

## **CALIDAD EN LA GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL Y PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS MUNICIPALES \***

### **1. OBJETIVOS, PERFIL DE LOS CURSILLISTAS Y PROGRAMA LECTIVO**

Se resumen adecuadamente en el programa divulgativo elaborado por la Sociedad Mixta de Turismo y Festejos de Gijón quien realizó su distribución segmentada entre aquellas instituciones públicas y empresas turísticas privadas hacia cuyos funcionarios y responsables iba dirigido el curso.

### **2. PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO**

En función del tiempo disponible se realizó un planteamiento del Curso que perseguía:

1.º—Ofrecer una visión integrada de las fases de diagnóstico o reflexión y de estrategias de actuación y programas de intervención evaluados, estableciendo no solamente los marcos teóricos, principios y políticas sino descendiendo a métodos y técnicas en todos los procesos.

2.º—Contemplar la gestión turística municipal indisolublemente unida a procesos científicos de investigación de todas las variables turísticas principales (oferta, demanda, transporte, comercialización, etc...), a la ordenación del territorio, planificación económica y marketing turístico, a la gestión medioambiental y a un criterio general de detención de la calidad turística en todas las intervenciones. A estos efectos sirvió como marco inicial de referencia la exposición realizada por la Sociedad Mixta de Turismo y Festejos del Proyecto de Plan de Excelencia Turística de Gijón.

3.º—Obtener de los cursillistas la máxima atención y, especialmente, participación, no solo promoviendo coloquios continuos y abiertos y mesas redondas, sino con la formación de tres grupos de trabajo que reflexionaron sobre las materias tratadas por el profesorado fueron capaces de elaborar conclusiones sobre supuestos específicos de intervención en el ámbito turístico del municipio de Gijón.

4.º—Proporcionar el máximo material de trabajo posible en relación con las intervenciones de los distintos profesores y materias tratadas en el curso, con la inestimable ayuda de la Sociedad Mixta de Turismo y Festejos que realizó miles de fotocopias, las organizó y distribuyó a todos los participantes.

---

\* Escuela Oficial de Turismo y Sociedad Mixta de Turismo y Festejos de Gijón, con el patrocinio del Fondo Social Europeo. Gijón, 14 al 19 de julio de 1997

### 3. SUPUESTOS PLANTEADOS Y PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN A CARGO DE LOS PARTICIPANTES

#### 3.1. SUPUESTOS PLANTEADOS

- a) Intervenciones para mejorar la oferta turística de Gijón: alojamiento, restauración, equipamiento, etc.
- b) Intervenciones para mejorar el conocimiento de la demanda turística de Gijón.
- c) Identificación, por rangos, de los cinco productos turísticos principales de Gijón.
- d) Identificación, por rangos, de los tres mercados emisores potencialmente más interesantes para los productos del apartado c).
- e) Propuestas de comercialización para los productos y mercados prioritarios.
- f) Identificación de cuatro zonas del municipio de Gijón donde es preciso intervenir para su regeneración medio-ambiental y propuestas de intervención.

#### 3.2. PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN (SÍNTESIS)

##### a) *Mejora de la oferta turística de Gijón*

- Incentivo del «Gijón gastronómico», con certificados de calidad para los restaurantes y sidrerías.
- Potenciar el turismo rural en el municipio, con mayor promoción, donde se destaquen las costumbres y el folklore locales.
- Desarrollar la oferta deportiva náutica y de golf, con campeonatos de fama nacional e internacional.
- Utilizar el «Pueblo de Asturias» para ofrecer todo tipo de actividades para la mejor interpretación de la cultura asturiana.
- Crear aparcamientos disuasorios, estratégicamente situados para evitar las aglomeraciones de tráfico y facilitar los traslados a pie de los turistas y ciudadanos.
- Continuar con la mejora de la calidad urbana, rehabilitaciones, mejora de la limpieza, recuperación de espacios industriales, adecuación y creación de zonas verdes (entradas a Gijón, especialmente por la autopista), promover más la oferta cultural.
- Potenciar los sistemas de saneamiento, especialmente Piles-Playa de San Lorenzo.
- Promover certificaciones de calidad medio ambiental para las empresas de todo tipo instaladas en el municipio de Gijón, especialmente controlando en paralelo a las que contaminen en la actualidad. Realizar análisis permanentes de la calidad de las aguas (potables y marinas).
- Reforzar las líneas de autobuses, especialmente hacia las zonas rurales.

- Realizar el «Inventario Medio Ambiental del Municipio de Gijón», balance de la situación actual, déficit medio ambiental, políticas y acciones para corregirlo y la inversión necesaria.
  - Promover una política de «Educación Medio Ambiental» en todos los niveles públicos y del sector privado, además de en la población: «evitar para no descontaminar».
  - Incentivar aún más los espacios y equipamientos deportivos para usos públicos y turísticos (canchas de tenis, deportes náuticos, pistas de atletismo, piscinas y otros).
  - Encuestas entre los establecimientos que componen la oferta turística de Gijón en alojamiento, restauración y equipamientos recreativos-deportivos, con el criterio de seleccionar aquella que quede (?) «avalarse turísticamente», las necesidades de remozamiento, mejoras, ampliaciones o nuevas construcciones y otros factores.
  - Reforzar aún más los servicios de información turística, especialmente en los mercados emisores (redes informáticas, agentes distribuidores, etc.).
  - Análisis de la oferta de servicios urbanos municipales y de las empresas turísticas a través de encuestas trimestrales entre ciudadanos de Gijón y turistas, para determinar la suficiencia y calidad de los servicios y medidas correctoras.
  - Rehabilitación arquitectónica y medio ambiental con planes integrados en el ayuntamiento de Gijón, entidades financieras, propietarios privados, entidades culturales, mecenazgo y otros.
  - Potenciar los miradores y centros de observación en los alrededores de Gijón («ruta fotográfica» o «safaris fotográficos»).
  - Creación de una «red de llagares o sidrerías» en torno a Gijón, bien señalizada para vender como ruta turística.
  - Actividades próximas a la playa y en relación con la misma, como creación de un gran acuario e interpretación de especies marinas.
  - Creación de una red de pequeños senderos que partiendo del casco urbano se dirijan a las parroquias de los alrededores.
  - Recuperación de la zona del Museo Arqueológico de la Campa de Torres (vegetación, paseos a pie, etc...).
  - Creación de un balneario de curación a través del empleo de materias marinas (algas, etc.), agua del mar y especialistas.
  - Organización de un autobús turístico que recorra la ciudad mostrando los recursos más importantes, incluso haciendo algunas paradas para fotografías o degustación de sidra.
  - Creación de un parque de interpretación del prerrománico.
  - Potenciar a las agencias de receptivo y empresas de animación turística, transporte, etc.
  - Desarrollo permanente de cursos de formación y capacitación del empleo turístico a todos los niveles y en todas las instalaciones (hoteles, restaurantes, transporte, agencias, etc.).
-

- Desarrollo del producto «congresos/ferias» y de las instalaciones para hombres de negocios (públicas municipales y dentro de los hoteles).
- Evitar que la policía municipal persiga y perjudique sobre todo a los turísticas (ORA) que llegan a Gijón, «persecución de matrículas de fuera de la región».
- Crear un sello de calidad aplicable a la oferta de alojamiento y a los restaurantes, con criterios técnicos y que se pueda avalar oficialmente y apoyar con facilidades financieras y promocionales.

b) *Intervenciones para mejorar el conocimiento de la demanda turística de Gijón*

- Realizar una investigación cuantitativa y cualitativa de la demanda turística de Gijón por segmentos (verano, congresos y negocios, rural, etc.) y épocas (verano, primavera, otoño e invierno), alojada en establecimientos comerciales y en casa de familiares y amigos.
- Realizar una investigación cualitativa y cuantitativa de la demanda turística de Gijón en los tres o cuatro principales mercados emisores, y sobre las bases de las muestras que ya se realizan en Gijón.
- Sobre las bases de las encuestas o investigaciones en Gijón y principales centros establecer:

Mercados y clientes objetivos  
 Posición competitiva  
 Plan de marketing

- Análisis de la evolución de la demanda a nivel nacional y mundial para adecuar la oferta turística de Gijón y los productos competitivos potencialmente más interesantes.
- Crear un sistema de información estadística a base de los libros registro de los hoteles y con encuestas periódicas. Complementar el sistema con las oficinas de turismo municipales.
- Mejorar las metodologías de las encuestas, la formación de los encuestadores y realizar encuestas mensuales entre la demanda que visita Gijón. Realizar muestreos telefónicos en los principales mercados emisores para Gijón.

c) *Identificación por rangos de los cinco productos turísticos principales de Gijón*

- El producto turístico señalado por los participantes con rango 1.º, o más importante fue «la oferta cultural» en sentido global, por 7 de las 19 res-

puestas, equivalente a un 36,8 %, también fue situado en el rango 2.º por 4 participantes, 21 %, en el rango 3.º por 2, 10,5 %, y en el 4.º por 2, otro 10,50 %. Este producto turístico, en el conjunto de rangos fue identificado entre los más importantes para Gijón, por 15 de los 19 que respondieron, es decir, un 78,9 %.

- El producto turístico señalado en segunda posición fue el de «playa», con una participación del 21 %, con otro 10,5 % que lo sitúa en 2.º lugar y un 10,5 % en 5.ª posición. En su conjunto, el recurso playa fue citado por 10 de 19 cursillistas que respondieron a la pregunta, o sea, un 25,6 %.
- El producto «deportes náuticos/actividades ligadas al mar» se sitúa en tercera posición, con el 15,6 % que lo colocan en los dos primeros rangos y un 42 % en el rango tercero. En su conjunto fue citado por 12 de los 19 cursillistas, o sea, un 63 %.
- En cuarta posición se sitúa el producto turístico «gastronomía», citado en segundo grado por un 15,8 %, en tercero y cuarto por un 31,6 %. En su conjunto se cita por el 42 % de los participantes.
- En quinta posición se coloca el «ambiente nocturno/actividades lúdicas», citado en tercer y cuarto rangos por un 31,6 % y en su conjunto por un 36,8 % de los cursillistas que respondieron.

#### *d) Identificación de los tres mercados turísticos emisores más interesantes*

- Los diecisiete cursillistas que respondieron a esta cuestión señalaron como mercado emisor potencialmente más interesante para Gijón a «Madrid» con un 26 % que lo sitúa en el primer rango y un 23,5 % en segundo. En su conjunto este mercado fue citado por el 76,5 %.
- El segundo mercado más interesante es el de las provincias limítrofes «León, Galicia y Santander» que junto con las provincias del «Norte de España» alcanza un 17,6 % para el primer rango, otro 17,6 % para el segundo.
- Para el rango tercero existe casi una igualdad entre «periferia asturiana/res-todo de Asturias», con un 6 % citado en primera posición, 12 % en segunda, 6 % en tercera y 12 % en cuarta, y los mercados «valenciano y catalán» con 6 % citado en segunda posición y 35,5 % en tercera posición.
- Los mercados «andaluz», en cuarta posición, y «belgas y franceses» en quinta posición, junto a Portugal.

#### *e) Propuestas de comercialización*

La relación de acciones de comercialización citadas por los cursillistas fue la siguiente:

- Contratación de espacios publicitarios en los mercados emisores principales.
- Incorporar el destino Gijón en INTERNET.
- Instrumentar acuerdos de comercialización con «tour operators» de Madrid y otros centros emisores.
- Creación de una imagen de marca de Gijón como destino turístico.
- Convertir a Gijón en punto de partida para recorridos turísticos por Asturias en paquetes de siete días a vender en Europa, Madrid y resto de España.
- Constituir productos y paquetes turísticos conjuntamente con el sector privado local, los tour operadores y apoyos del Ayuntamiento (Sociedad Mixta de Turismo y Festejos) y venta en los mercados emisores.
- Creación de una central de reservas de todas las plazas de calidad en tiempo instantáneo, ligado a Internet y a los sistemas de reservas informáticos.
- Crear un tour operador desde Gijón para comercializar el municipio y resto de Asturias. (AVIACO + AIR EUROPA + RENFE + ALSA + HOTELES + CASONAS + RESTAURANTES + SERVICIOS GUIAS, etc.).
- Presencia de Gijón en todos los stands de ferias turísticas importantes, destacando naturaleza y gastronomía.
- Potenciación de la comercialización directa, con empresas, clubes, instituciones y agencias de distribución.
- Definición de un imagen de marca a modo de marco general donde se sitúen todas las acciones comerciales.
- Creación de paquetes «temáticos».

*f) Identificación de cuatro zonas del municipio de Gijón donde es preciso intervenir para su regeneración medio-ambiental*

- Deva: accesos y senderos.
- Campa de Torres (vegetación, accesos, miradores)
- Puerto deportivo.
- Costas y playas: Montaña, Serín, Tazones (sic).
- Saneamientos de ríos.
- Vistas de las entradas a Gijón.
- Política de reciclaje de materiales.
- Barrio de Cimadevilla: rehabilitación, limpieza de fachadas, alumbrado, papeleras y carteles informativos.
- Recogida selectiva de basuras, tanto a nivel de población como de las empresas turísticas.
- Intervención en el litoral: puesta en funcionamiento de al menos dos depuradoras, recuperación de escombreras.

- Reforestación de algunos espacios rurales.
- Parques de la zona Este (Isabel La Católica).
- Recuperación de la escombrera de La Camocha.
- Recuperación de zonas industriales en desuso para incorporarlas a actividades de los ciudadanos.
- Evitar la contaminación de los autobuses urbanos.
- Política de rehabilitación arquitectónica y medio ambiente en el casco histórico y resto de Gijón.
- Recuperación de espacios urbanos y mayor dotación de zonas verdes.
- Creación de una red de miradores paisajísticos en torno a Gijón.
- Creación de más áreas recreativas.
- Ordenación del espacio rural gijonés para utilización de los residentes en la capital y los turistas.

De esta relación de intervenciones medio ambientales la mayor coincidencia de propuestas fue sobre:

- Barrio de Cimadevilla.
- Parque Deva.
- Saneamiento de las aguas.
- Política de rehabilitación de edificios y regeneración de espacios industriales y urbanos.

## CONCLUSIONES AL CURSO (DIRECCIÓN Y COORDINACIÓN)

Metodológicamente se planteó un curso ambicioso para las 35 horas lectivas disponibles, que exigió del profesorado un esfuerzo importante para ofrecer marcos teóricos, visión de conjunto e integrada del turismo (territorial, medio ambiental y económica) y descender al nivel de métodos y técnicas.

Por parte de los cursillistas, generalmente acostumbrados a los cursos/ponencias o intervenciones múltiples y monográficas de los distintos y numerosos profesores, este curso exigió una gran capacidad de concentración, esfuerzo de reflexión, capacidad de síntesis y la tarea siempre difícil de escribir y transformar en propuestas concretas para Gijón sus propias experiencias y los conocimientos o temas tratados.

Se considera que este curso ha constituido una experiencia interesante tanto para la Escuela Oficial de Turismo, el profesorado y los cursillistas y puede servir de modelo con las debidas adaptaciones y mejoras para otros cursos en otras ciudades de España.

Los interesantes resultados alcanzados no hubiesen sido posibles sin la decisiva intervención y apoyo del equipo coordinador de la Sociedad Mixta de Turismo y Festejos de Gijón que realizó las siguientes intervenciones principales:

- Captación de un número de cursillistas que superó el máximo normalmente admitido para este tipo de cursos, con el perfil adecuado a la metodología planteada.
- Elaboración de un folleto divulgativo que en calidad y claridad puede calificarse como de los mejores editados hasta el momento.
- Apoyo completo en medios audiovisuales, fotocopias, distribución de documentación e incluso preparación mecanografiada de textos de los ponentes.
- Difusión importante de los cursos (apertura y clausura) en noticias en TV local, radio nacional y toda la prensa asturiana.
- Marco de prestigio para el desarrollo del curso y entrega de diplomas (Centro Cultural Antiguo Instituto).
- Extraordinaria hospitalidad con los profesores desplazados desde Madrid (hoteles, gastronomía y apoyos).
- Brillante exposición del Proyecto de Plan de Excelencia Turística del Municipio de Gijón.

Raúl ÁLVAREZ CUERVO