## ANÁLISIS DE INTELIGENCIA SOCIAL APLICADO AL SECTOR FINANCIERO.

DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS ETNOGRÁFICA. 16 enero 2018.

Según la última encuesta de Accesos y Usos de Internet elaborada por la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel 2018), el 87% de los hogares en Chile tiene acceso a internet, el 29% de los hogares accede a Internet solo a través de servicios móviles, y un 27% se conecta a través de ambas plataformas.

En pleno año 2019, ya a nadie le queda duda respecto a cómo los medios y plataformas sociales han cambiado la forma de relacionarnos y de comunicarnos. Algunas cifras a nivel mundial vienen a argumentar lo anterior, por ejemplo, según los datos obtenidos a través de Brandwatch Analitycs, plataforma líder en monitoreo de Social media en internet, hoy existen¹:

- Se crean 6 nuevos perfiles cada segundo, y existen 60 millones de páginas activas de negocios en Facebook.
- Snapchat tiene 187 millones de usuarios activos cada día. El 60% de ellos tienen por debajo de 25 años.
- Se envían 500 millones de tuits cada día, es decir, 6000 tuits al segundo. El 65.8% de las empresas americanas con más de 100 empleados utilizan Twitter para sus acciones de marketing.
- Hay 800 millones de usuarios activos en Instagram. Se suben 95 millones de fotos cada día.

<sup>&</sup>lt;sup>1</sup> Brandwatch: https://www.brandwatch.com/es/blog/116-estadisticas-de-las-redes-sociales/

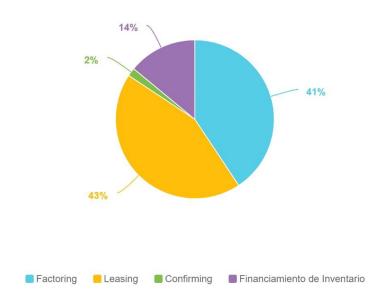
 300 horas de vídeo se suben a Youtube cada minuto. El 78% ve vídeos online cada semana, un 55% cada día.

En esta gran cantidad de información, podemos encontrar actitudes, opiniones, intereses, gustos y/o preferencias de personas que pueden impactar en los negocios y en las tendencias de industrias y mercados, lo que nos obliga a encontrar la mejor manera de analizar y desarrollar estrategias a partir del uso del Big Data.

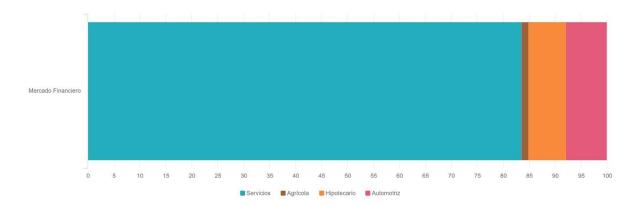
Las conversaciones sociales y el sector financiero se encuentran estrechamente relacionados. Resulta muy difícil pensar que, en el 2019, una empresa de esta industria no ofrezca, por ejemplo, sus servicios o productos online. Las empresas y la industria deben adaptarse a un mercado que cambia de forma ágil y eficaz.

Durante el año 2018 se identificaron en Latino América 40.941 registros de contenido de 17.035 autores únicos en diferentes plataformas de medios sociales (News, Sites, Blogs, Facebook, Twitter, Instagram entre otros), respecto a servicios que ofrecen instituciones financieras que no corresponden a la banca. Los servicios corresponden al Factoring, Leasing, Confirming y Financiamiento de inventario.

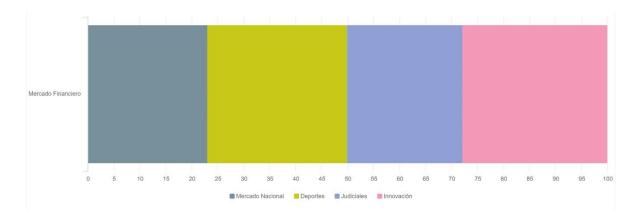
En el caso chileno, durante ese mismo año se identificaron 2.113 registros de contenido de 867 autores únicos. Respecto al *Share of voice* de estos productos, se logró identificar que la participación en el espacio digital se concentra principalmente en dos de ellos, el Factoring con un 41% de conversaciones, y el Leasing con un 43%. El Confirming y el Financiamiento de inventario registraron el 2% y 14% respectivamente.



También se lograron identificar industrias asociadas a cada uno de los productos anteriormente analizados, por ejemplo, el sector agrícola que ocupa el 1% de las conversaciones, el mercado automotriz que posee el 8%, o el mercado asociado a la compra de viviendas y departamentos que ocupa el 7%. El 84% de las conversaciones no se identifica con ningún mercado en particular, pero engloba otro tipo de temáticas importantes de considerar.



Del cien por ciento de estas conversaciones, el 23% corresponde a registros de contenidos relacionados al Mercado nacional (Ley de pago a 30 días, regulación, normativas, proyección del mercado etc.), el 27% se refiere al mercado del Deporte (financiamiento de equipos y jugadores), el 22% a temas relacionados con la Justicia (relacionados a la transparencia y probidad), y el 28% a los temas relacionados a la innovación de la industria y nuevas tendencias del mercado.

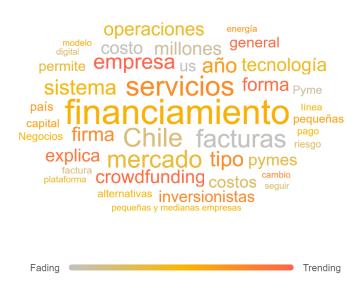


Si hacemos un análisis de la valoración que existe hoy en día de los servicios financieros no bancarios a nivel general, existe un 71% de registros positivos a los productos y un 29% de contenidos negativos. Los principales conceptos asociados a las menciones negativas son: Días 3,7%, pymes, 3,2%, empresa 3,2%, pego 2,9%, banco 2,7%, millones 2,1% y deuda 2,0%.

proyecto 60 días deja país	Topic Name	Mentions	%
Ministerio Andronico us izquierda publico seguro publicaron oficinas nombre estado leasing con el banco sistema Solidaridad personas cambiar Ley empresas quebré verdad vea empresa pago acuerdo presidente flujo compañía chile días banco intereses pyme histórico Región recibir compra par Don pagar pyme proceso año bancos capital pagan caja general sil gustaría contrato millones via meses facturas problema financiamiento negocio banco de chile mes deuda completa sindicato nacional atrase 4 días 4 días en el leasing cambio mercado camioneta interés pronto pago	días	121	3,7
	pymes	103	3,2
	empresa	104	3,2
	pago	94	2,9
	banco	89	2,7
	millones	67	2,1
	deuda	64	2,0
	pagar	57	1,8
	año	56	1,7
	contrato	49	1,5
	Ley	45	1,4
	tiempo	45	1,4
	leasing con el banco	44	1,4
	arriendo	43	1,3
Fading Trending			



Para finalizar, se realizó un análisis de los registros positivos asociados a la categoría de Innovación. En esta dimensión se identificaron los siguientes conceptos. Financiamiento 4,9%, servicios 4,1%, Facturas 3,8%, mercado 3,7% y Crowdfunding con un 3% del total de registros.



Topic Name	Mentions	%
financiamiento	50	4,9
servicios	42	4,1
facturas	39	3,8
mercado	38	3,7
año	34	3,3
sistema	34	3,3
tipo	34	3,3
firma	32	3,1
crowdfunding	31	3,0
forma	31	3,0
millones	31	3,0
operaciones	31	3,0
tecnología	31	3,0
costo	30	2,9
explica	30	2,9

Los insight obtenidos en cada uno de estos análisis permite concluir que, negativamente a nivel de servicios los comentarios se relacionan con la poca flexibilidad que ofrecen los Bancos a las pequeñas y medianas empresas (pymes) respecto al pago de los compromisos financieros, lo cual es una barrera para el desarrollo de emprendimientos. Este análisis se asocia con las nuevas tendencias en el mercado y que a través del tiempo están adquiriendo mayor valoración por parte de los nuevos pequeños empresarios, que comienzan a ver como una real opción el financiamiento a través del Crowdfunding y el desarrollo de tecnología para los procesos de gestión internos, que les permitiría reducir costos y aumentar utilidades.

El poder del análisis de Inteligencia social hoy nos permite estar a la vanguardia de lo que se percibe y lo que se habla sobre nuestros negocios, industrias y mercados, entregándonos información cualitativa y cuantitativa para poder gestionar y mejorar, la percepción y reputación de nuestra imagen, marca y de nuestros productos y servicios financieros.