

ANÁLISIS DE COMPORTAMIENTO DIGITAL: SECTOR DE TURISMO EN MÉXICO

Periodo de medición: octubre - diciembre, 2020



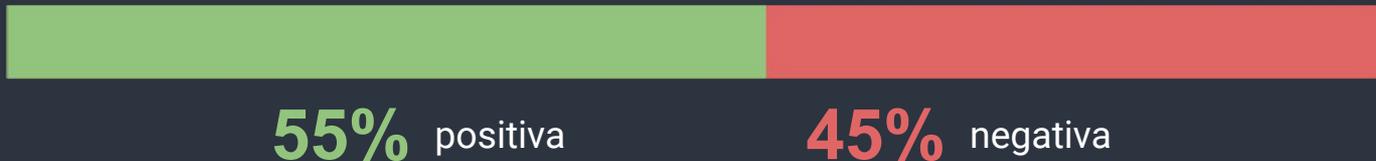
ACTIVIDAD DE LA CONVERSACIÓN | OCTUBRE - DICIEMBRE 2020

 **39,359,847 millones** de menciones en medios digitales

 **27,893,212 millones** de usuarios de medios digitales



ACTITUD HACIA TURISMO EN MÉXICO | OCTUBRE - DICIEMBRE, 2020



Destacados a favor:

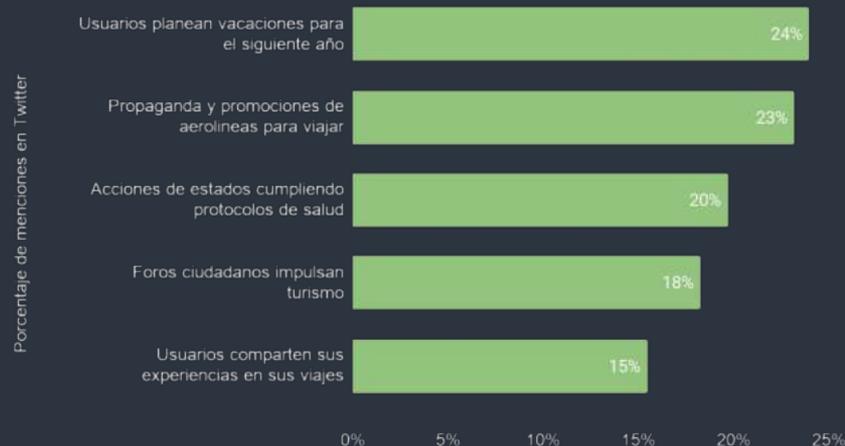
- Usuarios celebran la **reactivación turística** de **Quintana Roo**; mencionan la **llegada de vuelos** americanos arribando en **Yucatán**.
- Comparten información sobre los **Pueblos Mágicos** que entrarán a la lista del programa desarrollado por **SECTUR**; algunos usuarios mencionan su interés de asistir cuando se **termine la cuarentena**.
- Destacan que a pesar de la **pandemia de Covid-19**, México se volvió en el **tercer país más visitado** por el turismo en el 2020.

Destacados en contra:

- Usuarios emiten críticas respecto a la apertura de México a los **vuelos provenientes de Reino Unido** tras descubrirse una **nueva cepa** de COVID-19.
- Cuestionamientos a usuarios que aceptan **viajar durante la pandemia**; consideran que la responsabilidad del gobierno es compartida al permitir que las **zonas hoteleras** continúen su curso.
- **Zonas hoteleras** son reprendidas por la falta de **protocolos de sanidad** y rebasar el **aforo permitido**.

LÍNEAS DISCURSIVAS HACIA EL SECTOR | OCTUBRE - DICIEMBRE 2020

Líneas discursivas a favor

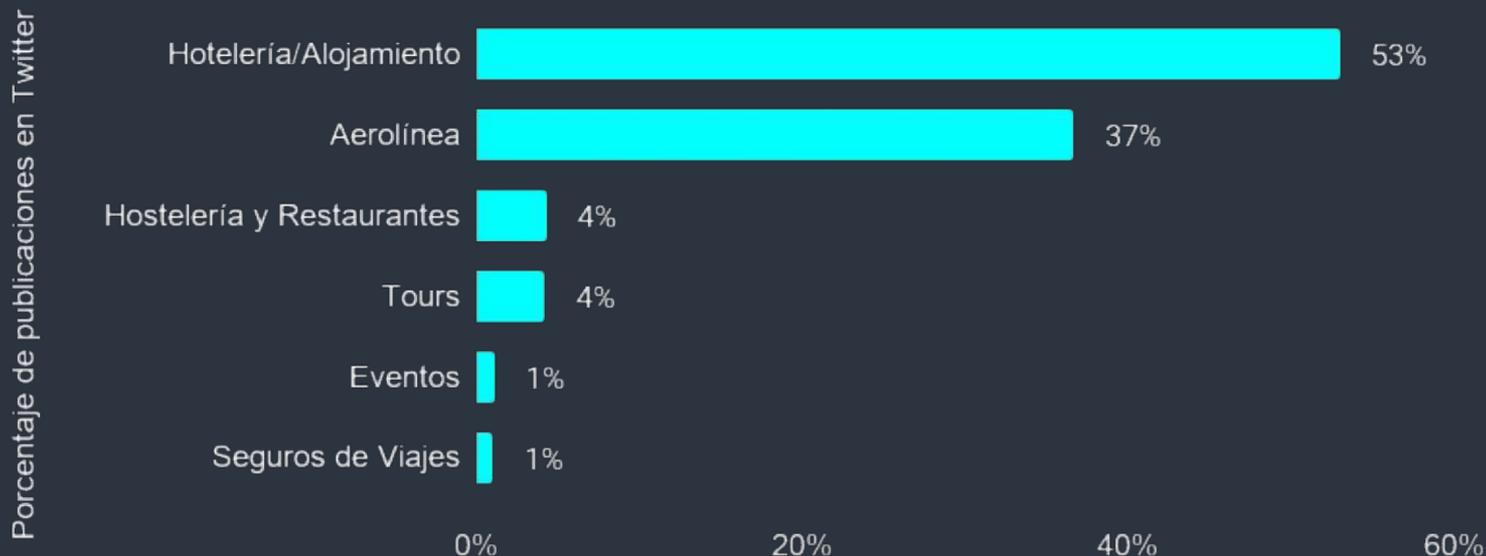


Líneas discursivas en contra



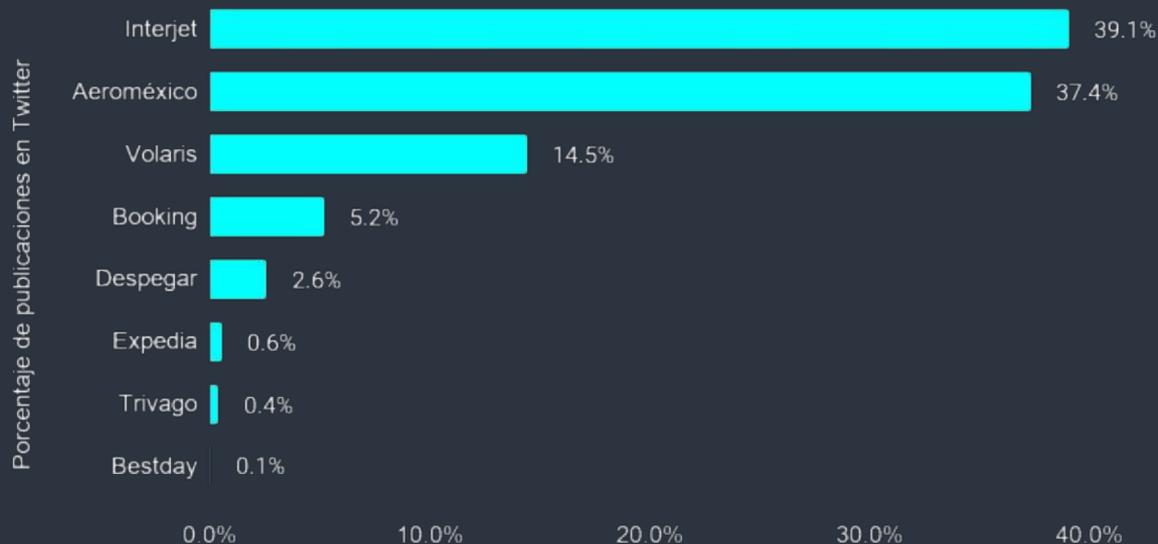
- Destacan los mensajes donde usuarios se muestran entusiasmados de **planear sus vacaciones** para 2021. Se comparte publicidad y **promociones de aerolíneas** para viajar.
- Agradecen las acciones que los estados realizan para cumplir con los **protocolos de salud**. No obstante, algunos usuarios impulsan el **turismo y comparten información** sobre las atracciones que existen en sus regiones.
- Se observan críticas hacia los **protocolos de sanidad** y alta población de **turistas en playas u eventos regionales**. Asimismo, critican al **gobierno mexicano** por permitir la llegada de **aviones de Reino Unido** en la semana en que se descubre una **nueva cepa** de coronavirus.

SHARE OF VOICE SUBSECTORES | OCTUBRE - DICIEMBRE 2020



- La **hotelería** es el servicio que **más búsquedas y menciones** mantiene entre los usuarios; generalmente para pedir **información de alojamiento**. Mientras que, las **aerolíneas** destacan por las **promociones** que han realizado para incitar a los **consumidores a viajar**.
- **Hostelería, restaurantes y tours** mantienen interés debido a la variedad y precios que cada uno mantuvo como atractivo hacia los usuarios; algunos sugieren comprar **tours post-pandemia** por los **descuentos** que mantienen en la actualidad. Cabe destacar que, los **eventos y seguros** de viajes se encuentran con bajo interés.

SHARE OF VOICE MARCAS | OCTUBRE - DICIEMBRE 2020



- Las aerolíneas más mencionadas por la opinión pública son: **Interjet** debido a que el **SAT embargó** sus cuentas bancarias; **Aeroméxico** es mencionada por **Guillermo del Toro** quien, propone a la aerolínea dar **10 viajes anuales a mexicanos sobresalientes** y en el caso de **Volaris**, el **aeropuerto de Tampico** celebra su entrada operativa a la región.
- En el caso de las **agencias de viaje**, destaca **Booking y Despegar** debido a que usuarios han realizado **reservas** en sus **sitios web**.



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