



Estudio de social listening sobre “Hecho en México”

01/02/25 - 05/09/25

Datos analizados de 01/02/25 - 05/09/25

Título: Hecho en México

Aprenda cómo se percibe su marca online y mejore su estrategia

Este informe se basa en el online listening. La tecnología que ayuda a encontrar y analizar menciones de marca relevantes en fuentes como redes sociales, portales, foros, blogs, servicios de video, revisa sitios web.

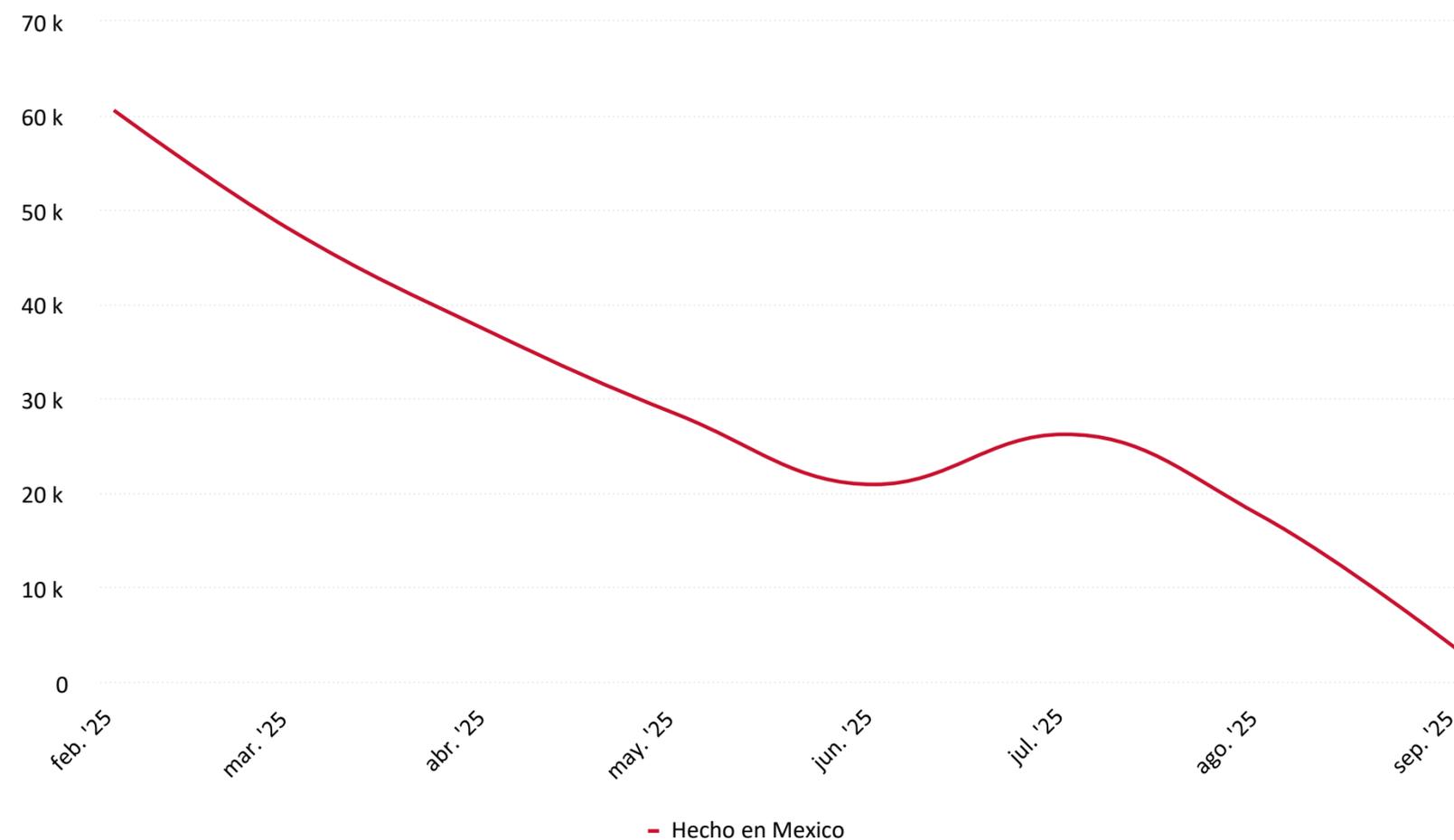
Lo que significa que este resumen perspicaz es la mejor manera de descubrir lo que la gente dice en Internet sobre su marca y expandir su presencia online.

Tabla de contenido

1.	¿Cuánto se discute tu marca en línea? Visión general de la marca	3
2.	¿Dónde tiene lugar la discusión? Análisis de fuentes	6
3.	¿Hombres o mujeres discuten más sobre tu marca? Análisis de Género	8
4.	¿Cuál es el alcance de tu marca en las discusiones en línea? Análisis de alcance	9

¿Cuánto se discute tu marca en línea?

Menciones en el tiempo



Pico

La mayor concentración de menciones se registró en **febrero de 2025**, alcanzando un total de **60,561**.

Visión general de la marca

¿Cuánto se discute tu marca en línea?

Se registraron **242,111** menciones en total, de las cuales **19,505** fueron negativas y **15,590** positivas.
Las palabras con mayor presencia en la conversación fueron: **Producto, Mexicana, Económica, Ebrard y Nacional.**



¿Cuánto se discute tu marca en línea?

Aquí se muestran los hashtags más utilizados por los usuarios. El de mayor frecuencia fue **#hechoenmexico**, con **23,095 menciones**.

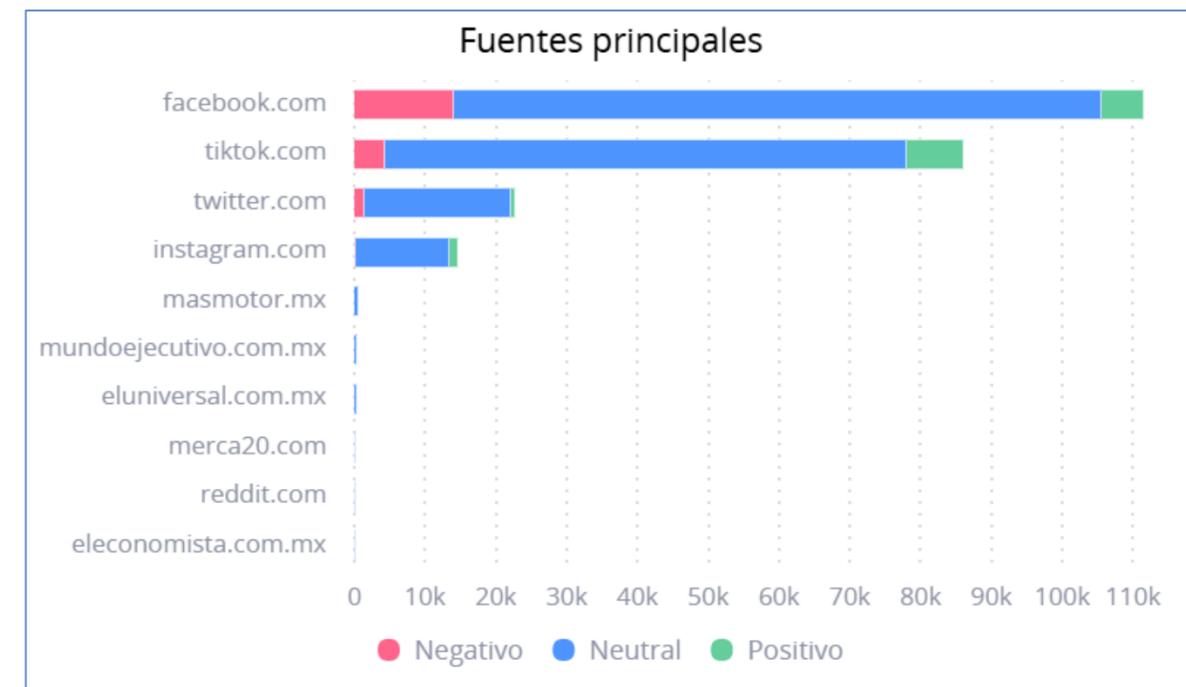
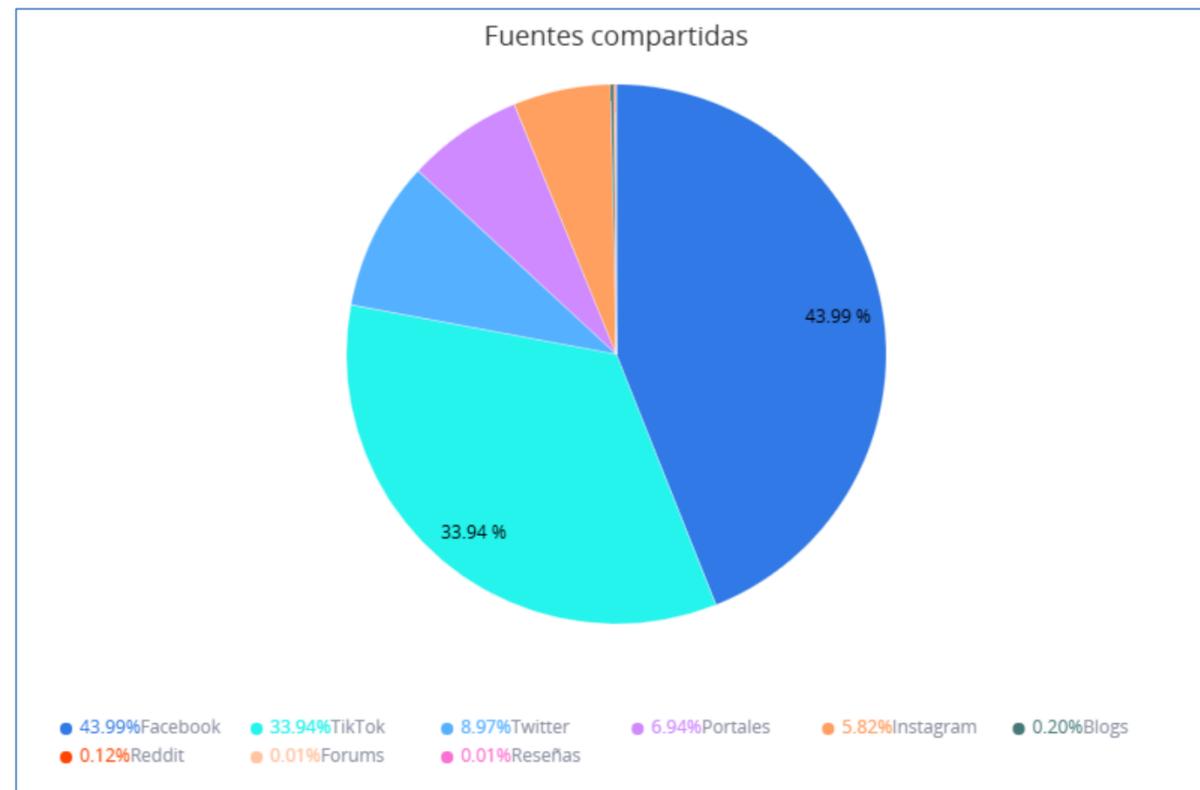
Top Hashtags



Análisis de fuentes

¿Dónde tiene lugar la discusión?

Facebook (43.99%) y TikTok (33.94%) fueron las plataformas que concentraron la mayor parte de la conversación.



Análisis de fuentes

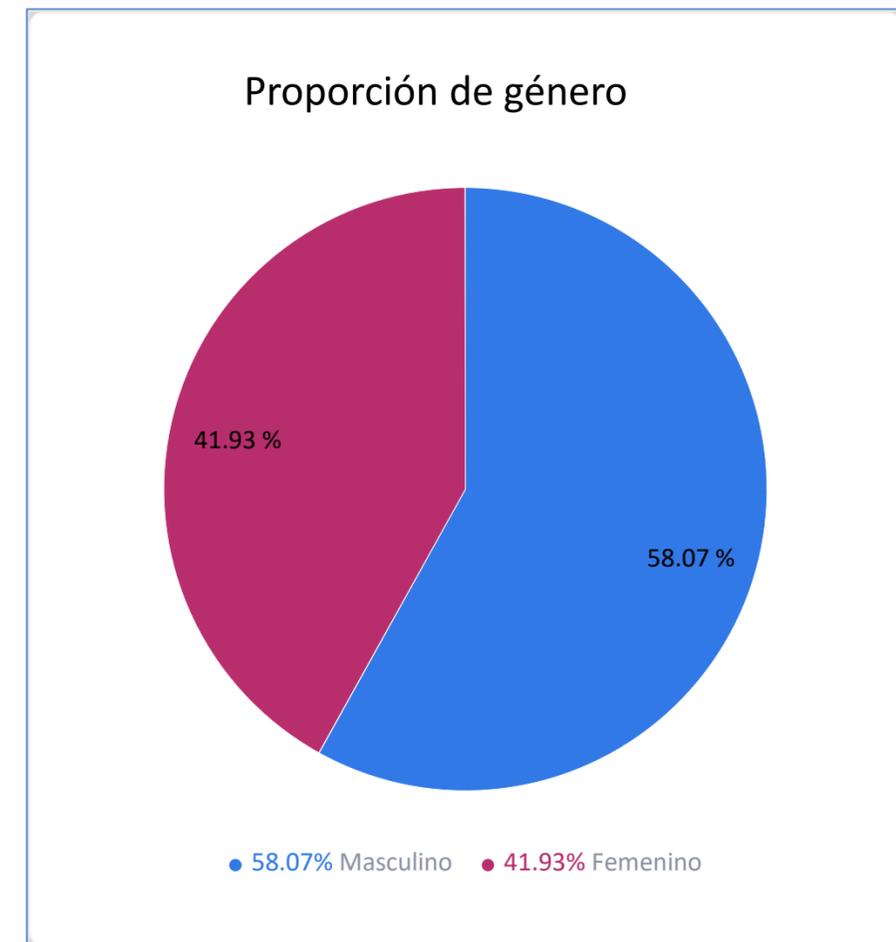
¿Dónde tiene lugar la discusión?

Aunque Facebook concentró el mayor número de menciones, fue TikTok la plataforma que generó mayor interacción, acumulando más de 7 millones de “me gusta”, más de 737 mil compartidos y más de 252 mil comentarios.



¿Hombres o mujeres discuten más sobre tu marca?

La conversación sobre “Hecho en México” estuvo liderada por **hombres**, quienes representaron **el 58.07% de las menciones**, mientras que las **mujeres** participaron con **el 41.93%**. Este comportamiento refleja un mayor interés masculino en torno al tema, aunque la presencia femenina también tuvo un papel significativo dentro del debate digital.



¿Cuál es el alcance de tu marca en las discusiones en línea?

La conversación alcanzó a **1,264,133,880 personas**, lo que evidencia la magnitud e influencia del tema en el ecosistema digital.

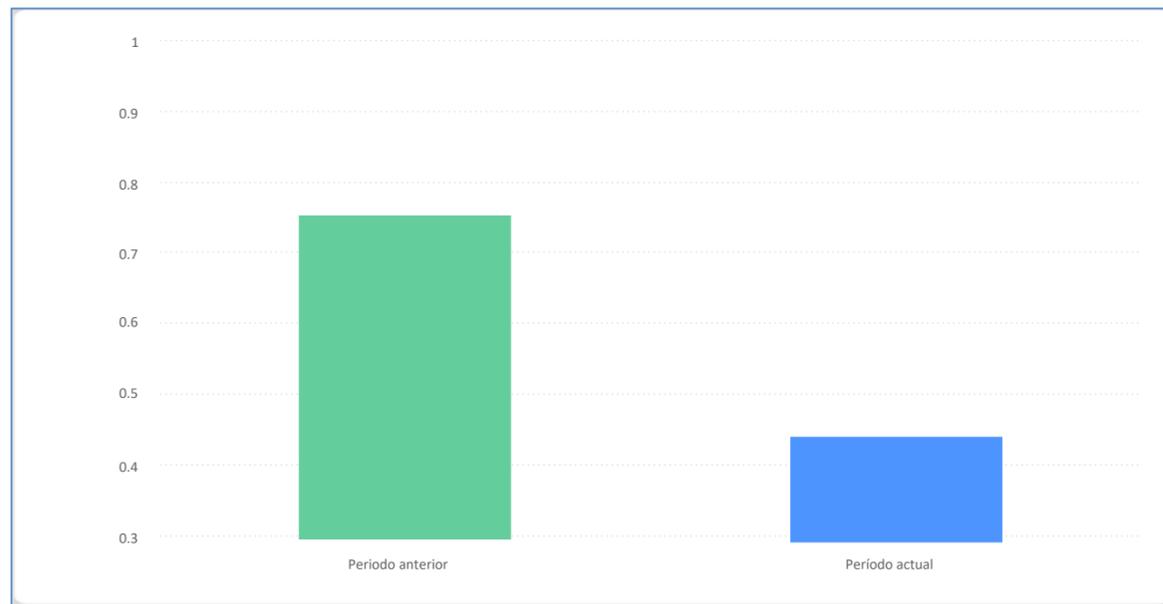
~1264m TOTAL	~31m POSITIVO	~9m NEGATIVO
↳	~8m PÁGINAS WEB	~1215m SOCIAL MEDIA
DESGLOSE DE LAS FUENTES		
~772m FACEBOOK	~18m INSTAGRAM	~424m TWITTER
~41m TIKTOK	~1m REDDIT	~46k RESEÑAS
~8m PORTALES	1782 FORUMS	~234k BLOGS

¿Cómo se percibe tu marca en línea?

Dentro de la conversación digital, el **85.42%** de las menciones fueron neutrales, mientras que el **8.66%** resultaron negativas y el **6.92%** positivas. Esto muestra que la mayoría de los comentarios se mantuvieron informativos u objetivos, con una menor proporción de posturas favorables o críticas.



Salud de la marca antes y ahora En comparación con el período anterior, el número de menciones positivas ha aumentado un 5.85 %y el número de menciones negativas ha aumentado un 288.7 %. Esto cambió el Índice de Salud de Marca de 0.75 (25 de jun. de 2024 - 1 de feb. de 2025) a 0.44 (1 de feb. de 2025 - 5 de sep. de 2025)





COLOCANDO IDEAS_