

SocialBrains y Oraquo presentan su informe sobre el creciente impacto digital del turismo

Análisis del impacto online del último FITUR, elaborado por SocialBrains en colaboración con Oraquo. Una edición con más de 1.500 millones de potenciales impactos, con sorprendentes ítems en su análisis pormenorizado

Más de 120.000 menciones con un impacto potencial de más de 1.500 millones de impresiones para todos los usuarios del mundo. Estas son las dos grandes cifras de la Feria que representa uno de los principales sectores de actividad económica para nuestro país: la Feria Internacional de Turismo (FITUR), celebrada en Madrid del 17 al 21 de enero de este año.

El impacto online de la cita por excelencia del turismo concebido como negocio a gran escala refleja, de hecho, la creciente importancia de esta feria, que según los datos presentados por los organizadores, ha batido un récord de participación con 9.893 empresas expositoras de 165 países, 135.838 participantes profesionales y 109.134 visitantes de público general. Además, y en línea con el liderazgo para los mercados iberoamericanos, el grueso de las menciones relativas a la feria tuvo como origen países como Ecuador, México o Venezuela, además de España.

Este informe se ha realizado en colaboración con Oraquo, partner de SocialBrains y herramienta líder de escucha activa y monitorización. Como resulta habitual en este tipo de ejercicios, Twitter representa la mayor parte del volumen de conversaciones, al tratarse de la plataforma más utilizada por profesionales y público en general a la hora de exponer experiencias y opiniones sobre un evento.

El informe de impacto online permite también detectar cierto grado de “canibalismo”, en la medida en que ha habido algunos asuntos que han capitalizado la atención de manera puntual, desviando de esta manera los aspectos de carácter más genérico o más enfocados a negocio. Algo que no obstante viene bien para detectar los detonantes de conversación y que pueden ser aprovechados por empresas e instituciones para establecer relaciones de sinergia y compromiso con las audiencias digitales. Es decir, para poner en marcha dinámicas de Inteligencia Social.

Protestas contra el gobierno de Maduro

En ese sentido, hay que hablar de las 11.238 menciones en referencia a Venezuela, de las que 7.759 son negativas y vienen dadas por la difusión de únicamente 363 tweets originales, la mayoría enlazando al mismo vídeo y a la serie de artículos publicados por @la_patilla y el ABC. Esto hace pensar que estamos ante una campaña programada de antemano por unas pocas fuentes, que ha ido escalando en base a la difusión de terceros (cuentas legítimas y presumiblemente también cuentas automatizadas).

En relación con lo anterior, se ha colado “dictadura” como uno de los vocablos más utilizados en

redes sociales, asociado al ítem “Maduro”, pero también en referencia a otros países, como es el caso de Siria, Cuba, Colombia e incluso España.

Los premios de la industria

Por poner el broche al informe, y como ya pasara en otros años, la entrega de premios ha sido el tema más hablado en cuanto a menciones neutras y positivas aledañas a las menciones esperables en un evento de turismo (feria, turismo etc.), con un reparto de menciones/tweets originales esperable para una difusión que surge de forma puramente orgánica.

Se puede consultar el informe completo en el perfil público en SlideShare de SocialBrains.

Datos de contacto:

David de Silva Alonso

626379233

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional](#) [Nacional](#) [Viaje](#) [Madrid](#) [Turismo](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>