



ESTUDIO GLOBAL B-M

Twitter Influence

Metodología

Los datos fueron recogidos por StatSocial en Septiembre y Octubre de 2013 en base a los seguidores de las cuentas top de Twitter de cada una de las empresas de Fortune Global 100. Dichas empresas se desglosaron por industrias, y Burson-Marsteller se enfocó en el análisis de datos de siete industrias del Fortune Global 100: automotriz, energía, finanzas, salud, retail, tecnología y telecomunicaciones.



¿Quiénes son los seguidores de las compañías globales en Twitter?

Los seguidores de las empresas globales



4.730.237



ES EL TOTAL DE SEGUIDORES IDENTIFICADOS EN LAS PRINCIPALES CUENTAS DE TWITTER DE LAS 100 MÁS GRANDES EMPRESAS GLOBALES



USUARIOS
PROMEDIO DE
TWITTER

VS.

PROMEDIO DE LOS SEGUIDORES
DE LAS 100 EMPRESAS GLOBALES

300



735



El usuario tipo de Twitter tiene aproximadamente unos **300 contactos** a través de todas sus plataformas de medios sociales, mientras que el seguidor de empresas globales tiene unos **735 contactos** a través de sus redes sociales.



ELLOS TIENEN UN ÍNDICE SOCIAL PULL*

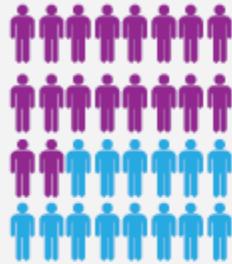
3.274x



MÁS GRANDE QUE EL PROMEDIO DE USUARIOS DE TWITTER



Ubicación e intereses de los seguidores



54%

de los seguidores son de los
ESTADOS UNIDOS



Hay
1,3

más seguidores del **REINO UNIDO** que el
promedio de usuarios de Twitter



Hay
6,4x

más usuarios de **MÉXICO** que el promedio de
usuarios de Twitter



LOS SEGUIDORES DE LAS
EMPRESAS GLOBALES
SUELEN ESTAR **MÁS**
INTERESADOS QUE EL
USUARIO PROMEDIO EN:



AUTOMOVILISMO



NEGOCIOS



TECNOLOGÍA



POLÍTICA



COMIDA



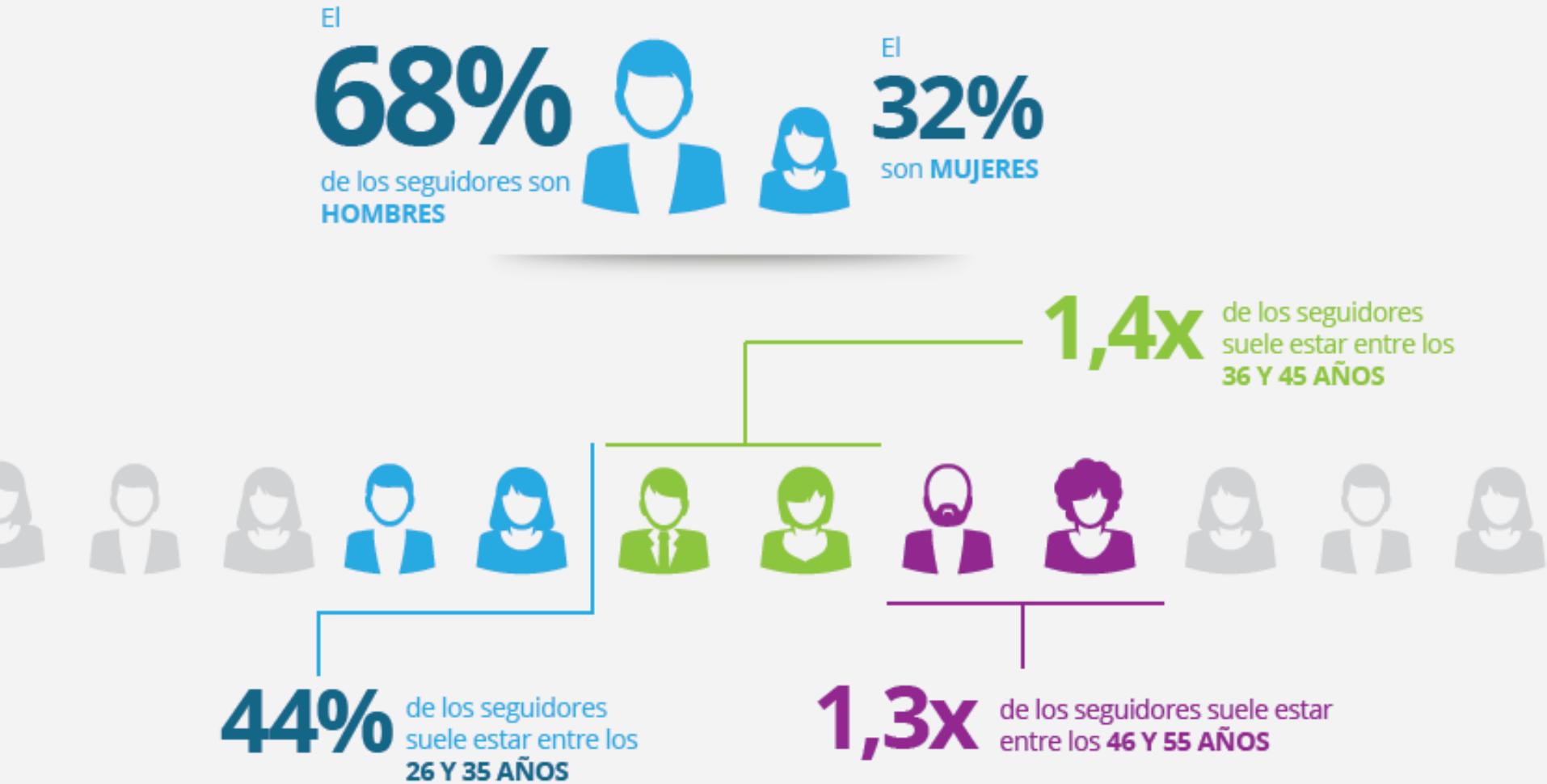
EDUCACIÓN



CIENCIA



Género y edad de los seguidores



Perfil de seguidores basados en industrias



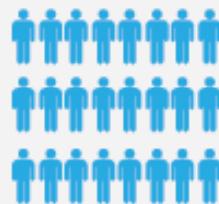
Compañías Automotrices

Automotrices: Perfil de los seguidores



SEGUIDORES
PROMEDIO DE
TWITTER

300

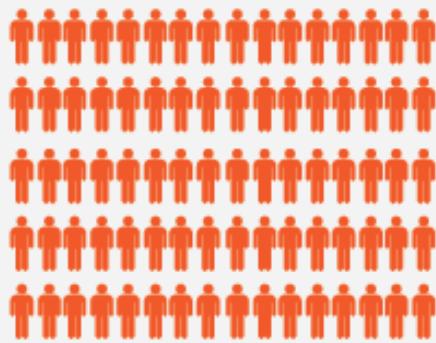


VS.



SEGUIDORES DE COMPAÑÍAS
AUTOMOTRICES

1.573



El usuario tipo de Twitter tiene aproximadamente unos **300 contactos** a través de todas sus plataformas de medios sociales, mientras que el seguidor de compañías automotrices tiene unos **1.573 contactos** a través de sus redes sociales.



Tienen un alto nivel de ingresos en comparación con el promedio y tienen

0,8x

menos probabilidades que el usuario promedio de hacer menos de \$50.000 al año



TIENEN UN SOCIAL PULL*

1.239x



MÁS FUERTE QUE EL PROMEDIO DE USUARIOS DE TWITTER

Automotrices: Ubicación, trabajo e intereses



Los seguidores de las empresas automotrices tienen

10,2X

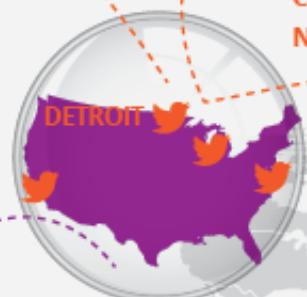
más probabilidades de ser de **DETROIT** que el usuario promedio



60% de los seguidores son de los **ESTADOS UNIDOS**

TOP 5 CIUDADES

DETROIT LONDRES
CHICAGO LOS ÁNGELES
NUEVA YORK



Los seguidores tienen

2X

más probabilidades de ser de la **INDIA** que el usuario promedio



ESOS SEGUIDORES SON
MÁS INTERESADOS QUE EL
USUARIO PROMEDIO EN :



AUTOS



COCINA



ALIMENTACIÓN



MÚSICA



DEPORTES



VIAJES

Automotrices: Género y edad



73%

de los seguidores de las empresas automotrices son **HOMBRES**

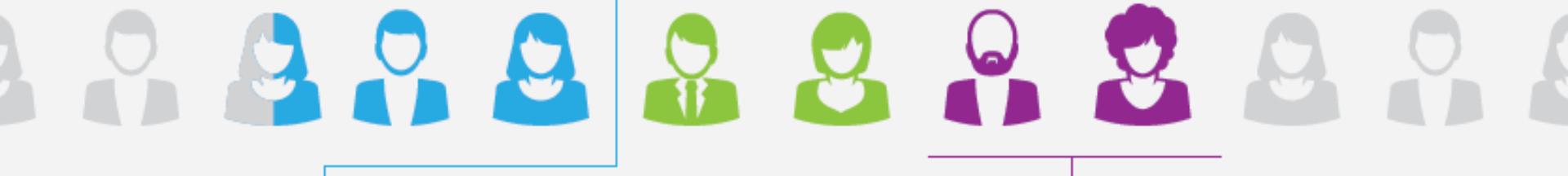


0,6X

menos **MUJERES** que el promedio de usuarios Twitter

Hay
1,3X

más personas entre **36 Y 45 AÑOS** que el promedio de usuarios Twitter



35%

de los seguidores tienen entre **26 Y 35 AÑOS**

26%

tienen entre **46 Y 55 AÑOS**



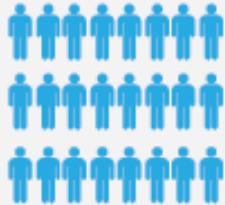
Compañías de Energía



Energía: Perfil de los seguidores

SEGUIDORES
PROMEDIO DE
TWITTER

300

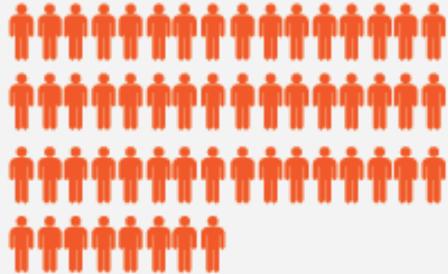


vs.



SEGUIDORES DE
COMPAÑÍAS DE ENERGÍA

734



El usuario tipo de Twitter tiene aproximadamente unos **300 contactos** a través de todas sus plataformas de medios sociales, mientras que el seguidor de compañías de energía tiene unos **734 contactos** a través de sus redes sociales.

LOS SEGUIDORES DE LAS COMPAÑÍAS DE ENERGÍA TIENEN UNA RED DE CONTACTOS



1,8x

MAYOR QUE EL PROMEDIO DE TWITTER



TIENEN UN ÍNDICE
SOCIAL PULL*

330x

MÁS FUERTE QUE EL PROMEDIO
DE USUARIOS DE TWITTER

Energía: Ubicación, trabajo e intereses



TOP 5 CIUDADES

HOUSTON LONDRES
CARACAS RÍO DE JANEIRO
NUEVA YORK



30% de los seguidores de las empresas de energías son de **ESTADOS UNIDOS**



ESOS SEGUIDORES SON MÁS INTERESADOS QUE EL USUARIO PROMEDIO EN:



AUTOS



NEGOCIOS



ALIMENTACIÓN



CIENCIA



DEPORTES



VIAJES



POLÍTICA



EDUCACIÓN



TECNOLOGÍA



Los seguidores tienen
234,2x
más probabilidades de ser
de **CARACAS, VENEZUELA**
que el usuario promedio

LOS SEGUIDORES DE LAS EMPRESAS DE ENERGÍA TIENEN MÁS PROBABILIDADES QUE LOS USUARIOS PROMEDIO DE TRABAJAR EN:



FINANZAS



EDUCACIÓN



SOFTWARE



Energía: Género y edad

Los seguidores de las empresas de energía tienen

1,3x

más probabilidades de ser **HOMBRES**



Los seguidores de las empresas de energía tienen

0,7x

menos probabilidades de ser **MUJERES**

Los seguidores de las empresas de energía tienen

1,2x más probabilidades de tener entre
36 Y 45 AÑOS



33% de los seguidores de las empresas de energía tienen entre **26 Y 35 AÑOS**

Los seguidores de las empresas de energía tienen

1,4x

más probabilidades de tener entre **46 Y 55 AÑOS**

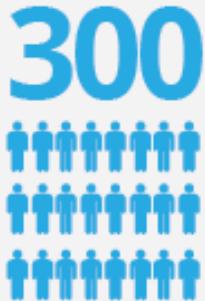


Compañías Financieras

Financieras: Perfil de los seguidores



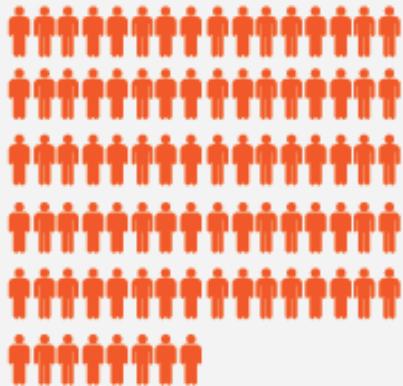
SEGUIDORES
PROMEDIO DE
TWITTER



VS.



SEGUIDORES DE
COMPAÑÍAS FINANCIERAS



El usuario tipo de Twitter tiene aproximadamente unos **300 contactos** a través de todas sus plataformas de medios sociales, mientras que el seguidor de compañías financieras tiene unos **985 contactos** a través de sus redes sociales.

LOS SEGUIDORES DE LAS COMPAÑÍAS FINANCIERAS
TIENEN UNA RED DE CONTACTOS



2,4x

MAYOR QUE EL PROMEDIO DE TWITTER

0,7x

MENOS PROBABILIDADES DE
ESTAR INTERESADOS EN LOS
VIDEOJUEGOS

0,8x

MENOS PROBABILIDADES DE
ESTAR INTERESADOS EN EL
HOGAR Y JARDINERÍA



TIENEN UN ÍNDICE SOCIAL PULL*

614x

MÁS FUERTE QUE EL PROMEDIO
DE USUARIOS DE TWITTER

Financieras: Ubicación, trabajo e intereses



ESOS SEGUIDORES SON MÁS INTERESADOS QUE EL USUARIO PROMEDIO EN:



NEGOCIOS



COMIDA



DEPORTES



VIAJES



POLÍTICA



EDUCACIÓN



COCINA/ GASTRONOMÍA



MÚSICA

Financieras: Género y edad



Hay **1,2x** más seguidores de las empresas financieras entre **36 Y 45 AÑOS** que el promedio de Twitter

33% de los seguidores tienen entre **26 Y 35 AÑOS**

Hay **1,4x** más seguidores entre **46 Y 55 AÑOS**



Compañías de Retail

Retail: Perfil de los seguidores



El usuario tipo de Twitter tiene aproximadamente unos **300 contactos** a través de todas sus plataformas de medios sociales, mientras que el seguidor de compañías de retail tiene unos **902 contactos** a través de sus redes sociales.

LOS SEGUIDORES DE LAS COMPAÑÍAS DE RETAIL TIENEN UNA RED DE CONTACTOS



MAYOR QUE EL PROMEDIO DE TWITTER



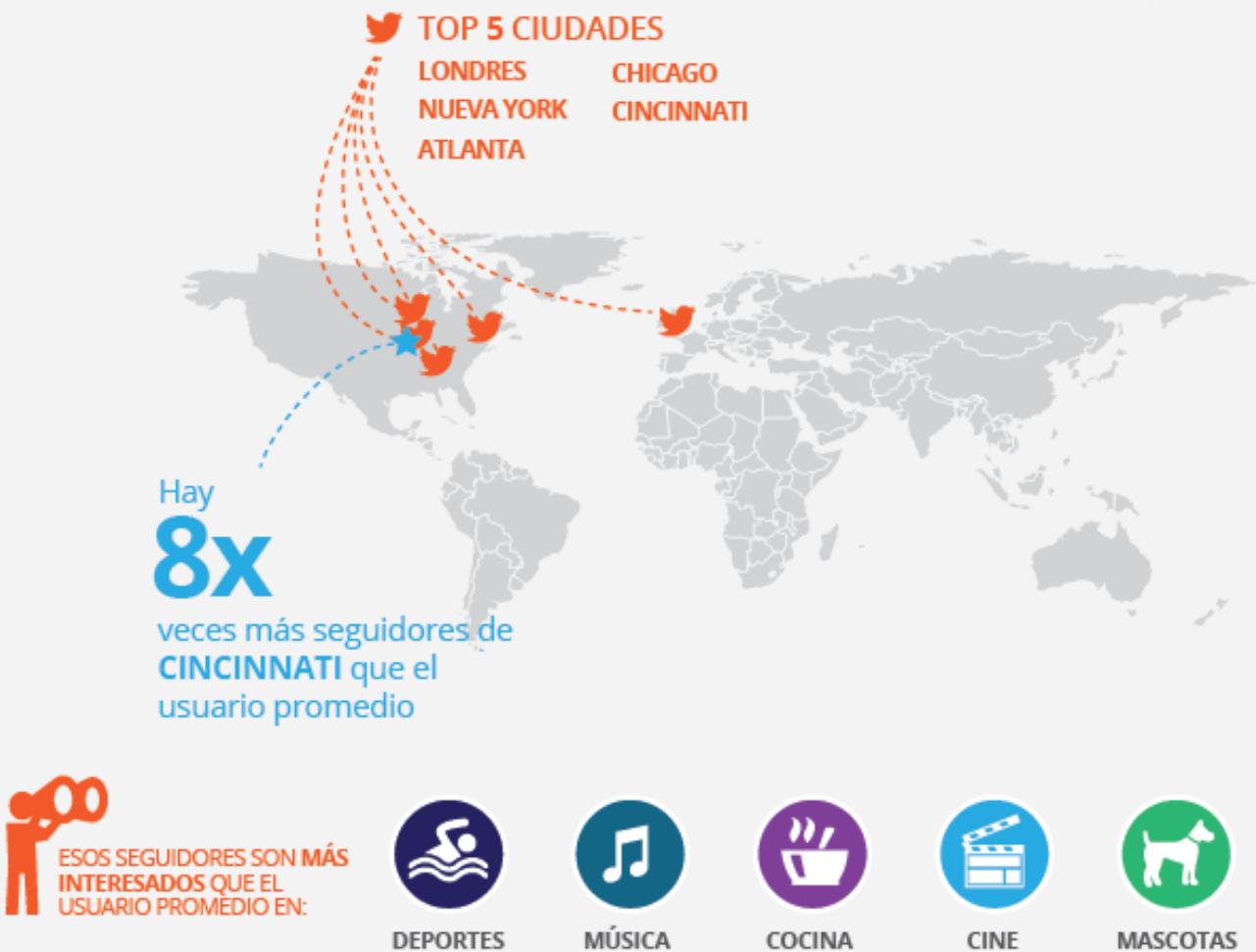
MENOS PROBABILIDADES DE ESTAR INTERESADOS EN TECNOLOGÍA



MÁS FUERTE QUE EL PROMEDIO DE USUARIOS DE TWITTER



Retail: Ubicación, trabajo e intereses





Retail: Género y edad

46%

de los seguidores
de las empresas
de retail son
HOMBRES



Hay

1,1x

más mujeres que el
promedio de Twitter

32% de los seguidores tienen
entre **26 Y 35 AÑOS**



Compañías de Salud



Salud: Perfil de los seguidores



El usuario tipo de Twitter tiene aproximadamente unos **300 contactos** a través de todas sus plataformas de medios sociales, mientras que el seguidor de compañías de salud tiene unos **1.614 contactos** a través de sus redes sociales.

LOS SEGUIDORES DE LAS COMPAÑÍAS DE SALUD TIENEN UNA RED DE CONTACTOS



MAYOR QUE EL PROMEDIO DE TWITTER



0,6x

MENOS PROBABILIDADES DE ESTAR INTERESADOS EN LOS VIDEOJUEGOS



0,7x

MENOS PROBABILIDADES DE ESTAR INTERESADOS EN EL ARTE



TIENEN UN ÍNDICE SOCIAL PULL*

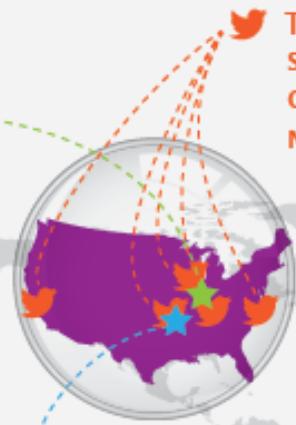
43x

MÁS FUERTE QUE EL PROMEDIO DE USUARIOS DE TWITTER

Salud: Ubicación, trabajo e intereses



Hay
16,2x
más seguidores de
SAINT LOUIS que el
usuario promedio



TOP 5 CIUDADES
SAN FRANCISCO COLUMBIA
CHICAGO SAINT LOUIS
NUEVA YORK

Hay
10,7x
más usuarios de
COLUMBUS



LOS SEGUIDORES DE LAS
EMPRESAS DE SALUD TIENEN
MÁS PROBABILIDADES QUE
LOS USUARIOS PROMEDIO DE
TRABAJAR EN:



FINANZAS



SEGUROS



MODA



ESOS SEGUIDORES SON MÁS
INTERESADOS QUE EL
USUARIO PROMEDIO EN:



SALUD



AIRE LIBRE



DEPORTES



TECNOLOGÍA



POLÍTICA



NEGOCIOS

Salud: Género y edad



Hay
1,08x
más **HOMBRES** que el
promedio de Twitter



Hay
0,94x
menos **MUJERES**

28% de los seguidores tienen
entre **36 Y 45 AÑOS**



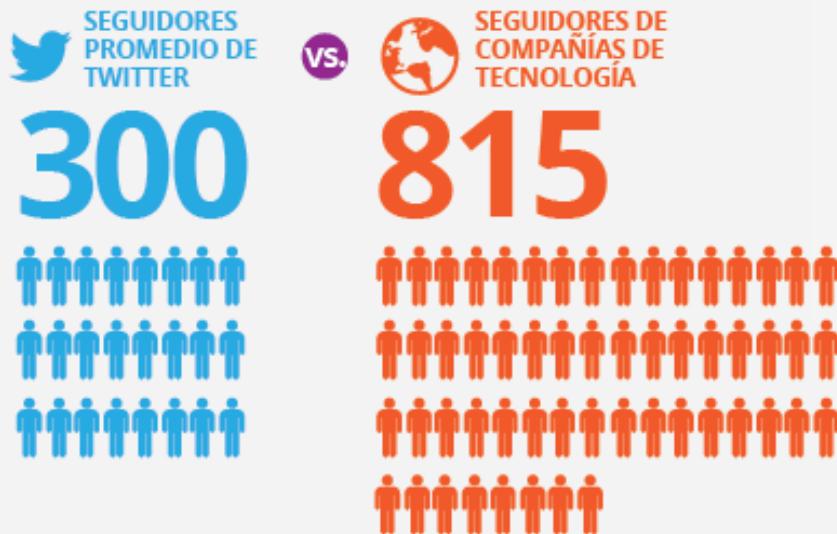
32% de los seguidores tienen
entre **26 Y 35 AÑOS**

Hay
2x más personas de **46 Y 55 AÑOS**
que el promedio de Twitter



Compañías de Tecnología

Tecnología: Perfil de los seguidores



El usuario tipo de Twitter tiene aproximadamente unos **300 contactos** a través de todas sus plataformas de medios sociales, mientras que el seguidor de compañías de tecnología tiene unos **815 contactos** a través de sus redes sociales.

LOS SEGUIDORES DE LAS COMPAÑÍAS DE TECNOLOGÍA TIENEN UNA RED DE CONTACTOS



MAYOR QUE EL PROMEDIO DE TWITTER

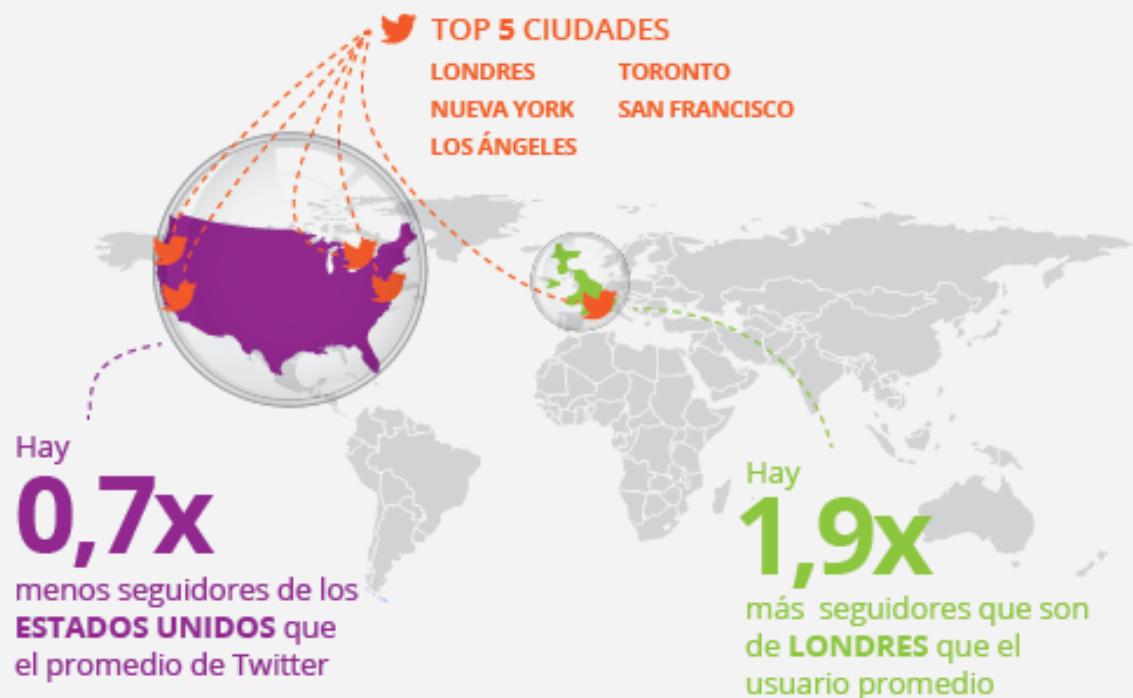
LOS SEGUIDORES TIENEN



MENOS PROBABILIDADES DE ESTAR INTERESADOS EN **SALUD Y FITNESS**

TIENEN UN ÍNDICE SOCIAL PULL*
1.364x
MÁS FUERTE QUE EL PROMEDIO
DE USUARIOS DE TWITTER

Tecnología: Ubicación, trabajo e intereses



LOS SEGUIDORES DE LAS EMPRESAS DE TECNOLOGÍA TIENEN MÁS PROBABILIDADES QUE LOS USUARIOS PROMEDIO DE TRABAJAR EN:



SOFTWARE



TURISMO Y HOTELARIA



TELECOMUNICACIONES



ESOS SEGUIDORES SON MÁS INTERESADOS QUE EL USUARIO PROMEDIO EN:



DEPORTES



MÚSICA



ARTE



EDUCACIÓN



CIENCIA



CINE



Tecnología: Género y edad

Hay

1,4x

más **HOMBRES** que el promedio de Twitter



27%

de los seguidores de las empresas de tecnología son **MUJERES**



Solo el **8%** de los seguidores son mayores de **55 AÑOS**



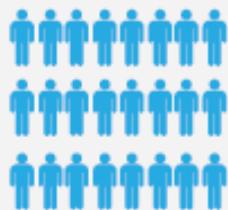
Compañías de Telecomunicaciones

Telecomunicaciones: Perfil de los seguidores



SEGUIDORES
PROMEDIO DE
TWITTER

300



vs.



SEGUIDORES DE COMPAÑÍAS DE
TELECOMUNICACIONES

1.100



El usuario tipo de Twitter tiene aproximadamente unos **300 contactos** a través de todas sus plataformas de medios sociales, mientras que el seguidor de compañías de telecomunicaciones tiene unos **1.100 contactos** a través de sus redes sociales.

LA RED DE CONTACTOS DE LOS SEGUIDORES DE LAS EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES ES



2,7x

MAYOR QUE EL PROMEDIO DE TWITTER



TIENEN UN ÍNDICE SOCIAL PULL*

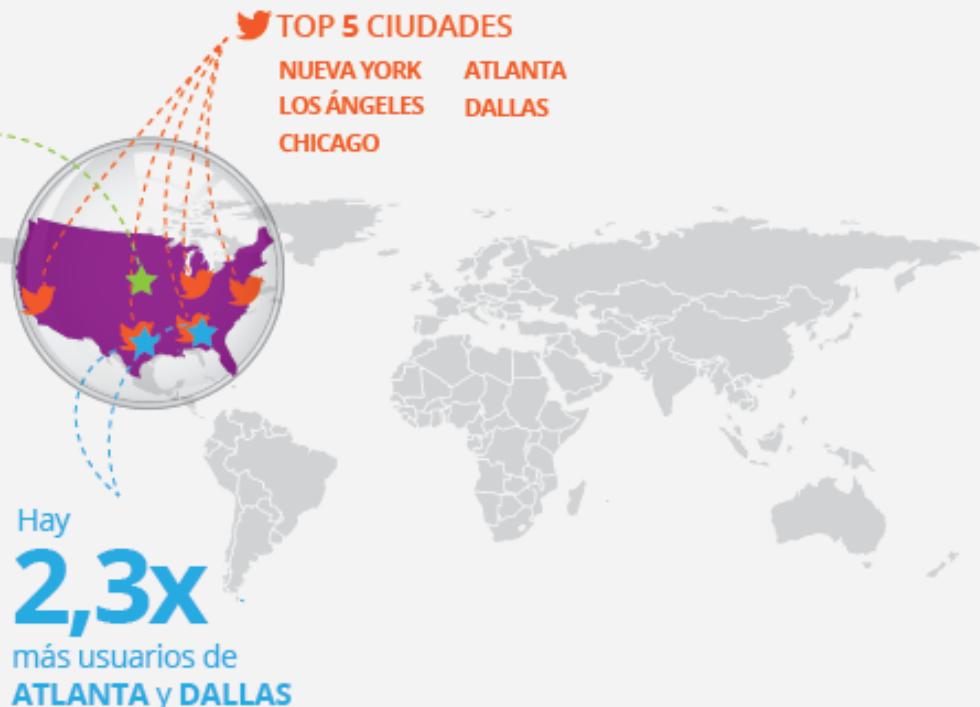
452x

MÁS FUERTE QUE EL PROMEDIO
DE USUARIOS DE TWITTER

Telecomunicaciones: Ubicación, trabajo e intereses



Hay **1,3x** más seguidores de los **ESTADOS UNIDOS** en el sector de telecomunicaciones que el promedio de usuarios de Twitter



LOS SEGUIDORES DE LAS EMPRESAS DE TELECOMUNICACIONES TIENEN MÁS PROBABILIDADES QUE LOS USUARIOS PROMEDIO DE TRABAJAR EN:

- TELECOMUNICACIONES
- SECTOR PÚBLICO
- HOTELERÍA Y TURISMO



ESOS SEGUIDORES SON MÁS INTERESADOS QUE EL USUARIO PROMEDIO EN:



DEPORTES



MÚSICA



CINE



COCINA



ALIMENTACIÓN



CIENCIA



VIAJES

Telecomunicaciones: Género y edad



Hay

1,3x

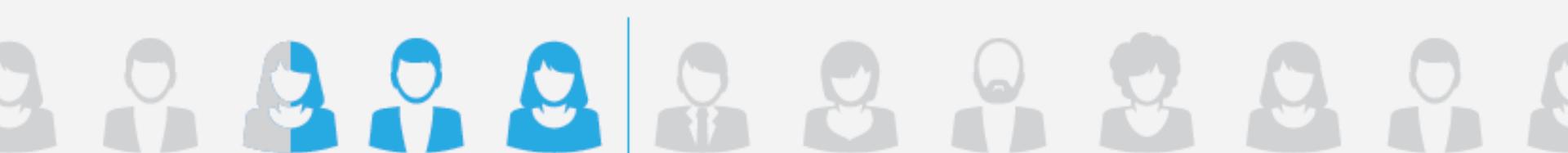
más **HOMBRES** entre los seguidores de las empresas de telecomunicaciones que el usuario promedio de Twitter



Hay

1,3x

menos **MUJERES**



El

35%

de los seguidores tienen entre **26 Y 35 AÑOS**

Contactos Burson Digital en Latinoamérica



Cely Carmo Giraldes
Estratega Digital
para Latinoamérica
Cely.Carmo@bm.com



Fernando Guevara
Estratega Digital,
Argentina
Fernando.Guevara@bm.com



Gabriel Andriollo
Estratega Digital, Miami
Gabriel.Leonardo.Andriollo@bm.com



Rogério Gonçalves
Estratega Digital,
Brasil
Rogero.Goncalves@bm.com



Carolina Palacios
Gerente General, Perú
Carolina.Palacios@bm.com



Alejandra Azocar
Estratega Digital, Chile
Alejandra.Azocar@bm.com



Marcos Lopez
Estratega Digital,
Puerto Rico
Marcos.Lopez@bm.com



Ana Pineres
Estratega Digital,
Colombia
Ana.Pineres@bm.com



Florencia Bogliolo
Estratega Digital,
Uruguay
Florencia.Bogliolo@bm.com



Adelín Leon
Estratega Digital,
México
Adelin.Leon@bm.com



José Luis Peralta
Gerente General, Venezuela
JoseLuis.Peralta@bm.com

Contactos de Prensa



Paul Cordasco
Director Ejecutivo,
Marketing Global
Paul.Cordasco@bm.com



Claudia Adriasola
COO Latinoamérica,
Marketing Regional
Claudia.Adriasola@bm.com



Fabio Couto
Marketing Brasil
Fabio.Couto@bm.com



Moray Bernal
Marketing Colombia
Moray.Bernal@bm.com

