



SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE ASTURIAS

## El Turismo en Llanes 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.- Dña. BEGOÑA ÁLVAREZ ÁLVAREZ.

Profesora Asociada 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.

Dr. JOSÉ SANTOS DOMÍNGUEZ MENCHERO.

Profesor Titular de Universidad de Estadística e Investigación Operativa.

D. SANTIAGO GONZÁLEZ HERNANDO.

Profesor Asociado de Comercialización e Investigación de Mercados.

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 MELIJOSA.

Becaria de Investigación.



## ÍNDICE



<b>PRÓLOGO.....</b>	<b>5</b>
<b>I.- INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>7</b>
<b>II.- LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS.....</b>	<b>12</b>
II.1.- Características Generales.....	13
II.2.- Una visión de Conjunto. ....	17
<b>III.- LA DEMANDA TURÍSTICA.....</b>	<b>25</b>
III.1.- Tipología del Turismo. ....	26
III.2.- Motivos de Viaje.....	28
III.3.- Compañía en el Viaje.....	28
III.4.- Forma de Organizar el Viaje.....	30
III.5.- Destino Compartido.....	31
III.6.- Razones de Elección de Destino. ....	32
III.7.- Impacto de las Campañas Publicitarias. ....	33
III.8.- Forma de Desplazamiento. ....	34
III.9.- Cifras Medias de Estancia y de Gasto.....	35
III.10.- Reserva y Valoración del Alojamiento. ....	37
III.11.- Principales Referentes de Visita. ....	40
III.12.- Notoriedad de los Programas Turísticos. ....	41
III.13.- Perfil del Visitante.....	41
III.14.- Posibles próximos Destinos.....	43



## 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 prestada a todos los integrantes del sector que vienen facilitando de forma voluntaria el trabajo desarrollado.



## I

# INTRODUCCIÓN



---

## **I.- INTRODUCCIÓN.**

La elección de este Municipio como objeto de informe específico resulta comprensible dada la tradicional relevancia del mismo en términos de notoriedad y de actividad turística. Además, cuenta con un Plan de Excelencia lo que hace aconsejable incorporar el mismo como punto de referencia del Sector Turístico, incluso se podría decir, como uno de los principales referentes del potencial de la zona oriental. Hay que indicar, asimismo, que la realización del informe ha sido posible dado que la metodología del S.I.T.A. permite extraer resultados estadísticamente significativos para el caso, precisamente por su alto peso en el sector.

El informe se presenta guardando la máxima científicidad y objetividad tanto en los resultados como en las explicaciones. Se deja a los profesionales del sector la extracción de las ideas y reflexiones que pueden ser de su 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>	274 turistas alojados en establecimientos colectivos. Municipio de Llanes.
<b>ERROR MUESTRAL</b>	± 5,91%
<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>	Principado de Asturias		
<b>PERIODO DE RECOGIDA</b>	Junio a Diciembre 1999		
<b>MÉTODO DE MUESTREO</b>	Encuesta personal		
<b>UNIVERSO</b>	Establecimiento de Alojamiento		
	<b>TAMAÑO POBLACIÓN(*)</b>	<b>TAMAÑO MUESTRAL</b>	<b>ERROR MÁXIMO (**)</b>
<b>TOTAL ALOJAMIENTOS</b>	138	111	± 4,1%
(*) : 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 9 Albergue, 14 Apartamentos Turísticos Rurales, 45 Casas de Aldea, 5 Casonas Asturianas, 10 Camping, 35 Hoteles y 20 Hostales y pensiones registrados, se analiza una muestra adecuada a esa población			

El Municipio de Llanes está situado en la franja costera del Oriente de Asturias. Su origen es muy antiguo y desde el siglo XI hasta la



.....●

promulgación de su Fuero, en 1206, recibía el nombre de territorio de Aguilar siendo objeto de disputa entre condes y potestades.

Destaca especialmente su capital, que recibe el mismo nombre, Llanes, villa marinera con un importante casco antiguo entre cuyos monumentos resaltan la Iglesia de Sta. María del Concejo de 1240 y ss.XIV-XV, el Palacio de El Cercáu del s.XVI con añadidos posteriores, el Casino de 1910, el Palacio de Gastañaga de los ss. XIV-XV, la Torre del castillo, parte integrante de la muralla iniciada en 1270, todos ellos calificados como monumentos histórico artísticos.

Pero es quizá el litoral costero, muy próximo a la Sierra del Cuera, lo que hace del Municipio de Llanes un referente turístico fundamental, contando con más de treinta playas de arena blanquecina entre las que figuran la de Gulpiyuri, Cuevas de Mar, Torimbia, Barro, Borizo, El Sablón, Toró y Ballota. Los bufones de Arenillas, Vidiago y Santiuste, también situados en la costa oriental, están calificados como monumento natural.

El Municipio cuenta también con algunas muestras de arte rupestre, las del Cueto de la Mina, El Tebellín, La Riera, La Herrería, El Quintanal, El Cueto de Lledías, El Covarón y Pradón. Destaca Peña Tu, monumento megalítico de mitad del segundo milenio a.c.

Las fiestas y romerías más interesantes son La Guía, declarada de interés turístico nacional, La Magdalena y San Roque en Llanes, Nuestra Señora en Andrín y El Cristo y La Blanca en Nueva.

Por lo que se refiere a la gastronomía, existe una amplia variedad de quesos artesanales en la zona: Ingiestu, Los Carriles, Piedra, Porrúa,



Pría, Vidiago, además de platos tradicionales como el “pantruque”, que actualmente se utiliza como componente de la fabada.

Los *Censos Oficiales y las Rectificaciones Padronales de Habitantes de Hecho del Municipio*, con referencia a 1991, arrojan una cifra de 13.382 habitantes. La superficie del Municipio es de 263,59 km<sup>2</sup> y el último dato publicado (1996) en cuanto a *Población de Derecho* era de 13.184 habitantes, lo que supone una densidad de población de 50,02 hab/km<sup>2</sup>.

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

- Sector primario (agricultura y pesca): 1.346 empleos, 32,2%.
- Sector secundario (Industria): 634 empleos, 15,2%.
- Sector terciario (Servicios): 2.196 empleos, 52,6%.

FIGURA 1.3: RESEÑA ESTADÍSTICA DE LLANES.



		LLANES		ASTURIAS	
<b>SUPERFICIE</b>	<b>Km<sup>2</sup></b>	263,59		10.564,28	
<i>Población de Hecho</i>	1991	13.382		1.098.725	
<i>Población de Derecho</i>	1991	13.348		1.093.937	
	1996	13.184		1.117.732	
<i>Densidad demográfica (1996)</i>		50,02		102,60	
<b>EMPLEO (1996)</b>		<i>nº</i>	<i>%</i>	<i>nº</i>	<i>%</i>
<i>Sector Primario</i>		1.346	32,2	49.130	14,7
<i>Sector Secundario</i>		634	15,2	96.114	28,7
<i>Sector Terciario</i>		2.196	52,6	189.714	56,6
<i>TOTAL</i>		4.176	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.**

El Municipio de Llanes supone un punto de referencia fundamental dentro de la Oferta Turística de Asturias y así queda claramente demostrado en términos de número de plazas, 11.332, lo que supone más del 21% de las plazas ofertadas en el Principado.

Ahora bien, es preciso señalar que este Municipio presenta una serie de características descriptivas de la oferta muy concretas y específicas. En primer lugar, el elevado peso los *Camping*, que con casi 7.900 plazas, suponen prácticamente el 70% de la oferta total llanisca y el 28,5% de la asturiana. Esta configuración de la oferta conlleva factores importantes por su relevancia turística, por ejemplo, unos niveles de gasto limitados, una problemática de servicio menor y una configuración de servicios complementarios muy específica.

Cabe destacar también, la importante presencia del Turismo Rural con 1.556 plazas. Las *Casas de Aldea* que aunque sólo representan el 3,4% dentro de la oferta del Municipio, sus 390 plazas suponen el 17,8% del total en Asturias para esta modalidad de alojamiento.

También existe una importante contribución a la definición de la oferta por parte de los *Apartamentos Rurales*, que concentra el 27,1% de toda Asturias y los *Albergues*, pues sus casi 850 plazas vienen a suponer más de la cuarta parte de la Oferta del Principado.

Debe indicarse, asimismo, la importancia creciente que presenta la *Hotelería*, con casi 2.000 plazas, que suponen alrededor del 17% de la oferta total del Municipio. El mayor número de plazas se concentra en los niveles de categoría medio y medio-bajo, de *Tres y Dos estrellas* respectivamente (Figura 2.1).

FIGURA 2.1: PLAZAS DE ALOJAMIENTO EN LLANES 1999.

1999 PLAZAS	LLANES	% LLANES	ASTURIAS	% SOBRE ASTURIAS
<b>HOTELES:</b>				
5 Estrellas	—	—	398	—
4 Estrellas	—	—	1.388	—
3 Estrellas	718	6,3	5.517	13,0
2 Estrellas	608	5,4	4.805	12,7
1 Estrella	223	2,0	2.743	8,1
<b>TOTAL</b>	<b>1.549</b>	<b>13,7</b>	<b>14.851</b>	<b>10,4</b>
HOSTALES	91	0,8	1.235	7,4
PENSIONES	270	2,4	2.893	9,3
<b>TOTAL HOTELERÍA</b>	<b>1.910</b>	<b>16,9</b>	<b>18.979</b>	<b>10,1</b>
ALBERGUES	846	7,5	3.132	27,0
APARTAMENTOS	320	2,8	1.182	27,1
CASAS DE ALDEA	390	3,4	2.189	17,8
<b>TOTAL TURISMO RURAL</b>	<b>1.556</b>	<b>13,7</b>	<b>6.503</b>	<b>23,9</b>
CAMPING	7.866	69,4	27.554	28,5
<b>TOTAL</b>	<b>11.332</b>	<b>100,0</b>	<b>53.036</b>	<b>21,4</b>
Fuente: SITA				

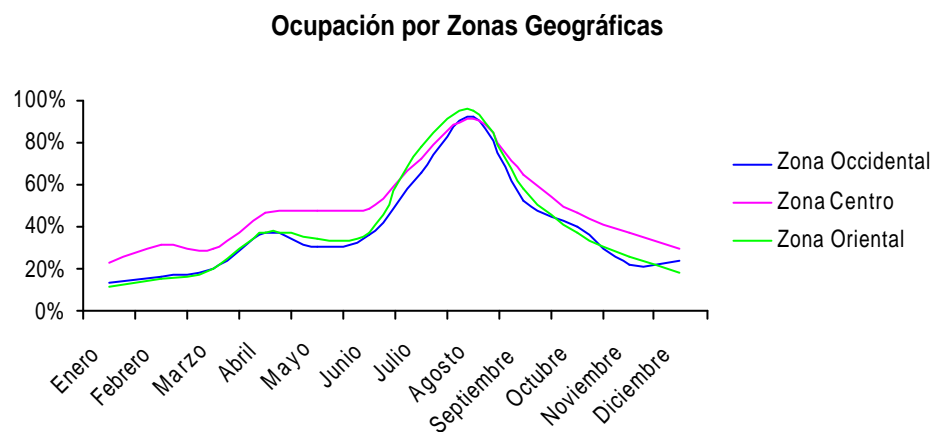
Por otra parte, los datos relativos a la Tasa de Ocupación, merecen una atención específica ya que será un indicador importante del nivel de aprovechamiento de la capacidad productiva real de la Oferta. Resulta preciso indicar que la metodología del S.I.T.A. del año 1999 no contempla

una visión particularizada para cada municipio de la Tasa de Ocupación<sup>1</sup>, pero sí por zonas de Asturias.

Como un simple planteamiento aproximativo se presenta la curva de la tasa de ocupación por meses correspondiente a la Zona Oriental del Principado, donde el Municipio de Llanes constituye un punto de referencia turística principal (Figura 2.2).

Esta Zona, presenta un perfil marcado por una elevada Estacionalidad, con movimientos puntuales al alza en *Semana Santa* y especialmente en la época estival, destacando el máximo de *Agosto*, donde la tasa de ocupación supera incluso a la de la zona centro, para luego caer rápidamente hacia los bajos niveles de principios de año.

FIGURA 2.2: TASA DE OCUPACIÓN POR ZONAS.  
(Hotelería y Turismo Rural).



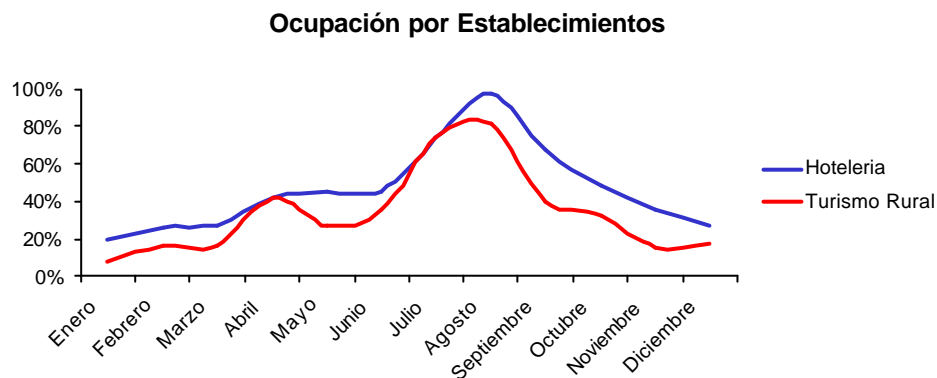
<sup>1</sup> En el año 2000 se ha particularizado para Llanes el cálculo de la Tasa de Ocupación.



La elevada estacionalidad es consecuencia de que se trata de una zona exclusivamente vacacional, sin actividades de trabajo, negocios ni congresos, además de estar configurada por una oferta centrada en *Campings* y por pequeñas empresas para los casos de *Turismo Rural*.

Si a estas consideraciones unimos el análisis de la tasa de ocupación por tipo de establecimiento, la comparación de la *Hotelería* versus *Turismo Rural* permite observar que la primera se mantiene todo el año por encima de la segunda, siendo prácticamente coincidentes en Semana Santa y en el verano (Figura 2.3).

FIGURA 2.3: TASA DE OCUPACIÓN POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO.



## II.2.- Una visión de conjunto.

El concejo de Llanes es el que cuenta con una oferta más variada de alojamientos, teniendo especial relevancia las Casas de Aldea y las Casonas. El gran número y variedad de establecimientos lleva a que casi el 80% de los mismos sean muy pequeños, con una facturación anual

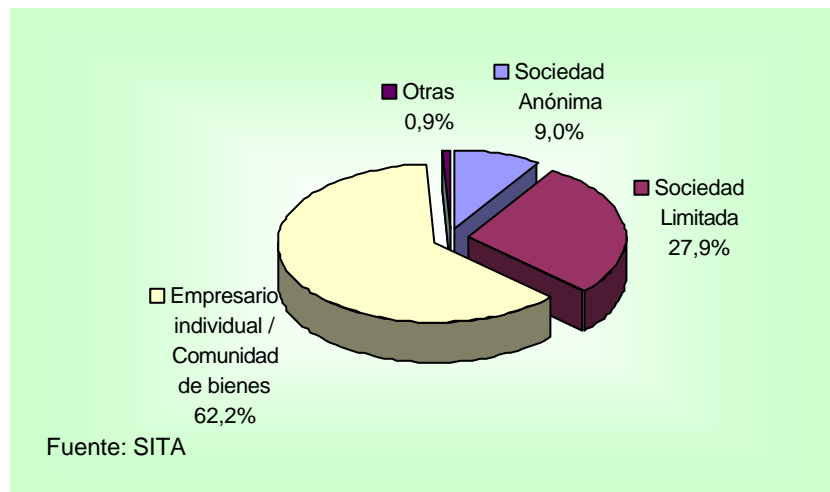
por debajo de los 10 millones de pesetas, no llegando el resto a superar un volumen de negocio de 50 millones (Figura 2.4).

FIGURA 2.4: FACTURACIÓN.

FACTURACIÓN	%
Hasta 3 millones	60,2
De 3 a 6 millones	10,8
De 6 a 11 millones	16,9
De 11 a 21 millones	6,0
De 21 a 51 millones	6,0
Fuente: S.I.T.A.	

Respecto a la forma jurídica de propiedad, la *Sociedad Anónima* resulta una opción muy poco utilizada, siendo más del 60 % de los negocios de tipo *Individual* o *Comunidad de bienes*, y constituyéndose *Sociedades Limitadas* en el 28% de los casos (Figura 2.5).

FIGURA 2.5: FORMA JURÍDICA.



De todos los alojamientos, sólo dos están integrados en una cadena, siendo los demás establecimientos independientes (Figura 2.6). Por otra parte, hay una fuerte tendencia al asociacionismo, pues las dos terceras partes de las empresas forman parte de alguna asociación, entre las que destacan *FOMTUR* y *ARCA* (Figura 2.7).

FIGURA 2.6: ACUERDOS COMERCIALES.

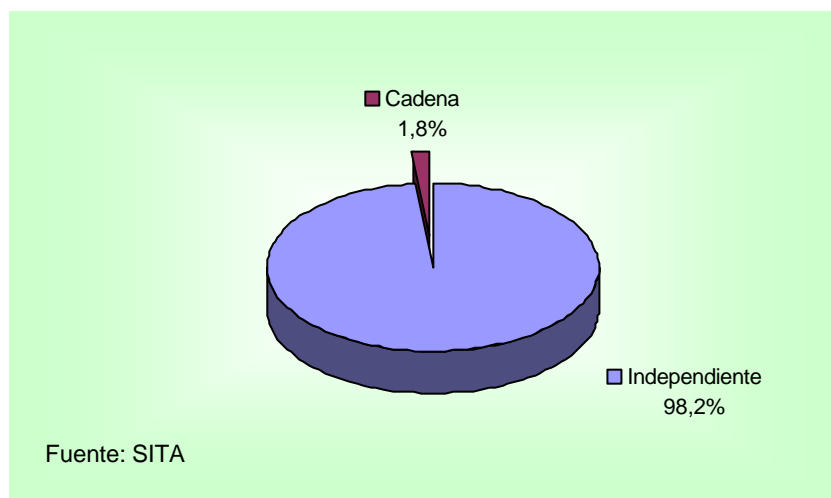
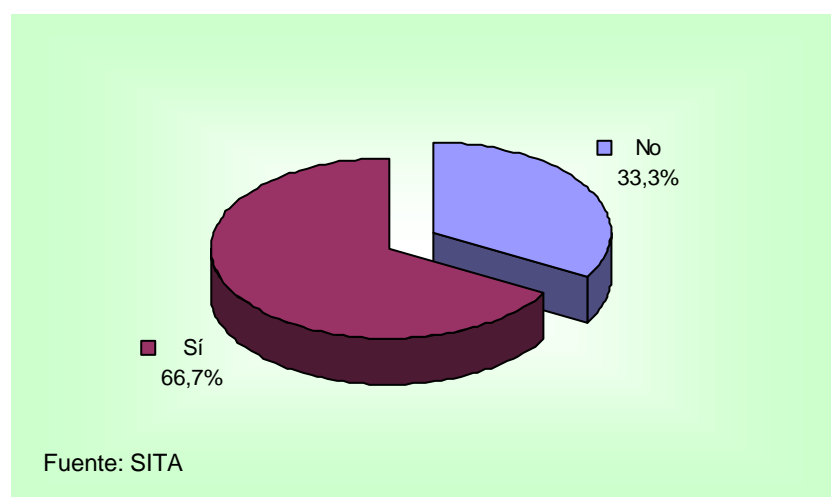
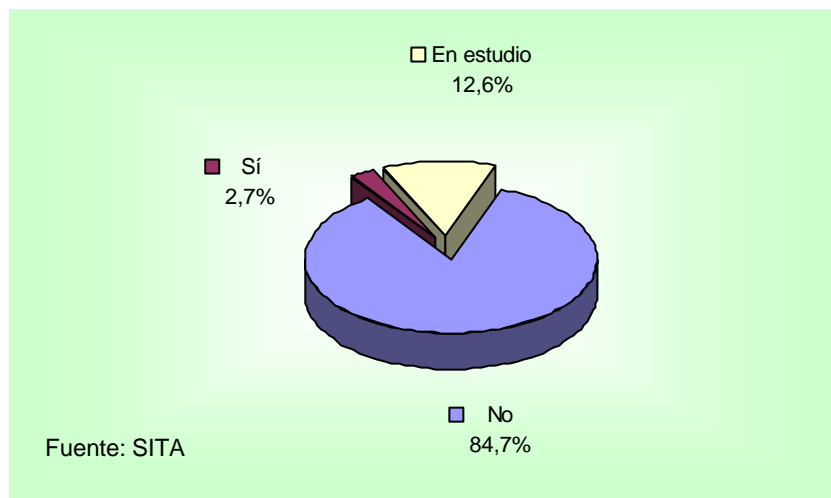


FIGURA 2.7: PERTENENCIA A ASOCIACIONES PATRONALES.



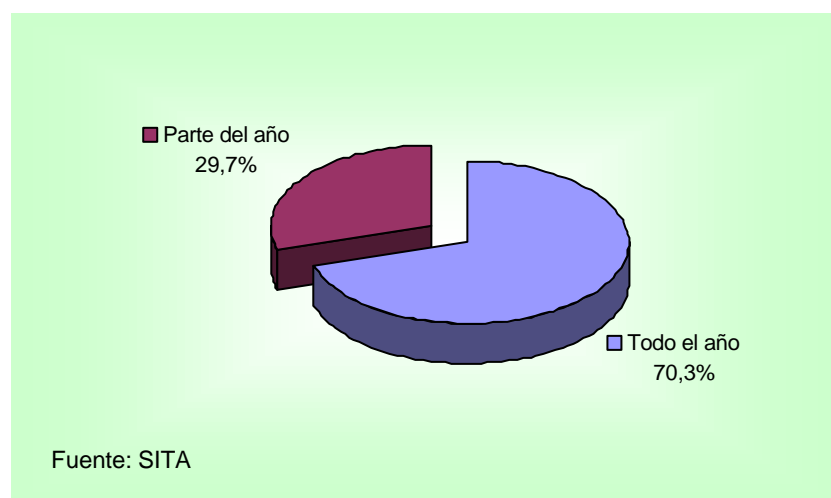
Cerca del 85% de las empresas no disponen de certificaciones de calidad, hay tres establecimientos que están integrados en el *Club de Casonas Asturianas*, y el 12,6% restante están trabajando para conseguir algún tipo de distintivo de excelencia (Figura 2.8).

FIGURA 2.8: CERTIFICACIONES DE CALIDAD.



La estacionalidad de los negocios en Llanes es de las mayores en la región, ya que aproximadamente el 30% de los establecimientos no abre durante todo el año (Figura 2.9).

FIGURA 2.9: PERIODO DE APERTURA.



Por lo que respecta al empleo, la cifra es también ligeramente superior a la media (5,21), aunque en temporada baja es bastante reducido (2,8). Además, cabe indicar que la mano de obra es en su mayor parte temporal o cubierta por el propietario y su familia (Figura 2.10).

FIGURA 2.10: RECURSOS HUMANOS.

RECURSOS HUMANOS	MEDIA
Trabajadores en temporada alta	5,21
Trabajadores en temporada baja	2,80
Titular y familiares trabajadores	1,56
Trabajadores fijos	0,65
Trabajadores temporales	3,42
Fuente: S.I.T.A.	

Como consecuencia de la temporalidad y precariedad en el empleo, sólo un 40% de las empresas afirma seguir un plan de formación continua, que afecta a un número muy bajo de trabajadores. Todo ello teniendo en cuenta que el 80% de las acciones en materia de formación reciben subvenciones (Figura 2.11 y 2.12).

FIGURA 2.11: FORMACIÓN CONTINUA.

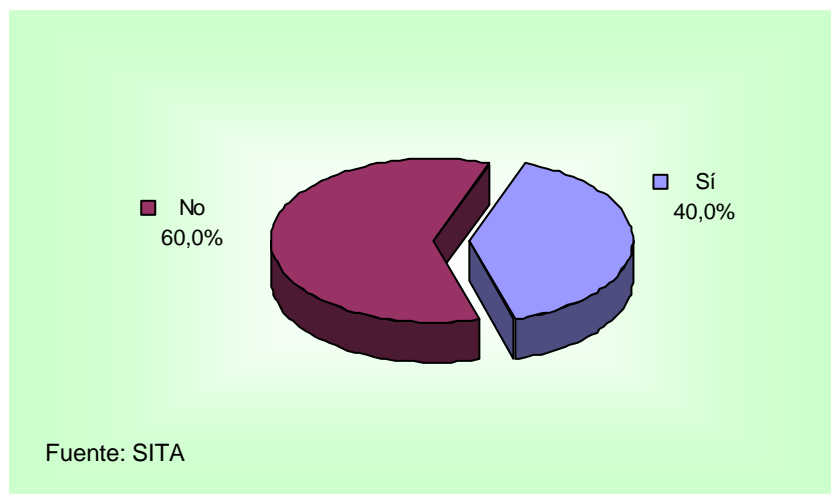
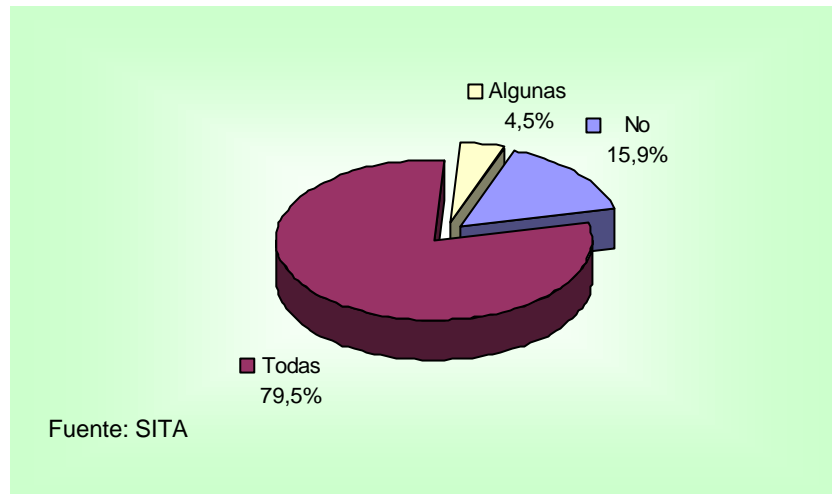


FIGURA 2.12: SUBVENCIONES A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN.



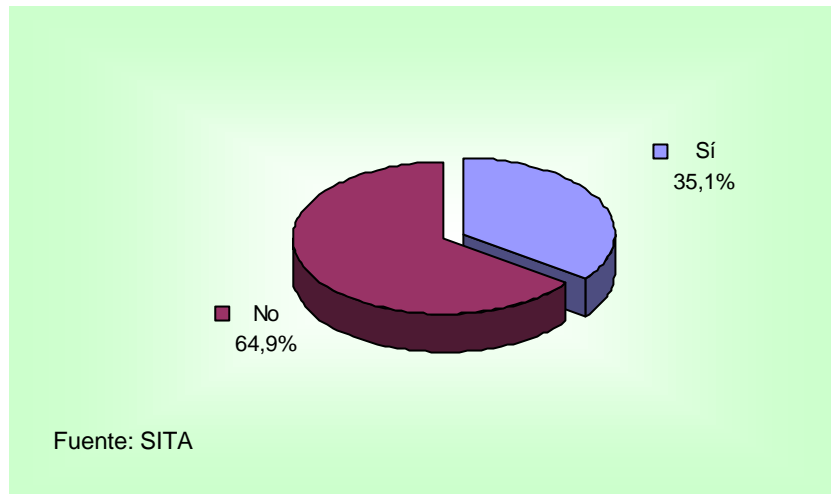
Los equipamientos tecnológicos, tales como el *fax* o el *pago por tarjetas*, no están tan extendidos como en otras zonas, quizás por el pequeño tamaño de los negocios. Sin embargo, resulta interesante señalar que más de la mitad de las empresas cuentan con *Ordenador* (Figura 2.13).

FIGURA 2.13: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO.

EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO	%
<b>Sistema Informático (Monopuesto o Red)</b>	51,9
<b>Acceso a Internet / Correo Electrónico</b>	26,4
<b>Fax / Telex</b>	59,4
<b>TPV / Pago con Tarjetas</b>	59,4
Fuente: S.I.T.A.	

Los establecimientos situados en Llanes ofrecen una gran variedad de *actividades complementarias* (paseos a caballo, alquiler de bicicletas, rutas guiadas, deportes acuáticos, etc.). Sin embargo, pese al dinamismo de algunos establecimientos, el 65% de los negocios afirman no ofrecer ninguna actividad, ni con medios ajenos ni propios (Figura 2.14).

FIGURA 2.14: ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS.



En el ámbito comercial, el porcentaje de establecimientos que hace uso de la central de reservas *Asturdata* es de los más altos de la región. Las acciones publicitarias, por su parte, se centran fundamentalmente en las *guías* y *revistas*, aunque también resalta la publicidad a través de la *Red* y por medio del *Patrocinio de eventos y fiestas* (Figura 2.15 y 2.16).

FIGURA 2.15: ACCIONES COMERCIALES.

ACCIONES COMERCIALES	%
Central de Reservas <i>Asturdata</i>	36,9
Operar con intermediarios Turísticos	53,2
Talones / Bonos	44,1
Promociones de Fin de Semana	39,1

Fuente: S.I.T.A.

FIGURA 2.16: PUBLICIDAD.

<b>PUBLICIDAD</b>	<b>%</b>
<b>Realizan publicidad</b>	<b>82,9</b>
<b>Folletos</b>	<b>77,2</b>
<b>Prensa</b>	<b>31,5</b>
<b>Radio</b>	<b>10,9</b>
<b>Páginas Web</b>	<b>44,6</b>
<b>Otros</b>	<b>38,0</b>
Fuente: S.I.T.A.	

Durante el ejercicio no se han realizado demasiadas inversiones, afectando sólo al 57% de los negocios. No obstante, a diferencia de otras zonas, un 26% de los proyectos han ido destinados a financiar *ampliaciones*. Cabe también destacar que la proporción de las inversiones subvencionadas (17,6%) ha sido una de las más elevadas de la región (Figura 2.17).

FIGURA 2.17: INVERSIONES REALIZADAS.

<b>TIPO DE INVERSIÓN</b>	<b>%</b>
<b>Realizan publicidad</b>	<b>57,0</b>
<b>Ampliación</b>	<b>26,2</b>
<b>Mantenimiento</b>	<b>86,9</b>
<b>Otras</b>	<b>—</b>
Fuente: S.I.T.A.	





### **III**

## **LA DEMANDA TURÍSTICA.**

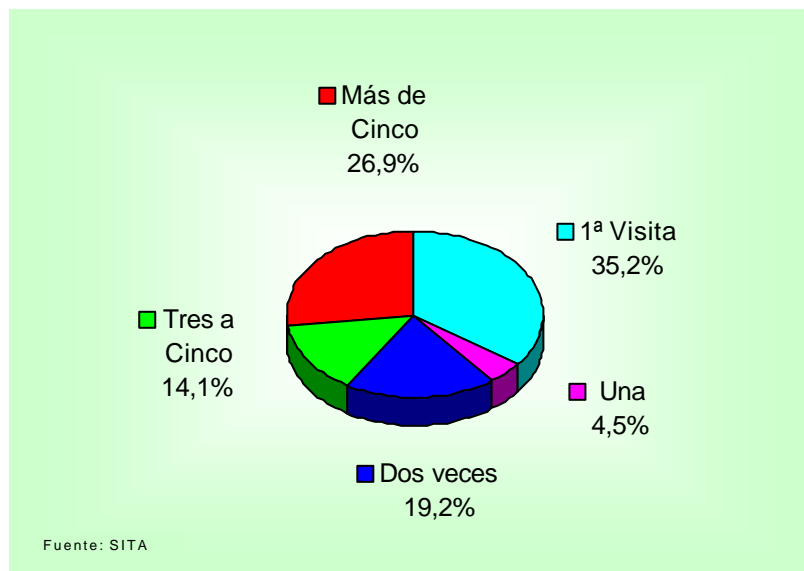
- III.1.- Tipología del Turismo.
- III.2.- Motivos de Viaje.
- III.3.- Compañía en el Viaje.
- III.4.- Forma de Organizar el Viaje.
- III.5.- Destino Compartido.
- III.6.- Razones de Elección de Destino.
- III.7.- Impacto de las Campañas Publicitarias.
- III.8.- Forma de Desplazamiento.
- III.9.- Cifras Medias de Estancia y de Gasto.
- III.10.- Reserva y Valoración del Alojamiento.
- III.11.- Principales Referentes de Visita.
- III.12.- Notoriedad de los Programas Turísticos.
- III.13.- Perfil del Visitante.
- III.14.- Posibles próximos Destinos.

### III.- LA DEMANDA TURÍSTICA.

#### III.1.- Tipología del Turismo.

Analizando, en primer lugar, el *Turismo Receptor* y dada la solidez del Municipio de Llanes como punto de referencia turística de Asturias cabe encontrar en el mismo una total dualidad de sus principales fuentes turísticas. Por una parte, la *Demanda fiel*, constituida por casi dos de cada tres visitantes que repiten visita, e incluso con uno de cada cuatro que ha realizado *Más de Cinco visitas* a la región. Por otra parte, la *Demanda novel*, con más de un 35% de visitantes que viajan por Asturias por primera vez. Esta situación parece ser un fiel reflejo de la solidez antes mencionada de este destino turístico (Figura 3.1).

FIGURA 3.1: TURISMO RECEPTOR: VISITAS A ASTURIAS.



Es posible observar una tendencia creciente en el turismo fiel en cuanto que el porcentaje de turistas se incrementa a medida que se incrementa el número de visitas en términos globales. Además, un 35,5% de este turismo visita Asturias varias veces al año con una media de 2,7 veces.

Otra cuestión importante, en relación a la estructura de la demanda, es la alta relevancia del *Turismo Interno*, ya que prácticamente uno de cada cuatro turistas del Municipio son asturianos, casi cinco puntos por encima de la media de regional. Es también destacable el hecho de que la mitad de su turismo receptor repite visita a Asturias (Figura 3.2).

FIGURA 3.2: TIPO DE TURISMO (%).

<b>TURISMO</b>	<b>LLANES</b>	<b>ASTURIAS</b>
<b>INTERNO</b>	22,7%	18,5%
<b>RECEPTOR</b>	77,3%	81,5%
<b>Primera Visita</b>	27,2%	32,5%
<b>Ya Visitó Asturias</b>	50,1%	49,0%
Fuente: S.I.T.A.		

Esta característica debe relacionarse con los datos antes expuestos relativos a la importancia del turismo fiel y, además, sería interesante contrastar tales cifras con relación al sector de la segunda vivienda y de la contratación de casas y pisos particulares.

### III.2. - Motivos del viaje.

El Municipio de Llanes se confirma como un destino estrictamente vacacional, así lo indican la práctica totalidad de los visitantes, que han señalado que las *Vacaciones/Ocio* han sido el motivo principal de su viaje a Asturias, cifra superior a la media del Principado en casi trece puntos (Figura 3.3).

FIGURA 3.3: MOTIVO DE VISITA A ASTURIAS (%).

MOTIVO DE LA VISITA	LLANES	ASTURIAS
<b>Vacaciones/Ocio</b>	97,0	84,3
<b>Trabajo/Negocios</b>	0,9	11,6
<b>Congresos/Ferias</b>	—	0,6
<b>Visita familiares amigos</b>	1,9	2,9
<b>Estudios</b>	—	0,4
<b>Motivos religiosos</b>	0,3	0,1
<b>Tratamiento de salud</b>	—	0,1

Fuente: S.I.T.A.

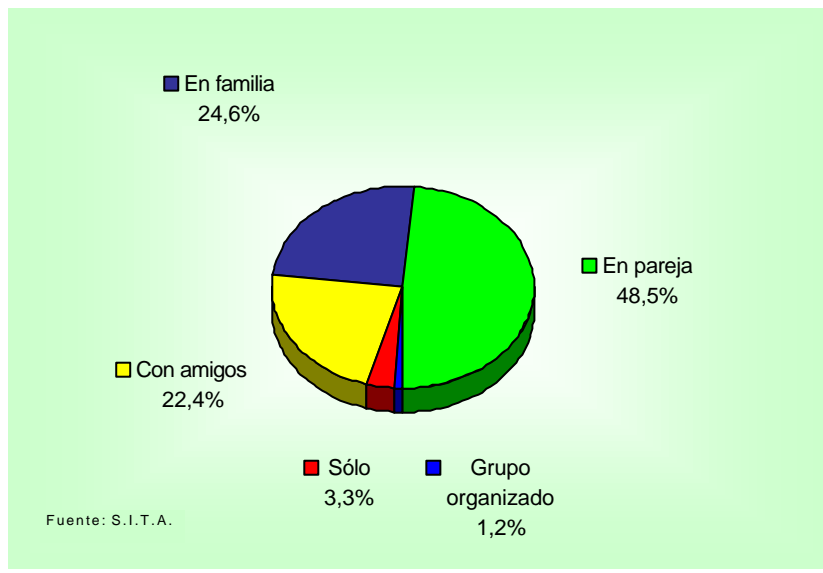
### III.3.- Compañía en el viaje.

El hecho de que el turista que visita Llanes viaje con una motivación vacacional deriva en una serie de características dependientes relevantes. Además, el dato contrastado de que el turismo del Principado se plantea en forma de vacaciones cortas, *escapadas* de puentes y de fin de semana en temporada baja, de un tipo de visitantes demográficamente muy específico queda totalmente refrendado en el caso de Llanes, donde casi la mitad de los visitantes han realizado el viaje en *Pareja*, liderando

la tipología como en el caso general de Asturias pero con seis puntos por encima de la media.

Si a este perfil se le une el 22,4% que viaja en *Grupo de amigos* se llega al hecho de que más de un 70% de la Demanda turística es distinto al clásico turismo *En familia* que supone tan sólo 1 de cada 4 casos. Es, además, importante poner tal cifra con relación al gran peso de la oferta de *Campings* y de *Albergues* (Figura 3.4).

FIGURA 3.4: ¿CON QUIEN HA VENIDO A ASTURIAS? (%).



CON QUIEN HA VENIDO	LLANES	ASTURIAS
<b>Solo</b>	3,3	9,4
<b>En pareja</b>	48,5	42,6
<b>Con amigos</b>	22,4	17,2
<b>En familia</b>	24,6	24,2
<b>Grupo Organizado</b>	1,2	2,7
<b>Compañeros de Trabajo</b>	—	3,7
<b>Otras respuestas</b>	—	0,1

Fuente: S.I.T.A.

La duración media del viaje está relacionada con la compañía en el mismo. De este modo, las estancias que más se prolongan suelen ser las que se realizan en *Familia*, mientras que cuando los viajes tienen lugar *Con Amigos* o en *Pareja*, son viajes más breves.

A nivel regional esta situación se suaviza ligeramente. Así, por ejemplo, en Llanes los viajes en *Familia* tienen una duración media de unas 13 ó 14 noches, mientras que en el Principado se reduce hasta unas 9 noches. Sin embargo, ocurre la situación inversa en caso de los viajes en *Pareja*, son más largos para el Principado que para Llanes.

Por otra parte, el tipo de establecimiento en el que se aloja el turista vendrá condicionado por la compañía con la que se realice el viaje. Las Casonas Asturianas son más utilizadas por las Parejas, al igual que los Hoteles, mientras que cuando el viaje se realiza en *Familia*, los Apartamentos Rurales y las Casas de Aldea son las más utilizadas.

#### **III.4. - Forma de Organizar el Viaje.**

El aspecto relativo a la forma de organizar y planificar el viaje resulta especialmente relevante ya que está también relacionada con la motivación vacacional debido a que casi la práctica totalidad de la demanda ha organizado el viaje *por su Cuenta*, cifra que además supera en más de ocho puntos la media del Principado.

Si bien es cierto que parte de tales diferencias quedan explicadas por la casi nula relevancia de los viajes por *Trabajo y Negocios* en este municipio, debe indicarse también que las *Agencias de Viajes* tienen una

menor importancia como entidades organizadoras del viaje que en el Principado y lo mismo puede decirse de los viajes organizados por *Clubes o asociaciones recreativas* (Figura 3.5).

FIGURA 3.5: ENTIDAD ORGANIZADORA (%).

ENTIDAD ORGANIZADORA	LLANES	ASTURIAS
<b>Por su Cuenta</b>	94,7	86,3
<b>Empresa</b>	1,3	4,9
<b>Agencias de Viajes</b>	3,3	5,8
<b>Club o Asociación recreativa</b>	0,7	3,0

Fuente: S.I.T.A.

### III.5. -Destino Compartido.

El Turismo en el municipio de Llanes tiene un carácter de destino exclusivo bastante marcado. Más de tres de cada cuatro turistas realizan toda su estancia en Asturias sin compartir el viaje con otras comunidades autónomas. Este hecho puede ser consecuencia de que en Llanes tienen especial peso las pequeñas estancias.

Para aquellos turistas que sí se van a alojar también en otras regiones, destaca el caso de *Cantabria* como referencia para viajes compartidos con un 79,1%, debido seguramente a la proximidad de la misma a Llanes. Las diferencias con las Comunidades que comparten destino en el caso del Principado son notables (como se pueden ver en la figura 3.6).

FIGURA 3.6: COMUNIDADES AUTÓNOMAS QUE COMPARTEN VIAJE. (%).

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	LLANES	ASTURIAS
<b>Se alojará sólo en Asturias</b>	77,2	74,3
<b>Cantabria</b>	79,1	53,3
<b>Galicia</b>	23,5	44,9
<b>Castilla-León</b>	13,1	23,6
<b>Otras Comunidades</b>	19,1	32,5

Fuente: S.I.T.A.

### III.6. - Razones de Elección de Destino.

En el Municipio de Llanes, se confirma también que el *Entorno Natural* del Principado es el principal motivo de atracción de visitantes. En segundo lugar, debe destacarse la importancia de la *Experiencia previa*, ya sea propia o de *amigos / conocidos* para un 21,5% de los visitantes, este resultado confirma la tendencia creciente del turismo fiel observada previamente en el informe.

No debe, tampoco, olvidarse el alto peso del motivo *Conocer España*, esto es, de la atracción que Asturias y el Municipio de Llanes tiene de cara al Turismo Interno de España (Figura 3.7).



FIGURA 3.7: RAZONES PARA ELEGIR ASTURIAS.

RAZONES DE ELECCION	LLANES	ASTURIAS
<b>Riqueza del entorno natural y cultural</b>	31,8	32,4
<b>Experiencia de visitas anteriores</b>	14,8	10,9
<b>Recomendaciones familia/amigos</b>	6,7	8,8
<b>Conocer España</b>	12,4	15,8
<b>Tranquilidad del lugar</b>	9,8	7,6
<b>Gastronomía</b>	8,5	7,0
<b>Proximidad geográfica</b>	7,1	3,5
<b>Raíces asturianas</b>	2,4	2,1
<b>Patrimonio Cultural</b>	2,2	2,4
<b>Otras razones</b>	4,4	9,8

Fuente: S.I.T.A.

### III.7. - Impacto de las Campañas Publicitarias.

La *Audiencia Bruta* alcanzada con las Campañas Publicitarias sobre Asturias como destino turístico, en el caso del Municipio de Llanes, alcanza al 44,6% de visitantes.

Además, tal audiencia ha valorado positivamente las campañas, tanto en el mensaje como en la calidad. Así, el medio publicitario más visto han sido los *Folletos*, valorados con 7,7 puntos en una escala de 1 a 10, seguido por los *Anuncios en medios de comunicación* con 7,2 puntos. La publicidad más valorada, a pesar de ser la que llegó a menos cantidad de público ha sido aquella realizada en *Ferias y Exposiciones* con 7,9 puntos.

### III.8. - Forma de Desplazamiento.

Como consecuencia lógica de los perfiles previos del turismo, esto es, forma de organizar el viaje y la compañía en el viaje, el método de transporte principal es el *Automóvil particular*, utilizado por el 88% de los visitantes del municipio, incluso superando en ocho puntos a la cifra media de carácter regional. En menor medida, se usa el *Autobús*, en tanto que los otros medios de transporte tienen una importancia residual (Figura 3.8).

La relación existente entre el medio de transporte para venir y el utilizado para las visitas y desplazamientos por las zonas lleva a que, de nuevo, el *Automóvil* tenga una importancia crucial a la hora de caracterizar la demanda de Llanes.

FIGURA 3.8: MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS.

TRANSPORTE	PARA VENIR A ASTURIAS		POR ASTURIAS	
	LLANES	ASTURIAS	LLANES	ASTURIAS
<b>No se desplazará</b>	—	—	1,3	2,0
<b>Vehículo particular</b>	88,0	80,8	87,6	83,1
<b>Vehículo de alquiler</b>	0,7	2,1	1,3	4,3
<b>Autobús (contratado y de línea)</b>	* 6,9	8,5	4,7	7,5
<b>Tren</b>	1,4	1,9	1,9	0,6
<b>Avión</b>	1,9	6,1	—	—
<b>Otros medios</b>	** 1,1	0,5	***3,1	2,5

\* Autobús de línea regular 6,4% y contratado 0,5%  
 \*\*0,4% Bici-senderismo; 0,7% Yate o barco  
 \*\*\*1,1% Bici-senderismo; 2,0% Vehículos de familiares y/o amigos  
 Fuente: S.I.T.A.

### III.9. – Cifras Medias de Estancia y Gasto.

La *Estancia Media*, considerada como un importante indicador cuantitativo, presenta unos resultados medios ciertamente similares al caso general de Asturias, perfilando un viaje de vacaciones de aproximadamente una semana de duración. Concretamente, para la demanda turística del municipio de Llanes la estancia media se sitúa en unas 6,8 noches, un poco por encima de la media regional, 6,2 noches, a pesar incluso de la importancia que tiene la oferta de *Campings* típica de mayores estancias medias.

Por su parte, el segundo gran indicador cuantitativo de interés, el *Gasto Total del Viaje* se sitúa ligeramente por encima de las 55.000 pesetas por persona y viaje y con un *Gasto Medio Diario* de unas 7.800 pesetas.

Aunque el *Gasto Total Diario por persona* en el Municipio de Llanes es inferior a los datos medios del sector en el Principado en unas 800 pesetas, debido fundamentalmente al alto peso del Turismo de *Camping*, caracterizado por un menor gasto, el *Gasto Total del Viaje* por persona resulta superior al ser mayor la estancia media.

Así, se observa cómo los turistas alojados en establecimientos de *Turismo Rural* son los que han realizado un mayor *Gasto Total en el viaje*, más de 68.000 pesetas por persona, en tanto que los que eligieron el *Camping*, con una mayor estancia media, se quedan en unas 51.000 pesetas de Gasto por persona, lo que hace disminuir la media global (Figura 3.9).

FIGURA 3.9: GASTOS TURÍSTICOS POR PERSONA (Ptas.).

CONCEPTO DE GASTO	HOTELES	T. RURAL	CAMPINGS	TOTAL
<b>Alojamiento (persona/día)</b>	3.730	2.915	914	2.440
<b>Alimentación (persona/día)</b>	4.318	3.055	1.855	3.081
<b>Compras (persona/viaje)</b>	3.062	6.000	10.151	6.486
<b>Total Persona y Día</b>	10.389	7.726	5.213	7.787
<b>Total Viaje por Persona</b>	52.114	68.315	51.571	55.093

Fuente: S.I.T.A.

Con relación al reparto del Gasto según partidas relevantes, y en consecuencia para los distintos subsectores turísticos, destaca de nuevo el peso del *Camping* con un menor *Gasto en Alojamiento*. Esta cifra es superior en el caso de los *Hoteles* y algo inferior para el *Turismo Rural*.

Por su parte, el *Gasto en Comidas*, dentro y fuera del alojamiento, se aproxima a las 3.100 pesetas por persona y día, representado de esta forma, el principal gasto diario realizado por los turistas alojados en Llanes. Es, lógicamente, mayor para alojados en *Hoteles* y *Turismo Rural* y muy bajo para los alojados en *Camping* donde apenas supera las 1.850 pesetas.

En cuanto al *Gasto en Compras varias y Regalos*, son los turistas alojados en *Campings* los que incurren en un mayor gasto, con una media próxima a las 10.000 pesetas por viaje, sobre todo en términos de comercio vario.

Finalmente, el *Gasto en Actividades* diversas tiene un peso económico muy limitado y reducido, siendo los turistas alojados en *Camping* los que realizan mayor gasto, especialmente en las actividades

de *Visitas a Monumentos y Museos*, *Alquiler de Piraguas*, las *Excursiones con guía* y las *Excursiones a Caballo* (Figura 3.10).

FIGURA 3.10: ACTIVIDADES CONTRATADAS (%).

ACTIVIDADES	LLANES	ASTURIAS
Actividades acuáticas	0,1	0,6
Alquiler de piraguas	4,9	5,6
Rafting, Puenting	1,0	0,7
Excursiones con guía	4,1	2,0
Excursiones a caballo	3,1	3,7
Alquiler de vehículos todo terreno	0,8	1,0
Visitas a monumentos, museos	16,5	25,7
Demostraciones artesanales	2,4	2,7

Fuente: S.I.T.A.

### III.10. Reserva y Valoración del Alojamiento.

Para la mayoría del Turismo del Municipio de Llanes, la reserva del alojamiento se reparte casi de igual forma entre la reserva *por Teléfono* y la realización de la misma *Directamente al Llegar*. Aunque cabe señalar que mientras el porcentaje de reserva telefónica está en un nivel muy similar a la media regional, la reserva al llegar se sitúa casi nueve puntos por encima de la media de Asturias (Figura 3.11).

FIGURA 3.11: RESERVA DEL ALOJAMIENTO (%).

RESERVA	LLANES	ASTURIAS
Por Teléfono	40,7	39,9
Directamente al Llegar	39,2	30,7
Agencia de Viajes	11,1	10,7
Asturdata	0,2	0,4
La Organización	1,8	6,1
Otros Medios	6,9	5,9

Fuente: S.I.T.A.

La reserva *por Teléfono* es utilizada en Llanes para los Apartamentos Rurales Turísticos, las Casas de Aldea y las Casonas Asturianas, mientras que el Camping se caracteriza más bien por efectuar las reservas de forma directa al llegar al mismo.

Cabe destacar que las *Agencias de Viajes* son más utilizadas para los Hoteles de tres estrellas que para el resto de establecimientos turísticos.

Un segundo aspecto, con relación al Alojamiento y muy destacable es el alto nivel de satisfacción indicado por la Demanda con el *Servicio recibido en los Alojamientos* de Llanes, aunque siempre ligeramente por debajo de la media de Asturias. Dicho valor alcanza los 7,7 puntos sobre una escala de 10. Tan sólo el 1,8% de los turistas otorgan una valoración inferior al 5 y la mayoría lo valoran con 8 puntos. Incluso, un 12,6% le otorga la puntuación máxima.

Es posible encontrar una relación entre el nivel de satisfacción indicado por la demanda y el tipo de alojamiento en el que tendrá lugar su estancia. Se observa como la valoración de los turistas que se han

alojado en Albergues es significativamente menor que el del resto de los turistas. Los Hostales/Pensiones, obtienen valoraciones algo superiores pero continúan situándose por debajo de la media. Por otra parte, los alojamientos de Turismo Rural, Apartamentos, Casas de Aldea y Casonas Asturianas, son valoradas por encima de la media obtenida para Llanes.

Esta situación se produce de forma análoga en el conjunto del Principado de Asturias aunque es posible matizar que para el global de la región, la valoración de los Albergues se sitúa por encima de los Hostales/Pensiones, al contrario que lo que ocurre en el municipio de Llanes (Figura 3.12).

FIGURA 3.12: TIPO DE ALOJAMIENTO *VERSUS* VALORACIÓN.

TIPO DE ALOJAMIENTO	GRADO DE SATISFACCIÓN / VALORACIÓN MEDIA LLANES	GRADO DE SATISFACCIÓN / VALORACIÓN MEDIA ASTURIAS
<b>Apartamento Rural Turístico</b>	8,14	8,22
<b>Albergue</b>	6,50	7,38
<b>Camping</b>	7,48	7,53
<b>Casa de aldea</b>	8,24	8,27
<b>Casona Asturiana</b>	8,25	8,74
<b>Hotel *****</b>	—	8,93
<b>Hotel ****</b>	—	7,83
<b>Hotel ***</b>	7,58	7,70
<b>Hotel **</b>	7,48	7,66
<b>Hotel *</b>	7,25	7,48
<b>Hostal/Pensión</b>	6,80	6,96
<b>Total</b>	7,70	7,76

Fuente: S.I.T.A.

### III.11. - Principales Referentes de Visita.

Nos referimos a continuación a los principales lugares o puntos de interés para el visitante del municipio de Llanes, que en esencia son definidos a partir del porcentaje de turistas que los visitan. Se trata de la propia villa de *Llanes* y sus *Playas*. Si bien, resultan igualmente destacables, aunque menos con relación a la media regional, las visitas realizadas a lugares como *Covadonga* y *Los Lagos*, *Los Picos de Europa/Cares* y *Cangas de Onís* (Figura 3.13).

FIGURA 3.13: LUGARES VISITADOS - ORIENTE (%).

ORIENTE	LLANES	ASTURIAS
<b>Covadonga</b>	45,1	63,9
<b>Los Lagos</b>	39,0	58,7
<b>Picos de Europa (Cares ...)</b>	31,5	54,4
<b>Mirador del Fito</b>	4,8	18,2
<b>Puente Romano C, de Onís</b>	30,3	50,1
<b>Bosque de Peloño (Ponga)</b>	0,9	2,2
<b>C. Tito Bustillo</b>	5,3	10,1
<b>Puerto de Lastres</b>	7,8	20,3
<b>Playas de Llanes</b>	88,9	54,6
<b>Ciudad de Llanes</b>	86,4	53,0
<b>Cuevas El Pindal</b>	3,5	2,6
<b>Archivo de Indianos</b>	3,0	1,5
<b>Otros</b>	15,9	12,7
Fuente: S.I.T.A.		



### III.12. - Notoriedad de los Programas Turísticos.

El *Prerrománico Asturiano* constituye el Programa Turístico de mayor notoriedad y liderazgo en el ámbito regional y también en el caso específico de la Demanda de Llanes. Otros Programas como el *Camino de Santiago* resultan igualmente relevantes. Quizá el principal aspecto específico se encuentra en el mayor conocimiento y también uso del *Visado Verde* (Figura 3.14).

FIGURA 3.14: PROGRAMAS Y RUTAS TURÍSTICAS (%).

PROGRAMAS Y RUTAS	LLANES		ASTURIAS	
	CONOCE	PARTICIPA	CONOCE	PARTICIPA
<b>Camino de Santiago en Asturias</b>	31,1	1,2	32,1	6,2
<b>Ruta del Jurásico</b>	16,8	20,7	19,3	26,2
<b>Prerrománico Asturiano</b>	34,4	12,1	47,9	29,5
<b>Ruta de la Plata en Asturias</b>	18,0	—	24,9	3,6
<b>Senda del Oso</b>	25,9	2,4	25,5	10,0
<b>Visado Verde</b>	13,1	19,0	10,6	4,6

Fuente: S.I.T.A.

### III.13. - Perfil del Visitante.

Como ya se ha indicado el alto peso del *Turismo Interior*, superior a la media regional, va a suponer un primer perfil específico y diferencial del visitante. En consecuencia, el municipio supone un polo de atracción de alto valor para el mercado asturiano, aspecto que sería interesante relacionar con el turismo residencial.

En el caso del *Turismo Extranjero* destaca el peso particular del *Mercado Británico*, posiblemente muy vinculado con la facilidad de comunicaciones que supone el Ferry de Santander para estos turistas. En segundo lugar en importancia destacan los turistas de *Alemania* y ya en menor medida los de *Países americanos* y *Francia*.

Por lo que se refiere al *Mercado Nacional*, fuente cuantitativa más importante, no se debe olvidar la mención de “*Conocer España*” como una razón relevante de elección de destino para la Demanda del municipio. Destaca el caso del *País Vasco*, con un porcentaje muy superior a la media regional y que ha aumentado notablemente su cuota en este año posiblemente por la mejora de comunicaciones que esta suponiendo la autovía del Cantábrico. *Madrid*, fuente tradicional del turismo asturiano del que es su mayor contingente, ocupa el segundo lugar en el municipio de Llanes.

Puede ser de interés resaltar el menor peso relativo de las Comunidades de *Castilla y León*, de *Galicia*, y también de *Cataluña* y la *Comunidad Valenciana*, cuando estas dos últimas muestran un desarrollo relevante en el caso regional y no resulta equivalente en el de Llanes (Figura 3.15).

FIGURA 3.16: PROCEDENCIA DE TURISTAS DE ALOJAMIENTO COLECTIVO (%).

PROCEDENCIA		LLANES	ASTURIAS
INTERNO	ASTURIAS	22,7	18,5
	EXTRANJERO	5,8	8,4
RECEPTOR	NACIONAL	71,4	73,1
	Andalucía	3,8	4,8
NACIONAL	Cantabria	3,4	1,7
	Castilla y León	8,2	9,4
	Cataluña	3,5	5,9
	C. Valenciana	3,8	5,1
	Galicia	3,4	6,1
	Madrid	14,1	21,1
	País Vasco	22,2	9,7
	Resto Procedencias	9,0	9,3

Fuente: S.I.T.A.

### III. 14.- Posibles Próximos Destinos.

Finalmente, y recuperando el tratamiento de la variable fidelidad planteada inicialmente y a lo largo de todo el informe, es preciso señalar que casi uno de cada cuatro visitantes de Llanes indica su intención de repetir su visita a Asturias en general. Repetirían estancia en la *Misma zona de Asturias*, es decir, en el Oriente, el 21,4% cifra que se sitúa siete puntos por encima de la media obtenida para otras zonas del Principado.

Además, debe destacarse, que tan sólo el 2,8% de los turistas alojados en este municipio afirma que sus próximas vacaciones serán en *Distinta zona de Asturias* (ver Figura 3.17).

FIGURA 3.17: LUGAR PRÓXIMAS VACACIONES (%)

<b>LUGAR PRÓXIMAS VACACIONES</b>	<b>LLANES</b>	<b>ASTURIAS</b>
<b>Misma Zona de Asturias</b>	21,4	14,0
<b>Distinta Zona de Asturias</b>	2,8	5,1
<b>En España</b>	39,3	44,8
<b>Otros Destinos</b>	16,8	11,4
<b>Ns/Nc</b>	25,1	24,8

Fuente: S.I.T.A.