



Hoteles Sociales

2º estudio #hotelesqueconversan

El análisis anual de la presencia de las cadenas hoteleras españolas en Twitter

Ago-Sep 2013





Nota: Aunque hemos pretendido recoger la mayoría de datos disponibles en el momento del análisis para elaborar esta información, es posible que la información no esté completa y que falten algunas cadenas de las que no teníamos conocimiento en el momento de la recogida de datos. Tampoco podemos hacernos responsables del adecuado funcionamiento o evaluación incorrecta de las herramientas utilizadas, ni de la exactitud de los datos, que evidentemente habrán variado en unos días. Además, las conclusiones recogidas en este documento forman parte exclusivamente de la opinión de Hoteles Sociales y así deben considerarse a todos los efectos. Cualquier dato incorrecto, falta, ausencia o error será corregido a la máxima brevedad, si procede, tras su comunicación por parte del interesado.

El equipo de Hoteles Sociales www.hoteles-sociales.com

[@hotelessociales](https://twitter.com/hotelessociales)

hotelessociales@gmail.com

Producción: Mayte Mañas [@maytematias](https://twitter.com/maytematias)
Javier de Jasso [@javierdejasso](https://twitter.com/javierdejasso)
Lisy Tena [@lisytena](https://twitter.com/lisytena)
Isidro Tenorio [@isidrotenorio](https://twitter.com/isidrotenorio)



Contenido

¿Qué es Hoteles Sociales?	4
Patrocinadores.....	5
El Estudio: Cadenas Españolas en Twitter.....	7
El Universo	7
Herramientas y fuentes	8
Rankings específicos.....	12
Número de seguidores	13
Índice de Reciprocidad	14
Índice de Listas	15
Actividad diaria	16
Índice de Rentabilidad (del tuit).....	17
Influencia según @Klout.....	18
Influencia según @PeerIndex.....	19
Influencia según @Kred	20
Influencia según @Kred “Travel”	21
Conjunto de seguidores “más limpio”, según Fakers	22
Número de Seguidores “reales”, según Fakers	23
Conjunto de seguidores “más limpio”, según TwitterAudit.....	24
Índice #HQC	25
Conclusiones.....	26
Licencia del documento	28



¿Qué es Hoteles Sociales?

Quizá todavía te preguntes qué es lo que hacemos. Nada más simple: ayudar a pequeños hoteles, grandes cadenas, hoteles urbanos, aparthoteles, hoteles y hostales rurales y otras muchas empresas relacionadas con la hostelería y el alojamiento turístico, a aprovechar mejor la Web 2.0. ¿Cómo? Pues compartiendo información, redes, contenidos, clientes... conociendo y reconociendo... y aprendiendo unos de otros. Organizamos y participamos en charlas y seminarios, colaboramos en diversos blogs, ayudamos a la promoción de destinos, observamos y analizamos comportamientos y resultados... En resumen: conversamos y cooperamos en todo lo que sea posible, de forma totalmente abierta. De hecho, algunos colaboradores y promotores somos también competencia entre nosotros. Y **cómo nos gusta, por cierto, el término “cooperencia”**...

Efectivamente se trata de un proyecto abierto a la colaboración, en el que ya participan varias marcas, empresas y hoteles, siempre relacionados con la comunicación 2.0, y presentes en los llamados Medios Sociales (Social Media), con páginas web participativas, blogs, perfiles en redes sociales, proyectos de innovación y tecnología, etc. centrados en el sector del Turismo y, sobre todo, en los hoteles con interés en conversar con clientes y amigos.

Con frecuencia hablaremos de marcas, perfiles y empresas que creemos que hacen bien su trabajo en estos medios, como ejemplos a seguir... y de alguno que no lo haga tan bien, siempre con ánimo de aprender y mejorar. Entrevistas, artículos de opinión, estudios, etc. también forman parte del contenido habitual de nuestra web.

¿Eres un hotel o cadena hotelera con presencia en Redes Sociales, que conversas con tus clientes? ¿Quieres saber lo que hacemos los demás? ¿Necesitas ayuda para empezar? ¿Quieres llegar a más clientes y no sabes cómo? ¿Quieres saber qué efecto tienen tus acciones en redes sociales? Este es tu sitio. Comparte tus experiencias en redes sociales o descubre lo que hacen los demás para llegar más lejos. Y, si quieres, envíanos tu historia de **#hotelesqueconversan** y la publicaremos.

Si quieres saber más o colaborar activamente, suscríbete a nuestros artículos y novedades, síguenos en cualquiera de nuestros perfiles de redes sociales o, simplemente, mándanos un correo a hotelessociales@gmail.com. ¡Estaremos encantados de recibir noticias tuyas!

El equipo de Hoteles Sociales www.hoteles-sociales.com

[@hotelessociales](https://www.facebook.com/hotelessociales)

hotelessociales@gmail.com





Patrocinadores

Seguimos estando en “el aire” gracias a todos vosotros, nuestros lectores, que tenéis a bien compartir con nosotros vuestro tiempo e interés. Y también gracias a nuestros patrocinadores y espónsores, que nos han ayudado desde el principio, con su trabajo, apoyo y, en algunos casos, con su inversión.



Expertur es un grupo de consultores-expertos dedicados a la Hostelería y Restauración desde hace más de 20 años: directores de hotel; gestores de empresas turísticas; responsables económico-financieros y auditores; empresarios; intermediarios y brokers; emprendedores;

expertos en operaciones, animación y A+B; etc. **Si necesitas ayuda... ¡pregúntales!**

En **Imagen Social** nuestro nombre es nuestra dirección: expandir y reforzar la **imagen social online de las empresas** que deciden dar el salto a las redes sociales y desean aprovechar este canal de comunicación para fidelizar y conservar a su cliente actual y para captar al cliente potencial.



Marketing on-line y Publicidad en Internet: Formación especializada, Campañas patrocinadas SEM, Gestión de Redes Sociales, Analíticas, Posicionamiento SEO, Diseño Web, Blogs, Planes de Acción, etc. Durante los últimos 15 años, en **Bequest** hemos ayudado a más de un centenar de pequeñas, medianas y grandes empresas (en

España, Argentina, Túnez, México, Estados Unidos, etc.) a llevar a cabo sus planes de marketing on-line, a diseñar sus páginas web y a posicionarlas, a desarrollar aplicaciones remotas a través de la Red... en resumen, a mejorar su rentabilidad y a potenciar su visibilidad utilizando Internet.



La **AEDH** es una organización de gran prestigio que, desde 1972, representa a un reconocido colectivo de profesionales de las actividades turísticas. Apoyamos, promocionamos y gestionamos nuestros intereses tanto profesionales como sociales y, trabajamos, día a día, asumiendo nuestra responsabilidad institucional con las empresas del sector. Colaboramos con todas las entidades y organizaciones públicas y/o privadas en la proyección de España como país turístico multicultural, líder por excelencia, estimulando aquellas iniciativas que tengan como principal objetivo la innovación y la mejora continua.



Consultora de Negocio enfocada sobre todo a la pequeña y mediana empresa (PYME), con tres líneas básicas de actividad: Compraventa de Empresas, Organización y Gestión, e Intermediación Hotelera. En **Organiza** esencialmente buscamos que nuestros clientes, a través de

la mejora de su gestión, puedan ser más eficaces y competitivos, sin tener que aumentar su estructura ni sus costes. Prestamos servicios en los siguientes sectores: Retail, Turismo, Inmobiliario, Transporte Aéreo, Hostelería, Restauración, Servicios Empresariales online, Salud y Ocio, Publicidad, Construcción, Audiovisual, Telecomunicaciones, Internet, Consultoría de Comunicación, Energías Renovables, Distribución y otros.

Opt-Innova es el nuevo grupo profesional y empresarial español de **Innovación y Tecnología**. Estrategia, Innovación, Financiación, Marketing, Control de Calidad, Branding, Administración, Tecnología, Operaciones, Creatividad, Formación, Reputación online, Seguridad... nuestras propuestas pueden ayudar a cualquier área de tu compañía.





El Estudio: Cadenas Españolas en Twitter

Por segundo año consecutivo, dentro de nuestra línea **#hotelesqueconversan**, nos marcamos el objetivo de volver a obtener una serie de “medidas” de los diferentes perfiles de Twitter de las cadenas hoteleras españolas (al menos de la mayoría), justo un año después de nuestra primera investigación. Esto nos permitiría obtener una visión cada vez más detallada de las diversas acciones y comportamientos, a la vez que podríamos disponer de una comparación bastante fiable entre los resultados de las distintas estrategias.

El Universo

El **universo inicial** se estableció sobre la siguiente lista de Twitter:

<https://twitter.com/HotelesSociales/cadenas-hoteleras/members>

Esta lista se ha ido alimentando de forma continuada desde hace unos 18 meses. Pedimos disculpas si hay alguna cadena que no entró, a pesar de nuestros avisos y la ayuda de muchos de nuestros seguidores. Sin duda nos encantará contar con ellos para el estudio del año que viene, así que esperamos que nos contactes y nos avises para que incluyamos la referencia que falte en nuestra lista.

En el anterior informe ya contamos con casi 60 cadenas y para este nuevo estudio **conseguimos reunir 139 perfiles**. Es cierto que algunos de esos perfiles no se ajustan exactamente al concepto “cadena hotelera”, no son cadenas “españolas” o, en algunos casos, llevan muchos meses sin actualizar sus cuentas. Así que hemos procedido a un filtrado de la lista, sobre todo descartando aquellas que llevan más de seis meses sin interactuar, lo que nos ha permitido obtener los 118 perfiles de Twitter de partida con los que elaboramos la tabla base en Excel.





Herramientas y fuentes

La primera herramienta con la que contamos es, como es de rigor, una hoja de cálculo (Microsoft Excel) en la que incluimos filas con los perfiles, ya filtrados, de las 118 cadenas hoteleras a analizar; y en la que establecimos las diversas columnas que recogían cada uno de los parámetros a medir y evaluar.

Ya teníamos seleccionadas las herramientas básicas de medición, que comentaremos a continuación, así que ya solo nos quedaba el reparto de trabajo y empezar a tomar datos. Estos datos se recogieron entre el 12 de agosto y el 2 de septiembre.

1	#hotelesqueconversan	Cadenas TW_2013	Seguidores	Seguidos	Listas	Tweets	Fu/Tw Index	List Index	Recip. Index	Ed
2	Empresa	URL								
3	CS Suites	csuites	758	1.992	16	1.097	0,65	68,56	2,78	
4	RV Hotels	rv_hotels	34	16	4	107	0,32	26,75	0,47	
5	Arcis Hoteles	arcishoteles	1.832	1.981	50	1.016	1,80	20,32	1,08	
6	Temple Hoteles	templehoteles	869	1.273	47	754	1,07	16,04	1,57	
7	HM Hotels	hmhotels	409	711	18	1.548	0,26	86,00	1,79	
8	Medsur Hoteles	medsurhoteles	270	711	12	2.956	0,09	246,33	2,63	
9	Solvaa Hoteles	solvaaohoteles	171	132	6	612	0,28	102,00	0,77	
10	Samba Hoteles	sambahoteles	246	399	15	247	1,00	16,47	1,64	
11	Agora Hoteles	agorahoteles	818	952	34	2.286	0,36	67,24	1,16	
12	Selecta Hoteles	selectahoteles	776	796	28	2.275	0,34	81,25	1,03	
13	Abades Hoteles	abadeshoteles	920	1.202	12	234	3,93	13,50	1,31	
14	AR Hotels & Resorts	arhotels	422	364	18	405	1,04	22,50	0,86	
15	Carris Hoteles	carrishoteles	1.283	636	72	1.365	0,94	18,96	0,50	
16	Fergus Hoteles	fergushoteles	136	211	5	190	0,72	36,00	1,53	
17	Hispano Hotelera	hispanohotelera	2.604	2.514	90	4.235	0,61	47,06	0,97	
18	JS Hoteles	js_hotels	712	1.716	27	1.599	0,45	59,22	2,41	
19	Premiana Suite Hotels	psuhoteles	355	350	29	950	0,37	32,76	0,99	
20	Vita Hoteles	vitahoteles	434	267	30	2.772	0,17	92,40	0,56	
21	Hoteles Intur	hotelesintur	1.003	1.735	39	525	1,91	13,46	1,75	
22	VP Hoteles	vpohoteles	620	862	27	580	1,07	22,48	1,39	
23	Playa Sol Hotel Group	playasolhg	306	382	9	544	0,65	60,44	1,07	
24	AR Hoteles	arhoteles	733	955	35	1.249	0,59	35,69	1,30	
25	Sercotel Hoteles	sercotelhoteles	866	760	28	993	0,87	35,46	0,88	

Más adelante adjuntamos algunos gráficos y rankings, a efectos de análisis.

Las herramientas que se han utilizado para recoger estos datos, además del propio **Twitter** para obtener los datos básicos de cada cuenta, han sido seleccionadas de entre las más prestigiosas y, en muchos casos, ya son consideradas como estándares.

SocialBro, desde donde hemos podido recoger algunos datos de interés como los índices PeerIndex o la antigüedad de la cuenta. Creemos que no es necesario hablar mucho más sobre esta reconocida herramienta.

Aunque nosotros utilizamos la versión profesional, con la versión gratuita también es posible obtener los datos que comentamos, junto con otra información valiosísima.

<p>@BarackObama Barack Obama desde Washington, DC 21.1M seguidores 672K seguidos</p>	<p>@stephenry Stephen Fry desde London 4.9M seguidores 51.9K seguidos</p>	<p>@el_pais EL PAIS desde Madrid 1.9M seguidores 45.6K seguidos</p>
<p>@JetBlue JetBlue Airways desde 11375 1.7M seguidores 111K seguidos</p>	<p>@SouthwestAir Southwest Airlines desde Dallas, Texas 1.4M seguidores 10.2K seguidos</p>	<p>@spam Spam Watch desde Twitter HQ 1.1M seguidores 31K seguidos</p>
<p>@travelchannel Travel Channel desde All over the place 533K seguidores 2572 seguidos</p>	<p>@cesarmillan Cesar Millan desde Los Angeles, CA 505K seguidores 103K seguidos</p>	<p>@Windows Windows desde Redmond, 459K seguidores 11.9K seguidos</p>

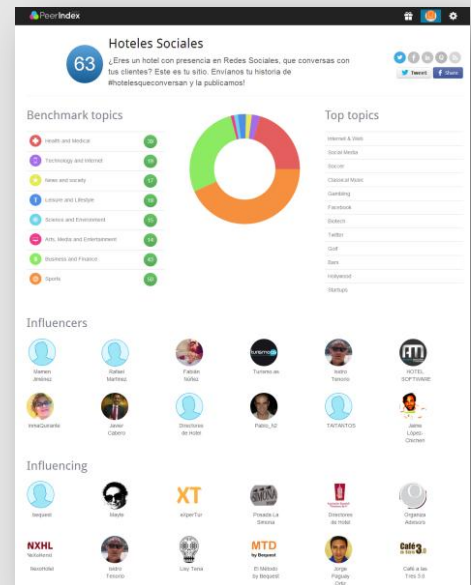


Fakers de **Status People**, una herramienta desarrollada específicamente para averiguar cuántos seguidores falsos e inactivos tiene cada cuenta de Twitter, llegando a analizar hasta una muestra de 1.000 seguidores en cada pasada. Sus creadores afirman que su resultado es muy aproximado a la realidad, sobre todo para cuentas con menos de 100.000 seguidores.



Además, siguiendo las sugerencias de muchos de vosotros, este año hemos intentado darle mucha más importancia a la información sobre reputación e influencia de las cuentas. Nada mejor que tomar los datos de las tres compañías que en estos momentos representan lo mejor de la medición de estos parámetros.

PeerIndex ofrece un conjunto de parámetros muy completo, midiendo específicamente los conceptos de **Audiencia**, **Actividad** y **Autoridad**, además de ofrecer un valor global, designado como **Influencia** (todos ellos valores sobre 100). Su aceptación es bastante sólida y forma parte de la información que provee de forma estándar la gente de SocialBro, así que sólo por eso, ya lo tendríamos en cuenta. Es importante señalar que no solo contempla datos de Twitter, sino de diversas redes sociales.



Estos parámetros, con un valor máximo de 100, y que PeerIndex incluye en su algoritmo para calcular el índice global, son los siguientes:

- **Autoridad:** mide la confianza que generan tus recomendaciones y opiniones sobre un tema concreto, frente a las del resto.
- **Audiencia:** indica tu alcance. No solo se determina en función del número de tus seguidores, sino también por la cantidad de personas que reaccionan a lo que dices. De hecho, si te siguen muchas cuentas spam o inactivas, tu puntuación en Audiencia se reducirá.
- **Actividad:** índice estrechamente relacionado con el anterior, que mide la repercusión de tus acciones sobre un tema determinado, en la comunidad. Aunque, en principio, sólo ves 5 topics, PeerIndex hace el cálculo para todos los temas que desees.



Klout es quizá el índice más valorado de los tres, debido también a su “larga” trayectoria. Un único valor, sobre 100, permite realizar comparaciones entre los perfiles.

En la actualidad Klout afirma medir más de 400 indicadores o factores procedentes de la integración de un perfil con las redes sociales más populares: Twitter, Facebook, Google+, LinkedIn, Instagram o Foursquare. La información que recoge se centra en tres apartados fundamentales:

- **Alcance (“True Reach“):** Número de personas a las que llega el usuario con su contenido u opinión (seguidores, amigos, gente que comparte grupos). Se eliminan cuentas inactivas, robots y spam.
- **Amplificación (“Amplification“):** Mide el grado en el que tus contenidos son compartidos por otros usuarios (incluso la probabilidad de que sea así) y por lo tanto cuánto influye el usuario en su audiencia.
- **Red (“Network Score“):** Klout analiza el tipo de personas que siguen al usuario y su influencia en las redes. Como más influyente sean tus seguidores, mejor.



Sin embargo, no tenemos mucha información sobre cómo se conforma esta puntuación en realidad, aparte de las pequeñas aportaciones que pueden realizar algunos de nuestros contactos, regalándonos algunos K+...

Está claro que la gente de **Kred** ha intentado ofrecer mucha información. ¡Y lo han conseguido! Su escritorio es más que completo y no solo recoge información de reputación, sino prácticamente toda la actividad del perfil, desde muy distintos puntos de vista. Tiene una evaluación general, que recoge dos valores, **Influencia** y **Alcance**, permitiendo además saber qué áreas son las más importantes y cómo aportan a los valores generales. Esto nos ha permitido analizar algún área específica, como “**Travel**”, el “**tópico**” más generalmente utilizado en todos los perfiles analizados.





Es importante señalar que no solo contempla datos de Twitter, sino de otras diversas redes sociales. Esta herramienta también permite premiar con +Kreds extra a nuestros favoritos...

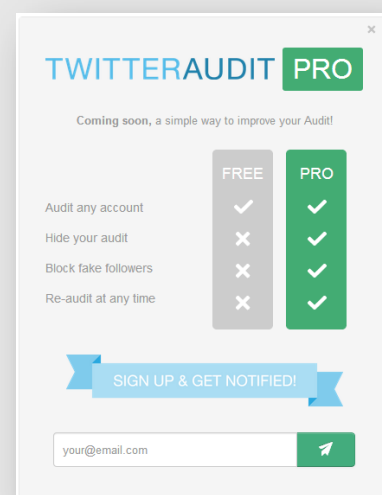
Kred nos ofrece dos valores generales:

- **Influencia (“Influence”)**: evalúa la habilidad de inspirar acciones de otros, es decir, mide el hecho de que alguien reaccione a tus posts y se basa en una escala de 1 a 1000. En Twitter, por ejemplo, mide la frecuencia en la que eres retuiteado, la frecuencia en la que te contestan y te mencionan y que recibes nuevos seguidores, mientras que en Facebook obtienes puntos cuando tus contactos interactúan con tus posts en tu muro o con tus posts en los muros de otros (a condición de que también tengan registrado su Facebook en Kred). En el caso de Facebook las interacciones que cuentan son los posts, las menciones, los likes, las veces que alguien comparte tu contenido y las invitaciones a eventos.
- **Alcance (“Outreach”)**: mide la tendencia que tienes a compartir lo que recibes de otros, esta medida puede crecer pero, ¿nunca baja? Parece que sus creadores piensan que la capacidad de nuestra generosidad es infinita y así esperan que siempre siga creciendo. De momento el mayor nivel alcanzado es de de 12. Midiendo Twitter, obtienes 10 puntos cada vez que haces acciones para otros, como responderles, mencionarlos o retuitear su contenido; mientras que el hecho de empezar a seguir a alguien cuenta como un punto. En Facebook, algunas de las acciones por las que Kred otorga puntos son menciones a personas, comentar un post y hacer likes a entradas o comentarios.



En anteriores estudios hemos aprovechado también otras herramientas como **Tweetboard**, pero hace unos meses que la aplicación de **Pluggio** dejó de funcionar. Y ¿qué decir de TwitterAudit?

TwitterAudit hasta ahora era una de las herramientas que más nos gustaba. Sin embargo el servicio ha tenido serias interrupciones en varias ocasiones y **todavía no se ha activado la versión pro**, que permitirá volver a realizar los análisis. Actualmente parece que no se puede volver a realizar una auditoría a una cuenta previamente auditada... Aunque tomamos los datos actuales y antiguos, ya no tienen tanta vigencia.





Rankings específicos

Para cada una de las cuentas de Twitter de cada cadena hotelera, **se recogen algunos datos básicos**, como el número de seguidores, número de seguidos, número de listas en las que están incluidos, tuits emitidos o antigüedad de la cuenta, en años.

Luego se encuentran los datos correspondientes a los diferentes índices y ratios que consideramos fundamentales, como el índice de reciprocidad o el número medio de seguidores obtenidos por cada tuit. Estos campos son calculados y se obtienen en base a los datos básicos anteriores, mediante una sencilla operación matemática.

Al final de la primera hoja se encuentra la información tomada de las herramientas de auditoría de calidad de los seguidores, indicando los porcentajes por tipo de seguidor y el número total de seguidores reales, ajustados ya, eliminando los inactivos y “falsos”.

Finalmente se adjunta una hoja adicional en la que se recogen los datos tomados a partir de las tres aplicaciones de influencia y reputación: Klout, PeerIndex y Kred. Es importante señalar que estas herramientas no solo contemplan datos de Twitter, sino de diversas redes sociales.

Aunque disponemos de los rankings completos, ya generados en la propia hoja de cálculo, en este informe vamos a resumirlos para presentar solo los 25 primeros resultados, de forma que se puedan analizar mejor los datos más significativos.



Número de seguidores

El primer ranking que obtenemos es “obligado” y se obtiene **ordenando las cuentas según su cantidad (“bruta”) de seguidores**, de mayor a menor. Aunque más adelante veremos que este número es un poco relativo, la cantidad de seguidores es un parámetro en el que, inevitablemente, casi todos nos fijamos... El pódium nacional lo ocupa **Barceló, RoomMate y Riu... exactamente en las mismas posiciones que hace un año. Accor y Paradores** adelantan varios lugares. Este número de seguidores prácticamente se ha duplicado en los últimos doce meses para los perfiles que ocupan las primeras plazas. Más adelante veremos si ordenando por el número de seguidores “neto” se mantienen esas posiciones.

RANK	Empresa	URL	Seguidores
1	Barceló Hotels	barcelohoteles	112.000
2	RoomMate Hotels	roommatehotels	88.100
3	Riu Hotels & Resorts	riuhoteles	21.500
4	Accor Hotels	accorhotels	18.900
5	Paradores de Turismo (Grupo Paradores)	paradores	16.500
6	NH Hoteles	nh_hoteles	15.100
7	Iberostar Hotels	iberostar	13.100
8	Accor Hotels Asia & Pacific	accorhotelsAPAC	11.700
9	NH Hoteles España	nh_hoteles_es	10.500
10	Meliá Hotels Intl.	meliahotelsintl	9.519
11	AC Hoteles - Marriott	ac_hoteles	8.275
12	Pestana Hotels	pestanahotels	7.689
13	Dolce Hotels	dolcehotels	6.813
14	Me by Meliá	mebymelia	6.755
15	H10 Hotels	h10_hotels	6.119
16	NH Hoteles Nederland	nhhotelesnl	5.397
17	Eurostars Hotels	eurostars	4.403
18	Spring Hoteles	springtenerife	4.050
19	Ayre Hoteles	ayrehoteles	3.904
20	Vincci Hoteles	vincci_hoteles	3.873
21	Hoteles Catalonia	hcatalonia	3.674
22	Confortel Hoteles	confortel	3.377
23	Zenit Hoteles	zenithoteles	3.319
24	Bahía Príncipe	bahiaprincipe	3.306
25	NH Hoteles Italia	nh_hoteles_it	3.123

© Hoteles Sociales, 2013



Índice de Reciprocidad

Para nosotros este es uno de los datos más importantes. Algunas cuentas tienen cientos o miles de seguidores pero solo siguen a unos pocos, ¿son realmente perfiles que promueven la comunicación bidireccional?, ¿son **#hotelesqueconversan**?

En este gráfico se analiza el **índice de reciprocidad** como la relación entre seguidores y seguidos. Un valor superior a 1 indica un número mayor de seguidos que de seguidores; un valor inferior a la unidad indica que el número de seguidores es superior a los seguidos. Pensamos que un valor entre 1 y 2 es un buen resultado.

Un gran trabajo el realizado por las compañías que aparecen en estos primeros puestos. En nuestra opinión, y revisando el trabajo de estos últimos 12 meses, destaca la conversación que han desplegado los responsables de **CS Suites, HM Hotels, Hoteles Intur, Temple Hoteles, VP Hoteles y Hoteles H2.**

RANK	Empresa	URL	Seguidores	Seguidos	Listas	Tweets	Recip. Index
1	Ac Hotels Intl	AC Hotels Intl	164	657	5	37	4,01
2	CS Suites	cssuites	716	1.992	16	1.097	2,78
3	Medsur Hoteles	medsurhoteles	270	711	12	2.956	2,63
4	JS Hotels	js_hotels	712	1.716	27	1.599	2,41
5	Inturotel Hotels	inturotel	294	598	14	402	2,03
6	HM Hotels	hmhotels	409	731	18	1.548	1,79
7	Hoteles Intur	hotelesintur	1.003	1.755	39	525	1,75
8	The Royal Suites	theroyalsuites	341	583	9	1.365	1,71
9	Gloria Palace Thalasso & Hotels	GloriaPalaceTh	979	1.622	39	1.305	1,66
10	Samba Hotels	sambahotels	246	399	15	247	1,62
11	Temple Hoteles	templehoteles	809	1.273	47	754	1,57
12	Fergus Hotels	fergushotels	136	211	5	190	1,55
13	VP Hoteles	hotelesvp	620	862	27	580	1,39
14	Abades Hoteles	abadeshoteles	920	1.202	12	234	1,31
15	AR Hoteles	grupoarhoteles	733	955	35	1.249	1,30
16	Sallés Hoteles	salleshotels	974	1.247	30	3.088	1,28
17	Hoteles Cala	HotelesCala	1.626	1.977	57	1.448	1,22
18	H-Top Hoteles	htophotels	241	286	6	223	1,19
19	Agora Hoteles	agorahoteles	818	952	34	2.286	1,16
20	Hoteles H2	h2_hoteles	1.090	1.260	33	1.390	1,16
21	Hoteles Reverón	hotelesreveron	133	151	6	1.344	1,14
22	Aroi Hoteles	aroihoteles	1.832	1.981	50	1.016	1,08
23	Playa Sol Hotel Group	playasolhg	356	382	9	544	1,07
24	Lopesan Hotel Group	lopesan	1.403	1.442	76	1.473	1,03
25	Selecta Hotels	selectahotels	776	796	28	2.275	1,03

© Hoteles Sociales, 2013



Índice de Listas

Muchas veces se comenta entre los profesionales que es más significativo el número de listas que incluyen tu perfil, que el mismísimo número de seguidores. Al final, que te incluyan en listas (entendiendo que las listas sean positivas) indica claramente un interés por seguir tus actualizaciones y tu conversación, ¿no? En este gráfico presentamos el top de perfiles con mayor eficiencia respecto a inclusión en listas. Este **índice de listas** nos informa de cuántos tuits se han necesitado para ser incluidos en una lista. Un valor inferior a 10 es, sin duda, un excelente valor.

RANK Empresa	URL	Seguidores	Listas	Tweets	List Index
1 Blau Hotels & Resort	blauhoteles	388	24	32	1,33
2 Ayre Hoteles	ayrehoteles	3.904	186	611	3,28
3 Rafael Hoteles	rafaelhoteles	1.233	62	276	4,45
4 Meliá Hotels Intl.	meliahotelsintl	9.519	308	1.499	4,87
5 Ac Hotels Intl	AC_Hotels_Intl	164	5	37	7,40
6 UR Hotels	urhoteles	715	25	187	7,48
7 Majestic Hotel Group	majestichoteles	1.517	95	740	7,79
8 Hoteles Santos	hoteles_santos	1.584	71	571	8,04
9 Apsis Hoteles	apsishoteles	334	19	174	9,16
10 Intertur Hotels	interturhoteles	108	6	55	9,17
11 Barceló Hotels	barcelohoteles	112.000	666	6.632	9,96
12 Abba Hoteles	abbahoteles	3.007	139	1.399	10,06
13 RoomMate Hotels	roommatehoteles	88.100	578	6.067	10,50
14 Hoteles Magic Costa Blanca	hoteles_magic	1.495	54	601	11,13
15 Viva & Vanity Hotels	hoteles_viva	1.813	79	916	11,59
16 Evenia Hoteles	eveniahoteles	204	10	116	11,60
17 Zenit Hoteles	zenithoteles	3.319	150	1.785	11,90
18 AC Hoteles - Marriott	ac_hoteles	8.275	309	4.125	13,35
19 Hoteles Intur	hotelesintur	1.003	39	525	13,46
20 Confortel Hoteles	confortel	3.377	138	1.879	13,62
21 Me by Meliá	mebymelia	6.755	180	2.538	14,10
22 Celuisma Hoteles	celuisma	2.243	103	1.491	14,48
23 Hipotels	hipotels	512	31	467	15,06
24 Vértice Hoteles	verticehoteles	1.509	74	1.121	15,15
25 Accor Hotels Asia & Pacific	accorhotelsAPAC	11.700	318	4.863	15,29

© Hoteles Sociales, 2013



Actividad diaria

Ranking de Actividad diaria, donde puede analizarse la “cantidad” de acciones que se realizan a lo largo del tiempo de existencia de la cuenta. En algunos casos este valor se verá alterado por los periodos de inactividad que algunos perfiles han presentado. En realidad, varias cadenas hoteleras prácticamente no han realizado acciones en sus perfiles durante los primeros meses de existencia. Quizá creados por proteger marca o por no tener claro qué acciones realizar, algunos perfiles han esperado para iniciar actividades. Otras, sin embargo, se han creado hace menos de 18 meses y están actualizando su línea temporal con numerosas entradas.

Destacan los resultados de **Macià Hoteles**, **Fiesta Hotels & Resorts** y **Palladium**, que han comenzado su actividad en Twitter hace relativamente poco tiempo, pero con una considerable intensidad. Desde nuestro punto de vista, nos parece un valor razonable una media de 3 a 10 tuits por día.

RANK	Empresa	URL	Tweets	Edad	Actividad Diaria
1	Macià Hoteles	macia_hotels	8.468	1	23,20
2	Paradores de Turismo (Grupo Paradores)	paradores	11.000	3	10,05
3	Axel Hotels	axelfriendly	14.400	4	9,86
4	Fiesta Hotels&Resorts	fiestahotels	2.951	1	8,08
5	Palladium H & R	palladiumhotels	2.831	1	7,76
6	NH Hoteles	nh_hotels	10.600	4	7,26
7	Accor Hotels	accorhotels	9.199	4	6,30
8	Riu Hotels & Resorts	riuhoteles	9.048	4	6,20
9	Hispano Hotelera	hispanohotelera	4.235	2	5,80
10	Pestana Hotels	pestanahotels	8.133	4	5,57
11	RoomMate Hotels	roommatehotels	6.067	3	5,54
12	Dolce Hotels	dolcehotels	8.032	4	5,50
13	Iberostar ENG	iberostar_eng	3.853	2	5,28
14	Marina Hotels	marinahotels	5.325	3	4,86
15	Barceló Hoteles	barcelohoteles	6.632	4	4,54
16	NH Hoteles Italia	nh_hotels_it	3.175	2	4,35
17	Lopesan Hotel Group	lopesan	1.473	1	4,04
18	Oasis Hoteles	oasishotels	2.921	2	4,00
19	Ercilla Hoteles	ercillahoteles	2805	2	3,84
20	Iberostar Hotels	iberostar	6.873	5	3,77
21	The Royal Suites	theroyalsuites	1.365	1	3,74
22	Sidorme Hotels	sidorme	6.363	5	3,49
23	Hoteles Catalonia	hcatalonia	5.015	4	3,43
24	Barceló Hoteles España	barcelo_es	1.235	1	3,38
25	NH Hoteles España	nh_hotels_es	4.930	4	3,38

© Hoteles Sociales, 2013



Índice de Rentabilidad (del tuit)

Ranking de Seguidores por tuit, donde puede analizarse la “rentabilidad” de cada tuit emitido. Este índice de rentabilidad nos indica cuántos nuevos seguidores se consiguen por cada tuit que se emite.

Hay que destacar que **Barceló**, **RoomMate** y **Blau Hotels** consiguen **más de 10 seguidores nuevos por cada tuit emitido**, de nuevo todo un récord, sobre todo teniendo en cuenta que la media está muy por debajo de 1,5. Buen resultado de **Blau** que entra en la lista con mucha fuerza, aunque todavía tiene poco peso en Twitter. Y destacan mucho algunas pequeñas compañías como **UR Hotels**, que también entra en el top 10.

Como recordatorio, el año anterior este pódium estaba formado por RoomMate, Barceló y Meliá. Ayre Hoteles repite la posición del anterior estudio.

RANK	Empresa	URL	Seguidores	Seguidos	Listas	Tweets	Fw/Tw Index
1	Barceló Hotels	barcelohoteles	112.000	1.174	666	6.632	16,89
2	RoomMate Hotels	roommatehotels	88.100	2.224	578	6.067	14,52
3	Blau Hotels & Resort	blauhoteles	388	29	24	32	12,13
4	Ayre Hoteles	ayrehoteles	3.904	2.431	186	611	6,39
5	Meliá Hotels Intl.	meliahotelsint	9.519	120	308	1.499	6,35
6	Rafael Hoteles	rafaelhoteles	1.233	170	62	276	4,47
7	Ac Hotels Intl	AC_Hotels_Intl	164	657	5	37	4,43
8	Abades Hoteles	abadeshoteles	920	1.202	12	234	3,93
9	UR Hotels	urhotels	715	706	25	187	3,82
10	Hoteles Santos	hoteles_santos	1.584	155	71	571	2,77
11	Me by Meliá	mebymelia	6.755	961	180	2.538	2,66
12	Hoteles Magic Costa Blanca	hoteles_magic	1.495	43	54	601	2,49
13	Accor Hotels Asia & Pacific	accorhotelsAPAC	11.700	1.185	318	4.863	2,41
14	Riu Hotels & Resorts	riuhoteles	21.500	320	434	9.048	2,38
15	Abba Hoteles	abbahoteles	3.007	775	139	1.399	2,15
16	NH Hoteles España	nh_hoteles_es	10.500	10.000	301	4.930	2,13
17	Fontecruz Hoteles	fontecruzhotels	701	544	12	340	2,06
18	Accor Hotels	accorhotels	18.900	5.608	519	9.199	2,05
19	Majestic Hotel Group	majestichotels	1.517	214	95	740	2,05
20	AC Hoteles - Marriott	ac_hoteles	8.275	1.515	309	4.125	2,01
21	Viva & Vanity Hotels	hotels_viva	1.813	315	79	916	1,98
22	Intertur Hotels	interturhotels	108	21	6	55	1,96
23	Apsis Hotels	apsishotels	334	128	19	174	1,92
24	Hoteles Intur	hotelesintur	1.003	1.755	39	525	1,91
25	Iberostar Hotels	iberostar	13.100	1.911	347	6.873	1,91

© Hoteles Sociales, 2013



Influencia según @Klout

Un punto que nos puede dar una información muy reveladora es analizar la influencia de cada cuenta según diversas herramientas de medición. Hemos seleccionado las tres que tienen más prestigio. El medidor **Klout** nos permite apreciar que la mayoría de las cadenas con fuerte actividad, obtienen un buen índice de influencia. Excelentes “saltos” son los de **Fuerte Hoteles**, con 16 puntos de incremento respecto al 2012; **Riu Hotels** que respecto al año anterior, incrementa 13 puntos su índice, al igual que **Oasis Hoteles y H10**; **Marina Hotels, Fiesta Hotels** y algunos otros, incrementan hasta 10 puntos su Klout. El año anterior los mejores valores los consiguieron Accor, Iberostar, Riu y NH. Como comparación, el índice de @HotelesSociales es de 56%.

Este índice consiste en un valor logarítmico, calculado sobre 100, cuyo valor medio podría ser 40. Y pensamos que un valor superior a 55% es un buen resultado.

RANK Empresa	URL	Klout Index
1 Riu Hotels & Resorts	riuhoteles	73%
2 Accor Hotels	accorhotels	72%
3 NH Hoteles	nh.hoteles	65%
4 H10 Hotels	h10.hotels	64%
5 Fuerte Hoteles	fuertehoteles	63%
6 Oasis Hoteles	oasishoteles	63%
7 Paradores de Turismo (Grupo Paradores)	paradores	63%
8 Bahía Príncipe	bahiaprincipe	62%
9 Confortel Hoteles	confortel	62%
10 Iberostar Hotels	iberostar	61%
11 Lopesan Hotel Group	lopesan	61%
12 Marina Hotels	marinahotels	61%
13 RoomMate Hotels	roommatehotels	60%
14 Spring Hoteles	springtenerife	60%
15 Barceló Hoteles	barcelohoteles	59%
16 Fiesta Hotels&Resorts	fiestahotels	57%
17 NH Hoteles España	nh.hoteles.es	57%
18 ZT Hotels	zthotels	57%
19 Eurostars Hotels	eurostars	55%
20 Hoteles Poseidón	hotelesposeidon	55%
21 Palladium H & R	palladiumhotels	55%
22 Carrís Hoteles	carrishoteles	54%
23 Dolce Hotels	dolcehotels	54%
24 Meliá Hotels Intl.	meliahotelsint	54%
25 Accor Hotels Asia & Pacific	accorhotelsAPAC	53%

© Hoteles Sociales, 2013



Influencia según @PeerIndex

El **índice de influencia de PeerIndex** se obtiene de mediante el cálculo previo de otros tres factores: Audiencia, Actividad y Autoridad.

Barceló, RoomMate y Paradores, con valores superiores a 60%, seguidos de **Accor, NH y Riu**, son las compañías que encabezan la lista. Es curioso ver cómo algunos valores intermedios son bastante diferentes al valor “global”, como el alto 80% de Audiencia de RoomMate o el escaso 21% y 17% de Actividad de las cuentas de Meliá. Finalmente, como era de esperar, una adecuada combinación es el mejor resultado. Como comparación, el índice de @HotelesSociales es de $54/44/49 = 43\%$.

PeerIndex utiliza una escala de 0 a 100, también logarítmica, lo que significa que una cifra superior a 40 nos colocaría en el segmento del 10% más influyente en nuestras áreas, mientras que una cifra mayor de 90 nos incluiría en la élite del 0.1%. Un valor superior al 50% es más que razonable.

RANK Empresa	URL	Audiencia	Actividad	Autoridad	PeerIndex
1 Barceló Hotels	barcelohoteles	78%	41%	66%	72%
2 RoomMate Hotels	roommatehotels	80%	43%	64%	68%
3 Paradores de Turismo (Grupo Paradores)	paradores	63%	60%	65%	63%
4 Accor Hotels	accorhotels	69%	46%	66%	59%
5 NH Hoteles	nh hoteles	65%	49%	65%	59%
6 Riu Hoteles & Resorts	riuhoteles	67%	41%	58%	58%
7 Me by Meliá	mebymelia	59%	21%	46%	55%
8 Iberostar Hotels	iberostar	60%	43%	58%	54%
9 NH Hoteles España	nh hoteles es	58%	34%	54%	54%
10 Meliá Hotels Intl.	meliahotelsint	66%	17%	54%	53%
11 AC Hoteles - Marriott	ac hoteles	59%	31%	58%	52%
12 Accor Hotels Asia & Pacific	accorhotelsAPAC	59%	32%	59%	52%
13 Dolce Hotels	dolcehotels	60%	48%	53%	49%
14 Iberostar ENG	iberostar eng	54%	37%	38%	47%
15 Hoteles Catalonia	hcatalonia	50%	39%	50%	46%
16 Pestana Hotels	pestanahotels	64%	40%	54%	46%
17 Vincci Hoteles	vinci hoteles	57%	27%	48%	46%
18 Eurostars Hoteles	eurostars	52%	23%	46%	45%
19 Zenit Hoteles	zenithoteles	51%	17%	52%	45%
20 Hotusa	hotusa	49%	26%	49%	44%
21 Confortel Hoteles	confortel	57%	20%	43%	43%
22 Fuerte Hoteles	fuertehoteles	57%	18%	50%	43%
23 H10 Hotels	h10 hoteles	61%	33%	49%	43%
24 Hospes Hoteles	hospeshotels	49%	33%	43%	43%
25 Petit Palace Hoteles (Hightech Hoteles)	hightechoteles	56%	25%	45%	43%

© Hoteles Sociales, 2013



Influencia según @Kred

Kred es una de las últimas herramientas de medición de reputación e influencia. Está formado por dos parámetros: Influencia y Alcance.

Sólo **Paradores** alcanza un valor de 8 en Alcance y obtiene también el mejor dato de Influencia. Le siguen **RoomMate, Barceló, Accor, NH y Riu**, curiosamente los mismos que copaban las primeras plazas en la aplicación PeerIndex y también muy similar al resultado obtenido en Klout, lo que nos hace sospechar que estos medidores tienen unos parámetros y ponderaciones similares. Como comparación, el índice de @HotelesSociales es de 731/7.

RANK Empresa	URL	Influencia	Alcance
1 Paradores de Turismo (Grupo Paradores)	paradores	798	8
2 RoomMate Hotels	roommatehotels	796	7
3 Barceló Hotels	barcelohoteles	787	7
4 Accor Hotels	accorhotels	787	7
5 NH Hoteles	nh_hoteles	786	7
6 Riu Hotels & Resorts	riuhoteles	786	7
7 Iberostar Hotels	iberostar	784	7
8 NH Hoteles España	nh_hoteles_es	769	7
9 Pestana Hotels	pestanahotels	769	6
10 Me by Meliá	mebymelia	760	7
11 Meliá Hotels Intl.	meliahotelsintl	755	5
12 Hoteles Catalonia	hcatlonia	754	7
13 Accor Hotels Asia & Pacific	accorhotelsAPAC	747	6
14 AC Hoteles - Marriott	ac_hoteles	745	6
15 Iberostar ENG	iberostar_eng	745	6
16 Bahía Príncipe	bahiaprincipe	745	6
17 Dolce Hotels	dolcehotels	744	6
18 NH Hoteles Nederland	nhhotelesnl	742	6
19 Oasis Hoteles	oasishotels	742	5
20 Hospes Hotels	hospeshotels	736	7
21 Zenit Hoteles	zenithoteles	730	5
22 H10 Hotels	h10_hotels	730	4
23 Husa Hoteles	hoteleshusa	729	5
24 Eurostars Hotels	eurostars	728	6
25 Hispano Hotelera	hispanohotelera	728	7

© Hoteles Sociales, 2013



Influencia según @Kred “Travel”

Una de las ventajas de **Kred** es que se pueden analizar los valores de Influencia y Alcance para los diversos tópicos utilizados en las conversaciones. El tópico más común entre las cuentas analizadas es “**Travel**”, por lo que hemos decidido medir esos factores para este término y cada perfil. Los resultados no dejan de sorprender. Por ejemplo, las dos cuentas de Accor analizadas obtienen resultados muy similares, al igual que las dos de Iberostar, las dos de NH, las dos de Palladium o las dos de Meliá. Parece que los equipos que gestionan esas cuentas tienen las mismas prioridades... o son el mismo equipo. Obviamente, el valor de Influencia es muy alto, muy por encima de 900 (recordemos que el máximo es 1.000), para el término analizado, con una evidente relevancia para el sector. Como comparación, el índice de @HotelesSociales es de 860/3.

RANK Empresa	URL	Influencia	Alcance
1 Accor Hotels	accorhotels	993	5
2 Riu Hotels & Resorts	riuhoteles	977	4
3 NH Hoteles	nh_hoteles	970	4
4 Paradores de Turismo (Grupo Paradores)	paradores	967	4
5 Accor Hotels Asia & Pacific	accorhotelsAPAC	966	4
6 Iberostar Hotels	iberostar	965	4
7 Iberostar ENG	iberostar_eng	965	4
8 Barceló Hotels	barcelohoteles	961	3
9 RoomMate Hotels	roommatehotels	956	3
10 Hospes Hotels	hospeshotels	956	4
11 Me by Meliá	mebymelia	955	4
12 Meliá Hotels Intl.	meliahotelsint	940	2
13 Dolce Hotels	dolcehotels	930	3
14 Palladium H & R	palladiumhotels	930	3
15 NH Hoteles España	nh_hoteles_es	924	3
16 Bahía Príncipe	bahia principe	918	3
17 Oasis Hoteles	oasishotels	918	3
18 Palladium Hotel Group	palladiumhg	906	3
19 Pestana Hotels	pestanahotels	901	2
20 Spring Hoteles	springtenerife	899	4
21 Hoteles Catalonia	hcatalonia	898	3
22 AC Hoteles - Marriott	ac_hoteles	896	3
23 H10 Hotels	h10_hotels	894	1
24 Marina Hotels	marinahotels	888	4
25 Vincci Hoteles	vincci_hoteles	877	2

© Hoteles Sociales, 2013



Conjunto de seguidores “más limpio”, según Fakers

Seguro que también es muy ilustrativa, y esperada, la tabla que mostramos a continuación, que recoge las cuentas con un **conjunto de seguidores “más limpio”**, o lo que es lo mismo, de las **cuentas con menos proporción de seguidores “falsos” e “inactivos”, según Fakers**, la herramienta de StatusPeople. En realidad sólo podemos afirmar que esos seguidores “falsos” o “inactivos” no deben ser muy interesantes como posibles clientes, pero en ningún caso estamos seguros de que se utilicen técnicas poco éticas. Como referencia, el porcentaje de “buenos” de @HotelesSociales es del 92%.

RANK	Empresa	URL	Falsos	Inactivos	Buenos
1	CS Suites	cssuites	0%	3%	97%
2	RV Hotels	rv_hotels	3%	3%	94%
3	Aroi Hoteles	aroihoteles	1%	6%	93%
4	Temple Hoteles	templehoteles	1%	6%	93%
5	HM Hotels	hmhotels	1%	6%	93%
6	Medsur Hoteles	medsurhoteles	1%	6%	93%
7	Solvasa Hoteles	solvasahoteles	1%	8%	91%
8	Samba Hotels	sambahotels	1%	9%	90%
9	Agora Hoteles	agorahoteles	2%	8%	90%
10	Selecta Hotels	selectahoteles	1%	9%	90%
11	Abades Hoteles	abadeshoteles	0%	11%	89%
12	AR Hotels & Resorts	arhotels	2%	9%	89%
13	Carrís Hoteles	carrishoteles	1%	10%	89%
14	Fergus Hotels	fergushotels	2%	9%	89%
15	Hispano Hotelera	hispanohotelera	2%	9%	89%
16	JS Hotels	js_hotels	1%	10%	89%
17	Premium Suite Hotels	pshotels	0%	11%	89%
18	Vita Hoteliers	vitahoteliers	2%	9%	89%
19	Hoteles Intur	hotelesintur	1%	11%	88%
20	VP Hoteles	hotelesvp	1%	11%	88%
21	Playa Sol Hotel Group	playasolhg	1%	11%	88%
22	AR Hoteles	grupoarhoteles	1%	11%	88%
23	Sercotel Hoteles	sercotelhoteles	2%	11%	87%
24	Hoteles Eizasa	hotelesreizasa	1%	12%	87%
25	Palafox Hoteles	palafoxhoteles	2%	11%	87%

© Hoteles Sociales, 2013

Lo que más destaca son algunas grandes cadenas, con un elevado número de seguidores, cuyo porcentaje de audiencia “dudosamente útil” es más alto que el 30%. Para apreciar este hecho tendríamos que ordenar esta tabla “al revés”. En la hoja de cálculo se puede realizar ese ejercicio detallado, pero a continuación tendremos alguna referencia en ese sentido.



Número de Seguidores “reales”, según Fakers

A continuación aplicamos ese porcentaje de “bondad” **según Fakers**, a los seguidores de cada cuenta, como si de un factor “corrector” se tratase. Véase que el número de seguidores se altera y, con este ajuste, ya no coincide exactamente el orden que se obtenía en el previo Ranking por Número de seguidores. Bueno, con excepción de las primeras posiciones. Parece que hay tanta diferencia entre los tres primeros que, aunque se les aplique un duro factor de corrección, siguen manteniendo las diferencias, aunque ahora ya no son tan grandes. Estos valores son bastante similares a los obtenidos con anterioridad, aunque se aprecia una ligera mejora entre los porcentajes más bajos.

RANK	Empresa	URL	Seguidores	Falsos	Inactivos	Buenos	Seguidores Netos
1	Barceló Hotels	barcelohoteles	112.000	34%	33%	33%	36.960
2	RoomMate Hotels	roommatehotels	88.100	28%	32%	40%	35.240
3	Riu Hotels & Resorts	riuhoteles	21.500	7%	30%	63%	13.545
4	Accor Hotels	accorhotels	18.900	7%	25%	68%	12.852
5	NH Hoteles	nh_hoteles	15.100	2%	14%	84%	12.684
6	Paradores de Turismo (Grupo Paradores)	paradores	16.500	7%	21%	72%	11.880
7	Iberostar Hotels	iberostar	13.100	7%	22%	71%	9.301
8	NH Hoteles España	nh_hoteles_es	10.500	2%	15%	83%	8.715
9	Accor Hotels Asia & Pacific	accorhotelsAPAC	11.700	10%	30%	60%	7.020
10	Meliá Hotels Intl.	meliahotelesint	9.519	9%	25%	66%	6.283
11	AC Hoteles - Marriott	ac_hoteles	8.275	5%	22%	73%	6.041
12	Pestana Hotels	pestanahotels	7.689	4%	21%	75%	5.767
13	Me by Meliá	mebymelia	6.755	5%	21%	74%	4.999
14	Dolce Hotels	dolcehotels	6.813	6%	28%	66%	4.497
15	NH Hoteles Nederland	nhhotelesnl	5.397	3%	16%	81%	4.372
16	H10 Hotels	h10_hotels	6.119	5%	25%	70%	4.283
17	Eurostars Hotels	eurostars	4.403	3%	21%	76%	3.346
18	Ayre Hoteles	ayrehoteles	3.904	3%	16%	81%	3.162
19	Vincci Hoteles	vincci_hoteles	3.873	3%	16%	81%	3.137
20	Hoteles Catalonia	hcatalonia	3.674	4%	23%	73%	2.682
21	Zenit Hoteles	zenithoteles	3.319	3%	18%	79%	2.622
22	Fuerte Hoteles	fuertehoteles	2.992	2%	14%	84%	2.513
23	Petit Palace Hoteles (Hightech Hoteles)	hightechoteles	2.969	2%	16%	82%	2.435
24	Hotusa	hotusa	2.849	2%	14%	84%	2.393
25	Bahía Principe	bahiaprincipe	3.306	6%	22%	72%	2.380

© Hoteles Sociales, 2013



Conjunto de seguidores “más limpio”, según TwitterAudit

Y también presentamos las cuentas con el porcentaje de seguidores “falsos” e “inactivos”, según **TwitterAudit**, ordenadas según su porcentaje de “bondad”, de mayor a menor. No haremos más comentario sobre este medidor, puesto que muchos de los valores tienen una antigüedad de casi 12 meses. Los valores recientemente obtenidos están indicados con el fondo en distinto color. Destaca el resultado de **Fontecruz Hoteles**, cuyo valor está actualizado. En el “fondo” de la tabla encontramos también las compañías con mayor número de seguidores, con resultados muy similares a los arrojados por Fakers.

RANK Empresa	URL	Falsos & Inactivos	Buenos
1 Fontecruz Hoteles	fontecruzhotels	3%	97%
2 Aroi Hoteles	aroihoteles	4%	96%
3 Premium Suite Hotels	pshotels	4%	96%
4 JS Hoteles	js_hotels	5%	95%
5 Selecta Hoteles	selectahotels	6%	94%
6 Sallés Hoteles	salleshoteles	6%	94%
7 Solvasa Hoteles	solvasahoteles	6%	94%
8 VP Hoteles	hotelesvp	6%	94%
9 Macià Hoteles	macia_hotels	7%	93%
10 Hispano Hotelera	hispanohotelera	7%	93%
11 Blue Bay Hotels & Resorts	bluebayhotels	7%	93%
12 AR Hoteles	grupoarhoteles	7%	93%
13 Fiesta Hotels&Resorts	fiestahotels	8%	92%
14 Marina Hotels	marinahotels	8%	92%
15 Oasis Hoteles	oasishotels	8%	92%
16 GF Hoteles	gfhoteles	8%	92%
17 Be Live Hoteles	belivehotels	8%	92%
18 Singular Hoteles	sh_hotels	8%	92%
19 Carrís Hoteles	carrishoteles	8%	92%
20 Acta Hoteles	actahotels	8%	92%
21 ZT Hoteles	zthotels	9%	91%
22 Hospes Hotels	hospeshotels	9%	91%
23 Fuerte Hoteles	fuertehoteles	9%	91%
24 Amic Hotels Mallorca	amichotels	9%	91%
25 Axel Hotels	axelfriendly	10%	90%

© Hoteles Sociales, 2013



Índice #HQC

Y como **gran primicia**, este año aprovechamos este estudio para presentar el nuevo **índice #HQC #HotelesQueConversan**, **exclusivamente hotelero**, que se calcula teniendo en cuenta la mayoría de parámetros recogidos con las herramientas anteriores pero, por primera vez y sobre todo, **teniendo en cuenta la apreciación subjetiva de seleccionados virtual mystery guests**. Adjuntamos el top 10. Ahora podremos comparar mejor el trabajo que están realizando hoteles independientes, hostales, casas rurales, etc.

Si quieres saber más, ¡sigue atento a nuestras noticias o [suscríbete a nuestro newsletter!](#)

RANK Empresa	URL	#HQC Index
1 Barceló Hotels	barcelohoteles	7,055
2 Accor Hotels	accorhotels	6,960
3 RoomMate Hotels	roommatehotels	6,866
4 Paradores de Turismo (Grupo Paradores)	paradores	6,758
5 Riu Hotels & Resorts	riuhoteles	6,641
6 NH Hoteles	nh_hoteles	6,516
7 Iberostar Hotels	iberostar	6,454
8 NH Hoteles España	nh_hoteles_es	6,322
9 AC Hoteles - Marriott	ac_hoteles	6,068
10 Me by Meliá	mebymelia	6,045

© Hoteles Sociales, 2013



Conclusiones

Muchos otros informes, rankings y comparativas pueden obtenerse de los datos recogidos y, aparte de los que aportamos aquí, dejamos al amable lector la tarea de realizar los que desee. Sí queremos aportar algunas conclusiones, obtenidas tanto por la información recogida en este informe como por la percepción que hemos tenido a lo largo de estos 12 meses transcurridos desde el anterior análisis.

Muchas conclusiones se mantienen después de un año de análisis y observación. Intentando generalizar, cada día es más visible que las medianas y pequeñas cadenas son más activas, mientras que las grandes parecen “mantener posiciones” en Twitter (incrementando acciones en otras redes). Pero esto nos refuerza en la idea de **que las redes sociales igualan las oportunidades y reducen la distancia** entre “tamaños y presupuestos”.

En contacto con varios community managers especializados, nos han indicado que se encuentran con una utilización de Twitter por parte de los usuarios y clientes cada día más importante, sobre todo para solicitar información y, en varios casos, **para reservar directamente**.

Por otro lado, las distintas herramientas han ido cambiando, ganando en relevancia las que ofrecen información sobre reputación e influencia. Nuestra especial **enhorabuena a [SocialBro](#)**, la empresa española no deja de crecer y ofrecer nuevos y potentes servicios. De hecho, aprovechamos la mayor parte de su información, analizando nuestra lista de cadenas hoteleras y su integración con PeerIndex, Klout y Kred, para contrastar algunos números.

Uno de nuestras preocupaciones frente a este análisis era observar si una crisis de reputación en redes podría afectar a estos grandes indicadores. Pero observando los datos del año anterior respecto a hoy, parece que **las crisis de reputación se han solventado con altos incrementos de Klout**. Así que efectivamente se nota, pero ¿podemos sospechar entonces que **los medidores de reputación piensan que lo importante es que hablen de uno y se interactúe mucho, aunque sea mal?**

Sigue chocándonos que, en una red social en la que se pretende llevar a cabo una “conversación” (no la simple transmisión de un mensaje), no se facilite a todos los posibles interlocutores (posibles clientes potenciales) las mismas posibilidades de conversar. **Algunas cadenas sostienen una estrategia de altavoz, no siguiendo a la mayoría de sus seguidores.**

Desde luego seguimos confirmando que las cuentas con más actividad y más audiencia no se corresponden, en la mayoría de los casos, con las que tienen mejor calidad de seguidores. La audiencia de las cuentas con un gran número de seguidores, parece estar mermada por un gran número de cuentas “inactivas” (o “falsas”), según las herramientas especializadas. Por tanto, estos seguidores sin actividad no representan una audiencia útil. En cualquier caso, sí podemos comprobar que, a pesar de descontar esos seguidores inactivos, el pódium lo siguen ocupando tres grandes: **Barceló, RoomMate y Riu**. Aunque el crecimiento anual en seguidores “de calidad” podría estarse estancado para algunas cuentas.



También es muy significativo que las compañías con la audiencia más limpia, son principalmente pequeñas y medianas cadenas, que están realizando un concienzudo trabajo en redes sociales, intentando alcanzar y mantener una audiencia fiel, a la que mimar y atender personalmente, como **Aroi, Fontecruz, Hoteles Temple, VP Hoteles, HM Hotels, Selecta, CS Suites, Hoteles Intur**, etc.

Finalmente, durante estos últimos 12 meses, hemos podido comprobar de primera mano como varias cadenas (y obviamente nos referimos a los responsables de sus cuentas) acometían una serie de acciones equilibradas y medidas, intentando establecer relaciones de calidad, proactivas con sus clientes y amigos. También, desde el primer día, nos brindaron su apoyo y colaboración. Tenemos que felicitar y agradecer, entre muchas otras y además de las ya mencionadas, a las personas que gestionan las cuentas de **UR, RoomMate, Marina y Hoteles H2**.

NOTAS: En el momento de revisión del presente documento, ha llegado a nuestras manos información adicional sobre algún otro perfil de cadena hotelera del que no teníamos conocimiento en el momento de iniciar este estudio, pero que pasará a formar parte de la ya completa muestra actual, para próximos estudios.



Licencia del documento

Reconocimiento – No Comercial - Compartir Igual - 3.0 - España



Eres libre de:

- copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra.
- **Remezclar** — transformar la obra.

Bajo las condiciones siguientes:

- **Reconocimiento** — Debes reconocer los créditos de la obra de la manera especificada por el autor o el licenciador (pero no de una manera que sugiera que tiene su apoyo o apoyan el uso que hace de su obra).
- **No comercial** — No puedes utilizar esta obra para fines comerciales.
- **Compartir bajo la misma licencia** — Si alteras o transformas esta obra, o generas una obra derivada, sólo puedes/deberías distribuir la obra generada bajo una licencia idéntica a ésta.