

# EL TURISMO ACTIVO EN ASTURIAS 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

> > Dep. Legal: AS-435-2004 ISBN: 84-932561-8-8





# **EQUIPO DE INVESTIGACIÓN:**

Dr. Luis Valdés Peláez (Director).

Dr. Emilio Torres Manzanera (Subdirector).

Dña. Rosa Aza Conejo.

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).





# **ÍNDICE:**

INTRODU	ICCION.	8
I LA	DEMANDA DE TURISMO ACTIVO.	13
I.1	Caracterización de la demanda	14
II LA	OFERTA DE TURISMO ACTIVO.	29
II.1	Distribución geográfica.	30
II.2	Antigüedad.	31
II.3	Tipo de propiedad.	32
II.4	Empleo.	33
II.5	Estacionalidad	35
II.6	Formación y experiencia	38
II.7	Equipamientos tecnológicos.	44
II.8	Instalaciones complementarias	44
II.9	Acciones comerciales y publicidad	46
II.10	Inversión.	50
II.11	Facturación.	52
II.12	Procedencia y tipo de clientes	53
II.13	Actividades ofertadas.	54

III	LA	OFERTA	DE	TURISMO	ACTIVO	EN	EL (	OCCIDENTE	DE
ASTU	JRIAS	S		•••••					62
III.	1	Distribuci	ión ge	eográfica, a	ntigüedad	l y tip	o de 1	propiedad	63
III.2	2	Estaciona	lidad	y empleo					63
III.3	3	Formación	n y es	xperiencia					64
III.	4	Instalacio	nes c	omplemen	tarias				67
III.	5	Acciones	come	rciales					67
III.6	5	Inversión.							69
III.	7	Facturaci	ón						70
III.8	3	Procedeno	cia y 1	tipo de clie	ntes				71
III.9	9	Actividade	es ofe	rtadas					71
IV	LA	OFERTA	DE	TURISMO	) ACTIV	O EI	N EL	CENTRO	DE
ASTU	JRIAS	S			•••••		• • • • • • •	•••••	75
IV.	1	Distribuci	ión ge	eográfica, a	ntigüedad	l y tip	o de 1	propiedad	76
IV.2	2	Estaciona	lidad	y empleo					78
IV.3	3	Formación	а у ех	xperiencia					79
IV.	4	Equipami	entos	s tecnológic	os				82
IV.	5	Instalacio	nes c	omplemen	tarias				83
IV.	5	Acciones	come	rciales					83
IV.	7	Inversión.							86
IV.8	3	Facturaci	ón						89
IV.	9	Procedeno	cia y 1	tipo de clie	ntes				89
IV.	10	Actividade	es ofe	rtadas					90
V	LA	OFERTA	DE	TURISMO	ACTIVO	) EN	I EL	ORIENTE	DE
ASTI	IRIAS	3							94

V.1	Distribución geográfica, antigüedad y tipo de propiedad	95
V.2	Estacionalidad y empleo	97
V.3	Formación y experiencia	99
V.4	Equipamientos tecnológicos.	101
V.5	Instalaciones complementarias	101
V.6	Acciones comerciales	103
V.7	Inversión.	105
V.8	Facturación.	108
V.9	Procedencia y tipo de clientes	108
V.10	Actividades ofertadas.	109
VI CAF	RACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS QUE OFRE	ECEN
PRINCIPAI	LMENTE ACTIVIDADES ACUÁTICAS	113
VI.1	Distribución Geográfica	114
VI.2	Antigüedad.	115
VI.3	Tipo de propiedad.	116
VI.4	Empleo.	117
VI.5	Estacionalidad.	118
VI.6	Formación y experiencia	120
VI.7	Equipamientos tecnológicos.	122
VI.8	Instalaciones complementarias	122
VI.9	Acciones comerciales	123
VI.10	Inversión.	126
VI.11	Facturación.	129
VI.12	Procedencia y tipo de clientes	129
VI 13 -	Actividades ofertadas	130



VII CA	RACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS QUE	OFRECEN
PRINCIPA	LMENTE ACTIVIDADES TERRESTRES	134
VII.1	Distribución geográfica.	135
VII.2	Antigüedad	136
VII.3	Tipo de propiedad	137
VII.4	Empleo.	138
VII.5	Estacionalidad	139
VII.6	Formación y experiencia	141
VII.7	Equipamientos tecnológicos.	143
VII.8	Instalaciones complementarias	143
VII.9	Acciones comerciales	145
VII.10	Inversión.	147
VII.11	Facturación.	149
VII.12	Procedencia y tipo de clientes	150
VII.13	Actividades ofertadas.	151
VIII BIE	BLIOGRAFÍA	155



## INTRODUCCIÓN.

En los últimos años se ha empezado a reconocer el papel fundamental que puede jugar el turismo en el desarrollo regional y local, especialmente en aquellas zonas donde las actividades tradicionales están en declive. La conjunción de los objetivos de protección y conservación de la naturaleza, de mantenimiento de población, rentas y empleo en zonas rurales, y de diversificación de la actividad económica de las mismas, han llevado a plantear el impulso del turismo rural y activo como uno de los motores del crecimiento que, en principio, debería ser un desarrollo socioeconómico y ambientalmente sostenible.

No obstante, es preciso tener en cuenta los problemas que pueden aparecer, así Plan Integral de Calidad del Turismo Español 2000-2006 (PICTE 2000-2006), entre otras características, que el turismo activo en España tiene un gran potencial pero también problemas que pueden resumirse en: grandes carencias en su base empresarial, gran estacionalidad, y creación de numerosas empresas para la temporada (empresas que desaparecen cuando se acaba la temporada turística).

Asimismo, un aspecto relevante es la situación de la regulación de la formación específica para el desarrollo de la actividad de turismo activo. En este momento conviven numerosos tipos de titulaciones, desde títulos federativos a cursos desarrollados con financiación del plan LEADER, con contenidos muy distintos y de difícil equiparación entre ellos. La Ley Estatal del Deporte (Ley de las Cortes Generales 10/1990 de 15 de octubre) atribuyó al Consejo Superior de Deportes la capacidad de



proponer medidas para la ordenación y desarrollo de las enseñanzas técnico deportivas y el Real Decreto 1913/1997, de 19 de diciembre, aprobó las directrices generales de los títulos y las correspondientes enseñanzas mínimas. Desde ese momento se ha procedido al paulatino desarrollo de titulaciones para distintas actividades, proceso aún no finalizado.

En Asturias, la Ley del Principado de Asturias 7/2001, de 22 de junio de Turismo, define las empresas de turismo activo como "aquellas dedicadas a proporcionar, mediante precio, de forma habitual y profesional, actividades turísticas de recreo, deportivas y de aventura que se practican sirviéndose básicamente de los recursos que ofrece la propia naturaleza en el medio en que se desarrollan".

Esta definición también está recogida en el Decreto 92/2002, de 11 de julio, de Turismo Activo que además, en su artículo 1.2, indica que se trata de actividades que implican una participación activa por parte del usuario, siéndoles inherente una cierta dificultad, o requiriendo al menos cierto grado de destreza para su práctica. También, en el punto 3 del artículo 1, establece que las empresas pueden bien dedicarse a organizar y participar en las actividades que oferten (alquilando o no el material necesario) o bien exclusivamente a alquilar el material.

Este análisis del turismo activo se plantea desde dos enfoques distintos, demanda y oferta. Por un lado tendremos el estudio de la demanda turística, en concreto los turistas que contratan actividades de turismo activo y por otro lado, el estudio de la oferta turística, es decir



conocer la estructura empresarial de las empresas que ofrecen actividades de recreo, deportivas y de aventura.

Cuando se analiza la demanda turística en Asturias, vemos que los turistas que visitan Asturias se caracterizan por la realización de actividades diversas como son la visita a monumentos, a museos, playas, pero también existe un segmento de la demanda que presenta interés en la contratación y realización de actividades lúdico-deportivas de distinta índole dentro de nuestra región. Este segmento merece ser analizado y por tanto será objeto de estudio en el primer capítulo tratando de realizar una caracterización de los turistas alojados en establecimientos colectivos en relación a las actividades de turismo activo que realizan y contratan en Asturias.

Es necesario señalar que estos resultados son fruto del análisis del conjunto de entrevistas realizadas durante el año 2002 por el SITA a los visitantes en Asturias, y en este caso concreto a los turistas de alojamiento colectivo, por lo que la encuesta está diseñada para conocer el comportamiento de los mismos en su globalidad y no está dirigida específicamente a la demanda de turismo activo sino que a partir de los datos generales podemos extraer una serie de resultados que nos permitirán caracterizar dicha demanda.

Asimismo, la metodología de la encuesta se basa en recoger información sobre actividades que son contratadas a terceros por parte de los turistas, y por consiguiente no consideramos a los que puedan realizar alguna de estas actividades por su cuenta, es decir, sin



intermediación o prestación de servicios por parte de empresas, como por ejemplo puede ser el caso de actividades de senderismo.

Respecto al estudio de la oferta, se analizarán los datos de la encuesta realizada durante el año 2002 a 64 empresas de turismo activo que ofrecen sus servicios en Asturias. Se ha encuestado tanto a empresas recogidas en el listado de la Sociedad Regional de Turismo así como a empresas que no aparecen en el mismo y que son localizadas por el personal encargado del trabajo de campo. Por consiguiente, la base muestral de partida es el registro publicado en el folleto editado por la Sociedad Regional de Turismo para ese año 2002 ya que dada la fecha de publicación del Decreto de Turismo Activo, no existía un registro oficial de estas empresas en el Principado de Asturias, considerando también otras empresas que no aparecen en el mismo, así como oferta de actividades a través de clubes deportivos (que por sus características específicas tampoco aparecen recogidos).

Por lo que se refiere a la estructura del estudio de oferta podemos indicar que se realiza un análisis global del conjunto de empresas de turismo activo de Asturias, y posteriormente serán caracterizadas según la zona donde estén ubicadas, Occidente, Centro y Oriente. Otro de los enfoques utilizado es conocer las empresas según el medio en el que desarrollan su actividad, es decir agrupándolas dependiendo del tipo de actividad principal que desarrollan, bien sea en el medio terrestre o bien en el medio acuático.

Dentro de las actividades de turismo activo es preciso considerar los elementos externos que influyen en las mismas y que están en muchos



casos ligadas a la práctica de deporte al aire libre y, por consiguiente, les afectan distintos factores entre los que cabe destacar el clima y la meteorología existente. También la propia estacionalidad del turismo determina que la prestación de servicios de turismo activo por parte de las empresas del sector no se realice de forma continua a lo largo del año, pues en ocasiones las condiciones para la práctica de algunas de esas actividades es inviable, bien por causas meteorológicas, geográficas e incluso por autorizaciones o permisos administrativos.



I.- LA DEMANDA DE TURISMO ACTIVO.



# I.- LA DEMANDA DE ALOJAMIENTO COLECTIVO Y CONTRATANTE DE ACTIVIDADES DE TURISMO ACTIVO.

#### I.1.- Caracterización de la demanda.

Para el conjunto del año 2002, el porcentaje de turistas alojados en establecimientos de alojamiento colectivo y que realizan actividades de turismo activo durante su estancia en Asturias, asciende al 10,6% sobre un total de 1.655.771 turistas.

Debemos destacar que de la muestra analizada, el 64,3% de los turistas de alojamiento colectivo que practican turismo activo estaban alojados en el Oriente de Asturias, localizados en un 24,9% en los municipios costeros y el 39,4% en los de interior.

FIGURA 1.1: ZONA DE UBICACIÓN DE DONDE SE ALOJAN LOS TURISTAS QUE CONTRATAN TURISMO ACTIVO.

	0/0
OCCIDENTE	3,9
CENTRO	31,8
ORIENTE	64,3
Oriente Costa	24,9
Oriente Interior	39,4
Fuente: SITA	

El concejo en donde se halla el establecimiento en el que están alojados los turistas nos permite delimitar una ubicación más detallada de esta demanda, alcanzando Cangas de Onís un 20,5% de los turistas que practican turismo activo, seguido de Llanes y Ribadesella con un 12,3% y un 12,1% respectivamente.

Para ver la temporalidad de este tipo de turismo, podemos considerar el periodo de recogida de datos, apreciandose en los meses de *junio*, *julio* y sobre todo *agosto* es cuando más turistas dicen haber realizado turismo activo (Figura 1.2).

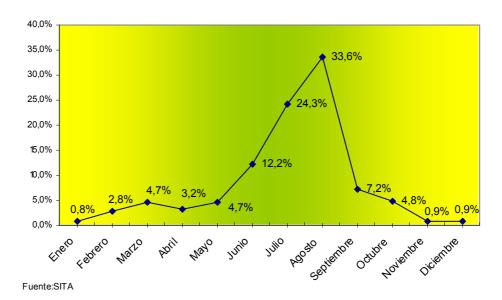


FIGURA 1.2: PERIODO DE RECOGIDA DE DATOS.

El turismo de alojamiento colectivo que contrata actividades deportivas es principalmente un *turismo receptor*, el 90% por tan sólo un 10% de *turismo interno* (Figura 1.3).

FIGURA	1.3.	TIPO	DE	TURISMO.
$\mathbf{I}$	1.0.	$\mathbf{I}$	$\nu$	I OIGOMO.

TURISMO	%
Interno	10,0
RECEPTOR	90,0
Primera Visita	44,3
Ya conoce Asturias	45,7
Fuente: SITA	



Dentro de la procedencia de los turistas que contratan actividades destacan los de *Madrid* con un 22,4%, seguido del *País Vasco* con el 10,9% y de la *Comunidad Valenciana* y *Cataluña* con un 8,7% y un 8,6% respectivamente (Figura 1.4).

Analizando cada comunidad autónoma de forma independiente, según el porcentaje en fila, podemos ver que son, después de *Melilla*, los que proceden de la *Comunidad Valenciana* quienes más actividades de turismo activo contratan, un 23,5%, mientras que los turistas de *Baleares* apenas presentan interés pues sólo un 6,8% están interesados en este tipo de actividades (Figura 1.5).

FIGURA 1.4: PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS (%).

Procedencia (% en columna)		CONTRATANTES DE TURISMO ACTIVO	NO CONTRATANTES DE TURISMO ACTIVO
Interno	ASTURIAS	10,0	17,6
RECEPTOR	EXTRANJERO	6,2	8,0
RECEPTOR	NACIONAL	83,8	84,0
ANDALUCÍA		6,2	4,8
Aragón		3,6	2,5
BALEARES		0,7	1,0
CANARIAS		1,4	1,7
CANTABRIA		2,8	2,4
CASTILLA-LA MANCHA		2,8	2,2
CASTILLA Y LEÓN		6,7	10,1
Cataluña		8,6	6,5
COMUNIDAD VALENCIANA		8,7	3,4
EXTREMADURA		1,3	0,9
GALICIA		4,7	5,3
La Rioja		0,4	0,6
Madrid		22,4	21,2
MELILLA		0,2	
Murcia		1,6	1,3
Navarra		0,8	1,0
País Vasco		10,9	9,0
Fuente: SITA			



FIGURA 1.5: PROCEDENCIA DE LOS TURISTAS (%).

Procedencia (% en fila).	CONTRATANTES DE TURISMO ACTIVO	NO CONTRATANTES DE TURISMO ACTIVO	TOTAL
ASTURIAS	6,3	93,7	100,0
EXTRANJERO	8,4	91,6	100,0
ANDALUCÍA	13,3	86,7	100,0
Aragón	14,7	85,3	100,0
BALEARES	6,8	93,2	100,0
CANARIAS	8,9	91,1	100,0
CANTABRIA	12,0	88,0	100,0
CASTILLA-LA MANCHA	13,2	86,8	100,0
CASTILLA Y LEÓN	7,4	92,6	100,0
Cataluña	13,6	86,4	100,0
COMUNIDAD VALENCIANA	23,5	76,5	100,0
Extremadura	14,8	85,2	100,0
GALICIA	9,3	90,7	100,0
LA RIOJA	7,8	92,2	100,0
Madrid	11,1	88,9	100,0
MELILLA	100,0	0,0	100,0
MURCIA	13,1	86,9	100,0
NAVARRA	8,8	91,2	100,0
País Vasco	12,0	88,0	100,0
Fuente: SITA			

En cuanto al motivo del viaje a Asturias, los turistas vienen a nuestra Comunidad principalmente por ocio y vacaciones y son éstos, los que lógicamente muestran más interés en la realización de actividades deportivas; aunque en un porcentaje reducido, es interesante destacar que un 2,1% de los turistas que han venido por motivos laborales o de congresos han realizado algún tipo de actividad de turismo activo (Figura 1.6).



FIGURA 1.6: MOTIVO DE LA VISITA A ASTURIAS (%).

Мотіvo	CONTRATANTES DE TURISMO ACTIVO	NO CONTRATANTES DE TURISMO ACTIVO
VACACIONES, OCIO	97,5	81,1
Trabajo y negocio	1,8	14,3
VISITA A FAMILIARES Y AMIGOS	0,4	2,1
CONGRESOS Y FERIAS	0,3	1,3
Otros	-	1,2
Fuente: SITA		

Si bien el motivo de visita es el disfrute de un periodo vacacional, las razones por las que han elegido Asturias son esencialmente las mismas que para el turismo en general, siendo especialmente relevante el entorno natural de Asturias como elemento de referencia, ya que un 60% de los turistas han señalado este motivo como la razón principal de elección de Asturias. También el conocer nuevos destinos o las recomendaciones y la gastronomía son aspectos considerados por estos turistas (Figura 1.7).

FIGURA 1.7: RAZONES PARA ELEGIR ASTURIAS (%).

RAZONES DE ELECCIÓN	% DE RESPUESTAS	% DE CASOS
ENTORNO NATURAL	29,4	59,3
CONOCER NUEVOS DESTINOS	14,2	28,7
RECOMENDACIONES	12,6	25,4
Gastronomía	10,0	20,2
Experiencia anterior	8,9	18,1
Tranquilidad	6,7	13,6
Clima benigno	5,8	11,7
Proximidad geográfica	4,0	8,1
Patrimonio Cultural	2,9	5,9
Raíces asturianas	1,3	2,7
OTRAS RAZONES	4,0	8,1
Fuente: SITA		



Respecto a la organización del viaje a Asturias, un 88,9% de los turistas ha organizado el viaje exclusivamente por su cuenta sin presencia de intermediarios.

Hay que señalar que el 42,1% de los turistas viajan en pareja, aunque los que viajan en familia o con amigos también alcanzan unos porcentajes importantes (Figura 1.8).

FIGURA 1.8: ¿CON QUIÉN HA VENIDO A ASTURIAS? (%).

Con quién ha venido	CONTRATANTES DE TURISMO ACTIVO	NO CONTRATANTES DE TURISMO ACTIVO
Sólo	3,2	9,4
En pareja	42,1	47,4
CON FAMILIA	25,7	19,1
CON AMIGOS	26,8	16,8
Grupo organizado	1,4	2,2
COMPAÑEROS DE TRABAJO	0,7	7,4
Fuente: SITA		

El 91,4% de los turistas han venido a Asturias en vehículo particular, siendo éste, por consiguiente, el principal medio de transporte interno por la región.

Esta autoorganización del viaje influye notablemente a la hora de contratar el alojamiento ya que un 41,6% de los turistas han reservado su estancia a través de llamadas telefónicas, mientras que un 39,2% han contratado el alojamiento directamente al llegar a Asturias (Figura 1.9).



FIGURA 1.9: RESERVA DEL ALOJAMIENTO (%).

ALOJAMIENTO	CONTRATANTES DE TURISMO ACTIVO	NO CONTRATANTES DE TURISMO ACTIVO
PERSONAL, POR TELÉFONO	41,6	41,0
DIRECTAMENTE AL LLEGAR	39,2	29,2
En agencias de viaje	8,2	13,7
INTERNET	3,2	1,8
EMPRESA	1,7	9,1
AMIGOS Y FAMILIA	2,3	1,7
Otros	3,7	3,5
Fuente: SITA		

La reserva personal al llegar al establecimiento se corresponde esencialmente con la figura del *camping* tal y como vemos en el tipo de establecimiento seleccionado para alojarse en Asturias. Un 47,9% de los turistas que han realizado turismo activo se han alojado en *camping*, mientras que la hotelería y el turismo rural *de aldea* alcanzan al 17,9% y el 35,0% respectivamente (Figura 1.10).

FIGURA 1.10: ESTABLECIMIENTO DE ALOJAMIENTO (%).

ALOJAMIENTO	CONTRATANTES DE TURISMO ACTIVO	NO CONTRATANTES DE TURISMO ACTIVO	
TURISMO RURAL	17,1	15,2	
CAMPING	47,9	27,1	
HOTELERÍA	35,0	57 <i>,</i> 6	
Fuente: SITA			

En este sentido, las valoraciones que reciben los establecimientos de alojamiento por parte de estos turistas son positivas, pues califican la relación calidad precio con 7,6 puntos de media sobre diez puntos. Los aspectos del establecimiento mejor puntuados son la situación y el entorno del mismo, además de la limpieza e higiene, recibiendo ambos una



calificación media de 8,1 puntos. Sin embargo, los *servicios añadidos* del establecimiento en cuanto a actividades de ocio o deportes es la que menor nota recibe, 7,3, aunque sigue estando por encima de siete puntos (Figura 1.11).

FIGURA 1.11: CALIFICACIONES SOBRE EL ALOJAMIENTO.

ALOJAMIENTO	MEDIA
SITUACIÓN Y ENTORNO	8,1
LIMPIEZA E HIGIENE	8,1
SERVICIO Y ATENCIÓN DEL PERSONAL	7,8
CONFORT DE INSTALACIONES	7,7
SERVICIOS DE RESTAURACIÓN	7,6
RELACIÓN CALIDAD -PRECIO	7,6
ARQUITECTURA Y DISEÑO	7 <b>,</b> 5
SERVICIOS AÑADIDOS DE OCIO	7,3
Fuente: SITA	Valoración de uno a diez puntos

La estancia media de este turista en Asturias asciende a 9,6 noches aunque presenta una desviación típica de 14,8. Es una estancia elevada si la comparamos con la del conjunto de turistas de alojamiento colectivo en Asturias que se situaba en las 5,7 noches de estancia.

Esa desviación típica refleja la elevada dispersión existentes entre las estancias de los turistas, pues un 14,5% de los turistas que contratan actividades de turismo activo van a permanecer dos noches en Asturias, mientras que un 16,4% de los turistas permanecerán en Asturias siete noches (Figura 1.12).

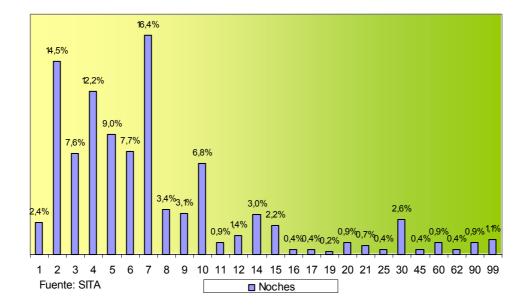


FIGURA 1.12: DURACIÓN DE LA ESTANCIA (NOCHES).

Además de las actividades de turismo activo, un 19,8% de los mismos ha visitado algún museo, destacando el *Museo de la Minería*, el *Aula de Tito Bustillo* y el *Museo de Covadonga*. Además, un 55,6% realizaron visitas a monumentos señalando especialmente *Covadonga* además de la *Catedral de Oviedo* o el *Puente Romano de Cangas de Onís*.

En relación con las actividades que se contratan, para el conjunto de turistas alojados en Asturias podemos señalar que los porcentajes obtenidos son reducidos, destacando sobre las demás el *alquiler de piraguas* como la actividad más demandada (Figura 1.13).



FIGURA 1.13: ACTIVIDADES CONTRATADAS (% sobre total turistas alojamiento colectivo).

ACTIVIDADES CONTRATADAS	2001	2002
ACTIVIDADES ACUÁTICAS	0,1	0,4
ALQUILER DE PIRAGUAS / CANOAS (RÍO)	3,4	5,8
AVENTURAS, CAÑONES, PUENTING	0,4	0,8
EXCURSIONES CON GUÍA	1,0	1,3
EXCURSIONES A CABALLO	2,5	3,4
ALQUILER DE VEHÍCULOS TODO TERRENO (4 X 4, QUAD, MOTOS)	1,6	2,8
GOLF	0,1	0,2
ALQUILER DE BICICLETAS	0,2	0,2
DEMOSTRACIONES ARTESANALES	0,2	0,3
Fuente: SITA		

Considerando sólo los resultados de las personas que han contratado turismo activo podemos refrendar la importancia que tiene el alquiler de piraguas como actividad demandada. Le siguen las excursiones a caballo y el alquiler de vehículos todo terreno.

La actividad que recibe una valoración más positiva es la de aventuras del tipo descenso de cañones o puenting, mientras que el golf y sobre todo al alquiler de bicicletas reciben una menor valoración por parte de sus practicantes, aunque debemos señalar que la muestra analizada para estos dos casos es reducida y no nos permite obtener una valoración significativa en estas dos actividades concretas (Figura 1.14).



FIGURA 1.14: ACTIVIDADES CONTRATADAS Y VALORACIÓN (sólo los que han contratado turismo activo).

ACTIVIDADES CONTRATADAS	%	VALORACIÓN
ACTIVIDADES ACUÁTICAS	3,4	8,3
ALQUILER DE PIRAGUAS / CANOAS (RÍO)	55,1	8,3
AVENTURAS, CAÑONES, PUENTING	7,3	9,1
EXCURSIONES CON GUÍA - RUTAS GUIADAS	12,7	8,1
EXCURSIONES A CABALLO	32,4	7,8
ALQUILER DE VEHÍCULOS TODO TERRENO (4 X 4, QUAD, MOTOS)	26,7	8,3
GOLF	2,1	6,4
ALQUILER DE BICICLETAS	2,0	2,0
DEMOSTRACIONES ARTESANALES	3,0	8,0
Fuente: SITA	Valorac	ión: 1 a 10 ptos

En cuanto al perfil de la demanda debemos destacar que la edad media de los turistas que contratan esta serie de actividades se sitúa en los 32 años y son los que están comprendidos en edades entre 25 y 30 años con un 37,1% los que más demandan este tipo de turismo, seguido de los turistas que están entre los 31 y 40 años con un 26,8% (Figura 1.15).

FIGURA 1.15: EDAD DE LOS TURISTAS (%).

EDAD	CONTRATANTES DE TURISMO ACTIVO	NO CONTRATANTES DE TURISMO ACTIVO
MENOS DE 25	18,1	12,9
25-30	37,1	25,6
31-40	26,8	29,3
41-50	15,5	18,6
51-60	2,5	9,2
más de 60		4,4
Fuente: SITA		



Por lo que se refiere a la profesión, el núcleo principal de la demanda se concentra en *trabajadores por cuenta ajena*, con un 50,1%, pero aparecen de forma destacada los *funcionarios* con un 16,1% y los *estudiantes* con un 11,1% (Figura 1.16).

FIGURA 1.16: PROFESIÓN.

Profesión	0/0
Directivo	0,9
FUNCIONARIO	16,1
TRABAJADOR POR CUENTA AJENA	50,1
EMPRESARIO	4,3
TRABAJADOR POR CUENTA PROPIA/LIBERAL	8,3
ESTUDIANTE	11,1
Ama de Casa	4,1
EN PARO/DESEMPLEADO	1,7
Otros	3,4
Fuente: SITA	

El gasto realizado por los turistas que contratan actividades de turismo activo asciende a un total 508,23 euros por persona y viaje siendo el gasto por persona y día de 56,80 euros (Figura 1.17).

FIGURA 1.17: GASTO TURÍSTICO (€).

	GASTO POR	GASTO POR
	PERSONA Y VIAJE	PERSONA Y DÍA
DE QUIENES CONTRATAN DE TURISMO ACTIVO	508,23	56,80
DE QUIENES NO CONTRATAN TURISMO ACTIVO	348,55	63,97
DIFERENCIA TOTAL	159,68	-7,17
Alojados en Establecimientos Colectivos Fuente: SITA		



La notable diferencia que encontramos entre el gasto total de quienes contratan actividades frente a los no contratantes es debido a la mayor estancia media de los primeros ya que en el caso del gasto diario esa diferencia no es tan desproporcionada.

Esa diferencia en la estancia media también se manifiesta respecto al gasto total medio del conjunto de turistas alojados en establecimientos colectivos en Asturias. No obstante, el gasto medio diario por alojamiento de los turistas que demandan actividades de turismo activo, se reduce hasta los 19,83 euros por persona y día frente a la media del sector que se sitúa en los 25,9 euros. Apenas hay diferencia en el gasto medio en alimentación y hostelería, aunque sí existe un importante incremento del gasto en compras diversas respecto a la media de Asturias (Figura 1.18).

FIGURA 1.18: DESGLOSE DEL GASTO TURÍSTICO (€).

	TOTAL ASTURIAS	CONTRATANTES DE TURISMO ACTIVO
GASTO TOTAL/PERSONA/VIAJE	365,46	508,23
GASTO TOTAL/PERSONA/DÍA	63,21	56,80
GASTO EN ALOJAMIENTO/PERSONA/DÍA	25,90	19,83
GASTO EN ALIMENTACIÓN/PERSONA/DÍA	23,88	21,72
GASTO EN COMPRAS/PERSONA/VIAJE	18,77	34,06
Alojados en Establecimientos Colectivos Fuente: SITA		



Esas diferencias se explican por el tipo de alojamiento utilizado por parte de este tipo de turistas. Como observamos, el camping es un tipo de instalación muy utilizada lo que determina que el gasto medio se vea reducido ya que tenemos un menor gasto en este apartado. De esta forma, destinan dentro de su presupuesto más dinero a las actividades y a las compras diversas.

FIGURA 1.19: DESGLOSE DEL GASTO TURÍSTICO POR TIPO DE ALOJAMIENTO.

	Hotelería	Alojamientos rurales (incluidos albergues)	Alojamientos rurales (excluidos albergues)	Camping	TOTAL
TOTAL POR PERSONA Y VIAJE (€)	628,46	438,5	457,35	445,19	508,23
ESTANCIA MEDIA (NOCHES)	6,9	6,6	6,6	12,7	9,6
TOTAL POR PERSONA Y DÍA (€)	79,34	58,85	61,11	39,59	56,80
ALOJAMIENTO POR PERSONA Y DÍA (€)	35,44	21,38	22,33	7,86	19,83
ALIMENTACIÓN POR PERSONA Y DÍA (€)	27,39	22,13	23,18	17,44	21,72
COMPRAS VARIAS POR PERSONA Y VIAJE (€)	27,90	29,92	32,31	40,05	34,06
Fuente: SITA					

En cuanto al gasto en actividades de turismo activo, la media se sitúa en los 2,34 euros por persona y día. Aunque la cifra pueda parecer baja, hay que matizar que el gasto de la actividad que se estima se divide por el número de días de estancia y por las personas que lo realiza, por lo que si calculamos el gasto total por persona y viaje de los turistas que contratan actividades de turismo activo, la media asciende a 23,96 euros por persona y viaje. Lógicamente, esta media presenta desviaciones importantes en cuanto las relacionamos con el tipo de actividades que se realizan pues los costes de cada actividad son muy distintos.



# FIGURA 1.20: DESGLOSE DEL GASTO TURÍSTICO EN ACTIVIDADES DE TURISMO ACTIVO POR TIPO DE ALOJAMIENTO.

	Hotelería	Alojamientos rurales (incluidos albergues)	Alojamientos rurales (excluidos albergues)	Camping	TOTAL
GASTO EN TURISMO ACTIVO POR PERSONA Y DÍA	2,26	2,21	2,15	2,13	2,34
GASTO EN TURISMO ACTIVO POR PERSONA Y VIAJE	17,39	16,30	16,25	32,01	23,96
Fuente: SITA					



II.- LA OFERTA DE TURISMO ACTIVO.

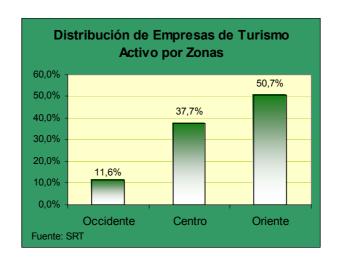


#### II.- LA OFERTA DE TURISMO ACTIVO.

# II.1.-Distribución geográfica.

La figura 2.1 recoge la distribución geográfica de las 69 empresas de turismo activo que aparecen en el folleto de la Sociedad Regional de Turismo. Como puede observarse, aproximadamente la mitad se ubican en el Oriente de Asturias, y la mayor parte de las restantes, el 37,7%, en el Centro de la región. El Occidente asturiano es la zona con menor implantación de este tipo de negocios.

FIGURA 2.1: DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO SEGÚN EL REGISTRO DE LA SOCIEDAD REGIONAL DE TURISMO (%).



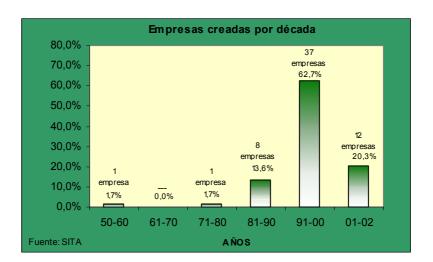
La elaboración del presente informe se ha basado en los datos obtenidos a partir de las práctica totalidad de empresas de Turismo Activo inscritas en el registro de la Sociedad Regional de Turismo, así como de otras no contempladas en dicho registro, consiguiendo finalmente la información de un total de 64 empresas.



### II.2.-Antigüedad.

Las empresas que actualmente ofrecen actividades al aire libre en Asturias son relativamente jóvenes, pues la mayor parte se crean en la década de los 90. Así, de las 59 empresas encuestadas que han indicado su fecha de apertura, el 83,0% fue creado a partir de 1991 y sólo el 3,4% comenzó su actividad antes de 1980. Las restantes, que suponen el 13,6% del total, se crearon en la década de los 80 (Figura 2.2).

FIGURA 2.2: NÚMERO Y PORCENTAJE DE EMPRESAS CREADAS (por década) (%).



No obstante el ritmo de creación de empresas se ha acelerado en los últimos años. Si las agrupamos por quinquenios (se incluyen los dos primeros años del quinquenio actual, 2001-05) se pasa de la apertura de una empresa entre 1981 y 1985 a la apertura de 21 nuevas en el período 1996-2000, y 12 de las 59 que se dispone de información fueron creadas entre los años 2001 y 2002. Si calculamos la media anual de aperturas, vemos que ésta crece con rapidez (Figura 2.3).



FIGURA 2.3: EMPRESAS CREADAS DESDE 1981 (%).

	1981-85	1986-90	1991-95	1995-00	2001-02
TOTAL QUINQUENIO	1	7	16	21	12
PORCENTAJE QUINQUENIO	3,4	10,1	23,8	39,0	20,3
MEDIA ANUAL	0,2	1,4	3,2	4,2	6
Fuente: SITA					

Podemos concluir por tanto que, según la evolución de aperturas, el sector muestra una expansión acelerada, con una creciente popularidad de este tipo de actividades turísticas y compensando en parte la escasez de empresas que existían en la década de los 80, década en la que empieza el crecimiento de las mismas, aunque no debe olvidarse que estos datos corresponden a la fecha de inicio de las empresas que actualmente están en funcionamiento. Sin embargo, algunas de las creadas en años anteriores han dejado de existir, por lo que el número real de empresas surgidas en los últimos años resulta bastante superior al indicado en las tablas anteriores.

# II.3.-Tipo de propiedad.

La mayor parte de las empresas de turismo activo, el 95,3%, están dirigidas de forma independiente por sus propietarios. Sólo un 4,7% de entre ellas presenta otro tipo de gestión, como franquicia, contrato de gestión o arrendamiento.

Cerca del 60% son empresas *Individuales* o en *Comunidad de bienes* y el 32,8% reviste la forma de *Sociedad Limitada*, siendo el resto de formas jurídicas minoritarias en este tipo de negocios.



Por otro lado, el 65,6% de las empresas de turismo activo se encuentran integradas en asociaciones, muchas de carácter específico para estas actividades. Son bien agrupaciones sectoriales de turismo rural y activo, o bien de ámbito local para la promoción del turismo.

El grupo asociacional al que pertenece el mayor número de encuestados es la *Asociación de Empresas de Turismo Fluvial*, que congrega al 23,4% del total y el resto, el 35,7%, pertenecen a algún otro tipo.

## II.4.-Empleo.

El empleo en las empresas de turismo activo depende directamente del periodo del año en el que se analice, ya que varía notablemente su comportamiento dependiendo si es temporada alta o baja, predominando el de carácter temporal y familiar. Asciende a 6,1 la media de trabajadores de estas empresas en temporada alta mientras que en temporada baja la media se reduce a aproximadamente a la mitad, 3,2 personas.



En temporada baja, el *Empresario* y sus *Familiares* supone el 39,7% del empleo total, con una media de 1,3 personas, aumentando en temporada alta hasta las 1,9 personas de media, pero disminuyendo su proporción en relación al conjunto de trabajadores hasta alcanzar un 31% del montante global.

En el resto de empleados predomina la *Contratación temporal*. siendo la media de trabajadores en temporada alta de 3,3 empleados, un 53,9% del total de empleo. En temporada baja, sin embargo, con 1,1 trabajadores de media, supone únicamente un tercio del total de personas empleadas.

El *Empleo fijo* es muy reducido en este tipo de empresas no llegando a una persona, 0,9 empleados indefinidos de media en temporada alta, lo que implica el 15,1% (Figura 2.4).

FIGURA 2.4: EMPLEADOS EN EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO.

	TEMPORADA ALTA		TEMPORADA BAJA	
	%	MEDIA	%	MEDIA
FAMILIARES	31,0	1,9	39,7	1,3
TEMPORALES	53,9	3,3	35,3	1,1
Fijos	15,1	0,9	25,0	0,9
TOTAL		6,1		3,2
Fuente: SITA				



#### II.5.-Estacionalidad.

Existe un alto grado de temporalidad en el ejercicio de la actividad de las empresas de turismo activo, ya que más de un tercio, el 35,9%, cierra durante parte del año, mientras que el 64,1% dice mantener su funcionamiento durante los doce meses.

El motivo principal de las empresas que cierran en algún momento del año es por temporada, con un 88,9%, y el resto lo efectúan por vacaciones. En ninguno de los casos anteriores, el cierre es producido en los meses de verano, en concreto julio y agosto, presentando prácticamente el mismo comportamiento durante la Semana Santa.

Por consiguiente, de las empresas que cierran por temporada la mayor parte lo hacen en los meses de enero y febrero, en el 93,8% de las ocasiones, seguidos de los meses de diciembre y noviembre, en un 87,5% y un 81,3% respectivamente. Durante marzo y octubre también suspenden su actividad el 75% de las mismas (Figura 2.5).



FIGURA 2.5: PATRÓN TEMPORAL DE CIERRE DE LAS 16 EMPRESAS QUE LO HACEN POR TEMPORADA (%).

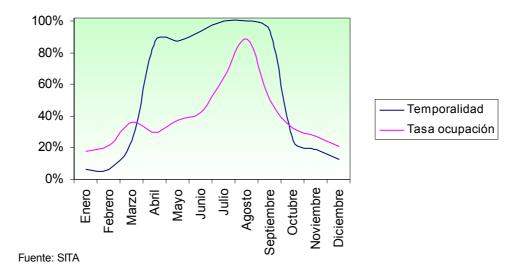
	TOTAL DE EMPRESAS	PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL		
Enero	15	93,8		
FEBRERO	15	93,8		
Marzo	12	75,0		
ABRIL	2	12,5		
Мауо	2	12,5		
Junio	1	6,3		
Julio	<u> </u>	—		
AGOSTO	<u>—</u>	—		
SEPTIEMBRE	1	6,3		
OCTUBRE	12	75,0		
Noviembre	13	81,3		
DICIEMBRE	14	87,5		
Fuente: SITA				

Debemos recordar que en el año 2002 la festividad de Semana Santa tuvo lugar durante el mes de marzo, por lo que cabe suponer que cuando estas festividades tienen lugar en el mes de abril, se incrementará el número de empresas abiertas durante dicho periodo.

Como se ha dicho, la eventualidad es lógica en este tipo de negocios que ofrecen actividades desarrolladas al aire libre y, por tanto, también lo es que un mayor número de empresas funcionen en aquellos meses en que, por lo menos a priori, las condiciones meteorológicas son mejores y así como en la época del año en la que el mayor número de horas de luz facilita la práctica de este tipo de actividades, no sólo a los turistas sino también a los excursionistas (Figura 2.6).



FIGURA 2.6: APERTURA DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO VERSUS OCUPACIÓN DE ALOJAMIENTOS COLECTIVOS (%).



Como se aprecia en el gráfico, la temporalidad de la apertura de empresas según periodo y de la llegada de turistas de alojamiento colectivo sigue una pauta similar. En ambos casos los mínimos se sitúan en los meses invernales y los máximos en los meses estivales, reflejando este paralelismo la lógica dependencia de las empresas de turismo activo de la llegada de visitantes.

Sin embargo no sólo la llegada de visitantes influye en la actividad de estas empresas sino que también el clima tiene un efecto sustancial sobre las aperturas y de cierres de las mismas. Así, en el primer y cuarto trimestre las tasas de apertura se sitúan por debajo de las tasas de ocupación, tratándose de los meses menos propicios para la realización de actividades.

Las empresas que cierran por vacaciones presentan el mismo patrón temporal de comportamiento que las que lo hacen por temporada.



Así, de las que cierran por vacaciones, el 100% cierra en enero y diciembre y el 50% cierra también en febrero y por tanto los meses de cierre coinciden con aquellos en que la mayor parte de las empresas que cierran por temporada lo hacen igualmente.

### II.6.- Formación y experiencia.

Un aspecto importante en la prestación de servicios de turismo activo es la formación y experiencia específica en la actividad de los empresarios y empleados del sector. No debe olvidarse que estas actividades entrañan un cierto riesgo y ambos aspectos, formación y experiencia, son esenciales para minimizarlo y poder ofrecer un servicio con una seguridad garantizada y de calidad.

El Decreto del Principado de Asturias 92/2002, de 11 de julio, de Turismo Activo establece la titulación y formación necesaria para poder actuar como monitor o guía acompañante en las empresas de turismo activo, así como los complementos prácticos, en forma de horas de experiencia, para alguna de ellas.

Sin embargo, estos requisitos afectarán sobre todo a las empresas a partir del año 2003, ya que el Decreto de Turismo Activo fue aprobado en el verano de 2002 y dados los plazos de entrada en vigor del mismo, la adaptación a la norma debía producirse a partir del otoño del año 2002.

De acuerdo con los datos de la encuesta, el 73% de los propietarios tienen algún tipo de titulación relacionada con las actividades ofertadas. Un 45,7% de las empresas declara que sus empleados fijos poseen titulación, incrementándose al 63% las que dicen tener empleados

temporales titulados. Esta diferencia en los porcentajes entre los dos tipos de empleados podría deberse en parte a que el personal fijo se dedique en su mayor parte a labores no relacionadas directamente con la práctica deportiva, como por ejemplo la gestión y la comercialización del negocio, mientras que los contratados temporales, sobre todo en temporada alta, se dediquen exclusivamente, en su mayor parte, a la actividad específica que oferta cada empresa. En cuanto a las titulaciones más habituales de las personas que trabajan en este sector, tanto de los propietarios como de los empleados fijos y temporales destacan las relacionadas con el piragüismo y con las actividades de montaña (Figura 2.7, 2.8, 2.9 y 2.10.).

FIGURA 2.7: TITULACIÓN DE LOS TRABAJADORES DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO (%)

TITULACIÓN	0/0	
TITULACIONES NÁUTICAS	7,2	
Piragüista	27,1	
OTRAS TITULACIONES DE ACTIVIDADES EN AGUA	10,1	
TITULACIONES DE ACTIVIDADES DE TIERRA- MONTAÑA	10,1	
TITULACIONES DE ACTIVIDADES DE TIERRA- CABALLOS	4,3	
TITULACIONES DE ACTIVIDADES DE AIRE	2,8	
Federados	1,4	
OTRAS TITULACIONES ESPECÍFICAS	4,3	
TITULADOS MEDIOS Y SUPERIORES EN ACTIVIDADES DEPORTIVAS	7,1	
FP/MONITORES/TÍTULOS DEPORTIVOS	12,8	
OTROS TITULADOS MEDIOS Y SUPERIORES	12,8	
Fuente: SITA		

FIGURA 2.8: TITULACIÓN DE PROPIETARIOS (%).



TITULACIÓN	0/0	
TITULACIONES NÁUTICAS	6,6	
Piragüista	37,8	
OTRAS TITULACIONES DE ACTIVIDADES EN AGUA	11,2	
TITULACIONES DE ACTIVIDADES DE TIERRA- MONTAÑA	4,4	
TITULACIONES DE ACTIVIDADES DE TIERRA- CABALLOS	2,2	
TITULACIONES DE ACTIVIDADES DE AIRE	4,4	
Federados	2,2	
OTRAS TITULACIONES ESPECÍFICAS	2,2	
TITULADOS MEDIOS Y SUPERIORES EN ACTIVIDADES DEPORTIVAS	11,2	
FP/MONITORES/TÍTULOS DEPORTIVOS	11,2	
OTROS TITULADOS MEDIOS Y SUPERIORES	6,6	
Fuente: SITA		

FIGURA 2.9: TITULACION EMPLEADOS FIJOS (%).

TITULACIÓN	0/0
TITULACIONES NÁUTICAS	13,3
Piragüista	6,6
OTRAS TITULACIONES DE ACTIVIDADES EN AGUA	6,6
TITULACIONES DE ACTIVIDADES DE TIERRA- MONTAÑA	20,0
TITULACIONES DE ACTIVIDADES DE TIERRA- CABALLOS	6,7
Federados	6,7
OTRAS TITULACIONES ESPECÍFICAS	6,7
TITULADOS MEDIOS Y SUPERIORES EN ACTIVIDADES DEPORTIVAS	6,7
FP/MONITORES/TÍTULOS DEPORTIVOS	20,1
OTROS TITULADOS MEDIOS Y SUPERIORES	6,6
Fuente: SITA	

FIGURA 2.10: TITULACIÓN DE EMPLEADOS TEMPORALES (%).



TITULACIÓN	0/0
TITULACIONES NÁUTICAS	_
Piragüista	20,7
OTRAS TITULACIONES DE ACTIVIDADES EN AGUA	12,5
TITULACIONES DE ACTIVIDADES DE TIERRA- MONTAÑA	12,5
TITULACIONES DE ACTIVIDADES DE TIERRA- CABALLOS	4,2
Federados	
OTRAS TITULACIONES ESPECÍFICAS	8,3
TITULADOS MEDIOS Y SUPERIORES EN ACTIVIDADES DEPORTIVAS	8,3
FP/MONITORES/TÍTULOS DEPORTIVOS	12,6
OTROS TITULADOS MEDIOS Y SUPERIORES	16,7
Otros	4,2
Fuente: SITA	

En cuanto a *Experiencia específica* en las actividades ofrecidas, el 89,6% de los propietarios de las empresas la tienen, así como el 81,3% y el 82,1% de los empleados fijos y de los temporales, respectivamente. En el caso de los propietarios la experiencia media en el sector se sitúa en 13,3 años, la de los empleados fijos en 5,9, y la de los temporales en 4,4.

La conciencia por parte de los empresarios de la necesidad de *Formación* se manifiesta en el alto número de empresas, un 46,8%, que declaran haber participado en actividades de este tipo durante el año 2002. La participación en cursos de formación tanto por parte de empleados como por parte de la dirección alcanzan porcentajes muy similares (Figura 2.12).

FIGURA 2.12: PARTICIPACIÓN EN FORMACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL (%).

% SOBRE LAS EMPRESAS QUE PARTICIPARON



	Sí	
DIRECCIÓN	82,6	
PLANTILLA	73,9	
Fuente: SITA		

De las empresas que realizaron acciones de formación, el 50% lo hizo en *Programas subvencionados*, el 13,6% declara que *parte de la formación recibida tuvo subvención* y resto ninguna de las inversiones contaron con ayuda alguna. En un 80% de los casos existió subvención procedente de la *Administración autonómica*, por un 10% proveniente del *Ayuntamiento* o la *Mancomunidad*, y en el resto a través de la *Unión Europea*.

La mayor parte de la formación realizada en el año 2002 está relacionada con las *Actividades deportivas* ofrecidas por las empresas y, por tanto, directamente relacionada con los conocimientos técnicos necesarios para realizar dichas actividades de manera más efectiva y segura.

Es relativamente reducido el número de empresas que en el año 2002 participaron en alguna acción formativa, aunque debe tenerse en cuenta que los datos se refieren únicamente a dicho año y por consiguiente, pueden haber participado en ese tipo de programas formativos en años anteriores.

La formación tanto en primeros auxilios como en seguridad y prevención de riesgos parece imprescindible para todos los trabajadores del sector, sea cual sea su categoría profesional (monitores, guías, administrativos...) o su grado de vinculación con la empresa

(propietarios, trabajadores fijos, temporales, contratados a tiempo completo o a tiempo parcial). Además, el Decreto 92/2002 establece la titulación en primeros auxilios como requisito obligado para quienes siendo monitores o guías acompañantes antes de la entrada en vigor del decreto, quieran homologar la experiencia adquirida y poder continuar su carrera profesional en el campo del turismo activo. Por ello, a priori, cabría esperar mayor participación en este tipo de cursos.

Aún así, debe destacarse que el número de empresas que recibió este tipo de formación durante el año 2002 supera al de empresas creadas durante ese año, 8 frente a 6. De todas formas, y aunque hayan participado en acciones de formación similares en años anteriores, debe tenerse en cuenta que dichos conocimientos deben reciclarse con cierta periodicidad.

La participación en *Cursos de gestión* alcanza un porcentaje similar, ya que el 23,4% de empresas que participan en actividades formativas han optado por este tipo de función, y debe tenerse en cuenta que la mayor parte son negocios individuales y gestionados por los propietarios tanto en el aspecto deportivo como en el administrativo. Por ello la formación continua en estos conceptos, gestión empresarial, contable, trato y comunicación con clientes, aspectos de calidad, seguridad laboral, ambientales... y especialmente en el conocimiento de los cambios legales que van surgiendo, fiscales, ambientales, administrativos... y el uso de nuevas tecnologías como *internet*, es también muy relevante (Figura 2.13).

FIGURA 2.13: TIPO DE FORMACIÓN RECIBIDA.



TIPO DE FORMACIÓN	0/0 (*)	NÚMERO DE EMPRESAS
ACTIVIDADES DEPORTIVAS	23,4	15
Gestión	12,5	8
Informática General	10,9	7
Internet	7,8	5
SEGURIDAD/PRIMEROS AUXILIOS	12,5	8
* Fuente: SITA		

### II.7.- Equipamientos tecnológicos.

Por ello, aunque un 70,3% declara disponer de *Ordenador* y un 75% dispone de *Correo electrónico/Internet*, únicamente el 58,3% tiene *Página web propia* y sólo el 29,5% tiene *Programas informáticos de gestión*. En cuanto a *Programas informáticos de reserva*, declaran utilizarlos la cuarta parte de las empresas y, pese a que la gran mayoría dispone de acceso a *Internet*, singularmente el 41% está presente en *Centrales de reserva* por *Internet*. En conjunto parece que, pese al amplio acceso a nuevas tecnologías, las mismas están siendo infrautilizadas en relación a las posibilidades de uso.

Es preciso indicar que el 42,6%, realiza encuestas de satisfacción entre sus clientes, articulándose como un instrumento importante para la mejora de la calidad del servicio ofrecido y como orientación al empresario sobre los déficitS de la empresa y de los servicios prestados.

### II.8.- Instalaciones complementarias.

Un aspecto muy relacionado con la satisfacción de los clientes, además de la actividad en sí y el entorno en que se realiza, son las



infraestructuras complementarias que la empresa ofrece, principalmente las instalaciones sanitarias, vestuarios o, incluso, duchas. Aunque la importancia de dichas dependencias varían según el tipo de actividad, ubicación de la empresa y tipo de cliente, algunas de ellas son imprescindibles.

El 76,2% de las empresas encuestadas dispone de dichas infraestructuras complementarias. De las empresas que sí tienen instalaciones sanitarias, el 80,4% tienen *Instalaciones independientes* mientras que el resto las comparte principalmente con *Empresas de alojamiento*.

Un porcentaje algo menor, un 73,4% de las empresas de turismo activo, dispone de algún tipo de *vestuarios*, siendo el 79,1% de los casos en propiedad y un 20,9% los comparten con *Empresas de alojamiento*.

El 68,3% ofrece servicio de *Duchas*, y al igual que en los casos anteriores, la gran mayoría, el 76,7%, tienen *Instalaciones independientes* mientras que un 23,3% de las empresas comparten con *Empresas de alojamiento* o en la *Vivienda del propietario*.

En cuanto a las *Instalaciones administrativas*, el 85,7% dispone de *Oficinas* propiamente dichas, el 82,7% de ellas *Independientes* y el resto compartidas, también en su mayor parte con *Empresas de alojamiento* o bien situadas en la *Vivienda del propietario*. Esta colaboración entre empresas de alojamiento y de turismo activo se amplía a otros aspectos, especialmente a los comerciales (Figura 2.14).

FIGURA 2.14: INSTALACIONES COMPLEMENTARIAS (%).



TIPO DE INSTALACIÓN	DISPONE %	INDEPENDIENTE	COMPARTIDO
VESTUARIOS	73,4	79,1	20,9
DUCHAS	68,3	76,7	23,3
OFICINAS	85,7	82,7	17,3
Fuente: SITA			

### II.9.- Acciones comerciales y publicidad.

En términos generales, es reducido el número de negocios que *Participan en acciones comerciales*. Así, sólo el 23% de las encuestadas *Participa en programas de talones y bonos*, obteniendo un porcentaje algo más elevado la oferta de *Promociones de fin de semana*, realizada por un 32,8% de los casos.

Por otro lado, la mayor parte de ellas, el 60,7%, *Trabajan de forma directa con empresas de alojamiento*, mientras que con unos porcentajes sensiblemente menores, un 44,3% y un 41%, están presentes en *Folletos de agencias de viajes* y en *Centrales de reservas por Internet* respectivamente (Figura 2.15).

FIGURA 2.15: ACCIONES COMERCIALES (%).

TIPO DE COMERCIALIZACIÓN	REALIZA %	
CENTRAL DE RESERVA POR INTERNET	41,0	
Trabaja directamente con alojamientos	60,7	
ACEPTA TALONES/BONOS	23,0	
OFERTA PROMOCIONES DE FIN DE SEMANA	32,8	
ESTÁ PRESENTE EN FOLLETOS DE AAVV	44,3	
Fuente: SITA		



La mayoría de las empresas de turismo activo, un 90,6%, realizaron algún tipo de gasto en publicidad durante el año 2002, situándose el gasto medio anual por este concepto en 2.494,02 euros, aunque con grandes oscilaciones, desde un mínimo de 180 euros a un máximo de 18.000 euros (1 empresa). No obstante, el 80,4% de las empresas han gastado menos de 3.000 euros en este concepto.

Destaca pues, que sólo el 39,7% realiza publicidad a través de una *Página web propia*, aunque, como ya se comentó anteriormente, el 75% de las empresas tienen acceso a *Internet*. Y resulta todavía menor el porcentaje de las que utilizan *Otras páginas web* ajenas a su negocio para darse a conocer, el 22,4%.

Una gran mayoría realiza publicidad orientada al público en general mediante *Folletos*. Algo similar sucede con los *Anuncios en prensa y radio*, la segunda opción publicitaria preferida. Los otros medios publicitarios enumerados, *Libros y Guías turísticos privados y Páginas web*, permiten dar a conocer la empresa a un público más amplio, nacional o incluso extranjero, sobre todo a través de páginas web. Un uso más extendido de éstos permitiría el conocimiento de la oferta del sector por quienes planifican sus viajes turísticos a través de estos medios.

Un porcentaje bastante reducido está presente en *Guías o libros privados*. Esto supone que, para quienes los adquieren, Asturias aparece como una Comunidad Autónoma con una oferta reducida de actividades y empresas, frente a Comunidades Autónomas muy representadas en estas publicaciones (Figura 2.16).

FIGURA 2.16: MEDIOS PUBLICITARIOS UTILIZADOS (%).



MEDIO PUBLICITARIO	%	
FOLLETOS	89,7	
Anuncios En Prensa o Radio	55,2	
Libros/Guías Turísticas Privadas	22,4	
PÁGINA WEB PROPIA	39,7	
Otras Páginas Web	22,4	
Otra Publicidad	37,9	
Fuente: SITA		

En cuanto a acciones para mantener o incrementar su actividad, consideran más relevantes el *Trabajo con empresas de alojamiento* y el uso de *Internet* que *Trabajar con agencias* de *viajes* o *Realizar promociones* de fin de semana.

Así, valoran con un 7,7 sobre diez la importancia de *Internet* para su negocio, seguido con un 7,3 el *Trabajo con alojamientos*. Las calificaciones menos relevantes para ellas es *Trabajar con agencias de viajes*, valorado con 4,9 puntos, y las *Ofertas de fin de semana* con 5,2. La *Apertura durante todo el año* obtiene una valoración media de 6,4 puntos sobre diez.

La escasa valoración acerca de las agencias de viaje y de las ofertas de fin de semana como impulsoras de su actividad explican el relativamente bajo porcentaje de empresas que utilizan estas actuaciones comerciales, aunque la opción de oferta de fin de semana está mejor considerada.

Por otro lado, contrasta la valoración dada al uso de *Internet*, la más alta de todas, con el relativamente escaso uso del mismo de forma activa



(publicidad en páginas web, centrales de reserva en *Internet*, etc.) y la escasa participación en cursos de formación en este sentido (Figura 2.17)

FIGURA 2.17: IMPORTANCIA DE REALIZAR ACCIONES COMERCIALES.

MEDIO PUBLICITARIO	VALORACIÓN (DE 1 A 10)	
OFERTA DE FIN DE SEMANA	5,2	
TRABAJAR CON LOS ALOJAMIENTOS	7,3	
Trabajar con AAVV	4,9	
Internet	7,7	
ABRIR TODO EL AÑO	6,4	
Fuente: SITA		



#### II.10.-Inversión.

De las empresas de turismo activo entrevistadas, el 81,3% ha realizado algún tipo de inversión durante el año 2002. De ellas, un 71,2% realizaron inversiones en Compra de material deportivo mientras un 50% de las mismas invirtieron en Mantenimiento en general y el 34,6% destinaron determinadas partidas al Mantenimiento de los equipamientos.

En relación a las inversiones en ampliación, un 58,3% se destinaron a *Adquisición de canoas*, una cuarta parte a *Caballos*, y el 8,3% a *Bicicletas* y a *Quads*. En el capítulo de *Otras inversiones*, la mayor parte se destinó a la marca comercial y a la adquisición de material relacionado con el transporte.

Por cuantía media de las inversiones, la más elevada es la realizada en *Mantenimiento de equipamientos* que se sitúa en 6.903,61 euros de media. En segundo lugar, se encuentran las inversiones en *Diversificación de actividades*, con una media de 6.340 euros. En tercer lugar están las realizadas en *Material deportivo* con una cifra media de 4.570,54 euros, y en cuarto lugar las dedicadas a la *Ampliación* con una media de 4.024,09 euros. El gasto en *Mantenimiento en general*, aún siendo el más habitual, alcanza una cuantía media menor, 1.813,25 euros, suponiendo menos de la tercera parte de la inversión media en mantenimiento de equipamientos.

El intervalo en que se mueven las inversiones realizadas son muy amplias, especialmente en el caso de *Material deportivo* oscilando entre un mínimo de 150 euros y un máximo de 36.060,7. Esta diferencia puede



deberse, entre otros factores, a los muy diferentes costes unitarios de los equipos necesarios en cada actividad ofertada, al igual que difieren mucho los de *Mantenimiento* de los mismos. Así, en este último tipo también hay una amplia diferencia entre la inversión mínima, 60 euros y la máxima, 9.000. Sin embargo destaca cómo la inversión de mayor cuantía, la del *Mantenimiento de los equipamientos*, con una media de 6.903,61 euros, está situada en un intervalo entre los 300 y los 30.000 euros (Figura 2.18).

FIGURA 2.18: INVERSIÓN POR CATEGORÍAS.

CONCEPTO	% DE EMPRESAS	INVERSIÓN MEDIA (€)	INTERVA INVE	
	EWII KESAS	WIEDIA (C)	MÍNIMO (€)	MÁXIMO (€)
COMPRA DE MATERIAL DEPORTIVO	71,2	4.570,54	150,00	36.060,70
AMPLIACIÓN	28,8	4.024,09	865,00	9.000,00
DIVERSIFICACIÓN (ACTIVIDADES)	17,3	6.340,00	360,00	18.000,00
Diversificación (otro negocio)	3,8			
MANTENIMIENTO EN GENERAL	50,0	1.813,25	60,00	9.000,00
MANTENIMIENTO DE EQUIPAMIENTOS	34,6	6.903,61	300,00	30.000,00
OTRAS INVERSIONES	9,8			
Fuente: SITA				

Solamente el 6,6% de las empresas que realizaron inversiones recibió algún tipo de subvención, siendo concedida en casi todos los casos por el Principado de Asturias. En el 66,7% de los subvencionados utilizaría la prestación para el Mantenimiento de equipamientos y en el resto para el Mantenimiento de edificios.



Preguntados por las inversiones que les gustaría que fueran subvencionadas los empresarios destacan conceptos como la *Publicidad en folletos*, propuesto por el 15,7% de los mismos, *Mejoras en los edificios*, el 14,2%, *Ampliación de capacidad*, 12,7%, y los *Cursos de formación especializados* con un 11,2%, mientras que el resto de elementos están considerados de una forma menos relevante. Cabe resaltar que para una *Página web* sólo el 4,5% de los entrevistados la señalan significativa para ser subvencionable (Figura 2.19).

FIGURA 2.19: SOBRE QUÉ ELEMENTOS SOLICITARÍA UNA SUBVENCIÓN (%).

ELEMENTOS SOBRE LOS QUE SOLICITARÍA SUBVENCIÓN	0/0
PUBLICIDAD EN FOLLETOS	15,7
MEJORAS EN LOS EDIFICIOS	14,2
AMPLIACIÓN EN CAPACIDAD	12,7
Cursos de formación especializados	11,2
CONTRATACIÓN DE PERSONAL CUALIFICADO	9,7
PARTICIPACIÓN EN FERIAS	9,7
APERTURA DE NUEVAS ACTIVIDADES	9,0
EQUIPAMIENTOS INFORMÁTICOS	8,2
PÁGINA WEB	4,5
Otros	5,2
Fuente: SITA	

### II.11.-Facturación.



El 56,4% de las empresas de turismo activo de Asturias factura menos de 18.030,36 euros. Un 30,8% factura entre 18.030,36 y 90.151,82 euros, mientras que una de las empresas declara ingresar entre 120.202,42 y 300.506,05 euros y otra entre 300.506,05 y 3.606.072,63 euros.

### II.12.-Procedencia y tipo de clientes.

Según la percepción obtenida por los empresarios, la mayor parte de quienes contratan los servicios de empresas de turismo activo en Asturias proceden de fuera de la Comunidad Autónoma y son, en su mayoría, españoles. Así, el 26,9% son asturianos, el 64,2% nacionales, no asturianos, y sólo el 8,9% extranjeros (Figura 2.20).

FIGURA 2.20: PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES (%).

PROCEDENCIA	0/0
ASTURIAS	26,9
RESTO DE ESPAÑA	64,2
Extranjeros	8,9
Fuente: SITA	

En cuanto al tipo de clientes, perciben que la mayor parte son turistas y, entre ellos, destaca el porcentaje de quienes utilizan establecimientos de alojamiento colectivo. Sólo alrededor de la quinta parte, concretamente el 21,5%, dicen que son visitantes de día o excursionistas (Figura 2.21).

FIGURA 2.21: TIPO DE CLIENTES (%).



TIPO	0/0
Excursionistas	21,5
Turistas en Alojamientos Colectivos	65,6
Turistas en Alojamientos Privados	13,0
Fuente: SITA	

### II.13.-Actividades ofertadas.

Las actividades que ofrecen las empresas de turismo activo que se ubican en el Principado de Asturias son muy diversas y variadas. Podemos agruparlas en actividades según el medio en el que se realizan, tierra, aire o agua (bien en el mar, bien en ríos, lagos y embalses). Como se aprecia en la Figura 2.22, algo más de la mitad de las empresas encuestadas ofrecen actividades en varios medios, y el resto se reparte de forma similar entre las que realizan únicamente Actividades terrestres o Actividades acuáticas y sólo 2 empresas ofrecen Actividades en el medio aéreo.



**Especialización** 60% 52,2% 50% 40% 30% 23,9% 20,9% 20% 10% 3,0% Multiactividad Acuática Terrestre Aérea Fuente: SITA

FIGURA 2.22: ESPECIALIZACIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO (%)

Como se aprecia en las tablas que a continuación se muestran, la actividad que más destaca entre todas, es el *Piragüismo*, ofrecido por un 53,1% de las empresas, seguida muy de cerca por el *Senderismo*, con un 50%. Otras actividades relevantes por el volumen de oferta son las *Bicicletas*, *Caballos*, *Espeleología*, *Quads/4x4* y *Cañones*, todas ellas presentes aproximadamente en un tercio de los casos. En torno a un 20% ofrecen *Escalada*, *Tiro con arco*, *Multiaventura y Rutas culturales*. El resto de actividades enumeradas están siendo ofertadas por un número mucho menor de empresas. De todas formas, las que son ofrecidas por este último tipo de negocios varían de año en año. Así, los que hace pocos años hacían esquí acuático, alquilaban hidropedales u otras actividades similares, han dejado de hacerlo mientras que otras, por el contrario, han ido surgiendo o reapareciendo en los últimos años, bien a través de



nuevas empresas, o bien a través de la diversificación de las existentes, hasta configurar la oferta actual de actividades en Asturias (Figuras 2.23, 2.24, 2.25 y 2.26).

FIGURA 2.23: ACTIVIDADES DE TIERRA (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
BICICLETAS	19	29,7
CABALLOS	21	32,8
Senderismo	32	50,0
Cañones	23	35,9
ESCALADA	14	21,9
Espeleología	21	32,8
PUENTING	11	17,2
Multiaventura	18	28,4
Orientación	11	17,2
Esquí	5	7,8
TRINEO/RAQUETAS	5	7,8
TIRO CON ARCO	13	20,3
TIRO AL PLATO	1	1,6
PAINT-BALL	6	9,4
Quads/4x4	21	32,8
Fuente: SITA		



FIGURA 2.24: ACTIVIDADES DE AGUA (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	
PASEOS EN BARCO	9	14,1	
Esquí Acuático	—	_	
HIDROPEDALES	<u>—</u>	_	
Surf	<u>—</u>	_	
VELA	4	6,3	
WINDSURF	_		
SUBMARINISMO (APNEA)	2	3,1	
SUBMARINISMO (BOTELLA)	7	10,9	
HIDROSPEED	3	4,7	
Piragüismo	34	53,1	
RAFTING	5	7,8	
PESCA EN MAR	5	7,8	
PESCA EN RÍO	_		
PESCA SIN MUERTE	2	3,1	
Fuente: SITA			

FIGURA 2.25: ACTIVIDADES DE AIRE (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
	LAOTRECEN	QUE LA OFRECEIV
ALA DELTA	_	
Ultraligero	_	_
Vuelo sin motor	_	<u>—</u>
PARAPENTE	2	3,1
GLOBO	3	4,7
Fuente: SITA		

57



FIGURA 2.26: OTRAS ACTIVIDADES (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
CURSOS DE PIRAGÜISMO	9	14,1
Cursos de Submarinismo	7	10,9
Cursos de Artesanía	2	3,1
RUTAS DIDÁCTICAS/CULTURALES	14	21,9
AGROPECUARIAS	1	1,6
Observación de Animales	4	6,3
Fuente: SITA		

La figura 2.27 recoge, por tipo de actividad principal, el porcentaje de empresas que declaran ofrecer cada una de las alternativas posibles. Estas ofertas pueden, por un lado, incluir en el precio de la actividad sólo el alquiler de material, y por otro, incluir en el precio la actividad guiada, que puede o no incluir el proporcionar dicho material. Por supuesto, una misma empresa puede ofrecer ambas opciones conjuntamente a sus clientes.

Se puede apreciar que de las empresas que se dedican principalmente a realizar actividades de quads, cañones/barrancos, senderismo, espeleología o submarinismo, incluyen en el precio la realización de actividades guiadas, aunque el material puede o no estar incluido. No todas ofrecen la posibilidad de alquilar material específico necesario, bien sin incluir ningún otro concepto en el precio, o combinado con otros servicios. Así, los porcentajes de las que facilitan el material mediante pago, sólo o combinado con otros servicios, oscilan



entre el 40% de las empresas que ofrecen actividades con *quads* hasta el 83,3% de las de submarinismo, cifra elevada que puede deberse en parte a las características del equipo necesario, que hace que la mayor parte de los practicantes habituales opten por el alquiler de la totalidad o parte del mismo.

Las empresas que ofrecen actividades con caballos como servicio principal incluyen mayoritariamente en el precio la realización de excursiones y rutas guiadas. De forma similar ocurre con las que ofrecen como actividad principal piraguas, aunque la proporción de empresas que ofrecen actividades guiadas es ligeramente superior a la mitad de las mismas, el 55,2%, y poco más de un tercio, el 37,9%, pueden también alquilar sólo el material.

El proceso contrario se da en las empresas que ofrecen actividades con bicicletas, en donde predominan las empresas destinadas al arrendamiento de las mismas, el 78,6% del total, mientras que el 35,7% también ofrece actividades guiadas (Figura 2.27).



FIGURA 2.27: OFERTA DE ACTIVIDADES GUIADAS Y ALQUILER DE MATERIAL (%de empresas por tipo de actividad).

TIPO DE ACTIVIDAD	ACTIVIDAD GUIADA (% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN)	ALQUILER DE MATERIAL (%DE EMPRESAS QUE LO OFRECEN)
Piraguas	55,2	37,9
CABALLOS	91,7	27,3
BICICLETAS	35,7	78,6
Quads	100,0	40,0
Cañones/barrancos	100,0	50,0
SENDERISMO	100,0	<del></del>
Espeleología	100,0	58,3
SUBMARINISMO	100,0	83,3
Fuente: SITA		

Por el contrario, en algunas actividades no existen empresas que incluyan en el precio únicamente el alquiler de material, como sucede las actividades de quads, cañones/barrancos, senderismo, espeleología y submarinismo, sino que siempre está ligado al acompañamiento y guía del cliente. Esto puede deberse a la simplicidad del material básico, como puede ser el caso del senderismo, ya que el material que poseen se destine únicamente o en su mayor parte a actividades guiadas y no al uso autónomo del cliente. En otras actividades, sí existe alguna empresa que ofrece alquiler de material para su uso independiente por parte de los clientes sin incluir en el precio ningún otro concepto añadido. De esta forma, el 35,7% de las empresas de bicicletas ofrecen la opción de sólo



alquilar, al igual que el 9,1% de las de caballos y el 3,5% de las de piraguas (Figura 2.28).

FIGURA 2.28: OFERTA DE ACTIVIDADES GUIADAS Y ALQUILER DE MATERIAL (%de empresas por tipo de actividad).

TIPO DE ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA DECLARAN COMO ACTIVIDAD PRINCIPAL	SÓLO ALQUILER DE MATERIAL (n° de empresas que lo ofrecen)	SÓLO ALQUILER DE MATERIAL (% de empresas que lo ofrecen)
PIRAGUAS	29	1	3,5
Caballos	11	1	9,1
BICICLETAS	14	5	35,7
QUADS	15		_
Cañones/barrancos	16		_
Senderismo	7		<u> </u>
Espeleología	10	_	
Submarinismo	5		
Fuente: SITA			



# III.-LA OFERTA DE TURISMO ACTIVO EN EL OCCIDENTE DE ASTURIAS.



# III.- LA OFERTA DE TURISMO ACTIVO EN EL OCCIDENTE ASTURIANO.

### III.1.- Distribución geográfica, antigüedad y tipo de propiedad.

Sólo 5 de las empresas encuestadas de turismo activo de Asturias, el 7,8%, se ubican en el Occidente de la región. Estas empresas han sido creadas en su totalidad a finales de la década de los ochenta.

Estas empresas de turismo activo que funcionan en el Occidente de Asturias son negocios gestionados de forma independiente por sus propietarios. Las figuras mercantiles más comunes son las de carácter Individual o de Comunidad de bienes y la mayor parte se encuentran integradas en asociaciones relacionadas con el sector, tanto a nivel local como regional.

### III.2.- Estacionalidad y empleo.

Existe un alto grado de temporalidad en el ejercicio de su actividad, ya que cerca de la mitad cierra durante ciertos periodos del año, un porcentaje superior a la media obtenida en Asturias.

Es en primavera y verano donde todas coinciden en el comienzo de su actividad ya que durante el periodo comprendido entre los meses de octubre a marzo cierran por temporada.

El empleo en las empresas de turismo activo del Occidente de Asturias varía bastante entre temporada baja y alta. De hecho, es en esta última donde se triplica el número de trabajadores respecto a la primera. Esta variación se ve afectada principalmente por la inexistencia de empleados temporales en los meses de baja actividad, ya que tanto el



empleo familiar como el fijo se mantienen estables durante todo el año (Figura 3.1).

FIGURA 3.1: EMPLEADOS EN EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO.

	TEMPORADA ALTA		TEMPORADA BAJA	
	%	MEDIA	%	MEDIA
FAMILIARES	35,3	1,2	66,6	1,2
TEMPORALES	47,1	1,6	0	0
Fijos	17,6	0,6	33,3	0,6
TOTAL		3,4	33,3	1,8
Fuente: SITA				

## III.3.- Formación y experiencia.

De acuerdo con los datos de la encuesta, todos los propietarios tienen algún tipo de titulación relacionada con las actividades ofertadas. Sin embargo, menos de la mitad de las empresas declara que sus empleados fijos poseen titulación, siendo muy pocas las empresas que dicen tener trabajadores temporales con titulación.

La mayoría de los propietarios de las empresas tienen *Experiencia* específica en las actividades ofrecidas, mientras que el número de empleados fijos y temporales con experiencia se reduce a la quinta parte en cada caso respecto al total. Es decir, el porcentaje de empresarios con experiencia es similar a la media del sector, pero el de empleados fijos y temporales es inferior siendo sólo el 71,4% y 40% de los trabajadores respectivamente.



La conciencia por parte de los empresarios de la necesidad de Formación se manifiesta en que la mayoría, el 60%, declara Haber participado en actividades de este tipo durante el año 2002. Entre las que han participado en cursos de formación, la realizada por la dirección o propietarios duplica a la de la plantilla (Figura 3.2).

FIGURA 3.2: PARTICIPACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL (%).

% SOBRE LAS EMPRESAS QUE PARTICIPARON		
Sí		
Dirección	66,7	
PLANTILLA 33,3		
Fuente: SITA		

Como se puede observar, ninguno de los tipos de formación considerados predomina sobre los demás, ya que cada uno de ellos ha sido realizado sólo por cada una de las empresas encuestadas (Figura 3.3).



FIGURA 3.3: TIPO DE FORMACIÓN RECIBIDA (%).

TIPO DE FORMACIÓN	% (*)	NÚMERO DE EMPRESAS
ACTIVIDADES DEPORTIVAS	0,2	1
Gestión	0,2	1
Informática General	0,2	1
Internet	0,2	1
Seguridad/Primeros Auxilios	0,2	1
* porcentaje sobre las empresas en la zona occidental Fuente: SITA		

Por otro lado, se puede destacar que aunque algo más de la mitad de las empresas declara disponer de *Ordenador* y de *Correo electrónico/Internet*, pero sólo la cuarta parte tiene *Página web propia, Programas informáticos de gestión, Programas informáticos de reserva* o está presente en *Centrales de reserva* por Internet. En conjunto parece que existe cierta infrautilización de las nuevas tecnologías.

Hay que destacar que cerca de la mitad de las empresas de turismo activo del Occidente de Asturias *Realiza encuestas de satisfacción* entre sus clientes, resultando pues un instrumento importante para mejorar la calidad del servicio ofrecido y descubrir los déficits de formación, propios o de sus empleados, así como deficiencias en las instalaciones y en los servicios prestados.



### III.4.- Instalaciones complementarias.

Todas las empresas encuestadas Disponen de instalaciones sanitarias, de algún tipo de Vestuarios y de servicio de Duchas, compartidas en su totalidad con Empresas de alojamiento.

En cuanto a las Instalaciones administrativas, todas disponen de Oficinas propiamente dichas, compartidas también como en el caso anterior con Empresas de alojamiento.

Sin embargo, esta colaboración entre empresas de alojamiento y de turismo activo no se observa en otros aspectos, especialmente en los comerciales ya que, como veremos en el apartado siguiente, sólo la cuarta parte de las de turismo activo declara trabajar directamente con las de alojamiento.

### III.5.- Acciones comerciales.

Es reducido el número de empresas que Participan en acciones comerciales. Así, ninguna de las que se encuestaron Participa en programas de talones y bonos y sólo 1 empresa Trabaja de forma directa con empresas de alojamiento, está presente en Folletos de agencias de viajes o está presente en Centrales de reservas por Internet. Y en el caso de las *Promociones de fin de semana*, son 2 las empresas que las ofertan.

Sin embargo, todas realizan algún tipo de gasto en publicidad, 3.880,60 euros de media, situándose este gasto medio anual por encima del obtenido en Asturias.

En cuanto al tipo de medio publicitario utilizado, destaca que sólo menos de la mitad de ellas realiza publicidad a través de una Página web



propia y es todavía menor el porcentaje de las que utilizan Otras páginas web para darse a conocer. En cambio los Folletos predominan respecto a los demás medios utilizados, estando presente en el 100% de las ocasiones. Los Anuncios en prensa y radio son utilizados sólo por el 20% y ninguna de las empresas realiza publicidad en Libros y Guías turísticos privado (Figura 3.4).

FIGURA 3.4: MEDIOS PUBLICITARIOS UTILIZADOS (%).

MEDIO PUBLICITARIO	OCCIDENTE %	ASTURIAS %
FOLLETOS	100,0	89,7
Anuncios En Prensa o Radio	20,0	55,2
Libros/Guías Turísticas Privadas	0,0	22,4
PÁGINA WEB PROPIA	40,0	39,7
Otras Páginas Web	20,0	22,4
Otra Publicidad	40,0	37,9
Fuente: SITA		

En relación a las acciones para mantener o incrementar su actividad, los empresarios consideran más relevantes el *Trabajo con empresas de alojamiento* y el uso de *Internet* que *Trabajar con agencias* de viajes o *Realizar promociones de fin de semana*, siendo lo menos relevante para ellas el *Trabajar con agencias de viajes* con una valoración muy inferior respecto a los demás conceptos.

Esta escasa valoración de las agencias de viaje explica el relativo bajo porcentaje de empresas que utilizan esta actuación comercial. Por otro lado, contrasta la valoración otorgada al uso de *Internet*, la más alta de todas, con el discreto uso del mismo de forma habitual en la realidad,



publicidad en páginas web, centrales de reserva en *Internet*, etc. y la escasa participación en cursos de formación en este campo (Figura 3.5).

FIGURA 3.5: IMPORTANCIA DE REALIZAR ACCIONES COMERCIALES.

MEDIO PUBLICITARIO	VALORACIÓN (De 1 a 10)
OFERTA DE FIN DE SEMANA	<i>7,</i> 25
TRABAJAR CON LOS ALOJAMIENTOS	8,0
TRABAJAR CON AAVV	3,0
Internet	8,75
ABRIR TODO EL AÑO	8,0
Fuente: SITA	

### III.6.- Inversión.

De las empresas de turismo activo encuestadas, la mayoría ha realizado algún tipo de inversión durante el año 2002. Cerca de la quinta parte que realizaron inversiones destinó las mismas a *Compra de material deportivo* mientras que alrededor de la mitad invirtió en *Mantenimiento en general* o destinó alguna partida presupuestaria al *Mantenimiento de los equipamientos*.

Sólo una empresa declara que *Recibió algún tipo de subvención* para la inversión realizada, la cual fue concedida por el Principado de Asturias y fue destinada al *Mantenimiento de equipamientos*.

Entre las inversiones que a los empresarios del sector les gustaría que fuesen subvencionadas destacan las *Mejoras en los edificios*, al ser elegida por cerca de la mitad de ellos. El resto de acciones consideradas son la *Publicidad en folletos*, la *Ampliación de capacidad*, y la *Apertura de* 



nuevas actividades, todas ellas propuestas por el 14,3% de los casos (Figura 3.6).

FIGURA 3.6: SOBRE QUÉ ELEMENTOS SOLICITARÍA UNA SUBVENCIÓN (%).

ELEMENTOS SOBRE LOS QUE SOLICITARÍA SUBVENCIÓN	0/0
PUBLICIDAD EN FOLLETOS	14,3
MEJORAS EN LOS EDIFICIOS	42,9
AMPLIACIÓN EN CAPACIDAD	14,3
Cursos de formación especializados	
CONTRATACIÓN DE PERSONAL CUALIFICADO	
PARTICIPACIÓN EN FERIAS	
APERTURA DE NUEVAS ACTIVIDADES	14,3
EQUIPAMIENTOS INFORMÁTICOS	
PÁGINA WEB	
Otros	14,3
Fuente: SITA	

### III.7.- Facturación.

La mayor parte de las empresas de turismo activo del Occidente de Asturias factura *menos 18.030,36 euros*, resultando una cifra muy similar a la obtenida en el conjunto del Principado.



## III.8.- Procedencia y tipo de clientes.

La mayor parte de quienes contratan los servicios de las empresas ubicadas en el Occidente proceden de fuera de la Comunidad Autónoma y son, en su mayoría, españoles. Alrededor del 40% son asturianos, resultando una cifra superior a la de la media del sector, y el resto nacionales, no asturianos. Los extranjeros suponen un porcentaje inapreciable del total de clientes, muy por debajo de la media del sector (Figura 3.7).

FIGURA 3.7: PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES (%).

PROCEDENCIA	0/0
ASTURIAS	39,7
RESTO DE ESPAÑA	57 <i>,</i> 7
Extranjeros	2,7
Fuente: SITA	

En cuanto al tipo de clientes, la mayor parte son turistas que pernoctan en establecimientos de alojamiento colectivo, aunque el reparto final está más equilibrado que en la media de Asturias (Figura 3.8).

FIGURA 3.8: TIPO DE CLIENTES (%).

TIPO	0/0
EXCURSIONISTAS	25,0
Turistas en Alojamientos Colectivos	45,0
Turistas en Alojamientos Privados	30,0
Fuente: SITA	

III.9.- Actividades ofertadas.



Las actividades que ofrecen las empresas de turismo activo ubicadas en el Occidente del Principado de Asturias son muy diversas. Al igual que en el caso general podríamos agruparlas según el medio en el que se realizan en actividades de tierra o acuáticas. En el caso del Occidente, ninguna empresa ofrece actividades en el aire, y todas son empresas de multiactividad, pues ofrecen actividades tanto terrestres como de agua.

Como se aprecia en las siguientes tablas, la actividad de tierra más ofertada es el *Senderismo*, ofrecida por todas, seguida de las *Bicicletas*, y en el caso de actividades acuáticas el *Piragüismo*. Las *Rutas culturales* se ofertan por el 60% de las mismas y *Multiaventura* por algo menos de la mitad. El resto de actividades enumeradas son ofrecidas por un número mucho menor de ellas (Figuras 3.9, 3.10, y 3.11).



FIGURA 3.9: ACTIVIDADES DE TIERRA (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
BICICLETAS	4	80,0
CABALLOS	1	20,0
Senderismo	5	100,0
Cañones	1	20,0
ESCALADA	1	20,0
Espeleología		
PUENTING		
MULTIAVENTURA	2	40,0
Orientación		
Esquí		
Trineo/Raquetas		
TIRO CON ARCO		
TIRO AL PLATO		
PAINT-BALL		
Quads/4x4		
Fuente: SITA		



FIGURA 3.10: ACTIVIDADES DE AGUA (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN		
PASEOS EN BARCO	1	20,0		
ESQUÍ ACUÁTICO				
HIDROPEDALES				
Surf				
VELA	1	20,0		
WINDSURF	_			
SUBMARINISMO (APNEA)				
SUBMARINISMO (BOTELLA)				
HIDROSPEED				
Piragüismo	4	80,0		
RAFTING				
PESCA EN MAR				
PESCA EN RÍO				
PESCA SIN MUERTE				
Fuente: SITA				

FIGURA 3.11: OTRAS ACTIVIDADES (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
CURSOS DE PIRAGUISMO	1	20,0
CURSOS DE SUBMARINISMO		
CURSOS DE ARTESANÍA	1	20,0
RUTAS DIDÁCTICAS/CULTURALES	3	60,0
AGROPECUARIAS		
OBSERVACIÓN DE ANIMALES		
Fuente: SITA		

74



# IV.- LA OFERTA DE TURISMO ACTIVO EN EL CENTRO DE ASTURIAS.



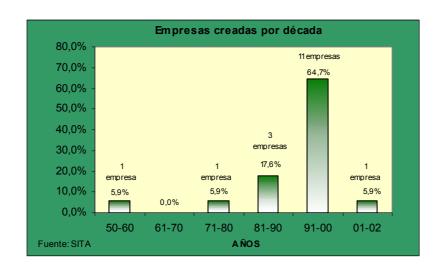
# IV.- LA OFERTA DE TURISMO ACTIVO EN EL CENTRO DE ASTURIAS.

### IV.1.- Distribución geográfica, antigüedad y tipo de propiedad.

Según las encuestas realizadas en Asturias, son 19 las empresas que tienen su sede en el Centro de la región. De ellas una gran parte se ubican en el municipio de Gijón, siguiéndoles en número los concejos de Cudillero, Oviedo y Somiedo, que son también de gran importancia turística.

Estas empresas son relativamente jóvenes, pues la mayor parte se han creado en la década de los 90. Así, de las 19 encuestadas en esta zona, el 70,6% fue creado a partir de 1991, le siguen en porcentaje las que se crearon entre 1981 y 1990, con un 17,6 %. El resto, el 11,8%, iniciaron su actividad antes de la década de los ochenta (Figura 4.1).

FIGURA 4.1: NÚMERO Y PORCENTAJE DE EMPRESAS CREADAS (por década) (%).





Además, el ritmo de creación de empresas se ha acelerado en los últimos años. Así, si las agrupamos por quinquenios (se incluyen los dos primeros años del quinquenio actual, 2001-05) se pasa de la apertura de una empresa entre 1981 y 1985 a la apertura de 8 nuevas en el período 1996-2000, sin embargo, entre los años 2001 y 2002 sólo se ha creado una en esta zona. (Figura 4.2).

FIGURA 4.2: EMPRESAS CREADAS DESDE 1981 (%).

	1981-85	1986-90	1991-95	1996-00	2001-02
TOTAL QUINQUENIO	1	2	3	8	1
PORCENTAJE QUINQUENIO	5,9	11,8	15,8	47,0	5,9
MEDIA ANUAL	0,2	0,4	0,6	1,6	0,5
Fuente: SITA	•				

No debe olvidarse que como se ha dicho anteriormente estos datos corresponden a la fecha de apertura de las que están en funcionamiento. Sin embargo algunas de las que fueron creadas en años anteriores, han dejado de existir, por lo que el número total de aperturas de los últimos años ha sido bastante superior al indicado en las tablas.

La mayor parte de las empresas que funcionan en el Centro de Asturias, el 89,5%, están gestionadas de forma independiente por sus propietarios. Sólo un 10,5% presentan otros tipos de propiedad, la franquicia, las que funcionan bajo contrato de gestión o arrendamiento.



Predominan dos tipos de propiedad: el 47,4% son *Individuales* o en *Comunidad de bienes* (60% en la media de Asturias) y el 42,1% reviste la forma de *Sociedad Limitada* (32,8% en el caso de Asturias) siendo el resto de formas jurídicas minoritarias en este tipo de negocios.

### IV.2.- Estacionalidad y empleo.

Aunque en general existe un alto grado de temporalidad en el funcionamiento de las empresas de turismo activo, en el caso de las ubicadas en la zona central de Asturias sucede lo contrario, ya que el 94,7% de las encuestadas declaran permanecer abiertas todo el año, y sólo una de ellas dice cerrar por temporada.

El empleo varía bastante entre temporada alta y baja, aunque menos que la media del sector, predominando el carácter temporal y el familiar.

La media de trabajadores, sumando los familiares, fijos y temporales, asciende a 9,5 en temporada alta, por encima de la media global de Asturias (6,1), mientras que en la baja desciende ligeramente, hasta 7,5 personas, una caída mucho menor que la media sectorial (3,2).

Respecto al *Empresario* y sus *Familiares*, en temporada baja supone el 30,8% del empleo total, con una media de 2,3 personas, aumentando en el periodo de alta actividad hasta las 2,8 personas de media, manteniendo la proporción con respecto al resto de empleo.

Existe un importante peso de la *Contratación temporal*. Así, en temporada alta un 45,6% de los trabajadores son temporales, con 4,3



personas de media, y en temporada baja desciende ligeramente con una media de 3,2 empleados.

El *Empleo fijo* es ligeramente inferior al *familiar*. La media de empleados fijos en temporada alta es de 2,1 trabajadores, el 24,5% del total, y en temporada baja este porcentaje aumenta hasta el 27,2% (Figura 4.3).

FIGURA 4.3: EMPLEADOS EN EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO.

	TEMPORADA ALTA		TEMPORADA BAJA		
	%	MEDIA	%	MEDIA	
FAMILIARES	30,0	2,8	30,8	2,3	
TEMPORALES	45,6	4,3	42,0	3,2	
Fijos	24,5	2,1	27,2	2,1	
TOTAL		9,5		<i>7,</i> 5	
Fuente: SITA					

## IV.3.- Formación y experiencia.

De acuerdo con los datos de la encuesta, el 83,3% de los propietarios tienen algún tipo de titulación relacionada con las actividades ofertadas. Un 63,7% de las empresas declara que sus empleados fijos la poseen, reduciéndose al 46,7% las empresas con empleados temporales titulados.

En cuanto a *Experiencia específica* en las actividades ofrecidas, el 93,3% de los propietarios la tienen, así como el 71,4% de los empleados fijos, pero sin embargo el porcentaje desciende hasta el 40% entre los contratados temporalmente. En el caso de los propietarios, la experiencia



media se sitúa en 14,1 años, la de los empleados fijos en 7,4, y la de los temporales en dos años. Tanto para los propietarios como para los empleados fijos, el porcentaje de personas con experiencia específica es superior a la media del sector, y se produce la situación contraria en el caso de los de carácter temporal.

La conciencia por parte de los empresarios de la necesidad de Formación se manifiesta en el alto número de empresas que declaran Haber participado en actividades de este tipo durante el año 2002, el 52,9%. Entre las que han participado en cursos de formación, es muy similar la experimentada por parte de la dirección o propietarios como por la plantilla, de esta forma, en el 83,3% de las que realizaron formación Participó la dirección en la misma y también en la misma cuantía Participó la plantilla (Figura 4.4).

FIGURA 4.4: PARTICIPACIÓN EN FORMACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL (%).

% SOBRE LAS EMPRESAS QUE PARTICIPARON			
Sí			
DIRECCIÓN	83,3		
PLANTILLA 83,3			
Fuente: SITA	Fuente: SITA		

De las empresas que participaron en programas de formación, el 50% lo hizo en *Programas subvencionados* y un 25% de las empresas señala que *parte de la formación recibida tuvo subvención*. En los casos en que existió financiación pública, ésta provino por parte de la *Administración autonómica*.



La mayor parte de la formación realizada en el año 2002 está relacionada con las *Actividades deportivas* ofrecidas por las empresas y, por tanto, más directamente relacionada con los conocimientos técnicos necesarios para realizar dichas actividades de manera más efectiva y segura, mejorando así la satisfacción y seguridad del cliente. También es elevado el porcentaje de empresas del Centro de Asturias que participó en programas de formación sobre gestión del negocio, muy por encima de la media regional.

Sin embargo, es reducido el número de empresas que en el año 2002 participaron en otros temas que revisten un indudable interés para mejorar la actividad empresarial en todos los aspectos, como es la Seguridad y Primeros Auxilios. También la participación en cursos de informática en general y en cursos de Internet ha sido escasa, pese a ser éstos aspectos señalados por las empresas como muy importantes (Figura 4.5).



FIGURA 4.5: TIPO DE FORMACIÓN RECIBIDA (%).

TIPO DE FORMACIÓN	0/0 (*)	NÚMERO DE EMPRESAS
ACTIVIDADES DEPORTIVAS	31,6	6
GESTIÓN	31,6	6
Informática General		
Internet	5,3	1
SEGURIDAD/PRIMEROS AUXILIOS	15,8	3
* porcentaje sobre las empresas en la zona centro Fuente: SITA		

### IV.4.- Equipamientos tecnológicos.

A pesar de que un 73,7% declara disponer de Ordenador y un 84,2% dispone de Correo electrónico/Internet, sólo un 64,7% tiene Página web propia o Programas informáticos de gestión, aunque estos porcentajes son algo superiores a la media obtenida en el Principado. En cuanto a Programas informáticos de reserva, sólo están disponibles en el 29,4% de las empresas y, pese a que la gran mayoría dispone de acceso a Internet, solamente un 29,4% está presente en Centrales de reserva en la Red, cifra muy por debajo de la media de Asturias. El 84,2% dispone de Fax y el Pago con tarjeta sólo está disponible en el 36,8% de las empresas.

En relación a la media regional, sí que destaca el número de empresas que Realiza encuestas de satisfacción, con un 75%, entre sus clientes.



### IV.5.- Instalaciones complementarias.

El 77,8% de las empresas de turismo activo ubicadas en el Centro de Asturias *Dispone de instalaciones sanitarias*, de las cuales, el 66,7% son *Instalaciones independientes*, porcentaje inferior a la media del sector, mientras que el resto de empresas comparten sus instalaciones con *Empresas de alojamiento* principalmente.

Un porcentaje relativamente inferior de empresas al de la media de Asturias, un 68,4%, dispone de algún tipo de *Vestuarios*, de los cuales el 66,7% son propios y el 33,3% compartidos, siendo en la mayor parte de los casos con *Empresas de alojamiento*. El 55,6% de las empresas ofrece servicio de *Duchas* que en el 50% de los casos son *Instalaciones independientes* siendo en el resto compartidos con *Empresas de alojamiento*.

En cuanto a las *Instalaciones administrativas*, el 77,8% de las empresas dispone de *Oficinas* propiamente dichas, el 83,3% *Independientes* y el resto compartidas, también en su mayor parte con *Empresas de alojamiento* o bien situadas en la *Vivienda del propietario* (Figura 4.6).

FIGURA 4.6: INSTALACIONES COMPLEMENTARIAS (%).

TIPO DE INSTALACIÓN	DISF	ONE % INDEPE		INDEPENDIENTE		COMPARTIDO	
THODEINSTALACION	CENTRO	ASTURIAS	CENTRO	ASTURIAS	CENTRO	ASTURIAS	
VESTUARIOS	68,4	73,4	66,7	79,1	33,3	20,9	
DUCHAS	55,6	68,3	50,0	76,7	50,0	23,3	
OFICINAS	77,8	85,7	83,3	82,7	16,7	17,3	
Fuente: SITA							

IV.6.- Acciones comerciales.



Resulta reducido el número de empresas que *Participan en acciones* comerciales, pues sólo un 35,3% de las encuestadas *Participa en programas de talones y bonos* y ofrecen *Promociones de fin de semana* a sus clientes.

Por otro lado, la mayor parte de ellas, el 58,8%, *Trabajan de forma directa con empresas de alojamiento*, un 58,8% está presente en *Folletos de agencias de viajes*, y el 29,4%, bastante inferior a la media de Asturias, está presente en *Centrales de reservas por Internet*.

Sin embargo, la mayoría de las que están ubicadas en esta zona realizan algún tipo de gasto en publicidad, un 94,7%, situándose la cuantía media anual por este concepto en 3.465,14 euros, superior a la media del Principado, aunque con oscilaciones dentro de una horquilla muy amplia, desde un mínimo de 300 euros a un máximo de 18.000 (1 empresa). En esta línea cabe destacar que el 44,4% realiza publicidad a través de una *Página web propia*, y el porcentaje de las que utilizan *Otras páginas web* para darse a conocer es del 11,1%

La utilización de folletos es ligeramente inferior a la media del sector, aunque se utiliza en mayor proporción la publicidad en *prensa y radio*, así como la presencia en *Libros y Guías turísticos privados*. (Figura 4.7).



FIGURA 4.7: MEDIOS PUBLICITARIOS UTILIZADOS (%).

MEDIO PUBLICITARIO	CENTRO %	ASTURIAS %
FOLLETOS	77,8	89,7
Anuncios En Prensa o Radio	66,7	55,2
Libros/Guías Turísticas Privadas	38,9	22,4
PÁGINA WEB PROPIA	44,4	39,7
Otras Páginas Web	11,1	22,4
Otra Publicidad	44,4	37,9
Fuente: SITA		

En cuanto a acciones para mantener o incrementar su actividad, consideran más relevantes el hecho de *Abrir todo el año* y el uso de *Internet*, 7,7 y 7,3 puntos sobre diez, respectivamente, otorgando una menor relevancia a *Trabajar con agencias* de *viajes*, 5,3 puntos, y *realizar promociones de fin de semana*, con 4,2 puntos.

Cabe destacar la manera en que contrasta la valoración dada al uso de *Internet*, la más alta de todas, con el relativamente escaso uso del mismo de forma activa (publicidad en páginas web, centrales de reserva en *Internet*, etc.) y la escasa participación en cursos de formación en este sentido (Figura 4.8).



FIGURA 4.8: IMPORTANCIA DE REALIZAR ACCIONES COMERCIALES.

MEDIO PUBLICITARIO	VALORACIÓN (DE 1 A 10)		
	CENTRO	ASTURIAS	
OFERTA DE FIN DE SEMANA	4,2	5,2	
TRABAJAR CON LOS ALOJAMIENTOS	5,0	7,3	
Trabajar con AAVV	5,3	4,9	
Internet	7,3	7,7	
Abrir todo el año	7,7	6,4	
Fuente: SITA			

### IV.7.- Inversión.

Todas las empresas encuestadas han realizado algún tipo de inversión durante el año 2002. Un 73,7% de las que realizaron inversiones destinaron las mismas a *Compra de material deportivo*, mientras un 21,1% invirtieron en *Mantenimiento en general* y el 42,1% destinaron presupuestos al *Mantenimiento de los equipamientos*. En el mismo sentido, en el apartado de *Diversificación* también realizaron inversiones un 21,1% de las mismas.

Sólo una empresa declara haber realizado inversiones en Ampliación. Y dentro del capítulo de Otras inversiones, la mayor parte se aplicó en relación a la marca comercial y a la compra de material de transporte.

Por cuantía media de las inversiones, la más elevada es la relacionada al *Material deportivo* que se sitúa en 5.989,06 euros, que es también el tipo de inversión realizado por mayor número de empresas.



En segundo lugar están las de *Mantenimiento de equipamiento* con una cuantía media de 3.404,22 euros, y en tercer lugar las relativas a *Diversificación* con una media de 2.180 euros.

El intervalo en que se mueven las inversiones realizadas es muy amplio, especialmente en el caso de *Material deportivo* pues oscilan entre un mínimo de 400 euros y un máximo de 36.060,7. Esta diferencia puede deberse, entre otras cosas, a los distintos costes unitarios de los equipos necesarios en cada actividad ofertada, al igual que difieren mucho los gastos de mantenimiento de los mismos. Así, en este último tipo de inversiones también hay una amplia diferencia entre la inversión mínima, 600 euros, y la máxima, 15.025,3 (Figura 4.9).

FIGURA 4.9: INVERSIÓN POR CATEGORÍAS (EN % Y EN EUROS).

CONCEPTO	% DE INVERSIÓN EMPRESAS MEDIA (€)		INTERVALOS DE INVERSIÓN	
	EWII KESAS	WEDIA (e)	MÍNIMO (€)	MÁXIMO (€)
COMPRA DE MATERIAL DEPORTIVO	73,7	5.989,06	400,00	36.060,7
AMPLIACIÓN	5,3			
Diversificación	21,1	2.180,00	360,00	4.000,00
MANTENIMIENTO EN GENERAL	21,1			
MANTENIMIENTO DE EQUIPAMIENTOS	42,1	3.404,22	600,00	15.025,30
OTRAS INVERSIONES	15,8			
Fuente: SITA				



En el apartado de ayudas a la inversión, sólo dos empresas, el 11,8%, declaran que durante el año 2002 Recibieron algún tipo de subvención.

Entre las inversiones que a los empresarios del sector les gustaría que fuesen subvencionadas destacan la *Ampliación de capacidad*, propuesto por el 23,3%, *Publicidad en folletos*, indicado por el 20%, *Apertura de nuevas actividades*, señalado por el 16,7%, y *Mejoras en los edificios*, por el 13,3% de los encuestados. El resto de elementos para los que solicitaría subvención son propuestos por un porcentaje de empresas bastante menor (Figura 4.10).

FIGURA 4.10: SOBRE QUÉ ELEMENTOS SOLICITARÍA UNA SUBVENCIÓN (%).

ELEMENTOS SOBRE LOS QUE SOLICITARÍA SUBVENCIÓN	0/0		
PUBLICIDAD EN FOLLETOS	20,0		
MEJORAS EN LOS EDIFICIOS	13,3		
AMPLIACIÓN EN CAPACIDAD	23,3		
Cursos de formación especializados	6,7		
CONTRATACIÓN DE PERSONAL CUALIFICADO			
PARTICIPACIÓN EN FERIAS	3,3		
APERTURA DE NUEVAS ACTIVIDADES	16,7		
EQUIPAMIENTOS INFORMÁTICOS	10,0		
PÁGINA WEB	6,7		
Otros	5,2		
Fuente: SITA			



### IV.8.- Facturación.

El 44,4% de las empresas de turismo activo de la zona Centro factura menos de 18.030,36 euros y un 22,2% entre 18.030,36 euros y 27.045,5 euros. Una de las empresas declara facturar entre 120.202,42 y *300.506,05 euros* y otra *entre 300.506,05 y 3.606.072,63 euros*.

### IV.9.- Procedencia y tipo de clientes.

Según la opinión de los empresarios de esta zona, la mayor parte de quienes contratan los servicios proceden de fuera de la Comunidad Autónoma, el 50,3%, seguidos de los asturianos con un 37,7% y de los extranjeros con un 11,9%.(Figura 4.11).

FIGURA 4.11: PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES (%).

PROCEDENCIA	0/0	
ASTURIAS	37,7	
Resto de España	50,3	
Extranjeros	11,9	
Fuente: SITA		

En cuanto al tipo de clientes, la mayoría de ellos son turistas y consiguen el mayor porcentaje aquellos que utilizan establecimientos de alojamiento colectivo. Estiman que sólo un 17,7% son excursionistas, resultando un porcentaje inferior a la media del conjunto de Asturias (Figura 4.12).



FIGURA 4.12: TIPO DE CLIENTES (%).

TIPO	0/0
EXCURSIONISTAS	17,7
Turistas en Alojamientos Colectivos	60,0
Turistas en Alojamientos Privados	22,3
Fuente: SITA	

### IV.10.- Actividades ofertadas.

Las actividades que ofrecen son muy diversas, y al igual que en el caso general, podríamos agruparlas en actividades relacionadas con (o realizadas en) tierra, aire o agua (bien en el mar, bien en ríos, lagos y embalses).

Destacan las actividades terrestres, sobre todo el *Senderismo* ofrecida por el 36,8% de las empresas, seguida de *Bicicletas, Caballos, Escalada, Multiaventura, Orientación y Tiro con arco*, todas ellas con un 21,1%. El resto de actividades enumeradas son ofrecidas por un número mucho menor (Figuras 4.13, 4.14, 4.15 y 4.16).



FIGURA 4.13: ACTIVIDADES DE TIERRA (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
BICICLETAS	4	21,1
CABALLOS	4	21,1
Senderismo	7	36,8
Cañones	3	15,8
ESCALADA	4	21,1
Espeleología	3	15,8
PUENTING	2	10,5
MULTIAVENTURA	4	21,1
Orientación	4	21,1
Esquí	2	10,5
TRINEO/RAQUETAS	1	5,3
TIRO CON ARCO	4	21,1
TIRO AL PLATO	1	5,3
PAINT-BALL	1	5,3
Quads/4x4	3	15,8
Fuente: SITA		



FIGURA 4.14: ACTIVIDADES DE AGUA (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN				
PASEOS EN BARCO	3	15,8				
Esquí Acuático	—	_				
HIDROPEDALES	<u>—</u>	_				
Surf		_				
VELA	2	10,5				
WINDSURF	_					
SUBMARINISMO (APNEA)	_	_				
SUBMARINISMO (BOTELLA)	3	15,8				
HIDROSPEED	_	_				
Piragüismo	3	15,8				
RAFTING	1	5,3				
PESCA EN MAR	3	15,8				
PESCA EN RÍO	_					
PESCA SIN MUERTE	_					
Fuente: SITA	Fuente: SITA					

FIGURA 4.15: ACTIVIDADES DE AIRE (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
ALA DELTA	_	_
Ultraligero	<u>—</u>	_
VUELO SIN MOTOR	_	<u>—</u>
PARAPENTE	_	<u>—</u>
Globo	2	10,5
Fuente: SITA		

92



FIGURA 4.16: OTRAS ACTIVIDADES (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN				
CURSOS DE PIRAGUISMO	2	10,5			
CURSOS DE SUBMARINISMO	2	10,5			
CURSOS DE ARTESANÍA	_	<u> </u>			
RUTAS DIDÁCTICAS/CULTURALES	3	15,8			
AGROPECUARIAS	_	<u> </u>			
OBSERVACIÓN DE ANIMALES	2	10,5			
CURSOS DE ACTIVIDADES AÉREAS	1	5,3			
ESQUIMOTAJE	1	5,3			
FREE REEF	1	5,3			
MANUALIDADES	1	5,3			
PALEO	1	5,3			
TEATRO	1	5,3			
Fuente: SITA					



# V.- LA OFERTA DE TURISMO ACTIVO EN EL ORIENTE DE ASTURIAS.



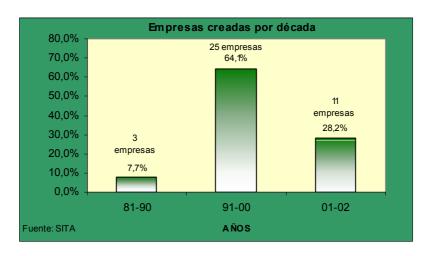
# V.- LA OFERTA DE TURISMO ACTIVO EN EL ORIENTE DE ASTURIAS.

### V.1.- Distribución geográfica, antigüedad y tipo de propiedad.

La mayor concentración de empresas entrevistadas de turismo activo están situadas en el Oriente de Asturias, 40 empresas, y se encuentran principalmente en el concejo de Ribadesella, un 25%, seguido de Llanes, con el 17,5%, y Cangas de Onís con el 15%. El resto de concejos tiene un menor peso respecto al total.

Estas empresas son relativamente jóvenes pues la mayor parte se crea en la década de los 90. Así, de las 39 empresas que proporcionan su fecha de apertura, el 92,3% fue creado a partir de 1991, ninguna inició su actividad antes de 1980 y las restantes, que suponen el 7,7% del total, se crearon en la década de los 80 (Figura 5.1).

FIGURA 5.1: NÚMERO Y PORCENTAJE DE EMPRESAS CREADAS (por década) (%).





Además, el ritmo de creación de empresas se ha acelerado en los últimos años. Así, si las agrupamos por quinquenios (se incluyen los dos primeros años del quinquenio actual, 2001-05) se pasa de la apertura de 1 empresa entre 1981 y 1985 a 14 entre 1995 y 2000. Y en el periodo comprendido entre los años 2001 y 2002 fueron 11 las que iniciaron su actividad. Si calculamos la media anual de aperturas, vemos que ésta crece con rapidez (Figura 5.2).

FIGURA 5.2: EMPRESAS CREADAS DESDE 1981 (%).

	1981-85	1986-90	1991-95	1995-00	2001-02
TOTAL QUINQUENIO	1	2	11	14	11
PORCENTAJE QUINQUENIO	2,6	5,1	28,2	35,9	18,2
MEDIA ANUAL	0,2	0,4	2,2	2,8	5,5
Fuente: SITA					

El 97,5% de las empresas de turismo activo que funcionan en esta zona están gestionadas de forma independiente por sus propietarios. El 62,5% son empresas *Individuales* o en *Comunidad de bienes* y el 30% reviste la forma de *Sociedad Limitada*, siendo el resto de formas jurídicas minoritarias en este tipo de negocios.

Por otro lado, el 72,5% de ellas se encuentran integradas en asociaciones, siendo la Asociación de Empresas de Turismo Fluvial la que agrupa al 38,5% del total de las encuestadas, el 17,9% pertenece a INCATUR, el 12,8% a CITUR, el 10,3% a ATAYA y finalmente el 7,7% a UETAPA.



### V.2.- Estacionalidad y empleo.

Existe un alto grado de eventualidad en el funcionamiento de las empresas de turismo activo del Oriente de Asturias, ya que el 50% cierra durante parte del año. De las que cierran en algún momento, el 88,2%, lo hace por temporada y el resto lo hace por vacaciones. Sea cual sea el motivo del cierre, la mayor parte abre en Semana Santa y la totalidad lo hace en verano. De las que cierran por temporada, la mayoría lo hace en los meses de enero y febrero, el 93,3%, seguidos de los meses de diciembre, un 86,7% y noviembre, un 80%. Durante marzo y octubre también cierra un porcentaje apreciable de empresas, el 73,3% de las mismas (Figura 5.3).

FIGURA 5.3: PATRÓN TEMPORAL DE CIERRE DE LAS 15 EMPRESAS QUE LO HACEN POR TEMPORADA (%).

	TOTAL DE EMPRESAS	PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL		
ENERO	14	93,3		
FEBRERO	14	93,3		
Marzo	11	73,3		
ABRIL	2	13,3		
Мауо	2	13,3		
Junio	1	6,7		
Julio	<u> </u>	<u>—</u>		
AGOSTO	<u> </u>	<u> </u>		
SEPTIEMBRE	1	6,7		
OCTUBRE	11	73,3		
Noviembre	12	80,0		
DICIEMBRE	13	86,7		
Fuente: SITA				



A partir de Semana Santa se incrementa el número de empresas abiertas, encontrándose el 100% en funcionamiento durante los meses de julio y agosto.

Cabe preguntarse si las que cierran por vacaciones presentan el mismo patrón temporal que las que lo hacen por temporada. Así, de las que cierran por vacaciones, el 100% cierra en enero y diciembre y el 50% cierra también en febrero, por lo que el cierre en estos meses está motivado por el cese de actividad de temporada.

El empleo en las empresas de turismo activo del Oriente de la región varía bastante entre temporada alta y baja, y en él predomina el de tipo temporal y familiar. Asciende a 4,8 la media de trabajadores en temporada alta mientras que en la baja se reduce a aproximadamente a un tercio, 1,3 personas.

Respecto al *Empresario* y sus *Familiares*, en temporada baja supone el 57,9% del empleo total, con una media de 0,7 trabajadores, aumentando en el periodo de alta actividad hasta las 1,5 personas de media, aunque su proporción sobre el total de empleos diminuye en el 31,7% del total.

En el resto de empleados predomina la *Contratación temporal*. Por ello, en temporada alta la mayor parte de los trabajadores son temporales, 3 como media, suponiendo un 62,1% del total de empleo. En temporada baja, sin embargo, el empleo temporal supone sólo el 19%, con 0,25 personas por término medio.

El *Empleo fijo* es muy reducido en este tipo de empresas y no llega a una persona, 0,3 empleados fijos de media, tanto en temporada alta



como en la baja. En los meses alta actividad supone el 6,2% del empleo, porcentaje que asciende hasta el 22,5% en resto del año (Figura 5.4).

FIGURA 5.4: EMPLEADOS EN EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO

	TEMPOR	ADA ALTA	TEMPORA	TEMPORADA BAJA		
	% MEDIA		%	MEDIA		
FAMILIARES	31,7	31,7 1,53		0,77		
TEMPORALES	62,1 3,00		19,0	0,25		
Fijos	6,2 0,30		22,5	0,30		
TOTAL	4,8			1,3		
Fuente: SITA						

### V.3.- Formación y experiencia.

De acuerdo con los datos de la encuesta, el 65% de los propietarios tienen algún tipo de titulación relacionada con las actividades ofertadas, este porcentaje es inferior al obtenido en Asturias. Sólo el 36,8% de las empresas declara que sus empleados fijos poseen titulación específica, un porcentaje inferior a la media del sector. El 73,3% las empresas dicen tener contratados temporales con titulación.

En cuanto a *Experiencia específica* en las actividades ofrecidas, el 89,3% de los propietarios confirman poseerla, así como el 85,7% de los empleados fijos y el 90,9% de los temporales, siendo este último porcentaje bastante superior a la regional. En el caso de los propietarios la experiencia media se sitúa en 12,8 años, algo inferior a la obtenida en el Principado, mientras que la de los empleados fijos es de 5,5 años, algo



menor, y la de los temporales 4,6 años, ligeramente por encima de la media de Asturias.

La conciencia por parte de los empresarios de la necesidad de *Formación* se manifiesta en el alto número de empresas que declaran *Haber participado* en actividades de este tipo durante el año 2002, un 42,5%. Entre las que han participado en cursos de formación. El 80% participó la *Dirección* en la formación y la *Plantilla* en un 68,8% (Figura 5.5).

FIGURA 5.5: PARTICIPACIÓN EN FORMACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL (%).

% SOBRE LAS EMPRESAS QUE PARTICIPARON				
Sí				
DIRECCIÓN	80,0			
PLANTILLA 68,8				
Fuente: SITA				

Sólo el 52,9% participaron en *Programas subvencionados* y un 11,8% declara que *la formación recibida tuvo una subvención parcial.* En un 71,4% de los casos la financiación procede de la *Administración autonómica*, aunque un 14,3% de los casos correspondió al *Ayuntamiento* o la *Mancomunidad*, y un 14,3% señalaron que fueron con fondos de la *Unión Europea*.

La mayor parte de la formación realizada en el año 2002 está relacionada con las *Actividades deportivas* ofrecidas por las empresas. Sólo el 15,0% declara haber recibido durante dicho año formación sobre *Informática general*, el 10,0% sobre *Seguridad y Primeros Auxilios* y el



7,5% sobre *Internet*. Destaca también la reducida participación en *Cursos de gestión:* sólo el 2,5% optó por este tipo de cursos, porcentaje muy por debajo de la media del sector (Figura 5.6).

FIGURA 5.6: TIPO DE FORMACIÓN RECIBIDA (%).

TIPO DE FORMACIÓN	0/0 (*)	NÚMERO DE EMPRESAS
ACTIVIDADES DEPORTIVAS	20,0	8
Gestión	2,5	1
Informática General	15,0	6
Internet	7,5	3
Seguridad/Primeros Auxilios	10,0	4
* porcentaje sobre las empresas en la zona oriental Fuente: SITA		

### V.4.- Equipamientos tecnológicos.

El 65% de las empresas de turismo activo del Oriente de Asturias dispone de fax y el 35,7% dispone de pago con tarjeta, y aunque un 70% declara disponer de *Ordenador* y un 72,5% dispone de *Correo electrónico/Internet*, tan sólo el 59% tiene *Página web propia* y sólo el 15% tiene *Programas informáticos de gestión*. En cuanto a *Programas informáticos de reserva*, sólo los tienen la cuarta parte de las empresas y, pese a que la gran mayoría dispone de acceso a *Internet*, únicamente el 47,5% está presente en *Centrales de reserva* por Internet. Por otro lado, un porcentaje apreciable, el 59%, *Realiza encuestas de satisfacción* entre sus clientes.

### V.5.- Instalaciones complementarias.

Según la encuesta realizada, el 72,5% Dispone de instalaciones sanitarias, porcentaje ligeramente inferior a la media obtenida en Asturias. Todas las empresas que tienen instalaciones sanitarias son de carácter independiente. El mismo porcentaje, un 72,5%, dispone de algún tipo de Vestuarios, el 96,6% propios y sólo en el 3,4% de los casos compartidos con Empresas de alojamiento. El 70% ofrece servicio de Duchas, cifra superior a la media del sector, siendo Instalaciones independientes en el 100% de las ocasiones.

En cuanto a las *Instalaciones administrativas*, el 87,5% de las empresas dispone de *Oficinas* propiamente dichas, el 94,3% de ellas *Independientes* y el resto compartidas, también en su mayor parte con *Empresas de alojamiento* (Figura 5.7).

FIGURA 5.7: INSTALACIONES COMPLEMENTARIAS (%).

TIPO DE INSTALACIÓN	DISP	ONE %	INDEPENDIENTE		COMPARTIDO	
THO DE INSTALACION	ORIENTE	ASTURIAS	ORIENTE	ASTURIAS	ORIENTE	ASTURIAS
VESTUARIOS	72,5	73,4	96,6	79,1	3,4	20,9
DUCHAS	70,0	68,3	100,0	76,7		23,3
OFICINAS	87,5	85,7	94,3	82,7	5,7	17,3
Fuente: SITA						



### V.6.- Acciones comerciales.

Es reducido el número de empresas que Participan en acciones comerciales. De ahí que sólo el 20% de las encuestadas Participa en programas de talones y bonos, y un porcentaje algo más elevado, el 30%, ofrece Promociones de fin de semana.

Por otro lado, la mayor parte de ellas, el 65%, Trabajan de forma directa con empresas de alojamiento, mientras que un porcentaje apreciablemente menor, un 40%, está presente en Folletos de agencias de viajes y el 47,5% lo está en Centrales de reservas por Internet.

Sin embargo, de las empresas que realizan algún tipo de gasto en publicidad, el 87,5% tienen un gasto medio anual de 1.852,5 euros, aunque con oscilaciones, desde un mínimo de 180 euros a un máximo de 6.000. Tanto el porcentaje de empresas que realizan publicidad como el gasto medio anual son inferiores a la media regional.

Así, destaca que sólo el 37,1% realiza publicidad a través de una Página web propia, aunque el 72,5% de las empresas tenga acceso a Internet, y es todavía menor el porcentaje de las que utilizan Otras páginas web para darse a conocer, el 28,6%.

La mayor parte realizan publicidad en Folletos, el 94,3%. Los Anuncios en prensa y radio, la otra opción publicitaria preferida, es utilizada por el 54,3% de las mismas. Los otros medios publicitarios enumerados, Libros y Guías turísticos privados, son utilizados sólo por el 17,1% de los empresarios (Figura 5.8).



FIGURA 5.8: MEDIOS PUBLICITARIOS UTILIZADOS (%).

MEDIO PUBLICITARIO	%		
FOLLETOS	94,3		
Anuncios En Prensa o Radio	54,3		
Libros/Guías Turísticas Privadas	17,1		
PÁGINA WEB PROPIA	37,1		
Otras Páginas Web	28,6		
Otra Publicidad	34,3		
Fuente: SITA			

En cuanto a acciones para mantener o incrementar su actividad, los empresarios consideran como más relevantes, por un lado, el *Trabajo con empresas de alojamiento*, con una valoración de 7,9 puntos y por otro, con 7,7 puntos sobre diez el uso de *Internet*. En un segundo plano quedan el *Trabajar con agencias* de *viajes* y *Realizar promociones de fin de semana*, con 5,2 y 5,3 puntos respectivamente.

Como se puede apreciar, tanto el trabajar con agencias de viajes como el ofrecer promociones de fin de semana no están lo suficientemente considerados ni valorados como para creer que vayan a ser acciones comerciales que se estén poniendo en marcha actualmente, ni tampoco que lo vayan a ser en un futuro, por lo menos inmediato.

Por otro lado, contrasta la valoración dada al uso de *Internet*, con el relativamente escaso uso del mismo de forma activa (publicidad en páginas web, centrales de reserva en *Internet*, etc.) y la escasa participación en cursos de formación en este campo (Figura 5.9).



FIGURA 5.9: IMPORTANCIA DEREALIZAR ACCIONES COMERCIALES.

MEDIO PUBLICITARIO	VALORACIÓN (DE 1 A 10)		
	ORIENTE	ASTURIAS	
OFERTA DE FIN DE SEMANA	5,3	5,2	
TRABAJAR CON LOS ALOJAMIENTOS	7,9	7,3	
Trabajar con AAVV	5,2	4,9	
Internet	7,7	7,7	
ABRIR TODO EL AÑO	5,8	6,4	
Fuente: SITA			

### V.7.- Inversión.

De las empresas de turismo activo encuestadas en el Oriente de Asturias, el 72,5% ha realizado algún tipo de inversión durante el año 2002. El 75,4% de las que realizaron inversiones destinaron las mismas a Compra de material deportivo mientras que un 69% invirtieron en Mantenimiento en general y el 27,6% en determinadas partidas para el Mantenimiento de los equipamientos (Figura 5.10).



FIGURA 5.10: INVERSIÓN POR CATEGORÍAS (EN % Y EN EUROS).

CONCEPTO	% DE EMPRESAS	INVERSIÓN MEDIA (€)	INTERVA INVE	ALOS DE RSIÓN
	EWII KESAS	MEDIA (€)	MÍNIMO (€)	MÁXIMO (€)
COMPRA DE MATERIAL DEPORTIVO	75,4	3.041,00	150,0	12.000,00
Ampliación	48,3	4.024,09	865,0	9.000,00
DIVERSIFICACIÓN ACTIVIDADES	17,2	10.500,00	3.000,0	18.000,00
DIVERSIFICACIÓN - OTRO NEGOCIO	6,9			
MANTENIMIENTO	69,0	1.999,92	60,00	2.545,37
MANTENIMIENTO DE EQUIPAMIENTOS	27,6	8.402,80	300,00	30.000,00
OTRAS INVERSIONES	6,9			
Fuente: SITA				

Dentro de las inversiones en *Ampliación*, un 63,6% de las empresas realizaron *Adquisición de canoas*, un 18,2% a *Caballos*, el 9,1% a *Bicicletas* y otro 9,1% a *Quads*.

Por cuantía media de inversión, la más elevada es la dedicada a Diversificación de actividades que se sitúa en 10.500,00 euros, y le sigue en importancia la efectuada en Mantenimiento de equipamientos que asciende a 8.402,80 euros de media. En tercer lugar están las satisfechas en lo relacionado con la Ampliación con una media de 4.024,09 euros, y las de Mantenimiento, las más habituales, son sin embargo mucho menores, con una cifra media final que ronda los 2.000 euros.

El intervalo en que se mueven las inversiones realizadas son muy amplias, especialmente en el caso de *Mantenimiento de equipamientos* 



pues oscilan entre un mínimo de 300 euros y un máximo de 30.000 euros.

Sólo el 2,5% de las empresas que realizaron inversiones *recibió* algún tipo de subvención.

Entre las acciones que a los empresarios del sector de esta zona les gustaría que fuesen subvencionadas destacan los *Cursos de formación* especializados, indicado por el 14,4% de los encuestados, la *Apertura de nuevas actividades* y *Equipamiento informático*, propuestos por el 13,4% en cada caso, las *Mejoras en los edificios* y *Participación en ferias* por el 12,4% de las empresas cada una, la *Ampliación de capacidad*, está señalada por el 9,3%, la *Publicidad en folletos* por el 8,2%, y la *Contratación de personal cualificado y Página web* por el 6,2% (Figura 5.11).



FIGURA 5.11: SOBRE QUÉ ELEMENTOS SOLICITARÍA UNA SUBVENCIÓN (%).

ELEMENTOS SOBRE LOS QUE SOLICITARÍA SUBVENCIÓN	0/0
PUBLICIDAD EN FOLLETOS	8,2
MEJORAS EN LOS EDIFICIOS	12,4
AMPLIACIÓN EN CAPACIDAD	9,3
CURSOS DE FORMACIÓN ESPECIALIZADOS	14,4
CONTRATACIÓN DE PERSONAL CUALIFICADO	6,2
PARTICIPACIÓN EN FERIAS	12,4
APERTURA DE NUEVAS ACTIVIDADES	13,4
EQUIPAMIENTOS INFORMÁTICOS	13,4
PÁGINA WEB	6,2
Otros	4,1
Fuente: SITA	

### V.8.- Facturación.

El 57,1% de las empresas de turismo activo factura menos de 18.030,36 euros. El 32,1% entre 18.030,46 y 72.121,45 euros, y solamente tres de ellas declaran ingresar entre 81.136,63 y 90.151,82 euros.

### V.9.- Procedencia y tipo de clientes.

La mayor parte de quienes contratan actividades de turismo activo en esta zona proceden de fuera de la Comunidad Autónoma y son, en su mayoría, españoles. Así, el 21% son asturianos, el 71% nacionales, no asturianos, y sólo el 8% extranjeros (Figura 5.12).



FIGURA 5.12: PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES (%).

PROCEDENCIA	%
ASTURIAS	21,0
RESTO DE ESPAÑA	71,0
Extranjeros	8,0
Fuente: SITA	

En cuanto al tipo de clientes, la mayor parte son turistas y, entre ellos, el mayor porcentaje son aquellos que utilizan establecimientos de alojamiento colectivo. Sólo alrededor de la quinta parte, concretamente el 22,5%, son excursionistas (Figura 5.13).

FIGURA 5.13: TIPO DE CLIENTES (%).

TIPO	0/0	
Excursionistas	22,5	
Turistas en Alojamientos Colectivos	68,4	
Turistas en Alojamientos Privados	9,1	
Fuente: SITA		

#### V.10.-Actividades ofertadas.

Las actividades que ofrecen las empresas de turismo activo ubicadas en el Oriente del Principado de Asturias son muy diversas. Al igual que en el caso general podríamos agruparlas en actividades terrestres, aéreas o acuáticas (bien en el mar, bien en ríos, lagos y embalses).



La actividad más ofrecida es el *Piragüismo*, por un 67,5% de las empresas, seguida por el *Senderismo*, con el 50%. Otras actividades relevantes por el volumen de oferta son *Cañones*, con el 47,5% de las empresas, *Quads/4x4*, ofertada por el 45%, y *Caballos*, presente en el 40% de ellas. Un 30% ofrece *Multiaventura* y en torno a un 20% de empresas ofrecen *Escalada*, *Bicicletas*, *Puenting y Tiro con arco*. (Figuras 5.14, 5.15, 5.16, y 5.17).

FIGURA 5.14: ACTIVIDADES DE TIERRA (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
BICICLETAS	11	27,5
CABALLOS	16	40,0
Senderismo	20	50,0
Cañones	19	47,5
ESCALADA	9	22,5
Espeleología	18	45,0
PUENTING	9	22,5
MULTIAVENTURA	12	30,0
Orientación	7	17,5
Esquí	3	7,5
TRINEO/RAQUETAS	4	10,0
TIRO CON ARCO	9	22,5
TIRO AL PLATO		
PAINT-BALL	5	12,5
Quads/4x4	18	45%
Fuente: SITA		



FIGURA 5.15: ACTIVIDADES DE AGUA (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
PASEOS EN BARCO	5	12,5
Esquí Acuático	—	_
HIDROPEDALES	<u>—</u>	_
Surf		_
VELA	1	2,5
WINDSURF	_	
SUBMARINISMO (APNEA)	2	5,0
SUBMARINISMO (BOTELLA)	4	10,0
HIDROSPEED	2	5,0
Piragüismo	27	67,5
RAFTING	4	10,0
PESCA EN MAR	2	5,0
PESCA EN RÍO	_	
PESCA SIN MUERTE	2	5,0
Fuente: SITA		

FIGURA 5.16: ACTIVIDADES DE AIRE (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
	LA OTRECEIV	QUELAUTRECEIV
ALA DELTA	<u> </u>	<u> </u>
Ultraligero	_	_
Vuelo sin motor	_	—
PARAPENTE	2	5,0
GLOBO	1	2,5
Fuente: SITA		



FIGURA 5.17: OTRAS ACTIVIDADES (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
CURSOS DE PIRAGUISMO	6	15,0
CURSOS DE SUBMARINISMO	5	12,5
CURSOS DE ARTESANÍA	1	2,5
RUTAS DIDÁCTICAS/CULTURALES	8	20,0
AGROPECUARIAS	1	2,5
Observación de Animales	2	5,0
CURSOS DE ESCALADA	1	2,5
Fuente: SITA		



# VI.- CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS QUE OFRECEN PRINCIPALMENTE ACTIVIDADES ACUÁTICAS.

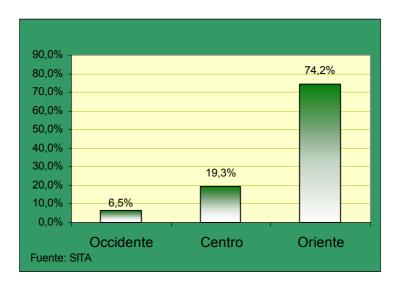


# VI.- CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS QUE OFRECEN PRINCIPALMENTE ACTIVIDADES ACUÁTICAS.

### VI.1.- Distribución Geográfica.

A partir de los datos facilitados por las empresas, se puede considerar que en Asturias hay 31 empresas de turismo activo cuya actividad principal está muy relacionada con el agua como soporte (mar, ríos, lagos). El 74,2%, de esas 31 empresas encuestadas de turismo activo del Principado, cuyo negocio principal son las actividades de agua, se ubican en el Oriente de Asturias, y un 19,3%, en el Centro de la región. El Occidente asturiano es la zona con menor implantación de este tipo de empresas, el 6,5% (Figura 6.1).

FIGURA 6.1: DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO CON ACTIVIDADES ACUÁTICAS (%).



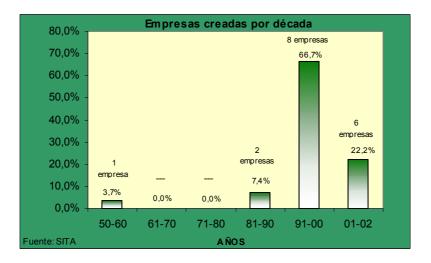
Por concejos, la mayor parte se ubica en Ribadesella, le siguen en segundo lugar Cangas de Onís y Gijón y en menor medida están emplazadas en Parres y Ribadedeva.



# VI.2.- Antigüedad.

Las empresas que principalmente ofrecen actividades de agua en Asturias son relativamente jóvenes, pues la mayor parte se crean en la década de los 90. Así, el 88,9% fue creado a partir de 1991 y sólo una empresa comenzó su actividad antes de 1980. Las restantes, que suponen el 7,4% del total, se crearon en la década de los 80 (Figura 6.2).

FIGURA 6.2: NÚMERO Y PORCENTAJE DE EMPRESAS CREADAS (por década) (%).



Además, el ritmo de creación de empresas se ha acelerado en los últimos años. Así, si agrupamos las empresas por periodos de 5 años (se incluyen los dos primeros años del quinquenio actual, 2001-05) se pasa de la apertura de 2 negocios entre 1985 y 1990 a la apertura de 10 en el período 1991-1995, 8 en el período 1996-2000, y 6 de las 31 encuestadas fueron creadas entre los años 2001 y 2002. Si calculamos la media anual de aperturas, vemos un crecimiento rápido según avanzan los años (Figura 6.3).

FIGURA 6.3: EMPRESAS CREADAS DESDE 1981 (%).



	1981-85	1986-90	1991-95	1996-00	2001-02
TOTAL QUINQUENIO		2	10	8	6
PORCENTAJE QUINQUENIO		7,4	37	29,6	22,2
MEDIA ANUAL		0,4	2	1,6	3
Fuente: SITA					

Podemos concluir, por tanto, que la oferta de actividades de agua muestra una expansión acelerada, siguiendo la tendencia general del sector. Pero no debe olvidarse que estos datos corresponden a la fecha de apertura de las empresas en funcionamiento, y empresas creadas en años anteriores pueden haber cesado también en su actividad, por lo que el número total de empresas creadas en los últimos años ha sido presumiblemente superior al señalado en las tablas.

# VI.3.- Tipo de propiedad.

Las empresas de turismo activo cuya actividad principal se desarrolla en el medio acuático son gestionadas en el 90,3% de los casos de forma independiente por sus propietarios. Otras formas de propiedad minoritarias son el contrato de gestión/arrendamiento, la franquicia o la pertenencia a un grupo de alojamiento. El 51,6% son empresas Individuales o están en Comunidad de bienes, mientras que el 35,5% reviste la forma de Sociedad Limitada y el 6,5% en sociedad anónima, siendo el resto de formas jurídicas minoritarias en este tipo de negocios.

Por otro lado, el 67,7% de este tipo de empresas se encuentran integradas en asociaciones. A la que pertenece un mayor número es la Asociación de Empresas de Turismo Fluvial, con el 46,7% del total de las



que están asociadas. Le sigue en importancia INCATUR con el 16,7%, seguido de ATAYA que agrupa al 10% de los casos. Por último, el 6,7% de ellas pertenecen a otros grupos sectoriales sin especificar.

#### VI.4.- Empleo.

En este tipo de empresas varía bastante el empleo entre temporada alta y baja, predominando la contratación temporal y familiar. Asciende a 6,6 la media de trabajadores en temporada alta, ligeramente por encima de la media del sector, mientras que en periodos de baja actividad se reduce a 2,5 personas.

Respecto al *Empresario* y sus *Familiares*, en temporada baja supone el 56,3% del empleo total, con una media de 1,4 personas, aumentando en temporada alta hasta las 2,3 personas de media, aunque su proporción sobre el total de empleos diminuya hasta el 35,1%. Ambos porcentajes se sitúan por encima de la media global de empresas de la región.

En el resto de empleados y en temporada alta, domina la *Contratación temporal*, ya que la mayor parte de los trabajadores son temporales, un 48,9% del total de empleo, siendo de 3,2 personas la media alcanzada por empresa. En temporada baja, sin embargo este tipo de contratos casi desaparecen, ya que con una media de 0,1 empleados, suponen únicamente el 5,2% del total, presentando un cifra muy por debajo a la del sector.

El *Empleo fijo* es muy reducido en este tipo de empresas en temporada alta, 1,1 trabajadores de media, suponiendo tan sólo el 16%



de la contratación. En temporada baja este porcentaje aumenta hasta el 38,5% (Figura 6.4).

FIGURA 6.4: EMPLEADOS EN EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO

	TEMPORADA ALTA  % MEDIA		TEMPOI	RADA BAJA	
			%	MEDIA	
FAMILIARES	35,1	2,3	56,3	1,4	
TEMPORALES	48,9	3,2	5,2	0,1	
Fijos	16,0	1,1	38,5	1,1	
TOTAL		6,4		2,5	
Fuente: SITA					

#### VI.5.- Estacionalidad.

Existe un alto grado de temporalidad en las empresas que ofertan principalmente actividades realizadas en el medio acuático, ya que más de un tercio, el 38,7%, cierra durante parte del año, mientras que el 61,3%, mantiene su actividad durante los doce meses. La temporalidad en estas empresas es mayor que la del total de Asturias.

De las empresas que cierran en algún momento, el 88,9%, lo hace por temporada. El resto, lo hace por vacaciones, siendo indistinta la motivación del cierre. A partir de Semana Santa se incrementa el número de negocios abiertos, encontrándose en funcionamiento el 100% entre los meses de abril y septiembre.

Aquellas que cierran por temporada, la mayor parte lo hace en los meses de enero y febrero, el 100%, mientras que en octubre, noviembre y diciembre cierra el 87,5%, y en marzo cierra el 75% de las empresas (Figura 6.5).



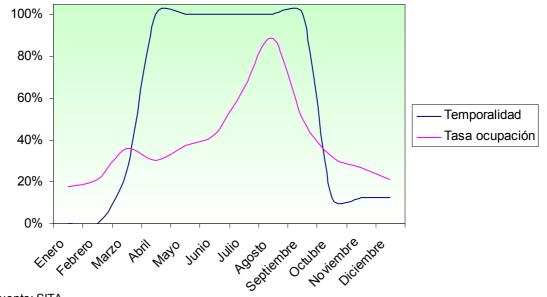
FIGURA 6.5: PATRÓN TEMPORAL DE CIERRE DE LAS 8 EMPRESAS QUE LO HACEN POR TEMPORADA (%).

	TOTAL DE EMPRESAS	PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL
Enero	8	100,0
Febrero	8	100,0
Marzo	6	75,0
ABRIL		
Мауо		
Junio		
Julio		
AGOSTO		
SEPTIEMBRE		
OCTUBRE	5	87,5
Noviembre	6	87,5
DICIEMBRE	7	87,5
Fuente: SITA		

Analizando los niveles de ocupación que presentan los alojamientos colectivos, se puede decir que las empresas de turismo activo que cierran por vacaciones presentan el mismo patrón temporal que las que lo hacen por temporada, ya que coinciden en los meses que cesan su actividad. Estos son enero, febrero y diciembre (Figura 6.6).

FIGURA 6.6: APERTURA DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO VERSUS OCUPACIÓN DE ALOJAMIENTOS COLECTIVOS (%).





# Fuente: SITA

# VI.6.- Formación y experiencia.

De acuerdo con los datos de la encuesta, el 80% de los propietarios, porcentaje por encima de la media de la región, tiene algún tipo de titulación relacionada con las actividades ofertadas. Un 38,1% de las empresas declara que sus empleados fijos poseen titulación, incrementándose al 65,4% las que dicen tener contratados temporales con titulación.

El 91,7% de los propietarios cuentan con *Experiencia específica* en las actividades ofrecidas, así como el 66,7% de los empleados fijos y el 76,5% de los temporales. En el caso de los dueños la experiencia media se sitúa en 15,2 años, la de los empleados fijos en 4,33, y la de los temporales en 3,31.

La conciencia por parte de los empresarios de la necesidad de Formación se manifiesta en el alto número que declaran Haber participado



en actividades de este tipo durante el año 2002, un 43,3% de los casos. En la mayoría de las ocasiones participó tanto el empresario como la plantilla. (Figura 6.7).

FIGURA 6.7: PARTICIPACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL (%).

% SOBRE LAS EMPRESAS QUE PARTICIPARON				
Sí				
Dirección	60,0			
PLANTILLA 58,3				
Fuente: SITA				

De las empresas que participaron en programas de formación, el 40% lo hizo en *Programas subvencionados* y un 10% declara que *parte de la formación recibida tuvo subvención*, procediendo los fondos principalmente de la *Administración autonómica*.

La mayor parte de la formación realizada en el año 2002 está relacionada con las *Actividades deportivas* ofrecidas por las empresas con los conocimientos técnicos necesarios para realizar dichas actividades de manera más efectiva y segura. Este tipo de formación fue recibida por el 16,1%, porcentaje inferior a la media del sector.

El 9,7%, porcentaje también inferior a la media de la región, declara haber recibido durante dicho año formación sobre *Seguridad y Primeros Auxilios*, y sólo el 6,5% participó en *Cursos de gestión*. El 9,7% de las empresas participó en cursos de informática general y el 12,9% en cursos de *Internet* (Figura 6.8).

FIGURA 6.8: TIPO DE FORMACIÓN RECIBIDA (%).



TIPO DE FORMACIÓN	0/0 (*)	NÚMERO DE EMPRESAS	
ACTIVIDADES DEPORTIVAS	16,1	5	
GESTIÓN	6,5	2	
Informática General	9,7	3	
Internet	12,9	4	
Seguridad/Primeros Auxilios	9,7	3	
* porcentaje sobre las empresas cuya actividad principal es el medio acuático Fuente: SITA			

# VI.7.- Equipamientos tecnológicos.

A pesar de que un 74,2% declara disponer de *Ordenador* y un 77,4% dispone de *Correo electrónico/Internet*, tan sólo el 69% tiene *Página web propia* y sólo el 27,6% tiene *Programas informáticos de gestión. Programas informáticos de reserva*, son sólo utilizados por el 34,5% de las empresas y, pese a que la gran mayoría dispone de acceso a *Internet*, solamente el 41,4% está presente en *Centrales de reserva* en la *Red*.

El 64,8% dispone de fax y sólo el 41,9% ofrece a sus clientes la posibilidad de realizar el pago con tarjeta, y ya en menor medida de participación, el 37,9%, *Realiza encuestas de satisfacción* entre sus clientes.

# VI.8.- Instalaciones complementarias.

El 87,1% de las empresas tiene *instalaciones sanitarias*, disponiendo el 92,3% de las empresas de *Instalaciones independientes* mientras que el resto las comparten principalmente con *Empresas de alojamiento*.

También el 87,1%, dispone de algún tipo de *Vestuarios*, independientes en el 88,9% de los casos, y el resto compartidos con



Empresas de alojamiento o con la vivienda propia. El 83,9% ofrece servicio de Duchas, y al igual que en los casos anteriores un alto porcentaje, el 88,5% que las poseen presentan Instalaciones independientes siendo el resto compartidos con Empresas de alojamiento.

En cuanto a las *Instalaciones administrativas*, el 96,8%, también porcentaje superior a la media de Asturias, dispone de *Oficinas* propiamente dichas, el 89,7% de ellas *Independientes* y el resto compartidas con *Empresas de alojamiento* (Figura 6.9).

FIGURA 6.9: INSTALACIONES COMPLEMENTARIAS (%).

TIPO DE INSTALACIÓN	DISF	ONE %	INDEPENDIENTE		COMPARTIDO	
THODEINSTALACION	ACUA*	ASTURIAS	ACUA*	ASTURIAS	ACUA*	ASTURIAS
VESTUARIOS	87,1	73,4	88,9	79,1	11,1	20,9
DUCHAS	83,9	68,3	88,5	76,7	11,5	23,3
OFICINAS	96,8	85,7	89,7	82,7	10,3	17,3
*: Empresas que desarrollan su actividad principal en el medio acuático. Fuente: SITA						

#### VI.9.- Acciones comerciales.

Es reducido el número de empresas que *Participan en acciones* comerciales pues sólo el 24,1% de las encuestadas *Participa en programas* de talones y bonos, y con un porcentaje más elevado, el 34,5% de las mismas ofrecen *Promociones de fin de semana*.

Por otro lado, más de la mitad de las empresas, el 55,5%, *Trabajan de forma directa con empresas de alojamiento*, mientras que un porcentaje apreciablemente menor, un 41,4%, figura en *Folletos de agencias de viajes* y el 41,4% está presente en *Centrales de reservas por Internet*.



Sin embargo, un 90,3% realiza algún tipo de gasto en publicidad, situándose el gasto medio anual por este concepto en 3.056,76 euros y presentando unas oscilaciones dentro de una horquilla muy amplia, desde un mínimo de 350 euros a un máximo de 18.000. La mayor parte de las empresas realizan publicidad en *Folletos*, el 94,4%, seguido por los *Anuncios en prensa y radio* como segunda opción publicitaria preferida, con un 71,4% pero por otro lado, un porcentaje bastante reducido realiza publicidad en *Guías o libros privados*, el 25%. También destaca que el 50% realiza publicidad a través de una *Página web propia*, resultando menor el porcentaje de las que utilizan *Otras páginas web* para darse a conocer, el 17,9% (Figura 6.10).

FIGURA 6.10: MEDIOS PUBLICITARIOS UTILIZADOS (%).

MEDIO PUBLICITARIO	%	
FOLLETOS	96,4	
Anuncios En Prensa o Radio	71,4	
Libros/Guías Turísticas Privadas	25,0	
PÁGINA WEB PROPIA	50,0	
Otras Páginas Web	17,9	
Otra Publicidad	39,3	
Fuente: SITA		

En cuanto a acciones para mantener o incrementar su actividad, las empresas de turismo activo consideran más relevantes el *Trabajo con* 



empresas de alojamiento y el uso de Internet que Trabajar con agencias de viajes o Realizar promociones de fin de semana. Así, valoran con un 8 sobre diez la importancia de Internet para su negocio, seguido con un 7,3 el Trabajo con alojamientos. Para ellas pierde relevancia el hecho de Trabajar con agencias de viajes, valorado con 5,4 puntos, y las Ofertas de fin de semana con 5. La Apertura durante todo el año obtiene una valoración media de 5,8 puntos (Figura 6.11).



FIGURA 6.11: IMPORTANCIA DE REALIZAR ACCIONES COMERCIALES.

MEDIO PUBLICITARIO	VALORACIÓN (DE 1 A 10)		
	ACUÁTICO	ASTURIAS	
OFERTA DE FIN DE SEMANA	5,0	5,2	
TRABAJAR CON LOS ALOJAMIENTOS	7,3	7,3	
Trabajar con <b>AAV</b> V	5,4	4,9	
Internet	8,0	7,7	
Abrir todo el año	5,8	6,4	
Fuente: SITA			

### VI.10.- Inversión.

De las empresas acuáticas encuestadas, el 87,1% ha realizado algún tipo de inversión durante el año 2002. Un 70,4% de las que realizaron inversiones destinaron las mismas a *Compra de material deportivo* mientras que un 59,3% invirtieron en *Mantenimiento en general*, aunque sólo el 22,2% destinó parte de sus presupuestos al *Mantenimiento de los equipamientos* (Figura 6.12).



FIGURA 6.12: INVERSIÓN POR CATEGORÍAS (EN % Y EN EUROS).

CONCEPTO	% DE EMPRESAS	INVERSIÓN MEDIA (€)		VALOS DE ERSIÓN	
	EWII KESAS	WIEDIA (C)	MÍNIMO (€)	MÁXIMO (€)	
COMPRA DE MATERIAL DEPORTIVO	70,4	3.677,76	600,00	12.020,00	
AMPLIACIÓN	29,6				
DIVERSIFICACIÓN DE ACTIVIDADES	18,5	10.500,00	3.000,00	18.000,00	
DIVERSIFICACIÓN OTRO NEGOCIO	3,7				
MANTENIMIENTO EN GENERAL	59,3	1.774,00	60,00	9.000,00	
MANTENIMIENTO DE EQUIPAMIENTOS	22,2	1.260,00	300,00	3.000,00	
OTRAS INVERSIONES	11,1				
Fuente: SITA					

Dentro de las inversiones en ampliación de la capacidad, un 85,7% de las empresas destinaron las mismas a *Adquisición de canoas* y el 14,3% a *bicicletas*. Dentro del capítulo de *Otras inversiones*, la mayor parte se destinó a compras y adquisiciones de material de transporte.

Por cuantía media de las inversiones, la más elevada es la realizada en *Diversificación de actividades* que se sitúa en 10.500 euros y en segundo lugar están las relativas a *Material deportivo* con una cuantía media de 3.677,76 euros.

El intervalo en que se mueven las cuantías son muy amplias, especialmente en el caso de *Diversificación de actividades* pues oscilan entre un mínimo de 3.000 euros y un máximo de 18.000. En el *Mantenimiento* hay también una amplia diferencia entre la inversión mínima, 60 euros, y la máxima, de 9.000.



Sólo el 6,9% de las empresas que realizaron inversiones *Recibió* algún tipo de subvención, que en casi todos los casos fue concedida por el Principado de Asturias. En la mayor parte de los casos se utilizaron los fondos para el *Mantenimiento de equipamientos* o *mantenimiento en general*.

Entre las ayudas que a los empresarios del sector les gustaría que fuesen financiadas destacan las *Mejoras en los edificios* y los *Cursos de formación especializados* propuesto por el 13,9% de los encuestados en cada caso, en *Equipamientos informáticos* el 12,5%, *Acudir a ferias*, en un 11,1%, y para la *Publicidad en folletos*, *Ampliación de capacidad* y *Apertura de nuevas actividades*, por un 9,7% (Figura 6.13).

FIGURA 6.13: SOBRE QUÉ ELEMENTOS SOLICITARÍA UNA SUBVENCIÓN (%).

ELEMENTOS SOBRE LOS QUE SOLICITARÍA SUBVENCIÓN	0/0
PUBLICIDAD EN FOLLETOS	9,7
MEJORAS EN LOS EDIFICIOS	13,9
AMPLIACIÓN EN CAPACIDAD	9,7
Cursos de formación especializados	13,9
CONTRATACIÓN DE PERSONAL CUALIFICADO	5,6
PARTICIPACIÓN EN FERIAS	11,1
APERTURA DE NUEVAS ACTIVIDADES	9,7
EQUIPAMIENTOS INFORMÁTICOS	12,5
PÁGINA WEB	8,3
Otros	5,6
Fuente: SITA	



#### VI.11.- Facturación.

El 38,1% de las empresas de turismo activo que ofrecen principalmente actividades de agua factura menos de 18.030,36 euros. El 14,3% ingresa entre 27.045,44 5 y 30.050,61 euros. El 47,6% lo hace entre 18.030,36 y 72.121,45 euros, declarando una única empresa un intervalo entre los 3.005.061,52 y 3.606.072,63 euros.

# VI.12.- Procedencia y tipo de clientes.

La mayor parte de quienes contratan los servicios de estas empresas proceden de fuera de la Comunidad Autónoma y son un 58,1% nacionales, no asturianos, por un 8,3% de extranjeros. La procedencia de turismo interno es elevada pues alcanza un 33,6% (Figura 6.14).

FIGURA 6.14: PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES (%).

PROCEDENCIA	0/0	
ASTURIAS	33,6	
Resto de España	58,1	
Extranjeros	8,3	
Fuente: SITA		

En cuanto al tipo de cliente, la mayor parte son turistas y, mayoritariamente utilizan durante su estancia establecimientos de alojamiento colectivo. Sólo un 21% serían excursionistas (Figura 6.15).



FIGURA 6.15: TIPO DE CLIENTES (%).

TIPO	0/0	
Excursionistas	21,00	
Turistas en Alojamientos Colectivos	63,80	
Turistas en Alojamientos Privados	14,32	
Fuente: SITA		

#### VI.13.- Actividades ofertadas.

Las empresas de turismo activo que se dedican principalmente a realizar actividades en el medio acuático, generalmente no limitan su oferta a éstas, sino que también se diversifican en otros medios.

La actividad más ofrecida es el *Piragüismo*, un 80,6% de las empresas, seguida por *Senderismo* y *Cañones*, con un 45,2%, *Espeleología*, por el 35,5%, y *Bicicletas*, por el 25,8%. Destaca, por tanto la oferta de la actividad estrella del turismo activo que se realiza en el medio acuático en Asturias, el *Piragüismo*. Sin embargo, los principales servicios complementarios ofrecidos por este grupo de empresas son generalmente actividades realizadas en el medio terrestre.

El resto de actividades enumeradas son ofrecidas por un número mucho menor de empresas: así, entre las actividades acuáticas distintas del *Piragüismo*, destaca la oferta de *Submarinismo con botella* y *Paseos en barco*, ofrecidas por el 19,4%, y de *Pesca en mar, Cursos de piragüismo* y *Cursos de submarinismo*, por el 16,1%. Sólo dos de estas empresas ofrecen actividades en el medio aéreo, coincidiendo en ambos casos con el *Parapente* (Figuras 6.16, 6.17, 6.18 y 6.19).



FIGURA 6.16: ACTIVIDADES DE TIERRA (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
BICICLETAS	8	25,8
CABALLOS	6	19,4
Senderismo	14	45,2
Cañones	14	45,2
ESCALADA	6	19,4
Espeleología	11	35,5
PUENTING	7	22,6
Multiaventura	7	22,6
Orientación	2	6,5
Esquí	2	6,5
TRINEO/RAQUETAS	2	6,5
Tiro con Arco	4	12,9
TIRO AL PLATO		
PAINT-BALL	3	9,7
Quads/4x4	9	29,0
Fuente: SITA		



FIGURA 6.17: ACTIVIDADES DE AGUA (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN			
PASEOS EN BARCO	6	19,4			
ESQUÍ ACUÁTICO	_	_			
HIDROPEDALES	_				
Surf	_	_			
VELA	3	9,7			
WINDSURF	_	_			
SUBMARINISMO (APNEA)	1	3,2			
SUBMARINISMO (BOTELLA)	6	19,4			
HIDROSPEED	2	6,5			
Piragüismo	25	80,6			
Rafting	3	9,7			
PESCA EN MAR	5	16,1			
PESCA EN RÍO	_				
PESCA SIN MUERTE	1	3,2			
Fuente: SITA					

FIGURA 6.18: ACTIVIDADES DE AIRE (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
ALA DELTA	_	_
Ultraligero	_	<del></del>
VUELO SIN MOTOR	_	<u> </u>
PARAPENTE	2	6,5
GLOBO		
Fuente: SITA		



FIGURA 6.19: OTRAS ACTIVIDADES (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
CURSOS DE PIRAGÜISMO	5	16,1
CURSOS DE SUBMARINISMO	5	16,1
CURSOS DE ARTESANÍA	1	3,2
RUTAS DIDÁCTICAS/CULTURALES	3	9,7
AGROPECUARIAS	_	—
OBSERVACIÓN DE ANIMALES	1	3,2
ESPELEOBUCEO	1	3,2
CURSOS DE ESCALADA	1	3,2
EXPEDICIONES	1	3,2
Fuente: SITA		



# VII.- CARACTERÍSTICAS DE LAS **EMPRESAS QUE OFRECEN** PRINCIPALMENTE ACTIVIDADES TERRESTRES.

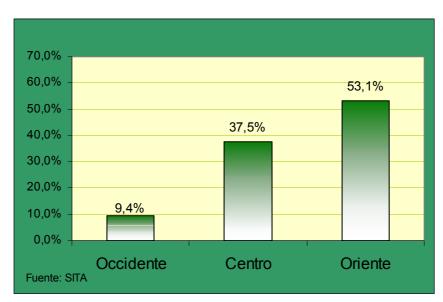


# VII.- CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS QUE OFRECEN PRINCIPALMENTE ACTIVIDADES TERRESTRES.

# VII.1.-Distribución geográfica.

Analizando las actividades que realizan las empresas de turismo activo podemos señalar que 32 empresas desarrollan su actividad principal en el medio terrestre. Más de la mitad de esas empresas encuestadas de turismo activo que ofrecen principalmente actividades de tierra, el 53,1%, se ubican en el Oriente de Asturias, y la mayor parte de las restantes, el 37,5%, en el Centro de la región. El Occidente asturiano es la zona con menor implantación de este tipo de empresas, con un 9,4% (Figura 7.1).

FIGURA 7.1: DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO CON ACTIVIDADES TERRESTRES (%).



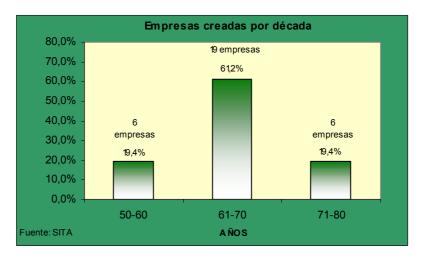


Por concejos, la mayor parte se ubican en Llanes, el 18,8% de las empresas. Le siguen Peñamellera Alta, Peñamellera Baja, Somiedo y Cudillero, con un 6,3% en cada caso.

# VII.2.-Antigüedad.

Este tipo de empresas son relativamente jóvenes, pues la mayor parte se crean en la década de los 90. Así, de las 31 que proporcionan su fecha de apertura, el 80,6% fue creado a partir de 1991 y ninguna comenzó su actividad antes de 1980. Las restantes, que suponen el 19,4% del total, se crearon en la década de los 80 (Figura 7.2).

FIGURA 7.2: NÚMERO Y PORCENTAJE DE EMPRESAS CREADAS (por década) (%).



Además, el ritmo de aperturas se ha acelerado en los últimos años, si se agrupan las empresas por quinquenios (se incluyen los dos primeros años del quinquenio actual, 2001-05) se pasa de la apertura de 2 entre 1981 y 1985 a la apertura de 14 en el período 1996-2000, y 6 de las 31 encuestadas que proporcionan su fecha de apertura fueron creadas entre



los años 2001 y 2002. Si calculamos la media anual de aperturas, vemos que ésta crece aceleradamente (Figura 7.3).

FIGURA 7.3: EMPRESAS CREADAS DESDE 1981 (%).

	1981-85	1986-90	1991-95	1996-00	2001-02
TOTAL QUINQUENIO	2	4	5	14	6
PORCENTAJE QUINQUENIO	6,4	13	16,1	44,4	19,4
MEDIA ANUAL	0,4	0,8	1	2,8	3
Fuente: SITA					

# VII.3.-Tipo de propiedad.

El 95% de las empresas son fundamentalmente negocios gestionados de forma independiente por sus propietarios. El 68,8% son Individuales o en Comunidad de bienes y el 28,1% reviste la forma de Sociedad Limitada, siendo el resto de formas jurídicas irrelevantes en las empresas cuya actividad principal se desarrolla en el medio terrestre.

Por otro lado, el 65,6% se encuentran integradas en algún grupo asociativo. Los más predominantes son ATAYA y CITUR, seguidas por INCATUR y UETAPA, y el resto de agrupaciones sectoriales carece de importancia entre las empresas encuestadas.



# VII.4.-Empleo.

Existen diferencias en este tipo de negocios respecto al comportamiento del empleo según la temporada y estacionalidad del sector, aunque predomina en ambos casos el empleo temporal y familiar. Asciende a 5,5 la media de trabajadores en temporada alta mientras que en la baja se reduce a 3,9 personas.

Respecto al Empresario y sus Familiares, en temporada baja supone el 29,7% del empleo total, con una media de 1,2 trabajadores, al igual que en la época de alta actividad, aunque su proporción sobre el total de empleos diminuye hasta el 22,3%, situándose porcentajes por debajo de la media general de Asturias.

Predomina la Contratación temporal, así, con una media de 3,4 personas contratadas temporalmente en temporada alta, representa el 62,9% del empleo, mientras que en temporada baja, esa media disminuye hasta los 2,1 trabajadores y el 53,7% del total de trabajadores.

El Empleo fijo es muy reducido en este tipo de empresas y no llega, a una persona, 0,8 empleados fijos de media en temporada alta, lo que implica el 14,8% del total de empleos. En la temporada baja este porcentaje aumenta hasta el 17,7% (Figura 7.4).



FIGURA 7.4: EMPLEADOS EN EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO.

	TEMPORADA ALTA		TEMPORA	ADA BAJA
	%	MEDIA	%	MEDIA
FAMILIARES	22,3	1,2	29,7	1,2
TEMPORALES	62,9	3,4	53,7	2,1
Fijos	14,8	0,8	17,7	0,8
TOTAL		5,5		3,9
Fuente: SITA				

#### VII.5.-Estacionalidad.

Aproximadamente un tercio de las empresas, el 31,3%, cierra durante parte del año, mientras que el 68,8%, mantiene su actividad durante los doce meses. Sin embargo, la estacionalidad en este grupo de empresas es ligeramente menor que la media del sector.

De las empresas que cierran en algún momento, el 88,9%, lo hace por temporada y el resto, una empresa, lo hace por vacaciones. La mayor parte abre en Semana Santa, el 75% y la totalidad lo hace en verano, julio y agosto principalmente, cerrando en un 87,5% en los meses de enero, febrero y diciembre (Figura 7.5).

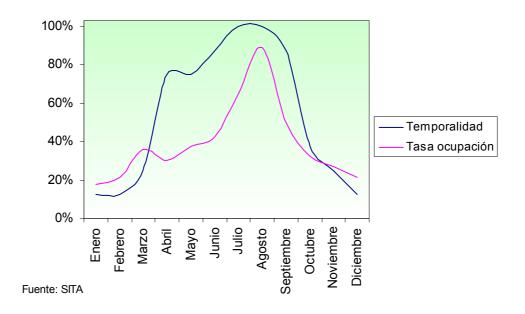


FIGURA 7.5: PATRÓN TEMPORAL DE CIERRE DE LAS EMPRESAS QUE LO HACEN POR TEMPORADA (%).

	TOTAL DE EMPRESAS	PORCENTAJE SOBRE EL TOTAL	
Enero	7	87,5	
FEBRERO	7	87,5	
Marzo	6	75,0	
ABRIL	2	25,0	
Мауо	2	25,0	
Junio	1	12,5	
Julio		_	
AGOSTO	_	_	
SEPTIEMBRE	1	12,5	
OCTUBRE	5	62,5	
Noviembre	6	75,0	
DICIEMBRE	7	87,5	
Fuente: SITA			

Como ya viene siendo habitual, las empresas de turismo activo en medio terrestre, presentan el mismo patrón de actividad que las de alojamiento, ya que tanto su inicio como su cierre están intimamente ligados a los niveles de ocupación de los establecimiento colectivos (Figura 7.6).

FIGURA 7.6: APERTURA DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO TERRESTRE VERSUS OCUPACIÓN DE ALOJAMIENTOS COLECTIVOS (%).



# VII.6.-Formación y experiencia.

De acuerdo con los datos de la encuesta, el 65,6% de los propietarios, un porcentaje relativamente discreto si lo comparamos con la media de Asturias, tienen algún tipo de titulación relacionada con las actividades ofertadas. Un 61,5% de las empresas declara que sus empleados fijos poseen titulación incrementándose al 63,2% las empresas que tienen personas contratadas temporalmente y que disponen de titulación.

El 87% de los propietarios de las empresas dicen poseer *Experiencia* específica en las actividades ofrecidas, así como la mayoría de los empleados fijos y temporales. En el caso de los propietarios la experiencia media se sitúa en 10,8 años, mientras que se reduce en la de los empleados fijos en 7,3, y la de los temporales en 6.



La conciencia por parte de los empresarios de la necesidad de *Formación* se manifiesta en el alto número de empresas, un 51,6%, que declaran *Haber participado* en actividades de este tipo durante el año 2002, hubo una participación elevada, tanto por parte del empresario como de la plantilla. En la mayor parte de los casos participó tanto el empresario como la plantilla (Figura 7.7).

FIGURA 7.7: PARTICIPACIÓN POR CATEGORÍA LABORAL (%).

% SOBRE LAS EMPRESAS QUE PARTICIPARON		
	Sí	
DIRECCIÓN	100,0	
PLANTILLA	90,9	
Fuente: SITA		

De las empresas que participaron en programas de formación, el 58,3% lo hizo en *Programas subvencionados* y el 16,7% declara que *parte de la formación recibida tuvo subvención*. En un 66,7% de los casos existió subvención procedente de la *Administración autonómica* y en el resto de los supuestos procedió del *Ayuntamiento* o de la *Mancomunidad*, y la *Unión Europea*.

La mayor parte de la formación realizada está relacionada con las *Actividades deportivas* ofrecidas por las empresas. Este tipo de formación fue recibida por el 71,4% de las empresas, un porcentaje superior a la media del sector asturiano.

El 31,3% de las empresas declara haber recibido durante dicho año formación sobre *Seguridad y Primeros Auxilios*, y el 18,8% participó en



Cursos de gestión pero sólo el 12,5% participó en cursos de informática general y el 3,1% de *Internet* (Figura 7.8).

FIGURA 7.8: TIPO DE FORMACIÓN RECIBIDA (%).

TIPO DE FORMACIÓN	0/0 (*)	NÚMERO DE EMPRESAS	
ACTIVIDADES DEPORTIVAS	31,3	10	
GESTIÓN	18,8	6	
Informática General	12,5	4	
Internet	3,1	1	
SEGURIDAD/PRIMEROS AUXILIOS	15,6	5	
* porcentaje sobre el total de empresas cuya actividad principal es el medio terrestre Fuente: SITA			

# VII.7.-Equipamientos tecnológicos.

De este modo, aunque un 65,6% declara disponer de *Ordenador* y un 71,9% de *Correo electrónico/Internet*, tan sólo el 46,7% tiene *Página web propia* y únicamente el 29% utiliza *Programas informáticos de gestión*. En cuanto a *Programas informáticos de reserva*, escasamente los tienen el 16,1% de las empresas y, pese a que la gran mayoría dispone de acceso a *Internet*, tan sólo el 38,7% figura en *Centrales de reserva* en la Red.

El 68,8% dispone de fax y el 25% dispone de *Pago con tarjeta*. Destaca un porcentaje apreciable, el 46,2%, que *Realiza encuestas de satisfacción* entre sus clientes.

#### VII.8.-Instalaciones complementarias.

El 64,5%, porcentaje inferior a la media de la región, *Dispone de instalaciones sanitarias*. De las que sí tienen instalaciones sanitarias, el 63,2% disponen de *Instalaciones independientes* mientras que el resto



comparten estas instalaciones principalmente con *Empresas de alojamiento*.

Un número menor de empresas, el 59,4%, posee algún tipo de *Vestuarios*, el 60% propios y el 40% compartidos con *Empresas de alojamiento*.

Según las encuestas, el 51,6% ofrece servicio de *Duchas*, un porcentaje inferior a la media del sector y que al igual que en los casos anteriores, el 56,3% de los mismos cuentan con *Instalaciones independientes* mientras que un 43,8% compartidos con *Empresas de alojamiento*.

En cuanto a las *Instalaciones administrativas*, el 74,2% de las empresas dispone de *Oficinas* propiamente dichas, siendo el 72,7% de ellas *Independientes* y el resto compartidas, también en su mayor parte con *Empresas de alojamiento* o bien situadas en la *Vivienda del propietario* (Figura 7.9).



FIGURA 7.9: INSTALACIONES COMPLEMENTARIAS (%).

TIPO DE INSTALACIÓN	DISPONE %		INDEPENDIENTE		COMPARTIDO	
TH O DE INSTALACION	TERR *	ASTURIAS	TERR *	ASTURIAS	TERR*	ASTURIAS
VESTUARIOS	59,4	73,4	60,0	79,1	40,0	20,9
DUCHAS	51,6	68,3	56,3	76,7	43,7	23,3
OFICINAS	74,2	85,7	72,7	82,7	27,3	17,3
*: Empresas que desarrollan su actividad principal en el medio terrestre. Fuente: SITA						

## VII.9.-Acciones comerciales.

Es reducido el número de empresas que Participan en acciones comerciales comunes, así, sólo el 22,6% de las que fueron encuestadas Participa en programas de talones y bonos y un 32,3% tiene Promociones de fin de semana.

Por otro lado la mayoría, el 67,7%, Trabajan de forma directa con empresas de alojamiento, mientras que un porcentaje apreciablemente menor, el 48,4%, está presente en Folletos de agencias de viajes y como ya se comentó anteriormente, el 38,7% está presente en Centrales de reservas por Internet.

Sin embargo, la mayoría de las empresas realizan algún tipo de gasto en publicidad, en un 90,6% de la muestra, situándose el gasto medio anual por este concepto en 1.909,32 euros y con unas oscilaciones dentro de un intervalo bastante amplio, desde un mínimo de 180 euros a un máximo de 16.000 (1 empresa).



Cabe destacar el hecho que sólo el 31% realiza publicidad a través de una *Página web propia* y resulta todavía menor el porcentaje de las que utilizan *Otras páginas web* para darse a conocer, el 27,6%.

La mayor parte de las empresas realizan publicidad en *Folletos*, el 82,8%, seguido por los *Anuncios en prensa y radio*, 41,4%. Por otro lado, un porcentaje bastante reducido realiza publicidad en *Guías o libros privados*, el 20,7% (Figura 7.10).

FIGURA 7.10: MEDIOS PUBLICITARIOS UTILIZADOS (%).

MEDIO PUBLICITARIO	%	
FOLLETOS	82,8	
Anuncios En Prensa o Radio	41,4	
Libros/Guías Turísticas Privadas	20,7	
PÁGINA WEB PROPIA	31,0	
Otras Páginas Web	27,6	
Otra Publicidad	37,9	
Fuente: SITA		

En cuanto a acciones para mantener o incrementar su actividad, se consideran más relevantes el *Trabajo con empresas de alojamiento* y el uso de *Internet* que *Trabajar con agencias* de *viajes* o *Realizar promociones de fin de semana.* Valoran así, con un 7,2 sobre diez la importancia de *Internet* para su negocio, y con un 7,6 el *Trabajo con alojamientos*. Lo menos relevante para ellas es *Trabajar con agencias de viajes*, valorado con 4,5 puntos, y las *Ofertas de fin de semana* con 5,6. La *Apertura durante todo el año* obtiene una valoración media de 6,8 sobre diez (Figura 7.11).



**FIGURA** 7.11: **IMPORTANCIA** DEREALIZAR **ACCIONES** COMERCIALES.

MEDIO PUBLICITARIO	VALORACIÓN (DE 1 A 10)		
	TERRESTRE	ASTURIAS	
OFERTA DE FIN DE SEMANA	5,6	5,2	
Trabajar con los alojamientos	7,6	7,3	
Trabajar con <b>AA</b> VV	4,5	4,9	
Internet	7,2	7,7	
<b>A</b> brir todo el año	6,8	6,4	
Fuente: SITA			

## VII.10.- Inversión.

De las empresas encuestadas, el 75% ha realizado algún tipo de inversión durante el año 2002. Del 70,8% que las realizaron, éstas fueron destinadas a Compra de material deportivo mientras que un 41,7% fueron para el Mantenimiento en general y el 45,8% destinaron diferentes partidas presupuestarias al Mantenimiento de los equipamientos.

Dentro de las inversiones en Ampliación, un 20% de las empresas las destinaron a Adquisición de canoas y otro 20% a Quads, mientras que el 80% las destinó a la compra de Caballos. Dentro del capítulo de Otras inversiones, la mayor parte se destinó a la marca comercial.

Por cuantía media, la más elevada es la inversión en Mantenimiento de equipamientos que se sitúa en 10.253 euros, y en segundo lugar están las inversiones en Material deportivo con una media de 3.087,4 euros y las inversiones en Mantenimiento en general los 1.891,8 euros de media.

El intervalo en que se mueven las inversiones realizadas es muy amplio, especialmente en el caso de Material deportivo pues oscilan entre



un mínimo de 150 euros y un máximo de 9.000. En el *Mantenimiento de equipamientos* hay una amplia diferencia entre la inversión mínima, 600 euros y la máxima, 30.000 euros (Figura 7.12).

FIGURA 7.12: INVERSIÓN POR CATEGORÍAS (EN % Y EN EUROS).

CONCEPTO	% DE EMPRESAS	INVERSIÓN MEDIA (€)	INTERVALOS DE INVERSIÓN	
	EWII KESAS	WEDIA (e)	MÍNIMO (€)	MÁXIMO (€)
COMPRA DE MATERIAL DEPORTIVO	70,8	3.087,45	150,00	9.000,00
Ampliación	29,2			
Diversificación	16,7	2.180,00	360,00	4.000,00
MANTENIMIENTO EN GENERAL	41,7	1891,80	600,00	5.259,00
MANTENIMIENTO DE EQUIPAMIENTOS	45,8	10,253,00	600,00	30.000,00
OTRAS INVERSIONES	8,7			
Fuente: SITA				

Sólo el 6,5% de las empresas que realizaron inversiones *Recibió* algún tipo de subvención, que en casi todos los casos fue concedida por el *Principado de Asturias*. En la mayor parte de los casos se utilizó la ayuda para el *Mantenimiento de equipamientos*.

De las acciones que a los empresarios del sector les gustaría que fuesen subvencionadas destacan la *Publicidad en folletos* y *Ampliación de capacidad*, propuesto por el 16,9% de los encuestados cada uno, *Mejoras en los edificios*, por el 15,3%, y *Cursos de formación especializados*, por un 11,9% (Figura 7.13).

FIGURA 7.13: SOBRE QUÉ ELEMENTOS SOLICITARÍA UNA SUBVENCIÓN (%).



ELEMENTOS SOBRE LOS QUE SOLICITARÍA SUBVENCIÓN	0/0
PUBLICIDAD EN FOLLETOS	16,9
MEJORAS EN LOS EDIFICIOS	15,3
AMPLIACIÓN EN CAPACIDAD	16,9
Cursos de formación especializados	11,9
CONTRATACIÓN DE PERSONAL CUALIFICADO	6,8
PARTICIPACIÓN EN FERIAS	8,5
APERTURA DE NUEVAS ACTIVIDADES	8,5
EQUIPAMIENTOS INFORMÁTICOS	6,8
PÁGINA WEB	3,4
Otros	5,1
Fuente: SITA	

## VII.11.- Facturación.

El 77,8% de las empresas de turismo activo que ofertan principalmente actividades de tierra factura *menos de 18.030,36 euros*, con el 44,4% lo hace *en menos de 9.015,18 euros*, y con el 33,3% ingresa entre 9.015,18 y 18.030,36 euros. El resto de empresas, un 22,2%, presentan una facturación más elevada.



## VII.12.- Procedencia y tipo de clientes.

Según el origen de los clientes, la mayoría procede de fuera de la Comunidad Autónoma y son, principalmente, españoles. De ahí que, el 21,2% son asturianos, el 69,3% nacionales, no asturianos, y sólo el 9,5% extranjeros (Figura 7.14).

FIGURA 7.14: PROCEDENCIA DE LOS CLIENTES (%).

PROCEDENCIA	%	
ASTURIAS	21,2	
RESTO DE ESPAÑA	69,3	
Extranjeros	9,5	
Fuente: SITA		

En cuanto a tipología de clientes, la mayor parte son turistas y, entre ellos, el mayor porcentaje corresponde a quienes utilizan establecimientos de alojamiento colectivo. Sólo alrededor de la quinta parte son excursionistas (Figura 7.15).

FIGURA 7.15: TIPO DE CLIENTES (%).

TIPO	0/0
EXCURSIONISTAS	21,9
Turistas en Alojamientos Colectivos	67,2
Turistas en Alojamientos Privados	10,9
Fuente: SITA	



#### VII.13.- Actividades ofertadas.

Por término general las empresas de turismo activo que se dedican principalmente a realizar actividades en el medio terrestre no limitan su oferta a éstas, sino que también ofrecen actividades realizadas en otros medios, aunque en mucha menor medida.

La actividad más característica es el Senderismo, en un 56,3%, seguida por Caballos, ofertada por un 46,9% de las empresas, Quads/4x4, ofrecida por el 37,5%, y Bicicletas, Orientación y Rutas didácticas y culturales, cada una de ellas por el 34,4%. Cañones, Esquí, Tiro con arco y Piragüismo son ofrecidas por el 28,1% de las empresas, y Escalada por el 25%. Como se aprecia, las actividades más comunes son todas ellas realizadas en el medio terrestre, salvo el Piragüismo.

El resto de actividades enumeradas son ofrecidas por un número mucho menor de empresas. Así, entre las actividades acuáticas distintas del Piragüismo, destaca la oferta de Cursos de piragüismo, ofrecida por el 12,5% de las empresas y Paseos en barco, por el 9,4%. Sólo dos de éstas ofertan actividades en el medio aéreo, en ambos casos Paseos en globo. Otras actividades de este tipo son Multiaventura, 12,5%, Paint-ball y Observación de animales, con el 9,4% (Figuras 7.16, 7.17, 7.18, y 7.19).



FIGURA 7.16: ACTIVIDADES DE TIERRA (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
BICICLETAS	11	34,4
CABALLOS	15	46,9
Senderismo	18	56,3
Cañones	9	28,1
ESCALADA	8	25,0
Espeleología	10	31
PUENTING	4	3
Multiaventura	11	12,5
Orientación	9	34,4
Esquí	3	28,1
TRINEO/RAQUETAS	3	9,4
TIRO CON ARCO	9	28,1
TIRO AL PLATO	1	3,1
PAINT-BALL	3	9,4
Quads/4x4	12	37,5
Fuente: SITA		



FIGURA 7.17: ACTIVIDADES DE AGUA (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	
PASEOS EN BARCO	3	9,4	
ESQUÍ ACUÁTICO	_	_	
HIDROPEDALES	<u> </u>	_	
Surf	_	_	
VELA	1	3,1	
WINDSURF	_		
SUBMARINISMO (APNEA)	1	3,1	
SUBMARINISMO (BOTELLA)	1	3,1	
HIDROSPEED	1	3,1	
Piragüismo	9	28,1	
RAFTING	2	6,3	
PESCA EN MAR		_	
PESCA EN RÍO	_		
PESCA SIN MUERTE	1	3,1	
Fuente: SITA			

FIGURA 7.18: ACTIVIDADES DE AIRE (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
ALA DELTA	_	_
Ultraligero	<u> </u>	<del></del>
VUELO SIN MOTOR	_	—
PARAPENTE	_	
GLOBO	2	6,3
Fuente: SITA		



FIGURA 7.19: OTRAS ACTIVIDADES (%).

ACTIVIDAD	N° DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN	% DE EMPRESAS QUE LA OFRECEN
CURSOS DE PIRAGÜISMO	4	12,5
CURSOS DE SUBMARINISMO	2	6,3
Cursos de artesanía	1	3,1
RUTAS DIDÁCTICAS/CULTURALES	11	34,4
AGROPECUARIAS	1	3,1
OBSERVACIÓN DE ANIMALES	3	9,4
ВАТЕО	1	3,1
ESQUIMOTAJE	1	3,1
FREE REEF	1	3,1
MANUALIDADES	1	3,1
PALEO	1	3,1
BUCEO	1	3,1
Fuente: SITA		



# VIII.- BIBLIOGRAFÍA.



## VIII - BIBLIOGRAFÍA.

Aspas Aspas, J.M: (2000): Los deportes de aventura. Consideraciones jurídicas sobre el turismo activo, Ed. Prames. Zaragoza.

Valdés Peláez, L., Et Al (2003). El turismo en Asturias en 2002, Ed. Principado de Asturias, Universidad de Oviedo, Sistema de Información Turística de Asturias (SITA). Gijón.

Valdés Peláez, L., Et Al (1998). El turismo en Asturias en 1997, Ed. Principado de Asturias, Universidad de Oviedo, Sistema de Información Turística de Asturias (SITA). Oviedo.

Villalvilla Asenjo H., Blázquez Jiménez, J. y Sánchez Jaén, J. (2001): Deporte y naturaleza. El impacto de las actividades deportivas y de ocio en el medio natural. Ed. Talasa. Madrid.

Decreto del Principado de Asturias 92/2002, de 11 de julio, de Turismo Activo. BOPA de 26 de julio de 2002.

Ley Estatal del Deporte. Ley de las Cortes Generales 10/1990 de 15 de octubre.