

# ESTUDIO DE LA IDENTIDAD DIGITAL DE LAS MARCAS CANARIAS

---

*Julio 2018*

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## ANTES DE EMPEZAR

### Antes de empezar...

Tanto si es la primera vez que te adentras en el Canarias MediaBrand, como si ya conocías de su existencia y metodología, aquí tienes un glosario de términos que seguro facilitarán la interpretación de los datos mostrados a lo largo de las siguientes páginas.



## IDENTIDAD DIGITAL

Se refiere a la presencia online de una marca y debe ser entendida como un indicador que evoluciona con el tiempo, por lo que no es estacional ni cíclico.



## REPUTACIÓN

Indicador que analiza qué dicen los usuarios de una marca en Internet.



## AUDIENCIA

Indicador que mide el total de la comunidad de usuarios de una marca en redes sociales.



## POSICIONAMIENTO

Indicador que mide cómo de accesible es la web de una marca en Internet.

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## CONTENIDO DEL ESTUDIO

¿Por qué un Canarias MediaBrand?  
Pag. 4

Distribución de la muestra por sectores  
Pag. 5

Metodología  
Pag. 6

**TOP 50**  
Ranking general  
Pag. 7

**TOP 50**  
Ranking de reputación  
Pag. 10

**TOP 50**  
Ranking de audiencia  
Pag. 15

**TOP 50**  
Ranking de posicionamiento  
Pag. 20

Ranking general sector **turismo y ocio**  
Pag. 25

Ranking general sector **bebidas**  
Pag. 27

Ranking general sector **alimentación**  
Pag. 28

Ranking general sector **automoción**  
Pag. 29

Ranking general sector **transportes**  
Pag. 31

Ranking general sector **distribución**  
Pag. 32

Recogida y análisis de datos  
Pag. 33

Parámetros  
Pag. 34

Asignación de la puntuación  
Pag. 38

Puntuación de las marcas  
Pag. 39

Acerca de 22grados°  
Pag. 42

## ¿POR QUÉ UN CANARIAS MEDIABRAND?

El Estudio de Identidad Digital de las Marcas Canarias surge como respuesta a una creciente necesidad de las marcas regionales de contar con datos fiables y útiles sobre su Identidad Digital y la de sus competidores. En un ecosistema marcado por el cada vez mayor protagonismo del entorno digital, Canarias MediaBrand surge para dar respuesta a esta necesidad y convertirse en una herramienta de trabajo de referencia para las marcas.

## OBJETIVO DEL ESTUDIO

Las empresas canarias caminan inevitablemente hacia la transformación digital y, por tanto, la gestión de la identidad digital de sus marcas debe ser parte ineludible de su estrategia de marca. Ante la inexistencia de estudios a nivel regional que aporten datos de referencia a las marcas canarias para ponerse manos a la obra, el informe Canarias MediaBrand surge para aportar a las marcas una foto fija del estado de su identidad digital, un punto de partida que les ayude a trabajar en la creación, gestión y consolidación de su presencia online. En

definitiva, este informe quiere ser no solo una herramienta de trabajo para las marcas sino también un estímulo para ellas que les anime a no quedarse atrás.

Con este fin, el estudio aporta un ranking general de marcas con la mejor identidad digital de las islas, así como una visión más concreta a través de un ranking de las puntuaciones obtenidas por las marcas en cada indicador (Reputación, Audiencia, Posicionamiento y Mobile) y de un ranking de las marcas más destacadas por sectores.



## MUESTRA

Para la realización de este estudio, se han tomado como base las 100 empresas con mayor facturación de Canarias, descartando aquellas referidas a marcas que desarrollan su actividad en el ámbito nacional o internacional o que no cuenten con página web o perfiles en redes sociales. En lo que se refiere a grupos empresariales que engloban varias marcas, se han analizado las submarcas y la marca del grupo, siempre que estas cuenten con página web e identidad digital.

### Alimentación

12 marcas  
10% de la muestra

### Automoción

19 marcas  
16% de la muestra

### Bebidas

8 marcas  
7% de la muestra

### Turismo y ocio

25 marcas  
22% de la muestra

### Energía

4 marcas  
3% de la muestra

### Comercio

5 marcas  
4% de la muestra

### Mutisectorial

2 marcas  
2% de la muestra  
Otros  
12 marcas  
10% de la muestra

### Sanidad

4 marcas  
3% de la muestra

### Vivienda y construcción

1 marca  
1% de la muestra

### Transporte

7 marcas  
6% de la muestra

### Distribución

13 marcas  
11% de la muestra

### Centros comerciales

4 marcas  
3% de la muestra

# METODOLOGÍA

## 1. Indicadores y peso en puntuación

REPUTACIÓN  
**40 %**

AUDIENCIA  
**15 %**

POSICIONAMIENTO  
**20 %**

MOBILE  
**25 %**

## 2. ¿Por qué estos cuatro indicadores?

Para definir la identidad digital de una marca, entendida como la presencia online de la misma, no debemos olvidar que se trata de un criterio no estacional ni cíclico, sino que se trata de un indicador que debe evolucionar de forma constante.

 **Reputación** Es un indicador fundamental de identidad digital por su fuerte componente cualitativo en la percepción que los usuarios tienen de una marca. Es el único indicador que se analiza en base a los últimos 30 días anteriores a la fecha de cierre del informe (16 de julio de 2018), pues interesa conocer la reputación de la marca en el momento actual para justificar el objetivo del informe de ofrecer una foto fija.

 **Audiencia** En un entorno digital, las redes sociales deben ser una de las vías de gestión de la identidad digital de una marca por ser un canal de conversación y acercamiento con su comunidad, no solo con sus clientes sino con todos los usuarios. Por ello, para la realización de este informe, se ha tenido en cuenta la audiencia como factor cuantitativo, pues el aumento de la comunidad de una marca incrementa sus posibilidades de contacto con los usuarios y, por tanto, refuerza su identidad digital.



**Posicionamiento** El posicionamiento SEO (Search Engine Optimization) mide cómo de accesible es la web de una marca en Internet y su inclusión en el análisis se justifica porque influye directamente en la capacidad de un usuario para conocer y saber de la marca. Es, por tanto, otro indicador fundamental de su Identidad Digital.



**Mobile** Actualmente, el tráfico que proviene de dispositivos móviles supera de promedio el 60% y es también el principal dispositivo de conexión a las redes sociales (95% de los usuarios, según el Estudio Anual de Redes Sociales 2018 de IAB). Otro dato interesante compartido recientemente por Google es que aquellas marcas que no cuentan con una página web optimizada pierden el 40% de sus clientes. Por ello, entendemos el Mobile como un factor clave para considerar positiva la Identidad Digital de una marca, en la medida en que éste aglutina la mayoría del tráfico en Internet.

## 3. Período de análisis

De los cuatro indicadores analizados en el informe, la audiencia, el posicionamiento y el mobile se analizan en su totalidad hasta la fecha de cierre del informe (16 de julio de 2018), siendo la reputación el único que se analiza en base a los últimos 30 días.

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## TOP 50 RANKING GENERAL

01	 <b>Binter</b>	02	 <b>titsa</b> donde tú vas	03	 <b>DISA</b>	04	 <b>FRED. OLSEN</b> <i>Express</i> Tu Mejor Compañía	05	 <b>LORO</b> <b>PARQUE</b>	06	 <b>canaryfly</b> compañía aérea	07	 <b>LOPESAN</b> HOTEL GROUP	08	 <b>HiperDino</b>
VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	0 64,46	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	1 60,42	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	3 57,88	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	8 50,13	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	8 50,03	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-1 50	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-3 48,49	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-6 48,3
	 <b>Appletiser</b>		 <b>Kalise</b>		 <b>Audi</b>		 <b>CICAR</b> Canary Islands Car		 <b>Palmitos Park</b> MASPALOMAS		 <b>montesano</b>		 <b>GUAGUAS</b> PARA TODO. PARA TODOS.		 <b>BAHIA DEL DUQUE</b> THE TAIS
VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	49 45,41	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	3 45,37	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	15 43,6	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-3 42,28	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	null 40,71	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	42 40,13	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-7 39	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	16 37,9
17	 <b>Tropical</b>	18	 <b>Princesa YAIZA</b> SUITE HOTEL RESORT ***** I.	19	 <b>Hospitales</b> <b>SAN ROQUE</b>	20	 <b>cajasiete</b>	21	 <b>COFARTE</b> Cooperativa Farmacéutica de Tenerife	22	 <b>icamotor</b> VENTA DE AUTOMÓVILES	23	<b>AREHUCAS</b>	24	 <b>AQUALAND</b> COSTA ADEJE
VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	10 36,27	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	24 35,99	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	5 35,15	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	2 34,78	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	null 34,69	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	71 34,53	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-13 33,92	VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	null 33,73

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## TOP 50 RANKING GENERAL

25		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	54 33,69
26		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	57 33,33
27		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-12 33,25
28		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-7 33,06
29		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-10 32,98
30		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-14 32,68
31		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-11 32,58
32		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-1 32,54
33		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	null 32,27
34		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-27 32,24
35		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-17 32,04
36		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	null 31,91
37		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	27 31,73
38		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-24 31,5
39		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	null 31,46
40		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	null 30,93
41		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	null 30,85
42		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-9 30,84
43		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	1 30,74
44		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	47 30,35
45		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	1 30,16
46		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-17 30,1
47		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-8 29,93
48		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-3 29,89
49		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	-15 29,89
50		VARIACIÓN PUNTAJACIÓN	null 29,76

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## CONCLUSIONES DEL RANKING GENERAL

**Binter** repite en este informe como la marca canaria con mejor identidad digital. Las puntuaciones obtenidas por la marca en todos los indicadores analizados son elevadas, destacando especialmente en reputación y posicionamiento, en los que escala más de 15 puntos.

La compañía tinerfeña **Titsa** vuelve a colarse en el podio de las marcas líderes, arrebatando la segunda posición a Hiperdino, que desciende 6 posiciones en este ranking. Su segunda posición se justifica, entre otras, por el crecimiento experimentado en el indicador reputación (más de 8 puntos), por el gran número de menciones online de la marca. Disa registra también una mejoría en este informe, en el que gana tres puestos.

Además de las marcas líderes en el podio, destaca la subida del hotel **Bahía del Duque** (16 posiciones), y del **Hotel Princesa Yaiza** (23 posiciones), un ascenso en el que seguro ha influido el patrocinio de la marca al equipo de **Rayco Tabares**, que se hizo con el título mundial de vela en J80.

Entre las marcas de bebidas, arrollador ascenso de **Appletiser** (48 posiciones más arriba). A la marca parece haberle sentado bien la península, donde **Coca Cola** comercializa ahora la famosa bebida canaria.

En el sector Alimentación, **Montesano** escala 41 puestos, seguramente favorecida por su mejoría en el indicador de reputación, donde registra una subida de más de 12 puntos. Por su parte, **SPAR Gran Canaria** sigue la estela de crecimiento de la cadena hotelera, registrando una subida de 53 posiciones hasta la vigésimo quinta posición, a pesar de que se deja varios puntos en reputación. Su puntuación se compensa con la subida en el resto de indicadores, pero especialmente por el hecho de que la cadena de supermercados ha apostado por una web responsive (carecía de ella al cierre del anterior informe), lo que sin duda ha contribuido a darle un empujón a su identidad digital.

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## TOP 50 RANKING DE REPUTACIÓN

RANK	MARCA	PUNTUACIÓN	VARIACIÓN
1	Disa	26,35	9,95
2	Títsa	26,25	8,15
3	Appletiser	17,68	17,58
4	Binter	15,71	1,21
5	Hiperdino	13,52	-6,08
6	Canaryfly	13,33	0,53
7	Audi Canarias	13,31	10,11
8	Montesano	12,13	12,13
9	Lopesan	11,73	-0,77
10	Kalise	11,03	6,63
11	Fred Olsen	10,96	6,16
12	Icamotor	9,36	7,46
13	COFARTE	8,35	8,35

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## TOP 50 RANKING DE REPUTACIÓN

RANK	MARCA	PUNTUACIÓN	VARIACIÓN
14	Bahía del Duque	8,09	6,49
15	Palmitos Park	6,91	6,91
16	Guaguas Municipales	6,8	-3,5
17	Hospitales San Roque	6,19	1,69
18	Princesa Yaiza	6,13	6,13
19	Aqualava	5,99	1,99
20	Cerveza Tropical	5,72	3,52
21	Tgas	5,47	-5,33
22	Emmasa	5,39	5,09
23	Herbania	5,2	4,9
24	Spar Gran Canaria	4,44	-16,06
25	Poema del Mar	3,5	3,5
26	Honda Canarias	3,1	2
27	Ron Arehucas	3,03	-8,07

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## TOP 50 RANKING DE REPUTACIÓN

RANK	MARCA	PUNTUACIÓN	VARIACIÓN
28	Cerveza Dorada	2,99	-10,71
29	Holiday World Maspalomas	2,87	2,87
30	Relaxía	2,87	-0,03
31	Tu Trébol	2,64	1,44
32	Cícar	2,42	-1,18
33	Grupo Número 1	2,41	-1,39
34	Aqualand Costa Adeje	2,37	2,37
35	Marmotor	2,37	2,37
36	Centro Comercial Atlántico	2,19	1,89
37	Dreamplace Hotels	1,79	1,79
38	Fund grube	1,39	-0,11
39	Orvecame	1,27	-0,73
40	Loro Parque	1,15	-18,65
41	CC Las Arenas	1,11	-1,39

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## TOP 50 RANKING DE REPUTACIÓN

RANK	MARCA	PUNTUACIÓN	VARIACIÓN
42	Aqualand Maspalomas	1,07	1,07
43	Plátano de Canarias	0,86	-3,04
44	Caja Siete	0,73	-0,57
45	Mare Nostrum Resort	0,73	-0,47
46	Ikea Canarias	0,58	0,88
47	VW Canarias	0,46	-2,34
48	Metropolitano de Tenerife	0,35	-0,85
49	Gloria Thalasso & Hotels	0,23	-3,77
50	Encuentro Moda	0,15	-0,55

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## CONCLUSIONES DEL RANKING DE REPUTACIÓN

**Dísa** encabeza el ranking de reputación y roba el liderazgo en este indicador al anterior ganador, **SPAR Gran Canaria**, que desciende hasta la vigésimo cuarta posición.

**Titsa**, por su lado, se apropia en este informe de la segunda posición, arrebatándosela a **Loro Parque**, que pierde más de 18 puntos. La marca chicharrera de transportes registra el mayor número de menciones online, así como el mayor número de positivas y de neutras. Esto ha ayudado sin duda a la marca a equilibrar el impacto de sus menciones negativas.

**Appletiser** registra la subida más destacada en su reputación online (más de 17 puntos), lo que le otorga una merecida tercera plaza a la marca de bebida de las islas y releva a **Hiperdino**, que baja a quinta posición.

**Montesano** se hace notar también en el ranking que mide la percepción que los usuarios tienen de las marcas en internet, situándose en la octava posición.

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## TOP 50 RANKING DE AUDIENCIA

RANK	MARCA	PUNTUACIÓN	VARIACIÓN
1	Loro Parque	15	0
2	Kalise	6,63	-0,37
3	Binter	6,17	-0,53
4	Tirma	5,08	-0,22
5	Cerveza Tropical	4,39	-0,11
6	Fund grube	4,36	-0,04
7	Plátano de Canarias	3,94	-0,16
8	5 Océanos	3,78	-0,12
9	Cerveza Dorada	3,65	-0,05
10	Hiperdino	3,61	0,21
11	Ron Arehucas	3,58	0,18
12	Canaryfly	3,45	0,05
13	Naviera Armas	3,3	0,3

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## TOP 50 RANKING DE AUDIENCIA

RANK	MARCA	PUNTUACIÓN	VARIACIÓN
14	VW Canarias	3,17	0,07
15	Encuentro Moda	2,92	0,12
16	CC Las Arenas	2,85	0,25
17	Fred Olsen	2,6	0
18	Grupo Número 1	2,54	0,04
19	Lopesan	2,48	0,08
20	Títsa	2,39	-0,01
21	Audi Canarias	2,15	0,25
22	Spar Gran Canaria	1,97	0,07
23	Caja Siete	1,96	0,16
24	Kia Canarias	1,92	1,92
25	Clipper	1,82	-0,08
26	Ikea Canarias	1,81	0,41
27	Bahía del Duque	1,71	-0,39

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## TOP 50 RANKING DE AUDIENCIA

RANK	MARCA	PUNTUACIÓN	VARIACIÓN
28	Gloria Thalasso & Hotels	1,63	0,03
29	Tubillete.com	1,6	0,2
30	Metropolitano de Tenerife	1,55	0,05
31	Guaguas Municipales	1,49	-0,01
32	Hyundai Canarias	1,48	1,48
33	Museos de Tenerife	1,21	0,11
34	Canaauto	1,13	-0,07
35	Skoda Canarias	1,1	0
36	Aqualand Costa Adeje	1,09	1,09
37	Princesa Yaiza	1,06	0,16
38	Aqualand Maspalomas	1,04	1,04
39	Holiday World Maspalomas	1,02	1,02
40	Mare Nostrum Resort	1,01	0,11
41	Centro Comercial Atlántico	0,97	-0,03

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## TOP 50 RANKING DE AUDIENCIA

RANK	MARCA	PUNTUACIÓN	VARIACIÓN
42	Tu trébol	0,9	0
43	Aguas de Teror	0,88	-0,02
44	Abama Resort	0,86	0,06
45	Sheraton Gran Canaria	0,83	-0,27
46	Montesano	0,82	0,02
47	Ducati Canarias	0,82	0,12
48	Poema del Mar	0,79	0,79
49	Appletiser	0,72	0,02
50	Palmitos Park	0,71	0,71

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## CONCLUSIONES DEL RANKING DE AUDIENCIA

El ranking de audiencia se mantiene inalterable en sus cinco primeras posiciones respecto al informe anterior. Sin embargo, llama la atención el descenso en la puntuación de todas ellas, exceptuando la mencionada líder. Ninguna marca logra robar el liderato en este indicador a Loro Parque que, con más de **250.000 seguidores**, repite en lo más alto del podio con una puntuación que casi triplica la obtenida por la marca en el segundo puesto: **Kalise**. **Loro Parque** convence más en Facebook mientras que **Binter** lo hace en Twitter, al igual que ocurría en el anterior informe.

Entre las marcas que más comunidad suman en sus redes sociales de Facebook, Twitter e Instagram en este informe se encuentran **Ikea Canarias**, el **CC Las Arenas**, **Audi Canarias** e **Hiperdino**.

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## TOP 50 RANKING POSICIONAMIENTO

RANK	MARCA	PUNTUACIÓN	VARIACIÓN
1	Binter	17,58	1,18
2	Cícar	14,86	-0,84
3	Naviera Armas	14,23	1,33
4	Fred Olsen	11,57	2,57
5	Lopesan	9,27	-0,43
6	Tubillite.com	9,02	-0,88
7	Loro Parque	8,88	0,08
8	Canaryfly	8,22	0,62
9	Palmitos Park	8,08	3,78
10	Caja Siete	7,09	-0,21
11	Títsa	6,78	-0,32
12	Hiperdino	6,17	-1,73
13	Disa	6,15	-0,35

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## TOP 50 RANKING POSICIONAMIENTO

RANK	MARCA	PUNTUACIÓN	VARIACIÓN
14	Museos de Tenerife	5,81	-0,79
15	Guaguas Municipales	5,71	-2,19
16	Aqualand Costa Adeje	5,27	0,97
17	Hyundai Canarias	5,26	5,26
18	Gloria Thalasso & Hotels	5,18	-0,92
19	Aqualand Maspalomas	5,16	0,86
20	Ikea Canarias	4,86	-14,84
21	Orvecame	4,49	-1,21
22	Vithas Santa Catalina	4,26	4,26
23	CC Las Arenas	4,1	-1,7
24	Dreamplace Hotels	4,05	4,05
25	VW Canarias	3,95	-1,15
26	Princesa Yaiza	3,81	-1,29
27	Marmotor	3,76	3,76

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## TOP 50 RANKING POSICIONAMIENTO

RANK	MARCA	PUNTUACIÓN	VARIACIÓN
28	Abama Resort	3,72	-1,28
29	Hospitales San Roque	3,48	-1,62
30	Metropolitano de Tenerife	3,45	-1,55
31	Toyota Canarias	3,35	-1,85
32	Mare Nostrum Resort	3,15	-2,35
33	Audi Canarias	3,14	-1,36
34	Bahía del Duque	3,1	-1,2
35	Grupo Número 1	3,03	-1,97
36	Mutua Tinerfeña	3	-1,7
37	Kia Canarias	3	3
38	Plátano de Canarias	2,88	-1,52
39	Skoda Canarias	2,85	-1,75
40	Kalise	2,71	-2,09
41	Poema del Mar	2,62	2,62

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## TOP 50 RANKING POSICIONAMIENTO

RANK	MARCA	PUNTUACIÓN	VARIACIÓN
42	Mazda Canarias	2,59	2,59
43	Fuerteventura Golf Club	2,55	-1,75
44	Emalsa	2,51	-2,19
45	Fund grube	2,5	-4,6
46	Ron Arehucas	2,31	-1,89
47	Spar Gran Canaria	2,28	-1,92
48	Compañía Cervecera de Canarias	2,26	2,26
49	Montesano	2,19	-2,01
50	Honda Canarias	2,09	-2,21

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## CONCLUSIONES DEL RANKING DE POSICIONAMIENTO

En la tabla que muestra las marcas mejor posicionadas en la web, encontramos un baile de posiciones entre las marcas presentes en el Top 5 del informe anterior. **Binter** se corona como la marca mejor posicionada, título que anteriormente correspondió a **IKEA**, que pierde posiciones. **CICAR** Naviera Armas y Lopesan escalan un puesto cada una en este indicador, mientras que Tubillete.com la pierde. El buen hacer de **Fred Olsen** queda latente al colarse en este Top 5 tras experimentar una de las mayores subidas en este ranking y situarse en la cuarta posición. **CICAR** lidera el número de keywords posicionadas, **Binter** el Tráfico y **Hyundai Canarias** la Autoridad de Dominio. Interesante comentar que esta última no cuenta con versión móvil de su web, al igual que **Naviera Armas**.

Entre las marcas que pierden algunas posiciones se encuentran también **Fund Grube** y **Mare Nostrum Resort**.

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## RANKING GENERAL SECTOR TURISMO Y OCIO

MARCA	POSICIÓN RANKING GENERAL	PUNTUACIÓN FINAL
Loro Parque	5	50,03
Lopesan	7	48,49
Cícar	12	42,28
Palmitos Park	13	40,71
Bahía del Duque	16	37,9
Princesa Yaiza	18	35,99
Aqualand Costa Adeje	24	33,73
Aqualava	32	32,54
Aqualand Maspalomas	33	32,27
Gloria Thalasso & Hotels	35	32,04
Poema del Mar	36	31,91
Holiday World Maspalomas	40	30,93
Dreamplace Hotels	41	30,85

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## RANKING GENERAL SECTOR TURISMO Y OCIO

MARCA	POSICIÓN RANKING GENERAL	PUNTUACIÓN FINAL
Relaxia	47	29,93
Mare Nostrum Resort	49	29,89
Abama Resort	51	29,74
Gold by Marina	56	28,18
Fuerteventura Golf Club	58	28
Marina Gran Canaria	67	27,23
Sheraton Gran Canaria	77	26,44
Viajes Canarias Europa	87	25,3
Museos de Tenerife	90	13,09
Tubillite.com	95	8,5
Hoteles Elba	105	1,61
Veturis	115	0,15

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## RANKING GENERAL SECTOR BEBIDAS

MARCA	POSICIÓN RANKING GENERAL	PUNTUACIÓN FINAL
Appletiser	9	45,41
Cerveza Tropical	17	36,27
Ron Arehucas	23	33,92
Cerveza Dorada	26	33,33
Compañía Cervecera de Canarias	54	28,9
Aguas de Teror	61	27,56
Aguas de Firgas	80	25,98
Clipper	92	10,09

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## RANKING GENERAL SECTOR ALIMENTACIÓN

MARCA	POSICIÓN RANKING GENERAL	PUNTUACIÓN FINAL
Kalise	10	45,37
Montesano	14	40,13
Plátano de Canarias	30	32,68
Tu trébol	48	29,89
Emicela	66	27,24
Aperitivos Snack	72	26,82
Jucarne	78	26,17
5 Océanos	82	25,78
Tirma	89	16,49
Eidetesa	104	2,19
Celgán	110	0,79
Grupo Chacón	113	0,44

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## RANKING GENERAL SECTOR AUTOMOCIÓN

MARCA	POSICIÓN RANKING GENERAL	PUNTUACIÓN FINAL
Audi Canarias	11	43,6
Icamotor	22	34,53
VW Canarias	31	32,58
Marmotor	39	31,46
Orvecame	42	30,84
Honda Canarias	43	30,74
Mazda Canarias	59	27,94
Ducati Canarias	62	27,53
Motor Arisa	63	27,38
Canaauto	69	26,92

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## RANKING GENERAL SECTOR AUTOMOCIÓN

MARCA	POSICIÓN RANKING GENERAL	PUNTUACIÓN FINAL
Rafael Afonso	70	26,84
Atlántico Autocentros	79	26,07
Nissan Canarias	81	25,8
Auteide	83	25,69
Mitsubishi Canarias	84	25,43
Hyundai Canarias	93	9,64
Kia Canarias	97	5,69
Toyota Canarias	99	4,64
Skoda Canarias	101	4,03

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## RANKING GENERAL SECTOR TRANSPORTES

MARCA	POSICIÓN RANKING GENERAL	PUNTUACIÓN FINAL
Binter	1	64,46
Titsa	2	60,42
Fred Olsen	4	50,13
Canaryfly	6	50
Guaguas Municipales	15	39
Metropolitano de Tenerife	44	30,35
Naviera Armas	53	28,93

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## RANKING GENERAL SECTOR DISTRIBUCIÓN

MARCA	POSICIÓN RANKING GENERAL	PUNTUACIÓN FINAL
Hiperdino	8	48,3
COFARTE	21	34,69
Spar Gran Canaria	25	33,69
Spar La Palma	64	27,29
COPLACA	65	27,28
Tu Alteza	76	26,5
Unión Martín	85	25,38
Overseas	91	10,41
COFARCA	96	7,69
Herbania	98	5,33
Grupo Bonny	106	1,58
Spar Lanzarote	109	0,82
Aframmar	112	0,59

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## RECOGIDA Y ANÁLISIS DE DATOS

Para la recogida de datos objeto de este estudio y el análisis de los indicadores escogidos para la ponderación, se han utilizado las siguientes herramientas:

### Reputación

Para el análisis de este indicador se ha utilizado Machine Learning con la tecnología de Google Cloud API Natural Language, un sistema entrenado para la interpretación del sentimiento de las menciones



### Audiencia

Web crawling



### Posicionamiento

Ahrefs



### Mobile

Google Mobile Friendly Test

## Reputación

Porcentaje en puntuación: **40 %**

Se divide en:

**25 %** menciones positivas

**15 %** menciones neutras

**-15 %** se resta a las menciones negativas

## PARÁMETROS

La reputación se refiere a la percepción de una marca y es analizada a través de las menciones que los usuarios comparten online, siendo estas a su vez clasificadas en positivas, negativas o neutras.

**Este estudio registra las menciones de las siguientes fuentes:**

Facebook

Twitter

Blogs

Foros

Noticias (medios)

**Youtube:** siempre y cuando la marca sea mencionada en el título o descripción del vídeo

Instagram

**Web:** referido a menciones y no a contenidos. Es decir, se tendrán en cuenta los nuevos contenidos publicados en webs.

El factor cualitativo en este indicador es fundamental, pues una marca puede tener un volumen de menciones alto pero ser negativas, afectando por tanto negativamente a su Identidad Digital. A la hora de analizar las menciones, se tiene en cuenta el nombre de la marca y sólo aquellas menciones que tienen una relación directa con la misma. De este modo, si por ejemplo existe una mención de "Clipper" que no se refiere a la marca de refrescos, ésta no se tendrá en cuenta si se refiere al equipo de la NBA.

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## PARÁMETROS

### Audiencia

Porcentaje en puntuación:

15%

Las redes sociales analizadas de cada marca son **Facebook, Twitter e Instagram**.

La selección de las redes sociales analizadas de cada marca para la elaboración de este estudio se justifica por los datos aportados por el Estudio Anual de Redes Sociales 2018 de IAB. En él se concluye que Facebook y Twitter siguen siendo las redes sociales más mencionadas e Instagram es la tercera más presente en la mente de los internautas de forma espontánea.

## PARÁMETROS

### Mobile

Porcentaje en puntuación:

25%

Para el análisis de este indicador, se evalúa si la marca cuenta con una web adaptada o no a móviles, obteniendo la máxima puntuación si lo está, y no obteniendo puntuación en el caso contrario.

## Posicionamiento

Porcentaje en puntuación:

20%

Se divide en:

10% para el tráfico orgánico

5% para keywords posicionadas

5% para autoridad de dominio

## PARÁMETROS

Dentro del posicionamiento, el estudio analiza tres factores clave por su importancia en la definición de la accesibilidad de una marca en el mundo online: **tráfico orgánico, keywords y autoridad de dominio.**

El tráfico orgánico de una web se refiere a todas aquellas visitas que provienen de la página de resultados de un buscador como Google. Suele generar visitas de más calidad que aquellas que provienen de lo que se conoce como tráfico directo (usuarios que conocen la url del sitio web de una marca y la teclean en el buscador), pues se trata de usuarios que tienen interés en los temas, productos o servicios presentes en nuestra web. Para el análisis del indicador de posicionamiento se considera también la Autoridad de dominio, que mide la importancia que Google da al dominio de una página web. Y por último, se analizan las keywords posicionadas o, lo que es lo mismo, las palabras clave que los usuarios utilizan en los buscadores y que les llevan a contactar con una marca.

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## ASIGNACIÓN DE LA PUNTUACIÓN

La puntuación es el ratio que clasifica a las marcas y puntúa el estado de su Identidad Digital, dividida en los cuatro indicadores comentados anteriormente. La medición se realiza en el contexto del mercado canario por lo que, al no existir un estándar en el mercado para cada uno de los indicadores, toda la puntuación se calcula en base a la marca que mejor puntuación obtenga en el indicador.

De esta forma, la marca que mejor puntuación obtenga, por ejemplo, en el indicador de Reputación, marcará el estándar para el resto de marcas y obtendrá la máxima puntuación. La suma de las puntuaciones obtenidas en cada uno de los indicadores será la puntuación final.

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## PUNTUACIÓN DE LAS MARCAS

RANK	MARCA	REPUTACIÓN	AUDIENCIA	POSICIONAMIENTO	MÓVIL	FINAL
1	Binter	15,71	6,17	17,58	25	64,46
2	Titsa	26,25	2,39	6,78	25	60,42
3	Disa	26,35	0,38	6,15	25	57,88
4	Fred Olsen	10,96	2,6	11,57	25	50,13
5	Loro Parque	1,15	15	8,88	25	50,03
6	Canaryfly	13,33	3,45	8,22	25	50
7	Lopesan	11,73	2,48	9,27	25	48,49
8	Hiperdino	13,52	3,61	6,17	25	48,3
9	Appletiser	17,68	0,72	2	25	45,41
10	Kalise	11,03	6,63	2,71	25	45,37
11	Audí Canarias	13,31	2,15	3,14	25	43,6
12	Cicar	2,42	0	14,86	25	42,28
13	Palmitos Park	6,91	0,71	8,08	25	40,71
14	Montesano	12,13	0,82	2,19	25	40,13
15	Guaguas Municipales	6,8	1,49	5,71	25	39
16	Bahía del Duque	8,09	1,71	3,1	25	37,9
17	Cerveza Tropical	5,72	4,39	1,16	25	36,27

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## PUNTUACIÓN DE LAS MARCAS

RANK	MARCA	REPUTACIÓN	AUDIENCIA	POSICIONAMIENTO	MÓVIL	FINAL
18	Princesa Yaiza	6,13	1,06	3,81	25	35,99
19	Hospitales San Roque	6,19	0,48	3,48	25	35,15
20	Caja Siete	0,73	1,96	7,09	25	34,78
21	COFARTE	8,35	0,22	1,11	25	34,69
22	Icamotor	9,36	0,06	0,11	25	34,53
23	Ron Arehucas	3,03	3,58	2,31	25	33,92
24	Aqualand Costa Adeje	2,37	1,09	5,27	25	33,73
25	Spar Gran Canaria	4,44	1,97	2,28	25	33,69
26	Cerveza Dorada	2,99	3,65	1,7	25	33,33
27	Fund grube	1,39	4,36	2,5	25	33,25
28	CC Las Arenas	1,11	2,85	4,1	25	33,06
29	Grupo Número 1	2,41	2,54	3,03	25	32,98
30	Plátano de Canarias	0,86	3,94	2,88	25	32,68
31	VW Canarias	0,46	3,17	3,95	25	32,58
32	Aqualava	5,99	0,23	1,32	25	32,54
33	Aqualand Maspalomas	1,07	1,04	5,16	25	32,27
34	Ikea Canarias	0,58	1,81	4,86	25	32,24
35	Gloria Thalasso & Hotels	0,23	1,63	5,18	25	32,04

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## PUNTUACIÓN DE LAS MARCAS

RANK	MARCA	REPUTACIÓN	AUDIENCIA	POSICIONAMIENTO	MÓVIL	FINAL
36	Poema del Mar	3,5	0,79	2,62	25	31,91
37	Emmasa	5,39	0,08	1,26	25	31,73
38	Tgas	5,47	0,53	0,51	25	31,5
39	Marmotor	2,37	0,33	3,76	25	31,46
40	Holiday World Maspalomas	2,87	1,02	2,05	25	30,93
41	Dreamplace Hotels	1,79	0	4,05	25	30,85
42	Orvecame	1,27	0,09	4,49	25	30,84
43	Honda Canarias	3,1	0,55	2,09	25	30,74
44	Metropolitano de Tenerife	0,35	1,55	3,45	25	30,35
45	Centro Comercial Atlántico	2,19	0,97	2,01	25	30,16
46	Encuentro Moda	0,15	2,92	2,02	25	30,1
47	Relaxia	2,87	0,06	1,99	25	29,93
48	Tu trébol	2,64	0,9	1,35	25	29,89
49	Mare Nostrum Resort	0,73	1,01	3,15	25	29,89
50	Vithas Santa Catalina	0,42	0,08	4,26	25	29,76

La mención y/o reproducción de los datos contenidos en este informe estará permitida si se cita la fuente y con enlace a [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com).

## Acerca de 22grados° THE TARGET AGENCY

Para mantenerse informado de todo lo que hacemos, le invitamos a que visite nuestra

web: [www.22gradosmedia.com](http://www.22gradosmedia.com)

Si quiere presentarnos su marca y convertirnos en partícipes de su crecimiento, puede visitarnos en:

**Calle Antonio María Manrique, nº3,  
Oficinas 7, 8 y 10.  
35011 Las Palmas de Gran Canaria**

También puede compartir con nosotros sus dudas, preguntas y comentarios por teléfono:

**928 914 079**

Y también le atenderemos en:

[hello@22gradosmedia.com](mailto:hello@22gradosmedia.com)

*El equipo de 22grados°.*

**CMB** **CANARIAS  
MEDIABRAND**

22grados°  
THE TARGET AGENCY