

AMBITO	FECHA TALLER	Nº PROPUESTA	Nº DE OBJETIVO	Nº DE MEDIDA	MEDIDA	TÍTULO DE LA PROPUESTA	ARGUMENTACIÓN	VALORACIÓN DE LA PROPUESTA	MOTIVACIÓN	
Zaragoza2	03/11/2020	1	0	0	Transversal	Certificación medioambiental	Impulsar la certificación medioambiental dentro del sector turístico	SE ACEPTA	Fomentar sellos de carácter medioambiental que tienen que ver con nosotros (biosphere), reconocimientos por la AP. Se puede llevar al Objetivo 4, pues encuadra perfectamente ahí y al que además se pretende relacionar con la sostenibilidad. Además, esta medida está contemplada en la Estrategia Turismo de Aragón 2030.	
Huesca 1	04/11/2020	1	0	0	Transversal	Incorporar universidad como agente de conocimiento	Se propone incorporar a la UNIVERSIDAD como agente de CONOCIMIENTO en todo el PLAN	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. En la medida que corresponda, hasta cierto punto, pero no se puede incorporar en todas las medidas ni en todos los grupos de trabajo (famtrips, etc)	
Teruel 1	26/10/2020	1	1	0		Mantener las medidas, y crear canales para que se lleven a efecto	Mantener estas medidas porque todavía tienen mucho recorrido y generar canales que sirvan para llevarlas a efecto como whatsapp, etc	SE ACEPTA	Se mantienen, pero hay ya canales en efecto y habría que establecer otras vías adecuadas diferentes al whatsapp	
Teruel 2	28/10/2020	1	1	0	Transversal	Llevar a cabo objetivos y medidas	Poner en practica todas las medidas del PAET y sobre todo no se han implementado aquellas que se consideran más importantes , como por ejemplo la cooperacion, el observatorio , muchas de ellas están sin empezar o sin terminar de desarrollar, pocos objetivos estan todos realizados. Y se convierte el PAET en un catalogo de buenas intenciones	NO SE ACEPTA	ES UNA VALORACIÓN DEL DESEMPEÑO Y NO UNA APORTACIÓN O PROPUESTA	
Teruel 2	28/10/2020	2	1	0	Transversal	Priorizar objetivos	Se propone reducir el numero de objetivos y medidas. Hay demasiados objetivos y medidas en el PAET y se debería priorizar porque si son menos sería más fácil poder ponerlas en práctica	SE ACEPTA	SE SIMPLIFICARÁ TODO LO QUE SE PUEDA, SE UNIRÁN MEDIDAS	
Teruel 2	28/10/2020	3	1	0	Transversal	Mayor adaptación	Tenemos que ser rápidos en adaptación nos perdemos mucho en los procesos....	SE ACEPTA	SOMOS CONSCIENTES Y SE INTENTA MEJORAR, respetando en todo caso el ordenamiento jurídico vigente.	
Teruel 2	28/10/2020	4	1	0	Transversal	Mayor coordinación	Se ponen en marcha las cosas sin coordinación, se proponen muchos objetivos pero si existiese la coordinación se podría aprovechar la experiencia de todos.	SE ACEPTA	HAY QUE COORDINAR A LOS AGENTES IMPLICADOS EN EL MOMENTO ADECUADO, y se intenta. DEBERÍAMOS COORDINAR MEJOR LAS ACCIONES A NIVEL HORIZONTAL ENTRE AAPP e incluso entre Dptos. En cuanto a coordinación con el sector se piensa en relanzar la comunicación de las acciones que se van haciendo, por ejemplo: crear una especie de newsletter trimestral de comunicación al sector, para hacerles partícipes de las acciones que se van haciendo	
Zaragoza 1	30/10/2020	1	1	0		Mayor coordinacion 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.	SE ACEPTA	Como medida está ya entre las M1 y 4, hay que profundizar en su implementación efectiva	
Zaragoza 1	30/10/2020	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-	SE ACEPTA	Se está estudiando y probablemente se haga	
Huesca 1	04/11/2020	2	1	0	Transversal	fomentar la interacción	Se propone para implementar acciones de desarrollo local basado en el turismo, cómo ass. empresariales y emprendedores con ayuntamientos, la comarca y el gobierno.	SE ACEPTA	En la medida de lo posible se coordinará e impulsará a todos los agentes, pero desde las comarcas y ayuntamientos más vinculados con el territorio concreto se puede ejercer una acción más exitosa y rápida y en casos de proyectos concretos. Y respetando el ámbito competencial de las diferentes Administraciones y entidades.	
Huesca 1	04/11/2020	3	1	0	Transversal	Implicar los ayuntamientos	Se propone desarrollar acciones para que los alcaldes y consejeros entiendan que el turismo puede ser una pata de la economía y que sería interesante que lo incluyeran en sus planes.	SE ACEPTA	En la medida en que se pueda se difundirá y se impulsará la importancia del turismo como sector económico y dinamizador pero a nivel general de todo el territorio. Se fomentará, pero debe respetarse el ámbito de autonomía de los cargos locales.	
Huesca 2	06/11/2020	1	1	0	Transversal	Comunicación entre sectores	Comunicación entre la administración pública y los profesionales privados	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Se lleva a cabo con asociaciones de profesionales que representan a todos estos, no con empresarios individualmente, y ya está incluido en varias medidas del objetivo 1	
Huesca 2	06/11/2020	2	1	0	Transversal	Turismo y educación	Se considera fundamental que la consejería de Educacion conozca los Recursos a nivel de Viajes para Escolares, Educacion Curricular en la naturaleza impartida por empresas turísticas	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. La comunicación con el Dpto. está dentro de este objetivo. Existe el programa "Aulas de la naturaleza", que puede ser mejorado y potenciado. No obstante, la Educación impartida en naturaleza por empresas privadas es del sector privado y no nos compete.	
Teruel 1	26/10/2020	2	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.	Incluir asociaciones turísticas	Se propone incluir en la coordinación asociaciones turísticas	NO SE ACEPTA	Ya están incluidas como sector privado y en la M2, pero no pueden estar al mismo nivel que la planta local
Teruel 2	28/10/2020	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.	Implementar medida	Se propone mantener medida porque no se ha hecho nada al respecto cuando se trata de algo fundamental	NO SE ACEPTA	Se ha hecho y se continúa haciendo
Zaragoza 1	30/10/2020	3	1	1	Transversal	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 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.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Hay que profundizar en la coordinación adva. Y se refundirán varias medidas, no todas	
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Así es, se tiene que intensificar esa colaboración y se tratará de buscar la coordinación interna a través de foros existentes

Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	Se refuerza y se mantiene. Las mesas deben seguir funcionando y reuniéndose
Zaragoza2	03/11/2020	2	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. Medida 3. Creación de grupos de trabajo con Comunidades Autónomas vecinas y grupos internacionales para la creación de productos en torno a intereses comunes.	Crear grupo de trabajo para deportes de viento tanto en las medidas 1 y 3	Se propone la creación de un Grupo de trabajo para el impulso de los deportes relacionados con el viento (principalmente kitesurf y windsurf). Es un sector muy poco explotado y Aragón tiene un potencial enorme, ya que es una de las zonas con más viento navegable de toda Europa. Con una mínima inversión podrían obtenerse resultados muy positivos a corto plazo	SE ACEPTA PARCIALMENTE	Parcialmente, pueden formar parte de los grupos de vertebración general, pero no se podría crear uno para ellos solos, no son un nicho concreto. <u>Se podrían meter en la asociación de TDA</u> para beneficiarse de todas las ventajas. La relación de la Administración con las empresas de turismo activo se canaliza principalmente a través de la Asociación de Empresas de Turismo Deportivo de Aragón (TDA).
Huesca 1	04/11/2020	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. 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. Medida 3. Creación de grupos de trabajo con Comunidades Autónomas vecinas y grupos internacionales para la creación de productos en torno a intereses comunes.	Creación y coordinación de grupos de trabajo: medidas 1, 2 y 3	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	SE ACEPTA	Gustaría abarcar pero faltan medios, si desde las Comarcas se proponen proyectos concretos se pueden estudiar, pero habrá que dedicar recursos humanos. No obstante hay ejemplos: Ruta del Grial con C.Valenciana o Ruta 3 reyes en ámbito más local
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA	Se tratará de conseguir la coordinación más continuada y provechosa posible
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, hay cosas que sí, cosas que no. En materias relacionadas donde la universidad pueda aportar efectivamente se contará
Huesca 1	04/11/2020	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 sientan integrados y participe en el desarrollo turístico de su territorio	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, se mantiene. Pero integrar a la población local debe empezar por los municipios y comarcas, las más próximas al territorio y a la realidad turística de una zona concreta, son los entes locales los que deben canalizar el sentir del territorio y hacerlo llegar a instancias administrativas más altas
Huesca 1	04/11/2020	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 e trabajo con agentes turísticos del sur de Francia. Con administraciones, sector turístico y otros agentes implicados en el desarrollo turístico de esta zona.	SE ACEPTA	Se están realizando acciones a nivel de fondos europeos. Cooperación transfronteriza coordinada desde la empresa pública Turismo de Aragón. Iniciado el trabajo a través del proyecto de cooperación transfronteriza INTURPYR, pero debe hacerse más intenso, integral (no solo montaña) y extendido a todo el territorio aragonés
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA	Así se hará, se continuará en esa línea. Y las comarcas están involucradas en todos los procesos, por ejemplo el del turismo fluvial de esa comarca, que acaba de ser financiado.
Huesca 2	06/11/2020	3	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.	Poner en marcha grupos de trabajo	en marcan estos grupos de trabajo y juntar medidas 1 y 2. Aquí no se ha realizado este	SE ACEPTA	Se van a unir 1 y 2. Se creó el Consejo Territorial de Turismo como foro de cooperación y coordinación, y ha habido comunicación y cooperación con las Comarcas para todos los productos que han salido. Se ha hecho en la medida de lo posible, es cierto que no tanto con Ayto.

Huesca 2	06/11/2020	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.	"Grupos de trabajo de vertebración"	Se propone poner en marcha esta medida porque no se ha cumplido.	SE ACEPTA	Se creó el Consejo Territorial de Turismo como foro de cooperación y coordinación, y ha habido comunicación y cooperación con las Comarcas para todos los productos que han salido. Se ha hecho en la medida de lo posible, es cierto que no con Aytos.
Huesca 2	06/11/2020	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 coordinación entre entidades	Se propone, reforzar y trabajar más la coordinación que se describe en las medidas M1 porque es necesario,	SE ACEPTA	Se continuará trabajando y se reforzará el integrar a todas AAPP en la coordinación. Se creó el Consejo Territorial de Turismo como foro de cooperación y coordinación
Teruel 1	26/10/2020	3	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.	Mayor coordinación entre las comarcas	Se propone una mayor coordinación entre las comarcas	NO SE ACEPTA	Es competencia de las propias Comarcas coordinarse entre sí, no obstante desde DGTU se puede promover a través del foro que las reúna a todas ellas
Teruel 1	26/10/2020	4	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.	Incrementar coordinación con marcas de prestigio	Se propone una mayor coordinación con marcas de prestigio y muy conocidas como "Los pueblos mas bonitos", COM	SE ACEPTA	Pueblos más bonitos o mágicos son asociaciones privadas, ya están incluida en M2. Y se valora añadir la coordinación en instancias a nivel nacional
Teruel 1	26/10/2020	5	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.	Mayor coordinación con marcas de prestigio	Se propone mejorar la 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. Mayor coordinación con marcas de prestigio como los pueblos más bonitos.	SE ACEPTA	SE UNIFICA CON LA ANTERIOR APORTACIÓN
Teruel 2	28/10/2020	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.	Implementar Coordinación Gobierno de Aragón, Comarcas y Municipios.	Se considera que se mantienen reuniones de coordinación entre comarcas y DGA pero faltan los municipios.	SE ACEPTA	Ya está incluida en la M1 y M2, se mejorará en la práctica a través del Consejo Territorial
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	A eso aspiramos, y que se creen y se trabajen.
Zaragoza2	03/11/2020	3	1	2	Medida2. Coordinación entre el Gobierno de Aragón las Comarcas aragonesas, los	Reforzar la medida	Se propone impulsar la medida. Desde nuestra comarca no se ha hecho mucho trabajo de coordinación con el sector privado.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, en la parte de promoción se coordina directamente a través de las asociaciones. La relación directa de la comarca con el sector de la comarca no nos compete, pero es conveniente impulsarla. Existe un foro de cooperación y coordinación a través del Consejo Territorial de Turismo (CTT).
Zaragoza2	03/11/2020	4	1	2	Medida2. Coordinación entre el Gobierno de Aragón las Comarcas aragonesas, los	Mesas con reuniones periódicas entre sector privado y público.	Se plantea crear mesas estables con obligación de reuniones periódicas entre el sector privado y público, mas a nivel de comarcas. Y aumentar la presencia de asociaciones en las mesas a nivel de Aragón.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. En la parte que corresponde a promoción nos seguiremos guiando como siempre, a través de asociaciones turísticas. A nivel institucional existe un foro de cooperación y coordinación a través del Consejo Territorial de Turismo (CTT).
Huesca 1	04/11/2020	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 los recursos y productos turísticos.	Mantener la medida	Mantener medida	SE ACEPTA	Se mantendrá y potenciará
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA	Hay que reforzar la coordinación y se tratará de aprovechar las sinergias que faciliten todos los entes públicos. Se buscan proyectos comunes a ambos lados del Pirineo, especialmente captando financiación europea
Huesca 2	06/11/2020	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.	Intranet	Se propone crear una intranet, para la coordinación de Comarcas con Gobierno de Aragón se ha comentado muchas veces la creación de una intranet	NO SE ACEPTA	Lo que se ha comentado es la intranet de oficinas de turismo y la pestaña de profesionales, ambas creadas. Dentro de la coordinación Gobierno-Comarcas se creó un grupo de correo electrónico de trabajo en el seno del Consejo Territorial de Turismo (CTT) para coordinación pero no ha tenido actividad. Con las comarcas por ejemplo ya hay comunicación constante por distintos canales
Huesca 2	06/11/2020	7	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.	Reforzar coordinación entre entidades	Se propone, reforzar y trabajar más la coordinación que se describe en las medidas M2, porque es necesario,	SE ACEPTA	Tiene razón y hay que avanzar y profundizar en ello. Existe un foro de cooperación y coordinación, el Consejo Territorial de Turismo (CTT).

Huesca 2	06/11/2020	8	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.	Reforzar coordinación entre entidades	Se propone reforzar coordinación entre entidades. A nivel comarcal y de sector privado, se lanzan muchas iniciativas que coinciden en tiempo y forma con otras. Sería muy bueno trabajar con calendarios comunes para eventos y acciones para tratar de no solaparlas. Muchas acciones de comunicación realizadas a nivel comarcal, de ayuntamientos u oficinas de turismo (por ejemplo a la hora de lanzar productos turísticos concretos) se lanzan sin un trabajo previo de coordinación, sin tener en cuenta los valles o municipios colindantes y sin atender a las acciones de los otros. Y el problema es que de esta manera los mensajes se disipan y no llegan más allá del propio pueblo o comarca, lo que frena el tráfico de personas y de turismo. COMENTARIOS : Hay que trabajar de forma más sólida la coordinación entre todas las entidades. COMENTARIOS : Hay que trabajar de forma más sólida la coordinación entre todas las entidades.	SE ACEPTA	Está bien la coordinación, y desde aquí se puede impulsar la coordinación intercomarcal. Existe un foro de cooperación y coordinación a través del Consejo Territorial de Turismo (CTT). Si son entre comarcas colindantes es competencia de las comarcas. Pero es necesaria la unidad de esfuerzos para ser más eficaces y crear sinergias entre AAPP
Huesca 2	06/11/2020	9	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.	Reforzar coordinación entre sector público y privado	Se propone reforzar la coordinación entre las administraciones aragonesas y el sector privado. Es importante que todos los actores estén informados de las actuaciones que se llevan a cabo y puedan participar e intervenir.	SE ACEPTA	Ya está en el objetivo incluida, se reforzará. Al efecto un órgano importante es el Consejo del Turismo de Aragón y otro medio son las asociaciones (que engloban los intereses privados), con las que se cuenta habitualmente por cauces sobre todo informales
Huesca 2	06/11/2020	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 los recursos y productos turísticos.	Comunicación entre sectores	Se propone fomentar y desarrollar la comunicación los diferentes sectores públicos y privados	SE ACEPTA	Ya está en el objetivo incluida. Al efecto un órgano importante es el Consejo del Turismo de Aragón.
Teruel 2	28/10/2020	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 y reforzar	Se propone mantener y reforzar para la creación de itinerarios y rutas turísticas transversales y temáticas que pueden contribuir a atraer nuevos públicos y de nuevas procedencias	SE ACEPTA	Se continúa. La mayor parte de los productos y las acciones se encaminan a crear itinerarios transversales que vertebran Aragón
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Se va a mantener y se intentará reforzar siendo conscientes de que cada CA tiene sus intereses y recursos propios. En materia de búsqueda de fondos se intenta con el Sur de Francia por los fondos europeos
Zaragoza2	03/11/2020	5	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.	Adjuntar documentación y normativa para productos nuevos	Implementaría, adjuntar documentación y normativa para la creación de nuevos productos		
Zaragoza2	03/11/2020	6	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.	Crear puentes con otras CC.AA.	Se propone trabajar con otras CCAA (Comunidades Autónomas) para crear puentes culturales que potencien los flujos turísticos entre las mismas. Aprovechar, por ejemplo las buenas comunicaciones (vía tren, por ejemplo) COMENTARIOS EN SALA: Por relacionar esta medida con los deportes de viento, en nuestro Club tenemos socios de Navarra, La Rioja, País Vasco, Madrid, Castilla y León, Castilla La Mancha, Cataluña y Comunidad Valenciana. Para dar una idea de las CCAA donde existen deportistas interesados en La Loteta. Cualquiera fin de semana con viento hay hasta 300 deportistas venidos de toda España.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, y se haría en la medida que fuera posible. Se han realizado experiencias al respecto como ha sido la colaboración con la Comunidad Valenciana en la Ruta del Santo Grial.
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA	Planteadas anteriormente con respecto a M2. Se está trabajando y se aprovecharán sinergias al máximo
Huesca 2	06/11/2020	11	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.	Reforzar	Se propone para la creación de grupos de trabajo con Comunidades Autónomas vecinas y grupos internacionales para la creación de productos en torno a intereses comunes, establecer convenios de colaboración para desarrollar y promocionar productos turísticos. Aragón quedará integrado en ámbitos territoriales mayores y con comunidades muy pobladas.	SE ACEPTA	Se tratará de llevar a cabo, pero faltan medios personales en la administración para abarcar tanto
Huesca 2	06/11/2020	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.	Creación de redes con otras CCAA	Se propone la creación de grupos de trabajo con Comunidades Autónomas vecinas ya que sería importante conocer lo que hacen.	SE ACEPTA	Se intentaría pero faltan muchos medios personales, además de ser capaces de aunar intereses comunes
Huesca 2	06/11/2020	13	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.	Creación de redes con otras CCAA	Se propone la creación de grupos de trabajo con Comunidades Autónomas vecinas y grupos internacionales para la creación de productos en torno a intereses comunes no ha funcionado	SE ACEPTA	Se intenta pero faltan muchos medios personales, no llegamos. Hay una descompensación manifiesta de medios con CCAA vecinas. Aún así se trabaja ya en ese sentido (ej. Camino de Santiago), pero sería bueno incrementar dicha colaboración haciendo nuestra oferta complementaria de cara a la atracción de mercados lejanos.
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	Hay que incidir y mejorar la cooperación intraadministrativa. Se potenciará la Comisión Interdepartamental en que esté el nuevo PAET, exponiendo necesidades comunes

Huesca 1	04/11/2020	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 Coordinación con otros departamentos no citados: Agricultura y Medio Ambiente.	SE ACEPTA	Se hace referencia en el título de la medida y en la práctica tratará de hacerse efectiva
Huesca 2	06/11/2020	14	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.	Falta coordinación entre los Departamentos de la Administración	Sigue faltando que dentro de la propia DGA se puedan coordinar entre los diferentes departamentos o consejerías independientemente de que sean de diferentes grupos políticos	SE ACEPTA	Entra dentro de la coordinación que ya está incluida. Se ha creado la Comisión Interdepartamental de Turismo con esa finalidad
Teruel 1	26/10/2020	6	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.	Coordinación con la Confederación Hidrográfica del Júcar y potenciar la Reserva de la Biosfera del río Cabriel	Se propone Coordinación con la Confederación Hidrográfica del Júcar para potenciar la Reserva de la Biosfera del Río Cabriel.COMENTARIOS EN SALA :Coordinación con las diferentes confederaciones hidrográficas según territorio	SE ACEPTA	Las Reservas de la Biosfera deben ponerse en valor a través del ecoturismo y su pertenencia al club de producto correspondiente. Y ADEMÁS CAMBIAR EL TÍTULO DE LA MEDIDA, para englobar todas las cuencas y todos los intereses, no solo turismo fluvial.
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	Coordinación 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.	SE ACEPTA	Ya está incluida.
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	Coordinación con Organismos de Cuenca	Cuenca son fundamentales/indispensables para el desarrollo de los productos fluviales	SE ACEPTA	Ya está incluida
Zaragoza2	03/11/2020	7	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.	Suprimir término "fluvial"	Se plantea eliminar lo de turismo fluvial y dejar "turismo" en general ya que hay otras actividades que también están sujetas a los permisos de las confederaciones hidrográficas. COMENTARIOS EN SALA: En el caso del kitesurf, contamos con los permisos por escrito de la Confederación Hidrográfica del Ebro. Desde esta institución se nos ha transmitido el interés en que este tipo de deportes se fomenten en el embalse de La Loteta	NO SE ACEPTA	No se suprimirá, como mucho añadir turismo en general , o actividad relacionada
Teruel 2	28/10/2020	8	1	7	Medida 7. Incremento de las relaciones con Turespaña en la búsqueda de campañas de turismo interior, de ferias y congresos, turismo rural y nieve.	Trabajar con Turespaña	Se propone aprovechar más y trabajar con Turespaña productos existentes en Aragón y que se podrían incluir en una red nacional de promoción. Ej. Juderías de Aragón.	SE ACEPTA	Se continúa la colaboración (por ejemplo ahora con el POA anual), pero no es necesario hacer una red propia sino adaptarse a los criterios de la red nacional
Zaragoza2	03/11/2020	8	1	7	Medida 7. Incremento de las relaciones con Turespaña en la búsqueda de campañas de turismo interior, de ferias y congresos, turismo rural y nieve.	Potenciar congresos en destinos rurales	Potenciar los congresos y jornadas en los destinos rurales con interesantes edificios y patrimonio que pueden ser un buen producto de este sector.	SE ACEPTA	Se está realizando y se profundizará en ello. Recientemente por ejemplo se celebró el Congreso de turismo sostenible en Boltaña
Zaragoza2	03/11/2020	9	1	7	Medida 7. Incremento de las relaciones con Turespaña en la búsqueda de campañas de turismo interior, de ferias y congresos, turismo rural y nieve.	Potenciar las escapadas	Se propone potenciar también los citybreaks (escapadas)	SE ACEPTA	Se promueve dentro de la promoción global que nos compete. En exclusiva le compete al Ayuntamiento concreto
Teruel 1	26/10/2020	7	1	8	Medida 8. Desarrollo de un plan de formación específico para el sector enfocado a la coordinación de la información de las oficinas de turismo de manera que en cada punto de Aragón se pueda informar del resto de recursos territoriales y turísticos de otros territorios aragoneses.	Plan de formación para el sector enfocado a coordinar los gestores turísticos	Se propone el desarrollo de un plan de formación específico para el sector enfocado a la coordinación de la gestión con los entes gestores del sector turístico, tanto en el sector público y privado, así como la información de las oficinas de turismo de manera que en cada punto de Aragón se pueda informar del resto de recursos territoriales y turísticos de otros territorios aragoneses.COMENTARIOS EN SALA :	SE ACEPTA	En la medida en que sea posible con recursos presupuestarios se tiene intención de continuar con las jornadas de formación del personal adscrito a las oficinas de turismo
Huesca 2	06/11/2020	15	1	8	Medida 8. Desarrollo de un plan de formación específico para el sector enfocado a la coordinación de la información de las oficinas de turismo de manera que en cada punto de Aragón se pueda informar del resto de recursos territoriales y turísticos de otros territorios aragoneses.	Facilitar oficinas de turismo	Se propone que se faciliten oficinas de turismo en núcleos pequeños, adaptados a nosotros y, nuestras necesidades . COMENTARIOS EN SALA: Cualquier ayuntamiento puede abrir una oficina o punto de información, cumpliendo los requisitos del decreto regulador.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. No se puede abrir una oficina en cada municipio, pero se tiene la intención de continuar con las jornadas de formación del personal adscrito a la Red de Oficinas de Turismo de Aragón
Huesca 2	06/11/2020	16	1	8	Medida 8. Desarrollo de un plan de formación específico para el sector enfocado a la coordinación de la información de las oficinas de turismo de manera que en cada punto de Aragón se pueda informar del resto de recursos territoriales y turísticos de otros territorios aragoneses.	Plan de Formación	Se considera necesario un plan de formación	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Han de tenerse en cuenta las actividades de formación puestas en marcha por los Departamentos competentes en educación y empleo.
Teruel 1	26/10/2020	8	1	9	Medida 9. Homogeneización y coordinación de los protocolos de actuación de las oficinas de turismo.	Intranet entre oficinas de turismo de Aragón	Se propone poner en marcha definitivamente la intranet entre oficinas de turismo de todo Aragón.COMENTARIOS EN SALA: que fluya la información entre oficinas, no existe la intranet	SE ACEPTA	Existe una intranet a nivel básico de datos y de intercambio. Actualizaremos la intranet a las nuevas demandas de las oficinas y la gestión de datos

Huesca 1	04/11/2020	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	NO SE ACEPTA	Las oficinas de turismo dependen de las comarcas, entes locales, que son quienes tienen la competencia de crearlas y ponerlas en marcha. La única que pertenece al Gobierno es la de Plz.España ZGZ y por convenio la del aeropuerto
Teruel 1	26/10/2020	9	1	10	Medida 10. Coordinación e impulso de las agencias receptoras de Aragón como principal instrumento de entrada de turistas.	Conocimiento del territorio por parte de instituciones y empresas, y abrir canales de comunicación	Se propone incrementar el conocimiento por parte del territorio (comarcas, ayuntamientos, empresas...) de los receptivos y abrir canales de comunicación para interactuar con ellos desde los territorios.	SE ACEPTA	Lo que proponen ya está incluido en la M10. Se podrían facilitar los contactos de las asociaciones al territorio, pero que interactúen o no entre ellos depende de ellos
Teruel 2	28/10/2020	9	1	10	Medida 10. Coordinación e impulso de las agencias receptoras de Aragón como principal instrumento de entrada de turistas.	Reforzar coordinación	Se propone reforzar la coordinación de las agencias receptoras aragonesas con los diferentes activos turísticos aragoneses.	SE ACEPTA	Se continúa y ya está incluida
Zaragoza 1	30/10/2020	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 receptoras y cuidarlas más, actualización de la normativa, y fomentar su creación	SE ACEPTA PARCIALMENTE	Está prevista la aprobación de un nuevo Reglamento de Agencias de viaje, en el marco de la necesaria coordinación estatal por razón de la materia.
Zaragoza2	03/11/2020	10	1	10	Medida 10. Coordinación e impulso de las agencias receptoras de Aragón como principal instrumento de entrada de turistas.	Aumento de la participación y visibilidad de Agencias de Receptivos	Se plantea una mayor participación de las agencias de receptivo en las acciones promocionales y mayor coordinación y visibilidad de las mismas	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE Se fomenta y ello se pretende, pero no podemos paquetizar ni incitar a ello, es de la propia asociación de donde tiene que salir
Huesca 1	04/11/2020	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 representación y voz más individualizada.	NO SE ACEPTA	Las asociaciones son los interlocutores para no ir a uno a uno porque no hay capacidad y sería ineficiente. Si una agencia no funciona bien que lo manifiesten y se estudiará. Que cada asociación detecte todos los intereses de sus asociados y los visibilice
Huesca 2	06/11/2020	17	1	10	Medida 10. Coordinación e impulso de las agencias receptoras de Aragón como principal instrumento de entrada de turistas.	Coordinar e impulsar agencias receptoras	Se propone la coordinación e impulso de las agencias receptoras de Aragón como principal instrumento de entrada de turistas.Es fundamental que nos coordinemos Asociación Receptivos+ Promoción Turística+ TourSpain+ Comarcas+ Resto de Asociaciones regionales y comarcales. FUNDAMENTAL!	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Es una coordinación necesaria la de la M10, por ej. En famtrips. Un triángulo entre DGA-TourSpain-agenciasreceptivos sí. Que los receptivos conozcan lo que hacen las Comarcas, ahí hay que incidir, pero es necesaria la voluntad de empezar a hacerlo
Zaragoza 1	30/10/2020	12	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	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.	SE ACEPTA	Ya se está haciendo y Aragón tiene las mejores ratios de inversión-atracción de turistas. También se trata de fomentar Aragón como destino único
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Se proseguirá con las órdenes anuales de convocatoria de subvenciones destinadas a entidades sin ánimo de lucro con la finalidad de promoción turística.
Huesca 2	06/11/2020	18	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	Fomentar la promoción	Se propone fomentar que las empresas de Aragón de cualquier sector promuevan nuestros recursos, incentivando hacer congresos en Aragón y realizando promoción en sus webs	NO SE ACEPTA	Las empresas de otros sectores pueden participar en la promoción, pero no en la M11, que son subvenciones. Y tampoco tenemos potestad para decirles que tienen que poner las empresas en las webs
Teruel 1	26/10/2020	10	1	12	Medida 12. Creación de grupos de trabajo para el establecimiento de una zonificación territorial con fundamentos turísticos.	Trabajar marcas homogéneas para mejorar posicionamiento en el mercado	Se propone que los grupos de trabajo puedan trabajar de forma conjunta en marcas homogéneas para mejorar su posicionamiento en el mercado.	SE ACEPTA	Se incluye dentro de la M1-2
Zaragoza2	03/11/2020	11	1	12	Medida 12. Creación de grupos de trabajo para el establecimiento de una zonificación territorial con fundamentos turísticos.	Zonificación territorial de deportes de viento	Se propone una Zonificación territorial para deportes de viento: las comarcas relacionadas son: Ribera Alta del Ebro, Campo de Borja, Tarazona y el Moncayo, Zaragoza (todas cercanas al embalse de La Loteta). Bajo Aragón (estanca de Alcañiz) y Bajo Aragón-Caspe (embalse de Mequinenza). Hoya de Huesca (La Sotonera)incluir la Comarca de Cinco Villas, concretamente Embalse de Yeso como uno de los posibles destinos para deporte de viento. COMENTARIOS EN SALA. 1º. para los grupos de trabajo 2º. incluir la Comarca de Cinco Villas y el embalse de Yesa 3º. Yesa podría ser un buen lugar para deportes acuáticos como kayak, paddle surf, etc... No es una zona con muchos días de viento, pero es perfectamente aprovechable en otros deportes relacionados con el agua 4º. Si podría explotarse el embalse de Laverné, aunque el acceso al agua con cometas es mejorable. Lo mismo ocurre con la Estanca del Gancho, que podría ser un lugar magnífico por ejemplo para montar un Cable Park 5º. Hay otro emplazamiento que sería el Boloso	NO SE ACEPTA	Están proponiendo una zonificación por producto, no por sector. Esto no es una zonificación. Hay otras formas de trabajarlo que no sea crear un grupo, no se pueden crear un grupo por tantos intereses individuales haya por producto en Aragón. Aquí se hace una criba por intereses del sector. Propuesta --> Podrían asociarse en deportes de viento, o meterse en TDA
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA	Se mantendrá y potenciará en todas las comarcas, pero se eliminará esta medida que se integrará en otras

Huesca 2	06/11/2020	19	1	12	Medida 12. Creación de grupos de trabajo para el establecimiento de una zonificación territorial con fundamentos turísticos.	Ordenar y coordinar	Se propone ordenar y coordinar los diferentes grupos de productos, asociaciones específicas y territoriales para poder dar un soporte completo al empresario turístico. En este momento existe un gran número de asociaciones, clubes de productos y otras organizaciones que tienen líneas de trabajo complementarias y/o similares y el empresario debe estar muchas si quiere llegar a toda la oferta, lo que no es eficiente por costes pero tampoco por posibilidad de tiempo para poder sacar el máximo partido de cada una de ellas. COMENTARIOS : Posiblemente sería más referente al objetivo de coordinación que a la medida en sí.	NO SE ACEPTA	Es tema privado, y la aportación no se corresponde con esta medida
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Está incluida en la M1 y en la M12 que se reconducirá
Zaragoza 1	30/10/2020	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 proyectos que han apoyado sus antecesores.	SE ACEPTA	Ya está incluida esta colaboración en el Objetivo 1. Hasta ahora este problema se ha dado más a nivel local
Teruel 1	26/10/2020	11	1		Nueva medida	Añadir a las Diputaciones provinciales para que les llegue información	Añadir a diputaciones provinciales a fin de ser un ente participativo mas ya que hay cosas que no nos llegan. Participamos activamente pero la información no nos llega adecuadamente en muchos momentos. COMENTARIOS EN SALA :a nivel de formación no estamos, en promoción sí, a nivel general para todos los ambitos	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Ya están incluidas en la coordinación de facto, y en promo muy involucrados, pero en otros ámbitos no lo estaban tanto.
Teruel 2	28/10/2020	10	1		Nueva Medida	Mayor comunicación	Se propone una nueva medida en la que se proponga una coordinación entre el sector público y privado, porque faltan puentes de comunicación entre sector público y privado.	NO SE ACEPTA	Esta es la M1, ya está incluida, por eso no se acepta como nueva medida
Teruel 2	28/10/2020	11	1		Nueva Medida	Conectores sector público y privado	Falta conectores que unan el sector privado y público en función de sus prioridades o productos.	NO SE ACEPTA	Ya tenemos posibilidades con las asociaciones, que además se fomentan para que sean interlocutores
Zaragoza2	03/11/2020	12	1		Transversal	Suprimir el requisito de ser monitor para andar por caminos y senderos	Se propone hablar con la DG del Deporte del Gobierno de Aragón para eliminar de la Ley del Deporte que en el medio natural no sea obligatorio contratar un monitor para caminar por los caminos y senderos de Aragón. Es incomprensible que vaya con mi familia, amigos, club y demás	NO SE ACEPTA	No se acepta. Corresponde al Departamento de deporte. De todas formas puede tratarse en Comisión Interdepartamental con ellos
Huesca 1	04/11/2020	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. Colaboración entre todas las que se creen a nivel de toda la CCAA.	SE ACEPTA	PARCIALMENTE. Tiene que ser de forma voluntaria del sector privado. Depende de las empresas desarrollarlas a nivel de comarca. Es interesante pero tiene que haber un desarrollo previo a niv. De Comarca. La CCAA velará por unir todas las redes y fomentar
Huesca 1	04/11/2020	18	1		Transversal	Reforzar cooperación transfronteriza	Se plantea reforzar la cooperación transfronteriza con los departamentos franceses limítrofes	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Que la Comarca haga llegar un proyecto en firme con un territorio fronterizo concreto. Ya se ha impulsado alguno
Zaragoza 1	30/10/2020	16	2	0		Repensar campañas	Ante este nuevo escenario hay que repensar de manera imminente 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.	SE ACEPTA	Adaptamos las medidas de promoción a la situación actual
Huesca 1	04/11/2020	19	2	0		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	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Aragón, destino turístico integral por Ley, debe continuamente reflexionar sobre su marca. Debido a la complejidad de esta reflexión si es marca global de Aragón que requeriría un gran consenso público más allá de Turismo. Tenemos ya la "A" de Aragón como marca, que hasta ahora solo se utiliza en Turismo pero se quiere hacer llegar a todos los Dptos, y además se está renovando.
Huesca 1	04/11/2020	20	2	0		Incorporación del ecoturismo	Se propone la incorporación del ecoturismo	SE ACEPTA	Se está trabajando en ello. SE AÑADIRÁ EN ESTE PLAN
Huesca 1	04/11/2020	21	2	0		Sostenibilidad y accesibilidad	Se propone incorporar la sostenibilidad y accesibilidad como medida prioritaria hacia la calidad	SE ACEPTA	Se está trabajando en ello y se llevará hacia el Objetivo 4. No es una cuestión sencilla ni fácil de abordar pero avanzar en esa dirección es necesario para ser competitivos
Huesca 2	06/11/2020	20	2	0		Desestacionalizar el turismo	Dentro de la estrategia turística aragonesa, debería haber un componente transversal que ataque el problema de la "estacionalidad en muchas medidas" para no limitar el turismo a determinadas épocas del año. Está claro que hay que apostar por el invierno (con el esquí) o por el verano con el excelente entorno que tenemos, entre otras cosas. Pero sería bueno trabajar de una forma más constante a lo largo de todo el año. Ese es un problema que está muy presente en el Pirineo. También el prepirineo	SE ACEPTA	Y ya está en la M14 y se trata de incidir en ello y fomentar
Huesca 2	06/11/2020	21	2	0		Potenciar los valores de cada lugar durante todo el año	Creo que hay que potenciar los valores de cada lugar durante todo el año, no solo estacionalmente, sino como una fuente de recursos inagotable, con los recursos que tenga. La naturaleza siempre esta presente y se puede disfrutar de muchas maneras, así como el ambiente familiar de compartir el turismo rural con gente de lugar.	SE ACEPTA	La desestacionalización es un objetivo prioritario contenido en la M14
Zaragoza2	03/11/2020	13	2	13	Medida 13. Realización de campañas "puerta a puerta" o misiones comerciales en los mercados emisores tradicionales con productos turísticos de Aragón segmentados y dirigidos a nichos de mercados específicos.	Participación de las agencias de receptivo	Proponen que para llevar a cabo esta medida, las agencias de receptivo deberían participar en estas acciones y presentar productos segmentados	SE ACEPTA	Ya se está haciendo . Las acciones puerta a puerta les preguntamos cuales quieren, se les pasa la agenda, etc

Huesca 2	06/11/2020	22	2	13	Medida 13. Realización de campañas 'puerta a puerta' o misiones comerciales en los mercados emisores tradicionales con productos turísticos de Aragón segmentados y dirigidos a nichos de mercados específicos.	Campañas/Misiones comerciales	Se propone la realización de campañas "puerta a puerta" o misiones comerciales en los mercados emisores tradicionales con productos turísticos de Aragón segmentados y dirigidos a nichos de mercados específicos. Tal y como se está haciendo hasta ahora, esto solo es válido para las agencias receptoras. Tal vez se pudiese hacer también para mercados nacionales. COMENTARIOS: 1- De hecho el mercado nacional es super importante. 2- Advertir que solo las AAVV pueden vender viajes combinados tanto a nivel nacional como internacional.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. De cara a hacer puerta a nivel nacional se podría incluir a las asociaciones. Pero en internacional lo que necesitan allí es un interlocutor que les haga todo. Y no es posible directamente con las empresas. Para eso están las asociaciones de empresarios, no se pueden llevar 500 empresarios. Nosotros no trabajamos directamente con el empresario final
Huesca 2	06/11/2020	23	2	13	Medida 13. Realización de campañas 'puerta a puerta' o misiones comerciales en los mercados emisores tradicionales con productos turísticos de Aragón segmentados y dirigidos a nichos de mercados específicos.	Modificar	Se propone modificar medida ya que tal como está ahora es sólo para receptoras	NO SE ACEPTA	Se pueden incluir a las asociaciones a nv. Nacional, pero a nv internacional no es operativo
Teruel 1	26/10/2020	12	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.	Productos que se configuren como únicos	Se especifica: Preferentemente que se trate de productos que se puedan configurar como únicos y que concentren esfuerzos, ejemplo Vestigios de la Guerra Civil.	SE ACEPTA	Ya está incluida y se trabaja a nivel de todo Aragón, ya se está trabajando en productos como el mudéjar o Goya
Teruel 2	28/10/2020	12	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.	Modificar	Se propone modificar medida; que la creación de un nuevo producto no sea un "café para todos" es decir, no todos los territorios son idóneos para desarrollar los mismos productos.	SE ACEPTA	Evidentemente, por eso se crean varios tipos de productos y cada uno puede beneficiar a uno más que a otro, pero el criterio general es que beneficien al máximo de zonas posibles
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Esta bien fijarse y adaptar, pero no se puede copiar sino innovar y singularizar, tenemos que conocer lo mejor de aquí en productos y crear y desarrollarse íntegramente en Aragón
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Se está en ello y continuará haciendo. Hay varios en marcha
Zaragoza 1	30/10/2020	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 posicionamiento en los mercados tradicionales y emergentes.	Unificar medidas 14 y 15	Se propone que los "nuevos productos" potencien las cosas "únicas" que tenemos en Aragón	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE Hay que incidir en buscar lo mejor de nosotros mismos y crear productos. PERO NO SE UNEN MEDIDAS 14-15 PORQUE SON DOS MEDIDAS DIFERENTES DE POR SÍ
Zaragoza2	03/11/2020	14	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.	Kitesurf producto innovador	Se plantea el Kitesurf como producto innovador para el turismo en Aragón. El valle del Ebro es una de las zonas de Europa con más viento, incluso tiene más días navegables que otros spots consolidados como Tarifa o Fuerteventura. El perfil de deportista es muy parecido al esquiador, nivel de ingresos medio-alto, con un gasto medio superior a los 60 euros diarios	NO SE ACEPTA	Debería integrarse dentro de la promoción del turismo deportivo en aragón, porque es una parte más. La promoción se puede hacer ahí, pero no crear un producto turístico solo para ellos, por regla general tiene que abarcar e interesar a todo el territorio y hay categorías más amplias como el turismo fluvial donde podría encuadrarse como una parte más

Zaragoza2	03/11/2020	15	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 mapa de destinos	Crear un nuevo producto de turismo para el teletrabajo. desarrollando un mapa de destinos con buenas conexiones y establecimientos que puedan permitir esta modalidad de trabajo.	NO SE ACEPTA	Es una buena idea, tiene razón que se podría fomentar pero no es una competencia nuestra determinar donde hay buena conexión
Zaragoza2	03/11/2020	16	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.	Nuevo producto cultural	Se propone un nuevo producto cultural: Los 3 genios: Goya, Gargallo y Serrano	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE porque se está trabajando en el primero, no así los otros dos, en el estudio que se está haciendo. Se puede revisar a futuro
Huesca 1	04/11/2020	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 tradicionalmente menos desarrollados pero en los que Aragón dispone de un potencial evidente con el objetivo de la desestacionalización de la oferta turística.	Consensuar sobre la desestacionalización	Consensuar con los agentes si realmente se busca la desestacionalización turística	NO SE ACEPTA	Esto no es una propuesta sino una reflexión. Pero se podría plantear a través de las comarcas que se implantasen unas "guardias"
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA	Es objetivo prioritario y se trata de poner en marcha el máximo número de productos en relación a los medios que hay
Huesca 1	04/11/2020	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 oferta turística.	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.	SE ACEPTA	Se fomenta y se está trabajando en ello. Es una de las puntas de lanza en los últimos años, fomentar las experiencias turísticas y así dinamizar el turismo y el sector
Huesca 2	06/11/2020	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 oferta turística.	Creación productos innovadores	Se propone que creación de productos innovadores es fundamental, es importante también crear productos para la desestacionalización de nuestro sector. COMENTARIOS: Aunque no hay que dejar de vista que la desestacionalización no será posible al 100% mientras el calendario escolar de todo el país sea igual o casi igual. Si las CCAA se pusieran de acuerdo en alternar vacaciones escolares (como en Francia), esto facilitaría las cosas. Mientras esto no suceda, la desestacionalización será posible solo para viajeros no vinculados a estos calendarios, y a ellos deberían ir enfocados esos productos.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Ya está contemplada la creación de productos innovadores y se está trabajando en eso y en la desestacionalización, pero esta no se basa en el cambio de vacaciones escolares
Huesca 2	06/11/2020	25	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.	Posicionarse en EcoTurismo	Se propone intentar posicionarse en el producto de ecoturismo en Aragón. Trabajo coordinado entre administraciones y sector privado	SE ACEPTA	Se está empezando a trabajar en el desarrollo del turismo sostenible y dentro de este está el ecoturismo
Huesca 2	06/11/2020	26	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.	Reforzar medida	Se propone la creación de nuevos productos específicos e innovadores para diversificar la oferta y atraer otro público	SE ACEPTA	Ya estamos en ello, se están desarrollando varios específicos en esa línea

Zaragoza2	03/11/2020	17	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.	La imagen de Goya como producto turístico	A pesar de que se están dando pasos en el sentido de vincular la imagen de Goya con Fuendetodos, Zaragoza y Aragón, es necesario potenciar este producto por ser uno de los más importantes y transversales. Mas coordinación entre las instituciones con las iniciativas que se están creando	SE ACEPTA	Ya se está creando como producto y se quiere potenciar. No es un producto transversal
Zaragoza2	03/11/2020	18	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.	Aportar por productos estrellas	Identificar claramente los "productos estrella aragoneses" y apostar firmemente por ellos	SE ACEPTA	Ya se está haciendo y están claramente identificados. Se continuará
Zaragoza2	03/11/2020	19	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.	Slowdriving como producto estrella	Consolidación del "Slowdriving" como producto estrella para el fomento del turismo de interior.	SE ACEPTA	Se continuará trabajando de cara a futuro impulsando siguientes fases de producto
Zaragoza2	03/11/2020	20	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.	Los personajes de Aragón como impulsores turísticos	Amantes de Teruel, Goya, Fernando el Católico, etc. Son personajes que han permitido crear productos muy interesantes y que permiten una fácil comunicación y promoción.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, alguno ya se está fomentando, pero no se puede hacer un producto único de cada uno. De momento los turoperadores los venden individual.
Zaragoza2	03/11/2020	21	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.	Turismo en autocaravana	Turismo en Autocaravana. Este sector está creciendo de forma exponencial y nuestra comunidad autónoma es perfecta para este tipo de turismo. Propongo la creación de un producto turístico a nivel de toda la comunidad para vender Aragón como un destino ideal para las autocaravanas. COMENTARIOS EN SALA : 1º. Fomentar la adaptación de los campings a este tipo de turismo. Los usuarios de AC no solemos acudir a este tipo de instalaciones porque consideramos que las tarifas no están actualizadas a la realidad del mercado. No consideramos adecuado pagar 40-50 euros por noche cuando apenas usamos las instalaciones. En otros países existe una tarifa especial para AC dentro de los campings, que oscila entre los 10-20 euros, un precio mucho más razonable.2º. Fomentar la creación de una red de áreas de pernocta para autocaravanas (no campings), con información relacionada entre ellas. En otras provincias como Palencia o Álava se han creado productos parecidos y funcionan muy bien.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Estamos desarrollando la normativa y analizando las diversas posibilidades, con lo cual se reconoce
Zaragoza2	03/11/2020	22	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.	Turismo religioso como producto estrella	El turismo religioso, por volumen de visitantes debería ser Estrella	SE ACEPTA	El turismo espiritual aparece en los productos y es emergente. Dentro del espiritual está el religioso. Se plantea poner el religioso a parte e incluir turismo de bienestar con espiritual. También como es consolidado se valorará subirlo a estrella
Huesca 1	04/11/2020	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 pueden ofrecer productos de turismo vivencial	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, se tiene en cuenta todo el territorio de Aragón a la hora de desarrollar productos
Huesca 2	06/11/2020	27	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.	Cambio el tipo de producto del esquí	Se propone cambiar el ESQUI de tipología de producto ya que no veo el ESQUI como producto Estrella, lo veo como producto VACA. A nivel de sostenibilidad sinceramente no veo que se deban invertir tantos recursos sobretodo en NUEVAS Instalaciones y pistas. COMENTARIOS: Producto Vaca es un producto Estrella estabilizado que genera muchos ingresos pero que ya no necesita de mas inversion.. solo "exprimir la vaca"	NO SE ACEPTA	El esquí seguirá estando como producto estrella consolidado, por la definición establecida en el PAET. No hay producto VACA contemplado
Teruel 1	26/10/2020	14	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.	Potenciar productos emergentes y fomentar su comercialización	Potenciar los productos emergentes con una estrategia potente y sobre todo fomentar la comercialización que suele ser el talón de Aquiles.	SE ACEPTA	La comercialización no es cosa de DGTU, sí podemos difundir y hacer de nexo de unión. Estamos promocionando: creando web, folletos, ferias. Se estudiará un posicionamiento potente con Turismo de Aragón y siempre en función de disponibilidades presupuestarias

Teruel 2	28/10/2020	13	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.	Mantener y reforzar	Se propone mantener y reforzar esta medida	SE ACEPTA	Misma intención
Zaragoza2	03/11/2020	23	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.	Baños de bosque.	Se plantea que este producto nuevo puede ayudar a conectar el turismo de salud y el cuidado de nuestros bosques.	NO SE ACEPTA	Más que un producto es una experiencia, y si acaso se podría incluir el wellnes como algo más general. Sin embargo se tiene en cuenta dentro de la sostenibilidad que se quiere fomentar
Zaragoza2	03/11/2020	24	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.	Cursos de formación	Se plantean cursos de formación específica para el sector turístico y la administración.	NO SE ACEPTA	Es objetivo 3, no 2 y si que se quieren promover. Se realizarán jornadas de formación dirigidas al personal de la Red de Oficinas de Turismo de Aragón y, a través del IAAP, a los técnicos de turismo de las entidades locales.
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, tenemos limitación de recursos económicos, se desarrollará en la medida de lo posible presupuestariamente
Huesca 2	06/11/2020	28	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.	Actualización tipología de productos BTT	Se propone una actualización de la tipología de productos. BTT está como emergente cuando en algunos territorios (ej. Pirineos) ya es un producto estrella	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, está en marcha una nueva concepción del producto emergente del cicloturismo y de la bicicleta en Aragón (aragonbike) donde se va a integrar a la BTT. Se estudiará como conjugar esa dualidad estrella-emergente
Teruel 1	26/10/2020	15	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'.	Identificar el público de cada producto	Identificar los segmentos de población a los que se dirige cada producto turístico y definir los prescriptores más apropiados para los mismos y así completar los FAMTrips con influencers con buena proyección en dicho target	SE ACEPTA	Se hace y seguirá haciendo, lo que se puede mejorar es elegir mejor a quien traer. Aumentar potenciación de elegir quien viene, ante TURESPAÑA, porque muchas veces nos los "imponen" ellos, y a la vuelta exigirles reports y seguimiento
Teruel 2	28/10/2020	14	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'.	Reforzar medida	Se propone reforzar esta medida, ya que desconozco si se han hecho. los viajes con medios de comunicación nacionales especializados en viajes, ya que tienen mucha repercusión.	SE ACEPTA	Se ha hecho alguno, no muchos (casi todo ha sido a niv. internacional), y se podría implementar. Una cosa que se va a hacer es traer agencias de turoperadores internacionales con sede en ESP (JPN y China), y falta traer periodistas nacionales especializados
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	Se Reforzarán económicamente los famtrips de prensa cuando haya presupuesto
Zaragoza2	03/11/2020	25	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".	Potenciar la calistenia y el parkour	Se podría poner en valor los deportes de Calistenia y Parkour, deportes de exterior y que cada vez más municipios invierten en ellos y muchos jóvenes demandan.	NO SE ACEPTA	No tiene sentido hacer un famtrip solo para esto
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA	Se continuarán los famtrip y se potenciarán en la medida de lo posible con los recursos escasos. Dentro de los fams se cuenta con bloggers
Huesca 1	04/11/2020	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"	NO SE ACEPTA	No se puede contar para que participen en famtrips. Si con asuntos que estén directamente relacionados
Huesca 2	06/11/2020	29	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".	Viajes de familiarización específicos	Se propone la realización de viajes de familiarización específicos de prensa o agentes especializados, para la promoción de cada uno de los productos "estrella", "emergentes" e "innovadores". Creo que hay que buscar nuevos perfiles para los viajes de familiarización ya que hoy en día, los prescriptores no son solamente agencias y prensa. COMENTARIOS: Es emergente en otros territorios, sobretudo la Bid de Carretera con cliente internacional	SE ACEPTA	Se podría incluir a nivel nacional, clubes específicos y siempre a través de nuestras asociaciones. También se prueba con influencers, pero con cuidado a la hora de seleccionarlos
Huesca 2	06/11/2020	30	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".	Mantener viajes de familiarización	Se propone mantener los viajes de familiarización para prensa y agentes especializados e incluso para influencers de moda con muchos seguidores.	SE ACEPTA	Ya se está haciendo.

Huesca 2	06/11/2020	31	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'.	Reforzar medida	Se propone reforzar medida ya que es importante que conozcan nuestros territorios de primera persona	SE ACEPTA	Ya se está haciendo
Huesca 2	06/11/2020	32	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'.	Revisar el retorno y su repercusión	Respecto a los viajes de familiarización, se propone revisar cual es realmente el retorno que produce y si esta actuación repercute en todo el territorio o no.	SE ACEPTA	Se trata de llevarlos por todo el territorio y se intenta combinar y que pasen por el mayor número de sitios. El retorno no se puede controlar, pero se puede mejorar en seleccionar bien quien queremos que venga y nos interesa, pero depende de las OET, y quizás hacer menos famtrip's y con menos gente pero que rindan de verdad, acordándolo con OET's y receptivos
Huesca 2	06/11/2020	33	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'.	Trabajar más el Turismo Familiar	Aragón tiene una excelente oferta turística para todo tipo de personas. Pero muchas veces, no hay una oferta familiar suficientemente clara. Trabajar más la promoción de este tipo de turismo podría ser muy beneficioso.	NO SE ACEPTA	Esta medida se trata de esto, está en otro objetivo, y si se trabaja desde hace tiempo en potenciarlo
Teruel 1	26/10/2020	13	2	15	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'.	Valorar eventos online, mejora de la promoción equitativa de todo el territorio en redes sociales y promo online	Se propone; Valorar la asistencia a eventos especializados online. Mejora y difusión en redes sociales y promoción online de todo el territorio equitativamente. Abundando en la difusión en medios especializados y referentes en ese tipo de turismo de los productos que Aragón ofrece o presenta.	SE ACEPTA	Ya se está haciendo producto de las circunstancias. Son dos modelos que van a convivir
Huesca 1	04/11/2020	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 propone 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, daría prioridad a la presencia de estos productos en internet (y redes sociales) y su posicionamiento.	SE ACEPTA	La idea es reajustarse a los nuevos tiempos y realizar ese esfuerzo digital. Es la nueva tendencia. Las propias ferias lo saben
Huesca 1	04/11/2020	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 sanitaria actual les ha dado la estocada.	NO SE ACEPTA	Hay que seguir yendo a ferias generalistas por mantener la presencia de Aragón y hay empresas que necesitan las ferias generalistas. Se trabaja eso sí en el trabajo digital y se reorienta a esa tendencia
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Se está realizando y fomentando
Zaragoza2	03/11/2020	26	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.	Promocionar destinos rurales como calidad	Incrementar la promoción de los destinos rurales como destino de calidad. En muchos casos con establecimientos con valoraciones muy altas y muy bien posicionados.	SE ACEPTA	Se está aplicando y se continuará realizando
Zaragoza2	03/11/2020	27	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.	Acompañar las acciones	Acompañar las acciones promocionales presenciales con campañas de comunicación (rueda de prensa, campaña en redes sociales, publicidad en medios online y offline)	SE ACEPTA	Se hace rueda de prensa y promoción en destino siempre que tenemos presupuesto
Teruel 2	28/10/2020	15	2	20	Medida 20. Creación de clubes de producto en torno a productos segmentados que permitan una estrategia conjunta público-privada.	Mayor tutorización por parte del GA	Respecto a esta medida, que el gobierno de Aragón tutorice más y forme parte como dinamizador de estos clubes de producto para que cumplan los objetivos por los que se crearán.	SE ACEPTA	Se hará
Teruel 2	28/10/2020	16	2	20	Medida 20. Creación de clubes de producto en torno a productos segmentados que permitan una estrategia conjunta público-privada.	Unir medidas 20 y 21	Se propone unirlos en una sola, ya que creo que tienen el mismo objetivo, de representación y colaboración público y privada.	SE ACEPTA	Se refundirá con M20-21
Huesca 1	04/11/2020	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"	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Se va a modificar el texto de la medida pero no en ese sentido. No se puede dar lugar por introducir ese texto al conllevar un compromiso económico indeterminado
Huesca 1	04/11/2020	32	2	20	Medida 20. Creación de clubes de producto en torno a productos segmentados que permitan una estrategia conjunta público-privada.	bs de productos con coordinación y lidera	Clubs de Productos: con coordinación y liderazgo, recursos y herramientas suficientes.	NO SE ACEPTA	No hay presupuesto para llevar a cabo con lo que requiere un club de producto, no se puede comprometer

Huesca 2	06/11/2020	34	2	20	Medida 20. Creación de clubes de producto en torno a productos segmentados que permitan una estrategia conjunta público-privada.	Reforzar medida	Se propone reforzar el producto ecoturismo y los productos que tienen sello UNESCO.	NO SE ACEPTA	Esta medida no trata de eso. No obstante se está estudiando la colaboración con el sello español "Soy Ecoturista" si es que va por ahí la propuesta
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	Se ha hecho con todos los productos, otra cosa es que no llegue a culminarse
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Se fomenta y se dialoga con el sector pero hasta cierto punto, no se puede estar encima ni intervenirlas, son privadas
Zaragoza2	03/11/2020	28	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.	Crear asociación de guías turísticos	Se propone la creación de una Asociación de guías turísticos	NO SE ACEPTA	Ya hay una asociación, y debe respetarse la autonomía de las partes, no se puede obligar a crear nada.
Huesca 1	04/11/2020	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"	SE ACEPTA	Se valorará, porque se van a unir la M20 y la 21
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	Se está analizando una visión estratégica, por ejemplo incidir en la puerta a puerta internacionales como medida más efectiva que ciertas ferias
Teruel 1	26/10/2020	16	2		Nueva medida	Añadir nueva	Se propone añadir una nueva medida: Tener en cuenta en cada producto en qué fase de desarrollo está en cada parte del territorio.	NO SE ACEPTA	Sería competencia de las comarcas hacer el seguimiento de su zona, hacer un seguimiento más exhaustivo
Teruel 1	26/10/2020	17	2		Nueva medida	Equilibrar promoción de productos innovadores con los ya consolidados	Revisar el equilibrio de la promoción turística, fomentando la promoción de productos innovadores, frente a los productos estrella que ya están consolidados y en muchos casos masificados (revisar en la convocatoria de entidades sin ánimo de lucro las bases referentes a esto).	NO SE ACEPTA	No se pueden dejar de promocionar la nieve o senderos, y hay que mantener la promo de los productos. Los productos estrella deben seguir mejorando para no perder cuota de mercado.
Teruel 2	28/10/2020	17	2		Nueva Medida	Añadir formación específica	Se propone añadir una formación específica en función del producto que se vaya a crear	SE ACEPTA	Buena idea previa al lanzamiento. Es sencillo de implementar. PERO ESTÁ YA EN EL OBJETIVO 3, SE LLEVARÁ ALLÍ
Teruel 2	28/10/2020	18	2		Nueva Medida	Adaptación de normativa según tipo de producto	Se propone la adaptación de normativas según la estructura de producto	NO SE ACEPTA	La normativa es genérica, se hace por sectores y de acuerdo a lo establecido en la Ley de Turismo, pero no por productos
Zaragoza2	03/11/2020	29	2		Nueva Medida	Evolucionar el turismo de experiencias hacia el turismo de aprendizaje	Se propone que evolucione el turismo de experiencias hacia el turismo de aprendizaje	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, depende de cada experiencia, algunas son instructivas y otras más de disfrute. Cualquier experimentación puede conllevar un aprendizaje, pero eso depende también de la persona. Pero no se ve que se desarrolle un producto sobre este tipo de cuestiones. Siempre que sea posible desarrollarla, la participación del turista puede sumar elementos positivos a su experiencia.
Zaragoza2	03/11/2020	30	2		Nueva Medida	Escenario posCovid	Se plantea reforzar nuestra oferta de turismo territorial potenciando el espacio natural, espacio libre, el territorio con poca masificación, la seguridad de lugares abiertos y con libertad para moverse por ellos, el patrimonio cultural en zonas rurales...	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, no se puede poner como una nueva medida. Siempre se ha intentado promocionar tanto los entornos como los espacios rurales, porque es una oferta turística muy variada, y en tiempos de Covid la promoción se ha adaptado a esta circunstancia, como los espacios singulares cerca de casa. Pero no se puede implantar como una nueva medida post covid, si impregnar todas las acciones que se hacen
Zaragoza2	03/11/2020	31	2		Nueva Medida	Creación figura "guía de bienestar"	Se propone la creación de la figura de "guía de bienestar" concepto wellness	NO SE ACEPTA	Los guías de turismo vienen definidos legalmente.
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Se cuenta con ellos a través de las Comarcas y a través de medidas como la creación de experiencias turísticas en el caso de empresarios y emprendedores locales
Teruel 2	28/10/2020	19	3	0	Transversal	Formación en Fiscalidad	Se propone un incremento de la formación ofrecida a nuevos emprendedores en el sector. COMENTARIOS En la línea de la nueva legislación de casas rurales, etc, la gente desconoce como iniciar esta actividad económica para hacerlo bien, y lo mismo cualquier profesional que se quiera dedicar al turismo activo.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. El Departamento competente en empleo brinda formación para el emprendimiento. E instituciones semipúblicas como las Cámaras de Comercio. Ha de tenerse en cuenta la oferta formativa del Departamento competente en empleo y la de las propias organizaciones empresariales.
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	Efectivamente se siguen impulsando
Zaragoza 1	30/10/2020	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, contrataciones, accesibilidad, sostenibilidad que son fundamentales pero no hay un plan de formación	SE ACEPTA	Sería interesante, hay que desarrollar un plan de formación lanzado por el Estado, e incluso buscar y unir a cursos nacionales
Huesca 1	04/11/2020	35	3	0	Transversal	formación turismo ecológico	Se propone incorporar formación sobre el turismo ecológico	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, No hay ni producto, pero se va a trabajar el ecoturismo. No obstante se tendrá en cuenta en un plan de formación previsto sobre sostenibilidad
Huesca 2	06/11/2020	35	3	0	Transversal	Turismo y educación	Se considera fundamental que la consejería de Educación conozca los Recursos a nivel de Viajes para Escolares, Educación Curricular en la naturaleza impartida por empresas turísticas	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. El programa "Aulas de la naturaleza" puede ser reforzado y complementado.

Teruel 1	26/10/2020	18	3	22	Medidas 22. Realización de un plan de formación específico para el sector turístico en las diferentes áreas de conocimiento previa evaluación de las necesidades formativas.	Aprovechar las Nuevas Tecnologías y realizar encuentros informales	Se propone, aprovechando las nuevas tecnologías y la posibilidad de realizar este tipo de reuniones virtuales. Establecer de forma periódica encuentros informales en los que poner en común experiencias, nuevos proyectos y conocimiento de cada uno de los agentes turísticos	SE ACEPTA	Se apoya y se incluiría en M22. Webinars de formación de producto. Se podría articular de alguna manera por comarcas, se verá en el CTT
Teruel 1	26/10/2020	19	3	22	Medidas 22. Realización de un plan de formación específico para el sector turístico en las diferentes áreas de conocimiento previa evaluación de las necesidades formativas.	Homogenizar un plan de formación según sectores	Se propone homogenizar un plan de formación según sectores	SE ACEPTA	Ya está incluido en la medida
Teruel 1	26/10/2020	20	3	22	Medidas 22. Realización de un plan de formación específico para el sector turístico en las diferentes áreas de conocimiento previa evaluación de las necesidades formativas.	Acercar la formación reglada al territorio de manera online	Se propone Favorecer el seguimiento de formación reglada (Grados medios y superiores) de manera online, al menos la parte teórica, para no tener que desplazarse durante dos o más años a las ciudades donde pueden cursarse.	NO SE ACEPTA	Es materia educativa, no tenemos competencia
Teruel 2	28/10/2020	20	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	No existe y es fundamental, de hecho es la primera medida de este objetivo	SE ACEPTA	No se ha cumplido y se acepta, se mantiene
Zaragoza 1	30/10/2020	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(m. 26)	SE ACEPTA	Se tiene claro que es un punto importante y se tiene en cuenta. No obstante, han de tenerse en cuenta las acciones formativas de los Departamentos competentes en empleo y educación, así como las procedentes de las propias organizaciones empresariales.
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Se tiene claro que hay que dar un impulso a la formación del sector, se prevé especialmente en sostenibilidad y digitalización
Zaragoza2	03/11/2020	32	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.	Cursos de idiomas	Se proponen cursos de idiomas - atención al cliente en inglés y francés Una profesionalización del sector nos beneficia a todos	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Han de tenerse en cuenta las acciones formativas de los Departamentos competentes en educación y empleo, así como las procedentes de las propias organizaciones empresariales. Se podría articular a través del INAEM. Requiere de la implicación de todo el sector y también pueden formar las Comarcas
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Han de tenerse en cuenta las acciones formativas de los Departamentos competentes en educación y empleo, así como las procedentes de las propias organizaciones empresariales. Se podría articular a través del INAEM. Requiere de la implicación de todo el sector y también pueden formar las Comarcas
Huesca 1	04/11/2020	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 ambas medidas	Se propone fomentar y diseminar 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	SE ACEPTA	Se va a desarrollar la guía para la implantación del turismo sostenible y es uno de los vectores de la acción de formación prevista desde aquí
Huesca 1	04/11/2020	44	3	26	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. 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.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, no se pueden impartir clases de inglés (se pueden realizar a través del INAEM, con alguno específico para turismo). Se coordinará con las comarcas la formación de promotores y comercializadores
Huesca 1	04/11/2020	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. 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.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, no se pueden impartir clases de inglés (se pueden realizar a través del INAEM, con alguno específico para turismo). Se coordinará con las comarcas la formación de promotores y comercializadores
Huesca 2	06/11/2020	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.	Mantener y reforzar medida	Se propone Mantener y reforzar medida	SE ACEPTA	Se mantiene. Han de tenerse en cuenta las acciones formativas de los Departamentos competentes en educación y empleo, así como las procedentes de las propias organizaciones empresariales.

Huesca 2	06/11/2020	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. Medida 23. Convocar ayudas para la formación relacionadas con el turismo de calidad y la excelencia.	Refundir medidas 22 Y 23	Se propone refundir medidas 22 Y 23, porque es importante empoderar al sector a través de formación específica, lo que supone tener planes de formación consistentes (generales y que puedan ser completados por los propios territorios o negocios en función de las necesidades específicas) y planes de ayuda que permitan realizar estas formaciones.	NO SE ACEPTA	No se piensa en refundir estas dos medidas. Es cierto que de cara a implantar formación hay que contar con el territorio (las comarcas), y también hay que tener muy en cuenta los medios limitados en el ámbito formativo del Dpto. de Turismo, por ello es necesario contar también con otras instituciones y Dptos.
Huesca 1	04/11/2020	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 un oportunidad tanto profesional como económica.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Las jornadas de formación pueden ser subvencionadas a través de las convocatorias anuales dirigidas a asociaciones y entidades sin ánimo de lucro para promoción turística.
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Las jornadas de formación pueden ser subvencionadas a través de las convocatorias anuales dirigidas a asociaciones y entidades sin ánimo de lucro para promoción turística.
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA	Se impulsará (en relación con otro objetivo) el Observatorio de Turismo de Aragón como órgano investigador
Huesca 2	06/11/2020	38	3	23	Medida 23. Convocar ayudas para la formación relacionadas con el turismo de calidad y la excelencia.	Favorecer proyecto SICTED	Se propone favorecer el proyecto de calidad SICTED de la Secretaría de Estado de Turismo. Explicación y sensibilización de este proyecto a todos los sectores	SE ACEPTA	El SICTED es una herramienta puesta a disposición por la Secretaría de Estado de Turismo para mejorar la calidad. Los profesionales pueden acceder de forma abierta a muchas presentaciones y formación
Huesca 2	06/11/2020	39	3	23	Medida 23. Convocar ayudas para la formación relacionadas con el turismo de calidad y la excelencia.	Convocar ayudas	Se propone convocar ayudas para la formación y la adaptación, relacionadas con el turismo de calidad y la Excelencia.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Las jornadas de formación pueden ser subvencionadas a través de las convocatorias anuales dirigidas a asociaciones y entidades sin ánimo de lucro para promoción turística.
Zaragoza2	03/11/2020	33	3	24	Medida 24. Concienciación al sector turístico sobre aquellos aspectos a mejorar relacionados con la calidad y la excelencia.	Realizar auditorías	Se propone la realización de auditorías a nivel comarcal, provincial y autonómico. Incluiría a profesionales del sector y expertos.	NO SE ACEPTA	La decisión sobre esas auditorías correspondería a las instituciones mencionadas.
Huesca 1	04/11/2020	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 diseminar 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	SE ACEPTA	Se va a desarrollar la guía para la implantación del turismo sostenible y en un futuro plan de formación se tendrá en cuenta la Sostenibilidad como uno de los vectores fundamentales
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA	Es lo mismo que ya hay, y se tratará de mejorar
Huesca 2	06/11/2020	40	3	24	Medida 24. Concienciación al sector turístico sobre aquellos aspectos a mejorar relacionados con la calidad y la excelencia.	Muy importante la calidad	Se considera necesario que el sector turístico preste un servicio de calidad, es la imagen que se van a llevar a su casa nuestros visitantes y que luego van a contar a su vuelta.	SE ACEPTA	Es tarea de todos, y desde el Gobierno de Aragón se hará hincapié a través de sus acciones de fomento
Huesca 2	06/11/2020	41	3	24	Medida 24. Concienciación al sector turístico sobre aquellos aspectos a mejorar relacionados con la calidad y la excelencia.	Mantener y reforzar medida	Se propone Mantener y reforzar medida	SE ACEPTA	Se mantiene y se refuerza
Huesca 2	06/11/2020	42	3	24	Medida 24. Concienciación al sector turístico sobre aquellos aspectos a mejorar relacionados con la calidad y la excelencia.	Reforzar	Se propone la concienciación al sector turístico, a través de cursos, seminarios, talleres... de manera continuada durante todo el año, (que los empresarios puedan adherirse en distintas ocasiones); implementación del SICTED como herramienta de mejora profesional y del destino.	SE ACEPTA	El SICTED es una herramienta puesta a disposición por la Secretaría de Estado de Turismo para mejorar la calidad. Los profesionales pueden acceder de forma abierta a muchas presentaciones y formación
Huesca 2	06/11/2020	43	3	24	Medida 24. Concienciación al sector turístico sobre aquellos aspectos a mejorar relacionados con la calidad y la excelencia.	Reforzar	Se propone reforzar medida	SE ACEPTA	Se mantiene y se refuerza
Huesca 2	06/11/2020	44	3	25	Medida 25. Creación de think tanks de expertos que analicen la evolución y tendencias del turismo aragonés.	Implantar medida	Se propone que esta medida se implemente para poder ver en todo momento cual es la tendencia del sector	SE ACEPTA	Es importante crear un centro de reflexión para saber en todo momento cual es la tendencia del sector, se plantea reconducir en algún órgano ya existente o a través del Observatorio de Turismo de Aragón
Teruel 1	26/10/2020	21	3	26	Medida 26. Realización de jornadas de profesionales de turismo para un mejor conocimiento de los destinos y productos.	Realización de jornadas profesionales del turismo	Se considera necesario que las jornadas profesionales se realicen para favorecer el desarrollo de sinergias	SE ACEPTA	Se considerará reforzarla ya sea mediante encuentros, como la prevista jornada de formación de personal adscrito a oficinas de turismo y con la colaboración del IAAP la de los técnicos de las entidades locales. Al mismo tiempo desde promoción se transmite con regularidad a las Comarcas la creación o evolución de productos y destinos. Quizás hay que incidir más en que ese canal de información llegue más sobre el terreno de los profesionales
Teruel 2	28/10/2020	21	3	26	Medida 26. Realización de jornadas de profesionales de turismo para un mejor conocimiento de los destinos y productos.	Jornada de profesionales	Se propone reforzar esta medida. Importante hacer jornada de profesionales del sector. Creo que no se han hecho o no suficientes	SE ACEPTA	Está prevista una jornada de encuentro con los profesionales de las oficinas de turismo y con la colaboración del IAAP la de los técnicos de las entidades locales. Se pueden hacer más jornadas de profesionales e independientemente de eso se va a implantar una medida de comunicación mediante newsletter
Teruel 2	28/10/2020	22	3	26	Medida 26. Realización de jornadas de profesionales de turismo para un mejor conocimiento de los destinos y productos.	Mayor conocimiento del territorio	Se propone que todos los agentes del territorio conozcan el resto del territorio y para eso es necesario realizar más jornadas o incluso organizar fam trips para los propios informadores turísticos.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Las jornadas están bien y viables, pero los famtrips de varios no se conciben. Además las Comarcas pueden enseñar a los empresarios la Comarca
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	Se tiene claro que es necesario un impulso a la formación del sector, pero a la hora de impartirla intervienen una variedad de entidades: los Departamentos competentes en educación y empleo, las propias organizaciones empresariales y las Comarcas

Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	Si es necesaria: sobre normativa, tipos de productos, etc. hay aglutinar todo en jornadas, en webinars o en newsletter
Zaragoza2	03/11/2020	34	3	26	Medida 26. Realización de jornadas de profesionales de turismo para un mejor conocimiento de los destinos y productos.	Potenciar Famtrips	Potenciar la realización de famtrips (viajes de familiarización) para que las agencias de receptivo conozcan el territorio puedan crear paquetes para vender a otras agencias y TTOO (Touroperedores)	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Se está haciendo, y hay una persona especialmente dedicada a organizarlos. Pero esto está enfocado en la medida 17
Zaragoza2	03/11/2020	35	3	26	Medida 26. Realización de jornadas de profesionales de turismo para un mejor conocimiento de los destinos y productos.	Famtrips para empresarios.	Desarrollar este tipo de salidas para aprovechar el alto poder de prescripción de los protagonistas del sector al estar en contacto directo con el cliente final.	NO SE ACEPTA	Se le paga a las agencias con las que tenemos interés, y si a caso articular esto con los técnicos de comarca. Pero famtrips de empresarios no se pueden hacer. Se pueden hacer jornadas de formación. Pero presupuestariamente no es viable
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Se mantendrá la medida no obstante no tiene porque estar el límite en la provincia, pueden ser comarcas de varias áreas/provincias. Se valora la realización de jornadas intercomarcas
Huesca 2	06/11/2020	45	3	26	Medida 26. Realización de jornadas de profesionales de turismo para un mejor conocimiento de los destinos y productos.	Realizar jornadas de profesionales	Se propone la realización de jornadas de profesionales de turismo para un mejor conocimiento de los destinos y productos; Esto no se ha realizado. COMENTARIOS: Creo que si se ha realizado, también desde comarcas... otra cosa es la poca participación del sector privado en las mismas.	SE ACEPTA	Se mantiene y se refuerza en la línea indicada en anteriores aportaciones similares.
Huesca 2	06/11/2020	46	3	26	Medida 26. Realización de jornadas de profesionales de turismo para un mejor conocimiento de los destinos y productos.	Reforzar	Se propone reforzar; me parece importante que se destinen recursos a esta medida, se necesitan buenos altavoces para dar a coner las peculiaridades de cada territorio	SE ACEPTA	Se mantiene y se refuerza en la línea indicada en anteriores aportaciones similares
Huesca 2	06/11/2020	47	3	26	Medida 26. Realización de jornadas de profesionales de turismo para un mejor conocimiento de los destinos y productos.	Mantener medida y reforzarla	Se considera necesario estar informado de lo que tenemos para promocionarlo	SE ACEPTA	Se van a reforzar múltiples canales de información tanto a nivel institucional con comarcas como con el sector
Huesca 2	06/11/2020	48	3	26	Medida 26. Realización de jornadas de profesionales de turismo para un mejor conocimiento de los destinos y productos.	Realizar jornadas de profesionales	Se consider muy importante la realización de jornadas de profesionales de turismo	SE ACEPTA	Hay prevista una acción con profesionales de oficinas de turismo, y con la colaboración del IAAP la de los técnicos de las entidades locales, y habrá más con más agentes
Zaragoza2	03/11/2020	36	3	27	Medida 27. Realización de campañas locales de promoción en las principales ciudades aragonesas, como Zaragoza, Huesca y Teruel dirigidas al conocimiento en cada destino del resto de ofertas que ofrece Aragón.	Incremento de campañas publicitarias fuera de lo local	Se plantea Incrementar las campañas publicitarias en varios medios (TV, Facebook, Instagram ...) no solo a nivel local, sino nacional e internacional	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, porque ya está incluida en otras medidas de otros objetivos, por ejemplo: La M35, M53, M54 y M74 incluyen.
Huesca 2	06/11/2020	49	3	27	Medida 27. Realización de campañas locales de promoción en las principales ciudades aragonesas, como Zaragoza, Huesca y Teruel dirigidas al conocimiento en cada destino del resto de ofertas que ofrece Aragón.	Mayor importancia a los ciudadanos del territorio	Se propone dar mayor importancia a los ciudadanos del territorio ya que son también un factor clave para nuestra promoción. Creo que es muy importante que los propios ciudadanos conozcan los recursos turísticos de su territorio.	SE ACEPTA	Se comparte y se procura, recientemente se realizó la exposición itinerante de promoción por las ciudades de Aragón
Teruel 2	28/10/2020	23	3	28	Medida 28. Campañas de publicidad en medios de comunicación locales para la promoción de otras zonas turísticas aragonesas.	Potenciar medios de comunicación	Se propone potenciar campañas de publicidad en medios de comunicación locales para la promoción turística. Yo incluiría en medios de comunicación no locales, para que las conozcan también. No sólo ámbito local.	SE ACEPTA	Se hacen en todo tipo de medios, y ya está incluida en la M78
Huesca 2	06/11/2020	50	3	28	Medida 28. Campañas de publicidad en medios de comunicación locales para la promoción de otras zonas turísticas aragonesas.	Mayor importancia a la medida	Se propone dar mayor importancia a esta medida ya que Aragón es muy amplio y estamos zonas que no tenemos tradición turística y necesitamos visibilidad	SE ACEPTA	Se seguirá trabajando en la publicidad integral de Aragón, tratando de dar visibilidad a todos los territorios
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	NO SE ACEPTA	No entendemos la relación entre la relación con Educación y la búsqueda de prescriptores. No se corresponde con esta medida.
Huesca 1	04/11/2020	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 de 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.	SE ACEPTA	Se verá la forma de potenciar su implantación a nivel general. A nivel de Comarcas se puede estudiar a nivel más local
Huesca 2	06/11/2020	51	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.	Imprescindible esta medida	Se considera imprescindible esta medida.	SE ACEPTA	Se seguirá haciendo

Huesca 2	06/11/2020	52	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.	Coordinación	Se propone para el 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, el conocimiento de prácticas o experiencias sostenibles, para la formación curricular. Imprescindible que los IES, Escuelas, Universidades conozcan el potencial del entramado turístico Aragón: Alojamientos, Restauración, Albergues, Campings, Actividades, etc., para organizar Campamentos escolares, actividades curriculares en la naturaleza, como los créditos de síntesis que se hacen en otras CCAA	SE ACEPTA	Es interesante dentro de la coordinación. Se comunique y promocióne por RRSS actividades que si se meten como actividades curriculares les saldrán más baratos
Teruel 2	28/10/2020	24	3	30	Medida 30. Realización de estudios para la identificación de segmentos de mercado para cada producto, experiencia de cliente y otros que posteriormente puedan ser compartidos con el sector turístico aragonés para mejorar el conocimiento de datos analíticos.	Reforzar medida	Se propone reforzar medida. Compartir este tipo de información con el sector turístico o los agentes implicados puede ser de gran utilidad no sólo en seguimiento de proyectos y toma de decisiones sino también en la creación de proyectos emergentes.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Hay que hacerlo pero a su debido tiempo, sin precipitarse y dando una abstracción importante de info básica y a unos determinados agentes, pq no interesa a todo el mundo, y aquellos interesados en el producto se les facilitará y ampliará la info
Teruel 2	28/10/2020	25	3	30	Medida 30. Realización de estudios para la identificación de segmentos de mercado para cada producto, experiencia de cliente y otros que posteriormente puedan ser compartidos con el sector turístico aragonés para mejorar el conocimiento de datos analíticos.	Mantener y reforzar	Se propone mantener esta medida y reforzarla.	SE ACEPTA	DE ACUERDO
Teruel 1	26/10/2020	22	3	31	Medida 31. Creación del Observatorio Turístico Aragonés.	Imprescindible la creación del Observatorio Turístico Aragonés.	Se señala como imprescindible la creación de un Observatorio turístico Aragonés. Hay CC.AA que lo tienen y editan periódicamente un documento donde va reflejando la situación y de la evolución del turismo	SE ACEPTA	No se ha creado por razones presupuestarias pero se va a articular el Observatorio
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	Se tiene que articular y se está trabajando en ello
Zaragoza2	03/11/2020	37	3	31	Medida 31. Creación del Observatorio Turístico Aragonés.	Mantener y poner en marcha	Se propone mantener y poner en marcha esta medida como enlace entre el sector público y privado	SE ACEPTA	Está previsto pero sin haber empezado a trabajar por cuestiones presupuestarias
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA	Se va a ir en esa línea y su implantación es una cuestión importante
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA	Se va a articular y va a tener los medios que necesita para realizar su función
Huesca 2	06/11/2020	53	3	31	Medida 31. Creación del Observatorio Turístico Aragonés.	Eliminar medida :Observatorio Turístico Aragonés	Se considera que no tiene sentido abrir un observatorio más, ya que se han abierto observatorios y cluster y luego no sirven para nada. Es mejor poder homogeneizar la toma de datos de todos las administraciones y ponerlos en común. Que toda las oficinas de turismo trabajen igual para que pueda ser factible y no que según si son de ayuntamientos, comarcas o Aragón tengan unos criterios diferentes	NO SE ACEPTA	Se tienen en cuenta esas cuestiones por eso se va a articular de otra manera, pero es necesario un Observatorio
Huesca 2	06/11/2020	54	3	31	Medida 31. Creación del Observatorio Turístico Aragonés.	Modificar medida	Se propone cambiar esta medida por la creación de una aplicación o una nube donde estuvieran todos los recursos turísticos de Aragón y desde las administraciones se pudiera acceder a actualizar los horarios y promocionar las actividades. Al estilo del gestor estadístico de datos de las oficinas de turismo	NO SE ACEPTA	NO DEBERÍA FIGURAR AQUÍ, porque no se relaciona con esa medida, en cuanto a la idea requiere una reflexión amplia y medios Pº
Huesca 2	06/11/2020	55	3	31	Medida 31. Creación del Observatorio Turístico Aragonés.	Implementar medida	Se propone implementar esta medida	SE ACEPTA	Se tiene que articular y se está trabajando en ello
Teruel 1	26/10/2020	23	3		Nueva medida	Añadir nueva: Plan de Formación ONLINE permanente para el sector turístico	Se propone disponer de un plan de formación online permanente para el sector turístico aragonés adaptado a las necesidades de los diferentes agentes del sector (módulos) y con formaciones específicas adaptadas a circunstancias cambiantes.	SE ACEPTA	Está incluíd en la M22, que se ampliará con esta propuesta de Formación online
Teruel 2	28/10/2020	26	3		Nueva Medida	Implementar medidas	ideas que se recogen en este objetivo . COMENTARIOS EN SALA : Reforzar todas las medidas	NO SE ACEPTA	no es una propuesta esto sino una evaluación, ESE ES EL FIN DE ESTE PAET
Teruel 2	28/10/2020	27	3		Nueva Medida	Conectores sector público y privado	Falta conectores que unan el sector privado y público en función de sus prioridades o productos.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Se hace en la medida en que se puede. Habría que dedicar una persona a cada producto en exclusiva pero no hay recursos humanos suficientes
Zaragoza2	03/11/2020	38	3		Nueva medida	Trabajo conjunto entre Diputaciones y Comarcas	Trabajar conjuntamente con las Diputaciones Provinciales y Comarcas en la promoción turística y en la puesta en marcha de actividades dirigidas a la población y visitantes que permitan conocer Aragón	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Porque en la práctica los estamos incluyendo y se trabaja en materia de promo turística. Pero no se va a incluir una nueva medida, que además se puede incluir en el Objetivo 1
Zaragoza2	03/11/2020	39	3		Nueva medida	Diseñar una estrategia de eventos, formación y concienciación virtuales	Se plantea que después de 2020 la organización de eventos ya no será la misma, y la formación o la adquisición de conocimiento ha cambiado. Hay posibilidad de organizar encuentros con el sector turístico para concienciar, formar, dialogar... Hay una oportunidad única de implicar al sector en un avance en sus capacidades	SE ACEPTA	Siempre y cuando haya medios es fundamental avanzar en esta formación
Zaragoza2	03/11/2020	40	3		Nueva medida	SUBVENCIÓN DE FORMACIÓN	Se propone que al margen de los cursos promovidos por Gobierno de Aragón u otras entidades de la administración como comarcas, etc. en el caso de que haya un agente que localice un curso formativo de su interés, ofrecer la posibilidad de que el coste de dicho curso sea subvencionable atendiendo a ciertos criterios que ya serían definidos más adelante.	NO SE ACEPTA	Las jornadas de formación se subvencionan a través de las convocatorias anuales dirigidas a asociaciones y entidades sin ánimo de lucro para promoción turística.
Teruel 1	26/10/2020	24	4	0		Reformulación objetivo 4	Se propone incluir: Posicionamiento de Aragón como destino de turismo sostenible a través del incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencia, siempre basado en el aprovechamiento sostenible de nuestro territorio	SE ACEPTA	Se puede meter el sostenible en el título, que es transversal
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA	Se puede incluir sí

Huesca 1	04/11/2020	50	4	0	Transversal	Sostenibilidad y accesibilidad	Se propone incorporar la sostenibilidad y accesibilidad como medida prioritaria hacia la calidad	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Es la sostenibilidad en todo, no solo hacia la calidad. Se incluye la palabra sostenible en el título. La accesibilidad ya está incluida.
Huesca 2	06/11/2020	56	4	0	Transversal	Desestacionalizar el turismo	Dentro de la estrategia turística aragonesa, debería haber un componente transversal que ataque el problema de la "estacionalidad en muchas medidas" para no limitar el turismo a determinadas épocas del año. Está claro que hay que apostar por el invierno (con el esquí) o por el verano con el excelente entorno que tenemos, entre otras cosas. Pero sería bueno trabajar de una forma más constante a lo largo de todo el año. Ese es un problema que está muy presente en el Pirineo. También el prepíreneo	SE ACEPTA	Está ya en la M14 y se trabaja en ello
Huesca 2	06/11/2020	57	4	0	Transversal	Potenciar los valores de cada lugar durante todo el año	Creo que hay que potenciar los valores de cada lugar durante todo el año, no solo estacionalmente, sino como una fuente de recursos inagotable, con los recursos que tenga. La naturaleza siempre está presente y se puede disfrutar de muchas maneras, así como el ambiente familiar de compartir el turismo rural con gente de lugar.	SE ACEPTA	La desestacionalización es un objetivo prioritario contenido en la M14
Huesca 2	06/11/2020	58	4	32	Medida 32. Detectar y reforzar a los intermediarios y prescriptores especializados en productos específicos, como el turismo accesible, y facilitarles la información necesaria para desarrollar un trabajo colaborativo.	Reforzar medida	Se propone reforzar medida ya que es muy necesaria puesto que puede diferenciar el destino, pero sin olvidar la situación geográfica y la realidad de las diferentes zonas geográficas de Aragón para implementar las medidas de accesibilidad, puesto que no siempre es sencillo.	SE ACEPTA	Se seguirá implementando y reforzando porque el turismo accesible es una prioridad
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	SE CONTINUARÁ
Zaragoza2	03/11/2020	41	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 la Gala de EXPERIENCIAS TURÍSTICAS	Se propone mantener la realización de la Gala de las Mejores Experiencias Turísticas de Aragón, ya que motiva a las empresas a apostar por la originalidad y la realización de nuevos proyectos y productos. COMENTARIOS EN SALA. Habría que potenciar más los productos ganadores e incluso los que no llegan a ganar.	SE ACEPTA	Se continuará. En 2020 no ha sido posible por la pandemia. Se prevé sacar un producto relacionado
Zaragoza2	03/11/2020	42	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.	Paquetes de experiencias	Se propone paquetizar productos para crear experiencias. Colaboración entre empresas privadas que unan sus productos para crear experiencias.	NO SE ACEPTA	Depende de la autonomía privada, de la autonomía de las partes. Se fomentará en todo caso la innovación y el desarrollo de nuevas ideas de experiencias
Huesca 1	04/11/2020	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 turismo que desborda y destruye el entorno para que vivan unos cuantos	SE ACEPTA	Se potencia en todo caso lo que ya hay. Esto es la sostenibilidad, educar no es imponer.
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA	Va implícito en la medida y es uno de los objetivos del turismo sostenible.
Huesca 2	06/11/2020	59	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.	Reforzar medida	Se propone reforzar medida ya que creo que es imprescindible crear redes de participación con la población y destinar recursos a ello	SE ACEPTA	Va implícito en la medida y es uno de los objetivos del turismo sostenible.
Huesca 2	06/11/2020	60	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.	Reforzar medida	Se propone reforzara ya que lleva a nuevas experiencias	SE ACEPTA	Ya está incluida
Huesca 2	06/11/2020	61	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.	Experiencias con gente del lugar	Se propone concienciar al 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. Tal vez se podría, en vez de invertir tanto en ferias, que desde promoción se invitasen a personas que luego pueden posicionarnos. Pero esto no puede ser a cargo de las empresas, que bastante apuradas vamos ya.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Ya está incluida en M17 y M54. Desde promoción no solo se contratan ferias (a las que va el sector en muchos casos) también se realizan famtrips precisamente para eso
Teruel 1	26/10/2020	25	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.	Incentivos para trabajar la CALIDAD	Promover esta medida con incentivos, ya que es muy necesario trabajar la CALIDAD de los servicios.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	La incorporación a sellos o distintivos de calidad se valorará positivamente en las convocatorias de subvenciones.

Zaragoza 1	30/10/2020	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 segun el valor que aporten	Se propone darle una vuelta y ver que sellos de verdad aportan valor y no acaban siendo algo superfluo.	NO SE ACEPTA	Respeto a la autonomía de las partes.
Zaragoza 1	30/10/2020	35	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.	Apoyar/impulsar la adhesión a sellos de calidad	Se propone apoyar e impulsar la adhesión a sellos de calidad	SE ACEPTA	La incorporación a sellos o distintivos de calidad se valorará positivamente en las convocatorias de subvenciones. Si tienen el sello les toca más.
Zaragoza2	03/11/2020	43	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.	Privilegios para establecimientos distinguidos	La Comarca de Tarazona y el Moncayo es destino SICTED, creo que es importante que los establecimientos que se distinguen, tengan privilegios.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	La incorporación a sellos o distintivos de calidad se valorará positivamente en las convocatorias de subvenciones.
Huesca 2	06/11/2020	62	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.	Incentivar SICTED	Se propone incentivar la adhesión a SICTED. es un proyecto que ha sido fundamental para elaborar en ésta situación de crisis las directrices básicas de cada oficio. COMENTARIOS: hay un SELLO ICTE gratuito que han dejado en STAND BY y sería FUNDAMENTAL. sino es INASUMIBLE POR COSTES	SE ACEPTA PARCIALMENTE	La incorporación a sellos o distintivos de calidad se valorará positivamente en las convocatorias de subvenciones.
Huesca 2	06/11/2020	63	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.	Trabajo en Calidad	Se propone trabajar más en la calidad, pero enfocada no sólo al servicio que se da desde los establecimientos sino ampliándola al los destinos en su conjunto (acogida al turista/visitante desde que llega a nuestro territorio hasta que se va). COMENTARIOS: Calidad en el destino es el proyecto SICTED	SE ACEPTA	Esto lo da la formación al sector, esa mentalidad de atraer al turista dándole calidez y el mejor servicio de principio a fin. Se incentivará maximizar la calidad en todos los aspectos, es muy amplio y se liga con la formación específica al sector de bienvenida al turista. Se tratará de realizar
Huesca 2	06/11/2020	64	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.	Fomentar adhesión a sellos	Se propone fomentar la adhesión a los sellos de renombre y prestigio estatal e internacional como el SICTED, Q de calidad y otros. Por desgracia los sellos solo sirven para invertir un dinero y luego no tienen ninguna repercusión real. COMENTARIOS: El SICTED no es un sello al uso es formación en buenas prácticas con 34 oficios diferentes. Pongo enlace a la página. https://www.calidadendestino.es/	SE ACEPTA PARCIALMENTE	La incorporación a sellos o distintivos de calidad se valorará positivamente en las convocatorias de subvenciones.
Teruel 2	28/10/2020	28	4	35	Medida 35. Realización de una estrategia de internacionalización con campañas de promoción en países potencialmente emisores de turistas hacia Aragón.	Revisión anual del PAET	Se propone revisar anualmente esta estrategia por la situación actual de pandemia si se debería destinar parte de la estrategia a mercado nacional, referido a las campañas de promoción.	NO SE ACEPTA	Es de coyuntura. Además ya hay una valoración intermedia, con revisión y ante medidas excepcionales se actúa
Zaragoza2	03/11/2020	44	4	35	Medida 35. Realización de una estrategia de internacionalización con campañas de promoción en países potencialmente emisores de turistas hacia Aragón.	Reforzar campañas de productos estrellas y crear equipo de trabajo	Se plantea reforzar en estas campañas los productos estrella y crear un equipo de trabajo estable con formación y material de soporte atractivo y novedoso	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, se intenta la consolidación de Productos Estrella y la creación de grupos de trabajo es más complicado por el gran nº de productos estrella y lo limitado del personal. Cada producto estrella no va a tener un grupo de trabajo específico, por ejemplo la nieve. Serían más necesarias en productos por desarrollar
Zaragoza2	03/11/2020	45	4	35	Medida 35. Realización de una estrategia de internacionalización con campañas de promoción en países potencialmente emisores de turistas hacia Aragón.	Promoción internacional	Incrementar la promoción internacional y realizar campañas online y offline.	SE ACEPTA	Ya se hace y se va a continuar haciendo
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA	Se trabaja en ello, se hace y se seguirá haciendo
Huesca 1	04/11/2020	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 productos aragoneses desarrollando una estrategia de internacionalización y promoción una vez detectados.	Mantener y promoción digital	Se propone atender medida y dedicar dinero a ello, especialmente a la promoción digital	SE ACEPTA	Se insistirá y se reorientará parte de la promoción a lo digital
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA	Se trabaja en ello, se hace y se seguirá haciendo
Huesca 2	06/11/2020	65	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 medida	Se propone mantener medida e implementar recursos económicos para que sea eficaz	SE ACEPTA	Ya está incluida y se seguirá haciendo
Teruel 1	26/10/2020	26	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.	Reforzar y ampliar el Plan de Accesibilidad Turístico	Se propone reforzar y ampliar el Plan de Accesibilidad Turístico en el que se fomenten productos específicos para su uso.COMENTARIOS EN SALA :Tenemos a Teresa Perales que es una cara muy conocida y nos puede ayudar en cuanto a la Imagen de Aragón en Territorio accesible. Ya se ha utilizado en la última campaña.	SE ACEPTA	Si bien no ha habido un plan, se fomentó con subvenciones y ahora se empieza a desarrollar como producto turístico. Se está trabajando en el producto de accesibilidad.

Teruel 2	28/10/2020	29	4	37	Medida 37. Elaborar y ejecutar un Plan de Accesibilidad Turística en el que se fomente la superación de barreras para este colectivo y puedan facilitarse productos para su uso.	Mantener medida	Se propone mantener esta medida y...ponerla en práctica! .El Plan de accesibilidad es una medida muy importante, las leyes son claras pero en el día a día vemos la dificultad de ponerlas en práctica. La elaboración de un plan es clave	SE ACEPTA	Se está haciendo un estudio de accesibilidad para empezar a trabajar en ello
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. La Q de calidad es voluntaria de cada establecimiento que quiere certificar. La tendencia no es seguir creando sellos y en la práctica la Q no se mantiene. Se analizará si esta medida sigue teniendo utilidad. Y al mismo tiempo la incorporación a sellos o distintivos de calidad se valora positivamente en las convocatorias de subvenciones.
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	Hasta la fecha no se ha realizado un Plan de Accesibilidad Turística como tal, sí que se han desarrollado diversas actuaciones en relación con esta cuestión (Inspecciones, sanciones, instrucción interpretativa.. Acciones internas, informes). Además se está desarrollando la accesibilidad como producto turístico
Zaragoza 1	30/10/2020	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 facilitarse productos para su uso.	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.	SE ACEPTA	Hasta la fecha no se ha realizado un Plan de Accesibilidad Turística como tal, sí que se han desarrollado diversas actuaciones en relación con esta cuestión (Inspecciones, sanciones, instrucción interpretativa.. Acciones internas, informes). Además se está desarrollando la accesibilidad como producto turístico
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Hasta la fecha no se ha realizado un Plan de Accesibilidad Turística como tal, sí que se han desarrollado diversas actuaciones en relación con esta cuestión (Inspecciones, sanciones, instrucción interpretativa.. Acciones internas, informes). Además se está desarrollando la accesibilidad como producto turístico
Zaragoza2	03/11/2020	46	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.	Potenciar turismo accesible e incluir en web	Se propone potenciar el turismo accesible y crear un apartado en la web de Turismo de Aragón que recoja los productos y servicios adaptados a este sector	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, se ha comenzado a trabajar el Producto de Turismo Accesible y la forma de promocionar se determinará en su momento
Huesca 1	04/11/2020	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.	Guías para público con de diversidad funcional	Se propone fomentar no solamente la ACCESIBILIDAD sino un PLAN con guías turísticas 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. Una manera de fomentar el EMPLEO EN NUESTRA REGIÓN	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, ya se está trabajando la accesibilidad que la M37 engloba todo lo general y lo concreto, como esta acción
Huesca 2	06/11/2020	66	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.	Igualdad de posibilidades	Se propone intentar que todo el mundo tenga las mismas posibilidades	SE ACEPTA	Es un principio que impregna todas las acciones, uno de los objetivos de las acciones de accesibilidad
Teruel 2	28/10/2020	30	4	38	Medida 38.Utilización de las conexiones con Tren de Alta Velocidad para la atracción de turistas de escapada y congresos.	Complementar y potenciar	Se propone complementar esta medida con otros medios de transporte, para que la gente llegue también a nuestra provincia. Primero habría que potenciar y mejorar las vías del tren u otras carreteras para que llegue a toda la CC.AA.	NO SE ACEPTA	No es nuestra competencia, es Fomento
Zaragoza 1	30/10/2020	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 puede ser que no lleguen a todas las localidades.	NO SE ACEPTA	La medida es muy específica y dedicada a estos colectivos específicos
Zaragoza2	03/11/2020	47	4	38	Medida 38. Utilización de las conexiones con Tren de Alta Velocidad para la atracción de turistas de escapada y congresos.	Potenciar los citybreaks	Potenciar los citybreaks aprovechando la conexión AVE con Madrid, Barcelona y varias capitales andaluzas, por ejemplo	SE ACEPTA	Se intenta y se hacen promociones en Málaga, Sevilla etc. El destino Aragón, más que los city breaks. Utilizamos las conexiones directas para hacer campañas en la conexión de destino
Zaragoza2	03/11/2020	48	4	38	Medida 38. Utilización de las conexiones con Tren de Alta Velocidad para la atracción de turistas de escapada y congresos.	Comunicaciones a municipios pequeños	Se plantea incrementar las comunicaciones a los pequeños municipios.	NO SE ACEPTA	Es competencia del Dpto de vertebración (DG Movilidad) potenciar las comunicaciones
Huesca 2	06/11/2020	67	4	38	Medida 38.Utilización de las conexiones con Tren de Alta Velocidad para la atracción de turistas de escapada y congresos.	Aprovechar comunicaciones	Se propone sacar partido a las buenas y cómodas comunicaciones con el Ave, ahora más que nunca podemos ofrecernos como lugar tranquilo y seguro, igual para escapadas que para celebración de congresos.	SE ACEPTA	Está incluida en esta medida y se seguirá promoviendo
Huesca 2	06/11/2020	68	4	38	Medida 38.Utilización de las conexiones con Tren de Alta Velocidad para la atracción de turistas de escapada y congresos.	Mantener medida	Se propone mantener medida.	SE ACEPTA	Se seguirá trabajando en ello
Teruel 2	28/10/2020	31	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	Reforzar medida	Los viajes académicos desde universidades extranjeras (study abroad) tenían realmente un gran potencial ,para atraer público que estaba casi inexplotado en Aragón. En el contexto actual de la pandemia, ese sector está en crisis (coyuntural, esperemos) y prácticamente aniquilado. Conviendría reforzar esta medida apuntando a incorporar nuevas formas de turismo virtual o algo parecido para que siga siendo realista en los próximos 2-3 años (marco de duración el plan)	SE ACEPTA	Muy interesante. Hacen falta empresas que lo gestionen y recursos presupuestarios a la AP
Teruel 2	28/10/2020	32	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	Impulsar medida	Se propone impulsar programas con la Universidad para temas de inmersión idiomática y en general reforzar el turismo científico .	SE ACEPTA	Se tratará de impulsar como establece la medida

Zaragoza 1	30/10/2020	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 universidades extranjeras, cursos idiomáticos en Aragón así como viajes extraescolares	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 hacer en el entorno y se realizan en otras comunidades	SE ACEPTA	Mejorar la comunicación con la UNIZAR, o bien a través de educación y universidad
Zaragoza 1	30/10/2020	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 INAEEM	Se propone la colaboración con la universidad de Zaragoza y con INAEEM 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.	SE ACEPTA	No concuerda con esta medida. ¿se refiere a dar salida a gente formada? ¿contar con los estudiantes para que den ideas y hacerles partícipes de un proyecto real?
Zaragoza2	03/11/2020	49	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.	Potenciar embajador turístico	Se propone potenciar la figura del embajador turístico. Realizar presentaciones de destino en universidades para que tanto alumnos nacionales como internacionales viajen por Aragón y den a conocer nuestra tierra entre sus contactos	SE ACEPTA	Englobado dentro de una acción general de embajadores de Aragón
Huesca 1	04/11/2020	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.	Proyecto europeos de investigación	Se propone fomentar esa colaboración mirando también a la apuesta por PROYECTOS EUROPEOS DE INVESTIGACIÓN EN TURISMO	SE ACEPTA	Se incluirá proyectos de investigación en turismo en la medida porque es una buena idea
Huesca 2	06/11/2020	69	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	Mantener medida	Se propone mantener medida.	SE ACEPTA	Se seguirá realizando
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	Se va meter en el título y no va a ser una nueva medida pero se va a adaptar
Zaragoza 1	30/10/2020	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 empresas turísticas para poder ofrecer este producto.	SE ACEPTA	El desarrollo del producto se hará, esto va al detalle y el PAET es global
Zaragoza 1	30/10/2020	45	4	Nueva Medida	Nueva Medida	Creación de un sello de calidad y valorar los existentes	Se necesita un sello mas 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.	SE ACEPTA	Se puede abrir la reflexión sobre los sellos de calidad existentes, la oportunidad de incorporar alguno más y su utilidad en general
Huesca 1	04/11/2020	58	4		Nueva medida	Figuras Unesco	Se plantea la utilización de las figuras UNESCO existentes en Aragón como un recurso de calidad	NO SE ACEPTA	Se utilizan ya, pero no es ningún producto turístico ni ninguna medida. Se acepta para la promoción, pero no como medida
Huesca 1	04/11/2020	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 sobarbar por ejemplo. De nada sirve tener alojamientos y senderos accesibles si la persona discapacitada no consigue llegar a ellos. Por lo tanto se debería poner el foco en el acompañamiento y la red de servicios a los discapacitados.	NO SE ACEPTA	Tiene que sustentarse en la empresa privada, negocios de la zona. Se trabajará conjuntamente con el sector turístico y sectores conexos para favorecer la implantación de dichos servicios. En caso de sacar ayudas a estos medios y vehículos debería articularse por el Dpto. competente en movilidad
Huesca 2	06/11/2020	70	4		Nueva Medida	Trabajar más el Turismo Familiar	Aragón tiene una excelente oferta turística para todo tipo de personas. Pero muchas veces, no hay una oferta familiar suficientemente clara. Trabajar más la promoción de este tipo de turismo podría ser muy beneficioso.	SE ACEPTA	Hay que promocionar todo lo que existe en Aragón. Este es un producto que ya se está promocionando (web y folleto) y se seguirá trabajando.
Teruel 1	26/10/2020	27	5	0		Mayor información para que llegue a todo el empresariado y puedan participar y aportar	Informar al sector. Que la información llegue a todo el empresariado para que en las normativas que están en proceso de modificación puedan participar y hacer aportaciones en las normativas que están en proceso.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Ya se realizan procesos de consulta pública previa, así como procedimientos de audiencia e información pública, con carácter previo a la aprobación de cualquier normativa.
Teruel 2	28/10/2020	33	5	0	Transversal	Profesionalizar el sector	Falta profesionalización, valentía, buenos líderes, cooperación, comunicación, creatividad, etc... Muchas veces la coherencia en lo que hacemos no está presente y está la de la profesionalidad	NO SE ACEPTA	Es un comentario, más que una aportación. Son empresas y agentes privados
Teruel 2	28/10/2020	34	5	0	Transversal	Definir receptores	En la comunicación a veces hay demasiada información falta definir los receptores que sepan conectar, porque si la información se vuelca y se queda estancada no llega a todos, falta perfilar personas y espacios para pasar a la acción y para ello se necesitan profesionales	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Es algo genérico y poco concreto
Huesca 1	04/11/2020	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	NO SE ACEPTA	No se cambia. Además la economía colaborativa no es eso

Huesca 1	04/11/2020	61	5	0		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.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Conforme al programa legislativo del Gobierno, la normativa turística está sometida a un proceso continuo de revisión y actualización.
Huesca 2	06/11/2020	71	5	0	Transversal	Profesionalidad	Lo que esta muy claro, es que tiene que haber una profesionalidad alta, sinónimo de calidad y no intrusismo en el sector turístico	SE ACEPTA	Depende del sector, y en las inspecciones de intrusismo ya se hace
Huesca 2	06/11/2020	72	5	0	Transversal	Gastronomía como elemento de desestacionalizar turismo	Trufa de Noviembre a Marzo por ejemplo	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Se va a realizar un Plan de Gastronomía de Aragón que dinamizará y contemplará esto, de todas formas la gastronomía y la desestacionalización están en otros objetivos
Teruel 1	26/10/2020	28	5	40	Medida 40. Elaboración del Texto Refundido de la Ley de Turismo.	Eliminar por estar ya publicado	Eliminar ya está publicado	SE ACEPTA	Se eliminará
Teruel 2	28/10/2020	35	5	41	Medida 41. Puesta en marcha de un Plan para la Inspección.	Inspección de actividades no regladas	Se propone inspeccionar a aquella gente que no esta dada de alta. Si este Plan de inspección se ha puesto en marcha, recordar a los ejecutores del plan que pueden pasar a revisar a las empresas que estamos de alta, pero sería conveniente que inspeccionaran a la gente que no esta de alta.	SE ACEPTA	Ya se está realizando dentro del Plan de Inspección anual
Zaragoza 1	30/10/2020	46	5	41	a 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	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. A través del Consejo Territorial de Turismo se reciben y responden consultas a las comarcas en relación con cuestiones que afectan a la normativa de aplicación
Zaragoza 1	30/10/2020	47	5	41	a 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.	SE ACEPTA	Ya se está realizando dentro del Plan de Inspección anual
Zaragoza 1	30/10/2020	48	5	41	a 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.	NO SE ACEPTA	El reparto competencial hace imposible un Plan único, y además la situación es muy diferente en cada comarca
Zaragoza2	03/11/2020	50	5	41	Medida 41. Puesta en marcha de un Plan para la Inspección.	Deshomologación de senderos	Creación de grupo de trabajo para la deshomologación de senderos de Aragón que no se encuentran en condiciones óptimas para sea transitable al usuario.	NO SE ACEPTA	No es necesario crear un grupo de trabajo, la normativa ya lo contempla y en 2021 está previsto disponer del catálogo de senderos que lo hará posible
Zaragoza2	03/11/2020	51	5	41	Medida 41. Puesta en marcha de un Plan para la Inspección.	Separar señalítica BTt y Senderos	Se plantea una señalítica de Senderos y BTT por separado	NO SE ACEPTA	Ya existe así en el Manual de Senderos de 2017. Parece que va relacionada con otra medida
Zaragoza2	03/11/2020	52	5	41	Medida 41. Puesta en marcha de un Plan para la Inspección.	Utilizar la inspección de trabajo	Se propone que además de detectar si el establecimiento está legalizado debería hacerse un seguimiento de la actividad con inspección de trabajo y seguridad social para comprobar que el personal también esta correctamente dado de alta. cruzando datos podría lucharse de una forma mas efectiva contra esta lacra.	NO SE ACEPTA	Excede de las competencias de la DG de Turismo y son actuaciones que la inspección de trabajo debe desempeñar de forma autónoma
Zaragoza2	03/11/2020	53	5	41	Medida 41. Puesta en marcha de un Plan para la Inspección.	Fortalecer la inspección turística	Se propone fortalecer la inspección turística	SE ACEPTA	Será necesario dotar de más medios personales el servicio de inspección turística
Huesca 1	04/11/2020	62	5	41	Medida 41. Puesta en marcha de un Plan para la Inspección.	Mantener medida y potenciar inspecciones enalojamientos ilegales	Se propone MANTENER MEDIDA y hacer inspecciones a los alojamientos no dados de alta. Es importante que la administración tome cartas en el asunto.	SE ACEPTA	Ya se está realizando dentro del Plan de Inspección anual
Huesca 1	04/11/2020	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.	Fomación 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.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Ya se está realizando dentro del Plan de Inspección anual. Será necesario dotar de más medios personales el servicio de inspección turística.
Huesca 2	06/11/2020	73	5	41	Medida 41.Puesta en marcha de un Plan para la Inspección.	Plan para la Inspección.	Se propone poner en marcha un Plan para la Inspección. Que haya sanciones para el intrusismo después de una inspección y no se queden en agua de borrajas. COMENTARIOS : Aquí añadiría Inspección de las empresas de hostelería o de Turismo Activo que hacen paquetes de Viaje sin ser Agencias de Viaje	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Ya se está realizando dentro del Plan de Inspección anual
Huesca 2	06/11/2020	74	5	41	Medida 41.Puesta en marcha de un Plan para la Inspección.	Línea de inspección	Se propone unificar y formar para seguir todos una línea de inspección	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. El reparto competencial hace imposible un Plan único, y además la situación es muy diferente en cada comarca
Huesca 2	06/11/2020	75	5	41	Medida 41.Puesta en marcha de un Plan para la Inspección.	Mayor importancia	Se considera muy importante un Plan de Inspección, lo veo necesario.	SE ACEPTA	Ya existe un Plan de Inspección anual desde 2016
Huesca 2	06/11/2020	76	5	42	Medida 42. Tramitación de un Decreto de alojamientos hoteleros. Medida 43. Tramitación de un Decreto de casas rurales. Medida 44. Tramitación de un Decreto de agencias de viaje.	Aunar medidas 43,44 y 42	No se si se necesitan 3 Decretos diferentes, en todo caso, uniría las medidas M43, M44, M42, en alojamientos turísticos en general, con sus diferencias particulares, quedando éstas bien diferenciadas. En cuanto a la M45...nuevas figuras relacionadas, tendría que saber a que hace referencia exactamente. COMENTARIOS: https://www.aragon.es/-/legislacion-sobre-turismo	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Se van a quitar M 40, 42 y 43. Las nuevas figuras hace referencia a las autocaravanas por ejemplo
Teruel 1	26/10/2020	29	5	43	Medida 43. Tramitación de un Decreto de casas rurales.	Eliminar por estar ya publicado	Eliminar ya está publicado	SE ACEPTA	Se eliminará
Huesca 2	06/11/2020	77	5	43	Medida 43. Tramitación de un Decreto de casas rurales.	Orden de aclaración	Escasamente tiene un año el Reglamento, se propone crear alguna Orden de aclaración de artículos con difícil interpretación	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. El Decreto está en pleno vigor, sin que se prevea su modificación y, en todo caso, podrá ser desarrollado mediante Orden del Consejero o interpretado mediante Circular de la Directora General de Turismo.
Zaragoza 1	30/10/2020	49	5	44	a 44.Tramitación de un Decreto de agencias de viaje.	Flexibilizar la normativa para las agencias receptoras.	Se propone flexibilizar la normativa para las agencias receptoras.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Está prevista la aprobación de un nuevo Reglamento de Agencias de viaje, en el marco de la necesaria coordinación estatal por razón de la materia.
Teruel 1	26/10/2020	30	5	45	Medida 45. Tramitación de un Decreto de alojamientos al aire libre y nuevas figuras relacionadas.	Areas de Autocaravanas	Se plantea Areas de autocaravanas desarrollar estos decretos, creo que ya está en marcha por parte DGA. Es una forma emergente de alojamiento y que ha venido para quedarse	SE ACEPTA	Ya se está elaborando la normativa al respecto

Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Ya se está elaborando la normativa al respecto
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. La modificación del Reglamento de alojamientos turísticos al aire libre ha sido sometida a consulta pública previa y ha sido dictada Orden de inicio en octubre de 2020. No se prevé modificar a corto plazo el Reglamento de acampadas.
Zaragoza2	03/11/2020	54	5	45	Medida 45: Tramitación de un Decreto de alojamientos al aire libre y nuevas figuras relacionadas.	Revisar + actualización de la normativa turística vigente Turismo activo, alojamientos al aire libre, acampadas, albergues y refugios, VUT (algunas ya están en marcha).	Se propone la revisión + actualización de la normativa turística vigente Turismo activo, alojamientos al aire libre, acampadas, albergues y refugios, VUT (algunas ya están en marcha). COMENTARIOS EN SALA: En relación a las autocaravanas, existe cierta confusión respecto a dónde puede aparcarse o pernoctar. Hay que tener en cuenta que no es lo mismo aparcarse (pueden hacerlo como cualquier otro vehículo), que acampar (sacar el toldo y las sillas, abrir ventanas, etc) que solo se puede hacer en áreas donde se permita expresamente. Muchos ayuntamientos impiden el "aparcamiento" de las AC interpretando de forma errónea el reglamento de la DGT. Considero que es un turismo muy atractivo para los municipios, no somos un colectivo de "perroflautas" sino todo lo contrario: con un gasto muy por encima de la media en restaurantes, supermercados...	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. La modificación del Reglamento de empresas de turismo activo se encuentra pendiente tan solo del informe del Consejo Consultivo de Aragón. Se ha iniciado el trámite para la modificación del Reglamento de alojamientos turísticos al aire libre. El resto de normativas mencionadas no tienen previsión de modificación a corto plazo.
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. La modificación del Reglamento de alojamientos turísticos al aire libre ha sido sometida a consulta pública previa y ha sido dictada Orden de inicio en octubre de 2020. No se prevé modificar a corto plazo el Reglamento de acampadas.
Huesca 2	06/11/2020	78	5	45	Medida 45. Tramitación de un Decreto de alojamientos al aire libre y nuevas figuras relacionadas.	Gestión de acampadas	Ponerse en contacto con la Dirección General de medioambiente en relación a la gestión de acampadas	NO SE ACEPTA	No existe previsión para la modificación del vigente Reglamento de acampadas. Medioambiente no quiere las acampadas
Teruel 1	26/10/2020	34	5	46	Medida 46. Concienciación del sector para la lucha contra el intrusismo.	Usar herramienta más común	Se plantea Utilizar una herramienta de uso diario o más común.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Falta concretar más la propuesta.
Teruel 2	28/10/2020	36	5	46	Medida 46. Concienciación del sector para la lucha contra el intrusismo.	Mitigar el intrusismo	Se propone que en lugar de concienciar sobre el intrusismo se mitigue (si no se puede eliminar) con medidas claras, licencias de actividad, controles de calidad, sanciones u otras. "Aceptar" el intrusismo como algo inevitable va en detrimento de la profesionalización del sector	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. La persecución del intrusismo ya se realiza desde los correspondientes Planes de inspección programada.
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Es necesaria
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	En la mayoría de sectores no existe, pero es necesaria
Zaragoza2	03/11/2020	55	5	46	Medida 46. Concienciación del sector para la lucha contra el intrusismo.	Concienciación del sector	Se plantea la concienciación del sector	SE ACEPTA	Es necesaria y depende de ellos también
Zaragoza2	03/11/2020	56	5	46	Medida 46. Concienciación del sector para la lucha contra el intrusismo.	Guías oficiales	Potenciar los guías oficiales	SE ACEPTA	Se viene haciendo
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA	Se viene haciendo
Huesca 1	04/11/2020	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	NO SE ACEPTA	La persecución del intrusismo ya se realiza desde los correspondientes Planes de inspección programada. En la Ley de Turismo existe un procedimiento sancionador. Por otra parte la figura del delator existe ya en las normas básicas administrativas, cualquiera que detecte una infracción la puede denunciar
Huesca 1	04/11/2020	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 .	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Poner en valor al sector turístico que cumple con la legalidad es un objetivo de promoción turística. Ello no impide el desarrollo de los correspondientes Planes de inspección programada.
Huesca 2	06/11/2020	79	5	46	Medida 46. Concienciación del sector para la lucha contra el intrusismo.	Reforzar hacia la calidad	Se propone reforzar mediante la profesionalización real y visible a través de implementación de manuales de calidad. El Sicted es una buenísima herramienta para trabajar en calidad en el destino a través de la profesionalización del sector privado. Remar juntos. COMENTARIOS: Falta mucha información también al sector de lo que es intrusismo por ejemplo en el caso de las Agencias de Viaje muchas empresas turísticas "empaquetan" alojamiento y actividad por ejemplo sin "CONOCER" que solo lo puede hacer una agencia de viajes	SE ACEPTA	Plan de Inspección y sanción , se viene haciendo
Huesca 2	06/11/2020	80	5	46	Medida 46. Concienciación del sector para la lucha contra el intrusismo.	Reforzar medida	Se considera un punto muy importante. Parece que para el sector del turismo todo vale. Las personas tienen que estar formadas y ofrecer unos servicios de calidad, es la imagen del territorio.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Ya se está realizando dentro del Plan de Inspección anual. Será necesario dotar de más medios personales el servicio de inspección turística. Se da por hecho, la formación va inherente
Huesca 2	06/11/2020	81	5	46	Medida 46. Concienciación del sector para la lucha contra el intrusismo.	Concienciar al sector	Se propone concienciar al sector para la lucha contra el intrusismo, a través de G.A.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Ya se está realizando dentro del Plan de Inspección anual. Será necesario dotar de más medios personales el servicio de inspección turística.
Huesca 2	06/11/2020	82	5	46	Medida 46. Concienciación del sector para la lucha contra el intrusismo.	Formación de calidad contra el intrusismo	Se propone llevar a cabo una formación de calidad contra el intrusismo. Si se trabajara más la formación en los diferentes aspectos turísticos se profesionalizaría mucho más el sector y serviría (en parte) como medida para el intrusismo. De esta forma, cualquier profesional del sector turístico estaría más preparado para hacer frente a este problema. Además, es una forma de buscar la excelencia turística. Más formación específica, más charlas, más mesas de trabajo, más mesas de debate, mayor asesoramiento, más facilidades... todo ello dirigido a (todos) los profesionales turísticos. Porque estas acciones, muchas veces solo recaen en hostelería y restauración. Y hay mucho más por hacer.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Se realizarán jornadas dirigidas al personal de la Red de Oficinas de Turismo de Aragón y, en colaboración con el IAAP, a los técnicos de turismo de las entidades locales. Las jornadas de formación podrán incluirse en las subvenciones dirigidas a asociaciones sin ánimo de lucro para la promoción turística.

Teruel 1	26/10/2020	31	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.	analizar en profundidad y tener cuidado con la economía colaborativa	Analizar en profundidad puesto que la economía colaborativa mal entendida puede fomentar el intrusismo.	SE ACEPTA	Estamos de acuerdo
Teruel 1	26/10/2020	32	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.	Reforzar consuno de productor de proximidad	Reforzar el consumo de productos de proximidad en los establecimientos	NO SE ACEPTA	Es competencia de agricultura y campañas, y del sector privado
Teruel 2	28/10/2020	37	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.	Incorporación del sector primario en la creación de productos	Se propone incorporar al sector primario en la creación de productos para crear sinergias directas con el territorio.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Es de agricultura el tema. En colaboración con el Departamento competente en agricultura y ganadería. Se intensificará la colaboración a través el Plan de Gastronomía
Huesca 1	04/11/2020	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 .	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Cabe abrir un debate sobre el alcance del concepto de economía colaborativa en el ámbito turístico.
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Cabe abrir un debate sobre el alcance del concepto de economía colaborativa en el ámbito turístico.
Huesca 2	06/11/2020	83	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.	Potenciar medida	Se propone potenciar medida ya que es importante trabajar las sinergias. Hoy en día el visitante busca destinos integrales y se debe trabajar de forma colaborativa en los territorios para poder satisfacer todas las necesidades.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Cabe abrir un debate sobre el alcance del concepto de economía colaborativa en el ámbito turístico.
Huesca 2	06/11/2020	84	5	Nueva Medida		Mayor presupuesto	Se propone una mayor partida presupuestaria para la policía autonómica para que puedan llevar a cabo las inspecciones correspondientes, que ya se han demostrado efectivas en el Turismo Activo	NO SE ACEPTA	Excede de las competencias de la DG de Turismo y son actuaciones que en parte ya desarrolla la inspección de turismo
Huesca 2	06/11/2020	85	5	Nueva Medida		Base de datos	Se propone que se cree desde TURISMO una base de datos de las empresas de Turismo Activo y sus trabajadores para que no se pare cada día al mismo trabajador de la misma empresa pidiendo el mismo título y después se "quede en agua de borrajas" la multa al guía Frances "por decir algo" que la inspección no puede localizar a posteriori	NO SE ACEPTA	Excede de las competencias de la DG de Turismo y son actuaciones que en parte ya desarrolla la inspección de turismo. Ya tenemos bases de datos de las empresas y luego depende de la inspección de trabajo
Huesca 2	06/11/2020	86	5	Nueva Medida		Revisión del reglamento de bares, cafeterías y restaurantes	Se propone una revisión del reglamento de bares, cafeterías y restaurantes	SE ACEPTA	Está pendiente y se realizará
Huesca 2	06/11/2020	87	5	Nueva Medida		Revisión y adecuación de los Reglamentos	Se propone una revisión y adecuación de los Reglamentos	SE ACEPTA PARCIALMENTE	Están en tramitación los Decretos referidos a empresas de turismo activo, alojamientos turísticos al aire libre, y precios y reservas. A continuación, se irán abordando los cambios necesarios para adecuar la normativa a las necesidades presentes.
Huesca 2	06/11/2020	88	5	Nueva Medida		Actualización de normativa	Se propone la creación de una nueva medida de actualización de la normativa de bares, restaurantes y cafeterías así como de albergues y refugios que son las más obsoletas.	SE ACEPTA	Se valorará su actualización
Teruel 1	26/10/2020	33	5		Nueva Medida	Tramitar nuevo Decreto de viviendas de uso turístico	Tramitación de un nuevo Decreto de viviendas de uso turístico.COMENTARIOS EN SALA :Ya existe una regulación pero es muy laxa	NO SE ACEPTA	El Reglamento es del año 2015 y no está prevista a corto plazo su modificación.
Teruel 2	28/10/2020	38	5		Nueva Medida	Crear un colegio oficial de técnicos de turismo	Se propone crear un colegio oficial de técnicos de turismo	NO SE ACEPTA	Respeto a la autonomía de las partes. Es un asunto privado del colectivo
Teruel 2	28/10/2020	39	5		Nueva Medida	Formación y voluntad política	Formación en el sector y voluntad política	SE ACEPTA	Se van a establecer acciones concretas de formación de oficinas de turismo, y general sobre sostenibilidad y digitalización. Además de las acciones ya puestas en marcha por INAEM
Teruel 2	28/10/2020	40	5		Nueva Medida	Formación, formación y formación	Formación, formación y formación	SE ACEPTA	Se van a establecer acciones concretas de formación de oficinas de turismo, y general sobre sostenibilidad y digitalización. Además de las acciones ya puestas en marcha por INAEM
Zaragoza2	03/11/2020	57	5		Nueva Medida	Establecer obligatoriamente la acreditación de guías oficiales	Se propone establecer la obligatoriedad de llevar siempre consigo la acreditación del guía en cada caso, bien sea cultural, de turismo, de montaña, de una actividad específica, pero que siempre sea visible al cliente... De este modo creamos la costumbre en los clientes / turistas de que en Aragón cualquier actividad va a ser establecida por un guía acreditado quien llevará colgando o visible la identificación en cada caso. En los casos en los que no sea así, hacemos que el mismo cliente / turista es quien pueda exigirla... haciendo de este modo que la labor de supervisión sea algo natural y recaiga en cierta medida sobre los clientes... y como consecuencia evitando que aquellos guías (de cualquier categoría) no acreditados se abstengan de trabajar en este territorio dejando estas funciones únicamente para los que están acreditados.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. El Reglamento de Guías de turismo del año 2015 ya recoge la exigencia de que los Guías de turismo deban exhibir durante la prestación del servicio el carné o credencial expedido por la Dirección General competente en materia de turismo o el documento equivalente.
Zaragoza2	03/11/2020	58	5		Nueva medida	Diferenciar intrusismo de voluntariado	No confundir en ciertas actividades el intrusismo con el voluntariado de modo que quede expuesto a malas interpretaciones de la legislación y sujeto a penalizaciones.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. No cabe apelar a la actividad de voluntariado cuando se están prestando servicios turísticos remunerados.

Zaragoza2	03/11/2020	59	5		Nueva medida	Facilitar la capacitación de personas en los entornos rurales	Se realistas con la situación de los recursos turísticos en el territorio y facilitar una capacitación flexible de las personas que permita su entrada en el sector de forma regulada	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. La obtención y acreditación de competencias profesionales es responsabilidad del Departamento competente en educación Y DE LAS PERSONAS
Zaragoza2	03/11/2020	60	5		Nueva medida	Fomentar el asociacionismo turístico	Se propone el asociacionismo turístico. Protecciónismo de los graduados en turismo en los procesos de selección de plazas concernientes al ámbito turístico (véase plazas de técnicos en turismo).	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Con respeto a la autonomía de las partes y a la normativa sobre el acceso a las distintas profesiones, ya se propone a profesionales de productos concretos que se asocien
Zaragoza2	03/11/2020	61	5		Nueva medida	Crear la figura del ayudador al negocio	Se plantea crear la figura de una persona que pasara aleatoriamente como una inspección pero para detectar posibilidades de mejora con el establecimiento. Nos encontramos establecimientos que con pequeños consejos o cambios podrían mejorar mucho, tanto en procesos como imagen. Cuando los consejos vienen de fuera se aceptan de mejor grado.	NO SE ACEPTA	El asesoramiento externo a las empresas corresponde a distintas entidades privadas o corporativas, como las Cámaras de Comercio, Asociaciones empresariales o consultorías.
Zaragoza2	03/11/2020	62	5		Nueva Medida	Acreditación Vehículo de uso turístico	Se propone una nueva medida . Son muchas las empresas turísticas que utilizamos vehículos, normalmente de 9 plazas, otras veces 4x4... para traslado de clientes hasta puntos de encuentro o dónde comienza la actividad. Se trata de vehículos complementarios a la actividad principal.Estos vehículos son privados, ni son taxis, ni son VTC, y quedan en un limbo o vacío legal donde no son legales, pero la ausencia de una acreditación específica nos obliga en ocasiones a dar demasiadas explicaciones al sector del transporte, a la inspección o incluso al mismo cliente en ocasiones.Por ello sería bueno tomar como una prioridad la tramitación de una acreditación del tipo "VEHICULO DE USO TURÍSTICO" para este tipo de vehículos existentes en el sector del turismo.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Existen los transportes turísticos regulados en el artículo 110 de la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres. Se requiere la comercialización de ese transporte turístico a través de agencia de viajes. Sería recomendable conseguir una placa oficial de "Transporte turístico" de forma similar a la ya existente de "Transporte escolar".
Huesca 1	04/11/2020	70	5	0	Transversal	Actualización normativa	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 nuestro espacios naturales o no se ofrecen espacios para emergentes (ejem. autocaravanas). COMENTARIOS EN SALA: 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	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. El desarrollo normativo sobre espacios naturales protegidos y espacios de la Red Natura 2000, entre otros, corresponde principalmente al Departamento competente en medio ambiente. La modificación del Reglamento de alojamientos turísticos al aire libre cuenta con Orden de inicio aprobada en octubre de 2020. Se está poteciando
Huesca 2	06/11/2020	89	6	0	Transversal	Fomentar promoción de Aragón por las empresas	Se propone fomentar que las empresas de Aragón de cualquier sector promoción Aragón en sus webs y fomentando la realización de congresos y reuniones en Aragón	NO SE ACEPTA	No es competencia directa DGTU, pero a través de la formación se pueden crear sinergias
Huesca 2	06/11/2020	90	6	0	Objetivo 6: Fortalecimiento de la promoción a través de las tecnologías del conocimiento y de la información	Orientación internacional	Trabajar todo el objetivo a nivel de promoción internacional con una gran calidad y de forma intensiva. En este momento no hay turismo internacional, pero cuando todo se tranquilice se debe apostar a nivel de promoción en internet por este tipo de visitante	SE ACEPTA	Se ha trabajado, se trabaja y en el futuro es un campo clave
Huesca 2	06/11/2020	91	6	0	Objetivo 6: Fortalecimiento de la promoción a través de las tecnologías del conocimiento y de la información	Internet	Todos los objetivos me parecen muy importantes de diseñar acciones y destinar recursos , ya que internet es una ventana al mundo que iguala al medio rural con el mundo urbano	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Aunque no es ninguna propuesta, se da la razón y por eso hay un objetivo específico. Se seguirá en ello
Huesca 2	06/11/2020	92	6	0	Transversal	Mejora de la imagen del destino Aragón.	Crear una mesa de trabajo permanente con otros departamentos del Gobierno de Aragón y especialmente con el de Comunicación para que todas las noticias se comuniquen en clave positiva y se potencie la visualización de las noticias buenas. (Solemos contar más detalladamente lo malo, y lo bueno a menudo ni lo nombramos).	NO SE ACEPTA	Ya está incluida en el Objetivo 1 y deberíamos eso si estar mejor coordinados
Huesca 2	06/11/2020	93	6	0	Transversal	Creación de una figura de "Pueblo con carácter".	Esta figura existe en Francia y permite visibilizar y promocionar lugares que no entran en categorías como "los más bonitos del país". Para localidades que mantienen autenticidad y sabor rural, esencia aragonesa. Y señalarlos.	NO SE ACEPTA	Sería una propuesta a implantar por los pueblos que se quisieran implicar con intereses comunes y de carácter asociativo
Teruel 1	26/10/2020	35	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.	Coordinar acciones en redes sociales y aunar esfuerzos	Priorizar esta medida ya que se están realizando muchas acciones con redes sociales sin coordinación alguna, importancia de sumar esfuerzos para con menos llegar a más.	SE ACEPTA	Por medio de la creación de un plan de estrategia online online a corto y medio plazo.
Teruel 1	26/10/2020	36	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.	Establecer estrategia con un plan de marketing para reforzar Aragón	Se plantea Establecer una estrategia común con un plan de marketing de contenidos que refuerce y posicione Aragón y los distintos productos turísticos que ofrece.	SE ACEPTA	Creación de un plan de estrategia online online a corto y medio plazo .
Teruel 2	28/10/2020	41	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 poner en práctica	Mantener medida y ponerla en práctica, la gestión coordinada de las RRS es fundamental para vender nuestros productos	SE ACEPTA	Creación de un plan de estrategia online online a corto y medio plazo .
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	Se elaborará un plan de estrategia online a corto y medio plazo en el que se incluye formación digital al sector como una de las herramientas.

Zaragoza 1	30/10/2020	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 hastags, etc. Se podría informar al sector sobre el tiempo que se va a mantener una campaña para que no hubiese desfases	SE ACEPTA	Creación de un plan de estrategia online online a corto y medio plazo .
Zaragoza 1	30/10/2020	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....	SE ACEPTA	Creación de un plan de estrategia online online a corto y medio plazo .
Zaragoza2	03/11/2020	63	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.	Potenciar medida	Esta medida no se ha trabajado suficientemente y podría ser una gran herramienta, disponiendo de grandes profesionales muy bien posicionados.	SE ACEPTA	Incluido en el plan de estrategia online en coordinación con el departamento con los mismos fines.
Zaragoza2	03/11/2020	64	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.	SEM en redes sociales	Campañas de publicidad en redes sociales SEM para posicionar los productos turísticos de Aragón en buscadores.	SE ACEPTA	Se ha empezado a hacer este año (ya con financiación) con la idea de generalizarlo. Se potenciará con la elaboración de campañas de posicionamiento incluido dentro de la estrategia online para darle un salto cualitativo y cuantitativo
Zaragoza2	03/11/2020	65	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.	Presencia en redes sociales	Se propone concienciar sobre la importancia de tener presencia en redes sociales. También es importante tener una estrategia y una actividad periódica. No publicar en un perfil o página es como no tenerlo o incluso peor	SE ACEPTA	Creación de un plan de estrategia online online a corto y medio plazo .
Huesca 1	04/11/2020	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 e añadir promoción en otros idiomas	Se propone mantener e añadir la promoción en otros idiomas, tanto en redes sociales como en otros portales. Al menos inglés.	SE ACEPTA	Medida incluida dentro de la Estrategia online
Huesca 2	06/11/2020	94	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.	Reforzar medida	Se propone el fortalecimiento de un protocolo de actuación y dar formación al sector	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Medida incluida dentro de la Estrategia online. En cuanto a la formación se lleva por otro lado.
Huesca 2	06/11/2020	95	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.	Potenciar medida	Se propone potenciar medida fortaleciendo las redes sociales existentes	SE ACEPTA	Incluido en el plan de estrategia online de Turismo de Aragón en coordinación con el departamento con los mismos fines.
Huesca 2	06/11/2020	96	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 e incrementar medida	Propongo mantener e incrementar esta medida al considerarla imprescindible hoy en día para la comunicación a través de redes sociales	SE ACEPTA	Incluido en el plan de estrategia online de Turismo de Aragón en coordinación con el departamento con los mismos fines.
Teruel 1	26/10/2020	37	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.	Usar foro para comunicarse	Se plantea Mantenerla porque aunque creo que el foro se creo en la web de Turismo de Aragón nunca ha funcionado, o no la hemos utilizado como herramienta de comunicación. Y nos hubiese sido muy útil haberla tenido en marcha para comunicarnos y recibir la información oficial y haber volcado nuestras inquietudes y haber podido compartir los problemas y las soluciones. COMENTARIOS EN SALA :cayo en deshuvo y en estos momentos con el COVID hubiese sido muy útil como herramienta	SE ACEPTA	Se mantiene la pestaña de profesionales, aunque es necesario introducir mejoras
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	El foro de profesionales está creado. SE admite que no está dinamizado, por lo tanto aceptamos la medida para poner en marcha su dinamización.
Huesca 2	06/11/2020	97	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.	Implementar medida	Se considera muy necesaria implementar esta medida.	SE ACEPTA	El foro de profesionales está creado. SE admite que no está dinamizado, por lo tanto aceptamos la medida para poner en marcha su dinamización.
Teruel 1	26/10/2020	38	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.	Analizar las nuevas demandas de los viajeros post covid	Se propone Analizar qué productos o qué nuevas demandas van a tener los viajeros post covid	SE ACEPTA	Es esencial incorporar la COVID como elemento de gestión en todo lo que hagamos.
Teruel 1	26/10/2020	39	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.	Realizarla	Que se lleve a cabo.	SE ACEPTA	Se fomentará e implementará

Teruel 2	28/10/2020	42	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.	Informar al sector privado	Se propone tener información de estas herramientas (Big Data) y sus resultados desde el sector privado para poder diseñar productos para mercados determinados.	SE ACEPTA	Va todo unido en ese proyecto de BigData en fase de lanzamiento
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	Está en marcha su lanzamiento a la espera de fondos económicos
Zaragoza2	03/11/2020	66	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.	Modificar medida	Se propone modificar la medida para añadir un mapeo actualizado y personalizado de recursos y oferta turística en Aragón. Añadir además herramientas de Realidad Aumentada y Virtual a los datos para incluirla en la estrategia de promoción a través de tecnologías.	SE ACEPTA	Ya están incluidas esas medidas en la Estrategia de Big Data, que se lanzará con el nuevo escenario presupuestario
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA	Se tendrá en cuenta la mención anterior de las Think Taksn a través del foro de profesionales, encuentros específicos con profesionales tecnológicos,
Huesca 1	04/11/2020	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 darse más visibilidad y reforzarse los procesos de trabajo y programas de explotación masiva de datos (Big Data)	SE ACEPTA	Con la disponibilidad presupuestaria en su momento se implementará. Interesa mucho a la administración tanto como al sector
Teruel 1	26/10/2020	40	6	51	Medida 51. Creación de un portal <i>on line</i> recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas.	Ampliar y actualizar la medida	Ampliar y actualizar con otras experiencias	SE ACEPTA	Vamos a seguir haciendo concursos de experiencias turísticas, donde se ampliará el catálogo con todas aquellas que se presenten y se actualizará la web
Teruel 1	26/10/2020	41	6	51	Medida 51. Creación de un portal <i>on line</i> recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas.	Promocionar el portal	Promocionar el portal, ya que si no pierde efectividad	SE ACEPTA	Renovándolo y actualizarlo pte.
Teruel 2	28/10/2020	43	6	51	Medida 51. Creación de un portal <i>on line</i> recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas.	Añadir nueva pestaña al portal	Se propone no crear un nuevo portal, ya que mareamos al turista con tanto portal. Añadir una nueva pestaña o apartado a las que ya existen, para incluir estas experiencias.	NO SE ACEPTA	Ya hay una web específica
Zaragoza 1	30/10/2020	59	6	51	Medida 51. Creación de un portal <i>on line</i> 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	NO SE ACEPTA	Las experiencias son experiencias propuestas por el sector, ideas privadas y desde aquí se recopilan y se potencian
Zaragoza 1	30/10/2020	60	6	51	Medida 51. Creación de un portal <i>on line</i> recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas.	Potenciar y dar mayor relevancia al portal online	Se propone potenciarlo y darle mas relevancia, con mas información y promoción	SE ACEPTA	Se intentará
Huesca 1	04/11/2020	74	6	51	Medida 51. Creación de un portal <i>on line</i> recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas.	Mantener portal <i>on line</i> recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas. e intranet de oficinas de turismo	Se considera consolidada esta medida con el portal <i>on line</i> recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas.	SE ACEPTA	Porque ya está creado, se irá actualizando
Huesca 2	06/11/2020	98	6	51	Medida 51. Creación de un portal <i>on line</i> recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas.	Potenciar medida	Seria interesante seguir trabajando en la medida M51 visual y con impacto	SE ACEPTA	Se seguirá potenciando y actualizando
Teruel 1	26/10/2020	42	6	52	Medida 52. Creación de una <i>intranet</i> 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.	Informe periódico sobre situación del sector	No llega la información al sector privado, estaria bien tener un informen periodico para conocer la situacion del sector.	SE ACEPTA	Se realizará a través de las oficinas de turismo. Estas pueden pasarlo al técnico de Comarca. Al mismo se tiempo se prevé la creación de una newsletter
Teruel 1	26/10/2020	43	6	52	Medida 52. Creación de una <i>intranet</i> 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 y reforzar	Se propone mantenerla y reforzarla.COMENTARIOS EN SALA :Estamos inmersos en un momento muy complicado y haber tenido esta intranet nos hubiese facilitado mucho el trabajo. La información hubiese fluido de una manera mucho más ágil. Hubiesemos tenido un canal de referencia oficial para informarnos y donde hacer nuestras consultas. MANTENER LA MEDIDA Y CREAR LA INTRANET, YA QUE SOMOS UN RED DE OFICINAS DE TURISMO DE ARAGÓN	SE ACEPTA	Ya está creada y se mejorará el funcionamiento
Teruel 2	28/10/2020	44	6	52	Medida 52. Creación de una <i>intranet</i> 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.	Fortalecer intranet	Se propone fortalecer la intranet entre oficinas de turismo, para disponer de la información de todo el territorio desde cualquier punto y mayor comunicación entre los informadores.	SE ACEPTA	Ya está creada y se mejorará el funcionamiento

Zaragoza 1	30/10/2020	61	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.	Incluir en la red entidades sin oficina	La medida es muy interesante, pero hay entidades que no tienen oficina y si tienen técnico o responsable de turismo, por lo que habría que incluirlos en esa red	SE ACEPTA	Se puede incluir a los técnicos en todos los lugares donde no hay una oficina
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA	OJO NO TIENE NADA QUE VER, VA A LA MEDIDA 51. La web de Experiencias Turísticas de Aragón existe, se puede estudiar la posibilidad de ampliar el número de experiencias.
Huesca 1	04/11/2020	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 comun a varias OT que no ha resultado ser efectivo, aunque creo que es una herramienta interesante. en general el intercambio rapido de información es agradecido tanto entre informadores como de cara al visitante.	SE ACEPTA	Se admiten las iniciativas privadas que mejoren o amplien el funcionamiento de la intranet y de los canales de comunicación establecidos
Huesca 2	06/11/2020	99	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.	Creación intranet de oficinas de turismo	Se propone la 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. Me parece básico que se pueda compartir información de forma rápida y eficaz. También podría haber un canal de comunicación con las empresas. COMENTARIOS. Esta intranet entre OT ya está en marcha	SE ACEPTA	Ya está creada. Al mismo se tiempo se prevé la creación de una newsletter
Huesca 1	04/11/2020	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 segmentados para usuarios interesados en Aragón.	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.	SE ACEPTA	Se está tratando de impulsar y se implementará
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Las traducciones se implementarán. Búsqueda por posicionamiento se implementará en función de disponibilidad presupuestaria
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Esta medida entra dentro del Plan Estratégico online, para impulsar si hay presupuesto
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Esta medida entra dentro del Plan Estratégico online, para impulsar si hay presupuesto
Zaragoza2	03/11/2020	67	6	54	Medida 54. Colaboración eficiente y creativa de los blogueros en alza e instagramers, previa identificación de los principales agentes.	Famrtip para influencers	Se plantea añadir invitaciones personales a eventos concretos, manera de visualizar dos aspectos el evento o fiesta y el destino	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, con la gala de experiencias ya se hizo con aragoneses y hasta con una influencer china. Se fomentará en la medida de lo posible
Zaragoza2	03/11/2020	68	6	54	Medida 54. Colaboración eficiente y creativa de los blogueros en alza e instagramers, previa identificación de los principales agentes.	FAM Trip para influencers locales	Se propone una nueva medida utilizando la medida 54 del plan previo, que ya menciona a influencers y bloggers, cada vez está más constatada la importancia en las labores de promoción de estos agentes. A través de Turismo se han realizado FAM Trips para influencers de otros países para dar a conocer Aragón, ahora nos enfrentamos a años en los que el turismo local o de cercanía va a ser clave, pero todavía hay mucho desconocimiento sobre algunas zonas de gran interés dentro de Aragón. Por ello, y siendo que en nuestro territorio existen influencers que gestionan cientos de miles de seguidores de Aragón y de fuera de Aragón, sería interesante realizar FAM Trips o viajes de familiarización invitando a ciertos influencers para que a través de sus fotos, videos y contenidos puedan dar a conocer a una gran audiencia lo más interesante de Aragón y su oferta turística, experiencias turísticas (ej. tirolinas, nieve, rafting...), visitas culturales dándoles un aire fresco y atractivo (ej. mudéjar, románico...).	SE ACEPTA	Es cierto que no se han hecho acciones a nivel local, se ha fomentado influencers proporcionados y propuestos por las OETs. Se podría hacer una consulta y se verá como se articula en colaboración con TURAR
Huesca 2	06/11/2020	100	6	54	Medida 54. Colaboración eficiente y creativa de los blogueros en alza e instagramers, previa identificación de los principales agentes.	Reforzar medida	Se propone reforzar medida, con la colaboración eficiente y creativa de los blogueros en alza e instagramers, previa identificación de los principales agentes	SE ACEPTA	Esta medida entra dentro del Plan Estratégico online, para impulsar si hay presupuesto
Huesca 2	06/11/2020	101	6	54	Medida 54. Colaboración eficiente y creativa de los blogueros en alza e instagramers, previa identificación de los principales agentes.	Mantener e incrementar promoción	Se propone mantener e incrementar la promoción en redes sociales con blogueros en alza e instagramers.	SE ACEPTA	Esta medida entra dentro del Plan Estratégico online, para impulsar si hay presupuesto

Huesca 2	06/11/2020	102	6	54	Medida 54. Colaboración eficiente y creativa de los bloggers en alza e instagramers, previa identificación de los principales agentes.	Reforzar medida	Se propone promocionar el territorio mas desconocido a través de los bloggers e instagramers,	SE ACEPTA	Esta medida entra dentro del Plan Estratégico online, para propulsar si hay presupuesto
Teruel 1	26/10/2020	44	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.	Puesta en marcha para ahorrar recursos económicos	Se plantea que De ponerse en marcha ahorraría muchos recursos económicos y facilitaría el desarrollo de la medida 48	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Siempre respetando los derechos de propiedad sobre recursos gráficos y audiovisuales.
Teruel 2	28/10/2020	45	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.	Crear banco de imágenes	Se propone la creación, si no existe ya, de ese banco de imágenes para que todo el territorio pudiera hacer uso de cara a promociones y reportajes en medios especializados.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Existe un amplio abanico de imágenes en DGTU que habría que clasificar y controlar su difusión. Hasta ahora se han compartido todas las fotos a las comarcas con un txt y se ha facilitado imagen a todo el que la ha pedido
Teruel 2	28/10/2020	46	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.	Modificar medida	Se propone modificar ésta medida en el sentido de concretar el enfoque que tienen que tener esos videos y fotos. Quiero decir, hacer un shooting con la visión que puede tener un director de cine o un creativo publicitario, buscar los elementos más "impactantes". COMENTARIOS EN SALA. Seleccionar lugares impactantes desde la visión de creativos para desarrollar productos y películas con una visión diferente.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Se realizan campañas de videos con agencias especializadas y se envían fotografías profesionales por el territorio
Zaragoza 1	30/10/2020	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 videos promocionales en la línea de los creados en estos meses con motivo de apertura segura	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Va en función del Pteº anual, y si hay dinero se hará. Se realizan campañas de videos con agencias especializadas y se envían fotografías profesionales por el territorio
Zaragoza 1	30/10/2020	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, videos, etc. para poder compartir, también serviría además para que todos conociéramos "todo"	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Existe un amplio abanico de imágenes en DGTU que habría que clasificar y controlar su difusión. Hasta ahora se han compartido todas las fotos a las comarcas con un txt y se ha facilitado imagen a todo el que la ha pedido
Zaragoza2	03/11/2020	69	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.	Fortalecer medida	Fortalecer esta medida desde Gobierno de Aragón creando recursos comunes	SE ACEPTA	Falta concretar materialmente en que plataforma ponerlas, y tampoco interesa poner todos al mismo tiempo a disposición. De todas formas cuando se lanza una nueva campaña se difunde a todos.
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA	Se aloja dentro de la M50 sobre Bigdata e inteligencia
Huesca 1	04/11/2020	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 videos	Se considera muy interesante disponer de este banco de imagenes 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 aragon, pero sería bueno que hubiese uno específico del románico de sobrarbe o del mudejar de teruel capital... y luego y sobre todo que las fotos estén muy claramente clasificadas por tematica y sector, a buena calidad y de utilización libre (que exista una versión sin marca de agua disponible bajo petición y con el compromiso de poner logo de turismo de aragon en la publicación en la que se vayan a utilizar.)	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE el banco segmentado es una buena idea pero no se puede hacer un video de cada segmento porque la promoción es integradora de todo el territorio y combinando todos los recursos que se ofrecen. Dentro de las posibilidades humanas y materiales, y del respeto al principio de Aragón, destino turístico integral.
Huesca 2	06/11/2020	103	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.	Implementar medida	Se considera muy necesaria esta medida del banco de imágenes. COMENTARIOS :1. Que sea de uso público/ 2. Hay que tener en cuenta que si una administración compra fotos para promoción, tienen un precio x y difícilmente el fotógrafo permite en ese contrato y precio que esas fotos tengan usuarios ilimitados... Encuentro más sencillo que las empresas pongan enlaces a las webs de sus ayuntamientos/comarcas/Aragón	SE ACEPTA	Banco de imágenes hay, pte. Reflexión estratégica más allá de que ya se comparten las acciones que se van haciendo al menos con las comarcas
Huesca 2	06/11/2020	104	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.	Videomarketing todo el año	Se propone utilizar más videomarketing y durante todo el año. La palabra tiene mucho poder. Pero si la usamos para contar una historia real, cercana y noble (y es que lo noble tiene mucho que ver con Aragón), y la mostramos al mundo con una buena estrategia de video marketing, llegaremos mucho más lejos. Tenemos la suerte de vivir en una comunidad muy diversa, con cantidad de cosas que hacer y lugares que visitar. Mostremos más nuestro territorio. Mostremos lo diferente y extraordinario que es en cada estación. Tenemos muchas historias que contar. Pero durante todo el año, no solo una o dos veces al año como se viene haciendo. COMENTARIOS: 1. y puede ayudar a promocionar zonas despobladas, ruta del serrablo que la mujer debe abrir la iglesia, etc...2. Además, contando con la colaboración de anfitriones o "contadores de historias" locales se dará un plus de frescura y de veracidad.	SE ACEPTA	Se ha hecho últimamente con los actores y artistas, buena idea. Se trabaja en una nueva campaña de marketing: video más imagen
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA	Se mejorará según la propuesta indicada. En la medida de las posibilidades y recursos humanos y económicos disponibles
Huesca 1	04/11/2020	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.	NO SE ACEPTA	Existe todo lo indicado. En todo caso se propone una comunicación periódica de estadísticas de la web en una newsletter.

Huesca 2	06/11/2020	105	6	56	Medida 56. Desarrollo actualizado del portal web http://www.turismodearagon.com , y versiones en idiomas extranjeros, como principal punto de información en línea de los productos aragoneses.	Reforzar medida	Ahora la web está muy completa y con info por zonas. Sería el momento de implementar QR en todos los establecimientos turísticos de Aragón y centros de recepción de visitantes (estaciones...), con un tótem visual u otro soporte, que dé acceso a la info de cada sector geográfico.	SE ACEPTA	Se mejorará según la propuesta indicada. En la medida de las posibilidades y recursos humanos y económicos disponibles.
Zaragoza2	03/11/2020	70	6		Nueva medida	Conocer producto comarcal	Se plantea el conocimiento del producto comarcal turístico en nuestro colectivo educativo	NO SE ACEPTA	Es competencia de las comarcas, y si es producto comarcal con más razón.
Teruel 1	26/10/2020	45	7	0		Mayor información para que llegue a todo el empresariado y puedan participar y aportar		SE ACEPTA	Se trabaja en crear una newsletter
Huesca 1	04/11/2020	83	7	0	Transversal	Gastronomía vinculada a la proximidad	Se considera que la gastronomía ha de estar ligada a los productores locales, potenciarlos y formarlos si es necesario, favoreciendo los agromercados ecológicos y de proximidad y la coordinación con el dep. de Agricultura y Ganadería.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Se estudiará en coordinación con el Dpto. competente en Agricultura y Ganadería competente por razón de la materia
Huesca 2	06/11/2020	106	7	0	Transversal	Profesionalidad	Lo que esta muy claro, es que tiene que haber una profesionalidad alta, sinónimo de calidad y no intrusismo en el sector turístico	SE ACEPTA	Eso se busca y en esa dirección se va por todas las partes interesadas
Huesca 2	06/11/2020	107	7	0	Transversal	Gastronomía como elemento de desestacionalizar turismo	Trufa de Noviembre a Marzo por ejemplo	SE ACEPTA	Se programan eventos todo el año
Teruel 2	28/10/2020	47	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.	Unificar medidas	Se propone unificar medidas 57 y 58	SE ACEPTA	Se contempla en simplificación del plan
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	Se harán todos los que se puedan
Zaragoza2	03/11/2020	71	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. Medida 58. Consolidar e impulsar los eventos gastronómicos que puedan realizarse de manera conjunta en todo Aragón incentivando la valoración del producto autóctono.	Promocionar dichos eventos	Se propone incrementar la promoción en dichos eventos también a través de influencers, personas especializadas en gastronomía o que se dirijan a un público con intereses gastronómicos	SE ACEPTA	Se acepta en función de los presupuestos
Huesca 1	04/11/2020	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	Se plantea intensificar medida, para el fomento de la cultura y la educación gastronómica entre la juventud desde el principio	NO SE ACEPTA	Se dirige a todos los perfiles en general
Huesca 2	06/11/2020	108	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. Medida 64. Fomento de los productos 'Km 0', ecológicos y de proximidad vinculados con la calidad y excelencia en el territorio.	Aunar medidas 57 y 64	Se propone unir estas dos medidas en una, la de eventos gastronómicos y las de Km. 0. por su importancia a nivel local, autonómico, y nacional.	SE ACEPTA	Se estudiará
Teruel 1	26/10/2020	46	7	58	Medida 58. Promover las jornadas gastronómicas en sus diversas modalidades en las diferentes zonas de Aragón.	Publicar las jornadas de forma coordinada y eficiente	Se realizan muchas jornadas gastronómicas o menús con productos de temporada pero no se publicitan de manera coordinada y eficiente	SE ACEPTA	Si se publicitan y hay Agenda Gastronómica publicada
Teruel 2	28/10/2020	48	7	58	Medida 58. Promover las jornadas gastronómicas en sus diversas modalidades en las diferentes zonas de Aragón.	Unificar medidas	Se propone unificar medidas 57 y 58	SE ACEPTA	Si son parecidas se pueden unificar
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	En la medida que haya presupuesto, y no solo turismo hace promoción, también agricultura
Zaragoza 1	30/10/2020	68	7	58	Medida 58. Promover las jornadas gastronómicas en sus diversas modalidades en las diferentes zonas de Aragón. Medida 63. Creación de una marca única gastronómica consensuada con todo el sector.	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 a su vez impulsamos el sector hostelería y de restauración	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Se trata de impulsar ese tipo de eventos y se seguirá haciendo. La unificación de medidas dispares se estudiará

Huesca 1	04/11/2020	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	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 mas globales que tengan un tirón turístico claro.	SE ACEPTA	En parte se hace, se puede reforzar
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Ya es una marca utilizada y financiada. Se continuará fomentando
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Se fomentará
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Ya es una marca utilizada y financiada. Se fomentará más si cabe
Zaragoza2	03/11/2020	72	7	59	Medida 59. Impulsar la marca "Enoturismo Aragón" con las cuatro rutas del vino creadas a través de distintas acciones promocionales.	Ampliar las rutas del vino	Se propone ampliar las rutas del vino para incluir a otras comarcas en el producto "Enoturismo".	NO SE ACEPTA	No es una competencia de DG Turismo, sino de las DO y tienen que ser rutas certificadas
Huesca 1	04/11/2020	86	7	59	Medida 59. Impulsar la marca "Enoturismo Aragón"	Enoturismo de Aragón	Se propone que dentro de la marca enoturismo de aragon, 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)	NO SE ACEPTA	Eso es cosa de la empresa privada, podemos promocionar pero no vender
Teruel 1	26/10/2020	47	7	60	Medida 60. Aprovechar los canales de comunicación especializados en gastronomía para fomentar este sector y los enclaves turísticos donde se desarrolla.	Apojar la marca "Alimentos de Aragón" en plataformas audiovisuales con gran repercusión	Se propone el Apoyo de la marca de "Alimentos de Aragón" en plataformas audiovisuales reconocidas o programas que tengan buena penetración entre posibles clientes: MasterChef, influencers de contenido gastronómico, portales de recetas...	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. En colaboración con el Departamento competente en agricultura y ganadería. Esta marca es de ese Dpto.
Huesca 2	06/11/2020	109	7	60	Medida 60. Aprovechar los canales de comunicación especializados en gastronomía para fomentar este sector y los enclaves turísticos donde se desarrolla.	Impulsar	Se propone impulsar un listado, web o aplicación donde se pueda conocer y fomentar de cada territorio lo gastronómico	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Ya hay una web especial para resaltar la gastronomía de todos los territorios, pero no se va a crear una app.
Teruel 1	26/10/2020	48	7	61	Medida 61. Realizar campañas de formación para el uso, adecuación y transformación de los productos autóctonos en los restaurantes y bares aragoneses.	Potenciar el uso y consumo de los productos aragoneses	Se señalada como importante que se OFREZCAN nuestros productos en los establecimientos. No se si hay que incidir en restaurantes, en distribuidores o en productores pero es lamentable no encontrar nuestros productos en los restaurantes	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. En colaboración con el Departamento competente en agricultura y ganadería.
Teruel 1	26/10/2020	49	7	61	Medida 61. Realizar campañas de formación para el uso, adecuación y transformación de los productos autóctonos en los restaurantes y bares aragoneses.	Formación de los trabajadores para que sepan vender adecuadamente el producto aragonés	Se propone Formar también a los trabajadores de los restaurantes para que conozcan los productos de Aragón, los denominen con el nombre correcto y sepan explicar al cliente las características y ventajas de estos productos.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Las jornadas de formación se pueden incluir en las convocatorias anuales de subvenciones dirigidas a asociaciones sin ánimo de lucro para promoción turística.
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. En colaboración con el Departamento competente en agricultura y ganadería.
Huesca 2	06/11/2020	110	7	61	Medida 61. Realizar campañas de formación para el uso, adecuación y transformación de los productos autóctonos en los restaurantes y bares aragoneses.	Gastronomía típica y local	Se propone que el sector de la restauración ofrezca a lo largo del todo el año platos típicos de nuestra tierra y por supuesto realizados con productos "Km 0".	NO SE ACEPTA	Compete al ámbito privado y de que impulsen esas sinergias
Huesca 2	06/11/2020	111	7	61	Medida 61. Realizar campañas de formación para el uso, adecuación y transformación de los productos autóctonos en los restaurantes y bares aragoneses. 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. Medida 63. Creación de una marca única gastronómica consensuada con todo el sector.	Refundir medidas 61 + 62 + 63	Se propone refundir algunas medidas de este objetivo para potenciar que la gastronomía aragonesa sea integral. A día de hoy no puede haber una oferta gastronómica con marca propia si no utiliza mayormente productos de proximidad y ecológicos. Se debe conseguir la integración de toda la cadena de valor.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. No se estudia refundición, si simplificación. Se estudiará la marca
Huesca 2	06/11/2020	112	7	61	Medida 61. Realizar campañas de formación para el uso, adecuación y transformación de los productos autóctonos en los restaurantes y bares aragoneses. 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.	Unificar y reforzar 61 y 62	Realizar campañas de formación para el uso, adecuación y transformación de los productos autóctonos en los restaurantes y bares aragoneses. + Coordinación con el Departamento de Desarrollo Rural y Sostenibilidad del Gobierno de Aragón para los asuntos relacionados con el turismo y la gastronomía. Reforzar la imagen de la gastronomía aragonesa, mediante cursos, programas de televisión, concursos... Creación de un sello de "Establecimiento Aragón Food" o algo así (Es una idea), para identificar los establecimientos que ofrecen habitualmente platos típicos aragoneses. Que los famtrip contraten servicios de comida en estos establecimientos.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. En colaboración con el Departamento competente en agricultura y ganadería. Las jornadas de formación pueden ser incluidas en las convocatorias anuales de subvención dirigidas a asociaciones sin ánimo de lucro para promoción turística.

Huesca 2	06/11/2020	113	7	61	Medida 61. Realizar campañas de formación para el uso, adecuación y transformación de los productos autóctonos en los restaurantes y bares aragoneses.	Reforzar e impulsar medidas	Me parece muy importante seguir trabajando en las medidas M61 y M64, apoyando al producto local y de proximidad como valor diferenciado respecto de otros territorios	SE ACEPTA	Se hace y se seguirá haciendo
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Se coordinará dentro del posible Plan de acciones formativas. Colaborar con diferentes departamentos a través del Objetivo 1.
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Impulso en función de la disponibilidad presupuestaria.
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	NO SE ACEPTA	Distinción confusa puesto que el fin turístico es el mismo: capacidad de atracción de posibles visitantes.
Zaragoza2	03/11/2020	73	7	63	Medida 63. Creación de una marca única gastronómica consensuada con todo el sector.	Potenciar las marcas ya existentes	¿Alimentos de Aragón? ya funciona como una marca, para que crear otra, mejor trabajar y potenciar las ya creadas. El publico se vuelve loco con tanta marca.	SE ACEPTA	Se va en esa línea, no obstante se somete a debate
Huesca 1	04/11/2020	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 paraguayas que tampoco aportan mucho al productor.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Cabe abrir un debate con los sectores afectados acerca de la necesidad de crear o no una nueva marca.
Zaragoza 1	30/10/2020	75	7	64	Medida 64. Fomento de los productos 'Km 0', ecológicos y de proximidad vinculados con la calidad y excelencia en el territorio.	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.	SE ACEPTA	Depende de agricultura y del productor
Zaragoza2	03/11/2020	74	7	64	Medida 64. Fomento de los productos "Km 0", ecológicos y de proximidad vinculados con la calidad y excelencia en el territorio.	Se está haciendo a través de los famtrips	Se informa que ya se hace a través de famtrips el fomento de los productos 0 y ecológicos	SE ACEPTA	Se seguirá haciendo
Zaragoza2	03/11/2020	75	7	64	Medida 64. Fomento de los productos "Km 0", ecológicos y de proximidad vinculados con la calidad y excelencia en el territorio.	Mapear y relacionar mejores productos y destinos	Mapear los mejores productos con los mejores destinos y relacionarlos de forma original y atractiva.	SE ACEPTA	Se estudia con el IGEAR mapear donde están los establecimientos que venden alimentos, geolocalizar
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA	Es agricultura exclusivamente
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA	Competencia de agricultura y sanidad
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA	Es voluntario y depende del turista
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Siempre bajo la supervisión del Comité Aragonés de Agricultura Ecológica.
Huesca 2	06/11/2020	114	7	64	Medida 64. Fomento de los productos 'Km 0', ecológicos y de proximidad vinculados con la calidad y excelencia en el territorio.	Reforzar e impulsar medidas	Me parece muy importante seguir trabajando en las medidas M61 y M64, apoyando al producto local y de proximidad como valor diferenciado respecto de otros territorios	SE ACEPTA	Se seguirá
Huesca 2	06/11/2020	115	7	64	Medida 64. Fomento de los productos 'Km 0', ecológicos y de proximidad vinculados con la calidad y excelencia en el territorio.	Fomentar productos KM0	Se propone fomentar productos KM0 tanto a nivel profesional como personal	SE ACEPTA	Como futura medida del Plan de Gastronomía
Teruel 1	26/10/2020	50	7	65	Medida 65. Potenciación de las escuelas de hostelería como centros de información, formación y promoción del sector.	Ayuda a la incorporación laboral de alumnos de hostelería	Se plantea Facilitar incentivar la incorporación de los alumnos de las escuelas de hostelería en los establecimientos, sobre todo en el mundo rural.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. En colaboración con los Departamentos competentes en materia de educación y empleo.
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA	Se contemplará en un futuro plan gastronómico. Las escuelas dependen de educación
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA	Es algo muy amplio

Huesca 2	06/11/2020	116	7	65	Medida 65. Potenciación de las escuelas de hostelería como centros de información, formación y promoción del sector.	Potenciar medida	Se propone potenciar medida.	SE ACEPTA	Se refuerza y se mantiene. Las mesas deben seguir funcionando y reuniéndose
Teruel 1	26/10/2020	51	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	Crear Agenda Gastronómica online	Se propone una Agenda Gastronómica online, por comodidad y también para que llegue a mas gente.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Está creada. Hay en pdf y en la web de Turismo de Aragón, donde te lleva a la agenda. Además está la web de Gastronomía aragonesa. Se intentará implementar de manera interactiva con la newsletter que se cree y que contemple un fragmento de eventos gastronómicos
Teruel 2	28/10/2020	49	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	Creación de una agenda actualizada	Se propone crear una agenda actualizada que incluya todos los eventos gastronómicos y rutas que se desarrollan en Aragón para que se promocionen en conjunto y sirvan de reclamo turístico.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, porque ya existe una agenda anual con todos los eventos. Se retomará cuando se normalice todo para 2021
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. En la web de gastronomía aragonesa hay hasta 8 páginas de recetas. Fomentar km0 depende de actores públicos y privados
Zaragoza2	03/11/2020	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	Calendario de eventos gastronómicos y culturales	Se propone elaborar un calendario que recogiera todos los eventos gastronómicos sería muy positivo. La agenda gastronómica que elabora Aragón cada año debería de aparecer como un calendario en la web, no solo de eventos gastronómicos sino de eventos culturales también. COMENTARIOS EN SALA Además de en la web, también se pueden volcar datos y actualizaciones en un app, y recibir notificaciones en el móvil	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, porque ya existe una agenda anual con todos los eventos y la web de gastronomía. Se retomará cuando se normalice todo para 2021. Las Apps están en desuso y no se contempla
Huesca 1	04/11/2020	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	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, porque ya existe una agenda anual con todos los eventos y en dos webs
Huesca 1	04/11/2020	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 oferta gastronómica aragonesa	digitalizar agenda y online	Se propone digitalizar la agenda gastronómica y hacerla online	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, porque ya existe una agenda anual con todos los eventos y en dos webs
Huesca 2	06/11/2020	117	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	Se propone establecer una agenda gastronómica, con el objeto de promocionar el calendario gastronómico en la promoción turística y recuperación y actualización de recetas	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, porque ya existe una agenda anual con todos los eventos y en dos webs (Turismo de Aragón y Gastronomía de Aragón), en una de ellas (Gastronomía de Aragón) hay amplia información de recetas
Zaragoza2	03/11/2020	77	7	67	Medida 67. Coordinación de acciones con asociaciones gastronómicas desarrolladas en la actualidad.	Saborea España	Existe la asociación Saborea España, de la que Zaragoza Turismo es miembro, que organiza varias acciones durante el año, tanto a nivel nacional como internacional, para dar a conocer la gastronomía y los productos típicos de cada destino, se propone mantenerla y potenciar esta asociación.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	Siempre dentro del respeto de la autonomía de las partes para tomar esa decisión.
Huesca 2	06/11/2020	118	7	Nueva Medida		Sensibilización al sector hostelero	Se propone incentivar la sensibilización al sector hostelero para que hagan gastronomía típica	SE ACEPTA	Se hará en un futuro Plan Gastronómico Aragonesa
Teruel 1	26/10/2020	52	7	Nueva Medida		NUEVA MEDIDA: Sello identificativo para establecimientos que usen producto autonómico	Establecer un sello que garantice al cliente que ese establecimiento ofrece productos de Aragón. "Restaurantes de Aragón"???	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. El posible sello debe surgir de la iniciativa del sector afectado y contar con el apoyo de las Administraciones implicadas. Deberá aclararse el concepto de qué se entienda por "producto aragonés", puesto que hay empresas aragonesas productoras y distribuidoras de alimentación.
Teruel 2	28/10/2020	50	7	Nueva Medida		Impulso de iniciativas	Se propone que dentro del Gobierno de Aragón se impulse desde el CITA, sector agrícola y ganadero, turismo de Aragón, el impulso de iniciativas para la puesta en marcha de determinados productos agrícolas-ganaderos de km0 de Aragón desde su producción asegurada en Aragón hasta su comercialización en el territorio. Sobre todo productos emergentes.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Con el concurso de los Departamentos competentes en investigación y agricultura y ganadería.
Teruel 2	28/10/2020	51	7	Nueva Medida		Facilitar la venta directa del productor	Se propone facilitar normativamente la venta directa del productor, seguir el ejemplo de Francia donde puedes comprar a pie de carretera ricos productos típicos	NO SE ACEPTA	del Departamento competente en agricultura y ganadería. Ya existe la Ley 7/2017, de 28 de junio, de Venta Local de Productos Agroalimentarios en Aragón.
Teruel 2	28/10/2020	52	7	Nueva Medida		Impulsar productos menores	Se propone no olvidar otros productos "menores" a la hora de hablar de gastronomía, me refiero al pan y las pastas que son uno de los productos que más compran los que nos visitan...no solo de vino vive el hombre	SE ACEPTA	Un plan integral abordaría todos, pero hay que centrarse en los productos estrella, con sello identificado etc

Zaragoza2	03/11/2020	78	7		Nueva medida	Promoción Online	Se plantea la realización de FAM Trip o viajes de familiarización con influencers, de nuevo aprovechando la grandísima audiencia que pueden ofrecer, donde cada día del viaje se trate en exclusiva uno o dos productos, y ellos se encarguen de subir fotos / videos y contenidos a las redes sociales consiguiendo audiencias de cientos de miles de personas en cuestión de horas. Un ejemplo sería la visita de unas bodegas por la mañana, y la recogida de la trufa negra por la tarde, haciendo menús degustación basados en maridajes con los productos locales a promocionar.	NO SE ACEPTA	No es nueva, ya se está haciendo exactamente eso y está plasmada en la M 17
Huesca 1	04/11/2020	97	8	0	Transversal	Actualización normativa	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 nuestro espacios naturales o no se ofrecen espacios para emergentes (ejem. autocaravanas). COMENTARIOS EN SALA: 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	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. El desarrollo normativo sobre espacios naturales protegidos y espacios de la Red Natura 2000, entre otros, corresponde principalmente al Departamento competente en medio ambiente. La modificación del Reglamento de alojamientos turísticos al aire libre cuenta con Orden de inicio aprobada en octubre de 2020. Los términos de sostenibilidad y ecoturismo van a impregnar todas las políticas y acciones
Huesca 2	06/11/2020	119	8	0	Objetivo 8: Propiciar una imagen favorable de Aragón con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje		Todas las medidas de este objetivo son muy importantes, tenemos mucha naturaleza y diversa que ofrecer	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, porque es un comentario y además no es medida concreta está ya incluido en todo el objetivo
Huesca 2	06/11/2020	120	8	0	Transversal	Mejora de la imagen del destino Aragón.	Crear una mesa de trabajo permanente con otros departamentos del Gobierno de Aragón y especialmente con el de Comunicación para que todas las noticias se comuniquen en clave positiva y se potencie la visualización de las noticias buenas. (Solemos contar más detalladamente lo malo, y lo bueno a menudo ni lo nombramos).	NO SE ACEPTA	Ya está incluida en el Objetivo 1 y deberíamos eso sí estar mejor coordinados. La política de comunicación debe centrarse en potenciar el valor de los recursos turísticos de Aragón, sin menoscabo de la información pública de servicio.
Huesca 2	06/11/2020	121	8	0	Transversal	Creación de una figura de "Pueblo con carácter".	Esta figura existe en Francia y permite visibilizar y promocionar lugares que no entran en categorías como "los más bonitos del país". Para localidades que mantienen autenticidad y sabor rural, esencia aragonesa. Y señalarlos.	NO SE ACEPTA	Sería una propuesta a implantar por los pueblos que se quisieran implicar con intereses comunes y de carácter asociativo.
Teruel 1	26/10/2020	53	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.	Reforzar medida	Reforzar	SE ACEPTA	Se reforzará
Teruel 1	26/10/2020	54	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.	Actualmente no tiene sentido	En este momento esta medida no tiene sentido.COMENTARIOS EN SALA :qx no se pueden hacer grandes eventos por la situación actual COVID	NO SE ACEPTA	Es un plan a largo plazo. La pandemia es una circunstancia transitoria
Zaragoza 1	30/10/2020	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.	SE ACEPTA	Se implementará en la medida de lo posible (presupuestariamente)
Huesca 1	04/11/2020	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	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. COMENTARIOS EN SALA: Tiene presupuesto para esto la UNIZAR?	NO SE ACEPTA	Es competencia de la propia UNIZAR y desde aquí se puede impulsar la colaboración en base al Objetivo 1
Huesca 2	06/11/2020	122	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.	Promoción turística	Se propone aprovechar el tirón de los grandes eventos en Aragón para la promoción turística del territorio. COMENTARIOS: Es esencial vincular territorio con cualquier otro evento, vendido en positivo. Para ello, es importante que haya coordinación entre Turismo y los otros departamentos que organicen eventos deportivos, culturales o de otro tipo, para aprovechar y sumar.	SE ACEPTA	Se impulsará y se reconduce a las medidas del objetivo1
Teruel 2	28/10/2020	53	8	69	Medida 69. Atracción de nuevos eventos deportivos como foco de nuevos turistas relacionados con el deporte, naturaleza y desarrollo sostenible.	Potenciar publicidad mediante la vuelta ciclista	Se propone potenciar las etapas en Aragón de la vuelta ciclista España. El locutor puede dar información mas concreta de los territorios; que se vea aragon como destino potente para el ciclismo de carretera y como destino potente.	SE ACEPTA	Se tratará y tratará de implantar este tema con Dpto. de Comunicación
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE por el SIT. Se está revisando el Manual de Senderos de 2017 para incorporar los Espacios Trail como una especialización de los senderos pedestres. Se implementará en la medida de lo posible (presupuestariamente).
Zaragoza 1	30/10/2020	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 cicloturísticas, promoción de la pesca sostenible, Rutas fluviales	SE ACEPTA	Ya se está trabajando en estos productos. La promoción llegará, en BTT ya se ha hecho mucha

Zaragoza2	03/11/2020	79	8	69	Medida 69. Atracción de nuevos eventos deportivos como foco de nuevos turistas relacionados con el deporte, naturaleza y desarrollo sostenible.	Potenciar pruebas deportivas	Se propone potenciar la creación y realización de pruebas deportivas que ayuden además a aumentar el gasto en la Aragón y a la promoción del territorio y sus atractivos turísticos, ya que el turismo deportivo es un segmento muy rentable para el sector.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. En la medida en que corresponde por la competencia turística de este tipo eventos y del presupuesto. Patrocinios va a cargo de TURAR, que ya da dinero a las pruebas
Huesca 2	06/11/2020	123	8	69	Medida 69.Atracción de nuevos eventos deportivos como foco de nuevos turistas relacionados con el deporte, naturaleza y desarrollo sostenible.	Reorientar medida	Se propone mantener la medida (en el sentido de que hay que crear nuevos eventos), pero habría que utilizar los grandes eventos existentes para dar a conocer a Aragón fuera de nuestro propio territorio .	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, porque no se tiene competencia únicamente esta DG, se coordinará con el resto de Dptos.
Huesca 2	06/11/2020	124	8	69	Medida 69.Atracción de nuevos eventos deportivos como foco de nuevos turistas relacionados con el deporte, naturaleza y desarrollo sostenible.	Reforzar medida	Se propone reforzar medida ya que es imprescindible la promoción en eventos turísticos y/o deportivos de relevancia nacional e internacional. Ej: Masterchef, IronMan, Pedales del Mundo	SE ACEPTA	Se realizará en la medida en que haya disponibilidad presupuestaria y estratégica
Huesca 2	06/11/2020	125	8	70	Medida 70.Patrocinio de eventos con perfil turístico de reconocida importancia que puedan atraer más visitantes a Aragón o fidelizar a los visitantes tradicionales.	Reforzar medida	Se propone reforzar el patrocinio de eventos con perfil turístico	SE ACEPTA	Se estudiará la propuesta de ampliar en patrocinadores de eventos turísticos.
Teruel 1	26/10/2020	55	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.	Estrategia de trabajo común entre la Film Commission, Film Office y Film Commission provinciales	Establecer un programa de trabajo conjunto de la Film Commission Aragonesa con las Film Office y Film commission provinciales con el objetivo de mantener una estrategia de trabajo común y conocer las distintas localizaciones de otros lugares así como sus ventajas para los rodajes. De esta forma, intentar retener en la Aragón el mayor número de rodajes	SE ACEPTA	Se pretende fortalecer la coordinación entre las Film Commission
Teruel 2	28/10/2020	54	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.	Modificar medida	Modificar medida. Ya existe una film comisión y, no solo eso, cada día hay más. Se están creando en determinados territorios. Es necesario que exista solo una porque es lo que los profesionales del cine y la publicidad necesitan, un único interlocutor. COMENTARIOS EN SALA: El profesional necesita un unico interlocutor que le hable del territorio, fundamental una buena coordinación que la única film comisión sea de Aragón.	SE ACEPTA	Existen film commissions antes que la de Aragón, que tienen derecho a existir. En Spain Film commission solo está la Aragón Film Commission
Teruel 2	28/10/2020	55	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.	Impulsar Film Commission	Se propone impulsar la film comisión. En este momento en el que tenemos espacios vacíos, y disponibles para poder grabar sin complicaciones.	SE ACEPTA	Desde Turismo de Aragón ya se trabaja con Aragón Film Comisión proponiendo espacios de rodaje.
Zaragoza 1	30/10/2020	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 FilmCommission	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.	SE ACEPTA	Se trabaja en coordinación con la Film Commission.
Zaragoza 1	30/10/2020	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 ffilm 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.	SE ACEPTA	Ya creada y en funcionamiento. No es competencia directa de Turismo y en la medida de nuestras posibilidades coordinaremos acción conjunta para atraer rodajes
Zaragoza2	03/11/2020	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.	Impulsar la acción de la Film Commission	Se plantea impulsar la acción de la Film Commission	SE ACEPTA	Ya creada y en funcionamiento. No es competencia directa de Turismo y en la medida de nuestras posibilidades coordinaremos acción conjunta para atraer rodajes
Huesca 1	04/11/2020	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 Commission y otras entidades	Se propone aprovechar la FILM COMISION ya existente. Y otras entidades que se dedican a ello	SE ACEPTA	Ya creada y en funcionamiento. No es competencia directa de Turismo y en la medida de nuestras posibilidades coordinaremos acción conjunta para atraer rodajes
Huesca 2	06/11/2020	126	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.	Crear red Film Commission	Se propone empoderar a los territorios para poder crear una red de Film Commission en todo Aragón que puedan trabajar de forma coordinada	SE ACEPTA	Ya creada y en funcionamiento, y en coordinación con otras Film commission existentes en Aragón

Huesca 2	06/11/2020	127	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.	Dinamizar Film Comisión	Se propone dinamizar la existente Aragón Film Commission y seguir trabajando en común	SE ACEPTA	Ya creada y en funcionamiento. No es competencia directa de Turismo y en la medida de nuestras posibilidades coordinaremos acción conjunta para atraer rodajes
Teruel 1	26/10/2020	56	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.	Ampliar y reformar la figura "Embajadores de Aragón" para promoción turística aragonesa	Ampliar y reforzar la figura de "Embajadores de Aragón" dirigida a prescriptores aragoneses así como a personajes de reconocido prestigio que puedan actuar como tales en la promoción turística aragonesa.	SE ACEPTA	Se trabaja en la medida de lo posible, en función de los presupuestos, y por ejemplo ya se ha hecho una campaña recientemente con personajes de renombre
Teruel 2	28/10/2020	56	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.	Impulsar figura de Embajadores de Aragón	Se propone impulsar la figura de "Embajadores de Aragón", como personas y personajes de referencia del territorio.	SE ACEPTA	Se trabaja en la medida de lo posible, en función de los presupuestos, y por ejemplo ya se ha hecho una campaña recientemente con personajes de renombre
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Se trabaja en la medida de lo posible, en función de los presupuestos, y por ejemplo ya se ha hecho una campaña recientemente con personajes de renombre
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Se trabaja en la medida de lo posible, en función de los presupuestos, y por ejemplo ya se ha hecho una campaña recientemente con personajes populares y de lo más variado. Aragón pruébalo y verás
Zaragoza2	03/11/2020	81	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.	Potenciar figura "Embajadores de Aragón"	Se propone potenciar la figura del embajador de Aragón no solo a través de influencers sino también de estudiantes universitarios, por ejemplo 1º. El Club Kitesurf La Loteta organiza desde hace 8 años el CIERZO FESTIVAL, campeonato de kitesurf... Este año fue nuestra edición más exitosa, con deportistas venidos de 13 CCAA. 2º. Ya es el evento de kitesurf más importante de todo el norte de España. Desde 2019 contamos con el patrocinio de ARAGÓN TURISMO como sponsor principal 3º. Se puede optar a realizar pruebas del Campeonato de España e incluso del Europeo. La cuestión es, como siempre, la inversión... que obviamente es mayor. Existen muchos deportistas españoles en el Campeonato del Mundo que ya conocen el embalse de La Loteta y lo valoran como un lugar ideal para practicar kitesurf 4º. Más información en www.ckl.org/cierzofestival2020	SE ACEPTA	Ampliado a todos los productos turísticos existentes.
Huesca 1	04/11/2020	100	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.	Embajador de Aragón	Se indica que es una buena idea tener embajadores de aragón. Si tomamos el ejemplo de Jesus Calleja por ejemplo, nos puede gustar más o menos lo que hace pero sí que es cierto que sus programas van intrínsecamente 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	SE ACEPTA	Se trabaja en la medida de lo posible, en función de los presupuestos, y por ejemplo ya se ha hecho una campaña recientemente con personajes populares y de lo más variado. Aragón pruébalo y verás
Huesca 2	06/11/2020	128	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.	Embajadores de Aragón	Se propone retomar la figura de "Embajadores de Aragón" con personas populares de nuestro territorio.	SE ACEPTA	Se trabaja en la medida de lo posible, en función de los presupuestos, y por ejemplo ya se ha hecho una campaña recientemente con personajes populares y de lo más variado. Aragón pruébalo y verás
Zaragoza 1	30/10/2020	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 mantiene en Aragón..	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.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Cada departamento tiene sus competencias. Se puede impulsar la colaboración y el diálogo para intentar facilitar.
Huesca 1	04/11/2020	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 consider prioritario impulsar prácticas de turismo sostenible en el nuevo PAET	SE ACEPTA	Es uno de los objetivos y ya está incluida y ya se está trabajando en ello

Huesca 2	06/11/2020	129	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..	Mantener e incrementar medida	Se propone mantener e incrementar esta medida por su alto valor actual y de futuro, por cohesión de territorio	SE ACEPTA	Es uno de los objetivos y ya está incluida
Huesca 2	06/11/2020	130	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..	Acampadas	Se propone trabajar con el departamento de medioambiente las acampadas	NO SE ACEPTA	No está prevista la modificación a corto plazo del Reglamento de acampadas
Huesca 2	06/11/2020	131	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..	Incrementar medida	Se propone dar un valor añadido a la medida, en cuanto a la experiencia (en y no solo en el Pirineo) de ese valor ecológico, medio ambiental y que llega desde las propias gentes y profesionales del territorio	SE ACEPTA	Se trabajará este tipo de turismo en coordinación con los Dptos. Implicados
Teruel 2	28/10/2020	57	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 y reforzar	Mantener la medida y reforzarla para continuar estando, sería conveniente que Teruel estuviera más presente de lo que suele estar en estas campañas.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE porque se hacen ya esas campañas pero con la premisa fundamental de comprender todo el territorio.
Huesca 1	04/11/2020	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 presencial con objeto de favorecer la imagen de Aragón y atraer turistas de Aragón, del resto del Estado e internacionales.	Apoyar audiovisuales	Se propone apoyar realizaciones AUDIOVISUALES (cortos y largos) que muestren la historia, relatos sobre ARAGÓN que se visibilicen en el MUNDO	SE ACEPTA	Ya se hace mediante el patrocinio con Turismo de Aragón, se potenciará
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA	Se mantiene y se impulsa
Huesca 1	04/11/2020	104	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 y promocionar	Se propone MANTENER MEDIDA y destinar dinero a ello (publicidad en television y redes)	SE ACEPTA	Se mantiene y se hará en la medida en que permita el P1º
Huesca 2	06/11/2020	132	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.	Reforzar medida	Se propone para la realización de campañas de publicidad , comunicar estrechamente con el departamento de Comunicación del Gobierno de Aragón y con otros departamentos. Y promover la generación de noticias del territorio Aragón "en positivo" durante todo el año.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE, hay que hacer campaña pero si Se coordinará con el Dpto. de Comunicación y que haya noticias continuas

Huesca 2	06/11/2020	133	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.	Implementar medida	Se propone trabajar en la medida dada la importancia que se da en estos momentos al marketing emocional y al turismo sensorial.	SE ACEPTA	Se mantiene y se impulsa
Huesca 2	06/11/2020	134	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.	Campañas de publicidad	Se considera muy importante mantener esta medida y más con la que está cayendo.	SE ACEPTA	Se mantiene y se impulsa adaptado al escenario actual
Teruel 2	28/10/2020	58	8	75	Medida 75. Impulsar el desarrollo de la señalización turística de los principales destinos aragoneses.	Inversión en Geolocalización	Se propone realizar una mayor inversión en geolocalización, para estar presente también en otras plataformas más visibles. Renovar señalizaciones (por tema de imagen). Renovar señalizaciones físicas deterioradas con el paso del tiempo de titularidad del GA. COMENTARIOS EN SALA: Añadir territorios inteligentes, empezar a trabajar con personas y territorio, geolocalización de recursos y personas, detrás de cada producto hay personas, si somos capaces de geolocalizar a las personas o entidades o empresas en un mapa, podríamos trazar conexiones	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Habría que consultar con el IGEAR
Teruel 2	28/10/2020	59	8	75	Medida 75. Impulsar el desarrollo de la señalización turística de los principales destinos aragoneses.	Impulsar señalización	Se propone impulsar la señalización en todos los destinos y no sólo en los "principales". La señalética en muchos pueblos pequeños está en mal estado y da mala imagen al visitante	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Las señalizaciones que ejecuta o pretende ejecutar la DG de Turismo lo son de destinos relevantes (SISTHO y otros), no en localidades pequeñas que deberían financiarse a través de las DD.PP.
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Ya se hace en los paneles de senderos, en otras señales (carreteras) no procede
Zaragoza 1	30/10/2020	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 aparecemos mismos espacios, sin posibilidad de otros nuevos.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. En el SIT ya se asesora a todas las personas o entidades que solicitan información al respecto
Zaragoza 1	30/10/2020	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...	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Las señalizaciones que ejecuta o pretende ejecutar la DG de Turismo lo son de destinos relevantes (SISTHO y otros), no en localidades pequeñas que deberían financiarse a través de las DD.PP.
Zaragoza 1	30/10/2020	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 puede confundir en al visitante. Se tendrá que tender a la unificación de la imagen de la señalización en todo el territorio tratando de minimizar diferencias.	SE ACEPTA	Existe un Manual de señalización turística de Aragón desde 2001, y uno nuevo que lo sustituyó desde 2018. Las cuestiones a las que se refiere se contemplan en dicho Manual y en el Manual SISTHO.
Zaragoza2	03/11/2020	82	8	75	Medida 75. Impulsar el desarrollo de la señalización turística de los principales destinos aragoneses.	Señalización turística	Mejorar la señalización turística de la comunidad	SE ACEPTA	Existen partidas presupuestarias para este fin en la Dirección General de Turismo. No obstante, habría que involucrar al resto de administraciones por ser una cuestión compleja y cara.
Zaragoza2	03/11/2020	83	8	75	Medida 75. Impulsar el desarrollo de la señalización turística de los principales destinos aragoneses.	Completar y mejorar señalética "slowdriving".	Completar la señalética de las rutas "Slowdriving".	SE ACEPTA	Existen partidas presupuestarias para este fin en la Dirección General de Turismo. No obstante, habría que involucrar al resto de administraciones por ser una cuestión compleja y cara.
Huesca 2	06/11/2020	135	8	75	Medida 75. Impulsar el desarrollo de la señalización turística de los principales destinos aragoneses.	Impulsar	Se propone impulsar la señalización de los destinos menos conocidos, ya que los principales destinos ya suelen tenerlos señalizados.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Las señalizaciones que ejecuta o pretende ejecutar la DG de Turismo lo son de destinos relevantes (SISTHO y otros), no en localidades pequeñas que deberían financiarse a través de las DD.PP.
Huesca 2	06/11/2020	136	8	75	Medida 75. Impulsar el desarrollo de la señalización turística de los principales destinos aragoneses.	Impulsar	Se propone impulsar que se pueda colocar señalización turística en las autopistas que dan acceso a las capitales de provincia para impulsar a que los visitantes entren y no pasen de largo	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. El Manual SISTHO que rige en las carreteras del Estado no permite en principio señalar capitales de provincia, salvo excepciones (Teruel- Patrimonio Mundial)
Huesca 2	06/11/2020	137	8		Nueva Medida	Mejorar imagen de Aragón	Se propone limpiar el nombre de Aragón como lugar de alto contagio de coronavirus, ya que la imagen que hemos dado hacia el exterior ha sido pésima y desastrosa	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Este es un plan a l/p, y no es una nueva medida. Ahora bien se está impulsando
Teruel 1	26/10/2020	57	8		Nueva medida	Incluir conjuntamente estrategia de marketing de contenidos y experimental en el mismo plan	Se propone de forma general al objetivo 8: De manera conjunta a la estrategia de marketing de contenidos, incorporar una estrategia de marketing experiencial recogida en el mismo plan.	SE ACEPTA	Se incluye todo en la estrategia de marketing, contemplada en otro objetivo
Zaragoza 1	30/10/2020	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	SE ACEPTA	Se desarrollan productos concretos, como el Turismo Halal
Zaragoza 1	30/10/2020	90	8		Nueva Medida	Top turísticos	Se propone apoyar y no permitir desaparecer los "top turísticos", si alguno tiene problemas por la pandemia, no dejarlo "morir"	NO SE ACEPTA	Se han desarrollado una línea de ayudas y subvenciones para ayudar a paliar la crisis al sector turístico. Pero no pueden disponerse fondos específicamente para ninguna empresa. Aunque se ayudará en la medida de lo posible, con la promoción turística Siempre dentro del respeto al marco normativo y las disponibilidades presupuestarias. Se apoya a todo el sector
Zaragoza 1	30/10/2020	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.)	SE ACEPTA	Es algo que ya se viene desarrollando con campañas desde el verano, a través de campañas, con la implementación de sellos de cumplimiento de normativa COVID-19... etc. Se seguirá trabajando en la línea para favorecer al destino en todo lo posible.

Zaragoza2	03/11/2020	84	8		Nueva medida	Fomentar turismo saludable	Siendo que Aragón ya conlleva una vinculación con el turismo sostenible, y atravesando este 2020 en el que el tema salud es más prioritario que nunca, enfocar nuestra promoción a esa imagen de territorio saludable, utilizando la despoblación y la amplitud y gran oferta de espacios naturales como oferta de un turismo saludable y poco saturado, en contacto con la naturaleza y respirando aire puro y libre. De algún modo hacer incapie en esta era Covid-19 y la que nos viene de post Covid-19 que Aragón es naturaleza, aire libre y espacios abiertos y poco saturados. COMENTARIOS EN SALA: En este sentido, se puede incluir los deportes relacionados con el viento (kitesurf) Es un deporte en pleno contacto con la naturaleza y al aire libre, sin apenas contacto estrecho con otros deportistas. Encaja muy bien en esta idea	SE ACEPTA	Es una de las líneas estratégicas de la promoción a c/py a l/p
Zaragoza2	03/11/2020	85	8		Nueva medida	Storytelling de Aragón	Se propone crear una estrategia de difusión y fidelización basada en una serie de historias eligiendo los mejores destinos. Apelar a la emoción a través de la herramienta del storytelling de Aragón.	SE ACEPTA	Ya se ha trabajado en storytellings en varias ocasiones y de cara al Plan de Estrategia Online se puede reforzar
Zaragoza2	03/11/2020	86	8		Nueva medida	Herramientas cooperativas, app.	Se propone crear herramientas cooperativas que permitan la interrelación con los visitantes y les animen a volver. Por ejemplo: App que apueste por fidelizar al visitante.	SE ACEPTA	Estamos de acuerdo en herramientas colaborativas, y se hace hincapié en el soporte web como herramienta trascendental
Zaragoza2	03/11/2020	87	8		Nueva Medida	Asociación de marcas conocidas al turismo de experiencias	Se propone la asociación de marcas conocidas al turismo de experiencias. Por ejemplo, experiencias con el Melocotón de Calanda... incluir en turismo experiencial, Transversal a los Objetivos 6 y 8	NO SE ACEPTA	Las experiencias son experiencias propuestas por el sector, ideas privadas y desde aquí se recopilan y se potencian. En la práctica son muchas las experiencias que se vinculan con la gastronomía, lo cual se apoya
Zaragoza2	03/11/2020	88	8		Nueva Medida	Mapa de banda ancha	La situación que vivimos nos ha mostrado la importancia de contar con un excelente sistema de comunicaciones digitales. Es imprescindible que desde todos los sectores se potencie aragón como una comunidad bien conectada que nos permita ofrecer destinos smart y bien posicionados. Para ello debería dotarse a toda la comunidad de acceso a banda ancha de calidad.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Estamos de acuerdo pero no es competencia de este Dpto., podemos trasladar la propuesta al órgano correspondiente competente en telecomunicaciones
Huesca 1	04/11/2020	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.	SE ACEPTA PARCIALMENTE	PARCIALMENTE. Se tratará de implementar dentro de los objetivos de desarrollo sostenible. Es hacia donde va el turismo. Futuro trabajo del observatorio