

TRIPADVISOR ALCANZA LOS 500 MILLONES DE OPINIONES

Este rápido crecimiento en el contenido generado por el usuario ofrece oportunidades únicas para que las empresas se relacionen con los viajeros, aumenten sus reservas y prosperen online

Madrid, 19 de abril de 2017.-- [TripAdvisor](#) ha anunciado hoy que ha sobrepasado los 500 millones de opiniones y comentarios. La popular web y app de planificación y reserva de viajes recibe actualmente 290 nuevas aportaciones de contenido cada minuto de cada día. El rápido crecimiento del contenido generado por el usuario está primordialmente impulsado por el deseo de los viajeros de devolver la ayuda a la comunidad de millones de viajeros con sus propias ideas y consejos.

Los lugares más comentados en TripAdvisor

- La atracción turística más comentada del mundo, la [Basílica de la Sagrada Familia](#) en Barcelona, acumula a fecha de hoy más de 107.000 opiniones de viajeros.
- El hotel más comentado del mundo es [Luxor Las Vegas](#) en EE.UU., y cuenta con más de 28.000 opiniones de viajeros. En España, el más comentado es el [H10 Rubicon Palace](#), en Lanzarote, con 7.585 opiniones.
- El restaurante más comentado en el mundo [Pasteis de Belem](#) en Lisboa, Portugal, posee más de 25.000 opiniones. En España, el más comentado es la [Chocolatería San Ginés](#), en Madrid, con 10.868 opiniones.

"Desde su lanzamiento hace 17 años, TripAdvisor ha revolucionado la industria turística creando un entorno en el que los consumidores pueden compartir opiniones honestas de sus experiencias, y donde las empresas pueden ver las recompensas de entregar altos estándares de servicio", dijo Stephen Kaufer Director ejecutivo y co-fundador de TripAdvisor. *"Muchos negocios ven incrementos importantes en su puntuación y clasificación en TripAdvisor cuando se involucran con los viajeros respondiendo a las opiniones y usando ese valioso feedback para mejorar la experiencia de sus clientes".*

En 2014, Oxford Economics¹ cuantificó el impacto económico y el valor añadido generado en la industria turística por los usuarios de TripAdvisor. El estudio demostró que las opiniones y otros contenidos de TripAdvisor no sólo influyen en gran parte de la actividad turística global, sino que incluso son causantes de cierto aumento en la actividad. Oxford Economics encontró que las opiniones, en particular, desempeñan un papel muy importante en el aumento de la actividad turística:

- Transparencia: los consumidores opinan sobre los aspectos positivos y negativos de los hoteles, restaurantes o atracciones que están valorando.
- Fomentando la confianza: los consumidores consideran que el contenido de TripAdvisor es fiable y digno de confianza.
- Riqueza de contenidos: los viajeros pueden consultar una gran cantidad de información y comentarios sobre alojamientos, restaurantes y atracciones en todo el mundo.
- Facilitando el proceso de búsqueda y reserva: los viajeros pueden encontrar lo que necesitan fácilmente, comparar precios y hacer una reserva.

Cuanto más contribuyen los usuarios de TripAdvisor, más ayudan a otros usuarios a cumplir sus sueños de encontrar su hotel ideal, la atracción o el restaurante. En igual medida, cuantos más datos vierten los viajeros en la web, mejores resultados arroja el sistema de búsquedas, ofreciendo la lista más relevante de empresas. Y este ciclo conduce a una de las oportunidades de marketing más importantes para generar más reservas y mayores ingresos en una empresa turística.

La integridad del contenido

TripAdvisor utiliza la tecnología punta y métodos de investigación para garantizar que los consumidores siguen encontrando las opiniones precisas y útiles para determinar la calidad de su experiencia total de viaje. En los últimos años, varios estudios han podido demostrar que la mayoría de los viajeros encuentran que los comentarios leídos en TripAdvisor acerca de su hotel o restaurante fueron reflejo de su experiencia real.

Para saber más acerca de las medidas de seguridad de TripAdvisor, el siguiente vídeo ilustra cómo la empresa logra garantizar la calidad de su contenido:

<https://www.tripadvisor.com/TripAdvisorInsights/n2769/journey-tripadvisor-review>

Cómo se beneficia un negocio de los efectos de TripAdvisor

Los comentarios y las fotos benefician a los consumidores porque les proporcionan transparencia, información detallada y la posibilidad de expresar su opinión. Las empresas que tienen en cuenta este valioso feedback obtenido a través de las opiniones, haciendo las mejoras necesarias, potenciando los aspectos positivos y aprendiendo de los negativos, suelen ser recompensados con una mayor satisfacción del cliente, mejores valoraciones, más visibilidad y, en última instancia, más reservas. Esto es lo que TripAdvisor llama el “Efecto Network”.

La página de un negocio en TripAdvisor es la primera toma de contacto con un cliente potencial que está valorando la posibilidad de elegirlo como establecimiento. Por ello, es importante contar con información de contacto actualizada y las mejores fotos posibles. TripAdvisor ofrece una variedad de herramientas gratuitas y productos de suscripción para ayudar a los establecimientos a aprovechar al máximo el potencial que ofrece la web. Ventaja Plus y TripAdvisor Premium para Restaurantes son dos nuevas soluciones de suscripción para alojamientos y restaurantes ideados para ayudarles a atraer y relacionarse con clientes potenciales en la mayor web de viajes del mundo. Estos productos también proporcionan a los propietarios acceso a analíticas detalladas y funcionalidades mejoradas de gestión de reputación online.

Para obtener más información, visita:

- Ventaja Plus para hoteles: https://www.tripadvisor.es/BusinessAdvantage#/overview?_k=ji5ahf
- TripAdvisor Premium para Restaurantes: <https://www.tripadvisor.es/TripAdvisorInsights/n2763/presentamos-tripadvisor-premium-para-restaurantes>

1 Metodología: Estudio encargado por TripAdvisor y realizado por Oxford Economics, cuantificando globalmente los impactos económicos de TripAdvisor. Se recopiló un conjunto de datos que abarcaron más de 100 países para los años 2009-2014 para demostrar la relación entre las métricas de TripAdvisor y el comportamiento de los viajes. Las extensas pruebas econométricas demostraron que el contenido de TripAdvisor es un factor causal en la actividad de viajes, además de tener una correlación positiva. Investigación realizada en 2015.

<https://tripadvisor.mediaroom.com/press-releases?item=125321>