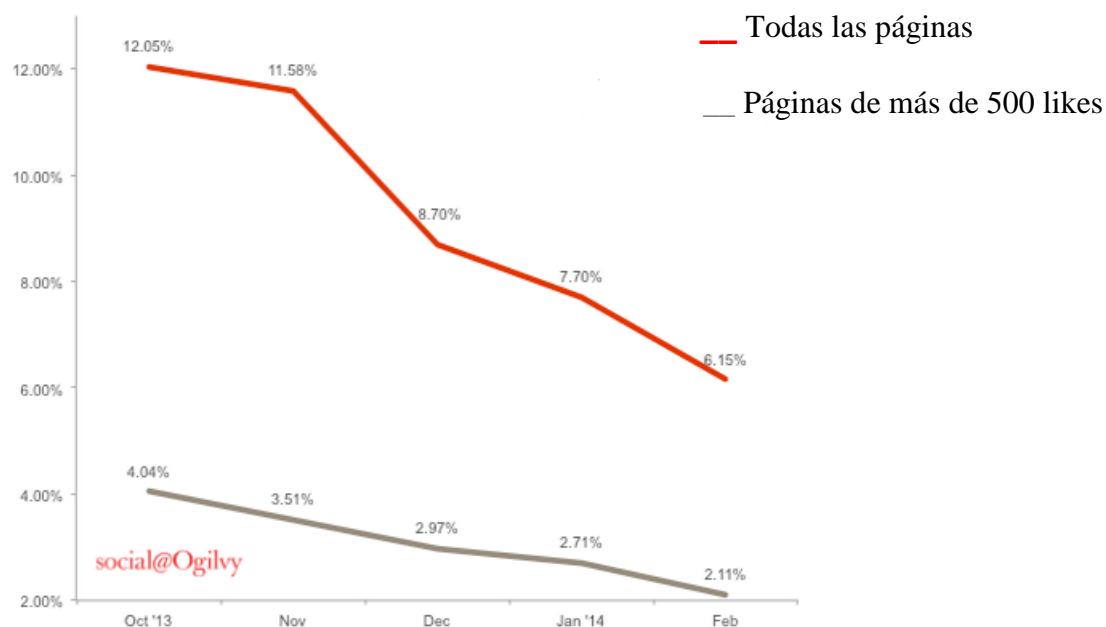


ANEXOS

ANEXO 1: Gráfico del promedio en alcance orgánico del contenido publicado en páginas de Facebook



Análisis de más de 100 páginas de Facebook de todo el mundo con más de 48 millones de fans. Estudio realizado por social@Ogilvy

ANEXO 2: Tabla comparativa de cifras según sexo y edad entre enero 2011 y enero 2014

	[AS OF JANUARY, 2011]		[AS OF JANUARY, 2014]		
GENDER	USERS	PERCENTAGE	USERS	PERCENTAGE	GROWTH
US Males	63,645,480	43.4%	82,000,000	45.6%	28.8%
US Females	80,711,340	55.0%	96,000,000	53.3%	18.9%
Unknown	2,448,180	1.7%	2,000,000	1.1%	-18.3%
Total US	146,805,000	100.0%	180,000,000	100.0%	22.6%
AGE	USERS	PERCENTAGE	USERS	PERCENTAGE	GROWTH
13-17	13,114,780	8.9%	9,800,000	5.4%	-25.3%
18-24	45,406,460	30.9%	42,000,000	23.3%	-7.5%
25-34	33,171,080	22.6%	44,000,000	24.4%	32.6%
35-54	39,595,900	27.0%	56,000,000	31.1%	41.4%
55+	15,516,780	10.6%	28,000,000	15.6%	80.4%

Fuente: iStrategy laboratorios

ANEXO 3: Encuesta a los usuarios de Facebook

Engagement en Redes Sociales

*Obligatorio

Imagina que estás viendo un post de una marca a la que sigues en Facebook y tienes tres acciones a realizar. Indica del 1 al 7 el grado de interés que estás mostrando hacia el contenido del post con cada una de estas acciones *

Siendo 1 ningún interés y 7 mucho interés

1 (ningún interés)	2	3	4	5	6	7 (Mucho interés)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hacer "me gusta" en el post	<input type="radio"/>					
Compartir el post con mis amigos en Facebook	<input type="radio"/>					
Hacer un comentario en el post	<input type="radio"/>					

¿Con qué frecuencia sueles hacer estas acciones? *

Siendo 1 nunca y 7 siempre

1 (nunca)	2	3	4	5	6	7 (siempre)
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hacer "me gusta" en el post	<input type="radio"/>					
Compartir el post con mis amigos en Facebook	<input type="radio"/>					
Hacer un comentario en el post	<input type="radio"/>					

En general, ¿Desde dónde consultas tu cuenta de Facebook? *

Marca una única respuesta

- Móvil
- Tablet
- Ordenador

Edad *

Sexo *

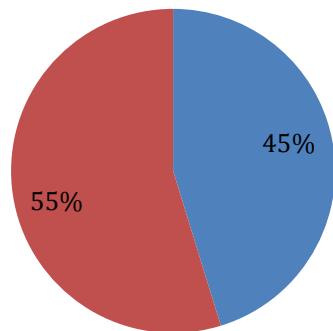
- ♂ Hombre
 - ♀ Mujer
-

ANEXO 4: Datos encuesta según género

Hombre	Mujer
19	23

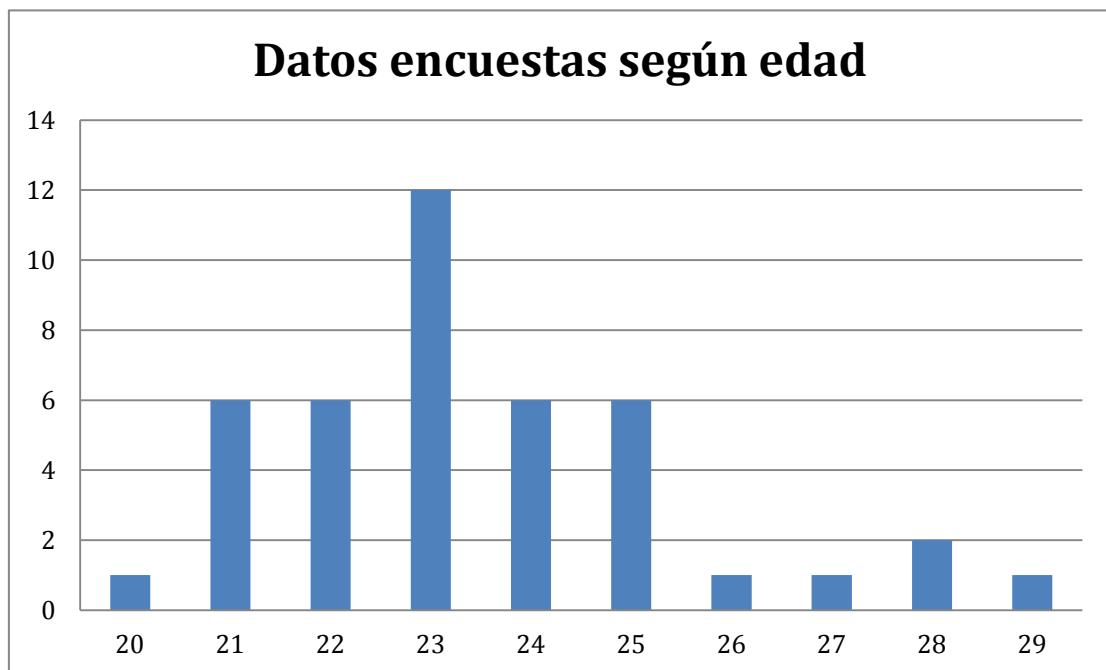
Datos encuesta según género

■ Hombre ■ Mujer



ANEXO 5: Datos encuesta según la edad

Edad	Nº encuestados
20	1
21	6
22	6
23	12
24	6
25	6
26	1
27	1
28	2
29	1
Total	42



ANEXO 6: Importancia con que se realizan las acciones en Facebook

Hacer “me gusta” en el post

Escala de interés	Número de usuarios que señalan esa opción	Multiplicación
1	1	1
2	6	12
3	13	39
4	10	40
5	5	25
6	5	30
7	2	14
Total	42	161
	Media	3,83333333

$$-1 = 2,8$$

Restamos la unidad porque la escala original va del 1 al 7

Compartir el post

Escala de interés	Número de usuarios que señalan esa opción	Multiplicación
1	0	0
2	2	4
3	1	3
4	2	8
5	5	25
6	16	96
7	16	112
Total	42	248
	Media	5,9047619

$$-1 = 4,9$$

Dividimos el resultado de compartir entre el de “me gusta” para averiguar cuantas veces es mayor uno que otro.

$$4,9/2,8 = 1,73$$

Comentar en el post

Escala de interés	Número de usuarios que señalan esa opción	Multiplicación
1	4	4
2	10	20
3	2	6
4	3	12
5	12	60
6	4	24
7	7	49
Total	42	175
	Media	4,16666667

$$-1 = 3,1$$

Comparamos cuantas veces es mayor comentar en el post entre hacer “me gusta”. Siempre lo comparamos con el menor.

$$3,1/2,8 = 1,11$$

Resolución de la ecuación:

$$\left. \begin{array}{l} F1+F2+F3=3 \\ F2=1,73 F1 \\ F3=1,11 F1 \end{array} \right\} \begin{array}{l} F1+1,73 F1+1,11 F1 = 3 \\ 3,84 F1 = 3 \\ F1 = 0,78 \\ F2 = 1,73 * 0,78 = 1,35 \\ F3 = 1,11 * 0,78 = 0,87 \end{array}$$

ANEXO 7: Frecuencia con que se realizan las acciones de Facebook

Frecuencia de darle a “me gusta” en el post

Escala de intereses	Número de usuarios que señalan esa opción	Frecuencia
1	0	0
2	7	14
3	5	15
4	6	24
5	10	50
6	11	66
7	3	21
Total	42	190
	Frecuencia	4,52380952

Frecuencia de compartir el post

Escala de intereses	Número de usuarios que señalan esa opción	Frecuencia
1	4	4
2	11	22
3	14	42
4	5	20
5	4	20
6	4	24
7	0	0
	42	132
	Frecuencia	3,14285714

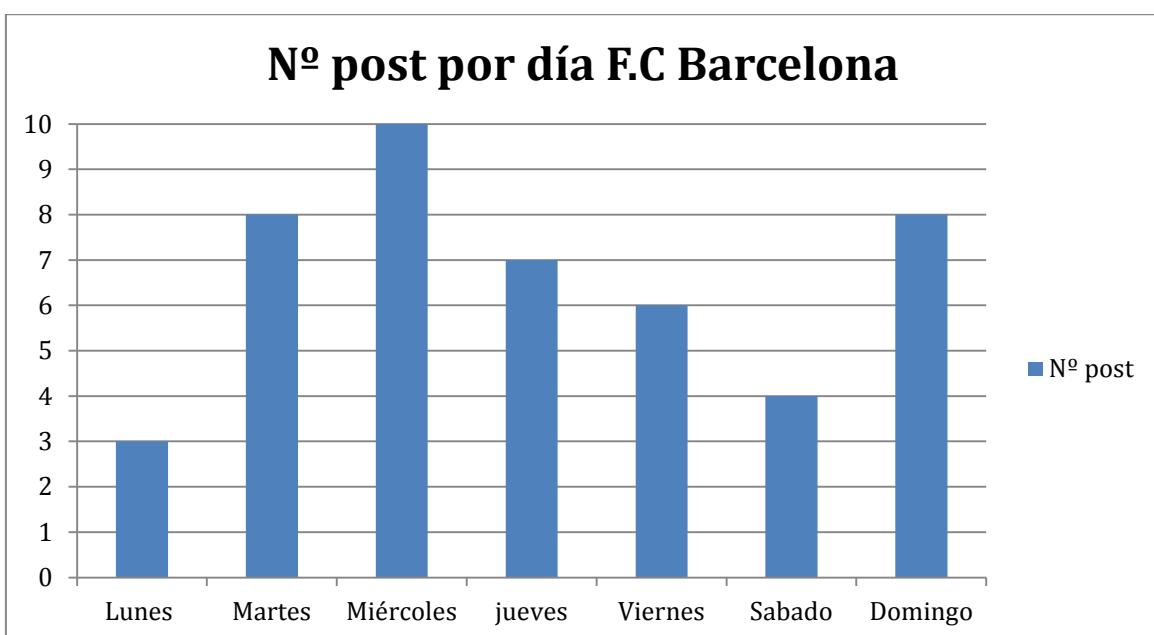
Frecuencia de comentar el post

Escala de intereses	Número de usuarios que señalan esa opción	Frecuencia
1	26	26
2	7	14
3	5	15
4	3	12
5	1	5
6	0	0
7	0	0
	42	72
	Frecuencia	1,71428571

ANEXO 8: Número de post a la semana sector Futbolístico

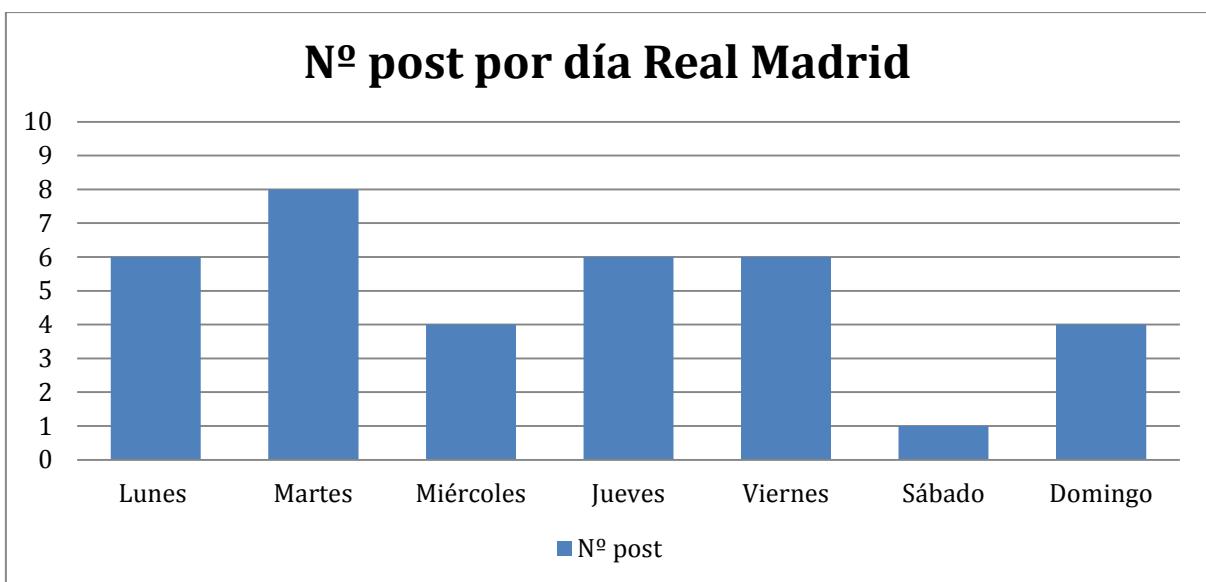
F.C Barcelona

Día de la semana	Nº post
Lunes	3
Martes	8
Miércoles	10
Jueves	7
Viernes	6
Sabado	4
Domingo	8



Real Madrid

Día de la semana	Nº post
Lunes	6
Martes	8
Miércoles	4
Jueves	6
Viernes	6
Sábado	1
Domingo	4



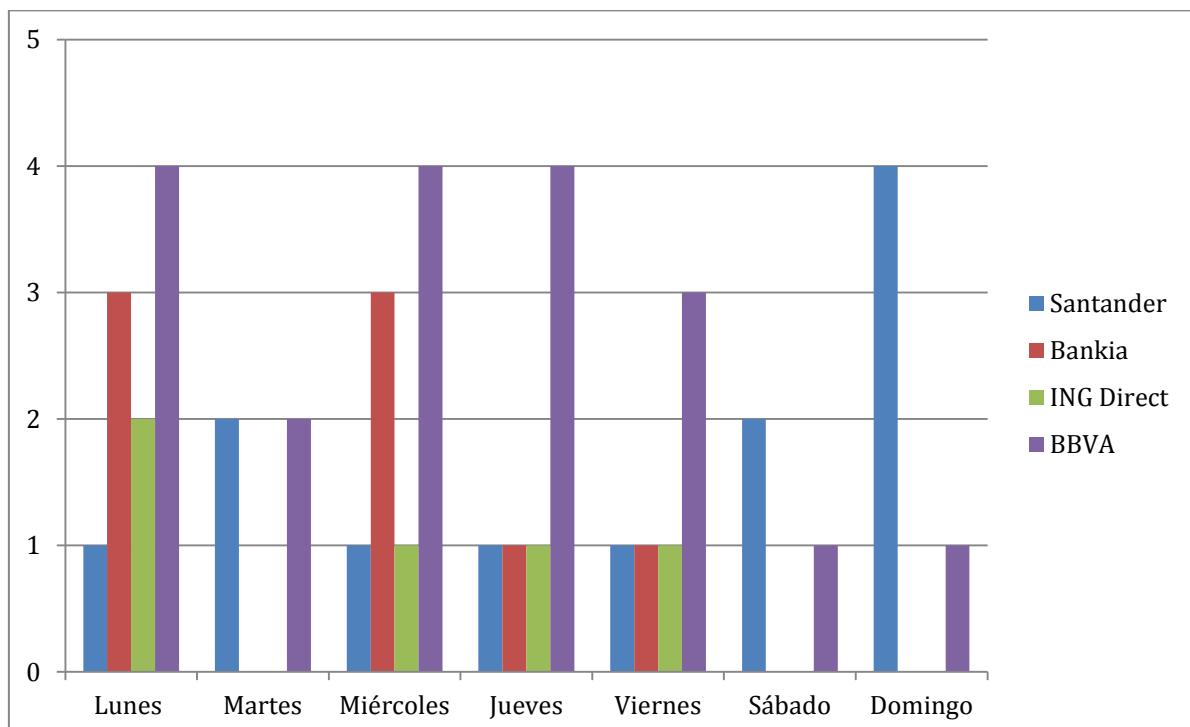
Real Zaragoza

Día de la semana	Nº post
Lunes	4
Martes	1
Miércoles	5
Jueves	3
Viernes	9
Sábado	2
Domingo	3



ANEXO 9: Número de post a la semana sector bancario

	Santander	Bankia	ING Direct	BBVA
Lunes	1	3	2	4
Martes	2	0	0	2
Miércoles	1	3	1	4
Jueves	1	1	1	4
Viernes	1	1	1	3
Sábado	2	0	0	1
Domingo	4	0	0	1



ANEXO 10: Número de personas que se conectan a Facebook desde los distintos dispositivos

Móvil	Tablet	Ordenador
23	3	16

