



Martes, 11 de julio de 2023

El Gobierno de Asturias presenta la estrategia para la transformación digital del turismo que se inicia con el estreno de la nueva página web

- La plataforma, que el año pasado recibió 3,7 millones de visitas, ofrece mayor fiabilidad, seguridad, rapidez y más de 7.000 recursos
- El portal distingue perfiles de público para proponerles planes adaptados a sus características y lograr un manejo más intuitivo

La viceconsejera de Turismo, Graciela Blanco, y el director general de Seguridad y Estrategia Digital, Javier Fernández, han presentado hoy en Gijón/Xixón la Estrategia de Transformación Digital del Turismo en la que se incluye un nuevo portal web para la marca *Turismo Asturias*. La estrategia está financiada con fondos europeos *Next Generation*, procedentes del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia. El portal www.turismoasturias.es, con más de 7.000 recursos digitales, ofrece mayor fiabilidad, seguridad y rapidez a los usuarios.

El objetivo de este proyecto es convertir la gestión turística en un proceso 100% digital, que ofrezca servicios de valor añadido basados en tecnologías emergentes y sitúe a la ciudadanía en el centro de la estrategia, con el fin de simplificar y mejorar la calidad de la atención.

La estrategia de gestión turística se alinea con los objetivos de la Unión Europea (UE): conseguir una Europa más verde, inteligente, conectada, social y más cercana a la ciudadanía. Al mismo tiempo, cumple con las expectativas del Gobierno de Asturias de lograr una Administración totalmente digital, sencilla y ágil, que sirva de motor para el tejido productivo, a través de la habilitación profesional y la eficiencia operativa.

El nuevo portal web de *Turismo Asturias* despliega sus contenidos de manera intuitiva, poniendo a las personas en la primera línea de comunicación y distingue perfiles de público para proponer planes adaptados a sus características. La finalidad es guiar e inspirar a los usuarios para proporcionarles la mejor experiencia. La web incorpora apartados específicos segmentados por perfiles y da cabida a los siete productos identificados como prioritarios en la Estrategia de Turismo de



Asturias 2020/2030: ecoturismo, gastronomía, turismo industrial, cicloturismo, turismo MICE y Camino de Santiago.

En términos de diseño, sigue los estándares marcados para las plataformas web del Principado y combina elementos de atractivo visual sin comprometer la claridad en la exposición del contenido. La nueva línea gráfica, el modo de exponer los contenidos y las herramientas propician una navegación cómoda. El portal incorpora buscadores más eficientes, una organización de contenidos mejor estructurada y transiciones más fluidas.

La nueva web es el centro del ecosistema digital turístico de Asturias, ya que todas las herramientas telemáticas se orientan hacia el portal para atraer e inspirar viajes a través de la generación de contenidos. La página cuenta con contenidos en distintos formatos para un abordaje multicanal (redes sociales, blogs, refuerzo del posicionamiento en buscadores, campañas de marketing, newsletters, etcétera).

La web de *Turismo Asturias* recibe anualmente 3,7 millones de visitas, de las cuales el 12% son de origen internacional. Los usuarios de Francia, Estados Unidos e Italia son los más numerosos, y los apartados más visitados hasta ahora son la *Agenda* (650.000 visitas), *Senderismo* (590.000 visitas) y el *Blog Turístico y la Búsqueda de Alojamiento*, que superan ambas las 250.000.

El portal será el centro de la estrategia de marketing *inbound* que el Gobierno de Asturias desplegará para conocer mejor los perfiles de visitantes y público interesado en Asturias como destino turístico. Se trata de una metodología que pretende captar clientes a través de la creación de contenido valioso y experiencias a medida. El Principado aspira a que las nuevas herramientas tecnológicas faciliten a cada usuario información relevante y personalizada, de acuerdo con sus gustos e intereses reales.