

Mappa, una de las marcas de equipaje mejor calificadas del estudio en México 2026

Autores:

Jade Ivory Becerra Arita - Marketing Manager LATAM en YouScan

Daria Burlaka - CS Manager en YouScan

Español

Mappa, una de las marcas de equipaje mejor calificadas en el estudio en México 2026 con base en el análisis de reseñas públicas

Autoras:

Jade Ivory Becerra Arita – Marketing Manager LATAM en YouScan

Daria Burlaka – CS Manager en YouScan

10 de agosto de 2026

I. Acreditaciones del documento, experiencia técnica y trayectoria

a) About YouScan

YouScan Social Listening se especializa en el análisis de redes sociales con una amplia experiencia en el desarrollo y aplicación de tecnologías avanzadas para la recolección, procesamiento e interpretación de datos procedentes de plataformas digitales. Su tecnología propietaria —impulsada por inteligencia artificial y aprendizaje automático (*machine learning*)— permite a las organizaciones monitorear, analizar y visualizar conversaciones públicas en redes sociales, foros, blogs, sitios web y en más de medio millón de fuentes en línea para entregar *insights* accionables a las marcas.

YouScan cuenta con un motor de reconocimiento visual líder en la industria, capaz de identificar logotipos, objetos, escenas y el contexto visual dentro de las imágenes compartidas en redes sociales. Esto complementa el análisis de texto para ofrecer una visión integral del comportamiento del consumidor. La plataforma admite múltiples idiomas, tableros (*dashboards*) personalizables, filtrado avanzado y detección en tiempo real de sentimiento, tendencias, *influencers* y señales de crisis.

Con experiencia en el mercado y una base de clientes que abarca marcas globales en sectores como *retail*, bienes de consumo, tecnología, salud y finanzas, YouScan ha demostrado su capacidad para generar inteligencia de mercado relevante y confiable a través del *social listening*. Su equipo multidisciplinario de especialistas en datos, marketing y tecnología garantiza un enfoque profesional y orientado a resultados en cada proyecto.

b) Acerca de Jade Ivory Becerra Arita

Jade se desempeña como Marketing Manager LATAM en YouScan, combinando visión estratégica, habilidades analíticas y creatividad para posicionar la marca en el mercado latinoamericano, generar demanda calificada y fortalecer su presencia regional.

Estudió Comunicación con especialización en Periodismo en la Universidad Anáhuac México.

Cuenta con una sólida experiencia en el diseño y ejecución de planes de marketing adaptados a los matices culturales y digitales de los países de habla hispana. Destaca en la ejecución de campañas multicanal (redes sociales, medios pagados, *email marketing*, eventos y relaciones públicas), asegurando una comunicación eficaz y localizada.

c) Acerca de Daria Burlaka

Daria se desempeña como Customer Success Manager en YouScan, brindando soporte a clientes de diversas industrias en América Latina y otros mercados globales. Ayuda a las organizaciones a extraer el máximo valor de la plataforma y a integrar el *social listening* en sus estrategias y flujos de trabajo principales.

Aporta una experiencia comprobada en la gestión de relaciones con clientes, *onboarding* y adopción de soluciones de *social listening*, análisis de necesidades y desarrollo de casos de uso. Trabaja en estrecha colaboración con los clientes para comprender sus objetivos, optimizar el uso de la plataforma y transformar las conversaciones digitales en *insights* de alto impacto para las estrategias de marketing, comunicación y reputación de marca.

II. Introducción

Este caso de estudio fue elaborado por YouScan —una plataforma especializada en *social listening* con capacidades avanzadas de reconocimiento de imágenes e inteligencia artificial— para proporcionar *insights* analíticos a Mappa.

En un mercado donde la durabilidad, el diseño y la experiencia de compra son factores determinantes en las decisiones del consumidor, MAPPA buscaba revalidar su posicionamiento como la marca de maletas mejor calificada de México mediante una metodología basada en el análisis de menciones, reseñas y opiniones reales de usuarios recopiladas entre el 30 de julio de 2025 y el 30 de julio de 2026. Los resultados aplican exclusivamente a ese periodo de tiempo, a las marcas incluidas y a las fuentes consultadas; no constituyen un pronóstico ni una garantía respecto a periodos posteriores.

El estudio parte de una hipótesis clara: Mappa es la marca de maletas mejor calificada en México con base en las opiniones de los consumidores en plataformas de reseñas al compararse con sus principales competidores respecto a la satisfacción expresada por los clientes. Para evaluar esta hipótesis, utilizamos una herramienta de *social listening* equipada con procesamiento de lenguaje natural y capacidades avanzadas de análisis de sentimiento, ofreciendo una visión integral de la retroalimentación orgánica de los consumidores.

Este informe detalla los hallazgos clave, la metodología aplicada y el análisis comparativo para evaluar dicha hipótesis, utilizando un enfoque técnico y transparente que analiza la afirmación dentro del alcance y las limitaciones del estudio.

III. Propósito del estudio

El propósito de este estudio fue verificar si Mappa puede respaldar nuevamente con evidencia empírica su afirmación de ser la marca de maletas mejor calificada de México, mediante el análisis de menciones en plataformas de reseñas a través de *social listening*.

La pregunta central de la investigación fue:

“¿Es Mappa efectivamente la marca de maletas mejor calificada en México con base en la percepción del consumidor expresada en plataformas de reseñas?”

IV. Resumen ejecutivo

Para reevaluar la percepción del consumidor sobre la marca Mappa y su posicionamiento en el mercado frente a la competencia, se llevó a cabo un estudio exhaustivo de monitoreo de menciones en plataformas de reseñas utilizando la plataforma especializada de *social listening* de YouScan.

Se recopilaron y analizaron un total de 1,433 (mil cuatrocientas treinta y tres) menciones procedentes de fuentes relevantes para el consumidor, incluyendo plataformas de opiniones y sitios especializados. El análisis se enfocó en evaluar las menciones orgánicas relacionadas con Mappa (802) y marcas competidoras, utilizando técnicas de Procesamiento de Lenguaje Natural (PLN) para identificar patrones de sentimiento, frecuencias de recomendación espontánea y comparaciones directas entre marcas generadas por los usuarios.

El estudio aplicó una metodología basada en el análisis de sentimiento (positivo, neutral, negativo), el cálculo de la cuota de voz (*share of voice*) segmentada por sentimiento, el cálculo independiente de las calificaciones promedio en estrellas por usuario (de 1 a 5 estrellas) y el mapeo temático de los aspectos mencionados con mayor frecuencia (tales como la calidad del producto, el servicio al cliente y el diseño).

Durante el periodo analizado (30 de julio de 2025 al 30 de julio de 2026), los hallazgos demostraron que Mappa no solo fue la marca más mencionada, sino también una de las mejor calificadas con base en la calificación promedio en estrellas dentro del conjunto de datos, las fuentes y el marco temporal analizados.

V. Justificación científica del estudio

Este estudio se justifica por la necesidad de evaluar —con evidencia objetiva, verificable y técnicamente sólida— la afirmación de que Mappa es la marca de maletas mejor calificada en México en relación con sus principales competidores.

La técnica de *social listening* utilizada captura comentarios espontáneos de los usuarios en entornos digitales (sitios de reseñas y plataformas especializadas) sin inducir las respuestas. Debido a que este contenido se publica de forma voluntaria, la muestra es no probabilística: refleja las opiniones de las personas que decidieron publicar, lo que significa que no puede declararse completamente libre de sesgos ni totalmente representativa de

todos los compradores de cada marca. Con esa salvedad, la metodología ofrece un enfoque contemporáneo basado en las condiciones reales del mercado.

El análisis combinó menciones de texto con reseñas calificadas por estrellas, lo que permitió una interpretación más detallada del comportamiento observable del consumidor en estas fuentes.

VI. Materiales y métodos

Este estudio utilizó la plataforma tecnológica de YouScan, un sistema especializado de social listening que cuenta con capacidades de reconocimiento de texto e imagen junto con análisis de sentimiento impulsado por IA. Esta tecnología permitió la recolección y el procesamiento de menciones públicas u orgánicas de los consumidores respecto a Mappa y sus principales competidores.

El periodo de análisis comprendió del 30 de julio de 2025 al 30 de julio de 2026, lo que permitió evaluar la percepción del consumidor a lo largo de un año calendario completo que cubrió los picos clave de demanda estacional para el sector.

El análisis se basó en criterios predefinidos, incluyendo:

- Menciones directas de Mappa y de las marcas competidoras.
- Clasificación de sentimiento (positivo, neutral, negativo).
- Reseñas calificadas (calificaciones en estrellas).
- Exclusión de términos como "bolsa" y "mochila" para depurar los resultados e aislar las menciones específicas sobre maletas.
- Análisis asistido por IA mediante Insights Copilot.

Las métricas clave evaluadas incluyen:

- Porcentaje de menciones positivas con base en la clasificación de sentimiento en plataformas de reseñas.
- Desglose del *share of voice* categorizado por sentimiento.

Esta metodología proporcionó una visión cuantitativa y cualitativa integral del posicionamiento de Mappa en el mercado en comparación con sus competidores, basándose en la retroalimentación escrita en línea.

VII. Detalles metodológicos

a) Fuentes consultadas El tema (*topic*) "Mappa & Competition" recopiló menciones públicas de sitios de reseñas de productos. Las calificaciones en estrellas se derivan exclusivamente del subconjunto de menciones que contienen una puntuación numérica de reseña. Debe adjuntarse un desglose completo de las fuentes y los porcentajes de participación en el reporte de exportación del tema antes de la firma.

b) Selección de marcas El estudio incluyó a Mappa y a cinco competidores —American Tourister, Samsonite, Cloe, Lipault y Thule— seleccionados por su presencia en el mercado mexicano y por la disponibilidad de reseñas públicas en las fuentes analizadas. La selección no fue exhaustiva de todo el mercado: no se incluyeron otras marcas de equipaje comercializadas en México, por lo que las conclusiones se aplican estrictamente a las seis marcas analizadas.

c) Marco temporal y fecha de corte Del 30 de julio de 2025 al 30 de julio de 2026, ambos inclusive. La extracción de datos se realizó tras el cierre del periodo y antes de la firma de este documento. Las cifras pueden fluctuar si se consultan en fechas distintas, debido a que las plataformas de origen permiten ediciones, adiciones o eliminaciones posteriores a la publicación por parte de los usuarios.

d) Filtros y limpieza de datos Se filtraron las menciones que contenían las palabras "bolsa" y "mochila" para limitar el análisis exclusivamente a maletas. Se aplicó la deduplicación automatizada de la plataforma, conservando únicamente las menciones etiquetadas para cada marca. La clasificación de sentimiento y el etiquetado de aspectos se procesaron a través de los modelos de procesamiento de lenguaje natural de YouScan.

e) Vinculación con el mercado mexicano La relevancia de los datos para México se establece mediante tres criterios: idioma (español), dominios de origen relevantes para el mercado mexicano incluidos en la configuración del tema, y datos de geolocalización disponibles en la plataforma. Las configuraciones de país e idioma deben anexarse a este documento antes de la firma. El uso del idioma español por sí solo no establece que una mención esté vinculada a México.

f) Verificaciones realizadas Se verificó que el total de menciones por marca ($802 + 335 + 188 + 94 + 10 + 4$) sume el total reportado de 1,433 menciones, y que las cifras del texto citado coincidan con las gráficas exportadas de la plataforma. Las calificaciones promedio en estrellas se verificaron contra los módulos (*widgets*) de calificación de cada marca.

g) Limitaciones y tamaños de muestra reducidos Thule (4 menciones) y Lipault (10 menciones) tienen tamaños de muestra muy pequeños, por lo que se requiere cautela al interpretar sus promedios; sus cifras se incluyen por transparencia, y el tamaño reducido de sus muestras no justifica por sí solo su exclusión de la tabla. El estudio no realizó pruebas de significancia estadística, no verificó individualmente recibos de compra ni monitoreó canales privados o fuentes de plataformas no indexadas.

VIII. Conclusión

El análisis realizado a través de la plataforma YouScan entre el 30 de julio de 2025 y el 30 de julio de 2026 proporcionó datos claros y objetivos sobre la percepción del consumidor respecto a Mappa en comparación con competidores clave en el mercado mexicano de equipaje.

Los resultados indican que Mappa se posiciona como una marca con calificaciones destacadas, liderando en volumen de menciones positivas en comparación con las otras marcas analizadas. Además, su cuota de voz (*share of voice*) en menciones positivas

supera a la de sus competidores directos, lo que refuerza su sólida posición dentro del conjunto de datos analizado.

Con base en las métricas evaluadas y los datos analizados, Mappa es —dentro del grupo competitivo estudiado— una de las marcas mejor calificadas en el mercado mexicano de equipaje para el periodo y las fuentes analizadas. Esta conclusión se sustenta en el análisis de comentarios espontáneos y reseñas con calificación en estrellas, ofreciendo una perspectiva delimitada de la percepción del consumidor.

Alcance de la conclusión: Este documento representa un análisis de datos públicos seleccionados en fuentes, marcas y periodos específicos. No constituye una certificación de producto, un dictamen legal pericial, una acreditación formal de calidad ni una aprobación legal de publicidad, como tampoco garantiza puntuaciones o posicionamientos futuros. Las conclusiones se refieren estrictamente a las calificaciones promedio y al sentimiento dentro de las menciones analizadas, no a las especificaciones técnicas, de rendimiento o de seguridad de los productos físicos. Cualquier uso publicitario debe conservar estas limitaciones; el uso del nombre o logotipo de YouScan, o de las firmas de las autoras en publicidad, requiere la autorización previa y por escrito de YouScan. Este informe no modifica las obligaciones ni las limitaciones de responsabilidad bajo ningún acuerdo aplicable.

IX. Resultados y análisis estadístico

Calificación promedio: 4.97 estrellas

Dentro del conjunto de datos, las fuentes y el periodo evaluados, Mappa registró una de las calificaciones promedio más altas del estudio, alcanzando una puntuación promedio de 4.97 estrellas. Esto sitúa a Mappa por encima de American Tourister y Cloe (ambas con 4.95) por un margen de 0.02 puntos.

Debido a que este margen es reducido, debe evaluarse junto con el volumen de reseñas: el promedio de Mappa se calculó únicamente sobre las menciones que contenían calificaciones numéricas con estrellas, no necesariamente sobre la totalidad de las 802 menciones etiquetadas. Un tamaño de observación mayor reduce el impacto de las reseñas atípicas (*outliers*) sobre la media general. Esto no establece por sí solo una superioridad estadística; no se realizaron pruebas de significancia.

Tabla comparativa de marcas (30 de julio de 2025 – 30 de julio de 2026)

Marca	Menciones etiquetadas	Menciones positivas	% Positivo	Calificación promedio (1–5)

Mappa	802	781	97.4%	4.97
American Tourister	335	317	94.6%	4.95
Samsonite	188	172	91.5%	4.91
Cloe	94	89	94.7%	4.95
Lipault	10	10	100%	5.00
Thule	4	4	100%	5.00
Total	1,433	1,373	95.8%	—

Fuente: Plataforma YouScan, tema "Mappa & Competition". Las columnas de menciones y sentimiento se derivan de la gráfica "Tags by Sentiment" de la plataforma; los valores de calificación promedio se derivan del módulo "Average star rating" de cada marca (se adjuntan capturas de pantalla).

X. Cómo se calculan las métricas clave

- **Calificación promedio (4.97):** Media aritmética de las calificaciones de 1 a 5 estrellas obtenidas de las reseñas de Mappa recopiladas durante el periodo. Esta métrica difiere del porcentaje de sentimiento positivo: la calificación promedio se calcula únicamente sobre las menciones con puntuación numérica de estrellas, mientras que el porcentaje de sentimiento positivo aplica al etiquetado de sentimiento de todas las menciones de texto analizadas. Estas métricas no deben combinarse ni presentarse como intercambiables.
- **Margen de 0.02 puntos:** Diferencia entre la calificación promedio de Mappa (4.97) y 4.95 (la puntuación reportada para las marcas siguientes: American Tourister con 335 menciones totales, y Cloe con 94 menciones totales).
- **Respecto a Lipault y Thule (calificación de 5.00):** Ambas marcas muestran puntuaciones promedio perfectas, pero con solo 10 y 4 menciones totales respectivamente, en comparación con las 802 de Mappa. En volúmenes bajos, las medias son muy sensibles a una sola reseña. Por esta razón, el volumen de

menciones debe acompañar a las calificaciones en cualquier comunicación derivada de este estudio. Este documento no afirma que Mappa posea la puntuación numérica absoluta más alta entre todas las marcas medidas.

En sectores altamente competitivos como el del equipaje, donde inconvenientes menores en la durabilidad o la funcionalidad impactan la percepción del usuario, mantener una puntuación de 4.97 refleja calificaciones favorables en las reseñas analizadas, sin que esto signifique una verificación técnica de la calidad o el rendimiento del producto.

XI. Menciones positivas: 781 (97.4% de las menciones de Mappa)

De un total de 1,433 menciones en el estudio, 802 correspondieron a Mappa. De ellas, 781 fueron clasificadas como positivas por los algoritmos de sentimiento de la plataforma, describiendo principalmente experiencias personales de los usuarios con productos Mappa. Esto representa el 97.4% de las menciones totales de Mappa (781 de 802) —no del volumen total del estudio—, lo que indica una alta proporción de sentimiento positivo en las menciones analizadas.

Estas publicaciones van más allá del elogio genérico, ya que provienen de consumidores que reportan compras y uso real del producto. Aunque son valiosas como prueba social, las plataformas de origen no permiten la verificación individual de la identidad de cada comprador; por lo tanto, este informe no afirma que las menciones provengan exclusivamente de compradores verificados.

XII. Crítica y análisis de resultados

La mayoría de las menciones positivas provienen de recomendaciones orgánicas de consumidores que describen el uso reportado del producto, lo que ofrece una prueba social de gran valor. Las métricas de satisfacción para Mappa se mantuvieron elevadas incluso al evaluarse junto a marcas globales consolidadas incluidas en el estudio.

Limitaciones del estudio

- **Muestreo no probabilístico:** Captura únicamente a personas que decidieron publicar una reseña en línea; no representa a la totalidad de los compradores.
- **Restricción de fuentes públicas:** Limitado a fuentes públicas en línea indexadas durante el periodo especificado; excluye canales de retroalimentación privados, encuestas fuera de línea o datos de ventas internos.
- **Grupo de marcas no exhaustivo:** Se analizaron seis marcas, no la totalidad del mercado mexicano de equipaje.
- **Muestras reducidas:** Los tamaños de muestra de Thule (4) y Lipault (10) son pequeños y requieren prudencia al comparar promedios.
- **Sin pruebas de significancia:** Las diferencias observadas describen los valores reales del conjunto de datos; no se realizaron pruebas formales de significancia estadística.

- **Compras no verificadas:** Las compras individuales no fueron verificadas; la clasificación del sentimiento es automatizada y conlleva un margen de error inherente.
- **Límite temporal:** Los resultados están restringidos al periodo comprendido entre el 30 de julio de 2025 y el 30 de julio de 2026, y no pueden proyectarse a periodos futuros.

Agradecimientos

Este caso de estudio fue destacado por el equipo de Customer Success de YouScan como un modelo de implementación avanzada de social listening con impacto directo en la estrategia de marca.

Firmas de las autoras

Las abajo firmantes suscriben este documento en su calidad de autoras del análisis y en sus respectivos cargos en YouScan. Sus firmas confirman que, según su leal saber y entender tras una revisión razonable dentro de sus respectivas responsabilidades, este informe refleja con precisión los datos consultados en la plataforma YouScan para el periodo especificado, sujeto a la metodología y limitaciones expuestas. Este documento no constituye una certificación de producto, testimonio legal pericial, garantía personal, aprobación legal de publicidad ni una garantía de rendimiento o posicionamiento futuros.

Jade Ivory Becerra Arita

Marketing Manager LATAM, YouScan

Daria Burlaka

Customer Success Manager, YouScan

English

Mappa, One of the Highest-Rated Luggage Brands in the Study in Mexico 2026 Based on Analysed Public Reviews

Authors:

Jade Ivory Becerra Arita – Marketing Manager LATAM at YouScan

Daria Burlaka – CS Manager at YouScan

August 10, 2026

I. Document Accreditations, Technical Expertise, and Experience

a) About YouScan

YouScan Social Listening specializes in social media analysis with extensive experience developing and applying advanced technologies for data collection, processing, and interpretation from digital platforms. Its proprietary technology—powered by artificial intelligence and machine learning—allows organizations to monitor, analyze, and visualize public conversations across social networks, forums, blogs, websites, and over half a million online sources to deliver actionable insights to brands.

YouScan features an industry-leading visual recognition engine capable of identifying logos, objects, scenes, and visual context within images shared on social media. This complements text analysis to offer a comprehensive view of consumer behavior. The platform supports multiple languages, customizable dashboards, advanced filtering, and real-time detection of sentiment, trends, influencers, and crisis signals.

With experience in the market and a client base spanning global brands in retail, consumer goods, technology, healthcare, and finance, YouScan has proven its ability to generate relevant, reliable market intelligence through social listening. Its multidisciplinary team of data, marketing, and technology specialists ensures a professional, results-oriented approach for every project.

b) About Jade Ivory Becerra Arita

Jade serves as Marketing Manager LATAM at YouScan, combining strategic vision, analytical skills, and creativity to position the brand across the Latin American market, generate qualified demand, and strengthen its regional presence.

She studied Communication with a specialization in Journalism at Universidad Anáhuac México.

She possesses robust experience designing and executing marketing plans tailored to the cultural and digital nuances of Spanish-speaking countries. She excels in multi-channel

campaign execution (social media, paid media, email marketing, events, and PR), ensuring effective, localized communication.

c) About Daria Burlaka

Daria serves as Customer Success Manager at YouScan, supporting clients across diverse industries in Latin America and other global markets. She helps organizations extract maximum value from the platform and integrate social listening into their core business strategies and workflows.

She brings proven expertise in client relationship management, social listening solution onboarding and adoption, needs analysis, and use-case development. She works closely with clients to understand their objectives, optimize platform utilization, and turn digital conversations into high-impact insights for marketing, communications, and brand reputation strategies.

II. Introduction

This case study was prepared by YouScan—a specialized social listening platform featuring advanced image recognition and artificial intelligence capabilities—to provide analytical insights for Mappa.

In a market where durability, design, and purchasing experience are critical decision factors, MAPPA sought to revalidate its positioning as Mexico's highest-rated luggage brand through a methodology based on the analysis of real user mentions, reviews, and opinions collected between July 30, 2025, and July 30, 2026. Results apply exclusively to that timeframe, the included brands, and the consulted sources; they do not constitute a forecast or guarantee regarding subsequent periods.

The study originates from a clear hypothesis: Mappa is the highest-rated luggage brand in Mexico based on consumer reviews on review platforms when compared to its primary competitors regarding expressed customer satisfaction. To evaluate this hypothesis, we utilized a social listening tool equipped with natural language processing and advanced sentiment analysis capabilities, providing a comprehensive view of organic consumer feedback.

This report outlines key findings, applied methodology, and comparative analysis evaluating the hypothesis, utilizing a technical and transparent approach that assesses the claim within the study's scope and limitations.

III. Purpose of the Study

The purpose of this study was to verify whether Mappa can once again support its claim as the highest-rated luggage brand in Mexico with empirical evidence by analyzing review platform mentions via social listening.

The central research question was:

“Is Mappa indeed the highest-rated luggage brand in Mexico based on consumer perception expressed on review platforms?”

IV. Executive Summary

To re-evaluate consumer perception around the Mappa brand and its market positioning relative to competitors, a comprehensive mention-monitoring study was conducted on review platforms using YouScan's specialized social listening platform.

A total of 1,433 (one thousand four hundred thirty-three) mentions were collected and analyzed from consumer-relevant sources, including review platforms and specialized sites. The analysis focused on evaluating organic mentions related to Mappa (802) and competing brands, utilizing Natural Language Processing (NLP) techniques to identify sentiment patterns, spontaneous recommendation frequencies, and direct user-generated brand comparisons.

The study applied a methodology based on sentiment analysis (positive, neutral, negative), share of voice calculation segmented by sentiment, separate calculation of average user star ratings (1 to 5 stars), and thematic mapping of frequently mentioned aspects (such as product quality, customer service, and design).

During the analyzed period (July 30, 2025, to July 30, 2026), findings demonstrated that Mappa was not only the most mentioned brand, but also one of the highest-rated based on average star rating within the analyzed set, sources, and timeframe.

V. Scientific Justification of the Study

This study is justified by the need to assess—with objective, verifiable, and technically sound evidence—the claim that Mappa is the highest-rated luggage brand in Mexico relative to its main competitors.

The social listening technique used captures spontaneous user comments in digital environments (review sites and specialized platforms) without prompting responses. Because this content is published voluntarily, the sample is non-probabilistic: it reflects the opinions of individuals who chose to post, meaning it cannot be declared entirely free of bias or fully representative of all buyers for each brand. With that caveat, the methodology offers a contemporary approach grounded in real-world market conditions.

The analysis combined text mentions with star-rated reviews, enabling a more thorough interpretation of observable consumer behavior across these sources.

VI. Materials and Methods

This study utilized the YouScan technology platform, a specialized social listening system featuring text and image recognition capabilities alongside AI-powered sentiment analysis. This technology enabled the collection and processing of organic public consumer mentions regarding Mappa and its primary competitors.

The analysis period ran from July 30, 2025, to July 30, 2026, allowing consumer perception to be evaluated across a full calendar year covering key seasonal demand peaks for the sector.

Analysis relied on predefined criteria, including:

- Direct mentions of Mappa and competing brands.
- Sentiment classification (positive, neutral, negative).
- Rated reviews (star ratings).
- Exclusion of terms such as "bag" (*bolsa*) and "backpack" (*mochila*) to refine results and isolate suitcase-specific mentions.
- AI-assisted analysis via Insights Copilot.

Key metrics evaluated include:

- Percentage of positive mentions based on sentiment classification on review platforms.
- Share of voice breakdown categorized by sentiment.

This methodology provided a comprehensive quantitative and qualitative view of Mappa's market positioning relative to competitors based on written online feedback.

VII. Methodological Details

a) Consulted Sources

The "Mappa & Competition" topic gathered public mentions from product review sites. Star ratings derive exclusively from the subset of mentions containing a numerical review score. A complete breakdown of sources and share percentages must be attached in the topic export report before signature.

b) Brand Selection

The study included Mappa and five competitors—American Tourister, Samsonite, Cloe, Lipault, and Thule—selected for their market presence in Mexico and available public reviews across the analyzed sources. Selection was not exhaustive of the entire market: other luggage brands sold in Mexico were not included, so conclusions apply strictly to the six analyzed brands.

c) Timeframe and Cutoff

July 30, 2025, to July 30, 2026, inclusive. Data extraction was conducted following the close of the period and prior to the signing of this document. Figures may fluctuate if queried on different dates due to source platforms allowing post-publication edits, additions, or deletions by users.

d) Filters and Cleaning

Mentions containing the words "bag" (*bolsa*) and "backpack" (*mochila*) were filtered out to limit analysis to suitcases. Automated platform deduplication was applied, retaining only

tagged mentions for each brand. Sentiment classification and aspect tagging were processed via YouScan's natural language processing models.

e) Connection to the Mexican Market

Data relevancy to Mexico is established through three criteria: language (Spanish), source domains relevant to the Mexican market included in the topic setup, and available platform geolocation data. Country and language configurations must be appended to this document before signature. Spanish language alone does not establish that a mention relates to Mexico.

f) Executed Verifications

It was verified that total mentions per brand ($802 + 335 + 188 + 94 + 10 + 4$) equal the reported total of 1,433 mentions, and that cited text figures match the exported platform charts. Average star ratings were verified against brand rating widgets.

g) Limitations and Small Sample Sizes

Thule (4 mentions) and Lipault (10 mentions) have very small sample sizes requiring caution when interpreting averages; their figures are included for transparency, and their smaller samples do not alone justify exclusion from the ranking. The study did not run statistical significance tests, did not individually verify purchase receipts, and did not track private channels or unindexed platform sources.

VIII. Conclusion

Analysis performed via the YouScan platform between July 30, 2025, and July 30, 2026, provided clear, objective data regarding consumer perception of Mappa compared to key competitors in the Mexican luggage market.

Results indicate that Mappa positions itself as a top-rated brand, leading in positive mention volume relative to the other analyzed brands. Furthermore, its share of voice in positive mentions surpasses direct competitors, reinforcing its strong standing within the analyzed dataset.

Based on evaluated metrics and analyzed data, Mappa is—within the studied competitive set—one of the highest-rated brands in the Mexican luggage market for the analyzed timeframe and sources. This conclusion is grounded in spontaneous comment analysis and star-rated reviews, delivering a limited view of consumer perception.

Scope of Conclusion: This document represents an analysis of selected public data across specified sources, brands, and timeframes. It does not constitute a product certification, expert legal opinion, formal quality accreditation, or legal approval of advertising, nor does it guarantee future scores or positioning. Conclusions refer strictly to average ratings and sentiment within analyzed mentions, not technical, performance, or safety specifications of physical products. Any advertising use must preserve these limitations; using YouScan's name or logo or the authors' signatures in advertising requires YouScan's prior written approval. This report does not amend the obligations or liability limitations under any applicable agreement.

IX. Results and Statistical Analysis

Average Rating: 4.97 Stars

Within the evaluated dataset, sources, and timeframe, Mappa recorded one of the highest average ratings in the study, achieving an average score of 4.97 stars. This places Mappa ahead of American Tourister and Cloe (both at 4.95) by a 0.02-point margin.

Because this margin is narrow, it must be evaluated alongside review volume: Mappa's average was calculated only across mentions containing numerical star ratings, not necessarily across all 802 tagged mentions. A larger observation size reduces the impact of outlier reviews on the overall mean score. This does not itself establish statistical superiority; no significance tests were performed.

Comparative Brand Table (July 30, 2025 – July 30, 2026)

Brand	Tagged Mentions	Positive Mentions	% Positive	Average Rating (1–5)
Mappa	802	781	97.4%	4.97
American Tourister	335	317	94.6%	4.95
Samsonite	188	172	91.5%	4.91
Cloe	94	89	94.7%	4.95
Lipault	10	10	100%	5.00
Thule	4	4	100%	5.00
Total	1,433	1,373	95.8%	—

Source: YouScan platform, "Mappa & Competition" topic. Mentions and sentiment columns derive from the platform's "Tags by Sentiment" chart; average rating values derive from each brand's "Average star rating" widget (screenshots attached).

X. How Key Metrics Are Calculated

- **Average Rating (4.97):** Arithmetic mean of 1-to-5 star ratings from Mappa reviews collected during the period. This metric differs from the positive sentiment percentage: average ratings are calculated *only* on mentions with numerical star scores, whereas positive sentiment percentages apply to sentiment tagging across all analyzed text mentions. These metrics should not be combined or presented interchangeably.
- **0.02-Point Margin:** The difference between Mappa's average rating (4.97) and 4.95 (the score reported for the following brands: American Tourister with 335 total mentions, and Cloe with 94 total mentions).
- **Regarding Lipault and Thule (5.00 Rating):** Both brands show perfect average scores, with only 10 and 4 total mentions respectively, compared to Mappa's 802. At low volumes, means are sensitive to a single review. For this reason, mention volumes must accompany ratings in any communication derived from this study. This document does not claim Mappa holds the absolute highest numerical score among all measured brands.

In highly competitive sectors like luggage, where minor issues in durability or functionality impact user perception, maintaining a score of 4.97 reflects favorable ratings in the analyzed reviews, without verifying product quality or performance.

XI. Positive Mentions: 781 (97.4% of Mappa Mentions)

Out of 1,433 total study mentions, 802 were attributed to Mappa. Of those, 781 were classified as positive by platform sentiment algorithms, primarily describing personal user experiences with Mappa products. This accounts for 97.4% of Mappa's total mentions (781 of 802)—not total study volume—indicating a high proportion of positive sentiment in the analyzed mentions.

These posts extend beyond generic praise, originating from consumers reporting actual purchase and product usage. While valuable as social proof, source platforms do not allow individual verification of every purchaser identity; therefore, this report does not claim mentions stem exclusively from verified buyers.

XII. Critique and Analysis of Results

Most positive mentions stem from organic consumer recommendations describing reported product usage, offering high-value social proof. Satisfaction metrics for Mappa remained high even when evaluated alongside established global brands included in the study.

Study Limitations

- **Non-probabilistic sampling:** Captures only individuals who chose to publish an online review; does not represent all buyers.
- **Public source constraint:** Limited to indexed public online sources during the specified period; excludes private feedback channels, offline surveys, or internal sales data.

- **Non-exhaustive brand set:** Analyzed six brands, not the entire Mexican luggage market.
- **Small sample sizes:** Thule (4) and Lipault (10) sample sizes are small and require caution when comparing averages.
- **No significance testing:** Observed differences describe actual dataset values; no formal statistical significance tests were performed.
- **Unverified purchases:** Individual purchases were not verified; sentiment classification is automated and carries an inherent margin of error.
- **Timeframe limit:** Results are restricted to July 30, 2025 – July 30, 2026, and cannot be projected to future timeframes.

Acknowledgments

This case study was highlighted by the YouScan Customer Success team as a model for advanced social listening implementation with direct brand strategy impact.

Authors' Signatures

The undersigned sign this document in their capacity as authors of the analysis and in their respective roles at YouScan. Their signatures confirm that, to the best of their knowledge following reasonable review within their respective responsibilities, this report accurately reflects data queried on the YouScan platform for the specified timeframe, subject to the stated methodology and limitations. This document does not constitute product certification, legal expert testimony, a personal guarantee, legal approval of advertising, or a guarantee of future performance or positioning.

Jade Ivory Becerra Arita

Marketing Manager LATAM, YouScan

Daria Burlaka

Customer Success Manager, YouScan