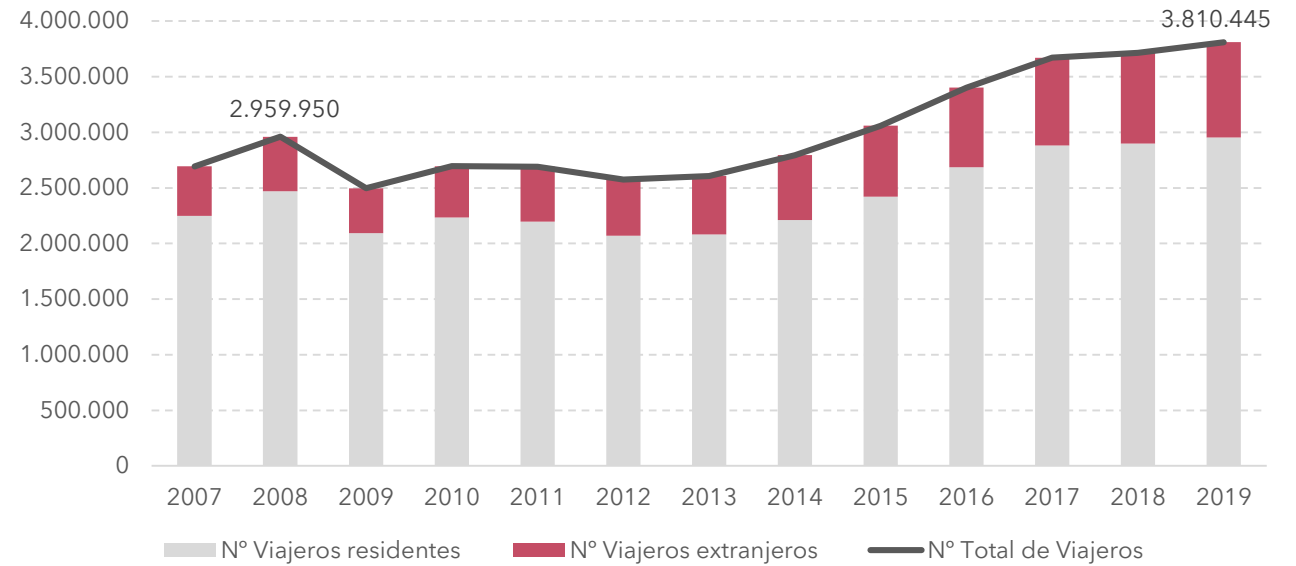


PAET 2021-2024

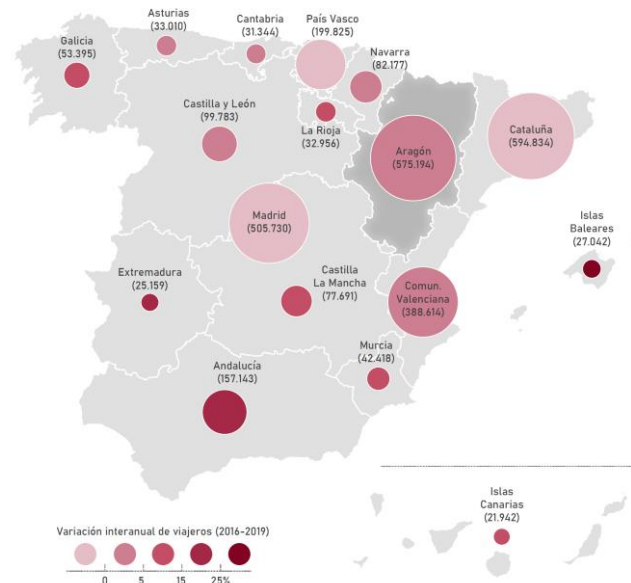
INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS PREVIOS

- ARAGÓN hasta el 2020 presentaba un **crecimiento constante** de visitantes, pernoctaciones y gasto turístico.
- El impacto socioeconómico derivado de la **COVID-19** genera incertidumbre e implica reorientar la estrategia turística para reforzar la **resiliencia del destino**.
- La gobernanza, la inteligencia turística, la digitalización y especialmente la **sostenibilidad** son herramientas para alcanzar dicha resiliencia.
- El nuevo PAET es una **herramienta viva y dinámica, flexible y adaptable** a diferentes escenarios.

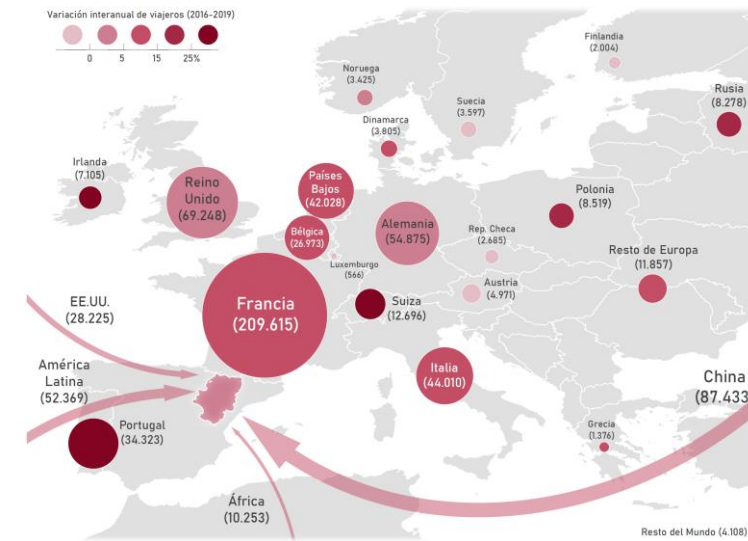
máximo histórico en 2019 con **3.810.445** viajeros



Turismo nacional

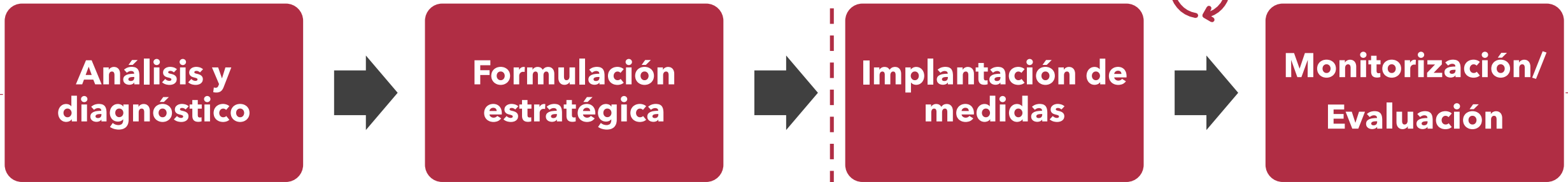


Turismo internacional



PAET 2021-2024

Proceso de planificación estratégica



FASE PARTICIPATIVA (AGENTES DEL SECTOR TURÍSTICO)

- Evaluación del PAET 2016-2020.
- Diagnóstico y primera formulación de medidas para el horizonte 2024.
- Sesión de retorno.

FASE TÉCNICA

- Análisis cuantitativo (Cifras y mapas).
- Análisis cualitativo y reflexión estratégica sobre los Vectores Estratégicos.
- Reformulación de medidas y redacción del instrumento de planificación.

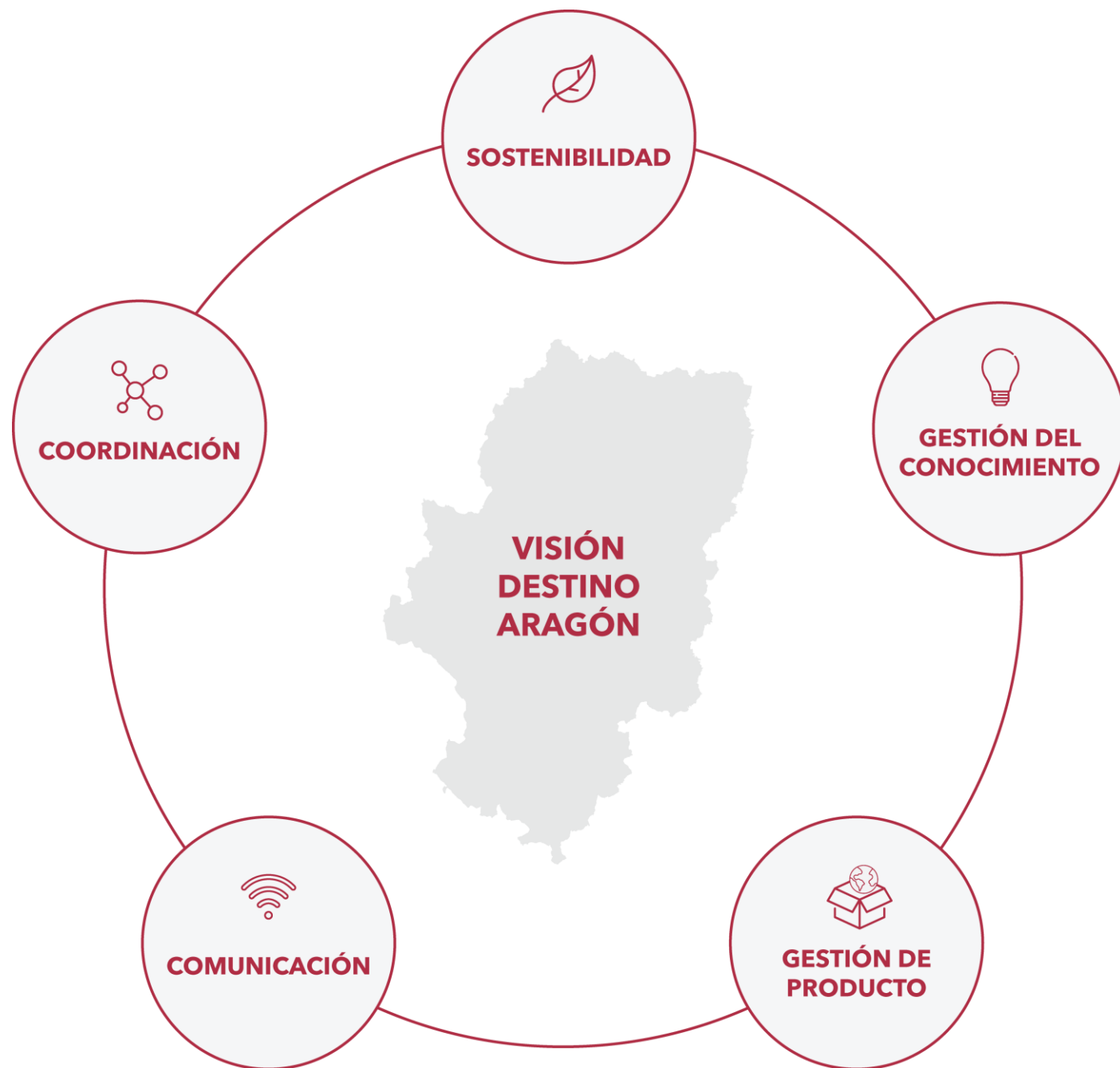
2021

2021-----2024

VISIÓN

ARAGÓN busca posicionarse como destino turístico experiencial a través de una gestión sostenible de sus recursos y de una búsqueda permanente de la excelencia, entendida como la satisfacción y superación de las expectativas del turista.

Para alcanzar esta visión el plan orienta su estrategia hacia **5 vectores fuerza**



MAPA ESTRATÉGICO DE ARAGÓN 2021-2024

- **8 objetivos** estratégicos que responden a la orientación estratégica de los 5 vectores fuerza.
- **56 medidas** alineadas con los **17 ODS** y a la **Estrategia de Turismo Sostenible de Aragón 2030**.



1
Gobernanza turística para fomentar la coordinación y cooperación entre los agentes del sector turístico.

2
Creación de productos turísticos sostenibles e innovadores. Consolidación y desarrollo de productos y otras acciones de promoción.

3
Formación e investigación en turismo sostenible y digitalización para un destino más resiliente.

4
Posicionamiento de Aragón como destino sostenible, accesible, experiencial, de bienestar, calidad y de eventos.

5
Profesionalización y ordenación del sector turístico. Lucha contra el intrusismo.

6
Fomentar el uso de las TIC para coordinar agentes y promocionar destinos y experiencias.

7
Empleo de la gastronomía y la excelencia del producto local como dinamizador del turismo.

8
Impulsar la imagen de Aragón para atraer y fidelizar al turista, ofreciendo una experiencia emocional y diferencial.



A nighttime photograph of the Zaragoza Congress Palace, a modern building with a glass facade and illuminated interior. In the foreground, a large, illuminated sculpture of a person's head and shoulders is visible. The scene is reflected in a pool of water in the lower part of the image. A large red number '1' is positioned in the top left corner. On the right side, four white callout boxes with red dashed lines pointing to the building and sculpture contain text in Spanish. The overall atmosphere is modern and urban.

1

**Gobernanza
turística para
fomentar la
coordinación
entre los
agentes del
sector**

Coordinación y cooperación Público-privada, interinstitucional, interdepartamental y exterior.

Coordinación entre Oficinas de Turismo para compartir información turística.

Impulsar las agencias receptoras que trabajen el destino Aragón.

Convocatorias de ayudas y subvenciones en materia de turismo.

2

Creación de productos turísticos sostenibles e innovadores. Consolidación y desarrollo de productos y otras acciones de promoción

Desarrollo de productos turísticos innovadores basados en la sostenibilidad.

Promocionar experiencias turísticas originales, sostenibles y diferenciales.

Acciones de promoción innovadoras: Campañas en diferentes soportes, Ferias, "puerta a puerta", *Fam trips*, *Press trips* y *Blog trips*.

Mercados nacionales e internacionales → Conexión directa ✈️ 🚆

Dinamización de los clubes de producto.

3

Formación e investigación en turismo sostenible y digitalización para un destino más resiliente

● **Observatorio Turístico de Aragón.**

● **I+D+i turística. Estudios turísticos, transferencia de conocimiento e innovación tecnológica al sector.**

● **Colaboración con Universidad y Educación, para la generación de redes de conocimiento turístico y prescriptores del territorio aragonés.**

● **Formación en turismo presencial y online.**

4

Posicionamiento de Aragón como destino sostenible, accesible, experiencial, de bienestar, calidad y de eventos.

Posicionamiento como destino sostenible y de calidad.

Posicionamiento como destino accesible e inclusivo.

Posicionamiento como destino experiencial y de bienestar.

Posicionamiento como destino de eventos y *citybreaks*.

Impulsar prácticas, sellos y certificaciones en calidad y sostenibilidad

5

**Profesionalización
y ordenación
del sector
turístico.
Lucha contra
el intrusismo.**

● **Inspección turística y lucha contra el intrusismo.**

● **Guías oficiales. Formación, difusión de su labor y control de los no profesionales.**

● **Manuales de calidad y excelencia para la profesionalización.**

● **Actualización de la normativa turística:**

Subvenciones
turísticas



Turismo
Activo



Alojamientos
aire libre y
autocaravanas



Bares,
restaurantes y
cafeterías



Precios y
reservas
alojamientos
turísticos



Viviendas de
Uso Turístico
(VUT)





6

Fomentar el uso de las TIC para coordinar agentes y promocionar destinos y experiencias.

● **Crear un plan de estrategia online.**

● **Big Data turístico y herramientas tecnológías para mejorar la experiencia del turista.**

● **Fortalecimiento de RRSS y portales turísticos de Aragón.**

● **Aplicaciones de comunicación interactivas para el Foro Profesional, la intranet de las Oficinas de Turismo.**

● **Banco de imágenes y vídeos turísticos de Aragón.**

7

Empleo de la gastronomía y la excelencia del producto local como dinamizador del turismo.

Plan de Gastronomía de Aragón. Promocionar productos, eventos y rutas gastronómicas.

Actualizar y promocionar la Agenda gastronómica de Aragón.

Promover productos de proximidad (km0), sostenibles y con certificaciones de calidad.

Impulso de la profesionalización a través de los centros de formación en hostelería y turismo.

Difusión de la marca "Enoturismo Aragón" y las cuatro rutas del vino.

8

Impulsar la imagen de Aragón para atraer y fidelizar al turista, ofreciendo una experiencia emocional y diferencial.

Destino experiencial, saludable y sensorial

Destino de naturaleza, *slow*, *wellness*, espiritual y religioso.

Impulsar "Embajadores de Aragón" y patrocinios con entidades, eventos o personas de reconocido prestigio.

Fortalecer la relación con las *Film Commission* de Aragón y de España.

Mejorar la señalización turística unificando imagen e incidiendo en su digitalización.

Marketing emocional y *storytelling* en RRSS

