

La Palma

# Comportamiento y percepción del visitante en el destino

Octubre 2023



Financiado por  
la Unión Europea  
NextGenerationEU



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, COMERCIO  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO



Plan de  
Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia

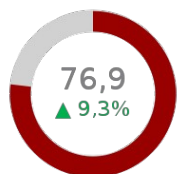


SEGITTUR  
turismo e innovación

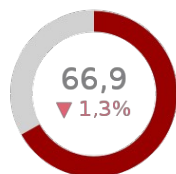
n de datos: Mabrian Technologies

## Índices de satisfacción - La Palma

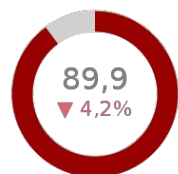
Acumulado anual / variación interanual vs. 2022



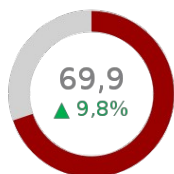
GLOBAL (GTPI)



PRODUCTO (TPI)



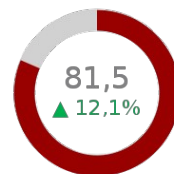
SEGURIDAD (PSI)



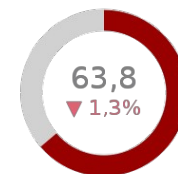
SATISFACCIÓN HOTELERA (HSI)

## Índices de satisfacción - La Palma

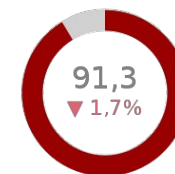
Octubre / variación interanual vs. 2022



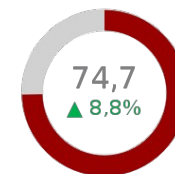
GLOBAL (GTPI)



PRODUCTO (TPI)



SEGURIDAD (PSI)



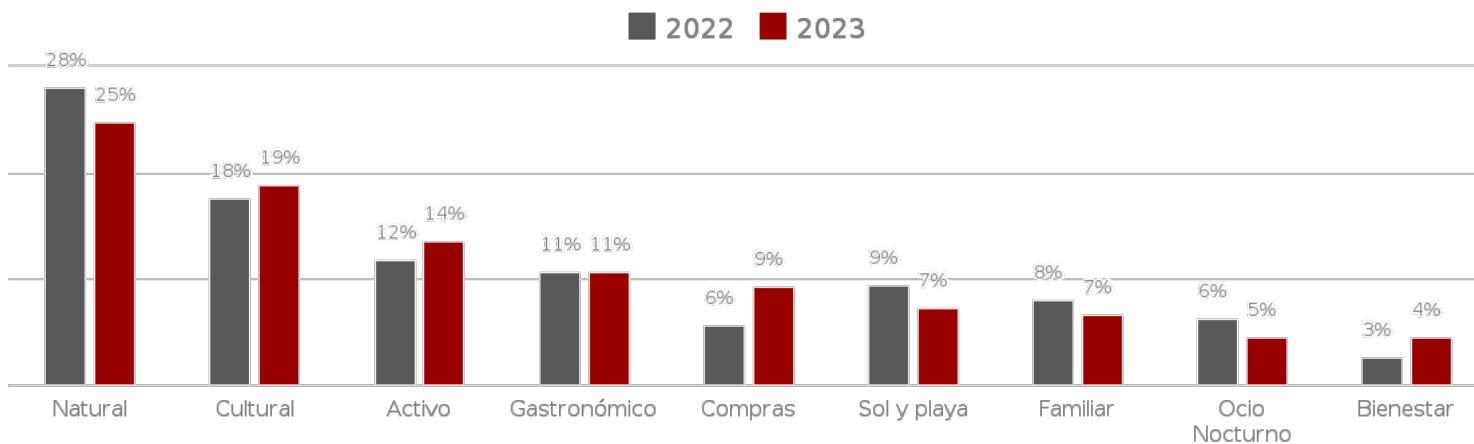
SATISFACCIÓN HOTELERA (HSI)

## INTERÉS en los ATRACTIVOS y PRODUCTOS de La Palma en el mes de octubre 2023

## Interés en los Atractivos (Top 10)

1. Parque Natural de Cumbre Vieja
2. Caldera de Taburiente
3. Roque de los Muchachos
4. Ruta de Los Volcanes
5. Salinas Marinas de Fuencaliente
6. Charco Azul La Palma
7. Poris o Prois de Candelaria
8. Faro de Fuencaliente
9. Mirador de Izcagua
10. Volcn Teneguia

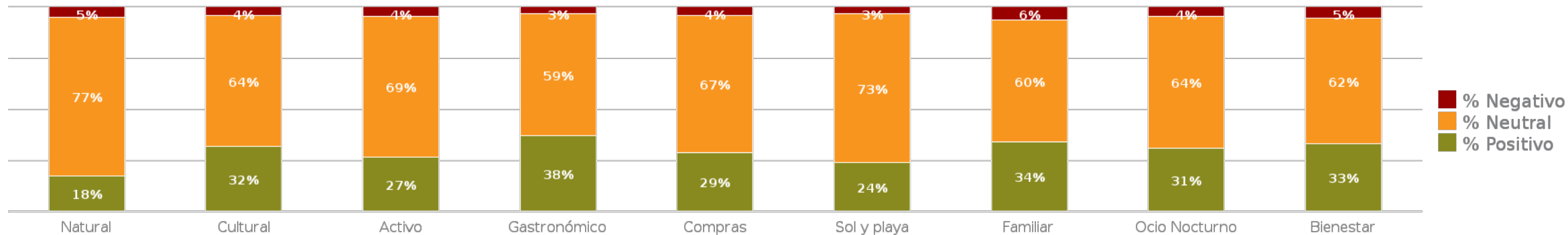
## Interés en los Productos (% menciones)



Fuente de datos: Twitter, Instagram

## Opiniones positivas, neutras y negativas por producto turístico (%) - La Palma

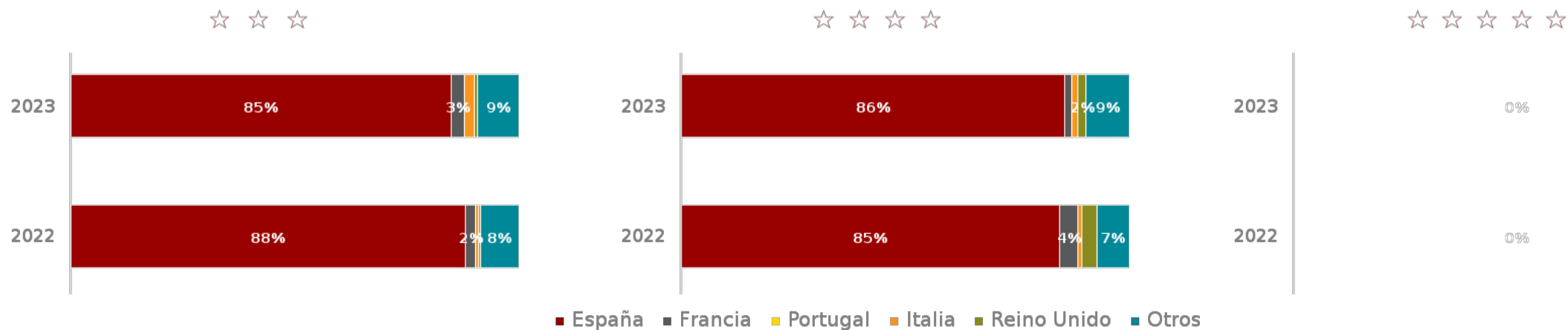
Temporada de Verano: junio - agosto 2023



Fuente de datos: Twitter, Instagram

## Distribución de las opiniones de la demanda hotelera por origen en La Palma

Temporada de Verano: junio - agosto 2023



Fuente de datos: TripAdvisor, Booking y Expedia

## Precio medio - La Palma

Mes octubre / variación interanual vs. 2022 (Precios con un mes de antelación)



Precio

Variación interanual 2022 - 23

**75 €/noche****Sin cambio**

Precio

Variación interanual 2022 - 23

**125 €/noche****▼ -9%**

Precio

Variación interanual 2022 - 23

**N/A****▼ N/A**

## Evolución de los precios - La Palma

Mes octubre / variación interanual vs. 2022 (Precios por fecha de estancia con un mes de antelación)

100 €  
75 €  
50 €  
25 €  
0 €

25-Sep 02-Oct 09-Oct 16-Oct 23-Oct 30-Oct

200 €  
150 €  
100 €  
50 €  
0 €

25-Sep 02-Oct 09-Oct 16-Oct 23-Oct 30-Oct

— 2022 — 2023

# Fuentes y definiciones

## Definición de Índices

**Índice de Percepción Turística Global (GTPI):** Este índice mide el nivel general de la satisfacción del visitante con el destino. Este índice combina los índices de Hotel, Producto, Seguridad y Clima y analiza la distribución del sentimiento general sobre el destino. Fuentes: Twitter, Instagram, Tripadvisor, Expedia, Booking.com

**Índice Satisfacción Productos Turísticos (TPI):** Este indicador mide el nivel de satisfacción entre los productos del destino. Está calculado a partir de las menciones relacionadas con cada uno de los productos y clasificando estos comentarios en positivos, negativos y neutrales. Fuentes: Twitter, Instagram.

**Índice de Percepción de Seguridad (PSI):** Este índice mide el nivel de seguridad que perciben los visitantes en el destino. Se obtiene mediante técnicas de procesamiento natural del lenguaje (NLP) que identifican el volumen de menciones negativas sobre la seguridad. Fuentes: Twitter, Instagram.

**Índice de Satisfacción Hotelera (HSI):** Este índice mide la satisfacción hotelera en el destino en base al procesamiento del lenguaje natural mediante técnicas (NLP) que analizan los comentarios publicados por usuarios en Tripadvisor, Booking y Expedia. Fuentes: Tripadvisor, Expedia, Booking.com

## Distribución de intereses según análisis PLN de las menciones turísticas en redes sociales:

- **Distribución del interés en los Atractivos Turísticos del Destino:** Distribución del interés hacia los diferentes atractivos del destino según el volumen de menciones turísticas sobre ellos en redes sociales en el periodo de tiempo estudiado. Los atractivos son parametrizados específicamente para cada uno de los destinos turísticos analizados. Fuentes: Twitter, Instagram.
- **Distribución del interés en los Productos Turísticos del Destino:** Distribución del interés hacia los diferentes Productos del destino según el volumen de menciones turísticas sobre ellos en redes sociales en el periodo de tiempo estudiado. Los Productos Turísticos se tratan de manera estandarizada entre destinos con el objetivo de poder comparar estas distribuciones entre destinos competidores. Fuentes: Twitter, Instagram.

## Métricas sobre alojamiento:

- **Distribución de las opiniones de la demanda hotelera por origen:** Distribución por orígenes y categorías de las *reviews* producidas por los usuarios sobre los alojamientos del destino. Fuentes: Tripadvisor, Expedia, Booking.com.
- **Precios de alojamiento en principales OTAs:** Precios analizados con un mes de antelación sobre la potencial fecha de check-in para una habitación doble y régimen de alojamiento estándar. Fuentes: Tripadvisor, Expedia, Booking.com.



**Financiado por  
la Unión Europea**  
NextGenerationEU



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

MINISTERIO  
DE INDUSTRIA, COMERCIO  
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO  
DE TURISMO



Plan de  
Recuperación,  
Transformación  
y Resiliencia



**SEGITTUR**  
turismo e innovación