

INDICADORES DE SATISFACCIÓN (0-100).

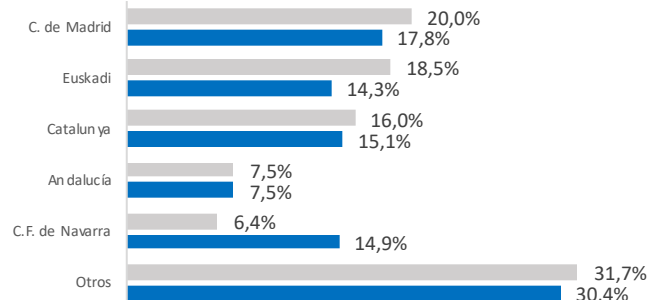
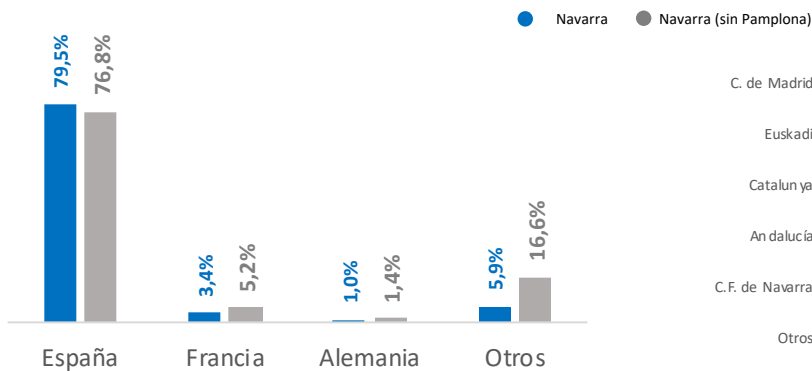
131,34k menciones turísticas analizadas

La satisfacción general con Navarra independientemente del efecto Pamplona es muy buena, creciendo en ambos casos más de un 10% respecto al mismo periodo anterior. Este ascenso se debe a crecimientos en la satisfacción en cuando a Alojamiento, Seguridad y, principalmente, Clima. La satisfacción con el Producto Turístico se resiente de manera muy ligera. Cabe destacar, en cuanto al Producto Turístico, una notable mayor satisfacción cuando se habla de Navarra aislando el efecto de Pamplona.



VALORACIÓN (0-100) Y PRECIOS ALOJAMIENTO

La valoración del alojamiento es más que satisfactoria en Navarra. Al tomar Navarra aislando Pamplona, la satisfacción con la planta de 3* es superior, aunque si se observa la planta 4* es inferior, igual que en la planta hotelera de categoría superior. Los precios en 3* y 4* son muy parejos.



PORCENTAJE DE MENCIONES POR MERCADO DE ORIGEN Y COMUNIDADES AUTÓNOMAS

El volumen de menciones turísticas procedentes del mercado español es superior en Navarra. No obstante, sin tener en cuenta Pamplona, se ve mayor influencia del mercado internacional, reflejado en la mayor presencia de franceses y alemanes y sobretodo en la de otros orígenes, principalmente estadounidenses y británicos.

Por regiones, Madrid es la principal en cuanto a volumen de menciones en ambos casos. En segundo lugar, para Navarra sin tener en cuenta Pamplona aparece Euskadi, en cambio para Navarra en general surge Cataluña seguida por la propia C.F. de Navarra, que no obstante pierde bastante peso cuándo no se tiene en cuenta Pamplona. Andalucía presenta el mismo volumen de menciones relativas para ambos casos, y los mercados alternativos son algo superiores en Navarra sin tener en cuenta Pamplona.

Navarra	N. sin Pamplona		
Bardenas Reales	10,96%	Bardenas Reales	16,90%
San Fermín	10,36%	Camino de Santiago	13,35%
Camino de Santiago	8,66%	Palacio Real de Olite	10,22%
Centro Hist. Pamplona	7,19%	Pirineos	7,11%
Palacio Real Olite	6,63%	Valle del Baztán	4,66%

ATRATIVOS MÁS MENCIONADOS

Bardenas Reales es el atractivo turístico más mencionado por los turistas para Navarra en ambos casos. Si se tiene en cuenta Pamplona, en el Top 5 aparecen San Fermín y el Centro Histórico; mientras que sin tener en cuenta Pamplona, el Top 5 está compuesto por el Camino de Santiago, el Palacio Real de Olite, los Pirineos y el Valle del Baztán. En el Top 10 global aparecen la Plaza del Castillo, el Puente la Reina y la Catedral de Pamplona.

Navarra	Sin P.	
Cultural	31,89%	25,54%
Natural	18,26%	24,7%
Gastronómico	15,61%	14,64%
Activo	9,25%	11,04%
Ocio Nocturno	8,7%	5,83%
Familiar	6,83%	5,94%
Shopping	6,06%	2,36%
Wellness	3,4%	3,37%

MENCIONES A PRODUCTOS TURÍSTICOS

En ambos casos, el producto Cultural es el que goza de más interés. Pero sin Pamplona, el producto Natural obtiene un volumen de menciones muy similar al cultural. A continuación, el producto Gastronómico interesa de forma similar en ambas consideraciones, así como el Familiar y el Wellness. Cabe mencionar que el producto Activo levanta más interés en la región sin tener en cuenta Pamplona. El Ocio Nocturno y el Shopping son, más mencionados cuando se tiene en cuenta Pamplona.

Este resumen ejecutivo se ha elaborado mediante el análisis de las interacciones espontáneas y públicas de los usuarios en Redes Sociales en relación al destino, desde el punto de vista turístico entre el 01/03/19 y el 31/05/19, y el mismo periodo de 2018. Las fuentes utilizadas son:

- **Redes Sociales:** Instagram y Twitter. 131.342 menciones turísticas.
- **Opiniones hoteleras:** TripAdvisor y Booking.com. 12.349 reviews. 120 hoteles monitorizados.
- **Precios hoteleros:** Precios publicados en OTA s por una habitación doble en régimen de sólo alojamiento. Para una reserva hecha con un mes de antelación. Precio con impuestos incluidos.

Los índices calculados muestran valores de entre 0 y 100 puntos. A continuación, se muestra la escala de valoración para conocer el significado y evolución de los indicadores en el tiempo.

- **De 0 a 24 puntos:** Aquellos indicadores o índices que se encuentran dentro de esta escala, muestran niveles de satisfacción y confianza muy bajos y por lo tanto son un área prioritaria de reconfiguración.
- **De 25 a 49 puntos:** Nivel de satisfacción y confianza relativamente bajo. Importante potencial para la mejora.
- **De 50 a 74 puntos:** Nivel de satisfacción bueno a muy bueno. Moderado potencial de mejora.
- **De 75 a 100 puntos:** Niveles de satisfacción y confianza excelentes. En algunos casos hay márgenes para la mejora, aunque en la mayoría de ellos sean niveles a mantener y consolidar.

La evolución de los niveles de satisfacción de los visitantes / usuarios se extrae mediante cinco indicadores clave de rendimiento del destino que se describen a continuación:

- **Producto:** el Índice de Productos Turísticos, mide el nivel de satisfacción con la oferta (productos) del destino en sus diversas categorías: Cultural, Gastronómico, etc. Este índice se obtiene analizando la distribución de comentarios positivos, negativos y neutros que se producen para cada uno de estos productos.
- **Seguridad:** el Índice de Percepción de Seguridad, mide el nivel de seguridad percibida por los visitantes. Este índice se calcula mediante avanzadas técnicas de PNL (programación neurolingüística) que permiten entender cuando un comentario hace referencia a estas cuestiones.
- **Clima:** el Índice de Percepción Climática, mide el nivel de satisfacción de los visitantes con el clima en el destino. Esto se consigue midiendo el volumen de "quejas", es decir, comentarios negativos respecto a la meteorología en el destino y trazando una relación inversa: cuanto más bajo sea el volumen de comentarios negativos, mayor será el índice de satisfacción. Este tipo de medida permite entender la relación entre las expectativas de los visitantes y la realidad del destino.
- **Hotel:** el Índice de Satisfacción con la Planta Hotelera, medida, como su nombre indica, el nivel de satisfacción de los visitantes con el conjunto de la planta de alojamiento de un destino para hoteles de tres, cuatro y cinco estrellas, en base a los comentarios sobre la oferta de alojamiento que los huéspedes realizan en Tripadvisor y Booking.
- **Global:** Este índice mide el nivel global de satisfacción de los visitantes con el destino. Esta medición se realiza ponderando los cuatro indicadores anteriores, así como analizando la distribución de sentimiento general sobre el destino.