

PROCESO PARTICIPATIVO PARA LA ELABORACIÓN DEL PAET 2021-2024

**Plan Aragonés de
Estrategia Turística.
Horizonte 2024**



ACTA Taller 1 Zaragoza 30/10/2020

Índice



1. INTRODUCCIÓN	3
2. DESARROLLO DE LA SESIÓN	5
3. ASISTENTES	6
3.1. PARTICIPANTES	6
3.2. ORGANIZACIÓN	7
4. APORTACIONES AL DOCUMENTO	9
5. EVALUACIÓN DEL TALLER	43

1. Introducción



El Gobierno de Aragón a través del Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial y de su Dirección General de Turismo puso en marcha durante los ejercicios 2016 a 2020, el Plan de Estrategia Turística 2016-2020. Al finalizar este Plan, se pretende elaborar un nuevo Plan en el que se definan las líneas básicas de la política en materia turística en los próximos años, regulando no sólo la promoción sino también la definición de nuevos productos turísticos, las líneas de colaboración y coordinación entre los actores del sector, el impulso del conocimiento, las nuevas tecnologías, las nuevas tendencias turísticas o la evaluación de resultados, acorde con la Estrategia de Turismo Sostenible 2020-2030 presentada en la edición de FITUR 2020.

Se incorporan al proceso el conjunto de las administraciones públicas, las organizaciones relacionadas con el desarrollo de los municipios, los agentes económicos y sociales del sector turístico y expertos en la materia, con el ánimo de buscar el mayor consenso posible sobre las líneas a trabajar, al mismo tiempo que perseguirá erigirse como herramienta para el desarrollo favorable, excelente y sostenible del turismo aragonés en los próximos años del periodo 2021-2024.

Este Plan deberá definir las líneas básicas de la política en materia turística en los próximos años, regulando la promoción, pero también la definición de nuevos productos turísticos, las líneas de colaboración y coordinación entre los actores del sector, el impulso del conocimiento, las nuevas tecnologías, las nuevas tendencias turísticas o la evaluación de resultados.

Todo ello, siguiendo las directrices de la Estrategia Aragón Turismo Sostenible 2020-2030, apostando por la sostenibilidad como único modelo y responsable.

La elaboración del PAET 2016-2020 estuvo marcada por el amplio consenso y participación, junto con la conciencia de colaboración, de los diferentes agentes del sector público y del sector privado.

El nuevo Plan Estratégico del Turismo en Aragón nace con la vocación de continuar impulsando el espíritu participativo y la escucha activa del sector, claves del éxito de su predecesor.

Este proceso participativo va a constar de varias fases que se sintetizan en el siguiente esquema:

Proceso de participación



2.Desarrollo de la sesión

El taller 1 se celebró el día 30 de octubre en horario de 9.30 a 13.30 horas, en la sala virtual.

Tema: Taller participativo PAET - 30 octubre

Hora: 30 oct 2020 09:30 AM Madrid

Unirse a la reunión Zoom

<https://us02web.zoom.us/j/84403521122?pwd=elM4MHBzQk5BTUh5N0RXYVhhSmIXUT09>

ID de reunión: 844 0352 1122

Los objetivos de la sesión han sido los siguientes:

OBJETIVO GENERAL: Favorecer el debate en torno al Plan Aragonés de Estrategia Turística 2021-2024 (PAET 21-24)

Objetivos específicos

- ✕ Identificar valoraciones generales en relación PAET 2021-24
- ✕ Recoger propuestas de mejora, ampliación, modificación o eliminación de aspectos del texto propuesto.
- ✕ Deliberar entorno a las propuestas formuladas.
- ✕ Recoger el grado de consenso en relación a las mismas.

Para dar respuesta a estos objetivos, se planteó el **orden del día** que se enuncia a continuación:

9:30h- 9:45H Recepción , Bienvenida , inscripción y presentaciones
9:45h- 9:55Contexto proceso y documento
9:55h-10:30Presentar Resultados evaluación / Valoraciones plenario.
10:30-10:35 ¿Cómo vamos poder hacer aportaciones?. Reglas del juego y herramientas.
10:35- 10:40 Configuración de grupos de trabajo. Entrega link acceso a murales y explicación sistema de aportaciones
10:40- 11:45h.- Recepción de aportaciones
11:45h- 11: 50 Descanso
11:50h.- 12:25 Puesta en común aportaciones Plenario- Sala Común
12:25h.-12:28Evaluacion del taller
12:28h-12:30 Despedida, agradecimientos y cierre

3. Asistentes

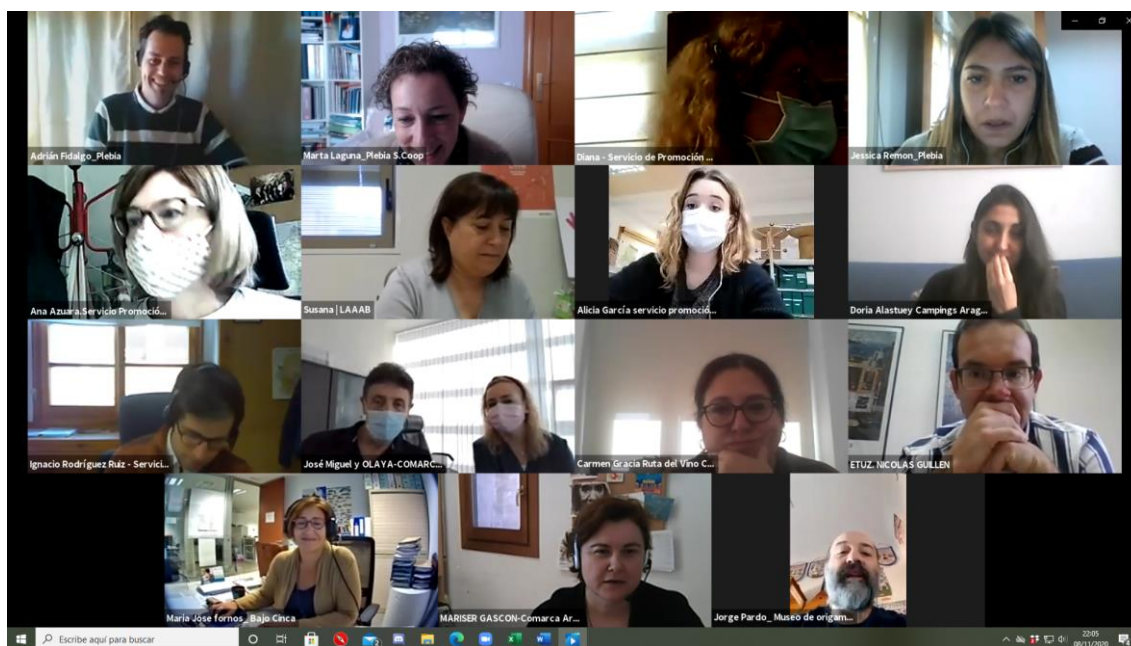
3.1 Participantes

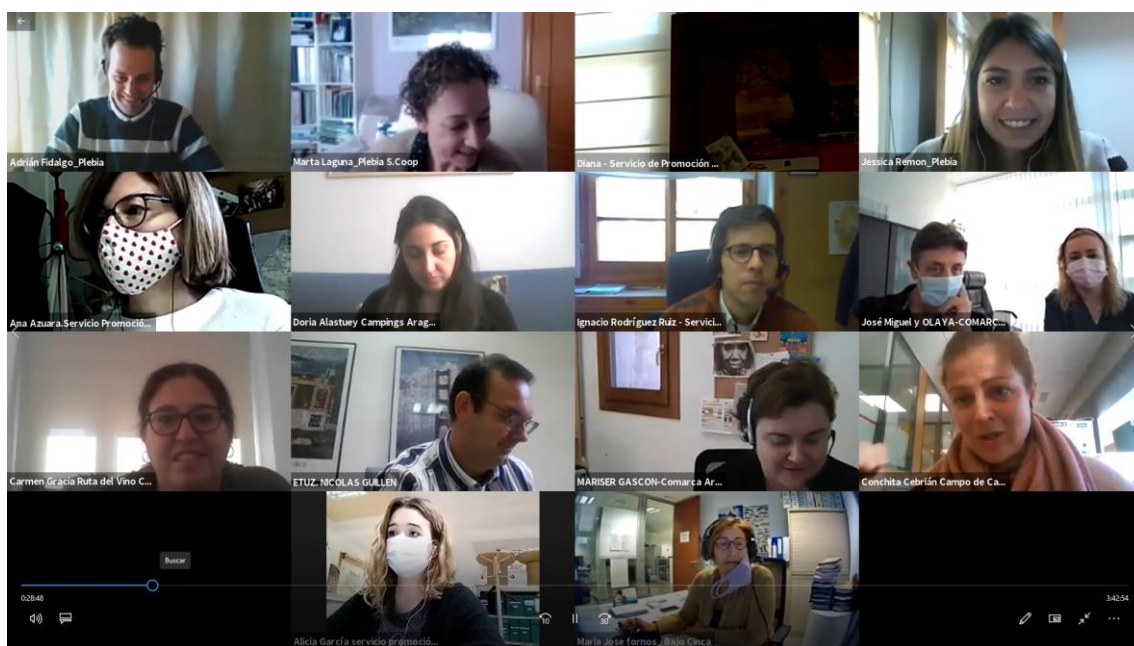
Han asistido al taller 11 personas representando a 10 entidades y organismos públicos y empresas que trabajan en ámbitos relacionados con sector turístico en Aragón

Nombre	Apellidos	ENTIDAD / ASOCIACIÓN
Doria Julia	Alastuey Franco	Asociación de Empresarios de Campings de Aragón
Mariser	Gascón Romero	Comarca del Aranda
María Carmen	Gracia Sánchez	Ruta del Vino Campo de Cariñena
Carolina	Julián Pardillos	Comarca Campo de Daroca
Jorge	Pardo Jario	EMOZ
Olaya	Riva	Comarca Ribera Alta del Ebro
José Miguel	Achón Lozano	Comarca Ribera Alta del Ebro
Conchita	Cebrián Garcia	Comarca Campo de Cariñena
M.ª José	Fornos	Comarca del Bajo Cinca
Teresa	Moreno García	PRAMES, S.A.
Mayte	Pérez	Autocares Monsegur S.L

3.2 Organización

NOMBRE Y APELLIDOS	ORGANISMO PÚBLICO
Carlos Olivan	Jefe de servicio. Aragón Gobierno Abierto. LAAAB
Susana Barriga	Técnico Aragón Gobierno Abierto. LAAAB
Rafael Nasarre	Jefe de Servicio de Promoción Turística
Ignacio Rodríguez	Servicio de Promoción Turística
Ana Azuara	Jefa Negociado Promoción Turística
Diana García	Técnica del Servicio de Promoción Turística
Alicia García	Becaria Servicio de Promoción Turística
Plebia S. Coop	ASISTENCIA TÉCNICA





3. Aportaciones

En este apartado se recogen las **91 aportaciones formuladas en este taller** a los 8 objetivos y 75 medidas en las que se configura el PAET 2016-2020. A partir del cual y respetando su principal estructura se está elaborando y actualizando el futuro Plan Aragonés de Estrategia Turística 2024

Las aportaciones formuladas pueden ser de varios tipos:



Revisión, modificación o ampliación de algún aspecto ya contenido en el borrador.



Eliminación de alguna cuestión contenida en el borrador



Incorporación de algún aspecto no contemplado en el borrador



Dudas a resolver, preguntas abiertas

A continuación, se van a listar las diferentes aportaciones como resultado del trabajo en el taller. Se identifica el número de aportación ordenadas en función del documento, así como el resultado agregado de las valoraciones

individuales de la propuesta (A favor 👍 o en contra 👎 , según la percepción de su prioridad e importancia). En segundo lugar, se enuncia el titular de la propuesta formulada y su descripción, incluyendo, si procede, los comentarios que ha suscitado fruto de la deliberación. Los comentarios según tipología pueden ser:








Aspectos que refuerzan la aportación








Aspectos a incluir o considerar










Alertas, frenos a tener en consideración

Objetivo 1: Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico							
Nº PROPUESTA	Nº DE OBJETIVO	Nº MEDIDA	MEDIDA	TITULAR DE LA PROPUESTA	DESCRIPCIÓN PROPUESTA/ COMENTARIOS SALA		
1	1	0		Mayor coordinación en distintos niveles	 Se propone que además, de coordinación entre público y privado, es fundamental la coordinación interdepartamental e interinstitucional. Muchas veces nos enteramos de las acciones de DGA o DPZ por prensa.	7	0
2	1	0		Reagrupar medidas	 Reagrupación de de medidas que guarden relación por la tipología similar. Por ejemplo la creación de grupos de trabajo: M1-M3-M12.. También las que guarden relación con Coordinación entre administraciones o entre departamentos de la misma administración M2-M4-	2	0
3	1	1		Favorecer coordinación entre administraciones y departamentos del Gobierno de Aragón	 Se propone unificar medidas 1 + 2 + 4 + 5. En general, la comunicación público-privada está funcionando bien, en especial con el Departamento de Promoción Turística. El problema de coordinación	6	0

					creemos que se da más entre administraciones y departamentos. El turista no entiende de comarcas, provincias,... Esta división y subdivisión constante, complica y dificulta la creación, desarrollo y promoción de los productos y destino Aragón.		
4	1	1	Medida 1. Creación de 'Grupos de trabajo de vertebración' para la coordinación institucional entre Gobierno de Aragón, Comarcas y Ayuntamientos en búsqueda del desarrollo de productos turísticos previo consenso con el sector privado.	Mantener e intensificar sinergias entre administraciones	 Es muy importante intensificar la conexión y las sinergias entre las administraciones que tienen la competencia de turismo para tener diferentes visiones del territorio y poder realizar una estrategia consensuada y más efectiva. De igual modo es importante la conexión interdepartamental ya que el turismo es transversal a otras áreas.ej: carreteras, medioambiente etc	7	0
5	1	1	Medida 1. Creación de 'Grupos de trabajo de vertebración' para la coordinación institucional entre Gobierno de Aragón, Comarcas y Ayuntamientos en búsqueda del desarrollo de productos turísticos previo consenso con el sector privado.	Reforzar medida	 Medida fundamental, creo que los grupos de vertebración evitarían mucho trabajo que acaba dispersándose y resultaría mucho más eficaz.	4	0

6	1	2	Medida 2. Coordinación entre el Gobierno de Aragón las Comarcas aragonesas, los municipios y el sector privado para la planificación, gestión y actualización de los recursos y productos turísticos.	Desarrollar mesas de trabajo	 Se propone más desarrollo de las mesas de trabajo de los productos turísticos	6	0
7	1	3	Medida 3. Creación de grupos de trabajo con Comunidades Autónomas vecinas y grupos internacionales para la creación de productos en torno a intereses comunes.	Mantener medida	 Se propone mantener medida sobre todo para la creación de productos supraautonómicos y búsqueda de subvenciones	5	0
8	1	5	Medida 5. Coordinación individualizada con los Departamentos competentes en medio ambiente, cultura, deporte, ordenación del territorio, movilidad, entre otros, para la puesta en marcha de acciones comunes previo consenso con el sector privado.	Coordinar de manera individualizada	 Se propone coordinar de manera individualizada con los departamentos competentes en medio ambiente, cultura, deporte etc. para entre todos poner en común las propuestas y alcanzar un acuerdo con el sector privado con el objetivo en común de impulsar Turismo, deporte, medio ambiente y demás sectores, ya que entre todos juntos podemos llegar más lejos.	8	0





9	1	6	Medida 6.Coordinación con las Conferencias Hidrográficas del Ebro, Tajo y del Júcar y con la cuenca de l'Adour para los asuntos relacionados con el turismo fluvial.	Coordinacion con conferencias hidrográficas	 Se propone la coordinación con las conferencias hidrográficas del Ebro para temas relacionados con el turismo fluvial, que en nuestra comarca Ribera Alta es tan importante.	3	0
10	1	6	Medida 6.Coordinación con las Conferencias Hidrográficas del Ebro,Tajo y del Júcar y con la cuenca de l'Adour para los asuntos relacionados con el turismo fluvial.	Coordinacion con Organismos de Cuenca	 La coordinación con los Organismos de Cuenca son fundamentales/indispensables para el desarrollo de los productos fluviales	0	0
11	1	10	Medida 10.Coordinación e impulso de las agencias receptoras de Aragón como principal instrumento de entrada de turistas.	Impulsar y cuidar	 Se propone impulsar las agencias receptiva y cuidarlas más, actualización de la normativa, y fomentar su creación	3	0
12	1	11	Medida 11. Impulso de la promoción turística del sector aragonés a través de las convocatorias de subvenciones específicas para productos que promocionen de manera eficaz el aprovechamiento de los recursos públicos	Mantener y optimizar	 Se propone mantener la promoción turística pero optimizándola al máximo.Volvemos a encontrarnos con el problema de la división del territorio, con marcas y submarcas que suponen un obstáculo para la promoción de la marca Aragón y sus productos.	2	0



13	1	11	Medida 11. Impulso de la promoción turística del sector aragonés a través de las convocatorias de subvenciones específicas para productos que promuevan de manera eficaz el aprovechamiento de los recursos públicos	Impulsar promoción turística	 Se propone impulsar la promoción turística del sector aragonés a través de las convocatorias de subvenciones específicas para poder desarrollar diferentes proyectos y actividades para la promoción del turismo en cada comarca	3	0
14	1	Nueva Medida	Nueva Medida	Creación de grupos de trabajo	 Se propone la creación de grupos de trabajo quizás por zonas geográficas o tipos de producto donde los agentes turísticos den a conocer su oferta para así crear sinergias y facilitar	5	0
15	1	Nueva Medida	Nueva Medida	Potenciar la colaboración público-privada	 Se propone potenciar la colaboración público-privada. COMENTARIOS EN SALA : Lo público (políticos) muchas veces ven como enemigos a los "privados", además si los políticos de un partido apoyan a un proyecto, después de las elecciones cuando hay cambio de políticos muchas veces van en contra de los	5	0




					proyectos que han apoyado sus antecesores.		
--	--	--	--	--	--	--	--









Objetivo2: Objetivo 2. Creación de nuevos productos 'innovadores' para su posicionamiento en el mercado turístico, consolidación de los productos 'estrella' y desarrollo de los productos 'emergentes'



Nº PROPUESTA	Nº DE OBJETIVO	Nº MEDIDA	MEDIDA	TITULAR DE LA PROPUESTA	DESCRIPCIÓN PROPUESTA/ COMENTARIOS SALA		
16	2	0		Repensar campañas	 Ante este nuevo escenario hay que repensar de manera inminente no solo las campañas que pongan en valor los nuevos parámetros de seguridad, sino que acciones promocionales son válidas o cuáles ya no van a tener cabida en el mundo de la promoción.	6	0
17	2	14	Medida 14.Creación de nuevos productos específicos e innovadores consensuados con el sector privado que desarrollen nuevos nichos de mercado, con productos tradicionalmente menos desarrollados, pero en los que Aragón dispone de un potencial evidente con el objetivo de la desestacionalización de la oferta turística.	Crear nuevos productos específicos e innovadores	 Se propone la creación de nuevos productos específicos e innovadores que previamente hayan tenido aceptación en otras comunidades o incluso en otros países con características similares a nuestro entorno.	2	0



18	2	14	Medida 14.Creación de nuevos productos específicos e innovadores consensuados con el sector privado que desarrollen nuevos nichos de mercado, con productos tradicionalmente menos desarrollados, pero en los que Aragón dispone de un potencial evidente con el objetivo de la desestacionalización de la oferta turística.	Continuar con nuevos productos	 Continuar con nuevos productos me parece lo más acertado y es lo que se está haciendo	1	0
19	2	14	Medida 14.Creación de nuevos productos específicos e innovadores consensuados con el sector privado que desarrollen nuevos nichos de mercado, con productos tradicionalmente menos desarrollados pero en los que Aragón dispone de un potencial evidente con el objetivo de la desestacionalización de la oferta turística. Medida 15.Consolidación de los productos 'estrella' aragoneses a través de estrategias de promoción singularizadas y consensuadas con el sector privado que mantengan y mejoren su	Unificar medidas 14 y 15	 Se propone que los "nuevos productos" potencien las cosas "únicas" que tenemos en Aragón	7	0

			posicionamiento en los mercados tradicionales y emergentes.				
20	2	17	Medida 17.Realización de viajes de familiarización específicos de prensa o agentes especializados, para la promoción de cada uno de los productos 'estrella', 'emergentes' e 'innovadores'.	Reforzarla	 Se propone reforzar esta medida; me parece muy importante el hacer viajes de familiarización específicos de prensa o agentes especializados para la promoción de cada uno de los productos.	5	0
21	2	19	Medida 19.Realización de actos de promoción en destinos con conexión directa con Aragón o de especial importancia para la consolidación de la marca Aragón, así como para la presentación de los nuevos productos segmentados.	Fomentar y desarrollar	 Se propone fomentar y desarrollar esta medida	1	0
22	2	21	Medida 21.Impulso del asociacionismo en aquellas materias donde no se creen clubes de producto para una mejor interlocución con el sector relacionado y una mayor coordinación en las acciones.	Impulsar asociacionismo	 Se propone llevar a cabo acciones para impulsar ese asociacionismo y una mayor coordinación de las acciones que se realizan.	1	0




23	2	21	Medida 21. Impulso del asociacionismo en aquellas materias donde no se creen clubes de producto para una mejor interlocución con el sector relacionado y una mayor coordinación en las acciones.	Creación de nuevas acciones	 Está muy bien su creación, pero no se deben dejar caer, hay que seguir trabajándolos creando nuevas acciones para el impulso del asociacionismo	2	0
24	2	Nueva Medida	Nueva Medida	Desarrollar nuevos formatos de promoción	 Se propone desarrollar nuevos formatos de promoción que se adapten al contexto actual y que, a su vez, puedan mantenerse en el futuro.	4	0




Objetivo 3: Impulso del conocimiento en todos los niveles como factor de crecimiento turístico, con especial incidencia en la formación del sector y del turismo interno por los propios aragoneses							
Nº PROPUESTA	Nº DE OBJETIVO	Nº MEDIDA	MEDIDA	TITULAR DE LA PROPUESTA	DESCRIPCIÓN PROPUESTA/ COMENTARIOS SALA		
25	3	0		Seguir impulsando estas medidas	 En el objetivo 3 tras leer todas las medidas de la 22 a la 31 observamos que van encaminadas tal y como indica dicho objetivo al impulso del conocimiento y formación y desarrollo del sector turístico, por lo que todas las medidas tanto de convocatoria de ayudas para la formación, campañas locales de promoción, campañas de publicidad en medios de comunicación, realización de estudios para la identificación de segmentos de mercado para cada producto turístico.	3	0
26	3	0		Formación	 Se propone apostar por la formación de todos en este contexto de cambio al escenario que viene por ejemplo en subvenciones,	3	0




					contrataciones, accesibilidad, sostenibilidad que son fundamentales, pero no hay un plan de formación		
27	3	22	Medida 22.Realización de un plan de formación específico para el sector turístico en las diferentes áreas de conocimiento previa evaluación de las necesidades formativas.	Plan de formación específico	 Se propone la creación de un Plan De Formación específico; sería lo adecuado, con jornadas profesionales también(en la medida 26)	4	0
28	3	22	Medida 22.Realización de un plan de formación específico para el sector turístico en las diferentes áreas de conocimiento previa evaluación de las necesidades formativas.	Necesidades técnicas	 Sería muy interesante que se desarrollara y que alguien se interesara por nuestras necesidades técnicas	1	0
29	3	26	Medida 26. Realización de jornadas de profesionales de turismo para un mejor conocimiento de los destinos y productos.	Formación a nivel técnico	 El tema de formación creo que no lo hemos conseguido, sobre todo a nivel técnico.	1	0
30	3	26	Medida 26. Realización de jornadas de profesionales de turismo para un mejor conocimiento de los destinos y productos.	Mantener e intensificar	 Se propone mantenerla e intensificarla, creo que la formación es imprescindible para un mejor conocimiento de los destinos y productos.	3	0


31	3	29	Medida 29.Incremento de la coordinación con el Departamento del Gobierno de Aragón competente en materia educativa con el objetivo de la generación de buenos prescriptores de la Comunidad a medio plazo, tanto del conocimiento de prácticas o experiencias sostenibles, como para la formación curricular.	Incentivar búsqueda de prescriptores	 Se propone incentivar la búsqueda de prescriptores y fomentar el uso de estos en redes sociales. Necesitamos crecer en Instagram y demás Redes Sociales, e incorporar influencers.	2	0
32	3	31	Medida 31. Creación del Observatorio Turístico Aragonés.	Explicar funcionamiento Observatorio	 Desconozco si se ha puesto en marcha, en caso afirmativo propongo que se explique su funcionamiento ya que no se ha hecho.	4	0

Objetivo 4: Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias							
Nº PROPUESTA	Nº DE OBJETIVO	Nº MEDIDA	MEDIDA	TITULAR DE LA PROPUESTA	DESCRIPCIÓN PROPUESTA/ COMENTARIOS SALA		
33	4	33	Medida 33. Concienciación del sector turístico sobre la importancia de programar y realizar 'experiencias con gente del lugar' dirigidas hacia el turismo estatal e internacional, para la promoción de nuevas actividades.	Mantener y reforzar	 Se propone mantener y reforzar esta medida, el realizar "experiencias con gente del lugar" las hace únicas me parece muy buena medida.	3	0
34	4	34	Medida 34. Fomento a la adhesión a los sellos de renombre y prestigio estatal e internacional como el SICTED, Q de calidad y otros.	Cribar sellos según el valor que aporten	 Se propone darle una vuelta y ver que sellos de verdad aportan valor y no acaban siendo algo superfluo.	3	0
35	4	34	Medida 34. Fomento a la adhesión a los sellos de renombre y prestigio estatal e internacional como	Apoyar/impulsar la adhesión a sellos de calidad	 Se propone apoyar e impulsar la adhesión a sellos de calidad	0	1




			el SICTED, Q de calidad y otros.				
36	4	37	Medida 34.Fomento a la adhesión a los sellos de renombre y prestigio estatal e internacional como el SICTED, Q de calidad y otros.	Analizar grado de implantación	 Se propone analizar el grado de implantación de estos sellos de calidad , su interés, seguimiento y aceptación en territorios y establecimientos, y ver la necesidad de seguir apoyando la implantación este tipo de sellos u otros que se consideren de interés	5	0
37	4	37	Medida 37.Elaborar y ejecutar un Plan de Accesibilidad Turístico en el que se fomente la superación de barreras para este colectivo y puedan facilitarse productos para su uso.	Elaborar y ejecutar un plan de accesibilidad turístico en común	 En nuestra comarca ya dejamos reflejado en el plan de sostenibilidad turística para que sea accesible a todos los colectivos, con lo cual se propone elaborar y ejecutar un plan de accesibilidad turístico en común para todos sería de gran ayuda ya que es un sector que tiene gran potencial y así que puedan participar y disfrutar de todo nuestro patrimonio cultural y turístico.	1	0
38	4	37	Medida 37. Elaborar y ejecutar un Plan de Accesibilidad Turístico en el que se fomente la superación de barreras para este colectivo y puedan	Revisar el grado de desarrollo e implantación	 Se propone revisar el grado de desarrollo e implantación del Plan de accesibilidad turística, ejecutando las actuaciones que no se hayan realizado e incorporando nuevas.	4	0

			facilitarse productos para su uso.				
39	4	37	Medida 37. Elaborar y ejecutar un Plan de Accesibilidad Turístico en el que se fomente la superación de barreras para este colectivo y puedan facilitarse productos para su uso.	Plan de Accesibilidad turístico a nivel autonómico	 Se propone la elaboración del Plan de Accesibilidad turístico a nivel autonómico lo veo interesante y la promoción del producto turismo Accesible que creo que también estaba en marcha	4	0
40	4	38	Medida 38.Utilización de las conexiones con Tren de Alta Velocidad para la atracción de turistas de escapada y congresos.	Utilización de las conexiones	 Se propone la utilización de las conexiones tanto con el tren de alta velocidad como los transportes de cercanías y media distancia, ya que las conexiones del AVE pueden ser que no lleguen a todos las localidades.	4	0
41	4	39	Medida 39.Colaboración con la Universidad de Zaragoza y otros centros formativos como órganos interlocutores para la promoción del destino 'Aragón' en	Mejora de Comunicación	 Se propone la mejora de la comunicación ya que es fundamental para que los centros formativos (Universidades, Colegios, etc.) se interrelacionen con el medio. Muchas de ellas programan actividades que se pudieran	6	0






			universidades extranjeras, cursos idiomáticos en Aragón, así como viajes extraescolares		hacer en el entorno y se realizan en otras comunidades		
42	4	39	Medida 39.Colaboración con la Universidad de Zaragoza y otros centros formativos como órganos interlocutores para la promoción del destino 'Aragón' en universidades extranjeras, cursos idiomáticos en Aragón, así como viajes extraescolares	Colaboración con UNIZAR e INAEM	 Se propone la colaboración con la universidad de Zaragoza y con INAEM ya que nos puede dotar de grandes profesionales en el sector, como ha quedado demostrado con las Escuelas Taller de Turismo y Digitalización del patrimonio arquitectónico.	5	0
43	4	Nueva Medida	Nueva Medida	Introducir turismo sostenible como deber del destino junto al accesible.	 Se propone introducir turismo sostenible como deber del destino junto al accesible.	2	0
44	4	Nueva Medida	Nueva Medida	Turismo sostenible	 Se propone incorporar el turismo sostenible, definiéndolo de manera clara y marcando los requisitos que deben cumplir las	7	0






					empresas turísticas para poder ofrecer este producto.		
45	4	Nueva Medida	Nueva Medida	Creación de un sello de calidad y valorar los existentes	 Se necesita un sello más concreto relacionado con el territorio adaptados al medio rural a los existentes. Repensar el tema de los sellos, hay muchos sellos o mejorar los que hay. Buscar cual es el sello relevante que hace que funcione, como por ejemplo el de la ruta del vino. una cosa es el sello y otra las características que tiene que cumplir el establecimiento. Tampoco hay recursos de inspección para ver si se están cumpliendo los requisitos del sello.	0	1



Objetivo 5: Profesionalizar el sector turístico y la lucha contra el intrusismo



Nº PROPUESTA	Nº DE OBJETIVO	Nº MEDIDA	MEDIDA	TITULAR DE LA PROPUESTA	DESCRIPCIÓN PROPUESTA/ COMENTARIOS SALA		
46	5	41	Medida 41.Puesta en marcha de un Plan para la Inspección.	Medidas anuales que nos coordinen	 Se propone implementar ,medidas anuales que nos coordinen para la puesta en marcha de un plan de inspección	0	0
47	5	41	Medida 41.Puesta en marcha de un Plan para la Inspección.	Intensificar búsqueda de actividades ilegales	 Se propone intensificar la persecución de los establecimientos, empresas, actividades y usuarios ilegales en lugar de inspeccionar al mínimo detalle constantemente a aquellos que cuentan con los permisos necesarios.	1	0
48	5	41	Medida 41.Puesta en marcha de un Plan para la Inspección.	Plan de inspección conjunto	 Se propone un Plan de Inspección conjunto de las administraciones con competencia: Gobierno de Aragón y Comarcas. COMENTARIOS EN SALA : Estoy de acuerdo. Hace mucho que llevamos lo demandando. Además de formación en este sentido, que es nula desde hace años.	3	0
49	5	44	Medida 44.Tramitación de un Decreto de agencias de viaje.	Flexibilizar la normativa para las	 Se propone flexibilizar la normativa para las agencias receptoras.	0	0




				agencias receptivas.			
50	5	45	Medida 45.Tramitación de un Decreto de alojamientos al aire libre y nuevas figuras relacionadas.	Desarrollar cuanto antes	 Se debe desarrollar cuanto antes, me parece una buena opción incluir las áreas de autocaravanas y campers	0	0
51	5	45	Medida 45.Tramitación de un Decreto de alojamientos al aire libre y nuevas figuras relacionadas.	Desarrollar y abordar tema acampadas	 La incorporación de nuevas figuras como las autocaravanas me parece perfecto, pero también y muy urgente sería abordar el tema de las acampadas ya que está suponiendo un problema que en su mayor parte supone un problema más medioambiental que turístico.	1	0
52	5	46	Medida 46.Concienciación del sector para la lucha contra el intrusismo.	Campaña concienciación intrusismo	 Se propone hacer una campaña para la concienciación del sector turístico y la lucha contra el intrusismo	1	0
53	5	46	Medida 46.Concienciación del sector para la lucha contra el intrusismo.	Lucha del intrusismo profesional	 La lucha del intrusismo profesional es fundamental para garantizar la calidad y el desarrollo sostenible del sector profesional. Desde la administración se debería velar por ello.	4	0




Objetivo 6: Fortalecimiento de la promoción a través de las tecnologías del conocimiento y de la información							
Nº PROPUESTA	Nº DE OBJETIVO	Nº MEDIDA	MEDIDA	TITULAR DE LA PROPUESTA	DESCRIPCIÓN PROPUESTA/ COMENTARIOS SALA		
54	6	48	Medida 48.Fortalecimiento de las redes sociales existentes a través una estrategia on line con un protocolo de actuación común, formación al sector y nuevas acciones.	Mantener y reforzar medida	 Se propone mantenerla y reforzarla. Opino que las redes sociales son una de nuestras ventanas hacia el exterior para darnos a conocer y por lo tanto por su gran importancia habría que reforzar la formación al sector para poder sacarle el mayor rendimiento posible.	3	0
55	6	48	Medida 48. Fortalecimiento de las redes sociales existentes a través una estrategia on line con un protocolo de actuación común, formación al sector y nuevas acciones.	Unificación de criterios	 Se propone incidir en este aspecto de unificación de criterios. Las campañas resultarían más efectivas y virales si todo el sector las compartiera, usase los hashtags, etc. Se podría informar al sector sobre el tiempo que se va a mantener una campaña para que no hubiese desfases	2	0
56	6	48	Medida 48.Fortalecimiento de las redes sociales existentes a través una estrategia on line con un protocolo de actuación común, formación al sector y nuevas acciones.	Desarrollar promoción online en redes	 Se propone desarrollar la promoción online en redes. Las cuentas de Facebook, twitter e Instagram de Turismo de Aragón tienen poca presencia. Falta más interacción con los proveedores de oferta turística. COMENTARIOS EN SALA : Yo creo que si tienen presencia....	1	0





57	6	49	Medida 49. Creación de un foro profesional en el portal web de turismo de Aragón para impulsar el conocimiento recabado en las promociones relativo a operadores, tendencias, etc.	Crear un foro profesional	 Se propone la creación de un foro profesional lo veo también una buena herramienta	0	0
58	6	50	Medida 50. Integrar procesos de trabajo y programas de explotación masiva de datos (Big Data) en la toma de decisiones y diseño de nuevos productos turísticos mediante procedimientos de inteligencia predictiva.	Explotar el Big Data	 Se propone obtener datos de programas de BigData y que dichos datos sean accesibles desde las diferentes administraciones. En esta época de incertidumbre sería una herramienta muy válida para nuestra planificación estratégica territorial. COMENTARIOS EN SALA: Desconozco si se obtienen datos de programas de Big Data y en caso de ser así, deberíamos poder acceder a esos resultados desde las diferentes administraciones.	2	0
59	6	51	Medida 51. Creación de un portal on line recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas.	Mayor desarrollo de la medida	 Se propone desarrollar un poco más con experiencias más concretas, no sólo generales potenciando aquellos lugares más desconocidos	0	0
60	6	51	Medida 51. Creación de un portal on line recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas.	Potenciar y dar mayor relevancia al portal online	 Se propone potenciarlo y darle más relevancia, con más información y promoción	0	0
61	6	52	Medida 52. Creación de una intranet de oficinas de turismo para una rápida comunicación entre las mismas a la hora	Incluir en la red entidades sin oficina	 La medida es muy interesante, pero hay entidades que no tienen oficina y si tienen técnico	1	0


			de suministrar información, facilitando la información estadística relevante al sector privado.		o responsable de turismo, por lo que habría que incluirlos en esa red		
62	6	54	Medida 54.Colaboración eficiente y creativa de los blogueros en alza e instagramers, previa identificación de los principales agentes.	Potenciar medida	 Se propone potenciar esta medida ya que supone atraer usuarios jóvenes, la consideramos una medida muy interesante dentro de este paquete de TIC,s	3	0
63	6	54	Medida 54.Colaboración eficiente y creativa de los blogueros en alza e instagramers, previa identificación de los principales agentes.	Mayor número de influencers y prescriptores	 Se propone utilizar mayor número de influencers y prescriptores	1	0

64	6	55	Medida 55. Creación de un banco de imágenes y videos turísticos de Aragón que poder compartir entre las distintas entidades profesionales turísticas aragonesas.	Contenido visual y audiovisual	 En general se está trabajando esta medida, pero necesitamos más imágenes de calidad de los destinos desde el punto de vista de productos. Más vídeos promocionales en la línea de los creados en estos meses con motivo de apertura segura	3	0
65	6	55	Medida 55. Creación de un banco de imágenes y videos turísticos de Aragón que poder compartir entre las distintas entidades profesionales turísticas aragonesas.	Banco de imágenes	 Se propone la creación de un banco de imágenes, vídeos, etc. para poder compartir, también serviría además para que todos conociéramos "todo" .	3	0





Objetivo 7: Desarrollo de una estrategia transversal con la gastronomía aragonesa como producto vertebrador de otros resto de productos turísticos							
Nº PROPUESTA	Nº DE OBJETIVO	Nº MEDIDA	MEDIDA	TITULAR DE LA PROPUESTA	DESCRIPCIÓN PROPUESTA/ COMENTARIOS SALA		
66	7	57	Medida 57.Consolidar e impulsar los eventos gastronómicos que puedan realizarse de manera conjunta en todo Aragón incentivando la valoración del producto autóctono.	Reforzar eventos	 Se propone reforzar los eventos gastronómicos, eventos de enoturismo... dándole valor al producto autóctono, tenemos que incentivar y promocionar todo lo nuestro.	4	0
67	7	58	Medida 58.Promover las jornadas gastronómicas en sus diversas modalidades en las diferentes zonas de Aragón.	Aumentar la promoción de jornadas gastronómicas	 Se propone aumentar la promoción de jornadas gastronómicas	1	0
68	7	58	Medida 58.Promover las jornadas gastronómicas en sus diversas modalidades en las diferentes zonas de Aragón. Medida 63.Creación de	Impulsar eventos gastronómicos unificando medidas 58 y 63.	 Se propone unificar medidas 58 y 63.Nos parece muy importante impulsar este tipo de eventos gastronómicos, ya que a la vez que fomentamos los productos de nuestra comarca, animamos a turistas a que vengan a probarlos y	0	0




			una marca única gastronómica consensuada con todo el sector.		a su vez impulsamos el sector hostelero y de restauración		
69	7	59	Medida 59. Impulsar la marca 'Enoturismo Aragón' con las cuatro rutas del vino creadas a través de distintas acciones promocionales.	Fomentar marca Enoturismo de Aragón	 Se propone fomentar la marca paraguas Enoturismo de Aragón	3	0
70	7	59	Medida 59. Impulsar la marca 'Enoturismo Aragón' con las cuatro rutas del vino creadas a través de distintas acciones promocionales.	Promover sinergias	 Se propone promover sinergias con Alimentos de Aragón y con Gastronomía de Aragón	3	0
71	7	59	Medida 59. Impulsar la marca 'Enoturismo Aragón' con las cuatro rutas del vino creadas a través de distintas acciones promocionales.	Potenciar y desarrollar más	 Se propone potenciarla y desarrollarla todavía más la marca de Enoturismo Aragón, es uno de los productos que más fuerza tiene, con su propio observatorio turístico y con un gran desarrollo, donde se apuesta por la calidad y la sostenibilidad del medio rural	1	0




72	7	62	Medida 62. Coordinación con el Departamento de Desarrollo Rural y Sostenibilidad del Gobierno de Aragón para los asuntos relacionados con el turismo y la gastronomía.	Campañas de formación	 Se propone que, en coordinación con el departamento de desarrollo rural y sostenibilidad del gobierno de Aragón, se realicen campañas de formación.	1	0
73	7	62	Medida 62. Coordinación con el Departamento de Desarrollo Rural y Sostenibilidad del Gobierno de Aragón para los asuntos relacionados con el turismo y la gastronomía.	Promover e impulsar eventos gastronómicos	 Se propone que en coordinación con el departamento de desarrollo rural y sostenibilidad del gobierno de Aragón se promuevan e impulsen los eventos gastronómicos de manera conjunta en todo Aragón, incentivando el producto autóctono de cada localidad, así como fomento de productos ecológicos.	1	0
74	7	63	Medida 63. Creación de una marca única gastronómica consensuada con todo el sector.	Distinción entre promoción de marca y utilización de eventos	 Es importante distinguir entre la promoción de la marca gastronómica aragonesa (sus productos) y la utilización de eventos y gastronomía aragonesa como aliciente para atraer turistas al territorio.	2	0
75	7	64	Medida 64. Fomento de los productos 'Km 0', ecológicos y de proximidad vinculados con la calidad y	Coordinación con el sector agrícola y ganadero	 Se propone coordinarlo con el sector agrícola y el sector ganadero fomentando así el asentamiento y mantenimiento de estos sectores en el medio rural.	0	0





			excelencia en el territorio.				
76	7	66	Medida 66. Establecer una agenda gastronómica, con objeto de promocionar el calendario gastronómico en la promoción turística y recuperación y actualización de recetas tradicionales, así como su incorporación a la oferta gastronómica aragonesa	Agenda gastronómica de manera global	 Se propone orientar la Agenda Gastronómica de manera global con recuperación de recetas, y fomentando también los productos km 0	1	0



Objetivo 8: Propiciar una imagen favorable de Aragón con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje							
Nº PROPUESTA	Nº DE OBJETIVO	Nº MEDIDA	MEDIDA	TITULAR DE LA PROPUESTA	DESCRIPCIÓN PROPUESTA/ COMENTARIOS SALA		
77	8	68	Medida 68. Utilización de los grandes eventos en Aragón para la promoción e información turística de otros similares o que guarden relación con los mismos, facilitando la venta de ofertas relacionadas .	Potenciar Eventos con influencia	 Se propone potenciar los grandes eventos o no tan grandes, pero con influencia en medios creo que pueden servir mucho para dar a conocer otra oferta relacionada directa o indirectamente.	0	0
78	8	69	Medida 69.Atracción de nuevos eventos deportivos como foco de nuevos turistas relacionados con el deporte, naturaleza y desarrollo sostenible.	Potenciar Eventos deportivos	 Algunos eventos deportivos reúnen a miles de deportistas acompañados de sus familiares que provienen de toda la geografía española. Un evento deportivo bien organizado y que cuide al que participa en estos eventos es uno de los mejores escaparates de ese territorio para promover que repita su estancia en otro momento. Habría que aprovechar estos momentos, para sensibilizar a toda la oferta que cuide esa buena imagen y aprovechar la organización de esos eventos con propuestas interesantes de promoción turística	5	0

79	8	69	Medida 69. Atracción de nuevos eventos deportivos como foco de nuevos turistas relacionados con el deporte, naturaleza y desarrollo sostenible.	Promoción turística	 Nos parece muy interesante la promoción turística por esta vía, rutas ciclo turísticas, promoción de la pesca sostenible, Rutas fluviales	1	0
80	8	71	Medida 71. Creación de una Film Commission Aragonesa con objeto de detectar y ofrecer los lugares de rodaje aragoneses como venta y promoción del destino integral, así como para el desarrollo de experiencias literarias sobre Aragón.	Trabajar en conjunto con Film Commission	 Se propone trabajar en conjunto con la Film Comisión de Aragón, para incentivar la atracción de rodajes que desestacionaliza, posiciona y deja una importante entrada de capital. Habría que luchar por tener una especial fiscalidad si se rueda en Aragón, así como poder tener una rápida capacidad de otorgar permisos y para ello hace falta una gran coordinación interdepartamental que nos leva de nuevo al objetivo 1.	5	0
81	8	71	Medida 71. Creación de una Film Commission Aragonesa con objeto de detectar y ofrecer los lugares de rodaje aragoneses como venta y promoción del destino integral, así como para el desarrollo de experiencias literarias sobre Aragón.	Creación de Film Commission Aragonesa	 Se propone la creación de la Film Commission Aragonesa, daría mucha visibilidad a nuestra comunidad/destino Aragón. Algunas zonas ya están en la nacional, pero de esta manera se daría acceso y se ampliaría las posibilidades ya que la CCAA tiene mucha diversidad para ofrecer escenarios.	0	0

82	8	72	Medida 72.Retomar la figura de "Embajadores de Aragón" dirigida a prescriptores aragoneses, así como a personajes de reconocido prestigio que puedan actuar como tales.	Fomentar medida	 Se propone fomentar la figura de Embajadores de Aragón	0	0
83	8	72	Medida 72.Retomar la figura de "Embajadores de Aragón" dirigida a prescriptores aragoneses, así como a personajes de reconocido prestigio que puedan actuar como tales.	Buscar buenos prescriptores	 Se propone buscar "buenos prescriptores", no son fáciles de encontrar	2	0
84	8	73	Medida 73.Impulsar prácticas de turismo sostenible que impliquen el cuidado de los recursos naturales, en coordinación con el Departamento competente en medio ambiente y sostenibilidad del Gobierno de Aragón, dada la importancia que la naturaleza y el ecoturismo	Coordinación con los Agentes de protección de la naturaleza.	 Se propone la coordinación con los Agentes de protección de la naturaleza. A veces los intereses turísticos chocan con sus criterios haciendo que muchas acciones no puedan realizarse.	1	0

			mantiene en Aragón..				
85	8	75	Medida 75.Impulsar el desarrollo de la señalización turística de los principales destinos aragoneses.	Inclusión de códigos QR y señalización para personas con discapacidad	 Se propone la inclusión de los códigos QR y de la señalización turística para personas con discapacidades	0	0
86	8	75	Medida 75.Impulsar el desarrollo de la señalización turística de los principales destinos aragoneses.	Mejora de información sobre señalización	 Se propone mejorar la información de cómo señalar en carreteras (nacionales). Siempre aparecen los mismos espacios, sin posibilidad de otros nuevos.	2	0
87	8	75	Medida 75.Impulsar el desarrollo de la señalización turística de los principales destinos aragoneses.	Mejorar la señalética en las carreteras	 Se propone mejorar la señalética en las carreteras, hay lugares complicados de encontrar en el medio rural como bodegas, almazaras...	1	0
88	8	75	Medida 75. Impulsar el desarrollo de la señalización turística de los principales destinos aragoneses.	Señalización turística de calidad	 Se propone que haya una buena señalización turística de los principales destinos turísticos, pero sin perder de vista que debe haber una visión global tratando de no sobrecargar de señalización. Un exceso o mala distribución pueden confundir al visitante. Se tendría que tender a la unificación de la imagen de la señalización en todo el territorio tratando de minimizar diferencias.	1	0

89	8		Nueva Medida	Turismo Gastronómico	 Se propone el desarrollo de la imagen de Turismo Gastronómico, creo que falta trabajar más este producto que puede fidelizar al cliente	1	1
90	8		Nueva Medida	Tops turísticos	 Se propone apoyar y no permitir desaparecer los "tops turísticos", si alguno tiene problemas por la pandemia, no dejarlo "morir"	3	0
91	8		Nueva Medida	Aragón como destino seguro	 Fortalecer la imagen de Aragón como destino seguro (pequeñas poblaciones, naturaleza y actividades al aire libre, etc.)	3	0

5. Evaluación del taller

A continuación se presentan los resultados de la evaluación del taller online:

