Memoria Anual 2014

Índice

Bienvenidos a Gijón/Xixón 4-6

Seguimos el Plan 7-8

Nos visitaron 9-16
- 3.1 Datos de viajeros, pernoctaciones y tasa de ocupación
- 3.2 Cruceros que hicieron escala en Gijón/Xixón en 2013
- 3.3 Evolución de la planta turística

Nos dimos a conocer 17-26
- 4.1 Infogijón, el servicio de información turística
- 4.2 A través de Internet
- 4.3 Nuevas ediciones y 'merchandising'
- 4.4 Promoción

Hablaron de nosotros 27-38
- 5.1 En los medios
- 5.2 Convenios online
- 5.3 Acuerdos promocionales con turoperadores
- 5.4 Otros acuerdos de comercialización
- 5.5 En red con otros destinos

Apoyamos nuestra gastronomía 39-44
- 6.1 Arcu Atlánticu
- 6.2 Promoción Gastronómica-Festivales
- 6.3 Nuestros productos
- 6.4 Otras acciones

Organizamos grandes eventos 45-50
- 7.1 Gijón Sound Festival
- 7.2 Regatas y turismo náutico
- 7.3 Otros eventos

Índice

Fuimos sede de congresos y reuniones 51-60

8.1 Calendario congresos y reuniones 2014 y estadísticas
8.2 ¡Un plan de trabajo cada vez más especializado, más cercano!
8.3 Nuevas formas de trabajo para el segmento corporativo, dentro y fuera de la región.
8.4 Siempre de la mano de las empresas, trabajando por su competitividad
8.5 Ampliamos nuestro programa de Embajadores
8.6 Renovamos nuestras ediciones profesionales on y off line

Nos diferenciamos por la calidad 61-64

9.1 Nuestros sellos
9.2 Gijón se consolida como destino turístico sostenible
9.3 Indicadores de mejora

Teatro Jovellanos | Festival Internacional de Cine | Festejos 65-80

10.1 Resumen de actividades organizadas por la sociedad Divertia Gijón S.A.
10.2 Actividades realizadas en el recinto Teatro Jovellanos
10.3 Otras actividades organizadas por Divertia Gijón S.A. 2014
10.4 Festival Internacional de Cine de Gijón. Resumen de resultados. 2013-2014
10.5 Festejos de Gijón/Xixón 2014

Jardín Botánico Atlántico 81-89

11. 1 Accesos
11. 2 Programas culturales
11. 3 Actividades Club Miruéndanos y Pasaporte a la Naturaleza
11. 4 Semana de la Ciencia
11. 5 Vacaciones en el Botánico
11. 6 Rutas botánicas por el Cantábrico
11. 7 Curso de iniciación a la Horticultura

2. Teníamos un plan... ¡y lo cumplimos!

Teníamos un plan... ¡y lo cumplimos!

En la memoria de 2013, contamos que nuestro trabajo se estaba guiando por el "Plan de Acción de Turismo de Gijón 2012-2015". Este plan de acción identificaba los principales mercados de origen de viajeros nacionales y extranjeros y el plan de marketing, con una clara estrategia digital que pusimos en marcha, sin olvidarnos de las acciones promocionales más convencionales.

Pues este año, y después de hacer una exhaustivo seguimiento, podemos decir que hemos cumplido con lo marcado en ese plan de Acción. Las líneas que finalmente pusimos en marcha dentro de los cuatro grandes programas previstos en el "Plan de Acción de Turismo de Gijón 2012-2015", y que están detalladas en los capítulos correspondientes de esta memoria, son:

Programa de gestión
- Se incorporó el sistema de medición de retorno de la inversión

Programa de seguimiento
- Se creó la mesa de seguimiento del plan

Programa de servicios en destino
- Se instauró una mesa de trabajo con la Fundación Municipal de Cultura y otra dedicada a cruceros. Además, Divertia se creó con el fin de integrar diferentes áreas (Festejos, Turismo, Botánico) para mejorar la promoción de los eventos de la ciudad.
- Se creó el programa Gijón Escapadas, como ejemplo de colaboración público-privada.
- En el área de Calidad y sostenibilidad, se renovó el sello Biosphere, se incorporaron criterios de calidad en los productos turísticos; y se identificaron las empresas distinguidas con sellos de Calidad en las ediciones de Divertia.
- En la línea de actuación de Recepción, se lanzó la aplicación móvil, se renovó el 'merchand' de venta en Infogijón y se pusieron en marcha visitas guiadas
- En la línea de actuación de Inteligencia turística, se siguió publicando el Gijón Informa
- En cuanto a la colaboración con la Sociedad Regional de Turismo y otras redes, se procedió a seleccionar y revisar las redes en las que Gijón/Xixón participa y las acciones de promoción conjunta con otros organismos, destinos o asociaciones.

Programa de marketing
- Citymarketing: se continuó con la acción de Locos por Gijón, se renovó la marca y se llevó a cabo un estudio de notoriedad de marca.
- Push & pull digital y convencional: se instauró un plan de medios anual, se ejecutaron varios workshops (Atrápalo, Booking...) y se firmaron diversos convenios online.
- Mercado nacional: se realizaron diversas acciones en mercados objetivo (Madrid, País Vasco o Castilla y León) y se diseñó un plan de marketing.
- Mercado extranjero: tal como se establece en el plan de marketing, se orientaron las acciones de promoción a mercados prioritarios (Inglaterra, Francia y Portugal).
- Producto MICE: se diseñó un plan de marketing específico MICE, se pusieron en marcha los proyectos Insuma, Green Meetings y Milla conocimiento (Se explican en el apartado correspondiente de esta Memoria)
- Producto vacacional: se continuó incidiendo en el turismo gastronómico, el producto Gijón Escapadas y en la promoción del Camino de Santiago, entre otros.
- Comercialización: se llegaron a acuerdos de comercialización con El Tenedor, Atrápalo, Booking y se instauró la venta online a través de la web www.gijon.info
- Co-marketing: se realizó un dossier de *partnership* y se alcanzaron varios acuerdos de patrocinio para actividades (Arcochef) y para ediciones (Plano y revista)
- Rentabilidad empresarial. Se instauraron las Semanas Náuticas, el programa Gijón Escapadas, Días con sal, Gijón Sound Festival, programa de actividades del Día del Turismo, se cerraron a cuerdos con operadores de transporte (Renfe, Alsa) y una oferta de alojamientos, entre otros.

3. Nos visitaron

3.1 Datos de viajeros, pernoctaciones y tasa de ocupación
3.2 Cruceros que hicieron escala en Gijón/Xixón en 2014
3.3 Evolución de la planta turística

Nos visitaron

3.1 Datos de viajeros, pernoctaciones y tasa de ocupación

El año 2014 ha resultado más que positivo para el turismo en Gijón/Xixón, según se desprende de la Encuesta de Ocupación Hotelera, elaborada por el Instituto Nacional de Estadística, y del Informe El Turismo en Gijón 2014, elaborado por la empresa InvesMark. La cifra total de visitantes fue de 1.247.922, un + 9,1% superior a la de 2013. Pero es especialmente significativo el aumento de viajeros que se alojó en hoteles de la ciudad. El esfuerzo en promoción ha conseguido que Gijón/Xixón se convierta, con estos datos, en la ciudad del norte peninsular y de la Ruta de la Plata que más crece tanto en viajeros como en pernoctaciones.

Visitantes totales

+ 9,1%

Los visitantes en Gijón/Xixón crecen en 2014 un 9,1% vs. 2013, alcanzando la cifra de 1.247.922 personas. Crecen todas las tipologías de visitante: turistas alojados en hoteles, turistas en alojamientos privados y excursionistas.

1_En hoteles

+16%

Se convierte en la ciudad del Norte y de la Ruta de la Plata con la mejor evolución tanto en viajeros como en pernoctaciones.

2_En alojamiento privado

+8%

Al número de viajeros que pernoctan en hoteles, hay que sumar 470.470 personas que se hospedan en viviendas alquiladas, en propiedad y casas de familiares o amigos.

3_Excursionistas

+4,7%

401.961 personas visitan Gijón/Xixón sin quedarse a dormir, pero con un importante efecto en la economía local: disfrutan de recursos turísticos, gastronomía y compras en la ciudad.

1_De España en hoteles

+14,3%

Los viajeros nacionales crecieron un 14,3% (297.443 en total)

2_Del extranjero en hoteles

+27,3%

Gijón/Xixón registra un **incremento de los extranjeros un +27,3% a lo largo de 2014 (47.304 en total).**

Cuadro de visitantes en Gijón/Xixón 2005-2014

VISITANTES EN GIJÓN/XIXÓN (turistas + excursionistas)

TOTAL ANUAL	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Variación 13/14 Abs.	Variación 13/14 %
TURISTAS	846.991	908.829	940.616	837.028	837.631	910.377	954.634	745.334	760.049	845.961	85.912	11,3
Hoteles	284.953	340. 048	372.123	350.141	352.439	361.174	388.435	296.469	297.305	344.747	47.442	16,0
Aloj. extrahoteleros	87.723	59.837	41.748	18.151	16.119	39.392	31.604	31.478	28.157	30.744	2.587	9,2
Aloj. privado no alquiler	474.315	508.944	526.745	468.736	469.073	509.811	534.595	417.387	434.587	470.470	35.883	8,3
EXCURSIONISTAS	362.987	389.498	403.121	358.726	358.985	390.162	409.129	319.429	383.840	401.961	18.121	4,7
TOTAL VISITANTES	1.209.987	1.298.327	1.343.737	1.195.754	1.196.616	1.300.539	1.363.763	1.064.763	1.143.889	1.247.922	104.033	9,1

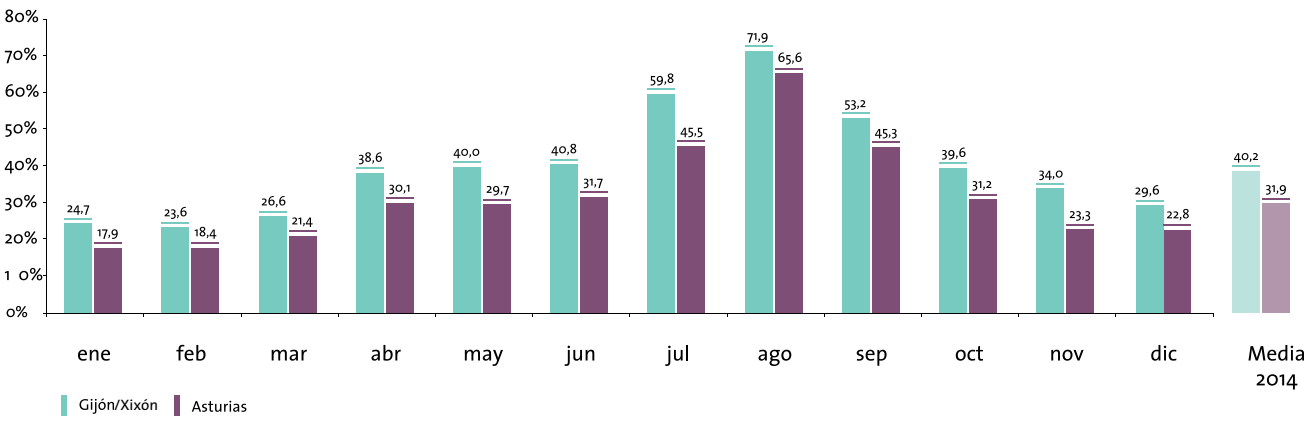
Fuentes: Años 2005 - 2012 Informes el Turismo en Gijón, Sistema de Información Turística de Asturias SITA.
Año 2013-2014 INVESMARK S. L.

Distribución mensual de los viajeros, pernoctaciones, tasa de ocupación y estancia media en Establecimientos Hoteleros en Gijón/Xixón durante 2014

GIJÓN 2013	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	TOTAL 2014
Viajeros	16.763	16.487	21.394	27.243	31.660	32.055	39.640	43.631	38.070	32.800	24.473	20.531	**344.747**
Pernoctaciones	31.647	27.958	37.970	50.610	58.921	59.105	89.903	109.923	78.073	62.643	51.816	37.897	**696.466**
Tasa ocupación	24,68	23,58	26,62	38,55	40,02	40,80	59,80	71,87	53,22	39,61	34,03	29,60	**40,20**
Estancia Media	1,89	1,70	1,77	1,86	1,87	1,84	2,27	2,52	2,05	1,91	2,12	1,85	**1,97**

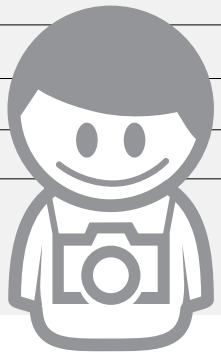
Fuente: Instituto Nacional de Estadística. Encuesta de Ocupación Hotelera. Datos provisionales de 2014
Tasa de Ocupación: por plazas

Tasa de ocupación por plazas



Visitantes en Gijón/Xixón 2014, procedencia, motivaciones y valoración de la ciudad

Clasificación del visitante según su residencia	2014 porcentaje
Residente en Asturias	5,1 %
Excurs, y turismo receptor (visitantes residentes en el resto de España y extranjero)	94,9 %
Residente en España	83,4 %
Residente en el extranjeros	11,5 %



Procedencia de los visitantes (en porcentaje sobre el total)

RESIDENTES EN EL EXTRANJERO

R. Unido	2,4
Argentina	1,6
Alemania	1,2
Francia	1,0
Bélgica	1,0
México	0,8
Portugal	0,6
Canadá	0,3
Holanda	0,3
Otros	2,1

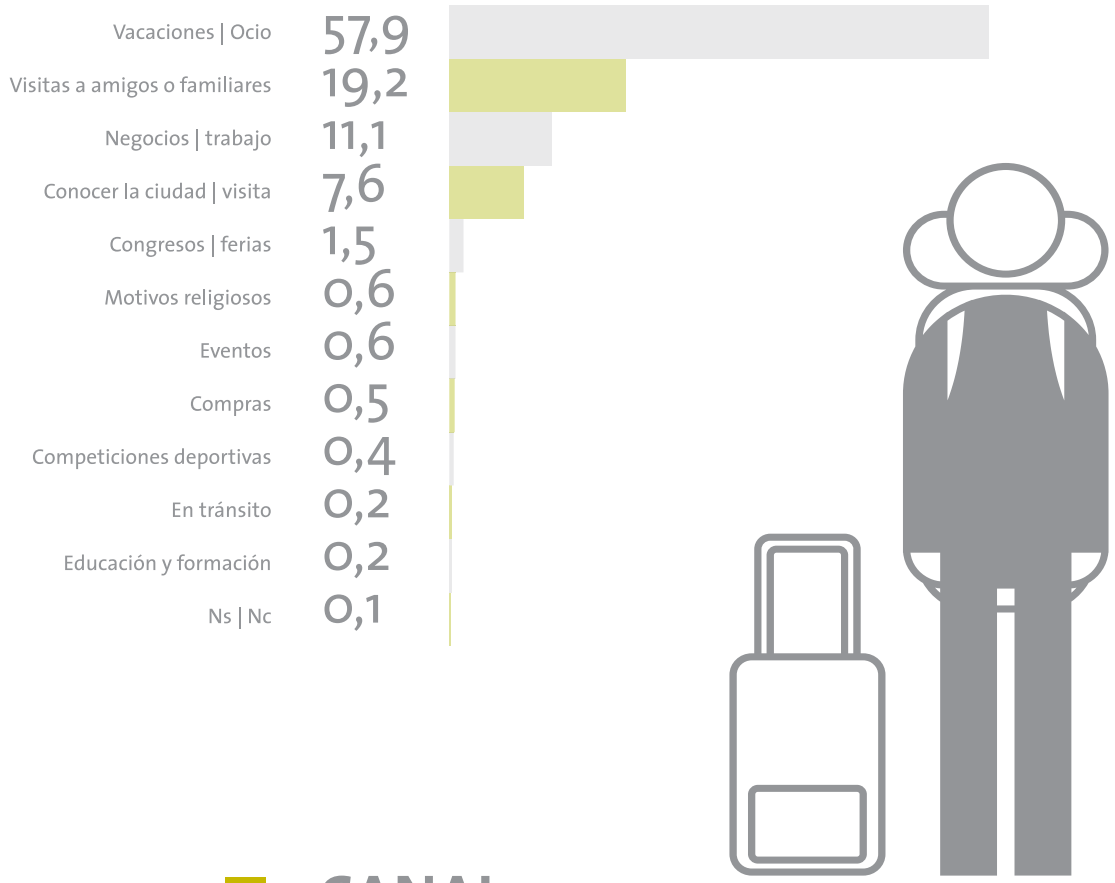
Total: 11,5 %

RESIDENTES EN ESPAÑA

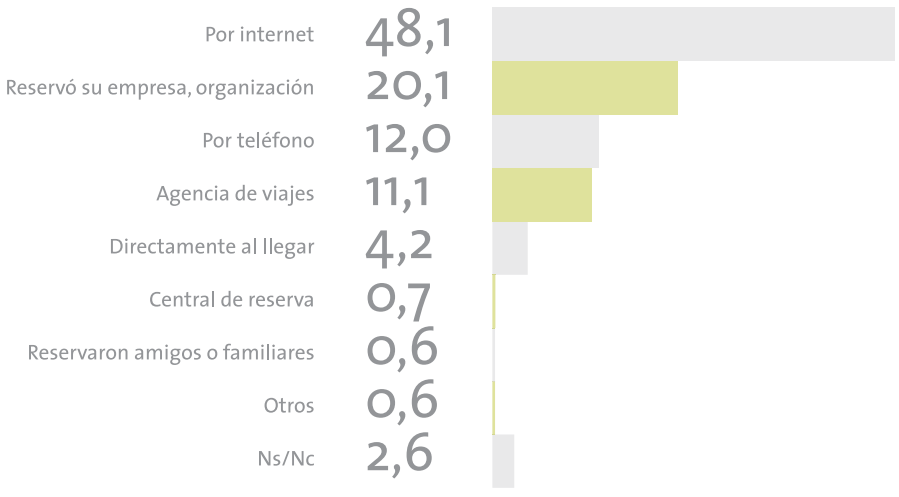
C. de Madrid	23,3
Castilla y León	13,8
País Vasco	9,7
Galicia	6,7
Cataluña	5,7
Asturias	5,1
Castilla La Mancha	4,5
Andalucía	4,1
C. Valenciana	3,4
Otros	12,2

Total: 88,5 %

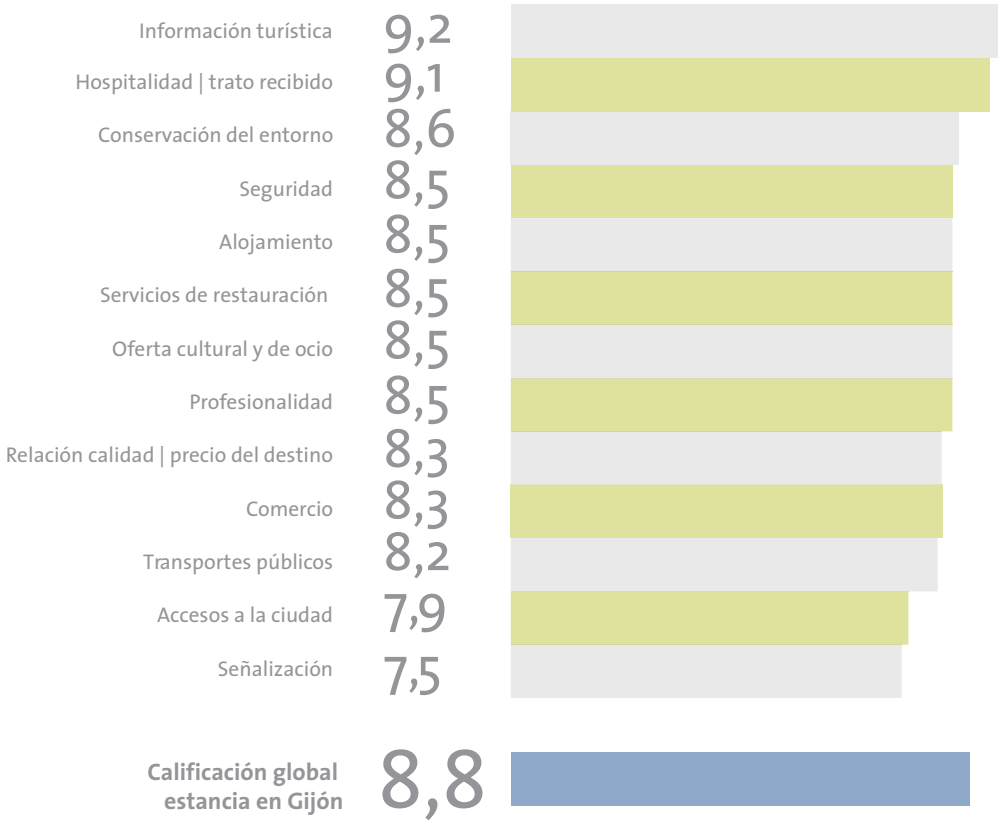
MOTIVO PRINCIPAL DEL VIAJE A GIJÓN/XIXÓN en %



CANAL DE RESERVA en %



VALORACIÓN DE DISTINTOS ASPECTOS DE LA CIUDAD



RECOMENDARÍA GIJÓN A AMIGOS O FAMILIARES en %

3.2 Además, nos visitaron...

Cruceros

Para dar la bienvenida a cruceristas y facilitar su transporte hasta el centro de la ciudad, se mantuvo la colaboración con Puerto de Gijón. Para ello, establecimos un servicio lanzadera de autobús y colocamos puntos de información turística en las nueve escalas de cruceros efectuadas. La Unión de Comerciantes instaló una carpa próxima a los Jardines de la Reina, cuyo espacio compartió con Divertia Gijón, los días de escala de grandes cruceros.

Divertia Gijón participó además en 11 reuniones del grupo de trabajo de cruceros, constituido en diciembre de 2012 a iniciativa de la Autoridad Portuaria de Gijón, y que integran: agentes consignatarios de buques, Autoridad Portuaria de Gijón, Guardia Civil, Policía Nacional y Sociedad Regional de Turismo, Unión de Comerciantes y Asociación de Hostelería.

Cruceros que hicieron escala en Gijón/Xixón en 2014

Escalas 2014

Día	Fecha	Horas	Buque	Eslora	Compañía	Nacionalidad	Pasajeros	Tripulación
Sábado	10/05/2014	08:00-22:00	Silver Whisper	183 m.	Silversea	EEUU	382	295
Lunes	26/05/2014	12:00-19:00	Bremen	111 m.	Hapag Lloyd	Germany	164	100
Jueves	29/05/2014	10:00-18:00	Independence of the Seas	338,77 m.	RCCL	EEUU	4.329	1.358
Jueves	24/07/2014	08:00-17:00	Balmoral	218,18 m.	Fred Olsen	UK	1.350	510
Martes	09/09/2014	0:00-18:00	Silver Cloud	156 m.	Silversea	EEUU	292	212
Sábado	20/09/2014	09:00-18:00	Seabourn Legend	135 m.	Seabourn	EEUU	212	160
Martes	30/09/2014	7:30-16:00	Adventure of the Seas	311 m.	RCCL	EEUU	3.838	1.180
Lunes	06/10/2014	09:00-17:00	Hanseatic	123 m.	Hapag Lloyd	Germany	184	125
Miércoles	29/10/2014	10:00-18:00	Adventure of the Seas	311 m.	RCCL	EEUU	3.838	1.180
Total pasajeros y tripulación							14.589	5.120

El número de escalas en 2014 fue finalmente 9, a pesar de estar programadas 13 inicialmente. Hubo 4 cancelaciones muy concentradas en los primeros meses de la temporada y muy vinculadas a los fuertes temporales del pasado año. No obstante debemos considerar que nos estamos manteniendo en la media e incluso tenemos muy buenas perspectivas en años venideros

Cruceristas

13.894

A lo largo de 2014 llegaron a Gijón/Xixón 13.894 cruceristas en un total de 9 escalas, dos de ellas realizadas por el barco Adventure of the Seas (con 3.838 pasajeros y 1.180 tripulantes) y una por el Independece of the Seas (con 3.634 pasajeros y 1.365 tripulantes)

Peregrinos

2.684

En su quinto año que lleva en funcionamiento, el Albergue de Peregrinos de Deva acogió un total de 2.684 peregrinos, 1.188 nacionales y 1.496 extranjeros, lo que supone un incremento del 5% en extranjeros y un descenso del 9% en peregrinos nacionales.

3.3 Evolución de la planta turística

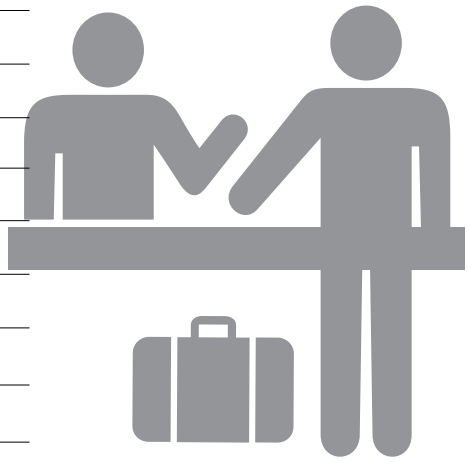
Gijón/Xixón cierra en 2014 con una reducción en la planta de alojamientos hoteleros, condicionada por el cierre del Hotel León, con 162 habitaciones y 328 plazas, la apertura de la Pensión Costa Gijón, con 8 habitaciones y 16 plazas, y de los apartamentos turísticos Capua, con 55 plazas.

A fecha de 31 de diciembre de 2014, en Gijón/Xixón hay 48 establecimientos hoteleros con 2.348 habitaciones y 4.440 plazas; a los que hay que sumar 5 hostales con 95 plazas y 21 pensiones que suman 321 plazas, 6 establecimientos de apartamentos turísticos –231 plazas-, el Albergue Juvenil –132 plazas-, dos casas de aldea -17 plazas-, y las 1.812 plazas de los dos camping del concejo.

Los 88 establecimientos de alojamiento turístico de Gijón/Xixón ofertan un total de 7.070 plazas turísticas.

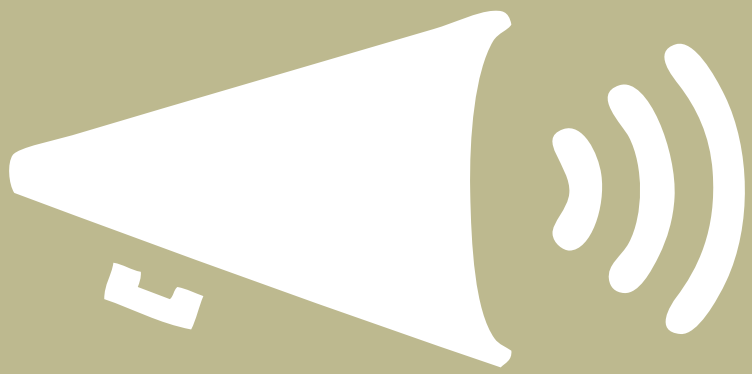
Datos básicos de la oferta de alojamientos de Gijón/Xixón 2014

Tipo y categoría establecimiento	Nº establecimientos	Plazas
Hoteles 4 estrellas	13	2.117
Hoteles 3 estrellas	19	1.650
Hoteles 2 estrellas	12	548
Hoteles 1 estrellas	4	125
Apartamentos turi 3 li	1	50
Apartamentos turi 2 li	5	181
Hostales 2 estrellas	4	81
Hostales 1 estrellas	1	14
Pensiones 2 estrella	12	177
Pensiones 1 estrella	10	144
Albergue juvenil	1	132
Casa de aldea	2	**17**
Vivienda vacacional	3	**22**
Camping 1ª	1	1.480
Camping 2ª	1	332
Totales	**89**	**7.070**



4. Nos dimos a conocer

4.1 Infogijón, el servicio de información turística
4.2 A través de Internet
4.3 Nuevas ediciones y 'merchandising'
4.4 Promoción



Nos dimos a conocer

4.1 Infogijón, el servicio de información turística

En 2014 atendimos un total de 51.910 usuarios directos, en total 93.868 personas, lo que supone un 7,67% menos que el año anterior. Descienden un 8% los usuarios de procedencia nacional. En cuanto a los usuarios internacionales, aumentan un 6,2% destacando los incrementos de Francia (13,7%), Alemania (14,5%) y Argentina (14,7%).

Información en eventos singulares

Además de la oficina central y el punto de información de Escalerona - que funcionó en Semana Santa y desde el 1 de mayo al 13 de octubre -, estuvimos presentes con un punto de información turística en las ferias y acciones de promoción programadas por el departamento de promoción (ver 4.4. Promoción), donde se atendió a un total de 7620 personas. También se colocaron y atendieron puntos de información en eventos celebrados en la ciudad: TBM (10 de mayo), Festival Arcu Atlánticu (26 de julio al 3 de agosto) y la Fiesta de la Sidra Natural, (26 al 31 de agosto), en los que se atendieron a 4.839 personas.

Merchandising

Los ingresos por ventas en Infogijón descienden un 14,07% y la venta de artículos de merchandising un 8,64%.

Durante 2014 se mantuvo el horario de apertura ininterrumpida en el punto de información de Escalerona, de 10:00 a 20:00 h, durante todo su periodo de apertura, con ampliación de horario de 10:00 a 22:00 h en verano (14 de julio al 31 de agosto). Además, por primera vez se abrió durante las Navidades, del 22 de diciembre al 7 de enero, en horario de 16:30 a 19:30 h. Se atendieron 177 pax, un 20,27% menos que las atendidas el año anterior en el mismo periodo y horario en la oficina del Puerto Deportivo.

Visitas guiadas y otras actividades

Además de ocuparnos de la recepción del visitante y ofrecerle la mejor información acorde

Venta de productos turísticos

	Venta	Variación
Gijón Card	1.287	+3,79%
Gijón Goloso	401	-10,69%
Gijón Gourmet	251	+80,58%
Ruta de la Sidra	151	-27,40%
Bus Turístico	1.268	-49,42%

No se tienen en cuenta las ventas a través de touroperadores

con sus expectativas de viaje y ofrecer recorridos audioguiados con cuatro visitas disponibles en castellano, inglés y francés, a lo largo de 2014 se realizó la difusión y venta de visitas guiadas y distintas actividades, organizadas directamente por Divertia Gijón en colaboración con otras entidades y empresas. Participaron 3.531 personas, incluyendo las inscritas en Gijón Escapadas, actividades del Arcu Atlánticu (Bus Atlántico, Rutas Fotográficas y Rutas del Patrimonio) y las organizadas para las Jornadas de Divulgación Histórica, en el bimilenario de la muerte de Augusto.

Desde Infogijón se realizaron las visitas guiadas:

Semana Santa:
- Gijón Rural: una Villa Romana entre caserías y torreones medievales
- Autobús de la Sidra
- Cimavilla nocturna
- Teatro Jovellanos

Junio:
- Visita a la base del helicóptero de Salvamento Marítimo

Verano:
- Autobús de la Sidra

Día Mundial del Turismo:
- Visita guiada Cimavilla

Puente de la Constitución:
- Recorrido en el Bus Turístico por la Iluminación Navideña

Bus turístico

Durante el año 2014 el servicio de Bus Turístico de Gijón/Xixón operó durante la Semana Santa, Puente de Mayo, verano (30 de junio al 8 de septiembre), fines de semana de junio y septiembre, Puente del Pilar, Puente de todos los Santos, Puente de la Constitución y otros tres días vinculados al calendario de eventos/congresos de la ciudad, con un total de 105 días de explotación y 5.382 viajeros, que suponen un 30,68 % menos que el año anterior.

Días con sal

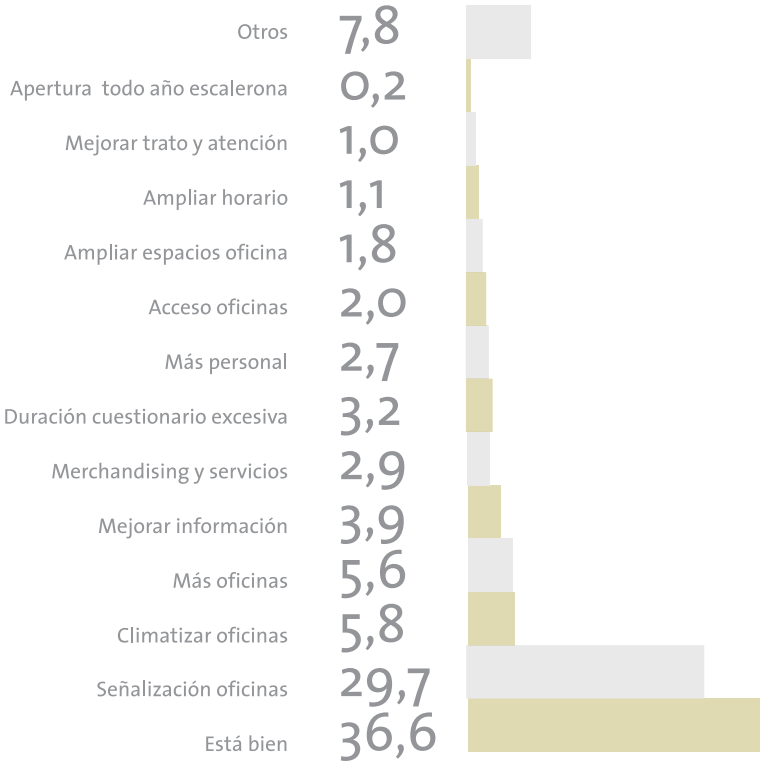
Este año seguimos ofreciendo las promociones de Días con sal, una serie de ofertas para visitar y vivir la ciudad a precios más económicos. Cada día de la semana ofrecimos interesantes descuentos, algunos llegaron hasta el 50%. Han colaborado con nosotros las siguientes empresas y entidades: Eco-lógica, Laboral Ciudad de la Cultura, Jardín Botánico Atlántico, Acuario y Talasoponiente.

Valoración de los servicios ofrecidos

Aspectos	Media	Desv. Tip.
Horario de atención	9,1	1,2
Facilidad acceso	8,9	1,4
Señalizacion oficinas	8,6	1,6
Rapidez Atención	9,5	0,9
Trato informadores	9,7	0,7
Calidad información	9,6	0,8
Gijón Card	8,8	1,7
Gijón Goloso	8,5	1,7
Gijón Gourmet	8,4	1,8
Ruta de la sidra	8,4	1,8
Media Total	9,0	1,4

Deficiencias en %	2011	2012	2013	2014
Ninguno	65,8	56,3	57,2	51,5
Naturaleza, rutas verdes, playas	11,8	18,2	16,7	17,9
Itinerarios y actividades culturales	7,6	11,4	11,8	13,7
Actividades festivas y de ocio	5,3	8,5	7,8	9,7
Alojamientos, restaurantes, comercios	3,5	5,0	6,2	4,4
Transporte público y comunicaciones	4,5	7,3	5,3	3,3
Asturias en general	---	---	---	0,5
Otros (señalar)	0,6	1,4	1,1	0,3
NS/NC	7,7	7,9	8,1	14,3
Resp. Múltiple	> 100	> 100	> 100	> 100

DEMANDAS DE LOS TURISTAS en %



4.2 A través de Internet

Portal web y blogs

Durante 2014 las plataformas de comunicación online de Divertia Gijón se consolidan como herramientas de información, promoción y comercialización del destino Gijón/Xixón.

La web se ha convertido en un elemento clave a la hora de ofrecer información de la ciudad. Los datos son relevantes:

- Un total de 472.720 visitas en 2014.
- Páginas vistas en 2014, 1.852.726, un 2,32% más que en 2013

La mayor parte de las visitas proceden de España. Francia es el segundo país de origen de los visitantes.

Respecto a los blogs, hay un incremento en casi 3000 páginas vistas respecto a 2013

Redes Sociales

En Facebook, hemos alcanzado los 56128 fans, un 35% más que a finales de 2013. Los datos muestran la buena acogida de esta red: 289366 interacciones, un alcance de 8377314 usuarios únicos un 40% más que en 2013, y 28491405 impresiones.

Twitter también registró un reseñable aumento. A 31 diciembre de 2013, contábamos con 22084 seguidores, un aumento del 29,68% con respecto al año anterior. Los vídeos de Gijón/Xixón colgados en Youtube se reprodujeron

167357 veces. Los meses con más reproducciones se corresponden con la presentación de los videos de la campaña Locos por Gijón 2014 con Lara Álvarez, Paula Prendes y Blanca Romero en junio (43173 reproducciones) y David Villa en septiembre (49944 reproducciones).

Travel Bloggers Meeting

En 2014, Gijón/Xixón fue la ciudad de celebración del encuentro nacional de bloggers de viajes con la asistencia de 155 profesionales.

Respecto a la repercusión del evento en las redes sociales, estas son las principales cifras:

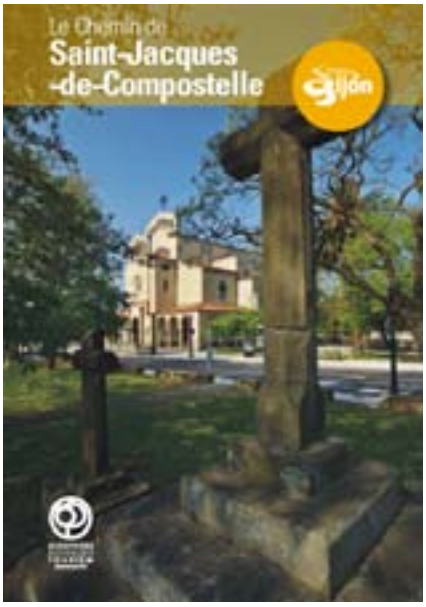
- 430 fotos compartidas en Instagram con el hashtag #TBMGijón + 287 con #TBMGijon
- Más de 717 instantáneas compartidas en total del evento en Gijón/Xixón
- #TBMGijón fue trending topic
- 5190803 impresiones en twitter
- Según el clipping de medios y blogs, se alcanzó una audiencia de 7.559.723

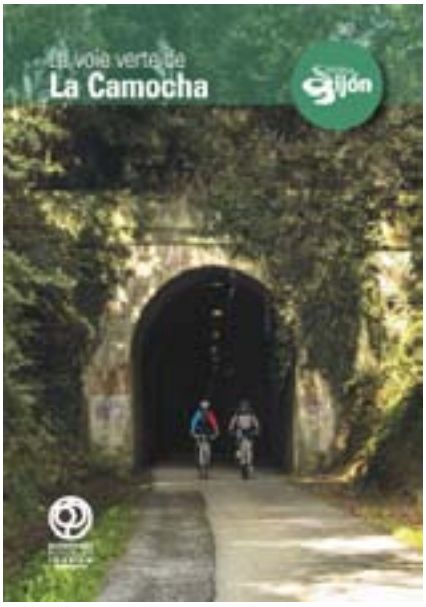
Aplicaciones para móviles

Durante 2014 se descargaron 22.420 veces la versión para iOS y 21.216 para android.

4.3 Nuevas ediciones y 'merchandising'

- Realizamos 26 nuevas ediciones, con un total de 132.000 ejemplares. Esto supone una importante reducción del número de ejemplares, aunque se incrementa la variedad de ediciones. Asimismo, los folletos se han realizado en materiales provenientes de plantaciones sostenibles y fuentes controladas, dando cumplimientos a los objetivos Biosphere.
- Produjimos más de 26.000 unidades de cinco productos diferentes de material promocional.





Acción promocional en Le Mans

4.4 Promoción

Durante el ejercicio del 2014, reforzamos las acciones de promoción dirigidas a público final con actuaciones directas en destinos nacionales de proximidad y en mercado francés y acudimos a ferias nacionales e internacionales.

Acciones directas de presentación de Destino

La sidra y la gastronomía abanderaron las acciones en mercados nacionales

Con el fin de promocionar el turismo urbano y fomentar la desestacionalización, organizamos presentaciones de destino: en Coruña, con información turística, degustaciones de productos típicos como sidra, quesos, y sorteos de escapadas a Gijón/Xixón. Una acción de calle con el Bus turístico en Valladolid con demostración de escanciado de sidra y degustación; y una acción de centro comercial en Barcelona con exposición de recursos, punto de información y una animación mediante un juego llamado casino gastronómico. La acción de Coruña, también con el bus turístico en la calle, se centró más en información sobre escapadas y animación para sorteo via Facebook. En estas acciones directas a publico final, atendimos directamente a 3.362 personas. Este tipo de acciones tienen muy buena acogida del público, somos un destino próximo, el atractivo de la oferta de hoteles para una escapada llama la atención y nos permiten mantener nuestra imagen y presencia como destino preferente para una escapada de proximidad, intentado diversificar la oferta.

Algunas de las presentaciones de destino se han acompañado de acciones on line lo que nos permite además de incrementar el número de fans de Gijón Turismo, difundir las acciones y trabajar en paralelo a través de las redes sociales, un canal importante en la promoción del destino.

Santander. Festival Amstel Música en grande

Por vez primera se elige Cantabria como destino de cercanía para la promoción de Gijón/Xixón, con un formato diferente, Gijón/Xixón asume el patrocinio como ciudad invitada en el Festival Amstel Música en Grande que Santander celebra anualmente en el recinto de la Magdalena. Además de la imagen de ciudad a pie de escenario, fondos de pantalla y en toda la cartelería del evento, durante los cuatro días del festival la ciudad de Gijón/Xixón cuenta con un stand promocional de destino y escapadas con animación y sorteos vía Facebook. Se atendieron 774 demandas de destino.

Portugal. Festival Máscara Ibérica en Lisboa

Mantuvimos la presencia en Lisboa, dado el interés de la demanda y como refuerzo a las acciones realizadas en los dos años previos, y en consonancia con la conexión aérea directa, con TAP líneas aéreas portuguesas. Estuvimos presentes con un punto de información en el Festival Máscara Ibérica del 10 al 12 de mayo, acción de calle que nos permitió llegar directamente al público portugués. Además, contamos con un espacio en la programación paralela donde presentamos mediante un showcooking liderado por el Chef Marcos Morán, nuestro plato estrella, la fabada con la posterior degustación entre los asistentes. Este evento congrega en torno a 450.000 visitantes y atendimos en nuestro punto de información de Gijón/Xixón 2.275 demandas directas.

Francia. Le Mans y Nantes

Con el fin de seguir trabajando la zona de influencia de la Autopista del Mar, a pesar de la cancelación de la línea y en espera de su nueva reapertura, se decide no romper con la labor de promoción de los 5 años previos en un mercado donde ya estamos posicionados y en el que nuestro destino tiene muy buena acogida

Realizamos una acción de calle en Le Mans coincidiendo con las pruebas clasificatorias de las 24 horas de Le Mans. En dicha acción, se degustaron productos típicos y sidra y se atendieron 595 personas en dos días, una valoración positiva al ser un destino al que acudimos por primera vez.

Respecto a Nantes, nuestra participación no se limitó solo al salón de turismo, sino que mantuvimos el interés de continuar con acciones específicas de Gijón/Xixón. Este año, las promociones y/o presentaciones de destino se centraron en el marco del Festival du Cinema Espagnol de Nantes, en el mes de abril, patrocinando el premio del jurado Joven de ese festival, con presencia publicitaria

de Gijón/Xixón en el catálogo del mismo, spots publicitaros en las salas durante la duración del Festival y presencia publicitaria en el periódico l´Ouest France edición dominical y en radio France Bleu, donde sorteamos una estancia en la ciudad. Esta opción nos permitó diversificar la oferta de ocio de Gijón/Xixón como ciudad cultural al otro lado del Atlántico. El festival de cine de Nantes recibe a casi 30.000 espectadores, interesados en la cultura, de nivel medio alto y con especial interés por todo lo que España puede ofrecerles.

También en Nantes el primer fin de semana de julio, hicimos una promoción en la Place du Commerce, en un evento organizado por la oficina de turismo de España en Francia y en que participamos con otros muchos destinos de diferentes zonas de España. La gastronomía fue la actividad que complementó el reparto de información. Gijón/Xixón fue el único represéntate del Norte de España, atendiendo 650 demandas de información.

En ferias en España y en el extranjero

Gijón estuvo presente en las ferias turísticas de los mercados nacionales de mayor interés, tanto con stand propio o con un mostrador en el espacio del Principado de Asturias:

- Feria Internacional de Turismo de España (FITUR), en Madrid
- Madrid Fusión, Madrid (salón de gastronomía)
- Sevatur, San Sebastian
- Expovacaciones, Bilbao
- Salón de Turismo de Interior (INTUR), en Valladolid.

Fuera de España, nos desplazamos principalmente a Francia, a la zona de influencia de la Autopista del Mar que une Gijón/Xixón con Nantes. De forma indirecta, Gijón/Xixón estuvo también representado en mercados como el americano, portugués y el británico por redes de cooperación en las que participa, como Ruta Vía de la Plata o Cool Cities. Las ferias internacionales a las que acudimos fueron:

- Salón de Turismo de Nantes (Francia)
- Salón Internacional de Turismo de Rennes (Francia)
- Salon Mahana Toulouse (Francia)

Además, también estuvimos presentes en jornadas y ferias profesionales, dirigidas a turoperadores, organizadores de eventos o agencias mayoristas y minoristas, para promocionar tanto el turismo vacacional como el orientado a viajes de empresa e incentivos. Éstas fueron:

- Workshop City Fair de European Tour operators Association, en Londres
- Bolsa de Contratación del Principado de Asturias con operadores portugueses
- Intur Negocios, en Valladolid.

En total, atendimos a 7.620 personas en las ferias y realizamos 39 entrevistas en jornadas profesionales y acciones comerciales.

Promoción Camino de Santiago

El Camino de Santiago es un recurso patrimonial y turístico que tiene una gran reconocimiento internacional, atrae un tipo de turismo respetuoso con el medio ambiente, amante de la cultura, la naturaleza y la gastronomía, que generalmente repite y prueba nuevas rutas de los diferentes caminos. Además de tener otras ventajas como no depender de las conexiones aéreas en Asturias, desestacionalizar el turismo y no depender de las condiciones metereológicas.

Por todo ello en 2014, desde Gijón/Xixón, se pro-mocionó el Camino de Santiago de la Costa a fin de potenciar el uso de esta ruta que en la actualidad sigue siendo menos utilizada que el camino primitivo. Para su promoción y puesta en valor, se mejoró el producto Menú del peregrino,

Menú del peregrino

Producto turístico destinado a satisfacer las necesidades del peregrino a su paso por la ciudad, en el que colaboran un total de 23 establecimientos hoteleros y hosteleros y de restauración ofreciendo menús y otro tipo de servicios adaptados a las necesidades del peregrino. Con este producto, los peregrinos acreditados se benefician de un 10% de descuentos en menús de desayuno, comida y/o cena en diferentes establecimientos del municipio. En 2014 se hizo una aplicación móvil con los establecimientos adheridos y los recursos del camino en Gijón/Xixón, disponible para descargar desde la web y que convivió con el folleto editado en la campaña pasada.

El incremento de peregrinos alojados en el albergue fue algo mas del 50% de las cifras de 2010 a 2013, año en que se contabilizaron 2.911 peregrinos. En el año 2014, hay un leve descenso de en torno al 10% respecto al anterior con una cifra de 2.648 peregrinos en 2014.

Hay un balance entre nacionales e internacionales del 50% con una ligera variación al alza en la entrada de internacionales en 2014, cuya cifra supera un poco a los nacionales

Respecto a la época del año, entre mayo y septiembre se recibe la mayor afluencia, siendo agosto y septiembre, por este orden, los meses de mayor entrada.

5. Hablaron de nosotros

5.1 En los medios
5.2 Convenios online
5.3 Acuerdos promocionales con turoperadores
5.4 Otros acuerdos de comercialización
5.5 En red con otros destinos

Hablaron de nosotros

5.1. En los medios

A lo largo del 2014, mantuvimos campaña de visibilidad en medios de comunicación y otros soportes con el fin de aumentar la notoriedad tanto a nivel local y regional como nacional e internacional.

Por un lado, se mantuvo una relación continua con los medios de comunicación, en la que incluimos el envío continuo de notas de prensa, imágenes, organización de ruedas de prensa y respuesta a la demanda de información de los periodistas que se pusieron en contacto con nosotros.

Por otro, llevamos a cabo una campaña de inserciones publicitarias en medios para dar a conocer los atractivos turísticos de la ciudad, y para dinamizar los eventos gastronómicos y culturales organizados a lo largo del año.

En Gijón/Xixón y Asturias

La comunicación dirigida a Gijón y Asturias sirvió para dar a conocer, principalmente, los productos turísticos ofrecidos por Divertia Gijón, como Gijón Goloso, Gijón Gourmet y Ruta de la Sidra. También utilizamos medios y canales regionales para promocionar otros eventos organizados por nosotros o que contaron con nuestra colaboración.

Estos son:

- Concierto de Luz Casal
- Premio de Gijón con calidad
- Gijón Sound Festival
- Campeonato de Asturias de Pinchos y Tapas
- Semana Santa
- LEV Festival
- Ruta de la Plata
- Teatro Quinta Bertrand
- Vespaniada
- Metrópoli
- Quedada Amanecista
- Actividades del Día del Turismo

- Campeonato mundial de surf junior
- Festivales gastronómicos (Gijón de sidras, Gijón de Pinchos, Feria de la Tapa, Oktoberfest)

A lo largo del año, 50 taxis –repartidos en las tres cooperativas del sector en la ciudad- recorrieron la ciudad con publicidad del producto turístico Gijón Gourmet.

Otro de los soportes utilizados para promocionar productos turísticos y eventos gastronómicos y culturales fueron los circuitos de 'mupis' a disposición del Ayuntamiento de Gijón/Xixón repartidos por toda la ciudad. Como novedad de este año, apoyamos la creación del servicio de triciclos turísticos 'Trixixón' con la inserción de publicidad en los mismos.

En radio, tuvimos presencia durante todo el año en las emisoras locales y regionales de Cadena SER, Onda Cero, COPE y EsRadio. También utilizamos en algún momento las emisoras musicales Máxima FM, Rock FM, M80, 40 principales, Cadena 100 y Europa FM. Como complemento a esta presencia en radio, también insertamos anuncios en la Guía Taurina editada por cadena SER y en la revista "En otra Onda", editada por Onda Cero.

Utilizamos la prensa local para dar a conocer nuestra actividad. Además de la publicación de las notas de prensa enviadas y de algunos reportajes sobre eventos, incluimos anuncios en Anuario de Gastronomía y en el especial de FITUR de El Comercio. También realizamos una acción conjunta con este diario local y con Canal 10 para dar a conocer las sendas verdes de la ciudad.

En revistas, se incluyó publicidad y contenido en Ocio y Cultura, revista de la Unión Hotelera y en la revista oficial del Descenso del Sella. También se patrocinó la publicación 'Enjoy Asturias', que se distribuye en los hoteles de la región.

Facebook se convirtió en soporte de nuestras promociones. A través de esta red social ralizamos una campaña de difusión de Arcochef, de los vídeos de 'Gijón querrás volver' y del vídeo promocional de Divertia.

Por último, mantenemos una valla de grandes dimensiones (16 x 4 m) a la salida del Aeropuerto de Asturias para dar la bienvenida a los viajeros y animarles a que no se vayan de la región sin visitar nuestra ciudad.

En España

Madrid, País Vasco, Castilla y León, Cantabria y Galicia han sido las zonas de España donde Gijón/Xixón estuvo presente con más fuerza. Eso no quiere decir que no hayamos hecho acciones en otras comunidades autónomas.

A través de Internet, tuvimos presencia destacada en Deia.com, Expreso, El Viajero (El País) y en Ocholeguas (El Mundo). Para dinamizar Gijón Sound Festival, además, incluimos banners en

DEPORTES

FÚTBOL. FASE DE ASCENSO A SEGUNDA DIVISIÓN B

Difícil sí, pero no imposible

El Atlético Astorga sólo piensa en cómo remontar un marcador muy adverso

ROGELIO ARIAS | LEÓN

EL DATO

La vuelta de Roberto Puente

■ El máximo goleador del Atlético Astorga en la competición regular es la gran baza ofensiva que tendrá Carlos Tornadijo para tratar de remontar cuatro goles en contra en el partido de vuelta ante el Mensajero. Puente, zamorano y no quiere ser uno más entre los tres. Sólo necesita acertar un 10 por ciento.

Roberto Puente vuelve tras cumplir su partido de sanción.

FÚTBOL BASE. TORNEO INFANTIL CIUDAD DE LEÓN

La selección de León y el Real Madrid vuelven a abrir el torneo.

Atractivo cartel para el torneo infantil de León

Madrid, Barcelona, Sevilla, Athletic, Benfica y la selección de León pugnarán por el título

R. ARIAS | LEÓN

Viaje

En el horizonte del barrio de Cimadevilla, sobresale la torre de la iglesia de San Pedro Apóstol. En primer término, el Cantábrico bañando la arena de la playa de San Lorenzo. Abalo Cuesta del Chollo.

Recorremos esta preciosa villa asturiana de la mano de Gabriela Targhetta, una gijonesa que ahora vive en Madrid. Descubre sus propuestas para aprovechar estos dos días al máximo.

Por RAQUEL MULAS

PRIMER DÍA

DEL MURO DE SAN LORENZO A CIMADEVILLA

Para Gabriela Targhetta, nuestra amiga en Gijón, "un fin de semana perfecto sería uno de agosto, en el que se pueda disfrutar de un buen día de sol y playa y de una botella de sidra al anochecer, y acabar con una buena cena y unas copas". Pero, como exámenes en primavera, lo más importante antes de poner en marcha cualquier actividad es mirar al cielo. "Es muy probable que la lluvia pueda aparecer y estropear un poco el plan", dice. Contando con que tengamos buen tiempo, o al menos con que no llueva a chaparrones, estos son sus planes favoritos. "Una ruta obligada se llama el paseo marítimo que limita con la **playa de San Lorenzo** hasta el casco antiguo de la ciudad, el barrio de

Gijón

www.gijon.info
Nuestro corazón también es verde
Gijón
Asturias con sal

Spurs beware! £30m interest could see a repeat of Orel to Arsenal
SEE YOU IN GIJÓN

RUTA 29
Fin de semana del 18 al 19 de julio
Rutas verdes por Gijón / ASTURIAS
NATURALEZA A UN PASO DE LA CIUDAD

GIJÓN, ASTURIAS (ESPAÑA)
www.gijoncongresos.com
Gijón te encaja...
¿Te inspira organizar tu evento dentro de un reloj?
¿Eliges una cena en un castillo medieval o la prefieres con la magia del Jardín Botánico?
¿Escoges navegar, o perderte en un bosque encantado?
¡Definitivamente, Gijón te encaja!
Gijón
Asturias con sal

Muzicalia, Playground y Jenesaispop. Facebook sirvió de soporte para la campaña del concierto de Luz Casal y Nouvelle Vague y para la campaña de Navidad.

En 2014, los tranvías de País Vasco (Bilbao, San Sebastián y Vitoria) llevaron publicidad de Gijón/Xixón, en una acción de gran impacto visual. También una caravana de coches 2CV con destino a la concentración de este tipo de vehículos en Cádiz llevó la marca de Gijón/Xixón en sus carrocerías.

La presencia en prensa nacional también fue amplia. A través de un acuerdo anual de colaboración con el grupo Unidad Editorial, Gijón/Xixón estuvo presente tanto en formato publicitario como editorial en El Mundo, Golf Digest, Metrópoli y en El Mundo País Vasco. Además, la ciudad de jovellanos también tuvo presencia a lo largo del año en El País (Suplemento El Viajero) y otros medios regionales como Deia, Diario de León o El Mundo de Castilla y León.

Gran parte de la campaña publicitaria para mostrar la imagen de Gijón/Xixón se centró en revistas. Como en años anteriores, las revistas del sector con mayor difusión han sido algunos de nuestros socios principales. De Viajes, Lonely Planet, Viajes National Geographic, Traveler, la Guía del Ocio, Icon o Geo han incluido a lo largo del año páginas de publicidad y contenido editorial de Gijón/Xixón. También estuvimos en revistas femeninas, como Lecturas, Semana, Hola o YoDona, y en revistas de historia, como Historia de Iberia Vieja, Historia National Geographic o la Aventura de la Historia.

De cara a promocionar Gijón Sound Festival, se incluyó publicidad en Mas Galicia, Aux magazine, Rolling Stone o MondoSonoro. Y para hacer lo propio con el festival Metrópoli, se llegó a un acuerdo con la cadena de televisión Sol Música para incluir spots publicitarios, entrevistas y cobertura del festival.

La presencia en diarios en las comunidades autónomas limítrofes o estratégicas también estuvo asegurada por las inserciones publicitarias para promocionar las experiencias del programa Gijón escapadas, incluido en el Plan de Competitividad de Turismo Gastronómico de Asturias. Estas inserciones las realizamos en los diarios El Norte de Castilla, Diario de León, El Correo, y en sus versiones electrónicas. También utilizamos el diario digital Elmundo.es y el suplemento XLSemanal. En el marco de este Plan también vinilamos autobuses en el centro de Madrid.

La radio ha sido, durante todo 2014, un elemento estratégico para dar a conocer actos, eventos y otras ofertas turísticas de Gijón/Xixón a nivel nacional y en mercados provinciales estratégicos. Asociado al Gijón/Xixón Sound Festival, desarrollamos una campaña en las emisoras de COPE y Cadena 100 de Galicia, Castilla y León, Cantabria y País Vasco. Además, desde Gijón emitieron los programas La Brújula (584.000 oyentes) y Gente Viajera (310.000 oyentes), de Onda Cero, Abierto hasta las Dos, de RNE, y El Larguero (más de 1.000.000 oyentes), de la SER.

En el extranjero

En 2014 realizamos ambiciosas campañas tanto en Reino Unido como en Francia. En dos oleadas (mayo-junio y septiembre), lanzamos una campaña online en ambos mercados, los principales emisores de turismo extranjero a nuestra ciudad.

En Reino Unido, la campaña nos proporcionó 5,4 millones de impactos en Facebook y 5,3 millones de impactos en Google Search y Display. A través de la red Amnet conseguimos 3 millones de impactos de nuestro vídeo promocional en los principales sites del país, como The Sun, Daily Mail, Daily Mirror, The Times, The Guardian o

London Daily. En total, gracias a esta campaña más de 30.000 personas visitaron nuestra web.

En Francia, la campaña nos proporcionó 11,6 millones de impactos en Facebook y 4,7 millones de impactos en Google Search y Display. A través de la red Amnet conseguimos 3,4 millones de impactos de nuestro vídeo promocional en los principales sites del país, como Last Minute, Promovacances, Lonely Planet, Travora Media, ClubPriveVacances, 20minutos.fr, Le Parisien, Le Figaro o Le Monde. En total, gracias a esta campaña más de 30.000 personas visitaron nuestra web.

Apoyamos la presencia en las ferias de turismo de Rennes y Nantes con la inserción de publicidad en el dossier especial que se repartía junto con el periódico Ouest France. En Reino Unido reforzamos nuestra presencia en City Fair con la inclusión de un anuncio en su dossier.

Y para congresos...

Además de la comunicación de Gijón/Xixón como destino vacacional, también concretamos un plan de publicidad para el área de congresos. A nivel nacional, realizamos campañas en las revistas Farmaeventus, Correo Farmacéutico, Diario Médico y Punto MICE.

También los medios nos visitaron

A lo largo del año, invitamos a la ciudad a periodistas y blogueros para que nos conocieran y hablaran de nosotros. En algunos casos, estas visitas se realizaron en colaboración con la Sociedad Regional de Turismo.

Algunos de los medios que nos visitaron fueron los españoles El País, RNE, El Mundo, Hola Viajes, Viajeros sin Límite o A Salto de Mata. Los internacionales fueron Bell'Europa (Italia), Food & Travel (Reino Unido), Rogerio Carmo (Italia), Non Solo Turisti (Italia) o Migros Magazine (Suiza). Además, colaboramos en viajes de familiarización específicos para dar a conocer la Ruta de la Sidra, acción en la que participaron medios británicos, estadounidenses y canadienses.

Además de estas visitas, en colaboración con el festival de música electrónica LEV Festival, se invitaron a varios periodistas de TVE, Radio 3 y El País.

5.2 Convenios online

Los resultados de los convenios online firmados por el área de Turismo de Divertia Gijón han mostrado una mejoría respecto a 2013. El acuerdo con Atrápalo registró un aumento global de ventas en el destino de un 14,5%, sobre todo en otoño; y con Logitravel se consiguió un aumento del +60% en pernoctaciones y del +21% en viajeros.

5.3 Acuerdos promocionales con Touroperadores

En el año 2014 renovamos por décimo año consecutivo el acuerdo comercial y publicitario con Viajes El Corte Inglés y firmamos, por cuarta vez, un convenio con Halcón Viajes. Elegimos a los operadores líderes en términos de facturación y por su amplitud de la red de agencias.

También se gestionó un contrato de colaboración con Nautalia Viajes para potenciar la oferta turística de Gijón/Xixón, su difusión y comercialización a través de productos concretos operados y distribuidos por estos turoperadores, poniendo especial énfasis en las temporadas de menor entrada de turistas en la ciudad.

Con Viajes El Corte Inglés

Editamos 60.000 ejemplares de un folleto específico con paquetes turísticos concretos de Gijón/Xixón y los repartimos en la red de agencias de Viajes El Corte Inglés, Centros Comerciales El Corte Inglés e Hipercor. Además, la acción se completó con una campaña de visibilidad en la web de Viajes El Corte Inglés; en prensa nacional, donde insertamos 38 anuncios; en radio, con 25 microespacios de un minuto; y a través de lonas y megafonía en los 213 centros comerciales de la cadena.

Este convenio generó 6.037 reservas y 13.577 pernoctaciones. Las reservas generadas por este operador se incrementaron un 2,33% en 2014 y un 2,08% las pernoctaciones.

"Además de mejorar nuestro posicionamiento en el punto de venta, estos acuerdos nos sirvieron para estar presente como destino recomendado en medios de comunicación de ámbito nacional y así fomentar la imagen de Gijón/Xixón como destino vacacional."

Con Globalia (Viajes Halcón-Ecuador)

Con el Grupo turístico Globalia, grupo empresarial del que forma parte Viajes Halcón-Ecuador, cerramos en 2014 un convenio de colaboración que incluía tanto acciones de publicidad como de comercialización. Este acuerdo, como ha venido ocurriendo otros años, refuerza la venta directa de nuestro destino a través de los puntos de venta y la imagen publicitaria de Gijón en la red de agencias del grupo y en los principales medios nacionales.

En el marco de esta colaboración, editamos un folleto monográfico conjunto en el que incluimos todos los hoteles de la ciudad con los que viajes Halcón-Ecuador tenía acuerdos y distribuimos unos 400.000 ejemplares en las agencias de viajes del grupo. También utilizamos los expositores y pantallas de todas las oficinas de Viajes Halcón y Viajes Ecuador de España y Portugal para exhibir carteles de Gijón/Xixón y vídeos promocionales de la ciudad.

Además, y para reforzar nuestra presencia en medios de comunicación, realizamos 48 inserciones de anuncios en los principales diarios de edición nacional y en la revista Europa, la revista de a bordo de la compañía aérea Air Europa.

A través de este acuerdo se generaron a lo largo del año 5.576 pernoctaciones en hoteles de la ciudad y 5.905 pasajeros, lo que supuso un valor de 1.014.739,63 euros.

Con Nautalia

Igual que en el caso de los turoperadores anteriores, el propósito de este contrato buscaba poner en marcha acciones de comercialización para incrementar las ventas de viajes con destino Gijón/Xixón gracias a sus propuestas on y off line y la venta directa en su red de 200 oficinas, donde se generaron 269 reservas.

Insertamos nueve anuncios en prensa de tirada nacional y realizamos campañas de promoción on line en los portales de nautaliaviajes.com, Los 40 viajes, Cadena Ser Viajes y El País Viajes. Además, de la mano del prestigioso periodista de viajes Paco Nadal, se promocionó Gijón/Xixón en octubre en los principales programas radiofónicos de máxima audiencia de Cadena Ser.

5.4 Otros acuerdos de comercialización: Reservas de alojamientos y restaurantes a través de nuestra web.

Reservas de alojamientos y de restaurantes a través de nuestra web

Desde el 2012 se encuentra integrada en nuestra web Booking, una de las centrales online de reservas de alojamiento más importantes. Así, quien visite gijon.info podrá consultar la oferta de alojamientos y también hacer directamente la reserva. En 2013, se consiguieron 126 estancias correspondientes a 50 reservas efectivas. Divertia Gijón recibe una comisión por cada reserva generada.

También mantenemos en la web la integración de la central de reservas El Tenedor que nos posibilita buscar y reservar restaurantes en la ciudad. Como en el caso anterior, Divertia Gijón recibe una comisión por cada reserva efectuada y también por cada restaurante captado para su adhesión al sistema.

Otros acuerdos

Comercializamos la tarjeta Gijón Card a través del portal de venta de Neoturismo. Nuestra tarjeta se oferte junto a destinos internacionales como París o Londres y nacionales como Madrid, Barcelona, Zaragoza, Bilbao.

5.5 En red con otros destinos

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, culturales comunes de su pasado romano. Gijón/Xixón alberga la oficina de gestión y ocupa la secretaría permanente de esta red de cooperación.

Divertia Gijón acogió, como es habitual parte de los fam press promocionales de la red con mercados emisores de interés. Se ha prestado especial interés a revistas especializadas en el mundo de la moto "trevl de moto pelo Mundo" y "Motociclismo" a fin de promocionar el producto moto via card. La ciudad como destino cabecera de la Red, junto con Sevilla viene encabezando con especial protagonismo muchos de los artículos de la red publicados por prensa especializada de diferentes países.

Otras acciones han sido la participación directa con stand promocional en los grandes Juegos Romanos de Nîmes y en Tarraco Viva.

Especial mención a la celebración, por vez primera en todos los municipios asociados, del Día de la Ruta de la Plata. El 5 de octubre fue la fecha seleccionada, desarrollándose diferentes actividades en todos los municipios. En Gijón/Xixón concretamente, se aprovechó el día de la ruta Vía de la Plata para la inauguración de la nueva señalización del sendero GR-100 a su paso por Gijón/Xixón, con la colocación de un panel informativo con la señalización oficial de senderos de Gran Recorrido, en Campo Valdés, además de unas placas de bronce con las que se ha iniciado la señalización de la ruta en el casco urbano.

Además, como parte de las actividades programadas para conmemorar esta fecha, los museos arqueológicos de la ciudad, ofrecieron jornadas de puertas abiertas. También para dinamizar y dar a conocer esta ruta entre gijoneses y visitantes, las calles del barrio histórico recibieron actores que dieron vida al séquito del emperador Augusto que animaban a los paseantes participar en un sorteo de Facebook.

Gijón/Xixón forma parte de la Red de Cooperación de Ciudades en la Ruta de la Plata desde 1997 y fue el ayuntamiento impulsor de esta iniciativa, razón por la que acoge la oficina de gestión de la asociación.

La Moto Via Card

Tarjeta de fidelización a los moteros que hacen la ruta. Fue lanzada con éxito en 2013 y continua siendo uno de los productos estrella durante el 2014 con especial interés para grupos de moteros nacionales e internacionales y con muy buena acogida por los operadores para diversificar la oferta en esta ruta que suscita gran interés entre los turistas internacionales

* Para ampliar información sobre las actividades de la red Ruta Vía de la Plata en 2014, ver memoria específica de la Red.

Cool Cities

Está red está integrada por las ciudades de Avilés, Coruña, Gijón/Xixón, Santander y San Sebastián, ubicadas en el ámbito geográfico de la marca turística España Verde. Estas ciudades siguen apostando por la marca Cool Cities, Green Spain, en un intento por modernizar y actualizar la imagen de las ciudades del norte en el mercado internacional dispuestas a promocionar sus jóvenes talentos, a reinventarse a sí mismas y mirar hacia el futuro. Ciudades cargadas de tradición e historia, pero abiertas a la innovación y al futuro.

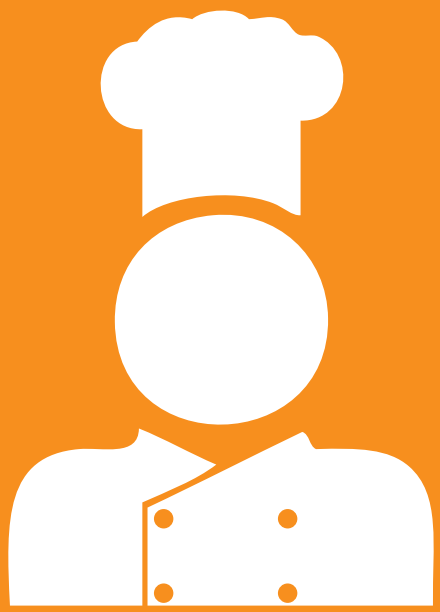
Durante el año 2014, y como continuación a lo acordado en plan de trabajo, se priorizó la actualización y mejora de la imagen y materiales visuales y gráficos de la red sobre las promociones directas. En 2014 se trabajó en la preparación de la línea editorial y de imagen de la red comenzando por la edición de un folleto dirigido a profesionales en inglés, francés y castellano, en formato papel y digital , un *pen drive* con la imagen de la red. Además de la línea de imagen, se empieza a trabajar en las bases para una comercialización más adecuada de la Red, contactando receptivos nacionales interesados en desarrollar y trabajar el producto con operadores internacionales.

En el mes de junio, Gijón/Xixón recibió una delegación de European Cities Marketing para valorar la candidatura de nuestra ciudad para acoger el Reunión de Primavera de esta red europea en 2015. Esta reunión se celebró, finalmente, en la Villa de Jovellanos en febrero de 2015 y reunió entre 100 y 120 delegados de las distintas ciudades miembro.

Dentro de la red, colaboramos en alguno de los proyectos desarrollados por la asociación, como TourMIs European Cities Tourism Statistics, análisis estadístico que permite establecer cuadros comparativos entre ciudades sobre pernoctaciones, ocupación y ver la posición de la ciudad respecto a otras de España y de Europa.

6. Apoyamos nuestra gastronomía

6.1 Arcu Atlánticu
6.2 Promoción Gastronómica-Festivales
6.3 Nuestros productos
6.4 Otras acciones



Apoyamos nuestra gastronomía

6.1 Arcu Atlánticu

Sabores del Arcu Atlánticu

Entre el 25 de julio y el 3 de agosto de 2014 tuvo lugar la 3ª edición de Sabores del Arcu Atlánticu, enmarcado dentro del Festival Arcu Atlánticu. Al igual que la edición anterior, la actividad se enmarcó dentro del Plan de Competitividad Turística de Turismo Gastronómico de Asturias

En el mes de mayo se otorgaron los premios "Sabores del Arco Atlántico 2014" a 8 cocineros de enorme prestigio, que fueron elegidos por un jurado formado por José Carlos Capel (especialista gastronómico del diario El País), Xavier Agulló (periodista gastronómico del diario El Mundo), Carlos Maribona (crítico gastronómico del diario Abc), Juan Antonio Duyos (reputado crítico gastronómico y coleccionista de Guías Michelín), David Fernández-Prada (periodista gastronómico y coordinador del evento) y Ana Braña (Divertia Gijón).

Los galardonados fueron:

- **Alexandre Bousquet** como " Mejor Chef de Francia".
- **Vitor Matos** como "Mejor Chef de Portugal".
- **Oliver Dunne** como "Mejor Chef de Irlanda".
- **Andoni Luis Aduriz** como "Mejor Chef de Euskadi".
- **Javier Olleros** como " Mejor Chef de Galicia".
- **Ignacio Solana** como "Mejor Chef de Cantabria".
- **Esther Manzano** e **Isaac Loya** como "Mejores Chefs de Asturias".

Los ocho elegidos estuvieron presentes en Gijón/Xixón y realizaron dos actividades, una por la mañana, consistente en una Master Class para los profesionales de la hostelería asturiana, y otra por la noche para los aficionados a la gastronomía: **Show cooking** en directo desde la Plaza Mayor las noches del 28 y 29 de julio, de 21:30 a 23:30 horas. Allí se hizo entrega a los premiados de una escultura realizada por el artista gijonés Carlos García, elaborada con cemento, acero y barro.

Las clases magistrales para profesionales tuvieron lugar también los días 28 y 29 de julio, en Casa Gerardo y La Salgar respectivamente, en horario de 10 a 13 horas. Hubo lleno absoluto en las seis master clases y más de 100 hosteleros asturianos pudieron disfrutar con una actividad formativa de primer nivel, a la altura de las que se organizan en eventos como Madrid Fusión o Salón de Gourmets, en ambos casos, de pago para los asistentes. Es de destacar la enorme valoración de los hosteleros. Todos ellos coincidieron en que es un lujo poder disfrutar de estos maestros europeos y en que les ayuda a dar un mejor servicio y a elevar el nivel de la restauración gijonesa y asturiana.

Más de 1.500 personas asistieron a los showcooking de la Plaza Mayor a pesar de las inclemencias metereológicas de la jornada del lunes que nos hicieron temer incluso con la suspensión del evento. Los show cooking se reinvidicaron un año más como una actividad pionera a nivel nacional con gran acogida por parte de público y crítica.

La tercera edición de "Sabores del Arco Atlántico" se puede considerar un año más todo un éxito

y ha supuesto la consolidación definitiva a nivel nacional e internacional de los Premios Sabores del Arco Atlántico.

Salón de agroalimentación y Turismo

Con el objetivo de seguir fomentando las relaciones comerciales entre las regiones europeas del Arco Atlántico, se organizó la segunda edición del Salón Agroalimentación y Turismo, del 26 de julio al 3 de agosto.

En el salón participaron 17 empresa productoras asturianas que expusieron y vendieron sus productos en paseo del Puerto Deportivo. Turistas y visitantes pudieron degustar y comprar productos típicos, como sidra, quesos, embutidos o vinos. Los resultados fueron muy satisfactorios para la economía regional, alcanzando una cifra de ventas superior a los 50.000 €

Además, participaron 7 distribuidores internacionales, provenientes de Francia, Portugal, Reino Unido, Irlanda y EEUU para que descubrieran Gijón/Xixón, la gastronomía asturiana y los diferentes productos asturianos. De esta acción surgieron nuevos acuerdos comerciales gracias a los cuales los productos asturianos serán conocidos y comercializados más allá de nuestras fronteras. En total se celebraron 119 reuniones comerciales entre productores y distribuidores, fruto de las cuales se cerraron diferentes acuerdos de comercialización que se mantendrán en el tiempo.

Arcochef

En el año 2014 se celebró la primera edición del concurso Arcochef, donde aficionados de los fogones tuvieron la oportunidad de mostrar sus habilidades y convertirse en el mejor chef amateur. Se realizaron 4 pruebas partiendo de 60 personas y sólo hubo un ganador a lo largo de un recorrido entre fogones desde mayo a julio de 2015

- 21 de junio – casting calle en paseo de Begoña
- 5 de julio – prueba por equipos en CMI El Llano
- 19 de julio – prueba individual Escuela de Hostelería de Gijón
- 29 de julio – Final. Escenario principal Festival Arcu Atlánticu

El ganador fue Pelayo Blanco, con un plato de almejas poco hechas marinado con verdura.
El premio fue una escultura del gijonés Carlos García y una comida ofrecida por el equipo de Casa Gerardo en la propia cocina del ganador.

6.2 Promoción Gastronómica-Festivales

Semana Santa procesión de sabores

Divertia Gijón trató completar la oferta de la ciudad en Semana Santa con un programa de actividades paralela que aportase al visitante un motivo extra para visitar Gijón/Xixón.

Desde el punto de vista gastronómico, se intentó ofrecer una variedad de propuestas que resultase interesante a todos los públicos. Así, los turistas que nos visitaron pudieron degustar

Ventas:

- Pinchos: 485
- Cocina Tradicional: 1650 menús
- Cocina 5 estrellas: 22 degustaciones
- Autobús de la Sidra: 32 visitas al Llagar Trabanco con degustación de sidra y productos asturianos

pinchos y tostas, menús de cocina tradicional con ingredientes de Semana Santa, alta cocina en restaurantes con algún distintivo de calidad y visitar un llagar. Participaron un total de 64 establecimientos.

Además de la oferta gastronómica, se llevaron a cabo otras iniciativas para dinamizar la ciudad, como el concurso de escaparates de confiterías, en el que participaron 10 establecimientos, visitas guiadas (nocturna de Cimavilla, Parque Isabel la Católica, tours turísticos guiados en bicicleta, ...) y exposiciones y actividades culturales.

Día Mundial del Turismo

Por tercer año y para conmemorar el Día Mundial del Turismo, que se celebró el 27 de septiembre, Divertia Gijón organizó una serie de actividades para que gijoneses y visitantes pudiesen disfrutar de la ciudad y conocer sus atractivos turísticos. La campaña "Sé turista en tu ciudad" incluyó una serie de actividades durante toda la semana. Los recursos turísticos de la ciudad ofrecieron descuentos y promociones para facilitar su visita.

Las actuaciones iban encaminadas a promocionar la conservación del patrimonio natural, cultural y paisajístico, el desarrollo económico y social de la comunidad local, la conservación del medio ambiente y la satisfacción de los clientes en cuanto al sistema y a la calidad del servicio.

Hubo descuentos en los productos turísticos, como Gijón Goloso, Ruta de la Sidra o Gijón Card. También atractivas ofertas o gratuidades, según el caso, en el bus turístico, la Universidad Laboral, Laboral Centro de Arte, el Jardín Botánico Atlántico, Acuario de Gijón, Talasoponiente, el Casino de Asturias o en el alquiler de bicicletas y segways con la participación de la empresa Eco-Lógica. A los descuentos y promociones se sumaron los museos municipales, que ese día ofrecieron una jornada de puertas abiertas y desde la Fundación Municipal de Cultura se celebró la Noche Blanca.

6.3 Nuestros productos

Gijón Escapadas (Plan de Competitividad de Turismo Gastronómico de Principado de Asturias)

Se trata de la organización de experiencias únicas, unidas a una oferta hotelera muy económica, para que los turistas puedan disfrutar de una escapada perfecta. Todas ellas han tenido publicidad en medios de provincias colindantes.

En 2014 organizamos 3 escapadas diferentes:

- **Febrero:** Olla ferroviaria.
- **Marzo:** Taller gastronómico cachopos.
- **Junio:** Salida con ornitólogo en catamarán.

La jornada de 'coast trekking' no se realizó por falta de inscripciones y la visita a llagares a caballo tuvo que ser cancelada.

Gijón Gourmet (Plan de Competitividad de Turismo Gastronómico de Principado de Asturias)

Dos originales entrantes, dos platos seleccionados, un postre diferente y un vino especialmente seleccionados. Un menú excepcional que puede degustarse en cualquiera de los 8 restaurantes adheridos, entre los que se encuentran 3 premiados con estrellas Michelín.

El producto estuvo disponible a lo largo de todo el año. Se dió de baja el restaurante A. Urrutia por giro en la actividad y pérdida de la estrella Michelin

- El Candil
- Casa Gerardo
- Casa Víctor
- Ciudadela
- El Perro que Fuma
- La Salgar
- Auga
- Bellavista

Durante 2014 en las oficinas de Infogijón se vendieron 251 bonos, lo que supone un aumento del 55% frente a las ventas del 2013 y más del doble de los 105 vendidos en 2012.

Estos menús también pueden solicitarse directamente en el restaurante.

Gijón Card

La tarjeta turística Gijón Card se mantuvo las misma condiciones que el año 2013

En 2014 vendimos 1.306 unidades, un 9,49% menos que durante el año 2013. La mayoría de las tarjetas vendidas siguen siendo de 1 o 2 días de duración. A éstas, habría que sumar 167 tarjetas distribuidas a través de acuerdos con distintos touroperadores.

Ruta de la Sidra (Plan de Competitividad de Turismo Gastronómico de Principado de Asturias)

Gijón/Xixón es el municipio con mayor producción de sidra de Asturias. Por eso en 2011 se creo la Ruta de la Sidra como producto turístico. Como novedad en el año 2014, se creó un nuevo bono, el bono llagar, que permite visitar un lagar asturiano, ver cómo se elabora la sidra y probarla directamente del tonel.

Este producto ofrece, entonces, cuatro tipos de bonos con los que conocer la sidra, su proceso de elaboración y las diferentes maneras de degustarla, bien escanciada y acompañada de un pequeño acompañamiento gastronómico o como parte de elaborados dulces.

- El Bono Gusto, cuyo precio son 4 euros, incluye una botella de sidra y un pequeño acompañamiento gastronómico.

- Bono llagar (5 €) permite visitar un llagar y conocer el proceso de elaboración de la sidra

- El Bono Origen (8 €) incluye el bono gusto y una visita guiada a un llagar

- El Bono Capricho (10 €) permite la entrada al Jardín Botánico para dos personas, la degustación de una botella de sidra (con acompañamiento) y dos dulces elaborados con sidra o manzana.

Además, en el año 2014, se editó nuevo material promocional, se actualizó la imagen y se incorporó nuevas empresas y servicios al producto.

Durante 2014, se vendieron 196 bonos, una cantidad similar a la del año anterior. El bono más vendido es el origen (113 unidades), seguido del gusto (73 unidades). En total, se distribuyeron 75 bonos en distintas acciones promocionales, lo que hace un total de 271 consumiciones totales de la Ruta de la Sidra.

Nueve llagares de la ciudad ofrecen, además un programa de visitas durante todo el año y degustaciones en diferentes horarios y precios.

6.4 Otras acciones

Bimilenario de la muerte de Augusto

La Fundación Municipal de Cultura celebró del 19-24 de agosto el Bimilenario de la muerte de Augusto. Para completar el programa cultural, Divertia Gijón organizó DULCIA, ofreciendo la posibilidad de degustar dulces romanos en diferentes confiterías de la ciudad.

Relación de confiterías y dulces participantes:

- La casa del chocolate – Pastel de arroz con leche cremoso
- Biarritz – Pestiño con miel
- La Fe – Emperadores
- Danas – Pastel romano de membrillo
- Collada – Tartaleta de queso y arándanos
- Madalenas decolores – Cupcake de membrillo con crema de mantequilla con dátiles, nueces y miel
- Chokoreto – Hojaldres de nueces y pasas
- Heladería Islandia – Helado de arroz con leche
- Aliter Dulcia – Panis Cum Lacte

Gijón sin gluten

Gijón sin gluten es un proyecto impulsado desde Divertia Gijón que tiene un doble objetivo: por un lado, ser fuente de información fiable y útil para personas con intolerancia alimentaria en sus visitas a la ciudad, ya que podrán encontrar actualizada la lista de restaurantes, vinotecas, cervecerías, confiterías, heladerías y hoteles que ofertan productos específicos o adaptados para las personas celiacas; por otro lado, pretende poner en valor la sensibilidad de la ciudad hacia las más de quinientas mil personas que padecen esta enfermedad, y que en muchas ocasiones se encuentran con pocas opciones fuera de su casa para poder desarrollar una alimentación adecuada a sus necesidades.

Para celebrar el Día Nacional del Celíaco, Divertia Gijón organizó del 24 al 27 de mayo las II Jornadas Gastronómicas de Gijón sin gluten, con la participación de más de 10 establecimientos y con diversos menús a partir de 9,90 €

7. Organizamos grandes eventos

7.1 Gijón Sound Festival
7.2 Regatas y turismo náutico
7.3 Otros eventos

Organizamos grandes eventos

7.1 Gijón Sound Festival

Gijón Sound Festival 2014 es un encuentro organizado por Mestizo Producciones y Divertia Gijón.

La segunda edición del festival se celebró los días 3, 4 y 5 de abril y cambia su concepto respecto al 2013. En esta ocasión, el festival se acerca a la ciudad. Fueron seis los recintos en los que tuvieron lugar los conciertos, todos ellos ubicados en el centro de Gijón. Esto permitió un flujo de los asistentes que en sus idas y venidas de los conciertos se aprovecharon de la oferta hostelera de la ciudad. Once conciertos configuraron el cartel con más de veinte artistas locales, nacionales e internacionales que hicie-ron de esta edición un auténtico éxito del que participaron más de quince locales de ocio nocturno. A la oferta musical se unieron 27 sidrerías que ofertaron durante esos días su producto Ruta de la Sidra y más de 70 tiendas que abrieron sus puertas al mediodía, coincidiendo con la sesión vermú que tuvo lugar en la Plaza del Instituto, en colaboración con la Unión de Comerciantes y Autónomos de Gijón y Carreño.

Respecto a la repercusión en prensa del Festival:

- 24 prensa escrita
- 18 webs de medios de comunicación
- 19 Webs y portales generalistas
- 40 webs y portales especializados de música
- 7 webs y portales especializados de viajes y turismo
- 9 entrevistas
- 5 concursos

Medios acreditados:

- **Hipersónica**
- **El Comercio**
- **La Nueva España**
- **Mondo Sonoro**
- **Rtpa**
- **Música Azul**
- **Supernaud**
- **Fan Music Fest**
- **La Delgada Línea Rosa**
- **Supertele**
- **Asturias 24**
- **Cadena Ser**

7.2 Regatas y turismo náutico

A principios de año, renovamos un convenio con la Autoridad Portuaria de Gijón (que aporta 15.000€) para realizar actividades encaminadas potenciar y desarrollar el turismo náutico: organizar y acoger regatas nacionales e internacionales, conferencias y actividades culturales encaminadas a divulgar la cultura náutica, fomentar los contactos e involucrase en organizaciones internacionales del sector.

Con estas regatas del arco atlántico y actividades náuticas pretendemos ir en concordancia con la línea de la autopista del mar que une Saint Nazaire y Gijón/Xixón. Las actividades que se realizaron fueron:

24º Edición regata La Barquera

Gijón acogió del 4 al 7 de mayo la XXIV edición de la regata La Barquera, pionera de las regatas entre España y Francia, uno de los principales mercados emisores de turistas a Gijón/Xixón y a Asturias.

Un teaser realizado por la organización y colgado de su página web fue visionado en más de 1.200 ocasiones.

Semanas Náutico-Culturales

Continuando con el programa de las Semanas Náutico Culturales, un programa impulsado desde Gijón Turismo, 17 jóvenes estudiantes de Villanueva del Campo (Zamora), disfrutaron de nuestra ciudad y del mar y se convirtieron en miniembajadores de Gijón/Xixón. Con la visita de este grupo se da continuidad al programa iniciado en el 2012 ya consolidado con más de 70 jóvenes que ejercen su cometido como embajadores de Gijón/Xixón por el territorio nacional.

De esta visita se realizó un video resumen de la actividad y un spot que sirven como herramienta de promoción de las semanas náuticas, subido a le red, lleva más de 1.150 visualizaciones.

El programa de las semanas náutico-culturales consiste en combinar la iniciación y aprendizaje de deportes náuticos con la promoción turística de Gijón/Xixón. Sus objetivos son promocionar la práctica de deportes como la vela, el surf, el windsurf o piragüismo entre la población infantil y juvenil, junto a actividades que descubran las bondades de la ciudad como destino turístico, a través de infraestructuras turísticas, como el Acuario, el Jardín Botánico, la Laboral...

Este proyecto va dirigido a jóvenes que cursen estudios de primaria y ESO y que residan, prioritariamente, en zonas del interior peninsular y que no tengan acceso al mar, pero que, por proximidad, encuentren en Gijón/Xixón su primera experiencia con el mismo, su playa y su puerto de referencia.

Con esta acción se busca descubrir nichos de mercado a través de la población infantil, haciendo de estos infantes unos embajadores en potencia de Gijón/Xixón.

XVIII Maratón Apnea de Pesca Submarina

Del 17 al 19 de julio, acogimos la XVIII edición del Maratón Apnea de Pesca Submarina, una de las citas más consolidadas de este deporte en España. Participaron 35 equipos (100 participantes), procedentes en un 45% de Asturias y el otro 55% de regiones como Cantabria, Euskadi, Galicia o Castilla y León.

Además de su carácter deportivo, se trata de una competición benéfica. El pescado se dona a la Cocina Económica de Gijón. También tiene un matiz científico, ya que se levanta un acta con los resultados obtenidos de la pesca, peso, número de capturas, especies y los promedios por cada participante. Estos datos se recogen para estudios científicos por parte de la universidad y de la Dirección General de Pesca.

Campeonato de España de clubs, optimist, por equipos

Del 1 y 5 de junio, acogimos la copa de España de optimist por equipos. Entre deportistas, organización y acompañantes de Vigo, Santander, Palma de Mallorca y Canarias; Gijón/Xixón acoge un total de 400 personas, que generan, más de 171.000 € de ingresos. Con un ROI del 12.98%, lo que quiere decir que por cada euro invertido por Divertia Gijón, los participantes de éste evento dejan en la ciudad 13.98 €.

Campeonato de Europa de snipe

Del 29 al 31 de agosto, acogimos el campeonato del sur de Europa de snipe, un total 120 participantes, entre deportistas, técnicos y acompañantes acuden a Gijón/Xixón, procedentes de Francia, Portugal, Italia, Madrid, Vigo, Coruña, Santander, Ferrol y Gijón.

Generaron más de 360 noches de hotel, con más de 30.000 € de ingresos para la ciudad y un ROI del 6.68 %, lo que significa que por cada euro invertido por Divertia Gijón, los participantes de este evento dejan en la ciudad 7.86 €.

II Copa de España Access de vela adaptada. Campeonato Ibérico

Del 19 al 21 de septiembre, se desarrolló en Gijón/Xixón la copa de España de vela adaptada Access 303. Un total 45 personas, entre deportistas y acompañantes, acuden a Gijón/Xixón procedentes del País Vasco, Cantabria, Madrid, Galicia y Asturias, que generan en la ciudad más de 14.000 € de ingresos, con un ROI de 2.86 %.

Es la segunda vez que Gijón/Xixón acoge una copa de España de vela para discapacitados, un colectivo con alto nivel adquisitivo que viaja acompañado y necesita de establecimientos y actividades adaptadas a su condición. En este sentido la ciudad ofrece un importante número de actividades y servicios, aunque habrá que seguir adecuando los establecimientos para atender mejor la demanda de este colectivo.

24 Edición de la regata La Barquera

Del 6 al 9 de mayo, volvimos a recibir en la ciudad a los participantes de la mítica regata La Barquera, pionera de las regatas entre la Bretaña francesa y España. La regata tiene como base de salida la villa de Douarnenez en el Finisterre francés y está integrada en el gran premio Guyader. Aglutina en esta villa durante

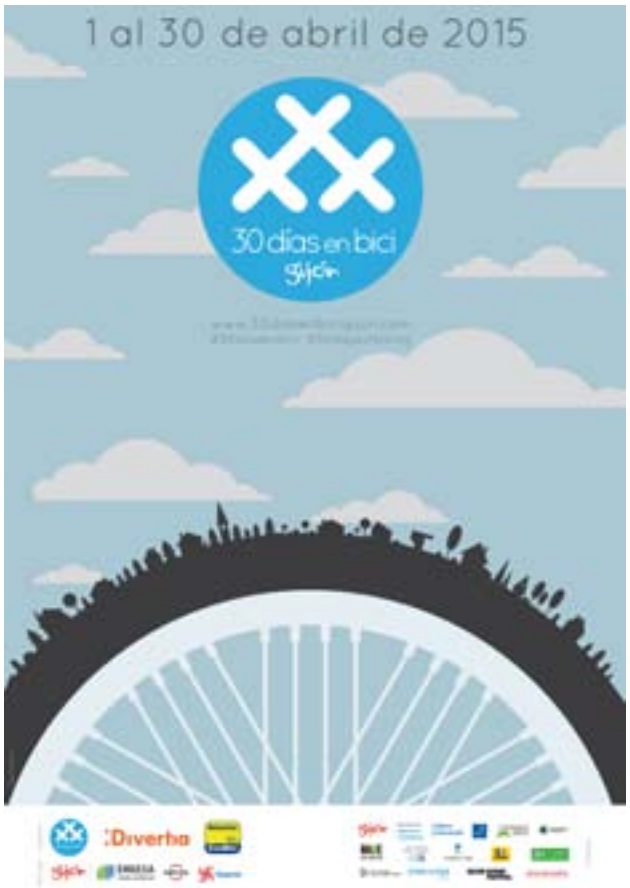
una semana más de 150 deportistas del mundo de la náutica. En nuestra ciudad, generó más de 38.000 € de ingresos. Con un ROI de 2.2%.

Esta regata, al celebrarse en mayo durante el puente de la Ascensión, abre la temporada de regatas en Francia y genera gran interés y una importante repercusión mediática a través de los medios franceses patrocinadores de la prueba: France Bleu y Ouest France.

7.3 otros eventos

30 Días en Bici

Durante todo el mes de abril, se conciencia a la población de Gijón/Xixón y a sus visitantes sobre el uso de la bicicleta como medio de transporte recomendable para los desplazamientos por la ciudad, con diferentes actividades: excursiones por las sendas verdes, Camino Jacobeo para cicloturistas, concurso de fotografías. Se promueve el uso responsable y sostenible del transporte en la ciudad.



Criterium Gijón 2014

El 26 de julio, acogimos el Critérium Ciclista, con más de 200 participantes entre deportistas, técnicos y acompañantes de Francia, República Cheka, Italia, Colombia, Brasil, EEUU, Alemania, Ukrania, Reino Unido, Argentina y España (400 pernoctaciones que generan para la ciudad más de 34.000 € de ingresos. Con un ROI de 33%). Divertia Gijón solo aporta a este evento merchandising y polos de Gijón/Xixón por un valor de 1.000 €.

126 aniversario de la plaza de toros de El Bibio

Con motivo de la retrasmisión de la feria taurina por Canal Plus Toros; Se viste el interior de la plaza con banderas y lonas de Gijón, Asturias con sal, para aprovechar los impactos de las retrasmisiones. Coincidiendo con la feria de Begoña se celebran las “jornadas de gastronomía taurina”.

8. Fuimos sede de congresos y reuniones

8.1 Calendario congresos y reuniones 2014 y estadísticas
8.2 ¡Un plan de trabajo cada vez más especializado, más cercano!
8.3 Nuevas formas de trabajo para el segmento corporativo, dentro y fuera de la región
8.4 Siempre de la mano de las empresas, trabajando por su competitividad
8.5 Ampliamos nuestro programa de Embajadores
8.6 Renovamos nuestras ediciones profesionales on y off line

Fuimos sede de congresos y reuniones

8.1 Calendario congresos y reuniones 2014 y estadísticas

El 2014 ha superado las expectativas. En vez de resultar, como se preveía, un año de transición, de mantenimiento antes de arrancar una curva ascendente ya anunciada, ha marcado el inicio del repunte de esta industria en la ciudad. Las reuniones han crecido en un 17,3% y el número de delegados, de participantes, un 16%.

- Importante destacar que además de crecer el número de delegados en términos absolutos asistimos al incremento de los de procedencia nacional e internacional, en un 51% y un 6% respectivamente. Teniendo en cuenta que son los que generan pernoctaciones el dato resulta muy positivo. Si el incremento de delegados está algo más de un punto por debajo del crecimiento de las reuniones se debe a que, como en el resto del país, las más numerosas son las que atraen un número reducido de participantes, entre 50-150 delegados.

- Por sector de actividad las reuniones más numerosas son, por este orden:
  - Las científicas y tecnológicas, que representan el 22% del total
  - Las médico-sanitarias, con un 19%
  - Las promovidas por el sector económico-comercial con un 18%

Si a las reuniones del sector médico-sanitario le sumamos las promovidas por el sector químico-farmaceutico (6,8%) entre ambas representan el 27%

- De nuevo las reuniones científicas-tecnológicas y las del sector médico-sanitario, en sentido amplio, representan casi el 50% de las reuniones celebradas en la ciudad. Y entre ambas aportan igualmente el 46% de las personas que viajan a Gijón/Xixón para participar en reuniones y congresos. Las médico-sanitarias y las promovidas por la industria químico-farmacéutica aportan el 26% de los participantes y las científico y tecnológicas el 20%.

- Este año por primera vez aumentan tanto el número de participantes que vienen acompañados, 14% frente al 11% en 2013 y el 9% en 2012, como el número de acompañantes: 1,60 frente al 1,36 de 2013 o el 1,53 de 2012

- Con respecto a la duración de las reuniones se mantiene la tendencia de los últimos 5 años con apenas unas centésimas de diferencia entre ellos, siendo en esta ocasión de 2,32 días. La estancia media en la ciudad es, sin embargo, un punto mayor: 3,2 días

8.2 ¡Un plan de trabajo cada vez más especializado, más cercano!

Sin perder nunca de vista nuestros objetivos clave para 2012-2015 (Especialización del destino como Ciudad de la Ciencia y la Innovación, priorización del segmento asociativo -congresos- y competitividad de las empresas) nos acercamos aún más a las personas claves a la hora de plantear Gijón/Xixón como destino de reuniones nacionales e internacionales.

La Oficina de Congresos de Gijón entró de lleno en la Universidad y reforzó su trabajo de captación de reuniones científicas y tecnológicas. El trabajo de comunicación y presentación del Convention Bureau durante los últimos años comenzó a dar frutos en 2014.

El número de promotores que llegaron a la Oficina por conocer ya su existencia y los servicios que presta aumentó superando con creces los objetivos e indicadores de calidad establecidos.

Las peticiones de ayuda o servicios para traer o atender reuniones a la ciudad que llegaron al Convention Bureau se incrementaron en un 81% con respecto a 2013. El número de candidaturas iniciadas por los promotores y apoyadas por el Convention Bureau fue en 2014 de 15, multiplicando por 3 el número de las iniciadas en 2013.

"Desayunos de Trabajo con Grupos de Investigación Campus de Gijón"

Acercamos el Convention Bureau a los despachos y a los investigadores. Adaptándonos a su disponibilidad en materia de fechas, se identificaron los grupos de investigación, nos trasladamos al Campus y tras escuchar sus necesidades y sus planteamientos, en breves sesiones de trabajo, se hizo una presentación a cada grupo de investigación centrada en tres aspectos principales: importancia de traer reuniones a Gijón/Xixón (para el promotor y para la ciudad), qué hace el GiCB y la posibilidad y ventajas que para ellos tiene que a la hora de convocar reuniones se apoyen en una organización profesional.

La acción fue posible gracias al trabajo coordinado con otras instituciones, concretamente con la Escuela Politécnica de Ingeniería.

- Se identificaron 29 grupos de investigación
- Se realizaron 18 presentaciones a lo largo de dos semanas.
- Se identificaron o retomaron contacto con 17 reuniones
- Se presentó y ganó una candidatura nacional
- Se inició la atención a dos reuniones internacionales programadas para 2015-2016
- Se inició la colaboración con el proyecto Startup Grind

Y seguimos primando el tiempo dedicado a actividad comercial directa, afinando objetivos y estableciendo una mayor eficiencia.

- Se mantuvo prácticamente el número de candidaturas presentadas con respecto al 2013. Al finalizar el año el 21% se han ganado y un 54% están aún siguiendo su proceso, sin decisión en firme. El año acabó además con la confirmación de nuevas reuniones fruto de las candidaturas presentadas en 2013 lo que permitió conseguir uno de los objetivos de calidad establecidos por el Convention Bureau: consolidar para 2015 un calendario de hasta 6 reuniones internacionales que permitan que la ciudad entre en los rankings de ICCA. Entre las que se ganaron en 2014, hay que destacar la mayor reunión internacional que tendrá lugar en Gijón/Xixón en 2015: AGORA Spring Meeting, que convocará en la ciudad a cerca de 1.000 universitarios de toda Europa.

- Se identificó y se hizo un primer análisis de 700 reuniones, se identificaron 645 contactos y se realizó un primer *mailing* a 441 de ellos .

8.3 Nuevas formas de trabajo para el segmento corporativo, dentro y fuera de la región

I Jornada de Partners de la Escuela Politécnica de Ingeniería de Gijón (EPI)

La colaboración con la EPI ha permitido, aunando objetivos comunes, acceder no sólo a los profesores e investigadores del Campus de Gijón. La alianza estratégica ha permitido que el Gijón Convention Bureau entrara en contacto directo y personal con las empresas más fuertes de la región, les presentara sus objetivos y servicios, los incentivara a atraer a la ciudad las reuniones nacionales y/o internacionales de sus empresas y, en paralelo, mostrara las posibilidades y servicios de las empresas miembro y el estilo profesional de trabajo que las identifica.

Se creó e institucionalizó el encuentro anual de *Partners* de la EPI bajo el nombre de "Jornada de Partners" cuyo objetivo era establecer el marco para debatir conjuntamente los planes de trabajo de las empresas y la EPI tanto de manera formal como en una sesión de *networking* al cierre de la jornada.

Se celebró la primera edición el 23 de abril. El Gijón Convention Bureau se constituye en el patrocinador del evento: gestiona el espacio y el cóctel posterior. En esta primera edición el espacio singular elegido fue el Estadio de El Molinón, gestionado por el Real Sporting Gijón Business Club, miembro del Convention Bureau. La convocatoria, dado que era la primera conjunta y también la primera vez que la EPI utilizaba este formato tuvo una gran acogida. El espacio seleccionado cumplió su función de elemento de atracción y motivación y reforzó el mensaje de trabajo de equipo entre la EPI y sus partners.

Campaña de mailings a clientes corporativos de ámbito nacional

El objetivo fundamental de la campaña: promocionar Gijón como destino de pequeñas reuniones y convenciones de empresa.

El **público objetivo** al que se dirigía:
- Directores Comerciales y de Marketing
- Directores RRHH
- Agencias especializadas en MICE
- Responsables de Congresos y CCI en empresas

Dos fueron los **soportes utilizados** en 2014
- Campaña de *newsletters* con la **Revista Punto MICE**, con una distribución nacional e iberoamericana.

Campaña Punto MICE:

Abiertos	Cantidad d destinatarios	Rebotes
54,61 %	52.316	4,33 %

- Campaña directa a responsables de marketing con base en Madrid. Coordinada por la empresa Human, la campaña se complementó con la organización de la Presentación de Gijón como destino de reuniones en Madrid, en el mes de noviembre.

Los mensajes claves de la campaña:
- Sorprender con la variedad de espacios singulares con que cuenta la ciudad
- Dar a conocer la línea de ayudas económicas para la organización de pequeñas reuniones y convenciones de empresa

Presentación en Madrid

En 2014 se regresó a uno de los dos mercados emisores fundamentales para el segmento corporativo.

El 11 de noviembre se organiza un evento presentación cuidando todos los aspectos para garantizar el interés y la asistencia de un número limitado, y seleccionado, de potenciales decisores del destino de las reuniones y convenciones de sus respectivas empresas. Objetivo importante fue también la participación y colaboración de las empresas miembro del Convention Bureau; se invitó a desplazarse a los espacios singulares, salas, alojamientos y agencias de eventos.

El evento fue diseñado prestando atención a todos los destalles huyendo de la convencionalidad: como marco un espacio singular con capacidad de llamada

Se diseñó una actividad de *team building*, que, además de reforzar los valores de la marca Asturias, facilitó la interacción entre los clientes y las empresas del Convention Bureau desplazadas.

Asistieron a la convocatoria 37 empresas, 37 potenciales clientes corporativos, con sede en Madrid.

8.4 Siempre de la mano de las empresas, trabajando por su competitividad

... Y sin perder nunca de vista la necesidad de actuar de manera segmentada para atender las diferentes necesidades de las empresas –y de los clientes finales a cuyas demandas responden-.

Continuación y evolución del programa en SUMA

Éste fue un proyecto pionero, que surgió a iniciativa de los Organizadores Profesionales de Congresos (OPCs) miembros del Gijón Convention Bureau y se firmó en diciembre de 2012 y se abordó a lo largo de 2013 y primer semestre del 2014 con la implicación de todas las OPCs miembros del Convention. Dado que los resultados en el mercado asociativo, en la captación de congresos el trabajo es a medio plazo, tras la revisión de lo obtenido durante la primera fase, se evaluó como positivo el establecimiento de una dinámica de intercambio de trabajo y apoyo entre las empresas y la Oficina Técnica que debía caminar a partir de entonces de manera independiente analizando y diseñando conjuntamente entre ambos otros proyectos de trabajo.

Implicación y co-protagonismo de las OPCs en los Desayunos en el Campus

Desde el primer momento el planteamiento inicial de este acercamiento a los Grupos de Investigación contempló que en los encuentros con los profesores de la Universidad participaran los OPCs miembro: contribuyendo a clarificar el papel del Convention Bureau y los distintos agentes de la industria de reuniones, reforzando el mensaje de los beneficios de contar con profesionales a la hora de organizar sus reuniones, seminarios, congresos y jornadas y procurando, en suma, su contribución en la motivación de quienes son personas claves a la hora de convocar reuniones nacionales y/o internacionales a Gijón/Xixón. En paralelo se les brindaba así una oportunidad comercial introduciéndolas y presentando su papel y su función a los clientes finales. Siempre acompañó al equipo profesional del GiCB una de las OPCs miembro, según el esquema y calendario de trabajo que ellas mismas autorregularon. Contribuyeron igualmente a la revisión, valoración y propuestas de futuro de la acción.

Las empresas de Gijón/Xixón fueron protagonistas de la presentación al mercado corporativo en Madrid

10 fueron las empresas miembro que se ocuparon de presentar la oferta de Gijón/Xixón y sus servicios en concreto a los clientes que asistieron a la presentación en Madrid. Salvo la presentación genérica de destino que realizó el personal técnico del Convention, la interacción con los clientes, la presentación de propuestas corrió a cargo de ellas. Dado el perfil de los clientes, del segmento de mercado que representaban, se invitó a participar a sectores concretos del Club de empresa. Se desplazaron a Madrid: una agencia de receptivo (Exclusive Spain Tours), dos agencias de eventos (When & Where y MGLab), cuatro hoteles (Abba Hotel, Parador de Gijón, NH Gijón y Silken Ciudad de Gijón), un recinto singular (Llagar Trabanco), y las dos salas de referencia de la ciudad Laboral Ciudad de la Cultura y el Palacio de Congresos y Recinto Ferial Luis Adaro.

"Gijón Turismo Responsable. Empresas comprometidas"

Este proyecto, desarrollado a lo largo de todo el año, trata de poner en valor las prácticas responsables que han desarrollado diferentes empresas turísticas de la ciudad en el marco de trabajo de la certificación Biosphere World Urban Destination.

El proyecto, cuyo objetivo último era mejorar la competitividad de las empresas dando respuesta a una tendencia y demanda creciente en el turismo de reuniones, busca trasladar el trabajo realizado en materia de sostenibilidad turística por Gijón/Xixón a las empresas del sector. El

proyecto co-liderado por la parte privada del Convention, el Club de Empresas de Turismo de Negocios y por Gijón Calidad Turística, arrancó realizando diagnóstico de situación que mostró el interés de las empresas para trabajar en esta materia. Se creó a partir de él un grupo de trabajo multisectorial formado por empresas y entidades locales. En este marco, se elaboró un documento en forma de decálogo que las empresas tuvieron que aplicar en su labor diaria. El documento se basó en los principios de los estándares Biosphere, incorporando el aspecto social, cultural, medioambiental y económico.

Las empresas miembro del Convention Bureau que finalmente cumplieron con todos los requisitos y que han sido reconocidas con el distintivo "Gijón, Turismo Responsable" son los hoteles Tryp Gijón Rey Pelayo, Abba Playa Gijón y Parador de Gijón; el servicio de información turística municipal, Infogijón; y Laboral Ciudad de la Cultura.

8.5 Ampliamos nuestro programa de Embajadores

Somos afortunados. Sin ellos nada es posible. No hubiéramos sido sede de las reuniones y congresos nacionales y/o internacionales que cada año acoge la ciudad. Pero además son nuestros mejores propagandistas, quienes animan a otros colegas de profesión a pensar en Gijón/Xixón y ponerse en contacto con su Convention Bureau.

Han hecho suyo el proyecto de desarrollo de ciudad. Por eso, para solicitar su contribución a la mejora de la industria de reuniones en la ciudad les solicitamos su contribución, su análisis y experiencias y su visión como "clientes finales".

I Conferencia de Embajadores de Gijón

Celebrada el 6 de agosto en el Recinto Ferial, buscando un marco de encuentro, al margen del día de la entrega de la distinción, que facilitó la relación entre los propios "Embajadores" y permitió reforzar su fidelidad y vínculos con Gijón/Xixón. Se eligió una fecha que permitía la participación de aquellos que no residen en Gijón/Xixón o España, como por ejemplo, el Doctor en Biología, Luis Valdés Santurio, ex director del Centro Oceanográfico de Gijón que actualmente trabaja para la UNESCO y reside en París o José Antonio Seijas Quintana,

magistrado de la Sala 1ª del Tribunal Supremo residente en Madrid.

En la reunión de trabajo con los Embajadores éstos aportaron su visión como participantes y organizadores de reuniones con necesidades muy variadas y plantearon las tendencias hacia las que debe encaminarse un destino que busque ser competitivo. Se ofrecieron además para trasladar su visión y su experiencia en encuentros monográficos con las empresas miembro.

Distinción de Embajadores 2014

El jueves 9 de octubre tuvo lugar una nueva edición de entrega de la distinción, a la que fueron invitados, como todos los años destacados profesionales de la medicina, presidentes y presidentas de sociedades científicas, investigadores y profesores de la universidad. En 2014 la entrega de la distinción se personalizó en el Dr. Pedro García, profesional de la Sanidad, miembro de distintas sociedades médicas de su especialidad y empresario. Su apuesta por la ciudad se constata como permanente, desde que en 2009 entra por primera vez en contacto con el Gijón Convention Bureau. Su nombramiento persigue, además, que la ciudad sea consciente de que a parte del impacto económico inmediato, el intercambio de conocimiento, de relaciones personales y profesionales que se dan en los congresos posibilitan y favorecen el desarrollo futuro de proyectos, intercambios e incluso de creación de empresas que generan impacto económico y empleo en la ciudad.

Cumpliendo otro de los objetivos del acto de entrega de la distinción, el espacio elegido en esta edición, sirvió para presentar un nuevo miembro del Convention Bureau, el Teatro Jovellanos, consiguiendo de nuevo sorprender a los invitados con el montaje elegido.

8.6 Renovamos nuestras ediciones profesionales on y off line

Manual de Congresos e Incentivo

En la presentación realizada en Madrid noviembre se distribuyó ya la versión digital del Nuevo Manual de Congresos de la ciudad. La edición, además de presentar el destino y sus principales atractivos, recoge toda la oferta especializada de la ciudad y de las empresas miembro del Gijón Convention Bureau. Con la intención de ser el cuaderno de referencia del profesional, este documento actualiza los datos y las opciones de Gijón/Xixón en lo que se refiere a salas, recintos singulares, alojamientos, restauración, empresas de organización profesional de congresos,

agencias de eventos y proveedores especializados en atender cualquier tipo de reunión y eventos.

La versión en papel quedó encauzada para transformarse en una versión on line vinculada a la remozada web de Gijón/Xixón especializada en la industria de reuniones www.gijoncongresos.com.

Renovación de la imagen y redistribución de contenidos de la web Gijón Congresos

En 2014, en coherencia con la renovación de imagen del portal turístico gijon.info, el Gijón Convention Bureau inició el mismo proceso teniendo muy presente la especialización del público al que se dirige. Se aprovechó igualmente para modernizar la comunicación de la web replanteando la navegabilidad y usuabilidad del *site* gijoncongresos.com, reorganizando y especializando los contenidos. Al finalizar el año, el lanzamiento de la nueva web quedó preparado para hacerlo coincidir con las campañas de marketing directo previstas para el 2015.

Todo ello sin abandonar nuestro día a día

Presentaciones de sede

Se participó y colaboró con las siguientes presentaciones de Congresos a celebrar en nuestra ciudad, siempre con el objetivo de respaldar al promotor de la reunión y conseguir el común objetivo de incrementar el número de inscritos en el congreso en la edición de Gijón/Xixón:

Febrero
- IOMAC 2015 - International Operational Modal Analysis Conference (Estados Unidos)

Marzo
- IFSC World Climbing Gijon – Campeonato Mundial de Escalada 2014 (París)

Abril
- Congreso Internacional SIODEC 2015: Se presentó en OPTOM 2014

Junio
- ECM Spring Meeting 2015 (Dresden)
- XXV Congreso de la semFYC 2015 (Gran Canaria)
- XIV Congreso Nacional de Materiales 2016 (Barcelona)

Julio
- IFLA-EUSFLAT 2015 16th World Congress of the International Fuzzy Systems Association - 9TH Conference Of The European Society For Fuzzy Logic And Technology (Montpellier y Pekin)
- XXIII Jornadas de la Asociación Española de Profesores Universitarios de Matemáticas para la Economía y la Empresa ASEPUMA 2015 (Málaga)

Septiembre
- Congreso Internacional SIODEC 2015: Se presentó en el marco de un congreso europeo celebrado en el Reino Unido con el objetivo de incrementar el número de participantes de otros países

Octubre
- XXXIII Congreso de la Sociedad Española de Calidad Asistencia 2015: (Madrid)

Noviembre
- IX Congreso de la Sociedad Española de Derecho Deportivo 2015 (Córdoba)

Visitas de inspección
- Se atendió un total de 13 viajes de inspección, y/o coordinación

'Workshops' especializados
- En abril se participó en el *Workshop* Cliente/Proveedor que organiza anualmente el Capítulo Ibérico de ICCA

9. Nos diferenciamos por la calidad

9.1 Nuestros sellos
9.2 Gijón se consolida como destino turístico sostenible
9.3 Indicadores de mejora

Nos diferenciamos por la calidad

En el área de turismo de Divertia Gijón, somos conscientes de que debemos dar ejemplo al tejido empresarial de nuestro destino, más aún si con ello mejoramos la prestación de nuestros servicios a través de un firme compromiso. Que renovamos año a año, por optimizar la gestión de nuestros departamentos mediante el desarrollo, implantación y seguimiento de un Sistema de Gestión de la Calidad.

9.1 Nuestros sellos

'Q' de Calidad Turística para Gijón Turismo

En el año 2014, Divertia Gijón renovó la certificación de calidad según la Norma UNE 187007:2010 para su área de turismo. De esta manera se posiciona como una de las dos entidades de gestión turística local de esta categoría certificadas con la "Q" de Calidad Turística en España.

Además, el Sistema de Gestión de Calidad del área de turismo de Divertia Gijón integra la gestión de Infogijón y el Gijón Convention Bureau en base al cumplimiento de las normas UNE 187003:2008 para Oficinas de Turismo y la UNE 187005:2009 de Convention Bureaux, por lo que se aplica a la totalidad de la organización.

Durante la primera mitad del año 2014, revisamos el sistema para actualizarlo y se fijaron los objetivos anuales relacionados con las directrices marcadas por el Plan de Acción en Turismo de Gijón 2012 – 2015.

En el mes de mayo se superaron con éxito las auditorias de renovación de las normas, tras haber realizado los comités de calidad interdepartamentales, la auditoría interna y la revisión del sistema por la dirección.

Compromiso con la calidad de Infogijón

Infogijón mantiene su apuesta por la gestión de calidad y eso se concreta en la certificación "Q" de Calidad Turística correspondiente a la Norma UNE 187003:2008 para Oficinas de Turismo y el distintivo "Compromiso de Calidad Turística" del programa de Calidad Turística en Destino.

Pero además de una gestión de calidad, nuestro servicio de información turística se somete a evaluaciones de usuario misterioso en los puntos de información turística, para analizar la calidad objetiva del servicio y conocer los puntos fuertes y débiles del mismo. Además, nuestros informadores disponen de un plan de formación específico para reforzar técnicas de atención al cliente y mantener el objetivo de prestar un servicio excelente.

Y también para el Gijón Convention Bureau (GiCB)

Además de la renovación de la marca "Q" de Calidad Turística según la Norma UNE 187003:2008 para Convention Bureaux, GiCB suma, al igual que Infogijón, su distinción con el "Compromiso de Calidad Turística" gracias a su participación en el programa de Calidad en Destino.

Para analizar nuestro nivel de calidad, hemos realizado entrevistas cualitativas de calidad a los promotores de reuniones con los que trabajamos durante el 2014. De sus valoraciones y comentarios sobre nuestra labor destaca: la consideración unánime de que Gijón/Xixón cumple con las expectativas de los promotores para sus reuniones y la valoración positiva del trabajo del personal del Gijón Convention Bureau como elemento diferenciador.

9.2 Gijón se consolida como destino turístico sostenible

Tras un año de la implantación del Sistema de Turismo Responsable como nueva herramienta de gestión del desarrollo turístico de la ciudad, Gijón renueva en septiembre del año 2014 la certificación Biosphere World Urban Destination, otorgada por el Instituto de Turismo Responsable, entidad auspiciada por la UNESCO, miembro de la Organización Mundial del Turismo y miembro fundador del Consejo Global de Turismo Sostenible (GSTC).

Las líneas de trabajo emprendidas en esta materia van unidas a la Política de Turismo Responsable, desarrollándose a través de las diferentes actuaciones establecidas dentro del Plan de Acción de Turismo Responsable de Gijón/Xixón.

En este Plan se han establecido un total de 48 actuaciones para la mejora de la gestión turística, estando la mayoría ejecutadas entre junio 2013 y junio 2014. A posteriori, se establecen 13 acciones generales, que se convierten en un total de 30 actuaciones específicas que permiten dar continuidad al trabajo desarrollado durante el año anterior y que permiten establecer un equilibrio entre el desarrollo de Gijón/Xixón como ciudad y el cuidado y respeto del entorno, la cultura y la sociedad.

Objetivos del Plan de Acción de Turismo Responsable de Gijón/Xixón:

- Disponer de un sistema de verificación del cumplimiento de la normativa legal vigente.
- Ejecución de planes sostenibles contra el cambio climático.
- Medir el impacto ambiental de la actividad turística en la ciudad.
- Incrementar las acciones realizadas con estudiantes de turismo.
- Incentivar la formación para el empleo.
- Permitir que la actividad turística de Gijón sea sostenible en el tiempo.
- Posicionar Gijón como destino turístico sostenible.
- Establecer un sistema de gestión turística basado en la RSC.
- Implicar al turista en el cuidado y respeto de la ciudad.
- Concienciar al empresariado local en materia de sostenibilidad turística.
- Implicar al residente en la actividad turística y en el cuidado de la ciudad.
- Mejorar el cuidado medioambiental de la ciudad.
- Potenciar y difundir la cultura gijonesa.
- Desestacionalizar la actividad turística de Gijón.
- Mejora de la accesibilidad de la ciudad de Gijón.
- Incentivar la formación y el empleo en la actividad turística.
- Reducción de consumos y sensibilización del personal de Gijón Turismo.
- Posicionarse como destino referente de eventos sostenibles.

Sistema Europeo de Indicadores Sostenibles (ETIS)

Por otra parte Gijón/Xixón participa en el proyecto europeo ETIS. El Sistema Europeo de Indicadores Sostenibles (ETIS) tiene por objetivo contribuir a mejorar la gestión sostenible de los destinos proporcionando una herramienta que ayuda a medir y controlar sus procesos de gestión de la sostenibilidad y que permite compartir y cotejar los progresos y resultados futuros y someterlos a una evaluación comparativa con otros destinos europeos. En resumen, se trata de medir 27 indicadores básicos y 40 indicadores opcionales divididos en cuatro secciones: gestión del destino, valor económico, impacto social y cultural e im-pacto medioambiental.

9.3 Indicadores de mejora

Nuestro sistema de gestión de calidad pone a nuestra disposición información completa sobre nuestros productos y servicios a través de un sistema de indicadores de mejora que nos ayudan a medir la calidad del producto final, el servicio prestado y los procesos internos de trabajo.

A través de nuestra Web, las redes sociales y la atención personalizada en las oficinas de información turística, el sistema de gestión de calidad documentó y realizó el seguimiento de los comentarios que nuestros visitantes nos hicieron llegar, referentes a nuestro servicio, atención al cliente, comentarios acerca del destino, etc. Todos los usuarios que se ponen en contacto con nosotros valoran positivamente la atención prestada así como la capacidad de respuesta ante las quejas y sugerencias que desde el área de turismo de Divertia Gijón consideramos una oportunidad para mejorar y fidelizar a nuestros visitantes.

Comentarios

Sugerencias	23
Quejas	29
Felicitaciones	25

Otro aspecto que controlamos es la calidad del trabajo de nuestros proveedores, a los que se evalúa periódicamente para asegurar que nuestros productos y servicios disponen de unas características de calidad adecuadas.

Además, se han ejecutado los planes de formación dirigidos al personal, orientados a la mejora de la capacitación y para la actualización de nuestro conocimiento, lo que nos permite ser más innovadores en la gestión turística. A lo largo de 2014 se realizaron 35 acciones entre jornadas profesionales y formativas, que suman más de 800 horas de formación.

10. Teatro Jovellanos | Festival Internacional de Cine | Festejos

10.1 Resumen de actividades organizadas por la sociedad Divertia Gijón S.A.
10.2 Actividades realizadas en el recinto Teatro Jovellanos
10.3 Otras actividades organizadas por Divertia Gijón S.A. 2014
10.4 Festival Internacional de Cine de Gijón. Resumen de resultados. 2013-2014
10.5 Festejos de Gijón/Xixón 2014

:Divertia | Teatro Jovellanos | Festival Internacional de Cine de Gijón | Festejos

Teatro Jovellanos

10.1 Resumen de actividades organizadas por Divertia Gijón S. A.

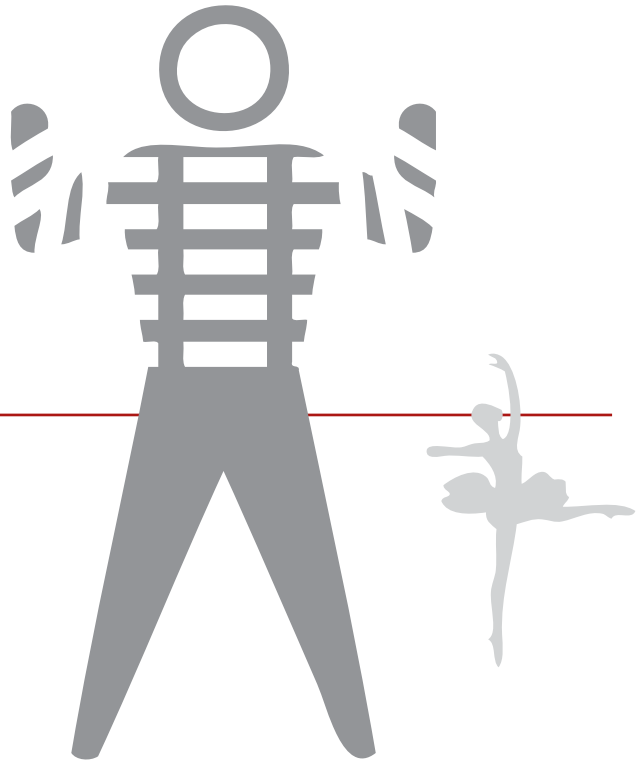
En el año 2014 el número de actividades programadas por Teatro Jovellanos de Gijón S.A. fue de 426, (un 5,9% superior al año anterior) y el número de asistentes de 206.031 disminuyendo en un 8,5%.

El número de actividades es el resultado de la suma de los espectáculos realizados en el Teatro Jovellanos (199), las llevadas a cabo en otros aforos (32) y las 225 películas proyectadas en el Festival de Cine (a las que hay que restar 30 que ya han sido incluidas en el total del teatro en el mes de noviembre).

Resumen de actividades organizadas por la sociedad Divertia Gijón S.A. (Teatro Jovellanos / Festival Internacional de Cine) 2013-2014

	2013	2014	% 13/14
Total actividades	402	426	+ 5,9 %
Total asistencias	225.652	206.031	-8,5 %

Fuente: Divertia Gijón



10.2 Actividades realizadas en el recinto Teatro Jovellanos

En el recinto Teatro Jovellanos se realizaron 199 actividades a las que asistieron 115.479 espectadores, de los que el 55% eligió teatro y danza, el 11% música clásica, el 13% música, y el 14% cine. El mayor número de actividades se realizó durante el mes de noviembre (49). Los meses con mayor asistencia fueron noviembre (22.456), agosto (14.207) y febrero (14.832).

Actividades realizadas en el Teatro Jovellanos según tipo. 2014

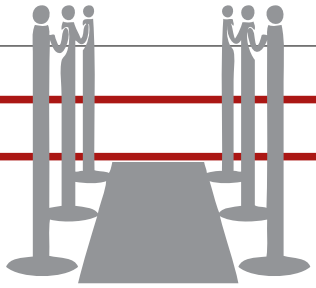
	Actividades		Espectadores	
	Número	%	Número	%
Enero	11	5,52 %	9.468	8,1 %
Febrero	19	9,54 %	14.832	12,84 %
Marzo	13	6,53 %	6.246	5,40 %
Abril	16	8,04 %	7.223	6,43 %
Mayo	19	9,54 %	13.092	11,33 %
Junio	10	5,02 %5	6.213	,38 %
Julio	14	7,03 %	6.227	5,39 %
Agosto	18	9,04 %	14.207	13 %
Septiembre	3	1,50 %	1.392	1,20 %
Octubre	12	6,03 %	5.554	4,80 %
Noviembre	19	**24,62 %**	6.524	19,44 %
Noviembre F. Cine	30		15.932	
Diciembre1	49	7,53 %	.569	8,28 %
Total	**199**	**1001**	**115.479**	**00**

Fuente: Divertia Gijón

Actividades realizadas en el Teatro Jovellanos según tipo. 2014

	Espectáculos	% del total espectáculos	Espectadores	% del total espectadores
Teatro, Danza, Musicales	92	46,23 %	64.004	55,42 %
Música	21	10,55 %	14.612	12,56 %
Clásica y Lírica	35	17,58 %	12.302	10,65 %
Cine	30	15,07 %	15.932	13,79 %
Otros	21	10,55 %	8.629	7,47 %
Total	**199**	**100**	**115.479**	**100**

Fuente: Sociedad Municipal Teatro Jovellanos

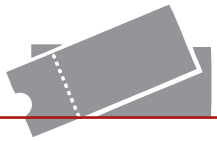


Resumen de actividades realizadas en el Teatro Jovellanos. 2013-2014.

	2013	2014	% 13/14
Total espectáculos	198	199	+ 0,5 %
Total espectadores	114.511	115.479	+0,8 %

Fuente: Sociedad Municipal Teatro Jovellanos

10.3 Otras actividades organizadas por Divertia Gijón S.A. 2014



Las actividades realizadas en el año 2014 fuera del recinto del Teatro Jovellanos suponen un número inferior las del año anterior (25 frente a las 41 de 2013).

Se incluyen en este apartado el ciclo V.O.S que se celebra en el Centro Municipal Integrado Pumarín Gijón-Sur.

Las actividades celebradas en Palacio de Deportes se corresponden con los conciertos de Alejandro Fernández, Malú, Extremoduro y Fito y los Fitipaldis.

El número total de espectadores pasó de 71.137 en 2013 a 38.223 en 2014.

Actividades realizadas fuera del Teatro Jovellanos según localización. 2014

	Actividades	Espectadores
Palacio de Deportes	4	22.024
C.M.I. Pumarín Gijón-Sur	28	5.056
Cine en los barrios	-	11.143
Total	**32**	**38.223**

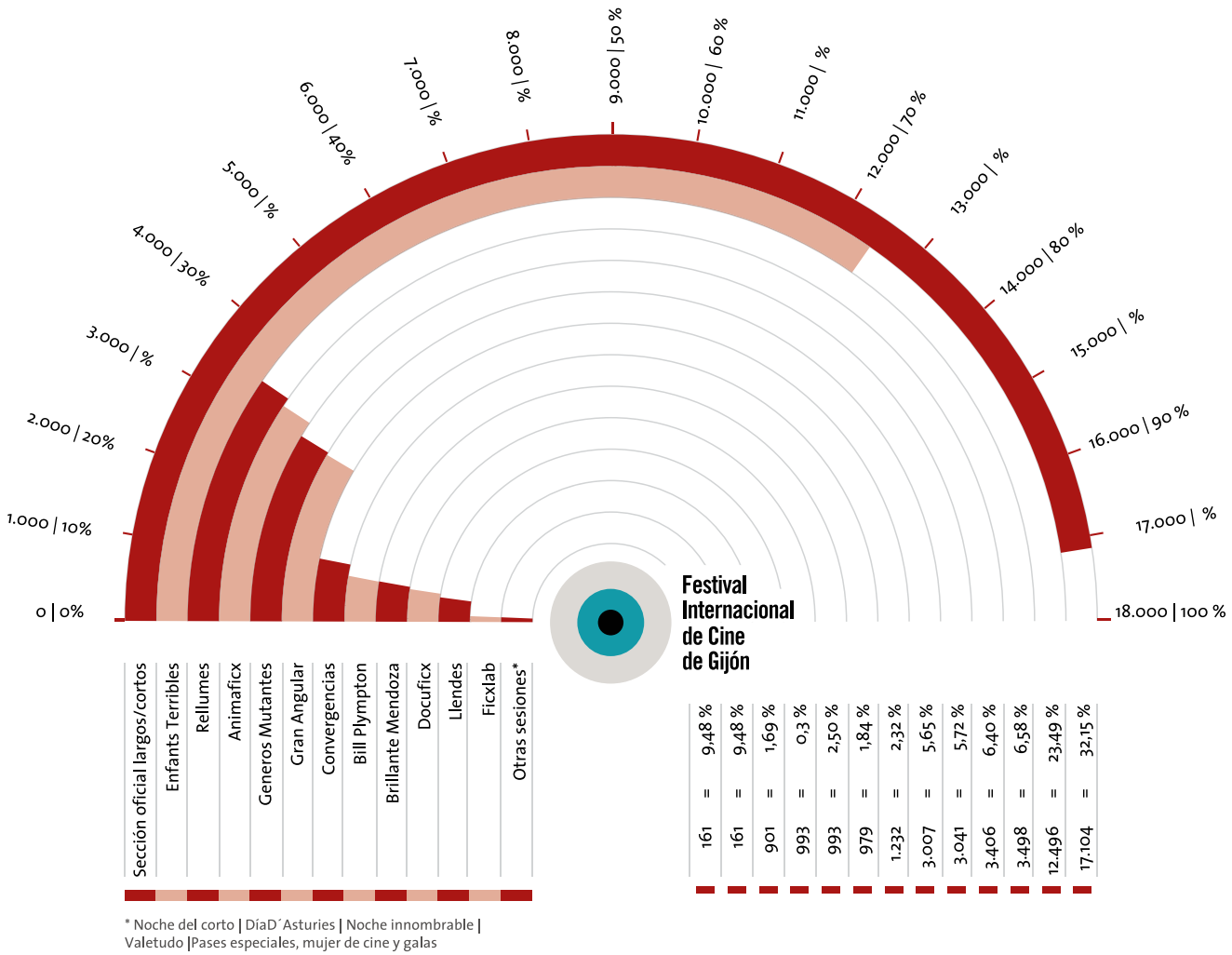
Fuente: Sociedad Municipal Teatro Jovellanos

Festival Internacional de Cine de Xixón. 52ª edición (2014)

En la 52ª edición del Festival Internacional de Cine de Xixón el número total de espectadores fue de 79.404, aumentando un 13% con respecto al año anterior. El número de proyecciones fue de 244 frente a las 226 de la edición anterior.

10.4 Festival Internacional de Cine de Xixón. Resumen de resultados. 2013-2014

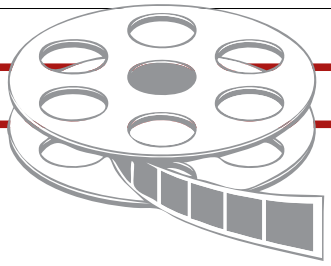
En este cuadro aparece el total de las actividades y espacios, incluyéndose en él las 30 proyecciones realizadas en el Teatro Jovellanos y los 15.932 asistentes a las mismas.



* Noche del corto | DíaD´Asturies | Noche innombrable | Valetudo |Pases especiales, mujer de cine y galas

Festival Internacional de Cine de Gijón 2014 | Datos de asistencia

	2013	2014	% 13/14
Largometrajes proyectados	111	112	+ 13 %
Cortometrajes proyectados	79	113	+43 %
Películas proyectadas	190	225	+18 %
Número de proyecciones	226	244	+ 8 %
Número de salas	10	10	
Total de espectadores	**70.004**	**79.404**	**+13 %**



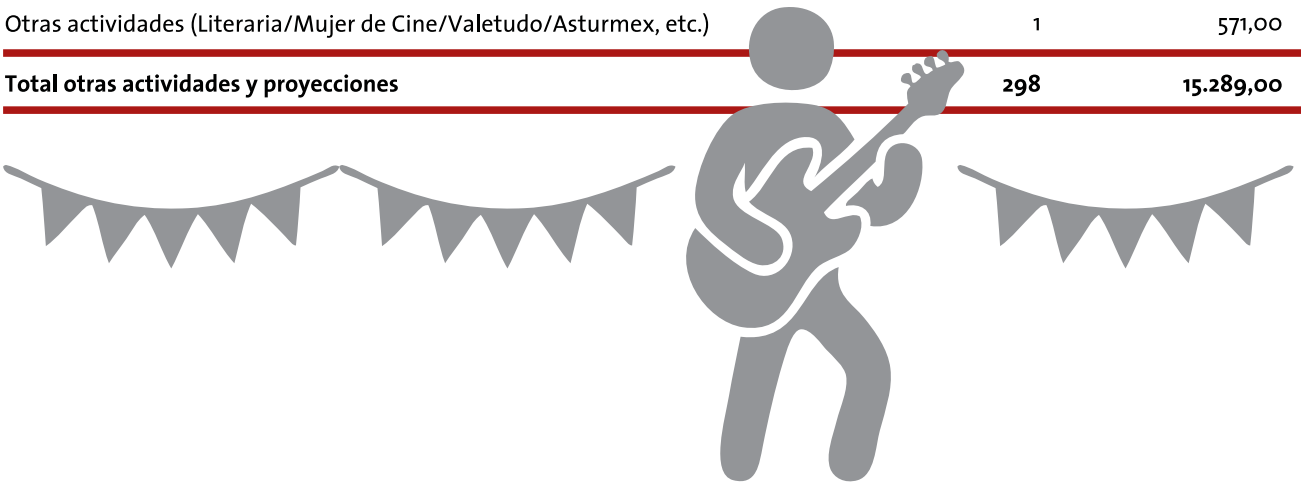
Fuente: Sociedad Municipal Teatro Jovellanos

Otras actividades organizadas durente el FICX

Actividad	Nº sesiones | activ.	Espectadores 2014
Esposiciones (Yvonne Blake/Clicks love Gijón)	2	2.885.00
Fiestas y conciertos	12	2.890,00
Clases magistrales, Talleres y encuentros con directores		3.630,00
Otras actividades (Literaria/Mujer de Cine/Valetudo/Asturmex, etc.)		1.264,00
Extensiones(Avilés, Oviedo, Candás, Langreo, Cangas de Onis, Siero, Ribadesella)	25	822,00
Total otras actividades y proyecciones	**39**	**11.491,00**

Otras actividades organizadas a lo largo del año

Actividad	Nº sesiones | activ.	Espectadores 2014
VOS Gijón Sur	22	3.195,00
Fiestas y conciertos	271	11.143,00
Clases magistrales, Talleres y encuentros con directores	4	380,00
Otras actividades (Literaria/Mujer de Cine/Valetudo/Asturmex, etc.)	1	571,00
Total otras actividades y proyecciones	**298**	**15.289,00**



Festejos. Departamento de Fiestas Populares. 2014

Concejalia De Festejos: Carlos Rubiera/ Fernando Couto
Centro: Teatro Jovellanos de Gijon SA/Divertia Gijon S.A.
Dirección-Gerencia: Teresa Sánchez
Departamento: Fiestas Populares
Programación: Cristina Jareño
Recursos: Teatro Jovellanos Ayto. de Gijón/Xixón
Periodos Programables: Cabalgata, Antroxu, Verano, Navidad

Actividades programadas: Las relacionadas con los periodos programables, banda de música de Gijón y colaboraciones en las fiestas de barrios y parroquias.

Programa/ Actividad	Subprograma	Otros organismos que participan en su gestión	Localización espacial	Cuantificación
Cabalgata	Dia de reyes/ cabalgata Navidad: Pistas de hielo, 6 de agosto: recepcion Príncipe Ben Ali en Mercaplana Semana de Magia: calle y en Mercaplana	Jose Armas el Ilusionista Asociación de Belenistas Jardín Botánico	•Musel (helicóptero) •Playa de San Lorenzo: •Escalerona •Calles de Gijón •Ayto •Sanatorio Marítimo, •Nuevo Roces, Llano •Recorrido: Calzada, Jardines de la Reina	Cabalgata: •Nº Agrupaciones participantes: 38 •Carrozas: 7 •Nº personas participantes en el desfile: 1000 Actividades Calle: •Cuentos: 6 •Carruseles: 2 •Pistas Hielo: 2 •Cuentos Carpa: 18 •Recepción Ben Ali: 9 •Magia Calle: 25 •Magia Mercaplana: 2 •Actividades Tarima: 41
Antroxu	Concursos	Asociación de Hostelería: 4 Menús Dobles Macdonalds, Jardín Botánico, Laser Dental, Teatro Jovellanos: Cd Petit Pop Prod. Quiquilimon (Concurso Desfile Infantil) L'apache (Presentación Concurso Charangas Y Concurso Infatil. Velatorio)	Teatro Jovellanos Desfile Calles de Gijón: Suspendido por causas climatológicas	•Nº Concursos: 5 •Concurso de Charangas: 12 •Concurso de Carrozas: 37
Antroxu	Conciertos		Plaza Mayor (Sábado) Paseo De Begoña	•Nº Conciertos: 2
Antroxu	Pasacalles Desfile		Calles de la ciudad Desfile: Carretera de la Costa-Humedal. Suspendido	•Nº pasacalles: suspendidos por causas climatologicas •Nº agrupaciones participantes en desfile: suspendido
Antroxu	Infantil: •Desfile infantil (dos fases: teatro y desfile) •Concurso infantil		Teatro (actuación en escenario) desfile – calles de la ciudad Parchís –Begoña Concurso -Teatro Jovellanos	•Nº agrupaciones participantes: 13

Programa/ Actividad	Subprograma	Otros organismos que participan en su gestión	Localización espacial	Cuantificación
Verano	San Xuan San Pedro		Plaza de Italia Plaza del Marqués Jardines de la Reina Playa de L`Arbeyal Plaza Mayor Playa de Poniente Paseo de Begoña Campo Valdés Plaza del Instituto	Grupos folclóricos: 11 Bandas de gaitas: 2 Conciertos: 2
Verano	Arte en la calle	Colaboración bares: La Plaza, Babilonia, Portobello, El Clásico, Xarana en vermús de Arte en la Calle (1º vez) Colaboración Germán Vizcaino, alumbrado exterior y decorativo en Hilo Conductor (primera vez: proyectos artísticos luminosos) Festival Internacional de Piano Jesús González Alonso	Vermús: Cimavilla y Moros 1 Hiloconductor: Plaza San Miguel, Parque Plaza Europa, Kiosco de Begoña Tarimas: Kiosco Begoña y Plaza 6 de agosto Casetón: Calle Álava Diferentes plaza de la ciudad	Musica: 59 Circo: 1 Teatro: 2 Danza: 3 Plásticas: 1 Casetón Hiloconductor: 3 Gf: 12 Grupos banda musica: 9 Vermús: 11
Verano	Festival Arcu Atlantico Pago cachés y produccion	FMCYUP	Plaza Mayor	Conciertos: 8
Verano	Fuegos Danza Prima / Restallón	Pirotecnia Pablo	Cerro Fontica Escalera 12	
Verano	Día d'Asturies		Plaza Mayor Cerro	Euros Puya Ramu: 450 Bandas de gaitas: 2 Gijón Grupos Folcloricos: 10 Suspensión por lluvia
Verano	Noches en la Plaza Mayor		Plaza Mayor	Conciertos: 3
Verano	Semana Grande		Plaza Mayor Playa de Poniente Paseo de Begoña Llano L`Arbeyal	Conciertos PM: 6 Conciertos Poniente: 10 Begoña: 2 L`Arbeyal: 1 Llano: 1 Vermú Begoña: 1 Vermú Plaza Mayor: 1
Verano	Festival Folclorico Internacional			Grupos Gijón: 4 Grupos Internacionales: 4 Hotel Begoña
Colaboraciones	XXXIV Concurso Canción Asturiana	El Comercio	Plaza Mayor	Nº de jornadas: 9
Banda de Música de Gijon	Completa programas y subprogramas		Paseo De Begoña (Quiosco), Plaza Mayor, Plaza Del Instituto, Jardines de la Reina, Barrios y Parroquias, Plaza de Italia, Plaza de Toros, C M I Pumarin Gijón - Sur, C M I El Llano	Nº de conciertos y pasacalles:
BBPP	BBPP			Nº Ayudas: 40 1 Ayuda Espacial a San Martín de Huerces

10.5 Festejos de Gijón/Xixón 2014

Los Festejos de la ciudad de Gijón/Xixón, organizados por la empresa municipal DIVERTIA GIJÓN S.A., comienzan el día 5 de enero, con el gran día de la Llegada de los Reyes Magos a Gijón/Xixón.

La novedad, este año, de la llegada de los Reyes Magos a Gijón/Xixón fue que lo hicieron en helicóptero a la misma Playa de San Lorenzo. Fue espectacular ver el aterrizaje del helicóptero que transportaba a los tres reyes magos, mientras el Príncipe Aliatar con su ejército les esperaba en la arena de la Playa de San Lorenzo, a la altura de la Escalerona.

Por la tarde, el recorrido de la Cabalgata de los Reyes Magos fue con la salida desde el barrio de Contrueces, y visitando el Barrio de la Sidra, el Llano, Avenida Suchltz, Manuel Llaneza, Av de la Costa, Calle San Bernardo, Munuza, Plaza del Carmen y final en los Jardines de la Reina.

Como ha sido habitual desde enero de 2012, cada año la Cabalgata sale de una zona o barrio diferente, cambiando así el recorrido para que todas las familias y vecinos de Gijón/Xixón puedan ver a los Reyes Magos cerca de sus calles.

Entre diciembre del 2013 y enero del 2014 se celebra por las calles, barrios y zona rural de Gijón/Xixón la **III Semana Mágica de Gijón.**

Se trata de un evento cultural y festivo con actividades y actuaciones de magos e ilusionistas de España y de otros países por diferentes espacios de Gijón/Xixón y con la Gala Internacional de magia en el Teatro Jovellanos.

En esta edición se superaron los **8.000 espectadores** que pudieron disfrutar de actuaciones de magia de calidad y de un gran nivel artístico.

Con espectáculos para toda la familia, se ha instaurado como un evento cultural esperado en estas fechas navideñas

La siguiente gran fiesta o festejo de Gijón/Xixón es el carnaval, el **Antroxu de Xixón**, que tuvo lugar en este año 2014 entre el 28 de febrero y el 4 de marzo. El Antroxu de Xixón está considerado Fiesta de Interés Turístico Regional.

El personaje principal de esta fiesta es la Sardina, que recorre durante los cinco días del Carnaval diferentes espacios de la ciudad, visitando a escolares, vecinos y ciudadanos que celebran esta fiesta divertida y muy popular, con una gran participación de los lugareños, tanto en el Concurso de Charangas que se celebra en el Teatro Jovellanos, como en el Gran Desfile de Antroxu del lunes de carnaval por las calles de Gijón/Xixón.

El Verano de Gijón/Xixón comienza con las fiestas de San Xuan y San Pedro.

La noche del 23 de junio se prepara la gran Noche de San Xuan con un espectáculo pirotécnico, el Encendido de la Hoguera y la Danza Prima en la Playa de Poniente. Concierto del grupo de folk Xera Durante todo el día hay actuaciones de los grupos folclóricos y bandas de gaitas de Gijón/Xixón.

Del 27 al 30 de junio se celebran diferentes actos con motivo de la Fiesta de San Pedro, patrono de Gijón/Xixón.

Metrópoli

Gijón/Xixón acoge la primera edición del Festival Media de Cultura y Entretenimiento METRÓPOLI, que se celebra del 27 de junio al 6 de julio, en el Recinto Ferial Luis Adaro. Cuenta con el apoyo y colaboración del Ayuntamiento de Gijón/Xixón, a través de la empresa municipal Divertia Gijón S.A.

METRÓPOLI es un festival diferente en el que, durante 10 días, los asistentes pudieron encontrar englobadas todas y cada una de las áreas que componen el entretenimiento. Workshops, música, conferencias, videojuegos, humor, formación, arte, cómics, tecnología, ocio infantil, gastronomía, cine o canales de televisión, son algunas de las disciplinas que ofrece METRÓPOLI. Dentro de METRÓPOLI se pudo encontrar un área cultural donde los asistentes pudieron disfrutar de ciclos de series de TV, una zona cómic (COMIC CON), zona de radio en directo, de humor o una zona PlayStation.

Con un gran escenario central por el que pasaron más de 25 artistas de primera línea nacional, METRÓPOLI ofreció cada día conciertos de diferentes estilos.

El festival ofreció, asimismo, un área de hostelería dividida en restauración, gastronomía y ocio nocturno y un área de exposiciones dedicado al arte, sobre todo, dirigido a pintura, escultura y fotografía. Además, se pudo encontrar una zona de Market y Showroom, así como la zona de ludoteca y shows infantiles, dirigida a los más pequeños.

Muchachito y sus Compadres, Mala Rodríguez, Destino 48 y El patio de tu casa, son alguno de los artistas que actuaron en METROPOLI.

Arte en la calle

Desde el 18 de julio y al 27 de agosto, por diferentes espacios de la ciudad tiene lugar actuaciones de grupos folclóricos, Banda de Música de Gijón, teatro, música, danza y circo en la calle y al aire libre.

Este año, y dentro de las actuaciones de Arte en la Calle, la novedad fue las SESIONES VERMUT (viernes y sábados), en zonas hosteleras de la ciudad (Cimadevilla y zona del Carmen) con un gran éxito.

Festival Arcu Atlánticu 2014

Del 25 de julio al 3 de agosto se celebró la III Edición del Festival Arcu Atlánticu, festival cultural, festivo, gastronómico y de relaciones

comerciales de los países y ciudades de la zona del Arco Atlántico. Este festival, organizado por la Fundación de Cultura de la Concejalía de Educación y Cultura del Ayuntamiento de Gijón/Xixón, cuenta con la colaboración del Departamento de Festejos en la organización de los conciertos gratuitos en la Plaza Mayor durante los 9 días del festival. El país invitado de este año fue Irlanda y la ciudad de Cork.

Es un encuentro en el que también participan municipios y ciudades de Asturias. Este año: Cabrales, Cangas de Onís, Ribadesella, Siero, Nava y Villaviciosa con una muestra de su cultura, costumbres, folclore y gastronomía en unas carpas instaladas por Divertia Gijón en los Jardines de la Reina durante estos 9 días.

Este año tuvieron lugar los siguientes conciertos en la Plaza Mayor:

- 25 julio: inauguración en la Plaza Mayor con la Banda de Música de Gijón y la Coral Piccola Piloñesa. concierto de la banda Irlandesa Buille.
- 26 julio: concierto de la portuguesa Luisa Sobral
- 27 julio: Concierto de la banda inglesa The Christians
- 30 julio: concierto gaélico y asturiano de Albastur cultural Exchange
- 1 agosto: concierto de la banda escocesa The Real Mckenzies.
- 2 agosto: concierto de la gijonesa Orquesta Céltica Asturiana con la participación de artistas irlandeses.
- 3 agosto: concierto de los ingleses Skinny Lister.

Coincidiendo con el Festival Arcu Atlánticu, durante los días 27 al 30 de julio y los días 2, 4, 5, 6 y 10 de agosto tuvo lugar en la Plaza Mayor el **XXXIV Concurso de la Canción Asturiana**, una cita ineludible del verano gijonés con la música más tradicional.

Organizado por El Comercio con la colaboración y patrocinio de Divertia Gijón S.A.

Día de Asturias en Xixon

Es el domingo 3 de agosto en el Cerro de Santa Catalina.

Comienza con el desfile tradicional del Día de Asturias con la participación de los grupos folclóricos y bandas de gaitas de Gijón/Xixón. Y la fiesta continúa en el Cerro de Santa Catalina con la jira tradicional, danza prima, puya del ramu, deportes rurales autóctonos y baile popular tradicional.

Festival Folclórico Internacional

Días 4 y 5 de agosto en la Plaza Mayor.
Participación y actuación de diferentes asociaciones folclóricas de distintos países y ciudades. En esta edición se contó con grupos folclóricos de Sudáfrica, Rusia y Costa Rica, así como grupos de Gijón/Xixón.

Semana Grande de Gijón. Fiestas de Begoña

El día antes del pregón (8 de agosto) se celebró en la Plaza Mayor el concierto de músicos de Gijón, que desde el 2012 se organiza para dar oportunidad a artistas de la ciudad a tocar en el escenario de Plaza Mayor. En este año, el día 7 de agosto, se contó con la actuación de Los Jimaguas y de Javi y los Paramétricos.

Inauguración de la Semana Grande (8 de agosto) a las 20.00 horas en la Plaza Mayor, con el pregón a cargo de Alaska y la participación en el escenario de los grupos folclóricos de Gijón/Xixón.

Conciertos de Semana Grande:

- 8 agosto. Poniente: Fangoria y las Nancys Rubias
- 9 agosto. Plaza Mayor: Jim Jones Revue
- 9 agosto: Poniente: The Straits
- 10 agosto: Plaza Mayor: Juan Perro y La Zarabanda
- 10 agosto: Poniente: Carlos Baute
- 11 agosto: Plaza Mayor: La Yegros
- 11 agosto: Poniente: La Pegatina
- 12 agosto: Plaza Mayor: Vocal Tempo
- 12 agosto: Poniente: Micky y amigos. Suspendido por vientos fuertes
- 13 agosto: Plaza Mayor: Paula Rojo
- 13 agosto: Poniente: M Clan
- 14 agosto: Noche de los Fuegos en el cerro de Santa Catalina. Actuación de la Orquesta Assia en Poniente, de la Orquesta Versión Original en Paseo de Begoña
- 15 agosto: Danza Prima y Restallón en la Playa de San Lorenzo y Cerro de Santa Catalina
- 15 agosto: Orquesta Salitre en el Barrio del Llano, Orquesta K- Libre en la Playa de L´Arbeyal, Concierto de El Consorcio en Poniente.
- 16 agosto: Orquesta Dominó en el Paseo de Begoña
- 17 agosto: Actuación del Son del Carmen en el Paseo de Begoña a las 13.30 horas. Sesión Vermú.

XXIII Fiesta de la Sidra Natural

Del 25 al 31 de agosto en Plaza Mayor, Jardines de la Reina y Playa de Poniente.

Fiesta de Interés Turístico Regional.

Uno de las grandes citas del verano de Gijón/Xixón con actividades alrededor del producto asturiano de la Manzana y la Sidra Natural: Mercadín de la Sidra y la Manzana en los Jardines de la Reina, arte urbano en la Punta Lequerique, cancios de chigre, concurso de escanciado,récord mundial de escanciado simultaneo de sidra, bús de la sidra y degustación popular de sidra natural de los llagareros participantes en la fiesta. Y, por segundo año, durante cuatro días se monta el Chigre del Barrio de la Sidra en la zona de Poniente, con verbenas urbanas por la noche.

Actividades y espectáculos de Una Brillante Navidad 2014/2015

Los datos de espectadores y público que ha asistido y participado en cada una de las actividades organizadas por el Ayuntamiento de Gijón/Xixón a través de la empresa municipal DIVERTIA GIJON S.A., **han sido EXCELENTES.**

En las Navidades del 2014/2015 hubo una gran participación de ciudadanos y visitantes en el mes de diciembre y comienzo de enero en todos los eventos organizados, no solo por Divertia, sino también en otros espacios como MERCAPLANA, ACUARIO, MENAX (mercado navideño del Paseo de Begoña), SAN SILVESTRE Y OTRAS ACTIVIDADES DEPORTIVAS, ASÍ COMO LOS ACTOS ORGANIZADOS POR LA ASOCIACION BELENISTA DE GIJON.

Se contó con la colaboración de artistas, compañías profesionales de artes escénicas y empresas organizadoras de eventos de Asturias para las actividades de Cuenta Cuentos Navideños en los distintos barrios de Gijón/Xixón, y en la Carpa de Ben Alí.

La Fundación de Feriantes de Asturias participó en las actividades navideñas con su tren de la

ilusión, que hacía el recorrido por la zona centro de la ciudad para ver la Iluminación navideña y por las mañanas acercaba al público a la **pista de hielo natural** instalada en la Plaza de Toros (El Bibio), que tuvo una gran afluencia de público y fue todo un éxito. También se instaló la pista de hielo ecológico en el L´Arbeyal (La Calzada).

El mayor éxito de estas navidades fue la instalación de dos carruseles clásicos en la Plaza 6 de agosto y en la Plaza 3 de abril del El Llano. La empresa portuguesa JUBILO CARRUSEL fue la encargada de conseguir traer dos entrañables y clásicos carruseles que han sido la delicia de los niños de Gijón/Xixón.

Otro éxito, la calesa navideña, con un recorrido por la zona céntrica de la ciudad. José Armas, el Ilusionista, de nuevo dirigió una impresionante IV SEMANA MÁGICA DE GIJÓN con una asistencia de público a todas las actividades en la calle y a la Gala Internacional con tres funciones que ha superado con creces los 8.000 espectadores del 2013.

Los datos son los siguientes:
- Tren de la ilusión: 4.000 viajeros
- Pista de hielo del L´Arbeyal: 4.000 patinadores
- Pista de hielo de (El Bibio): 19.820 patinadores, a los que hay que sumar 375 alumnos de 9 colegios de Gijón, y los patinadores del día solidario (20.195)
- Carruseles: 32.000 niños
- Carpa de Ben Alí
- Calesa
- Cuentos Clásicos de Navidad en los barrios
- Escenarios en la calle
- Carpa de Navidad
- IV SEMANA MÁGICA DE GIJÓN, con actuaciones en los barrios de Serín, Pescadores, Deva, L'Arbeyal, Centro; El Llano... +17.000 espectadores en total
- LLEGADA DE LOS REYES MAGOS A GIJÓN/XIXÓN. Imposible calcular el número de espectadores que pudieron disfrutar y recibir a los Reyes Magos en la Playa de San Lorenzo y en el Náutico, así como la Recepción en el Ayuntamiento, y todos los que acudieron a ver la cabalgata de 5,5 km.

10. Jardín Botánico Atlántico

10. 1 Accesos
10. 2 Programas culturales
10. 3 Actividades Club Miruéndanos y Pasaporte a la Naturaleza
10. 4 Semana de la Ciencia
10. 5 Vacaciones en el Botánico
10. 6 Rutas botánicas por el Cantábrico
10. 7 Curso de iniciación a la Horticultura

:Divertia | Jardín Botánico Atlántico

Jardín Botánico Atlántico

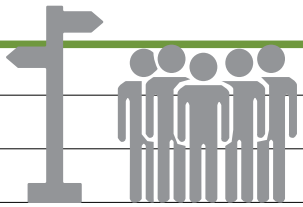
10. 1 Accesos

Los accesos al Jardín Botánico Atlántico prácticamente se han duplicado en los últimos años, pasando de 55.046 en 2010 a 109.358 en 2014, un crecimiento del 98,7%. Respecto al año anterior, 2013, los accesos al Jardín crecieron un 8,75%.

Accesos totales anuales 2010- 2014

Año	Nº Accesos
2010	55.046
2011	63.659
2012	105.295
2013	100.563
2014	109.358
Total	**433.921**

Los eventos organizados atrajeron a un gran número de público: 57.424 personas en 2014



Visitantes teatralizadas	Accesos totales7	10
Antroxu. Concurso infantil de disfraces	**Accesos**	**33**
II Jornadas Pintura y Naturaleza	**Accesos**	**263**
LEV Festival	**Accesos**	**1547**
Aventura Noctura en el Botánico	**Accesos Totales**	**365**

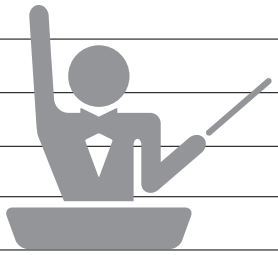
Sábado en el Bosque de los Niños

Fecha	Actividad	Accesos
05/07/2014	Pomper: taller y espectáculo de pompas gigantes	310
12/07/2014	Compañía Olga Cuervo: érase una vez...	159
19/07/2014	Títeres bailadera: "la cuerda del amor"	132
26/07/2014	Espectáculoo de magia Farmago	202
09/08/2014	Tagaluz títeres: "el cuentacuentos"	193
16/08/2014	Compañía Factoría Norte: "cuentos suculentos"	249
23/08/2014	La lira de siete cuerdas: "este bosque me suena..."	192
30/08/2014	David Acera: "cuentos cuento"	168
Total	Accesos	1605

./..

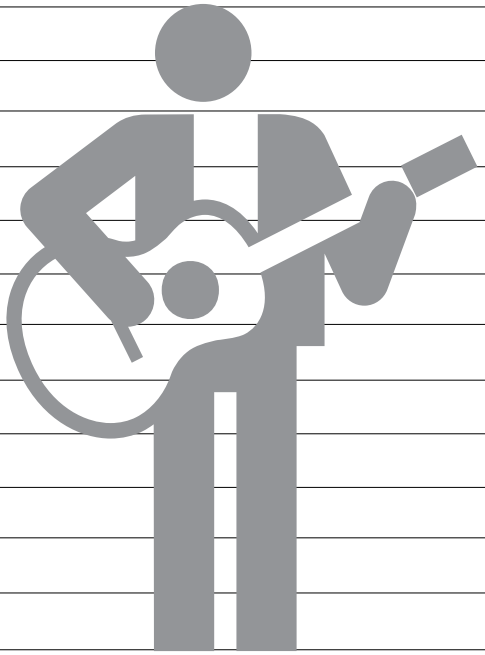
Visitantes teatralizadas	Accesos totales	710
Nocturnia	**Accesos totales**	**2318**
Noches Magicas	**Accesos Totales**	**2857**
Picnic familiar	**Accesos**	**913**

Conciertos "Intimos del Jardín Botánico"



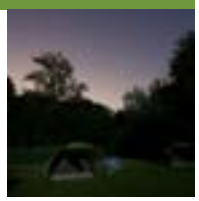
Fecha	Concierto	Accesos totales
18/07/2014	Izal	396
23/08/2014	Destino 48	204
29/08/2014	Iván Ferreiro	618
05/09/2014	Coque Malla	476
Total		1694

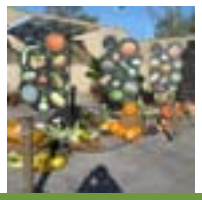
Conciertos "Intimos del Jardín Botánico"



Fecha	Concierto	Accesos totales
01/08/2014	Monólogos Roberto Bodegas Y Alex Lavero	335
03/08/2014	Truequedart	125
04/08/2014	Toli Morilla	184
05/08/2014	Los Guajes	535
06/08/2014	Luis Núñez y Los Folgazanes	199
07/08/2014	La Villana	116
08/08/2014	Lorena Álvarez	224
09/08/2014	Cena Lunática	132
09/08/2014	Promodiscopy	381
10/08/2014	Mbolas	298
11/08/2014	Esta boca es nuestra	492
12/08/2014	Maestra vida	175
13/08/2014	Los Testigos	499
14/08/2014	Patrulla Dixie	94
15/08/2014	Gala de magia	410
16/08/2014	The Goggles	518
17/08/2014	Heart of gold	336
Total		5053

Visitantes teatralizadas	Accesos totales	710
Terraza del Botánico	**Accesos**	**448**
Calabazas y Calaveras	**Accesos**	**4681**
Fiestas cambio de estacion		
Fecha	Concierto	Accesos
23 de marzo	Equinoccio de primavera	994
21 y 22 de junio	Solsticio de verano	1442
20 y 21 de septiembre	Equinoccio de otoño	2109
20 y 21 de diciembre	Solsticio De Invierno	5238
Total		9783
XI aniversario del JBA	**Accesos**	**10054**
Puertas abiertas navidades	**Accesos**	**15100**
Total		**57.424**

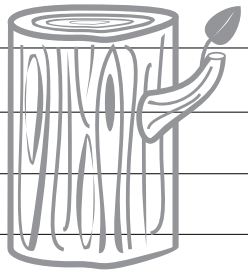




10. 2 Programas culturales

A lo largo de 2014 se organizaron 46 programas culturales en los que participaron 3.240 personas.

Fechas	Programa cultural	Accesos
20/02/2014	Conferencia de los biomas boreales	25
08/03/2014	Jornada invitación promoción destino Gijón	8
13 Y 14/03/2014	Curso de bioingenieria	59
20 Y 27/03/2014- 10 Y 24/04/2014	Universidad popular prácticas curso hortifruticultura	64
28/03/2014	Conferencia micorrizar árboles	35
12/04/2014	Taller de fotografía asociación amigos JBA	17
25/04/2014	Inauguración ruta bosques naturales JBA	32
29/04/2014	Jornada técnica de cesped y jardinería	38
29/04/2014	Visita formación ruta bosques naturales JBA	29
01/05/2014	Rodaje locos por Gijón	12
06/05/2014	UP prácticas hortifruticultura	18
10/05/2014	Travel blog meeting	159
17/08/2014	Jornada asociación logopedas de Asturias	36
18/05/2014	Evento IKEA	58
22/05/2014	Asociación jóvenes empresarios de Asturias	64
23/05/2014	Presentación iii concurso calabazas gijgantes	23
23, 24 Y 25/05/2014	Grabación catálogo de zara hombre	216
27/05/2014	Presentación TED X	18
12/06/2014	Rocas jurásicas del concejo de Gijón	34
14,15 Y 17/06/2014	Grabación catálogo Zara niño	210
14 Y 15/06/2014	Maratón fotográfico	156
17/06/2014	Jornada de microalgas	31
19/06/2014	Afas: entrega premios Gijón in	45
21/06/2014	Programa de radio Asturias x2	8
25/06/2014	Presentación los intimos en el JBA	9



¨/..

¨/.

Fechas	Programa cultural	Accesos
27/06/2014	Conferencia el origen silvestre de las plantas cultivadas	21
28/06/2014	Jornada mamafit	15
28/06/2014	Presentación eventos verano Gijón 2014	111
26/07/2014	Espicha festival Arco Atlántico	255
30/08/2014	Phototrip	30
04/09/2014	Viticultura biológica- coalla gourmet	249
25/09/2014	Conferencia tordos y caracoles del JBA	14
26/09/2014	Día mundial del turismo	430
30/09/2014 y 02/10/2014	Jornada formación profesores	51
23/10/2014	Proyecto europeo "Life Arcos"	14
23/10/2014	Conferencia semillas horticultura ecológica	35
22 y 29/09/2014	UP prácticas curso contra plagas	37
05 y 12/11/2014	Prácticas Universidad Popular	39
15/11/2014	Urban Cross	259
22/11/2014	Día del socio asociación amigos JBA	83
28/11/2014	Encuentro curso escuela horticultura ecológica	11
29/11/2014	Jornada invitación destino Gijón	2
11/12/2014	Presentación libro recetas Isasaweis	12
17/12/2014	Reunión jardineros de Asturias	43
19/12/2014	Inauguración fiestas navideñas 2014- 2015	67
Total		**3240**

10. 3 Actividades Club Miruéndanos y Pasaporte a la Naturaleza

Las actividades programadas en el Club Miruéndanos y de Pasaporte a la Naturaleza tuvieron una buena aceptación y una ocupación en torno al 70%.

Actividades Club Miruendanos 2014

Fecha	Actividad	Accesos	% ocupación
23/02/2014	Visita guiada JBA	47	78,33%
30/03/2014	Excursión Nava + Museo de la sidra	27	54,00%
18/05/2014	Visita guiada JBA	21	70,00%
15/06/2014	Excursión castañeru montes	27	67,50%
23/11/2014	Visita guiada JBA	23	76,67%
Total accesos		**145**	**69,05 %**

Pasaporte a la Naturaleza 2014

Fecha	Actividad	Accesos	% ocupación
25/01/2014	Taller de kokedamas	17	68,00%
01/02/2014	Las trampas de las plantas	11	44,00%
08/02/2014	Especial San Valentín	24	96,00%
15/06/2014	Los dinosaurios llegan al jardín	24	96,00%
22/02/2014	Descubriendo el barro, un recurso natural	23	92,00%
01/03/2014	El antroxu vegetal	20	80,00%
08/03/2014	Miniespantápajaros de balcón	21	84,00%
15/03/2014	¿quién vive ahí?: un árbol, multiples hogares	8	32,00%
22/03/2014	¡un palo, un palo! Juegos y juguetes a partir de un palo	23	92,00%
29/03/2014	El inglés en el botánico	16	64,00%
05/04/2014	Planetas y catalejos	4	16,00%
03/05/2014	Figuras con flores	25	100,00%
17/05/2014	Acuarela de palabras	5	20,00%
24/05/2014	Estas semillas son la bomba	13	52,00%
31/05/2014	Los detectives del botánico	21	84,00%
07/06/2014	Respetarte. Alfarería y respeto al medio ambiente	25	100,00%
14/06/2014	El pequeño naturalista: ¿dónde viven, qué cómen?	25	24,00%
21/06/2014	Los luthiers del jardín	9	36,00%

./..

¨/.

Fecha	Actividad	Accesos	% ocupación
27/09/2014	Plantarte, plantas que pintan	17	68,00%
04/10/2014	¡cestos menudos, menudos cestos!	19	76,00%
11/10/2014	Joyas botánicas	7	28,00%
18/10/2014	Cocina show con manzana	22	88,00%
15/11/2014	Taller de pócimas	23	92,00%
22/11/2014	Lo que nos ``cuenta´´ el otoño	16	64,50%
Total accesos		**399**	**66,50 %**

10. 4 Semana de la Ciencia

Durante la Semana de la Ciencia, que giró en torno al tema "Hongos. Biodiversidad oculta" se contabilizaron 1.499 accesos gratuitos y en las actividades programadas participaron 679 personas, un 90,17% de ocupación sobre el aforo.

10. 5 Vacaciones en el Botánico

Vacaciones en el Botánico
Aforo (50/edición)

Semanas	Participantes	% ocupación
Semana 1	46	92,00%
Semana2	36	72,00%
Semana 3	41	82,00%
Semana 4	34	68,00%
Semana 5	23	46,00%
Semana 6	10	20,00%
Semana 7	14	28,00 %
	204	**58,29 %**

Summer in the garden

Aforo (50/edición)

Semanas	Participantes	% ocupación
Semana 1	25	50,00%
Semana2	42	84,00%
	67	**67,00 %**

10. 6 Rutas botánicas por el Cantábrico

Se realizaron 16 excursiones a espacios naturales de Asturias y León y se superaron las expectativas, con personas que quedaron en reserva de plazas. Se ocuparon 600 de las 610 plazas disponibles. Los espacios que se visitaron fueron el Cabo Peñas, la playa de Barayo, los bufones de Pría, la ría del Eo y Taramundi, Teverga y el Puerto Ventana, la reserva natural de Ponga, el parque de Redes y el valle de Sajambre.

10. 7 Curso de iniciación a la Horticultura

Curso de iniciación a la Horticultura ecológica

Módulos	Participantes	% ocupación
Módulo 1	15	100%
Módulo 2	15	100%
Módulo 3	14	93%
Módulo 4	15	100%

Créditos

Edita: Divertia Gijón

Diseño y maquetación: www.janocomunicacion.es

Gijón | :Divertia