

## Cuadro general

En el **tercer trimestre de 2013**, el HOTELS quality Index en **España** sigue registrando una disminución volviendo al nivel del tercer trimestre del año anterior. Esta inflexión se debe a una general disminución en las evaluaciones recibidas por los hoteles 3 estrellas.



### Limpieza

**8,1** ↓ 0,2

Sigue manteniéndose entre los mejores aspectos evaluados por los clientes de hoteles españoles, sin embargo continúa su descenso negativo.

### Atención

**8,2** ↓ 0,3

Es la variable que sufre el descenso más significativo en este trimestre. Vuelve a los niveles del año anterior.

### Recomendación

**9,4** =

A pesar de la disminución global en las evaluaciones los clientes siguen queriendo recomendar el hotel en el que se hospedan.

### Instalaciones

**7,3** ↓ 0,1

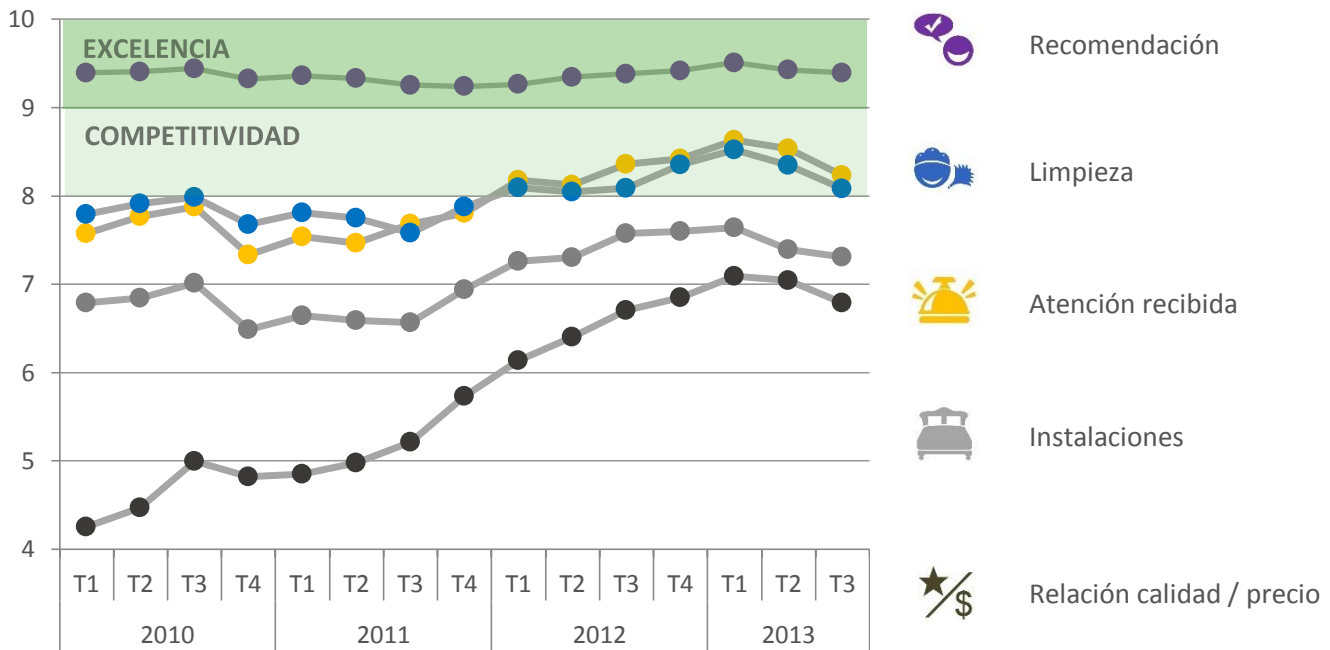
Registra un descenso inferior respecto al resto de los aspectos, manteniéndose bastante estable.

### Calidad / precio

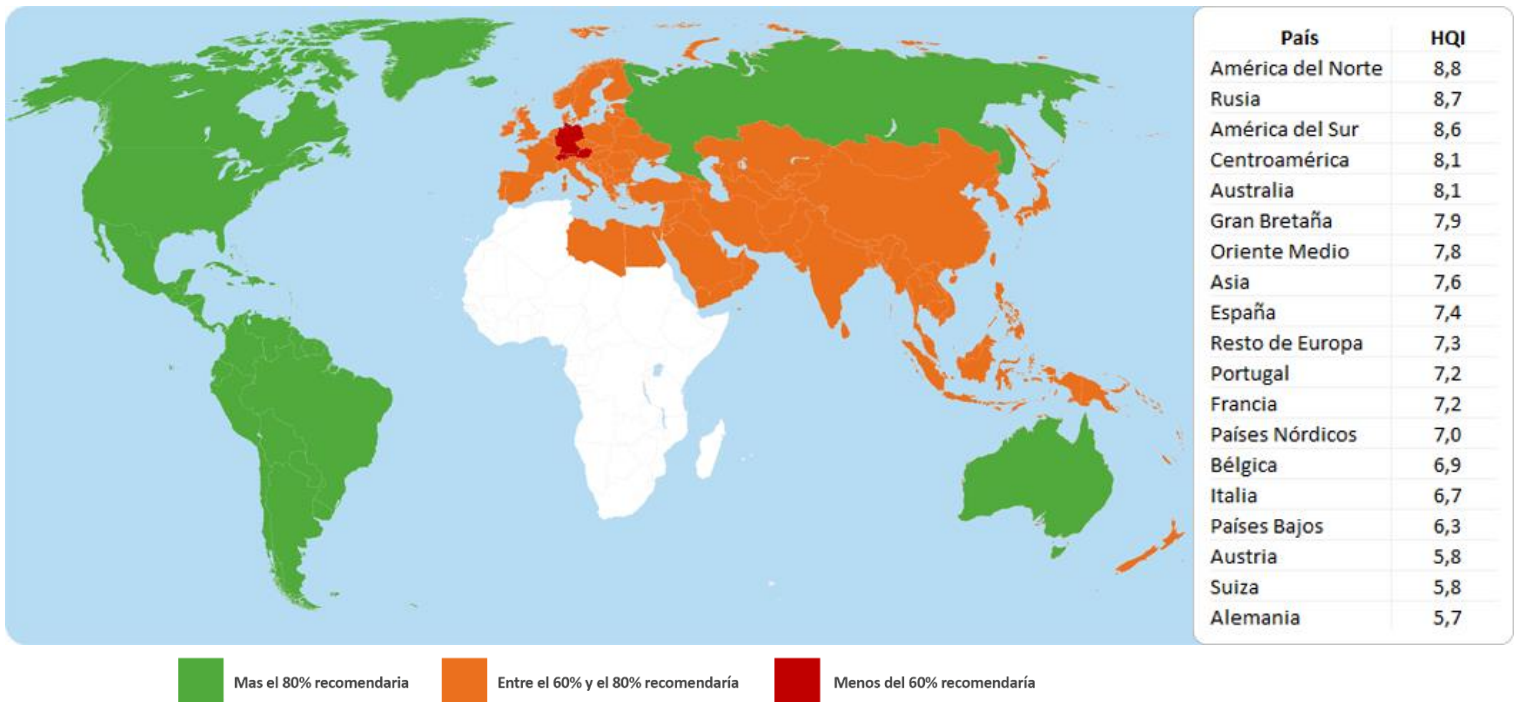
**6,8** ↓ 0,2

El indicador menos evaluado vuelve a registrar un descenso significativo, volviendo a los niveles registrados en 2012.

## Evolución

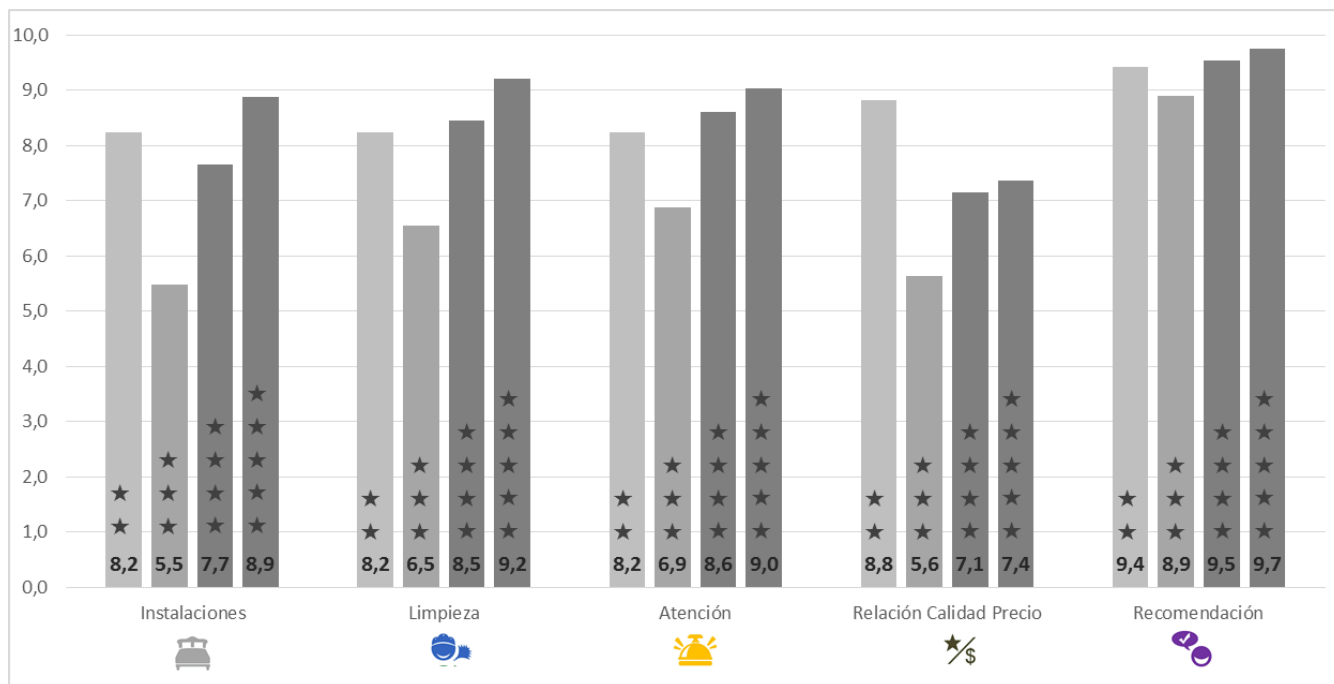


## Análisis por Nacionalidad



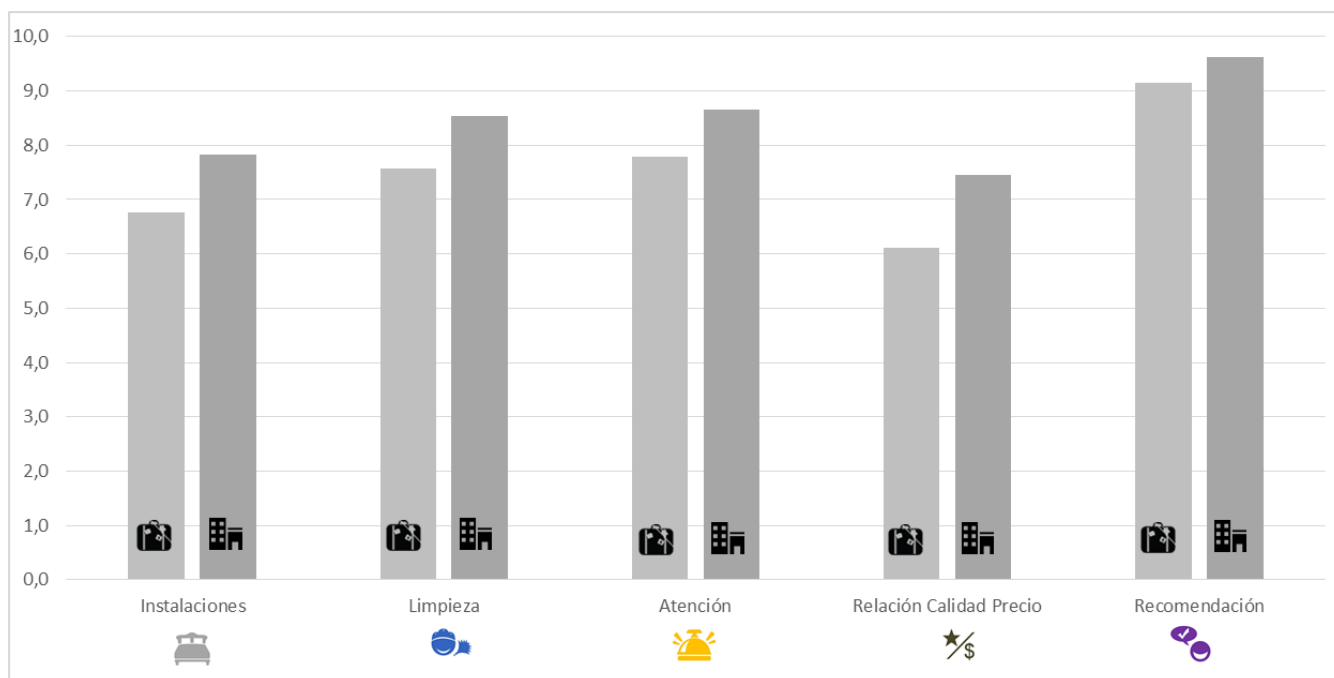
Los **clientes americanos** son aquellos que mejor evalúan la calidad de los hoteles españoles con unos índices que alcanzan el nivel competitivo. Por otro lado los estados europeos especialmente los transalpinos, **Alemania, Suiza y Austria** no alcanzan la suficiencia y se demuestran muy críticos con la calidad ofertada por los hoteles españoles.

## Análisis por Estrellas



Destaca negativamente la percepción del nivel de servicio de los hoteles de 3 estrellas, en donde las instalaciones y la relación calidad precio percibida por el cliente es significativamente inferior al resto de las categorías.

## Análisis por Tipología



Los **hoteles urbanos** ubicados en las principales ciudades de España obtienen **unas puntuaciones superiores** en todos los aspectos respecto a los hoteles vacacionales ubicados principalmente en la costa.

La **Relación Calidad-Precio** percibida por los clientes de los hoteles vacacionales es significativamente inferior que la de los hoteles urbanos.