



EVALUACIÓN DE FUNCIONAMIENTO PAET

JUNIO 2016 / JUNIO 2017

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 2016/2017
M.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.	- Nº de Grupos creados - Nº de productos desarrollados	Prioridad Alta	<p>Se han constituido los siguientes Grupos de trabajo en el seno del Consejo del Turismo de Aragón: Formación, sensibilización y excelencia; Productos turísticos e internacionalización; Coordinación institucional; Intrusismo- Ejecución del Plan de inspección; Estrategia on line y nuevas tecnologías; Gastronomía; Turismo, sostenibilidad y desarrollo rural.</p> <p>Se ha constituido la Mesa de la Bicicleta y se ha convocado una segunda reunión para determinar las acciones a desarrollar.</p> <p>Ha habido reuniones de trabajo con las Comarcas en los productos de astroturismo, en el de slow-driving y en el de pesca.</p>
M.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.	- Nº de reuniones realizadas - Nº de acuerdos alcanzados	Prioridad Alta	<p>En noviembre de 2016 se convocó el Consejo Territorial de Turismo para la planificación de actuaciones.</p> <p>A lo largo de este periodo se han realizado 3 reuniones en cada una de las provincias con las comarcas y los ayuntamientos de más de 10.000 habitantes, junto con la Asociación de Receptivos y Promotores de Turismo de Aragón, el coordinador del producto de slow-driving, presentación del convenio con Obra Social de Ibercaja y con la feria Aratur.</p> <p>Reunión del Consejo del Turismo de Aragón en Canfranc.</p> <p>Jornadas de intercambio entre profesionales de Aragón y Pirineos Atlánticos para conocimiento de los territorios turísticos y los recursos públicos.</p> <p>2 encuentros realizados en Ossau y Cinco Villas. EDUCTOUR.</p> <p>Participación en la fase de diagnóstico para la implantación de la Carta Europea de Turismo Sostenible (CETS) de los Monumentos Naturales en la Comarca del Maestrazgo (2 reuniones en Castellote y Molinos).</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 2016/2017
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	<p>Grupo de trabajo creado con la Comunidad Valenciana para acciones de promoción conjunta. Firma de un convenio en Fitur 2017. Dos reuniones (marzo 2017 en Valencia y mayo en Aratur) para desarrollo del convenio, especialmente en lo referido a la Ruta del Santo Grial.</p> <p>Diversas reuniones de trabajo con otras Comunidades Autónomas vecinas.</p> <p>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).</p> <p>Licitado el primer Mapa transfronterizo de productos turísticos. El objetivo es incorporarlo como soporte a la Estrategia de Promoción (ferias y actos) y Plan de Márketing conjunto que se ha diseñado.</p> <p>Creado el grupo de trabajo de agentes implicados en materia de Barrancos y Turismo Fluvial con Pirineos Atlánticos.</p>
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	<p>Creada la Comisión Interdepartamental de Turismo, aprobada en Consejo de Gobierno de 4 de julio de 2017.</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 2016/2017

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

Diversas reuniones con la Dirección General de Sostenibilidad para asuntos de ornitología, Espacios Naturales Protegidos y otros temas de interés conjunto. Acuerdos para la participación en el club de producto ornitológico; para la creación de un producto de Espacios Naturales Protegidos; y conjuntamente con la Federación Aragonesa de Montañismo y la Asociación de Empresas de Turismo Deportivo de Aragón para abordar la solución de temas compartidos (barranquismo, rana pirenaica, Decreto de Senderos).

2 reuniones con la Dirección General de Deporte para planificar acciones conjuntas y, en concreto, para la creación del club de producto 'Bike'.

Más de 15 reuniones con la Dirección General de Movilidad e Infraestructuras relacionadas con aerolíneas y slow-driving.

Acuerdos para desarrollar una estrategia conjunta de captación de aerolíneas y acuerdos para participar en una mesa de trabajo para desarrollar el producto slow-driving.

Licitado el contrato de servicios para la promoción turística de Aragón por medio de su conectividad aérea con Alemania e Italia (vuelos a Múnich y Venecia), publicado en BOA n.º 114.

Reunión con el Inaem para varios asuntos de formación específicos del sector turístico.

5 reuniones con la Dirección General de Alimentación y Fomento Agroalimentario y Sarga para desarrollar productos relacionados con la gastronomía aragonesa, potenciar la presencia en Fitur y trabajar en 3 proyectos conjuntos turismo-alimentación.

Potenciación de Goya Icono Turístico (Burdeos/Zaragoza), conjuntamente con la Dirección General de Cultura y Patrimonio y el Instituto Cervantes. Convenios para la realización de visitas guiadas en el Monasterio de San Victorián, Palacio de los Barones de Valdeolivos (Fonz) y Monasterio de Sijena.

Colaboración con la Dirección General de Ordenación del Territorio para la elaboración de las Directrices del Camino de Santiago y los Mapas de Paisajes.

Colaboración con la Dirección General de Política Lingüística para la creación de rutas literarias en lenguas propias de Aragón.



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

	12 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2016/2017
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	
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	Reunión para impulsar la Feria de Zaragoza. Reunión para mejorar actuaciones relacionadas con el desarrollo sostenible. Reuniones en Fitur con 15 Directores de Oficinas. 63 acciones de promoción conjuntas pactadas con Turespaña.
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	Realizadas 6 jornadas técnicas (Zaragoza, Daroca, Calanda, Teruel, Huesca y Aínsa) dirigidas a personal de oficinas de turismo y técnicos comarcales de turismo, organizadas por Turismo de Aragón en 2016.
M.9	Homogeneización y coordinación de los protocolos de actuación de las oficinas de turismo.	- Realización del protocolo de actuación común	Mejora Continua	
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	Se ha coordinado a las agencias de viaje receptoras de Aragón y promotores de turismo. Se ha creado por parte (agencias receptoras y promotores del turismo) que viene a sumar esfuerzos en la promoción turística. Se ha convocado a esta Asociación a participar en diferentes ferias y acciones acompañando a la Dirección General de Turismo. Se ha contado con la Asociación para realizar viajes con prensa y T.T.OO. y también han participado directamente en acciones 'puerta a puerta' en París y Múnich. Firma de acuerdo con agencias receptoras para la comercialización del producto emergente 'Goya'.

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

12 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2016/2017
M.11 Impulso de la promoción turística del sector aragonés a través de las convocatorias de subvenciones específicas para productos que promocionen de manera eficaz el aprovechamiento de los recursos públicos	- Importe destinado a los convenios y convocatorias de subvenciones	Mejora Rápida	Orden de 19 de mayo 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 631.967,56€. 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. (BOA nº 5). Importe 681.521,00€. En fase de estudio y valoración de la documentación presentada por los solicitantes.
M.12 Creación de grupos de trabajo para el establecimiento de una zonificación territorial con fundamentos turísticos.	- Creación del Grupo de trabajo - Establecimiento de la zonificación territorial	Mejora Continua	

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”X

9 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2016/2017
<p>M.13</p> <p>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.</p>	<p>- Nº de campañas realizadas</p>	<p>Prioridad Alta</p>	<p>1 ‘puerta a puerta’ realizado en noviembre de 2016 en Toulouse con buenos resultados en cuanto al contacto con los tour-operadores.</p> <p>1 ‘puerta a puerta’ realizado en marzo de 2017 en París con buenos resultados y asistencia de receptivos.</p> <p>1 ‘puerta a puerta’ realizado en mayo en Múnich con buenos resultados y asistencia de receptivos.</p> <p>Se ha contactado en los 3 casos con varios touroperadores y se inicia la fase de trabajo consistente en la creación de nuevas rutas o paquetes turísticos.</p>
<p>M.14</p> <p>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.</p>	<p>- Nº de productos innovadores desarrollados</p>	<p>Prioridad Alta</p>	<p>Se han realizado los estudios de los productos de ibones turísticos y el de recreaciones históricas, que se presentarán en 2017.</p> <p>Asimismo, se ha realizado el estudio de astroturismo en Aragón (pendiente de presentar), dedicando un espacio para esta materia en la Feria de Fitur.</p> <p>Se ha seguido desarrollando el club de producto de ornitología.</p> <p>Se ha empezado a trabajar sobre el slow-driving. Se ha encargado el estudio para la creación del producto Espacios Naturales Protegidos.</p> <p>Se está trabajando el producto cicloturismo en el ámbito de la Mesa de la Bicicleta. Se ha encargado el estudio sobre el turismo familiar en Aragón.</p> <p>Creación del producto ‘turismo geológico’ con Qeteo.</p>
<p>M.15</p> <p>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.</p>	<p>- Nº de productos estrella desarrollados</p>	<p>Prioridad Alta</p>	<p>Se continúa con la política de promoción de los productos turísticos ‘estrella’, por lo que son parte fundamental y estratégica de todas las promociones que se realizan (actos de promoción, fam trips, ferias...).</p> <p>Desarrollo de un folleto de senderos y de una app para senderos y traducción en 4 idiomas.</p> <p>Promoción de nieve con representación mediante la foto prioritaria en los stands de diseño que se han llevado a Mahana Toulouse, Navartur y Sevatur. Producto 100K Valle del Aragón.</p> <p>Convenio con el Monasterio de Piedra, reforzando las actuaciones de promoción con motivo del 800 aniversario.</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 2016/2017

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 un dossier profesional del producto BTT en inglés y se ha desarrollado un folleto para el público final traducido en 4 idiomas.

Creado el producto de cicloturismo con ramificación en Francia. Reunión Diputación de Huesca, Club ciclista Sabiñánigo y Consejo departamental de Turismo de Pirineos Atlánticos. Diseñado el producto Quebrantahuesos Transfronteriza.

Creado el grupo de trabajo de producto turístico y agentes implicados en materia de Cicloturismo y BTT con Pirineos Atlánticos. En estos momentos está en marcha el estudio del producto.

Asimismo, se ha realizado el estudio de pesca (pesca de salmonidos y de ciprínidos) que se presentará en 2017.

Creado el producto Camino de Santiago por Aragón y sus soportes y estrategia de promoción (web, folleto, Jornada técnica y promoción turística de éste)

Pasada la primera fase (de 2) del proyecto Europeo INTERREG presentado para la Reestructuración y dinamización del Camino de Santiago Francés y su entrada en Aragón.

Firma de un convenio con el Instituto Cervantes para promocionar la figura de Goya a nivel internacional.



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 2016/2017
<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>18 ferias internacionales tanto generalistas como específicas de los sectores del Camping, Naturaleza, turismo Ornitológico, Deporte Activo y BTT, abarcando los mercados europeos (Alemania, Bélgica, Francia, Holanda, Reino Unido, Irlanda, Rusia) así como el mercado chino y el israelí.</p> <p>12 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, Navartur, Sevatur. Generalistas internacionales: Mahana Toulouse, MAP París, ITB Berlín, Salon de Vacances (Bruselas), Fiets en Wandelbeurs (Gante), Fiets en Wandelbeurs Utrecht, IMTM Israel, MITT Moscú, WTM Londres.</p> <p>Especializadas nacionales: FIO Monfragüe (Ornitología), STM Lérida (Montaña y deporte). Especializadas internacionales: Destinations Nature París (Naturaleza y deporte), Reisen Hamburgo (Deportivo), FREE Múnich (Campings), Vakantienbeurs Utrecht (Sección Campings).</p> <p>Aragón, comunidad invitada en la Jornada Gourmand Experience de Pau de 2016 y 2017.</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 cada una de las capitales de provincia de Aragón durante las fiestas mayores. 4 actos de promoción en Sevilla, Málaga, Costa de Tarragona y Valencia.</p> <p>7 actos de promoción internacionales en Holanda, Bélgica, Italia (Roma, Palermo y Norte de Italia), China y EEUU. En todos ellos ha habido presencia del sector público y privado.</p> <p>Participación en el Tour de Francia 2016 con promoción directa de Aragón a público final.</p> <p>Aragón, comunidad invitada en la Jornada Gourmand Experience de Pau de 2016 y 2017.</p> <p>2 actos de iconización de la figura de Goya, en Burdeos, aprovechando la sede del Instituto Cervantes en donde murió el pintor en el exilio, y en Zaragoza, en el Museo Goya el día del nacimiento del pintor. Colaboración con la Obra Social de IberCaja y el Instituto Cervantes con acuerdo para promocionar Goya en sus sedes.</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 2016/2017
<p>M.20</p> <p>Creación de clubes de producto en torno a productos segmentados que permitan una estrategia conjunta público-privada.</p>	- Nº de Clubes de producto creados	Estratégico	<p>Creado el Club de Producto Ornitológico de Aragón. En proceso de creación de la asociación/club de producto/mesa de expertos del producto 'bicicleta'. Planificada la estrategia de creación del Club de Producto sobre Memoria Histórica. Club de Producto Transfronterizo 'Enturismo Pirineos'.</p>
<p>M.21</p> <p>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.</p>	- Nº de asociaciones creadas	Mejora Continua	<p>Se ha creado la Asociación ARPTA (Asociación de Receptivos y Promotores de Turismo de Aragón). También, en el marco del Club de Producto de Ornitología, la Asociación APATOE (Asociación Profesional Aragonesa de Turismo Ornitológico y Ecoturismo).</p> <p>Se unieron los centros BTT y está pendiente de incorporar el sector bicicleta (cicloturismo) para el año 2017.</p> <p>Visitas y reuniones en el territorio impulsando el asociacionismo como medio para el desarrollo y coordinación turística (Dirección General-Servicio de Ordenación).</p> <p>Se ha creado la Asociación de Turismo Geológico de Aragón.</p> <p>Se ha creado la Asociación de Turismo Familiar de Aragón.</p>



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 2016/2017
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 19 de mayo 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 631.967,56€. 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. (BOA nº 5) Apartado Cuarto e).
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 Se ha iniciado la tramitación de un nuevo Decreto de establecimientos hoteleros y complejos turísticos balnearios (en avanzado estado de tramitación, pendiente de los informes de la D.G. de Servicios Jurídicos y del Consejo Consultivo) y de un nuevo Decreto de casas rurales, que contemplan mejoras de la calidad y de la excelencia.
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 2 reuniones programadas y realizadas con expertos de máximo nivel de creatividad e innovación aplicada en el campo del turismo (Ricardo Buil de Central de Reservas. Juan Delgado de AC Consultores.)
M.26	Realización de jornadas de profesionales de turismo para un mejor conocimiento de los destinos y productos.	- Nº de jornadas realizadas	Prioridad Alta 2 Jornadas de intercambio entre profesionales de Aragón y Pirineos Atlánticos para conocimiento de los territorios turísticos y los recursos públicos. 2 encuentros realizados en Ossau y Cinco Villas. EDUCTOUR. 3 reuniones de organización de las Jornadas de Turismo Sostenible con talleres de conocimiento de experiencias empresariales, institucionales y territoriales en esta materia.

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 2016/2017
<p>M.27</p> <p>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.</p>	<p>- Nº de campañas locales realizadas</p>	<p>Prioridad Alta</p>	<p>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).</p> <p>Jornada de puertas abiertas el 23 de abril Día de Aragón en el Edificio Pignatelli de Zaragoza.</p> <p>Presentaciones de enoturismo y alimentación y concurso de fotos.</p>
<p>M.28</p> <p>Campañas de publicidad en medios de comunicación locales para la promoción de otras zonas turísticas aragonesas.</p>	<p>- Nº de campañas de publicidad local realizadas</p>	<p>Prioridad Alta</p>	<p>Campañas de muppies y medios digitales on line en Huesca, Zaragoza y Teruel con la campaña 'Aragón, solo nos falta la playa y qué?'. Otras campañas de publicidad en varios medios de comunicación.</p>
<p>M.29</p> <p>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.</p>	<p>- Nº de reuniones realizadas - Nº de acuerdos alcanzados</p>	<p>Estratégico</p>	<p>Borrador del Convenio de prácticas con la Escuela Universitaria de Turismo (ETUZ).</p> <p>Realización en colaboración con la ETUZ de las pruebas de habilitación de Guías de turismo.</p> <p>Colaboración con la Agencia de las Cualificaciones Profesionales de Aragón para los procedimientos de reconocimiento de las cualificaciones profesionales de Guías de turismo.</p>
<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>Realizados estudios en pesca, ibones pirenaicos, recreaciones históricas y astro-turismo.</p> <p>Realizado estudio de percepción de mercados de proximidad con AC Consultores.</p>
<p>M.31</p> <p>Creación del Observatorio Turístico Aragonés.</p>	<p>- Creación del Observatorio - Nº de estudios/ conclusiones realizados por el Observatorio</p>	<p>Mejora Rápida</p>	<p>Contrato con el ITA para Inteligencia Turística (Business Touristic Intelligence) y generación de Observatorio Turístico.</p>

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

8 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2016/2017
-----------	-------------	-----------	---

M.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.

- Nº de informes de utilidad emitidos para el sector en relación con dicha medida

Estratégico

Generación de libro de producto y página web en hebreo para posicionamiento de Ribagorza, Sobrarbe, Somontano-Guara, Cinca Medio y Matarraña en la demanda turística israelí.

M.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.

- Nº de Jornadas realizadas de concienciación
- Nº de experiencias "con gente del lugar" puestas en marcha

Prioridad Alta

Realización del concurso a la Mejor experiencia turística de Aragón 2016.
Celebración de la Gala de entrega de premios, retransmitida por Aragón TV.
Folleto con todas las experiencias presentadas. Encargada la página web de experiencias turísticas de Aragón.

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

Asistencia a reuniones del Grupo de Trabajo de Calidad Turística de la Secretaría de Estado de Turismo y el ICTE.
Orden de 19 de mayo de 2016, del Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, por la que se convocan subvenciones a fondo perdido con destino a empresas para actuaciones de infraestructura turística. Acción ejecutada. Importe concedido 555.172,36€.
Orden de 7 de diciembre de 2016, 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 N.º 5). Apartado Cuarto b). En estudio y valoración las solicitudes de la convocatoria. 570.000 €
Turismo de Aragón ha sido certificada como Empresa Socialmente Responsable.



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

8 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2016/2017
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	<p>Campaña de promoción en Reino Unido con el producto de nieve, mediante la grabación de un vídeo en la estación de esquí de Formigal combinado con visita a Zaragoza, para su emisión en TV y redes sociales de Inglaterra. Vídeo en inglés propiedad del G.A para otros usos internacionales.</p> <p>Campaña con Ryanair en Italia, inclusión de banners en la web de Ryanair y en las 100 webs más visitadas por los italianos. Además de incluir un artículo en el Corriere della Sera sobre Aragón.</p> <p>Campaña nacional e internacional 'A + Aragón, porque todo lo que amas está en Aragón'.</p> <p>Además se ha asistido a 18 ferias internacionales, 7 actos de promoción internacionales, y 24 fam trips con agentes extranjeros que se han interesado por nuestro territorio. Asistencia a ferias y 3 'puerta a puerta' anteriormente reseñadas.</p> <p>Campaña de promoción a través de publlirreportajes a lo largo del 2016 para posicionar Aragón y sus productos gastronómicos, enoturístico, patrimonial y natural en el mercado francés.</p>
M.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.	- Nº de acciones realizadas en mercados emergentes - Nº de nuevos mercados emergentes explorados	Prioridad Alta	<p>Realización de 3 viajes de Tour Operadores chinos, así como la asistencia a la Feria CITM en Shanghai, participación en las jornadas directas organizadas por las OET en China en Hong Kong, Shanghai y Beijing, y asistencia al Foro Internacional FOTEC. Además, se siguen manteniendo las redes sociales chinas, y se nutre de información para los contenidos en las mismas. Se ha conseguido la inclusión en 2 circuitos de 2 touroperadores chinos. 3 Fam trips de turismo chino.</p> <p>Respecto al mercado ruso, se acudió a la feria MITT de Moscú, dejando pendiente el resto de actuaciones para el año 2017.</p> <p>Se ha coordinado las acciones con otras instituciones para el mercado israelí, habiendo asistido a la Feria IMTM, realizado una campaña de publicidad on line en Lametayel y habiendo realizado un Fam trip con los operadores interesados.</p> <p>Confección folleto Herencia Judía junto con D.G. Cultura para llevar a la IMTM.</p> <p>Inicio de las acciones con Japón (presencia en feria JATA y elaboración de material turístico).</p>

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

8 MEDIDAS

INDICADORES

PRIORIDAD

Acciones realizadas entre Junio 2016/2017

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

El 28 de noviembre de 2016 se dictó una Instrucción de la Dirección General de Turismo, acerca de la interpretación del contenido en materia de accesibilidad en establecimientos de alojamiento turístico no compartido, recordando que el plazo para el cumplimiento de las condiciones básicas de accesibilidad y no discriminación en espacios y edificaciones nuevas y existentes con fecha 4 de diciembre de 2010 finalizará el 4 de diciembre de 2017.

Esta circunstancia fue además comunicada mediante cerca de 1.400 cartas a todos los hoteles, hoteles-apartamento, hostales y pensiones, así como a los apartamentos turísticos. En relación con todo ello, en el Plan de inspección programada en materia de turismo en Aragón para 2017 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.

Además, se ha iniciado el proceso de elaboración de un Plan de Accesibilidad Turístico, con la convocatoria de diversas reuniones de trabajo con los principales colectivos representativos del sector y la propia Administración, que recoja objetivos y medidas a implementar, entre las que encontrarían medidas normativas, medidas de fomento, medidas de inspección y control, etc.

En el BOA de fecha 14 de junio de 2017, se ha publicado la Orden VMV/778/2017, de 7 de junio, por la que se convocan, para el año 2017, 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 importe de 250.000€.

Jornada sobre accesibilidad con la participación de la ETUZ y la ONCE.

El pasado 26 de enero de 2017 se constituyó en la Fundación ONCE en Madrid el Grupo de Trabajo de Turismo accesible, con el objetivo de elaborar una norma internacional ISO sobre dicha cuestión, iniciativa promovida por la Fundación ONCE junto con la Organización Mundial del Turismo y UNE, en el que participa personal de la Dirección General de Turismo del Gobierno de Aragón, habiéndose celebrado una segunda reunión del mismo el pasado 25 de abril.



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

8 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2016/2017	
			<p>Por último, en 2016 se concedió una subvención directa a la Federación Aragonesa de Montañismo para la realización del 'Plan de Accesibilidad Turística', comprendido dentro de la línea 'Inversión en Proyectos Turísticos, del FITE 2016, por un importe de 200.000€, que comprende la ejecución de cuatro actuaciones (Miradores del Puerto de las Cabrillas y del Castillo de Peracense, Ermita del Tremedal, Escultura del Peruano y Cabecera del Barranco del Mortero) de acondicionamiento de tramos de senderos para su uso por personas con discapacidad, actualmente en ejecución.</p> <p>Además, está prevista la creación de un sendero turístico accesible en Aguarón con normativa europea (en fase de diseño del sendero).</p>	
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	Se realizó una campaña de publicidad en la Estación 'María Zambrano' de Málaga.
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>Asistencia a jornadas inversas en 2016 y 2017, promovidas por la OET de Londres.</p> <p>Perfilando acuerdos con Unizar y la Universidad San Jorge para suministrar información turística de la Comunidad Autónoma de Aragón a los alumnos extranjeros interesados en estudiar en estas universidades.</p> <p>Acuerdo con el organismo internacional Mediterranean Agronomic Institute of Zaragoza para impartir la primera clase sobre turismo en Aragón a todos los alumnos de máster extranjeros.</p>

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

8 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2016/2017	
M.40	Elaboración del Texto Refundido de la Ley de Turismo.	- Aprobación del Texto Refundido	Prioridad Alta	Publicado nuevo texto refundido de la Ley del Turismo en BOA de 3 de agosto de 2016 (acción finalizada).
M.41	Puesta en marcha de un Plan para la Inspección.	- Aprobación anual de cada Plan de Inspección	Prioridad Alta	<p>El 8 de marzo de 2016 fue publicada la Orden VMV/149/2016, de 24 de febrero, por la que se aprobaba el Plan de inspección programada en materia de Turismo en Aragón para 2016, que se ha ido ejecutando a lo largo de dicho ejercicio, 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 dicho Plan.</p> <p>Con fecha 1 de marzo de 2017 ha sido publicada en el BOA la Orden VMV/178/2017, de 8 de febrero, por la que se aprueba el Plan de inspección programada en materia de turismo en Aragón para 2017, que pone el acento en dos cuestiones concretas: hacer frente al intrusismo y mejorar la accesibilidad de los establecimientos. De hecho, este nuevo Plan es en general similar al Plan 2016, destacando la incorporación al mismo del nuevo programa 2.16, relativo a la verificación del cumplimiento de la normativa vigente en materia de supresión de barreras arquitectónicas y accesibilidad.</p>
M.42	Tramitación de un Decreto de alojamientos hoteleros.	- Aprobación del Decreto	Prioridad Alta	Con fecha 17 de febrero de 2017 fue publicada en el BOA la Orden VMV/109/2017, de 30 de enero, por la que se somete a información pública el proyecto de Decreto por el que se aprueba el Reglamento de los establecimientos hoteleros y complejos turísticos balnearios en Aragón. Transcurrido el plazo de formulación de alegaciones, en la actualidad ya se han estudiados las mismas y se dispone de un nuevo texto modificado que incluye las incorporaciones correspondientes a las alegaciones admitidas, estando prevista su aprobación por el Gobierno de Aragón hacia el último trimestre de 2017 (una vez concluyan los informes correspondientes de los Servicios Jurídicos, Consejo Consultivo y otros) y su entrada en vigor hacia el segundo trimestre de 2018 (seis meses después).
M.43	Tramitación de un Decreto de casas rurales.	- Aprobación del Decreto	Prioridad Alta	<p>Se dispone de un completo borrador de Decreto sobre el que se han mantenido numerosas reuniones de trabajo, tanto internas como con diversos representantes del sector y de las Comarcas.</p> <p>Se cuenta con la cesión de la marca 'Espigas' mediante convenio con Faratur.</p>

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

	8 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2016/2017
M.44	Tramitación de un Decreto de agencias de viaje.	- Aprobación del Decreto	Prioridad Alta	<p>Se forma parte de un grupo de trabajo de CCAA coordinado por la Secretaría de Estado de Turismo al objeto de elaborar un texto uniforme en el conjunto del Estado. En fase de estudio del borrador del Decreto.</p> <p>Orden de inicio de 26 de mayo de 2017, del Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, para la elaboración de una disposición de carácter general que modifique el artículo 13 del Decreto 55/1998, de 24 de febrero, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento de Agencias de Viaje.</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	<p>Las acciones desarrolladas por el Servicio de Ordenación han sido las siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Remitido escritos de concienciación para la lucha contra el intrusismo a las principales plataformas de reservas on line. -Realizado campañas de inspección desde los Servicios Provinciales sobre oferta ilegal detectada. -Mantenimiento relación de intercambio de información con la Agencia Tributaria. -Envió recordatorio a las principales plataformas de reserva on line y enviado el Plan de inspección 2017. -Colaboración de la Unidad de la Policía Nacional adscrita a la Comunidad Autónoma de Aragón para combatir el intrusismo, especialmente en materia de turismo activo y plataformas on line.
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.	<ul style="list-style-type: none"> - 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 2016/2017

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
- N° de jornadas de formación
- N° de nuevas acciones realizadas

Prioridad Alta

Estrategia Seo Social combinando en una misma estrategia on line 4 de los principales canales de marketing on line que se utiliza en la actualidad:

1. Marketing de contenidos.
2. Posicionamiento Seo (blog de contenidos. Estudio de palabras clave. Definir link building).
3. Mail Marketing 4. Marketing en RRSS.

Estrategia en Redes Sociales en base a 3 objetivos.

1. Redirigir tráfico al portal on line.
2. Influir en las decisiones de los usuarios gracias a la comunicación.
3. Imagen de marca.

Los pilares básicos de nuestras RRSS: Comunicación - Interacción-Promoción. Escucha activa de todo lo que se dice de nuestra marca (medios de comunicación, foros, blogs)

Blog de turismodearagon.com. * Realizado

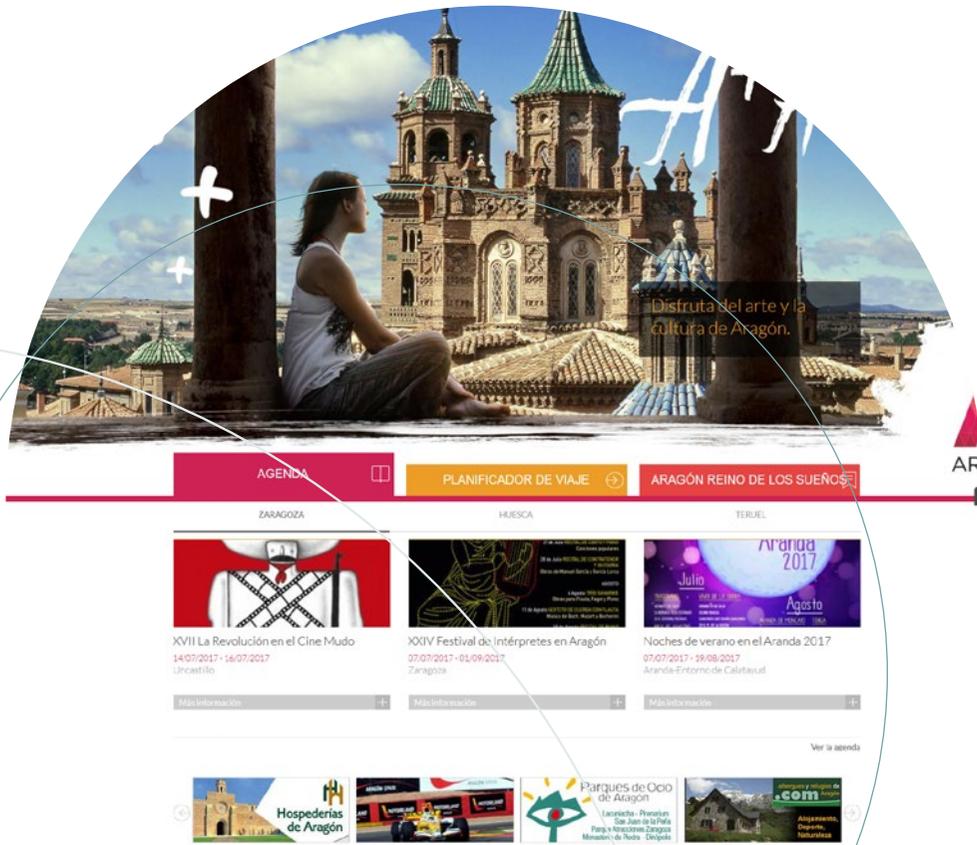
Boletín de noticias quincenal. * Realizado

Mantenimiento de la web turismodearagon.com.

Mantenimiento y actualización de las diferentes webs que pertenecen a la principal (Hospederías de Aragón, Gastronomía aragonesa, Senderos Turísticos de Aragón, Aragón Bike y próximamente Camino de Santiago por Aragón).

Creación página web Inturpyr: Innovación turística para un destino único en el corazón de los Pirineos.

Desarrollo y elaboración de una 'Guía de diseño visual digital' con la pretensión de proporcionar un documento que refleje aspectos visuales que den coherencia al conjunto de las propiedades digitales que la Dirección General de Turismo y Turismo de Aragón desarrollen.



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 2016/2017	
M.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.	- Creación de la herramienta profesional on line	Prioridad Alta	Creado foro profesional instalado en la página web de Turismo de Aragón que sirva de punto de encuentro para compartir experiencias profesionales entre los agentes del sector turístico, de forma que se generen sinergias que ayuden a que crezca el turismo y a la vez sea más sostenible.
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	Acuerdo con Segittur para que Aragón como destino turístico sea laboratorio de pruebas en materia de nuevos desarrollos tecnológicos. Desarrollada una herramienta basada en la plataforma Moriarty del Instituto Tecnológico de Aragón para el análisis de competitividad turística en RR.SS.
M.51	Creación de un portal on line recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas.	- Creación del portal	Mejora Continua	Encargado el nuevo portal de experiencias turísticas.
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	Creación previa de un grupo de facebook con las oficinas de turismo para compartir eventos, agenda y tener una comunicación más fluida.
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	Campañas realizadas en Minube, Atrápalo, Logitravel, Rumbo y Escapada Rural. Además, a nivel internacional en Lametayel, Epic TV y Ryan Air Italia. Realizada campaña en redes sociales y artículo editorial con la OET de La Haya. Especial sobre naturaleza en España en National Geographic Digital.

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 2016/2017
<p>M.54</p> <p>Colaboración eficiente y creativa de los blogueros en alza e instagramers, previa identificación de los principales agentes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Nº de colaboraciones con blogueros e igers 	Mejora Rápida	<p>Se hizo un Fam trip de instagramers con Minube y un Fam trip de instagramers de Londres con la OET de dicha ciudad.</p> <p>Asimismo, se hizo una colaboración con los blogueros 'Mis sitios de España'.</p> <p>Realizado un Fam trip de blogueros de Londres sobre turismo familiar.</p>
<p>M.55</p> <p>Creación de un banco de imágenes y videos turísticos de Aragón que poder compartir entre las distintas entidades profesionales turísticas aragonesas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Creación del Banco de imágenes y videos - Nº de imágenes cedidas - Nº de videos cedidos 	Mejora Continua	<p>Realizando el documental sobre Aragón como destino histórico de la Corona de Aragón en conexión con el sur de Italia.</p> <p>Realizado el vídeo 'Despierta Aragón'.</p> <p>Videos cedidos: 'Aragón es de postal' (colaboración de Atrápalo y banco de imágenes). 'La Gastronomía 17'. Festival Asalto y Espiello (cedido por el Ayuntamiento de Boltaña).</p>
<p>M.56</p> <p>Desarrollo actualizado del portal web www.turismodearagon.com, y versiones en idiomas extranjeros, como principal punto de información on line de los productos aragoneses.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Actualización de la página web - Nº de idiomas a los que se traduce la página web 	Prioridad Alta	<p>Migración de la web a una plataforma superior (Drupal7) para poder agilizar la velocidad del portal y realizar diferentes mejoras en cuanto a la actualización de contenidos en la web turismodearagon.com.</p>



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

	11 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2016/2017
M.57	Consolidare e impulsar los eventos gastronómicos que puedan realizarse de manera conjunta en todo Aragón incentivando la valoración del producto autóctono.	- Nº de eventos realizados	Prioridad Alta	Publicadas las bases del concurso para la declaración de 'Territorio de interés gastronómico de Aragón', que impulsa eventos gastronómicos.
M.58	Promover las jornadas gastronómicas en sus diversas modalidades en las diferentes zonas de Aragón.	- Nº de jornadas gastronómicas realizadas	Mejora Rápida	Festival Gastronómico 'Aragón con gusto' 2016. Certamen de Restaurantes de Zaragoza-Premios HORECA 2017. Edición Gastromanía 2017. Diversos concursos de tapas provinciales y comarcales.
M.59	Impulsar la marca "Enoturismo Aragón" con las cuatro rutas del vino creadas a través de distintas acciones promocionales.	- Nº de acciones realizadas con la Marca Enoturismo	Mejora Rápida	Convenio firmado para la potenciación de la marca 'Enoturismo Aragón' con las 4 rutas del vino para 16-17. Actuaciones y catas en ferias nacionales. Presencia de un espacio diferenciado en Fitur 2017. Talleres de catas y maridaje en actos de promoción en Sevilla, Málaga y Valencia.
M.60	Aprovechar los canales de comunicación especializados en gastronomía para fomentar este sector y los enclaves turísticos donde se desarrolla.	- Nº acciones gastronómicas realizadas en canales de comunicación	Mejora Continua	

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

11 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2016/2017
<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>
<p>M.62</p> <p>Coordinación con el Departamento de Desarrollo Rural y Sostenibilidad del Gobierno de Aragón para los asuntos relacionados con el turismo y la gastronomía.</p>	<p>- Nº de reuniones realizadas - Nº de acuerdos alcanzados</p>	<p>Estratégico</p>	<p>Reunión de la Comisión de Gastronomía del Consejo de Turismo.</p> <p>Reuniones con el Departamento competente en alimentación (D.G. de Alimentación y Fomento Agroalimentario y Sarga) para coordinar, colaborar y desarrollar productos y estrategias comunes.</p> <p>Asistencia en el mes de abril a la Feria Gourmet.</p>
<p>M.63</p> <p>Creación de una marca única gastronómica consensuada con todo el sector.</p>	<p>- Creación de la Marca</p>	<p>Estratégico</p>	<p>Desde el Departamento de Desarrollo Rural y Sostenibilidad se han puesto en marcha las Rutas Gastronómicas 'Saborea Aragón' y el Proyecto de Cooperación 'Pon Aragón en tu mesa'.</p>
<p>M.64</p> <p>Fomento de los productos "Km 0", ecológicos y de proximidad vinculados con la calidad y excelencia en el territorio.</p>	<p>- Nº de acciones de fomento realizadas con este tipo de productos</p>	<p>Mejora Rápida</p>	<p>Promoción con un espacio diferenciado en el stand de Aragón en Fitur 2017 de los productos de proximidad.</p> <p>Realización del vídeo 'Aragón ye sabor', sobre productos de Km 0, en colaboración con la D.G. de Política Lingüística.</p>

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

11 MEDIDAS	INDICADORES	PRIORIDAD	Acciones realizadas entre Junio 2016/2017	
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	
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 2017 con la Academia Aragonesa de la Gastronomía. (Ejecutado.)
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. Decreto 85/2017, de 6 de junio, del Gobierno de Aragón, por el que se reconoce a la Academia Aragonesa de Gastronomía como corporación de derecho público (BOA n.º 113.)



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 2016/2017	
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	Acuerdo con la Fundación Bodas de Isabel, para promocionar Aragón en Teruel durante las Bodas de Isabel, de los diferentes videos de Promoción Turística de Aragón.
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	Presentación ante la UCI de la candidatura de la Vuelta Ciclista a Aragón. Trail Aneto 2016 - 2017.
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	Edición Gastronomía 2017. Transnomad. Festival Aragón Negro. Gastro Calatayud. Festival Espiello. Festival Pirenostrum. 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 2016/2017
<p>M.71</p> <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>Creada Aragón Film Commission.</p> <p>Creada una web específica de Aragón como espacio de rodaje aragonfilm.com</p> <p>Realización de 1 viaje de familiarización acordado con la OET de Los Ángeles para atraer rodajes de films y publicidad a Aragón como complemento al trabajo de productos de Aragón, Destino de cine.</p> <p>Participación en los siguientes rodajes: 'Villaviciosa de al lado', 'Incierta gloria', 'Nuestros Amantes', 'Gurs', 'Teresa Ramón', 'Sebastián Romero Radigales', 'Ojos Negros', 'Mermelada de moras', 'Papa Luna', 'Bajo la piel del lobo', 'La cosecha', '1.200 almas', serie TV sobre Albarracín y Teruel, serie TV sobre Jaime I, en colaboración con la Comunidad Valenciana. En estos momentos hay más de 10 rodajes pendientes de decisión.</p> <p>Destinados 200.000 euros a través del FITE para potenciar Teruel como destino de rodaje en Aragón.</p> <p>Terres de Catalunya. Festival de cine y turismo de Catalunya en el que Aragón está participando con el documental 'Papa Luna' y su spot publicitario institucional.</p> <p>Creada la Comisión de Trabajo para la creación de una Film Commission Transfronteriza entre Aragón y Pirineos Atlánticos. 2 Jornadas realizadas (Tarbes y Huesca).</p>
<p>M.72</p> <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>	

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 2016/2017
<p>M.73</p> <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 	Estratégico	<p>Asistencia al I Congreso Nacional de Ecoturismo, donde se aprobó la Declaración de Ecoturismo de Daimiel el 23 de noviembre de 2016.</p> <p>Se acudió a Fitur 2017 con un stand que promueve la sostenibilidad y se reutiliza el mismo para 7 ferias más.</p> <p>Existe una coordinación continua con el Departamento de Desarrollo Rural y Sostenibilidad en todo lo relativo a la ornitología, barranquismo, pesca, espacios naturales...</p> <p>Asistencia a un workshop en Asturias de 'Jornadas Inversas 100 años de parques nacionales'.</p> <p>Dos reuniones en mayo de 2017 con la D. G. de Sostenibilidad, TDA y FAM para temas relacionados con ambas Direcciones Generales (barranquismo, rana pirenaica, Decreto de Senderos...).</p>
<p>M.74</p> <p>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.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Nº de campañas de publicidad de marketing emocional y experiencias realizadas 	Mejora Rápida	<p>Campaña de publicidad 'Aragón, solo nos falta la playa ¿y qué?' en mupis en Zaragoza, Huesca y Teruel y en medios digitales</p> <p>Campaña de publicidad sobre Aragón en la revista 'La Maison de la Montagne'.</p> <p>Campaña de publicidad sobre Aragón en la revista 20 minutos.</p> <p>Campaña de publicidad sobre senderismo, BTT y T. fluvial para el suplemento del periódico El Mundo.</p> <p>Campaña 'A + Aragón' para su promoción internacional.</p> <p>Campaña 'Despierta Aragón' en distintos medios.</p> <p>Preparación de la semana de Aragón en Facebook puesta en marcha por la OET de Bruselas. Preparación de la semana de Zaragoza Web Travel 360 puesta en marcha por la OET de Bruselas y dirigida a profesionales del sector turístico.</p> <p>3 concursos fotográficos viralizados en redes sociales con altísima participación de los usuarios.</p> <p>'Aragón, solo nos falta la playa ¿y qué?'</p> <p>'Amas Aragón'.</p> <p>'Amar Aragón, especial Día de San Jorge'.</p> <p>Inserción publicitaria en hebreo en revista oficial de compañía de vuelo El Al con alcance de 350.000 personas.</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.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 2016/2017

Se ha realizado un análisis exhaustivo de la situación relativa a la señalización SISTHO instalada y pendiente de instalación en Aragón desde 1999 hasta la fecha, con el fin de que el Ministerio de Fomento ejecute las actuaciones pendientes por su parte, lo que ha sido solicitado por escrito en varias ocasiones a la Secretaría de Estado de Turismo.

Se ha revisado el Manual de Señalización Turística de Aragón, aprobado en 2002, y además se ha incluido un proyecto denominado 'Señalización turística: Señalización en carreteras de distintos destinos de interés turístico de la provincia de Teruel', por importe de 100.000,00€, con cargo al FITE 2016, que incluye la señalización del Castillo de Peracense, Maestrazgo y Parque Cultural del Río Martín, cuya ejecución es inminente.

Se dispone de estudios para la ejecución de la señalización turística de 6 nuevos destino SISTHO en la provincia de Huesca (Valle del Aragón, Lacuniacha, Iglesias de Serrablo, Valle de Chistau/Valle de Pineta, Roda de Isábena y Castillo de Loarre, cuya ejecución está previsto que se acometa a lo largo de 2017 por un importe cercano a los 240.000€.

Se ha solicitado autorización a la concesionaria de la Autopista AP-2 para sustituir la señalización turística existente de acuerdo con el SISTHO.

Se han acordado con la Dirección General de Movilidad e Infraestructuras las principales cuestiones a incluir en el nuevo Manual de Señalización Turística de Aragón.

