

Estudio de
Marketing Digital
y Social Media

2014



AMIPCI
Asociación Mexicana de Internet





La Asociación Mexicana de Internet presenta su
Tercer Estudio de Marketing Digital y Redes Sociales en México.

Metodología para el estudio de Empresas en Redes sociales 2014

La muestra para este estudio se compone de las primeras 100 empresas listadas en el “Ranking de las 500 Empresas de Expansión”.

La recolección de información se realizó entre los meses de agosto y septiembre de 2014.

Se consideraron únicamente empresas “activas” en Redes Sociales, que hayan publicado en los últimos 60 días.

Toda la información utilizada en este estudio es pública, relacionada a la actividad de las empresas analizadas.

El levantamiento de información, así como el procesamiento de los datos, fue realizado por Mente Digital.

Metodología para el estudio de usuarios 2014

El presente estudio se realizó en los 32 estados de la República Mexicana, de manera específica en 62 ciudades y poblaciones, enfocándose en hombres y mujeres de todas las edades.

El levantamiento de información se realizó entre los meses de agosto y septiembre del 2014, mediante un panel online.

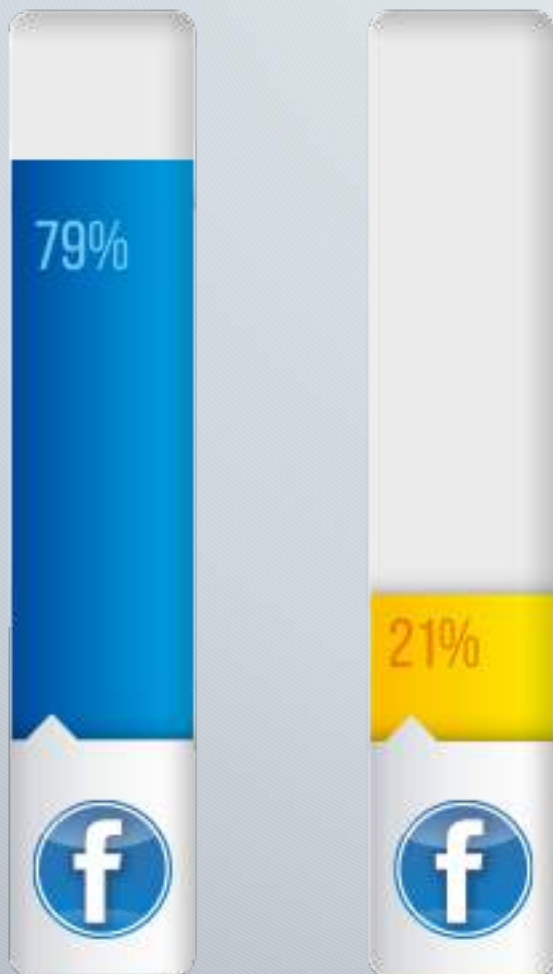
El NSE utilizado en este estudio, está basado en la Regla AMAI 8x7

Descripción de la muestra $n=5,103$. Error Muestral ± 3 , para un N. C. del 95%




Análisis de las 100 Empresas más grandes de México Ranking de la revista Expansión 2014

Presencia en Facebook

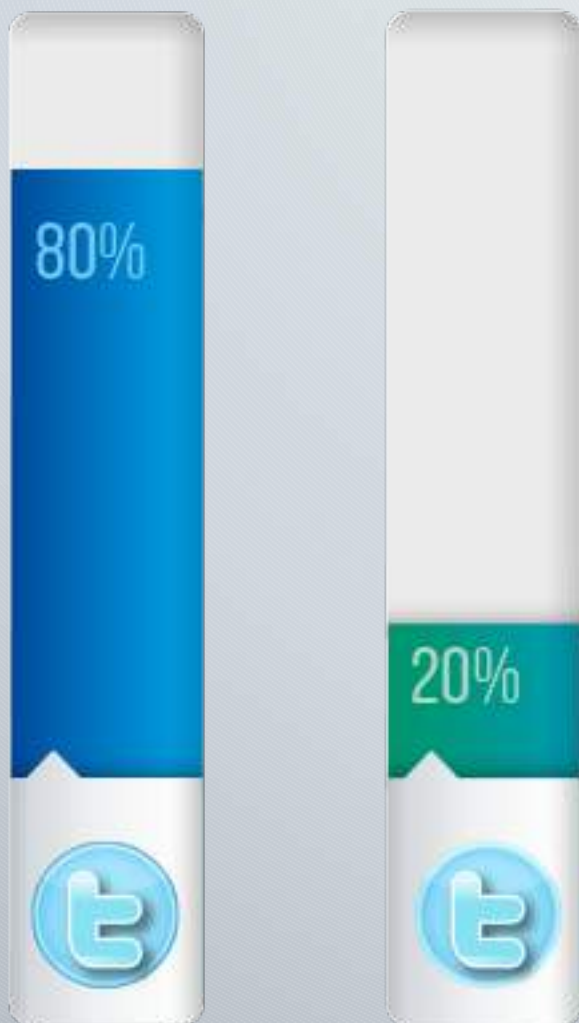


 Presentes en Facebook


 No tienen cuenta de Facebook
ni página en español

De las 100 empresas que conforman el estudio, 79 están presentes en Facebook.

Presencia en Twitter



 Presentes en Twitter

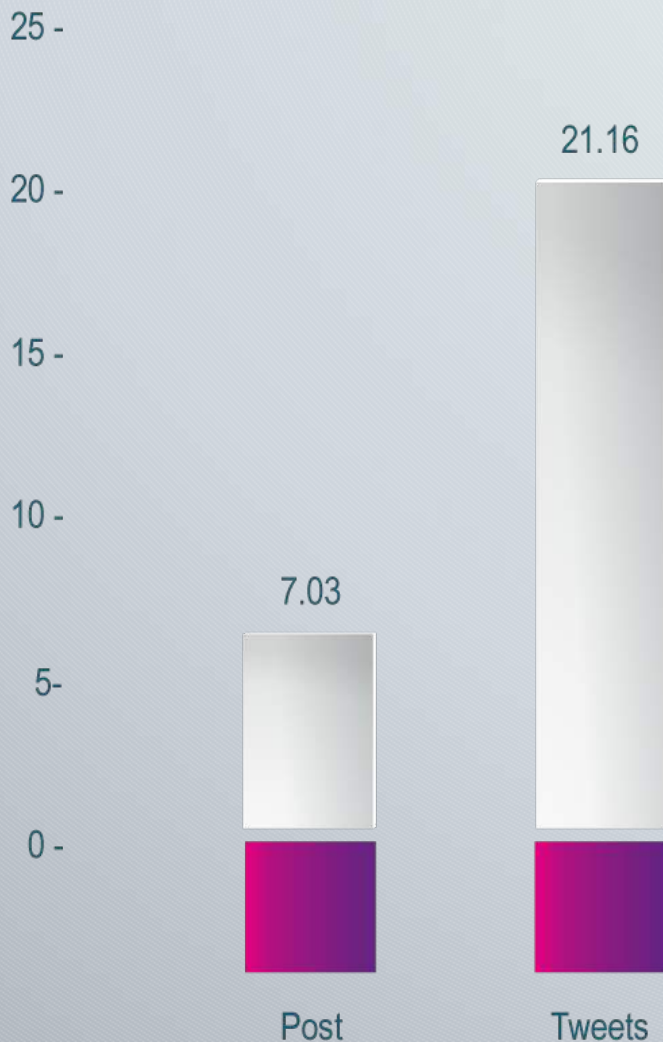
 No tiene cuenta de Twitter
ni cuenta en español

De las 100 empresas que conforman el estudio, 80 están presentes en Twitter.

Audiencia promedio de las 100 empresas



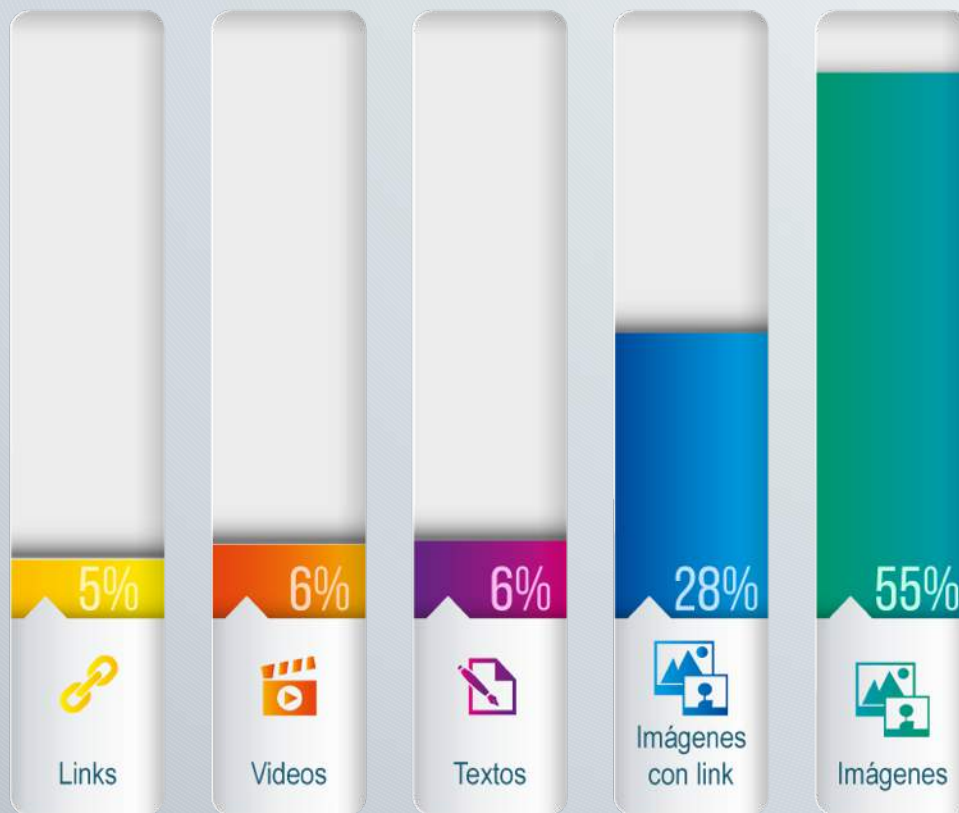
Promedio de publicaciones



El promedio de publicaciones en Facebook es de 7 *posts* por semana.

Mientras que en Twitter llega a los 21 Tweets por semana.

Promedio de contenidos Facebook



Promedio general: 7.03

Textos: 0.43

Imágenes con link: 1.97

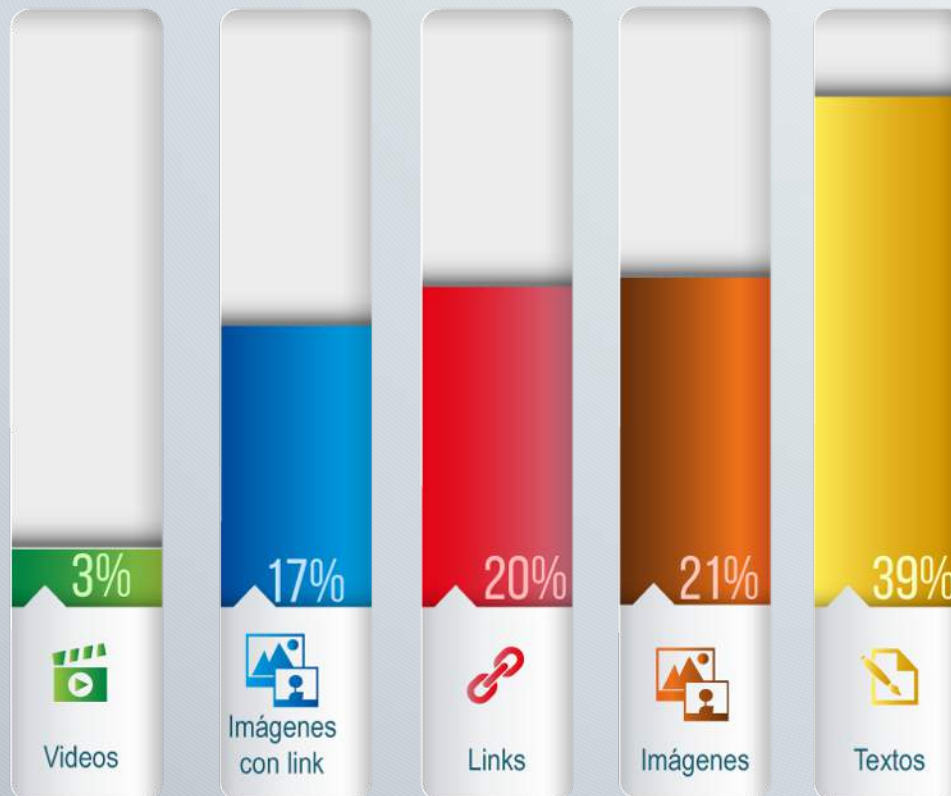
Imágenes: 3.86

Links: 0.34

Videos: 0.46

Del promedio de publicación de las 100 empresas, la variedad de contenido por semana es de: 4 imágenes, 2 links unidos a imágenes, y 1 video, texto o link.

Promedio de contenido Twitter



Promedio general: 21.16

Textos: 8.34

Imágenes con link: 3.54

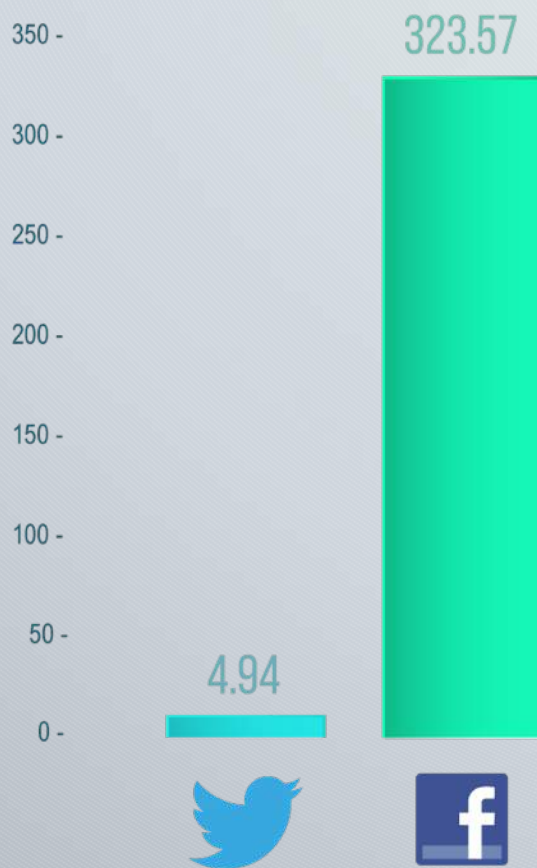
Imágenes: 4.53

Links: 4.14

Videos: 0.6

Del promedio de tweets de las 100 empresas, la variedad de contenido por semana es de: 8 textos, 5 imágenes, 4 links, 4 links unidos a una imagen y 1 video

Promedio de interacción de las últimas treinta publicaciones



Se realizó un promedio de la interacción de las últimas 30 publicaciones, en Facebook y Twitter, de las 100 empresas.

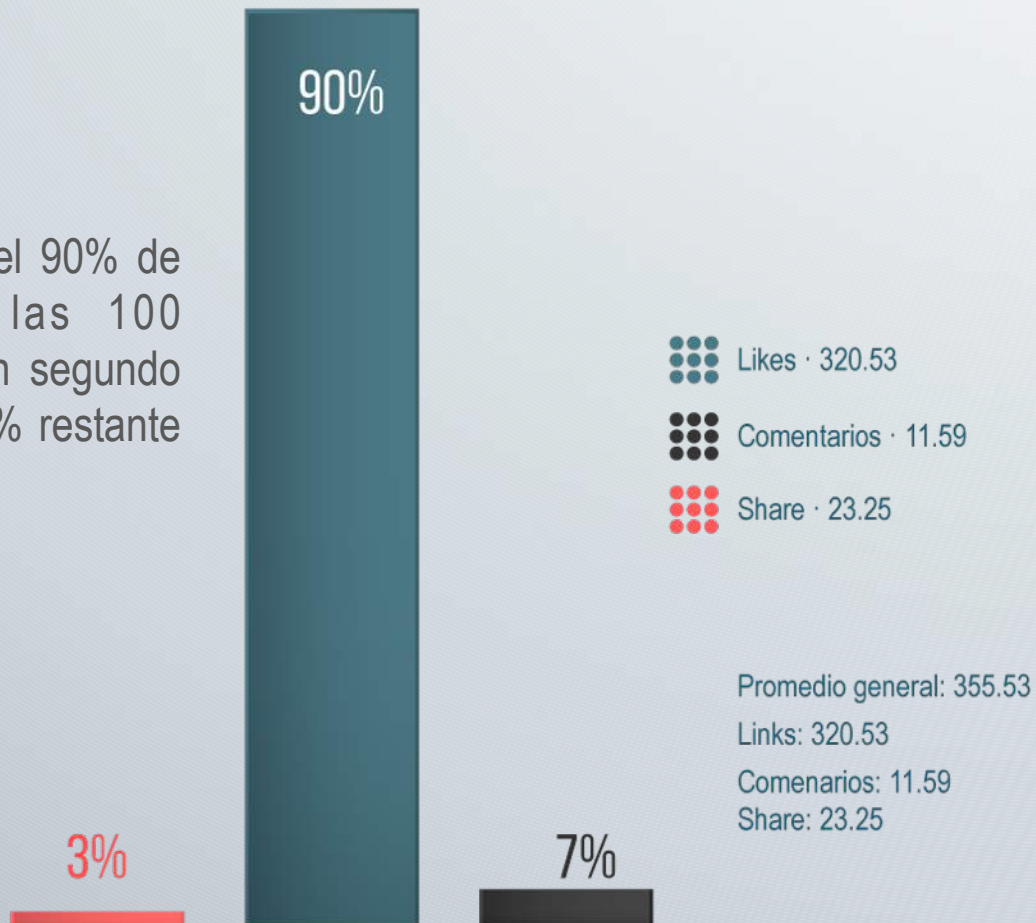
Facebook reporta un promedio de 323 acciones, tomando en cuenta shares, likes y comentarios.

En Twitter se reportan 5 acciones, tomando en cuenta Retweets y favoritos.



Interacción detallada de las últimas treinta publicaciones Facebook

Los likes representan el 90% de la interacción de las 100 empresas, el share, en segundo lugar, con un 7%, el 3% restante son los comentarios.




Interacción detallada de las últimas treinta publicaciones en Twitter



Favoritos

Retweet

 Promedio general · 4.94
Retweet: 2.41
Favorito: 2.53

La interacción en Twitter se equilibra entre los Retweets y los Favoritos.

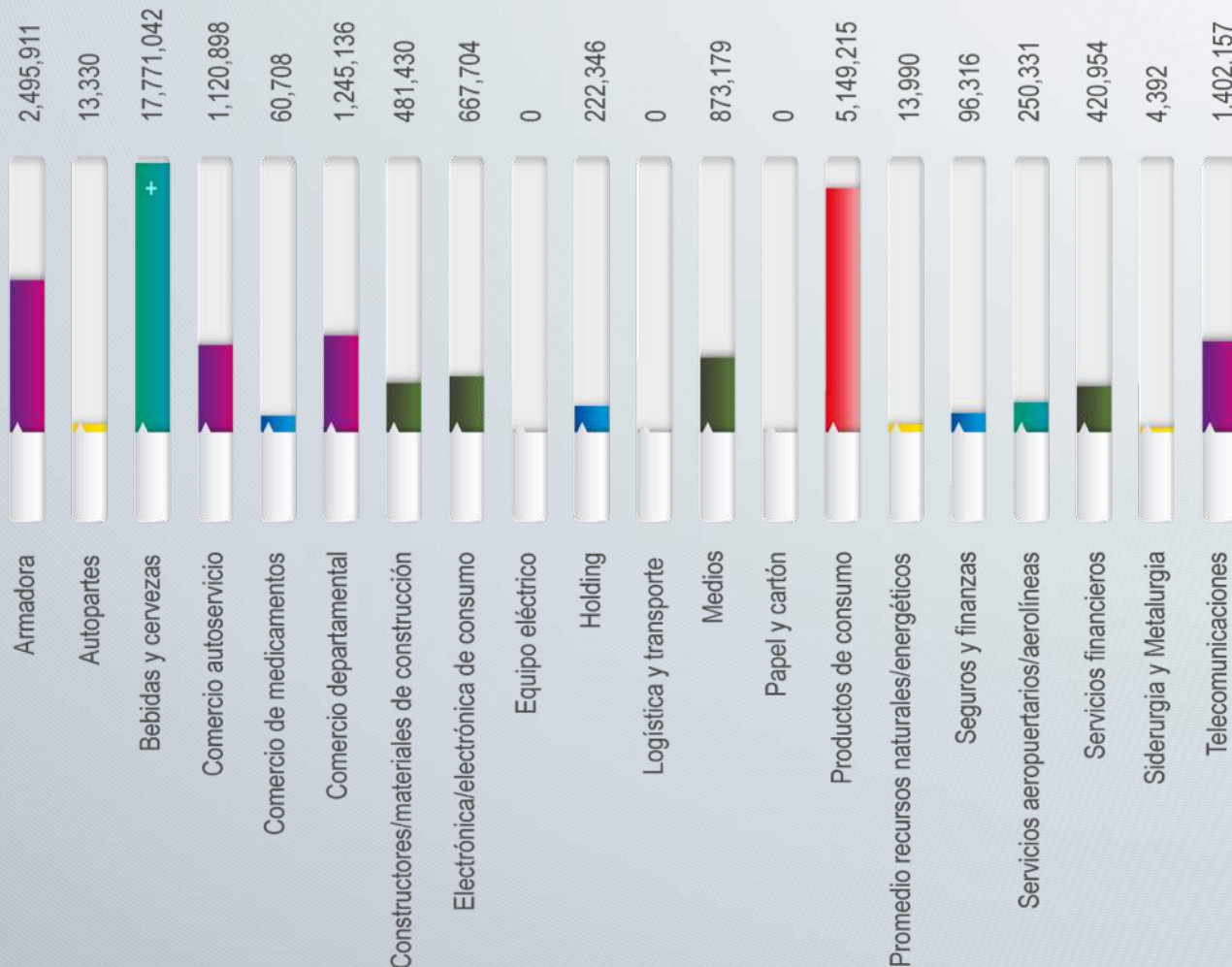


Análisis por sectores



Audiencia

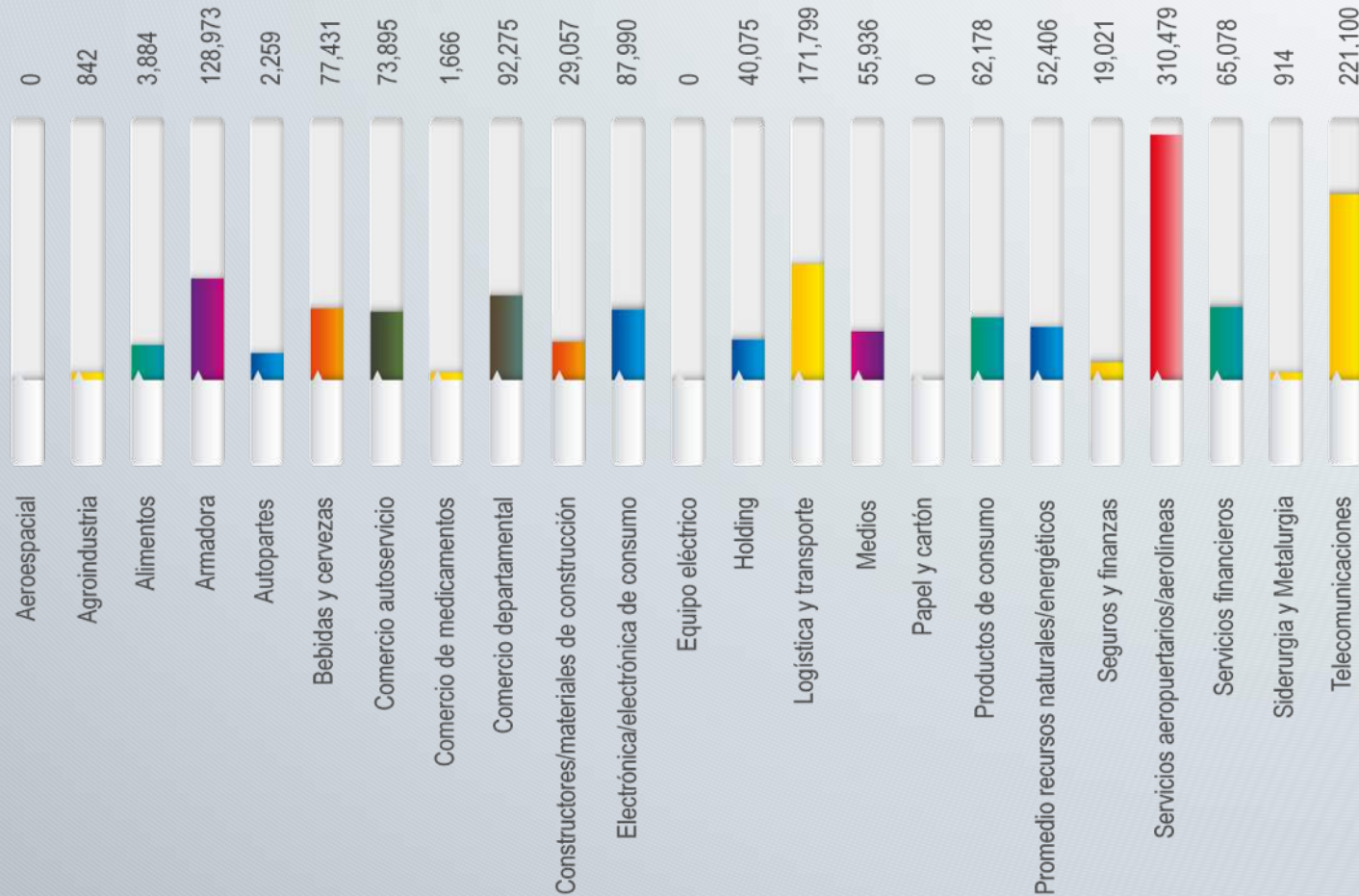
Fans Facebook



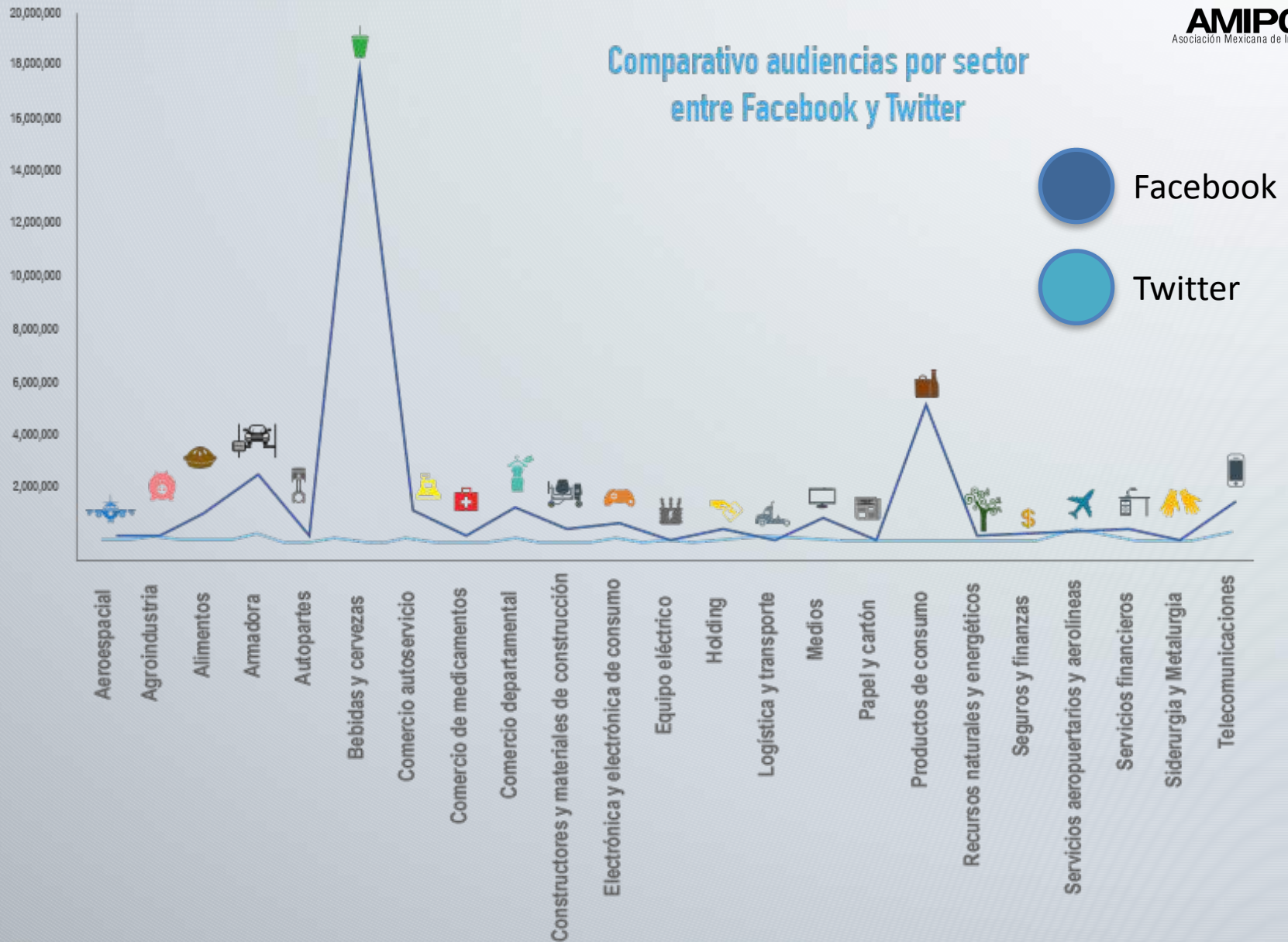
El líder en audiencia, a partir del promedio por sectores, lo tiene el de las *Bebidas y cervezas*, gracias al desempeño de empresas como Coca-Cola FEMSA, PepsiCo de México y Grupo Modelo.



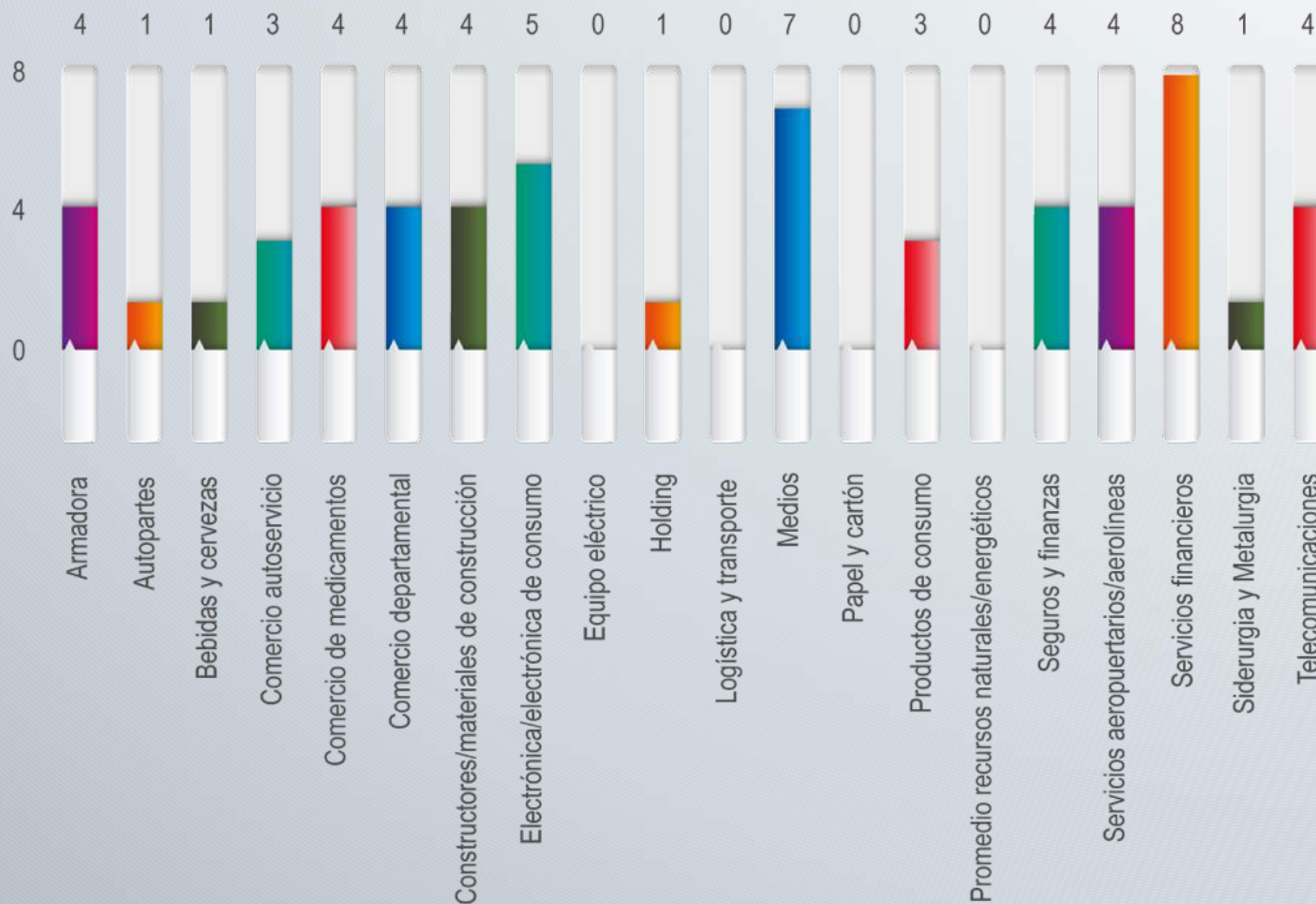
Followers Twitter



Las empresas de *Servicios aeroportuarios y Aerolíneas*, destacan como los sectores con más followers en Twitter, de acuerdo con el promedio por sectores.

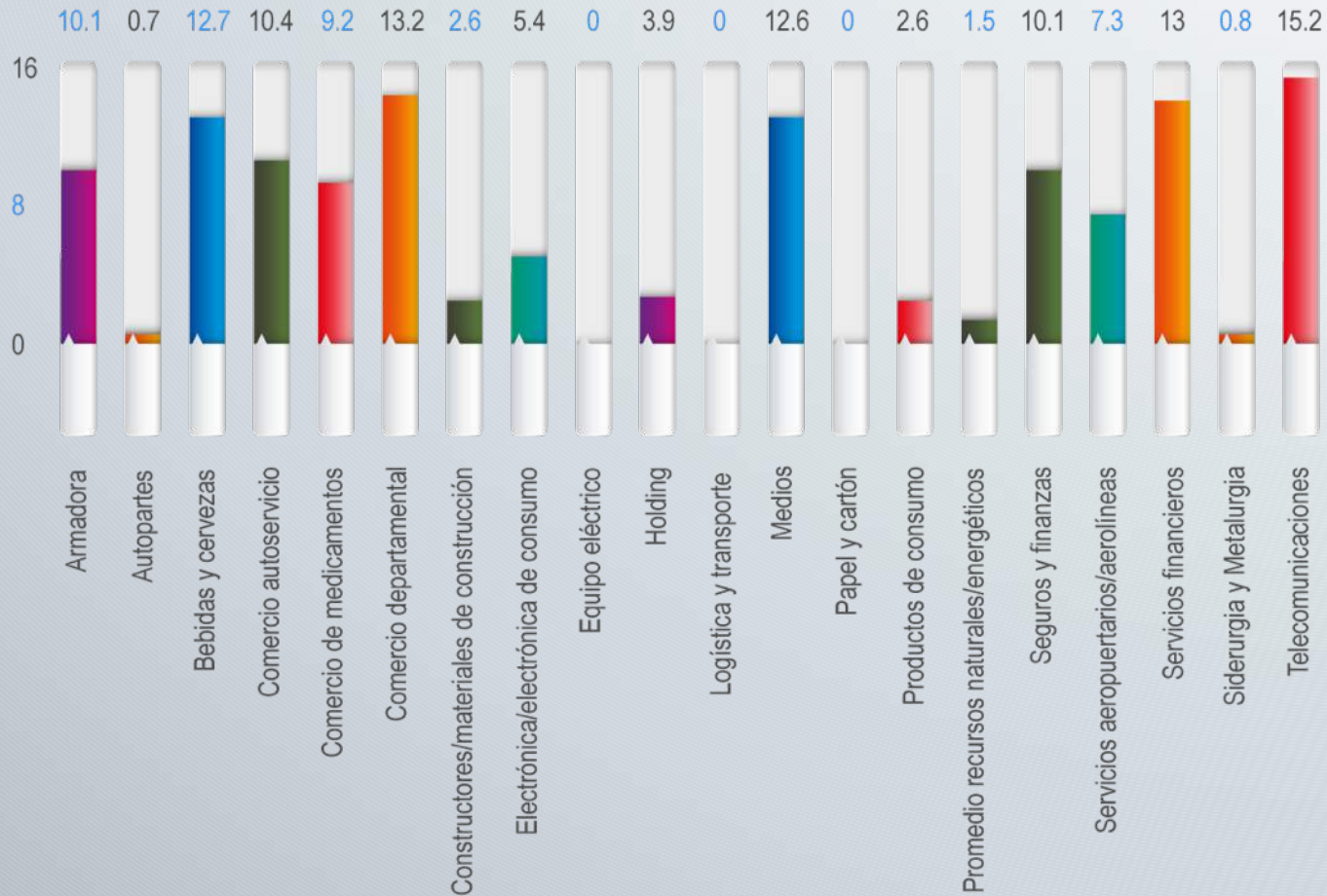


Uso de Tabs



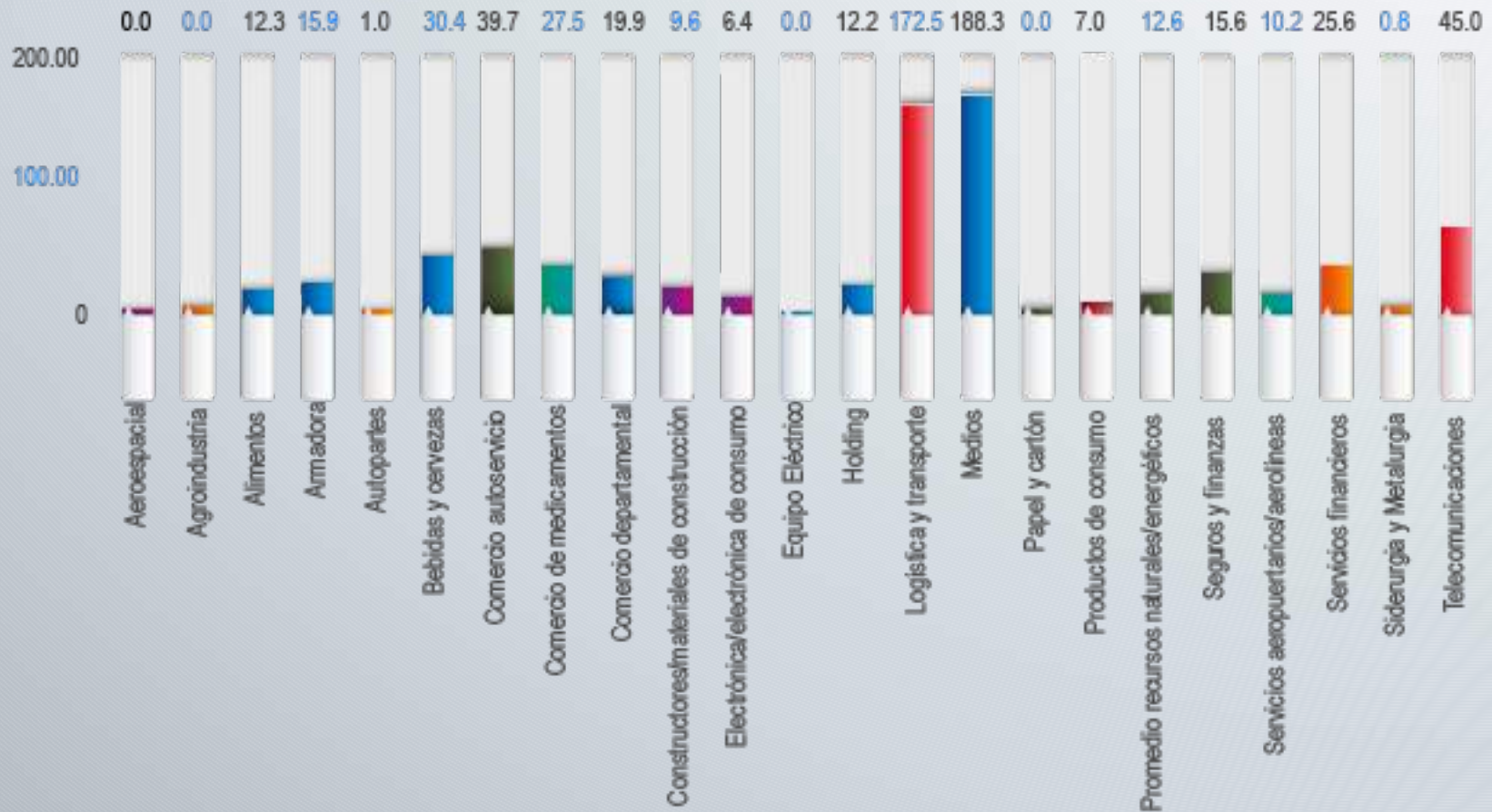
Los Servicios financieros son el sector que más aprovecha los recursos de Facebook, con 8 Tabs promedio.

Promedio de posts por industria



De acuerdo con los promedios de publicación semanal, el sector que más actividad tiene en este rubro es el de las *Telecomunicaciones*, con 15 posts.

Promedio de tweets por industria



Los sectores que, en promedio, publican más en Twitter son *Medios* y *Logística y Transporte*



Top 10 de los que más usan Facebook



Del *top ten* de sectores que más publican en Facebook, los 10 en el ranking también se encuentran por encima del promedio de publicaciones de las 100 empresas.



Comercio
autoservicio

10.4 POSTS

Seguros
y finanzas

10.1 POSTS

Armadora

10.1 POSTS

Comercio
de medicamentos

9.2 POSTS

Alimentos

8.8 POSTS

Del *top ten* de sectores que más publican en Facebook, los 10 en el ranking también se encuentran por encima del promedio de publicaciones de las 100 empresas.

Top 10 de los que más usan Twitter



7 son los sectores que están por encima del promedio de publicaciones en Twitter de las 100 empresas.



Comercio de
medicamentos

27.5 Tweets

Servicios financieros

25.6 Tweets

Promedio de tweets
de las 100 empresas

21.2 Tweets

Comercio
departamental

19.9 Tweets

Armadora

15.9 Tweets

Seguros y finanzas

15.6 Tweets

7 son los sectores que están por encima del promedio de publicaciones en Twitter de las 100 empresas.



Interacción

Top 10 de los sectores con mayor interacción en Facebook



Bebidas y Cervezas, Comercio departamental y Armadora, son los sectores que rebasan el promedio de interacción de las 100 empresas.

Top 10 de los sectores con mayor interacción en Facebook



Top 10 de los sectores con mayor interacción en Twitter



Estos diez sectores se encuentran por encima del promedio en actividad de interacción de las 100 empresas.

Top 10 de los sectores con mayor interacción en Twitter



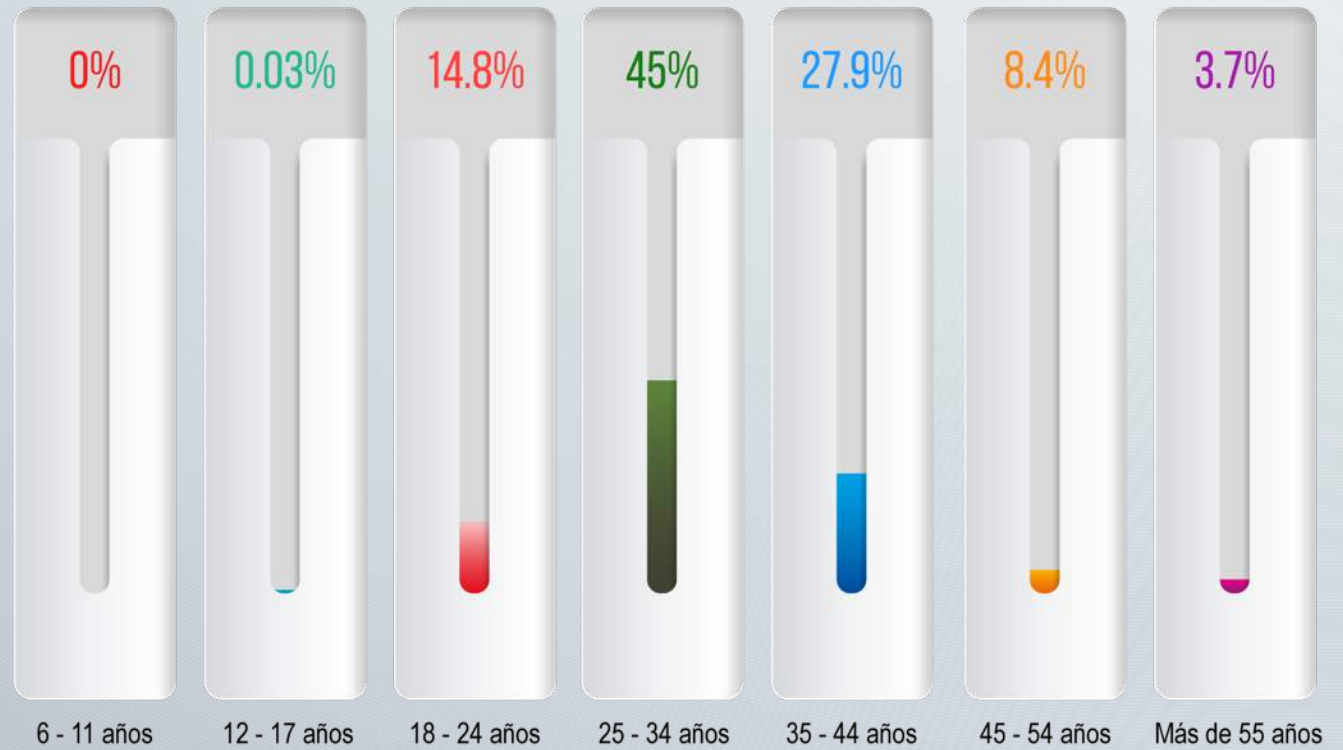
Los 10 sectores del *top ten* de interacción en Twitter, se encuentran por encima del promedio de las 100 empresas.



Género

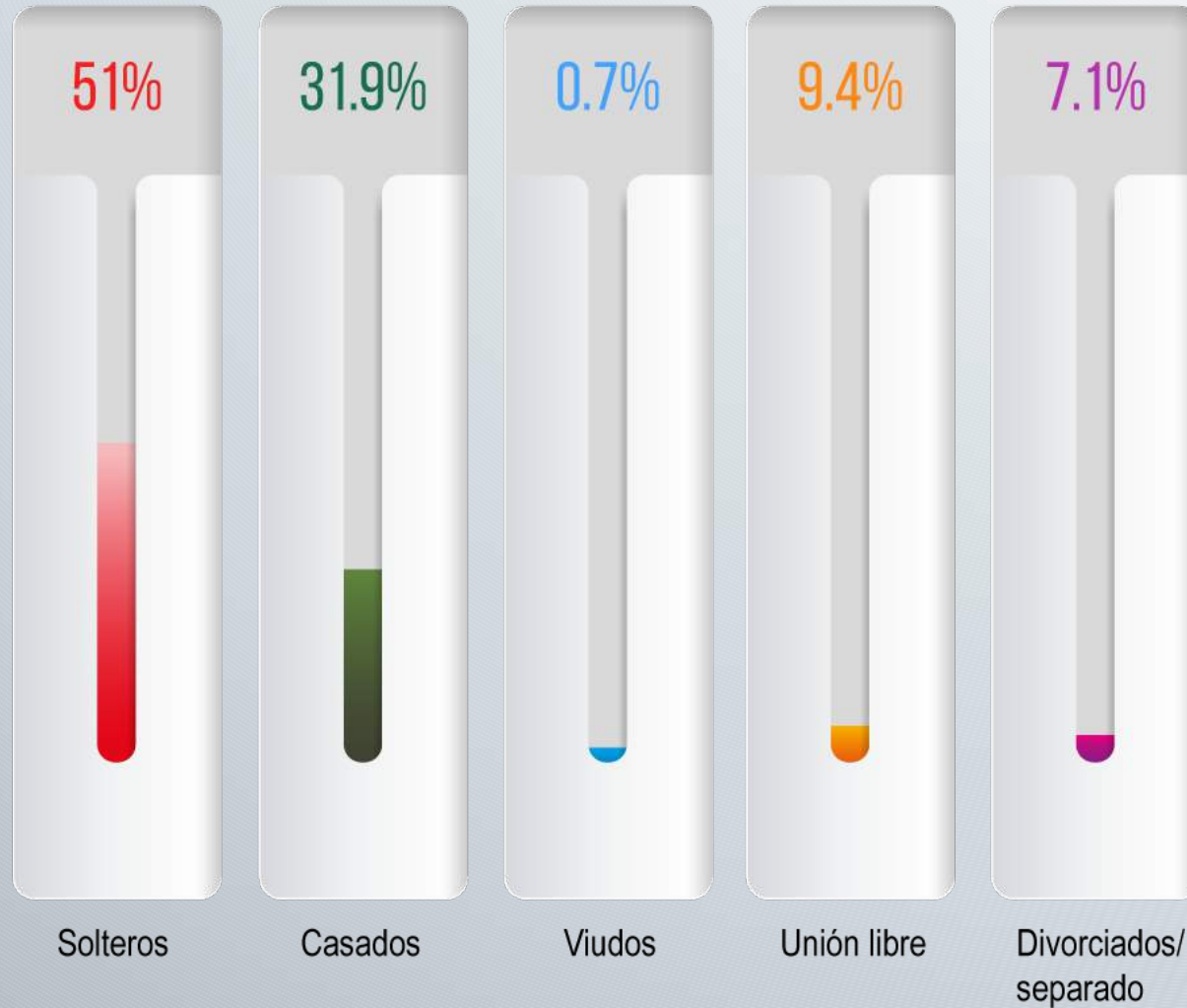


Edades



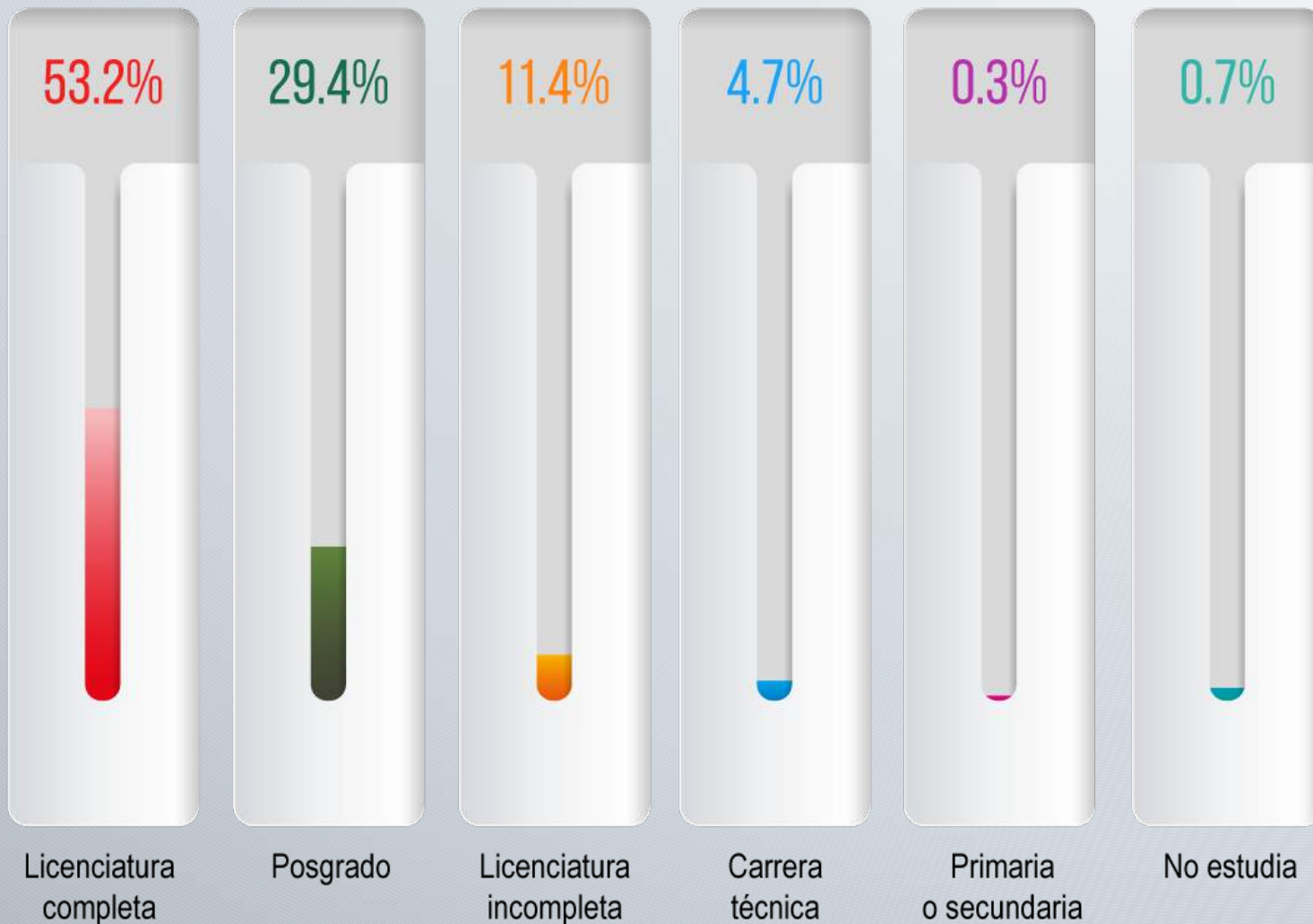


Estado civil





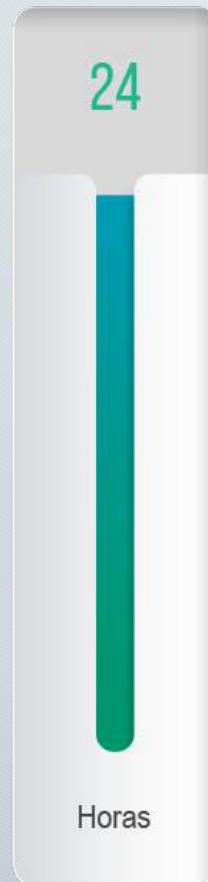
Grados de estudio



¿Cuántas horas navegas al día?



Mínimo



Máximo



Promedio: 9 horas



12 horas



10 horas



¿Cuáles son tus actividades principales en Internet?

1. Redes Sociales
2. Correo Electrónico
3. Navegación de sitios corporativos
4. Consulta de noticias
5. Mensajería instantánea
6. Uso de APPS en un Smartphone
7. Escuchar música en línea



¿Con qué dispositivo te conectas con mayor frecuencia a Internet?

Smartphone

1

Computadora
de escritorio

4

Laptop

2

Smart TV

5

Tablet

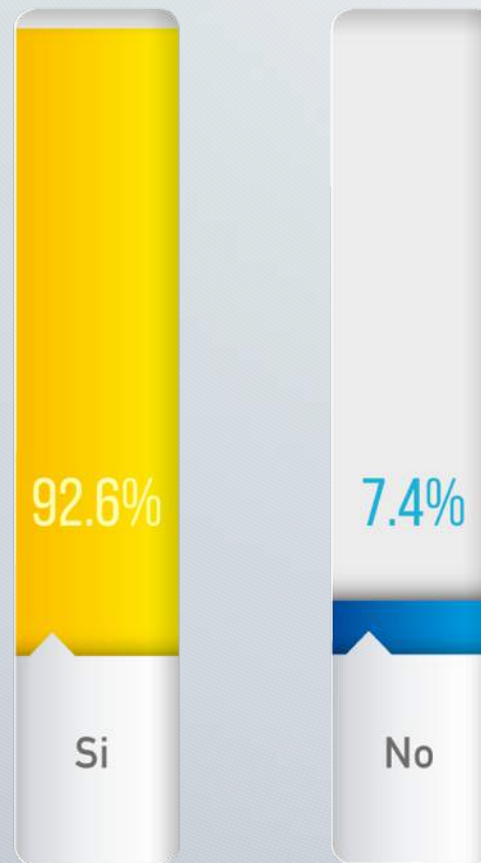
3

Smart Watch

6

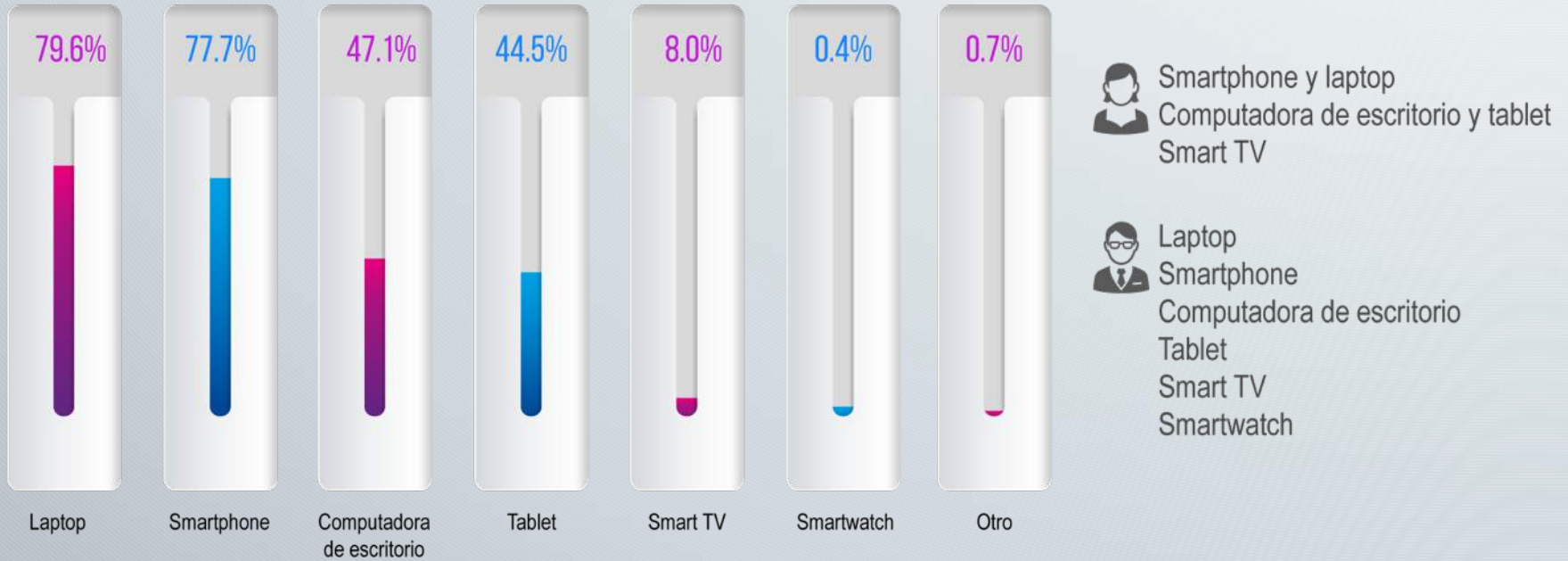


¿Has visto publicidad en Internet?



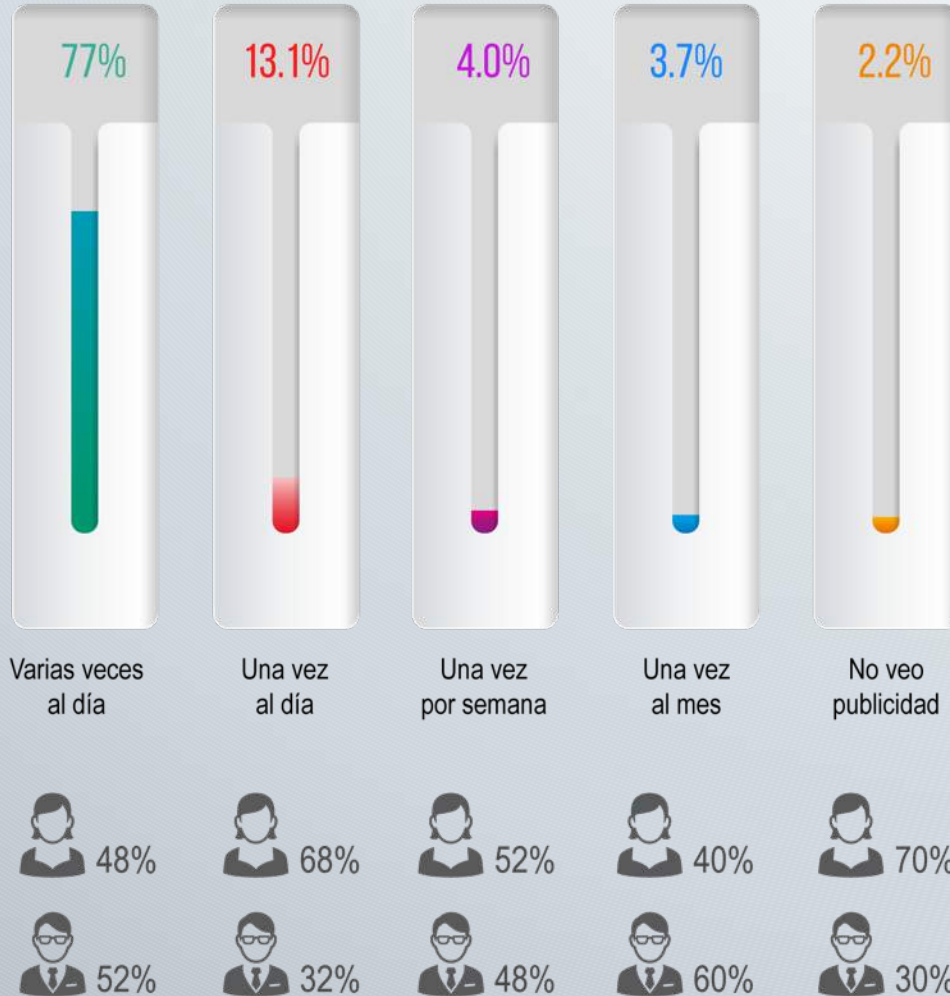


¿Dónde has visto publicidad?





¿Con qué frecuencia ves publicidad en Internet?





¿Dónde ves publicidad con mayor frecuencia?

1. Redes Sociales
2. Sitios Web
3. Correo electrónico
4. Aplicaciones móviles
5. Blogs

¿De qué marcas recuerdas haber visto publicidad?

Coca-Cola

1

Bancomer

6

Nike

2

Netflix

7

Linio

3

Aeromexico

8

Bestday

4

Telcel

9

Adidas

5

Samgung

10

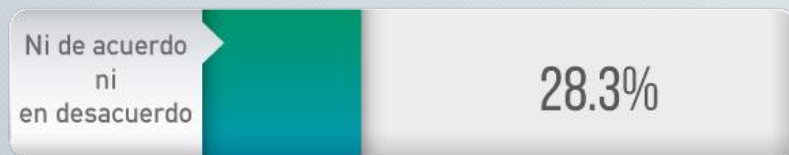
¿Qué tan de acuerdo te encuentras con ver publicidad en Internet?



39%



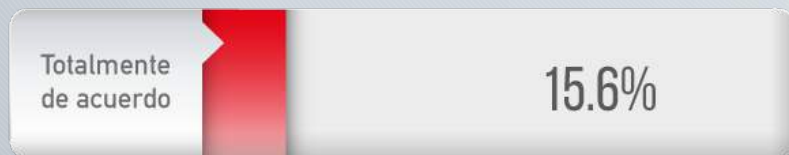
61%



48%



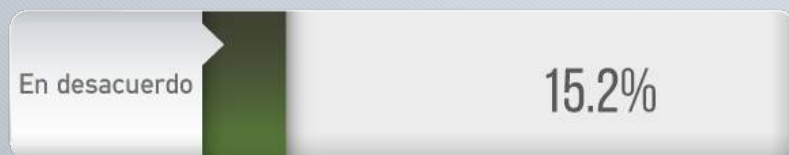
52%



42%



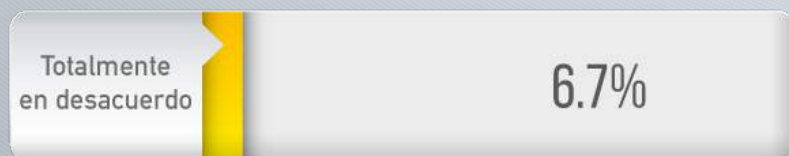
58%



51%



49%



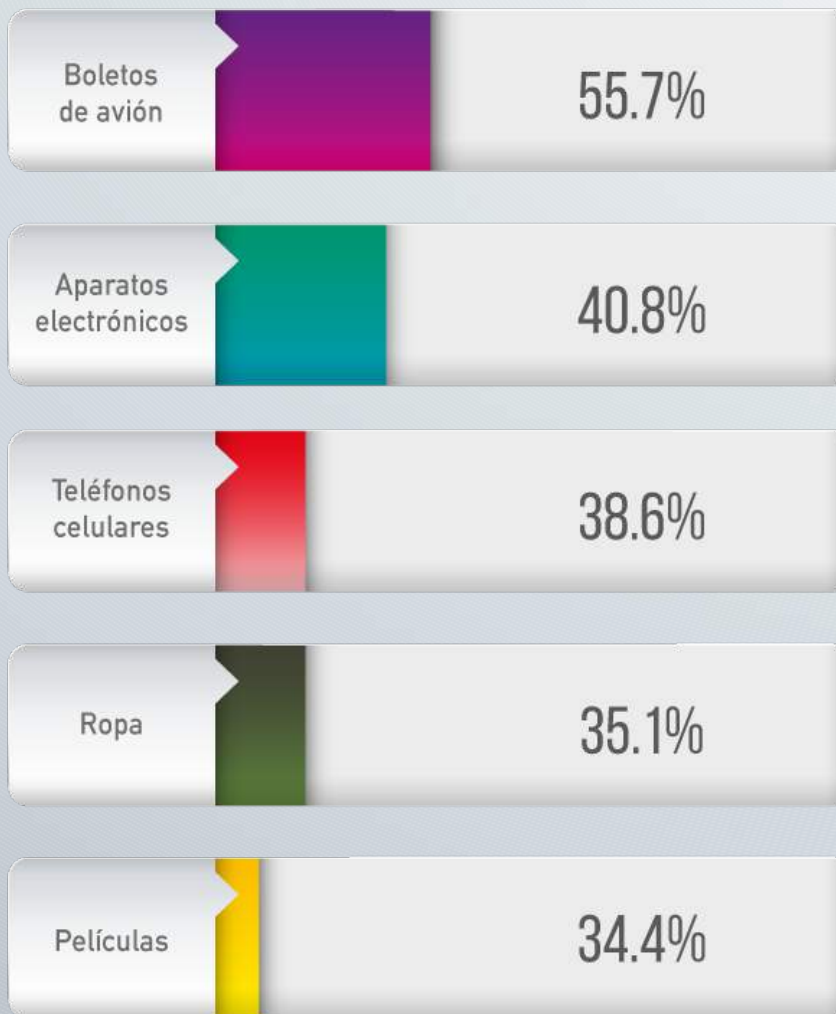
47%



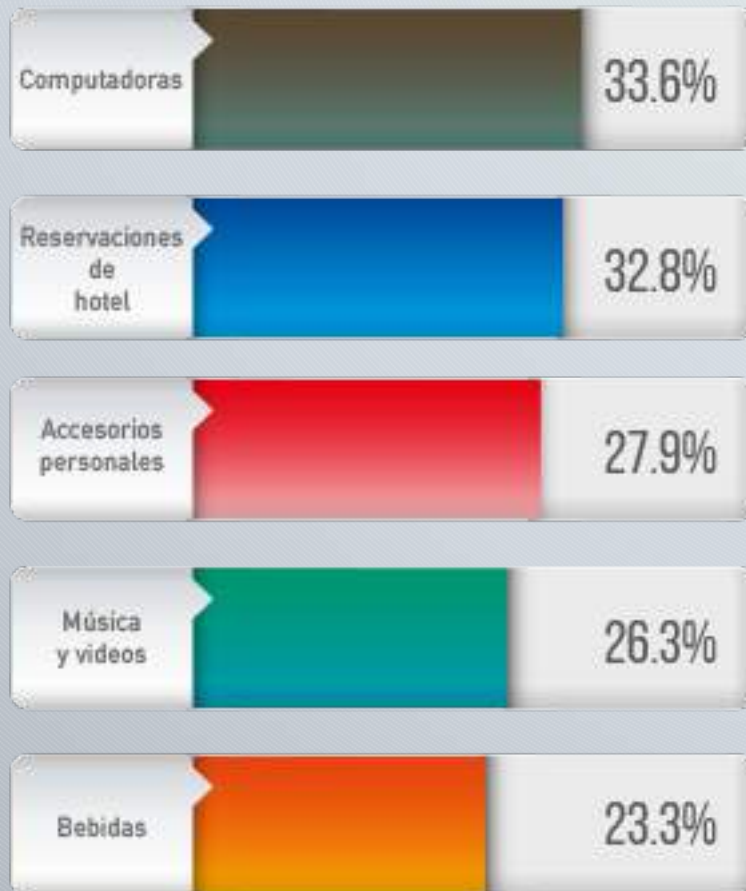
53%

5 de cada 10 usuarios, están de acuerdo en ver publicidad en Internet

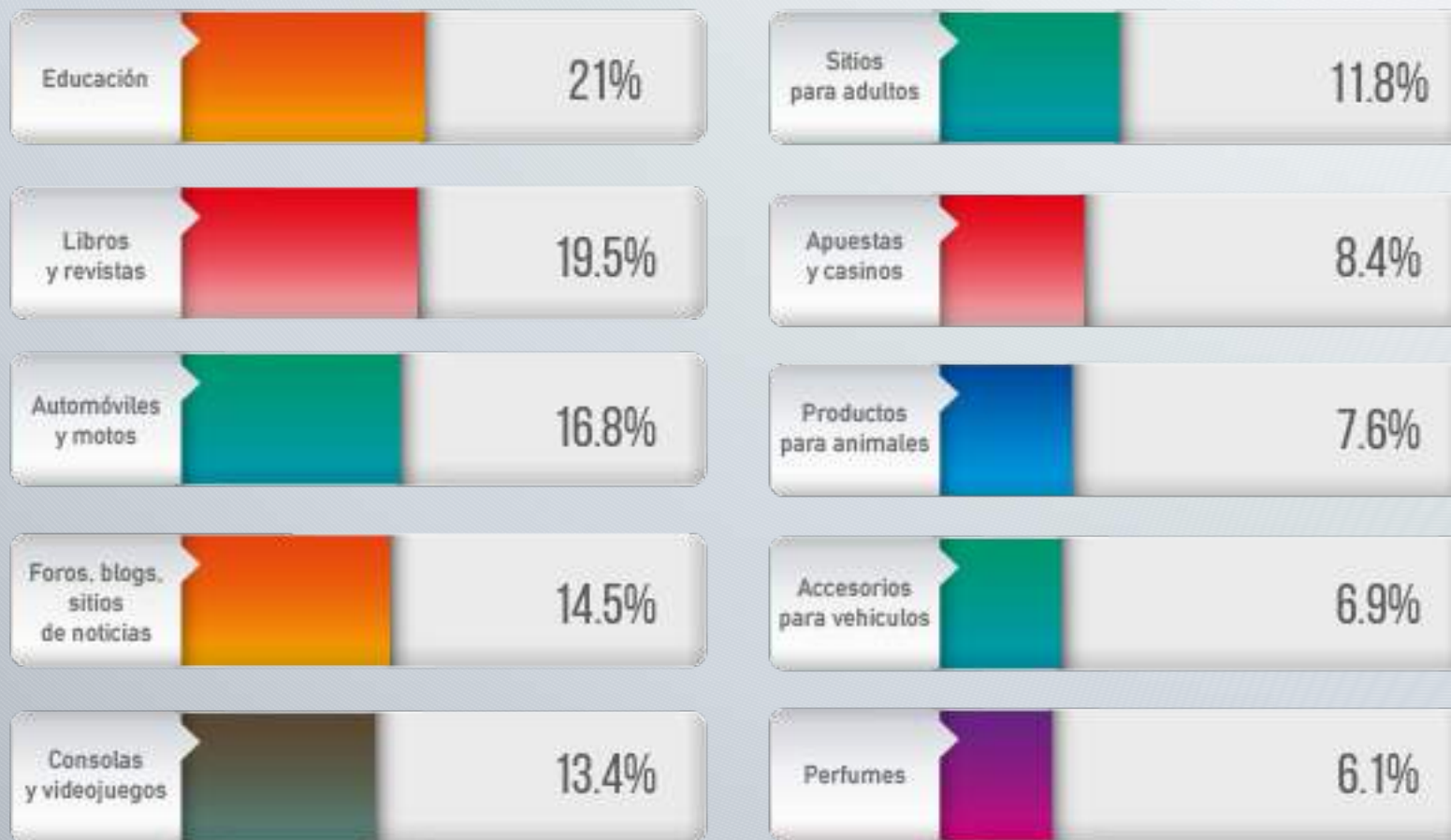
¿Sobre qué ves publicidad con mayor frecuencia?



¿Sobre qué ves publicidad con mayor frecuencia?

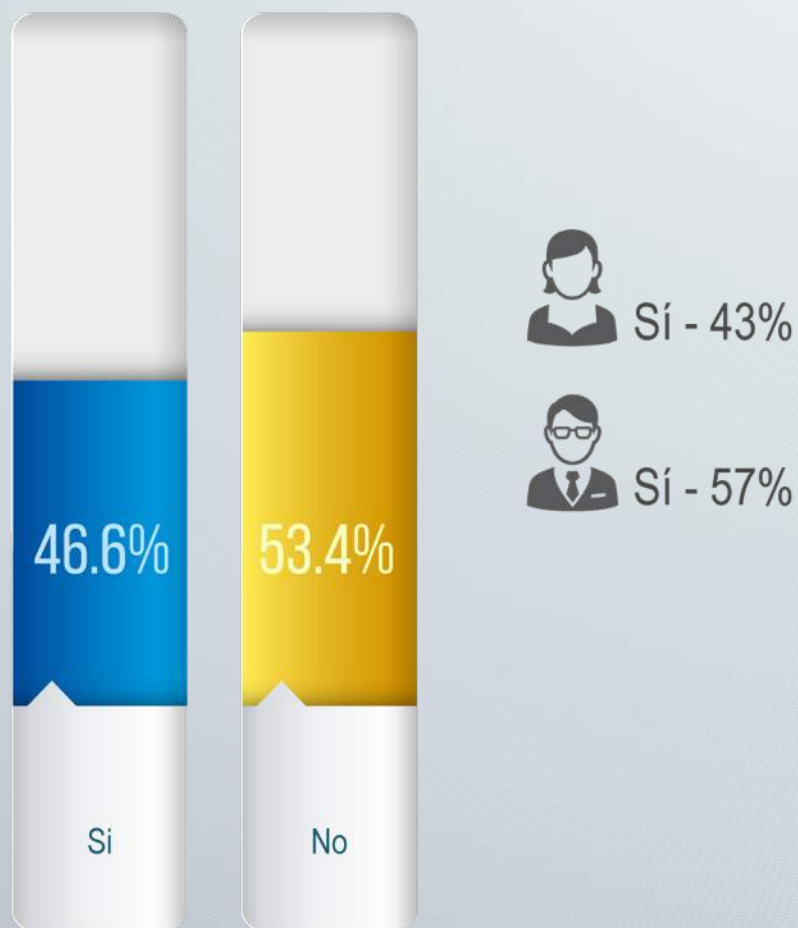


¿Sobre qué ves publicidad con mayor frecuencia?

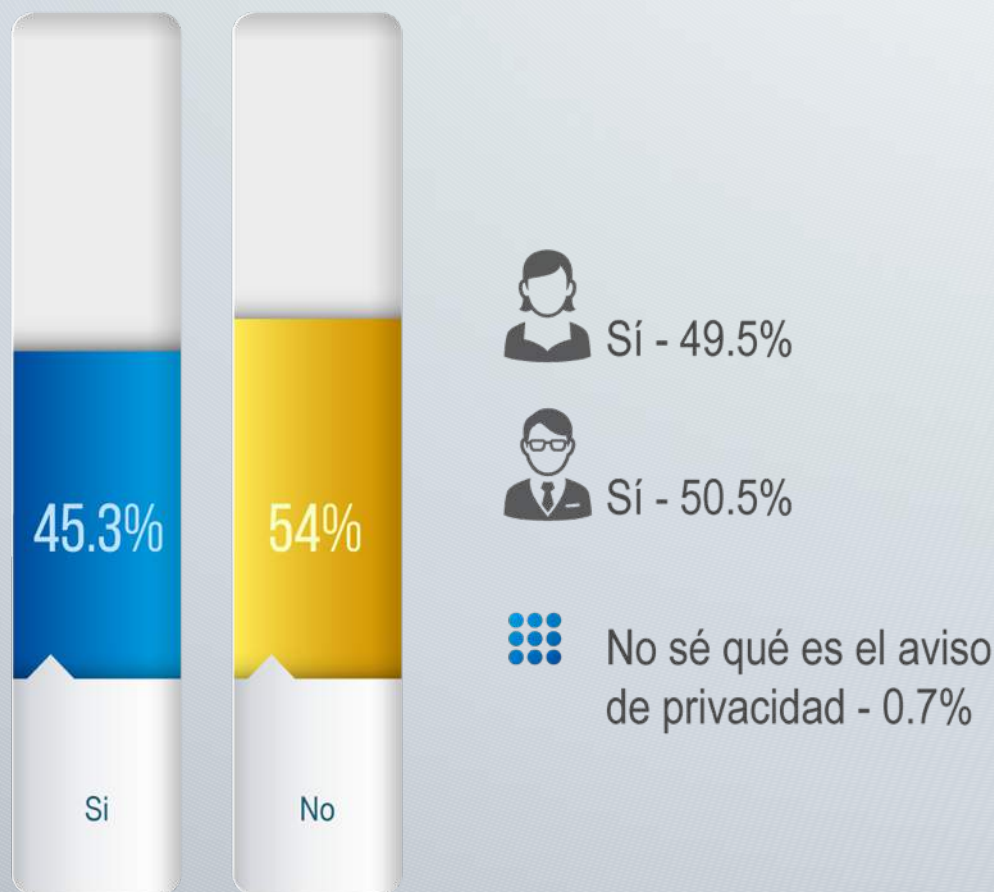




¿Has comprado algún producto o servicio después de ver publicidad en Internet?



¿Lees el aviso de privacidad antes de dejar tus datos personales en un sitio web?



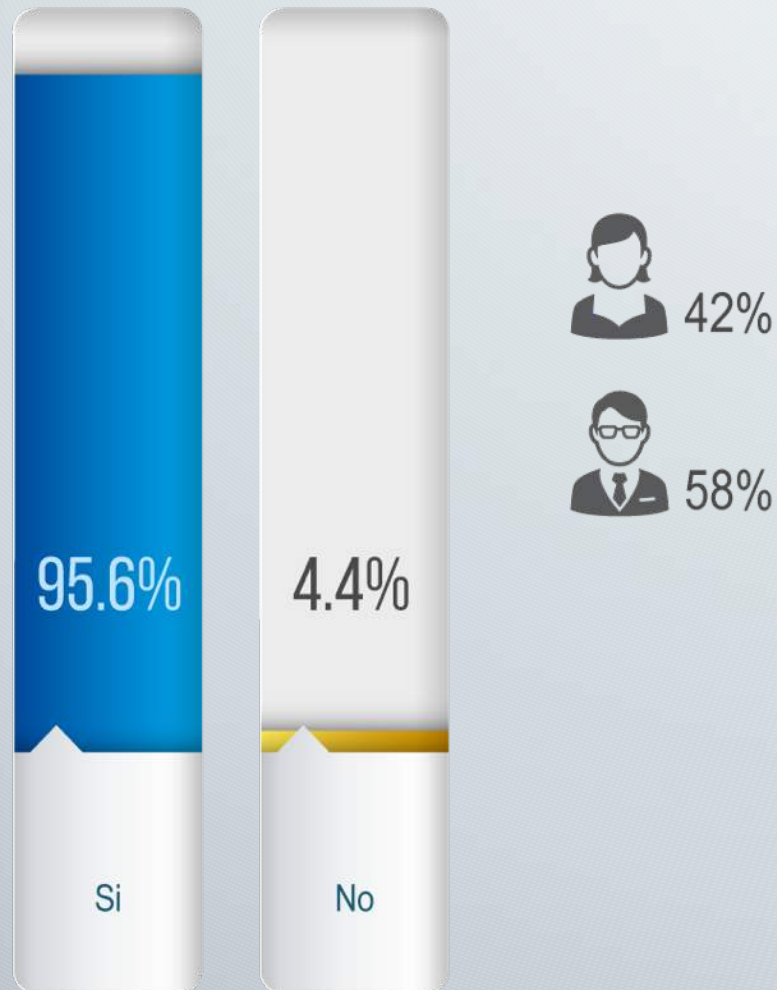


¿Te encuentras inscrito en alguna red social?

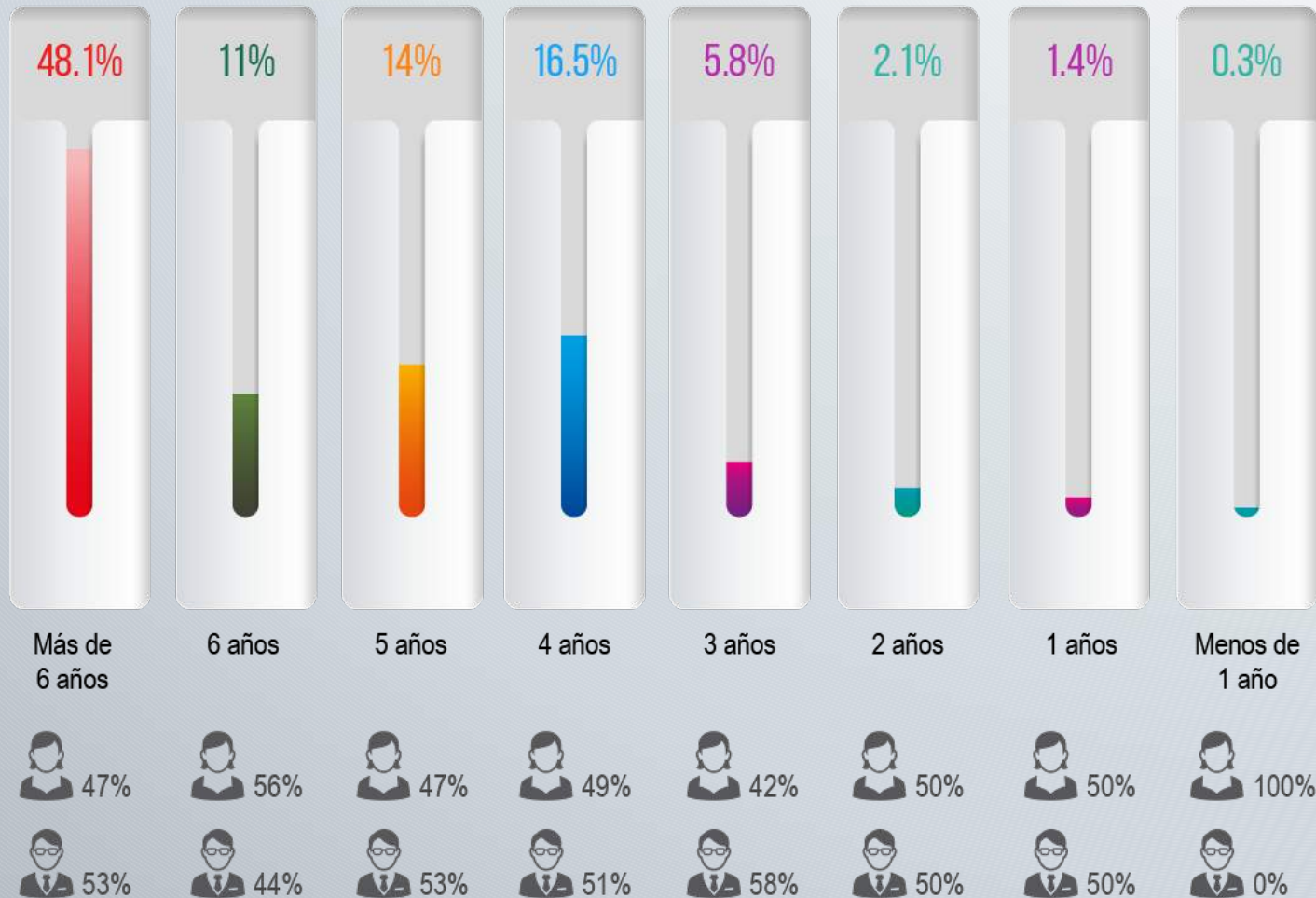




¿Utilizas Redes Sociales en un Smartphone?



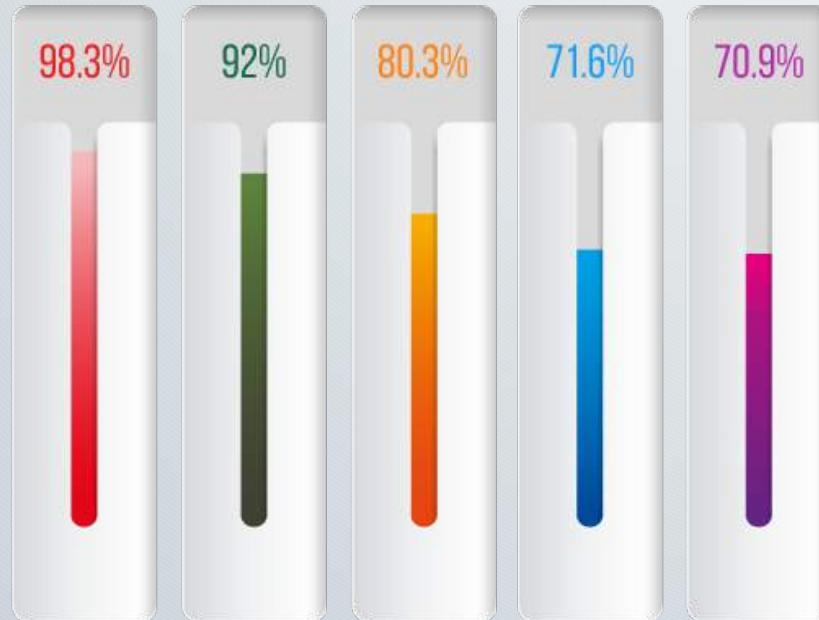
¿Desde hace cuánto tiempo eres usuario de alguna red social?



■ ■ ■ Promedio general - 4.4 años de antigüedad



¿En cuáles Redes Sociales estás inscrito?



Facebook

Twitter

Youtube

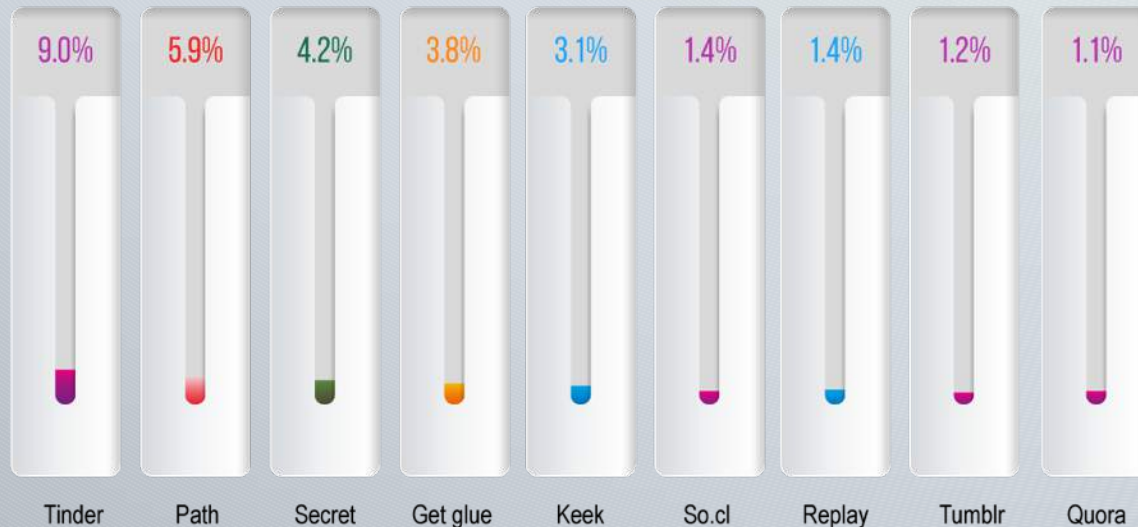
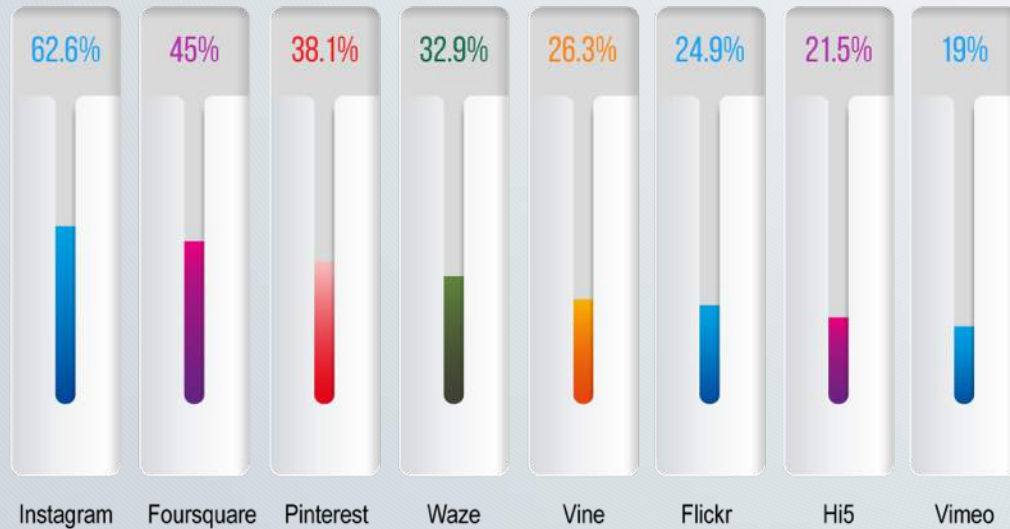
Google
Plus

LinkedIn

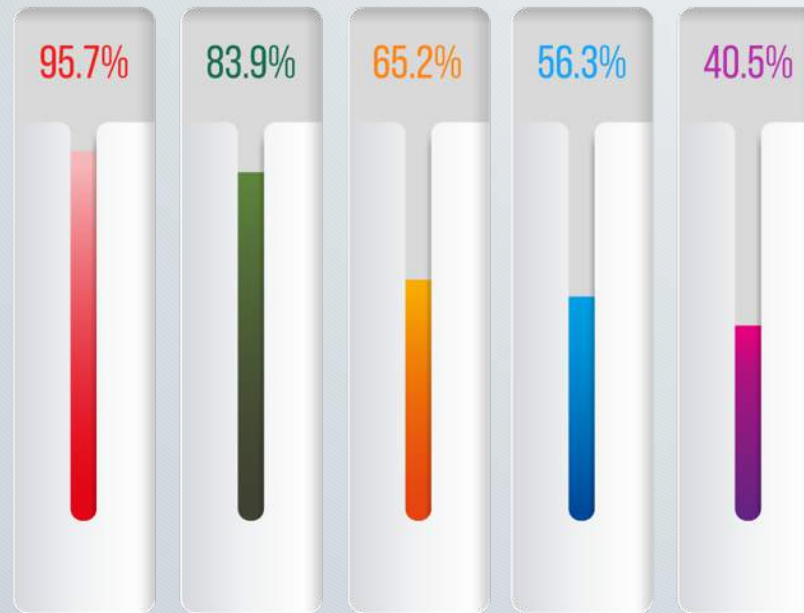




¿En cuáles Redes Sociales estás inscrito?



¿Cuáles Redes Sociales utilizas en un Smartphone?



Facebook

Twitter

Youtube

Instagram

LinkedIn



49%



49%



47%



49%



46%



51%



51%



53%



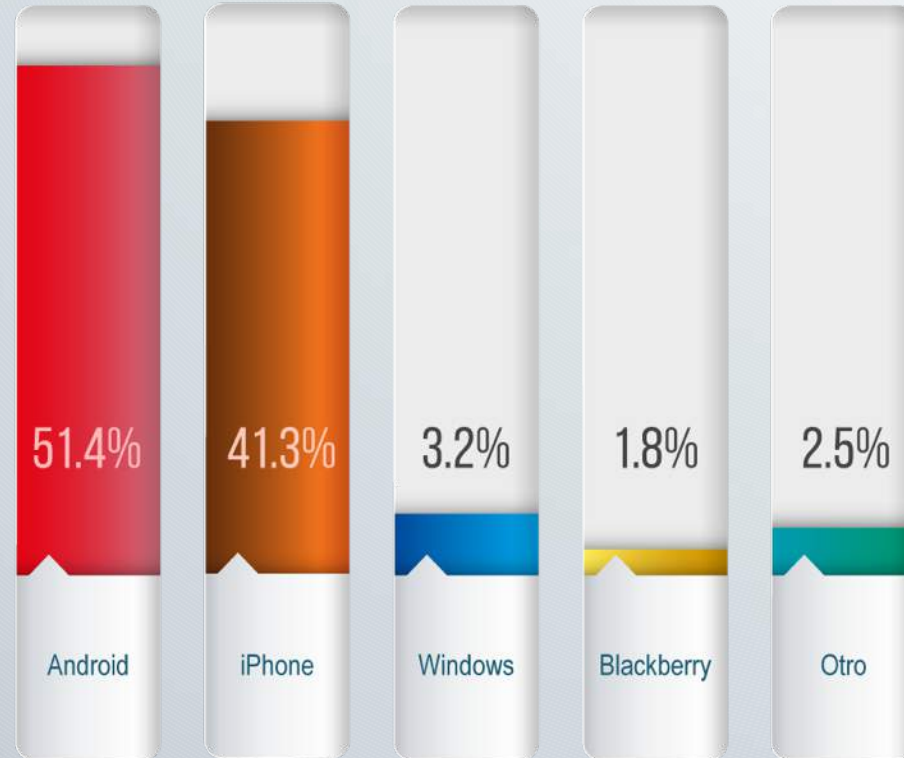
51%



54%



¿Con qué Smartphone utilizas Redes Sociales?



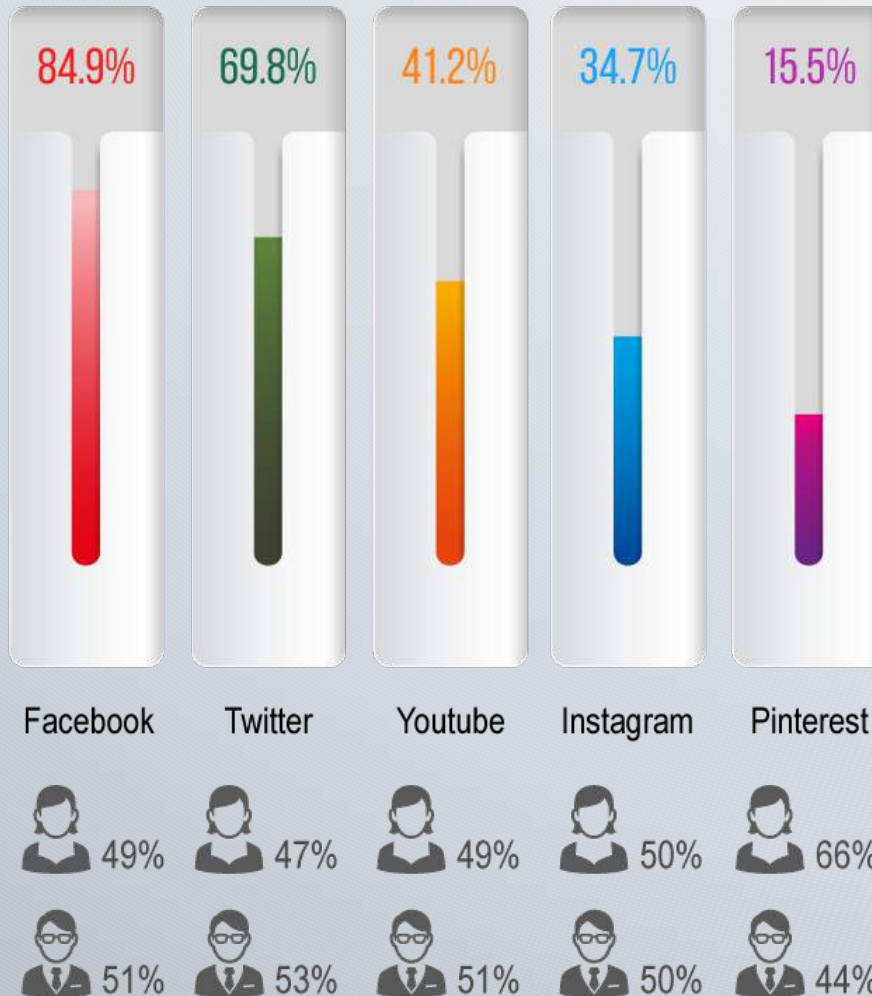
¿Cuántas horas al día dedicas al uso de Redes Sociales?



 Promedio 6 horas al día

De las 9 horas que pasan los usuarios
en Internet, 6 de ellas están en Redes Sociales

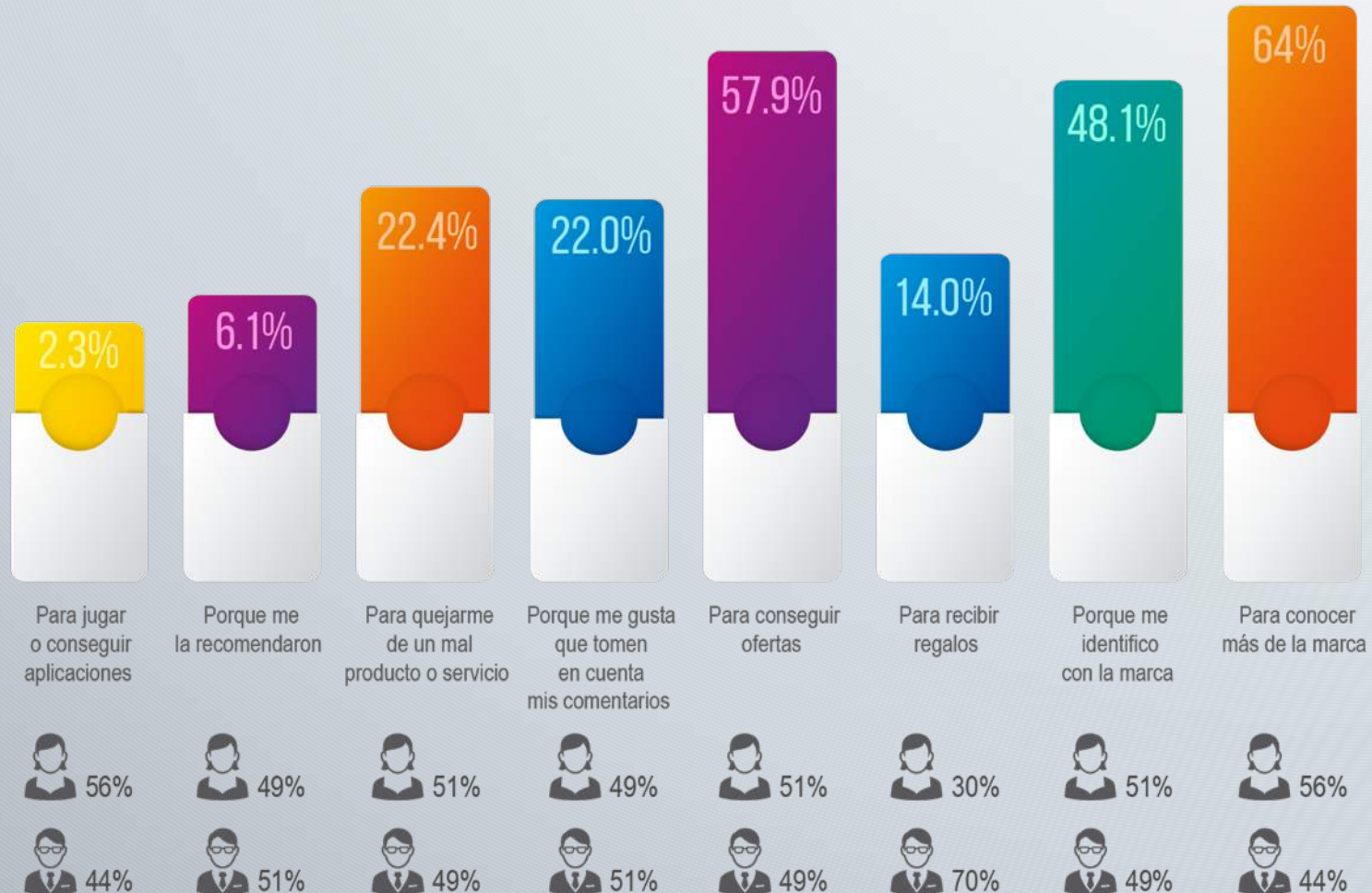
¿Cuáles son tus tres redes sociales favoritas?



¿Sigues a marcas en Redes Sociales?



¿Por qué sigues marcas en Redes Sociales?





¿De qué marcas recuerdas haber visto publicidad?



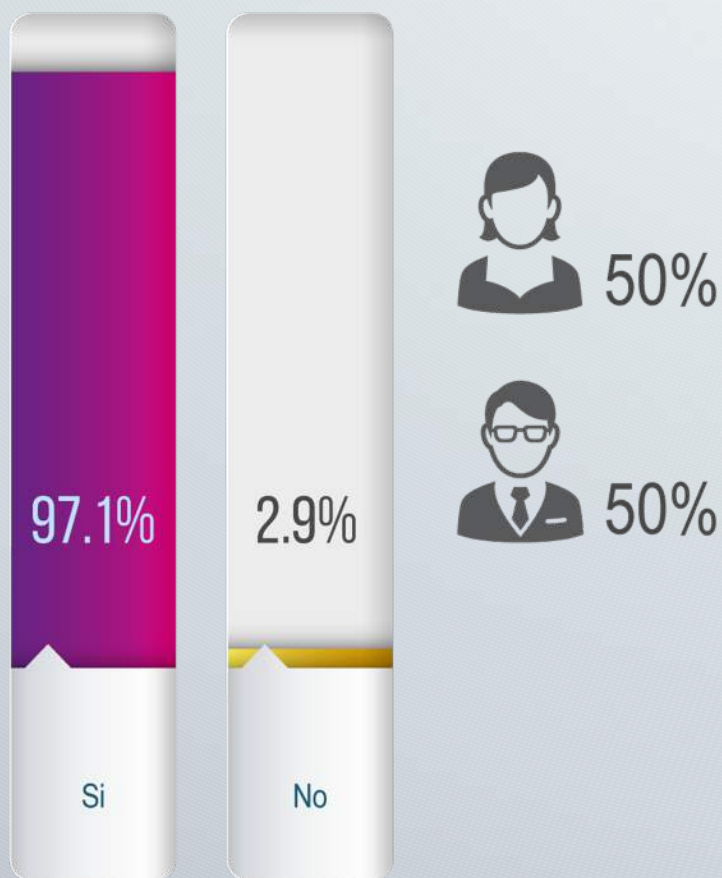


¿De qué marcas recuerdas haber visto publicidad?

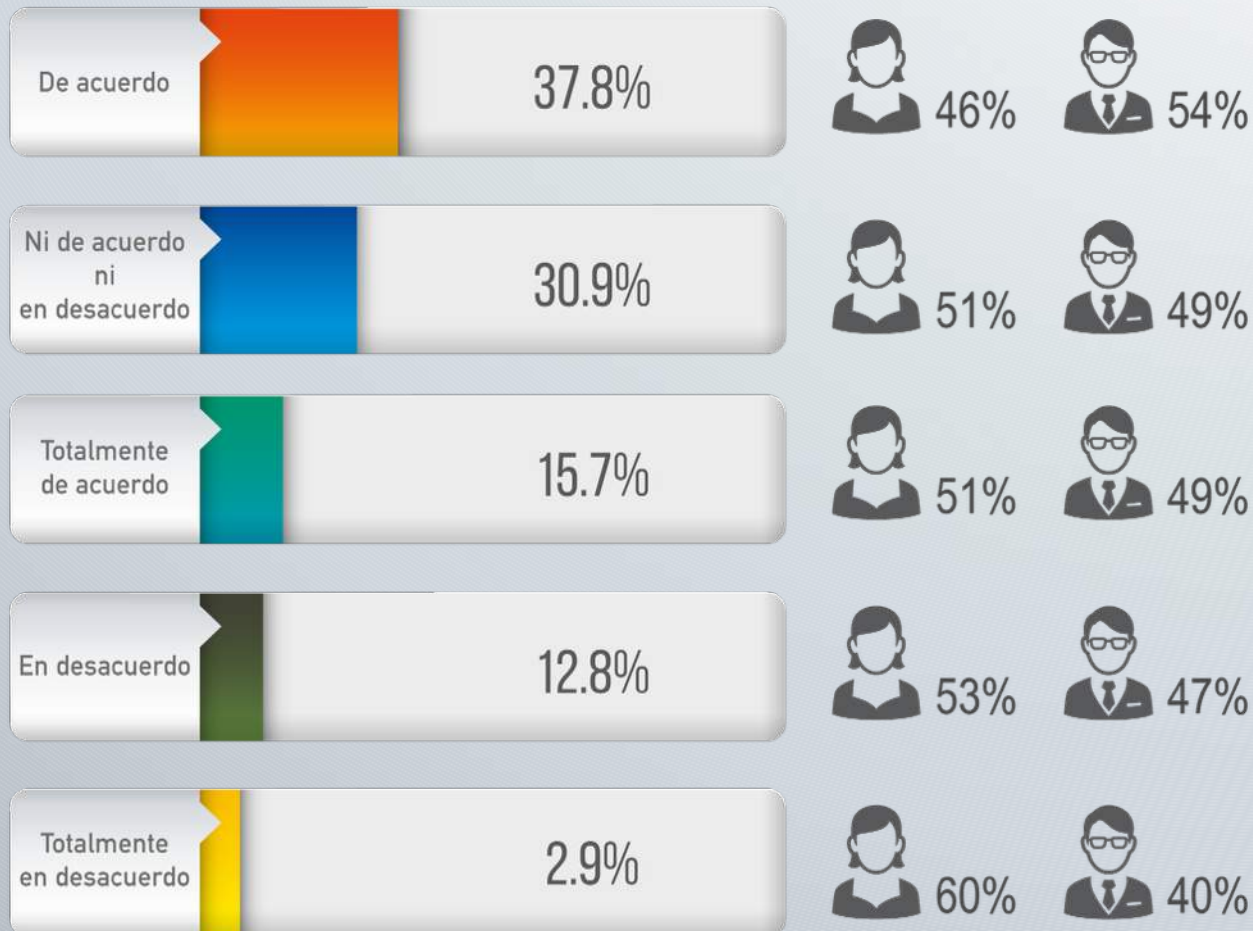




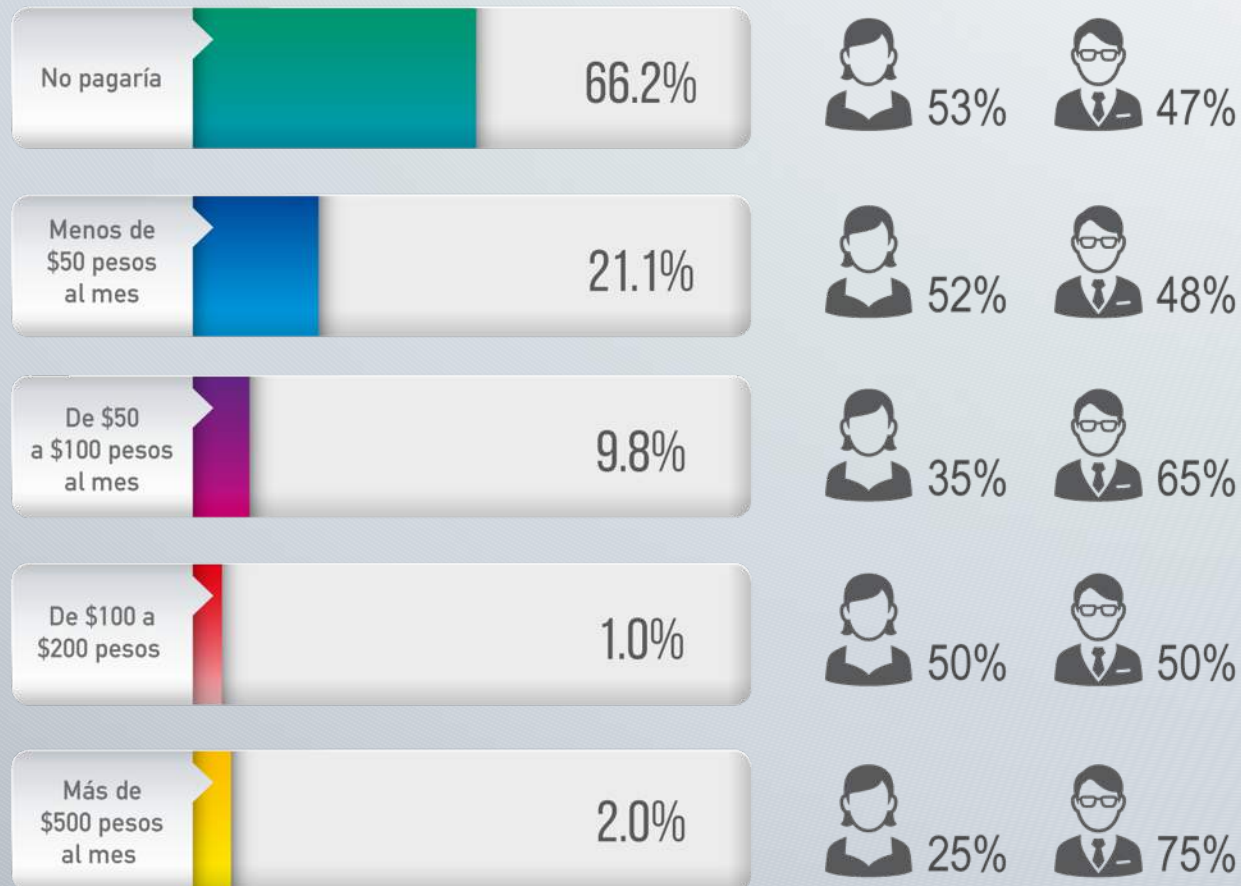
¿Has visto publicidad en Redes Sociales?



¿Qué tan de acuerdo te encuentras con ver publicidad en Redes Sociales?



¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por ser parte de tu red social preferida si ésta fuera de paga?





AMIPCI
Asociación Mexicana de Internet

Luis Carracci 146.
Col. Extremadura Insurgentes
Del. Benito Juárez.
C.P. 03470. México D.F.
Tel. 5559 8322. Fax: ext. 110

www.amipci.org.mx
informes@amipci.org.mx



Estudio de Marketing Digital y Social Media 2014

Elaborado para AMIPCI por:



info@mentedigital.com

Guillermo Perezbolde / Mente Digital
Vicepresidente de Marketing de AMIPCI

guillermo@mentedigital.com

[@gpbolde](#)

Revisión Técnica por:
Lina Rodríguez

lina@mentedigital.com

[@linaerg](#)