



**neuronal**

URBAN  
CRAFTED  
TECHNOLOGY

# sustainable social makers

1ra entrega:

**MEDIO AMBIENTE**

Los actores sociales latinos que  
movieron las conversaciones sobre  
medio ambiente durante el 2021.



■ La preocupación por las cuestiones vinculadas a la sustentabilidad cruza transversalmente a todos los segmentos y temáticas. Este impacto no sólo se da en el ámbito de las empresas, o en las decisiones de quienes lideran marcas y organizaciones, sino también en las decisiones de consumo de las personas.

Identificar y comprender quiénes son los “social makers” que están liderando las conversaciones, es decir, los actores sociales digitales de mayor relevancia en las distintas comunidades digitales en las que actúan, nos ayuda a tener una escucha más precisa y a comprender a quiénes resulta indispensable contemplar en el mapa vincular de una marca, empresa u organización.

**En esta primera entrega de nuestro informe nos vamos a concentrar en los social makers que impulsan las conversaciones de medio ambiente teniendo en cuenta las aristas que conforman la temática: crisis y acción climática, contaminación, residuos, plásticos, protección y regeneración de ecosistemas y recursos naturales, que a los fines del análisis agrupamos en tres main topics.**

**GABRIELA KOROVSKY**

*Co.Founder URBAN Grupo de Comunicación*

*Head of URBAN Sustainability*

# main topics



## clima

Preservación de los suelos, convenciones contra el cambio climático y los reclamos hacia las actividades extractivistas y contaminantes: quema de combustibles fósiles, pérdida de bosques y otras actividades producidas en el ámbito industrial, agrícola y de transporte.



## biodiversidad

Refiere a las conductas de cuidado y protección de plantas, animales y microorganismos. A la variedad de seres vivos que existen en el planeta y las relaciones que establecen entre sí y con el medio que los rodea. Cruelty free se incluye en este topic: no violencia sobre los animales y el respeto por sus derechos. Además del cuidado de los recursos naturales: océanos y ríos.



## triple R

Reciclar, reutilizar y reducir. Abarca todas aquellas actividades que apunten a reciclar empaques y materias aptas para ese proceso, reutilizar objetos y materias orgánicas, reducir el uso de recursos innecesarios para lograr un equilibrio entre lo que es el consumo y el consumismo.

# metodología

Desde Neuronal desarrollamos soluciones basadas en **inteligencia en datos + análisis multidisciplinario**

Trabajamos con **herramientas globales de machine learning** y un **equipo conformado por especialistas en data analyst, ingeniería y comunicación** para desarrollar el **mapa del top 50 de los social makers latam relevantes en la categoría.**

A partir de un **relevamiento de los contenidos creados en el ecosistema digital**, se identifican a continuación **los conceptos destacados vinculados a los main topics y el top 50 de los actores sociales\* latinos que movieron las conversaciones en el 2021.**

---

## SCOPE

Relevamiento de los main topics y social makers en redes sociales.

Países: ARG-MEX-URU-CHI-COL-PY

Periodo de análisis: ENE-DIC 2021

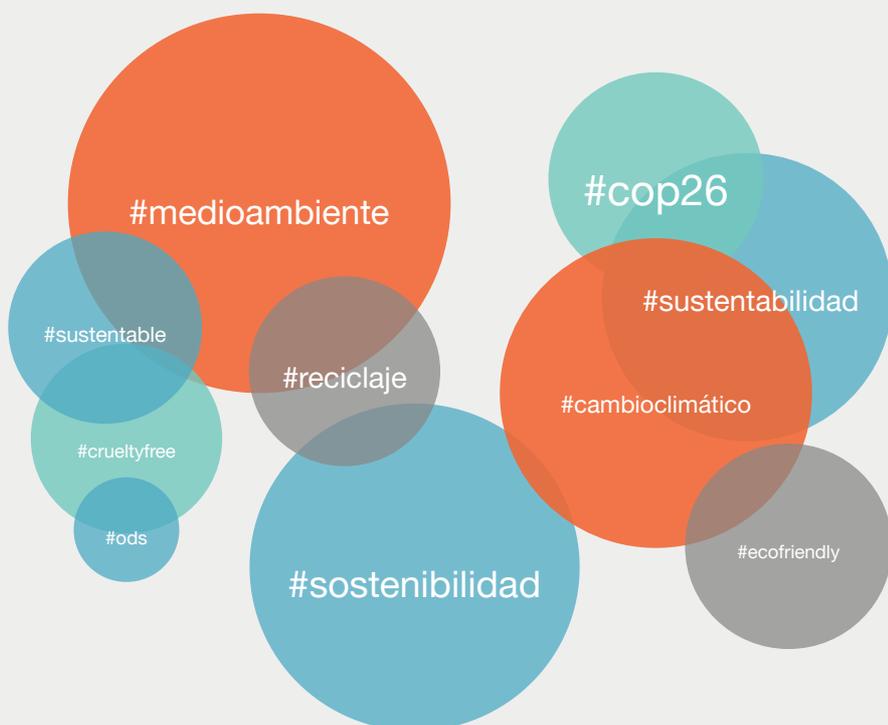
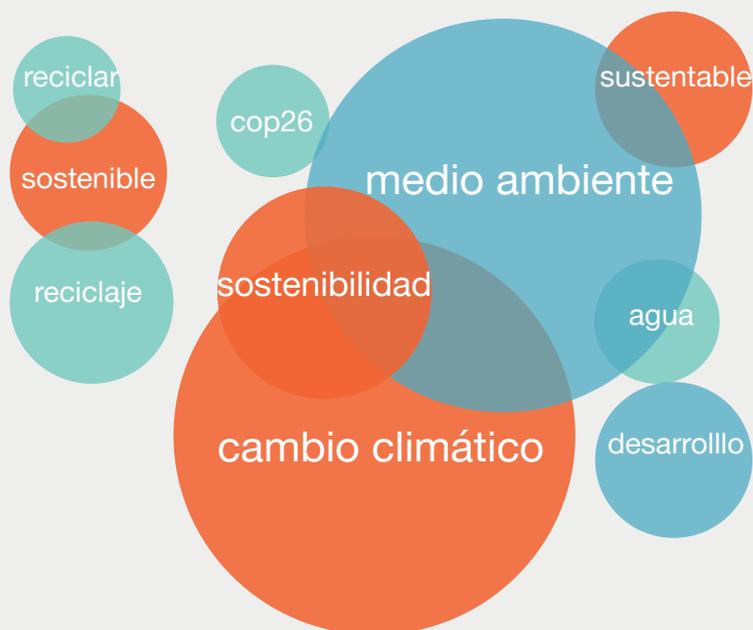


\*se desestimaron perfiles vinculados a la política que no tuvieran un accionar o militancia en la categoría, anterior a sus funciones.

# wordcloud y #hashcloud

Como marco del análisis, y antes de presentar a los Social Makers, se relevaron los conceptos destacados según la frecuencia de aparición en el total de las conversaciones en rr.ss 2021 de los 6 países en conjunto.

- Se destaca **medio ambiente** como **concepto paraguas** referido a todas aquellas acciones en pos del cuidado de la naturaleza.
- **Cambio climático** referido a los **reclamos hacia las actividades extractivistas y contaminantes**.
- **Sostenibilidad, sustentable y sostenible** como **términos utilizados según cada país**, en referencia a la **gestión eficiente de recursos naturales en la actividad productiva, permitiendo su preservación de cara al futuro**.



- Como dato distintivo del **hashcloud se destaca #crueltyfree** como concepto para tomar mayor conciencia del cuidado y protección de animales y **#ecofriendly** para modificar los hábitos de consumo y tratar de reducir al mínimo nuestro impacto en el planeta.

# top rank

## +1 millón followers



**Arturo Islas Allende**  
FW 2.772.879 | ER 3,43%  
*@arturoislasallende*  
celebrity comprometido



**Pangal Andrade**  
FW 1.171.479 | ER 1,78%  
*@pangalandrade*  
celebrity comprometido



**Diego Luna**  
FW 1.030.976 | ER 1,52%  
*@diegoluna\_*  
celebrity comprometido



**Cristina Mittermeier**  
FW 1.579.617 | ER 1,44%  
*@mitty*  
ciudadana activista



**Claudia Bahamon**  
FW 4.352.875 | ER 1,00%  
*@claudiabahamon*  
celebrity comprometido

Ranking de los actores sociales latinos que movieron las conversaciones 2021 ordenados por base de followers e engagement rate.

# top rank

+500k - 999k followers



**Nadia Ferreira**

FW 816.052 | ER 9,37%

@nadiatferreira

celebrity comprometido



**Connie Isla**

FW 511.346 | ER 3,83%

@coisla

celebrity comprometido



**Gael García Bernal**

FW 669.193 | ER 2,65%

@gaelgarciab

celebrity comprometido



**Pedro Astorga**

FW 685.000 | ER 2.12%

@pedroastorga

celebrity comprometido



**Federico Amador**

FW 689.894 | ER 1,61%

@federicoamador1

celebrity comprometido



**Ricardo Arap Bethke Galdames**

FW 712.856 | ER 0,76%

@arapmx

celebrity comprometido

Ranking de los actores sociales latinos que movieron las conversaciones 2021 ordenados por base de followers e engagement rate.

# top rank

## +100k - 499k followers



**Agustín Galeano**  
FW 275.458 | ER 5,25%  
@hijo\_de\_la\_tierra  
ciudadano activista



**Francisca Valenzuela**  
FW 151.041 | ER 3,96%  
@veganahambrienta  
ciudadana activista



**Winifrede Walbaum**  
FW 119.048 | ER 3,80%  
@winiwalbaum  
celebrity comprometido



**Soledad Barruti**  
FW 357.022 | ER 3,29%  
@solesbarruti  
ciudadana activista



**Charlotte Brum**  
FW 149.608 | ER 3,10%  
@noseaswaste  
ONG / Experto



**Francisco Vera Manzares**  
FW 104.639 | ER 1,67%  
@franciscoactivista  
ONG / Experto



**Liz Solari**  
FW 314.295 | ER 1,57%  
@liz\_solari  
celebrity comprometido



**Lalo Mir**  
FW 304.826 | ER 1,31%  
@lalo.mirlo  
celebrity comprometido



**Evelyn Matthei**  
FW 103.421 | ER 1,29%  
@evelynmatthei  
ONG / Experto



**Charly Alberti**  
FW 231.370 | ER 1,22%  
@charlyalberti  
celebrity comprometido



**Toya Montoya**  
FW 423.367 | ER 1,07%  
@toyamontoya  
celebrity comprometido



**Eliana Albasetti**  
FW 372.824 | ER 1,00%  
@elialbasetti  
celebrity comprometido



**Ximena Torres**  
FW 136.616 | ER 0,89%  
@ximetorres  
celebrity comprometido



**Juanita Guimarey**  
FW 188.164 | ER 0,68%  
@lajuanitahuertas  
ciudadano activista

Ranking de los actores sociales latinos que movieron las conversaciones 2021 ordenados por base de followers e engagement rate.

# top rank

## +50k - 99k followers



**Rubén Albarrán**  
FW 87.306 | ER 7,37%  
@ru.albarran  
celebrity comprometido



**Xiye Bastida**  
FW 50.060 | ER 5,07%  
@xiyebeara  
ONG / Experto



**Damián Martínez**  
FW 91.215 | ER 4,76%  
@damianimals  
ciudadano activista



**Josefina Polanco**  
FW 54.626 | ER 4,31%  
@josefinapolanco  
ciudadano activista



**Nati Mazzei**  
FW 52.757 | ER 2,62%  
@ecointensa  
ciudadano activista



**Mel Veytia**  
FW 73.891 | ER 2,42%  
@vivesinbasura  
ONG / Experto



**Darwin Vera**  
FW 56.424 | ER 2,17%  
@eldarwiniano\_  
ONG / Experto



**Ale Kopaitec**  
FW 66.901 | ER 2,00%  
@vayaconsumismo  
ONG / Experto



**Fran Lucero**  
FW 98.600 | ER 1,87%  
@vidasustentablechile  
ciudadano activista



**Gerardo Montes de Oca**  
FW 75.780 | ER 1,87%  
@hagamos\_composta  
ONG / Experto



**Patricia Wolf**  
FW 65.768 | ER 1,75%  
@paticwolf  
celebrity comprometido



**Chantal Chalita**  
FW 66.216 | ER 1,73%  
@chantalchalita  
celebrity comprometido



**Dafna Nudelman**  
FW 83.049 | ER 1,01%  
@lalocadeltaaper  
ciudadano activista



**Manuela Da Silveira**  
FW 71.254 | ER 0,73%  
@manudasil  
celebrity comprometido

Ranking de los actores sociales latinos que movieron las conversaciones 2021 ordenados por base de followers e engagement rate.

# top rank

## - 49k followers



**Nicole Becker**  
FW 24.273 | ER 8,34%  
@nickibecker  
ONG / Experto



**Sebastian Sorera**  
FW 14.025 | ER 7,16%  
@sebassorera  
ciudadano activista



**Flavia Broffoni**  
FW 46.041 | ER 6,59%  
@flaviabroffoni  
ONG / Experto



**Julieta Martínez Oyarzún**  
FW 23.497 | ER 6,24%  
@julietaooyarzun  
ONG / Experto



**Luis Recalde**  
FW 5.948 | ER 3,77%  
@drunken\_forestpy  
ciudadano activista



**Rodrigo Mundaca**  
FW 29.267 | ER 3,24%  
@rodrigomundaca2021  
ONG / Experto



**Jossy Zamora**  
FW 16.087 | ER 3,22%  
@jossyzamora  
ciudadano activista



**Sara Constantino**  
FW 20.838 | ER 3,02%  
@la.econstantino  
ciudadano activista



**Ani Sisul**  
FW 18.477 | ER 2,87%  
@anisisul  
ciudadano activista



**Sinai Morelos**  
FW 42.640 | ER 2,70%  
@sinaimorelos  
ONG / Experto



**Chagual Orrego Astorga**  
FW 44.214 | ER 2,68%  
@chaguaoa  
ciudadano activista

Ranking de los actores sociales latinos que movieron las conversaciones 2021 ordenados por base de followers e engagement rate.

# emergentes locales

A partir del relevamiento de los contenidos creados por los perfiles con mayor impacto y llegada, resumimos a continuación las temáticas principales:

## Argentina

Al ser un país agroexportador cobra mucha relevancia el tema del uso del suelo.

Uno de los temas principales son los agrotóxicos.

Los activistas llevan fuertemente adelante los temas sobre la agroecología y soberanía alimentaria.

La juventud lucha por una Justicia climática:

Cada vez más, hay un aumento de participación de los Gen Z que lleva adelante los discursos y la lucha para frenar la crisis climática.

## Chile

Se destacan los contenidos asociados a la protección de los recursos naturales (agua, humedales) y en defensa de los animales a través de personas veganas que comparten recetas y, entre los contenidos de su feed, intercalan temas de leyes y política para su protección.

## Mexico

Los contenidos sobre cruelty free, la conciencia, la protección y la lucha por los derechos de animales, son los que generan impacto y engagement. La audiencia expresa admiración, conciencia y agradecimiento por recibir información sobre activismo ambiental.

# emergentes locales

## Colombia

Se promueve el turismo nacional con énfasis en el cuidado del medio ambiente. Los tópicos más relevantes son la defensa de la vida y la conversación sobre la naturaleza. El verdadero lujo es estar en contacto con la naturaleza y por ello se promueve su protección.

## Paraguay

El tópico más relevante es el cambio climático. La abanderada de este movimiento es la ex miss universo Nadiat Ferreira. En general, en el storytelling, se utilizan tutoriales o videos cortos educativos para dar tips y enseñanzas sobre reciclaje de plástico, la separación de residuos y el uso de la copa menstrual, entre otros.

## Uruguay

Uruguay natural: Uruguay ha sido uno de los países de América Latina en crear más recientemente un Sistema Nacional de Áreas Protegidas. Es un lugar donde predomina la naturaleza, con gran superficie de bosques y playas. El manejo sostenible de hectáreas de bosques nativos. conservación y regeneración de biodiversidad, cuidado de los océanos y el reciclaje son los hot topics que manejan los influencers a la hora de comunicar.

# top rank key learnings

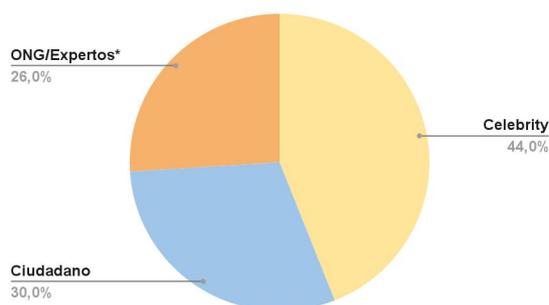
El 44% del top 50 de los actores sociales con mayor relevancia e impacto en las conversaciones de medio ambiente 2021, se concentra en personalidades como **actores y actrices, modelos, artistas musicales, deportistas y chefs reconocidos que se destacan por su compromiso con el activismo climático y la conservación y protección de la biodiversidad.**

Se destaca **@arturoislasallende** actor, productor e influencer de México como el perfil de mayor llegada y visibilidad potencial con una base de **2.7M followers y un impacto positivo con el 3.4% de ER** basado en interacciones sobre sus contenidos de **concientización ambiental y cuidado animal.**

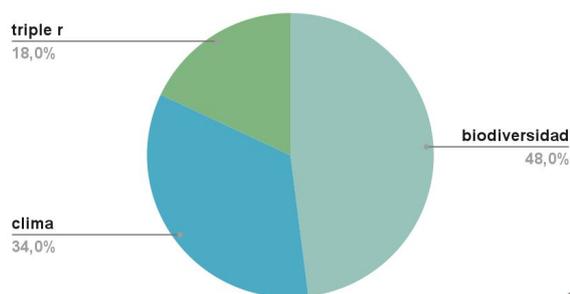
**30% del ranking son Ciudadanos activistas** que, de modo individual o colectivo, desarrollan actividades y acciones sostenidas en el tiempo con la intención de efectuar un cambio en defensa y cuidado del medio ambiente compartiendo **acciones de reducción, reutilización y reciclado.** Además, en defensa del **cuidado animal y las causas de cambio climático.**

**@veganahambrienta, la Chilena Francisca Valenzuela con 151K de seguidores, afirma que lo animal es político. Y además de compartir recetas veganas, recopila y comparte datos sobre la necesidad de iniciativas sobre los derechos animales en el congreso.**

distribución por cluster



distribución por temática



# top rank key learnings

En menor porcentaje, el 26%, se encuentran lxs directores y representantes de organizaciones sin fines de lucro, o expertos en temáticas de sustentabilidad que amplifican sus mensajes en medios de comunicación y redes sociales. Se destacan **@xiyebeara activista climática** mexicano-chilena como una de las **principales organizadoras de Fridays for future y Co-fundadora de Re-earth initiative** y **@nickibecker activista Argentina por la justicia climática, que mueve a las audiencias más jóvenes: los GENZ**. Participó en la conferencia organizada por Unicef sobre el rol de la juventud en la lucha por la justicia climática en Glasgow.

Los social makers identificados tienen su propio storytelling, reflejan autenticidad y compromiso, creando e impactando en las audiencias en las que actúan. Lxs **CELEBRITIES COMPROMETIDOS SON LOS PERFILES DE MAYOR ALCANCE POTENCIAL y los CIUDADANXS ACTIVISTAS Y EXPERTOS CON -49K FOLLOWERS SON LAS PERSONAS CON MAYOR PROMEDIO DE ENGAGEMENT RATE: 4.3%**

En sus mensajes demuestran una **lucha 360°**. La contaminación del medio ambiente, la necesidad de leyes para la protección de recursos naturales, la crueldad y violencia sobre animales, la utilización de agrotóxicos, son algunas de las temáticas principales que conforman lo que hoy denominamos: **CRISIS CLIMÁTICA**.

# consideraciones finales

Poder identificar a los actores sociales que impulsan el curso de las conversaciones puede ser de gran utilidad para las marcas. Articular con ellos puede ser valioso para:

## 1 Retroalimentar el diálogo

Podemos lograr colaboraciones auténticas y enriquecidas. Articular una comunicación hacia un mismo propósito.

Si entendemos la comunicación también como diálogo, resulta vital para la gestión en sustentabilidad la escucha activa, ya que sus procesos implican instancias de devolución y un ida y vuelta que son un insumo vital para instrumentar cambios y ajustes en las estrategias.

## 2 Ampliar conciencia

Permite conectar con nuestras audiencias a través de un conjunto clave de valores.

Las conversaciones impulsadas por social makers son una oportunidad para ampliar conciencia y educar sobre las temáticas medioambientales.

## 3 Comunicar con transparencia

La honestidad y la confianza como principal canal para construir una cultura del diálogo.

**Los social makers marcan el curso de las conversaciones que impulsan estas acciones. Y neuronal te ayuda a identificarlos para co-crear con ellos.**

# glosario

**Social Makers:** actores digitales que poseen relevancia en las distintas comunidades en las que actúan. Son perfiles sociales que cumplen diferentes roles como ser generadores de contenidos, amplificadores de mensajes o bien activistas, vinculados a categorías de consumo, intereses, marcas, temáticas y valores de época. Su descubrimiento se hace realizando un análisis cuanti y cuali de sus kpi's y contenidos.

**Engagement Rate (ER):** Es el índice de participación. Esta tasa relaciona las interacciones con los followers, permitiendo medir el engagement según el tamaño de la cuenta

**Alcance potencial:** Representa la cantidad de visualizaciones potenciales según la base de followers.

**Main topics:** las temáticas principales y más relevantes que detectamos gracias a informes previos con herramientas propias crafted data.

**Top rank:** categorización de los perfiles detectados en 5 clusters según una escala de mayor a menor por el Alcance Potencial.

# acerca de neuronal

**Neuronal** es la empresa de inteligencia en datos de **URBAN Grupo de Comunicación**. Brindamos soluciones de alcance global aplicadas a las necesidades de comunicación marketing e investigación de mercado. El GPS para el diseño de estrategias más eficientes, con mayor precisión y en menor tiempo.

---

**GABRIEL BARASCH**

*head of technology*  
gabrielb@neuronal.io

**COLO MAGGIANI**

*co founder & partner*  
colo@neuronal.io

**GABRIELA KOROVSKY**

*head of URBAN Sustainability*  
gkorovsky@urbangrupo.com

---

**CANDELARIA BECCO**

*sustainability director*  
cbecco@urbangrupo.com

**SAM BENVEGNU**

*development director*  
samantab@neuronal.io

---

**MARIELA MARTINEZ**

*data analyst*

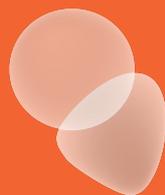
**ROMINA FIGUEROA**

*data analyst*



**El mundo de las opiniones  
es infinito, planificá con precisión.  
Nosotros te ayudamos.**

[welcome@neuronal.io](mailto:welcome@neuronal.io) | [neuronal.io](https://neuronal.io) |  
[@neuronalcrafteddata](https://twitter.com/neuronalcrafteddata)



**neuronal**

URBAN  
CRAFTED  
TECHNOLOGY