

# Día de San Valentín en México según las redes sociales

PERFIL DE LOS CONSUMIDORES DEL 14 DE FEBRERO  
Febrero 2015



**BUZZMONITOR**

**e.lifegroup**  
we deliver it social

# Contenido

## 1 Metodología

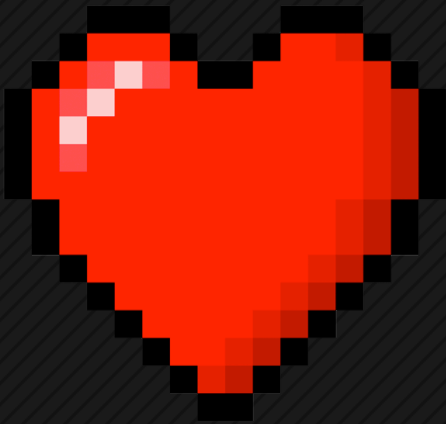
- 04. ¿Quiénes somos?
- 07. El Nuevo Buzzmonitor
- 09. Metodología de nuestro estudio

## 2 El 14 de Febrero segun las redes sociales (Monitoring)

- 11. Volumen de Buzz y términos del día de San Valentín
- 13. Género y Plataforma
- 13. Top bios
- 14. Top apps
- 15. ¿Qué prefieren los consumidores?  
¿Peluches, flores, globos, o chocolates?
- 16. ¿En dónde pasaron San Valentín los mexicanos?
- 17. Resumen: ¿Cómo es el perfil del consumidor de San Valentín en redes sociales?

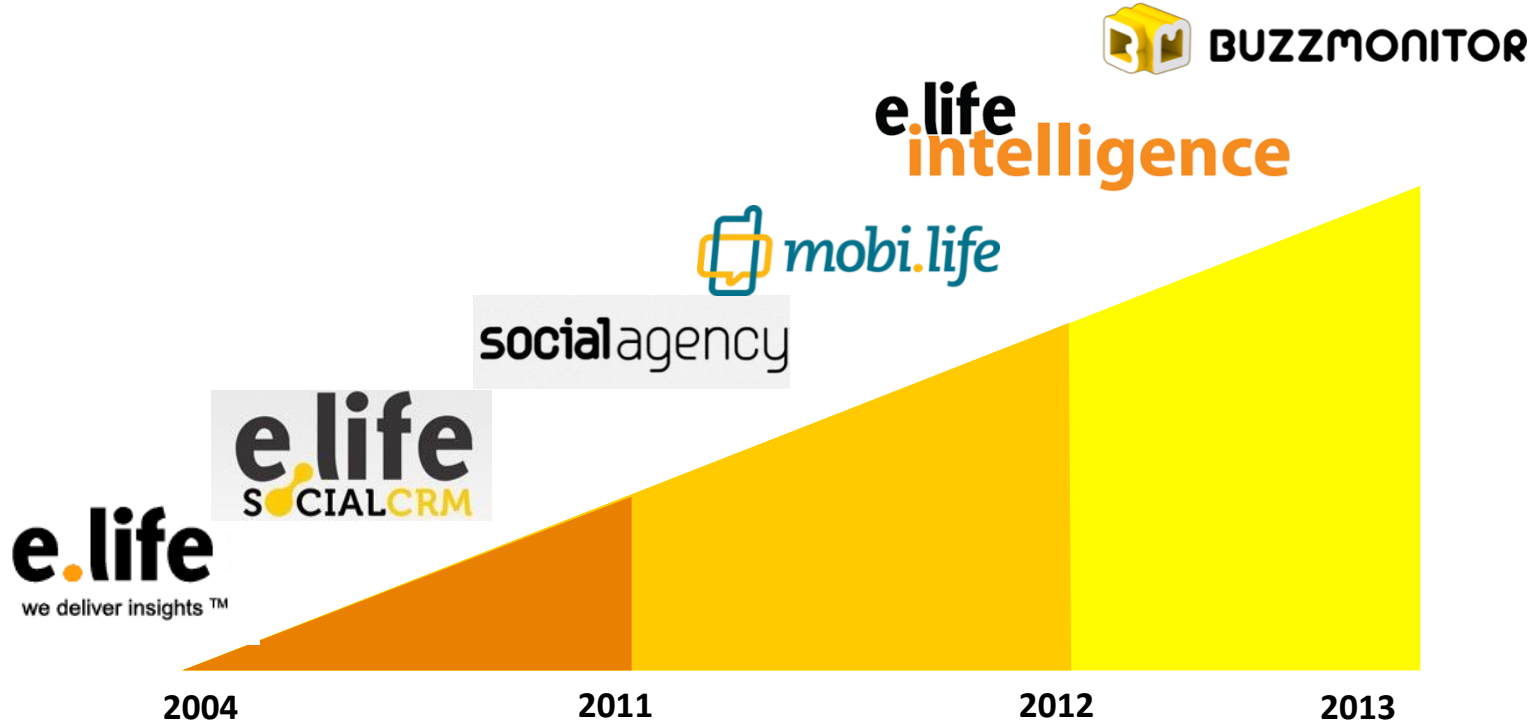
## 3 Facebook pages performance

- 19. Performance de las Fan pages de las 3 principales marcas de Condone en México.



capítulo 1

# Metodología



# ¿DÓNDE ESTAMOS?



# El nuevo **BUZZMONITOR**

NUESTRA HERRAMIENTA 3 EN 1 DE BUSINESS  
INTELLIGENCE



monitoreo



social analytics



social CRM

### Qué dicen fuera de tus canales

Descubre qué dicen sobre tu marca/ sector / temas  
Reportes customizados de acuerdo con los indicadores que consideres más relevantes.

### Evalúa la performance de tus canales

Evalúa el resultado de tus perfiles, páginas y canales y compáralo con la competencia y el mercado en general

### Atención y Relación

Programa tus posts, atiende y relaciónate con el consumidor. Responde a los fans a través de Buzzmonitor y guarda el historial de todas las interacciones.

# Metodología del



## Día de San Valentín en las redes sociales

A través de **Buzzmonitor** monitoreamos todos los posts en Facebook y Twitter que mencionarán palabras claves como “San Valentín”, “14 de Febrero”, “Día del amor y la amistad”, etc.



Un Total de **1,397,427** publicaciones fueron analizadas desde el **13 hasta el 15 de Febrero**, para conocer los hábitos de los mexicanos para festejar este día y su perfil según las redes sociales.

Utilizando el modo de Facebook pages performance de Buzzmonitor analizamos las páginas de tres marcas más importantes de condones en México: **Prudence, Sico, y Trojan** durante el periodo del **12 al 17 de Febrero**.



\*Todas las métricas a continuación, excepto aquellas que indiquen otra cosa, muestran la cantidad de **número de posts** encontrados a través de **Buzzmonitor**.





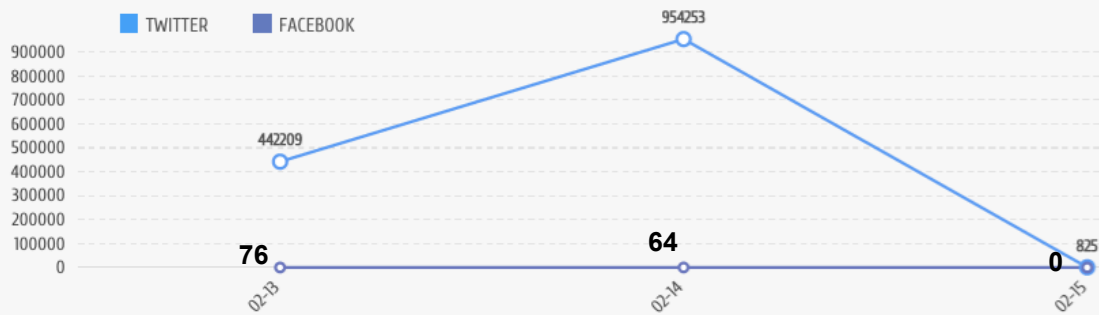
capítulo 2

## **El 14 de Febrero según las redes sociales (Monitoring)**

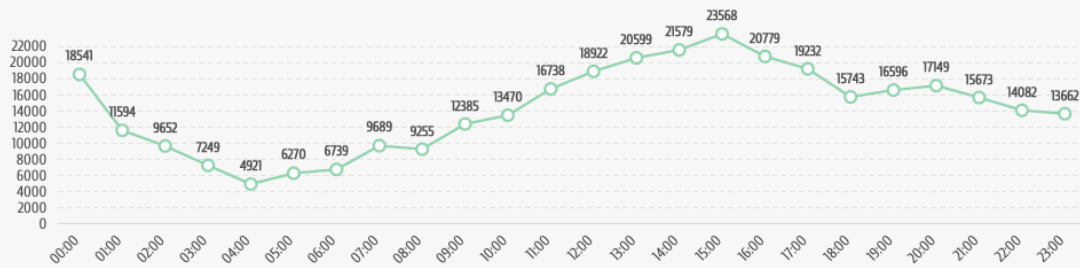
# Volumen de buzz y términos del día de San Valentín

Período: 13 al 15 de Febrero

VOLUMEN TOTAL: 1,397,427 posts



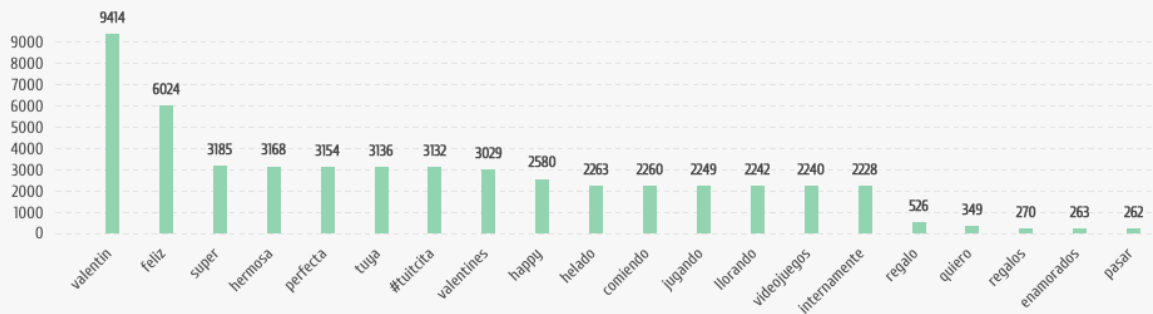
Podemos observar que el 14 de Febrero fue el día que, lógicamente generó un mayor volumen de publicaciones relacionadas al día de San Valentín en México. **Twitter** fue la plataforma más utilizada, superando por mucho al volumen de **publicaciones PÚBLICAS** en **Facebook**. Esto quiere decir que sólo medimos las publicaciones que fueran compartidas por usuarios de una manera pública, y no solamente con sus amigos en Facebook.



¿En qué horario los usuarios publicaron más el 14 de Febrero acerca del Día de San Valentín?

El horario de las **3:00 pm** el día 14 de Febrero fue el que registró un mayor **volumen** de buzz con **23,568** publicaciones. **Estas publicaciones fueron utilizadas como muestra para varios de nuestros informes en este estudio**

# Volumen de buzz y términos del día de San Valentín



elrubius  
@Rubius5



Seguir

Feliz San Valentin a todos los que os quedeis en casa solos comiendo helado, jugando a videojuegos y llorando internamente. 🤖



Adrián Grey  
@luis\_dice



Seguir

No sé qué pedir de regalo para el 14 de febrero, se aceptan sugerencias

**Período:** 14 de Febrero de 3:00pm a 4:00pm  
**Base:** 23,568 publicaciones

Utilizamos los posts durante la hora pico el 14 de Febrero para saber acerca de qué hablaban los usuarios mexicanos en específico del día de San Valentín. Como podemos observar en el informe de términos o palabras utilizadas, la gran mayoría utilizó las redes sociales para desear un **feliz San Valentín**, dedicarle **elogios a sus parejas**, o también **decir que actividades realizaban los solteros** como fue comer helado y jugar videojuegos. La palabra regalos apareció varias veces, ya que muchos de ellos buscan **sugerencias para regalos** a través de la red social. El hashtag “Tuitcita” también generó varias menciones en el cual los usuarios mencionaban con que persona les gustaría pasar este día.

# Género y Plataforma



**48%** MUJERES

HOMBRES **52%**



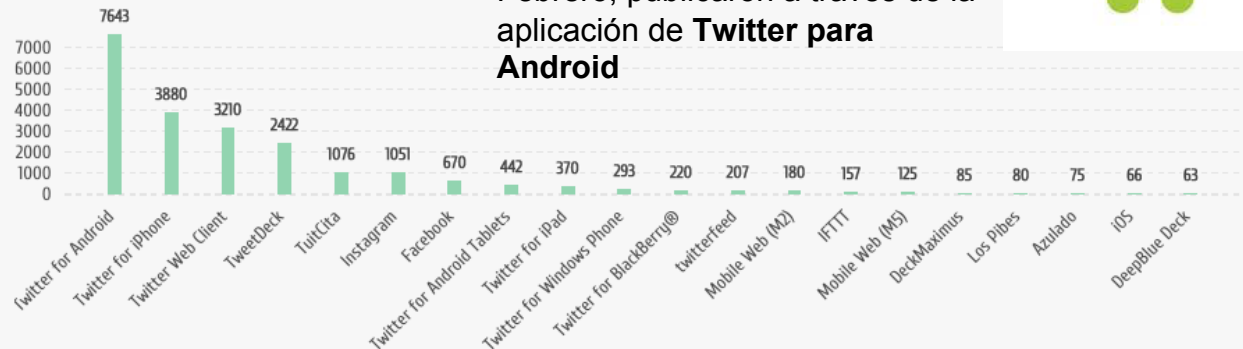
**Período:** 14 de Febrero de 3pm a 4pm

**Base:** 23,568 posts

**Período:** 13-15 de Febrero  
**Base:** 487,797 posts

La mayoría de los usuarios que publicaron dijeron ser hombres. No se tomaron en cuenta perfiles que no mencionaron su género.

La mayoría de los usuarios de nuestra base de publicaciones durante la hora pico el 14 de Febrero, publicaron a través de la aplicación de **Twitter para Android**



# Top Bios

Revisamos cuáles fueron las palabras más mencionadas en las biografías de los usuarios de Twitter que publicaron durante la hora pico el 14 de Febrero. De esta manera podemos conocer un poco más acerca de los gustos y hábitos de los consumidores de este día.



**Período:** 14 de Febrero de 3pm a las 4pm  
**Base:** 23,568 usuarios de Twitter

Como podemos observar la mayoría de los usuarios dijeron ser **estudiantes**, amantes de la **música**, principalmente de la banda **one direction**. Les gusta el **fútbol**, y principalmente utilizan **instagram**.

# ¿Qué prefieren los consumidores: peluches, flores, globos, o chocolates?

Hicimos una búsqueda dentro de nuestra base total de **1,397,427 publicaciones** del 13 al 15 De Febrero por cada uno de los términos de estos tradicionales regalos. Estos fueron los resultados:



**Peluches**



**Globos**

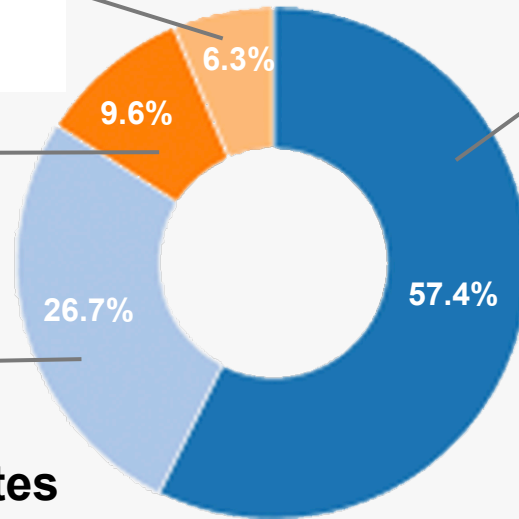


**Flores**

**Fueron el regalo más mencionado por mexicanos en redes sociales**



**Chocolates**



**Período:** 13 al 15 de Febrero  
**Base:** 8,274 posts que mencionaron alguno de los 4 términos en sus publicaciones

# ¿En dónde pasaron San Valentín los mexicanos?

Usando Buzzmonitor, analizamos las publicaciones para saber qué porcentaje de usuarios mencionaron, o hicieron check In, en alguno de los 5 siguientes lugares, durante el día 14 de Febrero. El porcentaje fue calculado utilizando como base el número total de posts que mencionaron alguno de estos 5 términos.



**Restaurantes**  
32%



**Centros Comerciales**  
30%



**Parques**  
17%



**Museo/teatro**  
14%



**Cine**  
7%

**Período:** 14 de Febrero 00:00hrs a 23:59 hrs

**Base:** 6,843 publicaciones totales que mencionaron o hicieron check in en alguno de los 5 lugares o hicieron check In

La mayoría de los mexicanos dijeron pasar el 14 de Febrero en **restaurantes**, según sus perfiles de redes sociales

# Resumen: ¿Cómo es el consumidor mexicano del Día de San Valentín según las redes sociales?



Utiliza Twitter para **Android** para publicar en las redes sociales

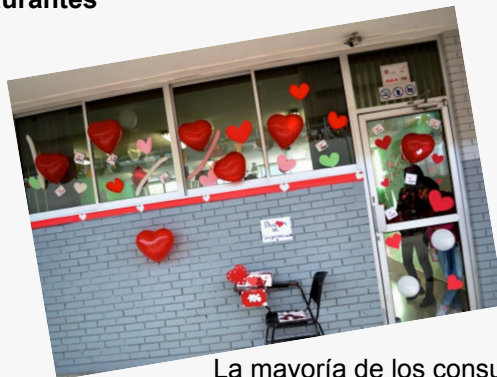


Le gusta pasar el día de San Valentín en **restaurantes**

Los hombres son los que más comentan en redes sociales en este día y buscan **sugerencias para regalos**



A las personas solteras les gusta quedarse en casa y jugar **videojuegos**

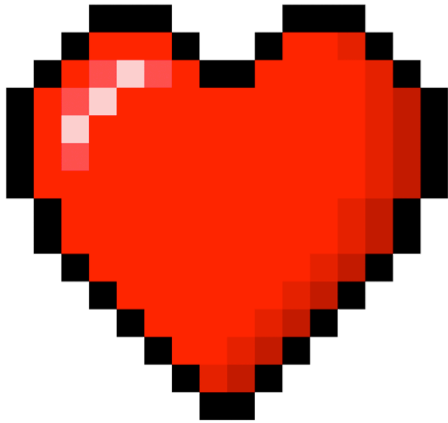


La mayoría de los consumidores en este día son **estudiantes**



Las **flores** son el regalo tradicional preferido por los consumidores





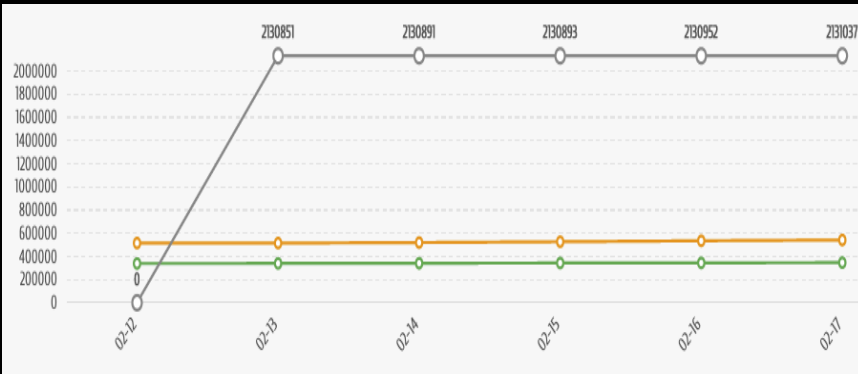
## Facebook Pages performance

Performance de las Fan pages de las 3 principales marcas de Condones en México: SICO, PRUDENCE, TROJAN



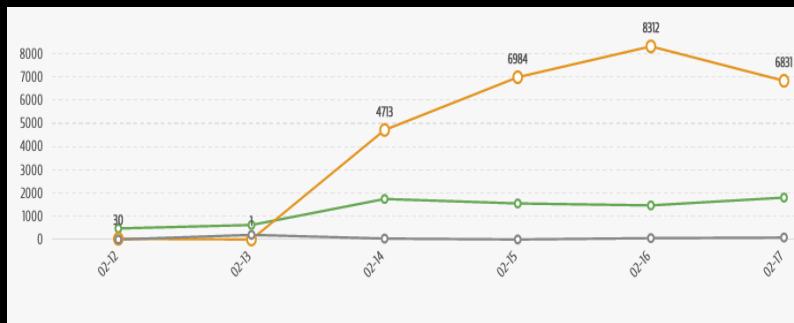
# 1 Fans

Monitorea el crecimiento de fans de una página. En Buzzmonitor obtienes 3 reportes: Absolute Values, New Fans y Growth of Fans.

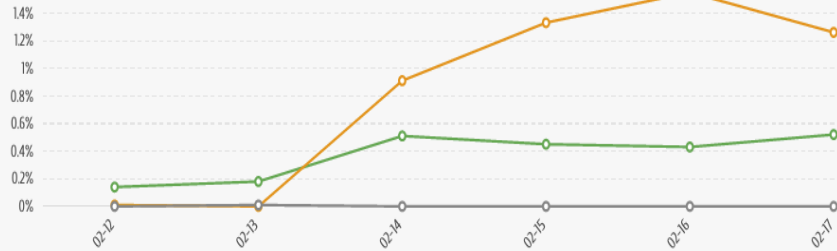


La página de **SICO MÉXICO** es la que tiene la mayor cantidad de Fans con 2,131,037.

En último lugar en número de fans se encuentra la Fan page de Condonos Prudence con solamente 345,800 fans.



La mayor cantidad de nuevos fans fue para **Condonos Trojan** con un total de 26,871 registrados durante el periodo del 12 al 17 de Febrero.

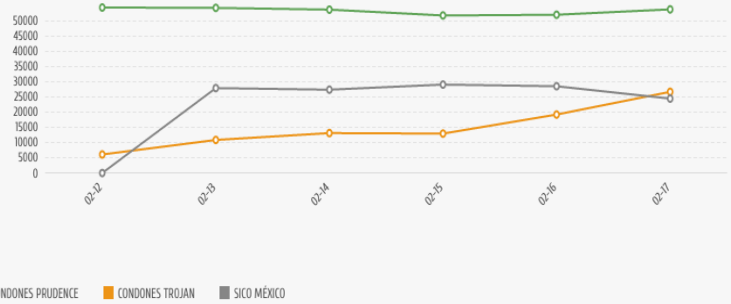


■ CONDONES PRUDENCE ■ CONDONES TROJAN ■ SICO MÉXICO

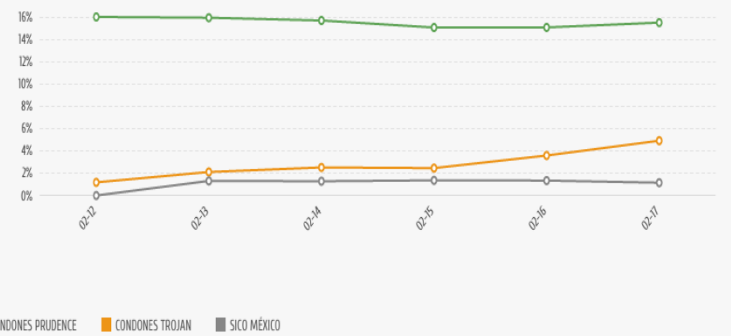
**Condomes Trojan** fue la marca que obtuvo el **mayor crecimiento de fans** en todo el mes con **5.22%**.

# 2 Talking About

Realiza un conteo del histórico (comentarios, likes, shares, check-ins, tags y recomendaciones) que involucran su página de cualquier forma. En Buzzmonitor obtienes 2 reportes: Absolute Values y Talking About/Fans.



La mayoría de las personas hablaron de **Condomes Prudence** durante el periodo analizado con un total de 63,849 personas.

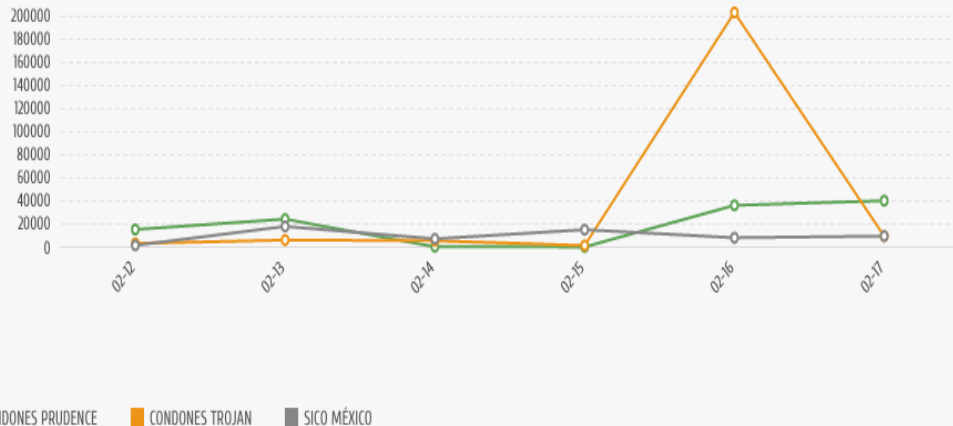


Cuando estos números son divididos por el número total de fans de cada página, **Condomes Prudence también** es la página con mayor porcentaje de Talking About Relative, con un 15.56% de sus fans hablando de la marca.

# 3

## Interactions

Representa el total de interacciones (likes, comentarios y shares) que la página recibió durante el periodo analizado, influyendo en la tasa de Engagement y el número final de Talking About.



El mayor número total de interacciones fue para **Condomes Trojan** con 229,989 interacciones totales.

El pico de interacciones se dio el día 16 de Febrero probablemente debido a publicaciones como la siguiente:

**Condomes Trojan**  
16 de fevereiro às 14:13 · 🌐

Sólo Trojan es el placer que buscas con la protección que confias  
#ActitudTrojan

[Ver tradução](#)



Curtir · Comentar · Compartir · 👍 112.640 💬 1.370 ➦ 9.733

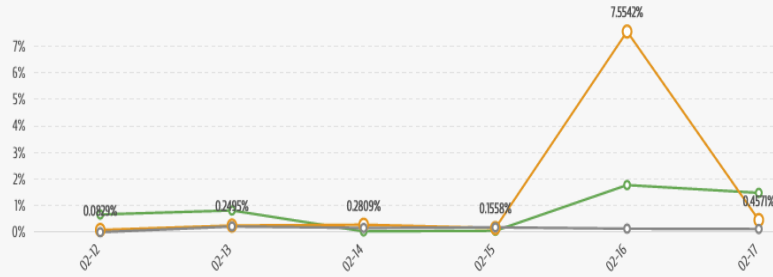
Summary	Total interactions	Total likes	Total comments	Total shares	Avg. inter. per day	Max on
Condomes Prudence	117,543 -5.59% ▼	99,026 (84.25%) -4.88% ▼	1,148 (0.98%) -0.21% ▼	17,369 (14.78%) -0.5% ▼	19,590.5	40,382 February 17 2015
Condomes Trojan	229,989 522.87% ▲	211,934 (92.15%) 479.31% ▲	1,992 (0.87%) 4.86% ▲	16,063 (6.98%) 38.7% ▲	38,331.5	203,286 February 16 2015
Sico México	60,561 -8.35% ▼	56,492 (93.28%) -7.37% ▼	577 (0.95%) -0.45% ▼	3,492 (5.77%) -0.54% ▼	10,093.5	18,126 February 13 2015



# 4

## Engagement

Mide cuanto los usuarios se involucran con su página y ayuda a acompañar la participación de sus seguidores en las publicaciones.



CONDONES PRUDENCE CONDONES TROJAN SICO MÉXICO

El engagement se calcula de la siguiente forma:

$$(\text{Interacciones} \times 100) / (\text{Num. Total de posts} \div \text{total de fans})$$




De esta forma **Condomes Trojan** es la marca que tuvo mayor engagement con sus usuarios durante el periodo analizado con un porcentaje del 1.463%

Summary	Average Engagement	Max on
Condomes Prudence	0.804% -0.342% ▼	February 16 2015
Condomes Trojan	1.463% 1.078% ▲	February 16 2015
Sico México	0.162% -0.012% ▼	February 13 2015



# Resumen comparativo Fb pages performance



PAGE	INTERACTIONS	COMMENTS	LIKES	SHARES	PAGE POSTS	USERS POSTS	FANS	FANS GROWTH	FAVORITE POST TYPE	PEOPLE TALKING ABOUT	AVG. ENGAGEMENT RATE	RESPONSE RATE
 Condones Prudence	118,959	1,177	100,150	17,632	37	27	345,800	7,670 ▲ 2.27%	Photo 97.3%	-271,039 ▼ -45.92%	0.802% -0.343% ▼	0% 0/27
 Condones Trojan	325,388	2,784	299,527	23,077	31	3	541,454	26,871 ▲ 5.22%	Photo 100%	61,173 ▲ 221.86%	1.366% 0.982% ▲	33.33% 1/3
 Sico México	66,410	619	62,240	3,551	21	3	2,131,037	386 ▲ 0%	Photo 85.71%	-19,577 ▼ -12.5%	0.158% -0.015% ▼	0% 0/3



**Condones Prudence** es la página que poseé el menor número de fans



**Condones Sico** es la página que poseé el mayor número de fans



# e.lifegroup

w e d e l i v e r i t s o c i a l



**BUZZMONITOR**

**¡Una Plataforma de Business Intelligence! Analiza tus canales  
y los de la competencia.**

**Monitorización | Social Analytics | Social CRM**

**[PRUÉBALO GRATIS](#)**

**Contactanos:**

**[anthony@elifemonitor.com.mx](mailto:anthony@elifemonitor.com.mx)**

**SITES**

[elifemonitor.com.mx](http://elifemonitor.com.mx)  
[buzzmonitor.com.mx](http://buzzmonitor.com.mx)

**BLOG**

[buzzmonitor.com.mx/blog](http://buzzmonitor.com.mx/blog)

**FACEBOOK.COM/**

[elifemonitor.com.mx](https://www.facebook.com/elifemonitor.com.mx)  
[buzzmonitorMx](https://www.facebook.com/buzzmonitorMx)

**TWITTER**

[@elife\\_mx](https://twitter.com/elife_mx)  
[@buzzmonitormx](https://twitter.com/buzzmonitormx)

**YOUTUBE**

[E.life](https://www.youtube.com/E.life)  
[Buzzmonitor](https://www.youtube.com/Buzzmonitor)