

# ESPOmar

**Red de cooperación en I+D+i  
Diseño de un Sistema de Transporte  
marítimo en el Golfo de Cádiz**



**Entregable EPM-A1A-00: “Análisis de Demanda”**

**Resumen Ejecutivo**

Proyecto 0225\_ESPOMAR\_5-E  
Información Entregable

El proyecto “ESPOmar: Red de Cooperación en I+D+i Orientada al Diseño de un Sistema Sostenible y Transfronterizo de Transporte Marítimo-Fluvial en el Golfo de Cádiz”, es un proyecto financiado por la Unión Europea a través del Programa INTERREG V-A España – Portugal (POCTEP) 2014-2020, que pretende fomentar la cooperación entre ambos países y continuar avanzando en la mejora de la calidad de vida y la protección del medio ambiente del Espacio de Cooperación.

Este proyecto está liderado por la Universidad de Cádiz, y cuenta con la participación de la Universidad de Huelva, la Universidad del Algarve y la Agencia Pública de Puertos de Andalucía.

ESPOmar tiene como objetivo la protección medioambiental y el desarrollo sostenible del transporte marítimo a través de la mejora de las conexiones marítimas en espacios transfronterizos. Fomentando un uso multimodal de transporte más eficiente y sostenible para incrementar la movilidad entre España y Portugal, además de impulsar el crecimiento y el empleo asociado al sector del transporte, así como reducir las emisiones atmosféricas. Mediante el desarrollo de metodologías, herramientas y la valoración de soluciones y técnicas existentes.

Con el desarrollo del proyecto ESPOmar se quiere contribuir a cumplir las metas de uno de los objetivos específicos del programa, que contempla el desarrollo de acciones que favorezcan la integración, eficiencia y eficacia de los sistemas de transporte en el espacio de cooperación.

---

**Documento ID:** EPM-A1A-00: Análisis de demanda

**Coordinador del Entregable:** Sebastián Sotomayor González

**Autores:** Alfonso Vargas Sánchez, José Albendín Moya, Fernando Perna, Francisco Serra, Claudia Almeida, María Joao Custodio, Margarida Santos, Antonio Arcas de los Reyes, Sebastián Sotomayor González, José Ruiz Chico, María del Carmen Pérez Peña, Antonio Rafael Peña Sánchez y Mercedes Jiménez García

**Fecha de Entrega:** 01/03/19

**Tipología:** Público

**Estado/Versión:** Final / V1.0

---

**Resumen:** Se analizará la posible demanda de movilidad desde y hacia las diferentes poblaciones y zonas de interés turístico, dentro de la zona de estudio.

## ÍNDICE

<b>Índice de tablas .....</b>	<b>1</b>
<b>1.- Introducción.....</b>	<b>2</b>
<b>2.- Metodología.....</b>	<b>2</b>
<b>3.- Conclusiones .....</b>	<b>3</b>
FASE 1: Cálculo del mercado potencial .....	3
FASE 2: Cálculo de la intención de viajar.....	4
FASE 3: Estimación de la demanda .....	5
<b>4.- Síntesis de otras conclusiones por línea marítima .....</b>	<b>9</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Residentes mercado potencial .....	3
<b>Tabla 2.</b> Turistas mercado potencial .....	3
<b>Tabla 3.</b> Residentes con intención de viajar.....	4
<b>Tabla 4.</b> Turistas con intención de viajar.....	4
<b>Tabla 5.</b> Intención de viajar (nº personas) .....	5
<b>Tabla 6.</b> Viento según la escala Beaufort en Cádiz-Huelva-Algarve.....	7
<b>Tabla 7.</b> Estimación de la demanda (nº pasajeros) .....	8
<b>Tabla 8.</b> Síntesis de otras conclusiones para la línea marítima entre Cádiz y Huelva .....	9
<b>Tabla 9.</b> Síntesis de otras conclusiones para la línea marítima entre Huelva y Algarve..	9
<b>Tabla 10.</b> Síntesis de otras conclusiones para la línea marítima entre Cádiz y Algarve.10	10

## 1.- INTRODUCCIÓN

El presente documento es una síntesis de los informes realizados en los tres territorios implicados (provincia de Cádiz, provincia de Huelva y región del Algarve) en la posible creación de líneas de transporte marítimo de pasajeros entre ellas. Con este estudio se ha pretendido explorar la demanda potencial que, en las circunstancias actuales, podría alcanzar cada una de ellas, siendo la primera de las fases del proyecto ESPOMAR, que concluirá con la evaluación de su posible viabilidad económica.

Dado que los posibles usuarios de estas líneas (Cádiz-Huelva, Huelva-Algarve y Algarve-Cádiz) son tanto la población residente en los respectivos territorios como la población flotante de turistas en los mismos (se trata de un “triángulo” con una fuerte vocación turística, particularmente en su franja litoral, en la que también se concentra la mayor parte de la población residente), hemos considerado ambas fuentes de demanda, con el tratamiento metodológico diferenciado que se expresará seguidamente, para su agregación final.

La realización de todo este trabajo ha abarcado el año comprendido entre noviembre de 2017 y octubre de 2018.

## 2.- METODOLOGÍA

Como se ha anticipado, la metodología utilizada, uniforme en los tres estudios parciales realizados en cada uno de los territorios mencionados, ha sido diferente según la fuente de demanda a analizar y estimar.

-En lo que a la población residente se refiere, se procedió a la captación directa de datos primarios a través de un cuestionario diseñado *ad hoc* que se implementó mediante entrevistas personales a los elementos muestrales, con las debidas garantías en cuanto a fiabilidad (95%) y margen de error muestral máximo (máximo 5%). De forma paralela, ese mismo cuestionario fue utilizado para obtener respuestas vía online, si bien, dada la falta de representatividad estadística de este procedimiento -pese al elevado número de respuestas que fue capaz de aportar-, sus resultados sólo han sido utilizados de forma subsidiaria y marginal.

-En cuanto a los turistas, dado que no fue posible acceder directamente a ellos (tanto por razón del periodo temporal para la realización del trabajo de campo como presupuestaria), las estimaciones de las variables necesarias para la realización de este trabajo fueron realizadas a través de paneles de expertos profesionales del sector turístico en cada uno de los tres territorios, incluyendo la perspectiva de diversos *stakeholders*. Previo contacto personal o telefónico, las preguntas correspondientes fueron remitidas y respondidas por vía electrónica.

### 3.- CONCLUSIONES

#### FASE 1: CÁLCULO DEL MERCADO POTENCIAL

RESIDENTES					
Línea	Origen	(A) Población de referencia	(B) Proporción que viaja al destino	(C) Proporción con disposición a viajar en barco al destino	(D) = (A)×(B)×(C) Mercado Potencial (nº personas)
Huelva-Cádiz	Huelva	351.926	0'610	0'901	193.422
	Cádiz	560.304	0'4675	0'9775	256.048
Huelva-Algarve	Huelva	351.926	0'665	0'868	203.139
	Algarve	312.469	0'67	0'374	78.298
Cádiz-Algarve	Cádiz	560.304	0'4225	0'98	231.993
	Algarve	312.469	0'432	0'593	80.047

Tabla 1. Residentes mercado potencial

Fuentes: (A) Población residente mayor de edad del área conformada por los municipios considerados (últimos datos disponibles). (B) y (C) Encuestas.

TURISTAS				
Línea	Origen	(A) Nº de turistas en municipios considerados	(B) Proporción de turistas interesados	(C) = (A)×(B) Mercado Potencial (nº personas)
Huelva-Cádiz	Huelva	860.557	0'18	154.900
	Cádiz	756.008	0'2227	168.363
Huelva-Algarve	Huelva	860.557	0'17	146.295
	Algarve	1.826.507	0'038	69.407
Cádiz-Algarve	Cádiz	756.008	0'2409	182.122
	Algarve	1.826.507	0'024	43.836

Tabla 2. Turistas mercado potencial

Fuentes: (A) Estadísticas oficiales correspondientes al 3er trimestre de 2016. (B) Encuestas.

## FASE 2: CÁLCULO DE LA INTENCIÓN DE VIAJAR

RESIDENTES					
Línea	Origen	(A) Mercado Potencial (nº personas)	(B) Frecuencia anual (nº veces)	(C) Factor de corrección (precio/duración travesía)	(D) = (A)×(B)×(C) Intención de viajar (nº personas)
Huelva-Cádiz	Huelva	193.422	2'71	0'3214	<b>168.470</b>
	Cádiz	256.048	2'03	0'4925	<b>255.990</b>
Huelva-Algarve	Huelva	203.139	2'51	0'6322	<b>322.347</b>
	Algarve	78.298	1'16	0'3083	<b>28.000</b>
Cádiz-Algarve	Cádiz	231.993	1'96	0'4050	<b>184.156</b>
	Algarve	80.047	2'07	0'5398	<b>89.444</b>

Tabla 3. Residentes con intención de viajar

Fuentes: (B) Encuestas. (C) Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

TURISTAS				
Línea	Origen	(A) Mercado Potencial (nº personas)	(B) Factor de corrección (disponibilidad)	(C) = (A)×(B) Intención de viajar (nº personas)
Huelva-Cádiz	Huelva	154.900	0'159	<b>24.629</b>
	Cádiz	168.363	0'159	<b>26.770</b>
Huelva-Algarve	Huelva	146.295	0'159	<b>23.261</b>
	Algarve	69.407	0'159	<b>11.036</b>
Cádiz-Algarve	Cádiz	182.122	0'159	<b>28.957</b>
	Algarve	43.836	0'159	<b>6.970</b>

Tabla 4. Turistas con intención de viajar

Fuente: Elaboración propia

\*Nota: En el caso de los turistas se considera que la frecuencia es igual a uno (un solo viaje). Fuente: (B) Se considera que tendrán disponibilidad aquellos turistas con una estancia media más larga (más información en los correspondientes informes).

En resumen, el resultado de agregar las estimaciones de intención de viajar en los tres territorios considerados y para las tres líneas marítimas en estudio es el siguiente, con el detalle de la estacionalidad correspondiente a cada una de ellas:

Proyecto 0225\_ESPOMAR\_5-E  
Entregable EPM-A1A-00: Análisis de Demanda (Resumen Ejecutivo)

INTENCIÓN DE VIAJAR (nº personas)					
Línea	(A) Residentes (*)	(B) Turistas (**)	(C) = (A)+(B) Total	Período de vacaciones	Resto del año
Huelva-Cádiz	424.460	51.399	475.859	235.821	240.038
Huelva-Algarve	350.347	34.297	384.644	128.807	255.837
Cádiz-Algarve	273.600	35.927	309.527	220.791	88.736

Tabla 5. Intención de viajar (nº personas)

Fuente: (\*) Suma datos última columna tabla 3. (\*\*) Suma datos última columna tabla 4.

Hasta aquí la síntesis de los cálculos realizados en los correspondientes informes, en los que se estima la intención de viajar. No obstante, la estimación de la demanda requiere un paso más, que es el que se incorpora en la siguiente fase, tercera y última. Por no estar incorporada en los referidos documentos, se procede aquí a su justificación metodológica.

### FASE 3: ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA

Llegados a este punto, debemos tener en cuenta que la literatura científica nos muestra la intención de compra como un antecedente (proxi) de la compra efectiva, lo que nos alerta acerca de la diferencia, conceptual y cuantitativa, entre ambas variables (intención y comportamiento). Del mismo modo, la intención de viajar (en barco en este caso) es un antecedente de la demanda efectiva que esas líneas marítimas pueden tener, para cuya cuantificación la estimación de la intención de viajar debe someterse a un factor de corrección, ya que no todos quienes manifiestan intención de viajar lo harán en realidad. En definitiva, la estimación de la demanda ha de ser necesariamente inferior a la de la intención de viajar.

Ese factor corrector, esto es, la intensidad del vínculo (correlación) entre intención de compra y compra efectiva, dependerá del tipo de bien o servicio en cuestión, es decir, si se trata, por ejemplo, de una compra racional o por impulso. Así, sabemos que cuando las decisiones de compra tienen una base impulsiva, éstas, a priori, presentarán una menor correspondencia entre intención de compra y comportamiento.

En todo caso, merece la pena señalar que los resultados de un análisis de intención de compra ayudan mucho a conformar una idea sobre la aceptación de un producto, sobre todo en términos negativos, pues una intención de compra baja nos estará indicando que el producto que se está ofreciendo difícilmente conseguirá salir adelante. Sin embargo, unos resultados positivos en un estudio de este tipo (como es el caso) indican que al consumidor potencial le interesa el producto, aunque al final acabe no comprándolo.

Teniendo en cuenta la especificidad de los productos que estamos analizando (nuevas líneas de transporte marítimo de pasajeros), no existen en la literatura científica referencias claras al respecto. En general, se suelen manejar factores correctores en una horquilla entre 0'5 y 0'8. Por ejemplo, multiplicar por 0'8 el porcentaje de personas que responden "seguro que compraría" y por 0'5 el de los "probablemente compraría", si bien éste no es nuestro caso, ya que la predisposición a viajar en barco se ha planteado en términos dicotómicos: sí o no. No obstante, podríamos acudir, como fue referido, al carácter más o menos racional (o impulsivo) de esta compra. El extremo superior de la horquilla (0'8) correspondería a compras puramente racionales, mientras que el extremo

Proyecto 0225\_ESPOMAR\_5-E  
Entregable EPM-A1A-00: Análisis de Demanda (Resumen Ejecutivo)

inferior de la misma (0'5) podría atribuirse a las compras puramente impulsivas. En este caso, aunque a la compra de un billete para desplazarse en barco a algunos de los destinos considerados pueda atribuirse un componente fundamentalmente racional (normalmente será una decisión predeterminada dentro del plan de viaje del residente o del turista), teniendo en cuenta que la motivación muy mayoritaria es el ocio y que el importe económico es relativamente pequeño, podríamos situarlo en la escala referida a un nivel de 0'7 (es decir, racional con algunos matices). A este factor 0'7 le llamaremos factor de corrección de la intención.

En este análisis, una aportación interesante es la de Hennessey et al. (2009)<sup>1</sup>, en la cual estiman un factor de 0'787 para los visitantes por primera vez y de 0'824 para quienes repiten la visita a la isla canadiense de Prince Edward. Este resultado es consistente con los hallazgos de Fitzsimons y Morwitz (1996)<sup>2</sup> en el sentido de que las compras de repetición muestran una relación más consistente entre intención y comportamiento. En nuestro caso, al tratarse de un medio de transporte nuevo (el barco) y de una demanda en la que el turismo tendría un peso bastante significativo en los períodos vacacionales, podría establecerse una mayor cercanía al primer escenario que al segundo.

Siendo aplicado al estudio de un hipotético nuevo medio de transporte marítimo entre Cádiz, Huelva y Faro, este factor corrector, basado en la relación actitud-comportamiento del consumidor, se ve acumulativamente influenciado por una variable exógena identificada como "clima", o más específicamente el tiempo meteorológico que el turista encuentra en el momento de la visita al destino. Es ampliamente reconocido que este clima / tiempo influye mucho en el comportamiento de los turistas durante sus vacaciones, sobre todo cuando involucra recursos naturales o actividades al aire libre, tal como es referenciado y cuantificado por Becken y Wilson (2013) en el estudio sobre cambios de rutas, horarios y actividades de los turistas en Nueva Zelanda como consecuencia de los cambios en el tiempo.

Asumiendo la variable "fuerza del viento" como proxy del clima (tiempo meteorológico) que el turista o residente va a encontrar en el momento de la travesía, y considerando el tipo de navegación en cuestión (ocio-turístico), una escala de confort puede ser establecida a través de la observación de la variable "fuerza del viento" medida en la escala de Beaufort<sup>3</sup>, siendo admisible que a partir de un determinado nivel de viento / estado del mar el potencial usuario de este medio de transporte deja de estar disponible para el viaje. Este supuesto se ve reforzado por los resultados de las encuestas aplicadas en las tres zonas implicadas, en las que el clima es considerado como una de las "condiciones adecuadas" más relevantes para concretar la decisión de viajar, con una importancia de 7'9 en el origen

<sup>1</sup> Hennessey, S.M.; Yun, D.; MacDonald, R. (2009). Influencing the Intentions to Visit a Destination:

The Case of Potential First-Time and Repeat Visitors. *Tourism Travel and Research Association: Advancing Tourism Research Globally*. Disponible en: [http://scholarworks.umass.edu/ttra/2009/Presented\\_Papers/26](http://scholarworks.umass.edu/ttra/2009/Presented_Papers/26) (consultado el 01/10/18).

<sup>2</sup> Fitzsimons, G.J.; Morwitz, V.G. (1996). The Effect of Measuring Intent on Brand-Level Purchase Behavior. *Journal of Consumer Research*, 23 (1), 1-11.

<sup>3</sup> Disponible en:

[https://www.aemet.es/documentos/es/conocermas/maritima/escalas\\_de\\_viento\\_y\\_oleaje.pdf](https://www.aemet.es/documentos/es/conocermas/maritima/escalas_de_viento_y_oleaje.pdf) (consultada el 05/10/18).

Proyecto 0225\_ESPOMAR\_5-E  
Entregable EPM-A1A-00: Análisis de Demanda (Resumen Ejecutivo)

de Faro, 8'6 en el origen de Huelva y 7'6 en el origen de Cádiz (en la escala de 0 –mínimo- a 10 –máximo-). Por tanto, se podría asumir, aunque con una cierta subjetividad, un escenario en que esas condiciones adecuadas existen en función de la velocidad del viento y el correspondiente estado del mar:

- Escenario óptimo de viaje: vientos de fuerza igual o menor que 4 en la escala de Beaufort, es decir, viento con velocidad no mayor de 16 nudos, con pequeñas olas creciendo, cabrilleo numeroso y frecuente de las olas.

Y un segundo escenario, en el que estas condiciones adecuadas dejan de existir debido a una velocidad del viento superior y al deterioro correspondiente del estado del mar, de lo que resultaría la anulación de la decisión de viajar en barco por parte del usuario potencial. En concreto:

- Escenario de no existencia de viaje: vientos de fuerza igual o superior a 5 en la escala de Beaufort, es decir, viento con velocidad igual o superior a 17 nudos, con, en el mejor de los casos, olas medianas alargada y cabrilleo (con salpicaduras)

Con base en las estadísticas disponibles en el sitio web [www.windguru.cz](http://www.windguru.cz) para las ubicaciones de Faro, Espigón de Huelva y Cádiz, es posible identificar la siguiente frecuencia de vientos de fuerza entre 0-4 y fuerza entre 5-12 en los tres lugares de referencia.

VIENTO SEGÚN LA ESCALA BEAUFORT EN CÁDIZ-HUELVA-ALGARVE			
Localización	Período de tiempo	Fuerza del viento – Escala de Beaufort	
		0 – 4	5 - 12
Cádiz	Octubre-Junio (resto)	83'5 %	16'5 %
	Julio-Septiembre (vacaciones)	98'9 %	1'1 %
Huelva	Octubre-Junio (resto)	87'5 %	12'5 %
	Julio-Septiembre (vacaciones)	98'9 %	1'1 %
Faro	Octubre-Junio (resto)	83'5 %	16'5 %
	Julio-Septiembre (vacaciones)	95'7 %	4'3 %
Media general	Octubre-Junio (resto)	84'8 %	15'2 %
	Julio-Septiembre (vacaciones)	97'8 %	2'2 %
Media Cádiz- Huelva	Octubre-Junio (resto)	85'5 %	14'5 %
	Julio-Septiembre (vacaciones)	98'9 %	1'1 %
Media Cádiz- Faro	Octubre-Junio (resto)	83'5 %	16'5 %
	Julio-Septiembre (vacaciones)	97'3 %	2'7 %
Media Huelva- Faro	Octubre-Junio (resto)	85'5 %	14'5 %
	Julio-Septiembre (vacaciones)	97'3 %	2'7 %

Tabla 6. Viento según la escala Beaufort en Cádiz-Huelva-Algarve  
Fuente: Datos recogidos entre el 09/01/2006 y el 08/10/2018.

Proyecto 0225\_ESPOMAR\_5-E  
Entregable EPM-A1A-00: Análisis de Demanda (Resumen Ejecutivo)

Lo expuesto sugiere un segundo factor de corrección, posterior a la decisión de compra, basado en la garantía de confort manifestada a través del porcentaje de días con viento hasta fuerza 4 en la escala de Beaufort, diferenciado entre los meses de verano (período de vacaciones) y el resto de meses (a lo largo del año): factor confort entre Julio-Septiembre (período de vacaciones) de 0'978 y factor de confort entre Octubre-Junio (resto del año) de 0'847.

De ello se desprende que las estimaciones efectuadas en los tres territorios considerados y para las tres líneas marítimas en estudio deben, a efectos de determinación de la demanda potencial, ser corregidas en función de los siguientes factores:

- Demanda corregida en el período de vacaciones = Estimación de la intención de viajar x factor de corrección de intención (0'7) x factor de confort (0'978) = Intención de viajar x 0'6846.
- Demanda corregida durante el resto del año = Estimación de la intención de viajar x factor de corrección de intención (0'7) x factor de confort (0'848) = Intención de viajar x 0,5936.

Se ha considerado un único factor de confort promedio, dadas las mínimas diferencias respecto a los factores calculados para cada una de las tres diadas en estudio.

Por último, debe tenerse en cuenta que, además del confort (clima), la materialización efectiva de esta demanda corregida dependerá de otras cuatro condiciones: distancia origen-puerto, precio, duración de la travesía y distancia puerto-destino. En este momento, estas cuatro condiciones no se conocen, por lo que no se considera ninguna restricción adicional a las ya tenidas en cuenta. Una vez conocidos los puertos (de origen y destino), los precios y la duración, la aplicación de nuevos factores de corrección podría ser necesaria.

En consecuencia, las respectivas estimaciones de demanda corregidas por estos factores quedarían como sigue:

ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA (nº pasajeros)			
Línea	Período	Intención (*)	Demanda
Huelva-Cádiz	Vacaciones (1)	235.821	161.443
	Resto del año (2)	240.038	142.487
Huelva-Algarve	Vacaciones (1)	128.807	88.181
	Resto del año (2)	255.837	151.865
Cádiz-Algarve	Vacaciones (1)	220.792	151.154
	Resto del año (2)	88.736	52.674

Tabla 7. Estimación de la demanda (nº pasajeros)

Fuente: (\*) Tomados de tabla 5. (1) El factor de corrección aplicado ha sido de 0'6846. (2) El factor de corrección aplicado ha sido de 0'5936.

Así, considerando un periodo vacaciones de 100 días, la línea Huelva-Cádiz podría alcanzar un promedio diario de 1.614 pasajeros, la Huelva-Algarve 882 y la Cádiz-Algarve 1.512. Para el resto del año esas cifras medias descienden drásticamente.

#### 4.- SÍNTESIS DE OTRAS CONCLUSIONES POR LÍNEA MARÍTIMA

LÍNEA HUELVA-CÁDIZ/CÁDIZ-HUELVA		
VARIABLE	HUELVA	CÁDIZ
Motivación	Ocio	Ocio
Preferencia horaria (ida)	Por la mañana	Por la mañana
Tipo de desplazamiento	Familia/Grupo	Familia/Grupo
Precio del billete simple	No más de 30 € (similar al del autobús)	No más de 30 € (similar al del autobús)
Duración de la travesía (servicio básico de transporte)	Máximo 2 horas	Máximo 2 horas
Duración de la travesía (servicio lúdico-turístico)	Máximo 3 horas	Máximo 3 horas
Puerto preferido de salida	Huelva (Muelle de Levante)	Cádiz
Puerto preferido de llegada	Cádiz (a)	Huelva
Apetencia por potenciales paquetes turísticos creados en torno al trayecto en barco	Muy alta	Muy alta

Tabla 8. Síntesis de otras conclusiones para la línea marítima entre Cádiz y Huelva

Fuente: Elaboración propia

- (a) También podría explorarse la conexión con Sanlúcar de Barrameda, particularmente desde Matalascañas, para la cual existe un proyecto desde 2006.

LÍNEA HUELVA-ALGARVE/ ALGARVE -HUELVA		
VARIABLE	HUELVA	ALGARVE
Motivación	Ocio	Ocio
Preferencia horaria (ida)	Por la mañana	Por la mañana
Tipo de desplazamiento	Familia/Grupo	Grupos pequeños (2-3 personas)
Precio del billete simple	No más de 30 € (similar al del autobús)	No más de 30 € (con tolerancia a pagar un precio algo superior al del autobús)
Duración de la travesía (servicio básico de transporte)	Máximo 2 horas	Máximo 3 horas
Duración de la travesía (servicio lúdico-turístico)	Máximo 3 horas	Máximo 4 horas
Puerto preferido de salida	Huelva (Muelle de Levante)	Portimão, seguido de Faro
Puerto preferido de llegada	Faro (b)	Huelva
Apetencia por potenciales paquetes turísticos creados en torno al trayecto en barco	Muy alta	Alta

Tabla 9. Síntesis de otras conclusiones para la línea marítima entre Huelva y Algarve

Fuente: Elaboración propia

- (b) No existe, sin embargo, una clara concentración de las respuestas. Los puertos alternativos señalados varían dependiendo del punto de vista de que se trate, situándose en el barlovento, en el caso de los residentes, o en el sotavento desde una perspectiva turística.

Proyecto 0225\_ESPOMAR\_5-E  
Entregable EPM-A1A-00: Análisis de Demanda (Resumen Ejecutivo)

LÍNEA CÁDIZ-ALGARVE/ALGARVE-CÁDIZ		
VARIABLE	CÁDIZ	ALGARVE
Motivación	Ocio	Ocio
Preferencia horaria (ida)	Indistinta mañana o tarde	Por la mañana
Tipo de desplazamiento	Familia/Grupo	Grupos pequeños (2-3 personas)
Precio del billete simple	No más de 40 € (algo inferior al del autobús)	No más de 40 € (algo inferior al del autobús)
Duración de la travesía (servicio básico de transporte)	Máximo 3 horas	Máximo 3 horas
Duración de la travesía (servicio lúdico-turístico)	Máximo 4 horas	Máximo 5 horas
Puerto preferido de salida	Cádiz	Portimão, seguido de Faro
Puerto preferido de llegada	Faro (con mayor dispersión)	Cádiz
Apetencia por potenciales paquetes turísticos creados en torno al trayecto en barco	Muy alta	Alta

Tabla 10. Síntesis de otras conclusiones para la línea marítima entre Cádiz y Algarve

Fuente: Elaboración propia