

Proyecto Playa Sin Límites: Informe Final

Inteligencia de datos para alinear
oferta y demanda en el litoral español

Octubre 2025

Promueven:



Financian:



ÍNDICE

01 – OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

02 – ANÁLISIS CONJUNTO DE TODOS LOS DESTINOS

03 – ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO

METODOLOGIA & OBJETIVOS

Objetivo

Facilitar a los organismos participantes en el proyecto **Playas sin Límites** conocimiento valioso acerca del interés, percepción y comportamiento en sus playas, así como de los principales puntos de interés en los destinos y perfil de viaje de los principales mercados emisores.

Esta información permitirá identificar áreas de mejora y facilitar una adaptación proactiva de los servicios locales y de la oferta turística a las necesidades y expectativas del visitante.

Metodología

Para la realización del presente estudio se han utilizado obtenidos del análisis de comentarios y otros tipos de huellas digitales en los puntos de interés del destino (POI, del inglés *Point of Interest*).

El tipo de datos analizados y su descripción es el siguiente:

- **Volumen de menciones e índice de popularidad:** analiza el volumen de contenidos publicados en línea, proporcionando una estimación de la popularidad de los puntos de interés del destino.

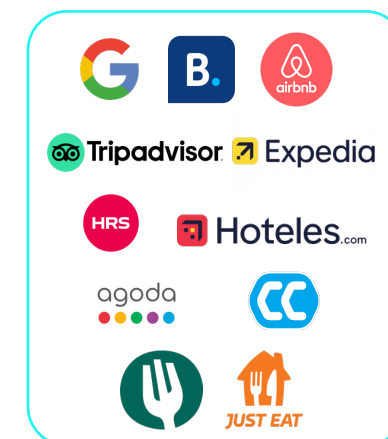
- **Índice de sentimiento:** analiza los contenidos publicados en más de 130 fuentes en línea y elabora un índice resumen de 0 a 100 que ofrece una visión general de la reputación en línea y la percepción pública de los puntos de interés del destino analizados. Utilizando el análisis semántico, el índice no sólo ofrece una puntuación de polaridad para cada contenido (reseña, publicación en redes sociales, comentario, etc.), sino que también identifica los temas principales dentro del texto y el sentimiento correlativo.
- **Distribución por zonas:** visualización gráfica en un mapa que permite entender la distribución de los puntos de interés en el territorio y su sentimiento asociado.

Periodo analizado: enero-septiembre 2025, diferenciando dos periodos, (1) enero-mayo, (2) junio-septiembre.

Fecha de extracción de los datos: Octubre 2025

Fuentes

- **Más de 130 webs/plataformas de reseñas y UGC** a través de **Mabrian Technologies** (análisis semántico de comentarios, ratings, menciones en redes sociales,), incluyendo: **Google, Tripadvisor, Booking.com, Expedia, Hotels.com, Airbnb, CampingCard, Agoda, HRS, TheFork, JustEat**
- **Mapas online** (para detección de POIs)



ÍNDICE

01 – OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

02 – ANÁLISIS CONJUNTO DE TODOS LOS DESTINOS

03 – ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO

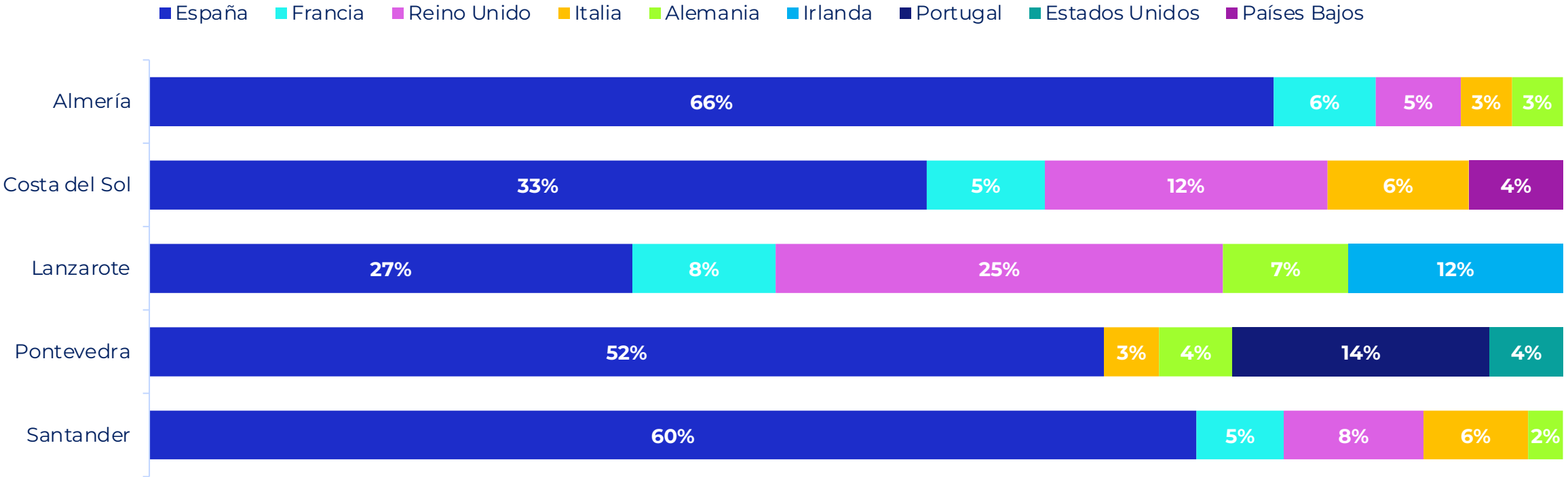
	Almería	Costa del Sol	Lanzarote	Pontevedra	Santander
Sentimiento con las playas y POIs vinculados	85/100 playas 77/100 puntos de interés vinculados	87/100 playas 79/100 puntos de interés vinculados	90/100 playas 80/100 puntos de interés vinculados	89/100 playas 82/100 puntos de interés vinculados	93/100 playas 85/100 puntos de interés vinculados
Atributos mejor y peor valorados	• Playas limpias y tranquilas, con entorno natural cuidado y ambiente familiar • Buena accesibilidad y servicio, especialmente en las playas principales • Oferta gastronómica frente al mar • Limpieza en zonas menos concurridas o con arena gruesa y piedras • Servicios básicos limitados en playas secundarias (duchas, aseos, sombra)	• Playas amplias y bien equipadas, con buena accesibilidad y servicios completos • Oferta gastronómica destacada, frente al mar muy bien valorada • Ambiente familiar y agradable • Masificación estival, especialmente en playas urbanas • Problemas puntuales de limpieza y aparcamiento	• Entorno natural excepcional • Experiencia diversa y equilibrada • Alta satisfacción con la gastronomía costera • Accesos difíciles o costosos en algunas playas naturales • Masificación puntual y residuos en zonas populares	• Playas limpias y bien conservadas • Ambiente familiar y tranquilo • Entorno paisajístico y senderos costeros, que amplían la experiencia • Condiciones naturales variables: agua fría o presencia de algas	• Entorno natural y vistas al mar • Ambiente tranquilo y familiar • Experiencia complementaria de calidad: oferta gastronómica frente al mar y playas pet friendly • Reducción del espacio útil por las mareas • Condiciones naturales adversas: oleaje fuerte, presencia de algas o piedras.

Análisis del perfil del visitante

¿Cuáles son los principales mercados de origen para cada destino?

Composición del grupo de viaje

Enero-septiembre 2025. % de menciones



Existe una clara **predominancia del mercado nacional** en todos los destinos, especialmente en **Almería y Santander**, donde el turismo doméstico concentra la mayor parte de las menciones y muestra una **dependencia casi exclusiva del visitante español**.

En **Pontevedra**, el mercado nacional sigue siendo mayoritario, aunque con una **presencia destacada de Portugal**, que refuerza su conexión regional.

Lanzarote presenta un perfil claramente más internacional, impulsado por los **mercados británico, alemán e irlandés**, mientras que la **Costa del Sol** combina el peso nacional con una **mayor diversidad europea**, en la que sobresalen Reino Unido, Italia y Francia.

En conjunto, el turismo español sigue siendo el motor principal, pero los destinos insulares y del sur muestran una **mayor proyección internacional y equilibrio entre mercados emisores**.

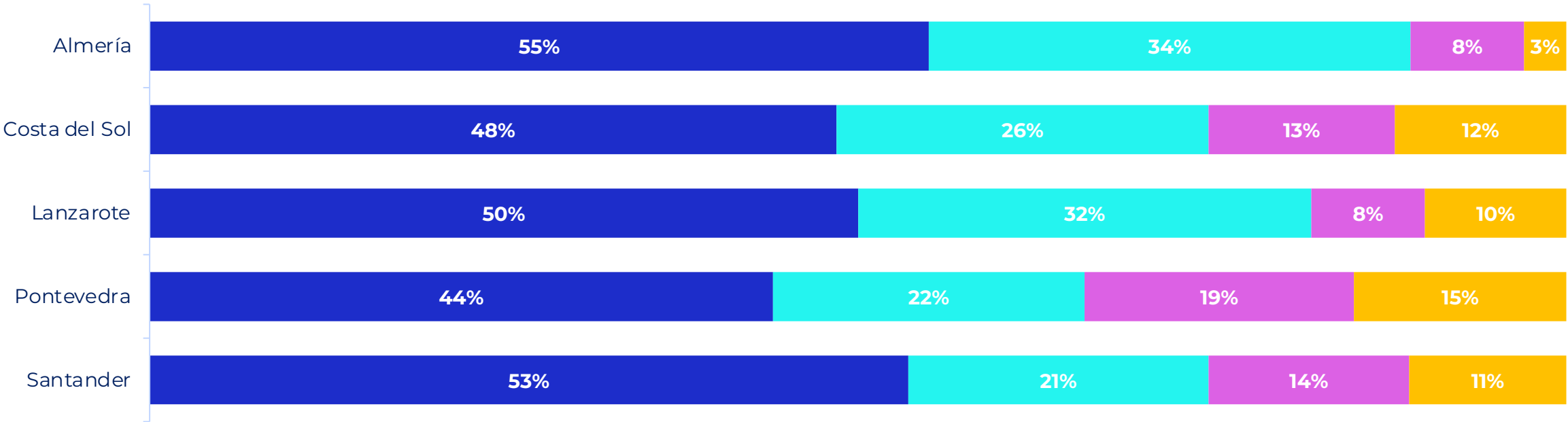
Análisis del perfil del visitante

¿Cuál es la composición del grupo de viaje por destino?

Composición del grupo de viaje

Enero-septiembre 2025. % de menciones

Parejas Familias Solo Grupos



La composición del grupo de viaje muestra un claro predominio de **parejas** en todos los destinos, especialmente en **Almería, Lanzarote y Santander**, donde el turismo en pareja representa el eje principal de la demanda.

En **Almería y Lanzarote**, esta tendencia se combina con una fuerte presencia **familiar**, coherente con su perfil vacacional y de descanso.

En cambio, destinos como **Pontevedra y Santander** presentan una estructura más diversa, con mayor peso de **viajeros solos y grupos**, vinculada a escapadas culturales, naturaleza o turismo urbano.

En conjunto, el patrón confirma que las **parejas lideran el turismo nacional e internacional**, mientras que los destinos del norte atraen perfiles más variados y dinámicos.

ÍNDICE

01 – OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

02 – ANÁLISIS CONJUNTO DE TODOS LOS DESTINOS

03 – ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO

- **Almería**
- **Costa del Sol**
- **Lanzarote**
- **Pontevedra**
- **Santander**



ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO: **Almería**

A) ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE MENCIONES

- Evolución y estacionalidad de las menciones
- Análisis de las menciones sobre playas del destino
- Análisis del perfil del visitante

B) ANÁLISIS DEL SENTIMIENTO DE LAS MENCIONES

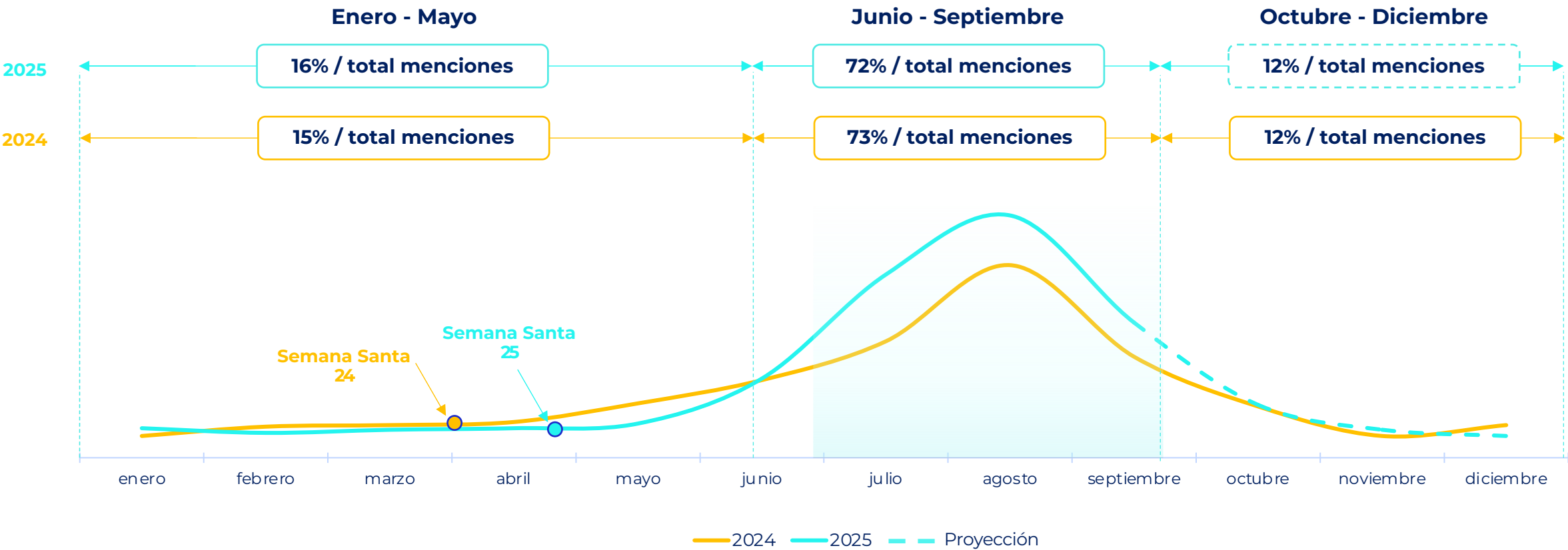
- Índice de sentimiento y evolución
- Sentimiento global por zonas geográficas
- Sentimiento con las playas del destino
- Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa
- Sentimiento del visitante

C) FORTALEZAS Y PUNTOS DE MEJORA

- Oportunidades

Evolución temporal y estacionalidad de las menciones ¿Cómo evoluciona el interés en las playas del destino a lo largo del año?

Evolución de menciones en redes sociales en puntos de interés Playas
2024, 2025



En línea con la tendencia del año anterior, los **meses de verano concentran más de la mitad de las menciones** sobre las playas de Almería. El **interés crece desde junio** con un pico en agosto, aunque de forma más gradual que en 2024.

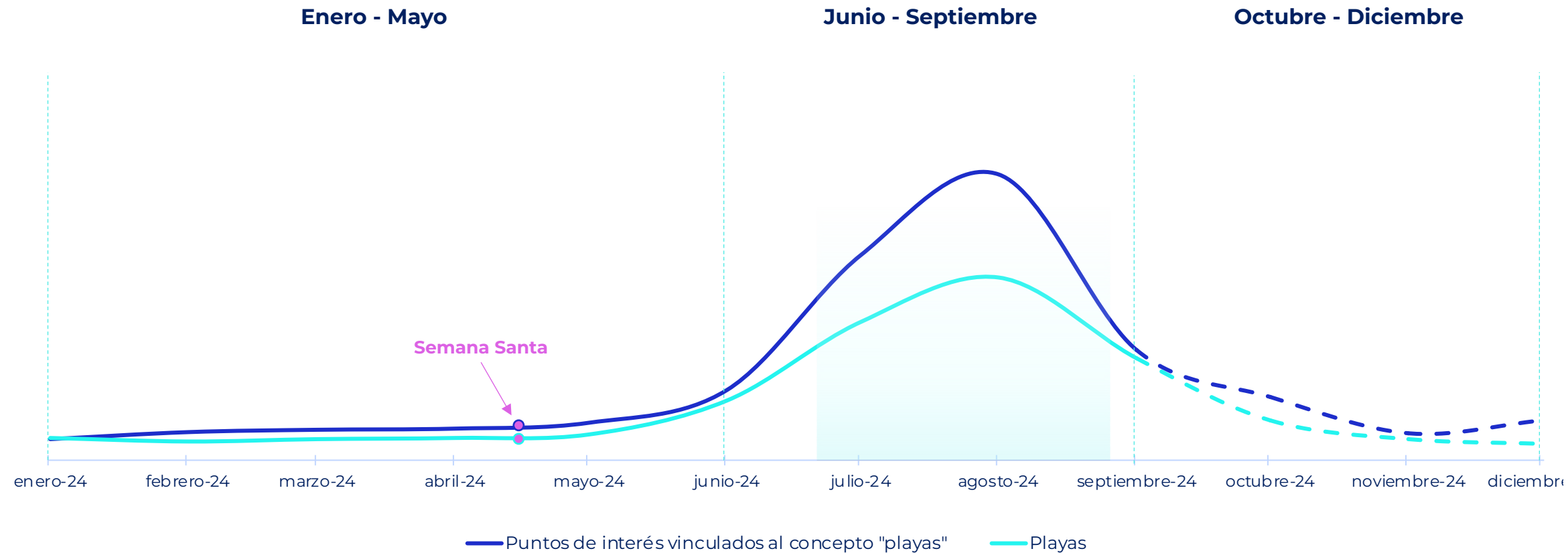
Se observa una mayor actividad a lo largo de todo el periodo, reflejando una **mayor presencia y visibilidad digital de las playas del destino en 2025**.

Evolución temporal y estacionalidad de las menciones

¿Cómo varían las menciones de playas y las relacionadas con el concepto “playa/litoral”?

Evolución de menciones en redes sociales en puntos de interés Playas

2025



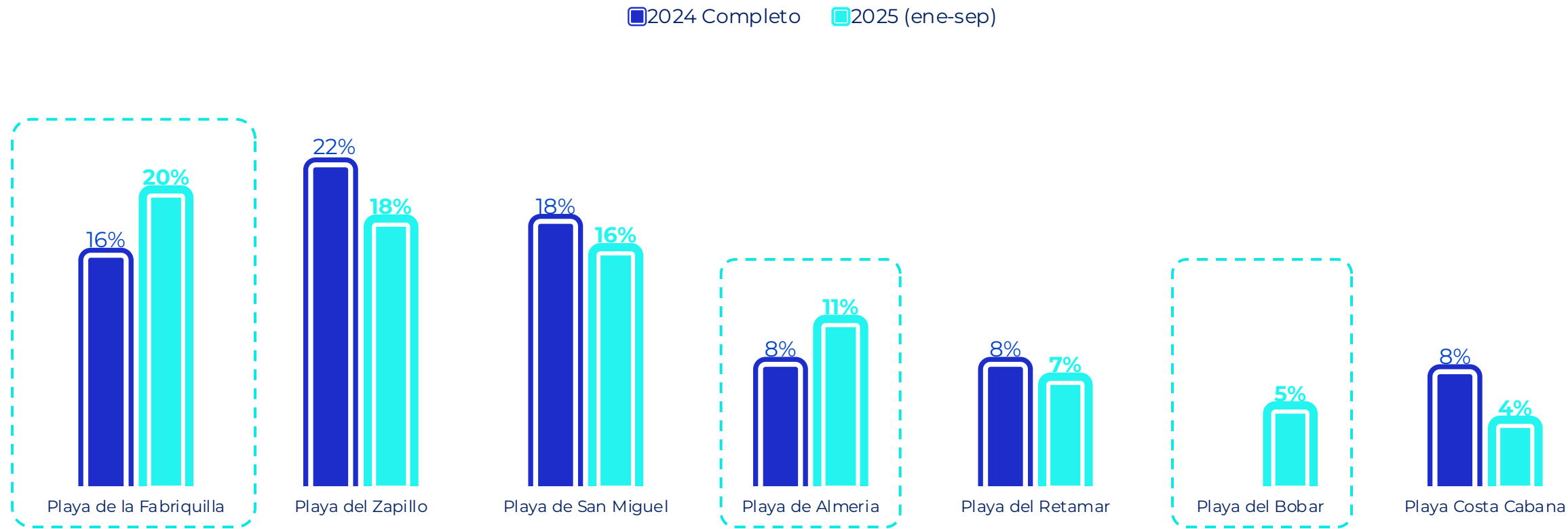
En coherencia con la tendencia estacional observada en las menciones sobre las playas de Almería, los puntos de interés asociados a este concepto también concentran la mayor parte de la conversación online durante los meses de verano, con un pico más acentuado en agosto.

El volumen de menciones vinculadas a estos lugares se mantiene **por encima del de las propias playas**, lo que sugiere un **interés más amplio por la experiencia turística global** del destino y la oportunidad de **potenciar la conexión entre el producto de playa y otros atractivos complementarios**.

Análisis de las menciones online sobre playas del destino ¿Qué playas del destino generan más interés?

Top playas por volumen de menciones

2024, enero-septiembre 2025. % menciones



Playa del Zapillo, Playa de San Miguel y Playa de la Fabriquilla se consolidan como referentes del producto sol y playa en Almería en 2025. Destaca el crecimiento de notoriedad de Playa de la Fabriquilla, que pasa a liderar el volumen de menciones y se posiciona como la más relevante en la conversación online. También aumenta la visibilidad de la Playa de Almería, ganando peso frente a 2024.

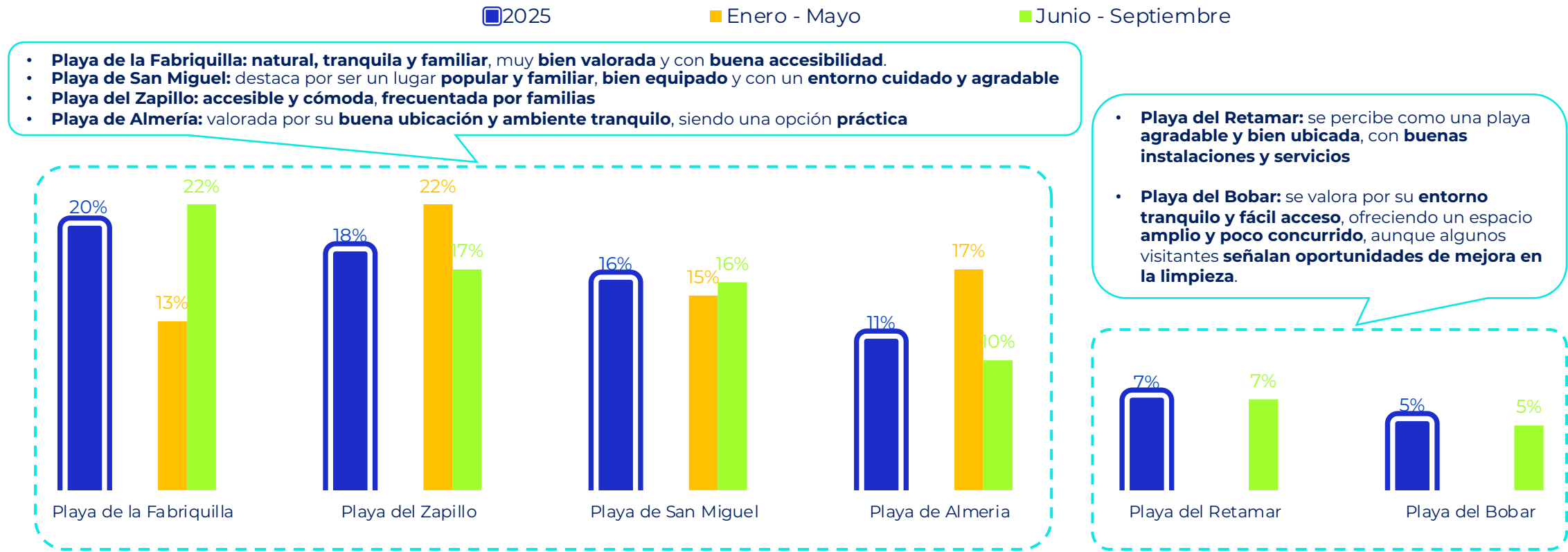
La incorporación de la Playa del Bobar al ranking señala un interés creciente por nuevas zonas costeras, abriendo oportunidades para diversificar la oferta del destino.

Análisis de las menciones online sobre playas del destino

¿Qué playas del destino generan más interés a lo largo del año?

Distribución del peso de menciones en las playas del destino en diferentes momentos del año

Enero-septiembre 2025



La notoriedad de las playas de Almería en las conversaciones online previas a la temporada estival aumenta respecto al año anterior. Mientras que en 2024 solo la **Playa del Zapillo** y la **Playa de San Miguel** tenían presencia destacada, en 2025 se suman la **Playa de la Fabriquilla** y la **Playa de Almería**, reflejando una **mayor diversificación del interés por el litoral del destino**.

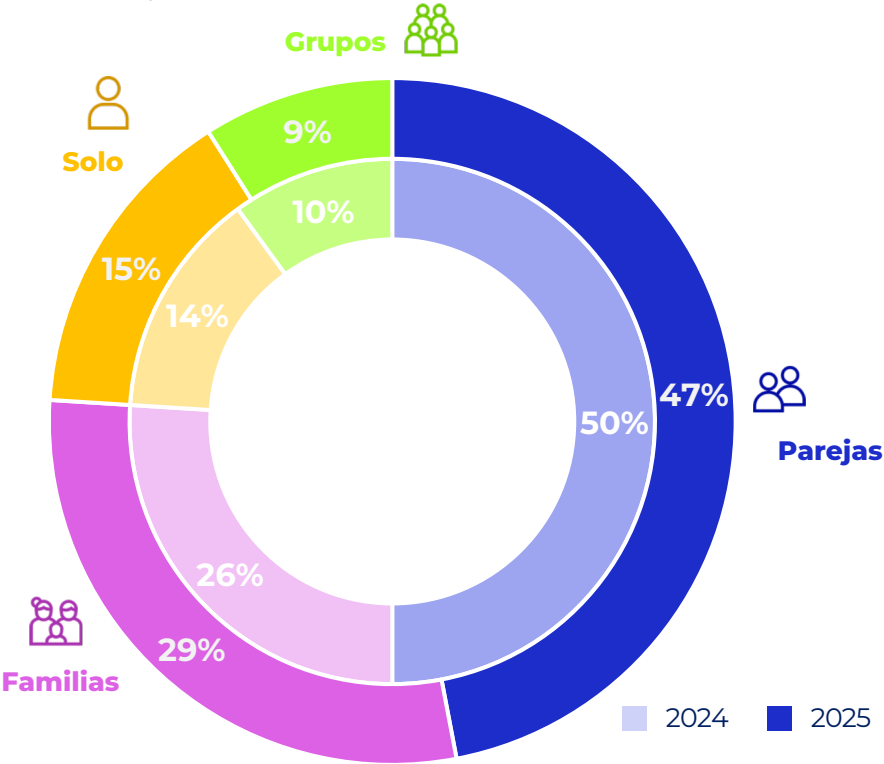
Otras playas del destino, como las **playas del Retamar y del Bobar** muestran una imagen más estacional, con presencia online **únicamente en los meses de verano**.

Análisis del perfil del visitante

¿Cuál es la composición del grupo de viaje y cuándo prefieren viajar?

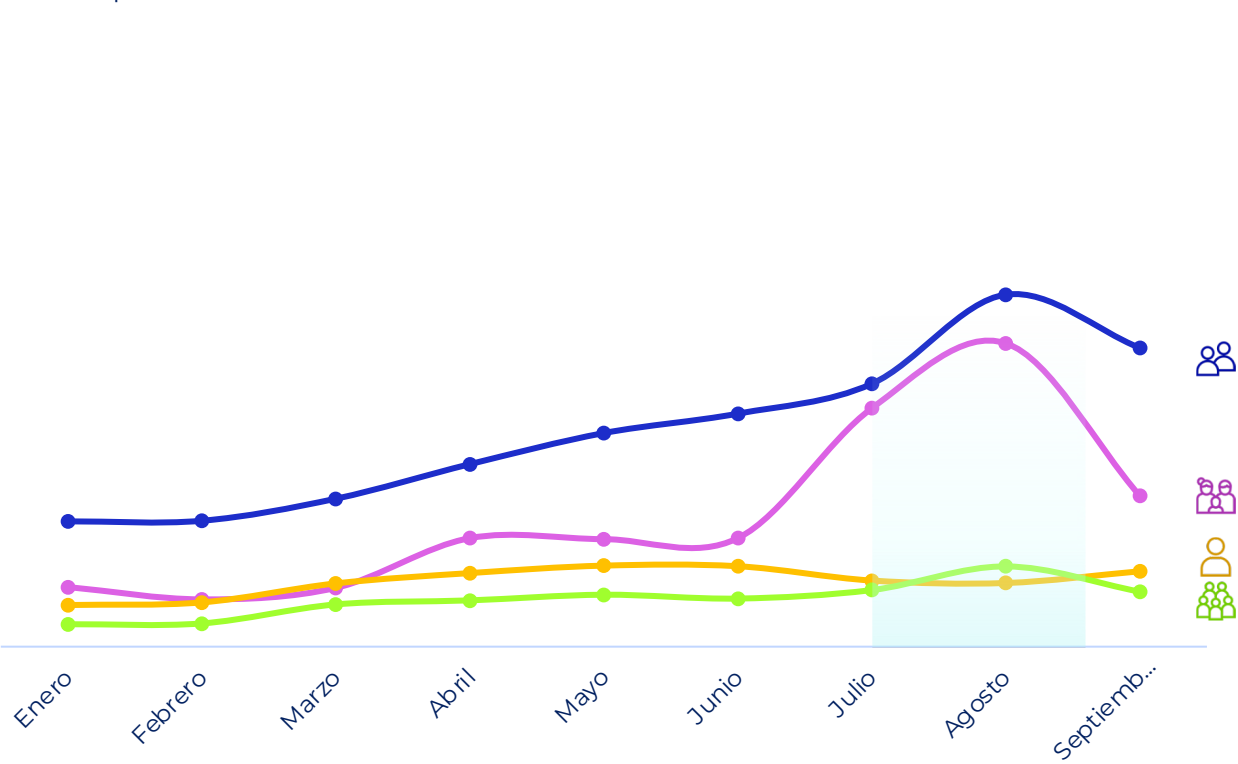
Composición del grupo de viaje

2024, enero-septiembre 2025. % de menciones



Evolución y estacionalidad de los grupos de viaje

Enero - Septiembre 2025



La composición del grupo de viaje en 2025 se mantiene prácticamente igual que en 2024, con **parejas y familias como principales protagonistas**.

Las familias concentran su presencia en los meses de julio y agosto, reforzando la estacionalidad del verano, mientras que las parejas destacan en los meses previos, especialmente a partir de mayo.

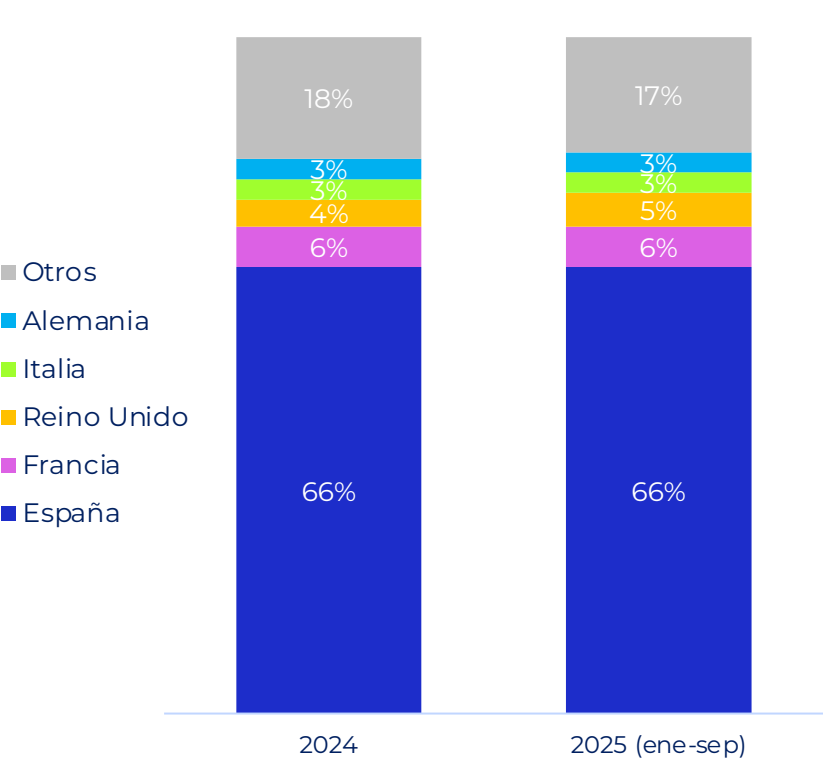
Los **viajeros solos y los grupos mantienen niveles estables** y una evolución lineal a lo largo del año, confirmando la **consistencia del perfil de visitante** del destino.

Análisis del perfil del visitante

¿Cuáles son los principales mercados de origen y cuándo prefieren viajar?

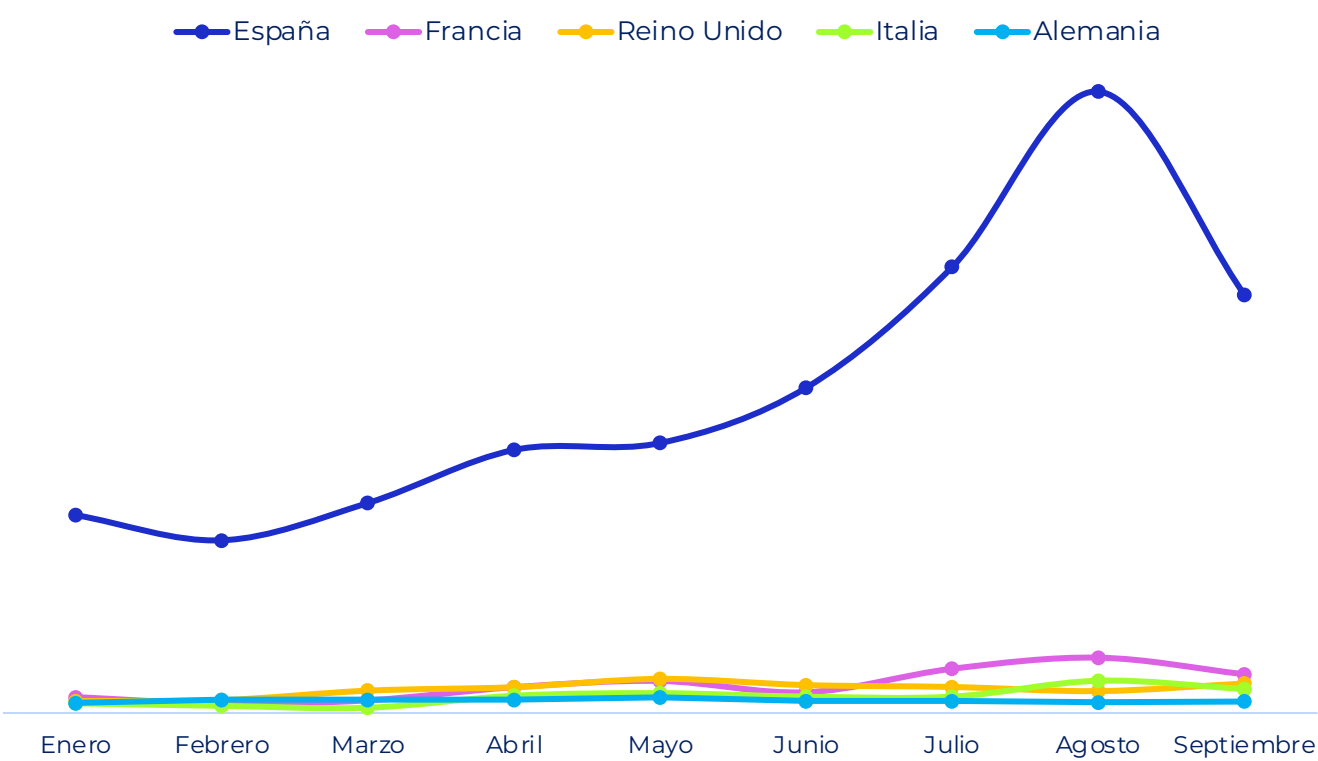
Peso de los mercados de origen

2024, enero-septiembre 2025. % de menciones



Evolución de menciones por origen del viajero

Enero-septiembre 2025



La composición de orígenes en 2025 es muy similar a la del año anterior, con una **clara predominancia del mercado nacional** durante todo el periodo.

Aunque los mercados internacionales, especialmente Francia y Reino Unido, muestran cierto crecimiento, **su peso relativo sobre el total de la demanda se mantiene estable**.

El mercado francés concentra su interés en los meses de julio y agosto, mientras que el resto de mercados internacionales mantiene una evolución lineal.



ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO: **Almería**

A) ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE MENCIONES

- Evolución y estacionalidad de las menciones
- Análisis de las menciones sobre playas del destino
- Análisis del perfil del visitante

B) ANÁLISIS DEL SENTIMIENTO DE LAS MENCIONES

- Índice de sentimiento y evolución
- Sentimiento global por zonas geográficas
- Sentimiento con las playas del destino
- Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa
- Sentimiento del visitante

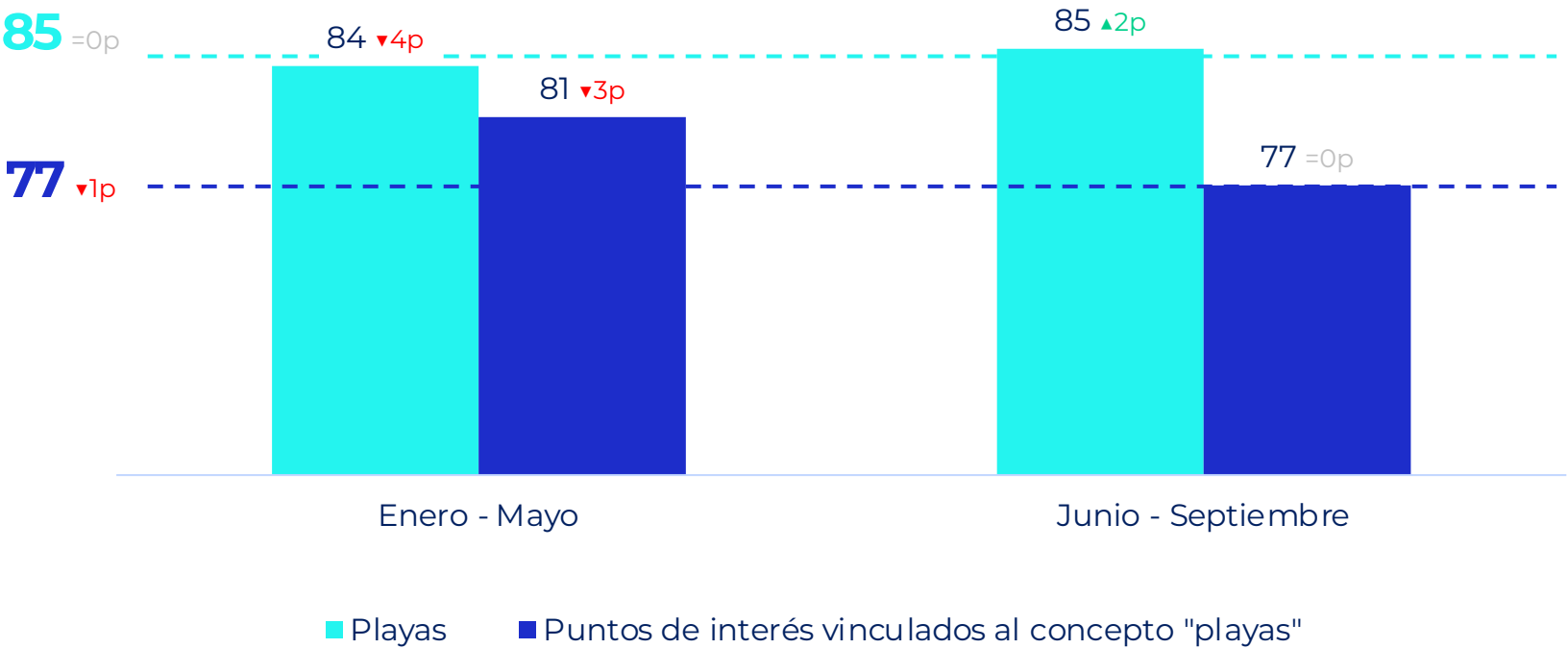
C) FORTALEZAS Y PUNTOS DE MEJORA

- Oportunidades

Índice de sentimiento con las playas y con los puntos de interés vinculados a playas en el destino

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025 y variación vs. Enero-septiembre 2024

Sentimiento promedio
enero-septiembre 2025



Las playas y puntos de interés del destino mantienen una **percepción positiva durante todo el año**, destacando la **belleza natural, las aguas limpias y cristalinas, la tranquilidad del entorno y la buena oferta gastronómica** junto al mar.

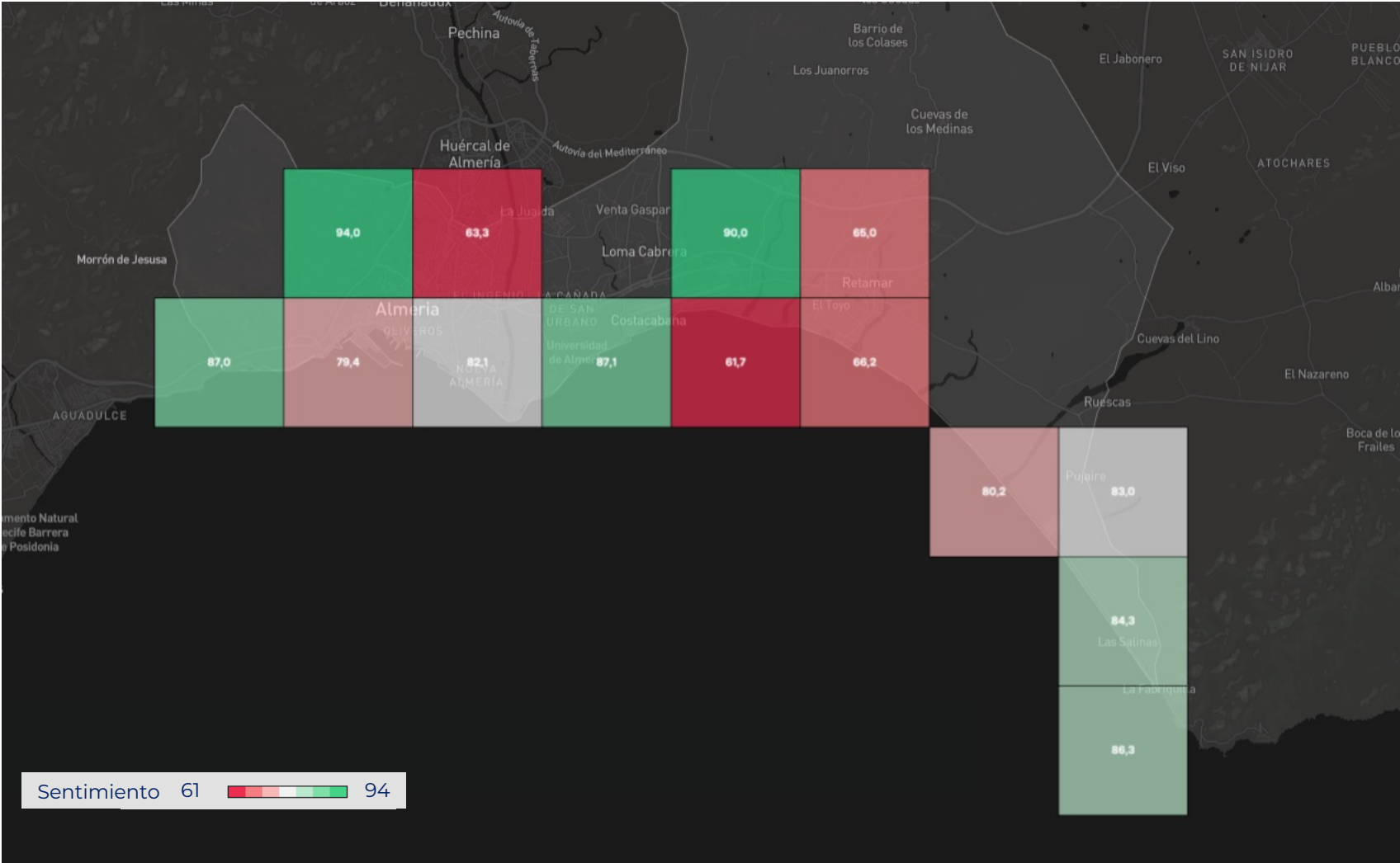
Los visitantes valoran especialmente la **accesibilidad y cercanía de los servicios**, así como la posibilidad de disfrutar de un ambiente relajado incluso en zonas con afluencia turística.

En el periodo de **enero a mayo**, aunque la satisfacción general continúa siendo alta, se registran algunas **valoraciones menos favorables** relacionadas con la **presencia de piedras o arena gruesa** en playas como **Retamar o El Palmeral**.

Pese a ello, la imagen global sigue siendo muy positiva, consolidando al destino como un espacio de **alto atractivo natural y experiencia satisfactoria** para los visitantes durante gran parte del año.

Mapa del sentimiento con puntos de interés vinculados a playas/litoral

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



El mapa de sentimiento de Almería en 2025 refleja una percepción mayoritariamente positiva, aunque con diferencias claras entre zonas.

Las **playas mejor valoradas**, como **La Fabriquilla**, **El Zapillo** y **San Miguel**, destacan por su limpieza, aguas cristalinas, tranquilidad y buena oferta de servicios.

Los **restaurantes y chiringuitos en primera línea de playa** también reciben altas valoraciones por su ambiente relajado y vistas al mar, reforzando la experiencia positiva del visitante.

Las **zonas con menor sentimiento** se concentran en playas con piedras grandes, accesos difíciles o falta de servicios básicos, especialmente en áreas cercanas a algunos hoteles en **Retamar**.

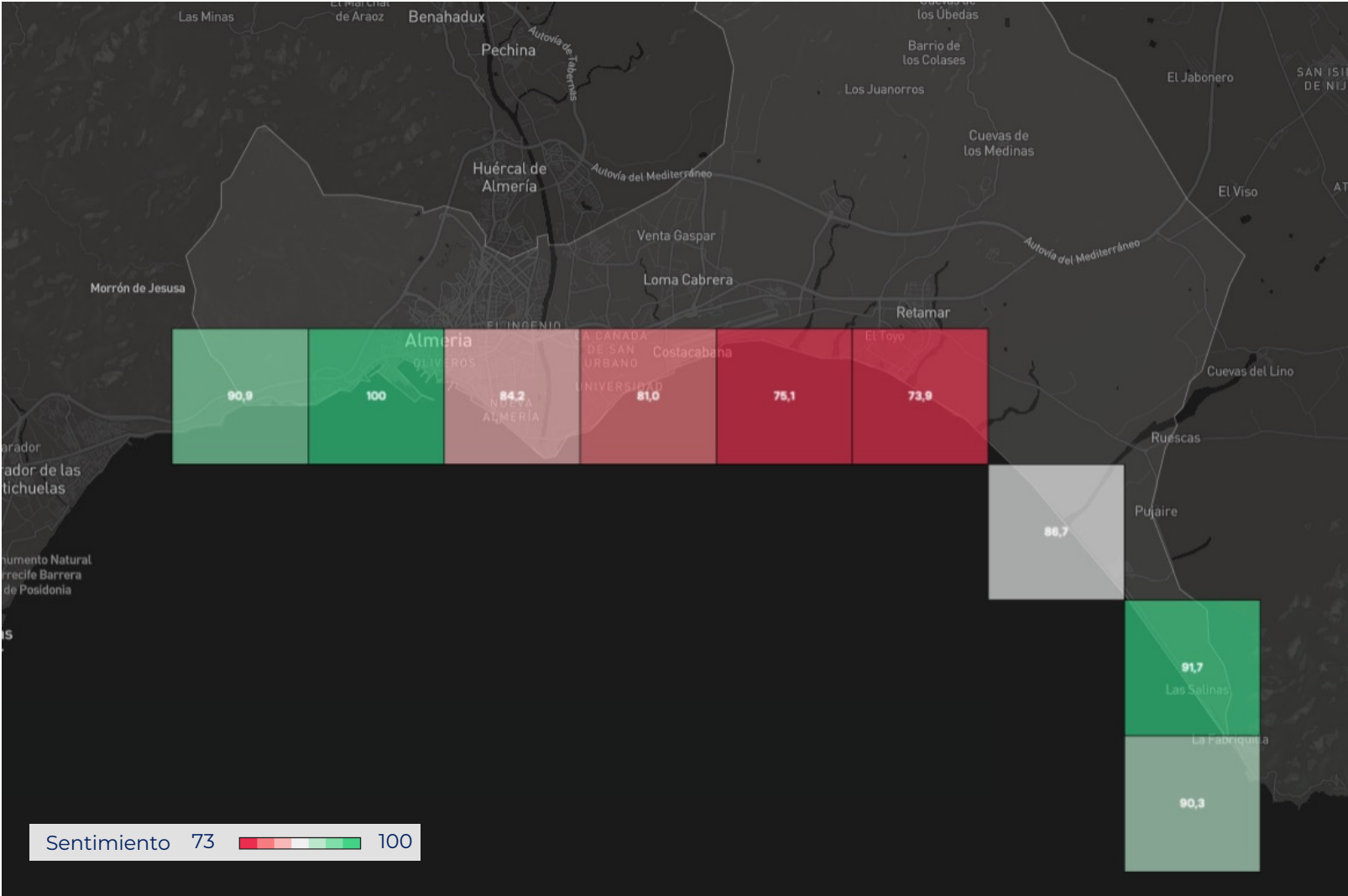
En conjunto, el mapa evidencia un destino costero con un **fuerte atractivo natural y turístico**, donde la **calidad del entorno y la restauración impulsan la satisfacción general**.

Sentimiento global por zonas geográficas

¿Cómo se distribuye geográficamente el sentimiento con las playas del destino?

Mapa del sentimiento con las playas del destino

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



El mapa de sentimiento de las playas de Almería en 2025 refleja una **percepción muy positiva** y una tendencia estable durante el año, con un aumento de satisfacción hacia el final del verano.

Las **playas mejor valoradas** son **Ciudad Luminosa, Las Amoladeras, San Miguel, Los Corraletes, La Fabriquilla y El Zapillo**, destacadas por su **belleza natural, limpieza, fácil acceso y ambiente familiar**. Estas zonas consolidan la imagen de Almería como un destino costero de alta calidad.

En cambio, las **playas del Bobar y Torre García** presentan las opiniones más críticas, relacionadas con **problemas de limpieza, servicios y mantenimiento**.

Los visitantes valoran especialmente la **accesibilidad**, la **tranquilidad**, las **actividades al aire libre** y la **oferta gastronómica junto al mar**.

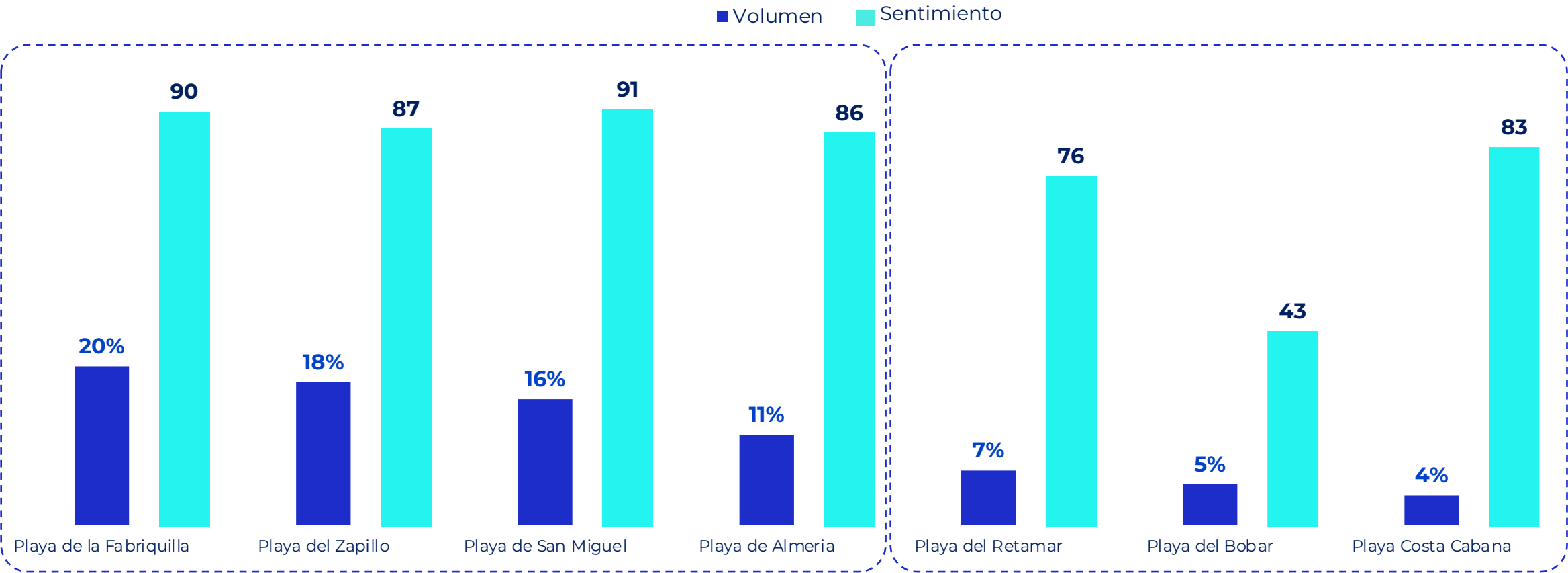
En conjunto, el mapa muestra un **alto nivel de satisfacción turística**, sustentado por la calidad del entorno y la experiencia familiar. Reforzar la gestión de limpieza y el trato al visitante contribuiría a mantener la buena reputación del destino.

Sentimiento con las playas del destino

¿Cuál es el sentimiento con las playas más mencionadas?

Top playas por volumen de menciones y respectivo índice de sentimiento

Enero-septiembre 2025. % de menciones (volumen) e índice 0-100 (sentimiento)



El análisis del sentimiento muestra **dos perfiles diferenciados**. Las playas más populares —**La Fabriquilla, El Zapillo, San Miguel y Almería**— registran una **satisfacción elevada** por su **tranquilidad, entorno natural, accesibilidad y calidad del agua**.

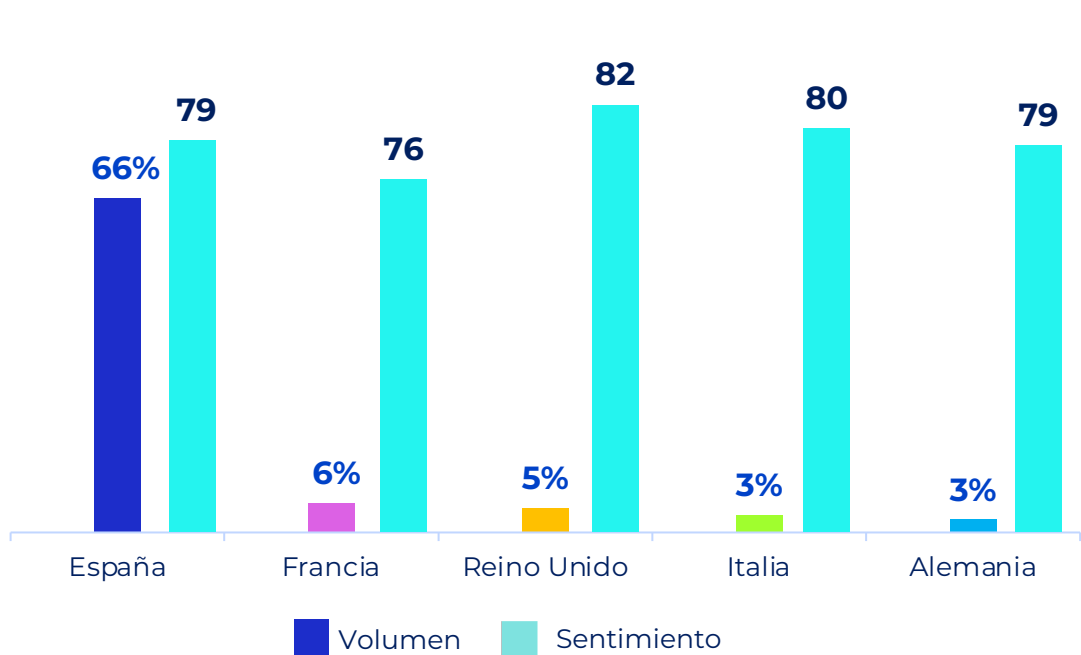
En cambio, **Retamar, Bobar y Costa Cabana** presentan **valores por debajo de la media**, afectados por **problemas de limpieza, servicios y atención al visitante**, además de **casos puntuales de inseguridad**, especialmente en **Bobar**. Mejorar estos aspectos permitiría **eleva**r su **percepción y alinearlas con las playas mejor valoradas del destino**.

Sentimiento del visitante

¿Cómo evoluciona el sentimiento de los principales mercados emisores a lo largo del año?

Principales mercados emisores por peso sobre el total de menciones y respectivos índices de sentimiento

Enero-septiembre 2025. % de menciones (volumen) e índice 0-100 (sentimiento)

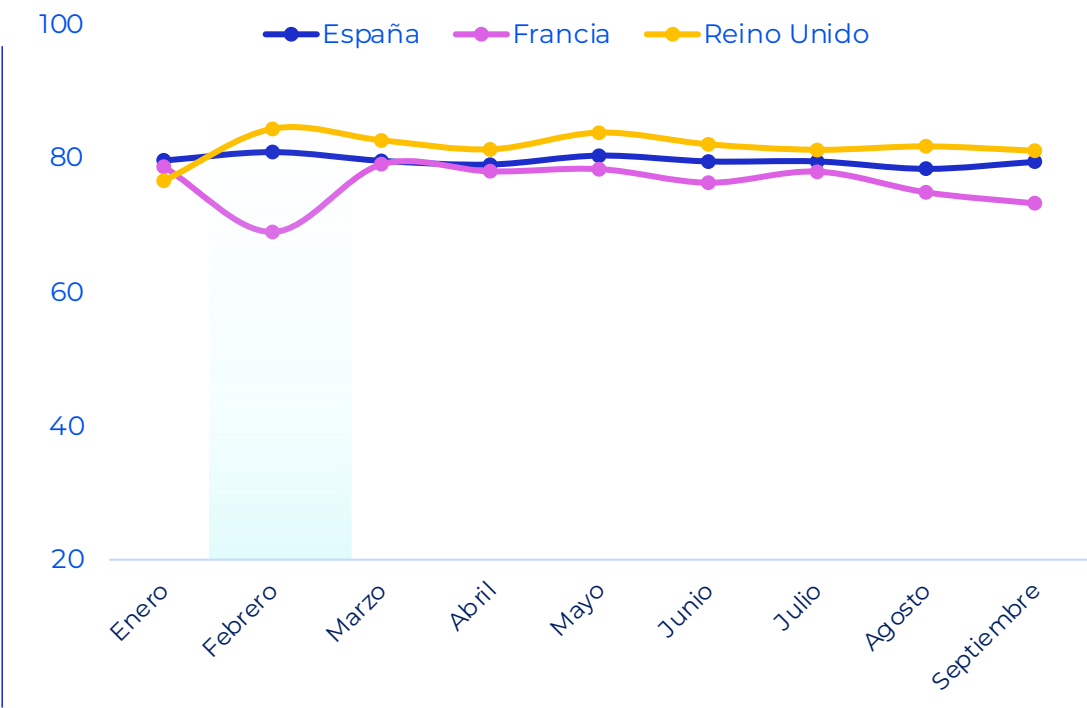


El nivel de satisfacción de los principales mercados emisores se mantiene **elevado y estable durante todo el periodo analizado**, sin la caída estival observada en 2024.

En general, los mercados **francés, español y alemán** mantienen sentimientos más moderados, con las **principales áreas de mejora centradas en la presencia de piedras, la masificación en verano y algunas limitaciones de accesibilidad o servicios básicos**.

Evolución del sentimiento de los viajeros por mercado de origen

Enero-Septiembre. Índice 0-100



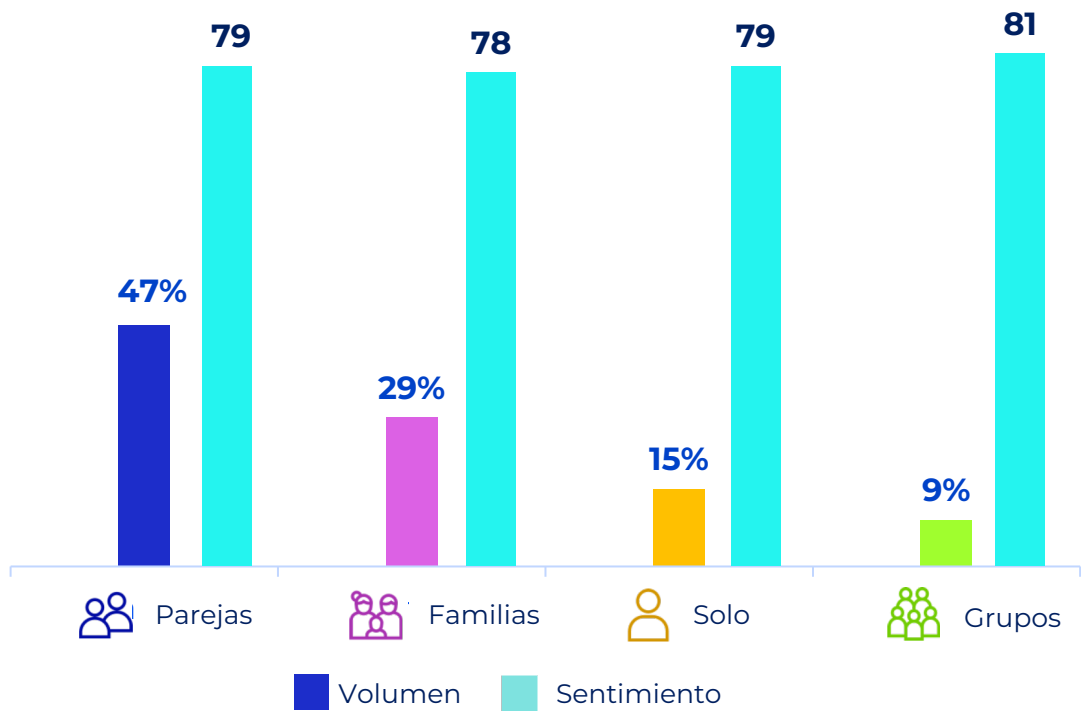
La **satisfacción del mercado francés muestra un descenso puntual en febrero**, asociado a la necesidad de **mejorar la experiencia de servicio y ciertas infraestructuras**, especialmente fuera de la temporada alta.

Sentimiento del visitante

¿Cómo evoluciona el sentimiento de los diferentes grupos de viaje a lo largo del año?

Peso de los grupos de viaje y respectivos índices de sentimiento

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025

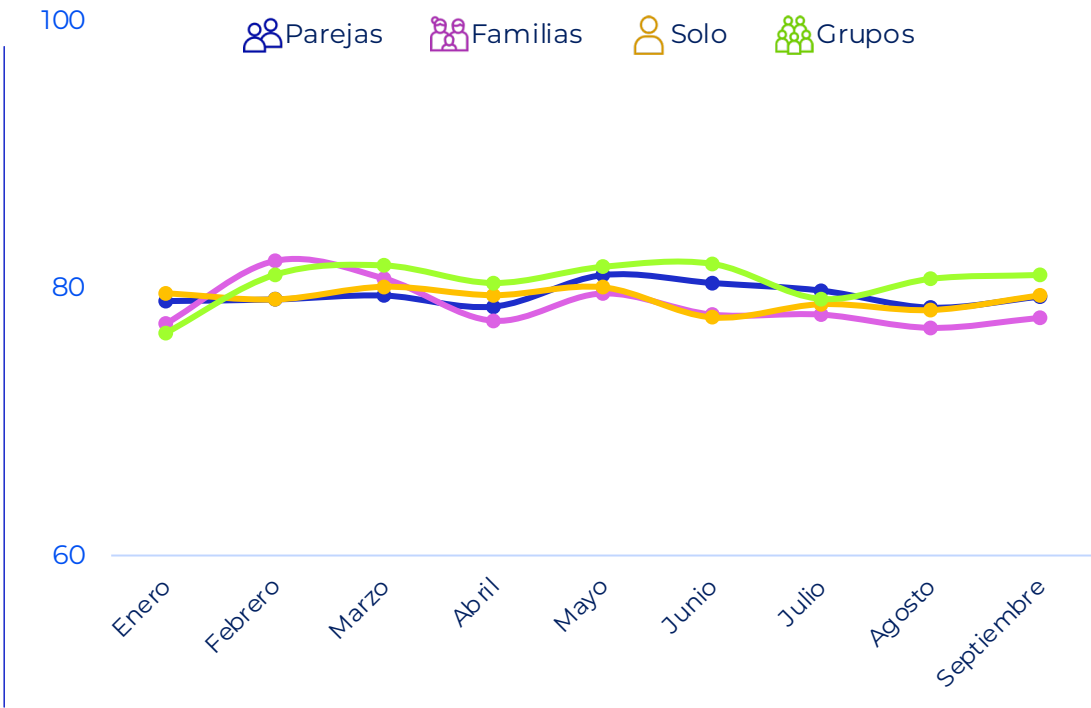


La **satisfacción de todos los grupos de viaje se mantiene estable a lo largo de todo el periodo analizado.**

Los **grupos** son el perfil más satisfecho, valorando el **ambiente playero y las actividades compartidas**. Las **parejas** destacan la **ubicación, el confort y la atmósfera tranquila y romántica**, mientras que las **familias** aprecian las **instalaciones adaptadas y la accesibilidad**, aunque mencionan carencias en **limpieza, servicios infantiles y calidad de la arena**.

Evolución del sentimiento de los viajeros por grupo de viaje

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



Los **viajeros solos** disfrutaban de la **tranquilidad y la limpieza**, pero muestran mayor preocupación por la **seguridad**.

De forma transversal, las principales áreas de mejora se centran en la **limpieza y mantenimiento de las playas**, la **accesibilidad**, la **seguridad** y el **estacionamiento**, especialmente relevantes para familias y grupos. En conjunto, el destino mantiene una **valoración positiva y estable**, con oportunidades claras para **optimizar la experiencia de playa y reforzar la satisfacción global**.



ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO: **Almería**

A) ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE MENCIONES

- Evolución y estacionalidad de las menciones
- Análisis de las menciones sobre playas del destino
- Análisis del perfil del visitante

B) ANÁLISIS DEL SENTIMIENTO DE LAS MENCIONES

- Índice de sentimiento y evolución
- Sentimiento global por zonas geográficas
- Sentimiento con las playas del destino
- Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa
- Sentimiento del visitante

C) FORTALEZAS Y PUNTOS DE MEJORA

- **Oportunidades**

FORTALEZAS

- **Elevada visibilidad digital** y más equilibrada entre las diferentes playas vs 2024, indicando una **diversificación del interés**: además de **La Fabriquilla, San Miguel y Zapillo**, aumentan la presencia **Playa de Almería y Bobar**.
- **Sentimiento general alto y estable**, apalancado en la limpieza, las aguas cristalinas y la tranquilidad del entorno.
- **Entorno natural atractivo**, que combina playas urbanas con espacios protegidos y de baja masificación, y **aguas limpias y cristalinas**.
- **Buena accesibilidad desde hoteles y alojamientos**, con paseos marítimos amplios y zonas bien comunicadas.
- **Oferta gastronómica junto al mar**: con chiringuitos y restaurantes de ambiente relajado y buena relación calidad-precio refuerzan la imagen positiva del destino.
- **Imagen familiar y segura, ideal para parejas y familias** que buscan tranquilidad y naturaleza.

PUNTOS DE MEJORA

- **Limpieza y mantenimiento** en algunas playas, especialmente en **Bobar y Retamar**: se observan residuos y menor cuidado del entorno.
- **Piedras y arena gruesa** en zonas como **El Palmeral y Retamar**, lo que reduce la comodidad del baño, sobre todo para familias con niños o personas mayores.
- **Limitaciones de accesibilidad** en áreas con caminos irregulares o falta de rampas, como en **Costa Cabana y partes de La Fabriquilla**.
- **Disponibilidad insuficiente de aparcamiento** en temporada alta, especialmente en **San Miguel y Zapillo**, generando incomodidad entre los visitantes locales y nacionales.
- **Oferta de servicios básicos mejorable** en algunas zonas (s sombrillas, duchas, lavapiés y áreas de sombra).

OPORTUNIDADES



DIVERSIFICAR EXPERIENCIAS

- Introducir **productos complementarios** que capitalicen el atractivo natural y la elevada satisfacción con las playas.
- Promover **actividades que integren las playas en la experiencia general del visitante** en el destino: **senderismo costero, experiencias gastronómicas con vistas, actividades familiares** (ej. Talleres) , **turismo activo** (ej. paddle surf, kayak...)



DIVERSIFICAR MERCADOS Y SEGMENTOS

- Reforzar la promoción en mercados como **Francia, Reino Unido y Alemania**, que muestran interés estable, pero con **margen de crecimiento**. Potenciar la presencia digital multilingüe y campañas dirigidas a públicos internacionales con intereses en naturaleza, gastronomía y descanso.
- Revisar / potenciar **campañas dirigidas a segmentos específicos** como parejas y familias aprovechando la elevada valoración de atributos como tranquilidad y seguridad.



EXTENDER LA TEMPORADA (DESESTACIONALIZAR)

- Aprovechar la buena reputación de las playas y su clima favorable para **promover eventos** (ej. Eventos deportivos, muestras gastronómicas...) **y actividades** (ej. Senderismo, fotografía, ecoturismo...) **fuera de la temporada alta**.
- Fortalecer la comunicación de atributos como la **tranquilidad y el clima suave todo el año**, especialmente en aquellas playas menos populares como La Almadraba o Bobar, para fomentar el **turismo de bienestar y slow travel** (ej. Retiros de yoga, programas de relax...).



ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO: Costa del Sol

A) ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE MENCIONES

- Evolución y estacionalidad de las menciones
- Análisis de las menciones sobre playas del destino
- Análisis del perfil del visitante

B) ANÁLISIS DEL SENTIMIENTO DE LAS MENCIONES

- Índice de sentimiento y evolución
- Sentimiento global por zonas geográficas
- Sentimiento con las playas del destino
- Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa
- Sentimiento del visitante

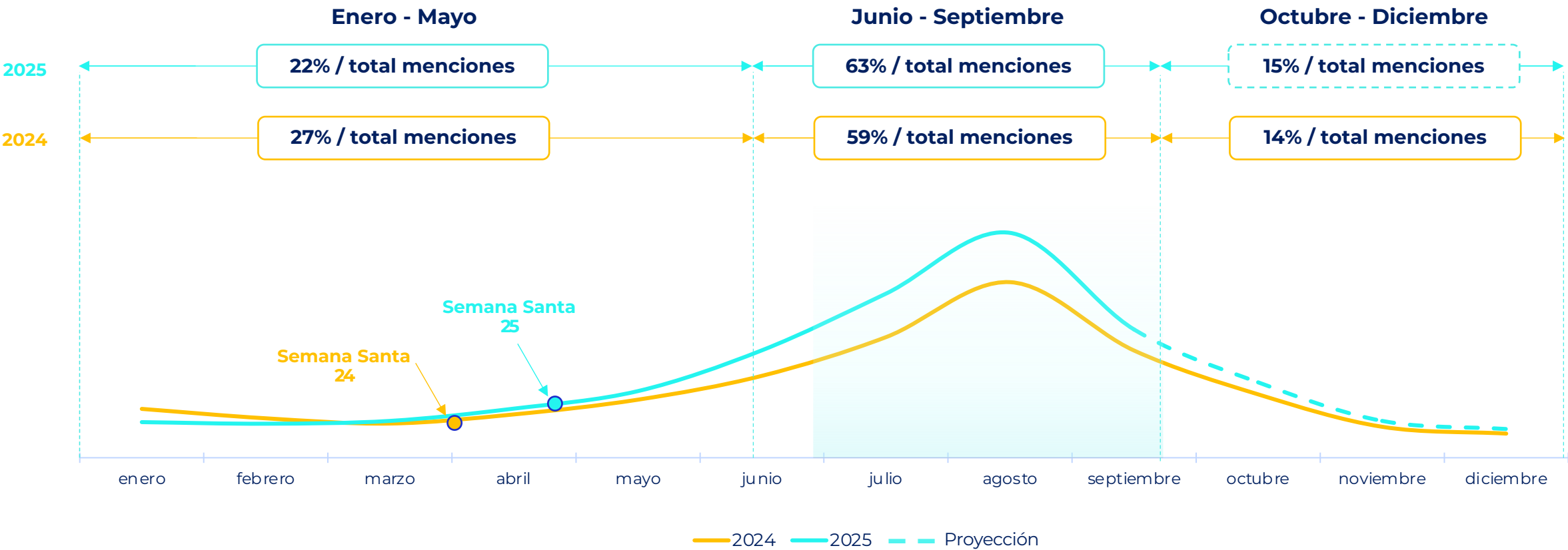
C) FORTALEZAS Y PUNTOS DE MEJORA

- Oportunidades

Evolución temporal y estacionalidad de las menciones

¿Cómo evoluciona el interés en las playas del destino a lo largo del año?

Evolución de menciones en redes sociales en puntos de interés Playas
2024, 2025



En línea con la tendencia del año anterior, los **meses de verano concentran más de la mitad de las menciones** sobre las playas de Almería. El **interés crece desde junio** con un pico en agosto, aunque de forma más gradual que en 2024.

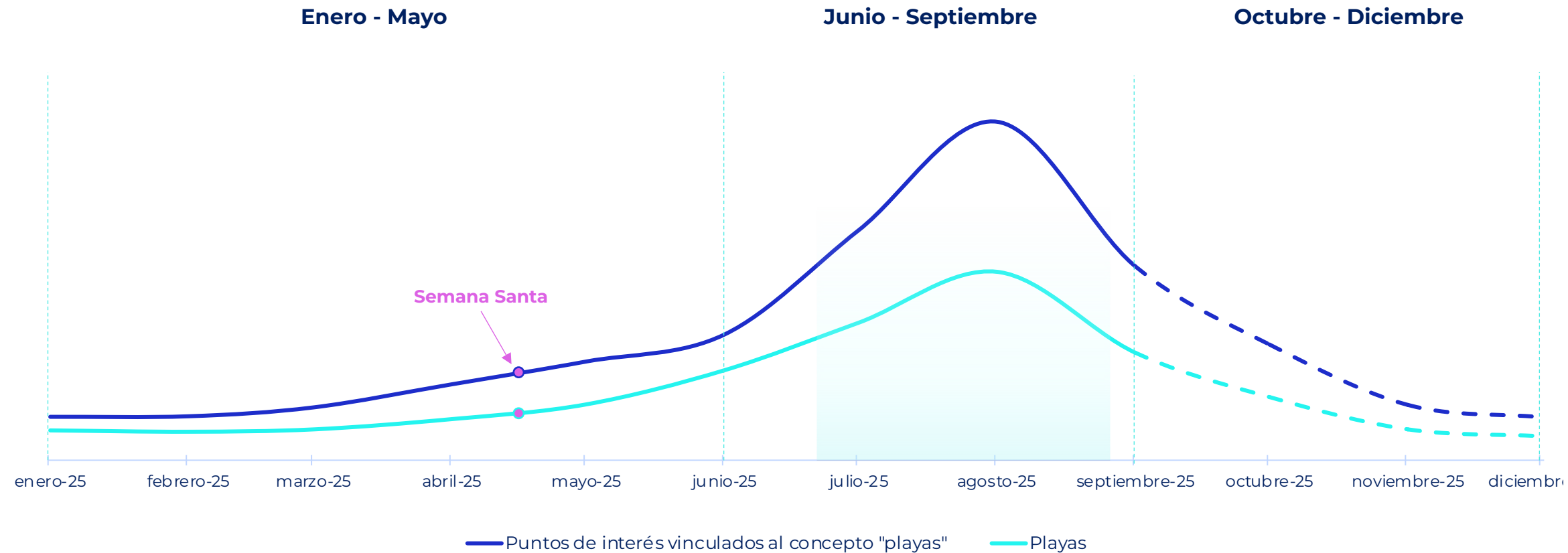
Se observa una mayor actividad a lo largo de todo el periodo, reflejando una **mayor presencia y visibilidad digital de las playas del destino en 2025**.

Evolución temporal y estacionalidad de las menciones

¿Cómo varían las menciones de playas y las relacionadas con el concepto “playa/litoral”?

Evolución de menciones en redes sociales en puntos de interés Playas

2025

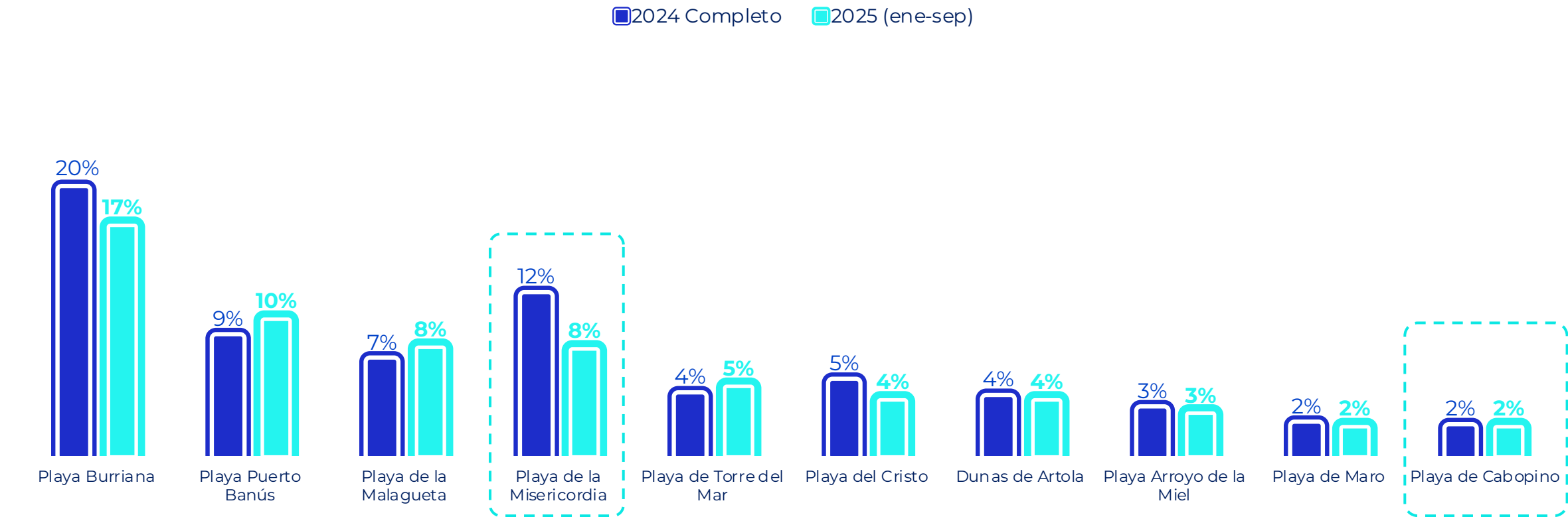


El interés en los puntos de interés vinculados al concepto “playas” mantiene una **evolución paralela al interés por las playas de la Costa del Sol**, con una **clara concentración en los meses de verano**, especialmente entre **julio y agosto**.

El **volumen de menciones asociadas a estos lugares supera al de las propias playas durante todo el periodo**, reflejando un **interés más amplio por el conjunto de experiencias turísticas que ofrece el destino**. Esta tendencia presenta la **posibilidad de reforzar la vinculación entre el producto de playa y otros atractivos complementarios**, potenciando una imagen más completa y diversa del destino.

Top 10 playas por volumen de menciones

2024, enero-septiembre 2025. % menciones



Las playas de **Burriana, Puerto Banús, la Malagueta y la Misericordia** se consolidan como las **más destacadas en la conversación online durante 2025**, posicionando a **Nerja, Marbella y Málaga** como los principales referentes de la Costa del Sol.

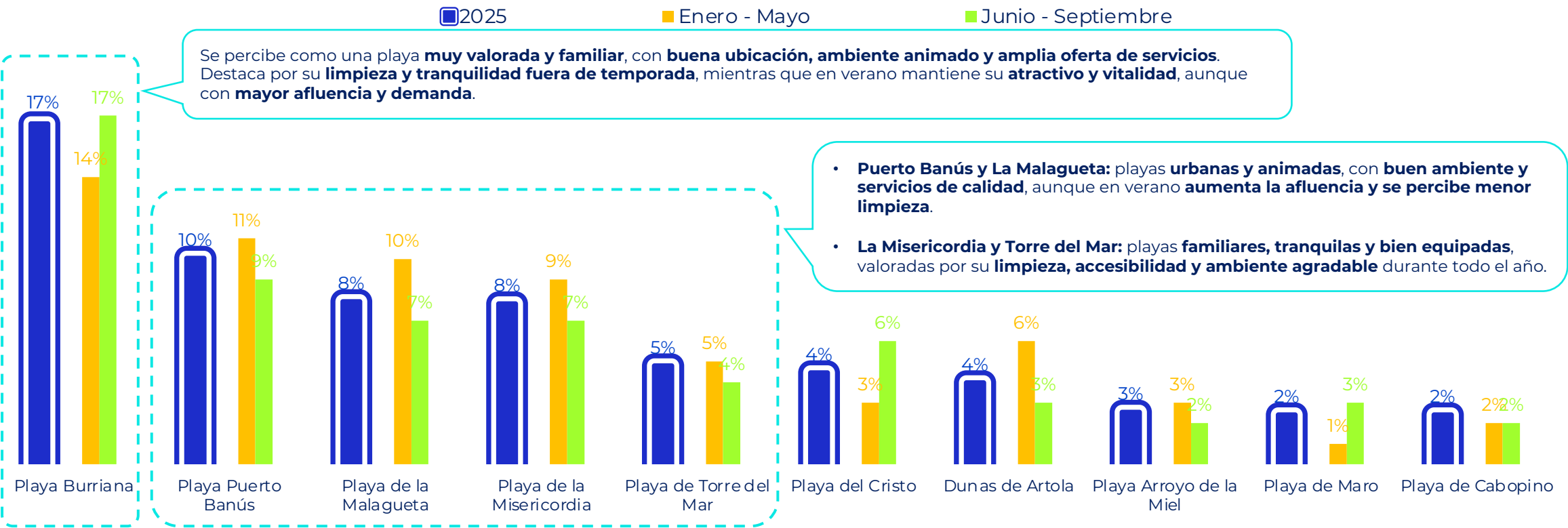
Aunque la **Playa de la Misericordia** sigue entre las más mencionadas, registra una **ligera disminución en su peso relativo**, pasando del segundo al cuarto puesto y cediendo protagonismo a **Puerto Banús y la Malagueta**. Por otro lado, la **Playa de Cabopino** gana visibilidad y se incorpora por primera vez al **top 10 de playas del destino**, mostrando una **diversificación del interés online** hacia nuevas zonas del litoral.

Análisis de las menciones online sobre playas del destino

¿Qué playas del destino generan más interés a lo largo del año?

Distribución del peso de menciones en las playas del destino en diferentes momentos del año

Enero-septiembre 2025



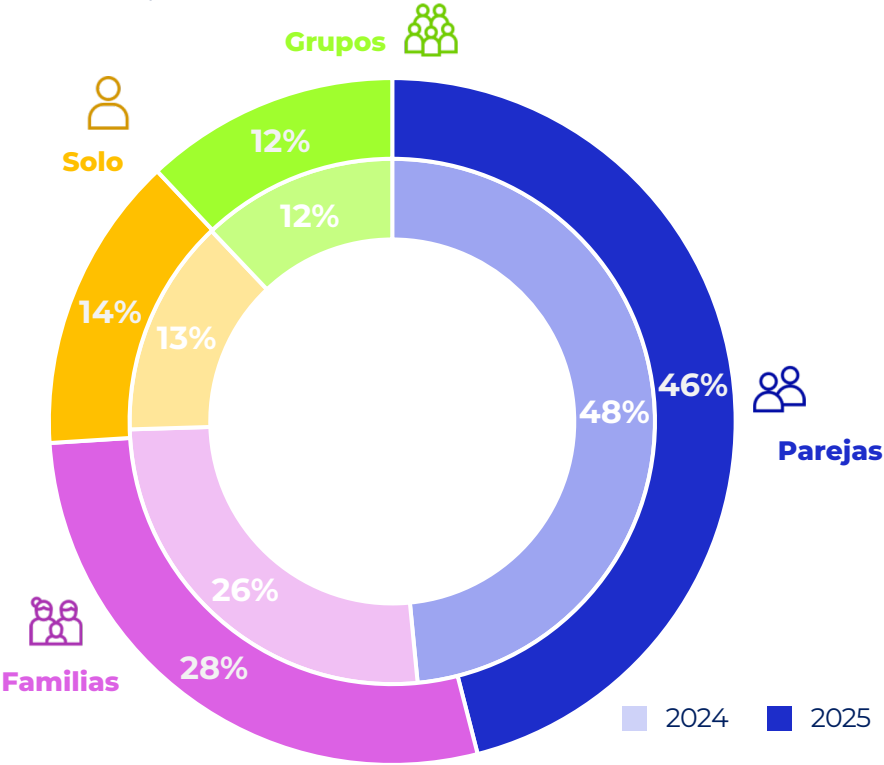
La **Playa de Burriana** concentra el mayor interés tanto antes como durante la temporada de verano, consolidándose como la **principal referencia de la Costa del Sol**. Otras playas como **Puerto Banús, la Malagueta, la Misericordia y Torre del Mar** mantienen también una **presencia destacada en los meses previos al verano**, con un volumen constante de conversación online.

Las menciones se centran en **servicios, limpieza, ubicación y ambiente**, junto con referencias a **accesibilidad, oferta gastronómica y aparcamiento**. En conjunto, las playas muestran un **interés constante y diverso**, enfocado en la **calidad del entorno y la experiencia del visitante**.

Análisis del perfil del visitante ¿Cuál es la composición del grupo de viaje y cuándo prefieren viajar?

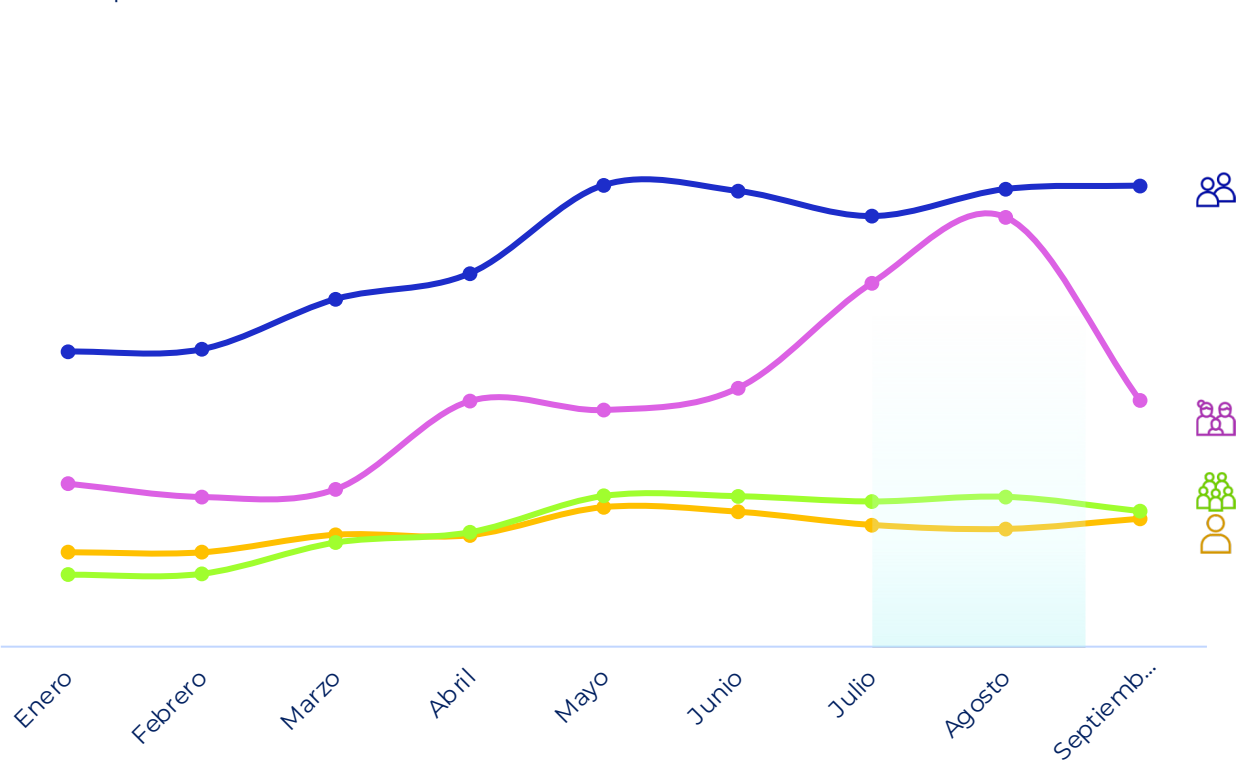
Composición del grupo de viaje

2024, enero-septiembre 2025. % de menciones



Evolución y estacionalidad de los grupos de viaje

Enero - Septiembre 2025



Como en el año anterior, las **parejas continúan siendo el principal grupo de viaje**, concentrando su presencia en los meses de **mayo y verano**, y manteniendo el interés incluso después de agosto, lo que refuerza su papel como segmento clave para la prolongación de la temporada.

Las **familias**, segundo grupo en importancia, muestran una **estacionalidad más marcada**, con picos en **abril**, coincidiendo con Semana Santa, y en **agosto**, antes de una caída pronunciada en septiembre.

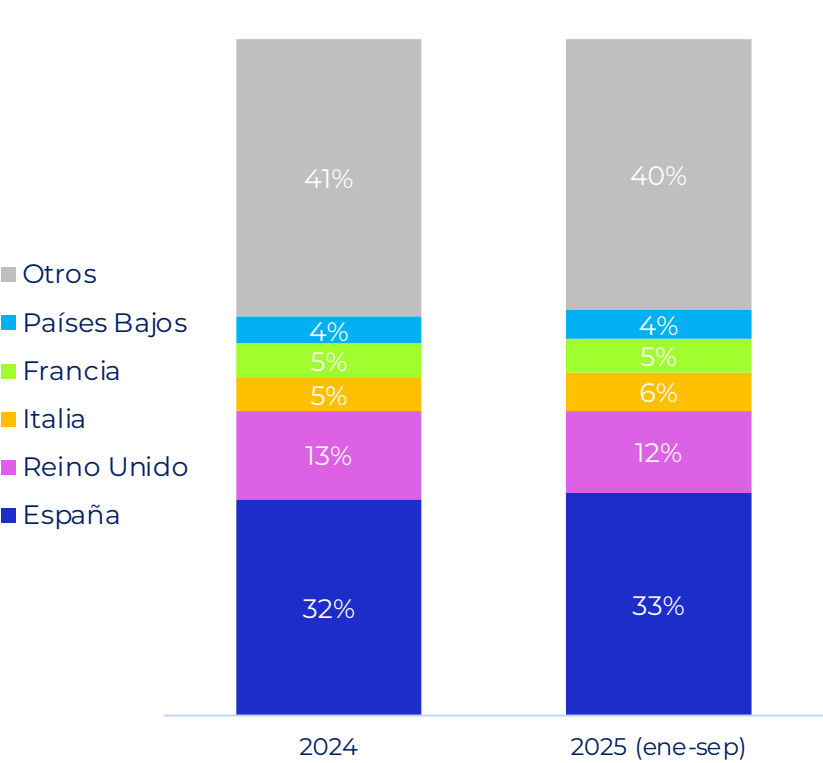
En cambio, los **grupos y viajeros solos** mantienen una **presencia estable y sin variaciones significativas**, consolidando un patrón similar al del año anterior.

Análisis del perfil del visitante

¿Cuáles son los principales mercados de origen y cuándo prefieren viajar?

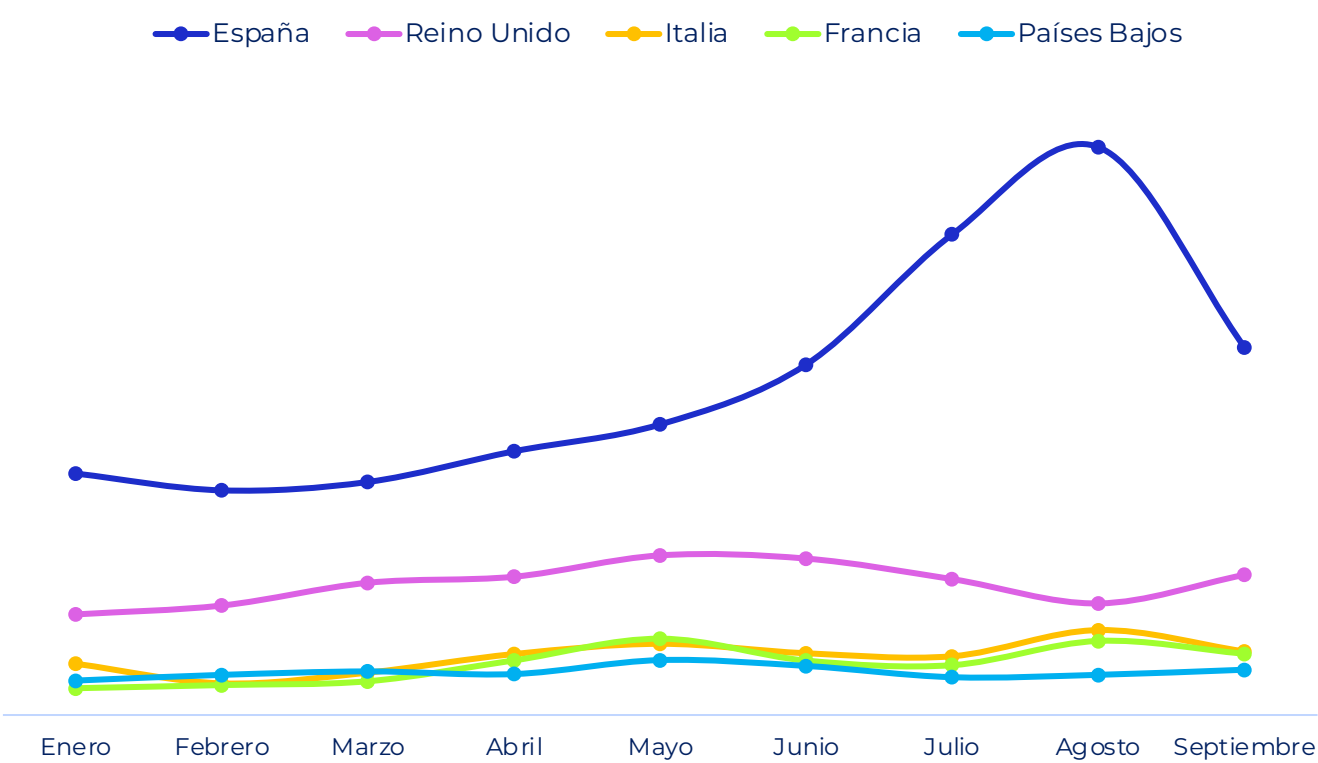
Peso de los mercados de origen

2024, enero-septiembre 2025. % de menciones



Evolución de menciones por origen del viajero

Enero-septiembre 2025



La composición de orígenes en 2025 mantiene una **estructura muy similar a la del año anterior**, con una **predominancia clara del mercado nacional**, especialmente entre **junio y septiembre**, coincidiendo con la temporada alta.

El **Reino Unido** continúa siendo el **principal mercado internacional**, destacando por su **presencia sostenida a lo largo de todo el año**. Aunque en 2024 mostró una concentración mayor en **septiembre y octubre**, los datos de 2025 hasta septiembre sugieren un **comportamiento similar**.

Por su parte, los **mercados italiano, francés y holandés** presentan una **estacionalidad marcada**, con picos de actividad en los meses de **mayo y agosto**.



ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO: **Costa del Sol**

A) ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE MENCIONES

- Evolución y estacionalidad de las menciones
- Análisis de las menciones sobre playas del destino
- Análisis del perfil del visitante

B) ANÁLISIS DEL SENTIMIENTO DE LAS MENCIONES

- Índice de sentimiento y evolución
- Sentimiento global por zonas geográficas
- Sentimiento con las playas del destino
- Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa
- Sentimiento del visitante

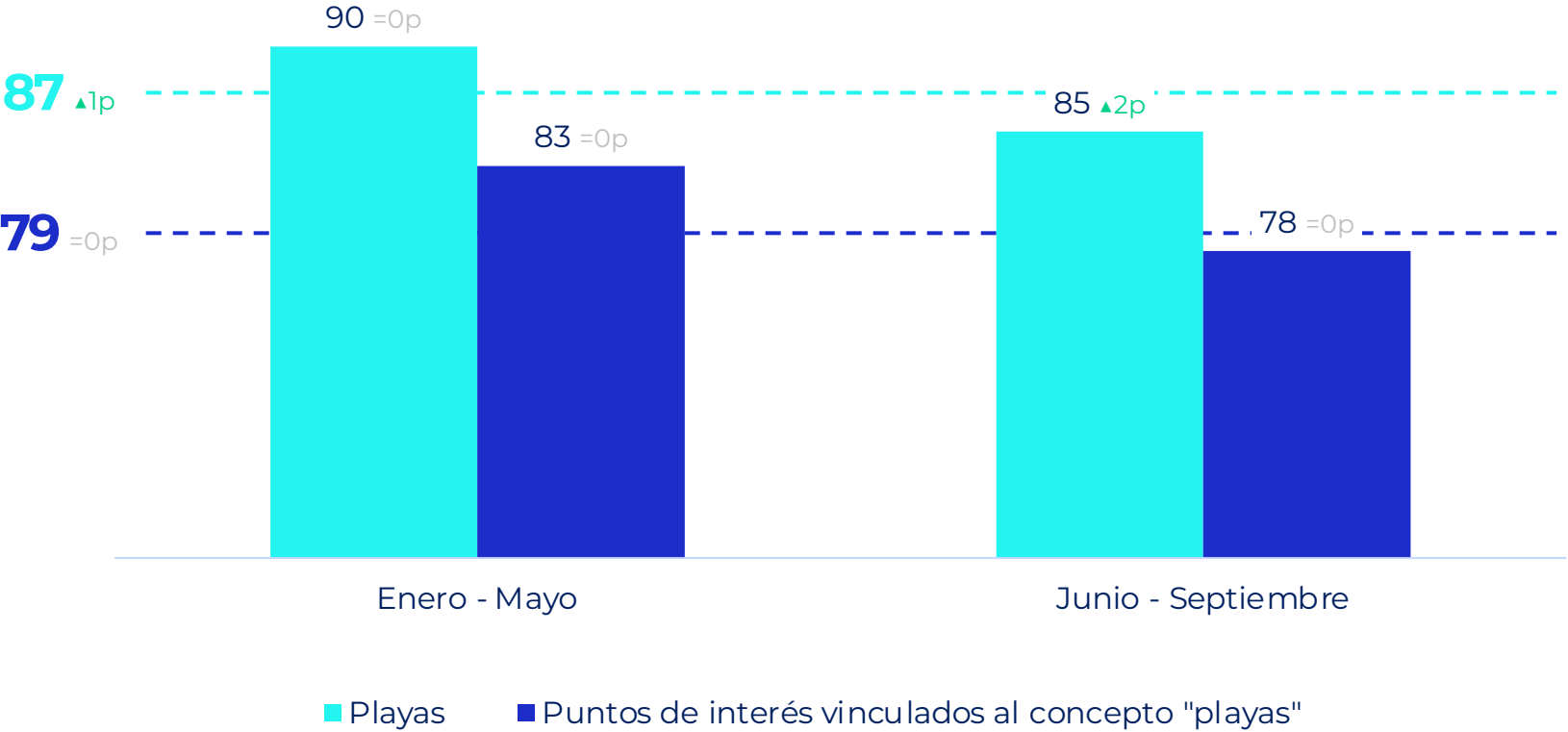
C) FORTALEZAS Y PUNTOS DE MEJORA

- Oportunidades

Índice de sentimiento con las playas y con los puntos de interés vinculados a playas en el destino

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025 y variación vs. Enero-septiembre 2024

Sentimiento promedio
enero-septiembre 2025



Las playas de la Costa del Sol mantienen una **valoración muy positiva**, destacando especialmente **Playa Burriana en Nerja y La Malagueta en Málaga**, reconocidas por su **buen ambiente, ubicación y oferta de servicios**.

La experiencia global es **satisfactoria y estable** durante todo el año, impulsada por la **hospitalidad y la calidad gastronómica** en los chiringuitos y restaurantes a pie de playa.

En conjunto, el destino refuerza su posición como una **zona costera atractiva y bien valorada**, donde el **entorno natural y el ambiente familiar** son las claves de su buena reputación.

Mapa del sentimiento con puntos de interés vinculados a playas/litoral

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



El mapa de sentimiento de la Costa del Sol en 2025 muestra una **polarización clara** entre zonas muy valoradas y otras con críticas destacadas.

Las **playas mejor calificadas**, como **Burriana, Playazo Río Seco, Playa del Cristo y Rincón de la Victoria**, destacan por su **limpieza, amplitud y buena oferta de servicios y chiringuitos**, reflejando una experiencia positiva y familiar.

En cambio, las **zonas con menor sentimiento**, como **La Malagueta, San Pedro de Alcántara** y algunas **playas caninas** de Marbella y Torrox, acumulan reseñas negativas por **piedras, suciedad, basura y accesibilidad**.

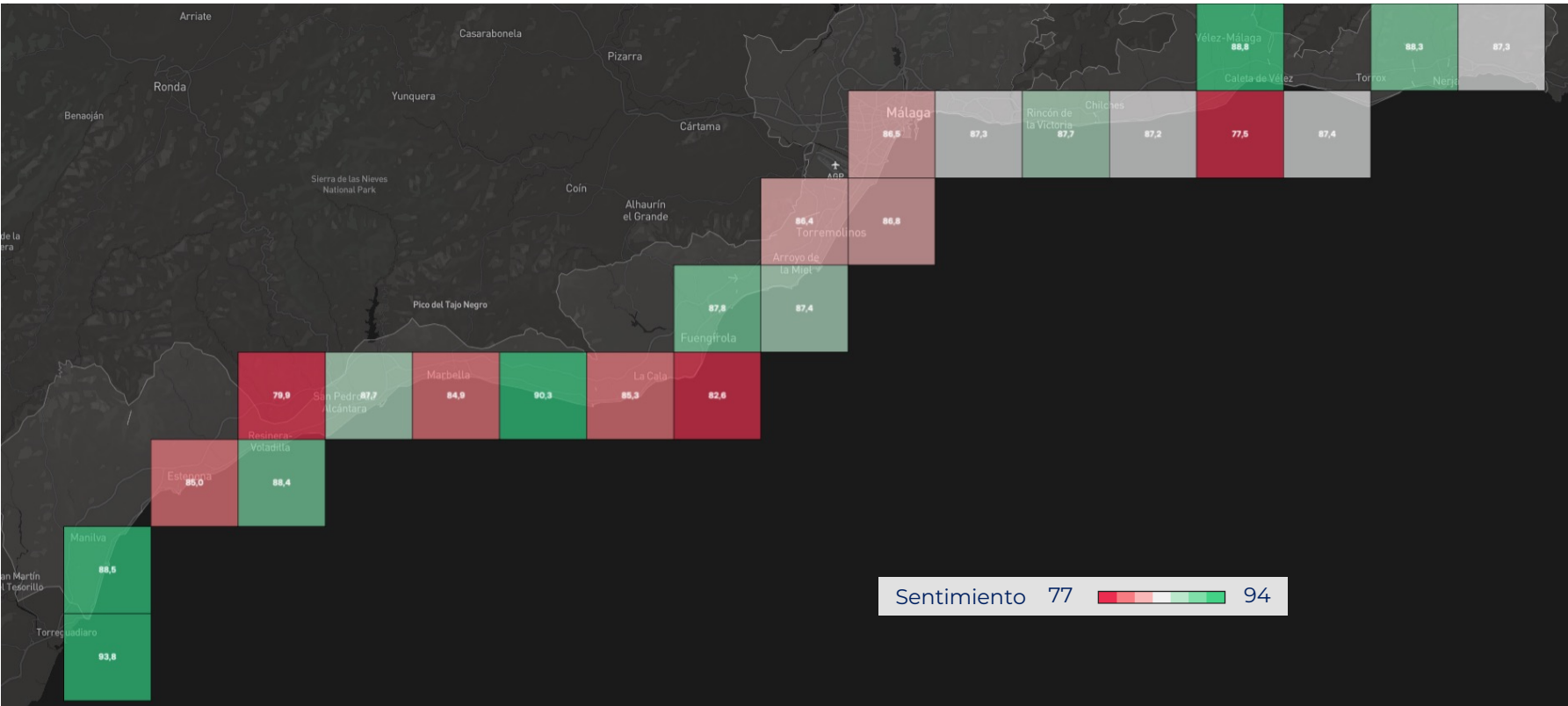
En general, la Costa del Sol mantiene una **percepción muy positiva en playas amplias y bien cuidadas**, aunque se recomienda reforzar el **mantenimiento y la limpieza** en los puntos más problemáticos para mejorar la satisfacción general.

Sentimiento global por zonas geográficas

¿Cómo se distribuye geográficamente el sentimiento con las playas del destino?

Mapa del sentimiento con las playas del destino

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



En 2025, la percepción de las playas de la Costa del Sol es mayoritariamente positiva.

Sobresalen **Dunas de Artola, Playa de la Carihuela, Playa Burriana, Playa del Cristo, Cala del Cañuelo y Playa de la Rada** por su entorno cuidado, aguas limpias y buena dotación de servicios; combinan zonas amplias y seguras con chiringuitos y paseos marítimos, lo que las hace especialmente atractivas para familias y estancias largas.

Algunas **zonas con menor sentimiento**, como **Playa de la Misericordia, Playas del Palo o Playa de Torre del Mar**, presentan **comentarios más críticos** relacionados con **acumulación de basura, presencia de piedras, servicios limitados o exceso de afluencia** durante el verano.

En conjunto, el litoral combina playas naturales de gran atractivo con tramos urbanos de fuerte actividad turística.

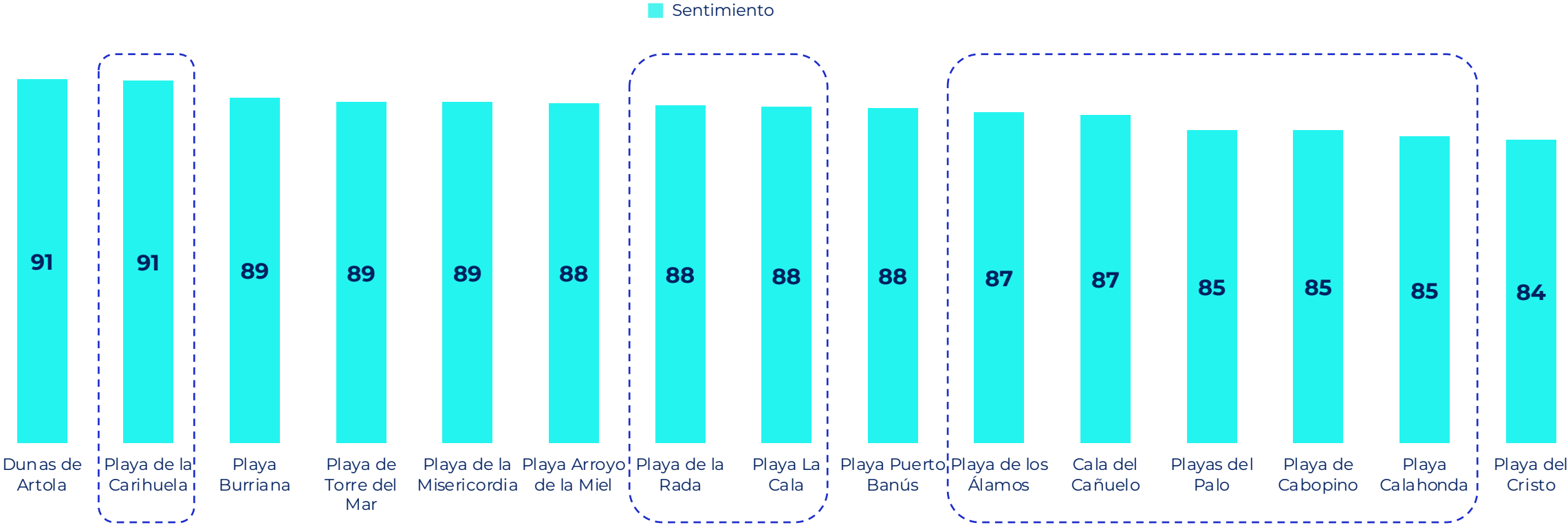
Reforzar la **limpieza, accesibilidad y gestión en las áreas más presionadas** permitirá mantener la sólida reputación de la Costa del Sol como destino costero de referencia.

Sentimiento con las playas del destino

¿Cuál es la valoración de las playas del destino?

Top 15 playas por índice de sentimiento (playas desde la 1ª a la 15ª posición)

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



Destaca que muchas de las playas con **mayor satisfacción en las conversaciones online** no son las que registran **más volumen de menciones**, como **la Carihuela, la Rada, La Cala, los Álamos, el Cañuelo, el Palo, Cabopino y Calahonda**.

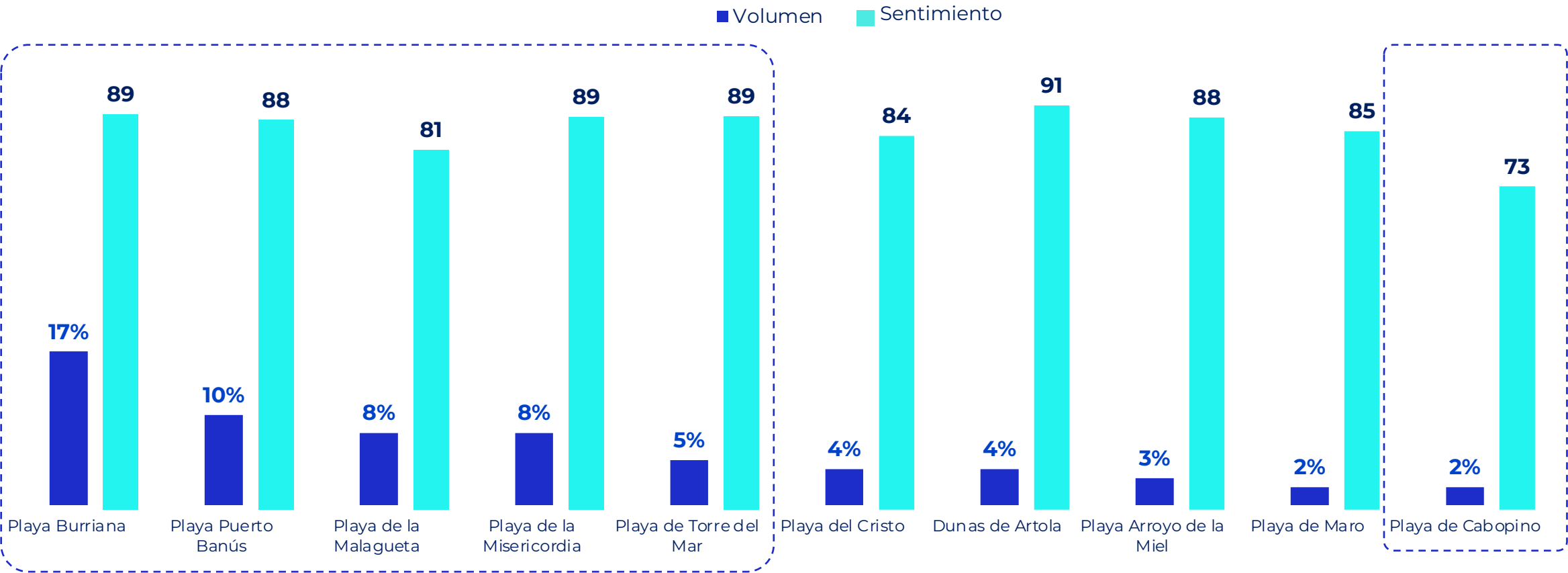
En conjunto, muestran una **percepción muy positiva** y una **mejora respecto al año anterior**, con valoraciones destacadas en **limpieza, servicios, oferta gastronómica y ambiente familiar**. **La Carihuela y los Álamos** sobresalen por su **ambiente animado y ocio**, **la Rada y Cabopino** por su **accesibilidad y espacios amplios**, y **La Cala, el Cañuelo y Calahonda** por su **entorno natural y tranquilidad**, consolidando una **imagen diversa y de alta calidad** en la Costa del Sol.

Sentimiento con las playas del destino

¿Cuál es el sentimiento con las playas más mencionadas?

Top playas por volumen de menciones y respectivo índice de sentimiento

Enero-septiembre 2025. % de menciones (volumen) e índice 0-100 (sentimiento)



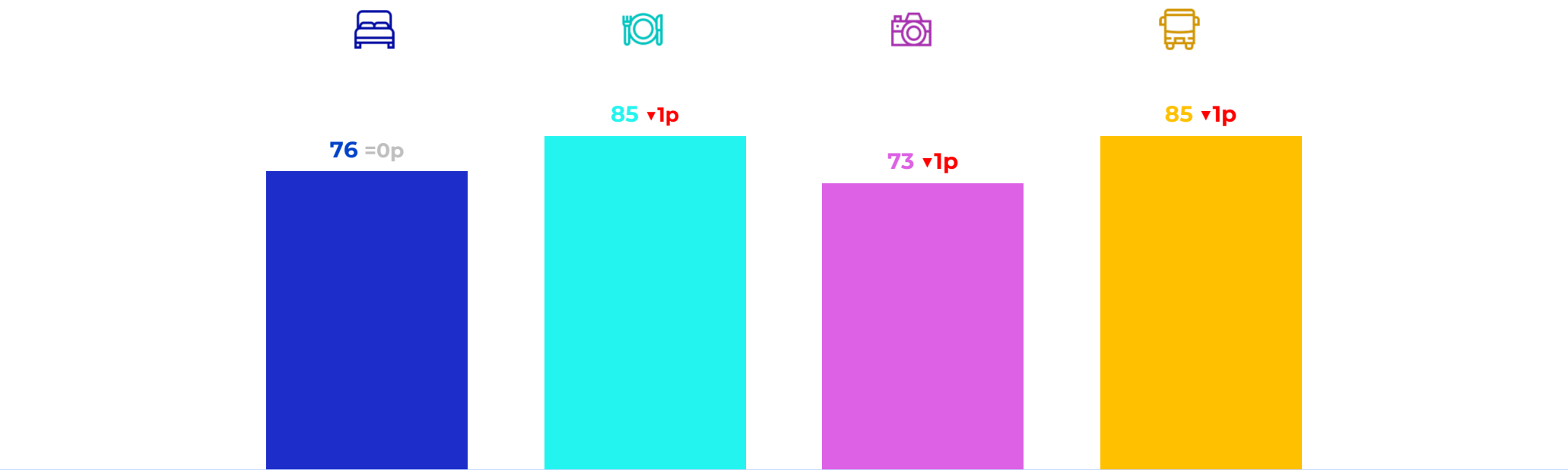
Las **playas más populares de la Costa del Sol** —Burriana, Puerto Banús, la Malagueta, la Misericordia y Torre del Mar— mantienen **altos niveles de satisfacción**, destacando por sus **buenas instalaciones, ubicación, ambiente agradable y oferta gastronómica frente al mar**. En conjunto, refuerzan la imagen del destino como un **espacio costero de calidad y orientación familiar**.

La **Playa de Cabopino**, aunque bien valorada, presenta una **satisfacción algo menor**, con margen de mejora en **limpieza, aparcamiento, precios, tiempos de espera y accesibilidad**, aspectos cuya optimización podría **eleva su posicionamiento dentro de las playas mejor valoradas de la Costa del Sol**.

Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa
¿Qué segmentos vinculan los usuarios con playas y cuál es el sentimiento online?

Sentimiento con los segmentos relacionados con el concepto playas

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025 y variación vs. 2024



Los **puntos de interés vinculados a restauración y transporte** son los **mejor valorados**, destacando la **ubicación frente al mar**, las **vistas espectaculares** y la **calidad del servicio**. Los visitantes aprecian la **oferta gastronómica de mariscos y pescados**, la **comodidad de las instalaciones** y el **buen ambiente** en restaurantes y chiringuitos.

El **segmento alojativo y otros atractivos** muestran un **sentimiento más moderado**, con valoraciones positivas sobre la **proximidad a la playa y el entorno familiar**, pero críticas por **piedras, masificación, accesos difíciles y servicios limitados o costosos**.

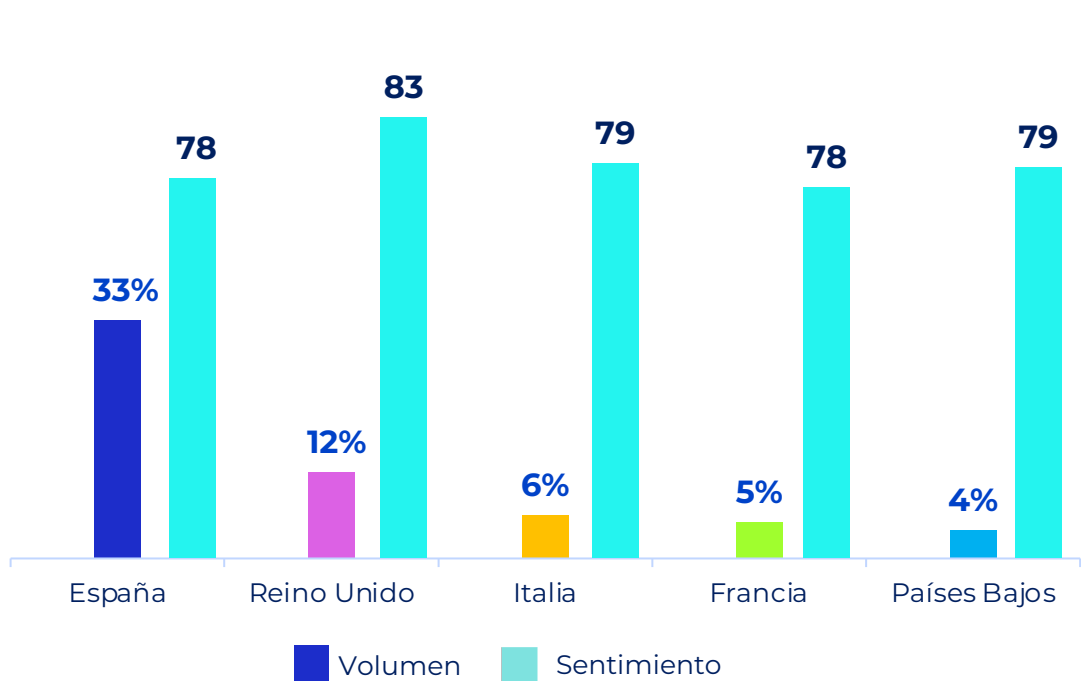
En conjunto, la **experiencia costera es muy satisfactoria**, aunque se identifican **áreas de mejora en limpieza, accesibilidad y gestión de servicios**.

Sentimiento del visitante

¿Cómo evoluciona el sentimiento de los principales mercados emisores a lo largo del año?

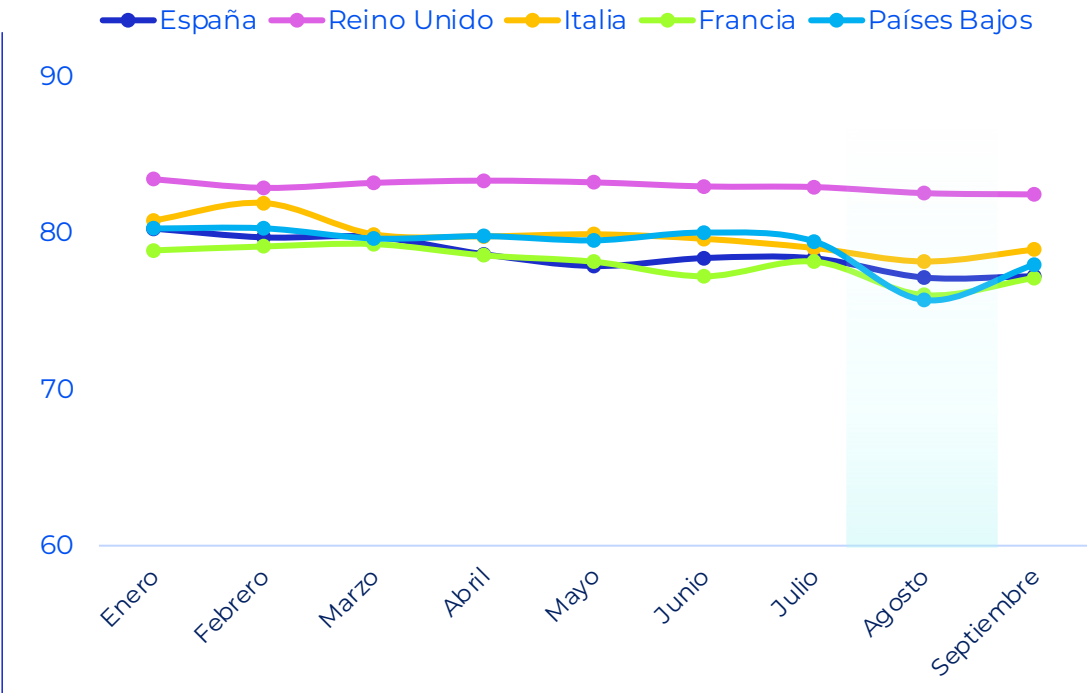
Principales mercados emisores por peso sobre el total de menciones y respectivos índices de sentimiento

Enero-septiembre 2025. % de menciones (volumen) e índice 0-100 (sentimiento)



Evolución del sentimiento de los viajeros por mercado de origen

Enero-septiembre 2025. Índice 0-100



El **mercado británico** mantiene el **sentimiento más alto y estable** hacia el destino, destacando la **ubicación, limpieza y ambiente familiar** como principales fortalezas. Aunque se identifican **mejoras posibles en accesibilidad, costes y servicios**, la satisfacción general se mantiene elevada.

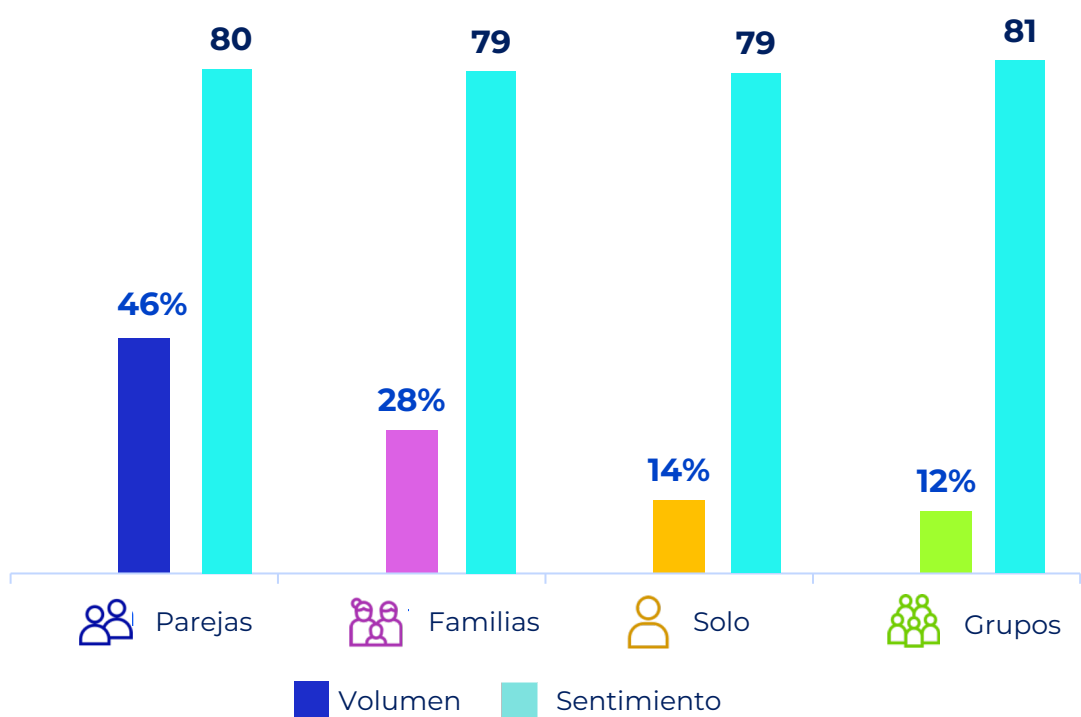
En cambio, los **mercados español, italiano, francés y holandés** presentan **valoraciones más moderadas** y una **caída en agosto**, influida por la **masificación y los problemas de acceso**. En conjunto, las playas conservan una **percepción positiva**, con oportunidades para **optimizar la experiencia en temporada alta** y **reforzar su posicionamiento**.

Sentimiento del visitante

¿Cómo evoluciona el sentimiento de los diferentes grupos de viaje a lo largo del año?

Peso de los grupos de viaje y respectivos índices de sentimiento

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025

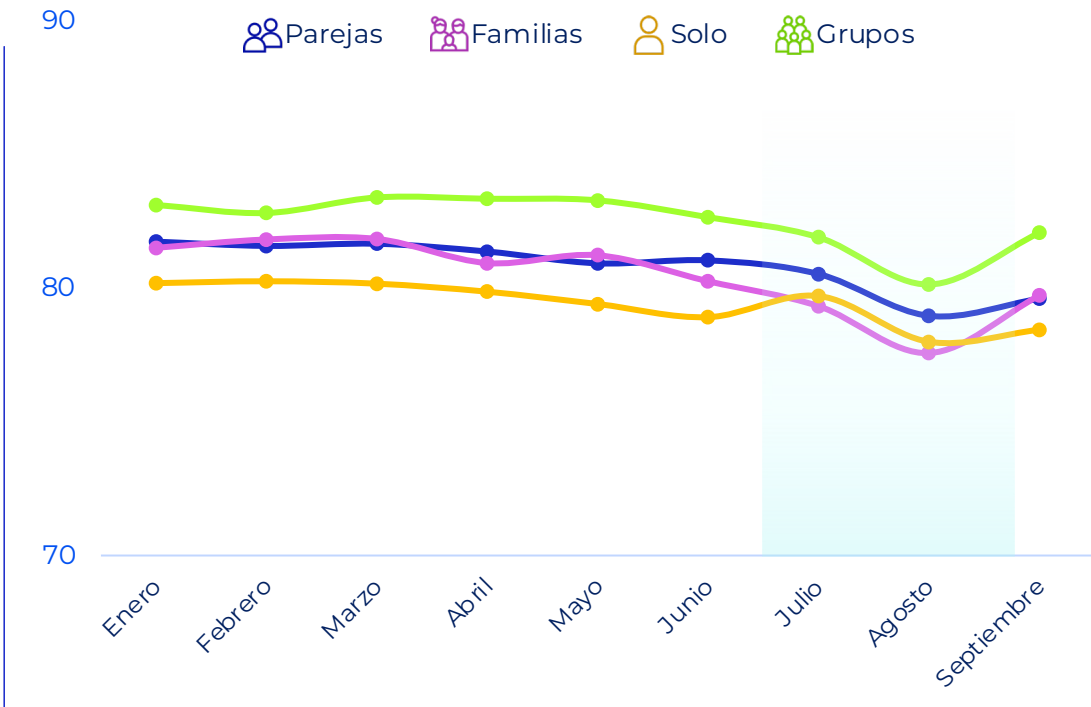


La **satisfacción se mantiene alta en todos los grupos de viaje**, aunque se registra una **ligera caída en julio y agosto** vinculada a la **masificación**. En estos meses aumentan las menciones sobre **playas muy concurridas, ruido, menor limpieza y dificultad para aparcarse o acceder a servicios**, lo que refleja la presión turística típica de la temporada alta.

Las **pares** valoran la **tranquilidad y el entorno**, aunque en verano mencionan la **falta de espacio y limpieza** en playas como la Malagueta o la Misericordia. Las **familias** destacan la **comodidad y el ambiente seguro**, pero también comentan **colas y mayor suciedad** en los meses de más afluencia.

Evolución del sentimiento de los viajeros por grupo de viaje

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



Los **grupos y viajeros solos** aprecian el **buen ambiente y la cercanía de los alojamientos**, aunque su satisfacción baja ligeramente por la **saturnación y el aparcamiento limitado**.

En conjunto, todos los grupos de viaje mantienen una **valoración alta y estable**, con descensos puntuales ligados a la alta ocupación estival.



ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO: **Costa del Sol**

A) ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE MENCIONES

- Evolución y estacionalidad de las menciones
- Análisis de las menciones sobre playas del destino
- Análisis del perfil del visitante

B) ANÁLISIS DEL SENTIMIENTO DE LAS MENCIONES

- Índice de sentimiento y evolución
- Sentimiento global por zonas geográficas
- Sentimiento con las playas del destino
- Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa
- Sentimiento del visitante

C) FORTALEZAS Y PUNTOS DE MEJORA

- **Oportunidades**

FORTALEZAS

- **Sentimiento global alto y estable**, impulsado por la **limpieza**, el **ambiente familiar**, la **accesibilidad** y la **buena calidad de los servicios turísticos**.
- Las **playas amplias, limpias y seguras** se asocian a una experiencia positiva, especialmente para familias y parejas.
- Destaca la **excelente oferta gastronómica** en chiringuitos y restaurantes frente al mar, reconocidos por su calidad, **ambiente y vistas**.
- **Buena conectividad y accesibilidad**: paseos marítimos amplios, alojamientos cercanos y transporte público que facilita el desplazamiento.
- El **clima estable y templado todo el año** permite disfrutar de las playas más allá del verano, apoyando la desestacionalización.
- La **diversidad de experiencias** —desde zonas urbanas animadas hasta playas naturales y tranquilas— refuerza su atractivo para distintos perfiles de viajeros.

PUNTOS DE MEJORA

- **Dependencia estacional**, con la mayor parte de la conversación concentrada entre junio y agosto.
- **Masificación** y pérdida de limpieza en playas céntricas como La Malagueta y La Misericordia, especialmente durante la temporada alta.
- **Problemas de aparcamiento y accesos saturados** en zonas de gran afluencia como **Burriana (Nerja)** y **Puerto Banús (Marbella)**, que generan incomodidad para los visitantes.
- Desigualdad en **servicios y mantenimiento**: playas como **Cabopino** presentan **problemas de limpieza y aparcamiento**, mientras que las **playas caninas de Marbella y Torrox** reciben críticas por falta de **limpieza y exceso de piedras**.
- **Satisfacción moderada en mercados europeos** (Francia, Italia, Países Bajos) **durante los meses de mayor afluencia**, debido a la congestión y al acceso limitado a servicios.

OPORTUNIDADES



REFORZAR LA EXPERIENCIA COSTERA INTEGRAL

- Diversificación de experiencias costeras a través del desarrollo de **actividades que combinen relax, gastronomía, cultura y actividades**, aprovechando las fortalezas del destino en cuanto a oferta gastronómica
- Consolidar la **oferta de experiencias gastronómicas costeras**, aprovechando el reconocimiento y sentimiento positivo de los visitantes en este aspecto. Fomentar alianzas con negocios locales para elevar/mantener la calidad del servicio y la percepción del visitante.
- **Aprovechar la diversidad de playas** (urbanas, naturales, familiares...) para atraer distintos segmentos.



MEJORAR LA GESTIÓN Y CALIDAD DEL LITORAL

- Atender los **problemas de limpieza y saturación** en playas urbanas como **La Malagueta y Misericordia**, aplicando medidas de mantenimiento preventivo y gestión del flujo de visitantes.
- Reforzar la **oferta y mantenimiento** en zonas con potencial como **Cabopino y Torre del Mar**, menos masificadas pero con buena valoración.
- Garantizar una experiencia más homogénea entre playas urbanas y naturales, reduciendo la disparidad de servicios.



EXTENDER LA TEMPORADA (DESESTACIONALIZAR)

- Aprovechar el peso del **turismo de parejas**, más flexible en fechas, para extender la temporada a primavera y otoño, y aprovechando el clima templado del destino.
- Promover **escapadas cortas** que integren las playas con otros productos complementarios: bienestar, rutas enológicas, patrimonio cercano...
- Impulsar **campañas de baja estacionalidad en mercados cercanos** (España, Reino Unido, Francia) con mensajes sobre clima estable y servicios disponibles todo el año.



ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO: **Lanzarote**

A) ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE MENCIONES

- Evolución y estacionalidad de las menciones
- Análisis de las menciones sobre playas del destino
- Análisis del perfil del visitante

B) ANÁLISIS DEL SENTIMIENTO DE LAS MENCIONES

- Índice de sentimiento y evolución
- Sentimiento global por zonas geográficas
- Sentimiento con las playas del destino
- Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa
- Sentimiento del visitante

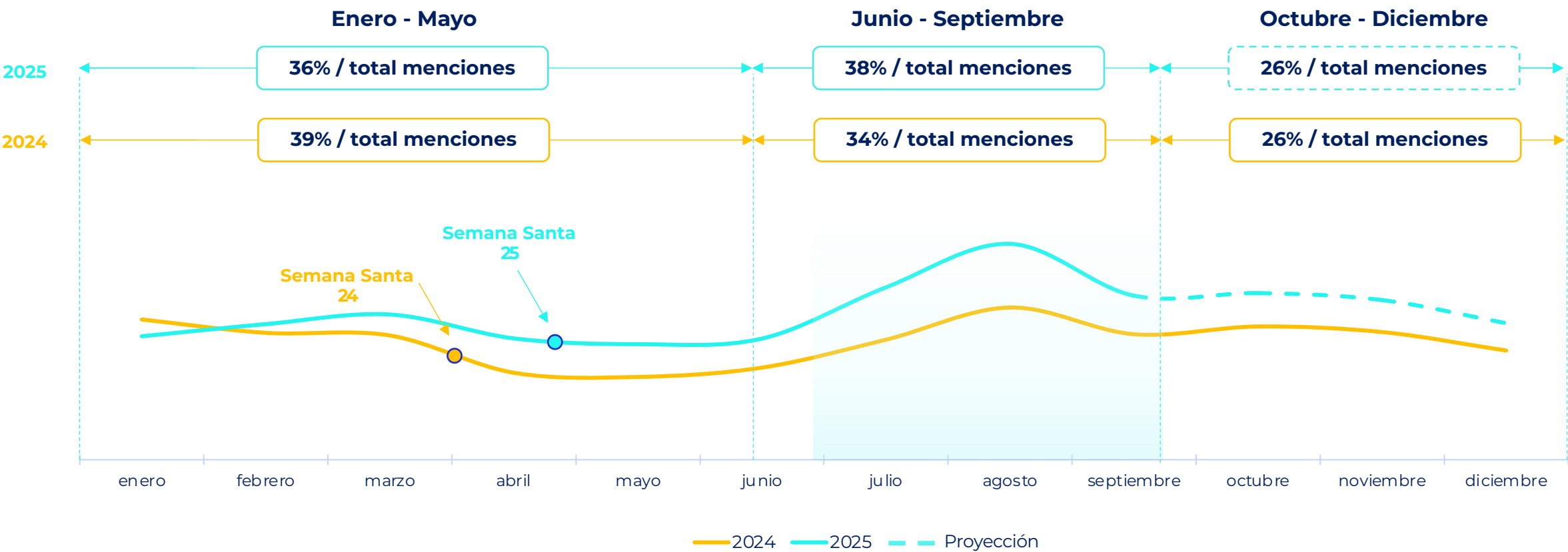
C) FORTALEZAS Y PUNTOS DE MEJORA

- Oportunidades

Evolución temporal y estacionalidad de las menciones

¿Cómo evoluciona el interés en las playas del destino a lo largo del año?

Evolución de menciones en redes sociales en puntos de interés Playas
2024, 2025



Como en el año anterior, el **interés en las playas de Lanzarote se mantiene estable a lo largo del año**, con una **mayor concentración entre julio y septiembre**, coincidiendo con el verano peninsular.

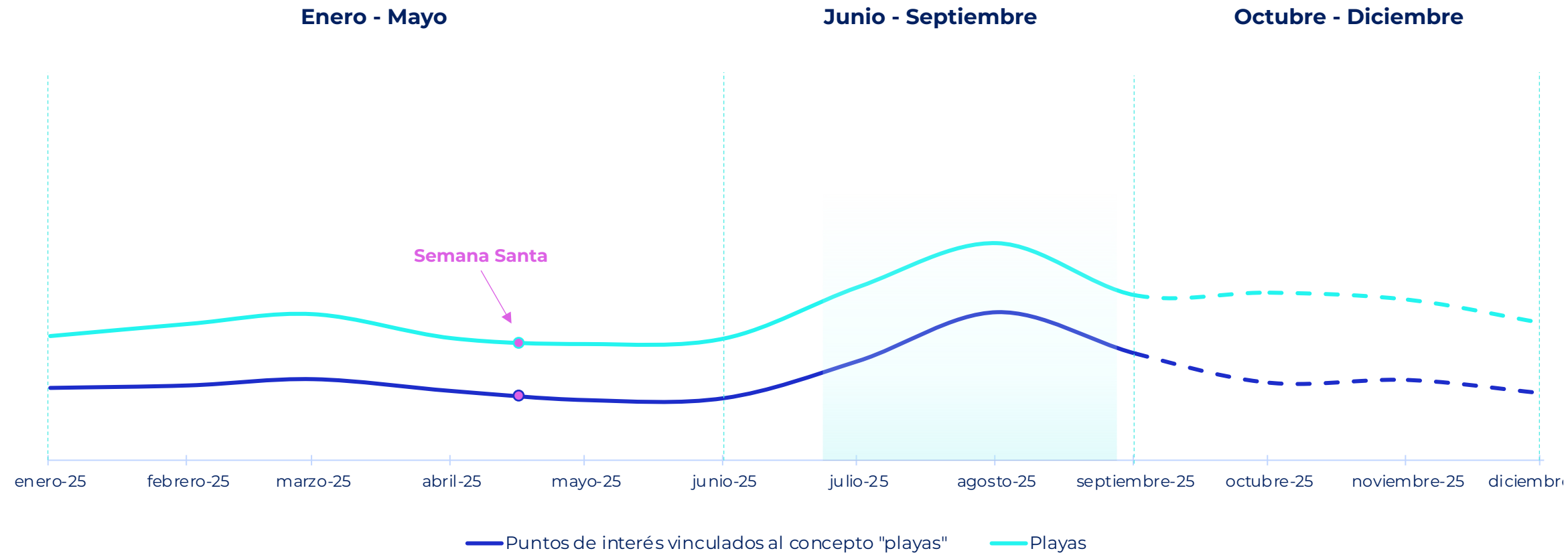
A diferencia de 2024, en 2025 la **presencia de las playas en la conversación online se mantiene constante durante los primeros meses del año y hasta mayo**, sin el descenso observado tras el primer trimestre el año previo. Esto sugiere una **mayor continuidad en el interés por el destino fuera de la temporada estival**, consolidando su atractivo durante todo el año.

Evolución temporal y estacionalidad de las menciones

¿Cómo varían las menciones de playas y las relacionadas con el concepto “playa/litoral”?

Evolución de menciones en redes sociales en puntos de interés Playas

2025

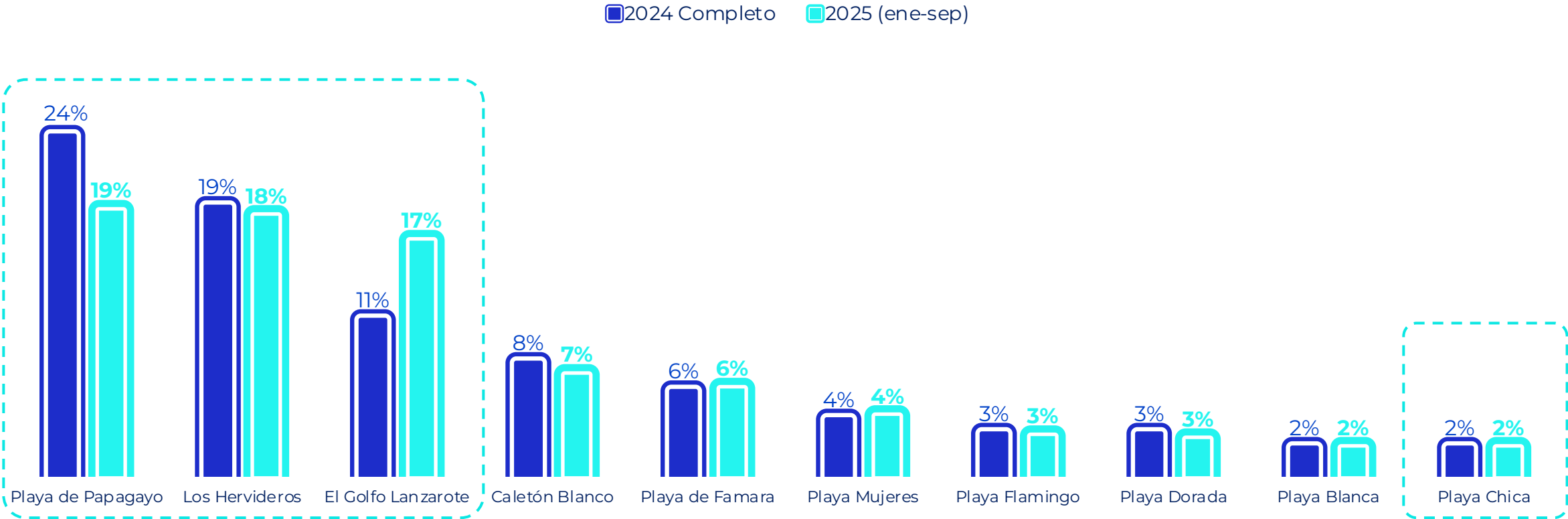


Como se ha venido observando, el **interés en las playas de Lanzarote continúa en aumento durante 2025**, situándose **por encima del registrado en otros puntos de interés relacionados con el concepto de playa**.

Esta tendencia refuerza la **relevancia de las playas como principal atractivo turístico del destino** y su papel clave en la configuración de su imagen y posicionamiento online.

Top 10 playas por volumen de menciones

2024, enero-septiembre 2025. % menciones



El **ranking de playas más mencionadas de Lanzarote en 2025** mantiene prácticamente la misma estructura que en 2024, con la única variación de la **entrada de Playa Chica**, que sustituye a **Playa de las Conchas** en la décima posición. El resto de las posiciones permanecen estables, lo que refleja una **continuidad en las preferencias e interés de los visitantes**.

Las **playas del Papagayo, Los Hervideros y El Golfo** se consolidan nuevamente como las **principales referencias del destino**, aunque este año presentan **volúmenes de menciones mucho más equilibrados** entre sí. A diferencia de 2024, cuando Papagayo lideraba claramente la conversación, en 2025 el interés se reparte de forma más homogénea entre estas tres playas, lo que sugiere una **diversificación del atractivo turístico** y una **mayor visibilidad conjunta del litoral de Lanzarote**.

Análisis de las menciones online sobre playas del destino

¿Qué playas del destino generan más interés a lo largo del año?

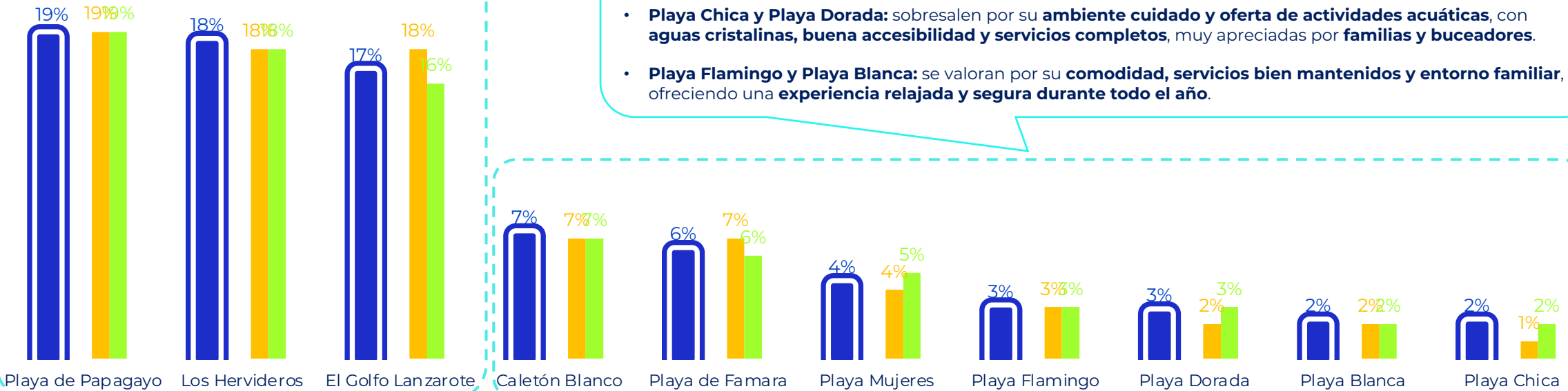
Distribución del peso de menciones en las playas del destino en diferentes momentos del año

Enero-septiembre 2025

■ 2025 ■ Enero - Mayo ■ Junio - Septiembre

- **Playa del Papagayo:** se percibe como una playa **virgen y de aguas claras**, con **paisaje protegido y buena accesibilidad**, ideal para **familias y amantes de la naturaleza**.
- **Los Hervideros:** es valorada por su **paisaje volcánico espectacular y vistas únicas**, ofreciendo una **experiencia natural e inolvidable**.
- **El Golfo:** destaca por su **belleza singular**, el **contraste del lago verde y las rocas volcánicas**, y sus **restaurantes locales bien valorados**.

- **Caletón Blanco, Playa Mujeres y Playa de Famara:** destacan por su **entorno natural y paisajístico**, con **ambiente tranquilo, aguas limpias y experiencias auténticas**, ideales para **amantes de la naturaleza y el surf**.
- **Playa Chica y Playa Dorada:** sobresalen por su **ambiente cuidado y oferta de actividades acuáticas**, con **aguas cristalinas, buena accesibilidad y servicios completos**, muy apreciadas por **familias y buceadores**.
- **Playa Flamingo y Playa Blanca:** se valoran por su **comodidad, servicios bien mantenidos y entorno familiar**, ofreciendo una **experiencia relajada y segura durante todo el año**.

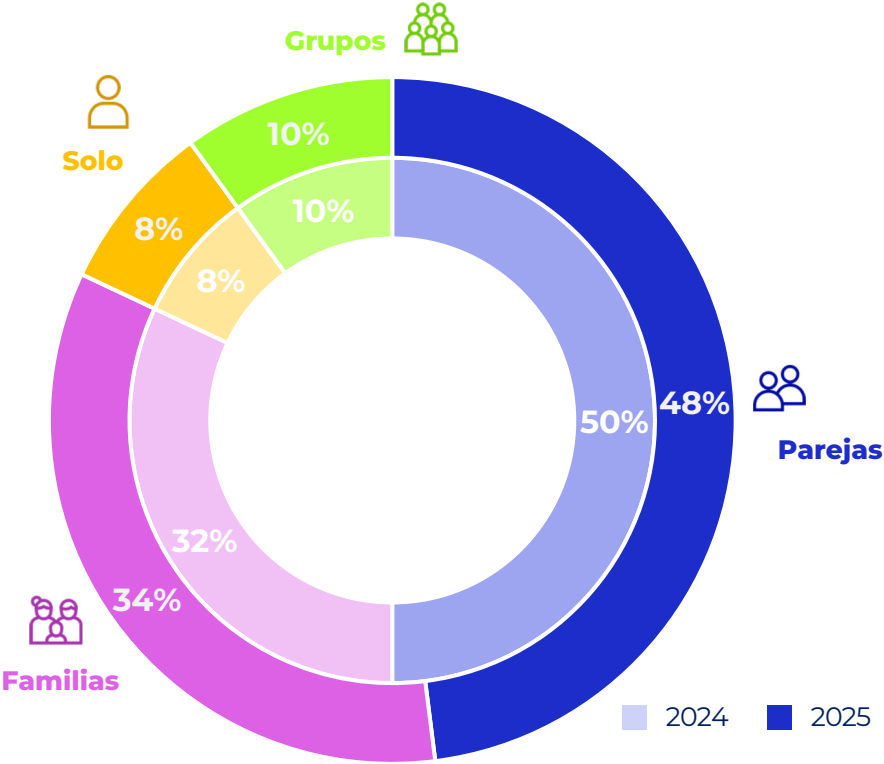


Análisis del perfil del visitante

¿Cuál es la composición del grupo de viaje y cuándo prefieren viajar?

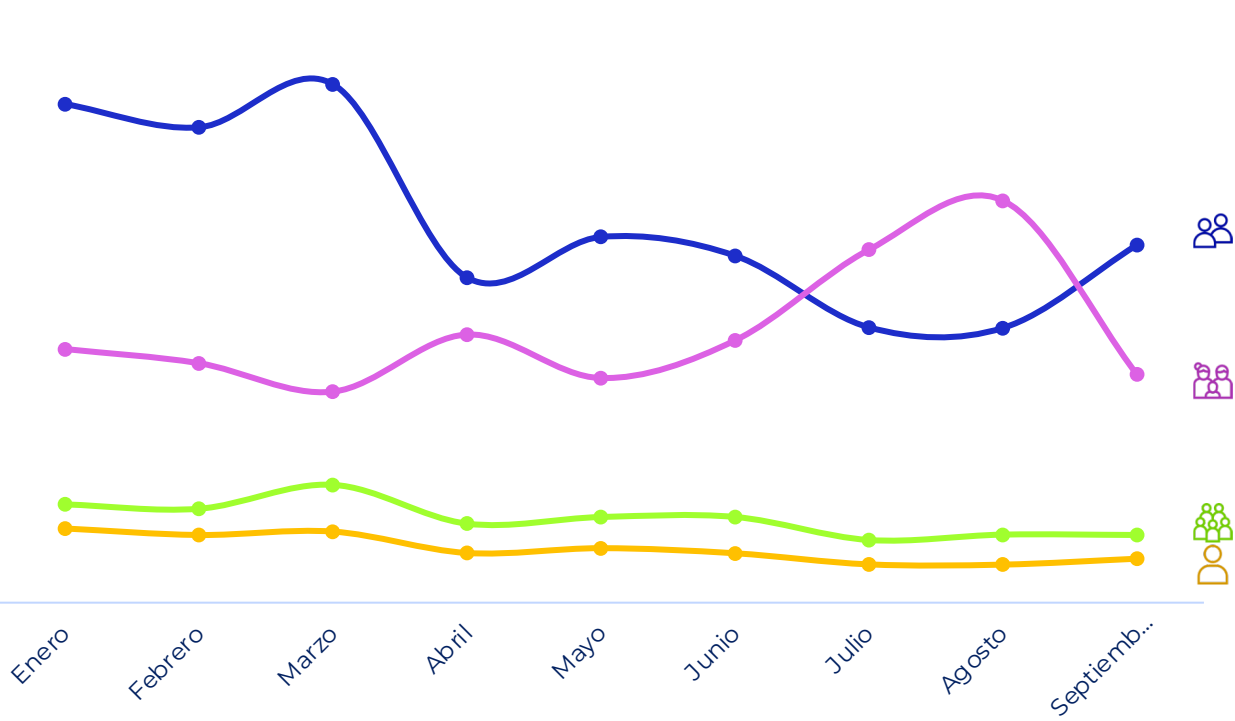
Composición del grupo de viaje

2024, enero-septiembre 2025. % de menciones



Evolución y estacionalidad de los grupos de viaje

Enero - Septiembre 2025



En **2025**, la composición del grupo de viaje en **Lanzarote** se mantiene similar a la del año anterior, con las **parejas** como principal segmento, seguidas de las **familias**.

Las parejas tienen mayor presencia en los **primeros meses del año**, con un pico en **marzo**, y recuperan protagonismo en **septiembre**, tras el verano. Las **familias** destacan en **abril** (Semana Santa) y durante el **verano**, especialmente en **agosto**, mientras que los **grupos y viajeros solos** muestran una evolución **estable** a lo largo del periodo, con mayor actividad en **primavera**.

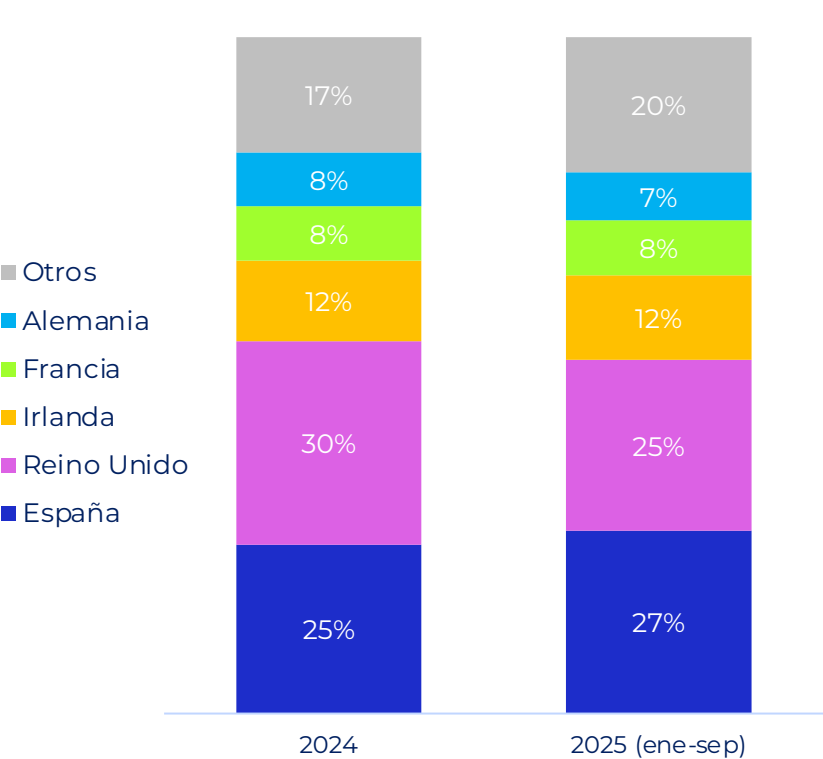
En conjunto, se mantiene una **estacionalidad marcada**, con **parejas fuera del verano** y **familias concentradas en los meses vacacionales**.

Análisis del perfil del visitante

¿Cuáles son los principales mercados de origen y cuándo prefieren viajar?

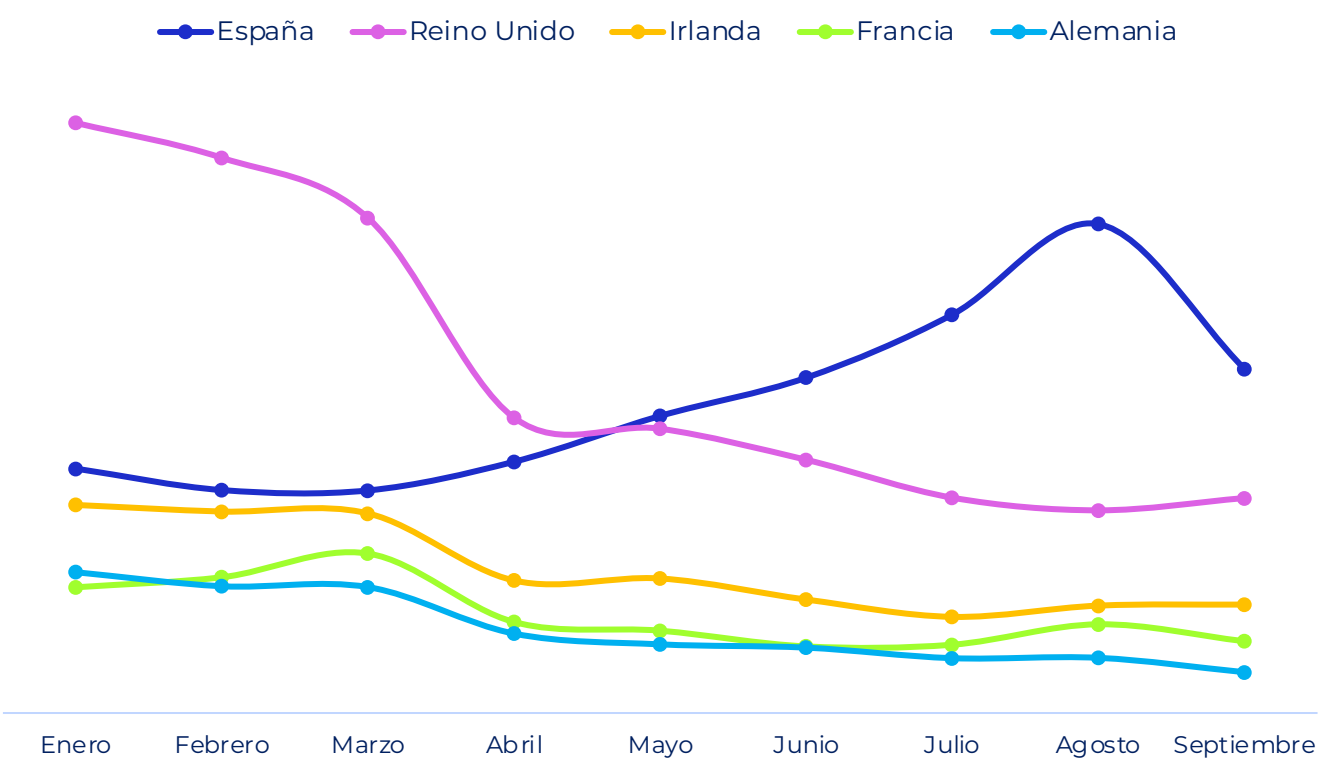
Peso de los mercados de origen

2024, enero-septiembre 2025. % de menciones



Evolución de menciones por origen del viajero

Enero-septiembre 2025



La **composición de orígenes en Lanzarote en 2025** mantiene un patrón similar al de 2024, aunque con un cambio relevante: el **mercado británico pierde protagonismo**. Mientras que el año pasado alcanzaba su **pico de menciones en los meses de verano**, este año concentra su actividad en el **primer trimestre** y **desciende entre abril y septiembre**, reflejando una tendencia inversa a la observada anteriormente.

El **mercado nacional** se consolida como el más relevante, con un **crecimiento sostenido desde abril** y un claro **dominio en los meses de verano**. Por su parte, **Irlanda, Francia y Alemania** muestran una evolución **estable pero con menor volumen de menciones**, centrada en los **primeros meses del año y finales del verano**.

En conjunto, el destino presenta un **liderazgo nacional reforzado** y una **menor presencia internacional**, especialmente del mercado británico, que en 2025 pierde la estacionalidad estival que lo caracterizaba.



ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO: **Lanzarote**

A) ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE MENCIONES

- Evolución y estacionalidad de las menciones
- Análisis de las menciones sobre playas del destino
- Análisis del perfil del visitante

B) ANÁLISIS DEL SENTIMIENTO DE LAS MENCIONES

- Índice de sentimiento y evolución
- Sentimiento global por zonas geográficas
- Sentimiento con las playas del destino
- Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa
- Sentimiento del visitante

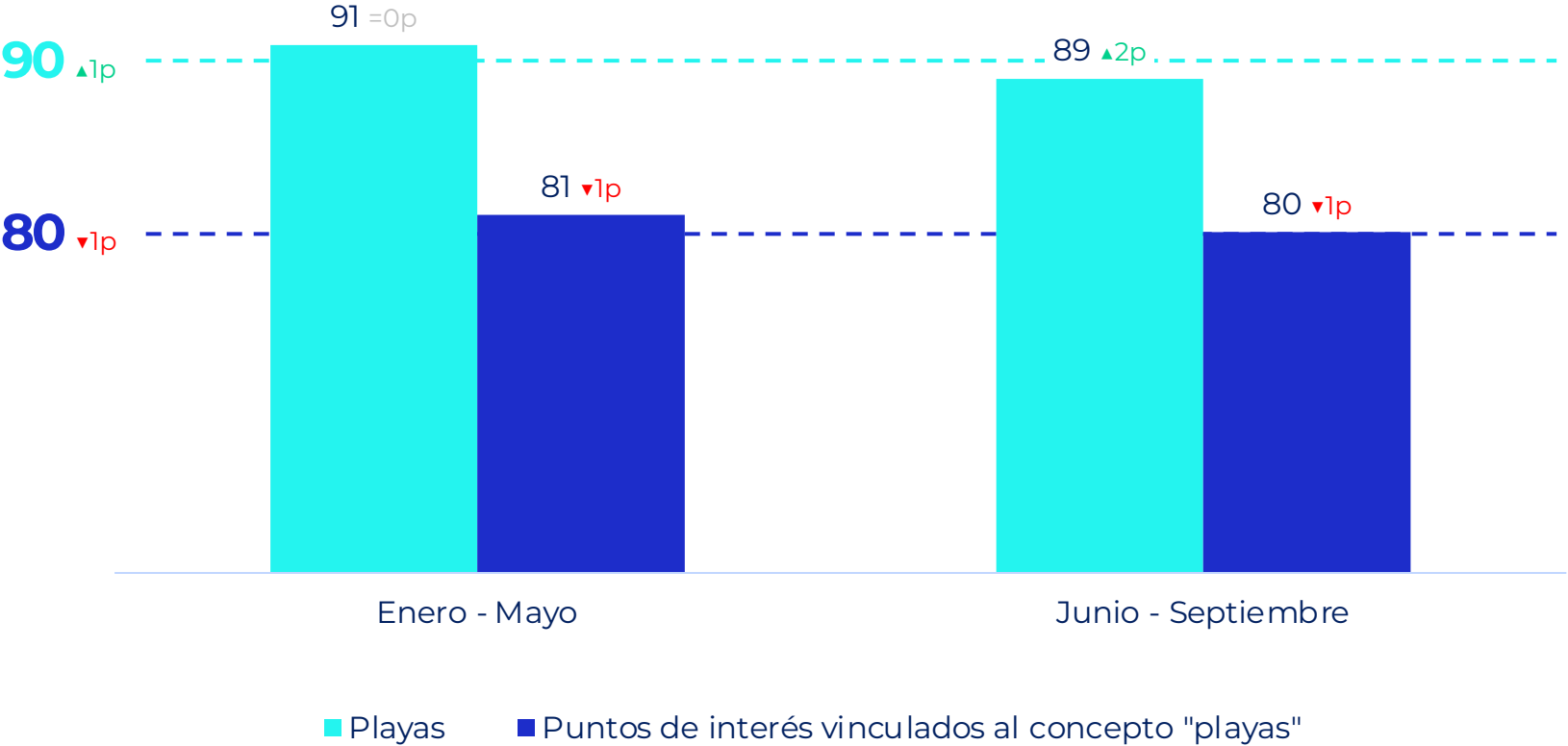
C) FORTALEZAS Y PUNTOS DE MEJORA

- Oportunidades

Índice de sentimiento con las playas y con los puntos de interés vinculados a playas en el destino

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025 y variación vs. Enero-septiembre 2024

Sentimiento promedio
enero-septiembre 2025



En 2025, la **satisfacción con las playas y puntos de interés de Lanzarote** se mantiene **muy alta**, destacando tanto los espacios costeros como los naturales y culturales del destino.

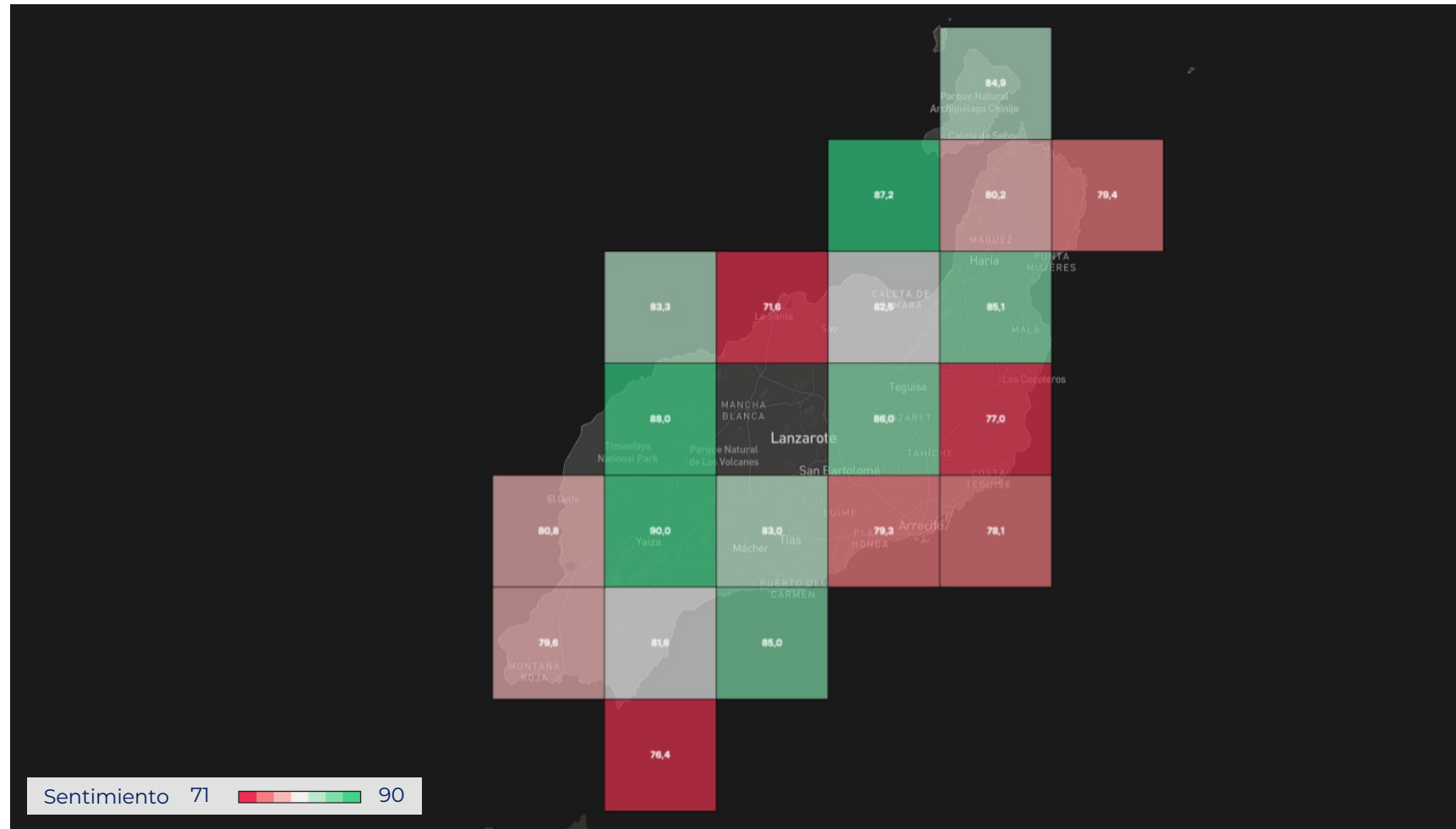
Las **playas** como **Dorada, Papagayo o Caletón Blanco** son elogiadas por su **belleza natural y aguas cristalinas**, mientras que lugares como **Los Hervideros o El Golfo** refuerzan la imagen de un destino con **gran valor paisajístico**.

Los visitantes también valoran la **infraestructura turística y la oferta gastronómica frente al mar**, así como las **actividades acuáticas y de naturaleza**.

En conjunto, Lanzarote proyecta una **imagen sobresaliente por la calidad de su entorno y la diversidad de experiencias**, consolidándose como un **destino equilibrado y atractivo** durante todo el año.

Mapa del sentimiento con puntos de interés vinculados a playas/litoral

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



El mapa de sentimiento de Lanzarote entre enero y septiembre de 2025 muestra una **mayoría de valoraciones positivas**, junto a algunos puntos críticos localizados.

Las **zonas mejor valoradas** incluyen **Playa del Papagayo, Playa Dorada, Playa Mujeres, Playa Flamingo y Playa de la Concha**, destacadas por su **belleza natural, aguas cristalinas y ambiente familiar**.

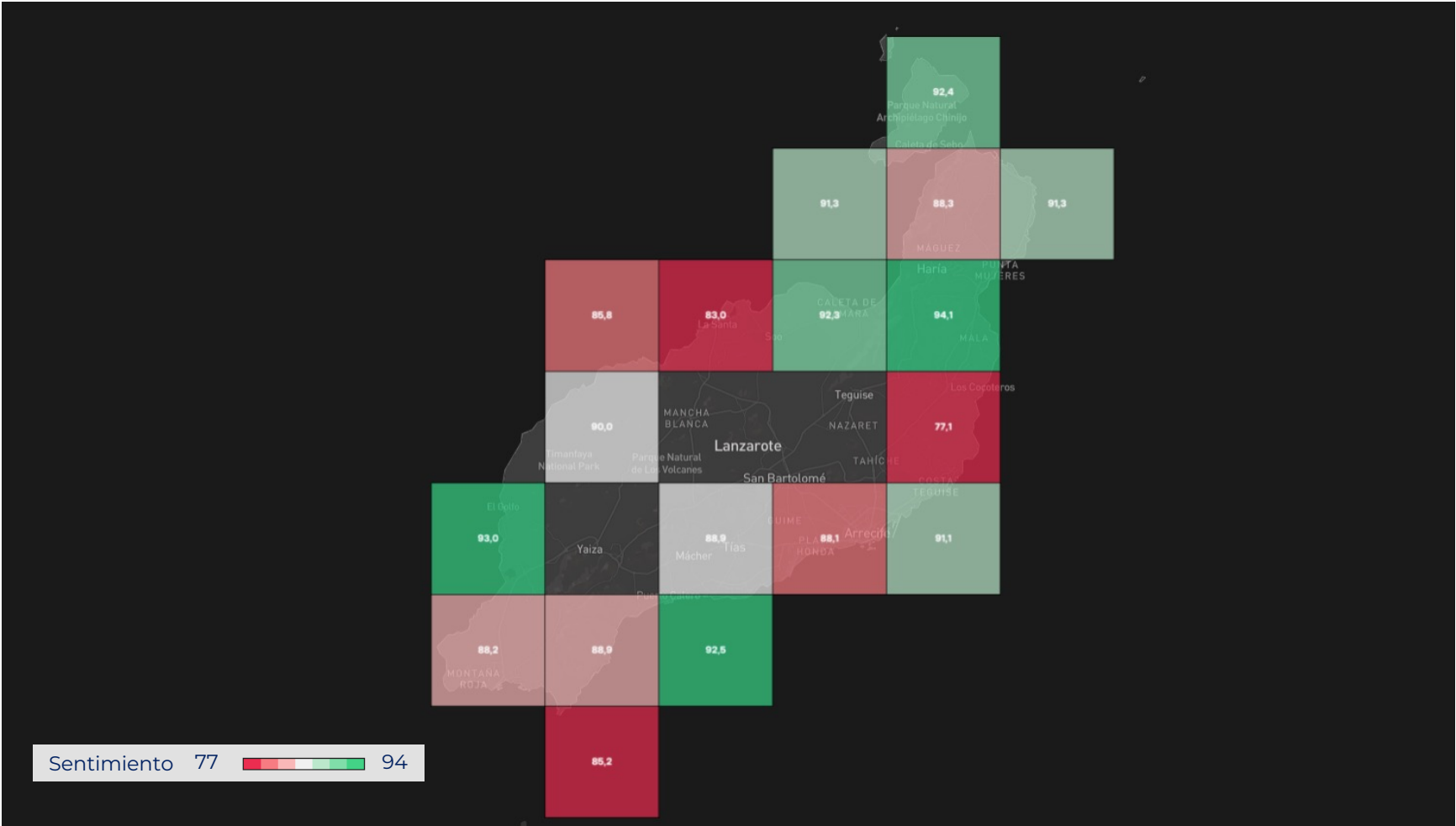
También reciben buenas valoraciones los **miradores naturales y Los Hervideros**, por su atractivo paisajístico y experiencias únicas.

En cambio, las **zonas con menor sentimiento** se concentran en playas con **accesos difíciles, exceso de visitantes o falta de servicios**, especialmente en tramos de **Papagayo, Flamingo y Matagorda**, donde se mencionan **suciedad, fondos rocosos o fuerte oleaje**.

En conjunto, el mapa refleja que Lanzarote mantiene una **imagen muy positiva como destino costero y natural**, con alta satisfacción por sus playas y paisajes, aunque los accesos y la gestión ambiental en zonas concurridas siguen siendo los principales retos.

Mapa del sentimiento con las playas del destino

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



Las **playas de Lanzarote** presentan en 2025 un **sentimiento general muy positivo**, reflejando una percepción estable y alta por parte de los visitantes.

Las **mejor valoradas**, como **El Golfo, Playa de la Concha, Playa Mujeres y Playa Chica**, destacan por su **belleza natural, aguas limpias y servicios adecuados**, consolidándose como los espacios más apreciados.

Se reconoce además una buena **experiencia emocional y una atmósfera agradable**, con comentarios favorables desde distintas nacionalidades, lo que confirma la **proyección internacional** del destino.

Por el contrario, las **zonas con menor valoración**, como **Playa de las Coloradas** y algunos tramos menos equipados, reflejan **problemas de limpieza, mantenimiento y falta de baños públicos**.

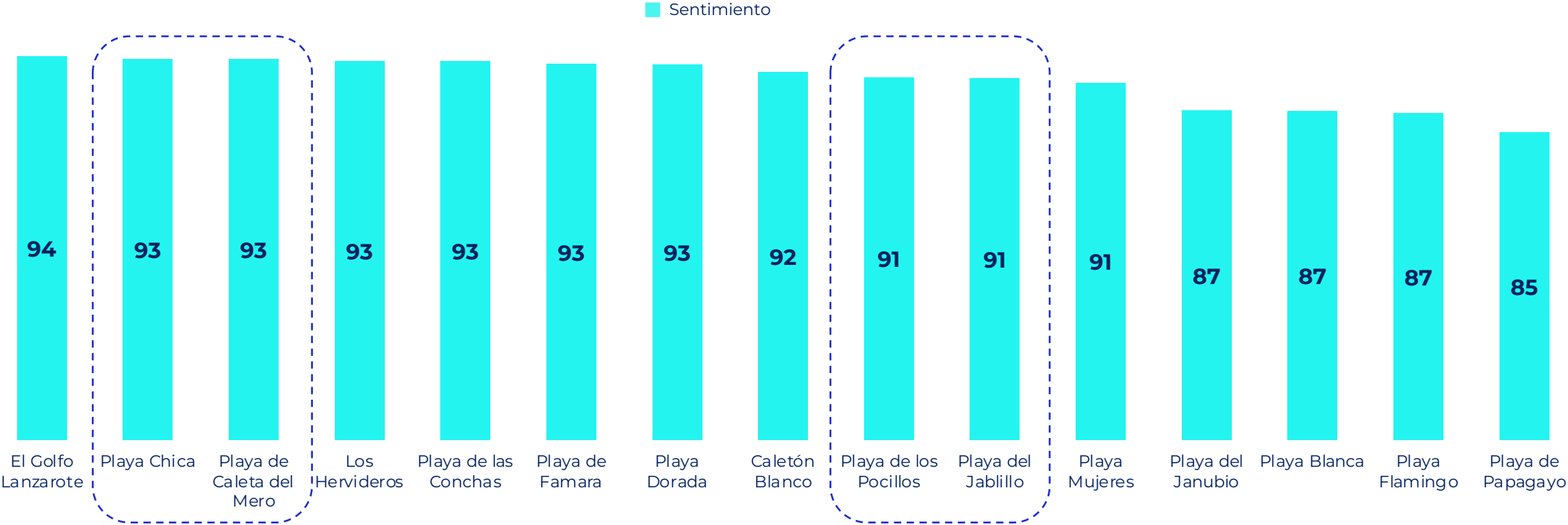
Lanzarote mantiene una **imagen muy positiva de sus playas**, especialmente en los municipios de **Yaiza, Teguise y San Bartolomé**.

Sentimiento con las playas del destino

¿Cuál es la valoración de las playas del destino?

Top 15 playas por índice de sentimiento (playas desde la 1ª a la 15ª posición)

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



En 2025, las **playas de Lanzarote** mantienen una **satisfacción muy elevada**, con valoraciones que reflejan tanto la calidad del entorno natural como la buena experiencia global del visitante. Las **más mencionadas online** —**Papagayo, Los Hervideros y El Golfo**— se sitúan también entre las **mejor valoradas del destino**, aunque **Papagayo** presenta un **sentimiento más moderado**, condicionado por su alta afluencia.

Destaca especialmente **Playa Chica**, que combina un **alto nivel de satisfacción** con un **aumento de presencia online**, consolidándose como una de las favoritas por su **ambiente tranquilo y excelente entorno para el snorkel**.

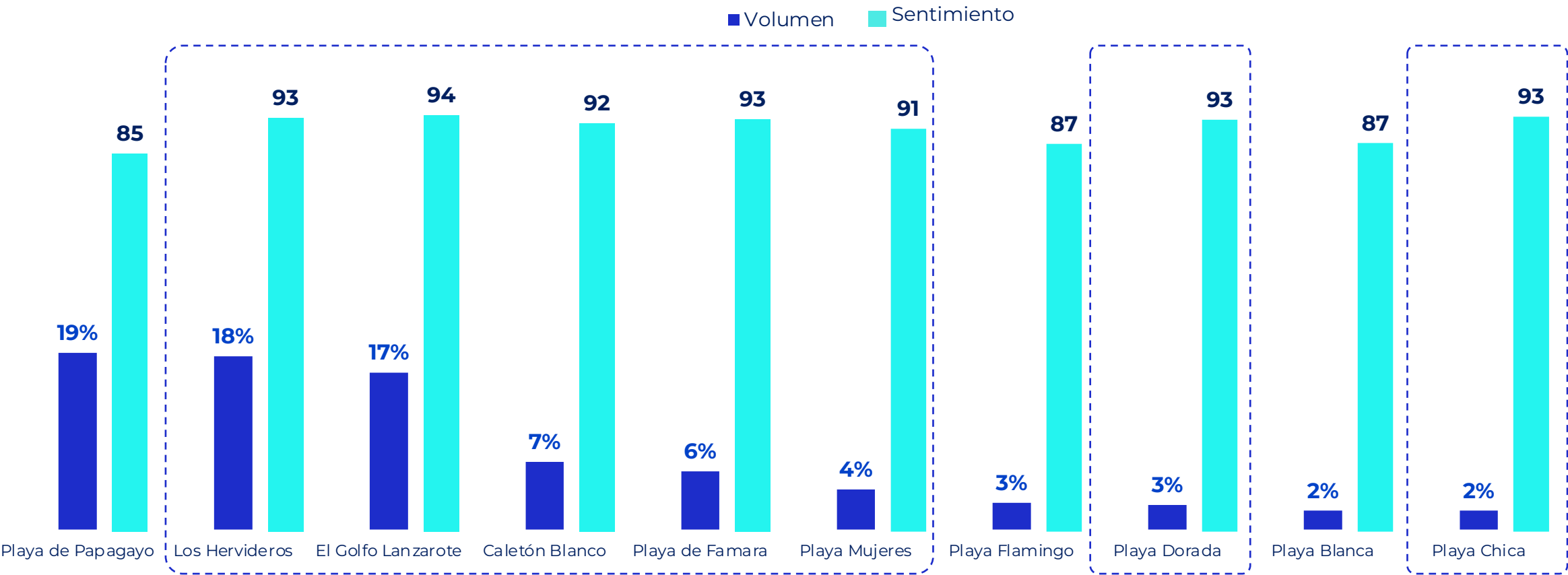
Otras playas como **Caleta del Mero, Los Pocillos y El Jablillo**, aunque con menor volumen de menciones, muestran **valoraciones sobresalientes**, reforzando la percepción de una **experiencia costera diversa y de alta calidad**.

Sentimiento con las playas del destino

¿Cuál es el sentimiento con las playas más mencionadas?

Top playas por volumen de menciones y respectivo índice de sentimiento

Enero-septiembre 2025. % de menciones (volumen) e índice 0-100 (sentimiento)



En **2025**, algunas de las **playas más mencionadas de Lanzarote** —**Los Hervideros, El Golfo, Caletón Blanco, Famara, Playa Mujeres, Playa Dorada y Playa Chica**— destacan por su **alto nivel de satisfacción** y se consolidan como **referentes turísticos del destino**: superando la media de sentimiento y reflejando una **percepción muy positiva** entre los visitantes.

Los Hervideros y El Golfo destacan por su carácter paisajístico, **Famara** por su amplitud y naturaleza, y **Playa Chica y Mujeres** por su ambiente tranquilo y condiciones ideales para **snorkel y deportes acuáticos**.

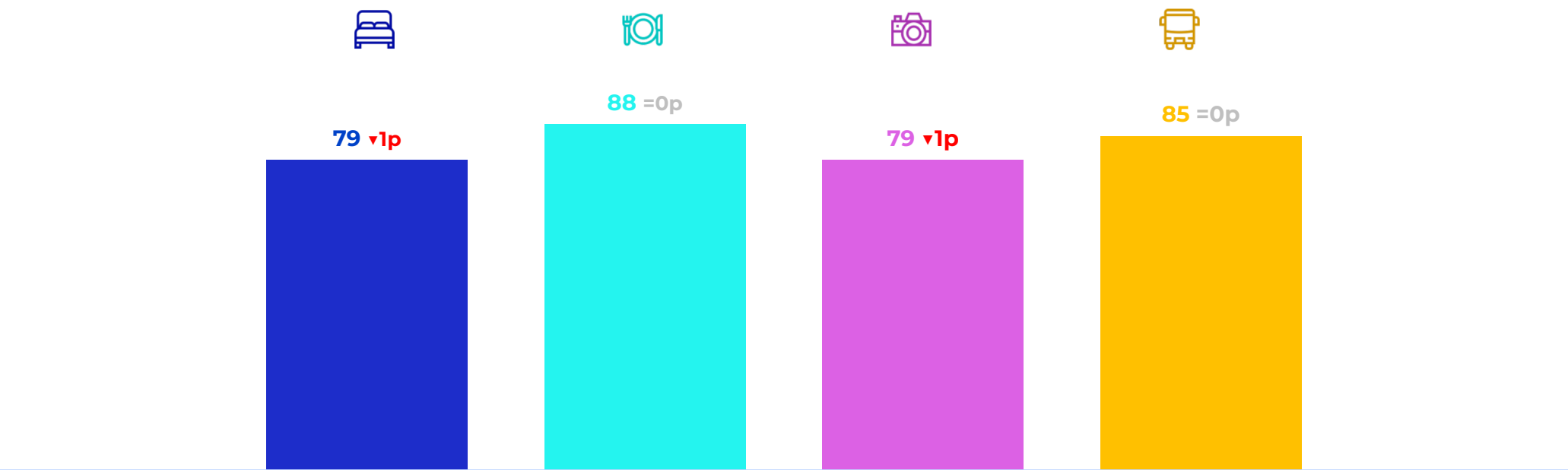
Lanzarote se consolida como un destino costero diverso y de alta calidad.

Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa

¿Qué segmentos vinculan los usuarios con playas y cuál es el sentimiento online?

Sentimiento con los segmentos relacionados con el concepto playas

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025 y variación vs. 2024



En 2025, el **segmento de restauración** mantiene una **satisfacción elevada y estable** respecto al año anterior. Los visitantes destacan especialmente los **restaurantes junto al mar**, por sus **vistas panorámicas**, **ubicación en primera línea de playa**, **ambiente relajado** y la **buena calidad gastronómica**, factores que refuerzan su peso en la experiencia global del destino.

En contraste, las menciones sobre **alojamiento y atractivos** relacionadas con el concepto playa muestran un **sentimiento más moderado** y una **ligera caída respecto al periodo anterior**. Aunque se valoran la **belleza natural**, la **tranquilidad** y el **acceso directo a las playas**, persisten críticas por **masificación en zonas populares**, **accesos complicados** y **falta de mantenimiento o limpieza**.

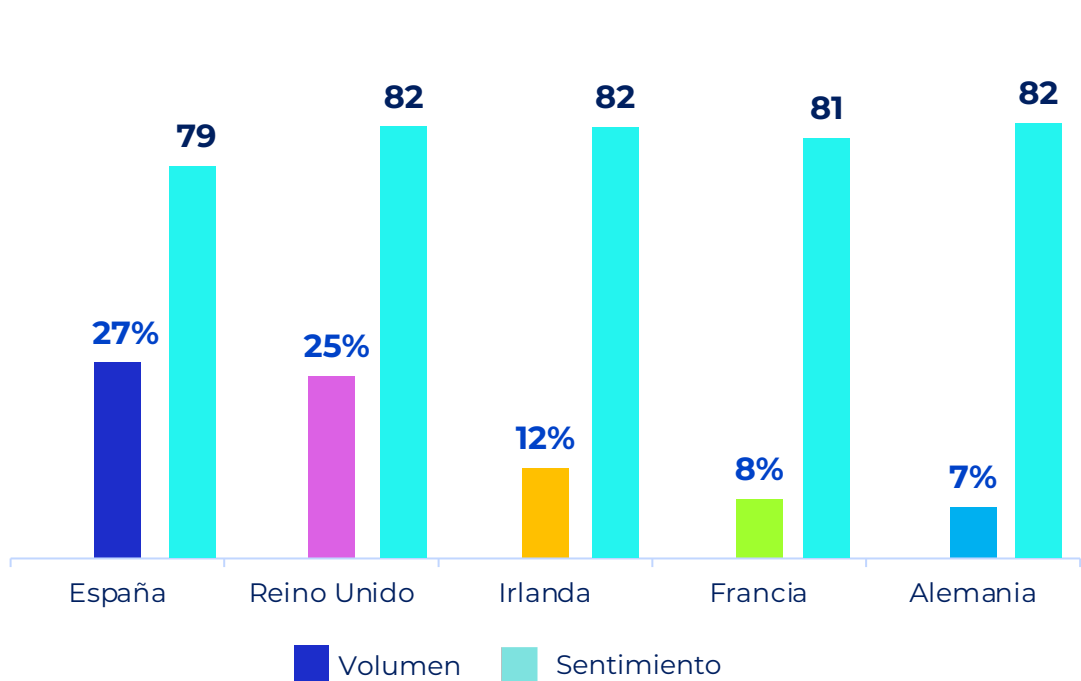
En conjunto, la conversación digital refleja una **imagen muy positiva del destino**, con la restauración y el transporte como puntos fuertes, y oportunidades de mejora en la **gestión y conservación** de los alojamientos y atractivos turísticos.

Sentimiento del visitante

¿Cómo evoluciona el sentimiento de los principales mercados emisores a lo largo del año?

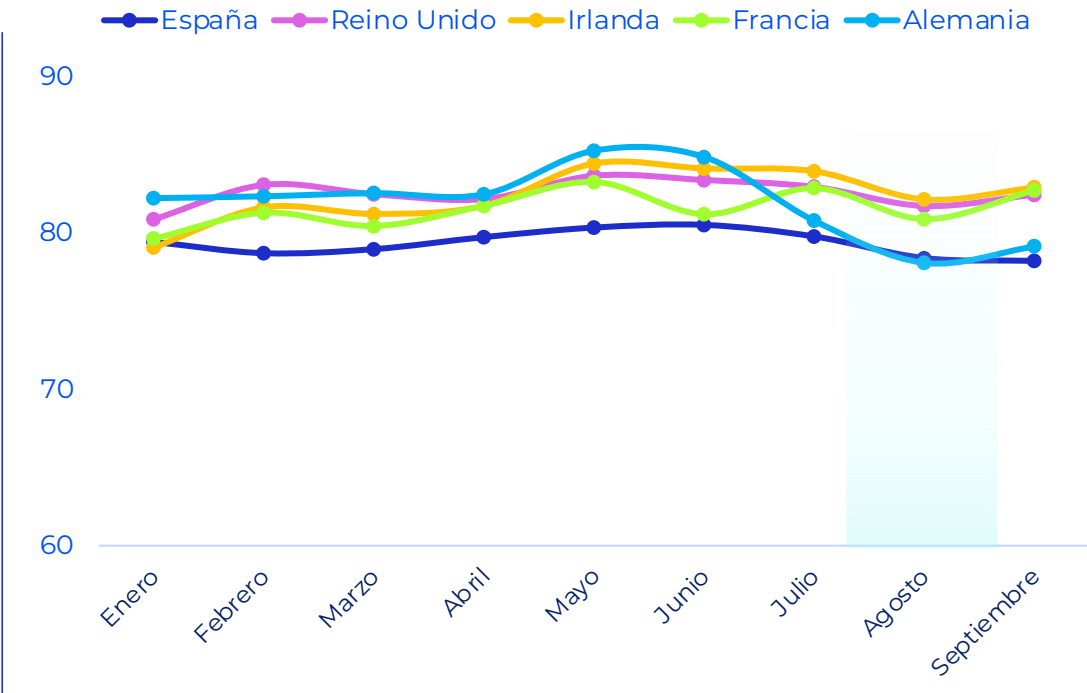
Principales mercados emisores por peso sobre el total de menciones y respectivos índices de sentimiento

Enero-septiembre 2025. % de menciones (volumen) e índice 0-100 (sentimiento)



Evolución del sentimiento de los viajeros por mercado de origen

Enero-septiembre 2025. Índice 0-100



En 2025, los **principales mercados emisores** mantienen una **satisfacción elevada y estable**, destacando los visitantes del **Reino Unido e Irlanda**, que valoran especialmente la **ubicación** y el **ambiente costero** de las playas. En cambio, el **mercado nacional** muestra una **satisfacción más moderada**, con comentarios más críticos sobre **limpieza, accesos y servicios**, una tendencia similar a la del año anterior.

El **mercado francés** también presenta valoraciones algo más bajas, con observaciones centradas en la **masificación** y la **calidad del mantenimiento** durante la temporada alta.

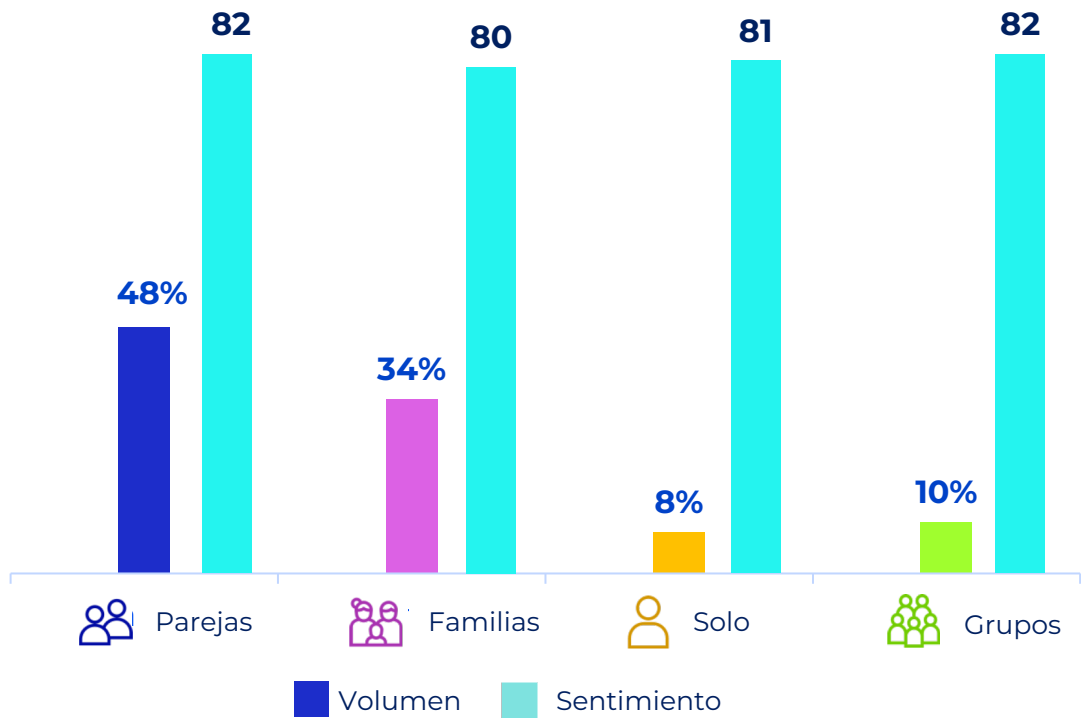
En **agosto**, aunque aumenta el volumen de opiniones, se registra una **ligera caída del sentimiento** en todos los mercados, asociada a la **saturación y la presión sobre los servicios**. Aun así, las playas continúan siendo uno de los **atributos mejor valorados** del destino, especialmente entre el público internacional.

Sentimiento del visitante

¿Cómo evoluciona el sentimiento de los diferentes grupos de viaje a lo largo del año?

Peso de los grupos de viaje y respectivos índices de sentimiento

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025

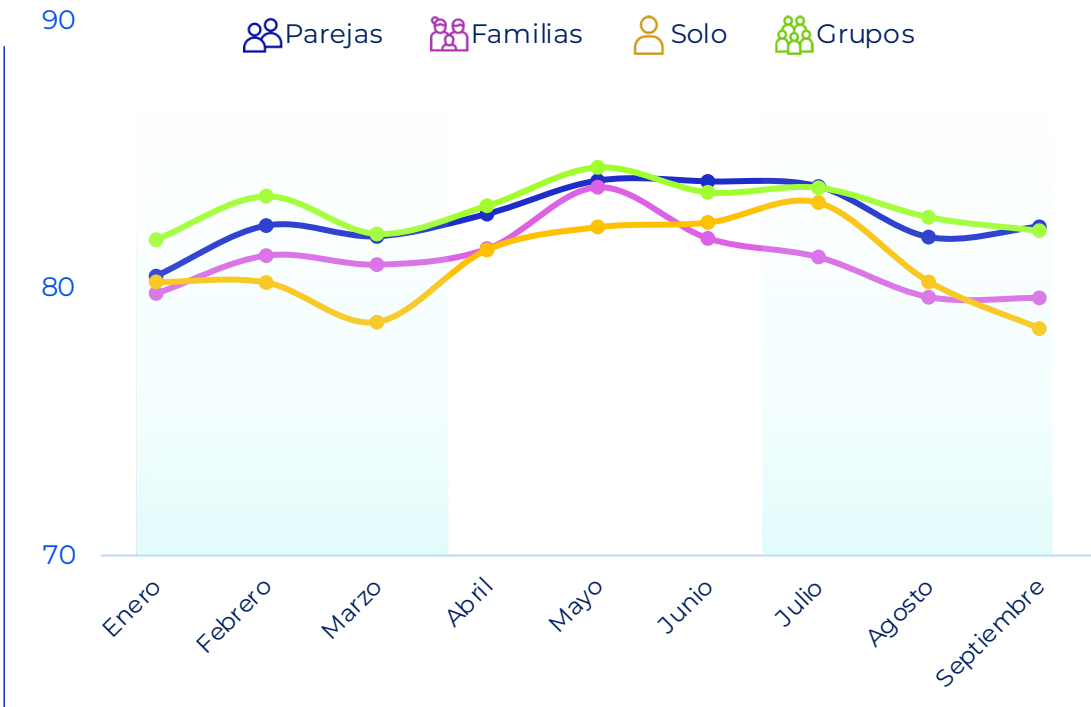


En **2025**, la satisfacción de todos los **grupos de viaje** en Lanzarote se mantiene **alta y estable**, con **parejas y grupos** como los segmentos más satisfechos gracias a la **ubicación**, la **hospitalidad** y el **ambiente general**.

Entre **enero y marzo**, los **viajeros solos** muestran un leve descenso del sentimiento, principalmente por **problemas de limpieza, confort y servicios básicos**.

Evolución del sentimiento de los viajeros por grupo de viaje

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



En los **meses de verano**, y aunque las **playas** mantienen una percepción positiva y estable, el sentimiento general desciende ligeramente, en línea con el aumento de la **masificación** y los **tiempos de espera**.

En conjunto, el destino conserva una **buena reputación**, sustentada en su entorno y atención al visitante, pero con **margen de mejora en infraestructura y gestión operativa**, especialmente en los meses de mayor afluencia.



ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO: **Lanzarote**

A) ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE MENCIONES

- Evolución y estacionalidad de las menciones
- Análisis de las menciones sobre playas del destino
- Análisis del perfil del visitante

B) ANÁLISIS DEL SENTIMIENTO DE LAS MENCIONES

- Índice de sentimiento y evolución
- Sentimiento global por zonas geográficas
- Sentimiento con las playas del destino
- Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa
- Sentimiento del visitante

C) FORTALEZAS Y PUNTOS DE MEJORA

- **Oportunidades**

FORTALEZAS

- **Reputación digital sólida y constante durante todo el año**, con menciones estables desde enero y sin caídas fuera del verano, reflejando un **interés sostenido**.
- **Playas de gran belleza natural y paisajística**, con aguas cristalinas, arena fina y un **entorno volcánico único** (Papagayo, Mujeres, Dorada, Caletón Blanco).
- **Entorno natural de alto valor visual y geológico**, con miradores, senderos y espacios icónicos como El Golfo y Los Hervideros, que **complementan el producto de sol y playa**.
- **Alta satisfacción general y sentimiento positivo**, impulsado por la limpieza, la tranquilidad y la calidad ambiental del litoral.
- **Equilibrio entre playas urbanas y zonas vírgenes**: permite al destino atraer tanto a quienes priorizan servicios y accesibilidad, como a los visitantes que buscan autenticidad, aventura y conexión con el paisaje volcánico característico de la isla.
- **Popularidad entre diferentes segmentos**: familias, parejas y amantes del snorkel, gracias a sus aguas tranquilas y abundante fauna marina.
- **Diversidad internacional consolidada**, con presencia constante de visitantes de Reino Unido, Irlanda, Alemania, Francia e Italia.

PUNTOS DE MEJORA

- **Masificación y pérdida de limpieza en playas muy populares** como Papagayo, especialmente durante el verano, con críticas por colillas, basura y exceso de visitantes.
- **Accesos difíciles o costosos en algunas playas naturales** (pistas de tierra, caminos sin pavimentar o cobro de entrada), afectando la experiencia en zonas como Papagayo y Famara.
- **Viento fuerte y oleaje frecuente**, que reduce la satisfacción de quienes buscan baño tranquilo o actividades relajadas, especialmente en playas del norte y oeste.
- **Falta de servicios básicos** (duchas, aseos o sombrillas) **en playas naturales o menos urbanizadas**, como Caletón Blanco o Mujeres, generando valoraciones dispares.
- **Pérdida de protagonismo del mercado británico** y predominio del nacional, lo que reduce la diversidad internacional del destino.
- Carencias en la **gestión operativa en temporada alta** (aparcamientos, mantenimiento, seguridad y atención al visitante).

OPORTUNIDADES



REFUERZO DEL TURISMO ACTIVO Y EXPERIENCIAL

- Consolidar **Lanzarote como destino de deporte, naturaleza y bienestar**, fomentando y promocionando una oferta de actividades en un **entorno costero volcánico único**: actividades deportivas en la costa, actividades acuáticas, turismo de bienestar y reconexión con la naturaleza
- Crear **productos combinados que conecten playas, miradores y espacios volcánicos**, potenciando el carácter único de la isla, por ejemplo: actividades de **fotografía o astronomía**.
- Potenciar **eventos deportivos y experiencias anuales**, fomentando visitas fuera del verano.



EQUILIBRIO TERRITORIAL Y MEJORA DE ACCESOS

- Mejorar los **accesos y señalización en playas naturales** (pistas de tierra, aparcamientos y caminos), facilitando el acceso seguro sin comprometer su valor ecológico.
- Desarrollar estrategias que favorezcan una **distribución territorial más equilibrada** del turismo, impulsando zonas con alta satisfacción pero menor visibilidad como **Playa Mujeres, Caletón Blanco o Playa Chica**.



EQUILIBRIO DE FLUJOS Y DIVERSIFICACIÓN DE MOTIVACIONES

- Aprovechar la **demanda constante durante todo el año** para distribuir mejor los flujos turísticos entre zonas del norte y sur de la isla.
- Promover experiencias complementarias (gastronomía, naturaleza, cultura, deporte) para **ampliar las motivaciones de viaje más allá del producto de playa**.
- Consolidar la imagen de Lanzarote como destino **activo, sostenible y de experiencias auténticas**, más allá del turismo tradicional de sol y playa.



ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO: Pontevedra

A) ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE MENCIONES

- Evolución y estacionalidad de las menciones
- Análisis de las menciones sobre playas del destino
- Análisis del perfil del visitante

B) ANÁLISIS DEL SENTIMIENTO DE LAS MENCIONES

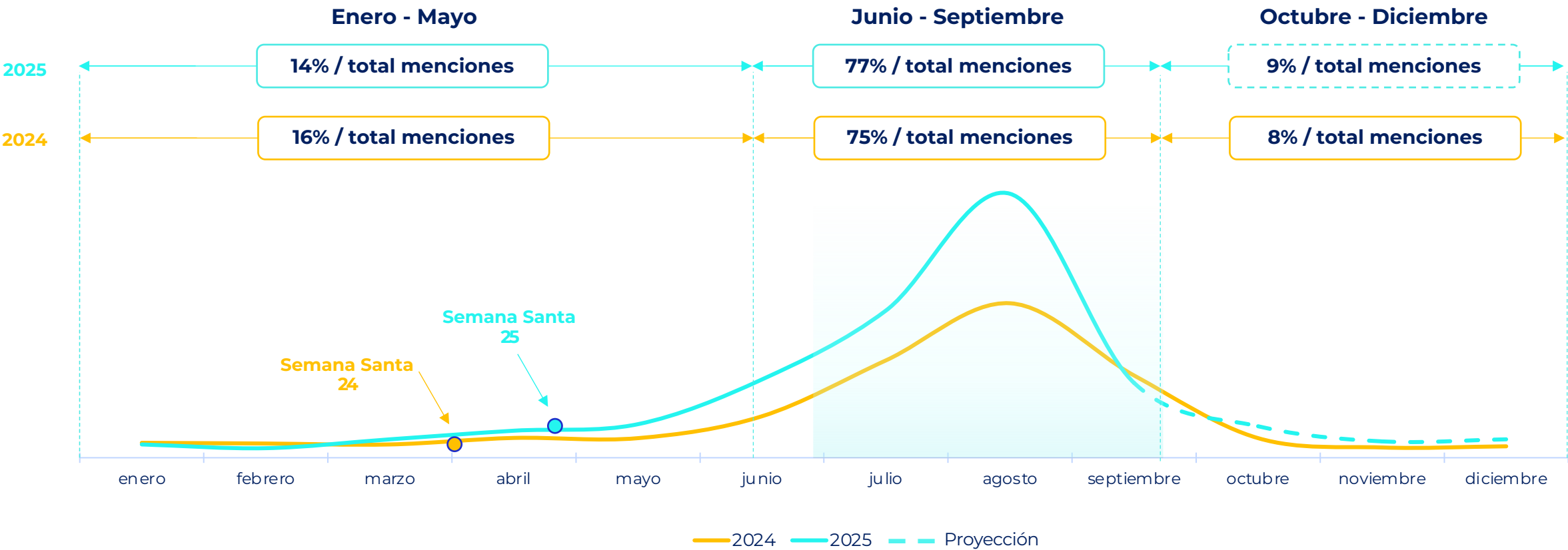
- Índice de sentimiento y evolución
- Sentimiento global por zonas geográficas
- Sentimiento con las playas del destino
- Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa
- Sentimiento del visitante

C) FORTALEZAS Y PUNTOS DE MEJORA

- Oportunidades

Evolución temporal y estacionalidad de las menciones ¿Cómo evoluciona el interés en las playas del destino a lo largo del año?

Evolución de menciones en redes sociales en puntos de interés Playas
 2024, 2025



Igual que en el año anterior, la **conversación online sobre las playas de Pontevedra** se concentra entre **junio y septiembre**, reflejando una marcada **estacionalidad**.

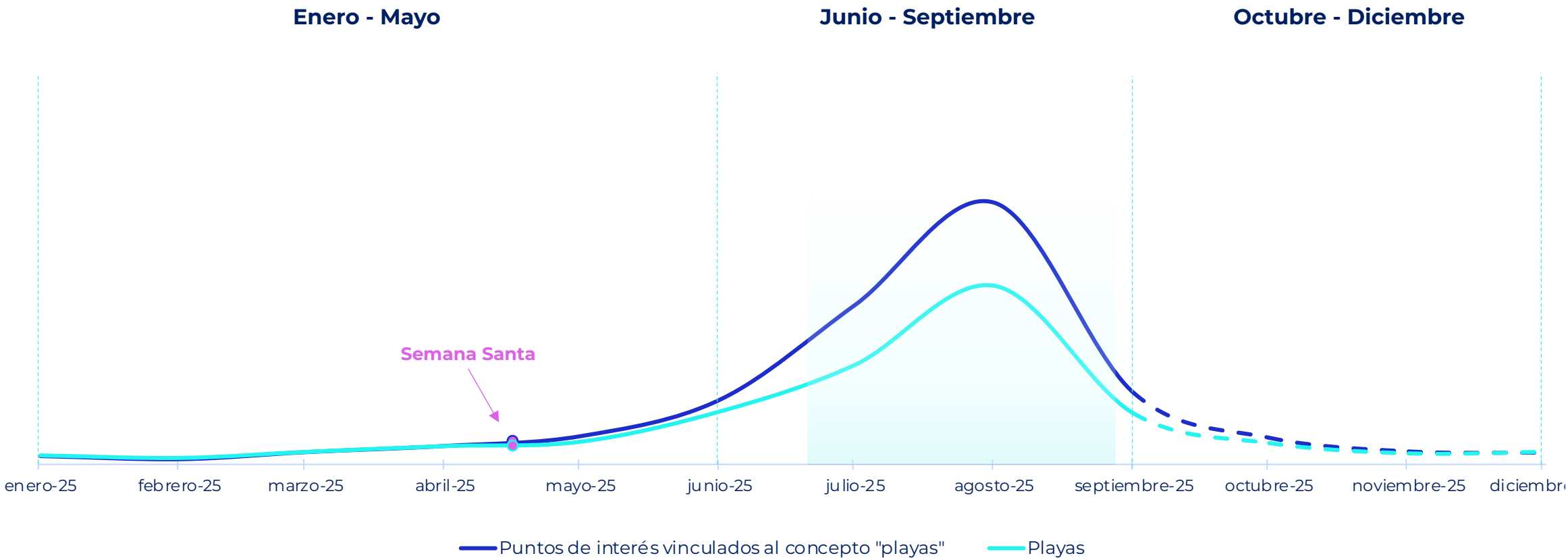
En **2025** se observa un **mayor interés** por las playas, con un aumento notable en el **volumen de menciones**, especialmente durante los **meses de verano**, y un crecimiento anticipado desde **mayo en adelante**.

Evolución temporal y estacionalidad de las menciones

¿Cómo varían las menciones de playas y las relacionadas con el concepto “playa/litoral”?

Evolución de menciones en redes sociales en puntos de interés Playas

2025

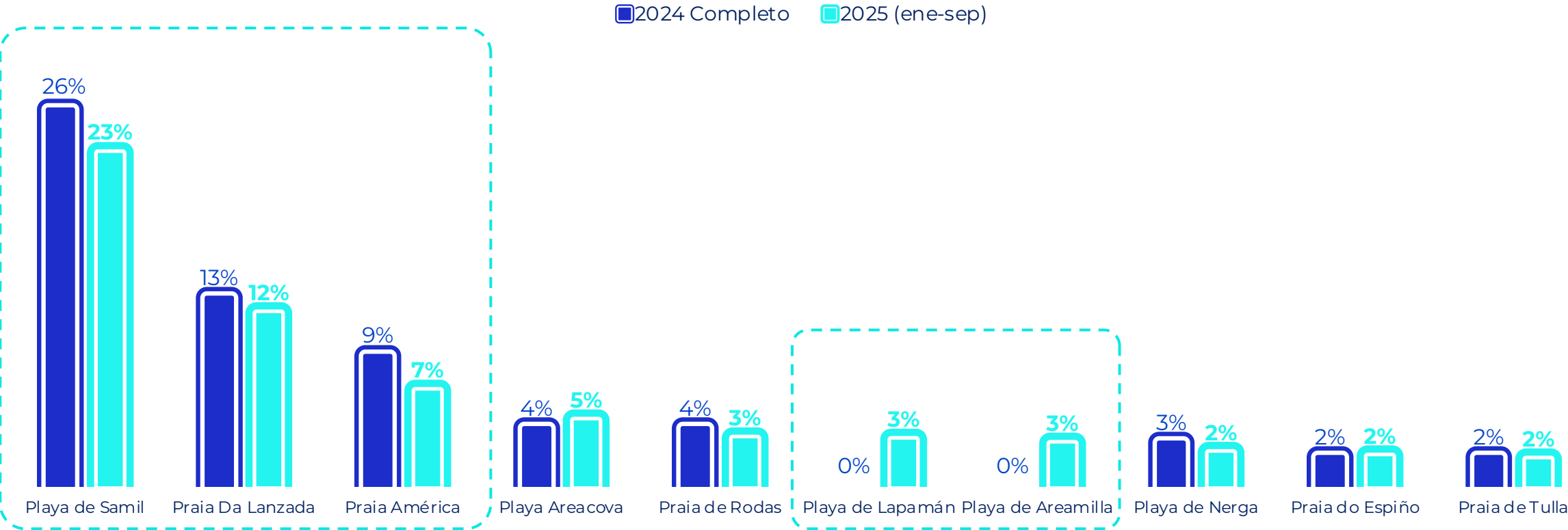


La **estacionalidad del interés por las playas de Pontevedra** se extiende también a los **puntos de interés vinculados al producto de playa**, concentrándose en los **meses de julio y agosto**.

Aunque el **pico de menciones** se da en **agosto**, estos puntos de interés muestran un **despertar más temprano**, con un **aumento notable ya en julio**, lo que evidencia cómo la atención hacia la oferta complementaria comienza a activarse antes del máximo veraniego.

Top 10 playas por volumen de menciones

2024, enero-septiembre 2025. % menciones



En **2025**, las playas de **Samil**, **Da Lanzada** y **América** continúan siendo las **más mencionadas en Pontevedra**, manteniendo las primeras posiciones del ranking y un peso muy similar al año anterior.

El panorama general apenas varía respecto a 2024, aunque **Lapamán** y **Areamilla** ganan visibilidad al incorporarse por primera vez entre las playas con mayor presencia online, lo que refleja una **diversificación del interés** de los visitantes hacia nuevos espacios costeros de la provincia.

Análisis de las menciones online sobre playas del destino

¿Qué playas del destino generan más interés a lo largo del año?

Distribución del peso de menciones en las playas del destino en diferentes momentos del año

Enero-septiembre 2025

■ 2025 ■ Enero - Mayo ■ Junio - Septiembre

- **Playa América y Praia Da Lanzada:** destacan por su **alta calidad de servicios, ambiente familiar y entorno cuidado**, con **atmósfera tranquila, buena accesibilidad y hospitalidad reconocida** durante todo el año.
- **Playa de Samil:** se valora por sus **instalaciones completas, limpieza y oferta de ocio y restauración**, siendo una **opción cómoda y segura para familias y visitantes locales**.



En 2025, las **playas más populares** de Pontevedra mantienen una **presencia constante en la conversación online** gracias a su buena gestión, ambiente agradable y una experiencia turística consistente tanto en temporada baja como en los meses estivales.

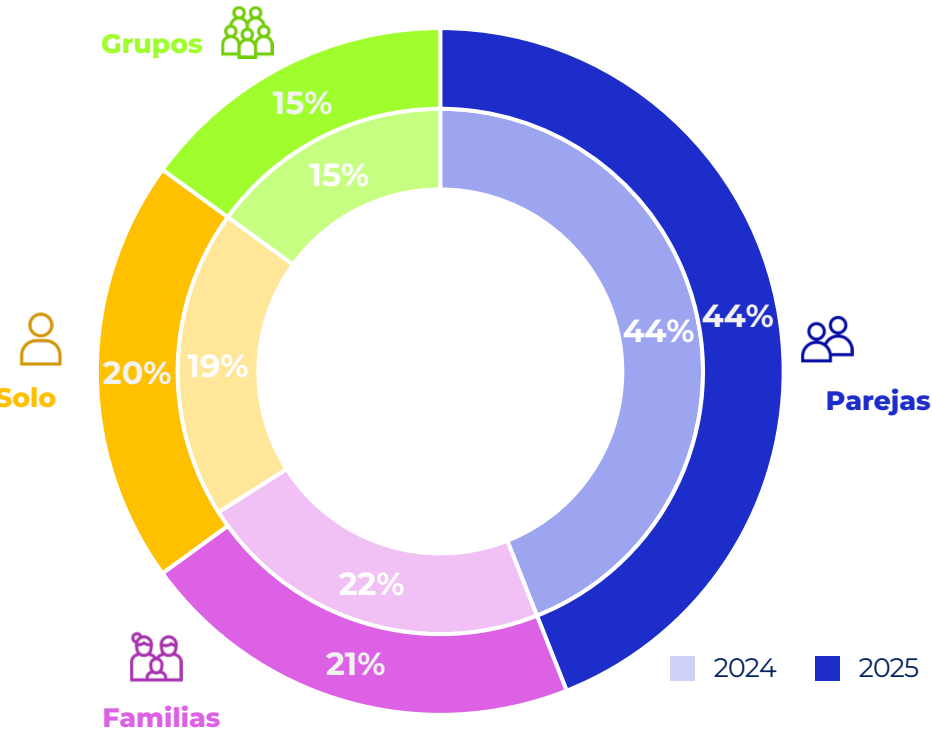
Las **playas con menor volumen de menciones**—centran su interés principalmente entre **junio y septiembre**, periodo en el que ganan protagonismo por su **paisaje natural, atmósfera tranquila y oferta diversa**, atrayendo a un público que busca entornos más relajados y alternativos dentro del destino.

Análisis del perfil del visitante

¿Cuál es la composición del grupo de viaje y cuándo prefieren viajar?

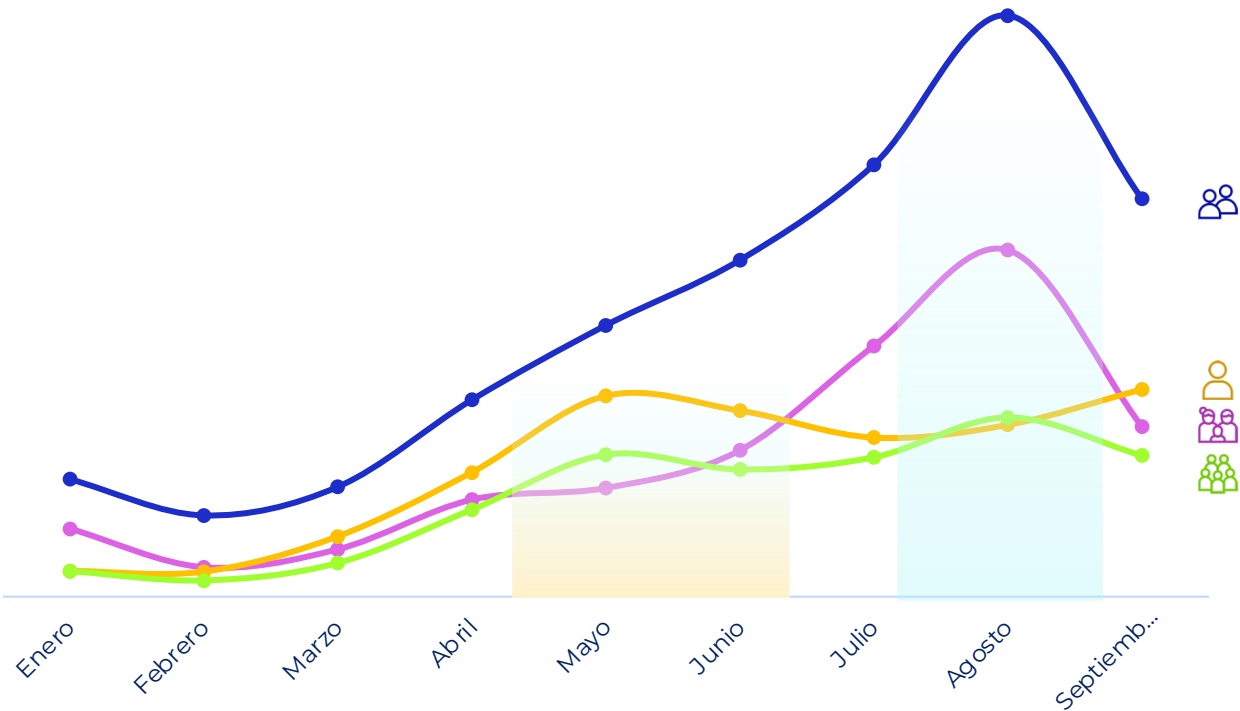
Composición del grupo de viaje

2024, enero-septiembre 2025. % de menciones



Evolución y estacionalidad de los grupos de viaje

Enero - Septiembre 2025



En **2025**, igual que el año anterior, las **parejas** se mantienen como el principal grupo de viaje en Pontevedra, seguidas por **familias** y **viajeros solos**, ambos con un peso similar en las menciones.

Las **parejas** muestran una presencia destacada desde **marzo**, alcanzando su punto más alto en los meses de verano, mientras que las **familias** concentran su actividad principalmente entre **junio y agosto**.

En cambio, los **viajeros solos** y los **grupos** mantienen una evolución más constante, con una ligera preferencia por los meses de **mayo y junio**.

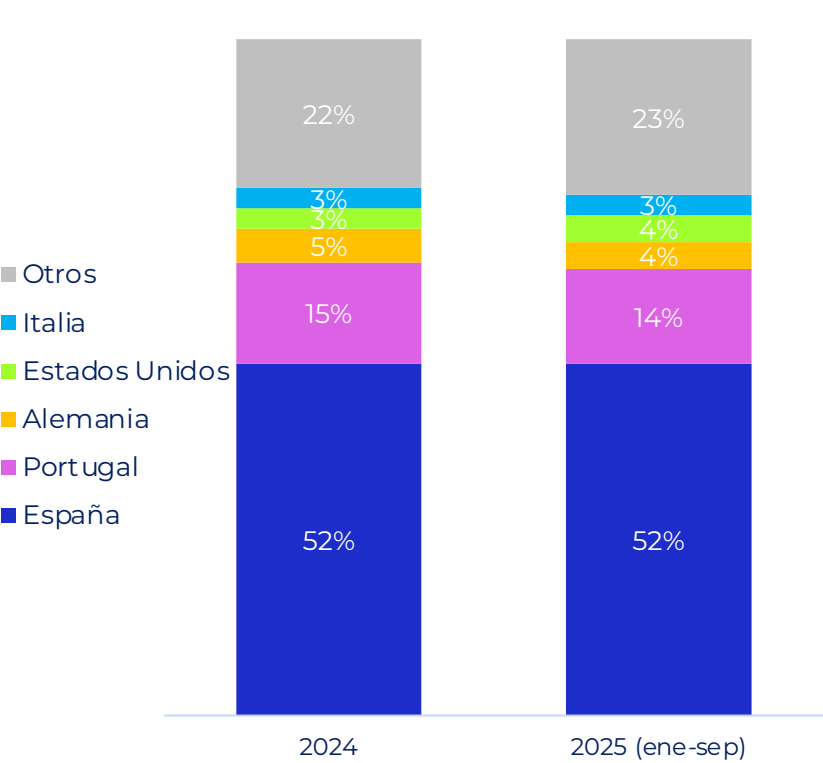
En conjunto, se repite un patrón de **estacionalidad clara**, donde las parejas y familias dominan la temporada alta, mientras que otros perfiles mantienen una participación estable durante el resto del año.

Análisis del perfil del visitante

¿Cuáles son los principales mercados de origen y cuándo prefieren viajar?

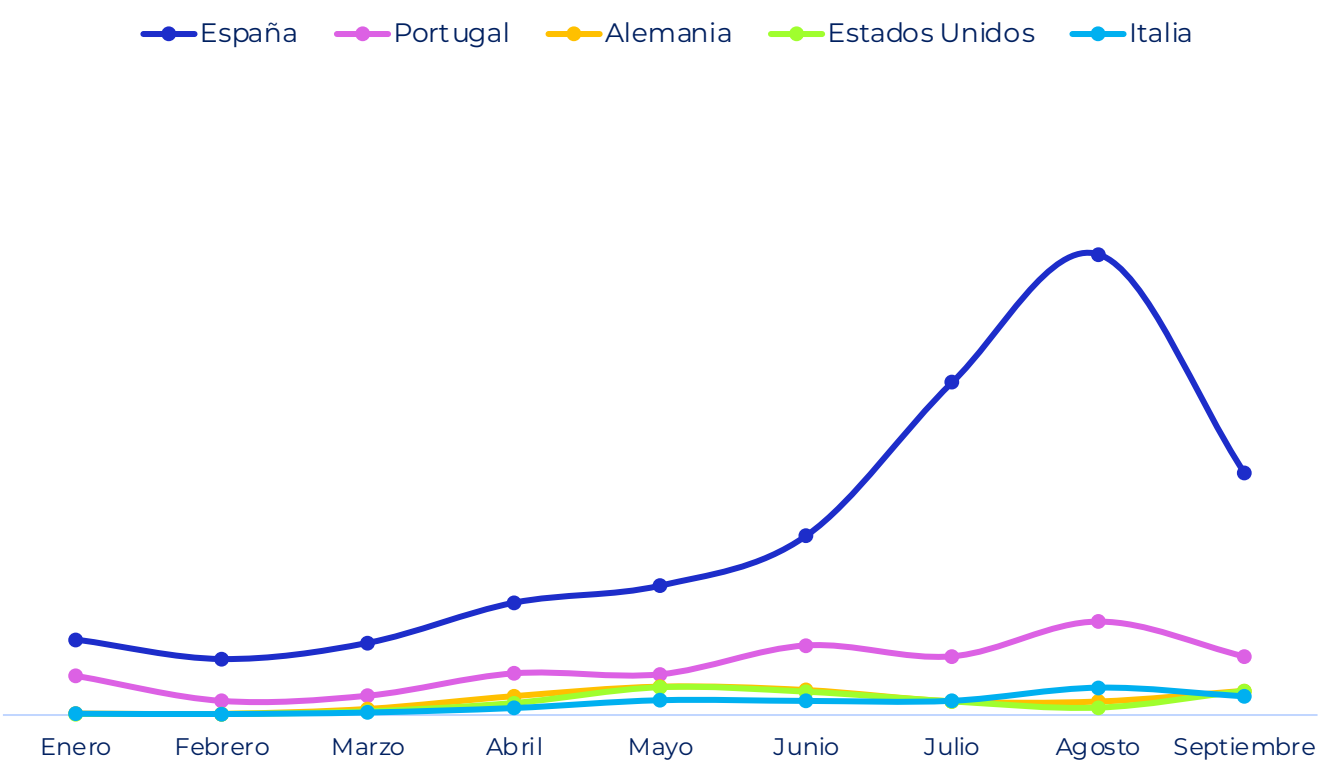
Peso de los mercados de origen

2024, enero-septiembre 2025. % de menciones



Evolución de menciones por origen del viajero

Enero-septiembre 2025



En **2025**, la composición de **orígenes de los visitantes en Pontevedra** se mantiene prácticamente igual que el año anterior, con una **marcada dependencia del mercado nacional**, especialmente durante los meses de verano, cuando alcanza su punto más alto.

El **mercado portugués** continúa siendo el **segundo más relevante**, con un crecimiento sostenido a partir de **junio** y una presencia constante durante la temporada estival.

Por su parte, **Alemania, Estados Unidos e Italia** muestran un **aumento en el volumen de menciones** respecto al año anterior, manteniendo una **evolución estable** y contribuyendo a una mayor diversificación internacional del destino.



ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO: Pontevedra

A) ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE MENCIONES

- Evolución y estacionalidad de las menciones
- Análisis de las menciones sobre playas del destino
- Análisis del perfil del visitante

B) ANÁLISIS DEL SENTIMIENTO DE LAS MENCIONES

- Índice de sentimiento y evolución
- Sentimiento global por zonas geográficas
- Sentimiento con las playas del destino
- Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa
- Sentimiento del visitante

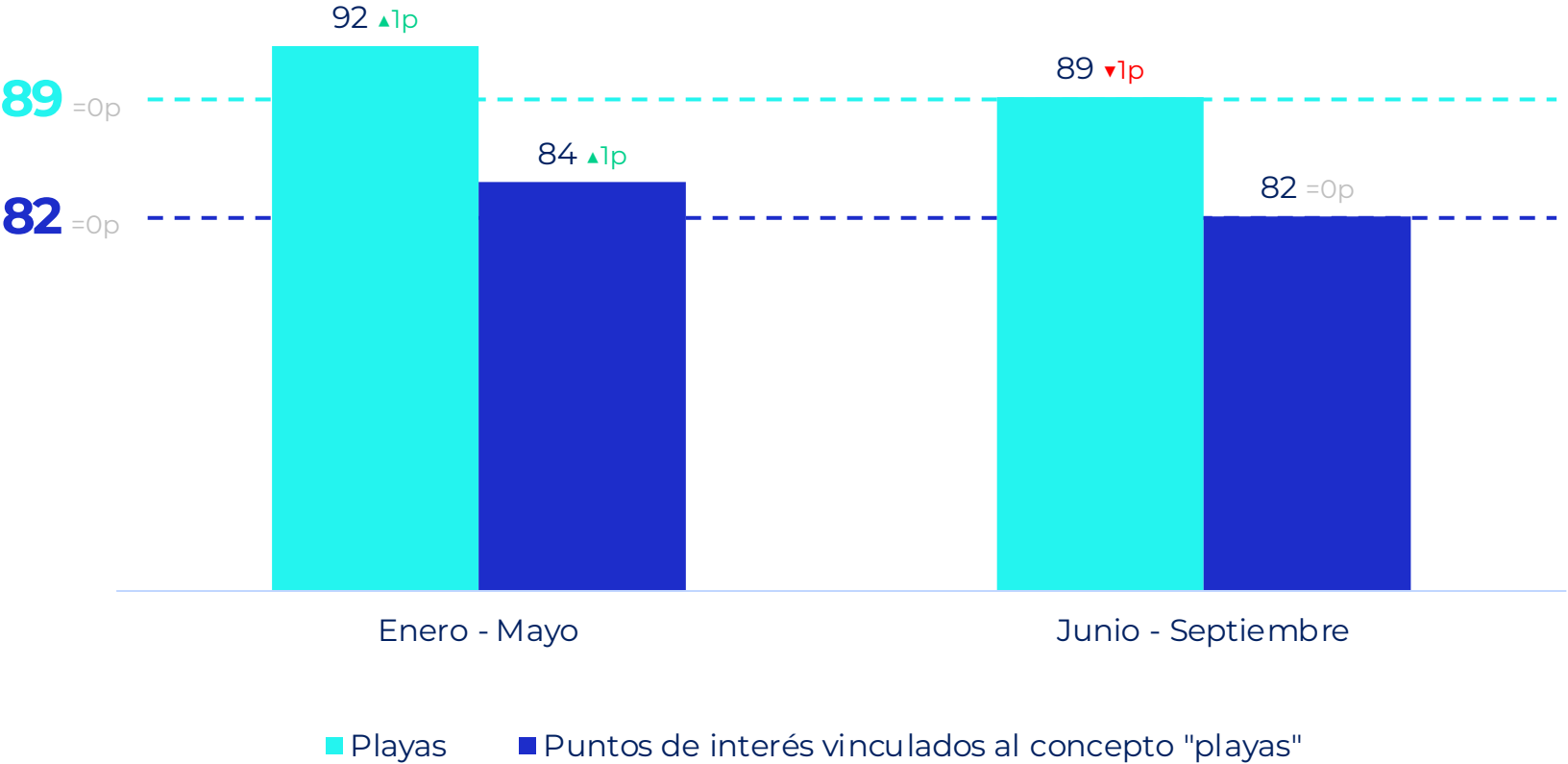
C) FORTALEZAS Y PUNTOS DE MEJORA

- Oportunidades

Índice de sentimiento con las playas y con los puntos de interés vinculados a playas en el destino

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025 y variación vs. Enero-septiembre 2024

Sentimiento promedio
enero-septiembre 2025



En 2025, el **sentimiento hacia las playas y puntos de interés costeros de Pontevedra** se mantiene en línea con el año anterior, con las **playas** como el **aspecto mejor valorado**, especialmente antes del verano.

Los visitantes destacan la **belleza natural**, la **limpieza**, el **agua cristalina** y la **tranquilidad**, además de valorar los **chiringuitos, restaurantes frente al mar** y las **vistas al atardecer**.

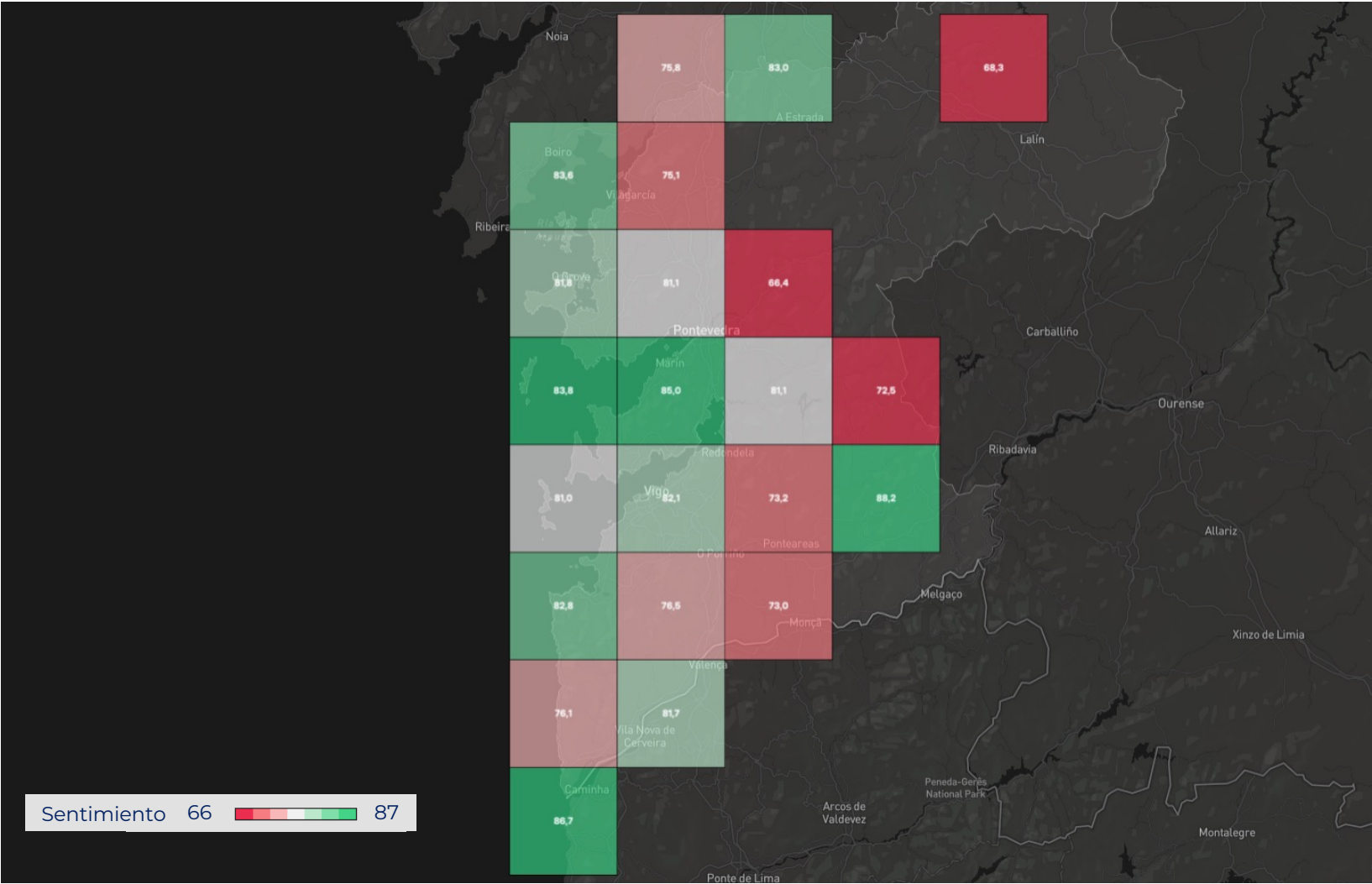
En conjunto, las **playas** mantienen una **reputación muy positiva**, con experiencias agradables y una **oferta turística complementaria que refuerza la satisfacción general del destino**.

Sentimiento global por zonas geográficas

¿Cómo se distribuye geográficamente el sentimiento vinculado a playas/litoral en el destino?

Mapa del sentimiento con puntos de interés vinculados a playas/litoral

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



El mapa de sentimiento de Pontevedra refleja una **predominancia de opiniones positivas**, aunque con diferencias claras entre las playas mejor valoradas y algunas zonas con problemas puntuales.

Las **playas más destacadas**, como **Praia da Lanzada, Playa de Roda, Praia América, Praia de Samil y Praia de Nosa Señora**, concentran las valoraciones más altas, gracias a su **arena fina, aguas cristalinas y buenos servicios**, además de un ambiente familiar y vistas al mar.

En contraste, las **zonas con menor sentimiento**, como **Praia Estrepeiros o Praia Area das Pipas**, reciben críticas por **suciedad, algas, basura y accesos en mal estado**.

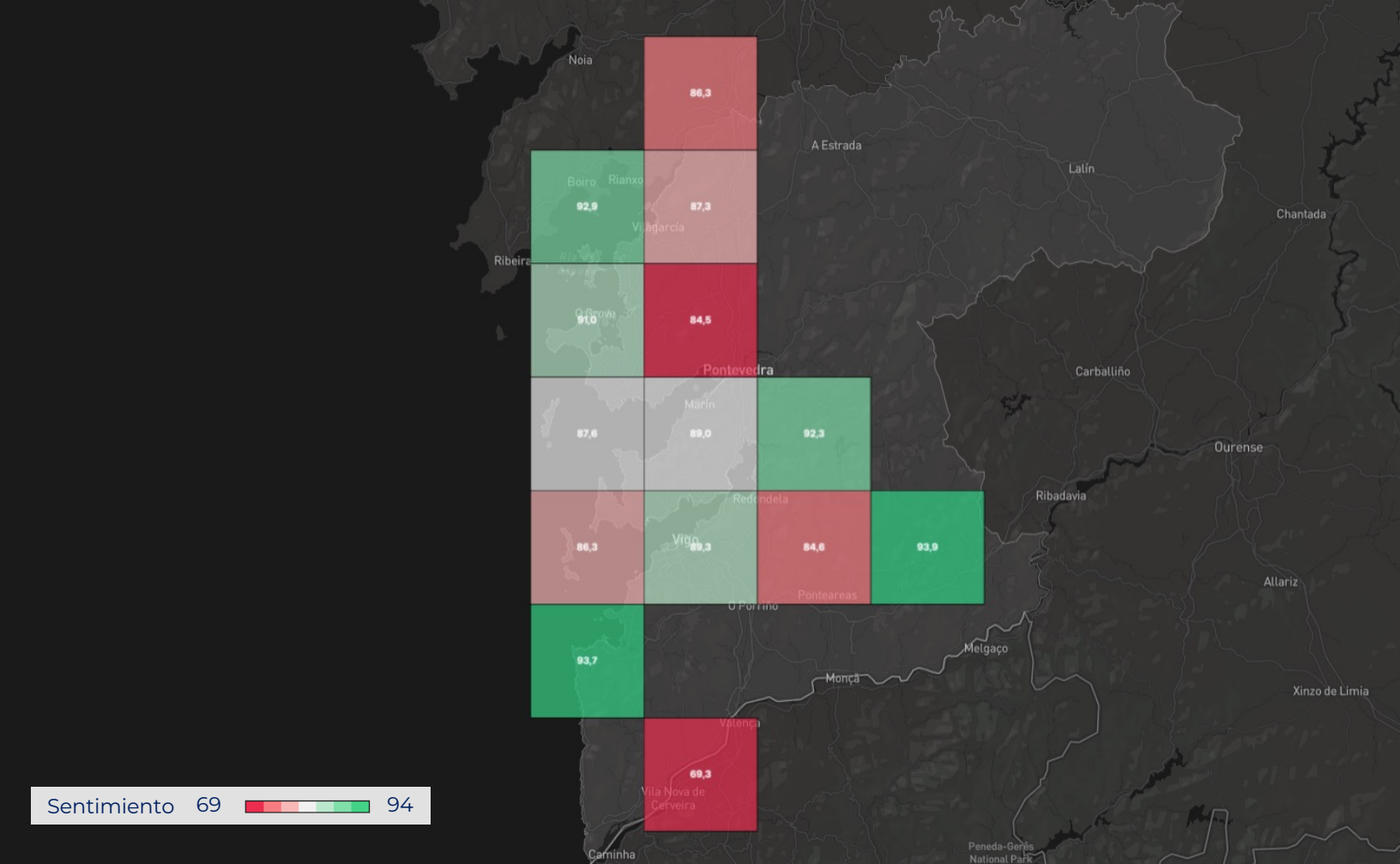
En conjunto, el mapa muestra una **imagen muy positiva del litoral pontevedrés**, con playas de gran atractivo natural y buena infraestructura, aunque algunas áreas requieren **mejoras en limpieza y accesos** para mantener la alta satisfacción general.

Sentimiento global por zonas geográficas

¿Cómo se distribuye geográficamente el sentimiento con las playas del destino?

Mapa del sentimiento con las playas del destino

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



En 2025, las **playas de Pontevedra** mantienen una **valoración muy positiva y estable**, consolidando al destino como uno de los referentes del turismo costero en España.

Las **zonas mejor valoradas**, como **Praia América y Praia de Rodas** destacan por su **limpieza, entorno natural, amplitud y calidad de los servicios**, generando una experiencia muy satisfactoria tanto para los visitantes nacionales e internacionales.

También sobresalen las áreas de **Vigo, O Grove, Nigrán y Sanxenxo**, con altos niveles de satisfacción por su oferta de baño y ocio.

En cambio, las **zonas con menor sentimiento** se asocian a **problemas de accesibilidad, estacionamiento y limpieza**, especialmente en puntos urbanos o de alta afluencia en temporada estival. Estos aspectos, junto con la percepción del coste y los tiempos de espera, aparecen como los principales retos de mejora.

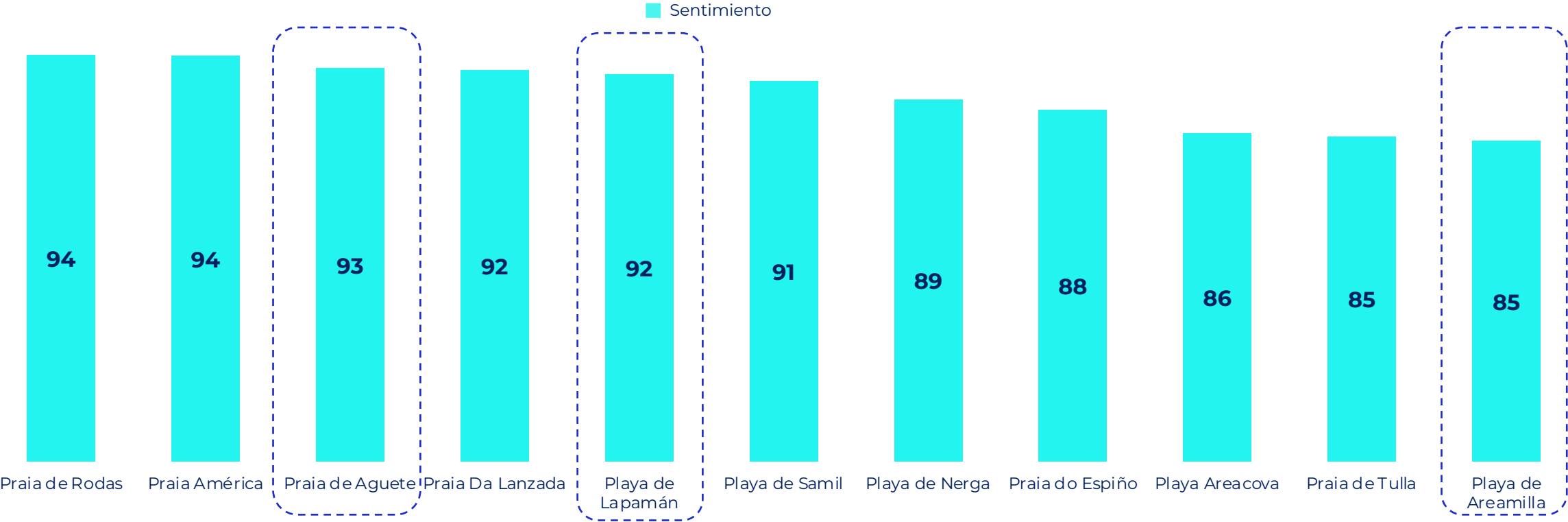
En conjunto, Pontevedra refleja una **imagen turística sólida y equilibrada**, con playas que combinan naturaleza, servicios y hospitalidad.

Sentimiento con las playas del destino

¿Cuál es la valoración de las playas del destino?

Top 15 playas por índice de sentimiento (playas desde la 1ª a la 11ª posición)

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



En **2025**, las **playas más populares de Pontevedra** mantienen una excelente reputación y se consolidan entre las mejor valoradas del destino.

Destaca especialmente la **Praia de Agnete**, que pese a no figurar entre las más mencionadas, obtiene uno de los **sentimientos más altos del año** por su **entorno familiar y tranquilo**, su **buena conservación**, la **calidad de sus servicios** y la **hospitalidad del entorno**, factores que refuerzan su posición entre las favoritas de la provincia.

Asimismo, **Playa de Lapamán** y **Playa de Areamilla**, que sí registran un alto volumen de menciones en 2025, muestran también **valoraciones muy positivas**, destacando por su **belleza natural**, **accesibilidad** y **ambiente relajado**.

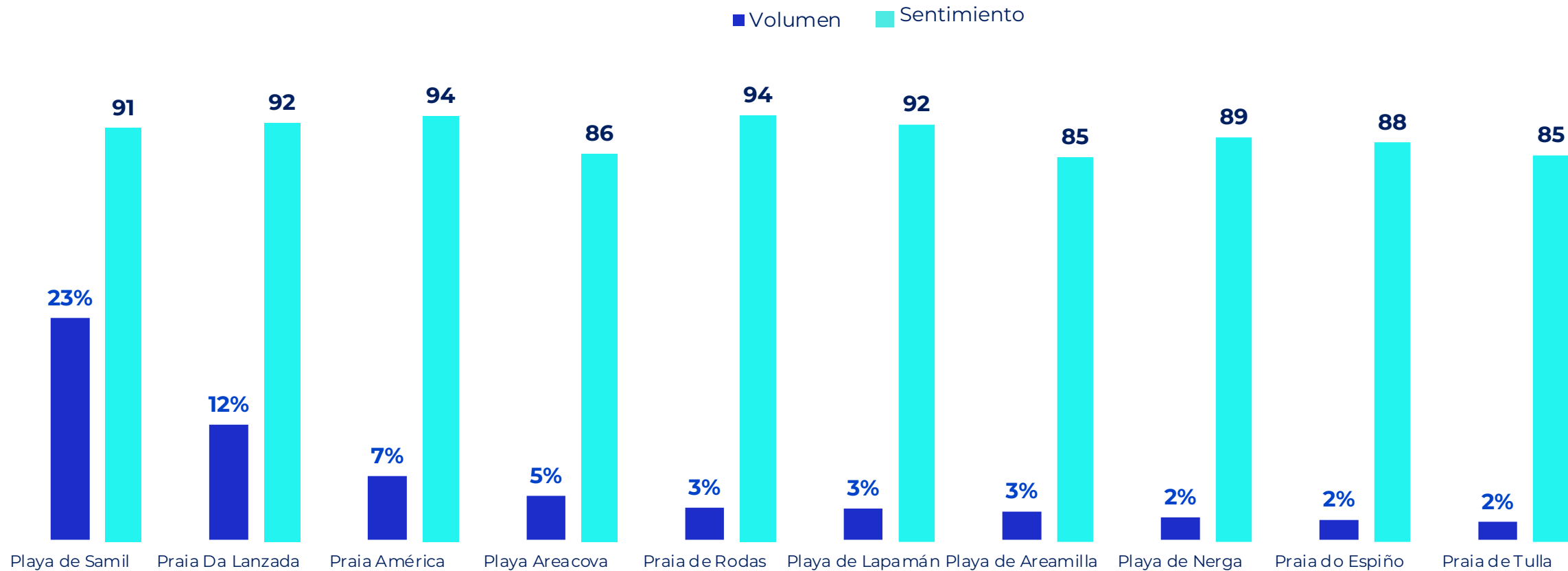
En conjunto, estas playas representan lo mejor de la costa pontevedresa: espacios bien cuidados, atractivos para distintos tipos de visitantes y con un alto nivel de satisfacción que se mantiene estable respecto al año anterior.

Sentimiento con las playas del destino

¿Cuál es el sentimiento con las playas más mencionadas?

Top playas por volumen de menciones y respectivo índice de sentimiento

Enero-septiembre 2025. % de menciones (volumen) e índice 0-100 (sentimiento)



En 2025, las **playas más mencionadas de Pontevedra** mantienen **sentimientos muy elevados**, reflejando una **experiencia general altamente satisfactoria** entre los visitantes. La combinación de **entornos naturales bien conservados, ambientes tranquilos y buenos servicios turísticos** sostiene esta percepción positiva.

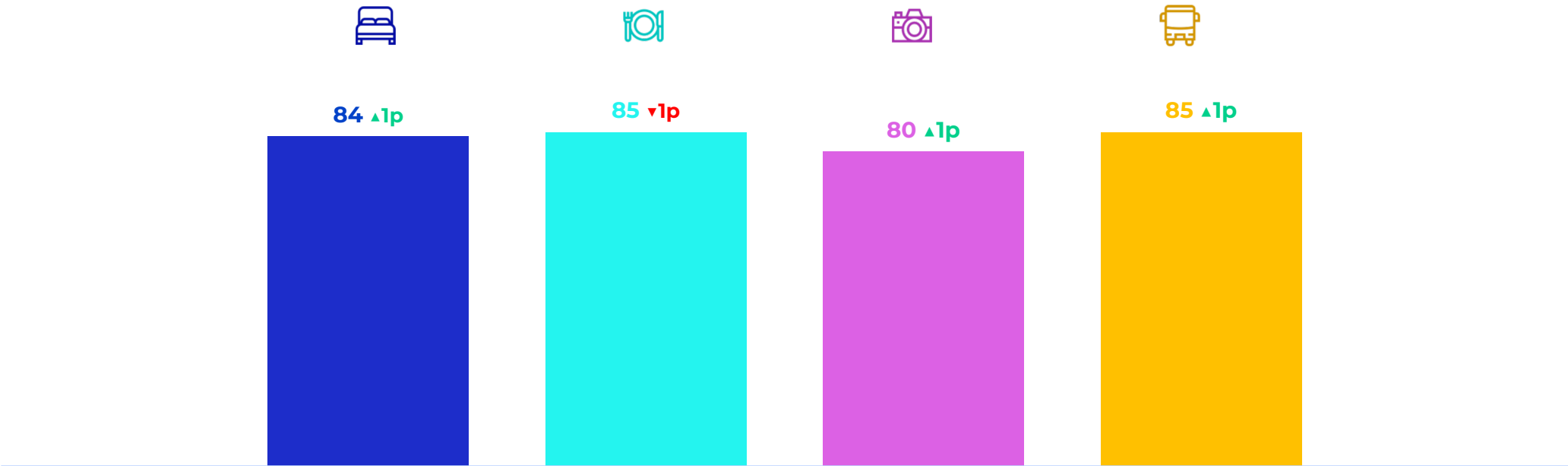
Este alto nivel de satisfacción confirma la **consistencia en la calidad del destino costero**, donde tanto las playas más emblemáticas como las de menor afluencia destacan por su **belleza, accesibilidad y ambiente agradable**, reforzando la imagen de Pontevedra como un referente de disfrute y bienestar en el litoral gallego.

Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa

¿Qué segmentos vinculan los usuarios con playas y cuál es el sentimiento online?

Sentimiento con los segmentos relacionados con el concepto playas

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025 y variación vs. 2024



En **2025**, el **segmento de restauración** se consolida como el **más mencionado** en las conversaciones online sobre playas en Pontevedra, reflejando su peso en la experiencia turística del destino. Los visitantes destacan los **restaurantes y chiringuitos frente al mar**, las **vistas privilegiadas**, el **ambiente relajado** y la posibilidad de **disfrutar al aire libre**, incluso con mascotas.

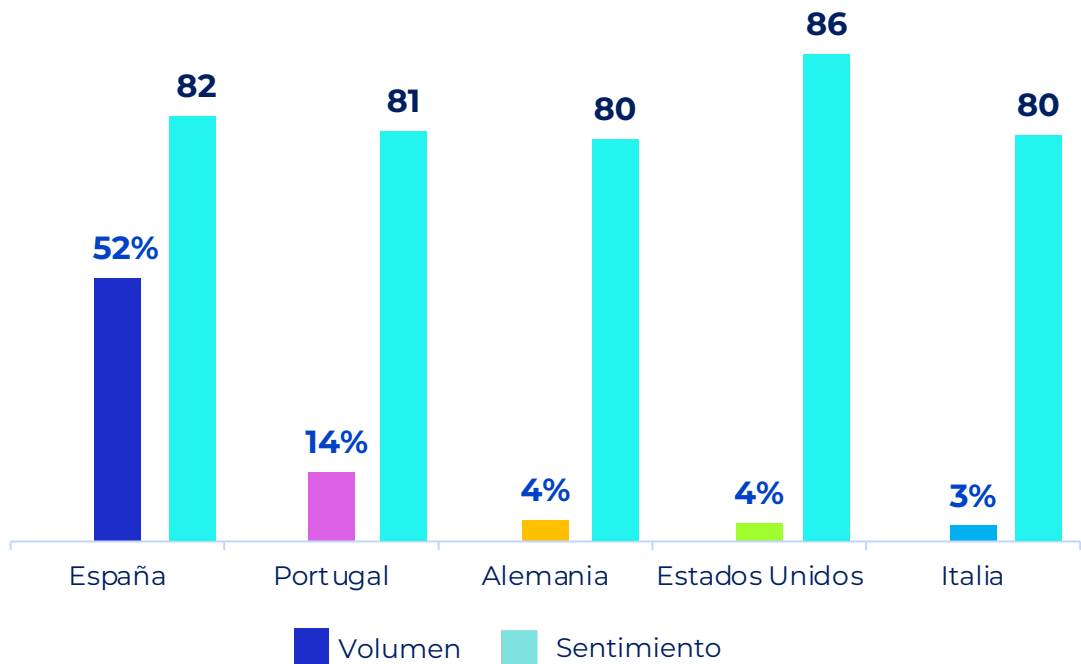
Los **alojamientos y atractivos** también mantienen una **satisfacción elevada**, valorándose la **belleza natural**, la **tranquilidad**, la **limpieza** y las **vistas al mar y puestas de sol**. En conjunto, la experiencia costera de Pontevedra combina gastronomía, entorno y hospitalidad, reforzando su imagen como destino completo y bien valorado.

Sentimiento del visitante

¿Cómo evoluciona el sentimiento de los principales mercados emisores a lo largo del año?

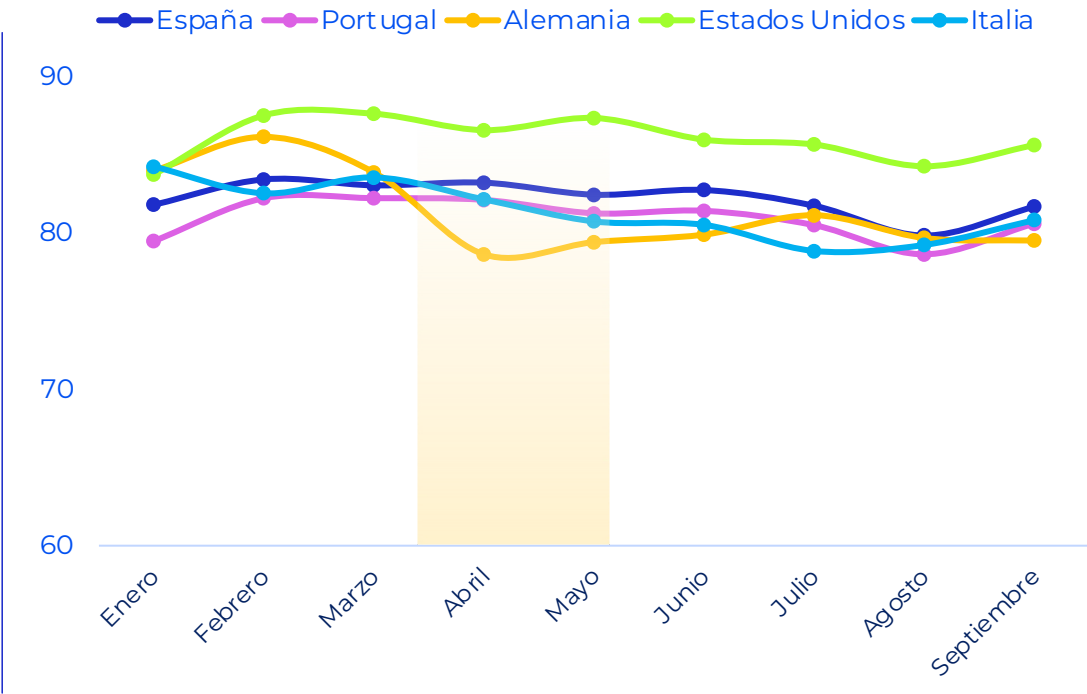
Principales mercados emisores por peso sobre el total de menciones y respectivos índices de sentimiento

Enero-septiembre 2025. % de menciones (volumen) e índice 0-100 (sentimiento)



Evolución del sentimiento de los viajeros por mercado de origen

Enero-septiembre 2025. Índice 0-100



En 2025, los **principales mercados emisores** mantienen una **satisfacción elevada y estable**, con los visitantes **estadounidenses** mostrando **el sentimiento más alto a lo largo de todo el periodo**, una tendencia que ya se observaba en 2024. A diferencia del año anterior, cuando algunos mercados registraban un descenso en los meses de verano, este año la **percepción se mantiene homogénea y sin variaciones destacables**.

El **mercado alemán** presenta una **ligera caída entre abril y mayo**, asociada principalmente a la **instalaciones y servicios del alojamiento en el destino**, mientras que las **menciones sobre playas** son escasas y continúan siendo **positivas**, lo que confirma que no representan un foco de insatisfacción.

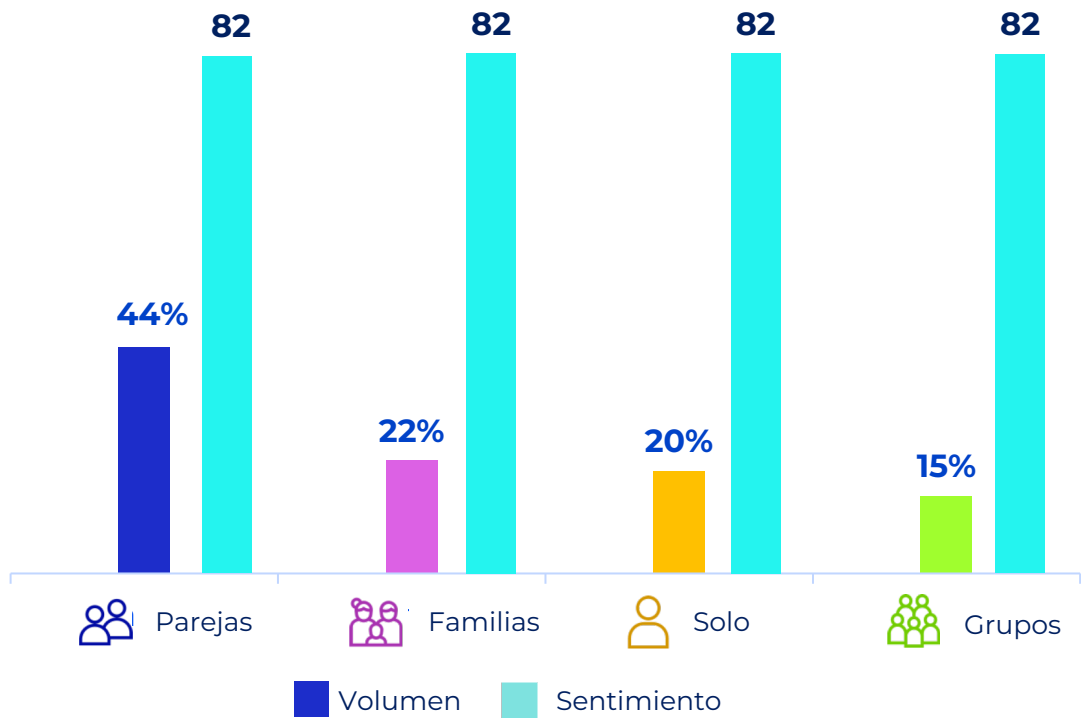
En conjunto, **todos los orígenes** mantienen un **nivel de satisfacción sólido**, consolidando la imagen de **Pontevedra** como un **destino estable y bien valorado** durante todo el año.

Sentimiento del visitante

¿Cómo evoluciona el sentimiento de los diferentes grupos de viaje a lo largo del año?

Peso de los grupos de viaje y respectivos índices de sentimiento

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025

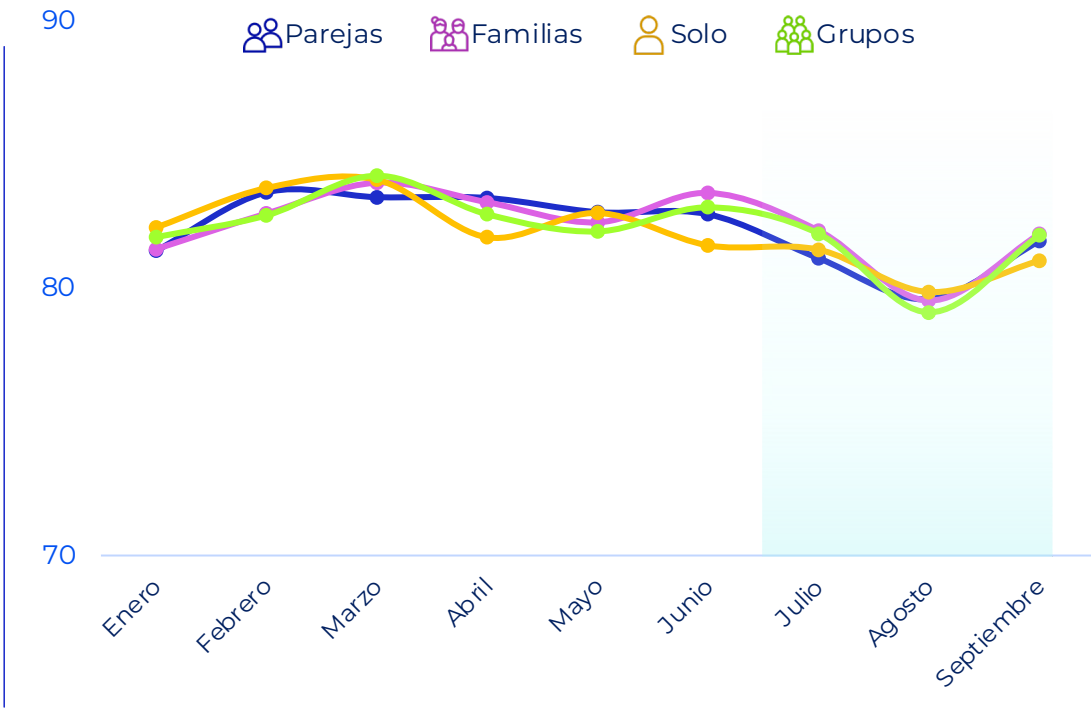


En **2025**, todos los **grupos de viaje** mantienen un **sentimiento muy elevado y constante** con el destino, repitiéndose el **descenso habitual en agosto**.

Entre **enero y septiembre**, la percepción general es **muy positiva**, destacando la **ubicación**, el **trato del personal** y la **hospitalidad** como los principales factores de satisfacción. Las **playas** mantienen una **valoración alta**, con menciones favorables por su entorno y accesibilidad.

Evolución del sentimiento de los viajeros por grupo de viaje

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



En **agosto**, el sentimiento baja ligeramente, aunque la **ubicación** y la **atención** siguen siendo los aspectos más apreciados.

Las **familias** valoran la seguridad y tranquilidad, las **parejas** la atmósfera, los **grupos** las actividades compartidas y los **viajeros solos** la hospitalidad, consolidando una **experiencia global de satisfacción estable** a lo largo del año.



ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO: Pontevedra

A) ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE MENCIONES

- Evolución y estacionalidad de las menciones
- Análisis de las menciones sobre playas del destino
- Análisis del perfil del visitante

B) ANÁLISIS DEL SENTIMIENTO DE LAS MENCIONES

- Índice de sentimiento y evolución
- Sentimiento global por zonas geográficas
- Sentimiento con las playas del destino
- Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa
- Sentimiento del visitante

C) FORTALEZAS Y PUNTOS DE MEJORA

- **Oportunidades**

FORTALEZAS

- **Playas de alta calidad ambiental** por sus aguas cristalinas, arena fina y entornos naturales bien conservados, limpieza, belleza paisajística y ambiente familiar.
- **Oferta diversa: combinación de playas urbanas con servicios completos** (Samil, América) **y espacios naturales tranquilos y poco masificados** (Rodas, Lapamán, Areamilla, Nerga).
- **Buena infraestructura turística:** accesos cómodos, aparcamientos, restaurantes y chiringuitos con buena gastronomía y vistas al mar.
- **Ambiente acogedor y familiar:** Seguridad, hospitalidad y entorno agradable, muy valorado por familias y parejas.
- **Pet friendly y actividades al aire libre:** Varias playas adaptadas para mascotas (Espino, Calzoa) y opciones para deportes acuáticos o senderismo costero.
- **Reputación de playas y puntos de interés sólida y estable:** Alto nivel de satisfacción constante, con percepciones positivas mantenidas año tras año.

PUNTOS DE MEJORA

- **Problemas puntuales de limpieza:** algunas zonas como Praia Estrepeiros o Area das Pipas reciben críticas por residuos, algas y falta de mantenimiento en temporada alta.
- **Condiciones naturales adversas:** el agua fría y el viento son observaciones frecuentes que afectan la experiencia de baño, especialmente para familias o personas mayores.
- **Capacidad limitada de aparcamiento:** especialmente en agosto, lo que genera incomodidad en visitantes nacionales y portugueses.

OPORTUNIDADES



DIVERSIFICAR EXPERIENCIAS

- Potenciar la **oferta gastronómica junto al mar** como parte clave de la experiencia del visitante, aprovechando la elevada satisfacción de los visitantes en este aspecto (ej. festivales gastronómicos costeros).
- **Promover actividades de ocio, naturaleza y bienestar que acompañen la experiencia de playa**, como senderismo por rutas costeras, deportes acuáticos en playas como Nerga o Areamilla, paseos en entornos naturales o rutas fotográficas.



PLAYAS PET FRIENDLY

- Aprovechar la **valoración positiva de las playas que permiten perros** reforzando su mantenimiento.
- Mejorar la **limpieza, señalización y accesibilidad** en zonas con presencia de rocas o algas para garantizar comodidad y seguridad.
- Reforzar la **integración de espacios pet friendly con la oferta turística general**: rutas de paseo, alojamientos, restaurantes pet-friendly.



EXTENDER LA TEMPORADA (DESESTACIONALIZAR)

- Aprovechar el crecimiento vs 2024 de menciones desde mayo para mantener el interés y **extender la temporada**, impulsando la llegada de **parejas y viajeros internacionales** en primavera y principios de otoño.
- Fomentar campañas conjuntas con el **mercado portugués**, que muestra actividad sostenida durante el verano, para diversificar el flujo turístico y reducir la concentración en julio y agosto.



ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO: Santander

A) ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE MENCIONES

- Evolución y estacionalidad de las menciones
- Análisis de las menciones sobre playas del destino
- Análisis del perfil del visitante

B) ANÁLISIS DEL SENTIMIENTO DE LAS MENCIONES

- Índice de sentimiento y evolución
- Sentimiento global por zonas geográficas
- Sentimiento con las playas del destino
- Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa
- Sentimiento del visitante

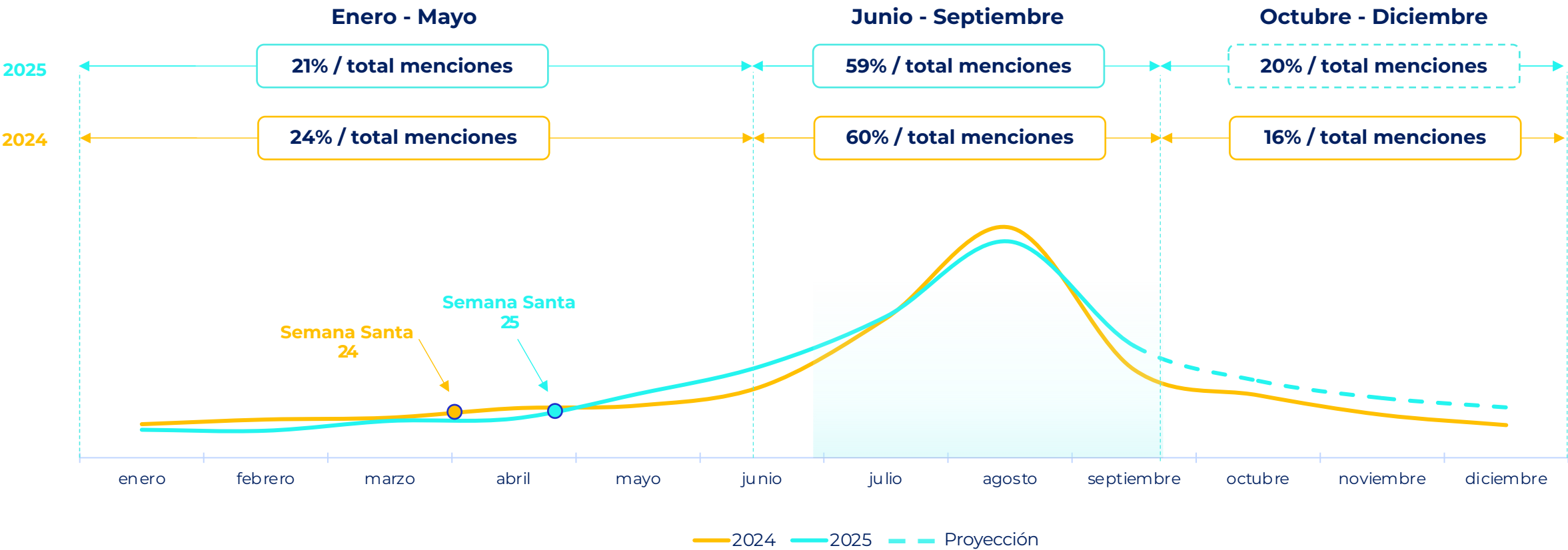
C) FORTALEZAS Y PUNTOS DE MEJORA

- Oportunidades

Evolución temporal y estacionalidad de las menciones

¿Cómo evoluciona el interés en las playas del destino a lo largo del año?

Evolución de menciones en redes sociales en puntos de interés Playas
2024, 2025



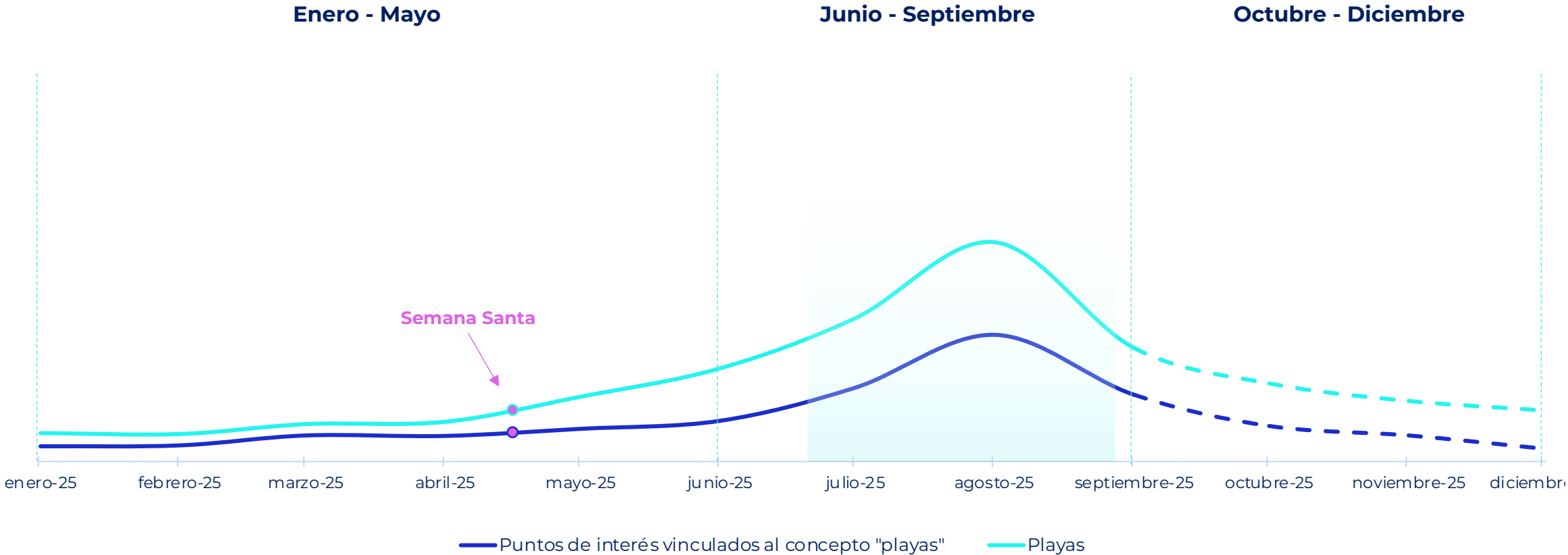
La conversación online sobre las **playas de Santander en 2025** sigue la misma pauta que el año anterior, con una **clara concentración en la temporada estival**. Se observa un **mayor volumen de menciones en el mes de mayo**, anticipando el inicio del verano, aunque la **estacionalidad sigue siendo muy marcada**, con el interés centrado en los meses de junio a septiembre.

Evolución temporal y estacionalidad de las menciones

¿Cómo varían las menciones de playas y las relacionadas con el concepto “playa/litoral”?

Evolución de menciones en redes sociales en puntos de interés Playas

2025



El **volumen de menciones sobre playas** supera al de otros puntos de interés vinculados al producto de sol y playa en Santander, lo que refuerza su papel como **principal atractivo y eje de la imagen online del destino**.

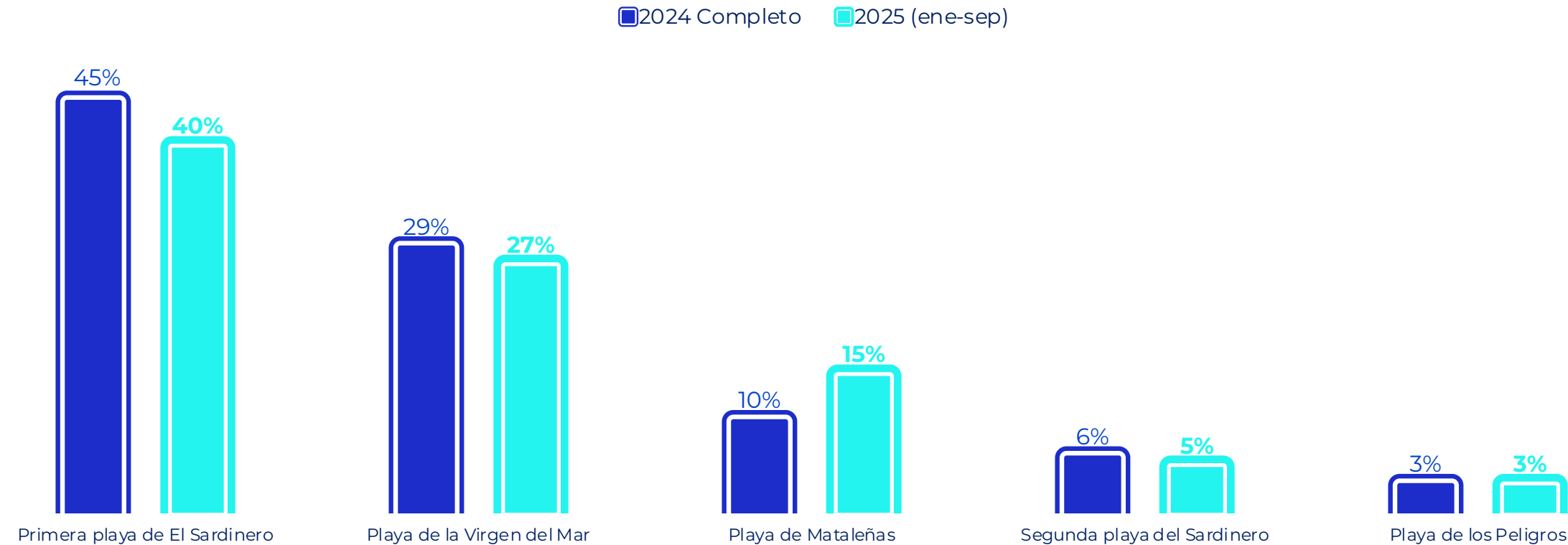
Tanto las playas como los puntos de interés asociados presentan una **estacionalidad muy marcada**, con una concentración clara de menciones durante los meses de verano.

Análisis de las menciones online sobre playas del destino

¿Qué playas del destino generan más interés?

Top 10 playas por volumen de menciones

2024, enero-septiembre 2025. % menciones



En **2025**, las **playas más mencionadas en conversaciones online** mantienen el mismo listado que en el año anterior, consolidando su papel como los principales referentes del producto **sol y playa en Santander**.

La **Primera y Segunda Playa del Sardinero**, junto con la **Playa de la Virgen del Mar**, **Mataleñas** y **Playa de los Peligros**, continúan siendo los espacios más representativos del destino, reafirmando su posición como los lugares más emblemáticos y reconocidos por los visitantes.

Análisis de las menciones online sobre playas del destino

¿Qué playas del destino generan más interés a lo largo del año?

Distribución del peso de menciones en las playas del destino en diferentes momentos del año

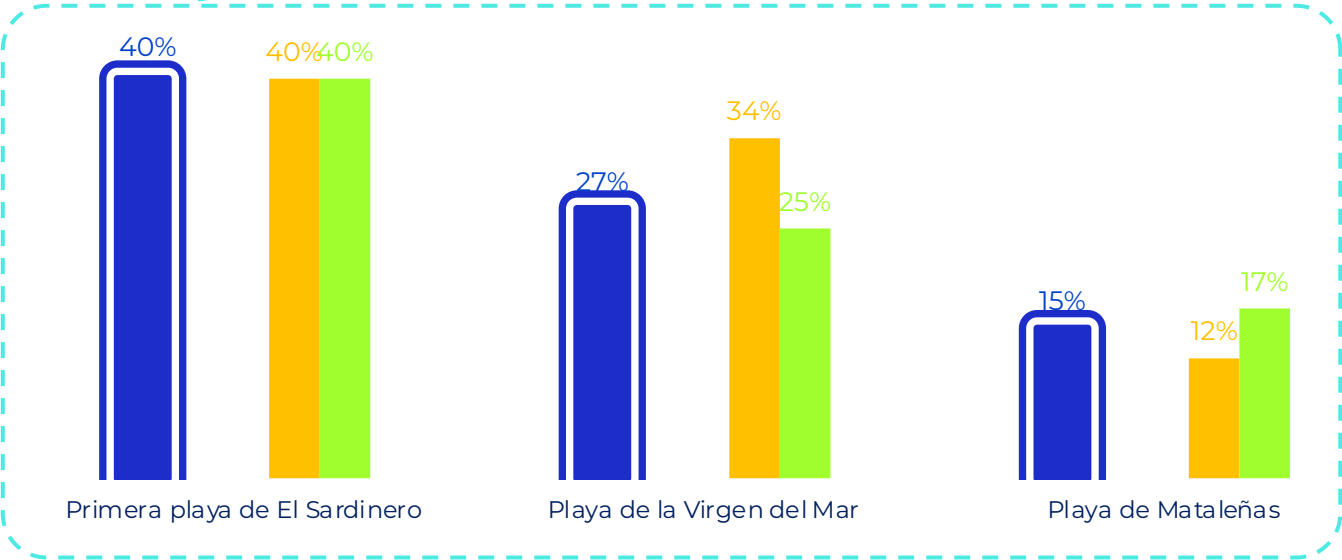
Enero-septiembre 2025

■ 2025

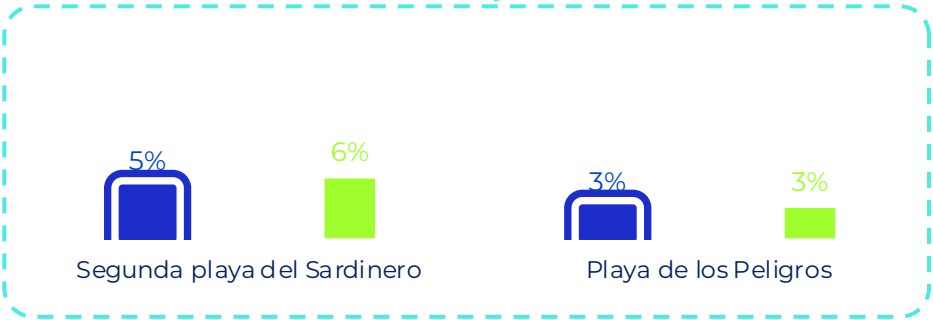
■ Enero - Mayo

■ Junio - Septiembre

- **Primera playa del Sardinero y Playa de Mataleñas:** destacan por su **limpieza, entorno cuidado y excelentes servicios**, siendo **muy valoradas por familias y visitantes** por su **ambiente agradable y buena accesibilidad**.
- **Playa de la Virgen del Mar:** se aprecia por su **belleza natural, ambiente tranquilo y buena conservación**, ideal para quienes buscan **disfrutar de la naturaleza y practicar actividades al aire libre**.



- **Segunda playa del Sardinero:** se percibe como una playa **amplia, bien equipada y de ambiente familiar**, con **buenas instalaciones, limpieza mejorada y ubicación privilegiada**.
- **Playa de los Peligros:** destaca por su **entorno tranquilo, fácil acceso y oferta de servicios cercanos**, siendo **muy valorada por su ambiente relajado y familiar**.



Las **playas más populares de Santander** se agrupan en dos grupos: las de **presencia constante**, como la **Primera Playa del Sardinero, Playa de la Virgen del Mar y Mataleñas**, activas todo el año, y las de **carácter estacional**, como la **Segunda Playa del Sardinero y Playa de los Peligros**, que concentran menciones en verano.

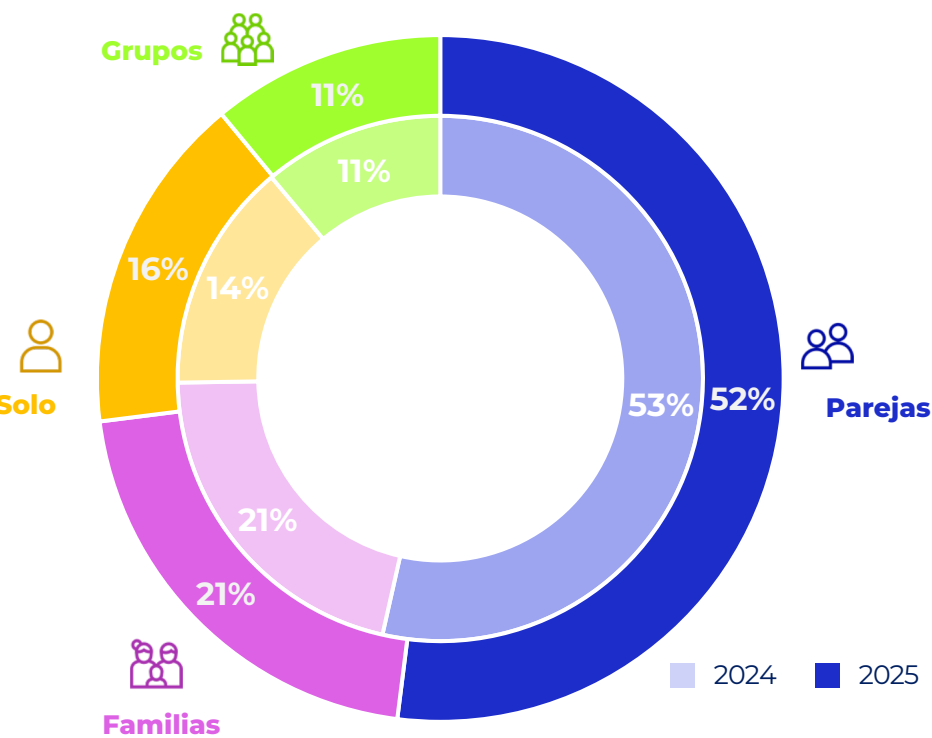
En conjunto, todas mantienen una **excelente reputación** por su **calidad, entorno y gestión**, consolidando a Santander como un destino de **experiencia costera positiva y estable** durante todo el año.

Análisis del perfil del visitante

¿Cuál es la composición del grupo de viaje y cuándo prefieren viajar?

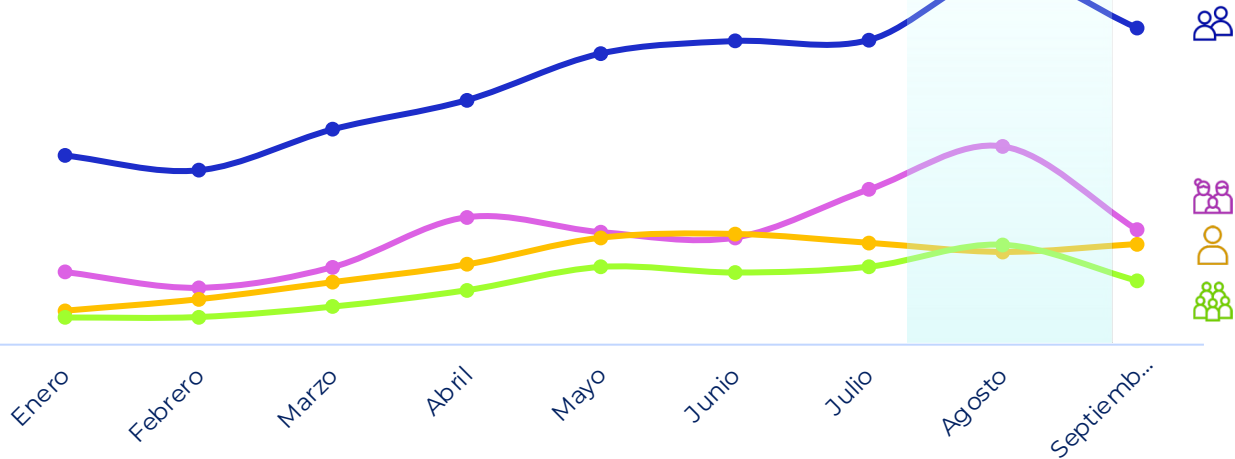
Composición del grupo de viaje

2024, enero-septiembre 2025. % de menciones



Evolución y estacionalidad de los grupos de viaje

Enero - Septiembre 2025



El **perfil del visitante de Santander en 2025** está dominado por las **parejas**, que mantienen una presencia destacada desde marzo y alcanzan su **máximo en agosto**. Les siguen las **familias**, que registran picos en **abril**, coincidiendo con Semana Santa, y en **agosto**, durante las vacaciones de verano.

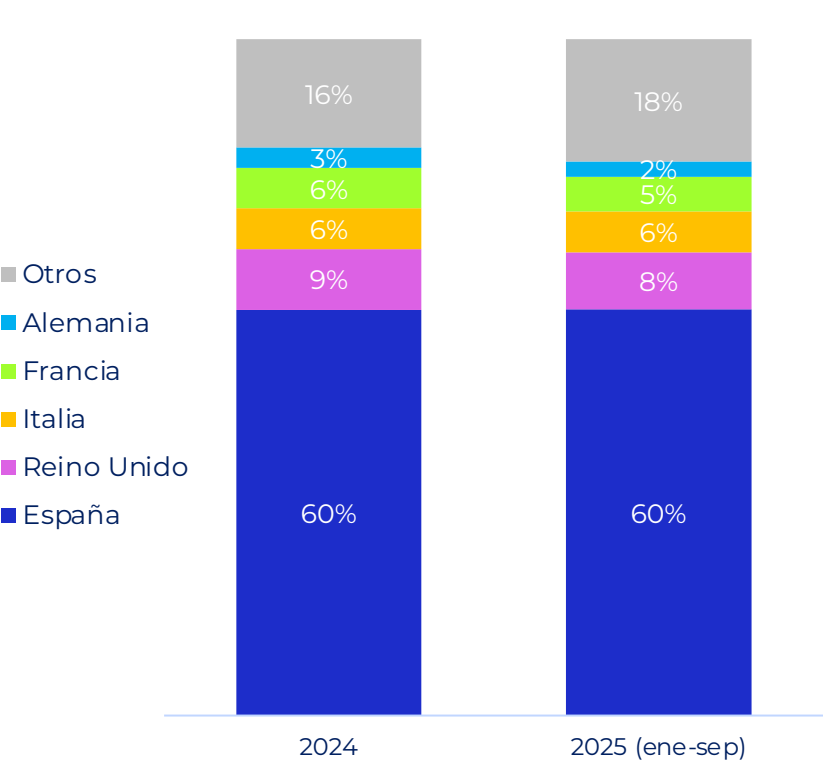
Los **viajeros solos** y los **grupos** tienen una participación menor pero estable, con un **aumento progresivo a partir de mayo**, reflejando un interés sostenido aunque menos estacional.

Análisis del perfil del visitante

¿Cuáles son los principales mercados de origen y cuándo prefieren viajar?

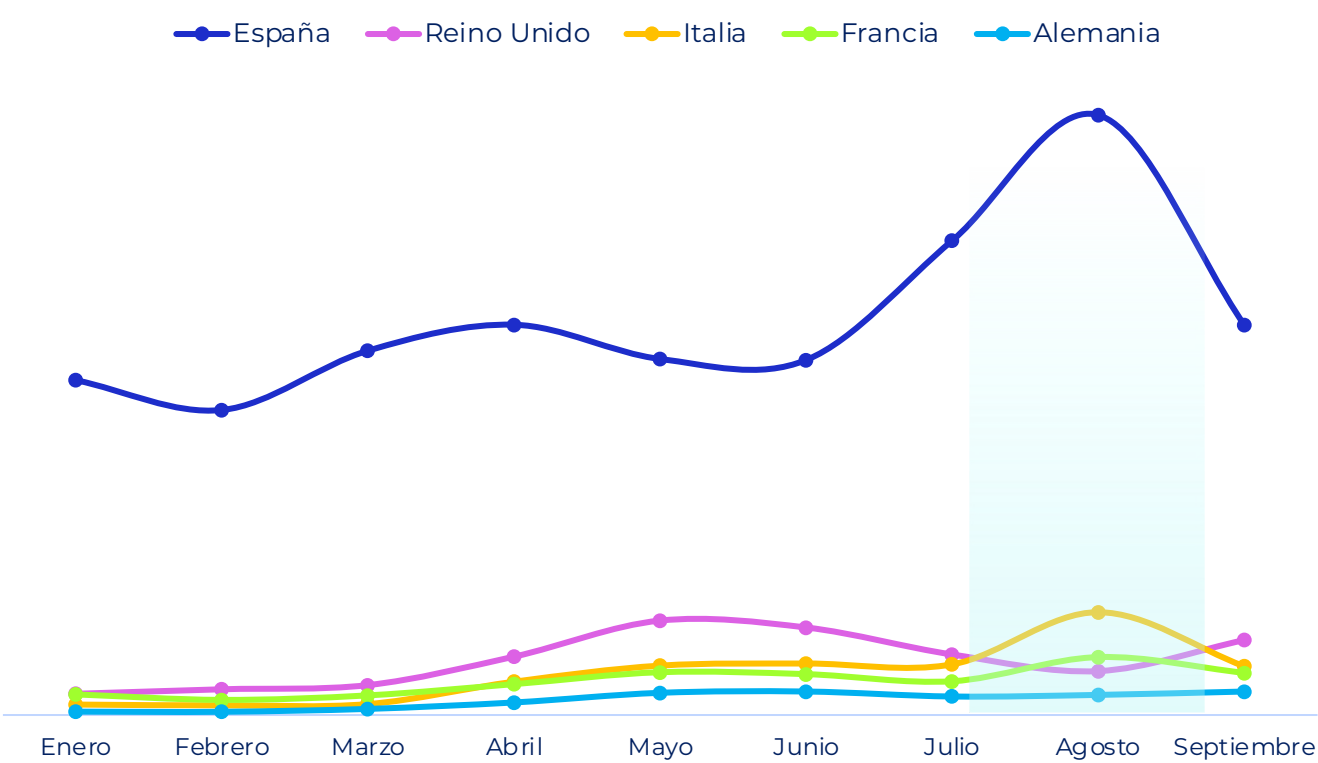
Peso de los mercados de origen

2024, enero-septiembre 2025. % de menciones



Evolución de menciones por origen del viajero

Enero-septiembre 2025



El **mercado nacional** continúa siendo el **principal origen de los visitantes en Santander**, concentrando más de la mitad de las menciones y reforzando su **dependencia estival**, especialmente en **agosto**.

Los mercados **italiano y francés**, aunque con menor volumen, también muestran una clara preferencia por los meses de verano. El **británico**, primer mercado internacional, mantiene mayor presencia **antes del verano** y previsiblemente también **tras la temporada alta**, siguiendo el patrón del año anterior.

Por su parte, el **mercado alemán** presenta una **evolución estable y constante** a lo largo de todo el periodo.



ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO: Santander

A) ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE MENCIONES

- Evolución y estacionalidad de las menciones
- Análisis de las menciones sobre playas del destino
- Análisis del perfil del visitante

B) ANÁLISIS DEL SENTIMIENTO DE LAS MENCIONES

- Índice de sentimiento y evolución
- Sentimiento global por zonas geográficas
- Sentimiento con las playas del destino
- Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa
- Sentimiento del visitante

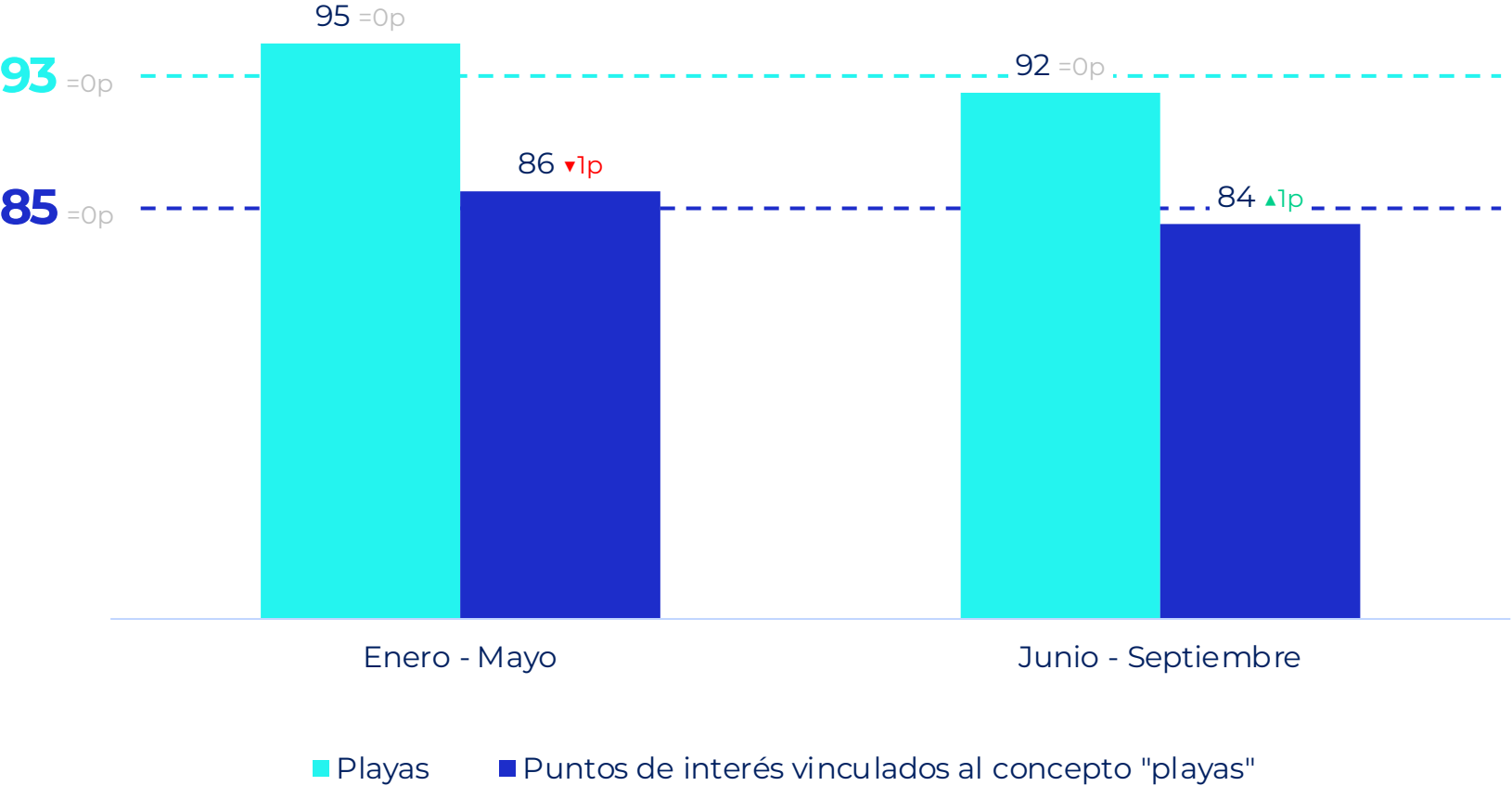
C) FORTALEZAS Y PUNTOS DE MEJORA

- Oportunidades

Índice de sentimiento con las playas y con los puntos de interés vinculados a playas en el destino

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025 y variación vs. Enero-septiembre 2024

Sentimiento promedio
enero-septiembre 2025



El **sentimiento hacia las playas y puntos de interés de Santander** se mantiene **muy elevado y estable**, igual que el año anterior, destacando las playas por su **mayor presencia online** y por concentrar las **valoraciones más positivas**.

Los visitantes elogian la **amplitud y limpieza de las playas**, su **acceso cómodo** desde alojamientos y restaurantes, y el **ambiente familiar y tranquilo**. También se valora la existencia de **playas pet-friendly**, las **vistas espectaculares** y el atractivo del **paseo marítimo** como espacio de relax y contemplación.

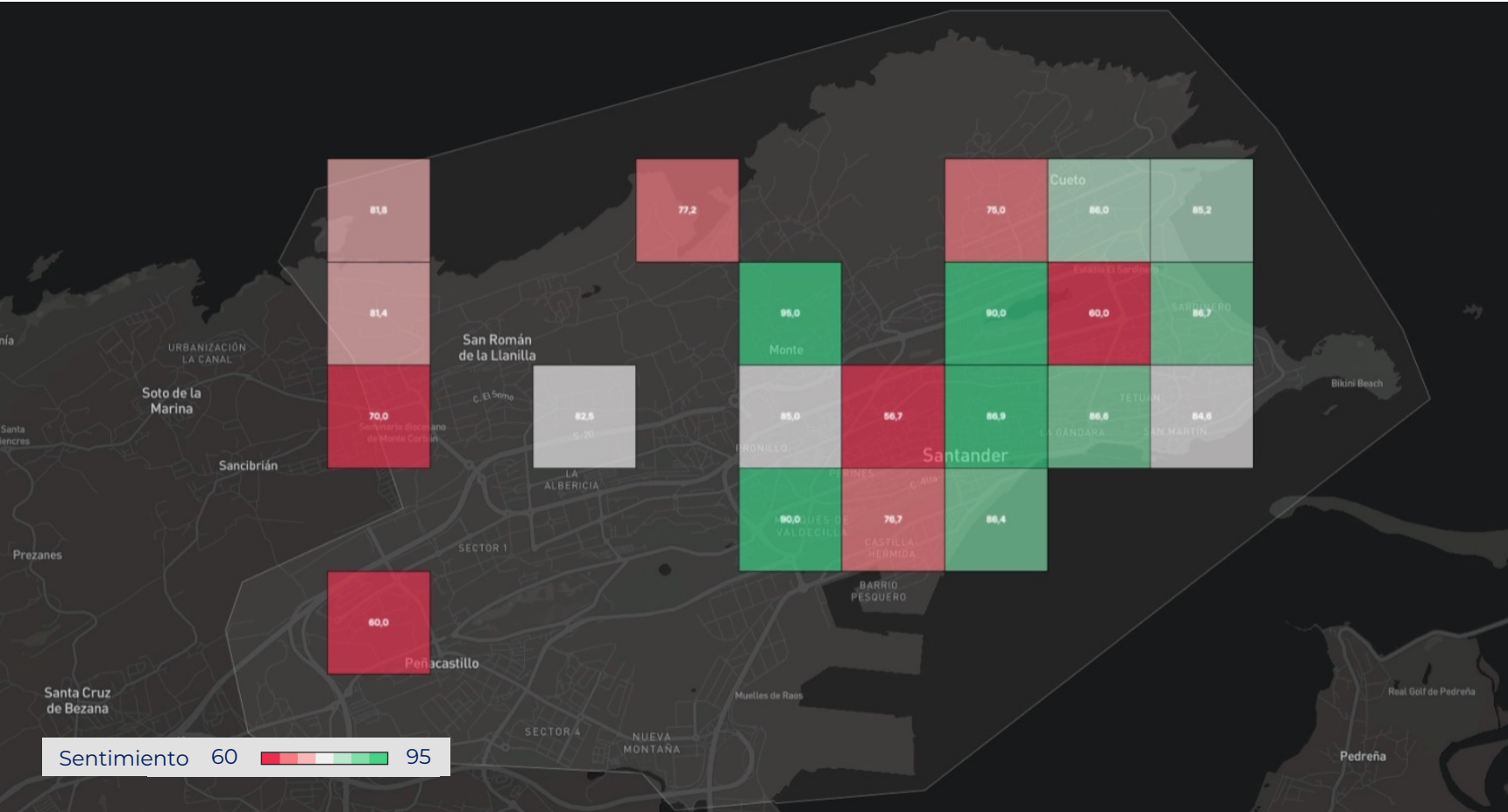
En conjunto, las playas de Santander refuerzan su **reputación de calidad, belleza y buena gestión**, manteniéndose como uno de los principales activos del destino.

Sentimiento global por zonas geográficas

¿Cómo se distribuye geográficamente el sentimiento vinculado a playas/litoral en el destino?

Mapa del sentimiento con puntos de interés vinculados a playas/litoral

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



El mapa de sentimiento de Santander entre enero y septiembre de 2025 muestra una **percepción mayoritariamente positiva**.

Las **playas mejor valoradas**, como **El Sardinero**, **Los Molinucos**, **Virgen del Mar**, **Mataleñas** y **El Camello**, destacan por su **belleza, limpieza, amplitud y entorno natural**, así como por su buena infraestructura y ambiente familiar.

Hoteles, restaurantes y miradores con vistas al mar, como el **Hotel Chiqui** o el **Mirador Cabo Mayor**, también reciben excelentes opiniones por sus panorámicas y ubicación privilegiada.

En contraste, las **valoraciones negativas** se concentran en aspectos puntuales como **reducción del espacio útil en pleamar**, **masificación en temporada alta**, o **presencia de algas, piedras y oleaje fuerte** en ciertas playas.

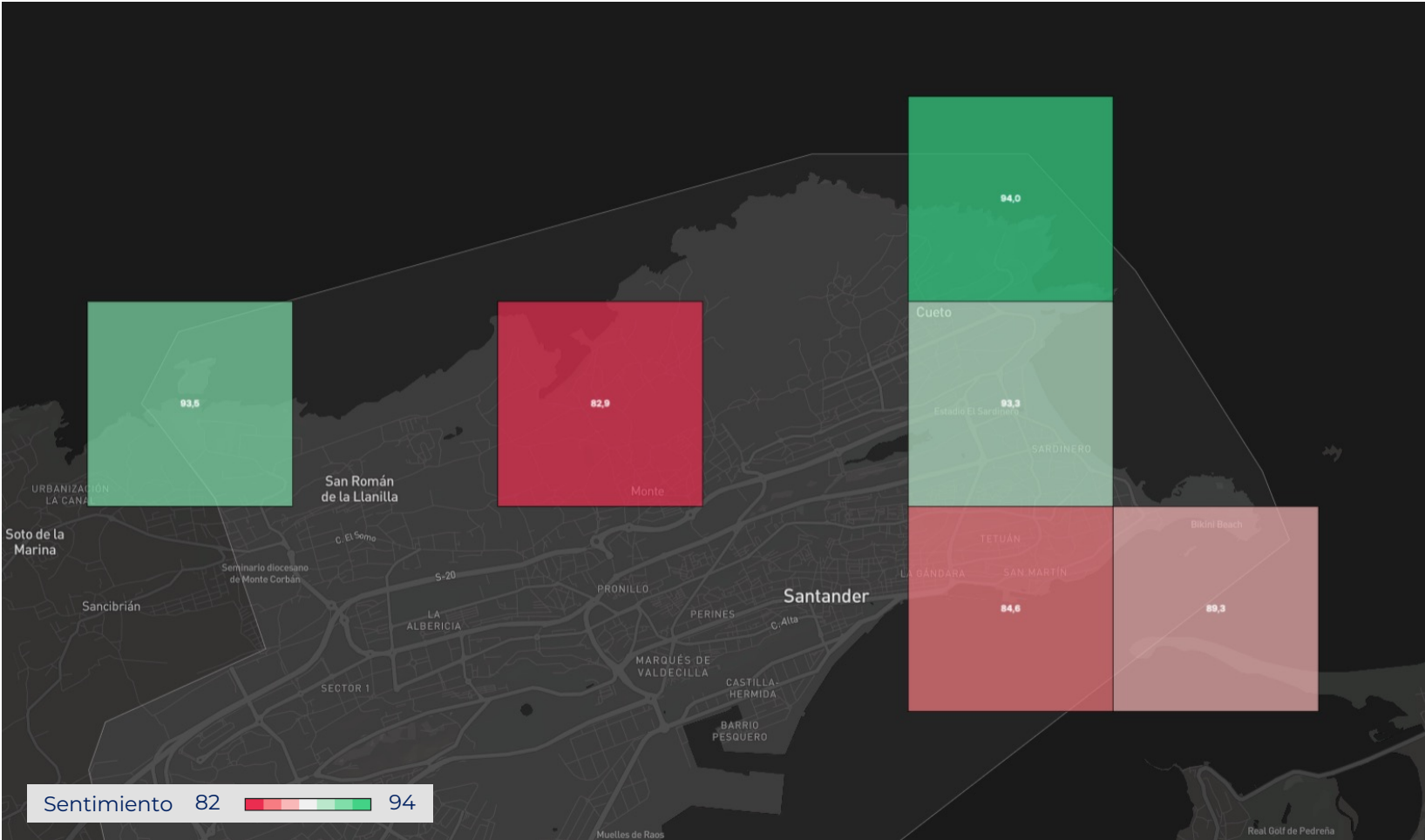
En conjunto, Santander se consolida como un **destino costero muy apreciado**, con playas amplias, limpias y bien equipadas, ideales para familias, mascotas y actividades al aire libre.

Sentimiento global por zonas geográficas

¿Cómo se distribuye geográficamente el sentimiento con las playas del destino?

Mapa del sentimiento con las playas del destino

Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



Las **playas de Santander** presentan en 2025 una **valoración muy positiva**, consolidando su posición entre los destinos costeros mejor percibidos del país.

Las **mejor calificadas**, como la **Playa de La Concha** y las **playas del Sardinero** (Primera y Segunda), destacan por su **limpieza, entorno cuidado, amplitud y calidad de servicios**, ofreciendo una experiencia sobresaliente tanto para locales como para visitantes internacionales.

También la **Playa de Mataleñas** obtiene una valoración alta, especialmente por su entorno natural y tranquilidad.

Los **aspectos menos favorables** se concentran en cuestiones como **costes, estacionamiento y tiempos de espera**, donde las opiniones reflejan cierta insatisfacción, además de señalar **mejoras posibles en accesibilidad y limpieza** durante los meses de mayor afluencia.

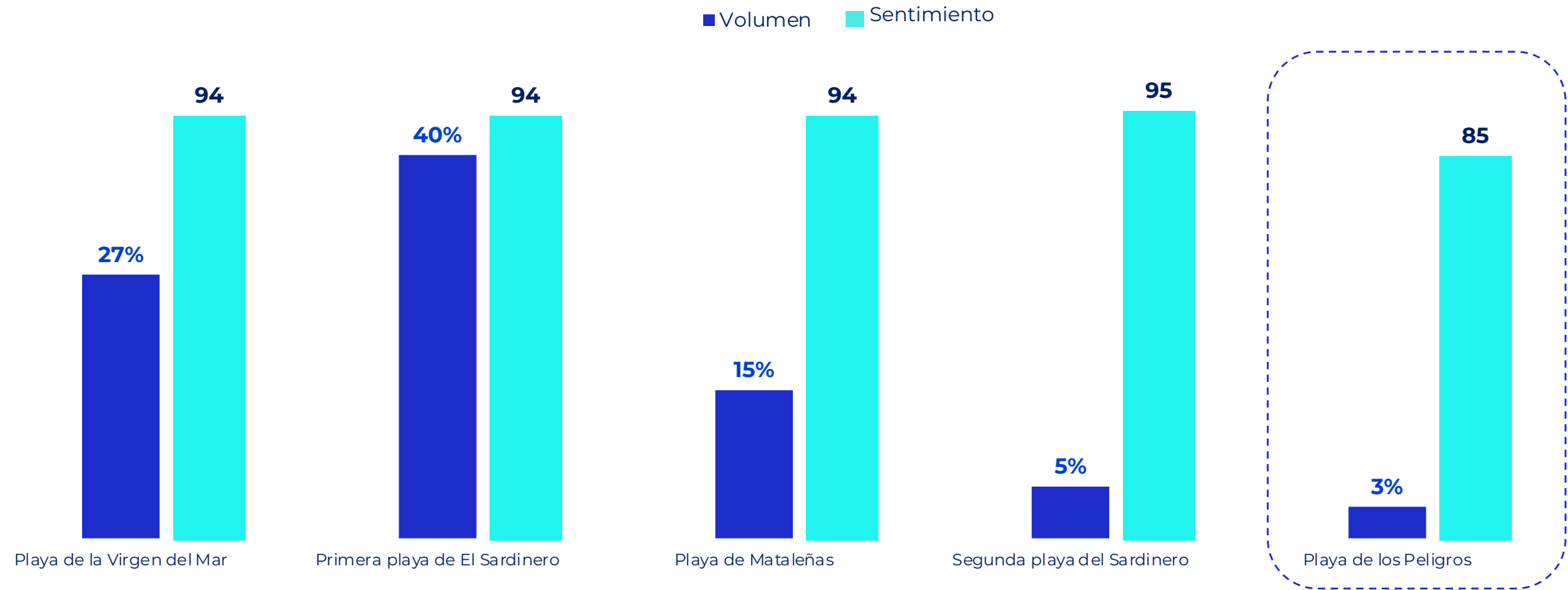
En conjunto, Santander mantiene una **imagen turística excelente** en torno a sus playas, con altos niveles de satisfacción por la belleza del entorno, la hospitalidad y la oferta de servicios.

Sentimiento con las playas del destino

¿Cuál es el sentimiento con las playas más mencionadas?

Top playas por volumen de menciones y respectivo índice de sentimiento

Enero-septiembre 2025. % de menciones (volumen) e índice 0-100 (sentimiento)



Las **playas más populares de Santander en 2025** mantienen **sentimientos muy elevados**, destacando la **Virgen del Mar**, la **Primera y Segunda Playa del Sardinero** y **Mataleñas** por su entorno cuidado, servicios y ambiente familiar.

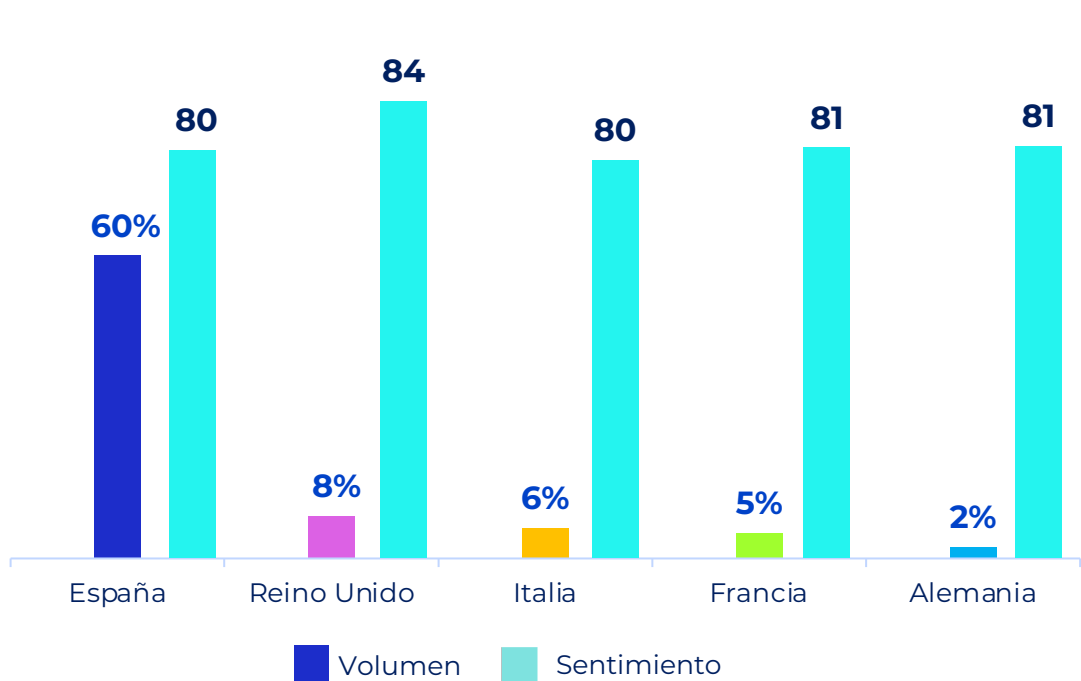
La **Playa de los Peligros**, aunque con una percepción algo más moderada, sigue siendo bien valorada por su **proximidad al centro urbano**, su **ambiente tranquilo** y la posibilidad de **acceder fácilmente a pie** desde zonas turísticas y residenciales. Sin embargo, su menor volumen de menciones y la ausencia de referencias a servicios o actividades la sitúan un paso por detrás de las playas más emblemáticas del destino.

Sentimiento del visitante

¿Cómo evoluciona el sentimiento de los principales mercados emisores a lo largo del año?

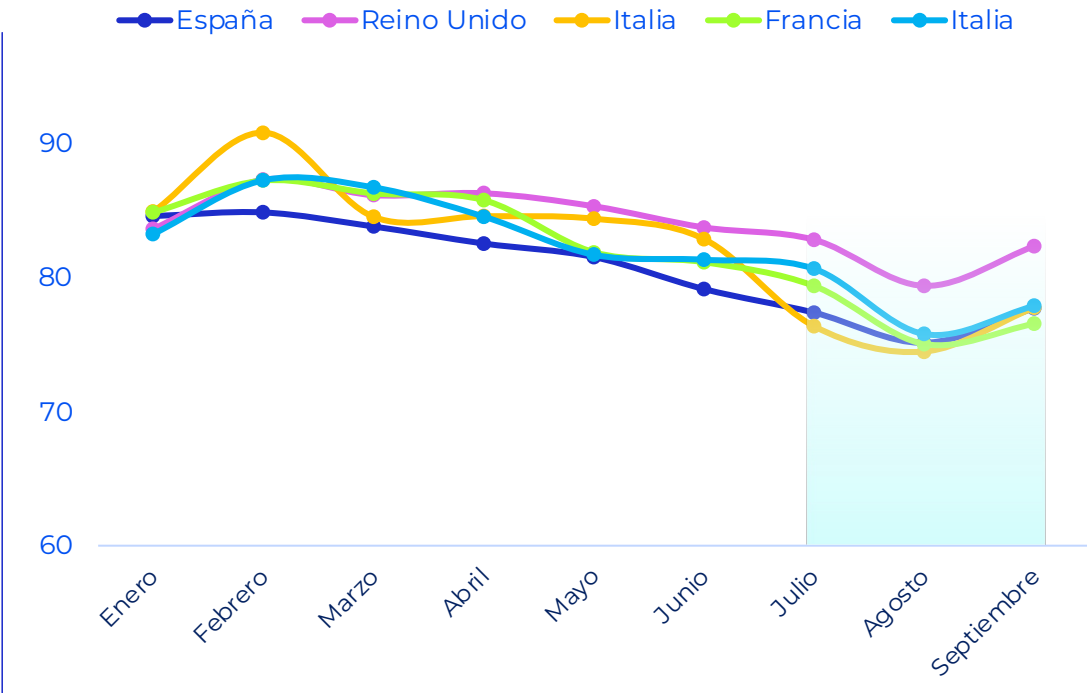
Principales mercados emisores por peso sobre el total de menciones y respectivos índices de sentimiento

Enero-septiembre 2025. % de menciones (volumen) e índice 0-100 (sentimiento)



Evolución del sentimiento de los viajeros por mercado de origen

Enero-septiembre 2025. Índice 0-100



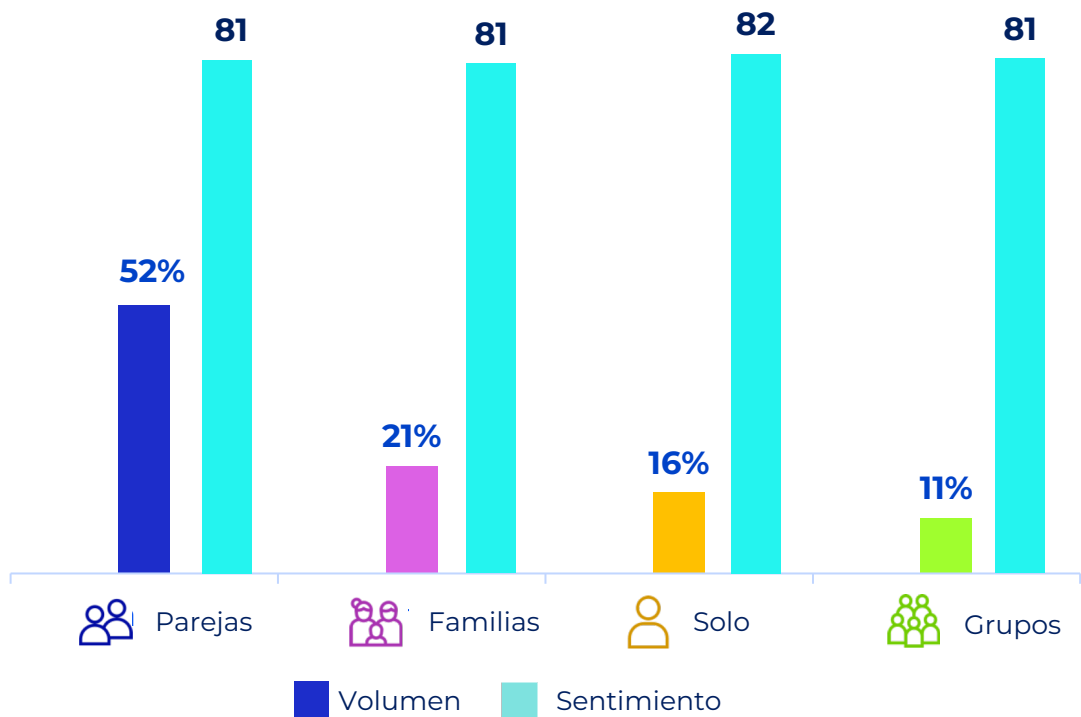
En 2025, los **principales mercados emisores** mantienen una **satisfacción elevada y estable**, repitiéndose una ligera caída del sentimiento entre **julio y agosto**, en línea con la tendencia del año anterior.

Las menciones positivas destacan la **ubicación privilegiada junto a la playa**, las **vistas al mar** y la **comodidad del acceso**, tanto entre visitantes nacionales como internacionales. En verano, aunque el sentimiento sigue siendo positivo, surgen comentarios sobre la **masificación en playas**, la **falta de servicios complementarios** en algunos alojamientos y las **condiciones meteorológicas** que afectaron la experiencia.

Sentimiento del visitante

¿Cómo evoluciona el sentimiento de los diferentes grupos de viaje a lo largo del año?

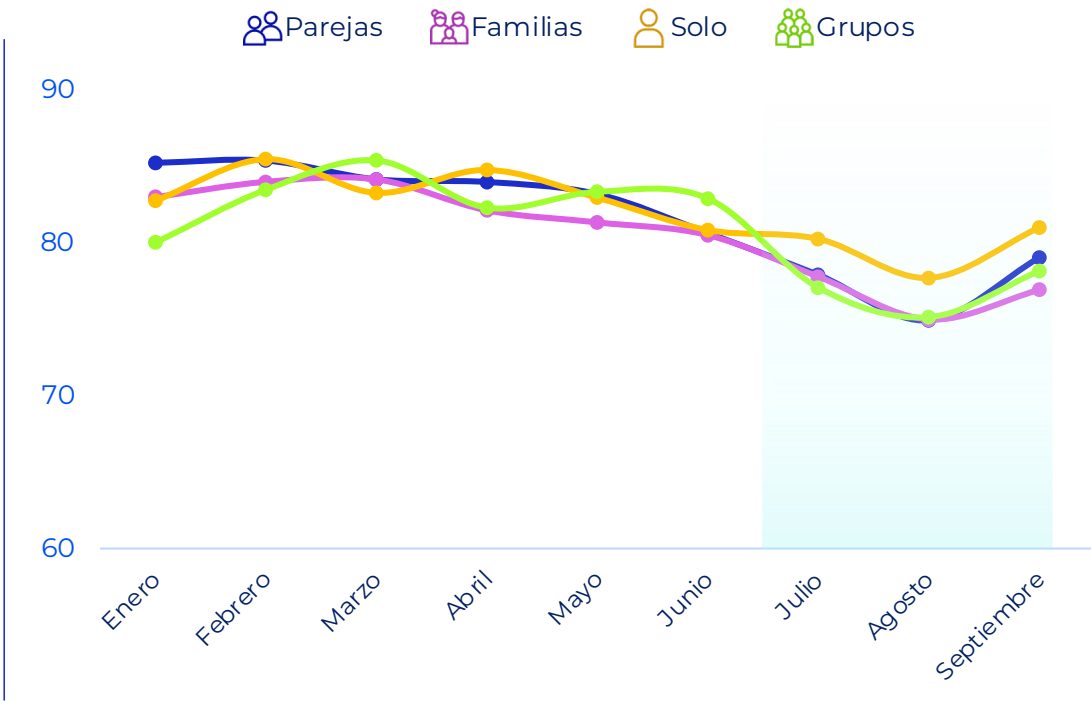
Peso de los grupos de viaje y respectivos índices de sentimiento
Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



El **sentimiento por grupo de viaje** refleja una **alta satisfacción y estabilidad** durante todo el año, con una **ligera caída en julio y agosto**, coincidiendo con el pico de la temporada turística.

Las opiniones positivas destacan la **proximidad a la playa**, las **vistas al mar** y el **acceso directo desde los alojamientos** como los principales puntos fuertes, junto con la **limpieza** y los **servicios asociados**.

Evolución del sentimiento de los viajeros por grupo de viaje
Índice 0-100. Enero-septiembre 2025



Las **familias** valoran la comodidad y seguridad del entorno, mientras que las **parejas y viajeros individuales** aprecian las vistas y la tranquilidad.

En conjunto, el destino mantiene una **imagen muy positiva y coherente**, consolidando su atractivo para distintos perfiles de visitantes.



ANÁLISIS INDIVIDUAL POR DESTINO: Santander

A) ANÁLISIS DEL VOLUMEN DE MENCIONES

- Evolución y estacionalidad de las menciones
- Análisis de las menciones sobre playas del destino
- Análisis del perfil del visitante

B) ANÁLISIS DEL SENTIMIENTO DE LAS MENCIONES

- Índice de sentimiento y evolución
- Sentimiento global por zonas geográficas
- Sentimiento con las playas del destino
- Sentimiento por segmentos vinculados al concepto playa
- Sentimiento del visitante

C) FORTALEZAS Y PUNTOS DE MEJORA

- **Oportunidades**

FORTALEZAS

- **Playas emblemáticas y de alta calidad:** la Primera y Segunda Playa del Sardinero, junto con Mataleñas y Virgen del Mar, son el eje del producto costero de Santander. Se valoran su limpieza, amplitud, arena fina y buenos servicios, consolidando una **imagen de playas seguras y cómodas para todo tipo de público**.
- **Entorno natural y vistas espectaculares:** los visitantes destacan los paisajes costeros —como el Mirador Cabo Mayor y la Senda de Mataleñas— y las vistas panorámicas desde hoteles y restaurantes, que refuerzan el **valor visual y emocional del destino**.
- **Ambiente familiar, tranquilo y bien gestionado:** la tranquilidad y el orden en las principales playas son elementos recurrentes en las valoraciones, especialmente apreciados por familias y parejas que buscan relajarse en un entorno cuidado y seguro.
- **Infraestructura y accesibilidad sólidas:** las playas mejor valoradas cuentan con duchas, lavapiés, paseos marítimos amplios y accesos adaptados, lo que las hace cómodas para los visitantes.
- **Equilibrio entre playa urbana y entorno natural:** Santander logra combinar playas céntricas con servicios completos y espacios naturales más tranquilos como Los Molinucos o Virgen del Mar, atrayendo a públicos diversos.

PUNTOS DE MEJORA

- **Alta estacionalidad y masificación en verano:** durante los meses de julio y agosto, la Primera Playa del Sardinero y otras zonas urbanas presentan **alta afluencia y ruido, lo que limita la sensación de descanso**.
- **Problemas de aparcamiento y congestión:** especialmente en playas con mayor demanda o espacios reducidos, como la Virgen del Mar, donde los visitantes mencionan la dificultad para estacionar o acceder.
- **Reducción del espacio por las mareas:** en zonas como Virgen del Mar y Los Peligros, la pleamar reduce notablemente la superficie útil, generando molestias en días de alta afluencia.
- **Elementos naturales que afectan el baño:** oleaje fuerte, agua fría o presencia de piedras y algas, especialmente en las playas abiertas al mar, que condiciona la experiencia para familias o niños pequeños.

OPORTUNIDADES



DIVERSIFICAR EXPERIENCIAS

- Impulsar el desarrollo y promoción de **actividades que combinen las playas con otros atractivos complementarios con valoraciones muy positivas**, como el Paseo Marítimo, los miradores de Cabo Mayor y Piquío, y el entorno del Palacio de la Magdalena. Algunos ejemplos son la creación de rutas costeras, visitas de patrimonio cercano a la costa o experiencias gastronómicas frente al mar.
- **Integrar las playas con experiencias culturales, paisajísticas y gastronómicas**, generando una oferta más completa y atractiva.



EXTENDER LA TEMPORADA (DESESTACIONALIZAR)

- Aprovechar el **interés de determinados segmentos y mercados desestacionalizadores** (ej. Parejas, mercado británico) para aplanar el pico en los meses de verano. Otros segmentos interesantes pueden ser viajeros sénior, nómadas digitales, viajeros de bienestar.
- Reforzar y fomentar un **calendario de eventos y actividades vinculados a playas en temporada media y baja**: rutas fotográficas, festivales gastronómicos en la costa, eventos de interior con vistas al mar...



POSICIONAMIENTO COMO DESTINO PET FRIENDLY

- Aprovechar las valoraciones positivas (especialmente en **Playa de Los Molinucos**) para **reforzar la red de playas y espacios habilitados para mascotas**.
- **Mejorar la señalización, limpieza e infraestructuras** (zonas de sombra, lavapiés, papeleras específicas) para garantizar una experiencia adecuada y segura.
- Reforzar la **integración de espacios pet friendly con la oferta turística general**: rutas de paseo, alojamientos, restaurantes pet-friendly.



Promueven:



Financian:

