



PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO DE HUELVA

COMPORTAMIENTO Y GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS ALOJADOS EN LOS HOTELES DE LA PROVINCIA DE HUELVA (Verano 2004)

Estudio realizado por:



**Departamento de Dirección de Empresas y Marketing
de la Universidad de Huelva**

OBJETIVOS

- Conocer el **perfil demográfico** (sexo, edad, situación laboral, país de residencia, o en caso de ser España, Comunidad Autónoma y Provincia) de las personas que eligen Huelva como destino turístico.
- Indagar sobre las **circunstancias del viaje**: motivo, otros destinos, número de pernoctaciones, modo de organizarlo, medio de transporte utilizado.
- Obtener **información relacionada con el propio destino**: comunicaciones, distintos atractivos que pudieran haberle hecho elegir Huelva, y los lugares de la provincia que conoce, ha visitado o piensa visitar.
- Evaluar el **grado de satisfacción de los turistas** con una serie de aspectos: alojamiento, comidas, ocio, servicios de transporte (autobuses, taxis, trenes, alquiler de coches), características naturales de nuestras playas, servicios en las playas, urbanización de la costa, paisajes y espacios naturales, entornos urbanos, seguridad, asistencia sanitaria, atención y trato recibido, o relación calidad/precio.

FICHA TÉCNICA

- **Población objeto de estudio:** Clientes hospedados en hoteles de una estrella o más de la provincia de Huelva (73) durante los meses de Julio y Agosto de 2004.
- **Tamaño de la Población:** 80.677 turistas.
- **Tipo Muestreo:** Muestreo Aleatorio sin Reposición para estimación de proporciones.
- **Reparto muestral:** Afijación Proporcional por tipo de turista (nacional o extranjero) y categoría del establecimiento.
- **Forma de captar la información:** Entrevista personal en los establecimientos.
- **Período en que se capta la información:** Dos oleadas, en la última semana de Julio y la primera de Agosto.
- **Error Máximo Admitido (Nivel Acuracidad):** 5%
- **Nivel de significación:** 95%
- **Varianza Poblacional:** Valor Máximo 0,25.
- **Tamaño Óptimo Muestral:** 383.
- **Número de encuestas realizadas:** 386.

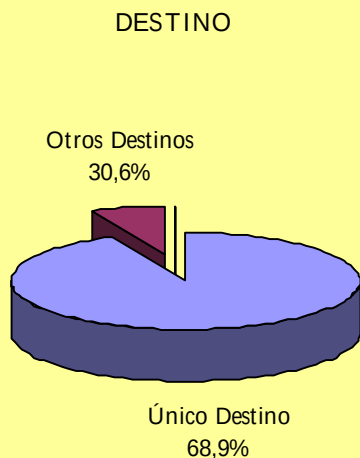
CONCLUSIONES



PERFIL DEL TURISTA

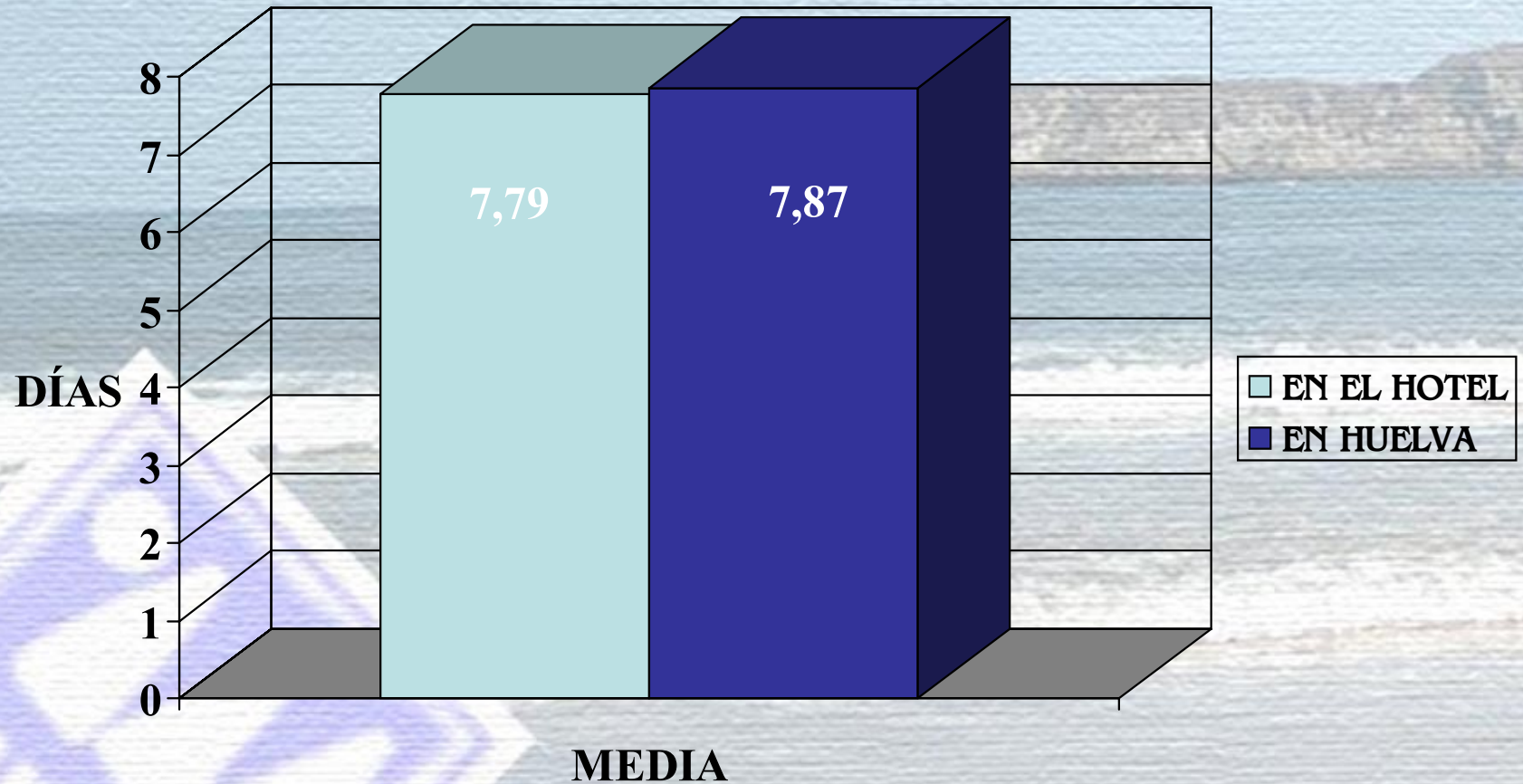
- **Sexo:** No relevante.
- **Edad:** Entre 30 y 44 años (43,5%).
- **Situación laboral:** Trabajador por cuenta ajena (51,8%).
- **País de origen:** España (80%).
- **Comunidad Autónoma de origen:** Andalucía (35,2%), Madrid (29,3%) y Extremadura (10%).
- **Provincia de origen:** Madrid (29,3%) y Sevilla (19,7%).
- **Otros países:** Reino Unido (32,5%), Portugal (28,7%) y Alemania (25%).
- **Motivo del viaje:** Vacaciones/Ocio (92,7%).
- **Otros destinos:** Andalucía (principalmente Cádiz, Sevilla y Málaga), Algarve y Extremadura.

HUELVA, ¿ÚNICO DESTINO?



¿LA PROVINCIA DE HUELVA ES EL ÚNICO DESTINO?	ORIGEN	
	NACIONALES	EXTRANJEROS
SÍ	64,4%	87,7%
NO	35,6%	12,3%

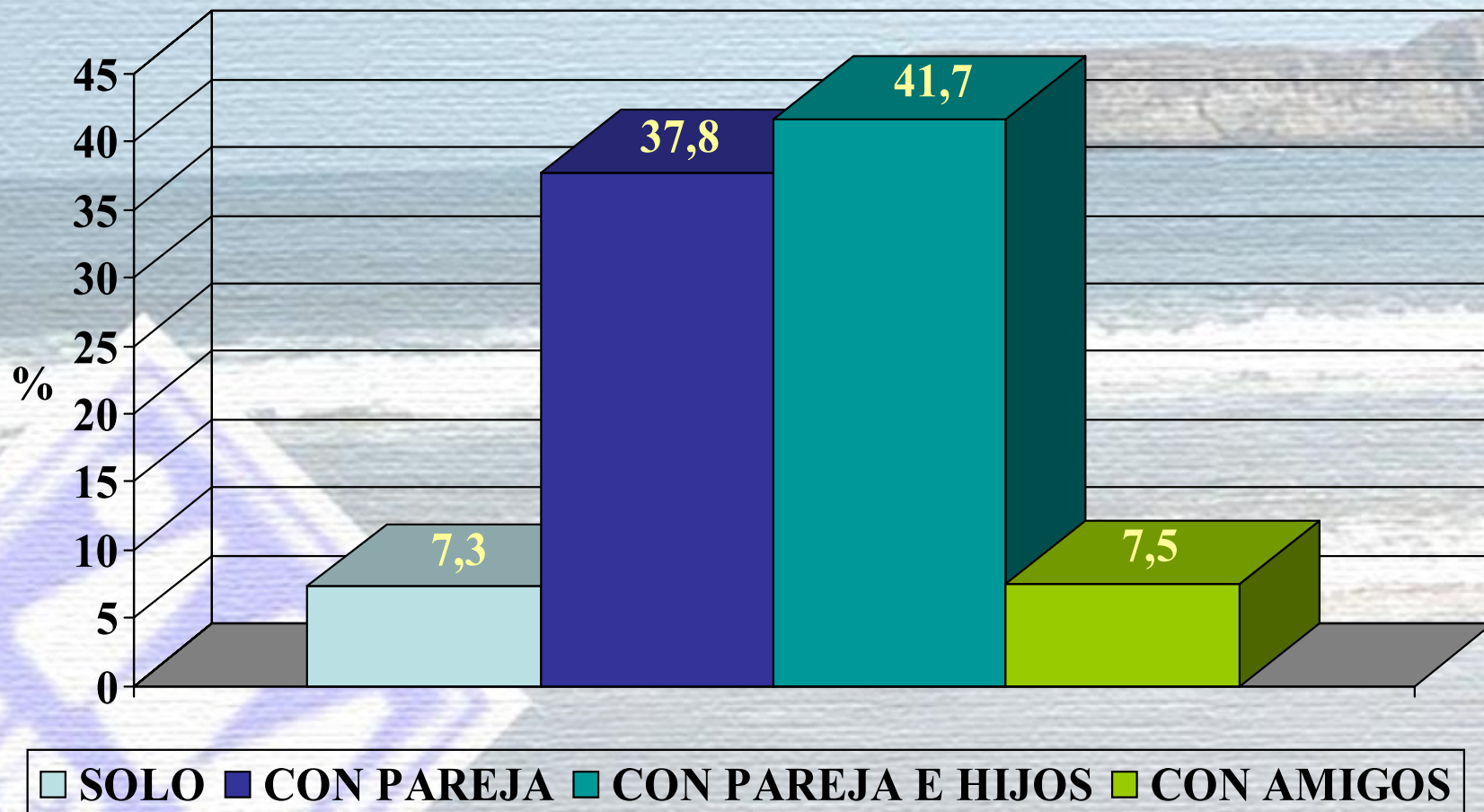
PERNOCTACIONES



MODOS DE ORGANIZAR EL VIAJE

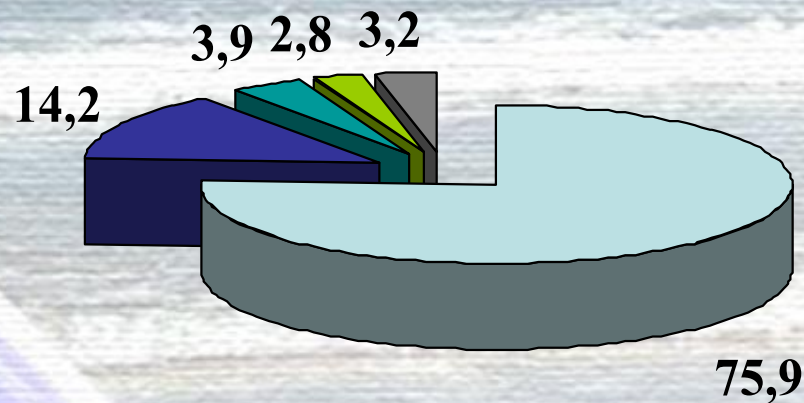
CONTACTANDO DIRECTAMENTE CON EL HOTEL POR TELÉFONO/FAX	25,1 %
CONTACTANDO DIRECTAMENTE CON EL HOTEL VÍA INTERNET	5,4 %
A TRAVÉS DE UNA AGENCIA DE VIAJES EN INTERNET	5,4 %
A TRAVÉS DE UNA AGENCIA DE VIAJES CONVENCIONAL	56,7 %

MODOS DE REALIZAR EL VIAJE



MEDIOS DE TRANSPORTE

%

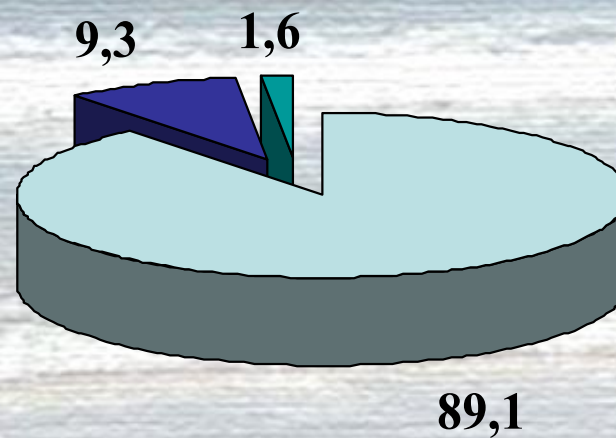


■ COCHE PROPIO ■ AVIÓN ■ TREN ■ AUTOCAR ■ OTROS

Aeropuerto de llegada: Faro (80%)

COMUNICACIONES: SATISFACCIÓN

%



ELECCIÓN: MOTIVOS

1.-Playa.

2.-Clima.

3.-Destino no masificado.

4.-Naturaleza, paisaje.

5.-Precios.

6.-Gastronomía.

7.-Hospitalidad.

8.-Doñana, espacios naturales.

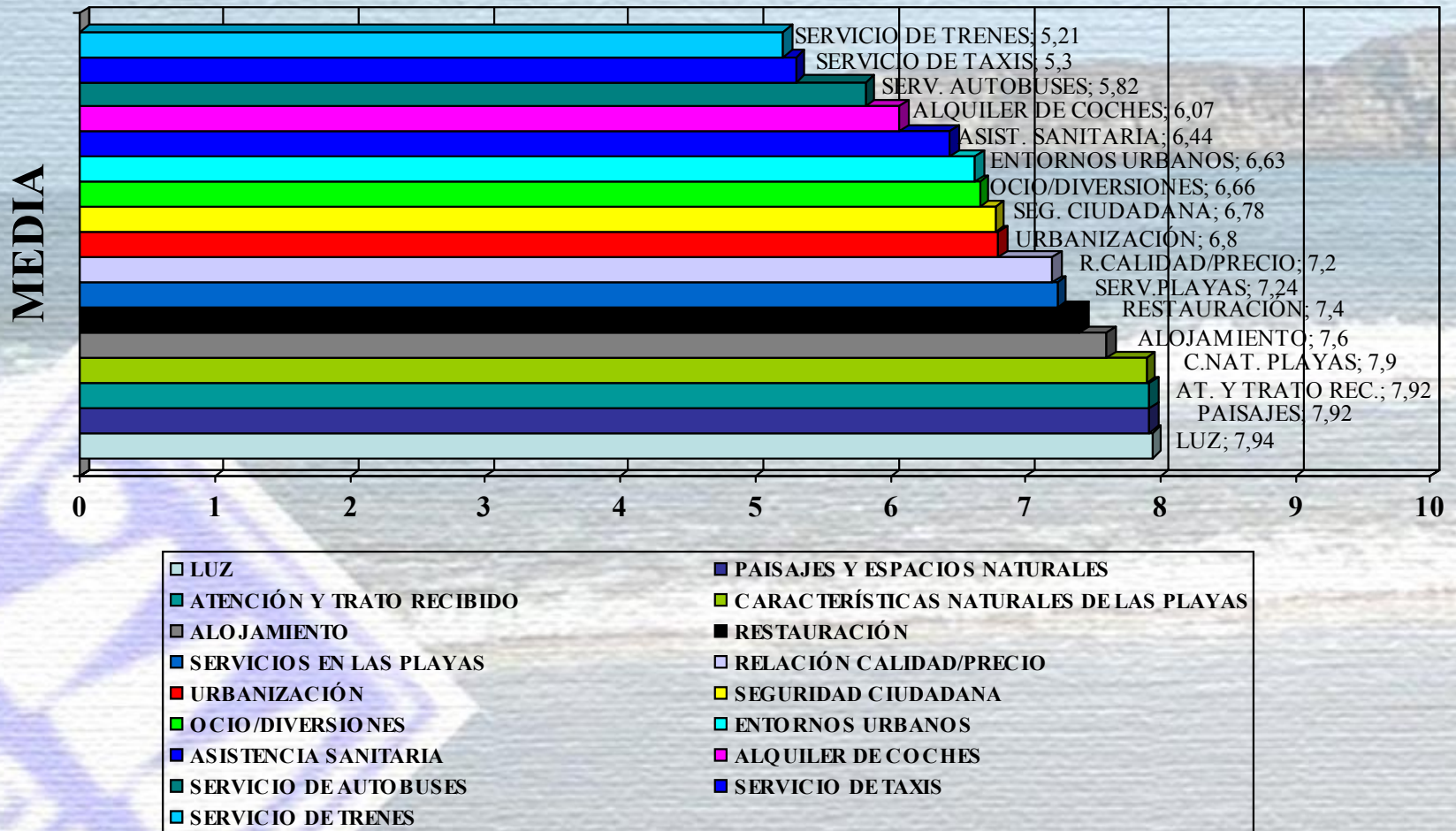
9.-Conocer el Algarve portugués.

10.-Fiestas/Folklore.

11.-Golf.

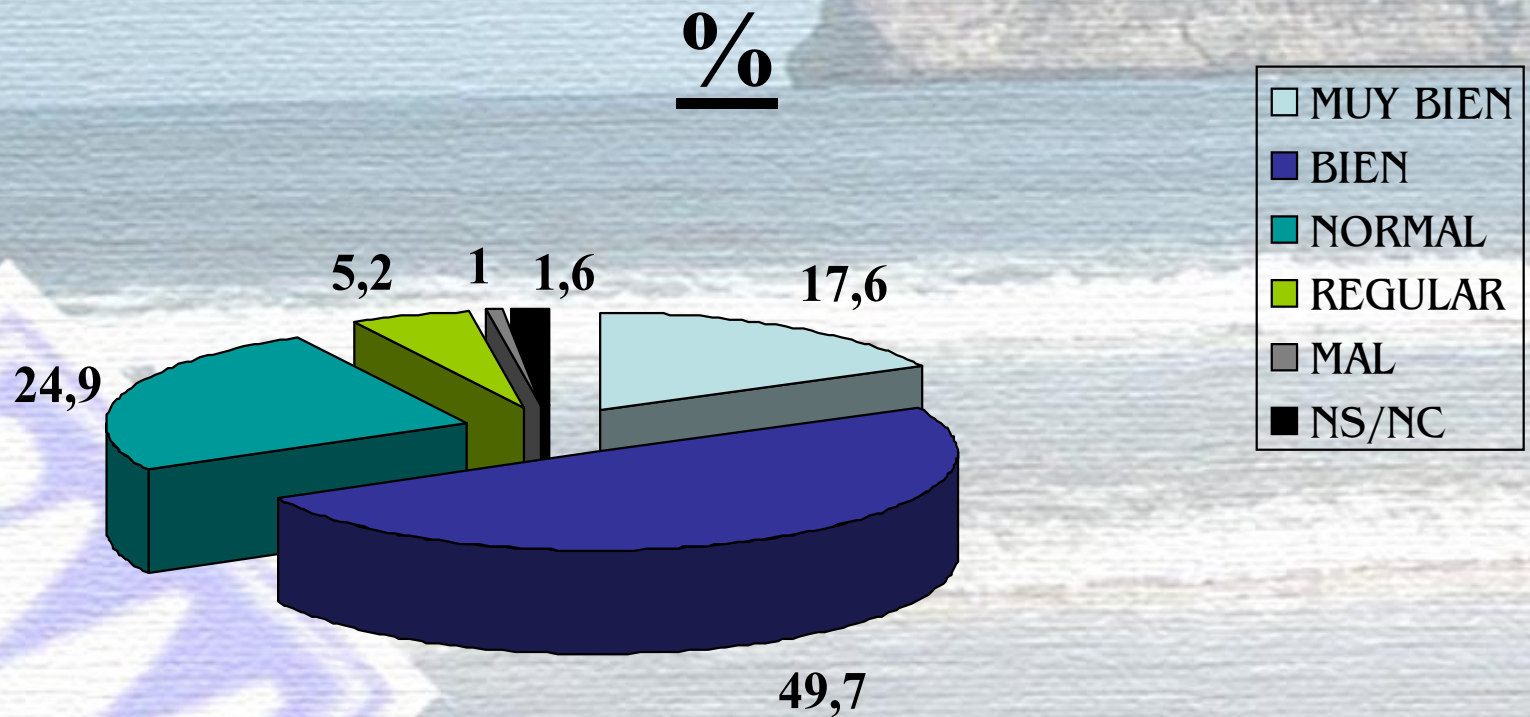
12.-Patrimonio.

SATISFACCIÓN



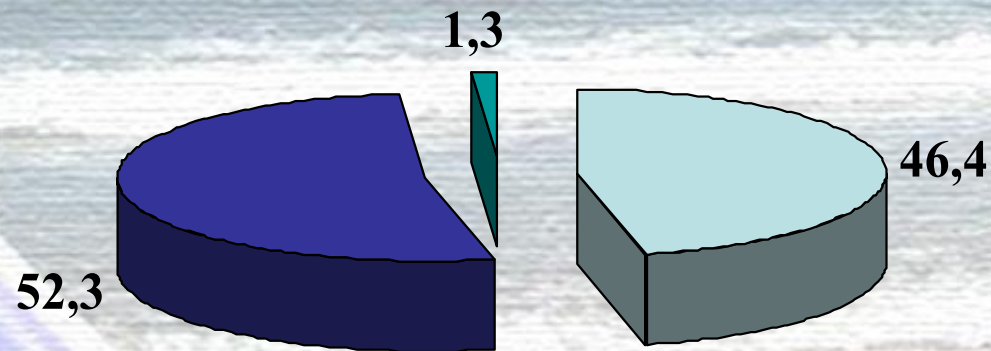
Satisfacción media (ponderada): 7,15

VALORACIÓN DE LA ESTANCIA



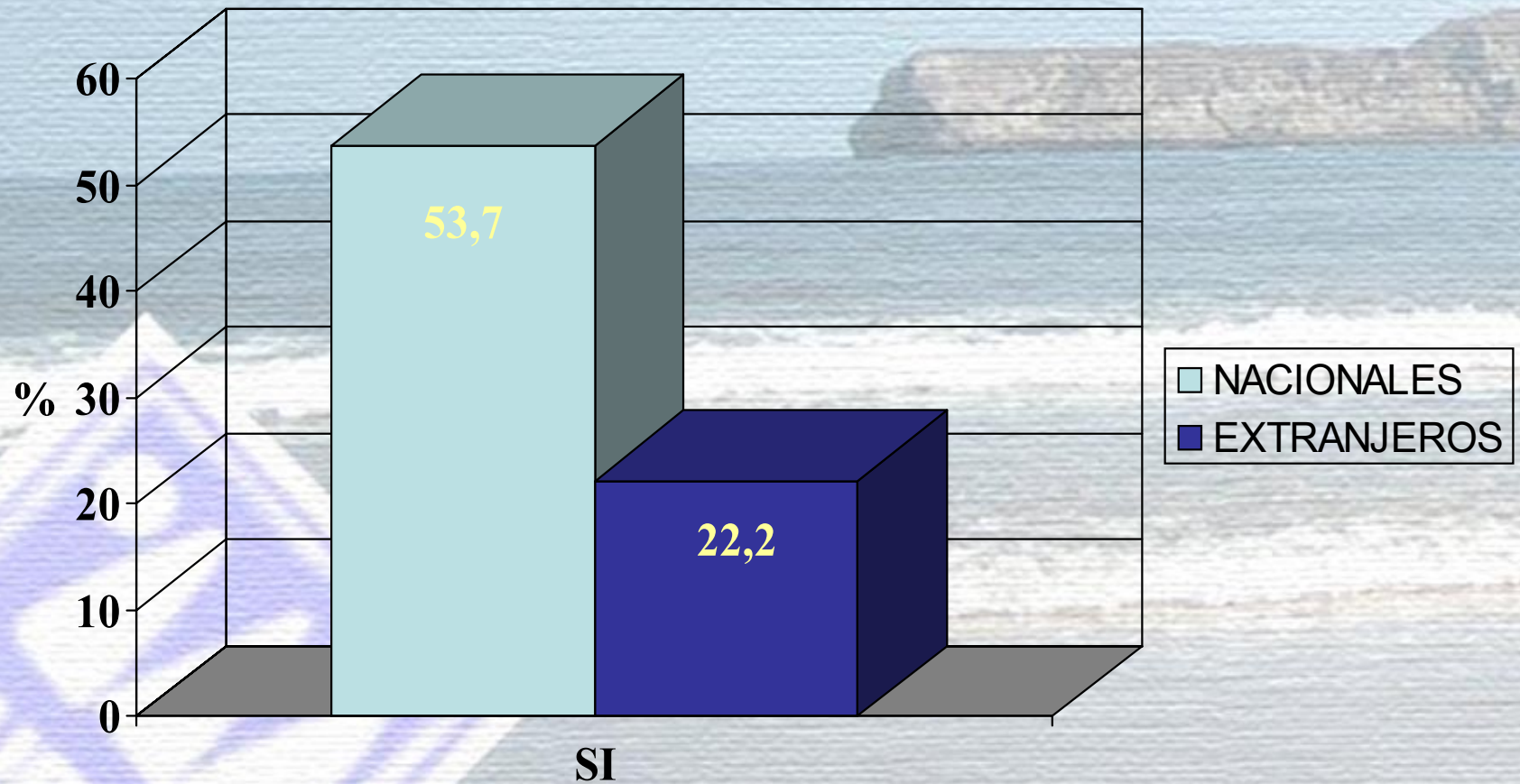
VISITAS ANTERIORES

%



□ SI ■ NO ■ NS/NC

VISITAS ANTERIORES



¿MEJORADO O EMPEORADO?

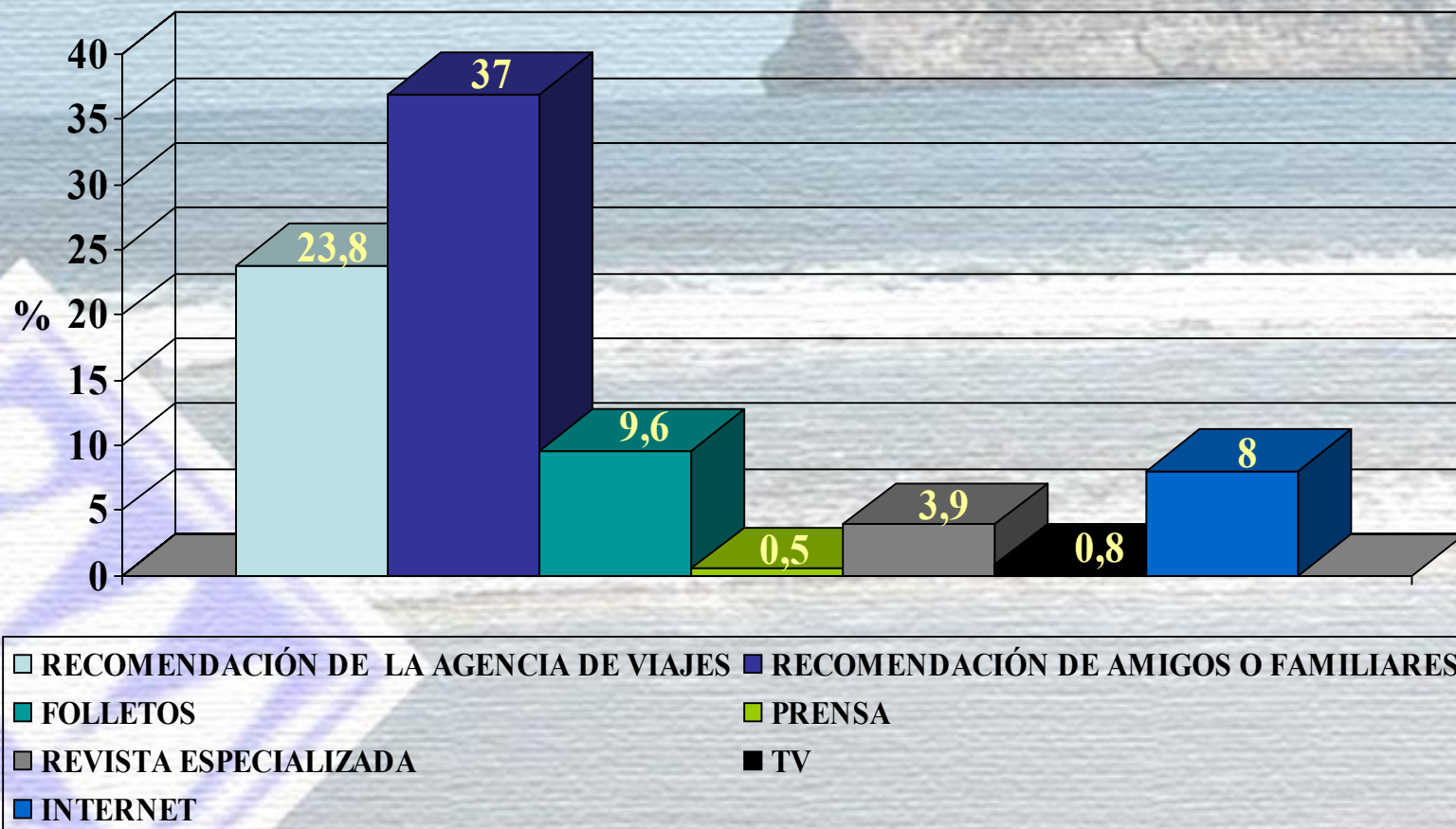
TENDENCIA POSITIVA:

- Alojamiento.
- Servicios en las playas.
- Restauración.

TENDENCIA NEGATIVA:

- Relación calidad/precio.
- Urbanización.
- Entornos (espacios) urbanos.

CONOCIMIENTO DEL DESTINO



LUGARES MÁS CONOCIDOS (*)

1.-Huelva capital (75,1%).

2.-El Rocío (67,5%).

3.-Matalascañas (63,4%).

4.-Punta Umbría (61,5%).

5.-La Antilla/Islandilla (59,9%).

6.-Isla Cristina (59,4%).

7.-Doñana (57,7%).

8.-Isla Canela (56,5%).

(*) Por encima del 50 por ciento.

LUGARES MÁS VISITADOS (*)

1.-Huelva capital (56,8%).

2.-Punta Umbría (44,8%).

3.-Matalascañas (43,7%).

4.-Isla Cristina (43,2%).

5.-El Rocío (42,7%).

6.-Isla Canela (42,5%).

7.-La Antilla/Islandilla (42,1%).

(*) Por encima del 40 por ciento.

LUGARES QUE PIENSAN SER VISITADOS (*)

1.-Huelva capital (39,5%).

2.-Isla Cristina (34,4%).

3.-Isla Canela (33,9%).

4.-La Antilla/Islandilla (33,8%).

5.-Punta Umbría (25,7%).

6.-El Rocío (25,7%).

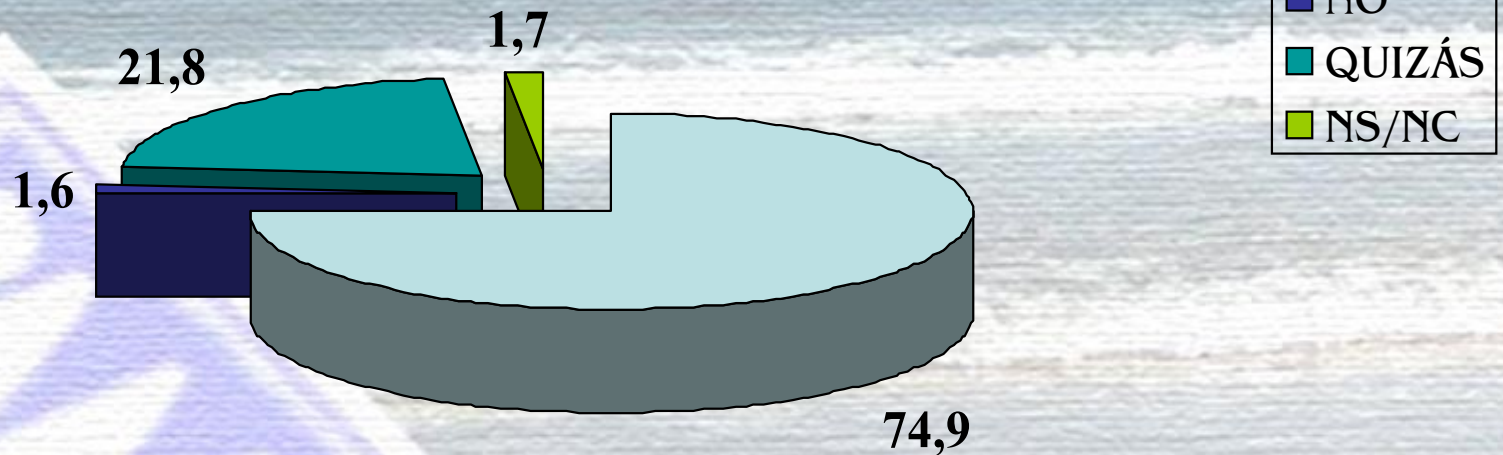
7.-Matalascañas (21,2%).

8.-Doñana (20,7%).

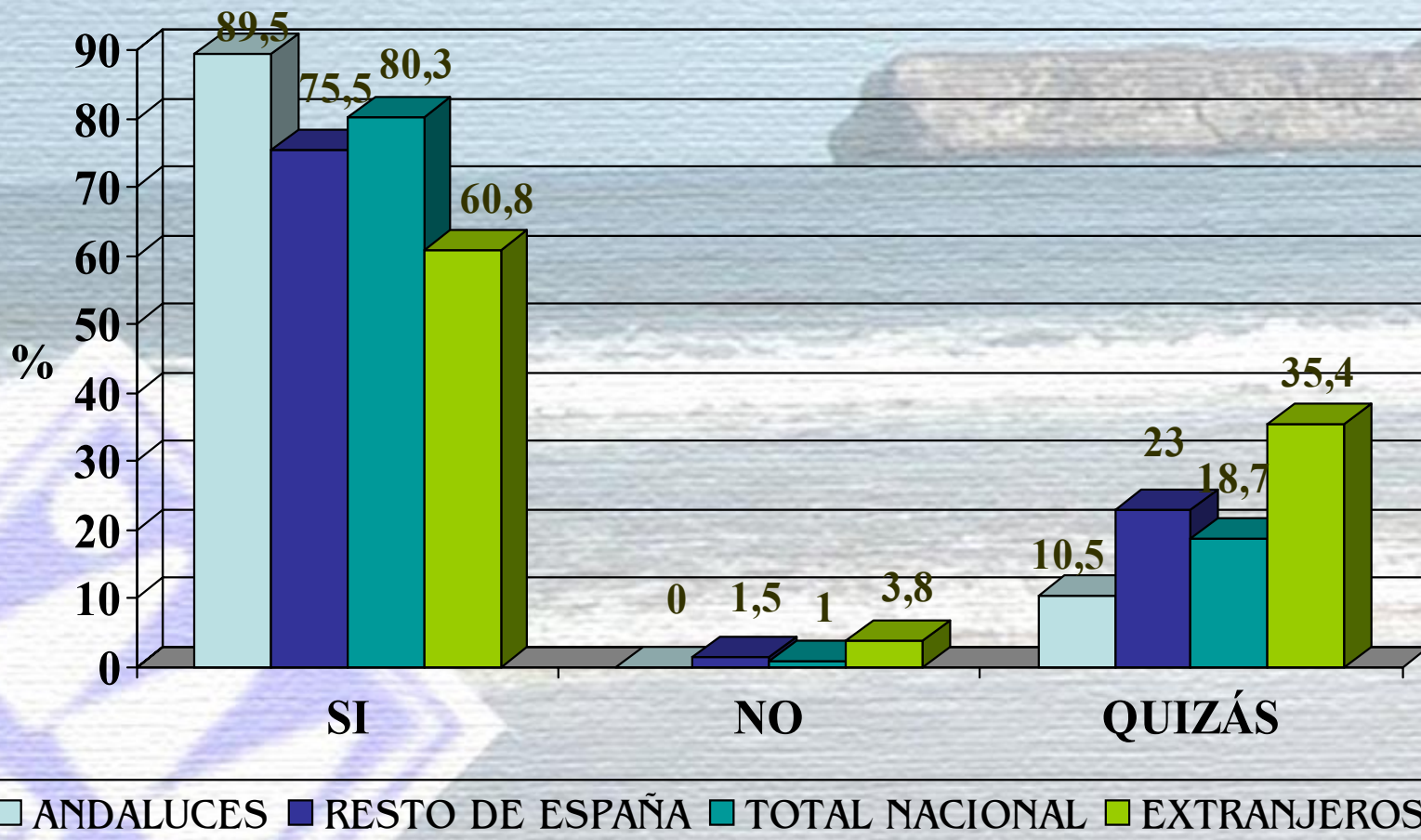
(*) Por encima del 20 por ciento.

DESEO DE VOLVER

%



DESEO DE VOLVER





PATRONATO PROVINCIAL DE TURISMO DE HUELVA

COMPORTAMIENTO Y GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS TURISTAS ALOJADOS EN LOS HOTELES DE LA PROVINCIA DE HUELVA (Verano 2004)

Estudio realizado por:



**Departamento de Dirección de Empresas y Marketing
de la Universidad de Huelva**

Más información: <http://www.uhu.es/GEIDETUR/>