



SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE ASTURIAS

El Turismo en Villaviciosa en 1999



GOBIERNO DEL
PRINCIPADO DE ASTURIAS

CONSEJERÍA DE INDUSTRIA,
COMERCIO Y TURISMO



SOCIEDAD REGIONAL DE TURISMO
DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS



UNIVERSIDAD DE OVIEDO



EQUIPO DE INVESTIGACIÓN:

DIRECTOR:

Dr. LUIS VALDÉS PELÁEZ.

Profesor Titular de Universidad de Economía Aplicada.

SUBDIRECTOR:

Dr. F. JAVIER DE LA BALLINA BALLINA.

Profesor Titular de Universidad de Comercialización e Investigación de Mercados.

PERSONAL INVESTIGADOR:

Dña. ROSA AZA CONEJO.

Profesor Titular de Escuela Universitaria de Fundamentos del Análisis Económico.

Dña. BEGOÑA ÁLVAREZ ÁLVAREZ.

Profesora Asociada de Comercialización e Investigación de Mercados.

Dr. JOSÉ SANTOS DOMÍNGUEZ MENCHERO.

Profesor Titular de Universidad de Estadística e Investigación Operativa.

D. SANTIAGO GONZÁLEZ HERNANDO.

Profesor Asociado de Comercialización e Investigación de Mercados.

Dña. CELINA GONZÁLEZ MIERES.

Profesora Asociada de Comercialización e Investigación de Mercados.

Dr. VICTOR IGLESIAS ARGÜELLES.

Profesor Titular de Universidad de Comercialización e Investigación de Mercados.

Dr. ENRIQUE LOREDO FERNÁNDEZ.

Profesor Asociado de Organización de Empresas.

D. JOSÉ MANUEL MENÉNDEZ ESTÉBANEZ.

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

Dra. EUGENIA SUÁREZ SERRANO.

Profesora Titular de Organización de Empresas.

Dr. EMILIO TORRES MANZANERA.

Profesor Titular de Estadística e Investigación Operativa.

D. EDUARDO ANTONIO DEL VALLE TUERO.

Coordinador del S.I.T.A.

D. CARLOS ARRIBAS SANCHEZ.

Becario de Investigación.

Dña. INES SUSTACHA MELJOSA.

Becaria de Investigación.



ÍNDICE



| | |
|---|-----------|
| PRÓLOGO..... | 5 |
| I.- INTRODUCCIÓN..... | 7 |
| II.- LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS..... | 12 |
| II.1.- Características Generales..... | 13 |
| II.2.- Una visión de Conjunto. | 16 |
| III.- LA DEMANDA TURISTICA..... | 24 |
| III.1.- Tipología del Turismo. | 25 |
| III.2.- Motivos de Viaje..... | 26 |
| III.3.- Compañía en el Viaje..... | 27 |
| III.4.- Forma de Organizar el Viaje..... | 29 |
| III.5.- Destino Compartido..... | 30 |
| III.6.- Razones de Elección de Destino. | 31 |
| III.7.- Impacto de las Campañas Publicitarias. | 32 |
| III.8.- Forma de Desplazamiento. | 32 |
| III.9.- Cifras Medias de Estancia y de Gasto..... | 33 |
| III.10.- Valoración del Alojamiento. | 36 |
| III.11.- Principales Referentes de Visita. | 37 |
| III.12.- Notoriedad de los Programas Turísticos. | 38 |
| III.13.- Perfil del Visitante..... | 38 |
| III.14.- Posibles próximos Destinos. | 40 |



PRÓLOGO

PRÓLOGO.

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

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

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

Queremos agradecer la colaboración prestada a todos los integrantes del sector que vienen facilitando de forma voluntaria el trabajo desarrollado.



I

INTRODUCCIÓN

I.- INTRODUCCIÓN.

La elección de este Municipio como objeto de informe específico resulta perfectamente entendible dada la tradicional relevancia del mismo en términos de notoriedad y de actividad turística.

Hay que indicar, asimismo, que la muestra analizada en este caso es algo menor, por lo tanto, el error estadístico que se comete es, consecuentemente, también mayor.

El informe se presenta guardando la máxima científicidad y objetividad en los resultados y en las explicaciones. Se intenta dejar a los profesionales del sector la extracción de las ideas y reflexiones que pueden ser de su interés.

FIGURA 1.1: FICHA TÉCNICA DE LA DEMANDA.

| CARACTERÍSTICAS | ENCUESTA |
|--|--|
| UNIVERSO | Turistas mayores de 18 años. |
| ÁMBITO GEOGRÁFICO | Principado de Asturias. |
| MÉTODO DE RECOGIDA DE LA INFORMACIÓN | Encuesta personal estructurada a turistas en Asturias. |
| TAMAÑO POBLACIONAL | Técnicamente infinita. |
| TAMAÑO DE LA MUESTRA | 154 turistas alojados en establecimientos colectivos. Municipio de Villaviciosa. |
| ERROR MUESTRAL | $\pm 7,89\%$ |
| NIVEL DE CONFIANZA | 95% $Z=1,96$ $p=q=50\%$ |
| PROCEDIMIENTO DE MUESTREO | Estratificado con Afijación proporcional en función de la ocupación según periodos del año, días de la semana, zonas geográficas y tipos de establecimientos. Selección de los entrevistados por cuotas. |
| FECHA DE REALIZACIÓN DEL TRABAJO DE CAMPO | Enero a Diciembre de 1999. |

FIGURA 1.2: FICHA TÉCNICA DE LA OFERTA.

| | | | |
|--|--------------------------------|------------------------|--------------------------|
| ÁMBITO GEOGRÁFICO | Principado de Asturias | | |
| PERIODO DE RECOGIDA | Junio a Diciembre 1999 | | |
| MÉTODO DE MUESTREO | Encuesta personal | | |
| UNIVERSO | Establecimiento de Alojamiento | | |
| | TAMAÑO POBLACIÓN(*) | TAMAÑO MUESTRAL | ERROR MÁXIMO (**) |
| TOTAL ALOJAMIENTOS | 46 | 38 | ± 6,7% |
| (*): Número de establecimientos existentes en Junio de 1999. (**): Con una confianza del 95%, el error máximo que se puede cometer en las estimaciones de porcentajes. Con una población de 1 Albergue, 1 Apartamento Turístico, 20 Casas de Aldea, 1 Casona Asturiana, 5 Camping, 13 Hoteles y 5 Hostales y pensiones registrados, se analiza una muestra adecuada a esa población | | | |

El Municipio de Villaviciosa está situado en la franja costera Centro-Oriental de Asturias. Siete años después de su fundación por Alfonso X, en 1277 aparece ya la villa con el nombre de la “pobla de Villaviciosa”, en su sentido de “abundante”, por la fertilidad de sus tierras.

El entorno natural de la ría de Villaviciosa con sus comunidades vegetales de marisma y las playas, entre las que destacan La Ñora, España, Tazones, El Puntal y Rodiles son los elementos naturales más importantes del Municipio.

La capital del concejo, Villaviciosa es una singular y pintoresca villa con un notable conjunto histórico en el que se puede visitar Santa María de la Oliva, la Capilla de La Concepción y la Casa de Valdés de estilo barroco. En la costa, destaca el pueblo marinero de Tazones con su puerto pesquero. La presencia del prerrománico en el Municipio se evidencia a través de San Salvador de Priesca, del 921 y San Salvador de Valdediós, del 891.



Por lo que se refiere a actividades, en la ría de Villaviciosa existe un refugio de Aves y las fiestas y romerías más conocidas son la peña de los Cuatro Jueces y El Portal.

Los certámenes gastronómicos más importantes son las Jornadas de las fabes, las Jornadas del Concejo y el Festival de la Manzana que se celebra en los años impares.

Los *Censos Oficiales y las Rectificaciones Padronales de Habitantes de Hecho del Municipio*, con referencia a 1991, arrojan una cifra de 15.093 habitantes. La superficie del Municipio es de 276,23 km² y el último dato publicado (1996) en cuanto a *Población de Derecho* era de 14.465 habitantes, lo que supone una densidad de población en 1996 de 52,37 hab/km².

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

- Sector primario: 2.261 empleos, 46,8%.
- Sector secundario (Industria): 898 empleos, 18,6%.
- Sector terciario (Servicios): 1.670 empleos, 34,6%.

FIGURA 1.3: RESEÑA ESTADÍSTICA DE VILLAVICIOSA.



| | | VILLAVICIOSA | | ASTURIAS | |
|------------------------------------|-----------------------|--------------|----------|------------------|--------------|
| SUPERFICIE | Km² | 276,23 | | 10.564,28 | |
| <i>Población de Hecho</i> | 1991 | 15.093 | | 1.098.725 | |
| <i>Población de Derecho</i> | 1991 | 15.045 | | 1.093.937 | |
| | 1996 | 14.465 | | 1.117.732 | |
| <i>Densidad demográfica (1996)</i> | | 52,37 | | 102,60 | |
| EMPLEO (1996) | | nº | % | nº | % |
| <i>Sector Primario</i> | | 2.261 | 46,8 | 49.130 | 14,7 |
| <i>Sector Secundario</i> | | 898 | 18,6 | 96.114 | 28,7 |
| <i>Sector Terciario</i> | | 1.670 | 34,6 | 189.714 | 56,6 |
| TOTAL | | 4.829 | 100,0 | 334.958 | 100,0 |

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



II

LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS.

II.1.- Características Generales.

II.2.- Una visión de Conjunto.

II.- LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS.

II.1.- Características generales.

Aunque el Municipio de Villaviciosa no sea muy representativo en el conjunto de Asturias, pues sus 1.974 plazas de alojamiento tan solo suponen el 3,7% de las ofertadas en el Principado, presenta una serie de características descriptivas de la oferta muy concretas y específicas.

En primer lugar, hay que destacar la elevada contribución a la Oferta de las plazas de *Camping*, que con casi 1.400 plazas, suponen prácticamente el 70% de la oferta total de Villaviciosa (algo más del 5% de la asturiana). Esta particular configuración de la oferta conlleva una problemática muy específica, por ejemplo, una elevada estacionalidad, unos niveles de gasto limitados y una configuración de servicios complementarios muy definida.

Debe indicarse, asimismo, la importancia de los *Hoteles*, que con 320 plazas, suponen más del 16% de la Oferta total del Municipio. En concreto, el mayor número de plazas se concentra en los niveles de categoría media y medio-baja, de *Tres y Dos estrellas* respectivamente.

Cabe destacar de forma muy especial, la importante presencia de las *Casas de Aldea*, tipología correspondiente al Turismo Rural, que representan el 9% de la oferta del Municipio, en concreto 159 plazas, que suponen el 7,3% del total de esta oferta en Asturias.

Los otros tipos de alojamientos englobados también en el Turismo Rural son más minoritarios en su contribución a la definición de la

Oferta, ya que los *Apartamentos Rurales* y los *Albergues* tan sólo concentran respectivamente el 0,6% y el 0,9% de las plazas de Villaviciosa (Figura 2.1).

FIGURA 2.1: PLAZAS DE ALOJAMIENTO. VILLAVICIOSA

| 1999 PLAZAS | VILLAVICIOSA | % VILLAVICIOSA | ASTURIAS | % SOBRE ASTURIAS |
|----------------------------|--------------|----------------|---------------|------------------|
| HOTELES: | | | | |
| 5 Estrellas | — | — | 398 | — |
| 4 Estrellas | — | — | 1.388 | — |
| 3 Estrellas | 115 | 5,8 | 5.517 | 2,1 |
| 2 Estrellas | 129 | 6,5 | 4.805 | 2,7 |
| 1 Estrella | 76 | 3,9 | 2.743 | 2,8 |
| TOTAL | 320 | 16,2 | 14.851 | 2,2 |
| HOSTALES | 33 | 1,7 | 1.235 | 2,7 |
| PENSIONES | 12 | 1,8 | 2.893 | 1,2 |
| TOTAL HOTELERÍA | 388 | 19,7 | 18.979 | 2,0 |
| ALBERGUES | 18 | 0,9 | 3.132 | 0,6 |
| APARTAMENTOS | 11 | 0,6 | 1.182 | 0,9 |
| CASAS DE ALDEA | 159 | 9,1 | 2.189 | 7,3 |
| TOTAL TURISMO RURAL | 188 | 9,5 | 6.503 | 2,9 |
| CAMPING | 1.398 | 70,8 | 27.554 | 5,1 |
| TOTAL | 1.974 | 100,0 | 53.036 | 3,7 |

Fuente: SITA

De otro lado, merece particular interés analizar los datos relativos a la Tasa de Ocupación, ya que la misma será un importante indicador del nivel de aprovechamiento de la capacidad productiva de la Oferta. En todo caso, es preciso indicar que la metodología del S.I.T.A. del año 1999 no contempla una visión particularizada para cada municipio de la Tasa de Ocupación, pero sí por zonas de Asturias. Por ello y con un planteamiento aproximativo se presenta el gráfico de la Tasa de Ocupación por Meses correspondiente a la Zona Centro del Principado,

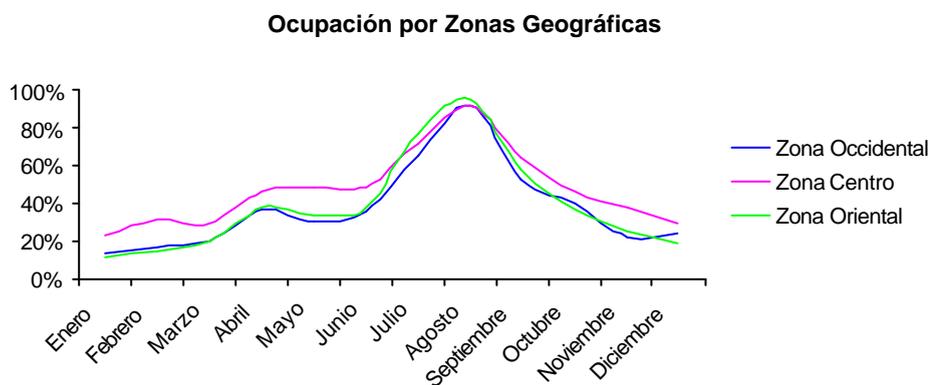
donde se encuentra enclavado el Municipio de Villaviciosa que constituye un referente turístico.

El análisis de la Tasa de Ocupación de la Zona Central de Asturias permite constatar la existencia de una importante estacionalidad en la ocupación de la Oferta, de hecho, el mes de *Agosto*, fuertemente apoyado por los meses de *Julio* y de *Septiembre*, es decir, los meses estivales, resultan ser los de máxima ocupación en la zona.

Por otro lado, resulta importante observar la mayor Tasa de Ocupación alcanzada en la *Zona Central* con respecto a las otras zonas de la región, a excepción de los meses de verano.

Además en la zona centro, a partir de *Semana Santa*, es decir, en el mes de *Abril* se eleva de una forma notable la tasa de ocupación y alcanza unos niveles que no se abandonarán hasta el mes de *Octubre* (Figura 2.2).

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

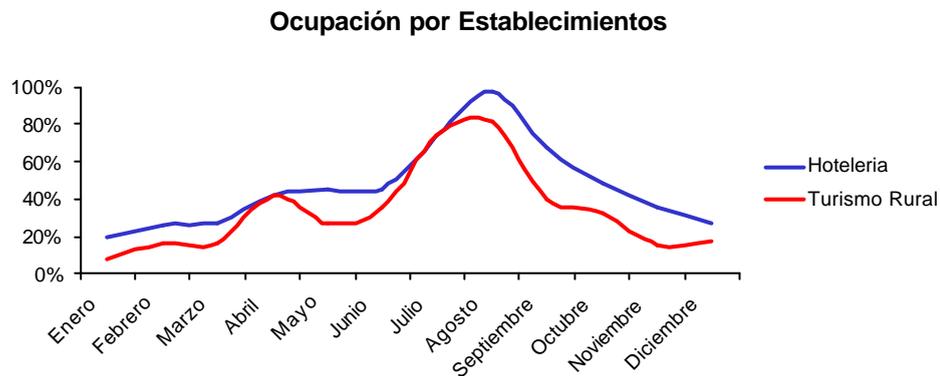


La elevada estacionalidad ha de ponerse en relación con la fuerte presencia en la zona de turistas que viajan con una motivación

vacacional, además de la particular configuración de la Oferta centrada en *Campings* y en pequeñas empresas de *Hotelería y Turismo Rural*.

La tasa de ocupación de la hotelería se mantiene todo el año por encima de la de Turismo Rural, siendo prácticamente coincidentes durante la Semana Santa y en los meses de verano. Además la curva correspondiente a la hotelería presenta menos oscilaciones que la de Turismo Rural, ya que estos últimos son establecimientos centrados en un turismo que en su mayor parte viaja con una motivación casi exclusivamente vacacional (Figura 2.3).

FIGURA 2.3: TASA DE OCUPACIÓN POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO.



II.2.- Una visión de conjunto.

La mitad de los establecimientos de Villaviciosa son casas de aldea, aunque también son numerosos los hoteles de una estrella y los campings. Se trata generalmente de empresas muy pequeñas que no sobrepasan los 10 millones de facturación. Cabe señalar que el 77,4% de

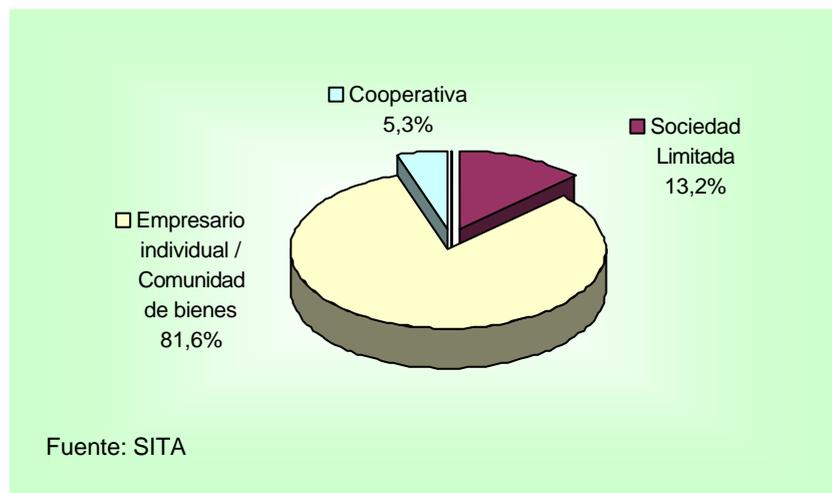
los establecimientos tienen un volumen de negocio que ni siquiera llega a superar los 3 millones anuales (Figura 2.4).

FIGURA 2.4: FACTURACIÓN.

| FACTURACIÓN | % |
|--------------------|------|
| Hasta 3 millones | 77,4 |
| De 3 a 6 millones | 16,1 |
| De 6 a 10 millones | 6,5 |
| Fuente: S.I.T.A. | |

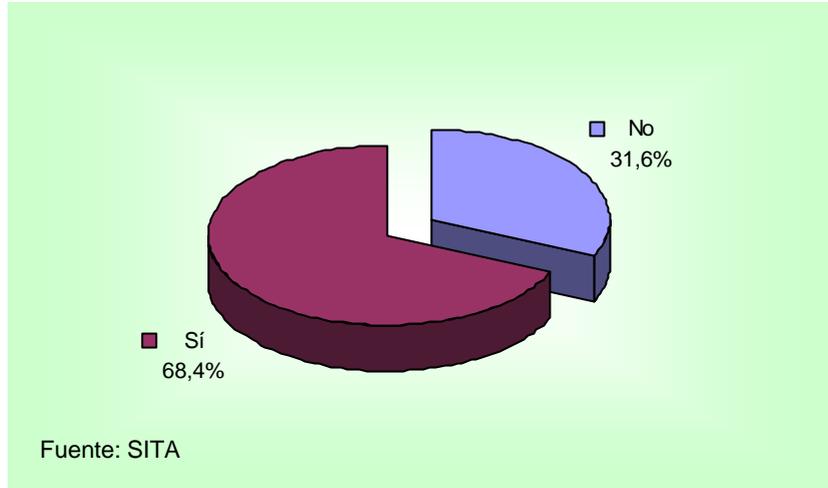
Dadas las características señaladas, todas los establecimientos son independientes y, salvo en contadas excepciones, se constituyen como empresarios individuales o comunidades de bienes (Figura 2.5).

FIGURA 2.5: FORMA JURÍDICA.



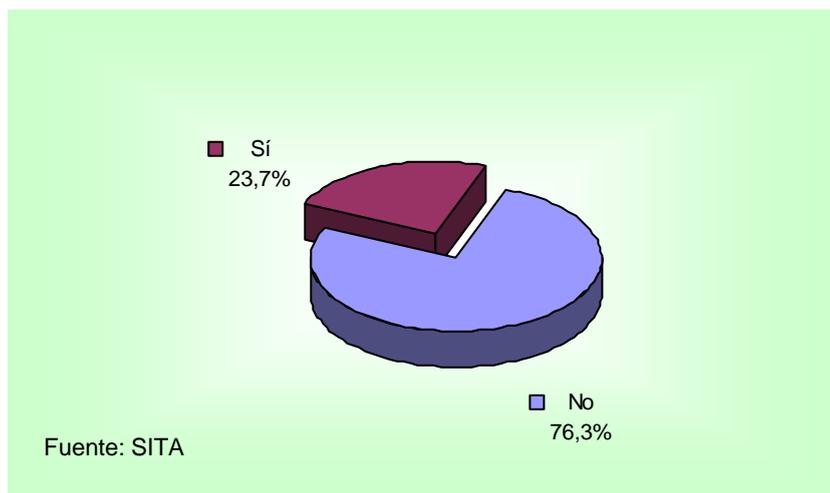
Cerca del 70% de las empresas están integradas en alguna asociación sectorial, teniendo mucha fuerza la afiliación a la *Comarca de la Sidra* (Figura 2.6).

FIGURA 2.6: PERTENENCIA A ASOCIACIONES PATRONALES.



En Villaviciosa no hay ningún establecimiento que ostente un distintivo de calidad. Sin embargo, el interés por el tema es elevado, ya que el 24% de los establecimientos sostienen que están trabajando en ello (Figura 2.7).

FIGURA 2.7: CERTIFICACIONES DE CALIDAD.



Debido a la inestabilidad de la demanda, un 18,4% de los negocios no abre todo el año. No obstante, este concejo se encuentra entre los menos afectados por la temporalidad (Figura 2.8).

FIGURA 2.8: PERIODO DE APERTURA.



El empleo generado en la zona es escaso, pues, el establecimiento medio da trabajo a 2,45 personas en temporada alta. Además, se recurre habitualmente a la contratación temporal (Figura 2.9).

FIGURA 2.9: RECURSOS HUMANOS.

| RECURSOS HUMANOS | MEDIA |
|-----------------------------------|-------|
| Trabajadores en temporada alta | 2,45 |
| Trabajadores en temporada baja | 1,57 |
| Titular y familiares trabajadores | 1,52 |
| Trabajadores fijos | 1,62 |
| Trabajadores temporales | 2,23 |

Fuente: S.I.T.A.

Aproximadamente la mitad de las empresas siguen planes de formación, que son subvencionados en el 77,8% de los casos. El nivel de participación en los programas es asimismo relativamente bajo (Figuras 2.10 y 2.11).

FIGURA 2.10: FORMACIÓN CONTINUA.

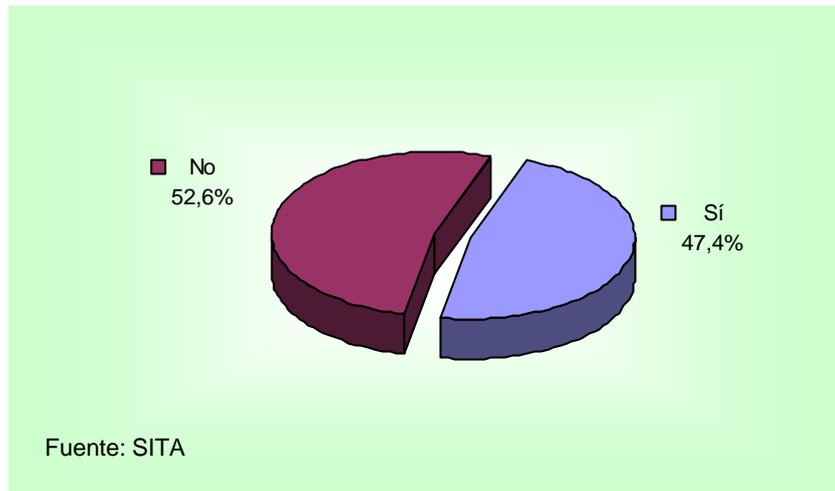
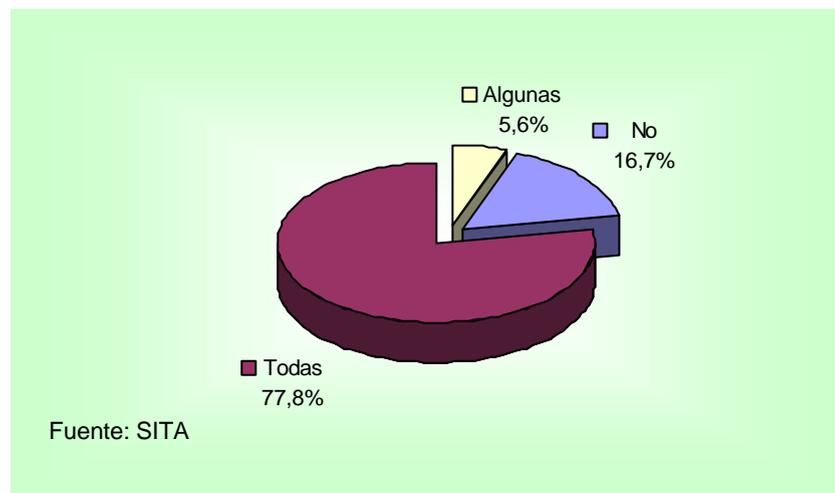


FIGURA 2.11: SUBVENCIONES A LAS ACCIONES DE FORMACIÓN.



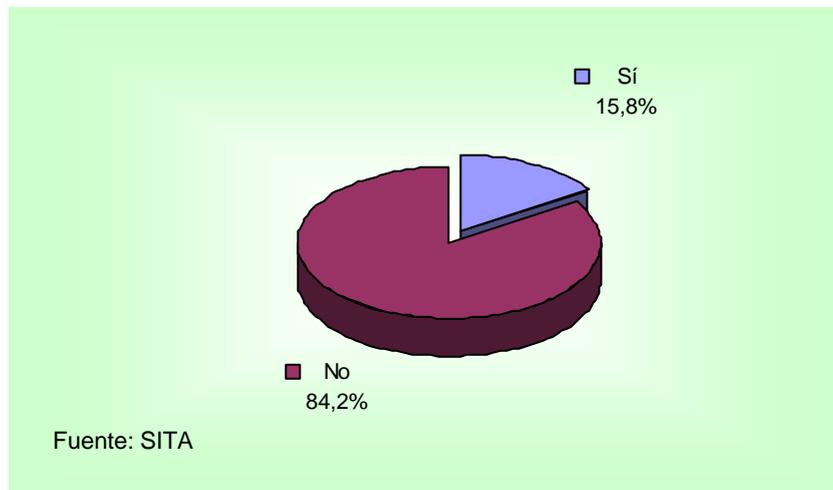
Aunque la mayoría de los establecimientos cuenta con fax y facilidades para el pago con tarjeta, sólo el 43,3% de los mismos dispone de ordenador, y el nivel de acceso a internet es el más bajo de la región (Figura 2.12).

FIGURA 2.12: EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO.

| EQUIPAMIENTO TECNOLÓGICO | % |
|--|------|
| Sistema Informático (Monopuesto o Red) | 43,3 |
| Acceso a Internet / Correo Electrónico | 16,7 |
| Fax / Telex | 63,3 |
| TPV / Pago con Tarjetas | 93,3 |
| Fuente: S.I.T.A. | |

Son muy pocas las empresas que ofrecen actividades complementarias para los turistas, ya que apenas suponen el 16% del total. Ahora bien, casi todos estos establecimientos proporciona directamente los servicios a sus clientes: rutas a caballo, alquiler de bicicletas y organización de rutas guiadas (Figura 2.13).

FIGURA 2.13: ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS.



En la figura 2.14 se recogen las principales acciones comerciales. Como se puede apreciar, no existe una política muy activa, ni en el ámbito de la distribución, ni en el de la promoción. El esfuerzo publicitario es, en cambio, el más destacado de la región, utilizando la

práctica totalidad de las empresas algún medio publicitario; especialmente a través de folletos y guías (Figuras 2.14 y 2.15).

FIGURA 2.14: ACCIONES COMERCIALES.

| ACCIONES COMERCIALES | % |
|---|----------|
| Central de Reservas Asturdata | 34,2 |
| Operar con intermediarios Turísticos | 42,1 |
| Talones/Bonos | 31,6 |
| Promociones de Fin de Semana | 31,6 |
| Fuente: S.I.T.A. | |

FIGURA 2.15: PUBLICIDAD.

| PUBLICIDAD | % |
|---------------------------|----------|
| Realiza publicidad | 92,1 |
| Folletos | 88,6 |
| Prensa | 25,7 |
| Radio | 8,6 |
| Páginas Web | 28,6 |
| Otros | 34,7 |
| Fuente: S.I.T.A. | |

En relación con las inversiones, Villaviciosa es la zona donde se ha realizado la menor proporción de proyectos, y ello a pesar de que el porcentaje de los mismos subvencionados es del 21,6%. Al igual que en el resto de concejos, las inversiones se han centrado casi exclusivamente en obras de mantenimiento (Figura 2.16).

FIGURA 2.16: INVERSIONES REALIZADAS.

| TIPO DE INVERSIÓN | % |
|--------------------------|-------------|
| Realiza inversión | 48,6 |
| Ampliación | 27,8 |
| Mantenimiento | 94,4 |
| Otras | — |

Fuente: S.I.T.A.



III

LA DEMANDA TURÍSTICA.

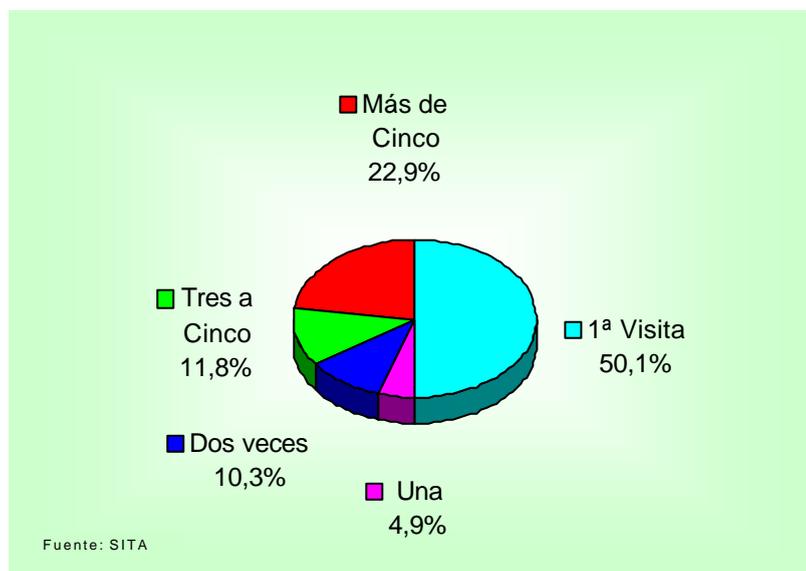
- III.1.- Tipología del Turismo.
- III.2.- Motivos de Viaje.
- III.3.- Compañía en el Viaje.
- III.4.- Forma de Organizar el Viaje.
- III.5.- Destino Compartido.
- III.6.- Razones de Elección de Destino.
- III.7.- Impacto de las Campañas Publicitarias.
- III.8.- Forma de Desplazamiento.
- III.9.- Cifras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

III.- LA DEMANDA TURÍSTICA.

III.1.- Tipología del Turismo.

Comenzando el análisis por el *Turismo Receptor*, es decir, el viajero que no proviene de Asturias, puede observarse como están prácticamente equilibrados el porcentaje de turistas que realizan su *Primera visita* al Principado y aquellos que repiten su estancia en la región, existiendo, de este modo un pleno equilibrio entre *Turismo fiel* y *Turismo novel* (Figura 3.1).

FIGURA 3.1: TURISMO RECEPTOR: VISITAS A ASTURIAS.



En todo caso, resulta interesante apuntar la tendencia creciente observada en el turismo fiel, ya que el porcentaje de turistas que repiten su estancia en la región aumenta con el número de visitas, alcanzando su máxima expresión en un 23% de turistas que han visitado Asturias *Más de cinco* veces. Es también destacable el hecho de que el 28,4% del

turismo receptor repite visita a Asturias, porcentaje muy inferior al del conjunto de Asturias, cercano a la mitad.

Otro aspecto importante, con relación a la estructura de la demanda, es la elevada presencia del *Turismo Interno*, ya que el 43% de los turistas del Municipio son asturianos, más que duplica a la media regional (Figura 3.2).

FIGURA 3.2: TIPO DE TURISMO (%).

| TURISMO | VILLAVICIOSA | ASTURIAS |
|--------------------|--------------|----------|
| INTERNO | 43,1% | 18,5% |
| RECEPTOR | 56,9% | 81,5% |
| Primera Visita | 28,5% | 32,5% |
| Ya Visitó Asturias | 28,4% | 49,0% |
| Fuente: S.I.T.A. | | |

No obstante, habría de ser interesante contrastar si esta importante presencia del turismo interno guarda relación con la presencia de la segunda vivienda y la contratación de casas y pisos de particulares en la zona.

III.2. - Motivos del viaje.

El Municipio de Villaviciosa se caracteriza por ser un destino vacacional casi en exclusiva, la práctica totalidad de sus visitantes han indicado que las *Vacaciones/Ocio* han sido el motivo principal de su viaje a Asturias, cifra superior a la media del Principado en más de once puntos (Figura 3.3).

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

| MOTIVO DE LA VISITA | VILLAVICIOSA | ASTURIAS |
|--------------------------|--------------|----------|
| Vacaciones/Ocio | 95,7 | 84,3 |
| Trabajo/Negocios | 2,4 | 11,6 |
| Congresos/Ferias | — | 0,6 |
| Visita familiares amigos | 1,9 | 2,9 |
| Estudios | — | 0,4 |
| Motivos religiosos | — | 0,1 |
| Tratamiento de salud | — | 0,1 |

Fuente: S.I.T.A.

III.3.- Compañía en el viaje.

El hecho de que la mayoría de los turistas que visitan Villaviciosa viajen con una motivación vacacional supone que las principales variables relevantes del comportamiento estén condicionadas por tal resultado. De esta forma, casi el 92% de los turistas del Municipio de Villaviciosa viajan con una compañía directamente relacionada con esta motivación.

Más de uno de cada tres turistas que visitan Villaviciosa, el 36,6%, han realizado el viaje en *Pareja*, liderando la tipología como en el caso general de Asturias, pero seis puntos por debajo de la media. Muy próximo se encuentra el número de turistas que realizan viajes *En familia*, con el 35%, en este caso se supera en once puntos la media regional. El viaje con el *Grupo de amigos* es también superior al caso de Asturias, llegando a suponer el 20%.

Es, desde luego, importante plantear la relación existente entre esta variable de la compañía y el elevado peso de la oferta de plazas de *Camping* (Figura 3.4).

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



| CON QUIÉN HA VENIDO | VILLAVICIOSA | ASTURIAS |
|------------------------------|--------------|----------|
| Solo | 3,1 | 9,4 |
| En pareja | 36,6 | 42,6 |
| Con amigos | 20,0 | 17,2 |
| En familia | 35,1 | 24,2 |
| Grupo Organizado | 4,6 | 2,7 |
| Compañeros de Trabajo | 0,6 | 3,7 |
| Otras respuestas | — | 0,1 |

Fuente: S.I.T.A.

III.4. – Forma de Organizar el Viaje.

La cuestión relativa a la forma de organizar y planificar el viaje resulta muy importante para la planificación del turismo. Lógicamente en nuestro caso está también relacionada con la motivación vacacional, pues casi la práctica totalidad de la demanda, el 93%, ha organizado el viaje por su cuenta, cifra que además supera en casi siete puntos a la media del Principado.

Si bien es cierto que una buena parte de tales diferencias quedan explicadas por la escasa relevancia de los viajes por *Trabajo y Negocios* en este Municipio, debe indicarse también que las *Agencias de Viajes* tienen una menor importancia como entidades organizadoras del viaje que en el resto del turismo del Principado, e idéntica lectura puede hacerse de los resultados obtenidos por los viajes organizados por *Clubes o Asociaciones Recreativas* (Figura 3.5).

FIGURA 3.5: ENTIDAD ORGANIZADORA (%).

| ENTIDAD ORGANIZADORA | VILLAVICIOSA | ASTURIAS |
|-------------------------------------|--------------|----------|
| Por su Cuenta | 92,9 | 86,3 |
| Empresa | — | 4,9 |
| Agencias de Viajes | 4,9 | 5,8 |
| Club o Asociación recreativa | 2,2 | 3,0 |

Fuente: S.I.T.A.

III.5. -Destino Compartido.

El Turismo en el Municipio de Villaviciosa tiene un carácter de destino exclusivo mucho más acusado que en el caso de Asturias. Más de tres de cada cuatro turistas realizan toda su estancia en Asturias, sin compartir el viaje con otras comunidades autónomas.

En el escaso segmento de turistas que sí se van a alojar también en otras regiones, los porcentajes de destino compartido son muy similares entre sí, con la excepción hecha del caso de *Castilla y León*, muy significativo por ser destino compartido en tan sólo un 3,8% de los casos.

Destaca, especialmente, el caso de *Cantabria*, que como en el caso general asturiano y con un porcentaje muy similar, es la comunidad que más comparte destino con Villaviciosa. Es importante el nivel que comparte *Galicia*. En menor medida se encuentran *Otras comunidades* no limítrofes, con casi uno de cada cuatro turistas (Figura 3.6).

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

| COMUNIDADES AUTÓNOMAS | VILLAVICIOSA | ASTURIAS |
|------------------------------------|--------------|----------|
| Se alojará sólo en Asturias | 84,4 | 74,3 |
| Cantabria | 53,2 | 53,3 |
| Galicia | 43,3 | 44,9 |
| Castilla-León | 3,8 | 23,6 |
| Otras Comunidades | 20,6 | 32,5 |

Fuente: S.I.T.A.

III.6. – Razones de Elección de Destino.

También en el caso del Municipio de Villaviciosa, la riqueza del *Entorno Natural* del Principado se confirma como la principal razón que ha llevado a los turistas a elegir como destino turístico Asturias.

En segundo lugar, para los visitantes de este municipio, se encuentran *Otras razones*, entre las que se incluye el clima. La razón *Conocer España*, esto es, la atracción que Asturias y el Municipio de Villaviciosa tienen de cara al Turismo Interno del país, tiene también gran relevancia, suponiendo el 11% de los turistas.

No debe, tampoco, olvidarse la importancia de la positiva *Experiencia previa*, ya sea propia o de *amigos/conocidos*, lo que confirma la tendencia creciente del turismo fiel observada previamente en el informe (Figura 3.7).

FIGURA 3.7: RAZONES PARA ELEGIR ASTURIAS.

| RAZONES DE ELECCION | VILLAVICIOSA | ASTURIAS |
|---|--------------|----------|
| Riqueza del entorno natural y cultural | 30,0 | 32,4 |
| Experiencia de visitas anteriores | 11,3 | 10,9 |
| Recomendaciones familia/amigos | 9,9 | 8,8 |
| Conocer España | 11,6 | 15,8 |
| Tranquilidad del lugar | 6,6 | 7,6 |
| Gastronomía | 8,5 | 7,0 |
| Proximidad geográfica | 4,9 | 3,5 |
| Raíces asturianas | 1,5 | 2,1 |
| Patrimonio Cultural | 3,1 | 2,4 |
| Otras razones | 12,6 | 9,8 |

Fuente: S.I.T.A.

III.7. – Impacto de las Campañas Publicitarias.

La *Audiencia Bruta* alcanzada con las Campañas Publicitarias sobre Asturias como Destino Turístico en el caso de los turistas del Municipio de Villaviciosa, se aproxima al 44% de visitantes, que afirman haber visto algún tipo de publicidad antes de realizar el viaje.

Además, esta audiencia ha valorado positivamente las campañas publicitarias. El medio publicitario más visto y el mejor valorado han sido los *Folletos*, valorados con 7,9 puntos sobre 10. El siguiente tipo de medio que ha conseguido llegar a un mayor volumen de público han sido los *Anuncios en medios de comunicación*, que fueron valorados con 7 puntos. Por último, la publicidad realizada en *Ferias y Exposiciones* alcanzó un valor de 7,5 puntos.

III.8. – Forma de Desplazamiento.

En lógica correlación con el perfil de turismo, esto es, forma de organizar el viaje y la compañía en el viaje, el principal medio de transporte para venir a Asturias es el *Automóvil propio*, utilizado por más del 85% de los visitantes del Municipio, cifra que incluso supera en casi cinco puntos a la media regional. En menor medida, se usa el *Autobús*, en su caso, fundamentalmente el *Autobús contratado*. Otros medios de transporte más relacionados con el turismo por motivos de trabajo y negocios como pueden ser el *Automóvil contratado* y el *Avión* presenta una menor importancia (Figura 3.8).

La relación existente entre el medio de transporte para venir y el utilizado para las visitas y desplazamientos por las distintas zonas de Asturias queda evidenciado con la importancia crucial del *Automóvil* a la hora de caracterizar la demanda de Villaviciosa.

FIGURA 3.8: MEDIOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS.

| TRANSPORTE | PARA VENIR A ASTURIAS | | POR ASTURIAS | |
|--|-----------------------|----------|--------------|----------|
| | VILLAVICIOSA | ASTURIAS | VILLAVICIOSA | ASTURIAS |
| No se desplazará | — | — | — | 2,0 |
| Vehículo particular | 85,4 | 80,8 | 89,5 | 83,1 |
| Vehículo de alquiler | 2,8 | 2,1 | 2,2 | 4,3 |
| Autobús (contratado y de línea) | * 6,8 | 8,5 | 6,2 | 7,5 |
| Tren | 1,8 | 1,9 | — | 0,6 |
| Avión | 3,2 | 6,1 | — | — |
| Otros medios | — | 0,5 | ** 2,1 | 2,5 |

*Autobús de línea regular 0,7% y contratado 6,1%.
 **Coche de amigos.
 Fuente: S.I.T.A.

III.9. - Cifras Medias de Estancia y Gasto.

La *Estancia Media* presenta un resultado medio bastante elevado, superior al caso general de Asturias y perfilando un viaje de vacaciones de algo más de una semana de duración. Concretamente, para la Demanda Turística del Municipio de Villaviciosa la estancia media se sitúa en unas 7,8 noches y está por encima de la media regional.

Por lo que se refiere al *Gasto Total del Viaje*, indicador cuantitativo de gran interés para evaluar la Demanda Turística de Villaviciosa, cabe

sitarlo en las 40.700 pesetas por persona y viaje, a partir de un *Gasto Medio Diario* de unas 6.500 pesetas por persona.

A pesar de que los turistas alojados en el Municipio de Villaviciosa tienen una estancia media superior a la registrada en el Principado, el gasto total diario por persona resulta algo inferior incluso suponiendo un gasto total en el viaje por persona también inferior a las cifras medias de la región.

Como cabría esperar, se observa cómo los turistas de Villaviciosa alojados en *Hotelería* son los que han realizado un mayor *Gasto Total en el viaje*. En tanto que los que eligieron el *Camping*, con más de doce días de estancia, se quedan tan solo unas 27.500 pesetas de gasto por persona, lo que empuja a la baja de la media global (Figura 3.9).

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

| CONCEPTO DE GASTO | HOTELES | T. RURAL | CAMPINGS | TOTAL |
|-----------------------------------|---------|----------|----------|--------|
| Alojamiento (persona/día) | 3.450 | 3.595 | 517 | 2.064 |
| Alimentación (persona/día) | 4.567 | 3.689 | 1.080 | 2.700 |
| Compras (persona/viaje) | 4.335 | 2.605 | 5.710 | 4.637 |
| Total Persona y Día | 10.348 | 9.112 | 2.837 | 6.463 |
| Total Viaje por Persona | 53.861 | 51.531 | 27.562 | 40.676 |

Fuente: S.I.T.A.

El análisis del gasto según sus diferentes partidas, para los distintos subsectores turísticos, destaca, de nuevo por el menor volumen de *Gasto en Alojamiento*.

Sin embargo, es importante el nivel de *Gasto en Comidas*, dentro y fuera del alojamiento, que supone 2.700 pesetas por persona y día y que es, lógicamente, mayor para alojados en *Hoteles y Turismo Rural* y mucho más bajo para los alojados en *Camping*.

El *Gasto en Compras y Regalos*, es decir, aquel de contenido comercial, realizado en alimentación, ferias, artesanía, resulta ser el principal gasto diario realizado por los turistas alojados en Villaviciosa, suponiendo más de 4.600 pesetas por viaje. En este caso, y por el carácter de su estancia, son los turistas alojados en *Campings* los que incurren en un mayor gasto.

Finalmente, el *Gasto en Actividades* diversas, que considera el impacto del Turismo Activo en términos económicos, tiene una relevancia económica muy limitada, siendo los turistas alojados en *Hotelería* los que realizan mayor nivel de gasto. Destacan, en este caso, las actividades de *Visitas a Monumentos y Museos*, siendo menos importantes el *Alquiler de Piraguas*, y las *Excursiones a Caballo* (Figura 3.10).

FIGURA 3.10: ACTIVIDADES CONTRATADAS (%).

| ACTIVIDADES | VILLAVICIOSA | ASTURIAS |
|------------------------------------|--------------|----------|
| Actividades acuáticas | — | 0,6 |
| Alquiler de piraguas | 2,3 | 5,6 |
| Rafting, Puenting | — | 0,7 |
| Excursiones con guía | 1,1 | 2,0 |
| Excursiones a caballo | 1,4 | 3,7 |
| Alquiler de vehículos todo terreno | — | 1,0 |
| Visitas a monumentos, museos | 12,9 | 25,7 |
| Demostraciones artesanales | 0,4 | 2,7 |

Fuente: S.I.T.A.

III.10. Valoración del Alojamiento.

La reserva de alojamiento en el Municipio de Villaviciosa se realiza *Por Teléfono* en su mayor parte, de tal forma que prácticamente uno de cada tres turistas ha utilizado este medio, porcentaje sin embargo inferior en más de siete puntos a la media de la región. *Otros Medios* son utilizados por un 30% de los casos, porcentaje que destaca por su relevancia frente al obtenido en el resto de Asturias. La reserva Directamente al llegar es otro de los métodos habituales, alcanzando a uno de cada cuatro turistas (Figura 3.11).

FIGURA 3.11: RESERVA DEL ALOJAMIENTO (%).

| RESERVA | VILLAVICIOSA | ASTURIAS |
|-------------------------------|--------------|----------|
| Por Teléfono | 32,5 | 39,9 |
| Directamente al Llegar | 26,3 | 30,7 |
| Agencia de Viajes | 8,7 | 10,7 |
| Asturdata | 1,1 | 0,4 |
| La Organización | 1,0 | 6,1 |
| Otros Medios | 30,1 | 5,9 |

Fuente: S.I.T.A.

Una segunda cuestión relacionada con el alojamiento y muy destacable es el alto nivel de satisfacción indicado por la Demanda con el *Servicio recibido en los Alojamientos* de Villaviciosa, dicho valor supera los 7,9 puntos en una escala de 10. Pese a todo, suspenden el servicio de los establecimientos de alojamiento un 5,4% de los turistas, incluso la gran mayoría, casi uno de cada cuatro, lo valoran con 10 puntos, la puntuación máxima.

III.11. – Principales Referentes de Visita.

Con el concepto referentes de visita nos estamos refiriendo a los principales lugares o puntos que son de interés para el visitante del Municipio de Villaviciosa, definidos esencialmente a partir del porcentaje de turistas que los visitan.

En particular, para la Demanda de Villaviciosa el principal referente es la *Ría de Villaviciosa*, visitada por más del 70% de los turistas alojados en el Municipio. Resultan igualmente destacables, aunque por debajo de la media regional, las visitas realizadas a la *Playa y Paseo de Gijón* y a la ciudad de Oviedo, concretamente a su *Catedral* y al *Naranco* (Figura 3.12).

FIGURA 3.12: LUGARES VISITADOS - CENTRO (%).

| CENTRO | VILLAVICIOSA | ASTURIAS |
|---------------------------------|--------------|----------|
| Naranco (Oviedo) | 13,3 | 25,4 |
| Catedral de Oviedo | 16,5 | 40,5 |
| Playa y Paseo de Gijón | 32,4 | 56,0 |
| Ría de Villaviciosa | 70,6 | 21,5 |
| Cabo Peñas | 6,9 | 13,4 |
| Lagos de Somiedo | 2,5 | 16,9 |
| Senda del Oso | 1,0 | 3,0 |
| Casco Antiguo de Avilés | 3,3 | 9,7 |
| Valdediós | 3,3 | 2,2 |
| Cudillero | 12,4 | 30,0 |
| Cabo Vidio | 2,6 | 3,2 |
| Paseo y Museo de Salinas | 0,4 | 3,4 |
| Otros | 18,3 | 17,0 |
| Fuente: S.I.T.A. | | |

III.12. – Notoriedad de los Programas Turísticos.

El *Prerrománico Asturiano* constituye el Programa Turístico más notable en cuanto a conocimiento y participación, en el ámbito regional y también en el caso específico de la Demanda de Villaviciosa. Otros Programas como el *Camino de Santiago* resultan igualmente relevantes, al menos en notoriedad. Pero, quizá la principal especificidad se encuentra en el mayor conocimiento y participación en la Ruta del Jurásico (Figura 3.13).

FIGURA 3.13: PROGRAMAS Y RUTAS TURÍSTICAS (%).

| PROGRAMAS Y RUTAS | VILLAVICIOSA | | ASTURIAS | |
|---------------------------------------|--------------|-----------|----------|-----------|
| | CONOCE | PARTICIPA | CONOCE | PARTICIPA |
| Camino de Santiago en Asturias | 31,7 | 9,2 | 32,1 | 6,2 |
| Ruta del Jurásico | 29,6 | 22,0 | 19,3 | 26,2 |
| Prerrománico Asturiano | 53,9 | 23,5 | 47,9 | 29,5 |
| Ruta de la Plata en Asturias | 25,8 | 7,0 | 24,9 | 3,6 |
| Senda del Oso | 28,4 | 3,4 | 25,5 | 10,0 |
| Visado Verde | 7,7 | — | 10,6 | 4,6 |

Fuente: S.I.T.A.

III.14. – Perfil del Visitante.

Como ya se ha indicado, el alto porcentaje registrado por el *Turismo Interior*, muy superior a la media regional, va a suponer un primer carácter específico y diferencial del visitante. En consecuencia, el Municipio se confirma como muy atractivo para el mercado asturiano.

En el caso del *Turismo Extranjero*, aunque con una presencia mucho más escasa que en el conjunto de la región, destaca el peso particular del *Mercado Británico*. En segundo lugar en importancia destacan los turistas de *Francia* y en menor medida los de *Alemania*.

Por lo que se refiere al *Mercado Nacional*, principal fuente cuantitativa del Municipio, merece la pena indicar que las principales procedencias son muy similares a las del conjunto de Asturias, aunque con unos porcentajes muy inferiores a las del conjunto regional, debido sobre todo a la gran cuota que representa el turismo interior.

Así, destaca la Comunidad de *Madrid*, procedencia tradicional del turismo asturiano, aunque en el caso del Municipio de Villaviciosa la media esté más de seis puntos por debajo del conjunto de Asturias. En segundo lugar se encuentran los visitantes procedentes de la vecina comunidad de *Castilla y León*, que en el resto de Asturias ocupan el tercer lugar. El *País Vasco*, que en el Principado ocupa el segundo lugar en cuanto a afluencia de turistas, en Villaviciosa ocupa el tercero con cuatro puntos por debajo de la media regional (Figura 3.14).

FIGURA 3.14: PROCEDENCIA DE TURISTAS DE ALOJAMIENTO COLECTIVO (%).

| PROCEDENCIA | | VILLAVICIOSA | ASTURIAS |
|-------------|--------------------|--------------|----------|
| INTERNO | ASTURIAS | 42,6 | 18,5 |
| | EXTRANJERO | 3,5 | 8,4 |
| RECEPTOR | NACIONAL | 53,9 | 73,1 |
| | Andalucía | 1,9 | 4,8 |
| NACIONAL | Cantabria | 0,6 | 1,7 |
| | Castilla y León | 8,5 | 9,4 |
| | Cataluña | 2,3 | 5,9 |
| | C. Valenciana | 4,7 | 5,1 |
| | Galicia | 4,4 | 6,1 |
| | Madrid | 14,9 | 21,1 |
| | País Vasco | 5,7 | 9,7 |
| | Resto Procedencias | 10,9 | 9,3 |

Fuente: S.I.T.A.

III. 14.- Posibles Próximos Destinos.

Finalmente, y recuperando la idea de fidelidad, planteada inicialmente y a lo largo del informe, es preciso señalar que casi dos de cada cinco visitantes de Villaviciosa indican su intención de repetir su visita a Asturias en general. Repetirían estancia en la *Misma zona de Asturias*, es decir, en el Centro, más de uno de cada tres turistas, cifra que más que duplica la media obtenida para otras zonas del Principado.

Además, debe destacarse, que son muy pocos los turistas alojados en este Municipio que afirman que sus próximas vacaciones serán en *Distinta zona de Asturias*. Relacionado también con el motivo *Conocer*

España, más del 40% de los visitantes de este concejo realizarían sus próximas vacaciones en España (Figura 3.15).

FIGURA 3.15: LUGAR PRÓXIMAS VACACIONES (%)

| LUGAR PRÓXIMAS VACACIONES | VILLAVICIOSA | ASTURIAS |
|---------------------------|--------------|----------|
| Misma Zona de Asturias | 35,5 | 14,0 |
| Distinta Zona de Asturias | 3,5 | 5,1 |
| En España | 42,3 | 44,8 |
| Otros Destinos | 4,7 | 11,4 |
| Ns/Nc | 13,8 | 24,8 |

Fuente: S.I.T.A.