

NOTA DE PRENSA

Los usuarios de Twitter se debaten entre PP, Podemos y Ciudadanos

Madrid, 14 de diciembre de 2015.- Con motivo de las próximas **elecciones generales en España**, **Social Noise**, consultora de marketing digital independiente, ha lanzado hoy un informe que extrae conclusiones sobre la **conversación en redes sociales en torno a los partidos políticos y candidatos** que se presentan a la Presidencia del Gobierno de España. Bajo el **título “Informe social sobre las elecciones generales de España 2015 #20D”**, el dossier ofrece una fotografía de la visibilidad y los sentimientos que generan en redes sociales los principales partidos y candidatos políticos nacionales.

El informe revela que **el sentimiento general hacia todos los partidos políticos y sus candidatos ha mejorado** desde las anteriores elecciones autonómicas y municipales. **Ciudadanos y su líder Albert Rivera destacan por acumular el mayor volumen de menciones positivas**. El estudio ha analizado cerca de **5 millones de tweets y más de 1 millón de usuarios únicos**. La muestra analizada está comprendida entre el 1 de noviembre y 7 de diciembre de 2015.

Principales **conclusiones del informe**:

- El análisis de los datos extraídos por DATTIO revela una posible distribución de la preferencia de los usuarios de Twitter hacia a los partidos políticos nacionales en la que **lidera el PP (24%) seguido de cerca por Podemos (22%), Ciudadanos (20%) y PSOE (16%)**.
- **El candidato con mayor volumen de menciones es Albert Rivera (32%) seguido de Mariano Rajoy (24%)**. En ambos casos, el sentimiento dominante es positivo. Destaca Pedro Sánchez por tener el menor índice de negatividad de todos los candidatos (30%) y Albert Rivera por tener el mayor índice de positividad (54%). Pablo Iglesias acumula el mayor ratio de *engagement* en sus intervenciones en canales sociales por parte de su comunidad. Una conclusión interesante es que **todos los candidatos tienen percepción positiva, excepto Andrés Herzog**.
- **El sentimiento general en torno a todos los partidos políticos ha mejorado** con respecto a las anteriores elecciones autonómicas y municipales, donde predominaban los comentarios negativos.
- **Ciudadanos es el partido con mayor percepción positiva** en redes sociales, seguido de cerca por el PSOE.
- **El PP es el partido con mayor protagonismo en la conversación social**, aunque ha disminuido notablemente su peso con respecto a las elecciones municipales en favor de Podemos y Ciudadanos.
- **Podemos es el partido con la comunidad más potente y activa en redes sociales**. El 54% de los usuarios categorizados por DATTIO como afines a algún partido, son favorables al programa electoral de Podemos.
- **Existe una conexión directa entre la televisión y la repercusión social**. Los momentos con mayor repercusión en redes sociales de cada partido han estado marcados por sus apariciones televisivas. Tienen especial protagonismo ‘La Sexta Noche’ y TVE. También cabe destacar el papel de YouTube como soporte audiovisual con capacidad viralizadora.

Se puede [descargar el informe completo](#) a través de la web dattio.socialnoise.com.

Acerca de la metodología empleada:

El estudio se ha realizando a través de la plataforma [DATTIO](#) usando los perfiles nacionales de los partidos, nombres y cuentas de los candidatos y nombres y cuentas de las cúpulas de los partidos. El documento presenta la información analizada abordando distintas variables: volumen, índice de afinidad, datos geográficos y demográficos, análisis de sentimiento, categorías de temáticas, usuarios y contenido relevante, palabras clave, *hashtags* y eventos asociados a cada partido.

[DATTIO](#) es una plataforma de inteligencia digital sobre la conversación social desarrollada por [Social Noise](#), consultora de marketing digital independiente. Se trata de una plataforma online de inteligencia que ofrece información y visualizaciones interactivas en tiempo real para la toma de decisiones de negocio y comunicación en un determinado sector.

Según los responsables del proyecto, [DATTIO](#) ofrece actualmente **tres valores diferenciales** con respecto a otras herramientas de análisis de la conversación en redes sociales: 1. La posibilidad cruzar los datos **con información demográfica (sexo y localización)**, 2. La capacidad del algoritmo de calcular el **grado de afinidad de cada usuario con cada partido**, permitiendo el cruce de información con los simpatizantes de cada fuerza política, y 3. El **enorme volumen de información** analizado. Aunque para este informe la fuente de datos usada ha sido exclusivamente **Twitter**, considerada como la red social más relevante para movilizar al electorado, **se han analizado cerca de 5 millones de tweets y más de 1 millón de usuarios únicos**. La muestra analizada está comprendida entre el 1 de noviembre y 7 de diciembre de 2015.

[DATTIO](#) se lanza ahora con todas sus funcionalidad desplegándose también para diferentes sectores más allá de la Política.

Acerca de Social Noise:

Social Noise es una **agencia creativa y consultora de marketing digital independiente con oficinas en Madrid y en México DF**. La agencia tiene un portfolio consolidado de marcas de prestigio internacional como Vodafone, Stage Entertainment, BBVA, Ecoembes, Carrefour, Mercedes-Benz, Imperial Tobacco, Desigual, Mastercard, NH Hotel Group, Randstad, Sony Pictures, Nickelodeon, La Tienda en Casa, Caixa Bank, Absolut, Stiga, Puma, Colgate, Burgo de Arias, Sony Pictures, El País, Obra Social La Caixa, Club Matador, Ferrovial, Levantina, Zoco, Jameson, Four Roses y Warner Music.

Bajo el lema 'Technocreative Thinking', **Social Noise actúa sobre tres grandes ejes estratégicos:** Innovación, Creatividad (incluyendo contenidos y producción audiovisual desde su productora Visual Noise), y Estrategia.

Social Noise es la **agencia representante en España de Dialogue International**, una red internacional de 29 agencias independientes con presencia en 27 países.

La agencia ha sido **ganadora de un oro en los Premios Eficacia 2015** en la categoría de Eficacia comercial con presupuestos inferiores a 250.000€ por su campaña "La Otra Película" para Sony Pictures.

Para más información:

María Bravo Galán

Comunicación Social Noise

+34 91 360 59 90

maria.bravo@socialnoise.com

dattio@socialnoise.com

www.socialnoise.com

Twitter: @SocialNoise