

El cliente del siglo XXI **REPUTACIÓN ON-LINE**

Into09

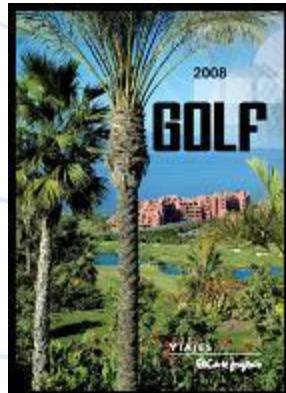
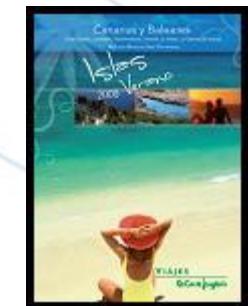
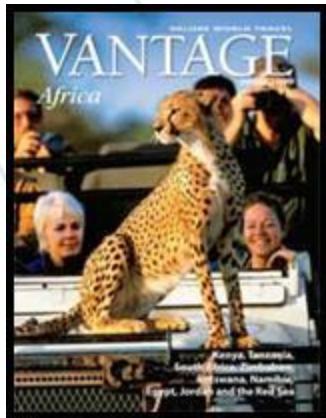
SEMINARIO INTERNACIONAL DE INNOVACIÓN Y TURISMO

Palma de Mallorca
22 de octubre 2009

Alvaro Carrillo de A.
Director Gral. Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)

1. EVOLUCIÓN DE INTERNET Y SU USO

- < 90's - PUBLICIDAD EN LOS CATÁLOGOS DE LOS TTOO



GRAN CANARIA / PLAYA DEL INGLÉS

HOTEL NEPTUNO  

Avenida Alfonso Pérez Jiménez, 29 - Playa del Inglés - Tel. 928 777 492



SITUACIÓN: En el centro de Playa del Inglés, a unos 10 minutos de la playa.

INSTALACIONES: Restaurante Nautilus, madrileñísimas, piano bar, piscina climatizada, solarium, gimnasio, sala de relaxterapia y sauna, boutique, baras y spa-salón.

ALOJAMIENTO: Dispone de 171 habitaciones con baño completo, reloj de alarma, minibar, aire acondicionado, caja fuerte, TV plana plasma vía satélite y terraza.

RESTAURACIÓN: Desayuno y cena buffet. Almuerzo servido en mesa.

HORARIOS DE RESTAURANTES: De 08.00 a 10.30 hrs; de 13.00 a 14.00 hrs y de 18.30 a 20.00 hrs el primer turno y de 20.30 a 22.00 hrs el segundo turno.

PROGRAMA DE ANIMACIÓN: Para adultos, diurno y nocturno. Rábanos espectaculares y acrobacias de vacadas.

DATOS DE INTERÉS: Servicio de autobús a la playa.

* Tarjetas en complejo hotelero.

GRAN CANARIA / PLAYA DEL INGLÉS

BUNGALOWS PARQUE CRISTÓBAL  

C/ Holanda s/n - Playa del Inglés - Tel. 928 777 116



SITUACIÓN: En el centro de Playa del Inglés, a 1,7 km. de la playa y a 1 km. del Club de Golf de Maspalomas.

INSTALACIONES: Restaurante, una de ellas con piscina de burbujas y dos piscinas para niños climatizadas; terraza-estanque, zonas ajardinadas,晖照, parque infantil, maquinaria recreativa, gimnasio, lavandería y zona deportiva (pista de tenis, pista multideportes, voleibol playa, etc).

HORARIO DE RESTAURANTES: De 07.30 a 10 hrs, de 13.00 a 15.00 hrs y de 18.30 a 21.30 hrs en verano y de 18.00 a 21.00 hrs en invierno.

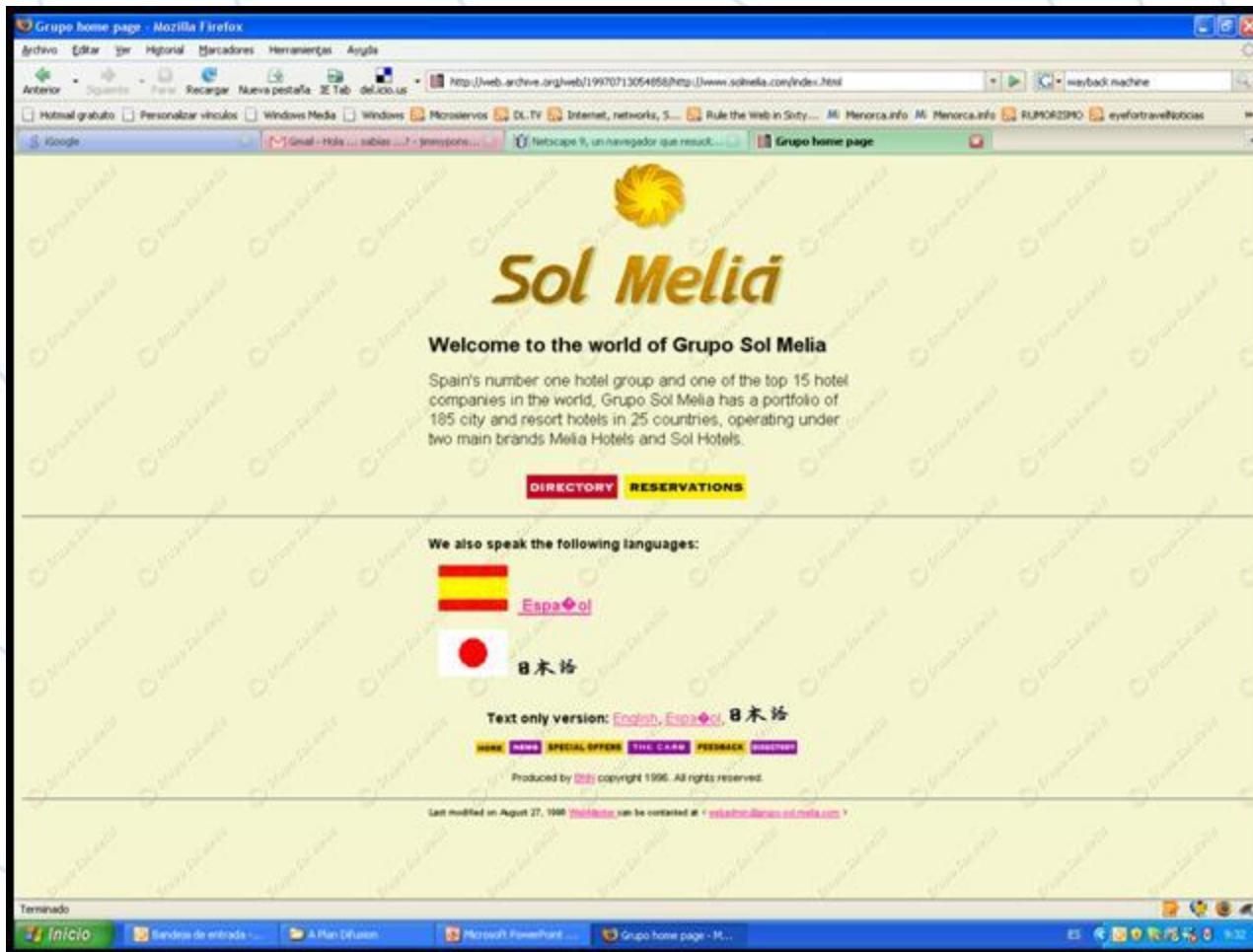
PROGRAMA DE ANIMACIÓN: Para adultos, diurno y nocturno, diurno para niños. Animación infantil en español según temporada.

DATOS DE INTERÉS: Facilidades para minusválidos. Servicio de autobús diario gratuito a la playa.

Todos incluidos

1. EVOLUCIÓN DE INTERNET Y SU USO

- 96's – PRIMERAS WEBS HOTELERAS



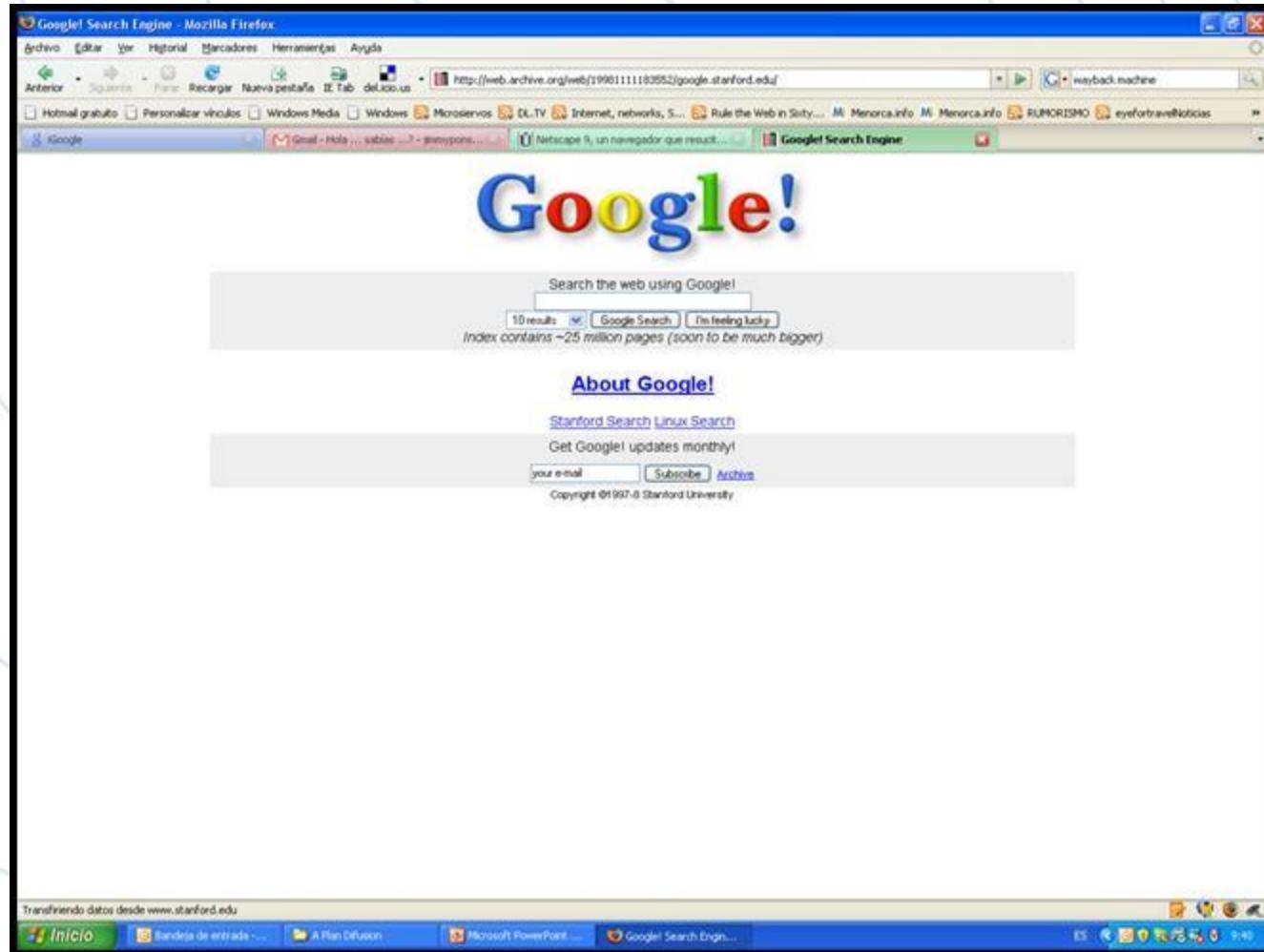
1. EVOLUCIÓN DE INTERNET Y SU USO

- 96's – PRIMEROS BUSCADORES



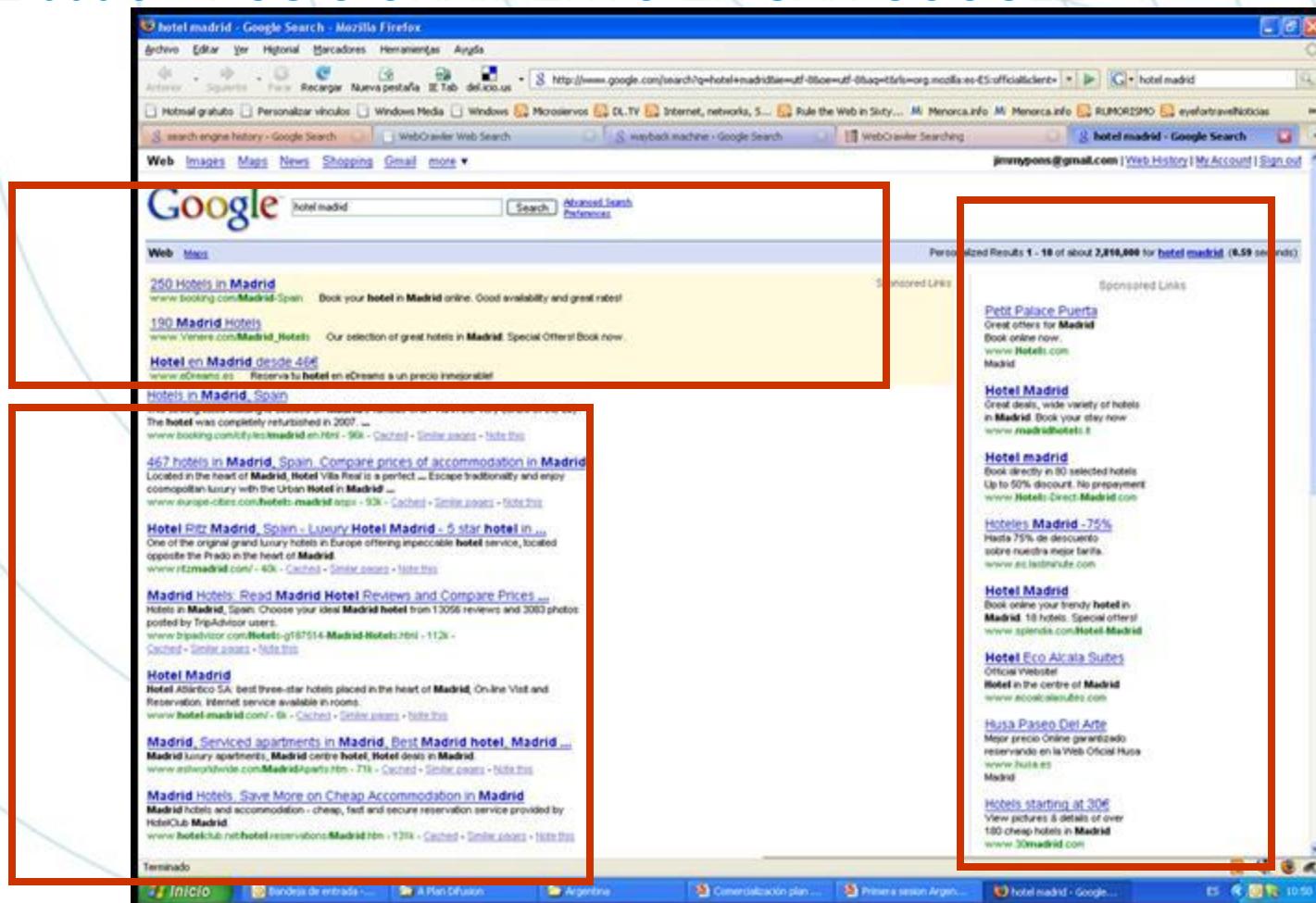
1. EVOLUCIÓN DE INTERNET Y SU USO

- 97's – APARECE SAN GOOGLE



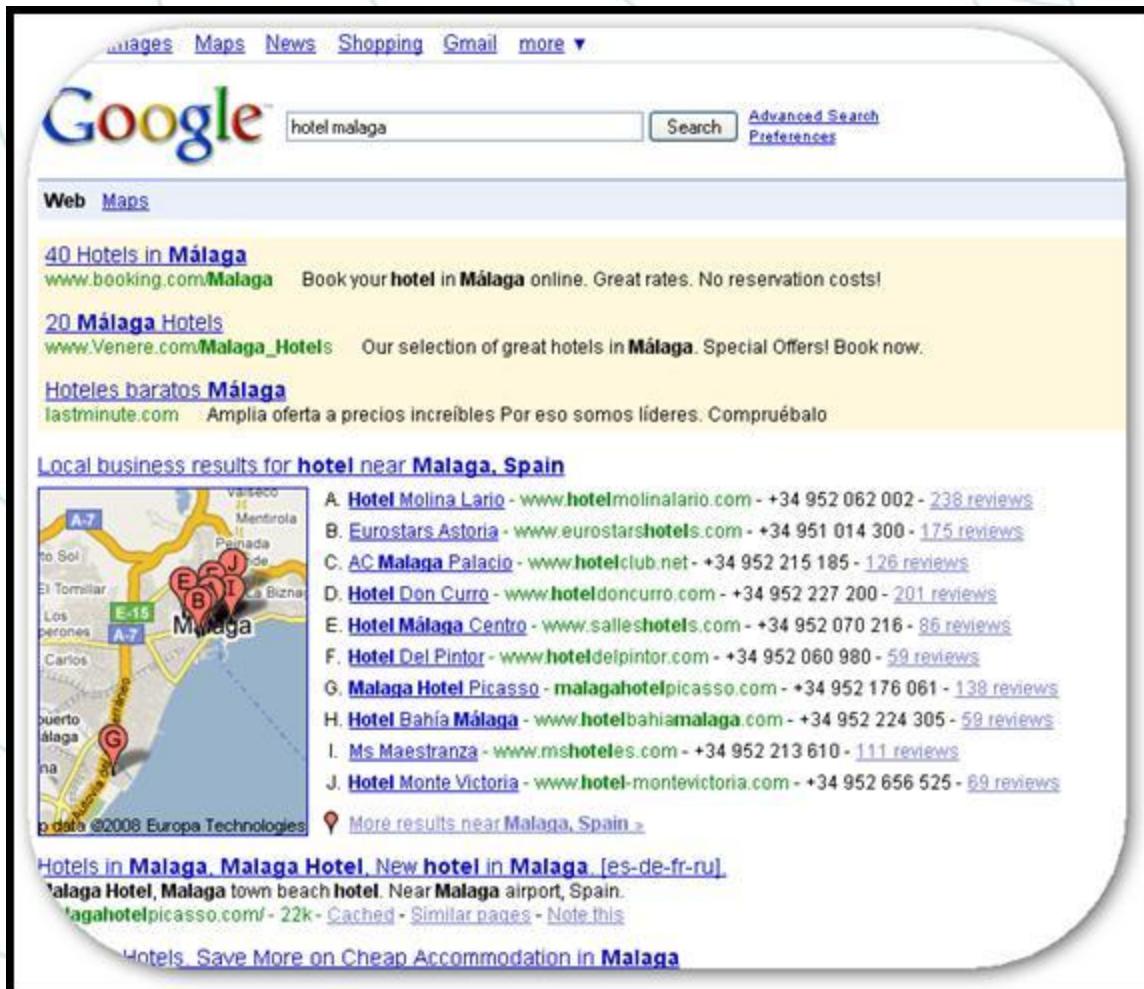
1. EVOLUCIÓN DE INTERNET Y SU USO

- 2.000's – POSICIONAMIENTO EN SAN GOOGLE



1. EVOLUCIÓN DE INTERNET Y SU USO

- 2.005's – GEORREFERENCIACIÓN



Images Maps News Shopping Gmail more ▾

Google hotel malaga Search Advanced Search Preferences

Web Maps

40 Hotels in Málaga

www.booking.com/Malaga Book your hotel in Málaga online. Great rates. No reservation costs!

20 Málaga Hotels

www.Venere.com/Malaga_Hotels Our selection of great hotels in Málaga. Special Offers! Book now.

Hoteles baratos Málaga

lastminute.com Amplia oferta a precios increíbles Por eso somos líderes. Compruébalo

Local business results for hotel near Malaga, Spain

A. [Hotel Molina Lario](#) - www.hotelmolinalario.com - +34 952 062 002 - [238 reviews](#)

B. [Eurostars Astoria](#) - www.eurostarshotels.com - +34 951 014 300 - [175 reviews](#)

C. [AC Málaga Palacio](#) - www.hotelclub.net - +34 952 215 185 - [126 reviews](#)

D. [Hotel Don Curro](#) - www.hoteldoncurro.com - +34 952 227 200 - [201 reviews](#)

E. [Hotel Málaga Centro](#) - www.salleshotels.com - +34 952 070 216 - [86 reviews](#)

F. [Hotel Del Pintor](#) - www.hoteldepintor.com - +34 952 060 980 - [59 reviews](#)

G. [Malaga Hotel Picasso](#) - malagahotelpicasso.com - +34 952 176 061 - [138 reviews](#)

H. [Hotel Bahía Málaga](#) - www.hotelbahiamalaga.com - +34 952 224 305 - [58 reviews](#)

I. [Ms Maestranza](#) - www.mshoteles.com - +34 952 213 610 - [111 reviews](#)

J. [Hotel Monte Victoria](#) - www.hotel-montevictoria.com - +34 952 656 525 - [69 reviews](#)

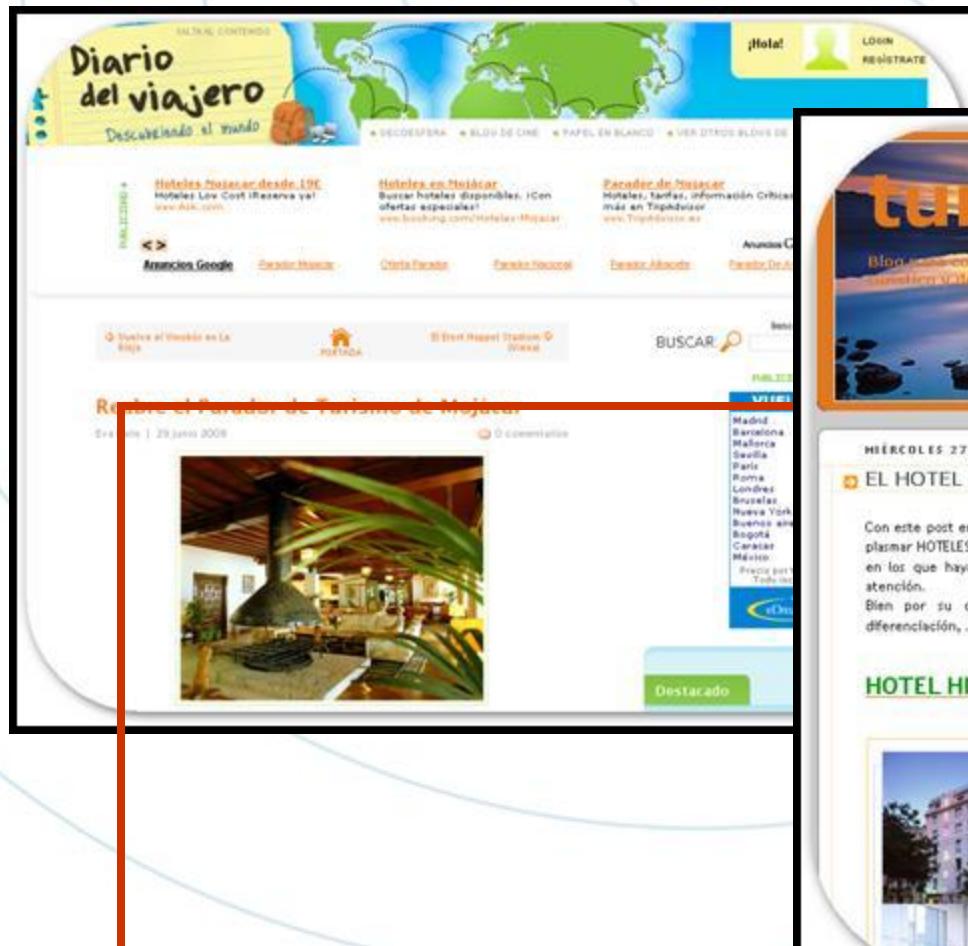
[More results near Malaga, Spain >](#)

Hotels in Málaga, Malaga Hotel, New hotel in Málaga. [es-de-fr-ru]
Málaga Hotel, Malaga town beach hotel. Near Málaga airport, Spain.
malagahotelpicasso.com/ - 22k - [Cached](#) - [Similar pages](#) - [Note this](#)

Hotels. Save More on Cheap Accommodation in Málaga

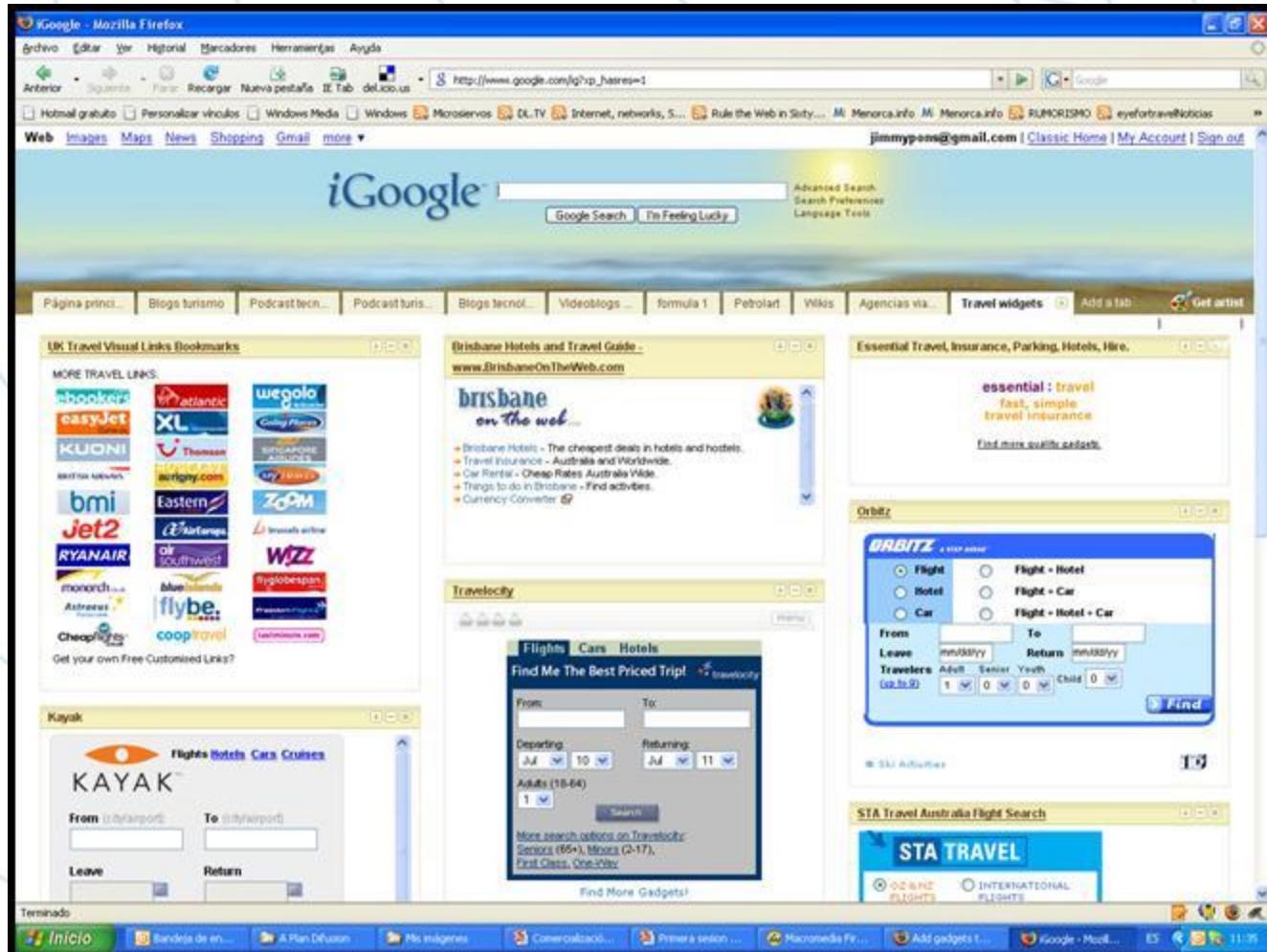
1. EVOLUCIÓN DE INTERNET Y SU USO

- 2.005's – BLOGOSFERA



1. EVOLUCIÓN DE INTERNET Y SU USO

2.007's – GADGETS Y WIDGETS



1. EVOLUCIÓN DE INTERNET Y SU USO

- 2.007's – WEBS INTERACTIVAS



1. EVOLUCIÓN DE INTERNET Y SU USO

- 2.010's ...



2. EL NUEVO CLIENTE

En el mundo web 2.0 se distinguen cuatro generaciones de usuarios:

Usuarios de 3 - 8 años (Parvularios digitales). Aprenden desde el parvulario con ayuda de tablets PC's y pizarras interactivas. No entenderán lo analógico...

Usuarios de 8 -30 años (Nativos digitales). Son aquellos que adoptan la tecnología de una forma muy natural. Utilizan los sistemas de mensajería instantánea, móviles, blogs, georreferenciación, etc.

Usuarios de 30-50 años (Inmigrantes digitales). Están en la cumbre de su trayectoria profesional, por lo que no tienen el suficiente tiempo para estar al día con los avances tecnológicos. Tienen que hacer un gran esfuerzo para adaptarse a las nuevas tecnologías y aplicaciones en Internet.

Usuarios 50+ (Sabios digitales). Aunque la curva de aprendizaje sea alta, tienen tiempo para investigar y aprender.

2. EL NUEVO CLIENTE

ADPROSUMER



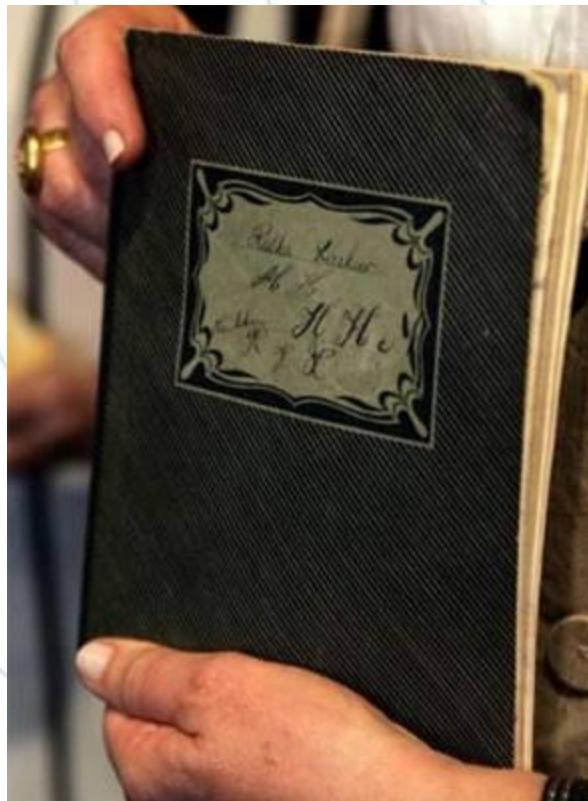
2. EL NUEVO CLIENTE

Y esta nueva generación de usuarios, nativos digitales, que se está acercando rápidamente al mercado de consumo, está moldeando al nuevo cliente 2.0:
el ADPROSUMER.

- AD (anuncio)**- porque el cliente satisfecho con un producto o servicio comparte su experiencia positiva con el resto de clientes y se convierte en su mejor prescriptor. Y la fuerza viral que tiene un cliente satisfecho es incalculable.
- PRO (productor)**- porque la nueva generación de clientes produce información (comentarios, valoraciones, fotos, videos, podcasts) y la comparte con los demás.
- SUMER (consumidor)**- porque además de producir información también la consumen.

2. EL NUEVO CLIENTE

De a



A screenshot of a computer screen showing a blog post on the VOX platform. The URL in the address bar is http://jimmypons. vox.com/. The page title is "Jimmy pons' blog" and the subtitle is "Innovación, tecnología, 2.0, Menorca y otras curiosidades". The main content of the post is titled "Turispod nº 2 With our Blogger friend Javier García Cuenca" and includes a video thumbnail of a man speaking. Below the video, there is a link to a "Podcast sobre turismo y tecnología, una manera diferente de conocer la actualidad turística y tecnológica." At the bottom of the post, there is a link to "Times Online's top 100 travel websites" with a URL: http://travel.timesonline.co.uk/tol/life_and_style/travel/online/article1559577.ece. On the right side of the screen, there is a sidebar with "Comentarios recientes" and two recent comments from users "jimmy Pons" and "jimmy Pons". The browser toolbar at the bottom shows various icons for Inicio, iTunes, Skype, EUREKA, Microsoft, Macromedia, and others.

2. EL NUEVO CLIENTE

De..... a



2. EL NUEVO CLIENTE

De.....a



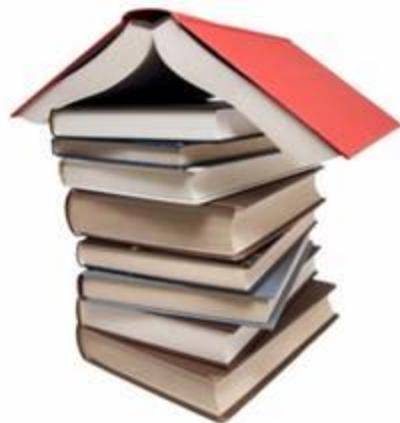
The screenshot shows the homepage of the Hosteltur O.com website. At the top, it features a banner for the 'Revista digital Hosteltur octubre'. Below the banner, there's a navigation bar with links for 'Blogs', 'Fotos', 'Videos', 'Podcasts', 'Usuarios', 'Grupos', 'Ideas', 'Eventos', and 'Mi Perfil'. The main content area displays two blog posts: 'BLOG DESTACADO Donde vamos a llegar?' by 'Blog de carlos' and 'POST DESTACADO Del ITH a Hosteltur, mi visión...' by 'jimmypons'. Both posts include small images, author details, and social sharing options. At the bottom, there are links to download 'BÁJATE LAS ÚLTIMAS REVISTAS' and 'ULTIMOS POSTS'.



The screenshot shows the homepage of the Financial Times website. At the top, it says 'ft.com/frontpage Europe' and 'All times are London time'. Below that is the 'FINANCIAL TIMES' logo. The main news headline is 'Top China banker warns on asset bubbles'. Other visible headlines include 'Gapper on Goldman A cure for bankers' bonus resentment', 'Sweet success Trader's sugar rush from punt on price rise', and 'Robert Engle Loopholes in OTC regulation Editorial comment Real action on Brazil's currency'. The page includes a navigation bar with links for 'Front page', 'World', 'Companies', 'Markets', 'Lex', 'Comment', 'Management', and 'Arts & Leisure'. On the right side, there's a 'Markets' section with stock market data and a 'Constellation' logo.

2. EL NUEVO CLIENTE

De..... a



2. EL NUEVO CLIENTE

- Asignan una parte importante de su **tiempo de ocio en Internet** y en el **uso de las tecnologías**
- Tienen un interés especial en **temas concretos**, tanto a **nivel profesional** (especialización) como a **nivel personal** (pasiones)
- Suelen ser **inmunes a la publicidad tradicional** y **utilizan las valoraciones y comentarios de otros usuarios** con un perfil afín al suyo en el proceso de selección de un producto/servicio/empresa
- Mantienen un **rol muy activo en Internet** interactuando y colaborando con otros usuarios
- **Comparten su conocimiento y experiencias** sin esperar nada a cambio y tienen la sensación de formar parte de un cambio
- No tienen reparo en **pagar por un servicio que les aporte valor**
- **Utilizan la tecnología de forma productiva**
- Alcanzan un nivel de **autorrealización en Internet notable**

3. REPUTACIÓN ONLINE

Reputación. (del lat. *reputatio*, -ōnis).

1. Opinión o consideración en que se tiene a alguien o algo.

Reputación on line

1. Opinión en que se tiene a alguien o algo **en la Red.**

El 76% de los
CONSUMIDORES
NO creen que
las **EMPRESAS**
digan la
VERDAD en
los anuncios



**SOLO el 14% confía
en los
ANUNCIOS**



el **80%** CREERIAN
lo que han **visto**
leído u oído
de una **EMPRESA**
si **PREVIAMENTE** lo hubiera
mencionado
UN CONOCIDO





el **92 %**
PREFIERE una
recomendación

el **60%**
estarían **DISPUESTOS**
a compartir **UNA OPINION**
o **EXPERIENCIA**

3. REPUTACIÓN ONLINE

- Según Júpiter Research el **77 % de los compradores** online utilizan las evaluaciones antes de comprar
- Bizrate detectó que el **59 % de los usuarios** considera que los comentarios de los usuarios son más valorados que los comentarios de los expertos
- Las **evaluaciones incrementan en un 21 % la satisfacción de las compras** y un 18 % la fidelidad de clientes según Foresee
- En un estudio realizado por eTaling Group en **2000 compradores**, el **92 %** remarcó como “extremadamente útil” o “muy útil” el hecho de tener la posibilidad de consultar evaluaciones durante sus compras
- Hotrec ha detectado más de 50 webs donde el cliente puede ver **comentarios**
www.ithotelero.com

3. REPUTACIÓN ONLINE

- EJEMPLO PRÁCTICO
VIDEO DE UN HOTEL DE LAS ISLAS CANARIAS



www.ithotelero.com

Reproducciones: 6.564 !!!

3. REPUTACIÓN ONLINE

- **EJEMPLO PRÁCTICO** (Comentarios del video)

lauradeorcitas hace 3 meses) yo dormí con hormigas..

yissus (hace 1 año) Eso pasa por venir con todo incluido por 200€. Que quieres?? Lo

178050 (hace 6 meses) de 200 nada, 500...

jeandipo hace 6 meses) jajaja, coño , por 500 con todo incluido ya les podrían haber puesto una rata, no un ratón jajajajaj

WorldInFlamesAgain hace 1 año) Me voy a lanzarote pronto...sin embargo I won't be staying there now.

➤ XXXXXXXXX (hace 1 año) Le rogamos retire cualquier referencia al nombre del hotel o nos veremos obligados a tomar acciones legales contra usted.

amigochus hace 1 año) SI EL RIO SUENA, AGUA LLEVA. Lo dicho: "No recomendado"

➤ lemforever (hace 1 año) Ellos serían los que deberían denunciarle por las condiciones de higiene de su hotel.
www.ithotelero.com

4. GESTIÓN DE REPUTACIÓN ON LINE



SHH! ESCUCHA
tucliente.com

4. GESTIÓN DE REPUTACIÓN ON LINE

ANÁLISIS COMENTARIOS EN LA RED CON RESPECTO A LA COMPETENCIA

Portal	nº Comentarios	POS	Puntuación	Tipo Clasf	Fecha Inv	Semana anterior	1 Clasificado	* Nota 1º	Dife	Comentarios
Venere	18	3	9	Evaluaciones	03/11/2008	2	MELIA PLAZA	4	9,4	-0,40
Venere	18	1	9	Popularidad	03/11/2008	5	URBEM OPERA VALENCIA	4	9	0,00
Booking	924	4	8,6	Popularidad	03/11/2008	8	BEATRIZ REY DON JAIME	4	7,8	0,80
Booking	924	8	8,6	Puntuación	03/11/2008	-	HILTON VALENCIA	5	9	-0,40
TripAdvisor	15	10		Popularidad	03/11/2008	9	THE WESTIN VALENCIA	5		0,00
Atrápalo	39	3	9,2	Popularidad	03/11/2008	2	NH CENTER	4	9,4	-0,20
Laterooms	1	32		Por Precio	03/11/2008	15	HOTEL MEDIUM VALENCIA	4		0,00
Central de Reservas	0			Popularidad	03/11/2008	8				0,00
Trivago	2	6	8,6	Opinión General	03/11/2008	4	HILTON VALENCIA	5	9	-0,40
Valencia30	9	6		Opinión General	03/11/2008	6	BENETUSSER	3		0,00
Verema					03/11/2008					#iVALOR!
Verema Restaurante					03/11/2008					#iVALOR!
Hotelopia	15	3	8,8	Nuestra selección	03/11/2008	3	HOLIDAY VALENCIA SAN LUIS	3	6,8	2,00
ahorahoteles	0	52		Precio	03/11/2008	46	BELERET	3		0,00
hrs	16	7	8	Más valorados	03/11/2008	3	VINCCY LYS	4	8,2	-0,20
Splendia	0	8		Recomendación cl	03/11/2008	6	EUROSTARS GRAN VALENCIA	5		0,00
Dimehoteles	0	35		Mejor Puntuación	03/11/2008	20	BARCELÓ VALENCIA	4		0,00
Holidaycheck	6	3	9,1	Popularidad	03/11/2008	2	EXPO	3	8	1,10
Holidaycheck	6	2	9,1	Opiniones	03/11/2008		EXPO	3	8	
Rates to Go	9	10	8,94	Recomendación	03/11/2008	1	HESPERIA PARQUE CENTRAL	4	8,38	0,56
Hotel.de	6	11	8,2	Valor.Uuarios	03/11/2008	3	HILTON VALENCIA	5	9,7	-1,50
Hotel.de	7	39	8,2	Popularidad	03/11/2008		SILKEN PUERTA VALENCIA	4	7,8	0,40
Nicetobook	0	6		Valor.Uuarios	03/11/2008	2	CATALONIA EXCELSIOR	3		0,00
Hotelius	0	23		Valor.Uuarios	03/11/2008	21	EUROSTARS GRAN VALENCIA	5		0,00
TOTALES Y MEDIAS	2015		8,72							
				TOP 5						
				TOP10						
				TOP 15						
				TOP 25						
				TOP 50						

4. GESTIÓN DE REPUTACIÓN ON LINE

Escritorio | Mi hotel | Competencia | Sitios de opinión | **Análisis de opiniones** | Fotos | Videos | Blogs | FAQ

Résumen | TripAdvisor | Expedia | Atrapalo

La Pleta

Sitios de opinión

Esta semana • 18/08 - 25/08

Fecha	Sitio web	Comentario
21/07/2008	TripAdvisor	Nuevo
21/07/2008	TripAdvisor	Paz, tranquilidad y sosiego.
21/07/2008	TripAdvisor	Very disappointed
18/07/2008	TripAdvisor	Para soñar y seguir en el sueño
17/07/2008	TripAdvisor	Romanticismo en La Pleta
14/07/2008	TripAdvisor	Me he enamorado del hotel
13/07/2008	TripAdvisor	More than 5 Stars!

TRIPADVISOR · POPULARIDAD
1 out of 7 hotels in Baqueira Beret
Lo anterior es el último índice de popularidad que haya recuperado de TripAdvisor en 08/08/2008.
[Ver un registro histórico](#)

Las 10 opiniones más recientes

21/07/2008 · TripAdvisor

Paz, tranquilidad y sosiego.

Puntuación: ★★★★☆

Excelentes profesionales, siempre dispuestos a ayudar al cliente; si a ello le sumas un producto estupendo, el resultado es que,... more

 [Agregar nota](#)

21/07/2008 · TripAdvisor

Very disappointed

4. GESTIÓN DE REPUTACIÓN ON LINE

Flickr | Picasa

La Pleta

Fotos

2 encontradas | Visualizando 10 por Página

08/09/2007 • Flickr • 6 view(s) yet
el hotel

Esconder

Escrítorio Mi hotel Competencia Sitios de opinión Análisis de opiniones Fotos Videos Blogs FAQ

La Pleta

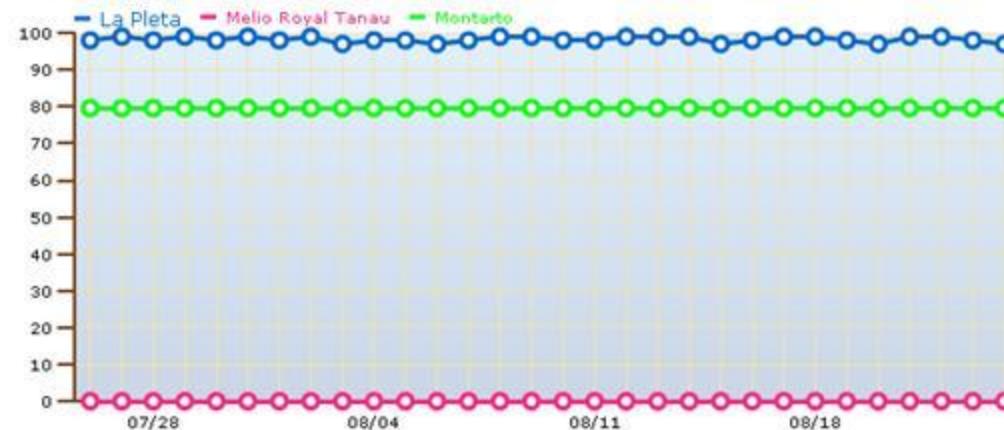
Videos

1 encontrados | Visualizando 10 por Página

31/01/2008 06:09 - YouTube • Travel
El Hotel La Pleta de Baqueira-Beret
El Hotel La Pleta de Baqueira-Beret: uno de los mejores hoteles de montaña de Europa en la estación de esquí más celebre de los Pirineos españoles. A LUXE TV production with the participation of Eric Kubisch, Jean-Charles Auria, and Jonathan Becker.
(c) DVL.TV SA / LUXE.TV XXVII

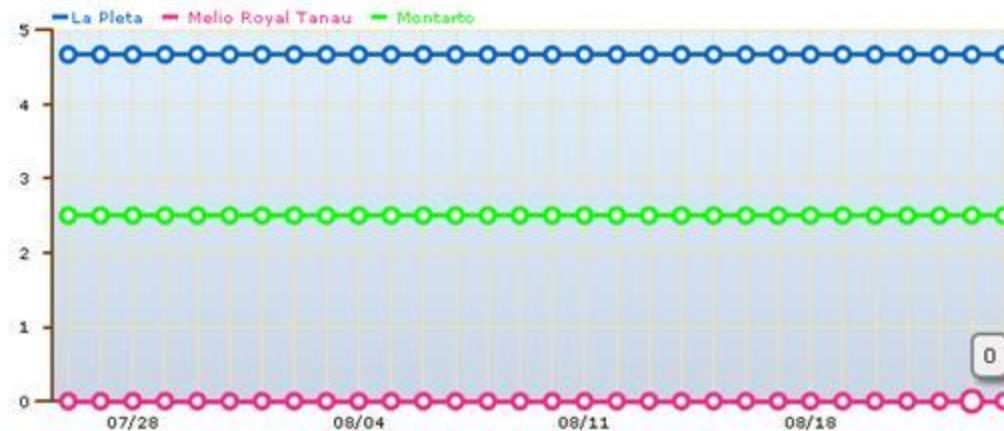
4. GESTIÓN DE REPUTACIÓN ON LINE

Seguimiento de popularidad de su competencia - TripAdvisor



El gráfico superior representa su posición en el ranking de TripAdvisor respecto a su competencia en los últimos 30 días.

Seguimiento de calificación de su competencia - TripAdvisor



El gráfico superior representa su posición en TripAdvisor respecto a su competencia, basada en las puntuaciones de los usuarios, de los últimos 30 días.

5. CONCLUSIONES

- Internet evoluciona a una velocidad vertiginosa, y con ello los usos y costumbres de los usuarios, nuestros clientes
- El perfil de nuestros clientes evoluciona hacia el ADPROSUMER
- La gestión de la reputación online es nuestra aliada, una oportunidad única para conocer nuestras debilidades, no es una amenaza. “Cada queja es un tesoro”
- Imprescindible formación y sentimiento de pertenencia del cliente interno para la gestión de la reputación online
- Escuchatucliente.com, herramienta de gestión de la reputación online

Soluciones Sencillas a Cuestiones importantes

Alvaro Carrillo de A.

Director Gral. Instituto Tecnológico Hotelero (ITH)

www.ithotelero.com;

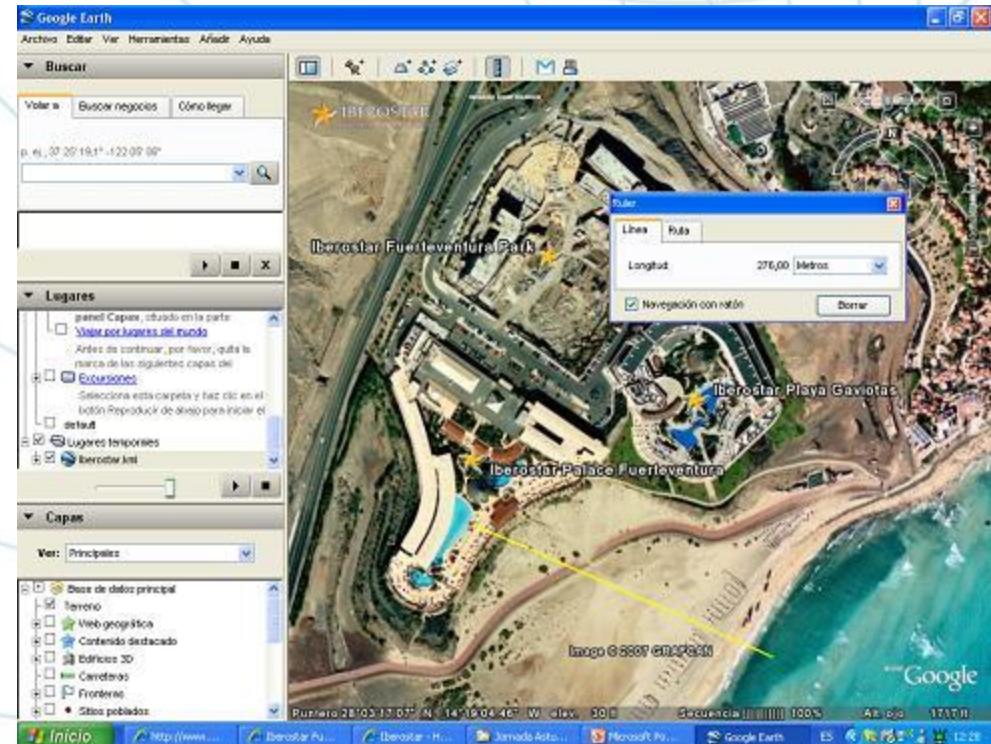
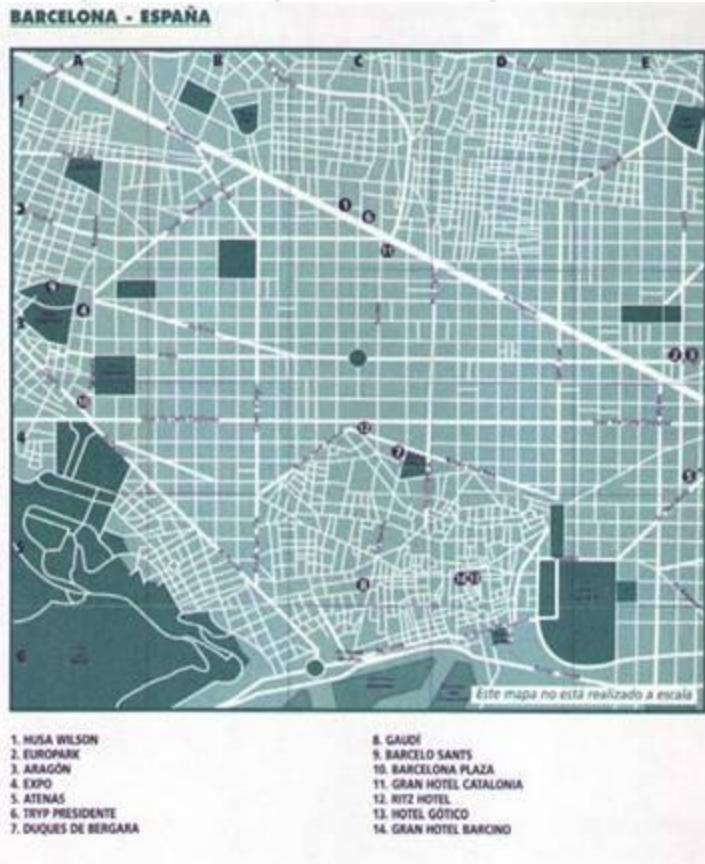
902 110 784

ÍNDICE

- 1. EVOLUCIÓN DE INTERNET HASTA EL 2.0**
- 2. EVOLUCIÓN DEL CLIENTE AL CLIENTE 2.0.
ADPROSUMER**
- 3. LA REPUTACIÓN ON LINE**
- 4. GESTIÓN DE LA REPUTACIÓN ON LINE**

2. EL NUEVO CLIENTE

De... a



3. REPUTACIÓN ONLINE

- Un estudio de CompUSA-iperceptions comenta que el **63 % de los consumidores** indican que prefieren comprar desde una web que tiene comentarios de otros compradores
- Según MarketingSherpa, el **86.9 %** de los encuestados se fían más de las recomendaciones de los amigos que de las que realizan los críticos o expertos. Y el 83.8 % prefieren los comentarios de otros usuarios frente a los de los expertos

4. GESTIÓN DE REPUTACIÓN ON LINE

- Dar las gracias por tomarse el tiempo en dejar los comentarios
- Remarcar lo que haya puesto de positivo dentro del comentario negativo
- Mostrar sorpresa por saber que su experiencia en el hotel fue negativa. Es necesario que el cliente vea que normalmente esto no pasa y que fue algo excepcional. Evidentemente si tenemos la mayoría de comentarios negativos esto no funcionará
- Pedir disculpas por las quejas que sean ciertas, lo primero que desea una persona que ha presentado una queja son unas disculpas y la empatía del responsable.
- Explicar como vas a actuar para arreglar el problema origen de la queja.
- Entrar en contacto directo fuera de la web para que los posteriores contactos se realicen en nuestro propio campo, a través de un teléfono, un e-mail personal, etc.
- Compensación: Un cliente **SATISFECHO** siempre es mas importante que el de la pérdida de un cliente **INSATISFECHO**

EL OBJETIVO ES QUE EL CLIENTE QUE HA PRESENTADO UNA QUEJA, VEA QUE SE LE ESCUCHA, Y QUE LOS QUE VAN A BUSCAR INFORMACIÓN VEAN QUE SE HA ESCUCHADO AL CLIENTE Y SE HA ACTUADO RÁPIDAMENTE Y EN CONSECUENCIA

4. GESTIÓN DE REPUTACIÓN ON LINE

- Si alguien se toma el tiempo de dejar un comentario positivo, debemos dar las gracias, revisarlo a menudo como rutina.
- Si tienes clientes identificados como repetidores y fidelizados, animales a que dejen comentarios
- Si tienes clientes nuevos contentos con tu hotel y recibes felicitaciones por e-mail por ejemplo, responde dando las gracias y sobre todo informales de los links donde pueden dejar estos comentarios positivos, en tu propia web o en portales específicos para ellos.

4. GESTIÓN DE REPUTACIÓN ON LINE

Resumen | Ver todo

La Pleta

Analisis de opiniones

Palabras clave: Top 10

La siguiente tabla es un resumen del análisis de densidad de palabras localizadas en las opiniones de los usuarios, que le ayudar' a puntos coincidentes en distintas opiniones.

Así mismo, puede ayudarle a localizar puntos fuertes de su establecimiento que los usuarios esten comentado y que, tal vez, no esten reflejados en el contenido su sitio web.

Si lo desea, puede [Ver todas las palabras clave](#)

Palabras	Repeticiones	% de palabras
hotel	10	3.34%
que	9	3.01%
pleta	5	1.67%
este	4	1.34%
servicio	3	1.00%
del	3	1.00%
lugar	3	1.00%
todo	3	1.00%
muy	3	1.00%
spa	3	1.00%

[Ver todas las palabras clave](#)

4. GESTIÓN DE REPUTACIÓN ON LINE

Escritorio Mi hotel Competencia Sitios de opinión Análisis de opiniones Fotos Videos Blogs FAQ

Resumen | Archivo de popularidad

La Pleta

Escritorio

Esta semana • 18/08 - 25/08

Fecha	Sitio web	Comentario
21/07/2008	TripAdvisor	Paz, tranquilidad y sosiego.
21/07/2008	TripAdvisor	Very disappointed
18/07/2008	TripAdvisor	Para soñar y seguir en el sueño
17/07/2008	TripAdvisor	Romanticismo en La Pleta
14/07/2008	TripAdvisor	Me he enamorado del hotel
13/07/2008	TripAdvisor	More than 5 Stars!

Aviso

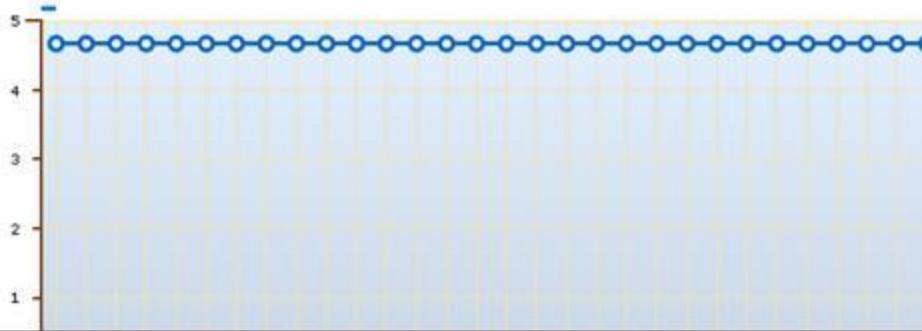
Lorem ipsum sipsi sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet sipsie magna aliquam erat volutpat. Wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

TRIPADVISOR - POPULARIDAD
1 out of 7 hotels in Baqueira Beret

Lo anterior es el último índice de popularidad que haya recuperado de TripAdvisor en 08/08/2008.

[Ver un registro histórico](#)

Puntuación en los últimos 30 días



The chart displays a horizontal line of blue dots representing a rating of 4.7 stars across 30 data points. The vertical axis is labeled from 1 to 5, and the horizontal axis represents time. The chart is set against a light blue grid background.