



El Turismo en la Comarca de Avilés en 2003



GOBIERNO DEL
PRINCIPADO DE ASTURIAS
CONSEJERÍA DE CULTURA,
COMUNICACIÓN SOCIAL Y TURISMO



Universidad
de Oviedo



**SISTEMA DE INFORMACIÓN
TURÍSTICA DE ASTURIAS**

C / FCO. TOMÁS Y VALIENTE, 1
33201 GIJÓN
TEL.: (34) 985 18 21 75
FAX: (34) 985 18 21 75 / 61

<http://www.sita.org>
e-mail: sita@correo.uniovi.es



EQUIPO DE INVESTIGACIÓN:

Dr. Luis Valdés Peláez (Director).
Dr. Emilio Torres Manzanera (Subdirector).
Dña. Rosa Aza Conejo.
Dña. Elena Ceniceros González.
Dr. José Santos Domínguez Menchero.
Dr. Víctor Iglesias Argüelles.
D. José Manuel Menéndez Estébanez.
Dr. José Manuel Pérez Fernández.
Dra. Eugenia Suárez Serrano.
D. Eduardo Antonio del Valle Tuero (Coordinador).
D. Carlos Arribas Sánchez (Técnico).
Dña. Inés Sustacha Melijosa (Técnico).



ÍNDICE:

I.- LA COMARCA DE AVILÉS.....	6
II.- ANÁLISIS DE LA TASA DE OCUPACIÓN.....	15
III.- LA DEMANDA TURÍSTICA.....	19
III.1.- Tipo de turismo.....	22
III.2.- Perfil del turista.....	25
III.3.- Compañía en el viaje.....	28
III.4.- Organización del viaje.....	29
III.5.- Viaje compartido con Asturias.....	31
III.6.- Razones de elección de Asturias.....	33
III.7.- Medios de desplazamiento.....	34
III.8.- Estancia y gasto.....	35
III.9.- Actividades desarrolladas durante la estancia.....	38
III.10.- Alojamiento.....	42
III.11.- Lugares visitados.....	46
III.12.- Valoración de Asturias.....	48

IV.- LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS.	52
IV.1.- Características Generales.....	54
IV.2.- Una visión de conjunto.	58
IV.3.- Análisis y resultados por modalidad de alojamiento: Hotelería, Turismo Rural y Camping.....	71
ANEXO I: ÍNDICE DE FIGURAS.....	83



I.- LA COMARCA DE AVILÉS.

I.- LA COMARCA DE AVILÉS.

A petición del Observatorio Socioeconómico Comarcal del Ayuntamiento de Avilés, cuyo ámbito de actuación comprende los municipios de *Avilés*, *Castrillón*, *Corvera de Asturias*, *Gozón* e *Illas se*, ha llevado a cabo un análisis de la actividad turística para el conjunto de estos concejos. Administrativamente, la Comarca de Avilés está constituida por estos municipios salvo Gozón, aunque en este informe utilizaremos la denominación “Comarca de Avilés” para referirnos a los cinco municipios que tienen una superficie de 235,40 km², de los cuales tres son costeros por lo que sus cotas de altitud no superan los 200 metros, y en el caso de los municipios del interior, los 400 metros (Figura I.1).

FIGURA I.1: SITUACIÓN GEOGRÁFICA.



Fuente: SITA

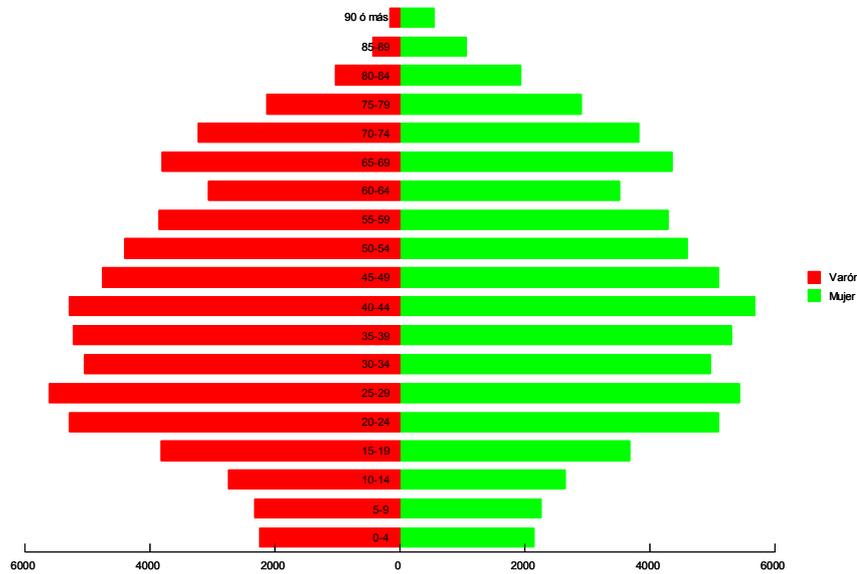
Los cinco municipios, según el Censo de Población y Viviendas 2001 del Instituto Nacional de Estadística (INE) cuentan con un total de 133.753 habitantes, de los cuales un 48,2%, 64.468 son varones y 69.285, el 51,8%, son mujeres. Respecto a Asturias, estos concejos suponen el 12,6% del total, siendo Avilés el municipio que presenta un mayor número de habitantes, seguido de Castrillón y de Corvera de Asturias (Figura I.2 / I.3).

FIGURA I.2: POBLACIÓN POR MUNICIPIOS.

MUNICIPIO	POBLACIÓN	% / COMARCA DE AVILÉS	% / ASTURIAS
AVILÉS	83.185	62,2	7,8
CASTRILLÓN	22.501	16,8	2,1
CORVERA DE ASTURIAS	15.885	11,9	1,5
GOZÓN	11.074	8,3	1,0
ILLAS	1.108	0,8	0,1
TOTAL	133.753	100,0	12,6

Fuente: INE

FIGURA I.3: PIRÁMIDE DE POBLACIÓN POR EDAD (GRUPOS QUINQUENALES) Y SEXO.

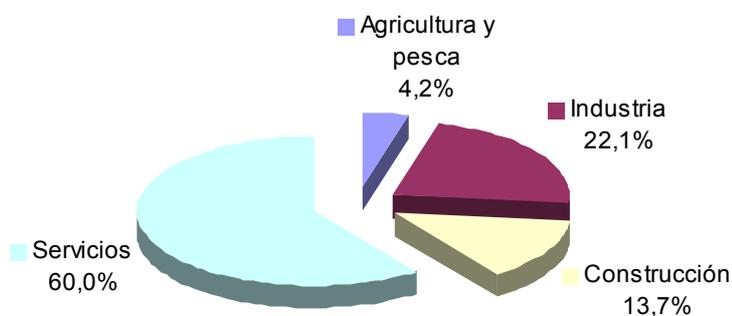


Fuente: INE

Por sectores de actividad, según las estadísticas laborales de la Sociedad Asturiana de Estudios Económicos e Industriales (SADEI) de 2002, el empleo se divide en:

- ◆ Agricultura y pesca: 1.800 empleos, el 4,2%.
- ◆ Industria: 9.445 empleos, el 22,1%.
- ◆ Construcción: 5.847 empleos, el 13,7%.
- ◆ Servicios: 25.623 empleos, el 60% (Figura I.4).

FIGURA I.4: DISTRIBUCIÓN DEL EMPLEO POR ACTIVIDAD (%).



Fuente: SADEI

Por lo que se refiere a los recursos turísticos de la zona, podemos destacar: el casco antiguo de Avilés, declarado Conjunto Histórico Artístico Nacional que ofrece al turista la posibilidad de recorrer calles como *Rivero*, *Galiana* (del s. XVIII) o la *Ferrería*, de ambiente medieval, así como el antiguo barrio marinero de *Sabugo*, además de parques y espacios de ocio como el de *Ferrera* o el *Parque del Muelle* (s. XIX). Durante el año tienen lugar numerosas festividades entre las que cabe destacar el Carnaval (o *Antroxu*) consolidado como uno de los más importantes del norte de España gracias al *Descenso Internacional Fluvial de Galiana*. También la *Semana Santa*, con vistosas procesiones y las *Fiestas del Bollo* (el lunes de Pascua), en la que se celebra una multitudinaria comida en las calles de la ciudad.

La sucesión de playas y acantilados de la zona costera de Castrillón constituye su recurso turístico más importante, siendo conocido como el “concejo de las siete playas”. Algunas de ellas son recogidas, como la de *Santa María del Mar* y otras abiertas y salvajes con grandes extensiones de arena y sistemas dunares de gran valor ecológico, entre las que mencionaremos *Salinas* o el *Playón de Bayas*. Por lo que se refiere al patrimonio artístico, destacan las iglesias parroquiales, del siglo XVIII, además de algunos ejemplos de arquitectura indiana situados en *Naveces* y *Salinas*. En esta última localidad se encuentra el *Museo de Anclas Philippe Cousteau*, un museo frente al mar. Hay que señalar que el *Aeropuerto de Asturias*, como infraestructura relacionada con el transporte de viajeros y sus importantes implicaciones socioeconómicas se encuentra situado en este municipio.

Corvera de Asturias se articula turísticamente gracias a su red hidrográfica, condicionada por dos embalses artificiales: el *Embalse de Trasona* y el humedal de *La Furta*. En el Embalse de Trasona se celebran importantes fiestas, siendo uno de los mejor dotados para la práctica de deportes acuáticos (windsurf, remo, piragüismo, pesca...) y en sus inmediaciones se localiza uno de los más importantes complejos de ocio de Asturias. El humedal de La Furta resulta muy interesante por ser de gran valor natural y paisajístico, donde anidan numerosas especies de aves.

El *Cabo Peñas*, declarado Paisaje Protegido, es el elemento geográfico más característico del concejo de Gozón, situado en la parte más septentrional de Asturias. En sus más de 42 kilómetros de costa se encuentran diversas playas como las de *Xagó*, *Bañugues*, *Verdicio*, *Molín del Puerto* o *Luanco*. El municipio de Gozón es un importante referente gastronómico de la Comarca de Avilés ya que cuenta con algunos de los certámenes y jornadas más antiguos y populares del Principado como el *Festival del Oricio* en Bañugues a primeros de marzo, las *Jornadas Gastronómicas de la Calderada* en Luanco (6 de febrero, día después del Socorro) y las *Jornadas Gastronómicas del Bonito* también en Luanco a primeros de julio.

El concejo de Illas presenta un paisaje muy abrupto y con una gran parte de superficie arbolada constituyéndose como el pulmón verde de la zona y ofreciendo al visitante la posibilidad de pasear por sus senderos y disfrutar de su paisaje. En Illas se produce uno de los quesos asturianos más conocidos, el *queso de La Peral*, elaborado con leche de vaca y manteca de oveja.

En la siguiente figura se detallan las principales fiestas de estos municipios (Figura I.5).

FIGURA I.5: PRINCIPALES FESTIVIDADES.

MUNICIPIO	FESTIVIDAD	LOCALIDAD
AVILÉS	• Martes de <i>Antroxu</i> . Fiesta de Interés Turístico Regional (martes de Carnaval)	Avilés
	• El <i>Bollu</i> . Fiesta de Interés Turístico Nacional (lunes de Pascua)	
	• San Agustín (28 de agosto)	
CASTRILLÓN	• Jira a Pulide (junio)	Pulide
	• Día de Castrillón (lunes siguiente al primer domingo de julio)	Piedras Blancas
	• Fiesta del Verano (agosto)	Salinas
	• Día de Asturias (septiembre)	San Adriano
CORVERA DE ASTURIAS	• Fiestas Populares (11 de agosto)	Las Vegas
	• Santa Cruz (agosto)	Los Campos
	• Las Flores (junio)	Molleda
	• Santos Justo y Pastor (primer domingo de septiembre)	Solís
	• Jira al Embalse de Trasona. Fiesta de Interés Turístico Nacional (mayo)	Trasona
• Foguera de San Juan (23 de junio)		
GOZÓN	• Cristo del Socorro (febrero)	Luanco
	• Día de la Calderada (febrero)	
	• Semana Santa	
	• Festival de la Marañuela (marzo)	
	• Festival del Bonito (julio)	
	• Virgen del Carmen (16 de julio)	
	• Santa Ana (26 de julio)	Bañugues
	• Festival del Oricio (marzo)	
	• El Carmen (agosto)	
	• San Nicolás (diciembre)	Manzaneda
	• San Jorge (abril)	
	• Sacramental (julio)	
	• Nuestra Señora de las Nieves (agosto)	
• Purísima (diciembre)	Antromero	
• San Pedro (junio)		
• San Martín (noviembre)	Bocines	
• Santiago (julio)	Ambiedes	
• Nuestra Señora (agosto)		
• San Bartolomé (agosto)	Viodo	
ILLAS	• San Antonio de Padua (julio)	La Callezuela
	• San Julián (7 de enero)	La Peral
	• Las Candelas (febrero)	
	• San Antonio Abad (enero)	Taborneda

Fuente: Infoasturias

Por otro lado, la importante realidad industrial de la Comarca que cuenta con industria pesada del acero, el aluminio y el zinc, con una fuerte presencia de empresas multinacionales, también es un recurso susceptible de ser aprovechado turísticamente, sobre todo por la vía del turismo profesional o de negocios.

Finalmente, nos encontramos con una interesante relación de Espacios Protegidos, agrupados en las figuras de:

- ◆ Paisaje Protegido del *Cabo Peñas* en Gozón.
- ◆ Monumentos Naturales: *Isla de Deva y Bayas* y la *Playa del Espartal* en Castrillón y la *Charca de Zeluán* en Avilés y Gozón.



II.- ANÁLISIS DE LA TASA DE OCUPACIÓN.

II.- ANÁLISIS DE LA TASA DE OCUPACIÓN.

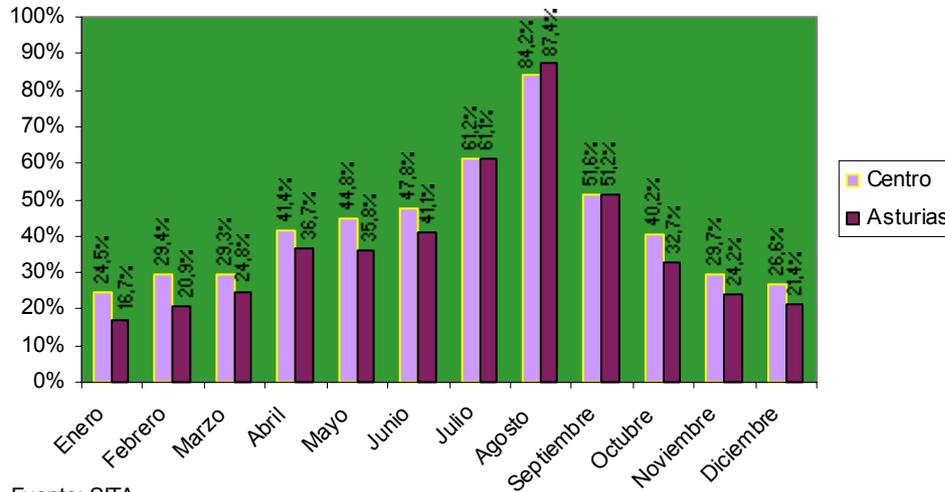
Aunque el diseño del muestreo de la encuesta de la tasa de ocupación del Sistema de Información Turística de Asturias no contempla específicamente un desglose para estos concejos, su comportamiento puede asimilarse a la de la zona Centro de Asturias. Por ello, en el presente epígrafe se ofrecen los principales resultados en relación a la tasa de ocupación para el área central de Asturias.

La tasa media de ocupación anual registrada durante 2003 en los establecimientos de Hotelería y Turismo Rural de la zona Centro de Asturias fue del 42,7%, llegándose a alcanzar un 45,6% durante el *Fin de Semana* y reduciéndose al 40,4% *Entre Semana*.

El análisis de las tasas medias de ocupación mensuales de los establecimientos de Hotelería y Turismo Rural de la zona central de la región revela a *Agosto* como mes turístico por excelencia, mientras que en enero y diciembre se registran los mínimos anuales. Más detalladamente, se observa claramente la existencia de tres temporadas turísticas: *Alta*, durante el verano con los meses de julio, agosto septiembre en los que la tasa de ocupación es superior al 50%; *Media* a partir de Semana Santa, es decir abril, mayo y junio junto con el mes de octubre con tasas de ocupación superiores al 30% e inferiores al 50%; y *Baja* con los meses de enero, febrero marzo, noviembre y diciembre con tasas inferiores al 30% (Figura II.1).

FIGURA II.1: TASA DE OCUPACIÓN GLOBAL. AÑO 2003.

Hotelería y Turismo Rural. Zona Centro.



Fuente: SITA

En el tercer trimestre del año se alcanzan las cifras de ocupación más elevadas para el conjunto de establecimientos de Hotelería y Turismo Rural de la zona centro de Asturias, un 65,8%. Le sigue el periodo que comprende abril, mayo y junio, mientras que los tres primeros meses del año presentan la media más reducida de ocupación, un 27,7% (Figura II.2).

FIGURA II.2: TASA DE OCUPACIÓN POR TRIMESTRES. AÑO 2003.

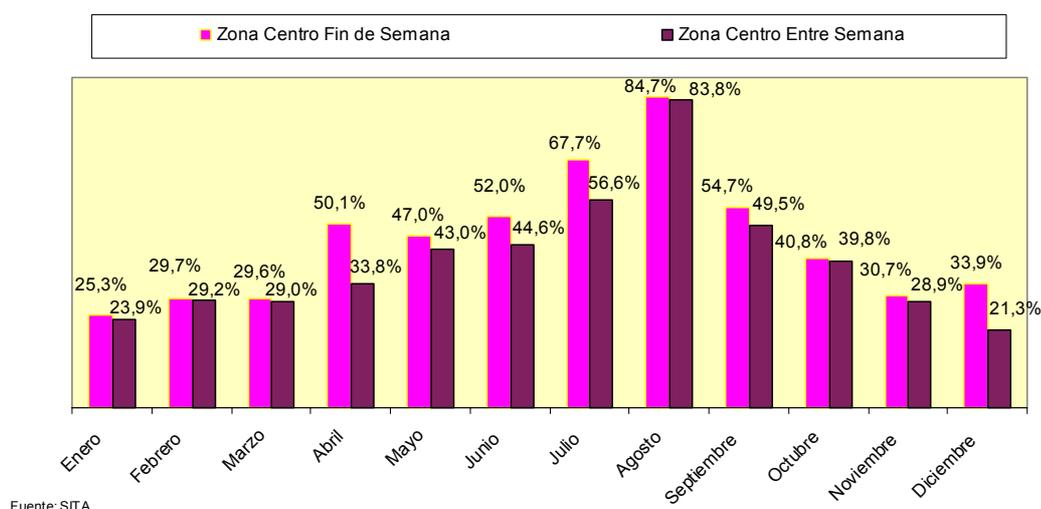
	CENTRO (*)	ASTURIAS (*)
1 ^{ER} TRIMESTRE	27,7%	20,8%
2 ^º TRIMESTRE	44,7%	37,8%
3 ^{ER} TRIMESTRE	65,8%	66,7%
4 ^º TRIMESTRE	32,2%	26,1%
(*) incluye todo tipo de alojamientos colectivos excepto Campings		
Fuente: SITA		

Aunque el centro de Asturias presenta una mayor estabilidad que el occidente y oriente, existen diferencias en las cifras medias de ocupación atendiendo al periodo semanal (“Fin de semana” –de viernes a domingo y festivos– y “Entre Semana” –de lunes a jueves–). La media de ocupación anual en el *Fin de Semana* alcanzó el 45,6% y *Entre Semana* se situó en un 40,4% para el conjunto de la Hotelería y el Turismo Rural.

La distribución mensual de estas magnitudes muestra el efecto del periodo vacacional de Semana Santa en la ocupación de *Fin de Semana* en el mes de abril, con una diferencia sustancial con respecto a la cifra obtenida *Entre Semana*. Es interesante destacar que en los meses de abril a julio e incluso en diciembre existe mayor diferencia entre las medias de ocupación de *Fin de Semana* y *Entre Semana*, mientras que por ejemplo en agosto u octubre no existe tanta diferencia (Figura II.3).

FIGURA II.3: TASA DE OCUPACIÓN GLOBAL DE CENTRO Y PERIODOS SEMANALES.

Hotelería y Turismo Rural.





III.- LA DEMANDA TURÍSTICA.

III.- LA DEMANDA TURÍSTICA.

El análisis de la Demanda Turística de la Comarca de Avilés presenta los principales aspectos cualitativos y cuantitativos de la misma. Las entrevistas en las que está basado se realizaron en el marco del diseño metodológico de la encuesta que el Sistema de Información Turística de Asturias lleva a cabo en el Principado de Asturias, distribuyéndose mediante un muestreo estratificado en función de las siguientes variables: meses del año, zonas geográficas de Asturias (Occidente, Centro y Oriente) y tipo de alojamiento, y siendo realizadas de forma personal y directa a turistas que se alojaron en establecimientos de alojamiento colectivo¹ situados en los cinco municipios a lo largo del año 2003. La metodología seguida se sintetiza en la ficha técnica de la Figura III.1.

¹ Establecimiento turístico de alojamiento colectivo: “establecimiento de hospedaje que presta servicios de alojamiento al viajero, ofreciendo habitaciones u otro acomodo para pasar la noche, contando este servicio con un número de plazas superior a un mínimo determinado para colectivos de personas que sobrepasan a una sola unidad familiar y dispone, aunque no tenga fines de lucro, de una administración de tipo comercial común para todas las plazas de un mismo establecimiento” (Decisión de la Comisión 1999/35/CE de 9 de diciembre de 1998 sobre los procedimientos de aplicación de la Directiva 95/57/CE del Consejo sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo).

FIGURA III.1: FICHA TÉCNICA.

CARACTERÍSTICAS	ENCUESTA
UNIVERSO	Turistas mayores de 18 años.
ÁMBITO GEOGRÁFICO	Principado de Asturias.
MÉTODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN	Entrevista personal estructurada a turistas en Asturias. Idioma: Español / Inglés / Francés / Alemán.
TAMAÑO POBLACIONAL	Técnicamente infinita.
TAMAÑO DE LA MUESTRA	<u>Asturias</u> : 3.147 entrevistas (1.860 en establecimientos de alojamiento y 1.287 en la vía pública). <u>Avilés</u> : 216 entrevistas (189 en establecimientos de alojamiento y 27 en la vía pública).
ERROR MUESTRAL	± 6,66%
NIVEL DE CONFIANZA	95% Z=1,96 p=q=50%
PROCEDIMIENTO DE MUESTREO	1 En establecimientos colectivos: a partir de estratificaciones por período, tipo de alojamiento, día de la semana y zona geográfica, se procede a un muestreo por cuotas. 2 En la vía pública: a partir de estratificaciones por período, día de la semana y zona geográfica, el entrevistador lleva a cabo una selección aleatoria en lugares turísticos de interés.
FECHA DE REALIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO	Enero a Diciembre de 2003.
Fuente: SITA	

III.1.- Tipo de turismo.

Durante 2003 el *Turismo Receptor* supuso el 60% del total de turistas de alojamiento colectivo en la Comarca de Avilés mientras el *Turismo Interno*, es decir, el realizado por los propios asturianos un 40%.

Dentro del turismo receptor, destaca el porcentaje de turistas que han viajado a Asturias en anteriores ocasiones, un 38,3%, frente a los que visitan la región por *Primera Vez*, que alcanzan un 21,7% (Figura III.2).

FIGURA III.2: TIPO DE TURISMO (%).

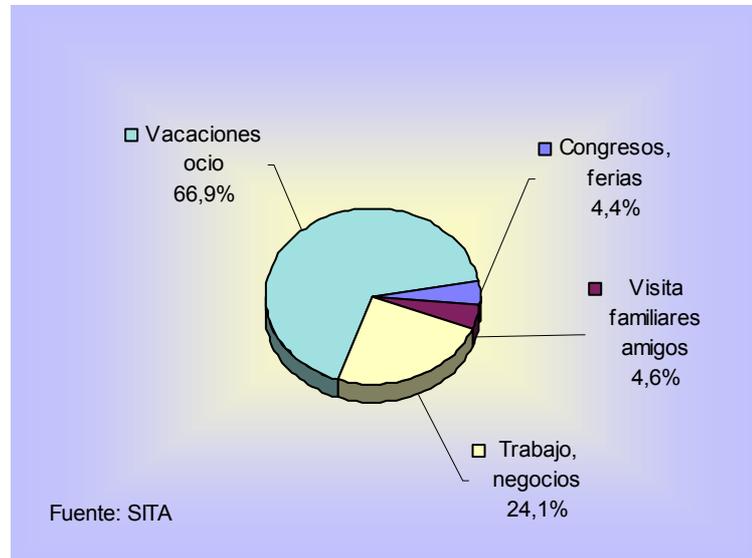
TURISMO	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
INTERNO	40,0	22,0
RECEPTOR	60,0	78,0
Primera Visita	21,7	27,8
Ya Visitó Asturias	38,3	50,1
Fuente: SITA		

Respecto al número de visitas realizadas con anterioridad, es preciso destacar que existe un importante conjunto de turistas que se han alojado en la Comarca y son fieles al destino pues un 63,4% han estado en Asturias en más de *Cinco ocasiones*, un 13,6% ha visitado la región entre *Tres y cinco ocasiones* y un 12,5% *Dos veces*. Sólo un 10,6% señala haber estado en una única ocasión anteriormente. Asimismo, un 40,7% del Turismo Receptor que ya ha visitado Asturias en ocasiones anteriores afirma venir varias veces al año. Ahora bien, estas visitas

guardan relación con el *Trabajo y Negocios* en un 48,5% y con las *Vacaciones y el Ocio* en un 43,4%.

Respecto a los motivos de visita en 2003 de los turistas que se han alojado en la Comarca de Avilés, el principal son las *Vacaciones y el Ocio* con un 66,9%, seguido del *Trabajo y los Negocios* con el 24,1%, siendo reseñable el importante volumen de viajes profesionales que recibe la Comarca de Avilés. Así, los turistas que viajan por *Trabajo y Negocios y Congresos-ferias*, alcanzan en su conjunto un total del 28,5% mientras que la media en Asturias se sitúa en el 17,9%. Por su parte, las *Visitas a Familiares y Amigos* representan el 4,6% (Figura III.3).

FIGURA III.3: MOTIVO DE VISITA A ASTURIAS (%).



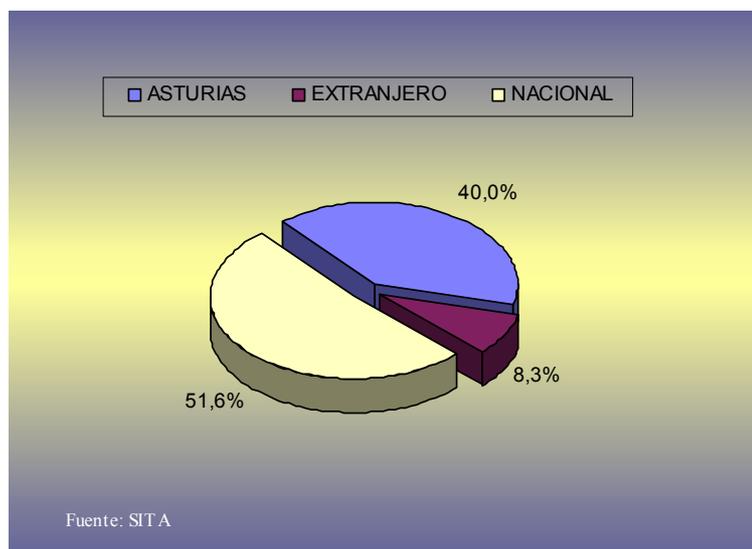
MOTIVO DE LA VISITA	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
VACACIONES / OCIO	66,9	78,9
TRABAJO / NEGOCIOS	24,1	16,5
CONGRESOS / FERIAS	4,4	1,4
VISITA FAMILIARES AMIGOS	4,6	2,7
ESTUDIOS	—	0,1
TRATAMIENTO DE SALUD	—	0,2
MOTIVOS RELIGIOSOS	—	0,1

Fuente: SITA

III.2.- Perfil del turista.

Un 40% de los turistas alojados en establecimientos de alojamiento colectivo de la Comarca de Avilés se corresponden con *Turismo Interno*, es decir, asturianos que viajan y pernoctan en la región. Dentro del *Turismo Receptor*, el turismo extranjero supone un 8,3% mientras que el Turismo Nacional, su componente más importante, alcanza el 51,6% (Figura III.4).

FIGURA III.4: PROCEDENCIA-COLECTIVOS (%).



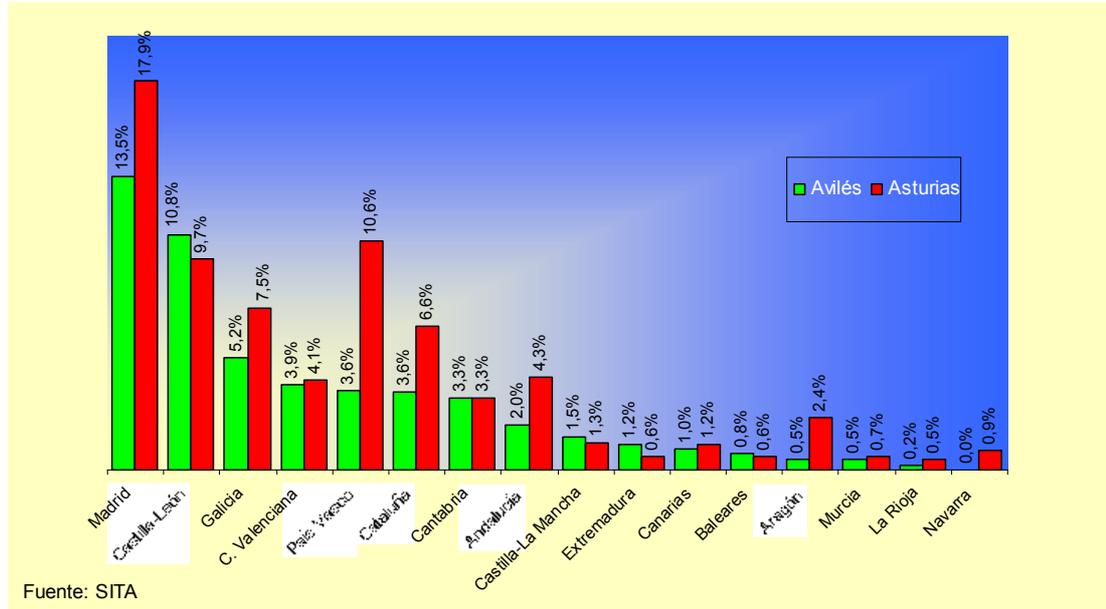
El principal mercado emisor de turistas hacia la Comarca de Avilés es *Madrid* con un 13,5%, seguido de *Castilla y León* con el 10,8% y ya a más distancia *Galicia* con el 5,2%. Otras procedencias de relevancia son la *Comunidad Valenciana*, *Cataluña* y *País Vasco* (Figura III.5).

FIGURA III.5: PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS DE ALOJAMIENTO COLECTIVO (%).

PROCEDENCIA		COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
INTERNO	ASTURIAS	40,0	22,0
RECEPTOR	EXTRANJERO	8,3	5,8
	NACIONAL	51,6	72,2
NACIONAL	Andalucía	2,0	4,3
	Aragón	0,5	2,4
	Baleares	0,8	0,6
	C. Valenciana	3,9	4,1
	Canarias	1,0	1,2
	Cantabria	3,3	3,3
	Castilla-La Mancha	1,5	1,3
	Castilla y León	10,8	9,7
	Cataluña	3,6	6,6
	Extremadura	1,2	0,6
	Galicia	5,2	7,5
	La Rioja	0,2	0,5
	Madrid	13,5	17,9
	Melilla	–	0,1
	Murcia	0,5	0,7
	Navarra	–	0,9
País Vasco	3,6	10,6	

Fuente: SITA

FIGURA III.6: COMPARATIVA DE LA PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS DE ALOJAMIENTO COLECTIVO (%).



En la siguiente figura se detallan las principales procedencias por provincias del turismo residente en España. Además de las provincias limítrofes como *León* con el 5,7%, *Cantabria* con el 3,6% y *Lugo* con el 3,5%, destacan como principales emisoras otras más lejanas como *Madrid* con el 14,7%, *Valencia* con el 3,4% y *Salamanca* con el 3,1% (Figura III.7).

FIGURA III.8: ¿CON QUIÉN HA VENIDO? (%).

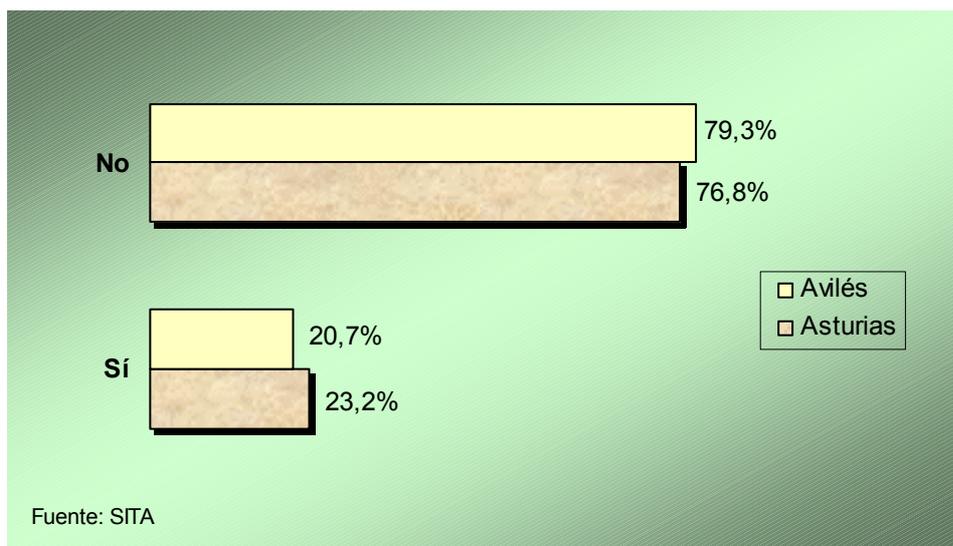
CON QUIEN HA VENIDO	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
SOLO	20,3	10,3
EN PAREJA	39,2	43,8
CON AMIGOS	11,2	16,7
EN FAMILIA	26,6	21,2
GRUPO ORGANIZADO	—	2,7
COMPAÑEROS DE TRABAJO	2,6	5,3

Fuente: SITA

III.4.- Organización del viaje.

En un 79,3% de los casos el viaje a Asturias es planificado por el propio turista. Este importante porcentaje determina la configuración general del tipo de viaje que los turistas realizan (Figura III.9).

FIGURA III.9: ¿VIAJE ORGANIZADO? (%).



Además de los viajes organizados *Por su cuenta*, los realizados a través de la *Empresa* también son relevantes y suponen el 14,3%. Los viajes en los que se han utilizado *Agencias de Viaje*, aún teniendo menor importancia que para la totalidad de Asturias alcanzan en su conjunto un 6,4%, siendo más frecuente el uso de la agencia como mero intermediario, un 4,8%, frente al 1,6% de turistas que contratan un paquete (Figura III.10).

FIGURA III.10: ENTIDAD ORGANIZADORA (%).

ENTIDAD ORGANIZADORA	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
POR SU CUENTA	79,3	76,8
EMPRESA	14,3	10,7
POR SU CUENTA AA.VV.	4,8	8,2
CON PAQUETE AA.VV.	1,6	2,3
CLUB O ASOCIACIÓN RECREATIVA	—	2,1
Fuente: SITA		

Por otro lado, un 61,9% de los turistas que han venido por vacaciones u ocio o visitas a familiares y amigos han visto *Publicidad Turística* de Asturias tanto institucional como privada antes de realizar el viaje, frente al 54,1% obtenido en Asturias. Entre los distintos medios publicitarios destacan los *Anuncios en medios de comunicación*, consultados por el 79,9% de los turistas que vieron publicidad y valorados con 7,5 puntos de media en una escala de uno a diez puntos. Los *Folletos* obtienen una valoración de 7,7 puntos y fueron consultados por el 51,3%, mientras que *Internet* se sitúa en tercer lugar, siendo

valorado por término medio con 7,8 puntos. Las *Ferias y Exposiciones*, reciben una puntuación ligeramente más alta, 7,9 puntos media aunque el porcentaje de personas que han asistido a las mismas se sitúa en un 8%. Por último, el portal turístico *Infoasturias* es señalado por un 4,8% de los turistas y su valoración alcanza una media de 7,3 puntos (Figura III.11).

FIGURA III.11: PUBLICIDAD VISTA ANTES DEL VIAJE (%).

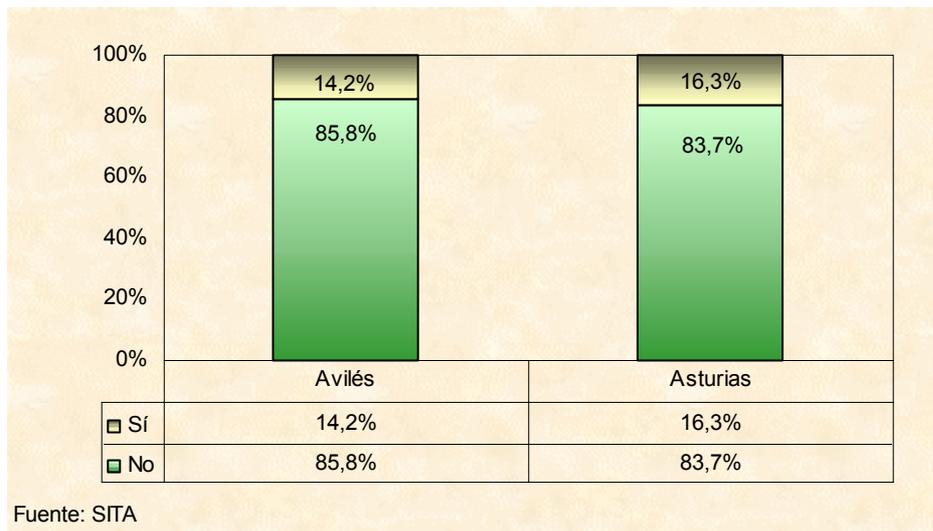
PUBLICIDAD	SÍ	NO	VALORACIÓN (1 A 10)
ANUNCIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	79,9	20,1	7,5
FOLLETOS	51,3	48,7	7,7
FERIAS Y EXPOSICIONES	8,0	92,0	7,9
INTERNET	23,4	76,6	7,8
INFOASTURIAS	4,8	95,2	7,3
Fuente: SITA			

Respecto al impacto de la publicidad, ésta ha influido en el 15,4% de los turistas que han venido por vacaciones ocio o visitas a familiares a la hora de elegir Asturias como destino turístico y que se han alojado en la Comarca.

III.5.- Viaje compartido con Asturias.

Tan sólo un 14,2% de los turistas manifiestan haber compartido el viaje a Asturias con otros destinos turísticos frente al 16,3% obtenido en toda Asturias (Figura III.12).

FIGURA III.12: DESTINO COMPARTIDO CON OTRAS COMUNIDADES.



La Comunidad Autónoma que con mayor frecuencia comparte viaje con la Comarca de Avilés es *Cantabria*, en el 43,3% de los casos. En este sentido, es preciso destacar también los viajes compartidos con *Castilla y León* que logra el 40,4% (Figura III.13).

FIGURA III.13: COMUNIDADES AUTÓNOMAS QUE COMPARTEN VIAJE (%).

CC.AA.	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
CANTABRIA	43,3	45,8
GALICIA	39,7	33,9
CASTILLA Y LEÓN	40,4	29,0
PAÍS VASCO	12,7	18,3
OTRAS REGIONES	19,4	20,5

Fuente: SITA

III.6.- Razones de elección de Asturias.

Las principales razones por las que los turistas alojados en la Comarca, y que viajan por vacaciones / ocio o visitas a familiares y amigos, eligen Asturias como destino turístico son la riqueza de su *Entorno Natural*, con un 20,9%, seguido por el 13,3% que mencionan el *Conocer nuevos lugares en España*. Con un 12,5% y un 10,2% respectivamente, destacan la *Experiencia de la visita anterior* y las *Recomendaciones*, señaladas por turistas que ya conocen el destino Asturias. También alcanza un interesante porcentaje la *Gastronomía*, un 9,6% (Figura III.14).

FIGURA III.14: RAZONES PARA ELEGIR ASTURIAS (%).

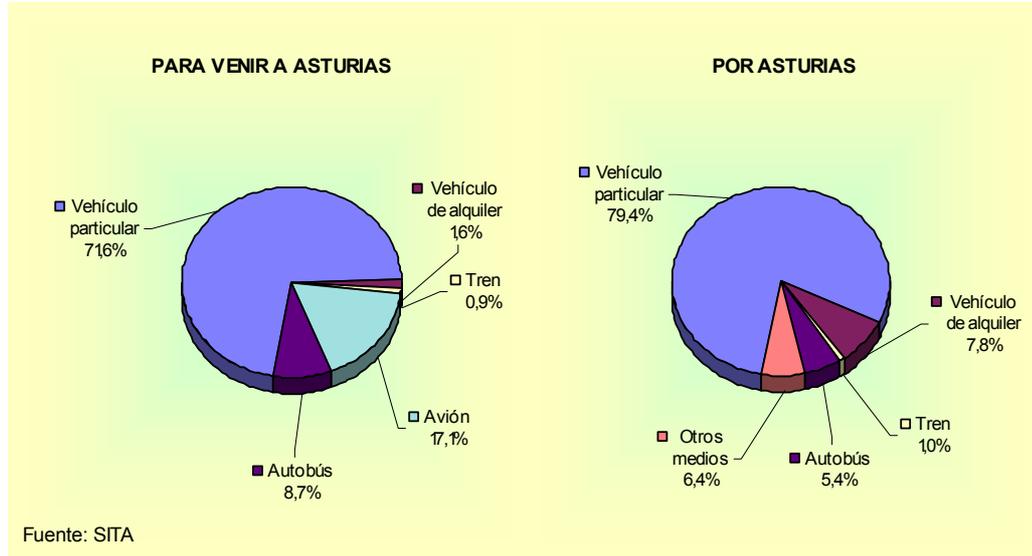
RAZONES DE ELECCIÓN	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
ENTORNO NATURAL	20,9	24,5
CONOCER NUEVOS LUGARES	13,3	13,8
EXPERIENCIA ANTERIOR	12,5	12,0
RECOMENDACIONES	10,2	8,1
GASTRONOMÍA	9,6	9,2
TRANQUILIDAD	8,7	7,2
PATRIMONIO CULTURAL	6,4	4,3
PROXIMIDAD GEOGRÁFICA	5,1	7,3
RAÍCES ASTURIANAS	4,1	2,5
CLIMA BENIGNO	2,3	4,2
OTRAS RAZONES	6,9	6,8

Fuente: SITA

III.7.- Medios de desplazamiento.

La organización del viaje por cuenta del propio turista condiciona las principales variables asociadas al mismo como el medio de transporte para venir a Asturias. Así, el *Vehículo Particular*, con un 71,6%, es el medio de desplazamiento utilizado con mayor frecuencia para llegar a nuestra Comunidad, seguido del *Avión*, con un 17,1%, aunque el *Autobús*, agrupando los *contratados* o *discrecionales*, un 1,5%, y los de *línea regular*, un 7,2%, alcanzan en conjunto un 8,7% (Figura III.15).

FIGURA III.15: MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS (%).



TRANSPORTE	PARA VENIR A ASTURIAS		POR ASTURIAS	
	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
VEHÍCULO PARTICULAR	71,6	81,7	79,4	84,2
VEHÍCULO DE ALQUILER	1,6	1,1	7,8	3,8
TREN	0,9	1,6	1,0	0,7
AVIÓN	17,1	7,8	—	—
AUTOBÚS	8,7	7,6	5,4	7,4
OTROS MEDIOS	—	0,1	6,4	3,9

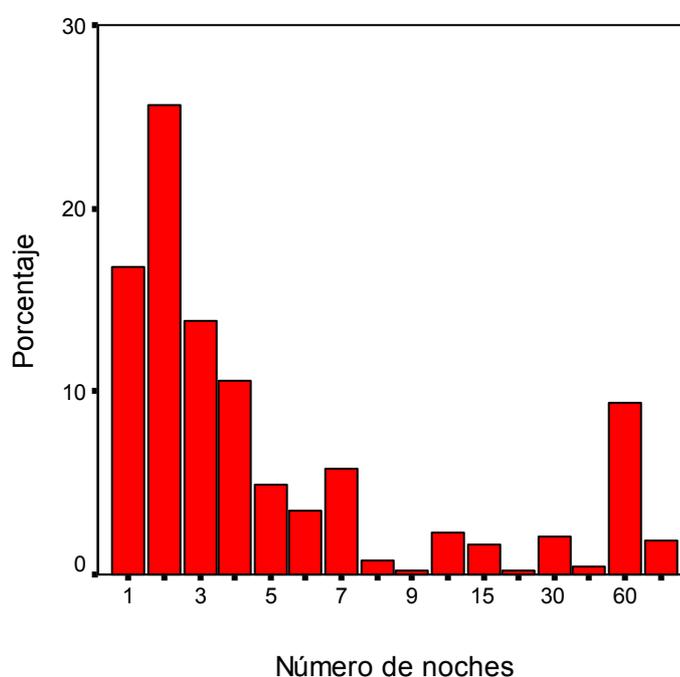
Fuente: SITA

III.8.- Estancia y gasto.

La estancia media en Alojamientos Colectivos de la Comarca de Avilés es de 11,2 noches es muy superior a la obtenida en Asturias, de 6,1 noches, aunque con una elevada dispersión tal como se aprecia en el diagrama de barras de la Figura III.16 donde cabe destacar que la estancia más señalada, por parte del 25,7% de los turistas son las

estancias de dos noches. Esta elevada estancia media se explica por las estancias en camping, generalmente mucho más largas y con una mayor dispersión que las de la hotelería y el turismo rural. Tanto es así que a partir de 30 noches el 81,4% de las estancias son de camping y el 18,6% restante son originadas por los turistas de hotelería.

FIGURA III.16: DURACIÓN DE LA ESTANCIA (NOCHES).



Fuente: SITA

El conjunto de estancias de una, dos y tres noches es señalado por el 56,4% de los turistas, el 81,1% han permanecido en Asturias siete noches o menos y solamente un 14% de los turistas están más de quince noches.

Según el tipo de establecimiento elegido, en *Camping* la estancia media del turista se sitúa en 18 noches, mientras que en *Hoteles* se obtienen 6,9 noches de media y en *Turismo Rural* 3,3 noches.

Asimismo la época del año también influye en esa distribución, aumentando la estancia media durante el periodo estivo y reduciéndose en épocas de baja actividad, muy vinculadas en determinados casos a fines de semana.

En la Comarca de Avilés el *Gasto Total por persona y viaje* asciende a 458,56 euros por término medio frente a los 379,61 euros obtenidos en el conjunto de la región. Esta cifra se debe a la mayor estancia media ya que se obtiene un *Gasto Total por persona y día* que se sitúa en 56,33 euros de media, siendo más reducido que el gasto medio regional.

A continuación se ofrece un desglose más detallado de las principales partidas de gasto (Figura III.17):

- ◆ El *Gasto en el Alojamiento* asciende a un total de 24,29 euros de media por persona y día.
- ◆ El *Gasto medio en Alimentación por persona y día*, tanto dentro como fuera del alojamiento, se sitúa en 19,33 euros.
- ◆ El *Gasto medio en Transporte* alcanza los 2,79 euros por persona y día.
- ◆ El *Gasto medio por persona y día en Bares, Cafeterías, Pubs y Discotecas* es de 6,55 euros.
- ◆ El *Gasto en Compras Varias y Regalos por persona durante el viaje* alcanza 52,96 euros por persona durante el viaje.

FIGURA III.17: GASTOS TURÍSTICOS (EUROS).

GASTO	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
GASTO TOTAL/ persona / viaje	458,56	379,61
GASTO TOTAL/ persona / día	56,33	63,94
GASTO EN ALOJAMIENTO/ persona / día	24,29	25,89
GASTO EN ALIMENTACIÓN/ persona / día	19,33	24,00
GASTO EN COMPRAS/ persona / viaje	52,96	20,96

Fuente: SITA

III.9.- Actividades desarrolladas durante la estancia.

Las visitas a *Monumentos*, realizadas por un 20,1% de los turistas, además de las visitas a *Museos*, con un 17,6% son las principales actividades desarrolladas por los turistas durante su estancia.

Respecto a los monumentos visitados destaca la *Catedral de Oviedo* con un 22,5%, seguido del *Prerrománico Asturiano* que en su conjunto supone un 14,9% así como el *Elogio al Horizonte* de Gijón con un 13,6% (Figura III.18).

FIGURA III.18: MONUMENTOS VISITADOS.

MONUMENTOS	%
CATEDRAL DE OVIEDO	22,5
PRERROMÁNICO ASTURIANO	14,9
ELOGIO AL HORIZONTE	13,6
CUEVA DE COVADONGA	6,7
IGLESIA DE SAN PEDRO (GIJÓN)	6,0
CASCO ANTIGUO (OVIEDO)	4,5
BASÍLICA DE COVADONGA	3,2
IGLESIA DE CUDILLERO	2,6
SAN MIGUEL DE LILLO	2,1
PUENTE ROMANO CANGAS DE ONÍS	2,1
UNIVERSIDAD LABORAL	2,1
VALDEDIOS	1,2
CUBOS DE LA MEMORIA	1,2
STA. MARÍA DEL NARANCO	0,9
OTROS	16,6

Fuente: SITA

Respecto a los museos, señalan el *Museo de Anclas de Salinas* con el 19,6% y el *Museo de la Minería y de la Industria (MUMI)* con el 18,3%. Otros museos también señalados por los turistas de alojamiento colectivo de la Comarca de Avilés son el *Museo Marítimo de Asturias* en Luanco y el *Museo de Bellas Artes de Asturias* en Oviedo con el 16% y el 11,4% respectivamente (Figura III.19).

FIGURA III.19: MUSEOS VISITADOS.

MUSEOS	%
MUSEO DE ANCLAS DE SALINAS	19,6
MUSEO DE LA MINERÍA Y DE LA INDUSTRIA	18,3
MUSEO MARÍTIMO DE ASTURIAS	16,0
MUSEO DE BELLAS ARTES DE ASTURIAS	11,4
MUSEO NICANOR PIÑOLE	8,0
MUSEO ANTÓN DE CANDÁS	6,0
MURALLA Y TERMAS ROMANAS	4,7
MUSEO JUAN BARJOLA	2,7
MUSEO CASA-NATAL DE JOVELLANOS	2,0
MUSEO ETNOGRÁFICO DEL PUEBLO DE ASTURIAS	2,0
AULA DEL MAR (LUARCA)	2,0
MUSEO ARQUEOLÓGICO DE ASTURIAS	1,4
MUSEO DE LA SIDRA	1,4
ECOMUSEO DE SOMIEDO	1,2
MUSEO DE LA IGLESIA	1,0
OTROS	2,2
Fuente: SITA	

Por otro lado, el 63,4% de los turistas afirma haber visitado o haber estado en alguna playa asturiana durante su estancia en nuestra región. Aunque son visitas que se caracterizan por su gran dispersión geográfica, los arenales más visitados resultan ser *Santa María del Mar* y la playa de *Salinas* en Castrillón con el 30,5% y el 13,6% respectivamente. *San Lorenzo* en Gijón, *Bañugues* en Gozón y el *Playón de Bayas / Sablón* en Castrillón son también playas muy visitadas. En este sentido es preciso destacar que los arenales situados en la Comarca de Avilés concentran el 78,4% de las visitas (Figura III.20).

FIGURA III.20: PLAYAS VISITADAS.

PLAYAS	%
SANTA MARÍA DEL MAR	30,5
SALINAS	13,6
SAN LORENZO	8,4
BAÑUGUES	8,0
PLAYÓN DE BAYAS/ SABLÓN	7,0
BAHÍNAS	4,9
SAN PEDRO/ ANTROMERO	4,1
LUANCO	4,1
VERDICIO/ TENRERO	2,3
ARNAO	1,9
CANDÁS	1,9
PLAYA DEL SABLÓN	1,8
PLAYA DEL AGUILAR/ CAMPOFRÍO	1,7
RODILES	1,4
SAN PEDRO/ SAN PEDRO DE BOCAMAR	1,2
RIBADESELLA/ SANTA MARINA	1,0
PONIENTE/ NATAHOYO	0,9
MUNIELLES	0,9
SALINAS/ 3ª DE LUARCA	0,6
BARRO	0,6
OTRAS	3,2
Fuente: SITA	

El Turismo Activo, al ser una actividad relacionada con la practica del deporte al aire libre presenta una clara tendencia estacional. Este factor influye en los resultados obtenidos a nivel anual para el conjunto de turistas y hace que presenten una elevada dispersión. Así, tan sólo un 5,2% de los turistas de alojamiento colectivo de la Comarca de Avilés realizaron o tuvieron la intención de realizar alguna actividad de turismo activo. El Alquiler de Piraguas / Canoas en río y el Alquiler de vehículos

todo terreno (4x4, quad, motos) son las actividades más solicitadas por los turistas, aunque siempre se observan porcentajes inferiores a los obtenidos para el conjunto de Asturias (Figura III.21).

FIGURA III.21: ACTIVIDADES CONTRATADAS (%).

ACTIVIDADES	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
ACTIVIDADES ACUÁTICAS	0,3	0,2
ALQUILER DE PIRAGUAS/ CANOAS (RÍO)	3,0	4,3
AVENTURAS, CAÑONES, PUENTING...	—	0,5
EXCURSIONES CON GUÍA	—	1,4
EXCURSIONES A CABALLO	1,2	1,9
ALQUILER DE VEHÍCULOS TODO TERRENO (4 X 4, QUAD, MOTOS)	0,7	1,7
GOLF	—	0,2
DEMOSTRACIONES ARTESANALES	0,3	0,2
ALQUILER DE BICICLETAS	0,3	0,6

Fuente: SITA

III.10.- Alojamiento.

La reserva del alojamiento turístico se realiza de forma personal, siendo el *Teléfono*, con un 36,9%, el principal medio de contacto. La reserva *Directamente al llegar* supone un 24,9%, muy señalada en el caso de los alojados en camping, mientras que la reserva a través de *Amigos y familiares* es la tercera vía más utilizada y representa un 10,6% del total (Figura III.22).

FIGURA III.22: RESERVA DEL ALOJAMIENTO (%).

RESERVA	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
PERSONAL, POR TELÉFONO	36,9	46,9
DIRECTAMENTE AL LLEGAR	24,9	21,3
AGENCIA DE VIAJES	7,9	13,0
CENTRALES DE RESERVA	0,9	0,3
POR INTERNET	0,7	2,3
EMPRESA, ORGANIZACIÓN	10,2	7,2
AMIGOS Y FAMILIARES	10,6	3,1
OTROS MEDIOS	7,9	5,9

Fuente: SITA

Si analizamos las fuentes de información utilizadas por los turistas para buscar datos sobre el alojamiento, las referencias de *Amigos y familiares* juegan un papel decisivo en la Comarca de Avilés con el 27,1% en detrimento de *Internet*, el principal medio de búsqueda en Asturias con un 21,4%. Otras fuentes de información sobre el alojamiento de cierta relevancia son los *Libros y guías* con el 11,5% y la *Agencia de Viajes* con el 8,9% (Figura III.23)

FIGURA III.23: INFORMACIÓN SOBRE EL ALOJAMIENTO (%).

FUENTES DE INFORMACIÓN	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
AMIGOS Y FAMILIARES	27,1	15,9
OTROS MEDIOS	27,1	23,9
LIBROS Y GUÍAS	11,5	13,5
AGENCIA DE VIAJES	8,9	14,1
INTERNET	8,3	21,4
OFICINAS DE TURISMO	7,9	4,2
FOLLETOS FERIAS	6,1	6,2
ANUNCIOS EN PRENSA/ REVISTAS	2,7	0,8
AGENCIAS INMOBILIARIAS	0,3	0,1
Fuente: SITA		

Los aspectos que han señalado los turistas como razones para elegir un establecimiento en concreto son muy variadas. Destaca la *Situación y el entorno* en el que se encuentra el establecimiento con el 20,9%, seguido de la *Experiencia anterior* y la *Cercanía* con el 12,7% y el 11,6%, respectivamente, frente a otras variables como el *Precio*, sólo indicada por el 5,7% de los turistas (Figura III.24).

FIGURA III.24: RAZONES DE ELECCIÓN DEL ALOJAMIENTO (%).

RAZONES	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
SITUACIÓN Y ENTORNO	20,9	23,3
EXPERIENCIA ANTERIOR	12,7	8,0
CERCANÍA	11,6	3,9
RECOMENDACIONES	8,3	8,5
LE GUSTA	7,3	10,1
TRANQUILIDAD	6,7	2,8
PRECIO	5,7	12,7
CONFORT / COMODIDAD	3,5	2,1
INSTALACIONES Y SERVICIOS	1,5	3,8
ACTIVIDADES DEPORTIVAS Y DE OCIO	1,0	0,9
CALIDAD	0,9	3,6
LIMPIEZA E HIGIENE	0,5	0,3
AMBIENTE, DIVERSIÓN	0,5	0,2
OTROS	19,0	19,8
Fuente: SITA		

El turista tiene una opinión muy positiva sobre los alojamientos de la Comarca de Avilés en los que pernoctó y valora la *Calidad-Precio* de los mismos con una media de 7,1 puntos en una escala de uno a diez. Además, corroborando este alto nivel de satisfacción, un 82,5% de los turistas responden afirmativamente a la pregunta de si en próximas vacaciones volverían a elegir al establecimiento en el que se han alojado.

La valoración que realizan los turistas sobre distintos atributos de los alojamientos suele ser elevada, correspondiendo la mayor calificación a la *Situación y el entorno del establecimiento*, seguido de la *Limpieza e Higiene*, del *Servicio y atención del personal* y de los *Servicios de restauración*. El aspecto menos valorado ha sido la oferta de *Servicios añadidos de ocio*, con 5,3 puntos de media (Figura III.25).

FIGURA III.25: CALIFICACIONES SOBRE EL ALOJAMIENTO.

ATRIBUTOS	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
SITUACIÓN Y ENTORNO	7,8	8,1
CONFORT DE INSTALACIONES	7,0	7,8
ARQUITECTURA Y DISEÑO	6,4	7,5
SERVICIO Y ATENCIÓN DEL PERSONAL	7,4	8,1
SERVICIOS AÑADIDOS DE OCIO	5,3	6,4
SERVICIOS DE RESTAURACIÓN	7,4	7,6
LIMPIEZA E HIGIENE	7,5	8,2
RELACIÓN CALIDAD-PRECIO	7,1	7,6
Valoración de uno a diez puntos Fuente: SITA		

III.11.- Lugares visitados.

El *Cabo Busto-Luarca* en la costa del Occidente de Asturias es la principal área de referencia respecto a los lugares visitados de esta zona. A más distancia y por tanto con porcentajes de visita significativamente menores le siguen *Viavélez-Tapia* y *Puerto de Vega-Navia* así como *Taramundi*.

La villa de *Avilés* es el principal punto de referencia en la zona central de Asturias, junto con *Gijón*, *Cudillero*, *Oviedo* y el *Cabo Peñas*.

En el Oriente la referencia clara es la zona de *Covadonga-Los Lagos*, seguido de *Cangas de Onís* además de *Ribadesella* y la villa y playas de *Llanes* (Figura III.26.a / b / c).

FIGURA III.26.a: LUGARES VISITADOS–OCCIDENTE (%).

OCCIDENTE	%
CABO BUSTO-LUARCA	10,1
VIAVÉLEZ-TAPIA	3,8
PUERTO DE VEGA-NAVIA	2,9
TARAMUNDI	2,3
RÍA EO-CASTROPOL	1,9
CASTRO DE COAÑA	1,3
NARCEA	1,3
TEIXOIS	0,4
Fuente: SITA	

FIGURA III.26.b: LUGARES VISITADOS–CENTRO (%).

CENTRO	%
AVILÉS	60,3
GIJÓN	40,0
CUDILLERO	39,1
OVIEDO	36,7
CABO PEÑAS	31,9
VILLAVICIOSA	9,4
SOMIEDO	5,2
SENDA DEL OSO	2,6
LENA	0,9
OTROS	22,1
Fuente: SITA	

FIGURA III.26.c: LUGARES VISITADOS–ORIENTE (%).

ORIENTE	%
COVADONGA-LOS LAGOS	24,7
CANGAS DE ONÍS	14,0
RIBADESELLA	13,7
LLANES-RURAL Y URBANA	11,3
PICOS DE EUROPA (LOCALIDADES)	5,7
LASTRES	3,8
PICOS DE EUROPA (RUTAS)	2,5
MIRADOR DEL FITO	2,2
OTROS	0,6
Fuente: SITA	

Los resultados expuestos anteriormente corresponden a los lugares con mayor número de visitas de la región, pero existen diferencias respecto a los sitios que los turistas consideran que han sido los más interesantes durante su viaje, destacando por este orden: *Covadonga y Los Lagos* con un 13,3%, *Cudillero* con un 11,9%, *Oviedo* con un 10,9%, *Avilés* un 9,9% y el *Cabo Peñas y Gijón* ambos con un 8,1%. El resto de lugares, alcanzan porcentajes inferiores al 4%.

III.12.- Valoración de Asturias.

La estancia en los alojamientos colectivos de la Comarca de Avilés proyecta una imagen positiva de Asturias respecto a una serie de atributos. Así, el mejor valorado es el *Trato con la gente*, 8,7 puntos, seguido de los *Restaurantes / Sidrerías* con 8 puntos de media, mientras

que las *Carreteras y señalización viaria* es el aspecto menos valorado con 6,6 puntos (Figura III.27).

FIGURA III.27: CALIFICACIONES SOBRE ASTURIAS.

ATRIBUTOS	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
BARES, CAFETERÍAS	7,6	7,4
RESTAURANTES/ SIDRERÍAS	8,0	7,8
OFICINAS DE INFORMACIÓN-SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA	7,3	7,5
CARRETERAS/ SEÑALIZACIÓN VIARIA	6,6	6,8
TRATO DE LA GENTE	8,7	8,5
CONSERVACIÓN DEL MEDIO NATURAL Y DEL PATRIMONIO CULTURAL	7,5	8,1
Valoración de uno a diez puntos Fuente: SITA		

Por lo que se refiere a lo que han echado en falta los turistas durante su estancia, un 58,7% dice no haber echado en falta *Nada* e incluso un 5,4% menciona que les hubiera gustado *Disponer de más tiempo*. En resumen, puede decirse que la mayoría de los turistas se encuentran ampliamente satisfechos con su estancia en nuestra región y en la Comarca de Avilés. No obstante, un 8,4% de los turistas, expresa su deseo de que les hubiera acompañado una *Mejor Climatología* y otros aspectos concretos a mejorar señalan la *Poca promoción turística* y el disponer de *Mejores Señalizaciones Turísticas y de Carreteras* (Figura III.28).

FIGURA III.28: ¿QUÉ ECHA DE MENOS EL VISITANTE? (%).

ASPECTOS	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
NADA	58,7	65,4
BUEN TIEMPO	8,4	11,4
DISPONER DE MÁS TIEMPO	5,4	2,1
POCA PROMOCIÓN TURÍSTICA	3,0	0,3
MEJORES SEÑALIZACIONES TURÍSTICAS	2,2	1,2
MEJORES SEÑALIZACIONES DE CARRETERAS	1,7	2,4
PARKINGS, APARCAMIENTOS	1,6	1,1
LLUVIA	1,6	0,6
ATENCIÓN AL TURISTA	1,4	0,5
MEJORES CARRETERAS O ACCESOS	1,3	2,2
EQUIPAMIENTOS URBANOS: FUENTES, BAÑOS	0,7	0,5
INFORMACIÓN CARRETERAS Y MEDIOS DE TRANSPORTE	0,7	0,3
INFRAESTRUCTURA SANITARIA	0,7	0,1
INFRAESTRUCTURA COMERCIAL	0,5	0,3
MEJOR CONSERVACIÓN MONUMENTOS	0,5	0,1
OTROS	11,6	11,6

Fuente: SITA

Por otro lado, un 32,5% de los turistas manifiesta que el aspecto de Asturias que más les ha gustado ha sido el *Paisaje y el Entorno*, confirmando la relación entre las razones de elección del destino y la satisfacción obtenida. Igualmente, un 15,5% de los turistas señala que les ha gustado *Todo* en general durante su estancia en Asturias mientras que un 11% dice que lo que más les ha gustado ha sido la *Gente* y un 9,3% *Las Playas y el Mar* (Figura III.29).

FIGURA III.29: LO QUE MÁS GUSTA DE ASTURIAS (%).

ASPECTOS	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS
PAISAJE/ ENTORNO/ AMBIENTE	32,5	40,8
TODO	15,5	10,4
GENTE	11,0	9,8
LAS PLAYAS Y EL MAR	9,3	4,2
GASTRONOMÍA	5,2	8,3
CLIMA	4,6	5,7
ARQUITECTURA EN GENERAL	4,5	1,6
NATURALEZA	4,2	6,5
SIDRA	3,7	2,2
TRANQUILIDAD/ SOSIEGO	3,5	2,3
LA MONTAÑA	2,6	4,1
ACTIVIDADES DE OCIO, DIVERSIÓN Y CULTURA	1,0	0,5
LOS HÓRREOS	0,6	0,2
LA ARTESANÍA	0,4	0,1
OTROS	1,4	3,4
Fuente: SITA		



IV.- LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS.

IV.- LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS.

El análisis de la oferta de alojamientos turísticos se realizó a partir de una encuesta personal dirigida a los propietarios o gerentes de los establecimientos colectivos existentes en la Comarca de Avilés cuya finalidad es recoger sus principales características. La encuesta se realizó a 47 establecimientos con un error máximo del 5,78%, sintetizándose la metodología seguida en la ficha técnica de la Figura IV.1.

FIGURA IV.1: FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA DE LA OFERTA.

CARACTERÍSTICAS		ENCUESTA		
ÁMBITO GEOGRÁFICO:	Principado de Asturias			
UNIVERSO:	Establecimientos de alojamiento colectivo de la Comarca de Avilés			
MÉTODO DE MUESTREO:	Censo			
MÉTODO DE RECOGIDA:	Encuesta personal			
PERIODO DE RECOGIDA:	Mayo 2003 a diciembre 2003			
ALOJAMIENTOS	TAMAÑO POBLACIÓN*	TAMAÑO MUESTRAL	FIABILIDAD**	
HOTELERÍA	36	28	± 8,85	
TURISMO RURAL	15	14	± 7,00	
CAMPING	5	5	± 0,00	
TOTAL	56	47	± 5,78	
*: Tamaño estimado a fecha de comienzo de realización del trabajo de campo				
**: Con una confianza del 95% el error máximo que se puede cometer en las estimaciones de porcentajes				
Fuente: SITA				

IV.1.- Características Generales.

La cuantificación de la oferta de alojamiento colectivo de la Comarca de Avilés asciende a un total de 56 establecimientos que cuentan con 3.938 plazas al finalizar el año 2003², cifras que suponen el 3% y el 6,2% del total de establecimientos y plazas respectivamente de Asturias.

Por tipo de establecimiento, la figura del *Camping*, está presente con un total de cinco establecimientos pero representan, con 2.536 plazas el 64,4% de la oferta turística de la Comarca de Avilés.

Por lo que se refiere a la *Hotelería*, sus 36 establecimientos con 1.280 plazas suponen el 4,4% y el 5,2% del total de establecimientos y plazas respectivamente sobre el total de Asturias. Dentro de esta tipología tienen un mayor peso los Hoteles tanto en número de establecimientos, 26, como en número de plazas, 1.146, representando el 5% de la oferta de establecimientos y el 5,6% de plazas de Asturias. Por categorías, los Hoteles de 3 estrellas cuentan con una mayor oferta, 434 plazas, seguido de los 2 estrellas con 299 plazas. Las Pensiones y sobre todo los Hostales tienen una menor implantación en la Comarca.

² Según datos del Estudio de la Oferta del SITA y la actualización facilitada por el Registro Oficial del Principado de Asturias hasta Diciembre de 2003.

La oferta de *Turismo Rural* está presente con 15 establecimientos y 122 plazas, el 1,5% de los establecimientos y el 1,1% de las plazas de Asturias. Destaca la figura de Casas de Aldea con 11 establecimientos y 81 plazas (Figura IV.2/ IV.3 / IV.4).

FIGURA IV.2: ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO.

ALOJAMIENTO	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS	% SOBRE COMARCA DE AVILÉS	% SOBRE ASTURIAS
HOTELES (*)	26	524	46,4%	5,0%
HOSTALES	1	41	1,8%	2,4%
PENSIONES	9	250	16,1%	3,6%
TOTAL HOTELERÍA	36	815	64,3%	4,4%
APARTAMENTOS T. RURALES	3	264	5,4%	1,1%
CASAS DE ALDEA	11	665	19,6%	1,7%
ALBERGUES	1	66	1,8%	1,5%
TOTAL TURISMO RURAL	15	995	26,8%	1,5%
TOTAL CAMPING	5	61	8,9%	8,2%
TOTAL	56	1.871	100,0%	3,0%

(*) En este grupo estaría Casonas Asturianas con un total de 34 establecimientos en Asturias que a efectos de Registro oficial está dentro de la Categoría de Hoteles.
Dentro de la oferta de Asturias no se considera la Ciudad de Vacaciones de Perlora con unas plazas estimadas de 1.652. Tampoco se consideran 25 plazas de la modalidad de alojamiento Vivienda Vacacional.
Fuente: SITA; Dirección General de Turismo; Registro Oficial del Principado hasta Diciembre 2003

FIGURA IV.3: PLAZAS DE ALOJAMIENTO.

ALOJAMIENTO	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS	% SOBRE COMARCA DE AVILÉS	% SOBRE ASTURIAS
HOTELES (*)	1.146	20.558	29,1%	5,6%
HOSTALES	23	983	0,6%	2,3%
PENSIONES	111	2.985	2,8%	3,7%
TOTAL HOTELERÍA	1.280	24.526	32,5%	5,2%
APARTAMENTOS T. RURALES	27	3.522	0,7%	0,8%
CASAS DE ALDEA	81	3.990	2,1%	2,0%
ALBERGUES	14	3.668	0,4%	0,4%
TOTAL TURISMO RURAL	122	11.180	3,1%	1,1%
TOTAL CAMPING	2.536	28.274	64,4%	9,0%
TOTAL	3.938	63.980	100,0%	6,2%

(*) En este grupo estaría Casonas Asturianas con un total de 699 plazas en Asturias que a efectos de Registro oficial está dentro de la Categoría de Hoteles.
 Dentro de la oferta de Asturias no se considera la Ciudad de Vacaciones de Perlora con unas plazas estimadas de 1.652. Tampoco se consideran 25 plazas de la modalidad de alojamiento Vivienda Vacacional.
 Fuente: SITA; Dirección General de Turismo; Registro Oficial del Principado hasta Diciembre 2003

FIGURA IV.4: DESGLOSE DE PLAZAS POR CATEGORÍAS.

ALOJAMIENTO	COMARCA DE AVILÉS	ASTURIAS	% SOBRE COMARCA DE AVILÉS	% SOBRE ASTURIAS
HOTELES 5 ESTRELLAS	159	861	4,0%	18,5%
HOTELES 4 ESTRELLAS	138	2.606	3,5%	5,3%
HOTELES 3 ESTRELLAS	434	7.742	11,0%	5,6%
HOTELES 2 ESTRELLAS	299	6.586	7,6%	4,5%
HOTELES 1 ESTRELLA	116	2.763	2,9%	4,2%
TOTAL HOTELES (*)	1.146	20.558	29,1%	5,6%
HOSTALES 2 ESTRELLAS	—	596	—	—
HOSTALES 1 ESTRELLA	23	387	0,6%	5,9%
TOTAL HOSTALES	23	983	0,6%	2,3%
PENSIONES	111	2.985	2,8%	3,7%
APARTAMENTOS	27	3.522	0,7%	0,8%
CASAS DE ALDEA	81	3.990	2,1%	2,0%
ALBERGUES	14	3.668	0,4%	0,4%
CAMPING	2.536	28.274	64,4%	9,0%
TOTAL	3.938	63.980	100,0%	6,2%

(*) En este grupo estaría Casonas Asturianas con un total de 699 plazas en Asturias que a efectos de Registro oficial está dentro de la Categoría de Hoteles.
 Dentro de la oferta de Asturias no se considera la Ciudad de Vacaciones de Perlora con unas plazas estimadas de 1.652. Tampoco se consideran 25 plazas de la modalidad de alojamiento Vivienda Vacacional.
 Fuente: SITA; Dirección General de Turismo; Registro Oficial del Principado hasta Diciembre 2003

IV.2.- Una visión de conjunto.

Los establecimientos de alojamiento de la Comarca de Avilés presentan características y servicios muy variados que se analizan de forma conjunta en el presente epígrafe. Generalmente, se trata de empresas con reducidos niveles de facturación, pues el 76% de los establecimientos no superan los 27.000 euros (Figura IV.5).

FIGURA IV.5: FACTURACIÓN.

INTERVALOS (Euros)	%
HASTA 9.000	36,0
DE 9.000 A 18.000	20,0
DE 18.000 A 27.000	20,0
DE 27.000 A 36.000	4,0
DE 36.000 A 45.000	4,0
DE 54.000 A 63.000	4,0
DE 63.000 A 72.000	4,0
DE 81.000 A 90.000	4,0
DE 90.000 A 120.000	4,0

Fuente: SITA

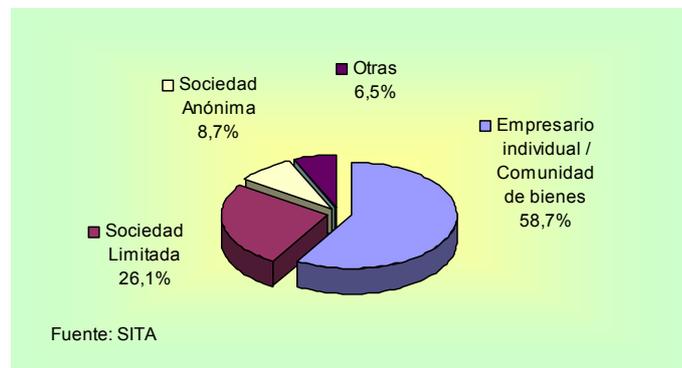
Un 86,5% de las ventas totales proviene de las *Habitaciones*, mientras que un 12,7% lo hace de las actividades de restauración, esto es, del *Restaurante* y del *Bar-cafetería* (Figura IV.6).

FIGURA IV.6: VENTAS TOTALES POR DEPARTAMENTO.

	%
HABITACIONES	86,5
RESTAURANTE	8,8
BAR-CAFETERÍA	3,9
SALONES	0,5
OTROS	0,2
Fuente: SITA	

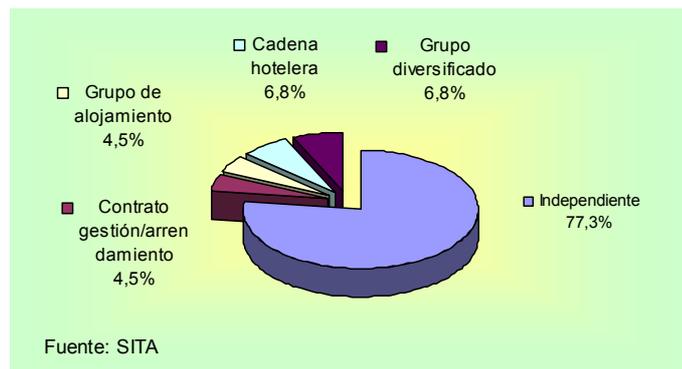
Respeto a la forma jurídica, casi tres de cada cinco establecimientos de alojamiento de la Comarca de Avilés adoptan la forma jurídica de *Empresario Individual* o *Comunidad de bienes*. Cuando se constituye una sociedad, la opción más utilizada es la *Sociedad limitada*. Las *Sociedades anónimas*, por su parte, son una fórmula poco aplicada y que sólo tiende a aparecer en aquellos establecimientos de mayor dimensión (Figura IV.7).

FIGURA IV.7: FORMA JURÍDICA.



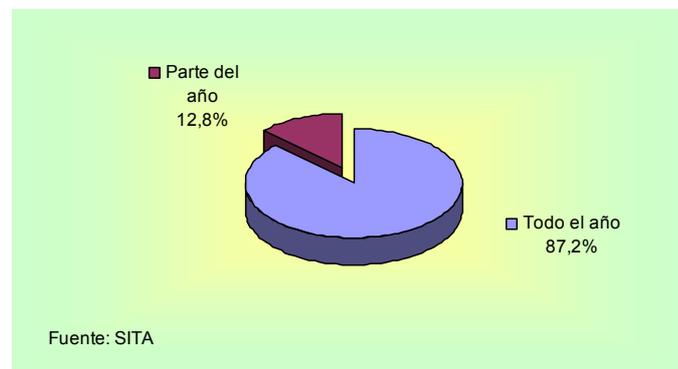
En cuanto a la integración en un grupo o una cadena contractual, en la Comarca de Avilés predominan los establecimientos *Independientes* (Figura IV.8).

FIGURA IV.8: INTEGRACIÓN EMPRESARIAL.



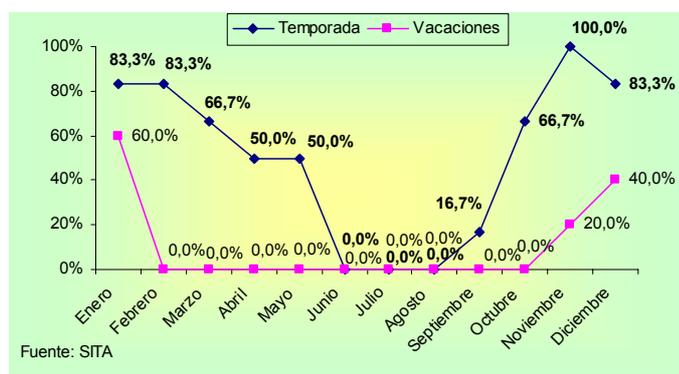
En términos relativos, la oferta de alojamientos de la Comarca de Avilés presenta una continuidad temporal importante. Así, el 87,2% de los establecimientos permanecen abiertos durante todo el año (Figura IV.9).

FIGURA IV.9: PERIODO DE APERTURA.



Los periodos que suelen ser aprovechados para cerrar son los correspondientes a temporada baja, desde octubre hasta marzo, siendo los cierres por temporada en noviembre, diciembre, enero o febrero (Figura IV.10).

FIGURA IV.10: FECHAS DE CIERRES DE ESTABLECIMIENTOS.



Los establecimientos de alojamiento dan empleo de media a 3,26 personas en temporada baja, llegando a alcanzar en los periodos de mayor demanda la cifra media de 3,77. Por lo general, en temporada alta prima el empleo *Temporal* sobre el empleo del *Empresario* o *Familiares* y de *Trabajadores Fijos*, situación que se invierte en temporada baja donde el *Empresario* o *Familiares* constituye la fuerza de trabajo predominante (Figura IV.11).

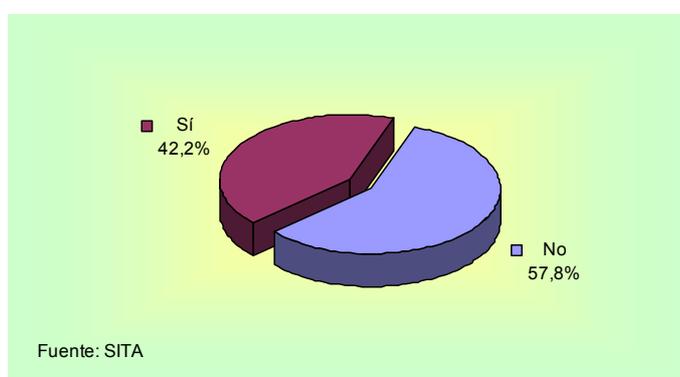
FIGURA IV.11: RECURSOS HUMANOS.

EMPLEADOS	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLANTILLA EN TEMPORADA ALTA	3,77	4,35
PLANTILLA EN TEMPORADA BAJA	3,26	4,08

Fuente: SITA

El 42,2% de los establecimientos ha llevado a cabo algún tipo de esfuerzo formativo, siendo superior a la media obtenida para Asturias. Por término medio se vieron incluidas 1,6 personas en las acciones formativas, participando el *Empresario / dirección* en un 78,9% de las ocasiones y la *Plantilla* en un 29,4% (Figura IV.12).

FIGURA IV.12: FORMACIÓN CONTINUA.



Por lo que respecta a la gestión del establecimiento, aproximadamente dos de cada tres establecimientos carecen de *Programas informáticos de reserva* y más de la mitad de *Programas informáticos de gestión*. Por el contrario, es una práctica bastante generalizada la petición de una *Fianza en las reservas* y la presencia de *Productos de acogida* en las habitaciones (Figura IV.13).

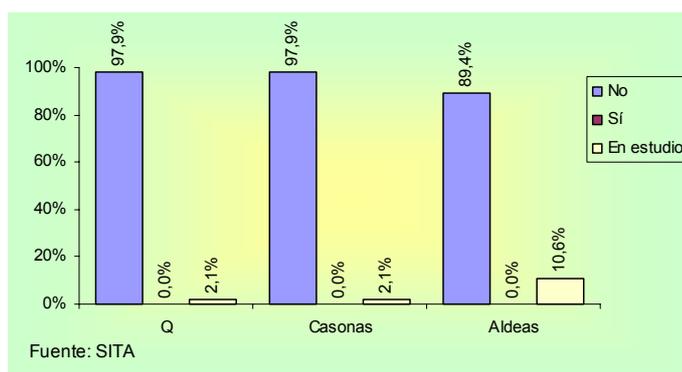
FIGURA IV.13: GESTIÓN DEL ESTABLECIMIENTO.

DISPONIBILIDAD DE	%
PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE RESERVA	31,9
PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE GESTIÓN	44,7
ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN	31,9
SERVICIO DE LAVANDERÍA EXTERNO	46,8
PRODUCTOS DE ACOGIDA	57,4
FIANZA EN LAS RESERVAS	57,4
REPERCUTE GASTOS DE CANCELACIÓN DE RESERVAS	44,7

Fuente: SITA

Aunque los sistemas de gestión de la calidad han despertado cierto interés sobre todo la marca Q y las marcas propias del Principado de Asturias como *Casonas Asturianas* y *Aldeas de Asturias Calidad Rural*, a finales de 2003 ningún establecimiento de la Comarca de Avilés había obtenido una certificación de calidad (Figura IV.14).

FIGURA IV.14: CERTIFICACIÓN DE CALIDAD.



Desde la óptica del empresario, la clientela del conjunto de establecimientos de alojamiento de la Comarca de Avilés esta compuesta por término medio por un 67,5% de *Turistas individuales de ocio / vacaciones* y un 24,2% de *Turismo de negocios*. Los *Grupos turísticos / culturales* y los *deportivos* alcanzan un 4,9% en total y el *Turismo de congresos y convenciones* tan sólo un 0,1% (Figura IV.15).

FIGURA IV.15: CLIENTELA.

	%
TURISTA INDIVIDUAL OCIO / VACACIONES	67,5
TURISMO DE NEGOCIOS	24,2
GRUPOS TURÍSTICOS / CULTURALES	4,5
GRUPOS DEPORTIVOS	0,4
TURISMO DE CONGRESOS Y CONVENCIONES	0,1
OTROS	3,3
Fuente: SITA	

Una de las debilidades más patentes en los establecimientos de alojamiento colectivo no sólo de la Comarca de Avilés sino también de los asturianos es probablemente el limitado nivel de equipamiento tecnológico. A pesar de que la progresión ha sido creciente en los últimos años, todavía quedan alrededor de un 30% de establecimientos con fuertes restricciones tecnológicas (Figura IV.16).

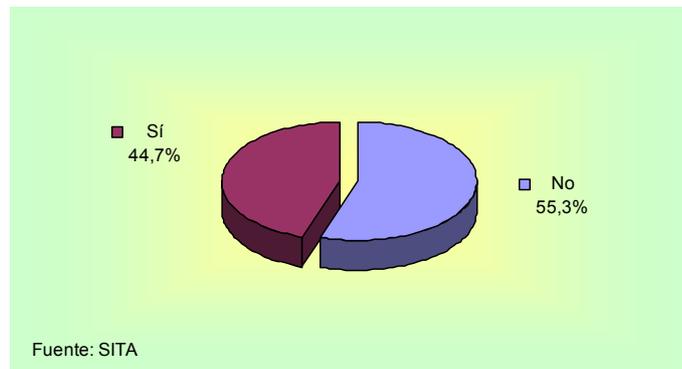
FIGURA IV.16: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO.

DISPONIBILIDAD DE	% SOBRE TOTAL
FAX/ TELEX	59,6
TPV (PAGO CON TARJETAS)	59,6
ACCESO A INTERNET/ CORREO ELECTRÓNICO	44,7
SISTEMA INFORMÁTICO (MONOPUESTO O RED)	68,1

Fuente: SITA

El 44,7% de los alojamientos ofrece actividades complementarias de ocio a sus clientes, recurriendo en el 95% de los casos a empresas de turismo activo especializadas. Las actividades que se ofrecen con mayor frecuencia son los *Paseos a caballo*, los *Paseos en barco / Buceo* y los *Todo terreno / Quads* (Figura IV.17).

FIGURA IV.17: ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS.



Aunque no es una conducta generalizada, buena parte de los negocios sigue una política comercial no muy activa, si bien algunas empresas se esfuerzan en buscar nuevas vías de distribución y comunicación. Entre las acciones comerciales destaca el uso de las *Páginas web* ya sean propias o mediante pago en portales ajenos (Figura IV.18).

FIGURA IV.18: ACCIONES COMERCIALES.

	% SOBRE EL TOTAL
PÁGINA WEB PROPIA	51,1
PÁGINAS WEB AJENAS	47,8
CENTRALES DE RESERVA	23,4
TALONES/ BONOS	23,4
PROMOCIONES FIN DE SEMANA	19,1
PRESENCIA EN FOLLETOS DE AA.VV.	34,8

Fuente: SITA

Por otra parte, un 80,9% de los establecimientos realizan publicidad, con un gasto medio de algo más de 1.800 euros anuales. La edición de *Folletos* es el medio publicitario por excelencia, aunque le siguen a escasa distancia las *Páginas web* (Figura IV.19).

FIGURA IV.19: PUBLICIDAD.

	% SOBRE EL TOTAL
REALIZAN PUBLICIDAD	80,9
FOLLETOS	68,4
LIBROS/ GUÍAS TURÍSTICAS PRIVADAS	44,7
INTERNET/ PÁGINAS WEB	50,0
ANUNCIOS EN PRENSA Y RADIO	28,9
OTROS	26,3

Fuente: SITA

En cuanto a la importancia de determinadas actividades a realizar desde el punto de vista empresarial, el atributo más valorado es *Abrir todo el año* seguido de la presencia en *Internet*. La comercialización a través de *Agencias de Viaje* y las *Centrales de reserva* son los aspectos menos valorados, no llegando ni a 4 puntos en una escala de 1 a 10 (Figura IV.20).

FIGURA IV.20: IMPORTANCIA DE ACTIVIDADES.

ATRIBUTOS	MEDIA
ABRIR TODO EL AÑO	7,2
INTERNET	6,5
OFERTAS FIN DE SEMANA	4,6
OFERTAS ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	4,3
AGENCIAS DE VIAJE	3,7
CENTRALES DE RESERVA	3,6

Valoración de uno a diez puntos
Fuente: SITA

El 40,4% de los establecimientos de alojamiento han realizado algún tipo de inversión durante el ejercicio analizado. Los proyectos se han centrado de forma especial en el *Mantenimiento y mejora de edificios y equipamientos*, mientras que la *Ampliación de las instalaciones* fue acometida por un 15,8% de las empresas y las acciones de *Formación* por el 5,3%. Asimismo, el 4,5% de los establecimientos han recibido algún tipo de *Subvención* o ayuda (Figura IV.21).

FIGURA IV.21: INVERSIONES REALIZADAS.

	% SOBRE EL TOTAL	
REALIZAN INVERSIONES	40,4	
	%	INVERSIÓN MEDIA (€)
AMPLIACIÓN	15,8	—
MANTENIMIENTO (EDIFICIO)	94,7	13.881,00
MANTENIMIENTO (EQUIPAMIENTOS)	31,6	7.000,00
FORMACIÓN	5,3	—
Fuente: SITA		

En caso de solicitar una inversión, esta se aplicaría fundamentalmente en *Mejoras en el edificio*, aunque un porcentaje muy significativo también se destinaría a *Ampliar la capacidad*, a *Publicidad en folletos*, a la adquisición o renovación de *Equipamiento informático* y a la realización de *Cursos de formación especializados* (Figura IV.22).

FIGURA IV.22: DEMANDA DE SUBVENCIONES.

	% DE RESPUESTAS
MEJORAS EDIFICIO	21,1
AMPLIAR CAPACIDAD	17,1
PUBLICIDAD FOLLETOS	13,2
EQUIPAMIENTO INFORMÁTICO	11,8
CURSOS FORMACIÓN ESPECIALIZADOS	11,8
APERTURA NUEVAS ACTIVIDADES	9,2
PÁGINA WEB	5,3
ACUDIR A FERIAS	5,3
CONTRATACIÓN PERSONAL CUALIFICADO	5,3

Fuente: SITA

Por lo que se refiere a la dotación de servicios de uso común, una parte muy significativa de los establecimientos cuenta con *Porche*, *terrazas* y *Jardín* (Figura IV.23).

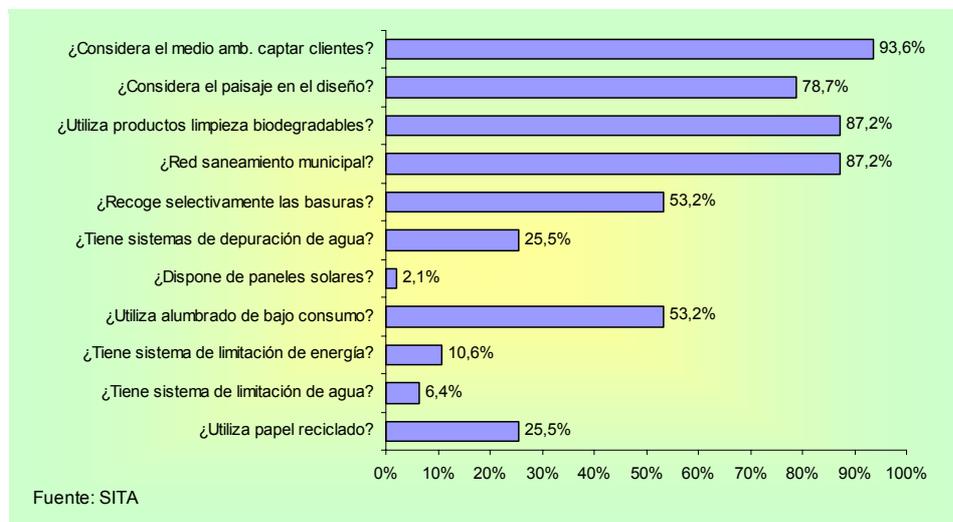
FIGURA IV.23: SERVICIOS DE USO COMÚN.

	% SOBRE EL TOTAL
PORCHE, TERRAZAS	68,1
JARDÍN	55,3
JUEGOS DE MESA	48,9
BIBLIOTECA	34,0
ÁREA DE RECREO INFANTIL	14,9
CHIMENEA	12,8

Fuente: SITA

Finalmente, en cuanto a la concienciación medioambiental, la gran mayoría de los empresarios consideran que el medio ambiente es fundamental a la hora de captar nueva clientela y tienen en cuenta los criterios paisajísticos para la construcción de nuevas instalaciones. Sin embargo, excepto en el uso de *productos de limpieza biodegradables* y la *conexión a la red de saneamiento municipal*, se aprecia cierta pasividad en lo relativo a determinadas medidas protectoras del medio ambiente, tales como la presencia de *paneles solares*, los *sistemas de limitación del agua y energía*, los *sistemas de depuración del agua* o la *utilización de papel reciclado* (Figura IV.24).

FIGURA IV.24: POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL.



IV.3.- Análisis y resultados por modalidad de alojamiento: Hotelería, Turismo Rural y Camping.

El presente epígrafe analiza los principales resultados de la oferta de alojamientos turísticos colectivos ubicados en los municipios de Avilés, Castrillón, Corvera, Gozón e Illas, realizando una comparativa por tipo de establecimiento según sean de Hotelería, Turismo Rural o Camping.

Por lo que se refiere a la forma jurídica, aunque en los tres tipos de establecimientos predomina el *Empresario individual / Comunidad de bienes*, en la Hotelería algo más de la mitad de los negocios presentan una forma jurídica de tipo mercantil, fundamentalmente *Sociedades Anónimas*, el 40,7% (Figura IV.25).

FIGURA IV.25: FORMA JURÍDICA (%).

	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
INDIVIDUAL/ C. BIENES	44,4	92,9	40,0
SOCIEDAD LIMITADA	40,7	–	20,0
SOCIEDAD ANÓNIMA	11,1	–	20,0
OTRA	3,7	7,1	20,0

Fuente: SITA

La integración empresarial es muy limitada, teniendo mayor relevancia en los establecimientos de Hotelería, en los que las *Cadenas Hoteleras* alcanzan un 11,5% (Figura IV.26).

FIGURA IV.26: INTEGRACIÓN EMPRESARIAL (%).

	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
INDEPENDIENTE	76,9	85,7	50,0
CONTRATO GESTIÓN/ ARRENDAMIENTO	–	7,1	25,0
GRUPO DE ALOJAMIENTO	3,8	–	25,0
CADENA HOTELERA	11,5	–	–
GRUPO DIVERSIFICADO	7,7	7,1	–
Fuente: SITA			

Mientras que en los establecimientos de Turismo Rural no existen discontinuidades temporales en cuanto a su periodo de apertura, sólo un 20% de los Campings ubicados en la Comarca abren durante *Todo el año* (Figura IV.27).

FIGURA IV.27: PERIODO DE APERTURA (%).

	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
TODO EL AÑO	92,9	100,0	20,0
PARTE DEL AÑO	7,1	–	80,0
Fuente: SITA			

En el caso de la facturación, la Hotelería presenta una elevada dispersión, existiendo establecimientos con una cifra de negocios anual inferior a los 9.000 euros y otros con un máximo de 120.000 euros, aunque el mayor número de ellos se sitúa entre 9.000 y 18.000 euros anuales. Por su parte, los establecimientos de Turismo Rural no superan los 27.000 euros, siendo la facturación más frecuente la inferior a 9.000 euros anuales. Finalmente, los Campings facturan hasta 72.000 euros

anuales, aunque un 40% tienen una cifra anual de negocio entre 18.000 y 27.000 euros (Figura IV.28).

FIGURA IV.28: FACTURACIÓN (%).

INTERVALOS (Euros)	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
HASTA 9.000	10,0	70,0	20,0
DE 9.000 A 18.000	30,0	20,0	—
DE 18.000 A 27.000	20,0	10,0	40,0
DE 27.000 A 36.000	—	—	20,0
DE 36.000 A 45.000	10,0	—	—
DE 54.000 A 63.000	10,0	—	—
DE 63.000 A 72.000	—	—	20,0
DE 81.000 A 90.000	10,0	—	—
DE 90.000 A 120.000	10,0	—	—

Fuente: SITA

Las *Habitaciones* suponen el 99,6% de las ventas totales por departamento de los establecimientos de Turismo Rural debido a sus particulares características, mientras que en la Hotelería y en el Camping el porcentaje que representan se encuentra próximo al 80% (Figura IV.29).

FIGURA IV.29: VENTAS TOTALES POR DEPARTAMENTO (%).

	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
HABITACIONES	79,7	99,6	79,8
RESTAURANTE	13,7	–	12,2
BAR-CAFETERÍA	5,5	0,4	7,0
SALONES	0,7	–	1,0
OTROS	0,5	–	–

Fuente: SITA

El Turismo Rural es menos intensivo en mano de obra que la Hotelería y el Camping, presentando también una menor estacionalidad y una menor variabilidad en cuanto a establecimientos. Por su parte, el Camping es el tipo de alojamiento que emplea una mayor cantidad de trabajadores en temporada alta y con un marcado comportamiento estacional debido a su limitado periodo de apertura. En la Hotelería existen mayores diferencias entre negocios, aunque el comportamiento estacional no es muy acusado (Figura IV.30).

FIGURA IV.30: RECURSOS HUMANOS.

EMPLEADOS	HOTELERÍA		TURISMO RURAL		CAMPING	
	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
TEMPORADA ALTA	4,71	5,23	1,38	0,85	6,00	3,39
TEMPORADA BAJA	4,30	5,08	1,31	0,72	4,20	3,27

Fuente: SITA

Los establecimientos de Turismo Rural muestran un mayor interés por la formación continua de sus recursos humanos, ya que el 61,5% de los mismos han llevado a cabo acciones formativas, frente al 37% de los de Hotelería y al 20% de los de Camping (Figura IV.31).

FIGURA IV.31: FORMACIÓN CONTINUA (%).

	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
NO	63,0	38,5	80,0
SÍ	37,0	61,5	20,0
Fuente: SITA			

A finales de 2003 tan sólo un establecimiento hotelero de la Comarca de Avilés se encontraba trabajando para la obtención de la marca *Casonas Asturianas*, otro establecimiento de Turismo Rural para la *Q* de calidad y cinco para *Aldeas de Asturias Calidad Rural* (Figura IV.32).

FIGURA IV.32: CERTIFICACIÓN DE CALIDAD (%).

	HOTELERÍA		TURISMO RURAL		CAMPING	
	NO	EN ESTUDIO	NO	EN ESTUDIO	NO	EN ESTUDIO
Q	100,0	—	92,9	7,1	100,0	—
CASONAS	96,4	3,6	100,0	—	100,0	—
ALDEAS	100,0	—	64,3	35,7	100,0	—
Fuente: SITA						

En los establecimientos de Turismo Rural y de Camping de la Comarca más de cuatro de cada cinco clientes viajan motivados por el *Ocio / vacaciones*, cifra que se reduce a algo más de la mitad en el caso de la *Hotelería* en que el *Turismo de Negocios* también tiene una importante presencia (Figura IV.33).

FIGURA IV.33: CLIENTELA (%).

	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
TURISTA INDIVIDUAL OCIO / VACACIONES	54,0	89,3	82,0
GRUPOS TURÍSTICOS / CULTURALES	4,3	6,4	—
GRUPOS DEPORTIVOS	0,7	—	—
TURISMO DE NEGOCIOS	38,5	4,3	—
TURISMO DE CONGRESOS Y CONVENCIONES	0,2	—	—
OTROS	2,3	—	18,0
Fuente: SITA			

El Camping y el Turismo Rural están más limitados en cuanto a equipamiento tecnológico que los establecimientos de *Hotelería* donde el *Fax / Telex* y los dispositivos *TPV* para pago con tarjetas están plenamente implantados en la mayoría de los negocios. Idéntica lectura puede hacerse de los resultados que hacen referencia a la gestión del establecimiento en que sólo tienen cierta importancia la exigencia de *Fianza en las reservas* y la *Repercusión de gastos de cancelación de reservas* en el Turismo Rural (Figura IV.34 / IV.15).

FIGURA IV.34: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO (%).

	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
FAX/ TELEX	89,3	7,1	40,0
TPV (PAGO CON TARJETAS)	82,1	35,7	—
ACCESO A INTERNET / CORREO ELECTRÓNICO	57,1	35,7	—
SISTEMA INFORMÁTICO (MONOPUESTO O RED)	75,0	57,1	60,0
Fuente: SITA			

FIGURA IV.35: GESTIÓN DEL ESTABLECIMIENTO (%).

	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE RESERVA	42,9	14,3	20,0
PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE GESTIÓN	64,3	7,1	40,0
ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN	42,9	21,4	—
SERVICIO DE LAVANDERÍA EXTERNO	67,9	21,4	—
PRODUCTOS DE ACOGIDA	71,4	50,0	—
FIANZA EN LAS RESERVAS	50,0	78,6	40,0
REPERCUTE GASTOS DE CANCELACIÓN DE RESERVAS	32,1	78,6	20,0
Fuente: SITA			

El Camping es el tipo de establecimiento más propicio para la práctica de actividades de ocio complementarias al alojamiento, ya que el 80% de los mismos las ofrecen, fundamentalmente recurriendo a empresas especializadas (Figura IV.36).

FIGURA IV.36: ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS (%).

	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
No	64,3	50,0	20,0
Sí	35,7	50,0	80,0
Fuente: SITA			

Los negocios de Turismo Rural, quizá debido a su ubicación muestran un mayor interés por tener presencia en la red Internet, el 64,3% mediante *Página web propia* y el 85,7% en *Webs ajenas*, mientras que los establecimientos de Hotelería, aún considerando este medio de una forma importante, hacen un mayor uso relativo de las *Centrales de reserva* y de los *Talones / bonos* (Figura IV.37).

FIGURA IV.37: ACCIONES COMERCIALES (%).

	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
PÁGINA WEB PROPIA	53,6	64,3	—
PÁGINAS WEB AJENAS	33,3	85,7	20,0
CENTRALES DE RESERVA	32,1	14,3	—
TALONES/ BONOS	35,7	7,1	—
PROMOCIONES FIN DE SEMANA	25,0	7,1	20,0
PRESENCIA EN FOLLETOS DE AA.VV.	48,1	7,1	40,0
Fuente: SITA			

El comportamiento en cuanto a publicidad de los distintos tipos de establecimientos analizados es bastante similar, realizando más del 70% algún gasto anual en publicidad, fundamentalmente en *Folletos e Internet / páginas web* (Figura IV.38).

FIGURA IV.38: PUBLICIDAD (%).

	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
REALIZAN PUBLICIDAD	85,7	71,4	80,0
FOLLETOS	60,7	57,1	20,0
LIBROS / GUÍAS TURÍSTICAS PRIVADAS	35,7	28,6	60,0
INTERNET/PÁGINAS WEB	42,9	50,0	—
ANUNCIOS EN PRENSA Y RADIO	25,0	21,4	20,0
OTROS	32,1	7,1	—

Fuente: SITA

Los negocios de Hotelería de la Comarca valoran positivamente *Abrir todo el año*, *Internet* y las *Ofertas fin de semana*, mientras que los establecimientos de Turismo Rural y camping se muestran de acuerdo en las dos primeras, aunque en diferente orden, además de las *Ofertas de actividades complementarias* (Figura IV.39).

FIGURA IV.39: IMPORTANCIA DE REALIZAR ESTAS ACTIVIDADES.

	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
OFERTAS FIN DE SEMANA	5,3	2,7	3,3
OFERTAS ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	3,8	5,4	4,8
AGENCIAS DE VIAJE	4,6	1,7	1,3
CENTRALES DE RESERVA	4,3	2,7	1,3
INTERNET	6,8	6,4	4,5
ABRIR TODO EL AÑO	7,6	6,7	5,8

Valoración de uno a diez puntos
Fuente: SITA

El 57,1% de los establecimientos de Turismo Rural realizaron alguna inversión durante el ejercicio 2003 por un 35,7% de la Hotelería y un 20% del Camping, siendo las más frecuentemente acometidas las destinadas al *Mantenimiento del edificio* (Figura IV.40).

FIGURA IV.40: INVERSIONES REALIZADAS (%).

	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
REALIZAN INVERSIONES	35,7	57,1	20,0
AMPLIACIÓN	—	14,3	20,0
MANTENIMIENTO (EDIFICIO)	35,7	50,0	20,0
MANTENIMIENTO (EQUIPAMIENTOS)	7,1	28,6	—
FORMACIÓN	3,6	—	—

Fuente: SITA

Los establecimientos de Hotelería demandarían un hipotética subvención para realizar *Mejoras en el edificio* y para renovar su *Equipamiento informático*; el Turismo Rural para realizar *Publicidad en folletos*, *Ampliar la capacidad* y realizar *Cursos de formación especializados*; mientras que los de Camping lo harían para la *Apertura nuevas actividades*, llevar a cabo *Mejoras en el edificio* y *Ampliar la capacidad* (Figura IV.41).

FIGURA IV.41: DEMANDA DE SUBVENCIONES (%).

	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
EQUIPAMIENTO INFORMÁTICO	15,6	10,0	—
MEJORAS EDIFICIO	22,2	15,0	27,3
AMPLIAR CAPACIDAD	13,3	20,0	27,3
PUBLICIDAD FOLLETOS	6,7	35,0	—
PÁGINA WEB	6,7	—	9,1
ACUDIR A FERIAS	8,9	—	—
CURSOS FORMACIÓN ESPECIALIZADOS	11,1	20,0	—
CONTRATACIÓN PERSONAL CUALIFICADO	8,9	—	—
APERTURA NUEVAS ACTIVIDADES	6,7	—	36,4

Fuente: SITA

Por lo que se refiere a los servicios de uso común, prácticamente la totalidad de los establecimientos de Turismo Rural y Camping cuentan con *Jardín* y más de cuatro de cada cinco con *Porche, terrazas*. En los negocios de Hotelería, un 57,1% disponen de *Porche, terrazas* y un 46,4% de *Juegos de mesa* (Figura IV.42).

FIGURA IV.42: SERVICIOS DE USO COMÚN (%).

	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
JARDÍN	28,6	92,9	100,0
ÁREA DE RECREO INFANTIL	10,7	7,1	60,0
PORCHE, TERRAZAS	57,1	85,7	80,0
BIBLIOTECA	28,6	57,1	—
JUEGOS DE MESA	46,4	57,1	40,0
CHIMENEA	7,1	28,6	—

Fuente: SITA

Por tipo de establecimiento existe una total concienciación en el Turismo Rural y en los Campings en cuanto a *la Consideración de la variable medioambiental para captar clientes*, pero por lo que se refiere a medidas concretas sólo tiene importancia la conexión a la *Red de saneamiento municipal* (Figura IV.43).

FIGURA IV.43: POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL (%).

	HOTELERÍA	TURISMO RURAL	CAMPING
PAPEL RECICLADO	14,3	42,9	40,0
SISTEMA DE LIMITACIÓN DE AGUA	—	14,3	20,0
SISTEMA DE LIMITACIÓN DE ENERGÍA	3,6	7,1	60,0
ALUMBRADO DE BAJO CONSUMO	50,0	64,3	40,0
PANELES SOLARES	3,6	—	—
SISTEMAS DE DEPURACIÓN DE AGUA	21,4	21,4	60,0
RECOGIDA SELECTIVA DE BASURAS	42,9	85,7	20,0
RED SANEAMIENTO MUNICIPAL	92,9	71,4	100,0
PRODUCTOS DE LIMPIEZA BIODEGRADABLES	82,1	100,0	80,0
CONSIDERACIÓN DEL PAISAJE EN EL DISEÑO	71,4	92,9	80,0
CONSIDERACIÓN DEL MEDIOAMB. CAPTAR CLIENTES	89,3	100,0	100,0

Fuente: SITA



ANEXO I: ÍNDICE DE FIGURAS.

ANEXO I: ÍNDICE DE FIGURAS.

FIGURA I.1: SITUACIÓN GEOGRÁFICA	7
FIGURA I.2: POBLACIÓN POR MUNICIPIOS.	8
FIGURA I.3: PIRÁMIDE DE POBLACIÓN POR EDAD (GRUPOS QUINQUENALES) Y SEXO.....	9
FIGURA I.4: DISTRIBUCIÓN DEL EMPLEO POR ACTIVIDAD (%).....	10
FIGURA I.5: PRINCIPALES FESTIVIDADES.	13
FIGURA II.1: TASA DE OCUPACIÓN GLOBAL. AÑO 2003.....	17
FIGURA II.2: TASA DE OCUPACIÓN POR TRIMESTRES. AÑO 2003.	17
FIGURA II.3: TASA DE OCUPACIÓN GLOBAL DE CENTRO Y PERIODOS SEMANALES.	18
FIGURA III.1: FICHA TÉCNICA.	21
FIGURA III.2: TIPO DE TURISMO (%).	22
FIGURA III.3: MOTIVO DE VISITA A ASTURIAS (%).	24
FIGURA III.4: PROCEDENCIA-COLECTIVOS (%).	25
FIGURA III.5: PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS DE ALOJAMIENTO COLECTIVO (%).	26
FIGURA III.6: COMPARATIVA DE LA PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS DE ALOJAMIENTO COLECTIVO (%).	27
FIGURA III.7: PROCEDENCIA SEGÚN PROVINCIAS (%).	28
FIGURA III.8: ¿CON QUIÉN HA VENIDO? (%).	29
FIGURA III.9: ¿VIAJE ORGANIZADO? (%).	29
FIGURA III.10: ENTIDAD ORGANIZADORA (%).	30
FIGURA III.11: PUBLICIDAD VISTA ANTES DEL VIAJE (%).	31
FIGURA III.12: DESTINO COMPARTIDO CON OTRAS COMUNIDADES.	32
FIGURA III.13: COMUNIDADES AUTÓNOMAS QUE COMPARTEN VIAJE (%).	32
FIGURA III.14: RAZONES PARA ELEGIR ASTURIAS (%).	33
FIGURA III.15: MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS (%).	35
FIGURA III.16: DURACIÓN DE LA ESTANCIA (NOCHES).....	36
FIGURA III.17: GASTOS TURÍSTICOS (EUROS).	38
FIGURA III.18: MONUMENTOS VISITADOS.	39
FIGURA III.19: MUSEOS VISITADOS.....	40
FIGURA III.20: PLAYAS VISITADAS.	41
FIGURA III.21: ACTIVIDADES CONTRATADAS (%).	42
FIGURA III.22: RESERVA DEL ALOJAMIENTO (%).	43
FIGURA III.23: INFORMACIÓN SOBRE EL ALOJAMIENTO (%).	44
FIGURA III.24: RAZONES DE ELECCIÓN DEL ALOJAMIENTO (%).	45
FIGURA III.25: CALIFICACIONES SOBRE EL ALOJAMIENTO.	46
FIGURA III.26.a: LUGARES VISITADOS-OCCIDENTE (%).	47
FIGURA III.22.b: LUGARES VISITADOS-CENTRO (%).	47
FIGURA III.22.c: LUGARES VISITADOS-ORIENTE (%).	48
FIGURA III.27: CALIFICACIONES SOBRE ASTURIAS.....	49
FIGURA III.28: ¿QUÉ ECHA DE MENOS EL VISITANTE? (%).	50
FIGURA III.29: LO QUE MÁS GUSTA DE ASTURIAS (%).	51
FIGURA IV.1: FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA DE LA OFERTA.	53

FIGURA IV.2: ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO.	55
FIGURA IV.3: PLAZAS DE ALOJAMIENTO.	56
FIGURA IV.4: DESGLOSE DE PLAZAS POR CATEGORÍAS.	57
FIGURA IV.5: FACTURACIÓN.	58
FIGURA IV.6: VENTAS TOTALES POR DEPARTAMENTO.	59
FIGURA IV.7: FORMA JURÍDICA.	59
FIGURA IV.8: INTEGRACIÓN EMPRESARIAL.	60
FIGURA IV.9: PERIODO DE APERTURA.	60
FIGURA IV.10: FECHAS DE CIERRES DE ESTABLECIMIENTOS.	61
FIGURA IV.11: RECURSOS HUMANOS.	61
FIGURA IV.12: FORMACIÓN CONTINUA.	62
FIGURA IV.13: GESTIÓN DEL ESTABLECIMIENTO.	63
FIGURA IV.14: CERTIFICACIÓN DE CALIDAD.	63
FIGURA IV.15: CLIENTELA.	64
FIGURA IV.16: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO.	65
FIGURA IV.17: ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS.	65
FIGURA IV.18: ACCIONES COMERCIALES.	66
FIGURA IV.19: PUBLICIDAD.	67
FIGURA IV.20: IMPORTANCIA DE ACTIVIDADES.	67
FIGURA IV.21: INVERSIONES REALIZADAS.	68
FIGURA IV.22: DEMANDA DE SUBVENCIONES.	69
FIGURA IV.23: SERVICIOS DE USO COMÚN.	69
FIGURA IV.24: POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL.	70
FIGURA IV.25: FORMA JURÍDICA (%).	71
FIGURA IV.26: INTEGRACIÓN EMPRESARIAL (%).	72
FIGURA IV.27: PERIODO DE APERTURA (%).	72
FIGURA IV.28: FACTURACIÓN (%).	73
FIGURA IV.29: VENTAS TOTALES POR DEPARTAMENTO (%).	74
FIGURA IV.30: RECURSOS HUMANOS.	74
FIGURA IV.31: FORMACIÓN CONTINUA (%).	75
FIGURA IV.32: CERTIFICACIÓN DE CALIDAD (%).	75
FIGURA IV.33: CLIENTELA (%).	76
FIGURA IV.34: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO (%).	77
FIGURA IV.35: GESTIÓN DEL ESTABLECIMIENTO (%).	77
FIGURA IV.36: ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS (%).	78
FIGURA IV.37: ACCIONES COMERCIALES (%).	78
FIGURA IV.38: PUBLICIDAD (%).	79
FIGURA IV.39: IMPORTANCIA DE REALIZAR ESTAS ACTIVIDADES.	79
FIGURA IV.40: INVERSIONES REALIZADAS (%).	80
FIGURA IV.41: DEMANDA DE SUBVENCIONES (%).	81
FIGURA IV.42: SERVICIOS DE USO COMÚN (%).	81
FIGURA IV.43: POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL (%).	82