# 2018

Observatorio de marcas en Redes Sociales

#IABEstudioMarcas

**ELABORADO POR:** 





# Índice



01. OBJETIVOS

02. DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO

03. CUOTAS Y RANKING RRSS EN ESPAÑA

04. COMUNIDAD

05. PUBLICACIONES

06. INTERACCIONES

08. ENGAGEMENT

09. VIRALIDAD

10. EFICIENCIA

11. BEST PRACTICES

12. CONCLUSIONES

13. SECTORES







### Objetivos del estudio



#### Establecer estándares

Establecer estándares de medición en RRSS con validez para cualquier red social actual o futura.



#### Facilitar datos de mercado

Facilitar datos de mercado basados en los citados estándares, que permitan a las marcas tener un contexto de referencia y comparar su actividad, en RRSS con las de otras marcas o sectores.

#### Aumentar la confianza

Incrementar la confianza de las marcas en el entrono social y por tanto la inversión en las RRSS. Darles una herramienta para extraer conclusiones que ayuden a mejorar sus estrategias.





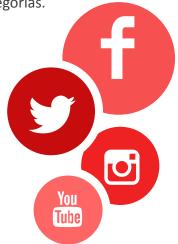






#### Ámbito del estudio

- VI Edición del Observatorio que se presentó por primera vez en 2013.
- La elección de las marcas se realiza con datos facilitados por INFOADEX en base a su Estudio de Inversión Publicitaria en España en total medios 2017.
- El estudio recoge esta año la actividad de 74 marcas en redes sociales dividida por sectores/categorías.
- Las redes sociales elegidas para analizar cada una de las marcas son: Facebook, Instagram, YouTube, y Twitter.
- La selección de los perfiles sociales de cada marca se establece por el **número de usuarios**, su presencia en España y la capacidad de las herramientas seleccionada para controlar las métricas a analizar.
- La categorización está basada en el Estudio de Inversión Publicitaria en Medios Digitales realizado por IAB en colaboración con PWC. De esta forma se puede cruzar datos y mantener la coherencia de los sectores analizados en ediciones anteriores.







# Metodología

- Para monitorizar las marcas, se ha utilizado la herramienta de inteligencia artificial **CARUS**° que pertenece a **EPSILON TECHNOLOGIES** .
- Icarus capta todos los datos de rendimiento directamente de las APIs de todas las redes sociales del ámbito de estudio, es decir, Facebook, Instagram, YouTube y Twitter.
- Se organizan los datos mediante lenguaje de cuotas de mercado que permite estructurar los resultados en función de: Tamaño de las comunidades, Volumen de Interacciones, Volumen de Comparticiones y Eficiencias para cada una de las redes sociales.
- El período de análisis ha sido diariamente desde el 1 de abril de 2017 al 31 de marzo de 2018.







#### Métricas analizadas

- Cuota por red social:
  - · Comunidad (Fans, Followers, Suscriptions).
  - · Publicaciones (Post).
  - · Interacciones (Likes, Comments, Retweets, Favs, Shares).
- **Comunidad:** Total Fans/Followers/Suscriptions.
- **Publicaciones:** (sin diferenciación entre orgánico y paid).
- **Engagement:** (Interacciones/Comunidad)/12 mes.
- **Viralidad:** Compartidos FB + RT's TW
- **Eficiencia:** (Interacciones/Post).



## Sectores y marcas estudiadas









# TOP 3 categorías y marcas

#IABEstudioMarcas



# Ranking TOP 3 categorías\*



	1	2	3
COMUNIDAD	Retail	Tecnología	Distribución
	1.661.085	1.270.071	1.029.445
PUBLICACIONES	Telecomunicaciones 21.440	Juegos y apuestas 9.714	Gobierno y Política 8.081
INTERACCIONES	Retail	Distribución	Gobierno y Política
	1.803.833	1.261.425	1.083.743
ENGAGEMENT	Juegos y apuestas	Gobierno y Política	Automoción
	(21,7%)	(18,5%)	(10,2%)
VIRALIDAD	Gobierno y Política	Retail	Distribución
	436.503	218.952	91.222
EFICIENCIA	Belleza e Higiene	Distribución	Automoción
	619	542	245

\*promedios



## Ranking TOP 3 marcas



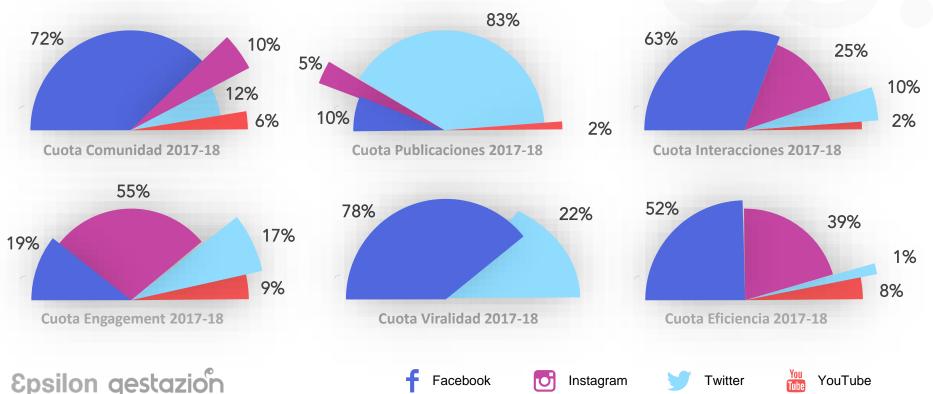
	1	2	3
COMUNIDAD	El Corle Inglés	T-DI	<b>IKEA</b> °
PUBLICACIONES	vodafone	orange <sup>™</sup>	William HILL
INTERACCIONES	Lide	bet365	El Corke Inglés
ENGAGEMENT	bet365	<b>S</b> SEAT	<b>NONCE</b>
VIRALIDAD	Lide	Direction General on Traffico	bet365
EFICIENCIA	M		Danacol





#### Cuota RRSS totales en España





#### Ranking marcas/categoría RRSS



	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE
COMUNIDAD	L-DL	trivago	Media Marki Reception	L'ORÉAL
PUBLICACIONES	El Corte Inglés	El Corke Inglés	vodafone	<b>M</b> movistar
INTERACCIONES	bet365	<b>GARNIER</b>	bet365	Oca Cota
COMUNIDAD	Retail	Viajes	Tecnología	Belleza
PUBLICACIONES	Retail	Retail	Telecomunicaciones	Telecomunicaciones
INTERACCIONES	Juegos y Apuestas	Belleza	Juegos y Apuestas	Alimentación

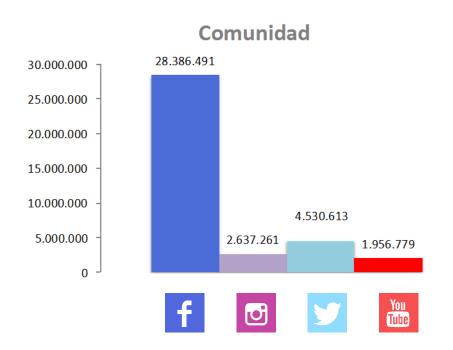








COMUNIDAD = Fans + Followers + Suscriptores



506.907

Usuarios de media en todas las redes sociales de las marcas en España.

362.767

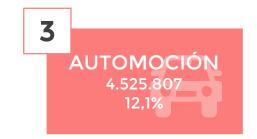


#### Ranking comunidad categorías









CATEGORÍAS		COMUNIDAD	
1	RETAIL	9.966.510 26,6%	
2	ALIMENTACIÓN	4.555.648 12,1%	
3	AUTOMOCIÓN	4.525.807 12,1%	
4	TECNOLOGÍA	3.810.212 10,2%	
5	DISTRIBUCIÓN	3.088.334 8,2%	

CATEGORÍAS		COMUNIDAD
6	BELLEZA E HIGIENE	2.952.244 7,9%
7	TELECOMUNICACIONES	2.615.625 7,0%
8	VIAJES	1.770.125 4,7%
9	SERVICIOS FINANCIEROS	1.722.423 4,6%
10	JUEGOS Y APUESTAS	1.553.006 4,1%



#### Ranking comunidad categorías





2 ALIMENTACIÓN 4.555.648 12,1% AUTOMOCIÓN 4.525.807 12,1%

RETAIL 8.023.437 24,0%

ALIMENTACIÓN 4.839.605 14,5%

**AUTOMOCIÓN**4.795.749
14,3%

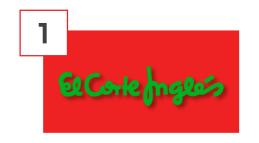






#### Ranking comunidad marcas









MARCA		COMUNIDAD	
1	EL CORTE INGLÉS	2.478.3194	
2	LIDL	2.449.686	
3	IKEA	1.7585.145	
4	CARREFOUR	1.714.576	
5	SAMSUNG	1.581.775	

MARCA		COMUNIDAD	
6	MEDIA MARKT	1.410.012	
7	BURGER KING	1.179.252	
8	DÍA	1.074.948	
9	MC DONALD'S	1.068.953	
10	L'OREAL	1.044.818	









PUBLICACIONES = Post + Tweets



4.948

Publicaciones de media en todas las redes sociales de las marcas en España.

**5.228** 2016



#### Ranking publicaciones categorías





JUEGOS Y APUESTAS 48.570 13,3% RETAIL 47.277 12,9%

CATEGORÍAS		PUBLICA	ACIONES
1	TELECOMUNICACIONES	150.079	41,0%
2	JUEGOS Y APUESTAS	48.570	13,3%
3	RETAIL	47.277	12,9%
4	SERVICIOS FINANCIEROS	30.885	8,4%
5	AUTOMOCIÓN	22.699	6,2%

CATEGORÍAS		PUBLICACIONES	
6	ENERGÍAS	16.489	4,5%
7	ALIMENTACIÓN	14.018	3,8%
8	TECNOLOGÍA	11.609	3,2%
9	GOBIERNO Y POLÍTICA	8.081	2,2%
10	DISTRIBUCIÓN	6.977	1,9%



#### Ranking publicaciones categorías



TELECOMUNICACIONES
150.079
41,0%

JUEGOS Y APUESTAS 48.570 13,3% RETAIL 47.277 12,9%

TELECOMUNICACIONES
197.947
41,1%

FINANCIERO Y SEGUROS
52.104
10,8%

RETAIL 47.876 10,0%



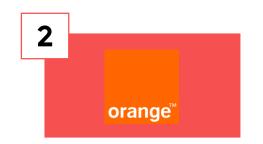




### Ranking publicaciones marcas









MARCA		PUBLICACIONES
1	VODAFONE	75.893 20,7%
2	ORANGE	37.658 10,3%
3	WILLIAM HILL	23.904 6,5%
4	JAZZTEL	15.934 4,4%
5	EL CORTE INGLÉS	15.783 4,3%

MARCA		PUBLICACIONES	
6	CARREFOUR	9.874 2,7%	
7	LIDL	8.790 2,4%	
8	BET365	8.661 2,4%	
9	DGT	8.081 2,2%	
10	LOWI	7.535 2,1%	





#### Ranking interacciones categorías



INTERACCIONES = like, comment, share, fav, retweet, (no views).





JUEGOS Y APUESTAS 48.570 11,6%

CATEGORÍAS		INTERACCIONES	
1	RETAIL	10.822.997	31,1%
2	AUTOMOCIÓN	5.565.083	16,0%
3	JUEGOS Y APUESTAS	4.035.595	11,6%
4	DISTRIBUCIÓN	3.784.276	10,9%
5	BELLEZA	2.749.440	7,9%

	CATEGORÍAS	INTERACCIONES	
6	ALIMENTACIÓN	2.184.817	6,3%
7	TECNOLOGÍA	1.538.656	4,4%
8	TELECOMUNICACIONES	1.086.086	3,1%
9	GOBIERNO Y POLÍTICA	1.083.743	3,1%
10	SERVICIOS FINANCIEROS	1.055.780	3,0%



#### Ranking interacciones categorías



INTERACCIONES = like, comment, share, fav, retweet, (no views).









AUTOMOCIÓN 6.397.099 16,7%









## Ranking interacciones marcas









CATEGORÍAS INTERACCIONE		CIONES	
1	LIDL	3.568.529	10,2%
2	BET365	3.527.203	10,1%
3	EL CORTE INGLES	2.993.586	8,6%
4	MCDONALD'S	2.038.789	5,8%
5	CARREFOUR	1.922.669	5,5%

	CATEGORÍAS	CATEGORÍAS INTERACCIONES	
6	VOLKSWAGEN	1.762.108	5,1%
7	GARNIER	1.353.956	3,9%
8	DIA	1.218.790	3,5%
9	DGT	1.083.743	3,1%
10	L'OREAL	1.004.615	2,9%

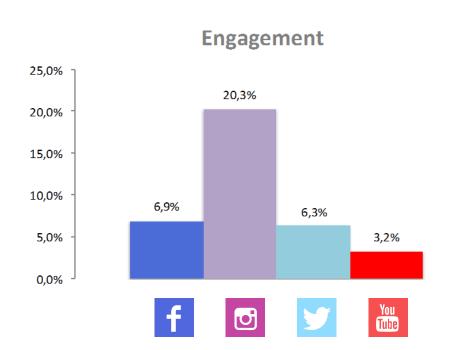




#### Media de Engagement

idb<sup>®</sup>
#IABEstudioMarcas

ENGAGEMENT RATE = (Interacciones / Comunidad) / 12 meses



(-23%) **7,7%** 

Tasa media de engagement mensual de las marcas analizadas en redes sociales en España.

> 10% 2016



#### Ranking engagement categorías



ENGAGEMENT RATE = (Interacciones / Comunidad) / 12 meses







	CATEGORÍAS	ENGAGEMENT
1	JUEGOS Y APUESTAS	20%
2	GOBIERNO Y POLÍTICA	19%
3	AUTOMOCIÓN	11%
4	DISTRIBUCIÓN	10%
5	RETAIL	8%

	CATEGORÍAS	ENGAGEMENT
6	ENERGIAS	7%
7	BELLEZA	6%
8	ALIMENTACIÓN	5%
9	SERVICIOS FINANCIEROS	5%
10	TELECOMUNICACIONES	4%



### Ranking engagement categorías



ENGAGEMENT RATE = (Interacciones / Comunidad) / 12 meses







JUEGOS Y APUESTAS 22,%







(2017-18)





#### Ranking engagement marcas



ENGAGEMENT RATE = (Interacciones / Comunidad) / 12 meses







	CATEGORÍAS	ENGAGEMENT
1	BET365	65%
2	SEAT	22%
3	ONCE	19%
4	GARNIER	19%
5	DGT	19%

	CATEGORÍAS	ENGAGEMENT
6	VOLKSWAGEN	18%
7	EL POZO	16%
8	MC DONALD'S	16%
9	COFIDIS	14%
10	LIDL	12%

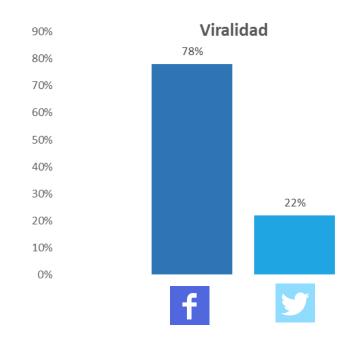




\* Youtube e Instagram no disponen de contenidos compartidos.

#### Viralidad\*

VIRALIDAD = Compartidos / Comunidad





3.710.909

Nº total de comparticiones

5.349.000

50.147

Viralidad media de las marcas en redes sociales en España

58.237



# Ranking viralidad categorías





AUTOMOCIÓN 463.187 12,5%



CATEGORÍAS		VIRALIDAD	
1	RETAIL	1.313.710	35,4%
2	AUTOMOCIÓN	463.187	12,5%
3	GOBIERNO Y POLÍTICA	436.503	11,8%
4	JUEGOS Y APUESTAS	398.205	10,7%
5	DISTRIBUCIÓN	273.666	7,4%

CATEGORÍAS		VIRALIDAD	
6	ALIMENTACIÓN	199.435	5,4%
7	TECNOLOGÍA	172.618	4,7%
8	SERVICIOS FINANCIEROS	148.177	4,0%
9	TELECOMUNICACIONES	125.779	3,4%
10	BELLEZA E HIGIENE	125.779	2,7%



## Ranking viralidad categorías









RETAIL 1.352.260 25,2%









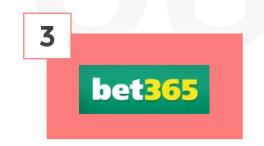


# Ranking viralidad marcas









MARCA		VIRALI	DAD
1	LIDL	583.741	15,7%
2	DGT	436.503	11,8%
3	BET365	273.686	7,4%
4	EL CORTE INGLÉS	249.261	6,7%
5	CARREFOUR	217.208	5,9%

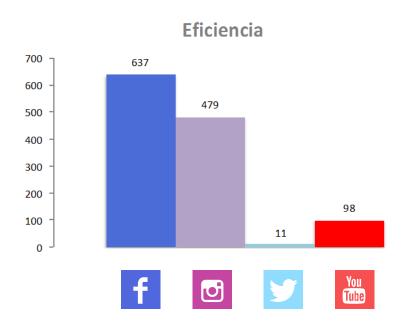
MARCA		VIRALIDAD	
6	DIA	172.115	4,6%
7	VOLKWAGEN	141.307	3,8%
8	MC DONALD'S	111.692	3,0%
9	TELEPIZZA	106.936	2,9%
10	MEDIA MARKT	80.035	2,2%





### **Total eficiencia**

EFICIENCIA= Interacciones / № de post





95
Eficiencia media de las marcas en redes sociales en España

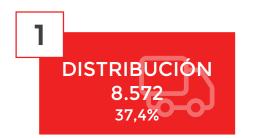
**79** 2016



# Ranking eficiencia categorías



EFICIENCIA= Interacciones / Nº de post





BELLEZA 3.606 15,7%

CATEGORÍAS		EFICIE	ENCIA
1	DISTRIBUCIÓN	8.572	37,4%
2	ALIMENTACIÓN	3.789	16,5%
3	BELLEZA	3.606	15,7%
4	AUTOMOCIÓN	3.036	13.3%
5	RETAIL	1.345	5,9%

CATEGORÍAS		EFICIENCIA	
6	VIAJES	649	2,8%
7	SERVICIOS FINANCIEROS	579	2,5%
8	JUEGOS Y APUESTAS	503	2,2%
9	TECNOLOGÍA	466	2,0%
10	GOBIERNO Y POLÍTICA	134	0,6%



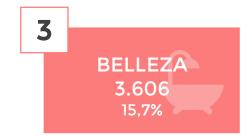
# Ranking eficiencia categorías



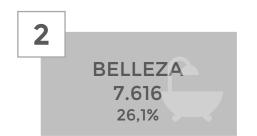
EFICIENCIA= Interacciones / Nº de post







DISTRIBUCIÓN 8.293 28,4%







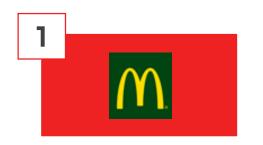




# Ranking eficiencia marcas

EFICIENCIA= Interacciones / № de post









MARCA		EFICIE	NCIA
1	MCDONALD'S	5.510	24,1%
2	BURGER KING	2.926	12,8%
3	DANACOL	1.543	6,7%
4	ORAL B	1.192	52%
5	VOLKWAGEN	1.051	4,6%

MARCA		EFICIENCIA	
6	L'OREAL	899	3,9%
7	GARNIER	769	3,4%
8	HEINEKEN	656	2,9%
9	FORD	535	2,3%
10	TRIVAGO	486	2,1%





#### ¿QUÉ ROL JUEGA CADA RED SOCIAL?





**Red social con más usuarios:** Sigue siendo muy importante.

**Sobresaturación de contenido de baja calidad** (exceso de sorteos y contenido excesivamente publicitario poco user centric).

**Reto:** Pasar del contenido táctico al contenido de valor.

**Solución:** Apuesta por el contenido de calidad que ayuda a mejorar el día a día de los usuarios (Ej: recetas en alimentación).



**Red social con más crecimiento:** Se recupera el concepto de red social puro.

El usuario acude a Instagram en busca de:

Inspiración.

Cercanía con otros usuarios.

Oportunidad, crear contenido auténtico, cercano, compartir tendencias.



Red social generadora de conversación en torno a temas de valor gracias a los trending topics, memes y otras tendencias.

**Gran capacidad para viralizar contenidos** gracias a los retweets, fav's, etc.

Red social de atención y comunicación con el consumidor.



Red de contenido especializado en una temática concreta (storytelling muy definido).

EJ: Bezoya bebé a bordo es un canal de consejos para madres primerizas.

CokeTV: Se centra en retos con youtubers.



# #IABEstudioMarcas

#### **APORTAR VALOR AL USUARIO**

Las marcas deben ayudar a mejorar el día a día de los usuarios para incrementar la consideración y fidelizar a sus audiencias.



Lidl España April 24, 2017	6		
	en tiempo, apetecen plato evos rellenos de surimi y		eso, te
Receta completa en h	ttp://ow.ly/VmlK30b3jqs		
HUEV DE SU	OS ESL IRIMI Y	LENO. GAMBA	S
878K Views			
r∆ Like	Comment Comment	Share	@ -
<b>00</b> ₩ 11K		Most	Relevant *
22,708 Shares		185	Commen



#### **VINCULARSE A TRENDING TOPICS**

Marcas que se infiltran en temáticas de actualidad y capitalizan una corriente de conversación muy relevante para el target.











#### INSPIRACIÓN & TENDENCIAS

Los usuarios buscan marcas que les inspiren apelando a momentos aspiracionales. También acuden a las redes sociales para conocer las últimas tendencias.







#### PROYECTAR AUTENTICIDAD Y CERCANÍA CON EL TARGET

Buscar contenidos con los que el target se pueda sentir identificado.









# #IABEstudioMarcas

#### INFLUENCERS QUE PRESRCIBEN EL PRODUCTO DE FORMA CREÍBLE

Demostrando como han incorporado los productos de una marca en sus rutinas diarias.









### Conclusiones

#### **DATOS GLOBALES**

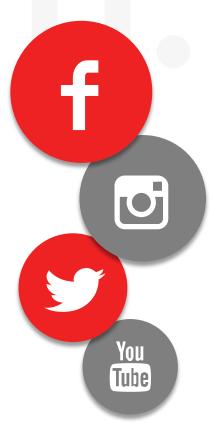
La Comunidad Media en España de las marcas analizadas se incrementa de 362.767 a 506.907 fans/followers.

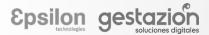
Se reduce un 5% el promedio de publicaciones por marca (4.948) con respecto al año anterior.

La tasa de Engagement se reduce del 10% al 7,7% debido al mayor volumen de fans/followers que tienen las marcas y el número de Comparticiones desciende también de 5,3 millones a 3,7 millones lo que denota que el usuario se ha vuelto más exigente en cuanto a los contenidos a compartir.

Sin embargo **la Eficiencia de las marcas mejora pasando de 79 el año pasado a 95** en este último Observatorio lo que denota un mayor cuidado, adaptación o calidad de los contenidos publicados.







### Conclusiones

#### **REDES SOCIALES**

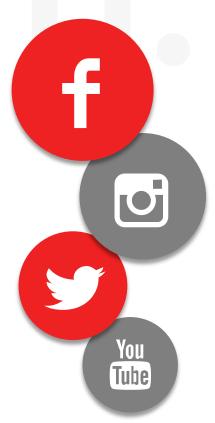
Facebook sigue siendo la red que más Comunidad aglutina (72%) pero cabe destacar el importante incremento de Instagram que pasa de una cuota de Comunidad del 6% el año pasado al 10% en este Observatorio.

En cuanto a las **publicaciones Twitter acumula el 83**% de las mismas al ser una red orientada la atención al cliente y al contenido de actualidad.

Cabe destacar **Instagram como la red con mayor cuota (55%) de Engagement Mensual,** además de la segunda que reporta una mejor Eficiencia por publicación solo por detrás de Facebook.

En cuanto a **Youtube** mantiene niveles muy similares a los anteriores aumentando **su cuota de Comunidad del 4% el año anterior al 6% actual** y sobre todo **mejorando el Engagement** de los contenidos de las marcas en sus canales cuya cuota se duplica del 4% del año anterior al 9% en este año.







#### Conclusiones

#### **SECTORES**

El sector **Retail, como ya ocurría el año pasado,** es una de las Categorías más destacadas en cuanto a volumen Comunidad e Interacciones logradas en sus perfiles precisamente basada en el gran volumen de fans y seguidores que tienen.

**Telecomunicaciones** es de los sectores más activos en **volumen de publicaciones** debido sobre todo al uso de las rrss como canal de atención y soporte al cliente.

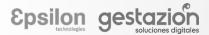
Juegos y Apuestas es una de las categorías más activas en varios de los rankings tanto a nivel de publicaciones, como por engagement o viralidad contenidos relacionados con competiciones de deportistas reconocidos (principalmente Rafa Nadal).

**Belleza e Higiene y Distribución** son los sectores con mejor **Eficiencia** en sus publicaciones logrando así una mejor optimización de su actividad.

**Alimentación es la categoría que más presencia pierde** en los diferentes rankings en comparación con datos de años anteriores.



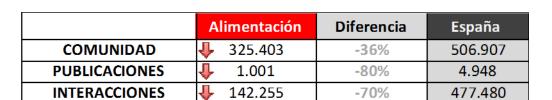








### Alimentación



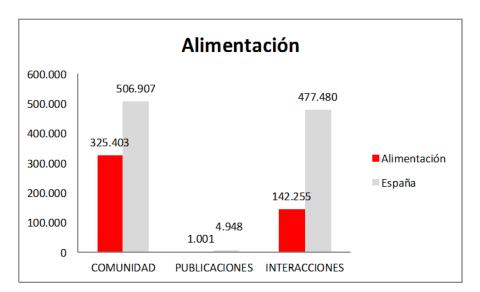
	Alimentación	Diferencia	España
ENGAGEMENT MES	<del>4</del> ,0%	-48%	7,7%
VIRALIDAD	<b>4</b> 14.245	-72%	50.147
EFICIENCIA	<b>1</b> 56	64%	95

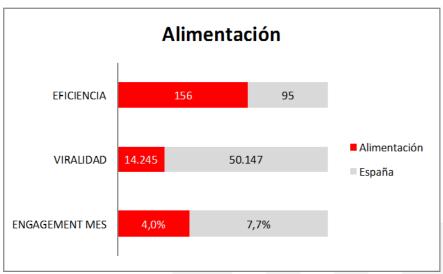




### Alimentación

#IABEstudioMarcas



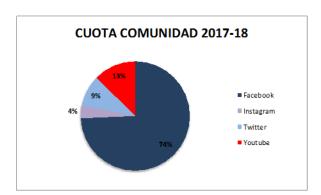


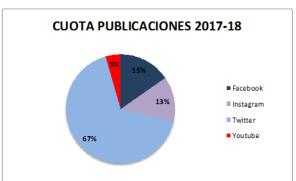


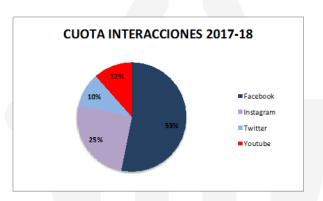
### Alimentación



	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE
COMUNIDAD	253.635	12.942	31.584	43.042
PUBLICACIONES	170	148	740	49
INTERACCIONES	91.899	156	97%	79











### Automoción



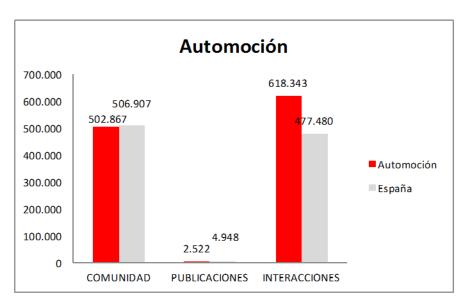
	Automoción		Diferencia	España
ENGAGEMENT MES	1	10,2%	32%	7,7%
VIRALIDAD	1	51.465	3%	50.147
EFICIENCIA	1	245	158%	95

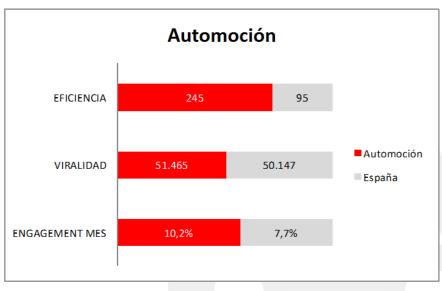




## Automoción





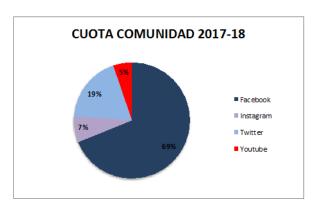


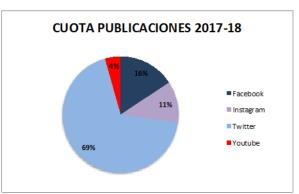


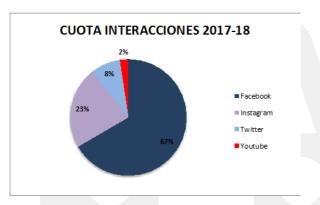
### Automoción



	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE
COMUNIDAD	349.301	37.183	94.099	26.528
PUBLICACIONES	401	292	1.750	112
INTERACCIONES	402.057	136.743	50.364	14.373











# Belleza e higiene



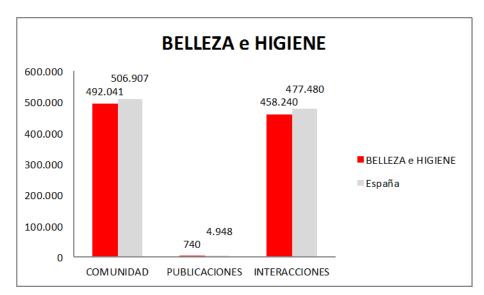
	BELLEZA e HIGIENE		Diferencia	España
COMUNIDAD	4	492.041	-3%	506.907
PUBLICACIONES	ψ.	740	-85%	4.948
INTERACCIONES	û	458.240	-4%	477.480

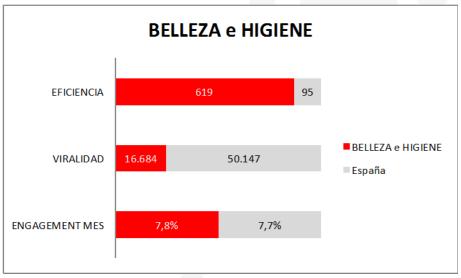
	BELLEZA e HIGIENE	Diferencia	España
ENGAGEMENT MES	<b>7,8</b> %	0%	7,7%
VIRALIDAD	<del>4</del> 16.684	-67%	50.147
EFICIENCIA	<b>↑</b> 619	550%	95



# Belleza e higiene





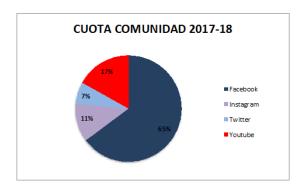


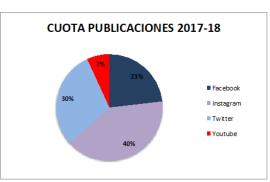


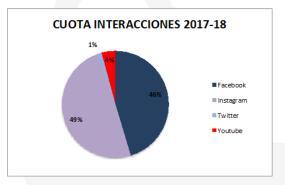
# Belleza e higiene



	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE
COMUNIDAD	349.992	62.507	36.223	91.261
PUBLICACIONES	227	394	292	67
INTERACCIONES	243.542	263.629	7.232	22.589











# Distribución



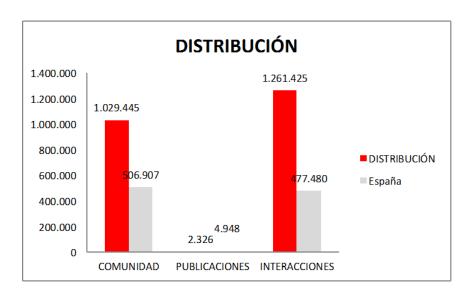
	DISTRIBUCIÓN	Diferencia	España
COMUNIDAD	<b>1</b> .029.445	103%	506.907
PUBLICACIONES	<b>4</b> 2.326	-53,00%	4.948
INTERACCIONES	<b>1</b> .261.425	164%	477.480

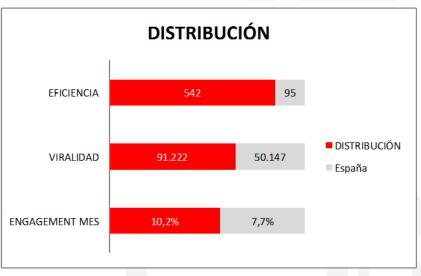
	DISTRIBUCIÓN	Diferencia	España
ENGAGEMENT MES	<b>1</b> 0,2%	32%	7,7%
VIRALIDAD	<b>1</b> 91.222	82%	50.147
EFICIENCIA	<b>1</b> 542	470%	95



### Distribución





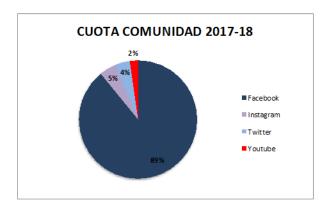


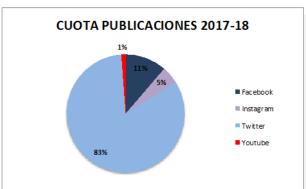


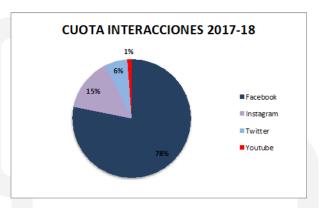
### Distribución

iab	• spai
#IABEstudioMarc	as

	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE
COMUNIDAD	944.211	48.533	43.314	24.003
PUBLICACIONES	372	158	2.716	39
INTERACCIONES	1.040.544	192.448	82.446	16.153











#### Energías #IABEstudioMarcas



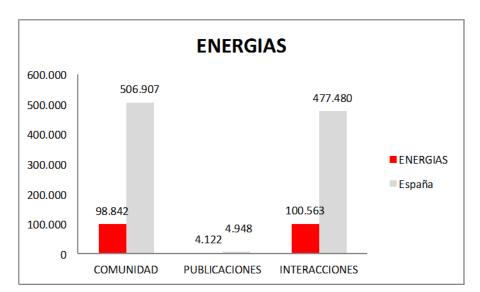
	ENERGIAS	Diferencia	España
COMUNIDAD	<b>4</b> 98.842	-81%	506.907
PUBLICACIONES	<b>4.122</b>	-16,68%	4.948
INTERACCIONES	<b>4</b> 100.563	-79%	477.480

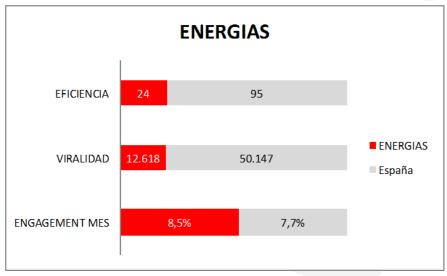
	ENERGIAS	Diferencia	España
ENGAGEMENT MES	<b>1</b> 8,5%	9%	7,7%
VIRALIDAD	<b>4</b> 12.618	-75%	50.147
EFICIENCIA	<del>4</del> 24	-74%	95



## Energías #IABEstudioMarcas





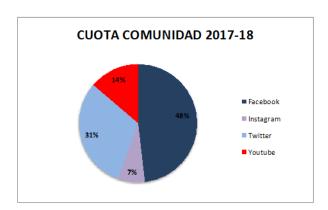


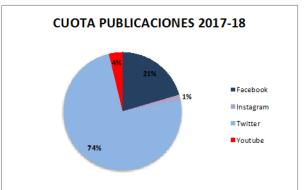


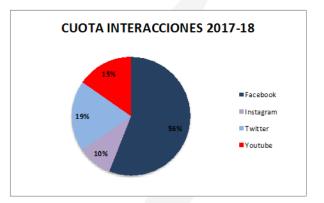




	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE
COMUNIDAD	50.389	7.694	32.119	14.396
PUBLICACIONES	855	59	3.105	157
INTERACCIONES	60.021	10.121	20.656	16.409











### Gobierno y política #IABEstudioMarcas

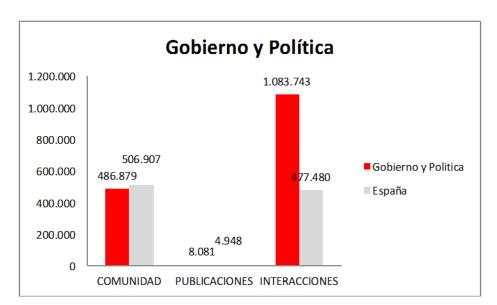
	Gobierno y Política	Diferencia	España
COMUNIDAD	<b>486.879</b>	-4%	506.907
PUBLICACIONES	<b>1</b> 8.081	63,33%	4.948
INTERACCIONES	<b>1.083.743</b>	127%	477.480

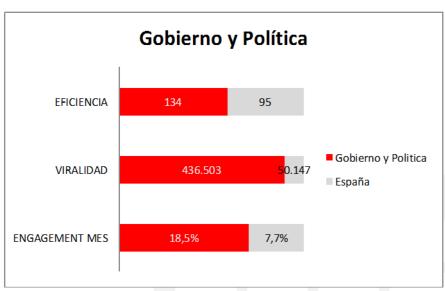
	Gobierno y Política	Diferencia	España
ENGAGEMENT MES	<b>18,5</b> %	140%	7,7%
VIRALIDAD	<b>436.503</b>	770%	50.147
EFICIENCIA	<b>1</b> 34	41%	95



### Gobierno y política





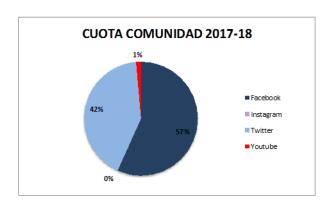


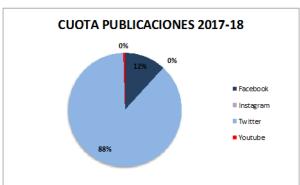


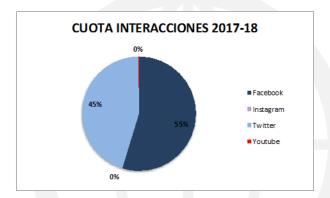
### Gobierno y política



	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE
COMUNIDAD	276.355	0	203.722	6.802
PUBLICACIONES	953	0	7.089	39
INTERACCIONES	591.163	0	487.208	1.559















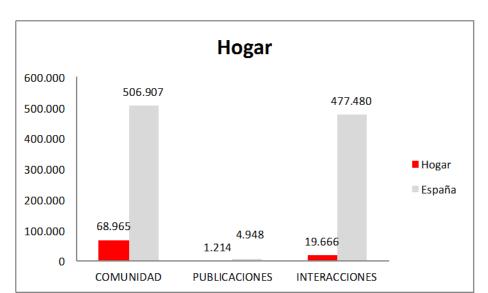
	Hogar	Diferencia	España
COMUNIDAD	<b>4</b> 68.965	-86%	506.907
PUBLICACIONES	<b>4</b> 1.214	-75,46%	4.948
INTERACCIONES	<b>4</b> 19.666	-96%	477.480

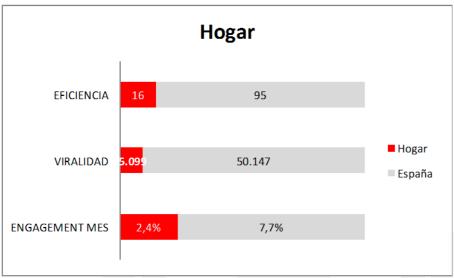
		Hogar	Diferencia	España
ENGAGEMENT MES	Ŷ	2,4%	-69%	7,7%
VIRALIDAD	①	5.099	-90%	50.147
EFICIENCIA	1	16	-83%	95









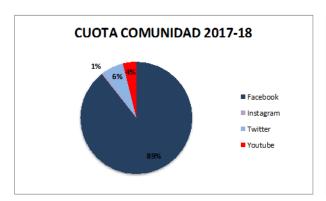


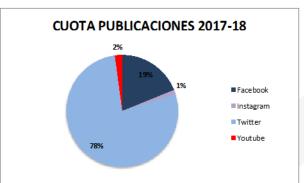


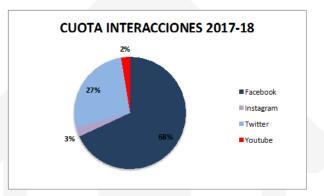




	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE
COMUNIDAD	61.902	399	4.247	2.709
PUBLICACIONES	229	15	944	26
INTERACCIONES	13.375	527	5.228	512











## Juegos y apuestas #IABEstudioMarcas



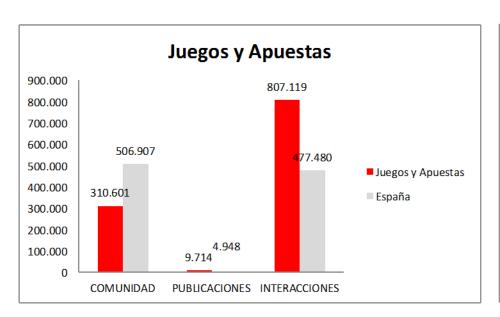
	Juegos y Apuestas	Diferencia	España
COMUNIDAD	<b>↓</b> 310.601	-39%	506.907
PUBLICACIONES	<b>1</b> 9.714	96,33%	4.948
INTERACCIONES	<b>1</b> 807.119	69%	477.480

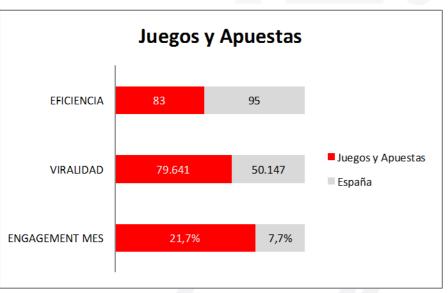
	Juegos y Apuestas	Diferencia	España
ENGAGEMENT MES	<b>1</b> 21,7%	180%	7,7%
VIRALIDAD	<b>1</b> 79.641	59%	50.147
EFICIENCIA	<b>↓</b> 83	-13%	95



### Juegos y apuestas #IABEstudioMarcas





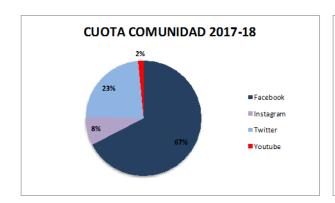


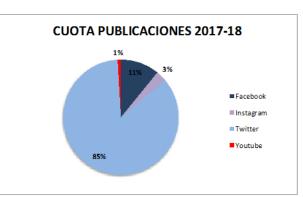


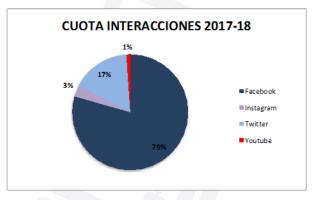
### Juegos y apuestas #IABEstudioMarcas



	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE
COMUNIDAD	220.699	26.311	75.324	5.066
PUBLICACIONES	1.076	299	8.449	89
INTERACCIONES	649.825	24.639	135.031	9.004















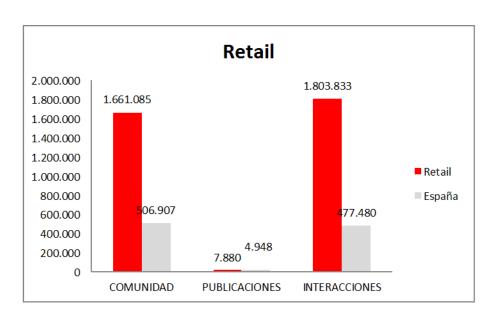
	Retail	Diferencia	España
COMUNIDAD	<b>1</b> .661.085	228%	506.907
PUBLICACIONES	<b>1</b> 7.880	59,25%	4.948
INTERACCIONES	<b>1</b> .803.833	278%	477.480

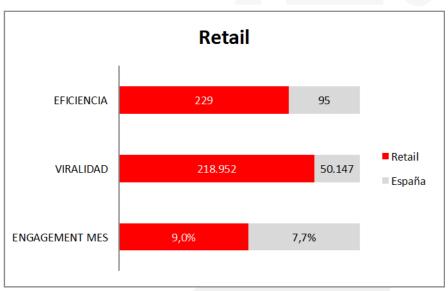
	Retail	Diferencia	España
ENGAGEMENT MES	<b>1</b> 9,0%	17%	7,7%
VIRALIDAD	<b>1</b> 218.952	337%	50.147
EFICIENCIA	<b>1</b> 229	140%	95









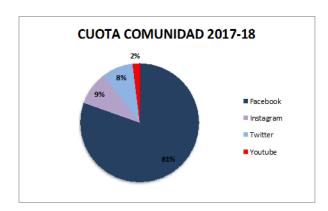


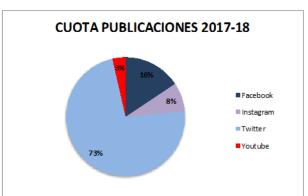


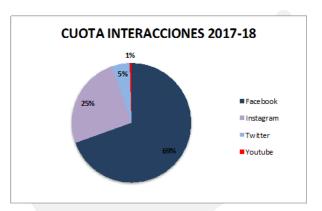




	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE
COMUNIDAD	1.337.480	153.834	139.394	32.370
PUBLICACIONES	1.235	622	5.741	282
INTERACCIONES	1.173.658	423.015	82.424	8.950









### Servicios 94.4800 financieros 121 Y seguros 0.8483 #IABEstudioMarcas 1.2191 1 3069 0.0108

USD

### Servicios financieros y seguros



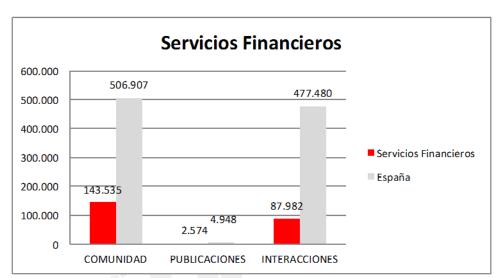
	Servicios Financieros	Diferencia	España
COMUNIDAD	<b>4</b> 143.535	-72%	506.907
PUBLICACIONES	<b>↓</b> 2.574	-47,98%	4.948
INTERACCIONES	<b>↓</b> 87.982	-82%	477.480

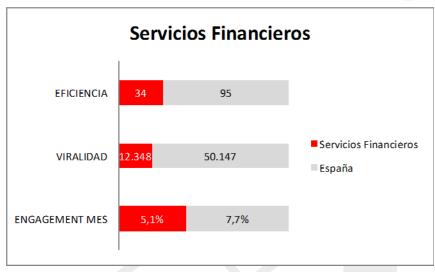
	Servicios Financieros	Diferencia	España
ENGAGEMENT MES	<b>↓</b> 5,1%	-34%	7,7%
VIRALIDAD	<b>4</b> 12.348	-75%	50.147
EFICIENCIA	<b>↓</b> 34	-64%	95



### Servicios financieros y seguros





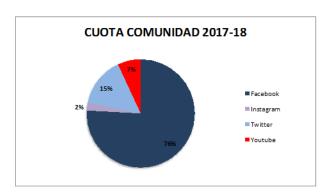


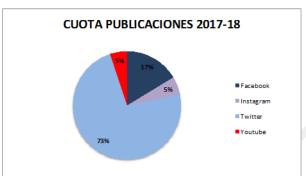


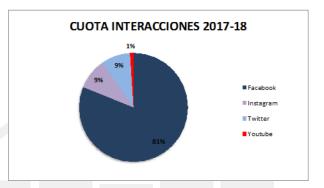
#### Servicios financieros y seguros



	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE
COMUNIDAD	103.889	3.250	21.354	9.909
PUBLICACIONES	434	140	1.946	136
INTERACCIONES	123.748	14.035	13.249	1.597









LOAD

658

見見見

NETWORK SEARCH 🖶

-INTERNET

- FV/10-E-0

-SHOW BUSINESS -Network ()

Tecnología

## Tecnología #IABEstudioMarcas



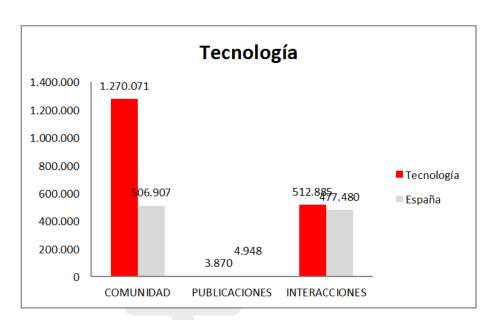
	Tecnología	Diferencia	España
COMUNIDAD	<b>1</b> .270.071	151%	506.907
PUBLICACIONES	<b>4</b> 3.870	-21,79%	4.948
INTERACCIONES	<b>1</b> 512.885	7%	477.480

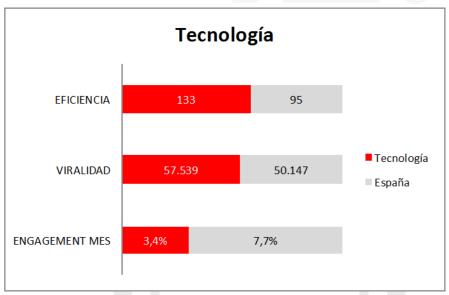
	Tecnología	Diferencia	España
ENGAGEMENT MES	<b>↓</b> 3,4%	-57%	7,7%
VIRALIDAD	<b>1</b> 57.539	15%	50.147
EFICIENCIA	<b>1</b> 133	39%	95



## Tecnología #IABEstudioMarcas





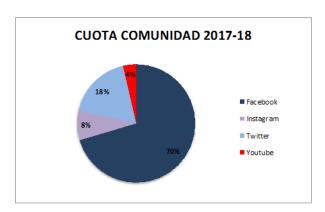


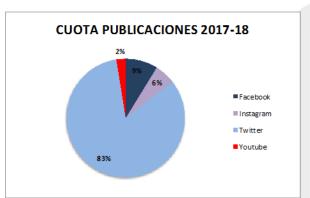


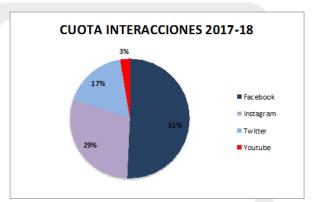
# Tecnología #IABEstudioMarcas



	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE
COMUNIDAD	894.584	101.065	228.381	46.109
PUBLICACIONES	341	220	3.211	98
INTERACCIONES	239.316	138.680	81.079	12.607











### Telecomunicaciones

#IABEstudioMarcas

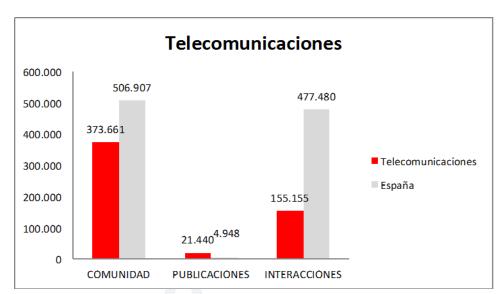
	Telecomunicaciones	Diferencia	España
COMUNIDAD	<del>4</del> 373.661	-26%	506.907
PUBLICACIONES	<b>1</b> 21.440	333,32%	4.948
INTERACCIONES	<b>4</b> 155.155	-68%	477.480

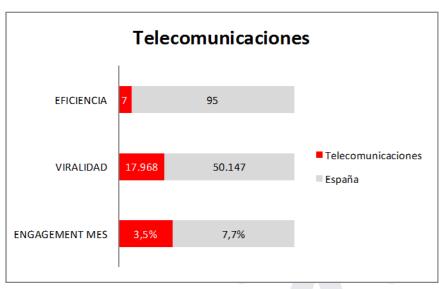
	Telecomunicaciones	Diferencia	España
ENGAGEMENT MES	<del>4</del> 3,5%	-55%	7,7%
VIRALIDAD	<del>4</del> 17.968	-64%	50.147
EFICIENCIA	7	-92%	95



### Telecomunicaciones





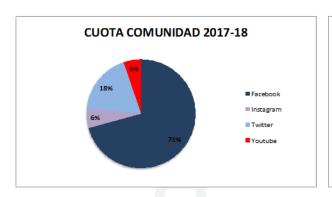


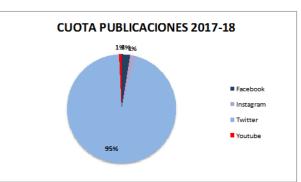


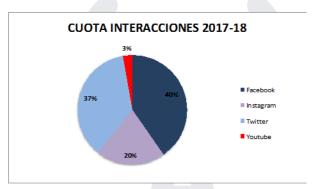
# Telecomunicaciones #IABEstudioMarcas



	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE
COMUNIDAD	271.124	22.318	69.805	20.024
PUBLICACIONES	543	319	20.548	166
INTERACCIONES	63.864	32.344	57.834	4.393















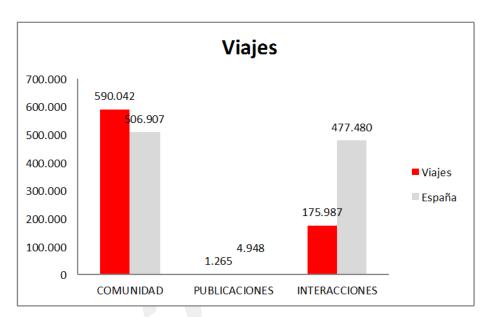
	Viajes	Diferencia	España
COMUNIDAD	<b>1</b> 590.042	16%	506.907
PUBLICACIONES	<b>4</b> 1.265	-74,43%	4.948
INTERACCIONES	<b>4</b> 175.987	-63%	477.480

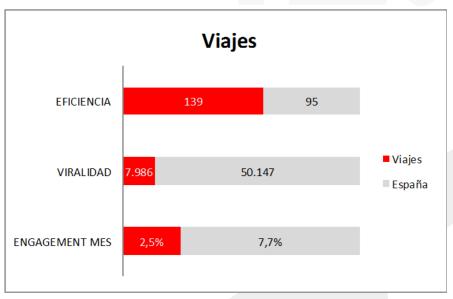
		Viajes	Diferencia	España
ENGAGEMENT MES	宀	2,5%	-68%	7,7%
VIRALIDAD	Ŷ	7.986	-84%	50.147
EFICIENCIA	1	139	46%	95









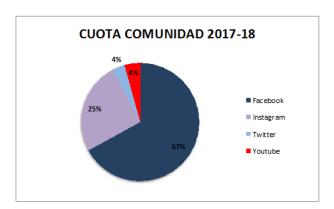


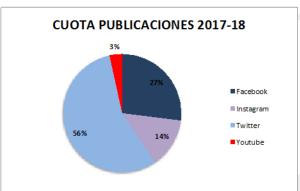


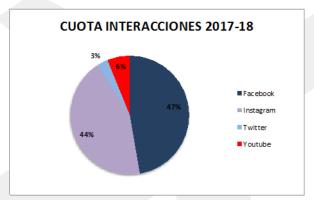




	FACEBOOK	INSTAGRAM	TWITTER	YOUTUBE
COMUNIDAD	403.024	151.819	20.721	25.833
PUBLICACIONES	345	175	716	45
INTERACCIONES	75.988	69.755	5.022	9.902









#### MESA REDONDA: LA VOZ DEL ANUNCIANTE



Albert Fontanals
Responsable de SM / Buscadores
/ Compra programática
de Seat España



Gonzalo Márquez
Head of Social
de Samsung



Responsable de Canales
Digitales y Captación eCommerce
de Food DIA



Sonia Luna Responsable de Redes Sociales de Telepizza



MODERA:
Marcos Blanco
Director ejecutivo
de Gestazión

Share



**ELABORADO POR:** 





#### Contacto



Belen Acebes, Directora de Marketing e Investigación. belén@iabspain.net Coral Mozas, Ejecutiva de Marketing e Investigación. coral@iabspain.net.



Marcos Blanco, Director Ejecutivo. marcosblanco@gestazion.com



Daniel Devai, Digital Analytics Director. danieldf@epsilontec.com



