



Management & Gestion

Web. [www.managest.com.ar](http://www.managest.com.ar)  
Twitter. @managest  
Facebook. [www.facebook.com/ManaGest](http://www.facebook.com/ManaGest)

SEPTIEMBRE 2011

**PRIMER ESTUDIO SOBRE TWITTER EN ARGENTINA**  
(2da Edicion)

Estudio auspiciado por



**Fecha:** Septiembre 2011

**Lugar:** Buenos Aires, Argentina

**Estudio:** Primer estudio sobre el uso de twitter en Argentina

**Período:** 2 Meses consecutivos (Julio - Agosto – y parte de Septiembre 2011)

**Objetivo:** Analizar el uso de Twitter en Argentina, a partir de la categorización del contenido generado por sus usuarios a partir de los “trending topics”.

### **El criterio en la captura de la información**

Desde el comienzo del estudio, se relevaron los trending topics (TT) durante todos los días, en horarios seleccionados aleatoriamente.

Los mismos no han sido capturados por ningún robot. Han sido relevados por personas físicas y se ha aplicado un criterio de filtrado; Por ejemplo si se ha detectado un TT denominado “Hugo Chavez” y otro denominado “Chavez” y ambos contemplan el mismo contenido, tomando para el estudio uno sólo de ellos, evitando así la duplicación de los mismos.

Se han relevado exactamente: 276 Trending Topics para Argentina y se han ordenado en las siguientes categorías:

#### **Categorías:**

Actualidad – Banales – Musica – Política – Deportes – Tv/Espectáculo – Tecnología

#### **SubCategorías:**

Promovidos por Iniciativa Propia – Promovidos por la Actualidad

Cada TT relevado fue incorporado bajo una categoría y posteriormente en una sub-categoría en simultáneo. Por ejemplo: Si un hecho de actualidad es relacionado con el TT “Moyano”, éste formará parte de la categoría “actualidad” y al mismo tiempo en la subcategoría “Promovidos por la Actualidad”.

En caso del TT “#FF” (follow Friday), el mismo formará parte de la categoría “Banales” y al mismo tiempo, en la subcategoría “Promovidos por Iniciativa propia”.

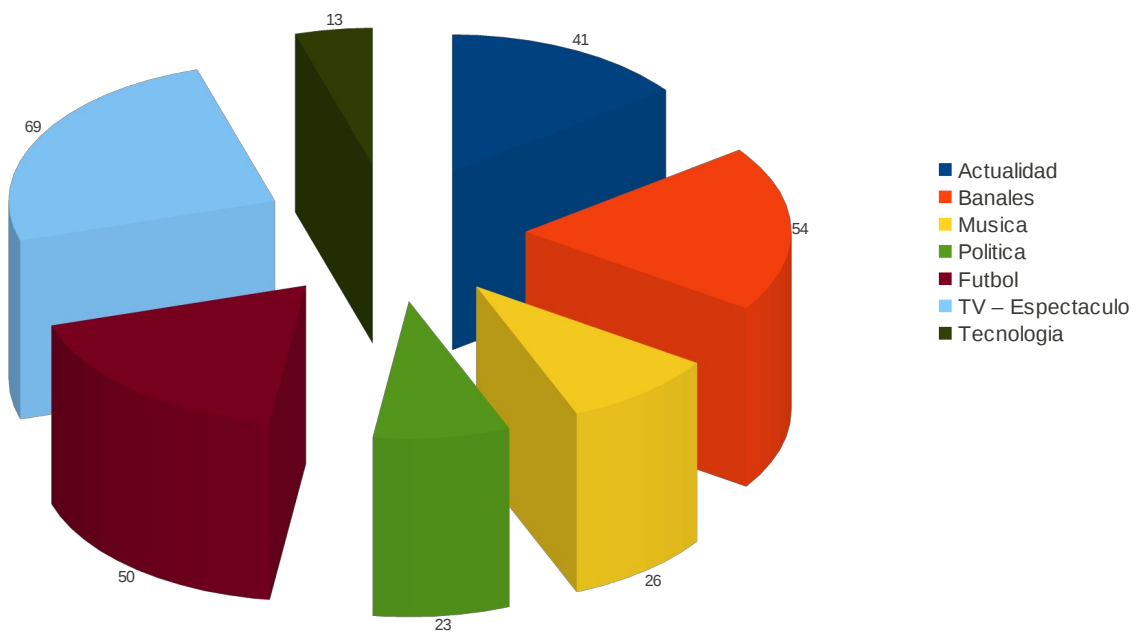
Dicho criterio de categorización, tiene un objetivo que es el de conocer que porcentaje de los TT son generados propiamente por lo usuarios y cuáles son enviados a la red a causa de factores externos.

## Resultados obtenidos sobre categorías principales 2Q 2011

Total Trending:	276	Share
Actualidad	41	14.86%
Banales	54	19.57%
Musica	26	9.42%
Politica	23	8.33%
Futbol	50	18.12%
TV – Espectaculo	69	25.00%
Tecnologia	13	4.71%

Total trending topics: 276

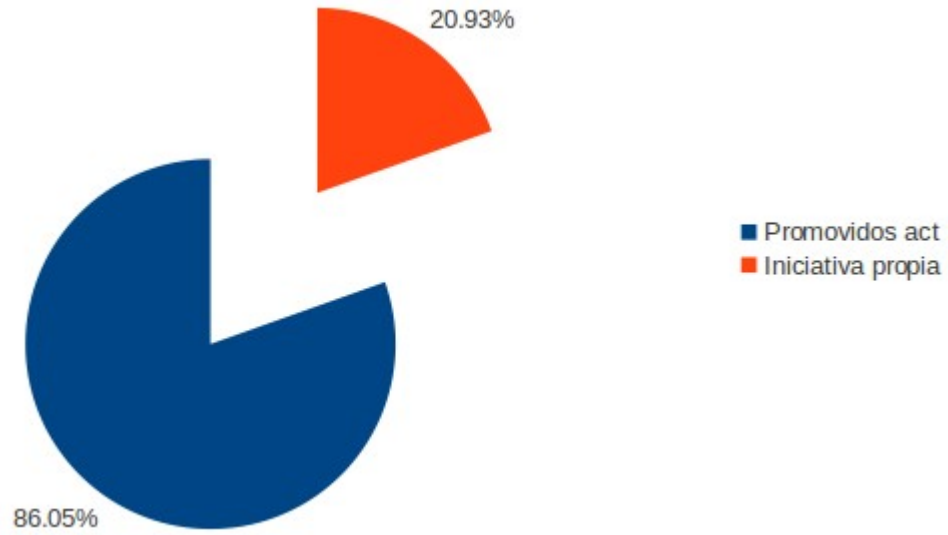
### Estudio Trending Topics Argentina - Managest.com.ar



### Incentivo a Twittear

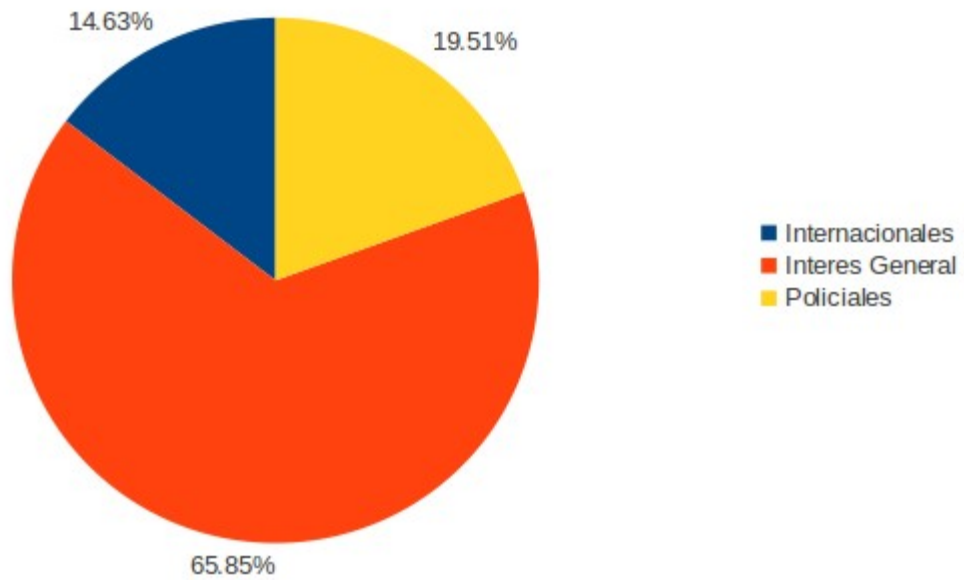
Total trending topics promovidos por la actualidad: 222

Total trending topics promovidos por iniciativa propia: 54



### ESTUDIO POR CATEGORIAS

#### Actualidad



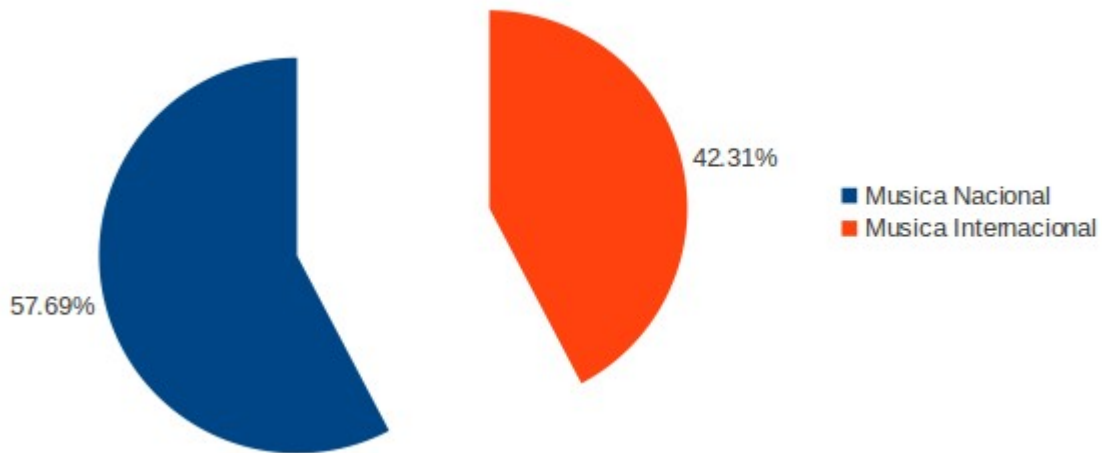
## Banales

En los TT bajo categoría “Banales”, no se ha detectado un parámetro o un patrón para la publicación de contenido.

Cada uno de los TT tienen un sentido totalmente distinto entre sí y en ningún caso fueron generados por factores externos, a excepción del TT “#FF” que corresponde a los días viernes y que fue categorizado como contenido “Banal”.

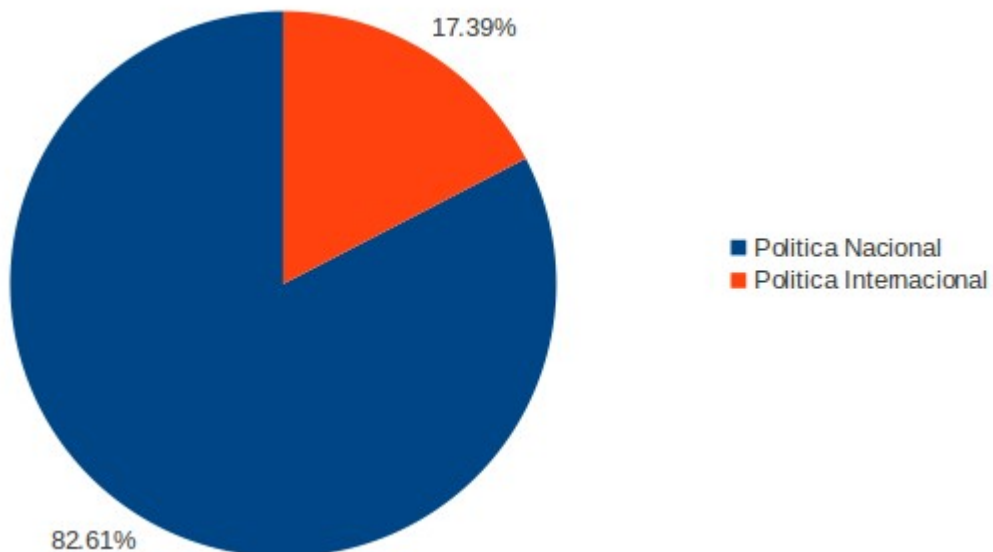
## Musica

En los TT bajo categoría “Música”, se han dividido en los siguientes temas:  
Música Nacional – Internacional



## Politica

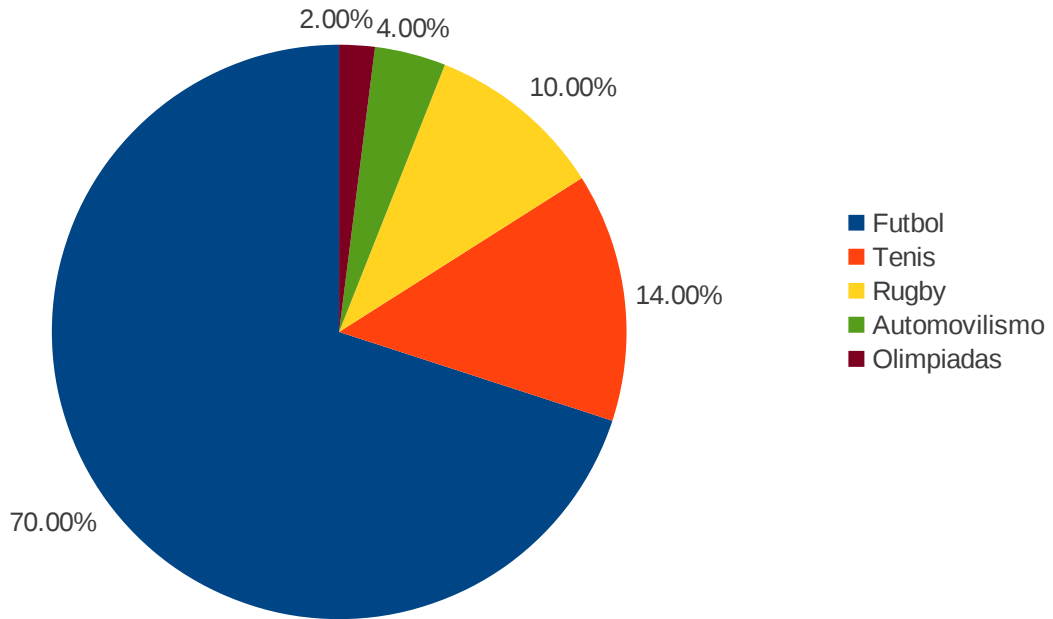
En los TT bajo categoría “Política”, se han dividido en los siguientes temas:  
Política Nacional – Internacional



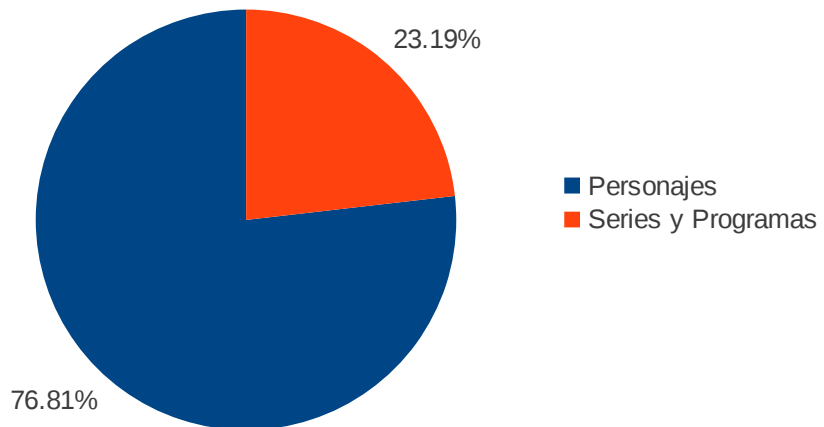
**El dato:** Casi el 70% de los trending topics de politica son sobre personas. El restante 30%, trata sobre paises, situaciones o lugares.

### Deportes

En los TT bajo categoría “Deportes”, se han dividido en los siguientes temas por tipo de deporte. Básicamente, se ha detectado la preponderancia casi absoluta de “Futbol”, seguido por “Tenis”, y con la aparicion del Rugby, debido al mundial que se disputa en Nueva Zelanda durante el corriente mes.

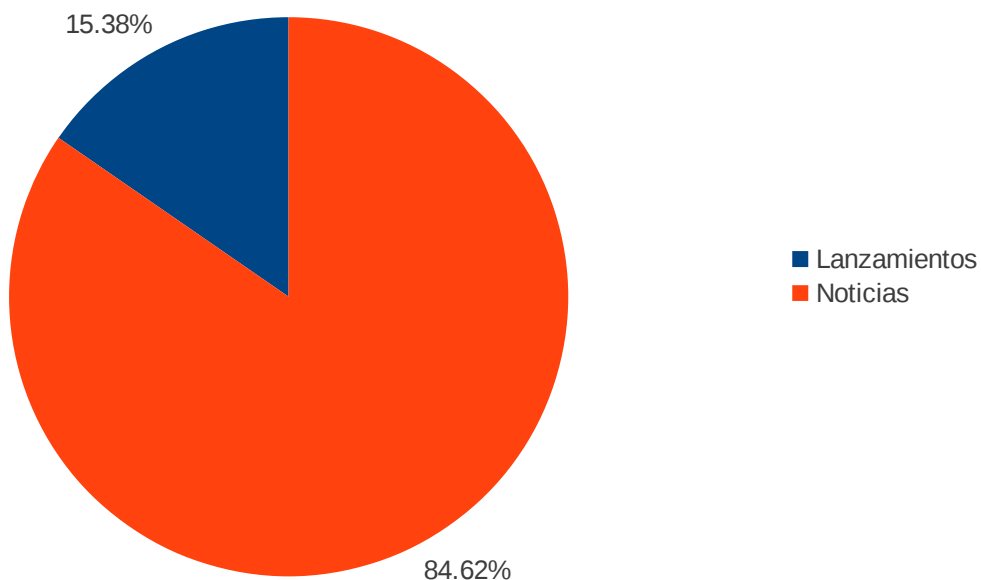


### Tv – Espectaculo



## Tecnologia

Siguiendo la linea del estudio del Q1, la tecnologia es la rama de los TT mas relegada en twitter. Con un leve aumento, no ha llegado a representar el 5% del total.



## Conclusiones & Comparativa 1Q (Febrero – Marzo) y 2Q (Julio Agosto Septiembre)

Categoría	1Q	2Q
Actualidad	23,64%	14,86%
Banales	25,19%	19,57%
Musica	10,08%	9,42%
Politica	3,88%	8,33%
Futbol	20,16%	18,12%
Tv – Espectaculo	13,57%	25,00%
Tecnologia	3,49%	4,71%

En este cuadro comparativo, se pueden observar 2 grandes cambios; El primero es que ha crecido considerablemente el porcentaje de TT relacionados al espectaculo, en mas de un 10%. Y esto esta relacionado directamente al comienzo del ciclo televisivo de Marcelo Tinelli, llamado “Show Match”.

Por otra parte, los temas relacionados a la politica se incrementaron a mas del doble, a raiz de que en Argentina el 2011 es un año de elecciones tanto municipales como presidenciales.

**Este material es gratuito y fue realizado por Managest durante los meses de Julio Agosto y Septiembre de 2011 para toda la comunidad con el fin de entender mejor acerca del funcionamiento de las redes sociales a través de su uso.**

Estudio auspiciado por



*Managest*

**Management & Gestión**

**Web.** <http://managest.com.ar/>

**Twitter.** @Managest

**Facebook.** <http://www.facebook.com/Managest>

**Dirección del estudio:**

Martin Caraoghlanian (fundador Managest)

Twitter: @dartax

Linkedin: <http://www.linkedin.com/in/martinc>

**Realización:**

Roberto García

Fernando Rovira

Lucas Trotta

**Septiembre 2011**