

PROGRAMA DE TURISMO SOSTENIBLE DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS 2020

Definición

El Programa Estratégico de Turismo Sostenible del Principado de Asturias 2020, aprobado y presentado en 2016, es el documento base para desarrollar el modelo turístico de Asturias con horizonte 2020 desde una perspectiva global de sostenibilidad.

Un documento diseñado, consensuado y aprobado en la Mesa de Concertación Social e informado en el ámbito del Consejo Asesor de Turismo.

Vela por el desarrollo territorial de la región y tiene por objetivo aumentar la competitividad sostenible y mejorar la rentabilidad económica y social del sector turístico y del territorio, estableciendo como **principios generales**:

Sostenibilidad	Internacionalización
Desestacionalización	Equilibrio Territorial

El Programa Estratégico de Turismo Sostenible del Principado de Asturias 2020 establece las directrices comunes para el conjunto de los protagonistas públicos y privados que conforman el sector asturiano con una estrategia apoyada en criterios de calidad, profesionalización, sostenibilidad, innovación, talento y cooperación público-privada.

El Programa se basa en una filosofía dedicada a satisfacer las necesidades de los turistas actuales y potenciales, protegiendo y fomentando las oportunidades del futuro del turismo en el destino y, aplicando un enfoque integral del desarrollo sostenible en sus tres dimensiones: económica, social y medioambiental.

Estructura

El Programa se organiza en base a dos documentos técnicos:

- El **Marco Estratégico**, en que se realiza un exhaustivo análisis y diagnóstico de la situación de partida del destino, desarrollándose una metodología clave para la valoración tanto de los productos turísticos prioritarios como de los segmentos de público objetivo, teniendo en cuenta las principales tendencias de la demanda, la competencia existente y el mercado potencial.

- El **Plan de Posicionamiento y Comercialización**, orientado a mercado y a la promoción, establece las grandes líneas estratégicas para mejorar el posicionamiento de Asturias, de acuerdo con los valores esenciales de marca:
 - Fortalecimiento, especialización y consolidación de los productos turísticos cabecera de marca.
 - Definición del plan de promoción, con claro enfoque producto-demanda, atendiendo a la segmentación de públicos y mercados prioritarios.
 - Optimización de los canales de comercialización para la captación del público objetivo.

Seguimiento y Evaluación

Con el fin de conocer el grado de desarrollo de las diferentes acciones ha resultado necesario establecer un método completo de seguimiento, evaluación y análisis, que facilite la toma de decisiones.

La implantación de un sistema de seguimiento con carácter periódico, permite llevar a cabo un estudio riguroso del nivel de cumplimiento de las acciones propuestas. Para ello se ha diseñado un cuadro de mando que reúne un conjunto de indicadores para el seguimiento de la actividad turística en general y de forma específica para cada una de los Productos Estratégicos cabecera de marca.

Productos Estratégicos

El Programa ha basado la identificación de productos turísticos estratégicos y prioritarios en una Matriz de Valoración Técnica con un total de 17 variables aplicadas a 33 productos turísticos susceptibles de conformar la cartera de productos de Asturias.

El resultado de aplicar la matriz se traduce en los **9 productos turísticos estratégicos** del Programa:

Turismo Rural	Turismo Cultural	Turismo de Naturaleza
Turismo Activo	Turismo Industrial	Turismo Gastronómico
Ciudades de Asturias	Costa y Pueblos Marineros	Los Caminos a Santiago

Mercados Prioritarios

Se apuesta por una promoción especializada por canales, dirigiendo cada producto turístico a públicos y mercados diferentes:

Nacionales	Madrid, Asturias, Castilla y León, País Vasco y Galicia
Internacionales	Francia, Alemania, Reino Unido, Italia y Portugal

Desarrollo y Ejecución: Planes de Acción de los Productos Cabecera de Marca

Dentro de la ejecución del Programa de Turismo Sostenible del Principado de Asturias 2020, se ha trabajado en el desarrollo de los planes de los productos cabecera de marca.

- **Producto de Naturaleza y Activo.** Asturias aspira a ser líder nacional en Turismo de Naturaleza y Activo junto con Pirineos.
Tiene un público joven con nivel económico medio–alto. Buscan la práctica deportiva y un conocimiento activo de la naturaleza.
Las principales actividades deportivas son: senderismo, deportes de montaña y ciclo-turismo.
Los mercados nacionales son Madrid, Castilla y León, Cataluña, Euskadi y Andalucía. Los mercados internacionales: Alemania, Reino Unido y Francia.
- **Turismo Rural** es un producto emblemático en Asturias por volumen de oferta y por la notoriedad que nos generó ser destino pionero. Se considera prioritario por la variedad de los recursos turísticos puestos en valor y por la vertebración territorial que genera.
Los mercados objetivo son: Madrid, Asturias, Castilla y León, Euskadi y Galicia. El segmento familiar es muy relevante, así como los grupos.
- **Turismo Gastronómico.** En general, el turismo gastronómico es más un elemento de diferenciación, complementario al resto de la oferta, que de motivación a la hora de elegir un destino.

La promoción de este producto se dirige fundamentalmente al mercado nacional, en concreto, Madrid, Castilla y León, País Vasco, Andalucía y Cataluña, así como al mercado regional.

- **Los Caminos a Santiago.** La cuota de mercado del producto es muy baja. El gran valor de este producto recae en su vertebración territorial -recorre 36 municipios y genera turismo en áreas con menor notoriedad turística-, su escasa estacionalidad y su capacidad de atraer turismo internacional, gracias a la declaración en 2015 de la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad. La promoción se centra en Italia, Alemania y Francia, principalmente, así como Corea que ha resultado ser un importante mercado para este tipo de turismo. Así como en Andalucía, Madrid, Comunidad Valenciana y Cataluña.
- **Ciudades de Asturias** La cuota de mercado de este producto es la segunda más importante (tras el turismo de costa): supone el 38,2% de la oferta total de plazas hoteleras y el 43,7% de la demanda (turistas).
El viajero tiene un nivel de gasto más alto que la media. Los puntos fuertes de las ciudades de Asturias son su cercanía y buena comunicación y la proximidad al medio rural y litoral. Los alojamientos ofrecen estándares de calidad elevados, el 78% de las plazas son hoteles de 3 a 5 estrellas.
Las ciudades tienen más factores de desestacionalización gracias a la actividad congresual, de negocios y los eventos. Casi la mitad de los viajeros que se alojan en ciudades lo hacen en viaje de trabajo.
- **Turismo Cultural** La cuota del “turismo cultural” en Asturias es baja, ocupamos la séptima posición de España. Sin embargo, muchos de los turistas que visitan la región por otras motivaciones realizan durante la estancia actividades culturales. Nuestros recursos patrimoniales más destacados tienen una capacidad de acogida limitada por el tamaño y por la sensibilidad del bien (es el caso de las cuevas rupestres, el prerrománico asturiano y la etnografía).
Los viajeros culturales están entre los 25 y los 44 años, suelen tener un gasto turístico elevado y nivel formativo alto y realizan sus viajes principalmente en fin de semana y escapadas.
Los mercados nacionales son Cataluña, Madrid y Andalucía, además de Navarra y País Vasco.
- **Costas y Pueblos Marineros** La costa concentra el 59% de las plazas de alojamiento y el 50% de los turistas que nos visitan. Los elementos de mayor

atracción son el paisaje marítimo y el encanto de nuestros pueblos costeros; en mucha menor medida son las playas y actividades deportivas. Se trata de un producto estacional. La promoción nacional debería estar dirigida fundamentalmente a: Madrid, Castilla y León y País Vasco. En el ámbito internacional destaca la afluencia de franceses y británicos.

-
- **Turismo Industrial.** La cuota de la demanda de turismo industrial es baja, y se incluye dentro de los viajeros que visitan la región por una motivación cultural. Sin embargo, en torno al 20% de nuestros turistas visitan museos, y de ellos, prácticamente la mitad corresponden a museos vinculados al patrimonio industrial. Contamos con nueve espacios museísticos vinculados a este tipo de producto y algunas rutas temáticas como las vías verdes. Este es un producto para un público muy especializado, al que se debe captar con acciones concretas dado que una parte relevante de esos mercados son internacionales.

Acciones 2019

ACCIONES PRODUCTOS ESPECÍFICOS 2019

- **Producto Costa y Pueblos Marineros:** 337 anuncios y publrreportajes, 3 acciones de promoción en 11 mercados. Y 312 menciones en redes sociales. El valor de la inversión total del producto ronda los 300.000€.
- **Los Caminos a Santiago:** 6 acciones de promoción en 4 mercados, a sumar a los 20 espacios publicitarios contratados en campaña nacional e internacional, y 90 artículos en redes sociales. El valor de la inversión total del producto ronda los 300.000€.
- **Turismo Cultural:** 15 acciones de promoción en 6 mercados, 426 publrreportajes e inserciones en medios, y 350 posts en redes sociales. El valor de la inversión total del producto ronda los 250.000 €.
- **Producto Ciudades:** 10 acciones de promoción en 13 mercados, a los que se suman 14 anuncios y publrreportajes en medios de comunicación, y 171 menciones en los perfiles sociales de Turismo de Asturias. El valor de la inversión total del producto ronda los 200.000€ si bien habría que añadir

inversiones del producto cultural que tienen lugar en las Ciudades de Asturias como por ejemplo viajes de prensa, patrocinio de eventos deportivos o culturales.

- **Turismo Industrial:** 4 acciones de promoción en 17 mercados, 3 inserciones – la mayoría publrreportajes- en medios de comunicación, y 74 menciones en redes sociales. El valor de la inversión total del producto ronda los 55.000 €.
- **Gastronomía:** 11 acciones promocionales en 4 mercados, 20 acciones de comunicación en medios y 405 artículos en redes sociales. El valor de la inversión total del producto ronda los 300.000 €.
- **Turismo de Naturaleza:** 22 acciones de promoción en 5 mercados, 47 espacios publicitarios en medios de comunicación y soportes de publicidad exterior, y 295 menciones en redes sociales. El valor de la inversión total del producto ronda los 250.000 €.
- **Turismo Activo y Deportivo:** 40 acciones de promoción en 7 mercados, 11 espacios publicitarios y 207 menciones en redes sociales. El valor de la inversión total del producto ronda los 500.000€.
- **Turismo Rural:** 9 acciones de promoción en 3 mercados, a sumar a 261 acciones de campaña, la mayoría de publicidad exterior y publrreportajes, y 261 artículos en redes sociales. El valor de la inversión total del producto ronda los 165.000€.

PRODUCTOS	INVERSIÓN (estimada)	ACCIONES DE PROMOCIÓN/ MERCADOS	ARTÍCULOS EN REDES SOCIALES	ANUNCIOS Y PUBLIRREPORTAJES
Costa y Pueblos Marineros	300.000 €	3/11	312	337
Los Caminos a Santiago	300.000 €	6/4	90	20
T. Cultural	250.000 €	15/6	350	426

Ciudades	200.000 €	10/13	171	14
T. Industrial	55.000 €	4/17	74	3
T. Gastronómico	300.000 €	11/4	405	20
T. Naturaleza de	250.000 €	22/5	295	47
T. Activo y Deportivo	500.000 €	40/7	207	11
T. Rural	165.000 €	9/3	261	261

Evaluación de resultados: Principios generales del Programa Estratégico de Turismo Sostenible del Principado de Asturias 2020

❖ SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad no es un objetivo más sino que constituye el título del Programa.

El turismo sostenible es el que genera puestos de trabajo, fomenta la cultura, los productos locales, mejora el rendimiento medioambiental, promueve la calidad de sus servicios, por tanto debemos avanzar en la integración de nuestro sistema estadístico regional con los sistemas de medición de estadísticas ambientales y el sistema de cuentas económicas medioambientales.

Gasto turístico en Asturias e impacto turístico.

En 2019, el gasto total por persona y viaje es de 525,79 euros por término medio con un gasto medio total por persona y día de 85,21 euros. El gasto por persona y día es un 0,2% inferior al registrado en 2018, pero el incremento de la estancia media hace que el gasto en el viaje aumente un 17,9%.

El gasto por persona y viaje de los turistas que pernoctan en alojamientos privados alcanza los 431,17 euros, un 12,6% superior al registrado el año pasado debido a una mayor estancia media ya que el gasto por persona y día es un 0,4% inferior, 45,21 euros.

El gasto de los excursionistas aumenta un 0,5%, siendo el gasto medio diario por persona de 34,60 euros frente a los 34,44 euros de 2018.

Las estimaciones provisionales del Gasto Turístico Total para el conjunto de visitantes (alojamiento colectivo, privados y excursionistas) presentan un incremento del 13,8% en su conjunto con respecto a 2018 que incluso supera los datos de 2017 debido a la recuperación en las cifras de número de turistas y de pernoctaciones, volviendo a situarse en niveles de crecimiento.

Las primeras estimaciones del VAB turístico, con los datos provisionales disponibles hasta la fecha para 2019, alcanzaría los 2.325.109 miles de euros, con una aportación del turismo a la economía asturiana que se situaría en el 10,77%, considerando efectos directos, indirectos e inducidos, frente a la estimación del 9,68% en 2018.

En cuanto al empleo, las primeras estimaciones indicarían que el turismo aportaría a la economía asturiana el 12,83% con un total de 48.643 empleos.

ADR-RevPAR Hotelería

En términos generales, durante 2019 la Tarifa Media Diaria (ADR) de los hoteles asturianos ha mantenido una evolución negativa en relación al año anterior excepto en febrero, abril y diciembre. La media anual del ADR en los hoteles de Asturias ha sido de 61,31 euros con una disminución respecto a 2018 del 2,5%. Sin embargo, la media anual en los ingresos por habitación disponible (RevPAR) de los hoteles asturianos crece un 2,8%, alcanzando los 28,52 euros. La evolución mensual ha sido positiva salvo en enero, marzo (por la coincidencia de la semana santa de 2019 en abril), mayo, junio y noviembre.

❖ INTERNACIONALIZACIÓN

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), el número de viajeros alojados en el Principado de Asturias en el año 2019 ascendió a un total de 2.348.616, lo que supone un incremento del 1,6% con respecto al año anterior. Los datos de turismo extranjero, por su parte, crecen un 3,5% respecto a 2018, alcanzando la cifra de 414.064 y en conjunto representan un 17,6% del total de viajeros. En pernoctaciones se alcanza una cifra total de 5.747.219 en 2019, lo que supone un

incremento del 3,7 % frente a 2018. El turismo extranjero ha aumentado en este periodo un 3,8 % en pernoctaciones, y representa el 15,0 % del total.

❖ DESESTACIONALIZACIÓN

Teniendo en cuenta los acumulados mensuales de hotelería, campings, apartamentos turísticos y los alojamientos de turismo rural, las cifras de 2019 son superiores a las de 2018, salvo en enero, febrero, marzo por el efecto de la Semana Santa, y los meses de agosto, septiembre, octubre y noviembre.

Comparando los datos anuales por meses, salvo por el periodo de Semana Santa y su coincidencia en meses diferentes, la distribución mensual mantiene las mismas tendencias que el año anterior, presentando una fuerte estacionalidad especialmente en pernoctaciones, con máximos en agosto y julio, frente a cifras de mínimos más reducidas en enero, febrero y noviembre. Llama la atención poderosamente el incremento del 5,3 % en viajeros recibidos en el mes de diciembre que viene acompañado de un incremento del 7,3% en pernoctaciones en el mismo mes.

Por trimestres, el tercero es el que acumula un mayor número de viajeros y pernoctaciones en 2019, un 45,5% y un 53,8% respectivamente.

❖ EQUILIBRIO TERRITORIAL

Por lo que se refiere a las cifras de viajeros y pernoctaciones de hoteles, el acumulado anual de Gijón registra un descenso de viajeros del 5,5 %, compensado por un aumento de las pernoctaciones en un 1,7%. Oviedo baja un 7,4% en viajeros y un 6,4% en pernoctaciones. En el resto de Asturias el acumulado anual aumenta un 8,6% en número de viajeros y crece un 10,6 % en pernoctaciones. Gijón y Oviedo acumulan el 48,2 % de los viajeros alojados en hoteles y el 46 % de las pernoctaciones hoteleras.

En cuanto a la oferta turística de plazas y alojamientos, se observa un crecimiento tanto en plazas como en número de establecimientos. Hay que destacar el impacto que en la oferta turística está teniendo a raíz del incremento en las altas de viviendas vacacionales (VV) y de uso turístico (VuT). Es especialmente significativo las 4.216 plazas de alojamiento en VV en el Oriente de Asturias (el 70,4% del total), y las 2.629 plazas de viviendas de uso turístico en la zona centro (el 63,7% del total). En términos de número de alojamientos suponen 713 VV (el 72,3%) en el Oriente y 600 viviendas de uso turístico en la zona centro de Asturias (el 64,1%).

Situación a cierre de 2019 (datos provisionales)

- Teniendo en cuenta la hotelería, los campings, los apartamentos turísticos y los alojamientos de turismo rural, en el acumulado anual de 2019, Asturias sube un 1,62 % en números de viajeros y un 3,65% en pernoctaciones respecto a 2018.
- Los datos de turismo extranjero crecen un 3,5% respecto a 2018, alcanzando la cifra de 414.064 y en conjunto representan un 17,6% del total de viajeros.
- La media anual en los ingresos por habitación disponible (RevPAR) de los hoteles asturianos crece un 2,8%, alcanzando los 28,52 euros.
- El Aeropuerto de Asturias ha recibido un total de 1.417.433 viajeros en el año 2019, lo que supone un incremento del 1,21% con respecto al año anterior. De estos, 64.257 corresponden a tráfico internacional, lo que supone un 4,5% del tráfico total.
- Esta buena marcha del turismo, tiene también su reflejo en nuestros canales, con incrementos considerables en el número de visitas al portal turismoasturias.es y en la interacción en perfiles sociales, que constatan un mayor interés en el destino Asturias, alineado con los registros ascendentes de turistas y pernoctaciones.