



Laboratorio de Aragón [Gobierno] Abierto.

Proceso de participación ciudadana
para elaborar el Plan Aragonés de Estrategia Turística
2025-2030.



ACTA

Taller 1 – Zaragoza

14 de enero de 2025

PRESENCIAL

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO	3
PERSONAS ASISTENTES	5
OBJETIVOS	8
DESARROLLO DE LA SESIÓN	9
RESULTADOS PROCESO PARTICIPATIVO	11
A. 11	
B. 18	

INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO

La planificación de los recursos turísticos de la Comunidad Autónoma de Aragón se desarrolla a través de los sucesivos planes de estrategia turística. Tras los PAET 2016-2020 y 2021-2024, corresponde ahora formular, después de realizar un proceso participativo, el PAET 2025-2030. Se trata de diseñar las líneas estratégicas, los objetivos y medidas que permitan el desarrollo sostenible del sector turístico aragonés para el próximo periodo.

La propuesta de PAET 25-30, que se presenta a participación ciudadana se estructura en tres niveles:

- Líneas estratégicas (entendidas como agrupaciones de objetivos estratégicos o combinaciones verticales de objetivos; es decir, conceptos fundamentales o paredes maestras sobre las que construir el plan). Estas líneas estratégicas buscan: aprovechar las oportunidades, evitar las amenazas, mantener los puntos fuertes, y mejorar los puntos débiles. Están, por lo tanto, basadas en el DAFO.
- Objetivos (entendidos como los logros a conseguir, dentro de cada cuestión fundamental o línea estratégica en el plazo establecido).
- Medidas (entendidas como acciones concretas que nos lleven a lograr cada uno de los objetivos).

El borrador presenta 4 líneas estratégicas, 12 objetivos y 75 medidas.

Estructura del proceso participativo

FASE INFORMATIVA		
Sesión informativa	Presencial. Zaragoza. Jerónimo Zurita. Edificio Pignatelli. Paseo María Agustín 36, 50071 y online en Youtube https://www.youtube.com/watch?v=Wsm3YFo2j9k&ab_channel=Arag%C3%B3n%5BGobierno%5DAbierto%2FLAAAB	03/12/2024 – 10h
Banco colaborativo de conocimiento	Online	Abierto
FASE DELIBERATIVA		
Taller 1: 14 de enero presencial	LAAAB. Laboratorio de Aragón Gobierno Edificio de los Servicios Sociales, Plaza del Pilar, 3, 50003 Localidad: Zaragoza.	Presencial de 10 a 14 h.
Taller 2: 28 de enero presencial	Teruel. Edificio Carmelitas, calle San Francisco, nº1 44001 Teruel Lugar: Sala planta 2ª	Presencial de 10 a 14 h
Taller 4: 4 de febrero presencial	Aula Peña Montañesa. Edificio Ricardo del Arco Calle Ricardo del Arco 6, 22007 Localidad: Huesca	Presencial de 10 a 14 h.

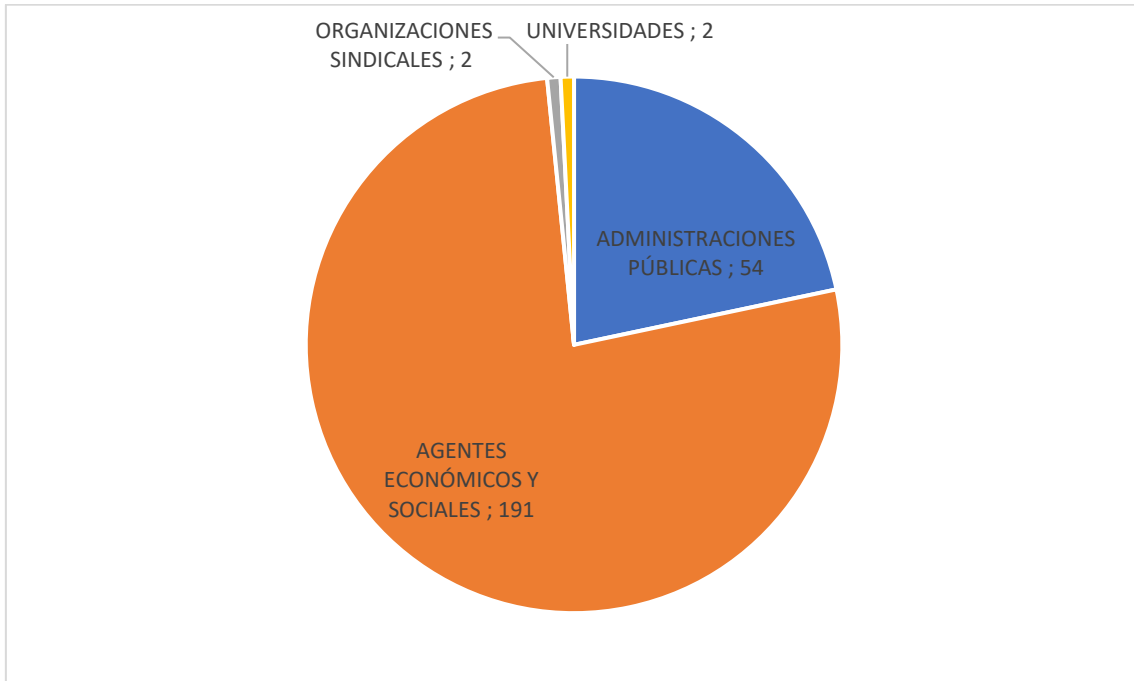
Taller 3: 30 de enero online	Información para unirse con Google Meet Enlace de la videollamada: https://meet.google.com/ffw-catv-bkm	Online de 16:00 a 19:00
Editor ciudadano	Online	Abierto del 16-10-2024 al 15-11-2024
Foro de debate	Online	Abierto
Sesión de retorno:	A determinar	

El presente documento es el acta del taller Nº1, de los 4 previstos en el proceso de participación ciudadana, llevado a cabo en Zaragoza el día 14 de enero de 2025.

La documentación del proceso participativo puede consultarse en:
<https://gobiernoabierto.aragon.es/agoab/participacion/procesos/232478897000>

CONVOCATORIA

Se ha convocado al proceso participativo a un total de 249 actores distribuidos de la siguiente manera:



PERSONAS ASISTENTES

En el taller de Zaragoza han participado un total de 16 personas representando a 15 entidades:

Nº	Apellidos y Nombre	ENTIDAD/PARTICULAR
1	Alastuey Franco Doria Julia	AECA ASOCIACIÓN EMPRESARIOS CAMPINGS DE ARAGÓN
2	Campos Hernández, Jose A.	GASTRO ALIANZA
3	Fernández Ayala, Pilar	UCARAGON: UNIÓN DE CONSUMIDORES DE ARAGÓN
4	García Ortiz , Natalia	CÁMARA DE COMERCIO INDUSTRIA Y SERVICIOS DE ZARAGOZA
5	Gil Lázaro , Jacinto	ITINERARIO CULTURAL EL CAMINO DEL SANTO GRIAL DE EUROPA
6	Giménez Aisa, Carmen	ZARAGOZA TURISMO
7	Ibáñez, Lorenz J.	ARAGUSTA TURISMO Y FORMACIÓN

8	Largo, Lara	FEDERACIÓN ARAGONESA DE MUNICIPIOS, COMARCAS Y PROVINCIAS (FAMCP)
9	Martín Cortés, Diego	ODYSGEA VIAJES Y PAISAJES
10	Miguel Gómez , Francisco	APARTAMENTOS EL CASAL DE NICOLAS EL CAMINO DEL SANTO GRIAL
11	Moreno Salinas , José Felipe	EMOZ: ESCUELA MUSEO ORIGAMI ZARAGOZA
12	Nogueras Edo María	ESCUELA DE TURISMO UNIVERSITARIA DE ZARAGOZA
13	Pardo Jario, Jorge	ESCUELA MUSEO ORIGAMI ZARAGOZA: ASOCIACIÓN ORIGAMI ZARAGOZA
14	Segura Ruiz, María	AECA ASOCIACIÓN EMPRESARIOS CAMPINGS DE ARAGÓN
15	Subirá Ríos, José Ángel	HORECA: FEDERACIÓN DE EMPRESARIOS DE HOSTELERIA DE ZARAGOZA
16	Vergara Román Laura	LA CICLERÍA

ORGANIZACIÓN

Nombre y apellidos	Cargo	Departamento
Ignacio Rodríguez Ruiz	Jefe de Servicio	Promoción, Planificación y Estudios Turísticos. Dirección General de Turismo. Gobierno de Aragón
Jesús Lacasa Vidal	Asesor Técnico	Promoción, Planificación y Estudios Turísticos. Dirección General de Turismo. Gobierno de Aragón
Susana Barriga Corregidor	Jefa de Servicio	Servicio de Participación Ciudadana e Innovación Social. Laboratorio de Aragón Gobierno Abierto (LAAAB) Dirección General de Relaciones Institucionales, Acción Exterior y Transparencia. Departamento de Presidencia, Economía y Justicia
Susana García Rodríguez	Asesora Técnica	Servicio de Participación Ciudadana e Innovación Social Laboratorio de Aragón Gobierno Abierto (LAAAB) Dirección General de Relaciones Institucionales, Acción Exterior y Transparencia. Departamento de Presidencia, Economía y Justicia

Marta Laguna Hernández Pablo Redondo Mora	Equipo Scoop	Plebia.	Plebia SCoop Consultora - Investigación Social
--	-----------------	---------	--



OBJETIVOS

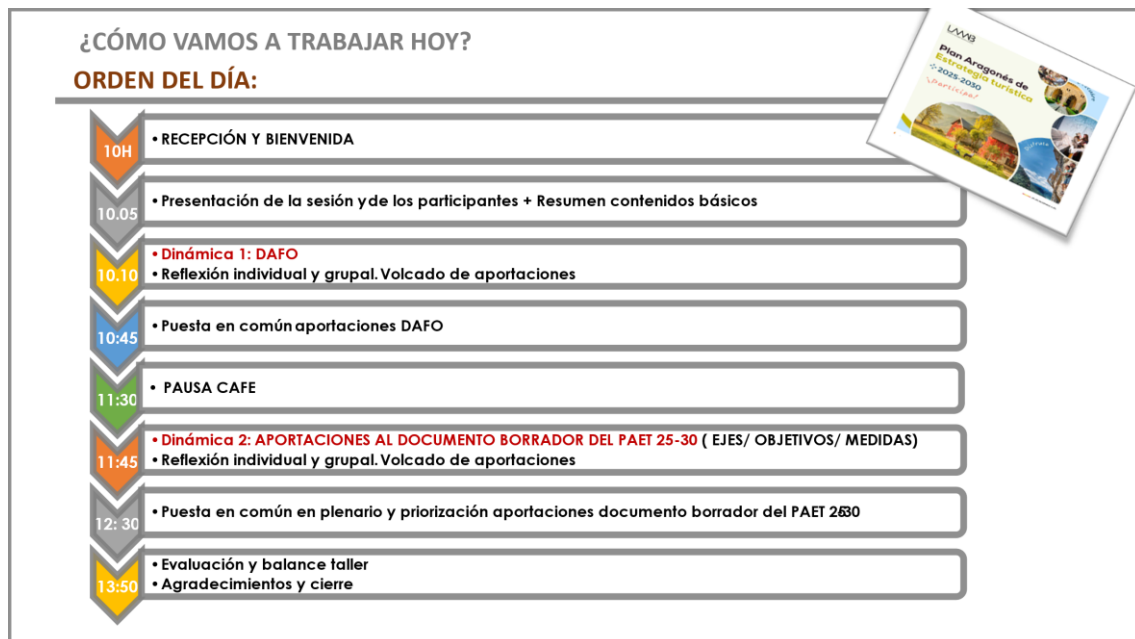
Los objetivos de las sesiones de deliberación de este proceso participativo han tenido como fin guiar las deliberaciones de manera efectiva y lograr resultados concretos. A continuación se detallan los principales objetivos establecidos en las dinámicas participativas diseñadas para este proceso participativo.:

1. Fomentar el intercambio de ideas y perspectivas diversas
 - Objetivo: Crear un espacio donde los participantes puedan compartir sus opiniones, experiencias y puntos de vista, asegurando que se escuchen diferentes voces y enfoques. Este intercambio es clave para enriquecer el debate y mejorar el contenido del documento o la propuesta en cuestión.
 - Resultado esperado: Ampliar la visión del documento borrador del Plan Aragonés de Estrategia Turística PAET 25-30 incorporando aportaciones que reflejen la diversidad de los participantes.
2. Evaluar y mejorar el contenido del documento borrador
 - Objetivo: Analizar el documento presentado para identificar áreas de mejora, proponiendo cambios que lo hagan más claro, completo o alineado con los intereses y necesidades de los participantes.
 - Resultado esperado: Propuestas de mejora concretas que optimicen el texto del Plan Aragonés de Estrategia Turística PAET 25-30, asegurando que sea comprensible, relevante y aplicable.
3. Identificar y consensuar propuestas de eliminación
 - Objetivo: Deliberar sobre las secciones o contenidos del documento borrador del Plan Aragonés de Estrategia Turística PAET 25-30 que podrían no ser adecuados, obsoletos o redundantes, para decidir si deben eliminarse total o parcialmente.
 - Resultado esperado: Consenso sobre qué elementos deben ser suprimidos para mejorar la claridad, coherencia y pertinencia del texto.
4. Incluir nuevas propuestas o ideas no contempladas en el borrador
 - Objetivo: Identificar aspectos o temas que no hayan sido tratados en el documento original y que los participantes consideren esenciales para el éxito del Plan Aragonés de Estrategia Turística PAET 25-30. Las sesiones de deliberación permiten recoger estas nuevas propuestas y considerar su inclusión.
 - Resultado esperado: Nuevas propuestas que amplíen el alcance del documento, abarcando temas clave que puedan haber sido omitidos inicialmente.
5. Construir acuerdos y llegar a consensos
 - Objetivo: Facilitar un proceso de negociación y diálogo entre los participantes para lograr acuerdos sobre las mejoras, eliminaciones e inclusiones que se propondrán para el documento final.
 - Resultado esperado: Consenso en torno a las modificaciones acordadas, estableciendo compromisos comunes que representen los intereses de la mayoría de los participantes, respetando las diferencias.
6. Promover la participación activa y el compromiso de los asistentes
 - Objetivo: Asegurar que todos los participantes se sientan incluidos y valorados en el proceso, promoviendo una participación activa y equitativa durante las deliberaciones.
 - Resultado esperado: Un alto nivel de implicación por parte de los participantes, con aportaciones constructivas que contribuyan al enriquecimiento del documento.
7. Garantizar que las propuestas reflejen el bienestar colectivo

- Objetivo: Velar porque las propuestas que se discuten e incorporan durante las deliberaciones no solo representen intereses individuales o sectoriales, sino que contribuyan al bienestar general de la comunidad o grupo afectado.
 - Resultado esperado: Propuestas equilibradas que promuevan el bien común y respondan a las necesidades colectivas.
8. Definir claramente los próximos pasos del proceso
- Objetivo: Asegurar que los participantes comprendan el proceso posterior a la deliberación, incluyendo cómo se integrarán las propuestas consensuadas y los mecanismos de seguimiento del proceso participativo.
 - Resultado esperado: Una hoja de ruta clara sobre la implementación de las propuestas y el seguimiento del proceso, con plazos y responsabilidades definidas.

DESARROLLO DE LA SESIÓN

La sesión tuvo lugar en base al siguiente orden del día elaborado para el taller participativo:





RESULTADOS PROCESO PARTICIPATIVO

A. DIAGNOSTICO DAFO

A continuación, se presentan las aportaciones de los participantes, quienes han compartido su visión sobre la situación actual del sector turístico en Aragón. Este diagnóstico recoge un análisis detallado de los factores internos y externos que influyen en el desarrollo turístico del territorio, identificando sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

El objetivo de este ejercicio es comprender los aspectos clave que afectan al sector, desde su potencial y ventajas competitivas hasta los desafíos que enfrenta. Las perspectivas recogidas permitirán definir estrategias más eficaces y adaptadas a la realidad del turismo en Aragón, facilitando la toma de decisiones informadas y orientadas a la sostenibilidad, innovación y crecimiento del destino. Este análisis participativo refleja la diversidad de opiniones y experiencias de los distintos agentes implicados, proporcionando una visión integral sobre cómo optimizar el desarrollo turístico y su impacto en la economía y la sociedad aragonesa.

Debilidades del sector turístico en Aragón

1. **Falta de motivación e ilusión** entre los agentes locales del medio rural para participar activamente en el desarrollo turístico.
2. **Deficiencia en la unificación de la señalización** en caminos y rutas turísticas, lo que dificulta la orientación de los visitantes.
3. **Ausencia de planes locales** que traduzcan los objetivos generales en acciones concretas adaptadas a cada territorio.

Fortalezas del sector turístico en Aragón

1. **Diversidad cultural**, que enriquece la experiencia de los visitantes y permite atender a diferentes intereses.
2. **Amplia oferta de servicios turísticos**, adaptados a distintos perfiles de turistas.
3. **Actitud abierta y hospitalaria** de los aragoneses, que mejora la percepción del destino por parte de los visitantes.
4. **Hospitalidad de la población rural**, que refuerza el atractivo del medio rural como destino turístico.

4. **Indefinición del perfil del cliente** objetivo en el sector turístico, dificultando la creación de estrategias efectivas.
 5. **Baja reputación del sector**, lo que limita su atractivo y competitividad.
 6. **Falta de una red profesional** que conecte y coordine a los trabajadores del sector turístico.
 7. **Escasez de servicios fuera de temporada** en algunos territorios (restaurantes cerrados, horarios limitados, ausencia de personal en oficinas de turismo).
 8. **Falta de relevo generacional** en los comercios vinculados al turismo, lo que compromete la sostenibilidad del sector a largo plazo.
 9. **Oferta limitada de estudios universitarios especializados en turismo**, con opciones mayoritariamente semiprivadas, de alto coste y baja matrícula.
 10. **Recursos subutilizados** o mal optimizados, generando ineficiencias en el sector.
 11. **Carencia de coordinación** entre instituciones, guías turísticos y empresas receptoras locales.
 12. **Rigidez de los agentes privados** en la implementación de políticas de promoción turística.
 13. **Indefinición y dificultades** para aplicar y dar seguimiento al concepto de sostenibilidad, lo que resulta en pérdida de valor y credibilidad.
 14. **Escasa conectividad internacional**, con pocos vuelos directos al extranjero.
 15. **Poca afluencia de turistas internacionales**, lo que limita la diversificación del público visitante.
5. **Autenticidad del medio rural**, que ofrece experiencias genuinas y diferenciadas.
 6. **Precios asequibles**, que hacen de Aragón un destino competitivo en el mercado turístico.
 7. **Existencia de museos y termas culturales únicos**, que destacan por su singularidad y atractivo.
 8. **Potencial en recursos museísticos** aún por explotar, lo que representa una oportunidad de crecimiento.
 9. **Oferta museística única en Aragón**, con propuestas que no se encuentran en otros destinos.
 10. **Clientes fidelizados y recurrentes**, tanto nacionales como extranjeros, especialmente europeos, que valoran la experiencia turística en Aragón y regresan.
 11. **Descubrimiento y aprovechamiento del talento profesional** en el sector turístico, que impulsa la innovación y mejora de servicios.
 12. **Riqueza en cultura popular y arte urbano**, con eventos destacados como el Festival Asalto, que añaden valor cultural.
 13. **Destinos no saturados**, lo que permite disfrutar de un turismo más tranquilo y auténtico, sin la presión de la turistificación.
 14. **Mentalidad de inversión estratégica**, priorizando el desarrollo sostenible en lugar de un gasto desmedido.
 15. **Alta calidad hotelera y de alojamientos en general**, incluidos campings y turismo rural, que garantizan una experiencia satisfactoria.

16. **Falta de mantenimiento continuado** en proyectos e inversiones, como la conservación de senderos y rutas.
17. **Alta dependencia del transporte privado**, lo que dificulta la movilidad dentro del sector turístico.
18. **Baja capacidad de diversificación de actividades económicas** para ofrecer una gama más amplia de productos y servicios turísticos.
19. **Carencia de una marca reconocible y sólida** que identifique al turismo de Aragón.
20. **Déficit de formación profesional**, tanto para trabajadores como para empresarios, especialmente en áreas como digitalización.
21. **Bajo nivel profesional en la hostelería**, lo que afecta la calidad de la oferta turística.
22. **Falta de accesibilidad y eficiencia** en los mecanismos de reclamación o queja para los usuarios, ralentizando la resolución de problemas.
23. **Insuficiente nivel de idiomas** entre los profesionales del sector, lo que dificulta la atención a turistas internacionales.
24. **Escasa colaboración entre pequeñas empresas**, lo que dificulta la integración y optimización de recursos.
25. **Pocos atractivos y servicios turísticos** diseñados para reducir la estacionalidad, con una alta dependencia del turismo en periodos específicos.
26. **Falta de diversificación** en el turismo relacionado con la gastronomía y la agroalimentación, desaprovechando un recurso potencial.

16. **Estrategia aragonesa de la bicicleta**, que posiciona al ciclismo como un recurso clave para el turismo activo.
17. **La bicicleta como solución para la desestacionalización**, promoviendo visitas durante todo el año.
18. **Inversión en territorios fronterizos**, como proyectos relacionados con el ciclismo (Castillón, vías verdes, Valdezafrán, Ojos Negros, Montañas Vacías), que amplían las oportunidades de atracción turística.

- 27. **Poca valoración del bar rural** como un centro de soporte clave para el turismo local.
- 28. **Débil promoción turística dirigida** a los propios ciudadanos de Aragón.
- 29. **Baja autoestima de la población local** sobre el potencial atractivo de los recursos turísticos propios.



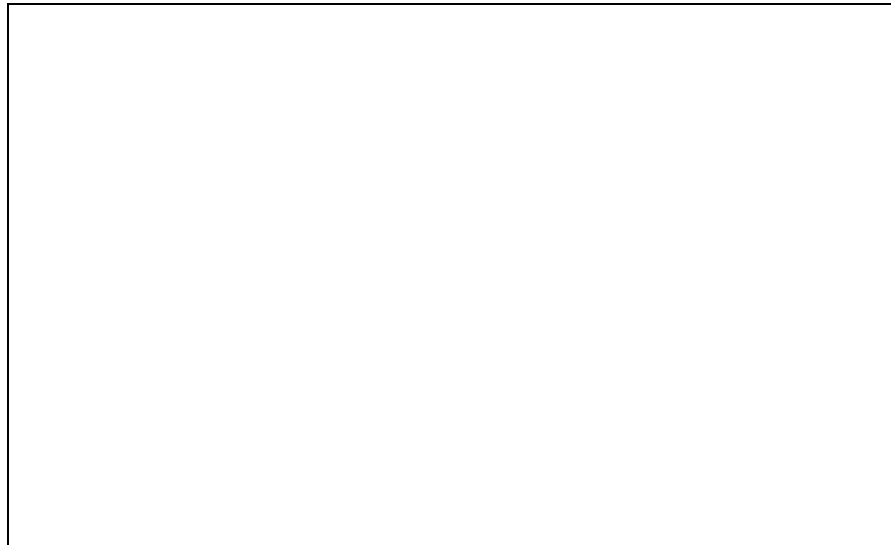
Amenazas del sector turístico en Aragón

1. **Falta de infraestructuras**, lo que dificulta el acceso y la experiencia turística en el territorio.
2. **Ausencia de una marca definida para Aragón**, que impide posicionar al destino de manera clara y competitiva.
3. **Déficit de formación** entre los agentes del sector turístico, lo que afecta la calidad del servicio.
4. **Indefinición del perfil del cliente objetivo**, dificultando la creación de estrategias orientadas a sus necesidades.
5. **Necesidad de mejorar la comunicación**, tanto en promoción como en información al turista.
6. **Falta de impulso a la autenticidad del territorio y sus gentes**, desaprovechando uno de los principales valores diferenciadores.
7. **Poca diversificación del turismo**, con un enfoque excesivo en el turismo de ocio, dejando de lado otras modalidades.
8. **Complejidad de las aplicaciones web y la información turística**, que dificulta el acceso a los usuarios.
9. **Insuficiente digitalización**, en un contexto donde la demanda del consumidor por soluciones digitales es cada vez mayor.
10. **Reacciones sociales antiturismo** derivadas de los efectos negativos, como el aumento de pisos turísticos.
11. **Masificación y mala gestión** en Zonas de Especial Interés Turístico, lo que deteriora la experiencia y los recursos.

Oportunidades del sector turístico en Aragón

1. **Explotación de redes sociales** como herramienta clave para la promoción turística, aprovechando las tendencias digitales.
2. **Preservación de la autenticidad** en las experiencias turísticas, destacando el carácter genuino del destino.
3. **Diversificación del turismo**, potenciando segmentos como congresos, ferias y actividades en zonas menos exploradas del territorio.
4. **Creación de proyectos internacionales**, que posicionen Aragón en el mercado global.
5. **Impulso a segmentos emergentes** como el turismo educativo, de bienestar, de salud y el turismo idiomático.
6. **Desarrollo de espacios aún desconocidos y no masificados** en la región, ofreciendo oportunidades para nuevos atractivos turísticos.
7. **Proximidad a la frontera francesa**, facilitando la atracción de visitantes internacionales.
8. **Apertura al mercado estadounidense**, con alto poder adquisitivo y creciente interés en el turismo cultural y de naturaleza.
9. **Revalorización del legado de la Expo**, mediante la apertura y mejor aprovechamiento de pabellones cerrados.

<ul style="list-style-type: none">12. Falta de iniciativas como Fam-Trip, ferias y apoyo para captar clientes internacionales, limitando la visibilidad global.13. Escasez de servicios en el medio rural, lo que afecta la sostenibilidad del turismo en estas áreas.14. Uniformidad de los eventos culturales, que resulta en una oferta poco atractiva para los visitantes.15. Ausencia de relevo generacional en el sector, poniendo en riesgo su sostenibilidad a largo plazo.16. Falta de apoyo público y privado para proyectos culturales, limitando su desarrollo y alcance.17. Intrusismo en el sector turístico, que perjudica la profesionalización y la calidad del servicio.18. Insuficiente regulación, lo que genera desconfianza y desigualdad en el sector.19. Competencia con grandes turoperadores turísticos, que dificultan la competitividad de las empresas locales.20. Impacto de la inmigración sin integración cultural, que puede diluir los rasgos de identidad locales.21. Turistificación de destinos maduros, como Albarracín o Alquézar, que afecta su autenticidad y sostenibilidad.22. Insuficiente inversión en la conservación y restauración de espacios culturales en los municipios.23. Competencia de comunidades autónomas vecinas, que cuentan con mayores inversiones en sus destinos turísticos.24. Pérdida de identidad cultural debido al impacto del turismo mal gestionado.	<ul style="list-style-type: none">10. Promoción de la gastronomía aragonesa, destacando en guías como Michelin y eventos gastronómicos nacionales.11. Incremento de eventos en el medio rural, que dinamizan la economía local y fomentan la desestacionalización.12. Desarrollo de segmentos especializados, como el turismo accesible, ampliando la oferta a públicos con necesidades específicas.13. Nuevas vías turísticas basadas en tradiciones, que refuercen la conexión cultural y emocional con el destino.14. Inversión en recursos existentes, priorizando la mejora y autenticidad de productos turísticos consolidados.15. Creación de espacios de gobernanza y coordinación, como consorcios para gestionar proyectos conjuntos (por ejemplo, vías verdes).16. Creciente interés internacional en el turismo de naturaleza, favoreciendo el desarrollo sostenible de este segmento.17. Llegada de turistas senior, con mayor capacidad económica e interés en experiencias culturales y personalizadas.18. Diferenciación de Aragón como destino único, destacando su singularidad frente a otros lugares competidores.19. Creación de agendas turísticas integradas y actualizadas, que faciliten la planificación y promoción de actividades.20. Ubicación estratégica de Zaragoza, como núcleo de comunicaciones que conecta la región con el resto de España y Europa.
---	--



21. **Aprendizaje de errores de otros destinos turísticos**, evitando problemas como la turistificación y masificación.
22. **Ferias y eventos especializados**, como la Feria de Cicloturismo 2025 en Zaragoza, que posicionan al destino en mercados concretos.
23. **Promoción de la intermodalidad**, mejorando la conexión entre tren, autobús y bicicleta, y destacando servicios como la tarjeta Lazo.
24. **Mejor posicionamiento del tren** como medio de transporte sostenible y eficiente para acceder a destinos turísticos en Aragón.



B. APORTACIONES AL PAET:

A continuación, se presentan las **43 aportaciones** resultantes del taller, organizadas en función de su contribución a los distintos ejes del borrador del PAET 2025-2030. Estas propuestas han sido generadas a partir de un proceso de reflexión individual y, posteriormente, compartidas y debatidas en pequeños grupos de entre 4 y 6 participantes, permitiendo un análisis más profundo y enriquecido por diferentes perspectivas.

Las propuestas que se expusieron en el plenario incluyen una valoración numérica, que refleja el grado de prioridad asignado a cada una, en una escala de 0 a 10, donde 0 indica la menor prioridad y 10 la más alta.

En la tabla adjunta se detallan los siguientes aspectos de cada aportación:

- Apartado de referencia dentro del borrador del PAET. (línea, objetivo, medida)
- Número de la aportación registrada en la sala de deliberación y Descripción de la propuesta, con el detalle de su contenido.
- Tipo de aportación, que puede clasificarse en:
 - ✓ AÑADIR: Propuestas que incorporan aspectos no contemplados en el borrador.
 - ✓ ELIMINAR: Supresión de elementos que se consideran innecesarios o inadecuados dentro del borrador.
 - ✓ REVISAR: Modificación o ajuste de elementos ya incluidos en el borrador.
- Nivel de consenso alcanzado, indicando la medida en que la propuesta fue respaldada por los participantes en el plenario.

Este proceso participativo permite enriquecer el diseño del PAET, asegurando que las aportaciones reflejen una visión global e inclusiva sobre el futuro del turismo en Aragón.

LÍNEA ESTRATÉGICA 1. Producto/Experiencia				
Nº OBJETIVO	Nº MEDIDA	APORTACION/ PROPUESTA	Tipo	Valoración media aportaciones en sala
1.1 Diversificar la oferta turística de Aragón, integrando experiencias de deporte, nieve, turismo activo, naturaleza, gastronomía, cultura e historia.	1.1.1 Desarrollar paquetes turísticos temáticos que combinen actividades de nieve con visitas a atractivos culturales y gastronómicos.	2. Realización de conferencias y charlas: Organizar eventos informativos para promocionar y dar a conocer los caminos turísticos y culturales de Aragón.	Añadir	6,2
	nueva medida	11. Incorporar a los alojamientos en paquetes experienciales: Integrar los alojamientos en el diseño de paquetes turísticos combinados, como experiencias culturales, gastronómicas, de naturaleza, enoturismo, deportes de nieve, entre otros.	Crear nueva medida	5,5
	nueva medida	12. Creación e inversión en atractivos turísticos: Impulsar la creación y mejora de infraestructuras turísticas en áreas rurales, tales como pistas de patinaje sobre hielo, piscinas cubiertas, tirolinas, parques de aventura y observatorios astronómicos en zonas de baja contaminación lumínica.	Crear nueva medida	6,3
1.2. Mejorar la infraestructura y calidad de los servicios turísticos en áreas clave.	1.2.1 Renovar las instalaciones de las estaciones de esquí con un enfoque en sostenibilidad (energía renovable, reciclaje).	10. Eliminación de medida: Se propone no incluir esta medida, ya que las instalaciones mencionadas son privadas y no corresponden a la competencia de la administración pública.	Eliminar	7,3
	1.2.2 Mejorar los accesos y señalización en áreas naturales y rutas de turismo activo para facilitar el acceso y la seguridad.	3. Unificar señalética turística: Estandarizar la señalización turística en todo Aragón para garantizar su claridad y accesibilidad.	Añadir	6,3

1.2. Mejorar la infraestructura y calidad de los servicios turísticos en áreas clave.	1.2.2 Mejorar los accesos y señalización en áreas naturales y rutas de turismo activo para facilitar el acceso y la seguridad.	10 bis. Instalación y refuerzo de infraestructuras sostenibles: Instalar y mantener aparcamientos para bicicletas y puntos de recarga eléctrica en las principales atracciones turísticas.	Añadir	8,2
	1.2.3 Formar a los proveedores de servicios turísticos en prácticas de sostenibilidad y calidad de servicio.	1. Formación para guías turísticos: Desarrollar planes formativos especializados para guías y proveedores turísticos, con énfasis en atención al cliente, idiomas y profesionalización del sector.	Añadir	6,5
	1.2.3 Formar a los proveedores de servicios turísticos en prácticas de sostenibilidad y calidad de servicio.	13. Derechos de consumidores y usuarios: Añadir a las propuestas existentes información que fomente la protección de los derechos de consumidores y usuarios.	Añadir	7,8
	1.2.6 Ampliar la oferta de servicios de transporte público que conecten los sitios turísticos, facilitando el acceso sin necesidad de vehículo propio.	10 bis 1. Coordinación con la Dirección General de Transportes: Establecer sinergias con la Dirección General de Transportes para promover la intermodalidad y mejorar la conectividad.	Añadir	7,4
	1.2.7 Reforzar la Red de Senderos Turísticos de Aragón, tanto los itinerarios pedestres (GR, PR y SL) como los ciclistas (BTT).	10 bis 2. Formación y mantenimiento: Implementar programas de formación para la aplicación de medidas sostenibles, además de subvencionar su instalación y financiar su mantenimiento.	Añadir	4,4
	1.2.7 Reforzar la Red de Senderos Turísticos de Aragón, tanto los itinerarios pedestres (GR, PR y SL) como los ciclistas (BTT).	14. Mantenimiento y conservación de senderos: Diseñar un plan integral para la conservación periódica de senderos GR y PR, con especial atención a su limpieza, señalización y reparación.	Añadir	7,6

1.2. Mejorar la infraestructura y calidad de los servicios turísticos en áreas clave.	Nueva	4. Revitalización de la zona Expo: Reabrir y promocionar pabellones cerrados de la Expo Zaragoza (como los de España, Aragón, Ebro y la Torre del Agua) para revitalizar su uso como espacios culturales y turísticos.	Crear nueva medida	7,5
	Nueva	7. Desarrollo del cicloturismo: Adaptar infraestructuras de nieve para actividades de cicloturismo durante temporadas bajas, creando rutas multiactividad compatibles con transporte público y privado. Incluir la publicación de las rutas "Pedaleando Aragón".	Crear nueva medida	7,4
	Nueva	8. Profesionalización del sector turístico: Aumentar la calidad de los servicios mediante formación especializada en áreas como inteligencia artificial, redes sociales y gestión turística, evitando intrusismos y mejorando la competitividad.	Crear nueva medida	8,1
	Nueva	16. Materiales informativos turísticos: Diseñar y distribuir materiales informativos actualizados (mapas, planos, folletos) para mejorar la experiencia del visitante.	Crear nueva medida	7,7
1.4. Fomentar la autenticidad y la identidad cultural de Aragón en la oferta turística.	1.4.1 Promover la creación de festivales y eventos culturales que reflejen las tradiciones locales.	17. Eventos para desestacionalizar: Promover actividades y eventos en temporadas con menor afluencia turística, asegurando la disponibilidad de servicios suficientes.	Añadir	7,6

1.4. Fomentar la autenticidad y la identidad cultural de Aragón en la oferta turística.	Nueva	5. Producto anfitrión: Crear experiencias auténticas mediante la participación de intérpretes locales que transmitan la identidad del lugar. Este producto exclusivo debe estar diseñado para grupos reducidos.	Crear nueva medida	7,8
	Nueva	6. Actividades únicas: Potenciar museos temáticos únicos de Aragón, como los dedicados a momias, minería, origami y fuego, además de crear un espacio especial para la Jota Aragonesa.	Crear nueva medida	7,6
	Nueva	6 bis. Rutas museísticas: Diseñar rutas culturales y expositivas que atraigan a diversos perfiles de visitantes.	Crear nueva medida	7,8
	Nueva	9. Autenticidad turística: Priorizar experiencias y destinos auténticos, incluyendo la creación de nuevos atractivos que reflejen la identidad local, asegurando su sostenibilidad.	Crear nueva medida	7,4
	Nueva	15. Programas de ayudas para alojamientos turísticos: Crear programas económicos y técnicos que impulsen la modernización de alojamientos, promoviendo la sostenibilidad, accesibilidad y conectividad.	Crear nueva medida	7,5

LÍNEA ESTRATÉGICA 2. Promoción

Nº OBJETIVO	Nº MEDIDA	APORTACION/ PROPUESTA	Tipo	Valoración media aportaciones en sala
2.1. incrementar el conocimiento y posicionamiento de Aragón como destino turístico en mercados nacionales e internacionales	2.1.3 Colaborar con influencers y bloggers de viajes para difundir contenido visual y experiencias en Aragón.	21. Difusión del turismo aragonés: Colaborar con organismos de consumo y usuarios para aumentar el conocimiento de Aragón como destino turístico.	Añadir	7,5
	2.1.7 Fomentar la creación, impulso y atracción a Aragón de eventos culturales, deportivos, festivos, etc. de carácter nacional e internacional.	19. Apoyo a eventos turísticos: Organizar y respaldar eventos como la Feria de Cicloturismo "Pedal Spain", celebrada del 12 al 14 de septiembre en Zaragoza.	Añadir	7,8
	2.2.2 Crear experiencias personalizables para visitantes recurrentes, como tours guiados con itinerarios actualizados.	18. Experiencias turísticas sin intermediarios: Fomentar experiencias auténticas con agentes locales y empresas privadas, integrándolas en las ofertas de oficinas de turismo y reduciendo la dependencia de turoperadores.	Añadir	7,4
	2.2.5 Organizar eventos de networking para conectar a los turistas repetitivos con guías locales.	19 bis. Guías locales y empresas: Añadir al texto el reconocimiento a la colaboración con guías locales y empresas para enriquecer la experiencia turística.	Añadir	7,6
	Nueva	19. Identificación y promoción de experiencias: Dar visibilidad a experiencias turísticas desarrolladas por otras entidades a través de la web de Turismo de Aragón.	Añadir	8,0

2.3. Diversificar los segmentos de mercado e incluir a públicos jóvenes y familiares.	2.3.1 Desarrollar campañas específicas para familias, resaltando actividades de aventura y naturaleza en espacios seguros.	22. Museos en familia: Impulsar campañas de difusión para aumentar la participación de familias en actividades y talleres en museos.	Añadir	7,3
	2.3.2 Crear un espacio digital interactivo para el turismo joven, con sugerencias de aventuras, deportes y festivales.	23. Espacio digital para jóvenes: Crear un espacio interactivo digital que combine actividades culturales urbanas atractivas para el público joven.	Añadir	7,5



LÍNEA ESTRATÉGICA 3. Digitalización

Nº OBJETIVO	Nº MEDIDA	APORTACION/ PROPUESTA	Tipo	Valoración media aportaciones en sala
3.1. Mejorar la experiencia del visitante mediante la implementación de tecnología avanzada.	3.1.3 Implementar realidad aumentada en museos, rutas históricas y sitios patrimoniales.	24. Realidad aumentada en turismo: Apoyar proyectos de realidad aumentada en tours y aplicaciones móviles para enriquecer experiencias y fidelizar visitantes.	Añadir	7,2
3.3 Facilitar el acceso a la información mediante herramientas digitales. herramientas digitales.	3.3.1 Crear un portal web centralizado con toda la oferta turística de Aragón en varios idiomas.	27. Coordinación del transporte: Reforzar el portal web de transporte con actualizaciones colaborativas y coordinar esfuerzos con la Dirección General de Transportes y el Consorcio de Zaragoza.	Añadir	7,4
	3.3.5 Optimizar la accesibilidad de la web para que sea inclusiva.	26. Actualización de herramientas promocionales: Mantener y mejorar las herramientas y productos de promoción turística que ya funcionan.	Añadir	6,7
	Nueva	40. Digitalización y conectividad en zonas. Para impulsar la digitalización del turismo en Aragón, es fundamental garantizar una conectividad eficiente en todas las zonas rurales. Esto requiere inversiones prioritarias en infraestructuras de comunicación que permitan dotar a los destinos turísticos de acceso a internet de calidad. La falta de conectividad es una barrera crítica para el desarrollo del sector, ya que limita la competitividad y la accesibilidad de los destinos. Contar con una red digital sólida es esencial para posicionar Aragón como un destino moderno,	Crear nueva medida	9,4

		innovador y alineado con las necesidades de los turistas y del sector empresarial.		
3.3.6	Facilitar el acceso a aplicaciones de transporte y geolocalización en destinos clave.	25. Intermodalidad en transporte: Simplificar y unificar las conexiones de transporte físico y digital para que sean relevantes, actualizadas y accesibles.	Añadir	8,4



LÍNEA ESTRATÉGICA 4. Gobernanza				
Nº OBJETIVO	Nº MEDIDA	APORTACION/ PROPUESTA	Tipo	Valoración media aportaciones en sala
4.1 Crear mecanismos de coordinación entre actores públicos y privados del turismo en Aragón.	4.1.1 Potenciar un consejo consultivo de turismo que integre a representantes públicos y privados.	28. Colaboración público-privada en guías turísticos: Facilitar el encuentro entre empresas locales y organismos públicos para potenciar la actividad de guías turísticos y su conocimiento del territorio.	Añadir	7,5
	4.1.1 Potenciar un consejo consultivo de turismo que integre a representantes públicos y privados.	36. Gobernanza colaborativa: Fomentar iniciativas como el Consorcio de Vías Verdes, el clúster de cicloturismo y la participación de Aragón en la red Eurovelo estatal.	Añadir	8,5
	4.1.2 Facilitar mesas redondas trimestrales para discutir desafíos y oportunidades del sector.	31. Flexibilización en promoción turística: Facilitar la organización de fan-trips y la promoción por parte de agentes privados, fomentando la diferenciación de productos.	Añadir	7,4
	4.1.3 Promover acuerdos entre municipios y comarcas para desarrollar estrategias conjuntas.	29. Planes locales y comarcales: Traducir las estrategias autonómicas en planes concretos para localidades y comarcas.	Añadir	6,8
	4.1.3 Promover acuerdos entre municipios y comarcas para desarrollar estrategias conjuntas.	33. Ayudas a municipios: Crear un paquete de ayudas para adaptar y mantener espacios culturales, impulsando recursos y proyectos locales.	Añadir	5,9
	4.1.4 Promover acuerdos con comunidades autónomas y con regiones transfronterizas para desarrollar proyectos conjuntos	30. Información a comunidades locales: Sensibilizar a las poblaciones sobre el impacto positivo del turismo en su desarrollo, con ejemplos como el Camino de Santiago.	Añadir	7,0

	y facilitar en todo caso el flujo de comunicación y colaboración.			
4.1 Crear mecanismos de coordinación entre actores públicos y privados del turismo en Aragón.	4.1.7 Crear un boletín informativo mensual dirigido a todos los actores turísticos.	37. Boletín informativo: Establecer un boletín mensual destinado a consumidores, usuarios y agentes turísticos.	Añadir	8,5
	Nueva	38. Fomento de la colaboración horizontal para un turismo diversificado y estratégico. Promover la cooperación entre todos los actores del ecosistema turístico — administraciones, empresas, asociaciones, comunidades locales y otros sectores— es clave para alcanzar objetivos concretos y desarrollar un turismo diferenciado. La colaboración horizontal permite coordinar esfuerzos en torno a productos turísticos específicos, optimizando recursos y generando sinergias que impulsen la competitividad del destino. Es fundamental diseñar estrategias compartidas que favorezcan la especialización y diversificación del turismo, evitando la saturación de productos similares y adaptándose a las necesidades de distintos perfiles de viajeros.	Crear nueva medida	5,9
4.2 Asegurar la sostenibilidad económica, social y ambiental del turismo en Aragón.	4.2.1 Fomentar prácticas de turismo responsable y respetuoso con el entorno natural y cultural.	35. Estabilidad económica, social y ambiental: Incentivar empresas con baja huella ambiental, acelerar la implementación de proyectos sostenibles y tomar referencias como el informe "Las cuentas de la bicicleta II".	Añadir	9,1
	4.2.6 Crear un sistema de certificación de sostenibilidad para los servicios turísticos.	32. Parámetros de sostenibilidad: Definir criterios de sostenibilidad turística para orientar el desarrollo del plan y evaluar su impacto.	Añadir	8,2
	4.2.6 Crear un sistema de certificación de sostenibilidad para los servicios turísticos.	34. Índices de impacto turístico: Crear un sistema de certificación basado en indicadores que analicen el impacto del turismo en cada territorio.	Añadir	7,8

TRANSVERSAL	TRANSVERSAL	<p>41.El cliente-turista como eje del PAET: Definir el perfil del turista y sus características es clave para garantizar la sostenibilidad de los destinos, mejorar la comunicación y desarrollar productos turísticos adecuados. No todas las experiencias son aptas para todos los públicos, por lo que es esencial diseñar estrategias segmentadas y alineadas con la identidad del territorio. La sostenibilidad no solo depende de la oferta, sino también del tipo de turistas que la visitan. Además, diversificar las actividades dentro de cada territorio es fundamental para evitar la saturación de determinados productos turísticos. Ampliar los accesos o mejorar la infraestructura no siempre es beneficioso por sí mismo; debe responder a una planificación adecuada y coherente con la capacidad del destino.</p>	Añadir	8,2
TRANSVERSAL	TRANSVERSAL	<p>42. Ampliar el concepto de turismo: No debe limitarse únicamente al turismo de ocio. Para mejorar el sector, es fundamental desestacionalizar la demanda y diversificar la oferta, desarrollando productos turísticos complementarios como el turismo de negocios, congresos, eventos culturales y deportivos. Esto permitirá que la actividad turística no se concentre exclusivamente en los fines de semana y que todos los agentes implicados puedan operar de manera más constante a lo largo del año. Además, el turismo debe considerarse un motor de desarrollo para otros sectores.</p>	Añadir	7,8
TRANSVERSAL	TRANSVERSAL	<p>43. Normativa turística: Diseñar normativas más flexibles, simplificadas, unificadas y adaptadas a las tendencias actuales.</p>	Añadir	8,5



Laboratorio de Aragón [Gobierno] Abierto.

Laboratorio de Aragón Gobierno Abierto (LAAAB)

Servicio de Participación Ciudadana e Innovación Social
Dirección General de Gobierno Abierto e Innovación Social
Departamento de Ciudadanía y Derechos Sociales

GOBIERNO DE ARAGÓN

Tel. 976 714 183

gobiernoabierto@aragon.es

[@LAAAB](#) es [@AragónAbierto](#)

<https://gobiernoabierto.aragon.es>

www.laaab.es (blog)