

Segundo Estudio | Febrero 2009 y Comparativos

# Las Marcas en los Blogs

El fenómeno Blogs y las  
marcas



Marcas bien valoradas



Zoom In: Bebidas y

Automotores



Infoxel Blogs Manager



# El fenómeno Blogs y las Marcas

Desde Octubre del 2008, Infoxel lleva adelante un estudio exhaustivo del comportamiento de las marcas y empresas en los principales Blogs de Argentina y Latinoamérica, analizando su tratamiento, los niveles de notoriedad y las características de las exposiciones.

Un blog es una publicación digital en Internet con textos o historias en orden cronológico inverso, o sea, lo último que se ha publicado es lo que aparece arriba en la pantalla. Es habitual que cuenten con un sistema de comentarios que permiten a los lectores “conversar” con el autor sobre lo publicado (llamado “posts”). Suelen utilizar enlaces a otros blogs y páginas web para ampliar información, citar fuentes o continuar una conversación iniciada en otro blog.

Alrededor de un blog se forma una **comunidad de lectores**. Muchos de esos lectores también tienen su propio blog. Un blog es también la página donde su autor filtra el contenido de la web en general para destacar lo más relevante, haciendo las veces de un tamiz para que sus lectores ahorren tiempo y se mantengan informados con material para su perfil.

Crear y editar un blog básico es muy fácil y en general gratuito. Mientras existan las ganas de contar, opinar y conversar, **los blogs son una herramienta ideal para llevar a cabo tales aspiraciones**. Dándole voz se han erigido en la herramienta asequible

que necesitaban todas estas voces.

Algo fundamental en los blogs es que se **generan relaciones de confianza entre el autor y sus lectores**. Para los lectores asiduos de un blog (sean 5 o miles), la opinión que están leyendo es **válida, creíble y puede ser considerado un influenciador o referente** a partir de sus posts.

Hoy el fenómeno Blogs permite a los usuarios participar y opinar cada vez más en la red sobre productos y servicios. Con mayor frecuencia se busca en Internet información acerca de productos y servicios de interés para el consumidor. Una opinión positiva o negativa puede favorecer o frenar una actitud generando influencias sobre clientes potenciales.

Se estima que el número total de blogs se duplica cada cinco meses. En Argentina actualmente hay vigentes aproximadamente **3,2 millones de blogs y espacios de participación social en Internet**, de diferentes categorías, temáticas y fines, aunque **sólo 80 mil se mantienen activos frecuentemente (2,5%)**.

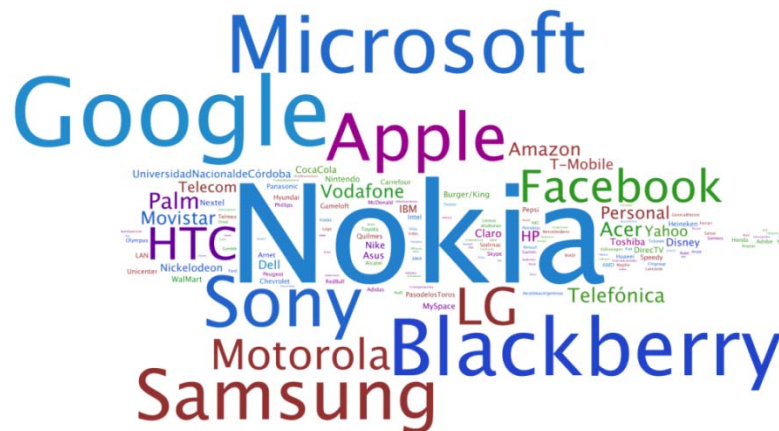
En este contexto, la presencia de marcas en los Blogs, por iniciativa y gestión de las mismas, o por descuido y falta de control, presenta un marcado aumento.

**Sólo en el primer bimestre del 2009, el incremento fue del 40%.**

- El fenómeno Blogs y las marcas
- Marcas bien valoradas
- Zoom In: Bebidas y Automotores
- Infoxel Blogs Manager

# Las menciones de marcas y empresas en blogs son más frecuentes que en los medios tradicionales.

## Brand Tags en Blogs



De cada 5 posts en Blogs en Argentina, 2 contienen menciones de marcas.

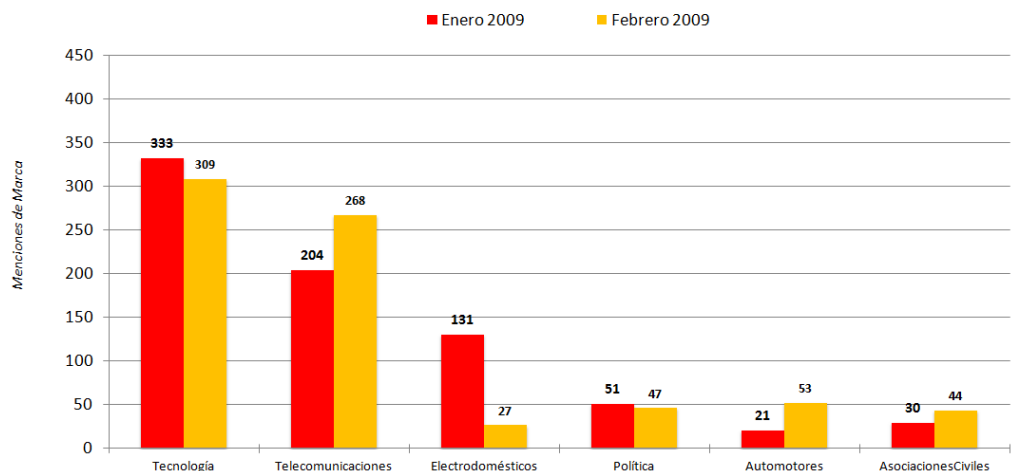
De 199 marcas mencionadas en Enero del 2009 paso a 336 en febrero, registrando un aumento del 40% en las exposiciones.

Pero no sólo la cantidad de marcas mencionadas aumento... El volumen de post paso de 847 en enero del 2009 a 1373 en febrero del mismo año.

Los blogs sobre **Tecnología, Marketing y Contenido Periodístico** son los que más menciones de marca contienen, con el 84% de las mismas.

Las **categorías de contenido** que se expone en los Blogs se concentra en **Tecnología, Telecomunicaciones y Electrodomésticos**. Este último con una fuerte caída en el mes de Febrero del 2009.

También, cómo lo señala el gráfico, se habla de política, automotores y asociaciones civiles, aunque en menor medida.



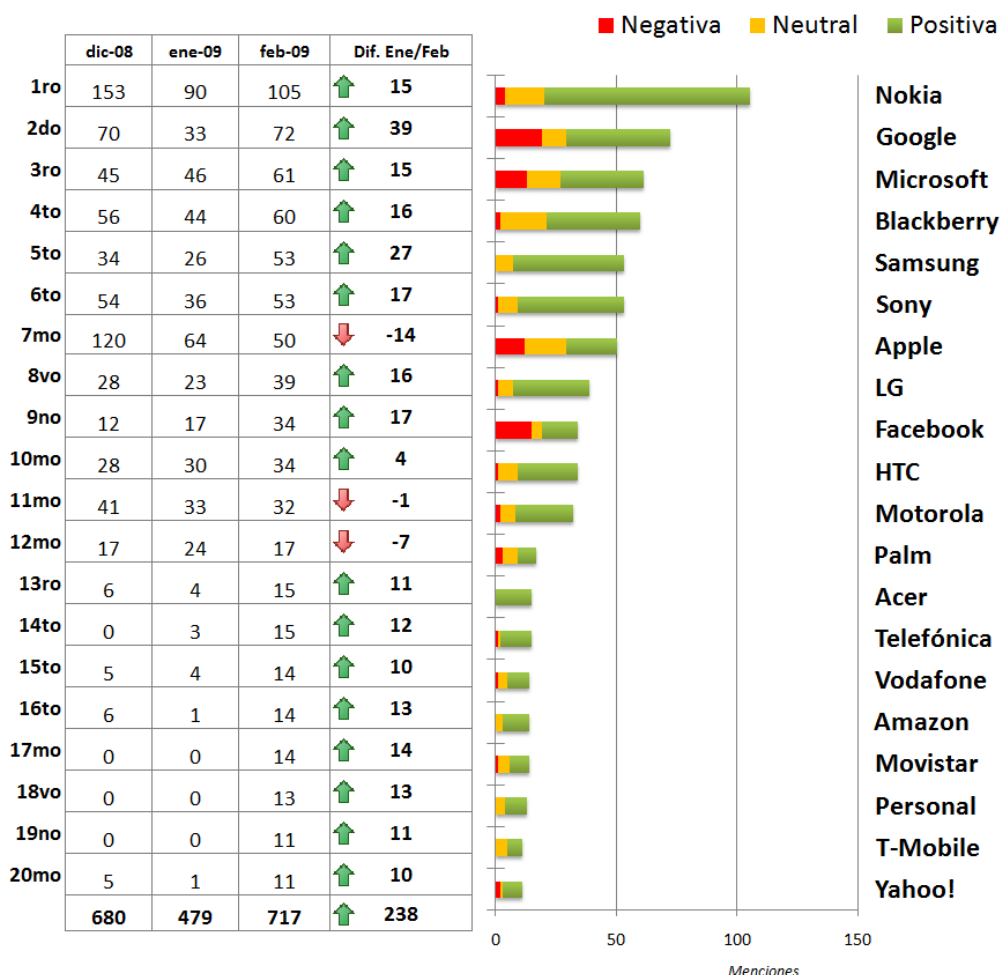
- El fenómeno Blogs y las marcas ↘
- Marcas bien valoradas ↘
- Zoom In: Bebidas y Automotores ↘
- Infoxel Blogs Manager ↘

# Marcas bien valoradas

Existe la percepción en muchas empresas que en los blogs se “ataca” a las marcas, sin embargo a través del estudio de los principales “bloggers” argentinos la proporción de menciones positivas es sustancialmente mayor que en cualquier otro medio o soporte. En febrero, las menciones positivas representaron un 74% del total de menciones, y se incrementaron en un 4% respecto de enero del 2009.

De cada 10 menciones de marca en post publicados, 1 es negativa.

## Ranking de Marcas en Blogs – Febrero 09 Argentina



- El fenómeno Blogs y las marcas →
- Marcas bien valoradas →
- Zoom In: Bebidas y Automotores →
- Infoxel Blogs Manager →

# Los que más crecieron \ \ Los que más cayeron

La notoriedad de las marcas en los Blogs está determinada por la cantidad de exposiciones acumuladas en un período de tiempo. Febrero ha sido un mes de fuerte notoriedad para marcas como Google, quien incremento su presencia en un 118% y en similar proporción Samsung, Sony, Facebook.

Por otra parte, Apple –una constante mes a mes- presentó una fuerte caída.

El Sector de ONG y Asociaciones Civiles se ha logrado establecer en Febrero como el quinto sector con mayor participación, a través de campañas de ayuda a Tartagal por ejemplo, generando los primeros vestigios de lo que podríamos denominar Responsabilidad Social Blogger.

Tanto **Nickelodeon** como **Disney** lideran el ranking del sector de Contenidos, siendo Nickelodeon a partir de centrarse en la programación, y Disney a través de menciones de sus

estrellas asociadas a la marca.

En las conversaciones en blogs lideran ampliamente, siendo 1 de cada 2 menciones de marca de estas empresas. La otra mitad de las menciones se dispersa entre diferentes categorías, entre las que se destacan Automotores y Afines, Entretenimiento y Esparcimiento, Gobierno, ONG's, Bebidas y Alimentación.

Nokia logró posicionarse como la marca con más presencia en blogs, por cuarto mes consecutivo, principalmente gracias al aspiracional generado en menciones de los Teléfonos Series N, así como a la constante presentación de modelos y soluciones.

Las apariciones están concentradas casi exclusivamente en blogs de Tecnología, a diferencia de otras marcas del sector.

## Las que más crecieron

Marcas	ene-09	feb-09	Dif.
Apple	64	50	✗ -14
Palm	24	17	✗ -7
MSI	8	2	✗ -6
Nintendo	11	6	✗ -5
Chevrolet	9	5	✗ -4

## Las que más cayeron

Marcas	ene-09	feb-09	Dif.
Google	33	72	✓ 39
Samsung	26	53	✓ 27
Sony	36	53	✓ 17
Facebook	17	34	✓ 17
Blackberry	44	60	✓ 16

## Caso Facebook

Durante el mes de febrero del 2009, la Red Social Facebook cambio el look & feel de su sitio en la web. Las repercusiones no fueron las mejores, y por supuesto no dejaron de hacer sentir también en los principales blogs. De 5 menciones en Octubre paso a tener 34 en febrero, un 100% más que las 17 obtenidas en enero del 2009. El 50% de las menciones fueron con valoración negativa de marca.



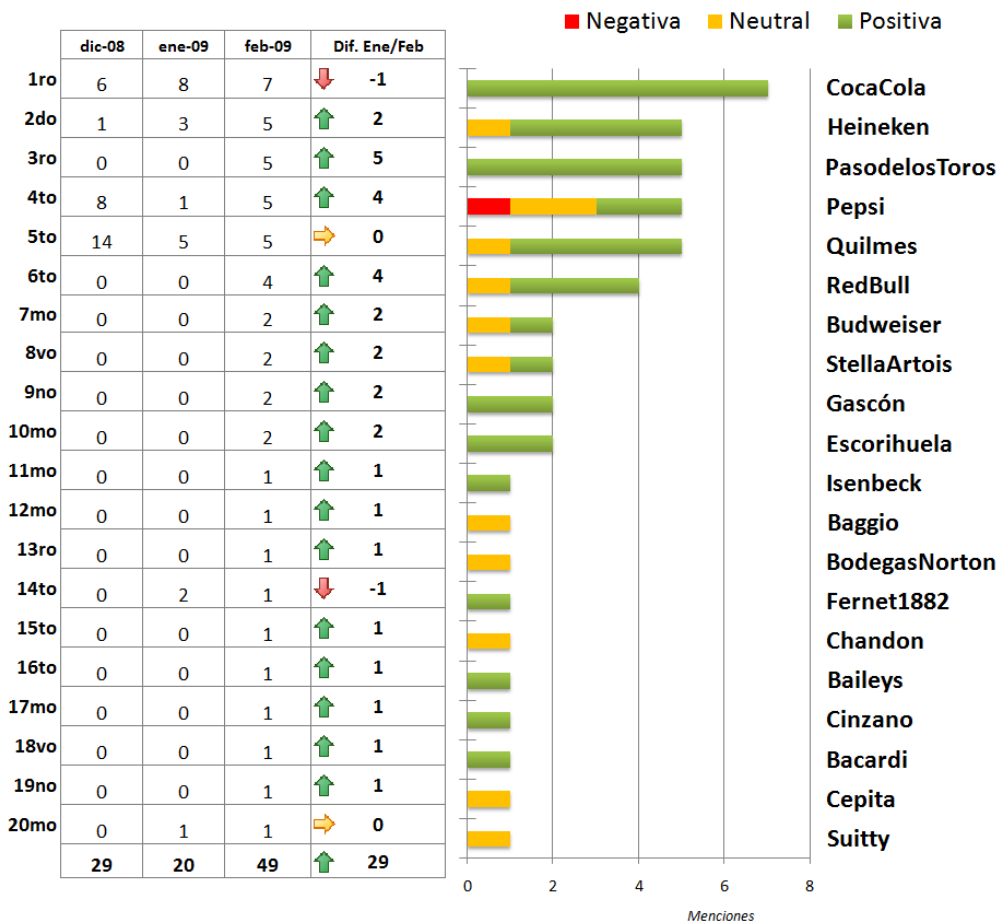
- El fenómeno Blogs y las marcas ↘
- Marcas bien valoradas ↘
- Zoom In: Bebidas y Automotores ↘
- Infoxel Blogs Manager ↘

# Zoom in: Bebidas



El Sector de Bebidas, y en especial las marcas **Quilmes y Pepsi** aparecen asociados a eventos como el “Pepsi Music” o el “Quilmes Rock”, o paradores de verano y fiestas; mientras que “Coca Cola” logra mantener su liderazgo a través de

publicidad realizada con **“Hoy quiero que me mires”**. Su notoriedad en blogs se mantiene constante mes a mes. Bebidas de segunda línea cómo “Paso de los Toros” presentaron en febrero del 2009 posicionarse entre las marcas líderes del sector.



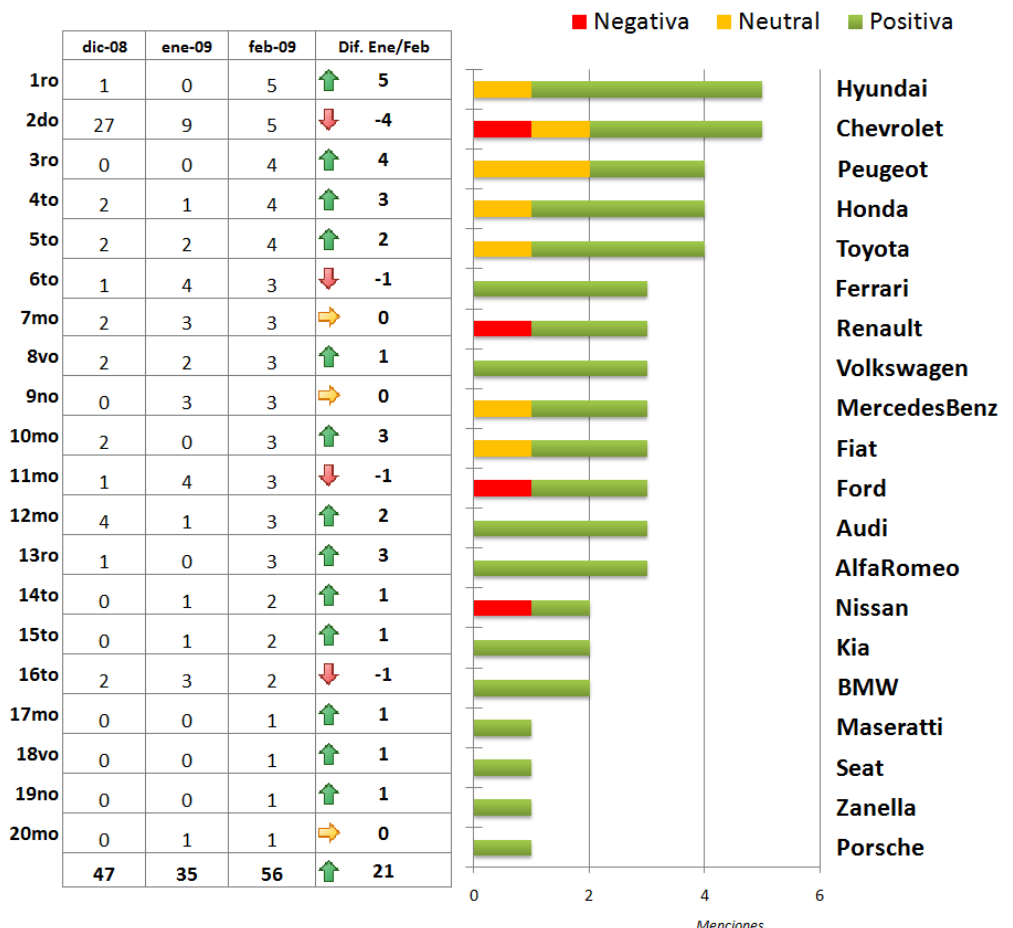
- El fenómeno Blogs y las marcas →
- Marcas bien valoradas →
- Zoom In: Bebidas y Automotores →
- Infoxel Blogs Manager →

# Zoom in: Automotores

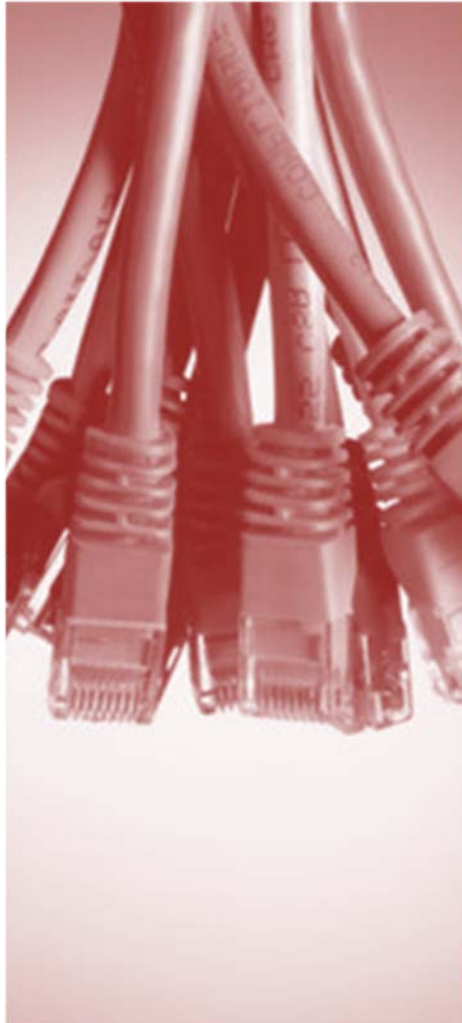


**Chevrolet**, gracias a su campaña “On The Road Again”, fue la única empresa fuera de Tecnología o Telcos, dentro del top ten de menciones de marca en el mes de Noviembre y en el top 20 de Diciembre. La actividad consistió en un reality show vía blog, en que seis bloggers (uno de ellos Argentino)

hicieron diversas actividades recreativas como rappel, tirolesa y visitar sitios turísticos. Al finalizar la actividad, no hubo un seguimiento ni se reforzó con otras actividades, lo que hizo que en febrero comparta el liderazgo del sector con **Hyundai**, que tuvo presentaciones de modelos.



- El fenómeno Blogs y las marcas →
- Marcas bien valoradas →
- Zoom In: Bebidas y Automotores →
- Infotel Blogs Manager →



## Las Marcas en los Blogs.

Segundo Estudio. Febrero 2009 y comparativos.

Datos comparativos según Infoxel Blogs Manager© Diciembre 2008, Enero y Febrero 2009.

75 Top Blogs analizados  
10.019 Post  
600 Marcas

Selección elaborada a partir de los Rankings: Alianzo, Alexa, Autoridad de Technorati, Blogalaxia, Buzzear, Bitácoras, Keegy y Page Rank. Según estimaciones de tráfico de Google representaron 10 millones de páginas vistas y 4 millones de usuarios únicos en el mes.

Pablo Verdenelli  
*Director General*

Lic. Alejandro Alvarez Nobell  
*Gerente de Producto*

Guillermo Paz  
*Gerente Comercial*

Marzo 2009.  
Córdoba Argentina.

ISBN en trámite.

## Sobre Infoxel Blog Manager

Desde Infoxel buscamos crear una herramienta que permita a las marcas y a los actores de este nuevo espacio social, informarse de lo que se expone en blogs, **entender el fenómeno y poder comprenderlo, para abrir puertas a nuevas oportunidades en la comunicación institucional, el marketing y la relación con los clientes y usuarios.**

**Infoxel Blog Manager es un servicio de monitoreo y análisis constante de la exposición de una marca y su sector en Internet (blogs, foros, portales y redes sociales), permitiendo aprovechar nuevas oportunidades, anticipar crisis y llegar a sus clientes de forma directa y efectiva.**

Más información sobre el producto o solicitar un demo:

[www.infoxel.com.ar](http://www.infoxel.com.ar)

Buenos Aires ( 011- 4779919)

Córdoba (0351-4235777)

Mendoza (0261 - 4236977)

## Sobre Infoxel

Infoxel es la principal compañía de habla hispana especializada en el desarrollo de herramientas de gestión de imagen en contenidos periodísticos y publicitarios de medios de comunicación. Cuenta entre sus clientes a más de 100 compañías líderes y gobiernos de Argentina, entre ellos Telecom, Arcor, Santander, Coca Cola, Macro y Toyota. Cuenta con oficinas en las principales ciudades de Argentina. En 2008, el Grupo Santander se integró como accionista de la compañía para acompañar la expansión internacional de Infoxel.

Para recibir más información sobre Infoxel:

[www.infoxel.com.ar](http://www.infoxel.com.ar)

Guillermo Paz  
[gpaz@infoxel.com.ar](mailto:gpaz@infoxel.com.ar)  
(0351-4235777)