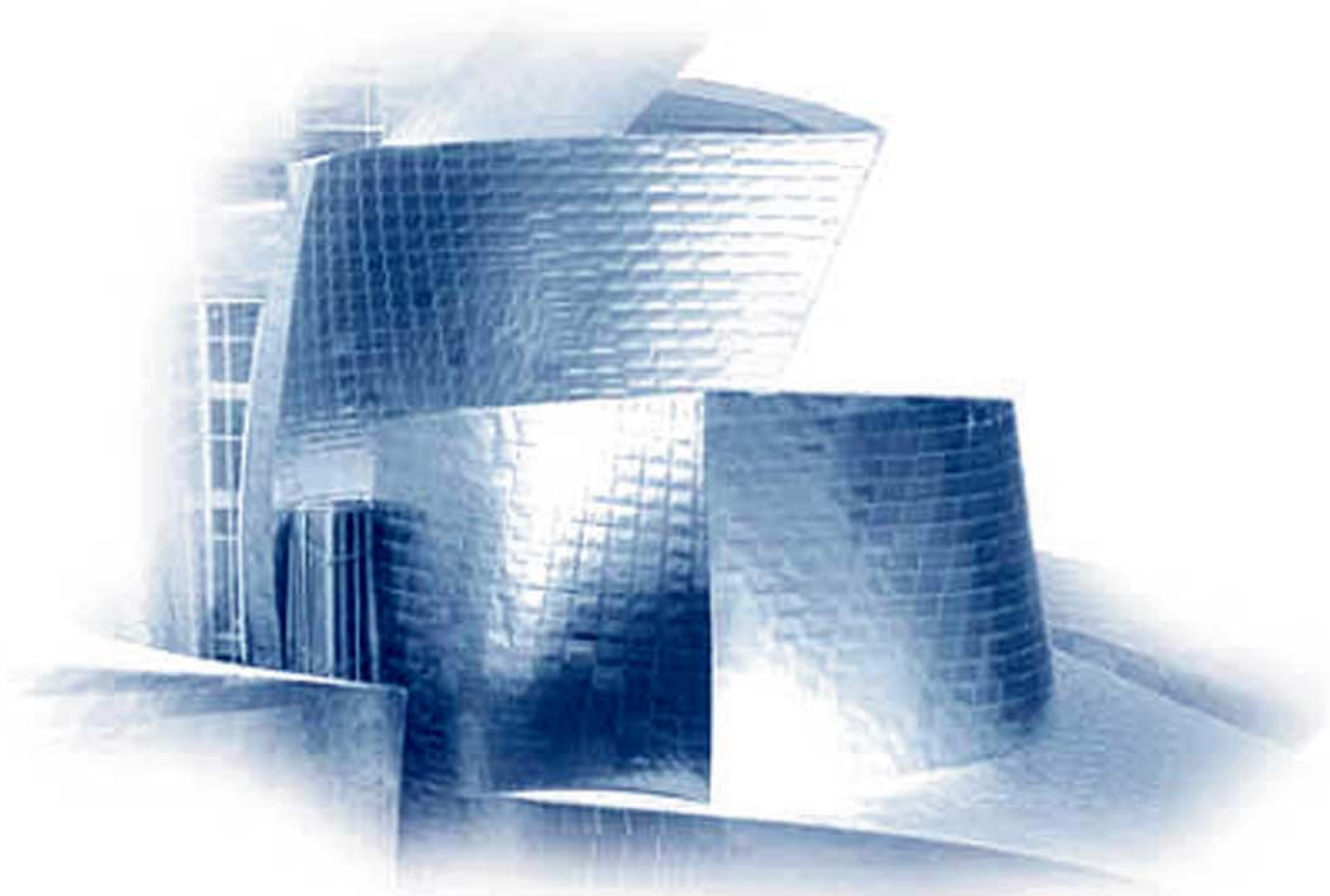


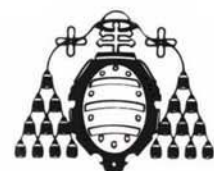


La Demanda Turística de la Ciudad de Bilbao



GOBIERNO DEL
PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERIA DE INDUSTRIA,
COMERCIO Y TURISMO



UNIVERSIDAD DE OVIEDO



**SISTEMA DE INFORMACIÓN
TURÍSTICA DE ASTURIAS**

C/ FCO TOMÁS Y VALIENTE N° 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. Begoña Álvarez Álvarez.
Dña. Elena Cenicerros González.
Dr. José Santos Domínguez Menchero.
D. Santiago González Hernando.
Dña. Celina González Mieres.
Dr. Víctor Iglesias Argüelles.
Dr. Enrique Loredo Fernández.
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).
Dña Pilar García Alonso (Técnico).



ÍNDICE:

I.- INTRODUCCIÓN	5
II.- METODOLOGÍA DE RECOGIDA DE INFORMACION	9
III.- ANÁLISIS DE RESULTADOS	14
III.1.- Configuración general del viaje.	15
III.2.- Configuración del viaje a Asturias.	40
III.3.- Percepciones sobre el destino Asturias.....	51
IV.- CONCLUSIONES.....	61



I.- INTRODUCCIÓN

En el año 2000, el Sistema de Información Turística de Asturias (S.I.T.A.) abordó una nueva línea de investigación centrada en el estudio y conocimiento de los mercados turísticos en su lugar de origen dando lugar a los actualmente denominados Estudios de Mercados en Origen.

La Investigación de los Mercados Turísticos en Destino presenta claras ventajas de tiempo y coste y, además, nos permite estructurar y conocer de forma ajustada los perfiles y los comportamientos de los visitantes de Asturias. No obstante, este tipo de investigación está circunscrito al estudio del turista real, del visitante a Asturias que efectuó el viaje y por tanto, el conocimiento del visitante potencial no puede ser analizado mediante estos análisis.

Con el fin de obtener una información adecuada que nos permita mejorar sustancialmente el conocimiento de la Demanda Turística, tanto real como potencial se han diseñado Estudios de Mercado en Origen (E.M.O.) para estudiar y analizar los hábitos turísticos del potencial visitante en su lugar de residencia habitual.

La realización de este tipo de investigaciones determina la necesidad de elaborar unas metodologías y un trabajo de campo adecuado a los mismos que llevan aparejado como problema principal la dificultad de realización y su elevado coste. Es por ello necesario que los mercados a estudiar deben estar geográficamente bien definidos y previamente valorados de cara a conseguir E.M.O. válidos para la planificación turística en dicho Origen.

Es preciso tener en cuenta que los E.M.O. no se fundamentan en comportamientos actuales, como es el caso de los Estudios en Destino,

sino en experiencias pasadas y en percepciones futuras. Por lo tanto deben ser analizados con la adecuada consideración, especialmente en la cuantificación del mercado potencial de cara a medir potenciales de mercado.

El análisis de los datos disponibles en el S.I.T.A., la discusión con los responsables y profesionales del turismo, y la propia reflexión de los expertos nos han llevado a plantear los estudios según tres principales enfoques de mercados geográficos y que están en relación directa con la proximidad geográfica, por la clara mejora en las comunicaciones lo que facilita el poder considerar mercados de turismo y de excursionismo y, sobre todo, de posibles mercados que sirvan de elementos de desestacionalización.

Siguiendo estas premisas, hemos desarrollado para este año 2001 el E.M.O. en el País Vasco, presentando en este informe los resultados obtenidos para la ciudad de Bilbao.

El País Vasco es, después de Madrid, nuestra principal procedencia de turistas de alojamiento colectivo, con el 8,9% de turistas que nos visitaron en el año 2000. Examinando la procedencia según las distintas provincias españolas, tendríamos que Vizcaya supone el 6,4%, Guipúzcoa el 2,2% y Álava un 1,2% sobre el total del turismo receptor de Asturias.

Bilbao es considerado a priori como un mercado interesante para realizar un análisis en origen ya que está situada a tres a cuatro horas de viaje en automóvil a Asturias y con una distancia entre capitales de provincia de 304 kilómetros. Además la apertura al tráfico de distintos tramos de la Autovía del Cantábrico permitirán acortar esta distancia,



tanto en tiempo como en kilómetros. También hay que señalar que se trata de un importante núcleo de población, capital de provincia y con un elevado nivel de renta.



II.- METODOLOGÍA DE RECOGIDA DE INFORMACION

Para el estudio de este mercado se planteó una investigación mediante encuesta personal estructurada en el lugar de residencia del público objetivo.

La encuesta se realizó a población residente en la ciudad de Bilbao que cuenta con una población de 354.271 habitantes, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) referidos al 1 de enero de 2000 (Figura 2.1).

FIGURA 2.1: POBLACIÓN DE BILBAO A 01/01/2000.

POBLACION	VARONES		MUJERES	
354.271 hab.	167.846 hab.	47,4%	186.425 hab.	52,6%
Elaboración propia a partir de datos del INE				

En función de estos datos se estableció un muestreo estratificado según el sexo y por cuotas de edad, asignando un 50% de las entrevistas a mujeres y otro tanto a hombres. Las Cuotas por edad se establecieron según los siguientes intervalos: 34% para individuos entre 18 y 30 años, 56% individuos de 31 a 60 años y 10% de encuestas a individuos de más de 60 años.

La realización de las entrevistas fue realizada por tres personas residentes en Bilbao, lo que permitió finalizar el trabajo de campo en un periodo corto de tiempo. La encuesta se realizó entre los días 6 y 28 de octubre de 2001, con el objetivo de obtener un mínimo 400 encuestas,

recogiendo finalmente 439 entrevistas válidas, lo que ha supuesto un Error de Muestreo inferior al 5% (Figura 2.2).

FIGURA 2.2: FICHA TÉCNICA.

CARACTERÍSTICAS	ENCUESTA
UNIVERSO	Turistas mayores de 18 años.
ÁMBITO GEOGRÁFICO	Bilbao.
MÉTODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN	Encuesta personal estructurada a población residente en Bilbao.
TAMAÑO POBLACIONAL	Técnicamente infinita.
TAMAÑO DE LA MUESTRA	439 individuos.
ERROR MUESTRAL	4,7%
NIVEL DE CONFIANZA	95% $Z=1,96$ $p=q=50\%$
PROCEDIMIENTO DE MUESTREO	Por cuotas en función del sexo y edad.
FECHA DE REALIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO	Octubre de 2001

El cuestionario está planteado en forma de entrevista personal estructurada e integrado por un total de 28 preguntas. El objetivo de la investigación es determinar los principales elementos que permitan identificar los hábitos turísticos de la población objetivo en cuanto a la planificación de viajes vacacionales, así como sus perspectivas y percepciones sobre el destino Asturias tratando de identificar a partir de los resultados obtenidos las oportunidades y amenazas, los puntos fuertes y débiles de nuestro destino con respecto a dicho mercado.

La información obtenida se estructura en la búsqueda del conocimiento de:

- a) Hábitos vacacionales de la población objetivo, tales como destinos de viaje, frecuencia, motivaciones y aspectos que considera para viajar a un destino...
- b) Viajes realizados y percepciones sobre Asturias.
- c) Configuración de un viaje con destino Asturias.
- d) Comparativa entre destinos del Norte peninsular.
- e) Variables de clasificación.

Esta información nos ha de permitir entre otras cosas:

- 1) Identificar potenciales visitantes.
- 2) Generar nuevos productos o bien adecuar nuestra oferta a la demanda potencial.
- 3) Configurar determinadas acciones específicas de promoción.

En cuanto a la profesión del entrevistado, el porcentaje más elevado corresponde a *Otros* con el 31,3%, seguido de *Trabajadores por cuenta ajena* con el 20,9% y *Amas de casa* con el 14,9% respectivamente (Figura 2.3).

FIGURA 2.3: PROFESIÓN DEL ENTREVISTADO.

PROFESIÓN	%
Directivo	0,9
Funcionario / sector público	9,0
Trabajador cuenta ajena	20,9
Empresario	0,7
Trabajador cuenta propia	4,1
Estudiante	12,4
Ama de casa	14,9
Parado	1,8
Jubilado	3,9
Otros	31,3
Fuente: SITA	

La edad media de los encuestados es de 38,1 años, siendo el 56,7% de sexo femenino y el 43,3% restante masculino (Figura 2.4).

FIGURA 2.4: POBLACIÓN ANALIZADA.

POBLACIÓN ANALIZADA POR SEXO					
	VARONES		MUJERES		
439 individuos	43,3%		56,7%		
POBLACIÓN ANALIZADA POR EDAD					
	VARONES		MUJERES		TOTAL
De 18 a 30 años	25,0%	34,6%	36,3%	65,4%	100,0%
De 31 a 60 años	68,6%	48,5%	55,9%	51,5%	100,0%
Mayores de 61 años	6,4%	38,7%	7,8%	61,3%	100,0%
TOTAL	100,0%		100,0%		
Fuente: S.I.T.A.					



III.- ANÁLISIS DE RESULTADOS.

III.1.- Configuración general del viaje.

En primer lugar, debe destacarse que la totalidad de los ciudadanos encuestados en Bilbao forman parte activa del mercado turístico, afirmando viajar a menudo por vacaciones u ocio en el año.

Por lo que se refiere a la descripción del tipo de viaje que los bilbaínos suelen realizar por motivos de vacaciones / ocio, según duración, los *Viajes Largos* de diez o más días son los más frecuentes, realizados por el 65,1% de los encuestados. A continuación les siguen los viajes *Medios* de entre una semana y nueve días, con el 35,8% (Figura 3.1).

FIGURA 3.1: TIPO DE VIAJE EN FUNCIÓN DE LA DURACIÓN.

DURACIÓN	Realizan
Viajes cortos	28,9%
Puentes/festivos	28,0%
Viajes medios	35,8%
Viajes largos	65,1%

Fuente: SITA

En los siguientes epígrafes se detallan las características que presentan los viajes cortos, los viajes en puentes / festivos, los viajes medios y los largos en cuanto a destino y tipo de alojamiento utilizado.

a) Viajes Cortos.

En los viajes considerados como cortos, es decir, los de duración aproximada de uno o dos días o equivalentes a un fin de semana, los destinos más frecuentes se encuentran muy próximos al lugar de residencia de los encuestados, obteniendo la provincia de *Vizcaya* un 23,2% y el *País Vasco* el 21,9%. El destino *Asturias* representa el 3% de este tipo de viajes (Figura 3.2).

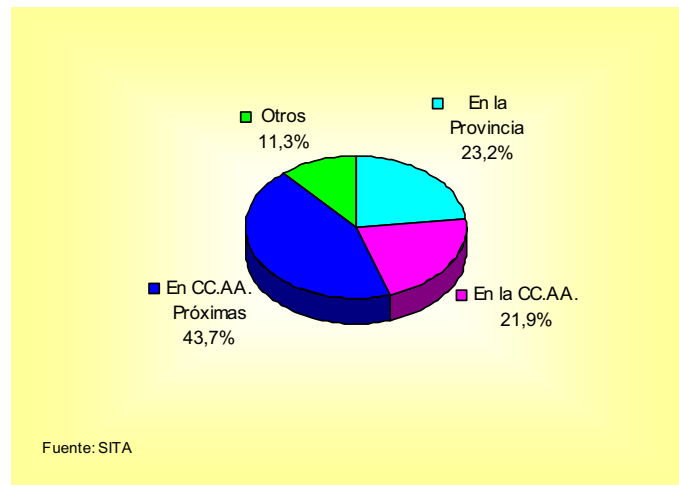
FIGURA 3.2: DESTINOS EN VIAJES CORTOS.

VIAJES CORTOS	%
Vizcaya	23,2
País Vasco	21,9
Cantabria	18,6
Navarra	12,2
Castilla y León	7,2
La Rioja	5,7
Asturias	3,0
Extranjero	3,0
Aragón	1,5
Galicia	1,5
Andalucía	0,8
Castilla-La Mancha	0,8
Europa	0,8

Fuente: SITA

Agrupando los destinos, los más frecuentes se encuentran situados en las *Comunidades Autónomas próximas* con el 43,7% y *En la Provincia de residencia* con el 23,2% (Figura 3.3).

FIGURA 3.3: DESTINOS EN VIAJES CORTOS.



Las Comunidades Autónomas próximas que resultan ser las más visitadas en viajes de corta duración son *Cantabria* con el 42,6% y *Navarra* con el 27,9% (Figura 3.4).

FIGURA 3.4: COMUNIDADES AUTÓNOMAS PRÓXIMAS.

CC.AA. PRÓXIMAS	%
Cantabria	42,6
Navarra	27,9
Castilla y León	16,4
La Rioja	13,1

Fuente: SITA

Otros destinos no situados en Comunidades Autónomas próximas a los que suelen acudir los residentes en Bilbao encuestados cuando realizan viajes cortos son *Asturias* y el *Extranjero* ambos con el 26,7% (Figura 3.5).

FIGURA 3.5: OTROS DESTINOS EN VIAJES CORTOS.

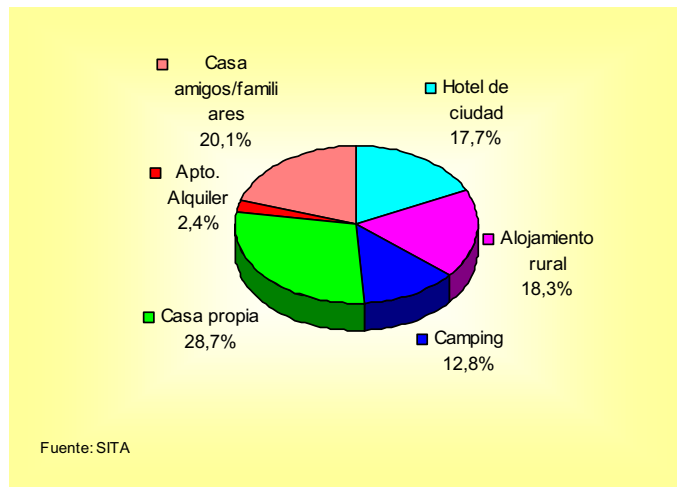
OTROS	%
Asturias	26,7
Extranjero	26,7
Aragón	13,3
Galicia	13,3
Andalucía	6,7
Castilla-La Mancha	6,7
Europa	6,7

Fuente: SITA

En los viajes de corta duración tienen una gran relevancia los alojamientos privados, ya que es la *Casa propia* el alojamiento más frecuente con el 28,7%, alcanzando la *Casa de amigos y/o familiares* el 20,1%. El *Apartamento de Alquiler* tiene una importancia muy reducida, tan sólo el 2,4%.

Dentro de los alojamientos colectivos los más relevantes son el *Alojamiento rural* con el 18,3% seguido del *Hotel de ciudad* con el 17,7% (Figura 3.6).

FIGURA 3.6: TIPO DE ALOJAMIENTO EN VIAJES CORTOS.



Realizando un análisis más exhaustivo del tipo de alojamiento elegido según destino en viajes de corta duración, se observa que la tendencia apunta hacia un incremento de la demanda de alojamientos colectivos a medida que el destino se aleja del lugar de residencia (Figura 3.7).

FIGURA 3.7: TIPO DE ALOJAMIENTO SEGÚN DESTINO EN VIAJES DE DURACIÓN CORTA (%).¹

ALOJAMIENTO	PROVINCIA	EN LA CC.AA.	CC.AA. PRÓXIMAS	OTROS
Hotel de ciudad	22,0	22,7	18,0	25,0
Alojamiento rural	18,0	15,9	18,0	16,7
Camping	12,0	4,5	9,0	33,3
Casa propia	24,0	25,0	30,3	20,8
Apto. Alquiler	4,0	2,3	3,4	—
Casa amigos/familiares	20,0	29,5	21,3	4,2

Fuente: SITA

¹ Es importante señalar que estos cortes realizados ofrecen unos porcentajes de error más elevados, al presentar en determinados casos una muestra no suficientemente estadística para concluir certeramente los porcentajes. No obstante, lo que se pretende es realizar un análisis más cualitativo que cuantitativo y en este caso encontrar algún tipo de comportamiento específico según estos cortes.

Las personas que realizan este tipo de viajes de corta duración presentan una frecuencia en los mismos relativamente elevada por cuanto lo realizan de media 1,69 veces al mes con diferentes valores atendiendo a los distintos cortes realizados. La mayor frecuencia de viajes se registra en los realizados en la *Provincia* y en la *Comunidad Autónoma* mientras que la lejanía del destino hace que la frecuencia de viajes disminuya (Figura 3.8).

FIGURA 3.8: FRECUENCIA DE VIAJE SEGÚN DESTINO EN VIAJES DE DURACIÓN CORTA.

FRECUENCIA	PROVINCIA	EN LA CC.AA.	CC.AA. PRÓXIMAS	OTROS
Veces al mes	1,98	1,95	1,54	1,06
Fuente: SITA				

b) Viajes en Puentes y/o festivos

Definiríamos a priori los viajes en Puentes y/o festivos como aquellos que presentan una duración aproximada de tres o cuatro días. Por lo que se refiere a los destinos más visitados en el conjunto de viajes en Puentes y/o festivos destaca la vecina *Cantabria* con el 19,4%, seguida de *Castilla y León* y del *País Vasco* (excluida Vizcaya) con el 16,6% y el 16,1% respectivamente. *Asturias* alcanza un 2,5% (Figura 3.9).

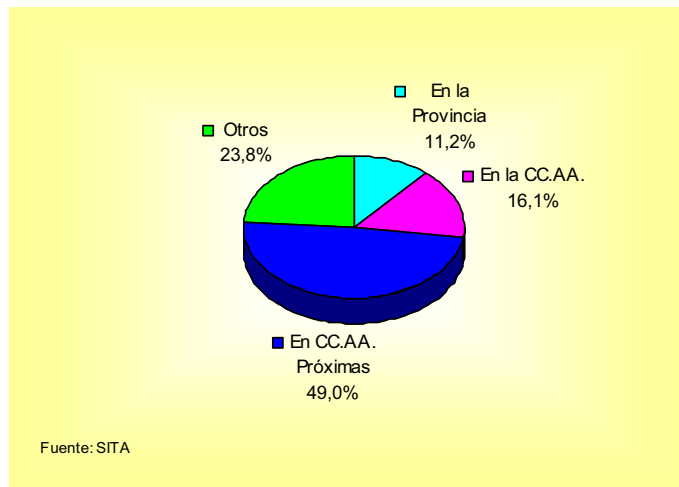
FIGURA 3.9: HACIA DÓNDE SUELE IR EN PUENTES / FESTIVOS.

VIAJES EN PUENTES / FESTIVOS	%
Cantabria	19,4
Castilla y León	16,6
País Vasco	16,1
Vizcaya	11,2
La Rioja	8,3
Navarra	4,6
Galicia	4,1
Europa	4,1
Andalucía	2,5
Cataluña	2,5
Comunidad Valenciana	2,5
Asturias	2,5
Aragón	1,6
Extranjero	1,6
Mediterráneo	1,6
Pirineos	0,8

Fuente: SITA

En este caso la tendencia del viaje es hacia las *Comunidades Autónomas próximas* con el 49% y *Otros destinos* con el 23,8% (Figura 3.10).

FIGURA 3.10: HACIA DÓNDE SUELE IR EN PUENTES / FESTIVOS.



Las Comunidades Autónomas próximas más visitadas en los viajes en puentes / festivos son *Cantabria* con el 39,6% y *Castilla y León* con el 34% (Figura 3.11).

FIGURA 3.11: COMUNIDADES AUTÓNOMAS PRÓXIMAS.

CC.AA. PRÓXIMAS	%
Cantabria	39,6
Castilla y León	34,0
La Rioja	17,0
Navarra	9,4

Fuente: SITA

Por lo que se refiere a Otros destinos más alejados a los que se dirigen los residentes de Bilbao cuando viajan en puentes / festivos, destacan *Galicia* y *Europa* ambas con el 17,2%, representando Asturias el 10,3% (Figura 3.12).

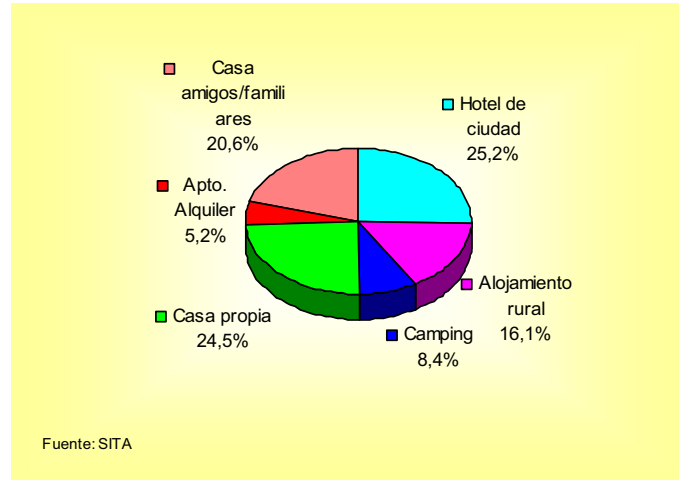
FIGURA 3.12: OTROS DESTINOS EN PUENTES Y/O FESTIVOS.

OTROS	%
Galicia	17,2
Europa	17,2
Andalucía	10,3
Cataluña	10,3
Comunidad Valenciana	10,3
Asturias	10,3
Aragón	6,9
Extranjero	6,9
Mediterráneo	6,9
Pirineos	3,4

Fuente: SITA

El tipo de alojamiento utilizado en estos viajes varía en relación a los viajes de fin de semana, por cuanto el *Hotel de ciudad* es el alojamiento que presenta una mayor utilización, con el 25,2%, aunque la *Casa propia* y la *Casa de amigos y familiares* siguen siendo opciones importantes con el 24,5% y el 20,6% respectivamente (Figura 3.13).

FIGURA 3.13: TIPO DE ALOJAMIENTO EN PUENTES Y/O FESTIVOS.



Atendiendo al tipo de alojamiento elegido según destino, se puede ver cómo existe una importante presencia de los alojamientos privados en la provincia y en la Comunidad Autónoma, que en su conjunto se sitúan en torno al 56%. Por otra parte, los turistas que se dirigen a Otros destinos, un 38,6% utilizan el *Hotel de ciudad* y un 13,6% el *Alojamiento rural*, alcanzando el *Camping* una cuota del 6,8% (Figura 3.14).

FIGURA 3.14: TIPO DE ALOJAMIENTO SEGÚN DESTINO EN VIAJES EN PUENTES Y/O FESTIVOS (%).

ALOJAMIENTO	PROVINCIA	EN LA CC.AA.	CC.AA. PRÓXIMAS	OTROS
Hotel de ciudad	24,0	14,7	21,3	38,6
Alojamiento rural	12,0	20,6	15,7	13,6
Camping	8,0	8,8	7,9	6,8
Casa propia	16,0	23,5	28,1	18,2
Apto. Alquiler	8,0	5,9	6,7	6,8
Casa amigos / familiares	32,0	26,5	20,2	15,9

Fuente: SITA

La frecuencia de este tipo de viajes en Puente y/o festivos es la más elevada de todos los analizados, alcanzando una media de 2,75 viajes durante el año, es decir, casi tres puentes o festividades al año son utilizadas para realizar algún tipo de viaje o desplazamiento por vacaciones.

Analizando según el destino, la frecuencia del viaje en la *Provincia* alcanza una cifra importante, 3,94 viajes al año (Figura 3.15).

FIGURA 3.15: FRECUENCIA DE VIAJE SEGÚN DESTINO EN VIAJES EN PUENTES Y/O FESTIVOS.

FRECUENCIA	PROVINCIA	EN LA CC.AA.	CC.AA. PRÓXIMAS	OTROS
Viajes al año	3,94	2,91	2,68	2,35
Fuente: SITA				

c) *Viajes Medios*

Consideramos como *Viajes Medios*, aquellos que comprenden una duración máxima de diez días y un mínimo de una semana. En este caso y analizando los datos en su conjunto es *Castilla y León* con el 14,4% el principal destino visitado. *Asturias* representa el 4,4% de este tipo de viajes (Figura 3.15).

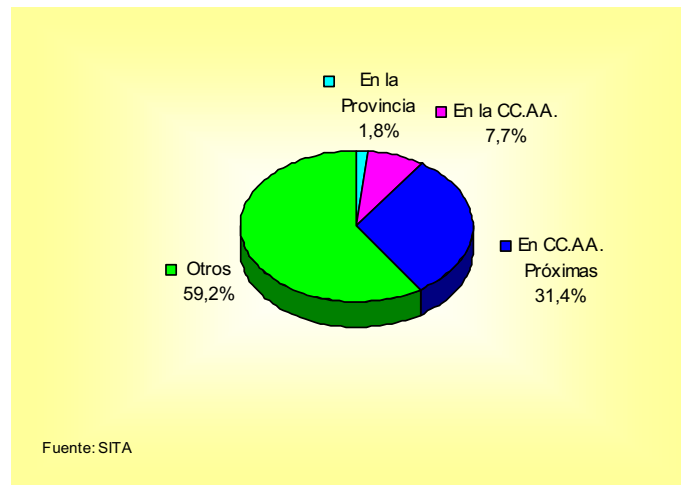
FIGURA 3.15: HACIA DÓNDE SUELE IR.

VIAJES MEDIOS	%
Castilla y León	14,4
Cantabria	11,0
Andalucía	8,2
País Vasco	7,7
Comunidad Valenciana	7,4
Extranjero	7,4
Galicia	5,2
Resto de España	5,2
Cataluña	4,4
Asturias	4,4
Mediterráneo	4,4
Navarra	4,2
Canarias	3,7
Baleares	3,0
Europa	3,0
Vizcaya	1,8
La Rioja	1,7
Aragón	1,5
Pirineos	1,5

Fuente: SITA

Agrupando estos resultados, en los viajes medios son *Otros* más alejados de la propia CC.AA. con el 59,2% de los viajes y en *Comunidades Autónomas Próximas* el 31,4% (Figura 3.16).

FIGURA 3.16: HACIA DÓNDE SUELE IR.



En caso de viajar a Comunidades Autónomas próximas, las más visitadas en los viajes medios son *Castilla y León* con el 45,9% y *Cantabria* con el 35,1% (Figura 3.17).

FIGURA 3.17: COMUNIDADES AUTÓNOMAS PRÓXIMAS.

CC.AA. PRÓXIMAS	%
Castilla y León	45,9
Cantabria	35,1
Navarra	13,5
La Rioja	5,4

Fuente: SITA

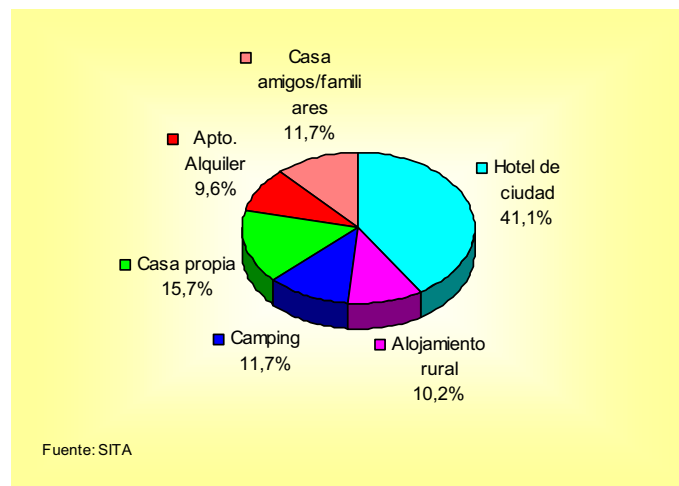
Dentro del importante conjunto de *Otros destinos* hemos de destacar el resultado obtenido por las Comunidades españolas del mediterráneo español, destacando *Andalucía* con el 13,5% y la *Comunidad Valenciana* con un 12,5% de los viajes. También es importante subrayar los viajes con destino al *Extranjero*, un 12,5%. No obstante, existe un importante porcentaje de personas que tendrían como destino, aparte de la ya mencionada Cantabria, la Cornisa Cantábrica, *Galicia* y *Asturias* con cifras del 8,8% y 7,5% respectivamente (Figura 3.18).

FIGURA 3.18: OTROS DESTINOS.

OTROS	%
Andalucía	13,5
Comunidad Valenciana	12,5
Extranjero	12,5
Galicia	8,8
Resto de España	8,8
Cataluña	7,5
Asturias	7,5
Mediterráneo	7,5
Canarias	6,3
Baleares	5,0
Europa	5,0
Aragón	2,5
Pirineos	2,5
Fuente: SITA	

Para este tipo de viajes adquieren una mayor importancia los establecimientos de alojamiento colectivo, concretamente la figura del *Hotel de ciudad* con el 41,1%. Con respecto a los anteriores tipos de viaje, señalar que el *Apartamento de alquiler* con un 9,6% adquiere un importante peso en la distribución (Figura 3.19).

FIGURA 3.19: TIPO DE ALOJAMIENTO.



Siguiendo el desglose realizado en los anteriores viajes, puede observarse que el tipo de alojamiento elegido presenta una característica mucho más marcada según el destino al que se dirigen los turistas. Así en el caso de viajes a otras comunidades, existe un amplio segmento de demanda de *Hoteles de ciudad*, que llega hasta el 56,7%, alcanzando el conjunto de alojamientos colectivos (hotel, alojamiento rural y camping) el 74,2% del total (Figura 3.20).

FIGURA 3.20: TIPO DE ALOJAMIENTO SEGÚN DESTINO EN VIAJES DE DURACIÓN MEDIA (%).

ALOJAMIENTO	PROVINCIA	EN LA CC.AA.	CC.AA. PRÓXIMAS	OTROS
Hotel de ciudad	50,0	27,3	15,9	56,7
Alojamiento rural	—	18,2	13,0	6,7
Camping	—	9,1	14,5	10,8
Casa propia	16,7	22,7	27,5	8,3
Apto. Alquiler	16,7	4,5	10,1	10,0
Casa amigos / familiares	16,7	18,2	18,8	7,5

Fuente: SITA

La frecuencia de este tipo de viajes es más reducida que en los de Puentes y/o festivos ya que en este caso, la media de viajes con duración entre siete y diez días es de 1,92 viajes en el año.

Desglosando las frecuencias de los viajes de duración media según el destino, nos encontramos que los viajes en la *Provincia* junto con los viajes a *Otros* destinos presentan una cifra superior a la media, en torno a 2 viajes al año, mientras que los viajes en la *Comunidad Autónoma* obtienen la media más baja con 1,38 viajes al año (Figura 3.21).

FIGURA 3.21: FRECUENCIA DE VIAJE SEGÚN DESTINO EN VIAJES DE DURACIÓN MEDIA.

FRECUENCIA	PROVINCIA	EN LA CC.AA.	CC.AA. PRÓXIMAS	OTROS
Viajes al año	2,00	1,38	1,88	1,98

Fuente: SITA

d) Viajes Largos

Los viajes calificados como largos incluirían aquellos cuya duración sobrepasase los diez días. En este caso es *Castilla y León* con el 15,6% el destino más visitado, junto con *Cantabria* y el *Extranjero* con el 13% y el 12,7%. El porcentaje de viajes a *Asturias* es reducido en comparación con los viajes en puentes y/o festivos y los viajes medios, obteniendo un 2,2% (Figura 3.21).

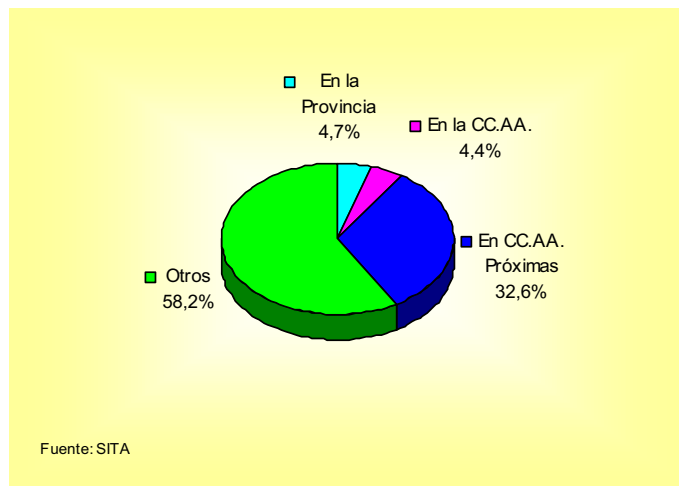
FIGURA 3.21: HACIA DÓNDE SUELE IR.

VIAJES LARGOS	%
Castilla y León	15,6
Cantabria	13,0
Extranjero	12,7
Andalucía	12,6
Comunidad Valenciana	10,5
Vizcaya	4,7
País Vasco	4,4
Canarias	4,3
Galicia	3,6
La Rioja	3,5
Europa	3,3
Mediterráneo	2,5
Baleares	2,2
Asturias	2,2
Extremadura	1,4
España	1,4
Aragón	0,7
Navarra	0,4
Cataluña	0,4
Islas	0,4

Fuente: SITA

La mayor duración del viaje permite la posibilidad de que el lugar de estancia turística se encuentre alejado de la propia Comunidad Autónoma de residencia. Así, agrupando destino, *Otros* destinos son los más frecuentes con el 58,2%, seguido de las *Comunidades Autónomas próximas* con el 32,6% (Figura 3.22).

FIGURA 3.22: HACIA DÓNDE SUELE IR.



En el caso de las Comunidades Autónomas próximas más visitadas dos comunidades autónomas por sí solas, *Castilla y León* con el 48% y *Cantabria* con el 40% conforman la mayor parte de la cuota de destinos (Figura 3.23).

FIGURA 3.23: COMUNIDADES AUTÓNOMAS PRÓXIMAS.

CC.AA. PRÓXIMAS	%
Castilla y León	48,0
Cantabria	40,0
La Rioja	10,7
Navarra	1,3

Fuente: SITA

En cuanto a los destinos principales de viaje que se encuentran alejados de la propia Comunidad Autónoma, existe un elevado peso de los viajes al *Extranjero*, un 27,3% de los cuales un 5,6% tienen como destino *Europa*. El porcentaje restante realizaría sus vacaciones dentro de España, destacando como destinos principales *Andalucía* y la *Comunidad Valenciana* con el 21,8% y el 18% respectivamente (Figura 3.24).

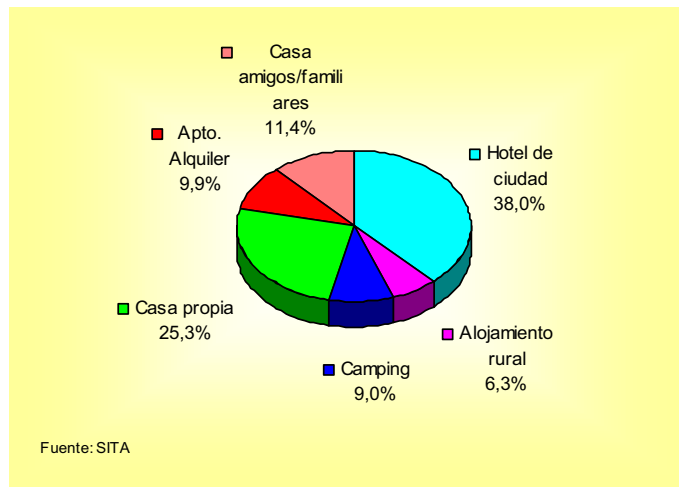
FIGURA 3.24: OTROS DESTINOS.

OTROS	%
Extranjero	27,3
Andalucía	21,8
Comunidad Valenciana	18,0
Canarias	7,5
Galicia	6,2
Mediterráneo	4,3
Baleares	3,7
Asturias	3,7
Extremadura	2,5
Resto de España	2,5
Aragón	1,2
Cataluña	0,6
Resto de España	0,6

Fuente: SITA

El tipo de alojamiento más utilizado en este caso sería el *Hotel de ciudad* con el 38%. Se mantiene un porcentaje elevado de alojamiento privados, bien *Casa Propia* o bien *Casa de amigos / familiares* (Figura 3.25).

FIGURA 3.25: TIPO DE ALOJAMIENTO.



El desglose de tipos de alojamiento según el destino nos ofrece unas perspectivas específicas, ya que mientras que en los viajes realizados en la provincia son más utilizados los alojamientos tipo privado especialmente la *Casa propia* con el 52,6%, en los viajes a Otras comunidades más alejadas del lugar de residencia destacan los alojamientos colectivos, fundamentalmente el *Hotel de ciudad* con el 50,5% (Figura 3.26).

FIGURA 3.26: TIPO DE ALOJAMIENTO SEGÚN DESTINO EN VIAJES DE DURACIÓN LARGA (%).

ALOJAMIENTO	PROVINCIA	EN LA CC.AA.	CC.AA. PRÓXIMAS	OTROS
Hotel de ciudad	15,8	30,4	22,0	50,5
Alojamiento rural	5,3	4,3	4,7	7,1
Camping	5,3	4,3	11,8	8,1
Casa propia	52,6	39,1	36,2	15,7
Apto. Alquiler	5,3	4,3	10,2	9,5
Casa amigos / familiares	15,8	17,4	15,0	9,0

Fuente: SITA

Estos viajes de larga duración son realizados con una frecuencia de 1,62 veces de media al año. Realizando los desgloses según destino, se observa una mayor frecuencia de viaje a las *Comunidades Autónomas próximas* con una media de 1,93 viajes al año (Figura 3.27).

FIGURA 3.27: FRECUENCIA DE VIAJE SEGÚN DESTINO EN VIAJES DE DURACIÓN MEDIA.

FRECUENCIA	PROVINCIA	EN LA CC.AA.	CC.AA. PRÓXIMAS	OTROS
Viajes al año	1,53	1,43	1,93	1,47
Fuente: SITA				

Por lo que respecta a las razones que llevan a los turistas a elegir un destino u otro las más importantes son *Conocer nuevos lugares* con el 19,7% de los turistas, seguido del *Clima* y de las *Recomendaciones de amigos y familiares* con el 17,5% y el 13,5% respectivamente (Figura 3.28).

FIGURA 3.28: RAZONES DE ELECCIÓN DE UN DESTINO.

RAZONES DE ELECCION	% de respuestas
Actividades deportivas y de ocio	2,6
Ambiente, diversión	2,7
Casa propia	3,6
Clima	17,5
Confort / Comodidad	2,7
Conocer lugares	19,7
Entorno, paisaje	4,2
Gastronomía	1,8
Gente	0,9
Le Gusta	6,8
Montaña	0,5
Patrimonio Cultural	1,8
Precio	2,1
Recomendaciones	13,5
Situación / Proximidad	4,4
Sol / Playa / Mar	6,2
Tranquilidad, no masificación	7,4
Otros	1,5

Fuente: SITA

Los turistas, a la hora de valorar una serie de elementos considerados como fundamentales para la elaboración de sus vacaciones en cuanto al diseño del viaje, valoran más favorablemente *Disponer de un paquete turístico con sólo una parte organizada*, principalmente viaje, alojamiento y pensión, y *Acceder a la Contratación e Información en Agencias de Viaje* evaluados en 6,5 puntos en una escala de 1 a 10. A destacar la escasa importancia que otorgan los turistas a *Poder acceder a la contratación e Información en Internet*, valorado únicamente con 4,1 puntos (Figura 3.29).

FIGURA 3.29: CONFIGURACIÓN DEL VIAJE. VALORACIÓN DE IMPORTANCIA.

EN CUANTO AL DISEÑO DEL VIAJE	1 A 10
Disponer de un paquete turístico con sólo una parte organizada	6,5
Acceder a la Contratación e Información en Agencias de Viaje	6,5
Disponer de un paquete turístico con todo organizado	6,0
Le interesan las Ofertas de Fin de semana y/o Bonos o Talones descuento de alojamientos	5,6
Poder acceder a la Contratación e Información en Internet	4,1

Fuente: SITA

En cuanto a las actividades que estos turistas tienen interés por realizar en el tiempo libre durante sus vacaciones son principalmente *Conocer lugares* con el 36,3% y el *Descanso y reposo* con el 35,2% (Figura 3.30).

FIGURA 3.30: ACTIVIDADES.

ACTIVIDADES	%
Descanso y reposo	35,2
Ir de marcha/copas	12,7
Conocer lugares	36,3
Senderismo/rutas	7,6
Visitar monumentos/museos	6,5
Otros	1,6

Fuente: SITA

Tan sólo el 19,8% suele realizar algún tipo de actividad deportiva contratada, siendo las más frecuentes la *Natación* y las *Actividades acuáticas en el mar* con el 16,7% y el 14,7% respectivamente (Figura 3.31).

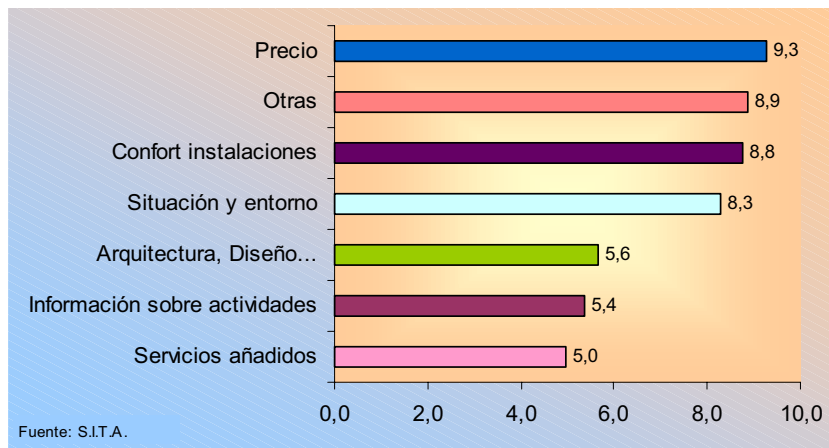
FIGURA 3.31: ACTIVIDADES DEPORTIVAS CONTRATADAS.

ACTIVIDADES	% de respuestas
Acuáticas en mar	14,7
Piragüas en río	2,9
Aventura: cañones, puenting...	11,8
Rutas guiadas senderismo	6,9
Excursiones a caballo	3,9
Excursiones 4x4	9,8
Alquiler de bicicletas	11,8
Golf	2,0
Cinegéticas	2,9
Esquí	2,9
Natación	16,7
Otros	13,7

Fuente: SITA

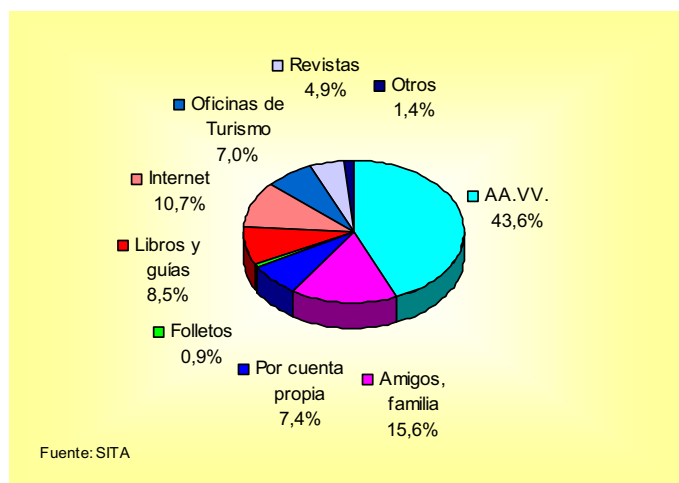
En relación al establecimiento de alojamiento turístico, consideran que un buen *Precio* constituye el elemento más a tener en cuenta así como el *Confort de las instalaciones* y *Su situación y entorno*. Menos importancia se atribuye a los *Servicios añadidos* (actividades deportivas, de ocio, etc.) y a la *Información sobre actividades* (Figura 3.32).

FIGURA 3.32: IMPORTANCIA DE ASPECTOS DEL ALOJAMIENTO.



Cuando estos potenciales turistas planifican un viaje, en la búsqueda de información sobre el destino elegido juegan un papel muy importante las *Agencias de Viajes*, ya que el 43,6% acudiría a alguna de ellas para informarse y el 15,6% obtendría información de la experiencia de los *Amigos y la familia* y el 10,7% buscaría la información en la red *Internet* (Figura 3.33).

FIGURA 3.33: BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN.



El motivo final o las razones que llevan a estas personas a contratar un alojamiento u otro, es decir, los aspectos que se tienen en consideración para decidirse son fundamentalmente el *Precio* y la *Situación y entorno* del establecimiento con el 44,7% y el 24,5% respectivamente (Figura 3.34).

FIGURA 3.34: MOTIVOS PARA CONTRATAR UN ALOJAMIENTO U OTRO.

MOTIVOS	%
Actividades deportivas y de ocio	0,2
Ambiente, diversión	0,3
Calidad	2,9
Confort / Comodidad	10,6
Experiencia anterior	1,1
Instalaciones y servicios	5,2
Le Gusta	4,1
Limpieza e higiene	1,3
Precio	44,7
Recomendaciones	3,3
Situación y entorno	24,5
Tranquilidad	0,8
Otros	0,8

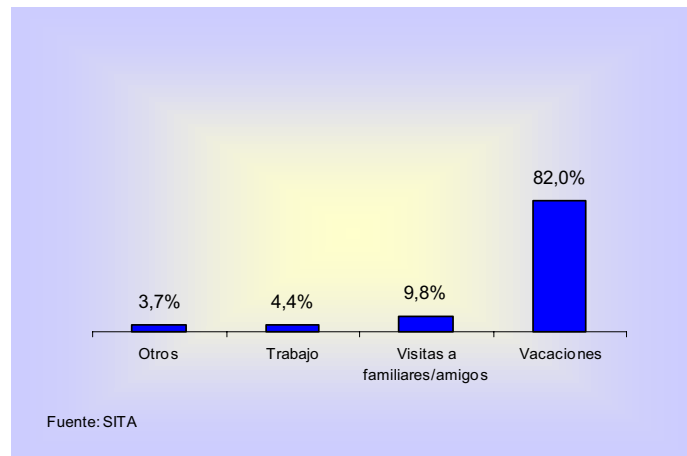
Fuente: SITA

III.2.- Configuración del viaje a Asturias.

En este apartado analizaremos el posicionamiento de Asturias respecto a estos turistas, a través de una serie de cuestiones relativas a los viajes por nuestra Comunidad.

En un primer análisis o corte de la muestra se observa que algo más de uno de cada tres bilbaínos encuestados, el 68,3%, ha visitado Asturias en alguna ocasión, siendo la principal motivación del viaje las *Vacaciones y el ocio* en el 82% de los casos. Los viajes cuya motivación viene dada por las *Visitas a familiares y amigos* representan el 9,8% y los viajes por motivos *Profesionales* el 4,4% (Figura 3.35).

FIGURA 3.35: MOTIVO DEL VIAJE.



Una de las variables que nos interesa conocer es el tipo de alojamiento empleado y en concreto la utilización de **alojamiento privado**. Así, podemos destacar que algo más de uno de cada tres bilbaínos encuestados, el 35,5% sobre el total, tiene dónde alojarse en Asturias sin ser alojamientos reglados. De esas personas con disponibilidad de alojamiento privado, un 48,2% se alojaran en *Apartamentos o Casas de Alquiler*, mientras que en un 29,9% lo harán en *Casas de familiares o amigos*. Es destacable el hecho de que un 5,1% posea un *Segunda vivienda* en Asturias. Asimismo, la totalidad de personas que tienen esta posibilidad de alojamiento en Asturias, han hecho uso de la misma para visitar la región. De forma paralela, un 46% de los turistas que han visitado Asturias en alguna ocasión tiene dónde alojarse de forma no reglada, mientras que el 54% restante habría hecho uso de establecimientos de alojamiento colectivo (Figura 3.36).

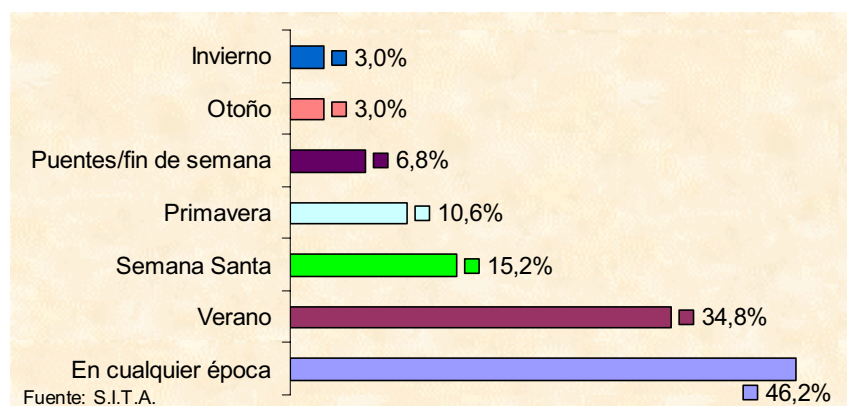
FIGURA 3.36: ALOJAMIENTO PRIVADO EN ASTURIAS.

DISPONIBILIDAD DE ALOJAMIENTO PRIVADO		%
No		64,5
Sí		35,5
TIPO DE ALOJAMIENTO		%
Apartamento casa de alquiler		48,2
Casa de amigos y familiares		29,9
Caravana Camping		16,8
Segunda vivienda		5,1

Fuente: SITA

El 46,2% utiliza en *Cualquier época* los alojamientos no reglados, mientras que en *Verano* los utiliza el 34,8% (Figura 3.37).

FIGURA 3.37: ¿EN QUÉ ÉPOCA LO UTILIZA?



Al ser preguntados por las posibilidades de elegir Asturias como destino de próximas vacaciones, bien sean escapadas, fines de semana o periodos vacacionales, un porcentaje elevado, el 42,6% lo elegirían *Muy probablemente*, mientras que un 21,6% piensa que no existe *Ninguna* probabilidad de elegir nuestra región como destino (Figura 3.38).

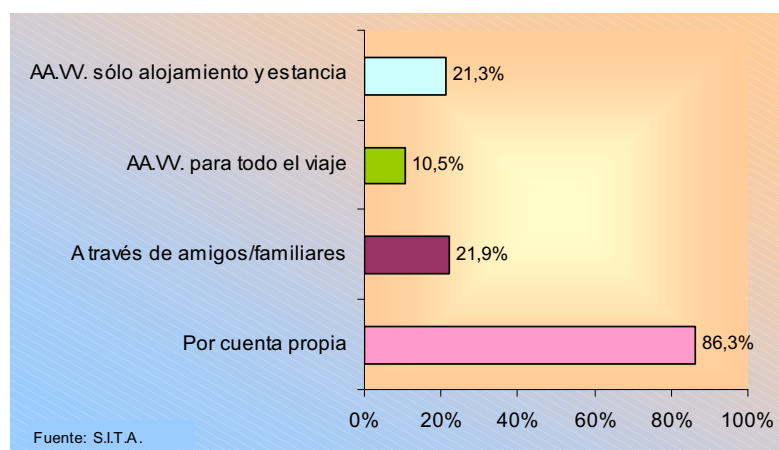
FIGURA 3.38: POSIBILIDAD DE ELEGIR ASTURIAS.

	%
Ninguna	21,6
Quizás	35,8
Muy Probablemente	42,6

Fuente: SITA

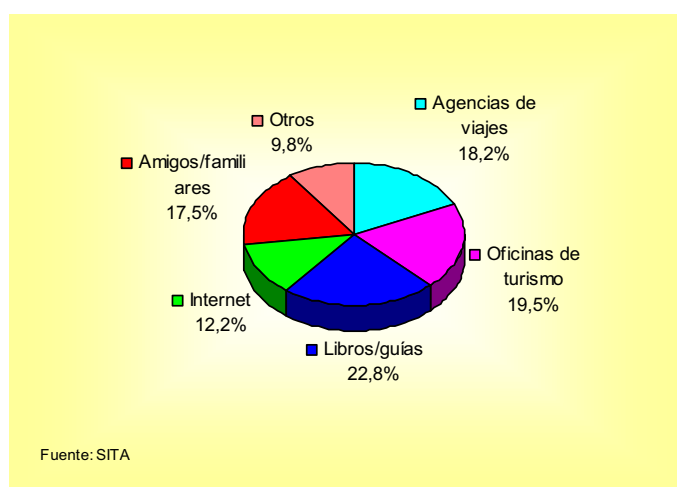
En el caso de querer acudir a Asturias de vacaciones o escapada, la organización del viaje sería *Por cuenta propia* en un 86,3%, seguida de la organización a través de *Amigos y familiares* en Asturias y de la *Agencia de Viajes para el alojamiento y estancia* con el 21,9% y el 21,3% respectivamente (Figura 3.39).

FIGURA 3.39: ORGANIZACIÓN DEL VIAJE A ASTURIAS.



De los que vendrían a Asturias el 22,8% recurriría a *Libros/guías* para la búsqueda de información, mientras que 19,5% iría a *Oficinas de Turismo* y 18,2% a *Agencias de Viajes* (Figura 3.40).

FIGURA 3.40: ¿DÓNDE BUSCARÍA LA INFORMACIÓN EN CASO DE QUERER VIAJAR A ASTURIAS?



Por lo que se refiere a un planteamiento teórico de un viaje a Asturias, tratando de especificar el tipo de alojamiento, su régimen de estancia, actividades, traslados y coste del mismo, podemos ver como por parte de los entrevistados se nos presentan distintas alternativas. Así pues, en el caso de un viaje de Fin de semana, el precio medio que los viajeros de Bilbao están dispuestos a pagar por una estancia en *Hotel de ciudad*, principalmente en régimen alimenticio de *Media Pensión* o *Alojamiento y desayuno* y donde no se incluyen excursiones ni traslado hasta destino, alcanza un coste/gasto máximo de 124,81 euros (20.776 Ptas.) de media a un mínimo de 43,66 euros (7.265 Ptas.) de media.

Un viaje con características similares para un periodo de una semana estaría comprendido en un intervalo de precios con un máximo de 389,47 euros (64.803 Ptas.) y un mínimo de 137,23 euros (22.833 Ptas.) (Figura 3.41).

FIGURA 3.41: PRECIO ESTIMADO DEL VIAJE.

		MEDIA	INTERVALO	
			MÍNIMO	MÁXIMO
Fin de Semana	€	85,73	43,66	124,87
	Ptas.	14.264	7.265	20.776
Desviación	€	39,37	27,60	76,69
	Ptas.	6.551	4.593	12.760
Vacacional (semana)	€	230,27	137,23	389,47
	Ptas.	38.314	22.833	64.803
Desviación	€	110,70	84,60	376,63
	Ptas.	18.419	14.076	62.666
Fuente: SITA				

Podemos ver la configuración del viaje según las cuatro variables de referencia y atendiendo a su duración: viaje en fin de semana y viaje vacacional, de una semana.

Así en el caso de querer ir a Asturias en Fin de semana, un 61,1% elegiría el *Hotel de ciudad*, seguido del 28,6% que buscaría un *Alojamiento rural*, y del 9,4% que elegiría un *Camping*. En el caso de un desplazamiento vacacional, las figuras de alojamiento colectivo pierden terreno a favor del *Apartamento de alquiler* (Figura 3.42).

FIGURA 3.42: ALOJAMIENTO EN ASTURIAS (%).

ALOJAMIENTO	Fin de semana	Vacacional
Hotel de ciudad	61,1	60,2
Alojamiento rural	28,6	28,0
Camping	9,4	8,3
Apartamento de alquiler	0,9	3,5
Fuente: SITA		

El tipo de régimen de estancia más señalado es el de *Media pensión* con un 48,3% en el fin de semana que se eleva hasta el 49,4% en el periodo vacacional. Le sigue el *Alojamiento y desayuno* con un 23,7% para los viajes de Fin de semana y un 22% en el viaje vacacional (Figura 3.43).

FIGURA 3.43: REGIMEN DE ESTANCIA (%).

ESTANCIA EN	Fin de semana	Vacacional
Sólo alojamiento	9,4	8,9
Alojamiento y desayuno	23,7	22,0
Media Pensión	48,3	49,4
Pensión completa	18,6	19,7
Fuente: SITA		

Es significativo que apenas exista diferencias según la duración del viaje en cuanto a los resultados obtenidos en actividades y traslados hasta el destino. Así, un 81,9% no incluiría *Excursiones* en el coste de su viaje, y un 83,3% tampoco el traslado hasta el destino para el caso del viaje de fin de semana (Figura 3.44).

En el caso del viaje vacacional un 81,1% no incluye excursiones y un 82,9% tampoco incluye el traslado al destino (Figura 3.44).

FIGURA 3.44: EXCURSIONES Y TRASLADOS (%).

EN EL PRECIO		SI	No
Fin de semana	Incluye excursiones	18,1	81,9
	Incluye traslado a destino	16,7	83,3
Vacacional	Incluye excursiones	18,9	81,1
	Incluye traslado a destino	17,1	82,9

Fuente: SITA

Hemos visto una configuración del viaje en términos generales por lo que a continuación trataremos de describir y profundizar en esa configuración según el tipo de alojamiento reseñado o elegido a priori, en concreto en el caso de Hoteles y de Alojamientos rurales.

a) Hoteles de ciudad.

Para las personas que han elegido como alternativa de alojamiento el Hotel de ciudad, el precio medio que estarían dispuestos a pagar por un Fin de semana de estancia se sitúa en los 99,47 euros (16.551 Ptas.) por persona, con un intervalo máximo y mínimo de 54,09 y 158,49 euros respectivamente (26.371 y 9.000 pesetas). En el caso de ser un viaje de una semana de duración, el coste medio que presupuestan se incrementa hasta los 254,08 euros, es decir unas 42.276 pesetas por persona (Figura 3.45).

FIGURA 3.45: PRECIO ESTIMADO DEL VIAJE POR PERSONA: HOTELES DE CIUDAD.

		MEDIA	INTERVALO	
			MÍNIMO	MÁXIMO
Fin de Semana	€	99,47	54,09	158,49
	Ptas.	16.551	9.000	26.371
Desviación	€	37,65	32,98	83,83
	Ptas.	6.265	5.487	13.948
Vacacional (semana)	€	254,08	152,73	442,50
	Ptas.	42.276	25.412	73.625
Desviación	€	86,11	49,57	438,70
	Ptas.	14.327	8.247	72.994

Fuente: SITA

En el caso del viaje vacacional, un 55,4% incluiría la *Media pensión* en el coste del viaje y un 21,6 sólo el *Alojamiento y desayuno*. Para un viaje de Fin de semana, los resultados obtenidos son muy similares (Figura 3.46).

FIGURA 3.46: REGIMEN DE ESTANCIA: HOTELES DE CIUDAD (%).

ESTANCIA EN	Fin de semana	Vacacional
Sólo alojamiento	2,9	2,5
Alojamiento y desayuno	23,2	21,6
Media Pensión	53,1	55,4
Pensión completa	20,8	20,6

Fuente: SITA

Las excursiones y traslados hasta el destino obtienen una distribución porcentual similar a la obtenida en el descriptivo general (Figura 3.47).

FIGURA 3.47: EXCURSIONES Y TRASLADOS: HOTELES DE CIUDAD (%).

EN EL PRECIO		SI	No
Fin de semana	Incluye excursiones	19,5	80,5
	Incluye traslado a destino	17,6	82,4
Vacacional	Incluye excursiones	20,1	79,9
	Incluye traslado a destino	18,6	81,4
Fuente: SITA			

b) Alojamiento rural.

Las personas que elegirían un Alojamiento rural para su estancia estarían dispuestas a pagar por un Fin de semana 75,06 euros (12.489 Ptas.) de media, cifra inferior a la obtenida en el caso de Hoteles. En el caso de un viaje vacacional de una semana, la media que estarían dispuestos a pagar se situaría en los 227,27 euros (37.814 Ptas.) cifra que presenta unas notables desviaciones por cuanto el límite máximo se elevaría hasta los 389,91 euros (64.875 Ptas.) y el mínimo alcanzaría las 154,12 euros (25.643 Ptas.) por persona (Figura 3.48).

FIGURA 3.48: PRECIO ESTIMADO DEL VIAJE POR PERSONA: ALOJAMIENTO RURAL.

		MEDIA	INTERVALO	
			MÍNIMO	MÁXIMO
Fin de Semana	€	75,06	35,46	105,84
	Ptas.	12.489	5.900	17.611
Desviación	€	32,30	20,71	46,42
	Ptas.	5.375	3.446	7.724
Vacacional (semana)	€	227,27	154,12	389,91
	Ptas.	37.814	25.643	64.875
Desviación	€	135,32	144,08	245,27
	Ptas.	22.516	23.973	40.810

Fuente: SITA

En el caso de Alojamiento rural y de Fin de semana, la *Media pensión* la incluiría en el Precio el 56,7% y un 26,8% el *Alojamiento y desayuno*. Es en el viaje Vacacional donde aumentaría el porcentaje de personas que incluiría la *Pensión completa* hasta un 12,6% (Figura 3.49).

FIGURA 3.49: REGIMEN DE ESTANCIA: ALOJAMIENTO RURAL (%).

ESTANCIA EN	Fin de semana	Vacacional
Sólo alojamiento	6,2	6,3
Alojamiento y desayuno	26,8	27,4
Media Pensión	56,7	53,7
Pensión completa	10,3	12,6

Fuente: SITA

Todos los entrevistados presentan unas tendencias similares en cuanto a la no inclusión en el precio de las excursiones y traslados hasta el destino según la duración del viaje. Sólo en el viaje vacacional se supera el 20% en la inclusión de excursiones en el precio (Figura 3.50).

FIGURA 3.50: EXCURSIONES Y TRASLADOS: ALOJAMIENTO RURAL (%).

EN EL PRECIO		SI	No
Fin de semana	Incluye excursiones	18,6	81,4
	Incluye traslado a destino	11,3	88,7
Vacacional	Incluye excursiones	21,1	78,9
	Incluye traslado a destino	11,6	88,4
Fuente: SITA			

III.3.- Percepciones sobre el destino Asturias.

En cuanto a las ideas o conceptos que conforman la imagen de Asturias que tienen los turistas que han viajado con anterioridad a la región, están relacionadas principalmente con el entorno. Así, el 24,5% señala la *Montaña* y el 15,9% el *Entorno Natural*. El adjetivo *Verde* resulta ser la idea sobre Asturias que tiene en mente el 15,2% (Figura 3.51).

FIGURA 3.51: CONCEPTOS / IDEAS SOBRE ASTURIAS.

CONCEPTOS / IDEAS	%
Montaña	24,5
Entorno Natural	15,9
Verde	15,2
Sidra	13,0
La playa y el mar	11,1
Gastronomía	6,8
Actividades deportivas y de ocio	2,2
Covadonga	1,9
Clima	1,8
Himno	1,4
Rural	1,4
Arte y cultura	1,2
Tranquilidad, descanso	1,2
Amigos y familia	0,6
Ambiente, diversión	0,5
Leche	0,3
Otros	1,0

Fuente: SITA

Realizando una comparativa entre las distintas Comunidades que forman la España Verde, Galicia, Asturias, Cantabria y País Vasco, se ha planteado al encuestado que según su conocimiento de la misma destacase lo más positivo de cada una con respecto a Asturias y viceversa. Es decir, se trata de identificar qué es mejor o qué tiene mejor otra región respecto a Asturias. Para ello consideramos a las personas que han visitado alguna de ellas recientemente (en los dos últimos años). Así, la propia Comunidad Autónoma, es decir, el País Vasco es la región del norte de España que resulta ser la más visitada con el 78,4%, seguida de Cantabria con el 78% y Galicia con el 62,7% (Figura 3.52).

FIGURA 3.52: REGIONES DEL NORTE VISITADAS (%).

CC.AA	No	Sí
Galicia	37,3	62,7
Cantabria	22,0	78,0
País Vasco	21,6	78,4

Regiones visitadas de la España Verde en los últimos dos años
Fuente: SITA

En términos generales, el 25,3% de los turistas afirma que no destacaría *Nada* de otras Comunidades visitadas con respecto a Asturias, mientras que el 20,5% señala la *Gastronomía* y el 12% la *Playa y el mar* (Figura 3.53).

FIGURA 3.53: ¿QUÉ DESTACARÍA DE OTRAS CC.AA. FRENTE A ASTURIAS?.

	%
Nada	25,3
Gastronomía	20,5
La playa y el mar	12,0
Situación / proximidad	8,0
Ambiente, diversión	6,8
Gente	6,4
Entorno Natural	4,8
Alojamientos	4,0
Infraestructuras y servicios	2,8
Precio	2,4
Clima	1,2
Montaña	1,2
Otros	4,4

Fuente: SITA

En cuanto a lo más destacable de Asturias respecto a la última Comunidad visitada es la *Montaña* con el 23,3%, *La Gente* con el 17,7% y el *Entorno Natural* con el 11,6% (Figura 3.54).

FIGURA 3.54: ¿QUÉ DESTACARÍA DE ASTURIAS FRENTE A OTRAS COMUNIDADES?.

	%
Montaña	23,3
Gente	17,7
Entorno Natural	11,6
Nada	9,8
Gastronomía	6,0
Tranquilidad, no masificación	6,0
Situación / proximidad	5,1
La playa y el mar	4,2
Sidra	3,7
Pueblos	3,3
Clima	1,9
Infraestructuras y servicios	1,9
Ambiente, diversión	1,4
Arquitectura y monumentos	0,5
Cultura	0,5
Otros	3,3

Fuente: SITA

Esos elementos comparativos pueden ser analizados desde una óptica más completa por cuanto podemos estudiar lo que los encuestados piensan sobre cada Comunidad en concreto, es decir, los que han visitado Galicia, los que han visitado Cantabria y el propio País Vasco, obteniendo qué percepciones tienen sobre las mismas respecto a Asturias y viceversa.

a) Galicia.

En el caso de turistas que han visitado anteriormente Galicia, el 39,2% destaca frente Asturias la *Gastronomía*, mientras que un 21,6% no destacaría *Nada* (Figura 3.55).

FIGURA 3.55: ¿QUÉ DESTACARÍA DE GALICIA FRENTE A ASTURIAS?

	%
Gastronomía	39,2
Nada	21,6
La playa y el mar	8,2
Ambiente, diversión	6,2
Gente	6,2
Entorno Natural	4,1
Precio	4,1
Alojamientos	3,1
Clima	1,0
Otros	6,2

Fuente: SITA

Los principales activos de Asturias frente a Galicia que destacan los bilbaínos son la *Montaña* con el 25,7%, seguido de *La Gente* y la *Situación / proximidad* de nuestra comunidad ambas con el 14,9% (Figura 3.56).

FIGURA 3.56: ¿QUÉ DESTACARÍA DE ASTURIAS FRENTE A GALICIA?.

	%
Montaña	25,7
Gente	14,9
Situación / proximidad	14,9
Entorno Natural	12,2
Nada	6,8
Sidra	6,8
Clima	2,7
Gastronomía	2,7
Infraestructuras y servicios	2,7
Tranquilidad, no masificación	2,7
Cultura	1,4
La playa y el mar	1,4
Pueblos	1,4
Otros	4,1

Fuente: SITA

b) Cantabria.

En cuanto a las personas que han visitado Cantabria, un 31,2% de los mismos no destaca *Nada* frente a Asturias, mientras que el 18,3% señala las *Playas y el mar* y el 16,5% la *Situación / proximidad* de esta comunidad (Figura 3.57).

FIGURA 3.57: ¿QUÉ DESTACARÍA DE CANTABRIA FRENTE A ASTURIAS?.

	%
Nada	31,2
La playa y el mar	18,3
Situación / proximidad	16,5
Alojamientos	6,4
Gente	5,5
Ambiente, diversión	4,6
Gastronomía	3,7
Entorno Natural	2,8
Infraestructuras y servicios	2,8
Clima	1,8
Precio	1,8
Montaña	0,9
Otros	3,7

Fuente: SITA

La *Montaña* con el 25,7% resulta ser la característica más destacada de Asturias frente a Cantabria, seguido de la *Gente* y el *Entorno Natural* con 16,8% y 11,9% respectivamente (Figura 3.58).

FIGURA 3.58: ¿QUÉ DESTACARÍA DE ASTURIAS FRENTE A CANTABRIA?.

	%
Montaña	25,7
Gente	16,8
Entorno Natural	11,9
Nada	10,9
Tranquilidad, no masificación	9,9
Gastronomía	6,9
La playa y el mar	5,9
Pueblos	5,0
Ambiente, diversión	2,0
Arquitectura y monumentos	1,0
Clima	1,0
Otros	3,0

Fuente: SITA

c) País Vasco.

Los propios bilbaínos señalan como elemento diferenciador más característico del País Vasco con respecto Asturias su *Gastronomía*, un 21,4%, aunque el 19% indica que *Nada*. Le sigue el *Ambiente y la diversión* con el 14,3% y el *Entorno Natural* con el 11,9% (Figura 3.59).

FIGURA 3.59: ¿QUÉ DESTACARÍA DEL PAÍS VASCO FRENTE A ASTURIAS?.

	%
Gastronomía	21,4
Nada	19,0
Ambiente, diversión	14,3
Entorno Natural	11,9
Gente	9,5
Infraestructuras y servicios	7,1
La playa y el mar	4,8
Montaña	4,8
Situación / proximidad	4,8
Otros	2,4
Fuente: SITA	

Lo que destacarían de Asturias frente a su propia Comunidad es esencialmente la *Gente* con el 26,3%. El 13,2% no destacaría *Nada* de Asturias, frente al 19% que tampoco había destacado *Nada* del País Vasco frente a Asturias. El *Entorno Natural*, la *Gastronomía* y la *Montaña* son también indicados como atractivos relevantes con el 10,5% (Figura 3.60).

FIGURA 3.60: ¿QUÉ DESTACARÍA DE ASTURIAS FRENTE AL PAÍS VASCO?.

	%
Gente	26,3
Nada	13,2
Entorno Natural	10,5
Gastronomía	10,5
Montaña	10,5
Sidra	7,9
Infraestructuras y servicios	5,3
Ambiente, diversión	2,6
Clima	2,6
La playa y el mar	2,6
Pueblos	2,6
Tranquilidad, no masificación	2,6
Otros	2,6

Fuente: SITA



IV.- CONCLUSIONES.

El tamaño y la proximidad geográfica de Bilbao hacen de esta ciudad un mercado interesante dentro del ámbito de la demanda turística en el norte de España. El conocimiento de las características y preferencias de estos turistas constituye un recurso fundamental para desarrollar una oferta turística capaz de atraer a los viajeros de esta procedencia. Con el presente estudio se ha dado un paso importante en esta dirección.

La relevancia del mercado bilbaíno reside no sólo en su tamaño sino también en su movilidad. La totalidad de los encuestados manifestó realizar con cierta frecuencia viajes de vacaciones u ocio. Entre los distintos tipos de viajes destacan los de larga duración, siendo realizados por casi dos tercios de los bilbaínos. No obstante, aunque realizados en un porcentaje menor, los viajes de corta duración son también interesantes debido a la mayor frecuencia de los mismos y a la elección de destinos más próximos, adquiriendo así mayor relevancia la oferta turística asturiana.

En concreto, en los viajes cortos de fines de semana o equivalentes y en los viajes de menos de diez días es dónde la cuota de mercado alcanzada por nuestra región como destino turístico es superior. Sin embargo, para viajes de larga duración las alternativas en cuanto a destinos posibles es muy superior y la cuota correspondiente a los viajes a Asturias cae a niveles inferiores.

Los turistas bilbaínos seleccionan el destino turístico atendiendo principalmente a la posibilidad de conocer nuevos lugares, a la climatología y a las recomendaciones de familiares o amigos. También la ausencia de masificación parece ser un aspecto relevante para una proporción considerable de turistas.

Las preferencias en cuanto a la configuración del viaje son muy heterogéneas. La contratación e información ofrecidas por las agencias son consideradas importantes, así como disponer de un paquete turístico con sólo una parte organizada, mientras que los paquetes turísticos completos alcanzan puntuaciones inferiores. El factor peor valorado es la importancia del acceso a información y contratación a través de Internet.

Las actividades que el turista bilbaíno desea realizar durante sus vacaciones son también variadas si bien destacan dos de ellas: el conocimiento de lugares en el destino y el descanso y reposo. Las actividades lúdicas y deportivas son considerablemente menos mencionadas.

En la elección del alojamiento el precio constituye el elemento fundamental, si bien otros aspectos como el confort de las instalaciones y la situación y entorno del establecimiento son también muy valorados por el turista.

El mercado turístico de Bilbao destaca por su elevado conocimiento de la región Asturiana. Dos tercios de los encuestados había ya visitado Asturias en alguna ocasión, fundamentalmente por motivo de vacaciones u ocio.

Nuestra región es considerada como un destino posible para las próximas vacaciones por la mayor parte de los bilbaínos. Tan sólo la quinta parte de ellos desecha esta opción, siendo en cambio muy numerosos los que consideran probable su elección de Asturias como destino. La búsqueda de información y la organización del viaje se harían principalmente por cuenta del propio turista.

Por último, la montaña y el entorno natural son los aspectos que los bilbaínos más asocian con el Principado y que, a sus ojos, lo hacen destacar frente a otras regiones recientemente visitadas. La importancia de estos recursos naturales queda así nuevamente corroborada como elemento clave de la competitividad de la región dentro de la oferta turística nacional.

A MODO DE PROPUESTA

1. La relativa proximidad a la ciudad de Bilbao constituye un elemento favorable a Asturias a la hora de captar la demanda turística generada en esa ciudad. Sin embargo parece conveniente avanzar en dos líneas:
 - a. La mejora en las comunicaciones con el País Vasco que afiance e mejore la posición de Asturias como destino para viajes de corta duración.
 - b. Tratar de incrementar la cuota en viajes de larga duración mediante el diseño de ofertas atractivas.
2. El recurso a la información y servicios de las agencias de viajes es considerado relevante en este mercado, aunque hoy por hoy, poco utilizado para los viajes con destino Asturias. Así pues, una de las posibilidades para abrir el mercado de viajes de larga duración podría encontrarse en la utilización de touroperadores y agencias de viajes que diseñen paquetes turísticos y ofertas adecuadas.
3. Los niveles de precios de referencia obtenidos son heterogéneos, pero en general inferiores a los de otros mercados de origen. El turista bilbaíno que se plantea la visita a Asturias no destaca por un elevado nivel de gasto.

Habría que diseñar una política de precios y de servicios coherente con estas preferencias.

EUROS	MEDIA	MÍNIMO	MÁXIMO
Fin de Semana *	85,73 €	43,66 €	124,87 €
Vacacional **	230,27 €	137,23 €	389,47 €
<small>* precio por Alojamiento y un 41,9% incluiría la media pensión y un 25,9% sólo el desayuno ** precio por Alojamiento y un 38,7% incluiría la media pensión y un 30,9% sólo el desayuno Fuente: SITA</small>			

Tratando el caso específico de los alojamientos rurales y los hoteles, la configuración de precios debería adaptarse a estas magnitudes.

HOTELES	MEDIA	MÍNIMO	MÁXIMO
Fin de Semana	99,47 €	54,09 €	158,49 €
Vacacional	254,08 €	152,73 €	442,50 €
ALOJAMIENTO RURAL	MEDIA	MÍNIMO	MÁXIMO
Fin de Semana	75,06 €	35,46 €	105,84 €
Vacacional	227,27 €	154,12 €	389,91 €
Fuente: SITA			

4. La naturaleza asturiana se manifiesta una vez más como el principal atractivo de la región y el segundo elemento, tras el precio, que los turistas consideran a la hora de seleccionar alojamiento. Se hace así conveniente persistir en las políticas de conservación medioambiental como medio para consolidar la ventaja competitiva que al respecto ostenta nuestra región. Asimismo, el cuidado del entorno de los núcleos de turismo parece un factor decisivo a la hora de atraer y fidelizar turistas.

5. La gastronomía es reconocida por el turista bilbaíno como el aspecto más débil de la oferta turística asturiana frente a otros destinos. La tradición gastronómica vasca hace que el nivel de exigencia sea mayor, siendo necesario fomentar el desarrollo de la gastronomía regional para satisfacer la demanda de este tipo de turistas. La creación de clubs de calidad, rutas gastronómicas o guías críticas de restaurantes pueden constituir políticas adecuadas al respecto.