

## Programa

# “Reactivación del Turismo Regional con Economía Circular”

Ejecutado por:



Financiado por:



Colaboran:



# Reactivación de Destinos Turísticos enfocados en Turismo Sustentable y la Economía Circular como ejes para la reactivación económica

Ejecutado por:



Financiado por:



Colaboran:



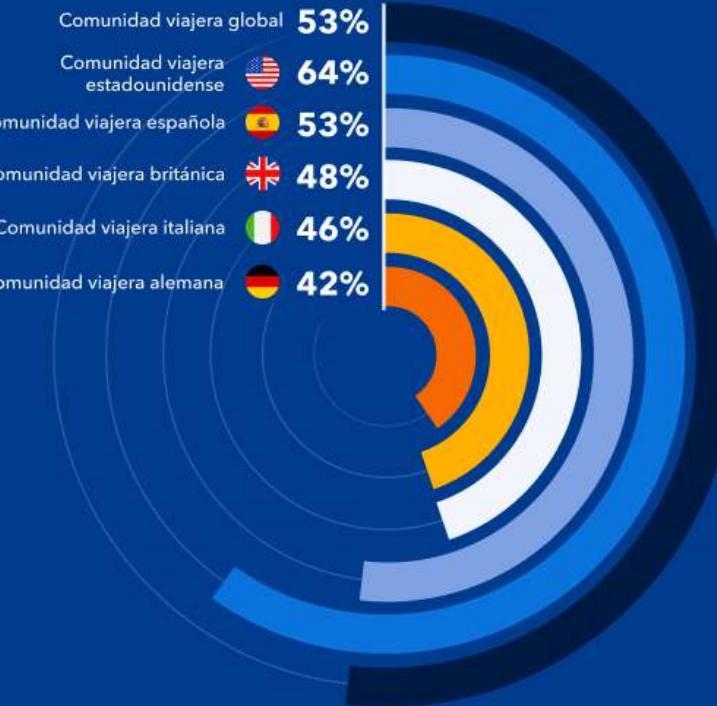
# Creciente demanda de turismo sustentable

Predicciones de viaje 2024 Booking.com

## Optaremos por la sostenibilidad y los tesoros ocultos

### Alojamientos con innovaciones en sostenibilidad impresionantes

Comunidad viajera global	53%
Comunidad viajera estadounidense	64%
Comunidad viajera española	53%
Comunidad viajera británica	48%
Comunidad viajera italiana	46%
Comunidad viajera alemana	42%



### Premios

A cambio de contribuir a los esfuerzos sostenibles, la gente quiere:



apps de viajes sostenibles con las que conseguir premios.



visitar lugares menos turísticos de islas/ sitios a los que los turistas tienen acceso limitado.



experiencias para conectar con la gente local en zonas menos turísticas.

# Creciente demanda de turismo sustentable

## Tendencias de viaje 2023

Barceló  
HOTEL GROUP

Viajar como

PRIORIDAD  
DE GASTO

**80%**

de los encuestados

**PREFIERE  
DESTINAR SU  
PRESUPUESTO  
A VIAJAR**

frente a otras  
opciones de ocio



SINÓNIMO  
DE FELICIDAD

**60%**

de los encuestados asegura

**VIAJAR  
PARA SER  
FELIZ**



Viajeros más



**SOSTENIBLES**

El 41% valora que **el hotel contribuya al desarrollo económico local** y el 38% que **resalte y ponga en valor su entorno natural**



**ACTIVOS**

El 59% **prefiere un turismo activo** que le conecte con la naturaleza



**ESPONTÁNEOS**

El 73% asegura reservar sus viajes **con menos de un mes de antelación**



**CONSCIENTES**

El 70% de los encuestados prefiere **desconectar de las redes sociales durante el viaje** y publicar después



**FOODIES**

El 57% de los encuestados valora especialmente **descubrir la cocina local de los destinos** que visita

# Turismo sustentable

1. Debemos entender la sustentabilidad como una **palanca transversal** de nuestra marca, nuestra empresa y nuestro destino turístico. No un objetivo a lograr, sino **una manera de entender la actividad y su gestión**.
2. **Haciendo** primero y **comunicando** (con honestidad, transparencia y autenticidad) después.

# Estrategia nacional

## Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destino



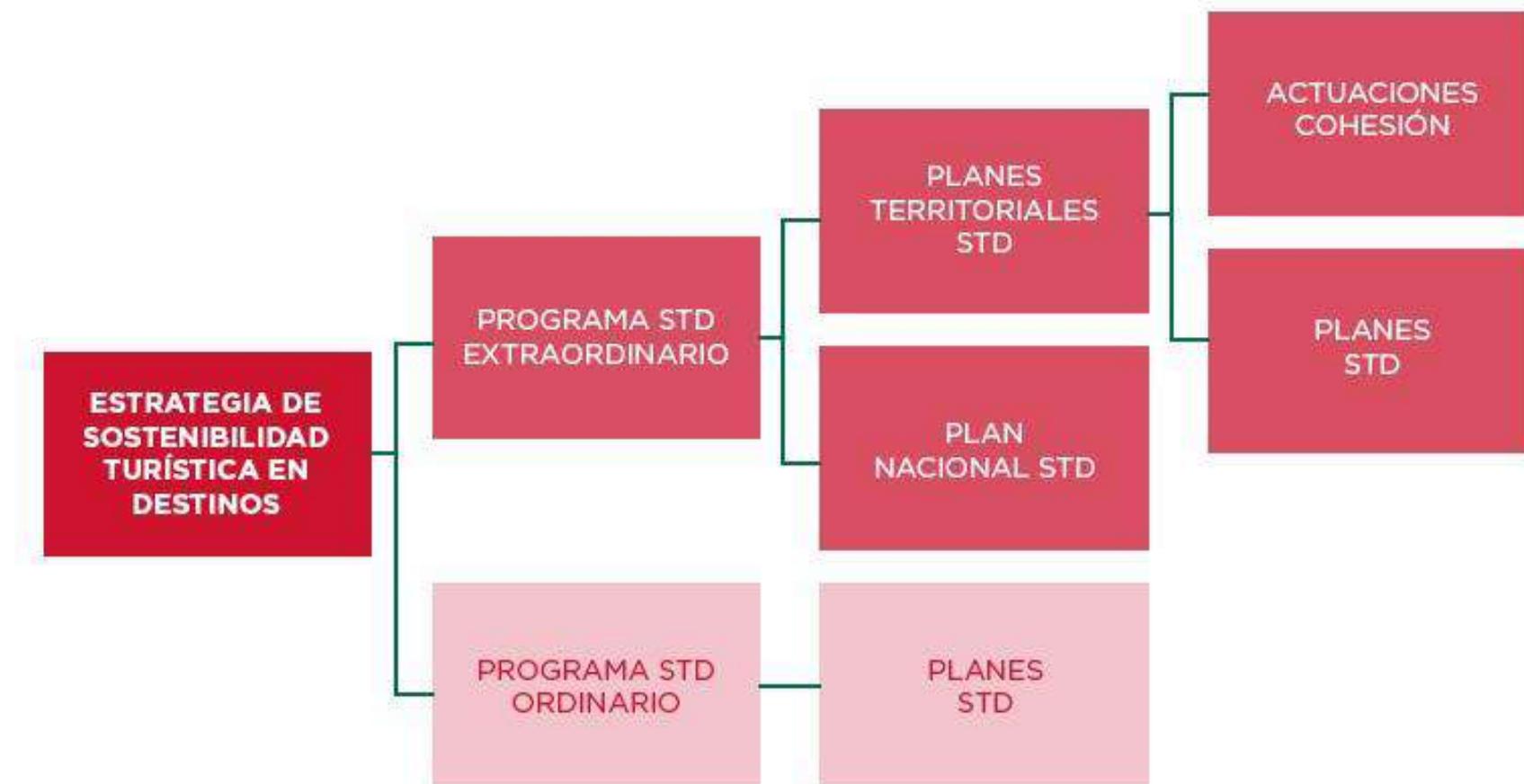
Plan de Recuperación,  
Transformación y Resiliencia

# Estrategia de Sostenibilidad turística en Destino

- ✓ La **Conferencia Sectorial de Turismo** ha aprobado en su reunión del 28 de julio de 2021 la **Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos** y esa será la hoja de ruta que **guiará la selección y financiación de proyectos** destinados a apoyar la transformación de nuestros destinos.
- ✓ El **objetivo** de estos planes es **convertir a los territorios en polos de innovación turística** que los hagan más resilientes, al tiempo que se avanza hacia una **mayor cohesión territorial**, no sólo relacionando la oferta y los destinos de cada territorio, sino creando conexiones entre los destinos de distintas regiones.



# Estrategia de Sostenibilidad turística en Destino



## ¿Qué es el Programa Extraordinario de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos 2021-2023?

Se constituyen como **planes cuyo diseño y ejecución corresponde a los Entes Locales** de cada uno de los destinos. Se orientarán a la **resolución de la problemática** de los destinos que esté a su vez interrelacionada con los **objetivos previstos en la Estrategia** y con los **documentos estratégicos estatales y autonómicos en materia de turismo**.

Su periodo de **duración es de tres años**, salvo los PSTD aprobados en el Plan Territorial de 2023, que finalizarán el 30 de julio de 2026.

El **ente gestor de los PSTD es una entidad local o supramunicipal**.

Las **CCAA podrán establecer igualmente como gestores de los PSTD** a otras fórmulas de asociaciones de municipios **recogidas en su normativa autonómica** como, por ejemplo, **los consorcios turísticos o los grupos de acción local**.

# Tipologías de destinos

- ✓ **Destino turístico de sol y playa**
  - Destino de sol y playa muy internacionalizado
  - *Destino de sol y playa mixto/residencial*
- ✓ **Destino turístico rural**
  - *Destino rural costero*
  - *Espacio natural*
  - *Territorio rural con una identidad turística*
- ✓ **Destino turístico urbano**
  - *Gran destino urbano (Madrid y Barcelona)*
  - *Destino urbano (+150.000 hb)*
  - *Ciudad con identidad turística*

SUBCATEGORÍA DE DESTINO	INVERSIÓN MÍNIMA
Gran Destino Urbano	10 M€
Sol y Playa muy internacionalizado	5 M€
Destino Urbano	2 M€
Ciudad con identidad turística	
Sol y Playa mixto/estacional	
Rural Costero	1 M€
Espacios Naturales Terrestres	
Destinos Rurales Identidad Turística	

## ¿Qué tipo de actuaciones se pueden llevar a cabo?

---

### **EJE 1. Actuaciones en el ámbito de la transición verde y sostenible:**

Este eje incluye actuaciones de restauración ambiental, gestión de espacios naturales, implantación de la economía circular, renovación sostenible de edificios y actuaciones de adaptación al cambio climático:

- i. Restauración ambiental – Etiqueta climática 050
- ii. Adaptación al cambio climático del destino y sus infraestructuras - Etiqueta climática 035
- iii. Implementación de medidas de economía circular en los servicios públicos - Etiqueta climática 050
- iv. Gestión del uso público en los espacios naturales - Etiqueta climática 050
- v. Valorización de los servicios de los ecosistemas - Etiqueta climática 050

## ¿Qué tipo de actuaciones se pueden llevar a cabo?

---

### **EJE 2. Actuaciones de mejora de la eficiencia energética:**

Incluye acciones de eficiencia energética que incluyen acciones de mitigación del cambio climático destinadas a reducir la energía necesaria para proporcionar productos y servicios turísticos, limitar la contaminación por carbono y estimular la transición a las energías renovables, así como acciones de movilidad sostenible:

- i. Mitigación del cambio climático.
- ii. Descarbonización.
- iii. Movilidad sostenible – Etiqueta climática 073
- iv. Infraestructura ciclista y adaptación de rutas no motorizadas - Etiqueta climática 073

## ¿Qué tipo de actuaciones se pueden llevar a cabo?

---

### EJE 3. Actuaciones en el ámbito de la transición digital:

Este eje comprende todas aquellas actuaciones que faciliten la mejora continua de los procesos incluidos en la cadena de valor turística mediante el uso de la tecnología.

- ✓ Comunicación y acceso de recursos y servicios al turista en destino
- ✓ Gestión del impacto que genera el turismo en el destino
- ✓ Desarrollo de plataformas y sistemas de inteligencia turística en destino
- ✓ Empresas y proveedores turísticos del destino
- ✓ Gobernanza pública y su acceso a tecnología

## ¿Qué tipo de actuaciones se pueden llevar a cabo?

---

### EJE 4. Actuaciones en el ámbito de la competitividad:

Este eje comprende todas aquellas acciones de creación de oferta, mejora del producto, creación de equipamientos, embellecimiento de espacios públicos, así como todo lo relacionado con la mejora constante de la gestión del destino.

- ✓ Comunicación y sensibilización de residentes y de turistas
- ✓ Actuaciones de mejora del entorno urbano
- ✓ Reconversión de zonas turísticas
- ✓ Inventarios de recursos turísticos
- ✓ Certificaciones de sostenibilidad
- ✓ Creación de nueva oferta turística. Procesos de creación de productos turísticos
- ✓ Mejora de la accesibilidad
- ✓ Creación de equipamientos de turismo activo
- ✓ Gestión de equipamientos para servicios
- ✓ Puesta en valor de productos locales para el turismo
- ✓ Programas y protocolos de seguridad e higiene
- ✓ Funcionamiento del ente gestor del destino turístico
- ✓ Sistemas de evaluación de resultados
- ✓ Mejora de la Calidad del Destino: implantación, planes de mejora, distintivos.

## Programa Experiencias de Turismo de España

Una experiencia es, desde el punto de vista del turista, la suma de sensaciones que obtiene de **una combinación de actividades, lugares e interacciones personales o colectivas** en las que participa cuando visita España. Las experiencias son diferentes vivencias físicas o emocionales y cada vez más turistas viajan buscando experiencias memorables.

Una experiencia turística es **aprender sobre nuestros estilos de vida y culturas, o interactuar con los habitantes de la zona**. Una experiencia es participar en un estilo de vida local, no sólo observarlo. También una experiencia puede ser un desafío físico, emocional o mental. Son cosas únicas y memorables que no pueden hacerse, o al menos no de esta manera, en ningún otro lugar del mundo.

Pero una experiencia también es un **concepto operativo**. La experiencia es, para el sector turístico, el lugar de **encuentro entre la oferta y la demanda**. Una experiencia es el **conjunto de actividades, eventos y servicios turísticos que se enlazan**, por diversos actores, para construir un relato y un catálogo de vivencias **en torno a productos turísticos concretos**.

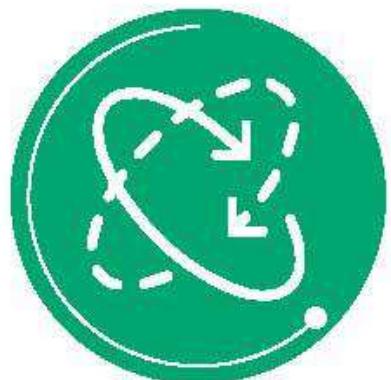
# Programa Experiencias de Turismo de España. Tipologías

- ✓ Turismo naturaleza España
  - ✓ Turismo de playas y costa España
  - ✓ Turismo de eventos España
  - ✓ Turismo cultural España
  - ✓ Turismo enogastronómico España
  - ✓ Turismo de salud España
  - ✓ Turismo activo y aventura España
  - ✓ Turismo rural España
  - ✓ Turismo urbano España.



# Programa Experiencias de Turismo de España.

## Líneas de trabajo



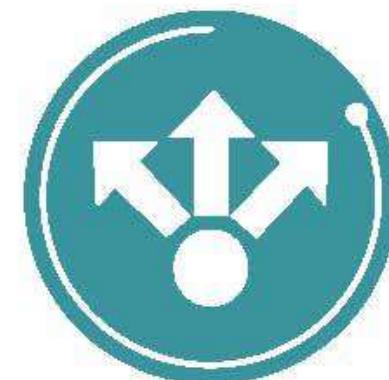
### INNOVA

Impulso o fortalecimiento de las redes de actores y los relatos; los recursos y su sostenibilidad y la transformación digital de los procesos de la Experiencias Turismo España.



### INTEGRA

Integrar en las Experiencias Turismo España el entorno productivo cercano, las sociedades de acogida y la diversidad de perfiles del turista.



### COMUNICA

Mejorar la comunicación de los valores, en especial los relacionados con seguridad y resiliencia, de las Experiencias Turismo en España y convertirlas en uno de los pilares de la promoción de nuestro país.

# Programa Experiencias de Turismo de España.

## Líneas de trabajo

 <b>Línea 1. Innova</b>	<b>REDES</b>	Creación y fortalecimiento de <b>redes de actores</b> en torno a una Experiencia Turismo de España	Construcción de <b>historias inspiradoras</b> y mejora de las <b>narrativas</b>
	<b>RECURSOS</b>	Desarrollo o <b>mejora del recurso</b> turístico base para la creación de Experiencia Turismo de España	Mejora de uso de recursos, procesos de gestión y/o en la prestación de servicios <b>sostenibles</b>
	<b>PROCESOS</b>	Impulsar la <b>transformación digital</b> de las experiencias turísticas	Formación para la <b>sostenibilidad y la digitalización</b> en experiencias turísticas

# Programa Experiencias de Turismo de España.

## Líneas de trabajo

 <p><b>Línea 2. Integra</b></p>	<b>ENTORNO PRODUCTIVO</b>	Incorporación <b>economía y de proximidad</b> en experiencias turísticas	Impulso de <b>procesos de gestión y/o prestación</b> servicios adaptados a economía circular
	<b>SOCIEDAD LOCAL</b>	Impulso y difusión de prácticas <b>cohesión social y territorial</b> de Experiencia Turismo de España	Mejora en los <b>procesos de gestión y/o prestación servicios</b> con perspectiva de cohesión social
	<b>DIVERSIDAD</b>	Adaptación experiencias a la <b>diversidad</b> de los perfiles.	<b>Formación</b> en y para la diversidad en diferentes de Experiencia Turismo de España

# Programa Experiencias de Turismo de España.

## Líneas de trabajo

 <p><b>Línea 3. Comunica</b></p>	<b>VALORES</b>	Mejora de los <b>protocolos de seguridad</b> y de su comunicación	Actuaciones de traducción y adaptación a mercados y perfiles, considerando valores
	<b>CONTENIDOS</b>	Elaboración de planes de <b>comunicación</b> y experiencias cliente final coordiandos	Creación de <b>materiales de comunicación</b> específicos
	<b>MEDIOS</b>	Integración de <b>herramientos digitales</b> en la propia experiencia	Nuevas herramientas TIC para la <b>comunicación</b>

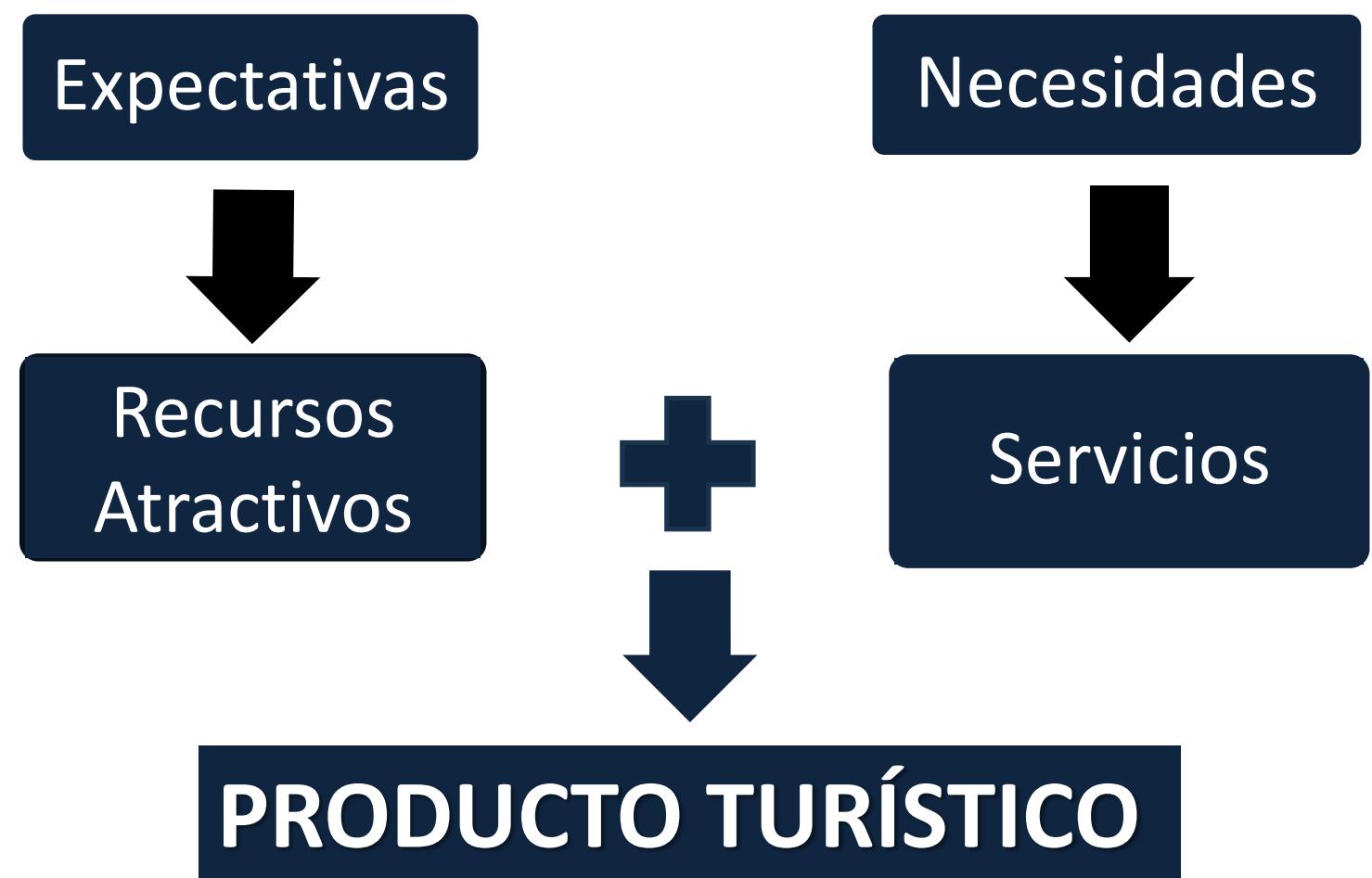
# Producto turístico sustentable

Producto turístico **respetuoso** con el **ecosistema**, con mínimo impacto sobre el **medioambiente** y la **cultura local**. Además, en el aspecto económico busca la generación de **empleo e ingresos** de la población autóctona.

# PRODUCTO TURÍSTICO

Podemos considerar Producto Turístico, al conjunto de **recursos y servicios** que satisfacen las **expectativas y necesidades** de un segmento de demanda concreto.

## CONCEPTOS CLAVE





eurochile  
FUNDACIÓN EMPRESARIAL  
Abre tus fronteras



sidraturismo  
Asturias





Dentro de los proyectos de grupos operativos se ha constituido uno con el objetivo de **trabajar en nuevas fórmulas de promoción y comercialización de la sidra** a partir de la **puesta en valor del recurso sidra y su posicionamiento en el mercado turístico**.

La estrategia se fundamenta en **aprovechar las oportunidades que la producción de manzana y la producción de sidra ofrecen como atractivo turístico**, de manera similar a lo que sucede con otros productos agroalimentarios.

El desarrollo de un producto turístico de estas características tiene que partir de una **alianza estratégica y una coincidencia de intereses entre el sector turístico y el sector productor**.

## Regional

- Apoyo a la producción local
- Refuerzo de la identidad regional
- Impulso a la innovación.
- Nuevas posibilidades para los entornos rurales
- Desarrollo de redes colaborativas
- Alineación con nuevas tendencias de mercado

## Sidra

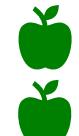
- Mejora del posicionamiento del producto
- Mejora de la promoción
- Optimizar la imagen del producto
- Reconocimiento del sector
- Alcanzar nuevos mercados y clientes
- Nuevo nicho de negocio
- Potenciar la venta directa
- Mejorar la comercialización

## Turismo

- Ampliación del catálogo regional
- Diversificación
- Mejora de la calidad
- Ampliación de estancias
- Mejora de la satisfacción del cliente
- Mejora de la competitividad con un producto singular, no deslocalizable y exclusivo
- Mejora de los resultados de las empresas



## Objetivos

-  Impulsar el **desarrollo del sidraturismo** en Asturias.
-  Mejorar la **viabilidad económica de llagares y de los negocios turísticos** mediante la ampliación del catálogo de oferta, abriendo nuevos canales de venta directa del producto y la captación de **nuevos segmentos de demanda** diferentes a los ya habituales.
-  Estructurar adecuadamente el **producto**.
-  Implantar los **modelos de aseguramiento de la calidad** necesarios para el correcto funcionamiento del producto.
-  Movilizar a los sectores afectados en la búsqueda de **nuevas vías de producción y comercialización**.
-  Reforzar la **identidad y la diferenciación de Asturias** como destino a partir de uno de sus productos más emblemáticos.
-  Difundir la **cultura de la sidra**, tanto entre la población local como entre el público visitante.
-  Contribuir a **mejorar los entornos rurales** mediante una estrategia de **turismo sostenible**.



## Acciones desarrolladas

---

- Trabajo de **animación para la incorporación** agentes al Club
- **Visitas personalizadas** de diagnóstico y asesoramiento.
- Definición del producto y elaboración del **Manual de Producto**
- Elaboración del **plan de calidad** para el club de producto
- Elaboración del **Plan de Marketing**
- Diseño y creación de **estructura de gestión del Club de Producto**
- Programa de **formación** sector turístico
- Creación de **página web** y promoción en **redes sociales**
- Acciones de **divulgación y sensibilización** sobre la cultura sidrera



## Animación para la incorporación agentes al Club



- 27 Llagares
- 7 Cosecheros
- 21 Alojamientos
- 3 Empresas turismo activo
- 1 Agencia de viajes
- 1 Central de reservas
- 9 Guías turísticos
- 10 “Sidrerías de Asturias, calidad natural”
- 5 Sidrerías asociadas a Llagares





Visitas personalizadas de diagnóstico  
y asesoramiento

**23 Llagares  
5 Cosecheros**

# Manual de Producto



-  **La sidra asturiana como recurso turístico**
-  **La sidra asturiana como producto turístico**
-  **¿Qué es un Club de Producto?**
-  **La conceptualización del producto Sidraturismo**
-  **Elementos fundamentales del producto**
-  **El funcionamiento del Club de Producto**
-  **Requisitos de pertenencia y procedimientos de adhesión al Club de Producto**
-  **¿Quién puede adherirse al Club de Producto y cómo adherirse?**
-  **Ventajas y obligaciones que ofrece el club de producto a sus socios**
-  **Productos tipo**
-  **Estatutos de la Asociación Club de Producto Sidraturismo Asturias.**
-  **Reglamento de marca.**

# Plan de Calidad



GRUPO OPERATIVO  
"Sidraturismo, Nuevas fórmulas de promoción y comercialización de la sidra"  
 ASTURIAS  
 ASINCAR  
 Asturias  
paraiso natural



Recoge los requisitos de adhesión al Club:

- ✓ Legales
- ✓ De equipamientos e infraestructura
- ✓ Atención al público
- ✓ De Producto

- ✓ Llagares
- ✓ Pumaradas
- ✓ Alojamientos turísticos
- ✓ Restaurantes
- ✓ Sidrerías
- ✓ Agencia de receptivo
- ✓ Turismo activo
- ✓ Guías de turismo
- ✓ Tiendas
- ✓ Museos y/o centros de interpretación
- ✓ Oficinas de Información Turística
- ✓ Ayuntamientos



# Plan de Marketing



-  **El turismo gastronómico en Asturias**
-  **La sidra en la promoción turística de Asturias**
-  **Formulación estratégica del plan de marketing**
-  **Definición de los sectores de la demanda y mercados preferentes y caracterización de los mismos**
-  **Acciones de promoción**
  - Campañas
  - Acciones de promoción online
  - Acciones de promoción off line
-  **Estrategia de comercialización**
-  **Agentes implicados en el proceso de comercialización**
-  **Integración en otras estrategias de promoción y comercialización**



## Diseño y creación de estructura de gestión del Club de Producto

### Asociación Club de Producto Sidraturismo Asturias



Gestión de la marca

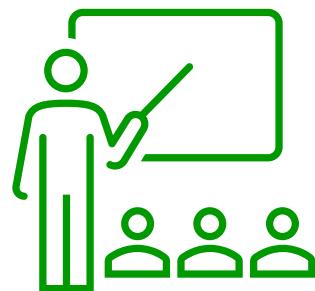
Gestión de adhesión de empresas y servicios

Control de cumplimiento de requisitos y compromisos

Promoción, desarrollo y formación del Club y de las empresas adheridas

Actualización de Plan de Calidad y Reglamento de marca





## Programa de formación



Acciones de formación entorno a la sidra y la cultura sidrera para empresas y servicios turísticos



Acciones formación organización de visitas y creación de producto

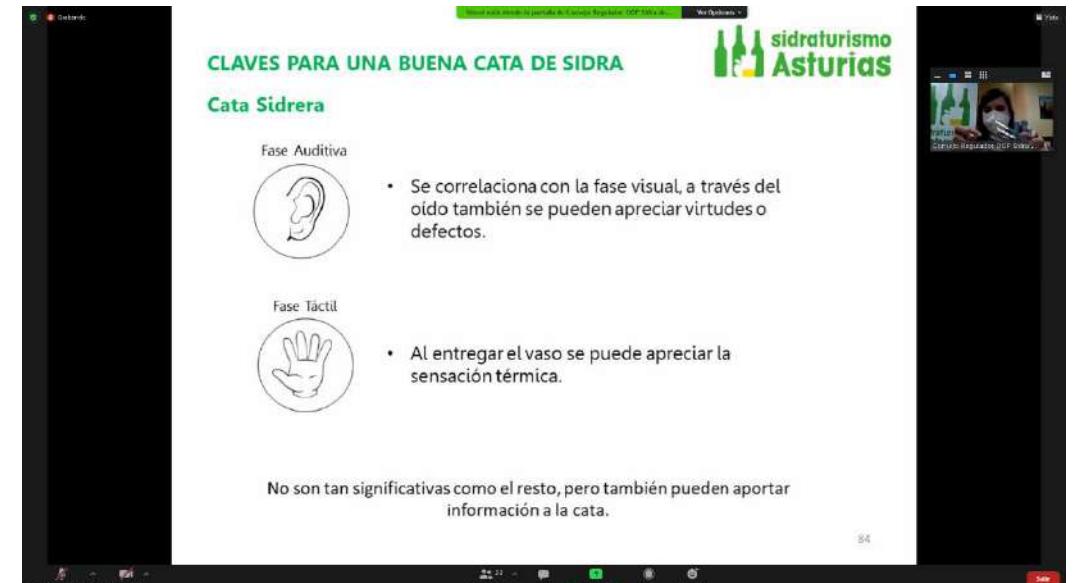


5 acciones de formación



+120 empresas y servicios participantes:

- ✓ Oficinas de información turística
- ✓ Guías de turismo
- ✓ Alojamientos
- ✓ Turismo Activo
- ✓ Llagares y pomaradas



**CLAVES PARA UNA BUENA CATA DE SIDRA**

**Cata Sidrera**

- Fase Auditiva**  

  - Se correlaciona con la fase visual, a través del oído también se pueden apreciar virtudes o defectos.
- Fase Táctil**  

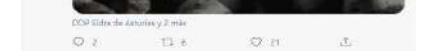
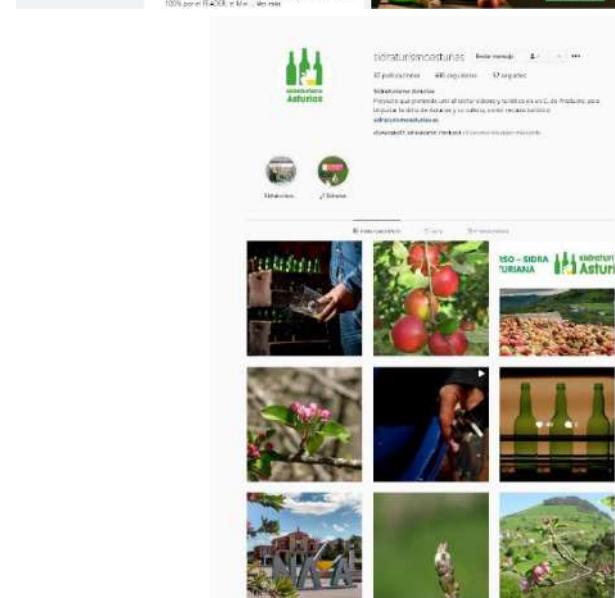
  - Al entregar el vaso se puede apreciar la sensación térmica.

No son tan significativas como el resto, pero también pueden aportar información a la cata.

## Página web y redes sociales



### ¿QUÉ TE OFRECEMOS EN SIDRATURISMO ASTURIAS?

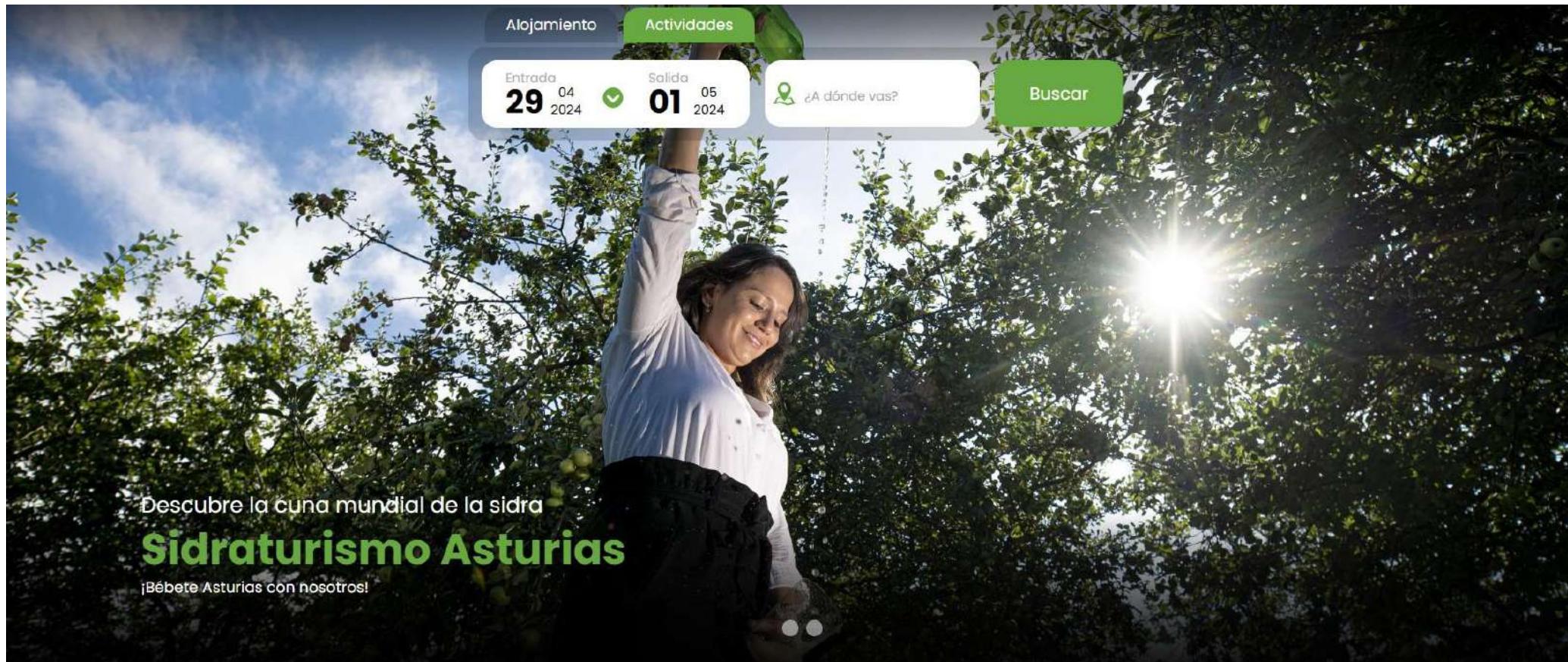




## Acciones de promoción y difusión sobre la cultura sidrera



## Acciones de comercialización directa. Reservas online



A woman in a white shirt is standing in an apple orchard, reaching up to pick an apple from a tree. The background shows a bright sun through the leaves and a blue sky with clouds. A semi-transparent travel search interface is overlaid on the image, featuring a search bar with a location placeholder, a date range from 'Entrada 29 04 2024' to 'Salida 01 05 2024', and a 'Buscar' button. The interface also includes tabs for 'Alojamiento' and 'Actividades'.

Descubre la cuna mundial de la sidra  
**Sidraturismo Asturias**  
¡Bébete Asturias con nosotros!



## Miembros adheridos

- 11 Llagares
- 7 Fincas/pumaradas
- 22 Alojamientos
- 1 AAVV
- 3 Empresas T.A
- 5 Guías de turismo
- 7 Sidrerías
- 4 Ayuntamientos





**sidraturismo  
Asturias**



