DIRECCIÓN GENERAL DE COMERCIO Y TURISMO.

CONSEJERÍA DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

LA HOTELERÍA ASTURIANA EN EL AÑO 2000

II. ANÁLISIS DE LA TASA DE OCUPACIÓN. 5

III. ANÁLISIS DE LA OFERTA. 17

III.1.- Estructura cuantitativa de la oferta de Hotelería. 17
III.2.- Análisis de los alojamientos de Hotelería. 14

IV.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE HOTELERÍA. 63

IV.2.- Análisis comparativo de la Hotelería por tipo de establecimiento. 86

I.- INTRODUCCIÓN.

El turismo es una actividad que ha crecido considerablemente en Asturias durante los últimos años, contribuyendo a la generación de riqueza, aumentando la contribución al PIB regional y creando empleo.

Por otro lado, el turismo es una actividad compleja, síntesis de numerosas ramas de actividad que de forma directa o indirecta influyen en él. Creemos que reviste un gran interés conocer con profundidad cada uno de estos subsectores para ayudar en la toma de decisiones a las empresas y administraciones públicas.

En este caso, vamos a dedicar nuestra atención a uno de los subsectores de alojamientos colectivo, la Hotelería, formada por Hoteles, Hostales y Pensiones, que ha disfrutado de un crecimiento muy importante y continuado desde hace años.

El análisis lo hemos estructurado en tres partes diferenciadas: tasas de ocupación, oferta y demanda.

El análisis de las tasas de ocupación nos permitirá conocer los distintos periodos de actividad que tienen los establecimientos a lo largo del año.

En el capítulo de análisis de la oferta turística, realizaremos un análisis cuantitativo de la Hotelería en Asturias, según el estudio del número de plazas de oferta existentes y su distribución. También profundizaremos en la visión estructural de cada tipo de alojamiento que ya previamente había aparecido en el libro “El turismo en Asturias en el 2000”.

En la parte dedicada a la demanda, es fundamental para conocer el perfil y/o perfiles que presentan los turistas de este tipo de alojamiento. Lo haremos a través de dos líneas de análisis.

Primero, atendemos al conjunto de la Hotelería, es decir, los turistas alojados en Hoteles, Hostales y Pensiones. Realizaremos un análisis del comportamiento turístico en global, pero que matizaremos en determinadas variables donde componentes como el periodo de visita a Asturias (temporada alta frente a temporada baja) o los motivos por los que vienen, condicionan o presentan resultados significativamente distintos según esas variables. Posteriormente, a esta visión de conjunto, ampliaremos la profundidad de la investigación atendiendo a los distintos tipos de establecimientos que componen la oferta turística de Hotelería agrupado según Hoteles de 5 y 4 estrellas, Hoteles de 3 estrellas, Hoteles de 2 estrellas, Hoteles de 1 estrella, Hostales y Pensiones.

II. ANÁLISIS DE LA TASA DE OCUPACIÓN.

La tasa de ocupación media anual de la Hotelería durante el año 2000 se situó en el 47,1%, ligeramente superior en unas décimas, 0,7, a la media obtenida en el año 1999. Este dato nos indicaría un comportamiento estable en términos de ocupación, ya que ante los incrementos de la oferta de plazas existente en el año, la ocupación se ha mantenido, permitiendo ligeros incrementos en las cifras cuantitativas de número de turistas respecto al año 1999 (Figura 2.1).

FIGURA 2.1: TASA DE OCUPACIÓN ANUAL (%).

	1999	2000
HOTELERÍA	46,4	47,1

Fuente: S.I.T.A.

Este comportamiento medio tiene su particular evolución, mes a mes y trimestre a trimestre tal y como veremos a continuación. Por periodos trimestrales podemos observar como las cifras más elevadas de ocupación se obtienen en el *Tercer trimestre* mientras que es en el *Primer trimestre* donde se alcanzan las menores tasas de ocupación (Figura 2.2).

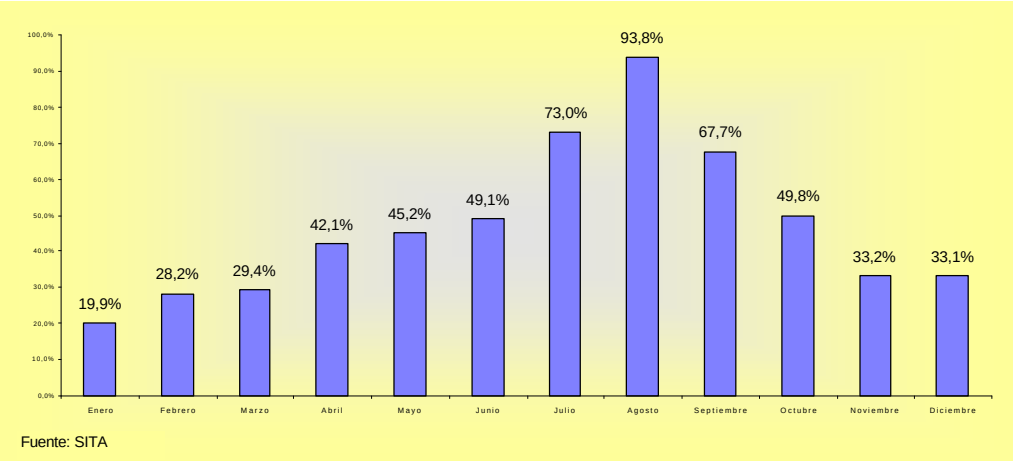
FIGURA 2.2: TASA DE OCUPACIÓN POR TRIMESTRES (%).

	1er TRI	2º TRI	3er TRI	4º TRI
HOTELERÍA	25,8	45,5	78,3	38,7

Fuente: S.I.T.A.

Fijándonos en la evolución mensual, la mayor cifra de ocupación se obtiene clara y lógicamente en el mes de *Agosto*, un 93,8%, frente al 19,9% que es la mínima cifra alcanzada correspondiente al mes de *Enero* (Figura 2.3).

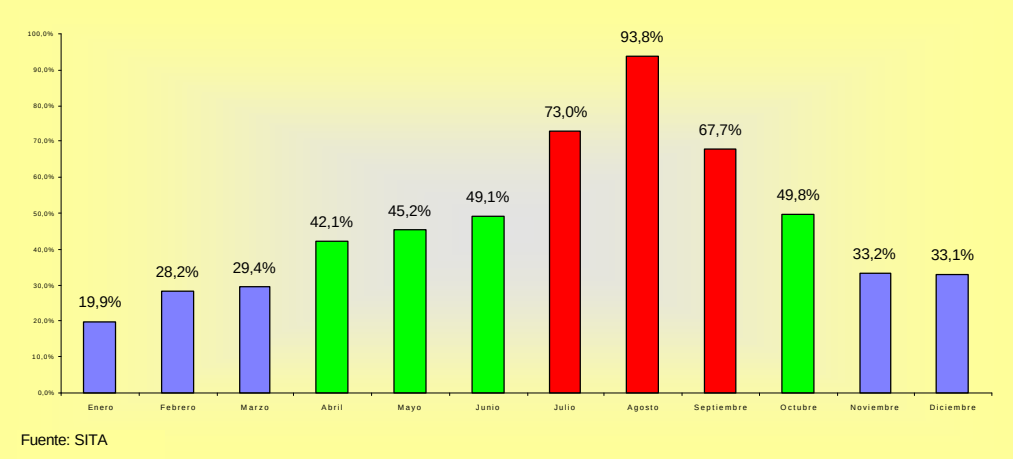
FIGURA 2.3: TASA DE OCUPACIÓN DE HOTELERÍA POR MES.



Podemos ver como a partir de *Enero* se mantiene una tendencia creciente hasta alcanzar el máximo en *Agosto* para ir disminuyendo hasta finales de año. No obstante, se puede apreciar un periodo donde la ocupación se mantiene o crece ligeramente que corresponde al mes de *Abril* hasta *Junio*, donde se vuelve a producir un punto de inflexión aumentando considerablemente en *Julio*. Es significativo señalar que *Octubre* presenta una media de ocupación similar a este periodo antes mencionado. Podemos resumir que nos encontramos con tres periodos de comportamientos bien distintos (Figura 2.4):

- *Julio, Agosto y Septiembre* con elevadas tasas de ocupación, que correspondería con una temporada Alta.
- *Abril, Mayo, Junio y Octubre* con una ocupación media estable con cifras del 40-50%. Se puede considerar como una temporada Media.
- *Resto del año*: con cifras más reducidas que las anteriores, es decir, coincidente con una denominada temporada Baja.

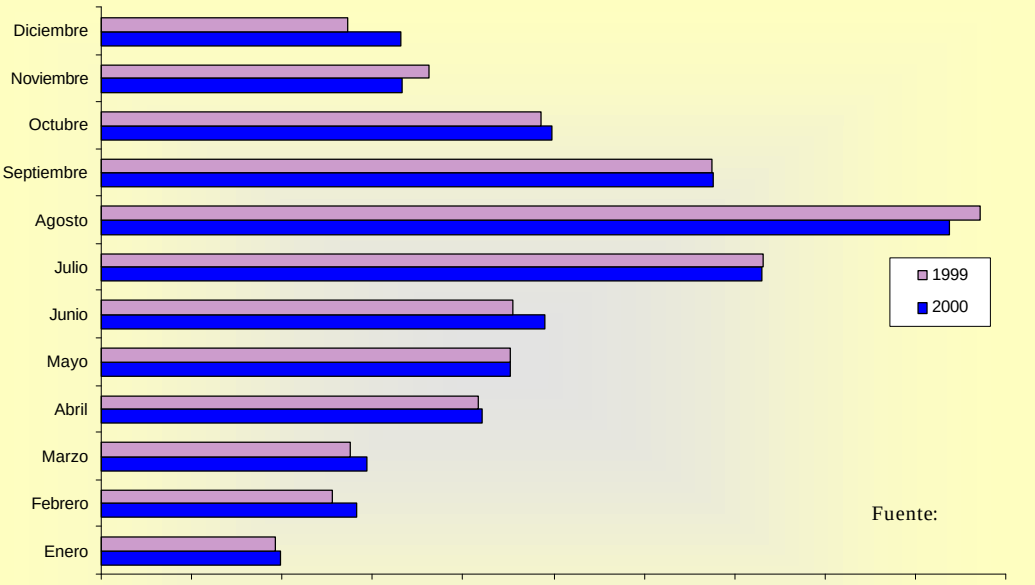
FIGURA 2.4: TASA DE OCUPACIÓN DE HOTELERÍA POR MES (TEMPORADAS).



Fuente: SITA

La evolución mensual presenta tendencias similares si las comparamos en dos años, 1999 y 2000. Las diferencias de un año a otro según los distintos meses apenas presentan grandes deferencias porcentuales ya que en algunos meses se incrementa y en otros se reduce respecto al 2000 (Figura 2.5).

FIGURA 2.5: TASA DE OCUPACIÓN HOTELERÍA POR MES Y AÑO (1999 y 2000).

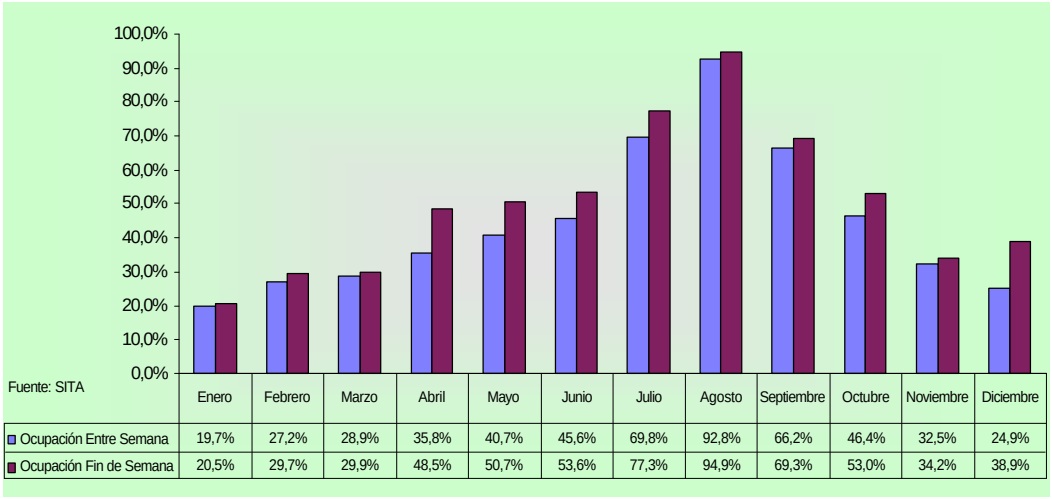


	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1999	19,3%	25,5%	27,5%	41,6%	45,2%	45,5%	73,2%	97,1%	67,5%	48,7%	36,2%	27,3%
2000	19,9%	28,2%	29,4%	42,1%	45,2%	49,1%	73,0%	93,8%	67,7%	49,8%	33,2%	33,1%

Atendiendo a periodos concretos de la semana, es decir, considerando la ocupación de la Hotelería según el Fin de semana (viernes, sábado, domingo) y Entre semana (resto de los días), podemos observar también como se reflejan ciertas diferencias. Así en los meses de temporada baja antes reseñados, existe un equilibrio entre las tasas relativas entre los dos periodos semanales considerados, mientras que en el resto del año, la tasa de ocupación del periodo de Fin de semana es superior a la de Entre semana. Esa ocupación de Entre semana corresponde en un gran porcentaje a ocupaciones derivadas de viajes por motivos laborales: trabajo,

ferias, congresos... (tal y como se puede comprobar en el apartado de demanda) lo que implica mantener una actividad constante y fundamental para el empresariado permitiendo a su vez una mayor estabilidad en sus negocios. En los meses de temporada media, aunque se mantiene e incluso se incrementa esa actividad por motivos laborales, existe ya una mayor ocupación relativa en los periodos de Fin de semana, correspondiendo en este caso a ocupaciones derivadas de motivos vacacionales o de ocio. Es en Julio, Agosto y Septiembre donde el principal motivo de visita a Asturias son las vacaciones y el ocio, y donde se produce un cierto equilibrio en las cifras de ocupación, con pequeñas diferencias entre la tasa obtenida en el Fin de semana y la de Entre semana (Figura 2.5).

FIGURA 2.5: TASAS DE OCUPACIÓN DE HOTELERÍA SEGÚN PERIODOS SEMANALES.



Fuente: SITA

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ocupación Entre Semana	19,7%	27,2%	28,9%	35,8%	40,7%	45,6%	69,8%	92,8%	66,2%	46,4%	32,5%	24,9%
Ocupación Fin de Semana	20,5%	29,7%	29,9%	48,5%	50,7%	53,6%	77,3%	94,9%	69,3%	53,0%	34,2%	38,9%

Atendiendo a un desglose de la tasa de ocupación según las variables: zonas y tipo de alojamiento, podemos analizar el comportamiento de las cifras obtenidas de forma más específica. En un primer resultado, considerando la ocupación de la Hotelería según las tres zonas geográficas de referencia, vemos que a nivel medio anual, el *Centro* obtiene una media del 51,7% de ocupación, mientras que *Oriente* alcanza un 40,2% y *Occidente* un 38,5%. Por tipo de alojamiento, son los *Hoteles de Tres y Dos estrellas* los que se sitúan con una mayor tasa de ocupación media anual, del 51,6%, mientras que los Hoteles de Cinco y Cuatro estrellas alcanzan un media del 48,4%. El conjunto de establecimientos, *Hoteles de Una estrella, Hostales y Pensiones* presentan un 38,9% de media anual (Figura 2.6).

FIGURA 2.6: TASAS MEDIAS DE OCUPACIÓN ANUALES DE HOTELERÍA SEGÚN ZONAS Y TIPO DE ALOJAMIENTO (%).

ZONA GEOGRÁFICA	**MEDIA**
OCCIDENTE	38,5
CENTRO	51,7
ORIENTE	40,2
TIPO DE ALOJAMIENTO	**MEDIA**
H 5 Y 4 ESTR	48,4
H 3 Y 2 ESTR	51,6
H *, HS Y P	38,9

Fuente: S.I.T.A.

Un estudio más detallado por trimestres y por meses de las distintas zonas de Asturias revela comportamientos distintos según cada una de ellas. Se mantiene la primacía en las cifras medias obtenidas en la zona Centro salvo en el *Tercer trimestre*, donde la zona Oriental presenta el mayor porcentaje de ocupación. Es significativo ver como el Occidente alcanza en el *Primer* y *Cuarto trimestre* una tasa media de ocupación superior a la de la zona Oriental, mientras que en el *Segundo trimestre* sus medias son similares. Fijándonos en los periodos de la semana analizados, claramente el Centro es la que mantiene una mayor estabilidad en sus cifras medias. También el Occidente, aunque en este caso existen más diferencias entre los distintos trimestres. Hay que señalar en este caso que en el *Primer* y el *Cuarto trimestre*, el Occidente presenta una tasa media de ocupación relativa mayor en los periodos de Entre semana con respecto a los de Fin de semana circunstancia que puede venir explicada en relación a su oferta hotelera, más escasa que en el resto de Asturias y con tipologías de demanda diferentes (Figura 2.7).

El comportamiento mensual de las distintas zonas presenta también líneas de evolución siguiendo las tendencias anteriormente señaladas, donde en los meses iniciales del año las cifras son más bajas para ir creciendo a partir de Abril, estabilizándose hasta julio donde existe el punto de inflexión de la temporada estival. También puede apreciarse como es más estable la curva de ocupación de la zona centro (Figura 2.8, a, b, c)

FIGURA 2.7: TASAS MEDIAS DE OCUPACIÓN DE HOTELERÍA SEGÚN ZONAS, POR TRIMESTRES Y PERIODOS SEMANALES (%).

TOTAL	**1 TRI**	**2 TRI**	**3 TRI**	**4 TRI**
OCCIDENTE	21,7	32,2	68,5	31,4
CENTRO	31,8	50,0	78,6	46,1
ORIENTE	16,0	35,7	81,1	27,9
ENTRE SEMANA				
OCCIDENTE	23,0	32,2	67,3	30,6
CENTRO	32,5	50,5	77,1	42,8
ORIENTE	12,6	32,5	78,3	21,0
FIN DE SEMANA				
OCCIDENTE	19,8	33,5	70,1	31,1
CENTRO	31,0	53,6	80,5	48,5
ORIENTE	20,6	50,4	84,5	34,2

FUENTE: S.I.T.A.

FIGURA 2.8.a: EVOLUCIÓN DE TASAS MEDIAS DE OCUPACIÓN DE HOTELERÍA SEGÚN ZONAS (2000) (%).

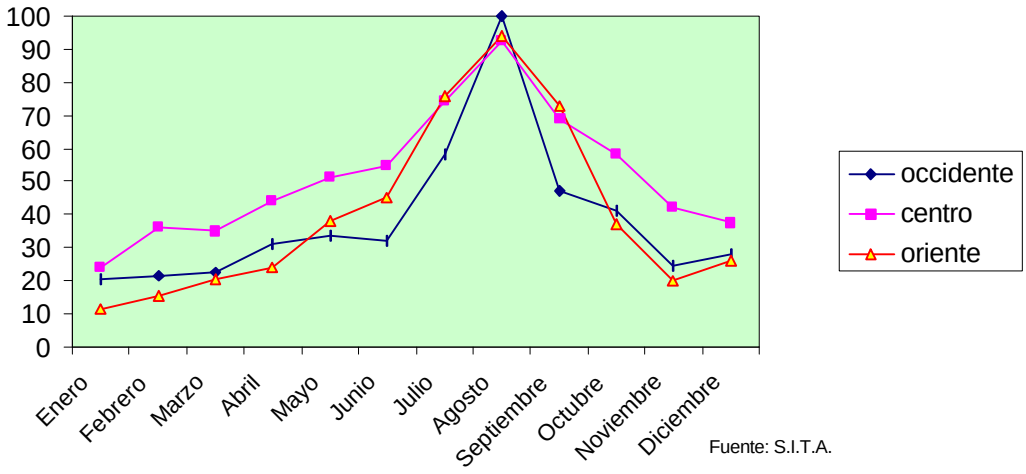
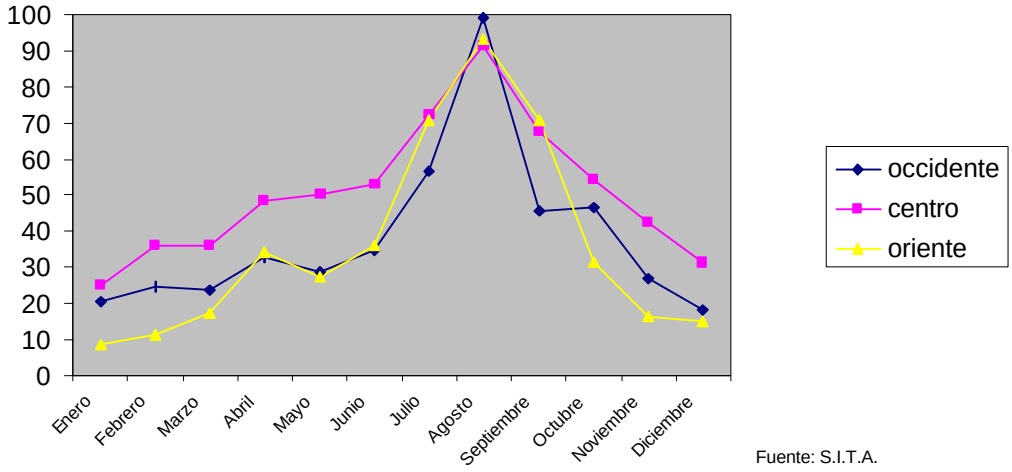
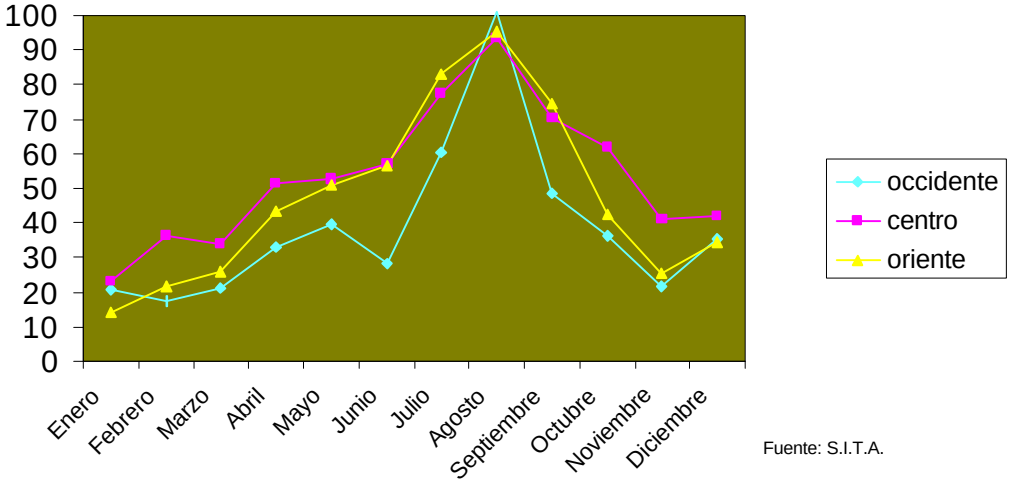


FIGURA 2.8.b: EVOLUCIÓN DE TASAS MEDIAS DE OCUPACIÓN DE HOTELERÍA SEGÚN ZONAS: ENTRE SEMANA (2000) (%).



Fuente: S.I.T.A.

FIGURA 2.8.c: EVOLUCIÓN DE TASAS MEDIAS DE OCUPACIÓN DE HOTELERÍA SEGÚN ZONAS: FIN DE SEMANA (2000) (%).



Fuente: S.I.T.A.

Las tasas medias de ocupación analizadas desde la óptica del tipo de alojamiento, presentan también unas características singulares cuando las descomponemos en un análisis trimestral y mensual. Tal y como habíamos señalados anteriormente, eran los hoteles de *Tres y Dos estrellas* los que presentaban una relativa mayor tasa media anual. No obstante, cuando vemos los distintos trimestres, los hoteles de *Cinco y Cuatro estrellas* presentan unas medias superiores en todos ellos salvo en el *Tercero*. Esta circunstancia se explica por el tipo de cliente de los distintos hoteles, donde el motivo del viaje a Asturias influye notablemente en este sentido[1]. Los viajes por motivos de Trabajo y Negocios tienen una localización clavé y muy importante para determinados segmentos de oferta en periodos de temporadas bajas y medias, frente al periodo vacacional donde claramente estos viajes disminuyen su presencia tal y como se ve en el caso de los hoteles de *Cinco y Cuatro,* que en la época estival, aunque también alcanzan unas cifras considerables, presentan la menor tasa relativa de ocupación (Figura 2.9).

Mensualmente, las tendencias presentan marcadas diferencias según las distintas categorías, pero en la línea de lo anteriormente señalado. Más estables en la tendencia son los Hoteles de elevada categoría mientras que los Hoteles de Una y Hostales y Pensiones presentan unas mayores oscilaciones (Figura 2.10. a, b, c)

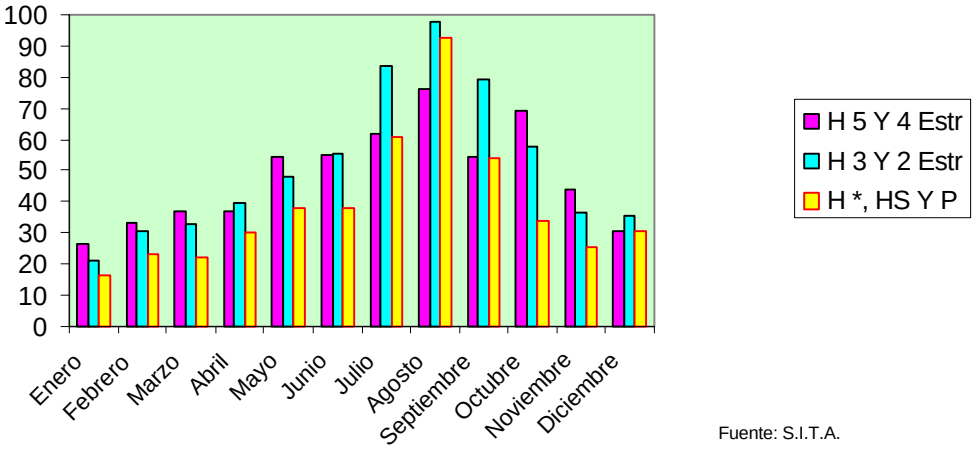
[1] Valdés, L (Dir). Ballina J. (Coord.) (2001): *Análisis y resultados de Demanda de Turistas de Alojamiento colectivo según el motivo del viaje: el caso particular de los turistas de ocio y negocio* en El Turismo en Asturias en el 2000. SITA. Gijón.

FIGURA 2.9: TASAS MEDIAS DE OCUPACIÓN SEGÚN CATEGORÍA DE HOTELERÍA POR TRIMESTRES Y PERIODOS SEMANALES (%).

TOTAL	**1 TRI**	**2 TRI**	**3 TRI**	**4 TRI**
H 5 Y 4 ESTR	32,2	49,0	64,4	48,0
H 3 Y 2 ESTR	28,1	47,9	87,0	43,2
H *, HS Y P	20,7	35,6	69,2	29,9
ENTRE SEMANA				
H 5 Y 4 ESTR	33,0	47,8	63,3	43,0
H 3 Y 2 ESTR	27,5	47,8	85,7	38,6
H *, HS Y P	19,9	34,3	66,4	26,7
FIN DE SEMANA				
H 5 Y 4 ESTR	31,2	48,4	65,8	52,4
H 3 Y 2 ESTR	29,0	55,8	88,7	47,0
H *, HS Y P	21,6	42,9	72,7	32,4

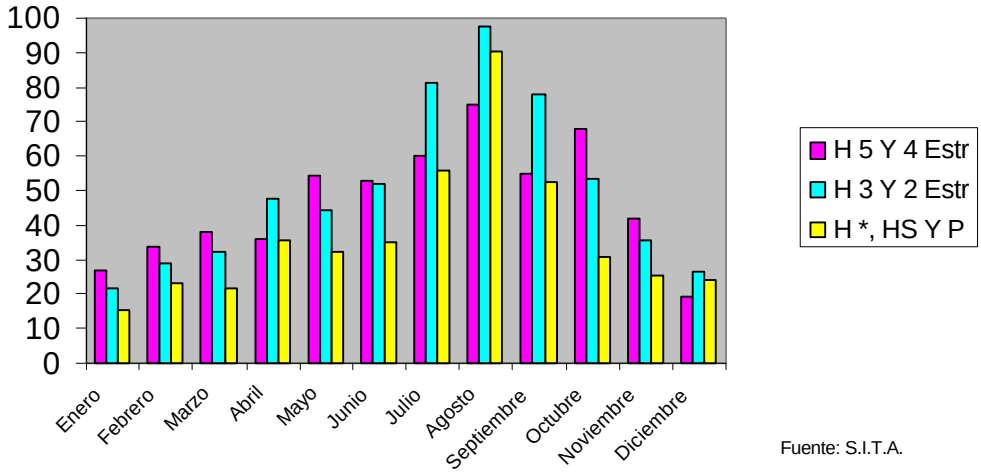
FUENTE: S.I.T.A.

FIGURA 2.10.a: EVOLUCIÓN MENSUAL DE TASAS MEDIAS DE OCUPACIÓN SEGÚN CATEGORÍAS (2000) (%).



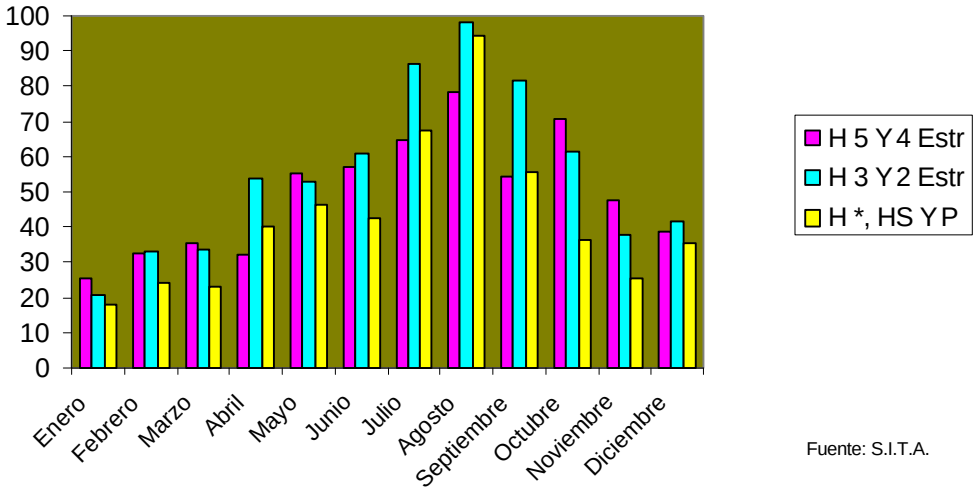
Fuente: S.I.T.A.

FIGURA 2.10.b: EVOLUCIÓN MENSUAL DE TASAS MEDIAS DE OCUPACIÓN SEGÚN CATEGORÍAS: ENTRE SEMANA (2000) (%).



Fuente: S.I.T.A.

FIGURA 2.10.c: EVOLUCIÓN MENSUAL DE TASAS MEDIAS DE OCUPACIÓN SEGÚN CATEGORÍAS: FIN DE SEMANA (2000) (%).



Fuente: S.I.T.A.

III. ANÁLISIS DE LA OFERTA.

III.1.- Estructura cuantitativa de la oferta de Hotelería.

La oferta de alojamiento de Hotelería alcanzaba una cifra total, a diciembre del año 2000, de 687 establecimientos y 19.917 plazas, estando compuesta por las siguientes tipologías: Hoteles, Hoteles-apartamentos, Casonas Asturianas[2], Hostales y Pensiones, todas ellas según las distintas categorías existentes: en el caso de las tres primeras tipologías tenemos una

[2] Casonas Asturianas: a efectos del Registro Oficial del Principado de Asturias, se clasifican como Hoteles. No obstante, en su propia reglamentación se definen como establecimientos situados en entornos rurales por lo que se les puede considerar también como una oferta de turismo rural.

clasificación según estrellas de una a cinco, mientras que en Hostales y Pensiones las categorías son de una o de dos estrellas exclusivamente.

El número de plazas en alojamientos colectivos en Asturias alcanza las 55.250 plazas por lo que la Hotelería supone el 36,0% del total, siendo superada por los Campings, los cuales representan el 50,9% del total de oferta (Figura 3.1).

FIGURA 3.1: ESTABLECIMIENTOS Y PLAZAS DE ALOJAMIENTO.

Alojamiento	Nº de Establecimientos 2000	Plazas 2000	% Asturias	% Hoteleria
HOTELES (*)	384	15.761	28,5%	79,1%
HOSTALES	50	1.196	2,2%	6,0%
PENSIONES	253	2.960	5,4%	14,9%
TOTAL HOTELERÍA	**687**	**19.917**	36,0%	100,0%
TOTAL ASTURIAS(**)	**1.390**	**55.250**	100,0%	

(*) En este grupo estaría Casonas Asturianas con un total 570 Plazas que a efectos de Registro oficial está dentro de la Categoría de Hoteles
(**)Dentro de esta oferta no se considera la Ciudad de Vacaciones de Perlora con unas plazas estimadas de 1.642
Fuente: SITA; Dirección General de Comercio y Turismo (Diciembre 2000)

Dentro de la Hotelería, los *Hoteles*, en sus distintas categorías alcanzan el 28,5% del total de plazas ofertadas mientras que los *Hostales* representan el 2,2% y las *Pensiones* el 5,4% de la oferta en plazas en Asturias. Si atendemos al grupo concreto de Hotelería, la estructura de plazas determina que el 79,1% de sus plazas corresponden a la figura de *Hoteles*, por un 14,9% a *Pensiones* y un 6,0% a *Hostales*.

La evolución en plazas de la Hotelería en los últimos tres años presenta una tendencia alcista en la figura de *Hoteles*, con un crecimiento acumulado desde el año 1998 del 12%. También las *Pensiones* han crecido pero en menor medida mientras que los *Hostales* en cambio siguen una tendencia decreciente (Figura 3.2).

Una evolución temporal desde 1990 nos permite, además, ver la considerable evolución de la oferta turística de Hostelería (Figura 3.3).

FIGURA 3.2: EVOLUCIÓN TEMPORAL DE PLAZAS.1998-2000

Alojamiento	Plazas 1998	Plazas 1999	Plazas 2000	% Δ Anual 00/99	% Δ Anual 00/98
HOTELES (*)	14.070	14.851	15.761	6,1%	12,0%
HOSTALES	1.297	1.235	1.196	-3,2%	-7,8%
PENSIONES	2.856	2.893	2.960	2,3%	3,6%
TOTAL HOTELERÍA	**18.223**	**18.979**	**19.917**	**4,9%**	**9,3%**

(*) En este grupo estaría Casonas Asturianas con un total 570 Plazas que a efectos de Registro oficial está dentro de la Categoría de Hoteles
Fuente: SITA; Dirección General de Comercio y Turismo (Diciembre 2000)

Desglosando las plazas de alojamiento de Hotelería atendiendo a las distintas categorías podemos observar que son los *Hoteles de Tres Estrellas* el tipo de alojamiento que más plazas oferta en Asturias, con 5.872 plazas que suponen el 9,3% del total de plazas ofertadas en Asturias y el 37,3% de las plazas de Hoteles del Principado (29,5% del total de Hotelería). Le sigue los *Hoteles de Dos Estrellas* con un 9,3% sobre el total de plazas y las *Pensiones* con el antes ya referido 5,4%, donde 1.743 plazas son de pensiones de *Una Estrella* y 1.217 son de *Dos estrellas* (Figura 3.4).

FIGURA 3.3: OFERTA DE ALOJAMIENTOS DE HOTELERÍA EN ASTURIAS.

		1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
HOTELES	5 ESTRELLAS	268	268	270	270	272	270	272	272	394	398	398
	4 ESTRELLAS	1.296	1.296	1.253	1.293	1.388	1.531	1.559	1.571	1.571	1.388	1.650
	3 ESTRELLAS	2.802	2.999	3.671	3.579	3.712	4.100	3.949	4.452	4.921	5.517	5.872
	2 ESTRELLAS	1.673	2.227	2.536	2.891	3.028	3.338	3.909	4.227	4.470	4.805	5.118
	1 ESTRELLA	1.538	1.794	2.358	2.404	2.629	2.535	2.602	2.640	2.714	2.743	2.723
TOTAL		**7.577**	**8.584**	**10.088**	**10.437**	**11.029**	**11.774**	**12.291**	**13.162**	**14.070**	**14.851**	**15.761**
HOSTALES	2 ESTRELLAS	2.046	2.045	1.853	1.780	1.643	1.622	818	844	826	764	734
	1 ESTRELLA	810	836	633	645	641	634	627	524	471	471	462
TOTAL		**2.856**	**2.881**	**2.486**	**2.425**	**2.284**	**2.256**	**1.445**	**1.368**	**1.297**	**1.235**	**1.196**
PENSIONES		**3.513**	**3.553**	**3.807**	**2.857**	—	—	**2.714**	**2.831**	**2.856**	**2.893**	**2.960**

Dentro de esta oferta no se considera la Ciudad de Vacaciones de Perlora con unas plazas estimadas de 1.642

Dentro de los Hoteles, están incluidas también (cada uno en su categoría) el número de plazas de las Casonas Asturianas y los Hoteles-Apartamentos. Su desglose sería:

DESGLOSE						
	Casonas Asturianas			Hotel-Apartamento		
Categoría	1998	1999	2000	1998	1999	2000
5 Estrellas	—	—	—	—	—	—
4 Estrellas	36	36	36	—	—	—
3 Estrellas	225	240	334	335	355	378
2 Estrellas	161	183	200	423	411	506
1 Estrellas	—	—	—	71	71	71
Fuente: SITA; Dirección General de Comercio y Turismo del Principado de Asturias						

FIGURA 3.4: PLAZAS DE HOTELERÍA SEGÚN CATEGORÍAS.

		2000	% Asturias	% Categoría
HOTELES(*)	5 ESTRELLAS	398	0,7	2,5
	4 ESTRELLAS	1.650	3,0	10,5
	3 ESTRELLAS	5.872	10,6	37,3
	2 ESTRELLAS	5.118	9,3	32,5
	1 ESTRELLA	2.723	4,9	17,3
HOSTALES	2 ESTRELLAS	734	1,3	61,4
	1 ESTRELLA	462	0,8	38,6
PENSIONES	2 ESTRELLAS	1.743	2,2	41,1
	1 ESTRELLA	1.217	3,2	58,9
TOTAL ASTURIAS		55.250		

(*) En este grupo estaría Casonas Asturianas con un total 570 Plazas que a efectos de Registro oficial está dentro de la Categoría de Hoteles

Fuente: SITA; Dirección General de Comercio y Turismo (Diciembre 2000)

En cuanto al crecimiento de las distintas categorías en este último año, podemos ver como es en los *Hoteles de Cuatro Estrellas* donde se ha producido el mayor incremento relativo de plazas, con un 18,9% respecto a 1999. También en los *Hoteles de Tres Estrellas* y *Dos Estrellas* ha existido un incremento en la oferta pero más reducido que el anterior, con tasas del 6,4% y 6,5% respectivamente. Es en los *Hoteles de Una Estrella* donde se ha reducido la oferta, aunque muy levemente.

Por lo que se refiere a los Hostales, la reducción se produce sobre todo en los de *Dos Estrellas* disminuyendo sus plazas en un –3,9% respecto a 1999 (Figura 3.5).

FIGURA 3.5: EVOLUCIÓN TEMPORAL 1999-2000 DE PLAZAS SEGÚN CATEGORÍAS.

		1999	2000	% Δ Anual 00/99
HOTELES(*)	5 ESTRELLAS	398	398	0,0
	4 ESTRELLAS	1.388	1.650	18,9
	3 ESTRELLAS	5.517	5.872	6,4
	2 ESTRELLAS	4.805	5.118	6,5
	1 ESTRELLA	2.743	2.723	-0,7
HOSTALES	2 ESTRELLAS	764	734	-3,9
	1 ESTRELLA	471	462	-1,9
PENSIONES	2 ESTRELLAS	1.092	1.217	11,4
	1 ESTRELLA	1.801	1.743	-3,2

(*) En este grupo estaría Casonas Asturianas con un total 570 Plazas que a efectos de Registro oficial está dentro de la Categoría de Hoteles
Fuente: SITA; Dirección General de Comercio y Turismo (Diciembre 2000)

Hay que señalar que las evoluciones cuantitativas de reducciones e incrementos de la planta hotelera no sólo obedecen a aperturas o cierres de establecimientos sino que también se está produciendo un ajuste con procesos de sustitución en cuanto a las figuras. Es decir, alojamientos de menor categoría que mediante las oportunas reformas e inversiones han aumentado su capacidad y/o su nivel de servicio originándose, por tanto, un ajuste en la categoría del establecimiento y no tanto en la apertura de un nuevo establecimiento de alojamiento.

Por lo que se refiere a la situación geográfica, la distribución de las plazas a lo largo de la geografía asturiana es muy desigual. Siguiendo una agrupación de los Concejos en Asturias según Occidente, Centro y Oriente, apreciamos como se localiza el mayor número de plazas en la zona *Centro,* 11.162 plazas, es decir, el 56% del total de Asturias. El *Oriente* presenta una capacidad alojativa del 32,3% ofertando un total de 6.428 y ya en menor medida, la zona *Occidental* que representa el 11,7%, oferta 2.327 plazas de alojamiento de Hotelería (Figura 3.6).

FIGURA 3.6: PLAZAS DE HOTELERÍA POR ZONAS (2000).

ALOJAMIENTO	OCCIDENTE	CENTRO	ORIENTE	ASTURIAS
✦ HOTELES(*)	1.446	9.114	5.201	15.761
✦ HOSTALES	184	627	385	1.196
✦ PENSIONES	697	1.421	842	2.960
TOTAL HOTELERÍA	**2.327**	**11.162**	**6.428**	**19.917**
% HOTELERÍA SOBRE TOTAL DE HOTELERIA DE ASTURIAS	11,7%	56,0%	32,3%	100,0%
TOTAL PLAZAS DE ALOJAMIENTO (**)	**8.385**	**22.234**	**24.631**	**55.250**
% HOTELERÍA SOBRE EL TOTAL DE ALOJAMIENTOS EN ASTURIAS (**)	27,8%	50,2%	26,1%	36,0%

(*) En este grupo estaría Casonas Asturianas con un total 570 Plazas que a efectos de Registro oficial está dentro de la Categoría de Hoteles
(**) Dentro de esta oferta no se considera la Ciudad de Vacaciones de Perlora con unas plazas estimadas de 1.642
Fuente: SITA; Dirección General de Comercio y Turismo. (Diciembre 2000)

Los porcentajes relativos según cada tipo de alojamiento sobre el total de Asturias presentan unas características muy similares a las anteriormente mencionadas sobre su localización. Así en el caso de los Hoteles, el 57,9% de las plazas se encuentran en el *Centro* de la región, un 33% en el *Oriente* y el *Occidente* sólo oferta el 9,2% de las plazas. Una

distribución similar en cuanto a la mayor importancia del *Centro* siguen los Hostales y las Pensiones, aunque en esta última figura, existe un cierto equilibrio entre la oferta del *Oriente*, el 28,4% y el *Occidente* 23,5% (Figura 3.7).

FIGURA 3.7: PLAZAS DE HOTELERÍA POR ZONAS SOBRE ASTURIAS (%).

ALOJAMIENTO	OCCIDENTE	CENTRO	ORIENTE	ASTURIAS
✦ HOTELES(*)	9,2	57,8	33,0	**100,0**
✦ HOSTALES	15,4	52,4	32,2	**100,0**
✦ PENSIONES	23,5	48,0	28,4	**100,0**

(*) En este grupo estaría Casonas Asturianas con un total 570 Plazas que a efectos de Registro oficial está dentro de la Categoría de Hoteles
Fuente: SITA; Dirección General de Comercio y Turismo. (Diciembre 2000)

Atendiendo a la distribución de las plazas de alojamiento según cada zona en particular, se observa que en la zona Centro y en Oriente, esa distribución relativa es prácticamente igual, con cifras del 80% de las plazas de *Hoteles*, aproximadamente un 5%-6% en *Hostales* y un 12%-13% en *Pensiones*, mientras que en el Occidente aunque la mayor oferta también se localiza en los *Hoteles*, con un 62,1%, las *Pensiones* tienen un mayor peso relativo, del 30% sobre el total del Occidente (Figura 3.8).

FIGURA 3.8: PLAZAS DE HOTELERÍA SOBRE CADA ZONA %.

ALOJAMIENTO	OCCIDENTE	CENTRO	ORIENTE
✦ HOTELES(*)	62,1	81,7	80,9
✦ HOSTALES	7,9	5,6	6,0
✦ PENSIONES	30,0	12,7	13,1
TOTAL HOTELERÍA	100,0	100,0	100,0

(*) En este grupo estaría Casonas Asturianas con un total 570 Plazas que a efectos de Registro oficial está dentro de la Categoría de Hoteles
Fuente: SITA; Dirección General de Comercio y Turismo. (Diciembre 2000)

Realizando un análisis más profundo según las categorías de establecimientos que consideramos en cada grupo de Hotelería podemos

ver como existen diferencias no sólo cuantitativas sino también cualitativas según las categorías de referencia (Figura 3.9).

FIGURA 3.9: PLAZAS DE HOTELERÍA POR ZONAS SEGÚN CATEGORÍAS.

		OCCIDENTE	CENTRO	ORIENTE	2000
HOTELES(*)	5 ESTRELLAS	0	272	126	**398**
	4 ESTRELLAS	36	1450	164	**1.650**
	3 ESTRELLAS	211	3996	1665	**5.872**
	2 ESTRELLAS	585	2294	2239	**5.118**
	1 ESTRELLA	614	1102	1007	**2.723**
HOSTALES	2 ESTRELLAS	68	376	290	**734**
	1 ESTRELLA	116	251	95	**462**
PENSIONES		697	1421	842	**2.960**
TOTAL HOTELERÍA		**2.327**	**11.162**	**6.428**	**19.917**

(*) En este grupo estaría Casonas Asturianas con un total 570 Plazas que a efectos de Registro oficial está dentro de la Categoría de Hoteles
Fuente: SITA; Dirección General de Comercio y Turismo (Diciembre 2000)

La distribución relativa puede dar una visión más explícita sobre la composición de la Hotelería en Asturias. En término de plazas y según cada categoría, con excepción de los Cinco Estrellas que se corresponden con dos establecimientos: El Hotel Reconquista de Oviedo y el Parador Nacional de Cangas de Onís, en el resto de las categorías se ha de destacar como el grueso de la oferta de Cuatro Estrellas se encuentra en el *Centro* de la región con el 87,9% de las plazas, por un 9,9% en el *Oriente* y un 2,2% en el *Occidente*. El 68,1% de las plazas de Tres

Estrellas se ofertan en el *Centro* de Asturias, mientras que el *Oriente* alcanza el 28,4% por un 11,4% del *Occidente*. Existe un reparto más equilibrado en las categorías medias bajas como son los Hoteles de Dos y Una estrella, aunque sigue predominando el Centro como principal localización de la oferta (Figura 3.10).

FIGURA 3.10: PLAZAS DE HOTELERÍA SEGÚN CATEGORÍAS POR ZONAS SOBRE ASTURIAS (%).

		OCCIDENTE	CENTRO	ORIENTE	Asturias
HOTELES(*)	5 ESTRELLAS	0,0	68,3	31,7	100,0
	4 ESTRELLAS	2,2	87,9	9,9	100,0
	3 ESTRELLAS	3,6	68,1	28,4	100,0
	2 ESTRELLAS	11,4	44,8	43,7	100,0
	1 ESTRELLA	22,5	40,5	37,0	100,0
HOSTALES	2 ESTRELLAS	9,3	51,2	39,5	100,0
	1 ESTRELLA	25,1	54,3	20,6	100,0
PENSIONES		23,5	48,0	28,4	100,0

(*) En este grupo estaría Casonas Asturianas con un total 570 Plazas que a efectos de Registro oficial está dentro de la Categoría de Hoteles

Fuente: SITA; Dirección General de Comercio y Turismo (Diciembre 2000)

Si ese análisis lo enfocamos desde la perspectiva de cada zona de forma individual, se puede observar que existen diferencias entre las mismas:

- En el Occidente nos encontramos con una oferta de Hotelería de carácter medio-bajo, donde los hoteles de *Una Estrella* suponen el 26,4% y los de *Dos Estrellas* el 25,1%, pero la mayor oferta a título individual se concentra en las *Pensiones* que alcanzan un 30%.
- El Oriente presenta una elevada oferta de alojamiento de *Dos Estrellas*, con un 34,8% de las plazas, pero al contrario que en el Occidente, la oferta de establecimientos de *Tres Estrellas* alcanza el 25,9%, disminuyendo a su vez la oferta de *Pensiones* situándose la misma en un 13,1% sobre el total de la zona.
- La zona Centro se caracteriza por una oferta centrada en los hoteles de *Tres Estrellas*, con el 35,8%, seguida de *Dos estrellas* con un 20,6% y de *Cuatro Estrellas* con un 13,0%. También existe un porcentaje importante de *Pensiones*, el 12,7%, pero se diferencia esta zona por una mayor diversidad en cuanto a la oferta de distintas categorías de alojamiento (Figura 3.11)

FIGURA 3.11: PLAZAS DE HOTELERÍA POR ZONAS SEGÚN CATEGORÍAS (%).

		OCCIDENTE	CENTRO	ORIENTE
HOTELES(*)	5 ESTRELLAS	0,0	2,4	2,0
	4 ESTRELLAS	1,5	13,0	2,6
	3 ESTRELLAS	9,1	35,8	25,9
	2 ESTRELLAS	25,1	20,6	34,8
	1 ESTRELLA	26,4	9,9	15,7
HOSTALES	2 ESTRELLAS	2,9	3,4	4,5
	1 ESTRELLA	5,0	2,2	1,5
PENSIONES		30,0	12,7	13,1
TOTAL HOTELERÍA		100,0	100,0	100,0

(*) En este grupo estaría Casonas Asturianas con un total 570 Plazas que a efectos de Registro oficial está dentro de la Categoría de Hoteles

Fuente: SITA; Dirección General de Comercio y Turismo (Diciembre 2000)

Si analizamos las plazas existentes de Hotelería por municipios nos encontramos que *Gijón* es el concejo de Asturias que oferta cuantitativamente un mayor número de plazas, con 3.473, es decir, el 17,4%, seguido de *Oviedo* con 2.938 plazas, un 14,8% y *Llanes* con 2.079 plazas de alojamiento que equivale al 10,4% del total de Hotelería de Asturias. La atomización de la oferta es tan elevada que 46 municipios asturianos presentan unos porcentajes de oferta inferiores a 0,9%, mientras que 11 concejos no tienen oferta alguna de alojamientos de Hotelería (Figura 3.12 - 13).

FIGURA 3.12: PLAZAS DE HOTELERÍA POR MUNICIPIOS.

Concejo	Plazas	%
GIJÓN	3.473	17,4%
OVIEDO	2.938	14,8%
LLANES	2.079	10,4%
CANGAS DE ONÍS	1.488	7,5%
SIERO	753	3,8%
RIBADESELLA	746	3,7%
CABRALES	682	3,4%
CUDILLERO	520	2,6%
VALDÉS	519	2,6%
VILLAVICIOSA	463	2,3%
CARREÑO	457	2,3%
NAVIA	432	2,2%
CASTRILLÓN	376	1,9%
RIBADEDEVA	338	1,7%
AVILÉS	326	1,6%
CANGAS DEL NARCEA	261	1,3%
COLUNGA	230	1,2%
PARRES	215	1,1%
SOMIEDO	209	1,0%
LLANERA	194	1,0%
RESTO DE MUNICIPIOS	3.218	16,2%

Fuente: SITA; Dirección General de Comercio y Turismo (Diciembre 2000)

FIGURA 3.13: PLAZAS DE HOTELERÍA SEGÚN CATEGORÍA POR MUNICIPIOS (2000).

	PLAZAS	H 5*	H 4*	H 3*	H 2*	H 1*	HS 2ESTR	HS 1ESTR	P
GIJÓN	3.473	-	884	1.276	636	213	138	27	299
OVIEDO	2.938	272	566	1.154	244	186	42	73	401
LLANES	2.079	-	-	760	704	232	91	-	292
CANGAS DE ONÍS	1.488	126	-	257	654	339	-	-	112
SIERO	753	-	-	247	149	36	87	53	181
RIBADESELLA	746	-	164	87	306	73	43	33	40
CABRALES	682	-	-	129	182	124	24	32	191
CUDILLERO	520	-	-	36	219	143	14	-	108
VALDÉS	519	-	-	76	152	139	44	16	92
VILLAVICIOSA	463	-	-	178	144	82	24	-	35
CARREÑO	457	-	-	385	32	18	-	-	22
NAVIA	432	-	-	111	77	107	-	23	114
CASTRILLÓN	376	-	-	159	130	56	-	23	8
RIBADEDEVA	338	-	-	257	51	-	-	-	30
AVILÉS	326	-	-	202	28	-	-	-	96
CANGAS DEL NARCEA	261	-	-	-	70	45	-	30	116
COLUNGA	230	-	-	64	62	48	-	30	26
PARRES	215	-	-	35	84	13	57	-	26
SOMIEDO	209	-	-	-	127	10	-	-	72
LLANERA	194	-	-	178	-	-	-	-	16
GOZON	172	-	-	53	114	5	-	-	-
LENA	162	-	-	-	153	9	-	-	-
CASTROPOL	159	-	-	24	46	48	-	-	41
SALAS	158	-	-	31	67	43	-	-	17
PILOÑA	156	-	-	22	10	40	35	-	49
TAPIA DE CASARIEGO	145	-	-	-	45	100	-	-	-
PEÑAMELLERA BAJA	135	-	-	54	63	-	18	-	-
MIERES	127	-	-	-	7	-	29	56	35
NOREÑA	126	-	-	-	126	-	-	-	-
PEÑAMELLERA ALTA	126	-	-	-	41	14	22	-	49
TINEO	123	-	-	-	-	64	-	-	59
GRADO	121	-	-	-	57	53	-	-	11
EL FRANCO	99	-	-	-	14	14	-	-	71
ONÍS	90	-	-	-	50	40	-	-	-
VEGADEO	89	-	-	-	-	21	24	-	44
GRANDAS DE SALIME	87	-	-	-	28	-	-	-	59
LANGREO	87	-	-	-	26	59	-	-	2
TARAMUNDI	87	-	36	-	47	-	-	-	4
COAÑA	84	-	-	-	55	29	-	-	-

PONGA	82	-	-	-	32	30	-	-	20
NAVA	76	-	-	76	-	-	-	-	-
ALLER	74	-	-	-	-	66	-	-	8

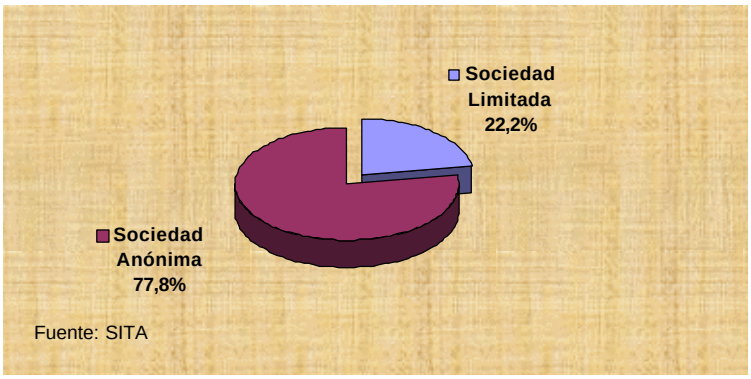
CONTINUACIÓN	PLAZAS	H 5*	H 4*	H 3*	H 2*	H 1*	HS 2ESTR	HS 1ESTR	P
CASO	69	-	-	-	26	17	18	-	8
PRAVIA	62	-	-	21	-	-	-	19	22
SAN MARTÍN DEL REY AURELIO	51	-	-	-	-	51	-	-	-
IBIAS	48	-	-	-	-	-	-	-	48
ALLANDE	47	-	-	-	-	-	-	47	-
STA_ EULALIA DE OSCOS	44	-	-	-	17	27	-	-	-
BOAL	42	-	-	-	9	20	-	-	13
CARAVIA	38	-	-	-	-	38	-	-	-
BELMONTE DE MIRANDA	32	-	-	-	9	23	-	-	-
TEVERGA	26	-	-	-	-	11	-	-	15
SOTO DEL BARCO	24	-	-	-	-	-	24	-	-
AMIEVA	23	-	-	-	-	16	-	-	7
PROAZA	21	-	-	-	-	21	-	-	-
MUROS DEL NALON	18	-	-	-	-	-	-	-	18
VILLAYON	18	-	-	-	-	-	-	-	18
VILLANUEVA DE OSCOS	15	-	-	-	15	-	-	-	-
CABRANES	14	-	-	-	-	-	-	-	14
QUIROS	12	-	-	-	-	-	-	-	12
DEGAÑA	11	-	-	-	-	-	-	-	11
SAN MARTIN DE OSCOS	10	-	-	-	10	-	-	-	-
CORVERA DE ASTURIAS	8	-	-	-	-	-	-	-	8
LAVIANA	7	-	-	-	-	-	-	-	7
SAN TIRSO DE ABRES	7	-	-	-	-	-	-	-	7
SOBRESCOBIO	6	-	-	-	-	-	-	-	6
BIMENES	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CANDAMO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ILLANO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ILLAS	-	-	-	-	-	-	-	-	-
LAS REGUERAS	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MORCÍN	-	-	-	-	-	-	-	-	-
MUROS DE NALÓN	-	-	-	-	-	-	-	-	-
PESOZ	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RIOSA	-	-	-	-	-	-	-	-	-
SANTO ADRIANO	-	-	-	-	-	-	-	-	-
YERMES Y TAMEZA	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL HOTELERÍA	19.917	398	1.650	5.872	5.118	2.723	734	462	2.960

III.2.- Análisis de los alojamientos de Hotelería.

III.2.1.- Hoteles de 5 y 4 Estrellas.

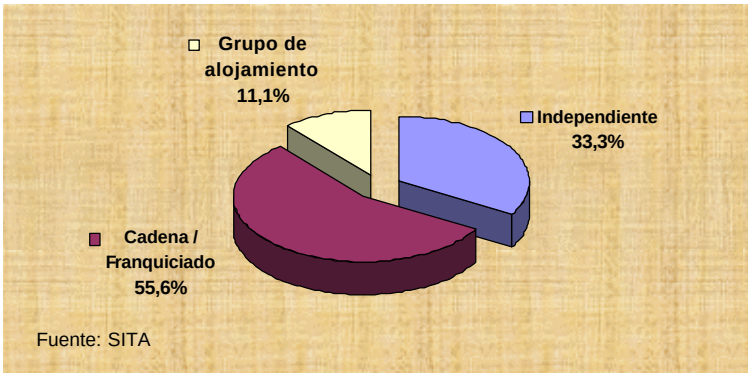
El grupo de hoteles de 5 y 4 estrellas presentan unos tamaños medios en cuanto a capacidad superiores al resto de categorías. Suelen revestir forma jurídica de sociedad mercantil, predominando la *Sociedad Anónima* (Figura 3.14).

FIGURA 3.14: FORMA JURÍDICA.



Se trata de establecimientos que en la mayoría de los casos son *franquiciados* ya que tan sólo un tercio son *Independientes* y uno de cada diez pertenece a un *Grupo de Alojamiento*. A pesar de todo, es en este segmento de gama alta donde se detecta un mayor peso de los grupos y sistemas de integración contractual (Figura 3.15).

FIGURA 3.15: INTEGRACIÓN EMPRESARIAL



El asociacionismo sectorial alcanza a todos los establecimientos, destacando la afiliación a la *Unión Hotelera*, el 55,6% y a la *Asociación de Hostelería del Principado de Asturias*, el 33,3%. Las asociaciones comarcales o locales tienen una importancia menor.

Por otro lado, más de un 11% de los hoteles de 5 y 4 estrellas presentan discontinuidades temporales en su explotación, permaneciendo cerrados una parte del año (Figura 3.16).

FIGURA 3.16: PERIODO DE APERTURA

Este tipo de hoteles presenta una gran heterogeneidad en cuanto a su dimensión y volumen de actividad. La media sobrepasa las 186

plazas, aunque con una apreciable dispersión en torno a esta cifra (Figura 3.17).

FIGURA 3.17: DIMENSIÓN

	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLAZAS	186,22	66,67
HABITACIONES INDIVIDUALES	8,43	9,90
HABITACIONES DOBLES	88,78	34,49
Fuente: SITA		

Por su parte, la facturación también refleja las diferencias en tamaño, situándose la mayor parte de los establecimientos en el tramo de los 301 a 401 millones de pesetas de facturación (Figura 3.18).

FIGURA 3.18: FACTURACIÓN

	% SOBRE TOTAL
DE 201 A 301 MILLONES	25,0
DE 301 A 401 MILLONES	50,0
MÁS DE 1000 MILLONES	25,0
Fuente: SITA2,8	

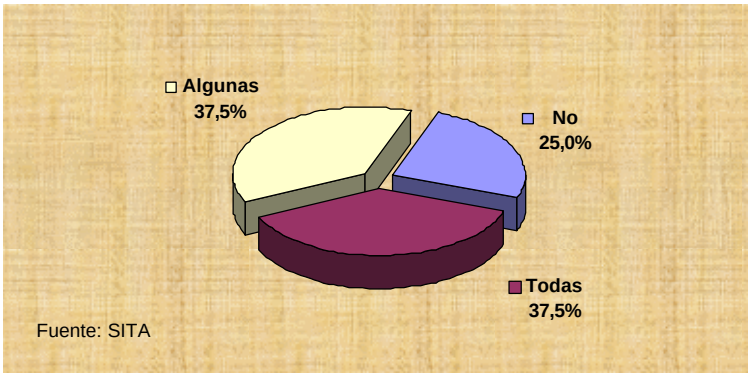
La plantilla media es de unos 53 trabajadores en temporada alta, que se ven reducidos en un 56% en los periodos de temporada baja. La estacionalidad supone, pues, una adecuación muy acusada de los recursos humanos. Al ser establecimientos de cierta dimensión, el peso del *Empresario* y sus *Familiares* dentro del total de la plantilla es reducido con 0,44 personas de media (Figura 3.19).

FIGURA 3.19: RECURSOS HUMANOS

	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLANTILLA EN TEMPORADA ALTA	53,67	31,95
PLANTILLA EN TEMPORADA BAJA	30,22	19,83
Fuente: SITA		

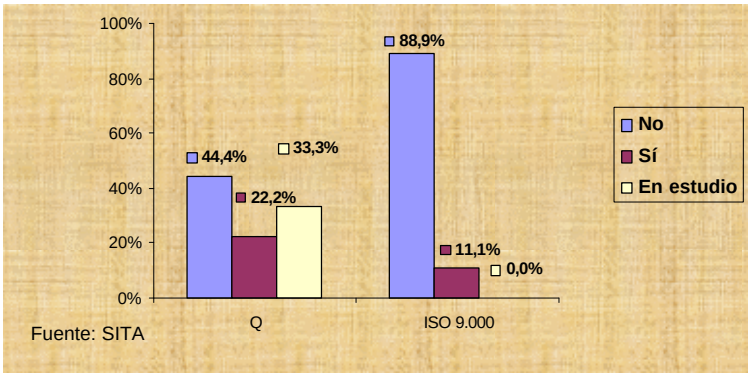
El 88,9% de los hoteles participaron en actividades de formación de sus recursos humanos durante el ejercicio, destacando que un elevado porcentaje de las acciones formativas fueron subvencionadas en su totalidad o en parte, por lo que muy pocas empresas soportaron íntegramente el coste de la formación (Figura 3.20).

FIGURA 3.20: SUBVENCIONES A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN



Las certificaciones de calidad comienzan a penetrar en este segmento, predominando el interés por la Q. A pesar de que por el momento sólo un 22,2% de los establecimientos han conseguido una acreditación Q de calidad, es halagüeño que otro 33,3% esté trabajando en este área (Figura 3.21).

FIGURA 3.21: CERTIFICACIÓN DE CALIDAD



En cuanto al equipamiento tecnológico, la totalidad de los establecimientos disponen de *Fax, sistema informático*, conexión a *Internet* y *Datáfono* para el pago con tarjetas (Figura 3.22).

FIGURA 3.22: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO

	% SOBRE TOTAL
FAX / TELEX	100,0
SISTEMA INFORMÁTICO (MONOPUESTO O RED)	100,0
ACCESO A INTERNET / CORREO ELECTRÓNICO	100,0
TPV (PAGO CON TARJETAS)	100,0

Fuente: SITA

Las actividades de ocio complementarias están bastante extendidas, ya que el 77,8% de los hoteles de este segmento las ofrece directamente o en colaboración con empresas especializadas. Esta última opción es la más utilizada, el 85,7%, ya que una parte significativa de estos hoteles están situados en núcleos urbanos y su clientela no demanda actividades de deporte o naturaleza directamente en el establecimiento sino que acude a empresas especializadas. Las más citadas son, por este orden,

las *Rutas guiadas*, los *Paseos a caballo*, las *Actividades acuáticas/canoas* y el *Turismo de Aventura*.

Respecto a las actividades comerciales, se trata de hoteles que utilizan con frecuencia herramientas publicitarias y de promoción. El uso de *Talones / Bonos* y la comercialización a través de intermediarios turísticos está generalizada. También es elevada la proporción de hoteles que ofrecen *Promociones de fin de semana*. (Figura 3.23).

FIGURA 3.23: ACCIONES COMERCIALES

	% SOBRE EL TOTAL
CENTRALES DE RESERVA	77,8
CENTRALES DE RESERVAS POR INTERNET	88,9
TALONES / BONOS	100,0
PROMOCIONES FIN DE SEMANA	77,8
PRESENCIA EN FOLLETOS DE AA.VV.	100,0

Fuente: SITA

El presupuesto anual asignado a publicidad es elevado, alcanzando una media de 5.491.667 pesetas. La mayoría de los establecimientos recurren a la edición de *Folletos* y a los anuncios en *Prensa* y *Revistas* como medios publicitarios principales (Figura 3.24).

FIGURA 3.24: PUBLICIDAD

	% SOBRE EL TOTAL
FOLLETOS	88,9
PRENSA	55,6
REVISTAS	55,6
RADIO	44,4
LIBROS/GUÍAS TURÍSTICAS	44,4
PÁGINA WEB	44,4
OTROS MEDIOS PUBLICITARIOS	33,3
Fuente: SITA	

Un porcentaje muy significativo de los hoteles de 5 y 4 estrellas invirtieron durante el ejercicio en el *Mantenimiento y Renovación de sus instalaciones* tanto del edificio como de los equipamientos. Destaca la *Inversión en equipamientos* con una media de 15.666.667 pesetas. En conjunto, el 12,5% recibió algún tipo de *Subvención pública* para acometer las inversiones (Figura 3.25).

FIGURA 3.25: INVERSIONES REALIZADAS

	% SOBRE EL TOTAL	INVERSIÓN MEDIA
AMPLIACIÓN	11,1	—
MANTENIMIENTO (EDIFICIO)	66,7	9.050.000
MANTENIMIENTO (EQUIPAMIENTOS)	44,4	15.666.667
OTRAS INVERSIONES	22,2	—
Fuente: SITA		

Los *Precios medios de una habitación doble* en cada temporada se detallan en la Figura 3.26. No obstante, se trata de una cifra media meramente indicativa ya que existe un amplio rango de variación.

FIGURA 3.26: PRECIOS

PRECIO DE LA HABITACIÓN DOBLE (SIN DESAYUNO)	MEDIA
EN TEMPORADA ALTA	18.441
EN TEMPORADA BAJA	15.396
Fuente: SITA	

Prácticamente todas las habitaciones de este grupo de hoteles disponen de *Teléfono* y *Televisión*. La *Limpieza de ropa* y el *Alquiler de salones* son otros servicios habituales. Cabe destacar, además, que la mayoría de estos establecimientos cuentan con un negocio de restauración abierto al público general (Figuras 3.27 - 28).

FIGURA 3.27: EQUIPAMIENTO DE LAS HABITACIONES

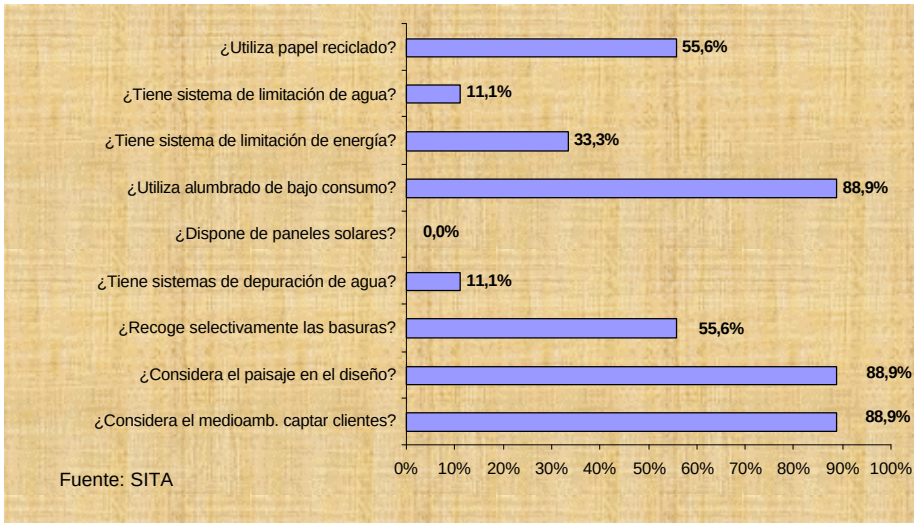
	TODAS LAS HABITACIONES	EN ALGUNAS HABITACIONES
TELÉFONO	88,9	11,1
TELEVISIÓN	88,9	11,1
Fuente: SITA		

FIGURA 3.28: OTROS SERVICIOS OFRECIDOS

	% SOBRE EL TOTAL
LIMPIEZA DE ROPA	88,9
SALONES	88,9
RESTAURACIÓN PARA PERSONAS NO HOSPEDADAS	77,8
Fuente: SITA	

Respecto a la *Política de sostenibilidad medioambiental* seguida por este tipo de establecimientos lo más destacable es la amplia sensibilización a la hora de considerar criterios paisajísticos en el diseño de nuevas instalaciones y la importancia clave de la variable medioambiental para atraer nuevos clientes, así como la utilización de alumbrado de bajo consumo (Figura 3.29).

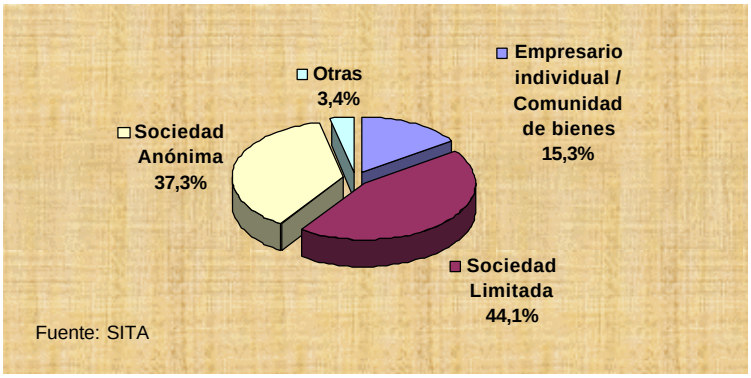
FIGURA 3.29: POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL



III.2.2.- Hoteles de 3 Estrellas.

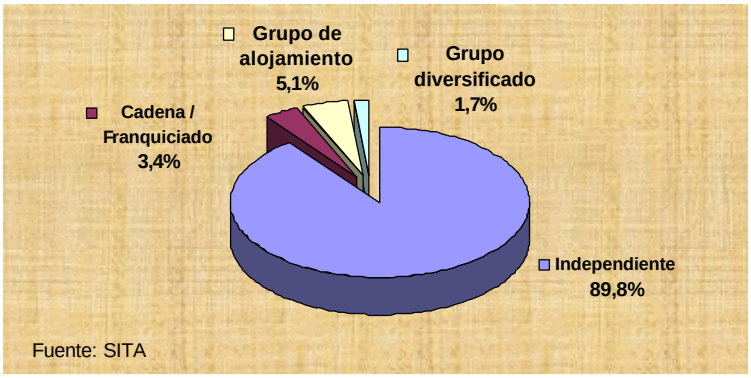
En los Hoteles de tres estrellas predominan las formas societarias, alcanzando la *Sociedad limitada* el 44,1% y la *Sociedad anónima* el 37,3%. Las firmas que operan como empresarios individuales y comunidades de bienes son más minoritarias, el 15,3% (Figura 3.30).

FIGURA 3.30: FORMA JURÍDICA.



Cabe resaltar que este conjunto de hoteles está constituido, casi exclusivamente, por establecimientos *Independientes* (Figura 3.31). Este hecho es una consecuencia de que las *Cadenas hoteleras* se han centrado, hasta ahora, en la gama superior de alojamientos.

FIGURA 3.31: INTEGRACIÓN EMPRESARIAL.



El nivel de asociacionismo es elevado, siendo casi más de dos tercios del total de Hoteles de tres estrellas los afiliados a alguna entidad patronal, en concreto un 71,2%. La *Asociación Empresarial de Hostelería del Principado de Asturias* y la *Unión Hotelera* congregan a la mayor parte de los inscritos.

El porcentaje de estos establecimientos que cierra una parte del año es similar al de los hoteles de 5 y 4 estrellas. La mayoría de los Hoteles de 3 estrellas, el 89,9% permanecen abiertos durante todo el año (Figura 3.32).

FIGURA 3.32: PERIODO DE APERTURA.

Las figuras 3.33 y 3.34 permiten ilustrar la gran variabilidad existente en el tamaño y volumen de actividad de estos hoteles. El número medio de plazas es de casi 108. Por otro lado, el 21,9% de los hoteles sobrepasan los 100 millones de ventas al año, siendo la facturación más frecuente la del tramo de 21 a 51 millones.

FIGURA 3.33: DIMENSIÓN.

	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLAZAS	107,83	215,34
HABITACIONES INDIVIDUALES	9,17	18,27
HABITACIONES DOBLES	36,42	29,50
Fuente: SITA		

FIGURA 3.34: FACTURACIÓN.

	% SOBRE TOTAL
DE 3 A 6 MILLONES	6,3
DE 6 A 11 MILLONES	15,6
DE 11 A 21 MILLONES	18,8
DE 21 A 51 MILLONES	21,9
DE 51 A 101 MILLONES	15,6
DE 101 A 151 MILLONES	6,3
DE 151 A 201 MILLONES	9,4
DE 301 A 401 MILLONES	3,1
DE 601 A 701 MILLONES	3,1
Fuente: SITA	

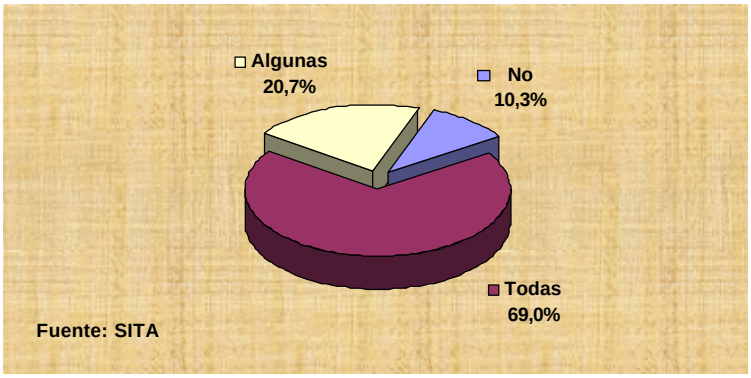
El número medio de personas que trabajan en estos hoteles en temporada alta se situó en 17,37, dato ostensiblemente superior al de la temporada baja. La contribución del *Empresario* y sus *Familiares* a los recursos humanos es de 1,02 personas. El carácter estacional del negocio provoca que casi la mitad de la plantilla esté formada por *Personal temporal* (Figura 3.35).

FIGURA 3.35: RECURSOS HUMANOS.

	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLANTILLA EN TEMPORADA ALTA	17,37	16,58
PLANTILLA EN TEMPORADA BAJA	10,46	9,53
Fuente: SITA		

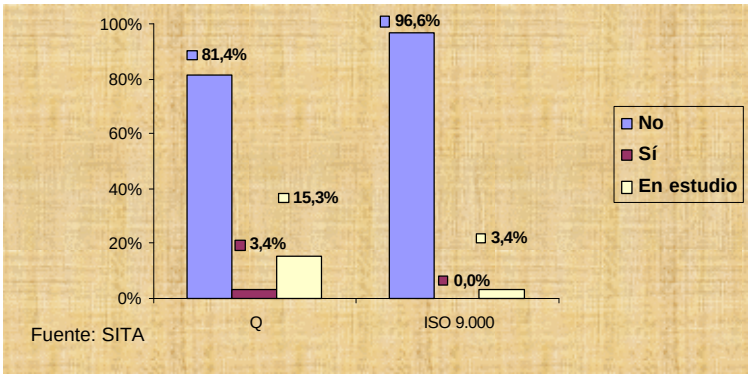
Algo más de la mitad de los Hoteles de 3 estrellas, el 51,8% llevan a cabo acciones de formación continua. Por otro lado, estas empresas no suelen asumir el coste financiero directo de la formación, optando básicamente por acciones formativas subvencionadas (Figuras 3.36).

FIGURA 3.36: SUBVENCIONES A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN.



Las certificaciones de calidad están poco presentes en este segmento, tan sólo el 3,4% tiene la *Q* de calidad, si bien existe una pequeña proporción de hoteles de estas categorías que se encuentran en proceso de estudio de implantación de certificaciones de calidad (Figura 3.37).

FIGURA 3.37: CERTIFICACIÓN DE CALIDAD.



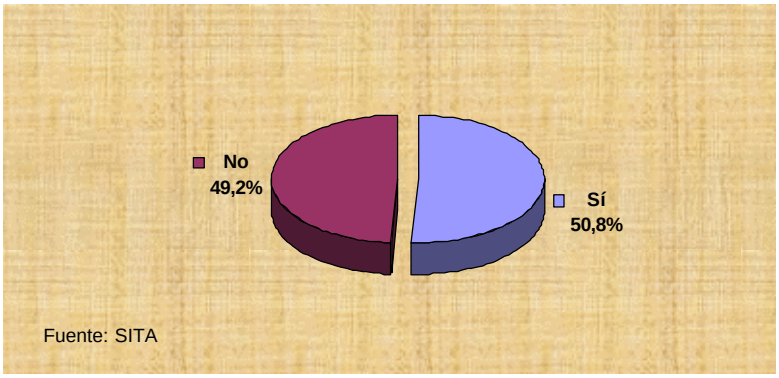
En cuanto a los equipos para el tratamiento y transmisión de información, el *Telex o Fax* y los *Sistemas para el pago electrónico* están disponibles en gran parte de los establecimientos. A destacar también que el 66,1% de los establecimientos dispone de correo electrónico y acceso a *Internet* (Figura 3.38).

FIGURA 3.38: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO.

	% SOBRE TOTAL
FAX / TELEX	96,6
SISTEMA INFORMÁTICO (MONOPUESTO O RED)	84,7
ACCESO A INTERNET / CORREO ELECTRÓNICO	66,1
TPV (PAGO CON TARJETAS)	96,6
Fuente: SITA	

Las actividades de ocio y tiempo libre son ofrecidas por aproximadamente la mitad de los hoteles de estas categorías, utilizándose en la mayor parte de los casos empresas de turismo activo para prestar servicios como los *Paseos a caballo*, las *Actividades acuáticas/canoas* y las *Rutas guiadas* (Figura 3.39).

FIGURA 3.39: ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS.



Una buena parte de los establecimientos no lleva a cabo una política activa de comercialización. Los datos de la Figura 3.40 vienen a confirmar este aspecto: únicamente la utilización de *Talones /Bonos* y la *Presencia en folletos de AA.VV.* es relevante.

FIGURA 3.40: ACCIONES COMERCIALES.

	% SOBRE EL TOTAL
CENTRALES DE RESERVA	47,5
CENTRALES DE RESERVAS POR INTERNET	40,7
TALONES / BONOS	79,7
PROMOCIONES FIN DE SEMANA	59,3
PRESENCIA EN FOLLETOS DE AA.VV.	86,4
Fuente: SITA	

El gasto anual en publicidad es considerablemente inferior al de los Hoteles de 5 y 4 estrellas y asciende, de media, a 567.102 pesetas. Los medios más utilizados son la edición de *Folletos* y los anuncios en *Prensa*. Sin embargo, sólo un tercio de los hoteles está presente en *Internet* a través de una pagina web (Figura 3.41).

FIGURA 3.41: PUBLICIDAD.

	% SOBRE EL TOTAL
FOLLETOS	96,2
PRENSA	67,3
REVISTAS	44,2
RADIO	30,8
LIBROS/GUÍAS TURÍSTICAS	38,5
PÁGINA WEB	38,5
OTROS MEDIOS PUBLICITARIOS	36,5

Fuente: SITA

En cuanto al comportamiento inversor de los Hoteles de tres estrellas, una amplia mayoría dedica una partida, nada desdeñable si se relaciona con las cifras de facturación, a inversiones de *Mantenimiento de las instalaciones*. En el caso de establecimientos nuevos, la inversión total realizada fue de 200.625.000 pesetas de media. Finalmente, una de cada cinco empresas recibieron algún tipo de *Subvención* por las inversiones realizadas (Figura 3.42).

FIGURA 3.42: INVERSIONES REALIZADAS.

	% SOBRE EL TOTAL	INVERSIÓN MEDIA
AMPLIACIÓN	2,3	—
MANTENIMIENTO (EDIFICIO)	75,0	15.968.636
MANTENIMIENTO (EQUIPAMIENTOS)	40,9	2.250.000
OTRAS INVERSIONES	20,5	—

Fuente: SITA

El *Precio de una habitación doble* se recoge en la Figura 3.43 para temporada alta y baja. Es relevante que, dada a la marcada estacionalidad que afecta a muchos de estos establecimientos, en temporada baja el precio sufre una disminución del 26%.

FIGURA 3.43: PRECIOS.

PRECIO DE LA HABITACIÓN DOBLE (SIN DESAYUNO)	MEDIA
EN TEMPORADA ALTA	12.763
EN TEMPORADA BAJA	9.489
Fuente: SITA	

El equipamiento muestra cifras bastante elevadas, teniendo teléfono y televisión casi todas las habitaciones. En relación con los hoteles de categorías superiores existe una menor disponibilidad de servicios como la *Limpieza de ropa* o el *Alquiler de salones*. A destacar también, que la restauración para terceros constituye una actividad complementaria para la mayor parte de estos hoteles (Figuras 3.44 - 45).

FIGURA 3.44: EQUIPAMIENTO DE LAS HABITACIONES

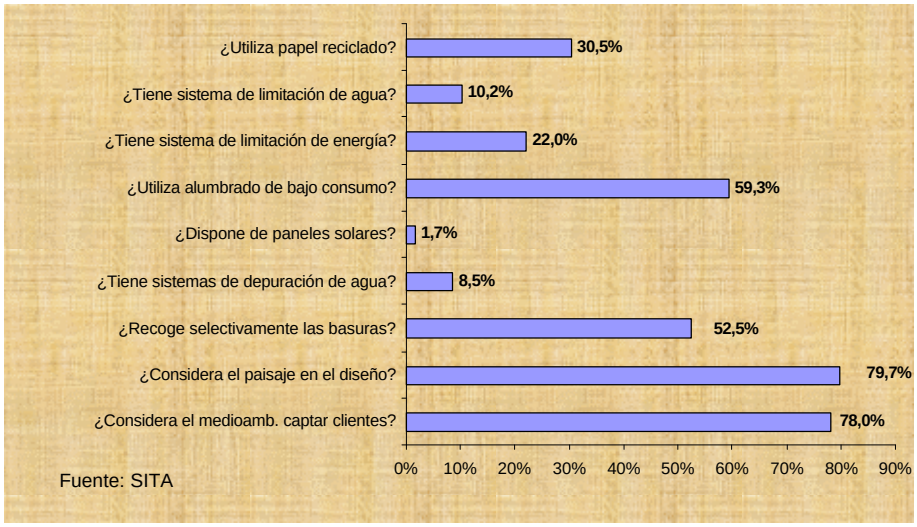
	TODAS LAS HABITACIONES	EN ALGUNAS HABITACIONES	DE USO COMÚN
TELÉFONO	94,9	1,7	3,4
TELEVISIÓN	98,3	1,7	—
Fuente: SITA			

FIGURA 3.45: OTROS SERVICIOS OFRECIDOS.

	% SOBRE EL TOTAL
LIMPIEZA DE ROPA	87,9
SALONES	82,5
RESTAURACIÓN PARA PERSONAS NO HOSPEDADAS	70,7
Fuente: SITA	

En materia de política medioambiental, las acciones más importantes son la consideración del paisaje en el diseño del edificio y de que un cuidado medioambiente es fundamental para la captación de nuevos clientes, no así la instalación de paneles solares y los sistemas de depuración de agua.

FIGURA 3.46: POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL.



III.2.3.- Hoteles de 2 Estrellas.

Los Hoteles de 2 estrellas constituyen el grupo más numeroso de establecimientos dentro de la Hotelería, con un tamaño reducido y repartidos por toda la geografía asturiana. La mitad de las empresas operan bajo la forma de empresario *Individual* o *Comunidad de bienes*, mientras que prácticamente la otra mitad está conformada por sociedades mercantiles fundamentalmente *Sociedades Limitadas*. Otro rasgo relevante es que la práctica totalidad de los Hoteles de 2 estrellas son establecimientos *Independientes* (Figuras 3.47 y 3.48).

FIGURA 3.47: FORMA JURÍDICA.

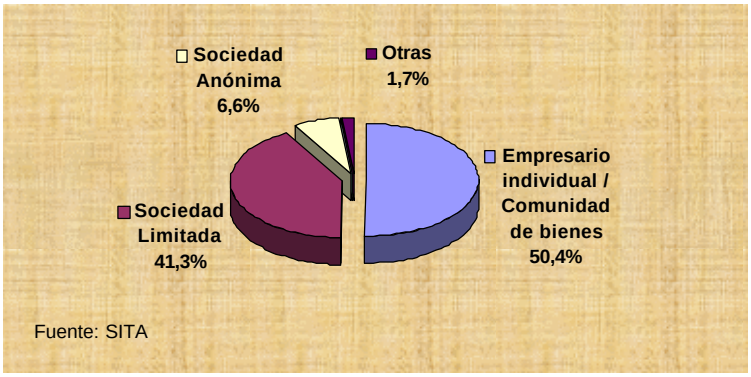
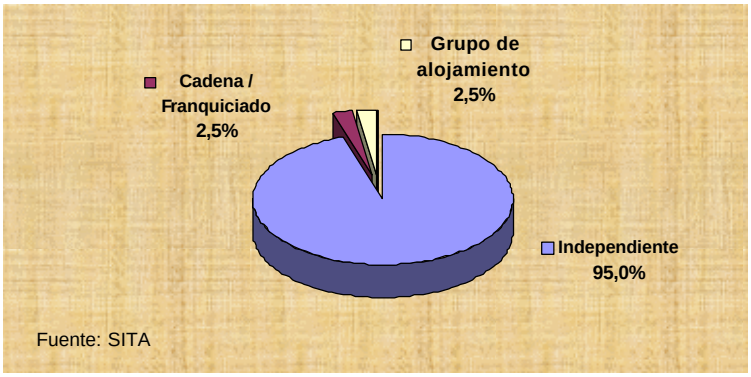
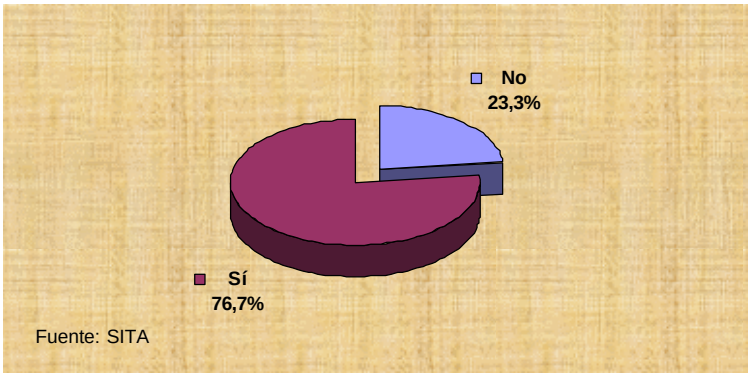


FIGURA 3.48: INTEGRACIÓN EMPRESARIAL.



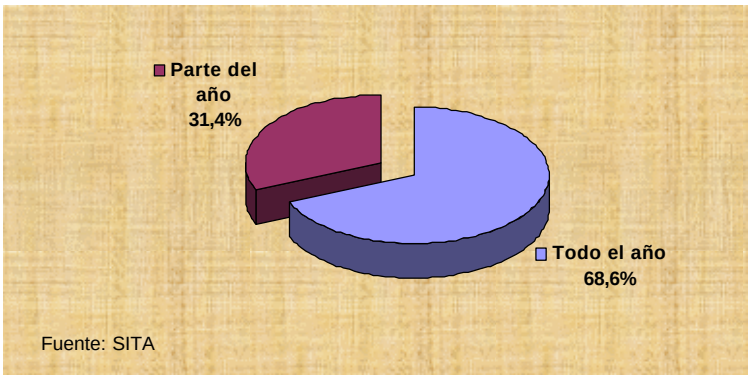
El grado de asociacionismo observado es elevado, ya que el 76,7% de los establecimientos pertenecen a alguna organización empresarial. La entidad que aglutina a un mayor número de hoteles de 2 estrellas es la *Asociación de Hostelería de Asturias*, seguida a más distancia por la *Unión Hotelera*. Además, en este segmento existe gran afiliación a asociaciones de tipo local o comarcal, algo casi inexistente en los hoteles de mayor categoría (Figura 3.49)

FIGURA 3.49: PERTENENCIA A ASOCIACIONES PATRONALES.



En este tipo de alojamientos se detecta una incidencia de la estacionalidad más elevada que la de los hoteles de mayor categoría: cerca del 31% de las empresas cierra una parte del año (Figura 3.50).

FIGURA 3.50: PERIODO DE APERTURA.



En cuanto la dimensión, el número medio de plazas disponibles por establecimiento asciende a 31 y el de habitaciones dobles a 13. Se trata, pues, de empresas fundamentalmente pequeñas, como también lo atestiguan las cifras de facturación. Sólo el 3,8% de los Hoteles de 2 estrellas superan los 51 millones de facturación (Figuras 3.51 - 52).

FIGURA 3.51: DIMENSIÓN.

	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLAZAS	31,43	29,16
HABITACIONES INDIVIDUALES	3,91	8,39
HABITACIONES DOBLES	13,48	9,47

Fuente: SITA

FIGURA 3.52: FACTURACIÓN.

	% SOBRE TOTAL
HASTA 3 MILLONES	23,8
DE 3 A 6 MILLONES	26,3
DE 6 A 11 MILLONES	20,0
DE 11 A 21 MILLONES	15,0
DE 21 A 51 MILLONES	11,3
DE 51 A 101 MILLONES	1,3
DE 201 A 301 MILLONES	2,5
Fuente: SITA	

Estos establecimientos son atendidos por un limitado número de personas, destacando la participación del empresario y sus familiares en la estructura de la plantilla, siendo resto de la fuerza de trabajo mayoritariamente *Temporal*. Asimismo, la estacionalidad tiene una alta incidencia en el empleo, ya que la plantilla media disminuye en un 40% en temporada baja (Figura 3.53).

FIGURA 3.53: RECURSOS HUMANOS

	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLANTILLA EN TEMPORADA ALTA	6,37	5,14
PLANTILLA EN TEMPORADA BAJA	3,83	3,65
Fuente: SITA		

Únicamente un 47,1% de estos establecimientos, envió a algún miembro de su plantilla a cursos de formación durante el ejercicio. Además, dichos cursos estuvieron mayoritariamente subvencionados. Por otra parte, la totalidad de los establecimientos carece de certificados de

calidad, si bien se detecta un cierto interés por la implantación de los mismos (Figura 3.54 / 3.55).

FIGURA 3.54: SUBVENCIONES A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN.

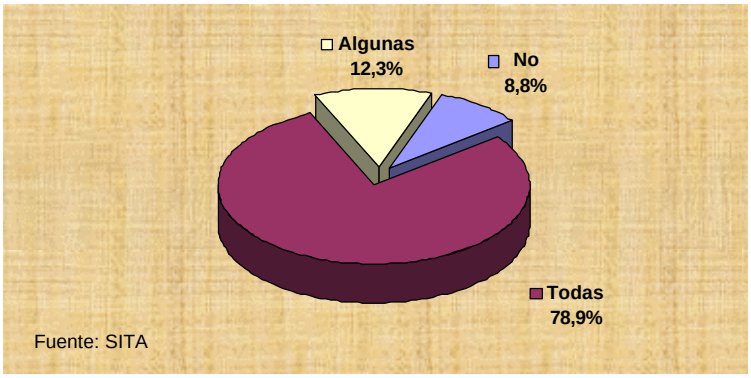
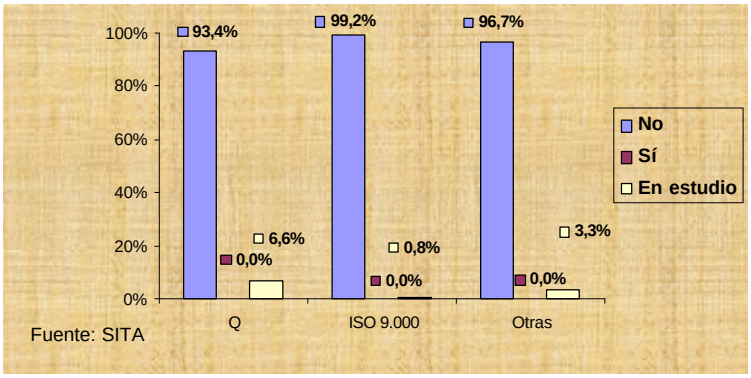


FIGURA 3.55: CERTIFICACIÓN DE CALIDAD.



El nivel de equipamiento tecnológico es particularmente bajo en lo referente al acceso a *Internet* y los sistemas informáticos, mientras que la disposición de *Fax* y el *Pago electrónico con tarjetas* están presentes en la práctica totalidad de los establecimientos (Figura 3.56).

FIGURA 3.56: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO.

	% SOBRE TOTAL
FAX / TELEX	90,9
SISTEMA INFORMÁTICO (MONOPUESTO O RED)	65,3
ACCESO A INTERNET / CORREO ELECTRÓNICO	56,2
TPV (PAGO CON TARJETAS)	96,7

Fuente: SITA

Más de la mitad de los establecimientos, el 55,4%, presentan a sus clientes una oferta de actividades deportivas y de ocio, aunque la realización de las actividades complementarias se delega, en un 89,6% de los casos, en empresas de turismo activo.

También resulta interesante observar el comportamiento comercial de estas empresas. Tan sólo la presencia en Folletos de AA.VV. alcanza porcentajes elevados, el 76%. Otras acciones comerciales como la aceptación de talones / bonos y las promociones de fin de semana son también utilizadas por cifras que se acercan a la mitad de los establecimientos. Por lo que respecta al uso de la publicidad, el medio más difundido son los folletos, seguido de los anuncios en prensa y de la página web (Figuras 3.57 - 58).

FIGURA 3.57: ACCIONES COMERCIALES.

	% SOBRE EL TOTAL
CENTRALES DE RESERVA	30,6
CENTRALES DE RESERVAS POR INTERNET	30,6
TALONES / BONOS	47,1
PROMOCIONES FIN DE SEMANA	45,5
PRESENCIA EN FOLLETOS DE AA.VV.	76,0
Fuente: SITA	

FIGURA 3.58: PUBLICIDAD.

	% SOBRE EL TOTAL
FOLLETOS	91,8
PRENSA	44,5
REVISTAS	22,7
RADIO	20,0
LIBROS/GUÍAS TURÍSTICAS	26,4
PÁGINA WEB	42,7
OTROS MEDIOS PUBLICITARIOS	33,0
Fuente: SITA	

Las inversiones en *Mantenimiento del edificio* son realizadas por más de dos de cada tres hoteles de dos estrellas, destinando una partida anual que supera los dos millones de pesetas. En cambio, son muy pocos los establecimientos de esta categoría que amplían sus instalaciones. El 16,9% recibió algún tipo de *Subvención* pública para el fomento de la inversión cuya media fue de 6.168.176 pesetas (Figura 3.59).

FIGURA 3.59: INVERSIONES REALIZADAS.

	% SOBRE EL TOTAL	INVERSIÓN MEDIA
AMPLIACIÓN	7,1	11.000.000
MANTENIMIENTO (EDIFICIO)	69,0	2.152.954
MANTENIMIENTO (EQUIPAMIENTOS)	39,3	1.249.339
OTRAS INVERSIONES	16,7	—
Fuente: SITA		

Los *Precios medios por habitación doble sin desayuno* de los Hostales y Pensiones se recogen en la Figura 3.60. Obsérvese que la discriminación entre temporada alta y baja es de un 31%.

FIGURA 3.60: PRECIOS.

PRECIO DE LA HABITACIÓN DOBLE (SIN DESAYUNO)	MEDIA
EN TEMPORADA ALTA	8.796
EN TEMPORADA BAJA	6.056
Fuente: SITA	

Los equipamientos están presentes en casi todas las habitaciones, aunque en lo referente al *Teléfono* persisten establecimientos en los que es de uso común. Por lo que se refiere a otros servicios, el más comúnmente ofrecido es la *Limpieza de ropa* (Figuras 3.61 - 62).

FIGURA 3.61: EQUIPAMIENTO DE LAS HABITACIONES

	TODAS LAS HABITACIONES	EN ALGUNAS HABITACIONES	EN NINGUNA HABITACIÓN	DE USO COMÚN
TELÉFONO	89,9	2,5	0,8	6,7
TELEVISIÓN	95,0	1,7	0,8	2,5
Fuente: SITA				

FIGURA 3.62: OTROS SERVICIOS OFRECIDOS.

	% SOBRE EL TOTAL
LIMPIEZA DE ROPA	67,5
SALONES	50,9
RESTAURACIÓN PARA PERSONAS NO HOSPEDADAS	51,7
Fuente: SITA	

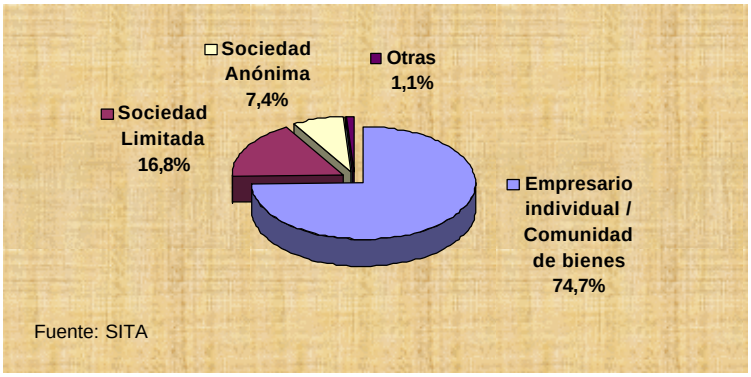
En materia de política medioambiental, existe una evidente sensibilización ante la consideración del medioambiente para captar clientes y la consideración del paisaje en el diseño. Otras variables con notables porcentajes son la utilización de alumbrado de bajo consumo y la recogida selectiva de basuras (Figura 3.63).

FIGURA 3.63: POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL.

III.2.4.- Hoteles de 1 Estrella.

La mayoría de los Hoteles de una estrella opera bajo la fórmula de *Empresario individual* o Comunidad de bienes. Tan sólo un 24,2% opera bajo una forma de tipo societario predominando la *Sociedad Limitada* (Figura 3.64).

FIGURA 3.64: FORMA JURÍDICA.



Además, son establecimientos *Independientes,* el 98,9% y solamente un 1,1% pertenece a un *Grupo Diversificado*. Por otra parte, el asociacionismo alcanza al 54,7% de los establecimientos, siendo las asociaciones de tipo regional como la *Asociación de Hostelería Asturias* y la *Unión Hotelera* las que registran mayor afiliación y dentro de las locales *Incatur.*

Un 45% de los hoteles de una estrella no mantiene abiertas sus instalaciones todo el año, lo que podría reflejar una adaptación a la estacionalidad de la clientela (Figura 3.65).

FIGURA 3.65: PERIODO DE APERTURA

Los Hoteles de una estrella son establecimientos de pequeña dimensión: alrededor de veinticinco plazas con habitaciones que son fundamentalmente dobles. Por lo que se refiere a la facturación, refleja la pequeña dimensión de estos establecimientos, ya que el 42,5% de los mismos tiene un volumen de ventas inferior a tres millones de pesetas, aunque el 6,9% sobrepase los 21 millones (Figuras 3.66 - 67).

FIGURA 3.66: DIMENSIÓN.

	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLAZAS	25,66	14,93
HABITACIONES INDIVIDUALES	3,28	5,34
HABITACIONES DOBLES	11,64	7,35
Fuente: SITA		

FIGURA 3.67: FACTURACIÓN.

	% SOBRE TOTAL
HASTA 3 MILLONES	42,5
DE 3 A 6 MILLONES	26,0
DE 6 A 11 MILLONES	13,7
DE 11 A 21 MILLONES	11,0
DE 21 A 51 MILLONES	5,5
DE 51 A 101 MILLONES	1,4
Fuente: SITA	

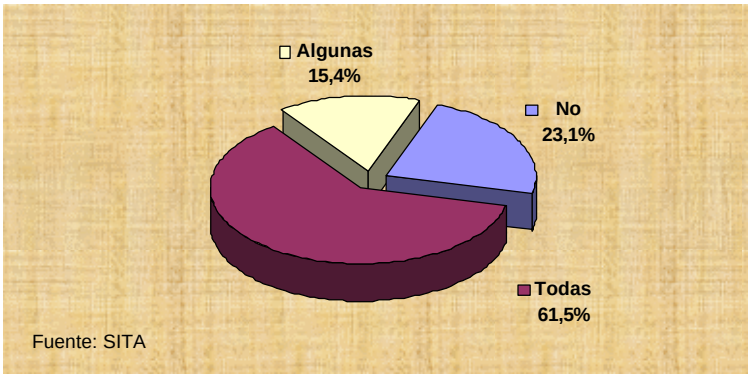
El número medio de personas que trabajan en un establecimiento de este tipo es reducido, más aún si se tiene en cuenta que 1,7 trabajadores son el empresario y sus familiares (Figura 3.68).

FIGURA 3.68: RECURSOS HUMANOS.

	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLANTILLA EN TEMPORADA ALTA	4,54	2,90
PLANTILLA EN TEMPORADA BAJA	2,89	1,79
Fuente: SITA		

Debido a su reducida plantilla, los gestores de estos establecimientos realizan menos cursos de formación continua y la de sus trabajadores. Tan sólo el 28% los hoteles de una estrella participaron en acciones formativas durante el ejercicio, siendo subvencionadas en su mayor parte (Figuras 3.69).

FIGURA 3.69: SUBVENCIONES A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN.



La preocupación por obtener certificados de calidad en este segmento resulta escasa, ya que ningún hotel de una estrella posee certificados de calidad y, además, ninguno tiene en estudio su incorporación a algún programa de calidad.

Respecto al equipamiento tecnológico, los *Datáfonos* para el pago con tarjetas son el más frecuente. Por otro lado, una considerable proporción de establecimientos no dispone de sistemas informáticos de gestión, ni, en consecuencia, de acceso a *Internet* (Figura 3.70).

FIGURA 3.70: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO.

	% SOBRE TOTAL
FAX / TELEX	68,4
SISTEMA INFORMÁTICO (MONOPUESTO O RED)	33,7
ACCESO A INTERNET / CORREO ELECTRÓNICO	22,1
TPV (PAGO CON TARJETAS)	86,3

Fuente: SITA

Sólo un 35,8% de los Hoteles de una estrella ofrecen a sus clientes actividades de ocio y deportivas, predominando la subcontratación o

acuerdo con empresas de turismo activo que organizan y prestan el servicio. Las *Excursiones a caballo*, el *Senderismo con guía* y el *Alquiler de bicicletas* constituyen las opciones más habituales.

Los Hoteles de una estrella son relativamente menos activos en el campo comercial. Sólo destaca el porcentaje que opera habitualmente con intermediarios turísticos minoristas y mayoristas. Esta menor orientación comercial se manifiesta también en un menor esfuerzo publicitario, gastando una media de 131.731 pesetas anuales. Los medios más utilizados son la edición de *Folletos* y los anuncios en *Prensa* (Figuras 3.71 - 72).

FIGURA 3.71: ACCIONES COMERCIALES.

	% SOBRE EL TOTAL
CENTRALES DE RESERVA	21,3
CENTRALES DE RESERVAS POR INTERNET	16,0
TALONES / BONOS	23,4
PROMOCIONES FIN DE SEMANA	20,2
PRESENCIA EN FOLLETOS DE AA.VV.	46,8

Fuente: SITA

FIGURA 3.72: PUBLICIDAD

	% SOBRE EL TOTAL
FOLLETOS	84,4
PRENSA	39,0
REVISTAS	24,7
RADIO	9,1
LIBROS/GUÍAS TURÍSTICAS	29,9
PÁGINA WEB	18,2
OTROS MEDIOS PUBLICITARIOS	23,4

Fuente: SITA

Las inversiones en *Mantenimiento y mejoras en el edificio* son las más habituales, aunque las inversiones en *Ampliación* son las más cuantiosas, realizadas por el 15,5% de los establecimientos de esta categoría. En el caso de nuevos establecimientos, la *Inversión Total Realizada* fue de 33.800.000 pesetas (Figura 3.73).

FIGURA 3.73: INVERSIONES REALIZADAS

	% SOBRE EL TOTAL	INVERSIÓN MEDIA
AMPLIACIÓN	15,5	19.688.889
MANTENIMIENTO (EDIFICIO)	70,7	2.542.862
MANTENIMIENTO (EQUIPAMIENTOS)	48,3	1.592.083
OTRAS INVERSIONES	8,6	—

Fuente: SITA

Los precios de los establecimientos de esta categoría experimentan variaciones notables según la temporada, llegando a ser el precio en temporada baja un 30% menor que en temporada alta (Figura 3.74).

FIGURA 3.74: PRECIOS

PRECIO DE LA HABITACIÓN DOBLE (SIN DESAYUNO)	MEDIA
EN TEMPORADA ALTA	7.013
EN TEMPORADA BAJA	4.932
Fuente: SITA	

El equipamiento de las habitaciones incluye, en prácticamente todos los casos el *Teléfono*, mientras que la *Televisión* es en un 45,2% de uso común y en un 41,9% se encuentra en todas las habitaciones. Finalmente, merece la pena destacar que los servicios de restauración para personas no hospedadas se ofrecen en el 71,6% de los establecimientos (Figuras 3.75 - 76).

FIGURA 3.75: EQUIPAMIENTO DE LAS HABITACIONES.

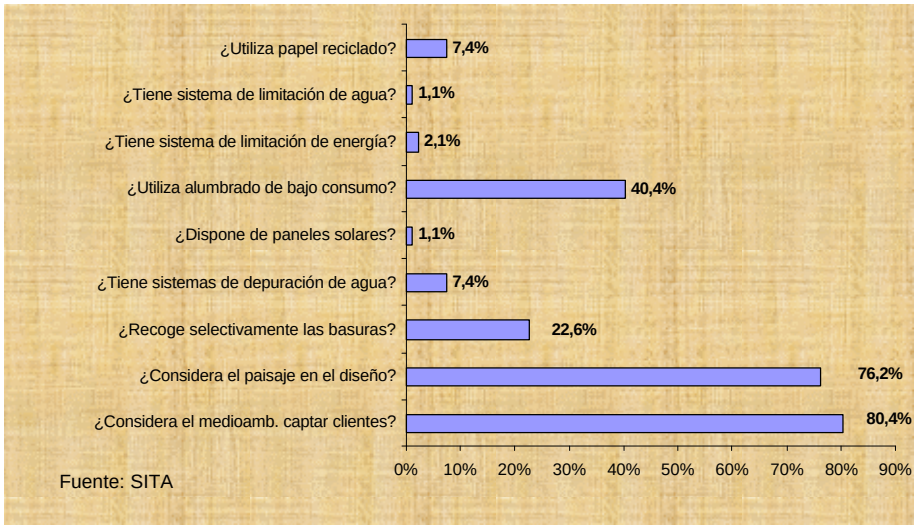
	TODAS LAS HABITACIONES	EN ALGUNAS HABITACIONES	EN NINGUNA HABITACIÓN	DE USO COMÚN
TELÉFONO	41,9	6,5	6,5	45,2
TELEVISIÓN	77,7	7,4	6,4	8,5
Fuente: SITA				

FIGURA 3.76: OTROS SERVICIOS OFRECIDOS.

	% SOBRE EL TOTAL
LIMPIEZA DE ROPA	56,4
SALONES	34,0
RESTAURACIÓN PARA PERSONAS NO HOSPEDADAS	71,6
Fuente: SITA	

Por lo que se refiere a la variable medioambiental existe una mayor sensibilización por la *Consideración del medioambiente para captar clientes* pero que no se traduce en políticas activas a favor del medioambiente (Figura 3.77).

FIGURA 3.77: POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL



III.2.5.- Hostales.

Son una categoría de establecimientos en el que coexisten pequeñas empresas caracterizadas por una gestión totalmente tradicional y otras de mayor dimensión que en los últimos años han vivido un proceso de ajuste y reestructuración, renovando diversos establecimientos sus instalaciones y modificado al alza su categoría (Figura 3.78).

La gran mayoría de las empresas operan bajo la forma de empresario *Individual* o *Comunidad de bienes*, mientras que las sociedades mercantiles son escasas y se concentran en *Sociedades Limitadas*. Otro rasgo relevante es que la práctica totalidad de los

Hostales y Pensiones son establecimientos *Independientes*, aunque con una pequeña presencia de establecimientos franquiciados y de grupos de alojamiento (Figuras 3.78 - 79).

FIGURA 3.78: FORMA JURÍDICA.

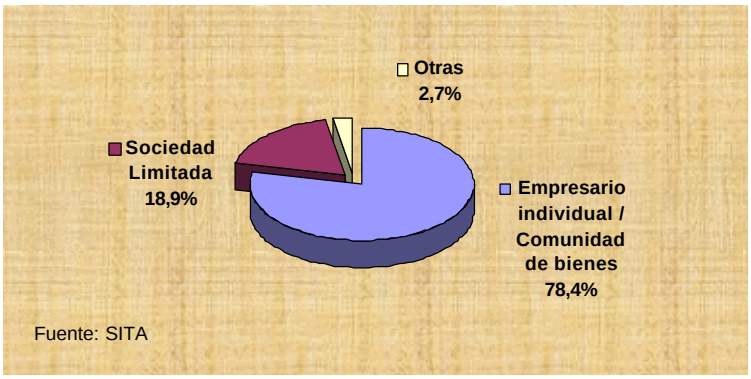
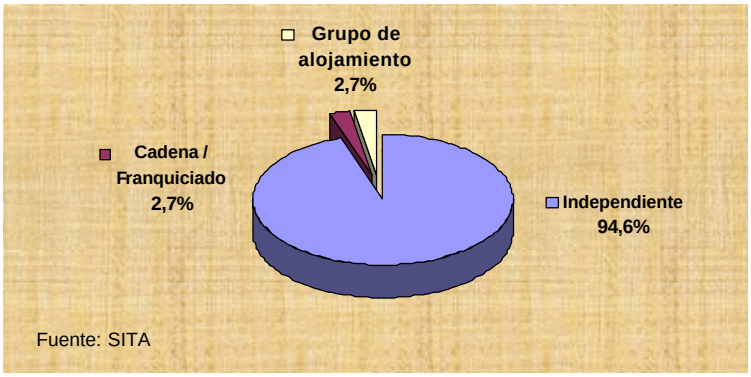


FIGURA 3.79: INTEGRACIÓN EMPRESARIAL.



El 56,8% de los Hostales pertenece a alguna asociación patronal, destacando en solitario la *Asociación de Hostelería de Asturias* como la entidad que aglutina al 81,8% de los establecimientos.

El 81,1% de los Hostales permanecen abiertos durante la totalidad del año natural, siendo, por tanto, muy minoritarios los que cierran durante el periodo de baja actividad.

Son establecimientos con una media de 10,75 habitaciones dobles y 24,76 plazas. Casi todas las empresas obtienen una facturación inferior a los 6 millones, siendo el volumen de ventas más frecuente aún inferior, por debajo de los 3 millones (Figuras 3.80 - 81).

FIGURA 3.80: DIMENSIÓN.

	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLAZAS	24,76	12,34
HABITACIONES INDIVIDUALES	4,06	4,34
HABITACIONES DOBLES	10,75	5,85
Fuente: SITA		

FIGURA 3.81: FACTURACIÓN.

	% SOBRE TOTAL
HASTA 3 MILLONES	62,1
DE 3 A 6 MILLONES	31,0
DE 6 A 11 MILLONES	3,4
DE 51 A 101 MILLONES	3,4
Fuente: SITA	

La explotación de este tipo de negocio se lleva a cabo fundamentalmente por el *Empresario* y sus *Familiares* por lo que la diferencia de plantilla en temporada baja y alta no es significativa (Figura 3.82).

FIGURA 3.82: RECURSOS HUMANOS.

	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLANTILLA EN TEMPORADA ALTA	3,92	3,13
PLANTILLA EN TEMPORADA BAJA	3,17	2,90
Fuente: SITA		

El reducido tamaño de la plantilla y su configuración suponen serias restricciones a la generalización de las acciones formativas por lo que sólo el 18,9% las llevan a cabo siendo fundamentalmente formación subvencionada en el 85,7% de los casos.

Los certificados de calidad son un tema incipiente en los Hostales, ya que un 2,7% posee la *Q de calidad*.

La presencia de terminales para el pago con tarjetas y de equipos de *fax y telex* son los equipamientos tecnológicos más extendidos en los Hostales, siendo mucho menor el uso de sistemas informáticos y en consecuencia, menor aún, el acceso a *Internet* (Figura 3.83).

FIGURA 3.83: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO.

	% SOBRE TOTAL
FAX / TELEX	54,1
SISTEMA INFORMÁTICO (MONOPUESTO O RED)	32,4
ACCESO A INTERNET / CORREO ELECTRÓNICO	24,3
TPV (PAGO CON TARJETAS)	56,8
Fuente: SITA	

La mayoría de los establecimientos no presentan a sus clientes una oferta de actividades deportivas y de ocio. Sólo un 13,5% de los Hostales son más activos en este campo y suelen estar situados en el medio rural, aunque la realización de las actividades complementarias se delega, en casi todos los casos, en empresas de turismo activo.

También resulta interesante observar el comportamiento comercial de estas empresas. En términos generales, se aprecia una cierta pasividad en la adopción de vehículos de comercialización de la oferta, siendo una minoría los establecimientos que participan en programas de *Promoción*, *Centrales de reserva* o que venden sus servicios a través de *Intermediarios turísticos*. La edición de *Folletos*, por su parte, es la fórmula publicitara más habitual, destacando asimismo que más de un 12,9% de los Hostales tienen presencia en *Internet*. El esfuerzo publicitario medio apenas llega a 123.879 pesetas al año (Figuras 3.84 - 85).

FIGURA 3.84: ACCIONES COMERCIALES.

	% SOBRE EL TOTAL
CENTRALES DE RESERVA	5,4
CENTRALES DE RESERVAS POR INTERNET	13,5
TALONES / BONOS	13,5
PROMOCIONES FIN DE SEMANA	13,5
PRESENCIA EN FOLLETOS DE AA.VV.	32,4
Fuente: SITA	

FIGURA 3.85: PUBLICIDAD.

	% SOBRE EL TOTAL
FOLLETOS	67,7
PRENSA	29,0
REVISTAS	22,6
RADIO	9,7
LIBROS/GUÍAS TURÍSTICAS	19,4
PÁGINA WEB	12,9
OTROS MEDIOS PUBLICITARIOS	45,5

Fuente: SITA

Las inversiones en mantenimiento son frecuentes y representan un porcentaje considerable de la facturación. Asimismo, las inversiones dedicadas a la *Ampliación* implican un fuerte desembolso para estas empresas. Por otro lado, únicamente un 5,7% de las empresas declaró haber recibido una *Subvención* durante el ejercicio (Figura 3.86).

FIGURA 3.86: INVERSIONES REALIZADAS.

	% SOBRE EL TOTAL	INVERSIÓN MEDIA
AMPLIACIÓN	8,3	8.000.000
MANTENIMIENTO (EDIFICIO)	66,7	1.773.182
MANTENIMIENTO (EQUIPAM.)	50,0	845.625

Fuente: SITA

El precio medio de una habitación doble sin desayuno en temporada alta ronda las 6.000 pesetas. Por su parte, la tarifa para la temporada baja se reduce en torno a un 27% (Figura 3.87).

FIGURA 3.87: PRECIOS.

PRECIO DE LA HABITACIÓN DOBLE (SIN DESAYUNO)	MEDIA
EN TEMPORADA ALTA	5.913
EN TEMPORADA BAJA	4.328
Fuente: SITA	

Por último, mientras que la televisión está presente en la mayoría de las habitaciones de los Hostales, el *Teléfono* suele ser de uso común. Otros servicios ofrecidos en buena medida por este tipo de establecimientos son la restauración para personas no alojadas y la limpieza de ropa (Figuras 3.88 - 89).

FIGURA 3.88: EQUIPAMIENTO DE LAS HABITACIONES.

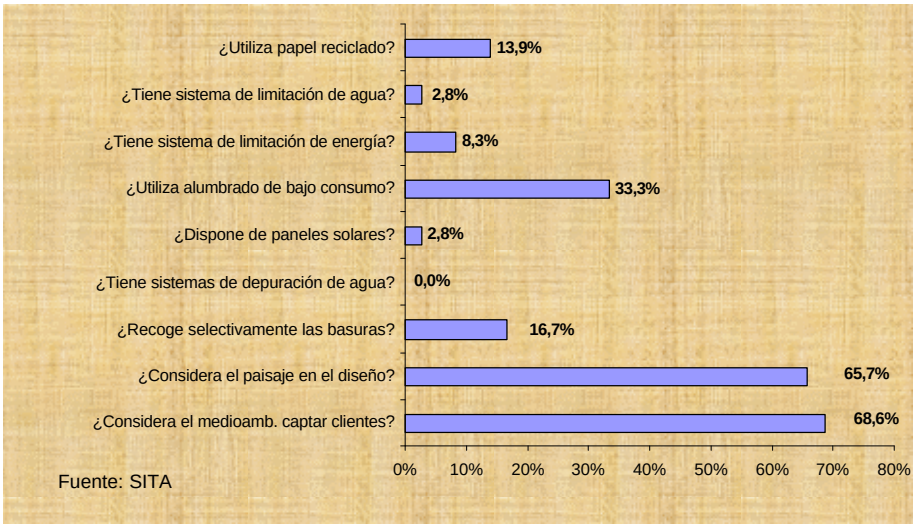
	TODAS LAS HABITACIONES	EN ALGUNAS HABITACIONES	EN NINGUNA HABITACIÓN	DE USO COMÚN
TELÉFONO	18,9	—	16,2	64,9
TELEVISIÓN	59,5	16,2	8,1	16,2
Fuente: SITA				

FIGURA 3.89: OTROS SERVICIOS OFRECIDOS.

	% SOBRE EL TOTAL
LIMPIEZA DE ROPA	40,5
SALONES	26,5
RESTAURACIÓN PARA PERSONAS NO HOSPEDADAS	56,8
Fuente: SITA	

En cuestiones de medioambiente, destacan sólo en el ahorro energético de *Alumbrado*, aunque todos manifiestan su interés en el medio ambiente (Figura 3.90).

FIGURA 3.90: POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL

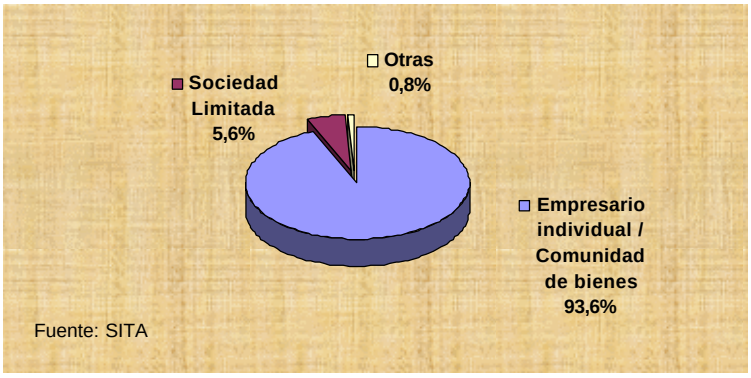


III.2.6.- Pensiones.

En esta categoría, al igual que en los Hostales, persisten pequeñas empresas caracterizadas por una gestión tradicional si bien recientemente se ha vivido un proceso de reestructuración dentro del segmento, puesto que diversos establecimientos han renovado sus instalaciones y modificado al alza su categoría.

La gran mayoría de las empresas operan bajo la forma de empresario *Individual* o *Comunidad de bienes*, mientras que las sociedades mercantiles son escasas y se corresponden con las firmas de mayor tamaño. Otro rasgo relevante es que la práctica totalidad de los establecimientos, el 99,2% son *Independientes* (Figuras 3.91).

FIGURA 3.91: FORMA JURÍDICA.



El 30,4% de los Pensiones pertenecen a alguna asociación patronal, siendo la *Asociación de Hostelería de Asturias* la que integra a la mayoría del subsector.

Lo habitual es que las Pensiones estén abiertas al público todo el año, y sólo el 16% cierra en los períodos de baja demanda.

El tamaño medio de las Pensiones es de 13,51 plazas y 7,71 habitaciones. Por otro lado, la pequeña capacidad de estos establecimientos explica las reducidas cifras de facturación observadas, siendo su volumen de ventas más frecuente inferior a los 3 millones de pesetas (Figuras 3.92 - 93).

FIGURA 3.92: DIMENSIÓN.

	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLAZAS	13,51	9,35
HABITACIONES	7,71	6,80
Fuente: SITA		

FIGURA 3.93: FACTURACIÓN.

	% SOBRE TOTAL
HASTA 3 MILLONES	89,2
DE 3 A 6 MILLONES	7,2
DE 6 A 11 MILLONES	2,7
DE 21 A 51 MILLONES	0,9
Fuente: SITA	

La plantilla media de las Pensiones es reducida, ya que alcanza tan sólo las 2,55 personas durante la temporada alta. De ellas, 1,66 corresponden al *Empresario* o sus *Familiares* (Figura 3.94).

FIGURA 3.94: RECURSOS HUMANOS.

	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLANTILLA EN TEMPORADA ALTA	2,55	1,80
PLANTILLA EN TEMPORADA BAJA	1,80	1,09
Fuente: SITA		

El reducido tamaño de la plantilla provoca que la mayoría de las empresas no realicen programas de formación de sus empleados. Además, un elevado porcentaje de las empresas que participan en acciones formativas se apoya en financiación externa (Figura 3.95 - 96).

FIGURA 3.95: FORMACIÓN CONTINUA.

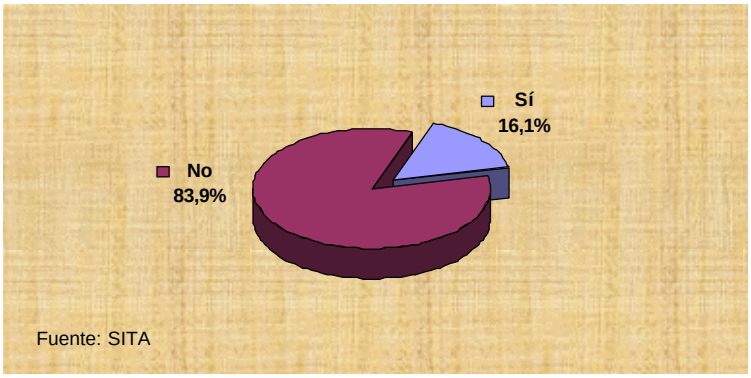
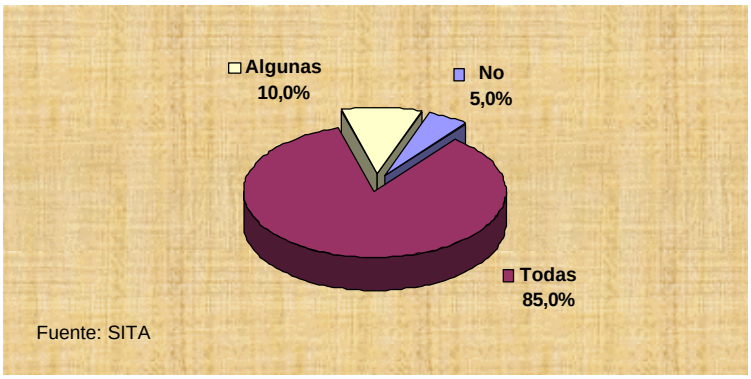


FIGURA 3.96: SUBVENCIONES A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN.



Por lo que respecta a la certificación de la calidad, ningún establecimiento ha conseguido una acreditación hasta el momento ni está en proceso de estudio o implantación.

Las tecnologías de la información y telecomunicaciones apenas llegan a un tercio de las Pensiones, alcanzando el porcentaje más elevado el pago con tarjetas (Figura 3.97).

FIGURA 3.97: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO.

	% SOBRE TOTAL
FAX / TELEX	23,2
SISTEMA INFORMÁTICO (MONOPUESTO O RED)	21,6
ACCESO A INTERNET / CORREO ELECTRÓNICO	13,6
TPV (PAGO CON TARJETAS)	36,0
Fuente: SITA	

Respecto a las actividades de ocio y deportes de turismo activo, un 16% de las Pensiones ofrece alguno de estos servicios a sus huéspedes, siendo actividades fuertemente externalizadas.

Dentro del ámbito de la comercialización, tan sólo un 11,2% trabaja con *Intermediarios* y un 8% tiene *Promociones de Fin de semana*. Asimismo, el esfuerzo publicitario de estos establecimientos es bastante bajo, ya que el gasto medio anual es de 39.268 pesetas, siendo la edición de *Folletos* el medio publicitario más utilizado (Figuras 3.98 - 99).

FIGURA 3.98: ACCIONES COMERCIALES.

	% SOBRE EL TOTAL
CENTRALES DE RESERVA	4,0
CENTRALES DE RESERVAS POR INTERNET	5,6
TALONES / BONOS	6,4
PROMOCIONES FIN DE SEMANA	8,0
PRESENCIA EN FOLLETOS DE AA.VV.	11,2
Fuente: SITA	

FIGURA 3.99: PUBLICIDAD.

	% SOBRE EL TOTAL
FOLLETOS	69,9
PRENSA	20,5
REVISTAS	13,7
RADIO	4,1
LIBROS/GUÍAS TURÍSTICAS	15,1
PÁGINA WEB	12,3
OTROS MEDIOS PUBLICITARIOS	35,6
Fuente: SITA	

El epígrafe de inversiones más destacable es el *Mantenimiento* tanto *del edificio*, realizado por el 76,3% de las Pensiones durante el ejercicio como del *equipamiento* realizado por el 47,5% de los establecimientos (Figura 3.100).

FIGURA 3.100: INVERSIONES REALIZADAS.

	% SOBRE EL TOTAL	INVERSIÓN MEDIA
AMPLIACIÓN	11,9	60.000.000
MANTENIMIENTO (EDIFICIO)	76,3	1.421.579
MANTENIMIENTO (EQUIPAM.)	47,5	429.255
OTRAS INVERSIONES	3,4	—
Fuente: SITA		

La discriminación de tarifas entre temporadas no es demasiado acusada: en temporada baja los precios son un 29% menores (Figura 3.101).

FIGURA 3.101: PRECIOS.

PRECIO DE LA HABITACIÓN DOBLE (SIN DESAYUNO)	MEDIA
EN TEMPORADA ALTA	5.128
EN TEMPORADA BAJA	3.679
Fuente: SITA	

El equipamiento de las habitaciones de este tipo de establecimientos resulta más exiguo que el de otras categorías. Casi la mitad de las Pensiones tienen *Televisión* en todas las habitaciones, mientras que el *Teléfono* sólo está disponible en un 7,5% de las mismas. Por último, los servicios de *restauración de desayuno* son poco habituales (Figuras 3.102 - 103).

FIGURA 3.102: EQUIPAMIENTO DE LAS HABITACIONES.

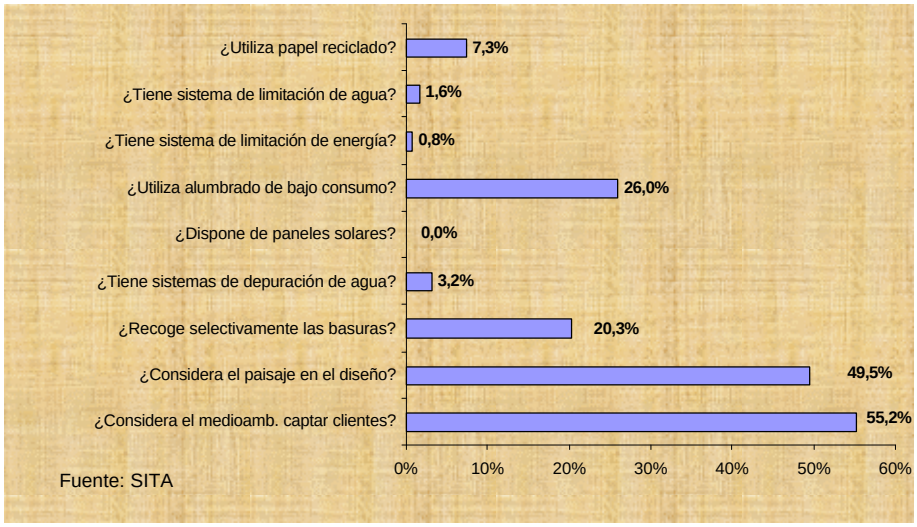
	TODAS LAS HABITACIONES	EN ALGUNAS HABITACIONES	EN NINGUNA HABITACIÓN	DE USO COMÚN
TELÉFONO	7,5	0,8	40,8	50,8
TELEVISIÓN	43,0	8,3	27,3	21,5
Fuente: SITA				

FIGURA 3.103: OTROS SERVICIOS OFRECIDOS.

	% SOBRE EL TOTAL
LIMPIEZA DE ROPA	29,5
RESTAURACIÓN: DESAYUNO	21,3
RESTAURACIÓN PARA PERSONAS NO HOSPEDADAS	55,7
Fuente: SITA	

Al igual que los Hostales, son los *sistemas de bajo consumo de alumbrado*, con un 26,0% y la *recogida selectiva de ba*suras, un 20,3% las principales medidas medioambientales que realizan las Pensiones (Figura 3.104).

FIGURA 3.104: POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL.



IV.- ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE HOTELERÍA.

El estudio de la demanda que a continuación se presenta, es fruto de la encuesta anual que realizó el SITA, durante todo el periodo comprendido de enero a diciembre de 2000.

La estructura de análisis del S.I.T.A., nos permite extraer una elevada representación del sector al poder extraer un número de datos significativos a lo largo del año con el fin de obtener una visión amplia del sector tratando de reflejar el fenómeno turístico de la Hotelería en nuestra región con relación a su Demanda. Para ello se analizaron 1.798 entrevistas válidas de turistas alojados en establecimientos de Hotelería distribuidos a lo largo de la geografía asturiana y en todos los meses del año (ver ANEXO II).

IV.1.- Características de la demanda de alojamientos de Hotelería.

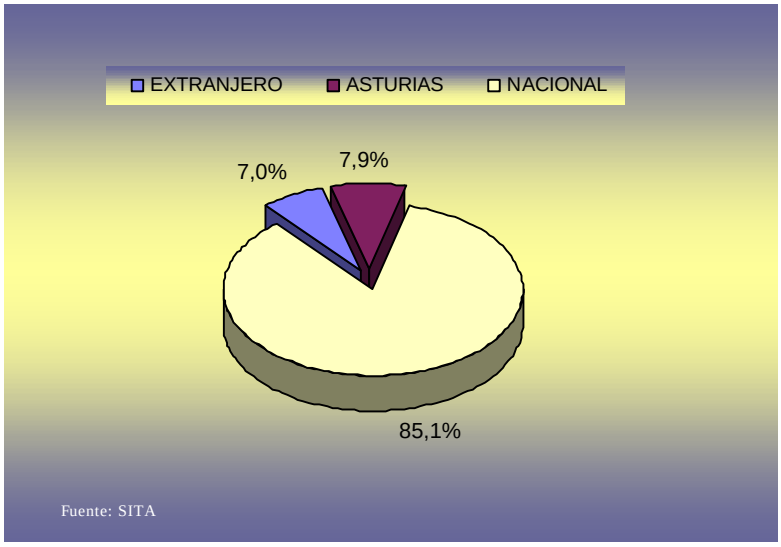
IV.1.1.- Tipología del turismo.

Este segmento presenta en términos relativos, algunas diferencias significativas en cuanto a las procedencias de los turistas con respecto a la media del conjunto de turistas de alojamiento colectivo de Asturias.

Así, el principal componente de la demanda es el *Turismo Receptor*, con un 92,1% frente al 80,8% de la media de Asturias. Esto se debe a que existe una menor presencia del *Turismo Interno*, alcanza sólo un 7,9% frente al 19,2% de la media de Asturias.

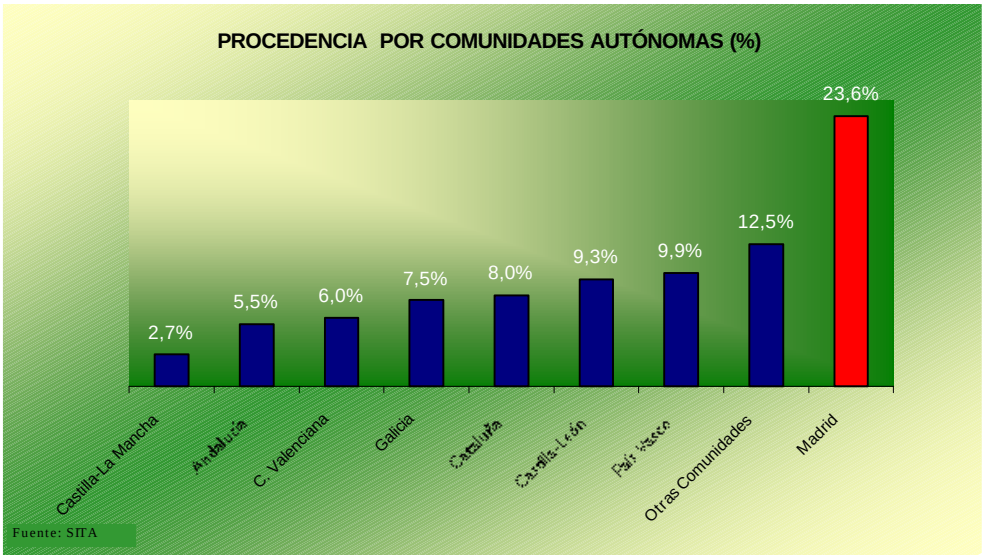
Dentro del *Turismo Receptor*, la principal procedencia son de turistas nacionales, que representa un 85,1% sobre el total, mientras que el turismo *Extranjero* supone un 7,0% (Figura 4.1).

FIGURA 4.1: PROCEDENCIA.



Por lo que se refiere a la distribución de la procedencia del turismo nacional por Comunidades Autónomas, los residentes en *Madrid* conforman el contingente más numeroso con el 23,8%. Le siguen en importancia las otras procedencias clásicas del turismo asturiano: el *País Vasco* y *Castilla-León* con el 9,9% y el 9,3% respectivamente, además del porcentaje obtenido por *Cataluña*, cuarto mercado, con un 8,0%. *Otras Comunidades* representan el 12,5% poniéndose de manifiesto la existencia de un amplio abanico de orígenes en Hotelería. (Figura 4.2).

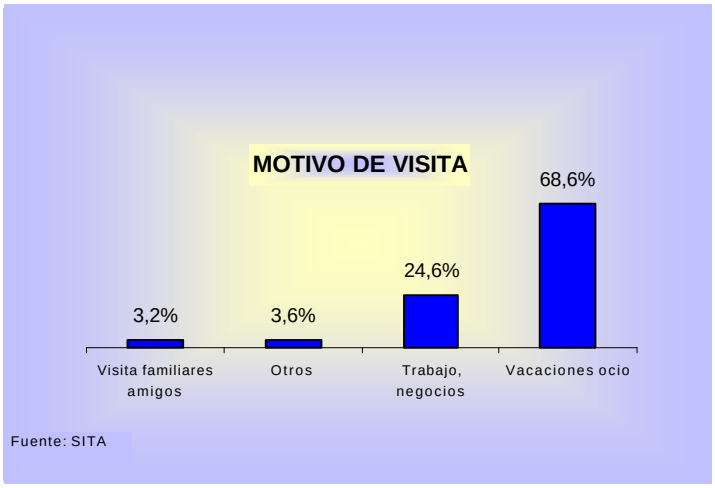
FIGURA 4.2: PROCEDENCIA DEL TURISMO RECEPTOR (%).



IV.1.2.- Motivos de Viaje.

Un 68,6% de los turistas alojados en Hotelería han venido a Asturias por razones vacacionales, *Vacaciones / Ocio*, como principal motivo, seguido del *Trabajo / Negocios* con un 24,6%. Otras razones obtienen porcentajes inferiores (Figura 4.3).

FIGURA 4.3: MOTIVO DE VISITA (%).



Esta dualidad de motivos vacacionales y laborales se ve lógicamente acentuada si se analizan los motivos según sea temporada alta (julio, agosto, septiembre y Semana Santa) o temporada media y baja (resto periodos). En la temporada de mayor actividad se llega a alcanzar hasta un 85,2% de turistas motivados por el ocio y las vacaciones. En contrapartida, en temporada baja, aún siendo las vacaciones el principal motivo de viaje se llega a un 34,9% de turistas que viajan por motivos laborales (Figura 4.4).

FIGURA 4.4: MOTIVO DE VISITA SEGÚN TEMPORADA(%).

MOTIVO DE LA VISITA	TEMPORADA ALTA	TEMPORADA BAJA	MEDIA HOTELERÍA
Vacaciones / ocio	85,2	55,8	68,6
Trabajo / negocios	11,2	34,9	24,6
Congresos / ferias	0,8	3,4	2,3
Visita familiares amigos	2,0	4,2	3,2
Estudios	0,6	1,4	1,0
Tratamiento de salud	0,1	0,4	0,3
Fuente: S.I.T.A.			

Por otra parte, en el conjunto de la Hotelería, algo más de dos de cada cinco turistas, el 44,1%, es la *Primera vez* que viajan por Asturias. Este hecho contrasta con los turistas que repiten su visita, el porcentaje más alto es el obtenido por los que han realizado *Más de cinco* visitas con el 30,9%.

Además el 43,8% realiza visitas a Asturias varias veces al año debido principalmente a motivos de trabajo o negocios, en concreto un 59,7% mientras que por vacaciones u ocio es el 32,6% (Figura 4.5).

FIGURA 4.5: VISITAS A ASTURIAS (%).

IV.1.3.- Compañía en el Viaje.

La *Pareja* es el acompañante más frecuente con el 45,3%, seguido de los viajes realizados en solitario, el 14,9%, muy relacionados con los motivos laborales como veremos a continuación. Los viajes *En Familia* suponen el 12,5% (Figura 4.6).

FIGURA 4.6: ¿CON QUIEN HA VENIDO A ASTURIAS? (%).

La compañía en el viaje tiene una composición muy distinta si se realiza un análisis teniendo en cuenta la motivación que ha llevado a realizar el viaje. Así, los turistas que viajan a Asturias por Trabajo / Negocios y Congresos / Ferias viajan *Solos*, el 44,9%, mientras que el 44,2% lo hacen con *Compañeros de trabajo.* En el 44,2%, de los viajes motivados por las Vacaciones / Ocio, el acompañante más frecuente es la *Pareja*, de tal forma que más de tres de cada cinco turistas, el 62,3% han venido a Asturias con su pareja. Los viajes realizados *En familia* y *Con*

amigos están también relacionados con la motivación vacacional y suponen un 15,8% y un 15% respectivamente (Figura 4.7).

FIGURA 4.7: ¿CON QUIEN HA VENIDO A ASTURIAS? SEGÚN MOTIVO DE LA VISITA(%).

CON QUIEN HA VENIDO	VACACIONES/ OCIO	TRABAJO/ NEGOCIOS Y CONGRESOS/FERIAS	MEDIA HOTELERÍA
Solo	2,5	44,9	14,9
En pareja	62,3	5,0	45,3
En familia	15,8	2,0	12,5
Con amigos	15,0	1,9	11,6
Grupo Organizado	4,1	1,8	3,5
Compañeros de Trabajo	0,2	44,2	12,1
Otras respuestas	—	0,2	0,1

Fuente: S.I.T.A.

IV.1.4.- Forma de Organizar el Viaje.

El 65,5% de los turistas alojados en Hotelería organizaron el viaje *Por su cuenta*, un 17,9% lo organizó por medio de la *Empresa* de trabajo y el 12,8% a través de *Agencia de Viajes*

Estas cifras también presentan gran variabilidad si se analizan según la motivación del viaje. La opción más utilizada en los viajes por vacaciones es la autoorganización con medios propios y en el caso de los viajes por negocios es la *Empresa* la que se encarga de la organización. Asimismo, en los viajes vacacionales también se observa un mayor uso de la Agencia de Viajes en sus dos vertientes, por su cuenta y con paquete turístico (Figura 4.8).

FIGURA 4.8: ENTIDAD ORGANIZADORA (%).

ENTIDAD ORGANIZADORA	VACACIONES/ OCIO	TRABAJO/ NEGOCIOS Y CONGRESOS/FERIAS	MEDIA HOTELERÍA
Por su Cuenta	79,3	27,6	65,5
Empresa	0,5	64,8	17,9
Por su cuenta AA.VV.	8,2	1,6	6,2
Con paquete AA.VV.	9,0	1,1	6,6
Club o Asociación recreativa	2,9	4,9	3,7

Fuente: S.I.T.A.

IV.1.5.- Destino Compartido.

Un 75,3% de los turistas que se alojaron durante el 2000 en establecimientos de Hotelería se alojaron *Solo en Asturias*, es decir, no compartieron con ninguna otra región su viaje. En el caso de viaje compartido destaca la vecina *Cantabria* con el 56,4%.

Los turistas por Trabajo / Negocios y Congresos / Ferias son los que menos comparten viaje, ya que el 78,6% se alojará en Asturias con carácter de exclusividad. En caso de viaje compartido la Comunidad que más comparte es *Galicia* con el 45,5%, seguido de *Cantabria* con el 31,6% y *Otras Comunidades* con el 28,4% (Figura 4.9).

FIGURA 4.9: COMUNIDADES AUTÓNOMAS QUE COMPARTEN VIAJE. (%).

COMUNIDADES AUTÓNOMAS		VACACIONES/ OCIO	TRABAJO/ NEGOCIOS Y CONGRESOS/FERIAS	MEDIA HOTELERÍA
Se alojará sólo en Asturias		72,7	78,6	75,3
Se alojará en otras regiones		27,3	21,4	24,7
desglose	**Cantabria**	64,3	31,6	56,4
	Galicia	29,9	45,5	33,5
	Castilla-León	21,3	25,8	22,6
	País Vasco	14,4	19,7	16,0
	Otras Comunidades	11,8	28,4	15,5

Fuente: S.I.T.A.

IV.1.6.- Razones de Elección de Destino.

Las principales razones por las que los turistas alojados en Hotelería eligen Asturias como destino de ocio o vacacional son la riqueza del *Entorno natural* con un 21,9%, *Conocer España* con un 21,2%, y por las *Recomendaciones de famila/amigos*, el 14,1%.

Según la época del año, mientras en temporada alta es más importante el *Conocer España*, en temporada baja influye mucho más la *Riqueza del entorno natural*. Por otro lado, se puede observar que en temporada baja tienen mayor importancia relativa algunas razones relacionadas con la *Tranquilidad*, la *Gastronomía*, la *Proximidad Geográfica* o las *Raíces asturianas* (Figura 4.10).

FIGURA 4.10: RAZONES PARA ELEGIR ASTURIAS.

RAZONES DE ELECCION	TEMPORADA ALTA	TEMPORADA BAJA	MEDIA HOTELERÍA
Conocer España	22,5	19,6	21,2
Recomendaciones familia / amigos	13,8	14,5	14,1
Experiencia de visitas anteriores	12,1	10,4	11,3
Riqueza del entorno natural	22,1	21,6	21,9
Patrimonio Cultural	1,4	2,0	1,6
Tranquilidad del lugar	3,9	5,0	4,4
Gastronomía	4,7	5,8	5,2
Proximidad geográfica	4,4	5,1	4,7
Raíces asturianas	2,2	3,9	3,0
Otras razones	13,0	12,1	12,6

Fuente: S.I.T.A.

Teniendo en cuenta sólo a los turistas que han venido a Asturias por vacaciones u ocio, algo más de la mitad, el 52,1% afirma haber visto *Publicidad Turística* sobre la región antes de realizar el viaje. El principal medio publicitario visto son los *Anuncios en medios de comunicación*, seguido de los *Folletos*. Con cifras más modestas se encuentran las consultas en *Internet* y la publicidad vista en *Ferias y Exposiciones*. La valoración de la publicidad vista realizada por los entrevistados puede calificarse de notable, con puntuaciones medias por encima de siete puntos sobre diez, salvo la publicidad vista en *Internet* que obtuvo una media de 6,9 puntos (Figura 4.11).

Finalmente, la publicidad como factor determinante para tomar la decisión de venir a Asturias influyó al 21,4% de los que la vieron.

FIGURA 4.11: PUBLICIDAD VISTA ANTES DEL VIAJE (%).

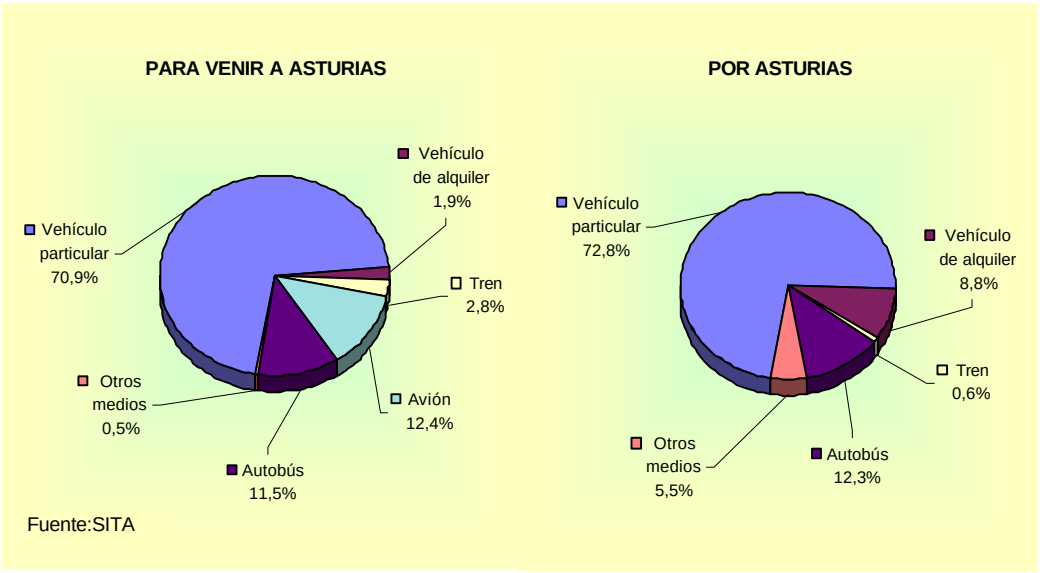
PUBLICIDAD	SI	NO	VALORACIÓN (1 A 10)
ANUNCIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	61,3	38,7	7,0
FOLLETOS	51,1	48,9	7,2
FERIAS Y EXPOSICIONES	8,4	91,6	7,3
INTERNET	18,1	81,9	6,9

Fuente: S.I.T.A.

IV.1.7.- Forma de Desplazamiento.

El principal medio de transporte utilizado para venir a Asturias y para desplazarse por nuestra región es el *Vehículo particular* con un 70,9% y un 72,8% respectivamente. El segundo medio más utilizado para venir a Asturias es el *Avión*, con el 12,4% (Figura 4.12).

FIGURA 4.12: MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS (%).



Fuente:SITA

Los turistas vacacionales utilizan en mayor medida el *Vehículo particular* que los de negocios, tanto para venir a Asturias como para desplazarse por la región. No sucede lo mismo con el *Avión*, transporte utilizado por uno de cada cuatro turistas de negocios para venir a Asturias. Por otro lado, los turistas de negocios también tienden a utilizar en mayor medida un *Vehículo de alquiler* en sus desplazamientos por la región. Por último un 7,8% de los turistas de negocios *No se desplazará* frente al 0,7% de los vacacionales (Figura 4.13).

FIGURA 4.13: MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS SEGÚN LA MOTIVACIÓN DEL VIAJE (%).

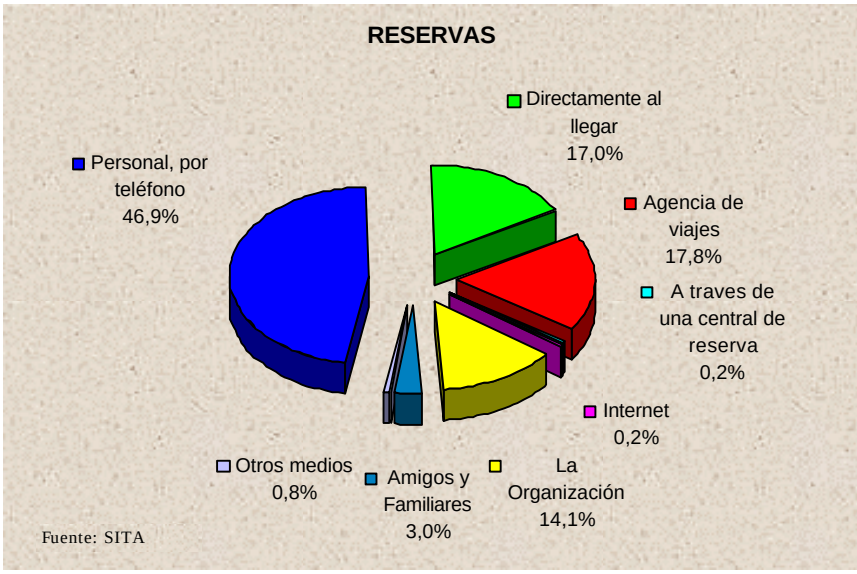
TRANSPORTE	PARA VENIR A ASTURIAS		POR ASTURIAS	
	VACACIONES / OCIO	TRABAJO/ NEGOCIOS Y CONGRESOS / FERIAS	VACACIONES / OCIO	TRABAJO/ NEGOCIOS Y CONGRESOS / FERIAS
No se desplazará	—	—	0,7	7,8
Vehículo particular	75,9	60,2	77,9	61,5
Vehículo de alquiler	2,0	1,6	6,0	16,4
Autobús (contratado y de línea)	* 12,3	** 8,7	13,1	10,0
Tren	2,0	4,1	0,7	0,4
Avión	7,2	25,2	—	—
Otros medios	0,6	0,2	1,6	3,8

* Autobús contratado 9,6% y de línea 2,7%.
** Autobús contratado 5,1% y de línea 3,6%.
Fuente: S.I.T.A.

IV.1.8.- Reserva del alojamiento.

La reserva del alojamiento se hizo mayoritariamente de forma *Personal, por teléfono* en el 46,9% de los casos. La *Agencia de Viajes* y la reserva realizada *Directamente al llegar* también tienen una participación destacada con el 17,8% y el 17% respectivamente (Figura 4.14).

FIGURA 4.14: RESERVA DEL ALOJAMIENTO (%).



Los turistas por trabajo y negocios efectúan la reserva de alojamiento prácticamente a partes iguales *Por teléfono*, el 40,7% y a través de la *Empresa*, mientras que los turistas vacacionales se muestran más proclives a contratar el alojamiento *Por teléfono* en prácticamente la mitad de los casos, el 49,5%. También se observa una mayor utilización de la *Agencia de Viajes* que en el caso laboral concretamente, el 23,1% (Figura 4.15).

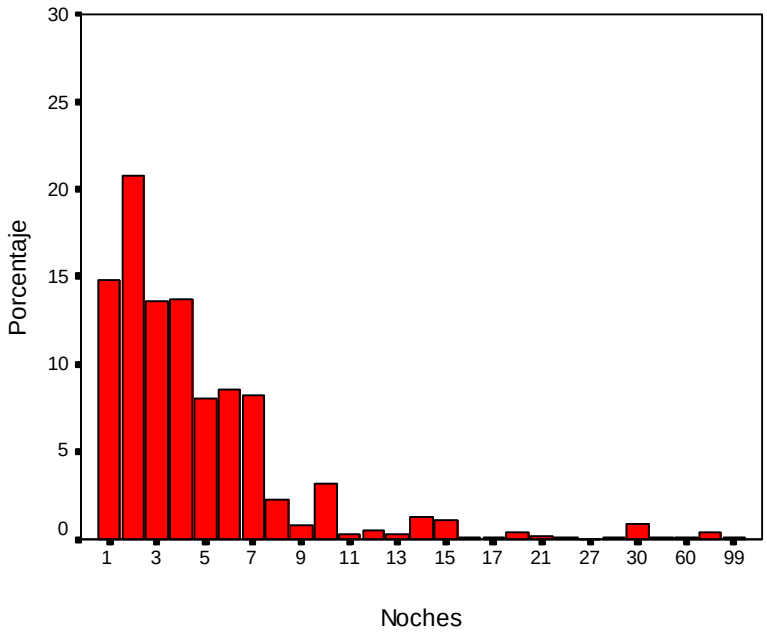
FIGURA 4.15: RESERVA DEL ALOJAMIENTO (%).

RESERVA	VACACIONES/ OCIO	TRABAJO/ NEGOCIOS Y CONGRESOS/FERIAS	MEDIA HOTELERÍA
Por Teléfono	49,5	40,7	46,9
Directamente al Llegar	19,7	10,3	17,0
Agencia de Viajes	23,1	5,9	17,8
Central de reservas	0,3	—	0,2
Internet	0,3	0,2	0,2
La Organización	3,7	41,0	14,1
Amigos y familiares	2,9	0,6	3,0
Otros Medios	0,6	1,2	0,8
Fuente: S.I.T.A.			

IV.1.9.- Cifras Medias de Estancia y Gasto.

La estancia media del conjunto de establecimientos de Hotelería es de poco más de 5 días, en concreto 5,1 noches. Existe no obstante una elevada depresión en la media tal y como podemos ver en el histograma correspondiente.

FIGURA 4.16: HISTOGRAMA: ESTANCIA MEDIA (Noches).



Debemos, además, resaltar que esta cifra de estancia media varía también según los distintos perfiles de turistas, siendo más elevada en el caso de que viajan por motivos laborales, en temporada alta, por el turismo Receptor y sobre todo por los que se alojan en Hostales y Pensiones (Figura 4.16).

FIGURA 4.17: ESTANCIA MEDIA (%).

ESTANCIA MEDIA		%
SEGÚN MOTIVO	**Vacaciones / Ocio**	4,7
	Trabajo / Negocios y Congresos / Ferias	6,0
SEGÚN TEMPORADA	**Temporada Alta**	6,2
	Temporada Baja	4,1
SEGÚN PROCEDENCIA	**Turismo Interno**	3,2
	Turismo Receptor	5,2
SEGÚN ALOJAMIENTO DE HOTELERÍA	**Hoteles de 3 a 5 estrellas**	4,8
	Hoteles de 1 y 2 estrellas	4,9
	Hostales y Pensiones	8,2
Fuente: S.I.T.A.		

Por lo que respecta al gasto, el *Gasto total por persona en el viaje* asciende a una media de 68.198 pesetas. Analizando los gastos satisfechos por los turistas vacacionales y los laborales se observan notables diferencias, la primera y fundamental es el elevado *Gasto total por persona en el viaje* de los turistas de negocios, 87.096 Ptas., cifra que no solo se debe a una mayor estancia media sino también a un mayor *Gasto total por persona y día*, de 15.150 Ptas.. Este elevado gasto diario se debe fundamentalmente a un mayor *Gasto en alojamiento*, de 7.593 Ptas. al alojarse en establecimientos de superior categoría y un mayor gasto en *Alimentación* de 5.036 Ptas.. El *Gasto Total en Compras varias*,

por el contrario, es superior para los turistas vacacionales, ascendiendo a 3.898 Ptas. por viaje (Figura 4.18).

FIGURA 4.18: GASTOS TURÍSTICOS POR PERSONA (Ptas.).

CONCEPTO DE GASTO	VACACIONES/ OCIO	TRABAJO/ NEGOCIOS Y CONGRESOS / FERIAS	MEDIA HOTELERÍA
Alojamiento (persona / día)	4.249	7.593	5.183
Alimentación (persona / día)	4.077	5.038	4.360
Compras (persona / viaje)	3.898	3.200	3.679
Total Persona y Día	11.037	15.150	12.212
Total Persona y Viaje	60.942	87.096	68.198

Fuente: S.I.T.A.

IV.1.10. - Lugares visitados.

Una consideración preliminar a la hora de analizar los lugares más visitados es que los turistas no se distribuyen uniformemente según las distintas zonas sino que un 9,6% se alojan en el *Occidente*, un 59,6% en el *Centro* y un 30,9% en el *Oriente*.

Así, en el caso de Occidente, la zona costera resulta ser la más visitada por los turistas que han venido por motivos de Vacaciones / ocio. En el Centro de Asturias, *Gijón*, *Oviedo*, y *Cudillero* son los lugares más visitados, mientras que en el Oriente lo son el área de *Covadonga* y *Los Lagos*, *Cangas de Onís* y *Llanes* (Figura 4.19. a, b y c).

FIGURA 4.19.a: LUGARES VISITADOS - OCCIDENTE (%).

OCCIDENTE	%
RÍA EO - CASTROPOL	19,6
PUERTO DE VEGA - NAVIA	55,9
CABO BUSTO - LUARCA	78,8
VIAVÉLEZ - TAPIA	29,6
CASTRO DE COAÑA	22,8
TARAMUNDI	26,4
TEIXOIS	21,0
OSCOS - MAZONOVO	10,3
OTROS	17,2
Fuente: S.I.T.A.	

FIGURA 4.19.b: LUGARES VISITADOS - CENTRO (%).

CENTRO	%
CATEDRAL OVIEDO	62,8
PLAYA Y PASEO DE GIJÓN	78,3
CASCO ANTIGUO DE AVILÉS	15,8
VILLAVICIOSA – RESERVA RÍA	19,0
CABO PEÑAS	20,9
SOMIEDO – P.N. SOMIEDO	7,4
CUDILLERO	31,1
CASO – P.N. REDES	3,1
OTROS	8,9
Fuente: S.I.T.A.	

FIGURA 4.19.c: LUGARES VISITADOS - ORIENTE (%).

ORIENTE	%
COVADONGA – LOS LAGOS	76,8
PICOS DE EUROPA (RUTAS DE MONTAÑA)	44,1
PICOS DE EUROPA (LOCALIDADES)	53,1
MIRADOR DEL FITO	8,7
PUENTE ROMANO – CANGAS DE ONÍS	67,1
RIBADESELLA	62,4
LASTRES	10,0
LLANES (RURAL Y URBANA)	64,7
OTROS	6,7
Fuente: S.I.T.A.	

Los lugares de toda Asturias visitados por los turistas y considerados como más interesantes se encuentran en la montaña: *Covadonga y Los Lagos* con un 24,1% y las *Rutas Montaña por los Picos de Europa,* el 11,1%. La playa también ocupa un lugar destacado, ya que un 10,7% señala al *Paseo y Playa de Gijón*. La lista de lugares se amplía hasta alcanzar 31 puntos que son calificados como muy interesantes por el turista.

IV.1.11.- Calificaciones sobre el alojamiento.

La Calidad-precio de los alojamientos de Hotelería es valorada con un Notable por el turista, concretamente con una media de 7,4 puntos sobre diez. Sólo un 7,5% de los turistas suspenden a estos establecimientos valorándolos con cinco puntos o menos.

Aspectos del alojamiento de forma individual también han sido valorados por los turistas de una forma óptima, siendo la *Situación y entorno* y la *Limpieza e higiene* del establecimiento los atributos más valorados por este tipo de turistas (Figura 4.20).

Respecto a la tarifa aplicada / satisfecha, el 56,9% ha pagado la *Tarifa oficial* y el 19,7% la *Tarifa de empresa* el 6,3% se han beneficiado de una *Tarifa descuento* y el 5,1% han utilizado un *Bono o talón*.

El régimen más frecuente es el de *Sólo alojamiento*, el 62,8%, seguido por el *Alojamiento y desayuno* con el 22,1%. La *Pensión completa* solo es utilizada en el 7,7% de los casos.

FIGURA 4.20: CALIFICACIONES SOBRE EL ALOJAMIENTO.

ATRIBUTOS	MEDIA	% DE RESPUESTA
SITUACIÓN Y ENTORNO	8,1	97,8%
CONFORT DE INSTALACIONES	7,6	97,6%
ARQUITECTURA Y DISEÑO	7,2	96,6%
SERVICIO Y ATENCIÓN DEL PERSONAL	7,9	93,2%
SERVICIOS AÑADIDOS DE OCIO	7,3	6,1%
SERVICIOS DE RESTAURACIÓN	7,6	40,7%
LIMPIEZA E HIGIENE	8,1	96,8%
RELACIÓN CALIDAD -PRECIO	7,4	96,8%
Valoración de uno a diez puntos Fuente: S.I.T.A.		

IV.1.12. – Valoración de Asturias.

Las valoraciones realizadas por los turistas alojados en Hotelería sobre distintos aspectos de la región son de notable, indicando una satisfacción de su estancia y de nuestro destino. La peor valoración es la que obtiene las *Carreteras y la señalización*, con 6,4 puntos, mientras que la más elevada, con un 8,5 es el *Trato con la gente* (Figura 4.21).

FIGURA 4.21: CALIFICACIONES MEDIAS.

ATRIBUTOS	MEDIA
EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS	
BARES, CAFETERÍAS	7,6
RESTAURANTES	7,8
SIDRERÍAS	8,0
OFICINAS DE INFORMACIÓN – SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA	6,9
INFRAESTRUCTURAS	
COMERCIOS / SERVICIOS BANCARIOS	7,4
SERVICIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO	6,9
CARRETERAS/ SEÑALIZACIÓN VIARIA	6,4
EQUIPAMIENTOS E INFRAESTRUCTURAS MUNICIPALES (PAPELERAS, FUENTES, ILUMINACIÓN, SANEAMIENTO, BASURAS, AGUAS)	7,5
ASPECTOS SOCIALES – AMBIENTALES	
TRATO DE LA GENTE	8,5
CONSERVACIÓN DEL MEDIO NATURAL	8,0
CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO NATURAL	7,8
Valoración de uno a diez puntos Fuente: S.I.T.A.	

Es interesante señalar que un 54% declara que no han echado en falta *Nada* durante su estancia. El 11,7% se queja de no haber tenido un *Mejor tiempo* y de las *Carreteras* un 7,5% de los turistas (Figura 4.22).

En cuanto a lo que más les ha gustado de Asturias, el 38,3% ha manifestado directamente que ha sido el *Paisaje y el Ent*orno lo que más les ha gustado de Asturias. Un 11,5% la *Gente* y un 10,7% *Todo* en general (Figura 4.23).

FIGURA 4.22: ¿QUÉ ECHA DE MENOS EL VISITANTE? (%).

ASPECTOS	
NADA	54,0
DISPONER DE MÁS TIEMPO	5,3
OFICINAS DE TURISMO	1,5
POCA PROMOCIÓN TURÍSTICA	0,9
INFORMACIÓN DE CARRETERAS Y MEDIOS DE TRANSPORTE	0,2
MEJORES CARRETERAS Y ACCESOS	7,5
MEJORES SEÑALIZACIONES DE CARRETERAS	2,1
MEJORES SEÑALIZACIONES TURÍSTICAS	1,0
INFRAESTRUCTURA COMERCIAL	0,4
INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA	0,4
INFRAESTRUCTURA HOTELERA (POCAS PLAZAS)	0,7
INFRAESTRUCTURA BANCARIA	0,1
INFRAESTRUCTURA SANITARIA	0,1
EQUIPAMIENTOS URBANOS (FUENTES, BAÑOS...)	0,4
OFICINAS DE CORREOS	0,2
APARCAMIENTOS	1,3
ADECUACIÓN EN EL SERVICIO DE HOSTELERÍA	1,5
ATENCIÓN AL TURISTA	0,5
BUEN TIEMPO	11,7
LLUVIA	1,6
PRECIOS ASEQUIBLES EN ALOJAMIENTO	0,4
PRECIOS ASEQUIBLES EN RESTAURACIÓN	0,4
MEJOR CONSERVACIÓN DE LOS MONUMENTOS	0,6
HÓRREOS	0,1
MEJOR CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	0,7
MÁS VARIEDAD GASTRONÓMICA	0,7
MÁS AMBIENTE NOCTURNO	1,4
OTROS ASPECTOS VARIOS	4,1
Fuente: S.I.T.A.	

FIGURA 4.23: LO QUE MÁS GUSTA DE ASTURIAS (%).

ASPECTOS	
EL PAISAJE / ENTORNO / AMBIENTE	38,3
LA GENTE	11,5
TODO	10,7
LA GASTRONOMÍA	10,6
LAS PLAYA Y EL MAR	5,6
NATURALEZA	5,6
EL CLIMA	4,0
LA SIDRA	3,4
OTROS ASPECTOS	2,8
LA MONTAÑA	2,6
LA ARQUITECTURA EN GENERAL	2,2
TRANQUILIDAD / SOSIEGO	1,6
ACTIVIDADES DE OCIO, DIVERSIÓN Y CULTURA	0,5
COVADONGA	0,4
RUTAS TURÍSTICAS Y RUTAS DE MONTAÑA	0,1
LA ARTESANÍA	0,1
Fuente: S.I.T.A.	

IV.1.13. – Actividades realizadas.

Por lo que se refiere a las actividades realizadas por los turistas alojados en establecimientos de Hotelería, estas se realizan básicamente durante el verano y con unos porcentajes muy discretos. A pesar de ello, las actividades más contratadas son las *Piraguas / canoas en río* (Figura 4.24).

FIGURA 4.24: ACTIVIDADES REALIZADAS (%).

ACTIVIDADES	
ACTIVIDADES ACUÁTICAS EN EL MAR	—
PIRAGUAS / CANOAS EN RÍO	2,2
PUENTING, DESCENSO DE CAÑONES	0,3
RUTAS GUIADAS	0,2
EXCURSIONES A CABALLO	1,3
EXCURSIONES EN 4X4, QUAD	1,0
GOLF	0,1
DEMOSTRACIONES ARTESANALES	—
BICICLETAS (MOUNTAIN BIKE)	—
Fuente: S.I.T.A.	

IV.2.- Análisis comparativo de la Hotelería por tipo de establecimiento.

A continuación se realiza un análisis comparativo de las principales variables de la demanda que presentan características particulares según el tipo de alojamiento de Hotelería utilizado, agrupando las distintas categorías en de establecimientos:

- Hoteles de 5 y 4 estrellas.
- Hoteles de 3 estrellas.
- Hoteles de 2 estrellas.
- Hoteles de 1 estrella.
- Hostales y pensiones.

Para realizar dicha comparación y obtener un perfil de la demanda de cada grupo de establecimientos atenderemos a una serie de variables

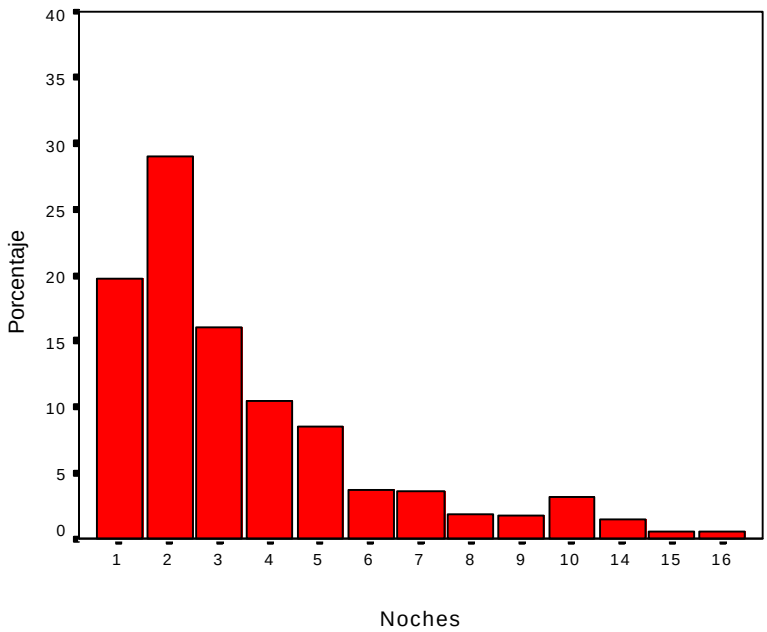
básicas: Compañía en el viaje, estancia media, procedencia, motivos del viaje, visitas a Asturias, organización del viaje, medio de transporte, razones de elección del destino, reserva del alojamiento, relación calidad-precio, gasto turístico y edad media (tarifa aplicada, régimen alimenticio).

IV.2.1.- Hoteles de 5 y 4 estrellas.

La *Pareja* es el acompañante más frecuente con el 39,0%, seguido de los viajes realizados con *Compañeros de trabajo*, el 24,6%. El viaje en *Familia* y los viajes en *Solitario* con el 13,8% y 13,5% respectivamente son otras opciones también destacadas. Los viajes con *Compañeros* y en *Solitario* están directamente relacionados con estancias derivadas de viajes por motivos laborales.

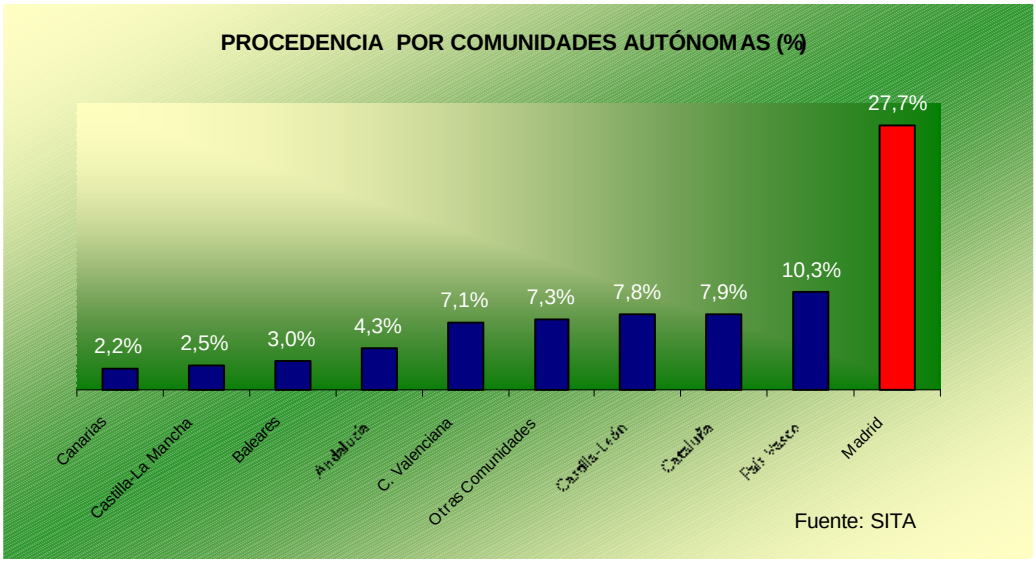
La estancia media se sitúa ligeramente por debajo de la media de la Hotelería y es de 3,5 noches, aunque su distribución se puede observar en la Figura 4.25.

FIGURA 4.25: HISTOGRAMA: ESTANCIA MEDIA (Noches). HOTELES DE 5 Y 4 ESTRELLAS.



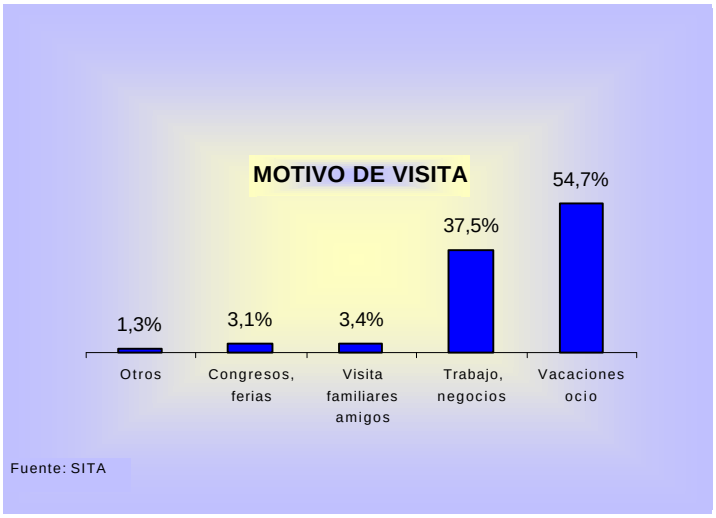
En cuanto a la procedencia, este tipo de hoteles se caracteriza por tener un elevado porcentaje relativo de procedencia de turistas extranjeros, un 16,3%. El *Turismo Interno*, es decir, los propios asturianos, se sitúan muy por debajo de la media de Hotelería, alcanzando tan solo el 3,6%. El turismo nacional, con el 80,1% restante está compuesto principalmente por los residentes en *Madrid* que conforman el contingente más numeroso con el 27,7% de turistas y le siguen en importancia las otras procedencias clásicas del turismo asturiano: el *País Vasco* y *Castilla-León* (Figura 4.26).

FIGURA 4.26: PROCEDENCIA DEL TURISMO RECEPTOR (%).



Las *Vacaciones/Ocio* son el principal motivo para venir a Asturias en un 54,7% de los casos seguido del *Trabajo/Negocios* con un 37,5%. Los viajes por este motivo son los que alcanzan un mayor porcentaje relativo con respecto a las otras categorías de Hotelería (Figura 4.27).

FIGURA 4.27: MOTIVO DE VISITA (%).



Algo más de dos de cada cinco turistas alojados en Hoteles de 5 y 4 estrellas, el 38,3%, es la *Primera Vez* que viaja por Asturias. Este hecho contrasta con el de los turistas que repiten su visita, donde el porcentaje más elevado es el obtenido por los que han realizado *Más de Cinco* visitas con anterioridad, el 36,4%. Tenemos pues dos grandes grupos de turistas, uno que viene por primera vez a Asturias y otro que viene en numerosas ocasiones. De estas personas que han venido en anteriores ocasiones a Asturias, el 44,0% realiza visitas a Asturias una media de 9,8 veces al año debido principalmente a motivos de trabajo o negocios, en el 78,5% de los casos (Figura 4.28).

FIGURA 4.28: VISITAS A ASTURIAS (%).

El 56,6% de los turistas alojados en Hoteles de 5 y 4 estrellas organizaron el viaje *Por su Cuenta* y un 28,4% lo organizó por medio de *La Empresa* de trabajo. En estos hoteles de mayor categoría se aprecia una mayor utilización de las *Agencias de Viajes*, el 12,6% como medio de organizar su viaje a Asturias.

El principal medio de transporte utilizado para venir a Asturias y para desplazarse por nuestra región es el *Vehículo particular*, un 60,9% y un 62,7% respectivamente. El segundo medio más utilizado para venir a Asturias es el *Avión*, con el 29,1%.

Las principales razones por las que los turistas alojados en Hoteles de 5 y 4 estrellas eligen Asturias como destino de ocio o vacacional son *Conocer España* con un 24,2%, la riqueza del *Entorno natural* con un 18,7% y por las *Recomendaciones de familia /amigos*, el 12.0%.

La Calidad-precio de estos alojamientos es valorada con un Notable alto por el turista, concretamente con una media de 8,3 puntos sobre

diez. Sólo un 1,8% de los turistas califican a estos establecimientos con cinco puntos o menos.

Aspectos del alojamiento de forma individual también han sido valorados por los turistas de una forma óptima, siendo la *Limpieza e higiene* y la del *Situación y entorno* del establecimiento los atributos más valorados por este tipo de turistas (Figura 4.29).

Respecto a la tarifa aplicada / satisfecha, el 43,9% ha pagado la *Tarifa oficial* y el 31,4% la *Tarifa de empresa*. El 7,3% han utilizado un *Bono o talón* y el 6,2% se han beneficiado de alguna *Tarifa descuento*.

El régimen más frecuente es el de *Sólo alojamiento*, el 51,6%, seguido por el *Alojamiento y desayuno* con el 39,2%. La *Pensión completa* solo es utilizada en el 2,3% de los casos.

FIGURA 4.29: CALIFICACIONES SOBRE EL ALOJAMIENTO.

ATRIBUTOS	MEDIA	% DE RESPUESTA
SITUACIÓN Y ENTORNO	8,8	96,5
CONFORT DE INSTALACIONES	8,5	97.9
ARQUITECTURA Y DISEÑO	8,4	97,8
SERVICIO Y ATENCIÓN DEL PERSONAL	8,6	92,1
SERVICIOS AÑADIDOS DE OCIO	8,5	5,5
SERVICIOS DE RESTAURACIÓN	8,4	50,3
LIMPIEZA E HIGIENE	9,0	96,6
RELACIÓN CALIDAD -PRECIO	8,3	96,1
Valoración de uno a diez puntos Fuente: S.I.T.A.		

La reserva del alojamiento se hizo mayoritariamente de forma *Personal, Por teléfono* en el 40,0% de los casos. La *Agencia de Viajes* y *La Organización* también tienen una participación destacada con el 24,1% y el 28,6% respectivamente, siendo más minoritarios por tanto, los viajes con una mayor improvisación cuya reserva se realiza *Directamente al llegar*, el 2,9%, más propia de otros tipos de alojamiento.

Los Hoteles de 5 y 4 estrellas se caracterizan por una estancia reducida y por unos gastos elevados, superiores a la media, excepto el *Gasto total en compras varias*. El *Gasto total por persona durante el viaje* asciende a una media de 76.431 pesetas pudiéndose resumir las principales variables de gasto en el siguiente gráfico (Figura 4.30).

FIGURA 4.30: GASTOS TURÍSTICOS POR PERSONA (Ptas.).

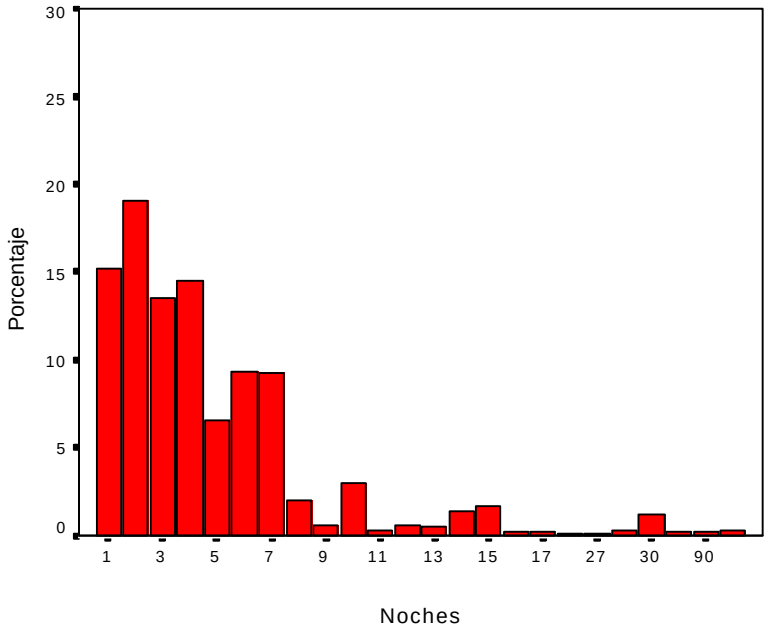
CONCEPTO DE GASTO	MEDIA H 5 Y 4 ESTR.
Alojamiento (persona / día)	9.812
Alimentación (persona / día)	6.700
Compras (persona / viaje)	3.010
Total Persona y Día	19.142
Total Persona y Viaje	84.217
Fuente: S.I.T.A.	

IV.2.2.- Hoteles de 3 estrellas.

Los turistas que se han alojado en Hoteles de tres estrellas vienen en un 39,2% en *Pareja*. Le siguen otras opciones como son los viajes en Solitario con un 19,7% o con *Compañeros de trabajo* con un 14,6%, más propios de viajes laborales, mientras que el viaje en *Familia* alcanza un 11,5%. Los viajes con *Amigos* se sitúan en un 9,5% y los *Grupos organizados* en un 5,4% de los casos.

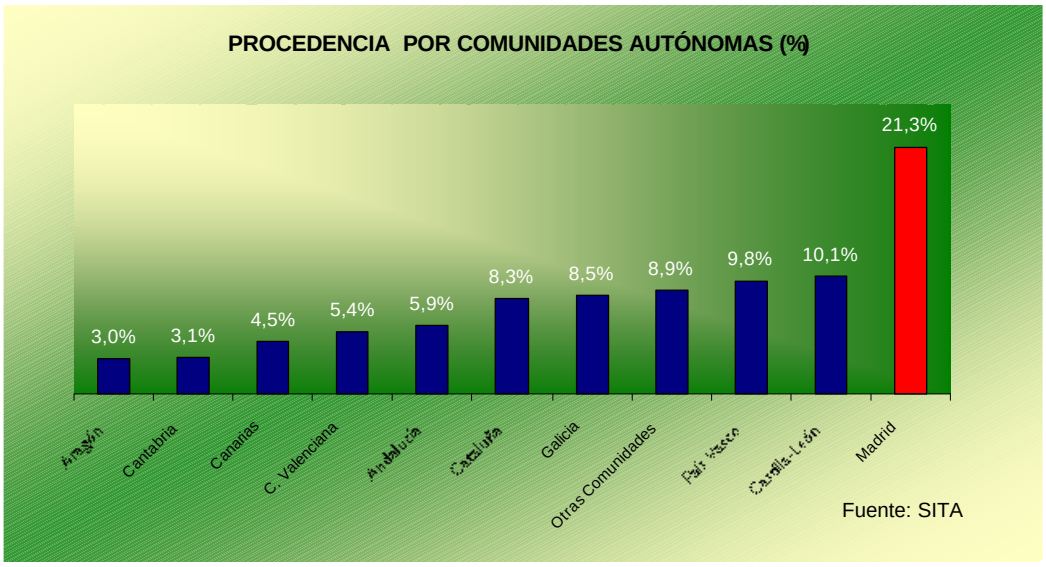
La estancia media es más elevada que la obtenida en los anteriores tipos de hoteles y alcanza las 5,2 noches, con una distribución específica tal y como vemos en el histograma correspondiente (Figura 4.31).

FIGURA 4.31: HISTOGRAMA: ESTANCIA MEDIA (Noches). HOTELES DE 3 ESTRELLAS.



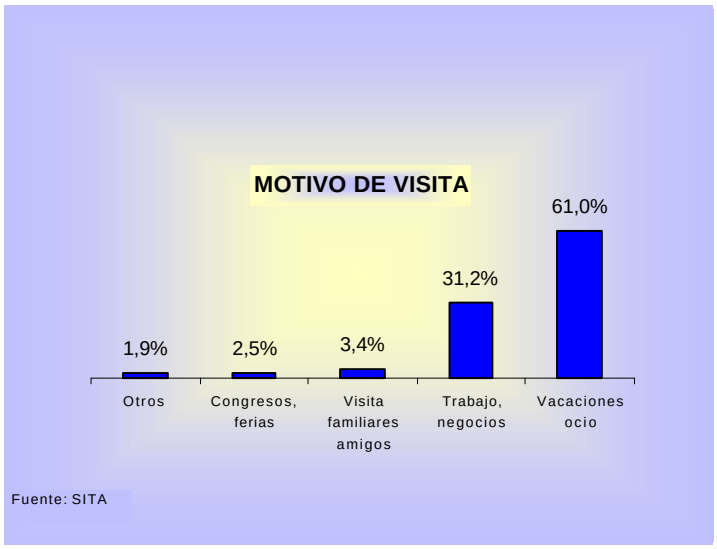
La principal procedencia de los hoteles de tres estrellas es un *Turismo Nacional*, de acuerdo a las cifras generales. El *Turismo Extranjero* alcanza un 6,4%, por un 4,4% de *Turismo Interno,* correspondiendo el resto con turistas nacionales. En concreto, *Madrid* alcanza un 21,3% seguido de *Castilla y León* con el 10,1%, *País Vasco*, un 9,8% y un 8,5% y un 8,3% *Galicia* y *Cataluña* respectivamente (Figura 4.32).

FIGURA 4.32: PROCEDENCIA DEL TURISMO RECEPTOR (%).



El motivo principal de la visita a Asturias de los alojados en Hoteles de Tres estrellas en Asturias son el disfrute de Vacaciones / ocio con un 61,0%, aunque existe un segmento importante de turistas que vienen por motivos laborales, alcanzando un 31,2% los que vienen por *Trabajo / negocios* (Figura 4.33).

FIGURA 4.33: MOTIVO DE VISITA (%).



El 43,3% de los turistas alojados en Hoteles de 3 estrellas manifiestan que es su *Primera Visita* a Asturias. También existe un elevado porcentaje de turistas que han venido a Asturias en anteriores ocasiones, destacando un 32,7% que han venido anteriormente en *Más de Cinco* ocasiones. Un 46,2% de los turistas que han venido en anteriores ocasiones suelen realizar varios viajes a Asturias durante el año, viajes que son principalmente por motivos laborales (Figura 4.34).

FIGURA 4.34: VISITAS A ASTURIAS (%).

La organización del viaje por parte de este turista que se aloja en Hoteles de 3 estrellas es, en un 52,9%, *Por su cuenta,* sin intermediarios. El 24,6% ha organizado el viaje por medio de *La Empresa* de trabajo y en un 18,1% de los casos ha intervenido una agencia de viaje en la organización del mismo.

Para venir a Asturias, el medio de transporte más empleado ha sido el *Vehículo particular*, con un 64,1%. Las otras opciones principales son

el *Avión*, con el 15,7% y el *Autobús*, principalmente el *Autobús contratado*, un 11,7%.

Las razones que motivaron a los turistas alojados en este tipo de establecimientos a venir a Asturias han sido por este orden: *Conocer España* con un 24,0%, el *Entorno natural* con un 19,1%, las *Recomendaciones de familia /amigos*, el 13,9% y la *Experiencia de visitas anteriores*, un 11,4%.

La valoración que realizan sobre los establecimientos en cuanto a su Calidad-precio es Notable alcanzando una valoración media de 7,4 puntos sobre diez. Un 7,6% de los turistas emiten puntuaciones por debajo de cinco puntos.

Otros aspectos del alojamiento que han valorado de forma positiva han sido la *Limpieza e higiene* y la del *Situación y entorno* del establecimiento, aunque todos los aspectos son calificados con medias de siete o más puntos (Figura 4.35).

En cuanto a la tarifa aplicada / satisfecha por parte del turista, un 41,6% le ha sido aplicada la *Tarifa oficial,* mientras que un 27,0% ha tenido una *Tarifa de empresa.*

El régimen de alojamiento más usual ha sido el de *Sólo alojamiento*, con un 55,7%, seguido por el *Alojamiento y desayuno* con el 22,0%. La *Pensión completa* se situó en el 12,2% de los casos.

FIGURA 4.35: CALIFICACIONES SOBRE EL ALOJAMIENTO.

ATRIBUTOS	MEDIA	% DE RESPUESTA
SITUACIÓN Y ENTORNO	8,0	98,4
CONFORT DE INSTALACIONES	7,6	98,3
ARQUITECTURA Y DISEÑO	7,2	97,1
SERVICIO Y ATENCIÓN DEL PERSONAL	7,9	94,4
SERVICIOS AÑADIDOS DE OCIO	7,0	6,9
SERVICIOS DE RESTAURACIÓN	7,2	50,3
LIMPIEZA E HIGIENE	8,0	96,6
RELACIÓN CALIDAD -PRECIO	7,4	96,8

Valoración de uno a diez puntos
Fuente: S.I.T.A.

La reserva *Personal, Por teléfono* del alojamiento es la opción más utilizada por los turistas, el 46,0% de los casos. La reserva a través de la *Empresa* supone un 18,1% y las reservas hechas a través *Agencia de Viajes* representan el 22,3% reduciéndose hasta el 10,3% las reservas *Directamente al llegar*.

El *Gasto total por persona durante el viaje* alcanza una media de 73.845 pesetas y los principales componentes del gasto son los siguientes (Figura 4.36).

FIGURA 4.36: GASTOS TURÍSTICOS POR PERSONA (Ptas.).

CONCEPTO DE GASTO	MEDIA H 3 ESTR.
Alojamiento (persona / día)	5.900
Alimentación (persona / día)	4.256
Compras (persona / viaje)	3.847
Total Persona y Día	12.817
Total Persona y Viaje	73.846

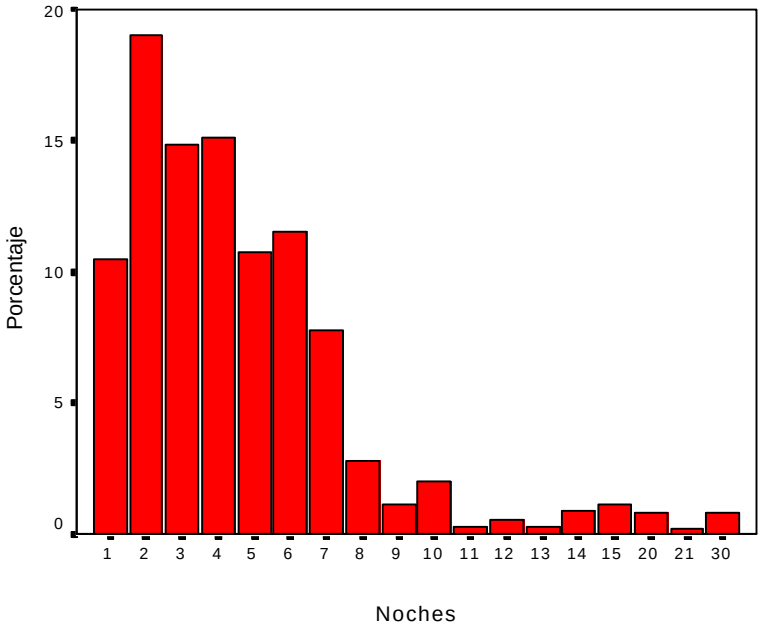
Fuente: S.I.T.A.

IV.2.3.- Hoteles de 2 estrellas.

Dentro de la Hotelería, los Hoteles de 2 estrellas presentan unas características específicas. El viaje lo realizan en un 54,0% de los casos en *Pareja,* mientras que la *Familia* y el viaje con Amigos representan el 13,8 y el 14,0% respectivamente. El viaje en *Solitario*, representa el 8,3% y con *Compañeros de trabajo* el 5,3% y en grupo Organizado un 4,6%.

La estancia media alcanza una media de 4,7 noches con una distribución específica (Figura 4.37).

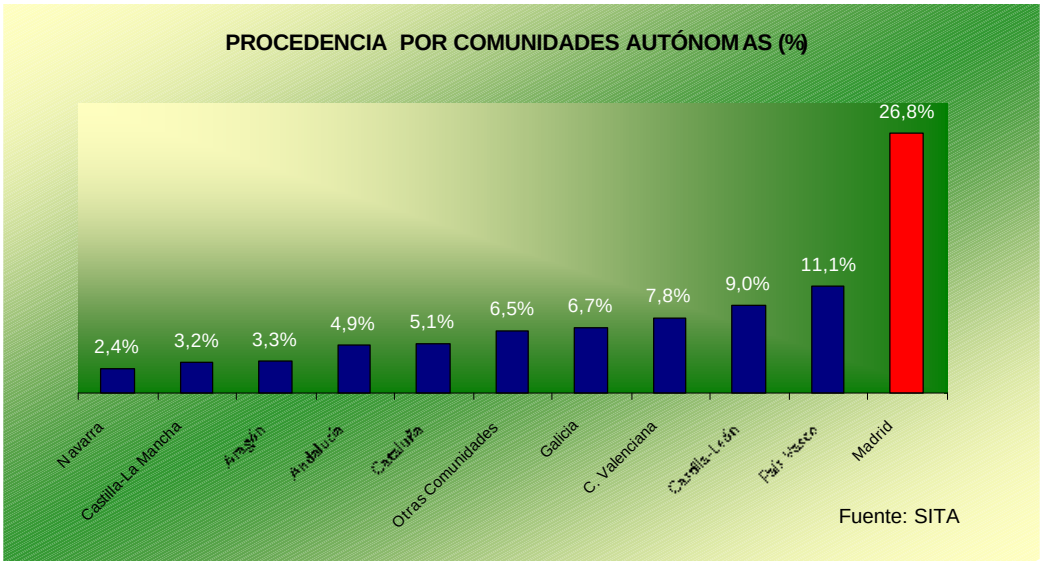
FIGURA 4.32: HISTOGRAMA: ESTANCIA MEDIA (Noches). HOTELES DE 2 ESTRELLAS.



El 86,8% de los turistas alojados en este tipo de establecimientos son *Nacionales*, por un 8,0% de *Turismo Interno* y un 5,2% de *Turismo Extranjero*. Dentro del mercado nacional, es la *Comunidad de Madrid* la

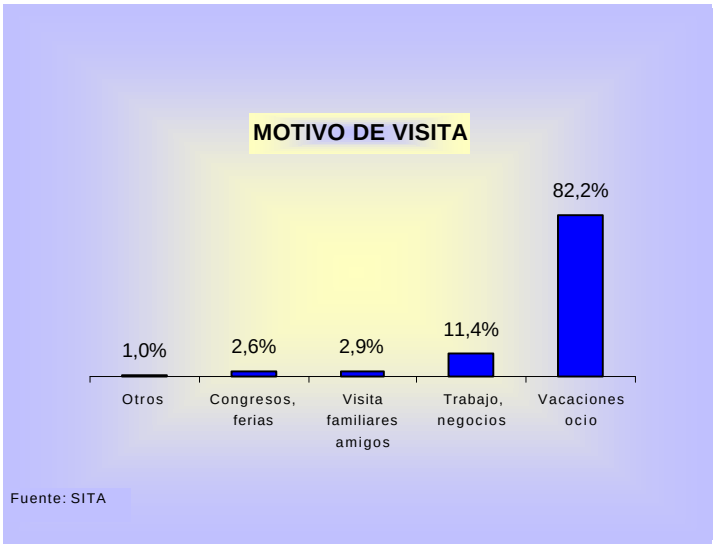
principal emisora, con un 26,8%, seguida del *País Vasco* con el 11,1% y *Castilla y León* con el 9,0% (Figura 4.38).

FIGURA 4.38: PROCEDENCIA DEL TURISMO RECEPTOR (%).



En un 82,2% de los casos, han venido por *Vacaciones/Ocio*, siendo el principal motivo para venir a Asturias. Le sigue, pero en porcentajes más reducidos, el motivo *Trabajo/Negocios* que alcanza un 11,4% (Figura 4.39).

FIGURA 4.39: MOTIVO DE VISITA (%).



En el caso de los Hoteles de 2 estrellas, el 51,9% ha viajado a Asturias *Primera Vez*. Existe también un 23,5% de turistas que han venido en *Más de Cinco* ocasiones. El turista que ha venido en anteriores ocasiones a nuestra región es un turista que en un 37,4% de los casos suele viajar a Asturias varias veces al año, viajes que en un 47,9% tienen un componente vacacional y en un 35,8% laboral (Figura 4.40).

FIGURA 4.40: VISITAS A ASTURIAS (%).

El viaje es organizado principalmente *Por cuenta* del propio turista, en concreto el 69,0% de los turistas alojados en Hoteles 2 estrellas. El resto son viajes organizados principalmente a través de una Agencia de Viajes, el 10,5% lo organizan por su cuenta pero a través de la intermediación de una *Agencia de Viajes* y un 7,1% con un *Paquete turístico de una agencia*. Un 7,2% organizó su viaje *la Empresa* en la que trabaja y un 6,1% mediante *Clubs/Asociaciones*.

El medio de transporte para venir a Asturias es el *Vehículo particular*, con un 78,9% y al contrario que las anteriores categorías, el segundo medio más utilizado ha sido el *Autobús*, sobre todo *contratado*, es decir de grupos, un 12,2% por un 1,1% de *línea regular*. El *Avión* alcanza sólo el 4,8% del total. Los movimientos internos por la región, los realizarán, por consiguiente, en esos medios antes mencionados, *Vehículo Particular y Autobús*.

Las razones por las que los turistas alojados en Hoteles 2 estrellas viene a Asturias como destino de ocio son: el *Entorno natural* con un 26,0%, destacando sobre los demás, seguido de *Conocer España*, un 19,3% y la positiva experiencia previa bien sea a través de *Recomendaciones de famila/amigos*, el 14,9% o propia derivada de *Experiencia por visitas anteriores*, el 11,5%.

La Calidad-precio de los alojamientos de Hotelería es valorada con una media de 7,4 puntos sobre diez y sólo un 8,1% de los turistas emiten puntuaciones por debajo de cinco puntos.

Diversos aspectos del alojamiento de forma individual también han sido valorados positivamente por los turistas, siendo como en las otras categorías, la *Limpieza e higiene* y la *Situación y entorno* del establecimiento los atributos más valorados por los turistas alojados en este tipo de establecimientos (Figura 4.41).

FIGURA 4.41: CALIFICACIONES SOBRE EL ALOJAMIENTO.

ATRIBUTOS	MEDIA	% DE RESPUESTA
SITUACIÓN Y ENTORNO	7,9	98,1
CONFORT DE INSTALACIONES	7,4	97,6
ARQUITECTURA Y DISEÑO	7,2	96,6
SERVICIO Y ATENCIÓN DEL PERSONAL	7,8	92,1
SERVICIOS AÑADIDOS DE OCIO	7,6	6,8
SERVICIOS DE RESTAURACIÓN	7,6	47,0
LIMPIEZA E HIGIENE	8,1	97,1
RELACIÓN CALIDAD -PRECIO	7,4	96,5

Valoración de uno a diez puntos
Fuente: S.I.T.A.

Respecto a la tarifa aplicada / satisfecha, el 62,2% ha pagado la *Tarifa oficial* y el 8,4% la *Tarifa de empresa*. El 7,1% se han beneficiado de una *Tarifa descuento* y el 5,4% han utilizado un *Bono o talón*.

El régimen más frecuente es el de *Sólo alojamiento*, el 49,6%, seguido por el *Alojamiento y desayuno* con el 29,4%. La *Pensión completa* es requerida en un 10,4% de los casos y la *Media Pensión* por un 10,6%.

La reserva del alojamiento se hizo de forma *Personal, Por teléfono* en el 44,8% de los casos, mientras que la reserva a través de *Agencia de*

Viajes tiene una participación destacada con un 25,8%. Es destacable que un 16,4% de los turistas se hayan alojado directamente, al llegar, sin reserva previa. La reserva del alojamiento realizada a través de Empresa obtiene un porcentaje relativo menor con respecto a las anteriores categorías de establecimientos, en concreto un 9,2%.

En los Hoteles de dos estrellas, el gasto realizado por los turistas es relativamente menor, sobre todo en la partida de alojamiento. Así el *Gasto total por persona durante el viaje* alcanza las 56.596 pesetas por persona y viaje, siendo el *Gasto medio en alojamiento por persona y día* de 3.745 pesetas, bastante menor con respecto a las anteriores categorías analizadas (Figura 4.42).

FIGURA 4.42: GASTOS TURÍSTICOS POR PERSONA (Ptas.).

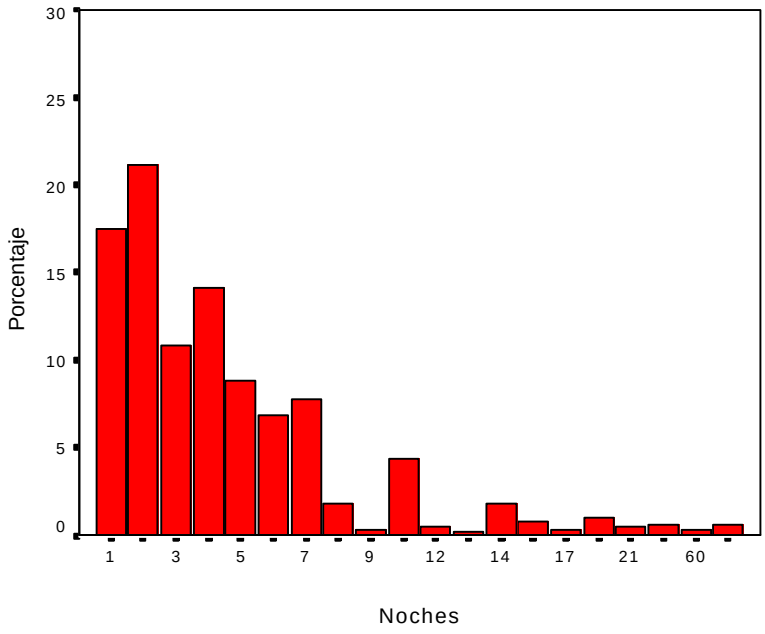
CONCEPTO DE GASTO	MEDIA H 2 ESTR.
Alojamiento (persona / día)	3.745
Alimentación (persona / día)	3.693
Compras (persona / viaje)	4.104
Total Persona y Día	10.080
Total Persona y Viaje	56.596
Fuente: S.I.T.A.	

IV.2.4.- Hoteles de 1 estrella.

Los turistas alojados en Hoteles de 1 estrella responden a un perfil distinto con respecto a otras categorías de la Hotelería tal y como veremos en las variables que a continuación analizaremos. La *Pareja* es la principal compañía del viaje con un 50,7% de los casos, mientras que el viaje *Solo* representa el 15,8%, con *Familia* el 14,0% y con *Amigos* el 10,5%. Un 8,1% corresponde a viajes con *Compañeros de trabajo.*

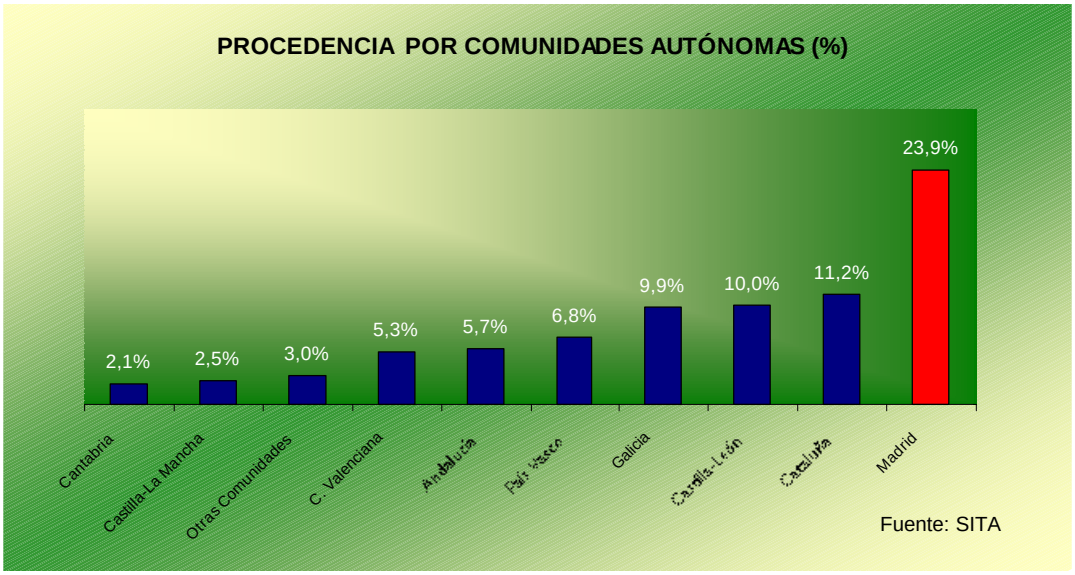
La estancia de los turistas alojados en Hoteles de 1 estrella alcanza una media de 5,2 noches, aunque su distribución más clara la podemos observar en el histograma correspondiente (Figura 4.43).

FIGURA 4.43: HISTOGRAMA: ESTANCIA MEDIA (Noches). HOTELES DE 1 ESTRELLAS.



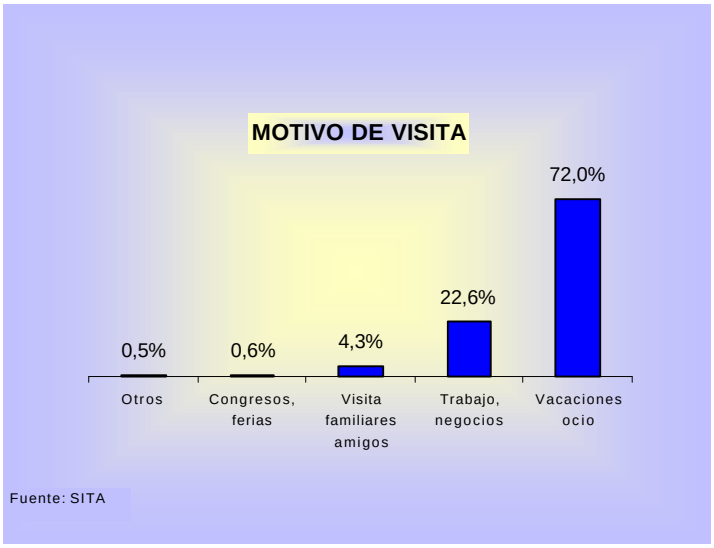
Por lo que se refiere a las principales procedencias, el *Turismo Interno* representa el 15,2%, por un 4,4% del *Turismo Extranjero*, siendo el resto, un 80,4% *Turismo Nacional*. La principal procedencia nacional la encontramos en un 23,9% de turistas procedentes de Madrid, por el 11,2% de turistas procedentes de cataluña y el 10,0% de Castilla y León. Si bien en las anteriores categoría aparecia habitualmente el País Vasco entre la tres primeras procedencias principales, en este caso adquiere una participación relativa menor, en concreto el 6,8% por detrás de *Galicia* que alcanza un 9,9% (Figura 4.44).

FIGURA 4.44: PROCEDENCIA DEL TURISMO RECEPTOR (%).



Las *Vacaciones/Ocio,* es el principal motivo de visita a Asturias por parte de los turistas alojados en este tipo de establecimientos alcanzando un 72,0%. El motivo laboral, *Trabajo/Negocios,* supone un 22,0% (Figura 4.45).

FIGURA 4.45: MOTIVO DE VISITA (%).



Por lo que se refiere al número de visitas anteriores a nuestra región, hemos de señalar que un 35,8% han venido por *Primera Vez* a Asturias. Es también destacable el porcentaje obtenido por los turistas que han visitado en *Más de Cinco* ocasiones anteriormente nuestra región, un 37,1%. Dentro del conjunto de turistas que nos han visitado en anteriores ocasiones, un 47,6% suele viajar en varias ocasiones a nuestra región, viajes que realiza por motivos profesionales principalmente, un 53,9% por un 36,5% que viajan varias veces a Asturias por motivos de Ocio (Figura 4.46).

FIGURA 4.46: VISITAS A ASTURIAS (%).

El porcentaje alcanzado por los turistas que viajan y organizan el viaje Por su cuenta es elevado, un 81,8%. El 14,8% de los viajes es organizado por La empresa y la Agencia de viajes apenas tiene presencia, ni como organizador ni como intermediario, un 1,9% en conjunto, así como tampoco los viajes organizados por *Clubes / Asociaciones* que sólo obtiene un 1,5%.

El *Vehículo particular*, con el 82,4% es la opción más utilizada por este tipo de turistas. El Autobús, en su conjunto, alcanza un 8,2%, 2,9% Contratado y un 5,3% el de Línea regular. Otros medios de transporte presentan cifras inferiores.

Las principales razones por las que vienen a Asturias los turistas de ocio son en un 20,9%, el disfrutar del *Entorno natural*, el *Conocer España*, un 18,0%, seguido de las Recomendaciones y la *Experiencia de visitas anteriores*, con el 14,5% y el 20,9% respectivamente.

Los Hoteles de 1 estrella presentan unas valoraciones por parte de los turistas también positivas, en la línea de toda la Hotelería en su conjunto. La Calidad-precio de estos alojamientos alcanza una puntuación de 7,2. En esas puntuaciones, sólo un 7,3% estarían insatisfechos con la calidad-precio, emitiendo puntuaciones por debajo de cinco puntos.

Esas calificaciones positivas se dan en distintos aspectos del establecimiento presentados a valorar por parte de los turistas. (Figura 4.47).

FIGURA 4.47: CALIFICACIONES SOBRE EL ALOJAMIENTO.

ATRIBUTOS	MEDIA	% DE RESPUESTA
SITUACIÓN Y ENTORNO	7,9	96,5
CONFORT DE INSTALACIONES	7,2	96,0
ARQUITECTURA Y DISEÑO	6,7	94,8
SERVICIO Y ATENCIÓN DEL PERSONAL	7,7	93,2
SERVICIOS AÑADIDOS DE OCIO	7,2	5,1
SERVICIOS DE RESTAURACIÓN	7,9	17,1
LIMPIEZA E HIGIENE	7,8	96,5
RELACIÓN CALIDAD -PRECIO	7,2	96,7

Valoración de uno a diez puntos
Fuente: S.I.T.A.

La tarifa aplicada / satisfecha más comúnmente con el 77,7% la *Tarifa oficial* mientras que un 15,1% ha satisfecho una *Tarifa de empresa*. La *Tarifa descuento* se aplico en un 4,8% de los casos.

El régimen de alojamiento más utilizado es *Sólo alojamiento*, el 87,8%, seguido por el *Alojamiento y desayuno* con el 9,2%.

La reserva del alojamiento *Por teléfono* alcanza un 56,0% por un 29,6% de reservas realizadas directamente al llegar. El resto de alternativas presentan unos resultados menores: la *Empresa / Organización* alcanza un 5,9%, la reserva por *Amigos y familiares*, un 5,3% y a través de *Agencia de Viajes* obtiene sólo un 2,5%.

El *Gasto total por persona durante el viaje* realizado por los turistas de Hoteles de 1 estrella es de 59.938 pesetas, con medias similares a las de los Hoteles de 2 estrellas (Figura 4.48).

FIGURA 4.48: GASTOS TURÍSTICOS POR PERSONA (Ptas.).

CONCEPTO DE GASTO	MEDIA H 1 ESTR.
Alojamiento (persona / día)	3.188
Alimentación (persona / día)	4.075
Compras (persona / viaje)	3.083
Total Persona y Día	9.846
Total Persona y Viaje	59.938

Fuente: S.I.T.A.

c) Hostales y pensiones.

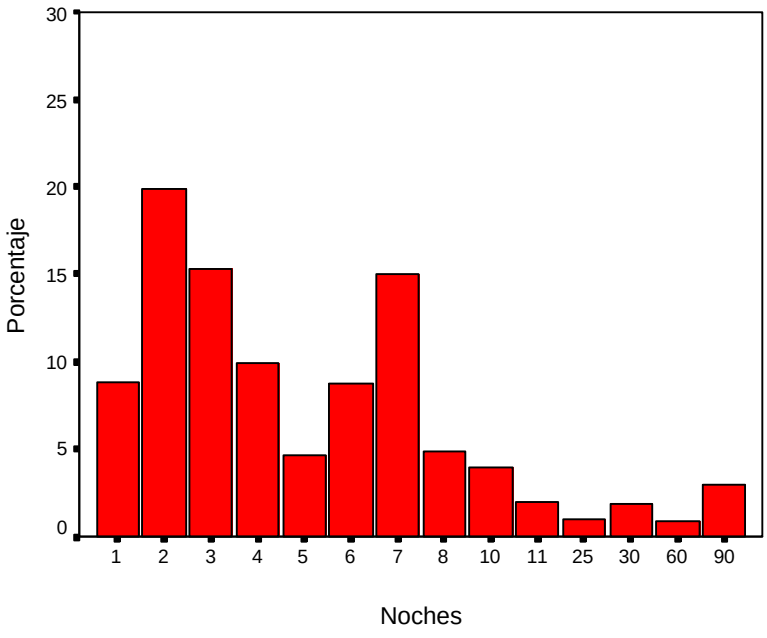
Los turistas alojados en Hostales y Pensiones suponen el 3,3% del Turismo de Alojamiento Colectivo de Asturias y el 6,2% de la Hotelería,

por lo que podemos estimar que el número de turistas en Hostales y Pensiones se sitúa en 52.124, de un total 1.586.841 turistas alojados en Establecimientos Colectivos en Asturias durante el 2000.

Casi la mitad de los turistas, el 48,1% han viajado a Asturias acompañados por su *Pareja*. El 29% ha realizado el viaje *Con amigos*, siendo estos establecimientos los preferidos por este tipo de acompañantes, el 8% lo ha hecho *Solo* y el 7,5% con *Compañeros de Trabajo*.

La estancia media es muy superior a la media de Hotelería, de aproximadamente una semana, en concreto 8,2 noches (Figura 4.49).

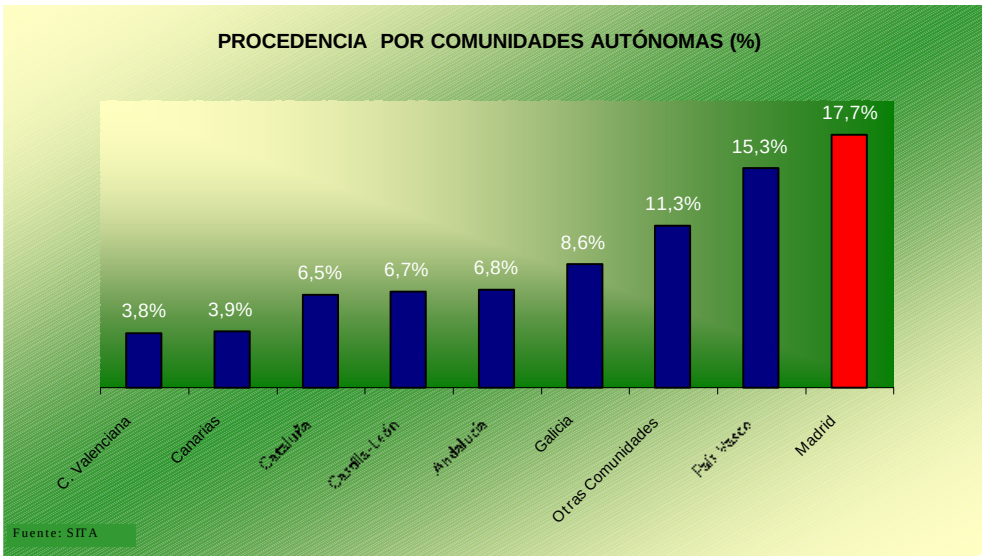
FIGURA 4.49: HISTOGRAMA: ESTANCIA MEDIA (Noches). HOSTALES Y PENSIONES.



En cuanto a la procedencia, el *Turismo Interno* se cifra en el 12,6%, siendo los Hostales y Pensiones el grupo de establecimientos preferido por los asturianos dentro de la Hotelería. El turismo procedente del *extranjero* se cifra en el 6,8%. El Turismo Nacional representa el 80,6%

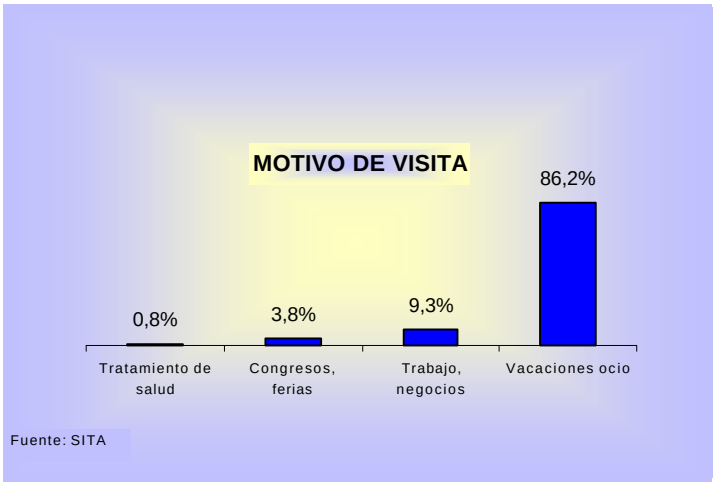
siendo los residentes en *Madrid* los más numerosos con el 17,7% de turistas. Le sigue en importancia el *País Vasco* con el 15,3%. *Otras Comunidades* representan en conjunto el 13,3% indicando que existe un amplio abanico de procedencias y le sigue *Galicia* con el 8,6% (Figura 4.50).

FIGURA 4.50: PROCEDENCIA DEL TURISMO RECEPTOR (%).



Las *Vacaciones/Ocio* son el principal motivo para venir a Asturias en un 86,2% de los casos y ya en una medida muy inferior el *Trabajo/Negocios* con un 9,3% (Figura 4.51).

FIGURA 4.51: MOTIVO DE VISITA (%).



Algo más de tres de cada cinco turistas alojados en Hostales y Pensiones, el 60,6%, es la *Primera Vez* que viaja por Asturias. Existe, por tanto un elevado nivel de primeras visitas. Por otro lado, los que repiten su visita, el porcentaje más alto es el obtenido por los que han realizado *Más de Cinco* visitas con el 13,8%. Además el 29,7% realiza visitas a Asturias una media de 4,2 veces al año debido principalmente a motivos de trabajo el 71,2% seguido por las vacaciones con el 28,8% (Figura 4.52).

FIGURA 4.52: VISITAS A ASTURIAS (%).

Prácticamente la totalidad de los turistas alojados en Hostales y Pensiones, el 97,1%, organizaron el viaje *Por su Cuenta*, siendo el porcentaje más alto de toda la Hotelería. Un 1,9% lo hizo por medio de la *Empresa* de trabajo y el 1% a través de un *Club o Asociación*.

El medio de transporte más utilizado para venir a Asturias y para desplazarse por nuestra región es el *Vehículo particular*, un 73,3% y un 76,6% respectivamente. El segundo medio más utilizado para venir a Asturias es el *Autobús*, con el 15,1%.

Las principales razones por las que los turistas alojados en Hostales y Pensiones eligen Asturias como destino de ocio o vacacional son la riqueza del *Entorno natural* con un 27,2%, logrando el porcentaje más alto de toda la Hotelería, *Conocer España* con un 18,6% y por las *Recomendaciones de famila/amigos*, el 14,6%. Así mismo, se muestran más interesados por otras razones como la *Gastronomía* y la *Proximidad geográfica*.

La Calidad-precio de los Hostales y Pensiones es valorada con una media de 6,6 puntos sobre diez.

Varios aspectos del alojamiento de forma individual han sido valorados positivamente por los turistas, siendo la *Situación y entorno* y la *Limpieza e higiene* del establecimiento los atributos más valorados por este tipo de turistas (Figura 4.53).

FIGURA 4.54: CALIFICACIONES SOBRE EL ALOJAMIENTO.

ATRIBUTOS	MEDIA	% DE RESPUESTA
SITUACIÓN Y ENTORNO	7,5	99,1%
CONFORT DE INSTALACIONES	6,5	98,1%
ARQUITECTURA Y DISEÑO	5,9	97,1%
SERVICIO Y ATENCIÓN DEL PERSONAL	7,0	91,7%
SERVICIOS AÑADIDOS DE OCIO	4,3	3,8%
SERVICIOS DE RESTAURACIÓN	7,0	15,5%
LIMPIEZA E HIGIENE	7,2	98,1%
RELACIÓN CALIDAD -PRECIO	6,6	99,2%
Valoración de uno a diez puntos Fuente: S.I.T.A.		

Respecto a la *tarifa aplicada / satisfecha*, el 92,6% ha pagado la Tarifa oficial, el 3,9% la *Tarifa de empresa* y el 3,6% una *Tarifa descuento*.

El régimen más frecuente es el de *Sólo alojamiento*, el 93,5%, seguido por el *Alojamiento y desayuno* con el 3,8%. La *Pensión completa* solo es utilizada en el 1,8% de los casos.

En cuanto a la reserva del alojamiento, existen diferencias notables con respecto a las otras modalidades de la Hotelería, ya que la reserva del mismo se realizó prácticamente a partes iguales *Directamente al llegar* en el 47,6% de los casos y de forma *Personal, por teléfono* en el 43,9%. La reserva a través de *Amigos y familiares* representa el 3,9% de los casos.

El comportamiento de los Hostales y Pensiones se caracteriza por tener una elevada estancia media y unos gastos reducidos exceptuando el *Gasto total en compras varias por persona*. El Gasto total por persona durante el viaje asciende a una media de 66.984 pesetas pudiéndose

desglosar las principales componentes de gasto en el siguiente gráfico (Figura 4.55).

FIGURA 4.55: GASTOS TURÍSTICOS POR PERSONA (Ptas.).

CONCEPTO DE GASTO	MEDIA HS/P.
Alojamiento (persona / día)	2.609
Alimentación (persona / día)	3.406
Compras (persona / viaje)	4.501
Total Persona y Día	9.187
Total Persona y Viaje	66.984
Fuente: S.I.T.A.	

IV.2.5.-. Resumen.

En este apartado presentamos las principales variables comparando los resultados obtenidos para cada grupo de alojamiento analizadas anteriormente con el fin de establecer unas conclusiones rápidas e indicativas de cómo se configura la demanda en cada uno de ellos.

La principal diferencia la encontramos en los resultados relativos obtenidos según las motivaciones del viaje donde en los Hoteles de más categoría, el peso de motivos laborales adquiere una gran importancia. Esto condicionará el resto de variables como Compañía en el viaje, medio de transporte, gasto...

FIGURA 4.42: TIPO DE TURISMO (%).

TURISMO	H 5 Y 4	H 3	H 2	H 1	HOSTALES Y PENSIONES	TOTAL HOTELERÍA
INTERNO					12,6	7,9
RECEPTOR					87,4	92,1
Primera Visita					60,6	44,1
Ya Visitó Asturias					39,4	55,9

Fuente: S.I.T.A.

FIGURA 4.43: MOTIVO DE VISITA A ASTURIAS (%).

MOTIVO DE LA VISITA	H 5 Y 4	H 3	H 2	H 1	HOSTALES Y PENSIONES	TOTAL HOTELERÍA
Vacaciones/Ocio					86,2	68,6
Trabajo/Negocios					9,3	24,4
Congresos/Ferias					3,8	2,3
Visita familiares amigos					—	3,2
Estudios					—	1,0
Tratamiento de salud					0,8	0,3

Fuente: S.I.T.A.

FIGURA 4.44: ¿CON QUIEN HA VENIDO A ASTURIAS? (%).

CON QUIEN HA VENIDO	H 5 Y 4	H 3	H 2	H 1	HOSTALES Y PENSIONES	TOTAL HOTELERÍA
Solo					8,0	14,9
En pareja					48,1	45,3
Con amigos					29,0	11,6
En familia					6,6	12,5
Grupo Organizado					0,8	3,5
Compañeros de Trabajo					7,5	12,1

Otras respuestas					—	0,1
Fuente: S.I.T.A.						

FIGURA 4.45: ENTIDAD ORGANIZADORA (%).

ENTIDAD ORGANIZADORA	H 5 Y 4	H 3	H 2	H 1	HOSTALES Y PENSIONES	TOTAL HOTELERÍA
Por su Cuenta					97,1	65,5
Empresa					1,9	17,9
Agencias de Viajes					—	12,8
Club o Asociación recreativa					1,0	3,7
Fuente: S.I.T.A.						

FIGURA 4.46: COMUNIDADES AUTÓNOMAS QUE COMPARTEN VIAJE. (%).

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	H 5 Y 4	H 3	H 2	H 1	HOSTALES Y PENSIONES	TOTAL HOTELERÍA
Se aloja sólo en Asturias					73,0	75,3
Cantabria					66,2	57,3
Galicia					27,6	33,5
Castilla-León					31,3	22,8
País Vasco					10,2	16,0
Otras Comunidades					10,9	15,5
Fuente: S.I.T.A.						

FIGURA 4.47: RAZONES PARA ELEGIR ASTURIAS (vacaciones/ocio).

RAZONES DE ELECCIÓN	H 5 Y 4	H 3	H 2	H 1	HOSTALES Y PENSIONES	TOTAL HOTELERÍA
Conocer España					18,6	21,2
Recomendaciones familia / amigos					14,6	14,1
Experiencia de visitas anteriores					8,1	11,3
Riqueza del entorno natural					27,2	21,9
Patrimonio Cultural					3,6	1,6
Tranquilidad del lugar					2,2	4,4
Gastronomía					7,2	5,2
Proximidad geográfica					8,3	4,7
Raíces asturianas					—	3,0
Otras razones					10,2	12,6

Fuente: S.I.T.A.

FIGURA 4.48: MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS.

PARA VENIR A ASTURIAS	H 5 Y 4	H 3	H 2	H 1	HOSTALES Y PENSIONES	TOTAL HOTELERÍA
Vehículo particular					73,3	70,9
Vehículo de alquiler					0,9	1,9
Autobús (contratado y de línea)					15,1	11,5
Tren					4,3	2,8
Avión					6,5	12,4
Otros medios					—	0,5

Fuente: S.I.T.A.

POR ASTURIAS	H 5 Y 4	H 3	H 2	H 1	HOSTALES Y PENSIONES	TOTAL HOTELERÍA
No se desplazará					2,0	2,9
Vehículo particular					76,6	72,8
Vehículo de alquiler					5,5	8,8

Autobús					10,5	12,3
Tren					2,8	0,6
Otros medios					2,6	2,6
Fuente: S.I.T.A.						

FIGURA 4.49: GASTOS TURÍSTICOS POR PERSONA (Ptas.).

CONCEPTO DE GASTO	H 5 Y 4	H 3	H 2	H 1	HOSTALES Y PENSIONES	TOTAL HOTELERÍA
Alojamiento (persona/día)					2.609	5.183
Alimentación (persona/día)					3.406	4.360
Compras (persona/viaje)					4.501	3.679
Total Persona y Día					9.187	12.212
Total Viaje por Persona					66.984	68.198
Fuente: S.I.T.A.						

FIGURA 4.50: RESERVA DEL ALOJAMIENTO (%).

RESERVA	H 5 Y 4	H 3	H 2	H 1	HOSTALES Y PENSIONES	TOTAL HOTELERÍA
Por Teléfono					43,9	46,9
Directamente al Llegar					47,6	17,0
Agencia de Viajes					—	17,8
Central de reservas					—	0,2
Internet					—	0,2
La Organización					2,9	14,1
Amigos y familiares					3,9	3,0
Otros Medios					43,9	46,9
Fuente: S.I.T.A.						

FIGURA 4.51: PROCEDENCIA DE TURISTAS DE ALOJAMIENTO COLECTIVO (%).

RESERVA	H 5 Y 4	H 3	H 2	H 1	HOSTALES Y PENSIONES	TOTAL HOTELERÍA
ASTURIAS					12,6	7,9
EXTRANJERO					6,8	7,0
NACIONAL					80,6	85,1
Andalucía					6,8	5,5
Aragón					3,8	2,3
Baleares					1,0	1,3
Canarias					3,9	2,7
Cantabria					1,8	2,2
Castilla-La Mancha					2,0	2,7
Castilla-León					6,7	9,3
Cataluña					6,5	8,0
C. Valenciana					3,8	6,0
Ceuta					—	0,1
Extremadura					1,9	1,0
Galicia					8,6	7,5
La Rioja					—	0,8
Madrid					17,7	23,6
Melilla					—	0,2
Murcia					—	0,8
Navarra					1,0	1,1
País Vasco					15,3	9,9

Fuente: S.I.T.A.

ANEXO II

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA DE LA OFERTA.

Ámbito geográfico:	PRINCIPADO DE ASTURIAS		
Población:	ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO COLECTIVO.		
Método de muestreo:	MUESTREO EXHAUSTIVO MEDIANTE ENTREVISTA PERSONAL ESTRUCTURADA		
Periodo de recogida:	JUNIO 2000 A DICIEMBRE 2000		
ALOJAMIENTOS	**TAMAÑO POBLACIÓN**	**TAMAÑO MUESTRAL**	**ERROR MÁXIMO (*)**
Hoteles 3,4 y 5 estrellas	82	68	± 4,94%
Hoteles1 y 2 estrellas	274	216	± 3,07%
Hostales y Pensiones.	338	162	± 5,56%
* Con una confianza del 95% el error máximo que se puede cometer en las estimaciones de porcentajes			
Fuente: S.I.T.A.			

FICHA TÉCNICA DE LA DEMANDA

CARACTERÍSTICAS	ENCUESTA	
UNIVERSO	Visitantes mayores de 18 años.	
ÁMBITO GEOGRÁFICO	Principado de Asturias.	
MÉTODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN	Encuesta personal estructurada a visitantes en Asturias. Idioma: Español / Inglés / Francés	
TAMAÑO POBLACIONAL	Técnicamente infinita.	
TAMAÑO DE LA MUESTRA	1.798 turistas.	
NIVEL DE CONFIANZA	95% Z=1,96 p=q=50%	
PROCEDIMIENTO DE MUESTREO	1En 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. 2En 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 2000.	
TABLA DE ERRORES ESTADÍSTICOS		
ERROR MUESTRAL	**HOTELERIA**	**2,31%**
	• Hotelería Trabajo	4,37%
	• Hotelería Vacaciones	2,81%
	Hoteles de 5 y 4 estr.	6,41%
	Hoteles de 3 Estr.	3,68%
	Hoteles de 2 Estr.	5,00%
	Hoteles de 1 Estr.	5,11%
	Hostales y Pensiones	9,42%