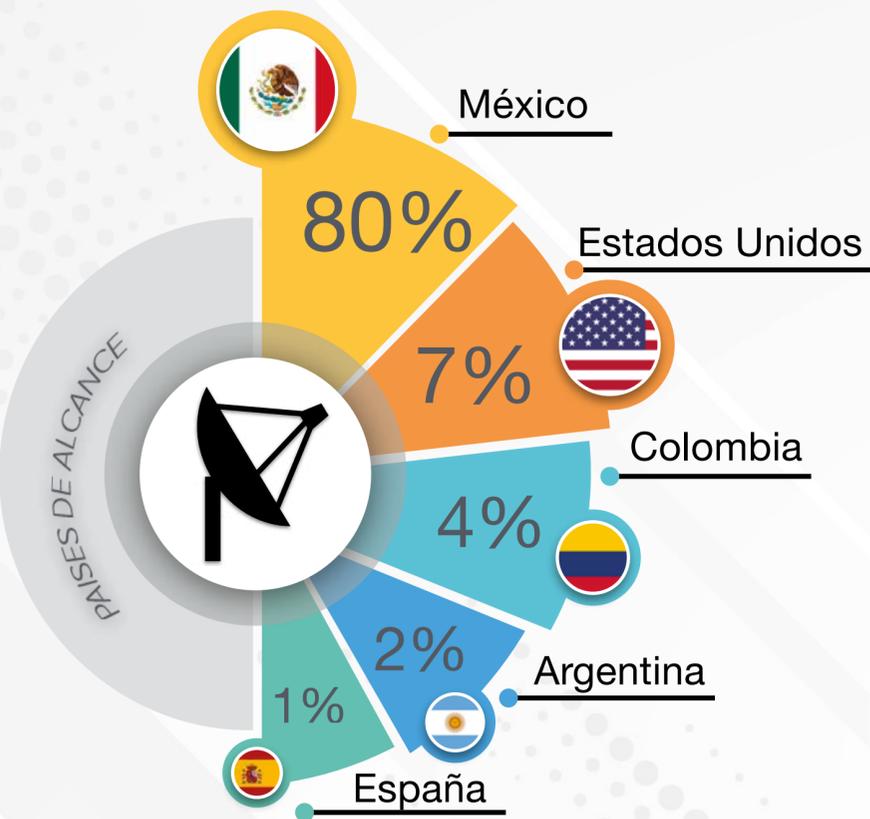
El índice **negativo** se posicionó por medio de ataques al gobierno y al equipo de América, que vinculaban a la cadena televisiva, y sobre todo, a las noticias difundidas por diversos canales informativos sobre el caso de Debanhi Escobar.

La polaridad **positiva** corresponde a mensajes de interés hacia nuevas programaciones que están transmitiendo la cadena televisiva actualmente.

El valor **neutro** se desplazó por retransmisiones y streaming de determinados programas en redes sociales como Twitch.



## ¿Desde dónde participa la audiencia?



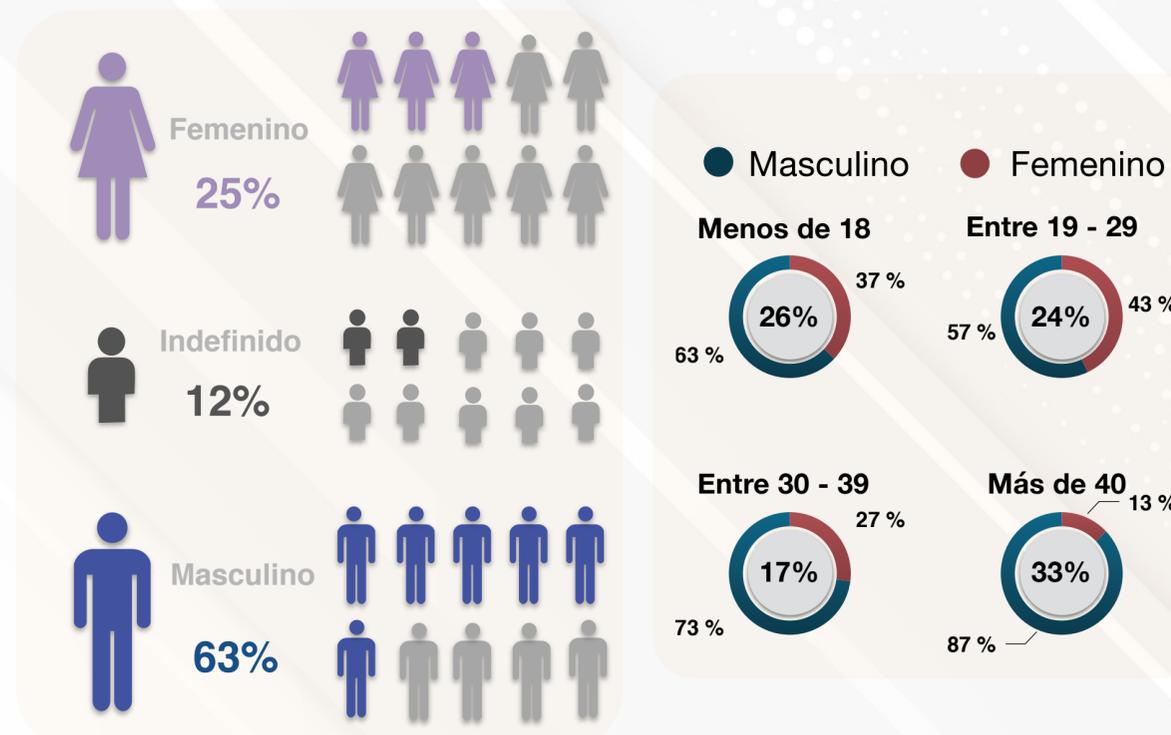
- El mayor número de **audiencia** con **44.4 M** está ubicado en **México**, contabilizando más de **23.4 K de publicaciones**.
- La comunidad latina en **Estados Unidos** disfruta de **programas** como la Rosa de Guadalupe, y Hasta que la plata nos separe.
- **Colombia** es líder en América del Sur con una audiencia global superior a **6.5 M** de usuarios.
- En Europa, **España**, preside las interacciones y se rastrean temas relacionados a **farándula** como la **ruptura** entre Belinda y Nodal.



Ciudad	Porcentajes
1. Cuauhtémoc	5%
2. Tlalpan	7%
3. Ciudad de México	6%
4. Monterrey	6%
5. Tihualilo	3%
6. Miguel Hidalgo	6%
7. Benito Juárez	2%
8. New York	7%
9. Puebla	6%

Ciudad	Porcentajes
10. Bogotá	5%
11. Tlalnepantla de Baz	7%
12. Guadalajara	6%
13. Estepona	6%
14. Coyoacán	3%
15. Mexicali	6%
16. Seattle	2%
17. Miami	7%
18. Chihuahua	6%

## ¿Qué características tienen los usuarios que interactuaron?



La **audiencia masculina** representa el **63%**, de los cuales **440 K** interactuaron en el tweet de **@Quackity**, un conocido **gamer** que salió en una nota hecha por **Televisa**; además hizo una transmisión en **Twitch** en la que expresaba su **reacción** ante el uso de su imagen en esa noticia, contando con el **respaldo** de sus seguidores.

La **población femenina** alcanzó el **25%** de actividad y fue asociado al programa de **Las Estrellas Bailan** mismo que se difundió con las tendencias **#EnLasEstrellasEnHoy**, **#Baile**, **#ProgramaHoy**, **#RealityShow** mencionados en más de **4 K ocasiones**, liderados por el perfil de **Yulianna Peniche**.



Se detectó participación de cuentas con una gran cantidad de audiencia, evidenciada en el tamaño de las circunferencias. El clúster de usuarios se caracterizó por usar la palabra **América** para atacar a Televisa mencionando que la cadena televisiva maneja la federación de fútbol en México y favorece al equipo América. Otro grupo de usuarios se enfocó en comparar y criticar a Univisa y Tv Azteca.

### ¿Quiénes son los usuarios con mayor alcance?



La cuenta de **Univisión** noticias en Facebook lidera ampliamente la audiencia con **13.6 B** de usuarios alcanzados con más de **1.4 K comentarios**. Seguido la cuenta **Record México** replicó las palabras de odio de Christian Martinoli hacia Televisa. Finalmente en las páginas de El Universal y Noticieros Televisa, con una **audiencia** de superior a los **2 B**, se identificaron comentarios aludiendo que Univisión trabaja para el Gobierno de AMLO.

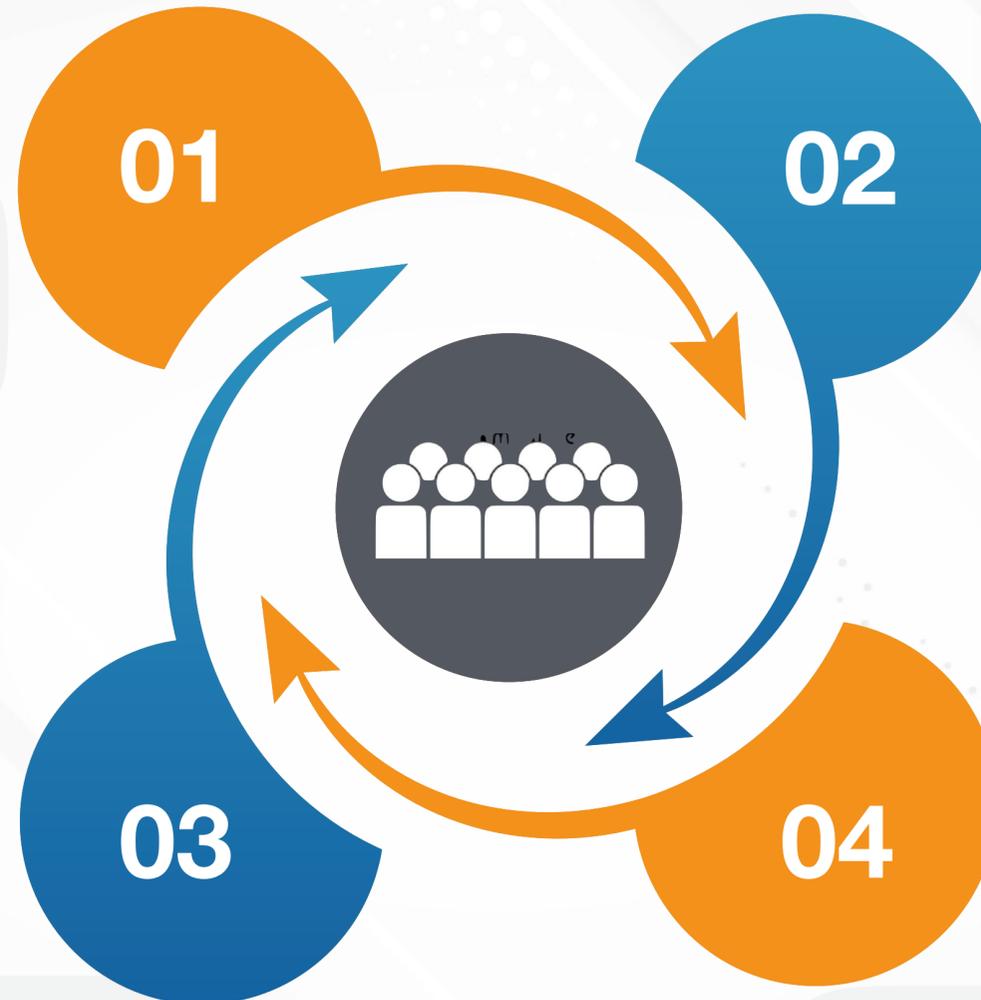
## Rosa de Guadalupe



● **48%**  
● **52%**

El programa de la Rosa de Guadalupe ha sido el más nombrado entre las distintas redes sociales, destacando Facebook con el **75,61%**. Se identificó un incremento en publicaciones y audiencia por la mención de bandas de K-Pop en sus capítulos, mientras que en Ecuador le dio más publicidad en el canal **TVCEcuador**, donde es retransmitida.

## ¿Qué programas son líderes en audiencia?



## Los ricos también lloran



● **71%**  
● **29%**

Desplazando una audiencia estimada de **7.6 M**, el pico más alto fue gracias a sus capítulos finales consolidando 3.4 millones de televidentes el **12 de mayo** en México; a su vez, la red hondureña Televisión, se posicionó como líder entre los usuarios. El rango de edad se concentró en personas mayores a los **40 años**, siendo un **36%** masculino y **27%** femenino.

## ¿Cómo dice el dicho?



● **64%**  
● **36%**

Entre los comentarios analizados se consiguió un alcance de 3.1 M de usuarios, originados en su mayoría por cuentas entre los **19 y 29 años**. El índice negativo se colocó en el **36%**, abarcando un tema de abuso sexual por parte del actor Ricardo Crespo, quien participó también en la serie. Las palabras más usadas fueron **tiempos de cambio**, a través del inicio de su nueva temporada. Después de México, la mayor cobertura de medios se originó desde el canal Telemetro de Panamá.

## Noticiero 10 en Punto



● **35%**  
● **75%**

El noticiero ha sido mencionado en mayor medida en Twitter con un **68%** del total de posts. El perfil de usuarios se enmarca, principalmente, en personas mayores a 40 años, con un **63%** de población **masculina**, evidenciando una gran afinidad con la conductora **Denise Maerker**. Entre las publicaciones examinadas se rastreó una participación bot del **17%**, debido a estructuras de ataque al gobierno de AMLO. El tema que más interacción generó fue referente al caso de Debanhi Escobar con 4.3 M de usuarios alcanzados.



**GOLDEN<sup>1</sup>**  
**TRANSFORMAMOS**  
**BIG DATA EN SMART DATA**



**KEY**  
**DECISIONS**