

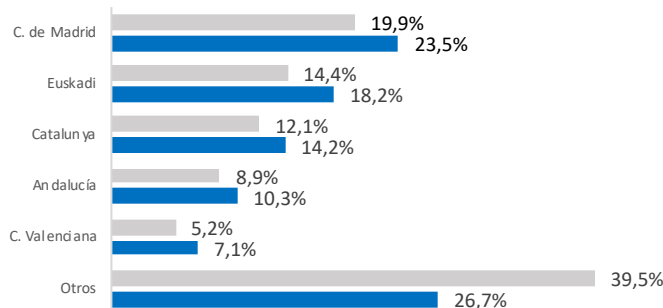
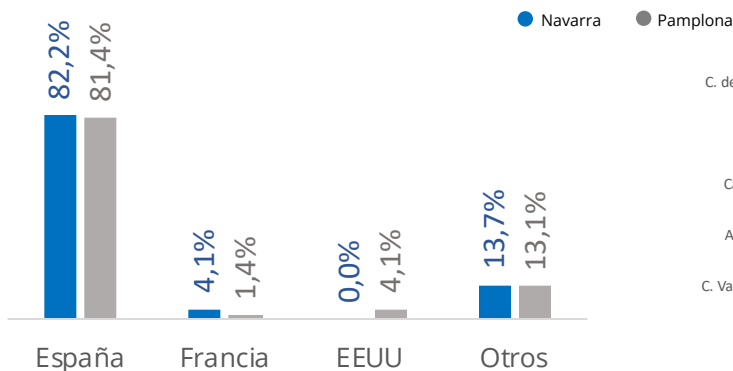
INDICADORES DE SATISFACCIÓN (0-100).

64 K menciones turísticas analizadas

Los destinos Navarra y Pamplona logran mantener una satisfacción Global notablemente positiva, incluso superior a la del año pasado. Esto es gracias a la satisfacción con la planta hotelera, puesto que si nos fijamos en el resto de índices, si bien se mantienen en buenos niveles, la variación respecto a los mismos meses de 2019 es negativa (a excepción de Producto en Pamplona)

SATISFACCIÓN (0-100) Y PRECIOS HOTELES

La satisfacción hotelera se mantiene elevada, algo superior en la planta 4 estrellas, sobre todo en el destino Navarra. Los precios son muy similares entre los destinos, no así entre plantas, con más de 10 euros de diferencia por noche en ambos casos.



PORCENTAJE DE MENCIONES POR PAÍS DE ORIGEN Y COMUNIDADES AUTÓNOMAS

La distribución de menciones por país de origen entre Navarra y Pamplona es muy similar en el caso de los turistas españoles. En el caso de los franceses, hablan turísticamente más abundantemente sobre Navarra que Pamplona. Sucede lo contrario con los estadounidenses, que hablan notablemente sobre Pamplona, en cambio muy escasamente hablan de Navarra.

La mayoría de menciones turísticas producidas por españoles son producidas por los madrileños, vascos, catalanes andaluces y valencianos, en este orden tanto para Pamplona como para Navarra. Cabe destacar el caso de las menciones procedentes de Castilla y León para el destino Navarra.

Navarra		Pamplona	
Camino de Santiago	14,6%	San Fermín	55,8%
Estella - Lizarra	13,8%	Centro Histórico	12,1%
Pirineos	13,8%	Plaza del Castillo	11,7%
San Fermín	11,8%	Catedral de Pamplona	5,5%
Bardenas Reales	11%	Parque de Yamaguchi	5%

ATRATIVOS MÁS MENCIONADOS

El destino Navarra muestra una distribución del interés por sus principales atractivos muy equitativa, situándose los del top 5 entre el 14,6% y el 11%. Así, el Camino de Santiago es el primero. San Fermín, en cuarto lugar en Navarra, es, con diferencia, el atractivo más mencionado en estos meses en Pamplona, con un 55,8% de las menciones turísticas hablando de atractivos. Es seguido por los enclaves principales del centro de Pamplona.

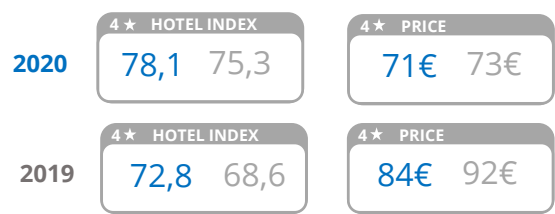
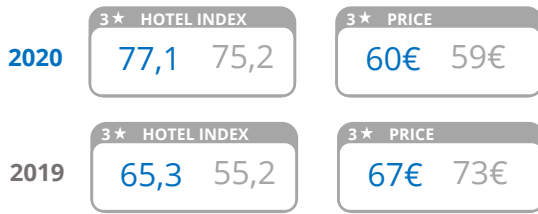
Navarra	Pam.	
Natural	29,9%	11,2%
Cultural	21,4%	24%
Gastronómico	14,1%	11,8%
Activo	10,6%	5,8%
Familiar	7,9%	8,6%
Shopping	6,2%	10%
Ocio Nocturno	4%	9,8%
Wellness	3,4%	3,4%

MENCIONES A PRODUCTOS TURÍSTICOS

El interés por el producto Natural es muy destacable en Navarra, principalmente si lo comparamos con el año pasado cuando era superado por el Cultural. Este precisamente, es el primer producto por interés en Pamplona. El producto Gastronómico destaca en ambos destinos con porcentajes de interés relativo similares. Por otra parte el Activo resalta más en Navarra, así como el Shopping en Pamplona.

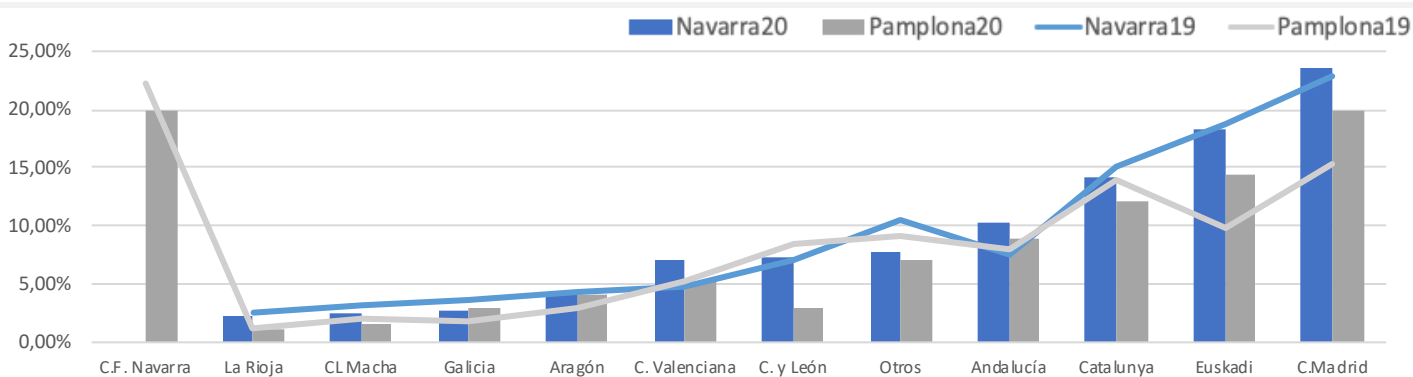
Informe Big Data, Navarra vs. Pamplona

Abril, mayo y junio 2020 vs. 2019



SATISFACCIÓN (0-100) Y PRECIOS HOTELES vs. 2019

● Navarra ● Pamplona
Aumenta considerablemente la satisfacción respecto a 2019 en los 3 estrellas, mientras desciende el precio tanto en Navarra como en Pamplona. Sobre los alojamientos 4 estrellas, también aumenta la satisfacción, aunque en menor medida que con la planta inferior; los precios en cambio, caen más en los 4 estrellas.



PORCENTAJE DE MENCIONES POR MERCADO DE ORIGEN Y COMUNIDADES AUTÓNOMAS vs. 2019

Sobre los usuarios navarros que hablan turísticamente de Pamplona se observa un porcentaje relativo de menciones turísticas inferior al de 2019. Los orígenes que aumentan en Navarra respecto 2019 son Madrid, Andalucía y la Comunidad Valenciana. Los que aumentan en Pamplona son principalmente Madrid y Euskadi.

Navarra 2020		Pamplona 2020	
Camino de Santiago	14,6%	San Fermín	55,8%
Estella - Lizarra	13,8%	Centro Histórico	12,1%
Pirineos	13,8%	Plaza del Castillo	11,7%
San Fermín	11,8%	Catedral de Pamplona	5,5%
Bardenas Reales	11%	Parque de Yamaguchi	5%

Navarra 2019		Pamplona 2019	
Bardenas Reales	22,4%	San Fermín	57,6%
Camino de Santiago	17,5%	Centro Histórico	14,2%
Palacio Real Olite	14,2%	Plaza del Castillo	8%
Pirineos	9,6%	Catedral de Pamplona	6,9%
Valle del Baztán	6%	Plaza de Toros	3,2%

ATRATIVOS MÁS MENCIONADOS vs.2019

Puede apreciarse como el interés en los diferentes atractivos de Navarra se ha diversificado respecto a 2019, habiendo cambios importantes en la lista de atractivos turísticos más mencionados en redes sociales. El Camino de Santiago, Estella-Lizarra y los Pirineos aumentan notablemente en cuanto a interés.

En cuanto a Pamplona, aunque existen ligeras variaciones, la lista de principales atractivos se mantiene invariable respecto a 2019.

	Navarra		Pamplona	
	2020	2019	2020	2019
Natural	29,9%	24,4%	11,2%	7,2%
Cultural	21,4%	25,6%	24%	33,7%
Gastronómico	14,1%	14,2%	11,8%	12,9%
Activo	10,6%	11,4%	5,8%	5,6%
Familiar	7,9%	6,1%	8,6%	6,7%
Shopping	6,2%	2,3%	10%	8,4%
Ocio Nocturno	4%	7,2%	9,8%	13,3%
Wellness	3,4%	3%	3,4%	2,6%

MENCIONES A PRODUCTOS TURÍSTICOS vs. 2019

El producto Natural aumenta en cuanto a interés turístico demostrado tanto en Navarra como en Pamplona, mientras el Cultural experimenta el efecto contrario. El producto Gastronómico se mantiene, así como el Activo y el Wellness. El Familiar y el Shopping aumentan ligeramente.

Cabe mencionar como el Ocio Nocturno, como es de esperar, cae considerablemente en cuanto a interés.

NAVARRA - ALQUILER VACACIONAL - EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA DISPONIBILIDAD SEMANAL (%)

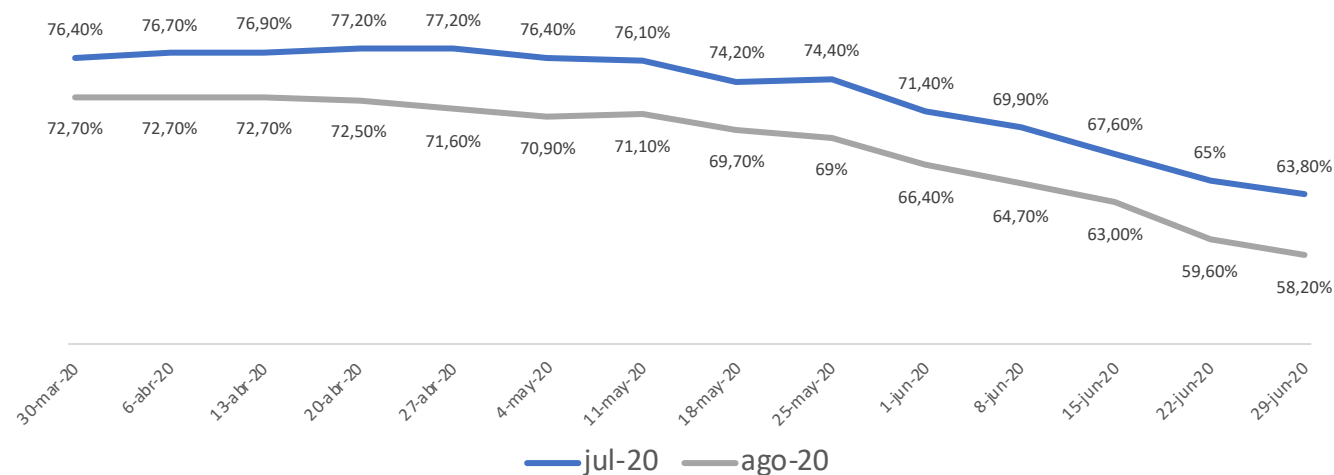
Meses de estancia: julio y agosto 2020

Semanas de consulta: 30 de marzo a 29 de junio

Puede observarse como la disponibilidad ha ido descendiendo gradualmente en las últimas semanas para estancias durante los meses de julio y agosto de 2020. En los primeros días de abril, la disponibilidad para estancias en julio se sitúa en más del 75%, para situarse en el 63,8% en la semana del 29 de junio de 2020.

Para estancias en agosto, al inicio del periodo la disponibilidad se sitúa entre el 72% y 73%, en la última semana de junio, la disponibilidad para estancias en el mes de agosto se sitúa en el 58,2%.

Es a partir de finales de mayo cuando empezó a descender notablemente la disponibilidad, por tanto, a aumentar la ocupación.



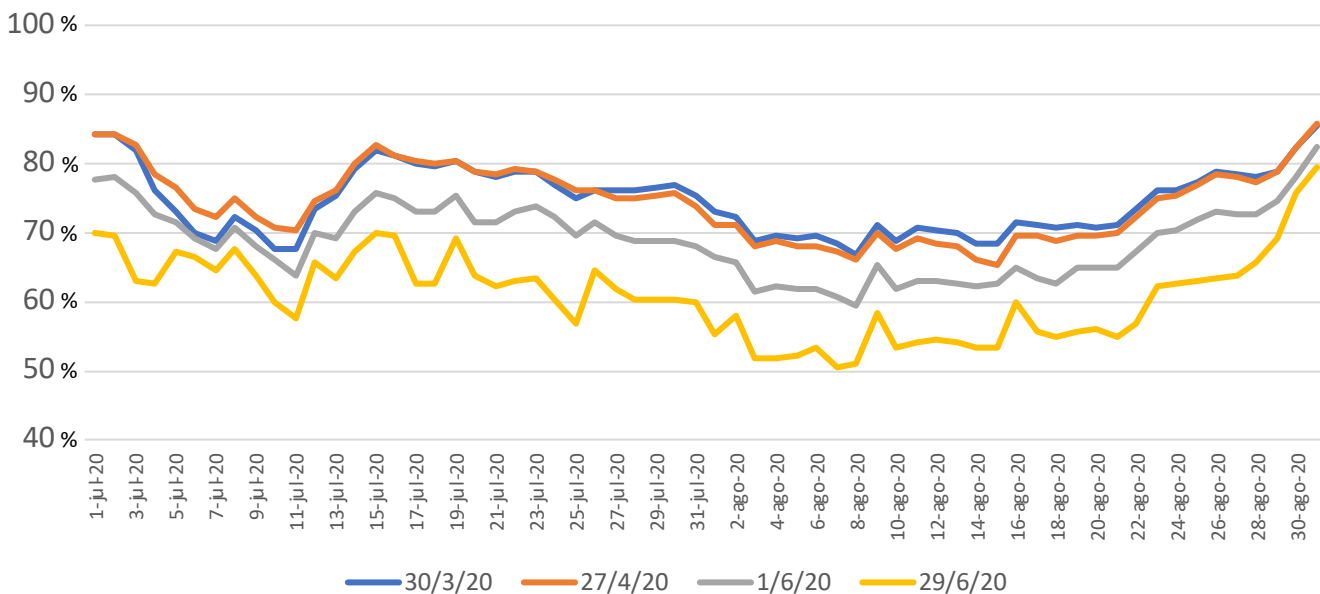
NAVARRA - ALQUILER VACACIONAL - DISPONIBILIDAD DIARIA DURANTE LOS PRÓXIMOS 2 MESES (%)

Meses de estancia: julio y agosto 2020

Semanas de consulta: 30 de marzo, 27 de abril, 1 de junio y 29 de junio

La distribución de la disponibilidad diaria por fecha de estancia demuestra como durante el mes de agosto es cuando hay una ocupación más alta, principalmente entre el 9 y el 15 de ese mes. Esta tendencia ya se apreciaba en los datos de la primera semana de abril, y se ha ido acentuando a medida que han pasado las semanas. Cabe mencionar que entre el 7 y el 11 de julio, a pesar de que en este 2020 no se celebre San Fermín, parece haber una ocupación bastante más alta que en el resto de semanas de julio. Este efecto se ha ido acentuando en las últimas semanas, más que en las anteriores.

Tendencia cancelaciones entre la primera semana abril y primera semana mayo para la primera mitad de julio.



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 01/04/20 y el 30/06/20, y el mismo periodo de 2019. Las fuentes utilizadas son:

- **Redes Sociales:** Instagram y Twitter. 64.068 menciones turísticas.
- **Opiniones hoteleras:** TripAdvisor, Booking.com y Expedia. 734 reviews. 168 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.
- **Alquiler Vacacional:** Alojamientos vacacionales publicados en TripAdvisor que ofrecen estancia para los próximos 6 meses. Información actualizada semanalmente.

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.