

LLYC

ANÁLISIS DE LA CONVERSACIÓN SOCIAL

INCREMENTO DEL PRECIO DE LA LUZ

RESUMEN EJECUTIVO

En los últimos meses, el debate sobre el precio de la luz ha copado los medios de comunicación regionales y nacionales y ha estado en el centro del debate político.

¿Es algo realmente nuevo? ¿O el debate sobre el precio de la energía lleva ya tiempo con nosotros? ¿Cómo ha cambiado a lo largo de los años? ¿Qué papel juegan las fuerzas políticas en su evolución? ¿Y las empresas?

Desde LLYC, hemos analizado la conversación social generada alrededor del tema del precio de la luz a lo largo de los últimos 6 años.

Las redes sociales se han convertido en un canal de comunicación clave. Tienen un papel fundamental en cómo se conforma la opinión pública. Es imprescindible para una empresa escuchar y analizar la evolución de esa conversación social para tener un mejor entendimiento de la actualidad y anticipar comportamientos y decisiones futuras.

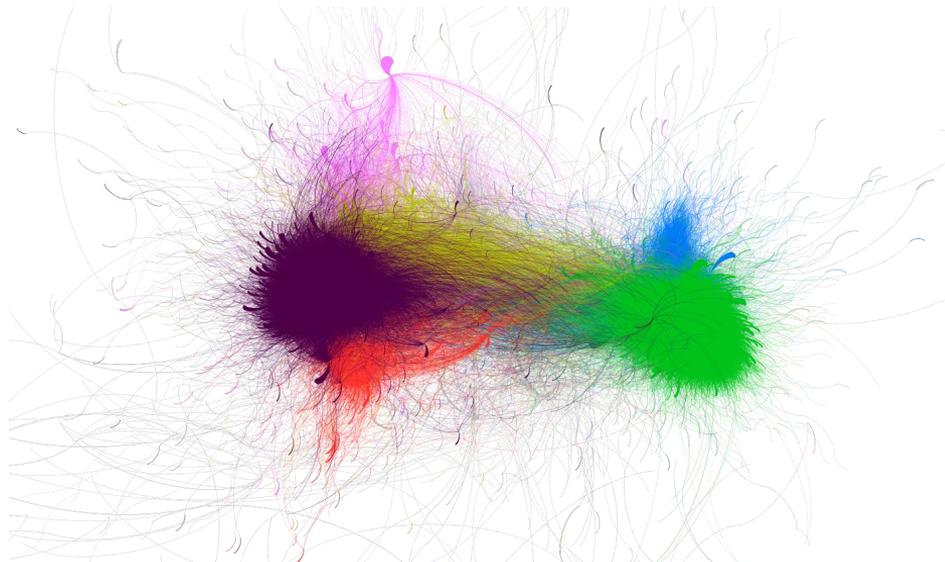
Gracias a su alianza con Brandwatch, LLYC tiene acceso a la mayor cantidad de datos posible de la red social Twitter. Brandwatch es la empresa líder a nivel mundial en digital consumer intelligence. Cuenta con el archivo de conversación más grande jamás registrado: 1,3 billones de posts disponibles; fichero completo de *Twitter*, *Reddit* y *Tumblr* (con 500 millones de nuevas conversaciones al día). Que junto a las capacidades de LLYC en analítica de datos, IA, NLP y SNA permiten estructurar, analizar y visualizar análisis de grandes volúmenes de datos desestructurados como son las conversaciones.

El presente informe resume los principales findings y conclusiones del análisis de más de 6 millones de menciones en Twitter referenciadas a la geografía española.

Si quieres saber más, o estás interesado en saber cómo se posiciona tu empresa en la conversación social alrededor de este tema tan caliente, escríbenos y te expondremos más insights.

FICHA TÉCNICA

El análisis se ha centrado en el estudio de las conversaciones sobre el incremento del precio de la luz que han tenido lugar en Twitter y están referenciadas a la geografía española. Para determinar la conversación relevante para el análisis se han utilizado todas las conversaciones en las que se mencionan palabras relacionadas con electricidad, luz y las raíces increment, subida, sube, crece, crecimiento, crecida, eleva, precio, encarece.



PERIODO DE TIEMPO ANALIZADO

6 AÑOS (09/2015-09/2021)

KEYWORD ANALIZADO

INCREMENTO DEL PRECIO DE LA LUZ

FUENTE DE DATOS

TWITTER

MENSAJES

5.9M

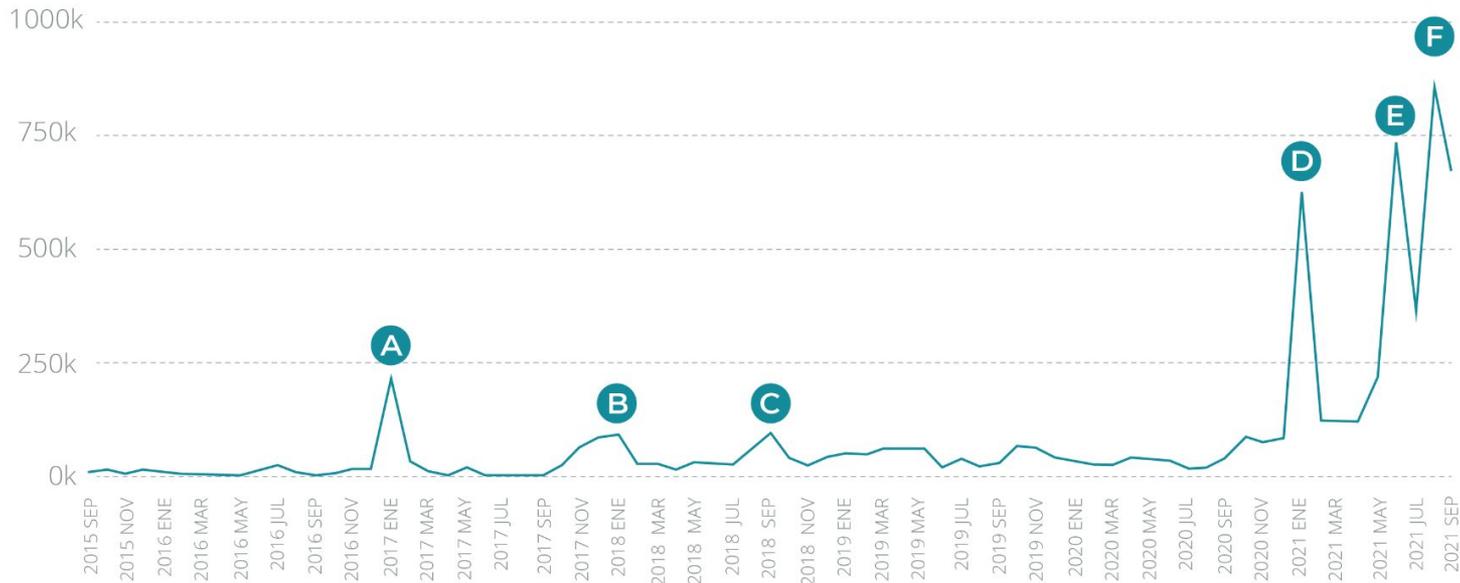
LLYC



**EVOLUCIÓN DE
LA CONVERSACIÓN**

EVOLUCIÓN DE LA CONVERSACIÓN

NÚMERO DE MENSAJES DESDE EL 1 DE SEPTIEMBRE DE 2015 HASTA EL 23 SEPTIEMBRE DE 2021



EVOLUCIÓN DE LA CONVERSACIÓN

NÚMERO DE MENSAJES (01/09/2015-23/09/2021) E HITOS PRINCIPALES

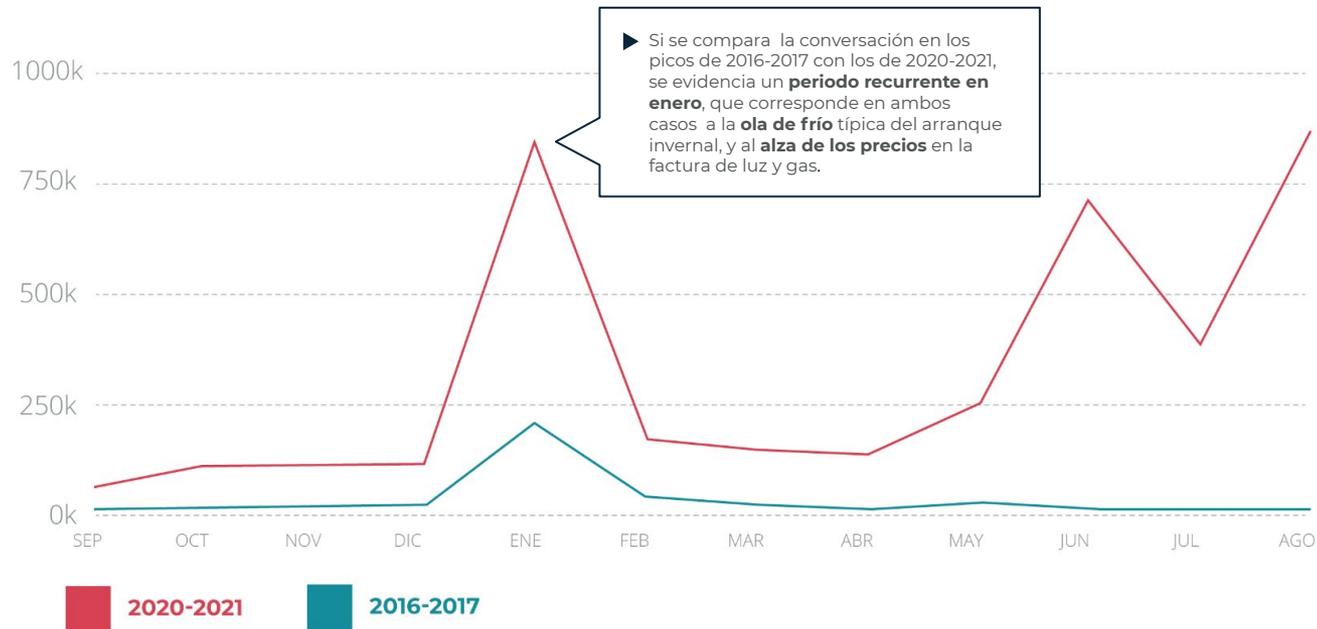
PRINCIPALES PICOS DE CONVERSACIÓN

- A (19 DE ENERO DE 2017)**
El precio de la luz y del gas se dispara al inicio de 2017 en plena #OlaDeFríoPolar. El perfil de Jordi Évole tiene el mayor reach en el pico de conversación.
- B (3 DE ENERO DE 2018)**
Las noticias reportan el incremento de lo que se conoce como PVPC, que se refleja en un nuevo aumento de facturas. Es achacado al desplome del 48,4% provocado por la sequía en la producción hidroeléctrica en 2017, y a la menor intensidad de viento, que redujo un 1,6% la generación eólica en el conjunto del ejercicio, según Red Eléctrica de España.
- C (5 DE SEPTIEMBRE DE 2018)**
FACUA alerta de que el precio de la luz bate su récord de 2018 y ya es un 24% más caro que el año anterior. Se producen las primeras tomas de posición de los partidos. Podemos y PP critican la gestión de las autoridades políticas.
- D (8 DE ENERO DE 2021)**
El precio de la luz y del gas se dispara al inicio de 2021 en plena ola de frío.
- E (1 DE JUNIO DE 2021)**
Si bien entra en vigor una nueva factura de la luz, el precio continúa subiendo. Es un 44% más caro que el del año anterior. Crece la polémica contra las autoridades políticas. A menudo la situación se compara con las subidas durante el gobierno Rajoy. Los hashtags más usados son #subidaluz y #rajoy
- F (13 DE AGOSTO DE 2021)**
El precio de la luz sigue aumentando. Los progresistas lo achacan a las grandes eléctricas; los conservadores a las autoridades políticas. La mayoría de la conversación es ahora política o está politizada.



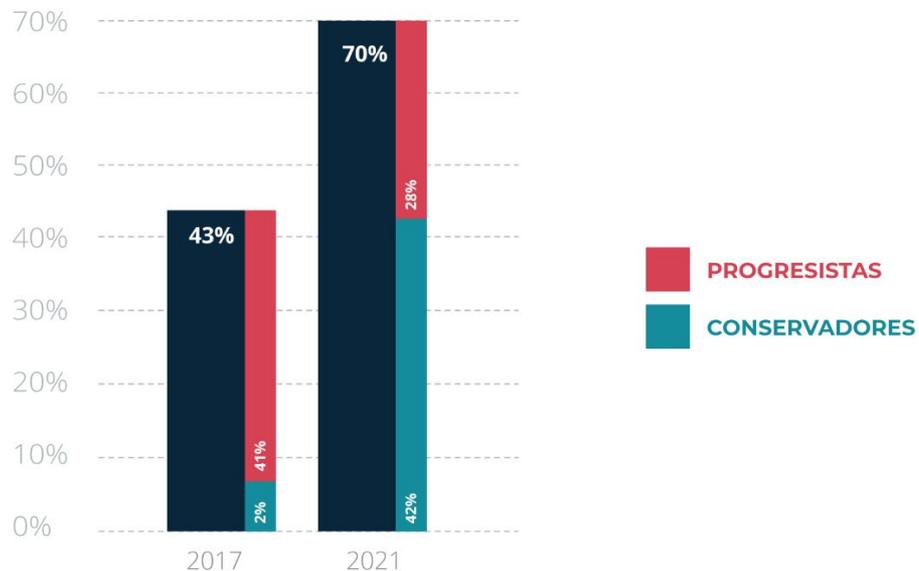
EVOLUCIÓN DE LA CONVERSACIÓN

2016-2017 VS 2020-2021



EVOLUCIÓN DE LA CONVERSACIÓN

2016-2017 VS 2020-2021



INSIGHTS

COMPARADOS LOS PICOS DE CONVERSACIÓN QUE SE OBSERVAN EN ENERO DE LOS DOS AÑOS, PUEDEN EXTRAERSE LAS SIGUIENTES CONCLUSIONES:

La conversación en enero 2017 (43% del total) no está tan politizada como la de 2021 (70% del total).

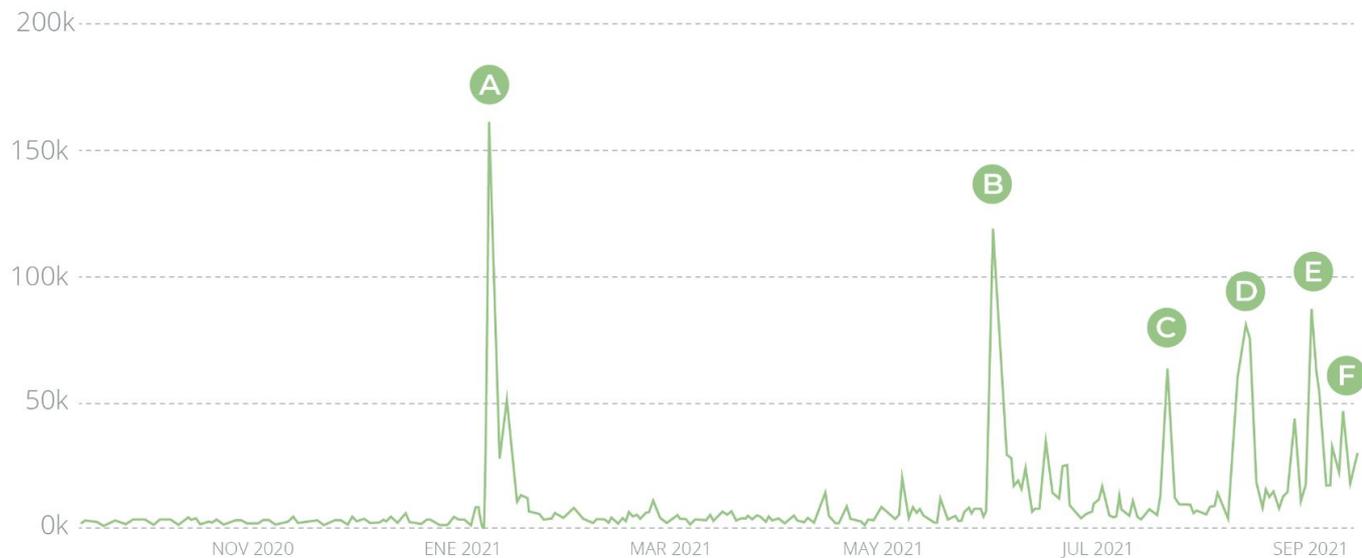
De la ESCASA conversación politizada que se puede extraer en 2017, hubo un mayor volumen de **conversación progresista (41% del total)** de la conversación de enero vs solo un **2% de conversación conservadora**).

EN 2021, EN CAMBIO, LA TENDENCIA ES LA CONTRARIA:

La conversación, mucho más politizada, es alentada en su mayoría por perfiles **conservadores (42% vs 28% progresistas)**

EVOLUCIÓN DE LA CONVERSACIÓN

EVOLUCIÓN DE LA CONVERSACIÓN (13.09.20-13.09.21) E HITOS PRINCIPALES



EVOLUCIÓN DE LA CONVERSACIÓN

NÚMERO DE MENSAJES (01/09/2015-01/09/2021) E HITOS PRINCIPALES

PRINCIPALES PICOS DE CONVERSACIÓN

- A (08 DE ENERO DE 2021)**

Los precios de la luz y el gas se disparan en el inicio de 2021 en plena ola de frío.
- B (01 DE JUNIO DE 2021)**

Entra en vigor una nueva factura de la luz para contrarrestar una subida acumulada del 44% en lo que se lleva de año. Se aviva la polémica contra las autoridades políticas, y se le recuerdan sus críticas a las alza de precios en la etapa del gobierno Rajoy. Los hashtags más usados son #subidaluz y #rajoy.
- C (21 DE JULIO DE 2021)**

Nuevo récord en la factura. En los diarios se leen titulares como: *"El consumidor español pagará hoy el precio de la luz más caro de Europa"*. La ministra Teresa Ribera se convierte en indeseada protagonista. Al debate se suma la conversación alrededor del especial #LasCosasClaras172 sobre el incremento de la factura de la luz. PODEMOS y @ionebelarra, en #LasCosasClaras, reclaman la creación de una empresa pública de energía para contrarrestar el poder de las grandes empresas privadas del sector.
- D (13 DE AGOSTO DE 2021)**

El precio de la luz sigue desbocado. Los progresistas le echan la culpa a las grandes eléctricas; los conservadores a las autoridades políticas. La mayoría de la conversación se vuelve ahora política o está politizada.
- E (31 DE AGOSTO DE 2021)**

Los sindicatos UGT y CCOO descartan una protesta contra las autoridades políticas por la subida sin precedentes del precio de la luz. Los internautas se indignan por el silencio progresista (ataques a Jordi Évole por su silencio actual frente a sus críticas a Rajoy en 2017). Los conservadores continúan con su ofensiva.
- F (09 DE SEPTIEMBRE DE 2021)**

Nuevo récord en el precio de la luz, que supera los 150 euros por megavatio hora. La polémica contra los progresistas arrecia.

LLYC

ANÁLISIS DE COMUNIDADES



LLYC

ANÁLISIS DE LA CONVERSACIÓN SOCIAL · INCREMENTO DEL PRECIO DE LA LUZ

CONSERVADORES, PROGRESISTAS, ENTORNO MEDIÁTICO Y VERTICALES

ANÁLISIS DE COMUNIDADES

A

B

C

A

PROGRESISTAS

B

**ENTORNO
MEDIÁTICO Y
VERTICALES**

C

CONSERVADORES

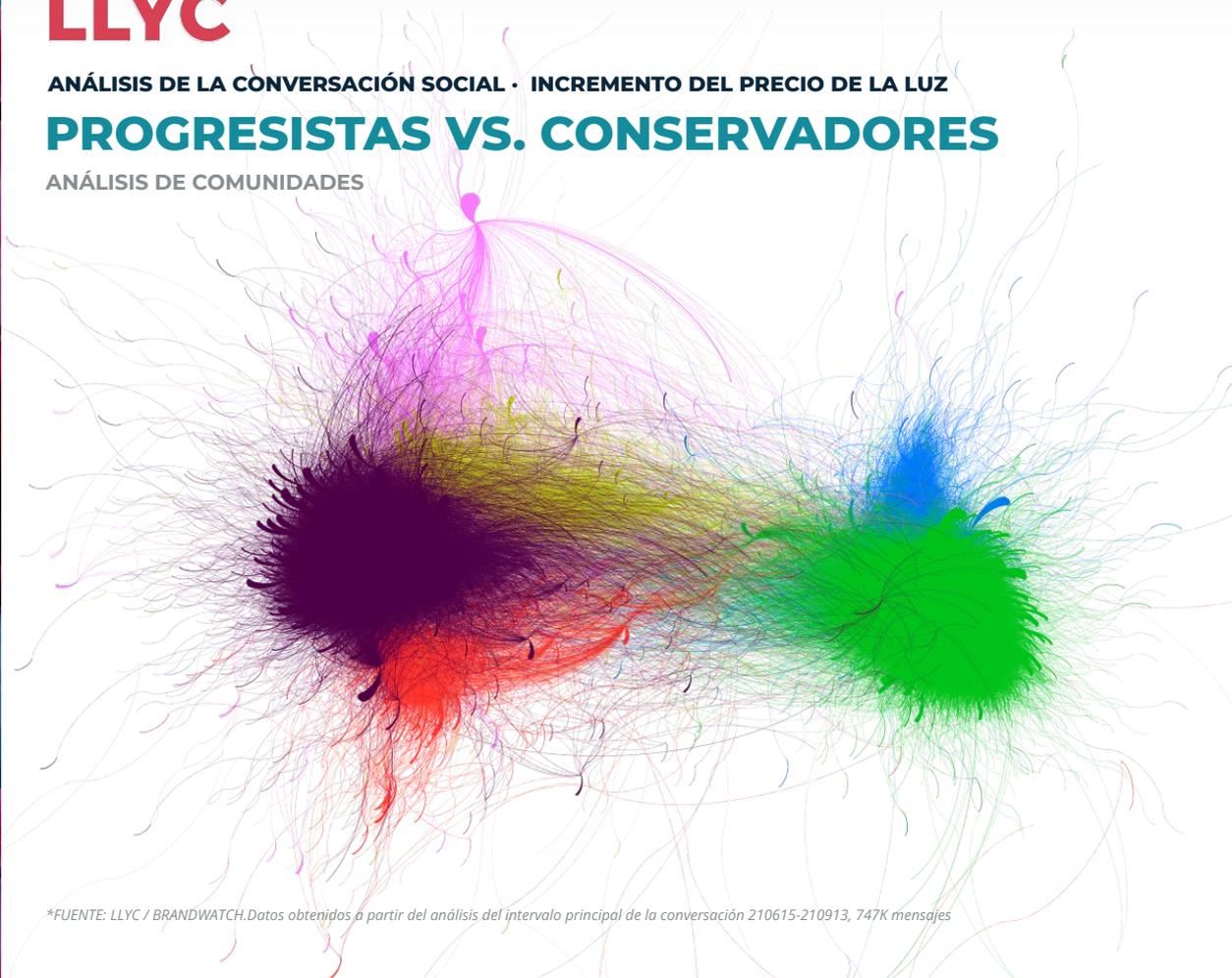
*FUENTE: LLYC / BRANDWATCH. Datos obtenidos a partir del análisis del intervalo principal de la conversación 210615-210913, 747K mensajes

LLYC

ANÁLISIS DE LA CONVERSACIÓN SOCIAL · INCREMENTO DEL PRECIO DE LA LUZ

PROGRESISTAS VS. CONSERVADORES

ANÁLISIS DE COMUNIDADES



MENSAJES **73%**
PERFILES **78%**
ALCANCE **72%**

Las **comunidades segmentadas** atribuidas a progresistas y conservadoras generan el **73%** de la totalidad de **mensajes**. Activan el **78%** de las **cuentas** y logran un **72%** de reach (alcance) frente al total de la conversación sobre la subida del precio de la luz.

La comunidades formadas por el **entorno mediático** y **medios verticales o de información especializada** suman apenas el **5%** de los **mensajes**, aglutinan el **7%** de los **perfiles** y logran un **13%** del alcance total.

*FUENTE: LLYC / BRANDWATCH. Datos obtenidos a partir del análisis del intervalo principal de la conversación 210615-210913, 747K mensajes

LLYC

ANÁLISIS DE LA CONVERSACIÓN SOCIAL · INCREMENTO DEL PRECIO DE LA LUZ

CONJUNTO DE PROGRESISTAS

ANÁLISIS DE COMUNIDADES



MENSAJES **30%**
PERFILES **43%**
ALCANCE **32%**

El conjunto de **comunidades** progresistas genera el **30%** de la totalidad de **mensajes**, activa el **43%** de las **cuentas** y logra un **32%** de reach.

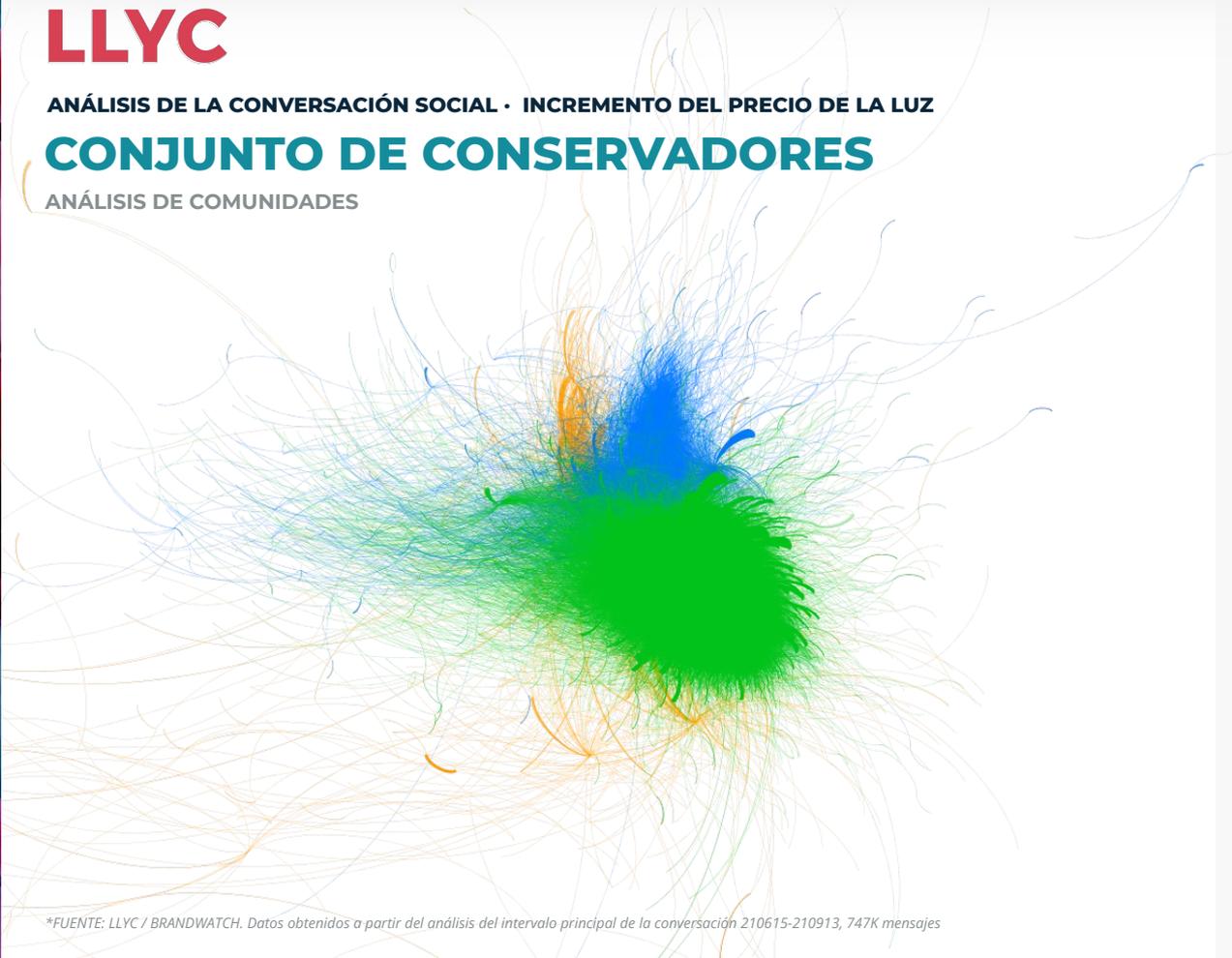
*FUENTE: LLYC / BRANDWATCH. Datos obtenidos a partir del análisis del intervalo principal de la conversación 210615-210913, 747K mensajes

LLYC

ANÁLISIS DE LA CONVERSACIÓN SOCIAL · INCREMENTO DEL PRECIO DE LA LUZ

CONJUNTO DE CONSERVADORES

ANÁLISIS DE COMUNIDADES



MENSAJES **43%**
PERFILES **35%**
ALCANCE **40%**

El conjunto de **comunidades** conservadoras genera el **43%** de la totalidad de **mensajes**, activa el **35%** de las **cuentas** y logra un **40%** de reach (alcance).

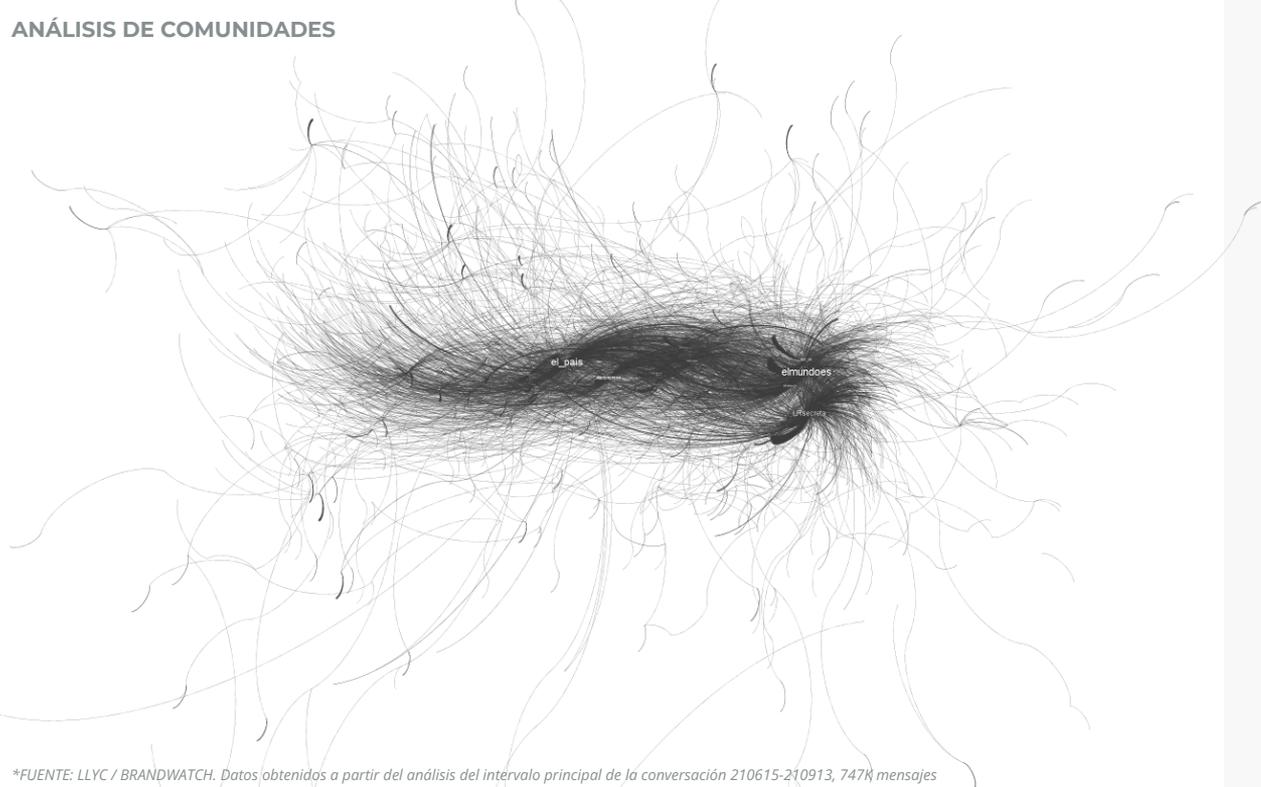
*FUENTE: LLYC / BRANDWATCH. Datos obtenidos a partir del análisis del intervalo principal de la conversación 210615-210913, 747K mensajes

LLYC

ANÁLISIS DE LA CONVERSACIÓN SOCIAL · INCREMENTO DEL PRECIO DE LA LUZ

ENTORNO MEDIÁTICO C22

ANÁLISIS DE COMUNIDADES



MENSAJES **3%**
PERFILES **5%**
ALCANCE **11%**

*FUENTE: LLYC / BRANDWATCH. Datos obtenidos a partir del análisis del intervalo principal de la conversación 210615-210913, 747K mensajes

LLYC

ANÁLISIS DE LA CONVERSACIÓN SOCIAL · INCREMENTO DEL PRECIO DE LA LUZ

VERTICALES | INFORMACIÓN ESPECIALIZADA C5

ANÁLISIS DE COMUNIDADES

Operador Luzcar

Operador Luzcar



MENSAJES **1%**
PERFILES **2%**
ALCANCE **2%**

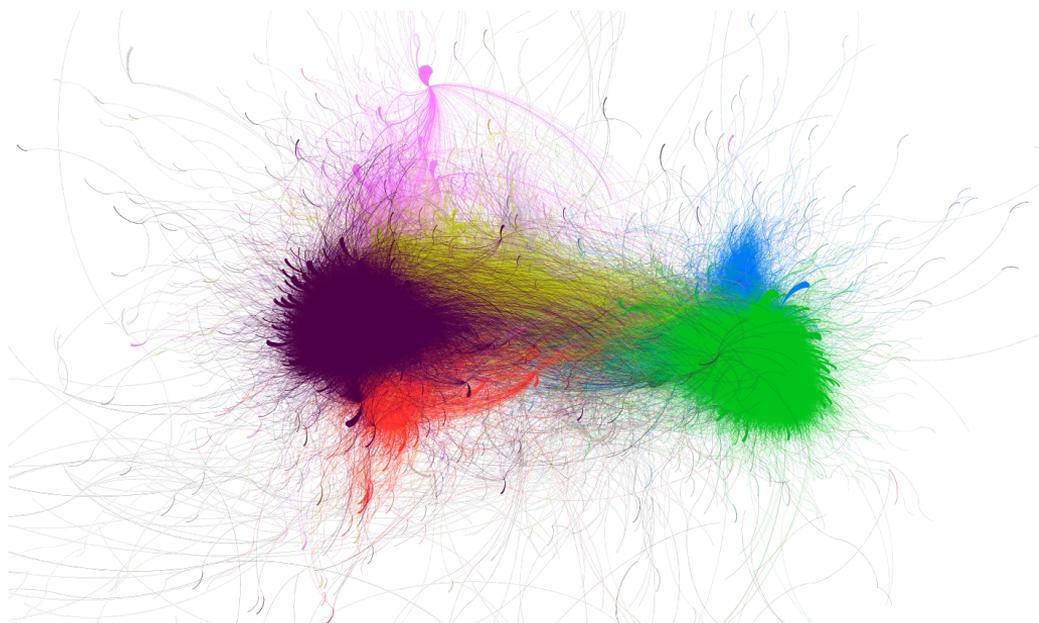
*FUENTE: LLYC / BRANDWATCH. Datos obtenidos a partir del análisis del intervalo principal de la conversación 210615-210913, 747K mensajes

LLYC



ANÁLISIS DE LA CONVERSACIÓN

TEMÁTICAS DE INTERÉS



ANÁLISIS DE RESPONSABILIDAD

EL **18%** DE LA CONVERSACIÓN SE CENTRA EN ENCONTRAR RESPONSABLES DE LA SUBIDA DEL PRECIO DE LA LUZ

CONVERSACIÓN SOBRE FACTURA Y RECIBO

EL **11%** DE LOS MENSAJES CONTIENE MENCIONES EXPLÍCITAS A LA FACTURA O RECIBO DE LA LUZ

ANÁLISIS DE MEDIDAS PROPUESTAS

EL **8%** DE LA CONVERSACIÓN ENUMERA O PROPONE DIFERENTES MEDIDAS PARA EVITAR LA SUBIDA DEL PRECIO DE LA LUZ

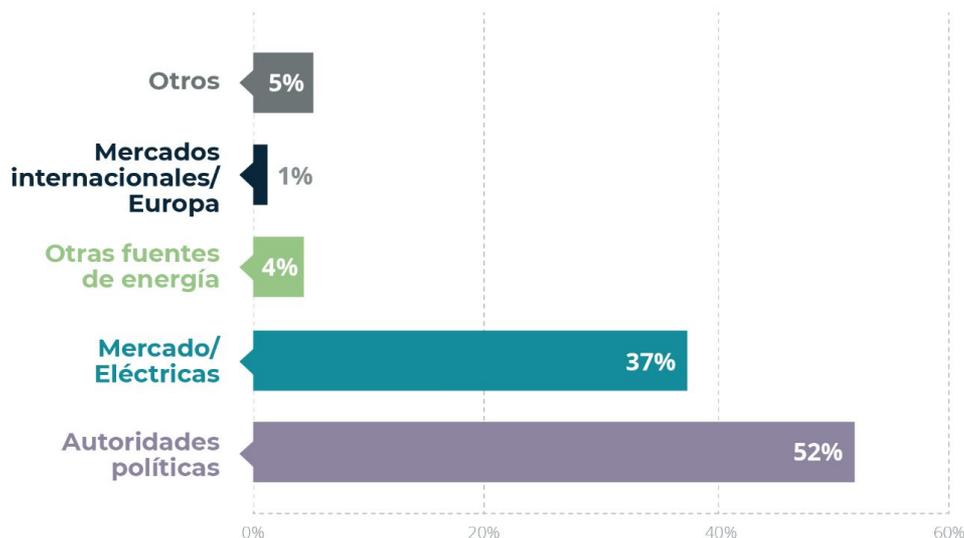
CONVERSACIÓN SOBRE HÁBITOS

SOLO EL **2%** DE LAS PUBLICACIONES ABORDA LA EXPRESAMENTE LOS HÁBITOS DE CONSUMO

ANÁLISIS DE ACTUALIDAD - UN SEPTIEMBRE DE DEBATE

EL **28%** DE LA TOTALIDAD DE LA CONVERSACIÓN SE CONCENTRA EN SEPTIEMBRE

¿QUIÉN ES RESPONSABLE DE LA SUBIDA DEL PRECIO DE LA LUZ?



*FUENTE: LLYC / BRANDWATCH. Datos obtenidos a partir del análisis del intervalo principal de la conversación 210615-210913 | 747K mensajes

INSIGHTS

EL **18%** DE LA CONVERSACIÓN SE CENTRA EN **UBICAR AL RESPONSABLE** DE LA SUBIDA DEL PRECIO DE LA LUZ.

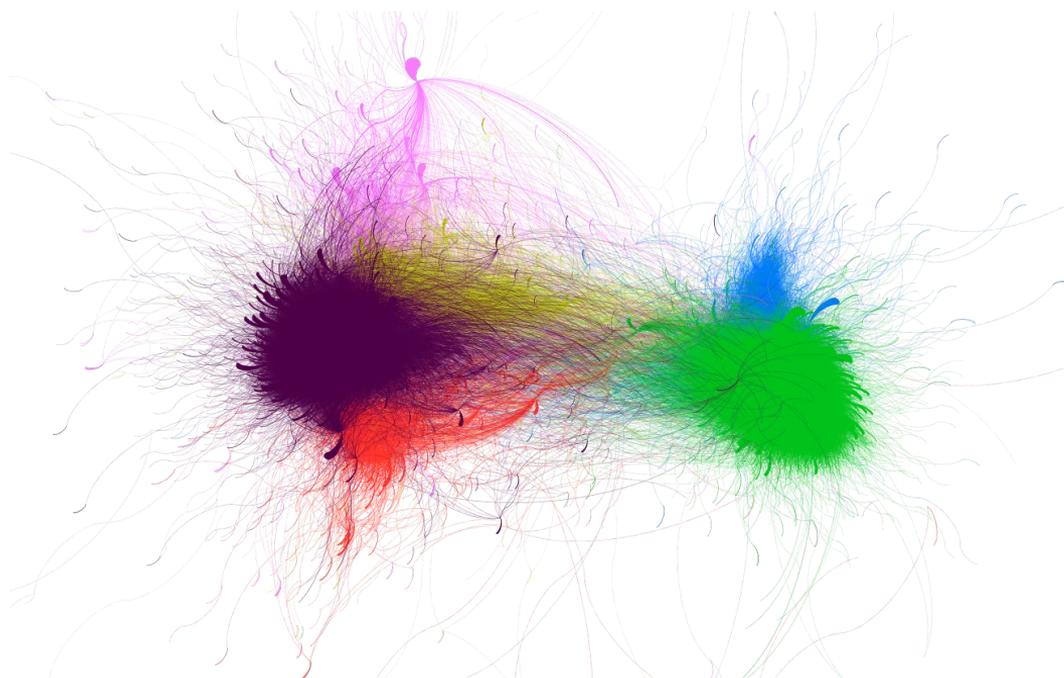
LA **CONVERSACIÓN SOCIAL** RESPONSABILIZA DE FORMA DESTACADA A **AUTORIDADES POLÍTICAS** Y **COMPAÑÍAS ELÉCTRICAS** DEL AUMENTO DEL PRECIO DE LA LUZ.

Las **autoridades políticas** son consideradas responsables de la subida (52%). seguidas, por volumen de mensajes, de las **compañías eléctricas** (37%).

Solo el 4% de los mensajes considera que el incremento puede deberse a cuestiones vinculadas a las **fuentes de energía** (renovables, nucleares, combustibles fósiles).

LA **CONVERSACIÓN SOBRE PACTOS O NEGOCIACIONES** APENAS REPRESENTA EL **0,5% DEL TOTAL**.

¿QUÉ COMUNIDADES SE ACTIVAN CON MAYOR FACILIDAD?

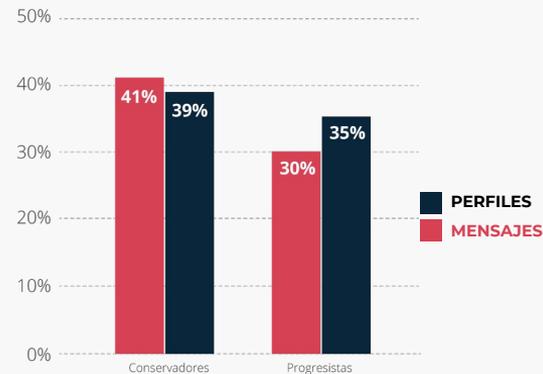


*FUENTE: LLYC / BRANDWATCH. Datos obtenidos a partir del análisis del intervalo principal de la conversación 210615-210913 | 747K mensajes

INSIGHTS

Tanto conservadores como progresistas se activan de forma notoria cuando la conversación exige “responsables”. En conjunto, ese tipo de mensajes engloban el 74% de las cuentas activas y genera el 71% de la conversación.

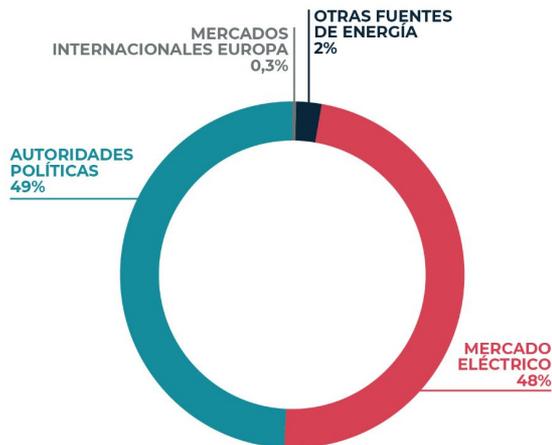
Si bien el peso de los perfiles y mensajes de ambos polos son parecidos, los **conservadores protagonizan claramente** la exigencia de responsabilidades.



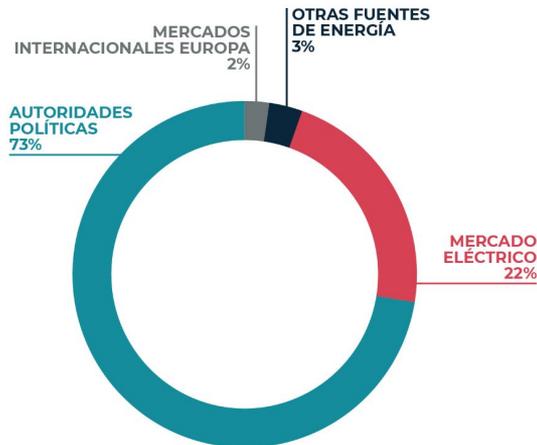
El **39%** de los perfiles activos en torno a la temática pertenece al conglomerado conservador (vs 35% progresista)

¿A QUÉ SECTOR DIRIGEN SUS CRÍTICAS LOS CONSERVADORES Y A CUÁL LOS PROGRESISTAS?

PROGRESISTAS



CONSERVADORES



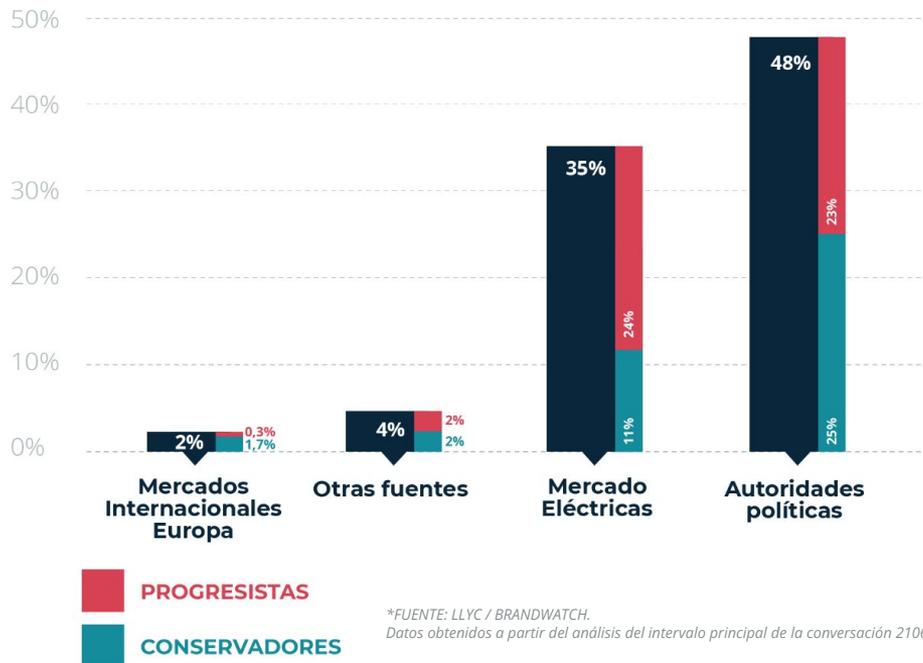
INSIGHTS

EL CONJUNTO PROGRESISTA RESPONSABILIZA DE LA SUBIDA DEL PRECIO DE LA LUZ POR IGUAL A LAS **AUTORIDADES POLÍTICAS** (49% DE MENSAJES CRÍTICOS) Y A LAS **ELÉCTRICAS** (48%).

LOS CONSERVADORES SITUAN A LAS **AUTORIDADES POLÍTICAS** COMO MÁXIMO RESPONSABLE (73% DE MENSAJES CRÍTICOS).

¿QUIÉN ES RESPONSABLE DE LA SUBIDA DEL PRECIO DE LA LUZ?

PERFILES ACTIVOS · RESPONSABILIDAD



INSIGHTS

EL **89%** DE LA TOTALIDAD DE PERFILES SE ACTIVAN PARA CRITICAR A UNO O MÁS DE LOS SECTORES ANALIZADOS.

LAS AUTORIDADES POLÍTICAS (48%) Y LAS COMPAÑÍAS ELÉCTRICAS (35%) SON LOS SECTORES QUE MÁS ATRAEN A PERFILES CRÍTICOS.

AUTORIDADES POLÍTICAS

El número de perfiles activos críticos con las **autoridades políticas es ligeramente superior** en la comunidad conservadora (25%), que en la progresista (23%).

MERCADO ELÉCTRICO

El **mercado eléctrico** es protagonista de una mayor crítica de perfiles **progresistas** (24% de la totalidad de cuentas activas críticas al sector).

OTRAS FUENTES DE ENERGÍA

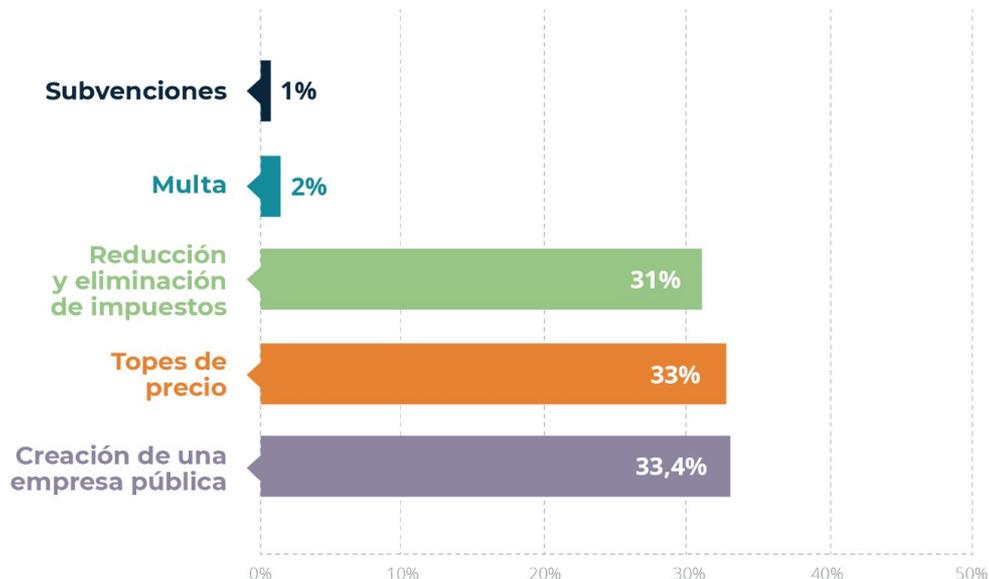
El número de perfiles activos que culpabilizan a otras **fuentes de energía es idéntico** entre las comunidades conservadoras (2%) y progresistas (2%).

MERCADOS INTERNACIONALES | EUROPA

Los **mercados internacionales y europa** son objeto de mayor crítica por parte de perfiles **conservadores** (1,7% de la totalidad de cuentas activas críticas al sector).

¿QUÉ CREEN QUE DEBEN HACER LAS AUTORIDADES POLÍTICAS?

MENSAJES CONVERSACIÓN TOTAL · MEDIDAS



INSIGHTS

EL **8%** DE LA CONVERSACIÓN SE CENTRA EN SEÑALAR DIFERENTES MEDIDAS PARA EVITAR LA SUBIDA DEL PRECIO DE LA LUZ.

LA CONVERSACIÓN SOCIAL UBICA COMO MEDIDAS PROTAGONISTAS LA **CREACIÓN DE UNA EMPRESA PÚBLICA (33,4%)** Y EL **ESTABLECIMIENTO DE UN PRECIO MÁXIMO (33%)**

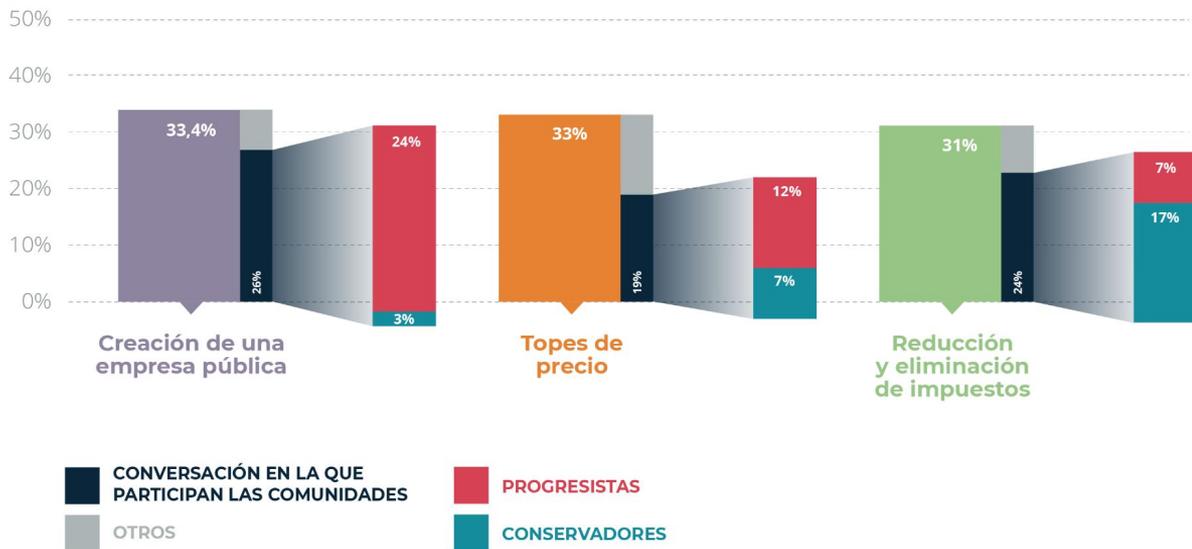
Aunque prácticamente engloban el mismo peso en la conversación, la **creación de una empresa pública** es la **principal medida** sugerida.

Reducir y eliminar los impuestos es la siguiente medida de interés; engloba el **31%** de los mensajes.

Establecer **subvenciones o multas** son medidas apenas relevantes..

¿QUÉ CREEN QUE DEBEN HACER LAS AUTORIDADES POLÍTICAS?

MENSAJES GENERADOS POR COMUNIDADES SEGMENTADAS · MEDIDAS PROTAGONISTAS



INSIGHTS

LAS TRES MEDIDAS PROTAGONISTAS DE LA CONVERSACIÓN SOCIAL LO SON TAMBIÉN PARA LAS COMUNIDADES POLITIZADAS.

La creación de una **empresa pública (26%)** y la **reducción y eliminación de impuestos (24%)** son las medidas más comentadas por las comunidades **conservadoras y progresistas**. El resto de mensajes son generados por comunidades no politizadas.

CREACIÓN DE UNA EMPRESA PÚBLICA

De la totalidad de mensajes generados sobre la creación de una empresa pública por las comunidades (26%), el **24%** pertenece a los **progresistas** y solo el **3%** a los **conservadores**.

REDUCCIÓN | ELIMINACIÓN IMPUESTOS

Del total de referencias sobre impuestos (24%), el **17%** es generado por **conservadores** y el **7%** por **progresistas**.

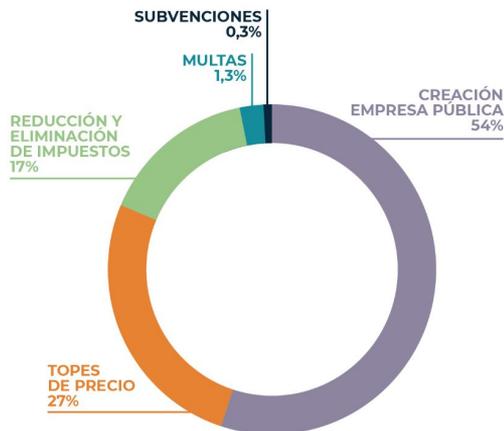
PRECIO MÁXIMO

En la hipótesis de fijar un precio máximo (19%), el **12%** es generado por **progresistas** y el **7%** por **conservadores**.

¿DE QUÉ MEDIDAS HABLAN MÁS PROGRESISTAS Y CONSERVADORES?

MENSAJES GENERADOS POR COMUNIDADES SEGMENTADAS · MEDIDAS POR VOLUMEN DE MENSAJES

PROGRESISTAS



CONSERVADORES



INSIGHTS

LOS PROGRESISTAS SUGIEREN **MÁS DEL DOBLE DE MEDIDAS QUE LOS CONSERVADORES (+132%)**

PROGRESISTAS

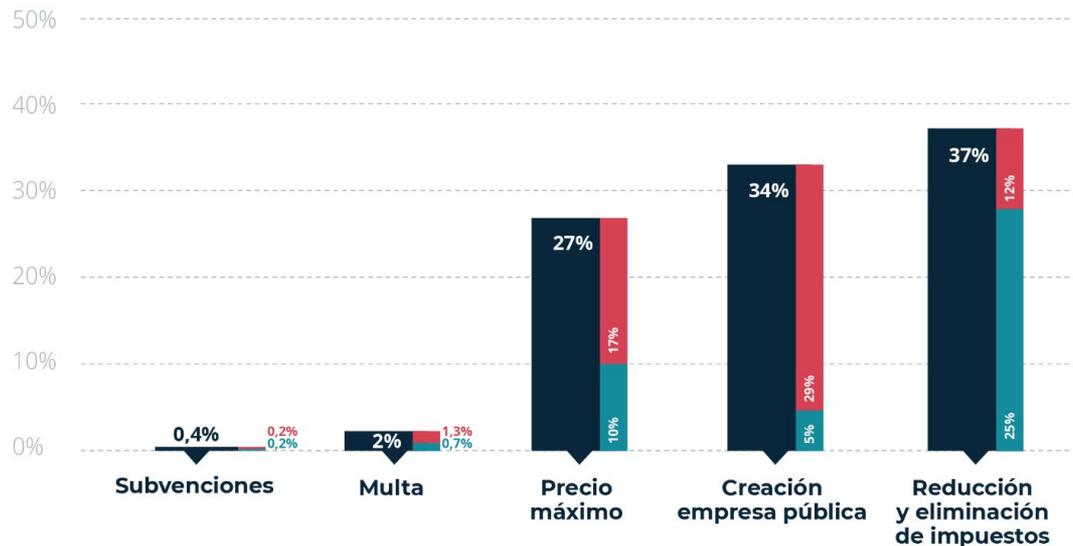
El segmento progresista propone la **creación de una empresa pública** como medida prioritaria (54% de la totalidad de sus mensajes sobre la temática). El establecimiento de un precio máximo es la siguiente en importancia (27%).

CONSERVADORES

Los conservadores priorizan la **reducción y eliminación de impuestos** como medida principal (64%). El establecimiento de un precio máximo (24%) es su segunda recomendación.

¿QUÉ CREEN QUE DEBEN HACER LAS AUTORIDADES POLÍTICAS?

PERFILES ACTIVOS · MEDIDAS



*FUENTE: LLYC / BRANDWATCH.

Datos obtenidos a partir del análisis del intervalo principal de la conversación 210615-210913 | 747K mensajes

INSIGHTS

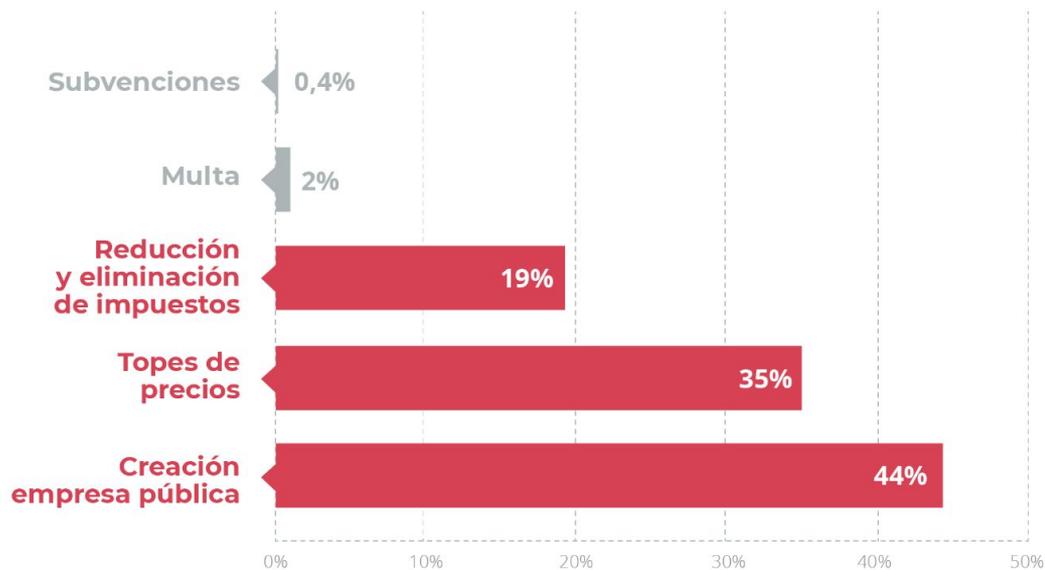
DEL TOTAL DE PERFILES POLITIZADOS ANALIZADOS, LA MAYOR PARTE PROPONE **REDUCIR Y ELIMINAR IMPUESTOS** (37%).

LA **CREACIÓN DE UNA EMPRESA PÚBLICA** (34%) Y EL ESTABLECIMIENTO DE UN **PRECIO MÁXIMO** (2%) SON LAS SIGUIENTES MEDIDAS MÁS SUGERIDAS.

Los mensajes no señalan ninguna preferencia por **subvencionar** unas fuentes de energía u otras, tan solo señala de forma genérica **subvenciones al consumo**.

¿QUÉ CREEN LOS PROGRESISTAS QUE DEBEN HACER LAS AUTORIDADES POLÍTICAS?

PERFILES ACTIVOS · MEDIDAS

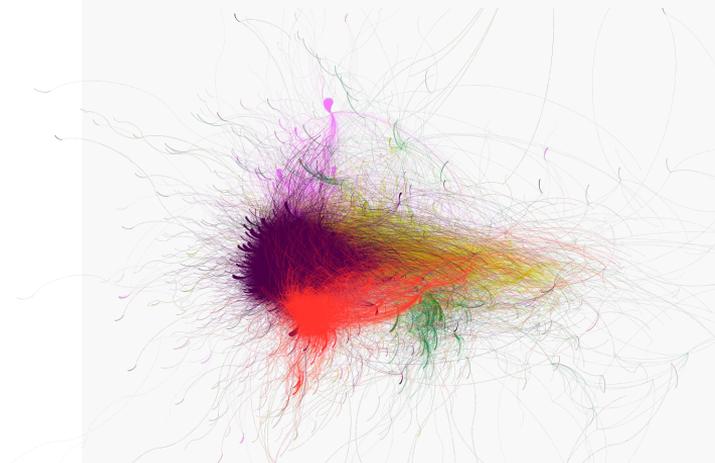


*FUENTE: LLYC / BRANDWATCH. Datos obtenidos a partir del análisis del intervalo principal de la conversación 210615-210913 | 747K mensajes

INSIGHTS

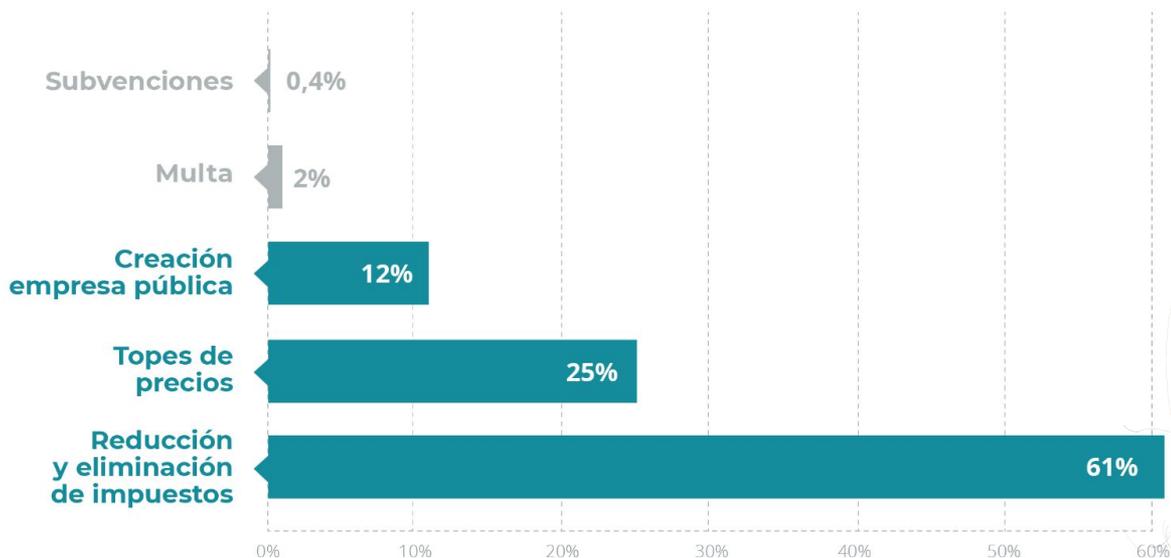
LOS PERFILES PROGRESISTAS PRIORIZAN LA **CREACIÓN DE UNA EMPRESA PÚBLICA**.

EL ESTABLECIMIENTO DE **MULTAS Y TOPES DE PRECIO** SON LAS SIGUIENTES MEDIDAS PROTAGONISTAS.



¿QUÉ CREEN LOS CONSERVADORES QUE DEBEN HACER LAS AUTORIDADES POLÍTICAS?

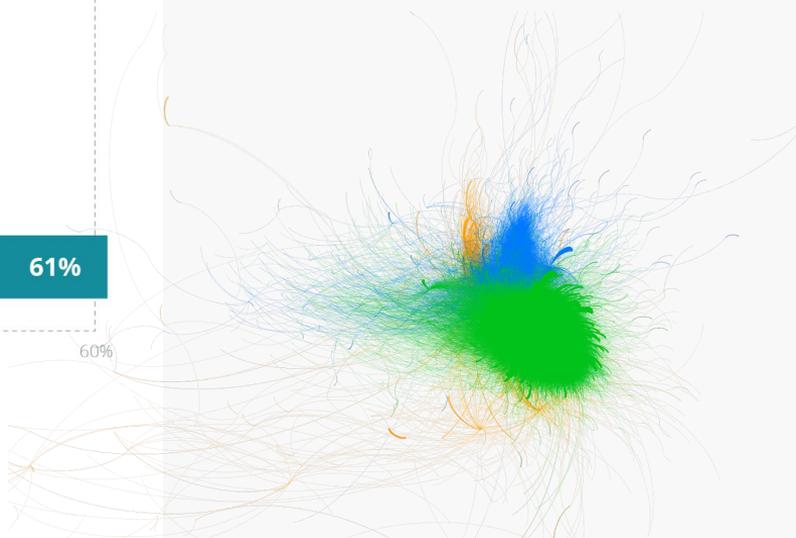
PERFILES ACTIVOS · MEDIDAS CONSERVADORAS



INSIGHTS

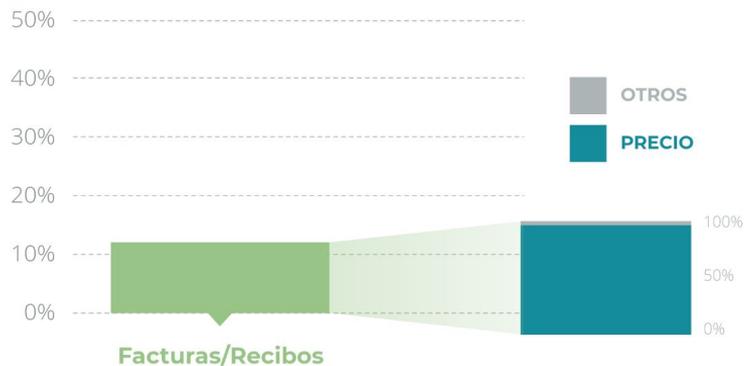
LOS PERFILES CONSERVADORES PRIORIZAN LA **REDUCCIÓN Y ELIMINACIÓN DE IMPUESTOS**.

EL ESTABLECIMIENTO DE UN **PRECIO MÁXIMO** ES LA SIGUIENTE MEDIDA MÁS SUGERIDA.



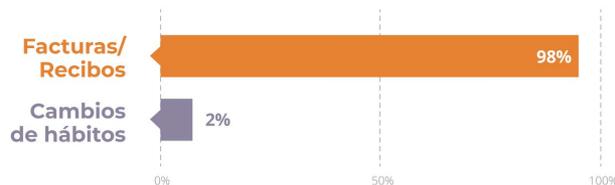
EXPERIENCIA DE LOS CLIENTES

CONVERSACIÓN RELACIONADA CON “FACTURAS/RECIBOS”:



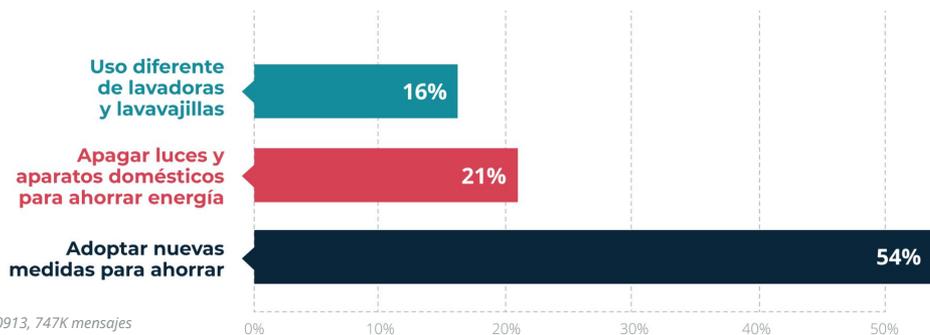
- ▶ Dentro de este territorio, **la casi totalidad de la conversación social se refiere al precio (99,95%)**.
- ▶ No hay conversación acerca de la **inteligibilidad de la factura** o similares.

CONVERSACIÓN SOBRE CÓMO HACER FRENTE A LA SUBIDA DE LA LUZ:



CONVERSACIÓN SOBRE HÁBITOS:

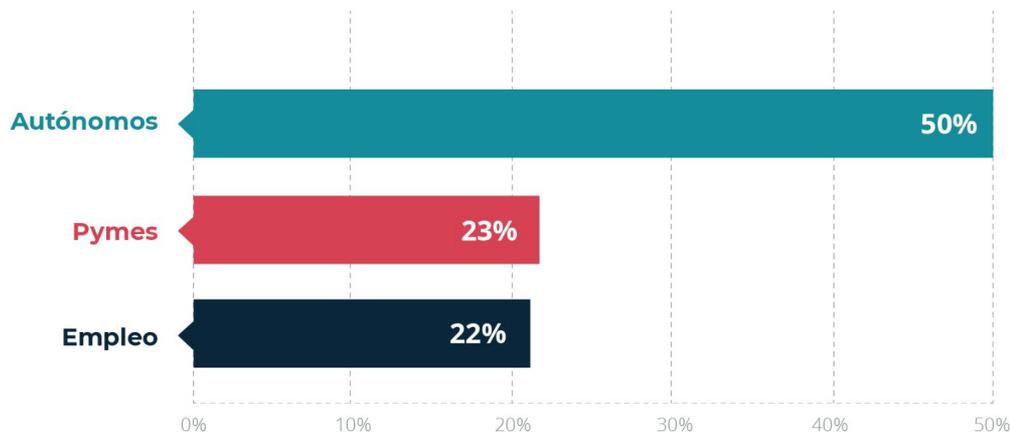
- ▶ Si bien no existe un volumen de conversación relevante que haga referencia explícita al **cambio de tarifas por franjas horarias**, se detectan varios territorios relacionados con el cambio de hábito de los consumidores, consecuencia de esa medida.



EL IMPACTO PYMES Y AUTÓNOMOS

CONVERSACIÓN SOBRE TIPOLOGÍAS DE EMPRESAS:

- ▶ El 3% de la conversación acerca del precio de la luz hace referencia a alguna tipología de empresa.
- ▶ De ese porcentaje el **50% hace referencia a AUTÓNOMOS**, **23% hace referencia a PYMES** y el **22% a EMPLEO**.



*FUENTE: LLYC / BRANDWATCH. Datos obtenidos a partir del análisis del intervalo principal de la conversación 210615-210913, 918K mensajes

INSIGHTS

EL ÚNICO TIPO DE ENERGÍA CON SNPS POSITIVO ES LA SOLAR. LAS DEMÁS OSCILAN ENTRE SNPS NEUTROS Y MUY NEGATIVOS.

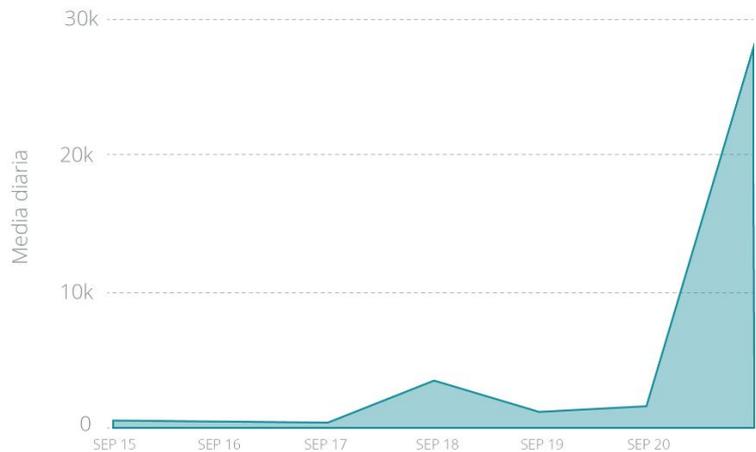
La conversación sobre **autónomos** llega por la mayoría por parte de comunidades conservadoras, que lamentan la falta de medidas por parte del Gobierno para proteger a los autónomos frente a la subida de la luz. El pico máximo de conversación que hace mención a esta categoría se registra en los primeros días de septiembre 2021, y está relacionado con las noticias de la **subida del SMI** aprobada por el Gobierno y que penaliza ulteriormente a estos trabajadores.

La conversación sobre **pymes** se divide principalmente en dos hilos: uno de los progresistas y miembros del Gobierno que anuncian las medidas que se están tomando para aliviar el impacto de la factura de la luz para este colectivo; y otro por parte de los conservadores y de los afectados, que lamentan las graves consecuencias de la subida de la luz.

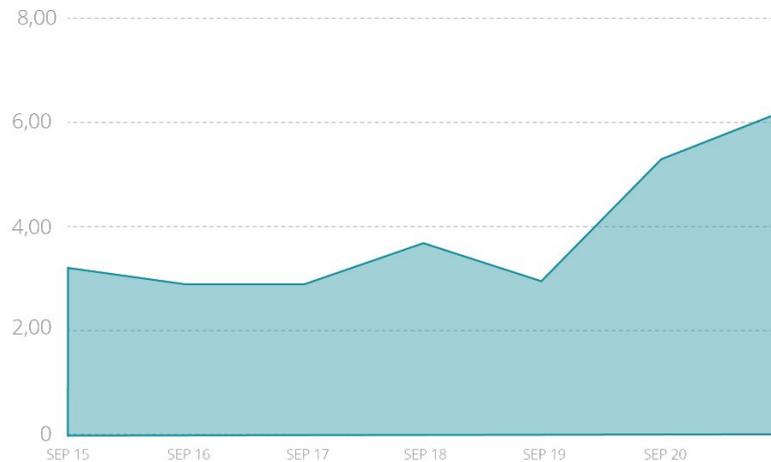
La falta de **empleo** se menciona como un problema que se suma a la crisis causada por el elevado precio de la luz. Las menciones en ese sentido las encontramos en mensajes de la comunidad conservadora por la mayoría de las veces, que enlistan el problema del empleo entre los "fracasos" del actual Gobierno.

UN SEPTIEMBRE DE DEBATE

La conversación social acerca del precio de la luz sube este septiembre de 2021 un **+1.591%** con respecto al año anterior, con una media diaria de **27.862 mensajes**, representando así el septiembre más movido y debatido desde 2015.



También se evidencia un crecimiento en el número de perfiles que participan en la conversación, con un **índice de motivación que crece el 17%** con respecto al mismo período de 2020.



UN SEPTIEMBRE DE DEBATE

¿A QUÉ SE DEBE? ANÁLISIS DE LOS PRINCIPALES PICOS DE CONVERSACIÓN

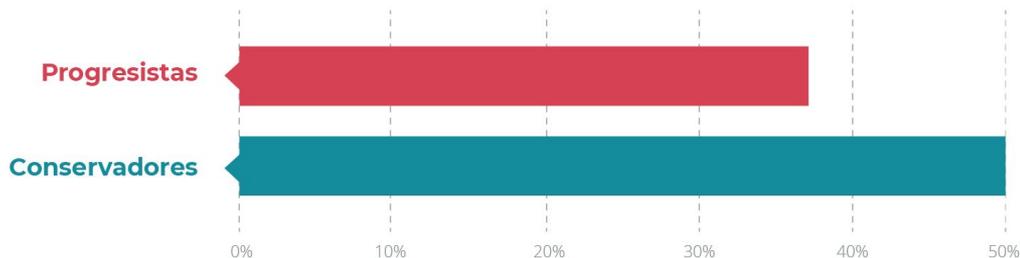


*FUENTE: LLYC / BRANDWATCH. Datos obtenidos a partir del análisis del intervalo extendido de la conversación 210601-210923, 918K mensajes

- A (01/09/21)**
El precio de la luz se dispara a 140 euros el megavatio hora y pulveriza el récord histórico.
- B (06/09/21)**
Se discute acerca de la declaración de Mónica García sobre el precio de la luz: "El Gobierno de Madrid, la región más rica de España, tiene capacidad para proponer algunas soluciones"
- C (09/09/21)**
Nuevo récord en el precio de la luz, que supera los 150 euros por megavatio hora. La polémica contra los progresistas arrecia.
- D (14/09/21)**
El Gobierno aprueba un #PlanDeChoque para bajar el precio de la electricidad.
- E (15/09/21)**
El Gobierno cuenta con el apoyo de Bruselas para controlar los precios de la luz y el gas. En paralelo, El PP califica de "expropiatorias" las medidas anunciadas por las autoridades políticas para abaratar el recibo de la luz.
- F (19/09/21)**
Solidaridad y Vox se manifiestan en Madrid contra las autoridades políticas y su gestión del asunto.

UN SEPTIEMBRE DE DEBATE

¿QUIÉN HABLA? ANÁLISIS DE COMUNIDADES



*FUENTE: LLYC / BRANDWATCH. Datos obtenidos a partir del análisis del intervalo extendido de la conversación 210601-210923, 918K mensajes

INSIGHTS

LOS PERFILES CONSERVADORES TACHAN A LAS AUTORIDADES POLÍTICAS DE RESPONSABLES DE LA SUBIDA DE PRECIOS.

Dan difusión a la protesta organizada el día 19 de septiembre contra la subida de la luz.

Además, sostienen que las autoridades políticas deberían afrontar el tema de la luz en España apoyando a las empresas.

Hashtags como #SÁNCHEZAPAGAYVETE, #GOBIERNODIMISIÓN o #ENERGÍAESPAÑOLAYA son los principales aglutinadores de menciones.

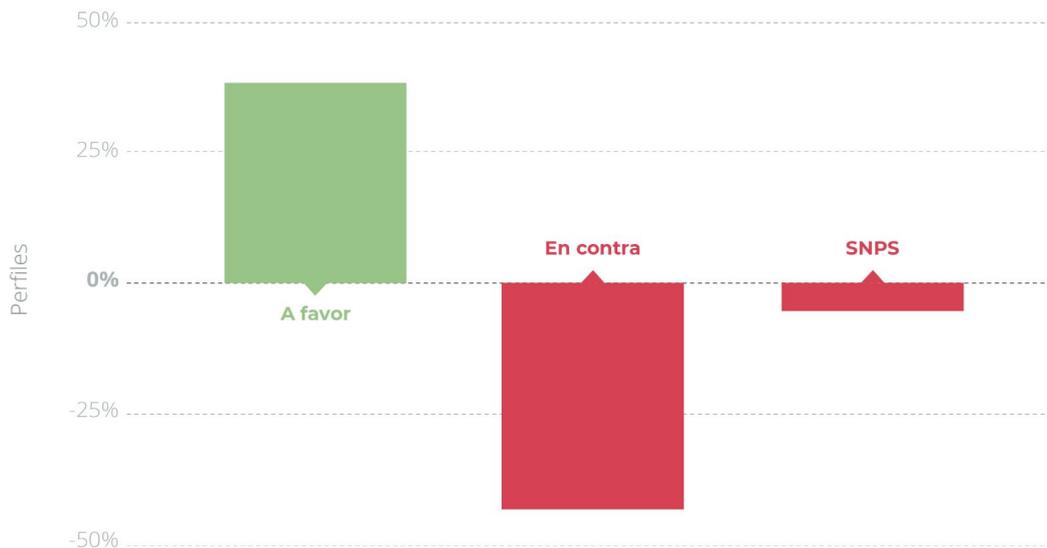
LOS PERFILES PROGRESISTAS DAN DIFUSIÓN A LAS MEDIDAS APROBADAS POR EL GOBIERNO EL 14 DE SEPTIEMBRE PARA BAJAR LA LUZ.

Hacen hincapié además en la necesidad de frenar el poder de las eléctricas y crear una empresa pública para el control de la energía.

Hashtags como #PLANDECHOQUE, #SÍSEPUEDEBAJARLALUZ o #ENERGÍAPÚBLICAYA son los principales aglutinadores de menciones

SOBRE EL PLAN DE CHOQUE

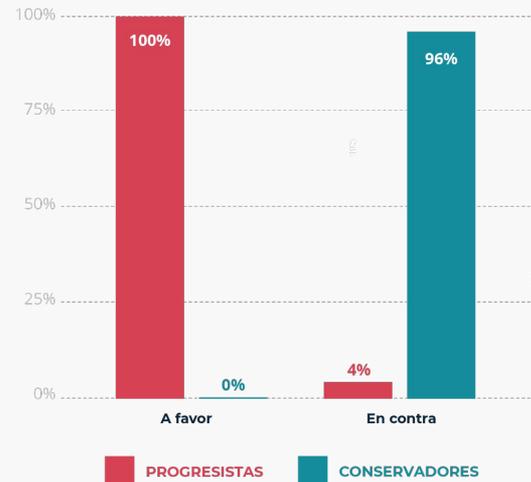
EL PLAN DE CHOQUE DEL GOBIERNO NO LLEGA AL APROBADO SEGÚN LAS REDES SOCIALES (-5 P.P EN sNPS).



*FUENTE: LLYC / BRANDWATCH. Datos obtenidos a partir del análisis del intervalo extendido de la conversación 210601-210923, 918K mensajes

INSIGHTS

EL 43% DE LOS PERFILES NO APRUEBAN EL PLAN DE CHOQUE DEL GOBIERNO.



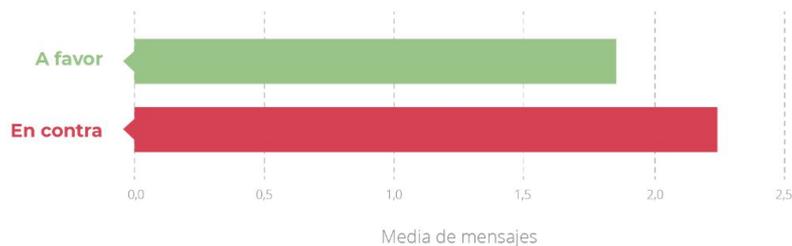
La conversación sobre el plan de choque está **muy sesgada por la vinculación ideológica** de las comunidades con progresistas y conservadores.

Destaca la **ausencia en la conversación de comunidades de expertos técnicos** que permitan trascender el enfrentamiento político.

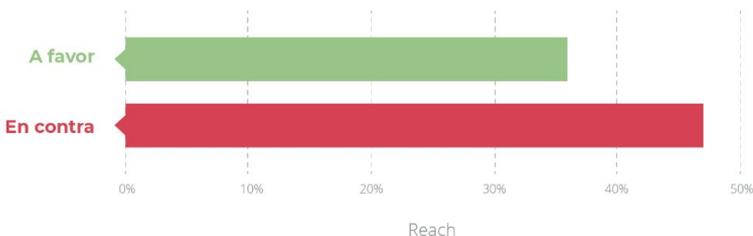
SOBRE EL PLAN DE CHOQUE

LAS COMUNIDADES CONTRARIAS AL PLAN DE CHOQUE DEL GOBIERNO SON MÁS ACTIVAS Y TIENEN MAYOR ALCANCE QUE LAS COMUNIDADES FAVORABLES

MEDIA DE MENSAJES POR TIPO DE PERFIL



REACH POR TIPO DE PERFIL



*FUENTE: LLYC / BRANDWATCH. Datos obtenidos a partir del análisis del intervalo extendido de la conversación 210601-210923, 918K mensajes

INSIGHTS

LOS PERFILES EN CONTRA DEL PLAN DE CHOQUE SON MUY ACTIVOS.

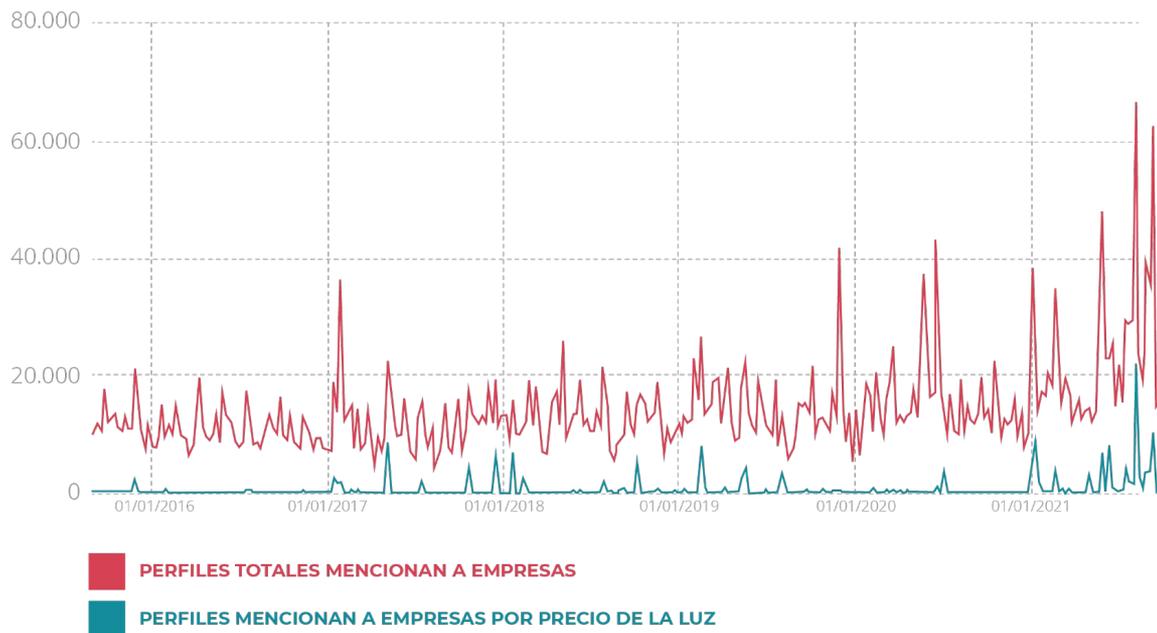
Generan un 51% de las menciones, a pesar de representar solo el 43% de los perfiles activos en la conversación.

Su activismo genera un **snps negativo**, de -13 p.p, frente a los -5 p.p si solo se considera el número de perfiles.

En cuanto a su **alcance**, las **comunidades contrarias** superan a las comunidades por **más de 10 p.p.** lo que les otorga la oportunidad de alcanzar una **mayor influencia** en la sociedad.

CONVERSACIÓN EMPRESAS ENERGÉTICAS

Nº DE PERFILES ACTIVOS | CONVERSACIÓN SUBIDA DE PRECIOS VS CONVERSACIÓN TOTAL

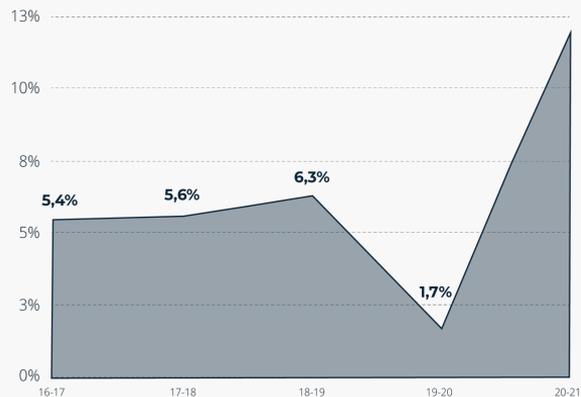


*FUENTE: LLYC / BRANDWATCH. Datos obtenidos a partir del análisis de la totalidad de la conversación analizada durante el intervalo 150901-210930 | 7,6M mensajes

INSIGHTS

EVOLUCIÓN PERFILES ACTIVOS

Conversación subida precio luz en el mercado eléctrico vs totalidad conversación sector.



Durante el intervalo 01/09/20 a 30/09/21, el % de **perfiles activos** en la conversación sobre la subida del precio de la luz con impacto en el sector energético logra **máximos históricos**.

El **12%** de la totalidad de perfiles participantes en la conversación general de las empresas energéticas, se activa en torno al alza de precios.

LLYC

¿QUIERES SABER MÁS?

Contáctanos.

Ibo Sanz

Global Senior Director Tech &
Digital Strategist

isanz@llorenteycuenca.com

Daniel Fernández

Deep Digital Global Senior Director

dfernandez@llorenteycuenca.com