

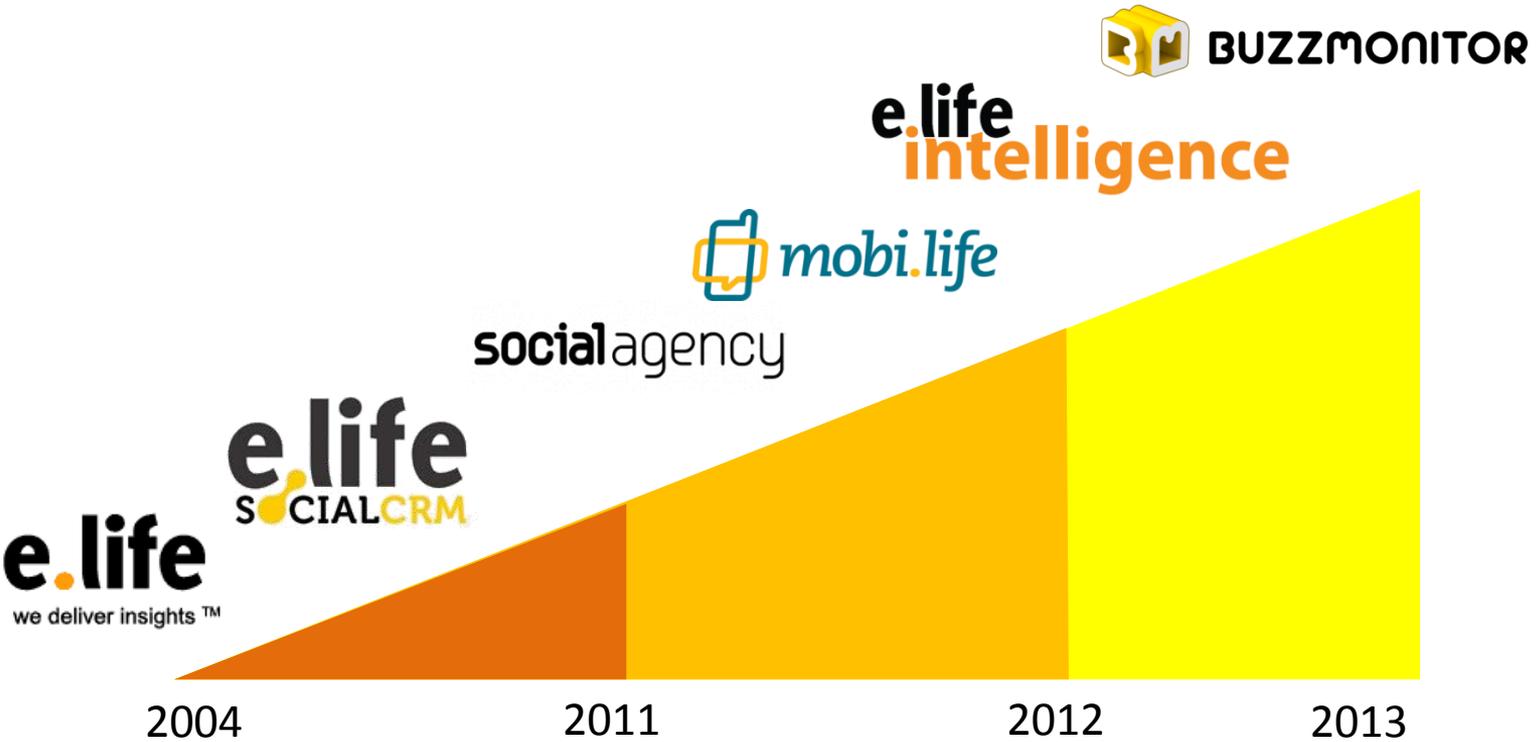


ESTUDIO
PERFIL DE LOS CORREDORES EN LAS REDES SOCIALES

Enero/2014



E.LIFE



¿DÓNDE ESTAMOS?

e.lifegroup
we deliver it social

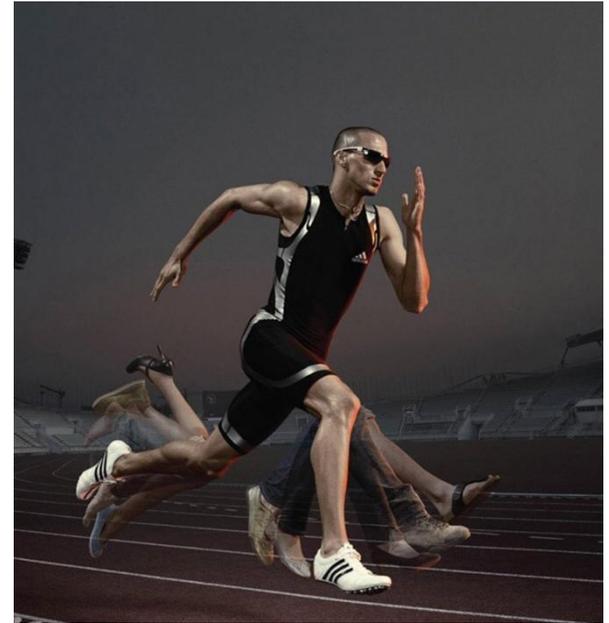


OBJETIVO



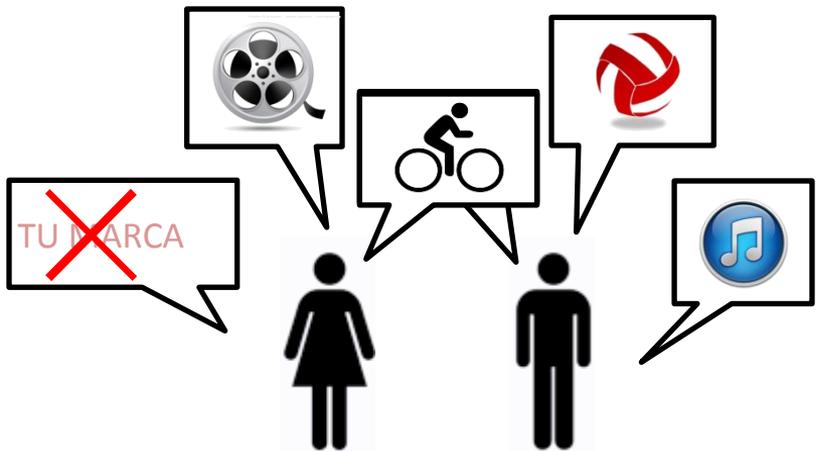
El **objetivo** de ese estudio es identificar quienes son los usuarios en **redes sociales** que se declaran **corredores** o relatan hábitos **relacionados** a partir de sus menciones, check-ins y dispositivos de acceso.

Para este estudio fueron analizados comentarios desde julio del 2013 a enero de 2014



Big Data es un gran volumen de datos que crece con enorme rapidez en las redes sociales, y que permite identificar patrones de comportamiento, entre otras informaciones.

Con foco en personas:



MONITORIZACIÓN CON FOCO EN PERFILES



Profile card for Nuria Val. The background features a world map and binary code. A red arrow points to the profile picture. The text includes her name, handle, bio, and location.

Nuria Val
@Nurival
Periodista. Buscando un proyecto que me inspire. Máster EL MUNDO @elmundoes y en UE. Redes sociales, política y coaching. Futura abogada.
#Runner y montañera.
Spain · nuriaval.blogspot.com



Profile card for Fernando Gª-Berlanga. The background is a dark, textured image of a path. A red arrow points to the profile picture. The text includes his name, handle, bio, and website.

Fernando Gª-Berlanga
@fgberlanga
Periodista, emprendedor empedernido, manager de Pepe Radio, corredor y futbolista aficionado
España · comunidades.superdeporte.es/15300/blog/



Profile card for Arturo Rojas Pedrini. The background is a scenic view of a coastal town. A red arrow points to the profile picture. The text includes his name, handle, bio, and website.

arturo rojas pedrini
@arturojaspedrini
#Periodista 2.0, #SocialMedia, Maratonista, #communitymanager foto-opinion.com / aupasocialmedia.com #RedesSociales #SEO
Madrid, Spain · aupasocialmedia.com



Profile card for Alberto García Pérez. The background is a close-up of a man's face. A red arrow points to the profile picture. The text includes his name, handle, bio, and location.

Alberto García Pérez
@albertogp91
Nacido en Madrid el 26/12/1991 Estudiante de Arquitectura en la Universidad Politécnica de Madrid Atletista del club de atletismo La Blanca de Vitoria-Gasteiz
Madrid

BÚSQUEDA POR BIO EN BUZZMONITOR



Corredores › Volume Evolution 1 of 25

Chart Type Variables **Filters** Brands

Period Last Day Last Week Last Month Custom From to

Search

Tags All Only tagged Only untagged [See all tags](#)

Only BM2 Data

Replied by master

Replied by slave

Twitter Only

Bio

Profile Search

✓

e.life BUZZMONITOR

Mencionan: correr OR corredor OR corredora OR maratón OR maratonista OR runner OR jogging
OR trailrun OR atleta OR atletismo OR footing OR corro en sus bios

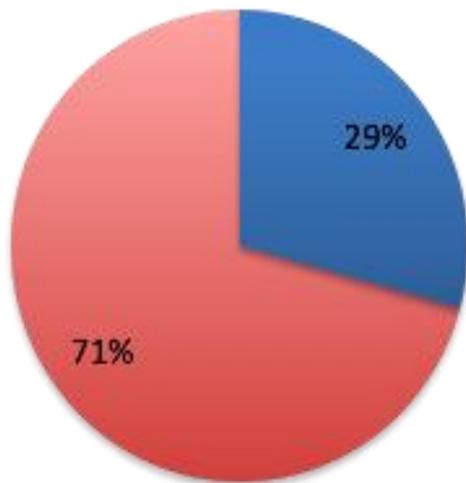
1745 perfiles individuales

288.704 tweets referentes al período de 01/07/2013 al 22/01/2014

DEFINICIÓN DE PERFILES



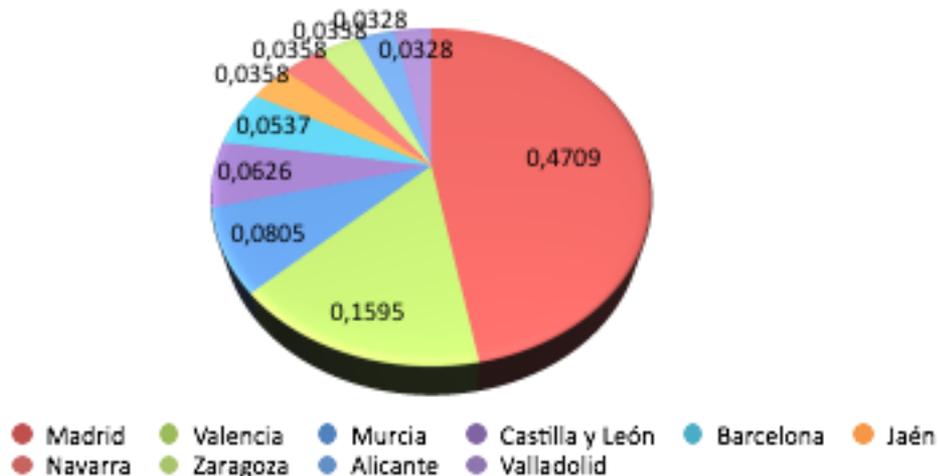
Muestra por Género



● Mujer ● Hombre

Base: 1745 perfiles.

Muestra por principales localidades

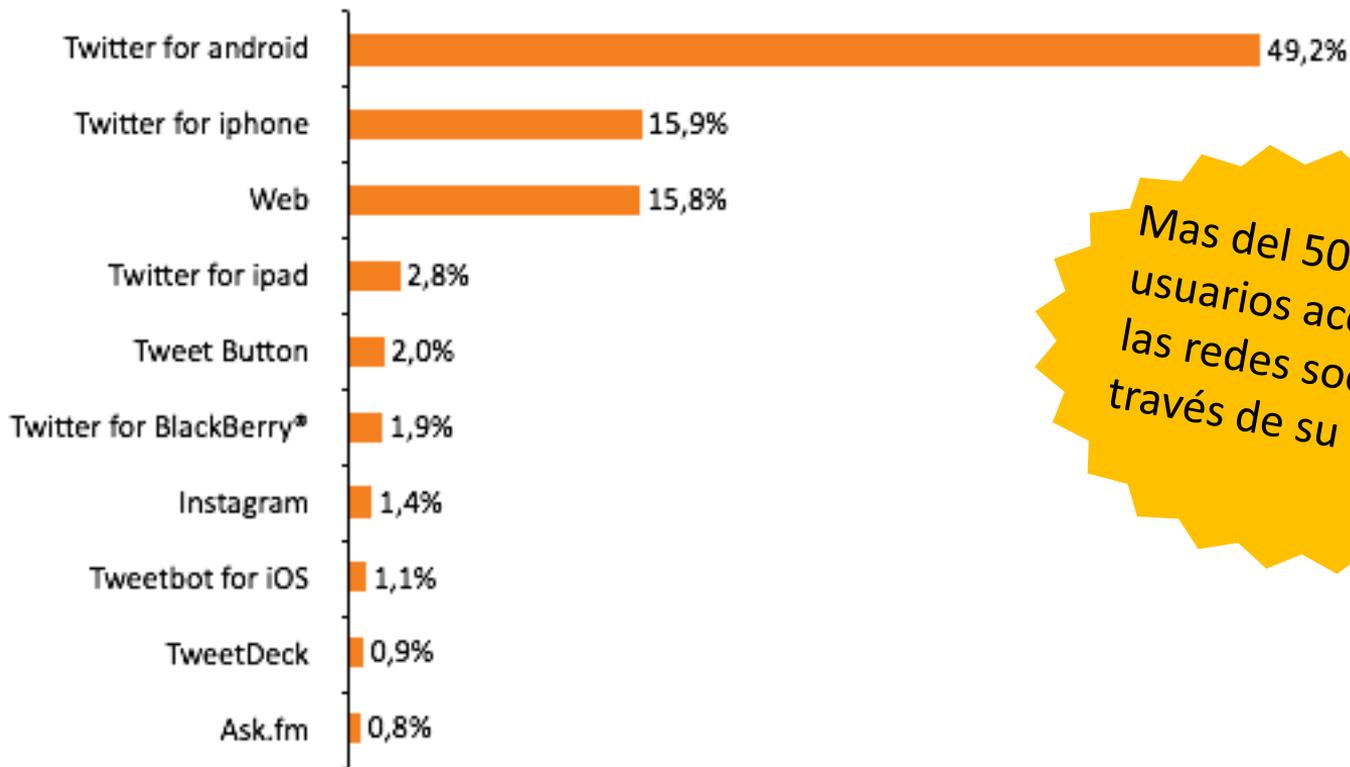


Base: 671 perfiles. Fueron consideradas las localidades más destacadas.

DEFINICIÓN DE PERFILES

Lugar de acceso

e.lifegroup
we deliver it social



Más del 50% de los usuarios acceden a las redes sociales a través de su móvil.

Base: 288.704 tweets. El gráfico muestra los 10 principales lugares de acceso.

DEFINICIÓN DE PERFILES



Apple: 2%

Twitter: 28%



83%

Mencionaron temas relacionados con

electrónicos

74%

Hablan de temas relacionados con

internet

33%

Hablan sobre

Refrescos

y bebidas

Light e hidratantes

34%

Hablan de

Mascotas

principalmente sobre
Perros y Gatos

DEFINICIÓN DE PERFILES

e.lifegroup
we deliver it social



25%
Publican sobre
supermercados



24%
Hacen mención a
medicamentos
En especial sobre
Componentes y usos

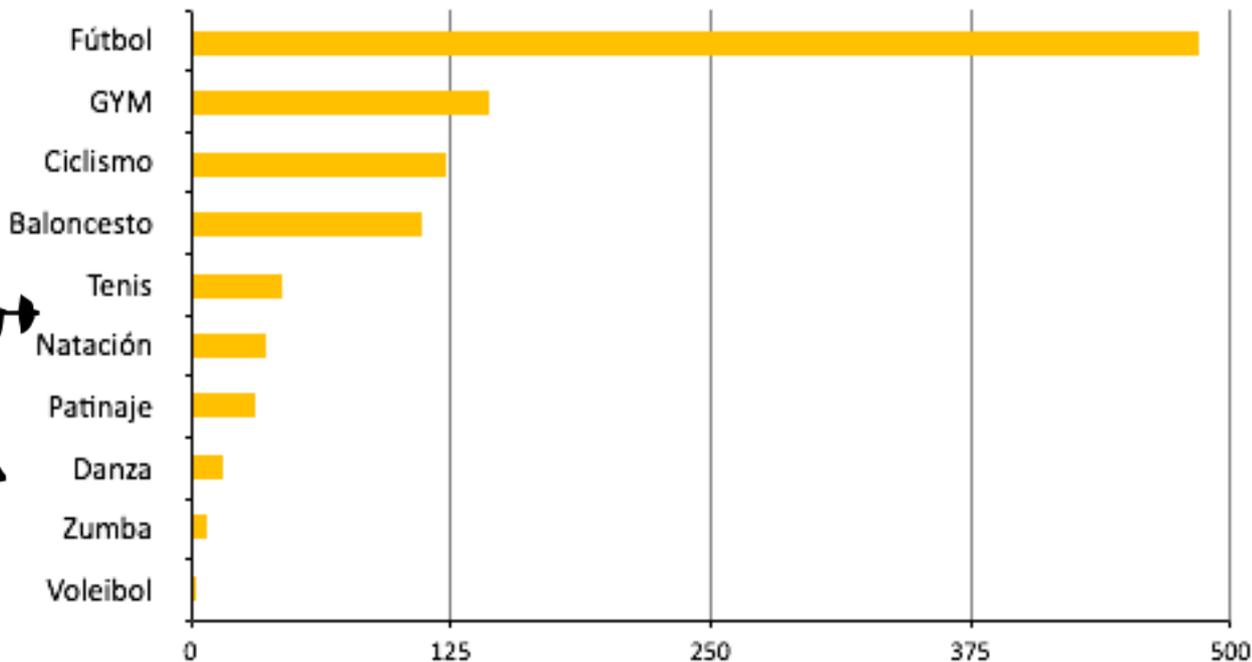


19%
Hablan sobre
bancos



15%
De personas hablan de
cerveza

OTROS DEPORTES TAMBIÉN MENCIONADOS

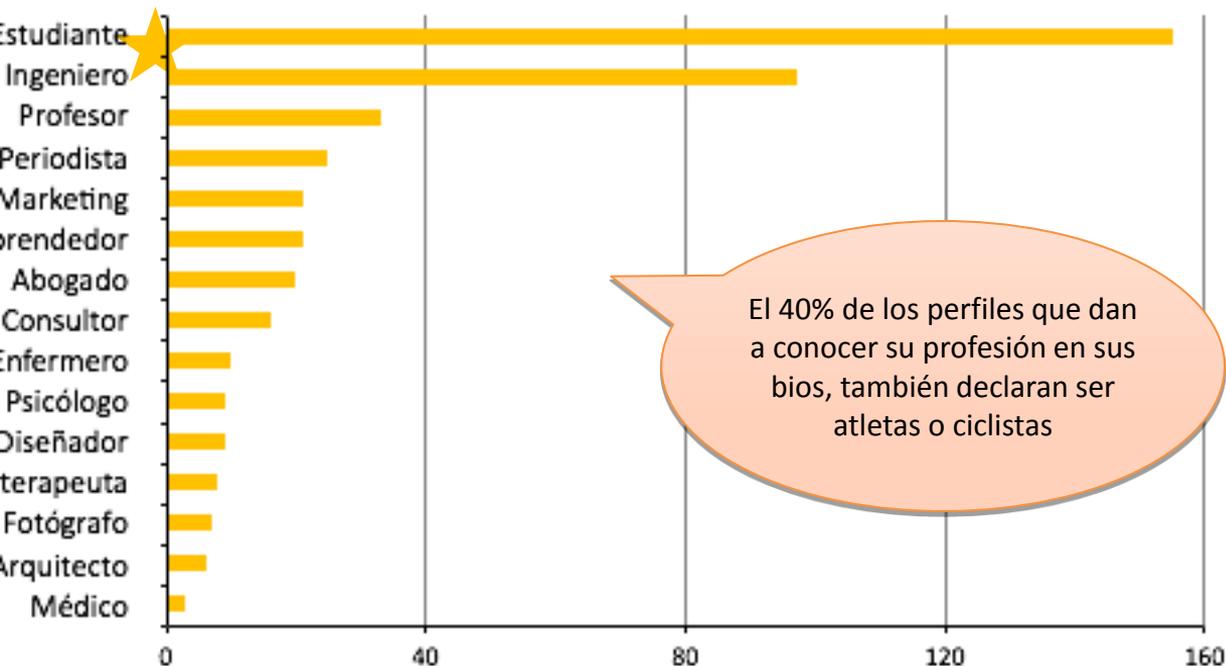


* En número de perfiles

PROFESIÓN DE LOS CORREDORES



Los usuarios que se declaran corredores en la Bio de Twitter, también declaran ser...



El 40% de los perfiles que dan a conocer su profesión en sus bios, también declaran ser atletas o ciclistas



* En numero de perfiles

¿EN QUÉ LUGARES HACEN CHECK-IN?

e.lifegroup
we deliver it social

Danubio
8%



Restaurantes & Cafeterías
26 % check-ins



Entretenimiento
11 % check-ins



Turismo
11 % check-ins



Hoteles
10 % check-ins



Centros Deportivos
10 % check-ins



Aeropuertos
8 % check-ins

Base: 145 tweets

Corredores más populares



Usuario	Nombre	Seguidores
@Fotomaf	Mauro A. Fuentes	27522
@Monicamtinez	Mónica Martínez	8103
@_Peich	La Peich	7831
@kevinlopezyerga	Kevin López Yerga	6995
@Cepeda	Jose Cepeda	6717

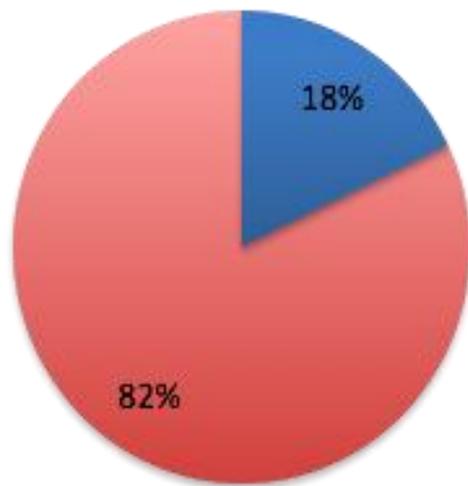


Definición de perfiles por marca

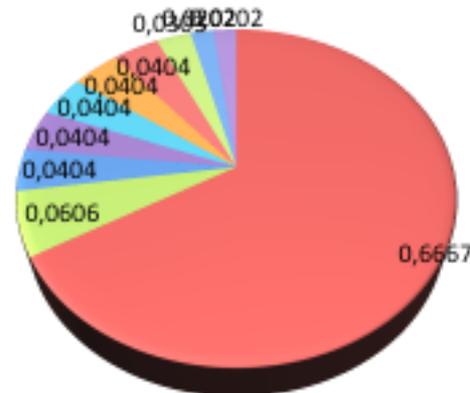
NIKE



Base: 203 personas mencionan Nike.



● Mujer ● Hombre

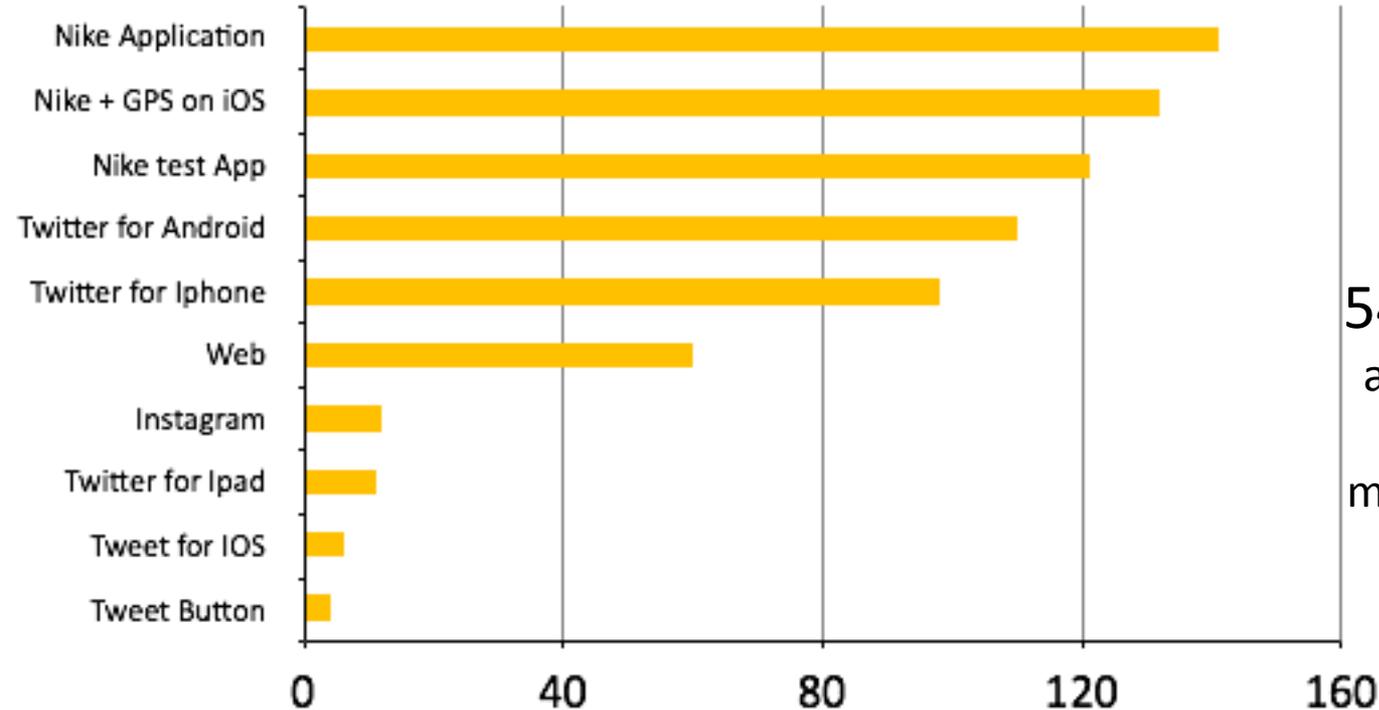


● Madrid ● Valencia ● Murcia ● Castilla y León ● Barcelona ● Jaén
● Navarra ● Zaragoza ● Alicante ● Valladolid

Base: 151 Bios pre-clasificadas como hombres o mujeres.

Base: 127 perfiles que indican localidad. Fueron consideradas las localidades más destacadas en el gráfico.

Lugar de acceso



Las aplicaciones de Nike constituyen un **54%**, de los lugares de acceso preferidos por los corredores que mencionan esta marca.

NIKE – qué porcentaje de tweets hablaron de...

e.lifegroup
we deliver it social

Acabo de
correr...



63%

Habla sobre su

entrenamiento o

logros deportivos



13%

Menciona algo relacionado con

**Artículos
Deportivos**



7%

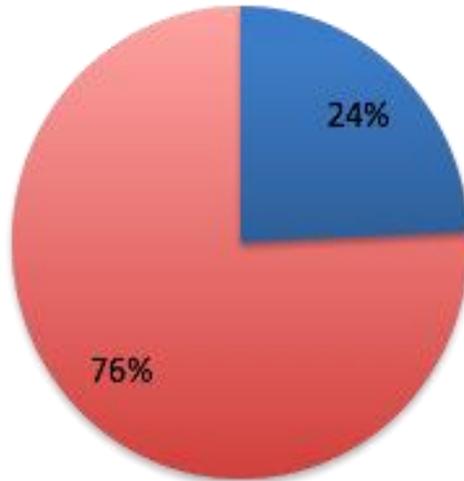
Menciona

**Eventos
deportivos**

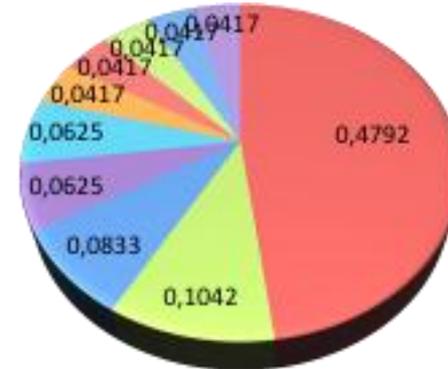
ADIDAS



Base: 103 personas mencionan Adidas.



● Mujer ● Hombre

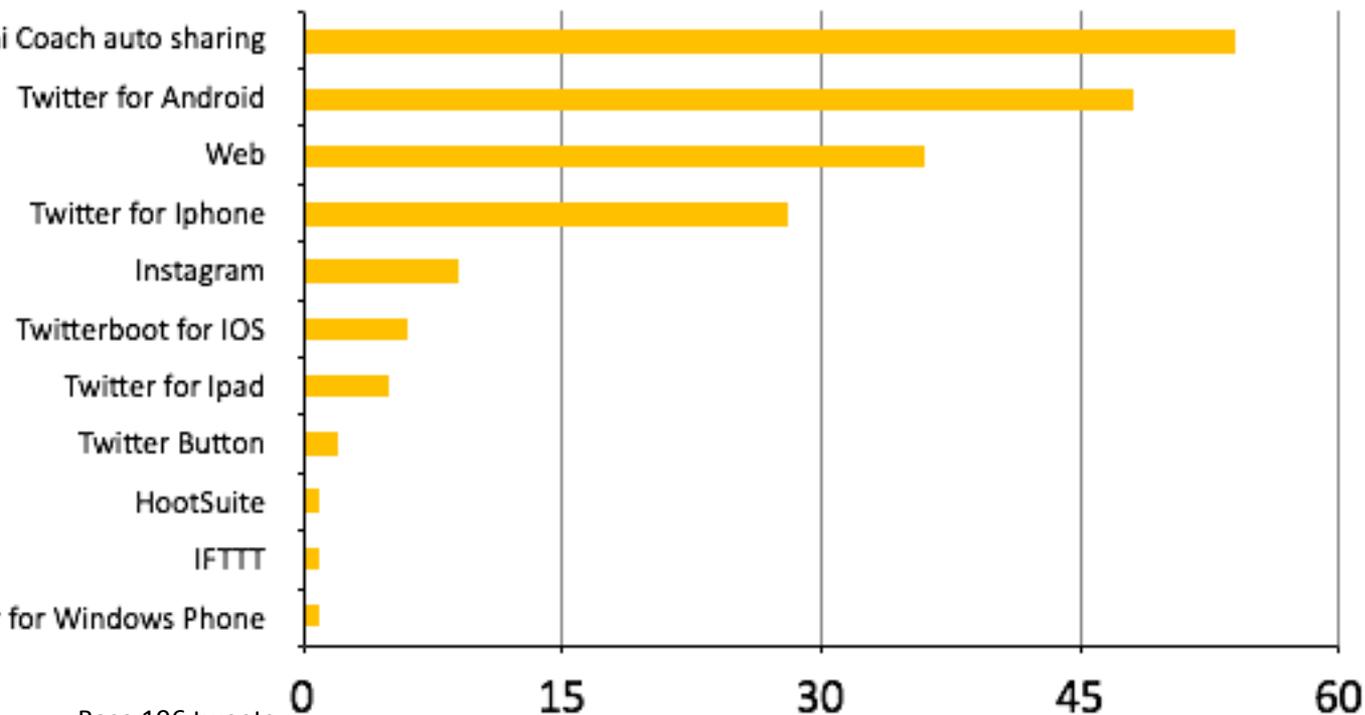


● Madrid ● Salamanca ● Valencia ● Valladolid ● Castellon y león
● Murcia ● Alcalá de Henares ● Barcelona ● Burgos ● Castellon y león

Base: 70 Bios pre-clasificadas como hombres o mujeres.

Base: 55 perfiles que indican localidad. Fueron consideradas las localidades más destacadas en el gráfico.

Lugar de acceso



Base 196 tweets.

La principal fuente de acceso es la aplicación de Adidas. Siendo utilizado en un **28%**.

ADIDAS – qué porcentaje de tweets hablaron de...

Entrenamiento de
#adidas_miCoach
completado hoy ...



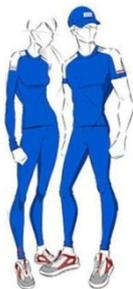
41%

Habla sobre su

Entrenamiento

logros deportivos

Camisetas,
zapatillas



29%

Habla sobre

Artículos deportivos y
compras

especialmente sobre camisetas



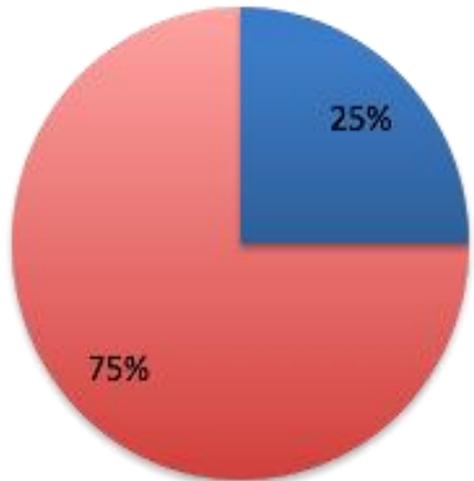
12%

Menciona

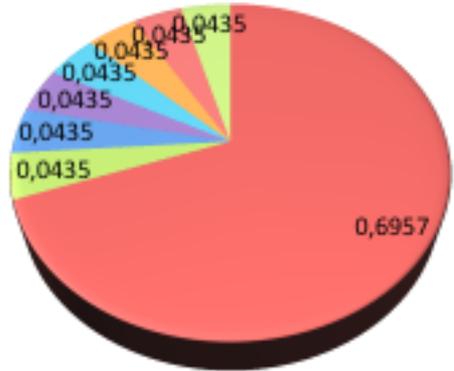
Eventos
deportivos



Base: 46 personas mencionan Asics.



● Mujer ● Hombre

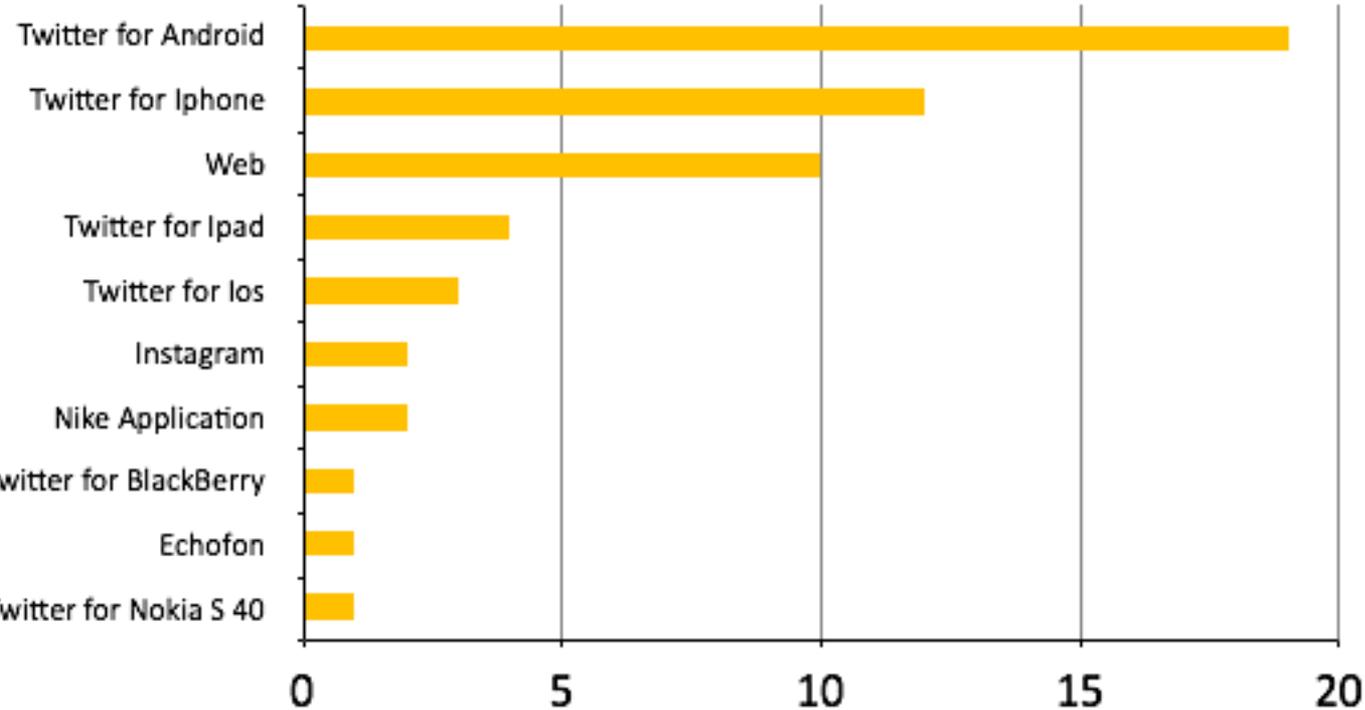


● Madrid ● Alcalá de Henares ● Barcelona ● Cáceres ● Gandia ● Gijón
● Pamplona ● Valencia

Base: 32 Bios pre-clasificadas como hombres o mujeres.

Base: 23 perfiles que indican localidad. Fueron consideradas las localidades más destacadas en el gráfico.

Lugar de acceso



Base 57 tweets.

El principal lugar de acceso es mediante Android.

ASICS – qué porcentaje de tweets hablaron de...



ASICS Reflective



57%

Mencionan

Artículos
Deportivos



12%

habla sobre

Eventos
Deportivos



17%

Menciona temas
relacionados con el

entrenamiento

Comparativo Marca x Plataforma



	Nike 723 tweets	Adidas 196 tweets	Salomon 67 tweets	Asics 57 tweets	Lotto 15 tweets
 Iphone	14%	14%	36%	21%	0%
 Android	15%	24%	30%	33%	93%

Android concentra una mayor cantidad de publicaciones en el periodo.

PRINCIPALES APRENDIZAJES



Principalmente los españoles hombres son los usuarios que más se destacan en el perfil de corredores, comparten con sus contactos sus rutinas de entrenamiento y la cantidad de kilómetros que han corrido.

Madrid es la localidad que concentra la mayor cantidad de publicaciones, destacándose aquellos usuarios que emiten publicaciones desde sus móviles.

Las marcas destacadas por los usuarios son Nike y Adidas, los usuarios cuentan que corren con sus modelos de zapatillas principalmente o que asisten a eventos deportivos.

Se destacan los estudiantes e ingenieros como las ocupaciones de los corredores, sin embargo, un importante segmento se define como atleta y ciclista, vale decir, que el deporte ocupa un área destacada en sus vidas.

Es posible evidenciar el impacto que tienen las nuevas tecnologías en actividades que por naturaleza no tienen una significativa relación, esto se evidencia en la cantidad de usuarios que emiten publicaciones desde sus móviles en el momento que salen a correr.



Joyce Carneiro
Support and Intelligence
joyce.carneiro@elife.com.br

E.Life España
Katy Hoffmann
katy@elifemonitor.com
www.elifeespana.com
www.buzzmonitor.es