



---

**Universidad de Valladolid**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**TURISMO SOSTENIBLE: EL CASO DE GIJÓN**

Presentado por Ignacio Andray Juan

Tutelado por Ana Teresa López Pastor

Segovia, 20 de Junio de 2020

## **AGRADECIMIENTOS**

A mis padres, por educarme, quererme, guiarme y ser mis referentes en la vida, gracias por haberme dado la posibilidad de licenciarme como turismólogo.

A mi hermano Alejandro, por ser una de las personas a las que más admiro en esta vida y uno de mis mejores amigos, gracias por ser mucho más que mi hermano mayor.

A Burgos, Adrián, Velasco, Cebo, Mario, Fuentes y Dan, por ser mis amigos de toda la vida y acompañarme también durante mi etapa universitaria, gracias por estar y demostrarme que puedo contar con vosotros pese a estar más separados.

A Fer, Tote y María, amigos que me ha brindado la Universidad, y con los que espero, valga la redundancia, no parar de brindar, pues es una de las cosas que mejor sabemos hacer.

A Vanesa, por ser como una hermana para mí, agradezco al destino y la Universidad por cruzar nuestros caminos, espero de corazón mantener esta bonita amistad que nos une.

A Ana, mi compañera de viaje durante el final de mi etapa universitaria, gracias por cuidarme, aguantarme, quererme tal y como soy, ser mi apoyo incondicional y hacerme cada día mejor persona.

A mi tutora Ana Teresa, por guiarme en la elaboración de este Trabajo de Fin de Grado y exprimir al máximo todo mi potencial académico, gracias por creer en mí y en mis capacidades.

A mis abuelos Julio y Consuelo, allá donde os encontréis espero que cada día estéis un poquito más orgulloso de mí con pasos como el que estoy hoy dando, os quiere vuestro nieto.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN Y JUSTIFICACION .....</b>	<b>7</b>
---	----------

### **CAPÍTULO 1 Marco teórico**

<b>1.1. Impactos y ciclo de vida de la actividad turística.....</b>	<b>12</b>
1.1.1. Económicos .....	13
1.1.2. Socioculturales.....	15
1.1.3. Medioambientales.....	17
1.1.4. Ciclo de vida de los destinos turísticos.....	18
<b>1.2. Turismo Sostenible: concepto, objetivos y beneficios .....</b>	<b>20</b>
<b>1.3. La importancia de las certificaciones turísticas .....</b>	<b>23</b>
<b>1.4. Gobernanza: elemento clave para un desarrollo turístico sostenible</b> <b>.....</b>	<b>26</b>

### **CAPÍTULO 2 Estado de la cuestión**

<b>2.1. Origen, desarrollo e implantación de la sostenibilidad turística .....</b>	<b>30</b>
2.1.1. Desarrollo de la sostenibilidad turística en España .....	31
2.1.2. Desarrollo de la sostenibilidad turística en Asturias.....	35
<b>2.2. Destinos sostenibles ejemplares .....</b>	<b>37</b>
2.2.1. Gotemburgo.....	39
2.2.2. Málaga .....	41
<b>2.3. Certificaciones ambientales y sostenibles.....</b>	<b>43</b>
2.3.1. BIOSPHERE.....	44

### **CAPÍTULO 3** **Marco metodológico**

<b>3.1. Preguntas de investigación</b> .....	50
<b>3.2. Objetivos de investigación</b> .....	51
<b>3.3. Técnicas de investigación</b> .....	52

### **CAPÍTULO 4** **El caso de Gijón**

<b>4.1. Gijón: breve aproximación al destino</b> .....	54
<b>4.2. Análisis de la oferta turística</b> .....	56
4.2.1. Alojamientos turísticos .....	56
4.2.2. Turismo Activo .....	61
4.2.3. Restauración y hostelería .....	63
<b>4.3. Análisis de la demanda turística</b> .....	66
4.4.1. La demanda turística de Gijón .....	66
4.4.2. Perfil de la demanda turística .....	69
<b>4.4. Planificación turística: bases y desarrollo</b> .....	76
4.4.1. Gestión turística .....	76
4.4.2. Gestión Smart .....	83
4.4.3. Gestión de la accesibilidad .....	85
<b>4.6. Gijón y su Turismo: análisis DAFO</b> .....	86
4.6.1. Debilidades .....	86
4.6.2. Amenazas .....	87
4.6.3. Fortalezas .....	88
4.6.4. Oportunidades .....	89

### **CAPÍTULO 5** **Propuestas para potenciar la sostenibilidad en el destino**

<b>5.1. Propuesta para aumentar el compromiso sostenible y la adaptación de la actividad turística a la situación post COVID-19 en Gijón</b> .....	92
<b>CONCLUSIONES</b> .....	97

<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	99
<b>ANEXO I</b>	
Turismo Smart y Turismo Accesible.....	112
<b>ANEXO II</b>	
Certificaciones de calidad.....	115
<b>ANEXO III</b>	
La importancia del trabajo en red: Club Ecoturismo en España.....	117
<b>ANEXO IV</b>	
Certificaciones turísticas ambientales.....	120
<b>ANEXO V</b>	
Entrevista a D. Carlos Justo Ortega Vilabrille.....	123
<b>ANEXO VI</b>	
Gijón: patrimonio histórico-cultural, gastronómico y natural.....	127
<b>ANEXO VII</b>	
Ampliación del análisis sobre la demanda turística de Gijón.....	132
<b>ANEXO VIII</b>	
Información turística de Gijón: Planes de Turismo, guías, folletos y documentos de interés.....	DVD



# **INTORDUCCIÓN Y JUSTIFICACIÓN**

El Turismo Sostenible es un paradigma de desarrollo turístico que se encuentra en pleno auge, como consecuencia de los grandes impactos generados por el extendido modelo de desarrollo turístico tradicional, el Turismo de Masas; razón la cual nos ha llevado a estudiar esta materia en el presente Trabajo de Fin de Grado.

Como ciudadano y estudiante tengo una gran inquietud por profundizar mis conocimientos entorno a la sostenibilidad turística, pues actualmente es una realidad que incumbe al completo de la sociedad. Además, como incipiente profesional del Turismo, deseo indagar y analizar el marco de este paradigma, al considerar altamente gratificante y ético la futura posibilidad de trabajar en esta parcela dentro de la industria turística.

Con objeto de estudiar este modelo de desarrollo turístico en la práctica, hemos escogido la ciudad de Gijón como caso de investigación, un destino que, desde finales de 2012, se encuentra acreditado como sostenible por la certificación Biosphere Destination. Consideramos que un análisis de este territorio, nos acercará a entender mejor las virtudes y dificultades que supone la implementación de este paradigma turístico en la realidad, ayudándonos, además, a conocer el grado de sostenibilidad turística desarrollada en Gijón hasta la fecha.

Primeramente, en el marco teórico, hemos mostrado los principales impactos negativos a nivel sociocultural, económico y ambiental del actual modelo de desarrollo turístico dominante, el Turismo de Masas. Se definirá el concepto de Turismo Sostenible, sus instrumentos e indicadores de evaluación, mostrando la importancia de la gobernanza multinivel y las certificaciones para el mismo.

En el capítulo de estado de la cuestión, se realizará una revisión y estudio de la evolución de la política turística sostenible a nivel global, nacional y regional; con objeto de conocer los avances turísticos que se han desarrollado bajo esta disciplina en estas diferentes escalas territoriales, pues nos acercará a entender con mayor claridad la actual situación turística de nuestro caso de estudio en torno a esta materia. Un estudio sobre buenas prácticas nos ha parecido fundamental para conocer cómo está avanzando este nuevo paradigma de desarrollo turístico en destinos ejemplares, en cuanto sostenibilidad turística se refiere. Además, se llevará a cabo un análisis sobre la certificación ambiental, al considerar estos elementos indispensables tanto para la política turística como para la imagen de destino y generación de credibilidad en la demanda sostenible; donde realizaremos especial hincapié sobre la certificación Biosphere, la cual acredita a nuestro destino caso de estudio, Gijón, como turísticamente sostenible.



Tras el marco metodológico y estado de la cuestión, nos centramos en analizar el caso de Gijón, donde se verá que, pese a verse conseguido ciertos avances en materia de sostenibilidad turística desde su acreditación como destino sostenible por medio de la certificación Biosphere, la sostenibilidad desarrollada hasta el momento en la ciudad se puede catalogar como débil, al estar centrada fundamentalmente en la imagen y posicionamiento como destino sostenible. En esta investigación, se estudiarán los distintos ejes bajo los que se estructura el Turismo de Gijón, pasando por un estudio evolutivo de la oferta y demanda de la ciudad, hasta un exhaustivo análisis en torno al desarrollo de la política turística local desarrollada en los últimos años, a fin de conocer qué aspectos son mejorables en materia de sostenibilidad turística.

Gijón, pese a ser un consolidado destino turístico de calidad acreditado como sostenible, aún le queda un largo recorrido para convertirse en un completo territorio turísticamente sostenible, encontrándose ante oportunidades como la implementación del Turismo Smart y el desarrollo de una política turística con una mayor implicación sostenible para la consecución de esta meta.

Finalmente, se realiza una propuesta de mejora en la que se presentarán un conjunto de actuaciones realistas, aunque también ambiciosas, con el objetivo de alcanzar una eficaz evolución sostenible en el Turismo local a medio plazo. Además, no podemos omitir la situación actual a la que se va a enfrentar la industria turística y Gijón como destino, tras la pandemia generada por el COVID-19, por lo que se expondrán un grupo de acciones para la mejor adaptación de Gijón a esta nueva realidad social y turística.



# **CAPÍTULO 1**

## **MARCO TEÓRICO**

“La práctica debe siempre ser edificada sobre la buena teoría”

Leonardo Da Vinci

## 1.1. Impactos y ciclo de vida de la actividad turística

La enorme evolución turística global ha causado grandes impactos socio-económicos y medioambientales a nivel mundial, los cuales son generados por la interrelación entre los agentes que participan en el desarrollo de la actividad turística, directa e indirectamente.

Este fulgurante e incontrolado crecimiento del Turismo en destinos, ha derivado en multitud de efectos negativos para dichas áreas receptoras, llegando a superarse los niveles de tolerancia, la denominada “capacidad de carga”, en muchos casos (Quintero, 2004).

La OMT y numerosos ámbitos relacionados con el sector turístico a nivel global, llevan años cuestionando el modelo de crecimiento turístico dominante, el Turismo de Masas, planteándose, desde hace tiempo, la necesidad de avanzar hacia nuevos modelos de desarrollo turístico más sostenibles. “La OMT ha adoptado el enfoque sostenible para el turismo y aplica principios de desarrollo sostenible en todos sus estudios de planificación y desarrollo” (OMT, p.22, 1999).

Se presenta a continuación, el esquema con los primordiales impactos negativos y positivos que genera la actividad turística, para posteriormente analizarlos:

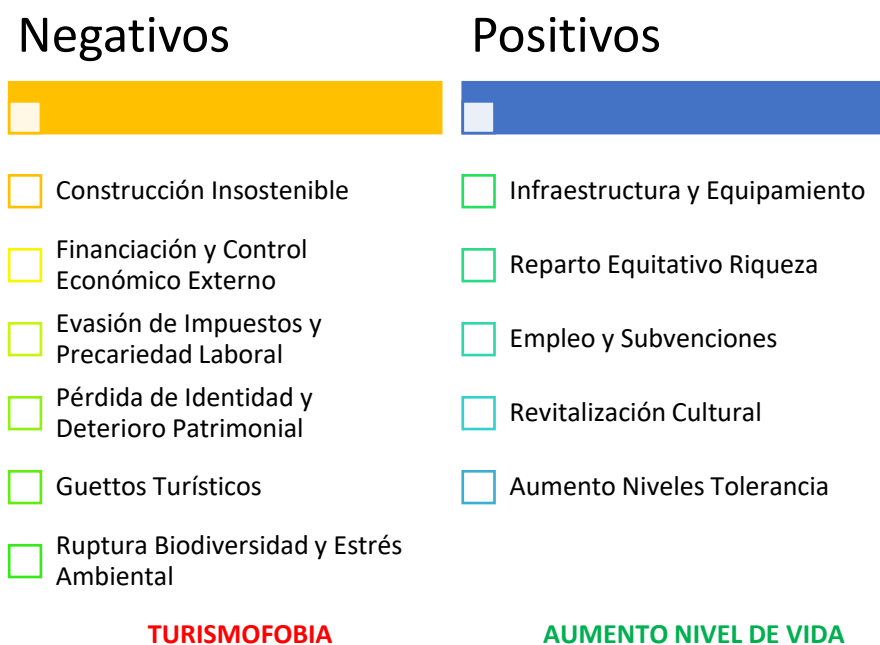


Figura 1: Los efectos de la actividad turística. Elaboración propia. Fuente: Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. *Anales Museo de América*; Quintero, 2004.

### **1.1.1. Económicos**

En el tradicional y extendido modelo turístico de Masas, este es el factor primordial sobre el que se concentran los mayores esfuerzos en la explotación de la actividad turística (Bringas Rábago, y Ojeda Revah, 2000). La distribución equitativa de los factores económicos entre los distintos agentes implicados en la producción turística, unido a la consideración y coordinación con el resto de factores que afectan al desarrollo turístico, son las claves para el alcance de una sostenibilidad turística legítima (Kopecek, 2008).

Los elementos económicos, son generadores de numerosos impactos en destinos receptores, que, en función de su nivel de desarrollo, suponen una mayor o menor influencia sobre ellos. Con objeto de realizar un eficaz estudio sobre dichos impactos, se debe atender a los siguientes parámetros: distribución de la riqueza, efecto multiplicador del turismo, estacionalidad y, planificación y gestión turística.

La distribución equilibrada de la riqueza generada por la actividad turística es fundamental para alcanzar la sostenibilidad en destinos. Esta si permanece y se dispensa entre los distintos agentes de la gobernanza implicados, repercute en valiosos beneficios para la sociedad local, como: la recaudación de impuestos, inversión en infraestructura por los agentes público-privados, empleo, financiación de subvenciones... alcanzando así una distribución más igualitaria de la renta, y un generalizado aumento en el nivel de vida de las poblaciones receptoras.

Sin embargo, si dicha riqueza es capitalizada en su pluralidad por agentes externos, y, por tanto, los beneficios generados se trasladan fuera del destino, se generan grandes pérdidas y perjuicios sobre las poblaciones receptoras: las administraciones públicas recaudan una menor cantidad de impuestos, se reduce la inversión en infraestructura y subvenciones, y se genera una pérdida potencial en empleos directos e indirectos (OMT, 1999).

Cabe destacar que, el Turismo, es un sector económico que genera empleo indirecto, de 2 a 3 puestos de trabajo por cada empleo directo, algo tremendamente positivo para las economías receptoras, y su propia diversificación sectorial; además, de la creación del

propio empleo inducido, el cual nace de los propios ingresos generados por la Industria Turística.

Sin embargo, no debemos dejar pasar por alto la “popular” estacionalidad turística, la cual provoca temporadas de sobredimensionamiento y de sub-explotación en destinos receptores, algo que se traduce en empleos precarios y economías inflacionarias (Picornell, 1993). En un inicio, la ocupación laboral del Turismo requiere de una baja cualificación, situación que, conforme los destinos evolucionan turísticamente, exige una mayor profesionalización, lo que implica la llegada de trabajadores foráneos y/o la inversión en formación local, siendo la mayor parte del capital inyectado en esta última causa por el Estado, y no por el sector turístico privado, el gran beneficiado. Finalmente, en cuanto al efecto multiplicador de empleo generado por el Turismo, cabe comentar que, en algunos casos, es en parte aparente, pues si bien es cierto que pone en valor otras industrias productivas, como pueda ser la construcción, hace peligrar actividades tradicionales que son indispensables, generalmente del sector primario, como la pesca y la agricultura. Por lo tanto, en estos casos, el Turismo no genera una mayor ocupación, sino que provoca cambios en la ya existente. (Gascón y Cañada, 2007).

También cabe comentar que, los costes de oportunidad producidos por el Turismo, los cuales ofrecen una percepción de alcanzar grandes ingresos mediante un coste de inversión temporal y económico menor, pueden llegar a originar un monocultivo turístico y una dependencia del mercado exterior. Si a estas situaciones, se le añade una planificación turística vertical y una sobredependencia económica del Turismo, obtenemos como resultado economías frágiles en destinos, susceptibles de verse altamente afectadas por cambios en la demanda o épocas de crisis (Fernández, 2009).

En el modelo de masas dominante, el Turismo ha desempeñado un papel como motor económico, aportando grandes beneficios financieros, pero acarreado multitud de impactos negativos durante su desarrollo en multitud de destinos. “Pero históricamente, ha tendido a provocar más problemas que soluciones, y especialmente entre los sectores de población más vulnerables y en los ecosistemas” (Gascón y Cañada, 2007, p. 98).

La clave para la gestión adecuada de estos impactos, reside en la planificación turística de los destinos. Una conjunta gestión turística cooperativa con los agentes de la gobernanza local, contribuye a mitigar y controlar estos efectos negativos del Turismo, y aunque pueda suponer una reducción en número de visitantes, el destino se verá

beneficiado en todas sus vertientes: económica, socio-cultural y ambientalmente; modelo de gestión que defiende el Turismo Sostenible (Blázquez, 2012).

Por lo tanto, afirmamos que, para alcanzar una economía sostenible en destinos, es importante que el Turismo sea una actividad económica complementaria. Esta debe ser gestionada y planificada cooperativa y participativamente con el entero de la gobernanza local, a fin de conseguir una distribución económica equitativa, la cual se quede en el destino, una estabilidad y calidad laboral, y una administración adecuada del resto de factores generados por el Turismo.

### **1.1.2. Socioculturales**

El Turismo es una actividad, en la que, inevitablemente, se producen intercambios sociales entre el turista y la población local, generándose así transformaciones de valores entre ambas partes. Estos intercambios y transformaciones, son lo que denominamos como impactos socioculturales, los cuales pueden generar importantes cambios, a mejor o a peor, para ambas partes implicadas (Picornell, 1993).

Como ya hemos indicado en el apartado anterior, la perspectiva económica del tradicional modelo turístico de masas, genera ya de por sí desigualdades sociales en el seno de las comunidades locales. En estos modelos, el Turismo fundamentalmente genera beneficios para aquellos que se dedican a la explotación directa de la actividad, produciéndose desigualdades de renta entre la población y, favoreciendo esta condición, al abandono de actividades tradicionales, al aparecer el Turismo como motor económico.

Entrando de pleno en el análisis de los impactos socio-culturales del modelo turístico tradicional, pueden encontrarse negativamente los siguientes, según (Blázquez, J., 2012):

- Pérdidas culturales: al utilizar elementos de la cultura para una extrema comercialización turística, se pierde su verdadero significado de origen, destruyéndose así la autenticidad que caracterizaba a los destinos y sus habitantes.
  
- Aparición de guetos turísticos: produciéndose una separación física y social entre turistas y residentes, debido al acaparamiento del Turismo en zonas concretas del destino (ej.: resorts, barrios, playas privadas... únicamente dirigidas al consumo turístico).

- Desarrollo de actividades serviles: situaciones en las que trabajadores de la industria turística, por necesidad, intentan obtener cualquier tipo de beneficio económico a cambio de complacer al turista, llegando a establecerse relaciones y actitudes esclavas. Estos casos, suelen darse en destinos en los que existe una enorme desigualdad entre el poder adquisitivo de visitantes y locales.
  
- Aculturación del destino: se produce al considerarse superior la cultura exterior, la del turista, pasando de los provechosos intercambios culturales, al establecimiento de relaciones enormemente asimétricas, que finalmente derivan en una transformación de la cultura local hacia la del extranjero que le visita. La prolongación de esta situación en el tiempo, puede generar la pérdida de identidad cultural, una consecuencia fatídica para los destinos.
  
- Aumento de conflictos locales: un fulgurante crecimiento turístico, requiere de una alta demanda laboral y otras actividades económicas, algunas de ellas situadas al límite de la legalidad, como la prostitución, las drogas, el crimen o el juego. Estas actividades, unidas al choque multicultural producido por la mezcla de locales, turistas y mano de obra extranjera, puede desembocar en fuertes tensiones sociales en los que se den fenómenos como el racismo, la xenofobia o la turismofobia.

A fin de reducir y erradicar al máximo estos efectos negativos, el Turismo Sostenible aparece como modelo alternativo, abogando por la planificación y gestión cuidadosa de la actividad turística, que, ejecutada eficazmente en la práctica, puede traer consigo multitud de beneficios socio-culturales en destinos, como: la recuperación, conservación y puesta en valor del patrimonio y la cultura propia (reforzándose los sentimientos de identidad y pertenencia entre la comunidad local), estimulación de otros sectores productivos (especialmente actividades tradicionales y artesanales), fomento de intercambio cultural (siendo promotor de conocimiento y entendimiento entre culturas) y desarrollo de equipamiento, servicios e infraestructuras (escuelas, carreteras, telecomunicaciones, etc.) (OMT,1999).



### 1.1.3. Medioambientales

El entorno, es uno de los principales atractivos turísticos. Factores como el paisaje y la biodiversidad, son altamente considerados por el turista a la hora de escoger destino vacacional (Quintero, 2004).

A pesar de ello, el tradicional modelo turístico de masas, basado en la copiosa concentración de personas y servicios en destinos, ha sido tremendamente agresivo con ecosistemas y el patrimonio natural de estos lugares, superándose su propia capacidad de carga, al requerir unas necesidades y recursos superiores a las que estos originalmente podían dar. Entre sus principales impactos medioambientales negativos podemos encontrar (Gascón y Cañada, 2007):

- Sobreexplotación del espacio: el incontrolado crecimiento del Turismo de Masas, degrada y destruye multitud de áreas ecológicas y naturales. Prueba de ello, son la urbanización, la construcción de infraestructuras y el emplazamiento de servicios sobre espacios naturales, vírgenes y agrarios, en multitud de destinos.
- Rupturas y desequilibrios ecológicos y biológicos: la actividad turística ha llegado a deteriorar, e incluso hasta eliminar, espacios de alto valor natural. Un claro ejemplo en zonas costeras, son los ecosistemas de las playas, perdidos en favor de una mayor concepción estética de las propias (desapareciendo dunas, marismas, vegetación, etc.).
- Contaminación paisajística y arquitectónica: especialmente en zonas litorales y montañosas, en las que no se ha seguido un patrón de construcción, ni se ha respetado la arquitectura tradicional de la zona.
- Aumento de las necesidades energéticas y materiales: el Turismo de Masas, requiere de la construcción de infraestructuras, edificios, medios de transporte... los cuales suponen fuertes presiones sobre las energías y recursos de los destinos, teniendo que ser importados estos desde regiones externas, en el peor de los casos, debido a su agotamiento (ej.: electricidad, agua, combustible fósil, etc.).

- **Contaminación residual:** la masificación turística incrementa el volumen de desechos sólidos y líquidos, llegando a superar los niveles soportables por las propias estructuras de gestión de desechos en destinos, lo cual deriva en una situación de colapsos y vertidos de los residuos sobre el medioambiente (el vertido de fluidos sobre mares y ríos, es un claro ejemplo). Además, existe un aumento en la emisión de gases contaminantes y señales acústicas, procedentes de la combustión de energía fósil y los propios medios de transporte, que afectan perjudicialmente a la calidad ambiental del destino.

Todos estos factores perjudiciales, pueden desembocar en un estrés ambiental, especialmente en entornos frágiles y vulnerables, consecuencia de la superación de los niveles de tolerancia por el medio natural de los destinos turísticos.

Como venimos señalando en ambos apartados anteriores, es en la planificación y gestión del Turismo, dónde reside la reducción y mitigación de estos impactos. En el caso de los impactos ambientales, existen ciertos tipos de Turismo, como el Turismo Responsable y de Naturaleza, que no sólo tratan de reducir al máximo estos impactos negativos, sino que son excelentes medios para la conservación y puesta en valor del patrimonio ambiental, al ser considerado este como atractivo turístico principal “el turismo ha sido determinado como una de las más eficaces herramientas para la conservación, siempre y cuando los diferentes actores involucrados con su gestación participen conscientes y activamente en los procesos de conformación de la oferta” (Blázquez, 2012).

#### **1.1.4. Ciclo de vida de los destinos turísticos**

La investigación turística, a razón del continuo crecimiento del Turismo, tenía la imperiosa necesidad de desarrollar herramientas que permitiesen entender la evolución de los destinos turísticos, mediante las cuales, establecer líneas de actuación en destinos con problemas asociados a la masificación turística (Sánchez, Vargas y Castillo, 2017).

Así fue como (Butler, 1980), creó el denominado ciclo de vida de los destinos turísticos, una magnífica herramienta que permite interpretar las distintas fases que experimenta un destino durante su evolución turística:

1. Inicialmente, existe una fase de exploración, en la que destaca el alto intercambio sociocultural y el bajo impacto económico realizado por una demanda turística mínima, debido al pobre desarrollo turístico del destino.

2. Después, aparece la etapa participativa, en la que población local y administraciones públicas se involucran en la actividad turística ofreciendo instalaciones y servicios al visitante, gracias al aumento en la demanda, el desarrollo del mercado y la aparición de las “temporadas turísticas”.
3. Más tarde, se entra en la esfera del desarrollo, en la que aparecen los agentes externos (cadenas y franquicias turísticas), que toman el control de gran parte de la infraestructura turística debido al comienzo de la masificación en la demanda, la cual requiere de un equipamiento actualizado y de garantías (floreciendo en esta etapa las primeras reticencias en la comunidad local).
4. La siguiente, es la fase de consolidación, en la que ya una gran proporción de la economía local queda vinculada al Turismo, produciéndose un paulatino incremento turístico que busca la maximización de beneficios.
5. En plena etapa de estancamiento, se habrá alcanzado o incluso superado la “capacidad de carga”, límites en el volumen e intensidad que un destino puede soportar sin causar daños irreparables (López Bonilla, J. y López Bonilla L., 2008), con los consiguientes problemas ambientales, sociales y económicos que esto acarrea.
6. Finalmente, todo desemboca en la fase de declive, en la que el destino pierde su atractivo y no puede competir frente a otros destinos emergentes, produciéndose un deterioro e incluso desaparición de parte de la infraestructura. Es aquí, cuando se entra en un escenario difícil de remontar, en el cual se intenta rejuvenecer el destino implementando un cambio de estrategia: nueva infraestructura y atracciones turísticas, aprovechamiento de recursos naturales por explotar, nuevos clientes...

Sin embargo, autores como (García, Reinares, Armelini, 2013, p.80), destacan que el ciclo de vida de destinos turísticos “implica una serie de limitaciones como herramienta para la dirección estratégica y es preciso considerarla como una herramienta de diagnóstico del progreso del destino y no como una herramienta de decisión”.

A fin de solucionar y alargar al máximo la vida de los destinos, se ha presentado el Turismo Sostenible como el paradigma a seguir en destinos consolidados, cercanos o inmersos en plena fase de declive. Entre las aportaciones de este modelo a la planificación y gestión de destinos turísticos, destaca: la cooperación coordinada entre los agentes de la gobernanza turística, su adaptación al contexto político y socioeconómico, el entorno,

la perspectiva intergeneracional y el largo plazo como horizonte temporal inexcusable (Bramwell, 2004). Sin embargo, debemos incidir en que la sostenibilidad no debe quedar únicamente relegada a ser un recurso a implementar frente a la aparición de impactos derivados de la masificación turística, pues aquellos destinos emergentes que se integran desde su origen en el marco de la sostenibilidad, se convierten en auténticos referentes cualitativos para los consumidores, al controlar eficazmente los efectos negativos de la actividad turística desde un primer momento, y garantizar el mejor de los futuros para su Turismo y sus habitantes (Ávila y Barrado, 2005).

## **1.2. Turismo Sostenible: concepto, objetivos y beneficios**

El origen del Turismo Sostenible es temporalmente reciente, pues este concepto tuvo por primera vez reconocimiento oficial en 1972, en la Conferencia sobre el Medio Humano celebrada en Estocolmo; donde también se erigió el Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), entidad internacional coordinadora de las acciones globales a favor de la protección del medioambiente (Alea y Botet, 2005).

Desde entonces y, hasta la fecha, no se ha dejado de debatir sobre el concepto de Turismo Sostenible. Cabe señalar que, la gran mayoría de autores que investigan esta temática, asume y reconoce como punto de partida la definición dada por la OMT en el documento *Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects*, surgido a partir de la Conferencia Euromediterránea sobre Turismo y Desarrollo Sostenible, celebrada en 1993:

El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida" (OMT,1995).

Tras conocer y poner en contexto la definición referencia del Turismo Sostenible y, apoyándome en lo investigado por Cardoso (2006), paso a presentar las esferas bajo las que se fundamenta la sostenibilidad turística:



Figura 2. Los 4 pilares fundamentales de la Sostenibilidad Turística. Elaboración propia. Fuente: Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible; OMT,1999.

- Ecológicamente: busca minimizar al máximo los impactos negativos del Turismo sobre el medioambiente, con objeto de conservar y poner en valor los entornos naturales de los destinos.
- Culturalmente: trata de revitalizar las tradiciones y rasgos autóctonos de cada destino, fomentando el intercambio positivo de valores entre turistas y locales, mediante la participación integradora del visitante en la cultura local.
- Socialmente: procura satisfacer las necesidades del turista, atendiendo a las propias de la comunidad local, promoviendo oportunidades de desarrollo sostenible que mejoren la calidad de vida en destinos turísticos.
- Económicamente: busca una distribución económica equitativa entre los agentes participantes en la actividad turística del destino receptor, tanto directos como indirectos, a fin de crear economías consolidadas y duraderas, que garanticen una viabilidad y rentabilidad turística.

Analizadas las características y objetivos primordiales del Turismo Sostenible, y estribándose en el razonamiento aportado por Organización Mundial del Turismo, cabe dilucidar los principales beneficios que aporta este paradigma sobre los destinos receptores (OMT, 1999):

- Implanta una cohesión social entre los agentes implicados en la actividad turística, con objeto de garantizar un próspero desarrollo de la actividad y del resto de

sectores productivos locales; fomentando el empleo y desarrollo empresarial local.

- Promueve la conservación del medioambiente mediante legislaciones proteccionistas y medidas como la creación de espacios protegidos (Parques Naturales, Reservas Biosfera...).
- Fomenta la revitalización y puesta en valor de los recursos autóctonos y patrimoniales de cada área (folklore, artesanía, gastronomía, patrimonio...), apostando, además, por intercambios integradores de valores entre turistas y locales que enriquezcan socio-culturalmente a ambas partes.
- Mejora la calidad de vida en destinos, gracias a ingresos fiscales y a los ya mencionados intercambios culturales: infraestructura, transporte, aumento en niveles de tolerancia, etc.
- Promueve un reparto económico equitativo y equilibrado entre los agentes implicados en la actividad turística.
- Aparece como alternativa socio-económica, generando oportunidades de desarrollo en áreas poco diversificadas económicamente.

Sin embargo, hemos de señalar que el concepto de sostenibilidad, debido a su ambigüedad y carácter abierto, ha sido utilizado y, continúa siéndolo en muchos casos, retórica e inapropiadamente, al ser un deseo tan general el cual no precisa demasiado su modo de llevarlo a la práctica (Naredo, 1996); de ahí nace la inquietud de muchos investigadores por agregar elementos que perfeccionen la definición dada por la OMT. Es por ello, que nos encontramos ante muchos destinos turísticos que intentan ser sostenibles y, así se promocionan, cuando realmente, en la práctica, encontramos pocos ápices de dicha sostenibilidad; entendiéndose la sostenibilidad desarrollada en estos destinos como débil.

Por lo tanto, la sostenibilidad debe ir más allá de ser un mero adorno retórico, incorporándose como pieza clave en la planificación y gestión de los destinos, para posteriormente verse eficazmente implementada en la práctica (Ávila y Barrado, 2005). Elementos como el trabajo en gobernanza y las certificaciones turísticas, son instrumentos que facilitan y acreditan estos procesos, que a continuación veremos.

Finalmente, hemos de indicar que diversos ámbitos y términos se está avanzando hacia un nuevo modelo de Turismo que cada vez más todos denominamos Turismo Sostenible, el cual engloba otros términos como Turismo de Naturaleza, Turismo Accesible y

Turismo Smart, teniendo este último una mayor repercusión a lo largo del informe, y los cuales podrán verse desarrollado teóricamente en los Anexos I y III.

### **1.3. La importancia de las certificaciones turísticas**

Actualmente, la sociedad civil cuenta con una mayor educación y sensibilidad turística, existiendo una mayor inquietud por factores que afectan al Turismo, como la calidad, el medioambiente, la salud o la seguridad. Una herramienta efectiva que garantiza el cumplimiento en los procesos productivos de una actividad o servicio con ciertos estándares, relativos a dichos factores, son las certificaciones (Bien, 2007).

Según este autor (Bien, 2007), las certificaciones ofrecen una multitud de aspectos positivos para todos los agentes de la gobernanza:

- Sector Privado: para su obtención y renovación, deben superar procesos formativos, evaluaciones y cumplir con determinados estándares. Además, suelen ofrecer asistencia técnica y pueden ayudar a la concesión de subvenciones. Todo ello, emana en mejoras de sus procesos productivos, reducción en los costes y un aumento competitivo.
- Consumidores: actúan como indicadores, facilitando a la demanda el identificar aquellas empresas que son más responsables, pues estas garantizan el cumplimiento de unos estándares mínimos, algo que genera fiabilidad y confianza en el turista.
- Administraciones Públicas: el apoyo e impulso de estas, aumentan la calidad y competitividad de la industria turística en sus destinos competentes, además de suponer una disminución de gasto público en prevención y conservación ambiental. También, pueden ayudar a proteger nichos de mercados amenazados por el lavado verde.
- Poblaciones Receptoras: generalmente, inducen a comportamientos eficientes y más sostenibles, lo cual deriva en un aumento en la calidad de vida de los destinos receptores (mejor infraestructura, aumento de calidad en servicios, empleo, protección de la cultura tradicional...).

No obstante, todos estos beneficios serán mermados si carecen de objetividad, pues la eficacia de las certificaciones reside en este concepto. Por tanto, una certificación íntegra

debe poseer: claridad de criterios, un carácter homogéneo e inclusivo a toda empresa, imparcialidad a la hora de evaluar, transparencia y contener cláusulas de extinción para evitar el lavado de imagen.

De esta manera, debemos incidir en que no todas las certificaciones son iguales, existiendo disparidades entre ellas, cuyas grandes diferenciaciones las podemos encontrar en: el organismo que las certifica y en si son sistemas basados en desempeño o en procesos.

#### Certificación por primeras, segundas y terceras partes

La certificación por primeras partes son los denominados procesos de autoevaluación, en las que nadie ajeno a la empresa verifica estos procesos. La certificación por segundas partes, es aquella en la que los fundadores u otros órganos externos avalan que el producto o servicio recibido satisface los estándares del comprador. La certificación por terceras partes, es aquella en la que un tercero independiente y neutral evalúa el cumplimiento del producto o servicio por medio de unos estándares claramente definidos, siendo, por lo tanto, las que suelen tener una mayor fiabilidad y eficacia (Sánchez Martínez, 2015).

#### Sistemas basados en desempeño o procesos

Uno de los grandes debates alrededor de las certificaciones, es si en estas deben certificarse los procesos o los resultados, (Bien, 2007):

La certificación basada en procesos, se encarga de verificar la documentación y el establecimiento de sistemas que garantizan una mejora en la calidad y práctica ambiental por parte de las empresas o instituciones. Dichos organismos, deben demostrar una mejora continua con respecto a su propio desempeño previo, pero no establecen unos resultados específicos en torno a dicho desempeño. La principal nota negativa de estos, es que certifican el esfuerzo realizado por las empresas, pero no atienden a su desempeño real, al no exigir garantías de cumplimiento en sus productos o servicios alrededor de criterios (ambientales, de calidad, etc.). Por lo tanto, diremos que estos certifican a la empresa, no lo que producen.

Por otra parte, encontramos los sistemas basados en el desempeño, los cuales certifican a las empresas en base a unos criterios externos objetivos. Así, estos permiten extraer resultados específicos en torno al desarrollo productivo de los organismos a los que acredita, lo cual permite conocer verdaderamente el desempeño acreditado en cuestión.



Al examinar estos dos tipos de sistemas, parecen resultar, aparentemente, más efectivos los sistemas basados en desempeño. Sin embargo, los sistemas de gestión basados en procesos pueden contribuir en mayor medida a un continuo y positivo desarrollo, al requerir la documentación y el establecimiento de procedimientos internos que garanticen una óptima mejora sobre los aspectos acreditados en las empresas, frente a sistemas puramente basados en el desempeño, los cuales simplemente exigen el cumplimiento de unas medidas clave. Los sistemas basados en procesos, se convierten en parte de la estructura organizativa empresarial y, además, ayudan a controlar y medir elementos acreditados sobre las propias operaciones corporativas, algo que puede no ser tenido en cuenta por los indicadores de desempeño.

Tras analizar estos sistemas, y comprobar su carácter ambivalente, cabe destacar que en el seno de la industria turística existe un creciente consenso en la incorporación de elementos de ambos modelos para los sistemas certificadores, realizando especial hincapié sobre el desempeño.

En la Industria Turística, las primeras certificaciones que aparecieron fueron las de calidad, a principios del s.XX, con métodos como el Sistema Mundial de cinco estrellas o la conocida Guía Michelin, los cuales cualifican la calidad hotelera (además de otros aspectos como la salud y la seguridad), y llevan años asentadas (Bien, 2007).

Sin embargo, la aparición de las primeras certificaciones ambientales no llegó hasta 1987, las cuales serán analizadas en profundidad más adelante.

Se resumen, analizan y comparan brevemente en el Anexo II las principales certificaciones de calidad, pues posteriormente será comentado el grado de adopción en torno a estas en la oferta turística privada de nuestro destino caso de estudio, Gijón.

## 1.4. Gobernanza: elemento clave para un desarrollo turístico sostenible

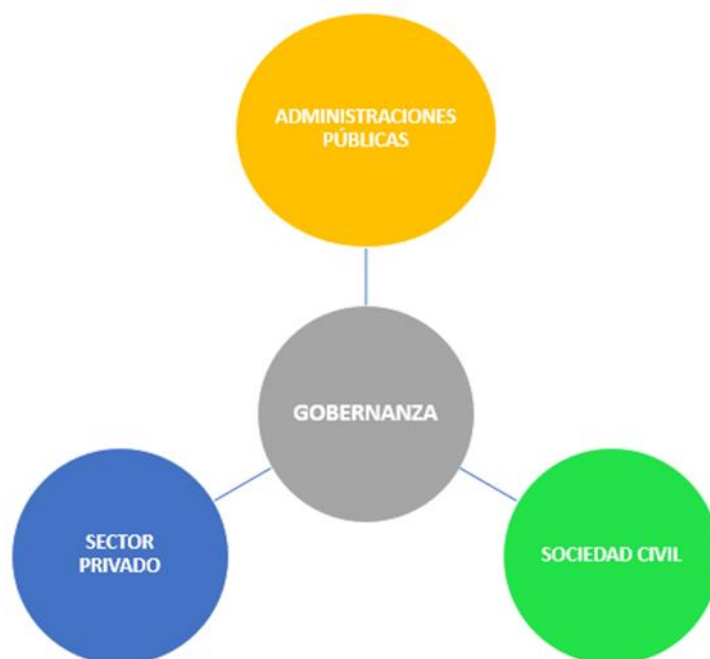


Figura 3. Elementos de la Gobernanza. Elaboración propia. Fuente: Gestión de destinos: ¿Gobernabilidad del Turismo o gobernanza del destino?; Velasco,2008.

El Turismo, es una actividad con gran sensibilidad sobre los cambios sociales, políticos económicos y culturales. Es por ello que, esta transversalidad de la actividad, requiere de un máximo consenso entre los actores implicados en su producción, a fin de garantizar un crecimiento y desarrollo del Turismo hacia la sostenibilidad.

Se ha de incidir en que, para lograr este eficaz viraje de la industria turística hacia la sostenibilidad, se precisa de la colaboración entre los distintos actores que intervienen en la producción turística a cualquier nivel (nacional, subnacional y transnacional), para el establecimiento de sinergias y una coordinación de objetivos comunes que garanticen un mejor futuro al entero de la sociedad, reduciendo al máximo los impactos negativos que históricamente el Turismo ha tendido a generar. Por lo tanto, la gobernanza no es un aspecto que se deba desarrollar única y verticalmente en aquellos territorios que deseen avanzar sustentablemente, pues es un elemento que, impulsado global y transversalmente, puede generar un verdadero cambio en la industria turística hacia la sostenibilidad (OMT,2010).

Destacar que, la OMT, señala a los gobiernos, a nivel global, y a las administraciones públicas, en el ámbito local, como los agentes a liderar este modelo de gestión cooperativa del Turismo. Precisa que, estos, deben pasar a ser el eje principal de la red de políticas públicas en destinos, adquiriendo el compromiso de construir plataformas de análisis y discusión coordinada que integren al resto de agentes implicados en la producción turística, con la meta de alcanzar una eficaz gestión sostenible sobre la actividad turística.

Una clara definición que resume concisamente este concepto, es la siguiente: “La gobernanza turística ha de ser entendida como los procesos de decisión público-privados que van a mejorar la gestión de los conflictos que inevitablemente provoca la actividad en el destino.” (Velasco, 2007, p.137).

Tras examinar el concepto de gobernanza, conociendo el rol que adquirido por cada uno de los agentes que la conforman, y apoyándonos en lo investigado por (Velasco, 2008), pasamos a desglosar las principales características que atañen a este término:

- Colaboración y coordinación entre los actores público-privados implicados en la producción turística: en los que las administraciones públicas adquieren un claro papel de liderazgo durante estos procesos.
- Aceptación e implicación en la actividad turística por parte de la población local (sociedad civil).
- Transversalidad: cooperación y consenso, a toda escala, entre los agentes de la industria turística (a nivel local, regional, nacional, y transnacional).
- Evaluación de procesos: a fin de generar una mejorada planificación del Turismo, que garantice el desarrollo unívoco, comprometido y eficaz, de la actividad.

En cuanto a este último elemento de la gobernanza turística, la evaluación de procesos, resaltar que, la OMT se encuentra inmersa en la creación de indicadores, con el objetivo de conocer el espacio que ocupa la gobernanza en la industria turística, y posteriormente, aplicar estos sobre los procesos de toma de decisiones en los ámbitos públicos y privados; además de servir para la mejora del desarrollo e implementación de políticas públicas que afectan al Turismo.

En cuanto a los campos de observación que comprenden dichos indicadores, comentar que, estos, se encuentran dirigidos hacia el análisis de las capacidades institucionales de los territorios, a través de la medición de sus medios jurídicos y normativos. Fundamentalmente, estos se encuentran destinados a investigar las aptitudes de los destinos en materia de coordinación, colaboración, cooperación, transparencia, formación

y desarrollo de nuevas estructuras, con respecto a los actores implicados en la producción turística. Además, mediante estos se pretenderá conocer el grado en que dichas capacidades institucionales se han traducido en prácticas de gobierno sustentadas y, así, descubrir la calidad de participación público-privada que ha existido durante el desarrollo de estas (Durán, 2013).

Por lo tanto, incidimos en que, la gobernanza, es una herramienta imprescindible para lograr un Turismo Sostenible, pues esta permite la mejora de las relaciones horizontales entre los distintos agentes públicos y privados que intervienen, directa e indirectamente, en la producción de la actividad: ayudando a optimar, desde la integración en interdependencia, los procesos de decisión, gestión y planificación turística, los cuales son esenciales para el desarrollo sustentable de la actividad (Reves, 2006).

## **CÁPITULO 2**

### **ESTADO DE LA CUESTIÓN**

“Investigar es ver lo que todo el mundo ha visto, y pensar lo que nadie más  
ha pensado”

Albert Szent-Györgyi

## **2.1. Origen, desarrollo e implantación de la sostenibilidad turística**

El origen hacia un nuevo modelo turístico sostenible nace del tradicional Turismo de Masas, cuya incontrolable actividad exteriorizaba grandes impactos perjudiciales sobre multitud de destinos turísticos, incidiendo especialmente sobre los entornos ambientales; un hecho que supuso un replanteamiento sobre el principal modelo de desarrollo de la industria turística (Cardoso, 2006).

Entre los eventos más importantes en torno a la evolución de la sostenibilidad en el Turismo podemos encontrar:

En el año 1978, la OMT creó un comité ambiental, el cual estableció unas directrices generales proteccionistas con el medioambiente, aunque, realmente, no se comenzaron a experimentar verdaderos avances sostenibles en el seno de la industria turística hasta los años 90, pues estas medidas carecían de un respaldo generalizado por parte de los organismos internacionales (Ayón, Pibaque Pionce, M.S., Baque Pibaque, L.M., Pibaque Gómez, D.P., 2019).

El primer gran evento, y punto de inflexión hacia un desarrollo mundial sostenible, fue la celebración en 1992, de la “Conferencia Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo” en Río de Janeiro, conocida popularmente como “Cumbre de la Tierra”. Esta reunió a las principales personalidades políticas del Mundo, pues participaron 172 países y asistieron 108 jefes de Estado, algo que la convirtió en colosalmente exitosa, ya que, además, en ella, nació la “Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo”. Esta carta, recogió 27 principios en los que aparecían las directrices y responsabilidades tomadas por las naciones participantes, con objeto de garantizar un eficaz desarrollo sostenible y bienestar mundial futuro. También, en esta cumbre fue desarrollada la “Agenda 21”, un programa de acción mundial de carácter transversal propuesto por la ONU (con acciones a nivel global, nacional y local), para la consecución de un desarrollo mundial sostenible en el s.XXI. (Jankilevich, 2003).

En el seno de la industria turística, el gran cambio llegó en 1995, con la celebración de la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible de Lanzarote, en la que se erigió la “Carta de Turismo Sostenible”: este texto defendía la cooperación entre los agentes participantes en el desarrollo turístico, para el alcance de modelos verdaderamente sostenibles que fueran soportables ecológicamente a largo plazo, económicamente viables y deferentes

con las poblaciones receptoras. Además, incluyó otros aspectos clave como: la conservación y puesta en valor del patrimonio local, la sensibilización ambiental, la mejora en la calidad de vida de las comunidades locales y el reparto más equitativo de cargas y beneficios generados por el Turismo (Sostenible, C.M., 1995).

Debido a la constante evolución global, los principales organismos de las disciplinas turísticas y sustentables continúan celebrando congresos y conferencias con el propósito de alcanzar un perfeccionado desarrollo sostenible en el Turismo. Cabe destacar que, en estas reuniones, los propósitos y directrices de las cartas y declaraciones analizadas anteriormente, naturalmente, han sido actualizados y renovados.

Tras analizar el origen y desarrollo del Turismo Sostenible a nivel global, veamos su evolución en España y la Comunidad Autónoma uniprovincial del Principado de Asturias, ambos sumamente influyentes sobre el desarrollo turístico sostenible de nuestro caso de estudio, la ciudad de Gijón.

### **2.1.1. Desarrollo de la sostenibilidad turística en España**

El término de sostenibilidad, fue por primera vez introducido dentro de la política turística española a principios de los años 90, en el **Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Futures I 1992-1995)**, el cual fue estructurado en forma de programas operativos. El principal objetivo de este, fue el consolidar al Turismo como sector económico competitivo, y recuperar el liderazgo turístico en mercados internacionales (Brunet, Almeida, Coll y Monteserín, 2005).

Si bien es cierto que este introdujo ciertas líneas de acción de corte ambiental como “Conservación del entorno natural y urbano, compatibilizándolos con la actividad turística”, el documento tenía una primordial visión económica, al no contar con ninguna actuación y/o programa plenamente sostenible. Aun así, este es el primer Plan que guarda impacto en la relación sostenibilidad y política turística a nivel nacional, pues este fue basado sobre el concepto de competitividad, muy recurrente a la hora de poner en valor este paradigma turístico (Ramírez, 2015).

No es hasta el año 1996, cuando aparece explícitamente el término de sostenibilidad dentro de la política turística nacional, en el **segundo Plan Futures (1996-1999)**. Los principios rectores de este Plan, surgidos de la evaluación del plan anterior, fueron: sostenibilidad, corresponsabilidad de todos los agentes, concentración de las acciones por

productos o destinos e integración de iniciativas empresariales en proyectos comunes con las distintas administraciones (Velasco, 2010).

En este, es destacable el papel que se le entregó a la sostenibilidad dentro del programa integrado dedicado a Nuevos Productos, en el que se dice “se presentarán proyectos que diseñen una estrategia global para el producto en cuestión, o aspectos de singular importancia como la elevación de niveles de calidad; adecuación a criterios de sostenibilidad ambiental; adaptación a cambios tecnológicos y de mercado o reforzar elementos que permitan captar nuevos segmentos de demanda y alargar la temporada”.

Una de sus actuaciones sostenibles más destacadas, fue el lanzamiento de los Planes de Dinamización Turística (PDT), herramienta dedicada a potenciar el desarrollo turístico de destinos emergentes, desde una base sostenible.

Sin embargo, como bien indica la profesora (Velasco,2010), ambos Planes Futures quedan como principios inspiradores de la sostenibilidad dentro de la política turística nacional, pues pese a que este término formarse parte del discurso turístico del país desde los años 90, su impacto en la evolución del Turismo español tras casi tres décadas ha sido bastante débil.

El siguiente plan turístico que se desarrolló a nivel nacional, fue el **Plan de Calidad Turística Española (2000-2006)**, el cual sustituyó el enfoque de ambos proyectos anteriores, pasando de la competitividad a centrarse en la calidad. Tanto en sus distintos programas como en sus líneas de acción, destacaba en este Plan el rol estratégico asumido por la calidad, que de entre sus actuaciones, resalta el origen del proyecto SICTED, analizado en el Anexo II. Además, se debe enfatizar en este el papel adquirido por la administración central en materia de promoción y comercialización, e información y cooperación turística con países en vías de desarrollo (Brunet, Almeida, Coll y Monteserín, 2005).

Como es apreciable, en este Plan se volvió a dar un paso atrás hacia el desarrollo turístico sostenible, que, aunque bien es cierto que ambos planes anteriores no consiguieron grandes cambios en la práctica, al menos estos contaban buenas intenciones sustentables. Considero que se perdió una magnífica oportunidad de introducir actuaciones sostenibles sobre la base de calidad bajo la que se fundamentaba el Plan, pues son conceptos que, como estamos viendo, se encuentran íntimamente ligados.



Más tarde, se elaboró el **Plan del Turismo Español Horizonte 2020**. En este, ya sí que se introdujeron actuaciones sostenibles de pleno, apareciendo la sostenibilidad, en su retórica, como uno de sus ejes claves, junto a la competitividad, sobre los que asentar el futuro del desarrollo turístico nacional. Además, en este se incidió sobre otros aspectos clave como el impulso tecnológico, la formación, la comercialización y la gestión de destinos turísticos, estrechamente vinculados al paradigma de Turismo Sostenible. Las estrategias de este Plan, trataron de ser implementadas mediante el **Plan del Turismo Español 08-12**, el cual no llegó a culminarse debido al cambio de gobierno estatal en 2011 (Cañizares, 2013).

En materia turística sostenible, destaca que, uno de los ejes de actuación clave del Plan, se encontraba íntegramente dedicado a la sostenibilidad “Sostenibilidad de Modelo”, el cual, a su vez, estuvo compuesto por 4 estrategias, en las cuales, es apreciable una consideración más realista de la sostenibilidad en la práctica turística (Secretaría General de Turismo, 2007).:

- Turismo, medioambiente y sociedad: avanzar en la asunción de compromisos sostenibles y desarrollar fuertes prototipos integrales de referencia con proyección internacional en actividades empresariales y destinos. Para ello se proponen la creación de indicadores, la idea de gobernanza como base, y el establecimiento y reconocimiento de buenas prácticas, entre otras medidas.
- Planificación y gestión de destinos turísticos: impulso de los procesos de planificación y gestión turística en destinos basados en la idea de gobernanza. Se hace énfasis en la idea de desarrollar distintas metodologías según el nivel de madurez de los destinos, con el objetivo común de facilitar un crecimiento pausado y enriquecedor del sector turístico español a largo plazo, con propuestas innovadoras que se anticipen a la evolución del mercado.

Las otras dos estrategias de acción de este eje, giraban en torno a la recualificación de destinos turísticos maduros y la desestacionalización, dos de los grandes problemas acaecidos a nivel nacional debido al histórico desarrollo del modelo turístico de masas en el País.

Cabe señalar que, pese a introducirse líneas de acción sustentables, y conformar estas un intento de cambio hacia la sostenibilidad por parte de la política turística estatal, con elementos como la gobernanza y creación de indicadores, existió una carencia de

actuaciones ambientales, elemento fundamental del Turismo Sostenible, estando dirigidas la gran mayoría de sus acciones hacia la sostenibilidad económica y social.

El **Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2016 (PNIT)**, fue su plan predecesor. Aunque no aportase grandes cambios sobre los anteriores, ya que se centró en mantener la posición de España como líder mundial y buscar una sostenibilidad fundamentalmente económica, introdujo dos reseñables actuaciones sostenibles. La primera de ellas, fue el desarrollo del proyecto Destinos Inteligentes, que tiene como objetivo la mejora de la calidad y la sostenibilidad en la gestión de destinos mediante la implementación eficiente de las TIC, herramienta imprescindible para la evolución de la industria turística hacia la sostenibilidad. La segunda actuación en cuestión, fue el impulso en la creación de un producto de Turismo de Naturaleza, el Ecoturismo, mediante el desarrollo del Plan Estratégico del patrimonio natural y de la biodiversidad 2011-2017, y la elaboración del Plan sectorial de turismo de naturaleza y biodiversidad, a través de los cuales se estableció al Club Ecoturismo en España como principal ente para el fomento de esta tipología turística, la cual se encuentra apostando firmemente por el Turismo Sostenible en el ámbito nacional, como podrá comprobarse en el Anexo III (Secretaría de Estado de Turismo e Instituto de Turismo de España, 2012).

Finalmente, comentar que, en el reciente 2019, el gobierno español comenzó a elaborar la **Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030**, sobre la cual introdujo un conjunto de directrices y objetivos generales. El principal objetivo de este Plan, nuevamente, es mantener la posición de líder turístico mundial mediante la sostenibilidad, siguiendo la línea de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), de la Agenda 2030. Sin embargo, es claramente identificable en este, como el Estado Central vuelve a hacer referencia a la sostenibilidad principalmente desde su vertiente económica "Se debe ir más allá y atender a la sostenibilidad del modelo como una condición no tanto moral sino económica, partiendo de la idea de que, sin sostenibilidad, sencillamente no habrá turismo en el futuro" (Secretaría de Estado de Turismo, 2019).

Se ha podido comprobar a través de este análisis, como a nivel nacional no ha habido un enfoque real y serio por implantar el modelo de Turismo Sostenible en España. Es cierto que se ha introducido el término de sostenibilidad en varios de los Planes, e incluso líneas de actuaciones en los más recientes, pero hemos de señalar que se han centrado fundamentalmente en el eje económico de esta idea, los cuales, además, no han generado grandes cambios sustentables en la práctica. Si verdaderamente se quiere conseguir un

cambio de modelo turístico hacia la sostenibilidad desde la política turística nacional, no se puede seguir obviando los ejes social y ambiental de la sostenibilidad, especialmente este último, pues como venimos indicando a lo largo del informe, es el más perjudicado por la masificación turística, situación que afecta a multitud de destinos del país.

Positivamente, podemos destacar la apuesta por proyectos como la creación de Destinos Inteligentes y el Ecoturismo, ambos cuales, como veremos en los Anexos I y III, están desarrollándose comprometidamente bajo el paradigma de la sostenibilidad.

### **2.1.2. Desarrollo de la sostenibilidad turística en Asturias**

En cuanto a la política turística asturiana, podemos identificar al **Plan de Líneas Estratégicas para el Desarrollo y Promoción del Turismo en Asturias (PLETA 2007-2010)**, como el primer gran plan turístico de la región, al ser el primero que contó con la colaboración del entero de la gobernanza turística regional para su elaboración. Este tuvo como principales objetivos la mejora de los sistemas de calidad del destino y la utilización del marketing para reforzar las marcas turísticas de la región, especialmente la marca “Asturias Paraíso Natural, y exportar así una imagen de destino de calidad (Sociedad Regional de Turismo de Asturias, 2007).

Entre los 16 programas que integran este Plan, apenas había referencias a la sostenibilidad turística, pudiendo destacar únicamente entre sus líneas de actuación en favor de la sostenibilidad, el incorporar los criterios ambientales de las ISO 14001 y el EMAS a los sistemas calidad de la región, y el fomentar la adhesión a la CETS y la “Q” de calidad en los Espacios Nacionales Protegidos de Asturias; además de apelar al trabajo en red y gobernanza de manera muy general.

Tras este Plan, se elaboró el **Programa Estratégico de Turismo del Principado de Asturias (PrEsTa 2013-2015)**, cuyo principal objetivo fue potenciar la calidad, imagen y competitividad del sector turístico regional. Para la consecución de dicho objetivo, se estructuró bajo tres pilares estratégicos: gestión, posicionamiento y competitividad de la oferta turística del destino (Dirección General de Comercio y Turismo, 2013).

En su eje estratégico dirigido a la gestión del destino, comenta que la gestión integral y sostenible de un destino, requiere por parte de la administración autonómica la asunción de un papel de liderazgo, por lo que parece que Asturias en este Plan realizó un avance por dirigirse hacia la sostenibilidad turística. En esta línea, presenta fundamentalmente

actuaciones dirigidas a la cooperación y trabajo en gobernanza, y como puramente sostenibles encontramos “Apoyo al desarrollo de proyectos sostenibles y accesibles” y “Apoyo a la emprendeduría y a la innovación”, en las cuales es claramente apreciable, su carácter genérico, al no aportar especificidad alguna.

En cuanto a sus otros dos ejes estratégicos, únicamente comentar que, entre todas sus líneas de acción, solo son sustentablemente destacables “Impulso a la incorporación de la gestión medioambiental en las empresas” y “Fomento del turismo de naturaleza y en el medio rural”, las cuales apenas contaron con protagonismo entre la multitud de estrategias bajo las que se fundamentaban ambos programas.

El siguiente Plan autonómico que encontramos, es el **Programa de Turismo Sostenible del Principado de Asturias 2020 (PTSPA 2020)**, el más reciente hasta la fecha, el cual tiene como principal objetivo aumentar la competitividad sostenible y mejorar la rentabilidad socio-económica del sector turístico y la región (Dirección General de Comercio y Turismo, 2016). Al igual que con la Estrategia de Turismo Sostenible de España, a veces se utiliza el término “sostenible” como calificativo económico, conceptualmente queriendo apostar por sostener el crecimiento.

De hecho, esta idea se repite a lo largo del Plan, pues en su Marco Estratégico podemos ver como se dice que “Dicho Programa, que se articula con un horizonte 2020, tiene como principal finalidad lograr la generación de riqueza y una mayor actividad económica, aumentando la competitividad sostenible y mejorando la rentabilidad económica y social para el sector turístico y el territorio”, algo que nos confirma las bajas pretensiones sostenibles (social, ambiental, económica y cultural) del programa, el cual, por otra parte, se define erróneamente como de Turismo Sostenible, cuando este paradigma, como ya hemos analizado en el marco teórico, no se caracteriza precisamente por la búsqueda primordial de generar riqueza y rentabilidad económica.

Aun así, de entre sus acciones podemos rescatar alguna que sí está en consonancia con la sostenibilidad. En su línea estratégica de “Fortalecimiento, especialización y consolidación de los productos turísticos cabecera de marca”, podemos salvar como sostenible el eje de puesta en valor del patrimonio, el cual se ve implementado en los distintos planes de producto específicos diseñados bajo esta estrategia, especialmente en los dedicados al Turismo de Naturaleza y Cultural, mediante acciones como “Puesta en valor y promoción del patrimonio cultural más singular y representativo del Principado de Asturias” y “Puesta en valor y apoyo a la promoción de las rutas de senderismo y

equipamientos destinados a la divulgación de los valores naturales y la observación de especies de flora y fauna”.

Por otra parte, cabe destacar que, estas acciones, no forman parte de las estrategias principales del Programa, el cual paradójicamente se define como sostenible, pues estas se encuentran destinadas principalmente a la promoción y a la comercialización del Turismo, a fin de alcanzar una mayor actividad económica.

Por tanto, hemos podido comprobar como también a nivel autonómico, se ha utilizado el término sostenibilidad para hacer referencia fundamentalmente a su vertiente económica. Sin embargo, como ya sabemos, la sostenibilidad se estructura bajo otros dos pilares más, el social y el ambiental, ambos cuales cuentan con un bajo protagonismo en los programas turísticos del Principado de Asturias, especialmente el último citado. Únicamente en los apartados de conservación y puesta en valor de recursos, y en la oferta regional de Turismo de Naturaleza, se ve en parte reforzada la sostenibilidad, pues lamentablemente, las líneas de actuación destinadas a esta, son poco específicas y relevantes con respecto a las estrategias generales de los Planes.

Al igual que lo comentado a nivel nacional, si verdaderamente Asturias quiere conseguir un cambio hacia la sostenibilidad en su desarrollo turístico, debe trabajar en actuaciones y líneas estratégicas que potencien el eje social y ambiental de la actividad, como algunas de las que se van a mostrar a continuación en el apartado de buenas prácticas.

## **2.2. Destinos sostenibles ejemplares**

Anteriormente, hemos comentado que es imprescindible la cohesión social y la participación cooperativa del entero de la gobernanza en destinos, a fin de garantizar un desarrollo turístico sostenible. Sin embargo, la mayoría de destinos requieren de asistencia externa para la implantación y mejora de este modelo, son procesos largos y complejos, por lo que se precisa de colaboraciones entre destinos que ayuden a minimizar y manejar los impactos negativos del Turismo sobre el entorno y la sociedad: las denominadas buenas prácticas (Guala C., y Szmulewicz E., 2007).

Las buenas prácticas son acciones para prevenir, corregir y/o mejorar ciertos aspectos de la operación turística. Éstas se pueden implementar en todas las áreas de servicio y operación de las empresas. Su adopción y aplicación beneficiará

ambiental, sociocultural y económicamente al emprendimiento y a la comunidad. Las buenas prácticas deben garantizar que se produce el menor impacto posible sobre los recursos, que se mejora la calidad del producto turístico, que mejora la imagen de la empresa frente al cliente, que la gestión empresarial es más eficiente y que se consigue un mejor desempeño socioeconómico (Rainforest Alliance, 2008, p. 9).

Definición focalizada al ámbito empresarial, perfectamente extrapolable a la planificación y gestión de áreas turísticas.

Según (Rainforest Alliance, 2008), la adopción de buenas prácticas reporta los siguientes beneficios en destinos:

- Conservación, revitalización y puesta en valor del entorno y patrimonio local.
- Implantación de una educación sostenible: que conciencie e involucre a la sociedad civil y visitantes, y fomente la cooperación entre los agentes implicados en la planificación, locales y externos, a fin de garantizar un desarrollo turístico progresivo y eficaz.
- Aprovechamiento responsable y eficiente de recursos: incrementando la calidad y competitividad.
- Imagen de destino responsable: que ayude a captar una demanda turística de calidad, con una visión y valores sostenibles.
- Aumento en la calidad de vida de la población: ambiental, sociocultural y económicamente.

En la práctica, podemos encontrar varios destinos turísticamente sostenibles. De entre ellos, destacamos los casos de Gotemburgo y Málaga, dos grandes ciudades europeas cuyos desarrollos sostenibles, consideramos que pueden ser extrapolables al caso de Gijón. Aparte de ser sostenibles, estos territorios han dado el salto en convertirse en destinos turísticos inteligentes, un paso más para la adaptación a la evolución más incipiente del Turismo, que, como ya hemos visto y comprobaremos, se encuentra estrechamente ligada a la sostenibilidad, y, sobre la cual, Gijón, también ha comenzado a iniciarse.

### 2.2.1. Gotemburgo

Esta ciudad sueca, la segunda más poblada del país, es pionera en materia de sostenibilidad urbana. El excelente gestor público, la empresa *Göteborg & Co*, es quien se encarga de gestionar, planificar y comercializar el Turismo local, estando caracterizada Gotemburgo, por ser una ciudad turística especializada en reuniones y eventos. Además, Gotemburgo también es un espejo al cual mirar en cuanto al funcionamiento del trabajo cooperativo en gobernanza se refiere.

Dentro de su mercado objetivo, el Turismo de Evento y Reuniones, *Göteborg & Co* mantiene una estrecha colaboración con los agentes de este segmento turístico (*Göteborg & Co*, 2020):

Localmente, fomenta y ofrece asesoramiento para la organización de estas experiencias a empresas. Además, el gobierno de la ciudad trabaja junto al Centro Sueco de Exposiciones y Congresos, para aumentar la concienciación e implicación interempresarial en materia sostenible. Tal es este compromiso sustentable, que, en otoño de 2013, Gotemburgo se convirtió en la primera ciudad del mundo en emitir bonos verdes para inversiones que benefician el medio ambiente y el clima.

Internacionalmente, la ciudad fue impulsora del índice GDS (Índice de Sostenibilidad de Destino Global), un programa creado para ayudar a la evaluación y mejora de la sostenibilidad en destinos de eventos y reuniones.

Dentro de la parcela certificadora, cabe destacar que, Gotemburgo, cuenta con una certificación ambiental específica para reuniones y eventos: *Environmental Event Certificate*. Esta es una norma desarrollada a finales de los años 90 por Gotemburgo & Co y el Departamento de Medio Ambiente de Gotemburgo, basada en los elementos clave de la ISO 14001 y el EMAS, la cual, en la actualidad, se ha convertido en un referente a nivel nacional dentro de este campo del Turismo.

Además, la labor sostenible de Gotemburgo no queda únicamente focalizada al Turismo de Eventos y Congresos.

En materia de transporte, la ciudad es de las más desarrolladas y “verdes” del mundo:

- El 95% de su sistema público de transporte funciona mediante energía renovable.

- La ciudad cuenta con 60 puntos de alquiler de bicicletas: contando con más de un millar de velocípedos repartidos por toda la ciudad.
- Gotemburgo dispone de una amplia flota de taxis, compuesta en un 90% por vehículos de bajas emisiones.
- Su aeropuerto, se encuentra acreditado por la credencial *European Airport Carbon*, un programa de gestión global de carbono que trata de reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>, convirtiéndose en ser pionero en el alcance de la neutralidad en materia de carbono bajo.
- El puerto marítimo de la ciudad, fue precursor mundial en proporcionar energía a los buques atracados en tierra, mérito reconocido al recibir el Premio de Transporte Marítimo por "Contribución Regional a la Protección del Medio Ambiente", en 2011.

Dentro del ámbito hostelero, destaca que la ciudad posee una comprometida marca gastronómica, "*Taste of Gothenburg*", la cual exige a los restaurantes asociados que se encuentren certificados ambientalmente y que toda su carne servida sea 100% ecológica. Además, el 95% de las plazas hoteleras de Gotemburgo, también se encuentran certificadas ecológicamente, un hito altamente reseñable.

Su entorno y naturaleza, es otro factor que favorece al excelente desarrollo sostenible de la ciudad. Gotemburgo cuenta con multitud de parques y espacios verdes, como el parque urbano de Slottskogen y el Jardín Botánico de la ciudad, y es que "los habitantes de Gotemburgo pueden jactarse de poder disfrutar de 175 m<sup>2</sup> de espacios verdes para cada uno; el equivalente aproximado a la superficie de un jardín mediano" (ABC Viajes, 2020, párr. 3).



### 2.2.2. Málaga

La ciudad de Málaga es un ejemplo nacional en cuanto al viraje de su modelo turístico hacia la sostenibilidad, mediante la puesta en valor de su Turismo Cultural, a través del efectivo manejo de herramientas que se encuentran en auge como la tecnología y el marketing.

La cooperación acompasada entre el entero de la gobernanza local, ha sido otro de los motores fundamentales que han provocado este cambio, destacando la labor desempeñada por el Foro de Turismo Málaga y el Observatorio Turístico de la ciudad, bajo la batuta del gobierno local. Estos grupos de gestión turística público-privada, implementaron el Plan Estratégico del Turismo de Málaga 2016-2020, un proyecto turístico transversal entre diferentes áreas estratégicas (Delegación de Turismo de Málaga, 2016):

- Cultura: presentación ante la UNESCO del paisaje urbano local como Patrimonio de la Humanidad, y la Semana Santa como Patrimonio Inmaterial, siendo esta última así declarada en 2017. Diseño de un calendario de eventos anual, incluyendo un plan de promoción a la figura del artista malagueño Pablo Picasso. También, se diseñaron nuevas guías turísticas con motivo de optimizar y mejorar la calidad de su contenido.
- Marketing: fortalecimiento de la marca turística local “Málaga Ciudad Genial” mediante un plan de comunicación integral, focalizado en el marketing online y redes sociales. La creación de una submarca turística dirigida a la cultura “Ciudad de Museos”, y el lanzamiento estratégico de productos turísticos junto a destinos colindantes como: Sevilla, Córdoba y Granada, a fin de potenciar su imagen exterior.

Además, apostaron por el Turismo de Eventos y Congresos, aumentando su especialización e incorporando nuevos espacios para la celebración de estos, con el objetivo de convertir a Málaga en un referente nacional dentro de este segmento.

Esta colaboración entre los distintos agentes turísticos, no queda únicamente relegada al plano local, pues como acabamos de ver, hay un trabajo en red existente entre los principales destinos turísticos andaluces. Así, en 2015, la ciudad se integró en un innovador plan de territorio inteligente intermunicipal, junto a otros 13 municipios de la provincia de Málaga, con el objetivo de convertirse en la primera región turística inteligente de España, a finales del presente año 2020. Este, es el proyecto Smart Costa

del Sol, resultado de la primera convocatoria de ciudades inteligentes realizada por el Ministerio de Economía y Empresa, cuyas principales líneas de actuación son (Andalucía es Digital, 2018):

- Big Data: es el eje clave del proyecto, pues se utiliza para la mejora y el desarrollo de productos turísticos, adaptándolos a las necesidades del turista y la población local.
- Plataforma online: empleada para la gestión unificada del proyecto.
- Sistema de geolocalización: el cual facilita la movilidad, con información del tráfico en tiempo real, controles de afluencia, y la gestión de reservas de alojamiento y transporte (integrándose con plataformas como Renfe y Aena).
- Eficiencia energética: incorporando sistemas de iluminación inteligente, e instalando sensores que permiten informar de incidencias en la red de aguas local.

Además, la ciudad también cuenta con el Plan Especial de Movilidad Urbana Sostenible de Málaga, el cual tiene como objetivo el transformar la movilidad del espacio urbano y su conexión metropolitana, entregando prioridad al transporte público y a los transportes no motorizados. Destacan medidas como, la creación de puntos “park & ride”, que permiten el trasvase del vehículo privado al transporte público, y el establecimiento de espacios seguros y accesibles para todos los peatones (Ayuntamiento de Málaga, 2015).

Este conjunto de acciones, ha colocado a Málaga en la vanguardia turística de Europa. Una gran muestra de esta labor desempeñada es que, en el presente año 2020, la ciudad acogerá la Capitalidad Europea de Turismo Inteligente, junto a Gotemburgo, y la Capitalidad Europea del Deporte. Además, Málaga albergará multitud de eventos de gran trascendencia como: la *Seatrade Med*, el Congreso de Movilidad y Turismo Sostenible, la gala de los Premios Goya y la Copa del Rey de baloncesto, entre otros (EUROPA PRESS, 2020).

Analizado el desarrollo turístico reciente de ambas ciudades, y vistos sus excelentes avances sustentables, cabe destacar el papel clave que desempeñan las relaciones cooperativas entre la propia gobernanza local y otros destinos turísticos, mediante el trabajo en red. También, sobresale la tecnología como herramienta que agiliza y optimiza procesos, copando una labor esencial en los avances turísticos alcanzados en ambos destinos: mejorando la calidad de los servicios turísticos y asociados, facilitando un aumento generalizado en la satisfacción del turista, y favoreciendo a una mejora en la calidad de vida de las poblaciones receptoras.

Hemos cerciorado como cooperación y tecnología son ejes básicos para el desarrollo de modelos turísticos sostenibles. Además, se ha podido comprobar cómo es posible originar este viraje de modelo en destinos nacionales cuya actividad turística ha estado sujeta históricamente al modelo tradicional de masas, como en el estudiado caso de Málaga, el cual supone un magnífico ejemplo a seguir para multitud de destinos turísticos españoles.

### **2.3. Certificaciones ambientales y sostenibles**

En los últimos años, los principales agentes de la industria turística han llevado a cabo distintas líneas de acción para garantizar un adecuado desarrollo turístico sostenible, entre las que destacan las ya analizadas buenas prácticas y se encuentran las certificaciones ambientales y sostenibles, dedicadas a mejorar el desempeño sostenible de las instituciones, destinos y organismos que acreditan (San Martín y Salcedo, 2007).

Los sistemas de certificación ambiental son instrumentos voluntarios de gestión integrada que designan, promueven y premian productos o servicios e incluso, en algunos casos, territorios con comportamientos respetuosos con el medio ambiente y que superan determinados requerimientos de calidad ambiental, frente a los establecidos como obligatorios por la legislación vigente. Incluyen códigos de conducta, programas de buenas prácticas o compromisos de mejora ambiental (Fraguell, Martí, y Pintó, 2013, p.16).

Antes de pasar a conocer y analizar las principales certificaciones ambientales y sostenibles, examinaremos el origen y desarrollo de estas, acorde a los expuesto por (Bien, 2004) en “Una guía simple sobre certificación de Turismo Sostenible y Ecoturismo”:

La certificación ambiental debe su origen a la reconocida Bandera Azul, creada en 1987, herramienta que inicialmente nació para el reconocimiento de la buena gestión sostenible en las playas danesas. El gran impulso de estas herramientas no tardó en llegar, pues el llamado a la responsabilidad social y ambiental a través de la Agenda 21 en la Cumbre de Río de 1992, dio lugar a la instauración de distintas etiquetas ambientales.

Sin embargo, entre los años 1992 y 2002, se crearon más de 60 programas de certificación turística y ambiental, existiendo en varios de ellos una baja implicación por los aspectos socioculturales, valores indispensables para el logro de un verdadero desarrollo

sostenible. Esta proliferación incontrolada de sistemas certificadores y su pobre estructura, hizo que en el año 2000 se reunieran la mayoría de representantes de dichos programas en Nueva York con el fin de establecer unos estándares mínimos y un lenguaje común para la entrega de certificaciones sostenibles, aspectos que quedaron plasmados en la elaboración del informal Acuerdo de Mohonk.

Afortunadamente, tras esta reunión, se llegaron a los primeros acuerdos formales entorno a esta disciplina, destacando la creación de la Asociación para los Criterios Globales de Turismo Sostenible, la cual, en 2010, pasó a formar parte del reconocido organismo global encargado de acreditar internacionalmente las certificaciones de Turismo Sostenible: el Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC).

A continuación, se analiza la certificación de Turismo Sostenible Biosphere, la cual acredita como destino sostenible a nuestra ciudad caso de estudio durante el informe: Gijón. Además, en el Anexo IV, se resumen y comparan brevemente las principales certificaciones ambientales y sostenibles presentes en la industria turística, cuya adopción en la oferta turística privada de Gijón será analizada, ya en la parte práctica correspondiente a este informe.

### **2.3.1. BIOSPHERE**

La certificación Biosphere, es un sistema integral de gestión desarrollado por el Instituto de Turismo Responsable (ITR), organismo internacional independiente fundado en 1995 para el fomento de la sostenibilidad turística, perteneciente a la OMT. El objetivo primordial de esta herramienta, es el impulsar la competitividad y el posicionamiento de destinos, empresas y productos turísticos a través de los 17 ODS de la ONU (Biosphere Responsible Tourism, 2020).

El principal atractivo de esta certificación internacional privada, de carácter voluntario e independiente, reside en que no sólo trata de establecer requerimientos exclusivamente de calidad (como los exigidos por la ISO 9001) o sobre medioambiente (como es el caso de la ISO 14001 o EMAS), sino que además se fundamenta bajo los principios del desarrollo sostenible (ODS), incluyendo criterios y requisitos concretos que abarcan las tres esferas de la sostenibilidad (Sánchez Martínez, 2015.). También, el prestigio de este sello es otro de sus valores diferenciales, pues al estar desarrollado por el Instituto de Turismo Responsable, entidad que nació con el apoyo de la UNESCO y pertenece

actualmente a la OMT, se encuentra respaldado y reconocido por organizaciones de máximo orden global.

Cabe destacar sobre esta certificación en destinos, su reciente origen, pues Barcelona fue la primera ciudad del mundo acreditada en 2011, y Gijón, nuestro caso de estudio, la segunda, a finales de 2012. Actualmente, son ya 33 los destinos que se hallan distinguidos por la certificación Biosphere, entre los que podemos encontrar distintas ciudades, algunas más turísticamente sostenible que otras, e incluso provincias, como fue la reciente adhesión de la provincia de León en 2018 a este sello. Además, debemos señalar que, esta certificación, es totalmente compatible a otras etiquetas ambientales como la ISO 14001 y el Reglamento EMAS.

Apoyándome en lo estudiado por (Pérez Cabrera, 2015), y lo estipulado por (Biosphere Responsible Tourism, 2020), examino el proceso de certificación de este sistema:

1. Registro y verificación de requisitos: la entidad debe realizar el registro en la web (<https://www.biospheretourism.com/es/certificacion-biosphere/83>), seguidamente del pago, para acceder al software de gestión del ente certificador. Después, el implantador asignado, debe de completar un cuestionario según su estándar de aplicación, evidenciando todas sus respuestas.
2. Implantación de requisitos estandarizados: sobre los resultados obtenidos en el cuestionario, la entidad debe asumir su compromiso formulando una política de sostenibilidad, seguido de un Plan de Acción para la Sostenibilidad, que contenga las mejoras a conseguir y las medidas establecidas para su alcance. Ambos, serán enviados al ITR para ser examinados por un auditor cualificado.
3. Auditoría y evaluación: se realizará la auditoría en un plazo máximo de 10 días y, si procede, se indicarán las cuestiones a mejorar. Finalizado el informe de auditoría, será enviado al Comité Técnico, el cual decidirá si la empresa es merecedora de la certificación en base a los resultados obtenidos a lo largo del todo el proceso. Una vez lograda la validación positiva por parte del Comité, la entidad formará parte de la Comunidad Biosphere.
4. Disfrute de beneficios y renovación: desde el momento de la emisión del certificado, la entidad disfrutara de todos los beneficios de la certificación y,

pasado exactamente un año, deberá efectuarse la renovación de esta. Para lograr dicha renovación anual, se deberá dar respuesta al plan de acción propuesto inicialmente, evidenciar los requisitos estipulados y proceder de nuevo al pago de la cuota anual.

Sin embargo, cabe precisar que, aunque se realicen evaluaciones y renovaciones anuales, el certificado realmente tiene una validez por 3 años, siendo el primer y cada tercer año realizadas auditorías con una mayor exhaustividad, en los procesos denominados de certificación.

En torno a la tipología de esta certificación dedicada a destinos, Biosphere Destination, hemos de señalar que, al trabajar con áreas amplias y singulares, se llevan a cabo proyectos exclusivos, en los que existe la posibilidad de personalizar las fases, requisitos y cumplimientos. Con motivo de avalar este proceso, en la fase de asunción de compromisos durante el proceso de certificación, las máximas autoridades competentes del destino deben firmar una carta de compromiso junto al ITR, en la que aparecen los principios básicos que se van a adquirir (Sánchez Martínez, 2015; Biosphere Responsible Tourism, 2020).

Esta flexibilidad y dinamismo que caracteriza a la certificación, que a priori puede parecer una ventaja, se convierte, en algunos casos, en un inconveniente a la hora de lograr grandes avances sostenibles, como analizaremos más adelante en la ciudad de Gijón. La posibilidad de personalizar y adaptar las fases y requisitos, hace que muchos destinos implementen avances sostenibles mucho menores con respecto a su capacidad real de cambio.

Dichas características, unidas al hecho de ser un sistema acreditado y respaldado por importantes instituciones como el ITR, la OMT o la ONU, pueden hacer de esta certificación un reclamo para territorios que desean exportar una imagen de destino sostenible, cuando verdaderamente la sostenibilidad turística experimentada en estos es más bien débil.

Además, el hecho de que ciudades turísticas como Barcelona ostenten este sello, caracterizadas por un Turismo de Masas poco sostenible, ya nos hacen presagiar el carácter débil que tiene este sello alrededor de la sostenibilidad turística.

Por lo tanto, la certificación Biosphere y sus buenas intenciones, como la fundamentación del sistema bajo los ODS, al carecer de requisitos exigentes y ambiciosos en la práctica,

puede quedar relegada a una utilización más como herramienta de marketing que como eje básico a partir del cual los destinos establezcan importantes cambios en pos de la sostenibilidad, como veremos a continuación en el caso de Gijón.





## **CAPÍTULO 3**

### **MARCO METODOLÓGICO**

“Los grandes logros siempre tienen lugar en el marco de grandes expectativas”

Charles Kettering

### **3.1. Preguntas de investigación**

Con objeto de analizar el impacto de la sostenibilidad turística a nivel global y, en concreto su grado de implementación sobre mi territorio de estudio, Gijón, he planteado una serie de preguntas las cuales trataré de responder a lo largo del informe.

A partir de la reciente apuesta que ha existido por el Turismo Sostenible a nivel global, tengo interés por saber ¿Hasta qué punto, a nivel nacional, se está apostando institucionalmente en los planes turísticos por él?

Un estudio sobre la apuesta nacional por el Turismo Sostenible, nos permitía conocer los avances que se estaban dando, y el grado de compromiso adquirido en torno a este paradigma turístico hasta la fecha en España. Además, este análisis nos permitirá posteriormente comprender mejor la situación del Turismo Sostenible en Gijón, pues, aunque tienen ya competencias en la materia, normalmente, las comunidades autónomas se ven condicionadas por las políticas turísticas que se desarrollan desde el Estado Central.

En cuanto a la sostenibilidad turística implementada hasta el momento en la ciudad de Gijón, quería conocer, ¿Qué impacto ha tenido la planificación turística sobre la evolución hacia la sostenibilidad en Gijón?

En la política turística de los destinos, se encuentran los objetivos propuestos para el desarrollo de la actividad turística en ellos, así como las líneas de acción para su ejecución. Un análisis de estos, nos ofrecerá la evolución en la gestión turística de Gijón, permitiéndonos saber si verdaderamente se han cumplido los objetivos establecidos, cómo se ha desarrollado la implementación de estos, y conocer el grado de trascendencia que han tenido sobre la sostenibilidad turística.

Otro de los aspectos a estudiar, será el conocer ¿En qué medida se ha comprometido cada uno de los agentes de la gobernanza turística gijonesa en materia de sostenibilidad?

Para ello, se analizará a lo largo del informe el protagonismo que han tenido las distintas partes de la gobernanza local en torno a esta materia. Así, podremos detectar si este cambio hacia lo sostenible ha sido simplemente impulsado por parte de las administraciones públicas, si sólo las grandes empresas del sector turístico privado han participado, si también las PYMES han trabajado en esta línea, o si, por último, los ciudadanos han colaborado en el inicio de este proceso.

Además, se indagará en torno a: ¿Cómo ha evolucionado la demanda turística de Gijón?

Un análisis de la demanda y sus perfiles, nos informará si el hecho de que Gijón haya sido acreditado como destino turísticamente sostenible por medio de la certificación Biosphere Destination, ha provocado grandes cambios en el comportamiento y las inquietudes de los turistas; comprobando de esta manera, si este nuevo posicionamiento de Gijón como destino sostenible se ha visto completamente correspondido por parte de la demanda.

### **3.2. Objetivos de investigación**

Objetivo principal:

Conocer la sostenibilidad turística planteada e implementada en Gijón hasta la fecha, a partir de un exhaustivo análisis sobre su evolución como destino turístico en la última década, pasando a examinar los avances y compromisos sostenibles adquiridos por los distintos agentes que conforman su gobernanza turística, y pasando a puntualizar aquellos que quedan aún por alcanzar.

Objetivos secundarios:

- Descubrir el papel que ha tenido la certificación Biosphere Destination en el cambio de imagen de destino hacia la sostenibilidad turística en la ciudad de Gijón, y el grado de adhesión existente en torno a esta por parte del sector privado.
- Estudiar la implicación que ha tenido cada uno de los agentes de la gobernanza turística en el grado mayor o menor de avance hacia la sostenibilidad.
- Comprobar si la demanda turística de Gijón ha experimentado grandes cambios, en el corto plazo, tras la acreditación de la ciudad como destino turístico sostenible.
- Conocer los puntos fuertes y los aspectos a mejorar de Gijón en materia de sostenibilidad turística, con objeto de presentar una propuesta de mejora sobre esta disciplina a nivel local.

### **3.3. Técnicas de investigación**

La aproximación técnica al presente informe ha constado de dos etapas. En primera instancia, esta aproximación ha consistido en un análisis documental. Para ello, nos hemos concentrado en la búsqueda de artículos científicos, oficiales e institucionales, en torno a los impactos del modelo de desarrollo turístico dominante, las características del modelo de desarrollo turístico alternativo, el sostenible, los diferentes tipos de certificación relacionados con este último, y un análisis de buenas prácticas; con objeto de comprender el origen y desarrollo de este paradigma turístico.

Se ha podido comprobar que, en no pocas referencias, especialmente en las más recientes, aparecía el caso de Gijón, razón la cual nos ha suscitado a realizar el presente análisis en torno a este destino. Para esta segunda etapa, nos hemos nutrido de la búsqueda de datos sobre esta ciudad caso de estudio, la cual constituye la parte aplicada de este informe, donde además de datos secundarios localizados fundamentalmente on line, hemos tenido la magnífica oportunidad de obtener datos primarios mediante una entrevista efectuada a un experto en Turismo de Gijón.

La entrevista en cuestión, fue realizada el 4 de enero de 2020 a D. Carlos Justo Ortega Vilabrille, profesional con una amplia experiencia en el sector turístico gijonés, la cual puede encontrarse íntegramente en el Anexo V.

El grueso de la entrevista, giró en torno a la sostenibilidad turística en Gijón, algo que nos ayudó a comprobar con detalle cómo, efectivamente, Gijón aún se encuentra ante un largo camino por delante para convertirse en un destino turístico dotado de una fuerte sostenibilidad. Se señaló la baja implicación y concienciación sostenible existente en el sector turístico privado gijonés, unido a la falta de transmisión de los beneficios de este paradigma por parte de las administraciones públicas locales, como una de las principales líneas de mejora en las que el conjunto de la gobernanza turística gijonesa debe trabajar para revertir esta situación, y conseguir desarrollar una sostenibilidad más fuerte en el territorio. Además, se trataron otros temas, como cuales habían sido los motivos esenciales que han provocado el auge turístico experimentado en la ciudad durante los últimos años, una información que también nos ha ayudado a poner en contexto y conocer más de cerca, la evolución del Turismo de Gijón y los motivos de la débil sostenibilidad turística implementada en el destino hasta la fecha.

## **CAPÍTULO 4**

### **EL CASO DE GIJÓN**

“El turismo representa el medio por excelencia para preservar la identidad  
y poner en justo valor el patrimonio nacional”

Enrique de la Madrid

#### 4.1. Gijón: breve aproximación al destino

Gijón es un destino turístico situado a la orilla del Mar Cantábrico que se encuadra dentro del Principado de Asturias, siendo la ciudad principal de esta región uniprovincial con una superficie de 181,7 km<sup>2</sup> y un total de 271,780 habitantes (INE, 2019).



Figura 4. Gijón en el mapa de España. Fuente: Google Maps, 2020.

A Gijón lo define el mar. Situado en el centro de la rasa costera asturiana y protegido por los cabos Torres y San Lorenzo, Gijón ha vivido siempre mirando a un Cantábrico que ha determinado su desarrollo industrial, comercial y urbano, su clima e incluso su carácter. La presencia del mar, su olor y su murmullo penetran por las calles de Gijón y alcanzan las zonas más interiores del municipio. Nueve playas, unas en el centro de la ciudad, otras escondidas entre acantilados, un puerto deportivo que ha sido condecorado en varias ocasiones con la bandera azul por la calidad de sus instalaciones y un puerto industrial en continuo proceso de crecimiento conforman el frente marítimo gijonés, dieciocho kilómetros de costa que se pueden pasear casi en su totalidad sin interrupción (Ayuntamiento de Gijón, 2020).

La baja altitud de su territorio, junto al determinante Mar Cantábrico, son quienes determinan la climatología oceánica del destino. Este emplazamiento, se caracteriza por sus caudalosas lluvias invernales y pre-primaverales, y su estable y cálido verano. Su precipitación anual media es de 1000l/m<sup>2</sup>, de las más bajas de la región, y sus temperaturas promedio anual es de 14°C. Estos datos confirman, la condición de Gijón como uno de los destinos más templados y estables de la cornisa cantábrica (Ayuntamiento de Gijón, 2020).

Gijón, se ha convertido en una ciudad abierta y dinámica, gracias en buena parte al Turismo. Es un destino que ha logrado reinventarse desde su pasado industrial, a través de sus sucesivas crisis, evolucionando a ser una ciudad innovadora de servicios y accesible a las tendencias contemporáneas, siendo actualmente el corazón económico y empresarial de Asturias (Divertia, 2016). En el Anexo VI, podremos conocer la amplia riqueza patrimonial y turística consolidada con la que cuenta Gijón, condición que ha facilitado en gran medida esta reconversión de la ciudad hacia el Turismo.

La actividad turística, ha sido gestionada por la Sociedad Mixta de Turismo de Gijón hasta el 2014, año en el que se integró dentro de la empresa municipal Divertia Gijón S.A. Entre los principales objetivos turísticos planteados en la última década por ambos entes gestores, se encuentra el de consolidar a la ciudad como uno de los destinos más comprometidos y responsables con el medio ambiente del norte de España, proceso en el cual se inició Gijón a finales de 2012, encontrándose acreditado como destino sostenible desde entonces por la certificación Biosphere Destination.

La certificación turística, como hemos podido comprobar, es un elemento imprescindible para acreditar la buena labor sostenible en empresas y destinos. Cabe destacar que, la ciudad, cuenta con la Asociación de Gijón para la Calidad Turística (AGICATUR), impulsada por el gestor turístico local, Divertia, que se encarga de coordinar e impulsar los sistemas de calidad turística en el sector, primordialmente el SICTED. Esta asociación, también se ocupa de promover las certificaciones sostenibles entre las empresas, aunque como veremos, centra la gran mayoría de sus esfuerzos en la calidad turística.

Por lo tanto y, sin más dilación, pasamos a realizar un análisis exhaustivo sobre la evolución de la actividad turística en Gijón en los últimos años desde sus distintas vertientes, a fin de comprobar los avances turísticos sostenibles experimentados en la ciudad hasta la fecha, el grado de compromiso que ha tenido cada uno de los agentes del sector en estos, los aspectos a mejorar, y el futuro más incipiente de la ciudad acerca del paradigma del Turismo Sostenible.

## 4.2. Análisis de la oferta turística

Los informes turísticos anuales de la ciudad hasta 2018, los más recientes hasta la fecha, junto al Plan de Acción de Turismo de Gijón 2016-2020, documentos elaborados por el gestor turístico local: Divertia Gijón, nos permiten componer una fidedigna imagen sobre la evolución del Turismo en Gijón durante los últimos años. Nutriéndonos de estos registros, pasaremos a analizar la oferta y demanda de la ciudad.

### 4.2.1. Alojamientos turísticos

Gijón, cuenta con una totalidad de 89 alojamientos turísticos colectivos, siendo su gran mayoría de carácter hotelero, el 83,2%, frente a los establecimientos extrahoteleros, un 16,8%. Hostales y pensiones, abanderan la primera posición en cuanto al global de alojamientos hoteleros (27%), seguidos del resto de tipologías hoteleras presentes en la ciudad, los cuales se encuentran en cifras muy cercanas: hoteles de 3 estrellas (20,2%), hoteles de 1 o 2 estrellas (19,1%) y hoteles de 4 estrellas (16,9%). El total de plazas hoteleras que suman en conjunto estos establecimientos, a datos del 31 de diciembre de 2018, es de 5,017. Si al cómputo global de plazas hoteleras, le añadimos las de establecimientos extrahoteleros (viviendas vacacionales, casas aldeas, campings y albergues), obtenemos que en la ciudad de Gijón hay un total de 7,623 plazas turísticas (Divertia Gijón, 2019).

Con objeto de poner en perspectiva estos datos, pasamos a analizar la evolución de los alojamientos turísticos en la ciudad durante los últimos 15 años:

ALOJAMIENTO	ESTABLECIMIENTOS				PLAZAS			
	2004	2009	2014	2018	2004	2009	2014	2018
Hoteles 4*	6	14	13	15	1,179	2,342	2,050	2,360
Hoteles 3*	13	16	17	18	1,520	1,688	1,537	1,606
Hoteles 2*	11	12	13	12	672	673	686	455
Hoteles 1*	4	5	5	5	121	176	176	171
Hostales	8	6	4	2	134	112	84	32
Pensiones	29	20	24	22	326	288	348	393
<b>Subtotal Hotelería</b>	<b>71</b>	<b>73</b>	<b>76</b>	<b>74</b>	<b>3,952</b>	<b>5,279</b>	<b>4,881</b>	<b>5,017</b>
Albergue	1	1	1	3	132	132	132	168
Casas Aldea	3	2	2	2	22	14	18	18
Vivienda Vacacional	0	1	5	27	0	6	38	322
Camping	2	2	2	2	1,788	1,804	1,812	1,812
<b>Subtotal Extrahotelero</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>34</b>	<b>1,942</b>	<b>1,956</b>	<b>2,000</b>	<b>2,320</b>
<b>Total</b>	<b>77</b>	<b>79</b>	<b>86</b>	<b>108</b>	<b>5,894</b>	<b>7,235</b>	<b>6,881</b>	<b>7,337</b>



Tabla 1. Evolución del alojamiento turístico en Gijón. Elaboración propia. Fuente: Plan de Acción de Turismo de Gijón/Xixón 2016-2020; El Turismo en Gijón 2018; Divertia Gijón.

La oferta de alojamiento turístico ha crecido significativamente en los últimos 15 años, debido al gran aumento en la demanda turística de Gijón. Este crecimiento, se ha manifestado tanto en número de establecimientos como en número de plazas turística, apreciándose grandes variaciones sobre los establecimientos hoteleros.

La ciudad, dentro de los alojamientos hoteleros, ha experimentado un importante aumento en cuanto a establecimientos de superior categoría: Gijón ha pasado a prácticamente triplicar el número de hoteles de 4 estrellas, los de mayor categoría (de 6 a 15), y un destacado ascenso en los de 3 estrellas (de 13 a 18). Naturalmente, esto también ha supuesto un aumento sobre las plazas hoteleras de dichos establecimientos, particularmente en los hoteles de 4 estrellas, pasando de 1,179 a 2,360 plazas. Este gran crecimiento en torno a hoteles de superior categoría, es una agradable noticia para el Turismo gijonés, pues esto, además de suponer un significativo aumento en la calidad y competitividad de su oferta turística, permite alcanzar nuevos segmentos de la demanda entre los que se encuentra un turista más rentable (mayor poder adquisitivo y concienciación socio-ambiental), grupo sobre el que destaca el turista extranjero (mercado objetivo el cual la ciudad desea aumentar).

Sin embargo, hemos de incidir en que Gijón ha perdido un 75% de sus hostales y un 24% de sus pensiones con respecto a 2004, aunque curiosamente, con respecto a este último grupo citado, han aumentado el número de plazas. Comprobado el aumento en hoteles de superior calidad, en el párrafo anterior, podemos concluir que estas pérdidas en hostales y pensiones, responden al aumento en la calidad y competitividad de los alojamientos turísticos de la ciudad.

Finalmente, cabe destacar sobre el grupo de establecimientos extrahoteleros, la prominente irrupción de viviendas vacacionales, pasando de 0 a 27, las cuales, junto a las 427 viviendas de uso turístico, conforman un total de 1,816 nuevas plazas turísticas en tan solo 15 años. Este fulgurante crecimiento, especialmente en los últimos años, se entiende tras la aparición de nuevas modalidades de alquiler vacacional turístico, mediante plataformas digitales como AirBnb. Además, dentro de este grupo también es reseñable el ascenso acaecido en número de albergues, pasando 1 a 3 en la ciudad.

ALOJAMIENTO	CERTIFICACIÓN DE CALIDAD								
	2013			2015			2018		
	SICTED	“Q” de calidad	ISO 9001	SICTED	“Q” de calidad	ISO 9001	SICTED	“Q” de Calidad	ISO 9001
Hoteles 4*	54,6	27,3	27,3	58,3	25,0	41,7	46,2	38,5	30,8
Hoteles 3*	61,5	23,1	7,7	50,0	14,3	-	50,0	6,3	-
Hoteles 2 y 1*	36,4	9,1	-	41,7	16,7	8,3	36,4	18,2	-
Hostales Pensiones	6,3	-	-	-	-	-	5,9	5,9	-
Extrahoteleros	45,0	8,3	-	45,0	15,0	-	33,3	8,3	-
<b>TOTAL</b>	<b>37,2</b>	<b>12,0</b>	<b>5,7</b>	<b>34,6</b>	<b>12,4</b>	<b>7,9</b>	<b>33,3</b>	<b>14,5</b>	<b>5,8</b>

Tabla 2. Evolución de las certificaciones de calidad en el alojamiento turístico de Gijón. Elaboración propia. Fuente: El Turismo en Gijón 2013, El Turismo en Gijón 2015, El Turismo en Gijón 2018; Divertia Gijón.

En lo referido a gestión de calidad en alojamientos turísticos, la distinción más frecuente con gran diferencia sobre el resto y pese a su leve caída en los últimos años, es el sistema SICTED, adoptada por alrededor del 35% de los alojamientos turísticos. La ISO 9001, tiene una muy baja adopción, una situación que no parece que vaya a cambiar vista la tendencia mostrada en su adopción durante los últimos 5 años, pues en ningún momento ha llegado a superarse el 8% de alojamientos acreditados en la ciudad. También, cabe destacar el ligero ascenso experimentado en cuanto a la adopción de la “Q” de Calidad Turística, una crecida del 2,5% en los últimos 5 años.

Internándonos en el análisis sobre la adopción de sellos de calidad por tipo de alojamiento, podemos sacar las siguientes conclusiones:

En hoteles de 4 estrellas, ha crecido la adopción en torno a las certificaciones de calidad que tenían una menor popularidad, aumentando la adhesión a la “Q” de Calidad Turística y a la ISO 9001. En hoteles de 2 y 1 estrellas, resalta la vertiginosa adaptación a la “Q” de Calidad Turística, llegando a doblar cifras en tan solo 5 años, de un 9,1% a un 18,2%.

Sin embargo, cabe destacar negativamente que, los hoteles de 3 estrellas han reducido la adopción sobre todos los sellos de calidad, y los establecimientos extrahoteleros y hostales/pensiones, también han experimentado pérdidas en torno a la adhesión del sistema SICTED, certificación mayoritaria que estos poseen.

Tras analizar la evolución en cuanto a la adhesión de certificaciones de calidad en los alojamientos turísticos de Gijón, es claramente observable cómo la apuesta de la

gobernanza local por el sello SICTED, a través del AGICATUR, se ha visto reflejada en los establecimientos turísticos de la ciudad; apuesta que se comprobará también, en el apartado de planificación y gestión.

ALOJAMIENTO	CERTIFICACIONES AMBIENTALES Y SOSTENIBLES								
	2013			2015			2018		
	Biosphere	ISO 14001	EMAS	Biosphere	ISO 14001	EMAS	Biosphere	ISO 14001	EMAS
<b>Hoteles 4*</b>	-	18,2	-	16,7	33,3	16,7	15,4	15,4	-
<b>Hoteles 3*</b>	-		-	-	-	-	-	-	-
<b>Hoteles 2 y 1*</b>	-		-	8,3	8,3	8,3	9,1	-	-
<b>Hostales Pensiones</b>	-		-	6,3	6,3	-	17,7	-	-
<b>Extrahoteleros</b>	-	13,3	-	-	-	-	-	25,0	16,7
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>5,1</b>	<b>0</b>	<b>5,9</b>	<b>8,4</b>	<b>4,1</b>	<b>8,7</b>	<b>7,3</b>	<b>2,9</b>

Tabla 3. Evolución de las certificaciones ambientales y sostenibles en el alojamiento turístico de Gijón. Elaboración propia. Fuente: El Turismo en Gijón 2013, El Turismo en Gijón 2015, El Turismo en Gijón 2018; Divertia Gijón.

En cuanto a la adopción de certificaciones ambientales y sostenibles en alojamientos turísticos de Gijón, destaca la irrupción que ha tenido la certificación Biosphere en los últimos 5 años, pasando de un 0% a liderar esta materia con un 8,7%, lo que se traduce en que 9 de los 108 establecimientos cuentan con este distintivo, algo que se debe a la apuesta de Divertia por posicionar a Gijón como destino sostenible mediante esta misma certificación. También, ha aumentado la adhesión sobre la ISO 1400, pero esta crecida se ha visto en parte frenada debido a la apuesta local por el certificado Biosphere. Por lo que respecta al reglamento EMAS, comentar que este únicamente es adoptado por un 16,7% de los establecimientos extrahoteleros, los cual representa un modesto 2,9% sobre el total, es decir, solo 3 establecimientos del grupo que conforman los alojamientos extrahoteleros (viviendas vacacionales, casas aldeas, campings y albergues) se encuentran distinguidos por este certificado.

Centrándonos en el análisis por tipo de alojamiento, cabe reseñar la mayor concienciación mostrada desde 2013 por los hoteles de 4 estrellas en materia ambiental, pues desde entonces han liderado la adopción de sellos ambientales y sostenibles, apostando en los últimos 5 años por la adhesión simultánea al certificado Biosphere y la ISO 14001. Recientemente, los hoteles de menor categoría y hostales/pensiones también han

aumentado su adhesión en torno al sello Biosphere, siguiendo la línea de posicionamiento del destino. En cuanto a los alojamientos extrahoteleros, señalar que estos han realizado un esfuerzo por certificarse ambientalmente en el último año, pues no sólo adoptando el reglamento EMAS anteriormente comentado, sino que también el 25% de ellos se ha adherido a la ISO 14001.

De nuevo, la nota negativa vuelve a aparecer en los establecimientos de 3 estrellas, pues ninguno de ellos cuenta con certificaciones ambientales, un dato muy significativo, pues como antes hemos comentado, estos suponen un 20,2% del total de establecimientos hoteleros.

Es cierto que, como llevamos comentando a lo largo del informe, el camino hacia la sostenibilidad turística es paulatino, algo que acabamos de comprobar mediante este estudio sobre la adhesión a certificaciones ambientales y sostenibles por parte de los alojamientos turísticos de Gijón, pues si bien ha aumentado la adopción en torno a estos sellos en los últimos 5 años de manera generalizada, su grado de adhesión continúa siendo muy bajo (menos de un 10% de sus alojamientos se encuentra distinguido por algún sello ambiental), algo que llega a ser preocupante, si incidimos en que Gijón es distinguido como destino turístico sostenible.

#### 4.2.2. Turismo Activo

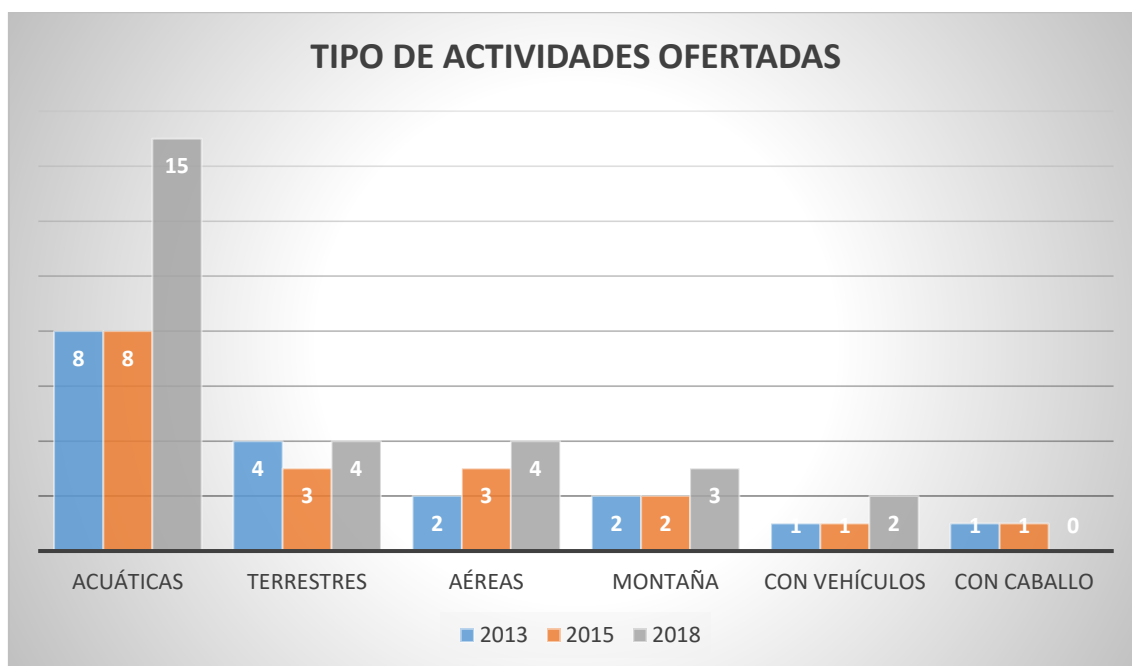


Gráfico 1. Evolución en el tipo de actividades ofertadas por empresas de Turismo Activo de Gijón. Elaboración propia. Fuente: El Turismo en Gijón 2013, El Turismo en Gijón 2015, El Turismo en Gijón 2018; Divertia Gijón.

Con motivo de analizar la oferta de Turismo Activo, hemos decidido estudiar la evolución en cuanto a la tipología de actividades ofrecidas por las empresas locales dedicadas a esta parcela en los últimos 5 años.

Las actividades acuáticas son aquellas que dominan la oferta de Turismo Activo de Gijón, siendo el surf y el piragüismo las más populares. Además, cabe destacar el gran aumento experimentado por este grupo de actividades en los últimos 5 años, pues han experimentado un aumento de casi el 50% en su oferta, pasando a ser ofrecidas de 8 a 15 empresas.

También es reseñable, el aumento percibido sobre la oferta de actividades aéreas, ya que la demanda ha comenzado a tener una mayor predilección por actividades como el globo y el paramante, siendo ofertadas actualmente por 4 empresas, un 50% más con respecto a 2013. Además, tampoco debemos dejar pasar por alto el aumento acaecido en la oferta de actividades vinculadas con la montaña, entre las que se encuentran el *hiking* y la escalada, pasando de ser ofrecidas de 2 a 3 empresas.

Finalmente, cabe señalar la estabilidad mostrada por la oferta de Turismo Activo terrestre, el ligero aumento en actividades con vehículos (siendo actualmente ofertadas por 1 empresa más), y la extinción definitiva de las actividades realizadas con caballos.

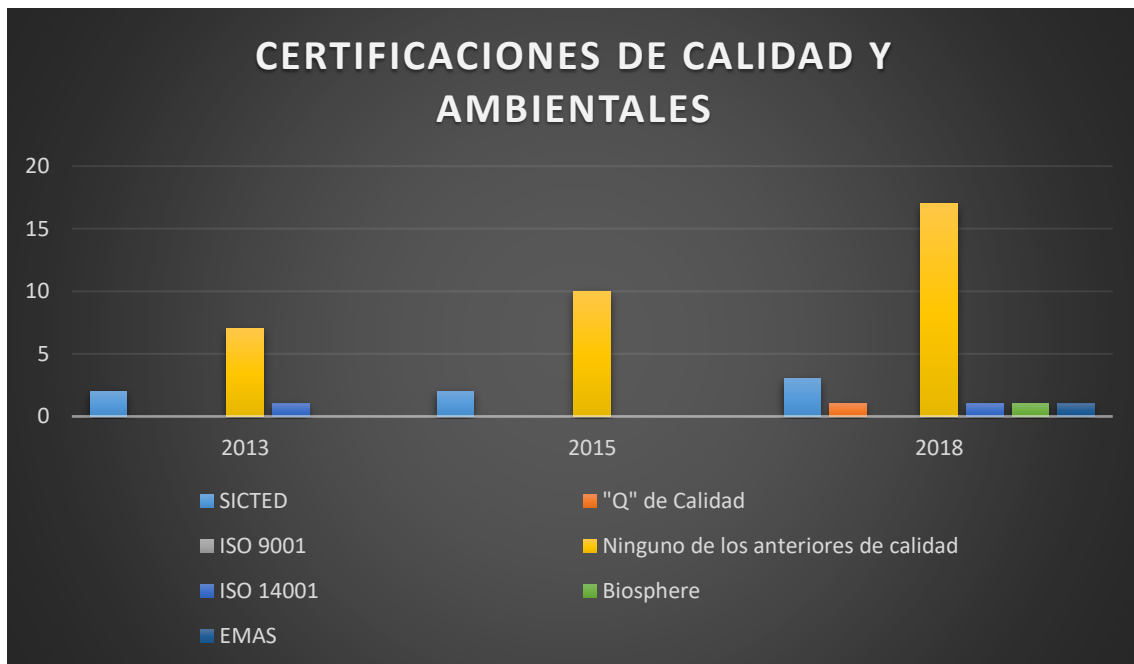


Gráfico 2. Evolución de las certificaciones en empresas de Turismo Activo de Gijón. Elaboración propia. Fuente: El Turismo en Gijón 2013, El Turismo en Gijón 2015, El Turismo en Gijón 2018; Divertia Gijón.

Entrando en el análisis sobre la adhesión de certificaciones en el Turismo Activo gijonés, cabe comentar la pobre adopción existente en torno a sistemas de calidad entre sus empresas. Durante los últimos 5 años, únicamente 1 empresa se ha adherido al sistema SICTED, y otra ha realizado lo propio en cuanto a la “Q” de calidad turística, ambas ya en el 2018. Y es en este 2018, cuando se han establecido las primeras adhesiones en torno a las certificaciones ambientales y sostenibles, en la insuficiente cifra de una unidad por cada una de las estudiadas, un dato muy alarmante para un destino que se ha posicionado como sostenible.

Si dentro de los alojamientos turísticos la adopción en torno a sistemas ambientales y sostenibles debe aumentar, la situación en las empresas de Turismo Activo es totalmente alarmante, pues es inconcebible que en un destino acreditado como sostenible, únicamente 1 sola empresa se encuentre distinguida por algún sello ambiental.

### 4.2.3. Restauración y hostelería



Gráfico 3. Evolución de la oferta de restauración y hostelería de Gijón. Fuente: Plan de Acción de Turismo de Gijón/Xixón 2016-2020; Divertia Gijón, 2016.

La oferta gijonesa de restauración, también ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años, un aumento que se encuentra estrechamente ligado al crecimiento de Gijón como destino turístico. A finales de 2015, la ciudad contaba con un total de 528 restaurantes, lo que suponía un global de 32,104 plazas; cifras que confirman el aumento hostelero local, pues Gijón cuenta con 50 restaurantes más, y 4,682 nuevas plazas, con respecto al 2007, lo cual supone un incremento del 14,6% en número de plazas gastronómicas. No obstante, hemos de indicar que este crecimiento en la restauración ha sido acelerado hasta 2012, pues en los últimos años se ha visto estancado, manteniéndose cifras muy similares tanto en número de establecimientos como en número de plazas.

En cuanto a la clasificación gastronómica de estos, comentar que más del 60% de los restaurantes de la ciudad son calificados en la categoría de un tenedor, es decir, el cuarto escalafón en la normativa autonómica. Prácticamente el completo del resto de restaurantes, están clasificados en la categoría de dos tenedores (la tercera), existiendo únicamente seis en la segunda, y uno considerado de primera categoría.

Aunque estos datos en un principio pueden parecer preocupantes, cabe comentar que no guardan ninguna relación conforme a la calidad gastronómica ofrecida por los restaurantes, pues esta clasificación atiende fundamentalmente a los servicios e instalaciones incorporadas por estos. De hecho, los dos restaurantes de la ciudad que ostentaban la estrella Michelin en 2015 estaban encuadrados entre los restaurantes de tercera categoría, los cuales también pertenecían a la marca de calidad Mesas de Asturias.

En cuanto al reconocimiento por parte de las principales guías y marcas gastronómicas, debemos señalar que 5 restaurantes locales están incluidos en la Guía Michelin y otros 2 en la marca de calidad Mesas de Asturias, que se suman a los ya citados, y un total de 12 se encuentran en la Guía Repsol.

Actividad	Establecimientos							De ellos sidrerías	Adheridos al SICTED
	Esp	1ª	2ª	3ª	4ª	s.c.	Total		
<b>Restaurantes</b>		1	6	199	307	15	<b>528</b>	89	44
<b>Cafeterías</b>	1	11	136			7	<b>155</b>		20
<b>Bares, Cafés o similares</b>				1	7	1,629	<b>1,637</b>	11	
<b>Total general</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>142</b>	<b>200</b>	<b>314</b>	<b>1,651</b>	<b>2,320</b>	<b>100</b>	<b>64</b>

Tabla 4. Establecimientos de restauración y hostelería en Gijón. Elaboración propia. Fuente: Plan de Acción de Turismo de Gijón/Xixón 2016-2020; Divertia Gijón, 2016.

Esta tabla nos muestra el resto de establecimientos, que unidos a los restaurantes ya analizados, conforman el completo de la oferta hostelera de la ciudad de Gijón.

Destaca la amplia gama de bares existentes en la ciudad, un total de 1,629, y la gran variedad de cafeterías locales, de las cuales su gran mayoría están enmarcadas dentro de la segunda categoría autonómica de restauración. Finalmente, cabe señalar que 89 de los 528 restaurantes locales son catalogados como sidrerías, pues este manjar líquido es un auténtico reclamo para turistas y los propios gijoneses.

En cuanto a la adhesión de los establecimientos hosteleros a sistemas de calidad, hemos de señalar que únicamente hemos podido conocer aquellos que se encuentran adheridos al sistema SICTED, aquella que se encuentra con una mayor adopción entre esta tipología de establecimientos, aunque tampoco muy extendida. 44 de los 528 restaurantes locales, un 8,3% se encuentran distinguidos por este sello, y en cuanto a bares y cafeterías, esta cifra es prácticamente residual, pues solo un 1,1%, 20 de ellos, cuenta con esta certificación de calidad.

Sobre las certificaciones ambientales, únicamente indicar que dos establecimientos se encuentran distinguidos por algún sello, el restaurante Llar del Molín, perteneciente al Parador de Gijón, por la ISO 14001, y el restaurante La Cuadra de Antón, por el sello Biosphere (el primer restaurante en España que recibió este sello).

Si bien es cierto que, generalmente, la adopción en cuanto a certificaciones ambientales y de calidad en hostelería es baja, existe la posibilidad de apostar por la sostenibilidad y



la calidad gastronómica local mediante sellos que acreditan el origen local/regional de sus productos y su carácter ecológico. De hecho, Gijón tiene a disposición una magnífica herramienta como es el sello gastronómico de calidad a nivel regional, Mesas de Asturias, mediante el cual puede mejorar su desempeño hostelero en ambos aspectos comentados. Sin embargo, como hemos visto, solo 4 restaurantes se encuentran adheridos a este sello, dato que, como destino turístico sostenible, es otro claro aspecto a mejorar.

Analizada la oferta turística de Gijón, podemos concluir la buena aceptación que tienen las certificaciones de calidad entre las empresas de alojamiento, especialmente el sistema SICTED, debido en gran parte y, como comprobaremos en el apartado de planificación, a los esfuerzos realizados por AGICATUR en promover este sello de calidad. De hecho, Gijón es el destino español con mayores reconocimientos en materia de calidad turística a través de este sello, al haber sido galardonada en 2012 como “Mejor Destino de Calidad Turística SICTED” y “Mejor Gestor SICTED”, y en 2014 con el premio “Mejor Proyecto de Mejora 2014”, entregado por el Instituto Nacional de Turismo de España.

Sin embargo y, como hemos analizado anteriormente en el informe, el sistema SICTED es una certificación de calidad suave, existiendo otras herramientas más exigentes como la “Q” de Calidad. Además, no debemos pasar por alto el bajo número de establecimientos hosteleros que cuentan con certificaciones gastronómicas o de calidad, pues esta es una parte indispensable de la oferta turística.

Por tanto, Gijón no debe descuidar los esfuerzos que está realizando en esta línea, y debe continuar apostando por la calidad turística en sus establecimientos, a ser posible mediante sellos más ambiciosos y exigentes.

La gran nota negativa y a mejorar en materia certificadora, se encuentra en la baja adopción de sellos sostenibles y ambientales por parte del global de las empresas turísticas locales, pese al modesto crecimiento experimentado en torno a estas en los últimos años, problema que tiene una mayor acentuación, si incidimos en el hecho de que Gijón es un destino turístico acreditado como sostenible. Las empresas locales, como parte de la gobernanza turística de la ciudad, deben sumarse a esta iniciativa y mostrar su compromiso sostenible mediante certificaciones, a ser posible mediante el sello Biosphere, para así seguir la misma línea de posicionamiento turístico de la ciudad. Una prolongación de esta situación en el tiempo, puede convertirse en un gran problema para el posicionamiento de Gijón como ciudad turística sostenible, al no verse trasladada en la

práctica esta imagen de destino. Si verdaderamente Gijón quiere lograr una sostenibilidad más fuerte, debe trabajar enérgicamente en este aspecto.

En el apartado de planificación, examinaremos si esta causa se debe a una falta de ambición e implicación sobre esta materia por parte de la política turística local, o si simplemente se debe al bajo compromiso sostenible existente en las empresas turísticas locales.

### 4.3. Análisis de la demanda turística

#### 4.3.1. La demanda turística de Gijón

La cifra de visitantes llegados a Gijón en 2018 fue de 1,588,131 personas, la segunda más alta desde que se tienen registros, sólo por detrás de la del año anterior. En cuanto a número de excursionistas, la ciudad recibió en ese último año 444,242 viajeros, lo que supone un 20,4% con respecto hace 5 años. Entre todos estos datos, destacan los 1,105,686 turistas recibidos en 2018, dato un 1,4% mayor que en 2017 y que supone el establecimiento de un nuevo record histórico local (Divertia Gijón, 2019).

Estos datos nos confirman la brillantez turística en cuanto a número de visitantes de la cual goza actualmente Gijón, pues son registros nunca antes alcanzados. A fin de explicar este auge turístico, vamos a valernos de la Encuesta de Ocupación Hotelera anual elaborada por el INE en los últimos 10 años, algo que nos ayudará a analizar con mayor retrospectiva y claridad este fenómeno.

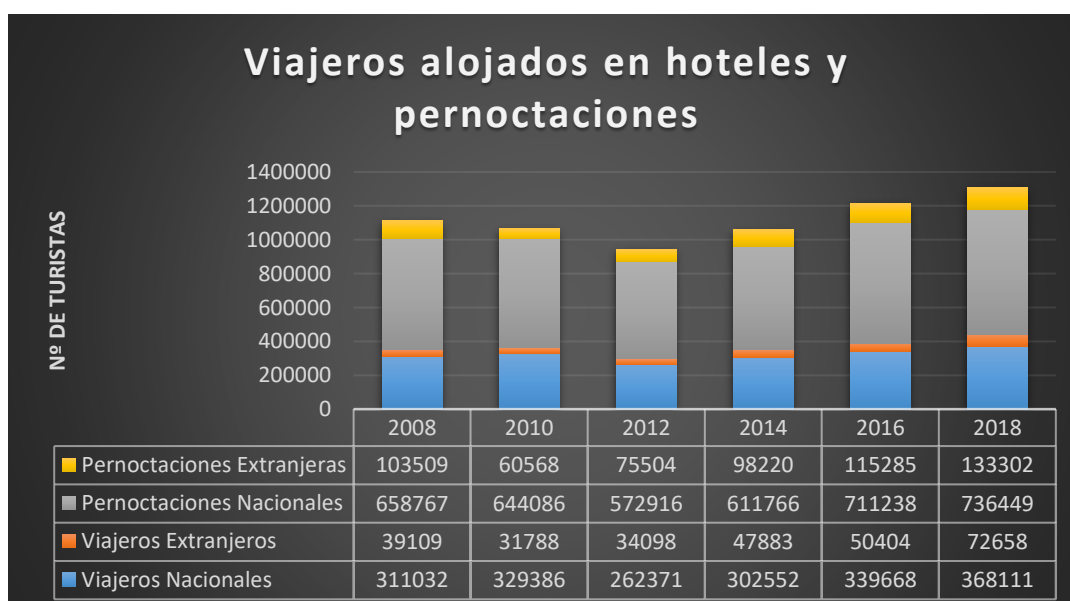


Gráfico 4. Evolución de viajeros alojados y pernoctaciones de turistas en hoteles de Gijón. Elaboración propia. Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera; INE.

El Turismo gijonés ha crecido considerablemente en la última década. Hasta el año 2012, crecieron enormemente las cifras en cuanto a número de viajeros alojados, un 10,9% en tan sólo cuatro años, mientras que, en número de pernoctaciones, las cifras se mantuvieron prácticamente constantes sin experimentar variaciones relevantes.

Sin embargo, este auge turístico se vio frenado durante los años 2012 y 2013, en los que se experimentaron fuertes caídas en número de turistas. Sin duda alguna, el peor año fue el 2012, en el que la ciudad sufrió pérdidas de un 23,7% en número de viajeros y un 14,4% en cifras pernoctaciones con respecto al año anterior, un importante bache en el camino, el cual se mantuvo en el año 2013.

Afortunadamente, Gijón supo reponerse a este frenazo turístico, y ya en el año 2014 las cifras turísticas de la ciudad volvieron a alcanzar los niveles previos a esta breve crisis. Fue en el año 2015, en el que Turismo gijonés dio un definitivo paso hacia adelante, creciendo un 23,6% en número de viajeros alojados y un 19,2% en pernoctaciones. Desde entonces, estas cifras han mantenido un crecimiento paulatino, hasta llegar al total de 440,769 viajeros alojados y 869,751 pernoctaciones en el año 2018.

Profundizando en el análisis, podemos claramente apreciar como el grueso de la demanda turística está conformada por el visitante español, conformando en torno al 90% del total en los primeros años analizados, y no bajando del 85% en los últimos años, exceptuándose esta situación en el último año registrado, el 2018.

Estos datos recientes, son en parte alentadores, pues mientras que la ciudad ha seguido creciendo en número de turistas en los últimos años, la demanda ha ido experimentando una apertura hacia el mercado exterior, creciendo considerablemente la cifra de viajeros y pernoctaciones extranjeras. El Turismo Extranjero, ha crecido un 85,78% desde 2008 y un 47,8% en los últimos 3 años, datos que son tremendamente positivos y confirman este aumento, el cual esperamos que sea continuado, pues es en el panorama Turismo actual y futuro, será importantísimo disponer de una demanda diversificada.

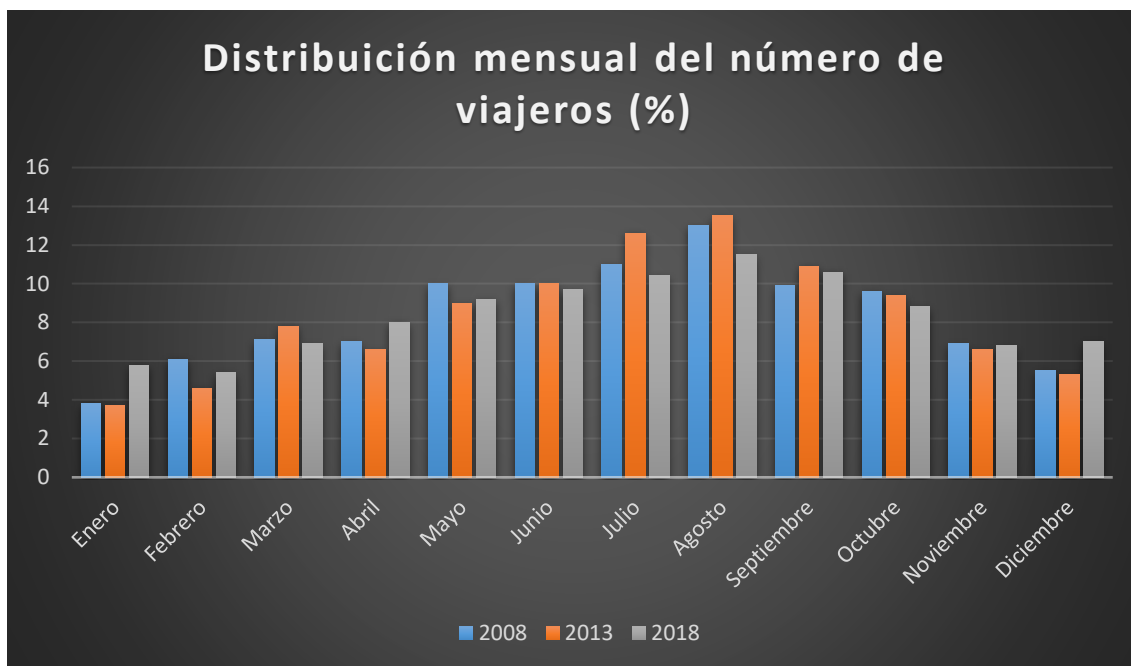


Gráfico 5. Evolución en la distribución mensual de viajeros alojados en hoteles de Gijón. Elaboración propia. Fuente: Encuesta de Ocupación Hotelera; INE.

Si bien las cifras turísticas han aumentado considerablemente en los últimos años, algo que no ha variado han sido las épocas del año en la que los turistas han realizado sus visitas a Gijón. Es claramente apreciable la existencia de estacionalidad en el Turismo gijonés, indistintamente de si las cifras de demanda han sido más o menos positivas, concentrándose en todo caso gran parte de la afluencia anual de visitantes desde el inicio de la Semana Santa hasta el fin del periodo estival, épocas que, además, coinciden con los periodos del año en los que la ciudad cuenta con una climatología más calurosa y seca.

Claramente, Gijón se encuentra ante un evidente problema de estacionalidad, el cual no ha sido paliado pese al aumento de cifras en la demanda. La gobernanza turística de Gijón, no debe dejar pasar por alto este problema, el cual puede quedar enmascarado ante el auge turístico de la ciudad, y debe concentrar buena parte de sus esfuerzos en tratar de solucionarlo. La estacionalidad, es una de las principales causas que afectan al adecuado desarrollo del Turismo Sostenible, pues esta deriva en épocas de sobredimensionamiento y sub-explotación turística, algo que acarrea factores negativos como: la saturación turística, la reducción en los niveles de satisfacción de la demanda y la temporalidad y precariedad laboral, entre otros.

En el Anexo VII, se verá ampliado este análisis en torno a la evolución de la demanda turística de Gijón, con datos sobre el tipo de alojamiento escogido por los turistas y el gasto turístico por tipo de visitante, entre otros, los cuales nos han ayudado a entender

mejor la situación actual del Turismo en la ciudad, pero que se desvían de nuestro objetivo de estudio, la sostenibilidad turística implementada en el destino de Gijón.

#### 4.3.2. Perfil de la demanda turística

Con motivo de conocer si la acreditación de Gijón como destino turístico sostenible por medio de la certificación Biosphere se ha visto trasladada en la demanda, vamos a analizar sus principales aspectos relevantes.

<b>MOTIVO DEL VIAJE A GIJÓN DE LOS VISITANTES (%)</b>			
	<b>2013</b>	<b>2015</b>	<b>2018</b>
Vacaciones/Ocio	59,5	56,8	58,1
Visitas familiares o amigos	16,2	19,0	20,3
Conocer/Visitar la ciudad	9,0	7,2	7,1
Negocios/Trabajo	8,4	10,7	10,6
Congresos/Ferías	2,8	2,6	1,4
Eventos	1,1	0,7	1,3
Motivos religiosos	0,5	1,0	0,2
Competiciones deportivas	0	0,5	0,7
Otros	1,3	1,2	0,2
NS/NC	1,2	0,2	0,1
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>
<b>Motivos personales</b>	<b>87,7</b>	<b>86,4</b>	<b>87,9</b>
<b>Negocios/profesionales</b>	<b>11,2</b>	<b>13,4</b>	<b>12,0</b>
<b>NS/NC</b>	<b>1,2</b>	<b>0,2</b>	<b>0,1</b>

Tabla 5. Evolución en el motivo de viaje a Gijón por parte de los visitantes. Elaboración propia. Fuente: El Turismo en Gijón; Divertia Gijón.

El motivo principal de visita turística a Gijón es sin duda alguna el ocio/vacaciones, algo que supone alrededor del 60% total todos los años. Seguidamente, la visita a familiares o amigos compone el segundo gran motivo de visita a la ciudad, actividad la cual ha aumentado considerablemente en los últimos 5 años, siendo el 20% del total en el año 2018. Por lo tanto, podemos afirmar con rotundidad que el grueso de la demanda turística de Gijón dedica su visita a motivos personales, como los anteriormente descritos, y a los que se le suman otras actividades importantes en la demanda como el conocer ciudad o la asistencia a eventos.

Dejando a un lado los motivos personales, la causa predominante de visita a Gijón son los negocios y actividades profesionales, ocupaciones que se subdividen en dos grandes grupos: trabajo y congresos/ferias, ambos cuales suman ligeramente por encima del 10% en cuanto al motivo de los viajes realizados por los visitantes.

<b>MEDIO DE TRANSPORTE PRINCIPAL UTILIZADO POR LOS VISITANTES PARA SU VIAJE (%)</b>			
	<b>2013</b>	<b>2015</b>	<b>2018</b>
<b>Vehículo particular</b>	67,2	68,1	65,7
<b>Autobús</b>	11,0	11,2	9,8
<b>Avión</b>	8,7	10,9	14,2
<b>Tren</b>	6,0	6,4	6,3
<b>Vehículo de alquiler</b>	1,6	1,2	2,0
<b>Barco</b>	1,2	0,7	1,5
<b>A pie</b>	1,0	1,2	0,3
<b>Bicicleta</b>	0,1	-	0,1
<b>NS/NC</b>	3,3	0,4	0,1
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>	<b>100 %</b>

Tabla 6. Evolución en el medio de transporte principal utilizado por los visitantes de Gijón para su viaje. Elaboración propia. Fuente: El Turismo en Gijón; Divertia Gijón.

Los medios de transporte, son uno de los principales agentes contaminantes durante la práctica turística, al ser estos indispensables para el movimiento de flujos turísticos, y utilizar en su gran mayoría, sistemas de combustión que expulsan CO<sub>2</sub> a la atmósfera. La apuesta por el transporte colectivo y por vehículos que utilicen energías más limpias, como la eléctrica, son claves para reducir estos efectos negativos de los viajes sobre el entorno.

Sin embargo, el medio de transporte más utilizado por los visitantes de Gijón, es sin duda el coche, pues esta es siempre su opción preferida, por encima del 65% en todos los años analizados; vehículo que tradicionalmente deja una mayor huella de carbono en el entorno, al funcionar mediante energías contaminantes y, normalmente, no llevar ocupadas la totalidad de sus plazas.

En cuanto al transporte colectivo, destaca el incremento porcentual en el número de viajeros que ha venido utilizando el avión para llegar a la ciudad, un aumento del 63,2% en tan solo los últimos 5 años, algo comprensible y lógico ante el ascenso en las cifras de turistas extranjeros, que ya hemos comprobado.

Además, hemos de señalar que tanto el autobús como el tren han mantenido cifras muy similares durante el último lustro, existiendo una constante demanda en torno a estos, correspondiente al 9,8% y el 6,3% del total en el año 2018.

Finalmente, hemos de comentar que, no disponemos de información sobre qué proporción de los vehículos citados anteriormente utilizan energías limpias, renovables, o simplemente contaminan menos, aunque es una obviedad que la mayor parte de los vehículos hallados actualmente en el planeta, utilizan energías contaminantes. Por tanto,

únicamente podemos afirmar con rotundidad que, aquellos turistas que llegan a Gijón a pie o en bicicleta, son quienes viajan de una forma completamente sostenible, los cuales, por otra parte, suman una cifra prácticamente insignificante sobre el total, pues la utilización de ambas formas de transporte ha oscilado sobre el 1% del total durante los últimos 5 años.

**CENTROS DE INTERÉS TURÍSTICO VISITADOS DURANTE SU ESTANCIA EN GIJÓN (%)**  
Respuesta Múltiple

	2013			2015			2018		
	Visitó	Visitará	TOTAL	Visitó	Visitará	TOTAL	Visitó	Visitará	TOTAL
Jardín Botánico	7,5	12,8	<b>20,3</b>	5,0	16,0	<b>20,9</b>	9,0	6,1	<b>15,1</b>
Termas Romanas	5,6	12,6	<b>18,2</b>	6,2	16,6	<b>22,7</b>	8,2	5,5	<b>13,7</b>
Universidad Laboral	7,8	10,3	<b>18,1</b>	6,5	12,7	<b>19,0</b>	14,0	5,8	<b>19,8</b>
Acuario	7,3	9,2	<b>16,5</b>	4,7	11,2	<b>15,8</b>	8,9	6,4	<b>15,3</b>
Mueso Pueblo Asturias	3,9	6,4	<b>10,3</b>	4,3	10,4	<b>14,6</b>	5,4	3,3	<b>8,7</b>
Museo del Ferrocarril	3,7	6,4	<b>10,1</b>	2,7	8,6	<b>11,3</b>	3,8	5,3	<b>9,1</b>
Otros museos	-	-	-	2,8	5,5	<b>8,2</b>	3,3	2,4	<b>5,6</b>
Parque Arq. Campa Torres	2,4	4,8	<b>7,2</b>	2,2	3,4	<b>5,6</b>	1,5	0,2	<b>1,6</b>
Villa Romana de Veranes	1,8	4,9	<b>6,7</b>	1,6	2,6	<b>4,2</b>	0,6	0,1	<b>0,7</b>
Talasoponente	2,9	3,1	<b>6,0</b>	3,0	3,9	<b>6,8</b>	0,8	1,3	<b>2,1</b>
Laboral Centro de Arte	1,9	4,1	<b>6,0</b>	1,2	3,7	<b>4,9</b>	0,9	0,2	<b>1,1</b>
Recinto ferial/P.Congresos	3,6	1,7	<b>5,3</b>	2,6	2,5	<b>5,0</b>	2,7	0,8	<b>3,5</b>
Casino	1,3	2,2	<b>3,5</b>	1,8	1,8	<b>3,6</b>	0,3	0,0	<b>0,3</b>
Ninguno de los anteriores	<b>83,8</b>	<b>73,0</b>	<b>62,9</b>	<b>58,6</b>	<b>36,7</b>	<b>28,4</b>	<b>42,9</b>	<b>78,1</b>	<b>33,9</b>
TOTAL	<b>≠ 100 %</b>	<b>≠ 100 %</b>	<b>≠ 100 %</b>	<b>≠ 100 %</b>	<b>≠ 100 %</b>	<b>≠ 100 %</b>	<b>≠ 100 %</b>	<b>≠ 100 %</b>	<b>≠ 100 %</b>

Tabla 7. Evolución de visitas en los centros de interés turísticos de Gijón. Elaboración propia. Fuente: El Turismo en Gijón; Divertia Gijón.

Antes de entrar en el análisis sobre los centros turísticos más visitados en la ciudad de Gijón, hemos de comentar que estos datos han sido obtenidos mediante las encuestas realizadas por Divertia a los turistas durante su estancia, en lo que se realiza una diferenciación entre los recursos turísticos ya visitados por estos, y los que tiene intención de visitar.

Entre los lugares más visitados, se encuentra la Universidad Laboral, una joya arquitectónica y cultural que posee una constante demanda la cual ha ido creciendo paulatinamente en los últimos años. Un caso muy similar, es el del Acuario de Gijón, visitado por alrededor del 15% del entero de la demanda todos los años.

El Jardín Botánico Atlántico, el pulmón verde de la ciudad, y las Termas Romanas, si bien continúan encontrándose entre los principales recursos visitados, hemos de hacer hincapié en que estos han sufrido una importante caída en la demanda en los últimos 5 años, un 25,6% y un 24,7% respectivamente.

En el plano cultural, destacan tanto el Museo del Pueblo de Asturias como el Museo del Ferrocarril, ambos cuales son recorridos por el 10% de los visitantes anualmente.

Además, hemos de comentar que, sobre los recursos de interés menos visitados presentes en esta tabla, aparecen la Villa Romana de Veranes y el Talasoponiente, como los centros de interés turísticos que han experimentado una mayor caída de demanda en los últimos 5 años. Esta situación, es ciertamente alarmante, pues si su demanda no era muy significativa hasta el momento, ahora han perdido un importante segmento de ella, algo que puede derivar en una pérdida de interés turístico total por parte de los futuros visitantes de Gijón.

De entre estos centros turísticos, cabe destacar que el Acuario de Gijón, la Laboral Centro de Arte y la Universidad cuentan con la certificación Biosphere, por lo que el desarrollo y la gestión de la actividad turística en estos tres importantes recursos de la ciudad, que como hemos visto tienen una gran relevancia en la demanda, se realiza de una forma más sostenible y responsable.

#### LUGARES DE INTERÉS TURÍSTICO VISITADOS DURANTE SU ESTANCIA (%)

##### Respuesta Múltiple

	2013	2015	2018
Casco antiguo, Cimadevilla	88,7	87,1	88,1
Puerto deportivo	66,4	77,9	83,9
Playas	65,0	71,0	88,2
Elogio del Horizonte	38,8	43,2	62,6
Sendas verdes	14,2	11,7	12,5
Ninguna de las anteriores	7,8	7,6	7,8
TOTAL	≠ 100 %	≠ 100 %	≠ 100 %

Tabla 8. Evolución de visitas en los lugares de interés turísticos de Gijón. Elaboración propia. Fuente: El Turismo en Gijón; Divertia Gijón.



En cuanto a los lugares de interés turístico más visitados, sin duda alguna el Casco antiguo de Gijón, situado en el barrio de Cimadevilla, es el que tiene una mayor afluencia de visitantes anualmente, pues es visitado por más del 87% de la demanda todos los años.

Destaca de esta tabla, el importante ascenso en afluencia experimentado por el Puerto Deportivo y las Playas locales, pues si ya eran lugares de visita obligada, en los últimos 5 años ha crecido el número de visitas en torno a ellos, un 26,4% y un 35,7% respectivamente. Además, también es relevante de comentar el reciente incremento de visitas sobre el Elogio del Horizonte, pues esta impresionante escultura de hormigón se ha confirmado como uno de los lugares turísticos de imprescindible visita en Gijón.

Además, hemos de comentar que las sendas verdes mantienen una demanda superior al 10% anualmente, pero que en los últimos 5 años ha caído ligeramente pese a la puesta en valor de estas rutas por parte de la gobernanza turística gijonesa. Por lo tanto, igual un giro en la oferta emitida en torno a estos recursos podría llegar a ser más efectiva en la demanda.

Sobre estos lugares, los cuales en su mayoría se encuentra estrechamente ligados con la naturaleza, hemos de destacar su compromiso sostenible y de calidad: el Puerto Deportivo de Gijón está adherido a la certificación Biosphere, las 3 playas urbanas cuentan con la bandera Ecoplayas y están certificadas por los sistemas SICTED y “Q” de Calidad (siendo la Playa de Poniente 100% accesible), y las sendas verdes, tienen como finalidad la conservación y divulgación del patrimonio natural del entorno rural gijonés. Por tanto, es en los principales lugares de interés turístico de la ciudad donde podemos apreciar una apuesta por un Turismo más sostenible, la cual, como acabamos de ver, se ve correspondida en la demanda, al utilizar herramientas como las certificaciones para la mejora de su desempeño ambiental y de calidad.

<b>VALORACIÓN DE LOS PRINCIPALES ATRIBUTOS DE GIJÓN COMO DESTINO TURÍSTICO</b>			
	<b>2013</b>	<b>2015</b>	<b>2018</b>
Información turística	9,1	9,3	8,9
Hospitalidad/trato recibido	9,0	9,1	9,1
Alojamiento	8,5	8,4	8,7
Servicios de restauración	8,4	8,4	8,6
Conservación del entorno	8,4	8,5	8,5
Profesionalidad	8,3	8,3	8,6

Oferta cultural y de ocio	8,3	8,3	8,6
Seguridad	8,2	8,5	8,9
Transportes públicos	8,2	8,3	8,5
Comercio	8,1	8,3	8,6
Relación calidad-precio del destino	8,1	8,0	8,5
Accesos a la ciudad	7,8	7,9	8,2
Señalización	7,6	7,6	7,9
<b>VALORACIÓN GLOBAL ESTANCIA</b>	<b>8,6</b>	<b>8,6</b>	<b>8,8</b>

Tabla 9. Evolución de la valoración en los principales atributos turísticos de Gijón. Elaboración propia. Fuente: El Turismo en Gijón; Divertia Gijón.

Como es observable, los visitantes quedan bastante satisfechos en sus visitas a Gijón, con una media de valoración durante su estancia por encima del 8,5% en los últimos 5 años. En cuanto a la sostenibilidad, destacan positivamente entre estos datos la calificación otorgada al trato recibido por parte de la comunidad local, la conservación del entorno y el gran servicio de información turística, pues el buen funcionamiento de estos elementos es imprescindible para augurar un eficaz desarrollo turístico sostenible. Además, hemos de resaltar que todos los atributos evaluados por los visitantes en los últimos 5 años, han experimentado un aumento en sus valoraciones.

Pese a ello, debemos señalar que tanto los accesos a la ciudad como la señalización, han mantenido la puntuación más baja durante los últimos 5 años, dos parámetros que también son imprescindibles para la evolución sostenible de los destinos, pues la accesibilidad es uno de los ejes fundamentales bajo los que se estructura el paradigma del Turismo Sostenible. Por tanto, Gijón debe continuar esforzándose en seguir mejorando todos sus atributos como destino, centrándose especialmente sobre estos dos últimos citados.

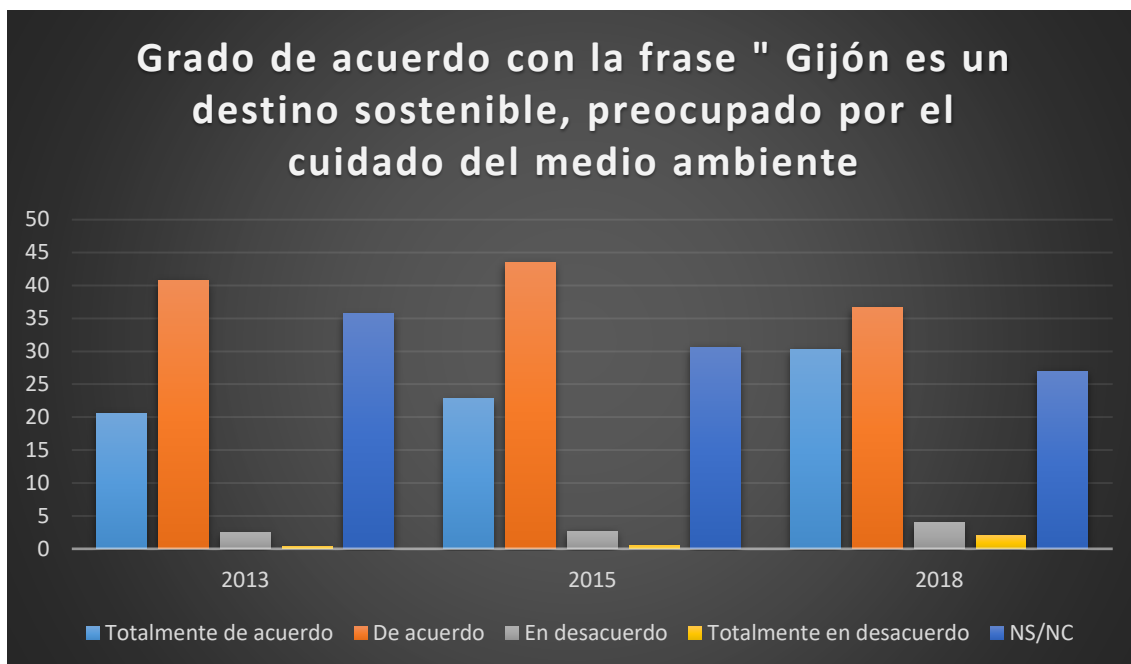


Gráfico 6. Evolución en la concepción de Gijón como destino sostenible en la demanda turística. Elaboración propia. Fuente: El Turismo en Gijón; Divertía Gijón

En este último apartado sobre el análisis de la demanda, vemos en qué grado la demanda que visita Gijón, la considera como un destino sostenible. Si bien es cierto que en los últimos 5 años más del 60% de los visitantes consideran a la ciudad como un destino sostenible, no debemos olvidar que en torno al 30% de los encuestados dicen no saber qué contestar al respecto, algo que puede traducirse como una falta de conciencia sostenible en la demanda, al no saber cómo valorar la sostenibilidad de un destino turístico, o a una falta de promoción por parte de Gijón como destino turístico sostenible.

Para concluir, hemos de señalar que aquellas opiniones contrarias a la frase analizada, no suponen más del 6% en los últimos años, por lo que al menos podemos asegurar que Gijón no es considerado como destino no sostenible por sus turistas.

Aun así, en relación a esta frase, tampoco podemos sacar grandes conclusiones. Al contrario que en los anteriores parámetros analizados, esta cuestión es únicamente abordada por el gestor turístico local mediante esta pregunta, en la cual no se introduce ningún tipo de variable o atributo específico a través del cual poder conocer que aspectos contribuyen a la sostenibilidad en Gijón, cuales producen todo lo contrario y cuales son mejorables.

Analizada la demanda turística de Gijón y sus perfiles, podemos concluir que esta todavía no cuenta con claros rasgos que la definan como turísticamente sostenible. Únicamente,

se han comprobado ciertos rasgos de sostenibilidad sobre los lugares de interés turístico de la ciudad, al encontrarse certificados en materia de sostenibilidad y calidad, pero los estudios a los que hemos tenido acceso, tampoco logran precisar si las actividades turísticas que se practican en ellos se acercan a la sostenibilidad. Sin embargo, en cuanto al resto de parámetros analizados como los medios de transporte utilizados, los recursos de interés turísticos de la ciudad y demás datos, no se han podido apreciar rasgos de una demanda turística sostenible, con características como pudieran ser el gran consumo en torno a productos de Turismo de Naturaleza, como las sendas verdes, o la motivación de visitar Gijón por ser acreditada como destino sostenible.

## 4.4. Planificación turística: bases y desarrollo

### 4.4.1. Gestión turística

PLANES TURÍSTICOS	OBJETIVOS	ACCIONES	RESULTADOS
<b>II Plan Estratégico de Gijón 2002-2012</b>	Centro referencia cultural Arco Atlántico	Puesta en valor Universidad Laboral + Agenda 21	Imagen de destino cultural
<b>Plan de Acción de Turismo de Gijón 2012-2015</b>	Consolidación como Destino Sostenible del Norte de España	Adhesión Certificación Biosphere Destination	Posicionamiento como Destino Sostenible
<b>Plan de Acción de Turismo 2016-2020</b>	Mejora Oferta Turística e Influir más en la Demanda	Apuesta Turismo Eventos, Gastronómico y Congresos + Campañas Marketing	Tecnologización del destino + Aumento visitantes
<b>Plan de Acción de Turismo Sostenible de Gijón 2015-2016</b>	Continuar la implantación del sistema de Turismo Sostenible en Gijón	Participación en Ferias, Cumbres y Medios Comunicación + Adhesión Proyectos Sostenibles y Sensibilización	Reconocimiento Internacional como ciudad turística sostenible

Tabla 10. Evolución de la Planificación Turística de Gijón. Elaboración propia. Fuente: Ayuntamiento de Gijón y Divertia Gijón.

Con objeto de conocer los motivos de esta implantación débil de la sostenibilidad en el Turismo de Gijón, que llevamos comprobando a lo largo de todo el informe, y augurar el grado de importancia y relevancia que va a tener esta en el futuro del destino, pasamos a analizar la política turística desarrollada en Gijón durante los últimos años.

De entre las primeras actuaciones sostenibles implementadas en la ciudad de Gijón, destaca la adhesión por parte del ayuntamiento a la carta de Aalborg en 1998, bajo la que se comprometió, entre otras líneas de trabajo, a elaborar su propia Agenda 21 local. Desde entonces, la ciudad ha acometido distintas acciones destinadas a mejorar su desarrollo sostenible, como su reciente incorporación al Pacto Europeo de Alcaldes por una energía sostenible local, las cuales serán puestas en perspectiva y analizadas, con motivo de conocer el verdadero grado de implicación que ha tenido la ciudad en torno a esta materia.

Dentro del área turística, el cual compete a este informe, la ciudad ha mostrado especial interés por la sostenibilidad en el Turismo a partir de 2012, cuando fue acreditada por la certificación Biosphere Destination como destino turístico sostenible. Tras esta breve puesta en situación, y sin más dilación, pasamos a analizar todas aquellas medidas que han afectado a la sostenibilidad turística de la ciudad de Gijón.

La Planificación Turística en Gijón. comenzó a tener cierto protagonismo a partir del II Plan Estratégico de Gijón 2002-2012, plan innovador y cooperativo, que destacó por su carácter tecnológico y el papel participativo de los agentes de la gobernanza municipal en su elaboración. Puntualizar que, si bien es cierto que este no era un plan plenamente turístico, contó con algunas líneas estratégicas dedicada al Turismo y la Sostenibilidad.

El objetivo de las líneas de acción dedicadas al Turismo, era el lograr ser un centro de referencia turístico-cultural del Arco Atlántico, encontrándose entre sus medidas principales la puesta en valor de la Universidad Laboral como espacio de convivencia multicultural, algo que, con el transcurso de los años, hemos podido comprobar que se ha logrado. En materia sostenible, se incorporó la Agenda 21 como modelo para el diseño de actuaciones enfocadas a una participación activa e integradora de la comunidad local en ellas, como fue el Proyecto Arco medioambiental, el cual buscó poner en valor las zonas rurales del concejo (Ayuntamiento de Gijón, 2004).

De este plan, podemos decir que fue el punto de partida para la implantación de un modelo desarrollo local basado en la pluralidad, la comunicación y cooperación, entre los distintos agentes de la ciudad, el cual como veremos a continuación, se trasladó al plano turístico:

El Plan de Acción de Turismo de Gijón 2012-2015 (PATG 2012-2015), es el primer plan turístico que introdujo el concepto sostenibilidad entre sus objetivos principales, cómo base para el desarrollo de la actividad turística en la ciudad, al considerar al Turismo

como una actividad transversal que afecta al global del territorio (cultural, socio-económica y ambientalmente). Además, otro de sus grandes objetivos fue consolidar a Gijón como una de las ciudades del norte de España más comprometida y responsable con el medioambiente.

Entre sus líneas de acción se encontraban:

- Mesas de colaboración Turismo-cultura-deporte: alcanzando la Capitalidad Europea del Deporte en 2016, entre otros objetivos, como la puesta en valor de los deportes náuticos.
- Establecer un calendario de eventos: a fin de disponer de una oferta variada durante todo el año.
- Convertir a la ciudad como punto de referencia del Camino de Santiago: un segmento de demanda turística importante que aporta grandes beneficios en forma de pernoctaciones y restauración.
- Inclusión de empresas turísticas sostenibles y de calidad en acciones de promoción.
- Inteligencia turística para la mejora en la gestión público-privada del Turismo.
- Planes de Marketing anuales para la mejora del posicionamiento como destino.

(Sociedad Mixta de Turismo de Gijón, 2012).

Como es apreciable, de entre estas acciones principales, ninguna se encontraba destinada a la mejora de la sostenibilidad, pues es cierto que se buscó promocionar, pero no evolucionar sosteniblemente en el Turismo local mediante medidas que estimularan este aspecto. Dentro de este Plan, en el apartado de Calidad y Sostenibilidad, perteneciente al Programa de Servicios en Destino, es dónde podemos encontrar la única acción que podemos calificar como sostenible “Incorporar el fomento de la sostenibilidad en empresas y el destino”, la cual, sin embargo, es poco específica, al no indicar que medios y qué acciones se van a utilizar en este fomento, y no tiene gran relevancia e importancia sobre el resto de acciones planteadas en el Plan.

Pese a ello, Gijón pudo “cumplir” con el objetivo de consolidarse como uno de los destinos del norte español más comprometido con el medioambiente, en cuanto a posicionamiento turístico se refiere, al recibir en el mismo 2012 la certificación Biosphere Destination, estándar que desde entonces distingue a Gijón como destino turístico

sostenible. Sin embargo, hemos de volver a incidir en que este objetivo fue únicamente cumplido en términos de imagen de destino, pues en la práctica no se vieron grandes avances implementados debido a la pobre planificación turística en materia de sostenibilidad.

Su programa predecesor, fue el Plan de Acción de Turismo de Gijón/Xixón 2016-2020, el cual para su elaboración utilizó los análisis del Turismo anuales realizados por Divertia, la participación activa de los agentes público- privados y un estudio de benchmarking entorno a destinos turísticos líderes (buenas prácticas).

Las líneas estratégicas definidas en este Plan, fueron (Divertia Gijón, 2016):

- Mejorar y orientar la oferta: creando nuevos productos y reforzando los recursos turísticos clave de la ciudad apoyándose en la tecnología y la mejora en la calidad, especialmente aquellos relacionado con en el Turismo de congresos, cultural y gastronómico, y realizando una apuesta por los eventos y el deporte.
- Influir en la demanda: dado el aumento en la educación turística y digitalización mundial, apostar por una comercialización principalmente on-line, coherente y coordinada con la oferta. Para ello se propuso intensificar las acciones de promoción sobre los recursos turísticos claves de la ciudad, teniendo como objetivos el desarrollo y renovación la marca de la ciudad y sus instrumentos de comunicación, destacando el papel adquirido por las redes sociales en este apartado.

Este Plan, también incluyó acciones de soporte, para la cooperación y coordinación con otros destinos, las cuales fueron destinadas fundamentalmente al incremento de visitantes y el ahorro en acciones de promoción. También destaca de este programa, la notoria irrupción que tuvo la tecnología en el Turismo, al presentarse como uno de los elementos claves para el desarrollo turístico más incipiente y futuro del destino. Las medidas y actuaciones tecnológicas desarrolladas en este Plan, al igual que las de los anteriores, serán analizadas más adelante en el apartado de Turismo Smart.

Para poder encontrar medidas y actuaciones sostenibles dentro este Plan, tenemos que acudir al Programa de Excelencia Turística, el cual estuvo integrado dentro de la línea estratégica de Mejorar y orientar la oferta. Entre los objetivos de este Programa, encontramos algunos destinados a la mejora de la sostenibilidad turística, los cuales van

a ser comparados con el resto de los incluidos en el propio programa, a fin de conocer el grado de importancia que se destinó a estos:

- Mantener el convenio con AGICATUR: con el plan de actividades y cumplimientos de objetivos, para la mejora de la calidad de los servicios turísticos y la promoción de establecimientos y servicios adheridos.
- Talleres de iniciación y apoyo a la mejora de la calidad en establecimientos: lanzar programas de sensibilización sobre la calidad turística para aquellas empresas que no estén adheridas al SICTED.
- Renovación de la certificación Biosphere Destination: al ser un destino certificado como sostenible, aconseja mantener esa diferenciación.
- Apoyo a la certificación de calidad, ambiental y de accesibilidad: ofreciendo apoyo técnico y económico a las empresas que deseen acceder a las certificaciones en colaboración con AGICATUR.

Estas medidas, confirman la priorización que lleva destinando la política turística de Gijón hacia la mejora de la calidad turística, la cual como hemos visto, ha resultado efectiva. Sin embargo, en cuanto a la mejora de la sostenibilidad y el incremento de la certificación Biosphere, que es lo que verdaderamente atañe a este informe, no se realizó ninguna apuesta firme y clara para su mejora, como puedan ser los talleres de iniciación o los programas de sensibilización que se lanzan para la adhesión al SICTED; únicamente se destinó apoyo económico y técnico para la certificación sostenible, a igual nivel que con el resto de certificaciones, algo que supuso un insuficiente impulso para la adopción de estas en la oferta turística privada.

Además, hemos de señalar que, en este programa, se dice que es aconsejable mantener la certificación Biosphere Destination como elemento diferenciador para el posicionamiento del destino, y que es conveniente que sea compartido por las empresas turísticas locales; algo que, unido a la falta de actuaciones realistas y ambiciosas por mejorar la sostenibilidad turística en Gijón, confirman los planteamientos en torno a la utilización de esta certificación fundamentalmente para obtener una imagen de destino diferenciada y responsable, mientras se desarrolla una sostenibilidad débil en la ciudad, la cual podría ser implementada con mayor fortaleza.

Esta falta de ambición comentada por mejorar la sostenibilidad en el Turismo de Gijón, es comprobable en la propia Hoja de Ruta elaborada para la ejecución del Plan, en la que los objetivos sostenibles del Programa de Excelencia que acabamos de señalar



“Renovación de la certificación Biosphere World Urban Destination” y “Apoyo a la certificación de calidad, ambiental y accesibilidad de empresas” se les entregó una prioridad baja, entrando en la clasificación de acciones que inciden en aspectos menos relevantes en la problemática turística de la ciudad y que no afectan a los objetivos primordiales del Plan.

Sin lugar a duda, hemos visto como este Plan demostró un bajo interés por mejorar los aspectos sostenibles de Gijón, algo que, como ciudad turística ya entonces sosteniblemente certificada, debería de haber sido uno de los ejes centrales en la política turística del destino.

Finalmente, como aspecto destacable de este Plan, que debe ser utilizado como base para el desarrollo de una ambiciosa y eficaz sostenibilidad turística, se encuentra el trabajo en gobernanza que ha implementado Divertia, el gestor turístico local, con el resto de agentes del sector, en su elaboración. Este aspecto, ha sido comprobado mediante la figura de AGICATUR, como ente gestor de la calidad turística, entidad que bien debería ser utilizada para impulsar fuertemente la sostenibilidad y las certificaciones, o servir de ejemplo para la creación de un ente gestor sostenible.

Como ya se ha comentado, la obtención de la certificación Biosphere Destination supuso un cambio para la imagen de destino de la ciudad. Entre las exigencias de este estándar, se encuentran la elaboración de Planes de Acción Sostenible, los cuales se llevan elaborando anualmente en la ciudad desde 2013, tras su obtención.

Al último Plan al cual hemos podido tener acceso, ha sido al Plan de Acción de Turismo Sostenible de Gijón/Xixón 2015/2016, cuyos objetivos sí que estaban directamente relacionados con la sostenibilidad como: “Realizar tres acciones directas en materia de turismo sostenible” y “Realizar dos acciones de concienciación del empresariado turístico local”. Entre las actuaciones desarrolladas para la ejecución de dichos objetivos se encuentran: “Adhesión al proyecto “Un Millón por el Clima”, “Participación Cumbre Mundial de Turismo Sostenible”, “Realizar jornadas de formación relacionadas con el turismo y la sostenibilidad” ... las cuales demuestran cierta voluntad porque el Turismo local evolucione sosteniblemente.

Sin embargo, hemos de incidir en que estos Planes corresponden al requisito de la renovación anual de la certificación, cuyos objetivos, como ya se ha comprobado, no se han visto trasladados con importancia a los dos últimos Planes de Acción Turísticos

desarrollados en la ciudad. Por lo tanto, estos parecen quedar destinados a ser más bien trámites en los procesos de renovación de la certificación, cuyos objetivos y acciones sostenibles podrían ser potenciados e implementados en mayor medida, dentro del Turismo de Gijón.

Finalmente, hemos de comentar que, en el reciente 14 de enero de 2020, se presentó a los medios de comunicación locales el **Plan de Turismo 2020-2022**. La directora de Turismo de Gijón, D<sup>a</sup> Ángela Baños, comentó que el Plan se basará en la colaboración público-privada, la orientación al turista, la innovación y la calidad, la transparencia, la inteligencia turística y la sostenibilidad. Para ello, el Plan se ha estructurado en tres ejes de trabajo: mejora del destino, coordinación del sector turístico, y posicionamiento del destino (COPE, 2020).

Entre las principales acciones del Plan que se avanzaron, se encuentran: establecimiento de mesas de trabajo y acciones conjuntas con los agentes del sector, digitalización de la oferta, continuar y renovar las campañas de marketing online y offline, y la elaboración de un Plan de Marketing Turístico 2021-2025 orientado a la tecnología y la sostenibilidad. Parece, de nuevo, que el concepto de sostenibilidad, más que un eje transversal que oriente un nuevo modelo de desarrollo turístico, se concibe como una característica de marketing.

Tras analizar la política turística de Gijón en los últimos 20 años y, habernos focalizado especialmente en la evolución y aspectos sostenibles desarrollados en el destino, podemos afirmar que Gijón ha conseguido una imagen de destino sostenible a partir de la obtención de la certificación Biosphere Destination. Sin embargo, hemos comprobado cómo esta imagen de destino se ha visto débilmente trasladada en la práctica real, ya que la política turística ha centrado principalmente sus esfuerzos en otros aspectos como la comercialización y la mejora de la calidad. Vista la presentación del último Plan de Turismo en el presente 2020, es apreciable cómo Gijón va a continuar manteniendo esta estrategia turística, utilizando la sostenibilidad fundamentalmente como imagen y herramienta de marketing, e implementando una sostenibilidad débil en el destino, pues es algo que, como hemos estudiado, les está dando grandes resultados en cifras económicas y de visitantes.

Gijón, como hemos podido comprobar, es un destino que tiene una gran capacidad de medios y desarrollo sobre los que evolucionar su sostenibilidad turística, destacando la gobernanza local implantada entre los agentes del sector turístico, bajo la que han

fundamentado la evolución del Turismo de Gijón, a través de los Planes que acabamos de analizar. Es por ello que, aprovechando estas herramientas y su posicionamiento como destino turístico sostenible acreditado, Gijón debería apostar fuertemente por la sostenibilidad como eje básico para el desarrollo de su Turismo, pues este va a ser el paradigma más adecuado para el bienestar de todos y para el desarrollo de la actividad turística a nivel mundial y local en los próximos años. En el apartado de propuesta, se presentarán una serie de medidas y actuaciones bajo las que Gijón podría comenzar a fundamentar una sostenibilidad más fuerte y responsable sobre su Turismo.

#### **4.4.2. Gestión Smart**

El Plan de Acción de Turismo de Gijón 2016-2020, supuso un punto de inflexión en cuanto a la implantación de esta modalidad turística en la ciudad de Gijón. Es cierto que ya anteriormente se habían incluido aspectos del Turismo Smart, como en el PATG 2012-2015, en el que se incluyó un apartado dedicado a la Inteligencia Turística dentro de su Programa de Servicios en destinos, pero que, sin embargo, no propició grandes cambios en la demanda, al contar con líneas de actuación como “Adaptación de los informes actuales a las necesidades de información para toma de decisiones de los gestores públicos y privados” y “Acceso a los informes generados para el sector turístico a través del portal web de Gijón”, las cuales se encontraban fundamentalmente dedicadas a la tecnologización del sector turístico.

Es en el PATG 2016-2020, cuando se comienza a apostar seriamente por lo Smart, pues en este se integró un Programa de tecnología turística, cuyos principales objetivos fueron incorporar la tecnología en todas las fases de la experiencia turística y convertir a Gijón en un destino inteligente a medio plazo. De entre las medidas propuestas para dichos objetivos destacan:

- Creación de un grupo de trabajo de Destino Turístico Inteligente: liderado por el ayuntamiento e integrado por las empresas del sector turístico y tecnológico, con objeto de explorar vías de cooperación y colaboración entre ellas.
- Desarrollo de una plataforma de información turística y aplicaciones piloto sobre la oferta turística: con la idea de incrementar y estructurar la información turística de la ciudad para que sea más completa y accesible en la demanda (antes, durante y después de su visita), avanzando hacia la información en tiempo real, la geolocalización y la realidad aumentada.

- Jornadas y seminarios demostrativos sobre la aplicación de la tecnología en la prestación de servicios turísticos: con el propósito de sensibilizar a las empresas del sector acerca de las ventajas que ofrece la tecnología e incorporarlas en el objetivo de convertir a la ciudad en un destino turístico inteligente.

Cabe destacar que, estas medidas y objetivos, sí que han surtido efectos en la práctica, como han sido la elaboración de proyectos tecnológicos como Gijón-IN y Smart City, la creación de Lab INN y la Cátedra Smart City Gijón (dedicados al fomento y desarrollo de proyectos tecnológicos), y el desarrollo de información turística para las aplicaciones móviles y la web oficial de Turismo (con multitud de guías, folletos y demás información turística digitalizada disponibles para todos los usuarios).

En cuanto al reciente programa turístico desarrollado en la ciudad, el Plan de Turismo 2020-2022 de Gijón, hemos de señalar que, durante su presentación, se avanzó que se iba apostar por el Turismo Smart, encontrándose como principal objetivo el conseguir la incorporación de Gijón a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) para el alcance de la plena certificación como destino turístico inteligente, en un plazo de 3 a 5 años. Otras de las acciones inteligentes adelantadas, que se integran en este Plan a destacar son: la incorporación de un sistema de analítica de datos para identificar y predecir dinámicas turísticas, y la formación del sector turístico en materia de digitalización de la oferta turística.

Finalmente, hemos de señalar que, en mayo de este mismo 2020, Gijón ha conseguido incorporarse a la red de Destinos Turísticos Inteligentes. Segittur, el ente gestor, ha destacado de la ciudad su modelo de gobernanza, las áreas de Innovación y promoción económica y de emprendedores, el Lab INN y la iniciativa Gijón-IN, entre otros elementos, para justificar y aprobar la incorporación de la ciudad a la red de DTI (La Voz de Asturias, 2020; El Comercio, 2020).

Por lo tanto, en cuanto al Turismo Smart en Gijón, hemos de indicar que ha existido una apuesta clara y firme en su implementación desde 2016, a partir del PATG 2016-2020, la cual se ha visto eficazmente ejecutada en la práctica, ayudando, además, varias de sus medidas desarrolladas a mejorar la sostenibilidad turística del destino. Esta eficaz implementación del Turismo Inteligente en Gijón, debería servir de espejo en la gobernanza turística local para la evolución de la sostenibilidad, pues se ha visto cómo en el propio destino se ha podido avanzar eficaz y ambiciosamente en una modalidad turística estrechamente vinculada con el paradigma de Turismo Sostenible.

#### **4.4.3. Gestión de la accesibilidad**

El principal avance en materia de accesibilidad turística experimentado en Gijón, corresponde al desarrollo del “Programa de Accesibilidad Turística de Gijón/Xixón” en colaboración con PREDIF (Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física), presentado en 2014. El motivo primordial de este programa fue el conectar a Gijón como destino turístico con los visitantes y colectivos de discapacitados. Su principal línea de acción, comprendió el integrar a las empresas turísticas locales en el proyecto, con objeto de formar, sensibilizar y adaptar sus instalaciones y servicios a la realidad de este segmento de la demanda.

A partir de este programa, las acciones más destacadas en favor de la accesibilidad, desarrolladas por la gobernanza turística local, han sido:

- Elaboración de planos y guías turísticas accesibles: que contienen información completa sobre todos los productos, rutas y servicios turísticos de la ciudad con garantía accesible.
- Alquiler gratuito de sillas todoterreno y bicicletas adaptadas para personas con movilidad reducida.
- En 2014, se editó colaborativamente con la ONCE la versión del folleto genérico de información turística de la ciudad para su lectura en braille.
- Se creó la app EN4DIS, la cual permite generar y visualizar información sobre accesibilidad, con objeto de ayudar a las personas con discapacidad a guiarse por el interior de edificios de la ciudad.

El posicionamiento de Gijón como destino sostenible, y su reciente incorporación a la red de Destinos Turísticos Inteligentes, requiere la continuación e incremento de actuaciones que fomenten el desarrollo de la accesibilidad en la ciudad; pues como hemos comprobado a lo largo del informe, la accesibilidad, junto al Turismo Smart, es un componente clave del Turismo Sostenible.

## 4.5. Gijón y su Turismo: análisis DAFO

Tras estudiar la evolución y situación actual del Turismo en la ciudad de Gijón, presentamos el siguiente diagnóstico en el que se analizan las principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, que tiene la ciudad como destino turístico:

### 4.5.1. Debilidades: baja implicación de los agentes turísticos (públicos y privados) por un cambio real hacia el Turismo Sostenible

Las grandes debilidades que presenta Gijón como destino turístico son las siguientes:

- Escasa oferta de Turismo de Naturaleza, Terrestre y de Montaña: el 84% de la ciudad es reconocida como concejo rural y cuenta con multitud de espacios verdes, sin embargo, los únicos recursos naturales turísticamente explotados son el Jardín Botánico Atlántico y las rutas de senderismo, estas últimas en menor medida.
- Apuesta por el marketing sostenible más que por un cambio profundo de modelo: Gijón, a pesar de ser un destino turístico acreditado como sostenible, ha centrado sus esfuerzos en el marketing sostenible, sin descender a un cambio real y total de modelo en la práctica, pues la incorporación de planteamientos relacionados con este paradigma ha sido muy lenta y débil.
- Falta de implicación por avanzar hacia la sostenibilidad real desde el sector privado: solo 14 de los 108 alojamientos turísticos locales se encuentran certificados ambientalmente, de los cuales únicamente 9 cuentan con el sello *Biosphere*, certificación por la que Gijón ha apostado fuertemente para acreditarse como destino sostenible, cifras que nos demuestran la débil sostenibilidad implementada en la oferta turística privada de la ciudad hasta la fecha.
- Dependencia del turista nacional: el grueso de visitantes de Gijón continúa siendo nacional, aun habiéndose abordado el aumento de demanda turística internacional, la cual pese haber crecido en los últimos años, continúa siendo baja y mejorable frente a la nacional. Una prolongación de esta situación en el tiempo, puede convertirse en un problema para Gijón, pues cambios de tendencias o crisis económicas a nivel nacional pueden perjudicar enormemente al sector turístico local.

- Programación de Eventos dirigida al público local y regional: la ciudad alberga gran variedad de festivales y espectáculos anualmente, estando gran parte de ellos enfocados a la ciudadanía local y regional.
- Infraestructura de transporte potencialmente mejorable: la ciudad, aún no cuenta con líneas ferroviarias de alta velocidad (AVE), tiene pocas conexiones aéreas, las cuales además son irregulares (varían en función de la época del año), y las conexiones comarcales por carretera son mejorables.

De entre estas debilidades, la mayor que presenta Gijón como destino turístico sostenible acreditado, es la débil sostenibilidad implementada en la práctica hasta la fecha, opinión que comparten técnicos y expertos, como nuestro entrevistado en el Anexo V D. Carlos Justo Ortega Vilabrilie “Considero que existe una falta de concienciación ambiental y sostenible en las empresas, y una falta de transmisión de información por parte del ayuntamiento, de los beneficios que ofrece la sostenibilidad. Esta es una línea en la que hay margen de mejora y en la que deben trabajar conjuntamente”; que señala la falta de implicación sostenible por parte de los agentes privados gijoneses y, un problema de transmisión desde los agentes públicos locales acerca de los valores que aporta este paradigma para el Turismo y el desarrollo de la ciudad, como uno de los principales aspectos sobre los que Gijón debe trabajar y mejorar para revertir esta situación, y lograr de esta manera instaurar una sostenibilidad más fuerte en el destino.

#### **4.5.2. Amenazas: cambio climático y aparición de destinos con una mayor sostenibilidad turística implementada**

- Cambio climático: esta realidad que atañe a todo destino turístico, puede generar consecuencias desastrosas en la ciudad de Gijón. Al ser un destino situado junto al mar, el avance de este fenómeno puede causar la pérdida de la línea de costa a medio-largo plazo, entre otros efectos, como el aumento de temperaturas y cambios en la biodiversidad del entorno, algo que aparte de afectar terriblemente al Turismo sería devastador para la ciudad.
- Conectividad superior en destinos competitivos: ciudades turísticas del norte de España como Bilbao o Santander, cuentan con aeropuertos desarrollados, mayores conexiones marítimas y una mejor infraestructura vial y ferroviaria, algo que supone una pérdida potencial de visitantes todos los años.

- Estacionalidad turística: pese al auge turístico local, la estacionalidad no deja de ser una amenaza que genera dificultades para garantizar un equilibrado desarrollo turístico sostenible, la cual deja importantes consecuencias perjudiciales para el Turismo de Gijón en forma de precariedad laboral, pérdidas de calidad, deterioro de recursos e insatisfacción en parte de la demanda, entre otros factores.
- Nuevos destinos turísticos más comprometidos con la sostenibilidad: la aparición de nuevos destinos sostenibles es una de las tendencias turísticas actuales, la cual va a seguir siéndolo en los próximos años. La aparición de nuevos destinos turísticos, que implementen una fuerte sostenibilidad en su desarrollo, puede convertirse en una verdadera amenaza directa para el Turismo de Gijón, al encontrarse la ciudad posicionada como destino turístico sostenible.

#### **4.5.3. Fortalezas: recursos turísticos de gran atractivo junto a una completa oferta de servicios de calidad, en un destino turístico consolidado, acreditado como sostenible**

- Amplia riqueza patrimonial: recursos turísticos como la Universidad Laboral y el Yacimiento Arqueológico Campa Torres declarados bienes de interés cultural, o el conjunto histórico del barrio viejo de Cimadevilla, componen una poderosa oferta turística patrimonial en la ciudad de Gijón.
- Gran variedad de recursos turísticos: Gijón, posee multitud de recursos que atienden a los distintos sectores de la demanda turística. Destaca su oferta cultural (Museos, legado románico, Universidad Laboral, Acuario...), deportiva (surf, vela, atletismo, natación, fútbol, hockey patines...), natural (10 playas, el 85% del concejo es zona rural, Jardín Botánico Atlántico) y gastronómica de calidad (puesta en valor mediante la celebración de multitud de eventos culinarios a lo largo del año).
- Completa oferta de servicios turísticos de calidad: la ciudad, cuenta con más de 100 establecimientos de alojamiento, más de 2,000 empresas dedicadas a la hostelería, 20 empresas de Turismo Activo que ofertan diversas actividades turísticas... entre otros servicios, los cuales en su conjunto forman una íntegra red de servicios de calidad para el visitante; de hecho, Gijón es el destino que más reconocimientos ha recibido en materia de calidad turística a nivel nacional, debido a la importante adhesión que tiene el sistema SICTED entre sus e



establecimientos turísticos. En el Anexo VIII, se podrá comprobar a partir de la Guía Turística 2018, las empresas y servicios de Gijón que se encuentran adheridas al sistema SICTED y a otras certificaciones, como el sello Biosphere.

- Imagen de destino turístico sostenible: Gijón, lleva certificada desde 2012 por la certificación *Biosphere Destination*, condición que la acredita como ciudad turística sostenible por una prestigiosa organización como el Instituto de Turismo Responsable, el cual pertenece a la OMT, y tiene estrechos vínculos con la ONU y la UNESCO. Al encontrarse certificada y respaldada como ciudad sostenible por importantes órganos oficiales vinculados con el Turismo a nivel mundial, Gijón ha conseguido posicionarse y alcanzar una imagen inicialmente fiable como destino turístico sostenible, lo que le facilitaría una implementación real de este nuevo modelo de desarrollo turístico dado que la demanda cada vez es más consciente. Esta imagen de destino, es claramente apreciable en la información turística de Gijón, en documentos como: Gijón Destino Turístico Sostenible, la guía Descubrir Gijón, Estudio de Valoración de los Gijoneses sobre el Turismo Sostenible... los cuales se encuentran recogidos en el Anexo VIII.

#### **4.5.4. Oportunidades: aumento en el compromiso sostenible y conversión en un destino smart**

Como venimos comentando a lo largo del informe, una de las tendencias actuales y futuras del Turismo, es la sostenibilidad, tanto por el lado de la demanda como el de la oferta. Gijón, ya ha aprovechado en parte esta actual condición de la industria turística al posicionarse como destino turístico sostenible mediante la acreditación de la certificación Biosphere. Entonces, ahora la ciudad se encuentra ante un escenario idóneo para seguir apostando sobre esta línea y, sobre todo, por trasladar a la práctica esta imagen de ciudad sostenible, pues el progreso sostenible desarrollado hasta la fecha en Gijón es débil, y como hemos visto, la ciudad se encuentra totalmente capacitada y con potencialidades para acometer grandes cambios en pos de la sostenibilidad.

Además, Gijón tiene una magnífica oportunidad de aprovechar su posición e imagen de destino urbano sostenible para establecer sinergias y convertirse en la ciudad turística referente de su región, el Principado de Asturias, ya que este posee una fuerte y reconocida imagen como Paraíso Natural, aspecto que se encuentra estrechamente ligado a la sostenibilidad en España, por medio del Turismo de Naturaleza.

La aplicación de la tecnología sobre la actividad turística, es otro de los factores clave en el desarrollo más incipiente y futuro del sector turístico. Con la reciente incorporación de Gijón a la Red de Destinos Turísticos Inteligentes y su proyecto de ciudad Smart, la ciudad debe seguir apostando e implementando medidas que supongan la tecnologización del destino y su Turismo, pues esta, como ya hemos comprobado, contribuye a la gestión eficaz y a la mejora en la accesibilidad y sostenibilidad del destino. Además, el posicionarse como destino Smart y lograr la plena certificación como destino turístico inteligente, aportaría a Gijón una imagen de ciudad moderna e inteligente, clave para la captación de nuevos segmentos de la demanda.

Otra de las grandes tendencias emergidas en la demanda turística, es el posicionamiento y la diferenciación en la oferta turística. Actualmente, el visitante requiere de productos turísticos específicos y especializados, que, a su vez, se encuentren estructurados e integrados con el resto de recursos y servicios turísticos del destino, con objeto de disfrutar de una experiencia turística más plena. Aprovechando esta línea, Gijón debería crear y reforzar aquellos productos turísticos que se encuentren vinculados con la sostenibilidad, como son: la oferta gastronómica local, creación y desarrollo de las experiencias de Ecoturismo, Turismo Activo y Turismo de Naturaleza, apertura de su agenda lúdico-cultural hacia el Turismo, etc.

Finalmente, debemos señalar la internacionalización del Turismo, como otra de las principales tendencias surgidas la demanda durante los últimos años, algo que se ha visto experimentado en Gijón, aunque este aumento en cifras de turistas extranjeros es aún mejorable según la gobernanza turística local. Por tanto, un incremento más acelerado en número de turistas extranjeros, puede servir para paliar efectos negativos de la actividad turística, como es la estacionalización, además de conseguir a través de esta tendencia una mayor visibilidad y notoriedad en el mercado exterior.

## **CAPÍTULO 5**

### **PROPUESTAS PARA POTENCIAR LA SOSTENIBILIDAD EN EL DESTINO**

“La competitividad no depende ni del tamaño ni de los recursos: depende de la iniciativa para la innovación”

Jorge González Moore

Tras estudiar lo que se entiende por Turismo Sostenible, y haber analizado el desarrollo turístico de Gijón en los últimos años, voy a presentar la siguiente propuesta que ayudaría a implementar y fomentar una sostenibilidad más fuerte en la ciudad de Gijón. Además, se propondrán también una serie de medidas para la eficaz adaptación de Gijón a la situación turística incipiente, tras la pandemia mundial generada por el COVID-19.

### 5.1. Propuesta para aumentar el compromiso sostenible y la adaptación de la actividad turística a la situación post COVID-19 en Gijón

AUMENTAR COMPROMISO SOSTENIBLE	ADAPTACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA A LA SITUACIÓN POST PANDEMIA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayudas para la adhesión a certificaciones ambientales</li> <li>• Crear un ente gestor para promover y controlar la sostenibilidad turística</li> <li>• Emisión bonos verdes para proyectos responsables</li> <li>• Incremento de indicadores ambientales y sostenibles</li> <li>• Apuesta por la marca gastronómica Mesas de Asturias</li> <li>• Intensificar campañas sensibilización</li> <li>• Mayor compromiso sostenible desde la política turística</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medidas sanitarias e higiénicas</li> <li>• Ayudas económicas al sector turístico local</li> <li>• Apuesta por el Turismo Interno a corto plazo</li> <li>• Fuerte Impulso al Turismo Smart</li> <li>• Apuesta por el Turismo Activo y el Ecoturismo</li> <li>• Recuperación del Turismo Internacional en el medio plazo</li> </ul>

Tabla 11. Propuestas para potencializar la sostenibilidad en Gijón. Elaboración propia.

Una de las grandes debilidades que presenta Gijón como destino turístico sostenible hasta la fecha, es el lento avance experimentado en la práctica hacia la sostenibilidad real, especialmente en el seno del sector turístico privado gijonés, encontrándose una minoría de sus empresas certificadas ambientalmente. Con motivo de revertir esta situación, y conseguir implantar una sostenibilidad más fuerte en el Turismo de Gijón, se propone:

- Ayudas a empresas que se adhieran a sistemas de gestión/certificación sostenible y ambiental: uno de los grandes inconvenientes que supone la adhesión a sistemas ambientales, son los desembolsos económicos iniciales que deben efectuar las empresas para la adaptación a los requisitos exigidos por estas. El incentivo por parte de las administraciones públicas locales, mediante subvenciones y emisión de bonos reembolsables a largo plazo sin intereses, puede facilitar al sector privado gijonés incorporarse más rápida y eficazmente al camino de la

sostenibilidad. Especialmente, el ayuntamiento debería incentivar en empresas la adhesión a la certificación *Biosphere*, la elegida por el destino para acreditar su compromiso sostenible.

- Crear un ente gestor para promover y controlar la sostenibilidad turística en empresas: o bien adaptar decididamente hacia la sostenibilidad el ya existente AGICATUR, el cual fundamentalmente se dedica al fomento y la mejora de la calidad turística en el sector privado gijonés.
- Emisión de bonos verdes: la financiación de proyectos turísticamente responsables por parte de las administraciones públicas, es otra medida que conseguiría instalar y desarrollar la sostenibilidad en el destino.
- Incremento de indicadores sostenibles y ambientales: la creación y utilización de nuevos y mejorados indicadores sostenibles, ayudaría a medir con una mayor precisión el grado de producción responsable existente en el desarrollo turístico gijonés. Además, estas son óptimas herramientas, a partir de las cuales y en base a sus resultados obtenidos, establecer medidas y actuaciones que mejoren eficazmente la sostenibilidad en el Turismo de Gijón. Ejemplos de nuevos indicadores que se podrían incluir son: Gestión de residuos en hostelería, Grado de satisfacción local en torno al Turismo y % de consumo energético de recursos renovables.
- Apuesta por la marca gastronómica Mesas de Asturias: la puesta en valor de la gastronomía tradicional y de calidad, es uno de los aspectos que el Turismo Sostenible trata realzar en los destinos, valores que caracterizan a este sello que representa la excelencia gastronómica de la cocina del Principado. El incremento en la adhesión a esta marca por parte de los restaurantes de la ciudad, supondría una mejora en la oferta gastronómica local y un auténtico reclamo acreditativo para el turista culinario; pues actualmente escasea todo tipo de certificación en la hostelería gijonesa (bien sea de calidad, ambiental o gastronómica).
- Intensificar las campañas de sensibilización sostenible: la educación, es una de las principales vías para lograr concienciar a la comunidad local, al sector turístico privado gijonés y al visitante en materia de sostenibilidad. Un aumento de estas campañas, probablemente asista a aumentar los niveles de responsabilidad social en torno al Turismo de Gijón.
- Mayor compromiso sostenible desde la política turística: Gijón, es un destino turístico acreditado como sostenible. Sin embargo, la planificación turística local

y sus resultados en la práctica no han reflejado fuertemente dicha condición hasta el momento. La inclusión seria y comprometida de la sostenibilidad en la gestión de la actividad turística local desde todas sus vertientes (mediante programas, actuaciones y acciones sostenibles, realistas y ambiciosas), no únicamente como herramienta de marketing y en términos económicos, como se ha hecho primordialmente hasta la fecha, debe ser el pilar bajo el cual fundamentar un fuerte cambio hacia la sostenibilidad en el Turismo gijonés.

Además de estas medidas y actuaciones, no podemos ignorar la actual situación de crisis global generada por el COVID-19, de la cual el Turismo, y Gijón como destino turístico, van a salir enormemente perjudicadas. Como ocurre en toda crisis, se debaten y plantean nuevos cambios de modelos, existiendo la necesidad de innovar, una situación que, tanto en el sector turístico como en Gijón, era un cambio más que anunciado (Adamuz, 2020). Ante esta imperiosa necesidad de continuar renovando el modelo turístico gijonés hacia una sostenibilidad más fuerte, más aún si cabe, tras esta situación de pandemia mundial, se proponen las siguientes acciones para la mejora en la adaptación de la actividad turística gijonesa a esta nueva situación:

- Medidas sanitarias higiénicas y seguras: una de las claves para garantizar un Turismo seguro y sostenible tras esta pandemia, van a ser el establecimiento de protocolos sanitarios. Es por ello, que se propone a la gobernanza turística local trabajar coordinadamente con los principales organismos de salud competentes, como la OMS y el Ministerio de Sanidad, para la toma de medidas de prevención y gestión sanitarias que ayuden a minimizar los riesgos de contagio y mantener una sólida confianza como destino turístico seguro en la demanda. Además, también se propone el promover la colaboración con otros destinos a través de buenas prácticas en esta materia, con objeto de trasladar a la realidad aquellas medidas que estén surtiendo efectos positivos sobre la actividad turística en otros destinos.
- Ayudas económicas y emisión de bonos incentivadores: emitiendo subvenciones sobre las empresas más damnificadas económicamente por la pandemia, y bonos de ayuda para aquellos emprendedores que quieran incorporarse al desarrollo turístico de la ciudad en una línea sostenible. Además, se sugiere la emisión de ayudas sobre aquellas empresas que quieran incorporar sellos sostenibles, gastronómicos y de calidad, durante este año.

- Apuesta por el Turismo Interno a corto plazo: varios expertos, como (Cagol, 2020), comentan que, tras la pandemia, los turistas van a optar de inicio por realizar viajes cortos en destinos libres de riesgos cercanos a su lugar de residencia. Por tanto, para este verano Gijón debería desmarcarse cómo un destino seguro y acogedor, mediante fuertes campañas de marketing y protocolos de seguridad que atraigan al turista nacional.
- Fuerte impulso al Turismo Smart: Gijón, como reciente destino turístico inteligente parte con ventaja en este plano. Lo que debe de hacer la gobernanza turística local, es continuar fomentando actuaciones que faciliten el desarrollo turístico mediante la tecnología, especialmente aquellas que contribuyan a promover un Turismo más seguro e higiénico tras esta pandemia, como: sensorización de los recursos turísticos (para controlar el aforo de turistas y la distancia de seguridad) y el desarrollo de aplicaciones móviles y códigos QR que reduzcan los riesgos de contagio (lecturas de cartas en hostelería, check-in online en hoteles, guías y folletos de información turística en versión digital, etc.).
- Apuesta por el Turismo Activo y el Ecoturismo: Gijón, como destino turístico acreditado como sostenible y, tras esta pandemia, se encuentra ante una gran oportunidad de desarrollar productos turísticos estrechamente ligadas a la sostenibilidad en el aire libre, espacios en los que se reduce el riesgo de contagio. Es por ello que, la puesta en valor de actividades y nuevos productos turísticos que contribuyan a la conservación y divulgación del patrimonio ambiental de la ciudad, como anteriormente se ha hecho con las rutas y la visita a entornos naturales, como el Jardín Botánico Atlántico, son una magnífica forma de practicar y promover un Turismo más seguro y sostenible.
- Recuperación del Turismo Internacional a medio-plazo: el control y la aplicación efectiva de las medidas expuestas anteriormente, deben hacer de Gijón un destino turístico seguro para todos. Es por ello que, una vez abiertas las fronteras y los vuelos, con relativa normalidad, será necesario exportar esta imagen al mercado exterior a través de un Plan de Promoción de Destino Turístico Seguro, con el objetivo de atraer a la demanda turística extranjera y hacer de Gijón un destino más internacional.





## CONCLUSIONES

Frente al tradicional modelo Turístico de Masas y los grandes impactos negativos que este genera, existió la imperiosa necesidad de buscar nuevos modelos que hicieran del Turismo una actividad más responsable desde todas sus vertientes. Entre estos nuevos modelos destaca el paradigma del Turismo Sostenible, el cual, tras la globalización de la actividad turística y la extensión del modelo tradicional a nivel global, se ha convertido en una de las principales alternativas bajo la cual fundamentar el desarrollo y la gestión de la actividad turística de una forma más responsable, al caracterizarse por tratar de satisfacer las necesidades del Turismo actual mientras se garantiza el mejor de los futuros para los visitantes y destinos en los cuales se desarrolla.

En el paradigma del Turismo Sostenible, la gestión y planificación de la actividad turística adquiere un papel clave, pues es en las políticas y acciones, que desarrollan e implementan los distintos agentes que conforman la industria turística a todos los niveles, donde residen los mayores éxitos o fracasos de la implantación de estos modelos en los distintos destinos.

Como instrumentos clave bajo los que fundamentar una eficaz política sostenible, este paradigma muestra gran importancia por las buenas prácticas y el trabajo en gobernanza multinivel, al ser excelentes elementos para establecer una colaboración y cooperación entre todos los actores que se ven implicados en el desarrollo de la actividad turística, tanto directa como indirectamente, a todas las escalas (nacional, regional y local).

Entre estos aspectos claves para el desarrollo turístico sostenible, se encuentran las certificaciones, las cuales se plantean como algo fundamental tanto para la imagen de destino como para la planificación y gestión sostenible de estos, y especialmente, de cara a generar confianza y credibilidad en la demanda. Son numerosas las que están apareciendo últimamente, pero nos hemos centrado particularmente en la certificación Biosphere y su tipología para destinos turísticos, pues es la que ostenta y acredita a Gijón, nuestro caso de estudio, como destino sostenible.

Si bien el paradigma del Turismo Sostenible parece quedar bastante claro en su marco teórico, la implementación del mismo no siempre evidencia esta coherencia.

Por ejemplo, el análisis de Gijón nos permite comprobar que sí parece haberse avanzado en aspectos relacionados con la sostenibilidad como la gobernanza y el trabajo en red, tanto entre destinos como entre los agentes que componen la producción turística local.

Pero sin embargo, Gijón, a pesar de encontrarse acreditado sosteniblemente como destino turístico por medio de la certificación Biosphere desde finales de 2012, no ha mostrado un fuerte desarrollo sostenible en su Turismo hasta la fecha, encontrándose entre sus aspectos a mejorar: la baja adopción en torno a certificaciones ambientales y sostenibles por parte de las empresas turísticas locales (únicamente un 8,7% de los alojamientos turísticos cuentan con el sello Biosphere), la falta de una fuerte oferta turística sostenible (relacionada con modalidades turísticas responsables como el Ecoturismo o el Turismo de Naturaleza), y el desarrollo de una política turística poco ambiciosa en materia de sostenibilidad (quedando fundamentalmente las medidas y actuaciones sostenibles relegadas al posicionamiento del destino, y centrándose especialmente en la calidad).

El caso de Gijón y la certificación Biosphere, nos lleva a poder distinguir en la práctica entre la existencia de una sostenibilidad fuerte y una sostenibilidad débil, en la que el peso del marketing tiene una importancia superior frente a aspectos que contribuyen con mayor eficacia hacia una evolución sostenible del Turismo, como puedan ser la mejora del desempeño ambiental en las empresas del sector y la conservación y puesta en valor del medioambiente y la cultura local.

En resumen, este Trabajo de Fin de Grado nos ha mostrado la importancia que va a desempeñar el Turismo Sostenible en el futuro más incipiente de la industria turística, pues nos encontramos ante la necesidad de gestionar la actividad turística de manera más responsable desde todos sus ámbitos, a fin de garantizar el mejor de los futuros a los destinos turísticos, sus comunidades y los propios visitantes. Además, hemos podido cerciorar la existencia de destinos turísticos que guardan distintos grados de compromiso en cuanto a sostenibilidad se refiere, siendo fundamental distinguir entre aquellos que experimentan una sostenibilidad más fuerte, y los que comprenden una sostenibilidad más débil.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABC Viajes. (2020). Gotemburgo, ciudad verde. *ABC Viajes*. Recuperado de: [https://www.abcviajes.com/turismo/gotemburgo\\_ciudad\\_verde.php](https://www.abcviajes.com/turismo/gotemburgo_ciudad_verde.php)
- Adamuz, J.A. (2020). Las claves del Turismo post COVID-19. *National Geographic*. Recuperado de: [https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/turismo-despues-coronavirus\\_15469](https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/turismo-despues-coronavirus_15469)
- Alea García, A. y Jaula Botet, J.A. (2005, diciembre). La educación ambiental desde la pedagogía social en el contexto latinoamericano. *Pensamiento Educativo*. Recuperado de <http://www.pensamientoeducativo.uc.cl/files/journals/2/articles/369/public/369-855-1-PB.pdf>
- Andalucía es Digital. (26 de diciembre de 2018). *INICIATIVAS SMART EN ANDALUCÍA: PROYECTO SMART COSTA DEL SOL*. Andalucía es Digital. Recuperado de: <https://www.blog.andaluciaesdigital.es/proyecto-smart-costa-del-sol/>
- Asociación Española de Normalización y Certificación. (2020). *Certificación ISO 14001 sistemas de gestión ambiental*. Asociación Española de Normalización y Certificación. Recuperado de: <https://www.aenor.com/certificacion/medio-ambiente/gestion-ambiental>
- Asociación Española de Normalización y Certificación. (2019). España sube varias posiciones en el top ten mundial de las principales certificaciones ISO. Asociación Española de Normalización y Certificación. Recuperado de: <https://www.aenor.com/conocenos/sala-de-informacion-aenor/notas-de-prensa/espania-sube-en-el-top-ten-mundial-de-las-certificaciones-iso>
- Ávila, R. y Barrado, D.A. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de Turismo*, (15), 27-43. Recuperado de: <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/13043/1/1302199.pdf>
- Ayón Villafuerte, S., Pibaque Pionce, M.S., Baque Pibaque, L.M., Pibaque Gómez, D.P. (2019). Turismo Sostenible como fuerza potencial para el hábitat costero y protección del medio marino de Puerto Cato. *Universidad Ciencia Y Tecnología* Recuperado de: <https://uctunexpo.autanabooks.com/index.php/uct/article/view/74/75>

- Ayuntamiento de Gijón. (2015). *Iniciativa Gijón-IN*. Gijón, España: Ayuntamiento de Gijón.  
Recuperado de: <https://sedeelectronica.gijon.es/page/15973-iniciativa-gijon-in>
- Ayuntamiento de Gijón. (12 de mayo de 2020). *Clima*. Gijón, España: Ayuntamiento de Gijón.  
Recuperado de: <https://www.gijon.es/page/37-clima>
- Ayuntamiento de Gijón. (12 de mayo de 2020). *La ciudad: presentación*. Gijón, España: Ayuntamiento de Gijón. Recuperado de: <https://www.gijon.es/page/33-la-ciudad>
- Ayuntamiento de Gijón. (2004). *Plan Estratégico de Gijón 2002/2012*. Recuperado de: [https://empleo.gijon.es/multimedia\\_objects/download?object\\_id=66905&object\\_type=document](https://empleo.gijon.es/multimedia_objects/download?object_id=66905&object_type=document)
- Ayuntamiento de Málaga. (2015). *Plan Especial de Movilidad Urbana Sostenible de Málaga Documento de Avance II*. Recuperado de: [http://www.malaga.eu/recursos/movilidad/trafico/PMMS%20MAYO%202015/02\\_T%20C3%ADtulo%20I\\_Introducci%C3%B3n.pdf](http://www.malaga.eu/recursos/movilidad/trafico/PMMS%20MAYO%202015/02_T%20C3%ADtulo%20I_Introducci%C3%B3n.pdf)
- Barón *et al.* (2004). *Curso de Turismo Accesible*. Recuperado de: [http://riberdis.cedd.net/bitstream/handle/11181/3201/curso\\_de\\_turismo\\_accesible.pdf?sequence=1&rd=0031484100706791](http://riberdis.cedd.net/bitstream/handle/11181/3201/curso_de_turismo_accesible.pdf?sequence=1&rd=0031484100706791)
- Bertoni, M. (20 de marzo de 2008). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, (17), 155-163. doi: <https://doi.org/10.15446/rcdg.n17.10925>
- Blanco, R. (abril de 2013)). EVOLUCIÓN DEL CLUB ECOTURISMO EN ESPAÑA Y SITUACIÓN ACTUAL. En R. Blanco (Presidencia), *SEMINARIO CLUB ECOTURISMO EN ESPAÑA*. Conferencia llevada a cabo en el I Seminario "Club Ecoturismo en España", CENEAM Valsaín (Segovia), España. Recuperado de: [https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/grupos-de-trabajo-y-seminarios/club-ecoturismo-en-espana/evolucion-club-ecoturismo-espana-sitactual\\_tcm30-168775.pdf](https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/grupos-de-trabajo-y-seminarios/club-ecoturismo-en-espana/evolucion-club-ecoturismo-espana-sitactual_tcm30-168775.pdf)
- Blanco, R. (19-21 de septiembre de 2016). Evolución del producto Ecoturismo en España. En R. Blanco (Presidencia), *SITUACIÓN DEL ECOTURISMO EN ESPAÑA*. Conferencia llevada a cabo en el IV Seminario Club Ecoturismo en España, CENEAM Valsaín (Segovia), España. Recuperado de: [https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/grupos-de-trabajo-y-seminarios/club-ecoturismo-en-espana/evolucion-producto-ecoturismo-blanco\\_tcm30-377015.pdf](https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/grupos-de-trabajo-y-seminarios/club-ecoturismo-en-espana/evolucion-producto-ecoturismo-blanco_tcm30-377015.pdf)

- Blázquez, J. (2012). Impactos, riesgos y limitaciones de los modelos turísticos convencionales: nivel macro-socioeconómico, nivel micro-socioeconómico, medioambiental y sociocultural. En Rivera, M. y Rodríguez, L. (Ed.), *Turismo Responsable, Sostenibilidad y Desarrollo Local Comunitario*, 43-65. Córdoba, España: Cátedra Intercultural. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/libro/525510.pdf>
- Bien, A. (2007). Manual N°1: Una Guía Simple para la Certificación del Turismo Sostenible y el Ecoturismo. Center for Ecotourism and Sustainable Development. Recuperado de [https://www.responsibletravel.org/docs/Manual\\_No\\_1.pdf](https://www.responsibletravel.org/docs/Manual_No_1.pdf)
- Bien, A. (2004). Una guía simple sobre certificación de Turismo Sostenible y Ecoturismo. Washington DC, Estados Unidos. Recuperado de: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-13/SEMANA1/Guiasimplesobrecertification.pdf>
- Biosphere Responsible Tourism. (2018). *BIOSPHERE, el sistema de gestión y posicionamiento turístico de mejora continua*. Recuperado de: <https://www.biospheretourism.com/assets/arxius/706a07e0bdcd22bfb695a1219a5387d7.pdf>
- Biosphere Responsible Tourism. (2020). *Certificación Biosphere para Destinos turísticos*. Biosphere Responsible Tourism. Recuperado de: <https://www.biospheretourism.com/es/certificacion-biosphere-para-destinos-turisticos/81>
- Biosphere Responsible Tourism. (2020). *FAQ Certificación Biosphere*. Biosphere Responsible Tourism. Recuperado de: <https://www.biospheretourism.com/es/faq-certificacion-biosphere/21>
- Bramwell, B. (2004). Mass Tourism, Diversification and Sustainability in Southern Europe's Coastal Regions. En Bramwell, B. (Ed.) *Coastal Mass Tourism: Diversification and Sustainable Development in Southern Europe*, 1-32. Clevedon, Reino Unido: Cromwell Press Ltd. Recuperado de: [https://sukmawinarya.files.wordpress.com/2012/08/ebooksclub-org\\_coastal\\_mass\\_tourism\\_diversification\\_and\\_sustainable\\_development\\_in\\_southern\\_europe\\_aspects\\_of\\_tourism\\_12\\_.pdf](https://sukmawinarya.files.wordpress.com/2012/08/ebooksclub-org_coastal_mass_tourism_diversification_and_sustainable_development_in_southern_europe_aspects_of_tourism_12_.pdf)

- Bringas Rábago, N. L. y Ojeda Revah, L. (2000, enero). El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas?. *Economía, Sociedad y Territorio*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/111/11100701.pdf>
- Brunet, J., Almeida, F., Coll, M. y Monteserín, O. (2005). Los Planes de Excelencia y Dinamización Turística (PEDT), un instrumento de cooperación a favor del desarrollo turístico. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (39), 201-226. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1161275.pdf>
- Butler, R.W. (1980, marzo). The Concept of A Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Richard\\_Butler3/publication/228003384\\_The\\_Concept\\_of\\_A\\_Tourist\\_Area\\_Cycle\\_of\\_Evolution\\_Implications\\_for\\_Management\\_of\\_Resources/links/59e085530f7e9bc51268d97b/The-Concept-of-A-Tourist-Area-Cycle-of-Evolution-Implications-for-Management-of-Resources.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Richard_Butler3/publication/228003384_The_Concept_of_A_Tourist_Area_Cycle_of_Evolution_Implications_for_Management_of_Resources/links/59e085530f7e9bc51268d97b/The-Concept-of-A-Tourist-Area-Cycle-of-Evolution-Implications-for-Management-of-Resources.pdf)
- Cadena de Ondas Populares Españolas. (14 de enero de 2020). Gijón buscará turismo internacional en los próximos 3 años. Cadena de Ondas Populares Españolas. Recuperado de: [https://www.cope.es/emisoras/asturias/noticias/gijon-buscara-turismo-internacional-los-proximos-anos-20200114\\_593338](https://www.cope.es/emisoras/asturias/noticias/gijon-buscara-turismo-internacional-los-proximos-anos-20200114_593338)
- Cagol, S. (19 de abril 2020). El turismo sostenible en Italia Post Covid-19: Entrevista a Sergio Cagol. Recuperado de: <https://www.travindy.com/es/2020/04/el-turismo-sostenible-en-italia-post-covid-19-entrevista-a-sergio-cagol/>
- Camisón Zornoza, C. (2004). Estrategias de calidad turística. El papel de los sistemas de acreditación y certificados de calidad. *Colección Mediterráneo Económico: Las nuevas formas del Turismo*, (5), 118-168. Recuperado de: <https://www.publicacionescajamar.es/publicacionescajamar/public/pdf/publicaciones-periodicas/mediterraneo-economico/5/5-58.pdf>
- Cañizares, M.C. (2013). Sostenibilidad y Turismo: de la Documentación Internacional a la Planificación en España << Horizonte 2020>>. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (61), 67-92. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4157711.pdf>
- Cardoso Jiménez, C. (2006, mayo). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193420679001.pdf>

- Conferencia Mundial del Turismo Sostenible. (1995). Carta del Turismo Sostenible. En G. Guadalupe (Presidencia). *Conferencia Mundial del Turismo Sostenible*. Conferencia llevada a cabo en la Conferencia Mundial del Turismo Sostenible, Lanzarote, España. Recuperado de: [http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-03/semana2/2.2\\_Carturismo\\_sostenible.pdf](http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-03/semana2/2.2_Carturismo_sostenible.pdf)
- Corral-Marfil, J.A. (2012). La implantación del Sistema Español de Calidad Turística en Destinos (SICTED): un caso práctico de gestión de destino. *TURYDES*, 5(13), 1-28. Recuperado de: <https://www.eumed.net/rev/turydes/13/jacm.pdf>
- Delegación de Turismo de Málaga. (13 de Julio de 2016). *El sector turístico aprueba su primer plan estratégico para consolidar las fortalezas de Málaga como destino*. Málaga, España: - Delegación de Turismo de Málaga. Recuperado de: <http://www.malagaturismo.com/es/noticias/detalle/el-sector-turistico-aprueba-su-primer-plan-estrategico-para-consolidar-las-fortalezas-de-malaga-como-destino/469>
- Dirección General de Comercio y Turismo. (2016). *Programa de Turismo Sostenible del Principado de Asturias 2020*. Recuperado de: [ftp://ftp.asturias.es/asturias/turismo/marco\\_estrategico.pdf](ftp://ftp.asturias.es/asturias/turismo/marco_estrategico.pdf)
- Dirección General de Comercio y Turismo. (2013). *Programa Estratégico de Turismo del Principado de Asturias (PrEsTa 2013-2015)*. Recuperado de: [https://www.asturias.es/webasturias/GOBIERNO/ACTUALIDAD/castellano/ficheros/2013\\_03\\_01%20Resumen\\_PrEsTA%20opt.pdf](https://www.asturias.es/webasturias/GOBIERNO/ACTUALIDAD/castellano/ficheros/2013_03_01%20Resumen_PrEsTA%20opt.pdf)
- Divertia Gijón. (2014). *El Turismo en Gijón 2013*. Recuperado de: [https://www.gijon.es/multimedia\\_objects/download?object\\_id=176111&object\\_type=document](https://www.gijon.es/multimedia_objects/download?object_id=176111&object_type=document)
- Divertia Gijón. (2016). *El Turismo en Gijón 2015*. Recuperado de: [https://www.gijon.es/multimedia\\_objects/download?object\\_id=203729&object\\_type=document](https://www.gijon.es/multimedia_objects/download?object_id=203729&object_type=document)
- Divertia Gijón. (2019). *El Turismo en Gijón 2018*. Recuperado de: [https://divertia.gijon.es/multimedia\\_objects/download?object\\_id=252170&object\\_type=document](https://divertia.gijon.es/multimedia_objects/download?object_id=252170&object_type=document)

- Divertia Gijón. (2016). *Plan de Acción de Turismo de Gijón/Xixón 2016-2020*. Recuperado de: [https://turismo.gijon.es/multimedia\\_objects/download?object\\_id=201302&object\\_type=document](https://turismo.gijon.es/multimedia_objects/download?object_id=201302&object_type=document)
- Divertia Gijón. (2012). *Plan de Acción de Turismo 2012-2015*. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/gijonturismo/plan-de-accin-gijn-turismo-2012-2015>
- Durán, C. (2013). Gobernanza para el sector turismo y su medición. Programa de Estadísticas y CST de la OMT Serie de Documentos Temáticos. Recuperado de: <https://docplayer.es/36713637-Gobernanza-para-el-sector-turismo-y-su-medicion-estadisticas-y-cst-serie-de-documentos-tematicos-organizacion-mundial-del-turismo.html>
- El Comercio. (20 de mayo de 2020). Gijón y Cangas de Onís se suman a la red de destinos turísticos inteligentes. *El Comercio*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.es/asturias/gijon-cangas-onis-20200520164746-nt.html>
- El Comercio. (25 de mayo de 2019). Menos jabalís, más autobuses y mejorar los caminos y la conexión a internet. *El Comercio*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.es/gijon/jabalis-autobuses-mejorar-20190525001459-ntvo.html>
- El Comercio. (5 de octubre de 2018). El Acuario de Gijón invertirá 2,5 millones para aumentar sus visitantes. *El Comercio*. Recuperado de: <https://www.elcomercio.es/gijon/acuario-gijon-invertira-20181005130912-nt.html>
- EUROPA PRESS. (16 de enero de 2020). La ciudad de Málaga acude a Fitur como Capital Europea de Turismo Inteligente y para afianzar su crecimiento turístico. *EUROPA PRESS*. Recuperado de: <https://www.europapress.es/andalucia/malaga-00356/noticia-ciudad-malaga-acude-fitur-capital-europea-turismo-inteligente-afianzar-crecimiento-turistico-20200116110520.html>
- Fernández, J.A. (2009, enero). Los debates sobre la percepción social del turismo en las Islas Baleares. *Nimbus: Revista de climatología, meteorología y paisaje*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3126861.pdf>
- Fuentes, M.L., Hernández, E. y Morini, S. (2016). Q de Calidad y satisfacción del turista en el sector hotelero español. *Cuadernos de Turismo*, (37), 203-226. doi: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.37.256211>



- García, B., Reinares, E. y Armelini, G. (2013, enero). Ciclo de vida de los destinos turísticos y estrategias de comunicación: los casos de España y Chile. *aDResearch ESIC*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Eva\\_Reinares\\_Lara/publication/326390450\\_Ciclo\\_de\\_vida\\_de\\_los\\_destinos\\_turisticos\\_y\\_estrategias\\_de\\_comunicacion\\_los\\_casos\\_de\\_Espana\\_y\\_Chile/links/5b8cff7592851c1e124431d7/Ciclo-de-vida-de-los-destinos-turisticos-y-estrategias-de-comunicacion-los-casos-de-Espana-y-Chile.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Eva_Reinares_Lara/publication/326390450_Ciclo_de_vida_de_los_destinos_turisticos_y_estrategias_de_comunicacion_los_casos_de_Espana_y_Chile/links/5b8cff7592851c1e124431d7/Ciclo-de-vida-de-los-destinos-turisticos-y-estrategias-de-comunicacion-los-casos-de-Espana-y-Chile.pdf)
- García Darias, B. y Pérez González. G.M. (2015). *EL CLUB DE PRODUCTO: UNA ALTERNATIVA EMPRESARIAL PARA EL IMPULSO DEL TURISMO EN CANARIAS* (Tesis de pregrado). Recuperado de: <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/1517/El+club+de+producto+una+alternativa+empresarial+para+el+impulso+del+turismo+en+Canarias..pdf?sequence=1>
- Gascón, J. y Cañada, E. (2007). *El turismo y sus mitos*. Recuperado de: <http://www.albasud.org/downloads/143.pdf>
- Google Maps. (12 de mayo de 2020). *Gijón, Asturias*. España: Google. Recuperado de: <https://www.google.com/maps/place/Gij%C3%B3n,+Asturias/@40.8443183,-8.8414671,6z/data=!4m5!3m4!1s0xd367c66cbf494bf:0xbd06d207048d3536!8m2!3d43.5322015!4d-5.6611195?hl=es>
- Göteborg & Co. (2020). *Our Approach to sustainability*. Gotemburgo, Suecia: Göteborg & Co. Recuperado de: <https://www.goteborg.com/en/convention-bureau/sustainability/our-approach-to-sustainability/>
- Green Globe. (2020). *Green Globe Certification*. Green Globe. Recuperado de: <https://greenglobe.com/green-globe-certification/>
- Guala C., C. y Szmulewicz E., P. (2007). EVALUACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS EN SERVICIOS DE ECOTURISMO COMUNITARIO EN LA ECORREGIÓN VALDIVIANA, CHILE. *Gestión Turística*, (8), 9-23. Recuperado de: <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n8/art02.pdf>
- Instituto de Calidad Turística Española. (2003). *Información General*. Instituto de Calidad Turística Española. Recuperado de <http://www.calidadturistica.es/index.aspx>
- Instituto Nacional de Estadística. (2019). *Demografía y población*. Recuperado de: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=2886#!tabs-tabla>

Instituto Nacional de Estadística. (2009). *Encuesta de Ocupación Hotelera 2008*. Recuperado de:

<https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?type=pcaxis&file=pcaxis&path=/t11/e162eoh/a2008>

Instituto Nacional de Estadística. (2011). *Encuesta de Ocupación Hotelera 2010*. Recuperado de:

<https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?type=pcaxis&file=pcaxis&path=/t11/e162eoh/a2010>

Instituto Nacional de Estadística. (2013). *Encuesta de Ocupación Hotelera 2012*. Recuperado de:

<https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?type=pcaxis&file=pcaxis&path=/t11/e162eoh/a2012>

Instituto Nacional de Estadística. (2014). *Encuesta de Ocupación Hotelera 2013*. Recuperado de:

<https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?type=pcaxis&file=pcaxis&path=/t11/e162eoh/a2013>

Instituto Nacional de Estadística. (2015). *Encuesta de Ocupación Hotelera 2014*. Recuperado de:

<https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?type=pcaxis&file=pcaxis&path=/t11/e162eoh/a2014>

Instituto Nacional de Estadística. (2017). *Encuesta de Ocupación Hotelera 2016*. Recuperado de:

<https://www.ine.es/dynt3/inebase/es/index.htm?type=pcaxis&file=pcaxis&path=/t11/e162eoh/a2016>

Instituto Nacional de Estadística. (2019). *Encuesta de Ocupación Hotelera 2018*. Recuperado de:

[https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica\\_C&cid=1254736177015&menu=resultados&secc=1254736195376&idp=1254735576863#!tabs-1254736195376](https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177015&menu=resultados&secc=1254736195376&idp=1254735576863#!tabs-1254736195376)

International Organization for Standardization. (2015). *ISO 9001:2015. Quality management systems — Requirements*. International Organization for Standardization. Recuperado de <https://www.iso.org/standard/62085.html>

- Jankilevich, Silvia (2003). Las cumbres mundiales sobre el ambiente. Estocolmo, Río y Johannesburgo. 30 años de Historia Ambiental. Documento de Trabajo N° 106, Universidad de Belgrano. Recuperado de: [http://190.221.29.250/bitstream/handle/123456789/690/106\\_jankilevich.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://190.221.29.250/bitstream/handle/123456789/690/106_jankilevich.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Kopecek, J. (2008). VI. Turismo y pobreza. Una aproximación a los modelos de desarrollo turístico. (Stella Maris, A.B. y Alfredo César, D.) (Ed.) *Turismo y desarrollo: crecimiento y pobreza*. (pp. 135-145). Puerto Vallarta, Jalisco, México: UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA. Recuperado de <http://www.cuc.udg.mx/sites/default/files/publicaciones/2008%20-%20Turismo%20y%20Desarrollo.%20Crecimiento%20y%20Pobreza%20-%20interiores.pdf#page=135>
- La Nueva España. (29 de noviembre de 2017). El teatro Jovellanos tiene una visita. *La Nueva España*. Recuperado de: <https://www.lne.es/gijon/2017/11/29/teatro-jovellanos-visita/2201192.html>
- La Voz de Asturias. (3 de abril de 2020). Gijón se asienta como destino turístico inteligente. *La Voz de Asturias*. Recuperado de: <https://www.lavozdeasturias.es/noticia/gijon/2020/04/02/gijon-asienta-destino-turistico-inteligente/00031585810601424761813.htm>
- López Bonilla, J.M. y López Bonilla L.M. (2008, julio). La capacidad de carga turística: Revisión crítica de un instrumento de medida de sostenibilidad. *El Periplo Sustentable*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Luis\\_Lopez67/publication/48198385\\_La\\_capacidad\\_de\\_carga\\_turistica\\_Revision\\_critica\\_de\\_un\\_instrumento\\_de\\_medida\\_de\\_sostenibilidad/links/571b649008ae408367bd6dac/La-capacidad-de-carga-turistica-Revision-critica-de-un-instrumento-de-medida-de-sostenibilidad.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Luis_Lopez67/publication/48198385_La_capacidad_de_carga_turistica_Revision_critica_de_un_instrumento_de_medida_de_sostenibilidad/links/571b649008ae408367bd6dac/La-capacidad-de-carga-turistica-Revision-critica-de-un-instrumento-de-medida-de-sostenibilidad.pdf)
- López, P.A. (2004). *El turismo en el desarrollo sostenible*. (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/2056/1/lopez.2004.pdf>
- Lozano, I. (2018). ¿Cuál es el mejor sistema de gestión de calidad para hoteles? ¿ISO 9001:2015, Q de calidad o SICTED?. Ismael Lozano Latorre. Recuperado de: <https://ismaellozanolatorre.com/2018/11/29/cual-es-el-mejor-sistema-de-gestion-de-calidad-para-hoteles-iso-90012015-q-de-calidad-o-sicted/>

- Naredo, J.M. (1996). Sobre el origen, el uso y el contenido del término sostenible. *Cuadernos de Investigación Urbanística*, (41), 7-18. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1333758.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (1993). *Global Tourism Forecasts to the Year 2000 and Beyond*. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284400744>
- Organización Mundial del Turismo. (1999). *Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible*. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284403073>
- Organización Mundial del Turismo. (30 de octubre de 2018)). *LA SOSTENIBILIDAD DARÁ FORMA A UN NUEVO ESTÁNDAR DE ESTADÍSTICAS DE TURISMO*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/press-release/2018-10-30/la-sostenibilidad-dara-forma-un-nuevo-estandar-de-estadisticas-de-turismo>
- Organización Mundial del Turismo. (2014). *Manual sobre Turismo Accesible para todos: Principios, herramientas y buenas prácticas*. Recuperado de: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416486>
- Organización Mundial del Turismo. (2010). Proyecto Gobernanza para el Sector Turismo. Recuperado de: <http://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-06/semana1/obligatorio/Proyectogobernanzaparaelsectorturismo.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2014). *Recomendaciones de la OMT por un Turismo Accesible para todos*. Recuperado de: <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/07/Recomendaciones-de-la-OMT-turismo-para-todos.pdf>
- Organización Mundial del Turismo. (2002). *World Ecotourism Summit (Québec, Canada, 19 – 22 May 2002) Final Report*. Recuperado de: <https://www.gdrc.org/uem/eco-tour/Final-Report-WES-Eng.pdf>
- Pérez Cabrera, P.M. (2015). *Turismo Responsable (Tesis de pregrado)*. Recuperado de: [https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/10338/TFG\\_Turismo\\_Responsable\\_Paula\\_P%C3%A9rez.pdf?sequence=1](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/10338/TFG_Turismo_Responsable_Paula_P%C3%A9rez.pdf?sequence=1)
- Pérez, D.M. y González, D.J. (2003). Turismo Accesible: hacia un Turismo para todos. Recuperado de: [http://www.accesturismo.com/assets/img/publicaciones-02/Turismo\\_Accesible.pdf](http://www.accesturismo.com/assets/img/publicaciones-02/Turismo_Accesible.pdf)

- Pérez Serradilla, M. y García López, A.M. (17 y 18 de mayo de 2012). EL CLUB DE PRODUCTO COMO HERRAMIENTA DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS. En J.L. Jiménez (Presidencia), “*Turismo y Sostenibilidad*”. Conferencia llevada a cabo en las V JORNADAS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO, Sevilla, España. Recuperado de: <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/53139/serradilla-garcia.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Picornell, C. (1993). Los impactos del turismo. *Papers de Turisme*. Recuperado de <http://www.papersdeturisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/395/331>
- Quintero Santos, J.L. (2004). Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. *Anales Museo de América*. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1180522.pdf>
- Rainforest Alliance. (2008). Guía de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Comunidades de Latinoamérica. Recuperado de: [https://www.rainforest-alliance.org/lang/sites/default/files/publication/pdf/gbp\\_latinoamerica.pdf](https://www.rainforest-alliance.org/lang/sites/default/files/publication/pdf/gbp_latinoamerica.pdf)
- Ramírez, G. (2015). La Gestión del Turismo Sostenible: El Caso Español (tesis de pregrado). Universidad de Cádiz, Cádiz, España. Recuperado de: [https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/17559/RamirezGuerrero\\_Gema\\_TFG\\_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/17559/RamirezGuerrero_Gema_TFG_2015.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Reves, Z. (19,20 y 21 de septiembre de 2006). Gobernanza, procesos participativos y desarrollo territorial local. En H. Mazurek (Presidencia), *Congreso Internacional “Gobernabilidad y Gobernanza de los Territorios en América Latina*. Conferencia llevada a cabo en el Congreso Internacional “Gobernabilidad y Gobernanza de los Territorios en América Latina, Cochabamba, Bolivia. Recuperado de: [https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1245339828.cipca\\_0.pdf](https://www.flacsoandes.edu.ec/sites/default/files/agora/files/1245339828.cipca_0.pdf)
- Roig i Munar, F.X., Rodríguez-Perea, A. y Martín Prieto, J. A. (2006). Análisis crítico de las medidas de valoración en la calidad turística y ambiental de los sistemas litorales arenosos. *Territoris: Revista del Departament de Ciències de la Terra*, (6), 27-44. Recuperado de: [http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/territoris/index/assoc/Territor/is\\_2006v/06p027.dir/Territoris\\_2006v06p027.pdf](http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/territoris/index/assoc/Territor/is_2006v/06p027.dir/Territoris_2006v06p027.pdf)
- Romero, C. (2017). Destinos Turísticos Inteligentes (DTI):

- Visión Estratégica. En Romero, C. (Presidencia), Destinos Turísticos Inteligentes. Conferencia llevada a cabo en el congreso Destinos Turísticos Inteligentes, Barcelona, España: <https://www.diba.cat/documents/74348/0/Presentaci%C3%B3+Carlos+Romero.pdf/b62abd76-8be8-4299-80d2-533ef6ef7816>
- Sánchez, A., Vargas, E.E. y Castillo, M. (2017). Origen, Concepción y Tratamiento del Ciclo de Vida de los Destinos Turísticos: Una Reflexión en torno al modelo de Butler. *Compendium*, 20 (38). Recuperado de: [http://148.215.1.182/bitstream/handle/20.500.11799/79903/Compendium\\_38\\_2017\\_3.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://148.215.1.182/bitstream/handle/20.500.11799/79903/Compendium_38_2017_3.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sánchez Martínez, B.M. (2015). *Implantación de un sistema de gestión de Turismo Responsable en el destino Asturias –Biosphere* (Tesis de maestría). Recuperado de: [http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/32459/1/TFM\\_Blanca%20Sanchez%20Martinez.pdf](http://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/10651/32459/1/TFM_Blanca%20Sanchez%20Martinez.pdf)
- San Martín Reboloso, F. y Salcedo, M. P. (2007). Turismo, sustentabilidad y certificación: un reto global. *Revista del Centro de Investigación. Universidad La Salle*, 7(27), 77-91. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/342/34202706.pdf>
- Sardá, R., Pintó, J. y Valls, J.F. (2013). *Hacia un nuevo modelo integral de gestión de playas*. Recuperado de: <http://lagpweb.udg.edu/mevaplaya2/images/Documents/Libro/certificacionesambientales.pdf>
- Secretaría de Estado de Turismo. (2019). *Directrices generales de la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030*. Recuperado de: <https://turismo.gob.es/es-es/estrategia-turismo-sostenible/Documents/directrices-estrategia-turismo-sostenible.pdf>
- Secretaría de Estado de Turismo e Instituto de Turismo de España. (2012). *Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) 2012-2015*. Recuperado de: <https://turismo.gob.es/es-es/servicios/Documents/Plan-Nacional-Integral-Turismo-2012-2015.pdf>
- Secretaría General de Turismo. (2007). *Plan del Turismo Español Horizonte 2020*. Recuperado de: <https://www.tourspain.es/es-es/Conozcanos/Documents/HistoricoPoliticaTuristica/PlanTurismoEspanolHorizonte2020.pdf>

- Sistema Integral de Calidad Turística En Destinos. (2020). *¿Qué es el SICTED?*. Sistema Integral de Calidad Turística En Destinos. Recuperado de <https://www.calidadendestino.es/Contenidos/InformacionGeneral.aspx>
- Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas. (20 de mayo de 2019). Qué es un DTI. Madrid, España: Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas. Recuperado de: <https://www.destinosinteligentes.es/que-es-un-dti/>
- Sociedad Regional de Turismo de Asturias. (2007). *Plan de Líneas Estratégicas para el Desarrollo y Promoción del Turismo en Asturias (PLETA 2007-2010)* Recuperado de: <https://es.slideshare.net/comercializacionsrt/srt-presentac-general-08-1427896>
- Tarí J.J., Pereira, J., Molina, J.F. y López, M.D. (2016). La gestión de la calidad en las empresas turísticas. *Canelobre: El turismo en Alicante y la Costa Blanca*, (66), 217-227. Recuperado de: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/92531/1/2016\\_Tari\\_etal\\_Canelobre.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/92531/1/2016_Tari_etal_Canelobre.pdf)
- Velasco, M. (12 y 13 de diciembre de 2007). El papel del conocimiento en los nuevos modelos de gobernanza turística regional y local. En S. Antón Clavé (Presidencia), *Conocimiento, creatividad y tecnología para un turismo sostenible y competitivo*. Actas del XII Congreso de la Asociación Española de Expertos Científicos en Turismo, Vila-seca (Tarragona), España. Recuperado de: [https://aecit.org/uploads/public/ActaXIIAECIT\\_PDFWeb.pdf](https://aecit.org/uploads/public/ActaXIIAECIT_PDFWeb.pdf)
- Velasco, M. (2008). *GESTIÓN DE DESTINOS: ¿GOBERNABILIDAD DEL TURISMO O GOBERNANZA DEL DESTINO?*. Recuperado de [https://www.researchgate.net/profile/Maria\\_Velasco13/publication/237220955\\_GESTION\\_DE\\_DESTINOS\\_GOBERNABILIDAD\\_DEL\\_TURISMO\\_O\\_GOBERNANZA\\_DEL\\_DESTINO/links/54b6d8e10cf24eb34f6e670e/GESTION-DE-DESTINOS-GOBERNABILIDAD-DEL-TURISMO-O-GOBERNANZA-DEL-DESTINO.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Maria_Velasco13/publication/237220955_GESTION_DE_DESTINOS_GOBERNABILIDAD_DEL_TURISMO_O_GOBERNANZA_DEL_DESTINO/links/54b6d8e10cf24eb34f6e670e/GESTION-DE-DESTINOS-GOBERNABILIDAD-DEL-TURISMO-O-GOBERNANZA-DEL-DESTINO.pdf)
- Velasco, M. (2010). La incorporación de ideas en las políticas públicas. El concepto de sostenibilidad en la política turística. *Revista de Análisis Turístico*, (10), 35-44. Recuperado de: <https://aecit.org/jornal/index.php/AECIT/article/view/9/8>

## **ANEXO I. Turismo Smart y Turismo Accesible**

### **Turismo Smart**

El Turismo Smart, es un paradigma turístico el cual aglutina características de la sostenibilidad y la accesibilidad, bajo el mando de la tecnología, y se desarrolla en los denominados destinos turísticos inteligentes:

Destino Turístico Inteligente es un destino turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, accesible para todos, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida del residente (SEGITTUR, 2019).

Entre los principales beneficios que ofrece esta modalidad turística, destacamos los siguientes por su contribución a la sostenibilidad (Romero, 2017):

- Mayor eficiencia y productividad sobre la gestión de recursos (energía, agua, residuos, etc.).
- Optimización en la toma de decisiones: al disponer de herramientas como el Big Data que permiten aglutinar gran cantidad de datos y tener acceso a información en tiempo real.
- Desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos: dotados de una mayor personalización, atendiendo a las necesidades de los territorios y los turistas.
- Facilita la accesibilidad: realizando esfuerzos para adaptar los destinos a las necesidades de personas, independientemente de sus condiciones (físicas, psíquicas, sensoriales, etc.).

Cabe destacar que, el proyecto de Destinos Turísticos Inteligentes, fue desarrollado a partir del PNIT (2012-2015), el cual, desde entonces, al igual que el Turismo Smart, ha adquirido una mayor importancia y relevancia dentro de la política turística española, como se ha podido comprobar en el Estado de la Cuestión, al ser una modalidad turística que facilita el desarrollo del Turismo y contribuye a la sostenibilidad.

Finalmente, debemos incidir en que, la aplicación de la tecnología en destinos, aporta multitud de beneficios, siendo esta una herramienta clave para la gestión de la actividad



turística presente y futura, mediante la cual se deben implementar cambios que conduzcan a los destinos hacia la sostenibilidad, idea sobre la que se fundamenta el Turismo Smart. “Los Destinos Turísticos Inteligentes son clave para el desarrollo sostenible y contribuyen, no solo a introducir mejoras para el sector turístico, sino también para el conjunto de la sociedad” (OMT, 2017).

### **Turismo Accesible**

Originariamente, el Turismo Accesible era entendido como aquel que garantizaba el uso y disfrute de la actividad turística por personas que presenten cualquier tipo de discapacidad: física, psíquica, sensorial ... (Pérez y González, 2003).

Con el transcurso del tiempo y la evolución experimentada en torno a este concepto, la OMT lo definió como: “La accesibilidad es un elemento crucial de toda política de turismo responsable y sostenible. Es una cuestión de derechos humanos y es también una extraordinaria oportunidad de negocio. Por encima de todo, debemos darnos cuenta de que el Turismo Accesible no solo es bueno para las personas con discapacidad o con necesidades especiales, es bueno para todos” (OMT, 2014, p.17).

Por lo tanto, es claramente apreciable como con el paso de los años, el concepto de Turismo Accesible ha evolucionado desde la adaptación de la actividad turística para personas con cualquier tipo de discapacidad hacia un Turismo para todos, entendiendo la accesibilidad como un eje fundamental para garantizar un Turismo sostenible y responsable.

Así, diremos que, Turismo Accesible, es aquel que garantiza el uso y disfrute de la actividad turística para todas las personas, independientemente de sus capacidades, estado o condiciones.

Al hablar de Turismo y Accesibilidad, nos referimos a el uso y disfrute de la actividad turística por igual, para todos, entendiendo que deben ser accesibles el completo de espacios, servicios y actividades presentes en toda la cadena turística, entre los que podemos distinguir los siguientes elementos: gestión y planificación del destino, información y publicidad turística, entornos urbanísticos y arquitectónicos, medios de transporte y estaciones, alojamiento y servicios, y todo tipo de actividad relacionada con el Turismo (OMT, 2014). Se hace especial hincapié, en que, para que exista una unívoca

accesibilidad en el Turismo, tienen que reunirse siempre las siguientes tres condiciones al mismo tiempo (Barón *et al.*, 2004):

- Llegar a todo los lugar y edificio, y practicar toda aquella actividad que desee, sin sobreesfuerzos.
- Acceder a los establecimientos en los que se le ofrecen servicios turísticos y poder, en caso de emergencia, evacuarlos en condiciones de seguridad.
- Hacer uso de las instalaciones, actividades y servicios que se prestan en dichos establecimientos turísticos con comodidad.

Tras acercarnos al término de Turismo Accesible, y conocer sus principales características, podemos observar como esta modalidad turística se encuentra estrechamente vinculada con el paradigma de Turismo Sostenible, hasta tal punto que este llega a ser uno de los elementos fundamentales en su planificación y gestión, pues el Turismo Accesible, al igual que el Turismo Sostenible, trata de garantizar un mejor futuro y calidad para la actividad turística, las personas y los destinos.

## **ANEXO II. Certificaciones de calidad**

Las certificaciones de calidad, acreditan a un destino o empresa el cumplimiento de unos estándares mínimos en la producción/elaboración de un servicio o producto. Son sistemas que ofrecen garantía, seguridad y fiabilidad ante el turista, además de prestigio en el mercado. Destacan dentro de esta tipología las siguientes:

Según la International Standardization for Organization, la ISO9001: es el estándar que tiene por objeto aumentar la satisfacción del cliente mediante la aplicación efectiva del Sistema de Gestión de la Calidad – SGC, incluidos los procesos de mejora del sistema y la garantía de conformidad con los requisitos legales y reglamentarios aplicables. Todos los requisitos de la ISO 9001 son genéricos y están destinados a ser aplicables a cualquier organización, independientemente de su tipo o tamaño, o de los productos y servicios que proporcione. Esta certificación es un referente mundial, contando con más de un millón de empresas certificadas. (ISO, 2015, párr. 3 y 4).

“Q” de calidad turística: estándar otorgado por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE), que pretende transmitir profesionalidad y fiabilidad en el turista mediante la satisfactoria prestación de servicios, apostando por la mejora continua. Para su obtención, las empresas tendrán que superar procesos de auditoría y cumplir unos requisitos mínimos acordes al Sistema de Calidad Turístico Español (SCTE) en cuanto a prestación de servicios (ICTE, 2003).

Sistema SICTED (Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos): es una metodología que proporciona un sistema integral y permanente de gestión de la calidad en un destino turístico, con una nueva concepción de los resultados esperados, un enfoque hacia la mejora continua, y una actitud de recuperación y puesta en valor de los recursos y del espacio. Esta certificación, busca alcanzar niveles homogéneos de calidad en los servicios ofrecidos al visitante dentro de un mismo destino turístico, con el fin de mitigar diferencias de calidad entre el global de los agentes del sector turístico (SCTE, 2020).

De estos tres sistemas, el más extendido es la ISO 9001, al ser una metodología de carácter global y desarrollada por la International *Organization for Standardization*, el organismo mundial con mayor reconocimiento en materia certificadora. Como mayor contrapunto

de este sistema, encontramos que, es una metodología aplicable a cualquier sector, por lo que no cuenta con requisitos y especificidades que atiendan a las necesidades propias de la calidad del servicio turístico, debiendo ser estos aspectos y su grado de implantación definidos por las propias empresas; factor que permite mejorar el desempeño general de las empresas turísticas que la adoptan, pero que complica el generar grandes avances sobre los aspectos plenamente turísticos de estas (Tarí, Pereira, Molina y López, 2016).

Por otro lado, nos encontramos con el SICTED y la “Q” de Calidad Turística, dos metodologías específicas del sector turístico nacional que forman parte del Sistema de Calidad Turística Español (SCTE), organismo impulsado a partir del Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICTE), en el que la calidad pasó a ser un elemento estratégico dentro de la política turística española, como se ha visto en el Estado de la Cuestión (Fuentes, Hernández y Morini, 2016).

La “Q” de calidad, es un certificado destinado a empresas turísticas, el cual integra todas las especificaciones de la calidad del servicio en su normativa. Este es el principal valor diferencial de este sistema, ya que es similar a la ISO 9001, pero, además, precisa los criterios y estándares a seguir para el servicio turístico, y especifica su grado de implantación en la empresa; algo que la convierte en una herramienta con mayor idoneidad y eficacia para el desarrollo de la calidad en las organizaciones de la industria turística (Tarí, Pereira, Molina y López, 2016).

En cuanto al SICTED, comentar que, su principal objetivo, es mejorar la homogeneidad sobre la calidad turística de los destinos, aunque también se un sistema adoptable por las empresas turísticas del propio territorio. Esta, también cuenta con requisitos específicos en cuanto a la calidad del servicio turístico, los cuales debemos señalar que se encuentran dotados de una menor exigencia que los propios de la “Q” de calidad, motivo que la convierte en un sistema más propio para aquellas entidades que partan de cero y quieran comenzar a implantar la calidad en su producción (Corral-Marfil, 2012); de hecho, varios autores como (Lozano, 2018), y el propio Corral-Marfil, consideran a esta certificación como un paso intermedio en la obtención de la “Q” de calidad.

## **ANEXO III: La importancia del trabajo en red: Club Ecoturismo en España**

Dentro del ámbito turístico, el concepto de club de producto se define como: herramienta de planificación y gestión formada por un grupo de entidades público-privadas, con objeto de desarrollar y promocionar una marca única entorno a un recurso/producto turístico, en el seno de un marco colaborativo que garantice el correcto funcionamiento de este (García Darías, B. y Pérez González, 2015).

Estos organismos de gestión y planificación turística cooperativa, están integrados por los siguientes *stakeholders*: las administraciones públicas, agentes de desarrollo local, los gestores del recurso/producto turístico y entidades colaboradoras.

Conforme a lo estudiado por (Pérez Serradilla, y García López, 2012), estas son las principales características de los clubes de producto:

- Sinergias cooperativas y reducción de costes, particularmente en los de comercialización.
- Fortalecimiento ante la demanda, y sobre proveedores e instituciones, al primar el interés común frente a los individuales.
- Notoriedad en imagen: facilita la promoción y comercialización.
- Fija estrategias de gestión empresarial común, lo cual supone un aumento en la eficiencia productiva, alcanzando niveles homogéneos en la calidad y la prestación de servicios.

Actualmente, existen varios Clubes de producto consolidados en el panorama turístico español, como las Rutas del Vino y las Estaciones Náuticas. Un buen ejemplo de club de producto, que además se encuentra estrechamente relacionado con la sostenibilidad turística en nuestro país, es el Club Ecoturismo en España. Según (Blanco, 2013):

Esta asociación, entiende como Ecoturismo al conjunto de experiencias turísticas únicas realizadas en espacios naturales protegidos (Parques Nacionales, Reservas Biosfera, Geoparques y Red Natura 2000) adheridos a la “Carta Europea de Turismo Sostenible” (CETS), con la colaboración de los empresarios locales, turísticos y asociados.

Debemos señalar que la CETS, es una herramienta de planificación turística cooperativa en los Espacios Naturales Protegidos (ENP). Por lo tanto, la adhesión a esta acredita solventemente la sostenibilidad en estos lugares, garantizando al viajero su contribución al desarrollo local y la preservación de la biodiversidad dentro los ENP visitados.

Las características perseguidas, y presentadas en su mayoría, por los productos turísticos del Club Ecoturismo España son:

1. Diferenciación: a fin de poner en valor las capacidades territoriales.
2. Integración: involucrando a todos los agentes locales y al turista.
3. Experiencial: capaz de crear vivencias memorables.
4. Exclusivo y segmentado: dotado de una excelsa calidad, y orientado a aquellos segmentos de la demanda que valoran su carácter diferencial.
5. Sostenible y seguro: tanto en la elaboración como en su consumo.

La segmentación en la demanda del producto ecoturístico es variada, pudiendo diferenciar distintos tipos de ecoturismo:

- Genuino: se centra en la observación de fauna, flora... en centros especializados.
- Contemplativo: dedicado al descanso y relajación dentro de un ENP (Turismo Rural).
- Educativo: fomenta la realización de actividades ambientales lúdico-educativas.
- Naturalista: destinado al descubrimiento de los ENP con cierto detalle.
- Activo: dedicado a la práctica deportiva dentro de los ENP (senderismo, travesías...).

Por tanto, los objetivos del Club Ecoturismo España, tratan de mejorar la calidad en la oferta turística mediante la creación de productos específicos, conservando y poniendo en valor el patrimonio local, y favoreciendo el desarrollo socioeconómico en destinos; logro el cual se alcanzará mediante la sensibilización y formación de los agentes implicados en la producción turística, destacando el establecimiento de sistemas de buenas prácticas.

En cuanto al marketing y la promoción de este club de producto, debemos señalar que es llevado a cabo pública-privadamente. La Secretaría de Estado de Turismo y Turespaña, realizan la promoción pública mediante la web oficial de Turismo de España:

<https://www.spain.info/es/>. De la promoción privada, se encarga el gestor turístico del club desde 2012, AEI TUREBE, destacando entre sus acciones: la creación de la web y marca comercial “soy ecoturista”, que tiene como principales objetivos el conseguir una mejor comercialización del producto Ecoturismo en España, y la elaboración de un plan de marketing común para destinos y entidades que se encuentran acreditadas en la actualidad, y sobre aquellas que se adhieran en el futuro (Blanco, 2016).

Finalmente, debemos destacar el marco de gobernanza múltiple bajo el cual trabaja el Club Ecoturismo en España. De entre sus acciones, resaltan los seminarios que se celebran anualmente para la mejora en la planificación y gestión del club, en los que participan todos los agentes implicados dentro de esta tipología turística.

Definitivamente, podemos apreciar como a nivel nacional la Secretaría de Estado de Turismo está claramente apostando por el Turismo Sostenible a través del Club Ecoturismo en España, club de producto que lidera la gobernanza turística del Ecoturismo español en los ENP, desde una filosofía plenamente sostenible.

Tras conocer este ejemplo de gestión, y su magnífico funcionamiento a nivel nacional, consideramos que la Secretaría de Estado de Turismo se encuentra ante una excelente oportunidad de exportar este modelo al resto de tipologías turísticas desarrolladas en el País, con todas aquellas adaptaciones que, naturalmente, sean correspondientes a cada una de ellas, para de esta manera lograr un genérico y eficaz desarrollo turístico sostenible en España.

## **ANEXO IV. Certificaciones turísticas ambientales**

### **ISO 14001**

La norma ISO14001 fue creada en 1996 como resultado de la participación del International Organization for Standardization (ISO), en la Cumbre de la Tierra. De índole privada e internacional, se encarga de singularizar los requisitos que debe cumplir un Sistema de Gestión Ambiental (SGA), acorde a la naturaleza y capacidades de cada empresa, suministrando las herramientas y pautas necesarias para mantener y mejorar dicho SGA, todo ello con la finalidad de reducir los impactos de la actividad empresarial sobre el medio (Fraguell, Martí, y Pintó, 2013).

El proceso de adhesión a esta certificación, apoyándome en lo estudiado por (Pérez Cabrera, 2015), es el siguiente:

1. Auditoría inicial: para la identificación de impactos ambientales generados por la actividad productiva empresarial, cumplimiento de los requisitos normativos y revisión de la documentación necesaria.
2. Propuesta de objetivos para la mitigación de impactos ambientales, mediante una exposición específica de los procedimientos a llevar a cabo para la consecución satisfactoria de estos.
3. Evaluación periódica: con objeto de garantizar el adecuado mantenimiento del SGA y su mejora continua. Pese a no encontrarse específicamente recogido dentro de la norma, la renovación de esta certificación se produce trianualmente.

Esta certificación, además de abogar por la protección medioambiental y ayudar a la mejora de la productividad empresarial, permite a las empresas reducir costes en materia de gestión de residuos y evitar riesgos en cuanto a futuras sanciones por incumplimiento de normativas ambientales. Por último, indicar que este sistema asiste a mejorar la imagen corporativa y responder a las necesidades sostenibles de la demanda (AENOR, 2020).

Cabe destacar que, la ISO 14001, es el sistema de gestión ambiental más popular y extendido por todo el mundo, con más de 300,000 organizaciones adheridas. España, es referencia europea con respecto a la adopción de esta norma, y tercero a nivel mundial, con más de 28,000 empresas certificadas. Aunque la mayoría de estas certificaciones se producen en el sector industrial, dentro del Turismo también mantiene su posición de líder (AENOR, 2019).



## **EMAS**

El reglamento EMAS, impulsado por la Unión Europea en 1993, es un programa europeo de carácter público, voluntario y común a todo tipo de empresa, desarrollado para adecuar la gestión y evaluación de las mismas en materia ambiental. Su rasgo diferenciador, es la exigencia anual de la “Declaración Ambiental” a todas las organizaciones certificadas, un documento de carácter público, que acredita que los SGA de las empresas se ajustan al Reglamento (UE) 2018/2026, el cual está destinado a informar sobre los comportamientos y prácticas corporativas medioambientales para todas las partes interesadas (Pérez Cabrera, 2015). Además, cabe destacar que, este reglamento, desde el año 2001 agrega en su estructura los requisitos de la anteriormente analizada norma ISO 14001 (Fraguell, Martí, y Pintó, 2013).

Aunque ambas certificaciones tienen un carácter abierto y gradual, el EMAS es una certificación más estricta que la ISO 14001, al exigir la publicación de la “Declaración Ambiental” en sus empresas adheridas y regirse por la reglamentación de la Unión Europea: Reglamento (UE) 2018/2026. Asimismo, dicha declaración es validada y acreditada por un auditor ambiental independiente, en el caso de España, AENOR es el organismo encargado de esta función (Roig i Munar, Rodríguez-Perea, y Martín Prieto, 2006).

Básicamente, el EMAS se puede considerar una evolución de la ISO14001, al integrar en su estructura los requerimientos de esta última citada, sumadas a mayores exigencias, como la ya citada “Declaración Ambiental”.

Sin embargo, la ISO 14001 tiene una mayor adopción entre las empresas, turísticas y no turísticas, a nivel europeo y nacional, algo en parte justificable debido al reconocimiento y fiabilidad global de la International Organization for Standardization como organismo certificador. Además, autores como (Camisión, 2004), indican que otros factores como el mayor coste y la mayor presión reguladora que exige el EMAS, suponen que las entidades definitivamente se inclinen por la ISO 14001.

Por lo tanto, aquí encontraríamos una de las grandes cuestiones en torno a las certificaciones y los sistemas de gestión ambiental, pues muchas empresas prefieren apostar por herramientas de prestigio dotadas de una mayor flexibilidad, es decir, menos exigentes, con la idea de obtener un mayor reconocimiento sostenible al mismo tiempo que adquieren una menor cantidad de compromisos ambientales, frente a los que

realmente estas son capaces de asumir; una situación, que como comprobaremos a lo largo del informe, ocurre con asiduidad.

### **Green Globe 21**

La certificación Green Globe 21, de carácter voluntario e internacional, es un programa de evaluación para la mejora del desempeño sostenible en destinos, empresas turísticas y sus socios de la cadena de suministro. Este sistema cuenta con 44 criterios básicos y 380 indicadores de cumplimiento, variando estos últimos en función del tipo de certificación, factores locales y el área geográfica, los cuales se encuentran destinados a desarrollar y documentar los avances sostenibles de la gestión operativa empresarial.

Esta certificación se basa en los siguientes estándares y acuerdos internacionales: Criterios Mundiales de Turismo Sostenible, Agenda 21, los ODS, ISO 9001/14001/19011 y los Criterios de Referencia de la Red de Certificación de Turismo Sostenible de las Américas.

Para su obtención, las entidades deben cumplir con todos los requisitos obligatorios y al menos con el 50% de los indicadores, y para su renovación, estas deben manifestar una mejora continua, logrando al menos más de un 3% de los indicadores con respecto a la evaluación anterior. Los procesos de evaluación y revisión, son llevados a cabo anualmente por auditores externos e independientes, con objeto de garantizar el efectivo cumplimiento de los criterios ambientales. (Green Globe, 2020).

## **ANEXO V. Entrevista a D. Carlos Justo Ortega Vilabrille**

La entrevista no pudo ser realizada a ningún miembro de Divertia Gijón S.A. (empresa municipal gestora del Turismo de la ciudad), ante la ausencia de respuesta por su parte. Este era el personal y empresa objetivo principal a la hora de realizar la entrevista.

Afortunadamente, pudimos contactar con una segunda persona objetivo para realizar la presente entrevista, alguien que estuviera empleado en la Oficina de Turismo de la ciudad. La entrevista fue realizada a D. Carlos Justo Ortega Vilabrille, experto en Historia y Turismo, que desempeña su labor profesional como trabajador en la Oficina de Turismo de Gijón. Cabe destacar y agradecer, la amabilidad y disposición que mostró D. Carlos durante la entrevista, lo cual nos permitió conocer con mayor detalle la situación turística de Gijón, algo que nos ha facilitado realizar un análisis más completo sobre este informe.

Tras esta resumida explicación de cómo transcurrió el proceso de selección del entrevistado, se pasa a presentar el desarrollo de la entrevista:

Antes de comenzar con las preguntas, se realizó una breve introducción sobre la trayectoria profesional de D. Carlos, y se le agradeció enormemente la posibilidad de realizar esta entrevista.

Después de esta breve introducción, comenzamos a abordar las distintas cuestiones:

- Es inequívoca la riqueza patrimonial que contiene Gijón, y vista la imagen de destino de otros destinos como Jaén Paraíso Interior, ¿Considera que la oferta de Gijón está falta de un perfil definido?

Quizá Gijón no tiene un eslogan definido, pero debido a su riqueza patrimonial, la oferta turística de Gijón está abierta a muchas sensibilidades turísticas dentro de un mismo territorio.

- ¿Considera pues, que la creación de una imagen integradora de todos estos segmentos turísticos ayudaría?

Sí, exactamente.

- A la hora de crear este nuevo perfil, y tomando como ejemplo la imagen en la oferta gastronómica de Gijón con las marcas de: Gijón Goloso, Gijón Gourmet... ¿Piensa que la creación de estas marcas y submarcas ayudan al Turismo, o en contraposición, pueden llegar a crear una confusión en la demanda?

No, considero que es un incentivo clarísimo para el turista y ciudadano gijonés. De mi experiencia como trabajador en la Oficina de Turismo, las marcas son un buen elemento para captar la atención y curiosidad, que animan al turista a conocer estos productos y recursos.

- Entrando ya dentro de sostenibilidad turística, ¿Qué grado de concienciación e implicación considera que existe en el conjunto de la gobernanza gijonesa entrono a esta materia?

Yo creo que hay una apuesta decidida y seria entrono a la sostenibilidad. A nivel turístico, con la certificación *Biosphere* que posee la ciudad, y en general, la ciudadanía se siente consciente de la importancia de la preservación del entorno y patrimonio. Por lo tanto, considero que todas las partes siguen una línea de sensibilización y colaboración en esta materia.

- Sin embargo, dentro del sector privado, he observado que pocas empresas están adheridas al sello *Biosphere* ¿Qué factores achaca a esta falta de implicación?

Considero que existe una falta de concienciación ambiental y sostenible en las empresas, y una falta de transmisión de información por parte del ayuntamiento, de los beneficios que ofrece la sostenibilidad. Esta es una línea en la que hay margen de mejora y en la que deben trabajar conjuntamente.

- Para facilitar esta conversión hacia lo sostenible por parte de las empresas, ¿Cree que la entrega de ayudas y subvenciones para la instalación de sistemas de gestión ambiental es adecuada y necesaria?

Sí, por supuesto.

- ¿Y el establecer ecotasas como medida penalizadora a aquellas empresas que no cumplan con ciertos requisitos ambientales y sostenibles?

En el corto plazo, considero que la implantación de ecotasas puede ser disuasoria en la demanda turística, pues Gijón y Asturias, se presentan como destinos abiertos y de acogida. Lógicamente, a medio-largo plazo, es una medida a contemplar.

- Visto el fulgurante incremento de visitantes en la última década, aparte de la planificación turística y las acciones de marketing que ha desarrollado la ciudad, ¿Qué otras medidas clave puede señalar?

Hay algo clave, que es la experiencia turística que tiene el visitante en Gijón. Gracias a su rica y variada oferta turística, y a un aspecto a destacar que no es tan mensurable, como es el carácter cordial y de acogida que tienen la gran mayoría de los gijoneses con los visitantes. Estos son factores, que provocan la fidelización de turistas y el origen de nuevos visitantes potenciales, al existir un buen “boca a boca” entorno al Turismo de la ciudad. También, unido a otros factores como la mejora de las comunicaciones y de la calidad de servicios locales.

- Para finalizar, ¿Cree que el aumento de la utilización del *Asturianu* en la comunicación turística (folletos, guías, etc...) ayudaría a poner en valor esta lengua y lograr que sea reconocida como lengua oficial? Además, de ser utilizada como un recurso patrimonial más a ofrecer para el turista

Sí, es una línea que se está siguiendo y considero que se debe seguir potenciando, pues el *Asturianu* forma parte del patrimonio asturiano. Pienso que el *Asturianu*, resulta atractivo e interesante para el turista que no lo conoce, y es un complemento perfecto a la hora de potenciar el turismo etnográfico local y regional.

Finalizada la entrevista, se volvió a agradecer enormemente la colaboración y ayuda que presentó D. Carlos en todo momento. Además, se le pidió la posibilidad de que nos

enviara su currículum, como prueba adjunta de que se había realizado esta entrevista con un auténtico profesional del Turismo gijonés, a lo cual accedió encantado.

Personalmente, de esta conversación no se pudieron más que sacar conclusiones positivas. La entrevista con D. Carlos, me proporcionó una información más detallada y completa del Turismo de Gijón a la que había tenido acceso previamente por mis propios medios (incluyendo su visión personal como ciudadano y su experiencia como profesional turístico), algo que me ha ayudado enormemente en la finalización del presente análisis sobre el caso de Gijón. Además, este apartado del trabajo me ha servido como primera experiencia a la hora de realizar una entrevista, lo cual me ha supuesto un interesante reto, que ha sido muy agradable de cumplir.

## ANEXO VI. Gijón: patrimonio histórico-cultural, gastronómico y natural

Gijón cuenta con una variada riqueza patrimonial, y una amplia gama de recursos turísticos, lo que la convierte en una ciudad altamente atractiva para la práctica del Turismo:

TIPOLOGÍA DE RECURSOS	DOTACIÓN EN LA CIUDAD	CARACTERÍSTICAS
<b>HISTÓRICO - CULTURALES</b>	3 Museos Arqueológicos	Gran Variedad Principales Atractivos de la ciudad Captan gran flujo de visitantes
	3 Museos Industriales	
	3 Museos de Bellas Artes	
	4 Centros Creación Contemporánea	
	Acuario de Gijón	
	Laboral Ciudad de la Cultura	
	Teatro Jovellanos	
<b>EVENTOS</b>	25 EVENTOS	Fundamentalmente Gastronómicos y Culturales
<b>RECURSOS NATURALES</b>		
<b>PLAYAS</b>	4 Urbanas (1 accesible)	Turismo Activo + Sol y Playa
	6 Entorno Rural	
<b>PUERTOS</b>	Puerto Deportivo	Puertos Deportivos
	Marina Yates	
	El Musel	Escala de Cruceros
<b>ZONAS VERDES</b>	52 Jardines	1,5 millones de m2 de zonas verdes y Jardín Botánico Atlántico
	7 Parques	
	4 Campos de Golf (2 Municipales)	
<b>RUTAS VIAJERAS</b>	Camino de Santiago	Históricas e Internacionales
	Ruta de la Plata	

Tabla 12. Recursos turísticos de Gijón. Elaboración propia. Fuente: Plan de Acción de Turismo de Gijón/Xixón 2016-2020; Divertia Gijón, 2016.

### Recursos histórico-culturales

En el ámbito cultural, Gijón cuenta con 14 museos en la actualidad: 3 Arqueológicos, 3 Industriales 3 de Bellas Artes y 4 de centros de Creación Contemporánea. El tener 15 museos y una amplia gama de instalaciones dedicadas a la cultura, hacen de Gijón un lugar con un rico y variado patrimonio cultural. El conjunto de estos complejos, recibió un total de 441,529 visitas en el año 2018 (Divertia Gijón, 2019).

Entre ellos, sobresale la popularidad que tiene el Muséu del Pueblu d'Asturies, siendo visitado por 119,498 personas en el pasado 2018 (Divertia Gijón, 2019). Este, es un museo etnográfico que se creó en 1968 con el objetivo de conservar, poner en valor y

propagar la cultura gijonesa y asturiana. A parte de visitas guiadas, a lo largo del año alberga multitud de actividades como exposiciones, conferencias, conciertos y talleres didácticos. También, debemos señalar que es el coordinador de la Red de Museos Etnográficos de Asturias, además de formar parte de la Red de Archivos e Investigadores de la Escritura Popular.

Asimismo, destacan como recursos culturales las dos Termas Romanas de la ciudad: Las Termas Romanas de Campo Valdés y la Villa Romana de Veranes. Ambas, son museos de sitio que cuentan con yacimientos arqueológicos romanos sobre los cuales se realizan visitas guiadas a lo largo de su recorrido, además de albergar salas de exposición, que tienen la finalidad de acercar la transcendencia e historia de estos recursos al visitante.

En cuanto a espectáculos culturales se refiere, el Teatro Jovellanos es el principal ventanal de eventos culturales en la ciudad, pues anualmente acoge multitud de obras y acontecimientos, aunque cabe señalar que su programación está dirigida fundamentalmente al público local. En 2017, a fin de acercar este recurso al Turismo, la gestora local Divertia lanzó una campaña de visitas guiadas dirigida a los visitantes (La Nueva España, 2017).

La gran joya cultural y arquitectónica de Gijón, es La Laboral Ciudad de la Cultura. Esta es la culminación de un proyecto que el gobierno del Principado de Asturias decidió iniciar sobre la antigua Universidad Laboral de Gijón en el año 2001, que tenía como objetivo el transformar este espacio en un lugar cultural, plural y de ocio. Debido a su riqueza arquitectónica, es un monumento declarado bien de interés cultural, que, además, en su interior cuenta con diversos espacios dedicados a la cultura: LABoral Centro de Arte y Creación Industrial, un Centro Integrado de Formación Profesional, la Escuela de Arte Dramático, salas de exposiciones y reuniones... condiciones que no sólo la convierten en un activo altamente aprovechable para los residentes locales, pues esta es uno de los grandes reclamos turísticos de la ciudad.

Finalmente, encontramos al Acuario de Gijón, como otro de los principales atractivos turísticos de la ciudad, el cual cuenta con más de 250 especies y 5,000 animales en su interior, aparte, del auditorio y la tienda de recuerdos. Pese a recibir 141,837 visitas en 2018, el ayuntamiento aprobó ese mismo año un paquete de inversiones de 2,5 millones de euros para la elaboración de un innovador plan de gestión, que tiene como principal propósito el convertir a este recurso turístico en un referente del norte de España,



adquiriendo un importante papel en materia de divulgación y conservación marítima (El Comercio, 2018).

### **Recursos naturales y Turismo Deportivo**

El mar, la costa y la playa, son otro de los grandes reclamos para los visitantes de la ciudad. Gijón, cuenta con un total de 10 playas, en las que aparte de practicarse el predominante Turismo de Sol y Playa, se practican actividades náuticas y deportivas a lo largo de todo el año. Cabe destacar que, 3 de estas playas, son urbanas, las cuales encuentran acreditada su calidad por las certificaciones SICTED y “Q” de calidad, y ambientalmente, portan la bandera Ecoplayas en reconocimiento a su buen desempeño sostenible.

Y es que, el Turismo Deportivo, es un segmento que se encuentra en pleno auge y está especialmente vinculado al medio natural en Gijón. La ciudad, posee una completa y equipada red de instalaciones deportivas, tanto públicas como privadas, en las que se puede disfrutar desde eventos y competiciones mundiales, hasta de su propia utilización por parte de residentes y turistas. Destaca entre todas ellas, el denominado Puerto Deportivo, siendo toda una referencia internacional para la organización de regatas, del cual es reseñable su distinción ambiental mediante la bandera azul de manera ininterrumpida, desde el año 1996. Además, debemos indicar que, en el Marina Yates, el otro puerto deportivo local, también se celebran competiciones y travesías de Vela, estas ya dotadas de una menor repercusión social. Tal es la riqueza deportiva de Gijón, tanto a nivel de eventos como de infraestructuras, que en el año 2016 fue nombrada como Ciudad Europea del Deporte.

En cuanto a puertos marítimos, comentar que aparte de los dos ya mencionados, la ciudad cuenta con otro más: El Musel. Turísticamente, este es el lugar de escala para cruceros, convirtiéndose en el principal espacio en cuanto a recepción de visitantes por vía marítima se refiere.

El otro gran activo turístico natural de la ciudad de Gijón, son sus 1,5 millones de m<sup>2</sup> de zonas verdes, encontrándose reconocido el 85% de la ciudad como concejo rural. Gijón, cuenta con 7 parques y 52 jardines, además de 4 campos de golf, en los que el turista puede practicar y disfrutar esta actividad deportiva.

Sin lugar a duda, la joya verde de la ciudad, es el Jardín Botánico Atlántico de España. Creado en 2003 con fines divulgativos y conservacionistas de la biodiversidad, fue pionero como primer jardín especializado en vegetación y flora atlántica. Actualmente, cuenta con un total de 25 hectáreas divididas en 4 áreas visitables, cuyo factor común es el Océano Atlántico: Entorno Cantábrico, Itinerario Atlántico, el Jardín de la Isla y la Factoría Vegetal. Estas albergan en su interior una extensa biodiversidad floral, pudiendo distinguirse más de 30,000 plantas de 2,500 especies distintas.

Íntimamente ligadas a la cultura y el medio natural, se encuentran dos rutas históricas que cruzan la ciudad de Gijón: la Ruta de la Plata y el Camino de Santiago, estando declarado este último citado como Patrimonio de la Humanidad. La Ruta de la Plata, es un activo que se encuentra turísticamente amortizado por la ciudad, pues Gijón, además de ser el punto de partida de dicha ruta, fue la ciudad promotora en crear una red de trabajo entre las ciudades por las que pasa este camino, con el principal propósito de su puesta en valor y el establecer sinergias positivas entre las ciudades por las que pasa. Sin embargo, en cuanto al Camino de Santiago, la ciudad viene trabajando intensamente en los últimos años en promocionar su paso por la vía costera de Gijón, al optar la mayor parte del flujo de peregrinos por desviarse en la bifurcación situada en Villaviciosa hacia Oviedo, la otra gran ciudad del Principado. La gobernanza turística local, como se puede ver en el apartado de planificación turística, considera que, en esta ruta de primer orden turístico-cultural, existe una potencial demanda de visitantes a la cual captar.

Además, Gijón cuenta con rutas señalizadas tanto en su entorno rural como en el urbano, algo que permite al turista visitar de forma orientada e informada los principales puntos de interés de la ciudad, destacando la gran variedad de sendas verdes promocionadas (vía verde de La Camocha, senda de Peñafrañica, senda fluvial del río Piles, etc.), las cuales se encuentran estrechamente vinculadas con el medio natural.

### **Eventos y festivales**

Gijón, cuenta con multitud de eventos y festivales a lo largo de todo el año, tanto de índole nacional como internacional. Entre los más populares, se encuentran el Festival Internacional del Cine de Gijón, la Fiesta de la Sidra Natural (declarada de interés turístico), el festival de música Gijón Sound Festival y el Campeonato Internacional de Salto de obstáculos.

La gastronomía, forma también parte del activo turístico gijonés. Productos regionales, como la fabada, la sidra, o la gran variedad de quesos autóctonos de la zona, suponen un reclamo más para el visitante. Prueba de lo descrito, son los más de 20 eventos culinarios que se celebran anualmente en Gijón, entre los que destaca el festival gastronómico sostenible y responsable de Asturias “Gijón Se Come”.

Por último, señalar que, en 2015, Gijón fue reconocida con el Premio Nacional del Comercio gracias a sus centros comerciales abiertos, sus históricos mercados y su variada oferta de negocios. Estos lugares en los que convive la tradición local, también se integran dentro la amplia oferta turística de Gijón, siendo el Turismo de Compras una modalidad turística en auge mundial y a tener en consideración por la ciudad.

## ANEXO VII. Ampliación del análisis sobre la demanda turística de Gijón

ALOJAMIENTO DE LOS TURISTAS				2013 (%)	2015 (%)	2018 (%)	
<b>Alojamientos Colectivos</b>			<b>Hoteleros</b>	Hotel 3/ 4*	29,1	33,8	31,0
				Hotel 1/2 *	6,9	4,2	6,8
Hostal/Pensión	3,0	3,0		2,1			
			<b>Extrahoteleros</b>	Camping	1,8	1,4	1,7
				Apartahotel	0,8	0,6	0,9
				Residencia/Albergue	0,8	1,5	1,0
				Casa Rural	0,2	0,2	0,2
<b>Alojamientos Privados</b>				Casa/Piso Familiares o Amigos	41,7	42,7	47,4
				Casa/Piso propio	7,6	9,6	6,2
				Casa/Piso Alquiler	5,8	2,1	2,2
				Otros aloj. privados	2,2	0,9	0,6
<b>2013</b>	<b>2015</b>	<b>2018</b>					
<b>42,7</b>	<b>44,7</b>	<b>43,6</b>					
<b>57,3</b>	<b>55,3</b>	<b>56,4</b>					

Tabla 13. Evolución en el alojamiento de los turistas que pernoctan en Gijón. Elaboración propia. Fuente: El Turismo en Gijón; Divertia Gijón.

De la encuesta anual realizada por Invesmark para el análisis del Turismo gijonés, he podido obtener los datos de la tabla superior en cuanto al alojamiento en el que pernoctan los turistas. Antes de profundizar en el análisis, destacar que apenas existe algún ápice de variación en torno a los datos obtenidos entre los últimos 5 años.

El dato que más resalta, es la cantidad de turistas que se alojan en la casa de sus familiares o amigos, pues ningún año baja esta cifra del 40%, la cual en el 2018 asciende hasta el 47,4%. Estas cifras nos indican que anualmente gran parte de turistas no invierten en alojamiento, produciéndose importantes pérdidas económicas potenciales en la ciudad en torno al sector del alojamiento.

Después, podemos afirmar que aquellos turistas que eligen alojarse en alojamientos colectivos, apuestan por la calidad de servicios, pues anualmente alrededor del 70% de este sector de la demanda opta por alojarse en hoteles de 3 y 4 estrellas.

Por otra parte, cabe señalar que demanda turística extrahotelera se mantiene prácticamente ecuánime a lo largo de los últimos 5 años, tanto en el global como entre sus propias tipologías de alojamiento, las cuales, por otra parte, tienen una baja representatividad sobre el total.

Finalmente, resaltamos las fuertes caídas de demanda acaecidas en hostales y pensiones, un 30%, y por las casas turísticas en alquiler, en más del 70% en el último lustro.

GASTO TURÍSTICO POR TIPO DE VISITANTE (€)				
	2012	2014	2016	2018
<b>Turistas en Alojamiento Colectivo</b>				
Gasto medio persona/viaje	387,41	357,07	345,97	356,19
Gasto medio persona/día	91,32	85,42	87,15	91,29
<b>Turistas en Alojamiento Privado</b>				
Gasto medio persona/viaje	330,01	336,54	334,16	370,97
Gasto medio persona/día	38,12	42,44	44,03	46,40
<b>Excursionistas</b>				
Gasto medio persona/día	41,44	32,53	32,96	35,46

Tabla 14. Evolución del gasto turístico por tipo de visitante en Gijón. Elaboración propia. Fuente: El Turismo en Gijón; Divertia Gijón.

Esta tabla, nos muestra el gasto turístico medio por tipo de visitante en la ciudad de Gijón durante los últimos 6 años, en la que se puede observar que el gasto medio de los turistas por viaje se encuentra sobre 352,29€, mientras que el de los excursionistas en 35,60€.

Tanto el gasto medio por persona y viaje en turistas de alojamiento colectivo como en excursionistas, ha descendido un 8,1% y un 16,9% respectivamente, una caída en cifras de gasto que no coinciden con el aumento en número de visitantes. Positivamente, comentamos que el gasto medio por persona y viaje en turistas alojados en inmuebles privados, ha crecido un 12,4% en los últimos 6 años. Por lo tanto, podemos afirmar que, mientras que Gijón recibe más Turismo, los turistas efectúan un gasto medio menor en la ciudad con respecto los años anteriores.

Visto cual es el gasto medio por tipo de visitante en la ciudad Gijón, pasemos a analizar en qué sectores destinan fundamentalmente este dinero:

CONSUMO TURÍSTICO INTERIOR EN GIJÓN (MILLONES DE €)					
	2012	2014	2016	2018	%Δ (2012-2018)
<b>Comercio y reparación</b>	45.660	66.784	80.135	92.427	<b>102,4 %</b>
<b>Hostelería</b>	221.045	223.309	264.995	301.831	<b>36,6 %</b>
<b>Transporte y comunicaciones</b>	17.680	14.545	16.291	18.390	<b>4,0 %</b>
<b>Otros servicios</b>	3.466	5.943	7.208	8.048	<b>132,2 %</b>
<b>GASTO TOTAL</b>	278.031	310.581	368.630	420.695	<b>51,3 %</b>

Tabla 15. Evolución del consumo turístico interior en Gijón. Elaboración propia. Fuente: El Turismo en Gijón; Divertia Gijón.

Pese a la disminución en el gasto medio por turista, viendo los datos de esta tabla, podemos confirmar que, lógicamente, el aumento general en la demanda turística de Gijón ha traído consigo un ascenso en el gasto turístico interior total, llegando a experimentarse un incremento del 51,3% en los últimos 6 años.

Destaca entre estas cifras anuales, el gran aporte que realiza la hostelería al completo del gasto total, estando por encima del 70% todos los años. Esto supone que, prácticamente tres cuartas partes del gasto turístico total van a parar a este sector, algo que es comprensible dada la excelente gastronomía con la que cuentan Gijón y Asturias.

El gasto turístico del sector del comercio y reparación, es el que ha probado el mayor incremento en estos 6 últimos años datados, con un increíble aumento del 102,4%, por lo que parece que el trabajo en gobernanza efectuado por los comerciantes locales ha surtido un gran efecto; prueba de ello son el Premio Nacional del Comercio recibido por la ciudad en 2015, y el trabajo en red desarrollado por clubes de producto como *Cool Cities*, el cual trabaja para fortalecer el comercio, entre otras actividades, y del que Gijón forma parte.

También, cabe destacar el ascenso en el gasto destinado por los turistas sobre otros servicios, de un 132,2% en estos últimos 6 años analizados.

Finalmente, hemos de señalar que el sector del transporte y comunicaciones no ha sabido aprovechar este auge turístico experimentado por la ciudad de Gijón, pues únicamente ha crecido un 4%. Esta cifra, que numéricamente no deja de ser positiva, queda muy por detrás del aprovechamiento que han realizado el resto de sectores con respecto a esta situación acaecida en la ciudad, por lo que, da la sensación que, el sector del transporte y las comunicaciones, ha dejado de ganar una buena parte de beneficios económicos potenciales.

## **ANEXO VIII. Información turística de Gijón: Planes de Turismo, guías, folletos y documentos de interés**

El Anexo VIII se encuentra recogido en un DVD al final del Trabajo de Fin de Grado, pues en él se integran multitud de documentos sobre información turística de Gijón.