



EVALUACIÓN DE FUNCIONAMIENTO PAET

JUNIO 2017 / JUNIO 2018

DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO
Y TURISMO DE ARAGÓN

Para poder realizar una adecuada evaluación del Plan Aragonés de Estrategia Turística 2016-2020 se han establecido **una serie de indicadores** en cada una de sus medidas, que deben servir como herramienta de valoración para medir el grado de cumplimiento de las mismas.

OBJETIVO 1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico

12 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
<p>M.1</p> <p>Creación de 'Grupos de trabajo de vertebración' para la coordinación institucional entre Gobierno de Aragón, Comarcas y Ayuntamientos en búsqueda del desarrollo de productos turísticos previo consenso con el sector privado.</p>	<p>- Nº de Grupos creados - Nº de productos desarrollados</p>	<p>Prioridad Alta</p>	<p>Reunión del Consejo Territorial de Turismo en febrero de 2018 para la planificación de actuaciones.</p> <p>Reunión del Consejo Territorial de Turismo en mayo de 2018 para la normativa de casas rurales.</p> <p>Grupo de trabajo con ADRI (Asoc. para Desarrollo Rural Integral) para preparar proyecto de promoción de turismo Ornitológico.</p> <p>Producto turístico 'Ruta del Grial': Reuniones Focus Group en abril 2018 en Zaragoza, Huesca y Teruel.</p>
<p>M.2</p> <p>Coordinación entre el Gobierno de Aragón las Comarcas aragonesas, los municipios y el sector privado para la planificación, gestión y actualización de los recursos y productos turísticos.</p>	<p>- Nº de reuniones realizadas - Nº de acuerdos alcanzados</p>	<p>Prioridad Alta</p>	<p>Reunión del Consejo del Turismo de Aragón en el Monasterio de Rueda el 19 de febrero.</p> <p>2 reuniones Comisión de senderos con 50 expedientes aprobados y más de 910 km de senderos turísticos nuevos.</p> <p>Reapertura visitas al Monasterio de Sijena.</p> <p>Visitas guiadas Palacio Valdeolivos de Fonz.</p> <p>Visitas guiadas Monasterio de San Victorian en el Pueyo de Araguas.</p> <p>Creación de grupo de trabajo para potenciar a Goya como icono turístico con Cámara de Comercio de Zaragoza, Horeca, Ayuntamiento de Fuendetodos y Turismo de Aragón (Semana Goya Zaragoza).</p> <p>Colaboración con dos ponencias con el curso de astroturismo impartido por la Hoya de Huesca y el Planetario de Aragón (Espacio 0.42).</p> <p>Participación Congreso Hoteles Españoles en Málaga.</p>

OBJETIVO 1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico

12 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
 M.3	Creación de grupos de trabajo con Comunidades Autónomas vecinas y grupos internacionales para la creación de productos en torno a intereses comunes.	- Nº de Grupos creados - Nº de acuerdos alcanzados	Estratégico Seguimiento del Grupo de trabajo creado con la Comunidad Valenciana para acciones de promoción conjunta, especialmente, 'Ruta del Grial'. Reuniones Fitur 2018, Valencia marzo 2018 y Aratur en mayo. Proyecto InturPYR, Innovación turística para un destino único en el corazón de los Pirineos, un proyecto de cooperación transfronteriza programado en la primera convocatoria del Programa Interreg V-A España-Francia-Andorra (POCTEFA 2014-2020) y financiado en un 65% por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Proyecto Camino de Santiago Voie d'Arles para la recuperación del camino en colaboración con el Departamento 64 de Francia.
 M.4	Creación de una Comisión Interdepartamental de Turismo como órgano central para la coordinación del turismo como actividad estratégica del Gobierno de Aragón.	- Creación de la Comisión - Nº de reuniones al año	Prioridad Alta Publicación Decreto 105/2017, de 4 de julio, del Gobierno de Aragón, por el que se crea y regula la Comisión Interdepartamental de Turismo y primera reunión de la misma en diciembre de 2017.

OBJETIVO 1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico

12 MEDIDAS

INDICADORES

PRIORIDAD

Acciones realizadas entre Junio 2017/2018

M.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.

- Nº de reuniones realizadas
- Nº de acuerdos alcanzados

Estratégico

Colaboración para la creación del Nodo Aereo del Valle del Ebro (NAVE) creado en abril de 2018 para la captación de nuevos vuelos y el consenso de sinergias entre sector público y privado. Varias reuniones con distintos acuerdos con aerolíneas así como reuniones internas con el sector

Diversas reuniones con la Dirección General de Sostenibilidad para asuntos de Espacios Naturales Protegidos, Barranquismo (Propuesta de unificar regulación en todos los Espacios, modelo Guara), Asociación de Turismo Deportivo y Federación Aragonesa de Montañismo y Aeropuerto de Santa Cilia de Jaca por las afecciones sonoras.

Cuatro reuniones con las D.G. de Educación y de Deportes para tema titulaciones Guías Turismo Activo.

Varias reuniones con Sarga y D.G. de Alimentación para potenciación de la Gastronomía.

Colaboración con la Dirección General de Ordenación del Territorio para la elaboración de las Directrices de Despoblación

Coordinación con D.G Artesanía para la elaboración de unas jornadas formativas al sector. Impulso de la creación de sinergias entre artesanos y promotores turísticos y agencias receptoras aragonesas.

Asistencia a varias reuniones con la D.G. de Interior en materia de Espectáculos Públicos.



OBJETIVO 1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico

12 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018	
M.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.	- Nº de reuniones realizadas - Nº de acuerdos alcanzados	Estratégico	Participación de la CHE y de la CHJ en la Comisión de Senderos.
M.7	Incremento de las relaciones con Turespaña en la búsqueda de campañas de turismo interior, de ferias y congresos, turismo rural y nieve.	- Nº de reuniones realizadas - Nº de acuerdos alcanzados	Estratégico	Reuniones en Fitur con 17 Directores de Oficinas para pactar acciones de promoción conjuntas con Turespaña. 4 Reuniones con diferentes OETs en la feria de ITB Berlin, presentando Slowdriving Aragón y nuevos vuelos, para realizar actos promocionales. Varios acuerdos de acciones alcanzados (fam trips, actos de promoción, etc...). Reuniones en ferias internacionales con Directores y personas de la OET para impulsar acciones en Aragón.
M.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.	- Nº de jornadas realizadas	Prioridad Alta	Jornada de formación en Monasterios de Rueda y Sijena sobre nuevas aperturas.
M.9	Homogeneización y coordinación de los protocolos de actuación de las oficinas de turismo.	- Realización del protocolo de actuación común	Mejora Continua	Implementación y mejora de un programa estadístico en la Red de Oficinas de Aragón.
M.10	Coordinación e impulso de las agencias receptoras de Aragón como principal instrumento de entrada de turistas.	- Nº de paquetes turísticos ofertados por las agencias	Prioridad Alta	Especial cooperación con la asociación de agencias receptoras para que participen en los Puerta a Puerta en el extranjero y que acudan a las ferias.

OBJETIVO 1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico

12 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018	
M.11	<p>Impulso de la promoción turística del sector aragonés a través de las convocatorias de subvenciones específicas para productos que promocionen de manera eficaz el aprovechamiento de los recursos públicos.</p>	<p>- Importe destinado a los convenios y convocatorias de subvenciones</p>	<p>Mejora Rápida</p>	<p>Orden de 16 de diciembre de 2016 ejecutada. Importe convocatoria Asociaciones 681.521 €. Orden de 27 de diciembre de 2017, del Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, por la que se convocan subvenciones con destino a entidades privadas turísticas sin ánimo de lucro para actuaciones de promoción turística (BOA nº 8 de 2018). En fase de resolución. Importe final a conceder: 925.741 €. Convenio Enoturismo para la promoción de las 4 rutas del vino aragonesas.</p>
M.12	<p>Creación de grupos de trabajo para el establecimiento de una zonificación territorial con fundamentos turísticos.</p>	<p>- Creación del Grupo de trabajo - Establecimiento de la zonificación territorial</p>	<p>Mejora Continua</p>	<p>Realización del Mapa de zonificación turística de Aragón.</p>

OBJETIVO 2. Creación de nuevos productos “innovadores” para su posicionamiento en el mercado turístico, consolidación de los productos “estrella” aragoneses y desarrollo de los productos “emergentes”

9 MEDIDAS

INDICADORES

PRIORIDAD

Acciones realizadas entre Junio 2017/2018

M.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.

- Nº de campañas realizadas

Prioridad Alta

1 Puerta a Puerta realizado en el mes de noviembre en Milán con contacto con varios TTOO.

1 Puerta a puerta realizado en el mes de abril en Oslo y Estocolmo con mas de 15 agencias contactadas e interesadas en Aragón.

Se ha contactado con varios touroperadores y se inicia la fase de trabajo consistente en la creación de nuevas rutas o paquetes turísticos.

M.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.

- Nº de productos innovadores desarrollados

Prioridad Alta

Se ha realizado la página web del nuevo producto slow-driving Aragón con, en principio, 7 rutas y su correspondiente traducción en idiomas. Se está trabajando asimismo en la realización de la nueva página web de turismo familiar en Aragón.

Se ha realizado un estudio de Espacios Naturales Protegidos.

Se ha realizado un folleto de Recreaciones Históricas y se está trabajando en la web de este mismo producto.

Se ha realizado un Estudio del Turismo Halal y las principales potencialidades en Aragón.

Borrador de Estudio y está en fase de realización el Producto Turístico ‘Ruta del Santo Grial’

Puesta en marcha e inclusión en web del Top20 de Turismo Geológico.

Puesta en marcha del producto “Espacio para la memoria en Aragón”.

Puesta en marcha del proyecto “Mujeres contando historias”.

Colaboración Fundación José Antonio Labordeta para diseño de rutas turísticas.



OBJETIVO 2. Creación de nuevos productos “innovadores” para su posicionamiento en el mercado turístico, consolidación de los productos “estrella” aragoneses y desarrollo de los productos “emergentes”

9 MEDIDAS

INDICADORES

PRIORIDAD

Acciones realizadas entre Junio 2017/2018

M.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 de productos emergentes desarrollados

Prioridad Alta

Se ha realizado el Estudio de la Bicicleta para recopilar y unificar la información existente en Aragón.

Se ha realizado el Estudio de Turismo Familiar en Aragón, y se ha estado trabajando con él. Se está trabajando en la web de Turismo Familiar en Aragón.

M.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'.

- Nº de viajes de familiarización realizados de junio 2017 a junio 2018

Prioridad Alta

Viaje club de montañismo “Daw Summit club” de Múnich destino Pirineos.

Viaje de prensa de Múnich de BTT.

Viaje individual de bloguero “blogtrip” de Londres turismo urbano.

Viaje blogueros “blogtrip” de Londres por Aragón.

Viaje de prensa de Dinamarca, Finlandia y Noruega al Geoparque del Sobrarbe.

Viaje de prensa de La Haya de senderismo, Prepirineo.

Viaje de TT.OO de Londres de ornitología.

Viaje de TT.OO de Múnich de turismo activo.

Viaje de TV Checa por Aragón.

Viaje de la productora británica Extreme Railway a Zaragoza.

Viaje de prensa de La Haya por Teruel y Albarracín.

Viaje blogueros Singapur.

Viaje de prensa de Portugal para producto de nieve.

Press Trip Múnich.

Viaje de influencers chinos a Aragón conociendo la trufa, el turismo rural, quesos de Albarracín, Jamón D.O.P. de Teruel en secadero de Bronchales, Bodegas de R.V. Campo de Cariñena y Zaragoza capital.

Fam trip turismo japonés, prensa especializada, octubre.

Press trip periodistas israelíes especializados.



OBJETIVO 2. Creación de nuevos productos “innovadores” para su posicionamiento en el mercado turístico, consolidación de los productos “estrella” aragoneses y desarrollo de los productos “emergentes”

9 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
<p>M.18</p> <p>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'.</p>	<p>- Nº de Ferias a las que se asiste</p>	<p>Mejora Rápida</p>	<p>19 ferias internacionales tanto generalistas como específicas de los sectores del Camping, Naturaleza, turismo Ornitológico, Deporte Activo y BTT, turismo familiar y turismo senior, abarcando los mercados europeos (Alemania, Bélgica, Francia, Holanda, Reino Unido, Irlanda, Rusia) así como el mercado chino y el israelí.</p> <p>16 ferias nacionales tanto generalistas en comunidades próximas a Aragón, como las más representativas de España en sectores específicos como turismo de Naturaleza y Aventura, Ornitológico o Bicicleta.</p> <p>Asistencia a ferias generalistas nacionales: Fitur, Navatur, Sevatur, B Travel, Expovacaciones, Aratur, Unibike, Intur. Generalistas internacionales: Mahana Toulouse, MAP París, ITB Berlín, Salon de Vacances (Bruselas), Fiets en Wandelbeurs (Gante), Fiets en Wandelbeurs Utrecht, IMTM Israel, Feria de Pau, MITT Moscú, JATA Japón, WTM Londres, CITM (China).</p> <p>Especializadas nacionales: FIO Monfragüe, Doñana Bird Fair, Madrid Bird Fair y Tortosa Bird Fair (Ornitología), STM Lérida (Montaña y deporte), Menuda Feria (Familiar), Unibike (Bicicleta).</p> <p>Especializadas internacionales: Destinations Nature París (Naturaleza y deporte), Reisen Hamburgo (Deportivo), FREE Múnich (Campings), Vakantienbeurs Utrecht (Sección Campings), Camping Essen, Caravan Salon Dusseldorf, 50 Plus (Senior).</p>
<p>M.19</p> <p>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.</p>	<p>- Nº de actos de promoción en calle realizados</p> <p>- Nº de presentaciones a profesionales realizadas</p>	<p>Prioridad Alta</p>	<p>3 actos de promoción en Huesca, Zaragoza (Espacio Aragón en Pasaje Palafox) y Teruel durante las fiestas mayores.</p> <p>5 actos de promoción en Málaga, Madrid, Costa de Tarragona, Costa de Alicante (Javea) y San Sebastián.</p> <p>8 actos de promoción internacionales en Holanda, Italia (Roma, Florencia, Verona y Torino) y Venecia, Alemania (Múnich) para promocionar la conexión aérea directa entre Venecia y Múnich. Participación en el Shalom Spain 2018 organizado por Turespaña en Tel Aviv y Jerusalén. (Israel). En todos ellos ha habido presencia del sector público y privado.</p>

OBJETIVO 2. Creación de nuevos productos “innovadores” para su posicionamiento en el mercado turístico, consolidación de los productos “estrella” aragoneses y desarrollo de los productos “emergentes”

9 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
M.20 Creación de clubes de producto en torno a productos segmentados que permitan una estrategia conjunta público-privada.	- Nº de Clubes de producto creados	Estratégico	
M.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.	- Nº de asociaciones creadas	Mejora Continua	Se ha apoyado a través de las convocatorias de subvenciones a las asociaciones creadas en 2017 más las asociaciones existentes en el sector turístico.



OBJETIVO 3. Impulso del conocimiento en todos los niveles como factor de crecimiento turístico, con especial incidencia en la formación del sector y del turismo interno por los propios aragoneses

10 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
M.22	Realización de un plan de formación específico para el sector turístico en las diferentes áreas de conocimiento previa evaluación de las necesidades formativas.	- Realización de la evaluación de necesidades - Aprobación y ejecución del Plan de formación	Estratégico
M.23	Convocar ayudas para la formación relacionadas con el turismo de calidad y la excelencia.	- Nº de convocatorias de formación tramitadas en Aragón	Mejora Continua Orden de 16 de diciembre de 2016, del Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, por la que se convocan subvenciones con destino a entidades privadas turísticas sin ánimo de lucro para actuaciones de promoción turística. Acción ejecutada. Importe concedido: 681.521 €. Orden de 27 de diciembre de 2017, del Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, por la que se convocan subvenciones con destino a entidades privadas turísticas sin ánimo de lucro para actuaciones de promoción turística (BOA nº 8 de 2018). En fase de resolución. Importe final a conceder : 925.741 €.

OBJETIVO 3. Impulso del conocimiento en todos los niveles como factor de crecimiento turístico, con especial incidencia en la formación del sector y del turismo interno por los propios aragoneses

10 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
------------	-------------	-----------	---

M.24

Concienciación al sector turístico sobre aquellos aspectos a mejorar relacionados con la calidad y la excelencia.

- Incremento de la mejora reputacional

Mejora Continua

El 6 de febrero de 2018 fue publicado en el B.O.A. el Decreto 14/2018, de 23 de enero, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento de los establecimientos hoteleros y complejos turísticos balnearios en Aragón.

El 5 de febrero de 2018 fue publicada en el B.O.A. la Orden 23 de enero de 2018, del Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, por la que se somete a información pública el proyecto de decreto del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento sobre ordenación y regulación de las casas rurales en Aragón.

Ambos Reglamentos contemplan mejoras de la calidad y de la excelencia.

Orden de 27 de diciembre de 2017, del Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, por la que se convocan subvenciones con destino a empresas para actuaciones de infraestructura turística (BOA nº 8 de 2018). En fase de resolución. Importe final a conceder: 690.000 €.

Ayudas al sector que supongan una mejora de la calidad:

Orden de 27 de diciembre de 2017, del Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, por la que se convocan ayudas con cargo al Fondo de Inversiones de Teruel del año 2017 con destino a actuaciones en el sector turístico en la provincia de Teruel (BOA nº 8 de 2018). En fase de resolución. Importe a conceder: 1.159.000 €.

Orden de 27 de diciembre de 2017, del Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, por la que se convocan ayudas a los Municipios y Comarcas de Aragón para la realización de actuaciones en infraestructuras relacionadas con la actividad turística (BOA nº 8 de 2018). En fase de resolución. Importe final a conceder: 300.000 €

Convenio con Asociación Aragón-Japón con realización de documento de acogida para el turismo japonés.



OBJETIVO 3. Impulso del conocimiento en todos los niveles como factor de crecimiento turístico, con especial incidencia en la formación del sector y del turismo interno por los propios aragoneses

10 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
M.25	Creación de think tanks de expertos que analicen la evolución y tendencias del turismo aragonés.	- Nº de Think tanks creados - Nº de reuniones realizadas	Estratégico
M.26	Realización de jornadas de profesionales de turismo para un mejor conocimiento de los destinos y productos.	- Nº de jornadas realizadas	Prioridad Alta Congreso de Periodistas de turismo Españoles en Aragón.
M.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.	- Nº de campañas locales realizadas	Prioridad Alta Campañas en Huesca, Zaragoza y Teruel durante las fiestas mayores (Fiestas del Ángel, San Lorenzo y Fiestas del Pilar con el Espacio Aragón en el Pasaje Palafox). Jornada de puertas abiertas el 23 de abril Día de Aragón en el Edificio Pignatelli de Zaragoza. Presentaciones de enoturismo y alimentación y concurso de fotos. Participación en la Feria de Calatayud.
M.28	Campañas de publicidad en medios de comunicación locales para la promoción de otras zonas turísticas aragonesas.	- Nº de campañas de publicidad local realizadas	Prioridad Alta Adjudicada nueva campaña de publicidad del turismo aragonés. Adjudicado nuevo video de promoción del turismo aragonés.
M.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.	- Nº de reuniones realizadas - Nº de acuerdos alcanzados	Estratégico Colaboración con la Agencia de las Cualificaciones Profesionales de Aragón para los procedimientos de reconocimiento de las cualificaciones profesionales de Guías de turismo. Colaboración con ETUZ para prácticas informadores de turismo y promoción. Realización en colaboración con la ETUZ de las pruebas de habilitación de Guías de turismo.

OBJETIVO 3. Impulso del conocimiento en todos los niveles como factor de crecimiento turístico, con especial incidencia en la formación del sector y del turismo interno por los propios aragoneses

10 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
<p>M.30</p> <p>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.</p>	<p>- Nº de estudios realizados</p>	<p>Prioridad Alta</p>	<p>Realizado estudio de Espacios Naturales Protegidos con vistas a posicionar Aragón como destino de Ecoturismo.</p> <p>Realizado estudio de la Bicicleta.</p> <p>Realizado estudio de Turismo Familiar en Aragón.</p> <p>Realizados estudios en 'Ruta del Santo Grial'</p> <p>Realización de un estudio de caso de "Éxito" para la penetración en el mercado israelí (replicable a otros mercados emisores de turistas hacia Aragón).</p>
<p>M.31</p> <p>Creación del Observatorio Turístico Aragonés.</p>	<p>- Creación del Observatorio</p> <p>- Nº de estudios/ conclusiones realizados por el Observatorio</p>	<p>Mejora Rápida</p>	<p>Creación de la plataforma de Inteligencia Turística, futuro observatorio turístico aragonés.</p>



OBJETIVO 4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesibilidad y de experiencias

8 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
<p>M.32</p> <p>Detectar y reforzar a los intermediarios y prescriptores especializados en productos específicos, y facilitarles la información necesaria para desarrollar un trabajo colaborativo.</p>	<p>- Nº de informes de utilidad emitidos para el sector en relación con dicha medida</p>	<p>Estratégico</p>	<p>Colaboración con periodista china para la creación de contenidos de viaje en Aragón (para una guía en chino para viajar por España).</p> <p>Jornadas con artesanos de Aragón para formalizar nuevas experiencias turísticas</p> <p>Edición de folleto en hebreo para profesionales.</p> <p>Envío de newsletter en hebreo a los 25 TTOO y 25 influencers israelíes más importantes.</p>
<p>M.33</p> <p>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.</p>	<p>- Nº de Jornadas realizadas de concienciación</p> <p>- Nº de experiencias "con gente del lugar" puestas en marcha</p>	<p>Prioridad Alta</p>	<p>Realización del concurso a la Mejor experiencia turística de Aragón 2017.</p> <p>Celebración de la Gala de entrega de premios en el Auditorio de Zaragoza., retransmitida por Aragón TV.</p> <p>Folleto con todas las experiencias presentadas.</p> <p>Realizada la página web, ya en funcionamiento de experiencias turísticas de Aragón.</p> <p>Realización de un encarte en el Periodico de Aragón.</p>



Fotos: José María Martínez / Agencia de Turismo de Aragón. Fotos: José María Martínez / Agencia de Turismo de Aragón.



Supervivencia en familia

Siente las grullas

Paseadas entre viñedos

Aprender a olivar



OBJETIVO 4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesibilidad y de experiencias

8 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018	
 M.34	Fomento a la adhesión a los sellos de renombre y prestigio estatal e internacional como el SICTED, Q de calidad y otros.	- Nº de sellos obtenidos	Mejora Rápida	Grupo de Trabajo de Calidad Turística de la Secretaría de Estado de Turismo y el ICTE. Orden de 27 de diciembre de 2017, del Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, por la que se convocan subvenciones con destino a empresas para actuaciones de infraestructura turística (BOA nº 8 de 2018). En fase de resolución. Importe final a conceder: 690.000 €.
 M.35	Realización de una estrategia de internacionalización con campañas de promoción en países potencialmente emisores de turistas hacia Aragón.	- Nº de acciones de internacionalización realizadas	Prioridad Alta	Se ha asistido a 19 ferias internacionales (12 generalistas y 7 específicas). 8 actos de promoción internacionales impulsando el turismo general y en especial los vuelos directos desde Zaragoza a Múnich y Venecia. Asimismo se han realizado 16 Fam Trips. 3 Puerta a Puerta que inciden en esa internacionalización. Se ha realizado una campaña de publicidad en el metro y tranvía de Múnich, Revista especializada local de Múnich. Campaña de marketing directo en redes sociales y smartphone en Venecia.

OBJETIVO 4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesibilidad y de experiencias

8 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
<p>M.36</p> <p>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.</p>	<p>- Nº de acciones realizadas en mercados emergentes</p> <p>- Nº de nuevos mercados emergentes explorados</p>	<p>Prioridad Alta</p>	<p>Mantenimiento de redes sociales chinas.</p> <p>Creación de un nuevo catálogo en chino para la feria CITM de Kunming, adaptado al gusto del mercado.</p> <p>Asistencia a la Feria CITM en Kunming y reuniones con directivos de agencias.</p> <p>Realización de 1 fam trip con turismo chino (influencers Rural Chic).</p> <p>Colaboración con una escritora/ periodista china para la presentación del libro /guía de viaje por España. Y colaboración con un fin de semana en Aragón (sin vuelos) para su presentación.</p> <p>Realización de un seminario formativo sobre Aragón en una agencia China.</p> <p>Respecto al mercado ruso, se acudió a la feria MITT de Moscú.</p> <p>Inicio de las acciones con Japón presencia en feria JATA, elaboración de material turístico y fam trip en el mes de octubre.</p> <p>Fam trip blogueros Singapur.</p> <p>Varias acciones mercado Israel (feria, fam trip, estudios de éxito, jornadas en Tel Aviv).</p>

OBJETIVO 4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesibilidad y de experiencias

8 MEDIDAS

INDICADORES

PRIORIDAD

Acciones realizadas entre Junio 2017/2018

M.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.

- Aprobación y ejecución del Plan de accesibilidad

Estratégico

En los Planes de inspección programada en materia de turismo en Aragón para 2017 y 2018 se ha incorporado un nuevo programa relativo a la verificación del cumplimiento de la normativa vigente en materia de supresión de barreras arquitectónicas y accesibilidad.

El 20 de junio de 2017 se celebró una primera reunión, con la presencia del Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, de la Directora General de Turismo y de representantes de diversos colectivos, para debatir sobre el contenido del Plan de Accesibilidad Turística.

En junio de 2017, se convocaron ayudas a los Municipios y Comarcas de Aragón para la realización de actuaciones en materia de accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas y sensoriales en infraestructuras relacionadas con la actividad turística, por un importe total de 250.000,00€, siendo la primera vez que se implementaba una iniciativa de este tipo. Una vez resuelta la convocatoria, fueron aprobadas 33 solicitudes, con una inversión total de 480.109,93€ y una subvención total de 207.261,29€, lo que supone un porcentaje de subvención medio del 43,17%. En enero de 2018 se convocaron unas ayudas similares para este ejercicio.

En 2017 se convocaron subvenciones a fondo perdido con destino a empresas para actuaciones de infraestructura turística, por un importe 570.000,00€, incluyendo entre las actuaciones subvencionables las destinadas a facilitar y renovar la accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas y sensoriales, junto con otras. Una vez resuelta la convocatoria, en 2017 correspondió a las actuaciones en materia de accesibilidad en torno al 25% del importe total, frente al 10% en 2016. En enero de 2018 se convocaron unas ayudas similares para este ejercicio.

En 2016 se concedió una subvención a la "Federación Aragonesa de Montañismo" (F.A.M.) con cargo al FITE 2016, por un importe de 200.000,00€, para ejecutar cuatro actuaciones (Miradores del Puerto de las Cabrillas y del Castillo de Peracense, Ermita del Tremedal y Cabecera del Barranco del Mortero) de acondicionamiento de tramos de senderos para su uso por personas con discapacidad, concluidas a finales de 2017, habiéndose contado para la completa definición de estos recorridos, con la colaboración y asesoramiento de CERMI-Aragón.



OBJETIVO 4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesibilidad y de experiencias

8 MEDIDAS

INDICADORES

PRIORIDAD

Acciones realizadas entre Junio 2017/2018

M.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.

- Aprobación y ejecución del Plan de accesibilidad

Estratégico

Además, se ha participado en diversos foros y eventos relacionados con la accesibilidad, entre los que cabe citar: el Grupo de Trabajo de Turismo accesible constituido en la Fundación ONCE en Madrid en 2017, con el objetivo de elaborar una norma internacional ISO sobre dicha cuestión; la Jornada "Turismo para todas las personas", organizada por la Fundación ONCE y la Escuela Universitaria de Turismo de Zaragoza el 20 de abril de 2017 en Zaragoza; la Jornada "Turismo accesible: una oportunidad de negocio", organizada por la Fundación CESTE en la Sala de la Corona del Gobierno de Aragón; o el "Desayuno sobre Accesibilidad" organizado por DFA el 22 de marzo de 2018.

En 2017 se han redactado 10 informes relacionados expresamente con la accesibilidad de establecimientos hoteleros aragoneses.

Convenio con la ONCE para la promoción de la accesibilidad universal, en infraestructuras, productos y servicios turísticos en Aragón.

Ayudas:

Orden de 27 de diciembre de 2017, del Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, por la que se convocan subvenciones con destino a empresas para actuaciones de infraestructura turística (BOA nº 8 de 2018). En fase de resolución. Importe final a conceder: 690.000 €.

Orden de 27 de diciembre de 2017, del Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, por la que se convocan ayudas a los Municipios y Comarcas de Aragón para la realización de actuaciones en infraestructuras relacionadas con la actividad turística (BOA nº 8 de 2018). En fase de resolución. Importe final a conceder: 300.000 €

Orden de 27 de diciembre de 2017, del Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, por la que se convocan ayudas con cargo al Fondo de Inversiones de Teruel del año 2017 con destino a actuaciones en el sector turístico en la provincia de Teruel (BOA nº 8 de 2018). En fase de resolución. Importe a conceder: 1.158.000 €.



OBJETIVO 4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesibilidad y de experiencias

	8 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
M.38	Utilización de las conexiones con Tren de Alta Velocidad para la atracción de turistas de escapada y congresos.	- Incremento de turistas en las ciudades con conexiones de alta velocidad	Mejora Rápida	
M.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.	- Nº de acuerdos firmados	Mejora Rápida	<p>Se recibieron alumnos en prácticas polacos.</p> <p>Prácticas de los alumnos de la Escuela de Turismo, acompañando en ferias y actos de promoción y una persona en prácticas en el Servicio de Promoción Turística.</p> <p>Participación en la Semana de Acogida de la Universidad San Jorge, promocionando Aragón entre la comunidad universitaria.</p>



OBJETIVO 5. Profesionalizar el sector turístico y la lucha contra el intrusismo

8 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
M.40	Elaboración del Texto Refundido de la Ley de Turismo.	- Aprobación del Texto Refundido	Prioridad Alta
M.41	Puesta en marcha de un Plan para la Inspección.	- Aprobación anual de cada Plan de Inspección	Prioridad Alta <p>Se han aprobado Planes de inspección programada en materia de Turismo en Aragón para 2017 y 2018, que se han ido ejecutando, con la puesta en marcha de numerosas acciones que se han añadido a las que ya se llevaban a cabo antes de la aprobación de dichos Planes, poniendo el acento en cuestiones concretas tales como hacer frente al intrusismo y mejorar la accesibilidad de los establecimientos.</p> <p>En 2017 se han realizado un total de 1.375 inspecciones; y en 2016 se realizaron 1.317.</p> <p>Se ha constituido en la Dirección General de Turismo un Grupo de Trabajo de Inspección Turística, que ha mantenido hasta la fecha cinco reuniones, con el fin de unificar criterios y proponer nuevas acciones en relación con esta cuestión.</p> <p>El 2 de abril de 2018 fue publicada en el B.O.A. la Orden VMV/514/2018, de 9 de marzo, por la que se aprueba el Plan de inspección programada en materia de turismo en Aragón para 2018, que hace especial mención al nuevo Decreto 14/2018, de 23 de enero, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento de los establecimientos hoteleros y complejos turísticos balnearios en Aragón.</p>
M.42	Tramitación de un Decreto de alojamientos hoteleros.	- Aprobación del Decreto	Prioridad Alta <p>El 6 de febrero de 2018 fue publicado en el B.O.A. el Decreto 14/2018, de 23 de enero, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento de los establecimientos hoteleros y complejos turísticos balnearios en Aragón.</p>

OBJETIVO 5. Profesionalizar el sector turístico y la lucha contra el intrusismo

8 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018	
M.43	Tramitación de un Decreto de casas rurales.	- Aprobación del Decreto	Prioridad Alta	<p>El 5 de febrero de 2018 fue publicada en el B.O.A. la Orden 23 de enero de 2018, del Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, por la que se somete a información pública el proyecto de decreto del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento sobre ordenación y regulación de las casas rurales en Aragón.</p> <p>Posteriormente, el 9 de mayo de 2018, se celebró un Consejo territorial de Turismo monográfico sobre dicho Decreto, habiéndose elaborado un nuevo documento.</p> <p>La aprobación del nuevo Decreto está prevista para finales de 2018. Jornadas Casas rurales Bajo Aragón 31 de octubre.</p>
M.44	Tramitación de un Decreto de agencias de viaje.	- Aprobación del Decreto	Prioridad Alta	<p>Aprobación del Decreto-Ley 4/2017, de 17 de octubre, del Gobierno de Aragón, que modifica la Ley del Turismo de Aragón en materia de agencias de viaje .</p> <p>El Consejo de Gobierno aprobó el 19 de junio la modificación del Decreto.</p>
M.45	Tramitación de un Decreto de alojamientos al aire libre y nuevas figuras relacionadas.	- Aprobación del Decreto	Prioridad Alta	
M.46	Concienciación del sector para la lucha contra el intrusismo.	- Nº de jornadas realizadas	Mejora Rápida	
M.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.	- Nº de estudios realizados en relación con la economía colaborativa - Nº de jornadas realizadas en relación con esta cuestión	Estratégico	

OBJETIVO 6. Fortalecimiento de la promoción a través de las tecnologías del conocimiento y de la información

9 MEDIDAS

INDICADORES

PRIORIDAD

Acciones realizadas entre Junio 2017/2018

M.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.

- Realización de la estrategia on line
- Realización del protocolo de actuación común en redes sociales
- Nº de jornadas de formación
- Nº de nuevas acciones realizadas

Prioridad Alta

Desarrollo estrategia de SEO Social con: marketing de contenidos, posicionamiento Seo, Imagen de marca.

Creación guía de diseño Visual que unifique la estética de la comunicación digital de Aragón.

Creación web: Gastronomía aragonesa, Hospederías de Aragón. En proceso: Camino de Santiago por Aragón y San Juan de la Peña.

Asesoramiento y consultoría en Plan de Comunicación Inturpyr.

Creación web Inturpyr.

Nuevas páginas web:

slowdrivingaragon.com

turismo familiar

recreaciones históricas

ibones de Aragon

web de experiencias turísticas.



OBJETIVO 6. Fortalecimiento de la promoción a través de las tecnologías del conocimiento y de la información

9 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
M.49	Creación de una herramienta profesional en el portal web de turismo de Aragón para impulsar al sector aragonés el conocimiento recabado en las promociones relativo a operadores, tendencias, etc.	- Creación de la herramienta profesional on line	Prioridad Alta Cumplida en 2017.
M.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.	- Nº de usos de la metodología Big Data previa a las decisiones de promoción realizadas	Estratégico Desarrollada una herramienta basada en la plataforma Moriarty del Instituto Tecnológico de Aragón para el análisis de competitividad turística en RR.SS. App turismo inteligente Rutas Modernismo de Teruel.
M.51	Creación de un portal on line recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas.	- Creación del portal	Mejora Continua Realizada y puesta en funcionamiento de la página web: experiencias.turismodearagon.com incluyendo las 25 mejores experiencias del I y II concurso a la mejor experiencia turística 2016 y de 2017.
M.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 de la intranet	Estratégico Cumplida en 2018.

OBJETIVO 6. Fortalecimiento de la promoción a través de las tecnologías del conocimiento y de la información

9 MEDIDAS

INDICADORES

PRIORIDAD

Acciones realizadas entre Junio 2017/2018

M.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.

- Nº de campañas realizadas en Portales turísticos

Prioridad Alta

Contratos de difusión publicitaria en los portales de servicios turísticos de Atrápalo, Rumbo, Minube, Logitravel, TusCasasRurales.com y Escapada Rural.

Campaña online a través de Twitter con la Oficina Española de Turismo de París.

Campaña de marketing online con la revista GEO fr

Campaña de marketing online con la OET de Roma en la revista Silvaggia.

Campaña de "la Semana de Aragón en Facebook" con la OET de Bruselas y, con esta misma OET, la "Semana de Zaragoza" en la web Travel360.

Campaña on line "La ruta de Goya en Aragón" con la OET de París.

Promoción de Aragón en pantallas gigantes durante las fiestas de las Bodas de Isabel en Teruel.

Difusión por RRSS españolas de minivideos segmentados por tipo de producto turístico (nieve, turismo rural, turismo activo, balnearios, congresos, cultura, gastronomía y naturaleza) más uno general englobando todos los productos.

Promoción con la OET de Lisboa en la campaña Aragón en Lisboa en Facebook.

Campaña RRSS con OET de Chicago.

Acciones en redes sociales de Múnich (revista In Munchen) y Venecia (marketing avanzado, SMS personalizados).

LETTER ESPECIAL 08/16



OBJETIVO 6. Fortalecimiento de la promoción a través de las tecnologías del conocimiento y de la información

9 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018	
M.54	Colaboración eficiente y creativa de los blogueros en alza e instagramers, previa identificación de los principales agentes.	- Nº de colaboraciones con blogueros e igers	Mejora Rápida	<p>Press trip con influencers chinos.</p> <p>Colaboración con los blogueros 'Mis sitios de España'.</p> <p>Campaña Twitter Espacios naturales en Francia.</p> <p>Campaña en redes sociales La Haya.</p> <p>Dinamización de Aragón a través de concursos de fotos Instagram.</p>
M.55	Creación de un banco de imágenes y videos turísticos de Aragón que poder compartir entre las distintas entidades profesionales turísticas aragonesas.	- Creación del Banco de imágenes y videos - Nº de imágenes cedidas - Nº de videos cedidos	Mejora Continua	<p>Presentación del turismo de Aragón, con minivideos segmentados por tipo de producto turístico (nieve, turismo rural, turismo activo, balnearios, congresos, cultura, gastronomía y naturaleza) más uno general englobando todos los productos. Traducción de estos 9 mini-videos al inglés, francés, inglés e italiano.</p> <p>Creación de 12 roll-ups con los distintos productos de nieve, turismo rural, turismo de naturaleza, BTT, slow-driving, turismo familiar, turismo activo, gastronomía, turismo cultural, senderismo, turismo ornitológico y general de Aragón.</p> <p>Creación de banco de imágenes con fotografías sobre campaña Otoño-Invierno en Aragón.</p> <p>Creación de banco de imágenes con fotografías sobre Slow-Driving.</p> <p>Creación de banco de imágenes con fotografías sobre campaña primavera verano en Aragón.</p> <p>Imágenes de astroturismo.</p> <p>Vídeo animación Canfranc .</p>
M.56	Desarrollo actualizado del portal web http://www.turismodearagon.com , y versiones en idiomas extranjeros, como principal punto de información on line de los productos aragoneses.	- Actualización de la página web - Nº de idiomas a los que se traduce la página web	Prioridad Alta	

OBJETIVO 7. Desarrollo de una estrategia transversal con la gastronomía aragonesa como producto vertebrador de otros restos de productos turísticos

11 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
<p>M.57</p> <p>Consolidar e impulsar los eventos gastronómicos que puedan realizarse de manera conjunta en todo Aragón incentivando la valoración del producto autóctono.</p>	<p>- Nº de eventos realizados</p>	<p>Prioridad Alta</p>	<p>Adjudicada la calificación de Territorio de Interés Gastronómico a Comarca Somontano de Barbastro.</p> <p>Asistencia a ferias y actos de promoción con información del territorio y degustación de producto.</p> <p>Promoción específica del Territorio de Interés Gastronómico en Madrid.</p> <p>Fam trips específicos de Territorio de Interés Gastronómico en el mes de noviembre</p> <p>Creación de un video específico de Territorio de Interés Gastronómico.</p> <p>Publicadas las bases del concurso para la declaración de 'Territorio de interés gastronómico en Aragón 2019', que impulsa eventos gastronómicos.</p>
<p>M.58</p> <p>Promover las jornadas gastronómicas en sus diversas modalidades en las diferentes zonas de Aragón.</p>	<p>- Nº de jornadas gastronómicas realizadas</p>	<p>Mejora Rápida</p>	<p>Festival Gastronómico 'Aragón con gusto 2107'.</p> <p>Restaurantes de Zaragoza-Premios HORECA 2018.</p> <p>Edición Gastromanía 2018.</p> <p>Diversos concursos de tapas provinciales y comarcales.</p>

OBJETIVO 7. Desarrollo de una estrategia transversal con la gastronomía aragonesa como producto vertebrador de otros restos de productos turísticos

11 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
<p>M.59</p> <p>Impulsar la marca 'Enoturismo Aragón' con las cuatro rutas del vino creadas a través de distintas acciones promocionales.</p>	<p>- Nº de acciones realizadas con la Marca Enoturismo</p>	<p>Mejora Rápida</p>	<p>Convenio firmado para la potenciación de la marca 'Enoturismo Aragón' con las 4 rutas del vino para 17-18</p> <p>Asistencia a ferias y actos de promoción con catas y degustaciones y a veces en espacios rotulados propiamente para la marca.</p> <p>Acto de promoción en Málaga con agencias de viajes profesionales. Realización del evento "Concurso Interactivo Aragón Gastronómico", en el que se daban a conocer diversos productos y la marca Enoturismo de Aragón.</p> <p>Acto de gastronomía en Múnich y en Venecia con productos aragoneses.</p> <p>Encuentro Rutas del Vino de Aragón con Denominaciones de Origen francesas.</p>
<p>M.60</p> <p>Aprovechar los canales de comunicación especializados en gastronomía para fomentar este sector y los enclaves turísticos donde se desarrolla.</p>	<p>- Nº acciones gastronómicas realizadas en canales de comunicación</p>	<p>Mejora Continua</p>	
<p>M.61</p> <p>Realizar campañas de formación para el uso, adecuación y transformación de los productos autóctonos en los restaurantes y bares aragoneses.</p>	<p>- Nº de campañas de formación realizadas</p>	<p>Estratégico</p>	<p>Inaem ofrece actividades formativas vinculadas a certificado de profesionalidad: Operaciones básicas de cocina; Operaciones básicas de pastelería; Operaciones básicas de restaurante y bar; Cocina; Servicios de bar y cafetería; Repostería; Servicios de restaurante; Panadería y bollería; Pastelería y confitería.</p> <p>Inaem ofrece actividades formativas no vinculadas a certificado de profesionalidad, entre otras: Análisis sensorial de vinos; Cocina colectiva; Cocina creativa y de autor; Técnicas culinarias para pescados, crustáceos y moluscos; Recetas y técnicas de la cocina en miniatura; Cocina internacional; Cocina italiana; Cocina mediterránea; Cocina molecular: fundamentos sobre las técnicas utilizadas; Cocina para celíacos; Cocina sana; Cocina vegetariana; Coctelería; Corte y cata de jamón; Creación de cartas y menús; Decoración y exposición de platos; Degustación de bebidas; Elaboración de gin-tonics; Elaboración de platos combinados; Técnicas en enología, licores y aguardientes; Esculpido de frutas y verduras; La cocina de carne, aves y caza: análisis de técnicas culinaria; Innovación en la cocina; Planificación de menús y dietas especiales; Preparación de aperitivos; Preparación de buffet; Evolución de las tecnologías y técnicas culinarias; Salsas frías y calientes; Servicio especializado en vino; Cata de pan;...</p>

OBJETIVO 7. Desarrollo de una estrategia transversal con la gastronomía aragonesa como producto vertebrador de otros restos de productos turísticos

11 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
M.62 Coordinación con el Departamento de Desarrollo Rural y Sostenibilidad del Gobierno de Aragón para los asuntos relacionados con el turismo y la gastronomía.	- Nº de reuniones realizadas - Nº de acuerdos alcanzados	Estratégico	Reunión actuaciones de Territorio de Interés Gastronómico con el Departamento competente en alimentación (D.G. de Alimentación y Fomento Agroalimentario) y Sarga para coordinar, colaborar y desarrollar productos y estrategias comunes. Asistencia a la Feria Alimentaria.
M.63 Creación de una marca única gastronómica consensuada con todo el sector.	- Creación de la Marca	Estratégico	Desarrollo Logomarca Territorio interés gastronómico.
M.64 Fomento de los productos 'Km 0', ecológicos y de proximidad vinculados con la calidad y excelencia en el territorio.	- Nº de acciones de fomento realizadas con este tipo de productos	Mejora Rápida	Exposición de productos km 0 y otros en Fitur. Degustaciones de productos en diferentes ferias y actos de promoción. Promoción con un espacio diferenciado de gastronomía dentro del stand de Aragón en Fitur de 2018. Showcooking diario en el stand de Aragón en Fitur potenciando productos aragoneses Km 0.

OBJETIVO 7. Desarrollo de una estrategia transversal con la gastronomía aragonesa como producto vertebrador de otros restos de productos turísticos

11 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
M.65	Potenciación de las escuelas de hostelería como centros de información, formación y promoción del sector.	- Nº de acciones realizadas con las Escuelas de hostelería	Mejora Continua 2 Ayudantes de escuela de hostelería al A.P. de Múnich.
M.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 la agenda gastronómica - Elaboración de un catálogo con recetas tradicionales	Mejora Rápida Agenda Gastronómica Aragonesa 2018 con la Academia Aragonesa de la Gastronomía.
M.67	Coordinación de acciones con asociaciones gastronómicas desarrolladas en la actualidad.	- Nº de acciones realizadas con asociaciones gastronómicas	Mejora Continua Relación con la Academia Aragonesa de la Gastronomía para desarrollar diversas actuaciones. Acuerdo del Gobierno de Aragón de 10 de abril de 2018 por el que se aprueban los Estatutos de la Academia Aragonesa de Gastronomía como Corporación de Derecho Público.



OBJETIVO 8. Propiciar una imagen favorable de Aragón con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje

8 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018	
M.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.	- Nº de acciones realizadas en grandes eventos	Estratégico	Patrocinio del Congreso de Agentes de Viaje Españoles y Latinoamericanos de Team Group. Participación Eventos Zaragoza 2018.
M.69	Atracción de nuevos eventos deportivos como foco de nuevos turistas relacionados con el deporte, naturaleza y desarrollo sostenible.	- Nº de eventos deportivos nuevos realizados en Aragón	Estratégico	Recuperación de la Vuelta Ciclista a Aragón. Promoción del destino en la pre, durante y la post, en todos los soportes. Trail Aneto 2017 - 2018.
M.70	Patrocinio de eventos con perfil turístico de reconocida importancia que puedan atraer más visitantes a Aragón o fidelizar a los visitantes tradicionales.	- Nº de eventos turísticos patrocinados	Estratégico	Participación en la organización de los premios cinematográficos "Forqué". Participación en documental etnográfico Sobrarbe-Espiello. Participación Festival Aragón en Negro 2018. Edición Gastronomía 2018. Transnomad. Gastro Calatayud. Trail Aneto. Descenso del Cinca. Quebrantahuesos - Treparriscos.



OBJETIVO 8. Propiciar una imagen favorable de Aragón con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje

8 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2017/2018
M.71	<p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de la Film Commission - Nº de rodajes realizados - Nº de obras literarias realizadas 	<p>Estratégico</p> <p>Patrocinio de 16 producciones cinematográficas con rodajes en todo el territorio aragonés.</p>
M.72	<p>Retomar la figura de "Embajadores de Aragón" dirigida a prescriptores aragoneses, así como a personajes de reconocido prestigio que puedan actuar como tales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Nº de nuevos embajadores - Nº de personas con reconocido prestigio nuevas 	<p>Mejora Continua</p>
M.73	<p>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...</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Nº de acciones realizadas en relación con el turismo sostenible. - Incremento del número de prácticas de sostenibilidad turística 	<p>Estratégico</p> <p>Workshop de Turismo de Naturaleza y Ecoturismo en Aragón, realizado en el entorno del Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido con 10 TTOO ingleses.</p> <p>Realizado estudio de Espacios Naturales Protegidos, con vistas a la creación de Aragón como destino de Ecoturismo.</p>

OBJETIVO 8. Propiciar una imagen favorable de Aragón con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje

8 MEDIDAS

M.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.

INDICADORES

- Nº de campañas de publicidad de marketing emocional y experiencias realizadas

PRIORIDAD

Mejora Rápida

Acciones realizadas entre Junio 2017/2018

Se realizó, a finales de 2017 un publlirreportaje en la revista "Hola Viajes".

Inserciones en la revista Condé Nast Traveler-guía gastronómica-, una inserción publicitaria con referencia a la gastronomía y al territorio de Interés Gastronómico de Aragón.

Publlirreportaje del destino Aragón en la revista El Viajero de "El País".

Colaboración para la publicación del especial de turismo del periódico El Mundo a publicar en mayo de 2018.

Adjudicada la nueva campaña de publicidad para 2018.

Adjudicado el contrato del nuevo video turístico de Aragón para 2018.

Inserciones publicitarias en la revista Verde Teruel con la campaña A + Aragón.

Congreso de periodistas FEPET.

Patrocinio a Zaragoza Cultural para las Fiestas del Pilar.

Patrocinio de la película "Asesinato en el Orient Express".

Creación y posicionamiento nueva logomarca de Turismo de Aragón.

Edición de "100 Cimas".



OBJETIVO 8. Propiciar una imagen favorable de Aragón con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje

8 MEDIDAS

M.75

Impulsar el desarrollo de la señalización turística de los principales destinos aragoneses.

INDICADORES

- Nº de nuevas señalizaciones

PRIORIDAD

Prioridad Alta

Acciones realizadas entre Junio 2017/2018

Con fecha 28 de mayo de 2018 ha sido publicado en el B.O.A. el nuevo Manual de Señalización Turística de Aragón, aprobado por Consejo de Gobierno el 10 de abril de 2018, que sustituye al aprobado en 2002.

En 2017 fue ejecutada la señalización turística de diversos destinos SISTHO en Aragón en las provincias de Huesca y Teruel (Castillo de Loarre, Lacuniacha, Valle del Aragón, Valles de Pineta y Chistau, Roda de Isábena, Iglesias de Serrablo, Castillo de Peracense, Parque Cultural del Río Martín y Maestrazgo). Los tres destinos turolenses se financiaron con cargo al FITE 2016 a través de Turismo de Aragón.

En 2017 se mejoró la señalización de otros destinos, tanto SISTHO como autonómicos (Monasterio de Siresa, Valle de Anso, Monasterio de San Juan de la Peña, Colegiata de Bolea, Mallos de Riglos), y se renovó la señalización de los destinos SISTHO en la AP-2 (Caspe, Monasterio de Sijena y Monasterio de Rueda).

En 2018 se ha adjudicado la señalización turística de otros tres destinos SISTHO en la provincia de Teruel con cargo al FITE 2017 (Gúdar-Javalambre, Puertos de Beceite-Valderrobres y Parque Geológico de Aliaga), también a través de Turismo de Aragón.

Además, se ha encargado en la Dirección General de Turismo un Estudio de señalización turística de diversos destinos turísticos aragoneses en carreteras autonómicas con el fin de ejecutar dicha señalización a lo largo de 2018.

También en 2017 se consiguió que el Ministerio de Fomento instalara en la Red de Carreteras del Estado parte de la señalización de destinos SISTHO que se encontraba pendiente de ejecución por su parte desde el año 2007 (Tobed, Caspe, Villanueva de Sijena, Rubielos de Mora, Mora de Rubielos, Matarraña).

Instalación de 56 paneles informativos turísticos en estaciones de servicio de gasolina, con dos cursos de formación para el personal de las mismas.

Se ha realizado el Manual de señalización para el producto slowdriving.

