

Universidad de Oviedo

Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo

TRABAJO FIN DE MÁSTER

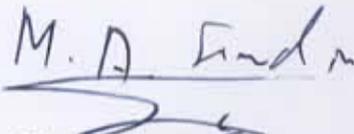
DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL Y ETNOGRAFICO DEL ENTORNO
RURAL DE GIJON

Autor: Laura Vega Uría
Tutor: Manuel Ángel Sendín García
Co-tutor: Luis Valdés Peláez
Junio, 2016

AUTORIZACIÓN

D. Manuel Ángel Sendín García, tutor del Trabajo Fin de Máster realizado por Dña. Laura Vega Uría, en el Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo de la Universidad de Oviedo, **AUTORIZA** la presentación y defensa del presente Trabajo Fin de Máster.

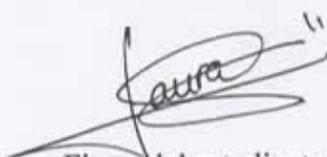
Gijón, 3, Junio, 2016.


Firma del tutor

DECLARACIÓN

Dña. Laura Vega Uría **DECLARA** que es el autor del presente Trabajo presentado para optar al título de Máster Universitario en Dirección y Planificación del Turismo por la Universidad de Oviedo, que es un Trabajo original realizado para este fin y que se han detallado todas las fuentes bibliográficas relevantes utilizadas durante su elaboración.

Gijón, 3, Junio, 2016.


Firma del estudiante

Resumen

El presente trabajo tiene por objeto el análisis y puesta en valor de los recursos culturales y etnográficos del entorno rural de Gijón, teniendo en cuenta sus características sociales y geográficas especiales, así como el marco normativo de esta área como un factor determinante para la implantación de productos turísticos socialmente sostenibles.

El trabajo de investigación consiste en estudiar la capacidad de carga social del entorno rural del municipio con la finalidad de crear soluciones que cubran las necesidades turísticas existentes, así como plantear posibles productos que fomenten el desarrollo de la población local.

Esto se traduce en un análisis en profundidad del marco teórico y práctico de este medio rural para conocer si es posible la implantación de estos productos, los cuales siguen criterios sostenibles y cuyo objetivo no es otro que hacer de la industria turística el motor que impulse la revitalización del ámbito rural gijonés.

Abstract

This project try to analyze and enhance cultural and ethnographic resources of the rural environment of Gijon, taking into account the special social, legislative and geographical characteristics of its area as a social sustainable determining factor for the implementation of tourism products.

The research is focused on the social carrying capacity of the rural environment of this area in order to create solutions that meet tourist needs as well as raise possible products that will promote locals development.

This is translated into a deep theoretic and practical analysis of this rural framework to know if it is possible the introduction of tourism products, which follow sustainable criteria and make the tourism industry being the head of Gijon's rural development.

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	1
2.	EL TURISMO CULTURAL Y ETNOGRÁFICO EN EL ENTORNO RURAL DE GIJÓN.....	3
2.1	Definición y tipologías de patrimonio	3
2.2	Las parroquias en Asturias: rasgos generales y aplicaciones.....	6
2.3	Medidas de protección del patrimonio del entorno rural en Gijón. Normativa nacional, regional y municipal.....	7
2.3.1	La normativa española	7
2.3.2	La ley de Patrimonio Cultural del Principado de Asturias como instrumento básico de gestión y preservación del acervo regional	8
2.3.3	La normativa de ámbito local: el Plan General de Ordenación	9
3.	LA DEMANDA DE TURISMO EN GIJÓN	10
3.1	Principales magnitudes	10
3.2	Actividades realizadas y lugares visitados durante la estancia en Gijón	17
3.3	Servicios turísticos utilizados durante la permanencia en Gijón	20
4.	OFERTA DE PATRIMONIO RELIGIOSO, CIVIL, ETNOGRÁFICO DEL ENTORNO RURAL DE GIJÓN.....	22
5.	SOSTENIBILIDAD SOCIAL: MARCO TEÓRICO Y CARACTERÍSTICAS POBLACIONALES DEL ENTORNO RURAL DE GIJÓN	26
5.1	Capacidad de carga turística.	27
5.2	Características poblacionales del entorno rural de Gijón	28
6.	APLICACIÓN PRÁCTICA: ENCUESTA SOBRE LA CAPACIDAD DE CARGA EN EL ENTORNO RURAL DE GIJÓN	32
6.1	Metodología	33
6.2	Resultados	34
7.	PROPUESTAS PARA LA PUESTA EN VALOR DE LOS RECURSOS CULTURALES Y ETNOGRAFICOS DEL ENTORNO RURAL DE GIJÓN	39
7.1	Accesibilidad.....	42
7.1.1	Accesibilidad en tren.....	42
7.1.2	La mayor eficiencia de las líneas urbanas de autobús.....	43
7.1.3	Aprovechamiento del Bus turístico de Gijón	44
7.1.4	Las líneas rurales explotadas por el Consorcio CTA.....	44
7.1.5	El Taxi turístico.....	45
7.1.6	Introducción de mejoras en la App “Gijón en tu bolsillo”.....	46
7.2	Creación de productos turísticos en el medio rural de Gijón.....	48

7.2.1 Granja escuela en Gijón	48
7.2.2 La Mancomunidad minera - Mina La Camocha: su conversión en recurso turístico vinculado al Patrimonio Industrial	49
7.2.3 La ruta de las romerías	49
8 CONCLUSIONES	52
9 FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA	56
10. ANEXO 1. MODELO DE ENCUESTA Y FICHA TÉCNICA.....	60
10.1 Modelo de encuesta.....	60
10.2 Ficha técnica	61
11. ANEXO 2. EJEMPLOS FICHAS DE RECURSOS ARQUEOLÓGICOS DEL CATÁLOGO URBANÍSTICO DE GIJÓN Y POBLACIÓN POR PARROQUIAS RURALES.....	62
11.1 Fichas de recursos arqueológicos.....	62
11.2 Población por distritos y parroquias rurales de Gijón (2014).....	66
12. INDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS	67

1. INTRODUCCIÓN

A pesar de ser Gijón una ciudad con un gran número de visitantes, la mayor parte de ellos se distribuyen por el casco urbano, quedando las parroquias rurales relegadas a un segundo plano. En muchos casos resultan desconocidas hasta para los propios habitantes del municipio; que en ocasiones infravaloran o desconocen el gran potencial turístico de algunos de los recursos que atesoran.

Al igual que ocurre en muchas aldeas asturianas, uno de los puntos fuertes del entorno rural de Gijón es que ha sabido conservar (en buena medida gracias a la forma legal de ordenación del territorio) sus paisajes tradicionales y su arquitectura popular a pesar de ser una zona muy próxima al entorno urbano y ser éste, por su trayectoria histórica, un municipio fuertemente industrializado.

Una de las formas más lógicas que se deben aplicar para mantener este entorno rural con su cultura, sus tradiciones y sus elementos populares es conocer los intereses de la propia población local. Ésta es, a fin de cuentas, la principal afectada por las iniciativas turísticas, así como por aquellas que, sin serlo, van unidas a ellas de forma transversal.

Cuando se alude al concepto de capacidad de carga referida a un destino turístico, se suele identificar con el estudio del número máximo de personas que permanecen en un determinado lugar durante un tiempo determinado. Se acude a este instrumento de gestión con el fin de preservar un determinado ámbito, en este caso vinculado al ocio. El concepto de capacidad de carga tendría, por lo tanto, un carácter meramente físico.

Ahora bien, también existe un tipo de capacidad de carga más complejo de establecer y que es determinante cuando se trata de áreas peculiarmente atractivas por factores sociales, culturales y etnográficos como es el caso del área rural de Gijón y ésta no es otra que la capacidad de carga social. Este método utiliza como criterio la disposición y aceptación de la población local hacia el turismo procurando que su desarrollo sea respetuoso con el entorno y las personas.

Por tanto, se estima necesario seguir conservando aquellos elementos que caracterizan el medio rural gijonés obteniendo de ellos el mayor rendimiento turístico posible, eso sí, con

arreglo a los principios del desarrollo sostenible para mantener un entorno que, tanto turistas como residentes y, sobre todo las generaciones futuras puedan seguir disfrutando por mucho tiempo.

Esta implantación de productos turísticos no debe dañar socialmente al entorno rural municipal, y por ello uno de los objetivos de este trabajo consiste en el estudio del concepto de capacidad de carga social del área bajo dos puntos de vista: el estudio de las características poblacionales de este medio rural englobado en un marco teórico y por otro lado, la realización de un trabajo de campo consistente en una encuesta realizada a los residentes en la zona rural de Gijón, con la finalidad de obtener unos resultados que nos permitan conocer a ciencia cierta si resulta factible la aplicación de un turismo socialmente sostenible.

En este proyecto comienza con este primer apartado introductorio, al que le siguen en un segundo apartado los conceptos que conforman las tipologías de bienes culturales asociados al turismo, así como las medidas de protección del patrimonio que atañen al área de estudio; en un tercer epígrafe se toman en consideración las principales magnitudes de la demanda turística de Gijón. Por lo que respecta al cuarto epígrafe, su contenido gira en torno a los principales recursos patrimoniales con capacidad de atracción turística del entorno rural gijonés. En el quinto apartado se define el marco teórico de la sostenibilidad y el concepto de capacidad de carga. Estas definiciones tendrán una aplicación práctica en el apartado sexto, que constituye, en buena medida el soporte del edificio teórico levantado hasta ahora por tratarse de un trabajo de campo consistente en la realización de una encuesta entre los habitantes de la población rural de Gijón y la explotación de la misma. Acto seguido, un séptimo capítulo, tomando como base los antecedentes obtenidos en los apartados anteriores, aporta las propuestas de mejora y creación de productos turísticos sostenibles en el entorno rural de Gijón y finalmente se procederá a exponer las conclusiones definitivas de este proyecto; todo ello corroborado con las fuentes bibliográficas utilizadas y los anexos.

2. DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL Y ETNOGRÁFICO EN EL ENTORNO RURAL DE GIJÓN

El turismo cultural tiene como objetivo dar a conocer, preservar y disfrutar el patrimonio cultural en el que se interrelacionan tres elementos: patrimonio, turismo y cultura; los cuales son difícilmente relacionables. Mientras que el turismo siempre ha sido considerado como una actividad dañina con el medio por el concepto que se creó en España en los años 60 con el turismo de masas, el patrimonio es una riqueza no renovable que debe preservarse y no venderse como un producto de consumo masivo. Por ello debemos buscar aquellas estrategias encaminadas a fomentar el desarrollo del turismo cultural bajo la visión de la sostenibilidad. Esta orientación ha de obedecer no solamente a la recuperación económica de los pueblos, sino también a la salvaguarda de los valores etnográficos y del patrimonio cultural. Todo ello desde una perspectiva que garantice dicha sostenibilidad a través de una mayor difusión de ese legado entre los habitantes y los turistas para que así contribuyan al desarrollo económico, social y cultural de los pueblos.

Por otra parte, existen muchas formas de practicar el turismo etnográfico como por ejemplo conocer las localidades rurales relacionándose e implicándose con la población local. El diálogo y la escucha de sus historias, probar alimentos artesanales, participar en sus fiestas, caminar por el entorno y aprender a realizar su artesanía, son algunos de los ejemplos que el turista etnográfico quiere vivir durante su experiencia en un lugar.

2.1 Definición y tipologías de patrimonio

Como hemos visto anteriormente, patrimonio, turismo y cultura son los tres pilares necesarios para sentar las bases del turismo cultural y etnográfico. Con la finalidad de llegar a comprender esta tipología turística hemos de saber qué son cada uno de estos términos y cómo se han ido formando hasta llegar a nuestros días.

En la época colonial, el concepto de patrimonio resultaba un tanto confuso pues tan solo pretendía establecer las diferencias entre las culturas dominantes consideradas civilizadas y las que no eran tenidas como tales, clasificando a los pueblos y sus manifestaciones culturales por la cantidad de bienes materiales de los que disponían. Según tales parámetros eran las culturas dominantes las que comenzaron a atesorar sus bienes y a

coleccionar también ciertos objetos considerados como exóticos, que al final acabarían formando parte de su propio patrimonio.

En España las primeras definiciones del patrimonio son relativamente recientes, pues se remontan a los comienzos del s. XX. Resultan bastante imprecisas pues se limitan a un conjunto de leves pinceladas nada específicas que, ligados a la corriente del Particularismo Histórico, reconocen por fin la necesidad de respeto a todas las culturas y a los bienes que forman parte de ellas.

El término de patrimonio apareció formalizado por primera vez en un decreto en el año 1953 en el que se concibe como *“el inventario del tesoro artístico que comprenderá cuantos inmuebles y objetos muebles de interés artístico, arqueológico, histórico o etnológico o folklórico haya en España de antigüedad no menor a un siglo (...) exceptuándose las obras de los autores no fallecidos”* (García García, 1998; p. 10-12)

Entre los años 1960 a 1978 se comienza a aportar nuevas definiciones y a clarificar la descripción de lo que es el patrimonio tal como hoy en día se conoce, distinguiendo y especificando las diferentes tipologías del mismo. Toda esta tarea cristaliza en 1985 con la Ley de Patrimonio Histórico Español, de la cual emanan gran parte de las definiciones actuales de nuestro acervo cultural y las distintas categorías de protección del mismo. Para ello se establece por primera vez la denominación de “Bien de interés cultural” (BIC). Se trata de una figura de salvaguarda con respecto a algún tipo de bien mueble o inmueble que acarreó la aparición de una segunda figura de protección para los bienes menos relevantes, pero que igualmente debían de ser protegidos.

En la actualidad poseemos infinidad de conceptos sobre el patrimonio y normas que rigen sobre el mismo, las cuales nos será de gran utilidad conocer para poder llevar a cabo el estudio del patrimonio de la zona rural de Gijón, teniendo en cuenta tanto la normativa internacional, nacional, regional y urbana.

A escala general una de las definiciones más completas es la aportada por De Carli (2007) concibiendo el patrimonio como *“un conjunto de bienes culturales y naturales, tangibles e intangibles, generados localmente y que una generación hereda/transmite a la siguiente con el propósito de preservar, continuar y acrecentar dicha herencia”*. Por su parte la OMT (Organización Mundial del Turismo) denomina patrimonio al *“conjunto potencial*

conocido o desconocido de los bienes materiales o inmateriales existentes en un determinado territorio que están a disposición del hombre”.

La UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) define el patrimonio cultural como *“aquellos bienes legados por sus antepasados, el testimonio de su paso por el tiempo, pudiendo entender con ello su forma de vida, sociedad, economía, etc.”*. La finalidad de preservar el patrimonio cultural no es otra que mantenerlo en las mejores condiciones para que las futuras generaciones puedan disfrutar de él, con arreglo a una gestión basada en criterios de sostenibilidad. Con el objetivo de facilitar su estudio y agrupar estos bienes, ese organismo ha establecido una sub-clasificación que divide el patrimonio cultural en tangible e intangible; a su vez el patrimonio tangible puede ser mueble e inmueble.

El patrimonio tangible mueble engloba elementos históricos, artísticos, arqueológicos, etnográficos, tecnológicos y religiosos, así como aquellos de origen artesanal que constituyan algún tipo de colección relevante para la historia de la región. Entre estos elementos cabe destacar los documentos históricos, obras de arte, material audiovisual o fotográfico...etc.

El patrimonio tangible inmueble incluye los bienes, edificaciones y monumentos, pinturas, esculturas y toda producción generada por el hombre que forme parte de la historia de una región y que no pueda trasladarse.

En cuanto al patrimonio intangible se refiere a todo aquello que representa a una cultura, pero no es físico; como por ejemplo las tradiciones, el folklore, la danza, la gastronomía, la música, los oficios...etc.

Así mismo, el patrimonio natural forma parte del estudio de este trabajo, cuya definición es importante conocer, ya que va unido de forma transversal al cultural por lo que respecta al ámbito rural de Gijón. Se define como patrimonio natural a toda aquella variedad de flora, fauna y paisajes que conforman un territorio. La UNESCO lo define como *“aquellos monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales que tienen un valor relevante desde el punto de vista estético, científico y/o medioambiental”*.

Las modalidades de preservación más frecuentes en España del patrimonio natural son la de Reserva de la Biosfera, Monumento natural, Reservas y Parques Nacionales y Santuarios de la Naturaleza.

2.2 Las parroquias en Asturias: rasgos generales y aplicaciones

Para poder desarrollar el turismo cultural y etnográfico de los pueblos colindantes al casco urbano de Gijón debemos conocer las peculiaridades de este espacio geográfico.

Para ello debemos de tener en cuenta que Asturias comparte con la vecina Galicia una singular división territorial de carácter inframunicipal, inexistente en otras partes de España. Se trata de la parroquia, reconocida a efectos censales por el Instituto Nacional de Estadística, ha sido objeto de regulación legislativa en ambas regiones. Esa entidad trasciende su carácter eclesiástico y organizativo para convertirse en un componente cultural arraigado en las tradiciones asturianas.

El concepto de parroquia probablemente sea anterior a la conquista romana y comenzó a desarrollarse con el objetivo de regir los destinos desde un punto de vista religioso y moral bajo la jurisdicción de un párroco. Más adelante esta responsabilidad se extendió a un ámbito económico y administrativo mediante el cual se llegaron incluso a redactar ordenanzas y a elegir los aprovechamientos de las tierras comunes y la derrota de mieses¹ en las erías. Así mismo, regulaban la participación de los vecinos en tanto en cuanto a la toma de decisiones que afectasen a su propio territorio, estableciendo un panorama de fuertes vínculos y solidaridad.

Este significado pervive hasta nuestros días, cristalizándose a través del Estatuto de Autonomía para Asturias en el que reconoce la existencia de la parroquia rural como figura administrativa y “*como forma tradicional de convivencia y asentamiento de la población asturiana*” (Ley Orgánica 7/1981, de 30 de diciembre, BOE núm. 9, de 11 de enero de 1982).

¹ La derrota de mieses fue un aprovechamiento ganadero propio del Antiguo Régimen en casi la totalidad de Europa. Permitía que, una vez recogida las cosechas, ciertos terrenos de propiedad privada pasaran temporalmente a titularidad pública para la ganadería local, de manera que cualquier ganadero podía utilizarlos como pastos, hasta la reposición del cercado y la plantación de los siguientes cultivos.

Por tanto, la figura de la parroquia no pretende recuperar una tradición, sino reconocer una figura enraizada en el derecho de todos los asturianos, la cual además de utilizarse como elemento religioso y económico se utiliza también como unidad estadística censal y catastral.

2.3 Medidas de protección del patrimonio del entorno rural en Gijón.

Normativa nacional, regional y municipal.

En cuanto a las normativas que regulan los recursos materiales e inmateriales de las parroquias rurales de Gijón, las cuales deben ser tenidas en cuenta a la hora de valorizar dicho patrimonio para fomentar el turismo y el desarrollo del núcleo rural, existen tres niveles reguladores que revisten cierto carácter complementario. La primera, y más general, es la Ley del Patrimonio Histórico Español (Ley 16/1985), que afecta a todo el territorio nacional. La segunda es la que rige en el ámbito autonómico, en este caso la Ley del Principado de Asturias 1/2001 de Patrimonio Cultural y la última, pero no menos importante, tiene por objeto el entorno local. Se trata de del Plan General de Ordenación redactado para el periodo 1999-2002, cuya vigencia continúa en la actualidad ya que el elaborado con posterioridad fue anulado por sentencia judicial encontrándose en reformulación. Ese documento de ordenación territorial es el que se utilizará para la realización de este trabajo y, en particular el Catálogo Urbanístico adjunto al mismo, donde se recoge la relación de bienes pertenecientes al patrimonio de Gijón y clasificados según su orden de protección como veremos más adelante.

2.3.1 La normativa española

En ella se define una vez más el concepto de patrimonio y recalca la obligación de todos los ciudadanos de preservar dichos bienes de cara al futuro. Para que se pueda producir dicha conservación se establecen diferentes grados de salvaguarda: Los “bienes de interés cultural” (BIC) constituyen, ya se ha señalado más arriba, la categoría superior a la que sigue un grado de protección menor aplicable a otro tipo de bienes. Esta clasificación es igualmente aplicable a los bienes inmuebles, lo cual pone de manifiesto la idea de patrimonio como un concepto global que integra tanto el material como el inmaterial. Esta ley también define el patrimonio etnográfico, cuya identidad cobra vital importancia en toda Asturias, como hemos visto antes, por ser un territorio con arraigadas tradiciones.

Estas líneas generales que se redactaron en 1985 y que están reflejadas en la Constitución siguen los términos generales acuñados por la UNESCO sobre patrimonio.

Ese texto legal sirve de base a las normativas aprobadas por las comunidades autónomas en orden a preservar el patrimonio cultural radicado en sus respectivos territorios. En lo concerniente al Principado el documento regulador en esa materia lo constituye la ley 1/2001 de Patrimonio Cultural.

2.3.2 La ley de Patrimonio Cultural del Principado de Asturias como instrumento básico de gestión y preservación del acervo regional

La ley 1/2001 de Patrimonio Cultural del Principado de Asturias se basa en la normativa nacional, estableciendo dos regímenes de protección. El primero lo constituye la declaración de Bien de Interés Nacional (BIC) ya mencionada como el máximo nivel de salvaguarda. Así mismo, para los bienes de menor relevancia pero que deben ser protegidos, incluidos en el segundo apartado, se crea la categoría de Bienes Incluidos en el Inventario de Patrimonio Cultural de Asturias. En consonancia y para aportar visibilidad a los bienes protegidos, se crea el correspondiente Registro de Bienes de Interés Cultural de Asturias y el Inventario de Patrimonio Cultural de Asturias.

Según Pérez Galán (2011), en Asturias se concibe el patrimonio etnográfico como *“las expresiones relevantes o de interés histórico y formas de vida de los asturianos que se desarrollan colectivamente y basadas en conocimientos y técnicas transmitidos de forma oral”*

Dentro de este tipo de patrimonio distingue entre expresiones materiales, como por ejemplo podrían ser los hórreos y paneras, ya que estaban ligados a la forma de vida tradicional de los asturianos, y expresiones autóctonas no materiales como juegos, deportes, música, fiesta, baile...etc. Resulta claramente perceptible que en lo concerniente a la terminología sobre patrimonio la mayor parte de los autores llevan una misma línea en la que la idea es muy similar, lo cual ha de facilitar el trabajo a la hora de clasificar los bienes de los que disponen las parroquias rurales de Gijón.

2.3.3 La normativa de ámbito local: el Plan General de Ordenación

Podríamos decir que la normativa que más nos concierne en materia de legislación es la contenida en el Plan General de Ordenación (PGO) que en este caso sería, como ya se ha indicado líneas arriba, el de 1999-2002. Existe gran conflictividad con los usos del suelo en Gijón; algunos abogan por el progreso a través de la instalación de industrias y ampliación de la ciudad recalificando como edificables terrenos en zonas rurales con el fin de generar empleo. Por el contrario, otra parte de la opinión pública se inclina a favor de la sostenibilidad como pilar básico del plan de ordenación que debe primar los principios de rehabilitación frente a la expansión y la conservación del entorno rural con las actividades propias del mismo. Este enfrentamiento es el que ha frenado en los últimos años la redacción del nuevo plan de ordenación, cuya reelaboración está resultando lenta y complicada.

Los objetivos generales enunciados en el primer capítulo delimitan claramente la filosofía de ordenación territorial del PGO:

- Protección de los recursos naturales y del medio natural
- Hacer del medio rural un espacio de esparcimiento y contacto con la naturaleza, conservando la estructura y los valores tradicionales.

Estos principios conforman uno de los pilares más importantes, si no el principal, de los que sustentan la planificación y ordenación del territorio: la sostenibilidad.

En el caso del sector servicios, uno de los objetivos declarados del Plan es el fomento de la calidad de vida de la población rural, objetivo que se concreta en la facilidad a la hora de autorizar la instalación de determinadas actividades terciarias. No obstante, esta voluntad ha tropezado hasta ahora con la realidad de la zona rural, en la que la tendencia ha sido la desaparición de comercios y otros servicios, principalmente por falta de demanda.

El Plan General de Ordenación regula una serie de actividades relacionadas con los servicios como son: las nuevas tendencias en implantación de oficinas en la zona rural (pymes), el comercio y la hostelería, hoteles y campamentos de turismo. Sin embargo, nos encontramos con un vacío legal en el aspecto de las empresas de turismo activo u otro tipo de actividades turísticas, que, como sucede en muchas comunidades, en las que los objetivos no están claramente definidos y se enmascaran con ciertas palabras técnicas sin gran contenido. En una de las propuestas como es la Granja escuela que veremos más

adelante, se debería aplicar una combinación de legislaciones diferentes dependiendo de la propia actividad de la misma. Es esta rigidez y en ocasiones excesiva regulación y escasa concreción es la que frena la creación de empresas turísticas en Asturias en general y de Gijón en particular.

Dentro del Plan General de Ordenación disponemos de varios documentos que nos pueden ayudar a establecer las pautas de trabajo y tratamiento del patrimonio. En este caso, el más específico para el proyecto sería el Catálogo Urbanístico (CU), ya que tiene por objeto establecer las directrices para la protección, conservación y mejora del Patrimonio, entendiendo que estos bienes deben estar sometidos a un régimen de gestión especial por sus características.

En este Catálogo se incluyen aquellos bienes del patrimonio arquitectónico, arqueológico y natural de Gijón e impide la actuación o modificación indiscriminada de los mismos. Estos son, en primer lugar, los Bienes de Interés Cultural, los elementos del Inventario del Patrimonio Cultural de Asturias y cualquier otro tipo de elementos muebles o inmuebles que merezcan una conservación y defensa. También se incluirían como patrimonio de especial protección los yacimientos arqueológicos incluidos en la Carta Arqueológica del concejo.

En cuanto al patrimonio natural, se consideran de especial protección los espacios naturales de interés relevante, los elementos naturales singulares y algunos jardines públicos y privados.

El Catálogo Urbanístico incorpora una ficha individualizada de todos los elementos incluidos en el patrimonio edificado, arqueológico y natural, asignando a los mismos los niveles de protección integral, Parcial, Ambiental y Ambiental documental. Algunas de estas fichas, por la propia extensión del trabajo se incorporan en el Anexo 2 como ejemplo.

3. LA DEMANDA DE TURISMO EN GIJÓN

3.1 Principales magnitudes

Para conocer a ciencia cierta si tiene sentido poner en valor los recursos culturales y etnográficos del entorno rural de Gijón, sería necesario conocer la existencia de una demanda turística potencial suficiente que justifique la inversión a realizar, así como la demanda potencial existente de turismo cultural en España.

Por ello, se han obtenido datos referentes a la cantidad de turistas que se mueven por motivos culturales y el gasto que realizan en el lugar de destino.

Tabla 1. Viajes de residentes en España realizados por motivos culturales según CCAA de origen.

	VALORES ABSOLUTOS (Miles)		En porcentaje de la población de cada comunidad autónoma		En porcentaje respecto al total de viajes por ocio, recreo o vacaciones		En porcentaje respecto al total de viajes	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
TOTAL	9.919,7	12.080,8	21,2	26,0	12,3	14,7	6,4	8,0
Andalucía	1.308,1	1.746,8	15,6	20,8	12,0	17,8	5,6	8,5
Aragón	429,1	451,1	32,1	33,9	13,3	12,4	6,7	6,7
Asturias (Principado de)	252,3	289,3	23,6	27,3	10,9	12,4	6,1	7,0
Baleares (Illes)	178,2	199,8	16,1	17,9	15,2	17,8	7,3	9,1
Canarias	209,2	252,8	9,9	12,0	8,4	10,8	4,1	5,2
Cantabria	123,2	141,9	20,9	24,1	18,1	19,0	7,4	8,9
Castilla y León	524,4	708,1	20,8	28,4	14,1	17,8	5,6	8,0
Castilla-La Mancha	425,9	423,9	20,3	20,4	14,7	16,2	7,2	8,0
Cataluña	1.929,8	2.284,0	25,8	30,8	12,4	14,4	7,5	9,0
Comunitat Valenciana	940,4	1.266,8	18,9	25,6	11,0	13,4	6,0	7,8
Extremadura	221,7	306,7	20,1	28,0	14,0	19,1	5,7	7,6
Galicia	315,2	428,2	11,4	15,6	10,7	17,5	4,8	7,1
Madrid (Comunidad de)	1.707,8	2.036,2	26,6	31,9	10,9	12,0	6,0	6,9
Murcia (Región de)	303,4	309,6	20,8	21,2	19,3	18,1	8,9	10,0
Navarra (Comunidad Foral de)	247,8	291,6	38,8	45,8	15,4	17,0	7,3	8,7
País Vasco	695,0	836,8	31,9	38,6	14,0	16,8	8,4	10,1
Rioja (La)	91,2	82,9	28,6	26,3	15,9	18,0	7,6	8,4
Ceuta y Melilla	-	24,2	-	14,4	-	17,8	-	5,7

Fuente: MECD. Anuario de Estadísticas Culturales 2015. Turismo Cultural.

Según los últimos datos disponibles, en 2014 en España se realizaron 12.080.800 viajes por motivos culturales. Por comunidades autónomas, la mayor parte de esos desplazamientos se repartieron entre Cataluña con 2.284.000, seguida por Madrid (2.036.200), ocupando Andalucía el tercer lugar con 1.746.800 viajes; sin embargo, si tenemos en cuenta que estas son las regiones más pobladas de España, a la hora de extraer datos más bien deberíamos fijarnos en el porcentaje que representan estos desplazamientos con respecto a la población total. En este caso, las tornas cambian, situando a Navarra como la principal comunidad autónoma que realiza viajes culturales con un 45,8% de sus habitantes, le sigue País Vasco (38,6%) y Aragón (33,9%). Estos son unos datos que reflejan el potencial interés que podrían tener estas personas en practicar turismo cultural en Gijón.

Según datos del mismo informe, las mujeres realizan más viajes por motivos culturales que los hombres, 6.226.800 viajes frente a 5.853.900. El grupo de edad más activo se situaría en el tramo de los 25 a los 44 años que coincide con máximo desarrollo de la vida

laboral. También es bastante significativo el porcentaje de desplazamientos realizados por los comprendidos en las cohortes de los 55 a los 64 años (un 34,9% con respecto al total de la población de esta edad). Así mismo, el estudio refleja que estos viajes se realizan principalmente los fines de semana y corresponden a cortos períodos de tiempo.

En añadido, las comunidades autónomas más visitadas por este tipo de turismo son Andalucía (12,9%), Madrid (10,2%) y Cataluña (8,1%), situándose Asturias con un 2,3% hacia la mitad de la clasificación. Cabe destacar que esas regiones no son comparables a Asturias en extensión, población y recursos.

A la luz de esos antecedentes no cabe duda de que los desplazamientos por motivos culturales conllevan un importante volumen de gasto y, por lo tanto, este hecho constituye una de las razones a tener en cuenta a la hora de considerar la puesta en valor de los recursos culturales y etnográficos de Gijón.

Tabla 2. Gasto total en viajes de residentes en España por motivos culturales según CCAA de origen.

	VALORES ABSOLUTOS (Millones de euros)		POR VIAJE REALIZADO (Euros)		POR HABITANTE (Euros)		En porcentaje respecto al gasto en viajes por ocio, recreo o vacaciones		En porcentaje respecto al gasto total en viajes	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
TOTAL	4.242,5	5.131,4	428	425	91	110	25,7	30,9	15,1	18,5
Andalucía	453,4	631,1	347	361	54	75	21,2	32,7	11,2	17,6
Aragón	174,8	170,6	407	378	131	128	27,7	30,0	16,3	17,5
Asturias (Principado de)	99,5	135,0	395	467	93	128	23,8	31,3	14,2	19,4
Baleares (Illes)	103,5	130,2	581	652	93	117	39,3	41,6	16,9	20,6
Canarias	124,2	190,7	594	754	59	90	23,7	31,8	12,6	16,1
Cantabria	46,0	53,7	373	378	78	91	25,6	30,1	13,9	18,3
Castilla y León	210,0	238,0	400	336	83	95	25,2	27,8	13,5	16,0
Castilla-La Mancha	123,8	153,0	291	361	59	74	22,5	27,8	13,6	17,8
Cataluña	887,7	1.110,3	460	486	119	150	29,0	35,9	17,3	22,8
Comunitat Valenciana	400,9	472,0	426	373	80	95	27,1	31,5	16,1	17,8
Extremadura	83,1	79,9	375	260	75	73	27,5	27,8	14,4	13,1
Galicia	150,0	146,1	476	341	54	53	27,0	27,1	15,7	14,9
Madrid (Comunidad de)	822,1	946,1	481	465	128	148	22,9	25,4	14,8	16,9
Murcia (Región de)	117,0	108,2	386	349	80	74	36,2	35,1	18,1	18,2
Navarra (Com. Foral de)	100,9	116,4	407	399	158	183	29,1	31,8	17,7	20,6
País Vasco	303,4	406,0	437	485	139	187	26,1	33,3	17,7	22,7
Rioja (La)	35,0	33,7	384	406	110	107	30,8	28,2	17,1	17,4
Ceuta y Melilla	-	10,5	-	434	-	62	-	24,2	-	9,9

Fuente: MECD. Anuario de Estadísticas Culturales 2015. Turismo Cultural

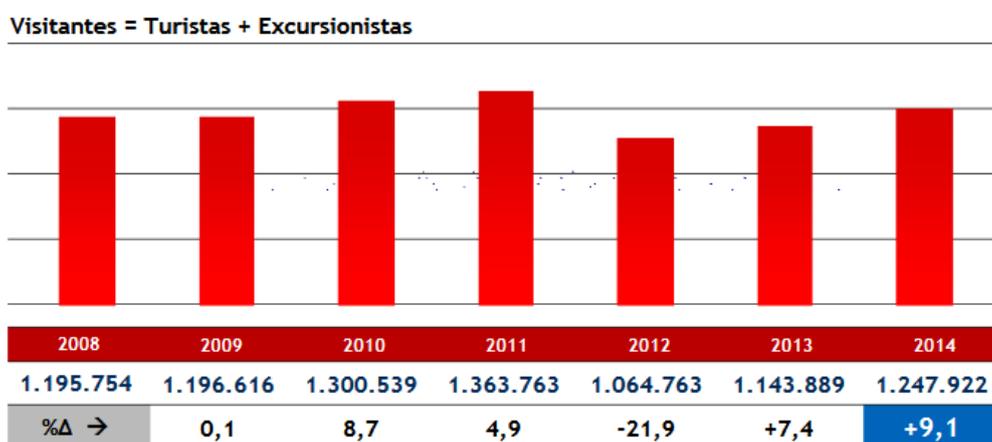
Quizás los datos más interesantes no serían los miles de euros que desembolsa cada comunidad autónoma sino el porcentaje de gasto con respecto a los viajes por ocio, recreo

o vacaciones, así como el porcentaje respecto al gasto total en viajes. De esta manera es posible discernir si merece la pena la puesta en valor de los recursos culturales o se debería impulsar otro tipo de recursos.

En España el gasto del turista cultural representa, de media, un 30,9% con respecto al total de viajes de ocio. Las comunidades autónomas que están a la cabeza en ese apartado son Islas Baleares, Cataluña y Murcia. Por lo que se refiere al gasto de turismo cultural con respecto al total de las cantidades invertidas en todo tipo de viajes, los porcentajes se reducen considerablemente situando a Cataluña, País Vasco, Baleares y Navarra en los primeros puestos.

Además de tener en cuenta los datos del turismo cultural en España, hemos de tener en cuenta el tipo de visitante que recibe la ciudad de Gijón. Para ello, se han recopilado diferentes datos significativos extraídos del último informe de Invesmark y de los anteriores del SITA para el Ayuntamiento de Gijón en 2014, que aportan una información relevante que puede ser utilizada para la puesta en valor del entorno rural de Gijón.

Gráfica 1. Visitantes llegados a la ciudad de Gijón entre los años 2008 y 2014
Valor absoluto y variación porcentual



Fuente: SITA (2008-2012), Invesmark (2013-2014). Datos provisionales para 2014

Según se puede apreciar en la gráfica 1 en ese año se registraron 1.247.922 visitantes, lo que supuso un incremento del 9,1% con respecto al año anterior.

Del análisis de esas cifras se desprende que en Gijón existe una demanda turística más que suficiente para distribuir dichos visitantes por toda la zona rural. Con el objeto de evitar la masificación en ciertas zonas y desestacionalizar la actividad turística se invita

al visitante a realizar otro tipo de actividades como alternativa o complemento a la estancia en el casco urbano.

El origen geográfico de nuestra principal corriente de turistas, según los datos del estudio Invesmark, es mayoritariamente nacional, ascendiendo al 83,4%. Muy por detrás, aunque aumentando cada vez más, se sitúa el cliente extranjero con un 11,5% (Ver tabla 3).

Tabla 3. Caracterización del visitante de Gijón en función de su procedencia.

Interno: residente en Asturias	5,1
Receptor: residente en España	83,4
Receptor: residente en extranjero	11,5
TOTAL	100,0

Base: 3.961 encuestas

Fuente: Invesmark para el Ayuntamiento de Gijón. Datos provisionales para 2014

Para ser más concretos, es necesario conocer cuál podría ser nuestro cliente objetivo ya que una de las características principales de este trabajo es la intención de elaborar un producto turístico vendible creado a partir de los recursos culturales y etnográficos existentes en el entorno rural de Gijón poniéndolos en valor como tales. El producto resultante puede (y debe) ir dirigido a un tipo de público muy concreto aplicando técnicas de especialización.

Tabla 4. Procedencia del visitante por comunidades autónomas

Comunidad de Madrid	23,3
Castilla y León	13,8
País Vasco	9,7
Galicia	6,7
Cataluña	5,7
Asturias	5,1
Castilla La Mancha	4,5
Andalucía	4,1
Comunidad Valenciana	3,4
Cantabria	2,9
Aragón	1,8
Comunidad Foral de Navarra	1,6
La Rioja	1,6
Canarias	1,4
Extremadura	1,1
Islas Baleares	1,0
Región de Murcia	0,8
Ciudad Autónoma de Ceuta	0,0
Ciudad Autónoma de Melilla	0,0

Fuente: Invesmark para el Ayuntamiento de Gijón. Datos provisionales para 2014

Las comunidades que ocupan los tres primeros puestos llevan años liderando la tabla. De ellas Madrid es la que mayor número de visitantes aporta, mostrando además una tendencia creciente. Como mercado emergente aparece la comunidad catalana, en quinta posición, probablemente gracias a la mejora de comunicaciones aéreas directas entre los respectivos aeropuertos, servidas por la compañía de bajo coste Vueling.

Para enfocar nuestra segmentación hacia un tipo de público más específico, nos centraremos en investigar cuáles son los perfiles del turista que visita Gijón. Como se puede observar, (ver Gráfica 2), las parejas y familias son nuestra principal fuente de visitantes por lo que sería conveniente enfocar o tematizar de alguna manera nuestro producto a estos segmentos. Asimismo, también se debería dirigir a las principales comunidades autónomas anteriormente señaladas con el objetivo de optimizar nuestra promoción y enfocarla exclusivamente a una tipología de público de fácil captación.

Gráfica 2. Compañía del viaje a Gijón

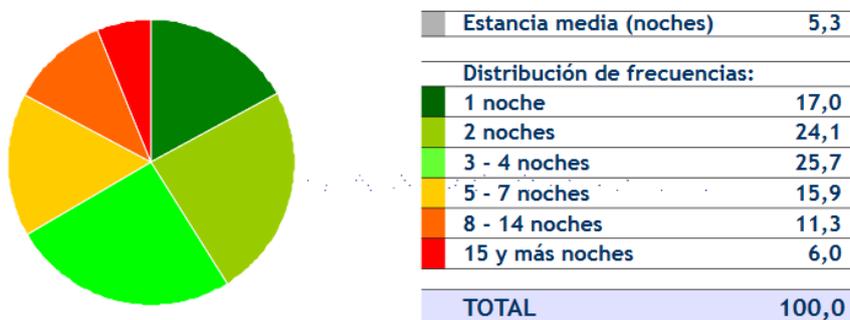


Fuente: Invesmark para el Ayuntamiento de Gijón. Datos provisionales para 2014

Con esto conseguimos ser competitivos y rentables además de ser eficientes en cuanto a la asignación de los recursos disponibles, ya que, si no malgastamos el presupuesto en promoción, se pueden destinar más fondos a la valorización de los recursos que generen un mayor impacto turístico y fomenten la repetición de la visita, ya de por sí bastante alta como veremos más adelante.

Para poder conocer si realmente el turista dispone de tiempo suficiente para disfrutar en profundidad el concejo de Gijón es necesario tener en cuenta la duración de la permanencia en la ciudad. Según datos proporcionados por el Ayuntamiento de Gijón, el casco urbano ocupa 181,6 km², lo que lo convierte en perfectamente asequible para ser visitado en un corto período de tiempo y, lo que es más importante, según las estadísticas que veremos a continuación, el recorrido por la ciudad deja suficiente margen de tiempo libre como para crear un producto turístico complementario a la visita a la urbe.

Gráfica 3. Duración de la estancia



Fuente: Invesmark para el Ayuntamiento de Gijón. Datos provisionales para 2014

Los datos son claros respecto a este punto. La mayor parte de los turistas se concentran en el tramo de entre 2 y 4 pernотaciones, lo que, considerando el tamaño de la ciudad anteriormente comentado, nos indica la posibilidad de creación de productos que completen la visita a Gijón con otra por los pueblos de la zona rural del concejo, sustituyendo o complementando las visitas que se realizan en este periodo de tiempo a otras localidades próximas al municipio gijonés.

El visitante, en una primera toma de contacto con Gijón, conoce los principales recursos turísticos de la ciudad. Sin embargo, los datos reflejan que existe un altísimo porcentaje de repetición del viaje, un 52,4% como puede apreciarse en la tabla 5. Por tanto, podríamos aprovechar este alto porcentaje para plantearle un plan alternativo en sucesivas visitas. Es decir, no limitarse a vender los productos “cabecera de marca” situados en el casco urbano que entendemos que ya conoce, sino que se hace necesario diversificar, dar otras opciones al visitante como la visita a las parroquias colindantes, las cuales, con una promoción adecuada y un producto completo y vendible, pueden alargar la estancia del turista o incluso hacer que aumente el porcentaje de repetición de la visita. Hemos de

darle al turista la sensación de diversidad, de que aún le quedan cosas por ver y hacer en Gijón.

Tabla 5. Fidelidad al destino

Visita Gijón por primera vez	45,8
Visitó Gijón anteriormente	52,4
- Una vez	7,4
- Dos veces	9,0
- Tres a cinco veces	8,1
- Más de cinco veces	27,6
- No sabe cuántas veces	0,3
NS/NC	1,9
TOTAL	100,0

Fuente: Invesmark para el Ayuntamiento de Gijón. Datos provisionales para 2014

Como podemos observar un alto porcentaje de turistas visitó Gijón anteriormente. Destaca el alto nivel de repetición de más de cinco veces (27,6%); para hacernos una idea de la importancia de estos datos, según (Rivas, 2008) una comunidad autónoma como Baleares registra la mayor fidelidad al destino en turismo extranjero (92%) seguida por la Comunidad Valenciana (89%). En el lado opuesto se sitúa Madrid (25,9%). Por lo que Gijón podría tomar como referencia estas dos comunidades y analizar su forma de proceder para tener tan alto nivel de fidelización.

3.2 Actividades realizadas y lugares visitados durante la estancia en Gijón

Una de las variables más importantes de estudio serían las actividades que los turistas realizan en la ciudad, ya que este dato nos permitirá determinar si los recursos y las características de las parroquias gijonesas que son de algún interés para los visitantes.

Tabla 6. Actividades realizadas durante la estancia en Gijón

Visitar monumentos	53,5
Visitar pueblos u otros lugares	43,2
Ir de compras	39,6
Visitar museos	34,5
Ir a la playa	30,0
Salir de fiesta / de copas	29,6
Eventos musicales, culturales o deportivos	14,4
Realizar senderismo / rutas de montaña	13,5
Actividades de turismo activo	7,7
Actividades relacionadas con la salud	2,7
Actividades náuticas	2,5
Ninguna de las anteriores	7,5
Ns/Nc	3,5
TOTAL	≈ 100,0

Fuente: Invesmark para el Ayuntamiento de Gijón. Datos provisionales para 2014

Como podemos observar en la tabla 6, las dos actividades más demandadas por los turistas en 2014 son visitas a monumentos y a pueblos/otros lugares; seguidas de cerca por las compras y los museos. En las dos primeras podemos observar una variación de tendencia en los últimos años, según informes anteriores del SITA, concretamente los de 2011 y 2012. Estos documentos constatan que la afluencia turística a pueblos u otros lugares aumentaría en detrimento de las visitas a monumentos, aunque ambas actividades siempre se sitúan en la cabecera de la lista. Por ello cabría destacar que recorrer pueblos u otros lugares podría ocupar el primer lugar en este año de 2016 debido al fuerte incremento de la tendencia de contacto directo con “lo rural” y con sus habitantes: el paisanaje.

El entorno rural de Gijón dispone de las características necesarias para cumplir con este tipo de demanda: la visita a pueblos o lugares varios se podría llevar a cabo debido a la escasa distancia existente en Gijón entre la urbe y el poblamiento rural y la existencia de conexiones de transporte público con estos puntos, las cuales, aunque poseen ciertas deficiencias, pasarían por una fase de mejoras, particularmente en lo concerniente a las frecuencias y a la publicitación.

Además, el transporte público facilita la conexión con lo rural de manera más sostenible, lo cual resulta especialmente apreciado por los viajeros que acuden a las grandes urbes y por aquellos que viajan con el objetivo de conocer lugares y cuidar el medio ambiente (eco turistas). Siguiendo de este modo la misma línea de actuación practicada por el Ayuntamiento de Gijón por la que entraría a formar parte del concepto de destino Biosphere. En la zona rural se ponen de manifiesto las costumbres, las tradiciones y el paisaje bien conservado, pero no exento de amenazas, que configura la parte sustancial del concejo y, sobre todo, la calidez y buena acogida de sus gentes.

Es importante conocer qué atractivos son los que más se visitan en la ciudad ya que estos datos aportan información sobre el empleo del tiempo por parte de los turistas.

Tabla 7. Lugares de interés turístico visitados en Gijón

Casco antiguo, Cimadevilla	83,1
Puerto deportivo	70,7
Playas	69,4
Elogio del Horizonte	37,8
Sendas verdes	14,6
Ninguno de los anteriores	10,5
TOTAL	≈100,0

Base: 3.961 encuestas

Fuente: Invesmark para el Ayuntamiento de Gijón. Datos provisionales para 2014

En el caso de Gijón, los cuatro lugares de mayor interés, en los que recae prácticamente el peso de las visitas, se encuentran en plena ciudad; sin embargo, existe un dato muy interesante y es que en el quinto lugar destacan las sendas verdes. Estos espacios deambulatorios constituyen un recurso turístico en sí mismo y, al mismo tiempo, medios de comunicación que habrán de servir para la puesta en valor de los componentes culturales y etnográficos del entorno de Gijón. No obstante, a pesar de la afluencia de visitantes que generan, esas rutas naturales no parecen ser objeto de la promoción ni del mantenimiento y la señalización que merecen.

Tabla 8. Centros de interés turístico visitados en Gijón.

	Visitó	Visitará	TOTAL
Termas Romanas	6,3	17,2	23,4
Jardín Botánico	5,1	17,6	22,6
Universidad Laboral	6,1	15,5	21,5
Acuario	6,7	13,0	19,5
Museo Pueblo Asturias	3,8	10,9	14,6
Museo del Ferrocarril	3,6	10,0	13,5
Parque Arqu. Campa Torres	1,7	5,3	6,9
Recinto Ferial / P. Congresos	4,1	2,3	6,4
Otros museos	1,9	4,2	6,0
Villa Romana de Veranes	1,5	4,3	5,7
Laboral Centro de Arte	1,9	3,7	5,6
Talasoniente	2,3	2,9	5,2
Casino	2,2	1,5	3,6
Ninguno de los anteriores	57,1	38,4	29,2
TOTAL	≈100,0	≈100,0	≈100,0

Fuente: Invesmark para el Ayuntamiento de Gijón. Datos provisionales para 2014

Con este apartado queremos corroborar la utilidad que podría tener el establecimiento en Gijón de algún tipo de museo o equipamiento de interpretación del entorno rural localizado en ese medio, así como observar la relación que existe entre la accesibilidad de dichos espacios con la afluencia de público, es decir, si se establece una relación entre

la localización del museo (urbano o rural) y las conexiones que existen para llegar a él, con la afluencia de visitantes.

Según el porcentaje de visitantes el primer lugar corresponde a las Termas Romanas, situadas en el Campo Valdés, formando parte del casco histórico de Cimadevilla. Ofrecen una gran visibilidad y accesibilidad dentro del municipio. Acto seguido podemos encontrar el Jardín Botánico y la Universidad Laboral, situadas a las afueras de Gijón, uno enfrente de la otra. Ambos equipamientos disfrutan de gran protagonismo en la página web del Ayuntamiento y poseen grandes instalaciones con diversas actividades y visitas guiadas (interpretación).

En este caso nos fijaremos en aquellos museos que se encuentran en el entorno rural de Gijón como son el Parque Arqueológico de la Campa Torres o el museo Villa Romana de Veranes, ambos con unas características similares y que ocupan lugares en mitad de la tabla. Se entiende, que al igual que se otorga visibilidad al Jardín Botánico y a la Universidad Laboral (lo cual se refleja en el número de visitantes), se podrían valorizar sin excesivo coste aquellos espacios situados en las afueras, sobre todo en lo concerniente al apartado de los transportes, lo cual podría repercutir positivamente en el aumento de las visitas.

Si de ámbito rural se trata no hay que olvidarse del Museo del Pueblo de Asturias, que, aunque situado en el borde de la zona urbana, constituye una verdadera “cabeza de puente” para comprender, valorar e interpretar el “entorno rústico gijonés”. Hay que hacer notar que, pese a ocupar un honroso quinto puesto en cuanto a porcentaje de visitas, no parece gozar de la cobertura publicitaria que merece como uno de los equipamientos, en su género, más importantes de Europa.

3.3 Servicios turísticos utilizados durante la permanencia en Gijón

Este apartado sirve para conocer los servicios turísticos disponibles en la ciudad de Gijón que se podrían utilizar para valorizar el patrimonio cultural y etnográfico rural, así como dilucidar cuáles de ellos podrían estar infrautilizados.

La promoción de los recursos existentes en las parroquias de Gijón no necesita un gran presupuesto, sino la optimización de los medios disponibles. Si algunos de los citados a

continuación no están siendo utilizados correctamente, un buen replanteamiento de su uso podría conllevar una repercusión muy positiva para el turismo local.

Tabla 9. Servicios turísticos utilizados en Gijón

	CONOCE	UTILIZÓ	VALORA
Oficina turismo Infogijón	42,4	7,1	9,5
Bus turístico	26,7	0,5	8,4
Ruta de la Sidra Gijón	21,2	0,3	8,4
Tarjeta Gijón Card	15,8	0,3	8,9
Gijón Goloso	11,3	0,3	8,5
Gijón Gourmet	10,2	0,1	8,1
Taxi Turístico	5,2	--	8,3

Base "conoce / utiliza": 3.961 encuestas.
Base "valora" sólo sobre usuarios de cada servicio

Fuente: Invesmark para el Ayuntamiento de Gijón. Datos provisionales para 2014

A simple vista, podríamos decir que la oficina de turismo es el servicio más conocido, como sucede en otras ciudades, lo cual resulta obvio por la necesidad de información de quien llega al destino de sus vacaciones. También resulta ser el equipamiento más utilizado. En segundo lugar, se sitúa el bus turístico, sobre el cual el 26,7% de los turistas tiene conocimiento, sin embargo, tan sólo el 0,5 se ha subido en él. Podríamos decir que este es el primer elemento infrautilizado, para el cual propondremos alternativas de aprovechamiento en fases posteriores del proyecto.

La reciente aparición del taxi turístico explica que tan sólo el 5,2% de los encuestados conozca su existencia a lo que contribuye la escasa promoción del mismo. Si se solucionasen esos inconvenientes podría alcanzar un potencial enorme pues teniendo en cuenta que el vehículo propio es el medio de transporte más utilizado para venir a Gijón (más del 90%) y que, tratándose de acercar al público al ambiente rural donde, en ocasiones, el transporte público no consigue llegar, podría utilizarse también para acceder a ciertas zonas menos accesibles.

Tabla 10. Resumen de público objetivo

Variables	Informe Turismo Cultural	Informe Invesmark Turismo Gijón
Procedencia de los turistas (por número de viajes)	1º Cataluña 2º Madrid 3º Andalucía	1º Madrid 2º Castilla y León 3º País Vasco
Procedencia de los turistas (con respecto al número de habitantes)	1º Navarra 2º País Vasco 3º Aragón	4º Galicia 5º Cataluña
Sexo	1º Mujeres 2º Hombres	
Edad	1º 25-44 años 2º 55-64 años	
Gasto	1º Cataluña 2º País Vasco 3º Baleares	
Compañía		1º Pareja 2º Solo 3º Familia
Duración del viaje		1º 3-4 noches 2º 2 noches 3º 1 noche
Repetición de la visita		1º Ya visitó Gijón 2º Primera visita
Cruce de variables – Definición del público objetivo de turismo cultural y etnográfico en Gijón		
Procedencia de los turistas	1º Cataluña 2º País Vasco 3º Madrid	
Sexo	Mujeres	
Edad	25-44 años	
Compañía	Parejas	
Duración del viaje	3-4 noches	
Tipo de público	Ya haya visitado Gijón	

Fuente: elaboración propia a partir de ambos informes sobre turismo cultural.

4. OFERTA DE PATRIMONIO RELIGIOSO, CIVIL, ETNOGRÁFICO DEL ENTORNO RURAL DE GIJÓN.

Se entiende por zona periurbana aquella parte del territorio donde entran en contacto la ciudad y el ámbito rural circundante. Se trata de un espacio caracterizado por la mezcla elementos morfológicos y usos del suelo propios de ambos entornos. Por ello es importante conocer en cuáles de estas parroquias predomina el medio urbano sobre el rural o viceversa.

En primera instancia, determinaremos el área geográfica de estudio. Según el Ayuntamiento de Gijón, existen 25 parroquias rurales: Baldornón, Bernueces, Cabueñes, Caldones, Cenero, Deva, Fano, Fresno, Granda, Huerces, Jove, La Pedrera, Lavandera, Leorio, Poago, Porceyo, Rocés, Ruedes, Santurio, Serín, Somió, Tacones, Tremañes, Vega y Veriña. Debe advertirse que el Nomenclátor de Entidades de Población de Asturias elaborado por la Sociedad Asturiana de Estudios Económicos e Industriales (SADEI), no identifica como entidades separadas de Gijón ciudad las parroquias de Jove, Tremañes, Rocés y Somió ya que, en buena medida, constituyen espacios netamente periurbanos (DEX, 2003)

Figura 1. Mapa de parroquias rurales de Gijón



Fuente: Ayuntamiento de Gijón

A su vez, desde la propia página web del Ayuntamiento se clasifica el área periurbana en tres categorías: Industriales, Residenciales y Agrícolas, según el tipo de uso del suelo predominante en cada una de ellas, tal como se puede constatar en la Tabla 11.

Tabla 11. Clasificación de las parroquias según Ayuntamiento de Gijón

INDUSTRIALES	RESIDENCIALES	AGRICOLAS
Fresno	Castiello Bernueces	Valdornón
Granda	Cabueñes	Caldones
Jove/Xove	Deva	L'Abadía Cenero
Puao	Santurio	Fano
Porceyo	Somió	Llavandera
Roces		La Pedrera
San Andrés de los Tacones		Leorio/Llorio
Tremañes		Ruedes
Vega		Samartín de Güerces
Veriña		Serín

Fuente: Ayuntamiento de Gijón.

En los apartados específicos de cada parroquia recogidos en la página web municipal se consignan los recursos turísticos más importantes de cada uno de ellas. A partir de esos datos se ha elaborado una clasificación, recogida en la Tabla 12. Los criterios elegidos hacen referencia a su naturaleza. Esa información ha sido completada con recursos turísticos susceptibles de ser desarrollados en base a la Carta Arqueológica de Gijón y al Catálogo Urbanístico.

Tabla 12. Recursos culturales susceptibles de desarrollo en el entorno rural de Gijón²

Recursos culturales y etnográficos del entorno rural de Gijón	Religioso	Civil	Natural	Arqueológico	Etnográfico	Otros	Importancia (0-5) ³⁴
Carbayera del Tragamón (Cabueñes)			X				3
Dolmenes del Monte Areo (Monteana, Fresno)				X			5
Carbayera de Deva			X				3
Lavadero Crtra. De Granda (Bernueces)					X		3
Fuente el Ferron (Bernueces)					X		3
Carbayera de Granda			X				3
Iglesia de Santo Tomás (Granda)	X						4

² Excluidos los recursos de Somiό, Roces y Jove por ser parroquias ya absorbidas por el área urbana.

³ Importancia medida en base a cinco variables: Antigüedad, Capacidad de atracción turística, Conservación del recurso, Accesibilidad y Visitabilidad. Cada una de las variables puntuada con 1 punto en el caso de que se cumpla.

⁴ - Antigüedad: antigüedad superior a 500 años.

- Capacidad de atracción turística: ha sido visitado en anteriores ocasiones o consta de algún tipo de registro de visitantes.

- Conservación del recurso: se conserva la estructura, el turista es capaz de identificar el recurso

- Accesibilidad: el recurso es accesible por carretera o camino.

- Visitabilidad: se puede acceder al recurso (no es una propiedad privada)

Casa Palacio de los García Sol (Granda)		X				2
Iglesia de San Pedro de Castiello Bernueces	X					4
Iglesia Románica de Santolaya (Valdornón)	X					3
Iglesia de San Andrés (La Pedrera)	X					3
Panteón de los Rodríguez San Pedro (La Pedrera)	X					2
Iglesia de San Julián (Lavandera)	X					3
Tejo de 1715 (Cenero)			X			4
Carbayón de Lavandera			X			4
Casa de Mayorazu (Lavandera)		X				2
Capilla de Santa Teresa (Lavandera)	X					2
Capilla de San Roque (La Pedrera)	X					2
Capilla del Carmen (Llantones)	X					3
Iglesia de Samartín de Güerces	X					3
Güeyu Deva			X			5
Conjunto Arqueológico de Veranes				X		5
Iglesia de San Félix (Porceyo)	X					4
Iglesia Santa María de Leorio (La pedrera)	X					4
Quinta La Isla (Cabueñes)		X				4
Abadía de San Juan (Cenero)	X					5
Torrexon de Trubia (Cenero)				X		5
Iglesia Santa María Magdalena (Ruedes)	X					4
Torre de los García Jove (Cabueñes)		X				4
Iglesia de Santa Ana (Poago)	X					4
Iglesia de San Miguel (Serín)	X					5
Capilla San Miguel de Dueñas (Bernueces)	X					4
Capilla de San Antonio de Padua (Bernueces)	X					3
Capilla de San Martín (Veriña)	X					2
Capilla de la Concepción (Ruedes)	X					4
Iglesia de San vicente (Caldones)	X					5
Iglesia de San Juan (Fano)	X					5
Capilla la Milagrosa (Caldones)	X					3
Capilla de Peña Francia (Deva)	X					4
Iglesia de San Salvador (Deva)	X					5
Casa de los Vigil de Quiñones (Caldones) –		X				2
Palacio de Rodriguez Sampedro (La pedrera)		X				4
Casona de los Valdés sorribas (casa del león) (Huerces)		X				3
Quinta de Revillagigedo (Deva)		X				3
Casona García Jove (Cabueñes)		X				2
Necropolis tumular de Deva				X		5
Universidad Laboral (Cabueñes)		X				5*
Casa de los Menéndez Morán (Leorio)		X				2
Torreón de Peñaferruz (Cenero)				X		5*
Casa de los Valdes (Fano)		X				2
Estacion de tren de Pinzales(Cenero)					X	3

Palacio de Fresno (Porceyo)		X				2
Horreos y paneras (Quintana, Fano)					X	4
Fuente y lavadero de Peñafrancia (Deva)					X	5
Fuente la Mortera (Tremañes)					X	5
Mina La Camocha y barrio viviendas mineras (Vega)						X
Instalaciones deportivas de Mareo (Real Sporting de Gijón)						X
Jardín Botánico (Cabueñes)			X			4
Murias de Beloño (Cenero)				X		4
Centro de Recepción de visitantes Monte Deva			X			4
Observatorio Astronómico Monte Deva						X
Picu l'Sol			X			5
Embalse San Andrés de los Tacones			X			5
Vía Verde			X			5
Ruta de la Plata		X				5

Fuente: Ayuntamiento de Gijón, Catálogo Urbanístico, Carta Arqueológica de Gijón.

Tabla 13. Resumen de recursos turísticos del entorno rural de Gijón

Recursos	Número	Importancia media (0-5)	Porcentaje de promoción turística desde el Ayto. de Gijón (%) ⁵
Recursos Religiosos	25	3,6	96%
Recursos Civiles	14	3	92%
Recursos Naturales	11	4,09	81%
Recursos Arqueológicos	6	4,83	100%
Recursos Etnográficos	5	4	80%
Otros recursos	4	4	100%

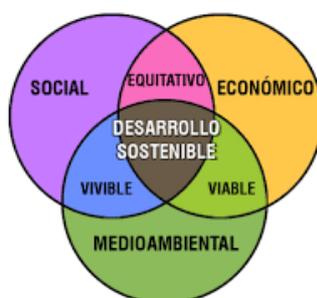
Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la tabla anterior

5. SOSTENIBILIDAD SOCIAL: MARCO TEÓRICO Y CARACTERÍSTICAS POBLACIONALES DEL ENTORNO RURAL DE GIJON

Para la elaboración de cualquier proyecto sostenible, han de tenerse en cuenta estos tres factores fundamentales que inciden directamente sobre el desarrollo del producto y su relación con el entorno. Estos son: factores económicos, medioambientales y sociales.

⁵ Número de recursos existentes de esta tipología, al cual restamos los recursos de esta tipología no promocionados en la página web del Ayto. de Gijón (marcados en la tabla de recursos en color morado).

Imagen 1. Los tres pilares del desarrollo sostenible



Fuente: Revista Diagonal.com

En concreto, para la implantación de un producto turístico en este medio rural hemos de tener en cuenta las características de la población local, así como la capacidad de carga de los residentes en el territorio.

5.1 Capacidad de carga turística.

Uno de los objetivos de este trabajo es estudiar la viabilidad de un desarrollo turístico socialmente sostenible que cristalice en mejoras para la población local del entorno rural de Gijón.

Por ello, se debe considerar la opinión de la población local con respecto al turismo y a la implantación de productos turísticos en esta fase inicial de planificación. En primera instancia, se definirán los conceptos de capacidad de carga y capacidad de carga social con respecto a los residentes.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), la capacidad de carga turística es: “el número máximo de turistas visitando en un mismo momento un sitio dado, sin causar al ambiente destrucción alguna de orden físico, biológico o económico y sociocultural, ni una degradación inaceptable del grado de satisfacción del visitante”.

La capacidad de carga se podría estudiar en diferentes ámbitos: ecológico-medioambiental, física, socio-perceptual, económica y psicológica (Echamendi, P. 2001). Dentro de la capacidad de carga social, podemos diferenciar entre la capacidad de carga social percibida por los turistas y la percibida por los residentes. En este caso resulta más

relevante estudiar la capacidad de carga social percibida por los residentes ya que carecemos de una muestra de datos suficiente de los visitantes del entorno rural de Gijón.

La capacidad de carga social percibida por los residentes es el límite de saturación que éstos pueden soportar sin que se les genere graves tensiones y sin dificultar las funciones desempeñadas en el territorio, tanto respecto a las actividades de uso del suelo como también a las actividades preexistentes en el territorio (Navarro, 2005).

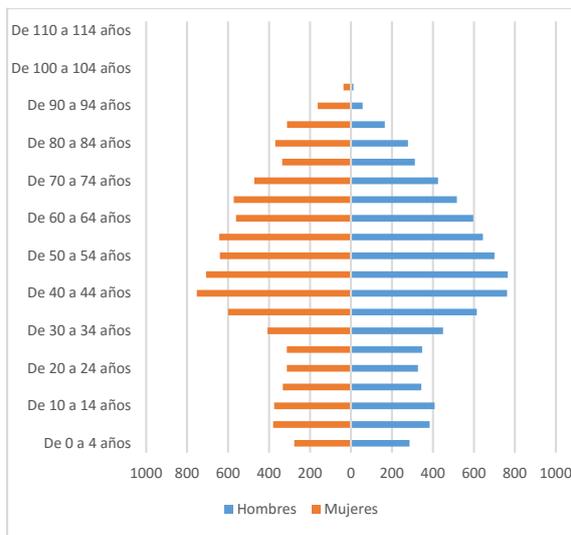
La capacidad de carga no es fija; se desarrolla con el tiempo y con el crecimiento del turismo, pudiendo ser manipulada con técnicas de gestión y control. Saveriades (2000:5) afirma que “la capacidad de carga es útil como un proceso de gestión cuyo propósito es garantizar que el desarrollo del turismo sea llevado a cabo en el contexto y los umbrales de óptimo nivel de capacidad global, asegurando, a largo plazo, la sostenibilidad del desarrollo turístico”

En su investigación en la República de Chipre, el autor buscaba alcanzar los siguientes objetivos: identificar las actitudes de los residentes hacia el turismo; examinar las interrelaciones entre el turista y la capacidad de acogida del residente; investigar el grado en que el turismo modifica las estructuras sociales y favorece la mezcla cultural; y determinar si el turismo fomenta el surgimiento de comportamientos de rechazo ante el visitante. Este estudio se llevó a cabo a partir del diseño de un cuestionario y de la realización de entrevistas con la población local. Por ello, nuestro objetivo será el de realizar un cuestionario similar en el entorno rural de Gijón para determinar a grandes rasgos cuál es la capacidad de carga turística social del residente en el área y cuál es la opinión del mismo con respecto a la implantación de productos turísticos que impliquen un mayor número de visitantes.

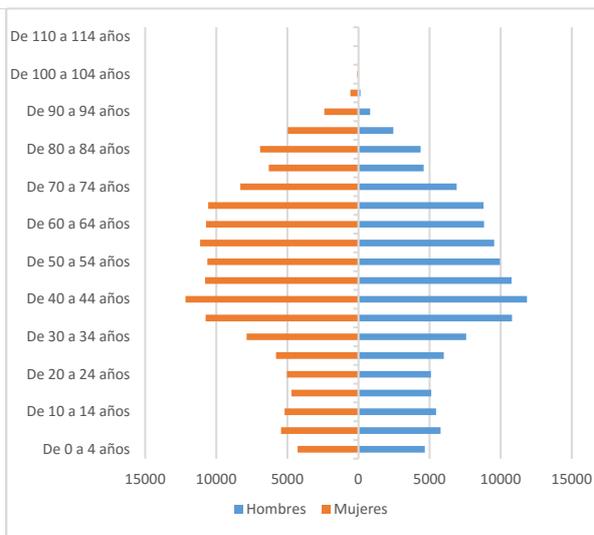
5.2 Características poblacionales del entorno rural de Gijón

En las gráficas 4 y 5 reflejamos estas características en base a los datos recogidos sobre demografía en el entorno rural de Gijón. En cuadros numéricos sucesivos se incluye el nivel de alfabetización con el objetivo de establecer una relación entre el nivel de estudios y la capacidad de carga social del territorio.

Gráfica 4. Pirámide poblacional de Gijón 2013



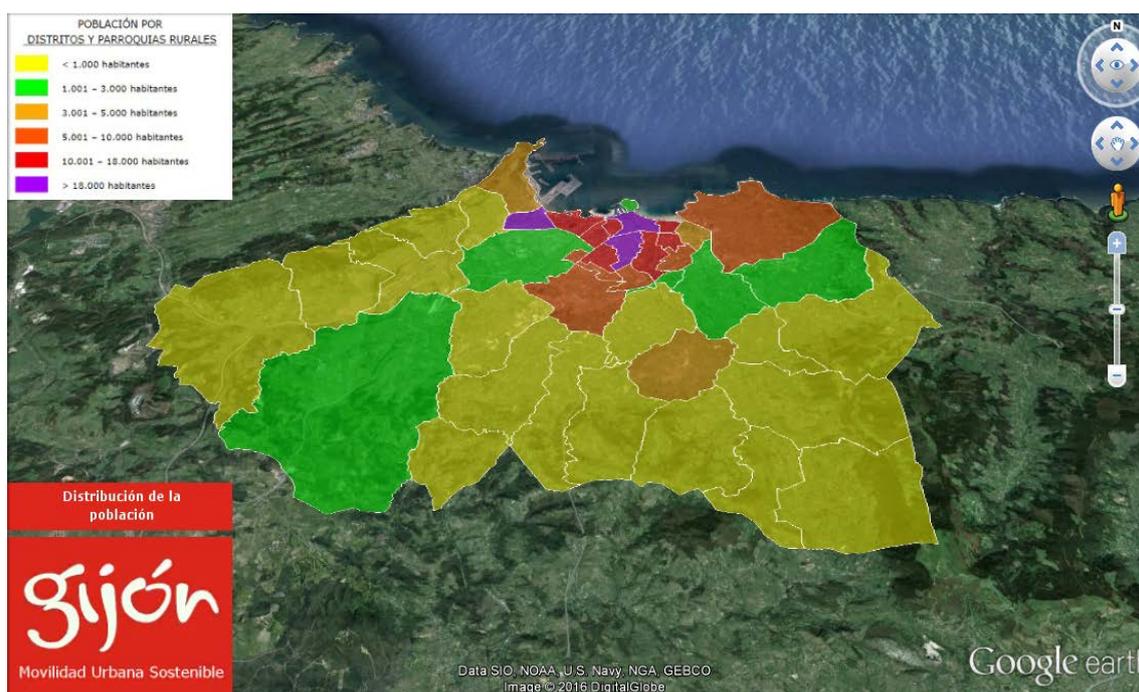
Gráfica 5. Pirámide poblacional del área rural de Gijón



Fuente gráficas 4 y 5: elaboración propia a partir de los datos del Padrón Municipal de la página del Ayuntamiento de Gijón 2013

El perfil de ambas gráficas es casi idéntico. Reflejan una estructura demográfica en alarmante estado de envejecimiento. Esta situación resulta especialmente preocupante si se tiene en cuenta el estrechamiento del primer tramo de edades, de 0 a 4 años. Esa caída, quizá explicable por la crisis, rompe la leve recuperación representada por las cohortes comprendidas entre los 5 y 14 años, mayoritariamente coincidentes con los nacimientos habidos durante la etapa de la “burbuja inmobiliaria”. Por su parte la longevidad que caracteriza a las respectivas cúspides pone en claro la mejora en la calidad de vida que ha venido experimentado el concejo en las últimas décadas.

Imagen 2. Población por distritos y parroquias rurales de Gijón 2014



Fuente: Datos extraídos del Ayuntamiento de Gijón en base a datos del INE. Google Earth

Según los datos de 2014, aportados por el Ayuntamiento de Gijón, en las parroquias de la zona rural residen 17.053 personas, 8.433 hombres y 8.620 mujeres, de éste cómputo quedan excluidas, tal como indica el nomenclátor de SADEI (Sociedad Asturiana de Estudios Económicos e Industriales) las de Jove, Roces y Somió, ya que se consideran absorbidas por el crecimiento urbano.

Teniendo en cuenta que la población total de Gijón para ese mismo año fue de 280.228 personas, la zona rural representaba aproximadamente un 6,08% de los residentes en el concejo. En la pirámide de edades para el conjunto del municipio las diferencias más notorias con respecto a la del área rural se sitúan en la franja a partir de los 64 años donde las tasas de mortalidad son más acusadas y progresivas, mientras que en aquella son más irregulares.

Cabe destacar que en los últimos años el número total de gijoneses ha experimentado escasas variaciones. Así, según datos proporcionados por el INE (Instituto Nacional de Estadística) en 2015, el número total de habitantes ascendía a 274.290.

Se puede observar que la situación demográfica de las parroquias rurales de Gijón es bastante desfavorable, si se realiza un análisis de las tasas de juventud, vejez y

dependencia. En algunas parroquias el envejecimiento de sus habitantes resulta especialmente grave.

En cuanto a los niveles formativos de la población rural, la mayor parte de ésta se encuentra en un nivel de estudios primarios o de la ESO. Le siguen los estudios de bachiller o COU y acto seguido las diplomaturas y licenciaturas universitarias (Ver Tabla 15).

Una alta tasa de analfabetismo y bajo nivel de estudios puede provocar que sea más difícil que la población rural entienda y participe en la implantación de productos turísticos en el área.

Con el objeto de determinar si este tipo de desarrollo turístico podría llevarse a cabo sin problemas, trataremos de demostrar que, a mayor nivel de estudios, mayor capacidad de carga social habrá en el territorio, lo cual significaría un aumento de la colaboración y facilidad en la implantación de productos turísticos culturales y etnográficos.

A continuación, realizaremos una aproximación del nivel cultural de las parroquias gijonesas con respecto al nivel cultural urbano.

Tabla 14. Nivel cultural de Gijón 2011

Nivel de estudios	TOTAL	Analfabetos	Sin Estudios	Fue a la escuela 5 años o más	Estudios primarios	Bachiller, BUP, COU	FP grado medio, FP I	FP Grado Superior o Maestría	Diplomatura	Grado	Licenciatura	Máster oficial	Doctorado	No es aplicable
33024 Gijón	275455	1710	17285	34515	65640	35425	16080	21600	22420	3555	20725	2260	1595	32645

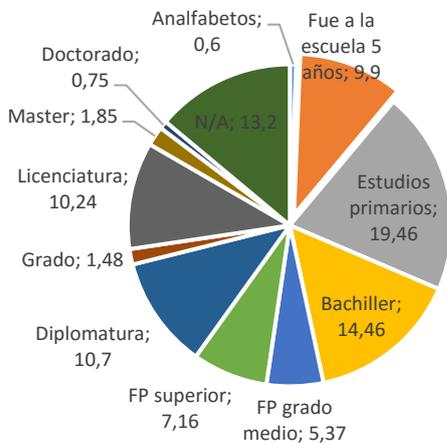
Fuente: Elaboración propia a partir del Censo 2011 INE

Tabla 15. Nivel cultural del área rural de Gijón 2011.

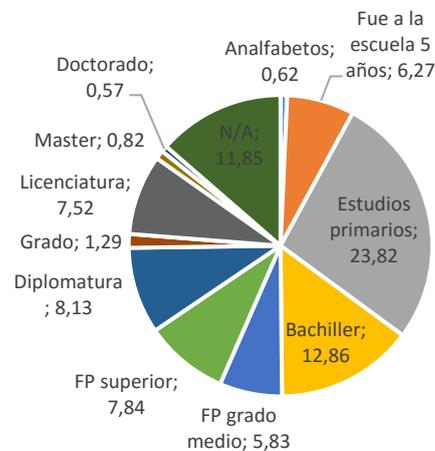
Nivel de estudios	TOTAL	Analfabetos	Sin Estudios	Fue a la escuela 5 años o más	Estudios primarios	Bachiller, BUP, COU	FP grado medio, FP I	FP Grado Superior o Maestría	Diplomatura	Grado	Licenciatura	Máster oficial	Doctorado	No es aplicable
3302409 Gijón Rural	22600	150	1040	2255	4400	3270	1215	1620	2420	335	2315	420	170	2985

Fuente: Elaboración propia a partir del Censo 2011 INE

Gráfica 6. Nivel cultural del área rural de Gijón 2011 (%)



Gráfica 7. Nivel cultural de Gijón 2011 (%)



Fuente gráficas 6 y 7: elaboración propia a partir de los datos del Censo INE 2011

Según los porcentajes obtenidos de los datos del nivel cultural, podemos observar que el nivel de estudios en el área rural de Gijón se encuentra por encima, en lo referente a la mayor parte de estudios superiores mientras que se encuentra por debajo en el nivel de analfabetos y estudios básicos.

Mientras que la zona rural tan sólo registra un 5,37% de analfabetos, Gijón obtiene un porcentaje de 5,83%. En el lado opuesto del gráfico, los estudios de doctorado representan en el entorno rural de Gijón un 0,75% mientras que en el área urbana el porcentaje baja hasta el 0,57%. A la luz de estos datos el nivel cultural del entorno rural de Gijón es superior en las categorías educativas más altas: doctorado, máster, licenciatura, grado y diplomatura. Por lo tanto, y según nuestra hipótesis, ese nivel de instrucción debería facilitar la implantación de productos turísticos en el entorno debido a la mayor capacidad de carga social que propiciaría.

6. APLICACIÓN PRÁCTICA: ENCUESTA SOBRE LA CAPACIDAD DE CARGA EN EL ENTORNO RURAL DE GIJÓN

A la hora de determinar la capacidad de carga social de un territorio no sólo atendemos a factores empíricos como los datos anteriormente expuestos, sino también es importante examinar la actitud mostrada por una determinada población ante el impacto que provoca

de por si la actividad turística. Para ello se propone la realización de una encuesta a los residentes de las parroquias rurales de Gijón con el objetivo de conocer la predisposición de éstos a la actividad turística; lo cual es una tarea imprescindible para una adecuada planificación ya que, en muchas ocasiones, el modo en el que el residente acoge al turista, puede influir en el grado de satisfacción de la misma, así como dar lugar a la repetición de la visita a un destino.

6.1 Metodología

Para ello, utilizaremos una encuesta de 10 preguntas cerradas de valoraciones en una escala Likert⁶. Se trata de una serie de afirmaciones en las que el entrevistado/a deberá responder en una escala del 1 al 5 en base a que esté o no de acuerdo; (1 Totalmente en desacuerdo, 2 En desacuerdo, 3 Más o menos de acuerdo, 4 De acuerdo y 5 Totalmente de acuerdo). Dentro de esta escala valorativa propuesta, el 5 supone una capacidad de carga social muy alta, mientras que el 1 correspondería a una capacidad de carga social baja. En otras afirmaciones ocurre al contrario, para evitar la inercia que lleva a los entrevistados/as a contestar con las mismas puntuaciones.

El método de selección de la muestra elegido es aleatorio simple según el cual se entrevistará a los residentes mayores de 18 años que residen en la zona rural de Gijón; a saber: Serín, Cabueñes, San Andrés de los Tacones, Deva, Fresno, Castiello, Poago, Santurio, Veriña, Caldones, Baldornón, Fano, Lavandera, Granda, Vega, San Martín de Huerces, Tremañes, Porceyo, Leorio, La Pedrera, Ruedes y Cenero⁷ con el objetivo de conocer en qué medida la población rural está de acuerdo con la afluencia de turistas en este medio y la predisposición que tienen para acoger correctamente al visitante. Como se reflejaba anteriormente en las tablas demográficas, según los datos de 2014, el entorno rural de Gijón tiene 17.053 habitantes, por tanto, la muestra de cada parroquia se ha determinado en proporción a la población de cada una de ellas.

Debido a la gran dificultad de consecución de datos en la zona rural, se ha realizado un pre-test de llamadas telefónicas a las asociaciones de cada una de las parroquias, lo cual,

⁶ Escala psicométrica comúnmente utilizada en cuestionarios y es la escala de uso más amplio en encuestas para la investigación, principalmente en ciencias sociales. Al responder a una pregunta de un cuestionario elaborado con la técnica de Likert, se especifica el nivel de acuerdo o desacuerdo con una declaración

⁷ Excluidas las parroquias de Jove, Roces y Somió debido a considerarse ya absorbidas por el núcleo urbano (SADEI)

junto con las entrevistas personales conforman la técnica utilizada para la realización de las encuestas.

Con esta muestra demoscópica, además de determinar la capacidad de acogida general del entorno rural de Gijón, se pretende corroborar estas 3 hipótesis:

- Hipótesis 1. A mayor nivel cultural, mayor capacidad de acogida del turista
- Hipótesis 2. A mayor edad, menor capacidad de acogida del turista
- Hipótesis 3. Las mujeres tienen mayor capacidad de acogida turística que los hombres.

Para la interpretación de los datos de la encuesta, se ha realizado una media simple de los datos correspondientes a siete preguntas positivas por un lado (aquellas en las que el 5 corresponde a una capacidad de carga alta) y cuyo valor corresponde al 70% de la encuesta. Por otro lado, haremos la media de las tres preguntas negativas (aquellas en las que el 5 corresponde a una capacidad de carga baja) cuyo valor corresponde al 30% restante.

Esta media obtenida (un número del 1 al 5) se traducirá finalmente a un porcentaje mediante una regla de tres. De esta manera obtenemos la capacidad de carga social de la población rural de Gijón en general de una forma más gráfica.

Para corroborar las hipótesis anteriormente citadas, se ha realizado la misma operación, pero seleccionando las variables intervinientes en cada una de ellas. Ej. Hipótesis 1. Se han seleccionado los resultados clasificándolos por niveles de estudios: primarios, secundarios y superiores y se ha realizado la media de cada uno de ellos comparándolos entre sí. Acto seguido, se ha aplicado una regla de tres a este número obtenido para convertirlo en porcentaje.

Para la determinación de la hipótesis 2, se han escogido tramos de población de 15 años.

Finalmente, en la encuesta se ha incorporado una pregunta abierta para que la población local realizase propuestas sobre cómo se podría fomentar el turismo en el medio rural, cuyos datos analizaremos más adelante.

6.2 Resultados

Como se citó anteriormente, la capacidad de carga social percibida por los residentes es el límite de saturación que éstos pueden soportar sin que se les genere graves tensiones y

sin dificultar las funciones desempeñadas en el territorio, tanto respecto a las actividades de uso del suelo como también a las actividades preexistentes en el territorio (Navarro, 2005).

Una vez aplicada la metodología, los datos reflejan unos resultados muy interesantes. Nuestro primer objetivo era determinar la capacidad de carga social que existe en el entorno rural de Gijón. Los datos de la media general de respuestas reflejan que esta capacidad de carga corresponde a un 3,82 sobre 5 (capacidad máxima de acogida), que traducido a porcentaje corresponde a un 76,48%; lo cual indica el límite de saturación de la población rural es alto. Asimismo, se han obtenido los siguientes resultados por preguntas formuladas:

Tabla 16. Resultados por tipo de pregunta formulada (%)

	Preguntas/Puntuaciones (1-5)	1	2	3	4	5	Valor medio (sobre 5)	Valor medio (%)
1	El turismo genera un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas	0,00%	2,39%	13,73%	29,55%	54,33%	4,36	87,2%
2	El turismo favorece el desarrollo de la zona rural	0,60%	3,28%	14,63%	27,76%	53,73%	4,31	86,2%
3	El trato que dispensa la población local al turista es respetuoso y amable	0,00%	2,69%	26,87%	31,64%	38,81%	4,07	81,4%
4	El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio histórico y cultural	1,19%	8,96%	24,78%	26,57%	38,51%	3,92	78,4%
5	El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad	43,88%	28,96%	14,03%	11,34%	1,79%	1,98	39,6%
6	Es necesario realizar recorridos turísticos en el medio rural	0,60%	4,18%	16,72%	28,66%	49,85%	4,23	84,6%
7	El turismo genera conflictos entre residentes y turistas en la zona rural	42,69%	23,88%	21,19%	9,25%	2,99%	2,06	41,2%
8	El entorno rural de Gijón tiene gran potencial turístico	0,60%	4,48%	12,84%	22,09%	60,00%	4,36	87,2%
9	La accesibilidad es el factor más importante para atraer turistas al medio rural	0,00%	2,39%	13,73%	29,55%	54,33%	4,30	86%
10	Los turistas provocan la degradación del entorno rural	33,13%	23,88%	29,85%	9,55%	3,58%	2,27	45,4%

Fuente: elaboración propia

El porcentaje de capacidad de acogida más alto se reflejaba en la pregunta 8 que indicaba que el entorno rural de Gijón tiene un gran potencial turístico. Un 60% de los encuestados afirmaba estar totalmente de acuerdo con la afirmación, lo cual es un ejemplo más de que los mismos residentes del medio rural gijonés podrían ser unos magníficos embajadores del destino. Esta afirmación representó una de las mayores puntuaciones obtenidas de capacidad de carga media, con un 4,36 sobre 5.

En la pregunta 1, un 54,33% de los encuestados aseguran estar totalmente de acuerdo con que el turismo genera un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas, mientras

que nadie ha estado totalmente en desacuerdo con esta afirmación. Esta misma frase representa otro de los mayores puntuaciones obtenidas de capacidad de carga media, con una capacidad de carga del 4,36 sobre 5.

De la misma manera, un 54,33% de los residentes opinaba que estaba totalmente de acuerdo en que la accesibilidad es el factor más importante para atraer turistas al medio rural que corresponde a la pregunta 9, aunque si analizamos la puntuación media de capacidad de acogida de esta afirmación posee una capacidad de carga de 4,30 sobre 5 y esto puede ser debido a que algunos de los encuestados estaban de acuerdo en que era un factor importante, aunque podía no ser el más importante.

Por otra parte, la afirmación 2 que sostenía que el turismo favorece el desarrollo de la zona rural obtuvo de media un 4,31 sobre 5 de capacidad de acogida.

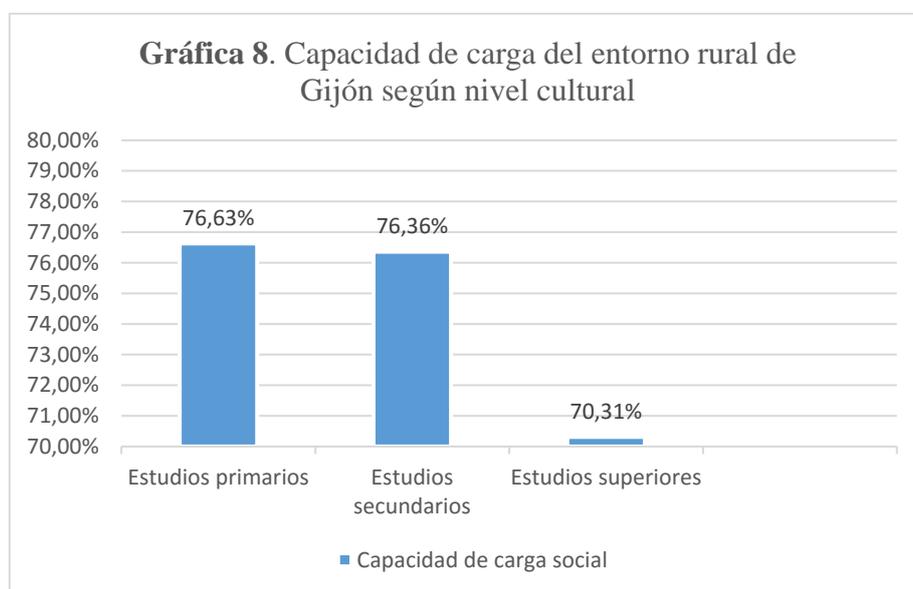
Todos estos resultados nos hacen deducir que la gran parte de la población residente en el medio rural opina que el turismo genera un intercambio cultural positivo, que el trato que dispensa la población local por lo general es amable, así como también que la accesibilidad es uno de los factores más importantes para atraer turismo al medio rural.

Los porcentajes más bajos correspondían precisamente a otra de las preguntas negativas (aquellas en las que el 1 era la capacidad de carga máxima) por lo cual, en la pregunta 5, muy poca gente opinaba que el turismo fuese la causa de la pérdida de nuestras costumbres y nuestra identidad (1,98 sobre 5 de media), al igual que en la afirmación 7 donde se exponía que el turismo genera conflictos entre residentes y turistas en el medio rural (2,06 sobre 5).

La afirmación negativa que más se aproximó a una capacidad de carga del 2,5 sobre 5 y por tanto no aportase un resultado concluyente, fue la afirmación 10, aquella que aseguraba que los turistas provocaban la degradación del entorno rural; a lo que gran parte de los encuestados contestó que dependía del tipo de turista que acudiese al entorno rural, las actividades que realizase y la parroquia rural que visitase, por lo que se deduce que sea esta, probablemente, una pregunta de escasa concreción.

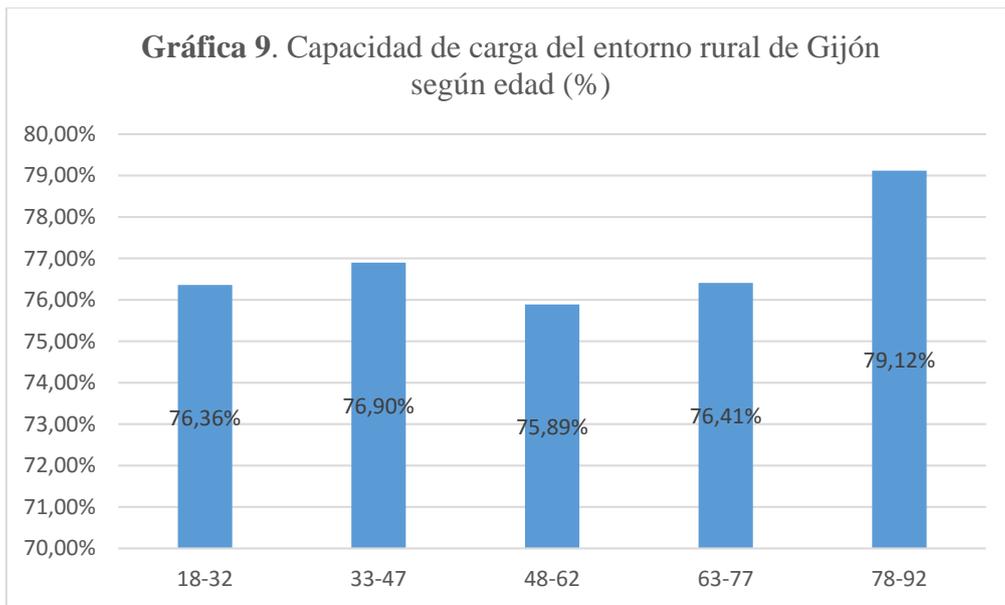
A raíz de los resultados obtenidos, se sugieren las siguientes hipótesis con el objetivo de obtener una sencilla conclusión de los tipos de perfiles de capacidad de carga de residentes con los que nos podríamos encontrar en el medio rural de Gijón:

- Hipótesis 1. A mayor nivel cultural, mayor capacidad de acogida del turista
- Hipótesis 2. A mayor edad, menor capacidad de acogida del turista
- Hipótesis 3. Las mujeres tienen mayor capacidad de acogida turística que los hombres.



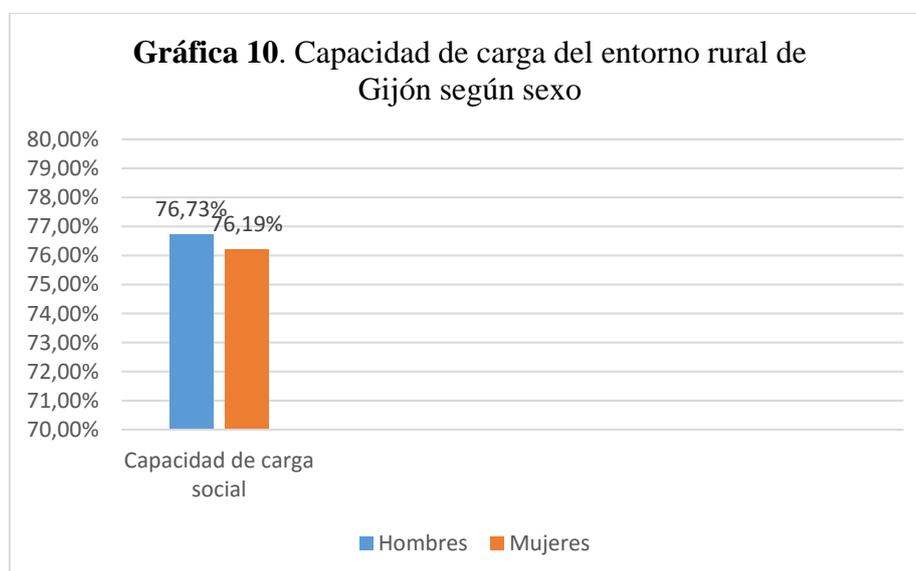
Fuente: elaboración propia

Según los porcentajes, la mayor capacidad de acogida la tienen las personas con estudios primarios (76,63%), seguidas de las personas con estudios secundarios (76,36%) y por último las personas con estudios superiores (70,31%). Esto puede ser debido a un mayor conocimiento de los daños que es capaz de generar el turismo, sobre todo cuando está masificado, aunque éste no es el caso del entorno rural de Gijón, ya que algunos de sus residentes afirmaban no haber visto un turista en ninguna ocasión por la zona. Por tanto, la hipótesis 1 quedaría descartada, ya que, los datos demuestran justamente lo contrario: a mayor nivel cultural, menor capacidad de acogida del turista.



Fuente: elaboración propia

La media de los porcentajes refleja que la mayor capacidad de acogida la tienen las personas entre 78 y 92 años (79,12%), seguidos de las personas de 33-47 años (76,90%) y la menor capacidad de acogida la poseen las personas entre 48-62 años, con un 75,89%, tal como refleja la tabla. A la luz de estos datos determinaremos la hipótesis 2 falsa también, ya que no existe una relación entre la capacidad de acogida y la edad.



Fuente: elaboración propia

Con los datos, se demuestra que los hombres tienen una mayor capacidad de acogida que las mujeres (76,73% frente a 76,19% respectivamente), aunque los datos en este aspecto

son bastante similares, sin grandes diferencias. Por ello, la hipótesis 3 que sostiene que las mujeres tienen mayor capacidad de acogida que los hombres resulta falsa.

Todos estos datos nos indican que el perfil de capacidad de carga más positivo lo tendría un hombre con estudios primarios y de edad comprendida entre los 78 y los 92 años, mientras que el perfil con una capacidad de carga más negativa sería el correspondiente a una mujer con estudios superiores y de edad comprendida entre los 48 y los 62 años.

7. PROPUESTAS PARA LA PUESTA EN VALOR DE LOS RECURSOS CULTURALES Y ETNOGRAFICOS DEL ENTORNO RURAL DE GIJÓN

En la línea estratégica que estamos llevando, de consultar a la población local sobre las posibles iniciativas turísticas en el medio (ya que entendemos que ellos son los que mejor conocen su entorno y los productos que han funcionado y los que no), se incorpora la siguiente relación de servicios que, en el estudio de potencialidad de la zona rural en 2002, los vecinos consideraban que debían de ser mejorados.

1º Transportes

2º Asistencia sanitaria deficitaria

3º Recursos patrimoniales infrautilizados.

4º Mejora y mantenimiento de las carreteras.

5º Mejora tecnológica

6º Aumento del turismo

7º Mejora de la promoción rural por parte de la administración.

Desde el año 2002, muchos de los servicios y recursos naturales y patrimoniales de la zona rural de Gijón ya han sido puestos en valor, tanto por lo que se refiere a inversiones para ser utilizados, como en acciones de promoción y difusión para darlos a conocer. Sin embargo, muchos de ellos siguen teniendo ciertas deficiencias hoy en día, que, con las propuestas de producto turístico que se citan a continuación, se podrían solventar

problemas como la calidad en la red de transportes, los recursos patrimoniales infrautilizados, así como el aumento del turismo y de la promoción rural.

En este sentido, en base al nivel de importancia estipulado en las tablas anteriores, se debería valorizar algunos recursos reflejados en las mismas que aún no han sido objeto de publicidad y que podrían encajar perfectamente tanto en los requerimientos para la mejora de servicios por parte de la población rural como en la línea estratégica de sostenibilidad que se está llevando a cabo desde el Ayuntamiento. Dentro de estos recursos reseñables, aunque no citados en la tabla, se encuentran las propias explotaciones agropecuarias. En este ámbito se incluiría la posibilidad de la habilitación de uno de estos edificios en desuso como Granja Escuela, que significaría la recuperación de alguna quintana asturiana, incluyendo en su caso, los monitores y gestores adecuados además del pago de una pequeña entrada.

Además, la escasez de hoteles en la zona rural de Gijón refleja la gran dependencia de la zona rural con respecto a la urbana, lo cual no quiere decir que no sea posible un desarrollo turístico más intenso, apoyado por proyectos de dinamización turística sostenible.

Según la información que se obtuvo en las encuestas, correspondiente a una última pregunta abierta en la que se pedía a los residentes alguna propuesta para mejorar el turismo en la zona rural, la cual, cabe destacar que tuvo escasa participación (136 encuestados de los 335 respondieron a la pregunta), se obtuvieron los siguientes resultados como propuestas para mejorar el turismo en el área rural por orden de repetición:

- 1º Mejora de la información y promoción (apoyada por un 25% de los encuestados)
- 2º Mejora de la accesibilidad (sugerida por el 19,85%)
- 3º Mejora de la conservación del medio rural (12,50%)
- 4º Más apoyo al medio rural y a la creación de empresas turísticas en él (8,82%)
- 5º Mejora de infraestructuras, señalizaciones y carreteras (7,36%)
- 6º Incorporación de las nuevas tecnologías e innovación de productos (5,15%)
- 7º Revitalización de las fiestas populares (3,69%)

También se hicieron propuestas muy interesantes que resultan importantes a la hora de implantar cualquier producto o directriz turística en el territorio como, por ejemplo, realizar jornadas de sensibilización destinadas a los habitantes con menor capacidad de aceptación del turismo. Se intentaría de ese modo hacerles ver que se trata de una industria favorecedora del desarrollo y así intentar elevar el porcentaje de capacidad de carga. (2,21%)

A través de estas jornadas se intentaría destacar la importancia de los idiomas (2,21%) para favorecer el auge de este turismo y también se podrían incorporar talleres y actividades, visitas guiadas...etc. (4,42%) de manera que sean los propios habitantes los embajadores del destino y actúen como una especie de agentes de receptivo.

Una de las propuestas más interesantes consistiría en la recuperación de la autenticidad del turismo (1,47%), particularmente de los antiguos oficios artesanales, de tal forma que no sólo revitalice la zona debido al turismo, sino también conduzca a que la población joven se asiente en el entorno rural y además se integre en él. En un porcentaje similar se propuso la utilización de espacios en desuso (como podría ser el caso de la Granja-Escuela pública que se propone en apartados posteriores) (1,47%)

Algunas personas hicieron hincapié en la necesidad de realizar más estudios en la zona rural (1,47%), ya que en muchas ocasiones existe un sentimiento de ser la parte olvidada de Gijón.

De igual manera se propuso facilitar el acceso para personas con movilidad reducida al entorno rural (0,74%), también el acceso con mascotas (0,74%) así como crear pistas cicloturistas y mantenerlas (0,74%). Asimismo, fue planteada la venta conjunta con otras ciudades como puedan ser Oviedo o Avilés y en el caso de Gijón, el entorno rural de Gijón con el urbano (0,74%).

Existieron otra serie de propuestas como la posible comercialización de ofertas de último minuto (Groupon, Oferplan, Offerum...) (0,74%), aunque esta idea debería ser estudiada a fondo para saber si éste es el tipo de turismo de masas que queremos para el entorno rural de Gijón y si funcionaría con arreglo a los criterios de sostenibilidad que durante todo el trabajo hemos planteado.

Todas estas propuestas servirían finalmente para la consecución de una idea comentada en las encuestas que sería la de fomentar la repetición de la visita al entorno rural (0,74%).

Con el objetivo de que sea el turismo el factor que pueda solventar este tipo de deficiencias o sugerencias formuladas por la población local, a continuación, se proponen las soluciones que el turismo podría aportar acordes a los servicios demandados.

7.1 Accesibilidad

Constituye uno de los principales factores de la actividad turística pues permite al viajero abordar el destino de sus vacaciones y el desplazamiento por el mismo. La rapidez y el confort son los elementos más valorados junto, claro está, con el precio.

En este epígrafe se plantean algunas propuestas para mejorar la accesibilidad a la zona rural de una manera sostenible y eficiente, contando con los recursos disponibles en ese apartado que se entiende que están infrautilizados y a los que se le podría sacar un mayor partido. En estas propuestas se analizan aquellas que permitan alcanzar el destino rural, clasificándolas en función de la idoneidad actual de los diferentes medios de transporte para cumplir dicho cometido. El planteamiento utilizado ofrece una segunda división entre los destinos más abordables y aquellos otros a los que cuesta más llegar.

Un sucinto análisis de las infraestructuras y medios de transporte gijoneses revela una red ferroviaria que cubre el tercio occidental del concejo y cuya explotación está en manos de Adif-Renfe, ancho normal y ancho métrico (antigua FEVE). Integra, en unión de la Empresa Municipal de Transporte (EMTUSA) la CTA (Consortio de Asturias). Por lo que respecta a las vías asfálticas el concejo dispone de una amplia red que abarca todo los tipos y jerarquías. No obstante, tratándose del medio rural este se halla surcado por un entramado de carreteras locales y autonómicas que ofrecen una variada disparidad en cuanto a firme, anchura y estado de mantenimiento. Finalmente, no hay que dejar de lado la creciente y rápida expansión de las sendas peatonales y cicloturistas.

7.1.1 Accesibilidad en tren

Se entiende que la accesibilidad en tren es la más limitada de todas las que se reseñan a continuación para llegar al área rural de Gijón. Sin embargo, las líneas existentes poseen unas frecuencias de circulación aceptables además de facilitar el desplazamiento de

personas que lleven bicicletas con la finalidad de disfrutar de este medio de transporte tanto en el área urbana como rural.

Los apeaderos existentes en el entorno rural de Gijón son, en lo concerniente a Renfe ancho métrico, Tremañes, Veriña, Monteana (Fresno), Serín, Sotiello (Cenero), Pinzales (Cenero), La Aguda (Cenero) y Puente Buracos (posible accesibilidad para Ruedes). Por su parte Renfe-ancho normal tiene paradas, fuera del casco urbano, en Veriña, Monteana y Serín. Al igual que otro tipo de medios de transporte, se debería publicitar más el ferrocarril, sobre todo poniendo de relieve una de sus grandes ventajas comparativas: la habilitación de espacios para bicicletas, permitiendo de ese modo una práctica más fácil de ese deporte en el medio rural sin tener que pedalear toda la ciudad (con el peligro que conlleva debido al tráfico). También sería conveniente incorporar este medio de transporte a la App de Gijón. A continuación, se detalla el mapa de líneas de cercanías de Renfe.

Imagen 3. Mapa de cercanías de RENFE



Fuente: RENFE

7.1.2 La mayor eficiencia de las líneas urbanas de autobús.

Este es uno de los servicios más demandados a la hora de recopilar las propuestas de mejora en las encuestas. Una gran parte de residentes identifican el factor de la accesibilidad como uno de los más importantes para llegar al medio rural, sin embargo,

algunas zonas están prácticamente incomunicadas en lo que a los autobuses urbanos se refiere (sólo cuatro viajes los fines de semana y festivos, como es el caso del autobús 26 con final de trayecto en Deva).

Quizás se debería dar mayor publicidad al uso del autobús urbano, no sólo al turista, sino al residente en el concejo, haciendo hincapié en las opciones de las que dispone. Asimismo, habría que incrementar la aplicación de las nuevas tecnologías para indicar al usuario el punto de partida de la línea que ha de utilizar, incluyendo posibles transbordos, el horario e incluso los minutos que faltan para que pase el siguiente servicio. Esto se podría realizar aunando las aplicaciones de Gijón Bus y la aplicación turística, lo cual permitiría al visitante una mayor autonomía a la hora de programar su visita a la zona rural.

7.1.3 Aprovechamiento del Bus turístico de Gijón

Como hemos visto anteriormente, este servicio está infrautilizado; el 26,7% de visitantes lo conoce, sin embargo, tan solo es utilizado por el 0,5% (SITA, 2014) por tanto, pudiera ser que algo no se esté haciendo correctamente. Por este motivo, la idea es aportar a este servicio otro tipo de aplicaciones turísticas. En tal sentido podría ser utilizado para realizar rutas por el entorno rural de Gijón en los lugares de mayor accesibilidad donde un autobús urbano no tenga problemas para maniobrar. De esta manera, sería posible establecer una ruta alternativa a la que habitualmente se realiza por el casco urbano de Gijón, como por ejemplo la Ruta 1. Rural – Histórica, que recorrería Castillo de Peñaferruz - Veranes - Beloño - Trubia - Abadía de Cenero - Campa Torres.

Es importante promocionar estas nuevas rutas desde el Ayuntamiento, las recepciones de los hoteles y las estaciones ferroviarias y de autobuses.

7.1.4 Las líneas rurales explotadas por el Consorcio CTA.

Los vehículos utilizados por esta entidad son minibuses que serían un medio perfecto para hacer llegar al visitante a las parroquias de Gijón, de manera que se fomente la mezcla del visitante con el residente. Se podrían cruzar los datos de paradas, horarios y trayectos con los que aporta Google y la página web del Consorcio, donde sí están disponibles,

aunque no muy visibles. Varias de las personas encuestadas planteaban la necesidad de dar a conocer la existencia de estas líneas y aportar la adecuada información en la Oficina de Turismo. La finalidad sería, además de mejorar la accesibilidad del visitante a la zona rural, cubrir las líneas regulares con pasajeros turistas, lo cual podría suponer la reactivación de algunas líneas rurales deficitarias. Ej: Gijón- Trubia (Cenero). Posibilidad para visitar: Porceyo, Villa Romana de Veranes, Beloño, Turruxón de Trubia etc.

Figura 2. Captura de los horarios correspondientes a los servicios por la zona rural de Gijón en la Web de la CTA

Hora Salida	Hora llegada	Origen	Destino	Línea	Empresa
08:45	09:13	Álvarez Garaya	La Cruciana II	Sotiello-Gijón por Porceyo Lunes a viernes laborables (Gijón-Sotiello)	> Ebrobus SLU
11:30	11:58	Álvarez Garaya	La Cruciana II	Sotiello-Gijón por Porceyo Lunes a sábados laborables (Gijón-Sotiello)	> Ebrobus SLU
13:30	13:58	Álvarez Garaya	La Cruciana II	Sotiello-Gijón por Porceyo Diario (Gijón-Sotiello)	> Ebrobus SLU
14:25	15:10	IES DE ROCES	CENERO-TRUBIA	024-023 Trubia-Gijón (I.E.S. Roces) Días lectivos - Educación Secundaria (Gijón-Trubia)	> Autocares Medina SL
16:30	16:58	Álvarez Garaya	La Cruciana II	Sotiello-Gijón por Porceyo Diario (Gijón-Sotiello)	> Ebrobus SLU
20:00	20:28	Álvarez Garaya	La Cruciana II	Sotiello-Gijón por Porceyo Diario (Gijón-Sotiello)	> Ebrobus SLU

Fuente: Página web Consorcio de Transportes de Asturias

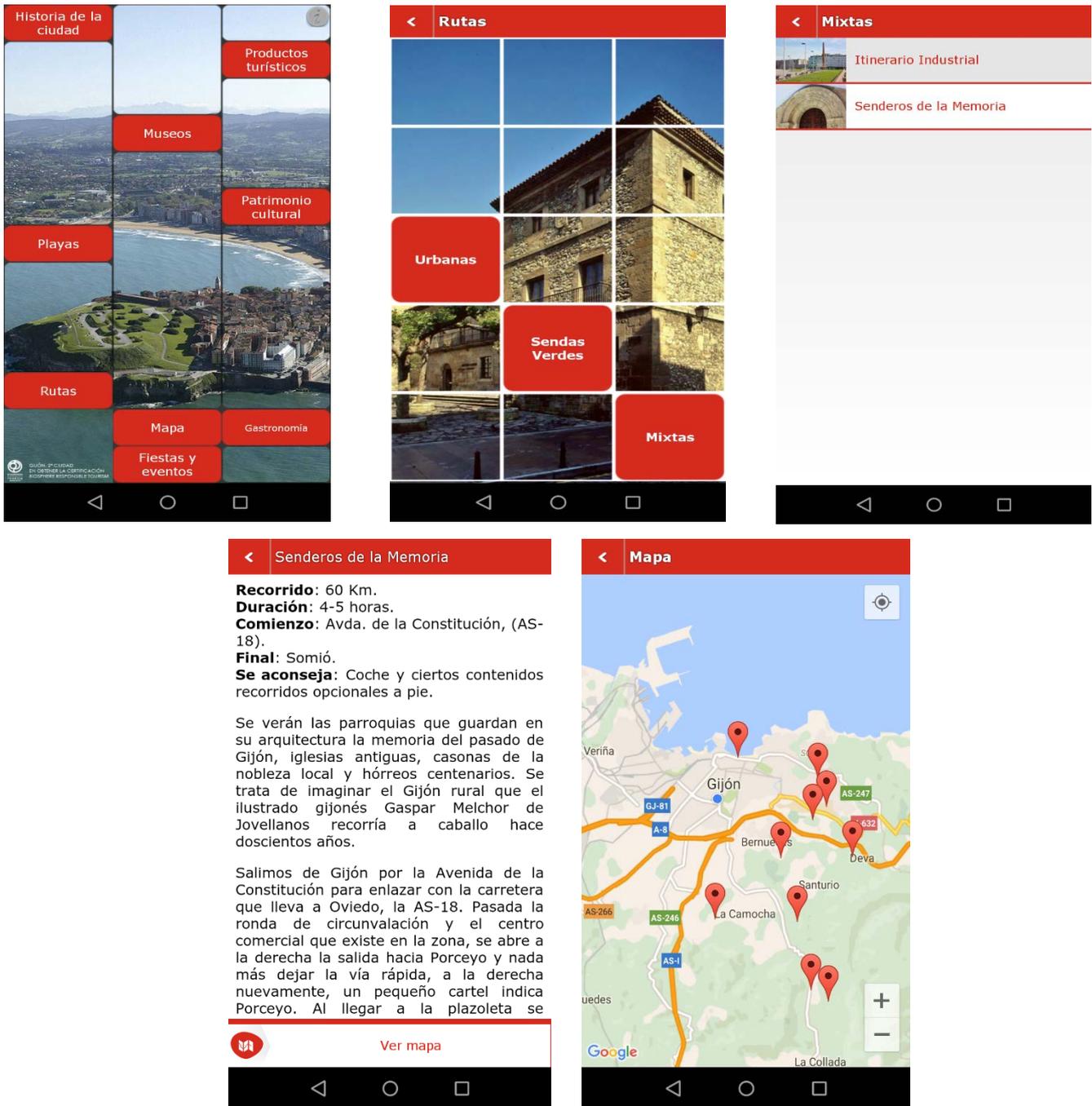
7.1.5 El Taxi turístico

Otra alternativa para los lugares de más difícil acceso sería la de aprovechar este medio para acceder a aquellos lugares a los que el bus turístico o el consorcio CTA no lleguen. El cliente de este tipo de servicio suele ser por lo habitual una persona interesada en visitar un recurso muy concreto, como por ejemplo los Dólmenes del Monte Areo (el acceso se realiza a través de una carretera de monte) y, por lo tanto, se hace necesario establecer

tarifas cerradas para su prestación. Para atender a este tipo de turismo, muy minoritario pero interesante, sería necesario fomentar la Accesibilidad tecnológica mediante la introducción de mejoras en la App “Gijón en tu bolsillo”, que actualmente tiene la siguiente disposición.

7.1.6 Introducción de mejoras en la App “Gijón en tu bolsillo”.

Figura 3. Captura App Gijón en tu bolsillo.



Fuente: App Gijón en tu bolsillo

La idea es incorporar la posibilidad de que el turista elabore rutas “a la carta”, es decir, cribar los recursos en base a su importancia y el número de días de estancia. Esto parece algo lógico ya que normalmente la primera pregunta que se plantea al visitante en una oficina de turismo es cuántos días va a permanecer en el destino. Por ello, sería recomendable incorporar un apartado en la App que discrimine los recursos por los días de estancia que el turista permanezca en Gijón y, utilizando ese criterio, se podrían disponer los productos en el mapa por orden de importancia (ver tabla superior de recursos).

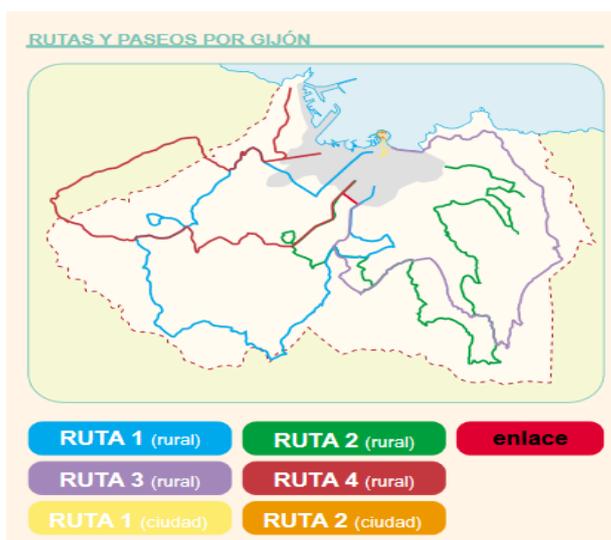
Por ejemplo, para una estancia de 2 días se recomendaría visitar los recursos de importancia 5 y 4 (reflejados en el mapa) y a su vez ofrecer las posibilidades de transporte existente aunando las aplicaciones (Gijón Bus, CTA, Taxi y Gijón en tu bolsillo) en una sola (Gijón)

Se podría ofrecer la posibilidad a través de la aplicación de descargar los audios de visitas guiadas del entorno rural y el material para el uso y disfrute de la realidad aumentada, con la idea de incorporar este servicio mientras se utiliza el autobús turístico, taxi, CTA, etc...Incluso la contratación de guías especializados para una zona concreta.

Incorporación de las sendas actuales para actualizar la App de manera que aparezca señalada la totalidad de su recorrido, y que, por lo tanto, no sólo aparezcan en el mapa reflejadas por puntos. Se podría realizar la misma opción “a la carta” que se comentó en el apartado anterior, dependiendo del tiempo del que disponga el visitante y el residente y el uso que se le quiera dar (senderismo, ciclismo...etc.), se le ofrecería una u otra alternativa. La idea consistiría en que estas rutas tengan una continuidad entre ellas y abarquen la mayor parte del concejo posible, así como su adaptación al uso cicloturista (muy demandado en las encuestas).

También cabría estudiar la posibilidad de incorporar el uso de vehículos sostenibles a las rutas: centrarse en la práctica de senderismo, bicicleta, segway, otro tipo de vehículos eléctricos...

Figura 4. Rutas y paseos por Gijón



Fuente: Ayuntamiento de Gijón

7.2 Creación de productos turísticos en el medio rural de Gijón

Entre las medidas destinadas a revitalizar turísticamente la zona rural de Gijón se proponen las siguientes:

7.2.1 Granja escuela en Gijón

Consistiría en rehabilitar una quintana típica asturiana propiedad del Ayuntamiento. Sería de las pocas Granjas Escuelas Municipales de España, ya que la mayoría corresponden a iniciativas privadas. Sirva como ejemplo la Comunidad de Madrid, con dos Granjas-escuelas en activo que dependen de la Dirección General de Mejora de la Calidad de la Enseñanza de la Consejería de Educación, Juventud y Deporte de la Comunidad de Madrid. Estos centros se gestionan a través del Programa de Educación Ambiental y se ofrecen exclusivamente a Centros Educativos públicos y concertados con el fin de facilitar al profesorado y alumnado la realización de experiencias de Educación Ambiental. Este ámbito se podría extender en Gijón a los visitantes que recibe durante todo el año como complemento a las visitas de los centros escolares. Esto se podría realizar en los entornos clasificados como agrícolas en el término municipal.

Actualmente no existe una actuación de estas características en el concejo, por tanto, la puesta en marcha de un proyecto de este tipo no solo implicaría la creación de empleo, sino la revitalización de los pueblos, un menor desplazamiento de los turistas y de los centros escolares a los que podría prestar servicio. También aportaría al visitante una alternativa para los días de lluvia, así como la ampliación de la oferta turística enfocada a familias.

7.2.2 La Mancomunidad minera - Mina La Camocha: su conversión en recurso turístico vinculado al Patrimonio Industrial

Llevar a cabo esta idea supondría la rehabilitación de la mina con fines turísticos ofreciendo visitas guiadas, bajadas a la propia mina, la creación de un espacio etnográfico (con fotos de la vida minera y el trabajo en la mina) ofrecer la posibilidad de visitar los barrios de viviendas obreras y talleres para niños (ej. Realización de carbón dulce, disfrazarse de minero...). Además, la unión con otras minas asturianas en una especie de mancomunidad minera puede ofrecer un producto más sólido y fácilmente vendible. Un ejemplo de aprovechamiento turístico sería el Museo de la Mina de Arnao y el Tren Minero del Valle del Samuño (Langreo), ambas consideradas como experiencias muy interesantes.

7.2.3 La ruta de las romerías

El objetivo es incluir en la página web del Ayuntamiento de Gijón, en concreto en la agenda mensual, un calendario actualizado con las romerías existentes en el concejo. El calendario existente ya refleja actividades culturales, de formación y festivales, por tanto, se estima oportuno que, siendo las romerías parte del patrimonio cultural y etnográfico de Gijón, y teniendo éstas un gran potencial de atracción turística, se reflejen en el mismo.

Existe una realidad en el entorno rural de Gijón, y es que algunas de las romerías después de haberse celebrado durante casi 30 años consecutivos, terminan desapareciendo debido a la gran cantidad de impedimentos y trabas legislativas con las que se encuentran las comisiones de festejos. Según el ex presidente de la sociedad de festejos de Poago, los mayores problemas que se pueden presentar a la hora de organizarlas, por contra de lo que se podría pensar, no son monetarios, sino administrativos. Sirva el siguiente ejemplo: para instalar una carpa destinada a los festejos, se ha de contratar un perito que revise la

seguridad de la misma, no siendo suficiente el seguro de la empresa dedicada al montaje de este tipo de instalaciones. Otro punto a mejorar serían los gastos que supone el pago a la SGAE por la utilización de canciones en las verbenas. A continuación, se refleja en una imagen el apartado donde se debería incorporar dicha información.

Figura 5. Captura agenda de eventos

Agenda de eventos

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
HOY 2 MAY	3 MAY	4 MAY	5 MAY	6 MAY	7 MAY	8 MAY
<p>La bici en Xixón (II). Del velocipedo al carril bici. Bicicleta, deporte y trabajo (1940-1990)</p> <p>V Concurso Internacional de Música Antigua Abierto plazo presentación de solicitudes</p> <p>Exposición "Miradas sobre el trabajo de la mujer".</p> <p>Exposición Oceans</p> <p>Más eventos</p>	<p>18:00 Curso: Los asturianos. Introducción a la Antropología Social y Cultural</p> <p>19:00 Encuentro con Miguel Ángel González, ganador del Café Gijón 2015</p> <p>19:30 Charla: "Vacaciones en paz". Asociación asturiana de solidaridad con el pueblo saharauí.</p> <p>19:30 Ciclo de documentales: Luis Felipe Capellán, memoria de un pueblo.</p> <p>Más eventos</p>	<p>18:00 Hora de los cuentos. El Llano</p> <p>19:30 Ciclo de conciertos COMAS Concierto de Sarievan</p> <p>20:00 Jazz en el Centro Petros Klampanis Contextual Trio</p> <p>20:00 Ensayo abierto. Banda de música "Villa de Jovellanos".</p> <p>Más eventos</p>	<p>Proyecto Gijón oeste, una memoria industrial. EXPOSICIÓN</p> <p>18:00 Teatro infantil. <i>Montesín</i>, de Kamante Teatro. XXI Xornaes de Lingua y Cultura Asturiana</p> <p>19:00 Cine y educación</p> <p>19:00 Y sin embargo se mueve. Encuentros con el cine asturiano actual. <i>Mama Adèle</i></p> <p>Más eventos</p>	<p>Proyecto Gijón oeste, una memoria industrial. EXPOSICIÓN</p> <p>18:00 V ciclo de cine griego en VOS Xenia</p> <p>19:30 Ciclo de cine VOS en el mes de mayo de la Sociedad Cultural Gijonesa: Maurice Pialat o el realismo salvaje.</p> <p>19:30 Proyecto Gijón oeste, una memoria industrial JORNADAS <i>Si las chimeneas hablaran... auge y declive industrial</i></p> <p>Más eventos</p>	<p>Proyecto Gijón oeste, una memoria industrial. EXPOSICIÓN</p> <p>Asturias StartUp School: sesiones formativas</p> <p>19:30 Visitas guiadas a la exposición: Paz Errázuriz</p> <p>Verdeando Fest</p> <p>Más eventos</p>	<p>Proyecto Gijón oeste, una memoria industrial. EXPOSICIÓN</p> <p>Asturias StartUp School: sesiones formativas</p> <p>Verdeando Fest</p> <p>Refugiados, bienvenidos</p> <p>Más eventos</p>

Fuente: Ayuntamiento de Gijón

Además, al activar el ratón del ordenador sobre el icono de una determinada romería se accede a un enlace que muestra el cartel de la misma que contiene el programa de festejos.

En el siguiente calendario podemos observar de forma más gráfica que la mayor concentración de romerías se sitúa en los meses de temporada alta, sin embargo, existen fiestas fuera de temporada que pueden utilizarse para desestacionalizar la demanda y crear una oferta de ocio alternativa y diferente.

Figura 6. Calendario de romerías



Fuente: elaboración propia a partir de datos de deromeriaporasturias.com

Con el objetivo de promocionar estas fiestas y romerías propias del entorno rural gijonés, sería necesario ofrecer una información que actualmente no existe en la página web del Ayuntamiento de Gijón y, a partir de ella, crear un producto llamado “De Romería en Romería”. Se trataría de un bono que los turistas y habitantes de Gijón deberán sellar en cada una de las fiestas hasta completarlo. Finalmente, se les ofrecerá alguna recompensa. Esta misma idea del bono se podría aplicar con el objetivo de atraer a un público infantil y familias. La gran mayoría de las romerías, sobre todo las que se desarrollan los domingos, incluyen en sus programas festivos la celebración de gymkanas y juegos infantiles. El objetivo es que los niños entren en contacto con los juegos de siempre y con el ambiente rural. Esta ruta de las romerías cumple dos funciones fundamentales para el desarrollo turístico. La primera consistiría en la atracción de un público diferente al de fiesta y “botellón”, que mantenga las tradiciones y los motivos reales de la celebración de las romerías, además de revitalizar algunas que están a punto de desaparecer. El segundo objetivo tendría como finalidad ofrecer un producto de ocio alternativo y culturalmente atractivo para el turista.

8 CONCLUSIONES

Se podría decir que los tres pilares básicos utilizados para la puesta en valor del turismo cultural en el entorno rural de Gijón son el patrimonio, el turismo y la cultura.

En primer lugar, una de las características más importantes de este entorno rural es su peculiaridad administrativa con la existencia vigente de figuras como las parroquias, que permiten identificar en qué medida las tradiciones forman parte del acervo cultural de un lugar, conformando así finalmente su paisaje y paisanaje. Este factor convierte al entorno en un elemento diferenciador y con capacidad de atracción turística.

Gracias a esta peculiaridad y a las normas legales de protección de este entorno basadas en la sostenibilidad, podemos gozar del territorio rural que vemos hoy en día y el cual es necesario mantener para poder disfrutarlo como producto turístico y dirigirlo a un tipo de público muy específico: un turismo de calidad que intenta atraer a personas respetuosas, cultas e interesadas por la etnografía y las tradiciones de este lugar.

Podríamos decir que uno de los factores más importantes para el desarrollo del turismo en un área determinada es la accesibilidad. Como hemos visto anteriormente, el transporte público ofrece serias carencias en su despliegue por el área rural; por otro lado, las parroquias poseen una extensa red de carreteras nacionales y regionales que las conectan tanto con el casco urbano como con otros núcleos de población de Asturias. Además, la proximidad al núcleo urbano, hace que el agro gijonés cuente con buenas infraestructuras y servicios en comparación con otras áreas rurales.

Otro de los factores importantes que caracterizan al área rural de Gijón es el carácter participativo de sus habitantes manifestado en la existencia de una asociación de vecinos en cada parroquia, e incluso en algunos casos, de varias; lo cual favorece que se realicen este tipo de trabajos y recalca una vez más el carácter colaborativo de los vecinos de este entorno campestre.

Cuando hablamos de crear productos turísticos en el medio rural, hemos de tener en cuenta si la demanda existente será suficiente para que merezca la pena la puesta en valor de los recursos culturales. Teniendo en cuenta los datos, se podría afirmar que existe una demanda de turismo más que suficiente para ofrecer un tipo de producto diferente en el entorno rural gijonés. Este producto alternativo podría desestacionalizar la demanda y

evitar la masificación que se genera en ciertas partes del casco urbano en determinadas épocas del año y crear así una oferta alternativa al turismo urbano.

Para ello, entre otros factores, se deberá aprovechar el alto porcentaje de repetición de la visita con el que cuenta la ciudad para ofrecer un plan de ocio alternativo al periplo urbano e impulsar el desarrollo de un ocio cultural que encaje con el perfil del turista que elige Asturias para disfrutar de sus vacaciones: un turismo respetuoso, culto y poco masificado. En suma, un turismo de calidad, que además posee una elevada capacidad de gasto.

Los productos turísticos que se proponen en este trabajo, se dirigen a un público objetivo específico con el propósito de ser más eficientes: Cataluña, País Vasco y Madrid, deben ser nuestros principales clientes, concretamente parejas entre 25 y 44 años, según indican las estadísticas.

Cuando hablamos de atraer a un determinado tipo de público, debemos conocer sus características y qué es lo que buscan exactamente, aunque uno de los factores más importantes para la elección de un destino turístico de cualquier tipo es el alojamiento. La casi inexistencia de alojamientos turísticos en el medio rural puede plantear un problema a la hora de atraer turistas a la zona ya que éstos deberán pernoctar en Gijón ciudad y practicar el excursionismo por el medio rural, lo cual conllevará a que pasen menos tiempo en el mismo y dejará un margen de ingresos relativamente bajo en ese espacio y por tanto no favorecerá el desarrollo de nuevos productos turísticos. Esto además puede conllevar otro problema, y es que debido a las deficiencias existentes en cuanto a transporte público se refiere, se ve necesario el vehículo particular para llegar hasta estos alojamientos.

El entorno rural de Gijón dispone de un extenso patrimonio cultural con recursos históricos, civiles, etnográficos y naturales de gran potencial que deberían ser objeto de promoción turística ya que poseen la relevancia cultural necesaria para atraer una cantidad de visitantes más que suficiente.

Para la puesta en valor de estos recursos de manera sostenible debemos apoyarnos en los tres pilares fundamentales: el medioambiental, el económico y el social, así como resulta fundamental estudiar el concepto de capacidad de carga. Dentro de este concepto tan amplio hemos visto que estudiar la capacidad de carga social es un proceso complicado

por la cantidad de factores psicosociales que intervienen y porque varía con la propia mentalidad de la población.

Por tanto, para determinar esta variable, primeramente, se deben estudiar las características de quienes habitan en ese entorno geográfico y acto seguido llevar a la práctica un trabajo de campo consistente en una encuesta. La realización de las encuestas en el medio rural de Gijón ha sido un trabajo arduo por diversas razones: la escasa accesibilidad en cuanto a transporte público se refiere, la inexistencia de “vida en el pueblo”, ya que algunas de estas parroquias rurales se han convertido en lugares meramente residenciales. Todo ello con el añadido de la escasez presupuestaria, que avoca a los centros sociales a permanecer cerrados o a ser abiertos por los propios residentes en tramos horarios muy concretos.

El alarmante envejecimiento de la población ha sido un escollo más en el camino, ya que, por norma general, algunos de los encuestados de mayor edad no entendían correctamente las preguntas, debiendo de ser reformuladas con otras palabras. Por contra, cabe destacar que los jóvenes están, por norma general, más predispuestos a contestar a las encuestas.

En base a los resultados obtenidos de las encuestas, las hipótesis planteadas en primera instancia no se han cumplido, con lo cual podemos decir que las personas con mayor nivel cultural tienen, por lo general, menor capacidad de acogida que las personas con estudios primarios. Asimismo, los hombres y las mujeres poseen una capacidad de acogida similar, siendo ligeramente más elevada la de los hombres, aunque sin que se establezca una relación clara entre la capacidad de carga social y el sexo. También se ha concluido, que la edad no es un factor determinante en cuanto a la capacidad de carga social se refiere.

Con arreglo a estos resultados podemos determinar que el entorno rural de Gijón ofrece un porcentaje general de capacidad de carga alto y, por tanto, es factible y viable la implantación de productos turísticos sostenibles que favorezcan el desarrollo del área rural.

Las soluciones que se proponen en este trabajo, se realizaron pensando en cubrir las necesidades o sugerencias de la población local además de satisfacer al turista y crear nueva oferta en el mercado.

Muchas de estas soluciones se proponen también con el objetivo de ser eficientes y aprovechar todos los recursos disponibles con el mínimo coste (como por ejemplo mejorar la accesibilidad en transporte público con la utilización del transporte de Consorcio de Asturias, poco promocionado y mal aprovechado que posee ciertas líneas rurales deficitarias). También se persigue la mejora de la información y promoción requerida por los residentes, con la introducción de mejoras en la App turística de Gijón, cubriendo así la necesidad de la introducción de nuevas tecnologías en el medio rural del municipio.

9 FUENTES Y BIBLIOGRAFÍA

FUENTES NO IMPRESAS

Centro de Documentación del Museo del Ferrocarril de Asturias. Información sobre la estación de Pinzales. Gijón. [Consultado el 11 de mayo, 2016]

FUENTES IMPRESAS Y BIBLIOGRAFÍA

Cardona, J.R., (2012): *Actitudes de los residentes hacia el turismo en destinos turísticos consolidados: el caso de Ibiza*. Tesis doctoral: Departamento de Economía de la Empresa, Universidad de Las Islas Baleares.

De Carli, G. (2007): *Innovación en museos: museo y comunidad en la oferta al turismo cultural*. Revista de ocio y turismo (ROTUR). Coruña 2008, nº 1, pp. 87 – 101

Desarrollo de Estrategias Exteriores (DEX) (2003): *Potencialidad de la zona rural gijonesa enfoque empresarial y de empleo*, Gijón: Departamento de Nuevos Proyectos Agencia local de promoción económica y empleo: Ayuntamiento de Gijón.

Eciamendi, P. (2001): *La capacidad de carga turística. Aspectos conceptuales y normas de aplicación*. Anales de Geografía de la Universidad complutense, nº 21. pp.11-30, ISSN:0211-98032001

España. Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español. BOE, núm. 155 del 29 de junio de 1985.

Firmino, F. (2011): *La capacidad de carga social en el contexto de la renovación-reestructuración de la Costa del Sol Oriental*. Alicante: Universidad de Alicante, Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas, 2011. ISBN 978-84-695-0791-9

Gallego, A. (2014): *Aplicación de la Capacidad de Carga a la Fiesta del Pulpo de O Carballiño*. Trabajo fin de grado: Universidad de Vigo.

García García, J.L. (1998): *De la cultura como patrimonio al patrimonio cultural*. Revistas Científicas Complutenses. Universidad Complutense de Madrid. Vol. 27, pp. 9-20.

García Hernández, María (2000): *Turismo y medio ambiente en ciudades históricas. De la capacidad de acogida turística a la gestión de los flujos de visitantes*. Anales de Geografía de la Universidad Complutense, nº 20. pp. 131-148. ISSN: 0211-9803.

Granda, J., Cea, J.C. (2011): *Arquitectura de Gijón y otros elementos de su patrimonio urbanístico*. Ayuntamiento de Gijón. 349 págs., 1 DVD.

Navarro, E. (2005): *Indicadores para la evaluación de la capacidad de carga turística*. Annals of Tourism Research, Vol. 7, nº 2, págs. 397-422.

Perez Galán, B. (2011): *Los usos de la cultura en el discurso legislativo sobre patrimonio cultural en España. Una lectura antropológica sobre las figuras legales de protección*. Revista Experimental de Antropología. Departamento de Antropología de la UNED. Madrid. Nº 11, ISSN 1578-4248

Quirós, F. (1993): *División Parroquial de Asturias*, Gijón: Servicio Central de Publicaciones del Principado de Asturias.

Rivas, J. (2008): *Estructura y Economía del Mercado Turístico*. Septem Ediciones. Oviedo. P 157-160.

Royo, M, Ruiz, M. E., (2009): *Actitud del residente hacia el turismo y el visitante: factores determinantes en el turismo y excursionismo rural-cultural*. Departamento de Comercialización e Investigación de Mercados: Universidad de Murcia. Cuadernos de Turismo, nº 23; pp. 217-236 ISSN: 1139-7861.

Saveriades, A. (2000): *The social carrying capacity for the tourist resorts of the East Coast of the Republic of Cyprus*. Journal of Sustainable Tourism, nº 21, pp. 147-156

Valdés, L. et al. (2011): *Transformación de una ciudad industrial hacia el turismo: el caso de Gijón*. Madrid. Instituto de Estudios Turísticos. Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. nº1, pp. 211-229

Zapico, C. (2013): *Turismo y Patrimonio cultural*. Gijón. Trabajo fin de máster: Universidad de Oviedo.

PAGINAS WEB CONSULTADAS

Ayuntamiento de Gijón. Registro municipal de asociaciones de Gijón. URL: <https://distritos.gijon.es/> [Consultado el 10 de mayo, 2016]

Ayuntamiento de Gijón (2014). Informe sobre el turismo en Gijón. Invesmark para el Ayuntamiento de Gijón. URL: http://www.gijon.info/multimedia_objects/download?object_id=189464&object_type=document [Consultado el 27 de mayo, 2016]

Diez, L. (2009): *El campo de Gijón: El Comercio Digital*. URL: <http://www.elcomercio.es/gijon/20090701/opinionarticulos/campo-gijon-20090701.html> [Consultado el 22 de abril, 2016]

Instituto Nacional de Estadística (INE). Información sobre datos poblacionales y turísticos. URL: www.ine.es [Consultado el 25 de marzo, 2016]

Instituto Latinoamericano de Museos y Parques (ILAM). Información sobre patrimonio. URL: <http://www.ilam.org/index.php/es/programas/ilam-patrimonio/los-diversos-patrimonios> [Consultado el 19 de marzo, 2016]

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2015): *Anuario de Estadísticas Culturales 2015*. URL: <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/dms/mecd/servicios->

al-ciudadano-

mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/2015/capitulos/Turismo_cultural_2015_resultados.pdf (NIPO 551-11-005-9) [Consultado el 23 de marzo, 2016]

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO). Clasificación del patrimonio. URL: http://portal.unesco.org/culture/es/ev.phpURL_ID=33928&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html [Consultado el 19 de marzo, 2016]

Organización Mundial del Turismo (OMT). Información sobre patrimonio. URL: <http://ethics.unwto.org/es/content/turismo-y-patrimonio-cultural-inmaterial> [Consultado el 19 de marzo, 2016]

Revista Diagonal. Información e imágenes sobre el desarrollo sostenible. URL: <http://www.revistadiagonal.com/articulos/analisi-critica/infodiversidad-y-serendipia/> [Consultado el 20 de marzo, 2016]

Sociedad Asturiana De Estudios Económicos e Industriales (SADEI). Información sobre datos poblacionales y turísticos de Gijón. URL: <http://www.sadei.es/es/portal.do?IDM=21&NM=2#dfisicos> [Consultado el 30 de mayo, 2016]

Sistema de Información Turística de Asturias (SITA). Información sobre estadísticas turísticas de Asturias. URL: www.sita.org [Consultado el 25 de marzo, 2016]

Subdirección General de Estadística y Estudios, Secretaría General Técnica Turespaña. Información sobre el turismo cultural en España. URL: <http://estadisticas.tourspain.es/es-es/estadisticas/familitur/paginas/default.aspx> [Consultado el 22 de marzo, 2016]

10. ANEXO 1. MODELO DE ENCUESTA Y FICHA TÉCNICA

10.1 Modelo de encuesta

Capacidad de Carga Social en el entorno rural de Gijón (Escala Likert 1-5)

1 Totalmente en desacuerdo/2 En desacuerdo/3 Más o menos de acuerdo/4 De acuerdo/5 Totalmente de acuerdo

1. El turismo genera un intercambio cultural positivo entre residentes y turistas	
2. El turismo favorece el desarrollo de la zona rural	
3. El trato que dispensa la población local al turista es respetuoso y amable	
4. El turismo ha ayudado a conservar nuestro patrimonio histórico y cultural	
5. El turismo es la causa de la pérdida de nuestras costumbres y de nuestra identidad	
6. Es necesario realizar recorridos turísticos en el medio rural	
7. El turismo genera conflictos entre residentes y turistas en la zona rural	
8. El entorno rural de Gijón tiene gran potencial turístico	
9. La accesibilidad es el factor más importante para atraer turistas al medio rural	
10. Los turistas provocan la degradación del entorno rural	
11. Propuesta para fomentar el turismo en el medio rural (abierta)	

Parroquia:

Edad:

Sexo:

Nivel de estudios:

10.2 Ficha técnica

Diseño muestral	Muestreo aleatorio simple
Población objetivo	Mayores de 18 años residentes en las parroquias rurales de Gijón; a saber: Serín, Cabueñes, San Andrés de los Tacones, Deva, Fresno, Castiello, Poago, Santurio, Veriña, Caldones, Baldornón, Fano, Lavandera, Granda, Vega, San Martín de Huerces, Tremañes, Porceyo, Leorio, La Pedrera, Ruedes y Cenero ⁸
Universo representado	23 parroquias con una población total de N = 17.053 personas, proporcionalmente representados en función de su población.
Técnica	Entrevista telefónica y entrevista personal.
Tamaño de muestra	n = 335 encuestas en 23 parroquias. Nivel de confianza 95%, (z = 1,96 p = q = 50%)
Momento estadístico	Del 10 de mayo al 24 de mayo de 2016
Financiación	Recursos propios
Margen de error	±5,30%

Fuente: elaboración propia

⁸ Excluidas las parroquias de Jove, Rocés y Somió debido a considerarse ya absorbidas por el núcleo urbano (SADEI)

11. ANEXO 2. EJEMPLOS FICHAS DE RECURSOS ARQUEOLÓGICOS DEL CATÁLOGO URBANÍSTICO DE GIJÓN Y POBLACIÓN POR PARROQUIAS RURALES.

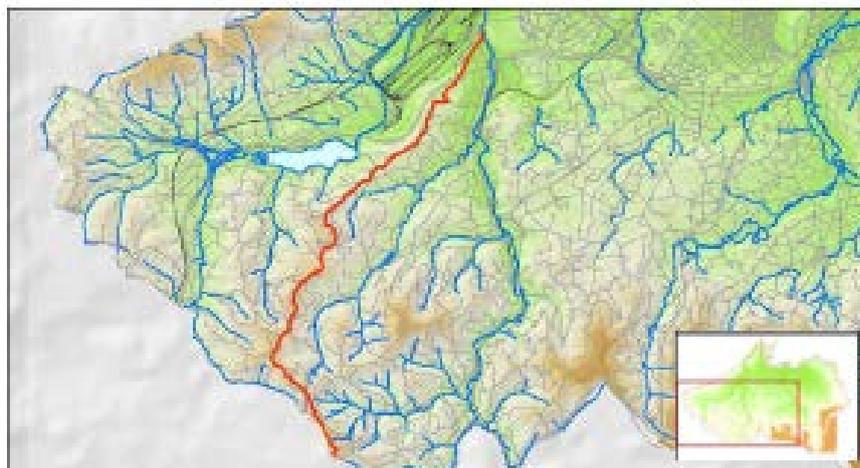
11.1 Fichas de recursos arqueológicos

CATÁLOGO URBANÍSTICO DE GIJÓN			
PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO	YACIMIENTO		
Distrito/parroquia de L'ABADÍA CENERO	YAC-000002		
DATOS DEL ELEMENTO			
Denominación:	RUTA DE LA PLATA		
Tipo de yacimiento:	Vías antiguas		
Coordenadas X:	278968,78	Coordenadas Y:	4819277,84
Catalogaciones precedentes:	Carta arqueológica del concejo de Gijón.		
Ref. en catalogaciones precedentes:	Código 2400002		

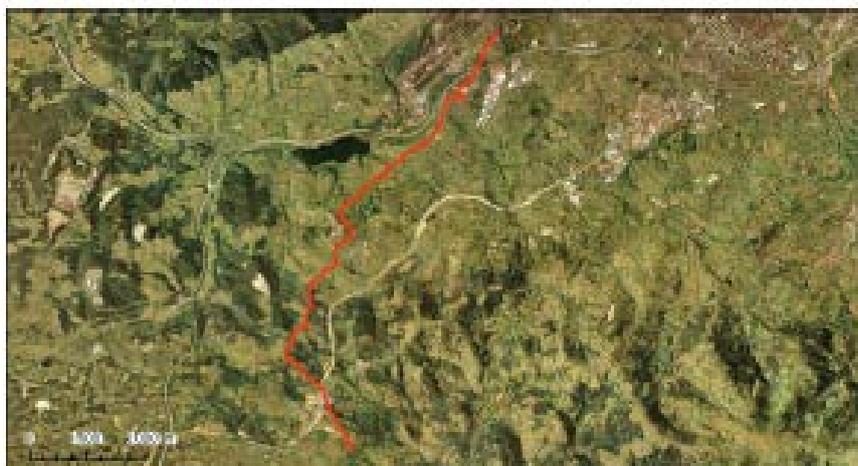
INTEGRAL

SITUACIÓN Y ENTORNO DE PROTECCIÓN DEL ELEMENTO

SITUACIÓN DEL ELEMENTO



ENTORNO DE PROTECCIÓN

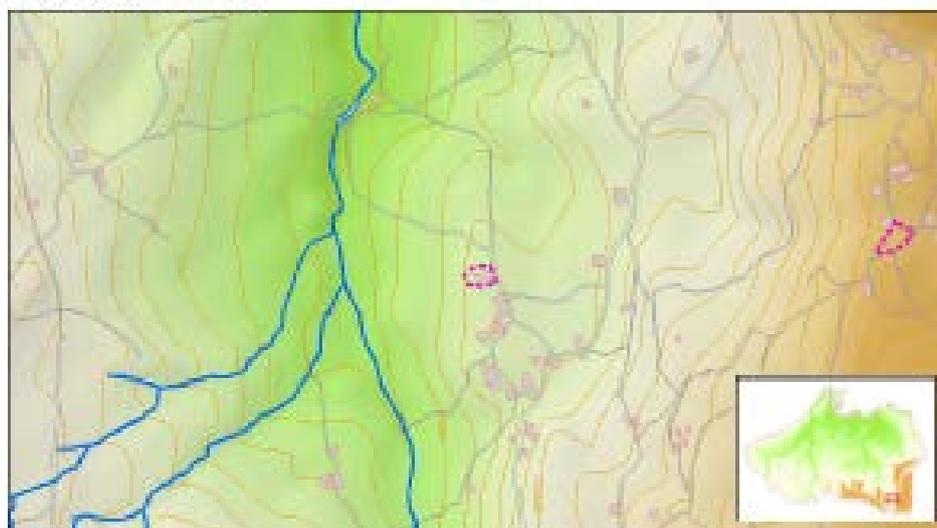


CATÁLOGO URBANÍSTICO DE GIJÓN			
PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO	YACIMIENTOS		
Distrito/parroquia de VALDORNÓN	YAC-010501		
DATOS DEL ELEMENTO			
Denominación:	IGLESIA DE SANTA EULALIA DE VALDORNÓN		
Tipo de yacimiento:	Ermita o iglesia medieval		
Coordenadas X:	288716,27	Coordenadas Y:	4815081,34
Catalogaciones precedentes:	Carta arqueológica del concejo de Gijón.		
Ref. en catalogaciones precedentes:	Código 24010501		

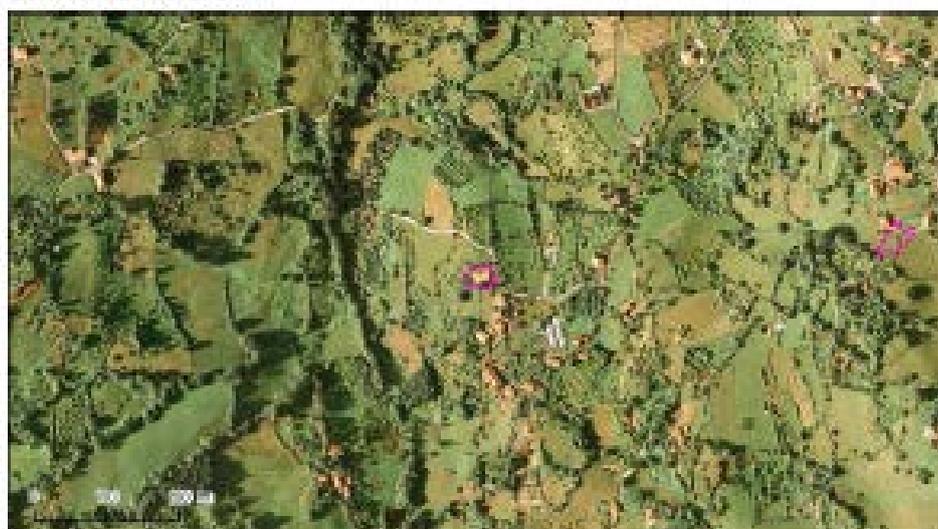
INTEGRAL

SITUACIÓN Y ENTORNO DE PROTECCIÓN DEL ELEMENTO

SITUACIÓN DEL ELEMENTO



ENTORNO DE PROTECCIÓN



CATÁLOGO URBANÍSTICO DE GIJÓN

PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO

YACIMIENTOS

Distrito/parroquia de L'ABADÍA CENERO

YAC-050301

DATOS DEL ELEMENTO

Denominación: VILLA ROMANA DE LAS MURAS DE BELOÑO

Tipo de yacimiento: Estructura de habitación

Coordenadas X: 278312,08 Coordenadas Y: 4819643,17

Catalogaciones precedentes: Carta arqueológica del concejo de Gijón.
Inventario del Patrimonio Arquitectónico de Asturias.

Ref. en catalogaciones precedentes: Código 24050301. IPAA Ficha nº 14.

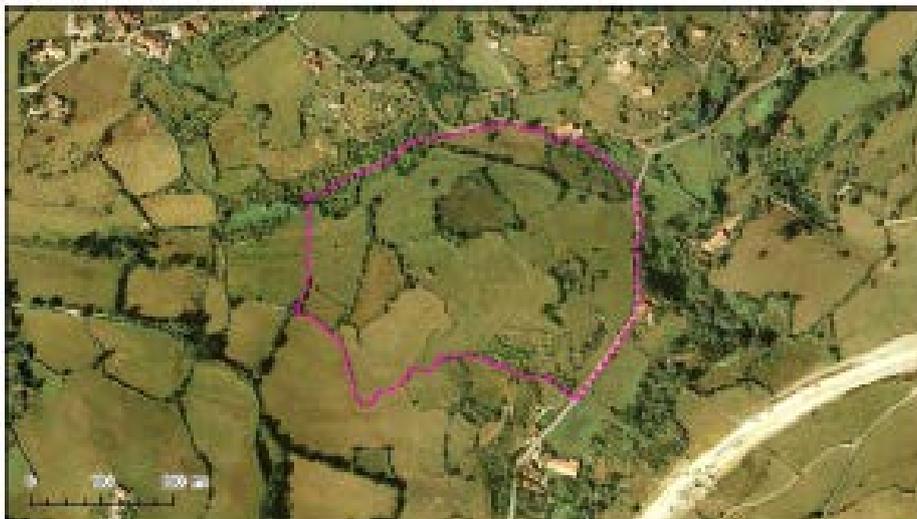
INTEGRAL

SITUACIÓN Y ENTORNO DE PROTECCIÓN DEL ELEMENTO

SITUACIÓN DEL ELEMENTO



ENTORNO DE PROTECCIÓN

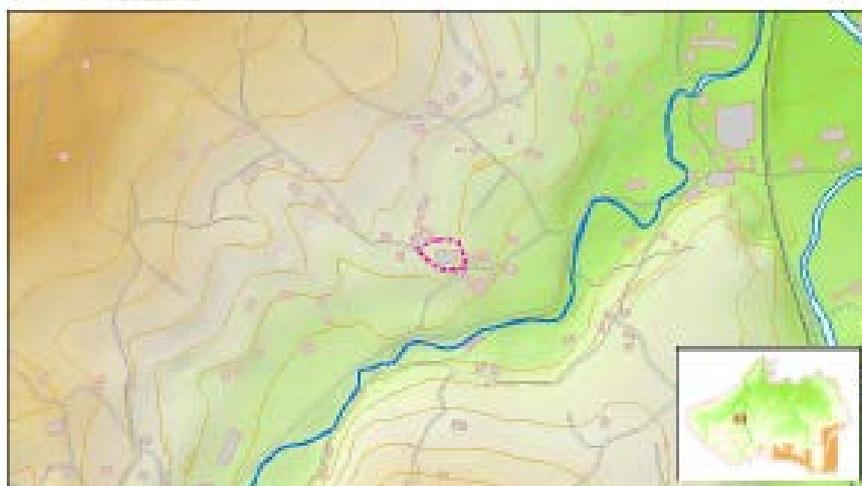


CATÁLOGO URBANÍSTICO DE GIJÓN	
PATRIMONIO ARQUEOLÓGICO	YACIMIENTOS
Distrito/parroquia de L'ABADÍA CENERO	YAC-051201
DATOS DEL ELEMENTO	
Denominación:	ABADÍA DE SAN JUAN DE CENERO
Tipo de yacimiento:	Ermita o iglesia medieval
Coordenadas X:	279118,94
Coordenadas Y:	4820280,47
Catalogaciones precedentes:	Carta arqueológica del concejo de Gijón.
Ref. en catalogaciones precedentes:	Código 24051201

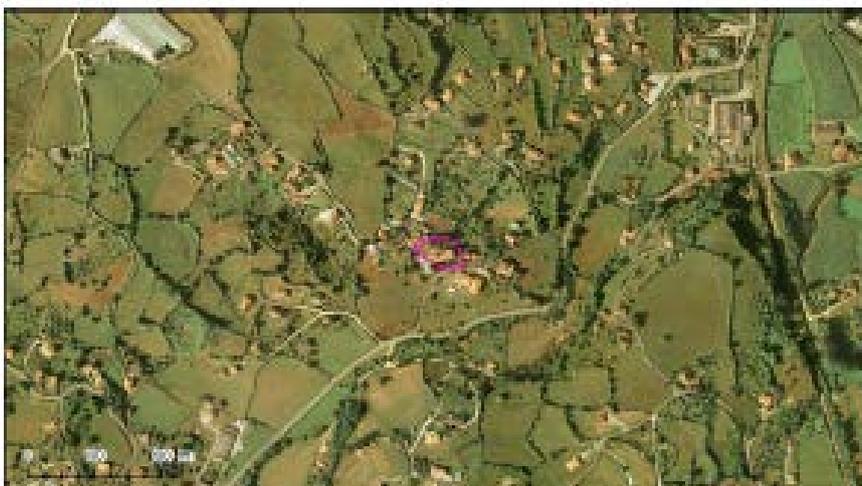
INTEGRAL

SITUACIÓN Y ENTORNO DE PROTECCIÓN DEL ELEMENTO

SITUACIÓN DEL ELEMENTO



ENTORNO DE PROTECCIÓN



Fuente: Catálogo Urbanístico de Gijón

11.2 Población por distritos y parroquias rurales de Gijón (2014)

POBLACIÓN POR DISTRITOS Y PARROQUIAS RURALES			
Cabueñes	1.455	Les Mestes	3.321
Caldones	444	Llavandera	355
Castiello Bernueces	1.113	Montevil	8.739
Ceares / Ciares	16.597	Moreda	2.685
Centro	34.097	Nuevo Gijón / La Peral	4.536
Cimavilla	2.747	Perchera / La Braña	2.704
Contrueces	6.495	Porceyo	688
Deva	717	Puao	214
El Bibio	4.620	Pumarín	17.645
El Coto	10.092	Roces	8.028
El Llano	40.910	Ruedes	125
El Natahoyo	15.795	Samartín de Güerces	320
El Polígono	10.384	San Andrés de los Tacones	162
Fano	211	Santa Bárbara	2.113
Fresno	579	Santurio	270
Granda	671	Serin	290
Jove / Xove	3.287	Somió	7.415
L´Arena	17.323	Tremañes	2.492
L´Abadía Cenero	1.455	Valdornón	192
La Calzada	25.717	Vega	3.503
La Pedrera	740	Veriña	621
Laviada	12.338	Viesques	5.587
Leorio / Llorio	436		

Fuente: Ayuntamiento de Gijón en base a datos del INE (2014)

12. INDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

CAPÍTULO 3

Tabla 1. Viajes de residentes en España realizados por motivos culturales según CCAA de origen.	11
Tabla 2. Gasto total en viajes de residentes en España por motivos culturales según CCAA de origen	12
Tabla 3. Caracterización del visitante de Gijón en función de su procedencia	14
Tabla 4. Procedencia del visitante por comunidades autónomas	14
Tabla 5. Fidelidad al destino.....	17
Tabla 6. Actividades realizadas durante la estancia en Gijón	17
Tabla 7. Lugares de interés turístico visitados en Gijón.....	19
Tabla 8. Centros de interés turístico visitados en Gijón	19
Tabla 9. Servicios turísticos utilizados en Gijón	21
Tabla 10. Resumen de público objetivo	22
Gráfica 1. Visitantes llegados a la ciudad de Gijón entre los años 2008 y 2014.....	13
Gráfica 2. Compañía del viaje a Gijón	15
Gráfica 3. Duración de la estancia.....	16

CAPÍTULO 4

Tabla 11. Clasificación de las parroquias según Ayuntamiento de Gijón.....	24
Tabla 12. Recursos culturales susceptibles de desarrollo en el entorno rural de Gijón	24
Tabla 13. Resumen de recursos turísticos del entorno rural de Gijón	26
Figura 1. Mapa de parroquias rurales de Gijón	23

CAPÍTULO 5

Tabla 14. Nivel cultural de Gijón 2011	31
Tabla 15. Nivel cultural del área rural de Gijón 2011.....	31
Gráfica 4. Pirámide poblacional de Gijón.....	29
Gráfica 5. Pirámide poblacional del área rural de Gijón.....	29
Gráfica 6. Nivel cultural del área rural de Gijón 2011.....	32
Gráfica 7. Nivel cultural de Gijón 2011.....	32
Imagen 1. Los tres pilares del desarrollo sostenible	27
Imagen 2. Población por distritos y parroquias rurales de Gijón 2014.....	30

CAPÍTULO 6

Tabla 16. Resultados por tipo de pregunta formulada.....	35
Gráfica 8. Capacidad de carga del entorno rural de Gijón según nivel de estudios.....	37
Gráfica 9. Capacidad de carga del entorno rural de Gijón según edad	38
Gráfica 10. Capacidad de carga del entorno rural de Gijón según sexo.....	38

CAPÍTULO 7

Figura 2. Captura de los horarios correspondientes a los servicios por la zona rural de de Gijón en la Web de la CTA	45
Figura 3. Captura App Gijón en tu bolsillo.....	46
Figura 4. Rutas y paseos por Gijón	48
Figura 5. Captura agenda de eventos.....	50
Figura 6. Calendario de romerías	51
Imagen 3. Mapa de cercanías de RENFE	43

