



## SEGUIMIENTO DE PRODUCTOS ESTRATEGICOS

Fuentes:

Sistema de Información Turística de Asturias (SITA)

Instituto Nacional de Estadística (INE)

Sociedad Pública de Gestión y Promoción Turística y Cultural del Principado de Asturias, SAU

Consejería de Cultura, Política Lingüística y Turismo

Consejería de Desarrollo Rural, Agroganadería y Pesca



El **Programa de Turismo Sostenible del Principado de Asturias 2020, PTSPA 2020**, constituye la hoja de ruta para definir el modelo turístico del territorio con horizonte 2020.

El Principado de Asturias vela por el desarrollo de la región, estableciendo como **principios generales** del PTSPA 2020 la **sostenibilidad, el equilibrio territorial, la internacionalización y la desestacionalización**.

El turismo ha de consolidarse en Asturias como un potente motor de desarrollo socioeconómico y cultural, con capacidad para diversificar la economía, generar riqueza, crear nuevos empleos, favorecer la fijación de población en los entornos rurales, incrementar el orgullo de pertenencia, contribuir a la conservación y puesta en valor de su patrimonio natural y cultural, y, en definitiva, mejorar la calidad de vida tanto de los asturianos como de las personas que eligen Asturias como destino de sus vacaciones.

El Programa se basa en **9 productos turísticos estratégicos**, que son:

- **Ciudades de Asturias, con el turismo de compras y cruceros**
- **Costa y Pueblos Marineros**
- **Los Caminos A Santiago**
- **Turismo Activo y Deportivo**
- **Turismo Cultural, que incluye el turismo religioso**
- **Turismo Gastronómico**
- **Turismo Industrial**
- **Turismo de Naturaleza, que incluye el ecoturismo**
- **Turismo Rural, que incluye el turismo etnográfico y el agroturismo**

**1.1 PLAN DE PRODUCTO TURÍSTICO ESPECÍFICO: CIUDADES DE ASTURIAS**

INDICADORES DE SEGUIMIENTO	DATOS 2019
Nº de acciones de promoción de servicios/productos para la divulgación de arte y cultura	Detalle en el siguiente cuadro
Nº de acciones de promoción de servicios/productos para la divulgación de arte y cultura en temporada baja	
Nº de acciones de promoción de turismo de compras	
Nº de acciones de promoción de turismo gastronómico	
Nº de acciones de promoción de servicios/productos de turismo de negocios	
Nº de acciones de promoción de productos innovadores de turismo urbano sostenible	
Nº de acciones de promoción de oferta turística complementaria para turismo de negocios	
Nº de acciones de promoción de oferta turística complementaria para turismo de cruceros	
Nº de acciones de promoción de oferta turística complementaria para turismo de eventos	
Nº de acciones de promoción de grandes acontecimientos y eventos	

2019	
TURISMO URBANO	Detalle
Ferias específicas	—
Acciones de apoyo a la comercialización y desestacionalización	—
Viaje de Agentes	2 Viajes: - Viaje Delegación Turismo Rumanía (Rumanía) - Viaje Prescriptor Die Profilerin (Alemania)
Viaje de Prensa del mercado	5 viajes: - VP Film Commission – Festival LGTBIQ (Nacional) - VP Revista Deuzio – OET Bruselas (Belga) - VP Touring Magazine (Belga) - VP Transcantábrico, Costa Verde y EV 30 Aniversario (Multimercado) - VP OET París – España Verde (Francés)
Edición de material de promoción	Folletos: • Callejeros: 1.000 uds. Avilés + 10.000 uds. Gijón + 60.000 uds. Oviedo
Entradas en el Blog de Turismo Asturias	—
Entradas en Facebook y twitter	Facebook - 45 / Twitter - 126



Sección específica en la web	SI
Imagen específica de campaña	3 (Avilés, Gijón, Oviedo)
Reportajes en revistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Eventos Magazine</li> <li>- <i>L'orizzonte infinito del mare cantabrico a Gijón.</i> – Turespaña.</li> <li>- <i>Jusqu'à la mer. Le Long de la Rivière Sella.</i> – Deuzio (L'Avenir).</li> <li>- <i>Why you should go to Oviedo – the culturepacked city worthy of royalty.</i> – The Sunday Times.</li> <li>- <i>Un viaggio dal sapore cosmopolitan el cuore nelle Asturie.</i> – Corriere della sera.</li> <li>- <i>Asturische Städte. Das Stadtleben.</i> – Zeit Magazine.</li> <li>- <i>Asturies le coup de coeur de Niemeyer.</i> – Côté Ouest.</li> </ul>
Reportajes en Televisión	—
Programas de radio	—
Patrocinio de eventos en ciudades en relación al producto	—
Presentaciones del producto a influenciadores y prescriptores	—
Otras:	—

2019	
TURISMO MICE	Detalle
Ferias específicas	F. IBTM (Barcelona)
Jornada Directa de comercialización del Turismo MICE	—
Viaje de Agentes	Viaje de Prescriptor de Turismo de Negocio Avilés
Viaje de Prensa del mercado	—
Edición de material de promoción	—
Reportajes en revistas	<i>Suplemento especial encartado sobre ciudades y espacios para eventos.</i> – MICE.
Patrocinio de eventos en ciudades en relación al producto	Certamen de Moda Pasarela Campoamor.
Otras:	—

INDICADORES DE EVALUACIÓN	DATOS 2019
% de lugares visitados de Asturias	Ver anexo
Indicadores de rentabilidad (ADR) en el sector hotelero de Asturias por ciudades	60,25*
Indicador RevPAR (Revenu per Available Room) en el sector hotelero de Asturias por ciudades	33,85
% de procedencia según provincias a diferentes ciudades de Asturias	Ver anexo



% de incremento del turismo de negocios en las ciudades	-33,6%
Nº de acontecimientos y grandes eventos	10 <sup>1</sup>
% de flujo de personas relacionado con foco en las ciudades	—
Percepción y valoraciones de turismo urbano sostenible	—

## 1.2 PLAN DE PRODUCTO TURÍSTICO ESPECÍFICO: COSTA Y PUEBLOS MARINEROS

INDICADORES DE SEGUIMIENTO	DATOS 2019
Nº de acciones de puesta en valor y promoción de los pueblos marineros a nivel individual	Detalle en el siguiente cuadro
Nº de acciones de puesta en valor y promoción de los pueblos marineros a nivel conjunto	
Nº de acciones de puesta en valor y promoción del patrimonio cultural marinerero a través de museos y centros de interpretación	
Nº de acciones de puesta en valor y promoción del patrimonio cultural marinerero a través de rutas temáticas	
Nº de acciones de promoción de productos de turismo gastronómico marinerero	
Nº de acciones de promoción de eventos gastronómicos marineros	
Nº de acciones de promoción de eventos y fiestas tradicionales pesqueras	
Nº de acciones de promoción de actividades de ocio náutico sostenibles	
Nº de acciones de promoción de productos y actividades turísticas y deportivas sostenibles en playas asturianas	
Nº de acciones de promoción de productos y actividades turísticas y deportivas sostenibles en playas asturianas en temporada baja	
Nº de acciones de promoción de senderos costeros y miradores con vistas al mar	
Nº de acciones de promoción de senderos costeros y miradores con vistas al mar en temporada baja	

2019	
TURISMO DE COSTA	Detalle
Ferias específicas	—
Acciones de apoyo a la comercialización y desestacionalización	—
Viaje de Agentes	—
Viaje de Prensa del mercado	3 viajes: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Viajar en tren por el Norte de España (Nacional)</li> <li>- VP Revival of the Machine (Nacional)</li> <li>- VP Transcantábrico, Costa Verde y EV 30 Aniversario (Multimercado)</li> </ul>



Edición de material de promoción	—
Entradas en el Blog de Turismo Asturias	1
Entradas en Facebook y twitter	Facebook - 77 / Twitter - 235
Sección específica en la web	SI
Imagen específica de campaña	6 (Cudillero, Castropol, Po, Torimbia, Llastres, Surf en Salinas)
Reportajes en revistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Escapada de las olas de calor en el litoral asturiano.</i> – El Mundo.</li> <li>- <i>Asturias, el paraíso perfecto para instagramers.</i> – 20 Minutos.</li> <li>- <i>De mooiste kindervriendelijke stranden in Asturië (Noord Spanje)</i> – OET Holanda.</li> </ul>
Reportajes en Televisión	—
Programas de radio	—
Patrocinio de eventos en relación al producto	—
Presentaciones del producto a influenciadores y prescriptores	—
Otras: Videos promocionales.	Videos (1): Costa Occidental Asturiana.

INDICADORES DE EVALUACIÓN	DATOS 2019
Flujos de visitantes en puntos cercanos a pueblos marineros	442.277 visitas
% del gasto en productos del mar y cultura marinera	—
Valoración de los productos marineros y actividades sostenibles en la costa	—
Indicadores de rentabilidad (ADR) en el sector hotelero sostenible de costa	—
Indicador RevPAR (Revenue per Available Room) en el sector hotelero sostenible de costa	—
Nº de visitantes a centros de interpretación y museos de la cultura del mar	—
Valoración (1-10) del patrimonio cultural y natural asociado al mar	—
Nº de empresas activas en grupos de desarrollo pesquero	—
Nº de acciones de impulso a la diversificación del sector a través de fondos FEDER	—
% de los programas operativos europeos dedicado al impulso de costa y pueblos marineros	—


**1.3 PLAN DE PRODUCTO TURÍSTICO ESPECÍFICO: LOS CAMINOS A SANTIAGO**

INDICADORES DE SEGUIMIENTO	DATOS 2019
Nº de acciones de coordinación con otros agentes regionales	12 <sup>1</sup>
Nº de acciones de coordinación con otras CCAA	5
Nº de acciones de coordinación con Galicia	0
Nº de acciones de coordinación con entidades nacionales	0
Nº de acciones de coordinación con el Consejo Jacobeo	4
Nº de acciones de promoción de proyectos de colaboración interregional	1
Nº de acciones de promoción de proyectos de cooperación transfronteriza	2 <sup>2</sup>
Nº de acciones de promoción de albergues turísticos y de peregrinos	1 <sup>3</sup>
Nº de acciones de promoción de otros alojamientos turísticos	Detalle en el siguiente cuadro
Nº de acciones de promoción de restaurantes	
Nº de acciones de promoción de servicios, productos y actividades especializados en la atención al turista/peregrino que realizan los Caminos a Santiago	
Nº de acciones de promoción de experiencias innovadoras y sostenibles en torno al producto	
Nº de acciones de promoción de recursos naturales en los Caminos	
Nº de acciones de promoción de recursos culturales en los Caminos	
Nº de acciones de promoción de gastronomía en los Caminos	
Nº de acciones de promoción de eventos que contribuyan a una mayor afluencia de turistas y peregrinos	
Nº de acciones de promoción de los Caminos a Santiago con motivo del Año Santo Jacobeo 2021	1 <sup>4</sup>

<sup>1</sup>Mesa del Camino Primitivo, reuniones bilaterales con Asociaciones Jacobeas, participación en actos promovidos por las Asociaciones...

<sup>2</sup>Proyecto Día Europeo del Camino y Proyecto Creative Loci Iacobi

<sup>3</sup>Proceso de elaboración del Decreto de regulación de albergues sin ánimo de lucro.

<sup>4</sup>Proyecto Camino Escena Norte

2019	
CAMINO DE SANTIAGO	Detalle
Ferias específicas	F. FairWay (Santiago Compostela) PIT Tournatur (Dusseldorf, Alemania)
Acciones de apoyo a la comercialización y desestacionalización	—
Viaje de Agentes	3 Viajes: - VA Your Way Adventures (Canadá / EEUU) - VA Caminando Caminando (Nacional / Internac.) - VA Bayerisches Pilgerbüro (Alemania)
Viaje de Prensa del mercado	VP FPS Audiovisuales (Nacional)
Edición de material de promoción	Folletos: • Camino de Santiago: 5.000 uds.



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tríptico Camino de Santiago: 27.000 uds.</li> </ul>
Entradas en el Blog de Turismo Asturias	—
Entradas en Facebook y twitter	Facebook - 19 / Twitter - 71
Sección específica en la web	SI
Imagen específica de campaña	2 (Camino Costa y Camino Primitivo)
Reportajes en revistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Spaniens Wilde Ecke</i>. – Faz Magazine.</li> <li>- <i>In het voetspoor van de eerste pilgrim</i>. – FD Persoonlijk.</li> <li>- <i>Saint-Jacques-de-Compostelle: les Asturies sont sur votre chemin</i>. – Le Parisien.</li> <li>- <i>Viaggio nelle Asturie: gli spettacolari Cammini di Santiago</i>. – Corriere della sera.</li> <li>- <i>Pilgrim's progress: walking Spain's Camino Primitivo</i>. – The Guardian.</li> <li>- <i>Asturien liegt auf dem Weg</i>. – Zeit Magazine.</li> <li>- <i>Sozinho, a dois ou em familia... Astúrias encanta</i>. – Sexta Correio da Manhã.</li> </ul>
Reportajes en Televisión	—
Programas de radio	—
Patrocinio de eventos en relación al producto	—
Presentaciones del producto a influenciadores y prescriptores	—
Otras: Videos promocionales.	Videos (3): <ul style="list-style-type: none"> <li>- Camino Primitivo</li> <li>- Camino de la Costa</li> <li>- Camino del Salvador</li> </ul>

INDICADORES DE EVALUACIÓN	DATOS 2019
% del Camino de Santiago en las actividades realizadas por el turista	1,4%
Valoraciones del turista en los servicios presentes en actividades del Camino de Santiago	—
Incrementos en precios de alojamiento y restauración ligados a los Caminos	—
% de lugares más interesantes para el turista de alojamiento colectivo en los Caminos	—
Nº de visitantes ligados a las actividades culturales y rutas en los Caminos	—
% de ventas asociadas a productos de los Caminos	—

**1.4 PLAN DE PRODUCTO TURÍSTICO ESPECÍFICO: TURISMO ACTIVO Y DEPORTIVO**

INDICADORES DE SEGUIMIENTO	DATOS 2019
Nº de acciones de promoción de actividades de turismo activo y de aventura	Detalle en el siguiente cuadro
Nº de acciones de promoción de nuevas actividades innovadoras destinadas a segmentos de público específicos con carácter desestacionalizador	
Nº de acciones de promoción de actividades de turismo activo y deportivo para público de diversidad funcional	
Nº de acciones de promoción de actividades en las instalaciones de montaña en temporada de nieve	
Nº de acciones de promoción de actividades en las instalaciones de montaña fuera de la temporada de nieve	
Nº de acciones de promoción de actividades de BTT en torno a las instalaciones de montaña del Principado	
Nº de acciones de promoción de oferta complementaria en torno a las instalaciones de montaña	
Nº de acciones de promoción de competiciones y eventos deportivos	
Nº de acciones de promoción de productos complementarios para deportistas, espectadores y acompañantes de eventos deportivos	
Nº de acciones de promoción de rutas y equipamientos y actividades sostenibles de cicloturismo en ciudades y el medio natural y rural	
Nº de acciones de promoción de rutas, equipamientos y actividades sostenibles de BTT específicas en los Caminos de Santiago	

2019	
TURISMO ACTIVO Y DEPORTIVO	Detalle
Ferias específicas	F. MadBird (Madrid), F. UTMB (Chamonix, Francia), F. Expotural (Madrid) PIT Expo Sea Otter Europe, PIT Copa del Mundo BTT (Andorra, Francia e Italia)
Acciones de apoyo a la comercialización y desestacionalización	—
Viaje de Agentes	2 Viajes: - Viaje DAV Federación Alemana de Alpinismo - Viaje DWV Federación Alemana de Senderismo
Viaje de Prensa del mercado	6 viajes: - National Geographic Traveller UK (Británico) - VP Clásico Cicloturista Los Lagos (Nacional) - VP TV Babiera – OET Munich (Alemania) - VP Cyclist Magazine (Británico) - VP Revista Volata (Nacional) - VP Revista Hoogtlijn – OET Holanda (Holandés)



Edición de material de promoción	—
Entradas en el Blog de Turismo Asturias	—
Entradas en Facebook y twitter	Facebook - 47 / Twitter - 160
Sección específica en la web	SI
Imagen específica de campaña	4 (Surf, Piragüismo, Ciclismo y Senderismo)
Reportajes en revistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Otoño en Asturias – 12 Excursiones a Todo Color.</i> – Grandes Espacios.</li> <li>- <i>La Fuga – Asturias, jugar con las cimas.</i> – Revista Volata.</li> <li>- <i>Adventurous Asturias.</i> – National Geographic UK.</li> <li>- <i>Jusqu'à à la mer. Le Long de la Rivière Sella.</i> – Deuzio (L'Avenir).</li> <li>- <i>Teuglisch Steil, Himmlisch Schön.</i> – Tour Magazine.</li> </ul>
Reportajes en Televisión	—
Programas de radio	—
Patrocinio de eventos en relación al producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Open Internacional de España de Disc Golf.</li> <li>- Campeonato de España de Duetlón.</li> <li>- Club Patín Areces.</li> <li>- Trail Puerta de Muniellos.</li> <li>- Agrupación Balonmano Gijón Jovellanos.</li> <li>- Campeonato de Surf de Tapia – Memorial Peter Gulley.</li> <li>- Campeonato de España Junior Femenino de Baloncesto.</li> <li>- Subida Internacional al Fito</li> <li>- Rally Histórico de Asturias.</li> <li>- Vuelta Ciclista a Asturias.</li> <li>- Equipo ciclista MMR.</li> <li>- Maratón BTT para sordos.</li> <li>- Asturias Bike Race.</li> <li>- Travesera y Traveserina de Picos de Europa.</li> <li>- Festival Longboard Salinas.</li> <li>- Descenso del Sella Adaptado.</li> <li>- Trail Desafío Somiedo.</li> <li>- Documental Caminando Sobre Las Olas.</li> <li>- Descenso Internacional del Sella.</li> <li>- Festival Surf, Music &amp; Friends.</li> <li>- Campeonato de España de Ciclismo Juniors y Masters.</li> <li>- La Vuelta 2019 – Vuelta Ciclista a España.</li> <li>- Rally Princesa de Asturias.</li> <li>- Trail de Sobrescobio.</li> <li>- Campeonato de Europa de Rugby Adaptado.</li> </ul>
Presentaciones del producto a influenciadores y prescriptores	—
Otras: Número de productos turísticos en la sección de Ofertas y Escapadas de la web Videos promocionales.	<p>Ofertas y Escapadas: 2</p> <p>Videos (3):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ruta del Bosque de Peloño</li> <li>- Ruta del Valle de Ponga</li> <li>- Ruta del Valle del Lago (3D)</li> </ul>



INDICADORES DE EVALUACIÓN	DATOS 2019
% de crecimiento en actividades de turismo activo y deportivo anualizadas	0,00%
Nº de rutas alternativas de aumento significativo de flujo	—
% de gasto del visitante asociado a material y compra de paquetes deportivos	—
Indicadores de rentabilidad (ADR) en alojamientos clave en puntos del territorio asociados a esta demanda	—
Nº estancia en noches en puntos asociados a esta demanda	—

### 1.5 PLAN DE PRODUCTO TURÍSTICO ESPECÍFICO: TURISMO CULTURAL

INDICADORES DE SEGUIMIENTO	DATOS 2019
Nº de acciones de promoción del patrimonio cultural asturiano	Detalle en el siguiente cuadro
Nº de acciones de promoción de rutas turísticas culturales a pie	
Nº de acciones de promoción de rutas culturales en coche	
Nº de acciones de promoción de rutas culturales en bicicleta	
Nº de acciones de promoción de servicios y actividades dinamizadoras del patrimonio cultural en temporada alta	
Nº de acciones de promoción de servicios y actividades dinamizadoras del patrimonio cultural en temporada baja	
Nº de acciones de promoción de servicios y actividades dinamizadoras del patrimonio cultural en las Ciudades de Asturias	
Nº de acciones de promoción de servicios y actividades dinamizadoras del patrimonio cultural en el medio rural	
Nº de acciones de promoción de fiestas de interés turístico en las Ciudades de Asturias	
Nº de acciones de promoción de fiestas de interés turístico en el medio rural	
Nº de acciones de promoción del Club Cultura Principado de Asturias	
Nº de acciones de promoción del patrimonio religioso material	
Nº de acciones de promoción del patrimonio religioso inmaterial	
Nº de acciones de promoción de eventos y celebraciones de origen religioso con especial interés turístico	



2019	
TURISMO CULTURAL	Detalle
Ferias específicas	F. Fairway (Santiago de Compostela) PIT Festival Intercéltico de Lorient (Francia)
Acciones de apoyo a la comercialización y desestacionalización	—
Viaje de Agentes	4 Viajes: - VA Performin Spain (EEUU) - Viaje Delegación Emabajadores UE (Europa) - Viaje TTOO Miki Tourist (Japón) - VA TravelMaker (Noruega)
Viaje de Prensa del mercado	3 viajes: - VP TVE Metrópolis (Nacional) - VP El País (Nacional) - VP OET París – España Verde (Francés)
Edición de material de promoción	—
Entradas en el Blog de Turismo Asturias	1
Entradas en Facebook y twitter	Facebook - 71 / Twitter - 279
Sección específica en la web	SI
Imagen específica de campaña	2 (Castro de Coaña y Sta. Maria del Naranco)
Reportajes en revistas	- <i>De leukste kindvriendelijke musea in Asturië (Noord Spanje).</i> – spanjevoorjou.com - <i>Die Asturische Kultur.</i> – Zeit Magazine. - Colores de España – Turespaña (revista alemana)
Reportajes en Televisión	—
Programas de radio	- 60 cuñas promocionales de actividades CAR Tito Bustillo. – Cope Ribadesella. - Cuñas para la Dama y el Vagabundo. – SER Gijón y Avilés. - Cuñas para actividades y equipamientos. – SER, Cadena Cien y Onda Cero.
Patrocinio de eventos en relación al producto	- Audiovisuales sobre Bienes de Interés Cultural Inmaterial de Asturias. - Semana Negra. - Documental Caminando Sobre Las Olas. - Festival Intercéltico de Lorient. - Prestoso Fest. - Festival Una Señora Fiesta.
Presentaciones del producto a influenciadores y prescriptores	—
Otras: Número de productos turísticos en la sección de Ofertas y Escapadas de la web	Ofertas y Escapadas: 15

INDICADORES DE EVALUACIÓN	DATOS 2019
Nº de visitantes en ferias y actividades culturales de Asturias	—
Incrementos en visitas al patrimonio cultural de Asturias	—
Calificaciones en Asturias referidas a Cultura (sobre 10 puntos)	8,6
Incrementos en valoración del patrimonio cultural	6,17%
% de gustos sobre Asturias en apartado cultura	—
% del motivo religioso en la visita a Asturias	1,7%
Nº de turistas alojados por motivos culturales o religiosos	—

#### 1.6 PLAN DE PRODUCTO TURÍSTICO ESPECÍFICO: TURISMO GASTRONÓMICO

INDICADORES DE SEGUIMIENTO	DATOS 2019
Nº de acciones dinamizadoras de las marcas de calidad y garantía	Detalle en el siguiente cuadro
Nº de acciones para el fomento, puesta en valor y desarrollo del turismo gastronómico	
Nº de acciones de promoción del resto de establecimientos	
Nº de acciones de puesta en valor de los productos autóctonos	
Nº de acciones de puesta en valor de turismo industrial y artesanal ligado a la gastronomía	
Nº de acciones de promoción de eventos gastronómicos	

2019	
TURISMO GASTRONOMICO	Detalle
Ferias específicas	F. Cider World (Frankfurt) PIT Salenor (Avilés)
Acciones de apoyo a la comercialización y desestacionalización	—
Viaje de Agentes	Viaje Prospección World Cheese Awards (Reino Unido)
Viaje de Prensa del mercado	4 Viajes: <ul style="list-style-type: none"> <li>- RTE Televisión Dublín – Prospección (Irlandés)</li> <li>- RTE Televisión Dublín – Gastronomía (Irlandés)</li> <li>- VP Medios Gastronómicos Nacionales (Nacional)</li> <li>- VP OET París – España Verde (Francés)</li> </ul>
Edición de material de promoción	Folletos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastronomía: 3.000 uds.</li> <li>• Sidrerías de Asturias: 6.000 uds.</li> <li>• Mesas de Asturias: 6.000 uds.</li> </ul>
Entradas en el Blog de Turismo Asturias	3



Entradas en Facebook y twitter	Facebook - 93 / Twitter - 312
Sección específica en la web	SI
Imagen específica de campaña	2 ( Sidra, Fabada)
Reportajes en revistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>De la escasez, al plato: la historia del salmón "asturiano" de 7,100€.</i> – 20 Minutos.</li> <li>- <i>Asturias o el Principado de los 40 quesos: así es la ruta del destino soñado para los muy queseros.</i> – Directo al Paladar.</li> <li>- <i>Asturias: un verano para redescubrir la sidra.</i> – El Confidencial.</li> <li>- <i>Matar o No Matar Al Rey – La Desaparición del Salmón Salvaje Asturiano (I parte).</i> – Cocina futuro.</li> <li>- <i>Salvar o No Salvar al Salmón – La Desaparición del Rey Salvaje Asturiano (II parte).</i> – Cocina futuro.</li> <li>- <i>Il Tempo Delle Mele.</i> – Dove.</li> <li>- <i>Asturies, le nouvel éden des gastronomes.</i> – M Magazine.</li> <li>- <i>El sabor de Asturias: eating and drinking in Spain's culinary heartland.</i> – The Gardian.</li> <li>- <i>Asturiens Gastronomie.</i> - Zeit Magazine.</li> <li>- <i>Cabrales: Heimat des teuersten Käse der Welt.</i> – Merian.</li> <li>- <i>Asturie, un viaggio nel regno dei sapori.</i> – Oggi.</li> <li>- <i>Marcas de Calidad – Mesas de Asturias.</i> – La Voz de Asturias, El Comercio y La Nueva España.</li> </ul>
Reportajes en Televisión	—
Programas de radio	—
Patrocinio de eventos en relación al producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Certamen Gastronómico Madrid Fusión.</li> <li>- Premio "Chef of the Year" a José Andrés.</li> <li>- Premio Fomento de la Cocina Asturiana.</li> <li>- Campeonato de Pinchos y Tapas de Asturias.</li> </ul>
Presentaciones del producto a influenciadores y prescriptores	—
Otras: Número de productos turísticos en la sección de Ofertas y Escapadas de la web. Videos promocionales.	Ofertas y Escapadas: 7 Videos (3): <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mesas de Asturias</li> <li>- Sidrerías de Asturias</li> <li>- Quesos con DOP</li> </ul>

INDICADORES DE EVALUACIÓN	DATOS 2019
Calificaciones sobre Asturias referidas a gastronomía (sobre 10 puntos)	8,7
% de actividades del visitante en bares y restaurantes	—
Evolución en redes sociales de los restaurantes más visitados	—
% de consumo de los productos más icónicos	—

**1.7 PLAN DE PRODUCTO TURÍSTICO ESPECÍFICO: TURISMO INDUSTRIAL**

INDICADORES DE SEGUIMIENTO	DATOS 2019
Nº de acciones de puesta en valor y promoción del patrimonio industrial material asturiano más representativo	Detalle en el siguiente cuadro
Nº de acciones para la puesta en valor y promoción de espacios y equipamientos dedicados a la etnografía y a la divulgación del patrimonio industrial e industria viva asturiana	
Nº de acciones de promoción de actividades y productos para la divulgación del patrimonio industrial inmaterial	
Nº de acciones de puesta en valor y promoción de actividades de divulgación de la industria viva asturiana	
Nº de acciones de puesta en valor y promoción de actividades de divulgación de industria viva asturiana vinculadas a técnicas tradicionales y respetuosas con el medio ambiente	

2019	
TURISMO INDUSTRIAL	Detalle
Ferias específicas	F. B-Industrial (Barcelona)
Acciones de apoyo a la comercialización y desestacionalización	FETUMI (San Martín del Rey Aurelio).
Viaje de Agentes	Viaje Prescriptores INCUNA (Nacional / Internac.)
Viaje de Prensa del mercado	—
Edición de material de promoción	Folletos: <ul style="list-style-type: none"> <li>Patrimonio Industrial: 3.000 uds.</li> </ul>
Entradas en el Blog de Turismo Asturias	—
Entradas en Facebook y twitter	Facebook - 13 / Twitter - 61
Sección específica en la web	SI
Imagen específica de campaña	1 (Ecomuseo “Valle de Samuño”)
Reportajes en revistas	<i>Industrietourismus in Asturien.</i> – Zeit Magazine.
Reportajes en Televisión	—
Programas de radio	—
Patrocinio de eventos en relación al producto	Plataforma online patrimonioindustrial.com
Presentaciones del producto a influenciadores y prescriptores	—
Otras	—

INDICADORES DE EVALUACIÓN	DATOS 2019
Visitas a museos y localizaciones sobre minería e industria	195.527*



% sobre importancia del interés en actividades industriales	—
Efecto del turismo (miles de euros) en la industria extractiva de Asturias	7.419
Efecto del turismo (miles de euros) en la industria manufacturera de Asturias	9.006
Efecto del turismo (miles de euros) en la metalurgia y productos metálicos de Asturias	2.531
Efecto del turismo (miles de euros) en la industria transformadora de los metales de Asturias	9.070
Efecto del turismo (miles de euros) en la industria de la energía eléctrica, gas y agua de Asturias	68.330

\*Datos de: Museo del Oro, Museo de la Sidra, Museo Minería MUMI, Museo del Ferrocarril, Ciudadela Celestino Solar de Gijón, Museo de la Siderurgia, Ecomuseo Minero Valle de Samuño.

### 1.8 PLAN DE PRODUCTO TURÍSTICO ESPECÍFICO: TURISMO DE NATURALEZA

INDICADORES DE SEGUIMIENTO	DATOS 2019
Nº de acciones de promoción de los espacios naturales protegidos	Detalle en el siguiente cuadro
Nº de acciones de promoción de establecimientos con reconocimientos por su RS/sostenibilidad/carácter ecoturístico	
Nº de acciones de promoción a través de canales especializados	
Nº de acciones de promoción de actividades turísticas de fauna y flora	
Nº de acciones de puesta en valor y promoción de rutas de senderismo y equipamientos destinados a la divulgación de valores naturales y observación de flora y fauna	
Nº de acciones de puesta en valor y promoción de rutas de senderismo de especial interés turístico	

2019	
TURISMO NATURALEZA	Detalle
Ferias específicas	F. FIO (PN Monfragüe), F. MadBird (Madrid), F. Bird Fair (Rutland, Reino Unido), F. Expotur (Madrid), F. Naturcyl (Palencia), F. INTUR (Valladolid) PIT Asturpesca / Capenastur, PIT Narceatur (Cangas del Narcea), PIT Tournatur (Dusseldorf, Alemania)
Acciones de apoyo a la comercialización y desestacionalización	—
Viaje de Agentes	5 Viajes: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Viaje Prescriptor Juan García y Punto (Alemania)</li> <li>- VA SpeySide Wildlife (Reino Unido)</li> <li>- Viaje DAV Federación Alemana de Alpinismo</li> <li>- VA Bayerisches Pilgerbüro (Alemania)</li> <li>- Viaje DWV Federación Alemana de</li> </ul>



	Senderismo
Viaje de Prensa del mercado	6 Viajes: <ul style="list-style-type: none"> <li>- National Geographic Traveller UK (Británico)</li> <li>- VP El Mundo – Fuentes del Narcea (Nacional)</li> <li>- VP Revista Deuzio – OET Bruselas (Belga)</li> <li>- VP Touring Magazine (Belga)</li> <li>- VP Revista Hola Viajes y Origen (Nacional)</li> <li>- VP TV Babiera – OET Munich (Aleman)</li> </ul>
Edición de material de promoción	Folletos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Naturaleza y Rutas 3.000 uds.</li> <li>• Tríptico Naturaleza y Rutas: 12.000 uds.</li> <li>• Ecoturismo: 1.200 uds.</li> <li>• Díptico Ecoturismo: 4.500 uds.</li> </ul>
Entradas en el Blog de Turismo Asturias	4
Entradas en Facebook y twitter	Facebook - 106 / Twitter - 189
Sección específica en la web	SI
Imagen específica de campaña	5 (Picos de Europa, Muniellos, Ponga, Redes y Somiedo)
Reportajes en revistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Una joya de la naturaleza para explorar en España.</i> – La Vanguardia.</li> <li>- <i>Matar o No Matar Al Rey – La Desaparición del Salmón Salvaje Asturiano (I parte).</i> – Cocina futuro.</li> <li>- <i>Salvar o No Salvar al Salmón – La Desaparición del Rey Salvaje Asturiano (II parte).</i> – Cocina futuro.</li> <li>- <i>Asturies Dans les Bras de Dame Nature.</i> – Deuzio (L’Avenir).</li> <li>- <i>Teuglisch Steil, Himmlisch Schön.</i> – Tou Magazine.</li> <li>- <i>Why Spain’s greenest region should not be rushed...</i> – The Times / The Sunday Times.</li> <li>- <i>Asturias o paraíso aquí tao Perto.</i> – Correio Da Manha.</li> <li>- <i>Viva verde: discover Asturias, Spain’s ultimate ecotourism destination.</i> – The Gardian.</li> <li>- <i>Naturparadies Asturien.</i> – Merien.</li> <li>- <i>Ponga, der unbekannte Bruder des Nationalparks “Picos de Europa”.</i> – Merian.</li> <li>- <i>Cabrales – Heimat des teuersten Käse der Welt.</i> – Merian,</li> <li>- <i>Land der Braunbären.</i> – Merian.</li> <li>- <i>Asturien: Wo die Natur das Sagen hat.</i> – Geo Alemania.</li> <li>- <i>Colores de España – Turespaña (revista alemana)</i></li> </ul>
Reportajes en Televisión	—
Programas de radio	—



Patrocinio de eventos en relación al producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Encuentro Naturewatch.</li> <li>- Campeonato Lumix Photographic Challenge.</li> </ul>
Presentaciones del producto a influenciadores y prescriptores	—
Otras: Número de productos turísticos en la sección de Ofertas y Escapadas de la web. Videos promocionales	Ofertas y Escapadas: 3 Videos (2): <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ecoturismo.</li> <li>- Aventura en Asturias</li> </ul>

INDICADORES DE EVALUACIÓN	DATOS 2019
Incremento anual de visitantes en los espacios naturales	63.927*
Calificaciones sobre Asturias referidas a naturaleza (sobre 10 puntos)	8,6
% de actividades del visitante en la naturaleza	—
Incremento de las ventas en negocios ligados a naturaleza y turismo al aire libre	—
Indicadores de rentabilidad (ADR) en alojamientos rurales	—
Incremento del número de visitantes en las casas rurales y alojamientos en espacios naturales asturianos	—

\*Datos absolutos, no se ha podido calcular el incremento dado que en el año 2018, desde la entonces Consejería de Desarrollo Rural y Recursos Naturales nos facilitaron datos de un único equipamiento.

### 1.9 PLAN DE PRODUCTO TURÍSTICO ESPECÍFICO: TURISMO RURAL

INDICADORES DE SEGUIMIENTO	DATOS 2019
Nº de acciones de promoción de la marca de calidad “Casonas Asturianas”	Detalle en el siguiente cuadro
Nº de acciones de promoción de la marca de garantía “Aldeas, Asturias Calidad Rural”	
Nº de acciones de promoción de establecimientos de turismo rural	
Nº de acciones de promoción de productos de turismo rural combinados	
Nº de acciones de promoción de productos innovadores con carácter desestacionalizador	
Nº de acciones de puesta en valor y promoción de recursos etnográficos	
Nº de acciones de promoción de eventos turísticos de carácter etnográfico	
Nº de acciones de promoción de equipamientos destinados a la divulgación de los valores tradicionales asturianos	



2019	
TURISMO RURAL	Detalle
Ferias específicas	F. FIO (PN Monfragüe), F. Birdfair (Rutland, Reino Unido), F. Expotural (Madrid), F. INTUR (Valladolid). PIT Narcenatur (Cangas del Narcea)
Acciones de apoyo a la comercialización y desestacionalización	—
Viaje de Agentes	Viaje Prescriptor Juan García y Punto (Alemania)
Viaje de Prensa del mercado	2 Viajes: - VP El Mundo – Fuentes del Narcea (Nacional) - VP ABC (Nacional)
Edición de material de promoción	Folletos: • Turismo Rural: 2.500 uds • Casonas Asturianas: 6.000 uds. • Aldeas- Asturias: 6.000 uds.
Entradas en el Blog de Turismo Asturias	5
Entradas en Facebook y twitter	Facebook - 86 / Twitter - 175
Sección específica en la web	SI
Imagen específica de campaña	4 (Banduxu/Bandujo, Lagos Covadonga, Somiedo y Eilao/Illano)
Reportajes en revistas	- <i>Verde y agua para escapar del calor: así se vive el verano en Asturias.</i> – Traveler. - <i>Rincones desconocidos para escapar del calor: descubre la Asturias más recóndita.</i> – Traveller. - <i>Marcas de Calidad – Aldeas Asturianas.</i> – El Comercio y La Nueva España. - <i>Marcas de Calidad – Casonas Asturianas.</i> – El Comercio y La Voz de Asturias.
Reportajes en Televisión	—
Programas de radio	25 Aniversario Casonas Asturianas, programa especial. – SER.
Patrocinio de eventos en relación al producto	Sueños en el Paraíso para TPA.
Presentaciones del producto a influenciadores y prescriptores	—
Otras: Videos promocionales.	Videos (2): - Casonas Asturianas - Aldeas

INDICADORES DE EVALUACIÓN	DATOS 2019
Incrementos anuales de visitante en zonas de turismo rural	5,6%
Incrementos anuales de pernoctaciones en zonas de turismo rural	4,4%
% de ocupación de casas y alojamientos rurales por plazas	19,26%
Variación grado de ocupación por plazas (2018-2019)	0,54%



Incremento del gasto del visitante asociado a actividades rurales por persona y día	-1,6%
Nuevos emprendimientos y empresas de actividades de turismo rural y de naturaleza	69*
Nº de actividades puestas efectivamente en marcha para la promoción de productos turísticos	—
Nº de nuevos establecimientos certificados con marcas asociadas al turismo rural (Casonas Asturianas y Aldeas, Asturias Calidad Rural)	3**
Incremento de las acciones de calidad en las empresas clave del territorio	—
Evolución del número de auditorías y programas de seguimiento de la calidad en turismo rural	60 auditorías

\*54 establecimientos de Turismo Rural (Hoteles Rurales, Apartamentos Rurales, y Casas de Aldea)+15 establecimientos de Turismo Activo

\*\*Aldeas, Asturias Calidad Rural: 7 solicitudes, 3 autorizaciones y 4 denegaciones  
Casonas Asturianas: 1 solicitud, 1 denegación

