

# MONITOR DE REPUTACIÓN TURÍSTICA ONLINE DE LAS PALMAS DE GRAN CANARIA

Resumen ejecutivo 2023



## SIT LPA:

INICIO PLANIFIQUE SU VIAJE ▾ LO IMPRESCINDIBLE QUÉ HACER ▾ DESCUBRA LA CIUDAD ▾ **ÁREA PROFESIONAL ▾** NOTICIAS ▾ TRANSPARENCIA

Informes

Sistema de inteligencia turística

### Sistema de Inteligencia Turística



Viajeros



Gasto Turístico



Tráfico Marítimo y Aéreo



Sitycleta



Analítica Web y Redes Sociales



Oficina Información Turística



Reputación Turística Online



Iniciativas Sostenibles en alojamientos

<https://lpavisit.com/>

## Objetivo y metodología:

La quinta edición del Monitor de Reputación Turística Online de Las Palmas de Gran Canaria 2023, tiene como **objetivos** principales:

- Cuantificar cuál es la valoración agregada de los alojamientos, restaurantes y atractivos turísticos del destino, a partir de las puntuaciones publicadas por los usuarios dentro de las principales plataformas de turismo online.
- Establecer un seguimiento evolutivo de los principales indicadores de reputación elaborados en ediciones anteriores de análisis.

Para dar respuesta a estos objetivos, se ha aplicado una **metodología diseñada e implementada por Vivential Value** que incluye los siguientes contenidos:

### a) Fases de estudio:

- Localización de las fichas de los recursos turísticos del destino, presentes dentro de una selección de los principales portales de turismo online.
- Captura selectiva de variables de información de las fichas localizadas.
- Análisis cuantitativo a partir de los metadatos agregadas disponibles en estas fichas de recursos y sus opiniones.
- Obtención de indicadores clave de reputación turística online comparada para los sectores: Alojamientos, Restaurantes y Atractivos.
- Elaboración del correspondiente informe descriptivo de resultados, con la comparativa agregada de los tres sectores analizados.
- Elaboración de un cuadro de mando en formato interactivo, que permita una visualización dinámica de los principales indicadores del estudio.

### b) Principales indicadores:

- **iRON** Índice de Reputación Online®, calculado por agregación de las opiniones individuales disponibles en los portales online objeto de estudio (escala unificada 1-10).
- **TNP:** Tasa Neta de clientes Prescriptores, calculada como diferencia entre el volumen de clientes con valoraciones entre 9 y 10 puntos, menos el volumen de clientes con valoraciones entre 0 y 6 puntos (escala -100 / + 100%).
- **Sostenibilidad:** comparativa evolutiva de varios indicadores vinculados a la sostenibilidad turística, organizados entorno a tres ejes temáticos: económico, sociocultural y medioambiental.

### c) Fuentes de información :

- Tres portales turísticos líderes a nivel nacional e internacional con opiniones de clientes (OTA, comunidad de viajeros y mapa/buscador).

### d) Muestra de estudio efectiva:

La presente edición del Monitor de Reputación Turística Online de Las Palmas de Gran Canaria ha **normalizado las series históricas de datos analizados, de manera que permite comparativas perfectas de enero a diciembre de 3 años consecutivos: 2021-2022-2023.**

Con ese nuevo planteamiento metodológico, ahora por años completos, hace que no sean directamente comparables con los resultados publicados en ediciones anteriores, en los que se trabajaron muestras variadas de 16, 20 o más meses. Por ese motivo, se han recalculado todos los resultados correspondientes a 2022 y 2021.

**Principales indicadores (2023):**

iRON Índice de Reputación Online®

Índice de Reputación Online  
iRON GLOBAL

**8,51**

Año anterior: 8,47 (+0.41 %)

Muestra analizada de  
OPINIONES ONLINE

**95.860**

Año anterior: 84.658 (+13.23 %)

Muestra analizada de  
RECURSOS

**2.519**

Año anterior: 2.212 (+13.88 %)

Índice de Reputación Online  
PLAZA DE SANTA ANA

**9,21**

Año anterior: 9,19 (+0.14 %)

Índice de Reputación Online  
PLAYA DE LAS CANTERAS

**9,36**

Año anterior: 9,29 (+0.86 %)

Opiniones de turistas  
NACIONALES

**53,8 %**

Año anterior: 56,0 % (-3.99 %)

Opiniones de atractivos que  
corresponden a CULTURA

**41,9 %**

Año anterior: 42,7 % (-1.7 %)

Opiniones de atractivos que  
corresponden a PLAYA

**9,6 %**

Año anterior: 7,8 % (+23.51 %)

Opiniones de turistas extranjeros  
ALEMANES

**17,4 %**

Año anterior: 16,6 % (+4.79 %)

Opiniones de alojamientos que  
corresponden a HOTELES

**45,2 %**

Año anterior: 49,3 % (-8.24 %)

Opiniones de Hoteles que  
corresponden a 4 ESTRELLAS

**43,2 %**

Año anterior: 38,6 % (+12.04 %)

Opiniones de alojamientos que  
corresponden a PAREJAS

**42,7 %**

Año anterior: 42,7 % (-0.11 %)

### Comparativa Temporal - anual:

iRON Índice de Reputación Online®

iRON  
2023

**8,51**

Año anterior: 8,47 (+0.41 %)

Opiniones  
2023

**95.860**

Año anterior: 84.658 (+13.23 %)

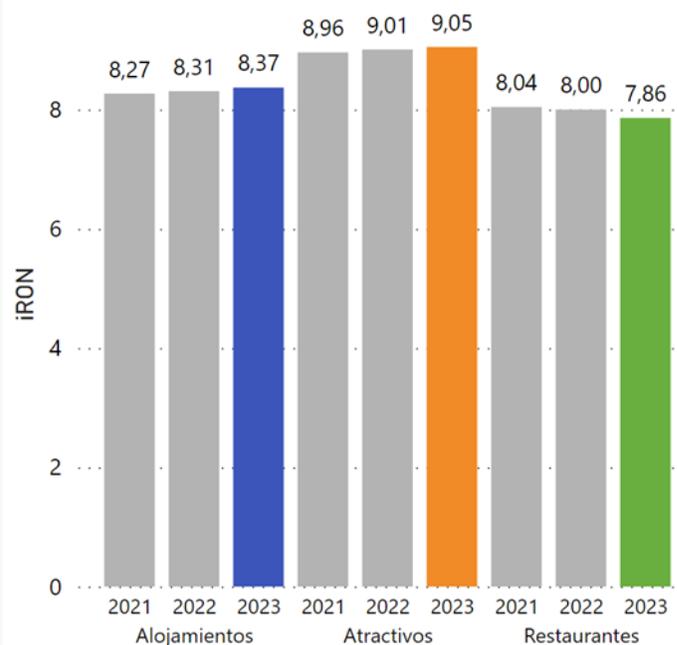
Recursos  
2023

**2.519**

Año anterior: 2.212 (+13.88 %)

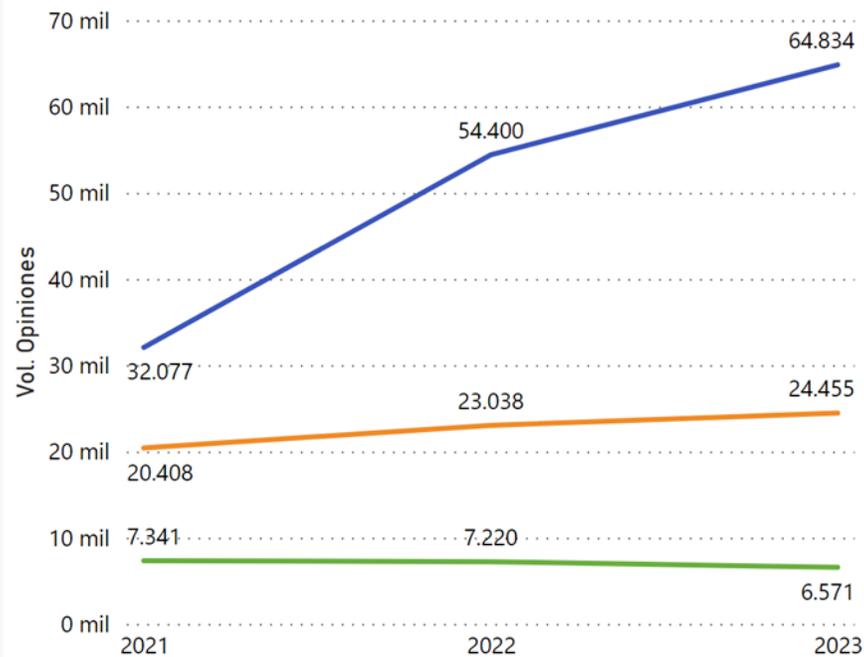
#### iRON por sector y año

iRON Índice de Reputación Online (escala 1-10)

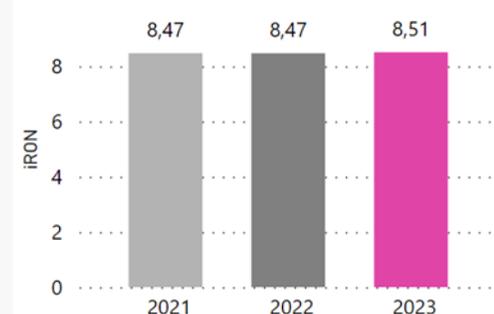


#### Volumen de nuevas opiniones por sector y año

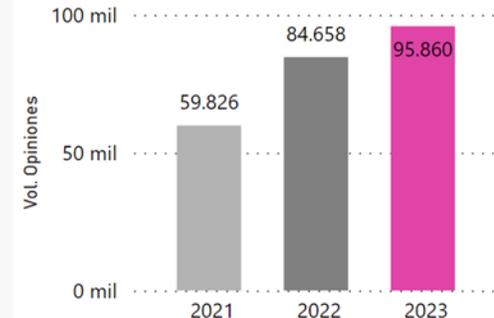
Sector ● Alojamiento ● Atractivos ● Restaurantes



#### iRON Global por año



#### Volumen Global de opiniones por año



### Comparativa Temporal - mensual:

iRON Índice de Reputación Online®

iRON  
2023

**8,51**

Año anterior: 8,47 (+0.41 %)

Opiniones  
2023

**95.860**

Año anterior: 84.658 (+13.23 %)

Recursos  
2023

**2.519**

Año anterior: 2.212 (+13.88 %)

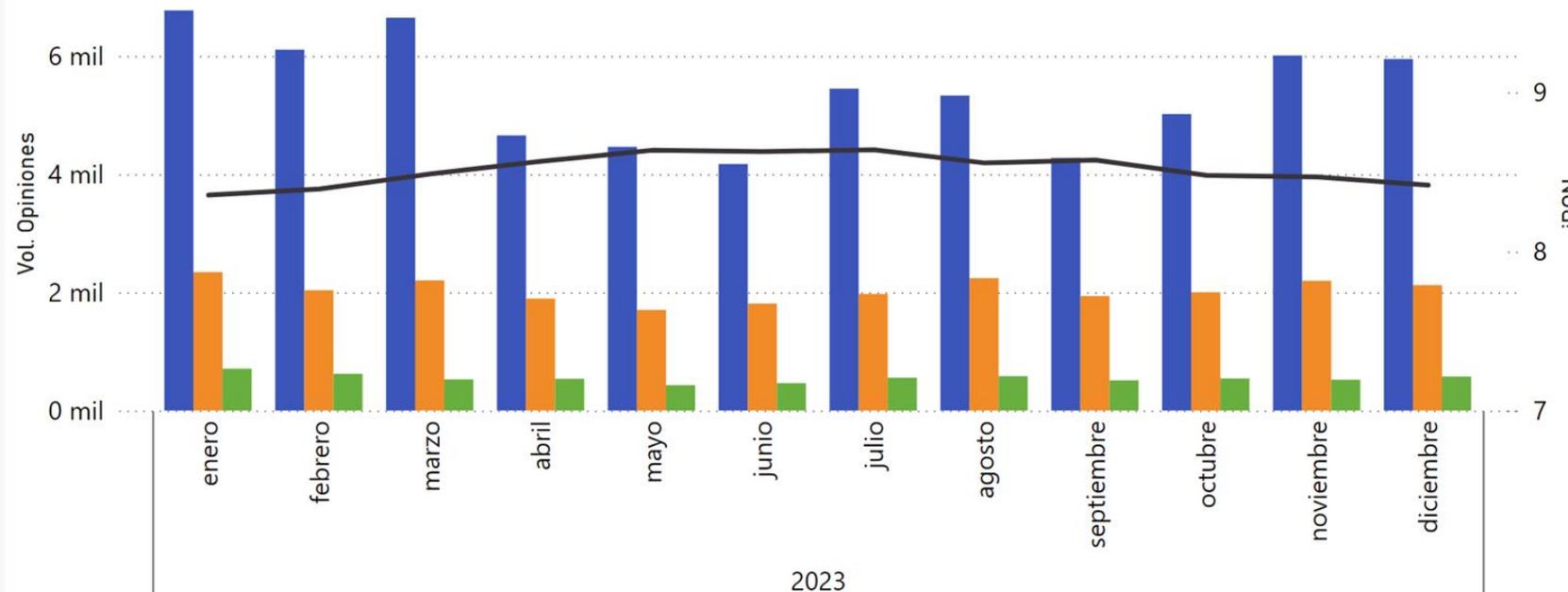
Opiniones "fuera verano"

2023

**76,2 %**

#### Opiniones por mes

Sector ● Alojamientos ● Atractivos ● Restaurantes ● iRON



#### Opiniones por mes

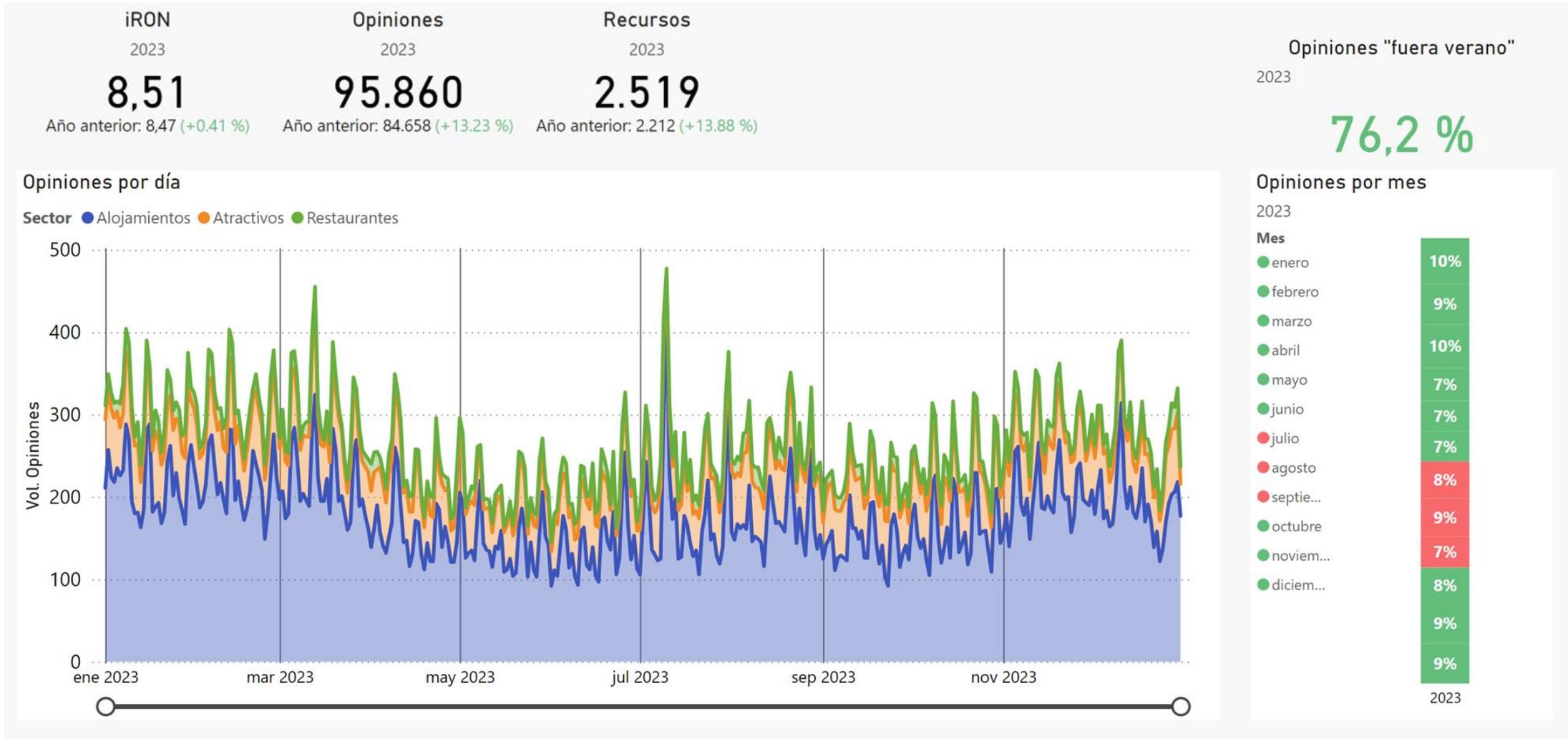
2023

Mes



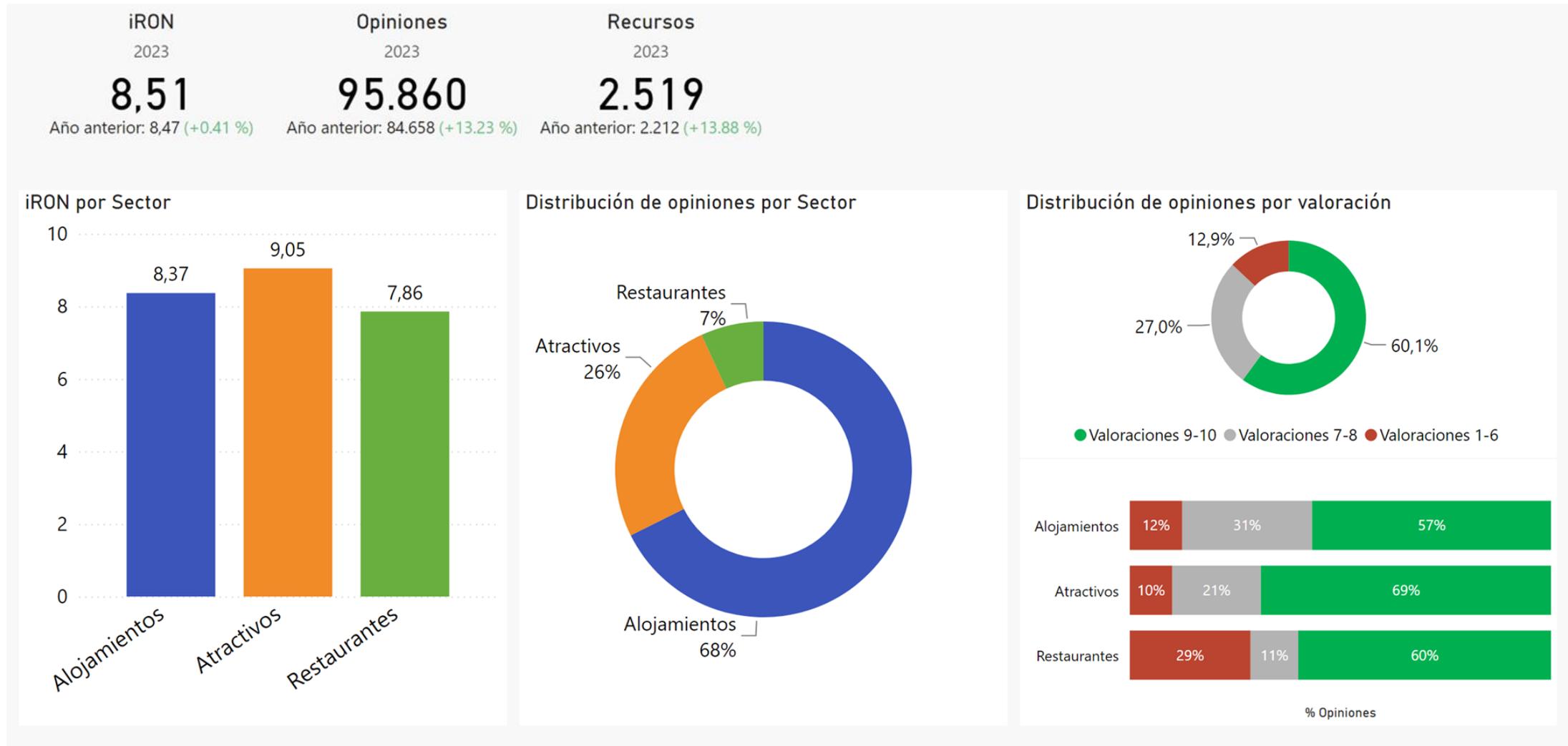
### Comparativa Temporal - mensual:

iRON Índice de Reputación Online®



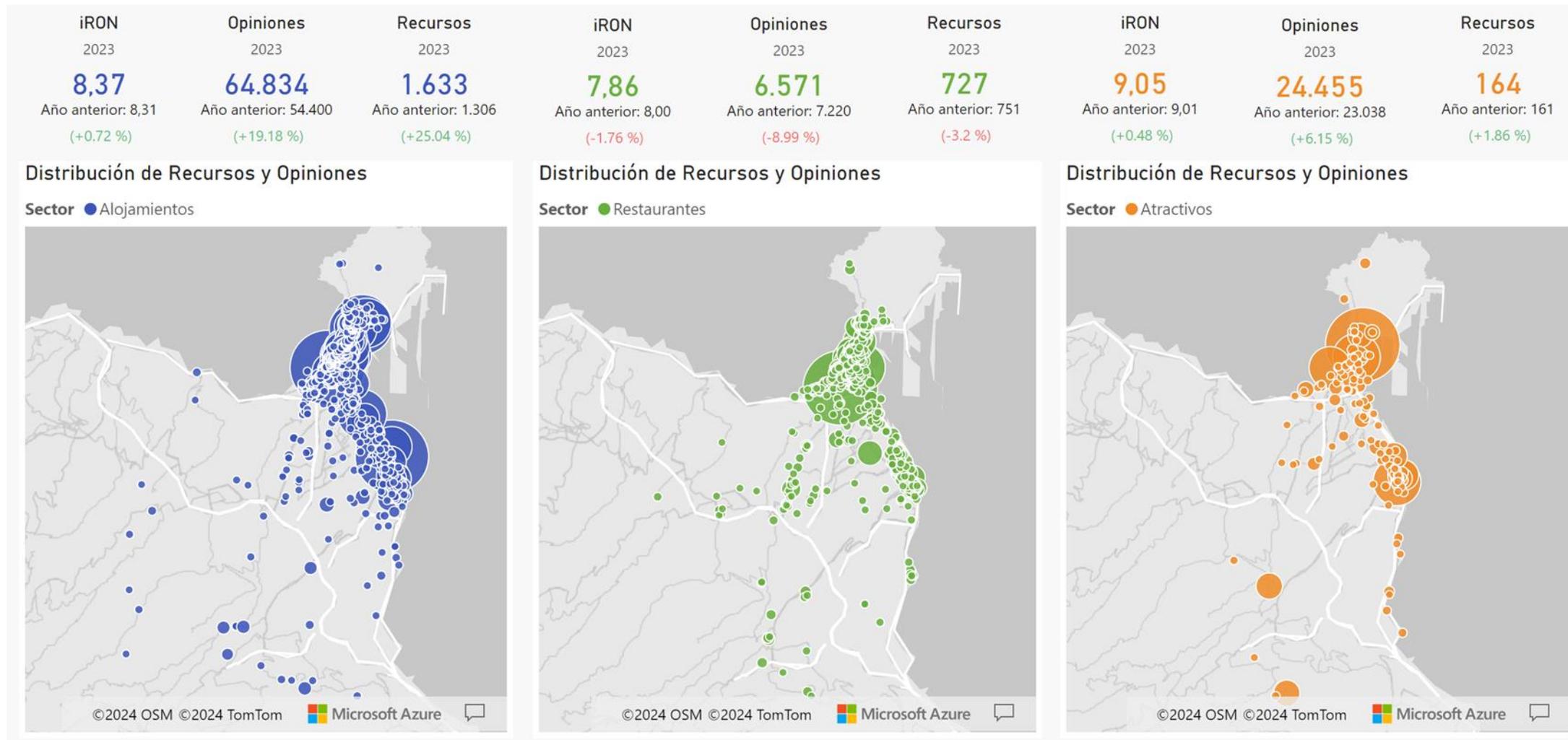
### Comparativa por Sectores:

iRON Índice de Reputación Online®



### Comparativa por Sectores:

iRON Índice de Reputación Online®



### Comparativa por Alojamientos - tipología:

iRON Índice de Reputación Online®

iRON

**8,37**

Año anterior: 8,31 (+0.72 %)

Opiniones

**64.834**

Año anterior: 54.400 (+19.18 %)

Recursos

**1.633**

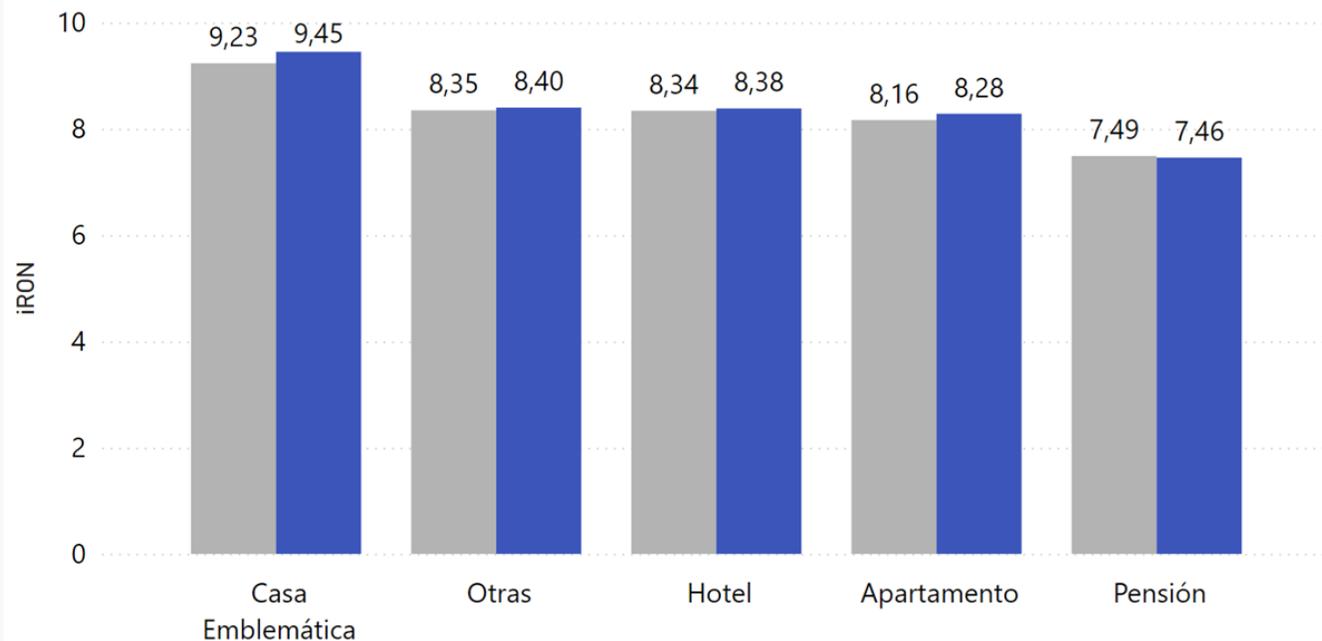
Año anterior: 1.306 (+25.04 %)



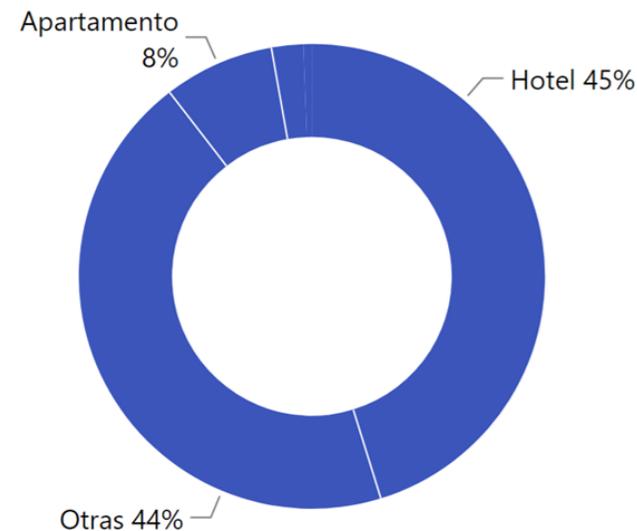
"Otras" tipologías de alojamientos corresponde fundamentalmente a Viviendas vacacionales ubicadas en el municipio.

iRON por Tipo Alojamiento

● Año anterior ● Año seleccionado



Vol. Opiniones por Tipo Alojamiento





## Comparativa por Restaurantes – tipología:

iRON Índice de Reputación Online®

iRON

**7,86**

Año anterior: 8,00 (-1.76 %)

Opiniones

**6.571**

Año anterior: 7.220 (-8.99 %)

Recursos

**727**

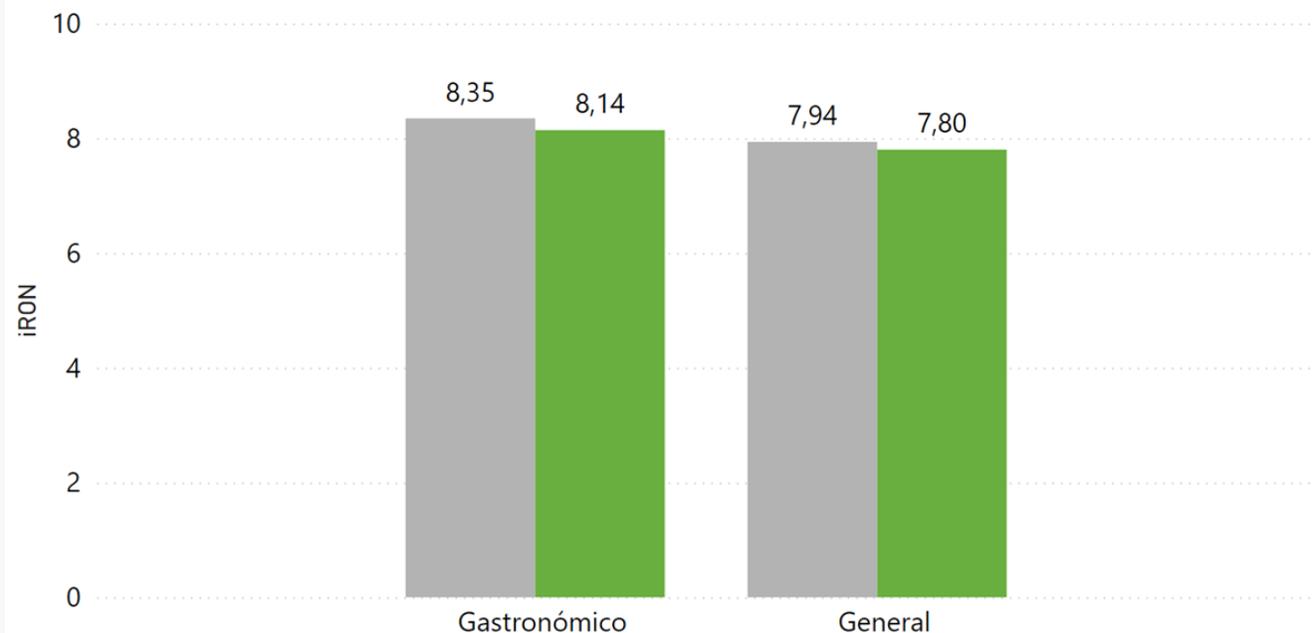
Año anterior: 751 (-3.2 %)



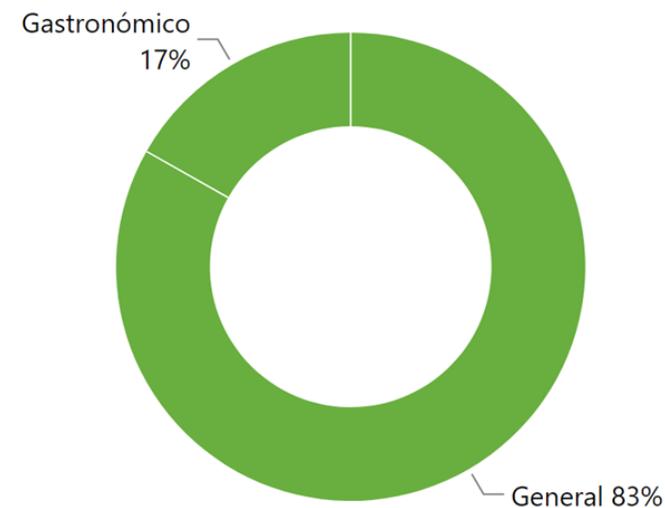
"Gastronómico" corresponde a una selección de restaurantes y otros establecimientos específicos que participan en una acción de promoción sectorial del destino.

### iRON por Tipología de Restaurantes

● Año anterior ● Año seleccionado



### Vol. Opiniones por Tipología de Restaurantes





### Comparativa por Atractivos - tipología:

iRON Índice de Reputación Online®

iRON

**9,05**

Año anterior: 9,01 (+0.48 %)

Opiniones

**24.455**

Año anterior: 23.038 (+6.15 %)

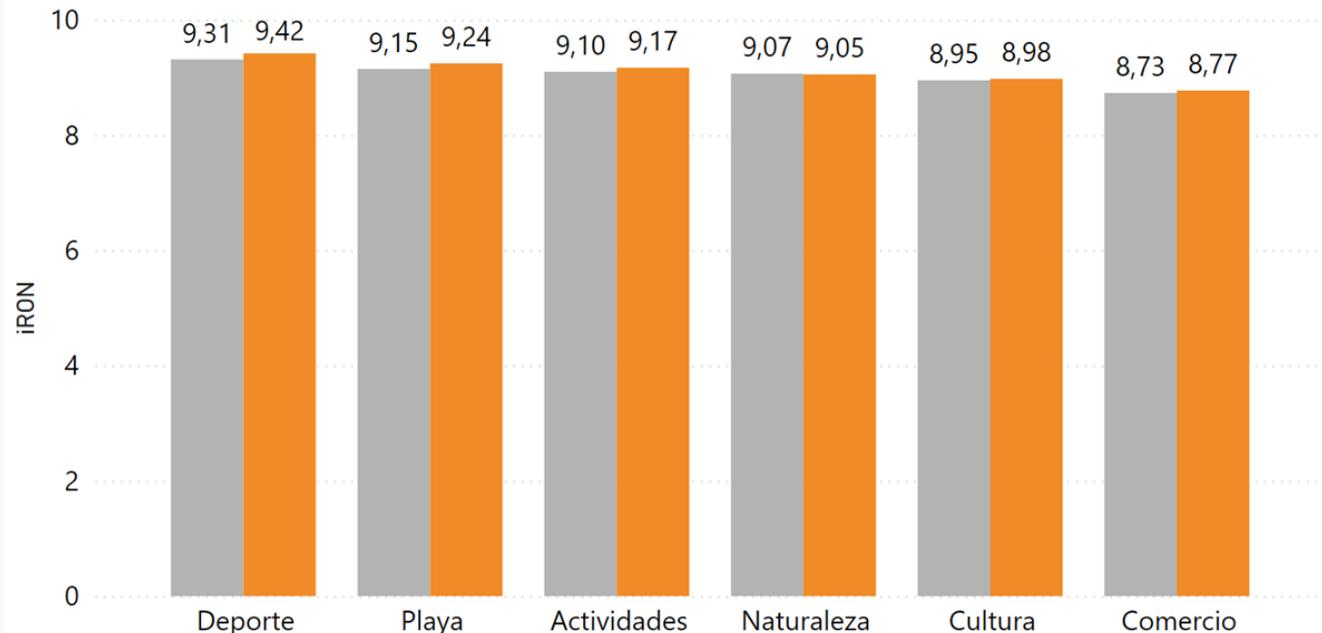
Recursos

**164**

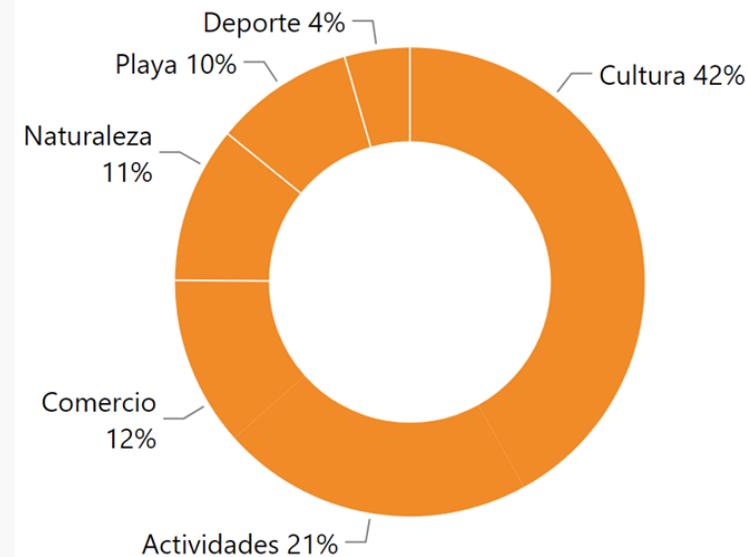
Año anterior: 161 (+1.86 %)

iRON por Tipología de Atractivos

● Año anterior ● Año seleccionado



Vol. Opiniones por Tipología de Atractivos



### Comparativa por Atractivos – síntesis cualitativa:

iRON Índice de Reputación Online®

12.623

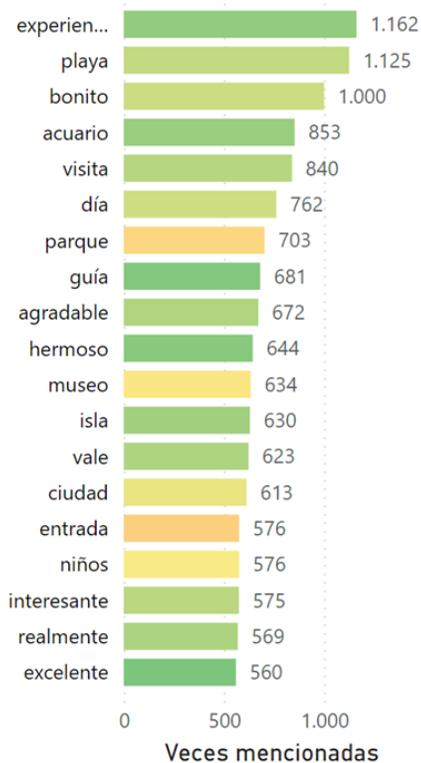
Opiniones con texto



146.851

Palabras

Ranking de palabras más mencionadas en las opiniones



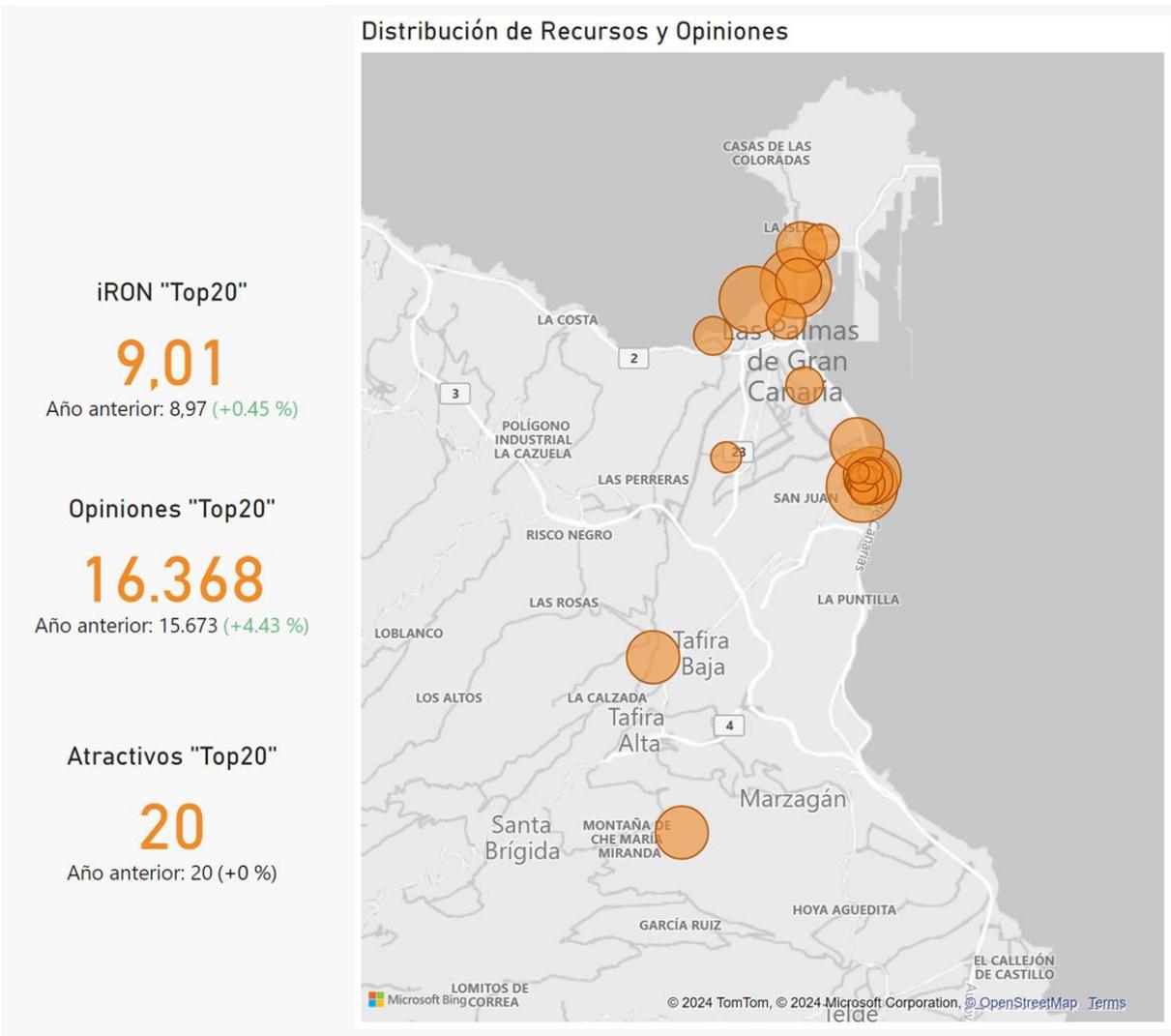
Nube de palabras más mencionadas en las opiniones



*Nota técnica: con el fin de unificar los textos originales a un solo idioma para su correcta representación conjunta en nube de palabras, se ha procedido a la traducción automatizada al castellano del resto de idiomas.*

## Comparativa por Atractivos - "Top 20" recursos públicos por volumen de opiniones:

iRON Índice de Reputación Online®



iRON "Top20"  
**9,01**  
 Año anterior: 8,97 (+0.45 %)

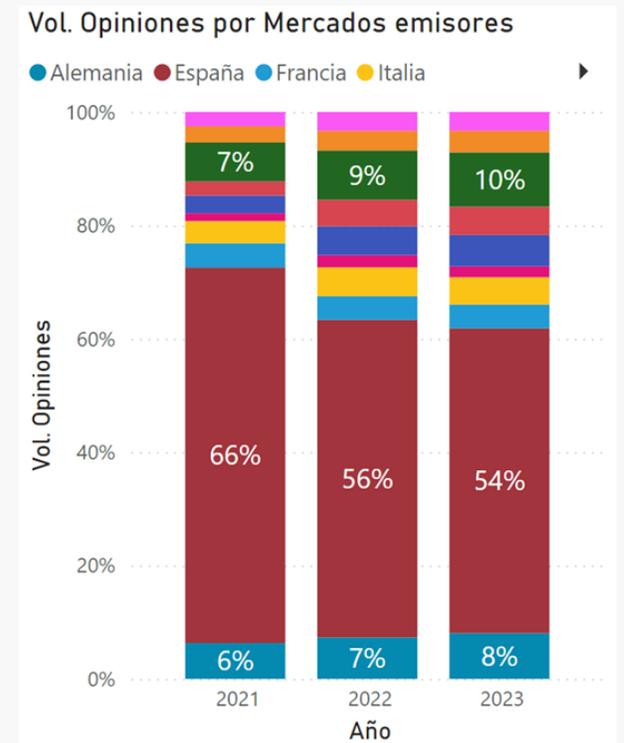
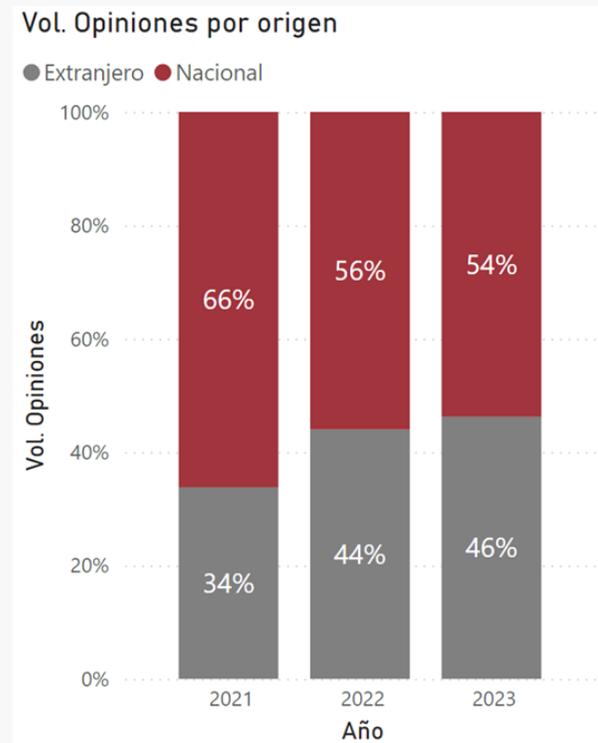
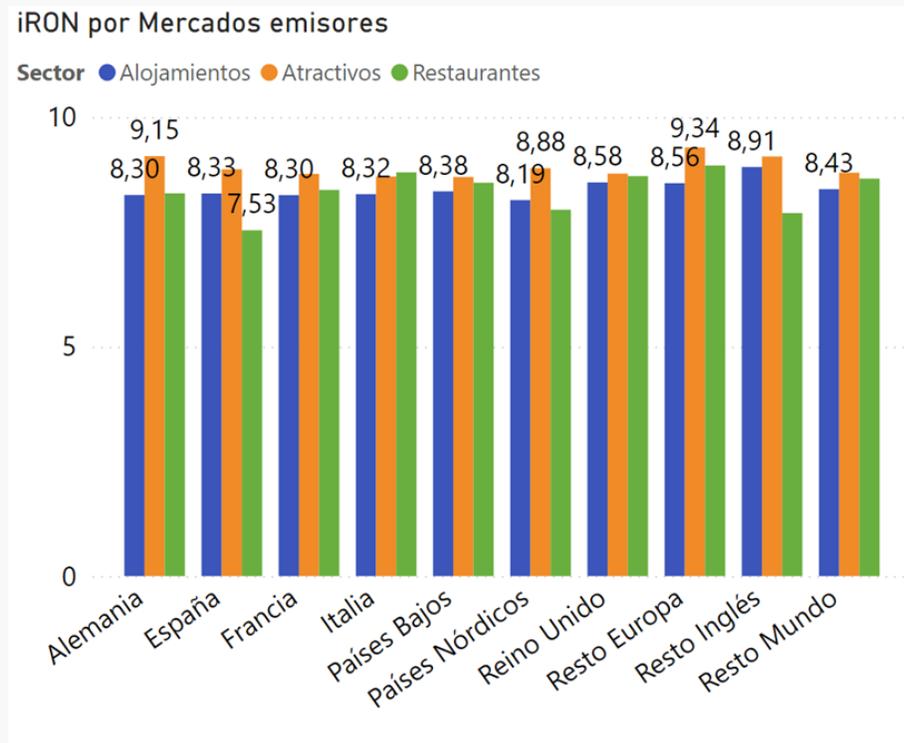
Opiniones "Top20"  
**16.368**  
 Año anterior: 15.673 (+4.43 %)

Atractivos "Top20"  
**20**  
 Año anterior: 20 (+0 %)

Atractivos "Top20"	iRON	Vol. Opiniones	% Vol. Opiniones
Plaza de Santa Ana	9,21	2.191	9,0 %
Parque Santa Catalina	8,85	2.182	8,9 %
Playa de Las Canteras	9,36	1.874	7,7 %
Mercado de Vegueta	8,86	1.266	5,2 %
Parque San Telmo	8,77	1.048	4,3 %
Jardín Botánico Viera y Clavijo	8,73	1.017	4,2 %
Caldera de Bandama	9,31	1.015	4,2 %
Mercado del Puerto	8,73	899	3,7 %
Casa de Colón	9,11	749	3,1 %
Museo Elder de la Ciencia y la Tecnología	8,89	696	2,8 %
Mercado Central	8,86	495	2,0 %
Auditorio Alfredo Kraus	9,31	456	1,9 %
Parque Doramas	9,16	422	1,7 %
Catedral de Santa Ana	8,89	416	1,7 %
Castillo de la Luz	8,39	392	1,6 %
Infecar	8,55	291	1,2 %
Museo Canario	9,03	255	1,0 %
Plaza de las Ranas	8,95	252	1,0 %
Teatro Pérez Galdós	9,50	230	0,9 %
Gabinete Literario	9,42	222	0,9 %
<b>Total</b>	<b>9,01</b>	<b>16.368</b>	<b>66,9 %</b>

## Comparativa por Mercados emisores:

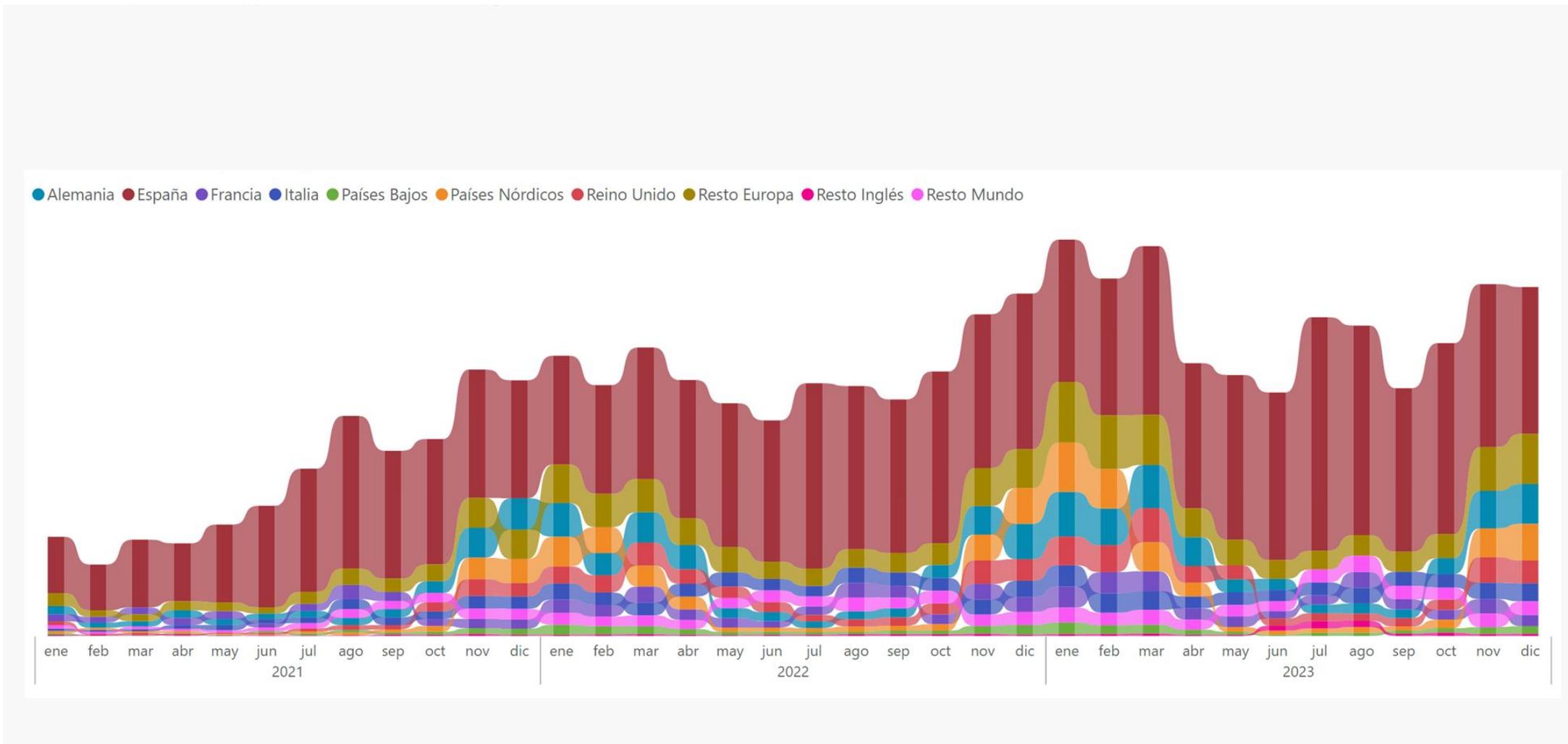
iRON Índice de Reputación Online®



**Nota técnica:** "Resto Inglés – Extranjeros" corresponde a opiniones escritas en inglés pero sin concreción de país.

### Comparativa por Mercados emisores – evolutivo temporal (Opiniones de Alojamientos):

iRON Índice de Reputación Online®

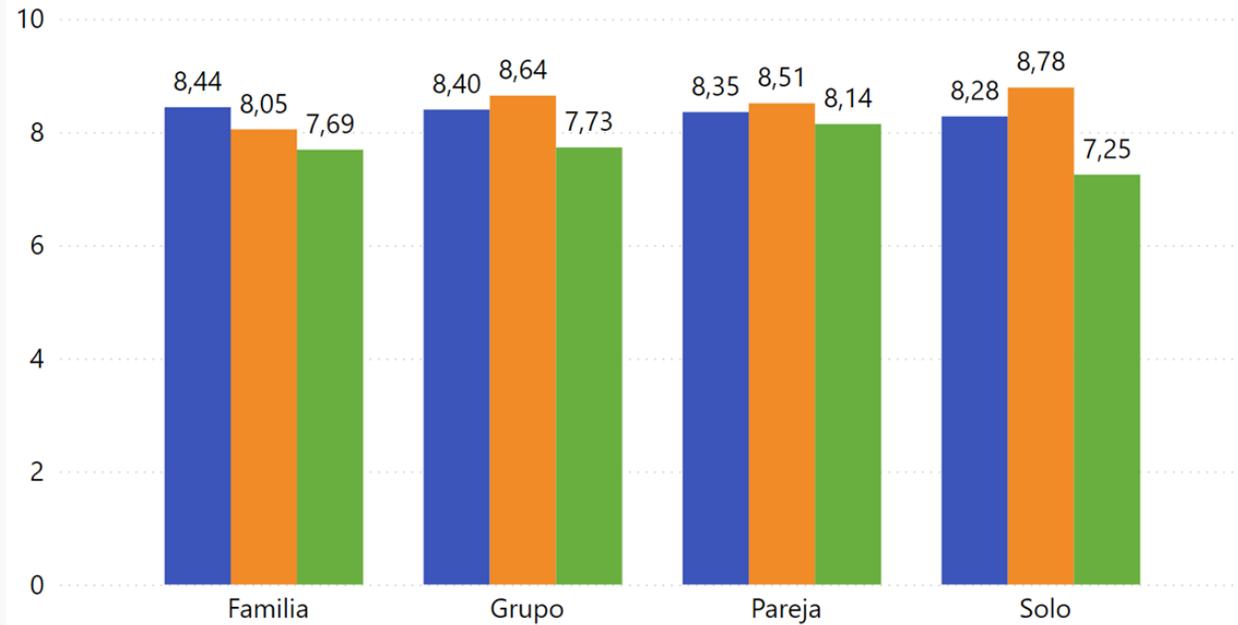


### Comparativa por Tipo de cliente:

iRON Índice de Reputación Online®

iRON por Tipo de cliente

Sector ● Alojamientos ● Atractivos ● Restaurantes



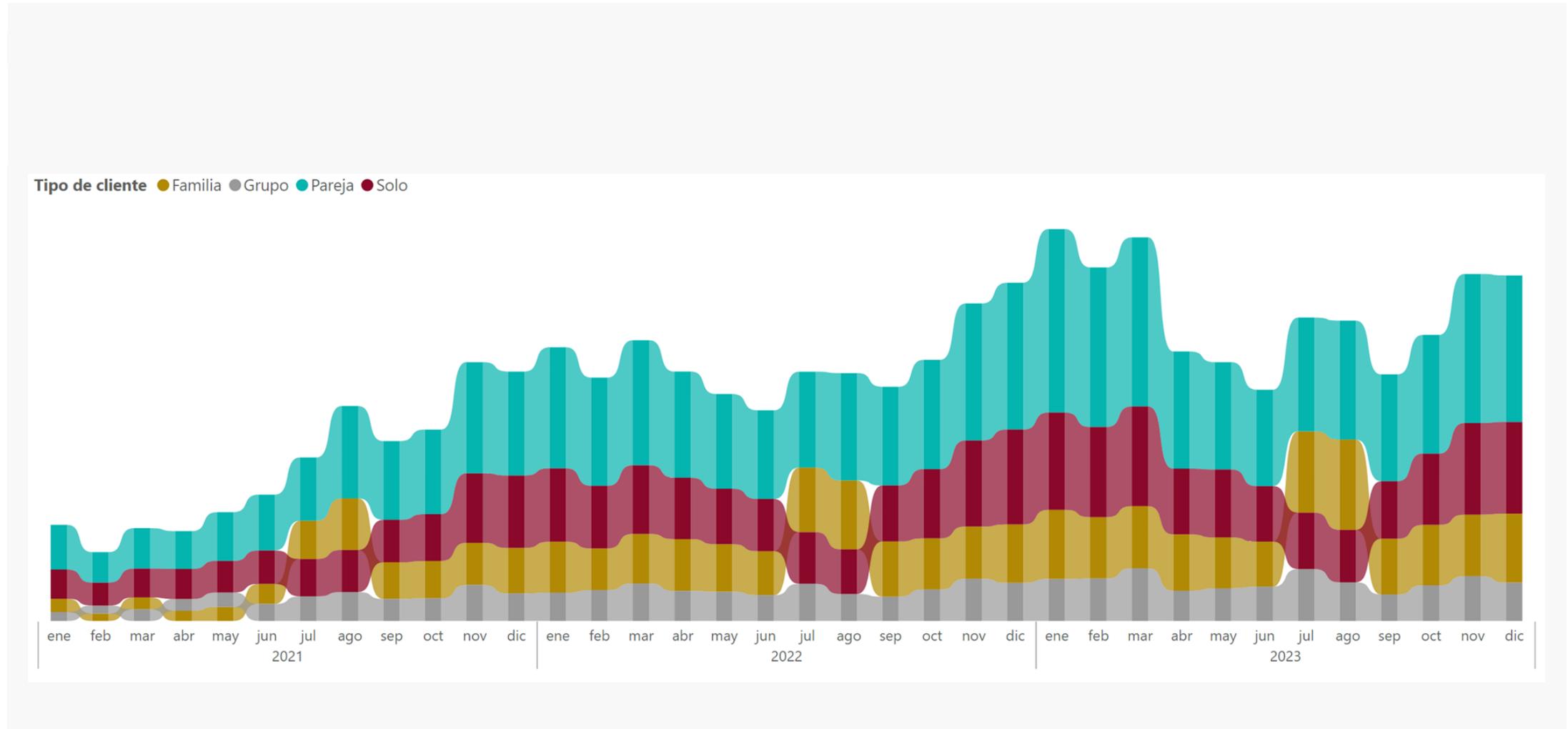
Vol. Opiniones por Tipo de cliente

Tipo de Cliente ● Familia ● Grupo ● Pareja ● Solo



### Comparativa por Tipo de cliente – evolutivo temporal (Opiniones de Alojamientos):

iRON Índice de Reputación Online®



## Créditos:

Coordinación:



Implementación:

