

ANÁLISIS SITUACIONAL:

AGENDA PÚBLICA 2021 - MÉXICO

Periodo de medición 23 de octubre al 29 de octubre, 2021



ACTIVIDAD SEMANAL | 23 DE OCTUBRE AL 29 DE OCTUBRE

 **136,331,029**
Personas alcanzadas en medios digitales

 **149,027**
Publicaciones en Twitter

 **385,456***
Publicaciones en Facebook



ANÁLISIS DE ACTITUD

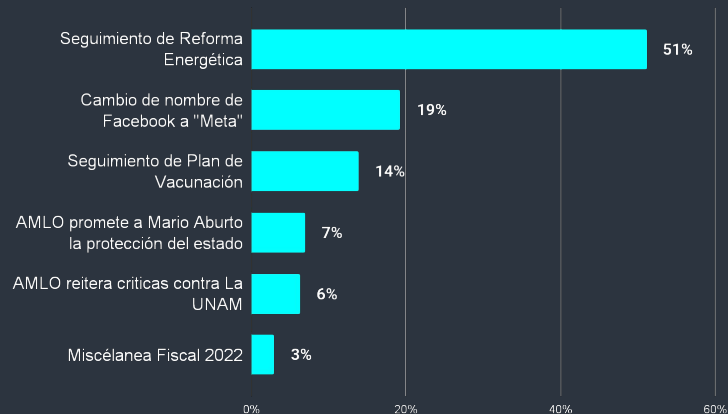
Destacados a favor:

- Usuarios destacan la popularidad del Presidente López Obrador como segundo líder global según la revista Financial Times y de acuerdo a la compañía de inteligencia de datos Morning Consult.
- Destacan participación de Rocío Nahle en programa Tercer Grado, consideran que salió vencedora durante el debate con los panelistas.
- Celebran los avances en la construcción de la Refinería Dos Bocas y el uso de tecnología internacional para el tratamiento de gases.

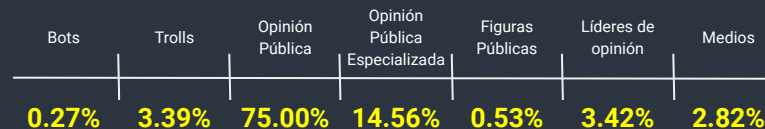
Destacados en contra:

- Expresan enojo contra el Presidente López Obrador por su supuesta indiferencia ante el caso de la venta de niñas en Guerrero.
- Manifiestan molestia hacia AMLO por sus declaraciones en contra de la UNAM, le exigen respeto y una disculpa pública.
- Le recriminan a López Obrador las pérdidas económicas de Pemex y la CFE, consideran que con el dinero perdido se pudieron haber comprado medicamentos.

INTERESES RELACIONADOS



DISTRIBUCIÓN DE AUDIENCIAS



*Posts públicos en Facebook

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 y Facebook en el periodo de medición del **23 de octubre al 29 de octubre, 2021**.
- El número de **tendencias** analizadas corresponden a **Twitter** sobre el total de la conversación analizada durante el periodo.
- **Actitud**: Es el estado de ánimo o postura que un stakeholder emite frente a los intereses de la marca. Este puede ser positivo o negativo según reacciones (deferencia) o no reaccione (indiferencia).
- **Intereses relacionados**: Todos los individuos tienen intereses diversos que se relacionan principalmente con: el mantenimiento de su bienestar y el de su familia, después se encuentran los intereses relacionados con el esparcimiento o estilo de vida y al final se encuentran los intereses casuales o causales. Se realiza una representación gráfica del número de menciones sobre un tema posicionado en la agenda pública y su porcentaje es relativo al listado que lo compone.



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