

PROCESO PARTICIPATIVO PARA LA ELABORACIÓN DEL PAET 2021-2024

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



**ACTA Taller 1 Huesca
04/11/2020**

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	50

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 4 de noviembre en horario de 9.30 a 13.30 horas, en la sala virtual.

Tema: Taller participativo PAET - 4 noviembre

Hora: 4 nov 2020 09:30 AM Madrid

Unirse a la reunión Zoom

<https://us02web.zoom.us/j/87017590608?pwd=QU9zT25vRERpMzZSK21ReWdmRCswQT09>

ID de reunión: 870 1759 0608

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

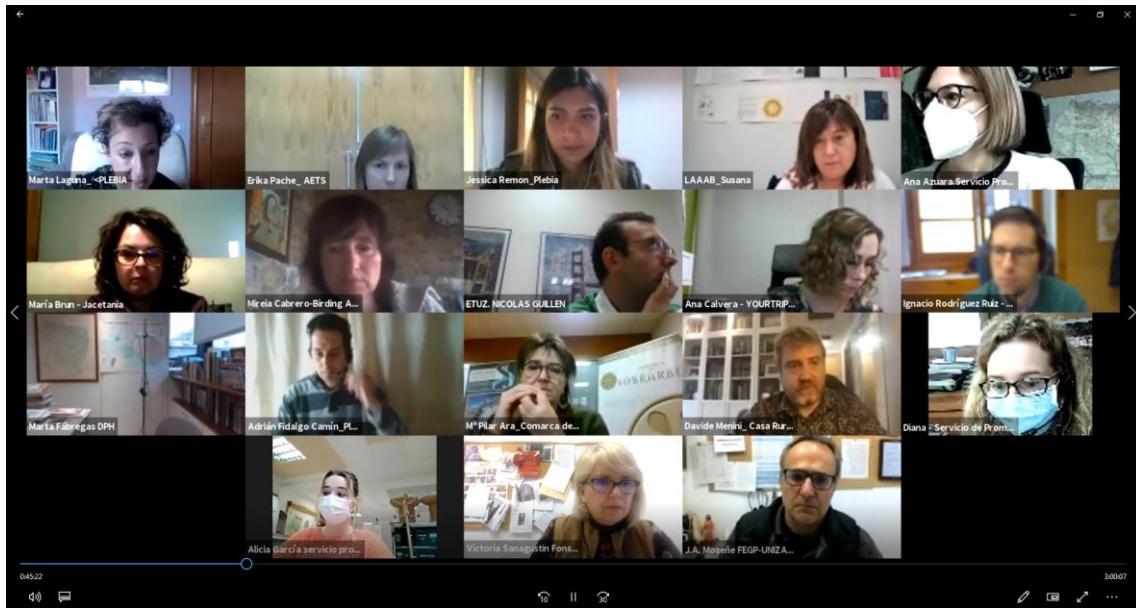
Han asistido al taller 17 personas representando a 17 entidades y organismos públicos y empresas que trabajan en ámbitos relacionados con sector turístico en Aragón

Nombre	Apellidos	ENTIDAD / ASOCIACIÓN
María	Brun Anaya	Comarca de La Jacetania
Marta	Fábregas Reigosa	Diputación Provincial de Huesca
Sandra	Navarro Eyo	Comarca de Somontano de Barbastro
Salvador	Alagón	Hotel restaurante
Isabel	Ara Gabás	Comarca Alto Gállego
M.ª Pilar	Ara Pueyo	Comarca de Sobrarbe
Pedro Miguel	Arbó Gómez	Morillo de Tou
Mireia	Cabrero	Birding Aragón
Ana	Calvera Clavería	Yourtriptospain, S.L.
Sandra	Lecina Pueyo	Asociación Turística Valle de Tena
Patro	Manzano Sánchez	Aragonea
Jose Antonio	Moseñe Fierro	Universidad De Zaragoza
Erika	Pache Baquero	Asociación Empresarial Turística de Sobrarbe
María Victoria	Sanagustín.Fons	Universidad De Zaragoza
Rosa María	Torralba Campos	Comarca Hoya de Huesca/Plana de Huesca
Laura	Ventura Carreras	Asociación Empresarios Sierra de Guara
David	Menini	Empresario turístico del Bajo Cinca

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 105 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 

-  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 PROPIUESTA	Nº DE OBJETIVO	Nº MEDIDA	MEDIDA	TITULAR DE LA PROPIUESTA	DESCRIPCIÓN PROPIUESTA/ COMENTARIOS SALA		
1	0	0	Transversal	Incorporar universidad como agente de conocimiento	 Se propone Incorporar a la Universidad como agente de conocimiento en todo el Plan	6	0
2	1	0	Transversal	Fomentar la interacción	 Se propone implementar acciones de desarrollo local basado en el turismo, como ASS. empresariales y emprendedores con ayuntamientos, la comarca y el gobierno.	2	0
3	1	0	Transversal	Implicar los ayuntamientos	 Se propone desarrollar acciones para que los alcaldes y consejeros entienda que el turismo puede ser una pata de la economía para que lo incluyeran en sus planes.	2	0

4	1	1	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>Medida 3. Creación de grupos de trabajo con Comunidades Autónomas vecinas y grupos internacionales para la creación de productos en torno a intereses comunes.</p> <p>Medida 3. Creación de grupos de trabajo con Comunidades Autónomas vecinas y grupos internacionales para la creación de productos en torno a intereses comunes.</p>	<p>Creación y coordinación de grupos de trabajo: medidas 1, 2 y 3</p>	<p> Se propone la creación y coordinación de grupos de trabajo entre GA, Comarcas, Ayuntamientos y Comunidades limítrofes (sobre todo en territorios limítrofes) para aunar esfuerzos y estrategias, el turista no entiende de "fronteras". Medidas 1, 2 y 3</p>	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.	Coordinación permanente	 Se propone que la propuesta de coordinar a través de grupos de trabajo en turismo debería plantearse como permanente	5	0
6	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.	Incorporar Universidad como agente de conocimiento	 Se propone incorporar como agente de conocimiento a la Universidad pública y, si es necesario, también a la Universidad privada	5	0
7	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 medida	 Se propone mantener la medida. COMENTARIOS EN SALA:  Además de consensuar con el sector privado, también hacerlo con la población local para que se	3	0

					sientan integrados y partícipes en el desarrollo turístico de su territorio		
8	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.	Generar grupos de trabajo con agentes turísticos del sur de Francia	 Se propone generar grupos de trabajo con agentes turísticos del sur de Francia. Con administraciones, sector turístico y otros agentes implicados en el desarrollo turístico de esta zona.	7	0
9	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 y reforzar grupos de trabajo	 Se propone mantener y reforzar. Por lo que se refiere el bajo cinco es necesario potenciar y vertebrar esta colaboración para desarrollar un proyecto turístico de comarca	4	1
10	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	Mantener la medida	 Se propone mantener medida	4	0

			los recursos y productos turísticos.				
11	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. 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 plantea que la coordinación debe ser total estable en el tiempo. La administración debe liderar el proceso en coordinación con los actores privados. Si es posible a ambos lados del Pirineo. El conocimiento y las redes que tiene la universidad en todo el mundo puede contribuir y facilitar este proceso	5	0
12	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 plantea que la coordinación debe ser total estable en el tiempo. La administración debe liderar el proceso en coordinación con los actores privados. Si es posible a ambos lados del Pirineo. El conocimiento y las redes que tiene la universidad en todo el mundo puede contribuir y facilitar este proceso	5	0

13	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.	Incluir departamentos Agricultura y Medio Ambiente	 Se propone establecer coordinación con otros departamentos no citados: Agricultura y Medio Ambiente.	5	0
14	1	9	Medida 9. Homogeneización y coordinación de los protocolos de actuación de las oficinas de turismo.	Mantener y desarrollar oficinas de turismo.	 Se propone mantener y desarrollar oficinas de turismo.. En el bajo cinco escasean las oficinas de turismo la mayoría de pueblos de la comarca no cuentan con ellas	2	0
15	1	10	Medida 10. Coordinación e impulso de las agencias receptoras de Aragón como principal instrumento de entrada de turistas.	Modificar medida	 Se plantea modificar medida. Coordinación, pero no sólo a nivel de asociación, sino de manera individual, puesto que las diferentes agencias que conforman la asociación tienen diferentes intereses, objetivos, mercados, nichos de mercado, etc. Por tanto, debería haber	2	0

					representación y voz más individualizada.		
16	1	12	Medida 12. Creación de grupos de trabajo para el establecimiento de una zonificación territorial con fundamentos turísticos.	Mantener y reforzar grupos de trabajo	 Se propone mantener y reforzar. Por lo que se refiere el bajo cinco es necesario potenciar y vertebrar esta colaboración para desarrollar un proyecto turístico de comarca	4	1
17	1		Nueva medida	Creación de redes de comercialización	 Se propone la Creación de redes de comercialización de productos turísticos en las comarcas, y fomento de la colaboración entre las empresas turísticas y comerciales y las agencias de viajes locales para poder crear un sistema de comercialización y venta de los productos turísticos ubicados en su territorio.	8	0

					Colaboración entre todas las que se creen a nivel de toda la CCAA.		
18	1		Nueva Medida	Reforzar cooperación transfronteriza	 Se plantea reforzar la cooperación transfronteriza con los departamentos franceses limítrofes	5	0

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 PROPIUESTA	Nº DE OBJETIVO	Nº MEDIDA	MEDIDA	TITULAR DE LA PROPIUESTA	DESCRIPCIÓN PROPIUESTA/COMENTARIOS SALA		
19	2	0	Transversal	Marca Aragón	 Marca Aragón es una marca que representa un territorio complejo, rico, y diverso, se propone abrir una reflexión sobre esta complejidad y como aprovecharla a nivel de marketing turístico.	3	1
20	2	0	Transversal	Incorporación del ecoturismo	 Se propone la incorporación del ecoturismo	1	0
21	2	0	Transversal	Sostenibilidad y accesibilidad	 Se propone incorporar la sostenibilidad y accesibilidad como medida prioritaria hacia la calidad	1	1
22	2	14	Medida 14. Creación de nuevos productos específicos e innovadores consensuados con el sector privado que desarrollen nuevos nichos de mercado, con productos	Consensuar sobre la desestacionalización	 Consensuar con los agentes si realmente se busca la desestacionalización turística.	4	0

			tradicionalmente menos desarrollados, pero en los que Aragón dispone de un potencial evidente con el objetivo de la desestacionalización de la oferta turística.				
23	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.	Mantener y promocionar	 Se propone mantener medida y destinarle dinero para promoción.	4	0
24	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	Mantener y fomentar nuevas experiencias	 Se considera muy importante mantener y fortalecer el desarrollo de nuevas experiencias, puesto que cada vez se busca más el turismo experimental.	5	0

			oferta turística.				
25	2	15	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 posicionamiento en los mercados tradicionales y emergentes.	Tener en cuenta comarcas periféricas	 Se propone desarrollar producto teniendo en cuenta las comarcas periféricas que puede ofrecer productos de turismo vivencia	0	0
26	2	16	Medida 16. Desarrollo de una estrategia de posicionamiento de cada uno de los productos "emergentes" consensuada con el sector privado que permita la realización de acciones de promoción y facilite la comercialización de los mismos.	No olvidar Smart Tourism	 Se plantea que el Smart Tourism, no se puede olvidar en todas las estrategias de promoción	6	0
27	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".	Fam Trip Y Blog Trip	 Se propone potenciar Fam Trip y Blog Trip	4	0

28	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".	Contar con la universidad	 Se propone contar con la universidad , para la promoción de cada uno de los productos "estrella", "emergentes" e "innovadores"	4	0
29	2	18	Medida 18. Asistencia a ferias generalistas estatales e internacionales, previo consenso con el sector privado, para la consolidación de la marca "Aragón". Igualmente, asistencia a ferias específicas de cada uno de los productos "estrella", "emergentes" e "innovadores".	Modificar medida	 Se proponer modificarla. Quizás la presencia personal en ferias será complicada en esta nueva era, por lo que habría que pensar en asistencia virtual. En cualquier caso, se daría prioridad a la presencia de estos productos en internet (y redes sociales) y su posicionamiento.	6	0
30	2	18	Medida 18. Asistencia a ferias generalistas estatales e internacionales, previo consenso con el sector privado, para la consolidación de la marca "Aragón". Igualmente, asistencia a ferias específicas de cada uno de los productos "estrella", "emergentes" e "innovadores".	Fomentar promoción digital	 Se propone centrar menos esfuerzo y dinero en ferias presenciales y más en promoción digital segmentada, también hacia el extranjero. Las ferias generalistas ya son desde hace años una forma de promoción obsoleta y con un retorno muy poco medible. La situación	0	0

					sanitaria actual les ha dado la estocada.		
31	2	20	Medida 20. Creación de clubes de producto en torno a productos segmentados que permitan una estrategia conjunta público-privada.	Añadir a la redacción de la medida	 Se propone añadir a la redacción de la medida "convenios con asociaciones"	1	0
32	2	20	Medida 20. Creación de clubes de producto en torno a productos segmentados que permitan una estrategia conjunta público-privada.	Clubs de productos con coordinación y liderazgo	 Clubs de Productos: con coordinación y liderazgo, recursos y herramientas suficientes.	0	0
33	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.	Añadir a la redacción de la medida	 Se propone añadir: "o de comisiones entre asociaciones"	1	0
34	2		Nueva medida	Contar con la población local	 Se propone contar con la participación e implicación de la población local en la detección, generación y promoción de los productos turísticos	5	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		
35	3	0	Transversal	formación turismo ecológico	 Se propone incorporar formación sobre el turismo ecológico	5	0
36	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.	Formación en idiomas	 Se considera fundamenta la Formación al sector turístico en idiomas.	5	0
37	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.	Mantener e intensificar medida	 Se propone fomentar y disseminar el concepto de turismo sostenible en nuestro territorio en todos los agentes. Es clave una concienciación de todos los implicados en el sector y la base de ello es el conocimiento. Se puede aprender de las mejores prácticas realizadas en otras comunidades y países.	4	0

38	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.	Importancia de la formación	 Se considera muy importante la formación en inglés, y la formación de promotores y comercializadores en productos y destinos.	6	0
39	3	23	Medida 23. Convocar ayudas para la formación relacionadas con el turismo de calidad y la excelencia.	Mantener y potenciar formación	 Se propone mantener medida, es esencial potenciar la formación para que el sector se considere atractivo y una oportunidad tanto profesional como económica.	3	0
40	3	23	Medida 23. Convocar ayudas para la formación relacionadas con el turismo de calidad y la excelencia.	Ayudas en formación	 Se propone convocar ayudas para formación turística en general, no sólo en cuanto a calidad y excelencia que, aunque son muy importantes, no son las únicas áreas en las que hace falta formación. Idiomas, organización de jornadas turísticas etc. son igual de importantes.	0	0
41	3	23	Medida 23. Convocar ayudas para la formación relacionadas con el turismo de calidad y la excelencia.	Impulsar la investigación turística	 Se propone impulsar la investigación en el ámbito del turismo, además de la formación	4	0

42	3	24	Medida 24. Concienciación al sector turístico sobre aquellos aspectos a mejorar relacionados con la calidad y la excelencia.	Mantener e intensificar ambas medidas	 Se propone fomentar y disseminar el concepto de turismo sostenible en nuestro territorio en todos los agentes. Es clave una concienciación de todos los implicados en el sector y la base de ello es el conocimiento. Se puede aprender de las mejores prácticas realizadas en otras comunidades y países.	4	0
43	3	24	Medida 24. Concienciación al sector turístico sobre aquellos aspectos a mejorar relacionados con la calidad y la excelencia.	Mantener medida	 Se propone Mantener medida :Concienciación al sector turístico sobre aquellos aspectos a mejorar relacionados con la calidad y la excelencia.	2	0
44	3	26	Medida 26. Realización de jornadas de profesionales de turismo para un mejor conocimiento de los destinos y productos.	Importancia de la formación	 Se considera muy importante la formación en inglés, y la formación de promotores y comercializadores en productos y destinos.	6	0
45	3	26	Medida 26. Realización de jornadas de profesionales de turismo para un mejor conocimiento de los destinos y productos.	Mantener y reforzar medida	 Se plantea mantener medida y reforzar la medida. creo que es importante hacerlo a escala como mucho provincial.	4	0

46	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.	Formación- Información turística a la población local	 Se propone facilitar e impulsar la Formación- Información turística a la población local, con talleres, visitas guiadas, universidad de la experiencia, clases en los colegios para los niños, en los que se dé a conocer a la población local la potencialidad e información de sus recursos turísticos con objeto de que se conviertan en los mejores futuros prescriptores e informadores de su territorio.	4	0
47	3	31	Medida 31. Creación del Observatorio Turístico Aragonés.	Crear Observatorio desde lo público	 Se propone que el Observatorio se haga desde instancias públicas o semipúblicas que poseen los instrumentos para realizar dicho seguimiento.	2	0
48	3	31	Medida 31. Creación del Observatorio Turístico Aragonés.	Fortalecer el Observatorio y centralizar objetivos con el observatorio	 Se propone fortalecer el Observatorio y centralizar objetivos con éste.	4	0

Objetivo 4: Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias							
Nº PROPIUESTA	Nº DE OBJETIVO	Nº MEDIDA	MEDIDA	TITULAR DE LA PROPUESTA	DESCRIPCIÓN PROPUESTA/ COMENTARIOS SALA		
49	4	0	Objetivo 4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias	Añadir Turismo sostenible	 Se propone añadir turismo sostenible en el título del objetivo y desarrollar sus medidas.	5	0
50	4	0	Transversal	Sostenibilidad y accesibilidad	 Se propone incorporar la sostenibilidad y accesibilidad como medida prioritaria hacia la calidad	1	1
51	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.	Potenciar medida	 Se propone potenciar esta medida, hay que "educar" a la población respecto al turismo como opción económica y de desarrollo. COMENTARIOS EN SALA:  1º. No hablaría de educar. El turismo no debería ser impuesto, si no un medio con el que la población local viese mejorado su calidad de vida. 2º. Hay que respetar a la población local, ellos son los mantenedores del territorio, no debemos imponerles un	1	2

					turismo que desborda y destroza el entorno para que vivan unos cuantos		
52	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.	Apoyar a la gente local	 Se considera muy importante a la hora de desarrollar el turismo sostenible apoyar a la gente local y a su vez, proporcionar una experiencia con acercamiento local al turista.	4	0
53	4	35	Medida 35. Realización de una estrategia de internacionalización con campañas de promoción en países potencialmente emisores de turistas hacia Aragón.	Mantener e impulsar medida	 Se propone mantener e impulsar una estrategia de internacionalización	5	0
54	4	36	Medida 36. Desarrollo de los mercados emergentes explorados, así como búsqueda de nuevos mercados emergentes susceptibles de ser atraídos por la oferta o	Mantener y promoción digital	 Se propone atender medida y dedicar dinero a ello, especialmente a la promoción digital	5	0

			productos aragoneses desarrollando una estrategia de internacionalización y promoción una vez detectados.				
55	4	36	Medida 36. Desarrollo de los mercados emergentes explorados, así como búsqueda de nuevos mercados emergentes susceptibles de ser atraídos por la oferta o productos aragoneses desarrollando una estrategia de internacionalización y promoción una vez detectados.	Mantener e impulsar medida	 Se propone mantener e impulsar una estrategia de internacionalización	5	0
56	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 con guías para público con de diversidad funcional	 Se propone fomentar no solamente la accesibilidad sino un plan con guías turísticos junto a trabajadores sociales que promuevan el turismo para personas con diversidad funcional, en la que Aragón dada su implicación con el turismo accesible sea pionero, es una manera de fomentar el empleo en nuestra región	3	0

57	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.	Proyectos europeos de investigación	 Se propone fomentar esa colaboración mirando también a la apuesta por proyectos europeos de investigación en turismo	2	1
58	4		Nueva medida	Figuras Unesco	 Se plantea la utilización de las figuras UNESCO existentes en Aragón como un recurso de calidad	6	0
59	4		Nueva medida	Turismo Accesible	 En cuanto al turismo accesible, se considera importante que el territorio que lo desarrolle cuente con servicios que faciliten el acceso por ejemplo a los senderos interpretados. Es decir, hoy por hoy sería bueno que hubiese un servicio de taxi/bus adaptado para llegar a los senderos del Cornato o de Ordesa en Sobrarbe, por ejemplo. De nada sirve tener alojamientos y senderos accesibles si la persona discapacitada no consigue llegar a ellos. Por	0	0

lo tanto, se debería poner el foco en el acompañamiento y la red de servicios a los discapacitados.

lo tanto, se debería poner el foco en el acompañamiento y la red de servicios a los discapacitados.

Objetivo 5: Profesionalizar el sector turístico y la lucha contra el intrusismo							
Nº PROPIUESTA	Nº DE OBJETIVO	Nº MEDIDA	MEDIDA	TITULAR DE LA PROPIUESTA	DESCRIPCIÓN PROPIUESTA/ COMENTARIOS SALA		
60	5	0	Objetivo 5. Profesionalizar el sector turístico y la lucha contra el intrusismo. Medida 47. Analizar la economía colaborativa para estudiar su futuro desarrollo, así como las sinergias con el sector para el aprovechamiento de nuevas tendencias del mercado.	Cambiar objetivo 5 hacia Medida 47	 Se propone cambiar el objetivo 5 y llevarlo directamente a la medida M47: Economía Colaborativa. Buscar lo que nos une y no lo que nos separa	0	0
61	5	0	Transversal	Agilidad en la actualización normativa	 Se considera necesario la agilidad en la actualización de normativa turística: Adaptación a la realidad y circunstancias del momento, y actualización constante tanto de la norma base (Ley del Turismo) como de los Decretos e Instrucciones que regulan las diferentes actividades turísticas.	5	0
62	5	41	Medida 41. Puesta en marcha de un Plan para la Inspección.	Mantener medida y potenciar inspecciones en	 Se propone mantener medida y hacer inspecciones a los alojamientos no dados de alta. Es importante que la administración tome cartas en el asunto.	1	0

				alojamientos ilegales			
63	5	41	Medida 41. Puesta en marcha de un Plan para la Inspección. Medida 46. Concienciación del sector para la lucha contra el intrusismo.	Formación clave	 Se propone la formación como factor clave para la puesta del Plan de inspección y para la concienciación. La importancia del turismo en el PIB es esencial, pero hace falta un reconocimiento y valoración de la formación en turismo por parte de la administración.	0	0
64	5	45	Medida 45. Tramitación de un Decreto de alojamientos al aire libre y nuevas figuras relacionadas.	Regulación turismo de Autocaravanas y furgonetas	 Se considera necesario agilizar la publicación y entrada en vigor de un decreto que regule el turismo de autocaravanas y furgonetas	1	0
65	5	46	Medida 46. Concienciación del sector para la lucha contra el intrusismo.	Lucha contra el intrusismo	 Se propone impulsar la lucha contra el intrusismo	1	0
66	5	46	Medida 46. Concienciación del sector para la lucha contra el intrusismo.	Crear un procedimiento de denuncia y sancionador	 La implicación del sector privado, asociaciones y administraciones para la detección de actividades no dadas de alta. Se propone la creación de un procedimiento de denuncia y sancionador para los establecimientos detectados. COMENTARIOS EN SALA:  intrusismo profesional y de actividad	3	0

67	5	46	Medida 46. Concienciación del sector para la lucha contra el intrusismo.	Modificar poniendo en valor la legalidad, asociacionismo...	Se propone modificar medida, en lugar de perseguir el intrusismo; poner en valor la legalidad, participación y el asociacionismo .	0	2
68	5	47	Medida 47. Analizar la economía colaborativa para estudiar su futuro desarrollo, así como las sinergias con el sector para el aprovechamiento de nuevas tendencias del mercado.	Medida difusa	 Se considera que la medida es difusa, que no se entiende bien. Porque si hablamos de economía colaborativa, se deberían considerar también las redes de voluntariado al igual que sucede con otros sectores .	0	0
69	5	47	Medida 47. Analizar la economía colaborativa para estudiar su futuro desarrollo, así como las sinergias con el sector para el aprovechamiento de nuevas tendencias del mercado.	Mantener y desarrollar más colaboración y sinergias	 Se propone mantener y desarrollar más la colaboración e intercambio de sinergias, es fundamental para adaptarse a un mercado cambiante, sobre todo en los tiempos que estamos, pero hay que definir claramente el tipo de colaboración.	1	0

Objetivo 6: Fortalecimiento de la promoción a través de las tecnologías del conocimiento y de la información								
Nº PROPIUESTA	Nº DE OBJETIVO	Nº MEDIDA	MEDIDA	TITULAR DE LA PROPIUESTA	DESCRIPCIÓN PROPIUESTA/COMENTARIOS SALA			
71	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 añadir promoción en otros idiomas	 Se propone mantener y añadir la promoción en otros idiomas, tanto en redes sociales como en otros portales. Al menos inglés.	5	0	
72	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.	Incorporación expertos en TICS	 Se plantea la incorporación de expertos en el ámbito de las TICs para que las acciones sean lo más potentes posibles	2	0	
73	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.	Dar mayor visibilidad	 Se plantea que debería de darse más visibilidad y reforzarse los procesos de trabajo y programas de explotación masiva de datos (Big Data)			
74	6	51	Medida 51. Creación de un portal On Line recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas.	Mantener portal On Line recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas.	 Se considera consolidada esta medida con el portal On Line recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas.	0	0	

				e intranet de oficinas de turismo			
75	6	52	Medida 52. Creación de una intranet de oficinas de turismo para una rápida comunicación entre las mismas a la hora de suministrar información, facilitando la información estadística relevante al sector privado.	Mantener portal On Line recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas. e intranet de oficinas de turismo	 Se considera consolidada esta medida con la creación de una intranet de oficinas de turismo	0	0
76	6	52	Medida 52. Creación de una intranet de oficinas de turismo para una rápida comunicación entre las mismas a la hora de suministrar información, facilitando la información estadística relevante al sector privado.	Facilitar la rapidez en la comunicación con nuevas herramientas.	 Se propone facilitar la rapidez en la comunicación con nuevas herramientas, por ejemplo, actualmente en Sobrarbe se está utilizando un grupo de WhatsApp que es bastante efectivo. En un proyecto transfronterizo hemos creado un drive y un calendar común a varias OT que no ha resultado ser efectivo, aunque creo que es una herramienta interesante. en general el intercambio rápido de información es agradecido tanto entre informadores como de cara al visitante.	1	0
77	6	53	Medida 53. Realización de campañas de publicidad a través de los portales turísticos más populares dirigidas a la creación de contenidos relacionados y productos	Mantener y añadir promoción en otros idiomas	 Se propone mantener y añadir la promoción en otros idiomas, tanto en redes sociales como en otros portales. Al menos inglés.	5	0

			segmentados para usuarios interesados en Aragón.				
78	6	53	Medida 53. Realización de campañas de publicidad a través de los portales turísticos más populares dirigidas a la creación de contenidos relacionados y productos segmentados para usuarios interesados en Aragón.	Subdominios claros, Keywords en los contenidos, y geolocalización eficiente.	 Se propone hacer subdominios claros. Que los contenidos tengan palabras clave. Sistema de geolocalización eficiente que incluya la búsqueda por población y destino a parte de comarcas-provincias. Faltan traducciones.	1	0
79	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.	Investigación visual	 Se propone Identificar que imágenes se asocian con Aragón y tienen más impacto.	2	0
80	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.	Disponer del banco de imágenes y vídeos	 Se considera muy interesante disponer de este banco de imágenes y videos, pero sí que es cierto que sería bueno segmentarlo y contar con los actores de cada zona para definir esta segmentación. ej.: se puede hacer un video sobre patrimonio en todo Aragón, pero sería bueno que hubiese uno específico del románico de Sobrarbe o del mudéjar de Teruel capital... y luego y sobre todo que las fotos estén muy claramente clasificadas por temática y sector, a buena calidad y de utilización libre (que exista una versión sin marca	0	0

					de agua disponible bajo petición y con el compromiso de poner logo de turismo de Aragón en la publicación en la que se vayan a utilizar.)		
81	6	56	Medida 56. Desarrollo actualizado del portal web www.turismodearagon.com , y versiones en idiomas extranjeros, como principal punto de información on line de los productos aragoneses.	Modificar e incluir en la web toda la información turística aragonesa	 Se propone que la web turismo de Aragón aglutine toda la información sobre turismo de Aragón (Destinos, actividades, establecimientos, rutas,) y enlaces a las correspondientes comarcas dando unas pautas y una uniformidad a todas las webs.	3	0
82	6	56	Medida 56. Desarrollo actualizado del portal web www.turismodearagon.com , y versiones en idiomas extranjeros, como principal punto de información on line de los productos aragoneses.	Subdominios claros, Keywords en los contenidos, y geolocalización eficiente.	 Se propone hacer subdominios claros. Que los contenidos tengan palabras clave. Sistema de geolocalización eficiente que incluya la búsqueda por población y destino a parte de comarcas-provincias. Faltan traducciones.	1	0
71	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 añadir promoción en otros idiomas	 Se propone mantener y añadir la promoción en otros idiomas, tanto en redes sociales como en otros portales. Al menos inglés.	5	0
72	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.	Incorporación expertos en TICS	 Se plantea la incorporación de expertos en el ámbito de las TICs para que las acciones sean lo más potentes posibles	2	0

73	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.	Dar mayor visibilidad	 Se plantea que debería de darse más visibilidad y reforzarse los procesos de trabajo y programas de explotación masiva de datos (Big Data)		
74	6	51	Medida 51. Creación de un portal On Line recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas.	Mantener portal On Line recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas. e intranet de oficinas de turismo	 Se considera consolidada esta medida con el portal On Line recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas.	0	0

Objetivo 7: Desarrollo de una estrategia transversal con la gastronomía aragonesa como producto vertebrador de otros resto de productos turísticos

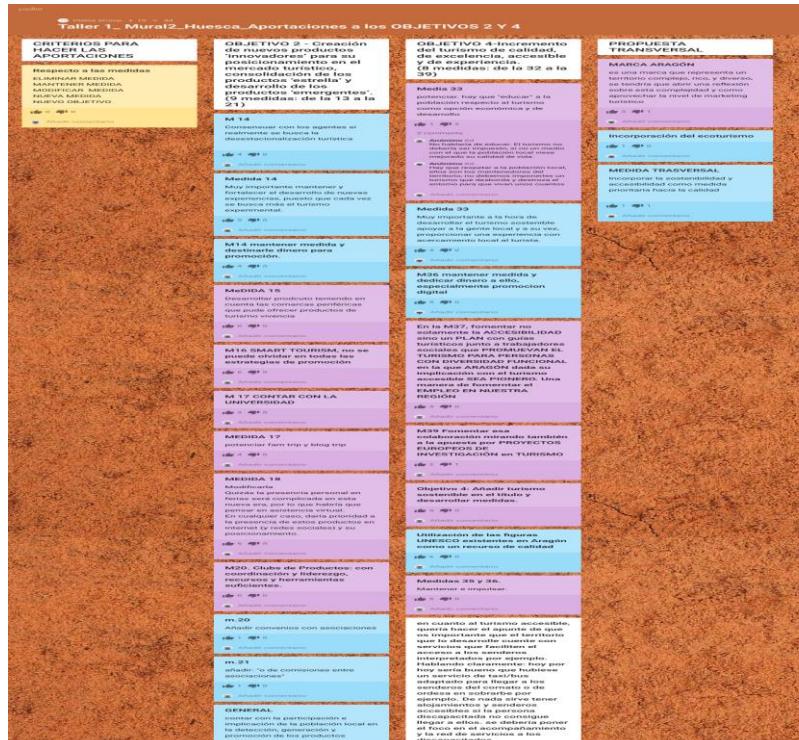
Nº PROPIUESTA	Nº DE OBJETIVO	Nº MEDIDA	MEDIDA	TITULAR DE LA PROPUESTA	DESCRIPCIÓN PROPUESTA/ COMENTARIOS SALA		
83	7	0	Transversal	Gastronomía vinculada a la proximidad	<p> Se considera que la gastronomía ha de estar ligada a los productores locales, potenciarlos y formarlos si es necesario, favoreciendo los agros mercados ecológicos y de proximidad y la coordinación con el Depto. de Agricultura y Ganadería.</p>	3	0
84	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.	Intensificar medida	<p> Se plantea intensificar medida, para el fomento de la cultura y la educación gastronómica entre la juventud desde el principio</p>	2	0
85	7	58	Medida 58. Promover las jornadas gastronómicas en sus diversas modalidades en las diferentes zonas de Aragón.	Mantener medida y dar visibilidad a las jornadas	<p> Se propone mantener la medida y dar visibilidad a estas jornadas, vincularlas con la oferta hostelera y de restauración de la zona. Es decir, crear eventos más globales que tengan un tirón turístico claro.</p>	2	0

86	7	59	Medida 59. Impulsar la marca 'Enoturismo Aragón' con las cuatro rutas del vino creadas a través de distintas acciones promocionales.	Enoturismo de Aragón	 Se propone que dentro de la marca enoturismo de Aragón, intentar contar con empresas privadas que "vendieran" las rutas de enoturismo en cada zona. Más allá de la creación de una marca y rutas, falta venderla (a mi juicio)	0	0
87	7	61	Medida 61. Realizar campañas de formación para el uso, adecuación y transformación de los productos autóctonos en los restaurantes y bares aragoneses.	Intensificar medida	 Se plantea intensificar medida, para el fomento de la cultura y la educación gastronómica entre la juventud desde el principio	2	0
88	7	63	Medida 63. Creación de una marca única gastronómica consensuada con todo el sector.	eliminar medida: marca única gastronómica	 Se propone eliminar medida, porque hay demasiadas marcas paraguas que tampoco aportan mucho al productor.	0	0
89	7	64	Medida 64. Fomento de los productos "Km 0", ecológicos y de proximidad vinculados con la calidad y excelencia en el territorio.	Añadir coordinación	 Se propone añadir, que para el fomento de los productos "Km 0", ecológicos y de proximidad, se coordinen con otros departamentos con el etiquetado y su promoción.	1	0

90	7	64	Medida 64. Fomento de los productos "Km 0", ecológicos y de proximidad vinculados con la calidad y excelencia en el territorio.	Conocimiento y consumo de productos de proximidad	 Se propone el fomento del conocimiento y consumo de los productos de proximidad entre la población local. Normalizar su uso es la forma más natural de poner en valor y dar a conocer estos productos a quienes nos visitan . comentarios en sala: potenciar el consumo sobre todo en la restauración, incorporando los productos locales en sus menús y cartas	2	0
91	7	64	Medida 64. Fomento de los productos "Km 0", ecológicos y de proximidad vinculados con la calidad y excelencia en el territorio.	Potenciar la creación y mayor producción de productos autóctonos	 Se propone potenciar la creación y mayor producción de productos autóctonos, mediante el compromiso de su consumo en comercio y establecimientos turísticos del entorno.	3	0
92	7	64	Medida 64. Fomento de los productos "Km 0", ecológicos y de proximidad vinculados con la calidad y excelencia en el territorio.	Sello ecológico como atractivo	 Se propone utilizar el sello ecológico en los productos y en la gastronomía aragonesa como marca de atracción de turistas gastronómicos a nivel internacional	1	2
93	7	65	Medida 65. Potenciación de las escuelas de hostelería como centros de información, formación y promoción del sector.	Encuentro y colaboración de los centros de formación del sector	 Se propone propiciar el encuentro y colaboración entre los centros de formación de todos los niveles en el ámbito gastronómico y turístico	2	0

94	7	65	Medida 65. Potenciación de las escuelas de hostelería como centros de información, formación y promoción del sector.	Añadir "mercado laboral" a la redacción	 Se propone añadir mercado laboral a la redacción de la medida para que sea más accesible.	1	0
95	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 online y digital	 Se propone crear una agenda gastronómica online y digital	2	0
96	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	digitalizar agenda y online	 Se propone digitalizar la agenda gastronómica y hacerla online	2	0

oferta gastronómica aragonesa



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		
97	8	0	Transversal	Actualización normativa	<p> Se considera fundamental actualizar la normativa turística a la nueva situación, potenciando la sostenibilidad y el ecoturismo. No podemos potenciar el turismo si la imagen que ofrecemos es de saturación de nuestros espacios naturales o no se ofrecen espacios para emergentes (ejem. autocaravanas).</p> <p>COMENTARIOS EN SALA:</p> <p> 1º. Colaborar con medio ambiente/2º.la adaptación normativa es un requerimiento desde hace mucho en el sector, hay vacío legal en muchos aspectos, adaptación y actualización de la normativa/3º.que escuchen a la gente del territorio para la adaptación a la normativa.</p>	5	0

98	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.	Apoyo a la UNIZAR	<p> Se propone apoyar a la UNIZAR para la organización en Aragón de congresos internacionales sobre turismo generando sinergias con otras universidades y potenciando nuestra imagen.</p> <p>COMENTARIOS EN SALA:</p> <p> ¿Tiene presupuesto para esto la UNIZAR?</p>	1	1
99	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.	Apoyo a la Film Comision y otras entidades	<p> Se propone aprovechar la FILM COMISSION ya existente. Y otras entidades que se dedican a ello</p>	4	0
100	8	72	Medida 72. Retomar la figura de "Embajadores de Aragón" dirigida a prescriptores aragoneses, así como a personajes	Embajador de Aragón	<p> Se indica que es una buena idea tener embajadores de Aragón. Si tomamos el ejemplo de Jesús Calleja, por ejemplo, nos puede gustar más o menos lo que hace, pero sí que es cierto que sus programas van intrínsecamente</p>	0	0

			de reconocido prestigio que puedan actuar como tales.		asociados al nombre de castilla y león. Sería interesante encontrar un buen embajador que se asociara al nombre de Aragón. Creo que, en ese sentido, posiblemente un deportista o actor sería un buen embajador		
101	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 mantiene en Aragón.	Impulsar medida	 Se considera prioritario impulsar prácticas de turismo sostenible en el nuevo PAET	4	0
102	8	74	Medida 74. Realización de campañas de publicidad actualizadas y creativas, enfocadas hacia el marketing emocional y de experiencias que consigan captar la atención del público final tanto on line como	Apoyar audiovisuales	 Se propone apoyar realizaciones audiovisuales (cortos y largos) que muestren la historia, relatos sobre Aragón que se visibilicen en el mundo.	3	0

			presencial con objeto de favorecer la imagen de Aragón y atraer turistas de Aragón, del resto del Estado e internacionales.				
103	8	74	Medida 74. Realización de campañas de publicidad actualizadas y creativas, enfocadas hacia el marketing emocional y de experiencias que consigan captar la atención del público final tanto on line como presencial con objeto de favorecer la imagen de Aragón y atraer turistas de Aragón, del resto del Estado e internacionales.	Mantener e impulsar	 Mantener e impulsar, el turismo emocional y experiencial, está en auge.	5	0
104	8	74	Medida 74. Realización de campañas de publicidad actualizadas y creativas, enfocadas hacia el marketing emocional y de experiencias que	Mantener y promocionar	 Se propone mantener medida y destinar dinero a ello (publicidad en televisión y redes)	1	0

			consigan captar la atención del público final tanto on line como presencial con objeto de favorecer la imagen de Aragón y atraer turistas de Aragón, del resto del Estado e internacionales.				
105	8		Nueva Medida	Nueva medida	 Se propone la creación de indicadores de sostenibilidad en los territorios y en las empresas. Dotar de recursos, formación y herramientas a las administraciones locales como al sector privado para llevarlo a cabo. Trabajar con el indicador de la Huella de Carbono como posible imagen favorable de Aragón.	5	0

5. Evaluación del taller

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

