



SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE ASTURIAS

## El Turismo en Gijón en 1999



Gobierno del  
Principado de Asturias

Consejería de Industria,  
Comercio y Turismo



Sociedad Regional de Turismo  
del Principado de Asturias



Universidad de Oviedo



## **EQUIPO DE INVESTIGACIÓN:**

### DIRECTOR:

Dr. LUIS VALDÉS PELÁEZ.

Profesor Titular de Universidad de Economía Aplicada.

### SUBDIRECTOR:

Dr. F. JAVIER DE LA BALLINA BALLINA.

Profesor Titular de Universidad de Comercialización e Investigación de Mercados.

### RESPONSABLES DEL INFORME:

DEMANDA.- D. SANTIAGO GONZÁLEZ HERNANDO.

Profesor Asociado de Comercialización e Investigación de Mercados.

OFERTA .- Dra. EUGENIA SUÁREZ SERRANO.

Profesora Titular de Organización de Empresas.

### PERSONAL INVESTIGADOR:

Dña. ROSA AZA CONEJO.

Profesor Titular de Escuela Universitaria de Fundamentos del Análisis Económico.

Dña. BEGOÑA ÁLVAREZ ÁLVAREZ.

Profesora Asociada de Comercialización e Investigación de Mercados.

Dr. JOSÉ SANTOS DOMÍNGUEZ MENCHERO.

Profesor Titular de Universidad de Estadística e Investigación Operativa.

Dña. CELINA GONZÁLEZ MIERES.

Profesora Asociada de Comercialización e Investigación de Mercados.

Dr. VICTOR IGLESIAS ARGÜELLES.

Profesor Titular de Universidad de Comercialización e Investigación de Mercados.

Dr. ENRIQUE LOREDO FERNÁNDEZ.

Profesor Asociado de Organización de Empresas.

D. JOSÉ MANUEL MENÉNDEZ ESTÉBANEZ.

Profesor Titular de Escuela Universitaria. de Estadística e Investigación Operativa.

Dr. EMILIO TORRES MANZANERA.

Profesor Titular de Estadística e Investigación Operativa.

D. EDUARDO ANTONIO DEL VALLE TUERO.

Coordinador del S.I.T.A.

D. CARLOS ARRIBAS SANCHEZ.

Becario de Investigación.

Dña. INES SUSTACHA MELLJOSA.

Becaria de Investigación.



## ÍNDICE



<b>PRÓLOGO.....</b>	<b>6</b>
<b>I.- INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>8</b>
<b>II.- LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS.....</b>	<b>14</b>
II.1.- Características Generales.....	15
II.2.- Una Visión de Conjunto. ....	19
<b>III.- LA DEMANDA TURÍSTICA.....</b>	<b>27</b>
III.1.- Introducción. ....	29
III.1.1.- Turismo Interno y Turismo Receptor.....	32
III.2.- La Demanda por Vacaciones/Ocio. ....	34
III.2.1.- Razones de Elección de Destino.....	34
III.2.2.- Compañía en el Viaje.....	37
III.2.3.- Forma de Organizar el Viaje. ....	38
III.2.4.- Tipo de Alojamiento Contratado.....	39
III.2.5.- Destino Compartido. ....	40
III.2.6.- Impacto de las Campañas Publicitarias.....	43
III.2.7.- Notoriedad de los Programas Turísticos.....	44
III.2.8.- Forma de Desplazamiento.....	48
III.2.9.- Cifras Medias de Estancia y de Gasto.....	51
III.2.10.- Valoración del Alojamiento. ....	58
III.2.11.- Principales Referentes de Visita. ....	61
III.2.12.- Perfil del Visitante. ....	62



III.3.- La Demanda por Trabajo/Negocios. ....	66
III.3.1.- Compañía en el Viaje.....	66
III.3.2.- Forma de Organizar el Viaje.....	68
III.3.3.- Tipo de Alojamiento Contratado.....	68
III.3.4.- Destino Compartido. ....	69
III.3.5.- Medio de Desplazamiento a la Región.....	70
III.3.6.- Cifras Medias de Estancia y de Gasto.....	72
III.3.7.- Valoración del Alojamiento.....	76
III.3.8.- Perfil del Visitante.....	79



## PRÓLOGO



## **PRÓLOGO.**

El Sistema de Información Turística de Asturias (S.I.T.A.) tiene por finalidad básica obtener, analizar y facilitar la máxima información posible que pueda ser útil para la planificación y gestión turística, sea de instituciones públicas o de agentes privados.

El turismo es una actividad en crecimiento en Asturias generando efectos beneficiosos en términos de renta y empleo que se trasladan al ámbito local convirtiéndose en motor de desarrollo municipal.

Por esta razón, el S.I.T.A. viene dedicando una especial atención a diseñar una metodología que permita el análisis del turismo en los municipios asturianos cuyo fruto inicial es el informe que a continuación se presenta.

Queremos agradecer la colaboración que prestan todas aquellos integrantes del sector que nos facilitan información.



# I

## INTRODUCCIÓN

## **I.- INTRODUCCIÓN.**

La administración municipal de Gijón constituye uno de los agentes turísticos más dinámicos del Principado siendo la ciudad un referente fundamental del turismo asturiano.

La concepción de Gijón como ciudad y costa, con puertos y playas, determina que este municipio presente una gran importancia tanto en términos de Oferta Turística como, sobre todo, de Demanda. Así, en el municipio se distingue un importante segmento de demanda turística basada en las vacaciones, especialmente en la época estival, pero también a lo largo del año existe un relevante volumen de viajes de trabajo y negocios, debido a la propia estructura económica inherente a una ciudad industrial y de servicios que está presente a lo largo del año y es especialmente importante durante las épocas de temporada baja donde constituyen estancias en periodos laborales de la semana con el consiguiente reflejo en la sostenibilidad económica del sector.

La necesidad de contar con información específica parece indiscutible en el caso del Municipio de Gijón. Por ello, el S.I.T.A. ha elaborado este Informe en el que se condensan los principales resultados cuantitativos y cualitativos de la actividad turística del Municipio durante el año 1999.

El documento presenta y analiza tanto los elementos característicos de la Oferta, en términos de estructura y ocupación como de la Demanda distinguiendo, además, entre los visitantes de *Vacaciones / ocio* y los de *Trabajo / negocios*.

Lógicamente, las exigencias de objetividad y científicidad propias del S.I.T.A. suponen presentar en el Informe los principales datos descriptivos y los principales resultados obtenidos de la investigación por trabajo de campo, dejando a los agentes interesados la extracción de conclusiones que puedan ser de su específico interés.

FIGURA 1.1: FICHA TÉCNICA DE LA DEMANDA.

CARACTERÍSTICAS	ENCUESTA
<b>UNIVERSO</b>	Turistas mayores de 18 años.
<b>ÁMBITO GEOGRÁFICO</b>	Principado de Asturias.
<b>MÉTODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN</b>	Encuesta personal estructurada a turistas en Asturias.
<b>TAMAÑO POBLACIONAL</b>	Técnicamente infinita.
<b>TAMAÑO DE LA MUESTRA</b>	683 turistas alojados en establecimientos colectivos. Municipio de Gijón.
<b>ERROR MUESTRAL</b>	$\pm 3,75\%$
<b>NIVEL DE CONFIANZA</b>	95% $Z=1,96$ $p=q=50\%$
<b>PROCEDIMIENTO DE MUESTREO</b>	Estratificado con Afijación proporcional en función de la ocupación según periodos del año, días de la semana, zonas geográficas y tipos de establecimientos. Selección de los entrevistados por cuotas.
<b>FECHA DE REALIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO</b>	Enero a Diciembre de 1999.

FIGURA 1.2: FICHA TÉCNICA DE LA OFERTA.

<b>ÁMBITO GEOGRÁFICO</b>	<b>Municipio de Gijón</b>		
<b>PERIODO DE RECOGIDA</b>	Junio a Diciembre 1999		
<b>MÉTODO DE MUESTREO</b>	Entrevista personal		
<b>UNIVERSO</b>	Establecimiento de Alojamiento de Gijón		
	<b>TAMAÑO POBLACIÓN(*)</b>	<b>TAMAÑO MUESTRAL</b>	<b>ERROR MÁXIMO (**)</b>
<b>TOTAL ALOJAMIENTOS</b>	74	29	± 14,3%
(*) : Número de establecimientos existentes en Junio de 1999.			
(**) : Con una confianza del 95%, el error máximo que se puede cometer en las estimaciones de porcentajes. Con una población de 1 Albergue, 1 Casas de Aldea, 2 Camping, 27 Hoteles y 43 Hostales y pensiones registrados, se analiza una muestra adecuada a esa población			

El Municipio de Gijón está situado en la franja costera Centro de Asturias. Gijón remonta sus orígenes al castro de la Campa Torres (la presumiblemente antigua Noega), pasando posteriormente a ocupar el cerro de Santa Catalina, que constituye en la actualidad el antiguo barrio de pescadores de Cimadevilla.

Las playas de Gijón son uno de sus principales atractivos: El Arbeyal, Poniente, La Ñora, Estaño, Peñarrubia, y, destacando entre todas ellas, la de San Lorenzo con su paseo marítimo.

Entre los monumentos más importantes del Municipio pueden citarse el poblado prerromano de la Campa Torres, las Termas de Campo Valdés, la Colegiata de San Juan de 1702, la casa Natal de Jovellanos, del s.XV, el Palacio y Capilla de la Trinidad del s.XVII, Revillagigedo, con la torre del s.XV y el resto del s.XVIII, el Instituto Jovellanos de 1797, el Edificio Corrida de 1905 y el Elogio del Horizonte de Chillida, hoy símbolo de Gijón.



Los Museos también son numerosos en la ciudad: el Arqueológico de la Campa Torres, Museo Barjola, el de la Gaita, las Termas Romanas, el Museo del Ferrocarril, Pueblo de Asturias, el Museo Evaristo Valle, Jovellanos y el Nicanor Piñole.

Entre las actividades que se pueden realizar en el Municipio de Gijón cabe mencionar el golf en los campos de Castiello y Lloreda, vela y deportes marítimos en el puerto y actividades deportivas en los gimnasios de El Molinón, Grupo de Cultura Covadonga y los numerosos polideportivos y piscinas existentes en la ciudad. En el mes de agosto se celebran importantes acontecimientos deportivos como el Concurso Hípico Internacional.

Las ferias, fiestas y romerías más importantes son el día de Asturias (de interés turístico nacional), Les Comadres, el Carnaval o Antroxu, las Hogueras de San Juan, la Semana Grande, la semana Negra, el festival de Cine, la feria Internacional de Muestras, la feria de Artesanía y la Feria de San Miguel.

Los *Censos Oficiales y las Rectificaciones Padronales de Habitantes de Hecho del Municipio*, con referencia a 1991, arrojan una cifra de 264.267 habitantes. La superficie del Municipio es de 181,60 km<sup>2</sup> y el último dato publicado (1996) en cuanto a *Población de Derecho* era de 264.381 habitantes, lo que supone una densidad de población en 1996 de 1.455,84 hab/km<sup>2</sup>.

Sectorialmente, el empleo del Municipio en 1996 se divide en:

- Sector primario: 2.438 empleos, 3,3%.
- Sector secundario (Industria): 25.449 empleos (16.490 sector Industrial, 8.959 Construcción), 34%.
- Sector terciario (Servicios): 46.879 empleos, 62,7%.

FIGURA 1.3: RESEÑA ESTADÍSTICA DE GIJÓN.



		GIJÓN / XIXÓN		ASTURIAS	
<b>SUPERFICIE</b>	<b>Km<sup>2</sup></b>	181,60		10.564,28	
<i>Población de Hecho</i>	1991	260.267		1.098.725	
<i>Población de Derecho</i>	1991	259.067		1.093.937	
	1996	264.381		1.087.885	
<i>Densidad demográfica (1996)</i>		1.455,84		102,60	
<b>EMPLEO (1996)</b>		<b>nº</b>	<b>%</b>	<b>nº</b>	<b>%</b>
<i>Sector Primario</i>		2.438	3,3	49.130	14,7
<i>Sector Secundario</i>		25.449	34,0	96.114	28,7
<i>Sector Terciario</i>		46.879	62,7	189.714	56,6
<b>TOTAL</b>		74.751	100,0	334.958	100,0

Fuente: Reseña Estadística de los Municipios Asturianos 1996. SADEI, Caja de Asturias.



## **II**

### **LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS.**

II.1.- Características Generales.

II.2.- Una Visión de Conjunto.

## **II.- LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS.**

### **II.1.- Características Generales.**

La configuración geográfica y urbana de la ciudad de Gijón queda perfectamente plasmada en lo que es la estructura de la Oferta de Alojamiento Turísticos existente en la misma.

En una primera aproximación se observa un peso relativamente bajo del Municipio de Gijón en términos de Oferta dentro de la región, pues apenas cuenta con un 10% del total de plazas de alojamiento del Principado, lo que nos da una idea de la fragmentación de la Oferta Turística Asturiana a lo largo de su territorio. Sin embargo, esta visión cuantitativa queda relegada a un segundo plano al verificar el número de plazas de *Hoteles* existentes en la ciudad, que alcanzan las 2.685 plazas y llegan a suponer más del 18% de la Oferta Hotelera total de Asturias y más de la mitad de la oferta de plazas de alojamiento del Municipio. Si además tenemos en cuenta a los *Hostales y Pensiones*, la *Hotelería* de la ciudad alcanza el 63,2% de su oferta total.

En contraposición, el subsector del *Camping* cuenta con sólo dos establecimientos y aún asumiendo una importancia relevante, con casi 1.800 plazas, un tercio de la Oferta de Gijón, queda desplazado a un segundo plano, frente a la estructura más clásica de la Oferta turística en la costa asturiana (Figura 2.1).

Por otra parte, desde la óptica cualitativa de la oferta se observa como los establecimientos de mayor calificación son quienes presentan

pesos relativos superiores en el conjunto de Asturias. Por ejemplo, cerca de la mitad de la oferta de hoteles de *Cuatro estrellas*, el 45%, se encuentra en la ciudad así como el 20% de la hotelería de *Tres estrellas*.

FIGURA 2.1: OFERTA DE PLAZAS DE ALOJAMIENTO. GIJÓN-ASTURIAS.

1999 PLAZAS	GIJÓN	% GIJÓN	ASTURIAS	% SOBRE ASTURIAS
<b>HOTELES:</b>				
5 Estrellas	—	—	398	—
4 Estrellas	622	12,4	1.388	44,8
3 Estrellas	1.113	22,2	5.517	20,2
2 Estrellas	737	14,7	4.805	15,3
1 Estrella	213	4,3	2.743	7,8
<b>TOTAL</b>	<b>2.685</b>	<b>53,6</b>	<b>14.851</b>	<b>18,1</b>
HOSTALES	165	3,3	1.235	13,4
PENSIONES	314	6,3	2.893	10,9
<b>TOTAL HOTELERÍA</b>	<b>3.164</b>	<b>63,2</b>	<b>18.975</b>	<b>16,7</b>
ALBERGUES	54	1,1	3.132	1,7
APARTAMENTOS	—	—	1.182	—
CASAS DE ALDEA	2	—	2.189	0,1
<b>TOTAL TURISMO RURAL</b>	<b>56</b>	<b>1,1</b>	<b>6.503</b>	<b>0,9</b>
CAMPING	1.788	35,7	27.554	6,5
<b>TOTAL</b>	<b>5.008</b>	<b>100,0</b>	<b>51.341</b>	<b>9,4</b>

Fuente: SITA

Por el contrario, debe destacar la escasa presencia del Turismo Rural en el Municipio con relación a su importancia relativa en Asturias. Solamente hay una *Casa de Aldea* y ningún *Apartamento Rural*. Sólo el Albergue existente, y con una importancia muy pequeña, es el que hace que se eleve la participación. Este perfil de nuevo avala la idea de concebir actualmente Gijón como un destino de ciudad, menos

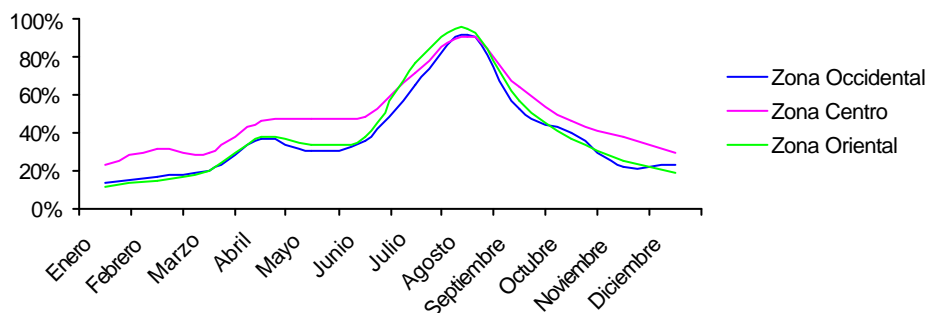
considerado como entorno rural, aunque con posibilidades de desarrollo ante la existencia de importantes zonas rurales del Municipio.

La existencia de dos fuentes básicas de turismo en Gijón queda, igualmente, puesta de manifiesto en el análisis de las Tasas de Ocupación. Previamente hay que indicar que el S.I.T.A., en el año 1999, estima unas tasas de ocupación con una metodología estadística de región, zona geográfica y tipo de establecimiento, pero no con un desglose específico por municipios. Por consiguiente, los datos presentados son relativos a la zona *Central*, reflejando los resultados globales de todos los alojamientos ubicados en la misma y en cuanto a la tasa de ocupación de *Hotelería*, ésta es calculada a nivel regional, con lo que se asume una aproximación de las principales tendencias y estacionalidades en sus curvas al Municipio, debido fundamentalmente a la importancia cuantitativa que representa el mismo en la Oferta turística regional (ver Figura 2.2).

FIGURA 2.2: TASA DE OCUPACIÓN POR ZONAS. MEDIA DE ASTURIAS.

(Hotelería y Turismo Rural).

#### Ocupación por Zonas Geográficas

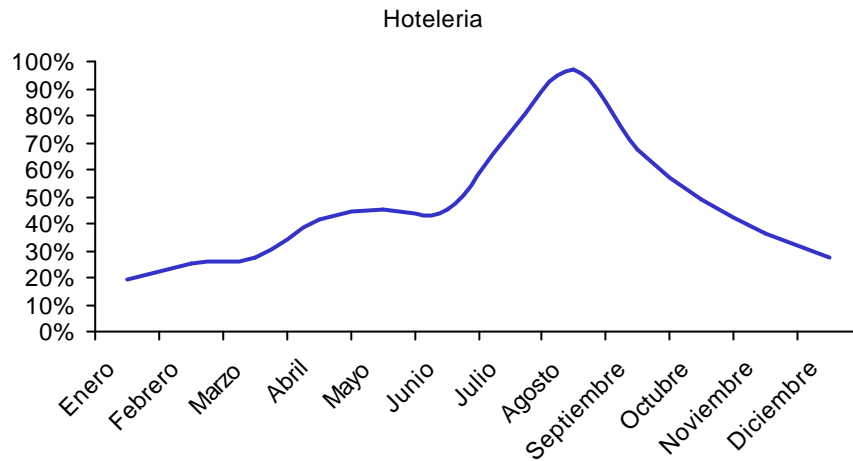


.....●

Como se observa, la *zona Centro* mantiene siempre Tasas de Ocupación de su Oferta Turística superiores a las otras dos zonas de Asturias, excepto en los meses de verano, en que se ve superada por la *zona Oriental* y muy próxima a las tasas del *Occidente*. Además, en un amplio tramo central presenta una mayor estabilidad u horizontalidad, aunque también aparece la típica punta turística del mes de *Agosto*. Se trata, en consecuencia, de un comportamiento no tan estacional, menos dependiente de los meses vacacionales, en parte, debido a la existencia de la demanda de viajes motivados por el trabajo y los negocios.

Líneas similares se presentan en el análisis de las Tasas de Ocupación de la *Hotelería*, con unas tendencias de crecimiento en la ocupación durante los primeros meses del año, para posteriormente mantener un cierto equilibrio durante la primavera hasta la temporada estival de *Julio* y *Agosto*, donde alcanzan los índices más altos de ocupación. Es después cuando se invierte la curva, presentando *Septiembre* y *Octubre* niveles de actividad similares a los de primavera pero con un descenso importante a finales del año.

FIGURA 2.3: TASA DE OCUPACIÓN HOTELERIA. MEDIA DE ASTURIAS



## II.2.- Una Visión de Conjunto.

En Gijón los alojamientos que más predominan son los hoteles, de hasta cuatro estrellas y las pensiones. El municipio cuenta además con otras instalaciones como dos campings, un albergue y una casa de aldea. Más del 50% de los establecimientos pueden considerarse microempresas. Sin embargo, frente a estos negocios de muy reducida facturación, también hay una serie de empresas que superan la cifra de 200 millones de pesetas anuales.

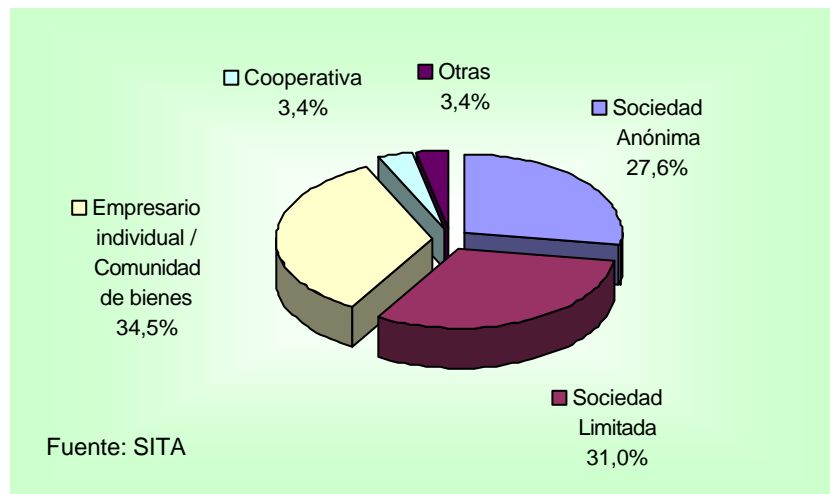
FIGURA 2.4: FACTURACIÓN.

FACTURACIÓN	%
Hasta 3 millones	47,4
De 6 a 11 millones	5,3
De 11 a 21 millones	5,3
De 21 a 51 millones	10,5
De 51 a 101 millones	15,8
De 101 a 151 millones	5,3
De 201 a 300 millones	10,5

Fuente: S.I.T.A.

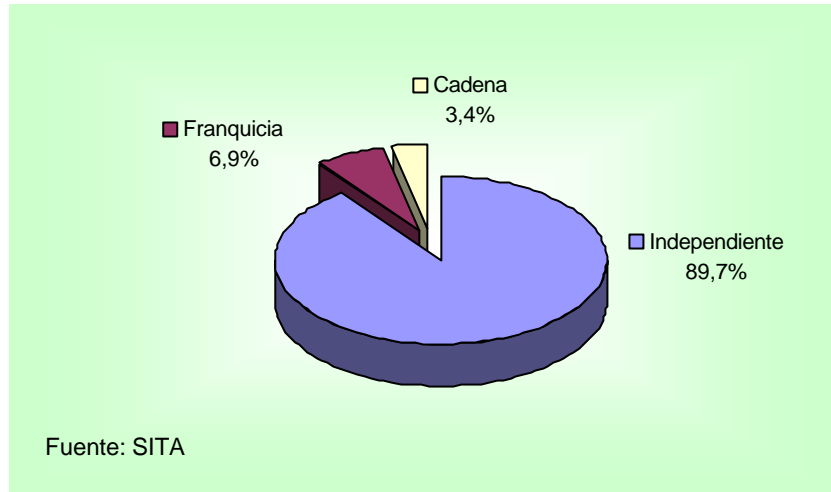
En cuanto a la forma jurídica, en este caso el número de empresas individuales, *Sociedades Limitadas* y *Anónimas* está bastante equilibrado, contando, además, con otros tipos sociales como la *Cooperativa*.

FIGURA 2.5: FORMA JURÍDICA.



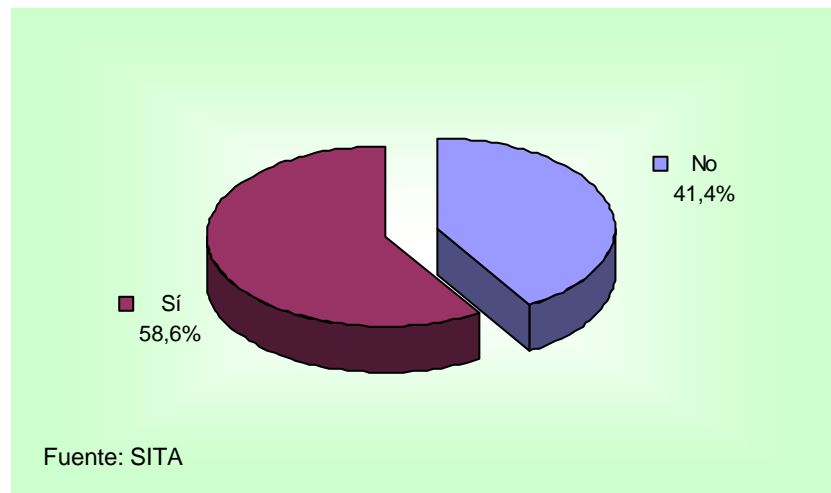
Los establecimientos de alojamiento suelen ser en su mayoría establecimientos independientes, aunque la tendencia a integrarse en un *Grupo* o en una *Cadena* es superior a la media regional.

FIGURA 2.6: ACUERDOS COMERCIALES.



El interés asociativo es bastante escaso, siendo sólo fuerte la afiliación a la *Unión Hotelera* y a la *Asociación de Hostelería del Principado de Asturias*.

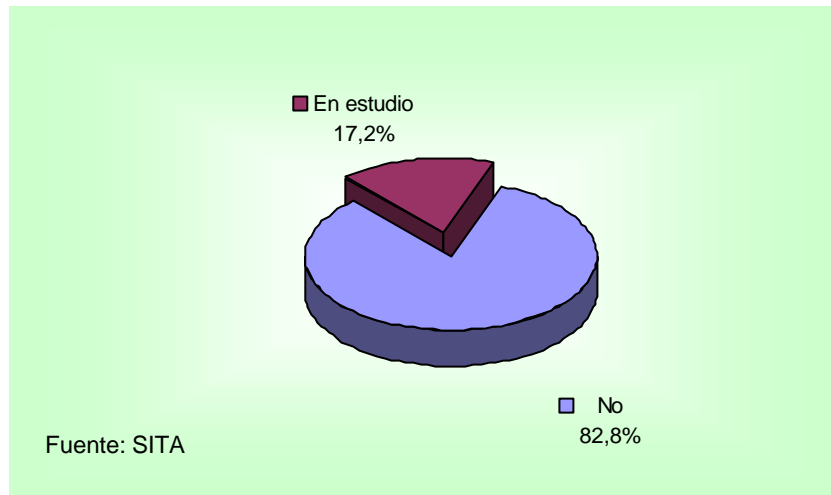
FIGURA 2.7: PERTENENCIA A ASOCIACIONES PATRONALES.



La cultura de la calidad parece estar muy retardada en Gijón, donde ningún establecimiento ostenta una certificación. No obstante, se denota

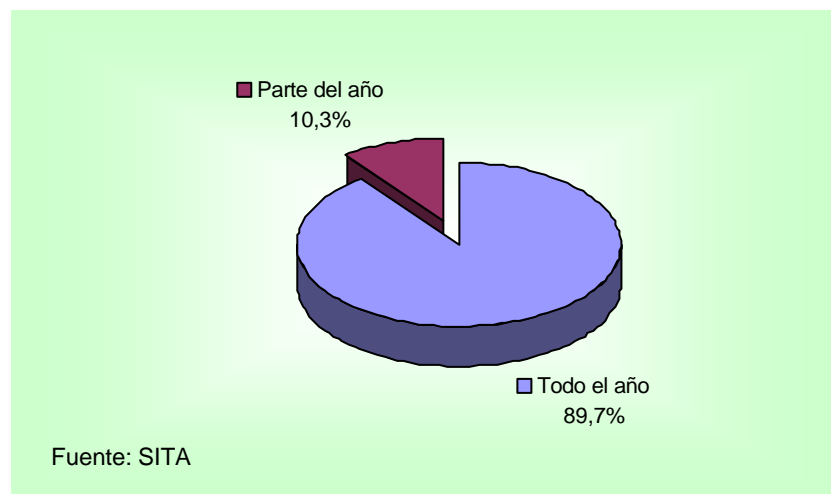
un interés creciente por el tema, ya que un 17% de las empresas afirma estar siguiendo los pasos para conseguir un certificado.

FIGURA 2.8: CERTIFICACIÓN DE CALIDAD.



En cuanto a la apertura de los negocios, la temporalidad de la demanda no es especialmente importante, puesto que sólo un 10% de los establecimientos cierra sus establecimientos en los periodos de menor actividad.

FIGURA 2.9: PERIODO DE APERTURA.



El número medio de trabajadores empleados en el sector es de los más altos de la región, tanto en temporada alta (10,74) como en baja (9,27); empleo que se cubre fundamentalmente con contratos fijos, y en menor medida con temporales.

FIGURA 2.10: RECURSOS HUMANOS.

RECURSOS HUMANOS	MEDIA
Trabajadores en temporada alta	10,74
Trabajadores en temporada baja	9,27
Titular y familiares trabajadores	2,00
Trabajadores fijos	9,63
Trabajadores temporales	6,12

Fuente: S.I.T.A.

Aunque el esfuerzo en formación continua es de los más elevados, el 48% de los establecimientos sostiene que no está implicado en ningún programa de formación, a pesar de que casi todas las acciones reciben algún tipo de subvención.

FIGURA 2.11: FORMACIÓN CONTINUA.

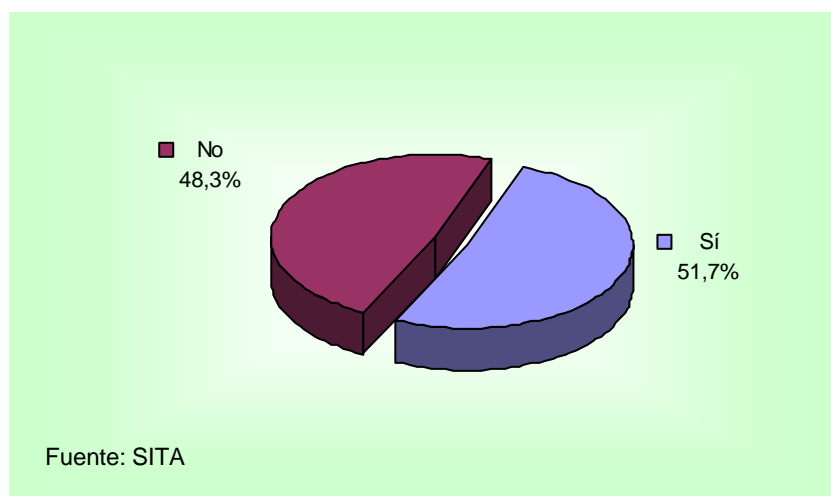
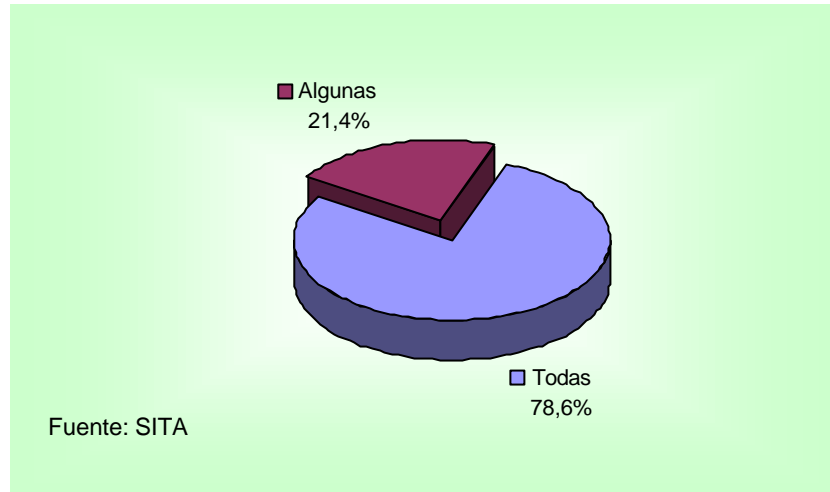


FIGURA 2.12: SUBVENCIONES A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN.



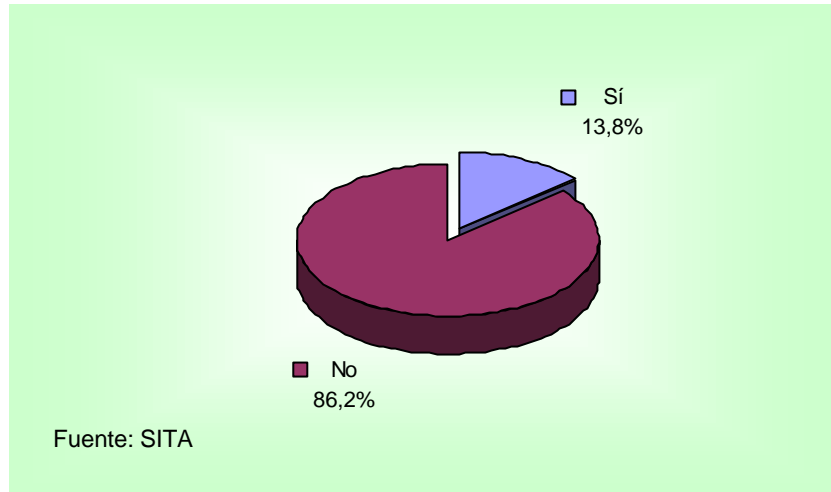
Se puede afirmar que, en términos generales, el grado de penetración de los *Equipos de telecomunicaciones e informáticos* es bastante superior a la media regional.

FIGURA 2.13: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO.

EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO	%
<b>Sistema Informático (Monopuesto o Red)</b>	85,0
<b>Acceso a Internet/Correo Electrónico</b>	60,0
<b>Fax / Telex</b>	95,0
<b>TPV / Pago con Tarjetas</b>	85,0
Fuente: S.I.T.A.	

Quizás el hecho de encontrarnos en una ciudad explique que sólo el 13,8% de los establecimientos ofrezca algún tipo de actividad complementaria. Bien sea a través de medios propios o ajenos la oferta más habitual es la de *Rutas guiadas*.

FIGURA 2.14: ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS.



Respecto a las acciones comerciales, los establecimientos situados en el concejo de Gijón realizan un uso muy escaso de la central de reservas de Asturdata, frente a la utilización de *Intermediarios* y la aceptación de *Bonos*. También cabe hacer hincapié en que, además de los medios publicitarios más habituales, como los *Folletos* o la *Prensa*, más del 50% de las empresas que realizan acciones lo hacen a través de internet.

FIGURA 2.15: ACCIONES COMERCIALES.

ACCIONES COMERCIALES	%
Central de Reservas Asturdata	27,6
Operar con intermediarios Turísticos	65,5
Talones/Bonos	44,8
Promociones de Fin de Semana	51,7
Fuente: S.I.T.A.	

FIGURA 2.16: PUBLICIDAD.

<b>PUBLICIDAD</b>	<b>%</b>
<b>Realiza publicidad</b>	72,4
<b>Folletos</b>	81,0
<b>Prensa</b>	47,6
<b>Radio</b>	33,3
<b>Páginas Web</b>	52,4
<b>Otros</b>	52,4
Fuente: S.I.T.A.	

Por último, la práctica totalidad de los establecimientos ha realizado algún tipo de inversión para reformar y mejorar el negocio, recibiendo en el 12,5% de los casos subvenciones para acometer los proyectos.

FIGURA 2.17: INVERSIONES REALIZADAS.

<b>TIPO DE INVERSIÓN</b>	<b>%</b>
<b>Realiza inversión</b>	78,6
<b>Ampliación</b>	4,5
<b>Mantenimiento</b>	95,5
<b>Otras</b>	4,5
Fuente: S.I.T.A.	



### **III**

## **LA DEMANDA TURÍSTICA.**

### III.1.- Introducción.

#### III.1.1.- Turismo Interno y Turismo Receptor.

### III.2.- La Demanda por Vacaciones / ocio.

#### III.2.1.- Razones de Elección de Destino.

#### III.2.2.- Compañía en el Viaje.

#### III.2.3.- Forma de Organizar el Viaje.

#### III.2.4.- Tipo de Alojamiento Contratado.

#### III.2.5.- Destino Compartido.

#### III.2.6.- Impacto de las Campañas Publicitarias.

#### III.2.7.- Notoriedad de los Programas Turísticos.

#### III.2.8.- Forma de Desplazamiento.

#### III.2.9.- Cifras Medias de Estancia y de Gasto.

#### III.2.10.- Valoración del Alojamiento.

#### III.2.11.- Principales Referentes de Visita.

#### III.2.12.- Perfil del Visitante.



### III.3.- La Demanda por Trabajo / negocios.

III.3.1.- Compañía en el Viaje.

III.3.2.- Forma de Organizar el Viaje.

III.3.3.- Tipo de Alojamiento Contratado.

III.3.4.- Destino Compartido.

III.3.5.- Medio de Desplazamiento a la Región.

III.3.6.- Cifras Medias de Estancia y de Gasto.

III.3.7.- Valoración del Alojamiento.

III.3.8.- Perfil del Visitante.

---

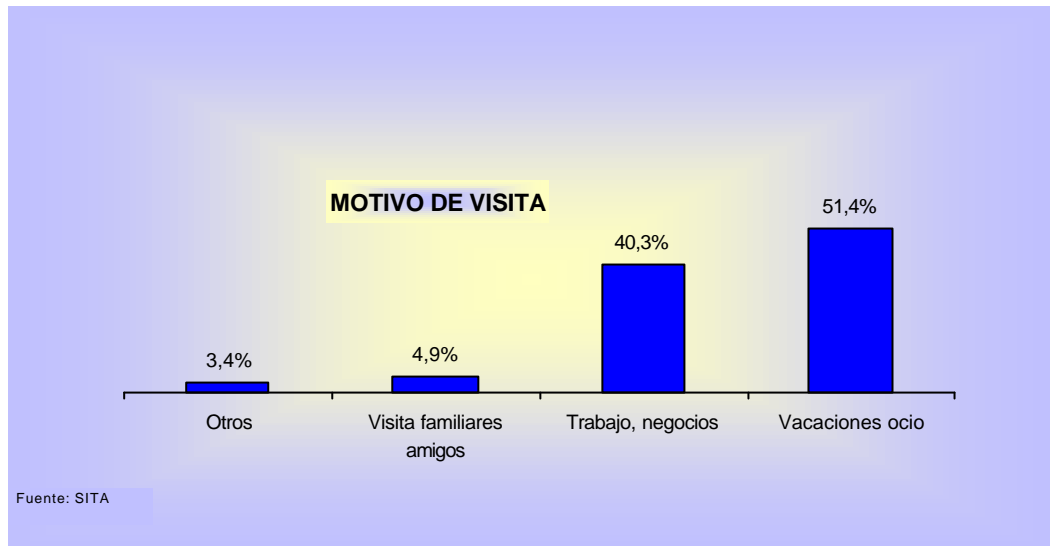
### **III.- LA DEMANDA TURÍSTICA.**

#### **III.1.-Introducción**

Son dos los principales motivos para hacer turismo en la ciudad de Gijón: el más importante es la necesidad de Ocio y Vacaciones (en adelante, *Segmento Ocio*), que supone algo más del 51% de los turistas alojados en el municipio durante 1999. En segundo lugar figuran las necesidades de Trabajo y Negocios (en adelante, *Segmento Trabajo*), que suponen algo más del 40% de las pernoctaciones.

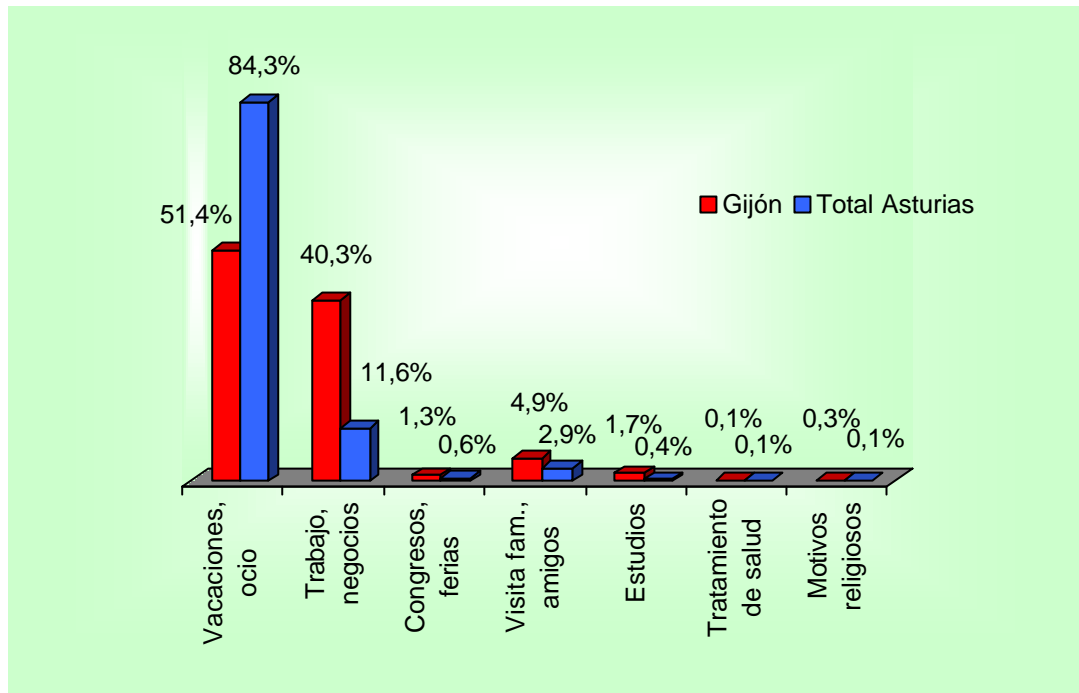
Sin lugar a duda existen otros motivos como la Visita a familiares y amigos, los Estudios, motivos Religiosos o Tratamientos de salud que podrían ser considerados residuales debido a la gran diferencia encontrada entre la importancia de estas necesidades y los dos motivos principales que manifiestan los turistas por su alojamiento en establecimientos turísticos colectivos de la ciudad de Gijón.

FIGURA 3.1: MOTIVOS DE LA VISITA A GIJON



Profundizando en el estudio de los motivos, se observa la gran diferencia existente entre el turismo del municipio de Gijón y el del total del Principado de Asturias, donde el motivo fundamental es el de Ocio y Vacaciones, con un peso del 89% frente al citado 51% en Gijón. La Figura 3.2 muestra esa comparación entre los motivos de los turistas que se alojan en la Villa de Jovellanos y los que lo hicieron en el resto de Asturias durante el año 1999.

FIGURA 3.2: COMPARACIÓN DE MOTIVOS: GIJÓN – TOTAL ASTURIAS



Destaca, de forma complementaria, el peso importante que tiene en la ciudad de Gijón el motivo de Trabajo y negocios, que supone un total del 40% de los turistas de la ciudad, frente a un mucho más escaso 11,6% en el total de Asturias.

Un estudio detallado de este segmento trabajo nos permite asegurar que los dos tercios de los visitantes que pernoctan en el Principado por este motivo se alojan en la ciudad de Gijón. La cifra es significativa si tenemos en cuenta que Oviedo ha sido tradicionalmente un núcleo importante de negocios dentro de la región, aunque según los datos correspondientes a 1999 atrae al 18,4% de los turistas que se alojan en la región por motivo de trabajo.

### III.1.1.-Turismo Interno y Turismo Receptor

El estudio de la procedencia de los turistas alojados en la ciudad nos muestra tasas de turismo interno (turistas procedentes de la propia región) muy bajas, apenas del 5% del total de turistas alojados. La concentración de la población asturiana en los núcleos urbanos y la proximidad de estos parece reducir la necesidad de pernoctar en las ciudades para los habitantes de la región. Si comparamos la cifra con la del Resto de Asturias, observamos como en el resto de la región la tasa de turismo interno es mucho más alta (18,5%). Por supuesto, al considerar la región en su conjunto se están teniendo en cuenta otros núcleos urbanos importantes, pero también se incluyen la práctica totalidad de los alojamientos de turismo rural, que pueden ser un destino habitual de los habitantes urbanos de la propia región.

Otro dato significativo es la alta tasa de repetición de alojamiento que tienen los establecimientos colectivos de la ciudad. Como se observa en la Figura 3.3, casi dos de cada tres turistas que se alojaron en un establecimiento turístico de Gijón durante 1999 repetían visita.

Este es un aspecto claramente relacionado con la diferente composición del turismo gijonés en cuanto a los motivos, tal y como fue descrito con anterioridad. Así, si desagregamos las cifras y estudiamos por separado los segmentos *Ocio y Trabajo*, se observa la altísima tasa de repetición de visitas que tienen estos últimos motivada por la naturaleza propia de ese tipo de estancias.

FIGURA 3.3: TURISMO INTERNO Y TURISMO RECEPTOR.

TURISMO	INTERNO	RECEPTOR	
		PRIMERA VISITA	REPETICIÓN VISITA
ASTURIAS	18,5	32,5	49,0
GIJÓN	4,7	30,7	64,5
<b>Vacaciones / Ocio</b>	5,5	44,8	49,7
<b>Trabajo / Negocios</b>	3,9	11,6	84,4
Fuente: S.I.T.A.			

No en vano, y tal y como muestra la Figura 3.4, el 83% de los turistas que repiten visita y se desplazan por motivos profesionales han manifestado haber venido a Asturias en más de cinco ocasiones.

En cuanto a los que repitieron estancia turística en Gijón durante 1999 por motivo vacacional, han mostrado también una elevada tasa de fidelidad al Principado como destino turístico (ver Figura 3.4).

FIGURA 3.4: REPETICIÓN DE VISITAS POR LOS TURISTAS ALOJADOS EN GIJON DURANTE 1999.

REPETICIÓN DE VISITAS	VACACIONES / OCIO	TRABAJO / NEGOCIOS
<b>Una vez</b>	11,4	2,2
<b>Dos veces</b>	31,4	6,4
<b>De 3 a 5 veces</b>	17,9	8,4
<b>Más de 5 veces</b>	39,3	83,0
Fuente: S.I.T.A.		

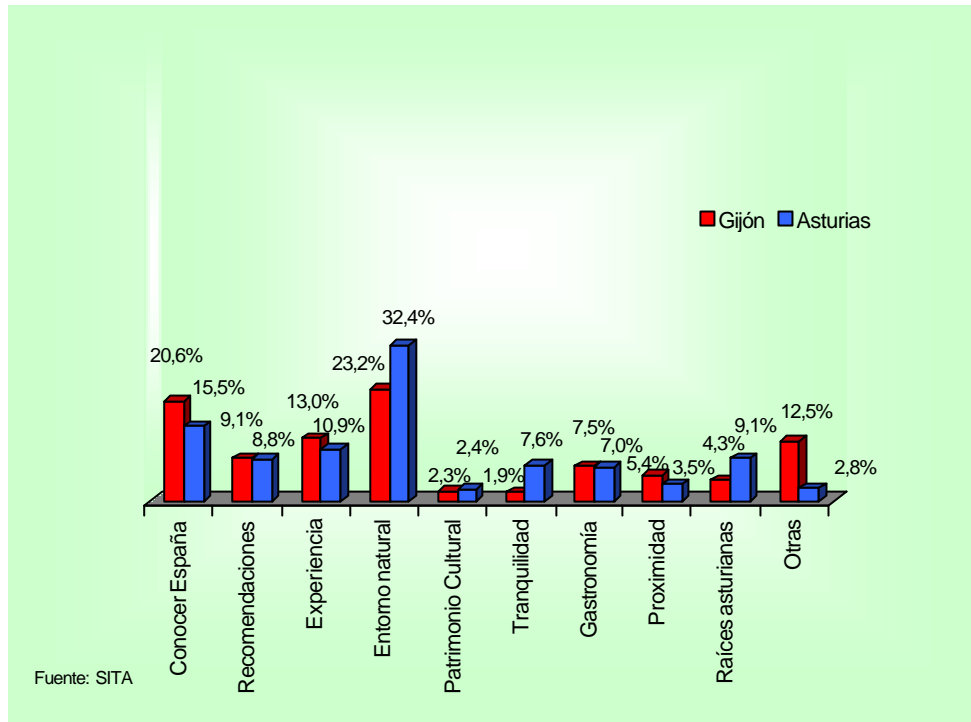
### **III.2.- La Demanda por Vacaciones / Ocio**

#### III.2.1. Razones de elección de destino

Cabe preguntarse si existen razones más concretas que permitan un mejor entendimiento del *Segmento Ocio*. En efecto, como se puede observar en la Figura 3.5, el turista vacacional que se aloja en la ciudad de Gijón manifiesta como razón primordial para visitar Asturias su deseo de conocer España. Otras razones esgrimidas son la experiencia anterior y el entorno natural asturiano.

Al comparar los turistas alojados en Gijón con aquellos alojados en el conjunto del Principado se advierten varias diferencias: en primer lugar, el turista alojado en Gijón tiene una mayor preocupación por *Conocer España* que el turista medio de la región; en segundo lugar, la importancia del *Entorno Natural* es mucho menor para los alojados en la ciudad. Este resultado no es demasiado sorprendente, siendo Gijón una ciudad cuyo turismo se sustenta en bases distintas a las de buena parte de la oferta turística del Principado tal y como se manifiesta en el apartado / capítulo dedicado a la oferta.

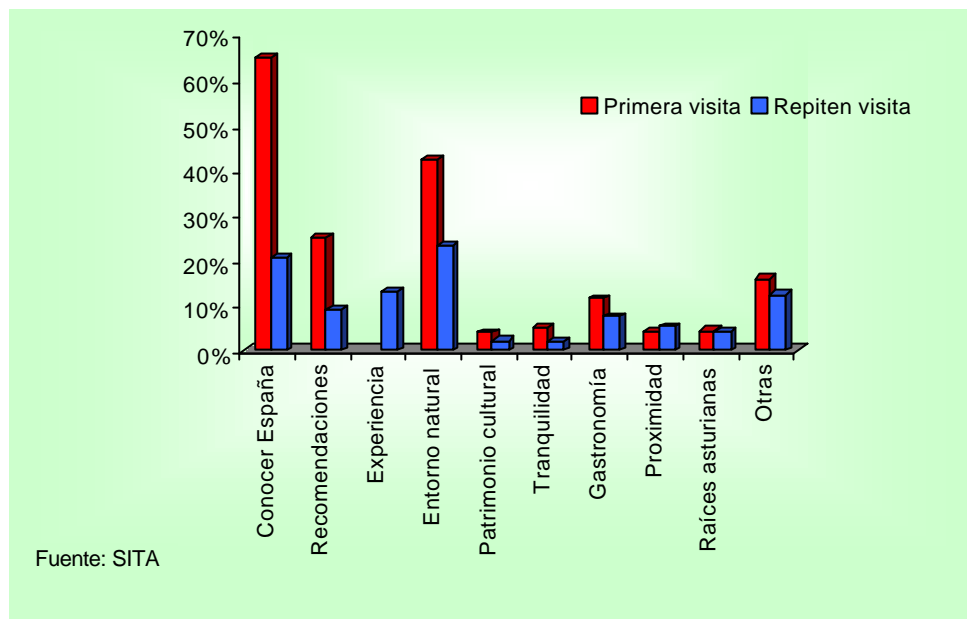
FIGURA 3.5: RAZONES PARA VISITAR ASTURIAS.



El estudio de las diferentes razones concretas por las que los turistas se alojan en la ciudad según su condición de “noveles” o “repetidores” arroja diferencias significativas tal y como se analiza en la Figura 3.6. Así, los que se alojan por primera vez en Gijón apuntan el deseo de *Conocer España* como una de las razones de la elección de Asturias como destino turístico (65% de los casos), razón con una importancia mucho menor para los turistas que repiten visita a la región (36,6%). Para estos últimos, es más importante el *Entorno Natural* (41,1%) o la *Experiencia Anterior*, ya que aproximadamente uno de cada cuatro turistas del segmento ocio que repiten estancia en Asturias han manifestado que una de las razones primordiales para su viaje fue la experiencia obtenida en estancias anteriores. El dato es significativo,

sobre todo si tenemos en cuenta que casi la mitad de los viajeros de este segmento han repetido estancia (Figura 3.3).

FIGURA 3.6: DIFERENCIAS EN LA CAUSA DE ELECCIÓN DE ASTURIAS COMO DESTINO TURÍSTICO SEGÚN EL TIPO DE ESTANCIA.



Sin embargo, y más allá de todas estas diferencias, es interesante resaltar el poder de atracción que supone el municipio de Gijón sobre aquellos turistas que vienen a Asturias por primera vez. No en vano, casi el 15% de los turistas que efectuaron en 1999 su primera visita al Principado se alojaron en la Villa de Jovellanos, de modo que aproximadamente la ciudad atrae a uno de cada seis nuevos turistas del *Segmento Ocio* en Asturias.

### III.2.2- Compañía en el viaje

Es éste un aspecto importante y que afecta a otras variables como las relacionadas con el alojamiento, las actividades realizadas, la duración del viaje, entre otras. Entre los turistas vacacionales de la ciudad de Gijón es evidente la gran importancia del viaje en *Pareja*, compañía que supone más de la mitad de los casos (Figura 3.7).

FIGURA 3.7: ¿CON QUIEN HA VENIDO A ASTURIAS? (%).



En segundo lugar, hay que resaltar que prácticamente uno de cada cinco viajes se han realizado con *Amigos*, ocupando esta tipología el segundo lugar en importancia. Ya en menor medida, se encuentra el viaje en *Familia*.

Otros casos tienen un menor peso, aunque se debe señalar que los viajes efectuados en *Grupo organizado* o en los que viajó una persona

.....●

sola son tres veces más frecuentes entre los turistas del segmento ocio que pernoctan en Gijón que entre los del resto del Principado.

### III.2.3. – Forma de Organizar el Viaje

Uno de los rasgos peculiares del turismo de Gijón que lo diferencian del resto de Asturias es la forma de organizar y planificar el viaje de vacaciones.

El método de organización del viaje más habitual implica la contratación directa del alojamiento, esto es lo que hacen algo más del 77% de los turistas que pernoctaron en la ciudad en 1999. De ellos, casi la mitad hicieron la reserva del alojamiento *Por Teléfono* y una buena parte contrataron el alojamiento una vez en la ciudad. El segundo medio más empleado para organizar el viaje supone acudir a una *Agencia de Viajes* que es lo que hicieron el 17,3% de los turistas. El resto lo hicieron *A través de un Club o Asociación* o a través de *La Empresa* para la que trabajan.

Este desglose es bastante típico del turismo en Asturias, caracterizado por una baja comercialización. Sin embargo es preciso destacar que, precisamente la ciudad de Gijón, es uno de los destinos turísticos asturianos donde la comercialización a través de *Agencias de Viaje* tiene una mayor importancia. No en vano, el porcentaje de contratación del 17,3% para los turistas del segmento vacacional que se

alojaron en el municipio durante 1999, es muy superior al 5,8% de casos del resto de la región.

Es también interesante resaltar que el porcentaje de turistas alojados en la ciudad y que contrataron el alojamiento a través de *Clubes o asociaciones recreativas* tiene una importancia mayor que para el total de la región (si bien su importancia relativa es pequeña, un 5,5%), lo cual puede estar relacionado con el elevado peso relativo de los viajes en grupos organizados en el Municipio de Gijón.

FIGURA 3.8: FORMA DE CONTRATACION DE LA ESTANCIA (%).

ENTIDAD ORGANIZADORA	GIJÓN	ASTURIAS
Por su Cuenta	77,1	91,6
Empresa	0,2	0,4
Agencias de Viajes	17,3	5,8
Club o Asociación recreativa	5,5	2,2

Fuente: S.I.T.A.

#### III.2.4. – Tipo de Alojamiento Contratado

El tipo de alojamiento con un mayor peso relativo en la distribución de turistas es, sin duda alguna el *Hotel*, que significaron el 85% de las estancias, sin que se pueda observar una gran diferencia entre las distintas categorías de hoteles, todos en el intervalo entre el 17% y el 25%. Estos datos no tienen gran valor en sí mismos, ya que son una consecuencia de la estructura de la oferta que fue analizada en la introducción a este estudio. La Figura 3.9 pone en relación los porcentajes de alojamientos calculados desde el punto de vista de la

demanda y las plazas de alojamiento disponibles en la ciudad, lo que nos permite apreciar las correlaciones existentes entre ambas distribuciones. Aún así es preciso hacer notar la salvedad de la disparidad entre la ocupación y la oferta de camping, así como la existente entre la ocupación y la oferta de los hoteles de categorías más bajas.

FIGURA 3.9: GRADO DE UTILIZACIÓN DE ALOJAMIENTOS Y COMPARACIÓN CON LA ESTRUCTURA DE LA OFERTA.

TIPO DE ALOJAMIENTO	GIJÓN	OFERTA GIJÓN	ASTURIAS
<b>Albergue</b>	1,7	1,1	1,4
<b>Camping</b>	10,4	35,7	40,2
<b>Apartamento Rural Turístico</b>	—	—	2,0
<b>Casa de aldea</b>	0,1	—	9,5
<b>Casona Asturiana</b>	—	—	1,7
<b>Hotel *****</b>	—	—	0,9
<b>Hotel ****</b>	17,1	12,4	3,1
<b>Hotel ***</b>	22,0	22,2	14,0
<b>Hotel **</b>	20,5	14,7	12,5
<b>Hotel *</b>	24,6	4,3	10,4
<b>Hostal/Pensión</b>	3,4	9,3	4,4

Fuente: S.I.T.A.

### III.2.5. – Destino Compartido

Aproximadamente dos de cada tres turistas que visitan el Municipio de Gijón efectúan su viaje en un destino único, mientras el restante comparte destino entre Gijón y poblaciones de otras comunidades autónomas. El porcentaje de turistas que efectúan un viaje compartido entre varias regiones es significativamente mayor entre los viajeros que

pernoctan en Gijón que entre los que se alojan en el resto de Asturias, tal y como muestra la Figura 3.10.

FIGURA 3.10: DESTINO COMPARTIDO (%).

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	GIJÓN	ASTURIAS
<b>Se alojará sólo en Asturias</b>	66,3	73,6
<b>También en otras regiones:</b>	33,7	26,4
<b>Cantabria</b>	48,2	55,7
<b>Galicia</b>	49,3	45,0
<b>Castilla-León</b>	19,2	21,5
<b>Otras Comunidades</b>	37,8	31,8

Fuente: S.I.T.A.

El principal motivo para explicar esta diferencia está directamente relacionado con una apreciación que fue expuesta con anterioridad. En la Figura 3.3 se puso de manifiesto que el turista que pernocta en la ciudad de Gijón ha indicado el deseo de *Conocer España* como significativamente más importante que los turistas alojados en Asturias como conjunto. Los datos nos muestran una fuerte correlación entre el deseo de *Conocer España* como razón concreta de elección del destino turístico y el alojamiento compartido en varios destinos, algo que es perfectamente plausible.

Así, se observa cómo el motivo fundamental para visitar Asturias entre los turistas que comparten destino es el deseo de *Conocer España*, un 57,8%, seguido de la *Riqueza del entorno natural* con el 33,8% o las *Recomendaciones de familiares y amigos*, el 19,4%. Sin embargo, entre aquellos turistas que se alojan exclusivamente en la región durante su viaje, el motivo fundamental es la *Riqueza del entorno natural* con un

45,1% y una importancia muy superior al turista de destino compartido (33,8%). Por el contrario, se observa una menor importancia del motivo *Conocer España*, 24,7%, que en el caso del turista que aprovecha su viaje para alojarse además fuera del Principado de Asturias, el 57,8%.

FIGURA 3.11: RELACIÓN ENTRE RAZÓN DE LA ESTANCIA Y COMPARTIR DESTINOS.

RAZONES DE ELECCION	DESTINO ÚNICO	DESTINO COMPARTIDO
<b>Conocer España</b>	24,7	57,8
<b>Recomendaciones familia / amigos</b>	14,2	19,4
<b>Experiencia de visitas anteriores</b>	27,9	14,6
<b>Riqueza del entorno natural y cultural</b>	45,1	33,8
<b>Patrimonio Cultural</b>	5,7	1,3
<b>Tranquilidad del lugar</b>	5,0	0,6
<b>Gastronomía</b>	15,6	9,5
<b>Proximidad geográfica</b>	14,6	0,9
<b>Raíces asturianas</b>	8,1	6,7
<b>Otras razones</b>	20,0	26,1

Fuente: S.I.T.A.  
 NOTA: Las diferentes razones de elección no son excluyentes.

El estudio desglosado de las Comunidades Autónomas con las que se comparten destinos permite apuntar una ligera preferencia por *Galicia* y *Cantabria* y, en menor medida, por *Castilla* y León. Los datos que se muestran en la Figura 3.10 no son excluyentes, y es posible que algunos turistas que pernoctaron en nuestra ciudad o nuestra región durante 1999 lo hicieran, dentro del mismo viaje, en varias comunidades autónomas además de Asturias.

### III.2.6. – Impacto de las Campañas Publicitarias

El número de turistas que visitaron Gijón y que han sido alcanzados por las campañas publicitarias supone casi un tercio de las visitas. El dato, al ser comparado con los alojados en el resto de la región, donde el 42,5% han manifestado haber estado expuestos a los mensajes publicitarios, muestra una menor exposición a la publicidad entre los alojados en el municipio de Gijón. Quizá esto sea debido al hecho de que el turismo de naturaleza sea más novedoso que el turismo urbano que representa la villa de Gijón y, por tanto, más dependiente de la publicidad.

La valoración de los distintos elementos publicitarios, *Anuncios* y *Folleto*s, así como de las actividades de relaciones públicas, *Ferías* y *exposiciones*, alcanza niveles altos en términos absolutos. Así, la valoración media de los spots fue de 7,25 en una escala decimal. Los *Folleto*s fueron valorados ligeramente por encima, 7,73 y las *Ferías* y *exposiciones* a un nivel superior, 8,3, en esa misma escala decimal.

La valoración de los dos instrumentos publicitarios no es significativamente diferente de la realizada por los turistas que se alojaron en el resto de la región. Sin embargo, y de forma coherente con lo recientemente expuesto, la calificación media de las *Ferías* y *exposiciones* es significativamente superior entre los alojados en la ciudad de Gijón que entre los que se alojan en el resto de Asturias.

### III.2.7.- Notoriedad de los Programas Turísticos

En general parece existir un menor conocimiento (ver Figura 3.12) por parte de los turistas alojados en Gijón de los programas turísticos desarrollados desde la Administración del Principado. También y como consecuencia lógica, existen menores porcentajes de participación en tales programas.

FIGURA 3.12: NOTORIEDAD DE LOS PROGRAMAS TURÍSTICOS.

<b>PROGRAMAS Y RUTAS</b>	<b>GIJÓN</b>	<b>ASTURIAS</b>
<b>Camino de Santiago en Asturias</b>	28,3	32,1
<b>Ruta del Jurásico</b>	8,1	19,3
<b>Prerrománico Asturiano</b>	45,7	47,9
<b>Ruta de la Plata en Asturias</b>	23,1	24,9
<b>Senda del Oso</b>	10,5	25,5
<b>Visado Verde</b>	4,1	10,6

Fuente: S.I.T.A.

El programa más conocido, y también el mayoritariamente utilizado, al igual que en Asturias es el del *Prerrománico*, único que se acerca al 50% de los visitantes. La cifra de conocimiento es similar a la de los turistas alojados en el conjunto de Asturias, pero los niveles de participación (Figura 3.13) son sensiblemente mayores a causa, sin duda, de que los monumentos prerrománicos más visitados se encuentran en la zona central de la región y bien comunicados con la ciudad.

FIGURA 3.13: PARTICIPACIÓN EN LOS PROGRAMAS TURÍSTICOS.

PROGRAMAS Y RUTAS	SOBRE EL % QUE LO CONOCEN		SOBRE EL TOTAL DE TURISTAS	
	GIJÓN	ASTURIAS	GIJÓN	ASTURIAS
<b>Camino de Santiago en Asturias</b>	8,2	6,2	2,3	2,0
<b>Ruta del Jurásico</b>	28,2	26,2	2,2	5,0
<b>Prerrománico Asturiano</b>	43,9	29,5	19,8	14,1
<b>Ruta de la Plata en Asturias</b>	9,9	3,6	2,2	0,9
<b>Senda del Oso</b>	25,6	10,0	2,7	2,5
<b>Visado Verde</b>	—	4,6	—	0,5

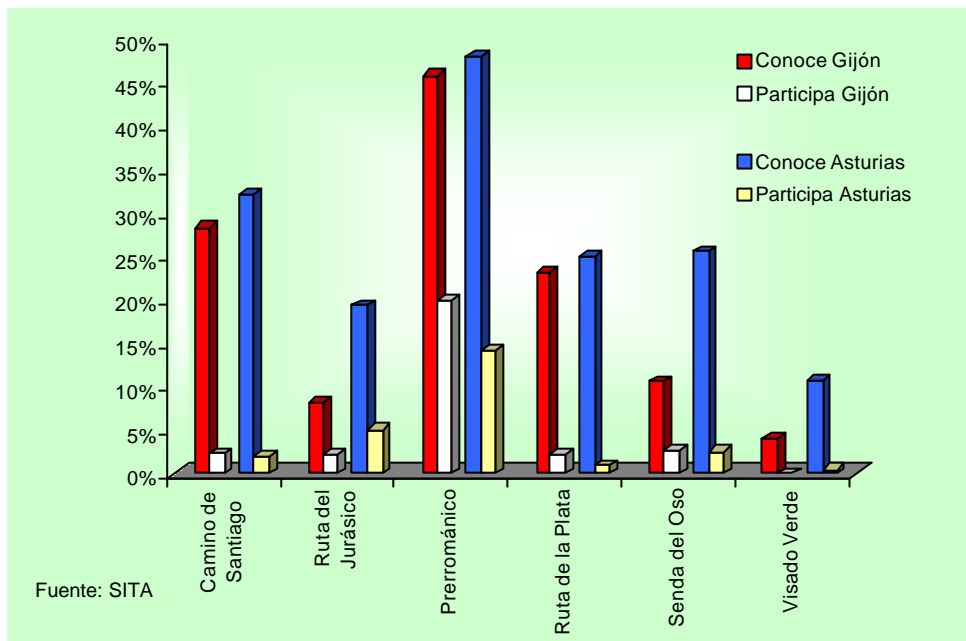
Fuente: S.I.T.A.

El resto de los programas goza de niveles de conocimiento más reducidos, y aún más en términos de participación:

- El *Camino de Santiago* es conocido por algo más de una cuarta parte de los turistas, aunque participan en él apenas el 2,3% del total de turistas alojados en la ciudad por motivos de ocio.
- La *Ruta de la Plata*, uno de cuyos ejes lo forma precisamente la Ciudad de Gijón es conocida por un 23,1% de los visitantes, pero con tan solo una participación que alcanza al 9,9% de los que lo conocen, que equivale a una participación del 2,2% sobre el total de turistas alojados en la ciudad.
- La *Senda del Oso* con una notoriedad limitada al 10,5% de los turistas alojados en Gijón, muy por debajo de la notoriedad de este programa para los turistas alojados en otros destinos turísticos asturianos (25,5%) y con una tasa de participación sobre el total de turistas de apenas el 2,7%.

- La *Ruta del Jurásico* es conocida por un 8,1% de los turistas y motiva la visita al 2,2%
- El *Visado Verde*, poco conocido y prácticamente no utilizado.

FIGURA 3.14: RESUMEN DE TASAS DE NOTORIEDAD Y PARTICIPACIÓN EN LOS PROGRAMAS TURÍSTICOS.



Se han observado diferencias en el conocimiento de los diversos programas turísticos según la razón primordial que llevó a los turistas a elegir la región como destino (Figura 3.15). Así, y en contra de lo que pudiera parecer, no son aquellos que han manifestado su deseo de *Conocer España* los que mayores tasas de conocimiento presentan, el primer puesto corresponde a los turistas que ya habían tenido *Experiencias* turísticas en la región con anterioridad, seguidos de aquellos que vinieron gracias a *Recomendaciones de familiares o amigos*.

FIGURA 3.15: NOTORIEDAD DE PROGRAMAS TURÍSTICOS SEGÚN LA RAZÓN DE ELECCIÓN DE LA REGIÓN COMO DESTINO TURÍSTICO.

PROGRAMAS Y RUTAS	CONOCER ESPAÑA	RECOMENDACIONES	EXPERIENCIA	ENTORNO NATURAL
<b>Camino de Santiago en Asturias</b>	19,4	8,5	32,7	45,0
<b>Ruta del Jurásico</b>	17,4	31,0	33,2	45,9
<b>Prerrománico Asturiano</b>	25,9	25,9	18,1	55,9
<b>Ruta de la Plata en Asturias</b>	30,2	10,4	27,3	39,5
<b>Senda del Oso</b>	17,5	31,2	16,0	50,0
<b>Visado Verde</b>	37,3	13,8	28,2	45,1

Fuente: S.I.T.A.  
 NOTA: Las diferentes razones de elección no son excluyentes.

Una situación similar se da en lo que se refiere a las cifras de participación en los programas turísticos. El motivo *Conocer España* tiene una relación directa con la cifra de participación en el programa del *Prerrománico asturiano*, alcanzando el 29,8% de los turistas alojados en la ciudad de Gijón por este motivo (Figura 3.16)

FIGURA 3.16: PARTICIPACIÓN EN PROGRAMAS TURÍSTICOS SEGÚN LA RAZÓN DE ELECCIÓN DE LA REGIÓN COMO DESTINO TURÍSTICO.

PROGRAMAS Y RUTAS	CONOCER ESPAÑA	RECOMENDACIONES	EXPERIENCIA	ENTORNO NATURAL
<b>Camino de Santiago en Asturias</b>	32,0	12,7	38,7	21,0
<b>Ruta del Jurásico</b>	28,1	19,7	—	80,3
<b>Prerrománico Asturiano</b>	53,2	15,7	19,1	54,4
<b>Ruta de la Plata en Asturias</b>	28,1	19,7	—	71,9
<b>Senda del Oso</b>	33,3	16,7	50,0	33,3
<b>Visado Verde</b>	—	—	—	—

Fuente: S.I.T.A.  
 NOTA: Las diferentes razones de elección no son excluyentes.

### III.2.8. – Forma de Desplazamiento

Más del 60% de los turistas alojados en Gijón durante 1999 se desplazaron en un *Vehículo particular*. Este es el método preferido, seguido por el autobús contratado. Otros medios de llegar al destino, como al autobús de línea regular, el coche de alquiler, el avión o el tren, tienen pesos que podríamos considerar residuales, pues más del 75% de los turistas alojados en la ciudad llegaron a través de uno de los medios principales (Figura 3.17)

FIGURA 3.17: MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS.

MEDIOS DE TRANSPORTE	GIJÓN	ASTURIAS
<b>Coche o moto propios</b>	61,6	85,5
<b>Bici-Senderismo</b>	0,2	0,3
<b>Coche de Alquiler</b>	5,9	2,0
<b>Autobús Contratado</b>	16,6	5,6
<b>Autobús de Línea Regular</b>	6,8	2,4
<b>Tren</b>	4,1	1,4
<b>Avión</b>	4,5	2,7
<b>Yate o Barco</b>	0,3	0,1
Fuente: S.I.T.A.		

Sin embargo, de nuevo existen claras diferencias en el comportamiento de los turistas alojados en la Villa de Gijón y los alojados en el Principado como conjunto, tal y como pone de manifiesto la Figura 3.17. En ella se observa una mayor dependencia del *Vehículo particular* por parte de los turistas alojados en destinos distintos a la ciudad de Gijón, lo cual ha de estar claramente influenciado por el hecho de que las ciudades aglutinan las terminales de medios de transporte colectivos (exceptuando el aeropuerto, por supuesto). Sin embargo, los datos del

S.I.T.A. correspondientes a 1999 nos permiten afrontar una perspectiva diferente: tal y como expusimos a la luz de la Figura 3.8, los turistas que pernoctan en la Villa de Jovellanos han empleado en mayor medida los medios de comercialización de destinos turísticos a la hora de efectuar la reserva de su viaje. La Figura 3.18 pone en relación el método de contratación y el medio de transporte elegido, y en ella apreciamos claramente cómo el medio de transporte elegido mayoritariamente por los que contratan en una agencia de viajes su estancia en Asturias es el *Autobús contratado*, que supone el 68,4% de los viajes contratados de esta forma. Si tenemos en cuenta que los turistas alojados en Gijón durante 1999 hicieron un mayor uso de las agencias de viaje como medio de reserva de su estancia, y que, en el 68,4% de los viajes contratados por ese medio se incluía el desplazamiento en un *Autobús contratado*, no debe parecer extraña la diferencia entre el medio de desplazamiento de los alojados en la ciudad frente a los que eligen otros destinos turísticos que se muestra en la Figura 3.17.

FIGURA 3.18: RELACIÓN ENTRE EL MÉTODO DE ORGANIZACIÓN DEL VIAJE Y EL MEDIO DE DESPLAZAMIENTO AL LUGAR DE DESTINO.

MEDIOS DE TRANSPORTE	POR SU CUENTA	EMPRESA	AGENCIA VIAJES	CLUB O ASOCIACIÓN
<b>Coche o moto propios</b>	74,4	100,0	20,1	21,5
<b>Bici-Senderismo</b>	0,3	—	—	—
<b>Coche de Alquiler</b>	7,2	—	2,6	—
<b>Autobús Contratado</b>	0,3	—	68,4	69,7
<b>Autobús de Línea Regular</b>	8,3	—	2,6	—
<b>Tren</b>	5,4	—	—	—
<b>Avión</b>	3,8	—	6,3	8,8
<b>Yate o Barco</b>	0,4	—	—	—

Fuente: S.I.T.A.

En lo que se refiere a los desplazamientos dentro de la región durante la estancia, lo más llamativo está directamente relacionado de nuevo con el método de reserva del alojamiento. Así, y tal y como recoge la Figura 3.19, una buena parte, el 22% de los desplazamientos interiores de los turistas que pernoctan en Gijón se realizan en un *Autobús contratado*, a diferencia de lo que ocurre entre los alojados en otros destinos turísticos asturianos, para quienes este medio tiene una importancia residual. Igualmente, se observa un mayor número de desplazamientos en *Autobuses de línea regular*, algo que ha de estar facilitado por el ya comentado hecho de disponer la ciudad de un buen número de terminales de distintos medios de transporte. Con todo, el medio preferido para los desplazamientos durante la estancia, sigue siendo el *Vehículo particular* aunque, como es lógico a tenor de lo expuesto, con una importancia menor que en el resto de Asturias.

Por último, y como mero comentario añadido, se ha de señalar la gran diferencia existente entre el porcentaje de turistas que manifestaron no desplazarse durante su estancia, ya que, de los alojados en Gijón, casi el 4% afirmaron no desplazarse durante la misma, un porcentaje muy superior al de los alojados en el resto de Asturias. Sin duda, y de ahí ser un comentario casi anecdótico, la oferta lúdica o cultural de una ciudad como Gijón es suficiente para un cierto número de visitantes, algo que puede ser impensable para los que escogieron un destino turístico en una pequeña villa costera o un núcleo de turismo rural en la montaña.

FIGURA 3.19: DESPLAZAMIENTOS POR ASTURIAS DURANTE LA ESTANCIA.

MEDIOS DE TRANSPORTE	GIJÓN	ASTURIAS
No se desplazará	3,8	0,6
Coche o moto propios	62,1	86,9
Coche de Amigos	2,2	1,2
Autobús	22,0	7,0
Coche de Alquiler	8,1	3,1
Tren	0,4	0,6
Bici-Senderismo	1,5	0,4

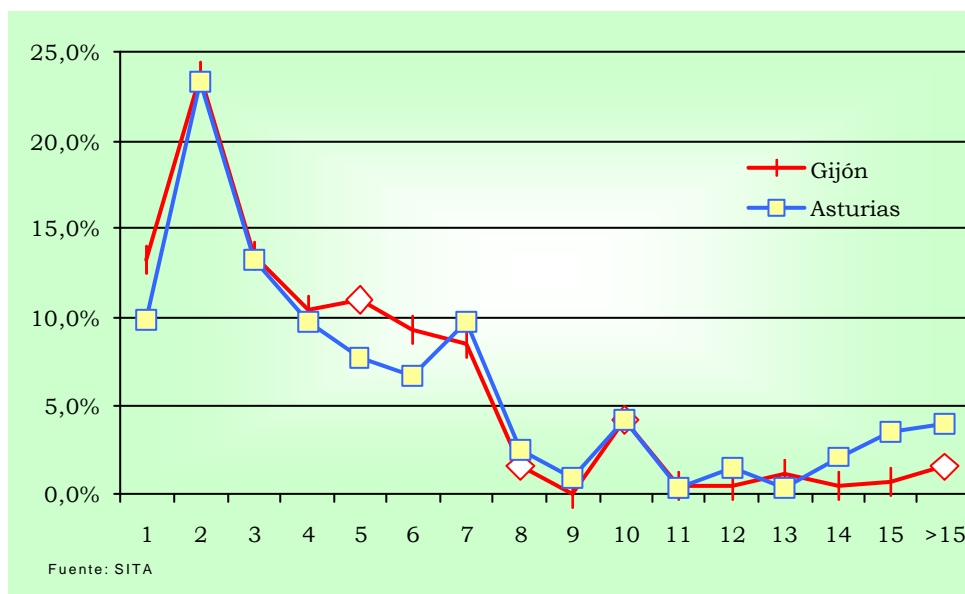
Fuente: S.I.T.A.

### III.2.9. – Cifras Medias de Estancia y Gasto

La *Estancia Media Anual* en el caso de Gijón es algo inferior a la de Asturias, cabe situar la misma en torno a las 4,75 noches, frente a las 6,58 noches de media en el resto de Asturias. La diferencia es estadísticamente significativa. Sin embargo, si se consideran los perfiles de las estancias en la ciudad, y se comparan con los de los turistas

alojados en otros destinos del Principado, cabe observar en detalle esas diferencias. La Figura 3.20 muestra como la distribución de la duración de las estancias de los alojados en Gijón durante 1999 es bastante similar a la del resto de la región. Casi un una cuarta parte de las estancias son de dos noches en cualquiera de los dos destinos. Las principales diferencias están, tal y como muestra la Figura 3.20 en una mayor presencia de estancias de 5 y 6 noches en Gijón (en torno al 8-12%) frente al resto de la región (en torno al 6-7%) que se compensan con una mayor importancia de las estancias superiores a las 13 noches al considerar Asturias como conjunto. La Figura es muy explícita al respecto, pues las estancias superiores a los 13 días en Gijón son realmente irrelevantes (en torno al 1-2%) mientras tienen una presencia próxima al 5% entre los alojados en el conjunto de la región.

FIGURA 3.20: COMPARACIÓN DEL PERFIL DE ESTANCIAS

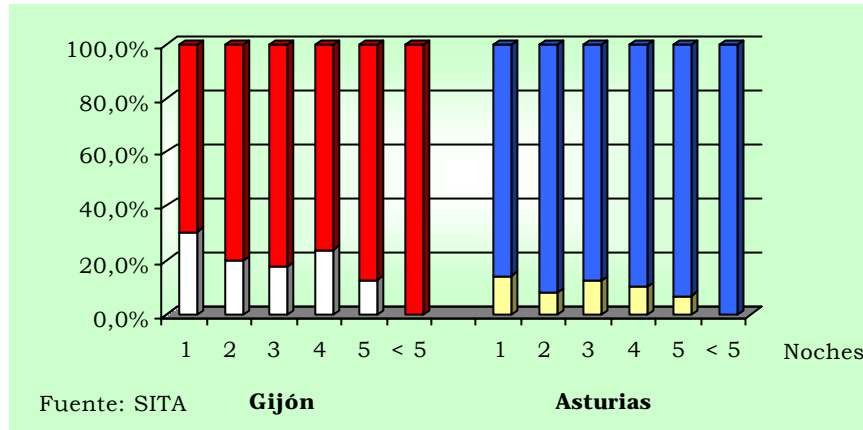


Una de las razones que pueden explicar la duración de un viaje determinado es el motivo del viaje. A través de los datos del S.I.T.A. se percibe que las estancias más cortas están fuertemente asociadas a la *Proximidad geográfica* de los visitantes (duración media = 2,86 noches). Por el contrario, las estancias más largas están asociadas a turistas con *Raíces en la región* (duración media= 7,18 noches). Dentro del intervalo se pueden encontrar la *Experiencia anterior* (duración media = 4,35 noches), *Conocer España* (4,47 noches), las *Recomendaciones* (4,99 noches) o el *Entorno Natural* (5,37 noches).

Por otra parte, la estancia en la ciudad de Gijón incluye mayoritariamente el *Fin de Semana*, casi el 85% de las estancias, aunque hay que tener en cuenta que la duración de la estancia está muy relacionada con la inclusión del fin de semana en la misma. Eso es algo que se puede observar en la Figura 3.21, en la que se ponen de manifiesto dos situaciones destacables: en primer lugar, que la probabilidad de que la estancia incluya el fin de semana es mayor cuanto mayor sea la estancia. Así, vemos en la parte izquierda del gráfico (barras rojiblancas que corresponde a Gijón) como el porcentaje de estancias que no incluyen fin de semana (parte blanca) va disminuyendo a medida que aumentan las noches de pernocta, haciendo la salvedad de las estancias de 4 noches; en segundo lugar, se observa una menor inclusión de fines de semana entre los turistas de Gijón (parte roja superior) al compararlos con los alojados en otros destinos turísticos de la región (parte derecha del gráfico con barras azul-amarillas). La diferencia en términos medios también es notoria, pues entre este grupo de turistas, la estancia incluye

el fin de semana en el 94,4% de los viajes, significativamente superior al 84,7% de los alojados en Gijón.

FIGURA 3.21: INCLUSIÓN DEL FIN DE SEMANA EN LA ESTANCIA.



A pesar de que la estancia media en el Municipio de Gijón es inferior a la media del Principado, el *Gasto Total en el viaje por persona* supera a la media del Principado en casi 9.000 Ptas. Lo que parece estar relacionado con el tipo de alojamiento elegido.

Analizando la estructura de desglose del gasto, podemos hacer las siguientes consideraciones:

- El *Gasto Medio en Alojamiento y día* es netamente superior, explicado por el elevado peso relativo que tienen en la ciudad de Gijón los hoteles de categoría superior.
- El *Gasto Medio en Alimentación y día* se mueve en torno a las 3.500 pesetas en la ciudad, unas 600 pesetas/día por encima de la los turistas alojados en otros destinos turísticos. El origen de esta diferencia radica, según los datos del S.I.T.A. en un mayor gasto en comidas fuera del alojamiento.

- El *Gasto en la Hostelería de Bares y Cafeterías* asciende a unas 900 pesetas por persona y día. Destaca además que el *Gasto en Diversión en Pubs y discotecas*, es más del doble de la media de Asturias.
- Por otra parte, prácticamente coincide el *Gasto en Transporte* efectuado por los turistas alojados en el municipio con el efectuado por turistas alojados en otros puntos de la región.
- Sin embargo, es destacable que los turistas alojados en Gijón efectuaron menores desembolsos en *Compras Varias*, algo normal al considerar el menor peso de los campings.

En cuanto a la realización de actividades, salvo la excepción de las *Visitas a Monumentos y/o Museos* realizada por el 28,3% de los turistas, el resto de actividades consideradas apenas se acercan al porcentaje del 1% con excepción de las Rutas guiadas (excursiones, senderismo, montaña, etc.) que alcanza el 3,3%.

En resumen se observa como el comportamiento del turista de Gijón en términos de Gasto es, para casi todas las partidas, superior a la del turista alojado en otros destinos asturianos.

FIGURA 3.22: GASTOS TURÍSTICOS POR PERSONA (PTAS.).

CONCEPTO DE GASTO	GIJÓN	ASTURIAS
<b>Alojamiento (persona / día)</b>	4.250	2.681
<b>Actividades (persona / día)</b>	31	67
<b>Transporte (persona / día)</b>	409	393
<b>Compras varias (persona / día)</b>	849	742
<b>Alimentación (persona / día)</b>	3.420	2.866
<b>Compras varias (persona / viaje)</b>	4.844	5.607
<b>Total Persona y Día</b>	10.379	7.695
<b>Total Viaje por Persona</b>	58.549	49.415

Fuente: S.I.T.A.

Dos de los factores que pueden ser determinantes de ese mayor gasto entre los turistas alojados en la ciudad de Gijón pueden ser la razón concreta de elección de la ciudad como destino y el tipo de establecimiento. En cuanto al primero, ya fue puesta de manifiesto la relación existente entre la duración del viaje y la razón de elección, y de nuevo hemos encontrado relaciones estadísticamente significativas entre estos dos conceptos.

FIGURA 3.23: GASTOS TURÍSTICOS POR PERSONA SEGÚN LA RAZÓN DE ELECCIÓN DEL DESTINO(PTAS.).

RAZONES DE ELECCION	ESTANCIA MEDIA	GASTO MEDIO POR PERSONA Y DÍA
<b>Conocer España</b>	4,47	10.290
<b>Recomendaciones familia / amigos</b>	4,99	10.046
<b>Experiencia de visitas anteriores</b>	4,35	11.712
<b>Riqueza del entorno natural y cultural</b>	5,37	9.340
<b>Proximidad geográfica</b>	2,86	9.603
<b>Raíces asturianas</b>	7,18	15.372
<b>Otras razones</b>	3,45	11.191

Fuente: S.I.T.A.

.....●

Como se observa en la Figura 3.23, el gasto medio por persona y día es máximo entre aquellos turistas que acudieron a Asturias por sus *Raíces Asturianas* y mínimo entre aquellos que se alojaron en la ciudad atraídos por el *Entorno Natural* o por la *Proximidad Geográfica*.

En cuanto al tipo de establecimiento, su influencia sobre el gasto diario es evidente, por cuanto se supone que los establecimientos de mayor categoría tienen tarifas más elevadas. Esto se pone de manifiesto en la Figura 3.24 donde se observa cómo el gasto total diario por persona es máximo en los *Hoteles* de la máxima categoría de la ciudad (cuatro estrellas), donde asciende por encima de las 15.400 pesetas. Sin embargo, el gasto diario es mínimo entre los turistas alojados durante 1999 en los *Campings* de la ciudad (ligeramente por encima de las 6.000 pts). La pauta del gasto por persona y día es similar a la esperada, con gastos crecientes a medida que se asciende en categoría del hotel y con las cifras mínimas de gasto correspondiendo a los formatos del albergue, el camping, hostales y pensiones (Figura 3.24).

FIGURA 3.24: GASTOS TURÍSTICOS POR PERSONA SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO (PTAS.).

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	ESTANCIA MEDIA	GASTO MEDIO POR PERSONA Y DÍA
<b>Albergue</b>	3,59	7.366
<b>Camping</b>	5,31	6.032
<b>Casa de aldea</b>	7,00	8.756
<b>Hotel ****</b>	3,26	15.411
<b>Hotel ***</b>	4,95	10.451
<b>Hotel **</b>	7,23	9.858
<b>Hotel *</b>	3,29	9.642
<b>Hostal/Pensión</b>	5,41	7.912

Fuente: S.I.T.A.

### III.2.10. - Valoración del Alojamiento.

Los turistas alojados en Gijón durante 1999 valoran muy positivamente el alojamiento que disfrutaron durante su estancia en la ciudad. La valoración media de los establecimientos del municipio es de 7,47 en una escala decimal, siendo menor que la que efectuaron los turistas alojados en el resto de la Región (7,66) con una diferencia estadísticamente significativa.

Los establecimientos mejor valorados por los turistas son, precisamente, los que objetivamente ofrecen un conjunto de prestaciones menor como *Pensiones* y el *Albergue*, a continuación se encuentran los hoteles, con percepciones medias de satisfacción descendentes a lo largo de la escala de categorías, con el máximo en el *Hotel de cuatro estrellas* y el mínimo en el *Hotel de una estrella*.

FIGURA 3.25: SATISFACCIÓN CON EL ESTABLECIMIENTO SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO ELEGIDO.

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	SATISFACCIÓN
<b>Albergue</b>	7,90
<b>Camping</b>	7,31
<b>Hotel ****</b>	7,82
<b>Hotel ***</b>	7,45
<b>Hotel **</b>	7,39
<b>Hotel *</b>	7,31
<b>Hostal / Pensión</b>	8,13
Fuente: S.I.T.A.	

Otro de los factores que consideramos pueden condicionar la satisfacción con el establecimiento es la duración del viaje. Se han encontrado tasas de satisfacción más bajas a medida que la estancia es más larga (Figura 3.26), con diferencias hasta de un punto en la escala decimal entre la valoración máxima de 7,73 para aquellos turistas que sólo pernoctan una noche en la ciudad hasta el mínimo de 6,73 para aquellos turistas que pernoctan toda una semana.

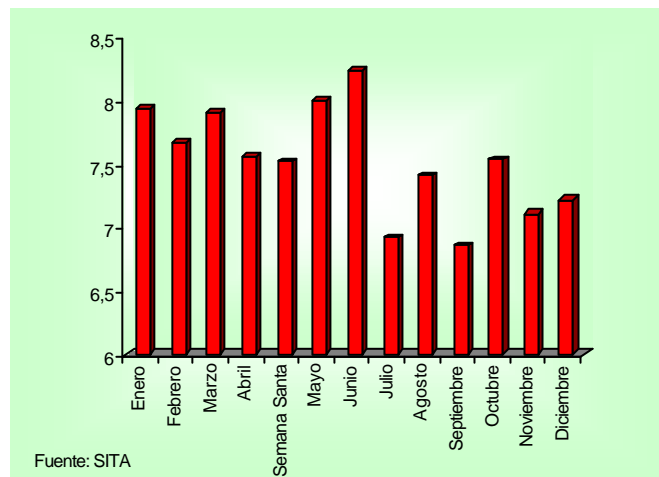
FIGURA 3.26: SATISFACCIÓN CON EL ESTABLECIMIENTO SEGÚN LA DURACIÓN DE LA ESTANCIA.

DURACIÓN DE LA ESTANCIA	SATISFACCIÓN
<b>1 Noche</b>	7,73
<b>2 Noches</b>	7,64
<b>3 Noches</b>	7,41
<b>4 Noches</b>	7,48
<b>5 Noches</b>	7,20
<b>6 Noches</b>	7,30
<b>7 Noches</b>	6,73
<b>Más de 7 Noches</b>	7,94
Fuente: S.I.T.A.	

Otra variable que puede tener importancia en la valoración media del establecimiento se refiere al mes concreto en que se produce la estancia. La Figura 3.27 pone de manifiesto las diferencias existentes en la satisfacción obtenida con el alojamiento según el mes en que se ha realizado la estancia. Las mejores valoraciones medias se producen durante los meses de Junio (8,24) y Mayo (8,00), y las menores en los meses de Julio (6,92) y Septiembre (6,86). Es significativo que en el periodo vacacional por excelencia (julio y agosto) se hayan obtenido algunas de las puntuaciones medias más bajas, si bien en agosto las valoraciones medias son ligeramente superiores a las de julio y septiembre.

FIGURA 3.27: SATISFACCIÓN CON EL ESTABLECIMIENTO POR MESES.

Mes	Satisfacción
Enero	7,94
Febrero	7,67
Marzo	7,91
Abril	7,56
Semana Santa	7,52
Mayo	8,00
Junio	8,24
Julio	6,92
Agosto	7,41
Septiembre	6,86
Octubre	7,53
Noviembre	7,11
Diciembre	7,22



### III.2.11.- Principales Referentes de Visita

Cabe plantearse el grado en el que los turistas alojados en Gijón durante 1999 por motivos vacacionales visitan determinados puntos con un mayor atractivo dentro de la zona geográfica donde están alojados. Los lugares más visitados en la zona central de Asturias son la *Playa y el Paseo de Gijón* (95% de los turistas alojados en la ciudad por vacaciones), obvio por su estancia en esta ciudad, aunque las visitas a la *Catedral de Oviedo* con un 53%, supone un importante número de visitas, seguido de la villa marinera de *Cudillero* con un 32% junto al *Prerrománico ovetense* con el 29% (Figura 3.28).

FIGURA 3.28: TURISMO ACTIVO POR RAZONES DE ESTANCIA.

CENTRO	TOTAL GIJÓN	Conocer España	Recomendaciones	Experiencia Anterior	Entorno Natural	Gastronomía	Proximidad Geográfica	Raíces Asturianas	Otras Razones
Naranco (Oviedo)	29,0	39,1	18,2	15,2	48,1	—	14,5	17,7	19,0
Catedral Oviedo	53,2	66,4	50,2	44,1	67,8	32,3	28,0	46,9	31,6
Playa y Paseo de Gijón	95,3	96,5	85,9	95,3	93,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Ría de Villaviciosa	18,7	17,3	12,5	21,7	31,3	32,3	—	17,7	14,0
Cabo Peñas	9,3	6,6	12,5	11,4	14,1	32,3	—	—	10,0
Lagos de Somiedo	3,4	5,4	—	2,5	4,3	—	—	—	4,0
Senda del Oso	2,5	2,3	7,5	5,0	—	—	—	—	—
Casco Antiguo de Avilés	11,5	15,7	3,0	7,2	17,8	—	—	11,6	8,7
Valdediós	2,5	2,9	3,0	4,2	1,1	—	—	—	4,0
Cudillero	32,5	42,1	29,4	24,5	38,8	32,3	—	35,4	25,0
Cabo Vidio	1,5	1,2	—	2,7	1,7	—	—	—	4,0
Paseo y Museo de Salinas	1,9	1,4	—	5,0	2,8	—	—	—	—
Otros	10,7	12,8	15,6	14,4	4,3	13,9	—	17,7	6,6

Fuente: S.I.T.A.

Es francamente interesante estudiar si las razones concretas que trajeron a los turistas a la ciudad tienen alguna influencia sobre su

carácter más o menos activo. El estudio detallado de la Figura 3.28 nos muestra cómo los turistas que manifestaron como razón primordial para venir a la región la de *Conocer España* o disfrutar del *Entorno Natural*, son los que presentan mayores tasas de desplazamiento a lugares como la *Catedral de Oviedo*, el *Casco Antiguo de Avilés* o *Cudillero*.

Por el contrario, aquellos que han venido a la región por la *Experiencia Anterior*, por la *Proximidad Geográfica* o las *Raíces Asturianas* son los que han expresado un menor número de visitas o desplazamientos.

En término medio, los turistas que manifestaron venir atraídos por la gastronomía son aquellos que han visitado el *Cabo Peñas* y la *Ria de Villaviciosa*. Igualmente, hemos encontrado tasas altas de visitas a *Cangas de Onís*, *Covadonga* y *Los Lagos* por parte de aquellos turistas que manifestaron como razón principal para su estancia en Asturias la *Recomendación* de un conocido.

### III.2.12.- Perfil del Visitante

Finalmente, con relación a la tipología de la Demanda cabe destacar, en primer lugar y como ya se ha dicho, la menor relevancia del *Turismo Interno* para el caso de Gijón, que tan sólo representa el 5,5% del total de visitas con alojamiento, frente al 22,5% de otros destinos del resto de Asturias.

De igual forma, cobra especial relevancia el *Turismo Nacional*, que representa el 85,6% del mercado, casi catorce puntos sobre la media regional. Analizando las diversas procedencias de los turistas, deben hacerse las siguientes consideraciones:

- El principal mercado vacacional para el turismo de Gijón es el de *Madrid*, que supone casi el 22% del total de turistas alojados por motivos vacacionales en nuestra ciudad.
- *Castilla y León* constituye un mercado importante para Gijón que representa una cuota próxima al 15%, con la peculiaridad de que es muy superior al casi 9% que supone para el resto de destinos turísticos de la región.
- *Galicia* es otro mercado de interés, pues supone el 8% de los turistas alojados en el municipio.
- El *País Vasco* ocupa tan sólo el quinto lugar con un 7,6% frente al segundo puesto que ocupa en Asturias

Otros mercados de origen destacables, por su mayor importancia relativa, son los de *Andalucía*, *Cataluña* y *Canarias*.

FIGURA 3.29: PROCEDENCIA DE TURISTAS DE ALOJAMIENTO COLECTIVO (%).

PROCEDENCIA		GIJÓN VACACIONES	ASTURIAS
<b>INTERNO</b>	<b>ASTURIAS</b>	5,5	20,5
	<b>EXTRANJERO</b>	8,9	7,6
<b>RECEPTOR</b>	<b>NACIONAL</b>	85,6	71,9
<b>NACIONAL</b>	Aragón	3,0	1,9
	Canarias	4,0	1,2
	Castilla y León	14,7	9,3
	Cataluña	6,6	6,1
	C. Valenciana	4,1	5,3
	Galicia	8,0	5,0
	Madrid	21,8	21,1
	País Vasco	7,6	9,7
Resto Procedencias	7,8	4,7	

Fuente: S.I.T.A.

Por otra parte, el *Turismo Extranjero* presenta niveles superiores, situándose casi en un 9% del total de turistas, punto y medio por encima de la cuota que supone en el resto de destinos del Principado. Destacan, como principales orígenes el *Mercado Americano* y, dentro de Europa el de *Benelux* y *Alemania*.

FIGURA 3.30: PROCEDENCIA DE TURISTAS EXTRANJEROS DE ALOJAMIENTO COLECTIVO (%).

<b>PROCEDENCIA</b>	<b>GIJÓN</b>	<b>ASTURIAS</b>
<b>Portugal</b>	7,1	12,0
<b>Francia</b>	5,0	6,4
<b>Italia</b>	5,0	3,7
<b>Benelux</b>	21,8	9,0
<b>Alemania</b>	12,5	18,3
<b>Gran Bretaña</b>	6,5	22,0
<b>Otros Europeos</b>	2,1	5,0
<b>Países Americanos</b>	32,8	20,3
<b>Otros Países</b>	7,1	3,3

Fuente: S.I.T.A.

### **III.3.- La Demanda por Trabajo/Negocios**

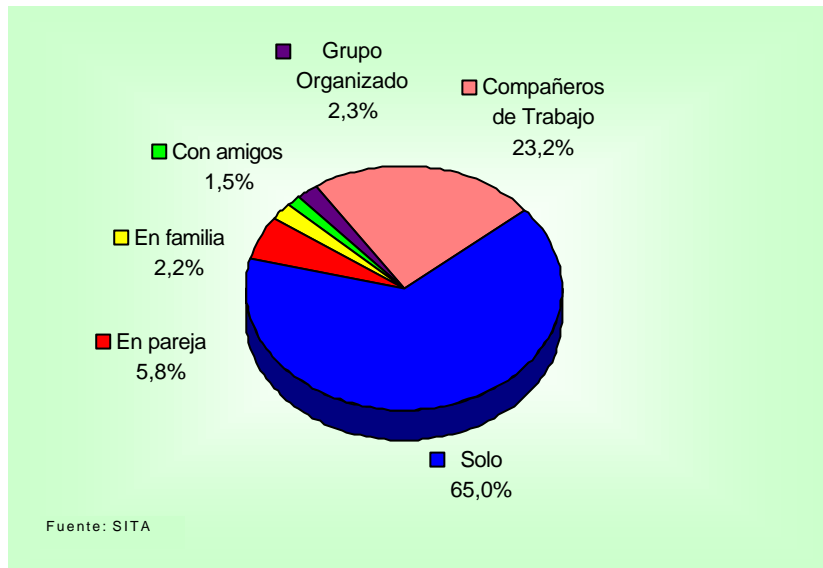
No cabe ninguna duda de que hay grandes diferencias entre la demanda por motivos de ocio y por motivos de trabajo, como ya fue apuntado anteriormente.

Sin embargo, las diferencias van más allá de las meramente relacionadas con el comportamiento del turista, la duración de la estancia o la estructura del gasto. La diferencia fundamental está referida al hecho de que la demanda de turismo por motivos profesionales es de carácter derivado, dado que depende del propio entramado empresarial de la ciudad además de la organización de ferias y exposiciones en el recinto ferial o las actividades de congresos.

#### **III.3.1.- Compañía en el viaje**

Las primeras diferencias en el comportamiento entre los turistas del segmento ocio y los del segmento trabajo surgen al estudiar el grado en el que los turistas viajan solos o acompañados. Como es previsible, la mayor parte de los alojamientos por motivos profesionales desplazan solamente a una persona (dos tercios de los viajes) y casi uno de cada cuatro viajes se hace acompañado de colegas. Otras opciones, como el viaje en grupo o con la pareja tienen importancias residuales, tal y como se recoge en la Figura 3.31.

FIGURA 3.31: COMPAÑÍA EN EL VIAJE.



CON QUIEN HA VENIDO	GIJÓN	ASTURIAS
<b>Solo</b>	65,0	54,8
<b>En pareja</b>	5,8	8,9
<b>En familia</b>	2,2	2,7
<b>Con amigos</b>	1,5	1,8
<b>Grupo Organizado</b>	2,3	2,8
<b>Compañeros de Trabajo</b>	23,2	28,8
<b>Otros</b>	—	0,2

Fuente: S.I.T.A.

La comparación de los datos correspondientes al municipio de Gijón con los de los turistas alojados por motivos profesionales en el resto de la región muestran una importancia mucho mayor del viaje en *Solitario* a la ciudad, el doble que para el resto de Asturias y, por el contrario, una mucho menor importancia del viaje con *Compañeros de trabajo*, al igual que el viaje en *Pareja*.

### III.3.2.- Forma de Organizar el Viaje

Si en el caso del turismo por ocio y vacaciones, se ha puesto de manifiesto que tres cuartos de los turistas habían organizado el viaje por su cuenta, es previsible que este porcentaje sea mucho menor para el turismo de negocios. En efecto, tal y como se recoge en la Figura 3.32, el porcentaje de viajes organizados por *Cuenta propia* es del 54,1% que, pese a ser menor que en el caso del turismo por vacaciones, sigue siendo el método preferido para organizar el viaje. Por supuesto, se compensa con la organización del viaje por la *Empresa*, que supone en los viajes profesionales un 36,2% de las estancias. Otras posibilidades como la *Agencia de viajes*, los *Clubes o asociaciones*, tienen una importancia relativa menor.

FIGURA 3.32: ORGANIZACIÓN DEL VIAJE.

ENTIDAD ORGANIZADORA	GIJÓN	ASTURIAS
<b>Por su Cuenta</b>	54,1	49,2
<b>Empresa</b>	36,2	38,0
<b>Agencias de Viajes</b>	6,2	6,5
<b>Club o Asociación recreativa</b>	3,5	6,3

Fuente: S.I.T.A.

### III.3.3.- Tipo de Alojamiento Contratado

El turismo profesional utiliza principalmente hoteles como establecimientos colectivos para el alojamiento. Así ocurre en la ciudad de Gijón, donde los turistas por motivos de trabajo o negocios utilizaron hoteles en casi todos los casos. En cuanto a la distribución de estancias

por categorías de hotel, se observa mayor afluencia a establecimientos de *Tres estrellas* y sobre todo de *Una estrella*, mientras los otros tipos de hoteles tienen una importancia relativa menor.

La comparación con el turismo profesional en el resto de Asturias muestra la importancia que tienen los hoteles de máxima categoría, pues casi el 23% de los turistas alojados en otros destinos del Principado ha manifestado hacerlo en establecimientos de *Cinco estrellas*. Curiosamente, se observa una importancia mucho menor de los hoteles de *Cuatro estrellas*, lo cual nos hace plantearnos la existencia de un segmento de clientes que escogen el hotel de la categoría más alta allá donde tengan que desplazarse por motivos laborales. Un segmento nada desdeñable en tamaño, por cierto.

FIGURA 3.33: TIPO DE ALOJAMIENTO CONTRATADO.

TIPO DE ALOJAMIENTO	GIJÓN	ASTURIAS
Hotel *****	—	7,6
Hotel ****	18,6	13,8
Hotel ***	26,5	30,9
Hotel **	13,9	11,9
Hotel *	39,7	31,6
Otros	1,3	4,2

Fuente: S.I.T.A.

#### III.3.4.- Destino Compartido

El turista por motivos profesionales presenta tasas de alojamiento exclusivo en la región ligeramente superiores a los del turista por motivos vacacionales. Los datos del S.I.T.A. nos muestran que el 71,4% de los

turistas alojados en la ciudad durante 1999 se desplazaron exclusivamente por nuestra región. La tasa es ligeramente inferior a la de aquellos turistas alojados en otros destinos del Principado.

La Figura 3.34 pone de manifiesto que no hay demasiadas diferencias entre las comunidades autónomas con las que se comparten los destinos, producto sin duda de que las regiones consideradas son aquellas que, en muchos ámbitos, son conocidas como “región noroeste” y que obligan a muchos profesionales a desplazarse por igual por todas las regiones.

FIGURA 3.34: DESTINO COMPARTIDO.

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	GIJÓN	ASTURIAS
<b>Se alojará sólo en Asturias</b>	71,5	75,1
<b>También en otras regiones</b>	28,5	24,9
<b>Cantabria</b>	40,6	39,1
<b>Galicia</b>	44,6	43,6
<b>Castilla-León</b>	39,5	40,6
<b>Otras Comunidades</b>	32,4	36,1

Fuente: S.I.T.A.

### III.3.5.- Medio de Desplazamiento a la Región

Al igual que ocurre en el caso de los turistas del segmento ocio, el *Vehículo propio* es el medio de desplazamiento hasta la región preferido por la mayoría de los turistas del segmento trabajo. Aproximadamente dos tercios de los turistas de este segmento alojados en el municipio de Gijón se desplazaron por este medio durante 1999. No obstante, el

porcentaje respecto a la media del Principado es mucho menor (próximo al 50%).

Existe igualmente una clara diferencia entre ambos segmentos, ocio y trabajo, en la mayor utilización del avión como medio de transporte por los turistas del segmento trabajo, si bien es inferior al de los turistas del mismo segmento alojados en otros puntos de la geografía asturiana, para quienes el porcentaje supone casi el 30% (Figura 3.35).

FIGURA 3.35: MEDIO DE DESPLAZAMIENTO A LA REGIÓN.

MEDIOS DE TRANSPORTE	GIJÓN	ASTURIAS
<b>Vehículo o moto propios</b>	64,0	59,1
<b>Bici-Senderismo</b>	1,1	1,1
<b>Vehículo de Alquiler</b>	2,2	2,5
<b>Autobús Contratado</b>	3,8	7,1
<b>Autobús de Línea Regular</b>	3,3	3,1
<b>Tren</b>	4,4	3,6
<b>Avión</b>	19,9	22,6
<b>Yate o Barco</b>	1,3	0,9

Fuente: S.I.T.A.

En lo que se refiere a los desplazamientos dentro de la región una vez en el destino turístico, se observa una mayor tasa de turistas que no se desplazan que entre los turistas del segmento ocio. El *Vehículo* sigue siendo el método preferido y cobran importancia los medios de transporte contratados en destino, como los *Vehículos de alquiler*, algo que se puede considerar lógico si se tiene en cuenta la mayor utilización del *Avión* como medio de transporte hasta Asturias (Figura 3.36).

FIGURA 3.36: MEDIO DE DESPLAZAMIENTO POR LA REGIÓN.

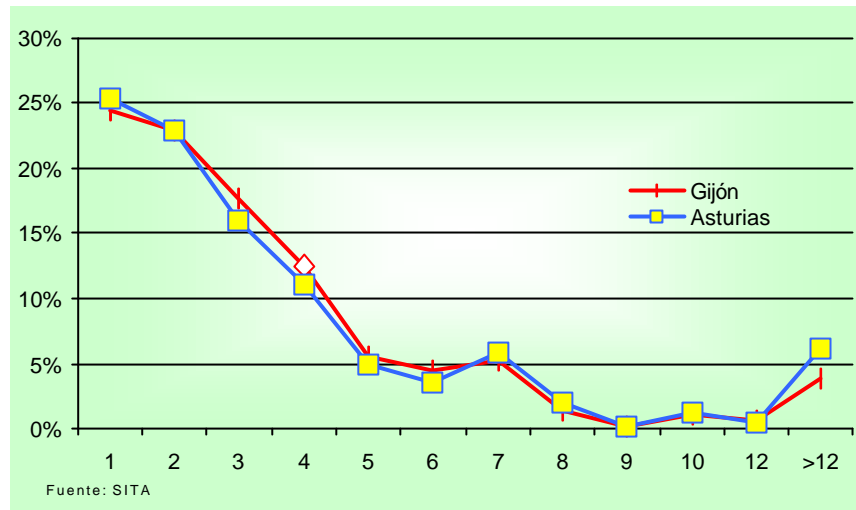
MEDIOS DE TRANSPORTE	GIJÓN	ASTURIAS
No se desplazará	7,9	10,6
Vehículo o moto propios	67,5	62,7
Vehículo de Amigos	3,2	2,8
Autobús	8,2	10,7
Vehículo Alquilado	11,5	11,7
Tren	0,5	0,3
Bici-Senderismo	1,3	1,2

Fuente: S.I.T.A.

### III.3.6.- Cifras Medias de Estancia y Gasto

La estancia media del turista alojado en Gijón por motivos profesionales es de 3,9 noches, una cifra significativamente menor que la de los turistas de este segmento alojados en otros destinos de la región (6,7 noches). Sin embargo, la distribución de turistas según la longitud de su estancia muestra una estructura muy similar a la de los turistas del segmento ocio. Así, tal y como se muestra en la Figura 3.37, en la ciudad de Gijón son más frecuentes las estancias de 3, 4, 5 y 6 noches pero mucho menos frecuentes las estancias más largas.

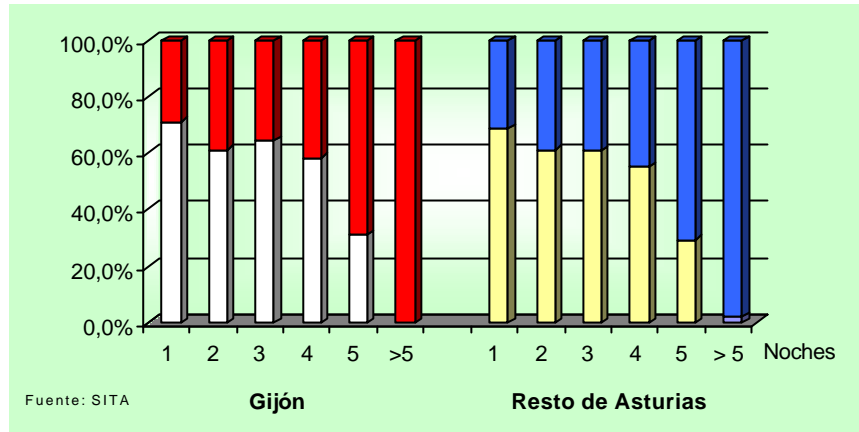
FIGURA 3.37: DURACIÓN DE LA ESTANCIA.



Una diferencia importante, aunque no por ello menos esperada, es la menor inclusión del fin de semana en la estancia. Si en el caso de los turistas del segmento ocio alojados en Gijón la estancia incluía el fin de semana en el 85% de las estancias, en el caso del segmento trabajo este porcentaje es de tan sólo el 47%.

La relación entre la duración de la estancia y la inclusión del fin de semana en la misma se puede apreciar en la Figura 3.38. En ella se observan tasas muy bajas (parte superior de las barras) de inclusión del fin de semana en estancias cortas y muchas estancias de cuatro noches que no lo incluyen, a diferencia de lo que ocurría en el caso del segmento ocio. Aún así, es evidente que un 40% de esas estancias se prolongan durante el fin de semana.

FIGURA 3.38: INCLUSIÓN DEL FIN DE SEMANA EN LA ESTANCIA.



En cuanto al gasto medio por persona y viaje es ligeramente superior a las 60.000 pesetas, cifra un poco superior al gasto de los turistas del segmento ocio alojados en la ciudad. Existe una gran diferencia con el gasto medio por persona y viaje de los turistas alojados por motivos profesionales en otros destinos asturianos, consecuencia lógica de la utilización de hoteles de categoría superior, cinco estrellas, tal y como fue comentado anteriormente.

El gasto por persona y día llega a ser un 30% superior al gasto por persona y día de los turistas del segmento ocio. Se observa así que, aunque el monto total de la estancia es el mismo entre estos dos segmentos de turistas al alojarse en la ciudad, las estancias de los turistas del segmento ocio son más largas y con un gasto por día menor, mientras las del segmento trabajo son más cortas y con un gasto diario mayor.

Un análisis de la estructura del gasto nos permite hacer las siguientes apreciaciones:

- El *Gasto en alojamiento por persona y día* asciende a más de 5.800 pesetas, casi 1.500 pesetas más que los que se alojan en la ciudad por motivos vacacionales, pero casi 2.000 pesetas menos que los turistas del segmento trabajo alojados en el conjunto de Asturias
- En cuanto a los *Gastos en alimentación*, el gasto medio diario asciende a unas 4.800 pesetas, cifra similar a los turistas alojados en el conjunto de Asturias y sensiblemente superior a las 3.500 pesetas de los turistas del segmento ocio alojados en la ciudad.
- El *Gasto medio en transporte por día* es de unas mil pesetas.
- El *Gasto medio en Compras por persona* es de 3.500 pesetas, muy inferior a las aproximadamente 6.200 pesetas de los alojados en otros destinos de la región y de las 4.850 de los alojados en la ciudad por motivos vacacionales.

FIGURA 3.39: GASTOS TURÍSTICOS POR PERSONA (PTAS.).

CONCEPTO DE GASTO	GIJÓN	ASTURIAS
<b>Alojamiento (persona / día)</b>	5.878	6.447
<b>Transporte (persona / día)</b>	981	843
<b>Compras varias (persona / día)</b>	653	744
<b>Alimentación (persona / día)</b>	4.755	4.745
<b>Compras varias (persona / viaje)</b>	3.507	4.292
<b>Total Persona y Día</b>	13.352	13.909
<b>Total Viaje por Persona</b>	61.582	74.146

Fuente: S.I.T.A.

Al igual que ocurría en el caso del segmento ocio, se observa cómo el establecimiento colectivo elegido para el alojamiento condiciona el gasto efectuado por los turistas del segmento trabajo. Así, el gasto diario por persona es máximo en los hoteles de categoría superior y mínima en los albergues, tal y como muestra la Figura 3.39. La comparación con el segmento ocio nos muestra cifras menores de gasto de estos en 5.000 pesetas para los alojados en *Hoteles de cuatro estrellas*, 4.000 pesetas para los alojados en *Hoteles de tres estrellas* y de 1.000 pesetas para los alojados en *Hoteles de dos estrellas*.

FIGURA 3.40: GASTOS TURÍSTICOS POR PERSONA EN FUNCIÓN DEL TIPO DE ALOJAMIENTO (PTAS.).

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	TRABAJO/NEGOCIOS		VACACIONES/OCIO	
	ESTANCIA MEDIA	GASTO MEDIO POR PERSONA Y DÍA	ESTANCIA MEDIA	GASTO MEDIO POR PERSONA Y DÍA
Hotel ****	3,44	20.669	3,26	15.411
Hotel ***	4,22	14.931	4,95	10.451
Hotel **	3,89	11.287	7,23	9.858
Hotel *	3,67	9.866	3,29	9.642

Fuente: S.I.T.A.

### III.3.7.- Valoración del Alojamiento

Los turistas alojados en Gijón durante 1999 por motivos profesionales valoran muy positivamente el establecimiento en el que pernoctaron. La valoración media de los establecimientos alcanzó los 7,5 puntos en una escala decimal, prácticamente igual que la que manifestaron los turistas del segmento ocio. Sin embargo, la valoración

media del segmento trabajo en la ciudad es inferior a la que hacen los turistas de ese mismo segmento alojados en otros puntos de la región.

La Figura 3.41 muestra las diferencias entre las puntuaciones medias por tipo de establecimiento, una variable que, como vimos al analizar la demanda turística del segmento ocio, está muy relacionada con la satisfacción con el establecimiento. Así, vemos como la percepción más alta por los turistas del segmento profesional alojados en la ciudad se corresponde con aquellos que pernoctaron en *Hoteles de cuatro estrellas*.

FIGURA 3.41: SATISFACCIÓN CON EL ESTABLECIMIENTO SEGÚN EL TIPO DE ESTABLECIMIENTO ELEGIDO.

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	GIJÓN	ASTURIAS
<b>Albergue</b>	7,34	8,32
<b>Hotel *****</b>	—	8,82
<b>Hotel ****</b>	7,88	7,00
<b>Hotel ***</b>	7,21	7,71
<b>Hotel **</b>	7,45	7,62
<b>Hotel *</b>	7,53	7,37
<b>Hostal / Pensión</b>	—	7,95
<b>MEDIA</b>	7,49	7,90

Fuente: S.I.T.A.

Sin embargo, otra de las variables que en el estudio de la demanda del segmento ocio tenía una relación directa con la evaluación de la calidad del establecimiento, no muestra una tendencia clara en el caso del segmento profesional, tal y como muestra la Figura 3.42. Como se aprecia, el nivel más alto de satisfacción se da entre los turistas del

segmento que pernoctan 5 noches y el mínimo entre los que pernoctan 6 noches.

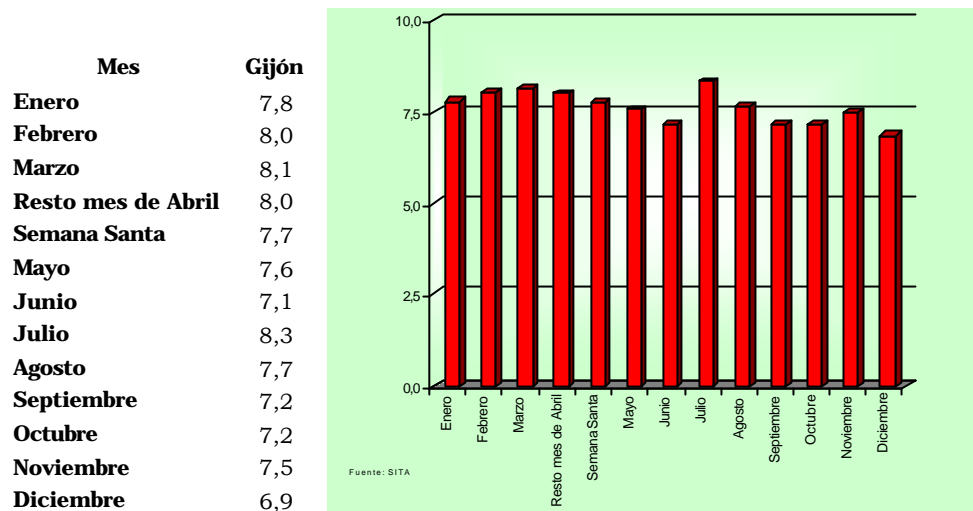
FIGURA 3.42: SATISFACCIÓN CON EL ESTABLECIMIENTO SEGÚN LA DURACIÓN DE LA ESTANCIA.

DURACIÓN DE LA ESTANCIA	GIJÓN	ASTURIAS
<b>1 Noche</b>	7,27	7,74
<b>2 Noches</b>	7,57	8,08
<b>3 Noches</b>	7,52	7,74
<b>4 Noches</b>	7,33	7,77
<b>5 Noches</b>	8,01	7,44
<b>6 Noches</b>	6,67	6,79
<b>7 Noches</b>	8,03	8,39
<b>Más de 7 Noches</b>	8,08	8,08

Fuente: S.I.T.A.

Los datos del S.I.T.A. no avalan para el segmento profesional la relación causal existente entre el mes de la estancia como variable causa y la evaluación del establecimiento como variable consecuencia que fue puesta de manifiesto al analizar el segmento ocio. Los datos que avalan la falta de esa relación causal se pueden comprobar en la Figura 3.43, y pueden estar relacionados con el carácter repetitivo de las estancias por motivos profesionales, donde las expectativas no están tan condicionadas por aspectos publicitarios como por la experiencia anterior con el mismo tipo de establecimientos. Además, la percepción de la calidad de un establecimiento depende no sólo de la última de las estancias sino también de todas las anteriores.

FIGURA 3.43: SATISFACCIÓN CON EL ESTABLECIMIENTO POR MESES.



### III.3.8.- Perfil del visitante.

Para terminar con la descripción del segmento se ha de constatar que el perfil de la procedencia de los turistas es muy similar al del segmento de ocio, con *Madrid* como principal mercado de los turistas del segmento, seguido de *Castilla y León*, *Galicia* y el *País Vasco*.

El perfil es además bastante similar al de los turistas del segmento profesional alojados en el resto de Asturias, con la salvedad de la menor importancia en estos últimos de los turistas procedentes de *Castilla y León* y el *País Vasco*.

FIGURA 3.44: PERFIL DEL VISITANTE

PROCEDENCIA		GIJÓN	ASTURIAS
INTERNO	ASTURIAS	3,8	5,9
	EXTRANJERO	8,9	9,0
RECEPTOR	NACIONAL	87,3	85,1
	EXTRANJERO		
NACIONAL	Cantabria	3,3	3,3
	Castilla-León	14,1	11,2
	Cataluña	6,8	6,6
	C. Valenciana	4,1	4,5
	Galicia	14,1	13,1
	Madrid	19,8	22,2
	País Vasco	11,8	10,1
	Resto de España	13,3	14,1
EXTRANJERO	Alemania	1,3	1,0
	Benelux	0,5	0,3
	Francia	0,6	0,7
	Gran Bretaña	0,8	1,4
	Italia	0,7	0,7
	Otros Europeos	1,0	0,9
	Países Americanos	3,5	2,9
	Otros Países	0,6	1,0

Fuente: S.I.T.A.

En cuanto a los turistas de trabajo extranjeros, las procedencias más importantes son los *Países americanos*. Destaca especialmente la mayor importancia de los turistas procedentes del *Reino Unido* en otros puntos de la región frente a Gijón.