



ESCOLTA ONLINE

IMPACTE DEL COVID-19 EN EL SECTOR TURÍSTIC DE LES ILLES BALEARS DURANT LA SETMANA DEL 28 DE DESEMBRE AL 3 DE GENER.

Les informacions d'aquest document s'elaboren mitjançant l'eina d'Escolta Activa de l'AETIB.

Aquesta eina analitza les mencions a Twitter i a mitjans de comunicació digitals que contenen les paraules Balears o Illes Balears, així com els noms de les Illes que pertanyen a la Comunitat Autònoma, escrites en qualsevol idioma dels analitzats (castellà, català, anglès i alemany).

Es considera, per exemple, que els tuits referents a Mallorca són la suma dels obtinguts amb els termes Majorca i Mallorca.

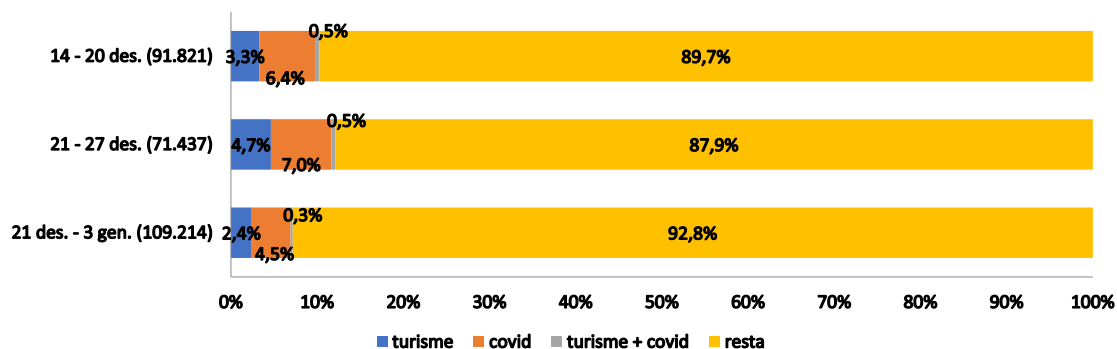
En el cas de l'agrupament que s'ofereix per Balears inclou totes aquelles mencions que fan referència a les paraules en els diferents idiomes de: Balears, Illes Balears i els noms de les Illes.

ÍNDEX DE CONTINGUTS

Pàg. 2	Distribució de mencions a Twitter per temàtiques.
	Distribució dels temes d'interès als mitjans de comunicació per temàtiques.
Pàg. 3	Idiomes de les publicacions sobre Balears a Twitter.
Pàg. 4	Distribució de les notícies als mitjans de comunicació per nacionalitat.
Pàg. 5	Distribució de les publicacions a Twitter per temàtica i marca segons idioma.
Pàg. 6	Distribució de les notícies als mitjans de comunicació per temàtica i marca segons nacionalitat.
Pàg. 7	Infografia de notícies i tuits rellevants sobre Balears.

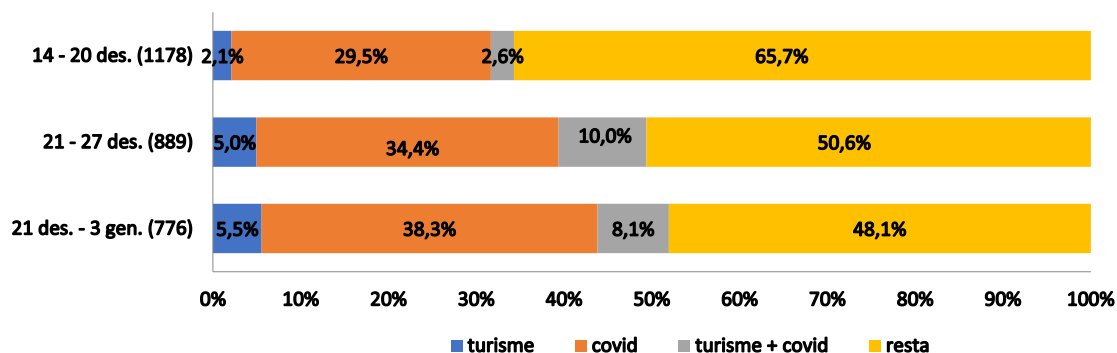
Distribució de mencions a Twitter per temàtiques.

S'han registrat, en total, 109.214 mencions d'Illes Balears (amb un augment del 52,9% respecte a la setmana anterior). El nombre de les mencions turístiques (inclou turisme i turisme + covid) és de 2.928, confirmant el descens de les darreres setmanes. El percentatge de mencions relacionades amb turisme és del 2,7% sobre el total, mentre la setmana anterior registrà un 5,2% de quota.



Distribució dels temes d'interès als mitjans de comunicació per temàtiques.

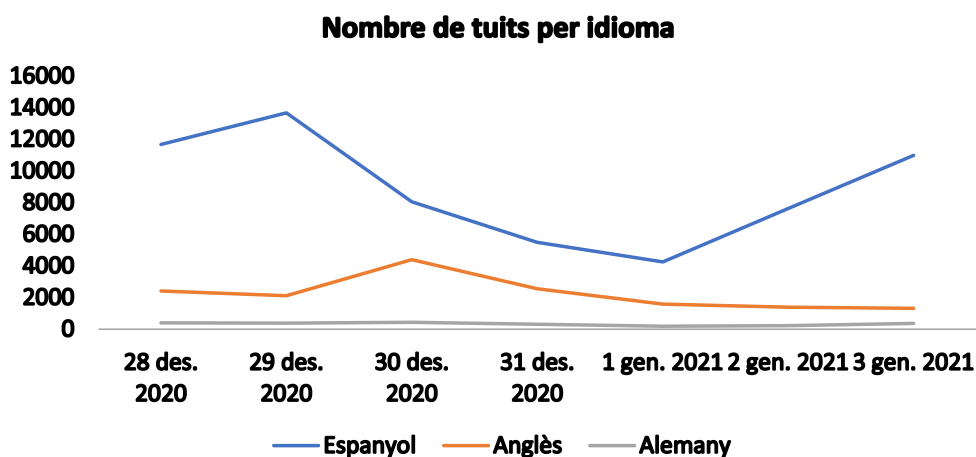
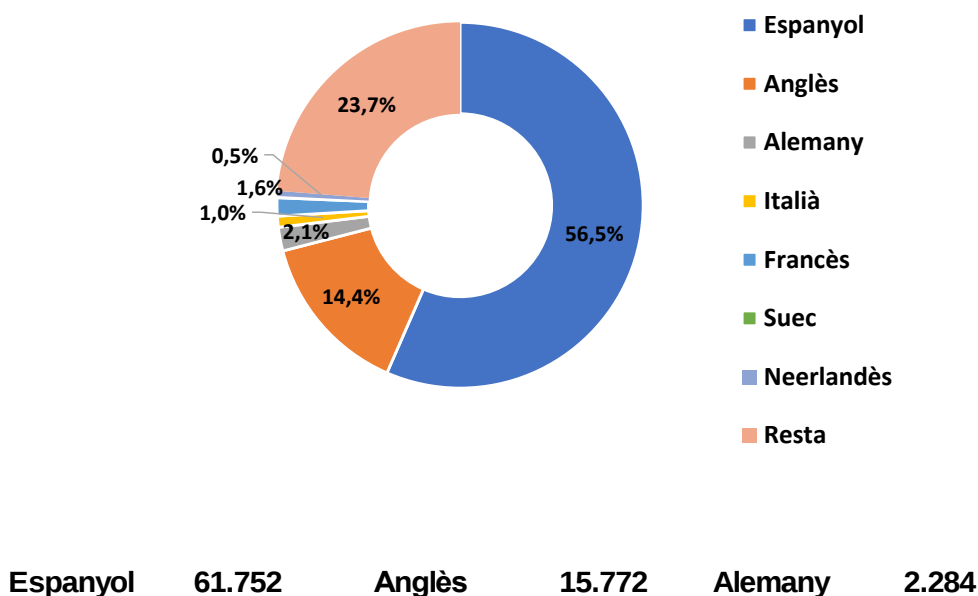
S'han registrat, en total, 776 mencions d'Illes Balears, enfront de les 889 de la setmana anterior. D'aquestes, el percentatge de mencions sobre turisme (inclou turisme i turisme + covid) arriba només al 13,7% (una caiguda d'1,3 punts si es compara amb la setmana passada).



Idiomes de les publicacions sobre Balears a Twitter.

El castellà predomina sobre la resta d'idiomes amb un 56,5%, amb una quota molt similar a la de les darreres setmanes. L'anglès arriba al 14,4% i l'alemany acumula el 2,1% del total.

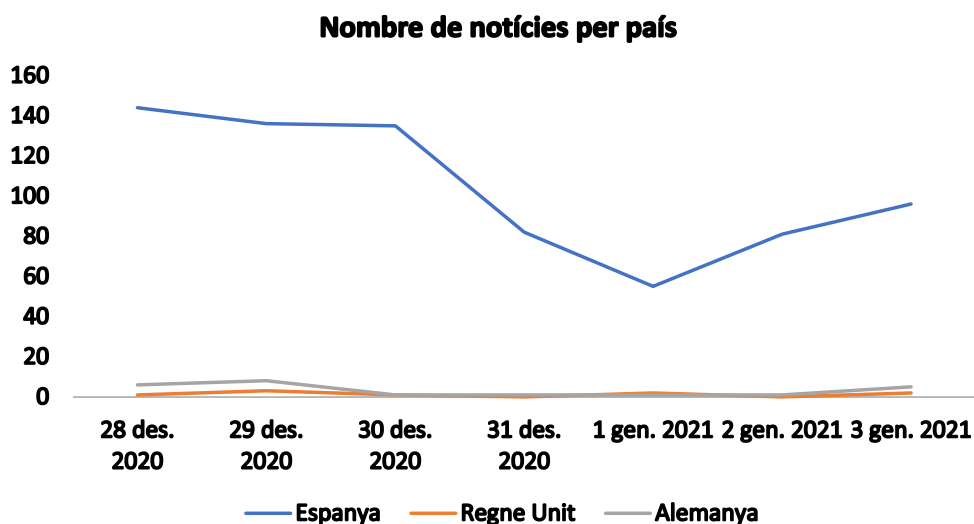
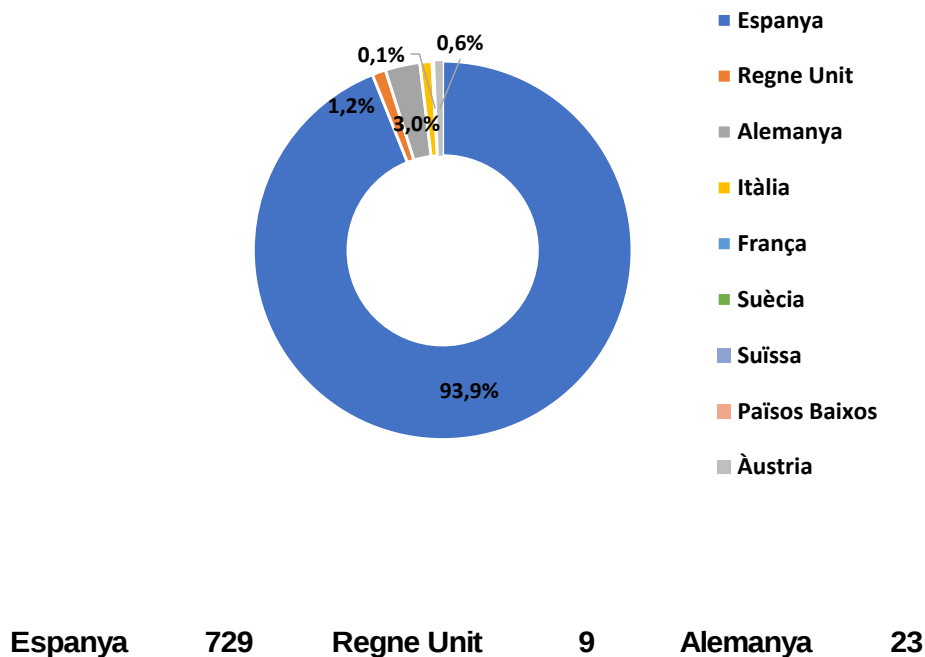
La distribució dels idiomes dels tuïts sobre Balears queda de la següent manera:



Distribució de les notícies als mitjans de comunicació per nacionalitat.

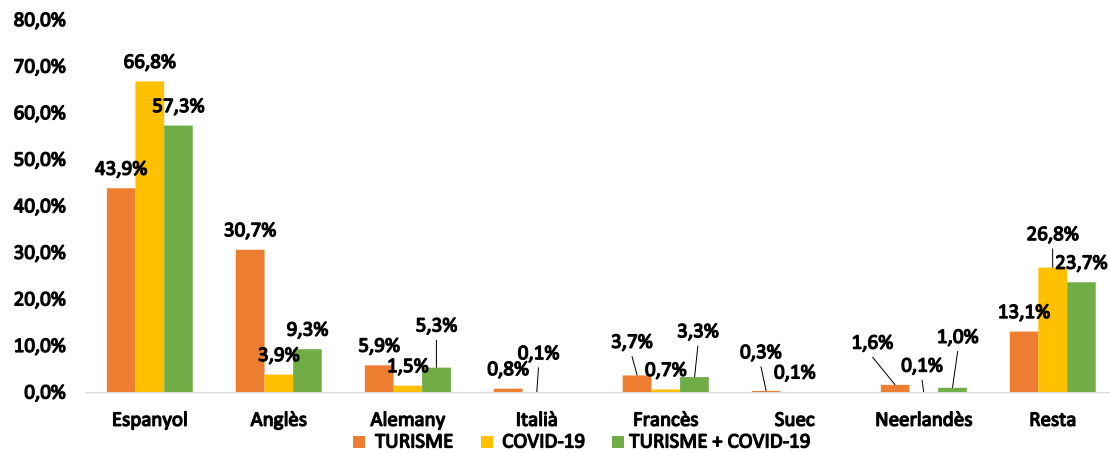
Els mitjans de comunicació espanyols acaparen gairebé el 94% de les notícies que mencionen les Balears. Els internacionals continuen sense tenir massa en compte les Illes, ja que Alemanya es manté al voltant del 3%, i el Regne Unit es queda amb l'1,2%.

L'evolució per països sobre Balears queda de la següent manera:

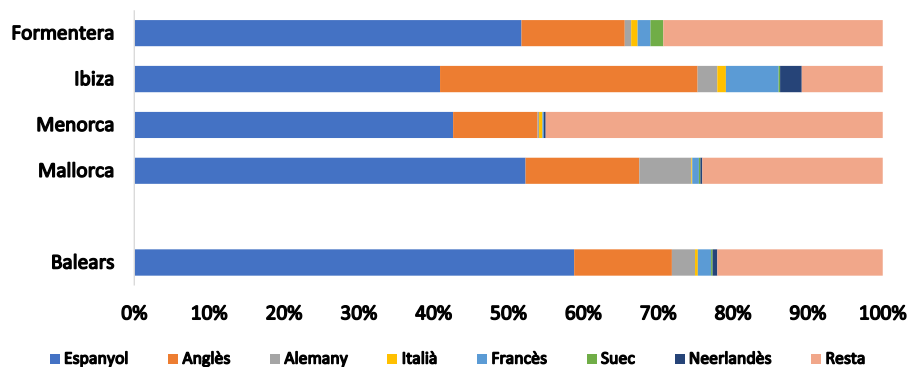


Distribució de les publicacions a Twitter per temàtica i marca segons idioma.

Aquesta setmana, no hi ha tuits destacats de la conversa a Twitter en termes professionals i turístics.



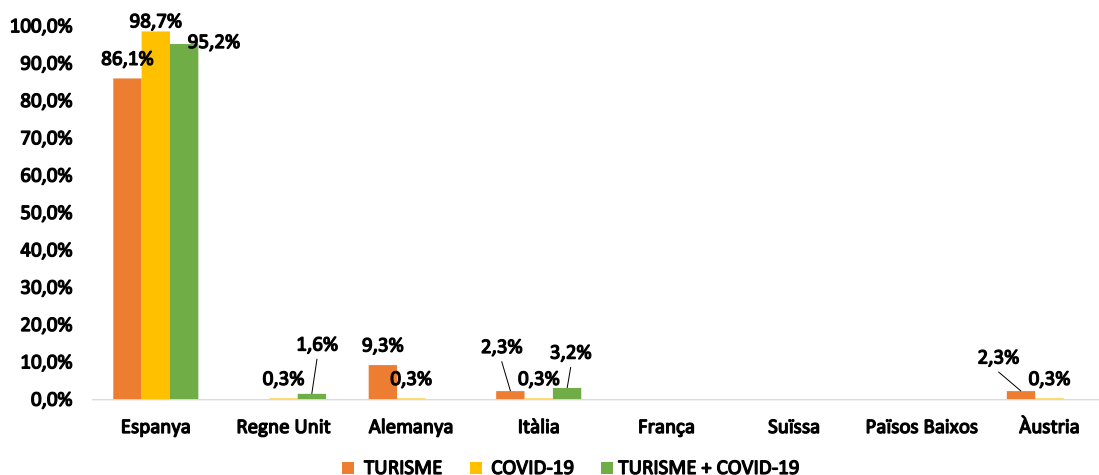
NOMBRE DE MENCIONS (turisme, covid, turisme + covid)



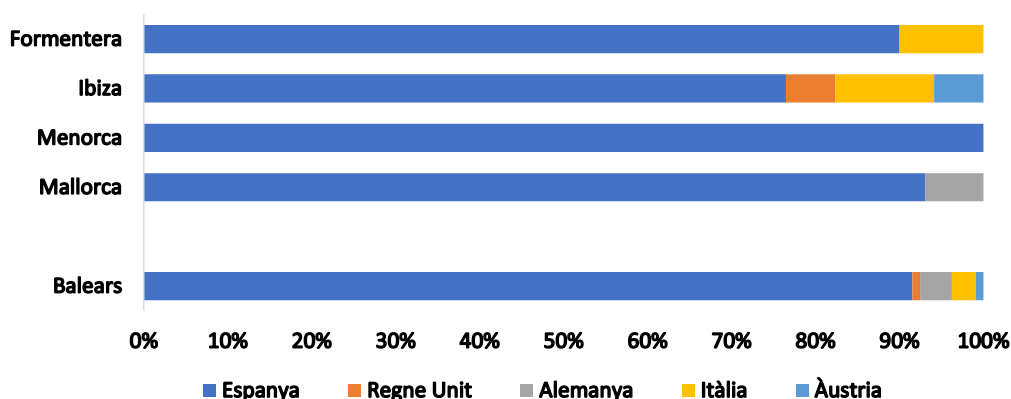
Balears	7.846
Mallorca	2.699
Menorca	453
Ibiza	1.479
Formentera	116

Distribució de les notícies als mitjans de comunicació per temàtica i marca segons nacionalitat.

Les notícies estan enfocades ja en la temporada 2021 amb els vaticinis i les campanyes dels operadors turístics, el sector turístic de les Balears i les aerolínies.



NOMBRE DE MENCIIONS (turisme, covid, turisme + covid)



Balears	106
Mallorca	58
Menorca	24
Ibiza	17
Formentera	10

Notícies i tuits rellevants sobre Balears.

Notícies:

Los empresarios de Mallorca temen al pinchazo en Semana Santa [Diario de Mallorca](#)

Muchos empresarios temen que la reactivación del turismo no se haga efectiva al menos hasta junio

Tui espera un "verano relativamente normal" este 2021 [mallorcadiaario.Com](#)

Air Europa relanza su campaña para reactivar la demanda en 2021 [preferente.com](#)