

Modelo de desarrollo turístico de un área rural en declive

Cristina ÁLVAREZ SOLÍS

RESUMEN

Estas páginas recogen la experiencia llevada a cabo en una zona rural en declive en la montaña central asturiana, a través de un Plan de Dinamización Turística. Nuestro objetivo es revisar cuáles han sido las etapas realizadas, y en definitiva reflexionar sobre la importancia de tres factores básicos: el **apoyo técnico** elemento indispensable para facilitar la coordinación entre las instituciones y los agentes locales, y para la concepción de un modelo sostenible y adaptado a la idiosincrasia del territorio. El factor **tiempo** para iniciar un proceso que conlleva a veces el aprendizaje de nuevas técnicas, el conocimiento de nuevos públicos, la familiarización con actividades novedosas que requieren un tiempo para conseguir la aceptación de la población. Por último, sin duda, el **recurso económico** imprescindible para materializar las propuestas y la estrategia a desarrollar.

1. INTRODUCCIÓN

En las páginas siguientes se presenta la experiencia que se está llevando a cabo desde principios de 1998 en una zona rural del Asturias tratando de reactivar la economía de la comarca a través de un Plan de Dinamización Turística.

Se trata de explicar cómo se ha establecido un modelo para una zona muy atractiva desde el punto de vista ambiental y paisajístico, con un alto potencial turístico, y que sin embargo no había iniciado hasta este momento un impulso de este tipo de actividad económica.

Tabla 1
EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN 1970-1996

<i>Número de habitantes de los municipios de Proaza, Quirós, Santo adriana y Teverga</i>					
<i>1970</i>	<i>1981</i>	<i>1991</i>	<i>1996</i>	<i>Variación</i>	<i>%</i>
10.805	8.006	5.628	5.390	-5.390	-50,1

FUENTE: SADEI. Reseña de los municipios asturianos, 1997.

SITUACIÓN DE PARTIDA

La unidad territorial formada por los municipios de Proaza, Quirós, Sto Adriano y Teverga ocupa una extensa área central de la Cordillera Cantábrica asturiana, más de 470 kilómetros de los que casi el 68% está por encima de la cota 800 de altitud, disminuyendo de norte a sur entre los 2.400 metros del Macizo de las Ubiñas hasta los 100 metros en el fondo de valle.

Esta característica ha condicionado la economía y la forma de vida de sus habitantes, las actividades agrarias y más recientemente la minería de carbón, han sido tradicionalmente las dos actividades con mayor peso en la generación de rentas y empleo.

La reciente crisis de la minería y el paulatino abandono de las actividades agropecuarias ha provocado retrocesos demográficos gravísimos, más de la mitad de la población abandonó la comarca en dos décadas. La densidad media en la actualidad ronda los 12 habitantes/ km., y esta tendencia negativa continúa como consecuencia del éxodo de la población más joven hacia áreas urbanas del centro de la región en busca de nuevas expectativas de empleo.

Ante esta situación de declive demográfico y económico del área, los agentes sociales han intentado buscar en la potenciación del sector servicios una vía que contribuya a paliar las consecuencias del declive del sector secundario en la zona.

LOS PRIMEROS PASOS EN EL IMPULSO DEL TURISMO

A mediados de los años ochenta desde la iniciativa pública se realizaron algunos intentos para atraer público turístico hacia las zona, aprovechando la dinámica que el turismo rural estaba generando en toda la España.

Dos acciones tuvieron una cierta repercusión en el entorno próximo, por un lado la creación del núcleo de turismo rural de Llanuces, cuya iniciativa partiría del Principado de Asturias y del ayuntamiento de Quirós. Este proyecto piloto tenía como objetivo la rehabilitación de un conjunto de viviendas rurales para alojamiento turístico. A esto se sumaron los otros proyectos municipales que recuperaron también un conjunto de escuelas rurales para convertirse en albergues de juventud.

Este fue sin duda un hito importante que animó a empresarios locales a crear a lo largo de la década siguiente varias casas de aldea.

Destacamos también la creación en el año 1995 de la «Senda del Oso», una pista peatonal y cicloturista con un recorrido actual de 25 kilómetros, que recuperaba el antiguo trazado del ferrocarril minero que circuló por los valles a principios de siglo.

Sin duda estos dos proyectos, fueron durante la última década el referente turístico más próximo y de mayor relevancia. Pero se trataba de dos iniciativas aisladas, que no tenían suficiente calado para generar una dinámica de crecimiento continuo. Se hacía necesario un programa más integral capaz de implicar a todos los agentes clave en un proceso de desarrollo económico; las administraciones locales, la población, y los pequeños empresarios.

2. LA PUESTA MARCHA DE UN PLAN DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA

La Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pyme, lanzaba tímidamente en 1992 una experiencia piloto, los Planes de Excelencia Turística (P.E.T.), con el fin de mejorar la competitividad de destinos turísticos maduros. Los buenos resultados del programa derivaron en la creación en 1996 del programa de Planes de Dinamización, en este caso, dirigidos a destinos emergentes en pequeñas ciudades con importante patrimonio cultural y en territorios con una gran riqueza natural.

El desarrollo de un destino incipiente desde el punto de vista de la sostenibilidad no puede darse si no intervienen todos aquellos sectores que están directa o indirectamente relacionados con la actividad turística, especialmente el comercio, la restauración y la oferta complementaria. La consideración del destino debe hacerse de forma integral, aunque siempre desde una visión turística y por tanto considerando al sector y a los turistas como protagonistas del programa. (Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pyme, 1998.)

Los Planes de Dinamización Turística (P.D.T.) persiguen dar un tratamiento integral tanto al territorio y sus recursos como a todos los agentes implicados: empresas, población y administraciones públicas. Se trata de introducir mejoras que repercutan sobre la totalidad del destino apoyando el desarrollo de equipamientos de ocio y acompañando al sector privado en programas de mejora y diversificación.

Una de las peculiaridades de los planes, es la convicción de que el trabajo debe ser liderado desde la administración local, y que deben primar dos principios: el de **corresponsabilidad** al incorporar al resto de administraciones y agentes privados del destino, el programa se articula a través de un convenio de cola-

Tabla 2
INVERSIONES EJECUTADAS EN EL PERÍODO 1992-1998

<i>Inversiones según el tipo de Plan</i>		
<i>Tipo de Plan</i>	<i>Planes de Excelencia</i>	<i>Planes de Dinamización</i>
Inversión total (millones)	13.794	4.860
Número de municipios o áreas afectados	25	15
Tipo de proyectos	<ul style="list-style-type: none"> • Acondicionamiento de playas. • Señalización. • Dotación de equipamientos urbanos. • Actuaciones de embellecimiento. • Mejor de accesos. • Recuperación de patrimonio y urbanística. • Dotación de zonas verdes. • Diversificación de la oferta. • Mejora de la calidad y formación. • Promoción y difusión. • Gestión y Dinamización empresarial. 	<ul style="list-style-type: none"> • Puesta en valor y uso turístico de recursos. • Recuperación medioambiental. • Creación de nuevos productos turísticos. • Fortalecimiento e integración de la oferta. • Animación del destino y gestión.

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos de la Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y PyMe.

boración entre la administración general, autonómica y local que aportan una financiación paritaria. Y el principio de **sostenibilidad** que debe regir el diseño y la planificación de todas las actuaciones, teniendo en cuenta la capacidad de carga a la hora de crear tanto infraestructuras alojativas como de ocio y comunicación.

Otra característica relevante es la incorporación de un **equipo técnico externo** responsable de la gestión del plan, que trabaja in situ con todos los agentes implicados y que busca la adaptación del modelo a las características concretas de cada destino. Por último la periodificación de las inversiones se extiende a lo largo de un periodo mínimo de tres años.

En total se han puesto en funcionamiento 52 planes en todo el territorio nacional hasta este momento, de los cuales 21 son de dinamización y el resto son de excelencia turística. La tabla siguiente recoge datos de inversión correspondientes únicamente al periodo 1992-1998, según los datos facilitados por el Ministerio de Economía y Hacienda esta asciende a 18.654 millones de pesetas.

La inversión total del P.D.T. de los Valles del Trubia asciende a 255 millones de pesetas, con una aportación anual de 85 millones en el periodo 1998-2000, que se financian entre la Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pyme (35% de los fondos), la Dirección General de Comercio y Turismo del Principado de Asturias (35%) y la Mancomunidad de municipios (30%).

EL DISEÑO DE UN MODELO TURÍSTICO COMARCAL

Los primeros pasos del la puesta en marcha del proyecto irían encaminados a concebir un modelo de desarrollo turístico sostenible adaptado a las características del territorio de los valles del río Trubia.

El desarrollo y puesta en marcha del P.D.T. se llevó a cabo en varias fases, que partían del análisis del potencial de los recursos, la identificación de las zonas de mayor sensibilidad ambiental, la evaluación de la oferta, y el conocimiento de las tendencias de demanda que visitaba la zona. Fases:

- a) Análisis del potencial turístico y evaluación de la oferta.
- b) Diagnóstico.
- c) Diseño del modelo y de las líneas estratégicas.
- d) Ejecución del plan de dinamización.

3. ANÁLISIS DEL POTENCIAL TURÍSTICO

El conocimiento de los tres componentes básicos de la estructura turística; **los recursos, la oferta y la demanda**, debe ser la base fundamental para establecer el sistema turístico de un territorio.

En esta primera fase la atención se centraba en conocer la situación y potencialidad del patrimonio natural y cultural del área y sus posibilidades de transformación en patrimonio turístico. Echaremos mano de algunas definiciones para aclarar los conceptos de recurso y patrimonio turístico:

En este sentido la Organización Mundial del Turismo (1978) distingue dos conceptos claramente diferenciados entre sí:

- **Patrimonio turístico:** *es el conjunto potencial de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas.*
- **Recurso turístico:** *todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda.*

La identificación de los atractivos turísticos es una de las tareas esenciales en el proceso de planificación y consiste básicamente en la elaboración de un listado de recursos y lugares con posibilidades de explotación turística. A lo que posteriormente habrá que sumar una serie de intervenciones de puesta en valor hasta transformarlos en un recurso accesible para la demanda turística.

La mayor dificultad a la hora de elaborar el inventario es la elección de una metodología que permita organizar racionalmente los datos y extraer conclusiones válidas para poder plantear estrategias de utilización. Para nuestro proyecto en los Valles del Trubia, se utilizó el método de la Organización de Estados Americanos (O.E.A.). (LENO CERRO, 1993)

Este modelo construido a partir de la naturaleza del recurso, establece cinco categorías divididas en tipos y subtipos que permite agrupar los elementos en:

- **Recursos naturales.**
- **Recursos culturales.**
- **Folclore.**
- **Realizaciones técnicas.**
- **Eventos programados.**

La diferencia de utilidad e interés entre todos los elementos inventariados así como la imposibilidad de intervenir en todos ellos, requería efectuar **una evaluación sobre la que basar una estrategia y un plan de actuación de puesta en valor de recursos.**

El método de la O.E.A., establece unas categorías de valoración/evaluación en función de la capacidad de atracción de diferentes tipos de público. A

estos criterios se añadieron otros a propuesta del equipo técnico del P.D.T. que se consideraron adecuados para restringir aún más el grupo de recursos sobre el que se iba a actuar, dada la limitación de los recursos económicos para intervenciones en este.

Los criterios que se han tenido en cuenta, y sobre los que se apoyará la evaluación y posterior clasificación son los siguientes:

- Criterios de la O.E.A., establecidos internacionalmente, según los cuales se establecen cuatro categorías:
 - **Categoría 3 o de Excepcional Potencialidad Turística:** recursos con gran potencial de atracción para el mercado turístico internacional.
 - **Categoría 2 o de Alta Potencialidad Turística:** recursos con potencial alto, para motivar corrientes turísticas tanto nacionales como extranjeras, bien sea por sí mismos como en combinación con otros recursos.
 - **Categoría 1 o de Media Potencialidad Turística:** recursos capaces de interesar a un público de un ámbito geográfico cercano, o bien a los visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones.
 - **Categoría 0 o Baja Potencialidad Turística:** recursos con un interés exclusivamente local, sin interés para público externo.
- Criterios del equipo del Plan de Dinamización Turística:
 - **Singularidad:** de un elemento respecto a otros, como sinónimo de particularidad o excepcionalidad.
 - **Estado de conservación:** situación en que se encuentra en la actualidad un recurso.
 - **Temporalidad:** analiza la estacionalidad del uso turístico del recurso y por tanto su importancia en la organización de la oferta permanente.
 - **Accesibilidad:** este criterio define las posibilidades físicas de visitar un recurso.
 - **Fragilidad:** este aspecto indica la mayor o menor capacidad de carga que posee un recurso a la hora de plantear una posible puesta en valor.
 - **Posibilidades de intervención:** criterio múltiple en el que se consideran varios factores como la propiedad del recurso, el coste de un determinado proyecto, las posibilidades de financiación, etc.

Una vez aplicados estos criterios a los recursos inventariados, se procedió a confeccionar una lista en la que se ordenan los distintos tipos de recursos según su potencial turístico.

En líneas generales cabe destacar que la comarca dispone de un nutrido grupo de recursos naturales y espacios protegidos, a los que hay que sumar un importante número de recursos culturales relacionados con el patrimonio arqueológico (cuevas, abrigos y monumentos megalíticos), con el patrimonio histórico-artístico en el que cabe reseñar las ruinas de torres medievales, algunos templos de estilo prerrománico y románico. A lo que hay que añadir una densa red de elementos etnográficos como brañas¹, hórreos, molinos, rabilles², etc...

En la tabla siguiente aparecen los recursos clasificados según su potencialidad y además se han diferenciado por colores aquellos sobre los que el P.D.T. ha decidido realizar actuaciones de puesta en valor.

4. EVALUACIÓN DE LA OFERTA

El objetivo de este punto es conocer la oferta global de la comarca de los Valles del Trubia con el fin de proceder al examen cualitativo y cuantitativo de la situación de las empresas turísticas.

Principalmente, se trata de realizar un análisis de la situación que permita evaluar los principales obstáculos y estrangulamientos para, posteriormente, proponer las principales acciones de mejora y diversificación a realizar con el fin de que las infraestructuras sean las adecuadas a la hora de desarrollar diferentes productos dentro de las estrategias propuestas.

La metodología consistió en consultar fuentes secundarias, básicamente datos recogidos por la Dirección General de Comercio y Turismo del Principado de Asturias, así como los listados de I.A.E de los Ayuntamientos, obteniendo así unas primeras estimaciones sobre el número aproximado de empresas, y su localización geográfica. Durante el trabajo de campo se han complementado estos datos con fuentes primarias, a través de los datos recabados con realización de visitas y entrevistas a empresarios.

¹ Braña: area de pastos de verano con cabañas de tejado de paja o teja.

² Rabil: molino de mano para la escanda.

Tabla 3. RECURSOS SEGÚN SU POTENCIALIDAD TURÍSTICA

<i>Categorías de la O.E.A.</i>	<i>Excepcional</i>	<i>Alta</i>	<i>Media</i>	<i>Baja</i>
Recursos naturales	Sierra de Aramo (#) La Cueva Huerta (*) Macizo de Ubiña (#) Fauna protegida (oso, urogallo) Lugares para la práctica de deportes de aventura	Desfiladero de la xanas (*) El Puerto de Marabio (*) Pico Caldoveiro (#) Desfiladero de Peñas Juntas (Proaza) Desfiladero de Valdecerezales (Teverga)	Roble de Bermiego (*) Teixo de Bermiego (*) Bosque autóctono de Taja Acebales de Agüería Embalse de Valdemurio Bosque de Lindes en Quirós Hayedo de Montegrande	Desfiladero de Valdemurio (Quirós)
Recursos culturales		Conjunto medieval de Bandujo Camín Real de la Mesa. Vía prerromana (Teverga) Abrigos y grabados de Tuñón (Sto. Adriano) Abrigos y grabados de Fresnedo (Teverga)	Iglesia de Sto. Adriano de Tuñón, s. IX Iglesia de S. Pedro de Arrojo, s. XIII-XIV Iglesia de Sta. María de Villanueva, s. XI y XII Colegiata de San Pedro, s. XI Santuario de Ntra. Sra. del Cébrano, s. XVIII Museo etnográfico de Quirós Exposición y Casa del Oso Torreón del Campo, s. XV	Conjunto megalítico de la Cobertoria (Quirós) Palacio de Valdecarzana, s. XVI (Teverga) Palacio de los Miranda Llanuces (Quirós) Casa de los Quirós en Arrojo (Quirós) Casa de los González-Tuñón, s. XVIII (Quirós) Palacio de los Conces de Agüera, s. XVII-XVIII (Teverga)
Folclore		Conjunto de arquitectura tradicional de Villamejín Conjunto de arquitectura tradicional de la Focella Conjunto de arquitectura tradicional Villa del sub Conjunto de hórreos de Bermiego en Quirós Brañas y conjunto etnográfico de Tuiza Brañas y conjunto etnográfico de las Navariegas Brañas de Fonfría Braña de Cortes	Artesanía agroalimentaria: pan de escanda y queso de bota	
Realizaciones técnicas	Senda del Oso (antiguo ferrocarril convertido en vía cicloturista)	Poblado minero de Santianes (Teverga)	Hornos de Coq de La Fábrica (Quirós)	Instalaciones mineras de Sta. Marina (Quirós)
Acontecimientos		Fiesta del Cordero (Quirós)	Fiesta de la Virgen del Alba (Quirós) Mercado tradicional y festival folk (Sto. Adriano) Mercado ganadero «La feriona» (Teverga)	

(#) Espacios protegidos con la categoría de «paisaje protegido». (*) Espacio protegido con la categoría de «monumento natural». Recurso sobre lo que se actúa.

Tabla 4
CUADRO DE EMPRESAS TURÍSTICAS EN 1998

<i>Modalidad de establecimiento</i>	<i>Número establecimiento</i>	<i>Número plazas</i>	<i>Dimensión media (plazas)</i>
Hoteles + y ++	2	38	19
Pensiones	2	31	15,5
Casas rurales	14	79	5,6
Apartamentos	8	58	7,2
Albergues	4	146	36
Total alojamiento	30	352	11,7
Alquiler bicis y caballos	4		
Otras empresas	1		
Total actividades	5		
Bares	38		
Total restaurantes	10	445	44,5

FUENTE: Elaboración propia a partir de los datos proporcionados por la D.G. de Comercio y Turismo.

VALORACIÓN DE LA OFERTA DE SERVICIOS:

- El conjunto de la oferta está formado por unas 45 empresas entre alojamiento, animación y restauración a lo que habría que añadir los bares.
- En general el volumen de la oferta es reducido, 352 plazas de alojamiento en un territorio de casi 500 kilómetros.
- Poca diversidad de oferta, sólo el 10% de total de plazas corresponde a establecimientos hoteleros, mientras que en el apartado albergues se encuadran casi el 40% de la capacidad total de alojamiento turístico.
- La dimensión media es de 11 plazas, unas 5 habitaciones por establecimiento, lo que indica niveles bajos de rentabilidad y, a menudo, actividad complementaria de otras.
- En cuanto a modalidades, no existe ningún establecimiento hotelero en categoría superior a dos estrellas, tampoco hay camping a pesar de ser un área propicia para el segmento de público practicante de actividades al aire libre.
- Valorando el estado de las instalaciones y servicios, cabría destacar que los establecimientos de restauración presentan en general aspectos obsoletos en cuanto a decoración y estado general de las instalaciones.
- Niveles bajos de cualificación y formación específica en materia de hostelería y turismo.

- Escasos esfuerzos en tareas de promoción y comercialización de la oferta. Tan sólo cabe mencionar los folletos turísticos de carácter municipal editados por los Ayuntamientos, y la presencia esporádica en alguna feria regional.
- La organización asociativa es mínima, y se reduce a una asociación de carácter local.

5. DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO

Tabla 5
DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO DE LA COMARCA VALLES DEL TRUBIA

Debilidades	<ul style="list-style-type: none"> — <i>Población escasa y tendencia al despoblamiento, Falta de iniciativa empresarial.</i> — <i>Dificultad de acceso al patrimonio natural y cultural por falta de señalización, información y material de apoyo.</i> — <i>Oferta en alojamiento y restauración dispersa y atomizada.</i> — <i>Bajo nivel de profesionalización del sector turístico.</i> — <i>Instalaciones de baja calidad en empresas de restauración.</i> — <i>Escaso número de plazas hoteleras.</i> — <i>Funcionamiento temporal (2 meses de verano) de las oficinas de turismo.</i> — <i>Escasa, en algunos casos nula, coordinación entre los empresarios locales.</i> — <i>Falta de identidad como destino turístico, inexistencia de una imagen turística.</i> — <i>Material promocional de contenido localista.</i> — <i>Escasa o nula presencia de la comarca en eventos de promoción turística.</i>
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> — <i>Competencia de comarcas limítrofes con una potente imagen turística en especial, el Parque Natural de Somiedo. Y la comarca de Babia en León.</i> — <i>Nivel de calidad medio-bajo de la oferta frente a competidores próximos, con estándares de calidad más altos.</i> — <i>Existencia de programas de desarrollo (Leader y Proder) en otras comarcas asturianas con similar atractivo.</i>
Fuerzas	<ul style="list-style-type: none"> — <i>Inclusión en el Plan de ordenación de los recursos naturales de Asturias (PORN) de un importante número de recursos.</i> — <i>Excepcionales recursos paisajísticos, naturales, faunísticos y cinegéticos.</i> — <i>Buenos recursos culturales y etnográficos.</i> — <i>Buena localización geográfica en el centro de la región.</i>

Tabla 5 (Continuación)

<ul style="list-style-type: none"> — Existencia de una pequeña red de alojamientos rurales. — Existencia de especies protegidas totémicas como el oso. — Notoriedad de la Senda del Oso, a nivel regional y nacional. — Buen nivel de rentas, a pesar de la escasa iniciativa empresarial.
--

<p>Oportunidades <i>Puesta en marcha de un Plan de Dinamización Turística.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> — Posibilidad de solicitar un programa tipo LEADER a medio plazo. — Búsqueda de la cooperación con zonas próximas, para consolidar un destino turístico de naturaleza. — Tendencia al crecimiento de la demanda de productos de turismo de naturaleza y rural. — Posible creación de un Parador en uno de los municipios de la comarca.
--

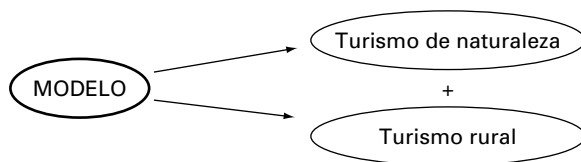
6. FORMULACIÓN DEL MODELO

A la vista de la capacidad turística de la zona y dadas las características de los recursos se decidió adoptar una estrategia basada en el conjunto de recursos naturales y los de carácter cultural-etnográfico, fomentando la concepción de un sistema de **productos temáticos en el vértice de cada uno de los valles**.

La riqueza y variedad de recursos turísticos permitía orientar una estrategia de varios productos s interrelacionados entre sí de modo que se lograra una distribución del flujo turístico por toda la comarca, evitando puntos de saturación. De modo que se logre un efecto «billar» invitando al turista a realizar desplazamientos a varios lugares de un mismo valle o a más de uno.

El modelo diseñado está pensado para facilitar la accesibilidad física e intelectual del visitante al recurso, a través de un entramado de acciones de presentación, señalización, apertura de centros de interpretación, y edición de materiales de apoyo.

MAPA DE DISTRIBUCIÓN COMARCAL DE PROYECTOS



Objetivos:

- Poner en valor de los recursos más singulares.
- Crear una red de centros temáticos.
- Mejora de la oferta actual, y fomento de nueva oferta.
- Creación de una marca turística.
- Realizar una campaña de promoción.
- Apoyar la creación de estructuras asociativas.
- Mejorar la cualificación del sistema empresarial.

Claves del modelo:

Para el desarrollo se han tenido en cuenta los siguientes principios a la hora de distribuir los fondos de inversión y de dimensionar los proyectos de intervención:

- **Equilibrio territorial.** Búsqueda de la distribución de flujos por todos los valles proponiendo para ello actuaciones en todo el territorio.
- **Sostenibilidad.** Localización de los proyectos en el fondo de los valles y en áreas antropizadas, evitando la alteración de los hábitat de especies protegidas. Reutilización de inmuebles situados en núcleos para albergar oferta e infraestructuras turísticas.
- **Capacidad de carga.** Pequeña dimensión de los equipamientos de ocio y de la nueva infraestructura alojativa, buscando su integración en el entorno.
- **Búsqueda de la rentabilidad.** Los equipamientos de carácter público (centros de interpretación, instalaciones recreativas y deportivas) están diseñados de modo que combinen una oferta de servicios que permita la autofinanciación del equipamiento. Así todos ellos cuentan con una zona de bar, tienda, área didáctica, etc., que permita generar recursos económicos para su mantenimiento.
- **Gestión en red.** Para ello está prevista la creación de un ente gestor, una estructura mixta (público-privada) responsable de la gestión y/ o coordinación de los equipamientos recreativos, el mantenimiento de los senderos, edición de material de promoción, etc..

7. DISEÑO DE LAS MEDIDAS ESTRATÉGICAS

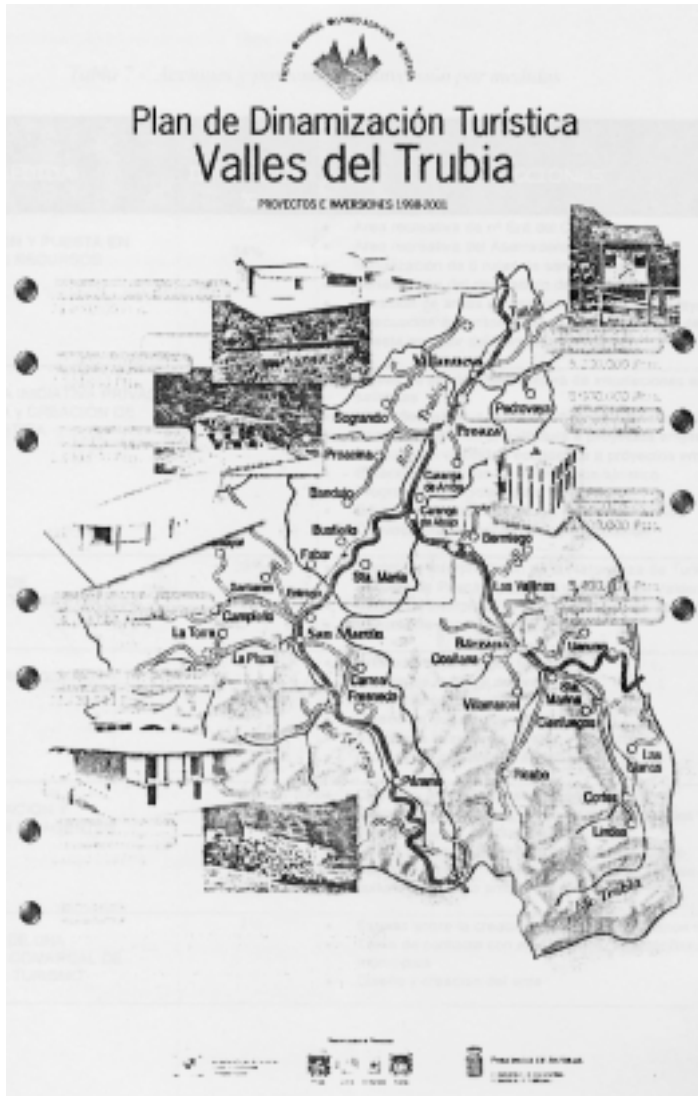
A partir de las necesidades y debilidades detectadas en las fases de evaluación y en el diagnóstico se procedió a realizar una propuesta de intervenciones a realizar en tres años. Cinco grandes líneas estratégicas desarrollan el modelo turístico de los Valles del Trubia.

Tabla 6
CUADRO RESUMEN DE MEDIDAS ESTRATÉGICAS

<i>Medidas estratégicas</i>	<i>Programas de intervención</i>
1. Adecuación y puesta en valor de los recursos	<ul style="list-style-type: none"> • Adecuación de entornos de monumentos y espacios de acogida. • Creación de áreas de recreo. • Señalización de recursos. • Señalización de rutas de históricas y paisajísticas.
2. Apoyo a la iniciativa privada en la mejora y creación de oferta turística	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de mejora de instalaciones para empresas turísticas. • Fomento de nueva oferta de servicios. • Ampliación de los periodos de apertura de las oficinas de turismo. • Programa de reciclaje y profesionalización del sector.
3. Creación de infraestructuras públicas	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura de centros de interpretación. • Creación de equipamientos deportivos y de ocio.
4. Plan de promoción	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de una imagen turística. • Diseño de una campaña de lanzamiento del destino. • Asistencia a eventos de promoción.
5. Sensibilización y dinamización de agentes locales	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de contactos con la población local. • Fomento del asociacionismo. • Concepción de proyectos para implicar a jóvenes desempleados de la comarca.
6. Creación de una estructura comarcal de gestión del turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de una estructura de gestión del destino. • Fomento de la participación público-privada en tareas de gestión y promoción.

En el mapa se presentan los proyectos en los que se ha materializado los programas de intervención y cómo se ha buscado el equilibrio territorial en la distribución de los mismos, forzando de este modo el tránsito de la demanda turística por toda la comarca.

Figura 2
MAPA DE DISTRIBUCIÓN COMARCAL DE PROYECTOS FINANCIADOS POR EL P.D.T.



En la tabla siguiente se puede observar la aplicación de fondos por cada línea estratégica y el conjunto de acciones que implementan cada estrategia. Si bien hay que considerar que aún resta casi un año de ejecución es posible incorporar o modificar algunas acciones.

Tabla 7
ACCIONES Y PORCENTAJE DE INVERSIÓN POR MEDIDAS

Medida	Inversión %	Acciones
1. Adecuación y puesta en valor de los recursos	34%	<ul style="list-style-type: none"> • Área recreativa de nª Sra del Cebrano. • Área recreativa del Aserradero. • Señalización de 6 rutas de senderismo. • Señalización del desfiladero de las Xanas. • Creación de áreas de aparcamiento en Pedroveya y Xanas. • Adecuación del entorno del museo etnográfico de Quirós. • Puesta en valor del Torreón del Campo.
2. Apoyo a la iniciativa privada en la mejora y creación de oferta turística	17%	<ul style="list-style-type: none"> • Líneas de ayudas para mejora de instalaciones en empresas turísticas. • Línea de ayudas a la creación de nuevas empresas. • Asesoramiento en arquitectura a proyectos empresariales. • Asesoría en viabilidad económica a proyectos empresariales. • Creación de puntos de información turística. • Programa de reciclaje para personal. • Programa de especialización para empresarios. • Convocatoria de becas de especialización.
3. Creación de infraestructuras públicas	39%	<ul style="list-style-type: none"> • Centro de Interpretación de la Naturaleza de Tuñón. • Escuela de Pesca y pantalán deportivo en Valdemurio. • Centro de interpretación del patrimonio de Teverga. • Escuela de escalada del Llano.
4. Plan de promoción	6%	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de la imagen turística. • Edición de material de promoción. • Diseño de página web. • Diseño de material de merchandising. • Asistencia a ferias de turismo y workshops. • Relaciones con prensa especializada.
5. Sensibilización y dinamización de agentes locales	2%	<ul style="list-style-type: none"> • Charlas y actos de presentación del P.D.T. • Exposición de paneles y maquetas de proyectos turísticos. • Jornadas sobre asociacionismo. • Visitas a comarcas piloto en desarrollo turístico. • Taller de empleo « nuevos yacimiento de empleo para la cultura y el medio ambiente».
6. Creación de una estructura comarcal de gestión del turismo	2%	<ul style="list-style-type: none"> • Estudio sobre la creación de un ente de gestión turística. • Toma de contacto con empresarios, asociaciones y municipios. • Diseño y creación del ente.

BIBLIOGRAFÍA

- LENO CERRO, F. (1993): *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Madrid.
- SECRETARÍA DE ESTADO DE COMERCIO, TURISMO Y PYME (1998): Planes de Excelencia y Dinamización Turística. Ministerio de Economía y Hacienda, Madrid.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (1993): Desarrollo Turístico Sostenible, guía para planificadores locales. World Tourism Organization, Madrid.
- WORLD TOURISM ORGANIZATION (1995) Concepts, definitions and classifications for tourism statistics. The World Tourism Organization, Madrid.