

# CONSUMER-CENTERED MONITORING

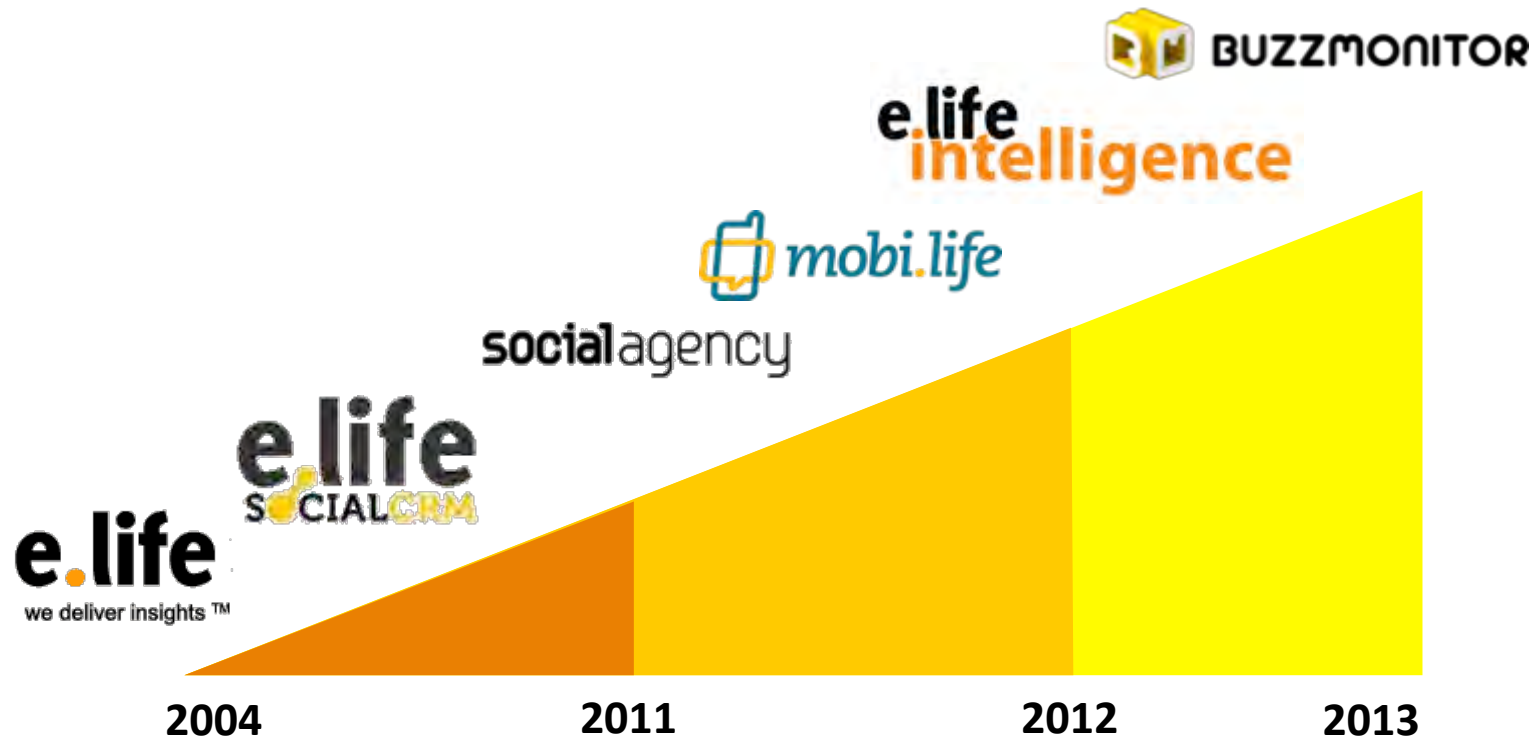
## PERFIL DEL USUARIO MEXICANO

Junio/2014

**e.lifegroup**  
we deliver it social

# E.LIFE

e.lifegroup  
we deliver it social



# ¿DONDE ESTAMOS?

---



“Every successful company of the future  
will be a data-driven company.”



Brand-Centered

**PREFERENCES**

Herramientas de  
primera  
generación

**Buzz  
Monitor**

**PRICING**

**PLACES**

**PEOPLE**

Consumer-Centered

**PREFERENCES**

Bio  
Brand Mentions  
Intention / Action  
Apps  
RTs

**PRICING**

Price or cost Mentions  
Brand mentions  
Buying intention

**Buzz  
Monitor**

**PLACES**

Location  
Check-ins

**PEOPLE**

Bio  
Brand mentions  
Intention / Action  
Personality Traits

## METODOLOGÍA Consumer-Centered Media

---



Nuestro objetivo es analizar los **perfiles** de los usuarios de Twitter que **viven** o **visitan** México.

Para esto analizamos **2,068 usuarios de Twitter** que hicieron **checkins** en **México**, y analizamos sus **timelines**, mediante el **Buzzmonitor**.

**173,445** tweets fueron analizados entre el 10/05/2014 a 10/06/2014.



¿Como?

# Deep Profiling

**e.life**group  
we deliver it social



**author** Octavio Islas **gender** M **followers** 9466 **friends** 10114  
**tweets** 24863 **location** México **language** es

**Deep profile (this person also mentioned)**  
No brands found for this person

**Bio** Doctor en Ciencias Sociales. Investigador y consultor en INFOTEC.  
Director de la revista web Razón y Palabra.

## Tweets

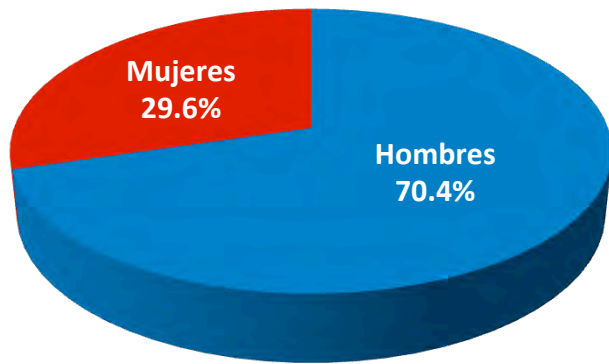
RT @ITESMnews: [OPINIÓN] La "Constitución de internet" del Brasil | Dr.  
Octavio Islas Carmona @octavioislas <http://t.co/cqvjvot66l> **date** 2014-05-07 14:04:38

# RESULTADOS

# PERFIL GENERAL

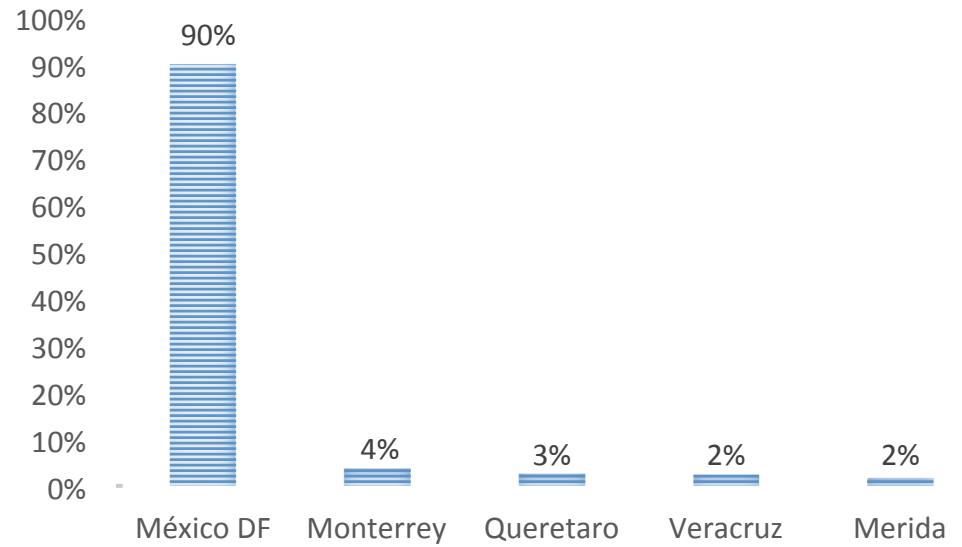


### Género (%)



Base: 88,822 tweets.

### Principales localidades (%)



Base: 53,197 tweets. Fueron consideradas las localidades más destacadas.

## PERFIL GENERAL

---

e.lifegroup  
→ deliver it social

### Familia

1,406 posts lo hicieron personas que declaran ser **padres**

3,920 posts lo hicieron personas que declaran ser **madres**

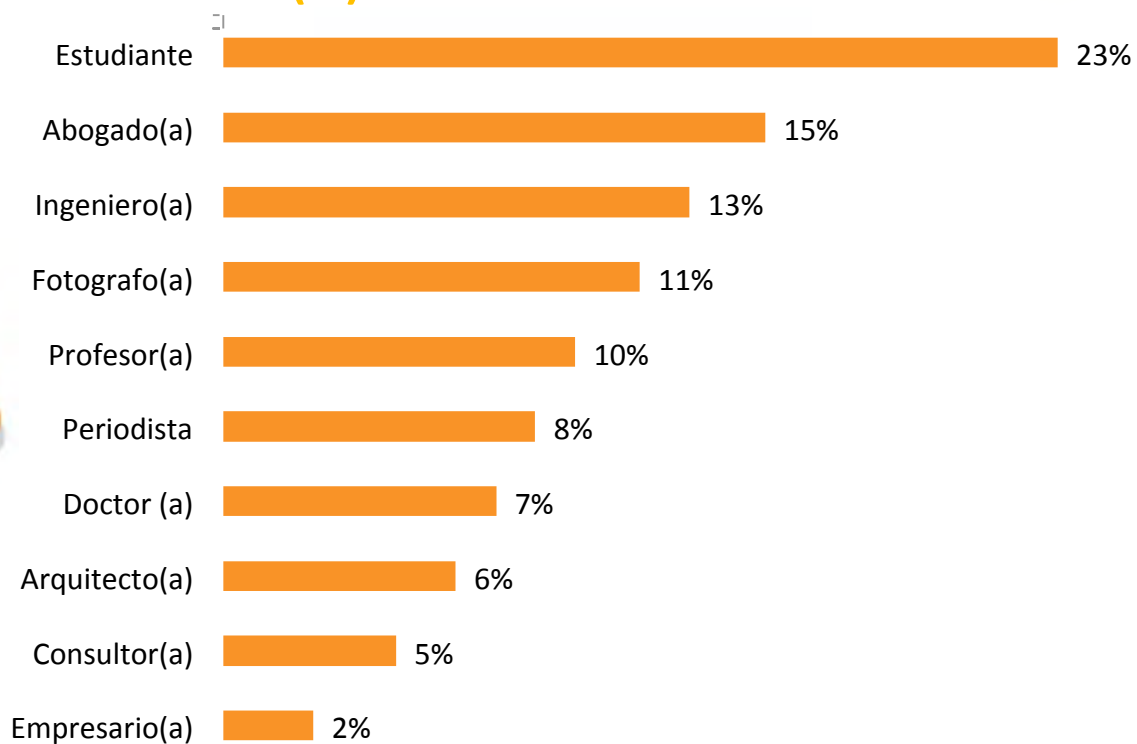
359 posts lo hicieron personas que declaran ser **casados**



# PERFIL GENERAL

e.lifegroup  
→ delivering the social

## Profesiones mencionadas (%)

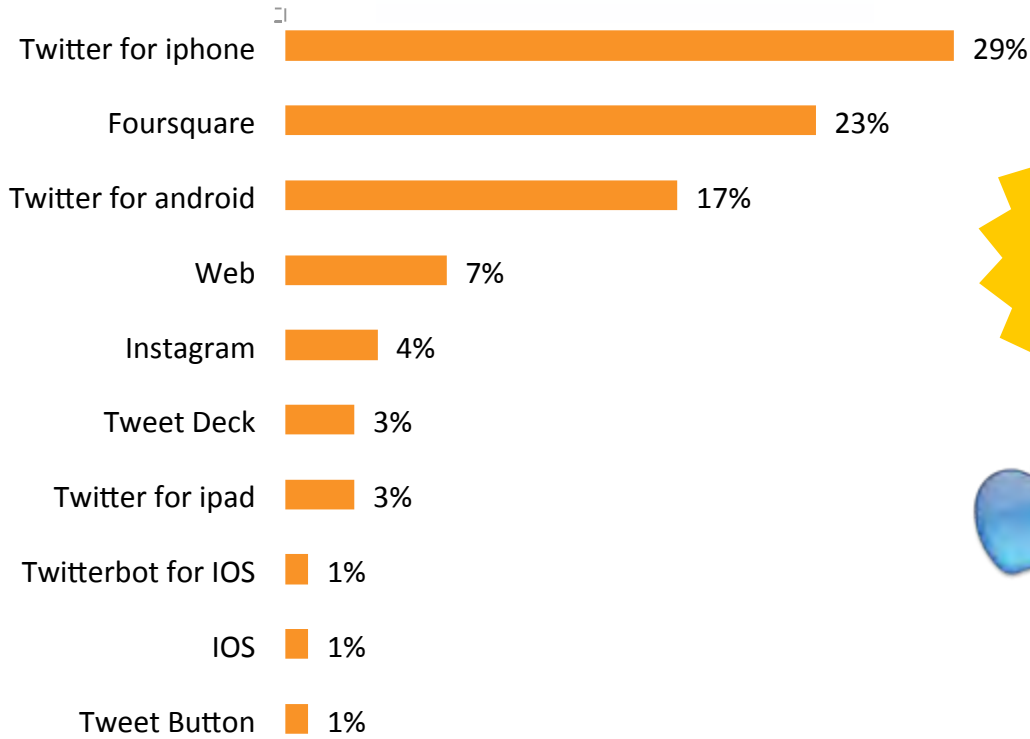


Base: 20,023 tweets. El grafico muestra las 10 principales profesiones de quienes emitieron los tweets.

# TOP APPS



## Lugares de acceso (%)



El acceso a Twitter por iPhone, que ocupa el 1º lugar, supera en un 12% a la plataforma Android



Base: 173,445 tweets. El grafico muestra los 10 principales lugares de acceso.

## LUGARES VISITADOS





# LUGARES MÁS VISITADOS



## Check - ins (%)



**Restaurantes y  
Comida rápida**

18.4%



**Centros de estudio**

17.6%



**Centros deportivos**

12%



**Cafeterías y Pastelerías**

11%



**Centros Comerciales**

5,3%



**Supermercados y Retail**

10.7%



**Transporte**

9.6%



**Cine y Cultura**

8%

Base: 30,404 tweets. Se indican los lugares más destacados

# MARCAS MÁS VISITADAS

## Check – ins (%)



Restaurantes y Comida rápida



Cafeterías y Pastelerías



Supermercados y Retail



**Los Bisquets Obregón**  
3% checks



**Starbucks**  
43% checks



**Walmart**  
22% checks



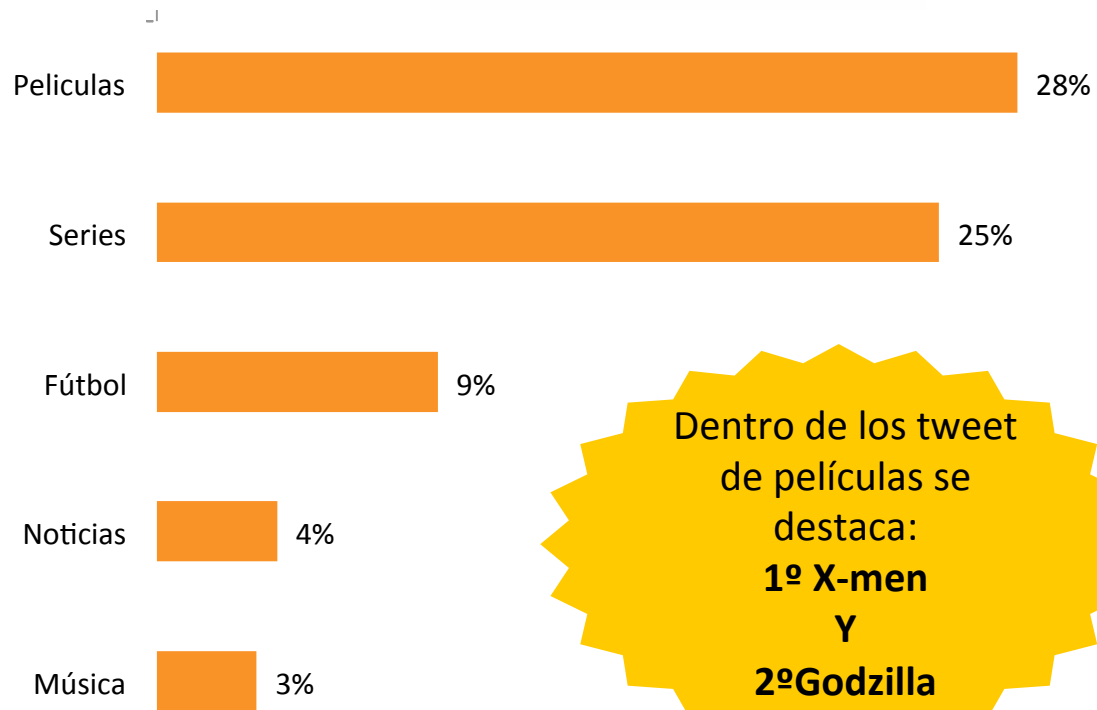
**TV**



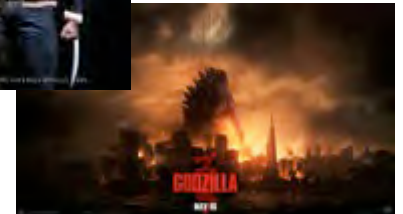
# TV

e.lifegroup  
→ deliver it social

Los tweets sobre televisión son acerca de (%):



Dentro de los tweet de películas se destaca:  
**1º X-men**  
**Y**  
**2º Godzilla**



Base: 1.816 tweets.

## TV



Un 17% de tweets usan **TVTag's (ex Get Glue)** para indicar que están mirando.

Esta es una red social para amantes del cine y televisión, que busca atraer y generar usuarios frecuentes. Cuanto más se ven programas de televisión y lo indican a sus redes, más **stickers** se obtienen como premio y constituyen una identificación de usuario frecuente.

Un **74%** de las menciones en TVTag hablan de **series de televisión**, donde destacan:

- 1º Breaking Bad**
- 2º Game of Thrones**
- 3º House of Cards**

Entre estos usuarios, un 83% de ellos son de género masculino, mientras el 17% restante son mujeres. Además se destaca que un factor común entre ellos es que un **25%** se identifica en sus bios como **“gamer”**.

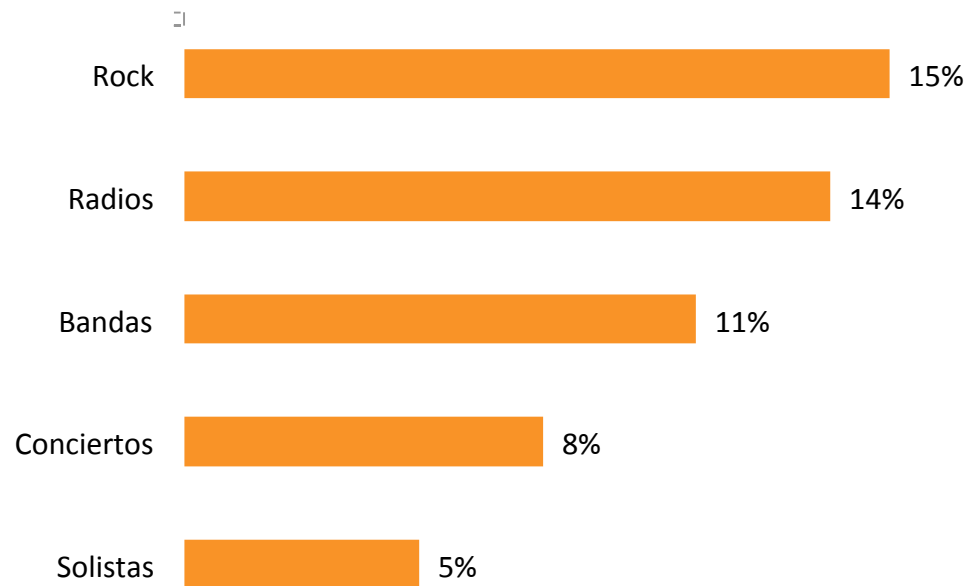
MÚSICA



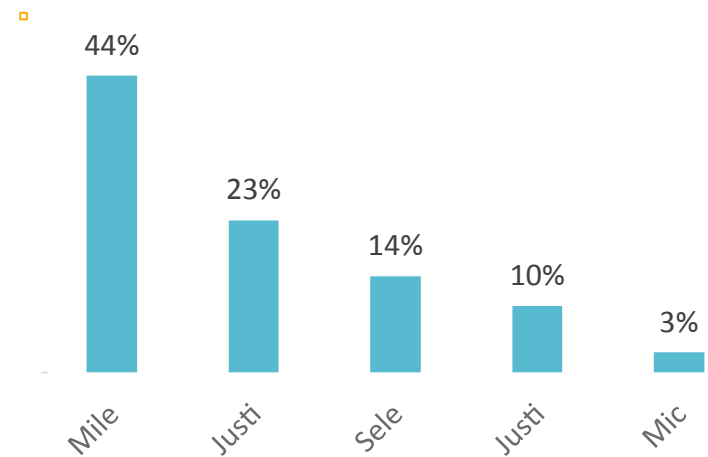
# MÚSICA



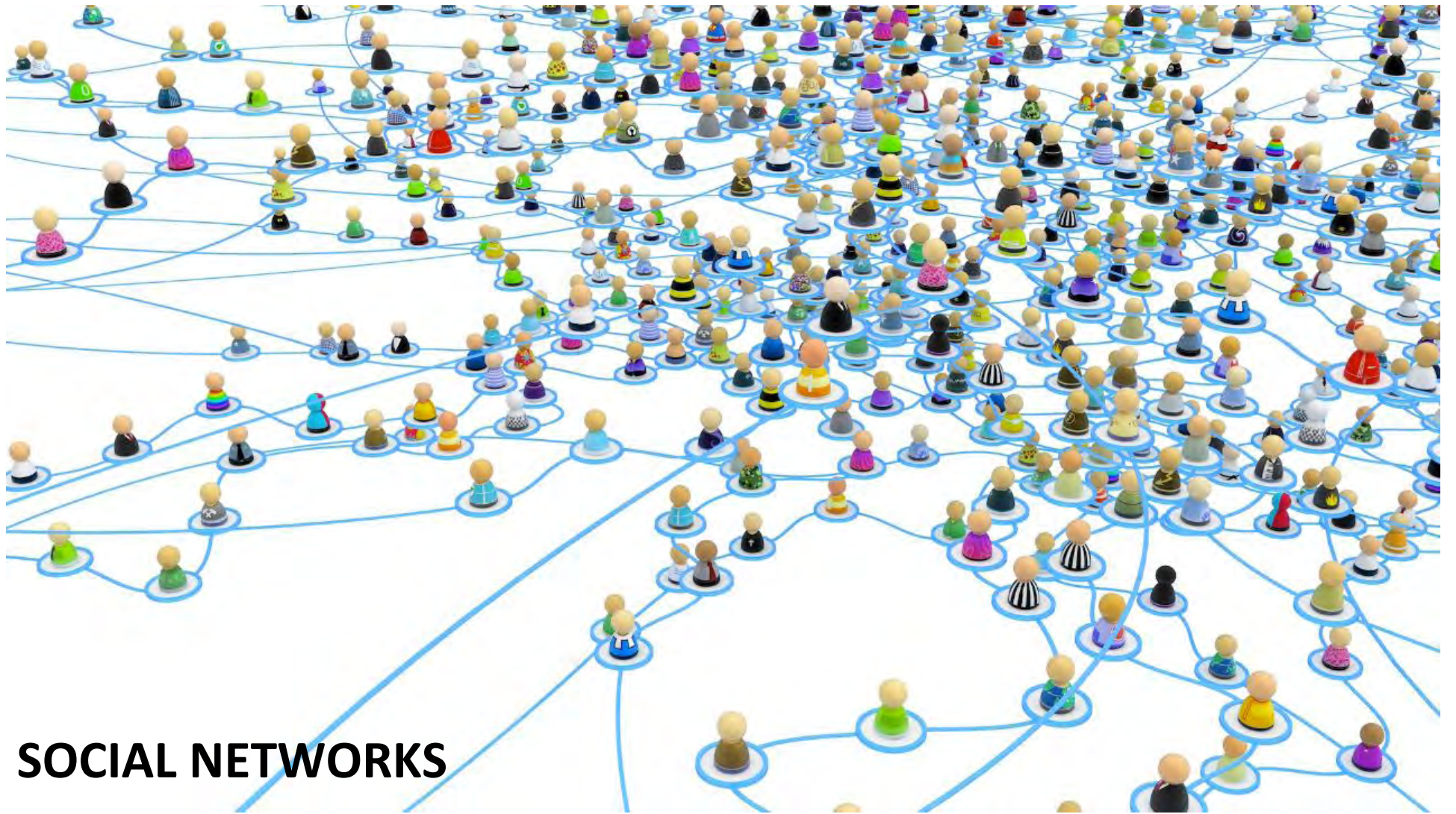
## Los tweets sobre música hablan de (%) :



## Cantantes solistas más mencionados (%)



Source: 2.313 posts



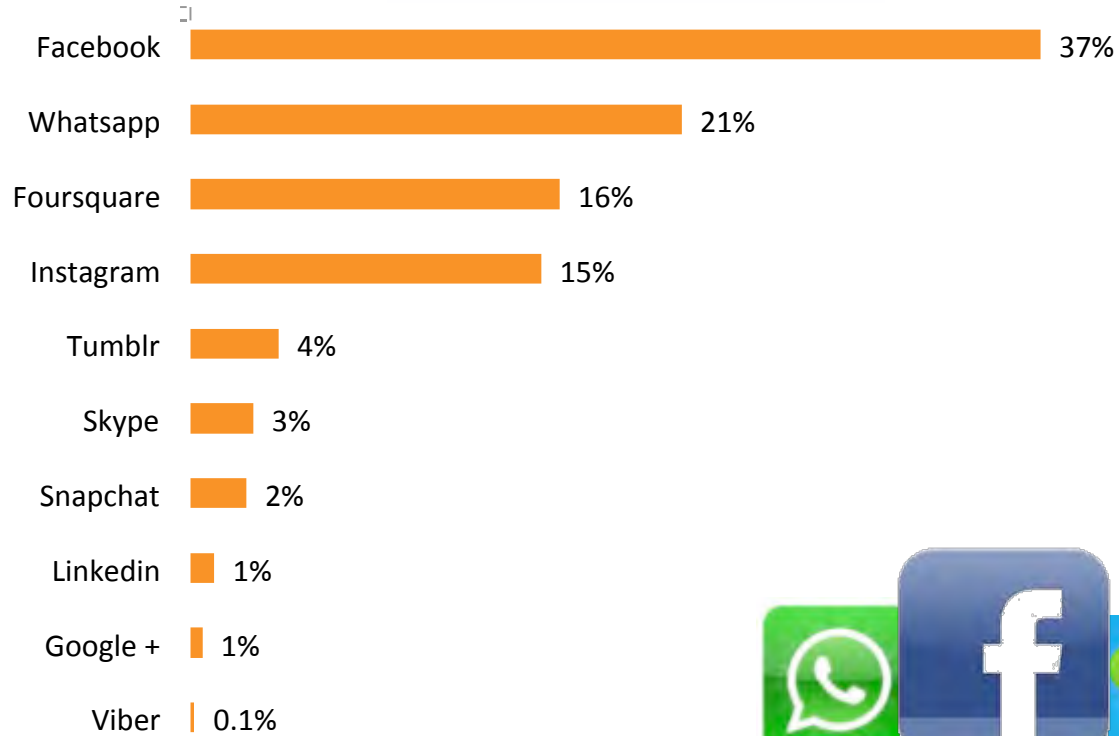
**SOCIAL NETWORKS**



# Social Networks



Otras redes sociales mencionadas son:



Base: 1,362 tweets.

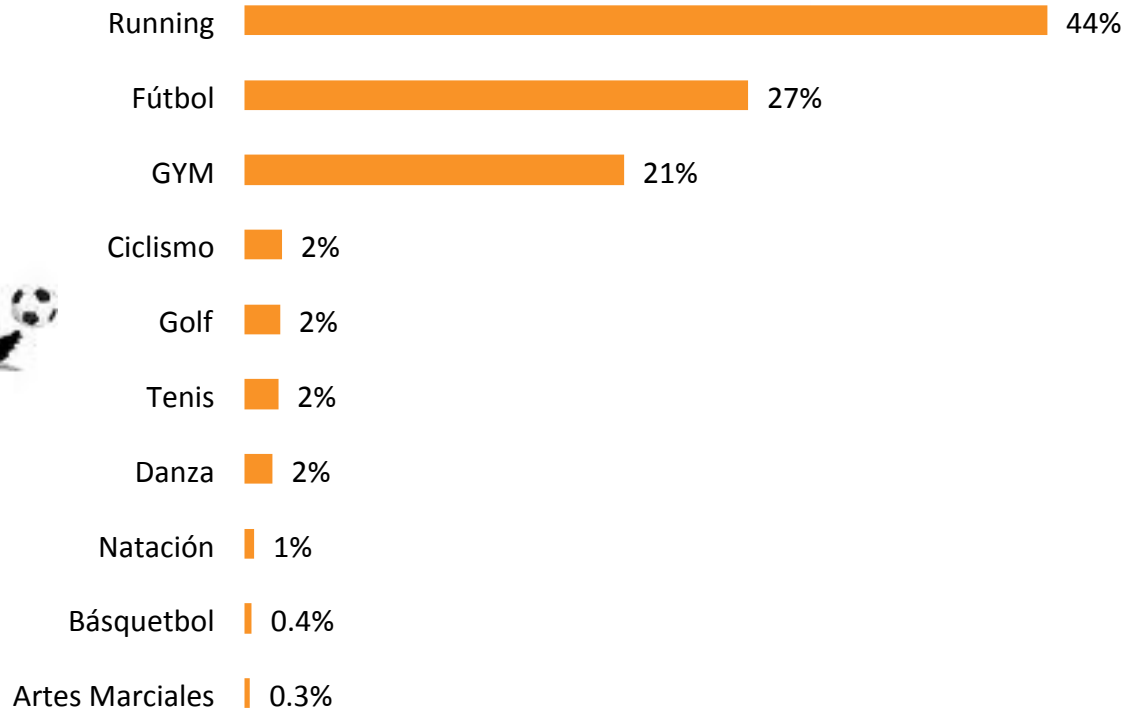
# DEPORTES



# DEPORTES MENCIONADOS



Los deportes mencionados son:



Base: 3,508 tweets. El grafico muestra los 10 principales deportes mencionados.

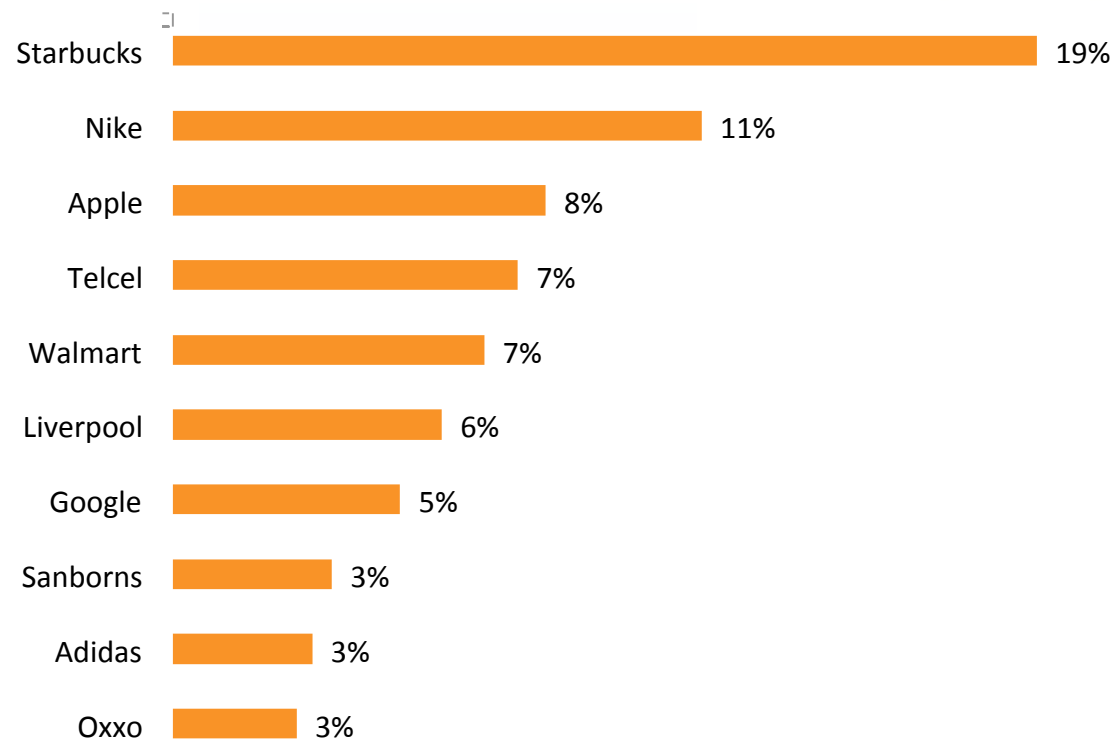
MARCAS



# MARCAS



## Las personas en México hablan de (%):



Base: 4,667 tweets. El gráfico muestra las 10 marcas más mencionadas

# MARCAS



## Top 3

Starbucks



Local más visitado:

**Coyoacán**

7 % de checkins



Un 4% indica estar en

**compañía**

Nike



Top app: **Nike Plus**

81% menciones

Apple



Producto Top : **iPhone**

49% menciones

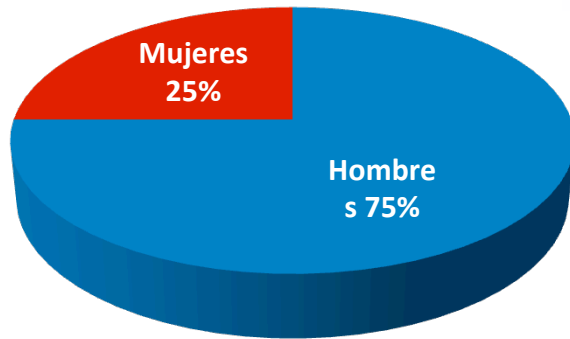
FÚTBOL



# DESTACADOS

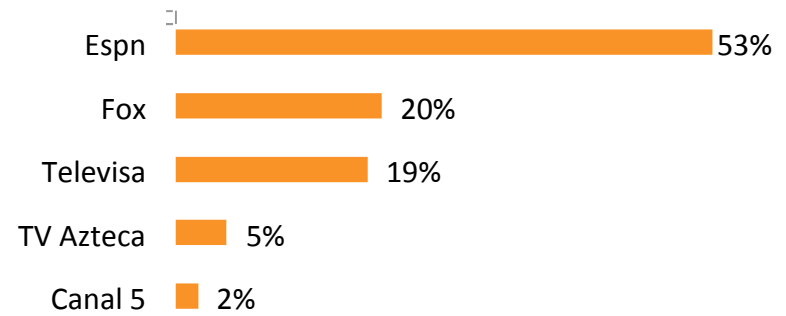


### Género (%)

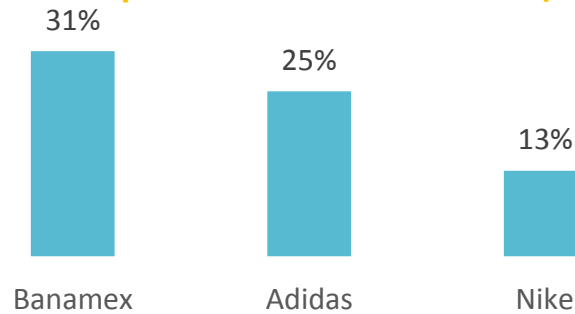


Base: 3,503 tweets.

### Canales de TV mencionados (%)



### Top 3 marcas mencionadas (%)







¡Gracias!  
GetBuzzmonitor.com