



# DIFERENCIAS PERCEPTUALES DE LOS VISITANTES EN LAS COSTAS ANDALUZAS POR TEMPORADA TURÍSTICA

Jesús Manuel López Bonilla, Luis Miguel López Bonilla y Borja Sanz Altamira  
*Universidad de Sevilla*

**Temática: Economía y Empresa**

**Dpto. Admón. de Empresas y Marketing**  
**Facultad de Cc. Económicas y Empresariales**  
**Avda. Ramón y Cajal, 1**  
**41018 Sevilla**  
**Tlf. 954554429/54438**  
**E-mails: [lopezbon@us.es](mailto:lopezbon@us.es); [luismi@us.es](mailto:luismi@us.es); [Borja@us.es](mailto:Borja@us.es)**

## RESUMEN

El presente trabajo está centrado en el estudio de las valoraciones de los turistas de sol y playa en Andalucía. Para ello, se distinguen las cinco zonas turísticas de las costas andaluzas: la Costa de Almería, la Costa de la Luz (Cádiz), la Costa Tropical (Granada), la Costa de la Luz (Huelva) y la Costa del Sol (Málaga). El análisis se realiza en función de tres temporadas turísticas: alta, media y baja. Los resultados obtenidos indican que existen diferencias significativas en la mayoría de los casos estudiados. Especialmente, hay mayores diferencias en las comparaciones entre las temporadas media y alta.

**Palabras claves:** turista, satisfacción, temporada turística

## ABSTRACT

This paper focuses on the study of the assessments of the sun and sand tourists in Andalusia (Spain). To do this, five tourist areas of the Andalusian coast are distinguished: Costa de Almeria, Costa de la Luz (Cadiz), Costa Tropical (Granada), Costa de la Luz (Huelva), and Costa del Sol (Malaga). The analysis is based on three tourist seasons: high, medium and low seasons. The results indicate that significant differences exist in most of the cases studied. Especially, there are major differences in the comparisons between the medium and high seasons.

**Keywords:** tourist, satisfaction, tourist season

## **1. INTRODUCCIÓN**

La planificación y la gestión turística de los destinos turísticos han experimentado una gran evolución en los últimos años. Los organismos de planificación y gestión turística se han convertido en los responsables del liderazgo, la coordinación, la promoción, la creación de productos, el marketing y el desarrollo de dichos destinos, así como de la información turística que se proporciona en ellos. Este tipo de entes responde de un modo más adecuado a los objetivos generales y a los desafíos que el turismo tiene frente a sí (Ejarque, 2004).

La planificación y la gestión del destino turístico tienen que considerar continuamente las valoraciones de los turistas que lo visitan. Bigné et al. (2000) indican que el control sistemático de los niveles de satisfacción del turista representa uno de los aspectos claves de la gestión del destino turístico. La realización de encuestas de seguimiento de satisfacción es una herramienta de valor inestimable para los gestores y planificadores de los destinos turísticos, así como para las empresas de turismo que actúan en el destino. Lanquar (2001) señala que las encuestas de satisfacción de los turistas permiten obtener información, entre otras cuestiones, sobre las tendencias del mercado, sobre la imagen del destino turístico y sobre las expectativas de los visitantes. Además, como muchos autores sostienen, la satisfacción del turista es un claro indicio para que repita su visita y/o la recomiende a otras personas (v.gr., Pizan and Milmann, 1993; Oh and Parks, 1997, Yuksel and Rimmington, 1998; Oppermann, 1999; Kosak and Rimmington, 2000; Baloglu et al., 2003; Kozak, Bigné and Andreu, 2004; Kolter et al., 2004; Aktas, Aksu and Çizel, 2007).

## **2. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA**

El objetivo principal del presente trabajo se centra en analizar las valoraciones de los turistas respecto a las zonas costeras andaluzas en distintos períodos del año. Para ello, en primer término, se va a analizar la población turística que visita Andalucía en el ámbito del turismo de sol y playa. Se trata de conocer qué percepción tienen los consumidores turísticos sobre una serie de atributos que forman parte de los destinos turísticos. En segundo lugar, las zonas costeras de referencia son las siguientes: Costa almeriense, Costa de la Luz de Cádiz, Costa Tropical, Costa de la Luz de Huelva y

Costa del Sol. Y, por último, los períodos temporales en los que se realiza este análisis se han clasificado como temporada alta, temporada media y temporada baja en función de la demanda turística. De esta manera, la temporada alta incluye los meses de verano (julio, agosto y septiembre); la temporada media abarca el segundo trimestre y el cuarto trimestre del año; y la temporada baja coincide con el primer trimestre del año. Los datos utilizados se han extraído de la Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía (ECTA), que ha sido realizada por el Instituto de Estadística de Andalucía en 2006.

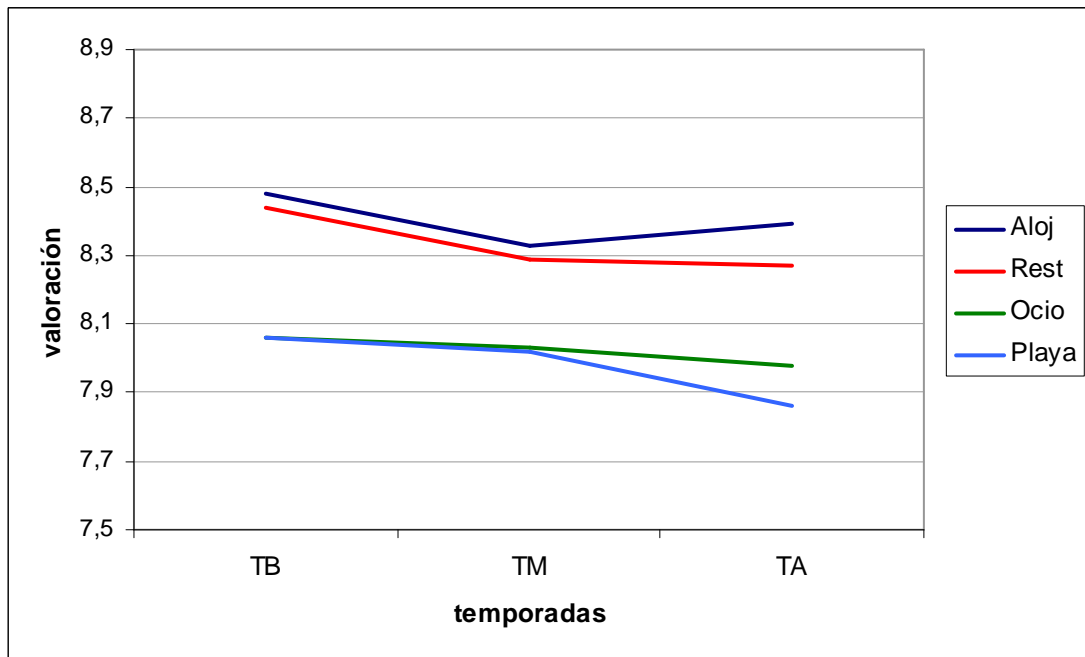
### 3. NIVELES DE SATISFACCIÓN TURÍSTICA

En la tabla 1 se recogen de forma resumida las puntuaciones medias de una serie de atributos valorados por los turistas en su visita durante 2006, divididos por temporadas alta, media y baja, así como las desviaciones estándares producidas entre estas tres temporadas analizadas. Como se puede apreciar, las valoraciones de los turistas en las costas andaluzas son altas respecto a los distintos servicios turísticos y en todas las temporadas analizadas. El atributo mejor valorado es el alojamiento, seguido de la restauración. El ocio y las playas obtienen unas valoraciones medias muy similares. No obstante, la temporada baja presenta unas puntuaciones de los cuatro atributos que son ligeramente superiores al resto de períodos. En cambio, la temporada alta sólo alcanza una puntuación superior a la temporada media en el caso del alojamiento. En cuanto a la dispersión entre temporadas, parece algo mayor en el caso de las playas, seguido de la restauración. Como se aprecia en la figura 1, hay dos tendencias claramente distintas entre los cuatro atributos, marcada una de ellas por el alojamiento y la restauración, con una tendencia de tipo convexa, y una segunda tendencia representada por el ocio y las playas, que se dibuja en forma cóncava.

Tabla 1. Niveles de satisfacción turística por temporada en las costas andaluzas

ATRIBUTOS	TB	TM	TA	D.E.
Alojamiento	8,48	8,33	8,39	0,07
Restauración	8,44	8,29	8,27	0,10
Ocio-diversión	8,06	8,03	7,98	0,04
Playas	8,06	8,02	7,86	0,11

Figura 1. Tendencias en las valoraciones turísticas de las costas andaluzas



### 3.1. Niveles de satisfacción en las zonas costeras andaluzas

A continuación, se van a analizar las percepciones de los turistas en relación con los atributos en los que se ha evaluado su visita, pero distinguiendo las cinco zonas costeras de Andalucía.

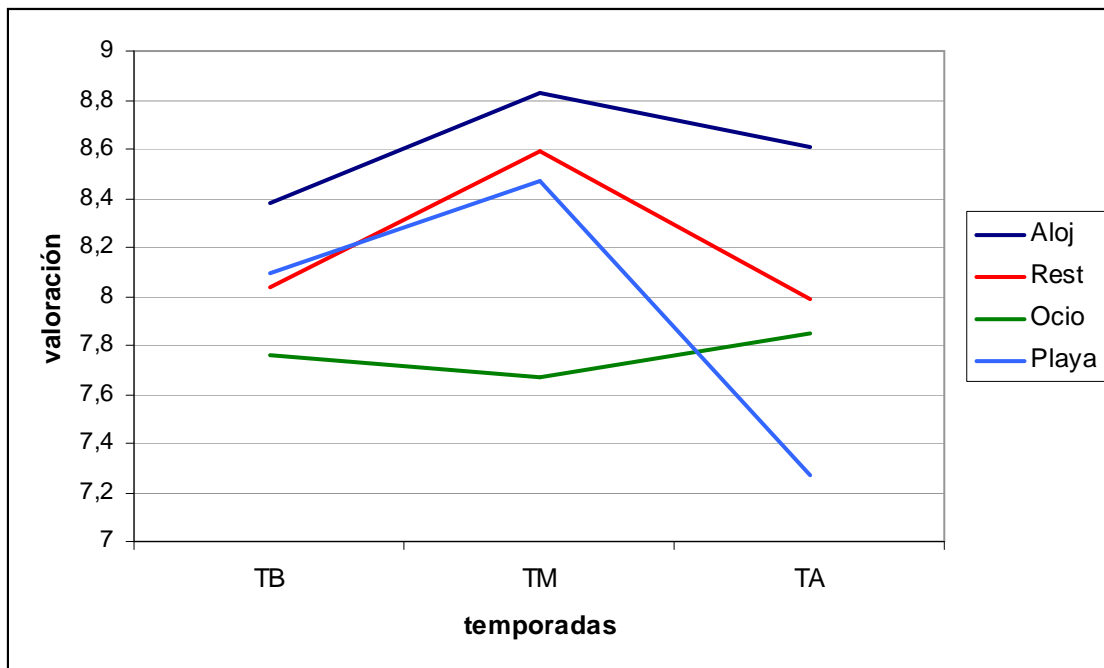
En primer término, la tabla 2 refleja los niveles de satisfacción de los turistas en la costa almeriense. El atributo mejor valorado es el alojamiento. Los restaurantes se sitúan en segunda posición de las valoraciones, pero seguido a corta distancia por las valoraciones de las playas, sobre todo, en las temporadas media y baja. En general, la temporada baja no presenta las mejores puntuaciones en esta zona costera. No están tan claras las diferencias por períodos temporales. Las valoraciones más elevadas predominan en la temporada media. En cuanto a la dispersión, es muy elevada en las playas, al contrario de lo que ocurre con el ocio.

Tabla 2. Niveles de satisfacción de los turistas en la Costa almeriense

ATRIBUTOS	TB	TM	TA	D.E.
Alojamiento	8,38	8,83	8,61	0,23
Restauración	8,04	8,59	7,99	0,33
Ocio-diversión	7,76	7,67	7,85	0,09
Playas	8,09	8,47	7,27	0,61

En la figura 2 se puede observar que las formaciones de tendencia de las valoraciones del alojamiento, la restauración y las playas son similares, con una representación cóncava, siendo las valoraciones de la temporada media superiores a las de otras temporadas. En cambio, las valoraciones del ocio presentan una formación convexa, destacando la temporada alta.

Figura 2. Tendencias en las valoraciones turísticas de la Costa almeriense



Los niveles de satisfacción de los turistas en la Costa de la Luz de Cádiz se detallan en la tabla 3. Como en el caso anterior, el atributo con mayor puntuación es el alojamiento, pero en las temporadas alta y baja, mientras que es el ocio en la temporada media. Por su parte, la restauración presenta la puntuación más reducida de todas en la temporada

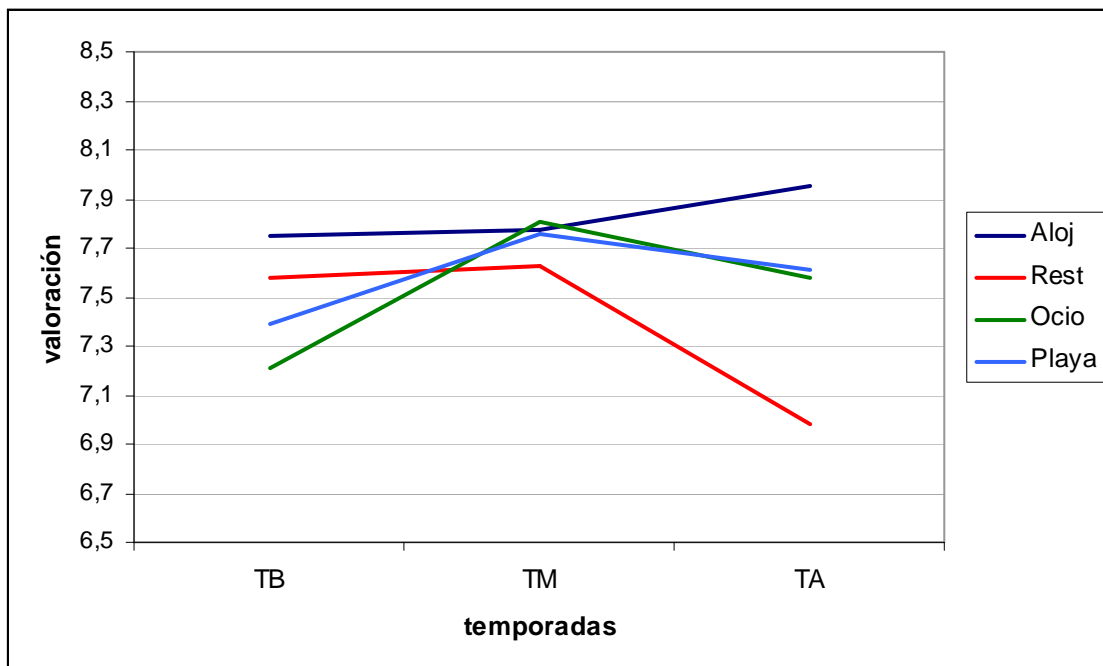
alta. En general, las valoraciones más elevadas se observan en la temporada media. Las mayores dispersiones entre temporadas se hallan en la restauración y el ocio.

Tabla 3. Niveles de satisfacción de los turistas en la Costa de la Luz (Cádiz)

ATRIBUTOS	TB	TM	TA	D.E.
Alojamiento	7,75	7,77	7,95	0,11
Restauración	7,58	7,63	6,98	0,36
Ocio-diversión	7,21	7,81	7,58	0,30
Playas	7,39	7,76	7,61	0,19

La figura 3 registra tendencias similares en las valoraciones de la restauración, el ocio y las playas, con una formación gráfica de tipo cóncava. Por el contrario, las valoraciones del alojamiento forman una tendencia convexa.

Figura 3. Tendencias en las valoraciones turísticas de la Costa de la Luz (Cádiz)



La tabla 4 recoge los niveles de satisfacción de los turistas en la Costa Tropical de Granada. El atributo mejor valorado es la restauración, seguido del alojamiento. Las mejores valoraciones están repartidas entre las tres temporadas. Así, la restauración y el

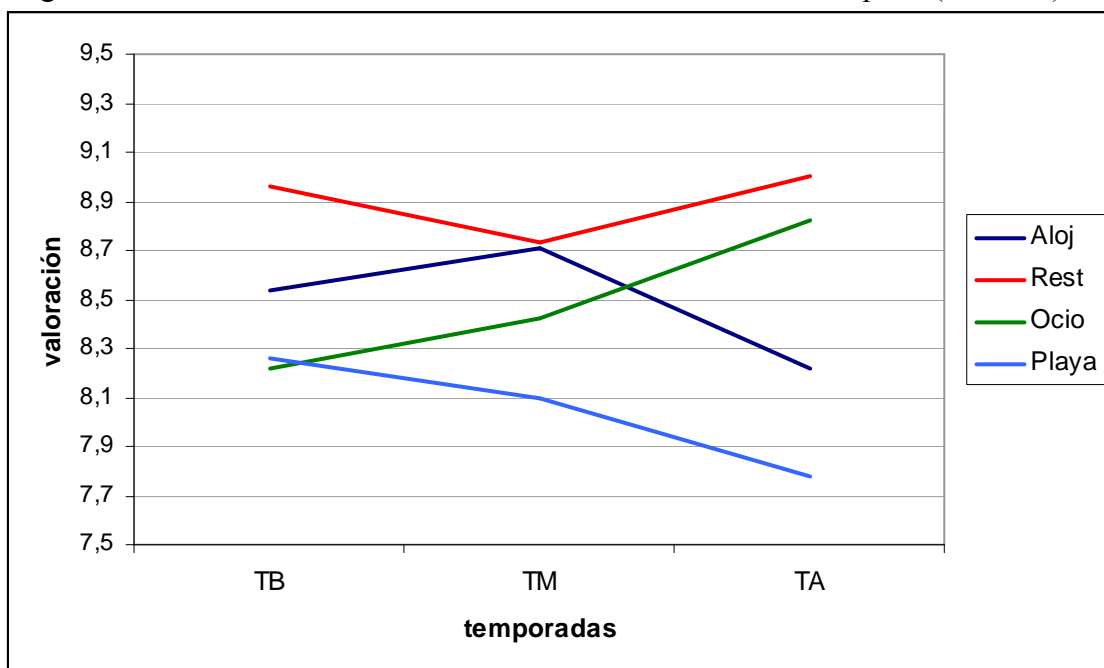
ocio alcanzan las mayores puntuaciones en la temporada alta, el alojamiento obtiene mejor valoración en temporada media y las playas se valoran más en temporada baja. Aunque las mayores dispersiones entre temporadas se encuentran en el ocio.

Tabla 4. Niveles de satisfacción de los turistas en la Costa Tropical (Granada)

ATRIBUTOS	TB	TM	TA	D.E.
Alojamiento	8,54	8,71	8,22	0,25
Restauración	8,96	8,73	9,00	0,15
Ocio-diversión	8,22	8,42	8,82	0,30
Playas	8,26	8,10	7,78	0,24

La figura 4 detalla gráficamente una gran diversidad de tendencias respecto a las valoraciones de los cuatro atributos. De este modo, se distingue una tendencia de tipo cóncava en el caso del alojamiento y una tendencia convexa para la restauración. Pero también se observa una clara tendencia ascendente, desde la temporada baja hacia la temporada alta, en el caso del ocio, mientras que hay una clara tendencia descendente en la valoración de las playas.

Figura 4. Tendencias en las valoraciones turísticas de la Costa Tropical (Granada)



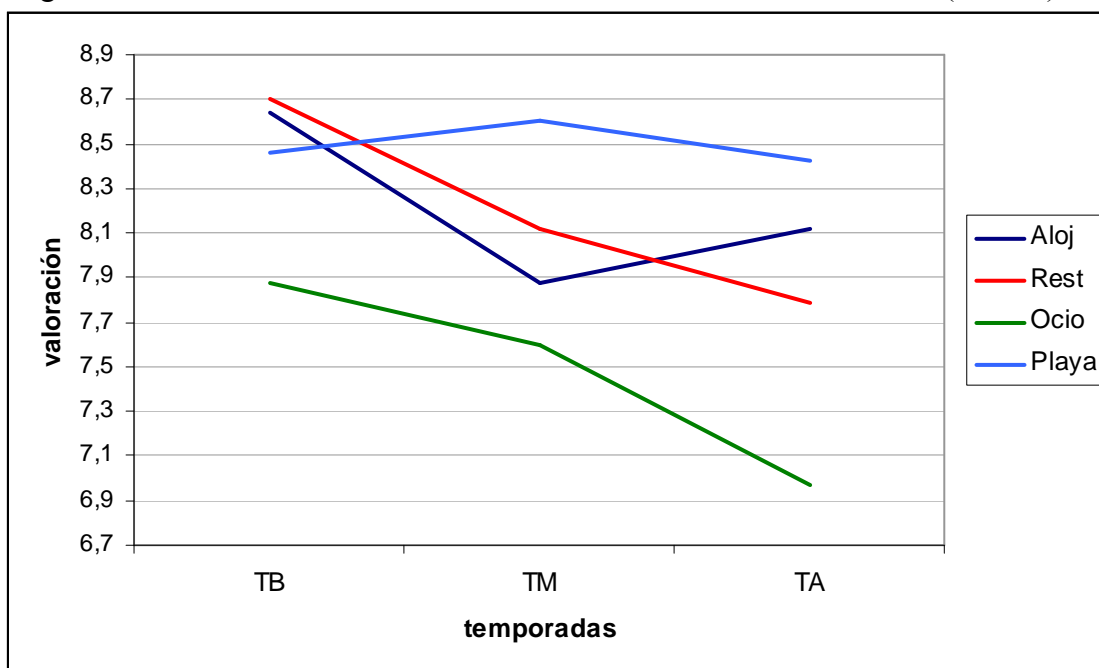
La tabla 5 detalla los niveles de satisfacción de los turistas en la Costa de la Luz de Huelva. En este caso, el atributo más destacado está representado por las playas, que obtiene las mejores valoraciones en temporada media y en temporada alta. Aunque la restauración es el atributo mejor valorado en la temporada baja. Además, hay una elevada dispersión entre temporadas en el alojamiento, la restauración y el ocio.

Tabla 5. Niveles de satisfacción de los turistas en la Costa de la Luz (Huelva)

ATRIBUTOS	TB	TM	TA	D.E.
Alojamiento	8,64	7,88	8,12	0,39
Restauración	8,70	8,12	7,79	0,47
Ocio-diversión	7,88	7,60	6,97	0,47
Playas	8,46	8,60	8,42	0,10

Al igual que ocurría en la costa granadina, la figura 5 marca también muy distintas tendencias en las valoraciones de los atributos. Así, se puede contemplar una tendencia cóncava en el caso de las playas y una tendencia convexa para el alojamiento. Además, se aprecia una clara tendencia descendente, desde la temporada baja hacia la temporada alta, en el caso de la restauración y del ocio.

Figura 5. Tendencias en las valoraciones turísticas de la Costa de la Luz (Huelva)





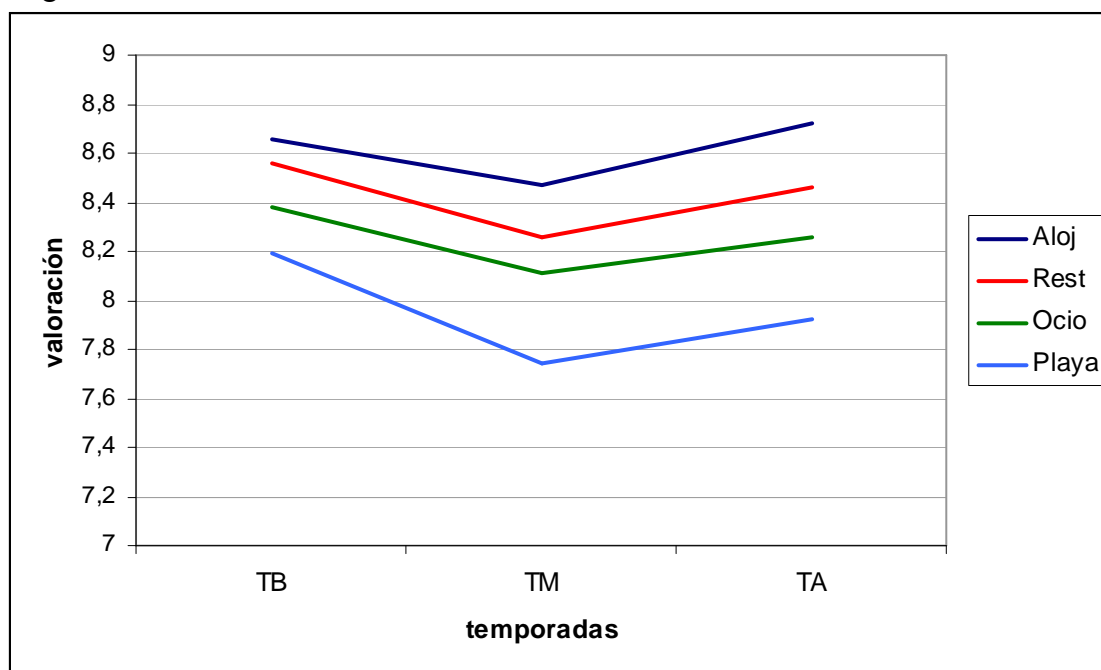
Los niveles de satisfacción de los turistas en la Costa del Sol se detallan en la tabla 6. Como ocurre en los casos de las costas de Almería y Cádiz, el atributo mejor valorado es el alojamiento, seguido de la restauración. En general, las mayores puntuaciones aparecen en temporada baja, aunque el alojamiento alcanza una puntuación más elevada en temporada alta. Las dispersiones entre temporadas no son muy elevadas ni diferentes entre los distintos atributos.

Tabla 6. Niveles de satisfacción de los turistas en la Costa del Sol

ATRIBUTOS	TB	TM	TA	D.E.
Alojamiento	8,66	8,47	8,72	0,13
Restauración	8,56	8,26	8,46	0,15
Ocio-diversión	8,38	8,11	8,26	0,14
Playas	8,19	7,74	7,92	0,23

La figura 6 ofrece una única tendencia en las valoraciones de los cuatro atributos, que está representada por una formación convexa.

Figura 6. Tendencias en las valoraciones turísticas de la Costa del Sol



#### 4. RESULTADOS

En las tablas que se presentan a continuación se van a comprobar las diferencias estadísticamente significativas entre las tres temporadas en 2006, a través de las distintas pruebas T-test que se han llevado a cabo. Para ello, se tiene en cuenta las percepciones de los turistas sobre los cuatro atributos del destino visitado. Primeramente, se analizan los resultados generales obtenidos a partir de las comparaciones entre las tres temporadas en las costas andaluzas y luego se detallan los resultados obtenidos en cada zona costera específica.

La tabla 7 recoge los resultados para el conjunto de las costas andaluzas. Se aprecia que las diferencias significativas están más claramente definidas en la temporada baja. En concreto, destacan las comparaciones entre la temporada baja y la temporada alta, ya que aparecen en los cuatro atributos estudiados. En cambio, hay diferencias significativas entre las temporadas media y baja tan sólo en los atributos de alojamiento y restauración. Así como también hay escasas diferencias entre las temporadas media y alta, destacando únicamente el caso de las playas.

Tabla 7. Diferencias significativas en las costas andaluzas

ATRIBUTOS	TB-TA	TB-TM	TM-TA
Alojamiento	0,09***	0,15***	-0,06
Restauración	0,17***	0,15***	0,02
Ocio-diversión	0,08**	0,03	0,05
Playas	0,2***	0,04	0,16***

\*P<0.1; \*\*P<0.05; \*\*\*P<0.01

La tabla 8 incluye los resultados para la Costa almeriense. Se puede observar que las diferencias significativas en la costa almeriense son más destacables en la temporada media. Así, se distinguen diferencias significativas en las comparaciones entre las temporadas baja y media y entre las temporadas media y alta en tres de los atributos (alojamiento, restauración y playas). Por su parte, las diferencias significativas en las comparaciones entre las temporadas alta y baja se hallan sólo en el alojamiento y las playas.

Tabla 8. Diferencias significativas en la Costa almeriense

ATRIBUTOS	TB-TA	TB-TM	TM-TA
Alojamiento	-0,23**	-0,45***	0,22*
Restauración	0,05	-0,55***	0,6***
Ocio-diversión	-0,09	0,09	-0,18
Playas	0,82***	-0,38***	1,2***

\*P<0.1; \*\*P<0.05; \*\*\*P<0.01

En la tabla 9 se observan los resultados obtenidos respecto a la Costa de la Luz de Cádiz. Se hallan diferencias significativas en casi todos los casos estudiados. Únicamente no se aprecian diferencias significativas en la restauración en la comparación entre las temporadas alta y baja y en el alojamiento en la comparación entre temporada media y baja.

Tabla 9. Diferencias significativas en la Costa de la Luz (Cádiz)

ATRIBUTOS	TB-TA	TB-TM	TM-TA
Alojamiento	-0,2***	-0,02	-0,18*
Restauración	0,6	-0,05***	0,65*
Ocio-diversión	-0,37***	-0,6***	0,23***
Playas	-0,22***	-0,37***	0,15*

\*P<0.1; \*\*P<0.05; \*\*\*P<0.01

En la tabla 10 se registran los resultados obtenidos respecto a la Costa Tropical granadina. Se observa que las diferencias significativas en la Costa Tropical son más destacables en las comparaciones entre las temporada media y alta, que se dan en los cuatro atributos estudiados. Pero también se aprecian diferencias significativas en las otras dos comparaciones entre temporadas. Tan sólo no presenta diferencias significativas la restauración en las comparaciones entre las temporadas alta y baja y las playas en las comparaciones entre temporada media y baja.

Tabla 10. Diferencias significativas en la Costa Tropical (Granada)

ATRIBUTOS	TB-TA	TB-TM	TM-TA
Alojamiento	0,32***	-0,17***	0,49***
Restauración	-0,04	0,23***	-0,27***
Ocio-diversión	-0,6***	-0,2***	-0,4***
Playas	0,48***	0,16	0,32***

\*P<0.1; \*\*P<0.05; \*\*\*P<0.01

En la tabla 11 aparecen los resultados obtenidos en la Costa de la Luz onubense. Se distingue que las diferencias significativas en la Costa de Huelva son más elevadas en las comparaciones entre las temporadas media y alta, que se dan en los cuatro atributos. Las comparaciones entre las temporadas alta y baja presentan diferencias significativas en tres atributos (alojamiento, restauración y ocio) y las comparaciones entre las temporadas media y baja tienen diferencias destacables en dos atributos (alojamiento y restauración).

Tabla 11. Diferencias significativas en la Costa de la Luz (Huelva)

ATRIBUTOS	TB-TA	TB-TM	TM-TA
Alojamiento	0,52***	0,76***	-0,24*
Restauración	0,91***	0,58***	0,33***
Ocio-diversión	0,91***	0,28	0,63***
Playas	0,04	-0,14	0,18*

\*P<0.1; \*\*P<0.05; \*\*\*P<0.01

Por último, en la tabla 12 se anotan los resultados obtenidos en la Costa del Sol. Se observa que las diferencias significativas en la Costa del Sol se encuentran en casi todos los casos estudiados. Tan sólo no existen en el atributo del alojamiento en la comparación entre las temporadas alta y baja.

Tabla 12. Diferencias significativas en la Costa del Sol

ATRIBUTOS	TB-TA	TB-TM	TM-TA
Alojamiento	-0,06	0,19***	-0,25***
Restauración	0,1**	0,3***	-0,2***
Ocio-diversión	0,12***	0,27***	-0,15***
Playas	0,27***	0,45***	-0,18***

\*P<0.1; \*\*P<0.05; \*\*\*P<0.01

## 5. CONCLUSIONES

En general, se ha detectado la existencia de diferencias entre las valoraciones de los turistas en su visita a las costas andaluzas respecto a tres períodos temporales distintos del año. Teniendo en cuenta los datos generales en todas las zonas turísticas costeras de Andalucía, se aprecia que hay mayores diferencias significativas en la temporada media en relación con las valoraciones del alojamiento y de la restauración y en la temporada alta respecto a las valoraciones de las playas. En cambio, existen pocas diferencias en el caso del ocio. Pasamos a detallar estas diferencias significativas.

- La valoración del alojamiento en temporada media es inferior a su valoración en temporada alta y en temporada baja.
- La valoración de la restauración en temporada media es superior a su valoración en temporada alta y es inferior a su puntuación en temporada baja.
- La valoración de las playas en temporada alta es inferior a sus valoraciones en temporada media y temporada baja.
- La valoración del ocio en temporada baja es superior a su valoración en la temporada alta.

En cuanto a las cinco zonas costeras, se observa igualmente muchas diferencias significativas entre las tres temporadas en cada uno de los cuatro atributos. Tan sólo cabría excluir dos casos concretos, como son las valoraciones del ocio en Almería, que no presenta ninguna diferencia entre temporadas, y las valoraciones de las playas en

Huelva, que únicamente ofrece diferencias en la comparación entre temporada media y temporada alta. Pasamos a indicar las mayores diferencias en cada zona costera.

- La Costa almeriense presenta mayores diferencias en las comparaciones entre temporada media respecto a las otras dos temporadas en los casos del alojamiento, de la restauración y de las playas. Estos tres atributos son significativamente más valorados en temporada media.
- En la Costa de la Luz de Cádiz destacan también las mayores diferencias de la temporada media en las valoraciones de la restauración, el ocio y las playas, siendo superiores sus puntuaciones en dicha temporada. Pero además existen diferencias significativas en la temporada alta frente a las otras dos temporadas en el caso del alojamiento, que obtiene una valoración significativamente mayor en dicha temporada.
- La Costa Tropical de Granada tiene mayores diferencias en temporada media para el caso del alojamiento y en temporada alta para el caso del ocio. Ambos atributos son valorados significativamente mejor en cada una de las temporadas mencionadas.
- En la Costa de la Luz de Huelva se aprecian mayores diferencias en temporada baja respecto a las otras temporadas. De este modo, destacan los atributos del alojamiento y de la restauración, que consiguen unas puntuaciones significativamente más elevadas en temporada baja.
- Por último, la Costa del Sol presenta también mayores diferencias en temporada baja frente a las otras temporadas. Pero en este caso se observan en los cuatro atributos, que alcanzan unas valoraciones significativamente mejores en temporada baja.

La planificación y gestión de los destinos turísticos deben tener en consideración las posibles diferencias que puedan darse entre las valoraciones de los turistas comparando distintos momentos del tiempo a lo largo del año. No es razonable que existan demasiadas divergencias temporales en dichas valoraciones, cuando el destino turístico tiene que ofrecer una cierta homogeneidad en la prestación de sus servicios. Habría que estudiar las razones de estas divergencias entre las valoraciones de los turistas en su

visita. Es posible que una de las razones esté relacionada con la tipología de los propios turistas, por lo que sería aconsejable profundizar en las características y los comportamientos de los visitantes en cada temporada turística.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Aktas, A., Aksu, A. y Çizel, B. (2007): "Destination choice: an important-satisfaction analysis". *Quality & Quantity*. 41 : 265-273.

Bigné Alcañiz, E, Font Aulet, X. y Andreu Simó, L. (2000): *Marketing de destinos turísticos*. ESIC Editorial. Madrid

Kotler, P., Bowen, J., Makens, J., Rufín, R. y Reina, M<sup>a</sup>.D. (2004): *Marketing para turismo*. Pearson Educación. Madrid

Kozak, M. y Rimmington, M. (2000): "Tourist satisfaction with Mallorca, Spain an off-season holiday destination". *Journal of Travel Research*. 38: 260-269.

Kozak, M., Bigné, E. and Andreu, L. (2004): "Satisfaction and destination loyalty: a comparison between non-repeat and repeat tourists". *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*. 5(1): 43-59.

Instituto de Estadística de Andalucía (2006): *Encuesta de Coyuntura Turística de Andalucía*. IEA, Sevilla.

Lanquar, R. (2001): *Marketing turístico: de lo global a lo local*. Ariel. Barcelona.

Oh, H. and Parks, S.C. (1997): "Customer satisfaction and service quality: a critical review of the literature and research implications for the hospitality industry". *Hospitality Research Journal*. 20(3): 35-64.

Oppermann, M. (1999): "Predicting destination choice: a discussion of destination loyalty". *Journal of Vacation Marketing*. 5(1): 51-65.

Pizan, A. y Milmann, A. (1993): "Predicting satisfaction among first time visitors to a destination by using the expectancy disconfirmation theory". *International Journal Hospitality Management*. 12(2): 197-209.

Rey Moreno, M., Revilla Camacho, M.A., Gil Jiménez, J. y López Bonilla, J.M. (2004): *Fundamentos de marketing turístico*. Editorial Síntesis. Madrid.

Sancho, A. (1998): *Introducción al Turismo*. Organización Mundial del Turismo, Madrid.

Valls, J.F. (1996): *Las claves del mercado turístico*. Ediciones Deusto. Bilbao.

Yuksel, A. y Rimmington, Y. (1998): "Tourist satisfaction and food service experience: Results and implications of an empirical investigation". *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. 9(1): 37-57.