

INFORME DE REDES SOCIALES Y ENGAGEMENT TV AZTECA

Departamento de Redes Sociales y Comunidad Digital

Reporte Mensual - Marzo 2025

RESUMEN EJECUTIVO

TV Azteca mantiene una presencia dominante en redes sociales con 72 millones de seguidores totales, posicionándose como el segundo broadcaster mexicano más seguido. El engagement promedio del 9.8% supera el benchmark de la industria.

MÉTRICAS GLOBALES

SEGUIDORES TOTALES POR PLATAFORMA:

- Facebook: 23.8M seguidores (+2.1% vs mes anterior)
- YouTube: 9.7M suscriptores (+3.4% vs mes anterior)
- Instagram: 14.2M seguidores (+5.8% vs mes anterior)
- TikTok: 8.1M seguidores (+12.3% vs mes anterior)
- Twitter: 5.9M seguidores (+1.2% vs mes anterior)
- LinkedIn: 387K seguidores (+8.9% vs mes anterior)

ENGAGEMENT TOTAL MENSUAL:

- Likes: 45.8M (+15% vs febrero)
- Comentarios: 8.9M (+22% vs febrero)
- Shares/Retweets: 6.2M (+18% vs febrero)
- Saves/Guardados: 2.1M (+25% vs febrero)
- Total interacciones: 63M (+17% vs febrero)

ALCANCE Y IMPRESIONES:

- Alcance total: 289M personas
- Impresiones totales: 1.2B
- Frecuencia promedio: 4.1 veces por usuario
- CTR promedio: 3.8%
- Tasa de conversión: 2.1%

ANÁLISIS POR PLATAFORMA

FACEBOOK - LIDERAZGO CONSOLIDADO:

Seguidores: 23.8M

Engagement Rate: 7.2%

Alcance mensual: 145M personas

Contenido con mejor performance:

1. "Ventaneando exclusiva Shakira": 2.8M interacciones
2. "VLA recetas fáciles": 2.1M interacciones
3. "Hechos breaking news": 1.9M interacciones
4. "Las Bravo momentos románticos": 1.7M interacciones
5. "Al Extremo caso impactante": 1.5M interacciones

Datos demográficos:

- Mujeres: 62% | Hombres: 38%
- 25-34 años: 28%
- 35-44 años: 24%
- 45-54 años: 22%

Horarios de mayor actividad:

- Pico matutino: 9:00-11:00 AM
- Pico vespertino: 1:00-3:00 PM
- Pico nocturno: 8:00-10:00 PM

INSTAGRAM - CRECIMIENTO EXPLOSIVO:

Seguidores: 14.2M

Engagement Rate: 11.4%

Stories diarias: 45 promedio

Formatos más exitosos:

- Reels: 68% del engagement total
- Stories: 22% del engagement
- Posts: 8% del engagement
- IGTV: 2% del engagement

Top Reels del mes:

1. "Pati Chapoy imitando TikTok trend": 8.9M views
2. "VLA challenge baile": 6.2M views
3. "Javier Alatorre breaking news": 4.8M views
4. "Detrás de cámaras Las Bravo": 4.1M views
5. "Roger González comedy sketch": 3.7M views

Stories con mayor completion rate:

- Behind the scenes programas: 78%
- Polls y encuestas: 72%
- Tutoriales y tips: 69%
- Q&A con conductores: 65%

TIKTOK - LA REVOLUCIÓN JOVEN:

Seguidores: 8.1M
Engagement Rate: 16.8%
Videos virales mensuales: 12

Trends más exitosos:

1. "#VentaneandoChallenge": 89M views, 2.1M videos
2. "#VLADance": 67M views, 1.8M videos
3. "#NoticiasEnUnMinuto": 45M views, 890K videos
4. "#TelenovelaMemeDe": 38M views, 670K videos
5. "#AztecaFacts": 29M views, 540K videos

Demografía TikTok:

- 16-24 años: 45%
- 25-34 años: 32%
- 35-44 años: 18%
- 45+ años: 5%

Horarios peak:

- 12:00-2:00 PM
- 6:00-8:00 PM
- 9:00-11:00 PM

YOUTUBE - CONTENIDO DE PROFUNDIDAD:

Suscriptores: 9.7M
Watch time mensual: 45M horas
Videos subidos: 420 mensuales

Canales más exitosos:

1. Ventaneando Oficial: 3.2M suscriptores
2. VLA Oficial: 2.1M suscriptores
3. Hechos TV Azteca: 1.8M suscriptores
4. Azteca Deportes: 1.4M suscriptores
5. Al Extremo: 890K suscriptores

Videos más vistos marzo:

1. "Ventaneando: Verdad sobre Shakira y Piqué": 12.8M views
2. "VLA: Receta de cochinita pibil": 8.9M views
3. "Hechos: Análisis reforma judicial": 7.2M views
4. "Las Bravo: Capítulo completo 145": 6.1M views
5. "Al Extremo: El caso del feminicida": 5.8M views

Shorts performance:

- Promedio de views: 2.1M por video
- Engagement rate: 14.2%

- CTR: 8.9%
- Retention rate: 67%

TWITTER/X - CONVERSACIÓN EN TIEMPO REAL:

Seguidores: 5.9M

Menciones mensuales: 890K

Trending topics generados: 15

Tweets más exitosos:

1. Live tweet de elecciones: 125K RTs, 340K likes
2. Breaking news sismo CDMX: 89K RTs, 210K likes
3. Meme Ventaneando viral: 67K RTs, 180K likes
4. Gol de la Selección Mexicana: 54K RTs, 145K likes
5. Controversia política en vivo: 48K RTs, 120K likes

Hashtags más usados:

#VentaneandoTV, #VengaLaAlegria, #HechosAzteca,
#AztecaDeportes, #LasBravo

Engagement por tipo:

- Breaking news: 15.2% engagement rate
- Entretenimiento: 12.8% engagement rate
- Deportes: 11.4% engagement rate
- Opinión: 8.9% engagement rate

CONTENIDO Y ESTRATEGIAS

TIPOS DE CONTENIDO MÁS EXITOSOS:

BEHIND THE SCENES (22% del contenido):

- Proceso de maquillaje artistas
- Preparación de set
- Bloopers y errores divertidos
- Ensayos de baile VLA
- Reuniones de producción

EDUCATIONAL/TIPS (18% del contenido):

- Recetas de cocina VLA
- Tips de ejercicio
- Consejos financieros
- Información de salud
- Tutoriales de maquillaje

ENTERTAINMENT/HUMOR (25% del contenido):

- Memes de programas
- Parodias de conductores
- Challenges virales
- Comedy sketches
- Imitaciones

NEWS/BREAKING (20% del contenido):

- Noticias de última hora
- Análisis político rápido
- Datos curiosos
- Fact-checking visual
- Encuestas y polls

EXCLUSIVE CONTENT (15% del contenido):

- Entrevistas exclusivas
- Adelantos de capítulos
- Contenido no transmitido
- Confesiones de artistas
- Revelaciones especiales

CAMPAÑAS ESPECIALES MARZO

"MES DE LA MUJER AZTECA":

- Alcance: 89M personas
- Engagement: 12.8M interacciones
- Hashtag: #MujerAzteca
- Videos: 234 piezas de contenido
- Colaboraciones: 15 influencers

"SEMANA SANTA DIGITAL":

- Contenido religioso y familiar
- Recetas tradicionales
- Tradiciones mexicanas
- Engagement: 8.9M interacciones
- Alcance: 67M personas

"CHALLENGE PRIMAVERA VLA":

- Participación: 2.1M usuarios
- Videos generados: 890K
- Alcance viral: 234M views
- Tendencia #1 en TikTok México (3 días)

INFLUENCER COLLABORATIONS

TIER 1 (Macro-influencers):

- Yuya: Colaboración cocina VLA (8.9M views)
- Luisito Comunica: Tour estudios Azteca (6.2M views)
- Kimberly Loaiza: Challenge Ventaneando (12.1M views)

TIER 2 (Mid-tier influencers):

- 25 colaboraciones activas
- Alcance promedio: 1.2M por colaboración
- ROI promedio: 4.8x
- Engagement rate: 11.2%

TIER 3 (Micro-influencers):

- 150 colaboraciones mensuales
- Alcance promedio: 180K por colaboración
- ROI promedio: 6.2x
- Engagement rate: 14.5%

CRISIS MANAGEMENT

SITUACIONES MANEJADAS EN MARZO:

1. Controversia comentario conductor VLA
 - Tiempo de respuesta: 45 minutos
 - Estrategia: Aclaración pública + disculpa
 - Sentiment recovery: 72 horas
 - Impact minimizado: -2% engagement temporal
2. Fake news sobre cancelación programa
 - Detección: 12 minutos (IA monitoring)
 - Respuesta: Video aclaratorio
 - Alcance aclaración: 4.2M views
 - Fact-check partnerships

HERRAMIENTAS DE MONITOREO:

- Brandwatch: Sentiment analysis
- Hootsuite Insights: Performance tracking
- Sprinklr: Customer service integration
- Mention: Real-time alerts
- Custom dashboard: Executive reporting

COMPETENCIA Y BENCHMARKING

COMPARACIÓN CON TELEVISA:

TV Azteca vs Televisa (Engagement Rate):

- Facebook: 7.2% vs 5.8%
- Instagram: 11.4% vs 9.1%
- TikTok: 16.8% vs 12.4%
- Twitter: 4.1% vs 3.6%
- YouTube: 8.9% vs 7.2%

VENTAJAS COMPETITIVAS:

- Mayor engagement en TikTok
- Contenido más viral y compartible
- Respuesta más rápida a trends
- Mejor conexión emocional con audiencia
- Mayor innovación en formatos

ÁREAS DE OPORTUNIDAD:

- Crecimiento en LinkedIn
- Expansion de podcast content
- Gaming and esports presence
- International audience development

ROI Y MÉTRICAS FINANCIERAS

INGRESOS GENERADOS POR REDES:

- Social commerce: \$2.8M pesos mensuales
- Brand partnerships: \$5.2M pesos mensuales
- YouTube ad revenue: \$890K pesos mensuales
- Affiliate marketing: \$340K pesos mensuales
- Total: \$9.23M pesos mensuales

COSTO POR ADQUISICIÓN:

- Facebook: \$2.40 pesos por seguidor
- Instagram: \$3.10 pesos por seguidor
- TikTok: \$1.80 pesos por seguidor
- Twitter: \$4.20 pesos por seguidor

LIFETIME VALUE:

- Seguidor promedio: \$127 pesos anuales
- Engagement alto: \$234 pesos anuales
- Brand advocates: \$456 pesos anuales

PROYECCIONES ABRIL 2025

OBJETIVOS:

- Alcanzar 75M seguidores totales (+4.2%)
- Engagement rate global: 10.5%
- 5 videos virales (+1M views cada uno)
- 70M personas alcance mensual
- ROI: 5.8x en campañas pagadas

ESTRATEGIAS FOCALIZADAS:

- Lanzamiento en BeReal
- Expansion de LinkedIn content
- Podcast video format
- Interactive live shopping
- AI-generated personalized content

CONTACTO REDES SOCIALES

Social Media Team: 55-1720-1313 ext. 9000

Email: redes.sociales@tvazteca.com

Community Manager: comunidad@tvazteca.com

Crisis Management: crisis.digital@tvazteca.com

Directora: Lic. Patricia Mendoza Silva