



SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE ASTURIAS

# El Turismo en Oviedo en 1999



GOBIERNO DEL  
PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERIA 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.- Dr. VICTOR IGLESIAS ARGÜELLES.

Profesor Titular de Universidad 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.

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. 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>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>26</b>
III.1.- Introducción. ....	28
III.2.- Demanda por Trabajo/Negocios.....	33
III.2.1.- Tipología del Turismo. ....	33
III.2.2.- Compañía en el Viaje.....	34
III.2.3.- Forma de Organizar el Viaje.....	35
III.2.4.- Destino Compartido. ....	36
III.2.5.- Forma de Desplazamiento.....	37
III.2.6.- Cifras Medias de Estancia y de Gasto.....	38
III.2.7.- Valoración del Alojamiento.....	40
III.2.8.- Perfil del Visitante.....	41



III.3.- Demanda por Motivo de Ocio/Vacaciones.....	44
III.3.1.- Tipología del Turismo. ....	44
III.3.2.- Compañía en el Viaje.....	46
III.3.3.- Forma de Organizar el Viaje.....	46
III.3.4.- Destino Compartido. ....	47
III.3.5.- Razones de Elección del Destino Turístico. ....	48
III.3.6.- Impacto de las Campañas Publicitarias.....	50
III.3.7.- Forma de Desplazamiento.....	50
III.3.8.- Cifras Medias de Estancia y de Gasto.....	51
III.3.9.- Valoración del Alojamiento.....	54
III.3.10.- Principales Referentes de Visita. ....	56
III.3.11.- Notoriedad de los Programas Turísticos.....	57
III.3.12.- Perfil del Visitante.....	57



## 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.**

El Informe que a continuación se presenta se refiere a la Actividad Turística del Municipio de Oviedo durante el ejercicio 1999. Su desarrollo se fundamenta en el conjunto de fuentes de información del S.I.T.A., esto es, bases de datos, estudios de oferta y encuestas de demanda con referencia concreta a este municipio.

La realización de un Informe del S.I.T.A. específico para la Ciudad de Oviedo está plenamente justificada por varias razones. En primer lugar cabe destacar la idiosincrasia de la ciudad en cuanto Capital Administrativa de la Comunidad y relevante núcleo empresarial y comercial, lo que trae consigo la presencia de una destacada proporción de viajes de trabajo y negocios. Asimismo la ciudad posee otros atractivos turísticos importantes como son la disponibilidad y explotación de un Auditorio, un lugar de encuentros y congresos, así como el importante patrimonio cultural del municipio, con algunos de sus más importantes monumentos declarados Patrimonio de la Humanidad, que constituyen uno de los ejes centrales del Patrimonio Prerrománico Asturiano. Otros aspectos, que han contribuido al interés turístico de la ciudad, pueden ser la disponibilidad de clínicas sanitarias de gran prestigio nacional, así como su relevancia para determinados actos culturales y deportivos como la Temporada de Ópera, los Premios Príncipe de Asturias, encuentros y certámenes deportivos.

Por otro lado, su propia ubicación geográfica, en el centro de la región junto a las buenas comunicaciones y cortas distancias con otros

puntos de atracción turística relevantes facilita todo ello la movilidad del turista hacia o desde la ciudad de Oviedo.

Conviene reseñar que en este informe se pretende reflejar los datos obtenidos de las distintas investigaciones efectuadas y por tanto se deja en manos de los distintos agentes usuarios de la información la extracción de reflexiones, conclusiones y decisiones al respecto.

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 (> 100.000 individuos)
<b>TAMAÑO DE LA MUESTRA</b>	209 turistas alojados en establecimientos colectivos. Municipio de Ciudad de Oviedo.
<b>ERROR MUESTRAL</b>	$\pm 6,77\%$
<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>Principado de Asturias</b>		
<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>	77	27	± 15,3%
(*) : 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 Casona Asturiana, 28 Hoteles y 47 Hostales y Pensiones se analiza una muestra adecuada a esa población.			

El Municipio de Oviedo está situado en la zona Central de Asturias. Es la capital administrativa del Principado de Asturias y tiene su origen en el establecimiento, en el año 761 d.C., de los monjes Frómista y su sobrino Máximo, en el lugar de “Ovetao”, donde levantaría una iglesia en honor de San Vicente, cuyas reliquias portaban.

Los monumentos más importantes de la ciudad de Oviedo son su Catedral, originaria del s.VIII, y en sus alrededores destacan la Cámara Santa, y la fuente de Foncalada. También es famoso el conjunto arquitectónico del Prerrománico Asturianos con los monumentos de San Julián de los Prados, San Tirso, San Miguel de Lillo y Santa María del Naranco. Otros monumentos que cabría citar son el conjunto de la plaza de El Fontán, San Isidoro, el Claustro de San Vicente y el Convento de Santa Clara, los Palacios de Camposagrado, de La Rúa, de Velarde y de Toreno, el Acueducto de Los Pilares y la Muralla, originaria del s.XIII.



Oviedo cuenta también, dentro de su oferta cultural, con un conjunto de museos entre los que destacaríamos el Museo Arqueológico, el Museo de Bellas Artes de Asturias y el Museo de la Iglesia.

También se dan cita a lo largo del año en la ciudad ferias, fiestas y romerías tradicionales siendo las más interesantes el día de América en Asturias, fiesta declarada de interés turístico nacional, San Mateo y el Martes de Campo. La celebración anual de los Premios Príncipe de Asturias, con una destacable presencia y relevancia internacional, han hecho de la capital del Principado un punto de referencia fundamental.

Los certámenes gastronómicos más importantes que se celebran en la ciudad de Oviedo son “El Desarme”, en el que se pueden degustar garbanzos con bacalao, callos a la asturiana, arroz con leche y frisuelos; la Fiesta Gastronómica de La Ascensión, dedicada a la menestra con verduras del tiempo, carne gobernada y tarta de queso con cerezas; y las Jornadas del Pote D’Antroxu con el pote, los frisuelos, el arroz con leche y las casadielles como protagonistas.

Los *Censos Oficiales y las Rectificaciones Padronales de Habitantes de Hecho del Municipio*, con referencia a 1991, arrojan una cifra de 204.276 habitantes. La superficie del Municipio es de 186,65 km<sup>2</sup> y el último dato publicado (1996) en cuanto a *Población de Derecho* era de 200.049 habitantes, lo que supone una densidad de población en 1996 de 1.071,79 hab/km<sup>2</sup>.

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

- Sector primario: 1.274 empleos, 1,6%
- Sector secundario (Industria): 15.016 empleos, 18,6%.
- Sector terciario (Servicios): 64.285 empleos, 79,8%.

FIGURA 1.3: RESEÑA ESTADÍSTICA DE OVIEDO.



		OVIEDO/UVIÉU		ASTURIAS	
<b>SUPERFICIE</b>	<b>Km<sup>2</sup></b>	186,65		<b>10.564,28</b>	
<i>Población de Hecho</i>	1991	204.276		<b>1.098.725</b>	
<i>Población de Derecho</i>	1991	196.051		<b>1.093.937</b>	
	1996	200.049		<b>1.117.732</b>	
<i>Densidad demográfica (1996)</i>		1.071,79		<b>102,60</b>	
<b>EMPLEO (1996)</b>		<i>nº</i>	<i>%</i>	<i>nº</i>	<i>%</i>
<i>Sector Primario</i>		1.274	1,6	<b>49.130</b>	<b>14,7</b>
<i>Sector Secundario</i>		15.016	18,6	<b>96.114</b>	<b>28,7</b>
<i>Sector Terciario</i>		64.285	79,8	<b>189.714</b>	<b>56,6</b>
<i>TOTAL</i>		80.575	100,0	<b>334.958</b>	<b>100,0</b>

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 análisis de la estructura de la Oferta de alojamientos de la Capital del Principado permite extraer algunas conclusiones o características de interés con relación a la fisonomía que tiene el turismo en el conjunto de la región. El estudio que a continuación se presenta se realiza de forma global sobre una muestra de establecimientos de la ciudad, donde fundamentalmente se compone de Hoteles, siendo la muestra de Hostales y Pensiones más reducida.

En primer lugar puede ser interesante observar el peso relativo de su oferta global dentro del Turismo del Principado ya que el Municipio cuenta con alrededor de 3.100 plazas, lo que representa casi el 6% de la oferta global asturiana (Figura 2.1).

No obstante, un análisis más detallado de su estructura refleja la importancia de determinados tipos de alojamientos, en especial en aquellos de mayor categoría, mientras que, por el contrario, están ausentes figuras como los *Campings*. Esta ausencia es la que hace que el peso de la ciudad de Oviedo en la oferta turística global de la región sea aparentemente reducido ya que los *Campings* son instalaciones de gran capacidad de alojamiento que permiten aumentar rápidamente el tamaño de la oferta, como en el caso de Asturias donde sesenta establecimientos llegan a suponer más de la mitad del total de plazas de Asturias. La inexistencia de *Campings* hace que el número de plazas ofertadas en el

.....●

municipio no sea demasiado elevado, si bien destaca la estructura de sus establecimientos de *Hotelería* y en concreto por las gamas altas de sus Hoteles.

Debe asimismo considerarse la escasa presencia del *Turismo Rural* dentro de la Oferta, con un establecimiento de *Casas de Aldea*, una *Casona Asturiana* de 3 estrellas con 13 plazas y sin presencia alguna en el concejo de *Apartamentos turísticos rurales*.

En resumen se concluye una elevada especialización de la Oferta hacia el segmento de la *Hotelería* que llega a suponer el 97% de las plazas totales de la Ciudad de Oviedo y el 16% de las de Asturias. Además, existe una tendencia significativa hacia las categorías de mayor nivel, de hecho, más de 800 plazas corresponden a *Hoteles de 4 y 5 estrellas*, si bien la mayor concentración se produce en el segmento medio, de *Tres estrellas*, con una de cada tres plazas de alojamiento de la ciudad. Además cuenta con uno de los dos hoteles de cinco estrellas existentes en Asturias.

De tal configuración debe derivarse un alto nivel de infraestructuras, equipamiento, tecnología y servicio, que habrá de reflejarse en un comportamiento turístico más específico en comparación con el caso regional: tipología del turista, niveles de gasto, estancia...

FIGURA 2.1: OFERTA DE PLAZAS DE ALOJAMIENTOS. CIUDAD DE OVIEDO-ASTURIAS.

1999 PLAZAS	OVIEDO	% OVIEDO	ASTURIAS	% SOBRE ASTURIAS
<b>HOTELES:</b>				
5 Estrellas	272	8,8	398	68,3
4 Estrellas	566	18,3	1.388	40,8
3 Estrellas	1.154	37,3	5.517	20,9
2 Estrellas	244	7,9	4.805	5,1
1 Estrella	254	8,2	2.743	9,3
<b>TOTAL</b>	<b>2.490</b>	<b>80,5</b>	<b>14.851</b>	<b>16,8</b>
HOSTALES	115	3,7	1.235	9,3
PENSIONES	389	12,6	2.893	13,4
<b>TOTAL HOTELERÍA</b>	<b>2.994</b>	<b>96,8</b>	<b>18.975</b>	<b>15,8</b>
ALBERGUES	90	2,9	3.132	2,9
APARTAMENTOS	—	—	1.182	—
CASAS DE ALDEA	8	0,3	2.189	0,4
<b>TOTAL TURISMO RURAL</b>	<b>98</b>	<b>3,2</b>	<b>6.503</b>	<b>1,5</b>
CAMPING	—	—	27.554	—
<b>TOTAL</b>	<b>3.092</b>	<b>100,0</b>	<b>53.036</b>	<b>5,8</b>
Fuente: SITA				

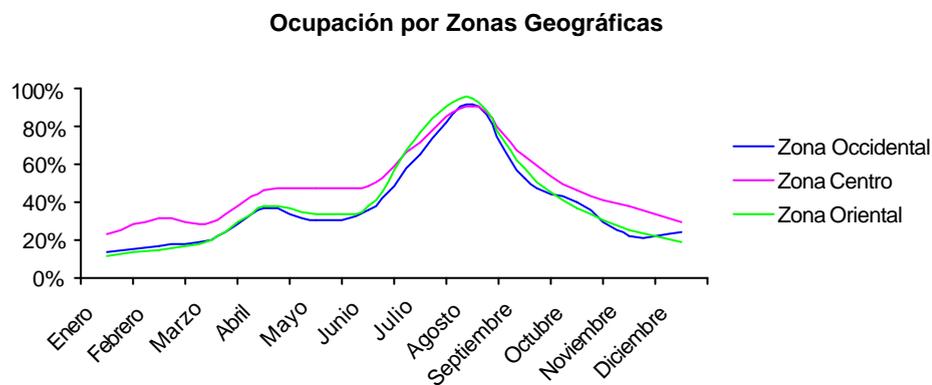
Un indicador de la actividad, de gran interés para el análisis de la Oferta es la Tasa de Ocupación. Aunque el S.I.T.A., durante el ejercicio 1999, no ha realizado un cálculo específico de la Tasas de Ocupación de ámbito municipal, se entiende que puede ser de interés presentar el valor y la evolución del mismo correspondiente a la *Zona Centro* de Asturias, espacio geográfico representado por las grandes ciudades o núcleos de la región, y, por tanto, donde la Ciudad de Oviedo tiene una importancia destacada.

Es cierto que la revisión de la Tasa de Ocupación supone aceptar la presencia de una importante estacionalidad en la ocupación de la Oferta,

de hecho, el mes de *Agosto*, fuertemente apoyado por los meses de *Junio* y de *Septiembre*, supone un punto de máxima ocupación en la zona.

Sin embargo, resulta muy importante observar el mayor valor que presenta (excepto en los meses de verano) la Tasa de Ocupación de la *Zona Central* frente a las alas de la región, de estructura más rural y con una menor oferta hotelera. Además en la zona Centro y a partir de *Abril* se elevan de forma notable las cifras de ocupación, alcanzando unos niveles que no se abandonarán hasta el mes de *Octubre*, mes a partir del cual empieza a descender la ocupación, tanto a nivel regional como por zonas (ver Figura 2.2).

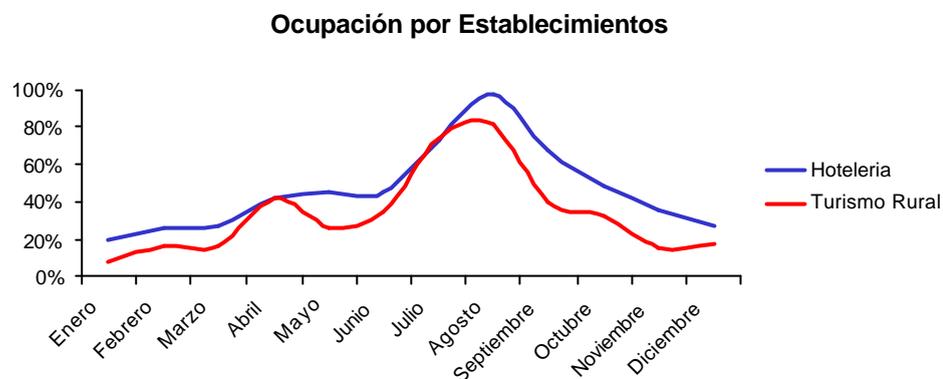
FIGURA 2.2: TASA DE OCUPACIÓN POR ZONAS.  
(Hotelería y Turismo Rural).



La comparación de la representación mensual de la Tasas de Ocupación con el caso correspondiente al valor de este Indicador según tipología de alojamiento, *Hotelería* versus *Turismo Rural*, permite concluir el atractivo de los *Hoteles* de cara a configurar una Oferta más operativa. La tasa de ocupación de la *Hotelería* se mantiene todo el año por encima de la de *Turismo Rural*, siendo prácticamente coincidentes en Semana

Santa y en Julio y Agosto, meses de máxima afluencia de visitantes a nuestra región. Esta característica, particularizada para la Ciudad de Oviedo, esta relacionada con la importancia de la *Hotelería* en la Oferta de alojamientos y con su perfil de fuerte demanda de viajes por trabajo, negocios y congresos (Figura 2.3).

FIGURA 2.3: TASA DE OCUPACIÓN POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO.



## II.2.- Una Visión de Conjunto.

Los establecimientos de alojamiento situados en la Ciudad de Oviedo son fundamentalmente hoteles de todas las categorías, pensiones y hostales, contando solamente con una Casona asturiana. Como cabría esperar, el tamaño de las empresas es más elevado, con facturaciones que superan, en más del 40% de los casos, los 150 millones de pesetas (Figura 2.4).

FIGURA 2.4: FACTURACIÓN.

FACTURACIÓN	%
Hasta 3 millones	14,3
De 3 a 6 millones	7,1
De 6 a 11 millones	14,3
De 11 a 21 millones	7,1
De 21 a 51 millones	14,3
De 151 a 201 millones	7,1
De 201 a 301 millones	28,6
De 901 a 1000 millones	7,1

Fuente: S.I.T.A.

La mayor dimensión de los establecimientos se corresponde con una mayor propensión a constituir sociedades, tanto *Limitadas* como *Anónimas*, frente a un 22,2% de negocios individuales (Figura 2.5). Aunque la mayoría de las empresas funcionan de forma independiente, casi el 30% de los establecimientos son *franquiciados* y el 7,4% restante forman parte de una *Cadena Hotelera* (Figura 2.6).

FIGURA 2.5: FORMA JURÍDICA.

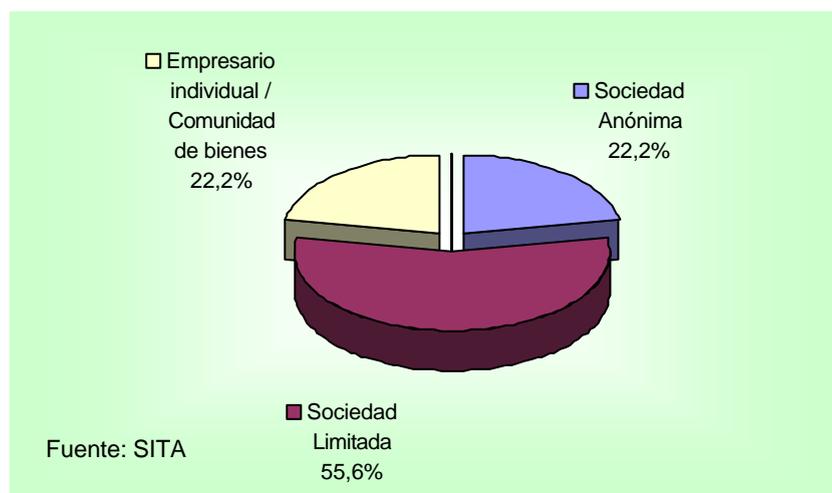
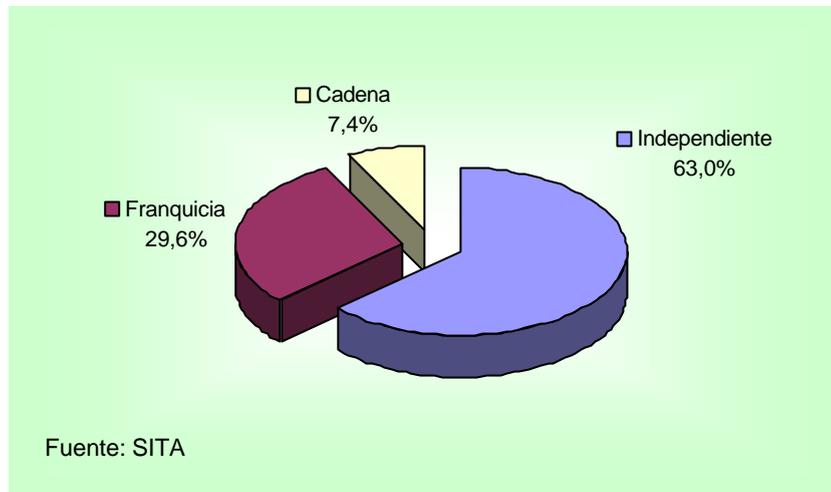
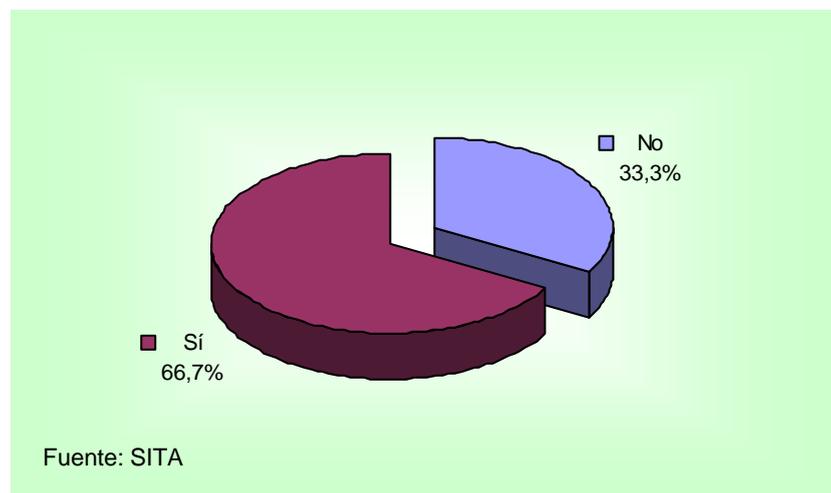


FIGURA 2.6: ACUERDOS COMERCIALES.



Alrededor del 67% de los negocios están afiliados a algún tipo de asociación, destacando la *Unión Hotelera* y la *Asociación de Hostelería del Principado de Asturias* (Figura 2.7).

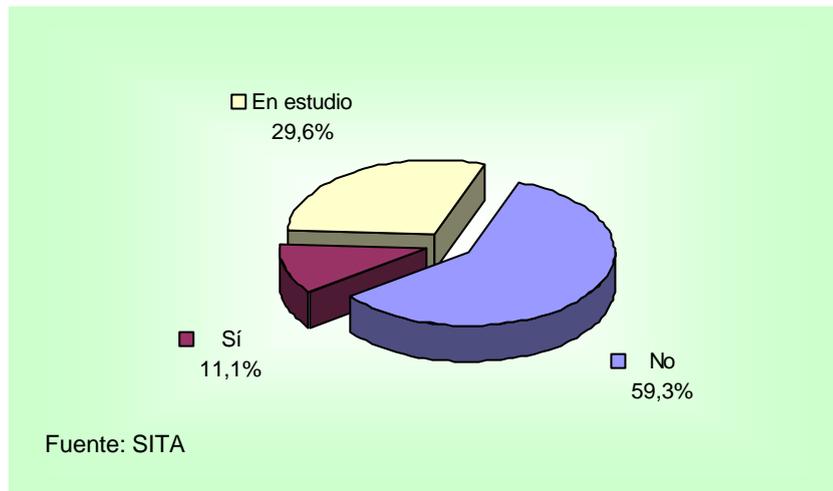
FIGURA 2.7: PERTENENCIA A ASOCIACIONES PATRONALES.



El esfuerzo por conseguir la excelencia es superior en la Ciudad de Oviedo que en el resto de la región. Dos establecimientos cuentan con la certificación y el distintivo *Q* de calidad y uno forma parte del *Club de*

*Casonas Asturianas*. Por otra parte, casi el 30% de las empresas están realizando las acciones oportunas para conseguir certificados de calidad, trabajando en las Normas ISO 9.000 e ISO 14.000 (Figura 2.8).

FIGURA 2.8: CERTIFICACIONES DE CALIDAD.



El establecimiento de alojamiento da empleo a casi 20 trabajadores de media, los cuales, en su mayor parte, gozan de contratos fijos. La preocupación por mejorar el potencial humano se refleja en que el 65,4% de las empresas siguen programas de formación, que además cubren a la práctica totalidad de los empleados. Por otro lado, hay que mencionar que sólo el 11,8% de las acciones formativas no reciben ninguna clase de subvención (Figuras 2.9/2.10/2.11).

FIGURA 2.9: RECURSOS HUMANOS.

RECURSOS HUMANOS	MEDIA
Trabajadores en temporada alta	19,85
Trabajadores en temporada baja	17,31
Titular y familiares trabajadores	0,87
Trabajadores fijos	14,04
Trabajadores temporales	4,74

Fuente: S.I.T.A.

FIGURA 2.10: FORMACIÓN CONTINUA.

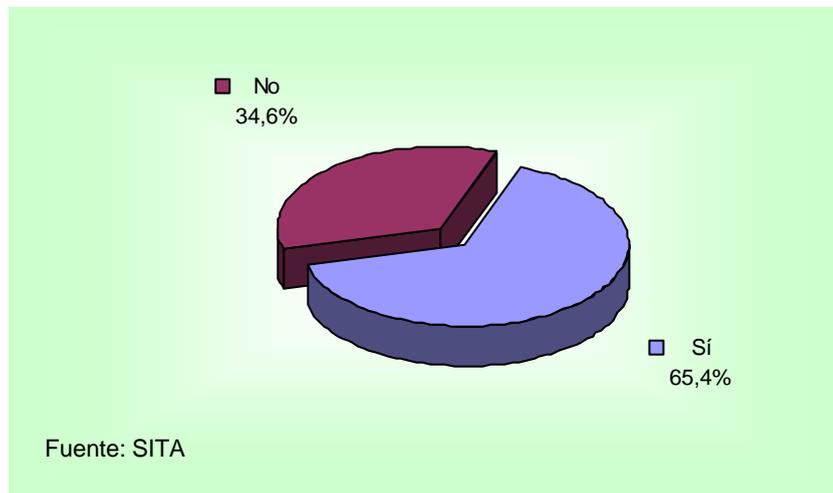
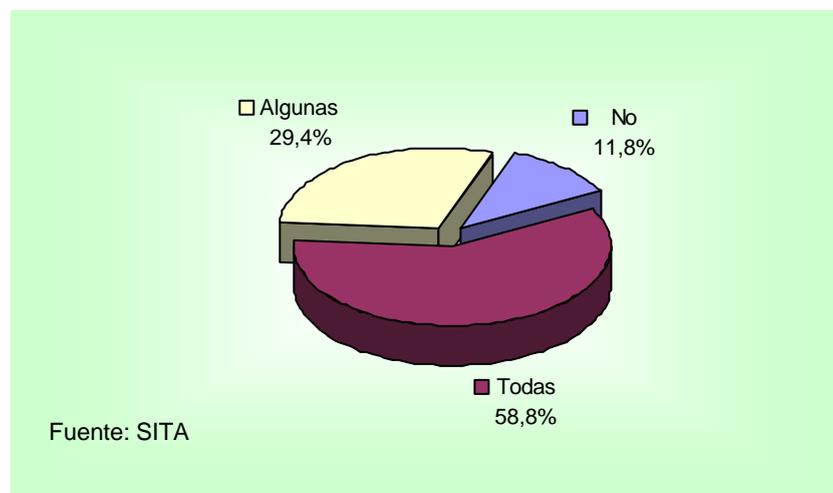


FIGURA 2.11: SUBVENCIONES A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN.



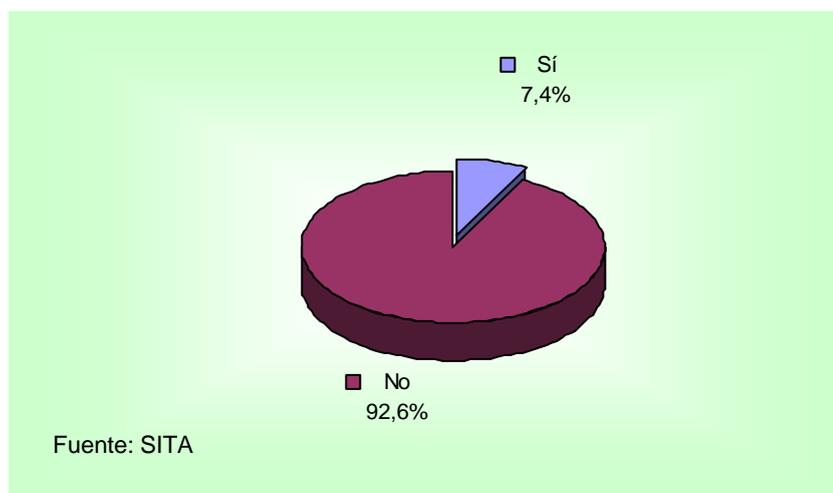
Como sería esperable por el tamaño de las empresas, la práctica totalidad de los establecimientos cuentan con un equipamiento tecnológico completo: *Fax, Ordenador, Pago electrónico*. Si bien la conexión a *Internet* es uno de los puntos débiles, aunque el nivel de acceso (55,6%) es el mayor de la región (Figura 2.12).

FIGURA 2.12: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO.

EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO	%
<b>Sistema Informático (Monopuesto o Red)</b>	88,9
<b>Acceso a Internet / Correo Electrónico</b>	55,6
<b>Fax / Telex</b>	92,6
<b>TPV / Pago con Tarjetas</b>	92,6
Fuente: S.I.T.A.	

Dado el carácter urbano de los alojamientos, sólo dos establecimientos procuran alguna actividad complementaria. De todas formas y en ambos casos ésta es ofrecida por una empresa especializada independiente al establecimiento (Figura 2.13).

FIGURA 2.13: ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS.



En cuanto a las acciones comerciales, la mayoría de las empresas sigue una política activa, utilizando todos los canales de distribución y promoción. Los medios publicitarios más empleados son, además de los tradicionales folletos y guías, la prensa e internet (Figura 2.14 y 2.15).

FIGURA 2.14: ACCIONES COMERCIALES.

<b>ACCIONES COMERCIALES</b>	<b>%</b>
<b>Central de Reservas Asturdata</b>	37,0
<b>Operar con intermediarios Turísticos</b>	77,8
<b>Talones / Bonos</b>	74,1
<b>Promociones de Fin de Semana</b>	74,1
Fuente: S.I.T.A.	

FIGURA 2.15: PUBLICIDAD.

<b>PUBLICIDAD</b>	<b>%</b>
<b>Realiza publicidad</b>	88,9
<b>Folletos</b>	79,2
<b>Prensa</b>	62,5
<b>Radio</b>	29,2
<b>Páginas Web</b>	70,8
<b>Otros</b>	45,8
Fuente: S.I.T.A.	

Las inversiones realizadas son en su totalidad destinadas al mantenimiento de las instalaciones y doblaron en cuantía a la media regional. El 83,3 % de las empresas acometió algún tipo de reforma, recibiendo subvenciones para su consecución el 10,5% de los proyectos.



### **III**

## **LA DEMANDA TURÍSTICA.**

III.1.- Introducción.

III.2.- Demanda por Trabajo/Negocios.

III.2.1.- Tipología del Turismo.

III.2.2.- Compañía en el Viaje.

III.2.3.- Forma de Organizar el Viaje.

III.2.4.- Destino Compartido.

III.2.5.- Forma de Desplazamiento.

III.2.6.- Cifras Medias de Estancia y de Gasto.

III.2.7.- Valoración del Alojamiento.

III.2.8.- Perfil del Visitante.



### III.3.- Demanda por Motivo de Ocio/Vacaciones.

III.3.1.- Tipología del Turismo.

III.3.2.- Compañía en el Viaje.

III.3.3.- Forma de Organizar el Viaje.

III.3.4.- Destino Compartido.

III.3.5.- Razones de Elección del Destino Turístico.

III.3.6.- Impacto de las Campañas Publicitarias.

III.3.7.- Forma de Desplazamiento.

III.3.8.- Cifras Medias de Estancia y de Gasto.

III.3.9.- Valoración del Alojamiento.

III.3.10.- Principales Referentes de Visita.

III.3.11.- Notoriedad de los Programas Turísticos.

III.3.12.- Perfil del Visitante.

---

### **III.- LA DEMANDA TURÍSTICA.**

#### **III.1.- Introducción.**

Aunque el análisis cualitativo de la Demanda Turística de la Ciudad de Oviedo deba realizarse bajo una doble perspectiva, aquella que diferencia la misma en virtud de la tipología según el motivo del viaje, es decir, la Demanda de Vacaciones versus la Demanda de Trabajo y Negocios, ambas son perfectamente compatibles e incluso sinérgicas. Por ello en este informe se presentan y desarrollan los resultados de Demanda de turistas que se alojan en Establecimientos de Alojamiento Colectivo correspondientes a ambos segmentos turísticos.

Sin embargo, en este primer apartado introductorio ofreceremos algunos datos globales correspondientes al conjunto de la Demanda Turística en Ciudad de Oviedo con independencia del motivo de la visita mientras que en los siguientes apartados posteriores se procederá a describir con mayor detalle las características de la demanda según que su motivo del viaje sea por Trabajo, Negocios o Congresos bien sea por Ocio y Vacaciones.

En el análisis global de la demanda, un primer resultado de interés es la nula presencia del *Turismo Interno* en este municipio. Los asturianos que visitan la capital del Principado lo hacen principalmente como “excursionistas”, entendiendo por tales los visitantes que no pernoctan en la ciudad. Así, la práctica totalidad de los clientes alojados en los establecimientos de la ciudad proceden de fuera de la región. Esto

contrasta con lo que es habitual en los hoteles y otros alojamientos del resto de Asturias, donde la proporción de turistas asturianos se sitúa, como media, en torno al 18%. Ello supone plantearse una Demanda Turística para la Ciudad de Oviedo configurada fundamentalmente a partir de mercados exteriores, tanto nacionales como extranjeros.

Otro hecho a destacar es el elevado valor que alcanza el *Turismo Novel*, así, el 58,7% de los turistas de la ciudad visitaban Asturias por *Primera vez*. Este relevante nivel de nuevos visitantes se sitúa claramente por encima de la media para toda la región en más de veintiséis puntos porcentuales (Figura 3.1).

FIGURA 3.1: TIPO DE TURISMO (%).

TURISMO	OVIEDO	ASTURIAS
INTERNO	—	18,5%
RECEPTOR	100,0%	81,5%
<b>Primera Visita</b>	58,7%	32,5%
<b>Ya Visitó Asturias</b>	41,3%	49,0%
Fuente: S.I.T.A.		

Este gran número de primeras visitas es compatible con un considerable nivel de *Turismo Receptor* de fidelidad, esto es, aquellos visitantes que previamente ya habían viajado a Asturias, donde nos encontramos que los turistas que repiten visita a Asturias suponen más del 40% del total de turistas de la ciudad. Además, más de la mitad de los mismos, el 56% había visitado el Principado en más de *Cinco ocasiones* y asimismo, el 42% realiza varios viajes a la región a lo largo del año, con una media de 7,5 viajes al año.

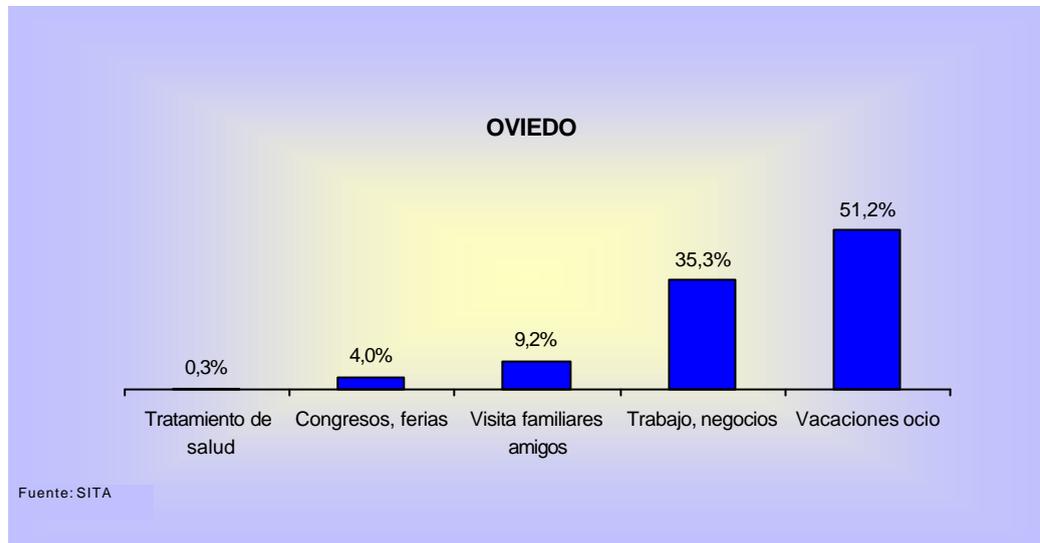
Evidentemente tales datos están anticipando la gran influencia que presenta el Turismo de Trabajo y Negocios en el caso de la ciudad de Oviedo, toda vez que el mismo, por razones obvias, obliga a repetir visitas, incluso con una gran frecuencia.

Analizando las razones o motivos del viaje en cuestión, para la Demanda de la ciudad de Oviedo, se observa que si bien la motivación principal es la vacacional, los resultados contrastan radicalmente con las medias del turismo regional, donde el Turismo de Vacaciones tiene una importancia muy superior y el de Trabajo claramente inferior, lo que avala el alto interés de ciudad de Oviedo como capital administrativa y empresarial.

La relevancia del Turismo por motivos de Trabajo en Ciudad de Oviedo viene determinada por el hecho de que el 35% de los turistas que han venido a Asturias ha sido por dicha razón, cifra a la que incluso cabe sumar un 4% que ha venido a *Congresos y Ferias*, lo que sitúa a los negocios como el motor de casi el 40% de la Demanda Turística de la Ciudad (Figura 3.2).

Entre los restantes motivos de visita a la ciudad de Oviedo las *Visitas a familiares y amigos* representan al 9% de los turistas y las estancias para realizar algún tipo de *Tratamiento de Salud* apenas constituyen el 0,3% del total.

FIGURA 3.2: MOTIVO DE LA VISITA A OVIEDO (%).

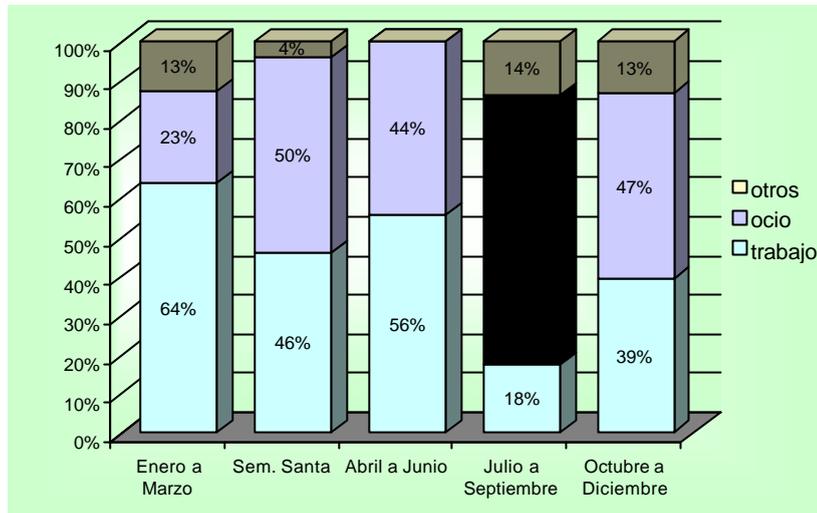


MOTIVO DE LA VISITA	OVIEDO	ASTURIAS
<b>Vacaciones/Ocio</b>	51,2	84,3
<b>Trabajo/Negocios</b>	35,3	11,6
<b>Congresos/Ferias</b>	4,0	0,6
<b>Visita familiares amigos</b>	9,2	2,9
<b>Estudios</b>	—	0,4
<b>Motivos religiosos</b>	—	0,1
<b>Tratamiento de salud</b>	0,3	0,1

Fuente: S.I.T.A.

No obstante, es necesario destacar que los porcentajes varían de forma considerable en función de la época del año de que se trate. Así, en la temporada estival el principal motivo impulsor del viaje es el de las *Vacaciones y el Ocio* que destaca con claridad sobre las otras alternativas. En cambio, entre los meses de Enero y Junio, con la excepción del periodo vacacional de la Semana Santa, es el motivo de *Trabajo y Negocios* (incluyendo Ferias y Congresos) el que prevalece sobre los demás (Figura 3.3).

FIGURA 3.3: MOTIVOS DE VISITA EN DISTINTAS ÉPOCAS DEL AÑO.



Dadas las especiales características de turismo por motivo de Trabajo y Negocios, incluyendo aquí de nuevo la demanda por Ferias y Congresos, y su importancia en la ciudad de Ciudad de Oviedo, consideramos oportuna la realización de un análisis específico de este tipo de visitante, lo que permitirá un mejor conocimiento de este segmento de la demanda, tan peculiar en sus características y, al mismo tiempo, tan relevante para la ciudad.

---

### **III.2.- Demanda por motivos de Trabajo o Negocios.**

El Turismo de Trabajo aunque es el segundo segmento en importancia cuantitativa, presenta un evidente interés desde el punto de vista cualitativo. Su magnitud y tradición son seguramente la explicación de la importante y relevante estructura hotelera de la Ciudad, como consecuencia de su definición de capital administrativa y de servicios de Asturias.

Entendiendo que las necesidades y los comportamientos de los viajeros de trabajo y negocios son diferentes y se presentan a continuación sus principales perfiles y características.

#### III.2.1.- Tipología del Turismo.

El *Turismo Receptor de fidelidad*, es decir, el procedente de fuera de la región que repite destino, es el exponente más claro y destacable de la Demanda de Trabajo en Ciudad de Oviedo donde llega a representar casi un 80% del total de viajeros que, además, presenta una notable fidelidad toda vez que el 72% de los mismos han visitado la región en más de *Cinco ocasiones*. Incluso cabe destacar que más de la mitad viaja varias veces al año a Asturias, con una media aproximada de 9 visitas al año.

El *Turismo Novel*, turistas que se encuentran en su primera visita a la región, es menos frecuente, aunque su cifra alcanza el nivel suficiente para valorar el interés del mismo ya que se encuentra en un nivel muy

próximo a la media general para Asturias, aunque cinco puntos inferior (Figura 3.4).

Por el contrario, y al igual que en el caso general, el *Turismo Interno*, tiene una nula contribución, lo cual está relacionado con la situación geográfica de la ciudad, en el centro del Principado y, en cierta medida, la facilidad de las comunicaciones en el día con la capital.

FIGURA 3.4: TIPO DE TURISMO - TRABAJO (%).

<b>TURISMO</b>	<b>OVIEDO</b>	<b>ASTURIAS</b>
<b>INTERNO</b>	—	5,9%
<b>RECEPTOR</b>	100,0%	94,1%
<b>Primera Visita</b>	20,8%	15,7%
<b>Ya Visitó Asturias</b>	79,2%	78,4%
Fuente: S.I.T.A.		

### III.2.2.- Compañía en el Viaje.

Las características del viaje de trabajo en cuanto a acompañantes presenta notables peculiaridades. En el mismo destacan dos principales opciones, apenas presentes en el Turismo Vacacional, como son: el viaje *Con compañeros* de trabajo, mayoritario en este caso, y el viaje en *Solitario*. Entre ambos se supera la cifra del 80% de los casos (Figura 3.5).

El viaje en *Pareja*, tan importante en el ámbito general, disminuye en magnitud, aunque su cuota, superior al 10% no debe hacer olvidar la atención al mismo de los agentes implicados.

FIGURA 3.5: ¿CON QUIEN HA VENIDO A ASTURIAS? (%).



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

La peculiaridad del viaje de trabajo se vuelve a poner de manifiesto para esta variable aunque con diferencias cuantitativas entre la ciudad de Oviedo y el resto de la región. La *Empresa* será mayoritariamente la encargada de gestionar, planificar y organizar el viaje para la mitad de los viajeros, seguida por la organización *Por su cuenta* con el 38%. En el conjunto de Asturias estos porcentajes se invierten, siendo la organización *Por su cuenta* la más importante (Figura 3.6).

El hecho de tratarse de la capital y sede de las oficinas centrales de buen número de empresas afecta al tipo de negocios y a la forma de organizar el viaje. Es probable que en las zonas rurales el viaje de

negocios sea realizado con frecuencia por vendedores y representantes que trabajan a comisión y deben diseñar y organizar el viaje por su cuenta. En cambio, en la ciudad de Oviedo son más frecuentes los viajes de directivos de empresas que se desplazan a la ciudad de Oviedo a negociar directamente con otras compañías o bien los viajes para asistir a ferias y congresos. En todos estos casos es mucho más frecuente la participación de la empresa en la organización del viaje.

Cifras considerablemente inferiores son las representadas por los viajeros que utilizan las *Agencias de viajes* y *los Clubes u asociaciones recreativas* para organizar su viaje a Oviedo. No obstante, se trata de porcentajes similares a los obtenidos para el conjunto de la región.

FIGURA 3.6: ENTIDAD ORGANIZADORA (%).

ENTIDAD ORGANIZADORA	OVIEDO	ASTURIAS
<b>Por su Cuenta</b>	38,2	49,2
<b>Empresa</b>	50,8	38,0
<b>Agencias de Viajes</b>	5,8	6,5
<b>Club o Asociación recreativa</b>	5,2	6,3

Fuente: S.I.T.A.

#### III.2.4.- Destino Compartido.

El caso del Turismo por Trabajo en la ciudad de Oviedo presenta una escasa presencia de destinos múltiples o compartidos, siendo Asturias el destino exclusivo en tres de cada cuatro viajes de trabajo.

En los viajes compartidos, destaca la mayor complementariedad existente con las Comunidades de *Galicia* y *Castilla y León*. Otras

Comunidades no limítrofes alcanzan casi el 40% y, en el caso de Cantabria, el 26%. En comparación con el conjunto de Asturias, los resultados son similares, si bien en el conjunto de la región, todas las Comunidades Autónomas con las que se comparte el viaje se mueven en unos valores prácticamente iguales (Figura 3.7).

FIGURA 3.7: COMUNIDADES AUTÓNOMAS CON QUE LOS TURISTAS COMPARTEN VIAJE. (%).

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	OVIEDO	ASTURIAS
<b>Cantabria</b>	26,5	39,1
<b>Galicia</b>	41,2	43,6
<b>Castilla-León</b>	41,2	40,6
<b>Otras Comunidades</b>	38,7	36,1

Fuente: S.I.T.A.

### III.2.5.- Forma de Desplazamiento.

En consonancia con tales formas de organización del viaje aparecen medios de transporte también diferentes y altamente específicos a este segmento de demanda.

Así, si bien el recurso al *Vehículo propio* es también mayoritario, debe destacarse el alto uso del *Avión* como medio de llegar a Asturias, alcanzando una cifra que prácticamente duplica la media regional. Esto trae consigo consecuencias adicionales tales como el frecuente recurso al *Vehículo de alquiler* para organizar los desplazamientos por Asturias, que por otra parte están presentes en una gran mayoría de los casos, pues

sólo un 28% de los viajeros por trabajo de la ciudad de Oviedo permanecerán de forma constante en la ciudad (Figura 3.8).

En sentido contrario debe señalarse el bajo resultado presentado por el *Autobús* en términos de uso, tanto para la llegada como para su utilización en desplazamientos interiores.

FIGURA 3.8: MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS.

TRANSPORTE	PARA VENIR A ASTURIAS	POR ASTURIAS
No se desplazará	—	27,9
Vehículo particular	44,3	47,5
Autobús (contratado y de línea)	7,9	7,5
Vehículo de alquiler	1,8	13,8
Tren	3,2	—
Avión	41,0	—
Otros medios	1,8	3,3

\* Autobús de línea regular 2,4% y contratado 5,5%  
Fuente: S.I.T.A.

### III.2.6.- Cifras Medias de Estancia y de Gasto.

De nuevo resulta claramente perceptible el perfil específico de este tipo de Turismo tanto en lo relacionado con la duración de la estancia como con el volumen del gasto realizado durante el viaje.

Así, con respecto al primer indicador de interés como en la *Estancia Media*, los viajeros por trabajo permanecen en la ciudad de Ciudad de Oviedo unos 3,8 días por término medio, estancia que en dos de cada tres casos se produce en los días laborables de la semana.

El segundo indicador, *Gasto Total*, alcanza niveles máximos respecto a cualquier otra referencia, sea el gasto medio del Turismo por Trabajo de Asturias o bien el del Turismo Vacacional de la ciudad de Oviedo. La cifra concreta supera las 82.000 pesetas por viaje.

Incluso tomando como comparación el Turismo regional por negocios, con una estancia media inferior, el *Gasto total del viaje por persona* en la ciudad de Oviedo es superior a la cifra media regional, debido a que se incrementa en casi 5.000 pesetas el *Gasto total diario por persona*. Analizando los diferentes componentes del gasto, caben indicar las siguientes precisiones (Figura 3.9):

- El *Gasto en Alojamiento por persona y día* se sitúa próximo a las 10.000 pesetas, cifra elevada en comparación con cualquier otro referente.
- El *Gasto en Alimentación* está por encima de las 5.700 pesetas por día y persona, más de 1.000 pesetas que la media regional. Además, es un gasto que se realiza mayoritariamente fuera del establecimiento de alojamiento.
- El *Gasto en Compras por persona y viaje*, también resulta superior al resto de los casos, en concreto la cifra es de unas 5.600 pesetas, algo más de 1.300 por encima de la media regional.

Pero es el *Gasto en Actividades* el que destaca por su escasa presencia. De hecho la gran mayoría de los turistas por trabajo de la ciudad de Oviedo no realizan ninguna actividad de Turismo Activo y

apenas puede destacarse un 12,5% de los mismos que realizan *Visitas a Museos y Monumentos*.

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

CONCEPTO DE GASTO	OVIEDO	ASTURIAS
<b>Alojamiento (persona/día)</b>	9.922	6.447
<b>Alimentación (persona/día)</b>	5.757	4.745
<b>Compras (persona/viaje)</b>	5.615	4.292
<b>Total Persona y Día</b>	18.149	13.909
<b>Total Viaje por Persona</b>	82.654	74.146
Fuente: S.I.T.A.		

Las cifras de gasto de este segmento ponen de manifiesto la magnitud y trascendencia económica que tiene este tipo de demanda en la estructura turística de un Municipio y, por tanto también en la Comunidad Autónoma, a lo que hay que unir el importante efecto que tiene su estancia durante los días laborables para contribuir al aumento de la tasa de ocupación durante esos días.

### III.2.7.- Valoración del Alojamiento.

El grado de satisfacción de este tipo de viajeros con el servicio ofrecido por el establecimiento donde se encuentra alojado es ciertamente elevado, con calificaciones incluso más altas que para el conjunto de Asturias.

En una escala decimal el valor medio de tal satisfacción alcanza los 7,9 puntos, valorando por encima de 7 más del 60% de los casos. Tan sólo algo más de un 3% de los viajeros puntúan con una cifra inferior a

cinco el servicio recibido, siendo mayoría los que le dan una nota de 8 puntos. Incluso un 15% llegan a la satisfacción plena de 10 puntos.

Estas estimaciones, tienen una clara correlación con el perfil de la oferta utilizada por este tipo de demanda, pues no se olvide que son los *Hoteles* y especialmente los de calificación media y alta, los principales alojamientos utilizados por este tipo de viajeros.

Por otra parte y en consonancia con los resultados relativos a la forma de organizar el viaje, cabe señalar que la reserva del viaje es mayoritariamente realizada por la *Empresa*, sin intervención directa del usuario, mientras que el segundo modo más utilizado es mediante el uso del *Teléfono* (Figura 3.10). En este caso debe señalarse el bajo peso de la *Reserva al llegar*, muy importante en otras tipologías de turismo como la vacacional, donde apenas está presente en un 2% de los casos.

FIGURA 3.10: RESERVA DEL ALOJAMIENTO (%).

RESERVA	OVIEDO	ASTURIAS
<b>Personal, Por Teléfono</b>	35,8	41,2
<b>Directamente al Llegar</b>	2,4	15,6
<b>Agencia de Viajes</b>	15,5	10,4
<b>Asturdata/Medios informáticos</b>	—	0,2
<b>La Organización del Viaje</b>	46,4	30,7
<b>Otros Medios</b>	—	2,0

Fuente: S.I.T.A.

### III.2.8.- Perfil del Visitante.

Finalmente, la revisión de los principales mercados de origen de viajeros por trabajo nos hace de nuevo señalar la nula presencia que



.....●

tiene el *Turismo Interno*, al menos con pernoctación en la ciudad, para el caso del Turismo de Trabajo en la ciudad de Oviedo.

Por su parte, el *Turismo Extranjero* muestra unos niveles interesantes, pues supone casi el 13% del total y alcanza casi cuatro puntos por encima de la media regional. En todo caso, los principales países de origen son *Gran Bretaña* y *Países americanos*. También es considerable el peso de *Italia* y de *Otros países europeos*.

El *Turismo Receptor Nacional* supone el eje y componente central de la Demanda Turística de Trabajo de la ciudad de Oviedo, alcanzando una cuota superior al 85% de los viajeros.

Por Comunidades Autónomas de procedencia, los principales contingentes de turistas provienen de regiones con un alto nivel de desarrollo económico, industrial y empresarial. Así, *Madrid* pasa a ser el principal centro emisor de viajeros de negocio a la ciudad de Oviedo con casi el 29% de los turistas (Figura 3.11).

Resulta igualmente interesante singularizar la importancia emisora de viajeros que tienen comunidades como *Cataluña* y el *País Vasco*.

FIGURA 3.11: PROCEDENCIA DE TURISTAS DE ALOJAMIENTO COLECTIVO (%).

PROCEDENCIA		OVIEDO TRABAJO/NEGOCIOS	ASTURIAS
<b>INTERNO</b>	<b>ASTURIAS</b>	—	5,9
<b>RECEPTOR</b>	<b>EXTRANJERO</b>	12,9	9,0
	<b>NACIONAL</b>	87,1	85,0
<b>NACIONAL</b>	<b>Andalucía</b>	3,2	4,3
	<b>Cantabria</b>	4,3	3,3
	<b>Castilla y León</b>	7,2	11,2
	<b>Cataluña</b>	10,4	6,6
	<b>C. Valenciana</b>	5,6	4,5
	<b>Galicia</b>	8,9	13,1
	<b>Madrid</b>	28,6	22,2
	<b>País Vasco</b>	10,4	10,1
	<b>Resto Procedencias</b>	8,5	9,8

Fuente: S.I.T.A.

En cuanto a la edad de los turistas, se observa que la media está en los 43 años, ligeramente superior a la media regional.

### **III.3.- Demanda por motivos de Ocio o Vacaciones.**

Pese a la indiscutible relevancia del Turismo de Trabajo dentro del Municipio de Oviedo, el primer segmento en importancia cuantitativa dentro de este concejo es el correspondiente al Turismo por motivos de Ocio y Vacaciones. Éste supone más del 51% del total de turistas que visitan la ciudad y aunque es inferior a la media regional, su importancia hace recomendable un análisis detallado de sus características. Esto es especialmente interesante si se tienen en cuenta las considerables diferencias existentes en las necesidades y comportamientos que muestran estos turistas respecto de los viajeros por motivos trabajo y negocios.

#### **III.3.1.- Tipología del Turismo.**

Una de las características a tener en cuenta para analizar la demanda por motivos de ocio es la proporción de nuevos visitantes, *Turismo Novel*, frente a los que ya conocían la región. En este sentido, considerando únicamente al turismo receptor, procedentes del exterior de la región, cabe destacar el elevado porcentaje alcanzado por los visitantes que vienen por *Primera vez* a Asturias, lo que supone más del 60% del conjunto de visitas al municipio.

Por otra parte, el *Turismo Receptor de fidelidad*, esto es, el turismo procedente de fuera de la región que repite destino, muestra unas tasas de fidelidad relativamente elevadas pero inferiores a las correspondientes al turismo por motivos de trabajo. Así, la mayor parte de ellos se encontraban en el año 1999 en su segunda o tercera visita a la región. Mientras que los que ya la habían visitado en más de *Cinco ocasiones* no llegaban al 24% del total.

Por último y tal como ya se había observado en el caso del turismo de Trabajo, el *Turismo Interno*, procedente de otras zonas de Asturias, tiene una contribución nula a la demanda del concejo (Figura 3.12). Esto es perfectamente explicable teniendo en cuenta la situación geográfica y las posibilidades de comunicación que la capital tiene con el resto de la región.

FIGURA 3.12: TIPO DE TURISMO -OCIO (%).

<b>TURISMO</b>	<b>OVIEDO</b>	<b>ASTURIAS</b>
<b>INTERNO</b>	—	20,5%
<b>RECEPTOR</b>	100,0%	79,5%
<b>Primera Visita</b>	61,0%	44,3%
<b>Ya Visitó Asturias</b>	39,0%	55,7%
Fuente: S.I.T.A.		

### III.3.2.- Compañía en el Viaje.

El tipo de compañía en el viaje es diferente en el caso de Turismo de Ocio. Predomina el viaje en *Pareja* con casi el 60% de los casos, siendo también frecuente el viaje con la *Familia* o con *Amigos* (Figura 3.13).

Cabe señalar asimismo que el viaje en *Pareja* supone para este Municipio una demanda más importante que lo que representa para el turismo global de Asturias donde el porcentaje correspondiente a este tipo de viaje no alcanza el 50% de los visitantes que vienen a Asturias por motivos de ocio.

FIGURA 3.13: ¿CON QUIEN HA VENIDO A ASTURIAS? (%).

COMPAÑÍA EN EL VIAJE	%
Solo	0,7
En pareja	59,9
Con familia	19,4
Con amigos	14,5
Grupo organizado	5,4

Fuente: SITA

### III.3.3.- Forma de Organizar el Viaje.

Un hecho destacado de la demanda turística de Ocio en la ciudad de Oviedo es la frecuencia con la que los turistas organizan el viaje utilizando los servicios de alguna *Agencia de viajes*. El hecho de que el turismo en el municipio tenga un carácter más bien urbano puede influir en la forma de organizar el viaje, de tal manera que mientras que en el

conjunto de Asturias el porcentaje de uso de estos intermediarios no alcanza el 6%, en la ciudad de Oviedo se supera el 17% de los casos (Figura 3.14).

No obstante, al igual que sucede para el conjunto de la región, la forma predominante de organización del viaje es *Por cuenta del propio* turista, llegando casi a alcanzar el 80% de los viajes realizados a la ciudad.

FIGURA 3.14: ENTIDAD ORGANIZADORA (%).

ENTIDAD ORGANIZADORA	OVIEDO	ASTURIAS
<b>Por su Cuenta</b>	78,9	91,6
<b>Empresa</b>	2,8	0,4
<b>Agencias de Viajes</b>	17,7	5,8
<b>Club o Asociación recreativa</b>	0,6	2,2

Fuente: S.I.T.A.

#### III.3.4.- Destino Compartido.

Una particularidad de la demanda de Ocio en el Municipio es el elevado porcentaje de turistas que realizan el viaje compartiendo destino con otras regiones aparte de la asturiana. De esta forma, en el concejo ovetense se alcanza la cifra del 51% de destinos múltiples o compartidos, mientras que para la demanda del conjunto de la región el porcentaje correspondiente no llega al 27%. El turismo urbano parece preferir en mayor medida viajes con múltiples escalas, que le permitan un conocimiento más extensivo de distintas zonas.

Las Comunidades de *Cantabria* y *Galicia* constituyen los principales destinos adicionales, con tasas superiores al 45%, si bien el conjunto de regiones no limítrofes también constituyen destinos frecuentes. Por otra parte, la Comunidad de *Castilla y León* consigue atraer al 34% de los turistas (Figura 3.15). Los datos son similares a los obtenidos para el conjunto de Asturias, si bien son en todos los casos superiores, lo que indica que el Turista que llega a la ciudad de Oviedo presenta una movilidad mayor, realizando un superior número de escalas en sus viajes.

FIGURA 3.15: COMUNIDADES AUTÓNOMAS CON QUE LOS TURISTAS COMPARTEN VIAJE. (%).

COMUNIDADES AUTÓNOMAS	OVIEDO	ASTURIAS
<b>Cantabria</b>	64,2	55,7
<b>Galicia</b>	46,4	45,0
<b>Castilla-León</b>	33,6	21,5
<b>Otras Comunidades</b>	45,1	31,8

Fuente: S.I.T.A.

### III.3.5.- Razones de Elección del Destino Turístico.

Un aspecto que resulta interesante analizar para el caso de los turistas por motivos de ocio o vacaciones es el de las razones que les han llevado a seleccionar el destino turístico asturiano frente a otras posibilidades alternativas.

Los turistas alojados en el Municipio de Oviedo no señalan unas razones esencialmente distintas a los alojados en otros municipios de la

región. El *Entorno Natural* y *Conocer España* son los principales motivos que les impulsaron en la selección del destino turístico. Ahora bien, mientras que en el conjunto de Asturias la primera razón destaca con claridad sobre las otras, en el caso de la ciudad de Oviedo las dos primeras están bastante equilibradas (Figura 3.16). No obstante, también son frecuentemente mencionadas otras razones tales como las *Recomendaciones de Familiares o Amigos* y la *Experiencia Anterior del Propio Turista*, las cuales son indicadoras de la satisfacción que los turistas alcanzan en sus visitas a la región.

FIGURA 3.16: PORCENTAJE DE TURISTAS QUE HAN MENCIONADO CADA MOTIVO DE SELECCIONAR ASTURIAS COMO DESTINO TURÍSTICO. (%).

<b>RAZONES DE ELECCION</b>	<b>OVIEDO</b>	<b>ASTURIAS</b>
<b>Conocer España</b>	45,6	27,4
<b>Recomendaciones</b>	17,7	15,5
<b>Experiencia anterior</b>	10,9	19,3
<b>Entorno natural</b>	46,6	57,3
<b>Patrimonio cultural</b>	5,8	4,3
<b>Tranquilidad</b>	8,6	13,4
<b>Gastronomía</b>	7,5	12,4
<b>Proximidad geográfica</b>	6,6	6,2
<b>Raíces asturianas</b>	5,9	3,7
<b>Otras razones</b>	12,6	17,3

Fuente: S.I.T.A.

### III.3.6.- Impacto de las Campañas Publicitarias.

El 43% de los turistas que llegaron en 1999 a la ciudad de Oviedo por motivos de Ocio o Vacaciones habían visto previamente algún tipo de

publicidad sobre el turismo en Asturias. Esta cifra es dos puntos superior a la obtenida para el conjunto de la región.

Todas las formas de comunicación publicitaria han sido valoradas positivamente por los turistas, ofreciendo puntuaciones medias superiores a 7 puntos sobre 10. No obstante cabe destacar la alta estimación que los visitantes han mostrado respecto a los *Folletos publicitarios* alcanzando prácticamente los 8 puntos de media.

### III.3.7.- Forma de Desplazamiento.

El principal medio de transporte utilizado para llegar a la región es el *Vehículo particular*, opción tomada por dos tercios de los turistas. La utilización del transporte aéreo es también considerable, superándose la tasa del 10%, cifra esta muy superior a la media regional que se sitúa en el 3%; aunque sin embargo está muy por debajo de los porcentajes alcanzados para el turismo de Trabajo o Negocios.

Hay que señalar el porcentaje de viajes a través de autobuses contratados, 7,6%. Otro elemento distintivo del turismo de ocio en la capital es el uso relativamente frecuente de *Vehículos de Alquiler*, con un porcentaje del 9%, siete puntos por encima del dato obtenido a nivel regional (Figura 3.17).

Todos los turistas por motivos de ocio o vacaciones alojados en la ciudad de Oviedo realizaron desplazamientos por el interior de la región, lo cual no es extraordinario teniendo en cuenta que en el conjunto de Asturias el porcentaje que manifestó no desplazarse de su destino tan

sólo alcanzó al 0,6%. El medio de transporte utilizado en estos desplazamientos es principalmente el *Vehículo Propio*, si bien, en el caso concreto de los turistas en la ciudad de Oviedo cobran cierta relevancia los viajes en *Vehículo Alquilado* y el *Autobús*.

FIGURA 3.17: MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS.

TRANSPORTE	PARA VENIR A ASTURIAS	POR ASTURIAS
No se desplazará	—	—
Vehículo particular	66,6	68,6
Autobús (contratado y de línea)	*9,5	14,5
Vehículo de alquiler	9,0	16,9
Tren	4,1	—
Avión	10,7	—
Otros medios	—	—

\* Autobús de línea regular 1,9% y contratado 7,6%  
Fuente: S.I.T.A.

### III.3.8.- Cifras Medias de Estancia y de Gasto.

El turismo de Ocio que llega a la ciudad de Oviedo muestra algunos rasgos muy particulares que lo diferencian del habitual en otras zonas de Asturias, como la duración media de la estancia en la región donde apenas supera las 3,5 noches, un dato considerablemente inferior al obtenido para el conjunto del Principado que supera las 6 noches de media.

Como consecuencia de esto, son también mucho menos frecuentes las estancias que incluyen un fin de semana, alcanzando el 63%, mientras que en el conjunto de la región superan el 93% de los viajes.

Sin embargo, esa inferior duración de la estancia se ve compensada con el hecho de que el turista de Ocio en la ciudad de Oviedo realiza un gasto diario considerablemente superior al turista medio de la región. El *Gasto Diario Medio por persona* correspondiente al municipio es de 13.700 pesetas, mientras que la media para el conjunto de Asturias se sitúa en 7.700 pesetas. Esto hace que el *Gasto Total* realizado durante su estancia en la capital alcance el nivel de 60.500 pesetas como media por persona y viaje, mientras que el correspondiente a la región no alcance como media las 50.000 pesetas.

Sin embargo, las diferencias respecto a la media regional no son proporcionales en todas las partidas de gasto. Un estudio más detallado de las distintas partidas nos permite realizar un análisis más completo (Figura 3.18):

- El *Gasto en Alojamiento por persona y día* se sitúa por encima de las 5.600 pesetas, cifra que duplica la media regional dentro del turismo de ocio.
- El *Gasto en Alimentación*, supera ligeramente las 5.000 pesetas por día y persona, mientras que la media regional no alcanza las 3.000 pesetas. En ambos casos este gasto se realiza en más de un 90% fuera del alojamiento.
- El *Gasto en Compras por persona y viaje*, se sitúa sin embargo muy próximo a la media regional, superando las 5.600 pesetas.

La actividad turística más practicada por los turistas durante su estancia es la realización de *Visitas a Museos y Monumentos*, desarrollada

por el 54%, si bien con frecuencia no implica la realización de gastos adicionales por su parte.

FIGURA 3.18: GASTOS TURÍSTICOS POR PERSONA (PTAS.).

CONCEPTO DE GASTO	OVIEDO	ASTURIAS
<b>Alojamiento (persona/día)</b>	<b>5.606</b>	<b>2.680</b>
<b>Alimentación (persona/día)</b>	<b>5.059</b>	<b>2.866</b>
<b>Compras (persona/viaje)</b>	<b>5.666</b>	<b>5.607</b>
<b>Total Persona y Día</b>	<b>13.711</b>	<b>7.695</b>
<b>Total Viaje por Persona</b>	<b>60.449</b>	<b>49.415</b>
Fuente: S.I.T.A.		

En definitiva, podemos afirmar que el turismo por motivos de ocio en la ciudad de Oviedo presenta un comportamiento diferente al habitual en el conjunto de la región. Destaca por permanecer menos tiempo en el destino pero también por realizar gastos más elevados durante su estancia en la ciudad, en especial hay que señalar que dedica, con respecto a la media asturiana, una mayor parte de su presupuesto para el alojamiento y la alimentación.

---

### III.3.9.- Valoración del Alojamiento.

Los visitantes han mostrado su satisfacción con los servicios ofrecidos por los establecimientos de la ciudad donde se han alojado. En una escala de 0 a 10, el valor medio de tal satisfacción se sitúa en los 7,4 puntos, cifra esta muy similar a la obtenida para el conjunto de la región. Hay que resaltar el hecho de que tan sólo un 1,9% de los visitantes han mostrado niveles de satisfacción inferiores a 5 puntos, mientras que más del 51% mencionaron niveles superiores a 7.

No obstante, el nivel medio de satisfacción es medio punto inferior al obtenido para el caso del Turismo de Trabajo. Esto no es de extrañar dada la circunstancia de que éste último tipo de turistas suele alojarse en establecimientos de categoría superior realizando además un gasto mayor en el alojamiento. De hecho, hemos podido comprobar que, dentro del Turismo de Ocio, los clientes más satisfechos son los que se han alojado en establecimientos de mayor categoría, existiendo una relación directa entre el nivel del hotel y el grado de satisfacción del cliente (Figura 3.19).

FIGURA 3.19: SATISFACCIÓN MEDIA DEL TURISTA SEGÚN TIPO DE ESTABLECIMIENTO.

CATEGORIA DEL ESTABLECIMIENTO	SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
<b>Hotel *****</b>	<b>8,8</b>
<b>Hotel ****</b>	<b>7,3</b>
<b>Hotel ***</b>	<b>7,9</b>
<b>Hotel **</b>	<b>6,9</b>
<b>Hotel *</b>	<b>6,4</b>
<b>Hostal/Pensión</b>	<b>6,0</b>
Fuente: SITA	

En cuanto a la *Forma de Realizar la Reserva del Establecimiento*, el principal medio utilizado es el uso del *Teléfono*, opción seleccionada por un 35% de los visitantes (Figura 3.20). Cabe asimismo señalar el importante papel de las *Agencias de Viajes*, que participaron en más de un tercio de los casos, lo cual es un rasgo distintivo del turista de la capital frente al turista medio regional, que optó principalmente por reservar directamente al llegar al establecimiento en detrimento del uso de *Agencias de Viajes*.

FIGURA 3.20: RESERVA DEL ALOJAMIENTO (%).

RESERVA	OVIEDO	ASTURIAS
<b>Personal, Por Teléfono</b>	35,0	39,4
<b>Directamente al Llegar</b>	27,9	40,8
<b>Agencia de Viajes</b>	33,6	10,8
<b>Asturdata/Medios informáticos</b>	1,5	0,4
<b>La Organización del Viaje</b>	1,4	2,3
<b>Otros Medios</b>	0,6	6,2
Fuente: S.I.T.A.		

## III.3.10.- Principales referentes de visita.

Un aspecto que resulta interesante conocer de los turistas que visitan la región por motivos de ocio o vacaciones es si han realizado desplazamientos por la región y qué lugares han visitado.

Considerando que su estancia media suele ser reducida, los turistas alojados en la ciudad de Oviedo se han mostrado muy activos en este sentido. Además de las visitas turísticas dentro de la ciudad donde un 99% ha visitado el principal monumento como es la *Catedral*, también han existido otros lugares del Centro de Asturias frecuentados por estos turistas como son: *La Playa y Paseo Marítimo de Gijón*, la *Zona del Naranco con sus monumentos*, y ya en menor medida, *Cudillero*, *Villaviciosa*, el *Cabo Peñas* y *Avilés* (Figura 3.21).

FIGURA 3.21 : LUGARES DEL CENTRO DE ASTURIAS VISITADOS POR LOS TURISTAS ALOJADOS EN CIUDAD DE OVIEDO (%).

LUGARES VISITADOS	% DE TURISTAS
<b>Catedral de Ciudad de Oviedo</b>	99,3
<b>Playa y Paseo de Gijón</b>	76,1
<b>Monumentos del Naranco</b>	59,7
<b>Cudillero</b>	34,3
<b>Villaviciosa</b>	24,1
<b>Cabo de Peñas</b>	11,9
<b>Casco Antiguo de Avilés</b>	10,8

Fuente: S.I.T.A.

### III.3.11.- Notoriedad de los Programas Turísticos.

Otro dato interesante consiste en observar en qué medida los programas y rutas turísticas desarrollados dentro del Principado son conocidos por los visitantes de la región.

Más del 60% de los visitantes del Municipio de Oviedo conocen la existencia del *Prerrománico Asturiano*, si bien no todos ellos han visitado los monumentos que lo componen (Figura 3.22). Los otros programas y rutas turísticas son mucho menos conocidas. Destaca el *Camino de Santiago en Asturias* con un grado de notoriedad del 23%, y ya muy por detrás se sitúan la *Ruta de la Plata en Asturias*, la *Ruta del Jurásico* y la *Senda del Oso*, todas ellas con niveles entre el 10 y el 20%.

FIGURA 3.22: NOTORIEDAD DE LOS PROGRAMAS TURÍSTICOS ASTURIANOS (%).

<b>PROGRAMAS TURÍSTICOS</b>	<b>% DE TURISTAS QUE LOS CONOCEN</b>
<b>Camino de Santiago en Asturias</b>	23,4
<b>Ruta del Jurásico</b>	13,2
<b>Prerrománico Asturiano</b>	63,8
<b>Ruta de la Plata en Asturias</b>	15,9
<b>Senda del Oso</b>	10,1
<b>Visado Verde</b>	2,6

Fuente: S.I.T.A.

### III.3.12.- Perfil del Visitante.

En primer lugar, en cuanto a la *Procedencia de los Turistas*, ya ha sido mencionada la nula presencia del *Turismo Interno*, esto es,

procedente de la propia región asturiana, para el caso del Turismo de Ocio en la ciudad de Oviedo.

En cuanto al *Turismo Extranjero* resulta ser un segmento considerable de la demanda turística de la ciudad, llegando incluso a compensar la carencia de *Turismo Interno*. Supone el 27% del total de visitas por motivos de ocio, lo cual destaca frente al 7,6% obtenido a nivel regional. Los principales países de origen de estos turistas son *Países americanos, Portugal y Gran Bretaña*.

No obstante, es el *Turismo Receptor Nacional* el que configura el núcleo de la Demanda Turística de Ocio de la ciudad de Oviedo donde el 73% de los visitantes pertenecen a este segmento.

*Madrid, Cataluña y Galicia* son las principales Comunidades Autónomas de procedencia y suponen cada una de ellas más de un 10% del total de visitantes. También es importante el caso de *Andalucía*, con un 9%, mientras que se aprecia un menor volumen de visitantes procedentes del *País Vasco y Castilla y León* que son comunidades de procedencia relevantes a nivel regional (Figura 3.23).

FIGURA 3.23: PROCEDENCIA DE TURISTAS DE ALOJAMIENTO COLECTIVO (%).

PROCEDENCIA		OVIEDO OCIO/VACACIONES	ASTURIAS
INTERNO	ASTURIAS	—	20,5
	EXTRANJERO	27,2	7,6
RECEPTOR	NACIONAL	72,8	71,9
	NACIONAL		
NACIONAL	Andalucía	9,0	4,7
	Cantabria	2,0	1,4
	Castilla y León	2,9	9,3
	Cataluña	14,5	6,1
	C. Valenciana	2,7	5,3
	Galicia	10,2	5,0
	Madrid	17,6	21,1
	País Vasco	2,4	9,7
	Resto Procedencias	11,5	9,3

Fuente: S.I.T.A.

En cuanto a las características personales del turista, es significativo el hecho de que la media de edad de los visitantes de la ciudad de Oviedo sea considerablemente superior a la media del visitante de la Comunidad Asturiana. Así, mientras que en la capital la media supera los 41 años, en el conjunto de la región no alcanza los 37 años.