



## **EL TURISMO EN GIJÓN EN 2002.**



**SISTEMA DE INFORMACIÓN  
TURÍSTICA DE ASTURIAS**

C/ FCO. TOMÁS Y VALIENTE Nº 1  
33201 GIJON  
TEL.: (34) 985 18 21 75  
FAX: (34) 985 18 21 75 / 61

<http://www.sita.org>  
e-mail: [sita@correo.uniovi.es](mailto:sita@correo.uniovi.es)



## **EQUIPO DE INVESTIGACIÓN:**

Dr. Luis Valdés Peláez (Director).  
Dr. Emilio Torres Manzanera (Subdirector).  
Dña. Rosa Aza Conejo.  
Dña. Begoña Álvarez Álvarez.  
Dña. Elena Ceniceros González.  
Dr. José Santos Domínguez Menchero.  
D. Santiago González Hernando.  
Dña. Celina González Mieres.  
Dr. Víctor Iglesias Argüelles.  
Dr. Enrique Loredo Fernández.  
D. José Manuel Menéndez Estébanez.  
Dr. José Manuel Pérez Fernández.  
Dra. Eugenia Suárez Serrano.  
D. Eduardo Antonio del Valle Tuero (Coordinador).  
D. Carlos Arribas Sánchez (Técnico).  
Dña. Inés Sustacha Melijosa (Técnico).  
Dña. Paula María Antuña Crespo (Becaria).



## ÍNDICE:

I.- INTRODUCCIÓN. ....	7
II.- ANÁLISIS DE LA TASA DE OCUPACIÓN. ....	11
III.- LA DEMANDA TURÍSTICA.....	16
III.1.- Características de la Demanda de Turistas de Alojamiento Colectivo. ....	19
III.1.1.- Tipo de turismo.....	19
III.1.2.- Motivo del viaje. ....	21
III.1.3.- Compañía en el viaje. ....	23
III.1.4.- Organización del viaje. ....	24
III.1.5.- Razones de elección del destino. ....	26
III.1.6.- Medios de desplazamiento.....	26
III.1.7.- Estancia y gasto.....	27
III.1.8.- Actividades desarrolladas durante la estancia. ....	29
III.1.9.- Alojamiento.....	31
III.1.10.- Lugares visitados. ....	33
III.1.11.- Valoración de Asturias. ....	35
III.1.12.- Perfil del turista. ....	38

III.1.13.- Valoraciones sobre la ciudad de Gijón y sus recursos turísticos.....	42
III.2.- Características de la Demanda por Vacaciones / Ocio. ....	47
III.2.1.- Razones de elección del destino. ....	47
III.2.2.- Compañía en el viaje. ....	48
III.2.3.- Organización del viaje y reserva del alojamiento. ....	49
III.2.4.- Medio de desplazamiento. ....	50
III.2.5.- Estancia y gasto.....	52
III.2.6.- Alojamiento.....	54
III.2.7.- Valoración de Asturias. ....	55
III.2.8.- Perfil del visitante. ....	59
III.2.9.- Valoraciones sobre la ciudad de Gijón y sus recursos turísticos.....	61
III.3.- Características de la Demanda por Trabajo / Negocios. ....	65
III.3.1.- Compañía en el viaje. ....	65
III.3.2.- Organización del viaje y reserva del alojamiento. ....	66
III.3.3.- Medio de desplazamiento. ....	67
III.3.4.- Estancia y gasto.....	69
III.3.5.- Alojamiento.....	71
III.3.6.- Valoración de Asturias. ....	72
III.3.7.- Perfil del visitante. ....	75
III.3.8.- Valoraciones sobre la ciudad de Gijón y sus recursos turísticos.....	77

IV.- LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS.....	81
IV.1.- Características generales. ....	82
IV.2.- Hoteles de 4 estrellas. ....	87
IV.3.- Hoteles de 3 estrellas. ....	95
IV.4.- Hoteles de 1 y 2 estrellas. ....	104
IV.5.- Hostales y Pensiones.....	113
IV.6.- Turismo Rural. ....	119
IV.7.- Campings. ....	122
IV.8.- Una visión de conjunto. ....	123



## **I.- INTRODUCCIÓN.**

## I.- INTRODUCCIÓN.

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

El casco urbano, que se extiende a ambos lados del primitivo emplazamiento romano en el Cerro de Santa Catalina, ocupa una superficie aproximada de 13,9 Km<sup>2</sup>, en la que se concentra el 90% de la población, que en su totalidad alcanza los 266.419 habitantes. El 10% de la población restante se distribuye por las 25 parroquias<sup>1</sup> del concejo (Figura 1.1).

---

<sup>1</sup> Las parroquias son circunscripciones intermedias entre el municipio y la entidad singular de población con personalidad jurídica propia (Artículo 6.2 de la Ley Orgánica 7/1981, de 30 de diciembre, de Estatuto de Autonomía de Asturias).

FIGURA 1.1: PARROQUIAS DEL MUNICIPIO DE GIJÓN.



SECTOR	PARROQUIAS	
<b>INDUSTRIA</b>	FRESNO GRANDA JOVE POAGO PORCEYO	ROCES TACONES TREMAÑES VEGA VERIÑA
<b>SERVICIOS Y OCIO</b>	BERNUECES CABUEÑES DEVA	SANTURIO SOMIÓ
<b>AGRÍCOLA</b>	BALDORNÓN CALDONES CENERO FANO HUERCES	LA PEDRERA LEORIO RUEDES LAVANDERA SERÍN

Fuente: Infogijón

La concepción de Gijón como ciudad costera, con puertos y playas, determina que este municipio sea de gran relevancia tanto en términos de oferta turística como de demanda, dentro del conjunto de la Costa Verde española.

Así, en el concejo se distingue un importante segmento de demanda turística basado en los viajes por motivos vacacionales, especialmente en la época estival, coexistiendo a lo largo del año con un relevante volumen de viajes de trabajo y negocios. La propia estructura económica inherente a esta ciudad industrial y de servicios permite la existencia de un turismo de negocios que implica estancias en días laborables y en temporada baja con el consiguiente reflejo en la sostenibilidad económica del sector turístico.

El documento que presentamos analiza tanto los elementos característicos de la oferta, en términos de estructura y ocupación, como los de la demanda, distinguiendo, en este último caso, entre los visitantes según sea su motivación de viaje, vacacional o laboral.



## **II.- ANÁLISIS DE LA TASA DE OCUPACIÓN.**

## II.- ANÁLISIS DE LA TASA DE OCUPACIÓN.

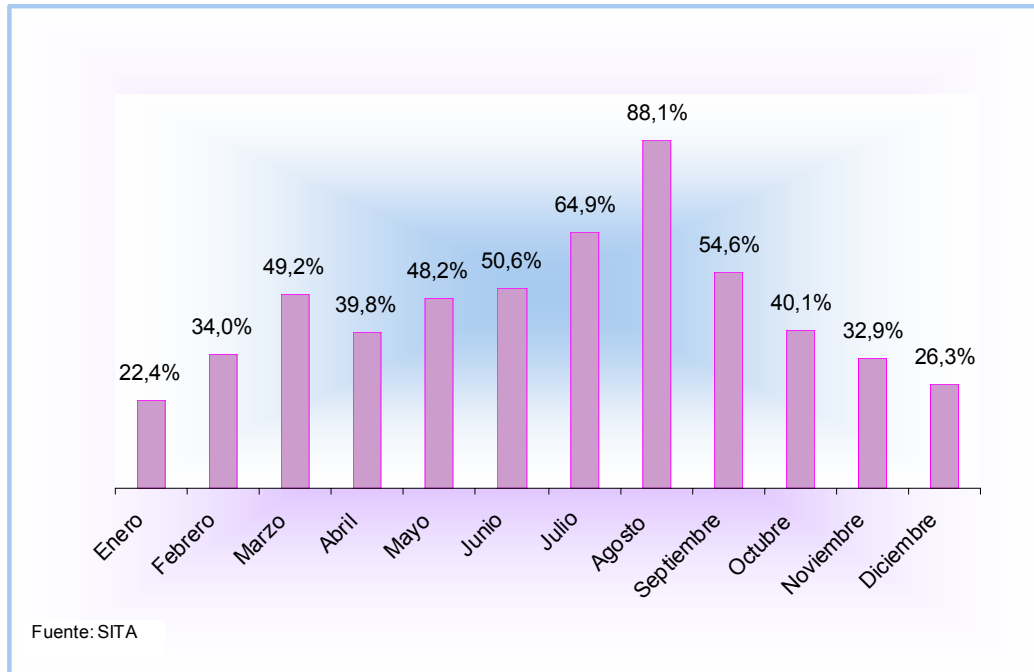
La tasa de ocupación anual en hotelería y turismo rural de Gijón alcanzó en 2002 una media del 46%, cifra similar a la obtenida en el 2001, el 46,6%, presentando unos valores máximos en los meses de verano, especialmente *Agosto* con un 88,1% de ocupación total.

En un análisis mensual para el conjunto de establecimientos de Hotelería y Turismo Rural, se puede ver cómo en los meses de verano las tasas son muy elevadas frente a los demás meses del año, siendo *Agosto* el mes por excelencia mientras que en *Enero* y *Diciembre* se alcanzan los mínimos anuales.

Se distinguen tres periodos temporales diferenciados a lo largo del año: temporada baja que va desde *Noviembre* a *Febrero*, temporada alta muy localizada en los meses de *Julio* y *Agosto*, donde *Septiembre* se podría incluir en este periodo de alta actividad, y temporada media de *Marzo* hasta *Junio*, además de *Octubre* con tasas de ocupación por encima del 40% (Figura 2.1).

FIGURA 2.1: TASA DE OCUPACIÓN GLOBAL. AÑO 2002.

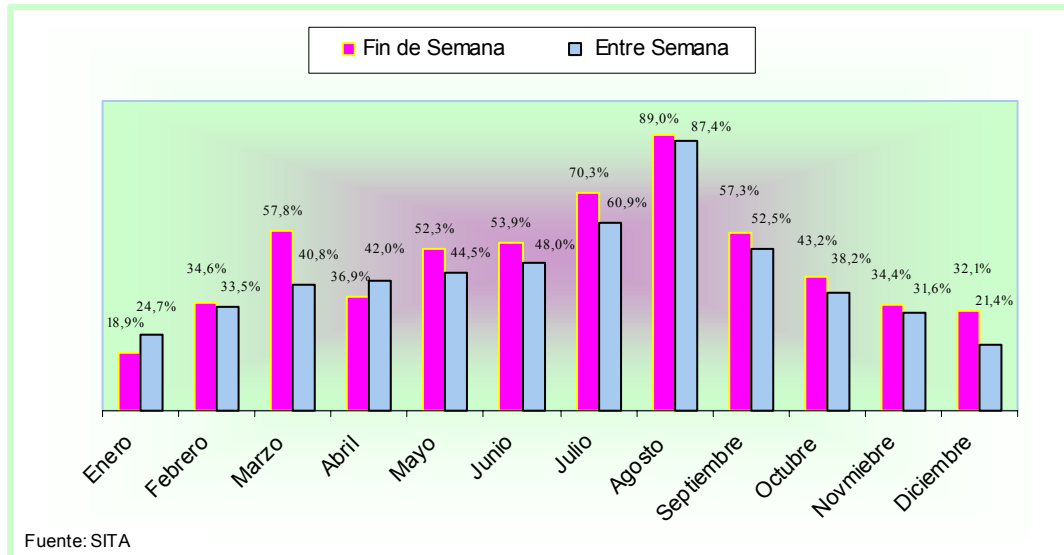
## Hotelería y Turismo Rural.



Las tasas de ocupación registran medias similares tanto *Entre Semana* como en *Fin de Semana* debido a que la actividad turística de la ciudad está relacionada con dos segmentos diferenciados de demanda: los que vienen por motivos de *Ocio* y los que acuden por motivos de *Negocios* (Figura 2.2).

FIGURA 2.2: TASA DE OCUPACIÓN ENTRE SEMANA Y FIN DE SEMANA. AÑO 2002.

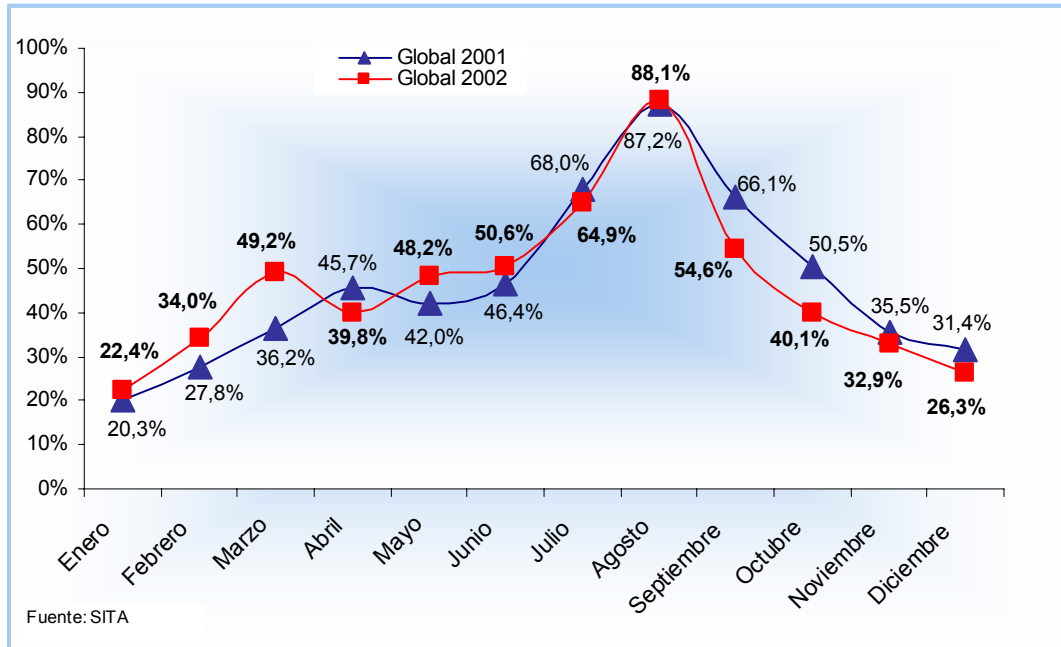
Hotelería y Turismo Rural.



La evolución mensual de las tasas de Ocupación de 2002 frente a 2001 presentan una tendencia similar con la salvedad de que a partir del mes de *Agosto* las cifras medias mensuales obtenidas son menores que las de 2001 (Figura 2.3).

FIGURA 2.3: TASA DE OCUPACIÓN GLOBAL 2001 Y 2002.

Hotelería y Turismo Rural.





### **III.- LA DEMANDA TURÍSTICA.**

### **III.- LA DEMANDA TURÍSTICA.**

El estudio de la demanda turística de Gijón se efectúa a partir del análisis estadístico de resultados de un total de 792 entrevistas válidas llevadas a cabo a lo largo del año 2002, que se realizaron de forma personal y directa, repartidas según un muestreo estratificado en función de determinadas variables: por periodos, tipo de alojamiento, día de la semana y zona geográfica.

El desarrollo de esta estructura de análisis permite extraer una elevada representatividad al obtener información significativa durante todo el año, reflejando de forma más completa el fenómeno turístico en la ciudad de Gijón en relación a su demanda (Figura 3.1).

FIGURA 3.1: FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA DE ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

CARACTERÍSTICAS		ENCUESTA		
UNIVERSO		Turistas de alojamiento colectivo de Gijón.		
ÁMBITO GEOGRÁFICO		Gijón.		
MÉTODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN		Encuesta personal estructurada a visitantes en Gijón.		
TAMAÑO POBLACIONAL		Técnicamente infinita.		
TAMAÑO DE LA MUESTRA		792 turistas alojados en establecimientos colectivos del Municipio de Gijón.		
NIVEL DE CONFIANZA		95% $Z=1,96$ $p=q=50\%$		
PROCEDIMIENTO DE MUESTREO		<p>1 En establecimientos colectivos: a partir de estratificaciones por período, tipo de alojamiento, día de la semana y zona geográfica, se procede a un muestreo por cuotas.</p> <p>2 En la vía pública: a partir de estratificaciones por período, día de la semana y zona geográfica, el entrevistador lleva a cabo una selección aleatoria en lugares turísticos de interés.</p>		
FECHA DE REALIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO		Enero a Diciembre de 2002.		
TABLA DE ERRORES ESTADÍSTICOS		N	n	ERROR MUESTRAL
ALOJAMIENTO COLECTIVO		342.479	792	3,48%
ALOJAMIENTO COLECTIVO, CORTES				
MOTIVOS	VACACIONES	203.972	523	4,28%
	TRABAJO	112.650	202	6,89%
Fuente: SITA				

### III.1.- Características de la Demanda de Turistas de Alojamiento Colectivo<sup>2</sup>.

En el municipio de Gijón se distingue un importante segmento de demanda turística basado en las *Vacaciones* y otro que a lo largo del año genera un relevante volumen de viajes de *Trabajo y negocios*, siendo este último especialmente importante en temporada baja ya que se caracteriza por estancias en días laborables que contribuye a la desestacionalización del sector.

Los resultados siguientes reflejan las principales características cuantitativas y cualitativas de la demanda turística de Gijón alojada en establecimientos colectivos durante el año 2002.

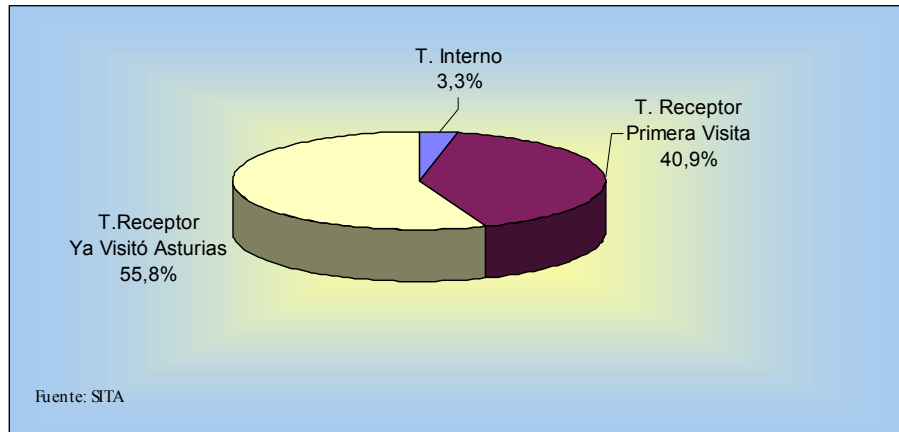
#### III.1.1.- Tipo de turismo.

Existen dos segmentos de clientes diferenciados dentro del turismo receptor: el conjunto de nuevos turistas que visitan Gijón y por tanto Asturias por *Primera Vez*, con una cifra que alcanza el 40,9%, y los turistas que han venido en ocasiones anteriores, un 55,8%, referencia de fidelidad a nuestro destino (Figura 3.2).

FIGURA 3.2: TIPO DE TURISMO (%).

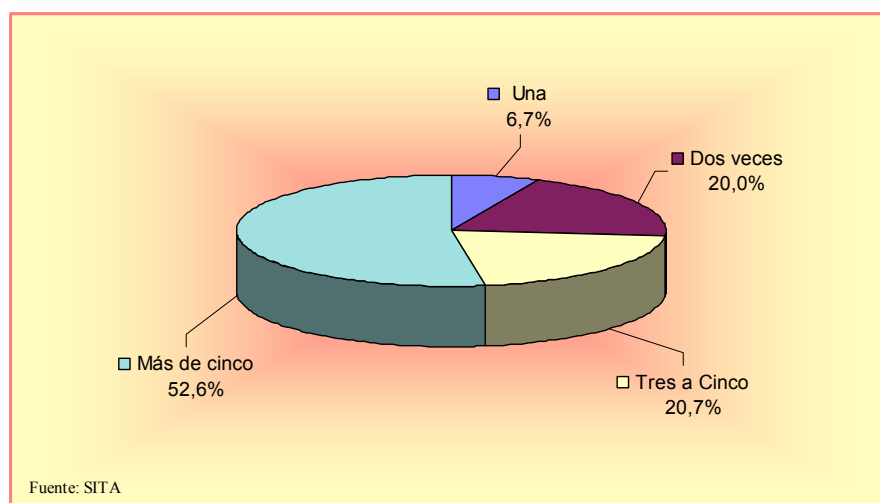
---

<sup>2</sup> **Establecimientos turísticos de alojamiento colectivo:** establecimiento de hospedaje que presta servicios de alojamiento al viajero, ofreciendo habitaciones u otro acomodo para pasar la noche, pero este servicio debe contar con un número de plazas superior a un mínimo determinado para colectivos de personas que sobrepasan a una sola unidad familiar y disponer, aunque no tenga fines de lucro, de una administración de tipo comercial común para todas las plazas de un mismo establecimiento (Decisión de la Comisión 1999/35/CE de 9 de diciembre de 1998 sobre los procedimientos de aplicación de la Directiva 95/57/CE del Consejo sobre la recogida de información estadística en el ámbito del turismo).



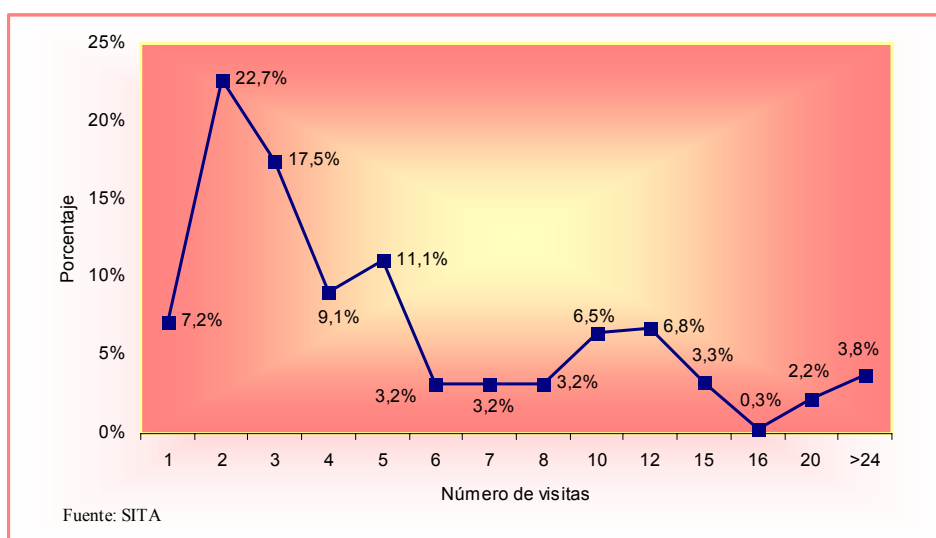
El grado de fidelidad al destino podemos evaluarlo como elevado, ya que un 52,6% del turismo receptor que repite visita indica que estuvo anteriormente en este destino en *más de Cinco ocasiones*, un 20,7% estuvo entre *Tres y cinco ocasiones* y un 20% estuvo *Dos veces* anteriormente. El resto, un 6,7%, había estado solamente una ocasión anterior (Figura 3.3).

FIGURA 3.3: GRADO DE FIDELIDAD DEL DESTINO (%).



Por otra parte, un 47,5% de las personas reconocen visitar nuestra región varias veces al año, realizando una media de 6,74 visitas durante el mismo, aunque el número de visitas más frecuente es dos veces al año con el 22,7% de las visitas (Figura 3.4)

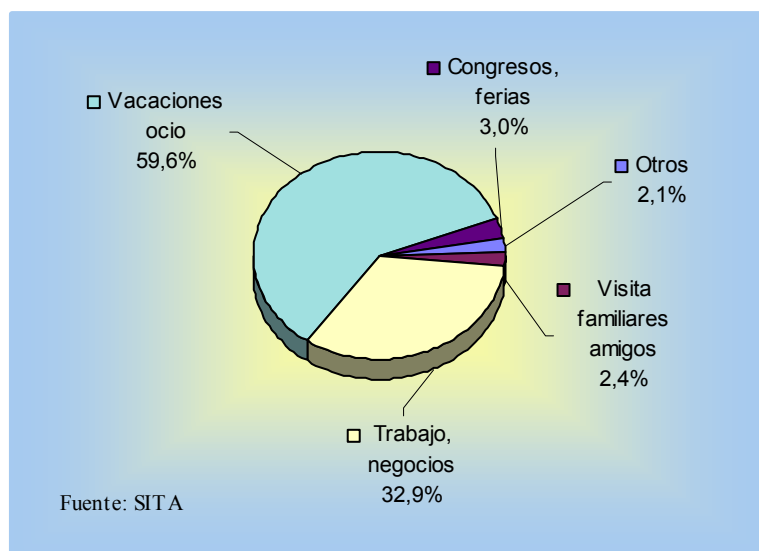
FIGURA 3.4: NÚMERO DE VISITAS A ASTURIAS DURANTE EL AÑO(%).



### III.1.2.- Motivo del viaje.

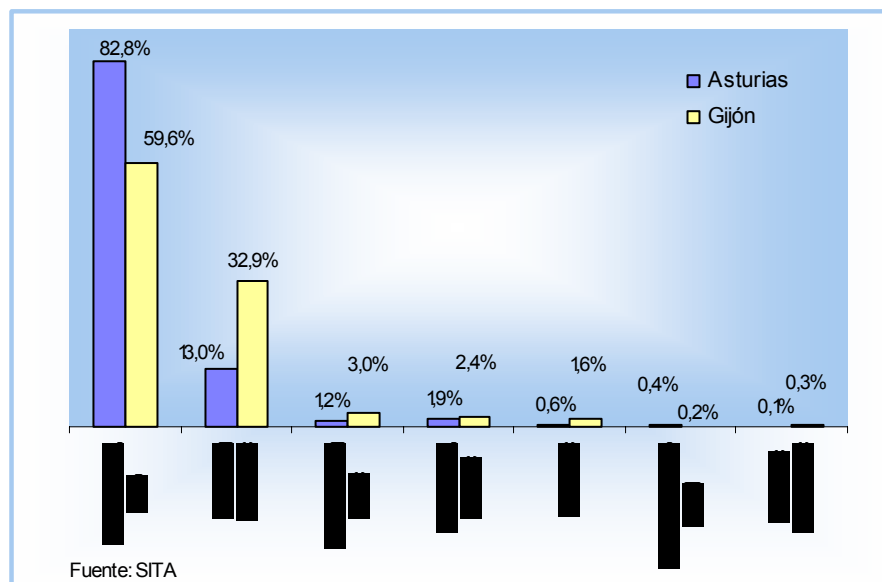
Los principales motivos de visita son el disfrute de *Vacaciones y el ocio* con un 59,6%, mientras que el *Trabajo y los negocios* alcanzan un 32,9% y las visitas a la ciudad debidas a la asistencia a *Congresos y ferias* suponen un 3% (Figura 3.5).

FIGURA 3.5: MOTIVO DE VISITA (%).



Profundizando en el estudio de los motivos, se observa la gran diferencia existente entre el turismo del municipio de Gijón y el del total de Principado de Asturias, donde la razón fundamental es el de *Ocio y Vacaciones*, con un peso del 82,8% frente al 59,6% en Gijón. La comparación entre los motivos de los turistas que se alojan en la Villa de Jovellanos y los que lo hicieron en el resto de Asturias durante el año 2002 puede observarse en la Figura 3.6.

FIGURA 3.6: COMPARACIÓN DE MOTIVOS: GIJÓN-ASTURIAS (%).



Destaca el peso importante que tiene en la ciudad de Gijón el motivo de *Trabajo y negocios*, que supone un total del 32,9% del total de los turistas de la ciudad, frente a un mucho más escaso 13% en el total de Asturias.

### III.1.3.- Compañía en el viaje.

El acompañante más frecuente en el viaje es la *Pareja* en un 35,8% de los casos, seguido de los realizados en *Solitario* que alcanzan el 20,6%. La mayor importancia del turismo de negocios en Gijón en relación a Asturias también se manifiesta en que un 15,4% de los viajes son realizados con *Compañeros de trabajo* (Figura 3.7).

FIGURA 3.7: ¿CON QUIÉN HA VENIDO? (%).

CON QUIEN HA VENIDO	GIJÓN	ASTURIAS
EN PAREJA	35,8	46,8
SOLO	20,6	8,7
COMPAÑEROS DE TRABAJO	15,4	5,8
CON AMIGOS	12,0	16,1
EN FAMILIA	10,1	19,8
GRUPO ORGANIZADO	6,1	2,7
OTROS	—	0,1

Fuente: SITA

#### III.1.4.- Organización del viaje.

El viaje es organizado y planificado en el 58,1% de los casos *Por cuenta* del propio turista, frente al 78,9% alcanzado para el conjunto regional. Los viajes organizados *Por la empresa* suponen un 23,3%, seguidos con un 14,7% los viajes por *Agencias de Viajes*, de los cuales, un 6,4% han venido con un paquete turístico (Figura 3.8).

FIGURA 3.8: ENTIDAD ORGANIZADORA (%).

ENTIDAD ORGANIZADORA	GIJÓN	ASTURIAS
POR SU CUENTA	58,1	78,9
EMPRESA	23,3	8,5
POR SU CUENTA AA.VV.	8,3	8,0
CON PAQUETE TURÍSTICO AA.VV.	6,4	3,2
CLUB O ASOCIACIÓN RECREATIVA	4,0	1,4

Fuente: SITA

Considerando sólo a los turistas que han venido por vacaciones u ocio, el porcentaje de los que han visto publicidad turística (tanto institucional como privada) antes de realizar el viaje es de un 40,6%. Las personas que han visto los distintos tipos de publicidad considerada valoran, en una escala de diez puntos, los *Anuncios en los medios de comunicación* con un 6,9 y los *Folletos* con un 7,6. Las personas que han acudido a *Ferias y Exposiciones* valoran la información recibida con un 7,2 y los que han visitado *Internet* con un 7,5 (Figura 3.9)

FIGURA 3.9: PUBLICIDAD VISTA ANTES DEL VIAJE (%).

PUBLICIDAD	SÍ	NO	VALORACIÓN (1 a 10)
ANUNCIOS EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN	50,9	49,1	6,9
FOLLETOS	40,8	59,2	7,6
FERIAS Y EXPOSICIONES	4,7	95,3	7,2
INTERNET	28,8	71,2	7,5
INFOASTURIAS	2,1	97,9	7,7

Fuente: SITA

Sólo un 22,9% de los turistas que han visto publicidad han manifestado que les ha influido a la hora de venir a Asturias.

### III.1.5.- Razones de elección del destino.

Las principales razones que han llevado a los turistas a elegir el destino Asturias y como ciudad de estancia Gijón, han sido *Conocer nuevos lugares de la geografía española*, un 25%, seguido de la riqueza del *Entorno Natural*, un 17,8%, y la *Experiencia Anterior* y las *Recomendaciones* con el 12,9% y 12,1% respectivamente (Figura 3.10).

FIGURA 3.10: RAZONES PARA ELEGIR ASTURIAS (%).

RAZONES DE ELECCIÓN	GIJÓN	ASTURIAS
CONOCER NUEVOS LUGARES	25,0	18,3
ENTORNO NATURAL	17,8	25,4
EXPERIENCIA ANTERIOR	12,9	12,0
RECOMENDACIONES	12,1	10,8
GASTRONOMÍA	6,6	8,4
PROXIMIDAD GEOGRÁFICA	6,3	5,5
PATRIMONIO CULTURAL	3,9	3,7
TRANQUILIDAD	2,8	5,2
CLIMA BENIGNO	2,6	3,6
RAÍCES ASTURIANAS	2,1	1,6
OTRAS	7,8	5,4

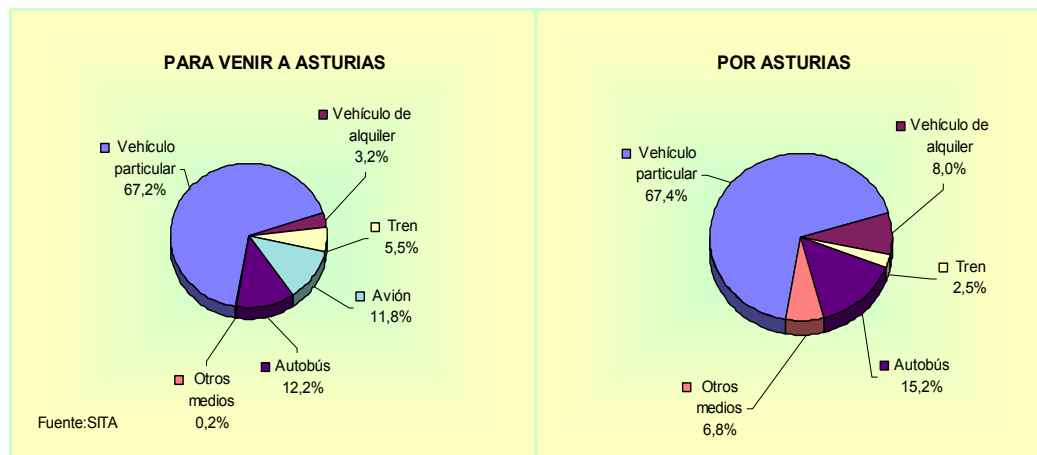
Fuente: SITA

### III.1.6.- Medios de desplazamiento.

Los turistas alojados en Gijón, al programar por su cuenta el viaje, eligen como medio de transporte para venir a Asturias el *Vehículo Particular* con un 67,2%. Otro medio importante son los viajes en *Autobús*, con un 12,2%, suponiendo el *Autobús contratado* un 6,4% y el

transporte en *Línea regular* un 5,8%. Los viajes para llegar a Asturias en *Avión* representa un 11,8%. En los desplazamientos internos por la región destacan lógicamente el vehículo particular con el 67,4%, seguido del *Autobús* con el 15,2% (Figura 3.11).

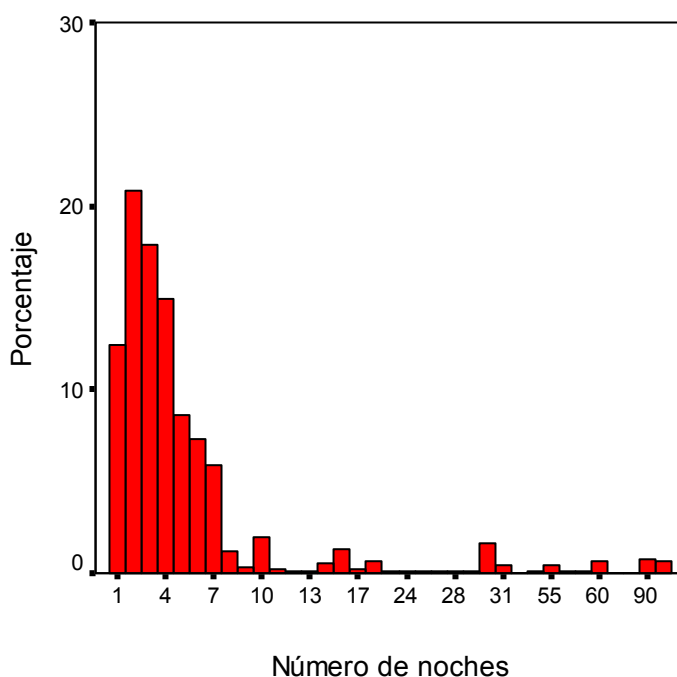
FIGURA 3.11: MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS (%).



### III.1.7.- Estancia y gasto.

La duración media de la estancia en establecimientos de alojamiento colectivo en Gijón ha sido de 6,8 noches por turista. No obstante, existe una gran concentración de estancias entre una, dos y tres noches pues un 51,1% de los turistas sólo permanecieron tres o menos noches. Hay que señalar que un 89,4% permanecieron menos de diez noches y sólo un 6,4% están en la ciudad más de quince noches (Figura 3.12).

FIGURA 3.12: DIAGRAMA DE BARRAS: DURACIÓN DE LA ESTANCIA-GIJÓN.



Fuente: SITA

Hay que reseñar que un 67,1% de los turistas incluyen en la estancia el *Fin de semana*, muy influidos por la motivación de *Ocio* en los viajes.

Respecto al gasto realizado por los turistas, el *Gasto Medio Total del Turista en el viaje* es de 456,41 euros mientras que el *Gasto total diario por persona* asciende a 73,86 euros, cifras notablemente superiores a las obtenidas para el conjunto de Asturias.

Las partidas de gasto se desglosan como siguen (Figura 3.13):

- ◆ El *Gasto en el Alojamiento* alcanza una media de 35,21 euros por persona y día para el conjunto de alojamientos. Por tipo de establecimiento en la hotelería el *Gasto en alojamiento persona / día*

es de 41,50 euros, mientras que en turismo rural es de 21,11 y de 5,82 euros en el camping.

- ◆ El *Gasto medio en Alimentación por persona y día*, tanto dentro como fuera del alojamiento, es de 24,22 euros.
- ◆ El *Gasto medio en Transporte* alcanza los 3,93 euros por persona y día.
- ◆ El *Gasto medio en Bares, cafeterías, pubs y discotecas* es de 7,76 euros por persona y día.
- ◆ El *Gasto en Compras varias y regalos* por persona durante el viaje se sitúa en 11,81 euros.

FIGURA 3.13: GASTOS TURÍSTICOS (EUROS).

GASTO	GIJÓN	ASTURIAS
GASTO TOTAL/persona/viaje	456,41	365,46
GASTO EN ALOJAMIENTO/persona/día	35,21	25,90
GASTO EN ALIMENTACIÓN/persona/día	24,22	23,88
GASTO EN COMPRAS/persona/viaje	11,81	18,77
Fuente: SITA		

### III.1.8.- Actividades desarrolladas durante la estancia.

Las actividades lúdicas que realizan los visitantes durante su estancia se centran principalmente en las *Visitas a Monumentos y Museos*: concretamente un 23,3% ha visitado algún *Museo* durante su estancia y un 48,4% ha realizado visitas a *Monumentos*.

Dentro de los museos, destacan entre otros la *Muralla y las Termas Romanas* de Gijón y el *Museo Casa-Natal de Jovellanos*. Otros museos

también visitados por los turistas de alojamiento colectivo de Gijón son el *Museo de Bellas Artes de Asturias*, el *Museo del Ferrocarril*, el *Museo de la Minería y la Industria* y el *Museo Evaristo Valle*.

Con relación a los monumentos visitados podemos indicar que el más visitado ha sido el *Elogio del Horizonte* de Gijón seguido de la *Catedral de Oviedo*. En menor medida habría que destacar la *Basílica de Covadonga*, la *Iglesia de San Pedro* y la *Estatua de Pelayo* en Gijón.

Un 22,2% de los turistas que se han alojado en Gijón también visitan *Espacios Naturales Protegidos* de Asturias. El más señalado y con gran diferencia respecto al resto ha sido *Los Picos de Europa* con un 87,9%, seguido de *Somiedo* con un 9,5% y la *Cordillera del Sueve*, 1,6%.

En cuanto al *Turismo Activo* es una actividad estacional y centrada en los periodos estivales, factores que influyen en la dispersión de los datos anuales del estudio para el conjunto de turistas. Las actividades más solicitadas por los turistas de alojamiento colectivo son el *Descenso en Piraguas* y las *Actividades Acuáticas*, aunque en casi todos los casos obtienen porcentajes bastante reducidos (Figura 3.14).

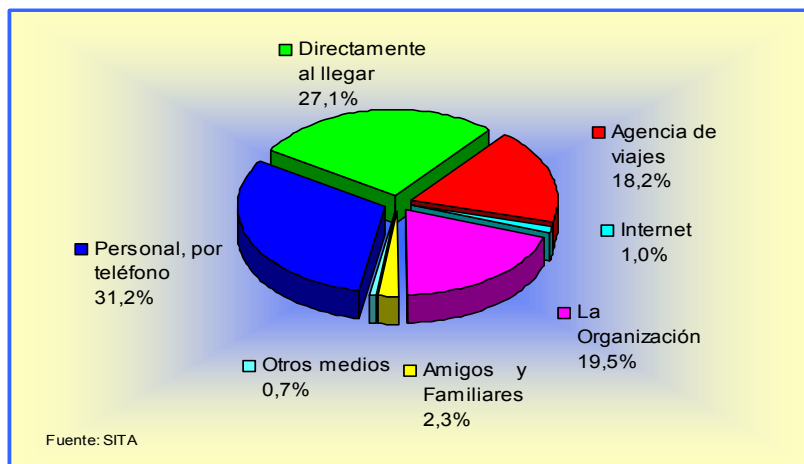
FIGURA 3.14: ACTIVIDADES CONTRATADAS (%).

ACTIVIDADES	GIJÓN	ASTURIAS
ACTIVIDADES ACUÁTICAS	1,0	0,4
ALQUILER DE PIRAGUAS/ CANOAS (RÍO)	1,5	5,8
AVENTURAS, CAÑONES, PUENTING...	0,7	0,8
EXCURSIONES CON GUÍA	1,2	1,3
EXCURSIONES A CABALLO	1,1	3,4
ALQUILER DE VEHÍCULOS TODO TERRENO (4 X 4, QUAD, MOTOS)	0,5	2,8
GOLF	0,3	0,2
DEMOSTRACIONES ARTESANALES	1,1	0,3
ALQUILER DE BICICLETAS	—	0,2
Fuente: SITA		

### III.1.9.- Alojamiento.

El alojamiento turístico es reservado por parte del turista de una forma propia y personal, siendo el *Teléfono* el medio principal de contacto con un 31,2%. Alcanza unos valores importantes la reserva *Directamente al llegar*, un 27,1%, mientras que la realizada a través de la *Organización y la empresa* se sitúa con un 19,5% seguida con un 18,2% por las realizadas a través de la *Agencia de viajes* (Figura 3.15).

FIGURA 3.15: RESERVA DEL ALOJAMIENTO (%).



Las tarifas satisfechas por el 53,4% de los turistas en los establecimientos de alojamiento colectivo son mayoritariamente las *Tarifas Oficiales* de los mismos, seguidas por las *Tarifas de Empresa* que representan un 24,7% y la *Tarifa de Agencia de Viajes* con un 8,4%.

El turista tiene una opinión bastante positiva sobre los alojamientos en los que pernoctó. Su valoración media acerca de la *Calidad-Precio* ha sido de 7,5 puntos sobre diez.

Asimismo, la valoración de los distintos aspectos o atributos que configuran el alojamiento han presentado unas puntuaciones elevadas, correspondiendo la mayor calificación a la *Limpieza e Higiene* y a la *Situación y el entorno* del establecimiento. El aspecto menos valorado ha sido la oferta de *Servicios añadidos de ocio* por parte de los alojamientos durante la estancia (Figura 3.16).

FIGURA 3.16: CALIFICACIONES SOBRE EL ALOJAMIENTO.

ATRIBUTOS	Gijón	ASTURIAS
SITUACIÓN Y ENTORNO	8,1	8,2
SERVICIOS DE RESTAURACIÓN	7,6	7,9
SERVICIOS AÑADIDOS DE OCIO	6,5	7,3
SERVICIO Y ATENCIÓN DEL PERSONAL	8,0	8,1
RELACIÓN CALIDAD -PRECIO	7,5	7,6
LIMPIEZA E HIGIENE	8,2	8,3
CONFORT DE INSTALACIONES	7,6	7,8
ARQUITECTURA Y DISEÑO	7,2	7,6
Valoración de uno a diez puntos Fuente: SITA		

### III.1.10.- Lugares visitados.

En el Occidente de Asturias tenemos una referencia fundamental respecto a los lugares visitados ya que destaca *Cabo de Busto-Luarca* con un 14,6% y *Viavélez-Tapia* con un 3,4%.

En el Centro de Asturias, *Oviedo* alcanza un elevado porcentaje, seguido de *Cudillero*, *Villaviciosa* y *Avilés*.

Por su parte, la referencia clara en el Oriente es *Covadonga-Los Lagos* y *Cangas de Onís*, y le siguen *Ribadesella* y *Llanes* (Figuras 3.17a / b / c).

FIGURA 3.17a: LUGARES VISITADOS–OCCIDENTE (%).

OCCIDENTE	GIJÓN	ASTURIAS
CABO BUSTO - LUARCA	14,6	17,4
VIAVÉLEZ - TAPIA	3,4	6,5
RÍA EO - CASTROPOL	3,0	6,7
CASTRO DE COAÑA	1,7	3,1
PUERTO DE VEGA - NAVIA	1,2	7,3
TARAMUNDI	0,8	3,8
NARCEA	0,4	1,1
OTROS	0,4	1,3

Fuente: SITA

FIGURA 3.17b: LUGARES VISITADOS–CENTRO (%).

CENTRO	GIJÓN	ASTURIAS
OVIEDO	58,9	34,8
CUDILLERO	31,6	21,7
VILLAVICIOSA	22,3	20,8
AVILÉS	20,5	11,5
CABO PEÑAS	9,8	7,8
SOMIEDO	2,9	3,5
SENDA DEL OSO	2,6	1,0
LENA	0,4	0,5
CASO - P.N. REDES	0,1	0,4
OTROS	4,0	5,4

Fuente: SITA

FIGURA 3.17c: LUGARES VISITADOS–ORIENTE (%).

ORIENTE	GIJÓN	ASTURIAS
COVADONGA - LOS LAGOS	38,2	41,7
CANGAS DE ONÍS	29,2	38,9
RIBADESELLA	24,5	37,1
LLANES - RURAL Y URBANA	23,0	37,3
PICOS DE EUROPA (RUTAS DE MONTAÑA)	18,5	16,8
PICOS DE EUROPA (LOCALIDADES)	16,9	25,1
LASTRES	10,8	12,7
MIRADOR DEL FITO	2,2	5,4
OTROS	1,1	3,9

Fuente: SITA

También se ha consultado a los turistas acerca de los lugares que consideran más interesantes o piensan que son más relevantes para ellos. Las respuestas a esta pregunta abierta han sido muy diversas, destacando por este orden: *Gijón* con un 27,1%, *Covadonga-Los Lagos* con 15,2%, *Oviedo* con un 12,2% y *Cudillero* con un 9,9%.

### III.1.11.- Valoración de Asturias.

Dentro de un conjunto de elementos a valorar por parte de los turistas, como por ejemplo los equipamientos turísticos, las infraestructuras y los aspectos socio-ambientales del destino, se constata una imagen y una impresión positiva.

El aspecto mejor valorado ha sido el *Trato con la gente*, 8,6 puntos, mientras que las *Carreteras y señalizaciones* constituyen el aspecto menos valorado con 6,7 puntos sobre diez (Figura 3.18).

FIGURA 3.18: CALIFICACIONES MEDIAS.

ATRIBUTOS	GIJÓN	ASTURIAS
BARES, CAFETERÍAS	7,6	7,4
RESTAURANTES/ SIDRERÍAS	8,0	7,8
OFICINAS DE INFORMACIÓN	7,8	7,5
CARRETERAS/ SEÑALIZACIÓN VIARIA	6,7	6,7
TRATO DE LA GENTE	8,6	8,5
CONSERVACIÓN DEL MEDIO NATURAL Y DEL PATRIMONIO CULTURAL	8,3	8,3
Valoración de uno a diez puntos Fuente: SITA		

Por lo que se refiere a las carencias o lo que han echado en falta los turistas durante su estancia existe una gran variedad de aspectos señalados, aunque un 63,1% dice no haber echado en falta *Nada* durante su estancia, e incluso un 1,8% menciona que les hubiera gustado *Tener más tiempo* para disfrutar de Gijón y de Asturias.

Dentro de los aspectos negativos, un 15,6% manifiestan su deseo de que les hubiera acompañado una *Mejor Climatología*, unas *Mejores Carreteras y Accesos* el 4,2% y *Parkings y Aparcamientos* un 2,4%. El resto de opciones alcanzan porcentajes inferiores al 2% (Figura 3.19).

FIGURA 3.19: ¿QUÉ ECHA DE MENOS EL VISITANTE EN ASTURIAS? (%).

ASPECTOS	GIJÓN	ASTURIAS
NADA	63,1	57,3
BUEN TIEMPO CLIMATOLÓGICO	15,6	18,7
MEJORES CARRETERAS O ACCESOS	4,2	4,6
PARKINGS, APARCAMIENTOS	2,4	0,8
DISPONER DE MÁS TIEMPO DE ESTANCIA	1,8	1,7
MÁS VARIEDAD GASTRONÓMICA	1,5	0,8
MEJORES SEÑALIZACIONES DE CARRETERAS	1,3	2,0
INFORMACIÓN CARRETERAS Y MEDIOS DE TRANSPORTE	0,9	0,5
INFRAESTRUCTURA COMERCIAL	0,9	0,6
OFICINAS DE TURISMO	0,8	0,9
MEJORES SEÑALIZACIONES TURÍSTICAS	0,6	1,1
INFRAESTRUCTURA HOTELERA (POCAS PLAZAS)	0,6	0,7
ADECUACIÓN DEL SERVICIO EN HOSTELERÍA	0,5	0,9
MEJOR CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	0,5	0,3
INFORMACIÓN SOBRE ARTESANÍA	0,4	0,2
ATENCIÓN AL TURISTA	0,4	0,5
INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA	0,3	0,5
MEJOR CONSERVACIÓN MONUMENTOS	0,2	0,1
POCA PROMOCIÓN TURÍSTICA	0,1	0,6
MÁS AMBIENTE NOCTURNO	0,1	0,3
OTROS	3,9	6,9

Fuente: SITA

Dentro de lo que más les ha gustado, el 39,1% de los turistas manifiesta que ha sido el *Paisaje y el Entorno*, confirmando la relación entre el motivo de haber venido con la satisfacción obtenida. Aún así, un 16% también señala la cordialidad de la *Gente* y un 12,8% la *Gastronomía*, mientras que un 12% dicen que *Todo* en general les ha gustado (Figura 3.20).

FIGURA 3.20: LO QUE MÁS GUSTA DE ASTURIAS (%).

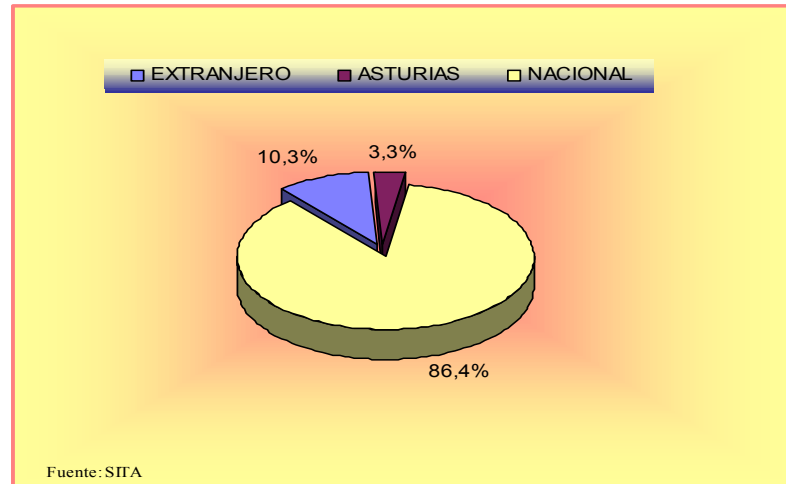
ASPECTOS	GIJÓN	ASTURIAS
PAISAJE/ ENTORNO/ AMBIENTE	39,1	44,3
GENTE	16,0	10,9
GASTRONOMÍA	12,8	11,4
TODO	12,0	9,2
SIDRA	6,1	3,1
LAS PLAYAS Y EL MAR	5,5	4,0
NATURALEZA	2,2	5,2
CLIMA	1,6	3,7
ARQUITECTURA EN GENERAL	1,0	1,3
TRANQUILIDAD/ SOSIEGO	0,9	1,8
LA MONTAÑA	0,6	2,1
COVADONGA	0,6	0,2
RUTAS TURÍSTICAS Y RUTAS DE MONTAÑA	0,2	0,2
OTROS	1,3	2,6

Fuente: SITA

### III.1.12.- Perfil del turista.

El Turismo Receptor con un 96,7%, es el componente más importante de los turistas que visitan Gijón y se reparte en un 10,3% correspondiente al turismo *Extranjero* y el resto, un 86,4%, al turismo *Nacional*. El *Turismo Interno*, es decir, los propios asturianos que se alojan en establecimientos de Gijón representa un 3,3% del total de turistas, frente al 16,8% alcanzado en toda Asturias (Figura 3.21).

FIGURA 3.21: PROCEDENCIA-COLECTIVOS (%).



Por lo que se refiere a la procedencia, el principal mercado emisor con gran diferencia sobre el resto de Comunidades es *Madrid* con el 23%. Le siguen *Castilla y León* y el *País Vasco* con el 13,5% y el 8,8%, respectivamente (Figura 3.22).

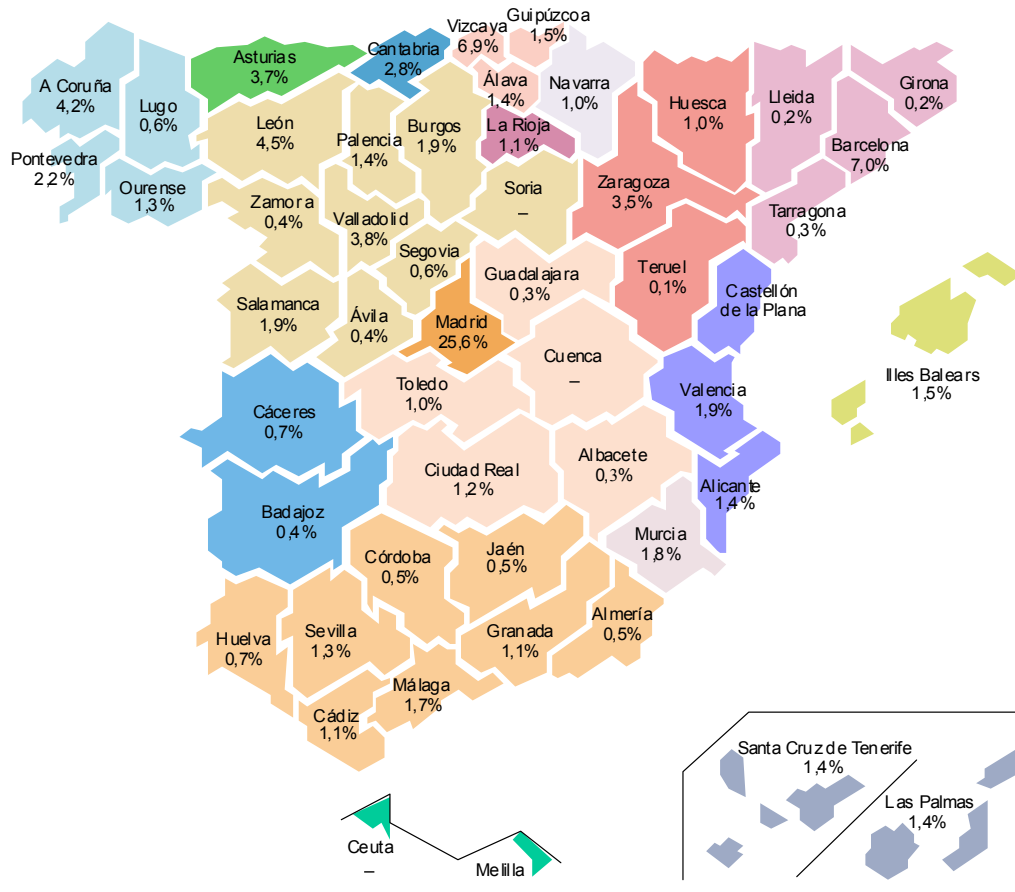
FIGURA 3.22: PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS DE ALOJAMIENTO COLECTIVO (%).

PROCEDENCIA		GIJÓN	ASTURIAS
INTERNO	ASTURIAS	3,3	16,8
	EXTRANJERO	10,3	7,8
RECEPTOR	NACIONAL	86,4	75,3
NACIONAL	Andalucía	6,6	4,9
	Aragón	4,1	2,6
	Baleares	1,3	1,0
	C. Valenciana	2,9	3,9
	Canarias	2,5	1,7
	Cantabria	2,5	2,4
	Castilla-La Mancha	2,5	2,2
	Castilla y León	13,5	9,7
	Cataluña	6,9	6,7
	Extremadura	0,9	0,9
	Galicia	7,5	5,3
	La Rioja	1,0	0,6
	Madrid	23,0	21,3
	Murcia	1,6	1,3
	Navarra	0,9	1,0
	País Vasco	8,8	9,6

Fuente: SITA

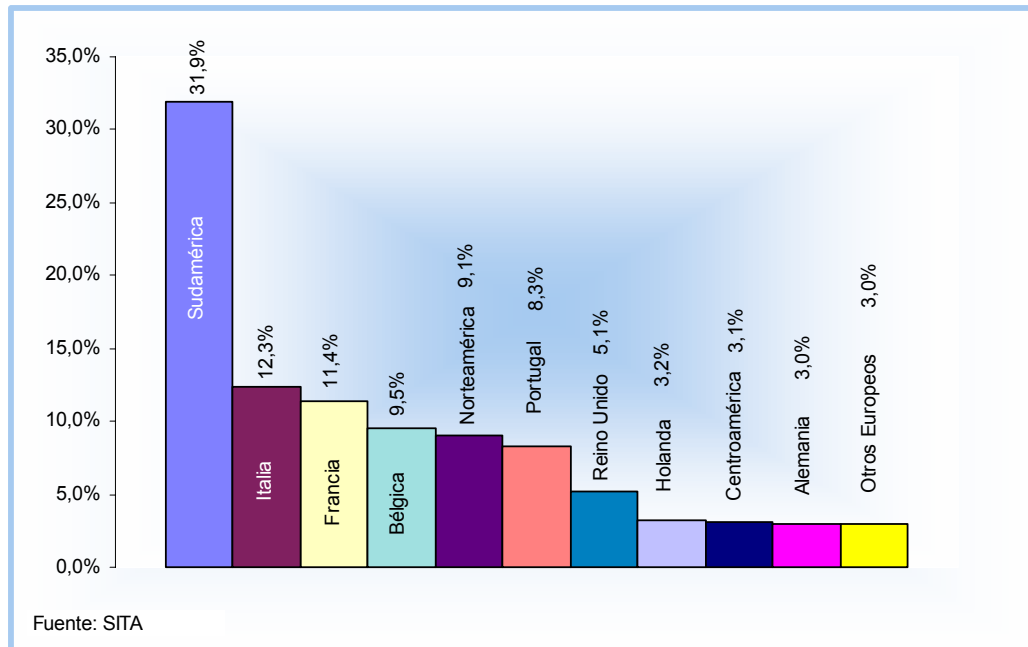
El análisis del turismo receptor nacional en un desglose más amplio en cuanto a las diferentes provincias de las Comunidades Autónomas españolas muestra más fielmente la procedencia de los turistas (Figura 3.23).

FIGURA 3.23: PROCEDENCIA. PORCENTAJE SOBRE EL TURISMO RECEPTOR NACIONAL SEGÚN PROVINCIAS.



En cuanto a los turistas procedentes del extranjero, destacan los Países sudamericanos con un 16,5%, Italia con el 12,3%, seguida de Francia y Argentina con el 11,4% (Figura 3.24).

FIGURA 3.24: PROCEDENCIA DE EXTRANJEROS (%).



III.1.13.- Valoraciones sobre la ciudad de Gijón y sus recursos turísticos.

En este apartado se presentan los resultados sobre aspectos concretos y específicos de Gijón, evaluados por los turistas.

En Gijón, el lugar más visitado es el *Casco antiguo de Cimadevilla* con un 74,2%, seguido del *Elogio del Horizonte* con un 51,9%. Es significativo el elevado porcentaje de visita que recibe el *Parque Isabel la Católica* con un 39,8%, además de ser el segundo recurso más valorado (Figura 3.25).

FIGURA 3.25: LUGARES VISITADOS (%).

LUGARES	% VISITAS	VALORACIÓN MEDIA
CIMADEVILLA	74,2	7,7
ELOGIO HORIZONTE	51,9	7,4
PARQUE ISABEL LA CATÓLICA	39,8	8,1
MONUMENTOS ROMANOS	32,0	7,8
UNIVERSIDAD LABORAL	19,0	8,3
FIDMA	12,5	6,6
PUEBLO DE ASTURIAS	10,7	8,0
Valoración: de 1 a 10 puntos Fuente SITA		

A la hora de valorar el entorno de la ciudad de Gijón, se constata una imagen y una impresión positiva, y los aspectos mejor puntuados son las *Playas Urbanas (San Lorenzo, Poniente, Arbeyal)* con 8,5 puntos sobre diez, seguido del *Entorno natural y medio ambiente* con una puntuación de 8,4 puntos y de la *Posibilidad de realizar rutas* con 8,2 puntos.

Dentro de los servicios que la ciudad ofrece, es muy valorado el *Servicio de visitas guiadas* con una puntuación de 8,8 puntos sobre diez, al igual que la *Gastronomía y Restauración* con 8,6 puntos. El único aspecto que recibe una valoración media más baja, 5,1 puntos sobre diez, es el *Aparcamiento* (Figura 3.26).

FIGURA 3.26: CALIFICACIONES MEDIAS.

ATRIBUTOS	MEDIA
<b>ENTORNO</b>	
PLAYAS URBANAS (SAN LORENZO, PONIENTE, ARBEYAL)	8,5
ENTORNO NATURAL Y MEDIO AMBIENTE	8,4
POSIBILIDAD DE REALIZAR RUTAS	8,2
PLAYAS DE LAS PROXIMIDADES	7,9
CASCO URBANO	7,6
<b>SERVICIOS</b>	
SERVICIO DE VISITAS GUIADAS	8,8
GASTRONOMÍA Y RESTAURACIÓN	8,6
MOVIDA NOCTURNA	8,5
SERVICIO INFOGIJÓN	8,1
LIMPIEZA DE LA CIUDAD	8,1
SEGURIDAD EN LAS CALLES (POLICÍA, SERENOS)	8,0
OFERTA COMERCIAL VARIADA	7,5
NIVEL DE PRECIOS ASEQUIBLE	7,4
SERVICIO PÚBLICO DE TRANSPORTE	7,4
INFRAESTRUCTURAS	7,4
APARCAMIENTO	5,1
Valoración: de 1 a 10 puntos Fuente SITA	

Dentro de los aspectos que han echado en falta los turistas durante su estancia en Gijón, un 87,7% dice no haber echado en falta *Nada* durante su estancia. Por lo que se refiere a los aspectos a mejorar, un 5,5% manifiestan su deseo de que les hubiera acompañado una *Mejor Climatología* y unas *Mejores señalizaciones* tanto de *Carreteras* como *Turísticas* con el 1,2% y el 1% respectivamente (Figura 3.27).

FIGURA 3.27: QUÉ ECHA DE MENOS EL TURISTA EN GIJÓN (%).

ASPECTOS	%
NADA	87,7
BUEN TIEMPO CLIMATOLÓGICO	5,5
MEJORES SEÑALIZACIONES DE CARRETERAS	1,2
MEJORES SEÑALIZACIONES TURÍSTICAS	1,0
PARKINGS, APARCAMIENTOS	0,8
MEJOR CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	0,6
INFRAESTRUCTURA BANCARIA	0,4
MEJOR CONSERVACIÓN MONUMENTOS	0,4
ADECUACIÓN DEL SERVICIO EN HOSTELERÍA	0,3
MÁS AMBIENTE NOCTURNO	0,3
EQUIPAMENTOS URBANOS: FUENTES, BAÑOS	0,2
INFORMACIÓN CARRETERAS Y MEDIOS DE TRANSPORTE	0,1
MEJORES CARRETERAS O ACCESOS	0,1
MÁS VARIEDAD GASTRONOMICA	0,1
OTROS	1,3

Valoración: de 1 a 10 puntos  
Fuente SITA

En cuanto a lo que más les ha gustado de Gijón, el 30,4% de los turistas dicen que *Todo* en general, mientras que un 29,6% manifiesta que han sido las *Playas y el mar* y un 16% la *Gente* (Figura 3.28).

FIGURA 3.28: LO QUE MÁS LE HA GUSTADO (%).

ASPECTOS	%
TODO	30,4
LAS PLAYAS Y EL MAR	29,6
GENTE	16,0
PAISAJE/ ENTORNO/ AMBIENTE	11,3
GASTRONOMÍA	4,5
ARQUITECTURA EN GENERAL	1,7
CLIMA	1,4
SIDRA	1,1
ACTIVIDADES DE OCIO, DIVERSIÓN Y CULTURA	0,4
NATURALEZA	0,3
OTROS	3,4
Valoración: de 1 a 10 puntos	
Fuente SITA	

Por último y teniendo en cuenta la experiencia en la ciudad, los turistas están de acuerdo en *Recomendar el destino turístico Gijón a otras personas* y afirmar que *Es un destino que merece la pena visita*, mostrando asimismo su disposición a *Volver en un futuro* (Figura 3.29).

FIGURA 3.29: GRADO DE ACUERDO CON LAS AFIRMACIONES.

ASPECTOS	VALORACIÓN MEDIA
RECOMENDARÍA ESTE DESTINO TURÍSTICO A OTRAS PERSONAS	8,6
ES UN DESTINO QUE MERECE LA PENA VISITAR	8,5
ES PROBABLE QUE VUELVA EN UN FUTURO	8,4
DESTINO ADECUADO PARA LA DIVERSIÓN Y ENTRETENIMIENTO	8,2
CALIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD ELEVADA	7,5
Valoración: de 1 a 10 puntos	
Fuente SITA	

### III.2.- Características de la Demanda por Vacaciones / Ocio.

Los motivos de la visita a Gijón son muy variados, si bien los más destacables son las *Vacaciones y el ocio* que cuenta con un porcentaje del 59,6% de los turistas alojados en el municipio durante el 2002, y los viajes por *Trabajo y negocio* que cuentan también con un porcentaje elevado del 32,9%.

También existen otros motivos como los *Congresos y ferias*, la *Visita a Familiares y amigos*, los *Estudios, Tratamientos de Salud y Motivos religiosos*, los cuales no tienen la misma importancia que los dos anteriores señalados.

A continuación presentamos el estudio de la demanda desde el punto de vista de los turistas de Vacaciones y ocio.

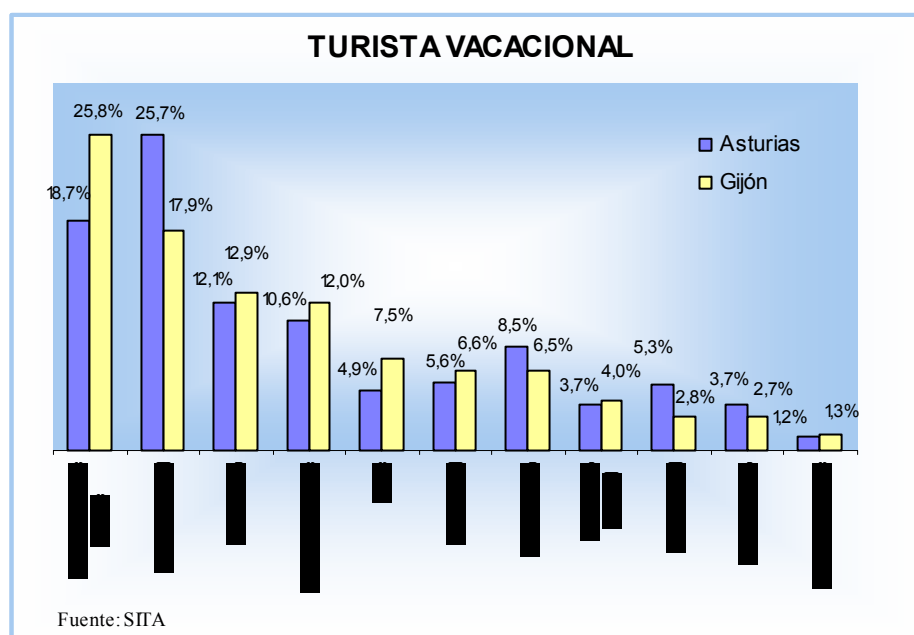
#### III.2.1.- Razones de elección del destino.

El turista vacacional que se aloja en la ciudad de Gijón manifiesta como razón primordial para visitar Asturias su deseo de *Conocer nuevos lugares*. Otras razones que son de especial interés son el *Entorno natural* y las *Experiencias anteriores* en nuestra región.

Si comparamos los turistas alojados en Gijón con aquellos alojados en el conjunto del Principado se advierten varias diferencias. Una de ellas es que el turista alojado en Gijón tiene una mayor preocupación por *Conocer nuevos lugares* que el turista medio de la región. Por otra parte, la importancia del *Entorno Natural* es mucho menor para los alojados en

Gijón. También podemos destacar las experiencias anteriores con un porcentaje elevado frente al resto de la región (Figura 3.30).

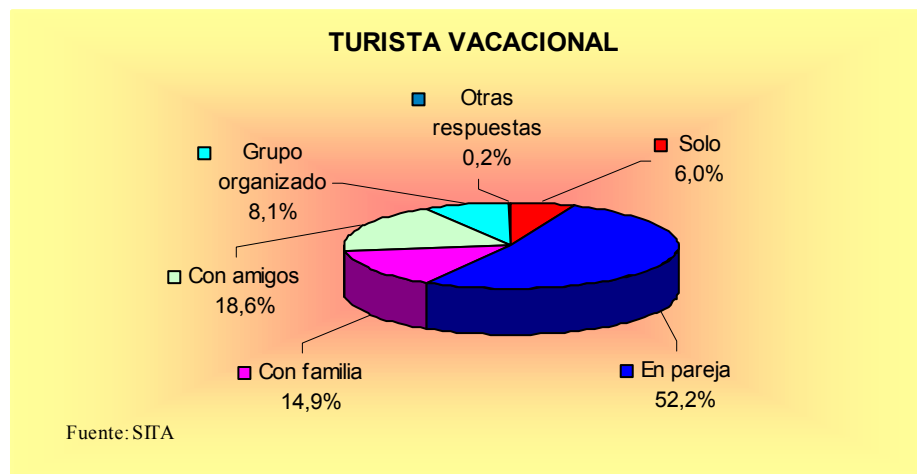
FIGURA 3.30:RAZONES PARA VISITAR ASTURIAS (%).



### III.2.2.- Compañía en el viaje.

Entre los turistas vacacionales de la ciudad de Gijón, el viaje en *Pareja* supone el 52,2% de los casos. También hay un importante sector de turistas que realizan el viaje *Con amigos*, el 18,6%, mientras que los que vienen acompañados de la *Familia* suponen un 14,9% (Figura 3.31).

FIGURA 3.31: ¿CON QUIEN HA VENIDO A ASTURIAS? (%).



### III.2.3.- Organización del viaje y reserva del alojamiento.

El método de organización del viaje mas habitual implica la contratación directa del alojamiento ya que un 75,2% de las personas lo hacen *Por su Cuenta*, en una cuantía ligeramente menor que en el caso de la media asturiana donde asciende al 86,2% el porcentaje de personas que organizan el viaje *Por su Cuenta*. Es preciso destacar que Gijón es uno de los destinos turísticos asturianos donde la comercialización a través de *Agencias de Viaje* tiene una mayor importancia, 19,5% frente a un 12,2% de la media en Asturias.

Es también interesante resaltar que el porcentaje de turistas alojados en la ciudad y que contrataron el alojamiento a través de *Clubes o Asociaciones recreativas* tiene una importancia mayor que para el total de la región, si bien su importancia global es pequeña, un 5%.

FIGURA 3.32: ORGANIZACIÓN DEL VIAJE (%).

ASPECTOS	GIJÓN	ASTURIAS
POR SU CUENTA	75,2	86,2
EMPRESA	0,3	0,4
A TRAVÉS DE AGENCIAS DE VIAJE	19,5	12,2
CON CLUB ASOCIACIÓN	5,0	1,3
Fuente: SITA		

En la ciudad de Gijón el modo más frecuente de realizar la reserva del alojamiento es *Directamente al llegar* en el 37,5% de los casos que se corresponde mayoritariamente con los turistas alojados en campings, frente al resultado obtenido en Asturias en el que el mayor porcentaje de reserva es la realizada de forma *Personal, por teléfono*. Le siguen en importancia la reserva *Personal, por teléfono* y a través de una *Agencia de Viajes* con el 30,1% y el 24% respectivamente (Figura 3.33).

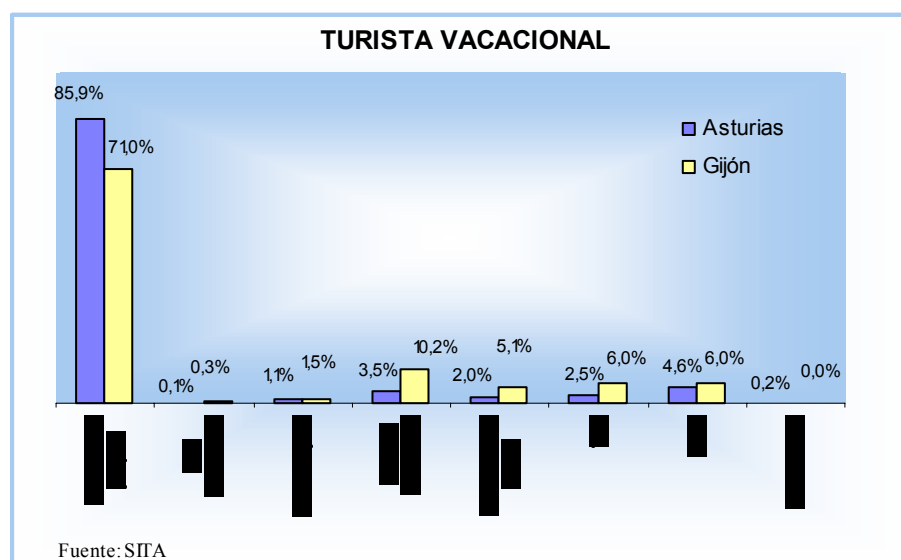
FIGURA 3.33: RESERVA DEL ALOJAMIENTO (%).

RESERVA	GIJÓN	ASTURIAS
PERSONAL, POR TELÉFONO	30,1	42,4
DIRECTAMENTE AL LLEGAR	37,5	34,0
AGENCIA DE VIAJES	24,0	14,2
CENTRAL DE RESERVA	0,1	0,1
A TRAVÉS DE INTERNET	1,3	2,3
LA ORGANIZACIÓN	4,3	1,6
AMIGOS Y FAMILIARES	1,8	1,3
OTROS MEDIOS	0,8	4,1
Fuente: SITA		

#### III.2.4.- Medio de desplazamiento.

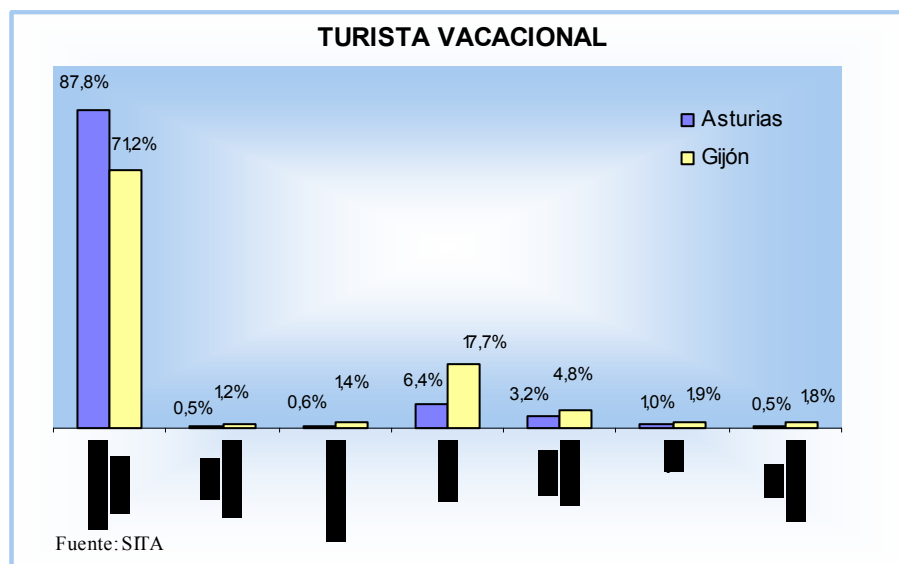
El 71% de los turistas alojados en Gijón durante el 2002 se desplazaron en un *Vehículo particular* aunque también tienen su interés otros medios de llegar al destino como el *Autobús de línea regular*, el *Coche de Alquiler*, el *Avión* o el *Tren*. Estos medios de transporte colectivo tienen un peso muy superior a la media alcanzada para Asturias (Figura 3.34).

FIGURA 3.34: MEDIO DE TRANSPORTE PARA VENIR A ASTURIAS-GIJÓN(%).



La figura 3.35 pone en relación el medio de transporte elegido para desplazarse por Asturias, apreciando claramente que el *Vehículo particular* es el medio de transporte elegido mayoritariamente con un 71,2%, seguido del *Autobús* con un 17,7%. En el resto de Asturias sigue el mismo razonamiento que en el municipio de Gijón siendo el *Vehículo propio* con un 87,8% el más utilizado y el *Autobús* con un 6,4%.

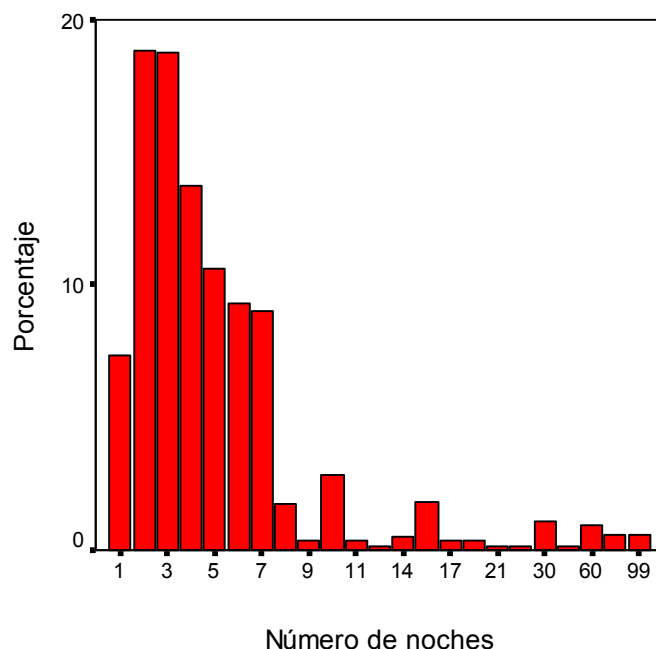
FIGURA 3.35: MEDIO PARA DESPLAZARSE POR ASTURIAS-GIJÓN(%).



### III.2.5.- Estancia y gasto.

La *Estancia Media Anual* en el caso del turismo vacacional en Gijón es algo superior a la de Asturias, situándose la misma en torno a las 6,41 noches frente a las 5,91 noches de media para Asturias. La distribución de la muestra presenta una desviación elevada tal y como se pone de manifiesto en la figura 3.36, ya que más del 25% de las estancias no sobrepasan las 2 noches.

FIGURA 3.36: DIAGRAMA DE BARRAS: DURACIÓN DE LA ESTANCIA. GIJÓN-TURISMO VACACIONAL.



Fuente: SITA

Por lo que se refiere al gasto realizado por los turistas cuya motivación es la de vacaciones / ocio, el *Gasto Medio Total del Turista en el viaje* asciende a 352 euros y el *Gasto total por persona y día* a una media de 60,61 euros para el conjunto de establecimientos de alojamiento colectivo.

Las diferentes partidas de gasto tienen el siguiente desglose:

- ◆ El *Gasto en el Alojamiento* alcanza una media de 26,15 euros por persona y día.
- ◆ El *Gasto medio en Alimentación por persona y día* tanto dentro como fuera del alojamiento es de 21,06 euros.

- ◆ El Gasto *medio en Transporte* por Asturias alcanza los 2,71 euros por persona y día.
- ◆ El *Gasto medio en Bares, cafeterías, pubs y discotecas* es de 8,15 euros por persona y día.
- ◆ El *Gasto en Compras Varias y Regalos* por persona durante el viaje es de 10,83 euros (Figura 3.37).

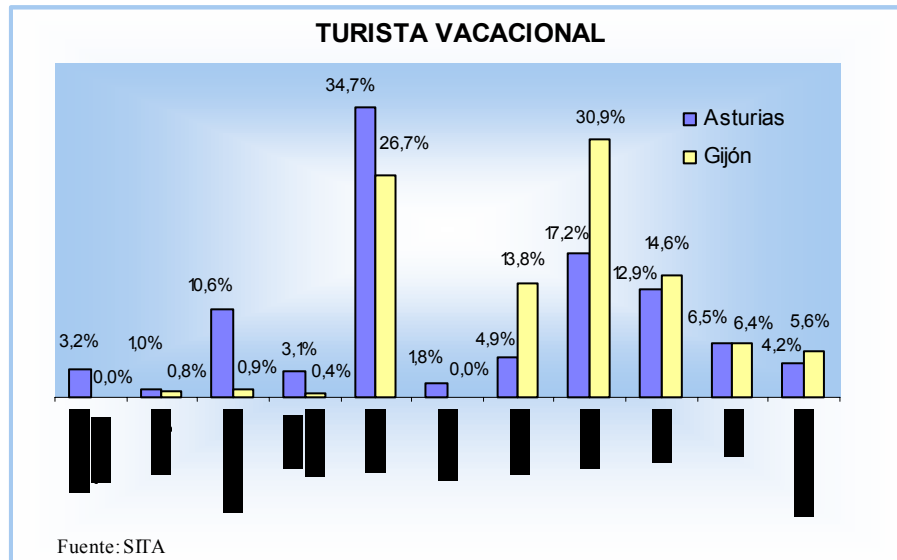
FIGURA 3.37: GASTOS TURÍSTICOS (EUROS).

GASTO	GIJÓN	ASTURIAS
GASTO TOTAL /persona / viaje	352,00	339,70
GASTO EN ALOJAMIENTO / persona / día	26,15	20,97
GASTO EN ALIMENTACIÓN / persona / día	21,06	22,70
GASTO EN COMPRAS / persona / viaje	10,83	3,10
Fuente: SITA		

### III.2.6.- Alojamiento.

La figura de alojamiento más utilizada y por consiguiente con un mayor peso relativo en la distribución de turistas es sin duda alguna la del *Hotel*, y más concretamente los de la categoría de *tres estrellas*, notándose una gran diferencia en lo que se refiere a las demás categorías. Por lo que se refiere a la ciudad de Gijón frente al resto de Asturias el porcentaje relativo del *Camping* es menor, un 26,7%, que respecto a Asturias donde alcanza un 34,7% del turismo vacacional (Figura 3.38).

FIGURA 3.38: GRADO DE UTILIZACIÓN DE ALOJAMIENTOS (%).



### III.2.7.- Valoración de Asturias.

La valoración por parte de los turistas de una serie de elementos tales como equipamientos turísticos, infraestructuras y aspectos socio-ambientales del destino muestra una impresión positiva, siendo el aspecto mejor valorado, el *Trato con la gente*, 8,5 puntos, seguido de la *Conservación del medio natural y del Patrimonio cultural* con 8,3 puntos de valoración media (Figura 3.39).

FIGURA 3.39: CALIFICACIONES MEDIAS.

ATRIBUTOS	GIJÓN	ASTURIAS
BARES, CAFETERÍAS	7,6	7,4
RESTAURANTES/SIDRERÍAS	8,0	7,7
OFICINAS DE INFORMACIÓN	7,8	7,5
CARRETERAS/SEÑALIZACIÓN VIARIA	6,9	6,7
TRATO DE LA GENTE	8,5	8,4
CONSERVACIÓN DEL MEDIO NATURAL Y DEL PATRIMONIO CULTURAL	8,3	8,2
Valoración de uno a diez puntos Fuente: SITA		

Por lo que se refiere a lo que han echado en falta en Asturias los turistas vacacionales alojados en Gijón durante su estancia, un 62,4% de los turistas afirma no haber echado en falta *Nada* durante su permanencia en nuestra región, aunque un 1,4% indica que les hubiera gustado *Tener más tiempo* para disfrutar de su estancia en Asturias.

Dentro de aspectos señalados como mejorables en Asturias, un 17,2% expresa su deseo de que les hubiera acompañado una *Mejor Climatología*, mientras que un 4,3% señala la necesidad de unas *Mejores Carreteras y Accesos* y un 2,5% *Parkings y Aparcamientos*. El resto de opciones alcanzan porcentajes inferiores al 2% (Figura 3.40).

FIGURA 3.40: ¿QUÉ ECHA DE MENOS EL VISITANTE EN ASTURIAS? (%).

ASPECTOS	GIJÓN	ASTURIAS
NADA	62,4	56,3
DISPONER DE MÁS TIEMPO	1,4	1,2
OFICINAS DE TURISMO	0,4	0,9
POCA PROMOCIÓN TURÍSTICA	—	0,6
INFORMACIÓN CARRETERAS Y MEDIOS DE TRANSPORTE	0,5	0,5
INFORMACIÓN SOBRE ARTESANÍA	0,6	0,2
MEJORES CARRETERAS O ACCESOS	4,3	4,4
MEJORES SEÑALIZACIONES DE CARRETERAS	1,8	2,2
MEJORES SEÑALIZACIONES TURÍSTICAS	0,7	1,2
INFRAESTRUCTURA COMERCIAL	0,1	0,5
INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA	—	0,5
INFRAESTRUCTURA HOTELERA (POCAS PLAZAS)	0,6	0,8
INFRAESTRUCTURA BANCARIA	—	0,1
INFRAESTRUCTURA SANITARIA	—	0,1
EQUIPAMIENTOS URBANOS: FUENTES, BAÑOS	0,1	0,4
GASOLINERAS	—	0,1
OFICINAS DE CORREOS	—	0,2
PARKINGS, APARCAMIENTOS	2,5	0,7
ADECUACIÓN DEL SERVICIO EN HOSTELERÍA	0,9	1,0
ATENCIÓN AL TURISTA	0,2	0,5
BUEN TIEMPO/CLIMATOLOGÍA	17,2	19,5
MEJOR CONSERVACIÓN MONUMENTOS	0,3	0,1
MEJOR CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	0,8	0,4
MÁS VARIEDAD GASTRONÓMICA	1,7	0,8
MÁS AMBIENTE NOCTURNO	0,1	0,4
OTROS ASPECTOS VARIOS	3,4	6,4

Fuente: SITA

Por su parte, el 41,8% de los turistas señala que lo que más les ha gustado ha sido el *Paisaje y el Entorno*, mientras que un 13,6% dicen que *Todo* en general les ha gustado. La *Gente* y la *Gastronomía* también ocupan lugares destacados con el 13,4% y el 10,7% respectivamente (Figura 3.41).

FIGURA 3.41: LO QUE MÁS GUSTA DE ASTURIAS (%).

ASPECTOS	GIJÓN	ASTURIAS
PAISAJE/ ENTORNO/ AMBIENTE	41,8	45,7
TODO	13,6	8,6
GENTE	13,4	9,5
GASTRONOMÍA	10,7	10,6
LAS PLAYAS Y EL MAR	5,8	4,0
SIDRA	4,9	2,7
NATURALEZA	2,6	5,8
CLIMA	2,0	4,1
TRANQUILIDAD/ SOSIEGO	1,6	2,0
LA MONTAÑA	0,7	2,5
ARQUITECTURA EN GENERAL	0,6	1,3
RUTAS TURÍSTICAS Y RUTAS DE MONTAÑA	0,4	0,3
COVADONGA	0,3	0,1
OTROS ASPECTOS	1,9	2,8

Fuente: SITA

### III.2.8.- Perfil del visitante.

En Gijón se manifiesta la poca relevancia que tiene para la ciudad el *Turismo Interno* que presenta sólo supone el 4,9% del total de visitas con alojamiento de turismo vacacional mientras que para el conjunto de Asturias este porcentaje se incrementa hasta alcanzar el 18,9%.

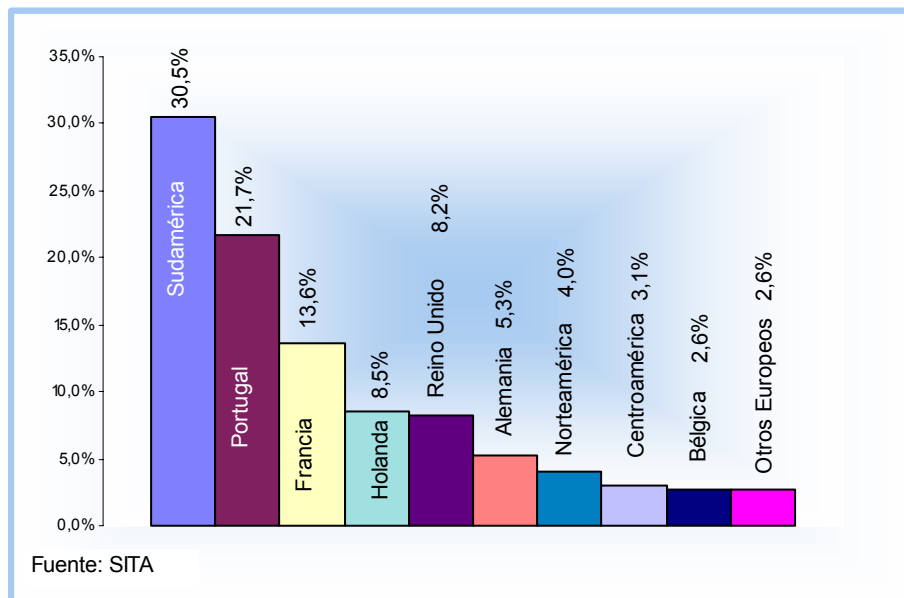
Cobra gran relevancia el *Turismo Nacional*, que supone un 88,5% de los turistas y si analizamos sus procedencias, podemos señalar que el principal mercado vacacional para el turismo de Gijón es el de *Madrid* que supone el 21,9% del total de turistas alojados por motivos vacacionales en la ciudad. *Castilla y León* con un 16,7% también es un mercado bastante importante para Gijón. *Galicia* es otro mercado de interés pues alcanza el 7,2% de los turistas alojados en Gijón, mientras que el *País Vasco* se sitúa con un 6,9% de los turistas alojados.

Por otra parte, el *Turismo Extranjero* presenta niveles superiores en el resto de Asturias con valores del 7,4% frente al 6,6% en la ciudad de Gijón. Destacan como principales mercados de origen *Portugal* y los *Países Sudamericanos* (Figura 3.42).

FIGURA 3.42: PROCEDENCIA DE TURISTAS DE ALOJAMIENTO COLECTIVO (%).

VACACIONES/OCIO		Gijón	ASTURIAS
INTERNO	ASTURIAS	4,9	18,9
	EXTRANJERO	6,6	7,4
RECEPTOR	NACIONAL	88,5	73,7
	Andalucía	5,8	4,8
	Aragón	5,1	2,7
	C. Valenciana	3,6	4,1
	Canarias	3,1	1,9
	Castilla y León	16,7	9,9
	Cataluña	5,7	6,4
	Galicia	7,2	4,8
	Madrid	21,9	20,1
	País Vasco	6,9	9,4
	Resto de España	12,5	9,5

Fuente: SITA



Fuente: SITA

III.2.9.- Valoraciones sobre la ciudad de Gijón y sus recursos turísticos.

En este epígrafe se presentan los resultados obtenidos de las opiniones que sobre aspectos concretos de la ciudad de Gijón ha realizado la demanda turística que ha venido por vacaciones u ocio.

Con respecto a lugares visitados por los turistas vacacionales se señala el *Casco antiguo de Cimadevilla* con un 80,6% seguido del *Elogio del Horizonte* con un 61%. Por lo que se refiere a la valoración de los lugares más visitados, son la *Universidad Laboral* y el *Pueblo de Asturias* los que han recibido valoraciones más elevadas (Figura 3.43).

FIGURA 3.43: LUGARES VISITADOS (%).

LUGARES	% VISITAS	VALORACIÓN MEDIA
CIMADEVILLA	80,6	7,6
ELOGIO HORIZONTE	61,0	7,2
PARQUE ISABEL LA CATÓLICA	45,1	7,9
MONUMENTOS ROMANOS	38,8	7,6
UNIVERSIDAD LABORAL	20,0	8,3
FIDMA	10,2	7,1
PUEBLO DE ASTURIAS	9,9	8,0
Valoración: de 1 a 10 puntos Fuente SITA		

A la hora de valorar el entorno de la ciudad de Gijón se constata una imagen positiva por parte de los turistas, siendo los aspectos mejor puntuados las *Playas urbanas (San Lorenzo, Poniente, Arbeyal)* con 8,4 puntos sobre diez seguido del *Entorno natural y medio ambiente* en general de Gijón.

Por lo que se refiere a los servicios ofrecidos por la ciudad, el más valorado es el *Servicio de visitas guiadas* con 8,7 puntos sobre diez, seguido de la *Gastronomía y restauración* y la *Movida nocturna*, alcanzan puntuaciones de 8,6 y 8,5 puntos de media respectivamente (Figura 3.44).

FIGURA 3.44: CALIFICACIONES MEDIAS.

ATRIBUTOS	MEDIA
<b>ENTORNO</b>	
PLAYAS URBANAS (SAN LORENZO, PONIENTE, ARBEYAL)	8,4
ENTORNO NATURAL Y MEDIO AMBIENTE	8,3
POSIBILIDAD DE REALIZAR RUTAS	8,1
PLAYAS DE LAS PROXIMIDADES	7,8
CASCO URBANO	7,6
<b>SERVICIOS</b>	
SERVICIO DE VISITAS GUIADAS	8,7
GASTRONOMÍA Y RESTAURACIÓN	8,6
MOVIDA NOCTURNA	8,5
SERVICIO INFOGIJÓN	8,1
LIMPIEZA DE LA CIUDAD	8,1
SEGURIDAD EN LAS CALLES (POLICÍA, SERENOS)	8,1
INFRAESTRUCTURAS	7,5
NIVEL DE PRECIOS ASEQUIBLE	7,4
OFERTA COMERCIAL VARIADA	7,3
SERVICIO PÚBLICO DE TRANSPORTE	6,8
APARCAMIENTO	5,1
Valoración: de 1 a 10 puntos Fuente SITA	

En cuanto a los aspectos que han echado en falta los turistas vacacionales durante su estancia en Gijón, un 87,3% no ha echado en

falta *Nada* durante su estancia mientras que un 6,6% manifiesta su deseo de que les hubiera acompañado una *Mejor Climatología* y un 1,9% *Mejores señalizaciones de carreteras* (Figura 3.45).

FIGURA 3.45: QUÉ HA ECHADO EN FALTA EL TURISTA EN GIJÓN (%).

ASPECTOS	%
NADA	87,3
BUEN TIEMPO/ CLIMATOLOGÍA	6,6
MEJORES SEÑALIZACIONES DE CARRETERAS	1,9
PARKINGS, APARCAMIENTOS	0,9
MEJORES SEÑALIZACIONES TURÍSTICAS	0,7
MEJOR CONSERVACIÓN MONUMENTOS	0,7
EQUIPAMIENTOS URBANOS; FUENTES, BAÑOS	0,3
INFORMACIÓN CARRETERAS Y MEDIOS DE TRANSPORTE	0,2
MEJORES CARRETERAS O ACCESOS	0,2
INFRAESTRUCTURA BANCARIA	0,2
MÁS VARIEDAD GASTRONOMICA	0,2
OTROS	0,7
Valoración: de 1 a 10 puntos	
Fuente SITA	

En cuanto a lo que más ha gustado de Gijón a los turistas vacacionales, un 33,2% manifiesta que han sido las *Playas y el mar*, por un 31% de turistas que les ha gustado *Todo* en general (Figura 3.46).

FIGURA 3.46: LO QUE MÁS LE HA GUSTADO (%).

ASPECTOS	%
LAS PLAYAS Y EL MAR	33,2
TODO	31,0
PAISAJE/ ENTORNO/ AMBIENTE	14,3
GENTE	9,8
GASTRONOMÍA	4,7
CLIMA	1,5
ARQUITECTURA EN GENERAL	1,0
SIDRA	0,9
NATURALEZA	0,4
ACTIVIDADES DE OCIO, DIVERSIÓN Y CULTURA	0,4
OTROS	2,7
Valoración: de 1 a 10 puntos	
Fuente SITA	

Finalmente, y teniendo en cuenta su experiencia vivida en la ciudad, los turistas vacacionales están de acuerdo en *Recomendar el destino turístico Gijón a otras personas* y en afirmar que *Es un destino que merece la pena visitar*, mostrando asimismo su disposición a *Volver en un futuro* (Figura 3.47).

FIGURA 3.47: GRADO DE ACUERDO CON LAS AFIRMACIONES.

ASPECTOS	VALORACIÓN MEDIA
RECOMENDARÍA ESTE DESTINO TURÍSTICO A OTRAS PERSONAS	8,4
ES UN DESTINO QUE MERECE LA PENA VISITAR	8,3
ES PROBABLE QUE VUELVA EN UN FUTURO	8,2
DESTINO ADECUADO PARA LA DIVERSIÓN Y ENTRETENIMIENTO	8,0
CALIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD ELEVADA	7,2
Valoración: de 1 a 10 puntos	
Fuente SITA	

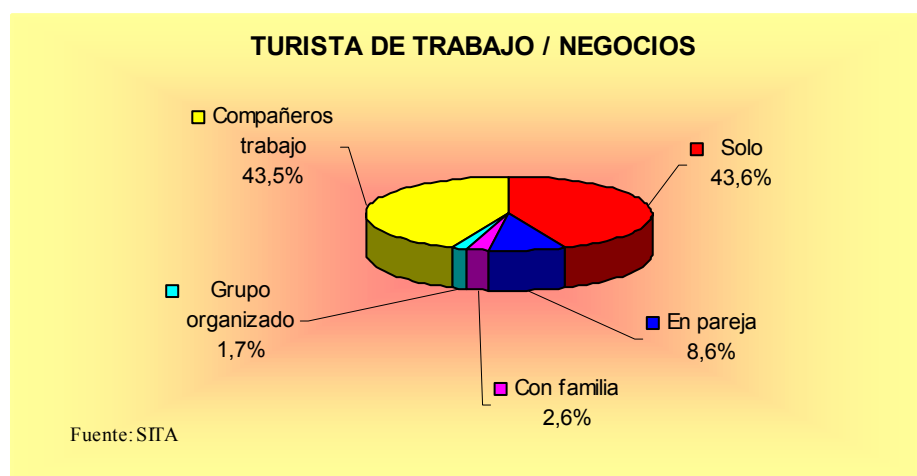
### III.3.- Características de la Demanda por Trabajo / Negocios.

El turismo de negocios es uno de los segmentos que más dinamismo presenta en los últimos años y un tipo de turismo que por sus propias características favorece la desestacionalización de la demanda además de potenciar la imagen de la ciudad para futuros visitantes. En este apartado, analizaremos los principales resultados obtenidos desde el punto de vista de la demanda que visita Gijón por motivos de trabajo, negocios y congresos o ferias.

#### III.3.1.- Compañía en el viaje.

Las primeras diferencias en el comportamiento entre los turistas del segmento Ocio y los del segmento Trabajo surgen al estudiar el grado en que los turistas viajan sólo o acompañados. Como se puede apreciar en la figura 3.48, un 43,6% de las personas han venido sin compañía alguna y un 43,5% ha viajado con *Compañeros de Trabajo*.

FIGURA 3.48: ¿CON QUIEN HA VENIDO A ASTURIAS? (%).



### III.3.2.- Organización del viaje y reserva del alojamiento.

Si en el caso del turismo por ocio y vacaciones, se ha puesto de manifiesto que la mayoría de los turistas habían organizado el viaje por su cuenta, con la motivación de trabajo / negocios, la organización del viaje a través de *La empresa*, supone en los viajes profesionales un 63% de las estancias en la ciudad de Gijón, cifra superior al 57,1% que se presenta para el resto de Asturias. Con un menor porcentaje se encuentran los viajes organizados por su cuenta, un 27,2% en Gijón frente al 35,5% obtenido para el conjunto de Asturias (Figura 3.49).

FIGURA 3.49: ORGANIZACIÓN DEL VIAJE (%).

TRABAJO / NEGOCIOS	GIJÓN	ASTURIAS
POR SU CUENTA	27,2	35,5
EMPRESA	63,0	57,1
A TRAVÉS DE AGENCIAS DE VIAJE	7,6	5,5
CON CLUB ASOCIACIÓN	2,1	1,8
Fuente: SITA		

En el caso de los viajeros que vienen por motivos profesionales, destaca el elevado peso de la reserva del alojamiento por parte de la *Empresa*, el método más utilizado con el 46%, aunque ligeramente inferior al obtenido para el conjunto de Asturias. Asimismo, en el caso de Gijón es destacable la mayor utilización relativa de la *Agencia de Viajes* como medio de reserva, el 10%, frente al 7,1% para la media asturiana (Figura 3.50).

FIGURA 3.50: RESERVA DEL ALOJAMIENTO (%).

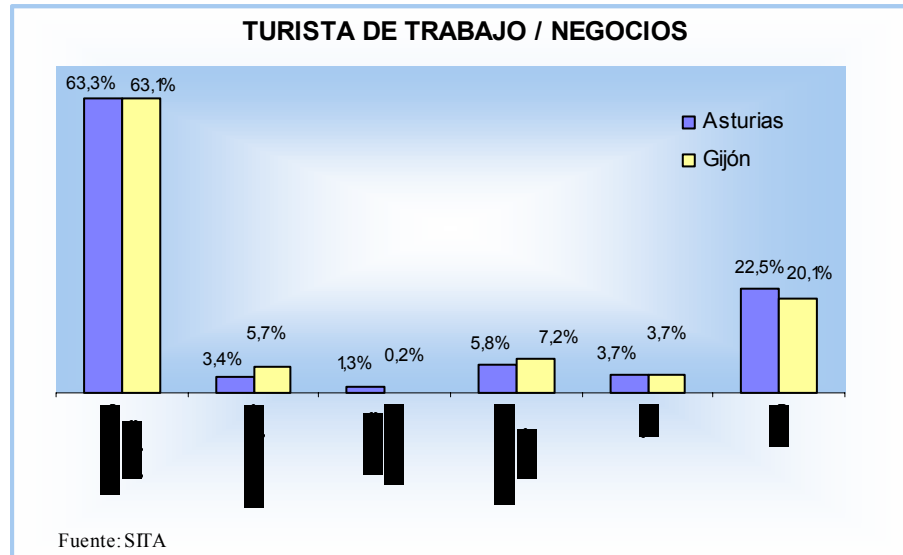
RESERVA	Gijón	ASTURIAS
PERSONAL, POR TELÉFONO	32,6	32,3
DIRECTAMENTE AL LLEGAR	8,5	9,7
AGENCIA DE VIAJES	10,0	7,1
CENTRAL DE RESERVA	—	0,2
A TRAVÉS DE INTERNET	0,4	0,2
LA ORGANIZACIÓN	46,0	48,5
AMIGOS Y FAMILIARES	2,0	1,7
OTROS MEDIOS	0,4	0,2
Fuente: SITA		

### III.3.3.- Medio de desplazamiento.

Al igual que ocurre en el caso de los turistas del segmento ocio, el *Vehículo propio* es el medio de desplazamiento preferido para venir a Asturias por parte de la mayoría de los turistas, tanto para Gijón como para el resto de los lugares de Asturias.

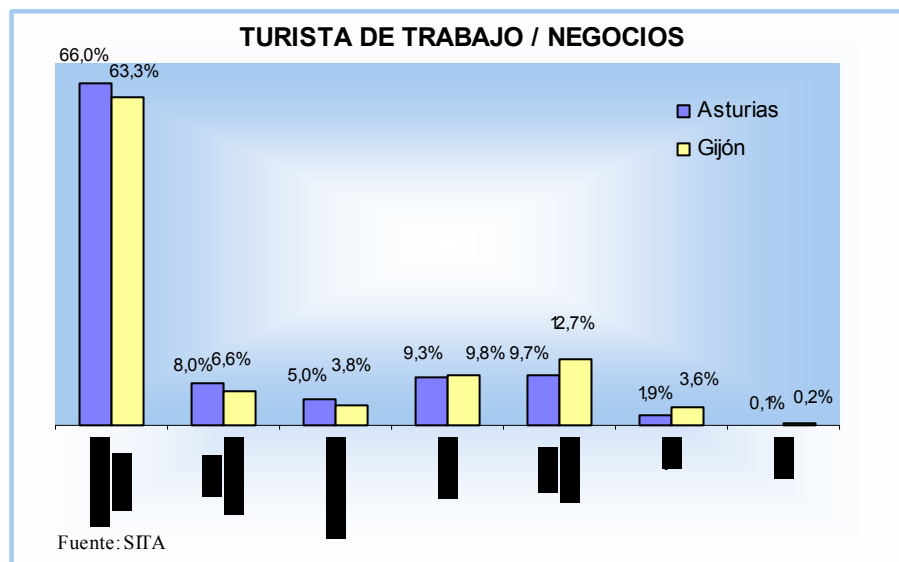
Hay que destacar que un 20,1% de los turistas alojados en Gijón por estos motivos han venido a Asturias a través de *Avión*, aumentando el uso del vehículo de alquiler y del taxi en la región (Figura 3.51).

FIGURA 3.51: MEDIO DE TRANSPORTE PARA VENIR A ASTURIAS-GIJÓN(%).



En lo que se refiere a los desplazamientos una vez alojado en el destino turístico se observa una mayor tasa de turistas que no se desplazan. El *Vehículo particular* sigue siendo el método preferido y cobran importancia los medios de transporte contratados en destino, como los *Vehículos de alquiler* (Figura 3.52).

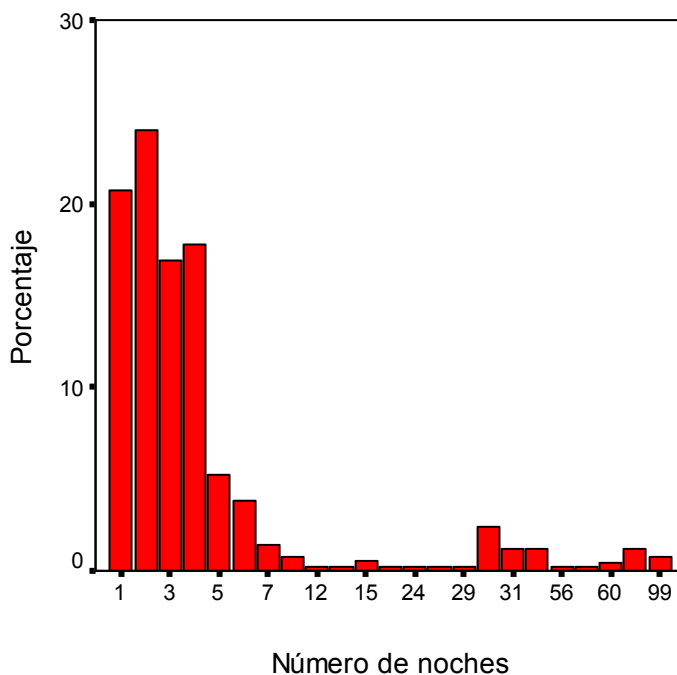
FIGURA 3.52: MEDIO PARA DESPLAZARSE POR ASTURIAS-GIJÓN (%).



### III.3.4.- Estancia y gasto.

La *Estancia Media* del turista alojado en Gijón por motivos profesionales es de 7 noches, una cifra significativamente mayor que la media regional obtenida para el conjunto de turistas de negocios que se sitúa en las 5,8 noches. Comparando las pernoctaciones con las de los turistas que vienen por motivos de Vacaciones y ocio, vemos que éstos presentan unas estancias más largas. La estancia media tiene una desviación muy elevada, distinguiéndose claramente dos tipos de turista de negocios: los de corta duración, que con un 61,6% permanecen en Gijón entre una y tres noches, y los de larga duración, de más de nueve noches que suponen un 10,2% (Figura 3.53).

FIGURA 3.53: DIAGRAMA DE BARRAS: DURACIÓN DE LA ESTANCIA. GIJÓN-TURISMO DE TRABAJO / NEGOCIOS.



Fuente: SITA

En cuanto al gasto realizado por los turistas que se alojaron en la ciudad de Gijón por motivos profesionales o de negocios podemos señalar que el *Gasto Medio Total en el viaje* es de 619,54 euros por persona mientras que el *Gasto total por persona y día* asciende a 96,44 euros, desglosándose las diferentes partidas de gasto como siguen:

- ◆ El *Gasto en el Alojamiento* asciende a una media de 51,01 euros por persona y día.
- ◆ El *Gasto medio en Alimentación por persona y día* dentro y fuera del alojamiento supone 29,76 euros.

- ◆ El Gasto *medio en Transporte* en Asturias es de 5,96 euros por persona y día.
- ◆ El Gasto *medio en Bares, cafeterías, pubs y discotecas* es de 6,95 euros por persona y día.
- ◆ El Gasto *en Compras varias y regalos* por persona durante el viaje asciende a 12,12 euros (Figura 3.54).

FIGURA 3.54: GASTOS TURÍSTICOS (EUROS).

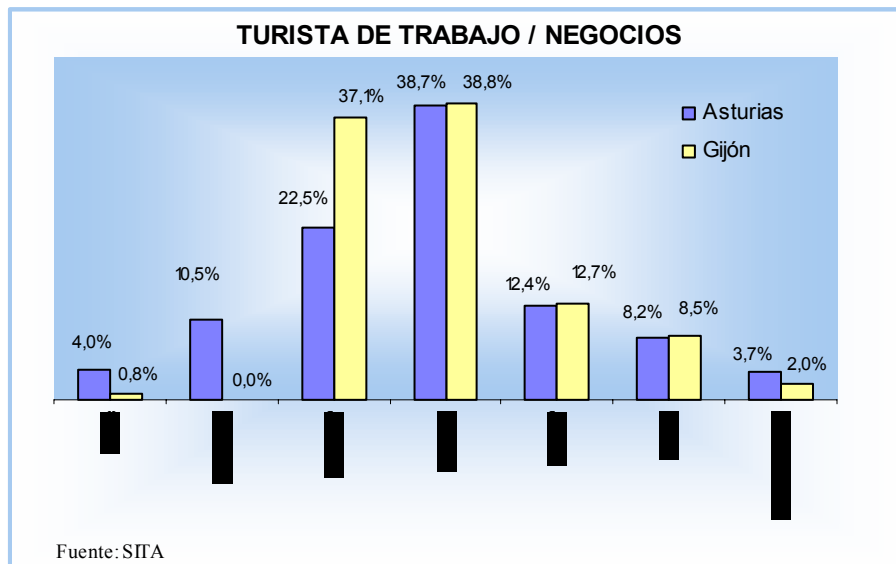
GASTO	GIJÓN	ASTURIAS
GASTO TOTAL /persona / viaje	619,54	508,97
GASTO EN ALOJAMIENTO / persona / día	51,01	53,73
GASTO EN ALIMENTACIÓN / persona / día	29,76	30,61
GASTO EN COMPRAS / persona / viaje	12,12	11,63

Fuente: SITA

### III.3.5.- Alojamiento.

La demanda de alojamiento del turista de negocios se dirige hacia la hotelería pues prácticamente la totalidad de los mismos han utilizado este tipo de instalaciones de alojamiento colectivo. Por categorías de establecimiento, los más demandados han sido los Hoteles de *Tres estrellas* seguido de los Hoteles de *Cuatro estrellas* mientras que las otras categorías presentan una importancia relativa menor (Figura 3.55).

FIGURA 3.55: GRADO DE UTILIZACIÓN DE ALOJAMIENTOS (%).



### III.3.6.- Valoración de Asturias.

La valoración de los equipamientos turísticos por parte de los turistas alojados en Gijón por negocios, infraestructuras y aspectos socio-ambientales del destino es positiva obteniendo puntuaciones por encima de la media con respecto a las emitidas para Asturias.

El aspecto mejor valorado ha sido el *Trato con la gente*, 8,6 puntos, mientras que las *Carreteras y la señalización viaria* son el aspecto menos valorado con 6,5 puntos (Figura 3.56).

FIGURA 3.56: CALIFICACIONES MEDIAS.

ATRIBUTOS	GIJÓN	ASTURIAS
BARES, CAFETERÍAS	7,5	7,4
RESTAURANTES/SIDRERÍAS	7,9	7,9
OFICINAS DE INFORMACIÓN	7,8	7,6
CARRETERAS/SEÑALIZACIÓN VIARIA	6,5	6,5
TRATO DE LA GENTE	8,6	8,5
CONSERVACIÓN DEL MEDIO NATURAL Y DEL PATRIMONIO CULTURAL	8,2	8,2
Valoración de uno a diez puntos Fuente: SITA		

Por lo que se refiere a lo que han echado en falta los turistas durante su estancia, un 65,7% dice no haber echado en falta *Nada* y un 1,6% menciona que le hubiera gustado *Tener más tiempo* para disfrutar de Gijón y de Asturias. Dentro de aspectos a mejorar, un 12,7% manifiestan su deseo de que les hubiera acompañado una *Mejor Climatología*, disponer de *Mejores Carreteras y Accesos* ha sido señalado por un 4,2% y *Parkings* y los *aparcamientos* por un 2,6% (Figura 3.57).

FIGURA 3.57: ¿QUÉ ECHA DE MENOS EL VISITANTE? (%).

ASPECTOS	GIJÓN	ASTURIAS
NADA	65,7	64,3
DISPONER DE MÁS TIEMPO	1,6	3,4
OFICINAS DE TURISMO	1,6	1,0
POCA PROMOCIÓN TURÍSTICA	0,3	0,2
INFORMACIÓN CARRETERAS Y MEDIOS DE TRANSPORTE	0,3	0,2
MEJORES CARRETERAS O ACCESOS	4,2	6,4
MEJORES SEÑALIZACIONES DE CARRETERAS	–	0,5
INFRAESTRUCTURA COMERCIAL	2,3	1,4
INFRAESTRUCTURA DEPORTIVA	0,8	0,5
INFRAESTRUCTURA HOTELERA (POCAS PLAZAS)	0,8	0,5
PARKINGS, APARCAMIENTOS	2,6	1,6
ATENCIÓN AL TURISTA	0,8	0,5
BUEN TIEMPO/CLIMATOLOGÍA	12,7	14,0
MÁS VARIEDAD GASTRONÓMICA	1,5	0,9
OTROS ASPECTOS VARIOS	5,1	4,8

Fuente: SITA

Dentro de lo que más les ha gustado de Asturias el 35,9% de los turistas destaca el *Paisaje y el Entorno*, un 19,1% señala la cordialidad de la *Gente* y un 18,2% la *Gastronomía*, mientras que un 8,7% dicen que *Todo* en general les ha gustado (Figura 3.58).

FIGURA 3.58: LO QUE MÁS GUSTA DE ASTURIAS (%).

ASPECTOS	GIJÓN	ASTURIAS
TODO	8,7	11,2
GENTE	19,1	17,9
CLIMA	0,6	1,0
NATURALEZA	1,4	1,2
PAISAJE/ ENTORNO/ AMBIENTE	35,9	36,4
TRANQUILIDAD/ SOSIEGO	—	0,3
GASTRONOMÍA	18,2	18,5
SIDRA	7,4	4,6
LA MONTAÑA	0,4	0,6
LAS PLAYAS Y EL MAR	4,7	3,5
COVADONGA	1,2	0,7
ARQUITECTURA EN GENERAL	1,8	1,7
OTROS ASPECTOS	0,6	2,4

Fuente: SITA

### III.3.7.- Perfil del visitante.

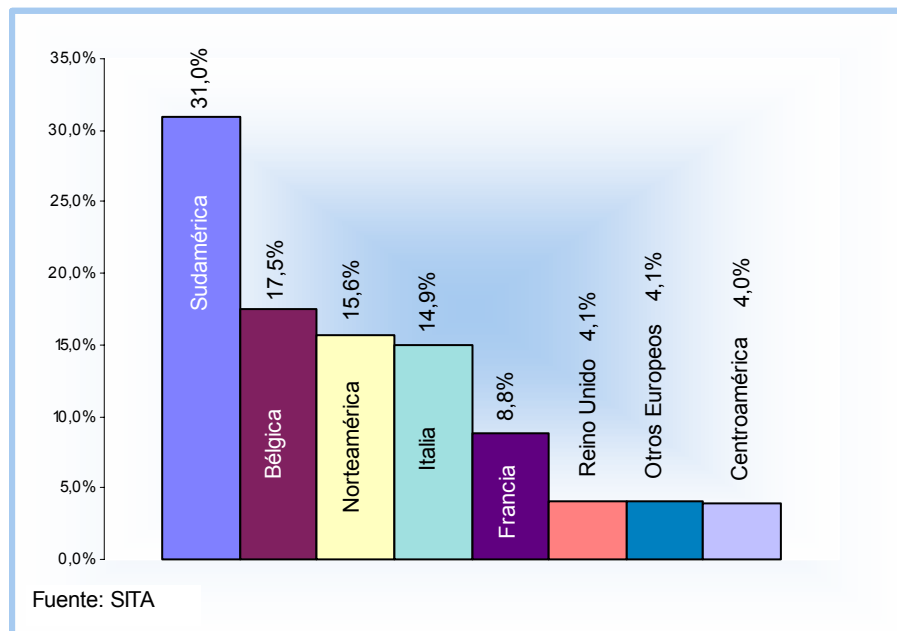
En cuanto a la procedencia de los turistas que vienen por motivos laborales, el turismo interno, es decir, el realizado por los propios asturianos tan sólo representa un 0,6% frente al 7,1% del conjunto de Asturias. El turismo nacional alcanza un 85,6%, destacando *Madrid* y *País Vasco* con el 26% y el 12,2% respectivamente, así como *Andalucía* con un 8,8% y *Cataluña* con el 8,5% que se configuran como mercados emisores de una notable importancia.

El turismo extranjero representa el 13,8%, siendo la principal procedencia los países de *Sudamérica* con un 31% (Figura 3.59).

FIGURA 3.59: PROCEDENCIA DE TURISTAS DE ALOJAMIENTO COLECTIVO (%).

TRABAJO / NEGOCIOS		GIJÓN	ASTURIAS
INTERNO	ASTURIAS	0,6	7,1
	EXTRANJERO	13,8	7,9
RECEPTOR	NACIONAL	85,6	85,0
NACIONAL	Andalucía	8,8	5,6
	Aragón	3,1	2,0
	C. Valenciana	2,1	2,8
	Canarias	1,0	0,5
	Castilla y León	7,5	7,3
	Cataluña	8,5	8,4
	Galicia	7,8	8,3
	Madrid	26,0	30,6
	País Vasco	12,2	10,4
	Resto de España	8,6	9,0

Fuente: SITA



### III.3.8.- Valoraciones sobre la ciudad de Gijón y sus recursos turísticos.

La demanda turística que se ha alojado en Gijón por motivos profesionales señala como lugar más visitado el *Casco antiguo de Cimadevilla* con un 59,5%. Con menos visitas pero como el recurso más valorado e interesante es la *Universidad Laboral* que obtiene 8,6 puntos sobre diez. Otros lugares que reciben importantes porcentajes de visita son el *Elogio al Horizonte* y el *Parque de Isabel la Católica* con el 30,8% y el 26,4% respectivamente (Figura 3.60).

FIGURA 3.60 LUGARES VISITADOS (%).

LUGARES	% VISITAS	VALORACIÓN MEDIA
CIMADEVILLA	59,5	8,1
ELOGIO HORIZONTE	30,8	7,9
PARQUE ISABEL LA CATÓLICA	26,4	8,5
MONUMENTOS ROMANOS	16,7	8,3
UNIVERSIDAD LABORAL	14,8	8,6
FIDMA	17,2	5,2
PUEBLO DE ASTURIAS	12,2	8,3
Valoración: de 1 a 10 puntos Fuente SITA		

En cuanto al interés que presenta el entorno de la ciudad de Gijón ante el turista, hay que destacar que uno de los aspectos mejor puntuados es el *Entorno natural y el medio ambiente* con 8,8 puntos sobre diez, seguido de la *Posibilidad de realizar rutas* y de las *Playas Urbanas (San Lorenzo, Poniente, Arbeyal)* ambos con una valoración de 8,6 puntos.

Dentro de los servicios que la ciudad ofrece, es muy valorado el *Servicio de visitas guiadas* con una puntuación de 9,5 puntos sobre diez, al igual que el *Servicio público de transporte* con 9,3 puntos. El único aspecto que recibe una valoración media más baja, 5,1 puntos sobre diez es el *Aparcamiento* (Figura 3.61).

FIGURA 3.61: CALIFICACIONES MEDIAS.

ATRIBUTOS	MEDIA
<b>ENTORNO</b>	
ENTORNO NATURAL Y MEDIO AMBIENTE	8,8
POSIBILIDAD DE REALIZAR RUTAS	8,6
PLAYAS URBANAS (SAN LORENZO, PONIENTE, ARBEYAL)	8,6
PLAYAS DE LAS PROXIMIDADES	8,2
CASCO URBANO	7,6
<b>SERVICIOS</b>	
SERVICIO DE VISITAS GUIADAS	9,5
SERVICIO PÚBLICO DE TRANSPORTE	9,3
GASTRONOMÍA Y RESTAURACIÓN	8,6
SERVICIO INFOGIJÓN	8,5
MOVIDA NOCTURNA	8,1
LIMPIEZA DE LA CIUDAD	8,0
SEGURIDAD EN LAS CALLES (POLICÍA, SERENOS)	8,0
OFERTA COMERCIAL VARIADA	8,0
NIVEL DE PRECIOS ASEQUIBLE	7,6
INFRAESTRUCTURAS	6,9
APARCAMIENTO	5,1
Valoración: de 1 a 10 puntos Fuente SITA	

Un 88,8% de los turistas de negocios afirma no haber echado en falta *Nada* durante su estancia en Gijón. Por lo que se refiere a los

aspectos a mejorar, un 2,7% manifiestan su deseo de que les hubiera acompañado una *Mejor Climatología*, unas *Mejores señalizaciones turísticas* con el 1,6% y una *Mejor conservación del entorno* el 1,5% (Figura 3.62).

FIGURA 3.62: QUÉ HA ECHADO EN FALTA EL TURISTA (%).

ASPECTOS	%
NADA	88,8
BUEN TIEMPO/ CLIMATOLOGÍA	2,7
MEJORES SEÑALIZACIONES TURÍSTICAS	1,6
MEJOR CONSERVACIÓN DEL ENTORNO	1,5
INFRAESTRUCTURA BANCARIA	0,8
PARKINGS, APARCAMIENTOS	0,8
ADECUACIÓN DEL SERVICIO EN HOSTELERÍA	0,8
MÁS AMBIENTE NOCTURNO	0,8
OTROS	2,3
Valoración: de 1 a 10 puntos	
Fuente SITA	

En cuanto a lo que más les ha gustado de Gijón, el 30,1% de los turistas dicen que *Todo* en general, mientras que un 26% manifiesta que ha sido la *Gente* y un 23% las *Playas y el mar* (Figura 3.63).

FIGURA 3.63: LO QUE MÁS LE HA GUSTADO (%).

ASPECTOS	%
TODO	30,1
GENTE	26,0
LAS PLAYAS Y EL MAR	23,0
PAISAJE / ENTORNO / AMBIENTE	7,4
GASTRONOMÍA	4,4
ARQUITECTURA EN GENERAL	2,9
CLIMA	1,5
SIDRA	1,5
OTROS	3,4
Valoración: de 1 a 10 puntos Fuente SITA	

Para finalizar, y teniendo en cuenta la experiencia adquirida durante la estancia en la ciudad, los turistas de motivación laboral están de acuerdo en *Recomendar el destino turístico Gijón a otras personas* y en afirmar que *Es un destino que merece la pena visita*, mostrando su disposición a *Volver en un futuro* (Figura 3.64).

FIGURA 3.64: GRADO DE ACUERDO CON LAS AFIRMACIONES.

ASPECTOS	VALORACIÓN MEDIA
RECOMENDARÍA ESTE DESTINO TURÍSTICO A OTRAS PERSONAS	9,1
ES UN DESTINO QUE MERECE LA PENA VISITAR	9,0
ES PROBABLE QUE VUELVA EN UN FUTURO	9,0
DESTINO ADECUADO PARA LA DIVERSIÓN Y ENTRETENIMIENTO	8,5
CALIDAD DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA CIUDAD ELEVADA	7,9
Valoración: de 1 a 10 puntos Fuente SITA	



## **IV.- LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS.**

#### IV.- LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS.

El análisis de la oferta turística se realiza a partir de una encuesta personal a los propietarios o gerentes de los establecimientos con el fin de recoger las características de los distintos tipos de alojamiento existentes en Gijón. Se realizaron 54 entrevistas con un error máximo del 6,57%, sintetizándose la metodología seguida en la ficha técnica de la Figura 4.1.

FIGURA 4.1: FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA DE OFERTA.

CARACTERÍSTICAS	ENCUESTA		
ÁMBITO GEOGRÁFICO	Municipio de Gijón.		
UNIVERSO	Establecimientos de alojamiento colectivo de Gijón.		
MÉTODO DE MUESTREO	Censo.		
MÉTODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN	Encuesta Personal.		
PERIODO DE RECOGIDA	Mayo 2002 a Noviembre 2002.		
ALOJAMIENTOS	TAMAÑO POBLACIÓN*	TAMAÑO MUESTRAL	FIABILIDAD**
HOTELES 4 ESTRELLAS	6	6	± 0,00%
HOTELES 3 ESTRELLAS	14	11	± 14,19%
HOTELES 1 Y 2 ESTRELLAS	12	11	± 8,91%
HOSTALES Y PENSIONES	34	21	± 13,42%
TURISMO RURAL	3	3	± 0,00%
CAMPINGS	2	2	± 0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>71</b>	<b>54</b>	<b>± 6,57%</b>
* Tamaño estimado a fecha de comienzo de realización del trabajo de campo.			
** Con una con una confianza del 95% el error máximo que se puede cometer en las estimaciones de porcentajes.			
Fuente: SITA			

##### IV.1.- Características generales.

En el año 2002, la oferta de alojamiento colectivo en Gijón ascendió a un total de 5.788 plazas, un 3,9% más que en 2001.

Una de las características del alojamiento de la ciudad es que están presentes todas las figuras turísticas que se contemplan en la vigente Ley del Principado de Asturias 7/2001, de 22 de junio, de Turismo a excepción de los Apartamentos Turísticos y de los Hoteles de cinco estrellas. Así, Gijón dispone de una oferta de establecimientos de camping, alojamientos rurales y especialmente una amplia oferta de hotelería, destacando en este caso los Hoteles de tres y cuatro estrellas. Esa oferta turística supone el 9,5% del total de plazas de Asturias, aunque si consideramos los diversos tipos de establecimientos, el 18,4% de las plazas de hoteles de Asturias se sitúan en Gijón, mientras que los camping suponen el 6,4% del total de la oferta asturiana (Figura 4.2).

FIGURA 4.2a: PLAZAS DE GIJÓN RESPECTO A TOTAL DE ASTURIAS (2002).

ALOJAMIENTOS	PLAZAS*			
	GIJÓN	% S/GIJÓN	ASTURIAS	% S/ASTURIAS POR FILAS
<b>HOTELES:</b>				
5 Estrellas	—	—	398	—
4 Estrellas	1.179	20,4	2.535	46,5
3 Estrellas	1.576	27,2	6.981	22,6
2 Estrellas	553	9,6	6.037	9,2
1 Estrella	121	2,1	2.695	4,5
<b>TOTAL</b>	<b>3.429</b>	<b>59,2</b>	<b>18.646</b>	<b>18,4</b>
<b>HOSTALES</b>	153	2,6	1.086	14,1
<b>PENSIONES</b>	274	4,7	3.014	9,1
<b>TOTAL HOTELERÍA</b>	<b>3.856</b>	<b>66,6</b>	<b>22.746</b>	<b>17,0</b>
<b>ALBERGUES</b>	132	2,3	3.686	3,6
<b>APARTAMENTOS</b>	—	—	2.546	—
<b>CASAS DE ALDEA</b>	12	0,2	3.513	0,1
<b>TOTAL TURISMO RURAL</b>	<b>144</b>	<b>2,5</b>	<b>9.745</b>	<b>1,5</b>
<b>CAMPING</b>	1.788	30,9	28.126	6,4
<b>TOTAL PLAZAS</b>	<b>5.788</b>	<b>100,0</b>	<b>60.617</b>	<b>9,5</b>

\* Número de plazas a 31 de Diciembre de 2002  
Fuente SITA

FIGURA 4.2b: ESTABLECIMIENTOS DE GIJÓN RESPECTO A TOTAL DE ASTURIAS (2002).

ALOJAMIENTOS	ESTABLECIMIENTOS *			
	GIJÓN	% S/GIJÓN	ASTURIAS	% S/ASTURIAS POR FILAS
<b>HOTELES:</b>				
5 Estrellas	—	—	2	—
4 Estrellas	6	8,5	18	33,3
3 Estrellas	14	19,7	109	12,8
2 Estrellas	8	11,3	211	3,8
1 Estrella	4	5,6	128	3,1
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>45,1</b>	<b>468</b>	<b>6,8</b>
<b>HOSTALES</b>	9	12,7	46	19,6
<b>PENSIONES</b>	25	35,2	247	10,1
<b>TOTAL HOTELERÍA</b>	<b>66</b>	<b>93,0</b>	<b>761</b>	<b>8,7</b>
<b>ALBERGUES</b>	1	1,4	66	1,5
<b>APARTAMENTOS</b>	—	0,0	213	0,0
<b>CASAS DE ALDEA</b>	2	2,8	599	0,3
<b>TOTAL TURISMO RURAL</b>	<b>3</b>	<b>4,2</b>	<b>878</b>	<b>0,3</b>
<b>CAMPING</b>	2	2,8	60	3,3
<b>TOTAL ESTABLECIMIENTOS</b>	<b>71</b>	<b>100,0</b>	<b>1.699</b>	<b>4,2</b>

\* Número de establecimientos a 31 de Diciembre de 2002  
Fuente SITA

Por lo que respecta a la evolución de la oferta desde 1998 a 2002, se reduce la oferta de plazas en Hoteles de una y dos estrellas, el 43,2% y el 25% respectivamente y en las Pensiones el 9,6%. En cambio, los hoteles de tres y cuatro estrellas han aumentado su oferta de plazas un 48,7% y un 89,5% respectivamente, mientras que los Hostales lo han hecho en un 10,9%. En conjunto, el incremento registrado en la Hotelería de la ciudad de Gijón en el periodo 1998–2002 es de un 25,5%.

Por consiguiente, la estructura de alojamientos de Gijón presenta una modernización de su planta hotelera por cuanto existe una disminución de la oferta de plazas en las figuras de categoría inferior por un incremento en la oferta de hoteles sobre todo de tres y cuatro estrellas. Estos cambios son debidos por una parte a la apertura de nuevos establecimientos así como a una modernización en los ya existentes que lleva al incremento en la categoría de estrellas (Figura 4.3).

FIGURA 4.3: EVOLUCIÓN DE PLAZAS GIJÓN 1998 A 2002.

ALOJAMIENTOS	PLAZAS					
ALOJAMIENTO	1998	1999	2000	2001	2002	% Δ 02/98
<b>HOTELES:</b>						
<b>4 Estrellas</b>	622	622	884	1.179	1.179	89,5%
<b>3 Estrellas</b>	1.060	1.113	1.276	1.387	1.576	48,7%
<b>2 Estrellas</b>	737	737	636	529	553	-25,0%
<b>1 Estrellas</b>	213	213	213	177	121	-43,2%
<b>TOTAL</b>	2.632	2.685	3.009	3.272	3.429	30,3%
<b>HOSTALES</b>	138	165	165	153	153	10,9%
<b>PENSIONES</b>	303	314	299	292	274	-9,6%
<b>TOTAL HOTELERÍA</b>	3.073	3.164	3.473	3.717	3.856	25,5%
<b>ALBERGUES</b>	54	54	54	54	132	144,4%
<b>CASAS DE ALDEA</b>	2	2	2	12	12	500,0%
<b>TOTAL TURISMO RURAL</b>	56	56	56	66	144	157,1%
<b>CAMPING</b>	1.788	1.788	1.788	1.788	1.788	0,0%
<b>TOTAL PLAZAS</b>	4.917	5.008	5.317	5.571	5.788	17,7%

\* En esta categoría se contabilizan las plazas de la Casona Asturiana existente en Gijón.  
 \*\* Todos los años están calculadas a 31 de diciembre.  
 Fuente SITA Dirección general de Comercio y Turismo del Principado de Asturias

#### IV.2.- Hoteles de 4 estrellas.

El 66,7% de los seis hoteles de cuatro estrellas de Gijón son *Sociedades Anónimas*, mientras que el restante 33,3% operan bajo la figura de una *Sociedad Limitada*.

Una de las características más significativas de estos alojamientos es que la mitad pertenecen a un *Grupo o cadena*, mientras que la otra mitad son gestionadas de forma *Independiente*. Aún así, el 83,3% están

asociados, destacando la *Unión Hotelera* como el ente que cuenta con más establecimientos afiliados.

La totalidad de establecimientos de esta categoría están abiertos a lo largo de todo el año, no presentándose por tanto, discontinuidades temporales en su actividad.

Por término medio, los Hoteles de cuatro estrellas de Gijón son de mayores dimensiones que los del conjunto regional, ya que cuentan con 180 plazas y 91 habitaciones de media, aunque es preciso señalar que existen grandes diferencias entre los distintos establecimientos en cuanto a su dimensión, ya que fluctúan entre un mínimo de 80 plazas y un máximo de 286 plazas y el número de habitaciones van desde un mínimo de 40 hasta un máximo de 144 (Figura 4.4).

FIGURA 4.4: DIMENSIÓN MEDIA.

	GIJÓN	ASTURIAS
PLAZAS	180,33	144,05
HABITACIONES	91,33	75,26
Fuente: SITA		

Por lo que respecta al volumen de facturación, los intervalos señalados van desde los 300.506,05 euros hasta los que alcanzan los 3.005.060,52 euros, siendo la facturación más habitual la comprendida entre 1.202.024,21 a 1.803.036,31 euros.

La plantilla media también refleja esa mayor dimensión respecto a al conjunto regional y es de aproximadamente 41 trabajadores de media en temporada alta, reduciéndose hasta los 35 trabajadores de media en

los periodos de temporada baja. La estacionalidad no supone, por tanto, un impacto muy acusado en los recursos humanos. Por otra parte, la dimensión de los hoteles de cuatro estrellas hace que el peso del *Empresario y sus familiares* dentro del total de la plantilla no sea muy relevante, tan sólo 1,7 trabajadores (Figura 4.5).

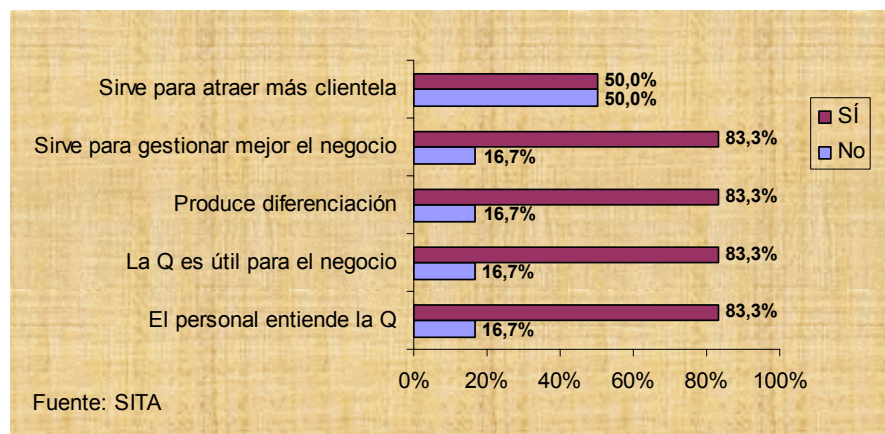
FIGURA 4.5: RECURSOS HUMANOS (PLANTILLA MEDIA).

EMPLEADOS	GIJÓN	ASTURIAS
PLANTILLA EN TEMPORADA ALTA	41,00	35,47
PLANTILLA EN TEMPORADA BAJA	35,60	30,00
Fuente: SITA		

En cuanto a la formación, cabe destacar que el 66,7% de los hoteles participaron en actividades de formación para sus recursos humanos durante el ejercicio. Entre las mismas, el 75% de las empresas soportaron íntegramente el coste de la formación, mientras que el resto de las actividades estuvieron subvencionadas.

Las certificaciones de calidad siguen una tendencia creciente, ya que tres establecimientos están intentando conseguir un certificado de calidad Q. Además, resulta alentador que alrededor del 83,3% de los hoteles, es decir, cinco de los seis hoteles de cuatro estrellas presentes en la ciudad de Gijón, consideren la certificación de calidad Q como una valiosa herramienta para diferenciar sus servicios y mejorar la gestión (Figura 4.6).

FIGURA 4.6: EXPECTATIVAS FRENTE A LA Q DE CALIDAD.



La totalidad de los establecimientos disponen de *Terminal de punto de Venta (TPV)* para el pago con tarjetas, además de *Fax, Sistema Informático, Correo electrónico y acceso a Internet*, dando mucha importancia, en este sentido a las inversiones en programas de informatización de la gestión empresarial y de reservas. Sin embargo, sólo la mitad de los establecimientos realizan *Encuestas de satisfacción* a su clientela (Figura 4.7).

FIGURA 4.7: GESTIÓN DEL ESTABLECIMIENTO (% Sí).

DISPONIBILIDAD DE	GIJÓN	ASTURIAS
PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE RESERVA	100,0	100,0
PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE GESTIÓN	83,3	95,0
ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN	50,0	65,0
PÁGINA WEB PROPIA	83,3	90,0
SERVICIO DE LAVANDERÍA EXTERNO	80,0	77,8

Fuente: SITA

Todos los hoteles de esta categoría poseen restaurante, y un 80% de los establecimientos lo utilizan para dar servicios de bodas o banquetes,

siendo ésta otra línea de negocio más dentro de la actividad del establecimiento.

Las actividades de ocio complementarias no están muy extendidas, puesto que sólo la mitad de los hoteles de este segmento las ofrece directamente o en colaboración con empresas especializadas.

Dentro de las herramientas comerciales disponibles en el sector, el conjunto de establecimientos hace uso de las mismas, es decir, trabajan con *Centrales de reserva*, tanto a nivel de empresa de intermediación como *Centrales de reserva por Internet*. El 100% admite el uso de *Talones / bonos*, presenta *Promociones de fin de semana* y está *Presente en folletos de Agencias de Viaje*, mayoristas y por consiguiente en los puntos de venta minoristas.

En términos generales, el presupuesto anual asignado a publicidad alcanza de media los 10.109,50 euros y todos los establecimientos utilizan algún medio publicitario para promocionarse, destacando que el 100% de los establecimientos editan *Folletos*, mientras que un 66,7% contrataron *Anuncios en prensa y radio* o un 50% están presentes en *Libros y guías turísticas privadas* de interés. Sin embargo, en 2002 y en la era de la sociedad de la información a través de Internet, sólo la mitad de los establecimientos disponen de *Página web propia* (Figura 4.8).

FIGURA 4.8: PUBLICIDAD (% SOBRE EL TOTAL).

	GIJÓN	ASTURIAS
<b>REALIZAN PUBLICIDAD</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
FOLLETOS	100,0	95,0
ANUNCIOS EN PRENSA Y RADIO	66,7	90,0
LIBROS/GUÍAS TURÍSTICAS PRIVADAS	50,0	55,0
GASTO EN PÁGINA WEB PROPIA	50,0	70,0
EN OTRAS PÁGINAS WEB	16,7	30,0
OTROS	50,0	50,0
Fuente: SITA		

Todos los hoteles de cuatro estrellas realizaron algún tipo de inversión durante el ejercicio, siendo las más frecuentes las de *Mantenimiento*, tanto del *Edificio* como de los *Equipamientos*, estas últimas son las de mayor cuantía con 204.344 euros de media. Para acometer las diferentes inversiones, el 16,7% de los establecimientos recibieron algún tipo de *Subvención*, proveniente principalmente del Principado (Figura 4.9).

FIGURA 4.9: INVERSIONES REALIZADAS (% SOBRE EL TOTAL).

	GIJÓN	ASTURIAS
<b>REALIZAN INVERSIONES</b>	<b>100,0</b>	<b>85,7</b>
AMPLIACIÓN	20,0	8,3
MANTENIMIENTO (EDIFICIO)	80,0	66,7
MANTENIMIENTO (EQUIPAMIENTOS)	80,0	66,7
OTRAS INVERSIONES	20,0	8,3
Fuente: SITA		

A la hora de pedir alguna subvención destaca el interés por la realización de *Cursos de formación especializados* (Figura 4.10).

FIGURA 4.10: SUBVENCIONES (% SOBRE EL TOTAL).

ELEMENTOS SUBVENCIONABLES	GIJÓN	ASTURIAS
MEJORAS DEL EDIFICIO	12,5	19,0
CURSOS DE FORMACIÓN ESPECIALIZADOS	25,0	16,7
APERTURA NUEVAS ACTIVIDADES	12,5	4,8
EQUIPAMIENTO INFORMÁTICO	12,5	11,9
CONTRATACIÓN PERSONAL CUALIFICADO	12,5	9,5
ACUDIR A FERIAS	12,5	16,7
OTROS	12,5	21,4

Fuente: SITA

La política de precios de una habitación doble en cada temporada viene recogida en la Figura 4.11, en la que se observa la notable diferencia entre los mismos, si bien en el conjunto de Asturias es aún más acusada.

FIGURA 4.11: PRECIOS MEDIOS (EUROS).

PRECIO DE LA HABITACIÓN DOBLE (SIN DESAYUNO)	GIJÓN	ASTURIAS
EN TEMPORADA ALTA	113,82	116,75
EN TEMPORADA BAJA	95,72	87,83

Fuente: SITA

Todos los hoteles de este segmento cuentan con habitaciones que disponen de *Teléfono y Televisión*. Quizá por su ubicación en núcleos urbanos, el 83,3% de estos establecimientos ofrecen un servicio de

restauración abierto al público en general y tienen *Ofertas de fin de semana* (Figura 4.12).

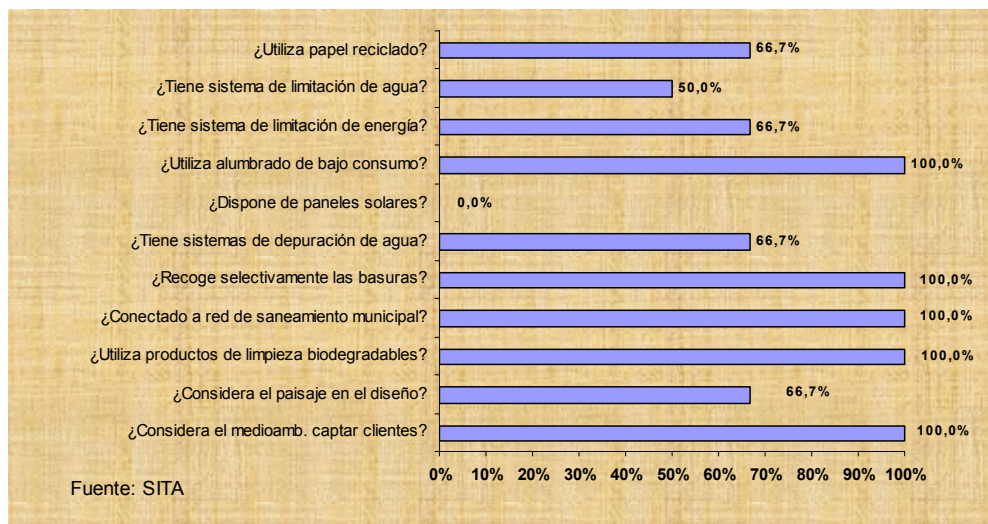
FIGURA 4.12: OTROS SERVICIOS OFRECIDOS (% SOBRE EL TOTAL).

	GIJÓN	ASTURIAS
DESAYUNO SÓLO CLIENTES	16,7	45,0
COMIDAS/CENAS SÓLO CLIENTES	16,7	40,0
DESAYUNO/COMIDAS/CENAS CLIENTES NO HOSPEDADOS	83,3	80,0
OFERTAS FIN DE SEMANA	83,3	75,0

Fuente: SITA

Por último, respecto a la política de sostenibilidad medioambiental seguida por los Hoteles de cuatro estrellas, lo más destacable es la creciente importancia que otorgan a moderar el consumo de electricidad y a la recogida selectiva de basuras así como la amplia sensibilización a la hora de utilizar productos de limpieza biodegradables considerando que el medio ambiente es útil para la captación de clientela (Figura 4.13).

FIGURA 4.13: POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL.

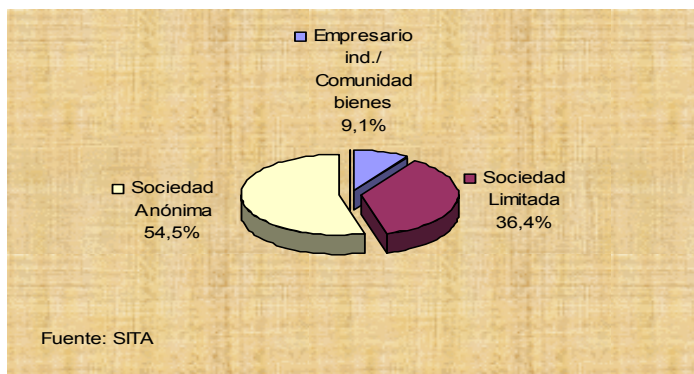


### IV.3.- Hoteles de 3 estrellas.

En Gijón hay 13 Hoteles de 3 estrellas, integrándose además en este análisis el único establecimiento del municipio de Gijón que pertenece al club de calidad Casonas Asturianas y que está regulado dentro de esta categoría de alojamiento.

La forma jurídica que predomina en los hoteles de este segmento presentes en Gijón es la de *Sociedad Anónima* con un 54,5%, seguido de la *Sociedad Limitada* con un 36,4%, siendo la mayor parte de los establecimientos *Independientes*, ya que tan sólo un establecimiento pertenece a un *Grupo de alojamiento* (Figura 4.14).

FIGURA 4.14: FORMA JURÍDICA.



Todos los hoteles pertenecen a alguna asociación patronal, entre las que destacan la *Unión Hotelera del Principado de Asturias* y la *Asociación Empresarial de Hostelería de Asturias*.

Únicamente un establecimiento ha indicado que no desarrolla su actividad de forma continuada durante todo el año, teniendo un periodo de cierre por vacaciones.

Por término medio, los Hoteles de tres estrellas de Gijón son de mayores dimensiones que los del conjunto de la región y cuentan con una media de 138 plazas y 60 habitaciones, aunque existen grandes diferencias entre establecimientos, ya que las plazas oscilan entre un mínimo de 22 y un máximo de 500 y las habitaciones de 11 a 138 (Figura 4.15).

FIGURA 4.15: DIMENSIÓN MEDIA.

	GIJÓN	ASTURIAS
PLAZAS	137,91	74,43
HABITACIONES	60,20	38,28
Fuente: SITA		

En cuanto a la facturación, nos encontramos con establecimientos que facturan desde 90.151,82 euros anuales hasta los 901.518,16 euros de volumen de negocio, siendo la más frecuente la comprendida entre 120.202,42 y 601.012,10 euros.

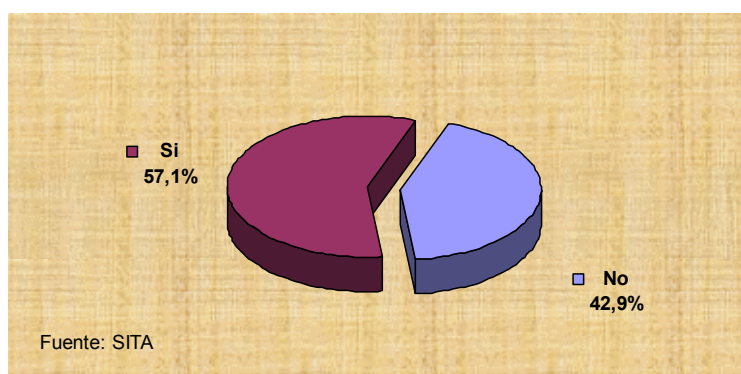
La plantilla de este tipo de establecimientos asciende a una media de 15 trabajadores en temporada alta, reduciéndose a 13 en temporada baja y no acusándose la estacionalidad del sector en gran medida en cuanto a la contratación de trabajadores. La plantilla está compuesta principalmente de *Personal fijo*, 13,4 trabajadores en temporada alta y la presencia del *Empresario y sus familiares* en el negocio tiene poca importancia, sólo 0,62 trabajadores de media (Figura 4.16).

FIGURA 4.16: RECURSOS HUMANOS (PLANTILLA MEDIA).

	GIJÓN	ASTURIAS
PLANTILLA EN TEMPORADA ALTA	15,27	14,91
PLANTILLA EN TEMPORADA BAJA	13,09	11,41
Fuente: SITA		

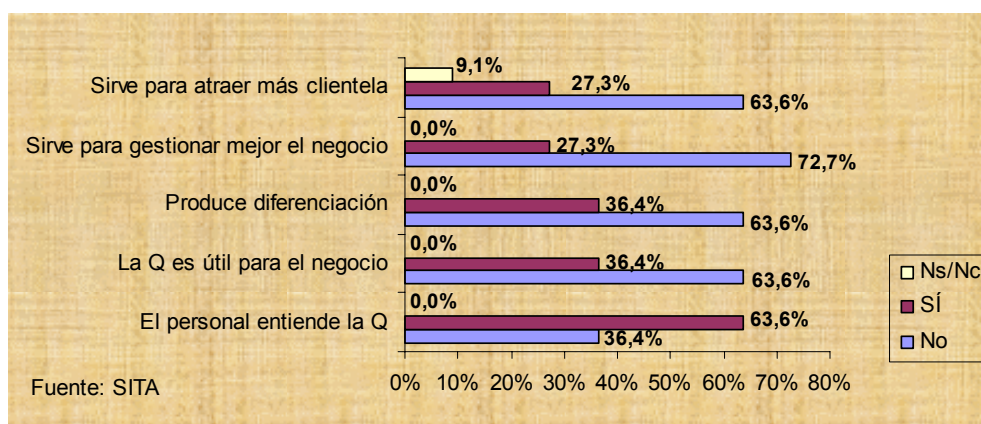
Es notable el interés por la formación en estos hoteles puesto que un 72,7% de los mismos han participado en actividades formativas, siendo subvencionadas principalmente por el sector empresarial (Figura 4.17).

FIGURA 4.17: SUBVENCIONES A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN.



Los establecimientos que ostentan en la actualidad alguna distinción de excelencia son muy pocos, tan sólo dos, aunque merece la pena destacar, en este sentido, que un 63,6% del personal conoce el significado de la certificación de calidad Q (Figura 4.18).

FIGURA 4.18: EXPECTATIVAS FRENTE A LA Q DE CALIDAD.



Respecto al equipamiento tecnológico, en los Hoteles de tres estrellas es generalizado el uso de *Fax* y del *Terminal Punto de Venta (TPV)* para pago con tarjetas (Figura 4.19).

FIGURA 4.19: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO (% SOBRE TOTAL).

	GIJÓN	ASTURIAS
FAX	100,0	98,8
SISTEMA INFORMÁTICO (MONOPUESTO O RED)	90,9	92,9
ACCESO A INTERNET / CORREO ELECTRÓNICO	90,9	83,3
TPV (PAGO CON TARJETAS)	100,0	97,6
Fuente: SITA		

Aunque el uso de programas informáticos de reserva y de gestión está difundido, existe todavía un porcentaje elevado de establecimientos que no disponen de estos elementos, hoy en día imprescindibles dentro de un entorno cada vez más competitivo (Figura 4.20).

FIGURA 4.20: GESTIÓN DEL ESTABLECIMIENTO (% SÍ).

DISPONIBILIDAD DE	GIJÓN	ASTURIAS
PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE RESERVA	54,5	81,0
PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE GESTIÓN	63,6	80,7
ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN	36,4	50,0
PÁGINA WEB PROPIA	63,6	59,0
SERVICIO DE LAVANDERÍA EXTERNO	72,7	65,4
Fuente: SITA		

Respecto a los servicios complementarios de los establecimientos, un 54,5% de los Hoteles de tres estrellas disponen de restaurante, de los cuales la mitad lo utilizan también para eventos como bodas y banquetes.

En cuanto a actividades de ocio complementarias, un 45,5% incorpora las mismas dentro de su oferta aunque son ofrecidas en su mayoría en colaboración con empresas especializadas.

Por lo que se refiere a la política comercial, los Hoteles de tres estrellas de Gijón son más dinámicos que los del conjunto regional a excepción de la utilización de *Centrales de reserva* y de las *Promociones de fin de semana*. Se trata de hoteles que utilizan con mucha frecuencia herramientas promocionales, estando la comercialización a través de agencias de viaje generalizada en todos los establecimientos (Figura 4.21).

FIGURA 4.21: ACCIONES COMERCIALES (% SOBRE EL TOTAL).

	GIJÓN	ASTURIAS
CENTRALES DE RESERVA POR INTERNET	63,6	59,8
CENTRALES DE RESERVA	54,5	56,0
TALONES/ BONOS	81,8	77,4
PROMOCIONES FIN DE SEMANA	45,5	60,7
PRESENCIA EN FOLLETOS DE AA.VV.	100,0	95,2
Fuente: SITA		

Por término medio, el presupuesto anual asignado a publicidad es de 978,13 euros. La mayoría de los establecimientos recurren a la edición de *Folletos*, *Anuncios en prensa y radio* y su *Propia web* como medios publicitarios principales (Figura 4.22).

FIGURA 4.22: PUBLICIDAD (% SOBRE EL TOTAL).

	GIJÓN	ASTURIAS
<b>REALIZAN PUBLICIDAD</b>	<b>100,0</b>	<b>93,8</b>
FOLLETOS	63,6	75,0
ANUNCIOS EN PRENSA Y RADIO	63,6	64,5
LIBROS/GUÍAS TURÍSTICAS PRIVADAS	27,3	35,5
GASTO EN PÁGINA WEB PROPIA	54,5	36,8
EN OTRAS PÁGINAS WEB	9,1	14,5
OTROS	36,4	31,6

Fuente: SITA

El 90% de los establecimientos de tres estrellas realizaron algún tipo de inversión durante el ejercicio en sus instalaciones siendo las más extendidas las efectuadas en *Mantenimiento del edificio* y del *Equipamiento* (Figura 4.23).

FIGURA 4.23: INVERSIONES REALIZADAS (% SOBRE EL TOTAL).

	GIJÓN	ASTURIAS
<b>REALIZAN INVERSIONES</b>	<b>90,0</b>	<b>69,3</b>
MANTENIMIENTO (EDIFICIO)	88,9	78,8
MANTENIMIENTO (EQUIPAMIENTOS)	88,9	73,1

Fuente: SITA

El empresariado de tres estrellas muestra un especial interés en las *Mejoras de los edificios* así como en los *Cursos de formación especializados*, tal y como lo pone de manifiesto el hecho de que si tiene que solicitar ayudas lo harían sobre estas partidas. Para llevar a cabo las diferentes inversiones, el 20% de los establecimientos recibieron alguna subvención pública (Figura 4.24).

FIGURA 4.24: SUBVENCIONES (% SOBRE EL TOTAL).

ELEMENTOS SUBVENCIONABLES	GIJÓN	ASTURIAS
MEJORAS DEL EDIFICIO	26,3	22,3
CURSOS DE FORMACIÓN ESPECIALIZADOS	21,1	13,7
AMPLIACIÓN CAPACIDAD DEL ALOJAMIENTO	15,8	12,6
EQUIPAMIENTO INFORMÁTICO	10,5	13,7
CONTRATACIÓN PERSONAL CUALIFICADO	10,5	9,7
PAGINA WEB	5,3	4,0
ACUDIR A FERIAS	5,3	7,4
PUBLICIDAD DE FOLLETOS	5,3	10,9
OTROS	—	5,7
Fuente: SITA		

Respecto a la política de precios para una habitación doble en cada temporada, existe una notable diferencia entre los mismos, ya que el incremento del precio en temporada alta es de un 39% (Figura 4.25).

FIGURA 4.25: PRECIOS MEDIOS (EUROS).

PRECIO DE LA HABITACIÓN DOBLE (SIN DESAYUNO)	GIJÓN	ASTURIAS
EN TEMPORADA ALTA	84,15	80,12
EN TEMPORADA BAJA	60,54	58,36
Fuente: SITA		

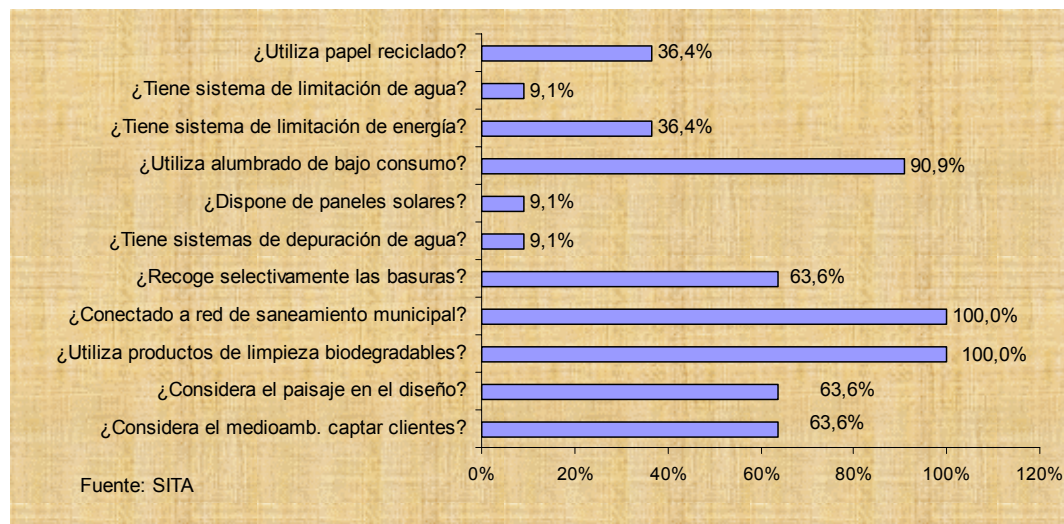
Todos los hoteles de tres estrellas de la ciudad de Gijón cuentan con habitaciones que disponen de *Teléfono* y *Televisión*. Al igual que los hoteles de mayor categoría y quizá por su ubicación en núcleos urbanos, el 66,7% de estos establecimientos ofrecen un servicio de restauración abierto al público en general (Figura 4.26).

FIGURA 4.26: OTROS SERVICIOS OFRECIDOS (% SOBRE EL TOTAL).

	GIJÓN	ASTURIAS
DESAYUNO SÓLO CLIENTES	18,2	42,9
COMIDAS/ CENAS SÓLO CLIENTES	11,1	29,3
DESAYUNO/ COMIDAS/ CENAS CLIENTES NO HOSPEDADOS	66,7	75,6
OFERTAS FIN DE SEMANA	54,5	55,4
Fuente: SITA		

Finalmente, en cuanto a la política de sostenibilidad medioambiental seguida por los hoteles de tres estrellas, lo más destacable es la *Utilización de productos de limpieza biodegradables*, la *Conexión a la red de saneamiento municipal* y el *Uso de alumbrado de bajo consumo* (Figura 4.27).

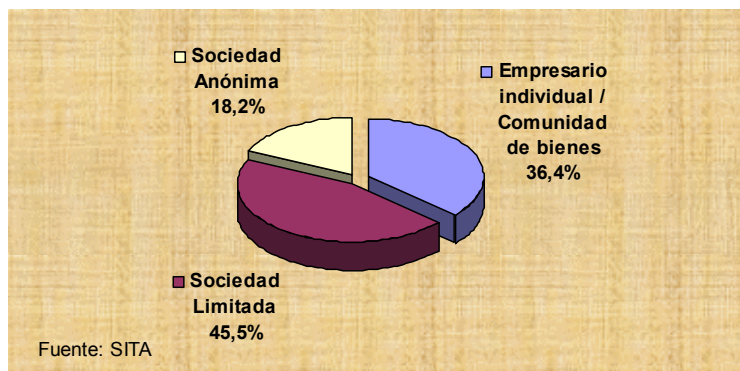
FIGURA 4.27: POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL.



#### IV.4.- Hoteles de 1 y 2 estrellas.

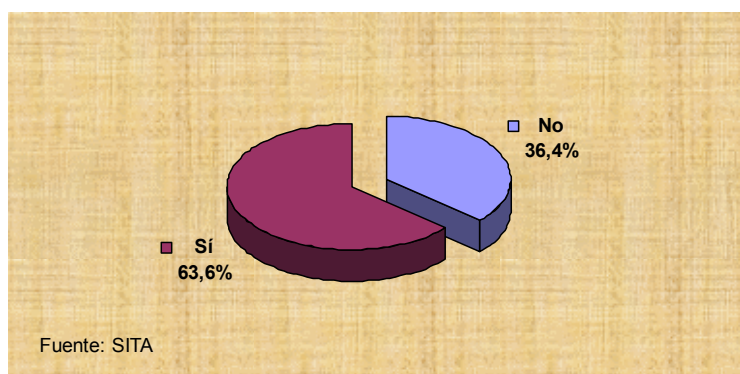
Los Hoteles de una y dos estrellas suman 12 establecimientos y conforman un segmento de la oferta muy heterogéneo en el que predomina la *Sociedad Limitada* con el 45,5% aunque existe una importante presencia de *Empresarios individuales y comunidades de bienes*, el 36,4%. Asimismo, cabe añadir que este conjunto de hoteles está constituido exclusivamente por establecimientos *Independientes* (Figura 4.28).

FIGURA 4.28: FORMA JURÍDICA.



El nivel de asociacionismo es bastante elevado, ya que alcanza a casi dos de cada tres hoteles de esta categoría. En concreto, son la *Unión Hotelera* y la *Asociación Empresarial de Hostelería de Asturias* la que aglutinan un mayor número de asociados (Figura 4.29).

FIGURA 4.29: PERTENENCIA A ASOCIACIONES PATRONALES.



No existen discontinuidades temporales en la actividad de los establecimientos de este segmento ya que todos los hoteles de una y dos estrellas del municipio de Gijón desarrollan su actividad de forma continuada durante todo el año.

Por lo que se refiere a la dimensión de los establecimientos, el número de plazas por término medio es de 64,45 y el de habitaciones de 36,70. Por otro lado, en el volumen de facturación se observa la existencia de un amplio margen de dispersión, aunque el intervalo más frecuente es el comprendido entre 72.121,45 y 81.136,63 euros (Figura 4.30).

FIGURA 4.30: DIMENSIÓN MEDIA.

	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLAZAS	64,45	67,46
HABITACIONES	36,70	44,06
Fuente: SITA		

Durante el periodo de temporada alta, los hoteles de una y dos estrellas cuentan con una plantilla media de 11 trabajadores que se ve reducida a 9 en la temporada de más baja actividad. En este caso, la figura del *Empresario y sus familiares* cobra una mayor importancia con 2,55 trabajadores de media (Figura 4.31).

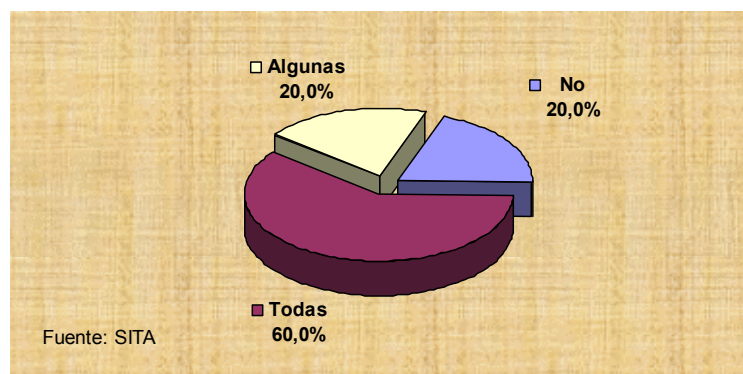
FIGURA 4.31: RECURSOS HUMANOS (PLANTILLA MEDIA).

	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLANTILLA EN TEMPORADA ALTA	11,00	10,13
PLANTILLA EN TEMPORADA BAJA	9,27	7,00

Fuente: SITA

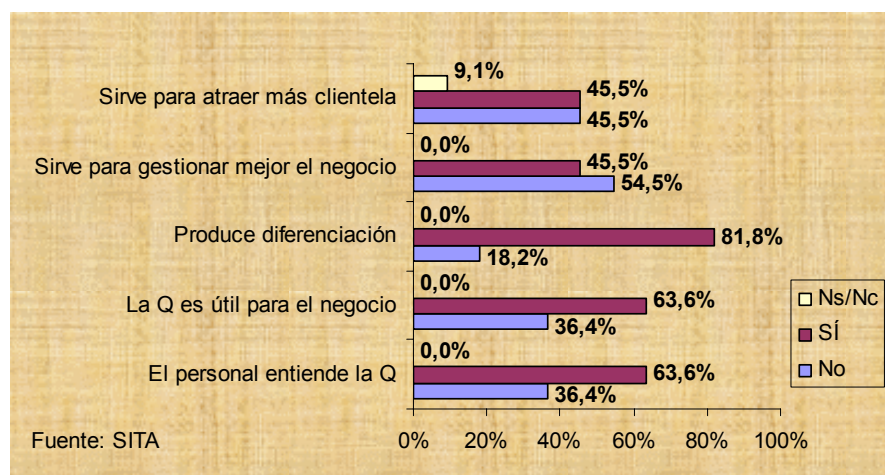
Cuando los Hoteles de una y dos estrellas de Gijón asumen actividades formativas, éstas suelen estar subvencionadas total o parcialmente en su mayor parte. Sin embargo, y pese a este apoyo, no llegan a la mitad los establecimientos que participaron en programas de formación, concretamente el 45,5% (Figura 4.32).

FIGURA 4.32: SUBVENCIONES A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN.



En cuanto a la calidad, sólo un establecimiento posee la *Q de Calidad* y otro se encuentra trabajando en ello. Por otra parte la mayoría de los empresarios de este segmento consideran que las certificaciones podrían ser muy interesantes para diferenciar los servicios que prestan (Figura 4.33).

FIGURA 4.33: EXPECTATIVAS FRENTE A LA Q DE CALIDAD.



Respecto a los equipos para el tratamiento y transmisión de información, los *Sistemas para el pago electrónico* están disponibles en todos los establecimientos. No obstante, el 9,1% carecen de *Fax*, un 27,3% no disponen de *Sistemas informáticos* y un 18,8% no tiene *Acceso a Internet* (Figuras 4.34).

FIGURA 4.34: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO.

	% SOBRE TOTAL
FAX	90,9
SISTEMA INFORMÁTICO (MONOPUESTO O RED)	72,7
ACCESO A INTERNET / CORREO ELECTRÓNICO	81,8
TPV (PAGO CON TARJETAS)	100,0

Fuente: SITA

Por lo que se refiere a la gestión del establecimiento, está ampliamente difundido el uso de *Programas informáticos de gestión*, el *Servicio de lavandería externo*, la utilización de *Programas informáticos de gestión y reserva* y la disposición de *Página web propia* (Figura 4.35).

FIGURA 4.35: GESTIÓN DEL ESTABLECIMIENTO.

DISPONIBILIDAD DE	% SÍ
PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE RESERVA	63,6
PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE GESTIÓN	72,7
ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN	27,3
PÁGINA WEB PROPIA	63,6
SERVICIO DE LAVANDERÍA EXTERNO	66,7
FUENTE: SITA	

Por otra parte, un 27,3% de los establecimientos dispone de restaurante y solamente uno ofrece sus instalaciones para la celebración de bodas y banquetes. Igualmente, el 27,3% de los hoteles ofrecen actividades de ocio y tiempo libre pero en la mayor parte de los casos se acude a empresas externas de turismo activo para prestar servicios como las *Actividades acuáticas / canoas* y los *Paseos en barco*.

Por lo que se refiere a la política comercial de los hoteles de una y dos estrellas únicamente es relevante en lo que se refiere a *Presencia en folletos de AA.VV* (Figura 4.36).

FIGURA 4.36: ACCIONES COMERCIALES.

	% SOBRE EL TOTAL
CENTRALES DE RESERVA POR INTERNET	36,4
CENTRALES DE RESERVA	45,5
TALONES/BONOS	27,3
PROMOCIONES FIN DE SEMANA	27,3
PRESENCIA EN FOLLETOS DE AA.VV.	63,6
Fuente: SITA	

La totalidad de los establecimientos hoteleros de Gijón de una y dos estrellas han realizado algún gasto en publicidad que asciende a una media de 1.893,55 euros al año. Los medios publicitarios más difundidos son los *Folletos* y los *Anuncios en prensa y radio* (Figura 4.37).

FIGURA 4.37: PUBLICIDAD.

	% SOBRE EL TOTAL
REALIZAN PUBLICIDAD	100,0
FOLLETOS	60,0
ANUNCIOS EN PRENSA Y RADIO	60,0
LIBROS/GUÍAS TURÍSTICAS PRIVADAS	30,0
GASTO EN PÁGINA WEB PROPIA	10,0
EN OTRAS PÁGINAS WEB	10,0
OTROS	70,0
Fuente: SITA	

Un 71,4% de los establecimientos que tienen comportamiento inversor dedican una importante partida a inversiones de *Mantenimiento del edificio* y de los *Equipamientos*. Asimismo, el 27,3% de las empresas de esta categoría recibieron algún tipo de apoyo financiero en las inversiones acometidas, siendo los elementos de inversión sobre los que principalmente solicitarían una subvención o ayuda las *Mejoras del edificio* con un 21,7%, seguido de *Ampliar la capacidad del alojamiento* y de los *Cursos de formación especializados* (Figuras 4.38/ 4.39).

FIGURA 4.38: INVERSIONES REALIZADAS.

	% SOBRE EL TOTAL
<b>REALIZAN INVERSIONES</b>	<b>63,6</b>
<b>MANTENIMIENTO (EDIFICIO)</b>	71,4
<b>MANTENIMIENTO (EQUIPAMIENTOS)</b>	71,4
Fuente: SITA	

FIGURA 4.39: SUBVENCIONES.

ELEMENTOS DE SUBVENCIÓN	% SOBRE EL TOTAL
MEJORAS DEL EDIFICIO	21,7
AMPLIAR CAPACIDAD DEL ALOJAMIENTO	17,4
CURSOS DE FORMACIÓN ESPECIALIZADOS	17,4
PUBLICIDAD DE FOLLETOS	13,0
PAGINA WEB	8,7
CONTRATACIÓN PERSONAL CUALIFICADO	8,7
APERTURA DE NUEVAS ACTIVIDADES	4,3
EQUIPAMIENTO INFORMÁTICO	4,3
OTROS	4,3
FUENTE: SITA	

El precio de una habitación doble sin desayuno en temporada alta es de 66,75 euros de media mientras que en temporada baja es de 43,58 euros. Los valores observados reflejan una dispersión menor que en el caso de los hoteles de categoría superior (Figura 4.40).

FIGURA 4.40: PRECIOS MEDIOS (EUROS).

PRECIO DE LA HABITACIÓN DOBLE (SIN DESAYUNO)	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
EN TEMPORADA ALTA	66,75	8,90
EN TEMPORADA BAJA	43,58	8,37
Fuente: SITA		

En un 90,9% de las habitaciones hay *Teléfono*, mientras que todas disponen de *Televisión*. Otros servicios ofrecidos están muy por debajo de los hoteles de más categoría (Figuras 4.41 / 42).

FIGURA 4.41: EQUIPAMIENTO DE LAS HABITACIONES.

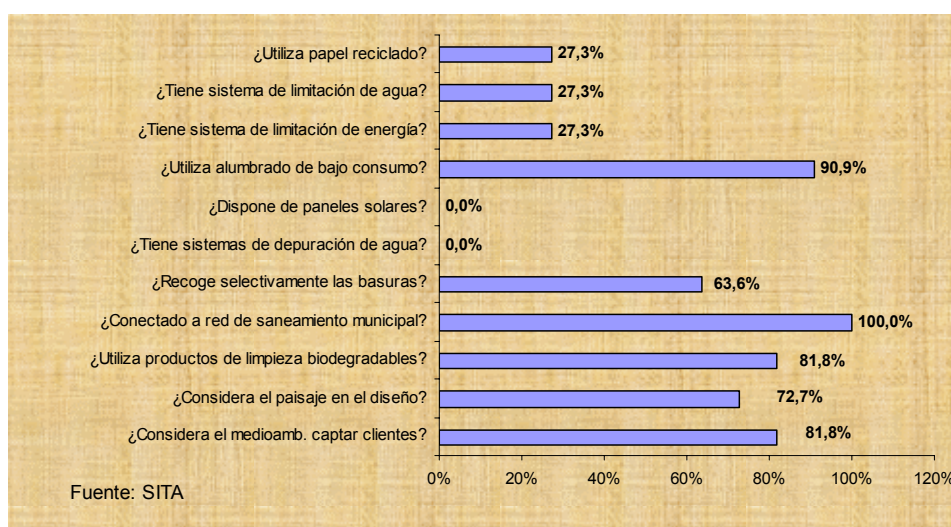
	TODAS LAS HABITACIONES	EN NINGUNA HABITACIÓN
TELÉFONO	90,9	9,1
TELEVISIÓN	100,0	—
Fuente: SITA		

FIGURA 4.42: OTROS SERVICIOS OFRECIDOS.

	% SOBRE EL TOTAL
DESAYUNO SÓLO CLIENTES	36,4
COMIDAS / CENAS SÓLO CLIENTES	9,1
DESAYUNO / COMIDAS / CENAS CLIENTES NO HOSPEDADOS	27,3
OFERTAS FIN DE SEMANA	27,3
FUENTE: SITA	

En materia de sostenibilidad medioambiental, los hoteles de una y dos estrellas presentan un pobre balance a este respecto ya que la medida más frecuente es la *Utilización de alumbrado de bajo consumo* (Figura 4.43).

FIGURA 4.43: POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL.



#### IV.5.- Hostales y Pensiones.

El número de Hostales y Pensiones de Gijón asciende a 34 establecimientos, entre los que predomina la forma jurídica de *Empresario individual o comunidad de bienes*. Asimismo, se caracterizan por constituirse en su mayor parte como establecimientos *Independientes* (Figuras 4.44 / 4.45).

FIGURA 4.44: FORMA JURÍDICA.

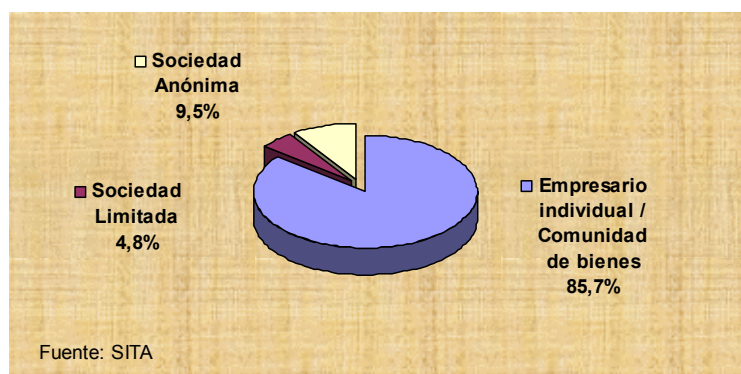
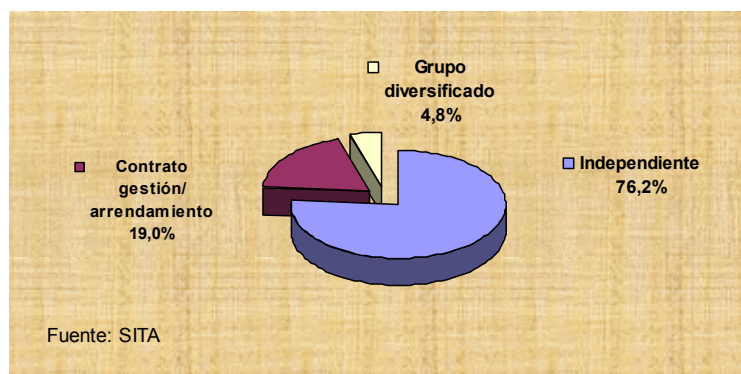


FIGURA 4.45: INTEGRACIÓN EMPRESARIAL.



El asociacionismo no es una práctica habitual en los establecimientos de esta categoría, constituyéndose como un aspecto diferenciador respecto a los de mayor categoría. Por otro lado, una amplia mayoría, el 95,2% de los establecimientos desarrollan su actividad de forma continuada todo el año.

En cuanto a la dimensión y el volumen de actividad, se trata de establecimientos de reducido tamaño con una media de 13 plazas por

establecimiento y que en el 76,9% de los casos no superan la cifra de facturación de 27.045,54 euros (Figura 4.46).

FIGURA 4.46: DIMENSIÓN MEDIA.

	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLAZAS	12,62	6,34
HABITACIONES	8,00	5,21
Fuente: SITA		

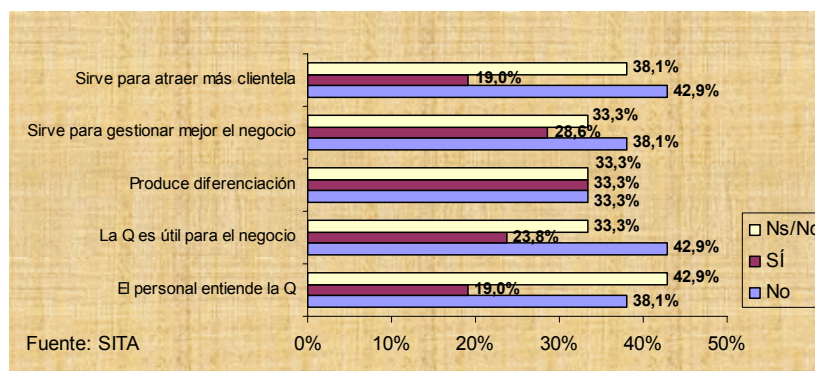
Respecto a la plantilla de trabajadores, apenas se aprecian diferencias entre temporadas. Cabe indicar además que dentro del reducido número de personas que atienden estos establecimientos, sobresale la participación del *Empresario y sus familiares* (Figura 4.47).

FIGURA 4.47: RECURSOS HUMANOS (PLANTILLA MEDIA).

EMPLEADOS	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
PLANTILLA EN TEMPORADA ALTA	1,95	1,47
PLANTILLA EN TEMPORADA BAJA	1,76	1,14
Fuente: SITA		

En el caso de la formación, los Hostales y Pensiones de Gijón no dan mucha importancia a este aspecto ya que tan sólo uno de ellos participó en programas de formación durante el ejercicio. Asimismo, todos los establecimientos permanecen al margen de la implantación de sistemas de certificación de calidad, de hecho, tan solo un tercio de las empresas consideran que la implantación de la Q de calidad *Produce diferenciación* (Figura 4.48).

FIGURA 4. 48: EXPECTATIVAS FRENTE A LA Q DE CALIDAD.



El equipamiento de los Hostales y Pensiones radicados en Gijón es bastante limitado ya que un 76,2% de los establecimientos permanece sin *Correo electrónico/ Acceso a Internet y Sistema Informático* y un 71,4% sin *Fax* ni *TPV* (Figura 3.49).

FIGURA 4.49: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO.

	% SOBRE TOTAL
FAX	28,6
SISTEMA INFORMÁTICO (MONOPUESTO O RED)	23,8
ACCESO A INTERNET / CORREO ELECTRÓNICO	23,8
TPV (PAGO CON TARJETAS)	28,6

Fuente: SITA

Dos establecimientos disponen de restaurante, aunque ninguno ofrece sus instalaciones para bodas y banquetes y por otro lado, estos negocios no ofrecen a sus clientes actividades deportivas y de ocio, circunstancia que puede deberse a que se encuentran integrados en el núcleo urbano y presentan una pequeña dimensión.

Las actividades comerciales no son muy importantes, pero sí realizan algún gasto en publicidad con una media por establecimiento de 509,86 euros al año (Figura 4.50).

FIGURA 4.50: PUBLICIDAD.

	% SOBRE EL TOTAL
<b>REALIZAN PUBLICIDAD</b>	<b>52,4</b>
FOLLETOS	27,3
ANUNCIOS EN PRENSA Y RADIO	9,1
LIBROS/ GUÍAS TURÍSTICAS PRIVADAS	9,1
GASTO EN PÁGINA WEB PROPIA	9,1
EN OTRAS PÁGINAS WEB	—
OTROS	63,6

Fuente: SITA

Las inversiones en *Mantenimiento del edificio* y de los *Equipamientos* son habituales. Por otra parte, tan sólo un establecimiento recibió alguna subvención (Figura 4.51).

FIGURA 4.51: INVERSIONES REALIZADAS.

	% SOBRE EL TOTAL
<b>REALIZAN INVERSIONES</b>	<b>55,0</b>
AMPLIACIÓN	9,1
MANTENIMIENTO (EDIFICIO)	72,7
MANTENIMIENTO (EQUIPAMIENTOS)	63,6

Fuente: SITA

La mayoría pedirían subvenciones para realizar *Mejoras en el edificio*, realizar *Publicidad de folletos* y *Ampliar la capacidad del alojamiento*. Otra parte más pequeña lo haría para la *Apertura de nuevas actividades* (ocio, restauración, etc.) y para la construcción de una *Página web* (Figura 4.52).

FIGURA 4.52: ELEMENTOS DE SUBVENCIÓN.

SUBVENCIONES O AYUDAS	% SOBRE EL TOTAL
MEJORAS DEL EDIFICIO	41,9
PUBLICIDAD DE FOLLETOS	19,4
AMPLIAR CAPACIDAD DEL ALOJAMIENTO	12,9
APERTURA DE NUEVAS ACTIVIDADES	9,7
PÁGINA WEB	6,5
EQUIPAMIENTO INFORMÁTICO	3,2
CONTRATACIÓN PERSONAL CUALIFICADO	3,2
ACUDIR A FERIAS	3,2

Fuente: SITA

Los precios medios por habitación doble sin desayuno de los Hostales y las Pensiones de Gijón alcanzan en temporada alta los 35 euros de media frente a los 25,22 euros en temporada baja (Figura 4.53).

FIGURA 4.53: PRECIOS MEDIOS (EUROS).

PRECIO DE LA HABITACIÓN DOBLE (SIN DESAYUNO)	MEDIA	DESVIACIÓN TÍPICA
EN TEMPORADA ALTA	35,00	10,90
EN TEMPORADA BAJA	25,22	5,75

Fuente: SITA

En cuanto a los equipamientos de las habitaciones, son más frecuentes los usos comunes o incluso la no disponibilidad de algunos elementos como el *Teléfono* o la *Televisión* (Figuras 4.54).

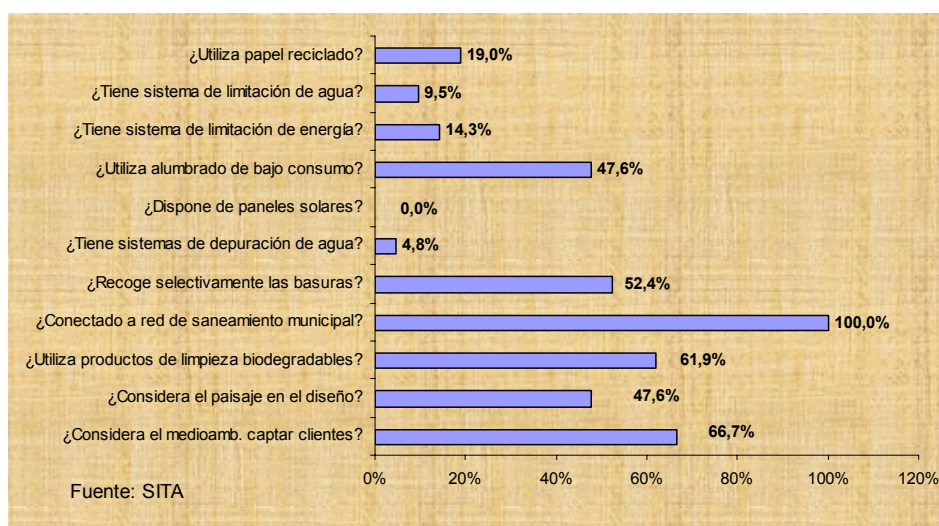
FIGURA 4.54: EQUIPAMIENTO DE LAS HABITACIONES (%).

	TODAS LAS HABITACIONES	EN ALGUNAS HABITACIONES	EN NINGUNA HABITACIÓN	DE USO COMÚN
TELÉFONO	—	—	75,0	25,0
TELEVISIÓN	60,0	15,0	25,0	—

Fuente: SITA

Para finalizar, sólo un 66,7% de los Hostales y Pensiones consideran que el medio ambiente es importante para captar clientes, Todos los establecimientos están *Conectados a la red municipal de saneamiento* y el 61,9% utilizan productos de limpieza biodegradables (Figura 4.55).

FIGURA 4.55: POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL.



#### IV.6.- Turismo Rural.

En el análisis de los establecimientos de Turismo Rural se han incluido las dos Casas de Aldea y el único Albergue existentes en el municipio de Gijón, ya que la Casona Asturiana, habitualmente considerada en este epígrafe se ha analizado con los hoteles de tres estrellas. Es importante señalar que dado el reducido número de establecimientos de esta tipología, lo que se pretende es realizar un análisis más de tipo cualitativo que cuantitativo, tratando de buscar algún tipo de comportamiento específico o tendencia.

La totalidad de los alojamientos rurales radicados en el municipio de Gijón son *Independientes*. Respecto a su forma jurídica, la mayor parte no revisten forma societaria sino que se trata de un *Empresario Individual* o *Comunidad de bienes* y en caso de ser una sociedad mercantil se opta por la *Sociedad Limitada*.

El asociacionismo no es una práctica frecuente en esta categoría ya que ninguno de los establecimientos pertenece a asociaciones empresariales. Un aspecto a destacar es que la totalidad de los establecimientos permanecen abiertos durante todo el año.

Se trata de establecimientos con una reducida dimensión ya que su facturación no excede de 36.060,73 euros y la plantilla no supera los seis trabajadores de media en temporada alta.

Los establecimientos de este segmento carecen de cualquier tipo de certificación aunque existe bastante acuerdo entre el empresariado de que la Q de calidad *Produce diferenciación* y que *El personal entiende su significado*.

Asimismo, presentan una notable dotación en cuanto a equipamientos tecnológicos a excepción de las *Terminales de pago con tarjetas*. Por lo que se refiere a las herramientas de gestión, su uso es bastante limitado, teniendo todos los establecimientos externalizado el *Servicio de lavandería*.

Tan sólo la mitad de los establecimientos de Turismo Rural ofertan a sus huéspedes *actividades complementarias* al alojamiento, fundamentalmente a través de empresas de turismo activo siendo las más comunes los *Paseos a caballo, Todo terreno, Quads y Cañones, Rafting*.

Por lo que respecta a la publicidad, el 66,7% la realiza, destacando la importante presencia de los establecimientos en otras *Páginas Web* y la utilización de *Folletos*.

Durante el ejercicio 2002, el 66,7% de los establecimientos realizaron alguna inversión, dedicadas principalmente al *Mantenimiento del edificio y equipamientos*, implicando un fuerte desembolso para estos pequeños negocios ya que ninguna de las empresas declara haber recibido alguna *Subvención*. Sin embargo, sí son muchos los elementos sobre los cuales solicitarían alguna subvención como la *Realización de mejoras en el edificio* o *Acudir a ferias*.

En cuanto a la política medioambiental destacan de forma muy positiva la *Consideración del paisaje en el diseño* de las instalaciones y del *medioambiente para captar clientes*, así como el *Uso de productos de limpieza biodegradables* y la *Utilización de alumbrado de bajo consumo*.

#### **IV.7.- Campings.**

La ciudad de Gijón cuenta con dos establecimientos de camping perfectamente equipados, situándose uno en la proximidad del núcleo urbano y el otro en los alrededores de Gijón, en la parroquia de Deva. Debido a su reducido número, para respetar la confidencialidad de los datos, el estudio realizado es de tipo cualitativo, tratando de analizar la tendencia de las principales variables.

Los campings de Gijón están constituidos como *Sociedad Limitada* y se encuentran en *Régimen de contrato de gestión u / o arrendamiento*.

La estacionalidad en la actividad del Camping es significativamente mayor que en otros tipos de establecimientos del concejo, ya que aunque uno de los establecimientos abre durante todo el año, el otro cierra por temporada, abriendo solamente el periodo comprendido entre los meses de *Junio a Septiembre* y durante la *Semana Santa*.

En cuanto al número de personas que forman la plantilla, se aprecia una gran temporalidad en el empleo, en consonancia con el periodo de apertura, alcanzando una media de 10,50 trabajadores en temporada alta frente a los 2 trabajadores de media en temporada baja.

Por lo que se refiere al equipamiento tecnológico, todos disponen de *Fax* y *Sistema informático* y en lo referente a la gestión del establecimiento, ambos disponen de *Página web propia* y externalizan el *Servicio de lavandería*.

En cuanto a los servicios ofrecidos, el Camping es una de las formas de alojamiento más propicias para la práctica de actividades deportivas y de ocio relacionadas con la naturaleza, siendo el *Senderismo / Excursionismo* y los *Paseos a caballo* a través de empresas especializadas el complemento más habitual.

Las acciones comerciales se centran principalmente en la *Presencia en folletos de AA.VV.*, mientras que en lo referente a la publicidad, los *Folletos*, la aparición en *Libros / guías turísticas privadas* y la *Página web propia* son los medios más generalizados.

Los campings de la ciudad de Gijón realizaron algún tipo de inversión durante el año 2002, especialmente en *Mantenimiento de equipamientos*. Los elementos de inversión sobre los que solicitarían una subvención o ayuda son para realizar *Mejoras en el edificio*, *Ampliar la capacidad* y para el *Equipamiento informático*.

Los empresarios consideran muy importante la concienciación medioambiental como una vía para atraer a nuevos clientes, así como la *Recogida selectiva de basuras* y la *Utilización de productos de limpieza biodegradables* que es adoptada por todos los establecimientos.

#### **IV.8.- Una visión de conjunto.**

A lo largo del análisis de la oferta se ha constatado que los establecimientos de alojamiento ubicados en el municipio de Gijón presentan características y servicios muy variados. Tanto es así que, aunque un 22,9% de los establecimientos facturan por debajo de 9.015,18 euros, existe un 14,3% que se sitúan en el tramo comprendido entre 300.506,05 y 601.012,10 e incluso otro 14,3% facturan cantidades por encima de esta última cifra (Figura 4.56).

FIGURA 4.56: FACTURACIÓN (% SOBRE TOTAL).

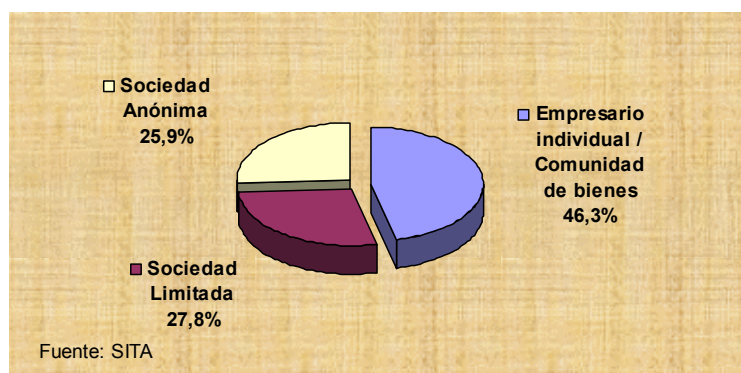
INTERVALOS (EUROS)	GIJÓN	ASTURIAS
HASTA 9.015,18	22,9	51,7
DE 9.015,18 A 18.030,36	2,9	16,7
DE 18.030,36 A 27.045,54	8,6	4,3
DE 27.045,54 A 36.060,73	5,7	5,0
DE 36.060,73 A 45.075,91	2,9	2,5
DE 45.075,91 A 54.091,09	2,9	2,0
DE 54.091,09 A 63.106,27	2,9	1,6
DE 63.106,27 A 72.121,45	—	2,0
DE 72.121,45 A 81.136,63	5,7	1,1
DE 81.136,63 A 90.151,82	2,9	1,3
DE 90.151,82 A 120.202,42	5,7	2,9
DE 120.202,42 A 300.506,05	8,6	4,7
DE 300.506,05 A 601.012,10	14,3	2,7
DE 601.012,10 A 901.518,16	2,9	0,6
DE 901.518,16 A 1.202.024,21	—	0,1
DE 1.202.024,21 A 1.803.036,31	8,6	0,4
MÁS DE 1.803.036,31	2,9	0,6

Fuente: SITA

Respeto a la forma jurídica, un 46,3% de los establecimientos de alojamiento gijoneses operan bajo la figura de *Empresario Individual* o

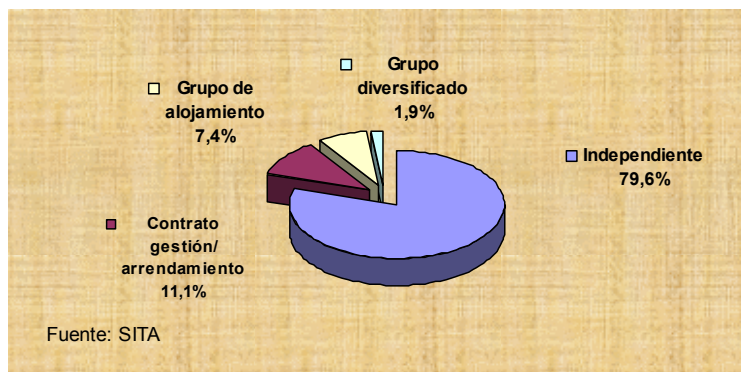
*Comunidad de bienes* y cuando se constituye una sociedad, la opción más utilizada es la *Sociedad limitada*, seguida de la *Sociedad anónima* (Figura 4.57).

FIGURA 4.57: FORMA JURÍDICA.



En cuanto a la integración en un grupo o una cadena contractual, predominan los establecimientos *Independientes*, con una escasa presencia de los *Grupos de alojamiento* y demás formas de integración (Figura 4.58).

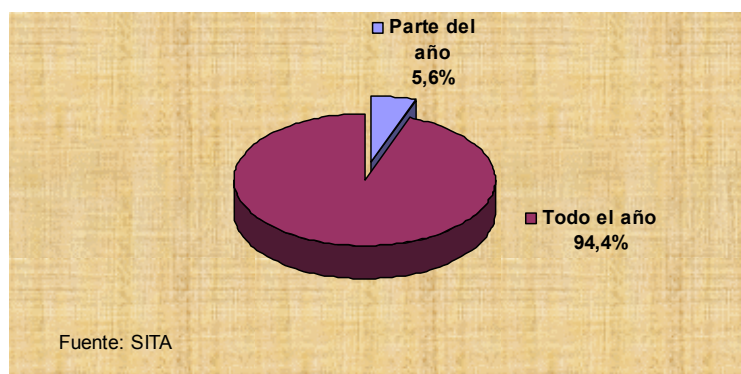
FIGURA 4.58: INTEGRACIÓN EMPRESARIAL.



Algo más de la mitad de los establecimientos, el 53,7% pertenece a alguna asociación patronal del sector, destacando la *Unión Hotelera* y la *Asociación Empresarial de Hostelería de Asturias*.

La oferta de alojamientos de Gijón presenta en términos relativos, una continuidad temporal importante ya que tan sólo el 5,6% de los negocios no permanecen abiertos durante todo el año (Figura 4.59).

FIGURA 4.59: PERIODO DE APERTURA.



Los establecimientos de alojamiento dan empleo de media a 9,06 personas en temporada baja, llegando a alcanzar en los periodos de

mayor demanda los 10,81 trabajadores. Por lo general, prima el empleo de *Trabajadores Fijos* sobre el *Temporal* y el *Empresario* o *Familiares* (Figura 4.60).

FIGURA 4.60: RECURSOS HUMANOS (PLANTILLA MEDIA).

EMPLEADOS	GIJÓN	ASTURIAS
PLANTILLA EN TEMPORADA ALTA	10,81	4,09
PLANTILLA EN TEMPORADA BAJA	9,06	3,03
Fuente: SITA		

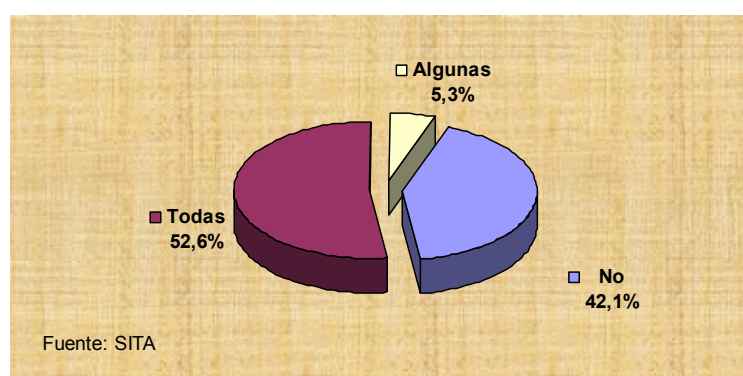
La mayoría de las empresas tiene externalizado el *Servicio de lavandería* y dispone de *Página web propia*. Además, el porcentaje de establecimientos que ha llevado a cabo algún tipo de esfuerzo formativo es muy reducido, llegando sólo a alcanzar al 37% de las empresas. Además, la Figura 4.62 pone de manifiesto el condicionante económico que supone la formación, ya que casi el 58% de los cursos en los que han participado los trabajadores del sector recibieron algún tipo de subvención o apoyo público (Figuras 4.61 / 4.62).

FIGURA 4.61: GESTIÓN DEL ESTABLECIMIENTO (% SÍ).

DISPONIBILIDAD DE	Gijón	ASTURIAS
PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE RESERVA	40,7	27,9
PROGRAMAS INFORMÁTICOS DE GESTIÓN	43,4	28,9
ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN	18,9	31,2
PÁGINA WEB PROPIA	47,2	38,6
SERVICIO DE LAVANDERÍA EXTERNO	49,0	41,0

Fuente: SITA

FIGURA 4.62: SUBVENCIONES A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN.



Son una escasa minoría los establecimientos que disponen de una certificación de calidad al final de 2002, concretamente un establecimiento está certificado con la Q, otro más pertenece al club de calidad de *Casonas Asturianas* y cuatro establecimientos más cuentan con otras certificaciones. De todas formas existe un amplio consenso entre el empresariado de que la Q de calidad *Produce diferenciación* y *El personal entiende la Q* (Figuras 4.63 / 4.64).

FIGURA 4.63: CERTIFICACIÓN DE CALIDAD.

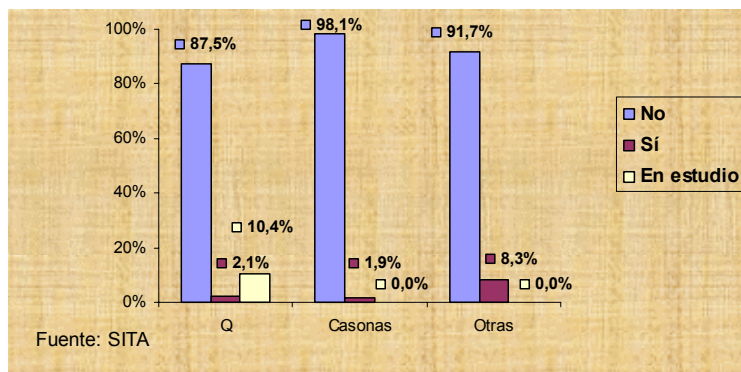
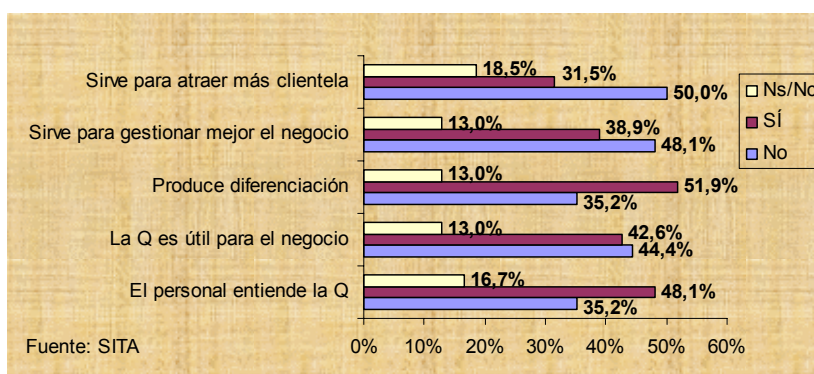


FIGURA 4.64: EXPECTATIVAS FRENTE A LA Q DE CALIDAD.



Pese a obtener medias superiores a las de Asturias, probablemente una de las debilidades más patentes en los establecimientos de alojamiento del municipio de Gijón sea el limitado nivel de equipamiento tecnológico, ya que todavía quedan alrededor de un 40% de negocios con fuertes restricciones tecnológicas (Figura 4.65).

FIGURA 4.65: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO (% SOBRE TOTAL).

	GIJÓN	ASTURIAS
FAX/TELEX	70,4	59,2
SISTEMA INFORMÁTICO (MONOPUESTO O RED)	61,1	59,4
ACCESO A INTERNET / CORREO ELECTRÓNICO	61,1	52,8
TPV (PAGO CON TARJETAS)	66,7	51,2
Fuente: SITA		

Tan sólo el 24,5% de los alojamientos ofrece actividades complementarias de ocio a sus clientes y lo hacen utilizando los servicios de empresas de turismo activo especializadas para que organicen las actividades. Los *Paseos a caballo*, los *Deportes acuáticos* y los *Paseos en barco / Buceo* constituyen las opciones más habituales.

La acción comercial más difundida es la *Presencia en folletos de AA.VV.*, seguida de el uso de *Centrales de reserva* tanto por *Internet* como las de corte más tradicional. El recurso a la publicidad también es muy utilizado, destacando el uso de *Folletos* (Figuras 4.66 / 4.67).

FIGURA 4.66: ACCIONES COMERCIALES (% SOBRE EL TOTAL).

	GIJÓN	ASTURIAS
CENTRALES DE RESERVA POR INTERNET	42,6	33,3
CENTRALES DE RESERVA	35,2	32,0
TALONES/BONOS	32,1	22,5
PROMOCIONES FIN DE SEMANA	29,6	27,1
PRESENCIA EN FOLLETOS DE AA.VV.	50,9	39,7
Fuente: SITA		

FIGURA 4.67: PUBLICIDAD (% SOBRE EL TOTAL).

	GIJÓN	ASTURIAS
<b>REALIZAN PUBLICIDAD</b>	<b>79,2</b>	<b>75,9</b>
FOLLETOS	61,9	64,8
ANUNCIOS EN PRENSA Y RADIO	47,6	38,1
LIBROS/GUÍAS TURÍSTICAS PRIVADAS	31,0	27,2
GASTO EN PÁGINA WEB PROPIA	33,3	21,4
EN OTRAS PÁGINAS WEB	11,9	17,8
OTROS	50,0	27,6

Fuente: SITA

La mayoría de los establecimientos de alojamiento de Gijón han realizado algún tipo de inversión durante el ejercicio analizado. Los proyectos se han centrado de forma especial en el *Mantenimiento y mejora de edificios y equipamientos*. Por su parte, el porcentaje de establecimientos que ha recibido algún tipo de *Subvención* es el 15,1% del total (Figura 4.68).

FIGURA 4.68: INVERSIONES REALIZADAS (% SOBRE EL TOTAL).

	GIJÓN		ASTURIAS	
<b>REALIZAN INVERSIONES</b>	<b>70,6</b>		<b>62,6</b>	
	%	INVERSIÓN MEDIA (€)	%	INVERSIÓN MEDIA (€)
AMPLIACIÓN	5,6	60.101,21	3,9	114.257,16
MANTENIMIENTO (EDIFICIO)	75,0	36.272,81	68,3	16.929,54
MANTENIMIENTO (EQUIPAMIENTOS)	75,0	42.613,39	60,8	5.582,59
OTRAS INVERSIONES	2,8	60.101,21	2,6	25.655,47

Fuente: SITA

Finalmente, por lo que refiere a la concienciación medioambiental, es limitada, una amplia mayoría *Utiliza productos de limpieza biodegradables, Considera el medioambiente como variable fundamental para captar clientes y Utiliza alumbrado de bajo consumo* pero hay escasa utilización de papel reciclado, etc.(Figura 4.69).

FIGURA 4.69: POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL.

