



*gijón*

| *impulsa*

| visita *gijón*

MEMORIA

Promoción Empresarial y Turística de Gijón, S.A.

**2024**

visita gijón  
visita Xixón



**VISITA GIJÓN**

## VISITA GIJÓN

## ÍNDICE

<b>1. PRINCIPALES DATOS TURÍSTICOS 2024</b>	98	<b>4. COMUNICACIÓN Y MARKETING</b>	114
1.1 Viajeros y pernoctaciones. Ocupación hotelera. Gasto turístico	98	4.1 Campaña internacional	114
1.2 Peregrinos Camino de Santiago 2024	100	4.1.1 Francia	
1.3 Evolución de la planta turística	100	4.1.2 Países Bajos	
<b>2. INFOGIJÓN, EL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA</b>	102	4.1.3 Bélgica	
2.1 Venta de productos y servicios turísticos	104	4.1.4 Conclusiones generales	
2.2 Programa de visitas guiadas	104	4.2 Acciones en medios locales	120
2.3 Información en eventos singulares	105	4.2.1 Cobertura de FITUR 2024	
2.4 Cruceros	105	4.2.2 Especiales Semana Santa	
<b>3. PROMOCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y REDES DE COOPERACIÓN</b>	106	4.2.3 Especiales turismo verano	
3.1 Promoción en mercados nacionales	106	4.2.4 Campaña FIDMA	
3.2 Promoción en mercados internacionales	106	4.2.5 Especiales premios fin de grado	
3.3 Viajes de familiarización	107	4.3 Otras campañas y acciones de publicidad	121
3.4 Workshops y bolsas de contratación	107	4.3.1 Campaña Saborea	
3.4.1 Workshop Destinations Exchange Europe		4.3.2 Campaña Verano a la Romana	
3.4.2 Jornadas inversas de comercialización para mercados de Europa		4.3.3 «La gran manzana»	
3.4.3 Seatrade Cruise Med — Málaga		4.3.4 Otras inserciones	
3.4.4 Jornadas de Comercialización BENELUX		4.4 Acciones con creadores de contenidos	122
3.4.5 Intur Negocios		4.4.1 Blogtrip Semana Internacional de la Montaña (enero)	
3.5 Campañas de comercialización	108	4.4.2 Birratour 2024 (enero)	
3.5.1 Reserva Gijón		4.4.3 Blogtrip Antroxu (febrero)	
3.5.2 Alójate con descuento en Gijón		4.4.4 #Gijónmáscercaquenunca (marzo)	
3.5.3 Visit Gijón Card		4.4.5 Blogtrip Gijón Sound Festival (abril)	
3.5.4 Atrápalo		4.4.6 Blogtrip Media Maratón (mayo)	
3.5.5 Edreams - Odigeo		4.4.7 Blogtrip Barcelona TB (mayo)	
3.5.6 Acuerdo de colaboración con RENFE		4.4.8 Blogtrip familiar (septiembre)	
3.5.7 Otras acciones de comercialización		4.4.9 Iati Academy & Friends (septiembre)	
3.6 Red de Cooperación de Ciudades de la Ruta de la Plata. Acciones Ruta Vía de la Plata en Gijón/Xixón	111	4.4.10 Blogtrip Festival Internacional de Cine de Xixón (noviembre)	
3.7 Red de Ciudades AVE	113	4.4.11 Colaboraciones con creadores de contenido	
		4.5 Ediciones y material promocional	127



<b>5. VISITA GIJÓN PROFESIONAL</b>	128
5.1 Adhesiones y bajas	128
5.2 Balance por programa	128
5.2.1 Programa SICTED	
5.2.2 Premios SICTED	
5.2.3 Programa Biosphere Sustainable	
5.2.4 Programa Accesibilidad Turística	
5.3 Premios Trayectoria Visita Gijón/Xixón profesional	129
5.4 Formación a profesionales del sector turístico	130
5.5 Acciones de difusión	133
5.6 Desayunos del sector	133
5.7 Acciones de comunicación	134
5.8 Sistema de Gestión de Calidad de Visita Gijón	134
5.9 Mesa de Turismo	134
<b>6 . GIJÓN/XIXÓN, DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE</b>	135
<b>7. PLANES EUROPEOS</b>	136
7.1 Plan de comercio De compras por Gijón/Xixón	136
7.2 Plan de sostenibilidad	138
<b>8 . OTRAS ACCIONES</b>	139
8.1 Promoción en mercados nacionales	139
8.2 13ª MBA Media Maratón Gijón-Avilés-Gijón	139
8.3 Acciones de apoyo a la Candidatura de la Cultura Sidrera Asturiana a Patrimonio Inmaterial de la Humanidad de la UNESCO	139
8.4 Regata La Solitaire du Figar	139
8.5 Gijón Bonito	138
8.6 Dods Diving World Tour Gijón/Xixón	140
8.7 Festival Arcu Atlántico	140
8.8 Torneo Navidad 25 aniversario Club Baloncesto Pumarín	141
8.9 Fidma 2024: Naval Azul	141
8.10 Otras colaboraciones	142
<b>9 . OFICINA DE CONGRESOS Y GIJÓN CONVENTION BUREAU</b>	143
9.1 Sembrando el futuro: mercado corporativo y refuerzo de la apertura al mercado internacional	144
9.2 Apuntalando el presente: mercado asociativo	146
9.3 En permanente contacto con la industria local: atención y acompañamiento a las empresas	147
9.4 Participación en foros nacionales e internacionales	148
9.5 Comunicación y publicidad especializada	148



# 1 . PRINCIPALES DATOS TURÍSTICOS 2024

## 1.1 VIAJEROS Y PERNOCACIONES. OCUPACIÓN HOTELERA. GASTO TURÍSTICO

Los datos acumulados para 2024 confirman que se trata del mejor año turístico de la historia de la ciudad, con cifras récord de visitantes. Unas cifras que, en el caso de los turistas, aunque disminuyen ligeramente en número de pernoctaciones hoteleras, se ven ampliamente compensadas por el número de noches de alojamiento en establecimientos extrahoteleros y viviendas vacacionales o de uso turístico y que, en el caso de los excursionistas, se han visto claramente impulsadas por la celebración de los actos del Día de las Fuerzas Armadas en la ciudad.

### VIAJEROS

#### ALOJADOS

+3,3%

Comenzando por los datos referidos a la **Encuesta de Ocupación Hotelera del INE**, se comprueba que el número total de viajeros alojados en establecimientos hoteleros en 2024 fue de 410.421 personas, lo que representa un incremento del 3,3 % respecto al año anterior. Sin embargo, la cifra de **pernoctaciones** disminuye un 6,7 % y se sitúa en 862.023 (62.332 menos que el año pasado); la **estancia media** se situó en 2,1 noches.

### PERNOCCACIONES

#### HOTELERAS

-6,7%

Debe aclararse, en cualquier caso, que el INE registró una reducción respecto a 2023 en el número de plazas hoteleras disponibles a partir de abril, lo que impactó negativamente en las cifras oficiales de viajeros y pernoctaciones atribuidas a la ciudad a partir de ese mes. Si se corrigen los datos tomando como referencia el mismo número de plazas hoteleras que en 2023, el número de viajeros habría alcanzado la cifra de 424.004, lo que implicaría un incremento del 6,7 % respecto al año pasado, mientras que las pernoctaciones habrían sido 890.636 y la reducción en el número de estas se situaría en el 3,6 % (y no el 6,7 % oficial).

Una parte muy importante de los viajeros alojados en hoteles provienen de la Comunidad de Madrid (16,7 %), Castilla y León (13,4 %), Galicia (10,1 %) y País Vasco (7,0 %). Los viajeros extranjeros representaron el 16,2 % del total, con un incremento del 5,3 % respecto a 2023.

Sumando las pernoctaciones hoteleras ajustadas (890.636) a las registradas en alojamientos extrahoteleros (185.188), viviendas vacacionales (291.995) y viviendas privadas (4.393.255), se obtiene un total de 5.761.074 pernoctaciones, lo que representa un incremento del 6 % respecto a 2023 y marca un nuevo máximo en la serie histórica.

La **tasa media de ocupación** durante el año 2024 fue del 49,7 %, una disminución de 1,9 puntos porcentuales respecto a 2023. Durante los fines de semana, esta tasa fue del 62,7 %, con un incremento del 2,2 %, mientras que entre semana se redujo al 44,5 %.

**Los datos de rentabilidad del sector hotelero son los mejores de la serie histórica.** La **tarifa media diaria (ADR)** alcanzó los 80,11 euros, lo que supone un incremento del 9,3 % respecto a 2023. El ingreso por habitación disponible (**RevPAR**) fue de 47,93 € y crece un 9 %. La **facturación** total del sector hotelero en concepto de alojamiento fue de 42,2 millones de euros, lo que representa un incremento del 5,4 %.

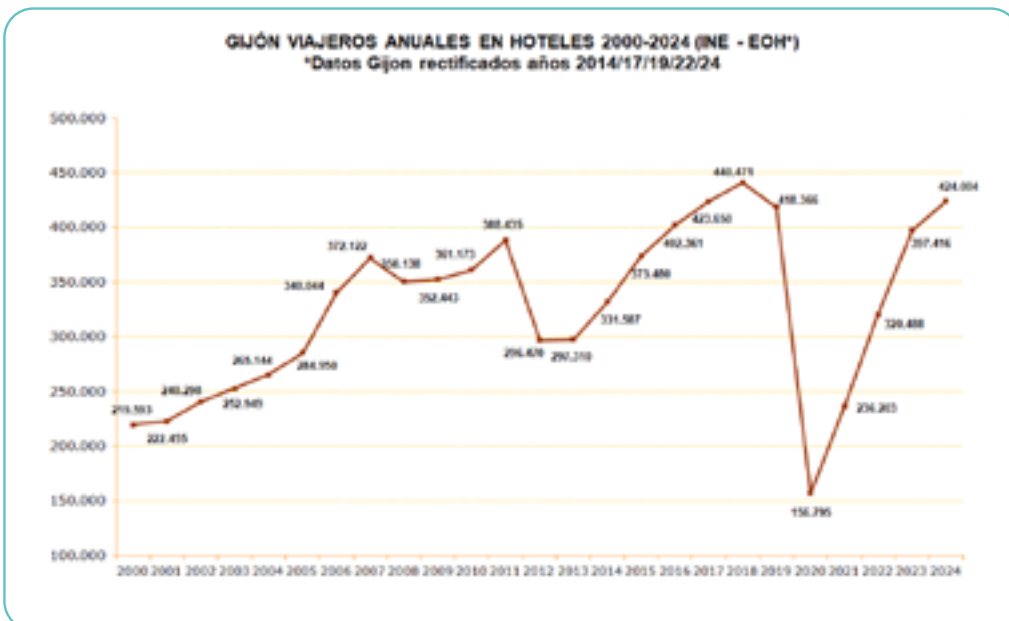
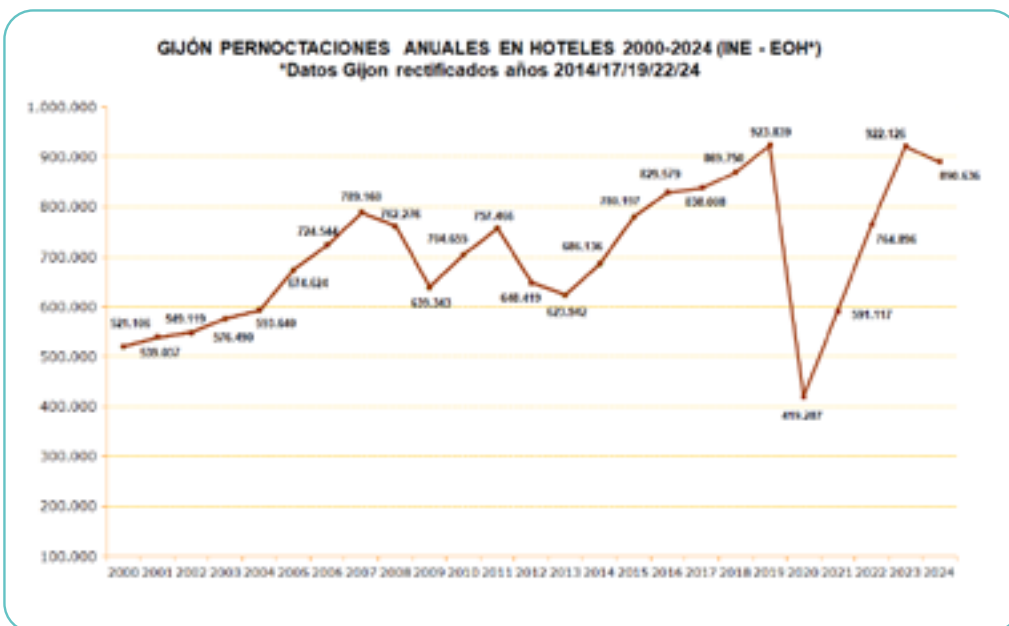
De acuerdo con la **encuesta de demanda elaborada** mensualmente por InvesMark para Visita Gijón, y tomando como referencia el mismo número de plazas hoteleras existentes en la ciudad el año pasado, se comprueba que el total de visitantes que llegaron a Gijón/Xixón en 2024 fue de 1.835.734, lo que supone un aumento del 11,5 % respecto a 2023. De estos, 645.927 fueron excursionistas, un incremento del 21,4 % (incremento relacionado con eventos destacados como el Día de las Fuerzas Armadas celebrado en la ciudad).

**CIFRA RÉCORD**

**PERNOCTACIONES**

**5.761.074**

En 2024 se alcanza la cifra récord de 5.761.074 pernoctaciones (+6,0 % respecto a 2023), de las que 1.367.819 se han producido en hoteles, alojamientos extrahoteleros, viviendas vacacionales y viviendas de uso turístico.



## 1.2 PEREGRINOS CAMINO DE SANTIAGO 2024



### PEREGRINOS ALOJADOS EN EL ALBERGUE DE PEREGRINOS (CAMPING DEVA) (EVOLUCIÓN 2010-2024)

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>TOTAL ANUAL</b>	1.144	1.934	2.206	2.911	2.684	2.776	2.160	2.640	1.889	1.337	505	765	1.582	1.358	<b>1.382</b>
<b>Nacionales</b>	668	911	1.109	1.487	1.188	1.218	919	1.165	639	396	338	374	500	462	<b>506</b>
<b>Extranjeros</b>	476	1.023	1.097	1.424	1.496	1.558	1.241	1.475	1.250	941	167	391	1.082	896	<b>876</b>

### DEMANDAS DE PEREGRINOS EN INFOGIJÓN (EVOLUCIÓN 2010-2024)

AÑO	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
<b>TOTAL ANUAL</b>	1.659	2.207	2.203	2.307	2.538	2.081	1.951	2.281	2.307	3.146	481	1.585	2.352	2.531	<b>2.740</b>
<b>Nacionales</b>	704	1.250	1.089	1.042	1.091	718	657	805	958	1.351	381	1.073	1.018	1.128	<b>1.108</b>
<b>Extranjeros</b>	955	957	1.114	1.265	1.447	1.363	1.294	1.476	1.349	1.795	100	512	1.334	1.403	<b>1.632</b>

## 1.3 EVOLUCIÓN DE LA PLANTA TURÍSTICA

Durante 2024 no ha habido variaciones en el número de establecimientos de hotel y de apartamentos turísticos, si bien se ha producido una disminución en la oferta de pensiones (tres cierres, 36 plazas menos). Las grandes variaciones en establecimientos y plazas se producen en los establecimientos extrahoteleros, principalmente en las viviendas de uso turístico, con 50 aperturas que suponen 254 plazas más.



## DATOS BÁSICOS DE LA OFERTA DE ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS DE GIJÓN/XIXÓN 2024

<i>Tipo y categoría establecimiento</i>	<i>Nº. de establecimientos</i>	<i>Plazas</i>
Hoteles 4 estrellas	16	2.339
Hoteles 3 estrellas	16	1.231
Hoteles 2 estrellas	12	470
Hoteles 1 estrella	4	169
<b>Subtotal hoteles</b>	<b>48</b>	<b>4.209</b>
Apartamentos turísticos 3 llaves	1	50
Apartamentos turísticos 2 llaves	11	365
Apartamentos turísticos 1 llave	4	46
Apartamentos turísticos (sin clasificar)	1	18
<b>Subtotal apartamentos turísticos</b>	<b>17</b>	<b>479</b>
Pensiones 2 estrellas	14	230
Pensiones 1 estrella	9	165
<b>Subtotal pensiones</b>	<b>23</b>	<b>395</b>
<b>Total hoteles, apartamentos turísticos y pensiones</b>	<b>88</b>	<b>5.083</b>
Albergues Turísticos	4	75
Casas de Aldea	3	25
Viviendas Vacacionales (VV)	74	569
Viviendas de Uso Turístico (VUT)	1.424	6.671
Camping 1ª Categoría	1	1.480
Camping 2ª Categoría	1	332
<b>Subtotal extrahoteleros</b>	<b>1.507</b>	<b>9.152</b>
<b>Total Establecimientos de Alojamiento y Plazas Turísticas</b>	<b>1.595</b>	<b>14.235</b>

**Nota:** las plazas de los establecimientos turísticos están ajustadas a las que figuran en el Registro Oficial de Empresas y Actividades Turísticas del Principado de Asturias (REAT-PA)

## 2. INFOGIJÓN, EL SERVICIO DE INFORMACIÓN TURÍSTICA

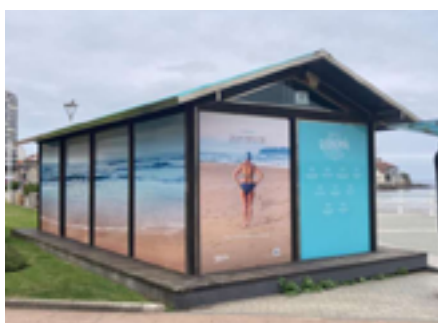
Los servicios que prestamos a través de Infogijón son:

- Información turística local y regional sobre transporte, alojamientos, empresas y actividades turísticas, servicios, monumentos, recursos naturales, rutas turísticas, espectáculos y eventos culturales y sobre cualquier actividad relativa al turismo y al ocio.
- Distribuimos planos y materiales informativos y promocionales de la oferta turística de Gijón/Xixón y del resto del Principado de Asturias.
- Distribución de información turística en formato digital.
- Atención turística por WhatsApp.
- Informamos sobre las visitas guiadas ofertadas en la ciudad.
- Venta de productos y servicios turísticos.
- Venta de la línea de merchandising de Gijón/Xixón.
- Gestión de reservas en los hoteles de la ciudad.
- Sellamos y expedimos la Credencial del Peregrino.
- Sellamos y expedimos el pasaporte Ruta de la Plata y expedimos Moto Vía Card.



### Fechas y horario de apertura Infogijón Casa Paquet (2024)

Semana Santa, del 1/5 al 1/11 y puente del Pilar y puente de la Constitución	10:00 - 20:00 h
Agosto	10:00 - 21:00 h
Resto del año	10:00 -14:30 y 16:30 -19:30 h



### Fechas y horario de apertura Infogijón Escalerona

Semana Santa y puente del 1 de mayo	10:00 -14:00 h y 16:00 - 20:00 h
Del 10/5 al 31/5	Viernes 16:00 - 20:00 h Sábado 10:00 - 14:00 h y 16:00 - 20:00 h Domingo 10:00 -14:00 h
Del 1/6 al 5/7 y del 26/8 al 8/9	10:00 - 20:00 h
Del 6/7 al 25/8	10:00 - 21:00 h
Del 13/9 al 2/9	Viernes 16:00 - 20:00 h Sábado 10:00 - 14:00 h y 16:00 - 20:00 h Domingo 10:00 -14:00 h

Ambas oficinas cuentan con el sello Tur4all de PREDIF, que acredita que están adaptadas para personas con movilidad reducida. Se atienden otras discapacidades a través de los folletos en braille o el bucle magnético para atender a las personas con discapacidad auditiva, entre otras medidas.

**PERSONAS USUARIAS DIRECTAS**  
*ATENDIDAS EN INFOGIJÓN EN 2024*

**35.133**

**PERSONAS BENEFICIARIAS**  
*ATENDIDAS*

**+2,27%**

La cifra de personas atendidas directamente es ligeramente inferior a la del año anterior, con un descenso de apenas el 2,4 %, siempre hablando de personas usuarias del servicio, no de personas beneficiarias. La atención turística realizada a personas beneficiarias en las oficinas de Infogijón ascendería a 72.628 personas, un 2,27 % más que el año anterior.

**PROCEDENCIA USUARIAS**  
*NACIONAL*

**68,52%**

Del total de usuarios y usuarias, un 68,52 % fue de procedencia nacional. Sigue aumentando el porcentaje de personas atendidas de procedencia internacional, que en el año 2024 ya supuso un 15,57 % del total de atenciones.

**PROCEDENCIA NACIONAL**  
*MADRID*

**30,48%**

Las principales comunidades autónomas por procedencias en 2024 son Madrid (30,48 %), Castilla y León (13,17 %) y Euskadi (9,57 %). El cuarto puesto queda prácticamente igualado entre Cataluña (8,35 %) y Andalucía (8,08 %). No hay diferencias en las procedencias principales en relación con el año anterior.

**PROCEDENCIA INTERNACIONAL**  
*FRANCIA*

**24,68%**

En internacional, se mantiene en cabeza Francia, con el 24,68 % de las personas usuarias con procedencia internacional, seguida de Alemania, que supone un 15,59 %, Reino Unido (9,77 %), Argentina (7,20 %), Italia (6,54 %) y EE.UU. (5,4 %). La única diferencia respecto al ranking del año anterior es que recupera Reino Unido el tercer puesto, frente al turismo argentino, que se sitúa en cuarta posición.

Entre las demandas más frecuentes en las oficinas de información turística podemos destacar la información general de Gijón/Xixón (69,40 %), ubicaciones en plano (63,92 %), cultura (33,99 %), información sobre eventos (29,04 %), información general de Asturias (23,66 %) y restauración (20,93 %).



## 2.1 VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS TURÍSTICOS

En el año 2024 se potencia la venta de todos los productos turísticos a través del portal de reserva [www.reservagijon.es](http://www.reservagijon.es). No obstante, se mantiene la venta presencial en las oficinas de información turística. Se incrementó notablemente la venta de todos los productos turísticos.

Venta de productos en 2024		
	Venta	Variación
<b>Gijón/Xixón Goloso</b>	413	+ 31,94 %
<b>Gijón Gourmet</b>	567	+ 134,29 %
<b>Visit Gijón Card</b>	654	+ 232,32 %

## 2.2 PROGRAMA DE VISITAS GUIADAS

En el verano de 2024 se lanzó un programa de visitas guiadas coordinado desde la oficina de información turística de Gijón/Xixón. Este programa garantizó una oferta diaria de visitas organizadas con diferentes temáticas. En el programa se incluyeron tanto las visitas de Verano a la Romana, organizadas por los museos arqueológicos de la ciudad, como el programa Descubre Gijón, organizado por la oficina de información turística de Gijón/Xixón, en el marco del acuerdo Gijón Futuro 2024-2027.



Las visitas que se ofrecieron fueron las siguientes:

### Lanzadera y visita guiada a la Villa Romana de Veranes

- **Fechas:** varias entre junio y agosto.
- **Precio:** 3 € (menores de 16 años, gratis).

### Arqueobús

- **Descripción:** itinerario arqueológico dramatizado con visitas al castro de la Campa Torres y la Villa Romana de Veranes.
- **Fechas:** fines de semana de julio a septiembre.
- **Precio:** 5 € (menores de 16 años, gratis).

### Visita guiada al modernismo con Gijón Goloso

- **Descripción:** ruta guiada por edificios modernistas combinada con degustación del programa Gijón Goloso.
- **Fechas:** de junio a septiembre.
- **Precio:** 12 € (niños de 4 a 12 años, 6 €; menores de 3 años, gratis).

### Ruta de los Oricios

- **Descripción:** recorrido por Cimavilla, enfocado en la tradición marinera y la cultura del oricio.
- **Fechas:** junio a septiembre.
- **Precio:** 15 € (niños de 4 a 12 años, 7,5 €; menores de 3 años, gratis).

### Literatura, cine y teatro

- **Descripción:** recorrido por la historia cultural y literaria de Gijón/Xixón.
- **Fechas:** de junio a septiembre.
- **Precio:** 10 € (niños de 4 a 12 años, 6 €; menores de 3 años, gratis).

### Entresiglos

- **Descripción:** paseo por la vida en los siglos XIX y XX, con uso de realidad aumentada.
- **Fechas:** junio a agosto.
- **Precio:** 10 € (niños de 4 a 12 años, 6 €; menores de 3 años, gratis).

### Xixón Industrial

- **Descripción:** ruta sobre el pasado industrial de la ciudad, accesible para personas con movilidad reducida.
- **Fechas:** junio a septiembre.
- **Precio:** 10 € (niños de 4 a 12 años, 6 €; menores de 3 años, gratis).

A continuación se detallan los datos de usuarios e ingresos de cada visita:

Nombre de la visita	Número de personas	Ingresos (€)
Lanzadera Veranes	391	705
Arqueobús	351	1470
Modernismo/Goloso	126	1458
Ruta de los Oricios	52	765
Literatura, cine y teatro	38	380
Entresiglos	14	140
Xixón Industrial	15	150



**VISITAS**

**GUIADAS**

**987**

En total, se realizaron 987 visitas, generando en ingresos 5.068 €. Las visitas con mayor participación y recaudación fueron el Arqueobús y la visita guiada al Modernismo/Goloso, mientras que las de menor impacto fueron Entresiglos y Xixón Industrial.

**RESERVAS**

**VISITAS GUIADAS**

[WWW.RESERVAGIJON.ES](http://WWW.RESERVAGIJON.ES)

**60,9%**

El 60,9 % de las reservas de visitas guiadas se realizó a través del motor de reservas [www.reservagijon.es](http://www.reservagijon.es), mientras que el resto se vendió directamente en las oficinas de información turística.

Para realizar las visitas guiadas del programa Descubre Gijón se ha contado con los guías oficiales que habitualmente trabajan en la ciudad y que quisieron participar en el programa. Este programa incluye todas las visitas descritas anteriormente, excepto la Lanzadera a Veranes y el Arqueobús, que pertenecen al programa Xixón Romano organizado por los museos arqueológicos de la ciudad. Dentro del programa Descubre Gijón, se programaron 100 visitas guiadas durante los meses de verano, de las que se desarrollaron 52 y las otras 48 tuvieron que ser canceladas por no llegar al mínimo de dos personas necesario para su realización.

**2.3 INFORMACIÓN EN EVENTOS SINGULARES**

Del 24 de junio al 5 de septiembre contamos con una caseta ubicada en el puerto deportivo, junto a las Letronas. En esta caseta se estableció un punto de venta de productos turísticos y se realizó la atención a los cruceristas que visitaron nuestra ciudad durante la temporada alta, ya que era el punto de carga y descarga de pasajeros de los autobuses lanzaderas. Además, como en años anteriores, se realizó una atención especial coincidiendo con la XXXIII Fiesta de la Sidra Natural (19 de agosto al 1 de septiembre), donde se vendieron los canchis de chigre.



**2.4 CRUCEROS**

En el año 2024, se registraron 39 escalas, lo que supuso la atención a 53.025 (+72 %) cruceristas y 20.395 miembros de la tripulación.





### 3. PROMOCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y REDES DE COOPERACIÓN

#### 3.1 PROMOCIÓN EN MERCADOS NACIONALES

Durante 2024 se produce un cambio de estrategia y no se programan salones de turismo ni acciones directas a público final en mercados nacionales. Madrid focaliza las acciones a causa de la recién inaugurada línea de tren de alta velocidad. Se prioriza la promoción nacional en el eje Asturias – Madrid.

Estas acciones promocionales se concentran en el departamento de comunicación y marketing. Por parte del departamento de Promoción y comercialización, se cierra un acuerdo de promoción y co-marketing con RENFE para el desarrollo de acciones y campañas publicitarias que se desarrollan en coordinación con el área de marketing y comunicación.

Con la llegada de la Alta Velocidad, Gijón/Xixón se integra en la Red de Ciudades AVE.

Conforme al cambio de estrategia comentado anteriormente, Gijón/Xixón no programa ferias ni salones de turismo en España. Acude solo a Fitur.

Ferias de turismo nacionales		
Enero	Feria Internacional de Turismo FITUR	Madrid

En Fitur, se prestó especial atención a la parte profesional con agenda de trabajo y se mantuvo la atención personalizada con una informadora en el mostrador de ciudades de Asturias para atender las demandas directas sobre el destino Gijón/Xixón.

#### 3.2 PROMOCIÓN EN MERCADOS INTERNACIONALES

En el mercado francés, prioritario para Gijón/Xixón, se mantuvo la presencia en el salón de Rennes y en MAP París y se asiste por primera vez a Lille, dada la proximidad a Bruselas y París y los vuelos directos con los dos destinos. Este mercado se viene trabajando con acciones directas y presencia en salones de turismo desde 2009, con especial atención al salón de París y otras zonas de Francia de interés.

En 2024 se acude a estos salones con estands conjuntos o compartidos con Oviedo/Uviéu y Avilés para reforzar la oferta de turismo urbano y dar visibilidad a la oferta de turismo urbano y todas sus posibilidades en el marco de la Asturias Paraíso Natural.

Ferias de turismo internacionales		
Enero	Feria Internacional de Turismo Salon du Tourisme de Lille — 476	Nantes
Febrero	Salón du Tourisme de Rennes — 337	Rennes
Marzo	Salón MAP — 314	París



**DEMANDAS DIRECTAS DE PÚBLICO**

**ATENDIDAS POR GIJÓN/XIXÓN  
EN LOS SALONES DE TURISMO INTERNACIONALES**

**1.127**

Además de estos salones específicos de turismo, Gijón/Xixón acudió, con mostrador de destino compartido con Avilés, al Salon Nautique Gran Pavois, en La Rochelle, para dar visibilidad al destino y ofrecer a los puertos deportivos de las dos ciudades la posibilidad de asistir y establecer contactos.

**3.3 VIAJES DE FAMILIARIZACIÓN**

De la mano de Viajes Iverem, receptor nacional especializado en viajes culturales y arqueológicos, se contacta con APUNE, asociación que reúne a universidades americanas y entidades destinadas a organizar viajes de estudios de estudiantes americanos que cursan algún tipo de formación en España.



Se seleccionaron tres universidades y se completó el grupo con dos agencias receptoras más: Experience Academy, Disckinson University, Global Education Oregon, Viajes Iverem, Madrid Experience y Agencia Viandante.

Dado el perfil de participantes, se han mostrado recursos turísticos adecuados para viajes de estudio y también espacios para celebración de eventos e idóneos para grupos y viajes a medida.

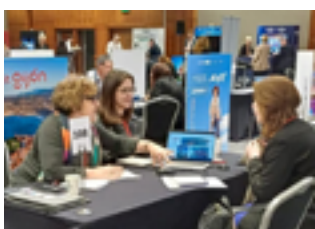
El viaje se realizó del 27 al 30 de mayo.

**3.4 WORKSHOPS Y BOLSAS DE CONTRATACIÓN**

Con el fin de dar a conocer nuestro destino a agencias y turoperadores, se realizaron las siguientes acciones durante 2024:

**3.4.1 WORKSHOP DESTINATIONS EXCHANGE EUROPE**

Bolsa de contratación con turoperadores internacionales con sede preferentemente en el Reino Unido. Se celebró el 8 y el 9 de abril en Londres. Consistió en charlas sobre diferentes aspectos de interés para el sector turístico y la propia agenda de trabajo, donde se despachó con 22 agentes, potenciales intermediarios para la comercialización de nuestro destino a nivel internacional.

**3.4.2 JORNADAS INVERSAS DE COMERCIALIZACIÓN PARA MERCADOS DE EUROPA**

Organizado por Turespaña en colaboración con todas las oficinas europeas. Tuvo lugar en Toledo del 20 al 23 de mayo. Consistió en agenda de citas rápidas con la que se obtuvieron 35 contactos de agentes internacionales de mercados estratégicos para Gijón/Xixón en los próximos años.



### 3.4.3 SEATRADE CRUISE MED, MÁLAGA

Se asiste por primera vez a este salón especializado en cruceros, acompañando al Puerto de Gijón/Xixón, para contactar con los operadores de visitas para nuevas ofertas y valoración de excursiones en destino. El Puerto de Gijón/Xixón tiene una mesa de trabajo dentro del stand de Puertos de España. Acuden un total de 18 autoridades portuarias de España.



### 3.4.4 JORNADAS DE COMERCIALIZACIÓN BENELUX

Organizadas por las OET de La Haya y Bruselas con el objetivo de poner en contacto destinos turísticos españoles con los TTOO e influencers de ambos países, se celebró del 8 al 10 de octubre. Se consiguió un total de trece contactos entre los dos mercados.

### 3.4.5 INTUR NEGOCIOS

En el marco de la Feria de Turismo de Interior, que se celebra anualmente en Valladolid, Visita Gijón/Xixón participó en el workshop del 14 de noviembre, donde se entrevistó con 18 turoperadores y agencias internacionales. Se llevaron a cabo otras acciones comerciales y colaboraciones con operadores, como Mundo Amigo, Viajes Sant Julia, Viajes Adictivos y Veronia Tours. En este caso, se les facilitó información y datos para programas específicos que estén desarrollando o se incluye el destino Gijón/Xixón en paquetes de comercialización de alguno de los operadores, como el caso de la agencia de Receptivo de Veronia Tours.

## 3.5 CAMPAÑAS DE COMERCIALIZACIÓN

### 3.5.1 RESERVA GIJÓN

En 2024 continuamos con la comercialización *online* a través del motor de reservas [www.reservagijon.es](http://www.reservagijon.es). Aquí se pueden adquirir los productos turísticos propios de Visita Gijón/Xixón y también aquellos de las empresas de la ciudad interesadas. Este proyecto surgió de la Mesa de Concertación Social del Ayuntamiento de Gijón/Xixón del año 2022 con los siguientes objetivos:

- Incrementar la digitalización de las empresas de turismo activo.
- Incentivar reservas y ventas entre las empresas de actividades de Gijón/Xixón.

#### Empresas participantes en 2024

ASTURIAN WAYS	Proastur	Ser Asturianu
Puerto Deportivo	Náutica Costa Verde	Llagar JR
Fanautic Club Asturias	Tablas Surf School	Parapente Gijón
Vantur	Actividades Gijón	Asturfly
Marina de Gijón	Asturboats	Llagar Piñera
Parapente Asturias	Siroko Surf	Llagar Trabanco
Cuatro Gotes Producciones	Playaventura	Acuario de Gijón
Skool Surf	María Sampedro Alongo	Umami Gijón
Ikaro Globos	Parapentalia	Omar Moro Teja
Ana Barcia	Scone Cerveza Artesana	Museo Evaristo Valle

**TOTAL = 30 empresas**

### 3.5.2 ALÓJATE CON DESCUENTO EN GIJÓN

En 2024 se mantuvo la web creada en 2021, donde se incluye a todos los alojamientos de la ciudad interesados en promocionarse y comercializarse, ofreciendo un descuento del 10 % durante todo 2023 y hasta el 31 de marzo de 2025.

Han participado un total de catorce establecimientos (hoteles de 4, 3, 2, 1 estrella, pensiones, y apartamentos turísticos):

2024-2025	Categoría	Establecimiento
1	4 estrellas	Abba Playa Gijón
2	4 estrellas	El Mòderne Hotel Urban & Unique
3	4 estrellas	Hernán Cortés
4	4 estrellas	Hotel La Boroña
5	4 estrellas	Hotel Zentral Gijón Rey Pelay
6	4 estrellas	Numa Hotel Boutique
7	4 estrellas	Hotel Begoña Park
8	4 estrellas	Hotel NH
9	3 estrellas	Blue Marqués
10	3 estrellas	Blue Santa Rosa
11	2 estrellas	San Miguel
12	Pensión 2**	Balenax Pensión
13	AT	Apartamentos Plaza Mayor
14	AT	Apartamentos Urban Blue
<b>TOTAL = 14 establecimientos</b>		

### 3.5.3 VISIT GIJÓN CARD

Como complemento al motor de reservas, se ha desarrollado la Visit Gijón Card, herramienta de fidelización en formato de aplicación móvil.

El producto se crea en julio de 2023 con los objetivos de digitalización de las pequeñas empresas turísticas, colaboración público-privada y comercialización de experiencias turísticas de nuestro destino.

En 2024 se hicieron ajustes y desarrollos. De este modo pasamos de tres tipos de tarjeta (1, 2 y 3 días) a tan solo una modalidad que da derecho a disfrutar de las ventajas que ofrece durante 48 horas consecutivas. La Visit Gijón Card incluye:

- Entrada al Acuario
- Entrada al Jardín Botánico Atlántico
- Bus urbano ilimitado

Además, ofrece descuentos por la compra de Gijón Goloso, Ruta de la Sidra y entrada al Museo Evaristo Valle.



### 3.5.4 ATRÁPALO

**CTR**

ENVÍOS NEWSLETTER

**4,32%**

Campaña *online* de co-marketing del 10 de abril al 30 de junio con el objetivo de promocionar en el mercado nacional las escapadas a Gijón/Xixón aprovechando la inaugurada línea de alta velocidad en tren de Madrid a Gijón/Xixón.

Se ha obtenido un CTR del 4,32 % en los envíos de *newsletter*. Los formatos display presentan datos destacados también: un 0,20 % en robapáginas y un 0,15 % en *skyscraper*. Más de 8.000 reproducciones en acciones en redes sociales. Los resultados del anuncio de radio digital impactaron a más de 170.000 usuarios únicos segmentados por Madrid.



### 3.5.5 EDREAMS-ODIGEO

**IMPRESIONES**

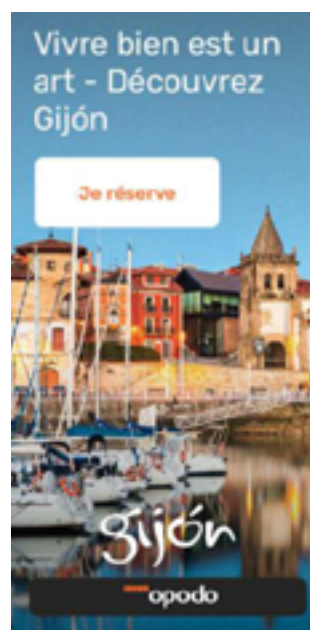
EN MEDIOS

**722.337**

Campaña *online* de co-marketing ejecutada de marzo a mayo de 2024 y centrada en Francia, uno de los mercados estratégicos para Gijón/Xixón.

Con la misma Edreams ha conseguido un aumento del 12,7 % las ventas y un 10,2 % las búsquedas a Gijón/Xixón con respecto al año anterior.

A nivel medios se alcanzó un CTR global del 0,55 %, 722.337 impresiones y 4.009 clics.



### 3.5.6 ACUERDO DE COLABORACIÓN CON RENFE

Como viene realizándose desde hace años, se ha firmado un acuerdo de colaboración con RENFE para la promoción del tren como medio de transporte sostenible. Acciones como la promoción en sus redes sociales, reposacabezas de los trenes con salida o destino Madrid, máquinas de venta de billetes en estaciones, etcétera.

### 3.5.7 OTRAS ACCIONES DE COMERCIALIZACIÓN

A lo largo del año se trabaja con receptivos nacionales para la generación de productos que se puedan comercializar con TT. OO. internacionales, como de Viajes Veronia y Mundo Amigo.

### 3.6 RED DE COOPERACIÓN DE CIUDADES DE LA RUTA DE LA PLATA.

La Red de Cooperación de Ciudades en la Ruta de la Plata es una asociación voluntaria constituida por ciudades ubicadas en esta ruta y en su área de influencia para defender y promocionar conjuntamente sus recursos turísticos, históricos y culturales comunes de su pasado romano bajo la marca Ruta Vía de la Plata.

Gijón/Xixón alberga la oficina de gestión y ocupa la secretaría permanente. Tiene como nexo de unión entre los municipios asociados un pasado romano y vestigios arqueológicos y una riqueza cultural, patrimonial, gastronómica y paisajística que la sitúan como itinerario preferente en mercados internacionales.

La Ruta Vía de la Plata completa la oferta de itinerarios culturales de España junto con otras cuatro rutas nacionales: Caminos de Pasión, Ruta de Carlos V, Caminos de Arte Rupestre y el Camino del Cid. En abril de 2021, las cinco rutas constituyeron la Asociación Rutas culturales de España, presidida por la Red de Ciudades de la Ruta Vía de la Plata, para coordinar todas las acciones en materia de promoción internacional. Además, Ruta Vía de la Plata es integrante de ITER ROMANUN, otra red europea que es un proyecto de cooperación en el ámbito del patrimonio cultural, educativo y turístico de Europa que tiene por objeto la promoción y difusión de las vías y enclaves romanos que componen la red.

La red trabaja la promoción en mercado nacional e internacional. Si bien es cierto que tiene una oferta diversa y adaptable a la demanda, la ruta en Bici y Moto son dos segmentos de promoción muy afianzados en el mercado internacional. Además, en el mercado internacional, se continúan las líneas de trabajo abiertas junto con otras redes y destinos para una mayor divulgación y conocimiento de esta ruta cultural y diversa en su oferta.

**El volumen de acciones desarrolladas por la red se resume en su propia memoria anual, que se envía a todos los municipios asociados y se puede descargar en la web de la red: [www.rutadelaplata.com](http://www.rutadelaplata.com)**

#### ACCIONES RUTA VÍA DE LA PLATA EN GIJÓN/XIXÓN:



#### 1 - VIAJE DE PRENSA MOTORBIKE REINO UNIDO (FOTO 1)

*Fam trip* organizado por Ruta Vía de la Plata en colaboración con un club de moto. En esta ocasión, fue un viaje de un periodista *freelance* británico.

## 2 - VIAJE DE PRENSA MOTORBIKE REINO POLONIA (FOTO 2)

*Fam trip* organizado por Ruta Vía de la Plata en colaboración con OET de Polonia para reportaje en la revista *Swiat Motocykli*.

En estos viajes de prensa por la Ruta de la Plata van acompañados por Quique Arenas, director de la revista *Motoviajeros*, que colabora con Ruta de la Plata para la promoción de la ruta en moto.

## 3 - DÍA DE LA RUTA DE LA PLATA EN GIJÓN/XIXÓN (FOTO 3)

Desde el año 2014, todos los municipios integrantes de la red celebran el 18 de septiembre el Día de la Ruta Vía de la Plata. Esta celebración es una apuesta para resaltar este itinerario cultural, uno de los más importantes de Europa, e impulsar su recorrido como destino turístico.

En Gijón/Xixón, se han programado varias actividades tanto de recreación histórica como talleres y visitas teatralizadas de temática romana gratuitas los días 14 y 15 de septiembre en la Villa Romana de Veranes para conmemorar el Día de la Vía Ruta de la Plata. Un año más, el pasaporte «Gijón romano» estuvo activo para sellar en los equipamientos arqueológicos de la ciudad y conseguir premios de degustación de goloso y tarjetas turísticas de Gijón/Xixón, así como entradas al Festival internacional de cine de Xixón.

## 4 - SEMINARIO ITER ROMANUN EN GIJÓN/XIXÓN (FOTO 4)

Los días 3 y 4 de octubre se celebró en Gijón/Xixón el II Seminario de Vías Romanas, que reunió a 18 expertos y expertas en patrimonio, arqueología y turismo de todo el mundo en torno a charlas, mesas de debate y conferencias. El debate giró en torno a «El Patrimonio cultural arqueológico, el turismo y el desarrollo territorial: conflictos, estrategias, soluciones y gestión. El papel de las vías romanas como eje de descongestión».

## 5 - JUNTA DIRECTIVA RUTA VÍA DE LA PLATA EN GIJÓN/XIXÓN (FOTO 5)

En el mes de junio, la ciudad acoge la junta directiva de la red, en la que su presidente y alcalde de Zafra presenta a los medios el **proyecto BalataBike** para la mejora de la experiencia del cicloturismo en la Ruta Vía de la Plata. Se trata de un proyecto aprobado por la convocatoria «**Experiencias Turismo España**» del Ministerio de Industria y Turismo, con fondos cedidos por la Unión Europea a través de los fondos NextGenerationEU. Detrás de este proyecto hay un plan vinculado al cicloturismo que propone mejoras, herramientas e innovaciones para atraer a más visitantes y ampliar su experiencia, para cuya ejecución se desarrollará una serie de actividades sobre cicloturismo y sostenibilidad hasta septiembre de 2025.



### 3.7 RED DE CIUDADES AVE

En noviembre de 2023, la Alta Velocidad llega a Asturias tras la puesta en funcionamiento de la Variante de Pajares. Esta mejora de la conectividad acerca al Principado de Asturias con la meseta y, por extensión, con la cuenca Mediterránea. Con la llegada de la alta velocidad, el Ayuntamiento de Gijón/Xixón, a través del Área de Turismo, se integra en otra red de promoción turística: la Red de Ciudades AVE nació en el año 2004 como iniciativa de las ciudades y municipios que se conectan por medio de vía férrea utilizando la infraestructura de Alta Velocidad Española y que cuentan con una parada de AVE.

Es un producto turístico que no solo te ofrece un viaje a través de la red de alta velocidad más extensa de Europa, sino que también te propone experiencias

únicas y está muy orientado a la promoción internacional.

Coincidiendo con el 20 aniversario de la red, en la asamblea celebrada en la ciudad de Zaragoza se formaliza la inclusión de Gijón/Xixón.

Coincidiendo con la incorporación de Gijón/Xixón a la red, las ciudades están trabajando en 2024 en una renovación de la marca e imagen de la misma, lo que supondrá renovar web, campañas de publicidad, material promocional, etcétera. La idea es ofrecer una marca con una imagen más vinculada al turismo «emocional», al considerar que la marca actual, Red de Ciudades AVE, se asocia con una marca ferroviaria más que con producto turístico de promoción de destinos.



La Red de Ciudades AVE da la bienvenida a Gijón/Xixón en su 20 aniversario. Encuentro celebrado el 28 y 29 de mayo de 2024 en Zaragoza

- **JORNADA DE TRABAJO EN EL TREN CON AGENTES DE VIAJE DE MADRID.**

Desayuno de trabajo en Ave de Madrid — Zaragoza con los socios de la Red y AA.VV. de Madrid a modo *workshop* programado como una de las actividades conmemorativas del 20 aniversario de la red.

- **VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN ÁREA DE COMUNICACIÓN RED CIUDADES AVE A GIJÓN/XIXÓN**

Un responsable del departamento de comunicación y un fotógrafo se desplazaron a Gijón/Xixón para la generación de material documental, fotos, vídeos, etcétera, para el archivo de la red. El objetivo es tener un fondo documental de los municipios socios para generar materiales promocionales y publicitarios.



## 4. COMUNICACIÓN Y MARKETING

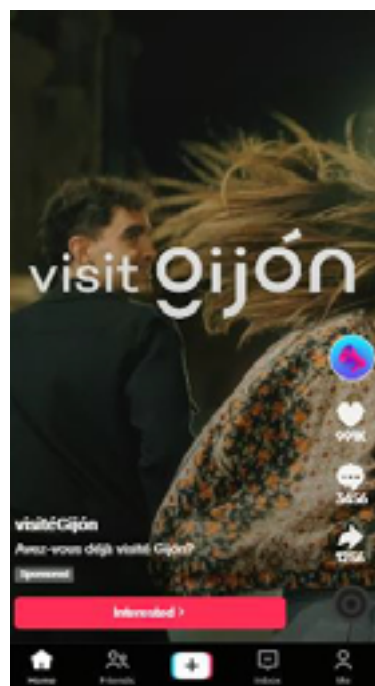
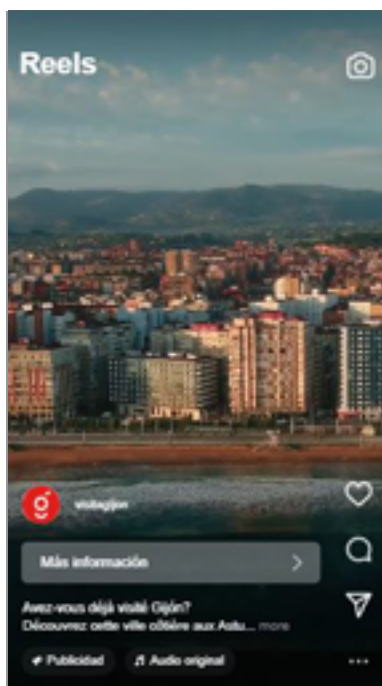
### 4.1 CAMPAÑA INTERNACIONAL

Tal como se establece en la Estrategia de Promoción Internacional 2024-2025, se ha desarrollado a lo largo de 2024 una serie de acciones encaminadas a posicionar Gijón/Xixón como destino turístico en mercados estratégicos de Francia, Países Bajos y Bélgica, a través de campañas en redes sociales, publicaciones en medios digitales e impresos y colaboraciones con creadores de contenido.

#### 4.1.1 FRANCIA

##### Campañas en redes sociales:

- Publicidad en **Facebook, Instagram, TikTok y YouTube** desde septiembre hasta octubre.
- Alcance significativo en formato de **stories y reels**, con miles de interacciones y visualizaciones.
- Anuncios en **YouTube desde el 7 de octubre**, destacando experiencias turísticas.



Plataforma	Impresiones	Visualizaciones	Clics en los anuncios
Facebook e Instagram	457.758	57.745	286
TikTok	615.816	12.648	559
YouTube	991.944	482.311	—
<b>Total general</b>	<b>2.065.518</b>	<b>552.704</b>	<b>845</b>

### Publicaciones en medios digitales y escritos

Con estas publicaciones se generaron más de diez millones de contactos:

- **Le Figaro (21 de octubre):** artículo promocional, banners con alta tasa de engagement y publicaciones en redes sociales. 14.968 páginas vistas, más de dos millones de impresiones de los banners y 1,5 millones de impresiones en redes sociales. <https://www.lefigaro.fr/voyages/inspiration/gijon-comme-au-cinema-20241021>



- **Le Parisien (12 de septiembre):** pequeña reseña sobre Gijón/Xixón en *Le Parisien Weekend* y promoción de un vídeo sobre la sidra en Facebook, Instagram y TikTok, logrando más de 1,2 millones de visualizaciones. [https://www.instagram.com/reel/C\\_yMIPsg1Xv/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D](https://www.instagram.com/reel/C_yMIPsg1Xv/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D)



- **Trek Magazine (noviembre):** publinreportaje en la web, en la revista impresa y banners. <https://www.trekmag.com/news-gijon-xixon-chemins-couleurs-asturies>



- **The Good Life (28 de octubre):** artículo y publicaciones en redes con más de 250.000 impresiones de alcance. <https://thegoodlife.fr/week-end-a-gijon-perle-des-asturies/>



- **Grand Reportages (noviembre):** reportajes sobre Gijón/Xixón como destino turístico en la revista especializada en viajes (online e impresa). <https://www.grands-reportages.com/actu-gijon-escale-douce-asturies>



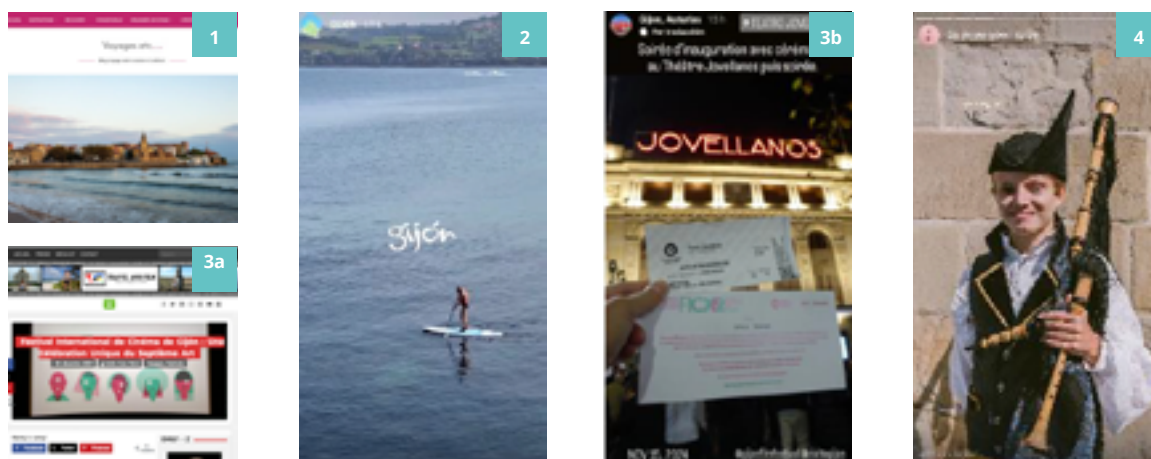
- **Maxi Cuisine (1-8 de octubre):** artículos y newsletters enfocadas en gastronomía. <https://www.maxi-mag.fr/article-long/loisirs-vacances/voyage/visiter-gijon-ville-de-caractere-aux-asturies.html#sites>



### Creadores de contenido

Las publicaciones de estos creadores de contenido generaron más de 2,6 millones de contactos:

- **Voyages ETC (diciembre) - (Foto 1):** entrada de blog y diez *posts* en redes destacando Gijón/Xixón como destino cultural y gastronómico. <https://www.voyagesetc.fr/que-faire-week-end-a-gijon/>
- **Elekafr (octubre) - (Foto 2):** *stories* y *posts* en Instagram sobre experiencias en Gijón/Xixón. <https://www.instagram.com/elekafr/>
- **Travel and Film (diciembre) - (Fotos 3a y 3b):** publicaciones sobre el Festival Internacional de Cine de Xixón y atractivos turísticos. <https://travelandfilm.com/visiter-gijon-asturies/> <https://travelandfilm.com/festival-cinema-gijon/>
- **Ursofrench (septiembre) - (Foto 4):** trece *stories* y *posts* en Instagram sobre experiencias en Gijón/Xixón. <https://www.instagram.com/quentinlafon/>



### 4.1.2 PAÍSES BAJOS

#### Campañas en redes sociales:

- Publicidad en **Facebook, Instagram, TikTok y YouTube**, con inicio en **septiembre y octubre**.
- Fuerte impacto en vídeos promocionales con imágenes de Gijón/Xixón.

Plataforma	Impresiones	Visualizaciones	Clics en los anuncios
Facebook e Instagram	153.915	40.702	442
TikTok	370.922	7.883	935
YouTube	1.040.129	398.322	—
<b>Total general</b>	<b>1.564.966</b>	<b>446.907</b>	<b>1.377</b>

**Publicaciones en medios digitales y escritos**

Con estas publicaciones se generaron más de 7,2 millones de contactos:

- **AD (noviembre):** publirreportaje *online* y publicidad nativa en la *home*. 14.535 páginas vistas. <https://brandedcontent.ad.nl/longread/toerismebureau-gijon/>



- **Libelle, Magriet, Flair, Vogue y Linda (noviembre):** *branded content* y publicidad nativa en las revistas femeninas del canal. Más de 8.000 páginas vistas. <https://brandedcontent.dpgmedia.nl/longread/toerismebureau-gijon-row>



- **Bike Explorer (septiembre):** publirreportaje *online* y *offline* sobre Gijón/Xixón como destino cicloturístico. <https://bikeexplorer.nl/artikel/mtb-tocht-dos-villa-het-mooiste-van-gijon>



- **Wandel (noviembre):** artículos *online* y doble página en revista especializada en senderismo. <https://wandelmagazine.nu/gijon-lopen-langs-de-atlantische-kust-van-spanje/>



- **Bergen (noviembre):** promoción *online* y *offline* de Gijón/Xixón en la revista de naturaleza y turismo activo. <https://bergwijzer.nl/reportage/asturie-de-andere-kant-van-spanje>

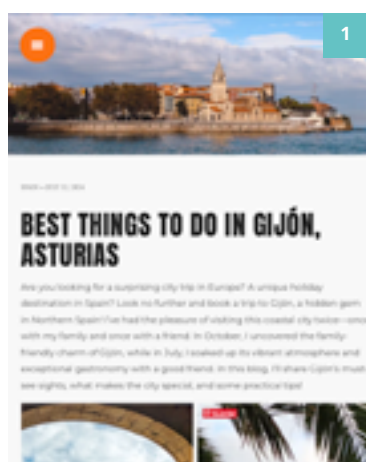




### Creadores de contenido

Las publicaciones de estos creadores de contenido generaron más de 600.000 contactos:

- **The Orange Backpack (julio) - (Foto 1):** dos artículos en blog destacando lo mejor de Gijón/Xixón, uno de ellos específico de Laboral Ciudad de la Cultura, y publicaciones en redes sociales. <https://theorangebackpack.nl/en/spain/best-things-to-do-in-gijon/>
- **Zinvol Reizen (octubre) - (Foto 2):** entrada en el blog y publicaciones en redes sociales. <https://zinvolreizen.nl/bezienswaardigheden-gijon-asturie-bezoek-de-veelzijdige-havenstad-gijon-omgeving-spanje/>
- **Expeditie Aardbol (noviembre) - (Foto 3):** publicaciones en redes y blog sobre Gijón/Xixón como destino de escapadas urbanas. <https://www.expeditieaardbol.nl/tips-stedentrip-gijon-asturias-spanje/>

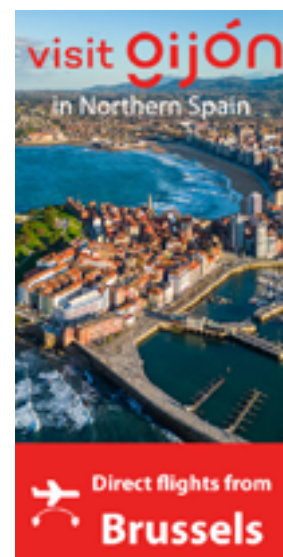


### 4.1.3 BÉLGICA

#### Campañas en redes sociales:

- Publicidad en **Facebook, Instagram, TikTok y YouTube**, en **inglés y francés**, desde septiembre.
- Gran impacto en formatos de vídeo promocional.

Plataforma	Impresiones	Visualizaciones	Clics en los anuncios
Facebook e Instagram	229.534	43.682	316
TikTok	321.134	6.861	595
YouTube	1.040.247	389.721	—
<b>Total general</b>	<b>1.590.915</b>	<b>440.264</b>	<b>911</b>



## Publicaciones en medios digitales y escritos

Con estas publicaciones se generaron más de 1,4 millones de contactos:

- **Het Laatste Nieuws (octubre):** Artículo promocional *online* con 5.400 páginas vistas. <https://www.hln.be/reizen/unieke-citytrip-dit-is-gijon-de-verborgen-parel-van-noord-spanje~a72bb8d6/>



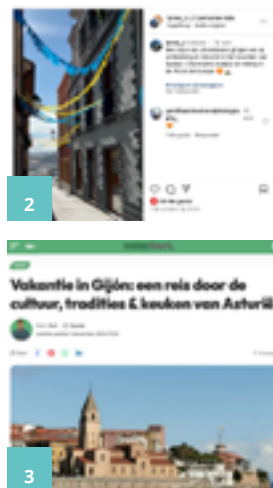
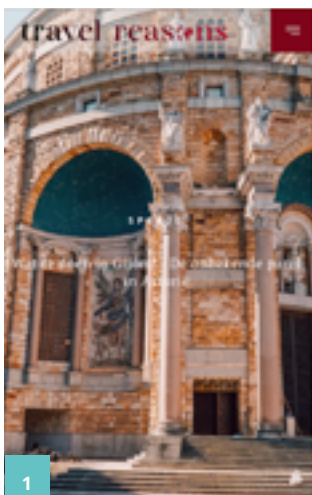
- **De Morgen (noviembre):** *Branded content* y *banners* sobre Gijón/Xixón como destino turístico. <https://www.demorgen.be/tv-cultuur/gijon-in-noord-spanje-het-hart-van-het-asturiaanse-erfgoed~b9e09c0f/>



## Creadores de contenido:

Las publicaciones de estos creadores de contenido generaron más de tres millones de contactos.

- **Travel Reasons (septiembre) - (Foto 1):** Publicaciones en Instagram y entrada de blog sobre Gijón/Xixón. <https://travelreasons.com/europa/spanje/wat-te-doen-in-gijon/>
- **Reisreporter (octubre) - (Foto 2):** Más de 30 publicaciones en redes sociales. <https://www.instagram.com/reel/DA1Om9Clasr/?hl=es>
- **VetexBart (octubre) - (Foto 3):** Más de 18 *stories* en Instagram y entrada en el blog. Alcance de 11,07K. <https://www.vetexbart.be/vakantie-in-gijon/>
- **Exclusief Magazine (noviembre) - (Fotos 4a y 4b):** Reportaje de cuatro páginas en la versión impresa de la revista y volcado en la web. <https://exclusief.be/x-travel/genieten-van-de-asturische-levenstijl-cultuur-kaas-en-cider-in-gijon/>
- **Supercharged Magazine (noviembre):** Reportaje de dos páginas en la revista impresa.





### 4.1.4 CONCLUSIONES GENERALES

#### CONTACTOS

EN LOS TRES MERCADOS

#### IMPRESIONES EN REDES SOCIALES

EN LOS TRES MERCADOS

#### VISUALIZACIONES TOTALES

DE LOS VÍDEOS PROMOCIONALES EN REDES SOCIALES

**+30 mill.**  
**+5,9 mill.**  
**+1,4 mill.**

### 4.2 ACCIONES EN MEDIOS LOCALES

#### 4.2.1 COBERTURA DE FITUR 2024

Para asegurar la cobertura de la presencia y acciones de Visita Gijón/Xixón en la principal feria de turismo de España, se firmaron acuerdos con las tres principales emisoras locales – Onda Cero, SER y COPE – y se contrataron espacios en los especiales de *La Nueva España* y de *El Comercio* dedicados a este encuentro. Hubo información diaria de Visita Gijón/Xixón en los medios locales coincidiendo con FITUR 2024.

#### 4.2.2 ESPECIALES SEMANA SANTA

Páginas completas en los especiales sobre turismo previos a Semana Santa en *El Comercio* y *La Nueva España*. En los dos se promocionaron los productos gastronómicos de Visita Gijón/Xixón (Saborea Gijón).

#### 4.2.3 ESPECIALES TURISMO VERANO

Página de publicidad sobre la Ruta de la Sidra en el especial turismo en *La Nueva España* y página sobre la oferta de visitas guiadas en el suplemento «Descubre tu paraíso», en *El Comercio*.



#### 4.2.4 CAMPAÑA FIDMA

Para dar publicidad al pabellón del Ayuntamiento de Gijón/Xixón en la Feria Internacional de Muestras, animar a los visitantes a que se pasaran por el stand y difundir el contenido, se contrataron espacios publicitarios en medios locales: cuñas en Onda Cero, Cadena SER y COPE y página de publicidad en *El Comercio*.



#### 4.2.5 ESPECIALES PREMIOS FIN DE GRADO

Visita Gijón/Xixón patrocina el Premio Fin de Grado en Turismo de la Universidad de Oviedo/Uviéu, que este año recayó en Leticia Viñuela. Para darle más visibilidad, Visita Gijón/Xixón apoyó con publicidad la publicación de unas páginas especiales en *La Nueva España* y *El Comercio* dedicadas a estos premios.



## 4.3 OTRAS CAMPAÑAS Y ACCIONES DE PUBLICIDAD

### 4.3.1 CAMPAÑA SABOREA

CLICS

A LA WEB DE RESERVAS

19.625

Coincidiendo con el puente de mayo, pusimos en marcha una campaña regional en redes sociales (Facebook, Instagram y TikTok) para dar a conocer los bonos gastronómicos de Saborea Gijón/ Xixón. Se trata de Gijón Goloso, Gijón Gourmet y Ruta de la Sidra. El alcance de la campaña fue de 417.233 y se generaron 19.625 clics a la web de reservas.



### 4.3.2 CAMPAÑA VERANO A LA ROMANA



CLICS

A LA WEB DE RESERVAS

18.308

En verano se organizan visitas guiadas a los museos arqueológicos de la ciudad: Villa Romana de Veranes y Parque Arqueológico Natural de la Campa Torres. Además, se pone en marcha el Arqueobús. Para promocionar estas visitas, organizamos una campaña de publicidad regional en redes sociales (Instagram, Facebook y Tiktok) que tuvo un alcance de 890.102 y generó 18.308 clics a la página de reservas.

### 4.3.3 LA GRAN MANZANA

En el Festival Internacional de Cine de Xixón se presentó el documental titulado «La Gran Manzana», que trata sobre una familia sidrera del concejo de Gijón/Xixón y sobre el viaje de la sidra desde su producción en la pumarada hasta su exportación a Nueva York, una de las ciudades más cosmopolitas y exigentes del mundo. Visita Gijón/Xixón, consciente de la importancia de la sidra como elemento identitario y como gran valor cultural y turístico, apoyó con un patrocinio esta iniciativa.



#### 4.3.4 OTRAS INSERCCIONES

- Publireportaje en el suplemento del diario *El País El Viajero* en su edición especial de Semana Santa y en su versión *online* [elviajero.com](http://elviajero.com).
- Reportaje de cuatro páginas en la guía *Travelguau* 2024.
- Publireportaje de una página en el número de marzo de la revista *Club Renfe*.
- Emisión de un capítulo específico desde Gijón/Xixón del programa Más de Uno Valladolid (Onda Cero), a lo que se sumó una campaña de cuñas digitales en Onda Cero Castilla y León.
- Patrocinio del concierto «Cadena 100 por la Paz» más campaña nacional de cuñas en la emisora.
- Publireportaje en la *Revista Tierra*.
- Publireportaje en la revista *Diez Minutos* y publicidad *online* en las webs de las revistas del grupo Hearst.
- Campaña de contenidos en el diario *online MiGijon* para promocionar las rutas guiadas.

#### 4.4 ACCIONES CON CREADORES DE CONTENIDOS

##### 4.4.1 BLOGTRIP SEMANA INTERNACIONAL DE LA MONTAÑA (ENERO)

Acción promocional en colaboración con los organizadores de la Semana. Visita Gijón/Xixón invitó a Ignacio Izquierdo (Crónicas de una cámara) a participar en las jornadas para darlas a conocer entre sus seguidores, teniendo en cuenta el tipo de viajes que realiza.

Asimismo, el *videoblogger* realizó material audiovisual para el archivo de Visita Gijón/Xixón.

Por otra parte, realizó una charla dirigida al alumnado del Grado profesional de Deporte del IES Laboral contando su experiencia en la Vía Dinámica.

##### 4.4.2 BIRRA TOUR 2024 (ENERO)

Un año más, participamos como patrocinadores en este encuentro nacional de creadores de contenidos, que reúne a más de 300 profesionales. Se utilizó el acto para lanzar #GijónMásCercaQue, mediante una dinámica en la que se inscribieron 89 blogs de los que se seleccionaron 48 para participar en la acción promocional.

Los resultados obtenidos:

- 13.616.410 impactos
- 18.063,27 € valor económico (sin incluir impactos de IG stories)
- 941.016 de alcance

##### 4.4.3 BLOGTRIP ANTROXU (FEBRERO)

###### REPRODUCCIONES

###### VÍDEO DE GASTRONOMÍA

# 124.000

Con el objeto de promocionar el Antroxu, se estableció una línea de colaboración con el *instagrammer* Carlo Cuñado que, además de formar parte del Concurso de charangas, contó en su perfil cómo es el Antroxu gijonés.

El vídeo ha obtenido hasta la fecha 87.000 visualizaciones, alcanzando 60.530 cuentas y más de 2.800 me gusta.

La publicación de uno específico dedicado a la gastronomía alcanzó 124.000 reproducciones, con 93.307 cuentas alcanzadas y 7.266 me gusta.

#### 4.4.4 #GIJÓN MÁSCERCAQUENUNCA (MARZO)

La acción, realizada en colaboración y dentro del convenio con Renfe, desarrolló durante los días 6 y 7 de marzo las siguientes actividades:

- Visita Museo del Ferrocarril de Asturias
- Visita guiada al Gijón Industrial
- Espicha y concurso de escanciadores en Llagar Trabanco
- Visita Gijón Card, Gijón Goloso y De compras por Gijón/Xixón
- Laboral Ciudad de la Cultura
- Taller de cachopo



##### Resultados:

ROI **59.000 €**

- 46 cuentas participantes destacadas
- 1.088 publicaciones
- 59.000 € ROI
- 7.790.399 alcance
- 8.757.769 impresiones
- 27.058 «me gusta»

*Fuente: Optimizadata. Valoración sobre el 20 % del alcance.*

#### 4.4.5 BLOGTRIP GIJÓN SOUND FESTIVAL (ABRIL)

Las creadoras de contenido «La cosmopolilla» y «Sin mapa» participaron en una acción promocional del 26 al 30 de abril con el Gijón Sound Festival como protagonista.

##### Resultados:

VISUALIZACIONES **+6,8 mill.**

- Más de 6,8 millones de visualizaciones
- 52.000 de alcance en Facebook
- 459.000 usuarios de X alcanzados por el *hashtag*
- Más de 12.000 interacciones en Facebook e Instagram
- Durante la acción, 41.000 impresiones de las 75 *stories* publicadas

#### 4.4.6 BLOGTRIP MEDIA MARATÓN (MAYO)

Con el blog «La Mochila de mamá» se hizo una campaña de visibilidad *online* de la Media Maratón de Gijón, y otros recursos turísticos.

##### Resultados:

- 199.124 de alcance en X
- 27.681 personas alcanzadas en facebook
- 19.724 personas alcanzadas en Instagram

ALCANCE  
EN X

199.124

#### 4.4.7 BLOGTRIP BARCELONA TB (MAYO)

Tras la colaboración de 2023 con *Barcelona Travel Bloggers*, se invitó a la junta directiva a participar en un *blogtrip* en Gijón/Xixón con el objeto de que ellos fueran los «embajadores» de la ciudad en el encuentro de 2024 con material audiovisual creado durante el viaje.



*Participaron: Viajero crónico, Bea viajera y La elegancia de viajar.*

#### 4.4.8 BLOGTRIP FAMILIAR (SEPTIEMBRE)

Los blogs *365 sábados viajando* y *Muero por viajar* hicieron una acción promocional destinada al segmento familiar.

Sus publicaciones en el muro de Instagram en colaboración con Visita Gijón/Xixón obtuvieron los siguientes **resultados**:

CUENTAS  
ALCANZADAS

14.667

- 24.858 reproducciones
- 14.667 cuentas alcanzadas



#### 4.4.9 IATI ACADEMY & FRIENDS (SEPTIEMBRE)

Gijón/Xixón acogió del 27 al 29 de septiembre este evento formativo dirigido a creadores de contenido, que se celebraba por primera vez fuera de Cataluña. La agenda académica se completó con diferentes actividades organizadas por Visita Gijón/Xixón para que los asistentes pudieran disfrutar de la gastronomía local y los atractivos turísticos más destacados (espicha en llagar, visitas guiadas, Laboral Ciudad de la Cultura, Muséu del Pueblu d'Asturies con actividades tradicionales...).

Resultados:

IMPRESIONES  
INSTAGRAM

+7,7 mill

- Alcance 8.551.000 impactos estimados en redes sociales y prensa
- 86.980,85 € valor económico total del contenido
- Más de cuatro millones de seguidores entre todas las personas invitadas
- Más de 50 *bloggers*/creadores de contenidos y cuatro ponentes de alto nivel
- Durante la acción: 7,7 millones de impresiones de las 357 publicaciones en Instagram



Dentro del proyecto del Legado Gijón, Iati Academy realizó dos acciones:

- «Atomarpormundo, caso de éxito. Monetización y marketing de influencia en el sector Travel»: charla impartida por José Pablo García al alumnado de los Grados en Turismo y en Comercio y Marketing de la Universidad de Oviedo, dentro de los actos del Día Mundial del Turismo.
- Acuerdo de colaboración entre Iati Seguros y el Telecable Hockey Club por el que durante toda la temporada 24/25 las jugadoras del equipo visitarán al alumnado de centros escolares para difundir los valores del deporte y visibilizar a deportistas femeninas de la mano de esta disciplina deportiva. El acuerdo de colaboración también incluye realizar acciones con organizaciones del tercer sector, especialmente que trabajen con mujeres en riesgo de exclusión social, como charlas, voluntariado, asistencia a partidos o visitas al equipo femenino durante los entrenamientos.

4.4.10 BLOGTRIP FESTIVAL INTERNACIONAL DE CINE DE XIXÓN (NOVIEMBRE)

La última acción de estas características, promoción de un evento local fuera de temporada, fue protagonizada por el Festival Internacional de Cine de Xixón, y para ello contamos con Izhan Go, uno de los primeros *youtubers* nacionales, creador audiovisual e *instagrammer*.

Resultados:

- 102.245 reproducciones del vídeo de Instagram
- 7.316 «me gusta»
- Tiempo de reproducción: 9 días 14 horas 17 minutos



REPRODUCCIONES  
VÍDEO DE INSTAGRAM

102.245

#### 4.4.11 COLABORACIONES CON CREADORES DE CONTENIDO

Durante 2024, mantuvimos la línea de colaboración con creadores de contenido en diferentes formatos, lo que nos ha permitido reforzar la red de prescriptores que tenemos.



- Se mantiene la colaboración anual con Arqueotrip para promocionar el turismo cultural, en concreto, el arqueológico en su web y redes sociales.
- Enero: *Sortrotters, Los viajes de Ali Fog, Ana Tables*
- Febrero: *Animales viajeros*
- Marzo: *Minion on tour, Organizo tu viaje, Stormtrotters, Animales viajeros, Another boarding pass, Viajar desde Asturias.*
- Abril: *Raque Cake, Princesa Viajera, Aprendizaje viajero, Curiosí-travel, Viajeros extraviados*
- Junio: *Pasaporte a la tierra (Ganadores dinámica Birratour)*
- Julio: *Pasaporte a la tierra*
- Agosto: Acción promocional con el PDM para promoción del CSIO con creadores de contenido locales.
- Septiembre: *Marco y Sara de trip*
- Octubre: *Necesitamos viajar*
- Noviembre. *Un gran viaje* como colaboradores de *Las Mañanas de RNE* con *Mamen Asencio*
- Aniversarios de Comunidad Valencia TB, Castilla-León Tb y Barcelona TB.

#### 4.5. EDICIONES Y MATERIAL PROMOCIONAL

Se diseñó y produjo una nueva línea de *merchandising* con marca Gijón/Xixón y Visita Gijón/Xixón como protagonistas:

- Amplificador de sonido
- Dominó
- Funda portátil
- Bolis Bic
- Delantales
- Landyar
- Identificador de maleta
- Paraguas
- Gamuzas
- Gorros de lluvia
- Libretas
- Peonzas
- Yoyós
- USBs
- Taragaños
- Calcetines
- Velas de soja artesana
- Jabones artesanos de sidra
- Soportes de móviles
- Bolis *roller*
- Tarjeteros
- Pins artesanos botella de sidra
- Mochilas
- Fundas de gafas

Se mantiene el plan de reducción de consumo de ediciones y el incremento de *merchandising* de kilómetro 0, con colaboraciones estratégicas con proveedores locales como La Gijonesa, el Mercado Ecológico y Artesano, Panduru y Migaya. Los objetivos de la acción son:

- Racionalizar el consumo de folletos, sobre todo, en las peticiones colectivas para eventos realizados en la ciudad.
- Concienciar sobre la responsabilidad como visitante en la contribución a ser un destino sostenible.

En cuanto a ediciones en papel y digitales:

- Colaboración con la Cofradía de Semana Santa en el diseño y e impresión de los programas y carteles de la festividad gijonesa.
- Folletos interactivos de Gijón Goloso y Gijón Gourmet.
- Gijón vive la sidra.
- Rutas accesibles. En colaboración con Cocemfe, se actualizan y amplían los itinerarios: Ruta de San Lorenzo – Cervigón, Ruta Arquitectura del Siglo XX, Ruta Gijón/Xixón Tradicional y Ruta Poniente – Fomento.
- Plano excursionista y crucerista. Versiones en castellano, inglés, francés, alemán y portugués.
- Reimpresiones de Cimavilla y planos turísticos.

## 5. VISITA GIJÓN PROFESIONAL

Visita Gijón Profesional nace como una iniciativa de Visita Gijón/ Xixón para consolidar y mejorar la oferta turística del destino, promoviendo un sector empresarial más competitivo, sostenible e innovador. El área, que aúna la colaboración y cooperación entre la administración pública y el sector privado, facilita la adaptación del sector a los nuevos retos del mercado y fomenta la colaboración entre los diferentes agentes implicados en el turismo local.

Durante 2024 se consolida como una herramienta clave para el crecimiento y fortalecimiento del sector turístico en Gijón/ Xixón. A través de la colaboración, la formación y la implementación de buenas prácticas, se fomenta un turismo más competitivo y sostenible, en beneficio tanto de las empresas como de los visitantes y la comunidad local.

A fecha 31 de diciembre de 2024, se cuenta con 111 miembros de Visita Gijón Profesional, distribuidos por actividades, según se puede ver a continuación:

CLASIFICACIÓN MIEMBROS VISITA GIJÓN PROFESIONAL	
ALOJAMIENTOS. Hoteles (20), apartamentos (2), <i>camping</i> (1) y turismo rural (1)	24
HOSTELERÍA. Restaurantes (33), bares y cafeterías (3) y empresas de <i>catering</i> (1)	37
AGENCIAS DE VIAJES Y SERVICIOS TURÍSTICOS. Agencias (2) y oficina de turismo	3
ESPACIOS Y SERVICIOS PARA REUNIONES. Palacio de Congresos, OPC (1), agencias de comunicación (1) y oficina de congresos	4
ESPACIOS DE INTERÉS TURÍSTICO VISITABLES Y ACTIVIDADES. Museos y centros (12), llagares (2), turismo activo (2), campos de golf (1), puerto deportivo (1) playa (1), teatro (1) y turismo de bienestar (2)	22
COMERCIOS	11
TRANSPORTE. Empresas de alquiler de autobús (3) y Cooperativas de taxis (2)	5
ENTIDADES Y OTROS	5

### 5.1 ADHESIONES Y BAJAS

Se han registrado tres adhesiones de nuevos miembros de Visita Gijón Profesional. Las bajas registradas durante 2024 han sido cuatro, debido a la imposibilidad por parte de las empresas de seguir cumpliendo con los compromisos exigidos o bien por finalizar su actividad empresarial.

### 5.2 BALANCE POR PROGRAMA

#### 5.2.1 PROGRAMA SICTED

En 2024, se ha cumplido con los compromisos exigidos por el programa, en los plazos establecidos. Se llevaron a cabo 101 evaluaciones: 24 para el comité de junio y 77 para el de diciembre. De las evaluaciones realizadas, 58 se corresponden con evaluaciones de Cliente Misterioso.

La Mesa de Turismo ha asumido las funciones de la Mesa de Calidad en el marco del programa SICTED, tal como exige su metodología. Los resultados de las evaluaciones se sometieron a la Mesa de Turismo del Destino, antes de cada Comité de Distinción.

- Mesa de Turismo, 27/05/2024
- Mesa de Turismo, 22/11/2024

### 5.2.2 PREMIOS SICTED

La Secretaría de Estado de Turismo, junto con la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP), ha otorgado al equipo de Visita Gijón/Xixón el primer premio al Mejor Equipo Gestor SICTED en la XV Edición de los Premios SICTED-2025, que reconoce el trabajo realizado durante 2024, consolidando a la ciudad como un referente en calidad, sostenibilidad e innovación en el sector turístico. El premio se entregará en 2025 en el marco de FITUR.

En este mismo acto, BIOPARC Acuario de Gijón recibirá el 2.º premio en la categoría «Servicio turístico SICTED más competitivo». Esta categoría reconoce el logro realizado en materia de competitividad gracias a la mejora continua en la calidad operativa en el servicio turístico a sus clientes.

### 5.2.3 PROGRAMA BIOSPHERE

El programa *Biosphere Sustainable* cuenta con 41 empresas y servicios turísticos asociados a Visita Gijón Profesional.

- 29 empresas y servicios certificados (*Biosphere Certified*).
- Doce empresas y servicios comprometidos (*Biosphere Committed*).

*Durante el año 2024 se han certificado seis empresas:*

Viajes Vantur	Restaurante La Excusa Perfecta
Hotel La Polar	Hotel Silken Ciudad Gijón
El Mòderne Hotel	Tierra Astur Poniente

### 5.2.4 PPROGRAMA ACCESIBILIDAD TURÍSTICA

El año se cierra con 35 establecimientos con el sello TUR4All de accesibilidad turística.

El 19 de junio se hizo entrega de los nuevos sellos TUR4all de accesibilidad turística a los establecimientos reconocidos: Hotel La Boroña, Restaurante La Gitana, Camping Deva Gijón, Laboral Ciudad de la Cultura, Salas & Gayol (Uría) y Turrone y Helados F. Verdú.

### 5.3 PREMIOS TRAYECTORIA VISITA GIJÓN/XIXÓN PROFESIONAL

Con esta iniciativa, Visita Gijón/Xixón pretende reivindicar el esfuerzo y dedicación de personas, empresas y entidades, tanto públicas como privadas, en favor de un sector turístico local más competitivo, responsable y sostenible.

La Mesa de Turismo de Gijón/Xixón, compuesta por agentes vinculados a la actividad turística y liderada por Ángela Pumariaga, vicealcaldesa de Gijón/Xixón y concejala de Economía, Empleo, Turismo e Innovación, otorgó los I Premios Trayectoria Visita Gijón/Xixón Profesional en sus cuatro modalidades: Trayectoria Profesional, Trayectoria Comprometida, Trayectoria Innovadora y Trayectoria Académica.

- Premio Trayectoria Profesional: Emilio Rubio, gerente de la Sidrería Montera Picon de Ramón.
- Premio Trayectoria Comprometida: Camping Deva-Gijón.
- Premio Trayectoria Innovadora: BIOPARC Acuario de Gijón.
- Premio Trayectoria Académica: Leonardo Alberto Obando Torres, por su Trabajo Fin de Máster: «Accesibilidad digital de los destinos urbanos más competitivos de España: el caso de Gijón».



*Entrega I Premios Trayectoria Visita Gijón/Xixón Profesional*



Los premios se entregaron el lunes 5 de agosto, coincidiendo con el Día del Turismo en la Feria Internacional de Muestras de Asturias (FIDMA).

Guzmán Pendás, concejal de Participación y Atención a la Ciudadanía, Mercados y Consumo y Cooperación, fue el encargado de entregar los premios junto con algunos representantes de la Mesa de Turismo: Sara Menéndez García, presidenta de la Unión de Comerciantes de Asturias; Blanca Esther López Rodríguez, representante de la Federación de Asociaciones Vecinales de Gijón; Montserrat Cañón Cascallana, presidenta del Club de Empresas de Turismo de Negocios del Principado de Asturias, y Alejandra García Rocha, de la Oficina Técnica de Accesibilidad de COCEMFE ASTURIAS.

### 5.4 FORMACIÓN A PROFESIONALES DEL SECTOR TURÍSTICO

El plan de formación persigue mejorar las competencias y la cualificación del personal de las empresas y servicios del sector turístico local e incrementar la profesionalización y la competitividad turística en el destino. En 2024, se desarrolló un plan de formación compuesto por 16 acciones presenciales con una duración total de 39 horas.

En cuanto a la satisfacción de los asistentes con la formación, la valoración media se sitúa en 4,6 sobre 5, una décima más que el año anterior.

#### PROFESIONALES VINCULADOS A RESTAURANTES / EMPRESAS DE CATERING

PERFIL PROFESIONAL CON MAYOR INTERÉS EN LA FORMACIÓN

30%

El perfil profesional con mayor interés en la formación continúa siendo el personal operativo, seguido de propietarios y propietarias y directivos y directivas con porcentajes muy similares. Este año, los profesionales vinculados a restaurantes y empresas de *catering* ocupan el primer puesto, con un 30 %, seguido de los hoteles y apartamentos turísticos (21 %), guías turísticos (9,7 %) y comercios (9 %).



RESULTADOS ACCIONES FORMACIÓN					
ACCIONES	HORAS	INSCRIPCIONES	MIEMBRO VGP	PARTICIPANTES	% ASISTENCIA
16	39	233	82 %	165	71 %

**PLAN DE FORMACIÓN VISITA GIJÓN PROFESIONAL 2024**

	DENOMINACIÓN	OBJETIVO	FECHA / DURACIÓN	ENTIDAD FORMADORA	UBICACIÓN	ASISTENCIA
1	<b>Impulsa tu negocio turístico con LinkedIn</b>	Dar a conocer las novedades de esta red social profesional y cómo utilizarla de la forma más efectiva para ganar visibilidad y clientes	08/02/24 2h	CTIC Centro Tecnológico	Hotel El Moderne	9
2	<b>Visita a recursos: Museo de la Ciudadela de Celestino Solar</b>	Dar a conocer a los profesionales del sector este recurso sociocultural para promover su recomendación	20/02/24 1h	Fundación Municipal de Cultura	Ciudadela de Celestino Solar	6
3	<b>Taller DTI: Igualdad</b>	Exponer medidas de igualdad aplicadas por empresas turísticas, permitiendo identificar las demandas, herramientas y buenas prácticas	11/03/24 2h	Dirección General de Igualdad. Ayto. Gijón	Casa Paquet	6
4	<b>Visita a recursos: Antigua Fábrica de Tabacos de Gijón/ Xixón</b>	Dar a conocer al sector turístico la historia de la antigua Fábrica de Tabacos y su estado actual	20/03/24 1h	Fundación Municipal de Cultura	Antigua Fábrica de Tabacalera	22
5	<b>Estrategias de marketing de destino e inteligencia artificial aplicada al turismo</b>	Dos talleres, uno centrado en las estrategias de marketing de destino y otro en maximizar la productividad de la empresa con la inteligencia artificial	16/04/24 y 17/04/24 7h	Growtur	Hotel Silken Ciudad Gijón	18
6	<b>Visita a recursos turísticos: exposición «Orto y Ocaso. Vidrio y loza en Gijón/Xixón»</b>	Dar a conocer al sector turístico los recursos turísticos de la ciudad, en este caso esta exposición temporal	23/04/24 1,5h	Fundación Municipal de Cultura	Palacio de Revillagigedo	9
7	<b>Foodlab I: cómo incluir la cocina vegana y vegetariana en la carta de tu restaurante</b>	Introducir o ampliar conocimientos para mejorar las competencias profesionales ligadas al auge de la cocina vegetariana/vegana	20/05/24 2,5h	OTEA	Restaurante La Montera Picon de Ramón	8
8	<b>Taller DTI: la innovación está más cerca de tu empresa de lo que piensas. Ven y descúbrelo</b>	Taller cien por cien práctico dirigido a la reflexión sobre la motivación para innovar en el sector y sus causas. Se presentarán algunas herramientas que permitan generar ideas creativas	23/05/24 2,5h	Dirección General de Innovación Ayto. Gijón	Casa Paquet	9

PLAN DE FORMACIÓN VISITA GIJÓN PROFESIONAL 2024						
	DENOMINACIÓN	OBJETIVO	FECHA / DURACIÓN	ENTIDAD FORMADORA	UBICACIÓN	ASISTENCIA
9	<b>Foodlab II: postres veganos y repostería vegetariana</b>	Introducir conocimientos sobre elaboraciones de postres y repostería vegetariana/vegana	10/06/24 2,5h	OTEA	Restaurante La Montera Picon de Ramón	6
10	<b>Gestión de equipos</b>	Identificar las cualidades para conseguir un equipo de alto rendimiento y proveer de herramientas para la comunicación y el liderazgo efectivo	19/09/24 3h	FIDA Consultoría y formación	Sede FIDA	9
11	<b>Taller DTI: la innovación está más cerca de tu empresa de lo que piensas. Ven y descúbrelo (2.ª parte)</b>	Trabajar de forma práctica el concepto de innovación y experimentar con herramientas que nos permitan generar ideas creativas que aporten valor	02/10/24 2h	Dirección General de Igualdad. Ayto. Gijón	Casa Paquet	5
12	<b>Cómo crear contenido atractivo en Tiktok para mi empresa turística</b>	Sacar partido a TikTok generando contenido atractivo que cause impacto y aprovechando las nuevas tecnologías	08/10/24 2h	Guías Viajar	El Mòderne Hotel	16
13	<b>Foodlab III: cocina al vacío y a baja temperatura</b>	Introducir los principios básicos: temperaturas críticas, tiempos de cocción, uso de utensilios adecuados, etcétera, para cocinar con seguridad a baja temperatura	21/10/24 2h	OTEA	Restaurante La Montera Picon de Ramón	9
14	<b>Foodlab IV: desespinado de pescados</b>	Aprender las técnicas básicas y las herramientas para desespinar diferentes tipos de pescado a la vista del cliente	29/10/24 2h			11
15	<b>Firma y Factura electrónica ¿Qué debes saber?</b>	Dar a conocer los usos de los certificados electrónicos, la firma y la facturación electrónica	06/11/24 2h	CTIC Centro Tecnológico	Centro Antiguo Instituto	15
16	<b>Taller: gestión del tiempo. Mejora tu productividad</b>	Desarrollar un método para la gestión de tareas diaria. Utilizar herramientas que facilitan una gestión eficaz de nuestra actividad	26/11/24 4h	Gdes Formación	El Mòderne Hotel	7



Formación Estrategias de marketing de destino e inteligencia artificial aplicada al turismo

## 5.5 ACCIONES DE DIFUSIÓN

Durante el año 2024 participamos en el Máster en Dirección y Planificación del Turismo de la Universidad de Oviedo en las siguientes asignaturas, para difundir la labor del destino Gijón/Xixón y contribuir a la formación de los futuros profesionales del sector.

- Sistemas Normalizados de Gestión en el Turismo: Sistemas de Gestión de Calidad I y Sistemas de Gestión de Calidad II.
- Planificación y Gestión de Destinos: Planificación Estratégica del Turismo en Gijón/Xixón y Gestión de la Sostenibilidad Turística en Gijón/Xixón

## 5.6 DESAYUNOS DEL SECTOR

Este año se ha dado continuidad a los Desayunos del Sector, ciclo de encuentros entre los y las profesionales del sector turístico de Gijón/Xixón, que buscan crear un foro en el que compartir conocimientos sobre herramientas, programas, convocatorias o cualquier otra novedad que pueda ser de utilidad para mejorar la competitividad de las empresas y servicios turísticos locales.

*Durante 2024 se han llevado a cabo cinco encuentros.*

DESAYUNOS DEL SECTOR 2024				
DENOMINACIÓN	OBJETIVO	FECHA	UBICACIÓN	ASISTENCIA
<b>Cualificación profesional: vías de colaboración público-privada</b>	Dar a conocer al sector las opciones disponibles de colaboración público-privada para la mejora de la cualificación de futuros profesionales turísticos	01/02/24	C.I.F.P. Hostelería y Turismo	21
<b>Turismo y empleo. Conecta con tu futuro laboral</b>	Fomentar el conocimiento del sector turístico, proporcionando a las personas interesadas una visión laboral del mismo. Compartir experiencias creando el entorno propicio para difundir las oportunidades formativas y laborales que el sector genera	07/05/24	Salón de Actos ALPEE	73
<b>Turismo accesible: un derecho y una oportunidad</b>	Sensibilización de los profesionales del sector turístico, vinculación con el eje de accesibilidad DTI y entrega de los distintivos Tur4All a nuevas empresas reconocidas	19/06/24	Hotel NH Gijón	24
<b>20 años de Calidad Turística</b>	Hacer balance de los 20 años del programa de Calidad Turística en Destino y su evolución a través de la visión de las propias empresas participantes. Además, se presentó el Sistema de Calidad Turística Responsable – SSTI	12/11/24	Hotel Abba Playa Gijón	39
<b>¿En qué puedo ayudarte?</b>	Aportar información de planes, proyectos, redes de colaboración, etcétera, de interés para las empresas del sector turístico gijonés	11/12/24	Hotel Silken Ciudad Gijón	24



Desayunos del Sector - 20 años de Calidad Turística

Además, el 27 de febrero, tras el desayuno del sector realizado ese mes, se organizó un encuentro en la Agencia de Promoción Económica y Empleo con el objetivo de dar a conocer las instalaciones, los servicios ofrecidos para las empresas y los programas de empleo ofertados, contando con diez participantes.

### 5.7 ACCIONES DE COMUNICACIÓN

- Web [www.gijonturismoprofesional.es](http://www.gijonturismoprofesional.es) : actualización y dinamización constante de contenidos.
- Boletín profesional: a lo largo del año se han enviado diez y se han alcanzado los 616 suscriptores.
- Redes sociales: se ha continuado con la actualización de contenidos en los canales profesionales de Facebook, Twitter y LinkedIn.
- Canal WhatsApp: canal informativo de actividades y noticias de interés para el sector. Actualmente cuenta con 47 seguidores.

### 5.8 SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD DE VISITA GIJÓN/XIXÓN

En 2024 se renovaron las certificaciones Q de Calidad Turística.



#### CERTIFICACIONES "Q" EN VISITA GIJÓN/XIXÓN

Servicio de Información Turística, Infogijón. UNE-ISO 14785:2015 Oficinas de Información Turística
Oficina de Congresos de Gijón/Xixón. UNE 187005:2009 Convention Bureaux
Visita Gijón/Xixón. UNE 187007:2010 Patronatos de Turismo

Así mismo, Gijón/Xixón renovó la certificación Biosphere Gold Destination y se consolida como un destino turístico sostenible, con una gestión responsable del turismo y una estrategia transversal que quiere garantizar un modelo perdurable en el futuro.

### 5.9 MESA DE TURISMO

La Mesa de Turismo se constituyó en 2023 con el fin de obtener el máximo consenso a la hora de establecer las políticas turísticas de la ciudad e impulsar la actividad turística con una oferta de servicios públicos y privados que contribuyan a la consolidación de Gijón/Xixón como destino turístico de calidad, sostenible, responsable e inteligente. La Mesa está concebida como una Mesa de Trabajo compuesta por los principales representantes del sector turístico local y aquellos otros agentes implicados e interesados en el mismo, por su vinculación con la actividad profesional o con el destino.

Durante 2024 se reunió los días 27 de mayo, 16 de octubre y 22 de noviembre.



## 6. GIJÓN/XIXÓN, DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

En enero de 2024, y en el marco de Fitur, Gijón/Xixón recibió su reconocimiento como Destino Turístico Inteligente (DTI), tras haber revalidado el distintivo con un grado de cumplimiento del 88,6 %, lo que nos convierte a su vez en el **destino con mayor valoración dentro de la red DTI**.



	Total	Gobernanza	Innovación	Tecnología	Sostenibilidad	Accesibilidad
<b>Gijón/Xixón</b>	<b>88,6</b>	<b>92,3</b>	<b>76,7</b>	<b>87,5</b>	<b>88,7</b>	<b>93,6</b>
Media destinos	41,3	38,9	24,3	40,0	48,6	37,4
Mejor valoración	88,6	96,8	86,5	87,8	91,3	93,6
Peor valoración	20,1	5,0	0,0	9,0	16,9	8,8

El reconocimiento tiene una validez de dos años, 2024-2026, y está sujeto a un proceso de renovación. Como destino nos sometemos a un proceso de mejora continua, comprometiéndonos a una renovación de los objetivos y estrategias y a una adaptación a las necesidades del entorno futuro que desemboquen en una revalorización del destino a través de la gobernanza, la sostenibilidad, la tecnología, la innovación y la accesibilidad que sustentan el modelo DTI. Con ese objetivo, en 2024 se constituyó la Comisión de seguimiento DTI, conformada por diferentes áreas municipales, que se encarga de acordar las prioridades dentro del Plan de Acción establecido.

### Otras acciones vinculadas a la Red DTI o como destino turístico inteligente:

- Participación en el Encuentro de Gestores DTI 2024 (mayo en Tenerife).
- Miembros del Grupo de Trabajo de Turismo Deportivo.
- Destino piloto en el Caso de uso de turismo de mascotas y Caso de uso de movilidad.
- Participación en el Encuentro «Presente y futuro. Huelva, destino sostenible».
- Participación en el pódcast *A New Smart in the City - The BABLE Podcast: «#103 Smart Tourism: Innovations for Smarter Destinations at TIS 2024»*.
- Participación en la mesa de debate «Collaboration and technology: keys to accessible tourism» durante el TIS.
- Participación en la mesa en el evento «De compras y viajes. Cuando el turismo y el comercio se encuentran», organizado por la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, Cátedra Xixón Sostenible de la Universidad de Oviedo y Unión de Comerciantes del Principado de Asturias para hablar de «De compras por Gijón».
- Mesa «Turismo y Empleo. Conecta con tu futuro laboral».
- Participación en el encuentro de la Red de Ciudades Inteligentes (RECI) en el bloque temático de turismo inteligente.
- Participación en la jornada formativa «Comunidad de Práctica DTI para Latinoamérica y el Caribe», proyecto desarrollado por Segittur en colaboración con AECID, y que tiene como objetivo establecer un espacio de encuentro e interacción con responsables de administraciones turísticas de la región en torno al Modelo DTI.

## 7. PLANES EUROPEOS

### 7.1 PLAN DE COMERCIO DE COMPRAS POR GIJÓN/XIXÓN

El programa «Gijón de Compras», iniciativa del Plan de Comercio en Zonas Turísticas, contó con financiación de los fondos europeos Next Generation a través del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia y fue desarrollado por el Ayuntamiento de Gijón/Xixón, a través de Visita Gijón/Xixón, y con la Unión de Comerciantes del Principado de Asturias como entidad colaboradora. Este proyecto se enfoca en revitalizar el pequeño comercio localizado en las Zonas de Gran Afluencia Turística (ZGAT).

#### Plan de sensibilización y asistencia técnica sobre sostenibilidad, economía circular y lucha contra el cambio climático.

Destinado a impulsar el pequeño comercio de la ciudad para hacerlo más atractivo a clientes locales y visitantes y promover prácticas sostenibles, ha logrado un fuerte impacto en la comunidad comercial, concienciando y sensibilizando en su compromiso con la sostenibilidad a 330 comercios de la ZGAT.

Las estrategias de sensibilización incluyeron visitas presenciales, contactos telefónicos y acciones de difusión. Se realizaron varios eventos presenciales para presentar el proyecto, atraer la atención de los comerciantes y facilitar su acceso al programa. Las formaciones ofrecidas proporcionaron a los comerciantes herramientas clave para implementar estrategias sostenibles en sus negocios, desde reducir el consumo de energía hasta la gestión responsable de residuos y la promoción de productos ecoamigables.

Se creó la página <https://gijoncomerciosostenible.es/> para sensibilizar al pequeño comercio de la ciudad sobre la economía circular la lucha contra el cambio climático y promover acciones que contribuyan a que los comercios se impliquen en el desarrollo sostenible mediante la adhesión a *Biosphere Sustainable*.



*Presentación Gijón de Compras*

### COMERCIOS ADHERIDOS

#### AL PROGRAMA DE SOSTENIBILIDAD BIOSPHERE SUSTAINABLE

# 80

Ochenta comercios se adhirieron al programa de sostenibilidad *Biosphere Sustainable* y recibieron el distintivo *Biosphere Committed*.



*Taller de sensibilización*

Como complemento a esta acción, en el último trimestre de 2024 se prestó asistencia técnica a dichos establecimientos para acompañarlos en la implantación de planes y acciones de sostenibilidad, con el objetivo de aproximarlos hacia la certificación *Biosphere Sustainable*. Las acciones se dirigieron, por tanto, a 81 comercios que forman parte de las «Rutas Gijón de compras»: Xixón Arte y Cultura, Xixón Artesano, Xixón Comercios con Historia, Xixón Compra Gastro, Xixón Diseño y Moda y Xixón Dulzón. Se realizaron tres visitas individuales a cada comercio y tres sesiones colectivas.

En esta última fase se ha registrado la baja de cuatro establecimientos

### Rutas e itinerarios tematizados de «Gijón de Compras»



Se creó la página [www.gijondecompras.es](http://www.gijondecompras.es), donde el visitante dispone de una app en descarga tanto en Play Store como en Apple Store en la que se ofertan seis rutas diferenciadas según temática ya descrita en el apartado anterior. Además, cada usuario puede planificar su ruta, que verá geolocalizada en el plano con la información de los comercios de su interés.



Las rutas «Gijón de Compras» permiten combinar las compras con el descubrimiento de los recursos turísticos y monumentales de la ciudad de una forma amigable, donde encontrar comercios singulares, «con alma», que se convierten en paradas imprescindibles para comprar alimentos de Asturias, repostería tradicional y productos con identidad propia. Estos comercios contribuyen con su actividad a mantener viva la personalidad de Gijón/Xixón, a mostrar su diferencia y su particular idiosincrasia. La información está disponible en castellano, asturiano, inglés, francés y portugués.

En estas rutas podemos encontrar comercios que nos ofrecen todo tipo de productos, desde gastronómicos hasta culturales pasando por pequeños negocios de artesanía local y tiendas de diseño y moda. Destacan los productos golosos de confiterías con obrador propio y heladerías artesanas donde descubrir la parte más dulce de la ciudad.

Además, con el objetivo de contribuir a la visibilidad de las rutas y a la captación de *leads*, durante 2024 se llevaron a cabo diferentes campañas promocionales en redes sociales y medios, con especial incidencia en Asturias y en las provincias limítrofes. También se planificaron acciones de promoción directa en las calles de Gijón/Xixón para dar a conocer las rutas entre visitantes y locales, así como colaboraciones con creadores de contenido para visibilizar las rutas en diferentes épocas del año.



## Plan de formación en idiomas a medida para el sector comercial de la Zona de Gran Afluencia Turística



Los destinatarios del proyecto fueron los trabajadores o titulares de comercios ubicados en la zona de gran afluencia turística. La organización de la formación tuvo en cuenta las necesidades del personal comercial y los horarios de los negocios, así como la posible existencia de diferentes niveles de conocimiento previos. Para ello, se realizaron pruebas de nivel para configurar grupos homogéneos. Los contenidos formativos se impartieron en modalidad presencial con el objetivo de mejorar la atención al cliente extranjero.

En total, participaron 36 comercios

- Inglés avanzado: 11
- Inglés básico: 20
- Francés básico: 5

### Tótems publicitarios

Instalación de cuatro tótems publicitarios digitales fijos para la promoción del comercio local. Estos tótems con pantalla táctil están situados en puntos estratégicos de los ejes comerciales de la zona turística y ofrecen información sobre las rutas e itinerarios comerciales, así como otra información turística de interés para residentes y visitantes. Los tótems están ubicados en la plaza de Italia, calle Fernández Vallín, calle Langreo y plaza de Europa.

Además, se cuenta con otros cuatro tótems portátiles, que se situarán en edificios municipales o eventos según se requiera.



## 7.2 PLAN DE SOSTENIBILIDAD

En 2024, Gijón/Xixón ha continuado con la ejecución de Plan de Sostenibilidad Turística, financiado en un 70 % por los fondos europeos Next Generation. Desde Visita Gijón/Xixón se asume la gestión técnica de cuatro proyectos:

- En el eje 2, dedicado a la movilidad turística, se ha desarrollado el proyecto de gestión de flujos en el casco histórico de Cimavilla, monitorizando en tiempo real el tránsito en esta zona turística para disponer información del volumen de personal, perfil, uso de accesos, espacios más visitados, etcétera, y valorar el impacto que ejerce el turismo sobre el barrio y así poder panificar mejor la movilidad turística.
- Asimismo, se ha llevado a cabo la asistencia técnica para la implementación de señalización peatonal de los recursos turísticos de Gijón/Xixón.
- En este mismo eje, en el área de digitación del sector, se ha llevado a cabo el servicio de desarrollo e implementación de nuevos módulos de gestión de datos en la herramienta de *Business Intelligence Gijón Data Lab*.
- Por último, en el eje 4, competitividad, actuaciones para crear herramientas vinculadas con la mejora constante del destino, se ha desarrollado el gestor de proyectos turísticos, un software de gestión y seguimiento de los diferentes panes gestionados por Visita Gijón/Xixón.

## 8. OTRAS ACCIONES

### 8.1 II CAMPEONATO OFICIAL HOSTELERÍA DE ESPAÑA – TAPAS Y PINCHOS

Patrocinio de esta fase final de los concursos y campeonatos celebrados previamente por las asociaciones de hostelería de España. El objetivo de este campeonato es dotar de visibilidad a todos los concursos organizados por las asociaciones provinciales y poner en valor el alto nivel de los cocineros y la importancia de un elemento tan emblemático de nuestra gastronomía como es la tapa. La edición de 2024 tuvo lugar en el transcurso de Madrid Fusión los días 29 y 30 de enero de 2024.

En esta edición, el representante del Principado de Asturias fue el cocinero gijonés Mariano Mier, propietario del establecimiento El Quinto. Estuvo acompañado por Héctor Martínez, del mismo establecimiento, quien le apoyó en las elaboraciones.

### 8.2 13.ª MBA MEDIA MARATÓN GIJÓN – AVILÉS – GIJÓN

La carrera, que se celebró el 4 de mayo, está incluida dentro del circuito nacional de pruebas de ruta de la Real Federación Española de Atletismo, el 40 % de los atletas participantes se desplazaron a nuestra ciudad desde otras comunidades autónomas y países.

Se ha incluido el logo de Visita Gijón/Xixón en la bolsa del corredor conmemorativa de su participación, que han recibido todos los inscritos.

### 8.3 ACCIONES DE APOYO A LA CANDIDATURA DE LA CULTURA SIDRERA ASTURIANA A PATRIMONIO INMATERIAL DE LA HUMANIDAD DE LA UNESCO

Apoyo a Tierra Astur en una batería de acciones realizadas hasta el mes de diciembre, en el que la cultura sidrera asturiana fue declarada Patrimonio Mundial Inmaterial por la UNESCO.

El patrocinio incluyó la incorporación del logotipo de Visita Gijón/Xixón en:

- Campaña «Somos de barra»
- Libro «La sidra por Salvador Ondó»
- *Merchandising* «La sidra ye patrimonio»
- Campaña de TV «La sidra ye patrimonio»



### 8.4 REGATA LA SOLITAIRE DU FIGARO

Patrocinio de la regata, épica de la navegación en solitario, que se encuentra entre las de mayor prestigio de la vela mundial, lo que lleva que cada edición sea seguida de forma masiva por aficionados de todo el mundo y se convierta en un gran vehículo de promoción de cada una de las ciudades que se asocian a la competición francesa.

Gijón/Xixón fue la única ciudad española que acogió la regata, que comenzó el 17 de agosto en Rouen (Francia) para llegar a Gijón/Xixón por décimoquinta vez en su historia (no lo hacía desde 2017) el jueves 29 de agosto. La regata concluyó en Royan (Francia) a mediados de septiembre.



## 8.5 GIJÓN BONITO

Gijón Bonito apuesta por reivindicar un producto autóctono, muy vinculado a la gastronomía local y con gran aceptación entre los consumidores, tanto locales como foráneos, que incentiva el consumo de bonito y da a conocer diferentes platos y especialidades de este producto de temporada y tan tradicional de la cocina asturiana. La acción empezó el 28 de junio y se prolongó durante todo el verano hasta el fin de la costera, a finales de agosto – septiembre.

### RESTAURANTES

#### PARTICIPANTES EN «GIJÓN BONITO»

# 65

Esta edición contó con la participación de 65 restaurantes, bares y sidrerías de la ciudad. Participaron, además, doce pescaderías, y 41 «embajadores» de «Gijón Bonito» que dieron visibilidad al evento y posicionaron la imagen de Gijón/Xixón como destino gastronómico en Madrid, León, Toledo, Salamanca, Valladolid y Zaragoza.



## 8.6 DODS DIVING WORLD TOUR GIJÓN/XIXÓN

Visita Gijón/Xixón patrocinó *El Dods Diving worl tour*, liga de saltos que sirve como clasificatoria para el Campeonato mundial de Dods. Dods es un deporte de saltos extremos que ha revolucionado los saltos tradicionales. Se originó en Noruega en la década de 1970 y se ha propulsado a nivel internacional, con más de 400 millones de visualizaciones en TikTok.

*El Dods Diving World Tour 2024*, celebrado en Gijón/ Xixón (por primera vez en España), contó con cuarenta participantes de siete países. El evento se celebró el 20 de julio en el dique Santa Catalina del Puerto Deportivo.

## 8.7 FESTIVAL ARCU ATLÁNTICU

Realización de acciones de apoyo a la Candidatura de la Cultura Sidrera Asturiana para convertirse en Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, en colaboración con la Fundación Municipal de Cultura, en el marco del Festival Arcu Atlánticu.

Organización de tres actividades:

- 31 de julio: *show cooking* y maridaje con sidra natural.
- 1 de agosto: taller de escanciado, explicación y aproximación al mundo de la sidra.
- 2 de agosto: cata e introducción al resto de las sidras atlánticas.

## 8.8 TORNEO NAVIDAD 25 ANIVERSARIO CLUB BALONCESTO PUMARÍN

### PARTICIPANTES

*DE ASTURIAS, CANTABRIA, CASTILLA-LEÓN Y GALICIA*

# +1000

Patrocinio del Torneo, en el que se celebraron 147 partidos los días 27 y 28 de diciembre y participaron 97 equipos provenientes de 35 clubes. Más de 1.000 participantes procedentes de: Asturias, Cantabria, Castilla-León y Galicia.

## 8.9 FIDMA 2024: NAVAL AZUL

El pabellón del Ayuntamiento de Gijón/Xixón 2024 tuvo como protagonista «Naval Azul», el proyecto destinado a transformar los astilleros de Naval Gijón en un polo de economía azul, con el título «Gijón/Xixon, la ciudad que vuelve a mirar el mar».

La exposición se iniciaba con un repaso a la profunda transformación del barrio de El Natahoyo desde finales del siglo XVIII hasta el presente. Posteriormente se analizaban el referente que supone la Milla del Conocimiento Margarita Salas de Gijón/Xixón, los retos y oportunidades del nuevo modelo de negocio que es este tipo de economía y su realidad en el concejo.

La muestra dio la oportunidad de ver algunas piezas museísticas del Museo del Ferrocarril de Asturias provenientes de los diferentes astilleros asentados en la zona.

Asimismo, un juego interactivo retó a las y los visitantes a demostrar sus conocimientos sobre la relación de Gijón/Xixón con la industria y el mar, y los diferentes contenidos de la exposición. Los participantes se llevaron como premio calcomanías, imanes, lotes gastronómicos o uno de los más de 20 obsequios cedidos por las empresas turísticas del concejo.

La muestra se cerró con una pieza audiovisual creada ex profeso y que resumía en imágenes el discurso expositivo. Además de acoger las habituales presentaciones y actos de otras áreas municipales, este año se realizó una amplia agenda propia relacionada con la temática del pabellón:

- Talleres sobre economía azul (LUCE GIJÓN).
- Talleres «Tiburones: conoce a los reyes del mar» (Acuario de Gijón).
- Taller «Cómo se realiza una tabla de Surf» (Vita Surf).
- Taller restauración sostenible (Restaurante Abarike).
- Demostración Realidad inmersiva «Sea Starlight».



<i>RESULTADOS de asistencia y entrega de premios</i>		
<b>Día</b>	<b>Asistentes</b>	<b>Premios</b>
03/08/2024	4.368	263
04/08/2024	3.487	486
05/08/2024	5.706	341
06/08/2024	3.873	320
07/08/2024	7.019	330
08/08/2024	5.051	409
09/08/2024	8.394	478
10/08/2024	5.217	383
11/08/2024	4.785	247
12/08/2024	8.097	348
13/08/2024	8.154	252
14/08/2024	7.371	374
15/08/2024	5.666	230
16/08/2024	6.784	172
17/08/2024	7.937	202
18/08/2024	8.989	226
	<b>100.898</b>	<b>5.061</b>

<i>RESULTADOS de valoración del pabellón</i>		
<b>Valoraciones</b>	<b>Registros</b>	<b>%</b>
Verde	3.500	79,91 %
Amarillo	641	12,99 %
Rojo	795	16,11 %

## 8.10 OTRAS COLABORACIONES

I Torneo Internacional Master Volley Spain «Ciudad de Gijón»: documentación turística para los asistentes y actuación de banda de gaitas en la cena-fiesta de celebración del evento.

## 9. OFICINA DE CONGRESOS Y GIJÓN CONVENTION BUREAU

El trabajo conjunto de Visita Gijón/Xixón y el Club de Empresas de Turismo de Negocio es fruto de la colaboración público-privada. Bajo la denominación comercial Gijón Convention Bureau, se articula la oferta de las empresas especializadas en prestar servicios al turismo de reuniones y las líneas de trabajo de Visita Gijón/Xixón.

En 2024:

- **Se mantiene la reorientación hacia el segmento corporativo**, abriendo incluso línea de trabajo en mercados internacionales y más concretamente en el alemán.
- Se sigue consiguiendo **mayor visibilidad nacional** de Gijón/Xixón como destino de reuniones y eventos, con el apoyo de la mesa de concertación del programa Gijón Futuro, atrayendo **eventos de referencia** (el *Association Meetings Workshop 2024 - AMW 2024*) y organizando para operadores especializados y clientes finales hasta cinco *fam trips*. Estos *fam trips* permitieron un conocimiento de primera mano de la oferta especializada y del destino y crearon vínculos directos con la ciudad, tanto para plantearla como destino de futuros eventos como para promocionarla dentro de la industria y sus ámbitos de relación.

En números, la actividad se visualiza de la siguiente manera:

**INCREMENTO**  
**ACCIONES COMERCIALES EXTERIORES**

**+83%**

Un incremento del 83 % de las acciones comerciales exteriores con desplazamiento del personal con respecto a 2023.

**INCREMENTO**  
**FAM TRIPS Y PARTICIPANTES**

**+150%**

Un incremento del 150 % del número de *fam trips* y participantes en los mismos con respecto a 2023.

- Se continúa ampliando alianzas con las asociaciones profesionales del sector MICE en España, retomando además contacto con la Event Management Association (EMA), que aglutina al cliente final corporativo.
- Se continúa el desarrollo del Proyecto de Legado, implicando tanto a clientes como a entidades sociales y áreas municipales.
- Se incrementó el número de actividades de formación e incluso comerciales en las que pudieron participar empresas asociadas al Convention Bureau.
- Se puso en marcha una nueva iniciativa con la creación de los «Desayunos con el Ayuntamiento».

## 9.1 SEMBRANDO EL FUTURO: MERCADO CORPORATIVO Y REFUERZO DE LA APERTURA AL MERCADO INTERNACIONAL

- **Global Mice Forum Corporate** (Granada, 15-17 de febrero)

La asistencia a este encuentro con clientes finales por el sistema de agenda tuvo un triple objetivo: participación en la feria, anunciar que la siguiente edición, la de 2025, sería en Gijón/Xixón y reforzar los lazos que se consolidarían en un patrocinio con la EMA.



- **Estudio del mercado de eventos 2024 y presentación en Madrid** (21 de febrero)

Gijón/Xixón patrocinó este estudio, realizado por Eventoplus. Es el único estudio sobre el mercado de eventos corporativos que existe en España. Se presentó a los agentes especializados en Madrid y Barcelona. El Gijón Convention Bureau asistió a la presentación de Madrid.

- **Premios AEVEA LAB** (Madrid, 21 de febrero)

Convocados por primera vez por Agencias de Eventos Españolas Asociadas (AEVEA), la participación en el evento como patrocinador plata fue la acción más destacada con esta asociación profesional, lo que ha dado lugar a perfilar una colaboración más amplia y más fructífera para 2025.

- **Convención Anual de la Association of Spanish Destination Management Companies (SpainDMCs)** (Cádiz, 15-17 de marzo)

Reforzamiento de la marca Gijón/Xixón entre los miembros de la asociación, empresas especializadas en la organización en España de viajes de incentivo, convenciones y eventos corporativos tras su estancia en Gijón/Xixón el año anterior. Promoción ante ellos de las nuevas conexiones internacionales y de la apertura del AVE.

- **Global Mice Forum Venues** (Madrid, 23 de abril)

Participación por primera vez en este evento. La particularidad es la oferta a las salas de Gijón/Xixón para que acudieran en condiciones económicas beneficiosas y bajo el paraguas del destino y su herramienta profesional: la oficina de congresos o Convention Bureau.

- **IMEX 2024** (Fráncfort, 14-16 de mayo)

Participación más cuidada que en 2023: atención dentro del stand de Turespaña, presentaciones a compradores y participación en sesiones de las asociaciones de referencia a las que se pertenece. Lo más destacado de la asistencia: el cierre y captación de dos *fam trips* acogidos en verano.

- **Gala Premios Eventoplus** (Madrid 17 de septiembre)

La novedad, de interés para Gijón/Xixón como destino, fue el patrocinio de la gala por el Principado de Asturias, lo que permitió trabajar bajo esa marca paraguas. La estrategia de este año permitió visibilizar, con las invitaciones a la mesa del Gijón Convention Bureau, las relaciones con las principales asociaciones del sector: EMA, AEVEA, SITE, SPAIN DMCs e IDEMICE.

- **Salón IBTM 2024** (Barcelona, 19-21 de noviembre)

## EVENT MANAGERS ASSOCIATION (EMA): LA ALIANZA MÁS ESTRATÉGICA DEL AÑO

Aglutinando a más de 600 clientes finales, gestores de eventos de distintas empresas españolas, merece la pena detallar de manera segregada las acciones y colaboraciones abordadas con ellos durante 2024:

- Patrocinio Plata de la asociación, con todos los beneficios de la difusión, en sus canales propios y de medios profesionales, de la imagen de marca Gijón Convention Bureau y de Gijón/Xixón como destino.
- Colaboración y desplazamiento de miembros de la Junta Directiva para participar en el Global Meetings Industry Day (GMID) (Gijón/Xixón, 11 de abril).
- Asistencia a eventos organizados por la EMA y contacto con sus miembros, priorizando este año a Barcelona como mercado emisor.

EMA Learn Barcelona	25 de abril
EMA Learn Barcelona	23 de mayo
BeEMA Barcelona	8 de noviembre



- Reunión de trabajo de la Junta Directiva de la EMA en Gijón.

## FAM TRIPS OPERADORES PROFESIONALES O CLIENTES FINALES

Febrero 2024	BCO Congresos
Junio 2024	Viajes Leontur
Julio 2024	<p>Mercado alemán en colaboración con <i>Spain Heritage</i></p> <p>El más significativo del año al traer a la ciudad a ocho operadores especializados, que descubrieron el destino Asturias y la ciudad de Gijón/Xixón. Acción comercial fruto de la alianza estratégica con un DMC español con amplia cartera de clientes internacionales que ya a corto plazo ha dado retorno con la petición de una candidatura para acoger un congreso internacional en 2026.</p>
Agosto 2024	<p>AIM GROUP Spain</p>
Octubre 2024	Junta Directiva de la EMA

## ACUERDOS CON ASOCIACIONES PROFESIONALES DEL SEGMENTO CORPORATIVO

- AEVEA
- SITE
- SPAIN DMCS
- EMA

### 9.2 APUNTALANDO EL PRESENTE: MERCADO ASOCIATIVO

- **Association Meetings Workshop — AMW 2024**  
(Gijón/Xixón, 7–8 febrero)

**Por primera vez se celebró en Asturias** uno de los dos foros de referencia en el país para encuentros B2B entre responsables de congresos en sociedades y asociaciones y miembros de juntas directivas de entidades que convocan congresos y reuniones asociativas. Gijón/Xixón como anfitrión tuvo la oportunidad de reforzar su agenda comercial con el conocimiento directo del destino por parte de los treinta compradores participantes.

La captación de este foro gracias al respaldo del pacto Gijón Futuro **facilitó además que empresas partners del Convention Bureau** pudieran desarrollar **por primera vez su propia acción comercial** en el mismo. Dado el carácter del foro, fueron el Palacio de Congresos y Laboral Ciudad de la Cultura.

- **Desayunos con el Ayuntamiento** (31 de mayo)

Desayunos de trabajo con las direcciones municipales de área para que conozcan más a fondo la labor del Gijón Convention Bureau e incentivarles a plantear Gijón/Xixón como sede de encuentros nacionales o internacionales de sus áreas de trabajo.

- **III Jornada de Partners de la EPI** (28 de noviembre)

En 2024, el mantenimiento de las alianzas dentro de la Milla del Conocimiento Margarita Salas de Gijón/Xixón llevó a patrocinar la jornada en el décimo aniversario de su creación, en la que se inició la colaboración y coorganización entre el Gijón Convention Bureau y la Escuela Superior Politécnica de Ingeniería de Gijón.

- **IV Global Mice Forum Asociativo**  
(Girona, 8–10 de julio)

Se participa por segunda vez en este *workshop* tras los resultados positivos obtenidos en el mismo en 2023.

- **II Conferencia Embajadores de Gijón/Xixón**  
(7 de agosto)

Coincidiendo con el 20 aniversario de la creación del programa Embajadores de Gijón/Xixón, jornada de fidelización e intercambio de proyectos de nueva colaboración con las personas distinguidas como embajadores/as de Gijón/Xixón.

- **Gala Embajadores de Gijón/Xixón**  
(26 de septiembre)

Distinguida en esta ocasión la doctora Belén Aguirrezabalaga. Entre sus méritos se reconocieron no solo las reuniones que ha traído a la ciudad, sino también su apuesta y puesta en marcha de un proyecto de legado durante la celebración del 37.º Congreso de la Sociedad Española de Pediatría Extra Hospitalaria y de Atención Primaria.



## 2024, AÑO DE COSECHA: ALGUNOS NÚMEROS PARA RESUMIR LA ACTIVIDAD

Fruto del trabajo de siembra de los últimos diez años o más, y pese a la actividad exterior focalizada prioritariamente en el mercado corporativo, 2024 se ha cerrado con los siguientes indicadores, que fueron posibles por la proactividad generada en los clientes, cuando no había tiempo para la proactividad del personal del Convention Bureau.

**CANDIDATURAS  
PRESENTADAS**

**30**

Treinta candidaturas presentadas: esto se traduce en un incremento del 57 % con respecto a 2023 y del 200 % con respecto a 2022, con calendario cerrado para 2025, 2026 y 2027. Y lleva a la reflexión de que, para mantener estas cifras, es conveniente no descuidar el trabajo en este segmento de mercado, armonizándolo con los recursos que se dedican al corporativo.

**PRESENTACIONES  
DE SEDES**

**4**

**VISITAS  
DE INSPECCIÓN  
O COORDINACIÓN**

**8**

## 9.3 EN PERMANENTE CONTACTO CON LA INDUSTRIA LOCAL: ATENCIÓN Y ACOMPAÑAMIENTO A LAS EMPRESAS

Si bien la organización de las actividades derivadas a la industria local recae fundamentalmente en la parte privada del Convention Bureau (el Club de Empresas de Turismo de Negocios y su oficina técnica en 2024), se aprovechó la acogida en Gijón/Xixón de eventos con profesionales del resto del país para organizar encuentros fructíferos.

- **«Herramientas comerciales para miembros del Convention Bureau»** (16 de enero)

Desayuno de trabajo que se ha estabilizado en 2024 al demostrarse su utilidad.

- **«Adaptarse o desaparecer»** (6 de febrero) - (Foto 1)

Desayuno de trabajo y presentación realizada por Juan José García, director de Ventas y Marketing de BCO Congressos.

- **GMID 2024 - Día Mundial del Turismo de Reuniones** (Gijón, 4 de abril) - (Foto 2)

Con la participación de la Event Manager Association (EMA).





1

- **Mujeres en MICE** (5 de marzo) - (Fotos 1 y 2)

Encuentro de directoras de hoteles, con la asistencia de Teresa Llana Armendáriz, miembro de la junta directiva de *Women Leading Tourism*.



2

- **«Los eventos como oportunidad para crear impacto social en Gijón/Xixón»** (27 de junio)

Primer taller sobre el concepto de legado que contó con la participación de cuarenta profesionales vinculados a entidades sociales, empresas y departamentos del Ayuntamiento de Gijón/Xixón.

#### 9.4 PARTICIPACIÓN EN FOROS NACIONALES E INTERNACIONALES

- Asamblea del Capítulo Ibérico de la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) (Sitges, 6–8 de marzo)
- Jornada ICCA durante IMEX (Fráncfort, 13 de mayo)
- Asamblea SCB (Sevilla, 23 de mayo)
- CityDNA Autumn Conference 2024 (Brujas, 16–18 de octubre)
- CityDNA Meetings Industry Steering Group Café (Barcelona, 18 de noviembre)
- Jornada para técnicos del Spain Convention Bureau (Ávila, 11–12 de diciembre)

#### 9.5 COMUNICACIÓN Y PUBLICIDAD ESPECIALIZADA

- **Campaña de Año Nuevo. Campaña anual de marketing digital**

Estreno de la campaña «La brújula siempre marca el Norte».

- **Campaña de marketing directo** (septiembre)

Envío de *merchandising* de la campaña «La brújula siempre marca el Norte» a 250 direcciones de clientes finales y operadores especializados en el segmento corporativo: gran repercusión en medios especializados y en redes sociales propiciada por los propios destinatarios del envío.

- **Programa de trabajo con los dos medios de comunicación de referencia en el país e Iberoamérica: Grupo Eventoplus y Grupo Punto MICE**

- Presencia en la nueva publicación especializada en asociativo de Punto Mice.
- Campañas de publicidad específicas sobre la llegada del AVE a Asturias a principios de año.
- Anuncios de la campaña «La Brújula marca Gijón».

- **Posicionamiento de la marca Gijón Convention Bureau en otros soportes**

- Patrocinio del Estudio del Mercado de Eventos 2024.
- Presencia en el directorio de Agencias de Eventos Españolas Asociadas (AEVEA).
- Redes sociales y newsletter de la EMA.
- Revista del Colegio de Médicos de Asturias.



Gijón | impulsa

visita gijón

visita Xixón

Promoción Empresarial y Turística de Gijón, S.A.