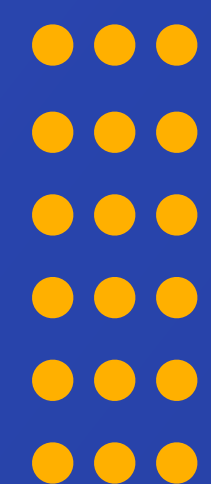




# Reporte Especial

## VISA LATAM



Análisis de datos en  
Redes Sociales

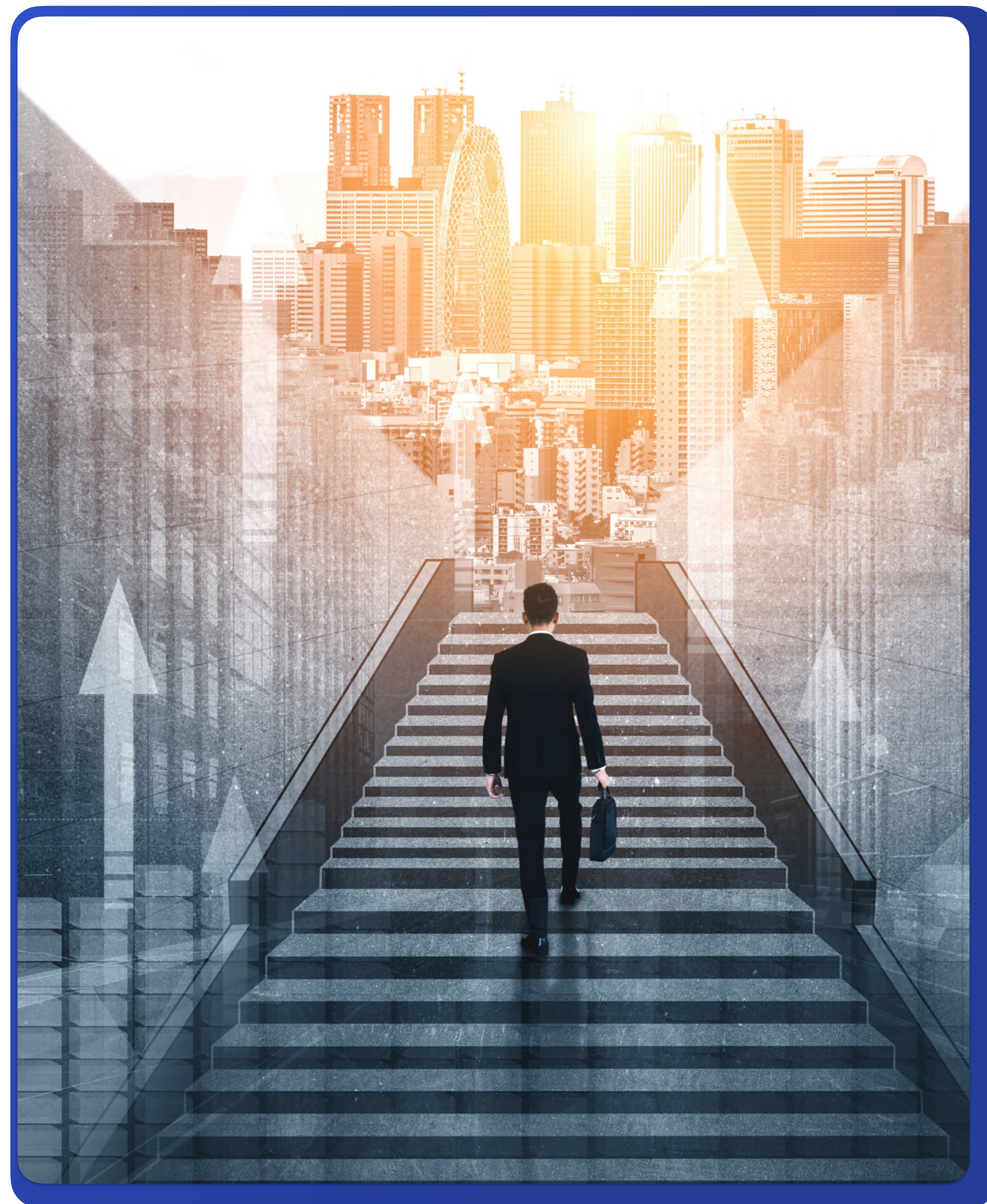


# Resumen Ejecutivo

En el presente reporte se establece un levantamiento de información acerca de las publicaciones realizadas en las redes y plataformas de: **Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Twitter, páginas web, Twitch y contenido RSS**, acerca de VISA LATAM.

Se efectuó un **escaneo estratégico** de su esfera global para disponer de una **escucha social** acerca de los principales movimientos que se han reflejado en su ecosistema digital.

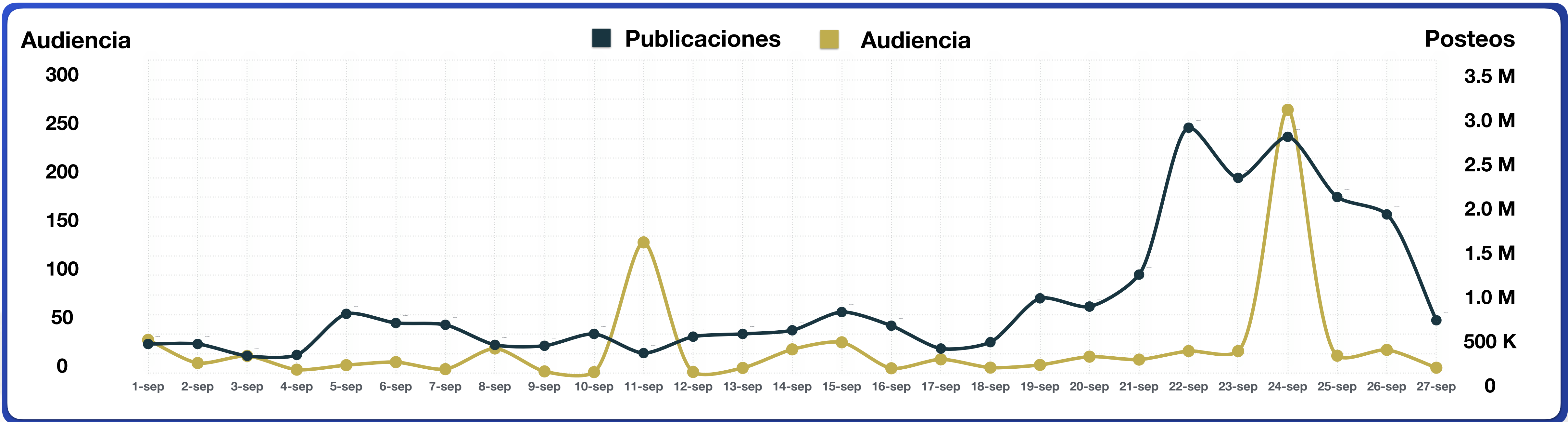
Se planteó un estudio por medio de nuestras plataformas de análisis avanzado de datos, desde el **01 al 27 de septiembre** de 2022, lo que significó una **audiencia** estimada de **10 M**, **2.1 K** de **publicaciones**, **1.4 K** **usuarios** y **12 K** de **interacciones** con un sentimiento **neutro** del **43%**.





A lo largo de los días analizados se identificó que la **red social** que alojó el mayor número de interacciones fue **Instagram**. Los temas que se destacaron estuvieron relacionados con una **publicación** realizada desde **Panamá** en la que se informaba a través del medio de comunicación, TVN Noticias, sobre un **caso** en el que se necesitaba de el aporte de la ciudadanía, misma que podía donar a través de la **aplicación** de VISA.

Por otro lado, en **Colombia** se realizó un Foto Museo de la empresa y la experiencia fue narrada por **@curioseame\_** a través de su cuenta de TikTok, alcanzando **10.4 K de reproducciones** y más de **1.3 K de interacciones**. Los comentarios felicitaron la iniciativa de la **campaña** publicitaria. En la web se resaltó una noticia que explicaba cómo adquirir una **tarjeta**.



**124** Posteo  
**866.5 K** Audiencia

**11 de septiembre**

El **pico de audiencia** de este día se originó a la gran cantidad de **tweets** que existieron, debido al triunfo de la selección de **básquet** de Argentina, en la que los **usuarios** etiquetaron a la cuenta de **Visa Argentina** al ser ellos los patrocinadores de este magno **evento**.

**269** Posteo  
**2.4 M** Audiencia

**22 de septiembre**

Se observa una **variación** importante de **publicaciones** gracias a la cantidad de contenido sobre **promociones**, pagos y patrocinios en los que se encuentra **VISA** como uno de los **protagonistas**, uno de los temas destacados es el **Mundial Qatar 2022**, utilizando la tendencia **#ViveCatarConVisa**.

**398** Posteo  
**1.4 M** Audiencia

**24 de septiembre**

En redes se compartió la **participación** de la **selección** masculina y femenina de México, arrobando a **Visa México** y utilizando el hashtag **#HechoDeLosMexicanos**, en el que se observaron posteos referentes a **goles**, alineaciones y preparación de **futbolistas**.

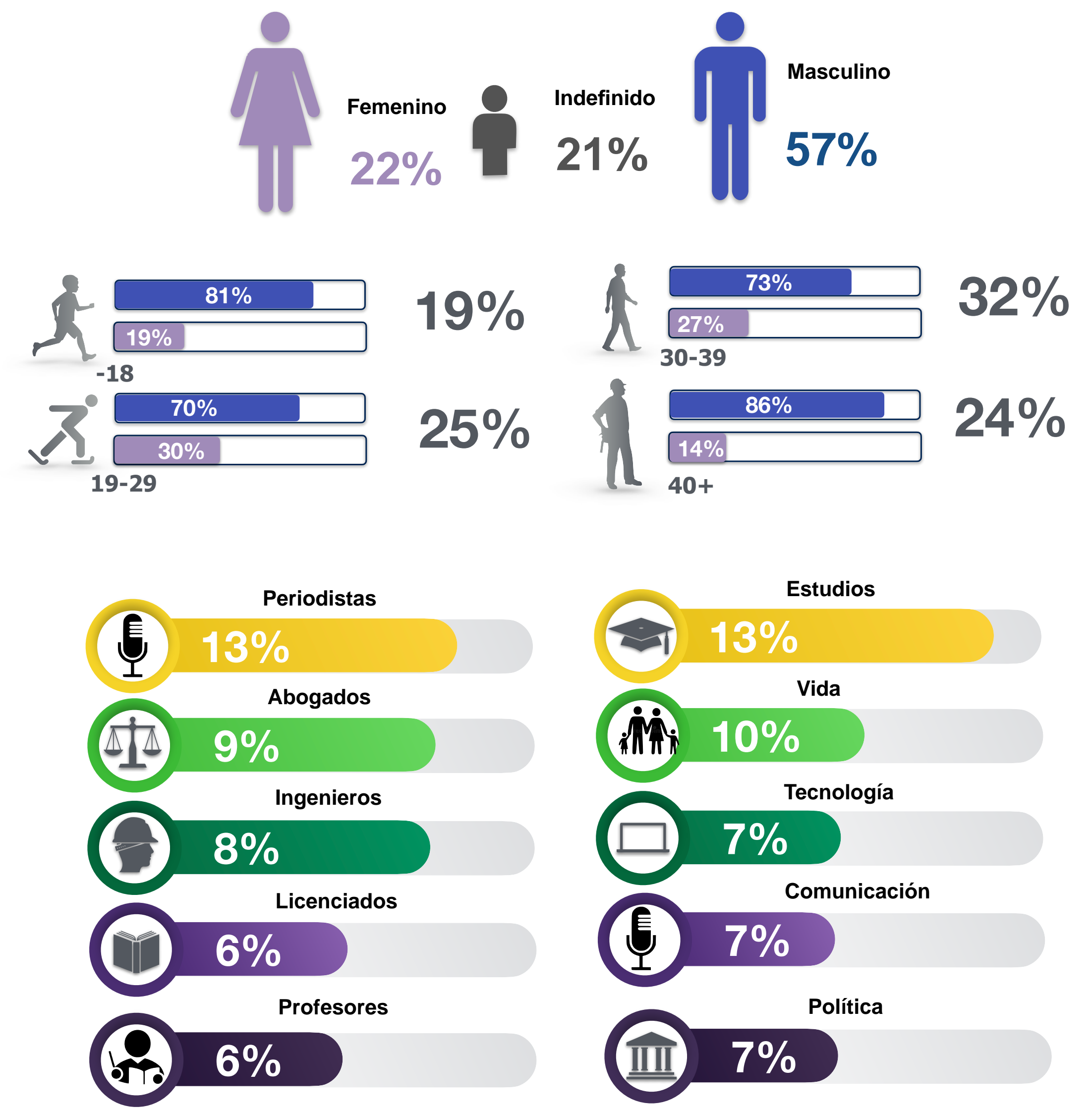
Una de las **tendencias** empleadas mayormente en septiembre fue **#FMFPorNuestroFútbol**, replicada en más de **2.6 K**, alcanzando una audiencia de **1.2 M** en alusión al mundial y la participación de la selección mexicana.

El **hashtag** se activó por el anuncio de la **lista** de las **21 jugadoras mexicana** que viajarán para ser parte de la **Copa del Mundo** en la **India**, donde los tweets etiquetaban a **Visa México**.

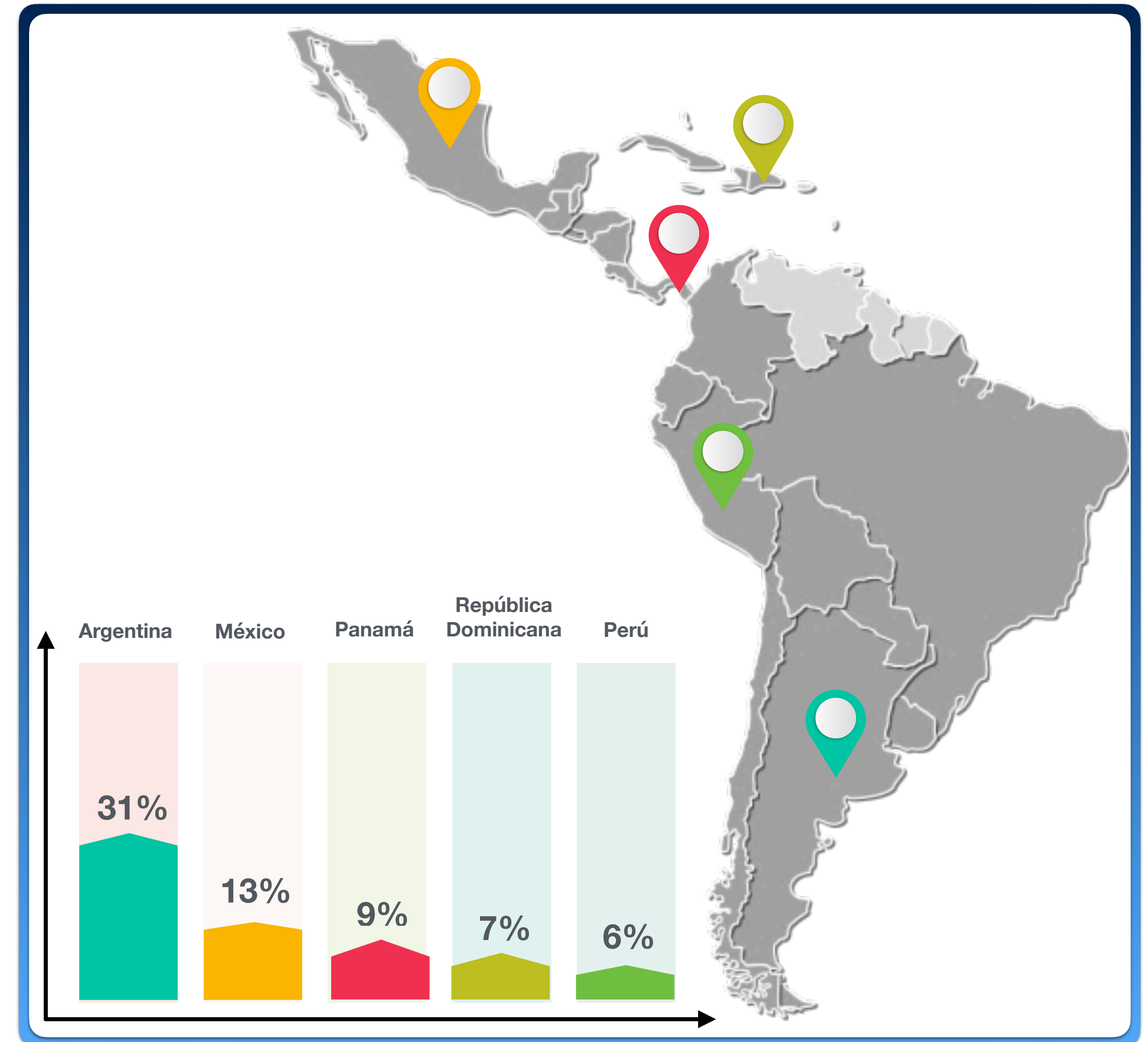


El hashtag **#HechoDeLosMexicanos** fue creado por la página oficial de la **Selección Nacional Mexicana** y es patrocinada por Visa México, logrando **694 interacciones**.

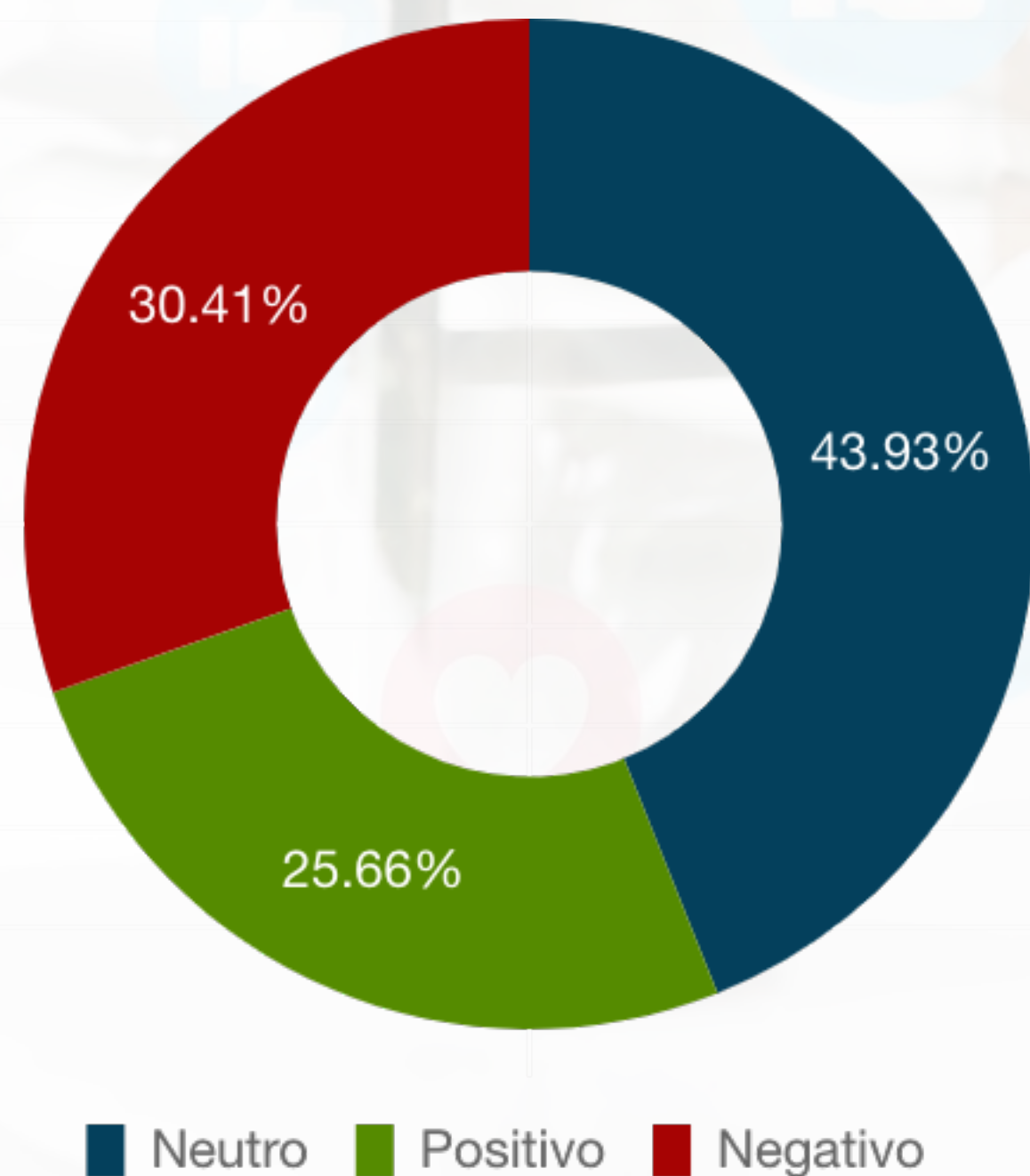
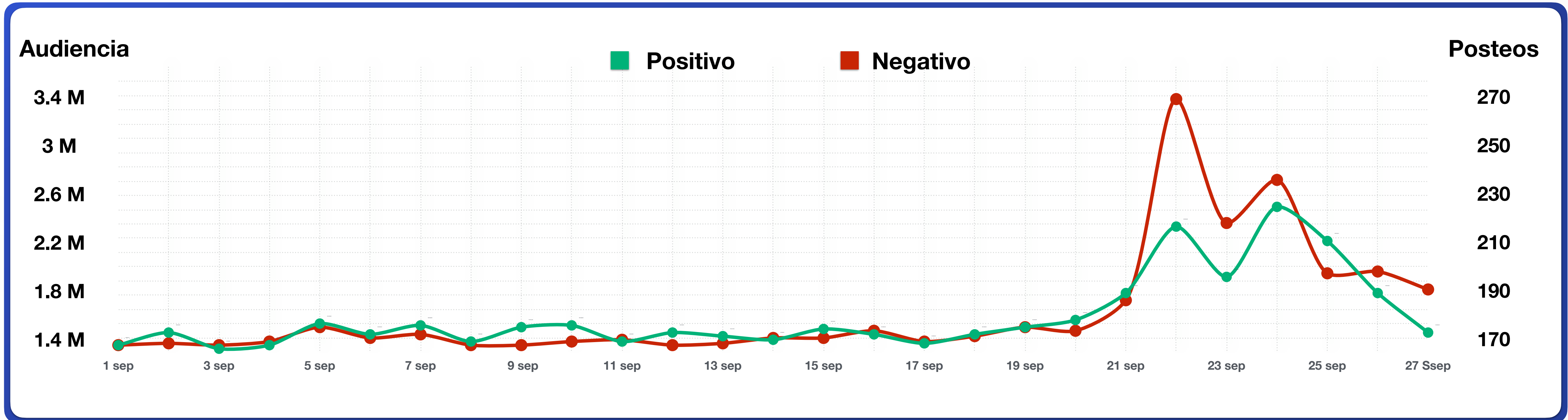
**#Tokyo2020** fue parte de las tendencias de la victoria de la selección de **Rugby Argentina**, siendo Visa Argentina parte de los **patrocinadores** del evento.



Los usuarios que han presentado mayor participación digital son los **hombres** que se encuentran entre los **30 y 39 años**; quienes se han referido al precio de mantenimiento de la tarjeta, Visa México como **auspiciante** de la selección de fútbol, tarjetas extraviadas, entre otras. En contraste, el género **femenino**, relacionó su conversación entorno a la **aplicación** digital, y descuentos al pagar con VISA.



**Argentina** fue el país que lideró la interacción de la audiencia acerca de un agradecimiento a VISA por la **invitación** para ver a Los Pumas vs Sudáfrica, consultas realizadas a través de redes sociales hacia la empresa, **beneficios** de contar con una tarjeta de crédito, etc. En **México**, el posteo con mayor alcance fue sobre la rentabilidad de **Visa Platinum** con un retweet de @Ramiro\_Escoto, quien consiguió 4 K de alcance. En **Panamá**, los usuarios se refirieron a una tarjeta que estaba perdida y se buscaba a su **propietaria** a través de las redes.



Cerca de un mes de **estudio** tras analizar miles de datos de VISA, se identificó que logró una **audiencia de 10 M** de los cuales el sentimiento en su mayoría se alojó en la polaridad **neutra**; misma que fue relacionada a **promociones** para quienes realicen consumos con la tarjeta, **concursos** para viajar al Mundial de Qatar, descuentos para los socios, premios instantáneos.

Por otro lado, los comentarios **negativos** se desarrollaron en torno a un tweet de la usuaria, **@SofiaGallegosPe**, quien consiguió alrededor de **50 interacciones** en su **reclamo** sobre la funcionalidad de **Paga Rápido** con VISA desde **Perú**, en **Argentina** se registraron presuntas llamadas de **estafa** a los número celulares de diferentes usuarios, y denuncias en **Ecuador** hacia la **Superintendencia de Bancos** por llamar a familiares a realizar el cobro de tarjetas.

Finalmente, el sentimiento **positivo** se asoció a una campaña comunicacional en **Colombia**, presentación de VISA con su tarjeta **Agrotoken Insider** LATAM, beneficios para socios, premios vinculados a pagos para viajes al mundial, información de **Selección Nacional Mexicana**, etc.



El sentimiento **positivo** desplegó alrededor de **525 publicaciones**, mismas que se asociaron a diferentes conceptos como: **visa, tarjeta, mundial, crédito, banco**, etc. Con más del **60%** predominó la interacción de la población **masculina**, liderada por: **Marcelo Bonelli**, y entidades privadas. El contenido en el que enfatizaron fue la **billetera virtual**, beneficios exclusivos de los socios VISA, y la oportunidad de viajar al mundial al consumir con la tarjeta. Mientras que, la polaridad **negativa** obtuvo cerca de **1.8 K de interacciones** que se vincularon a las palabras: **tarjeta, rápido y pérdida**. La comunidad digital concentró su participación digital en una tarjeta que estaba perdida, críticas desde Perú sobre la funcionalidad, **Paga Rápido**, que permite hacer compras con VISA de débito y crédito por hasta 150 soles, entre otros.





La palabra, **VISA**, se nombró en más de **1 K** de ocasiones y se relacionó a los términos: **banco**, **crédito** y **tarjeta**; que se refirieron a descuentos por comprar con la tarjeta, **promociones** para socios, presentación de la nueva tarjeta empresarial. El término, **mundial**, se mencionó en alrededor de un **6%** y se asoció a la acumulación de puntos del **Sistema Fedecrédito** para el **sorteo** de dos paquetes dobles a la Copa del Mundial.



ESRT.PRESS  
**Visa, MasterCard y American Express vigilarán a los vendedores de armas en EE.UU.**  
 125 Reacciones 27 Comentarios 6 Compartidos

Like Comment Share

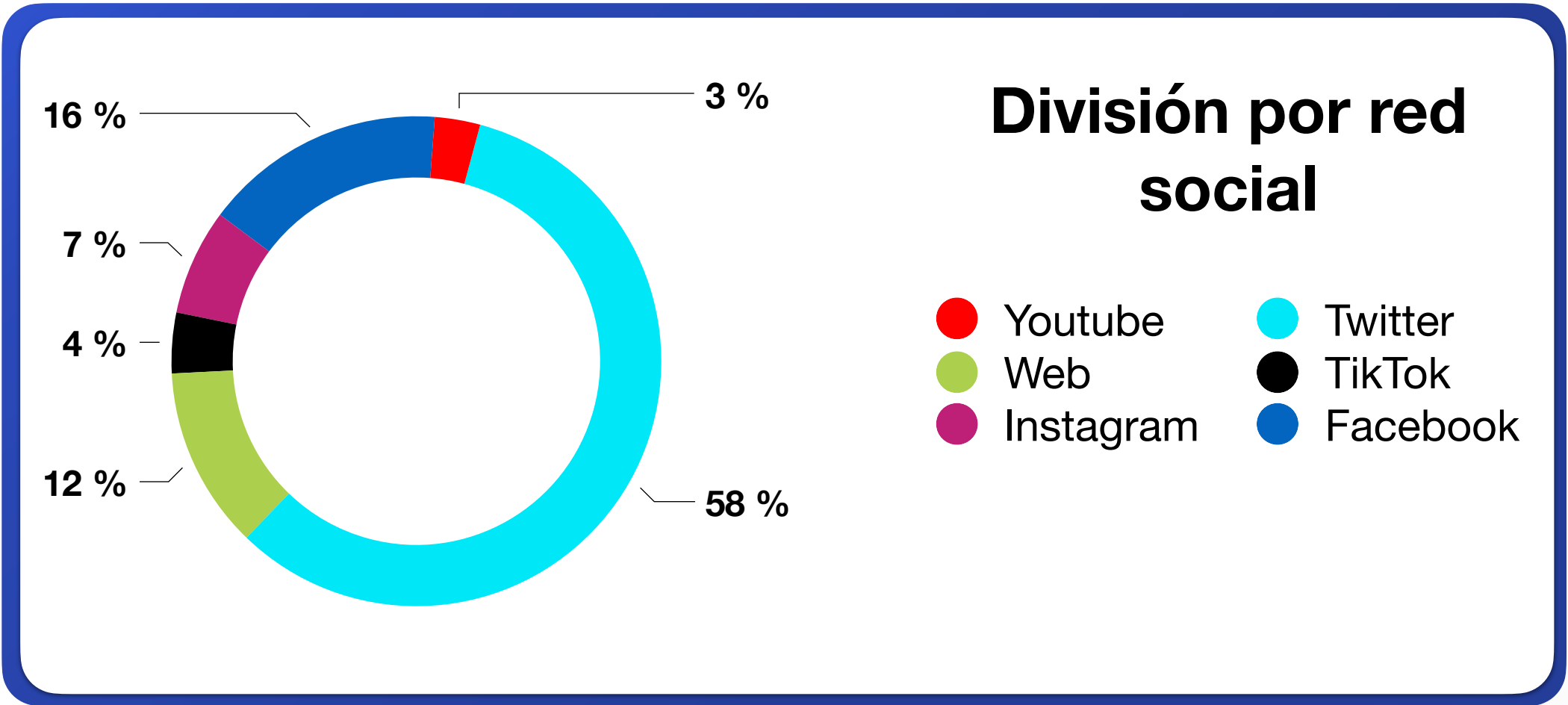
Most relevant

Write a comment...  
 Press Enter to post.

Top fan **Helg Fid**  
 Claro. Darán créditos y vigilarán que las personas cuenten con el dinero suficiente para adquirirlas.  
 Like Reply 2w

Top fan **Jaime Prado**  
 Por supuesto, con el gentil auspicio de la CIA 😄😄😄  
 Like Reply 2w

**Derick Hernández Trejo**  
 Entones van a empezar por Baiden? Es que da ayuda militar y armas a quién sabe!!!!  
 Like Reply 2w



**Fernando D. Folcher** @Vaktoth  
 En respuesta a @javiermdq y @VisaArgentina  
**El sitio de Visa Home es un desastre. Parece que lo hicieron en el 97**  
 7:11 a. m. · 22 sept. 2022 · Twitter for Android

Twittea tu respuesta Responder

**Javier Salinas** @javiermdq · 22 sept.  
 En respuesta a @Vaktoth y @VisaArgentina  
 Si yo mal no recuerdo, lo uso desde el 2001 y siempre está igual, con lo que no es descabellado pensar que fue hecho en esos años. Pero los errores de los últimos tiempos son significativos, sumado a que no hay forma de avisar de ellos sin perder horas con los "pidedatos"

**Fernando D. Folcher** @Vaktoth · 22 sept.  
 Cuarta cuenta trucha tratando de suplantar a @VisaArgentina que denunció hoy. @Twitter a ver si te pones las pilas

**Sofia Gallegos Pereyra** @SofiaGallegosPe  
 La funcionalidad Paga Rápido, q permite realizar compras con tarjetas Visa de débito y crédito por hasta 150 soles es LO PEOR. Si te roban, como en mi caso, el delincuente hace mil compras y el banco te dice q son transacciones autorizadas. Y mis derechos de consumidora? (1/1)

24 Septiembre **S/ -11.50**

**IKF A04 JOSE PARDO** **S/ -47.40**



# Analítica Avanzada

