



HANAKÚA
MEDIOS

Reporte

Municipio de Puebla

Tabla de Contenido

1 Noticias	3
1.1 General	3
1.2 Notas en el tiempo	4
1.2.1 Por tema	4
1.2.2 Por tipo de medio	5
1.2.3 Por sentimiento	5
1.3 Temas	6
1.3.1 Temas varios	6
1.3.2 Seguridad	9
1.3.3 Covid	12
1.3.4 Predial	15
1.3.5 Mercados	18
2 Publicidad	21
2.1 Spots en el tiempo	21
2.1.1 Spots por horario	22
2.1.2 Temas de spots	23
2.1.3 Spots acumulados en el tiempo por tema	25
2.2 Cadena	26

1 Noticias

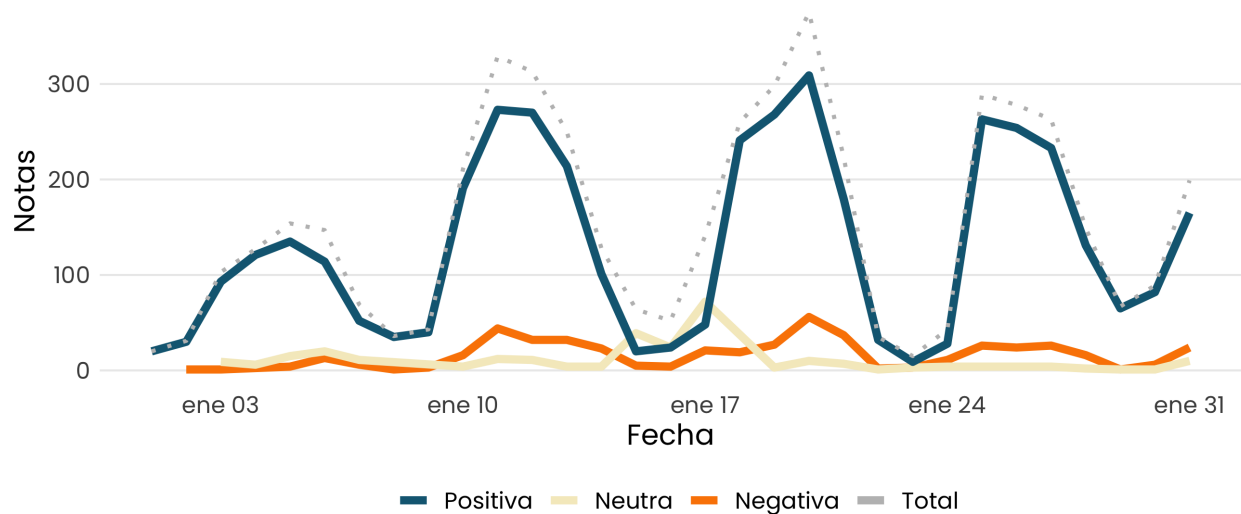
1.1 General

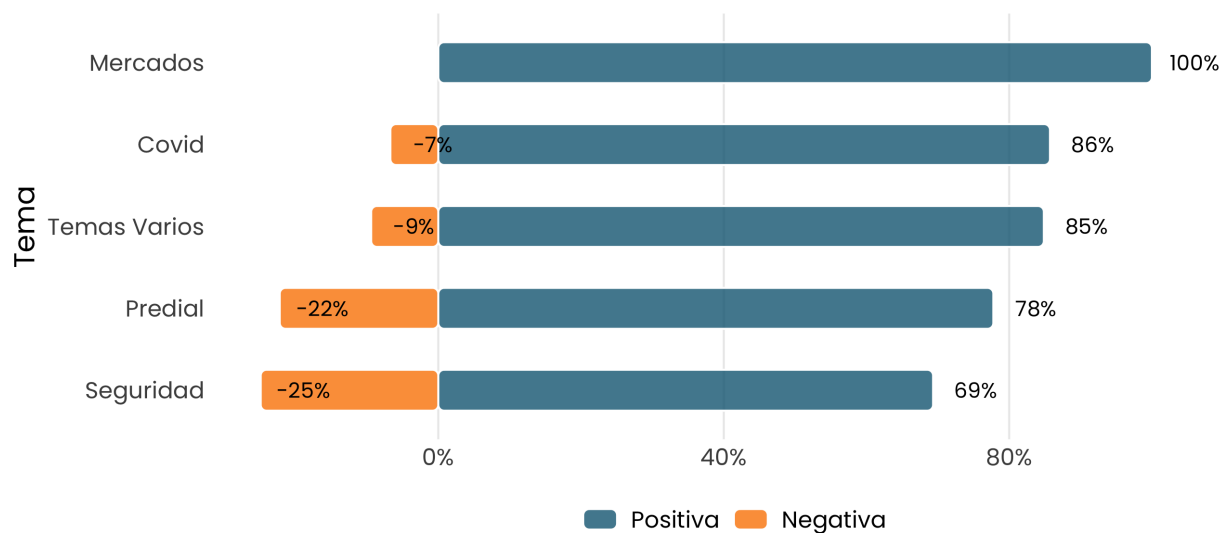
En el periodo entre el 01 de enero y el 31 de enero del 2022 se produjeron un total de 4,802 notas en 132 medios distintos. En un día normal se publican entre 58 y 255 notas.

La mayoría de estas notas fueron Nota Común 4,165 (87%). La distribución de sentimiento de las notas fue de Positiva 4,041 (84.2%), Negativa 484 (10.1%), Neutra 277 (5.8%). El principal tipo de medio fue Internet 3,080 (64%). El medio que más escribió fue diariocambio.com.mx (Puebla) 207 (4%).

Las notas recopiladas corresponden a distintos temas, los cuales son Temas Varios (4443), Seguridad (225), Covid (119), Predial (9), Mercados (6)

Distribución de notas por fecha y por sentimiento.





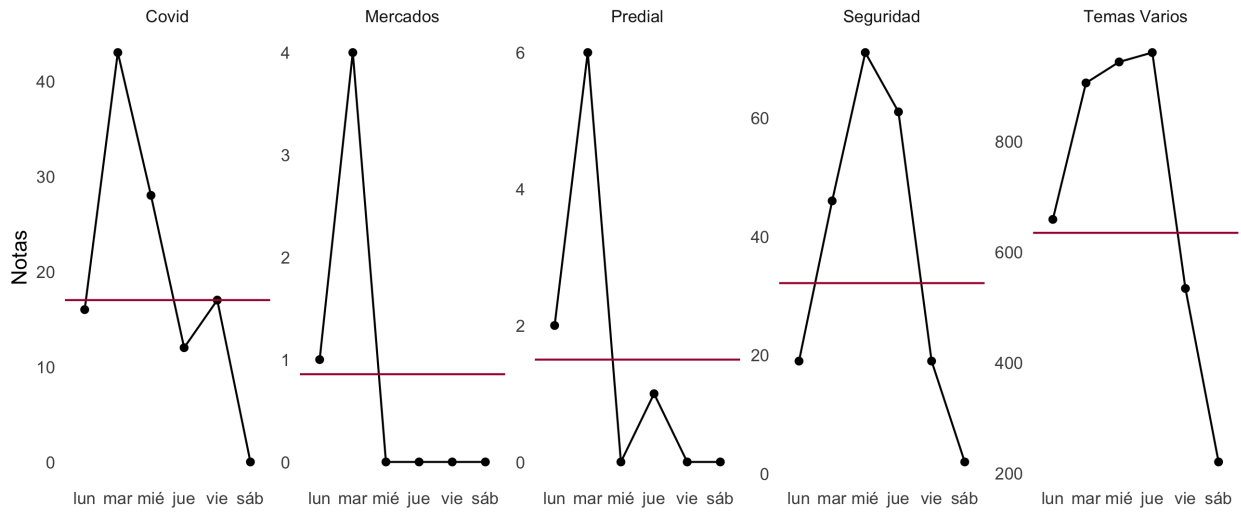
A lo largo del mes las notas fueron, principalmente, positivas y se encuentran concentradas en determinadas fechas del mes. El tema de seguridad es el segundo con mayor cantidad de notas, después de Temas Varios y también es el que tiene mayor proporción de notas negativas. Las notas que tratan el tema del predial también tuvieron un porcentaje de notas negativas, sin embargo, dicho tema solamente cuenta con 9 notas.

1.2 Notas en el tiempo

1.2.1 Por tema

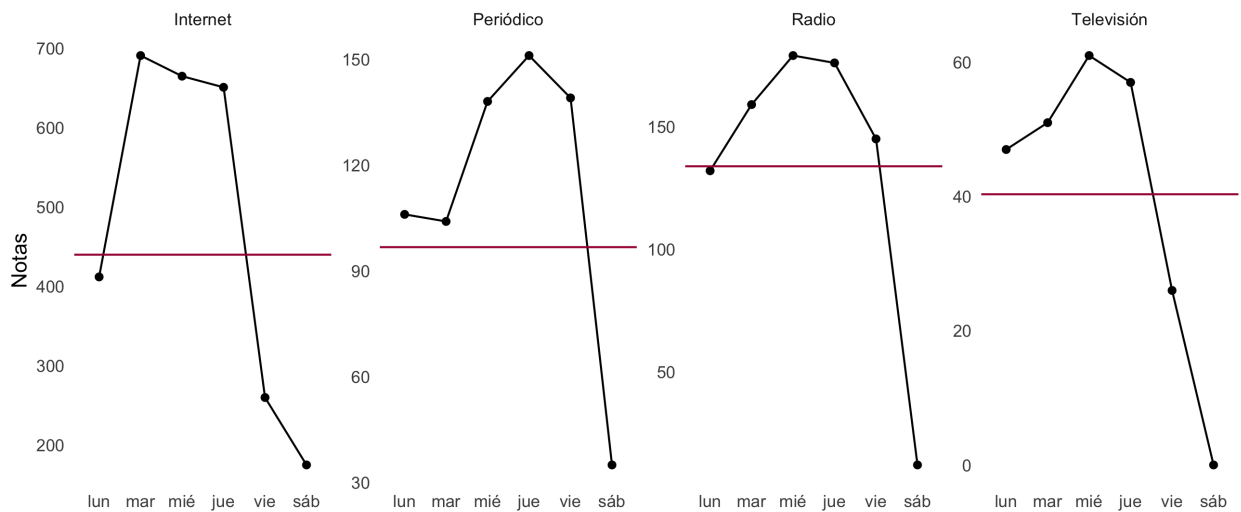
Revisando la frecuencia de notas acerca cada uno de los temas por día de la semana vemos que covid, mercados, predial y seguridad tienen una frecuencia mayor al promedio los días martes. A partir del día miércoles tienen una caída en la frecuencia, a excepción del tema de seguridad, en el

que el miércoles es el día que tuvo mayor frecuencia.



1.2.2 Por tipo de medio

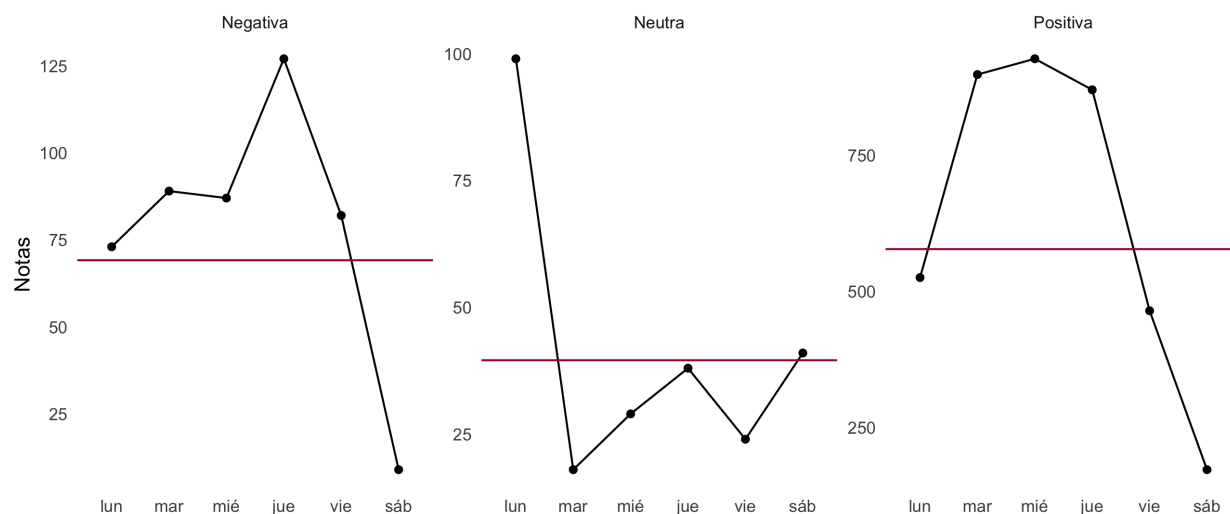
En cuanto a la frecuencia semanal por tipo de medio, vemos que tanto internet, periódico radio y televisión tienen una frecuencia por arriba o cercana al promedio de lunes a viernes, para después tener una caída pronunciada el fin de semana.



1.2.3 Por sentimiento

Acerca del sentimiento de las notas, las negativas están por arriba del promedio de lunes a viernes con un pico importante el día jueves. Las notas neutras tienen una acumulación notoria el día lunes, sin embargo el resto de los días de la semana están por abajo del promedio de frecuencia, con un ligero repunte los días sábado.

Las notas positivas tienen frecuencias por arriba del promedio de martes a miércoles, con caídas pronunciadas los días viernes y sábado.



1.3 Temas

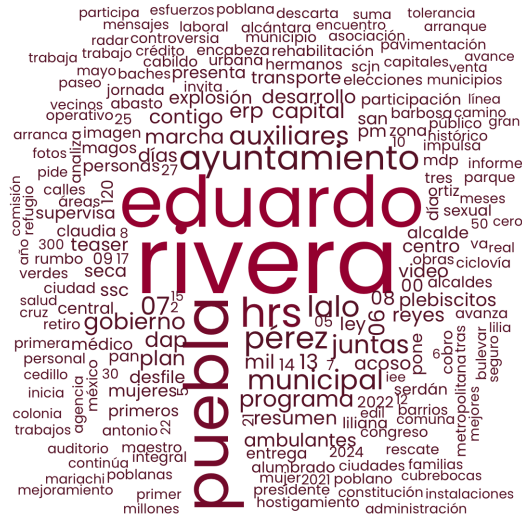
1.3.1 Temas varios

Aquellas noticias carácter variado en su temática son las que más abundan, con 4,443 notas en total.

Palabras clave: Juntas Auxiliares, Dap, Plebiscitos, Ambulantes, Explosión, Ley Seca, Desfile, Centro, Desarrollo, Pan.

Un total de 3,770 notas fueron de sentimiento positivo, 418 negativas y 255 neutrales.

Palabras más frecuentes

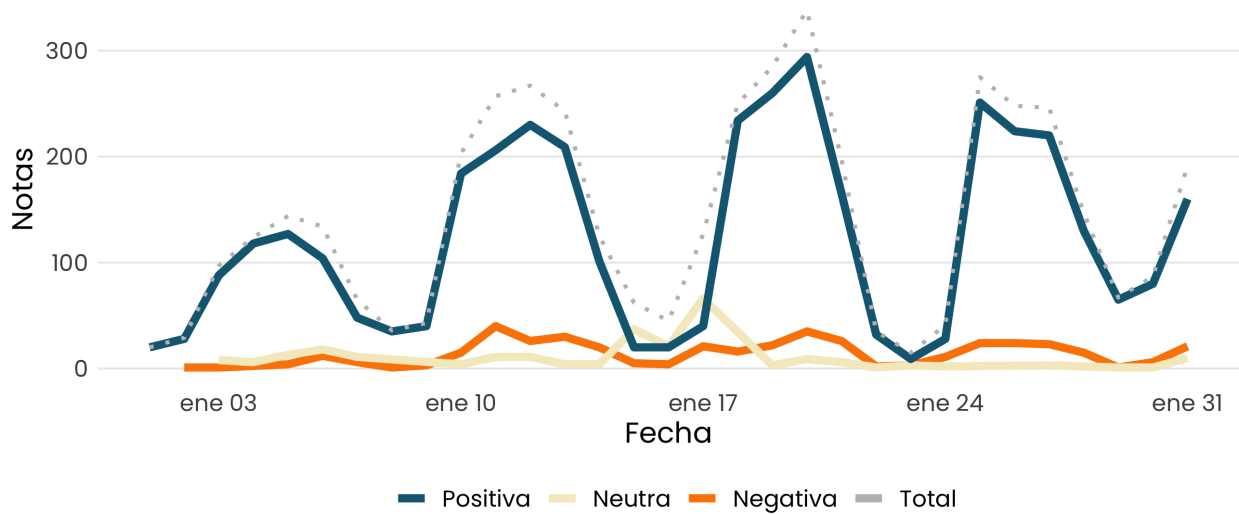


Distribución de las notas y sentimiento

En la distribución a través del tiempo de las notas según el sentimiento, vemos que para el caso de temas varios las notas positivas tienen las acumulaciones más notorias, cuatro en total. Es decir, un cúmulo de notas positivas por semana.

En cuanto notas negativas, vemos acumulaciones menos notorias. En la primera semana de enero no hay ninguna acumulación evidente, sin embargo a partir de la semana del 10 vemos que hay un “pico” de notas negativas cada semana.

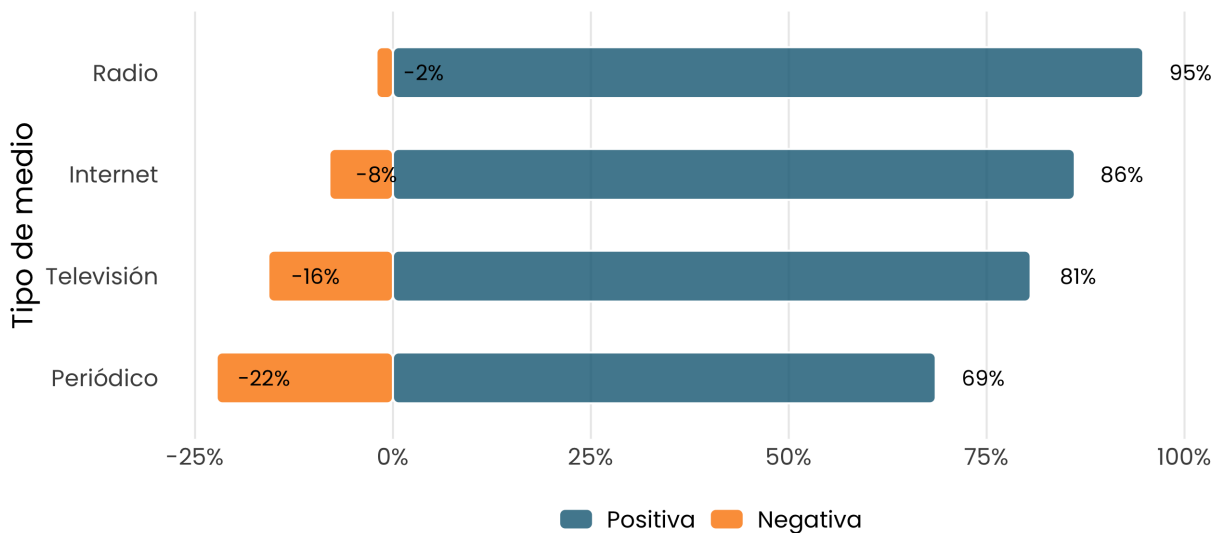
Las notas neutrales únicamente tienen una acumulación a mitad de mes.

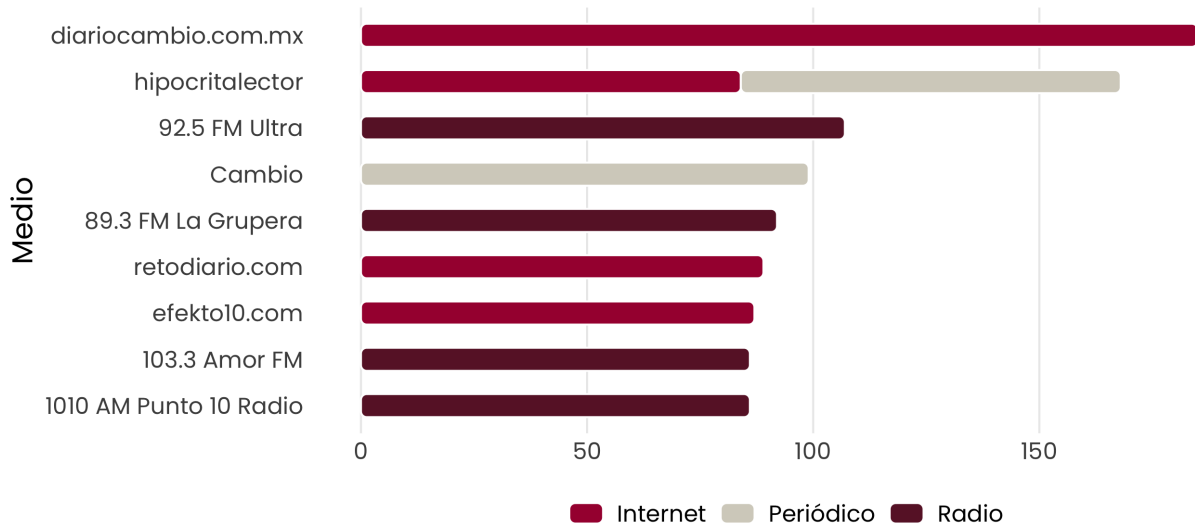


Sentimiento por tipo de medio

Analizando la distribución de sentimiento por cada medio de comunicación, vemos que tanto radio, internet, televisión como periódico tienen sentimientos positivos altos. El radio es el medio que acumula mayor sentimiento positivo.

Por otro lado, el periódico es el medio de comunicación que acumula los sentimientos negativos con mayor frecuencia, seguido de la televisión.

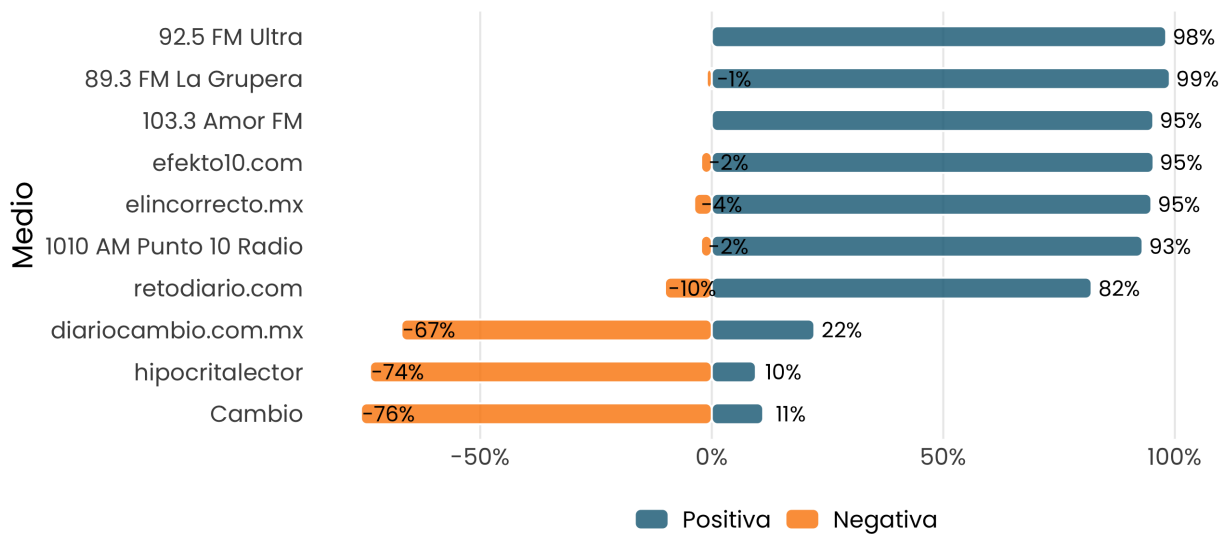




Medios con mayor número de notas

En cuanto a los medios según el número de notas y el sentimiento de estas, resaltan “Cambio”, “hipocritalector” y “diariocambio.com.mx” como los medios con sentimientos negativos de mayor frecuencia.

Por otro lado, las estaciones Ultra, La Grupera y Amor son las que mayor cantidad de notas positivas acumulan.



1.3.2 Seguridad

El tema de seguridad cuenta con 225 notas en total.

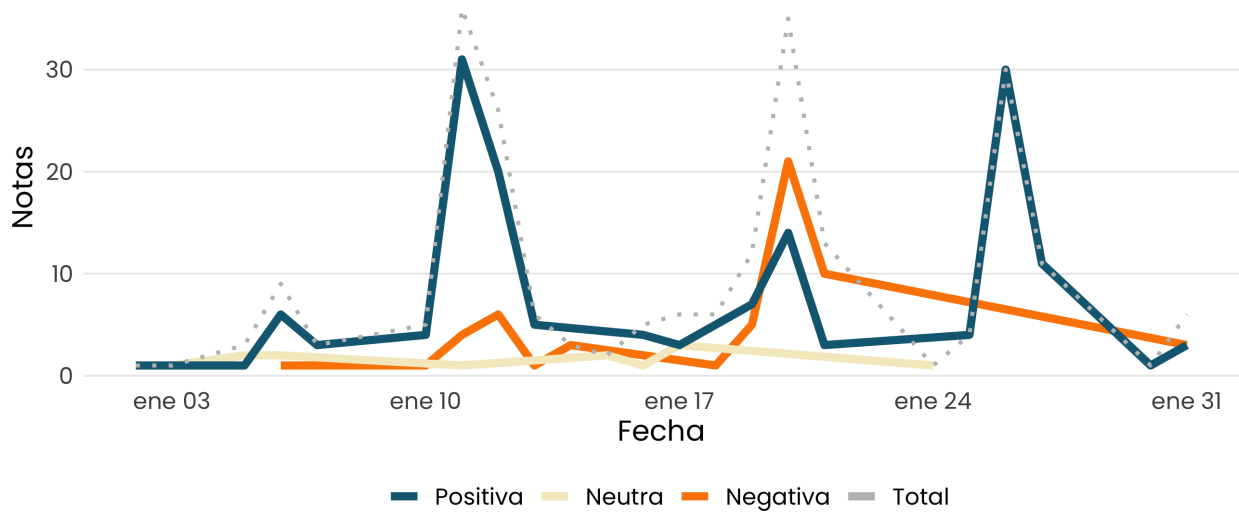
Palabras clave: Seguridad, Inseguridad, Robo, Margarita, Percepción, Joaquín Colombres Primera Caminata, Mejorar, Combustible, U.h, Seguridad Eduardo Rivera Pérez Camina Calles

Un total de 156 notas fueron de sentimiento positivo, 56 negativas y 13 neutrales.

Palabras más frecuentes

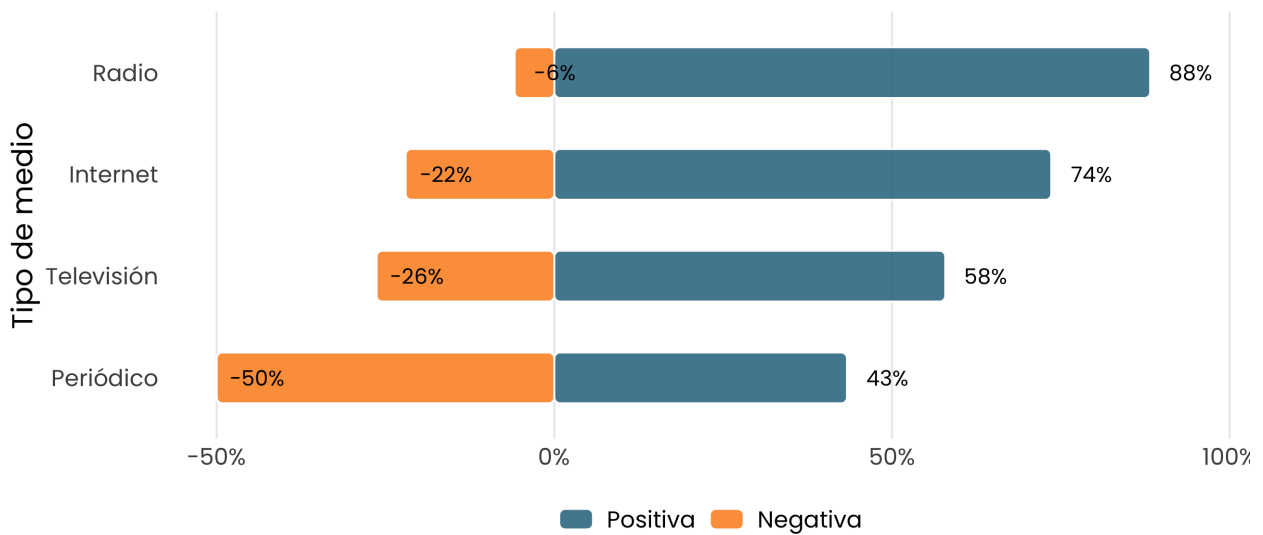


Distribución de las notas y sentimiento

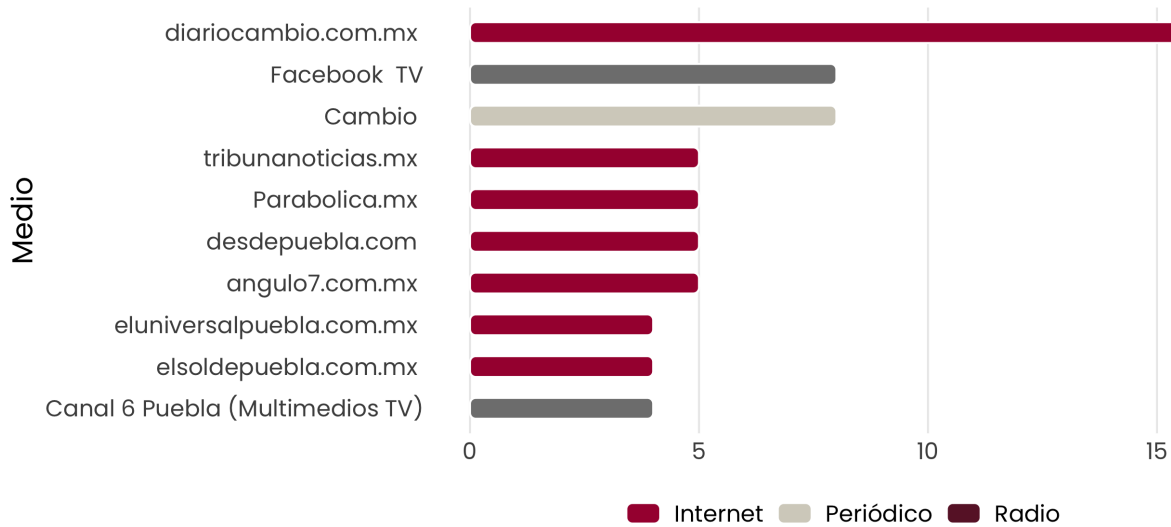


Sentimiento por tipo de medio

La mitad de las notas de seguridad que aparecen en el periódico tienen una carga negativa. Por otro lado, más del 80% de las notas de seguridad que salen en el radio son positivas.



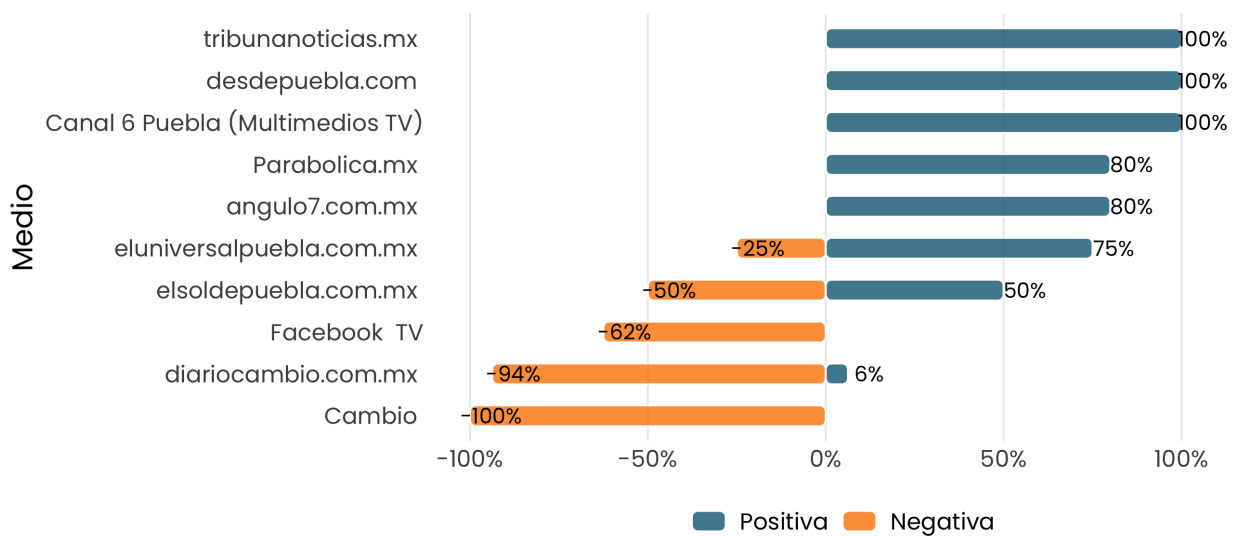
Medios con mayor número de notas del tema



Medios con mayor número de notas

Los medios con el mayor porcentaje de notas negativas son “Cambio”, “diariocambio.com.mx” y Facebook TV. En estos medios más del 50% de sus notas de seguridad tienen una carga negativa.

Por otro lado, en “tribunanoticias.mx”, “desdepuebla.com” y Canal 6 todas las notas acerca de seguridad son positivas.



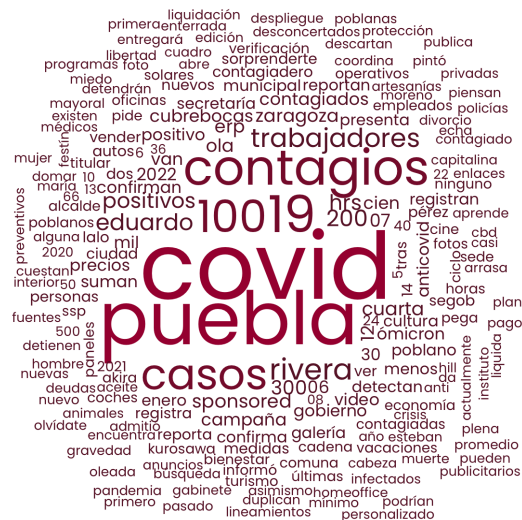
1.3.3 Covid

El tema de Covid cuenta con 119 notas en total.

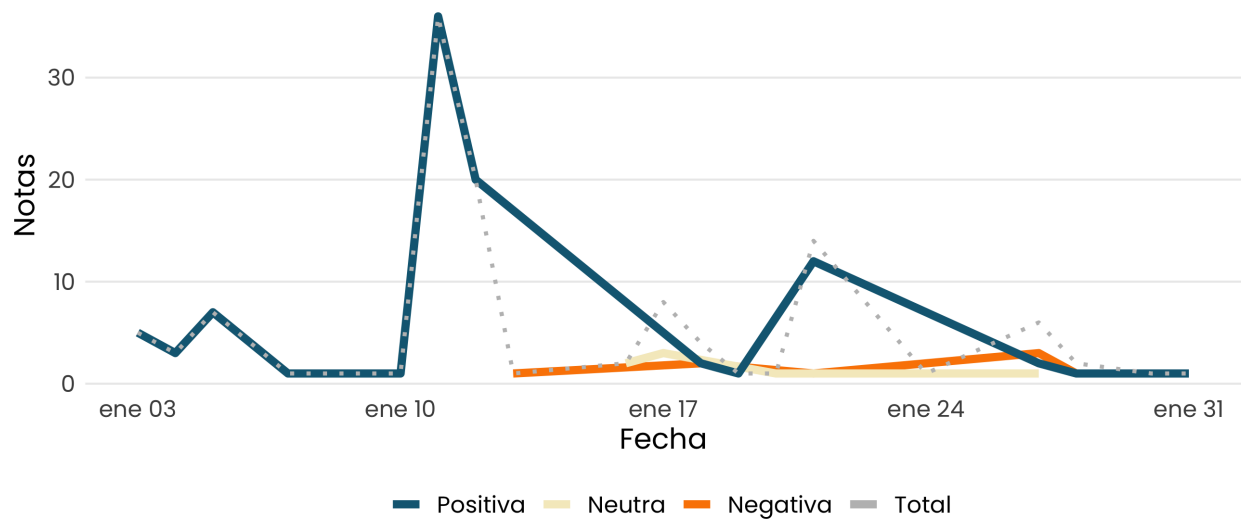
Palabras clave: Covid-19, Covid, Ayuntamiento, 100 Contagios, Sponsored I, Contagios, Zaragoza, Puebla, Trabajadores, 200 Contagios.

Un total de 102 notas fueron de sentimiento positivo, 8 negativas y 9 neutrales.

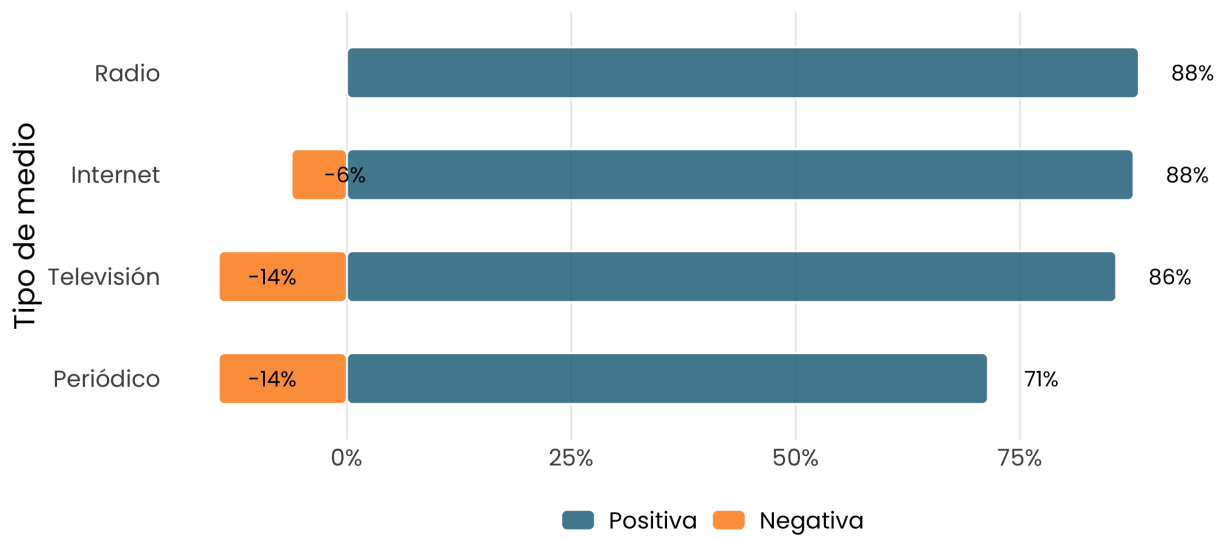
Palabras más frecuentes



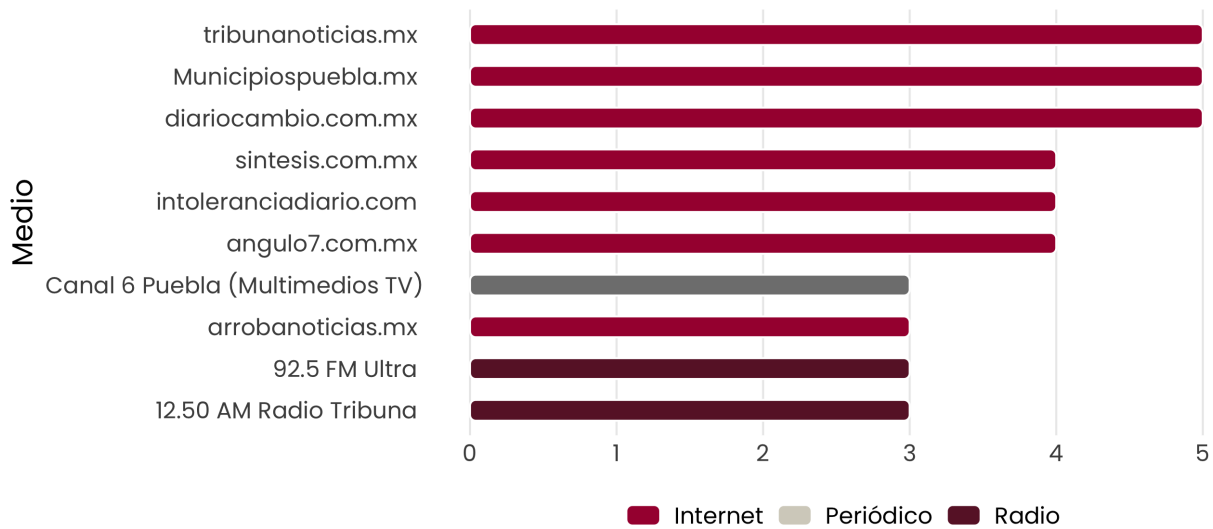
Distribución de las notas y sentimiento



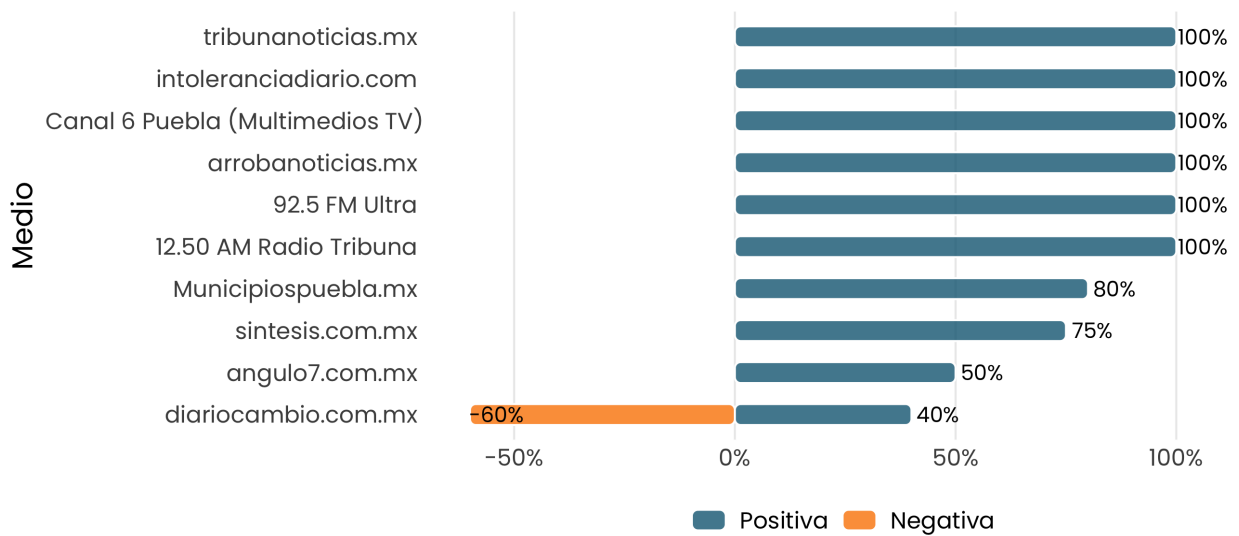
Sentimiento por tipo de medio



Medios con mayor número de notas del tema



Medios con mayor número de notas



Este tema tuvo su mayor pico de noticias el 11 y 12 de enero particularmente, en general el sentimiento de las notas fue positivo, sin embargo, a través de radio y televisión se transmitieron algunas noticias negativas. La mayoría de las notas que cubrieron este tema fue vía internet. Los medios que cubrieron las notas lo hacen de manera positiva o neutra a excepción de diariocambio.com.mx que emitió más notas negativas que positivas.

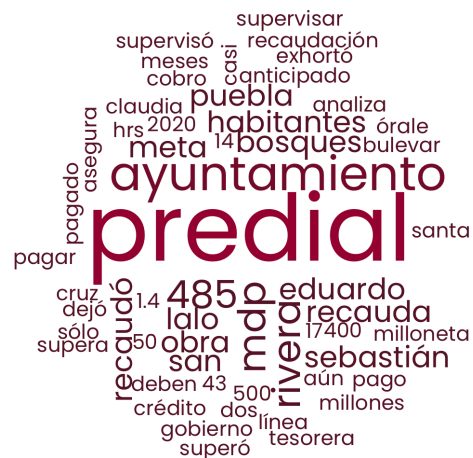
1.3.4 Predial

El tema de Predial cuenta con 9 notas en total.

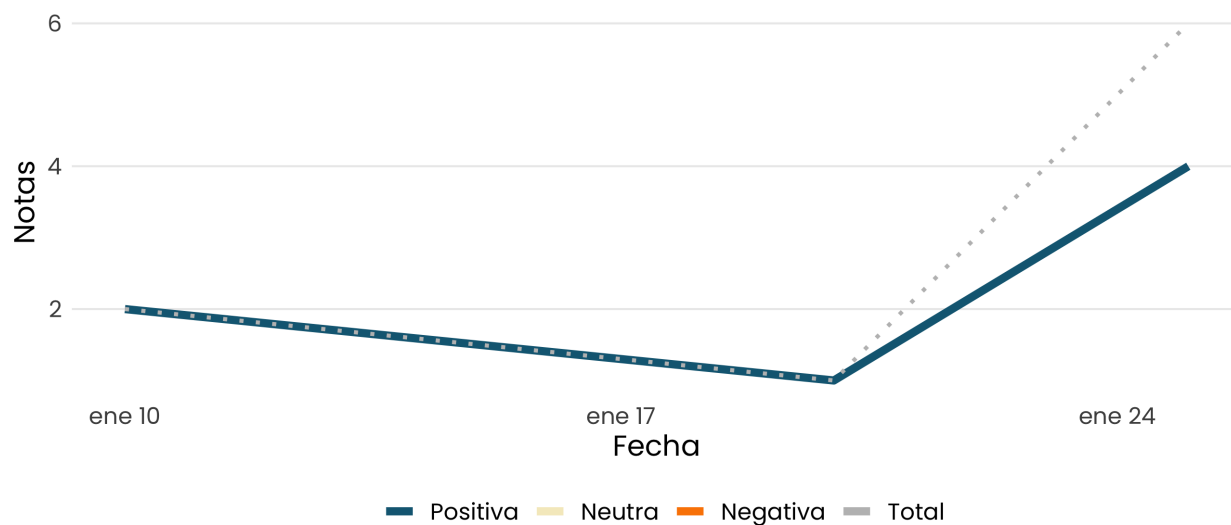
Palabras clave: Predial, 485, Recauda, Recaudó, Habitantes, Mdp, Meta, San Sebastián, Bosques, Obra.

Un total de 7 notas fueron de sentimiento positivo, 2 negativas y neutrales.

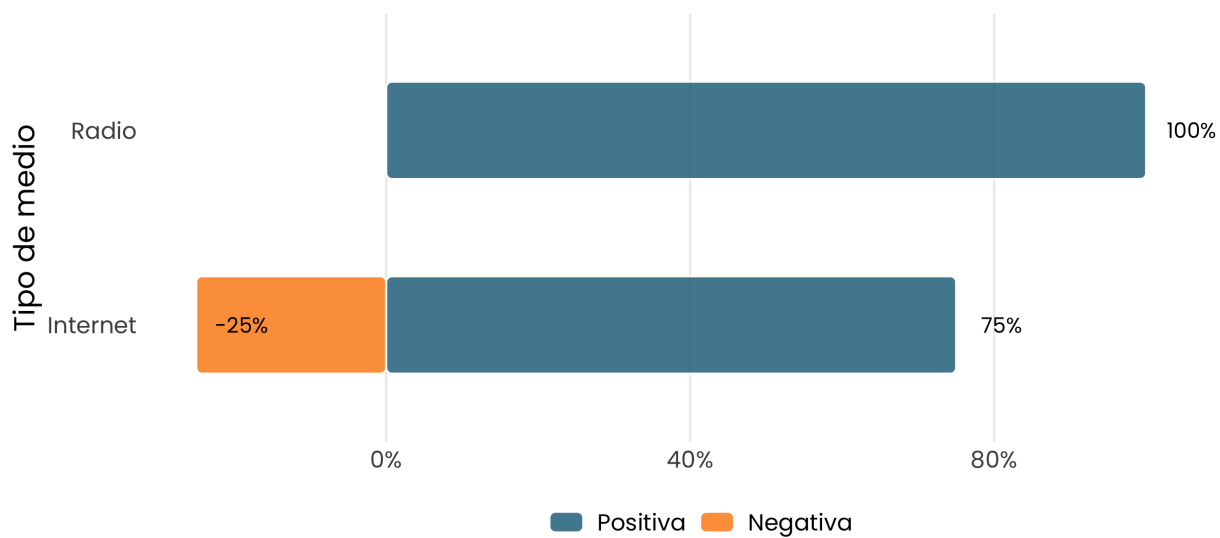
Palabras más frecuentes



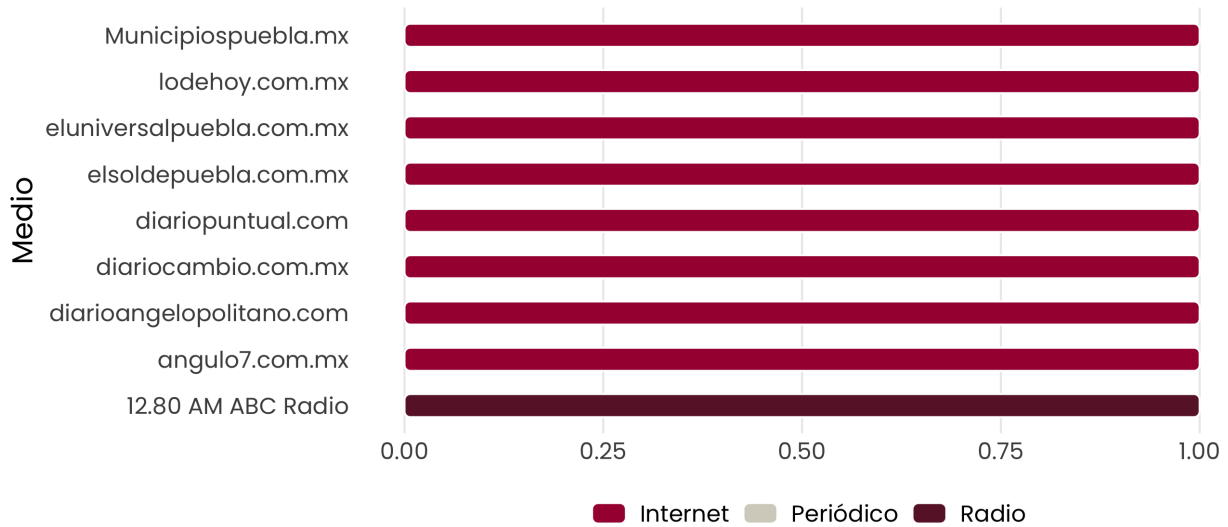
Distribución de las notas y sentimiento



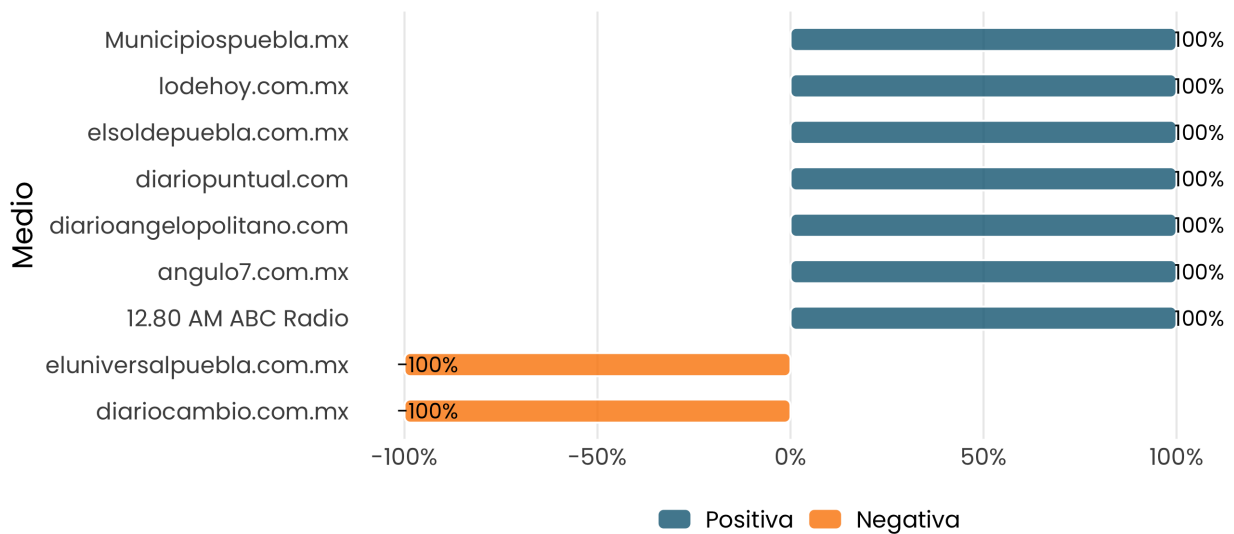
Sentimiento por tipo de medio



Medios con mayor número de notas del tema



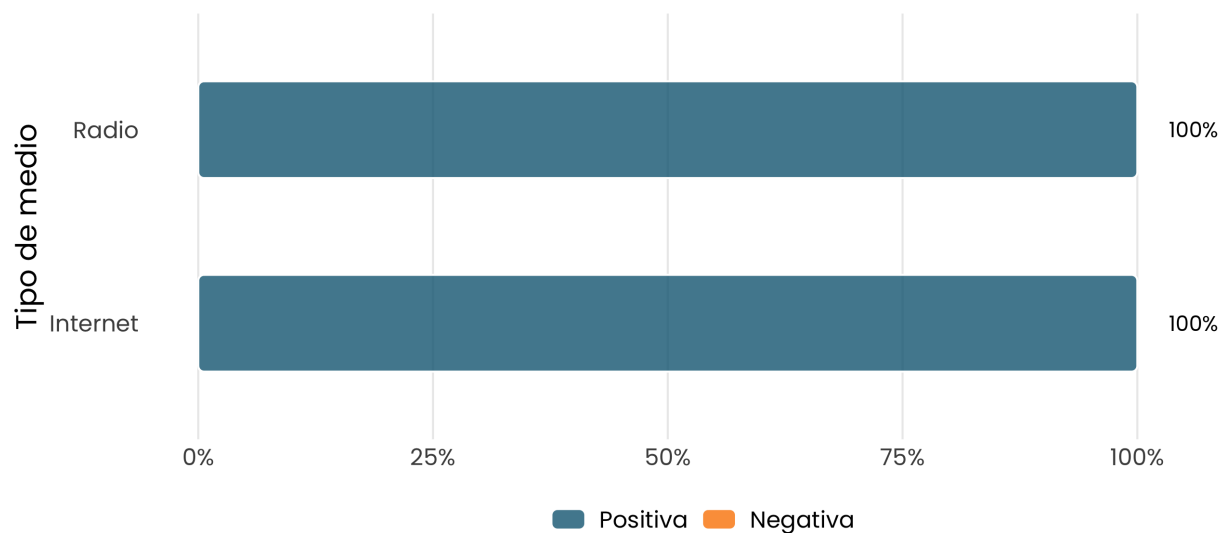
Medios con mayor número de notas



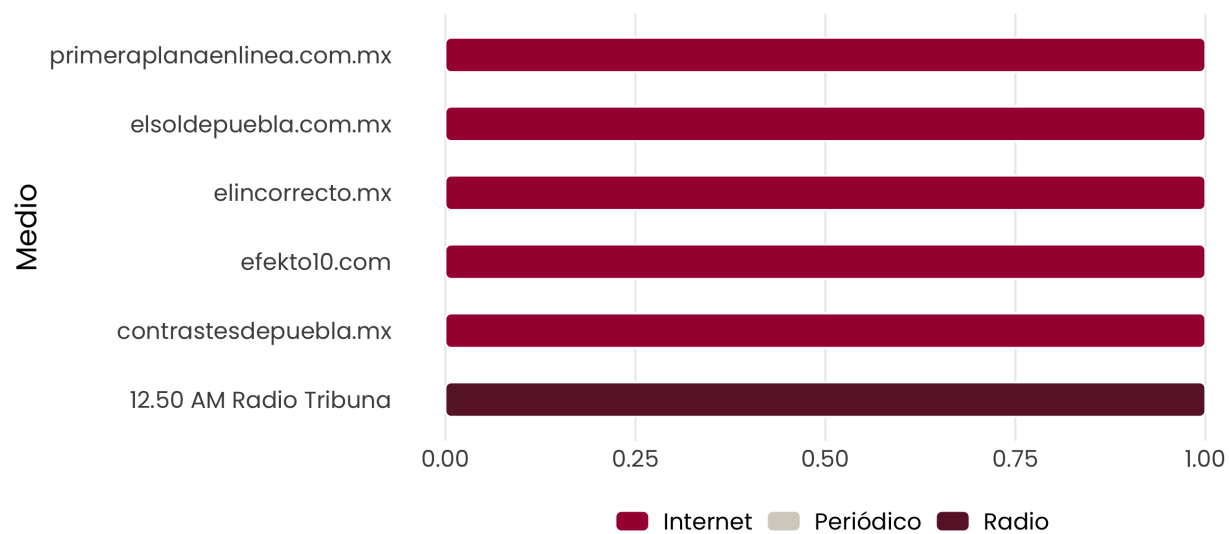
Las notas que tratan sobre el predial, se encuentran concentradas principalmente el 25 de enero (6), mientras que el 10 y el 20 hubieron solamente 1 nota. Todas las notas de este tema fueron publicadas por medios diferentes, 8 de ellas vía internet y una de radio.

1.3.5 Mercados

El tema de Mercados cuenta con 6 notas en total.



Medios con mayor número de notas del tema



Las notas respecto a mercados parecen estar concentradas principalmente el día 25 de enero. Todas las notas son de carácter positivo, es por ello que no se muestra el sentimiento de las notas por medio, ya que el 100% de ellas son positivas. Respecto a este tema, solamente 6 medios lo cubrieron y 5 fueron vía internet y uno por radio.

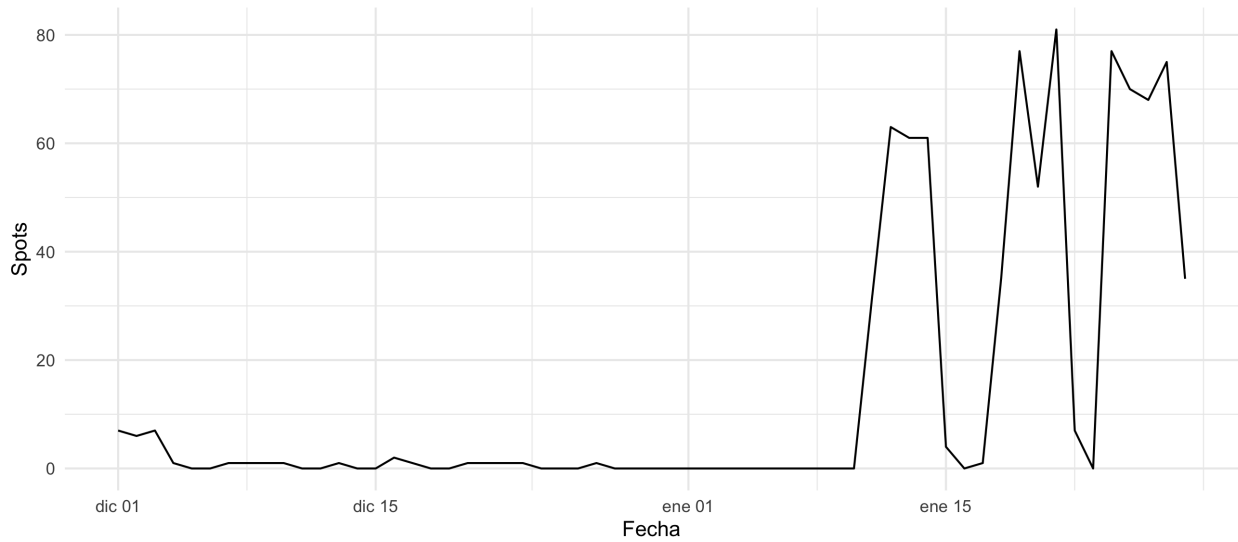
2 Publicidad

En el periodo entre el 01 de diciembre y el 28 de enero del 2022 se publicitó un total de 833 comerciales en 9 emisoras distintas. En un día normal se publican entre 1 y 61 comerciales.

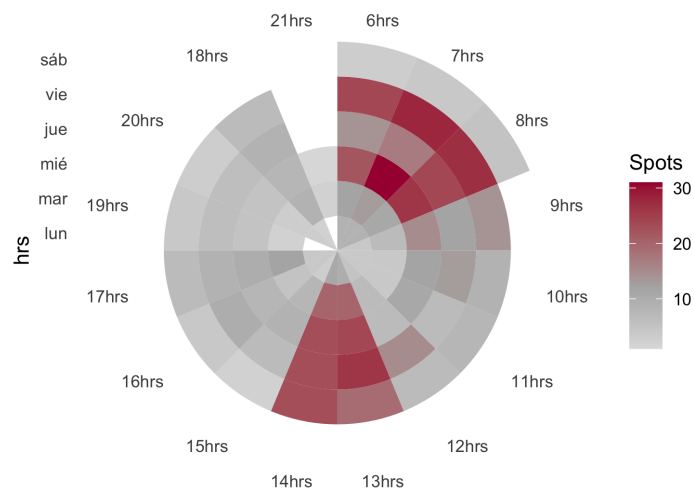
La cadena que más publicitó al Gobierno Municipal De Puebla fue Cinco Radio 277 (33%). La principal emisora fue Exa 94.1 156 (19%). La distribución de temas de los comerciales fue: Te invitamos a no perder la bonita tradición de venir al mercado 268 (32.2%), Medidas de prevención de Covid 19 252 (30.3%), Paga tu predial y gana más de 2 millones en premios 192 (23.0%), Escudo Puebla, Operativo 100, Ciudad de 10 87 (10.4%), Paga tu predial 2022 con tarifa 2021 34 (4.1%).

2.1 Spots en el tiempo

Revisando la distribución de spots a través del tiempo, encontramos tres “picos” que llaman la atención. El primero sucede el 7 de enero y se mantiene durante dos días más. El segundo sucede después del día 15 y también se mantiene por apenas tres días, con una bajada en el segundo. El tercero llega después del día 22, siguiendo el mismo patrón de los dos picos anteriores.



En cuanto a los horarios de los spots, encontramos, independientemente de los días revisados, dos acumulaciones importantes. La primera va de 5 a 8 de la mañana. Y la segunda abarca desde las 13 a las 14 horas

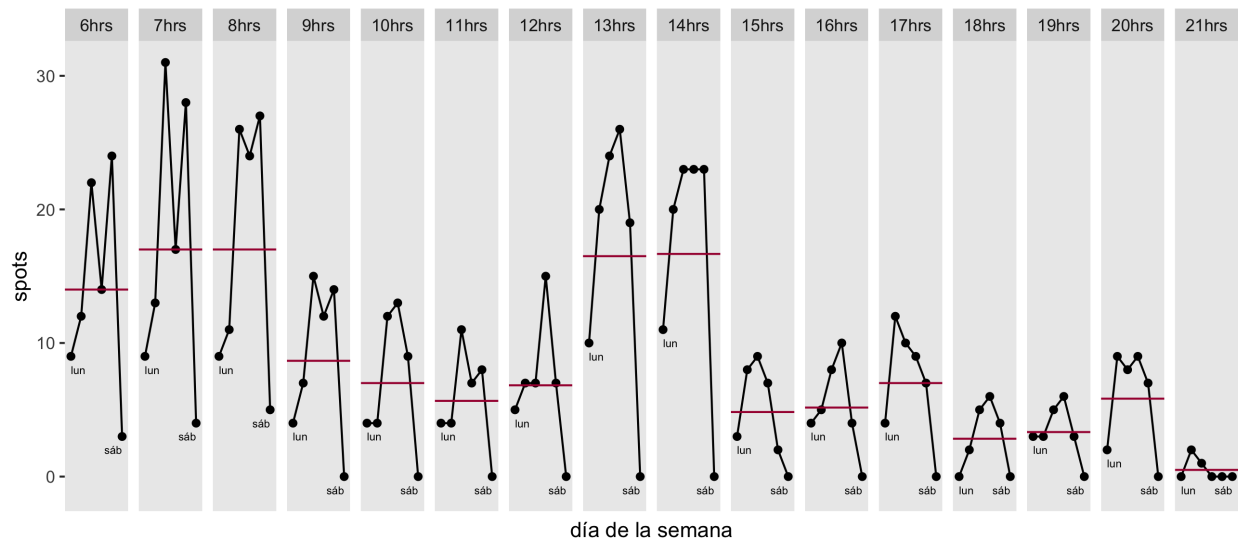


2.1.1 Spots por horario

Revisando los horarios y los días del flujo de los spots encontramos que los horarios matutinos con mayor acumulación tienen una tendencia similar por día. Es decir, en el pico de las 6 a las 8 de la mañana, hay una acumulación

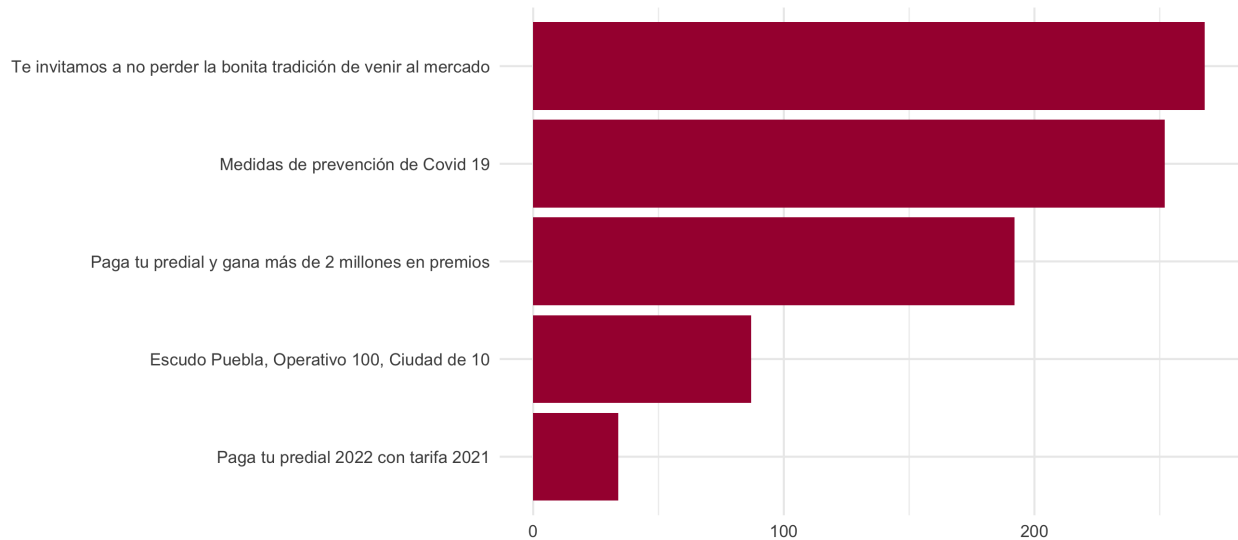
mayor al promedio de spots los días miércoles y viernes, por alguna razón los jueves hay una caída de spots.

En cuanto a la segunda acumulación del día, de 13 a 14 horas, vemos que los días martes, miércoles, jueves y viernes tienen acumulaciones de spots por arriba del promedio diario.

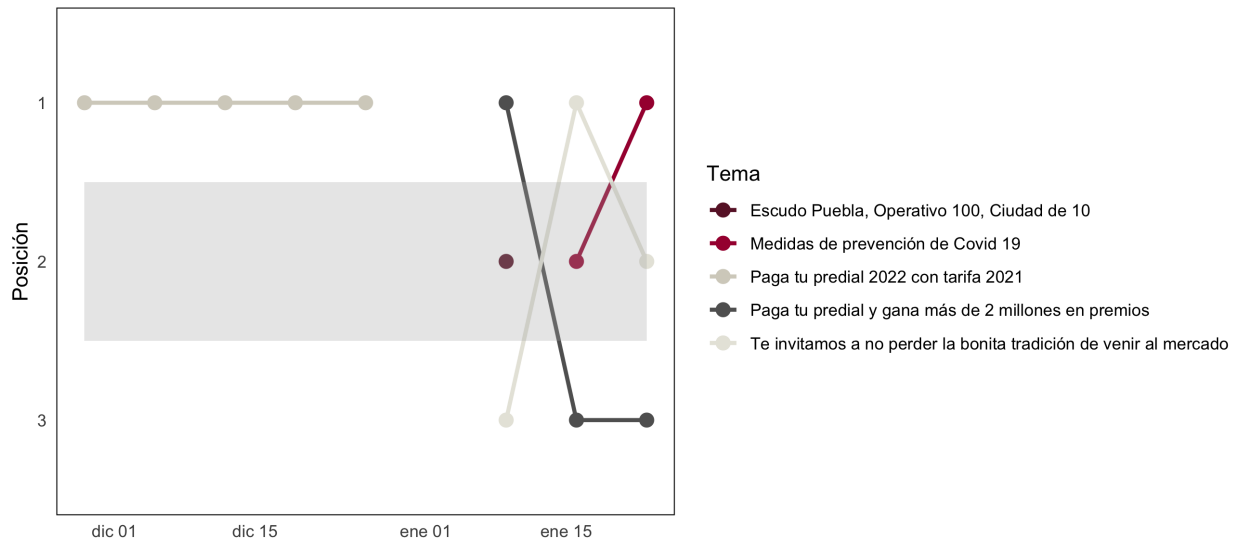


2.1.2 Temas de spots

Desagregando el análisis por cada uno de los temas que se tocan en los spots, vemos que las campañas que sobresalen son las que invitan a visitar los mercados o comercios locales; la campaña de prevención de COVID-19; y la campaña del pago de predial.



Observamos que el tema dominante ha cambiado en el tiempo. Mientras que en el mes de diciembre sólo hubo spots promoviendo que paguen el predial del 2022 con tarifa del 2021. En la segunda semana de enero, el tema con menor número de reproducciones fue la invitación a asistir a “la bonita tradición del mercado” que a mediados de enero subió su relevancia pasando por el primer lugar y finalizando en la segunda posición de spots más reproducidos. Para la tercera semana de enero hubo cambios importantes, los spots promoviendo medidas de COVID pasó de estar en segundo lugar al primer lugar. Lo contrario sucedió con la promoción del pago del predial mediante 2 millones en premio; pasó de estar en primer lugar a último lugar en la segunda quincena de enero.



2.1.3 Spots acumulados en el tiempo por tema

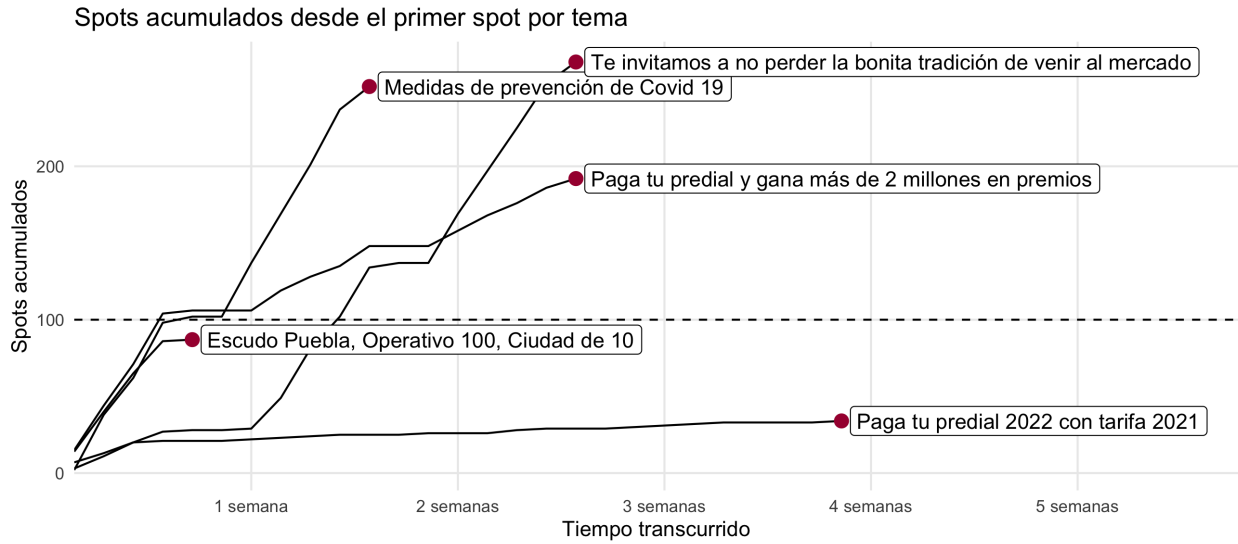
Revisamos la evolución del crecimiento de las campañas de spots tomando en cuenta la velocidad con la que dichas campañas llegaron a determinado número de spots. Vemos que la campaña con mayor velocidad fue la de “Paga tu predial y gana 2 millones en premios”, la cual una vez alcanzados los 100 spots bajó su ritmo.

La segunda campaña con mayor velocidad fue la de medidas de prevención contra COVID-19, la cual, a diferencia de la de pagar el predial por premios, mantuvo un ritmo creciente aún después de alcanzar su spot número 100.

En contraste, la campaña de “Paga tu predial con tarifa 2021” es una con pocos spots acumulados, aunque lleve mucho tiempo transmitiéndose. Es decir, son spots que se transmiten con muy poca frecuencia.

La campaña con más spots acumulados y que incrementó su velocidad en los días recientes es la de “Te invitamos a no perder la bonita tradición de venir al mercado”.

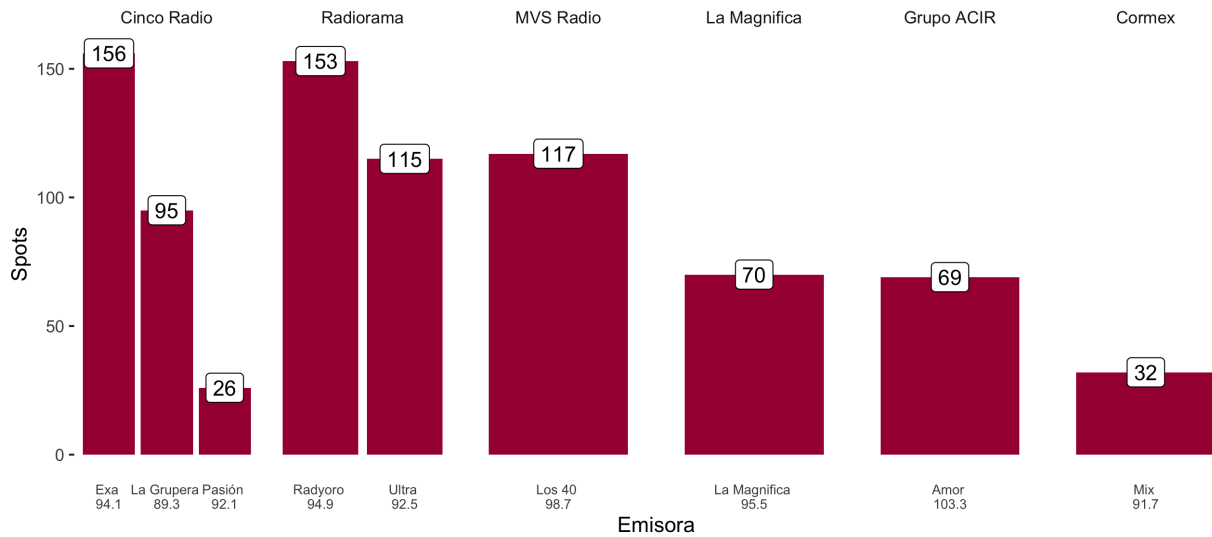
Finalmente, la campaña para el tema “Escudo de Puebla, Operativo 100, Ciudad de 10”. Tuvo un crecimiento inicial acelerado al mismo ritmo que las



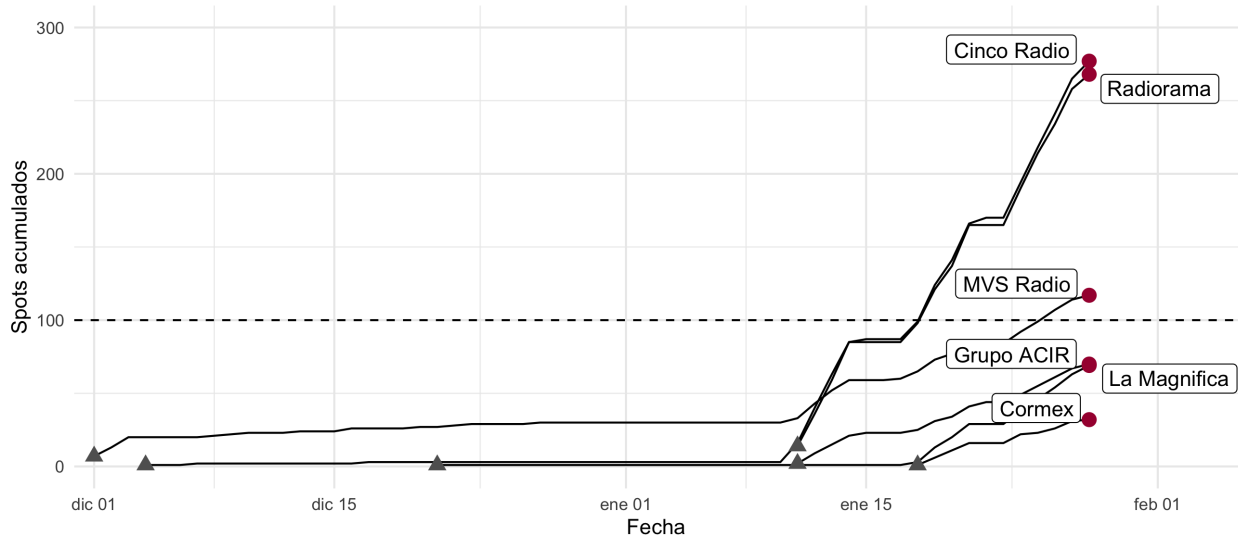
2.2 Cadena

En cuanto a las principales cadenas que transmiten los spots aparecen Cinco Radio, Radiorama y MVSRadio.

Las principales emisoras en las que se transmiten los spots son “Exa” de Cinco Radio; “Radyoro” de Radiorama; y “Los 40” de MVS Radio.



En la siguiente gráfica podemos observar que en las 5 cadenas existen campañas vigentes y que Cinco Radio y Radiorama son las cadenas que mayor spots del Gobierno de Puebla reproducen en fechas más cercanas. Las campañas reproducidas por MVS Radio han sido las más largas y la campaña emitida por Cormex es la que menos tiempo ha estado en ejecución.



hanakua.com