



SECTOR EDITORIAL
EN TIEMPOS DEL CORONAVIRUS

Análisis de comportamiento de medios digitales
1er Trimestre 2021

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 de comportamiento digital 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 y Facebook en el periodo de medición del 1 de enero del 2020 al 24 de marzo del 2021.

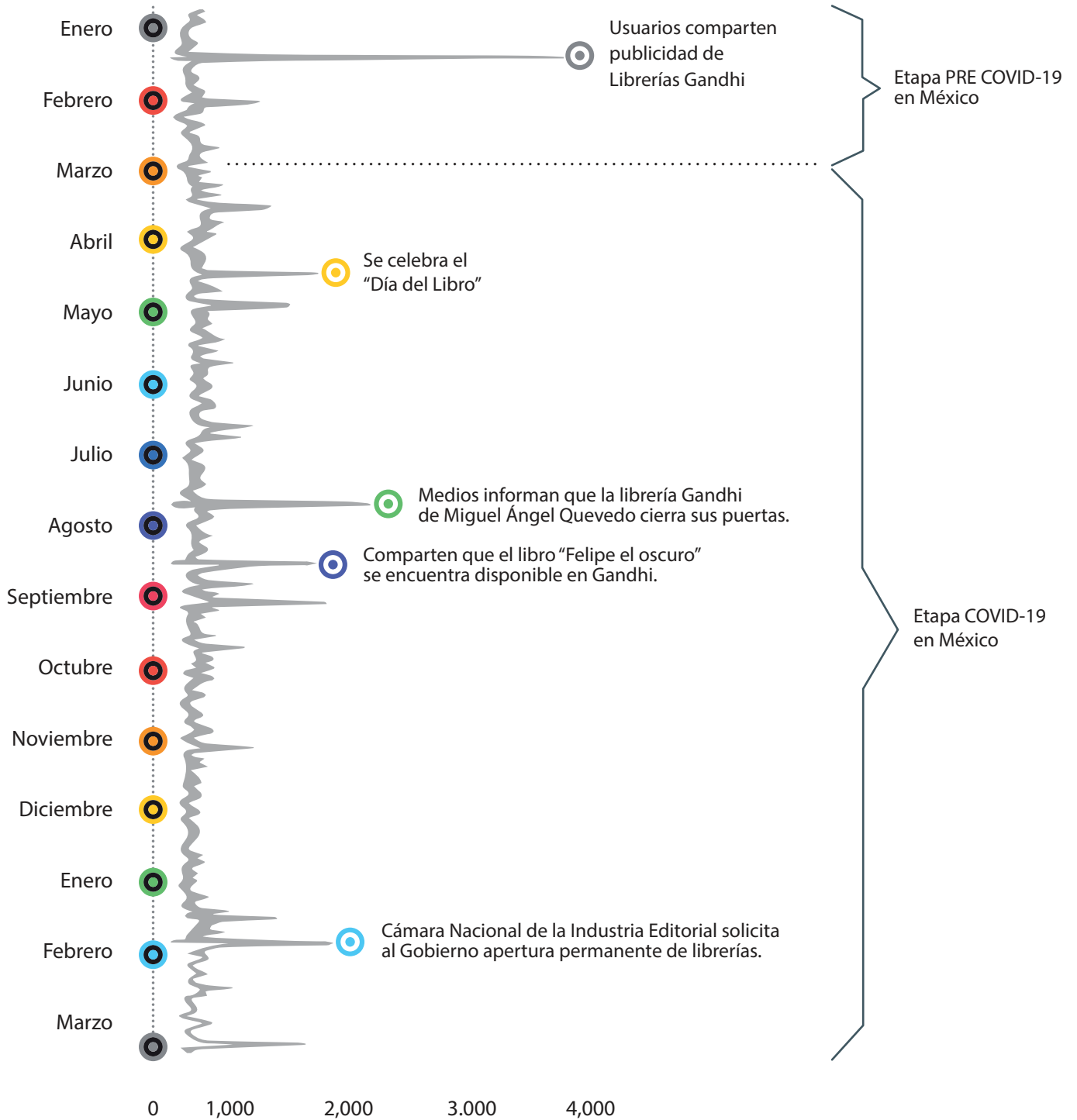
El análisis se basó en usuarios activos de redes sociales de México que participaron en la conversación.

En total, el análisis recogió conversaciones en más de 100,000 publicaciones en Facebook y Twitter publicados en el año 2020 y 2021.

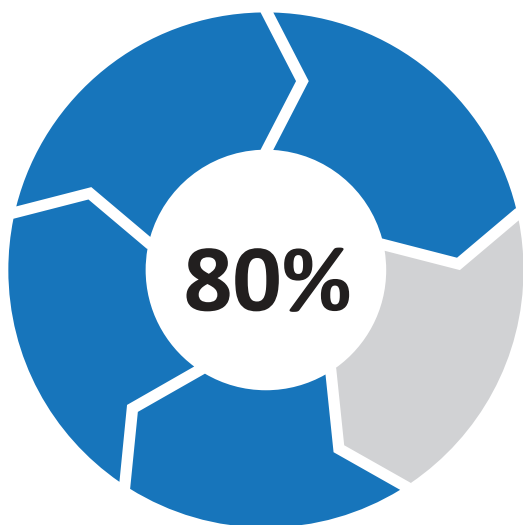
Este es un estudio de conversaciones digitales sobre la industria editorial en México, los temas más destacados respecto a ésta así como la actitud y las líneas discursivas a favor y en contra.



141,046 menciones en medios digitales **57,799** usuarios de medios digitales



Análisis de Comportamiento de medio digitales: Sector editorial en tiempos del coronavirus, 1er trimestre 2021.

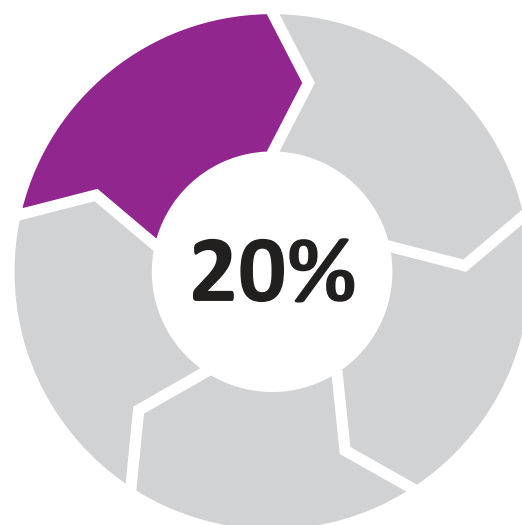


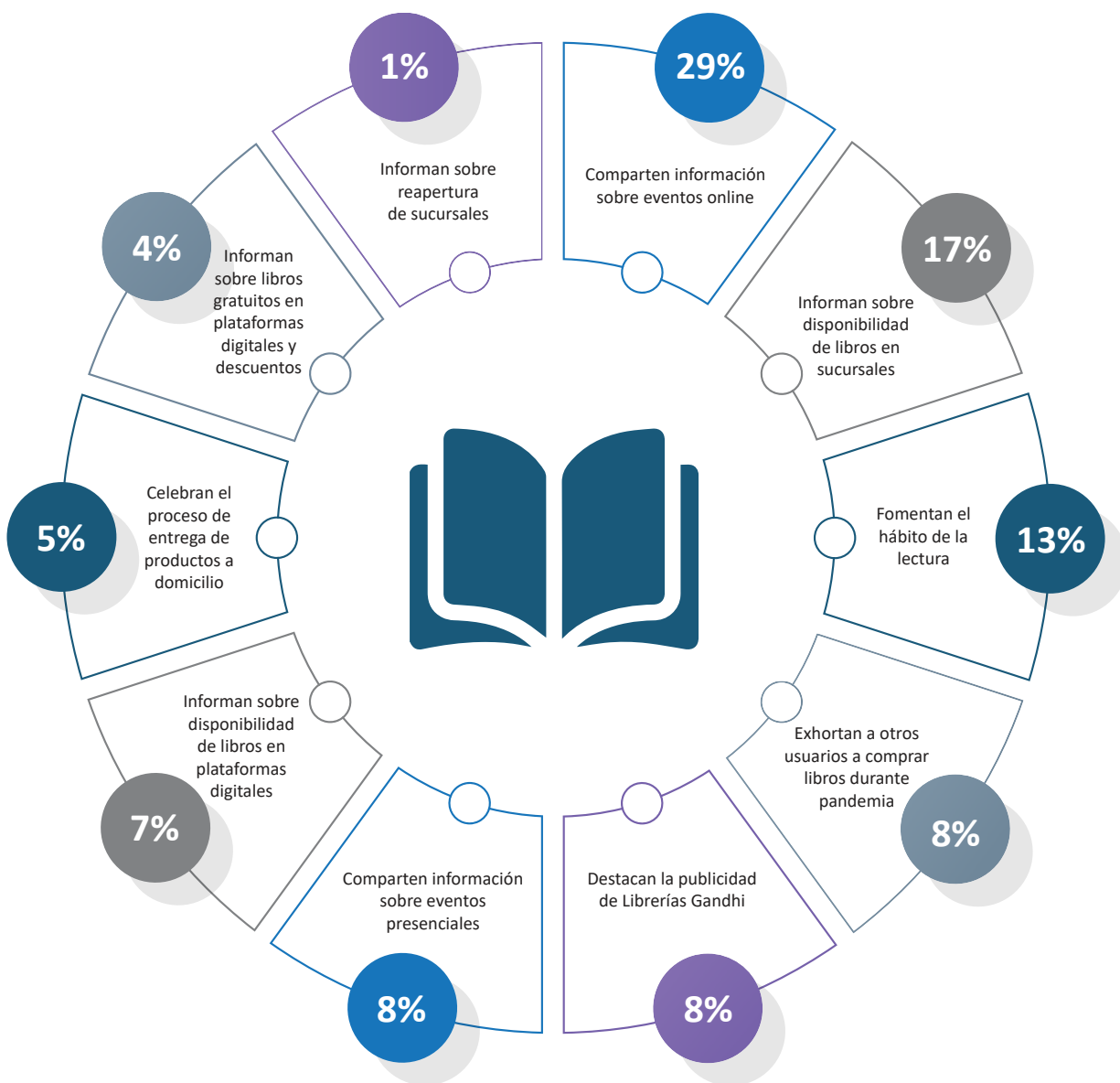
Destacados a favor:

- Usuarios fomentan el hábito de la lectura mediante recomendaciones de libros. También exhortan a las personas a consumir libros durante la pandemia para contribuir al desarrollo de la industria editorial.
- Agradecen la atención y compromiso durante el proceso de compra en línea. Además, comparten e invitan a usuarios a unirse a las transmisiones de los eventos que se realizan principalmente en Facebook Live.

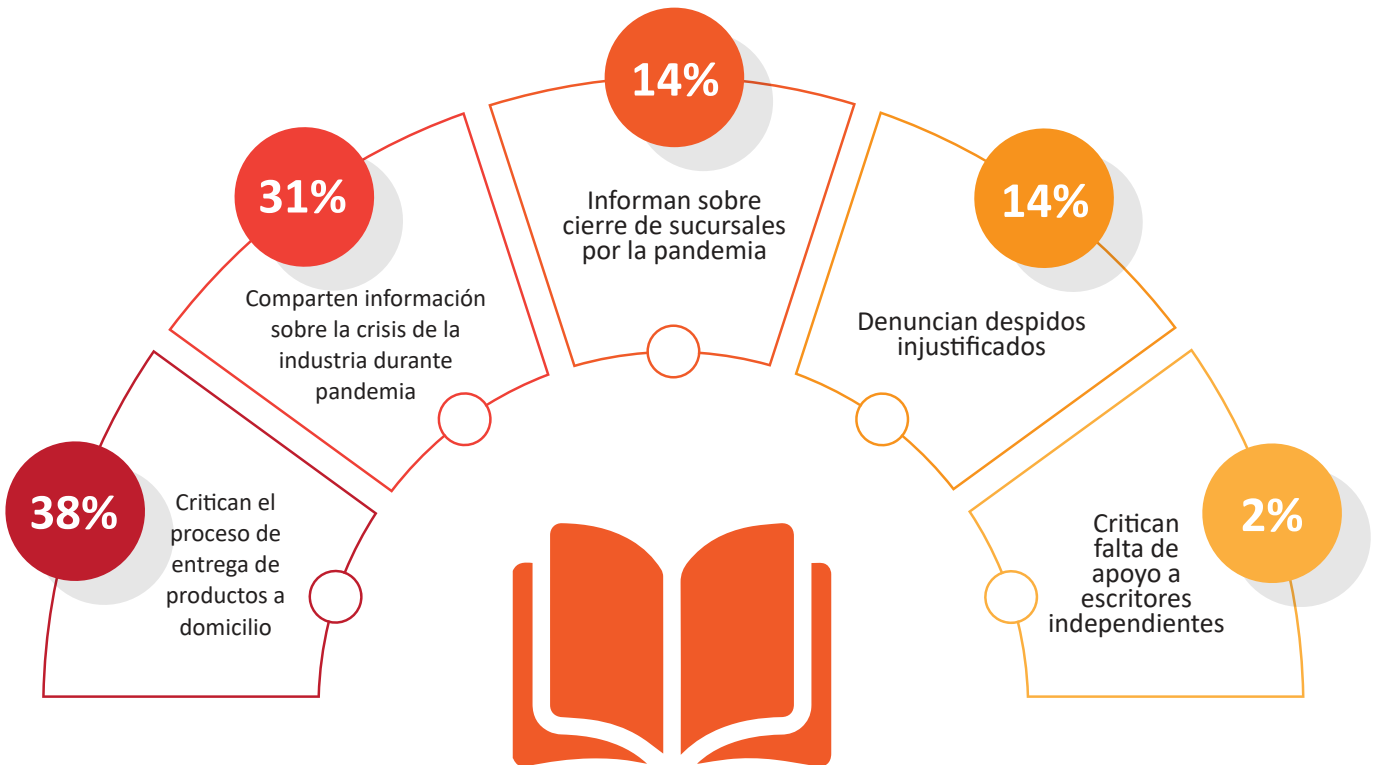
Destacados en contra:

- Medios y usuarios comparten que la crisis de la pandemia ha afectado a la industria editorial y ello ha impactado en el porcentaje de ventas en los últimos meses.
- Usuarios emiten quejas por problemas en la entrega de sus productos; principalmente porque la llegada tarda más de lo acordado.

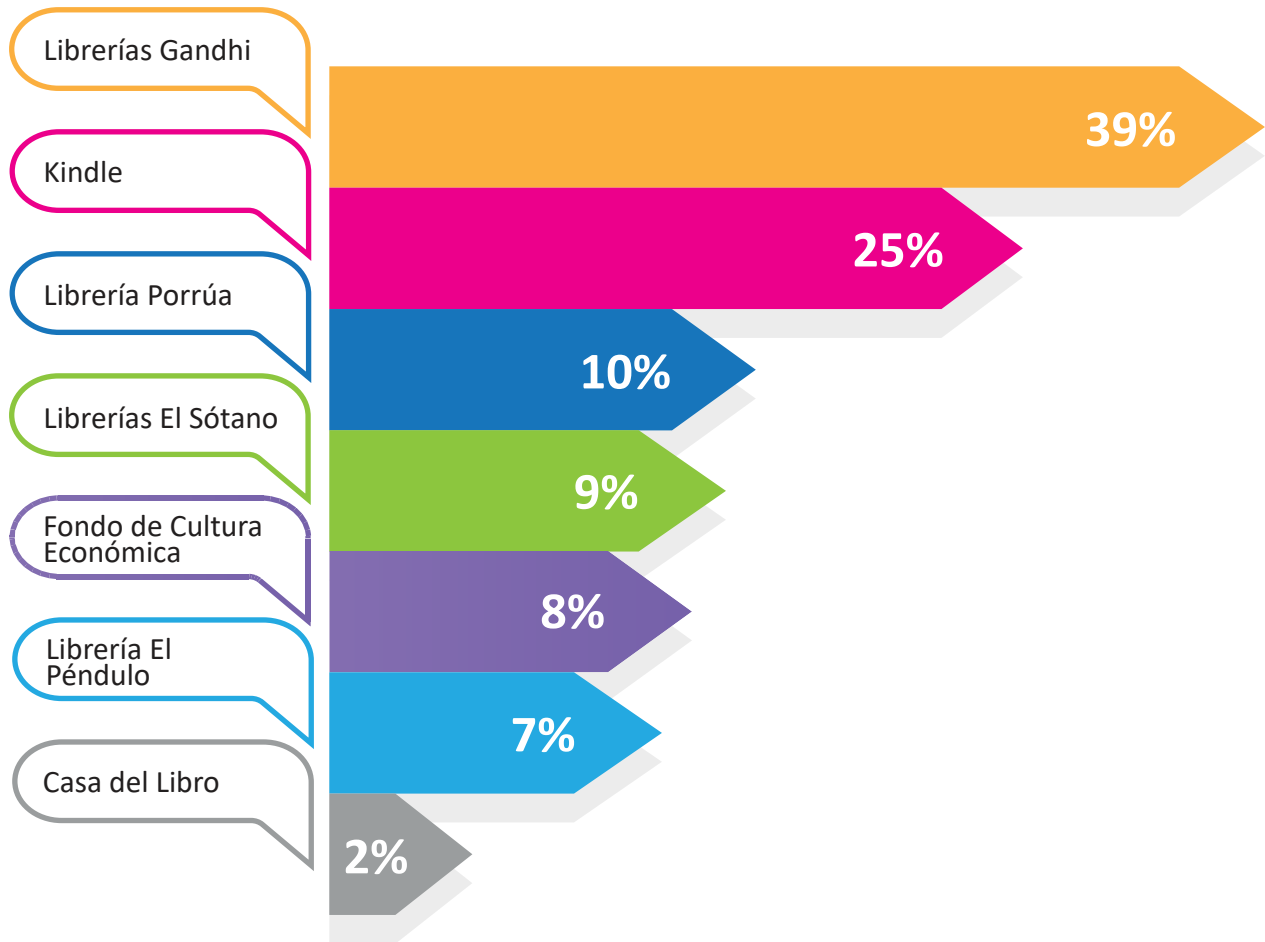




- Destaca la conversación respecto a los eventos online que se llevan a cabo en plataformas digitales, principalmente en Facebook Live.
- También, relacionado con la pandemia, resalta la información de libros que se encuentran disponibles en versión digital, así como descuentos en diversos productos.
- En la conversación destaca Gandhi por la publicidad que ha emitido antes y durante la pandemia.
- Usuarios fomentan el hábito de la lectura así como la compra de productos durante pandemia para mantener el desarrollo de la industria editorial.



- Destacan las críticas sobre la entrega de productos a domicilio, principalmente por el retraso en las fechas acordadas.
- Medios y usuarios informan la situación de crisis de la industria editorial durante la pandemia, principalmente indican que ha disminuido el porcentaje de ventas.
- Se habla de posibles cierres y cierres definitivos de algunas sucursales por temas de pandemia, así como despidos injustificados. En este contexto, Gandhi es la marca más mencionada.
- En menor proporción, usuarios critican la falta de apoyo a escritores independientes; consideran que los “influencers” reciben más apoyo.



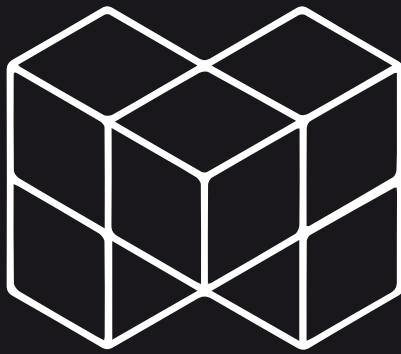
- Librerías Gandhi mantiene un 39% de la conversación digital, principalmente porque usuarios resaltan la publicidad que la marca emite.



- Kindle se ha posicionado en los últimos meses al ser la marca que ofrece productos mediante plataformas digitales.



- En menor proporción, con menos del 15% de la conversación, destacan librerías como Porrúa, El Sótano, el Fondo de Cultura Económica, El Péndulo y la Casa del Libro, principalmente se habla sobre disponibilidad de libros en las sucursales y la experiencia de usuarios al adquirir productos ya sea en tiendas físicas u online.



metrics

www.metricser.com



@Metricsers



/Metricsers



/Metricsers



Metricsers
