

## Ibiza: Análisis de la imagen proyectada en una red social

*Carlos Sánchez Crespo*

### **Resumen**

Este trabajo tiene como objetivo analizar la imagen turística proyectada por la isla de Ibiza en una red social concreta: *Booking.com* que será utilizada a modo de referencia.

Una parte fundamental del trabajo se basará en constatar y observar aquellas preguntas e inquietudes de los usuarios en relación con la isla de Ibiza, incluyendo temáticas relacionadas con el alojamiento, movilidad, ocio o las medidas relacionadas con la Covid-19.

Otra parte fundamental del trabajo será extraer una serie de conclusiones que ayuden a comprender los factores determinantes que conforman la imagen proyectada de Ibiza en la red social objeto de estudio.

**Palabras clave:** Imagen turística- Ibiza, redes sociales, *booking.com*

### **Abstract**

This paper aims to analyze the touristic reputation projected by the island of Ibiza in a specific social network: *Booking.com* which will be used as a reference.

A fundamental part of the work done will be based on verifying and observing those questions and concerns of users regarding the island of Ibiza, including topics related to accommodation, mobility, leisure, or measures related to Covid-19.

Another fundamental part of the study will be to draw a series of conclusions that will help to understand the decisive elements that make up the image of Ibiza displayed on the social network under study.

**Keywords:** Touristic image - Ibiza, social media, *booking.com*

Rebut: 2021/10/16  
Revisat: 2021/10/23  
Rebut: 2021/11/20  
Acceptat: 2021/11/28

## Introducción

Para comenzar este trabajo relacionado con una red social, como se verá con más detalle posteriormente, se debe remarcar que las redes sociales se han convertido en la actualidad en un elemento fundamental de nuestra vida cotidiana, permitiendo la conexión prácticamente inmediata y en tiempo real de un conjunto de individuos que se caracteriza por exhibir una amplia diversidad y variedad, ya que estas herramientas permiten a cualquier persona que tenga a su alcance la posibilidad de conectarse a Internet, la creación de un perfil de usuario en la red de interés, conectándose de esta manera con otros internautas alrededor del mundo. Así, dos personas pueden estar en los polos opuestos de la Tierra y existe la posibilidad que compartan información al instante.

Internet se ha convertido en un instrumento con un alcance masivo de usuarios, ya que la conexión a la red es cada vez más amplia y está más extendida a lo largo y ancho del mundo, permitiendo la creación de una multitud de portales interactivos donde recibir y/o realizar peticiones de información, así como compartir opiniones y experiencias sobre una infinidad de temas que pueden ser tan dispares como los intereses de un grupo de sujetos puedan ser compartidos. Se crea, de este modo, una red de contactos que posibilita el intercambio de referencias que también pueden servir para, de forma indirecta, promocionar y exportar un determinado destino turístico, ya que las marcas han visto en este sector específico una oportunidad extraordinaria para aumentar su visibilidad y atraer la atención de nuevos usuarios, con el objetivo de convertirlos en fieles consumidores de sus productos.

Por tanto, las redes sociales y el intercambio de vivencias se han convertido en un punto fundamental en la actualidad para nuestro modo de proceder. Acudiendo a un artículo<sup>1</sup> de la propia *Booking.com*, sitio web donde estará ubicada la red social objeto de este estudio, los comentarios de los usuarios juegan un papel cada vez más importante en la elección de un viaje próximo, buscando las opiniones y experiencias de otros integrantes de la comunidad para descartar o escoger un determinado alojamiento, por ejemplo, ya que mediante esta ayuda extra los interesados pueden tomar una decisión más específica y concreta, considerando que de esta manera se facilita la tarea

de obtener una experiencia más satisfactoria.

Los sectores relacionados con la actividad turística no escapan de esta influencia, porque el impacto que tienen las redes sociales a la hora de escoger destino es cada vez un punto de mayor importancia. Redes sociales como *Facebook*, *Twitter*, *YouTube*, *Tiktok* o *Instagram* juegan un papel clave en nuestra cotidianidad, ya que ejercen como grandes centros donde intercambiar opiniones, experiencias, aventuras o lugares de inspiración que impulsen a visitar un determinado destino turístico, teniendo este último que establecer una interrelación entre el país y las imágenes que los usuarios escogen para mostrar en sus redes sociales, un detalle que tendrá especial valor para poder promocionar y vender el paradero turístico.

Las autoridades públicas y empresas del sector privado relacionadas con el mundo turístico deben analizar las fortalezas y debilidades que puede presentar el destino vacacional, resaltando los puntos fuertes para situar de la mejor manera posible el destino dentro del mercado tanto nacional como internacional, ya que hoy en día la industria relacionada con el turismo presenta un alcance global.

No obstante, se debe tener en cuenta que un aspecto negativo de las redes sociales está relacionado con la viralización de determinados contenidos en una franja temporal ínfima y casi sin capacidad de reacción. Consecuentemente, si se extiende un aspecto negativo relacionado con un destino turístico de forma masiva por las redes sociales o Internet, revertir este acaecimiento puede tener un coste muy alto, tanto a nivel económico como social y de imagen.

Con los teléfonos móviles (al ser una herramienta cada vez más avanzada que actualmente cuenta con unas cámaras fotográficas integradas dentro del dispositivo con una calidad asombrosa), la imagen ha cobrado una valía cada vez más significativa en nuestra vida diaria, siendo el impacto que proporciona una imagen más importante para tomar una decisión que otras cuestiones más clásicas como, por ejemplo, la información a través de revistas especializadas, ya que se puede considerar que la imagen aporta en el presente un enfoque más diferenciado y realista, siendo el eje principal de determinadas redes sociales que cuentan con mayor éxito hoy por hoy.

En la actualidad, las redes sociales son percibidas como un formato que tiene la posibilidad de aportar una información más veraz que los sitios oficiales dedicados a la promoción turística o la

publicidad institucional realizada en los grandes medios de comunicación, con grandes campañas de mercadotecnia incluyendo *spots* publicitarios o *banners* a través de una amplia multitud de páginas de Internet.

Respecto a esta introducción, adelantar de forma resumida que este trabajo tiene como principal objetivo realizar un análisis dentro una red social, de una serie de apartados que más adelante se expondrán, para posteriormente poder concretar de una manera más clara y objetiva la imagen que proyecta la isla de Ibiza.

## Objetivos y metodología

El objetivo de este trabajo es conocer la imagen que se proyecta en la red social *Booking.com* referida a la isla de Ibiza, a través de las peticiones de información que se realizan en el apartado de comunidades viajeras, en el grupo correspondiente a España, formado por un total de 954.000 usuarios en este momento<sup>2</sup>.

La metodología de trabajo estará basada en una serie de factores, comenzando en primer lugar por la realización de un análisis de todas las publicaciones relacionadas con Ibiza, tanto en lo que respecta a las peticiones de información como a una serie de preguntas sobre determinados temas, así como las respuestas que se publican. Un objetivo de las comunidades viajeras, dentro de esta red social, es fomentar la interacción y el intercambio de experiencias entre los usuarios que la conforman, cumpliendo con el cometido de servir como un espacio de ayuda para los componentes integrados dentro de esta red colectiva.

Resaltar que las búsquedas relacionadas con la isla de Ibiza en la red social objetivo de este trabajo se podrán consultar de forma más detallada en el apartado de anexos, donde se incluirán una serie de tablas que contienen de forma resumida los aspectos más relevantes considerados para este trabajo, incluyendo el nombre de usuario, la nacionalidad o la temática sobre la que versa la entrada. También se ha considerado acertado incluir un resumen sobre las publicaciones, ya que puede ser de interés consultar determinados aspectos asociados con el encabezamiento de las entradas, debido a que sólo con el título puede faltar información sobre los elementos que se preguntan, siendo un método para facilitar una determinada consulta que se desee realizar.

La petición de búsqueda en el apartado de comunidades viajeras estará basada en el término clave *Ibiza*, acotando de esta forma nuestro propósito, aunque se debe resaltar una matización: ya que si se utilizan otros términos como *Eivissa*, *Ibisa* (sic) o *Ivisa* (sic), no se agregan nuevas entradas significativas para este estudio, dado que para el motor de búsqueda utilizado por la red social no serán fallos ortográficos relevantes. Se debe mencionar que no se ha utilizado la filtración de contenidos porque uno de los objetivos era no discriminar publicaciones por consejos o aquellas que no tuvieran respuesta.

Por otro lado, y relacionado con el tema recién expuesto, si se lleva a cabo una consulta de todas las publicaciones relacionadas con la palabra clave *Ibiza*, llega un determinado momento que el motor de búsqueda utilizado por el sitio web arroja una cantidad apreciable de publicaciones que nada tienen que ver con la isla de Ibiza, un hecho que puede generar confusión.

No obstante, destacar que una gran cantidad de resultados están asociados con publicaciones donde se incluyen términos relacionados con los hoteles *Ibis*, pertenecientes a la cadena hotelera *Accor* de Francia, con más de un millar de hoteles en 65 países, situados normalmente cerca de aeropuertos, estaciones de trenes y el centro de las ciudades, distinguidos por ofrecer tarifas accesibles. Por tanto, las publicaciones mencionan en algún lugar de su entrada un hotel *Ibis* y de este modo surgen una buena cantidad de resultados adicionales, donde el motor de búsqueda debe trabajar con la raíz *Ibi* y también la incluye dentro de una búsqueda vinculada con la palabra clave *Ibiza*, mencionada anteriormente.

Las propias publicaciones tienen un determinado tratamiento en las tablas de los anexos, ya que por un lado se ha querido respetar los nombres de usuario según aparecen en la cabecera, para de esta forma simbolizar una mayor fidelidad y los títulos de las publicaciones si están entrecomillados quiere decir que está expresando en una lengua diferente al español, teniendo el inglés y francés como principales idiomas alternativos utilizados, siendo la nacionalidad de los usuarios otro apartado relevante para este estudio.

La edad de los participantes tampoco será una característica sobre la que se realice un análisis, debido a que los perfiles de usuario creados para esta red social no incluyen de forma pública esta información, siendo un aspecto muy interesante de estudio que desafortunadamente en esta ocasión no se puede llevar a cabo.

Dentro de este apartado, por lo que respecta a la franja temporal, el marco de análisis estará ubicado entre el año 2019 y la actualidad<sup>3</sup>, ya que las publicaciones que presentan una mayor antigüedad tienen lugar desde el citado año. A su vez, se han realizado otras búsquedas en otras comunidades de España, relacionadas con otros términos como Madrid o Sevilla y también se obtiene que las búsquedas más antiguas datan de hace dos años.

Por esta razón, ese será el marco temporal, ya que la creación de este apartado en la web de *Booking* debió tener lugar alrededor del año 2019, aunque en relación con este punto no se dispone de una certeza absoluta, puesto que se han realizado búsquedas de información sobre la creación de estas comunidades viajeras, se ha navegado por las notas de prensa de la propia compañía y no ha sido posible encontrar de manera exacta cuando tuvo lugar la creación de este apartado en el portal.

Consecuentemente, existe la probabilidad que las comunidades viajeras como espacio de intercambio de experiencias e información puedan tener alrededor de dos años de vida. Sin embargo no se puede descartar la posibilidad que, transcurridos dos años, las publicaciones se vayan eliminando para no sobrecargar de información los servidores o sea un método de actuación utilizado por la propia *Booking* respecto a las comunidades viajeras, considerando que transcurrido un plazo superior a los dos años, las entradas dejan de tener relevancia y se procede a la eliminación de las publicaciones para, de esta manera, poder obtener una consulta más concreta y específica sobre el tema o destino sobre el cual se pretenda obtener un asesoramiento.

Para concluir, en lo que respecta a la franja temporal de las publicaciones, debido a una falta de exactitud en las entradas cuando estas tienen más de un año de antigüedad, el momento en el tiempo no será uno de los aspectos considerados como fundamental para el análisis que se realizará en este trabajo.

Con el objetivo de organizar y analizar de forma más precisa las peticiones de información y las entradas correspondientes a Ibiza, que posteriormente serán valoradas, para dar una visión más amplia o más concreta según corresponda, agrupando los contenidos según su importancia y resaltando determinados puntos que puedan ser de interés para el lector.

No obstante, se pueden avanzar los grupos más importantes y trascendentales: aquellos relacionados con la movilidad, el ocio, las restricciones por la pandemia y el alojamiento, así

como otros cuatro grupos secundarios de menor significación donde se han situado las entradas relacionadas con las playas, la gastronomía, el clima y un apartado general.

En este punto, si se analizan las publicaciones adjuntadas en el apartado de anexos, hay determinadas entradas que en la temática tienen una doble sección, pero para mantener una concordancia y facilitar el análisis, se ha decidido seleccionar la materia principal sobre la cual se pregunta o se pide consejo en la publicación.

Para finalizar, se llevará a cabo un breve análisis sobre un par de artículos que tratan la imagen que proyecta la isla de Ibiza, cuyo objetivo será establecer un marco comparativo con las entradas de los miembros pertenecientes a las comunidades viajeras en *Booking.com*, para de este modo poder observar las posibles concordancias y/o discrepancias y lograr así una serie de conclusiones respecto a la imagen turística de la isla de Ibiza.

## Análisis y resultados

Para comenzar debemos exponer que nuestro análisis se basará en un centenar de entradas en la red social *Booking.com*, ya que ese número han sido finalmente las aportaciones relevantes para este estudio.

Mediante el análisis de las publicaciones se puede observar una gran temática que agrupa una mayoría de las peticiones de información, siendo el alojamiento el principal tema de consulta que tiene lugar dentro de esta red social, ya que las entradas relacionadas con esta materia representan un total de 28 del centenar de entradas analizadas en este trabajo. Por tanto, se puede recalcar que casi un tercio de las publicaciones están relacionadas con el alojamiento.

En el siguiente escalón se podría situar un trío de temáticas que adquieren una relevancia casi exacta, siendo estos temas la movilidad, el ocio y las restricciones y/o reglas sanitarias relacionadas con la Covid-19, agrupando entre ellas un total de 52 entradas, es decir, más de la mitad de las publicaciones se agrupan dentro de estos apartados.

Un aspecto llamativo es la conexión que se produce entre Sevilla, Madrid y sobre todo Valencia y Barcelona con la isla de Ibiza, ya que un total de 16 publicaciones relacionan indirectamente una de las ciudades mencionadas anteriormente con Ibiza. Suelen ser viajes de una semana o más que tienen

como objetivo visitar una gran ciudad y dedicar parte de ese tiempo vacacional a visitar la isla de Ibiza.

Por tanto, un aspecto a considerar para el futuro es que Ibiza como destino turístico no sólo tiene éxito por sí mismo, si no que establecerse como un punto de interés cercano para visitar puede ser una jugada atractiva para recibir nuevos turistas, siendo un destino que ofrece una experiencia diferente a los grandes núcleos urbanos, donde se pueda disfrutar de un rato de sol y playa. Esta perspectiva puede basarse en fortalecer y remarcar la imagen tradicional de la isla, un destino turístico que tiene entre sus principales ventajas disfrutar de un clima caluroso en época estival donde las horas de sol se prolongan durante gran parte del día.

Mencionar brevemente, antes de continuar con un análisis más exhaustivo por apartados, que este trabajo no se podrá desligar del tiempo presente, por lo que hace referencia a la situación relacionada con la pandemia que lleva en las vidas de todos más de un año, ya que las publicaciones asociadas con la Covid-19 juegan un papel importante.

## Alojamiento

Respecto al alojamiento se puede observar que su importancia tiene una lógica dentro de la red social de estudio, ya que *Booking* es un agregador de tarifas de viajes y un metabuscador de viajes para reservas de alojamiento. Por tanto, en este aspecto cumple con la función fundamental de la red social.

Debemos recordar que *Booking* es considerada como una agencia de viajes online, con una relevancia notoria en el sector de los alquileres vacacionales y una gran base de usuarios que tienen la oportunidad de reservar alojamiento a través de esta agencia online, así como la posibilidad de participar como anfitrión dentro de este portal, teniendo el control sobre las tarifas y la disponibilidad del alojamiento que se oferte, quedándose *Booking* con una comisión por norma general del 15% (aunque esta última puede variar debido a la ubicación y el tipo de alojamiento). De esta manera, tanto la oferta como la demanda es más amplia y posibilita tener éxito en el objetivo que se marquen tanto los usuarios como los anfitriones<sup>4</sup>.

Tal y como se ha mencionado anteriormente, el alojamiento agrupa un total de 28 peticiones de información. En este apartado se pueden destacar varias características que se repiten a lo largo de

las publicaciones: la búsqueda de alojamientos que se encuadren dentro de un presupuesto medio congrega una suma de 16 peticiones de información, es decir, un 57,14% de las consultas desean obtener un alojamiento que se acomode a ese cálculo económico.

El siguiente apartado en el aspecto económico son las peticiones de información relacionadas con un presupuesto bajo, con un 28,57% del total de solicitudes. Los usuarios que buscan un alojamiento barato desean obtener una recomendación en la cual la comodidad sea el otro gran factor determinante para su elección. En otras palabras, se busca primar el confort por encima de otras circunstancias como pueden ser el régimen alimenticio u otros servicios complementarios disponibles para los clientes. Dentro de esta modalidad, se puede destacar una publicación que expresamente busca un alojamiento tipo hostel donde los precios sean adecuados para un mochilero, además de estar cercano a un sitio de fiesta, se supone que para experimentar la vida nocturna de la que hace gala la isla de Ibiza, sobre todo en época estival.

Para finalizar con el apartado económico, existe un caso único en el que aparece mencionado un presupuesto alto, con la particularidad que el usuario ya tiene una reserva realizada en el *Ushuaïa Ibiza Beach Hotel*, estando el motivo de su consulta relacionado con la posibilidad de ocupar más plazas de habitación de las que constan en el tipo de alojamiento pagado y también se pregunta por las experiencias previas.

Si se atiende a la oferta de alojamiento cuyo objetivo son las personas de alto poder adquisitivo se puede mencionar que las villas de Ibiza, cuyo precio de alquiler por semanas puede alcanzar los 6000€, tienen limitada su presencia a una entrada de un usuario cuya pregunta está relacionada con experiencias previas respecto al establecimiento *New! Villa Anur*. Una de las razones que pueden explicar esta excepcionalidad puede ser que los usuarios, cuyo objetivo es hacer uso de estas villas, utilizarán otros canales de información, incluyendo seguramente la comunicación directa con las empresas encargadas de estos alquileres. Seguramente así tendrán información de forma más fidedigna y exhaustiva. En teoría una de las ventajas de estos negocios es la alta atención que se proporciona a los posibles clientes.

Consecuentemente, se puede extraer del análisis de este apartado que los usuarios presentes en esta red social disponen por norma general de una capacidad económica media, mientras que la

búsqueda de alojamientos económicos y baratos es otro aspecto relevante para esta comunidad, siendo las reservas donde se deben gastar grandes cantidades económicas prácticamente inexistentes.

Por tanto, se puede concluir que el turismo denominado de lujo no utiliza las comunidades viajeras de *Booking*, ya que probablemente su método de reserva será otro, como las agencias de viajes o compañías privadas que arreglan multitud de aspectos relacionados con el viaje (desde la reserva de vehículos privados de alta gama, entradas para espectáculos en locales de ocio nocturno o la reserva en los mejores restaurantes que puedan ser del agrado del cliente). Tampoco se puede descartar la posibilidad que el turismo de alto poder adquisitivo no tenga tanta relevancia y muchas reservas hoteleras de las habitaciones más caras provengan de familias o grupos de personas que ahorran durante un largo tiempo para permitirse la comodidad y suntuosidad que lleva implícita esa selección.

Otro apartado relacionado con el alojamiento que tiene interés para este trabajo está relacionado con la cantidad de personas que realizan el viaje. Se puede observar a través de las publicaciones que existen 8 peticiones de información respecto a un alojamiento viajando en solitario, un 28,57% del total, mientras que el viaje en pareja aparece en otras 8 entradas, lo que conformaría otro 28,57%. En este apartado, el viaje en familia o grupo aparece relacionado con otras 8 publicaciones, es decir, de nuevo un 28,57% de peticiones de información.

Tras esta breve enumeración se puede observar que no destaca una modalidad de viaje por encima de otra, ya que viajar en solitario, en pareja, en familia o en grupo, reúne casi la mayoría de peticiones de información de forma parecida. Consecuentemente, la oferta hotelera presente en la isla de Ibiza debería tener en cuenta que no existe un mercado que sobresalga por encima de otro y quizá una especialización en un sector dedicado al alojamiento de personas adultas que viajan en solitario no puede alcanzar el éxito futuro esperado. Respecto a las relaciones de pareja, se puede considerar este segmento como interesante para promover establecimientos especializados. Estos clientes buscan la tranquilidad que puede dar el alejarse de los niños y conocer otras parejas de otras partes del mundo con las cuales intercambiar experiencias o vivencias.

Un punto que parece interesante subrayar (que no aparece mencionado en ninguna publicación de las consideradas para este trabajo) está

relacionado con las mascotas y su presencia en determinados hoteles que utilizan este servicio como una diferenciación para su oferta. En consecuencia, la tendencia cada vez más relevante de ofrecer alojamientos con servicios exclusivos para las mascotas de los posibles clientes no sería un factor a considerar como significativo para los usuarios de *Booking.com*.

Para finalizar con este apartado, parece interesante destacar la ausencia de los agroturismos. Los usuarios no realizan ninguna petición de información relacionada con esta modalidad de alojamiento, no suscita interés entre los miembros y no se refleja el éxito que han vivido en los últimos tiempos, ya que antes del impacto relacionado con la Covid-19, tanto el medio ambiente como la sostenibilidad eran un par de factores cada vez más importantes a la hora de realizar una elección para una mayor cantidad de personas concienciadas con la conservación del medio ambiente y con la sostenibilidad. Los agroturismos simbolizan un tipo de establecimiento que en apariencia cubre la aspiración y anhelo de estas personas, ya que son negocios que (al menos en teoría) ofrecen una variedad de actividades relacionada con el mundo agrario o rural, incluyendo la alimentación con productos de cosecha propia, prácticas de cocina artesanal o el contacto con el ganado. Otro objetivo de estos establecimientos es la preservación y mantenimiento del medio natural donde se ubican.

## **Movilidad**

En lo que se refiere a la movilidad se agrupan un total de 19 peticiones de información. Así, la movilidad adquiere una gran relevancia siendo un aspecto en el que Ibiza (sus instituciones públicas) tienen un amplio margen de mejora, ya que la gran mayoría de preguntas y consultas están relacionadas con cómo moverse por la isla y los medios de transporte disponibles.

Estas peticiones subrayan un detalle preocupante: la falta de un servicio público de transporte que cumpla con todos los requisitos considerados necesarios en la actualidad y cuya utilidad para moverse por la isla sea cumplimentada de forma exitosa. Este es un aspecto del que los habitantes de Ibiza tienen conocimiento por ser deficiente. Determinadas líneas de autobús sólo funcionan durante la temporada estival mientras que otras líneas, una vez acabada la temporada alta, reducen su frecuencia de manera notoria teniendo en algunos

casos un margen de una hora entre un servicio y el siguiente. Esto es algo totalmente impensable en las grandes ciudades, ya que en las líneas con mayor demanda sólo existe un margen de diferencia de unos pocos minutos entre servicios, algo que aparece reflejado en los comentarios de este trabajo. Una preocupación recurrente de los usuarios es la falta de un transporte desde el aeropuerto a los hoteles donde se alojan.

Considerando esta desventaja en la movilidad de la isla de Ibiza una posibilidad atractiva de mejora podría ser la implementación de una línea de ferrocarril que conecte los núcleos urbanos más importantes de la isla: Ibiza ciudad, Sant Antoni, Santa Eulària y Sant Josep.

Se crearía de este modo una movilidad más racional que llevaría aparejada una serie de ventajas: la posibilidad de prescindir de vehículo propio o la reducción de la contaminación tanto atmosférica como acústica. En Ibiza, durante la temporada estival, debido a la falta de un medio público de transporte eficiente, las casas de alquiler de coches y motocicletas tienen un éxito notable, llenando la isla de vehículos que contaminan aún más de lo normal, ya que las infraestructuras siguen sin estar adaptadas a la alta demanda que tiene lugar en esos meses, produciéndose atascos en las entradas y salidas de las ciudades, con el consiguiente deterioro ambiental que ello implica, así como la incomodidad que acarrea a los propios turistas quienes ven reducido el tiempo de ocio a su disposición. No es agradable gastar parte de ese tiempo de vacaciones en un atasco con el que se convive el resto del año en los lugares de origen de los turistas.

Para continuar con la movilidad, se puede destacar que los taxis no tienen casi relevancia en este estudio ya que, exceptuando un par de ejemplos donde se menciona si será posible desplazarse a un determinado lugar en ese medio de transporte, no aparecen menciones o preguntas relacionadas con posibles estafas o malas experiencias sufridas a través de los denominados *servicios pirata* de la oferta de taxi ilegales que presenta la isla sobre todo en época estival. Tampoco hay quejas sobre ofrecimientos de sustancias ilegales o elevados precios, no aparece ninguna mención relacionada con estas experiencias. Por tanto, se puede destacar que, dentro del espacio de esta red social, este punto que debe ser de preocupación para las autoridades políticas ibicencas no tiene su reflejo.

En relación a la oferta legal, tampoco se observan quejas relacionadas con las tarifas o las posibles

esperas para coger un taxi, acontecimiento que se puede observar cada verano a través de varios puntos de la isla: largas colas de espera para coger un taxi para trasladarse a otro punto.

Sin embargo, las compañías de alquiler de coches sí adquieren cierta relevancia dentro de las publicaciones. Por ejemplo una entrada trata de la compañía *Ok Rent a Car* y de como recibe una valoración muy negativa, argumentando un trato desagradable y deplorable, con un contrato que incluye cláusulas no explicadas que pueden elevar el precio y resultar en una experiencia negativa para el usuario. Justamente, para evitar esta mala práctica, aparece otra entrada en la que un usuario pregunta sobre una compañía responsable, seria y confiable, para poder alquilar un coche con el objetivo de recorrer la isla, es decir, se pretende obtener una recomendación con el fin de lograr una experiencia positiva y evitar sobresaltos como en el otro caso.

Relacionado con la movilidad, Formentera también tiene un lugar especial dentro de este estudio, ya que esta isla aparece relacionada con una suma de 6 entradas sobre 19, es decir, un 31,5% del total dentro del apartado referido a la movilidad. A través de las publicaciones asociadas con el transporte entre Ibiza y Formentera se puede destacar que el transporte desde una isla a otra es un motivo de pregunta y consulta por varios usuarios: bien sea para obtener una recomendación de una compañía de transporte concreta que merezca la consideración favorable de otros usuarios, para conocer el precio de los billetes, o bien dónde se pueden obtener estos billetes de la forma más sencilla y rápida.

Por consiguiente, un punto bastante importante en lo referente a la imagen de Ibiza está relacionado con la posibilidad de realizar excursiones a Formentera, siendo Ibiza un punto de conexión. Aspecto favorable para Ibiza ya que el turista debe pasar por la isla de forma obligada y también existe la posibilidad de plantear viajes donde la motivación principal para los turistas sea visitar tanto Formentera como Ibiza.

Para finalizar con esta temática también se puede mencionar que tienen lugar varias preguntas referidas al transporte aéreo o marítimo desde otros puntos de la Península Ibérica: se desea saber cuál es el medio de transporte más económico (barco o avión), más rápido o el más cómodo para llegar a Ibiza.

## **Covid-19**

Un apartado relevante en este trabajo, que no puede escapar a la actualidad como ya se ha mencionado, está relacionado con la influencia e impacto que ha provocado la enfermedad respiratoria conocida como Covid-19, cuyos primeros casos tuvieron lugar a finales del año 2019, pero cuya expansión a nivel mundial tuvo lugar a lo largo del año 2020, con un año 2021 en el que la enfermedad sigue haciéndose notar en las vidas de las personas. Respecto a este punto, se debe destacar que, debido a las diversas limitaciones de circulación y actuación, así como las diferentes normas de salud impuestas por las autoridades relacionadas con esta enfermedad (que han variado de forma notable dependiendo del gobierno y del país donde se ponga la lupa), las restricciones han sido otro gran grupo de peticiones de información, agrupando un total de 17.

Los usuarios de la red social acuden para conocer de primera mano, y por la experiencia de otros participantes, las restricciones que en ese momento están presentes en el destino turístico, en este caso Ibiza, ya que por diversos motivos ven más factible y presenta una mayor comodidad acudir a este espacio que buscar por la red las páginas de las instituciones de sanidad y/o gubernamentales donde se detallen las medidas sanitarias vigentes en ese momento. Unas disposiciones que pueden cambiar de forma constante según la situación epidemiológica, como hemos visto durante este año largo de pandemia, siendo el último ejemplo la finalización del estado de alarma el 10 de mayo del 2021. Determinadas comunidades autónomas tienen unas restricciones avaladas por los tribunales de las propias autonomías mientras que otras han visto como sus medidas han sido rechazadas, creándose una disparidad de criterios y restricciones a lo largo y ancho de un mismo país.

Se puede advertir que dentro de las preocupaciones de los usuarios, una pregunta recurrente está relacionada con todas aquellas restricciones referentes al acceso a las playas o la situación de las tiendas y los restaurantes, es decir, si estos establecimientos están abiertos y que horario de apertura presentan, ya que son un factor secundario a considerar para realizar un viaje. Una falta de oferta complementaria consistente puede ser una circunstancia que lleve aparejado el aplazamiento del viaje, hasta que la situación cambie y se relajen las limitaciones ligadas con la Covid-19.

En este apartado las pruebas diagnósticas

relacionadas con la detección de la enfermedad no agrupan un gran porcentaje de las peticiones de información (11,76%). Aún así tienen su espacio: se realizan dos preguntas relacionadas con las clínicas que realizan estos test o la gratuidad o pago de los mismos, es decir, la duda fundamental es la falta de información respecto a todo lo relacionado con estas pruebas.

## Ocio

Otro apartado de gran relevancia para este trabajo está relacionado con el entretenimiento y las actividades sociales que se pueden llevar a cabo en Ibiza, siendo una temática que agrupa 16 peticiones de información del centenar de entradas. Se trata de un contenido de especial alcance relacionado con la isla.

Si se analizan las publicaciones relacionadas con esta temática, se puede observar que las discotecas y clubes nocturnos ocupan un lugar nada relevante dentro de este segmento, ya que negocios como *Amnesia*, *Privilege*, *Es Paradís*, *Pachá* o *Lío Ibiza* no aparecen mencionados de forma directa. Este hecho puede deberse a diversos motivos, entre los cuales se puede mencionar la gran información respecto a estos establecimientos que existe en los lugares de origen de los turistas, debido a que los turoperadores incluyen dentro de su oferta como atractivo la visita a estos locales, así como las amplias promociones que llevan a cabo, proporcionando a los interesados una gran fuente de información. El turista, cuyo objetivo es acudir a las grandes fiestas realizadas en las discotecas de la isla, tiene un amplio margen para obtener información por diversas fuentes y no considera necesario acudir a la red social de *Booking* a solicitar referencias, ya que las poseen de antemano y reservan en función de sus intereses.

Sin embargo, sí que aparece mencionada alguna petición de información relacionada con alojamientos cercanos a zonas de ocio nocturno, pero de forma general y buscando una recomendación para hospedarse, vinculada seguramente con los altos precios que presentan locales como *Ushuaia Ibiza Beach Hotel* o *Hard Rock Hotel Ibiza*. Estos son establecimientos con fiestas propias dentro de sus instalaciones y uno de los motivos que propicia un precio alto para poder reservar habitación en ellos.

En contraste, se puede destacar una entrada en concreto en la cual se busca justamente lo contrario: un establecimiento para una pareja cuya aspiración es disfrutar de una estancia rodeada de

tranquilidad y sosiego, alejada de los lugares de ocio nocturno que llevan aparejado de forma irremediable un ruido ambiental y lumínico.

Tampoco aparecen publicaciones relacionadas con etiqueta en el vestir, es decir, en una amplia mayoría de establecimientos relacionados con el ocio en Ibiza no se exige un código de etiqueta determinado, con la libertad de elección que ello conlleva, una particularidad que puede ser un factor favorable para Ibiza como destino turístico.

Respecto al sector del ocio nocturno, una entrada destaca en este apartado: una pareja requiere información sobre sitios *lujosos y extravagantes*, y de esta manera se puede presuponer que disponen de un presupuesto económico alto para gastar en actividades relacionadas con el ocio, acudiendo a esta red social para buscar consejo. Se ha considerado recalcar esta entrada ya que es la única mención disponible dentro de todas las publicaciones objeto de estudio que destaca por querer obtener una recomendación basada en un alto dispendio económico que a su vez lleve aparejado una sensación de extravagancia para, de ese modo, poder considerarse privilegiados y presumir de los lujos consumidos a través de otras redes sociales como *Instagram* o *Facebook*, en las que la imagen juega un papel fundamental.

En relación a otro apartado relacionado con el ocio, se puede observar que las actividades culturales no tienen casi relevancia en este estudio, ya que exceptuando un caso en que se hace una pregunta directa y concreta a posibles visitas relacionadas con bienes culturales, (incluyendo la opción de visitar museos o sitios vinculados con la arqueología), el resto de las consultas están conectadas con otras actividades. Por tanto, se puede inferir que el atractivo cultural de la isla de Ibiza para los usuarios de *Booking.com* no tiene especial importancia.

Es posible destacar que tampoco tienen lugar dentro de esta red social preguntas o recomendaciones relacionadas con posibles visitas guiadas por el casco antiguo de la ciudad de Ibiza. De manera que se puede deducir que no existe una demanda de profesionales relacionados con visitas guiadas a diversas zonas concretas de la isla.

Las excursiones de un día, una actividad recomendable para visitar lugares de interés de Ibiza, tampoco aparece como una demanda habitual en las publicaciones analizadas en este trabajo, consecuentemente, es otra actividad que no aparece relacionada con la imagen que proyecta la isla al exterior.

Sin embargo tenemos un usuario (que se

sobreentiende es un residente de Ibiza), cuyo objetivo es realzar las bondades de la isla alejadas del ocio nocturno relacionado con los grandes locales de fiestas multitudinarias. Ese turismo de alto poder adquisitivo que visita locales con reservados que requieren gastar una cantidad relevante de dinero. Por contra, en este caso se quiere resaltar la conveniencia de visitar el Museo Arqueológico de Ibiza o realizar una visita teatralizada por la zona antigua de la ciudad amurallada, así como recorrer la isla y visitar alguno de los múltiples restaurantes de gran calidad que tienen cabida en ella, sin olvidarse que todas esas actividades se podrían realizar con los más pequeños.

Otro punto a destacar es que dentro del análisis realizado no se encuentran publicaciones relacionadas con actividades marítimas, como excursiones en barco para ver *Es Vedrà* u otras preguntas relacionadas con el alquiler de embarcaciones marítimas para disfrutar de unos días navegando por las aguas de las Pitiusas. Por esta razón, esas actividades complementarias relacionadas con los deportes o actividades acuáticas que se pueden encontrar en multitud de playas de la isla de Ibiza (en las que podemos incluir los *Jet ski*, las excursiones en Kayak o actividades subacuáticas), tampoco son un punto básico para los usuarios de esta red social. Se puede pensar que son actividades que una vez en el destino sí pueden atraer la atención de las personas para disfrutar de actividades novedosas y sorprendentes, pero que antes de realizar el viaje no motivan las preguntas y dudas de los potenciales turistas.

La única excepción está relacionada con una tradición que tiene su importancia en el sector turístico de la isla: el negocio de los *Party Boats*. En una entrada se pregunta por la posibilidad de acudir y escoger entre dos fiestas (*party*) diferentes, pidiendo la opinión del resto de usuarios para tomar una decisión y de esa manera obtener la mejor experiencia posible.

Por último, relacionada con actividades sociales, se puede destacar una entrada por su carácter especial, en la cual los mercadillos de Ibiza hacen acto de presencia. Una actividad que tiene bastante éxito pero que sólo suscita la curiosidad de una usuaria dentro de esta red social. Por tanto, se puede extraer de esta peculiaridad que las actividades relacionadas con los mercadillos de *Las Dalias* o el *Hippy Market* no son un factor determinante para la elección de Ibiza como destino turístico o un elemento diferenciador

relacionado con su imagen. Más bien son una actividad suplementaria que debe resultar especial para los visitantes una vez que ya están en la isla, disfrutando de otros recursos como las playas. Sería interesante llevar a cabo una mayor utilización de los mercadillos como un aspecto positivo incluido en la imagen proyectada de Ibiza.

## Playas

Las publicaciones relacionadas con las playas o calas de Ibiza reúnen un total de 7 consultas. Por esta razón, para los usuarios que hacen uso de esta red social, las cuestiones relacionadas con las playas de la isla no tienen una especial relevancia. Este hecho puede explicarse atendiendo a varias razones: que el turismo de sol y playa ha sido un punto esencial para la industria turística de Ibiza prácticamente desde el momento en que se popularizó y facilitó la movilidad, tanto aérea como marítima, teniendo un gran éxito y siendo mundialmente conocida.

Si se tiene en cuenta esto, se puede deducir que existe un amplio conocimiento sobre las bondades de las playas de Ibiza y que las personas que hacen uso de esta red social no tienen una especial curiosidad relacionada con este punto. Aunque si podemos destacar que la posibilidad de descubrir nuevas playas o calas que todavía permanezcan alejadas del foco de la fama son motivo de interés para algunos usuarios. Es decir, les motiva encontrar lugares especiales y recónditos que no tengan una aglomeración excesiva de turistas.

la existencia de estas playas puede servir como atractivo para la imagen de Ibiza, pero lleva implícita en sí misma una contradicción, ya que si se utilizan para la promoción imágenes de espacios más recónditos, más gente tendrá conocimiento de estos lugares y de esa manera podrían acabar siendo unos sitios con una mayor afluencia de visitantes, perdiendo ese encanto implícito que lleva aparejado ser zonas sin tanto tráfico de personas y embarcaciones marítimas.

Las playas juegan un papel relevante en la elección de un establecimiento para hospedarse, ya que existen varias entradas en las que se busca una recomendación expresa de alojamiento que disponga de una playa cercana para poder disfrutar de ella sin perder el tiempo en desplazamientos por la isla. Dicho de otra forma, se busca comodidad, accesibilidad y calidad para tomar una decisión.

Un usuario de esta red social quiere conocer cuáles son las mejores playas nudistas en la isla para realizar una visita con su esposa. Así pues,

este *post* sería una pequeña muestra del nudismo que en Ibiza tiene su pequeño rincón de presencia, con sitios como Es Cavallet en el municipio de Sant Josep o Aigües Blanques en Santa Eulària.

Es destacable también que no existen menciones a problemas relacionados con la seguridad en las playas: ni por robos de pertenencias personales ni por situaciones incómodas y desagradables relacionadas con los vendedores ambulantes que circulan por las playas más concurridas de la isla. De tal forma que, en nuestro análisis, vemos que los usuarios de esta red social no han tenido experiencias negativas asociadas a estos aspectos, aunque también existe la posibilidad que no se haya querido compartir esa potencial vivencia negativa.

Para finalizar con este tema, se puede mencionar que los usuarios y las publicaciones estudiadas en este trabajo tampoco presentan dudas sobre la calidad de las playas de la isla o del agua del mar, incluyendo su temperatura y color. Consecuentemente se podría deducir que existe un conocimiento amplio y extendido sobre las cualidades favorables en lo que respecta a la calidad de la arena que presentan las orillas de nuestras playas, o sobre color de las aguas que se puede observar en lugares como Cala Xarraca o la Cala de Sant Vicent.

Eso sí, se puede destacar una publicación que tiene conexión con el apartado de la movilidad: la accesibilidad a las playas aparece mencionada y debería ser tenida en cuenta, ya que facilitar la llegada a las playas puede ser un factor a destacar para la promoción de la isla.

## Gastronomía

La gastronomía también tiene su lugar en esta red social, ya que una serie de usuarios preguntan sobre la calidad y los sitios que pueden visitar para disfrutar de nuestra gastronomía, aunque se debe resaltar que son un grupo pequeño, ya que sólo tenemos 4 referencias dentro de las entradas analizadas. Se puede observar que la gastronomía no es un elemento diferenciador en la oferta disponible de Ibiza para los usuarios que hacen uso de las comunidades viajeras, ya que es un área temática que no tiene especial relevancia ni presenta una alta demanda en este espacio. Las razones de este hecho se exponen a continuación.

De un lado, puede deberse a que la gastronomía española, altamente relacionada con la dieta mediterránea, ya es conocida internacionalmente, motivo por el cual los turistas que visiten Ibiza ya

saben con antelación que van a poder disfrutar de las recetas típicas de nuestra gastronomía. En virtud de esta notoriedad se puede percibir que la gastronomía no es una motivación que provoca una especial preocupación, ni es objeto de duda dentro del espacio analizado en este trabajo, siendo una actividad complementaria cuya calidad está prácticamente asegurada.

De otro lado, se puede argumentar que las promociones relacionadas con Ibiza no han hecho hincapié a lo largo de los últimos tiempos en las posibilidades de disfrutar de los diversos manjares que presentan las recetas típicas presentes en la isla, incluyendo el *Bullit de Peix* y el *Sofrit Pagès* y platos típicos como la *Greixonera* o el *Flaó* en cuanto a los postres. Por consiguiente, se puede argumentar una falta de conocimiento que sirva como motivación e incentivo para los turistas, una materia de deseo que los impulse a visitar este espacio destacable dentro de las cualidades de Ibiza para disfrutar con la comida, uno de los mayores placeres que existen.

### **Climatología**

Existe un par de casos especiales a lo largo de este trabajo, relacionados con el clima de la isla. Se trata de la situación climática que puede presentar Ibiza en el puente de diciembre, buscando información sobre si es una época en la que hace buen tiempo y una temperatura agradable. Diciembre es el mes de comienzo del invierno y para la usuaria pueden existir dudas sobre la temperatura y las posibilidades de precipitaciones que presenta la isla en esta época, solicitando de este modo que otros usuarios compartan su experiencia con ella.

En la otra publicación se quiere conocer la temperatura que tendrá el agua en el mes de octubre y si será agradable para el baño, ya que pueden existir dudas razonables sobre si en esa época el agua del mar ya comienza a tener una temperatura menor, pudiendo ser un motivo de incomodidad para esta usuaria o, al contrario, ser un aspecto positivo debido a que no le resulta agradable la alta temperatura que alcanza el mar Mediterráneo en la época estival.

### **General**

Dentro de un apartado que se ha denominado general se pueden agrupar siete peticiones de información. La mayoría de estas entradas están conectadas con unas preguntas generales (no

relacionadas con aspectos concretos asociados a la isla de Ibiza). Se expone la creación de los llamados *corredores seguros* que tuvo lugar en las Islas Baleares y Canarias durante el verano de 2020, o una publicación relacionada con el primer sitio a visitar tras el confinamiento que tuvo lugar entre los meses de marzo y junio del año 2020, siendo Ibiza la opción escogida por uno de los participantes en dicha publicación, ya que las Islas Baleares son un lugar digno de visitar por su belleza.

En este apartado se puede resaltar una publicación concreta que representa en buena medida el objetivo de esta red social: una usuaria de Nueva Zelanda, es decir un sitio bastante remoto en relación con Ibiza, quiere conocer la experiencia y los consejos de otros usuarios, ya que pregunta de manera general sobre los trucos, consejos y cosas que se deben saber sobre la isla.

### **Nacionalidad**

Respecto a las nacionalidades, un factor importante para este trabajo ya que es un punto que se proporciona tanto en el perfil del usuario como en la publicación, se considera relevante remarcar varias cuestiones que se verán a continuación.

La comunidad viajera está ubicada en España y una amplia mayoría de usuarios son o se identifican con la nacionalidad española. Debido a lo cual se puede observar que dentro de este país existe una demanda importante de información sobre la isla. Podemos apuntar que el mercado turístico interior congrega un cuarto del total de peticiones de información, siendo una comunidad bastante activa.

El siguiente gran grupo está relacionado con usuarios de nacionalidad británica. Se cumplen en este punto los pronósticos repetidos cada año y que se pueden consultar en el *Institut d'Estadística de les Illes Balears*: el grupo más importante de turistas que recibe Ibiza del extranjero es del Reino Unido, el gran mercado emisor de turistas que visitan nuestro país (en total un 16% de peticiones de información).

Sin embargo, en el lado opuesto de la balanza tenemos que los usuarios de nacionalidad alemana sólo presentan un par de demandas de información. Por tanto, el otro gran mercado emisor de turistas hacia las Islas Baleares tiene una presencia mínima dentro de esta red social, hecho que puede venir motivado por diferentes razones, entre las cuales se puede incluir la preferencia por

otra red social de búsqueda de alojamientos en Alemania, un mayor conocimiento previo de los usuarios alemanes respecto a lo que pueden encontrar en Ibiza o la preferencia por la isla de Mallorca.

Francia e Italia, otros países europeos que tienen una gran presencia en el ámbito turístico tanto de España como de Ibiza, tampoco tienen una presencia muy relevante en esta red social, ya que de usuarios franceses tenemos cuatro peticiones de información y respecto a usuarios italianos sólo tenemos tres peticiones de información.

Respecto al apartado de las sorpresas, llaman la atención a lo largo de las publicaciones siete peticiones de información de usuarios indios, lo que representa un nada despreciable 7% del total de entradas. Este hecho puede explicarse por diferentes razones: un mayor interés por Ibiza resultado de una campaña de marketing que ha podido ser efectiva para los usuarios de la India.

Estados Unidos también tiene su lugar ya que agrupa un total de cuatro peticiones de información. Se podría deducir que existe un cierto interés en el continente norteamericano por visitar la isla de Ibiza, pudiendo ser en el futuro más cercano una zona donde emprender campañas de promoción y mercadotecnia más agresivas, ofreciendo una alternativa a la zona turística del Caribe y la costa de México.

Otro gran grupo corresponde a usuarios de nacionalidad argentina, muy activos en esta red social, ya que tenemos 12 peticiones de información respecto a la isla de Ibiza, siendo el tercer gran grupo dentro de esta comunidad tras los españoles y los británicos. Respecto a este punto, si se analizan las entradas, se puede apostar que la gran mayoría son residentes en España que habitan en diferentes puntos de la geografía española y cuyo interés por visitar Ibiza es alto.

Para finalizar con el apartado de las nacionalidades, tenemos un grupo amplio y variado de diversas nacionalidades entre las cuales se puede enumerar con dos publicaciones a usuarios pertenecientes a Austria, Suiza, Egipto y Canadá, mientras que los países representados con una petición de información son los siguientes: Nueva Zelanda, México, Sudáfrica, Israel, Brasil, Chile, Venezuela, Mozambique, Portugal, Gibraltar, Colombia, Bosnia, Camerún, Ecuador, Uruguay, Albania e Irlanda.

En relación a una serie de ausencias significativas relacionadas con las nacionalidades de los usuarios, se debe destacar la falta de usuarios del continente asiático, exceptuando el

caso mencionado anteriormente de la India. No aparecen usuarios de Indonesia, Tailandia, Singapur, Japón o China. Respecto a Japón una explicación puede darse a partir de la diferencia de idioma. Seguramente los usuarios usarán una red social propia que tenga relevancia en Japón en la que compartir experiencias y opiniones respecto a los viajes en su propia lengua. Parece ser que los usuarios japoneses, en general, no tienen un conocimiento suficiente de la lengua inglesa como para participar en foros internacionales.

Si nos fijamos en China, un país que juega un papel cada vez más importante para una cantidad muy variada de Industrias (cine, videojuegos o el comercio en general), debemos tener en cuenta que tienen un régimen político basado en las directrices del Partido Comunista, con un control muy férreo de Internet. Allí *Google* y *Microsoft* deben adaptar sus programas y sus políticas comerciales a los mandatos establecidos por el sistema gubernamental. Debido a estos factores, China cuenta con unas redes sociales propias como *WeChat*, *Sina Weibo* o *Baidu*, siendo este último el motor de búsqueda más utilizado en aquel país. Por estas razones los usuarios de esta nacionalidad tendrán sus espacios propios para compartir todo lo relacionado con los viajes, pero es un hecho relevante que se ha considerado incluir en este trabajo porque en los últimos años el gran objetivo de todas las empresas es atraer la atención de los consumidores presentes en el mercado Chino.

Otra ausencia significativa está relacionada con los usuarios de los países nórdicos europeos (Noruega, Suecia, Finlandia o Islandia). Aquí la barrera del idioma es poco significativa ya que los ciudadanos de estos países tienen una formación académica muy sólida en inglés. Quizá deberíamos pensar que, en el momento actual, Ibiza como destino turístico no tiene un interés especial para ellos.

Para finalizar, también parece relevante la ausencia de usuarios pertenecientes a la Federación Rusa, ya que tampoco tiene presencia en las publicaciones ninguna persona que se identifique con esta nacionalidad. En este caso la lengua sí que puede ser una barrera para este espacio, empezando por la diferencias en los alfabetos, para terminar con la competencia promovida por otros destinos turísticos de Europa.

## **Respuestas a las publicaciones**

Respecto al apartado de las respuestas tenemos que los integrantes de la red social que se analiza

en este trabajo presentan una adecuación de la respuesta bastante alta, ya que, de 62 interacciones o respuestas, tenemos que 46 de esos intercambios, un 74,19% se adecua a la pregunta y proporciona una respuesta satisfactoria. En consecuencia, se puede precisar que este apartado ideado para el intercambio de experiencias y suministrar una ayuda extra dentro de la red social de las comunidades viajeras cumple con su objetivo. En general se da una respuesta adecuada a las peticiones de los usuarios que tienen una serie de preguntas y dudas.

Por otro lado tenemos que un total de 16 interacciones, del total de 62, no responden de forma adecuada a la demanda de información. Representaría un 25,81% de falta de exactitud.

Las interacciones de información también destacan por presentar una respuesta rápida, ya que se responde en la inmensa mayoría en la misma franja temporal que se realiza la pregunta y de este modo se facilita el intercambio. No se produce un retraso en la comunicación, aspecto muy relevante cuando se trata de evitar tomar decisiones inadecuadas.

Un gran problema es la falta de respuesta a las peticiones de información debido a que, del centenar de publicaciones analizadas en este trabajo, un 53% no obtienen ninguna respuesta. Más de la mitad de entradas no reciben ningún tipo de contestación. Por consiguiente, se podría decir que esta red social exhibe una falta de interacción y respuesta preocupante, ya que en un amplio margen de las peticiones de información analizadas no se obtiene ninguna respuesta, creándose una situación no recomendable para la plataforma online, ya que el usuario que no recibe contestación a sus dudas optará por utilizar otras vías alternativas de información que le sean útiles. Además existe la posibilidad que no acuda más a esta red social, produciéndose una pérdida constante de integrantes, lo que implica una interacción menos provechosa y cuantiosa, ya que al no acudir a este lugar a compartir sus experiencias y opiniones se pierde un conocimiento que podría ser de utilidad en el futuro para otra persona.

Siguiendo el informe que publicó el Foro Económico Mundial (Uppink ; Maskim 2019), un aspecto que parece relevante destacar es que tanto la seguridad, como la salud y la higiene no aparecen mencionadas en las peticiones de información. Por tanto, y siguiendo la puntuación otorgada por este organismo, se puede deducir que Ibiza se considera un sitio seguro y saludable, ya que no tenemos

entradas preguntando por posibles medidas de seguridad a adoptar al realizar el viaje, o por la falta de atención médica debido a una posible ausencia de instalaciones, o un medio ambiente poco salubre.

Este informe también aporta como claves para el atractivo de un destino turístico los recursos tanto naturales como culturales, pudiéndose destacar un punto positivo y otro negativo en relación a este apartado. Como aspecto positivo, tenemos que Ibiza como destino turístico tiene unos recursos naturales muy notables: playas o calas, así como un patrimonio cultural excepcional, ya que la parte antigua de la ciudad, incluyendo sus murallas, así como el museo arqueológico (con una colección fenicio-púnica única en el mundo), son algunos de los elementos declarados Patrimonio de la Humanidad.

En la parte negativa, el gran anhelo (tanto de instituciones públicas como de empresas privadas) de conseguir una *desestacionalización* de la oferta turística, sigue siendo una utopía ya que no se invierten los suficientes recursos para cambiar esta tendencia, además de ser un cometido que debe llevar aparejada una implicación a largo plazo. Es decir, no se puede empezar un nuevo curso de promoción turística, intentando atraer a un turista con un mayor poder de gasto (interesado por el patrimonio cultural presente en Ibiza) y luego abandonar este objetivo tras un par de temporadas porque no se ha alcanzado la meta establecida a corto plazo. Estos son cambios profundos que requieren tiempo y una planificación muy consistente y consciente de lo que se pretende cambiar y promocionar.

## Diferencias y similitudes con otras propuestas

En lo que respecta a este apartado, en primer lugar se tendrá como referencia y se establecerá un marco comparativo entre los resultados obtenidos en este trabajo y el artículo de Tomillero y Ramón (2020), un escrito cuyo objetivo es describir la promoción turística y la imagen que se pretende publicitar por parte de las instituciones tanto públicas como privadas en relación a la isla de Ibiza.

Se debe tener en consideración que la promoción institucional de la marca *Ibiza* se ha apoyado en un Plan Estratégico de Marketing, una herramienta que se puede considerar crucial para la gestión de

un destino turístico, ya que mediante este instrumento se tiene una base estructural que determinará las acciones que se llevarán a cabo para alcanzar el objetivo deseado, entre las cuales se puede incluir la pretensión de crear una identidad de producto y destino, diferente y reconocida.

Atendiendo a una serie de puntos claves para la estrategia de marca según el *Consell d'Eivissa* (institución pública encargada actualmente de realizar la promoción turística relacionada con la isla), un primer objetivo es atraer la atención de un estrato social con mayor poder adquisitivo, un grupo más selecto y con mayor capacidad de dispendio económico. Se considera que el público joven hoy en día ya conoce Ibiza y todas sus ventajas, sin necesidad de realizar grandes campañas de publicidad hacia este colectivo. Además, otra ventaja relacionada con el cambio a un nuevo grupo diana de personas está conectado, a su vez, con un perfil más distinguido para el cual la cultura, la gastronomía y el deporte sean sus actividades predilectas.

En este caso si se acude al apartado relacionado con el alojamiento, un factor que puede ser de utilidad como indicador de la capacidad económica de los interesados por acudir a la isla de Ibiza, resulta que la inmensa mayoría de miembros presentes en la red social de *booking.com* buscan un alojamiento que se encuadre dentro un presupuesto medio o bajo. Por tanto, se podría deducir que los usuarios presentes en las comunidades viajeras no reflejan por el momento ese cambio que se pretende realizar hacia un público con un mayor poder adquisitivo.

Si se examinan los apartados estudiados a través de este trabajo y se analiza la imagen proyectada de Ibiza dentro de la red social de *Booking*, ese cambio de objetivo no está teniendo, se podría decir, ningún éxito, ya que las actividades deportivas brillan por su ausencia, al no aparecer mencionadas en ninguna publicación, mientras que la gastronomía sí tiene su hueco, pero en una cuantía exigua comparada con otras temáticas como la movilidad o actividades sociales relacionadas con las zonas de fiesta. Por lo que respecta a las actividades culturales, se debe recordar que estas últimas sólo suscitan el interés de un usuario dentro del centenar de entradas analizadas y, en consecuencia, se puede inferir que ese cambio que se pretende realizar respecto a la imagen que proyecta Ibiza y sus cualidades, de momento, no está teniendo prácticamente trascendencia, teniendo que acudir incluso un

residente de la propia isla a intentar resaltar las posibles actividades culturales que se pueden realizar en Ibiza.

Si se atiende a la estrategia ideada por la Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares, consistente en la creación de *Nuevos Segmentos Estratégicos de Turismo*, cuya meta es desarrollar siete grandes sectores relacionados con los deportes, gastronomía, cultura, ecoturismo, turismo activo, lujo y MICE (acrónimo del inglés *Meetings, Incentives, Conventions and Events*, turismo relacionado con los viajes por negocios o asistencia a convenciones) con el propósito final de incentivar la visita de turistas interesados por estas temáticas en la temporada baja.

En relación con esta nueva estrategia se puede advertir que, momentáneamente, la imagen proyectada de la isla de Ibiza dentro de las comunidades viajeras de *Booking.com*, en lo que respecta a esos siete grandes sectores, no tienen una presencia destacada: los deportes, el ecoturismo o el MICE no tienen ninguna presencia, mientras que la gastronomía o en especial la cultura tienen un espacio muy reducido.

No se debe olvidar que la gran aspiración de estas campañas de promoción, llevadas a cabo por las instituciones y las grandes empresas privadas, tiene como objetivo primario y final alargar la temporada alta de actividad turística y conseguir la tan ansiada *desestacionalización* del destino turístico, un cometido que de momento se resiste a estos movimientos realizados por los diferentes organismos.

Para finalizar con este artículo, si se acude al apartado analizado relacionado con la promoción online, se puede observar como una de las múltiples estrategias adoptadas está relacionada con la presentación de Ibiza como destino Patrimonio de la Humanidad, ideal para hacer deportes al aire libre y con una colección de artistas cuyas obras se pueden estimar en diversas galerías de arte y museos, con el propósito de atraer la atención de nuevos visitantes, volviendo en este punto a una diferencia significativa con las publicaciones analizadas a lo largo de este trabajo, ya que no se hace ninguna referencia a la isla como un punto diferenciador dentro de la iniciativa llevada a cabo por la Unesco desde el año 1972, donde ciertas zonas del planeta se considera que poseen un *valor universal excepcional*, ya que esta característica tan atractiva que tiene la isla no es la razón de ninguna consulta para informarse, o a su vez la total ausencia de preguntas relacionadas con un artista en concreto y dónde visitar su

exposición.

Si se hace referencia al propósito de las instituciones públicas, los cinco grandes mercados emisores que serán objetivo de las campañas de promoción y las estrategias analizadas brevemente en este apartado, se tiene que Bélgica, Países Bajos, Reino Unido, Alemania y Barcelona son los cinco segmentos que agrupan una mayor atención. En este punto, se pueden advertir diferencias y similitudes con lo analizado en este trabajo porque mientras Reino Unido sí tiene una fuerte presencia dentro de los usuarios participantes y Barcelona aparece relacionada con Ibiza como destino turístico para determinadas publicaciones, del país germánico sólo constan dos participaciones del centenar analizado, mientras que Bélgica y Países Bajos no tienen presencia dentro de las entradas revisadas, lo que supone una ausencia significativa si se tiene en cuenta que son dos mercados diana centrales para la promoción de Ibiza como destino turístico, apareciendo brevemente dentro de las respuestas a las entradas un par de usuarios procedentes de estos países.

El otro artículo utilizado en este trabajo, que servirá para ver las diferencias y similitudes, será el realizado por Berrozpe ; Campo y Yagüe (2017). Según el análisis realizado por estos autores, Ibiza como destino turístico proyecta y tiene un alcance mundial debido sobre todo a la vida nocturna relacionada en gran medida con las grandes discotecas, grandes locales donde la música electrónica está a la vanguardia cada temporada estival, aunque los diversos espacios festivos presentes a lo largo de la isla (incluyendo los *Beach clubs* donde disfrutar de un rato de libertad, distracción, entretenimiento y relajación en las vacaciones rodeado de amigos), también poseen una relevancia significativa para la imagen que proyecta Ibiza.

Las playas y calas de la isla también son ampliamente reconocidas y ligadas a la imagen de Ibiza, siendo otro factor determinante para el éxito de la isla como destino turístico. Tal y como se ha mencionado anteriormente en este trabajo, a través de las publicaciones estudiadas las playas y calas no son una de las cuatro grandes temáticas presentes y dentro del sector del ocio, las discotecas no tienen prácticamente presencia, acontecimientos que se pueden relacionar con la proyección de la imagen de la isla al exterior, ya que al ser dos puntos fundamentales dentro de la concepción de Ibiza, los usuarios presentes en la red social de estudio tienen un mayor conocimiento previo o un acceso más fácil y cómodo a cuestiones

relacionadas con estos apartados, mientras que otras cuestiones referidas a la movilidad o este caso en especial, la Covid-19, sí suscitan más interrogantes para los posibles visitantes.

No obstante una similitud muy significativa entre el último artículo mencionado y nuestro análisis está conectada con la ausencia de relación entre la imagen proyectada de Ibiza y su patrimonio cultural.

Entre el patrimonio cultural de Ibiza se pueden mencionar otras características tales como la gastronomía o la identidad histórica relacionada con el mundo mediterráneo: cuestiones que escapan al reconocimiento de los participantes en el mencionado artículo, siendo esta particularidad otro punto de similitud con la imagen estudiada a través de las comunidades viajeras de *Booking* ya que, tal y como se ha visto, sólo aparecen un par de menciones a visitar restaurantes para disfrutar de una receta típica de la cocina mediterránea.

Sin embargo, un factor que sí es relevante está asociado a los mercadillos y toda la cultura hippie relacionada con estos lugares, una vinculación que se ha mantenido a lo largo de décadas, desde que en los años sesenta y setenta Ibiza se transformara en un referente a nivel global de este movimiento y se convirtiera en un lugar de encuentro y símbolo de esa corriente. En relación con este trabajo observamos que los mercadillos de la isla destacan por ser una excepcionalidad dentro de las entradas analizadas, ya que sólo se tiene una pregunta sobre ellos y viene de una usuaria con nacionalidad española, por tanto, queda un poco en el aire si ese interés y relación con la imagen de Ibiza es algo más simbólico que efectivo.

Para finalizar con el breve análisis del mencionado artículo, por lo que respecta a sus diferencias y similitudes con este trabajo, se menciona un apartado que se ha destacado también anteriormente, relacionado con la seguridad de la isla. Los participantes consideran que las actividades que se pueden llevar a la práctica en Ibiza, sobre todo en relación con el ocio, no entrañan un riesgo para la seguridad personal (violencia o atracos). En consecuencia, se puede desprender a través de esta singularidad que Ibiza se concibe en un principio como un destino turístico seguro, permitiendo a los turistas que visitan la isla disfrutar de una experiencia divertida y placentera que queda en su recuerdo.

## Conclusiones

A través de las aportaciones por parte de los usuarios que conforman las comunidades viajeras en el portal web *Booking.com* y su red social, se ha podido realizar un análisis sobre la imagen que proyecta Ibiza y extraer una serie de aspectos para dibujar un marco de referencia más claro.

Tal y como se ha podido examinar a lo largo de este estudio se pueden extraer una serie de puntos esenciales que conforman la imagen de la isla. El alojamiento es un factor primordial para los usuarios que acuden a este espacio virtual, con el objetivo de obtener una recomendación a través de las experiencias y opiniones de otros integrantes. La búsqueda de un hospedaje, que se ajuste a unos presupuestos económicos medios y bajos, agrupa la inmensa mayoría de las indagaciones, ya sea viajando en familia, con un grupo de amigos, en pareja o en solitario.

Ibiza, en relación a este último aspecto, presenta una clara ventaja ya que la imagen proyectada alcanza a todo tipo de estructuras familiares, siendo un destino acogedor para todo tipo de personas y que dispone de una amplia variedad de alojamientos que se adaptan bien a las necesidades de los turistas. Sin embargo se puede resaltar que la última tendencia, basada cada vez de forma más clara en el sector relacionado con el lujo, puede reducir los mercados y acarrear una caída de la demanda cuyas consecuencias en el futuro pueden ser notorias.

A continuación, la movilidad es un factor determinante para las dudas e inquietudes de las personas que acuden a esta red social, ya que la isla presenta una serie de problemas estructurales relacionados con el transporte, tanto de carácter público como privado, persistentes a lo largo de las últimas décadas y cuya mejora, tanto en lo referido a las propias infraestructuras, como al servicio o la comunicación, debe ser un punto de alto interés si se pretende mejorar la imagen turística de Ibiza proyectada al exterior. Los posibles turistas que deseen visitar los diferentes lugares de la isla deberían tener a su disposición de una forma más clara y sencilla los medios disponibles a su alcance, así como la necesaria mejora en los propios servicios, incluyendo una mayor frecuencia y quizá una serie de tarifas más económicas.

La crisis sanitaria relacionada con el Covid-19 supone un punto crucial dentro de este trabajo ya que no se escapa a la actualidad. La búsqueda de información sobre esta enfermedad marca el momento actual (mayo 2021). Debido a ello las publicaciones de los usuarios relacionadas con las restricciones impuestas, así como las medidas

sanitarias vigentes en el momento de la consulta, han sido un punto muy importante en este trabajo. Una crisis sanitaria que quizá siga presente en estudios futuros relacionados o quede, finalmente, como un acontecimiento transitorio de un margen temporal de dos o tres años para posteriormente dejar de tener relevancia.

Indudablemente el ocio y todas las actividades relacionadas con esta temática juegan un papel esencial en la imagen de la isla, ocupando las zonas de fiesta y música un papel preeminente dentro de esta temática. Los usuarios conocen la escena festiva que tiene lugar en la temporada estival en Ibiza y quieren disfrutar de esa particularidad. En este ámbito llama la atención que las discotecas y grandes locales relacionados con el ocio nocturno no suscitan las preguntas de los usuarios, ya que, al ser un punto decisivo de la actividad promocional relacionada con la imagen de Ibiza desde la década de los años 1980, se entiende que existe una amplia información y la fama ya está extendida.

Respecto a las playas y las calas de Ibiza, una de las mayores bondades que presenta la isla, se puede subrayar que dentro de este trabajo no tienen un papel especialmente relevante, ya que Ibiza es un destino relacionado con el turismo de sol y playa y su notoriedad ya está suficientemente extendida. Las principales preguntas en relación a estos espacios se refieren a la recomendación de playas o calas que no congreguen una cantidad elevada de personas y embarcaciones. Se trata de descubrir sitios con una menor aglomeración de gente, buscando el placer de disfrutar de un sitio recóndito y apartado en el que disfrutar del sonido del mar y relajarse.

Para finalizar, recalcar que la imagen de Ibiza tiene un deber con el magnífico patrimonio cultural presente en la isla, ya que no tiene casi ninguna relevancia en este estudio y es una verdadera lástima, puesto que existen construcciones y yacimientos arqueológicos verdaderamente excepcionales que todavía no han sido promocionados en su justa medida. Esta materia sigue siendo un punto donde los organismos públicos continúan fallando a la hora de transmitir la importancia de los bienes culturales de los que dispone Ibiza, incluidos los bienes declarados Patrimonio de la Humanidad.

## Notas

[1] [Booking.com. \(2019, 18 de Junio\)](#). [Consulta 2021/05/08].

[2] <https://www.booking.com/index.es.html>. [Última

consulta 2021/05/14].

[3] Última consulta realizada sobre publicaciones: 2021/05/16.

[4] [partner.booking.com. \(2021, 28 de abril\)](#). [Última consulta 2021/05/12].

## *Posts significativos*

**Post núm.1** [Última consulta realizada el 2 de mayo del 2021]

**Post núm.3** [Última consulta realizada el 2 de mayo de 2021]

**Post núm.4** [Última consulta realizada el 2 de mayo de 2021]

**Post núm.7** [Última consulta realizada el 2 de mayo de 2021]

**Post núm.12** [Última consulta realizada el 4 de mayo de 2021]

**Post núm.19** [Última consulta realizada el 4 de mayo de 2021]

**Post núm.20** [Última consulta realizada el 4 de mayo de 2021]

**Post núm.22** [Última consulta realizada el 4 de mayo de 2021]

**Post núm.24** [Última consulta realizada el 4 de mayo de 2021]

**Post núm.26** [Última consulta realizada el 5 de mayo de 2021]

**Post núm.30** [Última consulta realizada el 5 de mayo de 2021]

**Post núm.34** [Última consulta realizada el 5 de mayo de 2021]

**Post núm.51** [Última consulta realizada el 7 de mayo de 2021]

**Post.núm.68** [Última consulta realizada el 9 de mayo de 2021]

**Post núm.72** [Última consulta realizada el 9 de mayo de 2021]

**Post núm.74** [Última consulta realizada el 9 de mayo de 2021]

**Post núm.83** [Última consulta realizada el 10 de mayo de 2021]

**Post núm.92** [Última consulta realizada el 10 de mayo de 2021]

**Post núm.94** [Última consulta realizada el 10 de mayo de 2021]

## Bibliografía

- Berrozpe, A., Campo, S., & Yagié, M. (2017). Understanding the identity of Ibiza, Spain. *Journal of Travel & Tourism Marketing, Volume 34*, (8), 1033-1046. Recuperado 2021/05/15 de <http://dx.doi.org/10.1080/10548408.2016.1272525>
- Booking.com. (18 de junio de 2019). *El 75% de los viajeros considera esenciales los comentarios de otros viajeros para encontrar la estancia y el anfitrión perfectos*. Recuperado 2021/04/25 de <https://news.booking.com/es/el-75-de-los-viajeros-considera-esenciales-los-comentarios-de-otros-viajeros-para-encontrar-la-estancia-y-el-anfitrión-perfectos/>.
- Booking.com. (noviembre 2020). *¿Cuánta comisión pago?* Recuperado 2021/05/10 de <https://partner.booking.com/es/ayuda/comisi%C3%B3n-facturas-e-impuestos/comisi%C3%A9n-comisi%C3%B3n-pago>.
- Booking.com. (20 de abril de 2021). *¿Cómo funciona la colaboración entre los propietarios de alojamientos y Booking.com?* Recuperado 2021/05/10 de <https://partner.booking.com/es/ayuda/trabajar-con-booking/aparecer-online/%C2%BFc%C3%B3mo-funciona-la-colaboraci%C3%B3n-entre-los-propietarios-de>.
- Enciclopedia Cubana. (2021). *Patrimonio de la Humanidad*. Recuperado 2021/05/15 de [https://www.ecured.cu/Patrimonio\\_de\\_la\\_Humanidad](https://www.ecured.cu/Patrimonio_de_la_Humanidad).
- IBESTAT (Institut Balear d'Estadística). (2021). <https://ibestat.caib.es/ibestat/inici>
- Kladou, S. ; Mavragani, E. (2015). Assessing destination image: An online marketing approach and the case of TripAdvisor. *Journal of Destination Marketing & Management, Volume 4*, (3), 187-193. Recuperado 2021/05/23 de <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.04.003>
- LODGIFY. (2021). *La guía definitiva para anfitriones de Booking*. Recuperado 2021/04/29 de <https://www.lodgify.com/es/guias/booking>.
- Nowacki, M. ; Niezgoda, A. (2019). Comparison of Poznań, Wrocław and Bratislava Image Attributes in the Reviews Published on TripAdvisor. *Studia Periegetica*, 26, (2), 63-77. Recuperado 2021/05/22 de <http://dx.doi.org/10.26349/st.per.0026.04>
- Raffino, M. E. (23 de septiembre de 2020). *Redes Sociales. Concepto de*. Recuperado 2021/04/28 de <https://concepto.de/redes-sociales/>.
- Rodríguez Quiñónez, C. ; Otero Prada, D. (2014). *Manual para la elaboración de documentos académicos: Criterios, pautas y normas de publicación*. UNICIENCIA. Recuperado 2021/05/22 de <https://www.uniciencia.edu.co/images/documentos/Investigacion/publicaciones/7-Manual-isbn.pdf>
- Tomillero Gutiérrez, E. ; Ramón Cardona, J. (2020). Promoción institucional de la marca turística Ibiza. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, (21), 164-184. Recuperado 2021/05/15 de <https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/151/69>
- Travel Loop. (23 de febrero de 2016). *La influencia de las redes sociales en la elección de destinos turísticos*. Recuperado 2021/04/23 de <https://www.travelloop.com/la-influencia-de-las-redes-sociales-en-la-eleccion-de-destinos-turisticos/>.
- Uppink Calderwood, L. ; Maksim, S. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. Ginebra: World Economic Forum. Recuperado 2021/04/29 de [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TTCR\\_2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf).
- Universitat de Girona. (2020). *Estil APA*. Recuperado 2021/05/21 de <https://biblioteca.udg.edu/ca/com-citar-documents/estil-apa>.

## Anexos

Anexo I. Tabla resumen de los post analizados

Nombre usuario	Temática	Título de la publicación	Nación	Franja temporal	Comentarios
1.Cyril Clerc	Movilidad	"Ok-rentacar (sic) à Ibiza".	Francia	Enero 2021	No.
2. Ana María Jurado	Movilidad	Covid.	España	Septiembre 2020	Sí, 7 comentarios.
2.1. Ana María Jurado	Movilidad	Covid.	España	Septiembre 2020	Sí, 1 comentario.
3. Iulian Tenica	Ocio y Playas	¿Qué actividades de ocio me recomendáis en Ibiza?	España	Agosto 2020	Sí, 2 comentarios.
4. Julio Alberto Garcia	Playas	Playa perdida en Ibiza.	España	Agosto 2020	No
5. Pauline Brown	Movilidad	De Aeropuerto de Ibiza a Sol Beach House Ibiza.	Reino Unido	Agosto 2020	No
6. Giulia Peretoli	Restricciones	Ibiza.	Italia	Agosto 2020	Sí, 2 comentarios.
7. Marta Cerezo	Playas	Playas no aglomeradas Ibiza.	España	Agosto 2020	Sí, 1 comentario.
8. Fernando Durán Ferreiro	Gastronomía	¿Qué restaurantes me aconsejais (sic) en Ibiza?	España	Julio 2020	Sí, 8 comentarios.
9. Patrick Cochain	Alojamiento	Ibiza: dónde alojarte si viajas en pareja.	Francia	Julio 2020	Sí, 1 comentario.
10. Neil Dayman	Restricciones	"Ibiza -update for July"	Reino Unido	Julio 2020	Sí, 2 comentarios.
11. Oskar Stelmach	Restricciones	"Situation Ibiza"	Austria	Junio 2020	Sí, 2 comentarios.
12. Hannes Bruncic	Alojamiento	Ibiza: dónde alojarse.	Austria	Junio 2020	No.
13. Penny Reiter	Restricciones	"Ibiza- sind Restaurants und Geschäfte geöffnet?"	Alemania	Junio 2020	Sí, 1 comentario.
14. Maria Carolina Tito	Restricciones	Formentera e Ibiza.	España	Junio 2020	Sí, 3 comentarios.
15. Antonio Arocha	Movilidad	De Ibiza a Formentera.	España	Junio 2020	No.
16. Patricia Coleman	Restricciones	"Barcelona and Ibiza in august"	Estados Unidos	Junio 2020	Sí, 2 comentarios
17. Angel Miguel Rojas	Alojamiento	Ibiza: dónde alojarse.	España	Junio 2020	No.
18. Wanda Gomez	Movilidad	De Barcelona a Ibiza.	España	Invierno 2020	No.
19. Carlos Alberto	Playas	Playas nudistas de Ibiza.	Argentina	Invierno 2020	No.

Anexo I. Tabla resumen de los post analizados. Continuación

Nombre usuario	Temática	Título de la publicación	Nación	Franja temporal	Comentarios
20. Carissa Quaife	General	"Tell me everything about Ibiza"	Nueva Zelanda	Invierno 2020	No.
21. Julia Martinez	Movilidad	De Barcelona a Ibiza.	Argentina	Invierno 2020	No.
22. Guest 8b3eli	Gastronomía	"50th birthday in Ibiza"	Reino Unido	Invierno 2020	No.
23. Malak Zaki	Movilidad	"Spain"	Egipto	Invierno 2020	Sí, 5 comentarios.
24. Miryam Mazzini	Movilidad	De Ibiza a Ibiza.	Argentina	Invierno 2020	No.
25. Anna Cervellera	Ocio	"What to do in Ibiza on (sic) February?"	Italia	Invierno 2020	Sí, 2 comentarios.
26. Mari Clapés	Ocio	Ibiza con niños...¿Por qué no?	España	Invierno 2020	No.
27. Juan Antonio Vallejera	Alojamiento	Ibiza	España	Invierno 2020	No.
28. Diana Daro	Alojamiento	Ibiza: dónde alojarte si viajas solo/a y tu presupuesto es bajo.	México	Invierno 2020	Sí, 1 comentario.
29. Nancy Robinson	Alojamiento	Ibiza: dónde alojarse.	Estados Unidos	Invierno 2020	Sí, 1 comentario.
30. Marta Jarrod	Ocio	¿Mercadillos de Ibiza en Octubre?	España	Otoño 2019	Sí, 1 comentario.
31. Madkour	Movilidad	De aeropuerto de Ibiza a Hotel Caribe.	Francia	Otoño 2019	Sí, 1 comentario.
32. Mayra Tinari	Playas	Hola!! (sic) Quiero ir a Madrid y Barcelona, ¿qué otros lugares cerca de Barcelona me recomiendan con playas? es mi primer viaje sola Gracias!!!	Argentina	Otoño 2019	Sí, 16 comentarios.
33. Michael Hayes	Alojamiento	"Traveling to Ibiza"	Estados Unidos	Invierno 2020	No.
34. Yandy Hernandez	Climatología y alojamiento	¿Que (sic) tal Ibiza en Octubre?	Argentina	Otoño 2019	No.
35. Julia Pereira	Ocio y movilidad	que (sic) visitar en Ibiza.	Argentina	Invierno 2020	No.
36. Guest nohtkk	Ocio y alojamiento	"Party break in Ibiza"	Sudáfrica	Invierno 2020	No.
37. Guest ovf3w5	Movilidad	De Aeropuerto de Ibiza a Bless Hotel Ibiza.	Israel	Otoño 2019	No.
38. Paola P Kelly	Ocio	Ibiza	Brasil	Otoño 2019	No.
39. Alicia Meyer	Playas y ocio	Ibiza playas.	Argentina	Invierno 2020	No.
40. Carolina Barra	Ocio	I8(sic)mperdibles de Ibiza.	Chile	Otoño 2019	No.

Anexo I. Tabla resumen de los post analizados. Continuación

Nombre usuario	Temática	Título de la publicación	Nación	Franja temporal	Comentarios
41. Naomi Blackwell	Movilidad	De Ibiza a Formentera.	Reino Unido	Otoño 2019	No.
42. Alicia López	Ocio	Ibiza	España	Otoño 2019	No.
43. Mary Resco	Alojamiento	¿Qué lugar de Ibiza tiene la playa enfrente?	Venezuela	Otoño 2019	Sí, 2 comentarios.
44. Prabir Ghosh	Ocio	"3 days in Ibiza"	India	Invierno 2020	No.
45. Lorena Amuso	Movilidad	De Ibiza a Valencia.	Argentina	Invierno 2020	Sí, 1 comentario.
46. Anna-Liisa Drury	Ocio	"Clubbing in Ibiza - straight from airport... baggage hold?"	Reino Unido	Otoño 2019	Sí, 1 comentario.
47. Khushbu Mehta	Ocio	"Madraid (sic)-Seville-barcelona-Ibiza"	India	Otoño 2019	Sí, 1 comentario.
48. Guest p9a5si	Alojamiento	Ibiza: dónde alojarte si viajas solo/a y tu presupuesto es medio.	Estados Unidos	Otoño 2019	Sí, 4 comentarios.
49. Guest odbw06	Alojamiento	Ibiza: dónde alojarte si viajas solo/a y tu presupuesto es bajo.	Mozambique	Año 2019	Sí, 1 comentario.
50. Anagency Portillo	Alojamiento	Ibiza: dónde alojarte si viajas en grupo y tu presupuesto es medio.	Canadá	Año 2019	No.
51. Ana Rita Fradinho	Restricciones y Movilidad	Covid-19	Portugal	Abril 2021	Sí, 4 comentarios.
52. Daniela Rowell	Restricciones	"Do you think we will be able to travel to Ibiza from mainland?"	España	Abril 2021	Sí, 2 comentarios.
53. Milena López	Movilidad	¿Qué transporte es más económico para viajar de valencia a Ibiza?	Colombia	Noviembre 2020	Sí, 1 comentario.
54. Héctor Cejudo Gonzalez	Restricciones	San Antonio: dónde alojarte si viajas en pareja y tu presupuesto es medio.	España	Septiembre 2020	No.
55. Patrick Antony	Restricciones	"What's the situation in Ibiza, Spain? Has anyone been there from Germany recently?"	Alemania	Agosto 2020	Sí, 1 comentario.
56. Guy Bertrand Nana Nguessik	Alojamiento	Ibiza Rocks Hotel - Adults Only: dónde alojarte si viajas solo/a y tu presupuesto es medio.	Camerún	Agosto 2020	No.
57. Adolfo Sanchez	Alojamiento	Sol Beach House Ibiza - Adults Only: dónde alojarte si viajas en pareja y tu presupuesto es medio.	Argentina	Agosto 2020	No.
58. Patrick Cochain	Alojamiento	Hotel.	Francia	Julio 2020	Sí, 1 comentario
59. Gabriel Romano	Alojamiento	Centro de Ibiza ciudad: dónde alojarte si viajas en pareja y tu presupuesto es medio.	España	Julio 2020	No.
60. Cinzia Constantin	Alojamiento	Ibiza: dónde alojarte si viajas en familia y tu presupuesto es bajo.	Suiza	Julio 2020	No.

Anexo I. Tabla resumen de los post analizados. Continuación

Nombre usuario	Temática	Título de la publicación	Nación	Franja temporal	Comentarios
61. Juan David Araque Valencia	Restricciones	¿Creen que comprar billetes de avión para Madrid para el mes de mayo es arriesgado? Mi novia viaja de Medellín a Madrid y yo desde Suiza, pensamos ir a Ibiza.	Suiza	Invierno 2020	Sí, 1 comentario.
62. Leire Sobron	Restricciones	Ibiza: dónde alojarte si viajas en pareja.	España	Invierno 2020	No.
63. Doris Westmore	Alojamiento	Centro de Ibiza ciudad: dónde alojarte si viajas solo/a y tu presupuesto es medio.	Reino Unido	Invierno 2020	No.
64. Rohan Kumar Das	Ocio	"Barcelona and nearby"	India	Invierno 2020	No.
65. Julia Martinez	General	¿Qué isla de baleares es más linda?	Argentina	Invierno 2020	Sí, 7 comentarios
66. Joanne Shaw	Alojamiento	Ibiza: dónde alojarte si viajas en grupo y tu presupuesto es medio.	Reino Unido	Invierno 2020	Sí, 2 comentarios.
67. Shirley Petty	Gastronomía	"Restaurants"	España	Invierno 2020	No.
68. Presley Robles Andrade	Alojamiento y movilidad	Ibiza: dónde alojarte si viajas solo/a y tu presupuesto es bajo.	Ecuador	Invierno 2020	No.
69. Sarah May MacLennan	Gastronomía	Ibiza: dónde alojarte si viajas en grupo y tu presupuesto es medio.	Reino Unido	Otoño 2019	No.
70. Vesna crnogorac	Playas	Ibiza: dónde alojarte si viajas solo/a y tu presupuesto es medio.	Bosnia	Invierno 2020	No.
71. Sagar Malde	Ocio	"PLACES TO SEE IN BARCELONA (sic)"	India	Otoño 2019	Sí, 9 comentarios.
72. Sunnysunset	Climatología	Consejo	España	Otoño 2019	No.
73. Laura Jodal	Alojamiento y playas	Ibiza: dónde alojarte si viajas en grupo y tu presupuesto es medio.	Uruguay	Otoño 2019	No.
74. Paco Fernandez Oliva	Alojamiento	Ibiza: dónde alojarte si viajas en grupo y tu presupuesto es alto.	España	Otoño 2019	No.
75. Chanade Davis	Movilidad	De Málaga a Ibiza.	Gibraltar	Otoño 2019	No.
76. Daniel Stickland	Alojamiento	Ibiza: dónde alojarte si viajas solo/a y tu presupuesto es bajo.	Reino Unido	Otoño 2019	No.
77. Liam Verryt	Movilidad	De Aeropuerto de Londres - Gatwick a Ibiza.	Reino Unido	Verano 2019	Sí, 2 comentarios.
78. Guest k22x61	Alojamiento	Ibiza: dónde alojarte si viajas en pareja y tu presupuesto es bajo.	Albania	Verano 2019	No.
79. Iolanda Perella	Movilidad	De Aeropuerto de Ibiza a Blanco Hotel Formentera.	Reino Unido	Verano 2019	No.
80. Guest h2e4bg	Alojamiento y ocio	"Whis (sic) is the best place to party and stay in IBIZA (sic)?"	India	Verano 2019	No.
81. Parikshit Sethi	Alojamiento	Ibiza: dónde alojarte si viajas en familia y tu presupuesto es medio.	India	Verano 2019	No.

Anexo I. Tabla resumen de los post analizados. Continuación

Nombre usuario	Temática	Título de la publicación	Nación	Franja temporal	Comentarios
82. Lucy Wyndham	Movilidad	De Aeropuerto de Londres - Stansted a Ibiza.	Reino Unido	Verano 2019	No.
83. Olga Priscilla Roberta	Alojamiento	"Quite (sic) Ibiza for a couple"	Italia	Verano 2019	Sí, 3 comentarios
84. Susan Cowley	Movilidad	Playa d'en Bossa, Ibiza, Spain: dónde alojarte si viajas solo/a y tu presupuesto es bajo.	Reino Unido	Año 2019	No.
85. David Craven	RestriccionesCovid		Reino Unido	Septiembre 2020	Sí, 6 comentarios.
86. Michelle Mifsud	Restricciones"Brits in spain"		Reino Unido	Junio 2020	Sí, 2 comentarios.
87. Erika Kovács	Restricciones"Getting refund during Covid-19"		Irlanda	Mayo 2020	No.
88. Adony Abrego	RestriccionesQue tal es el día a día en España para el turismo		Panamá	Marzo 2020	Sí, 5 comentarios.
89. Mohamed Nawar	General	"8 days in Spain in July 2020"	Egipto	Invierno 2020	No.
90. Guest vkddcr	Alojamiento	Playa d'en Bossa: dónde alojarte si viajas en pareja y tu presupuesto es medio.	Argentina	Otoño 2019	No.
91. Ignacio Nuñez	General	Lugares imperdibles cerca de Barcelona.	Argentina	Invierno 2020	Sí, 2 comentarios.
92. Mery Anne Palacio Molinares	Ocio	¿Donde (sic) salir de fiesta en IBIZA (sic) ?	España	Otoño 2019	Sí, 1 comentario.
93. John Rivas	Playas	Recomendación.	España	Septiembre 2019	Sí, 2 comentarios.
94. Ram des	Ocio	"Hi.....Everyone...."	India	Verano 2019	No.
95. Rahman Khalid Khalil	Alojamiento	Playa d'en Bossa: dónde alojarte si viajas en familia y tu presupuesto es medio.	Reino Unido	Verano 2019	Sí, 1 comentario.
96. Patri	General	"TRAVEL UPDATE: Enjoying the Balearic Islands in June."	España	Junio 2020	Sí, 3 comentarios.
97. Danisa Wanderlust	General	Primera escapada por España tras el confinamiento.	España	Abril 2020	Sí, 24 comentarios
98. Tara Dupuis	General	"Advice on our Spain/Portugal Itinerary, please and thanks!"	Canadá	Invierno 2020	Sí, 5 comentarios.
99. Aurélie Urena	Restricciones"Où faire un test PCR à Ibiza"		Francia	Mayo 2021	Sí, 5 comentarios.

## Anexo II. Respuestas según la numeración de los post

1. Se recomienda no utilizar una determinada casa de alquiler de vehículos situada en el aeropuerto, al presentar un mal servicio, con un trato incorrecto y desagradable respecto al cliente. Además, se añade la inexactitud en el contrato de alquiler firmado, con cláusulas adicionales no explicadas o específicas que pueden provocar sorpresas negativas.
2. La usuaria tiene planes para viajar a Ibiza y Formentera en octubre. Se requiere información sobre las restricciones de movilidad del momento y la operatividad de los diversos medios de transporte.
  - 2.1. Se pregunta en los comentarios sobre la compra de billetes de barco a Formentera, si la persona interpelada lo hizo con antelación por la web o en el mismo puerto.

3. Se pregunta sobre actividades de ocio a realizar en la isla, incluyendo museos, arqueología, viajes en barco, así como las mejores calas.
4. El usuario ya ha visitado Ibiza en cinco ocasiones y pregunta sobre playas que sólo sean conocidas por la población local.
5. Se quiere saber cómo llegar al hotel mencionado desde el aeropuerto, agregando una etiqueta sobre transporte ferroviario.
6. La usuaria va a viajar con su pareja a Ibiza y requiere información sobre la situación debido a las restricciones por la Covid-19.
7. Se pregunta sobre playas que no presenten aglomeración de personas y cuenten con un acceso cómodo a la misma.
8. Se pregunta por restaurantes en Ibiza que aúnen buena comida, vistas espectaculares y/o decoración llamativa.
9. Se pregunta sobre un alojamiento para una pareja, entre los hoteles abiertos tanto en Ibiza ciudad como en San Antonio.
10. Se pregunta sobre las restricciones en la isla respecto a los restaurantes o bares, así como si hay mucha presencia de turistas.
11. El usuario quiere viajar en verano a Ibiza y se pregunta sobre las restricciones relacionadas con los bares, tiendas y playas.
12. Se pregunta acerca de una experiencia previa e información sobre *New! Villa Anur en Ibiza*.
13. Se va a realizar un viaje a Ibiza en julio, se pregunta sobre la situación en la isla y las restricciones presentes debido a la Covid-19, preguntando en el título del post sobre los restaurantes y las tiendas.
14. Se pregunta sobre restricciones para acceder a las playas de Ibiza y Formentera.
15. Se requiere información para visitar Formentera desde Ibiza en un día, incluyendo transporte.
16. Se pregunta si tanto Ibiza como Barcelona tendrían la posibilidad de recibir viajeros de Estados Unidos durante el verano.
17. Debido a la cancelación del viaje, pregunta si hay problemas con el Hotel *Fergus Style Bahamas* de Ibiza para la devolución del importe monetario.
18. Se solicita información para comprar billetes baratos de barco para viajar a Ibiza.
19. Se busca consejo para visitar playas nudistas en la isla acompañado de su esposa.
20. Se pregunta de forma general sobre Ibiza, se requieren consejos, trucos y aspectos a conocer.
21. Información para saber la forma más conveniente de viajar desde Barcelona a Ibiza.
22. Un grupo de chicas va a celebrar un cumpleaños en Ibiza, en un viaje de 4-5 días y quieren visitar restaurantes con recetas típicas de la isla y comida típica de España.
23. Este ciudadano busca recomendaciones sobre actividades en Barcelona, Alicante, Madrid y Mallorca, así cómo viajar a Ibiza desde Mallorca y qué hacer en la propia Ibiza.
24. Se requiere información para arrendar un coche en una casa de alquiler que sea confiable y responsable.
25. Se pregunta específicamente sobre *clubbing* y centros de spa.
26. En este caso, se recomienda por parte del usuario visitar el museo arqueológico de Ibiza, la zona amurallada de la ciudad, así como la gastronomía de la isla y las zonas de

ocio con gente local.

27. Se exhorta a no alojarse en el *Hotel Club Can Jordi* de Ibiza.
28. Información sobre un alojamiento barato para un par de noches en Ibiza.
29. Se pregunta sobre un alojamiento con un buen precio para 3 adultos y 1 niña, preferiblemente cercano a la costa.
30. Información y consejos sobre mercadillos en la isla en octubre.
31. Se pregunta sobre la línea de bus, horarios y precio, para ir desde el aeropuerto al *Hotel Caribe* en Es Canar.
32. La usuaria va a viajar a Madrid y Barcelona, requiriendo información adicional sobre sitios cercanos recomendables con playas de Barcelona, apareciendo Ibiza en los comentarios.
33. Este usuario se va a alojar en *Destino Pachá* y quiere saber si puede tomar el sol en toples en este alojamiento u otros similares.
34. Información sobre el clima, la situación de las playas y el alojamiento en Ibiza en el mes de octubre.
35. Ocho personas que viajan un par de días a Ibiza en octubre y se requiere información sobre qué lugares visitar y la mejor forma de moverse por la isla
36. Mejores discotecas abiertas y recomendación de un alojamiento con un presupuesto medio, con plan de viajar en mayo de 2020.
37. Se pregunta sobre la mejor compañía de alquiler de coches en la isla para un viaje de 5 días a realizar en septiembre.
38. Se pregunta por descuentos para fiestas.
39. Recomendaciones sobre lugares a visitar en la isla y playas para nadar.
40. Se va a realizar un viaje a Ibiza y se pregunta sobre sitios a visitar en la isla.
41. Información para saber dónde se coge el barco a Formentera en Ibiza, así como recomendación de una compañía con billetes a buen precio y que el viaje sea rápido. También se pregunta sobre lugares para alquilar bicicletas en Ibiza ciudad y Santa Eulària.
42. Se pregunta si la zona *VIP* de la isla es la zona del club náutico.
43. Se pregunta sobre un alojamiento en Ibiza que tenga playa enfrente.
44. Recomendaciones para pasar 3 días en la isla de la mejor manera posible.
45. Se pide información para viajar de Ibiza a Valencia, preferencia entre avión o barco y adaptándose a un presupuesto ajustado.
46. La usuaria pregunta si viaja directamente del aeropuerto a la discoteca *Hi* de Ibiza, si esta última tiene algún lugar para guardar el equipaje.
47. Se pregunta sobre qué hacer en Ibiza, así como si es recomendable coger buses turísticos.
48. Se pregunta sobre la mejor zona de la isla relacionada con las fiestas nocturnas y dónde debería alojarse.
49. Se requiere información sobre si febrero es un buen mes para viajar a Ibiza y poder disfrutar de las playas y discotecas, así como recomendaciones sobre hoteles baratos y/o económicos.
50. Se pregunta sobre si es mejor alojarse en Ibiza ciudad o San Antonio.
51. Se requiere información sobre la gratuidad de los test de detección del virus en Ibiza y/o Formentera, así como las clínicas con sus horarios que llevan a cabo estas pruebas.

Se realiza otra pregunta sobre una compañía de alquiler de coches que sea económica y no incluya cláusulas escondidas en sus contratos.

52. Esta persona vive en Cádiz y quiere saber si podrá viajar desde allí a Ibiza en mayo de 2021.
53. Se va a realizar un viaje de Valencia a Ibiza en mayo de 2021 y se quiere saber el medio de transporte más económico para una familia.
54. Se pregunta sobre las restricciones o el nivel de contagios en San Antonio ante un viaje próximo.
55. Se requiere información sobre las restricciones en los viajes a Ibiza desde Alemania, a raíz de la situación provocada por la Covid-19.
56. Se pregunta sobre información y opiniones respecto al establecimiento *Ibiza Rocks Hotel*.
57. Se busca información y opiniones sobre el establecimiento *Sol Beach House Ibiza*.
58. Se busca una recomendación para un hotel para finales de agosto de 2020.
59. Este usuario se va a hospedar en el hotel *Los Molinos*, requiere información y opiniones respecto al propio establecimiento y la playa cercana.
60. Se pregunta sobre un hotel abierto y disponible para familias, para otoño.
61. Se pregunta sobre la posible situación en el mes de mayo de 2020 y si es una decisión óptima reservar billetes para volar a Madrid, escala previa a Ibiza.
62. Esta usuaria y su pareja tienen planeado viajar a Ibiza en abril de 2020, preguntando si deben cancelar el plan de viaje y si *Booking* se haría cargo de reembolsar el dinero en caso de no incluir una opción de cancelación.
63. Se requiere información sobre un hotel que incluya desayuno y está situado cerca del hospital Can Misses.
64. Este usuario va a visitar Barcelona y alrededores en mayo, preguntando si Ibiza sería un lugar ideal para visitar.
65. Esta persona tiene 5 días libres y quiere recomendaciones sobre qué isla de las Islas Baleares visitar.
66. Se precisa una recomendación sobre un hotel con piscina, playa cercana y próximo a Ibiza ciudad.
67. Se pregunta sobre la mejor zona de Ibiza o Playa d'en Bossa respecto a los restaurantes y bares.
68. Este usuario va a pasar unos días en Ibiza y quiere información sobre un hotel bonito y barato, situado cerca de una zona de fiesta. Al viajar desde Valencia también pregunta sobre el mejor medio de transporte para viajar y a la vez el más económico.
69. Se va a realizar un viaje de cuatro hermanas y quiere saber un sitio con un buen servicio de comida, sin estar necesariamente cercano a un lugar de fiesta.
70. Se pregunta y busca recomendación sobre los mejores alojamientos con playa cercana.
71. Turista que va a visitar durante 4 noches Barcelona, Ibiza y Palma de Mallorca, buscando consejos sobre lugares a visitar.
72. Se va a realizar un viaje a Ibiza en el puente de diciembre. Se busca consejo sobre el clima en esas fechas y si es recomendable visitar la isla.
73. Se busca recomendaciones sobre la mejor zona donde buscar alojamiento, así como las playas más bonitas.
74. El usuario se va a alojar en el establecimiento *Ushuaïa Ibiza Beach Hotel* y busca

conocer experiencias previas.

75. Pregunta sobre la mejor compañía de alquiler de coches para realizar un viaje de Málaga a Ibiza.
76. No se aporta más información, así que, según el título de la entrada, recomendación de alojamiento con un presupuesto bajo.
77. Se va a realizar un viaje en agosto y el usuario cree que las compañías de alquiler de coches del aeropuerto estarán cerradas a la hora de la llegada de su vuelo, necesitando trasladarse a su hotel en el norte de la isla. Pregunta sobre las opciones posibles.
78. Se busca recomendaciones sobre un establecimiento cómodo y barato en Ibiza.
79. Se cuestiona sobre la mejor ruta para ir desde al aeropuerto de Ibiza a un hotel en Formentera.
80. Se pregunta sobre el mejor sitio para hospedarse que incluya actividades de fiesta, con un presupuesto medio.
81. Información sobre establecimientos que estén situados cerca de lugares de interés, en este caso, clubs de playa y ocio nocturno.
82. Se busca recomendación sobre la mejor manera de desplazarse desde el aeropuerto hasta un establecimiento en Santa Eulària, en esta ocasión entre taxi y autobús.
83. Se pregunta por un lugar tranquilo, alejado de las discotecas para hospedarse durante una semana.
84. Usuaría que se desplaza a Ibiza, se hospeda en Playa d'en Bossa y debe desplazarse a Sa Carroca, preguntando por el precio de los taxis y la distancia entre los puntos.
85. Se ha planeado un viaje de cuatro semanas en octubre por España y Portugal, preguntando sobre la percepción que tienen en ese momento la gente de España de los turistas.
86. Se pregunta si podrán viajar desde Reino Unido a Ibiza en verano, ya que le han cancelado el vuelo y si las instalaciones complementarias de los hoteles estarán disponibles.
87. Esta usuaria iba a viajar a Ibiza, le han cancelado el vuelo y quiere saber si podrá obtener un reembolso del importe económico.
88. Se va a realizar un viaje de luna de miel, incluyendo Ibiza en el recorrido y pregunta sobre la situación actual del país por la Covid-19.
89. Se va a realizar un viaje a España, pasando por Barcelona, Madrid, Valencia e Ibiza y se busca recomendaciones sobre lugares a visitar.
90. Se pregunta sobre si merece la pena alojarse en un hotel de la zona ya que quiere cierta tranquilidad, además de la posibilidad y recomendaciones sobre alojarse en Ibiza ciudad.
91. Se va a realizar un viaje a mediados de marzo a Barcelona y se cuestiona por lugares cercanos que merezca la pena visitar.
92. Una pareja que viaja a Ibiza, con preferencia por sitios lujosos y extravagantes.
93. Un usuario va a hospedarse en la zona de Sant Antoni a finales de septiembre y quiere saber si en esa época hay todavía muchas fiestas, así como la posibilidad de visitar calas y playas cercanas.
94. Un usuario que va a visitar Ibiza y acudirá a una *party boat*, busca la mejor recomendación posible entre dos opciones.
95. Un adulto que viaja con su hijo a Ibiza busca una mujer con otro hijo para compartir

alojamiento y de esa forma reducir costes.

96. Es una entrada con información sobre el *corredor seguro* que se creó en verano de 2020.
97. Esta entrada pregunta a los usuarios del foro sobre la primera visita turística que realizarán tras el confinamiento que tuvo lugar entre marzo y junio del año 2020 debido a la Covid-19.
98. Este usuario expone su itinerario de vacaciones, donde se incluye dos días en Ibiza, uno dedicado a fiestas y otro para descansar.
99. Se pregunta dónde se puede realizar una prueba PCR en Ibiza.

Anexo III. Ejemplos de tratamiento de los posts

Nombre usuario	Nación	Franja temporal	Adecuación de la respuesta.
2. Beatriz del Valle	España	Septiembre 2020	Se responde adecuadamente, los barcos a Formentera funcionan con normalidad, así como los autobuses y los aviones. Se especifica que en todos los medios de transporte es obligatoria la mascarilla.
2.1 Beatriz del Valle	España	Septiembre 2020	Se responde adecuadamente, se especifica que los billetes se compraron en la web el día anterior, posibilidad de embarcar a cualquier hora y recomendación de la compañía <i>Trasmapi</i> .
3. Luz Elena Royo	España	Septiembre 2020	Se responde con la entrada de un blog, con 31 recomendaciones sobre actividades a realizar en Ibiza, incluyendo gastronomía, museos, elementos patrimonio de la humanidad, así como visitar ciertas calas. Referencia: <a href="https://www.flyandgrow.com/cosas-que-hacer-ibiza/">https://www.flyandgrow.com/cosas-que-hacer-ibiza/</a>
6.1 Philippe Linet	Luxemburgo	Agosto 2020	No se responde adecuadamente, aunque se recomienda visitar Ibiza durante todo el año, ya que es hermosa en cualquier época del año.
6.2. Achraf Laftissi	Francia	Agosto 2020	Se responde adecuadamente, especificando que debido a las restricciones las actividades de ocio en Ibiza relacionadas con la música están restringidas, pero el precio sigue siendo alto. Además, se recomienda visitar playas y paisajes.
7.1. Houda Ahannach	Países Bajos	Agosto 2020	No se responde adecuadamente, se limita a dar un consejo, ir a la playa a primera hora de la mañana para evitar la multitud.
8.1. Bianca Benisch	Alemania	Agosto 2020	No se responde adecuadamente, ya que se recomienda un restaurante en Cala Ratjada, una cala situada en Mallorca, con hermosas vistas a la costa.
8.2. Daniella Escalante	España	Julio 2020	Se responde adecuadamente, recomendando diversos restaurantes en la isla que cumplen con los criterios.
8.3. Daniella Escalante	España	Agosto 2020	Se responde adecuadamente, recomendando reservar con antelación en un restaurante y la carbonara como especialidad de otro establecimiento.
9.1. Karine Teisseyre	Francia	Julio 2020	No se responde adecuadamente, ya que se pregunta por la distancia entre Ibiza y San Antonio.
10.1. María Luz Cobo Velayos	España	Julio 2020	Se responde adecuadamente en parte, especificando que los bares y restaurantes están abiertos hasta las 2 de la mañana.
11.1. Paul Solis	Francia	Julio 2020	No se responde adecuadamente, ya que esta persona viaja a Ibiza y dice que le envíe un mensaje y ya le informará.
13.1. Sam Hal	Francia	Junio 2020	No se responde adecuadamente, sólo dice que tiene curiosidad por la situación ya que también viaja en Julio a Ibiza.
14.1. Fernando Valin Rodríguez	España	Junio 2020	Se responde adecuadamente en parte, especificando que el mayor problema son las colas para los barcos a Formentera.

© Turística. Papers de Turisme de l'edició.

ISSN 2695-5334

© Carlos Sánchez Crespo dels continguts de l'article.