

ANÁLISIS SITUACIONAL:

ELECCIONES COAHUILA E HIDALGO 2020 - MÉXICO

Periodo de medición 13 de octubre al 19 de octubre, 2020



ACTIVIDAD | COMPORTAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE LA CONVERSACIÓN



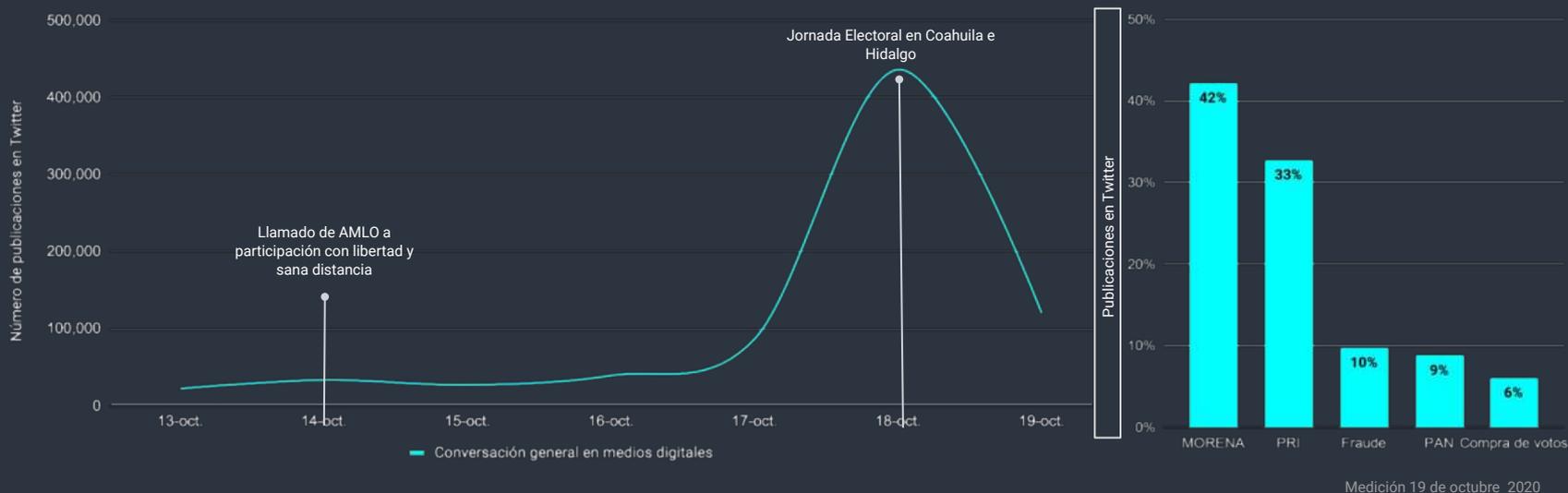
43, 035, 012

Personas alcanzadas en medios digitales



15

Tendencias relacionadas



- Morena fue el principal eje generador de conversación en medios digitales, seguido del PRI y las acusaciones de fraude en el proceso electoral.

ACTIVIDAD | ANÁLISIS DE BÚSQUEDAS Y ACTITUD



- El PRI obtuvo mayoría de búsquedas en los estados en disputa, sin embargo Morena obtuvo mayor porcentaje de interés de los usuarios que se enfocaron en conversaciones sobre la victoria o derrota de este, así como las reacciones respecto al triunfo del PRI.



40% positiva 60% negativa

NEGATIVO

- Afirman que el PRI dió un revés a Morena, ganando en Coahuila e Hidalgo. Se emiten burlas hacia el partido. Comentan que las malas acciones del gobierno han hecho que la gente ya no crea en este partido.

POSITIVO

- Aseguran que hubo fraude y piden que sean revisados los resultados. Generan comentarios autocríticos sobre las mejoras que debe hacer Morena.



85% positiva 15% negativa

NEGATIVO

- Refuerzan comentarios donde se asegura que el PRI es del viejo régimen, además consideran que cometieron fraude. Critican a quienes aplauden el triunfo del tricolor y dicen que México está mal por gente así.

POSITIVO

- Celebran que el PRI haya ganado en Coahuila e Hidalgo, lo relacionan con un sentimiento de esperanza frente al actual contexto político en el país.

METODOLOGÍA Y GLOSARIO

- **Metrics** es una empresa de ciencia de datos que con inteligencia artificial procesa grandes volúmenes de información para determinar el comportamiento de usuarios.
- El **análisis situacional** se procesa mediante la plataforma **Xpectus** que con algoritmos e inteligencia artificial mide el alcance, influencia, actitud e intención calificados y clasificados con lenguaje natural. Se consideraron conversaciones en Twitter, Google y Facebook en el periodo de medición del **13 al 19 de Octubre, 2020**.
- El número de **tendencias** analizadas corresponden a **Twitter** sobre el total de la conversación analizada durante el periodo.

- **Bots:** Viene de la abreviación de Robots e implican cuentas automatizadas por usuarios para posicionamiento en medios digitales de temas de interés de la persona que los crea.
- **Trolls:** Describe a una persona que publica mensajes provocadores, irrelevantes o fuera de tema en una comunidad en línea con la principal intención de molestar o provocar.
- **Stakeholders:** Es una persona física, moral o social que se ve afectada en sus intereses generales, específicos y/o propios por el desempeño de una persona (marca) física, moral o social.
- **Medios Digitales:** Son plataformas web de servicios centrados en la creación, publicación y difusión de contenidos en texto, audio, vídeo e imagen y que pueden ser públicos, sociales o privados.



metrics

m e t r i c s e r . c o m

Para ver más análisis como este, da clic en:

<https://www.metricser.com/exclusive/>



@Metricsers



/Metricsers



/Metricsers



Metricsers