

A woman with blonde hair in a bun, wearing sunglasses and a light-colored short-sleeved shirt with a pattern of green leaves and red accents, stands against a dark, textured wall. The image is dimly lit, with the text overlaid in the center.

#socialscene  
Influencers

by apple tree communications





# INFLUENCERS: LA GUERRA POR LOS FOLLOWERS



En nuestro último **SocialScene** sobre influencers, en septiembre de 2016, pusimos cara a estos líderes de opinión: ¿Cómo son? ¿Qué es lo que les hace influyentes? En esta segunda edición actualizamos el ranking mundial, pero además hemos querido analizar a su audiencia. ¿Cómo son los followers que acumulan estas celebridades de las redes sociales?



*METODOLOGÍA: Para hacer el análisis de este informe se han tenido en cuenta exclusivamente los canales oficiales de individuos en las tres principales redes sociales occidentales (Facebook, Twitter e Instagram).*



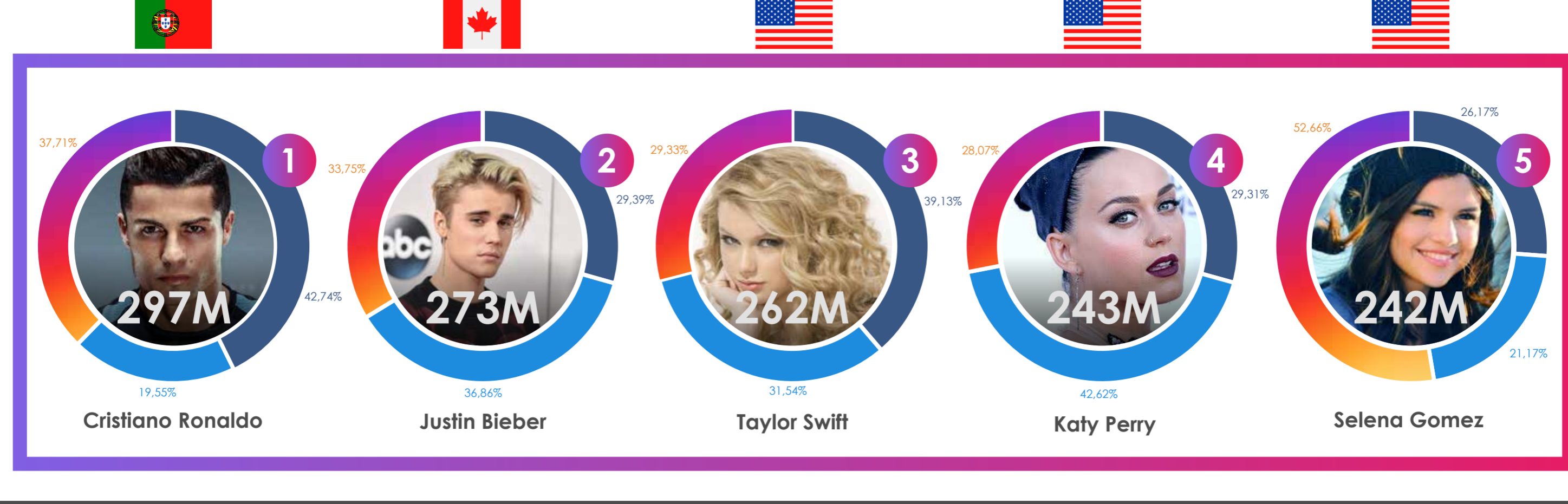
# A LAS 25 PERSONAS MÁS SEGUIDAS DEL MUNDO

Comparando con el listado de 2016, vemos las mismas caras pero en distintas posiciones. El n° 1 pasa a ser el futbolista **Cristiano Ronaldo**, mientras que Taylor Swift desciende hasta el tercer puesto, superada por Justin Bieber.

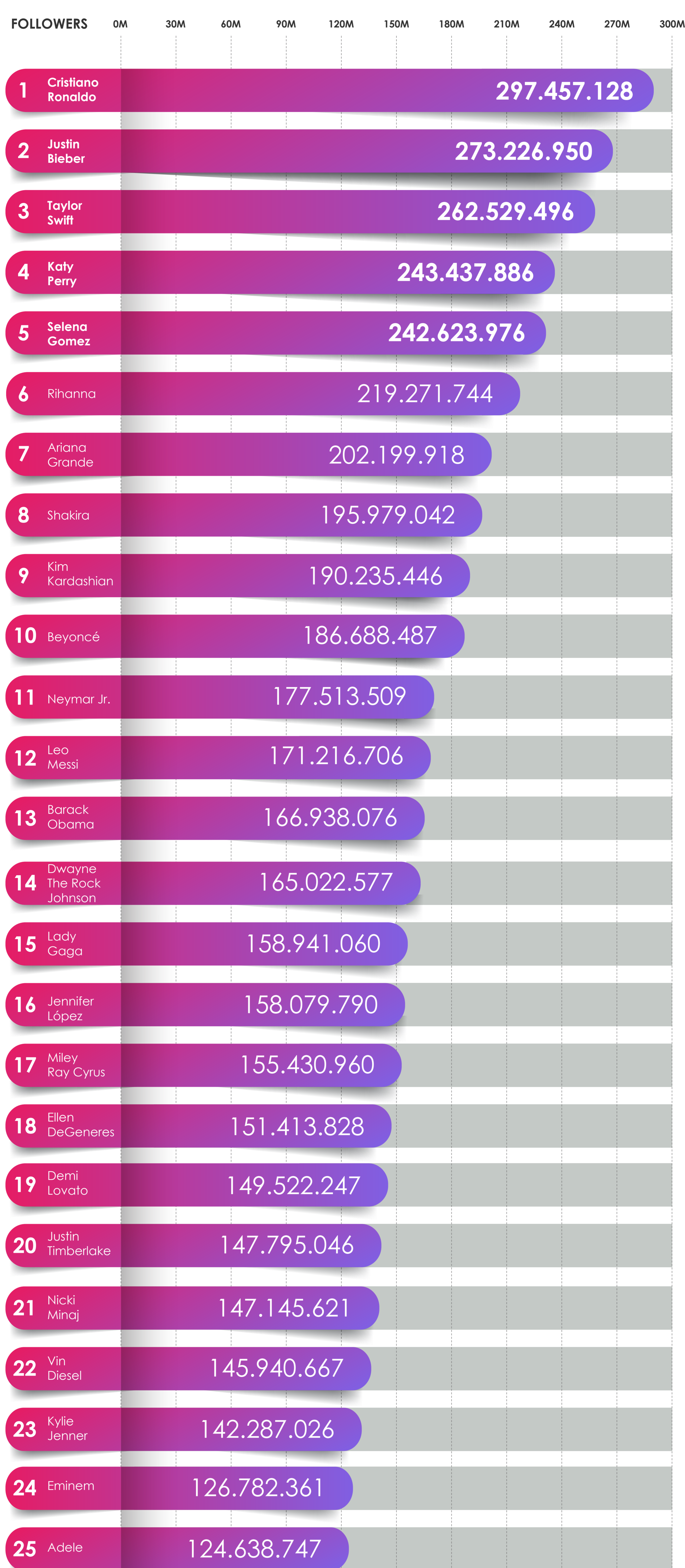
En este top 25 podemos ver una discreta mayoría de mujeres (64%), principalmente de Estados Unidos (76%) y que en su mayoría se dedican al sector musical profesionalmente. La gran excepción es precisamente el líder del grupo, Cristiano Ronaldo, que discrepa con el perfil general.

Facebook sigue siendo la plataforma en la que se concentran mayor número de fans, a pesar de no ser la más novedosa. Su larga

trayectoria hace que su audiencia haya ido creciendo hasta ser la más numerosa, aunque poco a poco gana terreno la cantidad de usuarios y frecuencia de uso de otras redes como **Instagram**.



REFERENCIAS:



Fuente: apple tree communications – elaboración propia

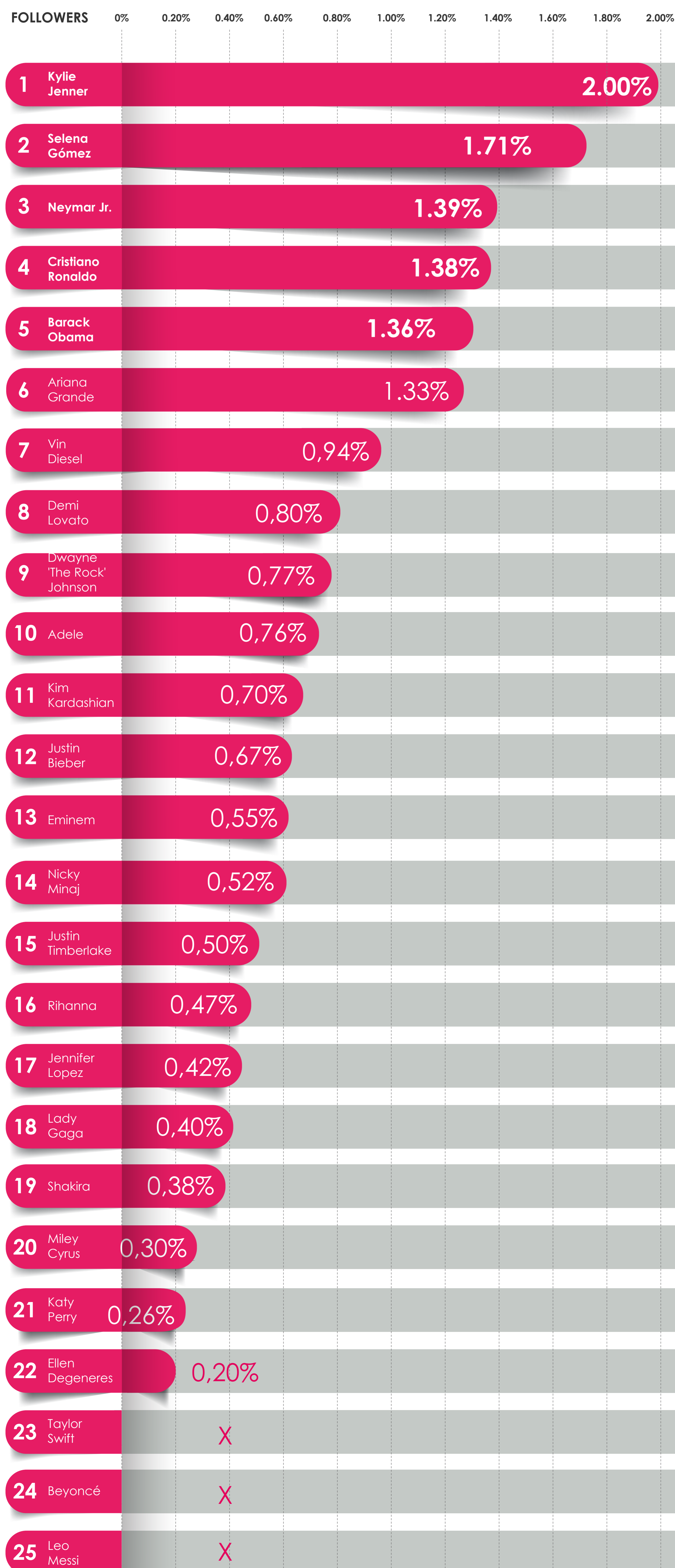
## ¿QUIÉNES SON LOS LÍDERES DE ENGAGEMENT?

Hemos calculado la media de interacción que generan las últimas publicaciones en IG, TW y FB de los influencers más seguidos del mundo para conocer su **engagement** y este es el ranking que obtenemos.

Como conclusiones vemos como la pequeña del clan de las **Kardashian** es la líder de engagement con un 2%, a pesar de que su única ocupación es simplemente ser celebrity. Se posiciona por encima de cantantes, deportistas o actores.

Llama la atención la poca interacción que genera **Ellen Degeneres** en comparación al resto ya que la presentadora es considerada una de las mayores líderes de opinión, pero por lo visto en RRSS no se refleja.

En cuanto a la cantidad de interacciones que sumamos de cada red social, hemos comprobado como en TW se acumula el menor porcentaje de interacción, frente a IG que es la plataforma en la que los usuarios interactúan más con los influencers.



Hay que destacar que Taylor Swift y Beyoncé, recientemente han eliminado todo el contenido de sus redes sociales, por lo que no podemos calcular su engagement con la muestra que hemos realizado. En el caso de Leo Messi, el jugador es el único influencer del ranking sin cuenta de TW, por lo que tampoco podemos calcular su engagement con esta metodología.

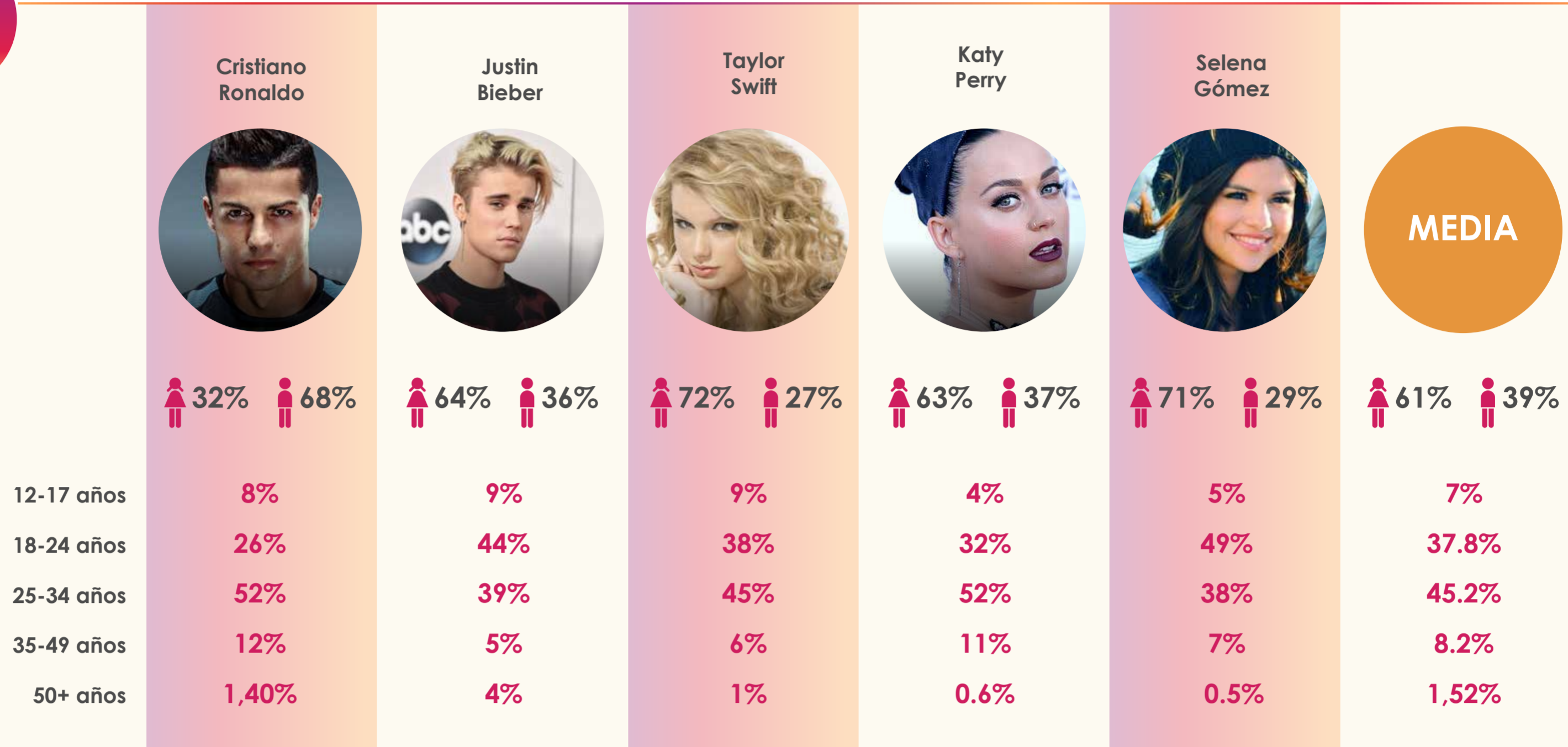
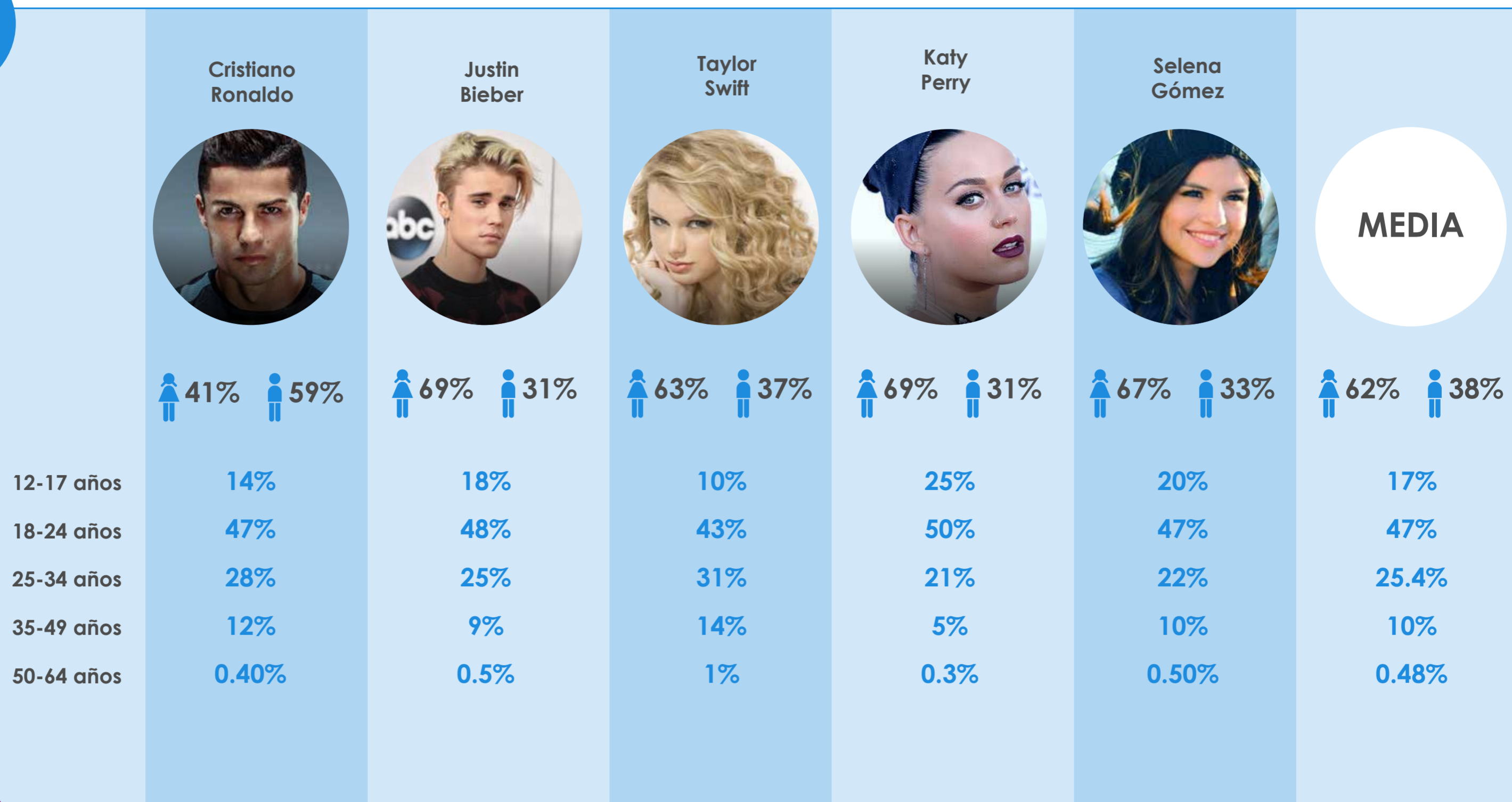


# B ANATOMÍA DEL FOLLOWER

## ¿QUÉ TIENEN EN COMÚN LOS SEGUIDORES DE ESTAS CELEBRITIES DE LAS REDES?

A nivel general, podemos ver que la mayoría son **mujeres**: un 62% en Twitter y un 61% en Instagram. Además, una gran mayoría de las audiencias son, como las celebrities, **estadounidenses**. Cristiano Ronaldo vuelve a ser la gran excepción ya que tiene por seguidores una comunidad principalmente masculina (59%).

En cuanto a la edad de los seguidores, vemos cómo la mayoría de los usuarios de Twitter que siguen a las grandes celebridades tiene entre 18 y 24 años, mientras que la franja de edad más numerosa en Instagram es ligeramente superior: entre los 25 y los 34 años.



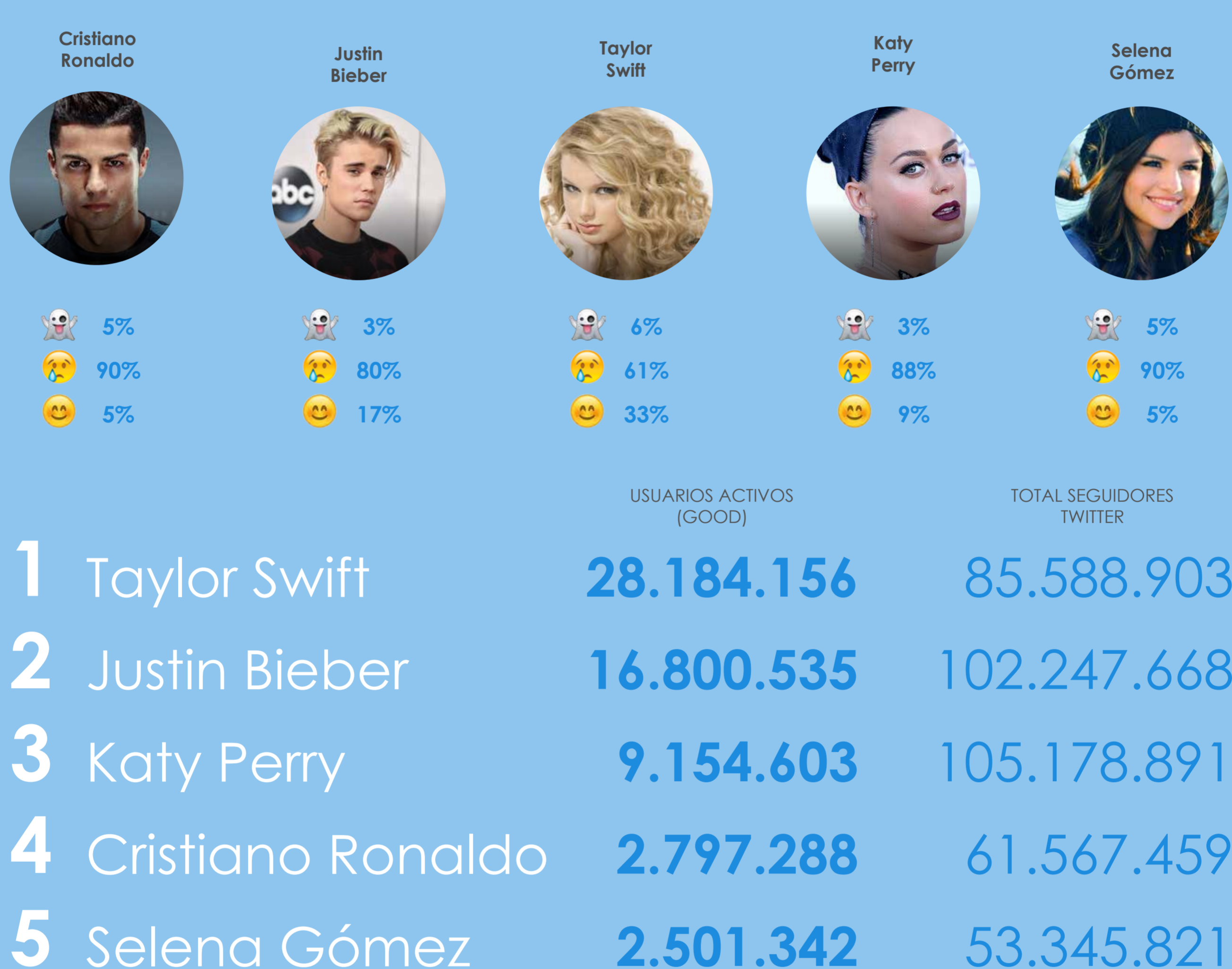
Fuente: Herramienta influencers de apple tree communications

## ANATOMÍA DEL FOLLOWER. FALSOS FOLLOWERS

### ¿ES ORO TODO LO QUE RELUCE?

El número de seguidores de estos influencers se cuentan por millones, pero hay que tener en cuenta que no todos esos usuarios son activos en la red. Algunos, ni siquiera son cuentas reales, sino perfiles abiertos artificialmente. Si analizamos en profundidad la actividad de los followers en Twitter\* de los 5 influencers top, podemos ver por ejemplo que un 6% de los seguidores de Taylor Swift son cuentas falsas, ¡más de 5 millones! En cambio, Katy Perry y Justin Bieber, aunque con un 3% de seguidores falsos, tienen una comunidad muy inactiva, con un 9% y un 17% de seguidores activos respectivamente.

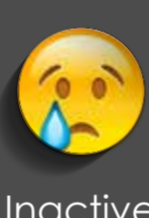
Si valoramos a esos influencers según su comunidad activa, y no solo según el número absoluto, Katy Perry pasaría al tercer lugar de este top 5, y la reina del ranking volvería a ser Taylor Swift con más de 28 millones de seguidores activos en Twitter, muy por encima de su perseguidor.



REFERENCIAS:



Fake



Inactive



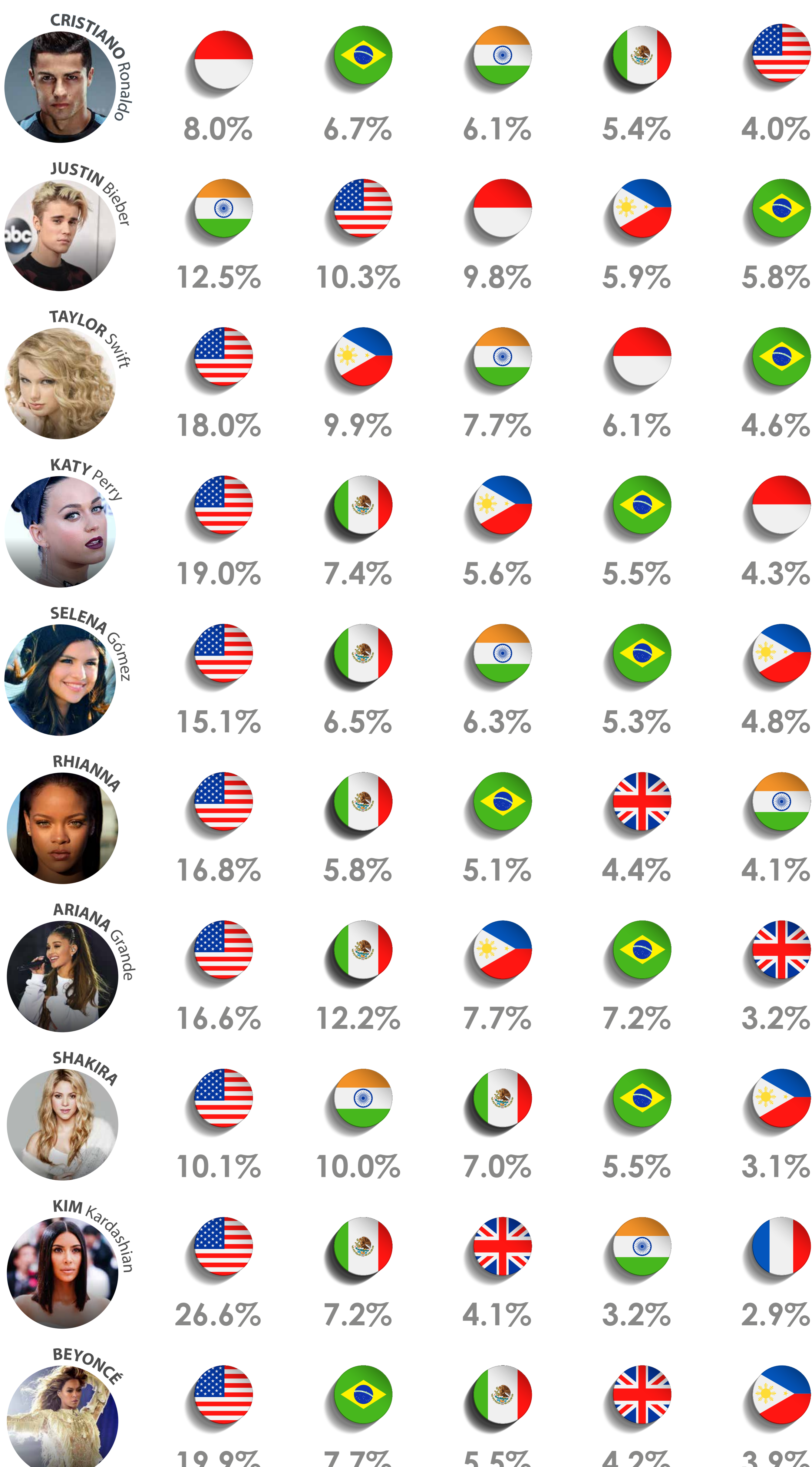
Good

\* Fuente: StatusPeople.com. Análisis apple tree communications

## ANATOMÍA DEL FOLLOWER. ORIGEN

Además de saber cuán activos son en cada red social, hemos querido saber también el país de residencia de los seguidores de los influencers Top, tomando los datos de Facebook para descubrir, por ejemplo, que la mayoría de seguidores de Cristiano Ronaldo no pertenecen ni a su país de origen (solo un 1,3% de sus followers son portu-

ses), ni del país en el que trabaja (otro 1,3% de sus seguidores con españoles). Su mayor audiencia es de Indonesia (8%), hecho que puede tener relación con el 5% de seguidores falsos o el 90% de cuentas inactivas que tiene en otro de sus canales sociales.



REFERENCIAS:



Brazil



EEUU



France



India



Indonesia



México



Philipinas



UK

\* Fuente: StatusPeople.com. Análisis apple tree communications



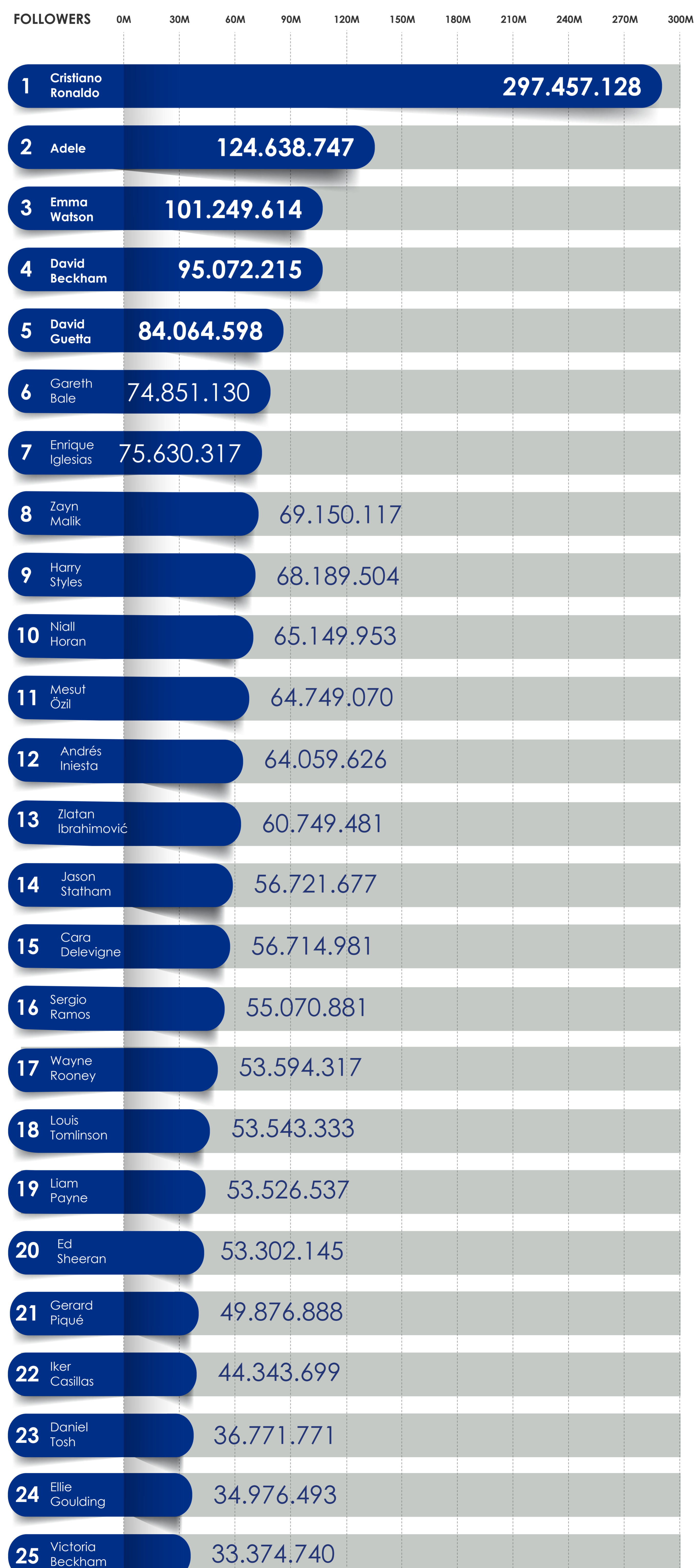
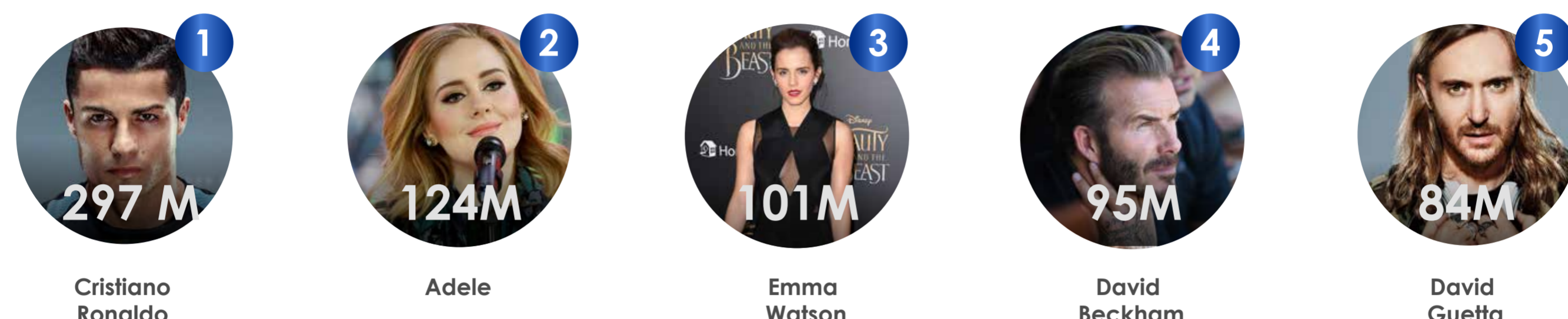
# C LOS EURO-INFLUENCERS

Los estadounidenses son los más influyentes, pero **¿qué pasa con los influencers europeos?** El ranking de los europeos más seguidos en el mundo cambia bastante respecto al ranking mundial. **Cristiano Ronaldo**, junto a la cantante **Adele**, son las dos únicas coincidencias con el Top 25 mundial.

Mientras que en el ranking mundial destacan los cantantes (especialmente mujeres), en el listado europeo comparten protagonismo con los futbolistas (10 y 10 en el Top 25)

Respecto a sus nacionalidades, destaca la presencia británica (60% del Top 25) seguido de España, que aporta el 20% de las celebrities europeas.

Ahora bien, si nos fijáramos exclusivamente en sus followers europeos solo permanecería Ed Sheeran en un Top 10 dominado por profesionales del balón.





# D “MAMÁ QUIERO SER INFLUENCER”

Ser influencer no entiende de edades y cada vez son más jóvenes los personajes que acumulan millones y millones de seguidores en sus perfiles. Sobre todo porque no hay nadie más influyente sobre un joven que otro joven.

En Estados Unidos la mayoría de niños influencers son hijos de famosos: que tu madre sea Beyoncé o nacer con un apellido como Kardashian es sinónimo de fama asegurada. El contenido de sus redes sociales suele ser su propio lifestyle, y marcan tendencia con ello. Su imagen es el producto que venden.

En cambio, en Reino Unido los menores más seguidos surgen de las propias plataformas: canales de YouTube de juguetes y toy playing (reseñas y muestras de cómo alguien juega con esos objetos) o pequeñas estrellas de la música como Sophia Grace y Rosie McClelland, dos jovencitas que se hicieron virales en YouTube y terminaron apareciendo en el programa de Ellen DeGeneres cantando con Nicki Minaj. En poco tiempo han llegado a tener sus propias canciones y videoclips con miles de reproducciones. El nuevo fenómeno Justin Bieber parece que ya apunta maneras.





La importancia de los **online influencers** ha ido incrementando junto con la penetración y el uso de las redes sociales. Por eso, en apple tree llevamos más de 5 años analizando tanto las redes sociales como las personas que más influyen en estos entornos. Este estudio continuo nos ha permitido desarrollar un área especializado en la detección de influencia real, basada, no solo en el número de seguidores, sino en la capacidad de ciertos individuos de crear o detectar contenido con alto potencial de ser compartido en redes sociales.

La importancia de estas personas es cada vez mayor y por lo tanto suponen un elemento fundamental en el desarrollo de campañas de comunicación digitales o integradas.

## ¿QUÉ ES EL SOCIALSCENE?

Es un informe publicado por apple tree communications en el que analizamos la evolución de las redes sociales.

### Seguimos:

- “Los 100 principales”, las personas más seguidas en España y en el mundo: los “líderes de audiencia”
- Qué marcas lideran las redes sociales
- De qué se habla en las redes sociales
- Las novedades en comunicación social

## WE MAKE BRANDS MEANINGFUL TO PEOPLE

*Creemos en entender a las personas como base de la comunicación estratégica. Porque solo cuando se consigue llegar a la gente es cuando podemos comunicar de manera eficaz, motivar, movilizar o vender.  
We make brands meaningful to people.*

appletreecommunications.com  
info@homeatc.com

### SÍGUENOS EN



#socialscene

by apple tree communications