



WWW.TECNOPOLITICA.COM.MX



Estudio de Escucha Social y Análisis de Audiencia en medios digitales

Turismo Puebla

Enero 2022

Nota metodológica

Se configuró una herramienta de Social Listening para identificar a todos los usuarios que hubiesen verbalizado de alguna forma su intención o experiencia de viaje en el estado de Puebla y/o en sus destinos: Ciudad de Puebla, Tehuacán, Teziutlán, Izúcar de Matamoros, San Martín Texmelucan, Atlixco, Huauchinango, Cuetzalan, Cholula, Xicotepec, Chignahuapan, Zacatlán, Pahuatlán, Tlatlauquitepec, Tetela de Ocampo, con la intención de conocer cómo se refieren a estos lugares, además de analizar sus perfiles en el mundo digital, y detectar insights para considerar en la construcción de una estrategia de comunicación.

En Big Data, se realizó un análisis de 219,687 menciones sobre intenciones o experiencias de viaje a Puebla y/o alguno de sus destinos en un periodo del 1 de enero del 2020 al 31 de diciembre del 2021, en Facebook, Twitter, Instagram, foros y reviews.

A partir de la conversación sobre Puebla y sus destinos, se tomaron como muestra 205 perfiles, que se calificaron de manera manual (Small Data), para comprender el comportamiento en digital de los usuarios. Estos perfiles provinieron 60% de Instagram y 40% de Facebook; 30% de las cuentas fueron angloparlantes y 70% hispanohablantes.

01 El turismo a puebla

02 Los destinos

03 Audiencia segmentada

04 Audiencias

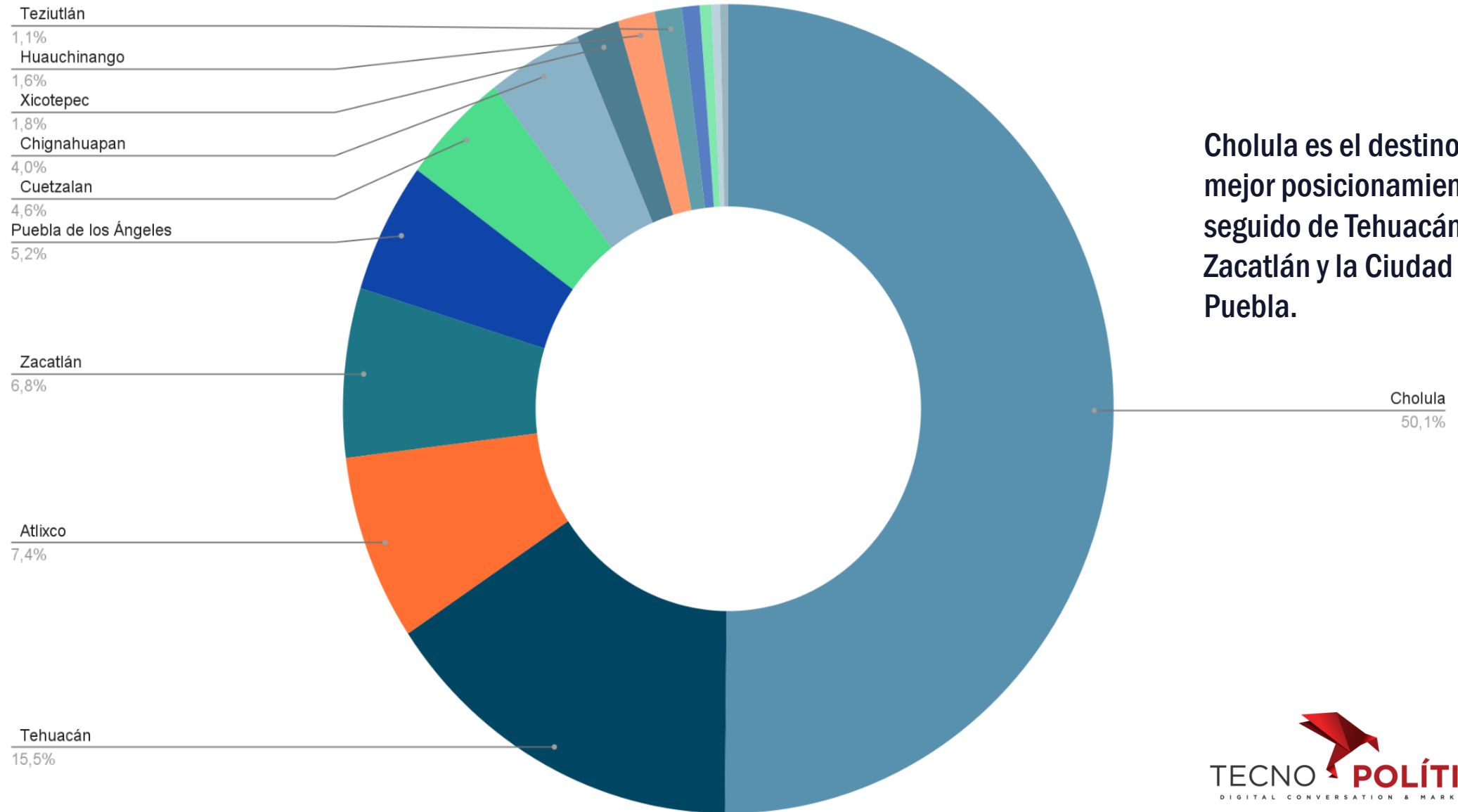
05 Conclusiones

01

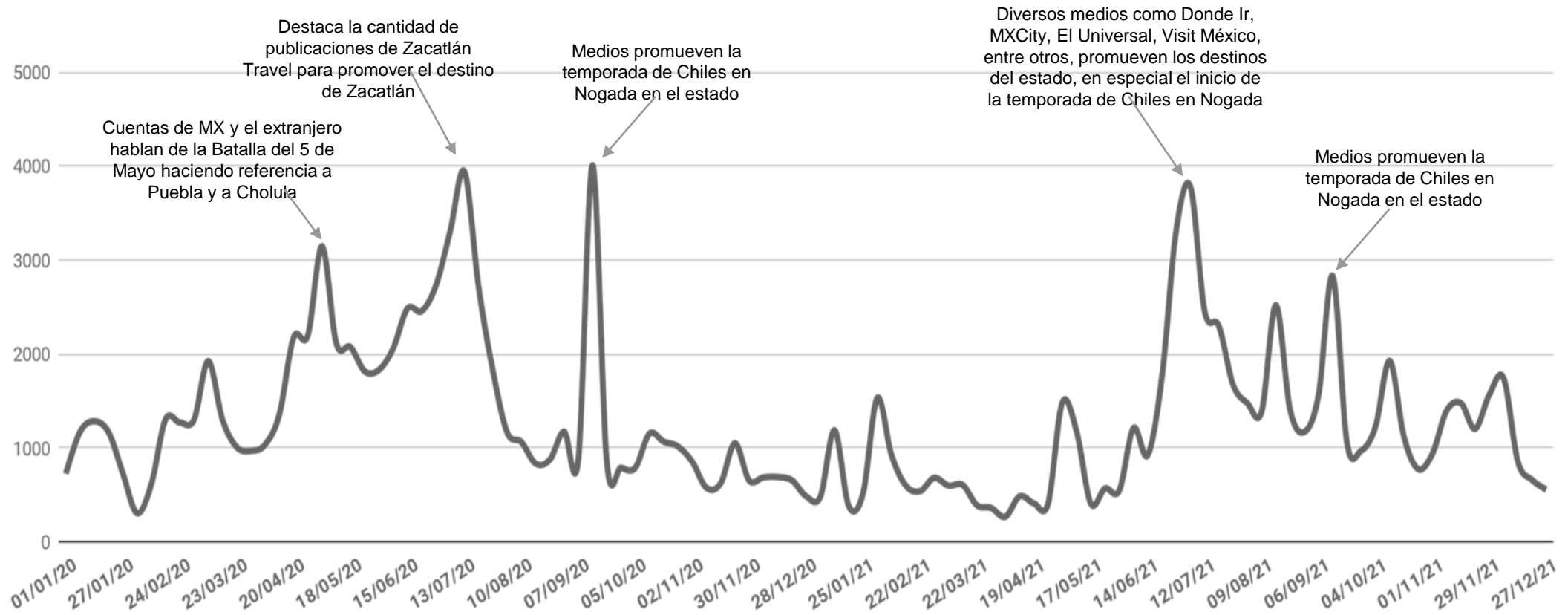
El turismo de Puebla

Gastronomía, iglesias y naturaleza





Cholula es el destino con mejor posicionamiento, seguido de Tehuacán, Atlixco, Zacatlán y la Ciudad de Puebla.



Los principales picos de la conversación suceden en mayo porque tanto agencias de viaje como medios de comunicación hablan de la Batalla de Puebla.

En junio y julio incrementa la conversación porque inicia la temporada de chiles en nogada, por lo que las menciones son principalmente sobre gastronomía.

Se identifica un periodo que va de finales de septiembre del 2020 a finales de junio del 2021 en donde las menciones disminuyeron de manera sensible, muy posiblemente por efecto de la pandemia, arrastrado desde el 2020.

Presencia digital

El sentimiento general de la conversación es positivo, usuarios comparten los lugares que visitan y muestran fotos.

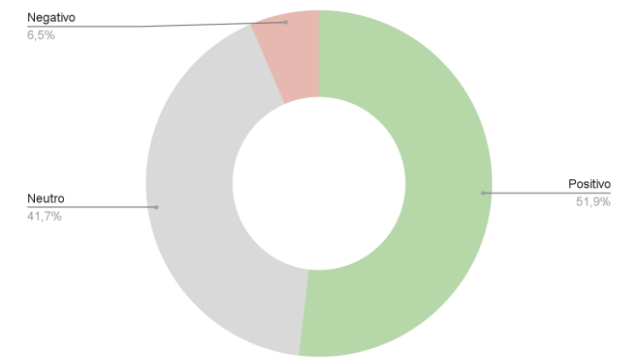
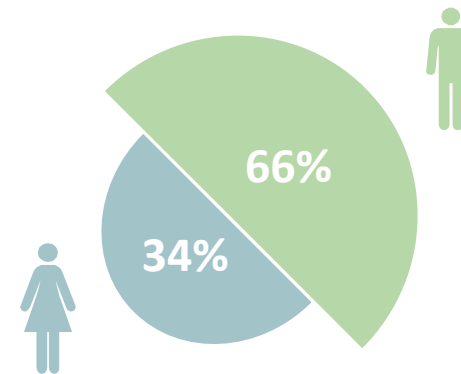
Por otro lado, medios de comunicación se encargan de difundir las actividades que se pueden realizar en los diversos destinos del estado.

Las menciones negativas son principalmente por cuestiones de inseguridad.

Hashtags

#Puebla
#Mexico
#Cholula
#Travel
#PicOfTheDay

Nube de Palabras



Verbalizaciones

Gastronomía, iglesias, arquitectura y naturaleza



ednflo · Seguir
Puebla City

Más poblano solo el Mole
20 sem

#explorapuebla #igerspuebla #mexicolors #galeriamx #ig_puebla #pueblagram #identidadmexico #capturapuebla #pueblaesmidestino #streetphotography_mexico #loves_puebla #hdrmexico #loves_puebla #walkingmexico #mexicomaravilloso #mexicolindo #mexicoandando #lovemexico #mochileromx #instagood #metropolismx #wowmexico #pasionmexico #mexicourbano #colorgasmico #vive_mexico

21 Me gusta
22 DE AGOSTO DE 2021

Agrega un comentario... Publicar



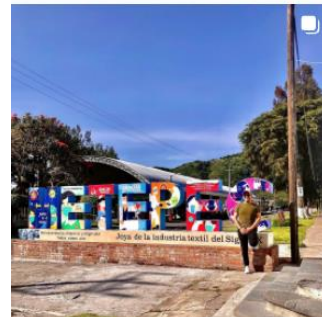
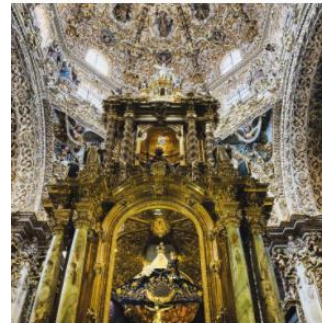
edgar_navarroa · Seguir
Honey, Puebla

Por el momento no me voy a detener; mientras el cuerpo y la vida lo permita...

#explorapuebla #visit_puebla #amo_a_puebla #gopueblaoficial #viciatuvia

47 Me gusta
26 DE NOVIEMBRE DE 2021

Agrega un comentario... Publicar



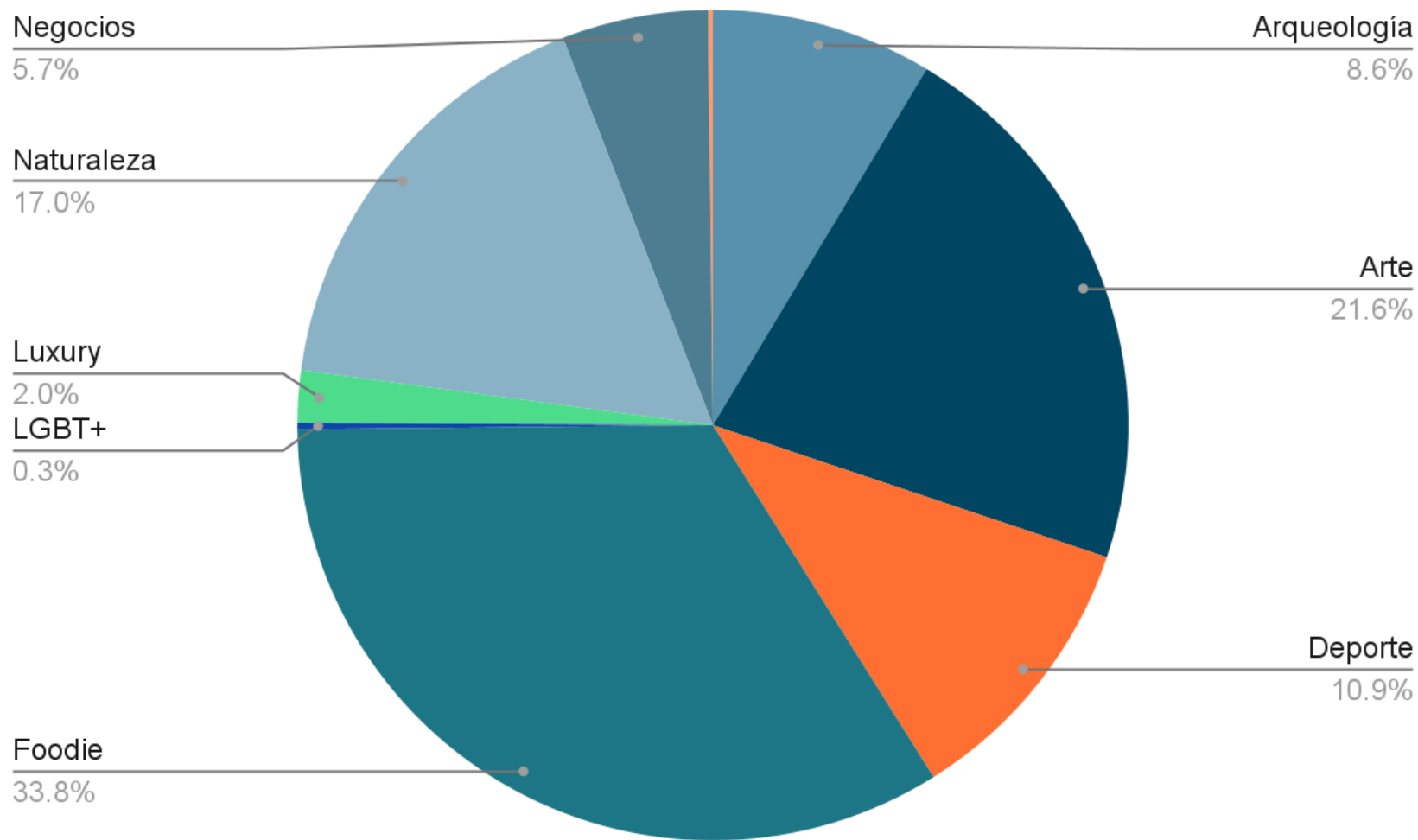
02

Los destinos

Cholula para México y el mundo

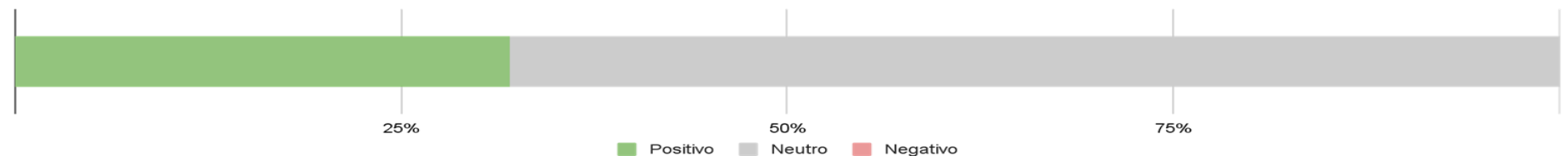
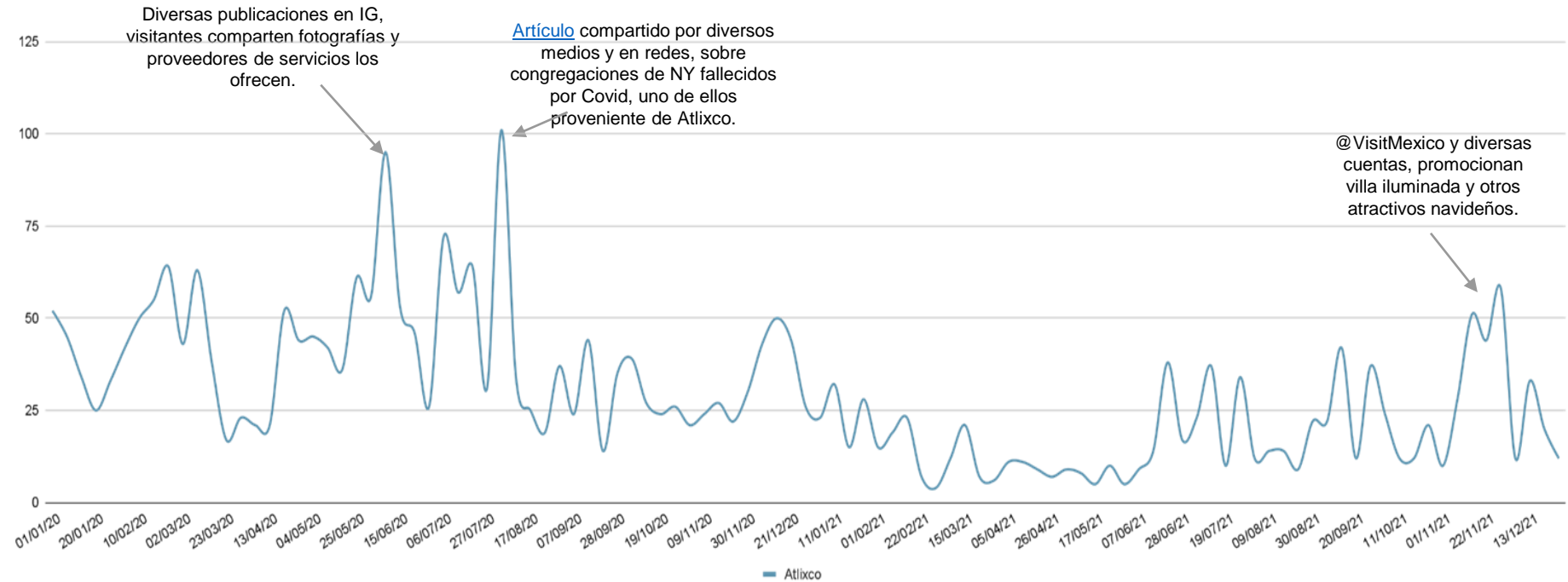


Este destino destaca por menciones de gastronomía, desde el tradicional mole poblano, el mole de caderas, el chile en nogada y mucho más. En 2021 una nevería del centro sacó un helado de “Chile en Nogada” lo que generó curiosidad en los usuarios.



Los picos de la conversación, se dieron principalmente por usuarios y cuentas especializadas.

El sentimiento de la conversación es principalmente positivo.





Atlixco

Las cuentas del ayuntamiento son las que promueven la conversación sobre este destino e invitan a los usuarios a visitar.

El grueso de los usuarios que visitan son mexicanos, sin embargo se identificaron algunos visitantes extranjeros.

Una atracción de temporada que incrementa la visitas es la decoración de diciembre, generando ligeramente más conversación por parte de lo usuarios.

Nube de Palabras



Hashtags

#Atlixco

#AtlixcoPuebla

#AtlixcoPuebloMágico

#AtlixcoMágico

#Atlixco_Mx

Autores



Puebla: 70.6 seguidores



Ayuntamiento de Atlixco: 12K fans



Nancy de la Sierra Arámburo: 26.6K seguidores



Grupo Bojiganga: 1.6K fans

Canales



66%



24



%
10%

Verbalizaciones

Además los colores de la ciudad y sus murales, hacen que los turistas se retraten de manera constante.

Las escaleras y el Jardín Mágico son los lugares más fotografiados.



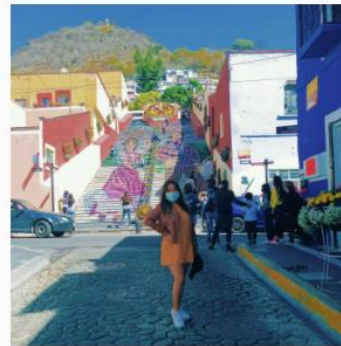
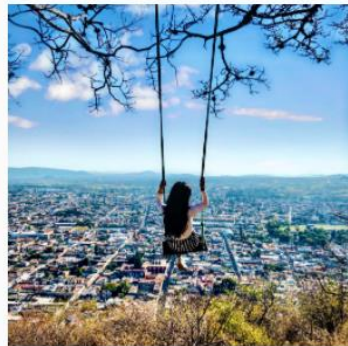
sivvy_escapes · Seguir
Atlixco Pueblo Mágico

sivvy_escapes The Pueblo Magico (or magical village) of Atlixco, is one of 132 towns in Mexico recognised for certain characteristics and traditions that make them unique, and historically significant. It also happens to be my favourite place that we visited during our 2 week trip of Mexico. It has one of the most beautiful Zocalos (historical centre) with beautiful tiled benches and floral gardens- as pictured here ❤️

Often overlooked by tourists who tend to visit the nearby village of Cholula with its famous pyramid, Atlixco is a colourful little town with beautiful murals all set to the stunning backdrop of the imposing Popocatepetl Volcano. For the best views of the volcano and

91 Me gusta
26 DE NOVIEMBRE DE 2021

Agrega un comentario... Publicar



ticogb · Seguir
Jardín Mágico

ticogb Un lugar precioso en Atlixco, Puebla con una precioso acompañante 🥰!!!!

#gay #gayboys #gaymexico #hoscob #scruff #lovewins #puebla #mexico #atlixco #garden #flowers #plantas #flores #jardin

24 sem

Les gusta a csancheznieto y 19,238 personas más
25 DE JULIO DE 2021

Agrega un comentario... Publicar

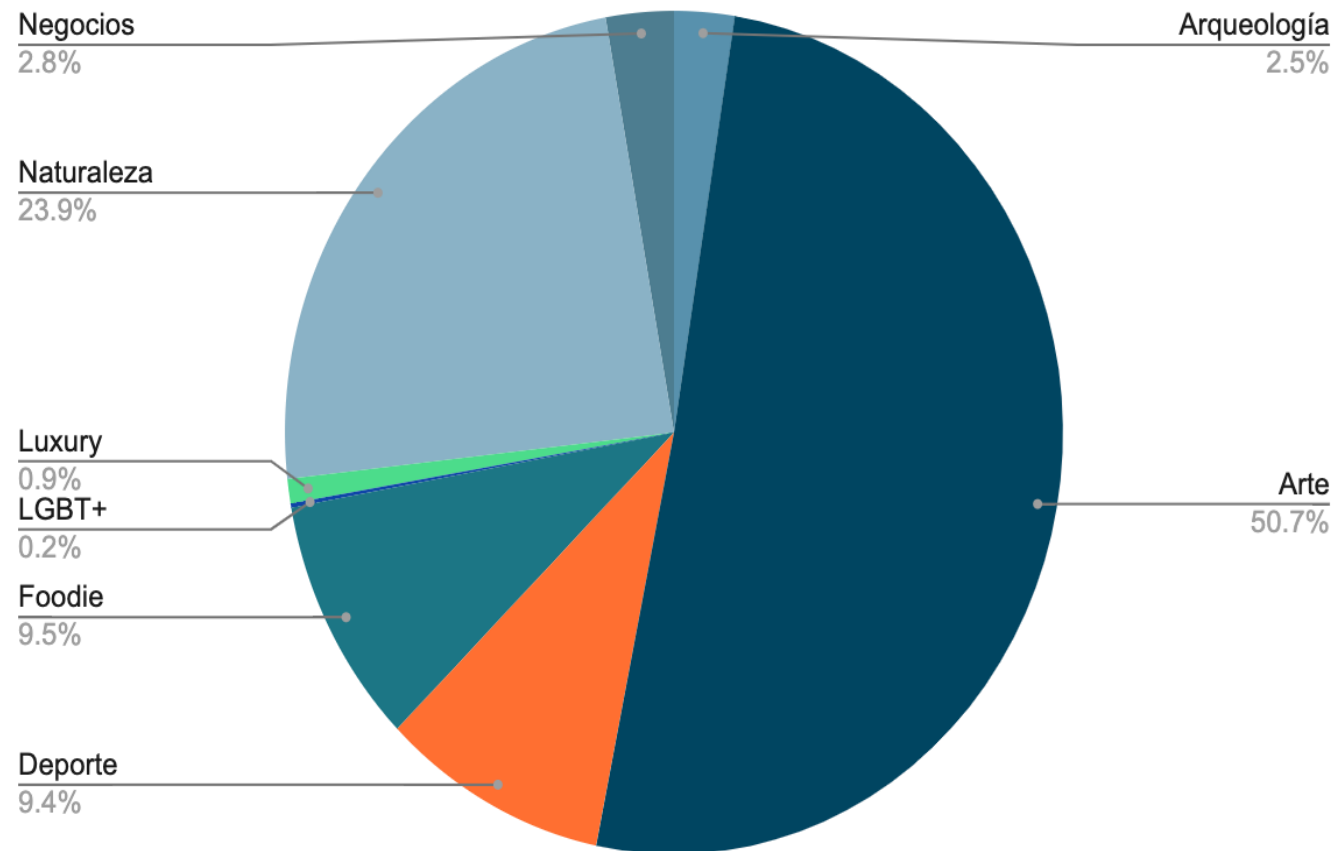


Chignahuapan

2020-2021

1,707 menciones

La conversación tiende a centrarse en temas arte, relacionados principalmente con los murales.



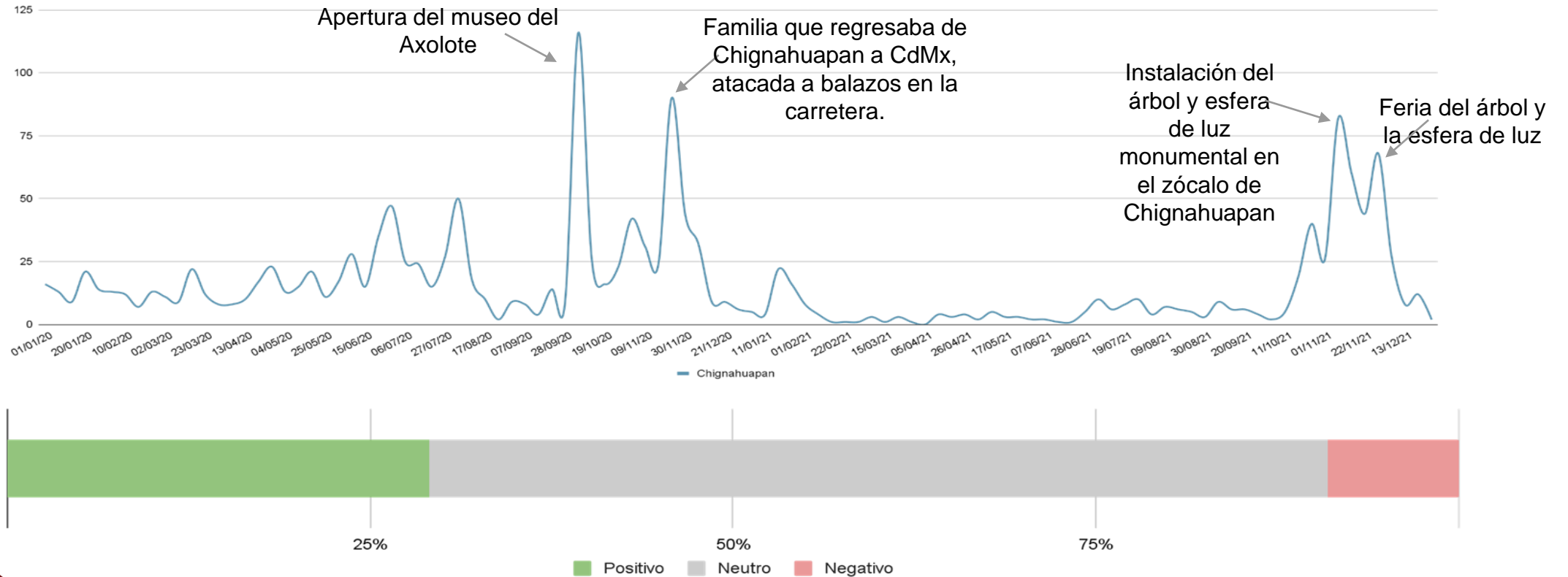
Chignahuapan

La conversación tiene a incrementar un poco más al acercarse diciembre, por ser un destino enfocado a esta temporada.

2020-2021

1,707 menciones

La tendencia de la conversación es neutra-positiva.





Chignahuapan

Los murales de Chignahuapan es una de las cosas que más comparten los turistas, por esta razón la categoría de arte es la más amplia.

Por otro lado también está toda la parte de naturaleza como el Salto de Quetzalapan en donde los usuarios practican senderismo o simplemente disfrutan de la naturaleza.

Nube de Palabras



Hashtags

#Chignahuapan





#Puebla

#PueblosMagicos

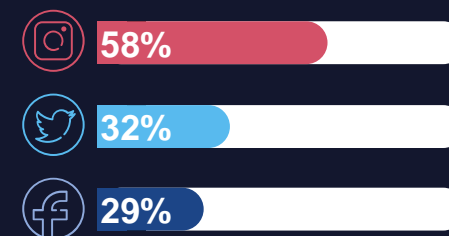
#StreetArt

#Traveler

Autores

-  Donde Ir Puebla: 292K fans
-  Puebla: 70K seguidores
-  Chignahuapan Travel: 7.3K seguidores
-  Team Travel: 88.3K seguidores

Canales



Verbalizaciones

Murales y temporada navideña marcan la tendencia. hacen que los turistas se retraten de manera constante.



lautejeda • Seguir
Laguna De Chignahuapan

lautejeda #chignahuapan #puebla #muralesmexicanos
33 m

2 Me gusta
HACE 33 MINUTOS

Agrega un comentario... Publicar

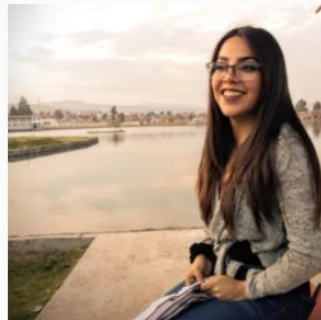
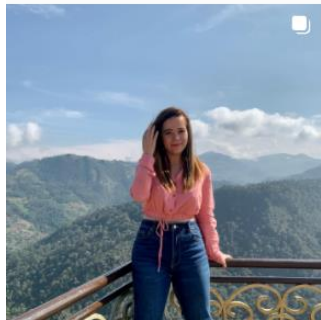


jacovish77 • Seguir
Chignahuapan, Puebla. Pueblo Magico

jacovish77 Chignahuapan, Puebla 
Pueblo Mágico
Mochi...langoo 
<https://youtu.be/lssSwQe2OIQ>
#travel #adventure
#followforfollowback
#streetphotography
#travelphotography #puebla
#chignahuapan #pueblomagico #trip
#instago #instatravel #estas_america
#traveling #travelgram #concomexico

8 Me gusta
HACE 2 DÍAS

Agrega un comentario... Publicar



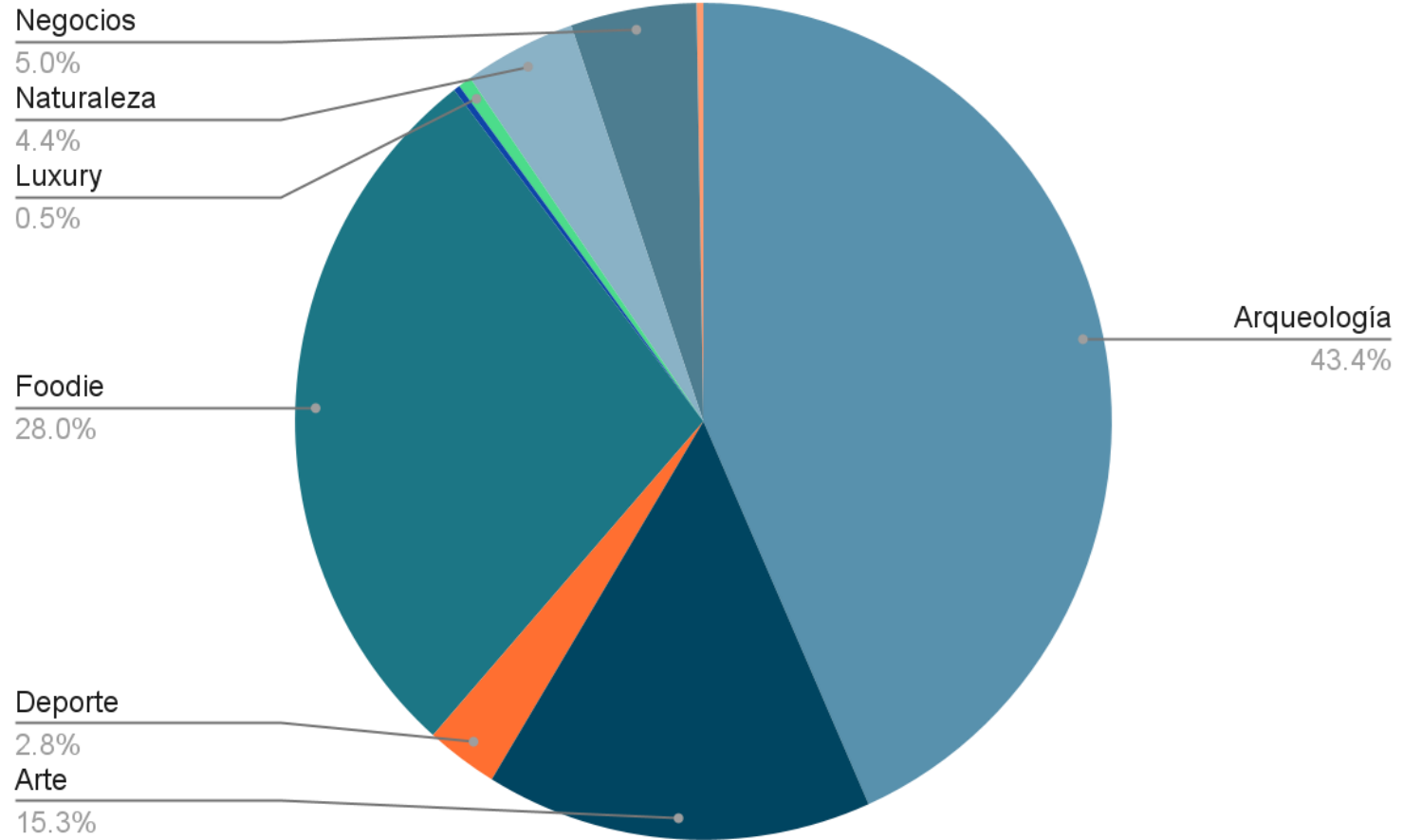
Cholula

2020-2021
21,582 menciones

Cholula es el destino con mayor cantidad de menciones, su relevancia turística es muy alta no solo a nivel nacional, si no a nivel internacional.

La zona arqueológica es la más mencionada, usuarios comparten fotos de la pirámide y muestran gran admiración hacia ella.

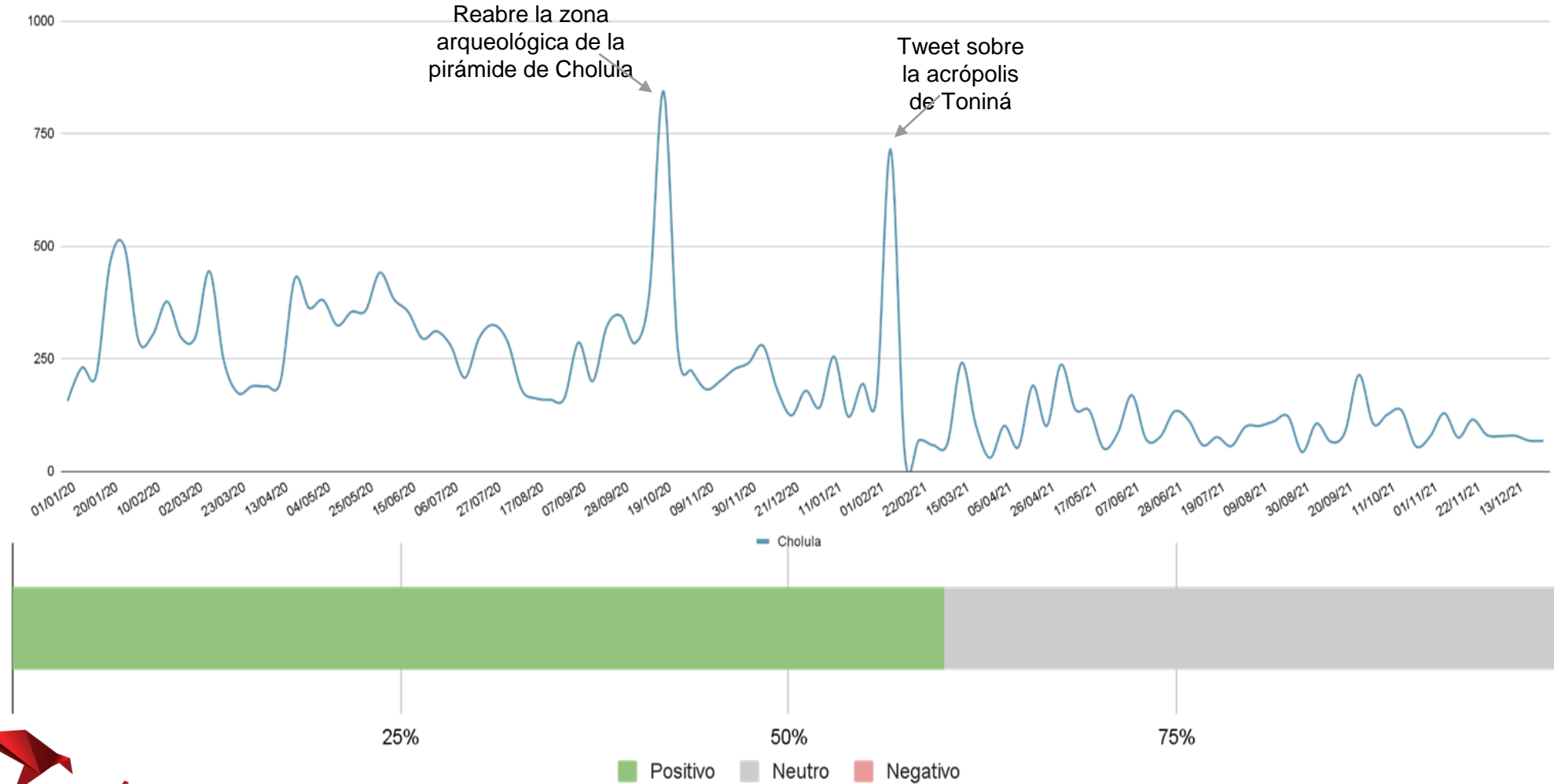
Ligeramente en menor medida, usuarios comparten sus experiencias en el museo y sus paseos por la ciudad.



Cholula

La apertura de la pirámide de Cholula y Resaltan en la conversación.

2020-2021
21,582 menciones





Cholula

La gastronomía en Cholula es algo importante para los usuarios, sin embargo no es el reflejo de la comida local, más bien comparten sus experiencias en restaurantes de comida internacional.

La pirámide de Cholula atrae la atención de todo tipo de público, incluyendo bloggers, científicos, investigadores y público en general.

Nube de Palabras



Hashtags

- #Cholula

- #CholulaPuebla

- #Puebla

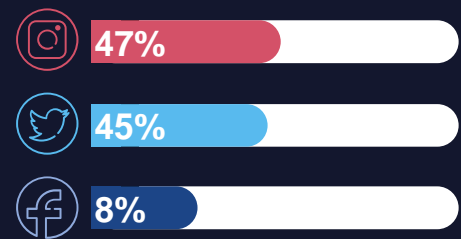
- #PueblaCity

- #QueChulaEsPuebla

Autores

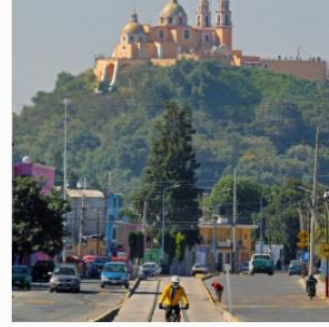
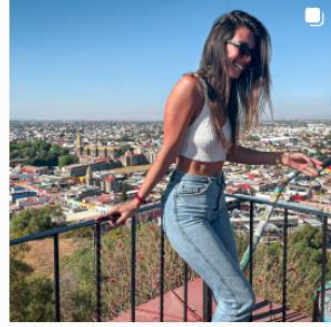
-  Visit Mexico: 1.8M seguidores
-  Donna Michelle: 4.6K seguidores
-  San Adnrés Cholula: 9.1K seguidores
-  Amarelviaje: 22K seguidores
-  Ancient Scientist 513K seguidores

Canales



Verbalizaciones

Pirámide, iglesias, y gastronomía marcan la tendencia. hacen que los turistas se retraten de manera constante.

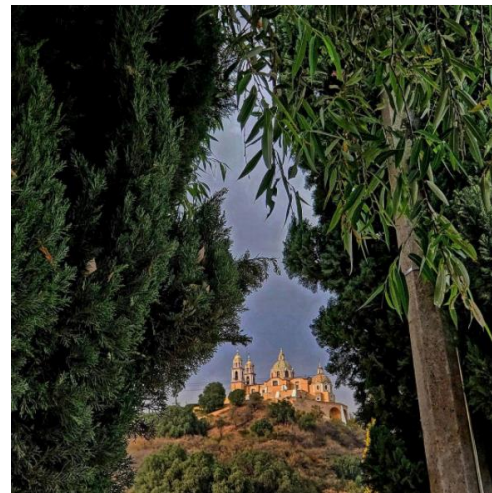
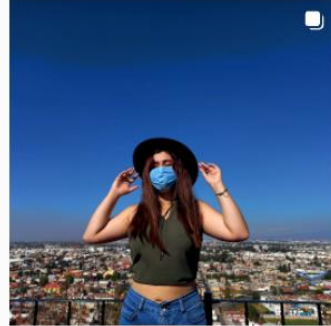


aysegulseyahatte · Seguir
San Andrés Cholula, Puebla, Mexico

aysegulseyahatte Yeni yılın ilk paylaşımı yurtdışı olsun ki, sene boyunca bol bol gezelim di mi ama 🥰
Nasil var mi yakında seyahat?
Benim kafamda deli planlar hiliç bitmiyo... 🤔
Fotolar Meksika'nın kiliseler şehri diye bilinen Cholula'dan*. Dünyadaki en büyük hacme sahip piramidi de burada bulunuyor. Son foto...
Maalesef kapalıydı, gezemedik. Ama şehir efsane 🤔
Meydanlar, kiliseler, tepeden manzaralar müthiş 🤩
Bu şehir Amerika kıtasında şehir yaşantısının devam ettiği en eski yer olarak da biliniyor. 🤝

781 Me gusta
HACE 7 DÍAS

Agrega un comentario... [Publicar](#)



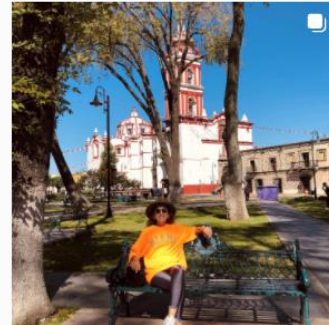
ali_sahaly · Seguir
Cholula Pueblo Magico

ali_sahaly Overlooking at the great pyramid of Cholula
4 d

luke_99luck Wow, what an astonishing image 🤩
3 d Responder

46 Me gusta
HACE 4 DÍAS

Agrega un comentario... [Publicar](#)



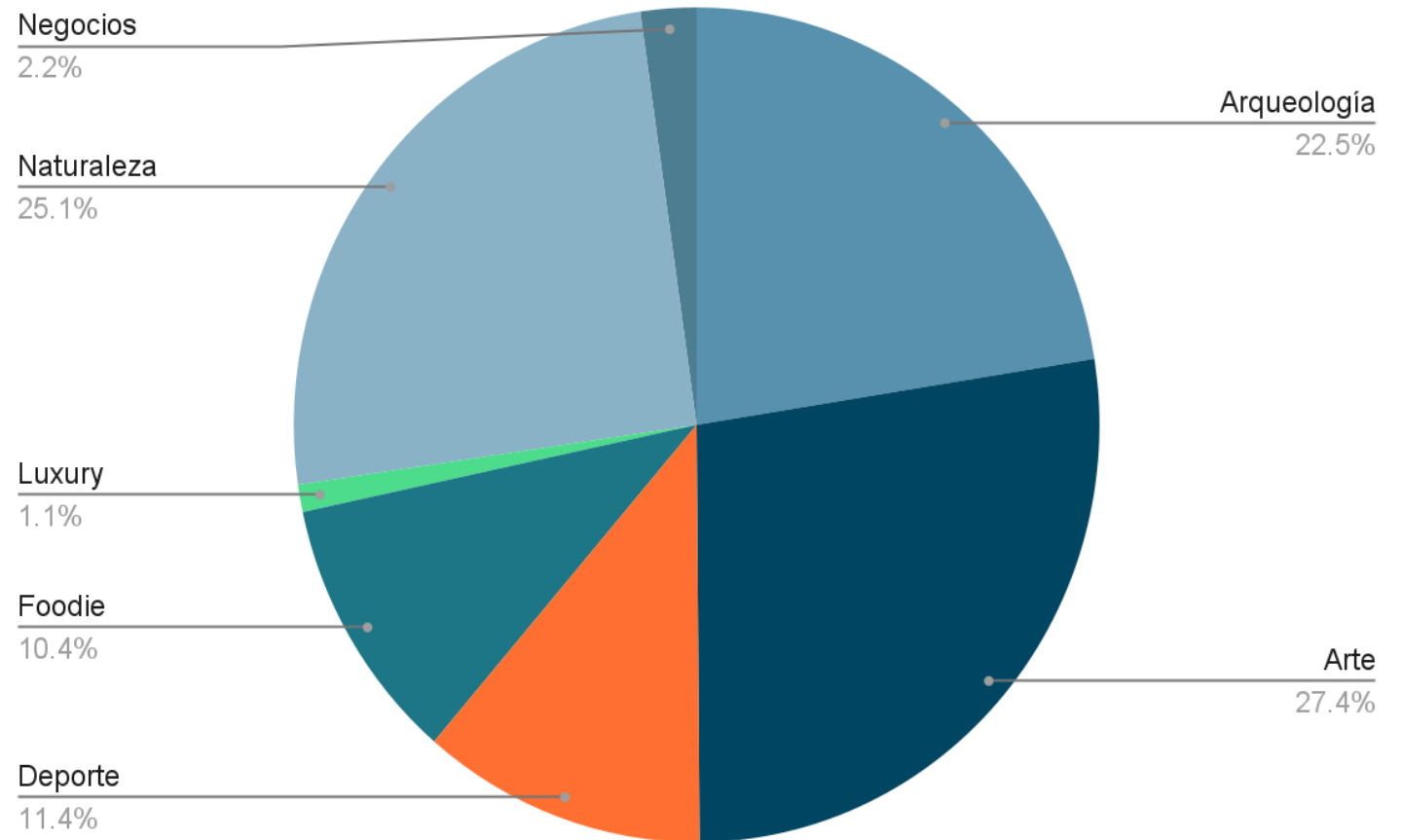
Cuetzalan

2020-2021

1,968 menciones

Arquitectura, zonas arqueológicas, museos, cascadas, grutas y mucha naturaleza son solo algunas de los atractivos que los usuarios comparten en redes sociales.

Este lugar tiene la capacidad de albergar a varios tipos de turismo, desde aquellos interesados en la historia hasta quienes buscan una aventura en la naturaleza haciendo rapel, o simplemente quieren pasar un buen rato en familia o con amigos.

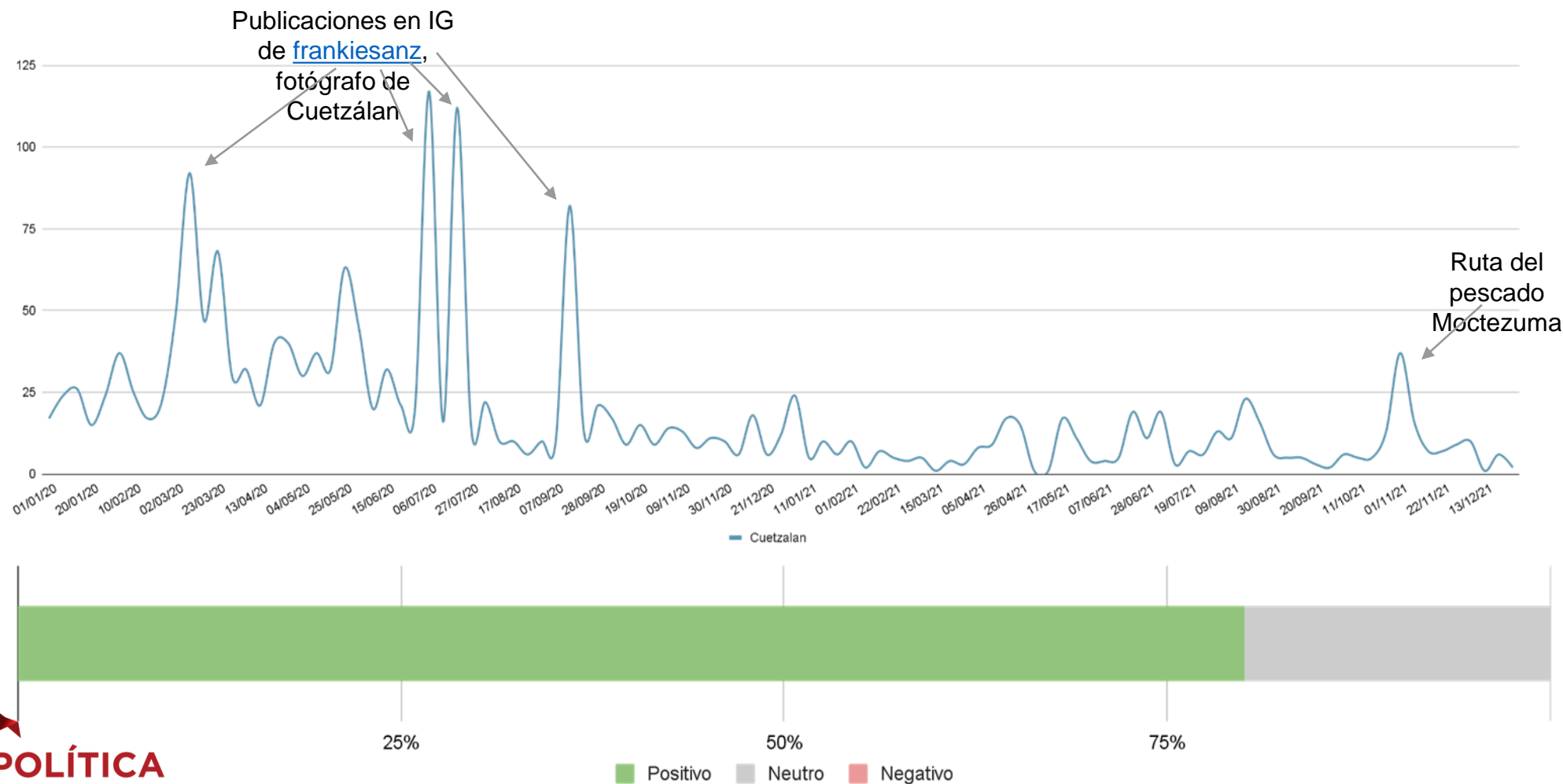


Cuetzalan

Publicaciones de un instagramer, y la mención de ser parte de la tradicional ruta del pescado de Moctezuma generaron los picos de conversación.

2020-2021

1,968 menciones





Cuetzalan

Si bien la mayor parte de los contenidos son generados por usuarios nacionales, destaca que hay varios internacionales, en ambos casos varios de los hashtags que usan son en inglés.

Usua

Nube de Palabras



Hashtags

#Cuetzalan

#CuetzalanPuebloMagico

#ExploraPuebla

#SierraDePuebla

#PhotoOfTheDay

Autores

Visit Mexico: 1.8M seguidores

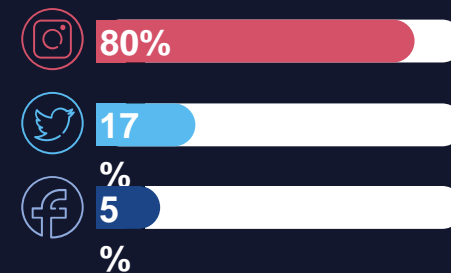
Donde Ir Puebla: 292K fans

Alan Slim: 337K seguidores

VistasdeMexico: 85.5K seguidores

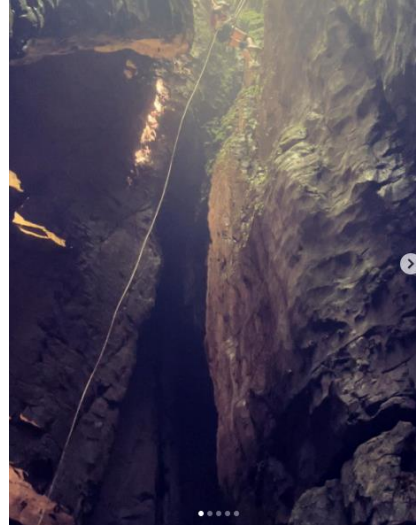
Omar Gonval: 11.1K seguidores

Canales



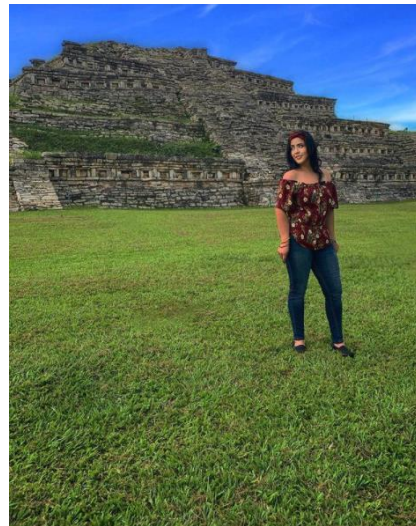
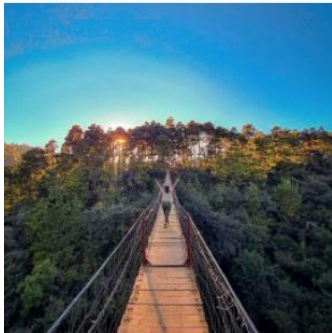
Verbalizaciones

Usuarios comparten amaneceres, atardeceres, las angostas calles del pueblo, la naturaleza, retratos de gente local.



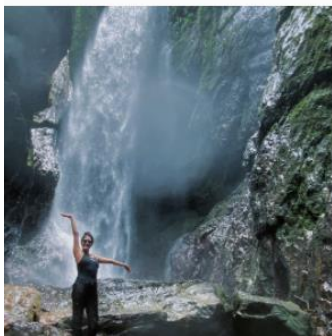
 **maryterefit** · Seguir
Cuetzalan Del Progreso, Puebla, Me...
 **maryterefit** Don't listen what they say. Go see. 
#adventure #rapel #cuetzalan #roadtrip
gpmi 
21 h
 **noe.baezmendez**  
8 h Responder

   
46 Me gusta
HACE 21 HORAS
 Agrega un comentario... [Publicar](#)



 **dulcedualidad** · Seguir
Zona Arqueológica "Yohualichan"
 **dulcedualidad** La zona arqueológica de Yohualichan fue un centro ceremonial totonaca muy importante, en su estilo arquitectónico sobresalen los nichos que representan luz y oscuridad, día y noche. El área consta de 5 edificios principales ubicados conforme a los puntos cardinales. Un Centro ceremonial y el famoso juego de pelota.
Yohualichan es la ciudad prehispánica más importante de la Sierra Norte del estado de Puebla, motivo suficiente para ir de visita en cuanto se presente la oportunidad. ·
·
·
#bueblomaicos #bueblomaico

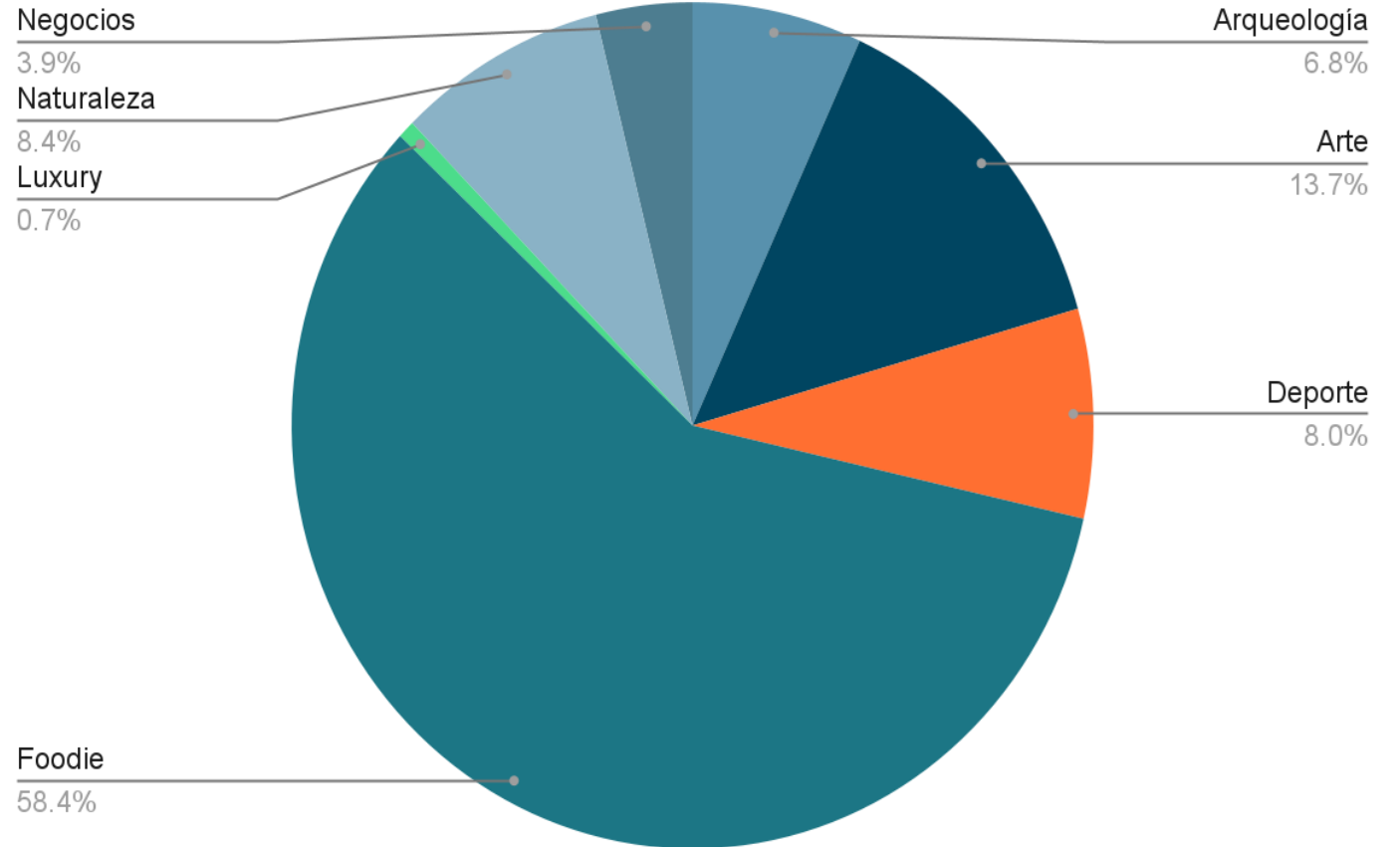
   
523 Me gusta
21 DE AGOSTO DE 2020
 Agrega un comentario... [Publicar](#)



Huauchinango

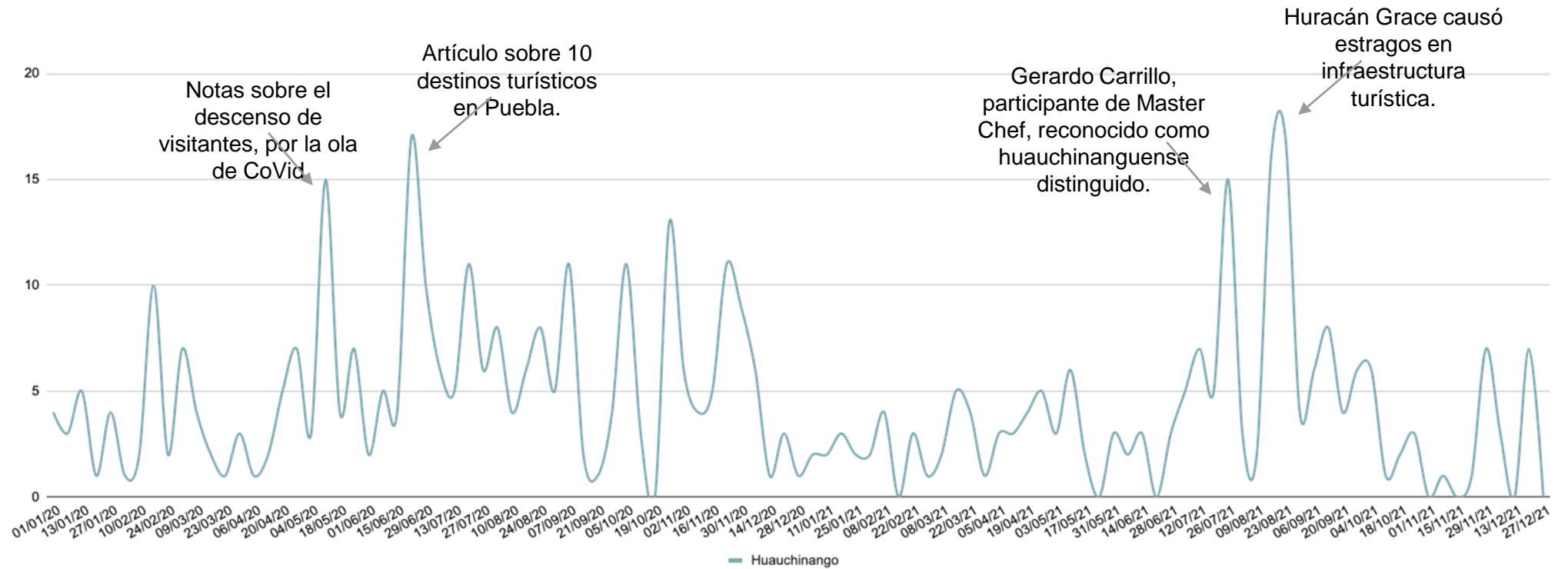
Este destino destaca por tener una oferta gastronómica muy amplia, desde los famosos molotes, mole, enchiladas, fruta de la región, hasta barbacoa. Los usuarios comparten la variedad gastronómica del lugar.

2020-2021
668 menciones



Huauchinango

Menciones sobre artículos del destino, reconocimiento de visitante distinguido y las afectaciones sobre infraestructura turística generaron los picos de conversación.





Huauchinango

Senderismo, pesca, ciclismo, ríos, cascadas, lagos, bosques etc. usuarios comparten la amplia variedad de actividades al aire libre que se pueden hacer en este destino relacionadas a la naturaleza.

Nube de Palabras



Hashtags

#Huauchinango

#Puebla

#PueblosDeMexico

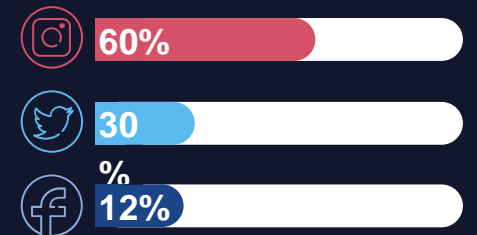
#MexicoTravel

#PuebloMagico

Autores

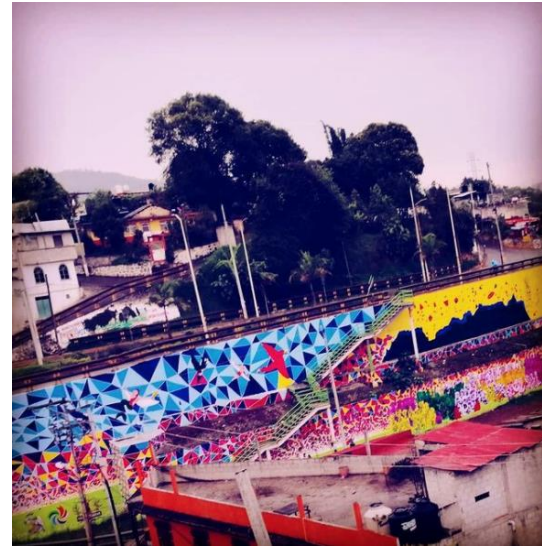
-  MexicoDestinations: 193K seguidores
-  Dr. Frank Baikal: 4K seguidores
-  Mexico Ruta Mágica: 4.1K seguidores

Canales



Verbalizaciones

El kiosko, los murales, la gastronomía son el set para los usuarios, quienes los utilizan para selfies y fotos del recuerdo.



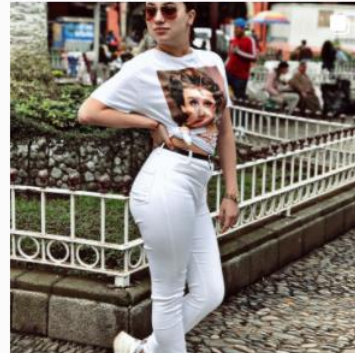
frklefroy · Seguir
Huauchinango Pueblo Mágico

frklefroy #colores #colores #wonderful #mural #murales #huauchi #huauchinango #puebla #sierra #sierramagica #puebla #mexico #mexique #parfait #arte #art #urbanstyle #voyage #travel #traveling #amazing #awesome #sky #cielo #cielito #puebla #pueblomagico

78 sem

32 Me gusta
12 DE JULIO DE 2020

Agrega un comentario... Publicar



arturoc.sandoval · Seguir
5 de Mayo, Huauchinango

grupo de los que se sientan sobre la mesa...

#visitmexico #gourmet #chef #foodporn #travel #travelgram #photooftheday #puebla #mercados #maizazul #barbacoa #foodstagram #mexican #mexicanfood #foodgasm #colorful #delicious #chefe #mexico #mexicanchef #investigacion #chefstagram #gastromx #cocinamexicana #chefsinstagram #picoftheday

86 sem

8 Me gusta
12 DE MAYO DE 2020

Agrega un comentario... Publicar



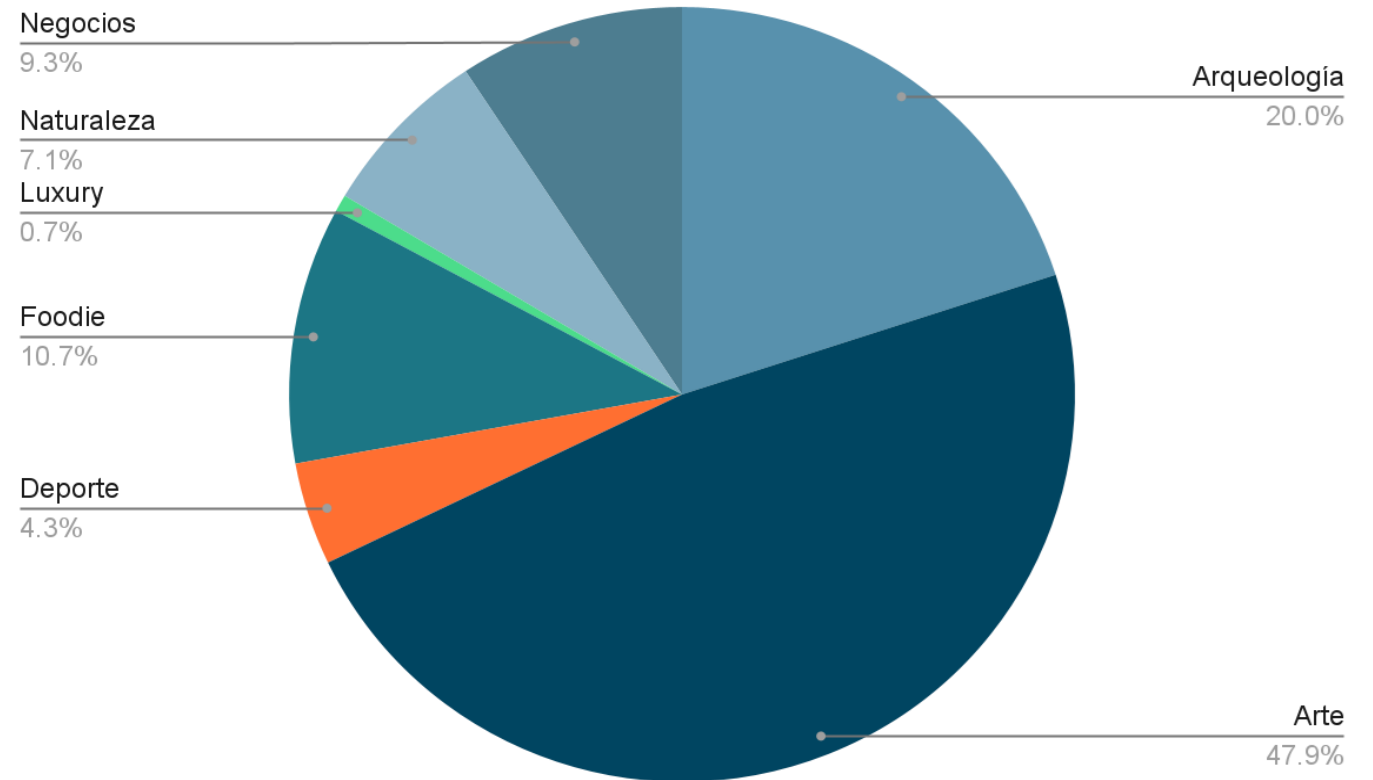
Izúcar de Matamoros

Es uno de los destinos con muy pocas menciones, mismas que han sido generadas principalmente por medios de comunicación que difunden información sobre los museos en la ciudad, como la apertura de la Ex Hacienda azucarera de San Nicolás Tolentino como el primer museo-ruina de México. O el recorrido virtual del museo “Cuna del Ejército Mexicano”.

La gastronomía también es tema de conversación, particularmente por el pozole blanco y el café local.

2020-2021

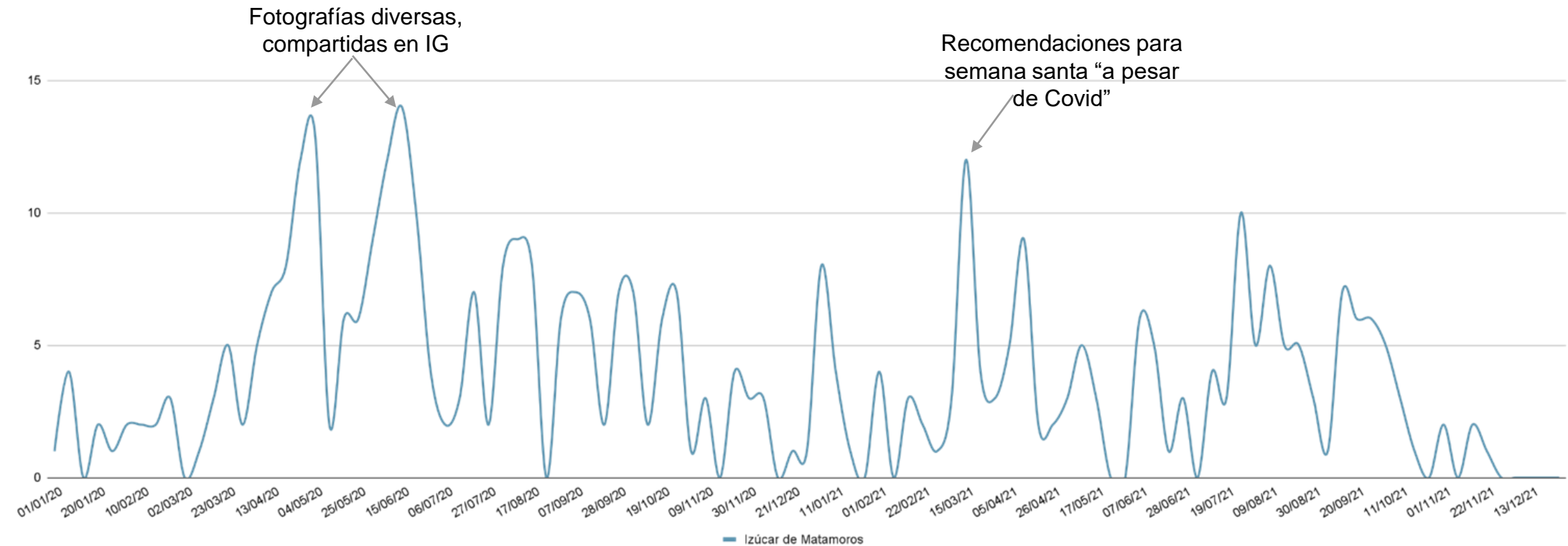
210 menciones



Izúcar de Matamoros

2020-2021

210 menciones



25%

50%

75%

■ Positivo ■ Neutro ■ Negativo



Izúcar de Matamoros

La mayoría de los usuarios comparten fotos del centro, la fuente, el kiosco, las iglesias y las calles, sin embargo algunos otros han compartido contenidos de las cascadas en San Antonio Las Iguanas y algunas ex haciendas abandonadas de la región.

Nube de Palabras



Hashtags

#IzucarDeMatamoros

#Izucar

#Vivelzucar

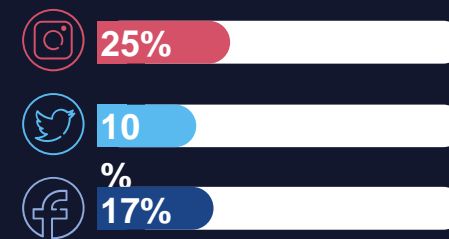
#Puebla

#IzucarDeMatamorosPuebl
a

Autores

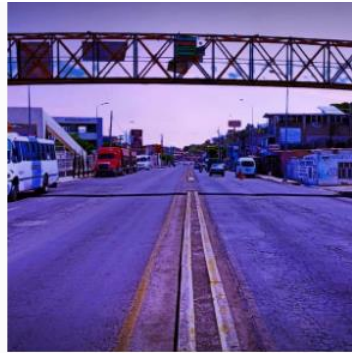
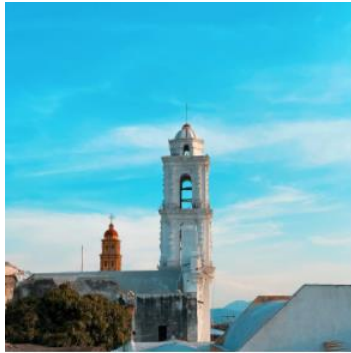
- Secretaría de Educación Pue: 88K fans
- Urbano: 5.3K seguidores
- Pablo Carrillo: 9.7K seguidores

Canales



Verbalizaciones

La mayoría de los usuarios comparten fotos del centro, la fuente, el kiosco, las iglesias y las calles, sin embargo algunos otros han compartido contenidos de las cascadas en San Antonio Las Iguanas y algunas ex haciendas abandonadas de la región.



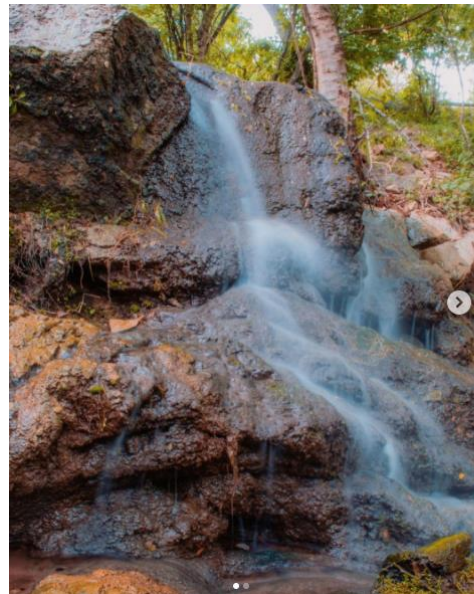
countryside_crown · Seguir · Izúcar de Matamoros, Puebla

countryside_crown -
#puebla #izúcardematamoros #izucardematamorospuebla #izucarence #izucarfotos #viveizucar #izúcaresparamí

64 sem

10 Me gusta
16 DE OCTUBRE DE 2020

Agrega un comentario... Publicar



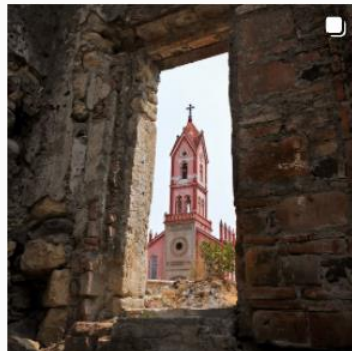
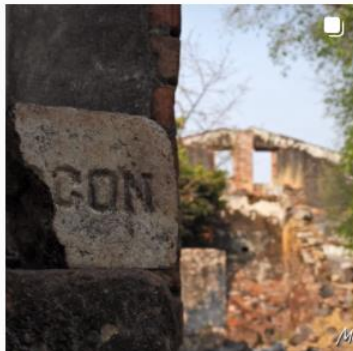
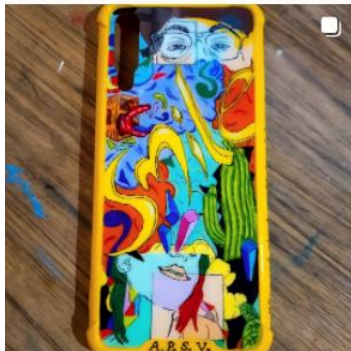
abimael_quiroz · Seguir · San Antonio Las Iguanas

abimael_quiroz silky

#izucar #izucardematamoros #izúcar #agua #water #aguasedosa #aguasedosas #silkywater #silkywaterfalls #silkywaterphotography #silkywaterfalls #silkywaterfall #nature

66 Me gusta
20 DE JULIO DE 2020

Agrega un comentario... Publicar



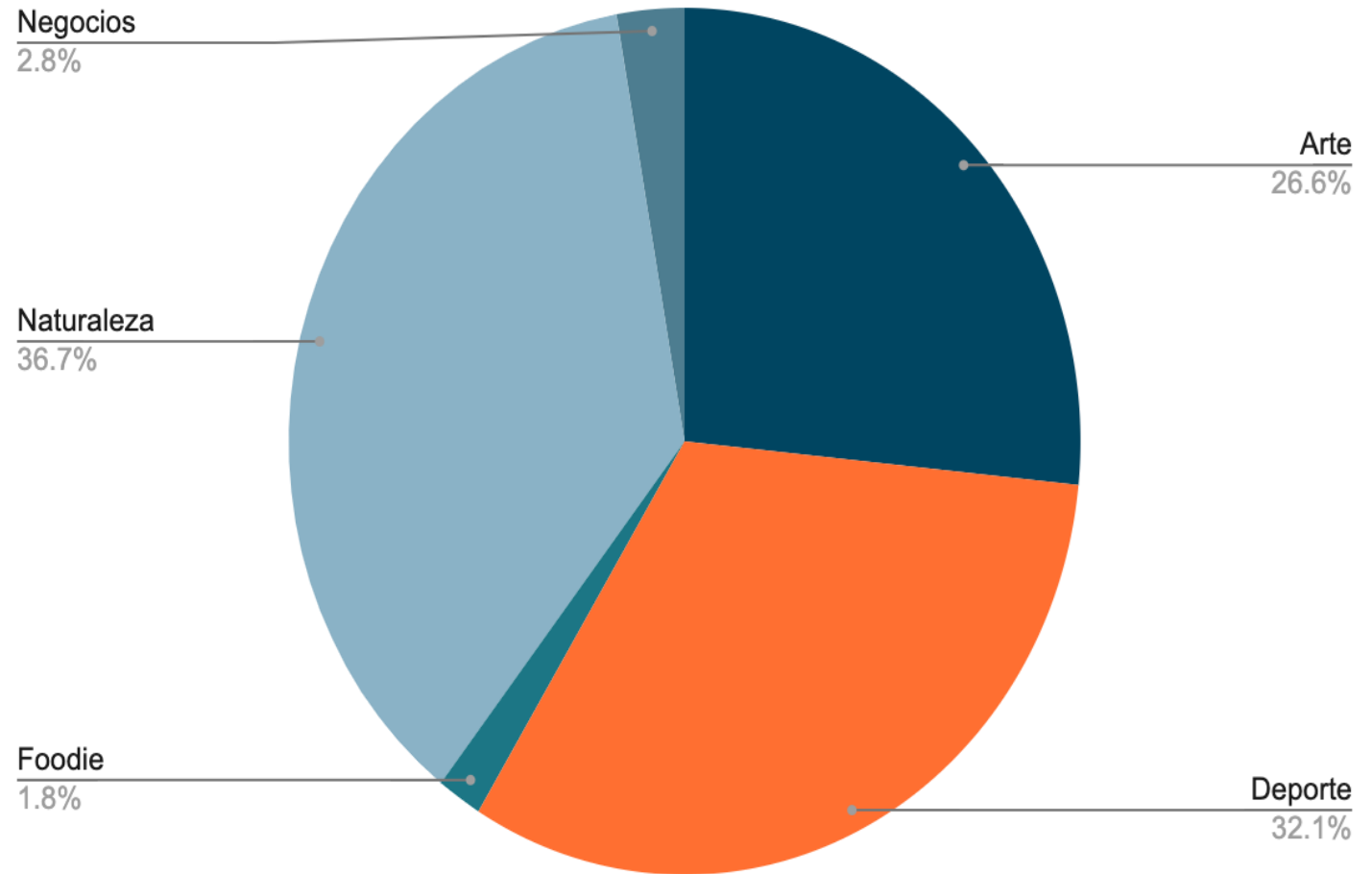
Pahuatlán

Pahuatlán es un destino poco mencionado sin embargo los usuarios que van, comparten las actividades que hacen durante su estancia como visitar Honey y sus puentes colgantes, las cascadas, el papel picado y el papel amate de San Pablito.

Sin embargo este lugar destaca por las actividades al aire libre, también hay muchos usuarios que van para hacer senderismo, carreras de cross country y bici de montaña.

2020-2021

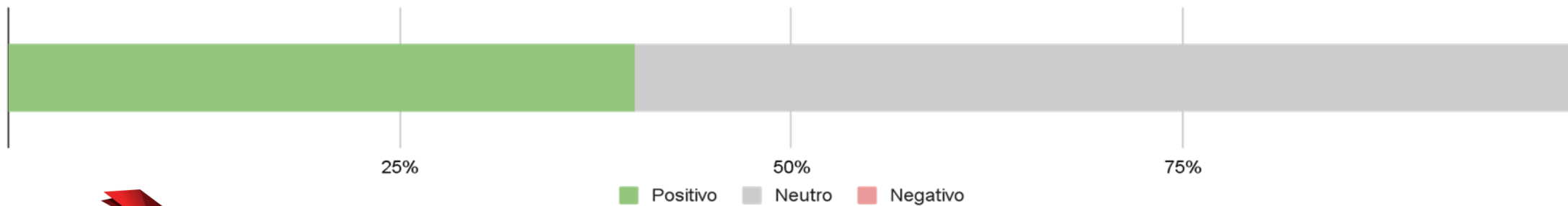
146 menciones



Pahuatlán

2020-2021

146 menciones



Verbalizaciones



 didierpalomo · Seguir
Pahuatán Pueblo Mágico

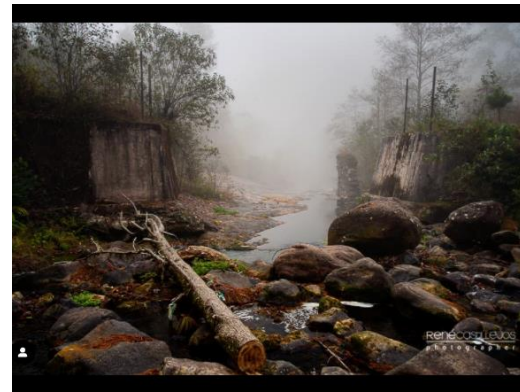
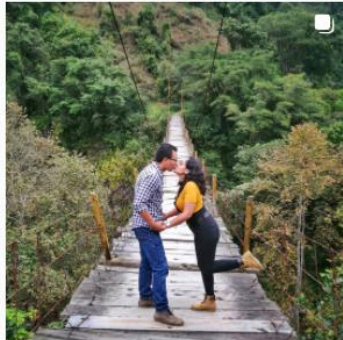
 didierpalomo 🏠 Pahuatán del Valle, Puebla. 🌞

📍Pahuatán del Valle es uno de los 217 municipios de Puebla, enclavado en la Sierra Norte del estado, es también uno de los pueblos mágicos poblanos.
📍Se localiza en la frontera con los municipios hidalgüenses de Tenango de Doria y Acaxochitlán, a tan solo 2 horas 30 minutos de CDMX y 1 hora 30 de Pachuca.
📍Para llegar aquí tienes que atravesar valles y barrancas, paisajes de cafetos y pahuas y un bosque que por lo general está cubierto de niebla. Sin duda una excelente opción si te gusta admirar la naturaleza.

📍🗨️📍🔖

747 Me gusta
HACE 21 HORAS

😊 Agrega un comentario... [Publicar](#)



 rene_castillejos · Seguir
Pahuatán, Puebla, Mexico

 rene_castillejos PHOTO By @rene_castillejos.
Cada lugar que he visto me. Ha capturado, sin duda Pahuatán en la Huasteca Poblana tiene esa magia en sus bosques, donde un día soleado se convierte en una inmensa neblina que cubre el paisaje en menos de 10 minutos

📍🗨️📍🔖

Les gusta a lohechoenmexico y 213 personas más
9 DE JULIO DE 2018

😊 Agrega un comentario... [Publicar](#)

Puebla de los Ángeles

2020-2021

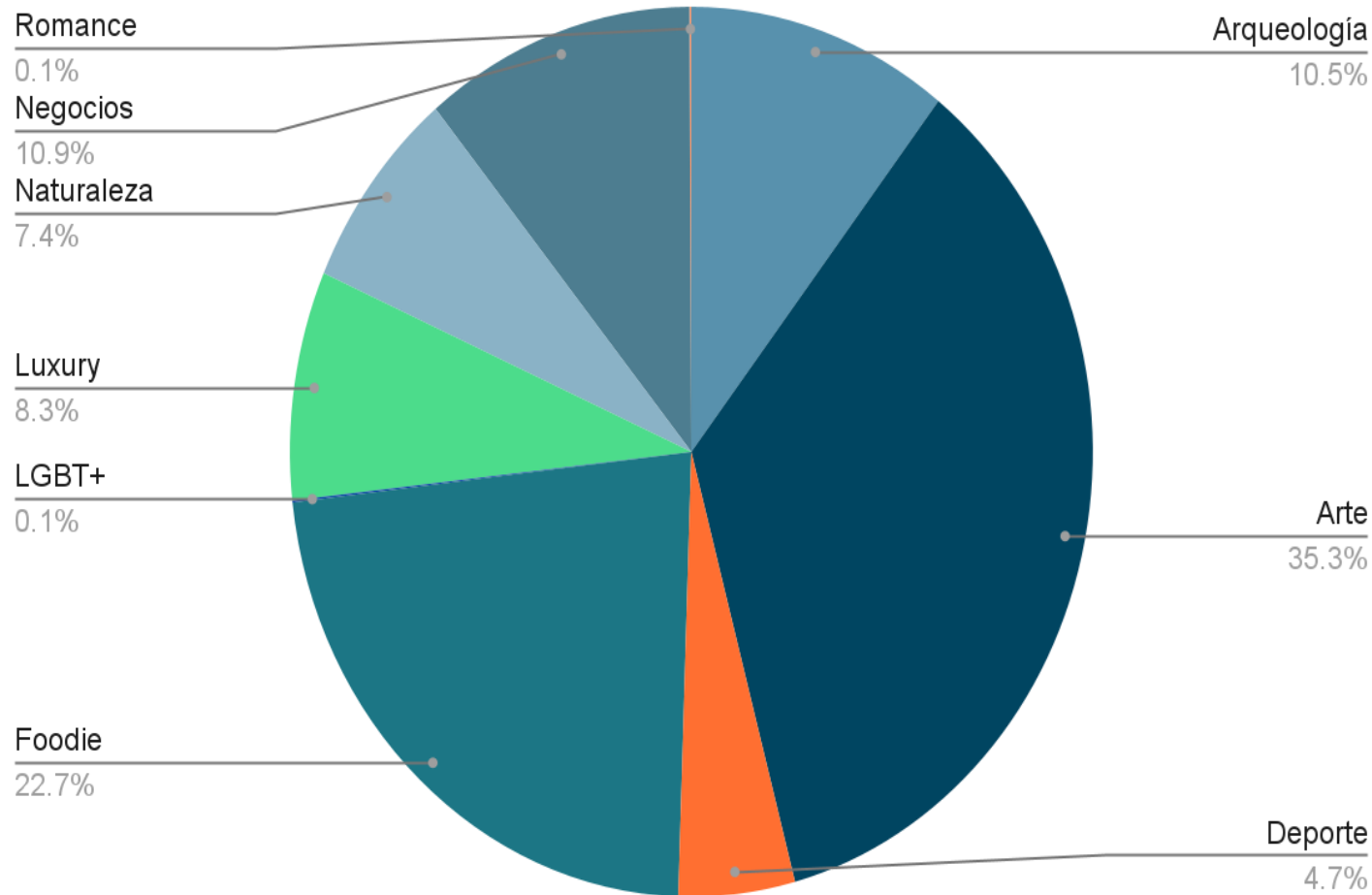
2,251 menciones

La oferta de la Ciudad de Puebla es muy variada, pero destaca la categoría de arte por la cantidad de museos y arquitectura que hay en la ciudad.

Por otro lado, la ciudad también es reconocida como capital gastronómica.

En menor medida, también destaca el turismo de lujo y de negocios, ya que este destino tiene un alto nivel de desarrollo económico.

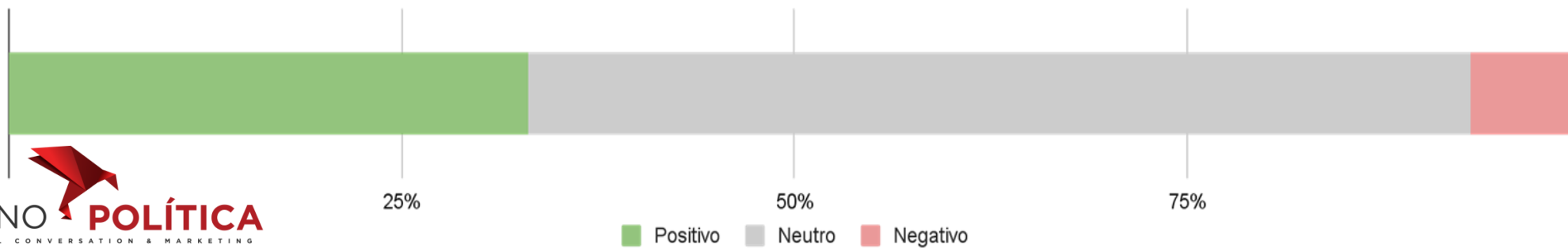
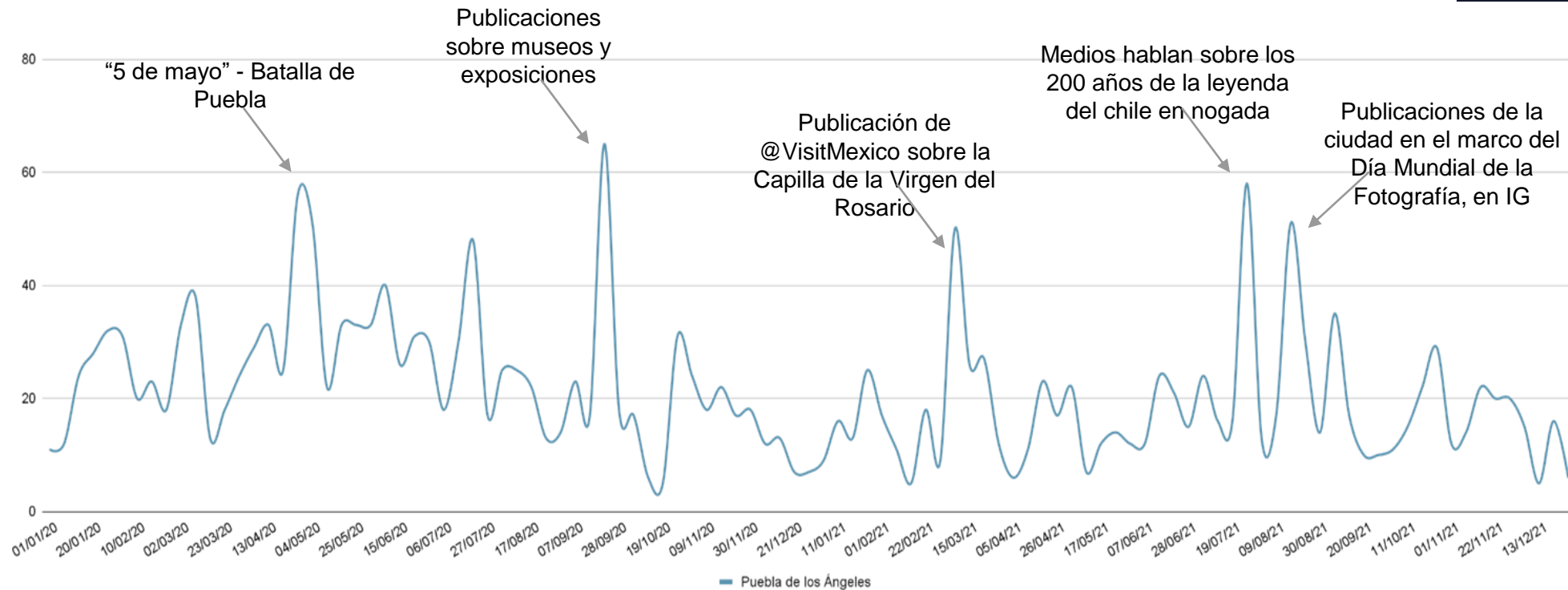
No obstante, algunos usuarios se quejan de ver basura en las calles del centro y en menor cantidad, algunos usuarios reportaron asaltos sin violencia.



Puebla de los Ángeles

2020-2021

2,251 menciones





Puebla de los Ángeles

Lo más llamativo es la arquitectura, los contenidos visuales muestran atardeceres y los edificios con cielos de colores.

Las pintorescas calles, los edificios de colores y los interiores de las iglesias son constantemente retratadas por los visitantes a esta ciudad.

Dentro del ámbito gastronómico, los usuarios comparten desde dulces, chalupas y cemitas de la calle, hasta alta cocina nacional de diversos restaurantes, destacando el mole y el Chile en Nogada como unos de los platillos más relevantes.

Nube de Palabras



Hashtags

#PueblaCity




#VisitPuebla

#CityScape

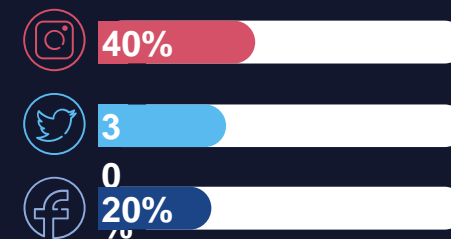
#GastronomiaPoblana

#ExploraPuebla

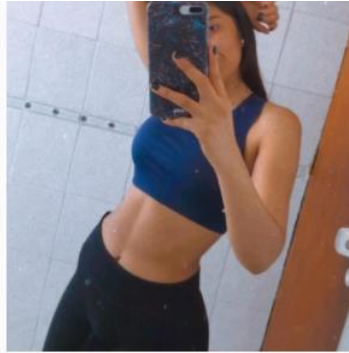
Autores

-  Visit Puebla 68.8K seguidores
-  Mex Travel Channel: 18.1K seguidores
-  Mexico Ruta Mágica: 4.1K seguidores

Canales



Verbalizaciones



 **dioneyfontana** · Seguir
Puebla Ciudad Patrimonio

 **dioneyfontana** El Parián. ❤️💙💜

#pueblacity #pueblamexico
#pueblacentro #pueblacentrohistorico
#elparián #puebla

20 h

👍🗨️📌

2 Me gusta
HACE 20 HORAS

😊 Agrega un comentario... [Publicar](#)



 **samvela** · Seguir
Puebla, Mexico

 **samvela** Puebla y sus iglesias ❤️

#puebla #pueblacity #pueblamexico
#pueblapuebla #pueblatravel
#pueblaiglesias #mexico #mexico🇲🇪
#mexicomagico #mexico

20 h

👍🗨️📌

18 Me gusta
HACE 20 HORAS

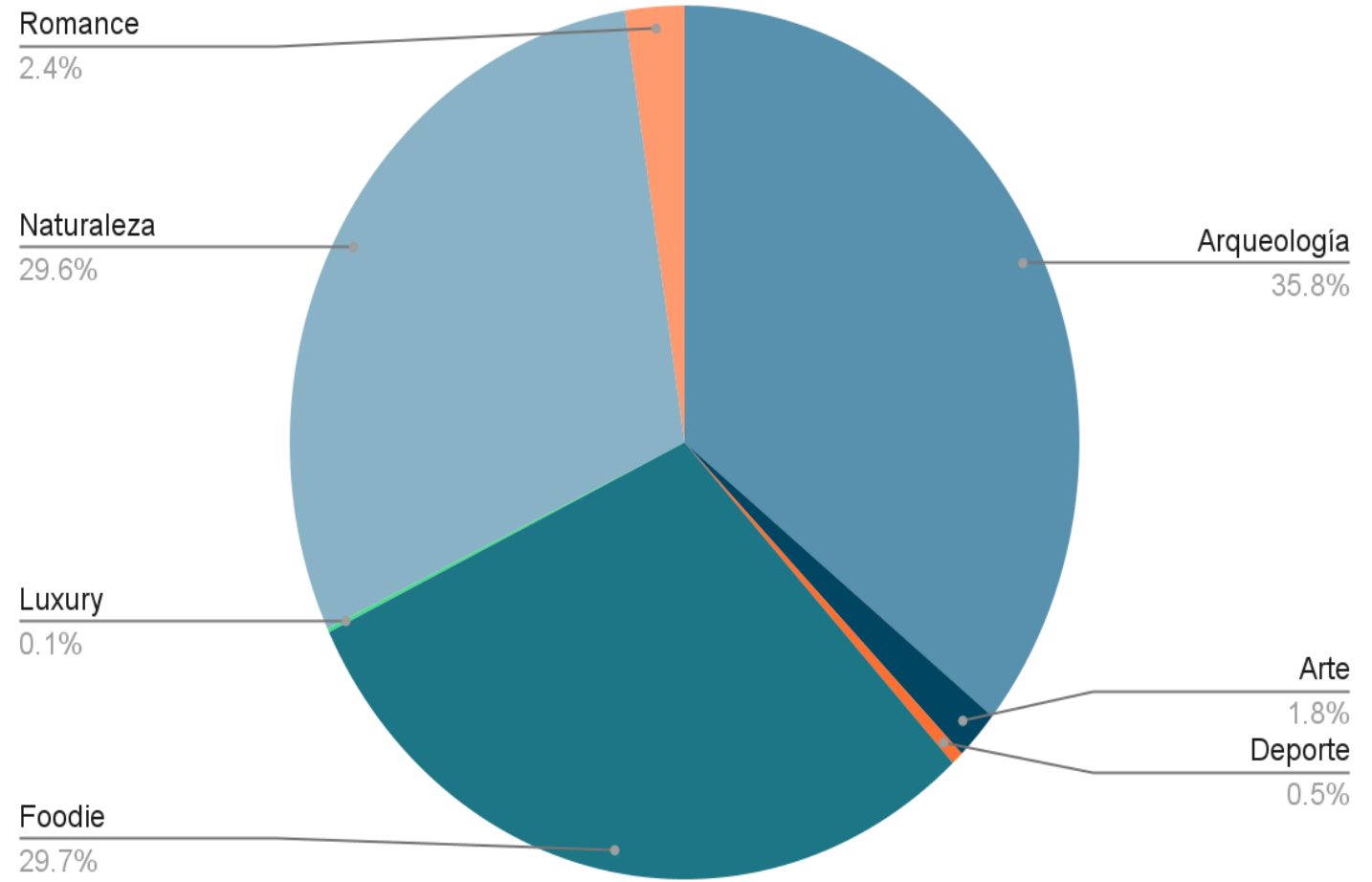
😊 Agrega un comentario... [Publicar](#)



Tehuacán

2020-2021
6,662 menciones

El tipo de turismo que sobresale en este destino es el de naturaleza y arqueología por las opciones que ofrece. Por otro lado, destaca también la comida, especialmente el Mole de Caderas en octubre.

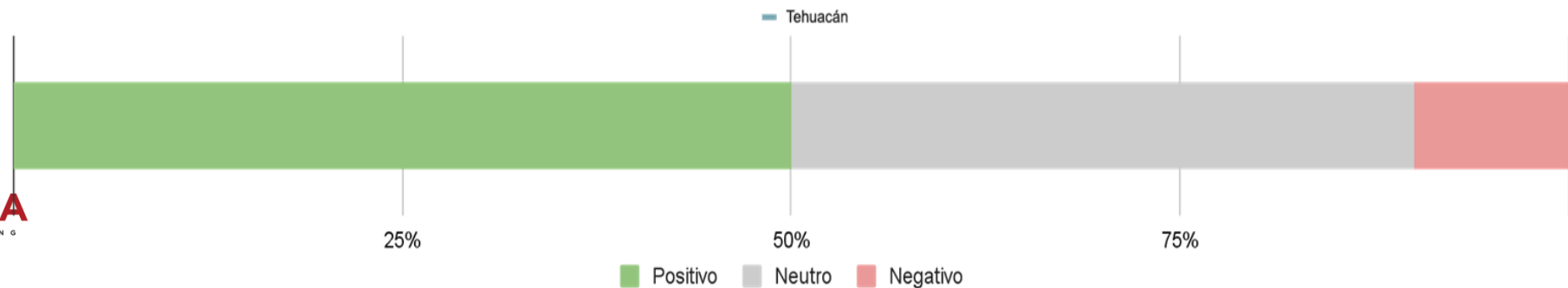
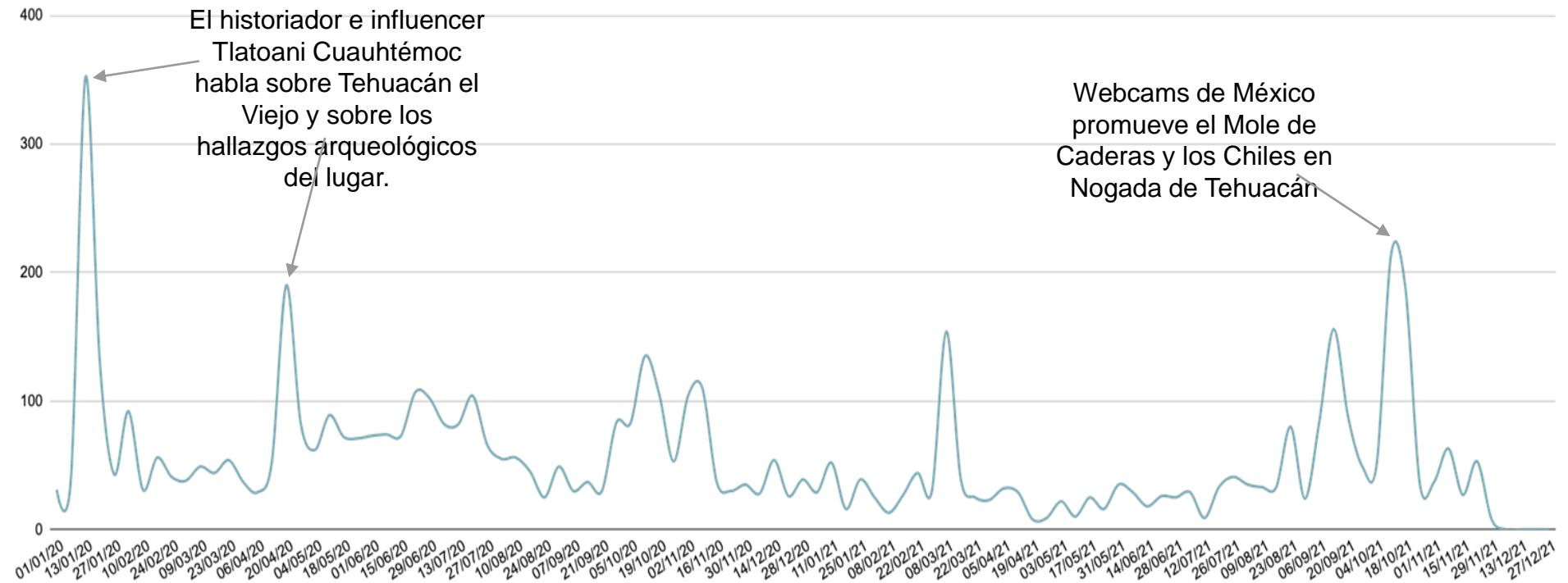


Tehuacán

El pico más alto de la conversación fue impulsado por un historiador mexicano que reportó que se tuvieron que parar las investigaciones de Tehuacán el viejo por falta de recursos.

2020-2021

6,662 menciones





Tehuacán

Tehuacán es un lugar rico en naturaleza, arqueología y gastronomía, por lo que la gente que viaja para allá aprovecha para mostrar los mejores atributos del destino como La Cueva del Diablo, Las Salineras de Zapotitlán, La Reserva de la Biósfera de Cuicatlán, y Tehuacán el viejo por mencionar algunos.

Otro de los atractivos principales de la región son los el Mole de Caderas que se cocina en octubre y el “pan de burro”.

Nube de Palabras



Hashtags

#Tehuacan





#VisitaTehuacan

#ReservaDeLaBiosfera

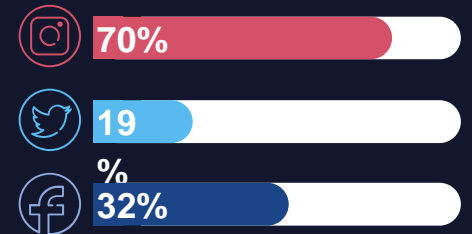
#Cuicatlan

#CdTehuacan

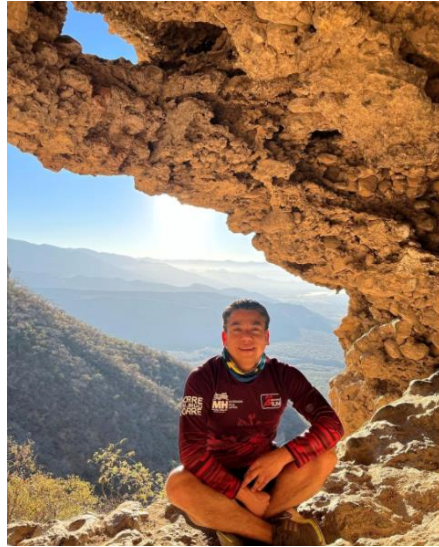
Autores

-  Saharam Navarro: 1.7K seguidores
-  CdTehuacan: 2.3K seguidores
-  Webcams de México: 1.2M seguidores
-  Tlatoani Cuauhtémoc: 181K seguidores

Canales



Verbalizaciones



edgar_rysn · Seguir
San Diego Chalma, Tehuacán Puebla

edgar_rysn La vista prometida 🇲🇽
26-diciembre-2021.
Cueva del Diablo, Tehuacan, Pue.
.
.
#visitmexico #shotoniphone #iphone13
#smile #happy #caves #tehuacan
#trailrunning #awesomeearth
#naturegeo #wonderful_earth
#estoemexico #photoiphone

2 sem

adriangorozzz Excelente pic amigo !! 🙌🙌🙌

2 sem 1 Me gusta Responder

113 Me gusta
26 DE DICIEMBRE DE 2021

Agrega un comentario... Publicar



lizconcha · Seguir

lizconcha Un feliz fin de semana en #familia y disfrutando del la #naturaleza en la Región cañada. #concepciónpapalo #culcatlán #Distrito04

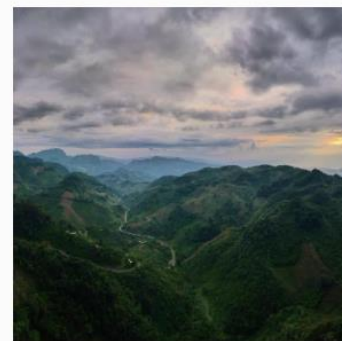
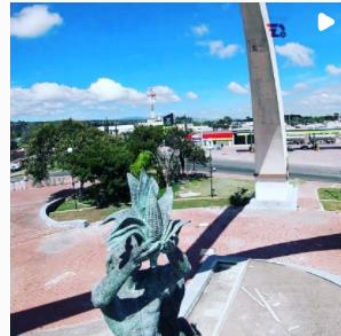
2 sem

carlosluisgarnica 🙌🙌🙌

2 sem Responder

175 Me gusta
26 DE DICIEMBRE DE 2021

Agrega un comentario... Publicar

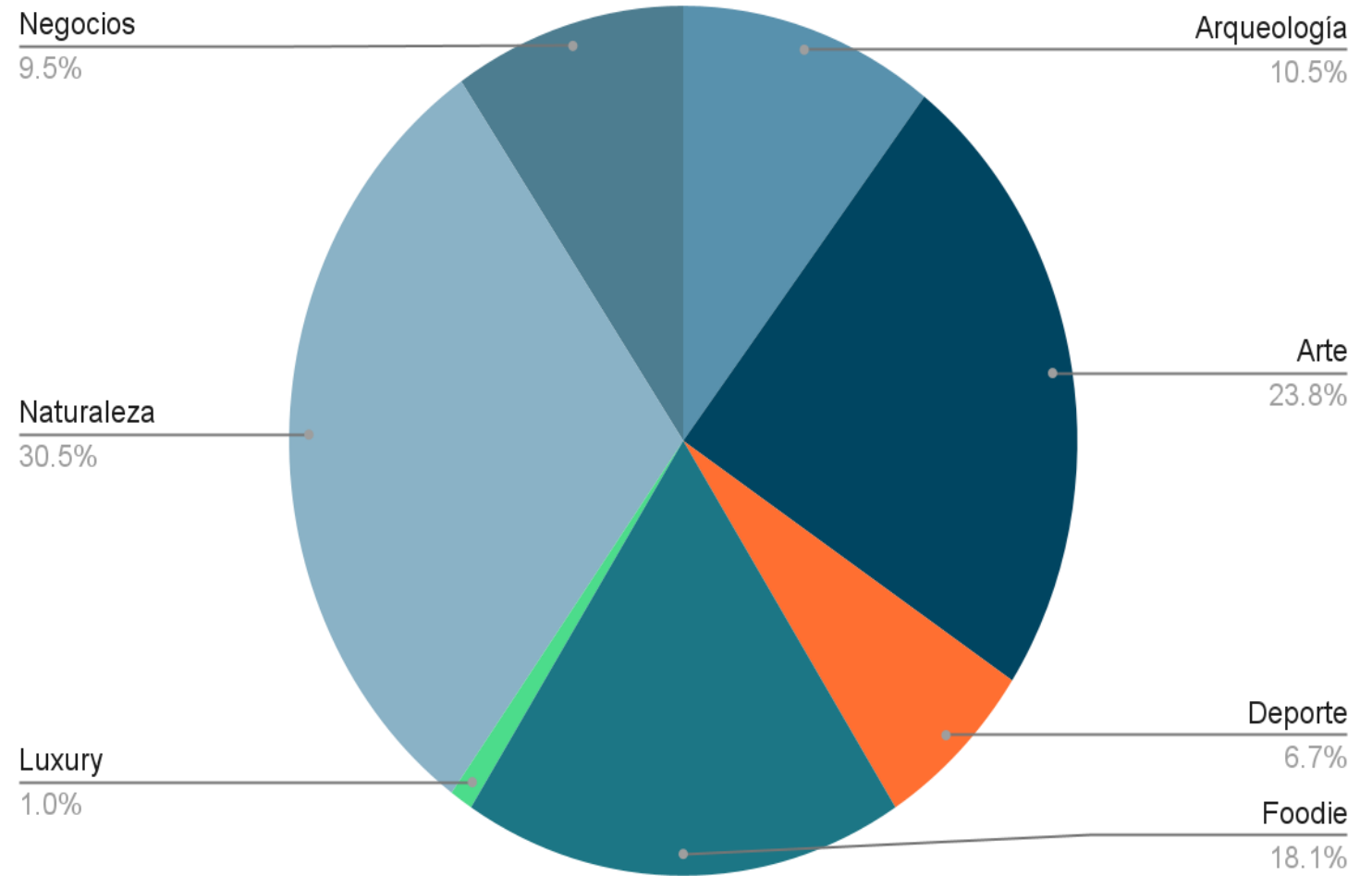


Tetela de Ocampo

2020-2021
157 menciones

La categoría de naturaleza es la más extensa por toda la oferta que ofrece el destino como las cascadas de Aconco, las grutas de Acocomoca o el Cerro de Zotolo.

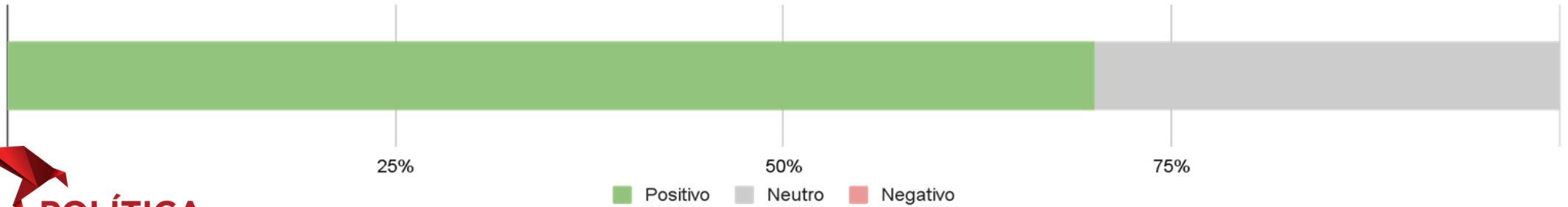
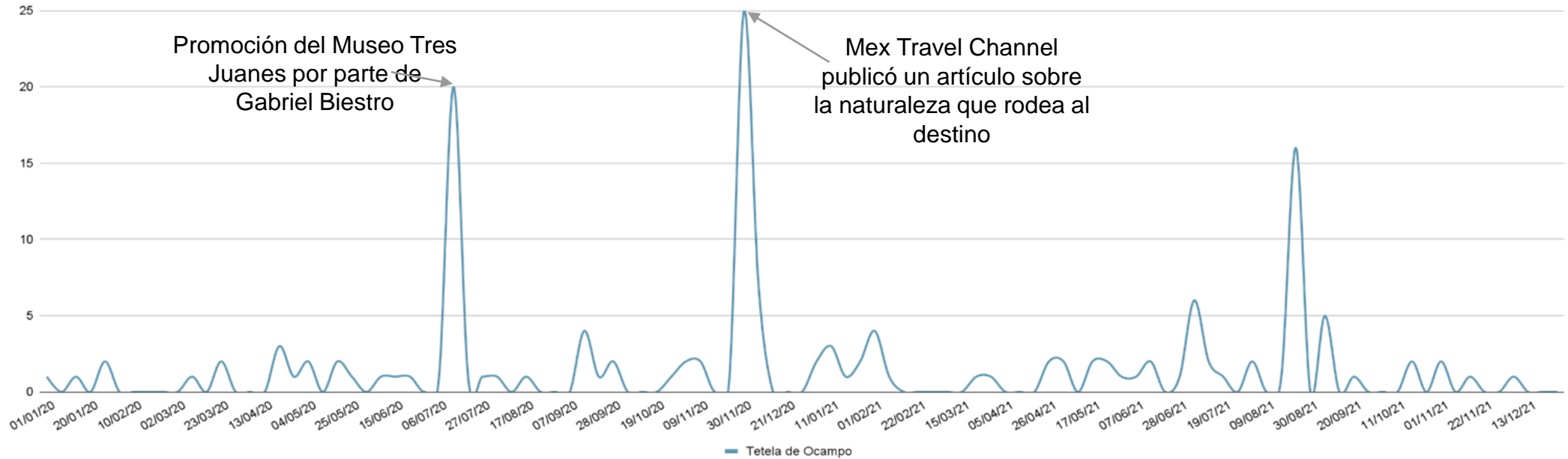
Destacan actividades como senderismo, cuatrimotos, bici de montaña y rapel.



Tetela de Ocampo

Se identifican algunos pico en la conversación por menciones impulsadas por personajes políticos haciendo referencia al Museo Tres Juanes ubicado en este municipio, esto también se hizo notar al aumentar la cantidad de menciones en la categoría de arte.

2020-2021
157 menciones





Tetela de Ocampo

Si bien la mayor parte del turismo es nacional, se identificaron algunos extranjeros que visitan el destino para hacer principalmente hiking.

Los principales contribuidores son cuentas mexicanas especializadas en viajes, siendo Instagram el canal principal para destacar los atributos del destino.

Nube de Palabras



Hashtags

#TetelaDeOcampo

#SierraNorte

#Puebla

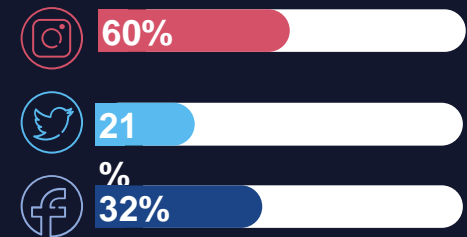
#PuebloMagico

#Pueblagram

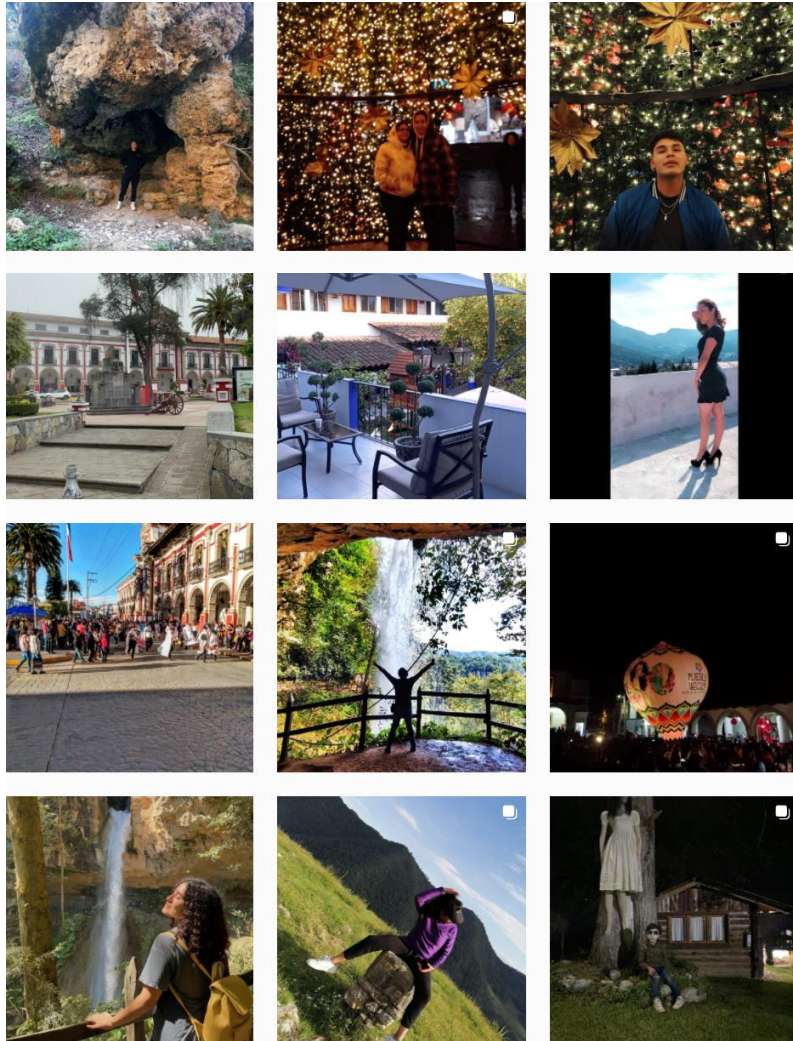
Autores

- Mex Travel Channel 18K seguidores
- El Mochilero Trotamundo: 1.8K seguidores
- Mexico For All: 32.9K seguidores

Canales



Verbalizaciones



c_andrade_ · Seguir
Xaltatempa De Lucas, Puebla, Mexico

c_andrade_ #atardecer #en #xaltatempa de #lucas #tetela de #ocampo #puebla #mexico! @sierranortepe #senderismo #por #tradicion #fotografia #pasion

77 sem



12 Me gusta
19 DE JULIO DE 2020

Agrega un comentario... Publicar



mexico_for_all · Seguir
Cascadas De Aconco, Tetela De Oca...

mexico_for_all Cascadas de Aconco, Puebla 🇲🇽
Ubicado en el municipio de Tetela de Ocampo, estás hermosas cascadas se encuentran en un centro eco turístico, por lo que podrás disfrutar de sus hermosas cascadas también podrás realizar actividades como paseos a caballo 🐎, usar la tirolesa y practicar rappel a un lado de las cascadas 💕 además podrás encontrar restaurantes de antojitos mexicanos y si así lo deseas podrás rentar una cabaña y pasar ahí la noche 🌙, ya conoces las cascadas de Aconco? 🇲🇽

Aconco waterfalls, Puebla 🇲🇽
Located in the municipality of Tetela de Ocampo, these beautiful waterfalls are

769 Me gusta
14 DE NOVIEMBRE DE 2020

Agrega un comentario... Publicar



elmochlerotramundo · Seguir

elmochlerotramundo, Lugares hermosos del estado de #Puebla como pintados a mano.
#Dia casual en #TeteladeOcampo. #pueblomagico
@elias_danielblais

4 Me gusta
28 DE DICIEMBRE DE 2021

Agrega un comentario... Publicar

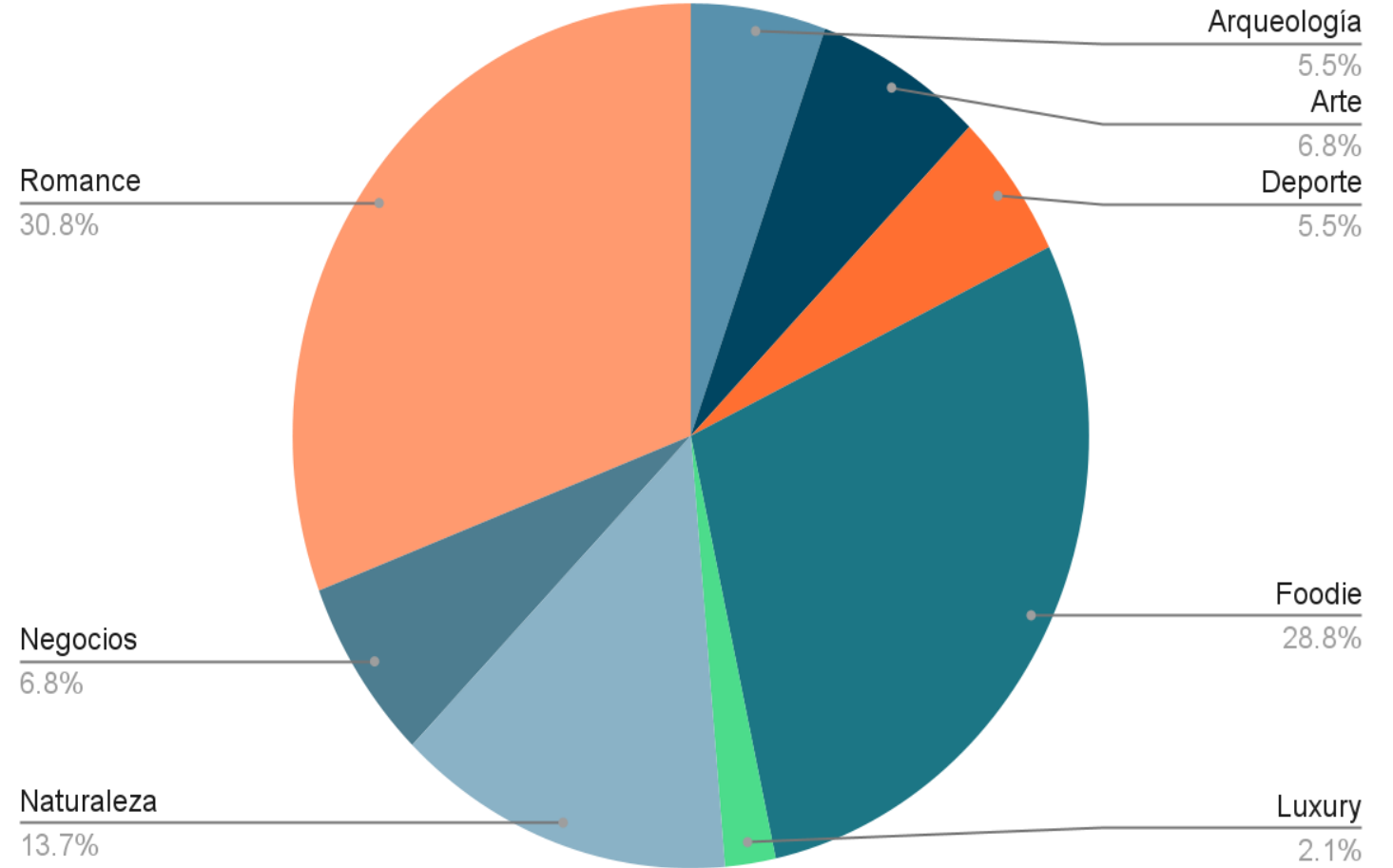
Teziutlán

2020-2021
643 menciones

El ritmo de publicaciones se mantuvo constante sin mayores cambios.

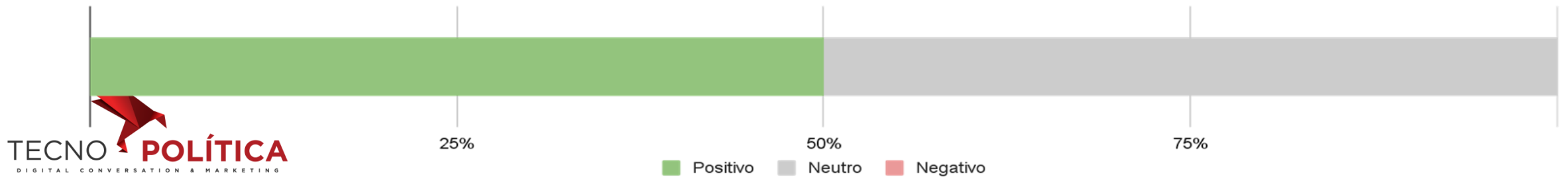
La mayor parte de la conversación es impulsada por agencias de viajes que promueven el destino, sin embargo es notable la cantidad de bodas que suceden en la localidad, por lo que es uno de los destinos con mayor cantidad de menciones de esta categoría.

Gastronomía y naturaleza son categorías que también se mantuvieron muy activas en la conversación, resalta que la comida que se comparte es: tacos, gorditas, pulque y curados.



Teziutlán

2020-2021
643 menciones





Teziutlán

La niebla resulta ser uno de los principales atractivos del destino, no solo el Bosque de Niebla, si no la niebla en la ciudad.

Otros atractivos son el Cristo de Chignautla y las actividades al aire libre que se pueden realizar por los alrededores.

Destaca Instagram como la red en la que más contenido se genera sobre este destino.

Nube de Palabras



Hashtags

#Teziutlan




#Puebla

#Mexico

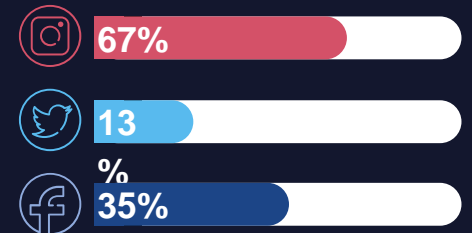
#FotoViajera

#BosqueDeNiebla

Autores

-  instagramteziutlan: 3.4K seguidores
-  teziutlan_pue: 152 seguidores
-  tlayoyotv: 1.5K seguidores

Canales



Verbalizaciones



mario_rivloy · Seguir ...

mario_rivloy #teziutlan #paulinarivloy #mariorivloy #video #fotografia #wedding #weddingshooting #boda#weddingdress #weddingday #osmo #dron #drone #mavicpro #mavic #sesiondefotos #bodamexicana #laperladelasierra

4 sem

8 Me gusta
7 DE DICIEMBRE DE 2021

Agrega un comentario... Publicar



andreslabar · Seguir ...

andreslabar #teziutlan #mexico #puebla #porelpurogusto #fotoviajera

9 sem

14 Me gusta
8 DE NOVIEMBRE DE 2021

Agrega un comentario... Publicar



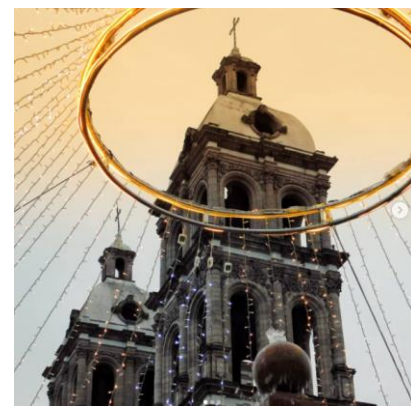
mario_nuar · Seguir ...
Teziutlán, Puebla

mario_nuar

#teziutlan #teziutlan #teziutlanpuebla #pueblitosmagicos #pueblitos #vacaciones #vacaciones2021 #miercoles #amomitrabajo #wednesdaywisdom #smile #byhappy

5 Me gusta
25 DE NOVIEMBRE DE 2021

Agrega un comentario... Publicar



angel_32mv · Seguir ...
Teziutlán, Puebla

angel_32mv Sos todo lo que está bien, yo soy todo lo que está mal, vivimos en un vaivén, mi amor somos el yin y el yang

#teziutlan #Puebla #México

#igersmexico #ig_Puebla #igerspuebla #viviendoenpuebla #loves_puebla #architecture #architecturelovers #igrejasemfoco #amo_a_puebla #explorapuebla #igrejaspelomundo #templosmy #iglesiasmexico #loves_madelmexico #instamexicanos #architecturephotography #mexicoelecto #pueblosdemexicoconhistoria #virreinatmx #arquitecturamx #total_mexico #ig_world #ig_americas

110 Me gusta
28 DE DICIEMBRE DE 2021

Agrega un comentario... Publicar



syaorannieves · Seguir ...
El Cristo Del Cerro De Chignautla

syaorannieves #instaviajeros #tripday #chignautla #teziutlan #instaboy #habsdome #natureday #photoshoot

6 sem

9 Me gusta
23 DE NOVIEMBRE DE 2021

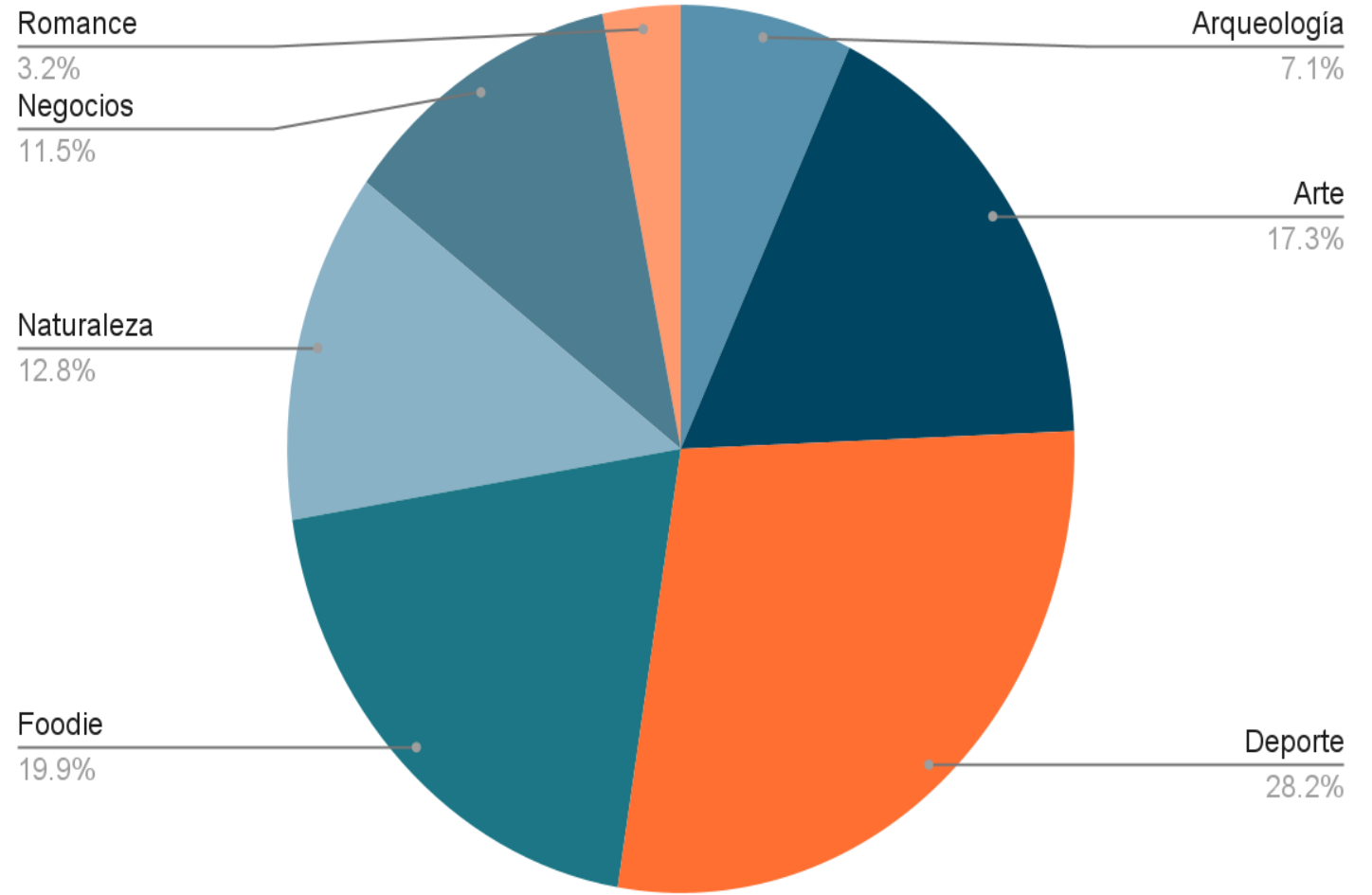
Agrega un comentario... Publicar

Tlatlauquitepec

2020-2021
231 menciones

Cerro Rojo, Cascada de Puxtla, Cerro del Cabezón y la Presa de la Soledad son algunos de los puntos que los usuarios más comparten en redes sociales, haciendo actividades como senderismo, rapel, gotcha y cuatrimotos.

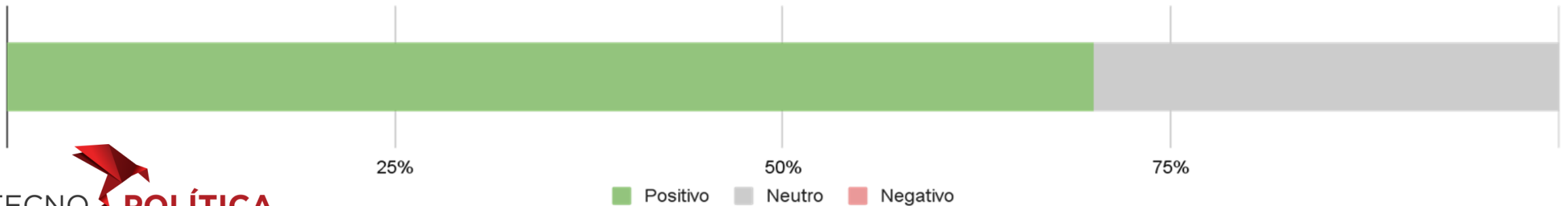
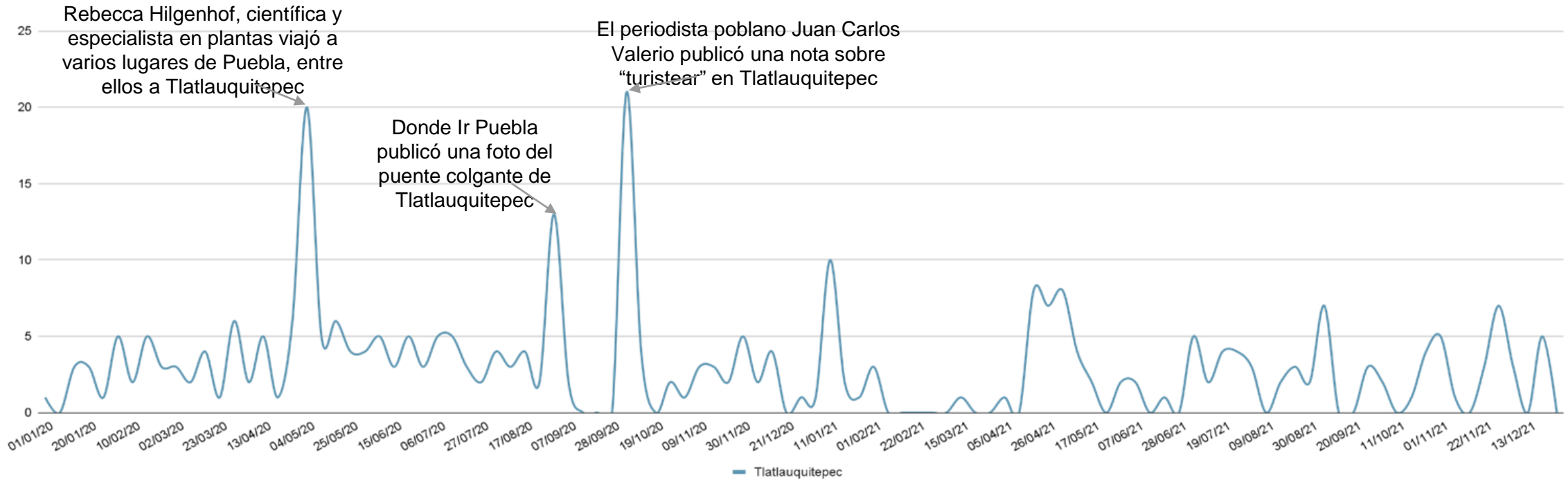
Gracias a la amplia variedad de opciones que hay para hacer actividades al aire libre, la categoría de deporte es la más grande, seguida por la gastronomía.



Tlatlauquitepec

2020-2021

231 menciones



Verbalizaciones



joancarlo_carmona · Seguir ...

joancarlo_carmona #viajaporméxico #visitapuebla #somosnaturaleza #somosaventura #somospueblo #pueblosmagicos #tlatlauquitepec #pueblatravel #mexicodesconocido #tlatlauquitepecpueblomagico #mexicotravel #total_mexico #mohero_photo #plwmacoop #omargonval #sierraxplor #xaltigrillos

4 sem



6 Me gusta

12 DE DICIEMBRE DE 2021

Agrega un comentario... Publicar



ecb_830 · Seguir ...
Tlatlauquitepec Pueblo Mágico

ecb_830 Unas postales que he decidido hacer de un pueblo al que visite



72 Me gusta

HACE 7 DÍAS

Agrega un comentario... Publicar



bettyaguirremk · Seguir ...

bettyaguirremk Puebleando, andamos en #tlatlauquitepec ... muchas gracias por el paseo y las risas 🥰!!

#familytime #pueblomagico #sinfiltro

4 sem



Les gusta a erikasanchez_2803 y otras personas

12 DE DICIEMBRE DE 2021

Agrega un comentario... Publicar



passifloratree · Seguir ...
Tlatlauquitepec, Puebla, Mexico

passifloratree Field trip Puebla to Teziutlán, Tlatlauquitepec, Mexico. April, 2015.



#mexico #mexiconativeplants #mexico #mexiconaturaleza #plants #travelling #horticulture #fieldtrip #botanising #flora #biodiversity #nativeplants #wildlife #plantsofinstagram #iamahotaniest #tronicplants



19 Me gusta

10 DE MAYO DE 2020

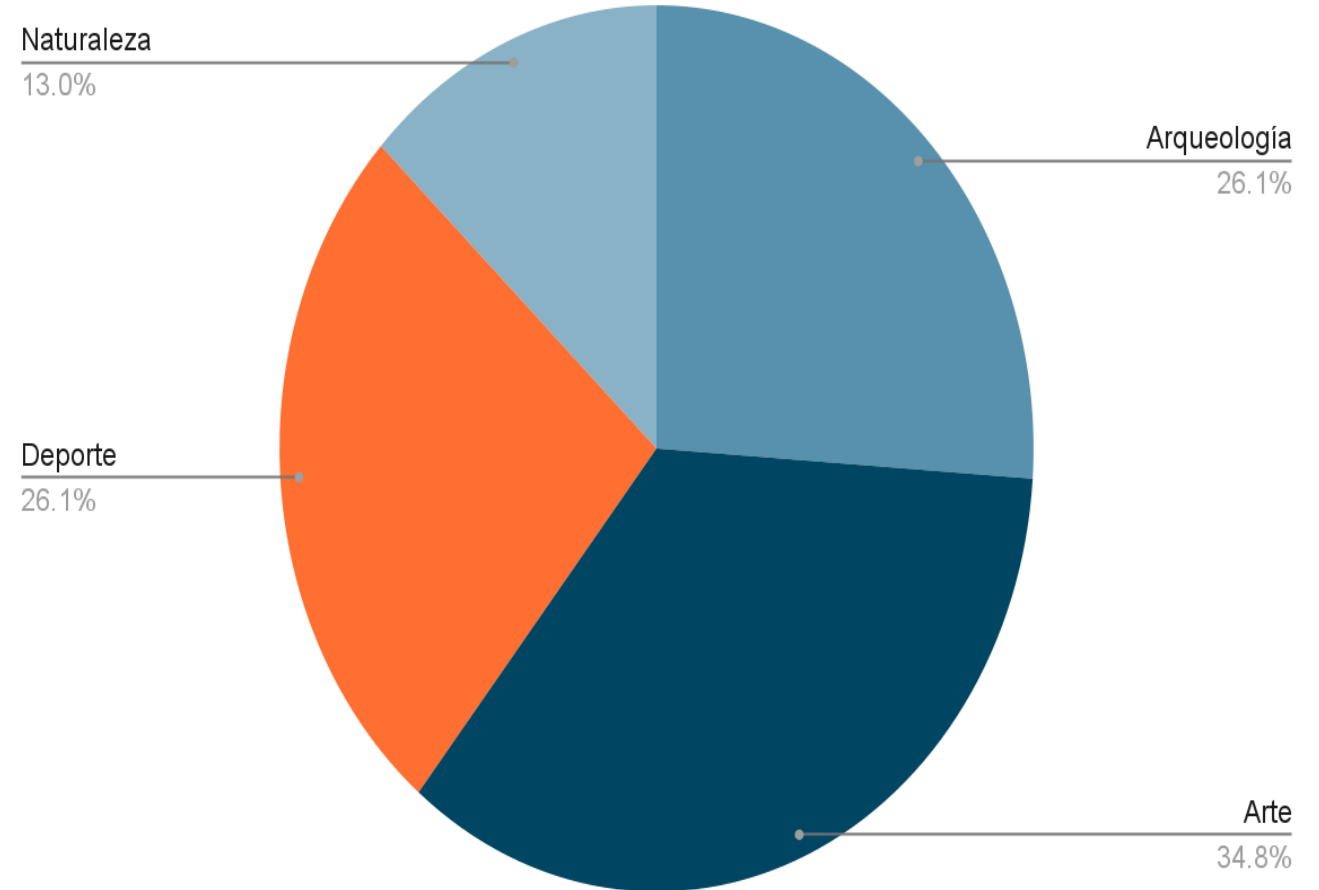
Agrega un comentario... Publicar

Xicotepec

2020-2021

771 menciones

Las categorías que destacan son arte, por el museo; arqueología, por el sitio de Tlaxcalantongo y naturaleza y deporte, dado que se identificaron a algunos atletas de alto rendimiento compartiendo fotos de sus entrenamientos en la zona.



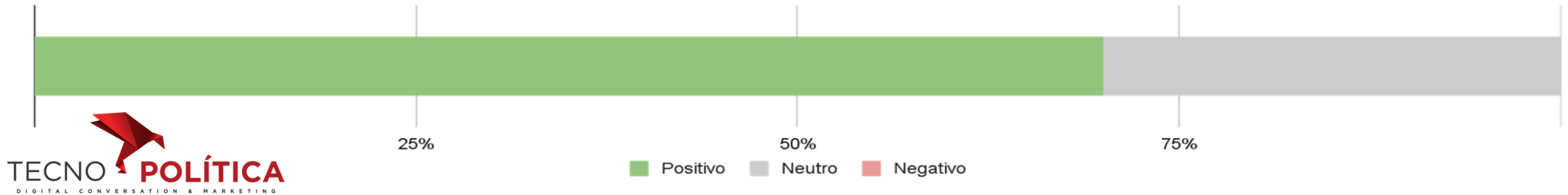
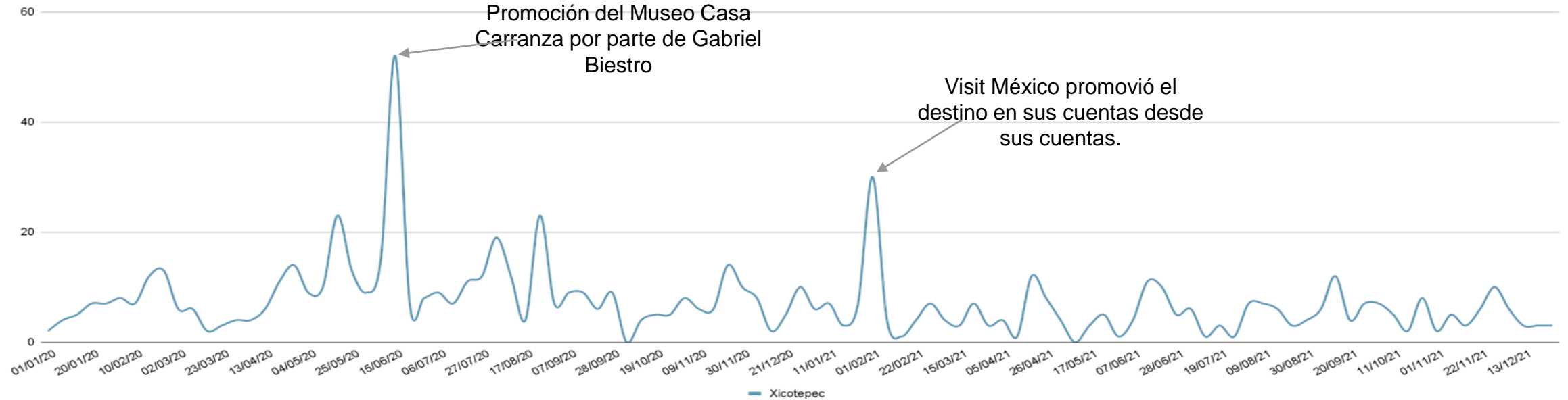
Xicotepec

Se hallaron dos momentos relevantes, uno en junio porque el personaje político Gabriel Biestro compartió una publicación sobre el museo Casa Carranza.

El otro momento fue en febrero, gracias a una publicación de Visit México promoviendo el destino.

2020-2021

771 menciones





Xicotepec

Usuarios comparten fotos de los lugares emblemáticos de Xicotepec como la cruz del mirador, el centro y la Iglesia de San Juan Bautista.

El turismo es principalmente local, no se identificaron menciones de usuarios extranjeros.

Se identificó una tendencia creciente de este destino como punto de interés para gente que le gusta el senderismo o correr en campo traviesa.

Nube de Palabras



Hashtags

#Xicotepec





#Puebla

#Travelgram

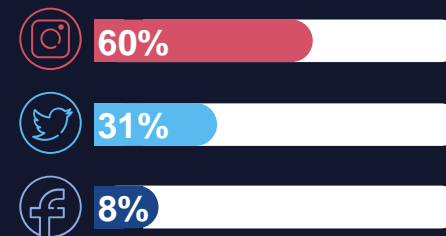
#Mexico

#Outdoors

Autores

-  Visit Mexico: 1.8M seguidores
-  masviajero: 31.1K seguidores
-  Yosoyelrebelde: 897 seguidores
-  r.s_ivan: 331 seguidores

Canales



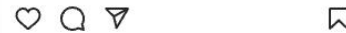
Verbalizaciones



 canobarqueras • Seguir
Xicotepec Pueblo Mágico

 canobarqueras Aquí con los amigos de la Rondalla 🍷

4 h



6 Me gusta

HACE 4 HORAS

 Agrega un comentario... [Publicar](#)



 visitatlaxcalantongo • Seguir

 visitatlaxcalantongo Lo que una vez fue un hermoso pueblo; ahora solo quedan las ruinas de una bonita iglesia. Si los muros hablarán, nos contarían todo lo que sucedió. Ruinas de iglesia del pueblo viejo en @visitatlaxcalantongo

#puebla #mx #sierranorte #xicotepec #historia #pueblviejo #tlaxcalantongo
👤 Ehdie Alberto Topete Ortiz




24 Me gusta

30 DE ABRIL DE 2020

 Agrega un comentario... [Publicar](#)



 tatinapicazo • Seguir
Xicotepec Pueblo Mágico

 tatinapicazo hermosa vista!!
#puebla #xicotepec #colores #travelphotography #lugares #colores #instagram #2021 #cristal #cruz #mirador #insta #photo #travelgram

1 sem



27 Me gusta

29 DE DICIEMBRE DE 2021

 Agrega un comentario... [Publicar](#)



 dioredoi • Seguir
Xicotepec Pueblo Mágico

 dioredoi @utmex
#xicotepec @mamba.cycling #mambacycling Así terminamos el ultra 2021.

#liferunning #lifetrail

1 sem



33 Me gusta

27 DE DICIEMBRE DE 2021

 Agrega un comentario... [Publicar](#)

Zacatlán

2020-2021

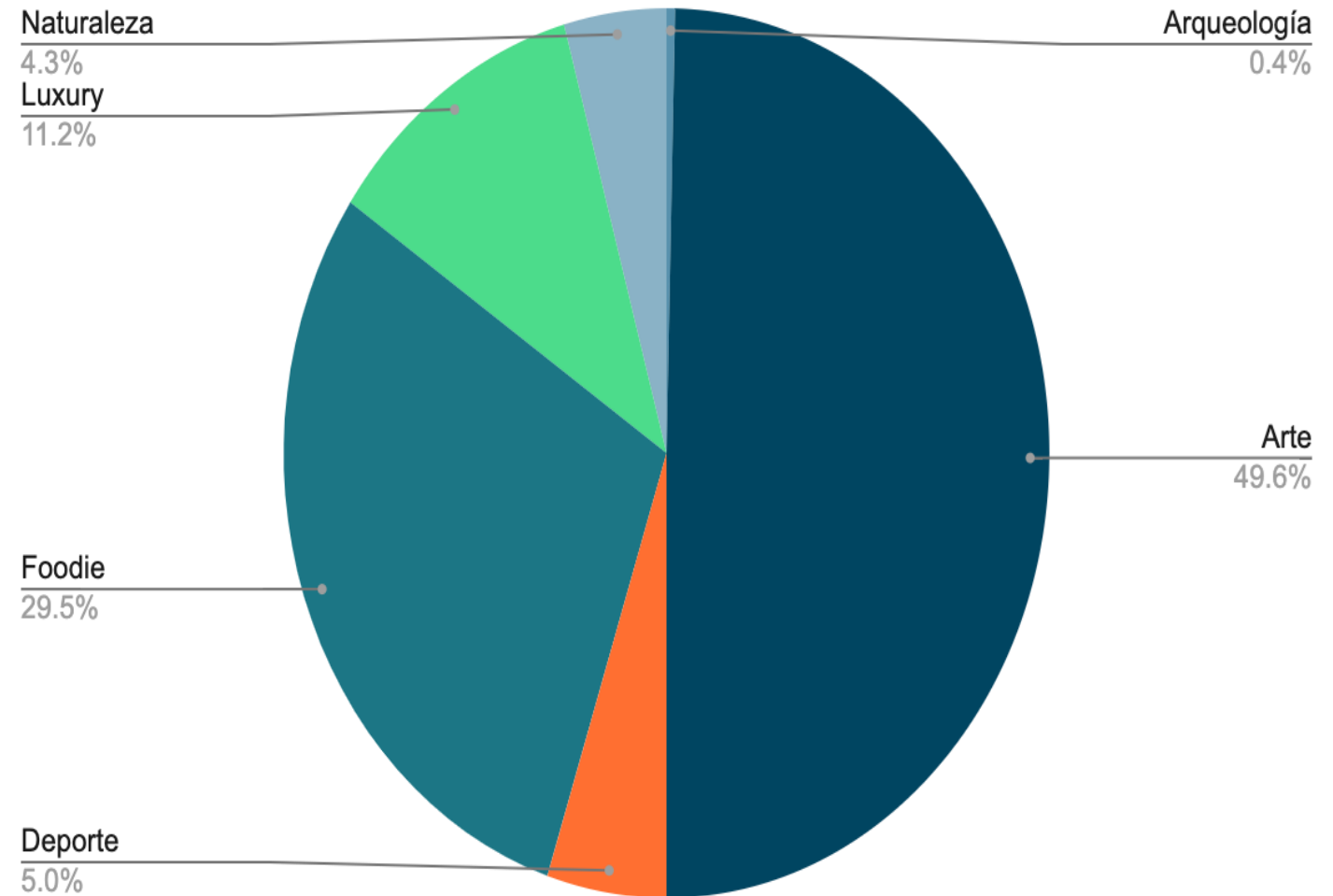
2,910 menciones

En julio del 2020, una agencia de viajes publicó diversos videos de Zacatlán para promover el turismo después del confinamiento, lo que generó muchas reacciones de usuarios compartiendo su interés por ir.

La tendencia de sentimiento es bastante positiva, viajeros comparten fotos de la ciudad y de sus experiencias.

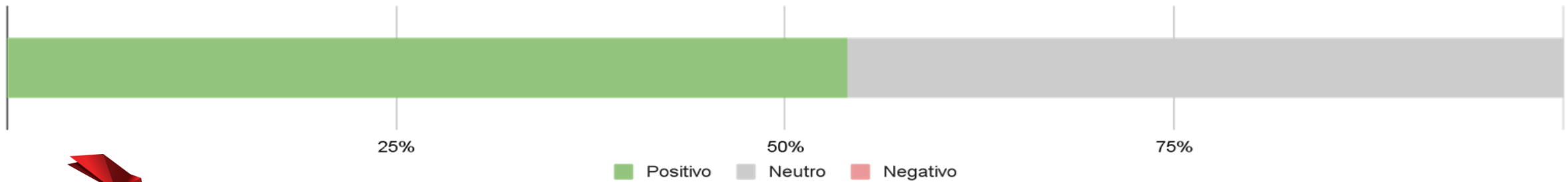
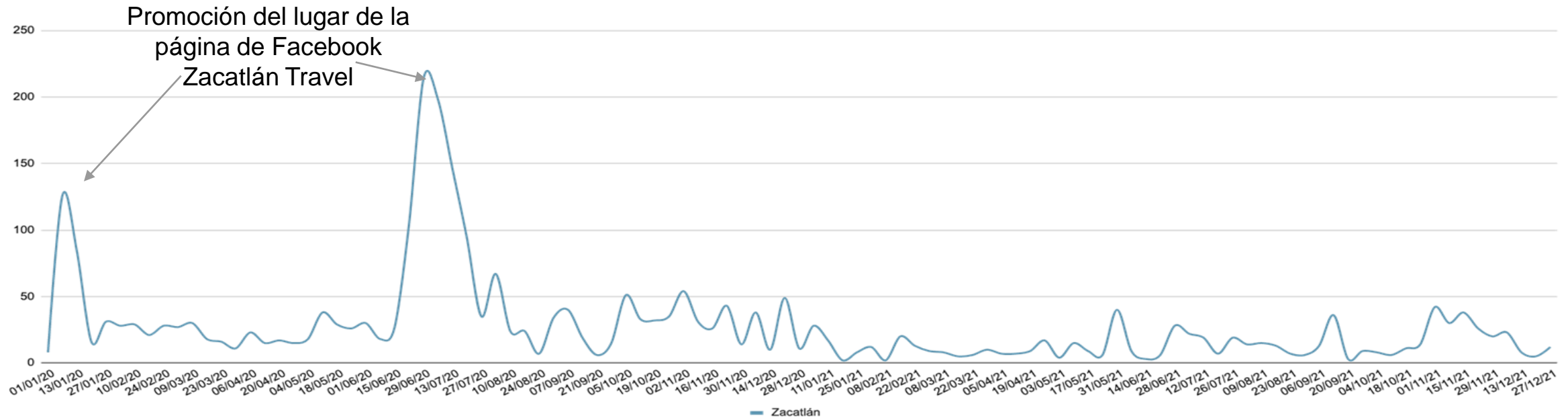
La mayoría de las menciones relacionan el destino con el arte debido a los murales en la ciudad. Otra cosa que destacan es la comida.

Destaca la categoría de lujo por los hoteles boutique que promueven sus instalaciones.



Zacatlán

2020-2021
2,910 menciones





Zacatlán

Los usuarios destacan las diversas actividades que pueden hacer en Zacatlán, haciendo énfasis en la naturaleza, el puente de cristal y los murales.

La mayor parte de la conversación en digital proviene de turismo nacional quienes muestran su experiencia en este lugar.

Es destacable que la gastronomía del lugar es algo que también es atractivo para los usuarios como antojitos mexicanos, chalupas, pozole, curados y helados.

Nube de Palabras



Hashtags

#Zacatlan

#Puebla

#PueblosMagicos

#Mexico

#Pueblagram

Autores



Team Travel: 88K fans



Puebla es México: 8.5K seguidores



Zacatlán Corazón de la Sierra: 141 seguidores

Canales



30%



21%



42%

Verbalizaciones

No hay datos sobre el autor [Comentario](#) · 26/11/2020 · 8:26
www.facebook.com

Amo **Zacatlán** de las Manzanas extraño muchísimo visitar esos lugares maravillosos ... la neblina 😭😭😭😭.... muy pronto pasará ésta pesadilla de pandemia y volveré a verte !!! 🤞🤞
🤞🤞🤞 (Mostrar menos palabras)

No hay datos sobre el autor [Comentario](#) · 09/07/2020 · 6:51
www.facebook.com

En **Zacatlán** fue la primera vez que ví águilas en su hábitat, fue en el mirador 🤗 y también vencí uno de mis miedos en el puente colgante de las cascadas!



[golfopatxamama](#) · [Seguir](#) ...
Zacatlan De Las Manzanas, Puebla, ...

[golfopatxamama](#) 🇲🇽 México -Part 8-
🇲🇽 Gastronomía i Pobles Màgics 🇲🇽

- Estem "in love" total. Viatjar enamora, i de quina manera! I sense temps per assimilar tota la boja aventura que estem vivint, entrem a l'estat de Puebla, on seguint els seus intensos aromes arribem al Poble Màgic de Zacatlán de las Manzanas, a la Sierra Norte de Puebla, a 2mil metres d'alçada, on quedem seduïts per la seva impressionant gastronomia.

359 Me gusta
18 DE DICIEMBRE DE 2021

[Publicar](#)



[lob.fernanda](#) · [Seguir](#) ...
Zacatlan De Las Manzanas, Puebla, ...

[lob.fernanda](#) #Zacatlan #manzanas #pueblomagico
4 d

[maesgpuno](#) El cerro del picachos en Aguascalientes ags 🤩🤩🤩
4 d Responder

— Ver respuestas (1)

59 Me gusta
HACE 4 DÍAS

[Publicar](#)

Al leer las conversaciones, identificamos que...

01

Cholula destaca por ser el destino mejor posicionado a nivel nacional e internacional.

02

La Ciudad de Puebla tiene un volumen bajo de conversaciones dado que la gente que menciona a la ciudad, habla principalmente del Centro Histórico.

03

Tehuacán es el segundo destino con mayor cantidad de menciones por su versatilidad y opciones tan diversas para el turismo.

04

San Martín Texmelucan no tuvo menciones en la conversación digital.

05

La conversación en general sobre los destinos es neutra y positiva en su mayoría.

06

La gastronomía es un atractivo importante para la mayoría de los destinos, aunque naturaleza es bastante relevante para los usuarios.

03

Audiencia Segmentada

Análisis artesanal de Small Data sobre la audiencia de los viajeros a Puebla y los destinos analizados.

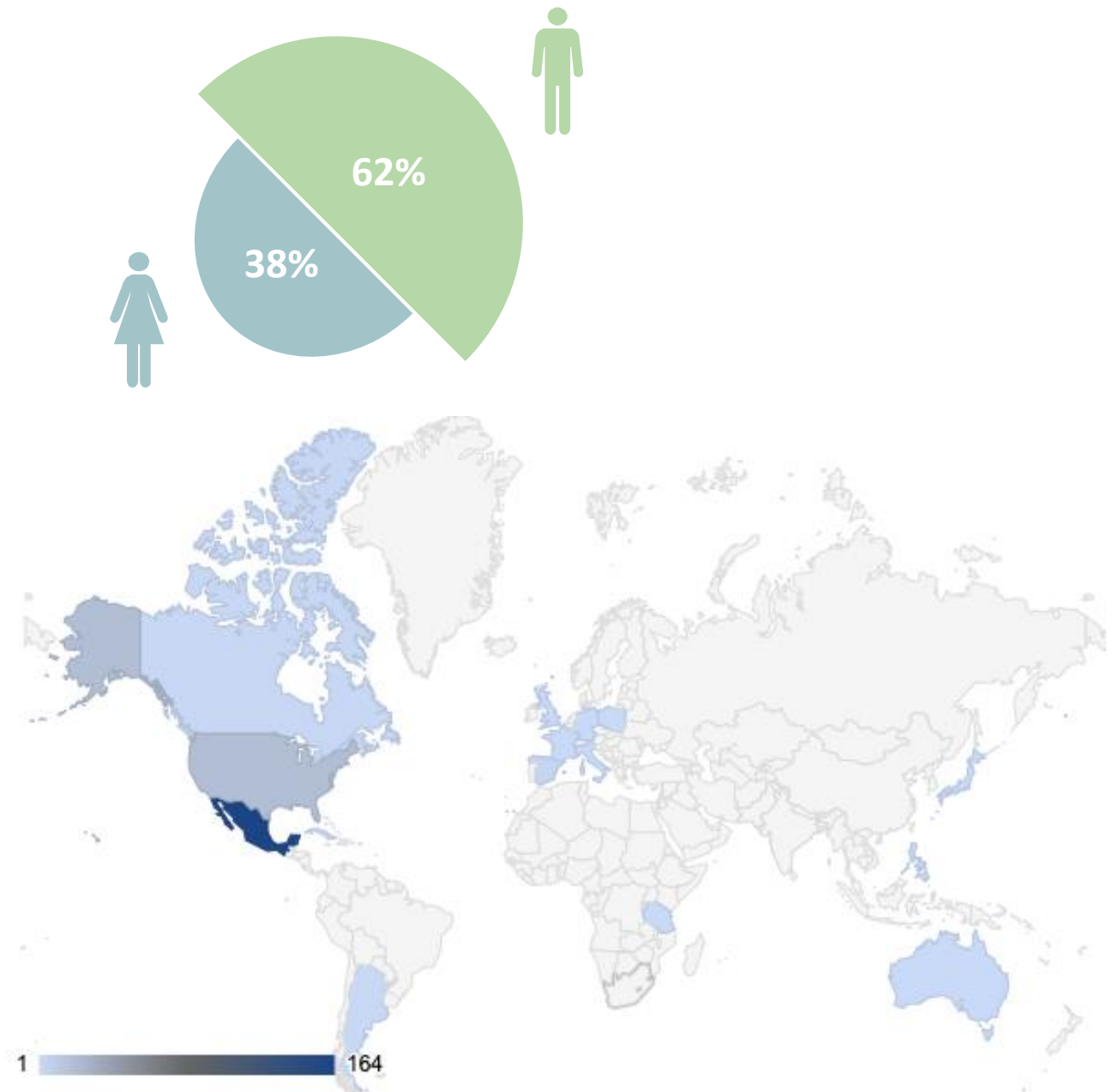
Facebook e Instagram.



Demográficos

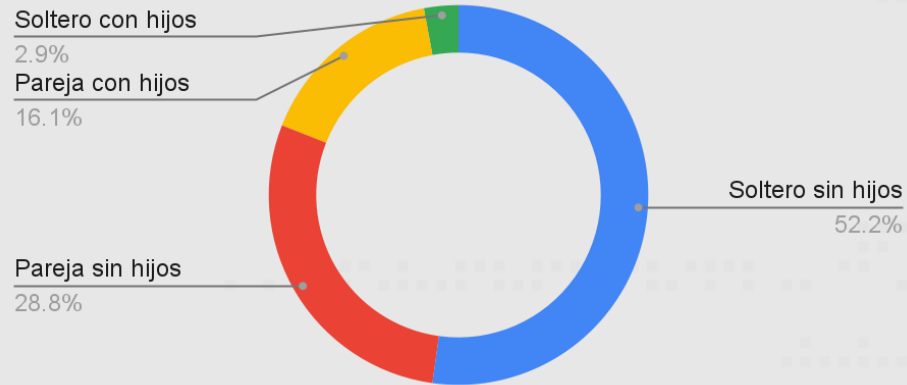
La distribución por género y localización es congruente con la detectada en el análisis de la conversación general.

Se detecta una mayoría de hombres, y visitantes extranjeros provenientes principalmente de EE.UU.

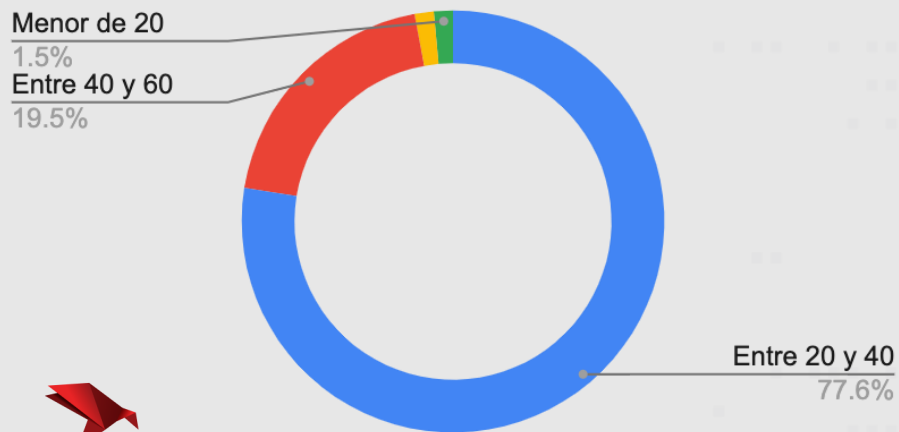


Demográficos

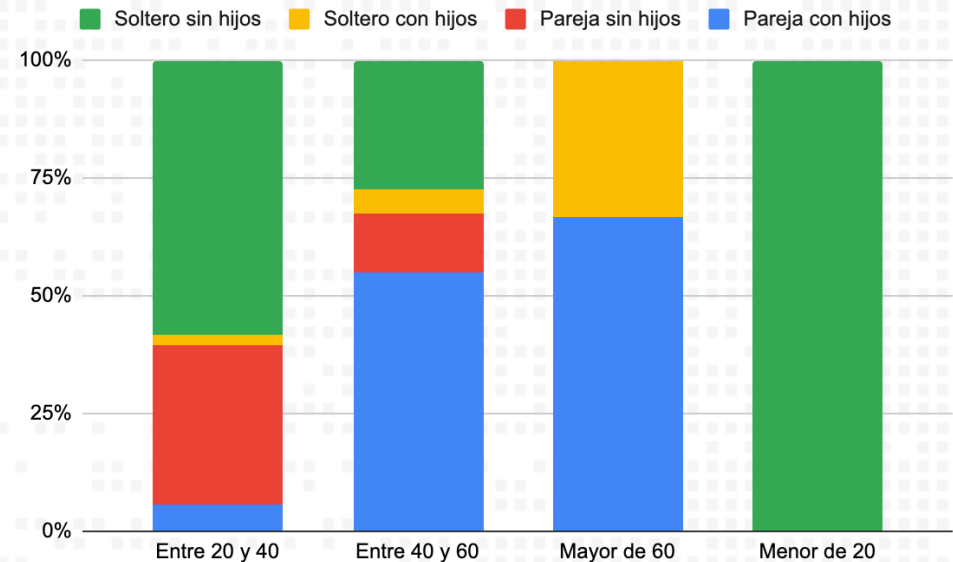
Situación familiar



Etapa de vida

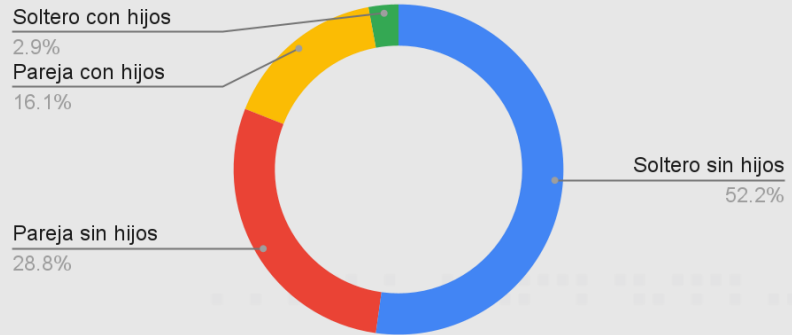


- ▶ La mayoría de los visitantes que participan en la conversación digital son solteros, y no tienen hijos.
- ▶ Poco menos de la mitad (44.9%), tiene pareja.
- ▶ La gran mayoría tienen entre 20 y 40 años de edad, seguidos de adultos entre 40 y 60.

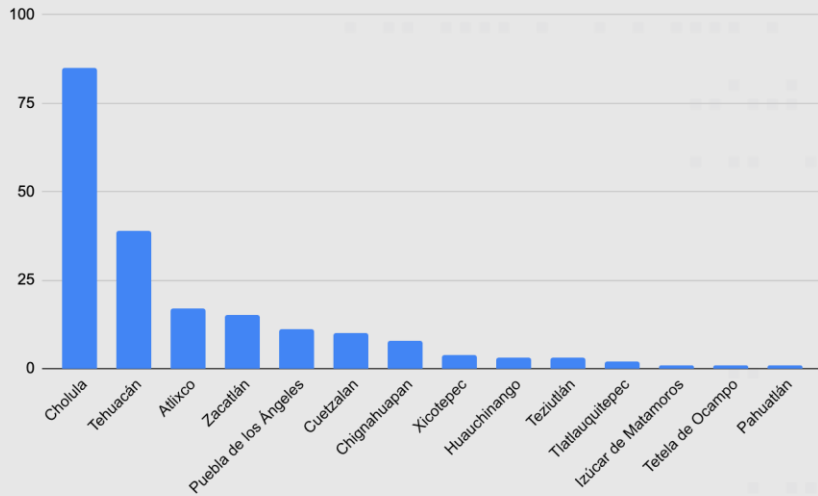


Destinos

Situación familiar

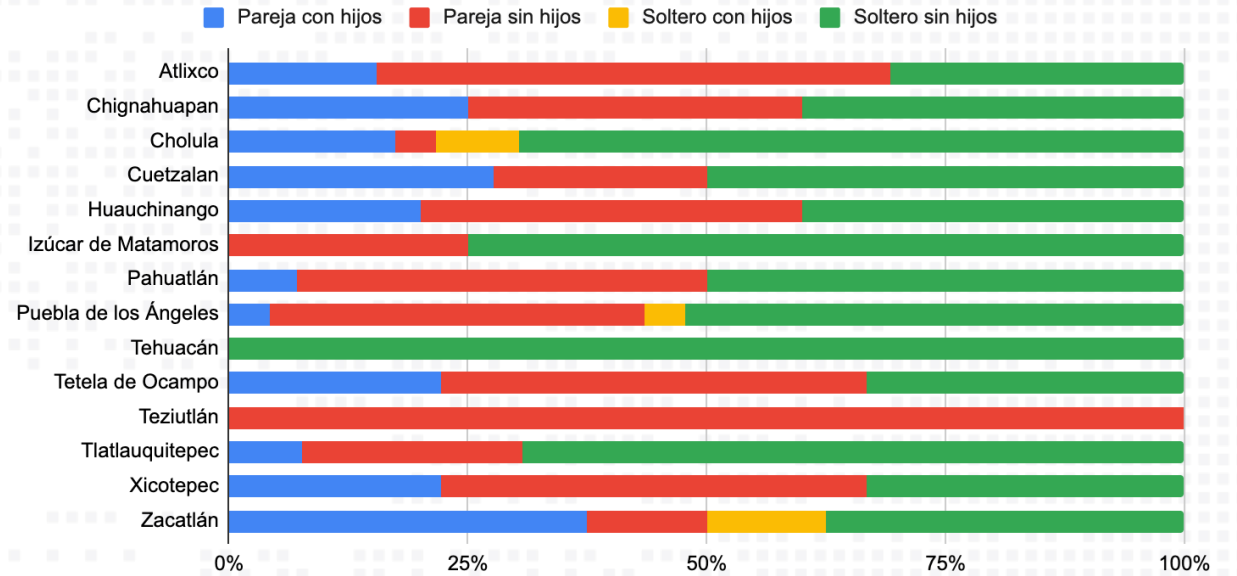


Destinos



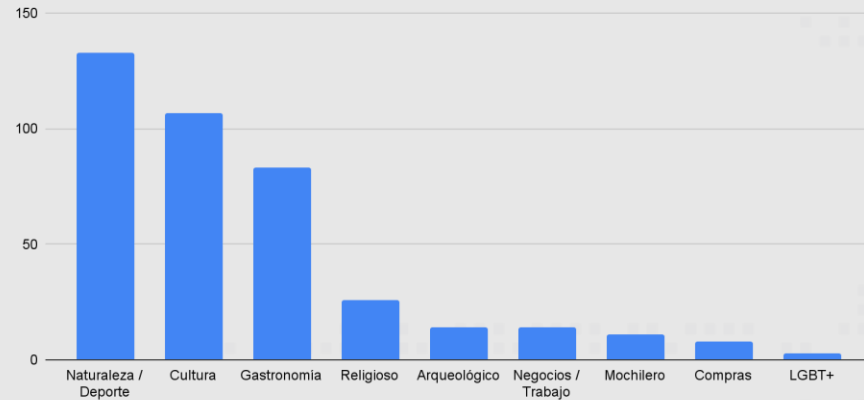
Los usuarios de Instagram y Facebook que visitan el estado, hablan principalmente de Cholula, Tehuacán, Atlixco, y Zacatlán.

Destaca que Tehuacán fue mencionado únicamente por personas solteras y sin hijos, mientras que Teziutlán lo fue por personas en pareja sin hijos, y Zacatlán fue el destino más mencionado por personas en pareja y con hijos.

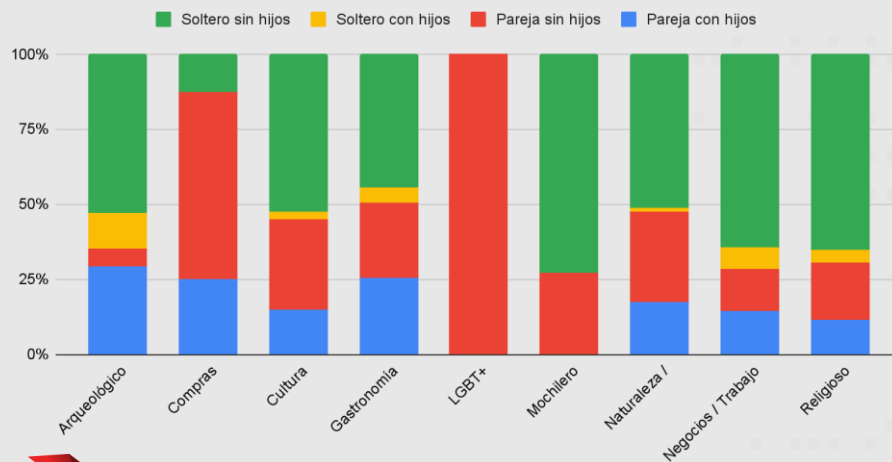


Tipo de turismo

Tipo de turismo

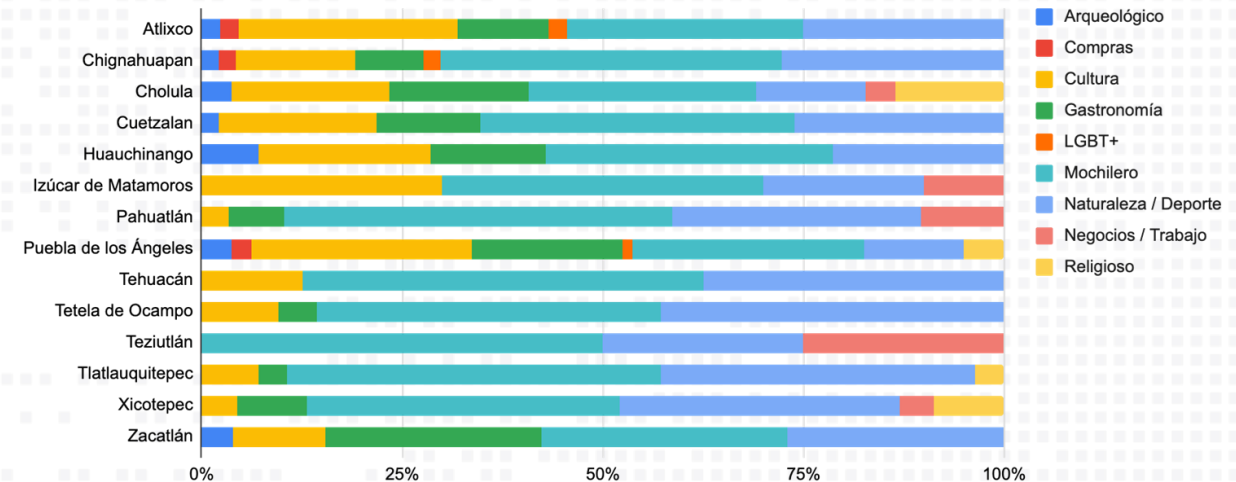


Tipo de turismo por situación familiar



- ▶ Los internautas visitan el estado principalmente motivados por la naturaleza y actividades deportivas o eco turísticas, seguidas de visitas culturales (murales, ferias, calles históricas, etc.), o para probar la gastronomía local.
- ▶ Los solteros y parejas sin hijos disfrutan visitas como mochileros, visitando pueblos mágicos, mientras que las personas con familia disfrutan más los sitios arqueológicos, los platillos y las compras.

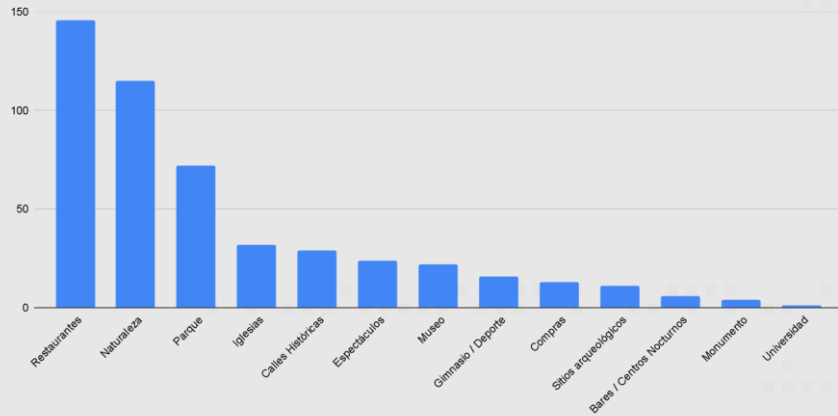
Tipo de turismo por destino



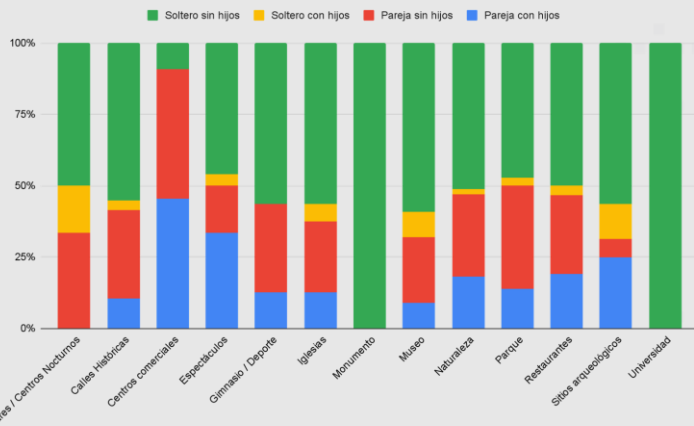
n= 205 perfiles

Lugares que visitan

Lugares más visitados

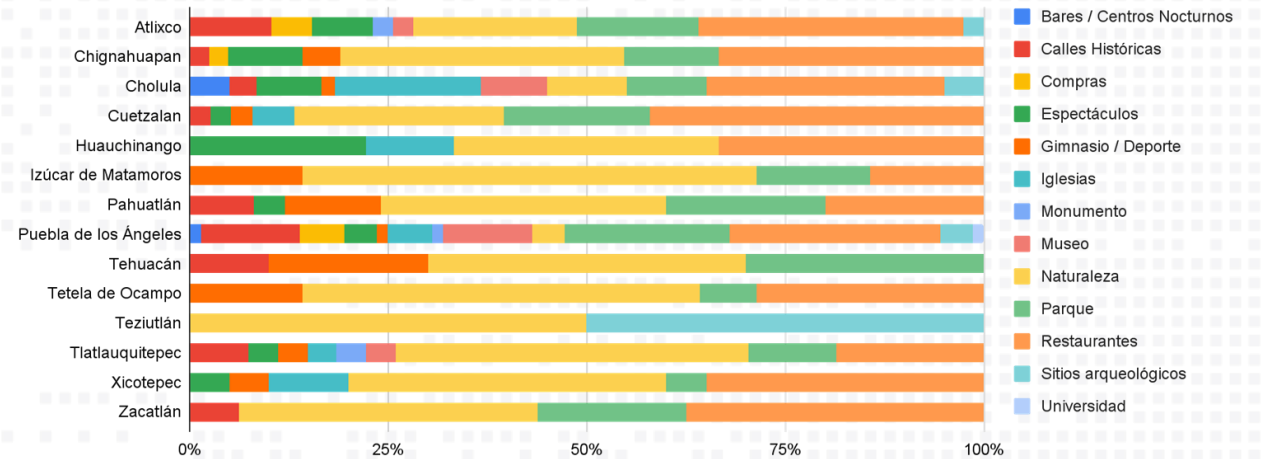


Lugares por situación familiar



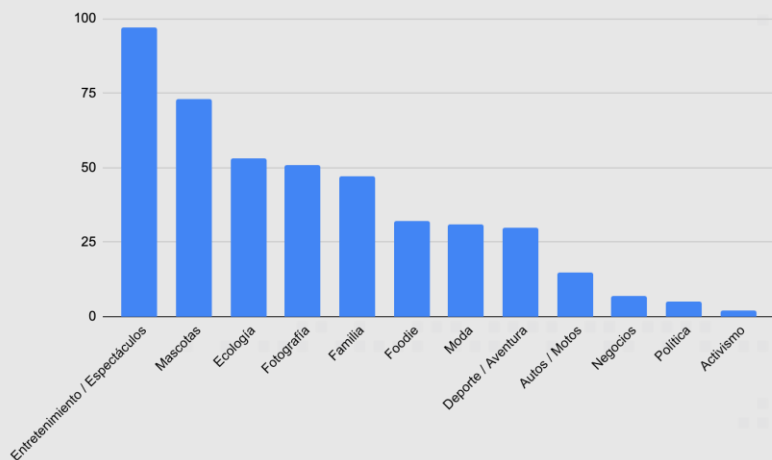
- ▶ Los sitios más mencionados como parte de las visitas a la entidad, son restaurantes, lugares para convivir con la naturaleza, y parques dentro de las poblaciones.
- ▶ Las familias visitan principalmente centros comerciales, espectáculos, sitios arqueológicos y restaurantes, mientras que las personas sin hijos prefieren sitios culturales como museos y monumentos.

Lugares por destino

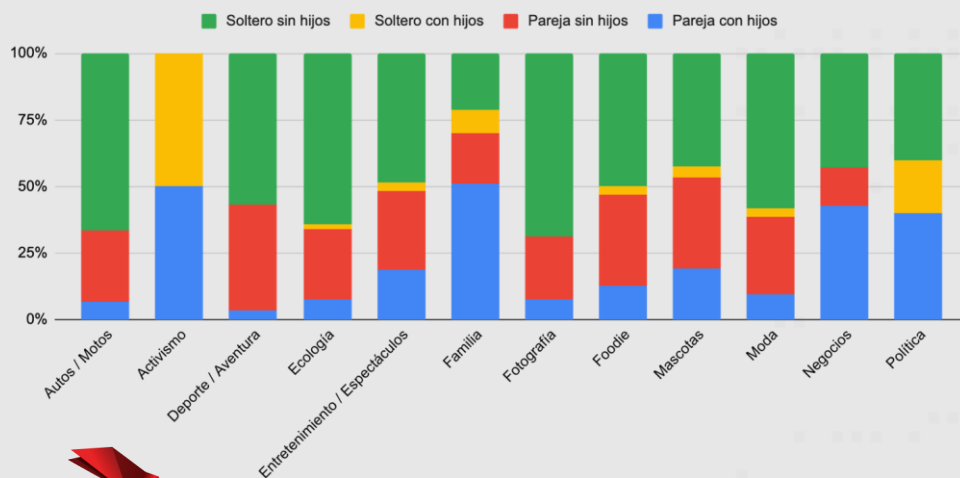


Intereses

Intereses más usuales

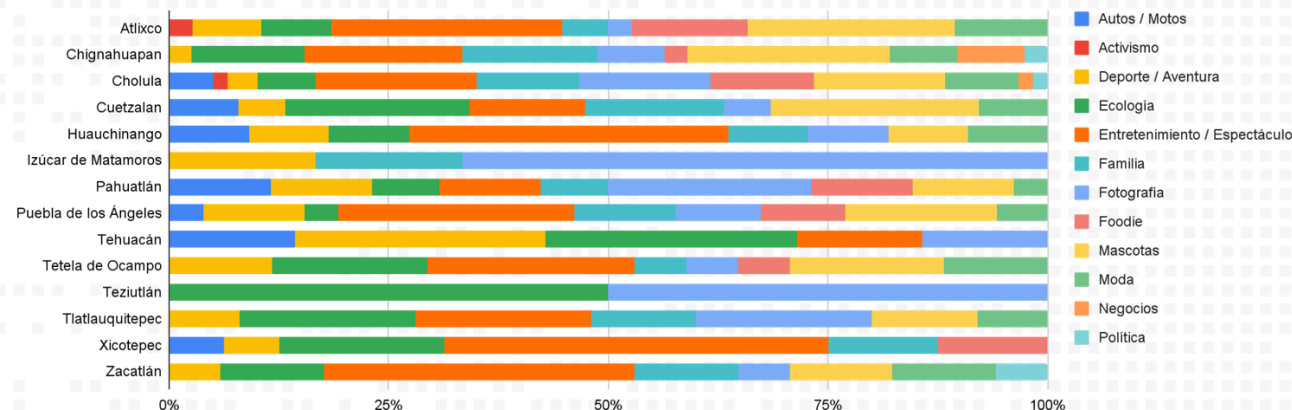


Intereses por situación familiar



- ▶ Hay un alto número de personas interesadas en ecología y fotografía, lo que descubre un nicho interesante para la promoción turística. Quienes se interesan por estos temas visitan principalmente Teziutlán e Izúcar de Matamoros.
- ▶ Resulta también interesante el grupo de interesados en motociclismo, quienes visitan Cholula, Cuetzalan, Huauchinango, Puebla de los Ángeles, Pahuatlán, Tehuacán, Xicotepec.

Intereses de quienes visitan cada destino



Verbalizaciones



ruta26.10 · Seguir
Atlixco De las Flores, Puebla, Pueblo Mágico

ruta26.10 Las escaleras más fotografiadas de Atlixco.

Obviamente teníamos que tomarnos foto en este lugar que se ha vuelto tan famoso gracias al mural que forman sus escalones. Nos encanta lo coloridas que son y como combinan con el resto del lugar. Además, ahora que es época navideña las noches buenas y las luces hacen que se vea increíble.

Las escaleras atraen a muchos visitantes a tomarse fotos así que les recomendamos llegar temprano para poder tomarse la foto sin tanta gente.

Se encuentran a pocas calles del centro de Atlixco, pueden llegar caminando o tomar el tranvía aunque hace parada justo en frente.

La historia detrás de la foto es que tuvimos que quedarnos una hora para poder capturar sin gente, pero no se logró al 100, así que los tuvimos que quitar por medio de Photoshop juntando pedacitos donde no había gente.

¿Alguna vez has esperado tanto tiempo para una foto? Sin duda valió la pena 😊

435 Me gusta
19 DE DICIEMBRE DE 2020

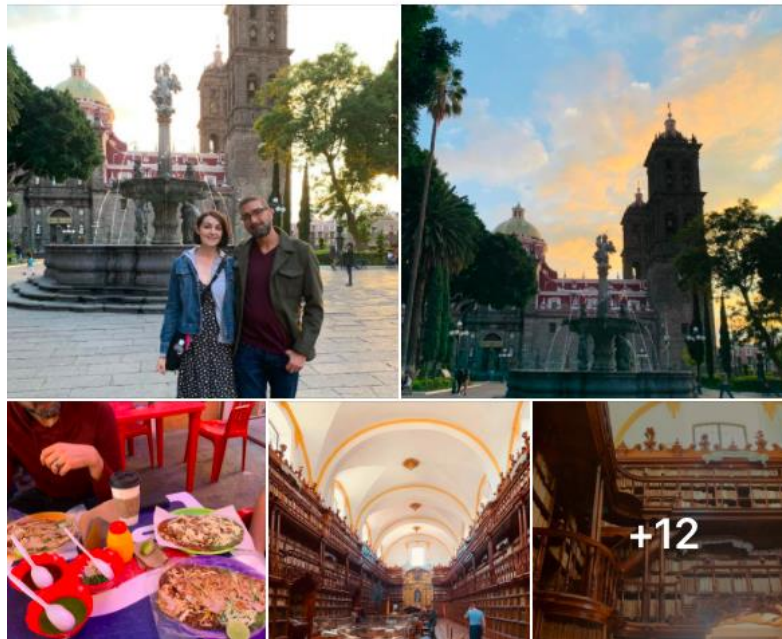
Marlon Valencia
28 de enero de 2020

After Xochimilco, and a quick visit to Morelos to stay with family, I went to Puebla the next day. Can you tell I was a tourist? 🙄 @ La Estrella de Puebla



Stephne Bischler está con **Jonathan Beckley** en **Puebla Centro, Puebla.**
24 de noviembre de 2021

A little bit of Puebla México. Built in 1531, known as the birthplace of Mexican gastronomy, talavera tile work, and the birthplace of Cinco de Mayo. We visited cathedrals that took 400 years to build, and the oldest library in the Americas, built in 1646. This was a wonderful magical place.



Deja Adams recomienda **Antojitos Tomy - Matriz.**
29 de noviembre de 2021

Visited Puebla for the first time this past week and my family came here three times!! Cemitas de Puerco was so tasty! Posole con pollo too! But the best was the Molotes!! Tinga con queso was delicious! I will be coming back here and again and would recommend this place to anyone!

Entrega rápida · Cosy atmosphere · Porciones grandes · Comfort food · Comida de calidad · Restaurantes económicos · ... [Ver 2 más](#)



Al profundizar en los perfiles en ig y fb, identificamos que...

01

Turistas solteros, entre 20 y 40 años, son quienes más participan en la conversación digital.

02

Cholula, Tehuacán, Atlixco y Zacatlán, son los destinos sobre los que más se escribe y comparte en redes sociales.

03

El turismo ecológico es el más destacado en medios sociales, seguido del cultural y gastronómico.

04

Los lugares más visitados son los restaurantes -aun cuando el principal motivo de la visita no sea gastronómico- por lo que es muy importante destacar los buenos lugares para comer.

05

Sitios para disfrutar de la naturaleza son también altamente socorridos, pues es además uno de los principales intereses y motivadores para el turismo al estado, quizá debido al confinamiento por la pandemia.

06

Fotógrafos y motociclistas son grupos destacables entre los visitantes a Puebla, y pueden ser un nicho importante para la promoción turística del estado.

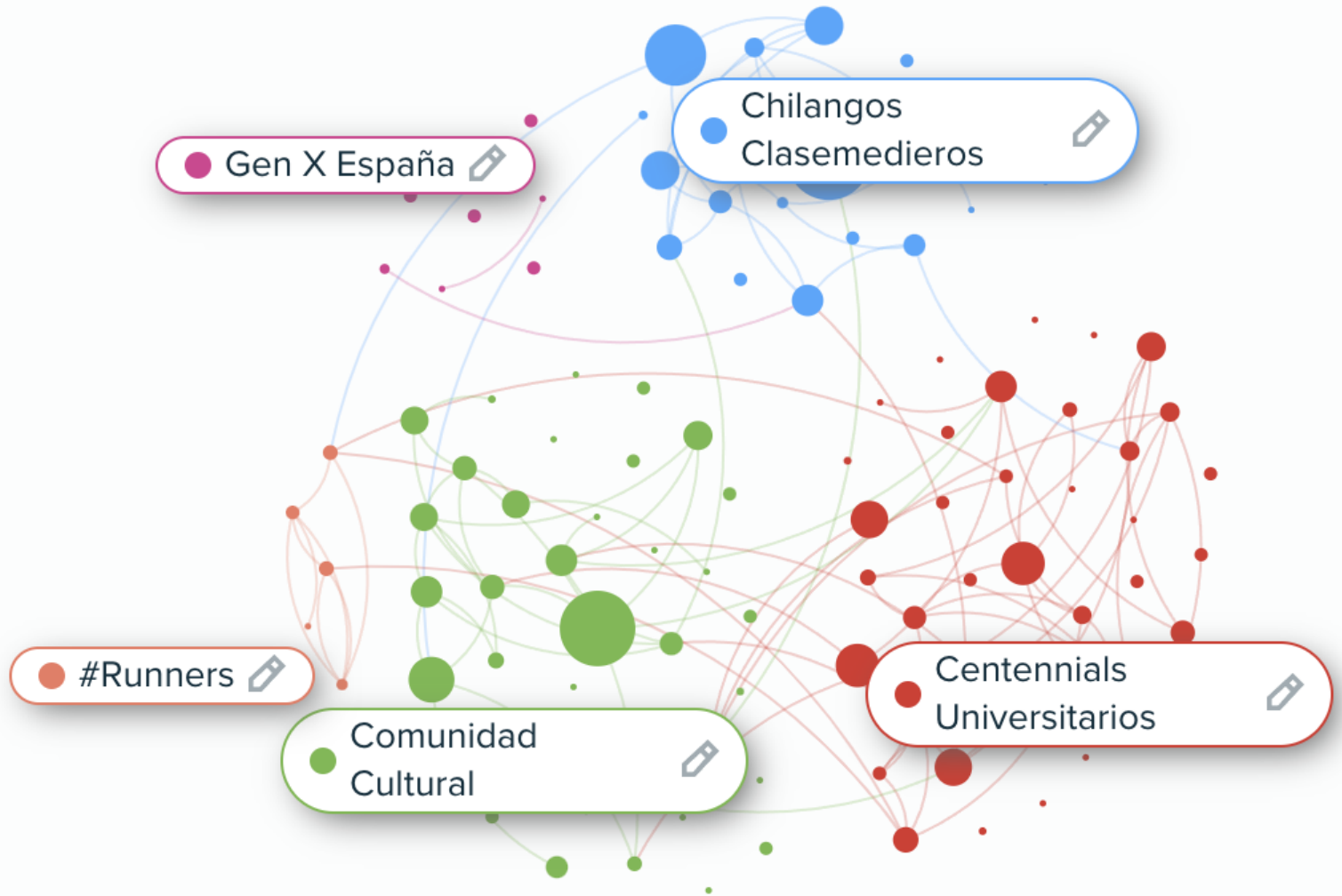
04

Audiencias

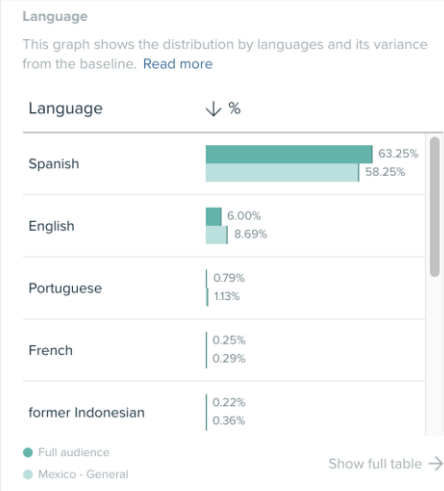
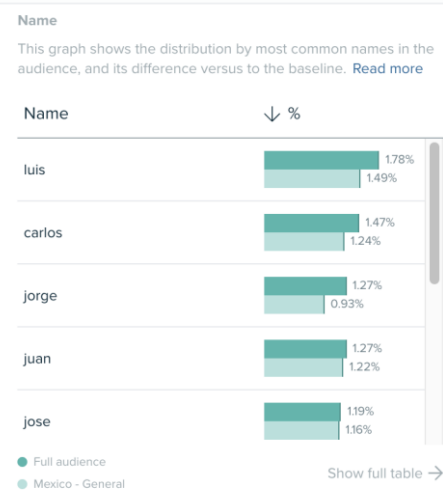
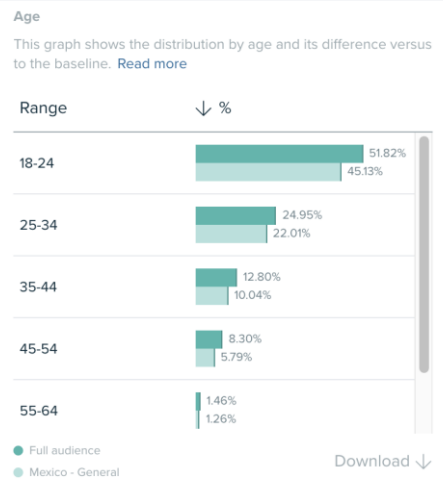
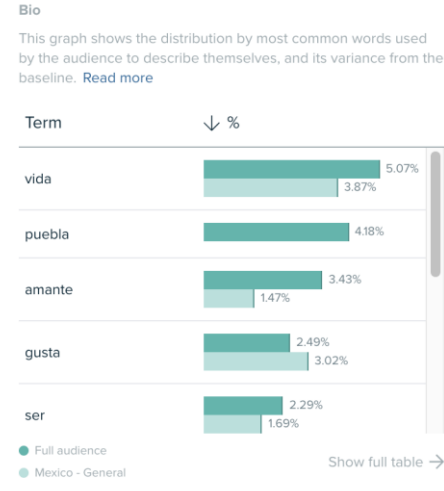
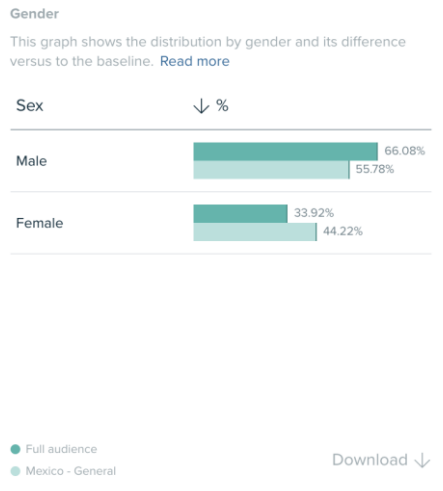
Análisis de Big Data

Se utilizó una herramienta de inteligencia artificial para analizar los datos de los usuarios y construir conglomerados para analizar usuarios digitales del Estado de Puebla.

- El criterio de selección de los usuarios de plataformas digitales fue por ubicación Geográfica.
- Los conglomerados que se muestran en la presentación son grupos relevantes de usuarios que forman parte de una audiencia más amplia.



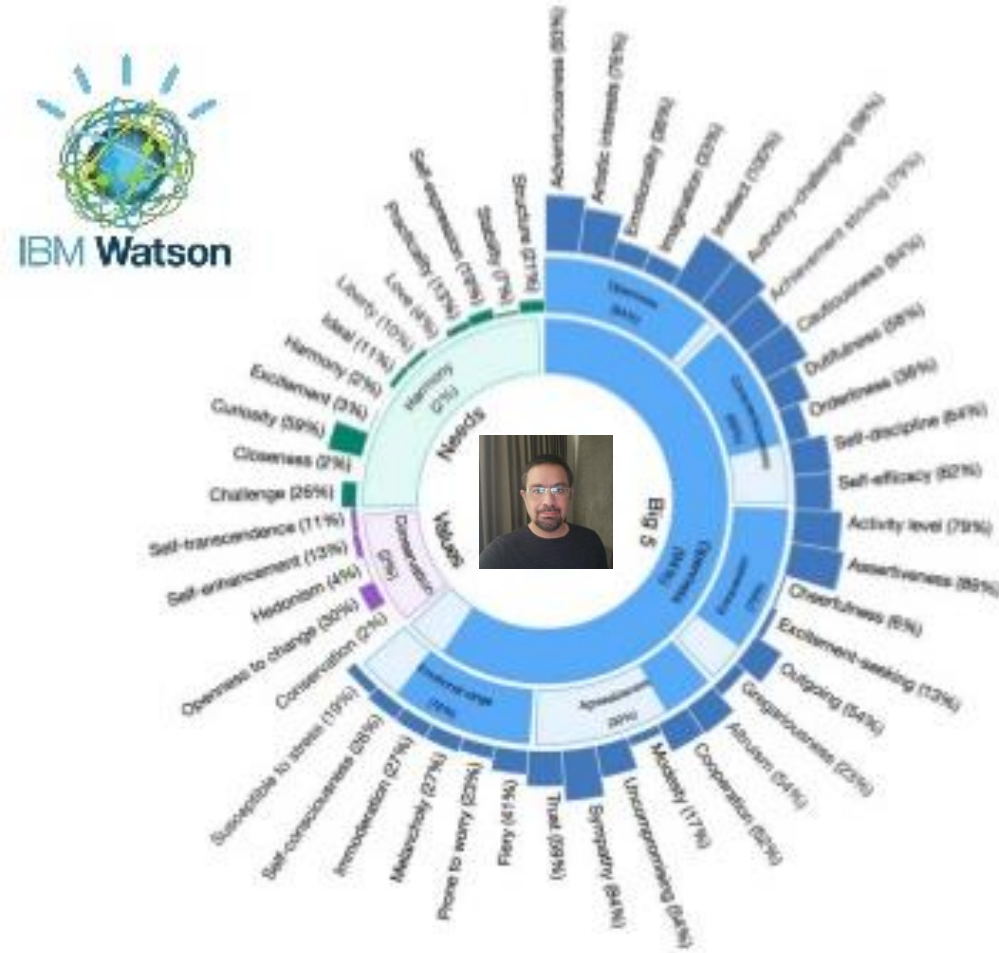
Análisis de Big Data



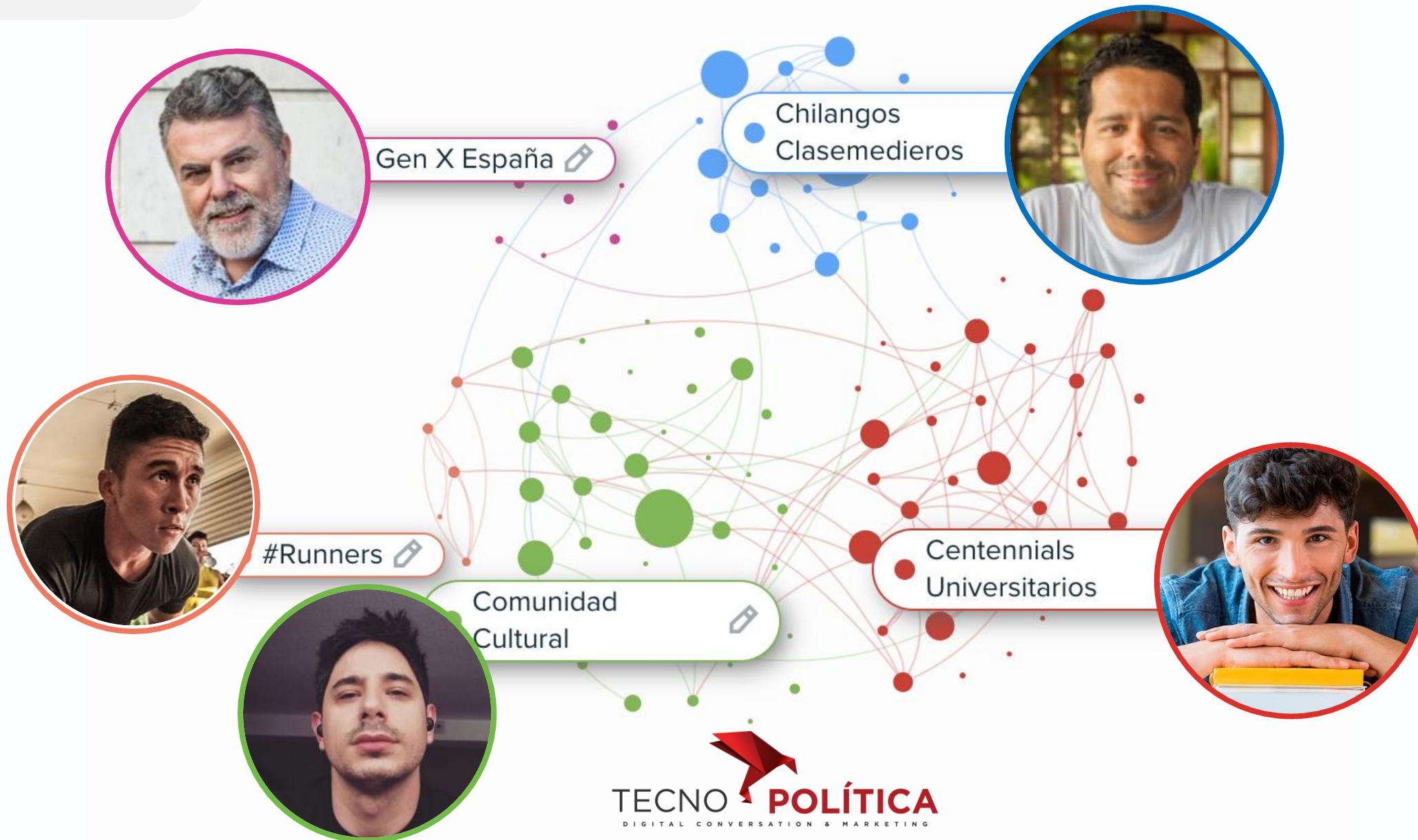
Los segmentos de audiencias están basados en la interconexión que existe entre los usuarios, agrupar con éste método permite mostrar los grupos más consistentes y relevantes, así como identificar las características únicas de cada uno de ellos. Una vez que identificamos los segmentos, podemos responder a las preguntas “¿qué los conecta?”, “¿Cuáles son las tendencias ocultas a simple vista que revela su huella digital?” La interconexión puede ser por intereses, demográficos, psicográficos, influencia, etc.

Análisis de Big Data

Los rasgos de personalidad fueron calculados con una herramienta de **machine learning** basada en el modelo las cinco grandes características de la personalidad, necesidades y valores. Las cinco grandes características es el modelo más utilizado para describir cómo una persona se relaciona con el mundo. A través del aprendizaje automático se conoce la personalidad con base en la psicología del lenguaje en combinación con algoritmos de análisis de datos. Esta herramienta analiza el contenido que publican los usuarios y devuelve un perfil de personalidad con base en las cinco grandes características o “Big 5”.



Audiencias Clave





Audiencia general


TECNO POLÍTICA
DIGITAL CONVERSATION & MARKETING



Carlos

“La vida es mejor si se planifica”.

Audiencia general

Biografía

Carlos es un vendedor de seguros que está casado y tiene una niña de 7 años. Le gusta la música, los deportes y viajar. Ve las noticias con Juan Carlos Valerio y no se pierde los informes del Dr. Gatell en las mañaneras. Le gusta ver videos de Alan x el mundo en TikTok y chatea por Telegram. Es persistente, organizado y asertivo. Busca la estabilidad.

Demográficos

Edad: 40 años
Ubicación: Puebla
Familia: Casado
Ocupación: Ventas

Frustraciones

- No tener tiempo para él
- La pasividad

Metas

- Estabilidad
- Vida tranquila

#planificación
#tranquilidad
#estabilidad

Audiencia General

Bio: vida, amante, ser, México, personal, corazón

El 77% vive en México, 8% en España, 3% en EUA, 2% en Argentina, 1% en Chile

26% viven en Puebla, el 17% en la CDMX, 5% en Monterrey, 3% en Guadalajara y 2% en Veracruz

Tienen escolaridad media (preparatoria) y se dedican principalmente a las ventas y servicios administrativos

La mayoría son casados con hijos

La mayoría tiene entre 35 y 44 años

31%



69%



Hábitos en línea



Preferencia de dispositivo
Móvil 72%



Día más activo.
Miércoles



Hora más activo
12 a 17 horas

Intereses



Música - 31%



Deportes - 18%



Viajes- 25%

Redes Sociales



Red Social - TikTok



Red de Mensajería - Telegram

Medios Comunicación



- Azteca Puebla
- El Once
- Ciro Gómez Leyva



- MVS Noticias
- W Radio



- El Universal
- Reforma
- La Jornada



- Copa Mundial FIFA
- FIL Guadalajara
- MFF
- FICUNAM

Medios Comunicación on line



Blog

- xakata



Revistas Digitales

- Chilango



Websites

- Google



Shows Online

- Franco Escamilla
- Gabo Montiel
- Alan por el mundo
- Luisito Comunica
- Yuya



Apps

- SkyAlert
- Spotify México
- Telegram

Audiencia General | Personas



Influencia



Tlatoani Cuauhtémoc - 69%



Viridiana Lozano- 68%



Herly RG - 68%



Carolina Rocha - 67%



Martha Debayle- 66%



Afinidad



Héctor de Mauleón - 13%



Fernanda Familias- 31%



Luisillo El Pillo - 9%



Sandra Ortíz - 5%



Tabata Jalil - 5%

Audiencia General | Marcas



Influencia



Puebla Antigua- 69%



Puebla - 69%



CCU BUAP- 69%



Museos Puebla - 69%



Noticias y Turismo - 68%



Afinidad



Muy Interesante- 16%



UNAM - 16%



Chilango - 13%



Instagram- 8%

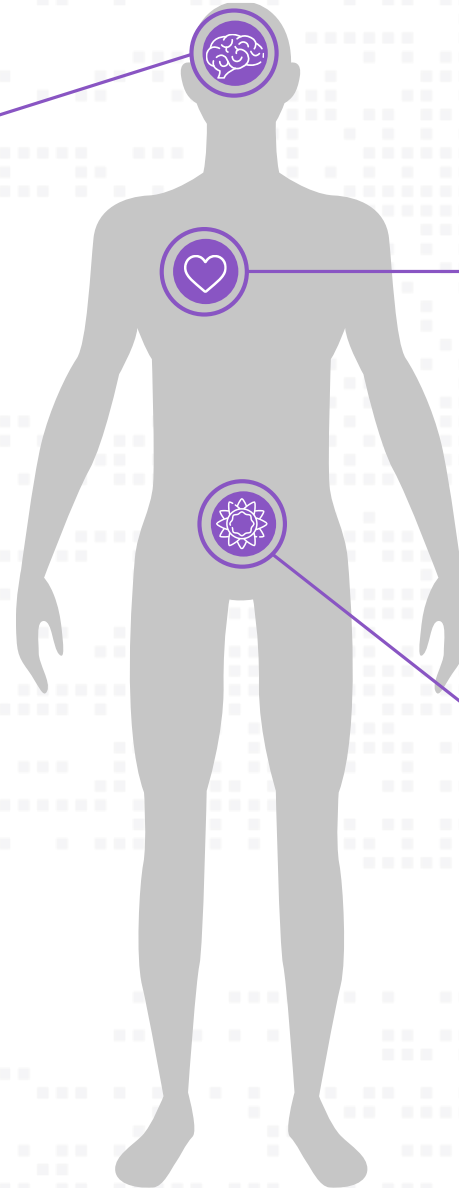


Cultura Colectiva - 28%

Audiencia General

Racional

- Es una población que se establece metas y objetivos
- Son persistentes.
- Piensan antes de actuar
- Son organizadores y planificadores
- Son asertivos.



Emoción

- Presentan un buen nivel de autoconocimiento.
- Saben lo que les agrada y lo que les desagrada.
- Son fáciles de complacer.
- Confían en la opinión de los otros.
- Son reservados
- Son independientes
- Buscan tener tiempo para ellos y disfrutar de la vida.

Motivaciones

- Se sienten orgullosos de su identidad.
- Se sienten satisfechos con su vida actual.
- Son prácticos
- Buscan estabilidad y calma

Audiencia General

Narrativa General:

Responderán de mejor manera a las propuestas, siempre y cuando estas tengan un plan definido que al final del camino aporte tranquilidad.



Dimensión psíquica

Se trata de ofrecer una base sólida, para la toma de las decisiones.



Dimensión física

Numeralias, costos, beneficios deben destacar sobre la imagen.



Dimensión consciente

Se debe mostrar organización, encuadre, estructura.



Dimensión emocional

El mensaje será comunicado si un agente bien posicionado lo transmite.



Audiencia General

Target attributes



Places

Mexico (77%), Spain (8%), United States (3%), Argentina (1%), Chile (1%), Ecuador (1%), Colombia (1%), Venezuela (1%), Peru (1%), Canada (1%)



Languages

Spanish (Spain) (79%), English (All) (7%), Portuguese (Portugal) (1%), French (France) (1%), Italian (1%), Polish (1%), German (1%), Japanese (1%), Korean (1%), Hindi (1%)



Interests

Sports and outdoors/Sports/Association football (Soccer) (31%), Entertainment/Music (31%), Sports and outdoors/Outdoor recreation (27%), Sports and outdoors/Sports (27%), Hobbies and activities/Politics and social issues/Community issues (23%), Hobbies and activities/Arts and music/Dance (18%), Hobbies and activities/Pets (15%), Entertainment/Movies (14%), Business and industry/Higher education (11%), Hobbies and activities/Arts and music/Guitar (9%)



Device Type



Ages

Age 18 to 24 (44%), Age 35 to 44 (40%), Age 55 to 64 (5%), Age 25 to 34 (2%), Age 45 to 54 (2%), Age 13 to 17 (2%)



Gender

Male (61%), Female (27%)





Centennials Universitarios

**TECNO POLÍTICA**
DIGITAL CONVERSATION & MARKETING



Centennials Universitarios

#familiaridad
#tranquilidad
#seguridad

Luis

“Solo quiero vivir tranquilo”.

○ Biografía

Luis trabaja como entrenador en un gimnasio. Le gustan los deportes, bailar y la música. Sigue a David Medrano Félix y es fan de José Ramón Fernández. Ve el noticiero deportivo de ESPN, especialmente si hay notas de la Selección Nacional. Le encanta usar Twitch para ver tips para su videojuego favorito y comparte stickers por WhatsApp. Es persistente, organizado y asertivo. Busca la tranquilidad.

○ Demográficos

Edad: 22 años
Ubicación: Monterrey
Familia: Soltero
Ocupación: Entrenador

○ Frustraciones

- La impracticidad
- La dependencia

○ Metas

- Una vida tranquila y segura
- Aprovechar su tiempo

Centennials Universitarios

Narrativa General:

La narrativa a emplear con este segmento debe ser la que remita a lo íntimo, lo hogareño, calidez.



Dimensión psíquica

Se debe incentivar la repetición, porque lo familiar tiende a eso, a repetir.



Dimensión física

Hay que hacer que el objeto a identificar como insignia del lugar a promocionar, les represente algo para ellos, es decir que logren identificarse.



Dimensión consciente



No hay que hacer uso de tantos datos, se debe mantener sencillo.

Dimensión emocional



Se trata de transmitir calma, la misma que siente un viajero al llegar a lugar seguro.



Centennials Universitarios

Bio: vida, Puebla, deportivo, deportes.

El 87% viven en México principalmente en Monterrey, Guadalajara y León.

El 52% tienen entre 18 y 24 años.

El 17% cuenta con título universitario y se dedican principalmente a las artes, deportes y entretenimiento

Son solteros, sin hijos.

15%



85%



Hábitos en línea



Preferencia de dispositivo
Escritorio 78%



Día más activo.
Miércoles



Hora más activo
18 a 23 horas

Intereses



Deportes - 54%



Baile- 26%



Música- 25%

Redes Sociales



Red Social - Twitch



Red de Mensajería - WhatsApp

Medios Comunicación



- TUDN MEX
- FOX Sports MX
- Fútbol Picante



- ESPN Radio Fórmula
- FOX Sports Radio



- Diario Récord
- MedioTiempo
- MARCA



- Copa Mundial FIFA

Medios Comunicación on line



- Blog**
- ESPN Stats & Info



- Revistas Digitales**
- Diario AS



- Websites**
- FC Barcelona



- Shows Online**
- Alex Montiel
- Don Sloba
- Ary Gameplays



- Apps**
- Fan 10
- WhatsApp
- Pokémon Go

Centennials Universitarios



Influencia



David Medrano Félix - 74%



John Sutcliffe - 73%



Christian Martinoli - 72%



Andre Marín - 72%



Paco Villa - 72%



Afinidad



José Ramón Fernández - 52%



Luis García - 51%



David Faitelson - 48%



Chicharito Hernández - 39%



Roberto Gómez Junco - 39%

Centennials Universitarios



Influencia



Liga BBVA MX - 75%



TUDN MEX - 73%



FOX Sports MX - 73%



TV Azteca Deportes - 73%



Fútbol Picante - 72%



Afinidad



Selección Nacional - 56%



Diario Récord - 47%



Club Puebla - 42%



MedioTiempo - 41%

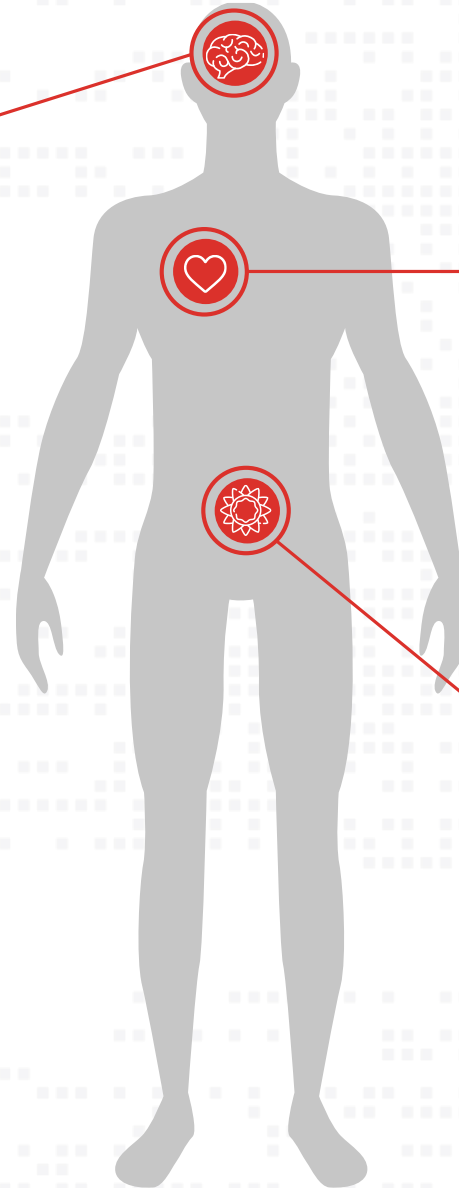


ESPN - 39%

Centennials Universitarios

Racional

- Mantienen sus objetivos y metas claras.
- Son persistentes
- Planifican, piensan antes de actuar
- Saben utilizar de manera asertiva sus habilidades y destrezas.
- Son asertivos- buscan información y deciden a partir de diversas opciones.
- Respetan la autoridad y las opiniones de los demás.
- Les atraen los hechos.



Emoción

- Confían en los otros.
- Fácil de complacer si saben y cubren sus expectativas.
- Buscan tener y aprovechar el mayor tiempo posible.
- Se sienten contentos de ser quienes son.
- Son reservados.
- Son independientes y poco sociables.
- Les gusta ser tratados como en casa.

Motivaciones

- Se sienten muy muy orgullosos de su identidad.
- Les agradan las rutinas.
- Buscan la calma y seguridad.
- Les gusta la practicidad.

Centennials Universitarios

Target attributes



Places

Mexico (87%), Argentina (2%), United States (1%), Ecuador (1%), Peru (1%), Colombia (1%), Spain (1%), Chile (1%), El Salvador (1%), Canada (1%)



Languages

Spanish (Spain) (84%), English (All) (5%), Portuguese (Portugal) (1%), French (France) (1%), German (1%), Hindi (1%), Italian (1%)



Interests

Sports and outdoors/Sports/Association football (Soccer) (61%), Sports and outdoors/Outdoor recreation (28%), Hobbies and activities/Arts and music/Dance (26%), Entertainment/Music (25%), Hobbies and activities/Politics and social issues/Community issues (18%), Hobbies and activities/Pets (13%), Sports and outdoors/Sports/Basketball (12%), Hobbies and activities/Arts and music/Guitar (12%), Sports and outdoors/Sports/Tennis (10%), Entertainment/Movies (10%)



Device Type



Ages

Age 18 to 24 (43%), Age 35 to 44 (42%), Age 55 to 64 (8%), Age 45 to 54 (2%), Age 25 to 34 (1%)



Gender

Male (76%), Female (13%)





Comunidad Cultural


TECNO POLÍTICA
DIGITAL CONVERSATION & MARKETING



Comunidad Cultural

#decisión
#estabilidad
#cultura

Jorge

“Encuentra la belleza en cada espacio”.

Biografía

Jorge es ingeniero de sonido en una disquera independiente. Le gusta la música, viajar y ver películas y series. Sigue a Paco Ignacio Taibo y es fan de los cuentos de Chimal. Lee Cine Premier y ve videos de Paco de Miguel. Sigue a la Secretaría de Cultura y al FCE. Siempre tiene actualizado su LinkedIn y manda audios que se autodesintegran por Telegram. Es decidido, creativo y culto. Busca la estabilidad.

Demográficos

Edad: 30 años
Ubicación: CDMX
Familia: Soltero
Ocupación: Música

Frustraciones

- La pasividad
- La ignorancia

Metas

- Una vida estable
- Disfrutar experiencias sensoriales nuevas

Comunidad Cultural

Narrativa General:

Hay que reforzar la seguridad, saben a dónde quieren ir y lo que tienen que hacer para lograrlo.



Dimensión psíquica

Se debe atraer por lo sensitivo.



Dimensión física

Hay que destacar la belleza en imágenes y sonidos.



Dimensión consciente

Se debe ser contundente, firme, certero en el mensaje.



Dimensión emocional

Hay que potenciar las cosas excelentes del lugar a promocionar.





Comunidad Cultural



Comunidad Cultural

Bio: vida, amante,
México, ser, director

Viven en CDMX, Puebla
y Guadalajara
principalmente.
Solo un 3% vienen de
EUA.

El 38% tiene entre
25 y 34 años.

La mayoría tiene
estudios universitarios.
Se dedican
principalmente a las
artes, deportes y
entretenimiento.

La mayoría son
solteros sin hijos

34%



66%



Hábitos en línea



Preferencia de dispositivo
Escritorio 67%



Día más activo.
Lunes



Hora más activo
18 a 23 horas

Intereses



Música - 34%



Viajes - 30%



Películas y TV- 21%

Redes Sociales



Red Social - LinkedIn



Red de Mensajería - Telegram

Medios Comunicación



- Canal 22 México
- El Once
- TV UNAM



- Radio UNAM
- Ibero 90.9 FM



- La Jornada
- Publimetro México
- NYTimes en Español



- FIL Guadalajara

Medios Comunicación on line



- Blog**
- Open Culture



- Revistas Digitales**
- Cine PREMIERE



- Websites**
- Google México



- Shows Online**
- Paco de Miguel
- Juncal Solano
- Alan por el Mundo



- Apps**
- Crowdfire
- Pokémon GO
- UBER

Comunidad Cultural



Influencia



Paco Taibo 2 - 70%



Margo Glantz - 69%



Pablo Rendón - 69%



Alberto Chimal - 69%



Mardonio Carballo- 68%



Afinidad



Guillermo del Toro - 30%



Diego Luna- 54%



Elena Poniatowska - 44%



Fabrizio Mejía - 12%



Liz Mejorada - 7%

Comunidad Cultural



Influencia



Secretaría de Cultura - 70%



Fondo de Cultura Económica - 70%



Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura - 70%



Cineteca Nacional - 70%



Centro Nacional de las Artes M. - 69%



Afinidad



Librerías Gandhi - 27%



Canal 22 México - 27%



MUNAL - 24%



RAE - 23%

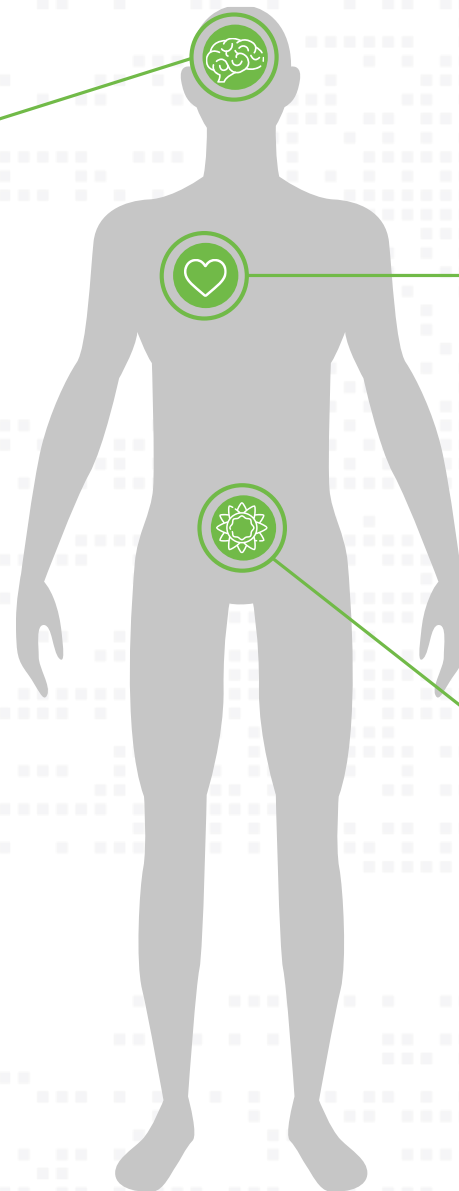


Museo Franz Mayer - 17%

Comunidad Cultural

Racional

- Son decididos y muy cultos.
- Mantienen metas y objetivos claros.
- Les gusta ir a la segura.
- Logran lo que se proponen.
- Les atrae el arte, la cultura, la belleza y la estética.
- Les gustan las nuevas ideas y la vanguardia.
- Les gusta analizar antes de tomar decisiones.



Emoción

- Saben identificar sus sentimientos y emociones y los expresan.
- Son fáciles de complacer.
- Les gusta llevar a la acción sus ideas.
- Son sensoriales, les gusta sentir la experiencia.
- Son individualistas
- Son serios
- Se sienten contentos y cómodos con quienes son.

Motivaciones

- Confían en las opiniones de los otros.
- Se sienten orgullosos de su identidad.
- Buscan espacios tranquilos y con apertura a la reflexión.
- Buscan la estabilidad.
- Son prácticos.

Comunidad Cultural

Target attributes



Places

Mexico (93%), United States (2%), Colombia (1%), Brazil (1%), Peru (1%), Italy (1%), United Kingdom (1%), Egypt (1%), Argentina (1%)



Languages

Spanish (Spain) (78%), English (All) (8%), Portuguese (Portugal) (1%), French (France) (1%), Japanese (1%), Italian (1%), Korean (1%)



Interests

Sports and outdoors/Outdoor recreation (37%), Entertainment/Music (32%), Hobbies and activities/Politics and social issues/Community issues (30%), Hobbies and activities/Travel (29%), Sports and outdoors/Sports (20%), Hobbies and activities/Pets (16%), Entertainment/Movies (16%), Sports and outdoors/Sports/Association football (Soccer) (15%), Hobbies and activities/Arts and music/Dance (15%), Hobbies and activities/Arts and music/Guitar (14%)



Device Type



Ages

Age 18 to 24 (43%), Age 35 to 44 (39%), Age 55 to 64 (5%), Age 25 to 34 (5%), Age 45 to 54 (2%), Age 13 to 17 (2%)



Gender

Male (59%), Female (30%)





Chilangos Clasemedieros


TECNO POLÍTICA
DIGITAL CONVERSATION & MARKETING

Chilangos Clasemedieros



Juan
“Nunca pares”.

#diversidad
#calma
#seguridad

○ Biografía

Jorge es administrador de una pequeña empresa, está casado y tiene un hijo de 5 años. Le gusta viajar, la ciencia y los deportes. Sigue a Marietto Ponce y a Kenia López Rabadán. Le encanta leer *Dónde ir* para descubrir nuevos destinos. Tuitea sobre CPT y sigue a El Universal. Se comunica por Telegram. Es analítico, responsable, asertivo y sensible. Busca la calma.

○ Demográficos

Edad: 37 años
Ubicación: CDMX
Familia: Casado
Ocupación: Administrador

○ Frustraciones

- La pasividad
- Los malos tratos

○ Metas

- Una vida tranquila
- Seguridad

Chilangos Clasemedieros

Narrativa General:

Se debe comunicar a esta audiencia desde la diferencia y la diversidad, por qué somos diferentes, porque somos diversos.



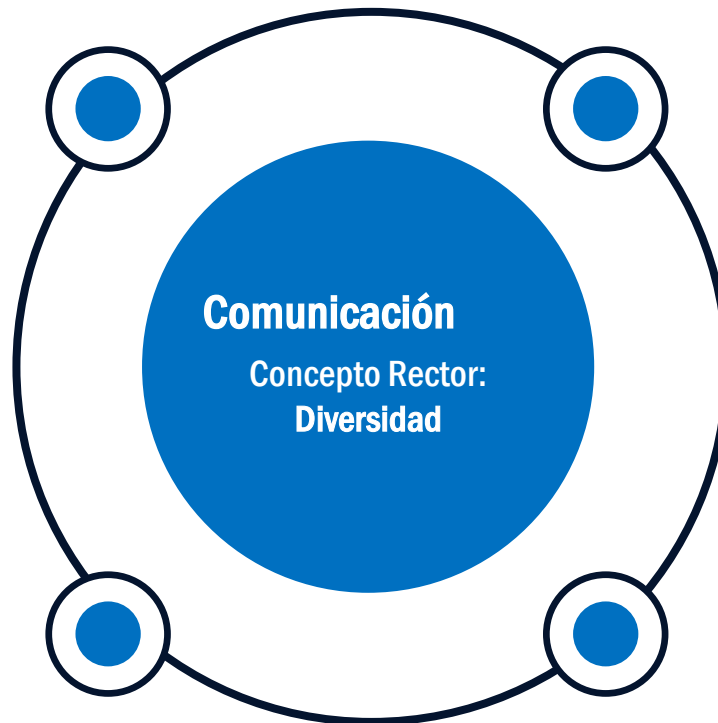
Dimensión psíquica

Hay que integrar los elementos necesarios que le digan a la audiencia aquí sí hay oportunidades.



Dimensión física

Se debe manejar una línea de comunicación gráfica muy sencilla.



Dimensión consciente

Hay que mostrar el bufet de las alternativas.



Dimensión emocional

Se debe impulsar la sensación de oportunidad.



Chilangos Clasemedieros

Bio: vida, México, amo, familia, ser, anti.

El 80% viven en México principalmente en CDMX.

La mayoría tiene entre 35 y 44 años de edad.

La mayoría cuenta con título universitario y se dedican principalmente a la administrar empresas privadas.

La mayoría son casados y con hijos.

32%



68%



Hábitos en línea



Preferencia de dispositivo
Escritorio 76%



Día más activo.
Miércoles



Hora más activo
18 a 5 horas

Intereses



Viajes - 54%



Ciencia- 26%



Deporte- 25%

Redes Sociales



Red Social - Twitter



Red de Mensajería - Telegram

Medios Comunicación



- Imagen Televisión
- Bloomberg
- Ciro Gómez Leyva



- W Radio México
- 88.9 Noticias



- El Financiero
- El Heraldo de México
- El Economista



- Festival Cervantino

Medios Comunicación on line



- Blog**
- xakata



- Revistas Digitales**
- DÓNDE IR



- Websites**
- Google



- Shows Online**
- Alan por el Mundo
- Luisito Comunica
- Paco De Miguel



- Apps**
- Flightradar24
- Waze
- Crowdfire

Chilangos Clasemedieros



Influencia



Don Porfirio Díaz- 74%



Vero - 72%



Cyndy M - 72%



Ana María García- 72%



Bere Aguilar - 70%



Afinidad



Héctor de Mauleón - 48%



Ciro Gómez Leyva 48%



Chumel Torres- 48%



Gustavo de Hoyos - 25%



Tlatoani Cuauhtémoc - 21%

Chilangos Clasemedieros



Influencia



El Financiero - 73%



Reforma - 73%



Dices - 71%



El Universal - 71%



Etcétera - 70%



Afinidad



Latinus - 53%



Milenio - 36%



Foro TV - 23%



Noticieros Televisa - 21%

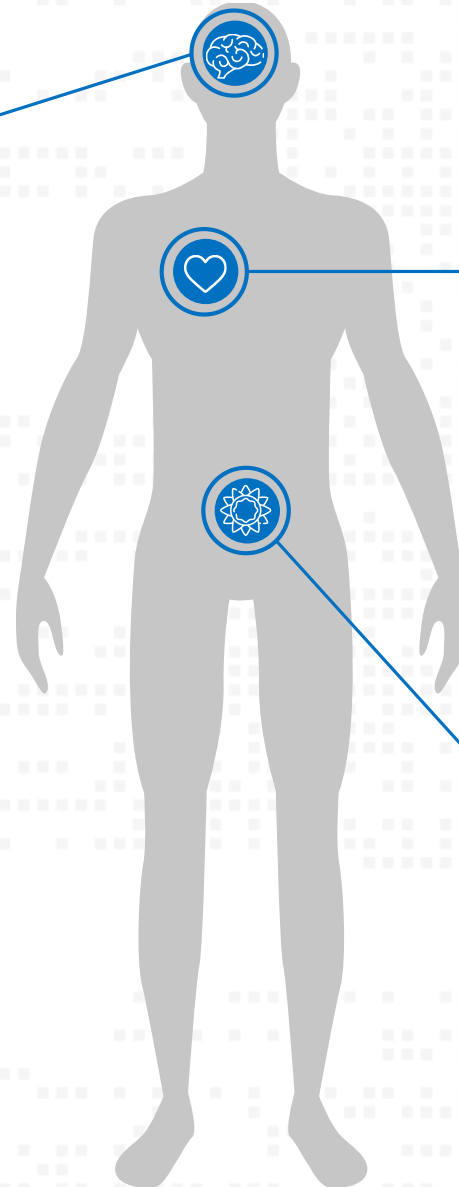


Imagen Televisión - 19%

Chilangos Clasemedieros

Racional

- Son analíticos, piensan antes de actuar.
- Les atrae la sensación de haber aprovechado o logrado sus objetivos.
- Les gusta planear y organizar.
- Son responsables, asertivos y flexibles.



Emoción

- Son seguros de si mismos y de sus habilidades y aptitudes.
- Son fáciles de complacer.
- Les gusta ser tratado bien, buena atención.
- Les gusta tener diversidad de actividades y experimentar diversas emociones.
- Entre más actividades y opciones tengan y puedan realizar, les atrae más.
- No les agrada expresar sus emociones y sentimientos. Son reservados.

Motivaciones

- Les gusta llevar a la acción.
- Sienten orgullo por su identidad.
- Confían en los otros.
- Buscan la calma, tranquilidad y seguridad.
- Buscan la practicidad.

Chilangos Clasemedieros

Target attributes



Places

Mexico (93%), United States (2%), Colombia (1%), Brazil (1%), Peru (1%), Italy (1%), United Kingdom (1%), Egypt (1%), Argentina (1%)



Languages

Spanish (Spain) (78%), English (All) (8%), Portuguese (Portugal) (1%), French (France) (1%), Japanese (1%), Italian (1%), Korean (1%)



Interests

Sports and outdoors/Outdoor recreation (37%), Entertainment/Music (32%), Hobbies and activities/Politics and social issues/Community issues (30%), Hobbies and activities/Travel (29%), Sports and outdoors/Sports (20%), Hobbies and activities/Pets (16%), Entertainment/Movies (16%), Sports and outdoors/Sports/Association football (Soccer) (15%), Hobbies and activities/Arts and music/Dance (15%), Hobbies and activities/Arts and music/Guitar (14%)



Device Type



Ages

Age 18 to 24 (43%), Age 35 to 44 (39%), Age 55 to 64 (5%), Age 25 to 34 (5%), Age 45 to 54 (2%), Age 13 to 17 (2%)



Gender

Male (59%), Female (30%)





Generación X España

**TECNO POLÍTICA**
DIGITAL CONVERSATION & MARKETING



Xavier

“Hay que trabajar por nuestra felicidad”.

Generación X España

Biografía

Xavi trabaja en el ayuntamiento de Madrid. Vive con su esposa y su hija Leonor (14 años). Le interesa saber sobre familia y paternidad y le gusta la música y las finanzas. Lee Tal cual para estar actualizado y es partidario de Ayuso. Admirador del trabajo de la Policía Nacional. Amplía su red de contactos por LinkedIn y, por seguridad, se comunica por Telegram. Es empático, analítico, reflexivo y conservador. Busca la seguridad.

Demográficos

Edad: 50 años
Ubicación: Madrid
Familia: Casado
Ocupación: Servidor público

Frustraciones

- La inestabilidad
- El estrés

Metas

- Seguridad
- Calma

#felicidad
#tradición
seguridad

Generación X España

Narrativa General:

Se debe considerar en la narrativa que la felicidad para ellos es un logro, algo que se alcanza por méritos propios.



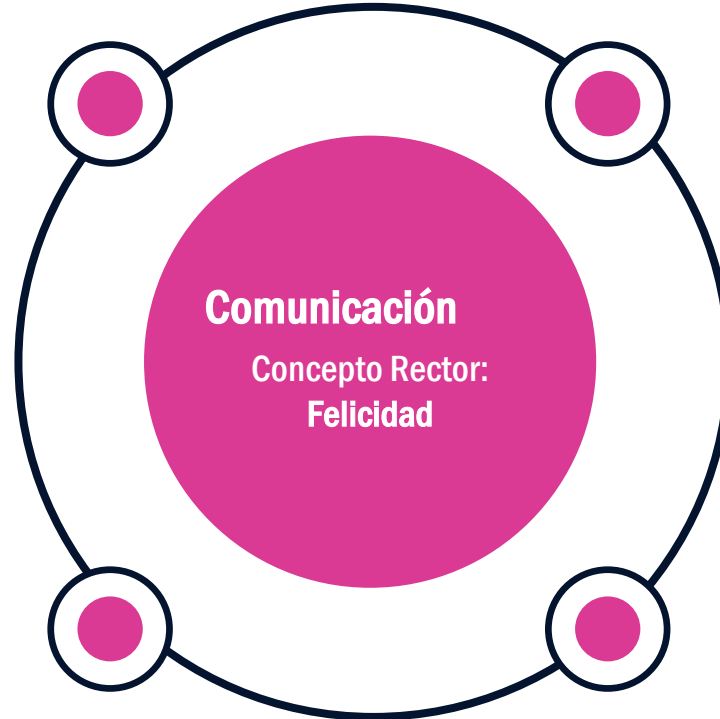
Dimensión psíquica

Se debe conjuntar lo vivencial con lo práctico.



Dimensión física

Hay que destacar la parte más tradicional de los lugares.



Dimensión consciente

Se debe mostrar el contexto de lo que se promociona.



Dimensión emocional

Hay que aprovechar la felicidad que sienten desde el momento en que planean sus viajes.





Generación X España

Bio: España,
periodista, vida,
siempre, ser.

El 74% viven en España
principalmente en
Madrid, Pamplona y
Oviedo.

La mayor parte
tiene entre 45 y 54
años.

Tienen escolaridad media
y son empleados
administrativos o de
gobierno.

Son casados, con hijos
adolescentes

33%



67%



Hábitos en línea



Preferencia de dispositivo
Escritorio 70%



Día más activo.
Miércoles



Hora más activo
12 a 17 horas

Intereses



Familia y paternidad - 29%



Música - 21%



Finanzas- 14%

Redes Sociales



Red Social - LinkedIn



Red de Mensajería - Telegram

Medios Comunicación



- COPE
- Antena 3 Noticias
- RTVE



- Cadena SER
- esRadio



- ABC.es
- El Confidencial
- elDiario.es



- Museo del Prado

Medios Comunicación on line



- Blog**
- Gizmodo en Español



- Revistas Digitales**
- TalCua



- Websites**
- La Patilla



- Shows Online**
- Isaac Corrales
- elrubius
- Wismichu



- Apps**
- Crowdfire
- Statusbrew - Social
- Biwenger

Generación X España | Personas



Influencia



Isabel Díaz Ayuso - 77%



Carlos Herrera - 76%



Rosa Díez - 76%



Cayetana Álvarez de Toledo - 76%



Hermann Tertsch - 75%



Afinidad



Arturo Pérez-Reverte - 37%



Santiago Abascal - 32%



Juan Carlos Girauta - 29%



Pablo Casado Blanco - 28%



Ignacio Escolar - 28%

Generación X España | Marcas



Influencia



Guardia Civil - 79%



Policía Nacional - 79%



ABC.es - 76%



El Confidencial - 75%



Casa de S.M. el Rey - 75%



Afinidad



El País - 41%



EL MUNDO - 38%



EFE Noticias - 34%



Europa Press - 32%

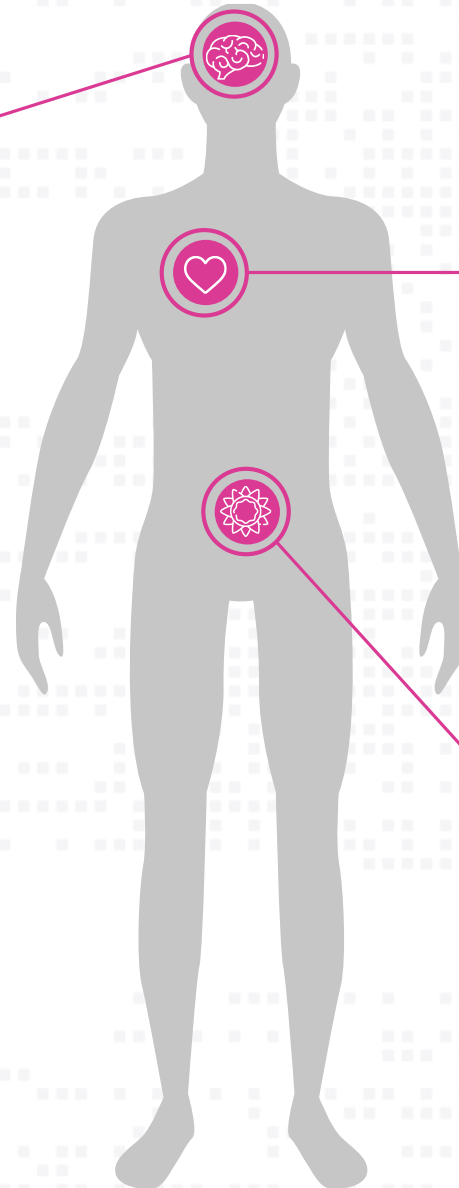


elDiario.es - 28%

Generación X España

Racional

- Se conducen a metas específicas, se establecen objetivos.
- Son proactivos, persistentes, les atrae la sensación de logro.
- Les gusta planificar y ser organizados.
- Confían en sus habilidades y destrezas.
- Son analíticos y reflexivos.
- Les interesa conocer y entender los contextos.
- Son muy cultos., aprecian el arte.



Emoción

- Son empáticos y altruistas.
- Se van a interesar por las costumbres y tradiciones.
- Buscan la equidad.
- Se apegan a sus valores.
- No les gusta sacar ventaja de las situaciones.
- Están en contacto con sus emociones.
- Entre más conozcan, viajen, y actividades realicen se van a sentir más contentos.

Motivaciones

- Buscan la seguridad, la calma y estabilidad.
- Pueden ser susceptibles al estrés.
- Pueden ser flexibles y mostrar apertura a nuevas experiencias.
- Son prácticos.
- Buscan ser parte de la trascendencia.

Generación X España

Target attributes



Places

Spain (74%), Venezuela (5%), United States (3%), Mexico (3%), Algeria (1%), Hungary (1%), Germany (1%), Greece (1%), Ecuador (1%), Uruguay (1%)



Languages

Spanish (Spain) (77%), English (All) (2%), Portuguese (Portugal) (1%)



Interests

Sports and outdoors/Sports/Association football (Soccer) (41%), Family and relationships/Parenting (28%), Entertainment/Music (21%), Hobbies and activities/Arts and music/Dance (14%), Sports and outdoors/Sports (14%), Hobbies and activities/Politics and social issues/Law (14%), Entertainment/Live events/Theatre (14%), Hobbies and activities/Arts and music/Guitar (10%), Sports and outdoors/Outdoor recreation (10%), Entertainment (7%)



Device Type



Ages

Age 18 to 24 (39%), Age 35 to 44 (27%), Age 55 to 64 (15%), Age 45 to 54 (6%), Age 13 to 17 (6%), Age 25 to 34 (3%)



Gender

Male (60%), Female (29%)





Runners

**TECNO POLÍTICA**
DIGITAL CONVERSATION & MARKETING



Runners

Alejandro
"Todos somos uno".

Biografía

Alejandro trabaja como auxiliar contable en una empresa y ve a su hijo de 10 años cada dos fines de semana, a quien quiere motivar para practicar triatlón. Le gusta la música, los viajes y los temas de sociedad. Lee Medio Tiempo. Sigue a Sandra Corcuera en Instagram porque lo inspira a correr todos los días. Es responsable, persistente y saludable. Busca la armonía.

Demográficos

Edad: 30 años
Ubicación: Toluca
Familia: Soltero
Ocupación: Auxiliar contable

Frustraciones

- La falta de valores
- El descuido de la salud

Metas

- La armonía
- Una vida calmada

#ecosistema
#armonía
#bienestar

Runners

Narrativa General:

Se busca crear una armonía, sustentabilidad, privilegio por la vida de todos, y no por vidas privilegiadas.



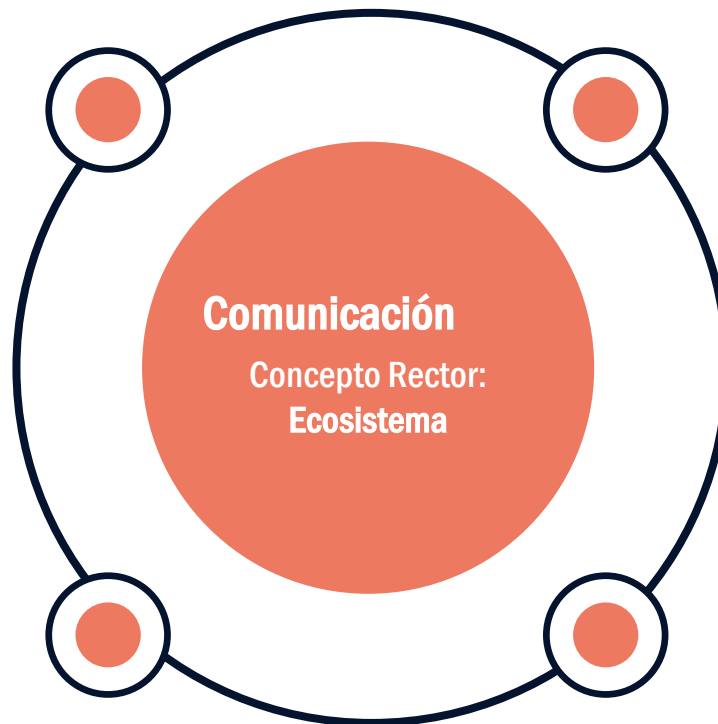
Dimensión psíquica

Se debe impulsar la sensación de que promovemos ser 1 con el mundo, sentimiento de oceanidad.



Dimensión física

Se deben emplear colores y líneas minimalistas.



Dimensión consciente



Se deben pregonar valores de acuerdo con la forma de vida de esta audiencia.

Dimensión emocional



Hay que destacar la calma, la quietud, como vías para que logren lo que están buscando, que es a ellos mismos.

Runners

Bio: buena, familia,
México, ambassador,
acumulo KM

Viven en México,
principalmente en
Edomex y Monterrey

La mayoría tienen
entre 25 y 34 años

Un 35% cuenta con título
universitario.
Se dedican
principalmente a los
servicios administrativos

22% son solteros, pero
un 19% tienen hijos

20%



80%



Hábitos en línea



Preferencia de dispositivo
Escritorio 80%



Día más activo.
Viernes



Hora más activo
12 a 17 horas

Intereses



Viajes- 50%



Música - 25%



Sociedad- 25%

Redes Sociales



Red Social - Instagram

Red de Mensajería - ?

Medios Comunicación



- ESPN Run
- Despierta América
- Elgordo y la flaca



- Radio Centro 93.9 FM
- Alfa 91.3 FM



- El Norte
- Noreste
- Publimetro México



- Maratón de la Ciudad de México

Medios Comunicación on line



- Blog**
- Triatlón Noticias



- Revistas Digitales**
- Medio Tiempo



- Websites**
- Google México



- Shows Online**
- Wenever Wero
 - Mujer Luna Bella
 - AlexXxStrecci



- Apps**
- SkyAlert
 - Twitter
 - Youtube

Runners



Influencia



Sandra Corcuera - 81%



Jenn Kaya - 81%



Anna Pau Álvarez - 79%



Sofy Run - 79%



Frankbau20 - 79%



Afinidad



rykardomch - 43%



Reynaldo 6r - 43%



Aida Tabla - 43%



Correteando la cheve - 43%



Gabriel González - 36%

Runners



Influencia



Fénix Run - 79%



Run In Oaxaca- 79%



Warriors Running Clu - 76%



ESPN Run - 76%



Marathon Ranking - 75%



Afinidad



Manicomio Runner - 43%



Marathorunners- 43%



TemploRunner - 43%



ComuniRunners - 42%

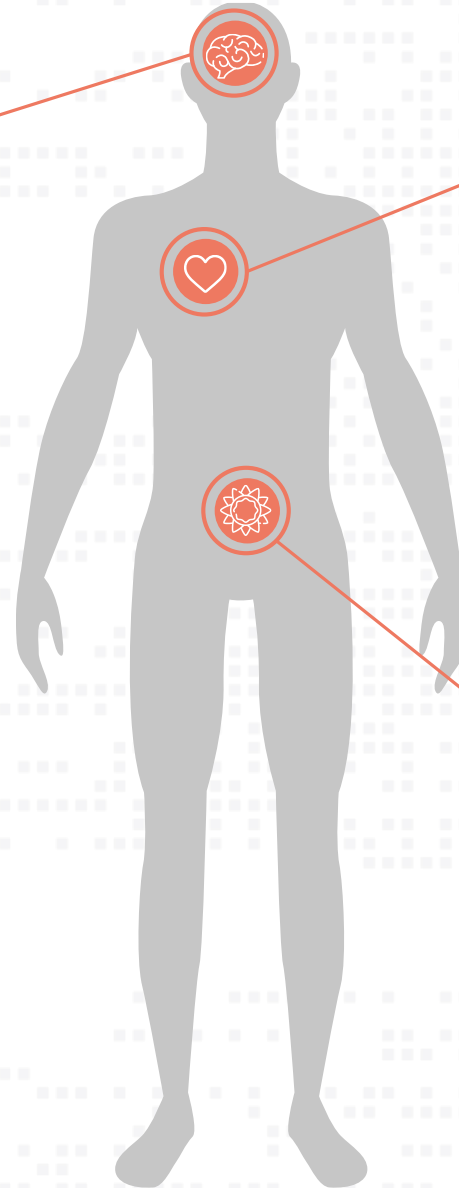


Correr es mi Pasión- 36%

Runners

Racional

- Son muy responsables consigo mismos y con los demás.
- Son persistentes.
- Son muy conscientes de su situación y de lo que los rodea.
- Cumplen sus metas y objetivos.
- Aprecian la belleza y el arte.
- Les gustan las disciplinas que nutren intelectualmente.



Emoción

- Son muy saludables y centrados en su bienestar.
- Presentan un buen control de sus emociones
- Enaltecen los valores.
- Confían en los demás.
- Son compartidos
- Buscan el bien común.
- Buscan sentirse ocupados o tener varias actividades.
- Les gusta hacer amigos.
- Buen manejo del estrés.

Motivaciones

- Se sienten orgullosos de su perspectiva de vida.
- Confían en sus habilidades y destrezas
- Les atrae la estructura y organización
- Son rutinarios
- Buscan la calma y armonía
- Son prácticos.
- Buscan la trascendencia.

Runners



Target attributes



Places

Mexico (100%)



Languages

Spanish (Spain) (85%), English (All) (7%)



Interests

Entertainment/Music (50%), Hobbies and activities/Travel (50%), Hobbies and activities/Politics and social issues/Community issues (40%), Entertainment (25%), Business and industry (25%), Hobbies and activities/Pets (25%), Technology (25%), Business and industry/Real estate (25%), Entertainment/Live events/Concerts (20%), Hobbies and activities/Arts and music/Guitar (20%)



Device Type



Ages

Age 35 to 44 (25%), Age 18 to 24 (25%), Age 55 to 64 (25%), Age 25 to 34 (25%)



Gender

Male (66%), Female (16%)

05

Conclusiones



Conclusiones / Perfil

- El Perfil del Turista Digital son en su mayoría solteros entre 20 y 40 años, en donde los más jóvenes hablan de un turismo de aventura, naturaleza y los adultos mayores de la parte cultural, gastronómico y arquitectónico.
- Los lugares turísticos de los que más conversan son Cholula, Tehuacán, Atlixco y Zacatlán.
- Principalmente es un turismo 94% nacionales y 6% extranjeros son principalmente de EE. UU. y de España.
- Split de **62% hombres** y 38% mujeres en general
- Productos de los que más se hablan en general, son el **ecoturismo** (que puede ser derivado de la pandemia), cultural y gastronómico.
- Red social Instagram y Facebook.
- Se encontró nicho de Fotógrafos, runners y motociclistas que visitan el Estado.



Conclusiones

- Es importante resaltar que **son años un tanto atípicos** por el tema de **la pandemia**, esto puede influenciar tanto en las edades, como la nacionalidad en su mayoría nacionales por un tema de movilidad. Por otro lado, revisando los datos de años anteriores se conserva la tendencia de turismo nacional.
- Una área de oportunidad, es el tema de rescatar **al turismo extranjero** que busca lugares con espacios abiertos y el turismo de naturaleza y la tendencia de *foodies*, *locavores*, viajes largos con alta conectividad tecnológica y las principales audiencias.*
- **Alargar las estancias**, se identifican un promedio de 2 noches.
- **Incrementar el % de mujeres**
- Cada vez el viajero se enfoca en **un lugar muy específico**, más que en una región, por ello es fundamental que cada uno de los destinos turísticos tengan una personalidad propia con productos y experiencias únicas.
- Aprovechar a **estos nichos de mercado** que hablan sobre algún lugar de Puebla para enfocar las promociones.

Conclusiones / Destinos

- La Ciudad de Puebla como tal **no genera muchas conversaciones a nivel turístico**, principalmente se habla del Centro Histórico.
- **Cholula destaca** como uno de los principales destinos turísticos, seguida de Tehuacán, sin embargo, tenemos a San Martín Texmelucan, Tetela de Ocampo, Izúcar de Matamorros con muy pocas menciones.
- En general la conversación de los **Destinos turísticos es neutra o positiva**.
- El producto estrella es la gastronomía y cultural, sin embargo, la parte **de naturaleza** ha tomado una importante relevancia (esto puede ser producto de la pandemia o es un producto para destacar)



Conclusiones

- **Crear una personalidad propia de cada uno de los destinos turísticos, basado en los productos que ofrece cada uno, así como las audiencias que tengan más relevancia bajo la marca de Puebla como una marca Turística o campaña de promoción.**
- **Aprovechar hasta cierto punto la identificación de “Pueblos Mágicos”, ya que existen en todo el país y es una campaña Nacional y no específica de la marca Puebla.**
- **En general se idéntica una mayor cantidad de información y oferta de contenidos y poca interacción por parte de los usuarios.**
- **Identificar el perfil o perfiles del turista tanto nacionales como internacionales, su origen, motivo de viaje, intereses, medios, *influencers* o líderes de opinión que estén en los diferentes destinos, ya que los vuelos pueden llegar a ser por conexión y se puede perder un mercado importante.**



Conclusiones

- Crear la marca de Puebla en la industria del turismo con sus diferentes submarcas, dándole a esta una personalidad turística que acobije a sus destinos.
- Desarrollar más sus productos por destino y dirigidos a sus audiencias meta y hacer crecer los que ya tiene como es la gastronomía y la naturaleza
- **Resaltar las medidas de movilidad, seguridad y protocolos de higiene, así como el manejo de sanidad para los visitantes.**
- **Monitorear los eventos importantes, campañas específicas y hasta posibles crisis (tema turístico) para apoyar desde el Estado estos lugares y poder manejar en tiempo y forma una crisis.**





WWW.TECNOPOLITICA.COM.MX



TECNO **POLÍTICA**
DIGITAL CONVERSATION & MARKETING