

La Satisfacción del **Turista Cultural Enológico** en el Condado de Huelva

CRISTINA DE LA ORDEN REYES * [cristina.delaorden@dem.uhu.es]

ALFONSO VARGAS SÁNCHEZ ** [vargas@uhu.es]

Objetivos | Este trabajo se centra en:

- el perfil de este tipo de turista.
- el estudio del nivel de satisfacción/insatisfacción; causas y efectos, que dicha experiencia turística le ha reportado.

Metodología | Revisión de la literatura científica publicada. Se han utilizado, principalmente, las siguientes bases de datos y revistas científicas: Scopus, Science Direct, Dialnet, Tourism Management, Annals of Tourism Research, Journal of Travel Research, Gestión Turística, Estudios Turísticos, PASOS y Cuadernos de Turismo.

Posteriormente, dichas hipótesis serán testadas empíricamente mediante la cumplimentación de cuestionarios a través de entrevistas personales, cuyos resultados serán analizados mediante el método de PLS.

Principais resultados e contributos | En el presente estudio hemos expuesto de un modo teórico y general las necesidades y características del turista cultural, pues posteriormente está generalidad será acotada, ya que dicho estudio estará dirigido hacia una rama de dicho turismo cultural enológico, centrándonos en el Condado de Huelva, estudiando sobre todo en las causas y efectos que provocan la satisfacción /insatisfacción de estos.

En un estudio empírico posterior analizaremos los factores que con mayor importancia inciden en ese binomio satisfacción/insatisfacción, como pueden ser la motivación, expectativas, experiencia... relacionándose con el destino o lugar visitado.

En nuestro caso, como hemos citado anteriormente, nos centraremos, para ello, en la comunidad andaluza y en la provincia de Huelva concretamente. También se realizará un análisis del destino elegido, estudiando factores como infraestructuras, medio-ambiente, cultura, servicios... en la medida que dichas variables influirán en el grado de satisfacción/insatisfacción del turista y las relaciones entre sí que puedan existir entre dichas variables, ya que en el presente estudio han sido tenidas en cuenta de una manera genérica y sin relación aparente entre ellas. Por tanto, el principal objetivo es testar dichas hipótesis con datos empíricos y demostrar las variables que tienen mayor peso en la satisfacción del turista y los efectos que esta genera.

Conclusões | En este trabajo presentamos una primera revisión de la literatura científica acerca de las distintas variables personales y del destino que, según los estudios realizados, parecen influir en el grado de satisfacción del turista cultural. Además de estos antecedentes o inductores, se identifican también las posibles consecuencias de ese grado de satisfacción sobre la actitud/comportamiento del cliente, positivas o negativas: repetición/fidelización, recomendación a familiares y amigos, etc. Con todo ello se pretende proponer un esbozo de lo que podría ser un modelo explicativo de dicha variable (satisfacción) y de sus posibles efectos.

* **Diplomada en Turismo** por la Universidad de Huelva y **Profesora Sustituta Interina** de la Universidad de Huelva.

** **Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales** por la Universidad de Sevilla y **Profesor Catedrático** de la Universidad de Huelva.