

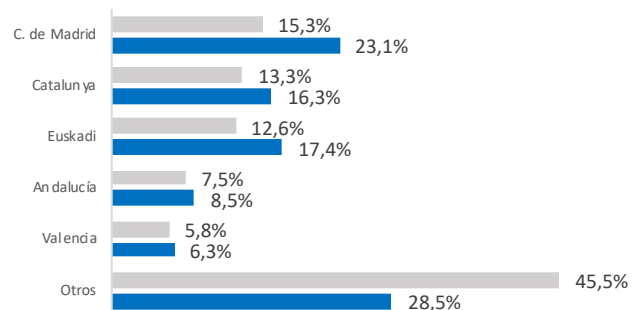
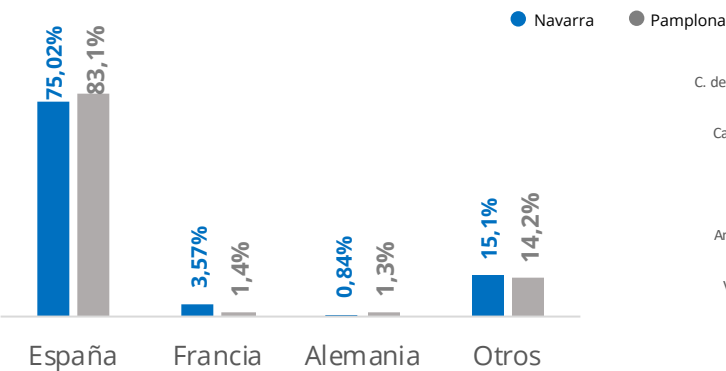
INDICADORES DE SATISFACCIÓN (0-100).

129,61K menciones turísticas analizadas

Navarra obtiene una puntuación global 4 puntos superior a Pamplona. Esto es gracias a los mayores índices de satisfacción con la planta hotelera y con el producto turístico ofertado. Por el contrario, la percepción de seguridad y la percepción climática es ligeramente superior en Pamplona. Ambos destinos aumentan la satisfacción Global respecto a 2018.

SATISFACCIÓN (0-100) Y PRECIOS HOTELES

La satisfacción con los alojamientos de 3 y 4 estrellas es superior en Pamplona, sin una gran diferencia. Esta tendencia se observa de igual modo en los precios, siendo mayor la diferencia de coste en los 4 estrellas entre las 2 zonas contempladas.



PORCENTAJE DE MENCIONES POR MERCADO DE ORIGEN Y COMUNIDADES AUTÓNOMAS

El mercado nacional es predominante en ambos destinos, en mayor medida en Pamplona. La presencia relativa de los franceses es mayor en Navarra que en Pamplona, mientras sucede lo contrario con los alemanes, algo más presentes en Pamplona.

En cuanto al mercado nacional, en ambos destinos la mayoría de turistas españoles provienen de Madrid, en mayor proporción en Navarra. En segundo lugar, si para Navarra se sitúa Euskadi, para Pamplona aparece Catalunya. En tercer lugar, para el destino Navarra aparece el origen catalán, y para Pamplona Euskadi.

Para ambos Andalucía y Valencia aparecen en cuarto y quinto lugar respectivamente.

| Navarra | Pamplona | | |
|--------------------|----------|----------------------|--------|
| San Fermín | 17,37% | San Fermín | 35,11% |
| Bardenas Reales | 13,68% | Centro Histórico | 18,23% |
| Bosque de Irati | 12,36% | Catedral de Pamplona | 16,01% |
| P. R. de Olite | 11,12% | Plaza del Castillo | 11,6% |
| Camino de Santiago | 9,87% | Murallas de Pamplona | 4,05% |

ATRATIVOS MÁS MENCIONADOS

San Fermín, pese a quedar alejado en fechas, sigue siendo el atractivo más mencionado tanto para Navarra como para Pamplona, aunque con mucha mayor influencia en la ciudad. En Navarra Bardenas Reales, el Bosque de Irati, el P. R. de Olite y el Camino de Santiago son los principales atractivos con un volumen similar. En Pamplona el Centro Histórico, la Catedral de Pamplona y la Plaza del Castillo son los atractivos más relevantes.

| Navarra | Pam. | |
|---------------|--------|--------|
| Natural | 27,77% | 7,82% |
| Cultural | 27,04% | 35,39% |
| Gastronómico | 13,12% | 15,16% |
| Activo | 10,5% | 5,93% |
| Familiar | 7,51% | 9,36% |
| Ocio Nocturno | 7,43% | 12,59% |
| Shopping | 3,43% | 10,86% |
| Wellness | 3,19% | 2,89% |

MENCIONES A PRODUCTOS TURÍSTICOS

El producto Natural es el más mencionado en Navarra, seguido muy de cerca por el Cultural. Con un volumen considerablemente inferior de menciones aparecen el Gastronómico y el Activo. En Pamplona el principal producto es el Cultural con más de 20 puntos de diferencia respecto al Gastronómico, el 2º producto respecto a interés. Por detrás, Ocio Nocturno y Shopping ocupan el 3er y 4º puesto por interés.

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 Pamplona y al destino Navarra aislando el efecto Pamplona**, desde el punto de vista turístico entre el 01/09/19 y el 30/11/19, y el mismo periodo de 2018. Las fuentes utilizadas son:

- **Redes Sociales:** Instagram y Twitter. 129.610 menciones turísticas.
- **Opiniones hoteleras:** TripAdvisor y Booking.com. 9.310 reviews. 117 hoteles monitorizados.
- **Precios hoteleros:** Precios publicados en OTA s por una habitación doble en el régimen del destino. 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.