



**Proceso de participación ciudadana
para la elaboración del
PLAN ARAGONÉS DE ESTRATEGIA
TURÍSTICA (PAET)**

ACTA APORTACIONES ON-LINE

Del 30 de marzo al 20 de mayo de 2016



Síguenos a través de #PlanTurismoAragon

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	Pág. 3
2. PARTICIPANTES	Pág. 7
3. APORTACIONES RECIBIDAS	Pág. 8
4.1. APORTACIONES AL DAFO	Pág. 8
4.2. APORTACIONES A LOS OBJETIVOS	Pág. 10



1.INTRODUCCIÓN

El Gobierno de Aragón, a través de la Dirección General de Turismo, y contando con la colaboración de Aragón Participa, ha impulsado un proceso de participación que contribuya a la elaboración del **PLAN ARAGONÉS DE ESTRATEGIA TURÍSTICA 2016-2020**.

Este Plan deberá definir las líneas básicas de la política en materia turística en los próximos años, regulando la promoción pero también la definición de nuevos productos turísticos, las líneas de colaboración y coordinación entre los actores del sector, el impulso del conocimiento, las nuevas tecnologías, las nuevas tendencias turísticas o la evaluación de resultados.

Desde el Departamento de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, se aspira a conseguir que este Plan sea **un instrumento compartido**, resultado del diálogo constructivo con los diferentes agentes implicados. Por ese motivo, al objeto de que el sector turístico se sienta representado por este Plan, su elaboración incorpora un proceso de participación con el conjunto de administraciones públicas, las organizaciones relacionadas con el desarrollo de los municipios, los agentes económicos y sociales del sector turístico y expertos en la materia, con el ánimo de buscar el mayor consenso posible sobre las líneas a trabajar, al mismo tiempo que perseguirá erigirse como herramienta para el desarrollo favorable, excelente y sostenible del turismo aragonés en los próximos años.

Partiendo de estas consideraciones ha diseñado un **proceso de participación** que se desarrolla siguiendo las siguientes etapas:



Para facilitar la deliberación, desde la **Dirección General de Turismo** se ha trabajado previamente en la elaboración de un **borrador inicial- documento para el debate**. La estructura de este material de partida es la siguiente:

- Análisis DAFO
- Objetivos (8) y Medidas (56)

En concreto, con el objeto de recoger aportaciones al documento borrador para el debate se han establecido los siguientes cauces de participación:

- 1) Participación presencial.** Se ha planificado la realización de 10 talleres presenciales en los que se deliberará en torno al documento borrador (Análisis DAFO y objetivos y medidas). Todas las actas de los talleres de debate se publicarán en el Portal Aragón Participa

Distribución de los talleres presenciales



- 2) Participación on-line.** Desde el 31 de marzo, cualquier persona o entidad puede enviar sus aportaciones a través del espacio de participación *on-line* abierto en el portal de Aragón Participa.

El acta que se presenta en estas páginas es el resultado de las aportaciones on-line recibidas, que forma parte de la fase deliberativa del proceso. Este cuestionario a disposición de la ciudadanía interesada en el proceso y que quisiera aportar, se abrió el 31 de marzo y se ha cerrado el 20 de mayo.

3.- ¿Cómo podemos participar?
Participación on-line

Formulario abierto desde el 31 de marzo
www.aragonparticipa.es

- Aportaciones al Diagnóstico DAFO
- Aportaciones a los objetivos y medidas
- Otras propuestas no incluidas en los apartados anteriores

PARTICIPA ON-LINE

Esta son las paginas habilitadas para este proceso participativo y los diferentes ámbitos en los que se podían hacer aportaciones, en relación a la estructura del PAET.

FASE DE DEBATE
1 de abril a 15 de mayo

Está previsto que se realicen talleres de debate en las tres provincias aragonesas, al objeto de captar las distintas visiones del territorio. La planificación inicial, incluye la celebración de al menos dos talleres en cada una de las provincias, con la posibilidad en función de la evolución de los debates y del número de asistentes de un tercer taller en cada provincia. El debate en los talleres y las aportaciones se centrarán en los documentos facilitados por la Dirección General de Turismo:

- Un borrador de análisis de diagnóstico DAFO
- Un borrador de objetivos y medidas

Ambos documentos están abiertos a todo tipo de aportaciones (incorporación, eliminación o modificación).

El proceso de debate finalizaría con un último taller plenario a celebrar en Zaragoza, a modo de debate conclusivo del proceso de participación.

En la sesión informativa y a través de esta página web se concretarán las fechas de los talleres de debate propuestos y se habilitarán los medios para la inscripción en los mismos.

Por otra parte, para aquellos actores interesados en el proceso de participación pero que no puedan acudir presencialmente a los talleres propuestos, se habilitará un foro on-line para poder recoger sus aportaciones. Dicho foro on-line se pondrá en funcionamiento el 31 de marzo, coincidiendo con la sesión informativa.

Participa on-line

DOCUMENTOS

- dafo.pdf (259,15 KB)
- objetivos_y_medidas.pdf (276,24 KB)
- 160412_acta_taller_teruel.pdf (1,62 MB)
- 160413_acta_taller_zaragoza.pdf (1,13 MB)
- 160411_acta_taller_huesca.pdf (1,86 MB)
- 160418_acta_taller_huesca.pdf (875,94 KB)
- 160420_acta_taller_zaragoza.pdf (1,29 MB)

Debilidades
Amenazas
Fortalezas
Oportunidades
Objetivo 1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes del sector turístico públicos y privados en busca de una óptima eficacia y eficiencia
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"
Objetivo 3. Impulso del conocimiento en todos los niveles como factor de crecimiento turístico, con especial incidencia en la formación del sector y en el conocimiento del turismo interno por los propios aragoneses
Objetivo 4. Incremento del número de turistas desde un punto de vista relacionado con la calidad, la excelencia y el turismo de experiencias
Objetivo 5. Combatir el intrusismo
Objetivo 6. Fortalecimiento de la promoción a través de las Nuevas Tecnologías
Objetivo 7. Desarrollo de una estrategia transversal con la gastronomía aragonesa, como producto vertebrador del resto de productos turísticos
Objetivo 8. Propiciar una imagen favorable de Aragón con el objetivo de la fidelización del cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje
RESPECTO A OTRAS PROPUESTAS NO INCLUIDAS EN LOS ANTERIORES APARTADOS

Como balance final explicar que se han recibido un total de 24 entradas., procedentes de 6 participantes (el presidente de la Asociación Amig@s de la Vía verde/Camino natural del Jiloca nos hizo llegar sus aportaciones a través del correo electrónico) . Cinco de ellas en relación al DAFO y 20 a objetivos.



A continuación se exponen detalladamente el autor y contenido de las aportaciones recibidas.

2. PARTICIPANTES ON-LINE

2.1. Participantes y entidades

NOMBRE Y APELLIDOS		ENTIDAD
Juan Emilio	Estil·Les Farré	Oficina de Turismo de Torre Ciudad
Pilar	Perez Viñuales	Oficina de Turismo del Ayuntamiento de Alagón
José Manuel	Salvador Minguillón	Ayuntamiento de Ejulve
		Turismo DPZ
Bernardí	Albarracin i Marin	Asociación de Amig@s de la Vía verde/Camino natural del Jiloc
Anónimo		

2.2. Organización

NOMBRE Y APELLIDOS		ENTIDAD
Carlos	Oliván Villobas	D.G. de Participación Ciudadana, Transparencia, Cooperación y Acción Exterior

2.3. Equipo de Facilitación

NOMBRE Y APELLIDOS	
Silvia	Benedí Peiró
Marta	Laguna Hernández
Eva	Tomás del Río

4. APORTACIONES RESULTADO DE LA DELIBERACIÓN

4.1. APORTACIONES ON LINE AL DAFO

El análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, fortalezas y Oportunidades), contenido en el documento borrador para el debate, es una propuesta inicial que espera ser enriquecida y completada con las aportaciones realizadas en el proceso de participación. Las aportaciones recogidas a través del cuestionario ON-LINE las siguientes:

Nº aportación	AUTOR/ ENTIDAD	D-A-F-O	DESCRIPCIÓN
1	AYTO. de Ejulve	Debilidades	<ul style="list-style-type: none">- Una de las principales debilidades es la despoblación y la dificultad de ofrecer unos servicios turísticos de calidad y continuados en el medio rural debido a la incertidumbre del volumen de negocio (calidad de alojamientos y hostelería en temporada baja, disponibilidad de apertura de recursos turísticos, etc.)- Las comunicaciones también son una gran debilidad, ya que estamos lejos de Madrid y las grandes poblaciones de la costa mediterránea tienen recursos de "turismo de interior" más accesibles que los nuestros.- Coincido también con la necesidad de plantear una marca fuerte de Aragón hacia el exterior, aunque Aragón es muy grande y sus recursos múltiples, por lo que es más necesaria que nunca la coordinación entre las diferentes administraciones y los agentes turísticos empresariales que eviten generalidades y localismos.- Necesidad de apostar por la calidad y la profesionalidad, lo que se oferta debe estar disponible en buenas condiciones para dejar una buena impresión al turista.- El desequilibrio entre oferta y demanda se produce en ocasiones por consecuencias externas (crisis económica, pérdida de visibilidad en el exterior frente a otras zonas, etc.) más que por el empeoramiento de los servicios.- La segmentación por clientes y temáticas de interés es muy necesaria.

2	AYTO. de Ejulve	Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> - Una vez más, entiendo que hay que valorar la despoblación como amenaza en el turismo rural. - En relación a las marcas de destino mejor posicionadas, podemos vincular a Aragón como un destino de interior y apostar por la "excelencia" y por la "experiencia".
3	Anónimo	Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de interés por parte de los principales agentes en la provincia de Zaragoza. Al debate del pasado miércoles tan solo asistieron DPZ y Gobierno de Aragón. Ni ayuntamiento de Zaragoza ni las principales comarcas turísticas zaragozanas asistieron. - Si se plantean unos objetivos que partan de la cooperación y mejora de la coordinación y finalmente los mismos de siempre no van pues va a pasar lo mismo de siempre.
4	AYTO. de Ejulve	Fortalezas	<ul style="list-style-type: none"> - Es evidente que nuestros espacios naturales, nuestro patrimonio y nuestros establecimientos de calidad tienen un valor turístico impresionante, posiblemente lo que sea más necesario potenciar sean los servicios complementarios y la oferta de actividades que no pueden cubrir por sí mismos los establecimientos y las administraciones públicas. - La capacidad de atracción a través de eventos musicales, culturales, deportivos o de educación ambiental.
5	AYTO. de Ejulve	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> - Coordinación inter-departamental (Desarrollo Rural y Sostenibilidad) e inter-institucional (comarcas, diputaciones y ayuntamientos). Igualmente, uso y apoyo de fórmulas mixtas de gestión y coordinación entre el sector público y el sector privado. - Promover y facilitar la creación de agencias receptoras, impulsar cambios en la legislación que permitan crear empresas de intermediación turística que orienten y preparen paquetes personalizados y relacionados con la gente del lugar. - El asociacionismo de clubes de producto basado en productos innovadores y eventos especializados (aventura, BTT, senderismo) para combatir la desestacionalización y hacer atractivo el territorio. - La población estacional del medio rural que poseen segundas residencias en los pueblos y tienen conexión sentimental con ellos: buscar que sean prescriptores del territorio y ofrecerles actividades y eventos que permitan reforzar su vínculo con el territorio. - Plan de gestión actualizado de los recursos públicos turísticos infrautilizados (espacios naturales, hospederías, museos, centros de interpretación, hoteles de montaña, etc.) para abordar modelos de gestión diferentes que permitan mejorar su aprovechamiento.
6	O.T. Torreciudad	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> - En Torreciudad notamos mucho que cada año visitan Lourdes 6 millones de personas. Tenemos muchos grupos extranjeros y nacionales que nos vienen con ese motivo.

4.2. APORTACIONES A LOS OBJETIVOS DEL PAET

En este apartado se recogen las aportaciones formuladas a través del cuestionario on-line a los objetivos del PAET.

Nº Propuesta	AUTOR/ENTIDAD	Nº OBJETIVO	DESCRIPCIÓN APORTACION
1	OT TORRECIUDAD	1	- Promocionarnos más en Lourdes, en las agencias de origen y en los hoteles.
2	ANONIMO	1	- Esta vertebración parte de los entes políticos. Considero que está bien pretenderlo pero que no va a ser factible lograrlo a no ser que se considere al sector como estratégico y se aleje de la gestión política. ¿Va a ser esto posible? O son estas jornadas como el chocolate del loro: callar la boca y hacer lo de siempre....
17	Asociación de Amig@s de la Vía verde/Camino natural del Jiloca	1	<p>Si bien es necesario todo lo que se dice, entendemos que se sigue pensando en el desarrollo turístico como departamentos estancos de un barco, están muy bien para no hundirse, pero no ofrecen nada a la navegación. Creemos que el turismo no es sólo cosa de turistas, pues se puede viajar por todo el mundo sin moverse del sofá, y no hablamos de la canción de Antonio Flores. El turismo es empleo, el turismo es comunicación, es agricultura, ganadería, economía, vertebración, tecnología y sobre todo, población, personas que viven ahí dónde queremos que otros lleguen. No son tours virtuales, elaborados con drones para ver en la pantalla de tu smartphone, o más bien, no queremos que sea así.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Necesitamos que se entienda que en éste plan se han de involucrar más conserjerías, no sólo la de turismo. - En un territorio como el aragonés, con zonas altamente despobladas, envejecidas y "atrasadas" el poder aprovechar el turismo para consolidar la población, atraer o recuperar más población ofreciéndole lo mismo que dispone en las grandes urbes o territorios de la costa es un primer paso para hacer que el turismo sea el motor que puede llevar a nuestra comunidad a donde queremos.

			<ul style="list-style-type: none"> - El concepto holístico, mirar algo concreto desde conjunto de las cosas que lo componen, es el que tenemos que tener en cuenta. - Leemos que entre las propuestas se habla de gastronomía, cultura y nuevas tecnologías, pues bien, hablemos, pero no por separado, de la influencia que juntas hacen que podamos trabajar mejor. <ul style="list-style-type: none"> o 1.- La agricultura es la base de nuestra gastronomía, aun así, cada vez hay más monocultivos y campos abandonados; existe desconocimiento de las DO que poseemos, los mercados locales cada vez están desprestigiados y arrinconados. ¿Cómo vamos a ofrecer nosotros mismos éstos productos estrella de nuestra tierra si cada vez es más difícil conseguirlos? En vez de subvencionar productos que se concentran en grandes productores, facilitemos que los pequeños agricultores puedan ofrecer éstos productos, de proximidad y calidad en mercados controlados por ayuntamientos y comarcas ciertos días a la semana, para que podamos adquirirlos los que luego los prepararemos y los turistas que acudirían a éstos mercados tradicionales y de calidad; ganamos todos, agricultores, empresarios, vecinos y turistas. Agricultura-turismo-sociedad o 2.- La ganadería es otra base de nuestra gastronomía, cada vez hay menos pastores; ¿no sería descabellado usar, como ya se hace en otras partes, a las ovejas y cabras como cuadrillas de limpieza de caminos? Poseemos una red de sendas, senderos, caminos y rutas BTT enorme, pero cuesta mucho tiempo y dinero mantenerla activa y atractiva. Utilizar dinero de la ganadería para adecuar éste atractivo turístico sería un acierto, limpiándolo con asiduidad reducimos el riesgo de incendios, teniendo en cuenta que estamos intentando vender nuestra naturaleza como fuente de recursos turísticos no aprovecharnos sería de poco inteligentes. Ganadería-turismo-sociedad. o 3.- La inversión pública y privada deberían ir de la mano, pero en territorios en desventaja social y económica, que son la mayoría en Aragón frena a la inversión privada, y se ve mal que se invierta dinero público en territorios con 4 gatos, 3 de ellos viejos. Para terminar con
--	--	--	---

			<p>eso se debe de invertir en conceptos básicos que hagan que vivir aquí no sea un hándicap, poniendo como ejemplo el territorio de Laponia. Vivir en el culo del mundo, por muy bonito que sea, no debería de ser freno a quien paga todos sus impuestos. Internet de alta velocidad ya, ¿de qué sirve tener un teléfono superinteligente y un código QR en mitad de la nada? Las antenas de telefonía eran más que suficientes cuando Julio Cesar las instaló, pero cuando llegan las fiestas o Agosto, esas antenas que en invierno, a días nos dan 3G, se sobresaturan y estamos incomunicados, perdiendo potenciales clientes, horas de trabajo y equiparándonos a repúblicas bananeras.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Un pueblo, por aislado que esté, con internet puede llegar a la otra parte del mundo, vendiendo su producto, comprando otros, y ofreciendo al cliente la posibilidad de vendernos a su gente, la mejor publicidad que se pueda desear. Además, si yo, trabajador del sector puedo disfrutar de todo el mundo en mi casa, tiendas, ocio... no me veré en la necesidad de irme de mi pueblo que es un culo, y otros verán con buenos ojos el venir a vivir-trabajar aquí, pues tiene ésa tranquilidad que queremos vender y no se ve aislado estando a 40/50 Km de Zaragoza. Tecnología-turismo-sociedad.
3	ANONIMO	2	<ul style="list-style-type: none"> - Crear/Coordinar productos que por un precio atractivo incluyan varios servicios de turísticos de Aragón.
4	OT TORRECIUDAD	2	<ul style="list-style-type: none"> - Consolidar la Ruta Mariana El Pilar-Torreciudad-Montserrat- Meritxell-Lourdes.
18	Asociación de Amig@s de la Vía verde/Camino natural del Jiloca	2	<ul style="list-style-type: none"> - Con el tema económico de "reparto" del pastel estaremos siempre en contra de que se concentre en los "estrella" El esquí es sabido que por cada euro que se invierte en la estación se generan 4 en el valle, excepto en nieve de Teruel, que es prácticamente 0 en los valles. - De Motorland se está discutiendo su continuidad por su elevado coste y su "escasa" repercusión económica. - Los productos emergentes, como el que nosotros queremos representar, piden

			<p>poco y reparten mucho, pues la vertebración del territorio es una de las cosas que generan las Vías verdes, entre otras. Estudios del impacto económico hay a miles, de la Fundación de Ferrocarriles Españoles, de Greenways Europe y de la propia Unión Europea, 30€ al día por ciclista en un producto desestacionalizado, familiar y en auge es para invertir ciégame.</p> <ul style="list-style-type: none"> - El tema de los folletos nos parece obsoleto, ya casi nadie los coge, cuesta imprimirlos y se desechan rápidamente, ensuciando el entorno. Creemos más en la creación de "usuarios institucionales" en aplicaciones existentes, tales como wikiloc, dónde se pueden descargar tracks, con fotos y toda la información necesaria para las rutas, mucho más barato que crear APP's de escaso calado y vida efímera.
5	TURISMO DPZ	2	<ul style="list-style-type: none"> - Título: Dotar a las oficinas y puntos de información turística de servicio para el turismo en bici <ul style="list-style-type: none"> o . Detalle: En respuesta a la creciente demanda del turismo en bici y en BTT para diferentes tipos de turistas más y menos exigentes (expertos, ocasionales, grupales, familiares, etc) debería dotarse a las oficinas de turismo distribuidas por el todo el territorio de un kit, servicios de reparación y taller para los turista que necesitan de estos servicios y encuentran muy pocos o talleres cerrados precisamente los fines de semana - Título: ofertar el turismo grupal en los albergues. <ul style="list-style-type: none"> o Detalle: paquetizar ofertas/estancias en albergues para grupos escolares, grupos familiares, grupos de turistas activos, incluso con servicios BTT (bikefriendly) Título: crear el Plan aragonés de la bicicleta Detalle: redactar la estrategia de servicio, desplazamientos con bicicleta, red de albergues/alojamientos. - Titulo: redactar el Plan de turismo escolar <ul style="list-style-type: none"> o Detalle: al igual que existe el Programa Educativo de la Red Natural de Aragón, deberíamos conseguir otro de contenido turístico cultural y natural: véase http://www.rednaturaldearagon.com/default.aspx?FolderID=338,

			<p>otros ejemplos: http://castillosybatallas.com/propuestas-para-la-comunidad-educativa/ , http://www.tourisme-nord.fr/Tourisme-Nord-le-guide-de-vos-vacances-et-week-end/Listes-des-actus-bon-plan/La-nouvelle-brochure-voyages-scolaires-et-groupes-d-enfants-dans-le-Nord-est-sortie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Título: crear el destino "Aragón: turismo en familia" <ul style="list-style-type: none"> o Detalle: el turismo en familia está en alza, no hay otro destino así en España y seríamos pioneros, como otros lo son en turismo senior. En el turismo en familia tienen cabida todos los temas por su transversalidad y por la variedad de destinatarios, rompiendo además la estacionalidad.
6	AYTO EJULVE	3	<ul style="list-style-type: none"> - Plan de formación de idiomas para el sector turístico y ayudas en la traducción de contenidos en páginas turísticas promocionales - Incidir especialmente en la ciudad de Zaragoza con la realización de campañas de promoción de la oferta territorial aragonesa (caso paradigmático de la provincia de Teruel, donde se reciben más visitantes de otras Comunidades Autónomas y se echa en falta la interacción con la capital de Aragón).
19	Asociación de Amig@s de la Vía verde/Camino natural del Jiloca	4	<ul style="list-style-type: none"> - Respecto a la creación del sello de calidad vemos que no se sabe aprovechar lo que ya existe; tenemos entre manos el sello "Calidad rural", hay varias comarcas que lo tienen y lo fomentan, hay otras, la nuestra, que lo acaba de asumir. ¿De verdad es necesario crear otra pegatina/placa/marca para poner en la puerta de un hotel/casa rural? El sello "Calidad rural" debería potenciarse hasta ser reconocido como la bandera azul de las playas, ya tenemos herramientas y gente que han apostado por la calidad, con mucho esfuerzo y dinero, ¿queremos despreciarlos? Potenciamos lo que ya tenemos, variando alguna cosa si hiciese falta. Ya engloba empresas turísticas y del sector agroalimentario, ¿qué más necesitamos? - Con el AVE deberíamos ser muy exigentes, cuando la Vía verde sea una realidad, la estación de Calatayud será la puerta de entrada/salida a ésta oferta

			<p>turística. Negociar con RENFE/Adif que las bicicletas puedan subir a los trenes de alta velocidad debería ser normal, más teniendo en cuenta que así se podría vender éste producto a Europa entera; no es descabellado vender una Vía verde a un turista europeo, que coge un Eurostar en Bruselas (p ej), llega hasta España por Girona y en Barcelona se desvía hasta Calatayud o València para pasar una semana en bicicleta tranquilamente. Facilitemos a los usuarios, clientes nuestros, su llegada, así mejoraremos nuestro negocio.</p>
7	AYTO EJULVE	5	<ul style="list-style-type: none"> - Economía colaborativa entre particulares y gestión mixta de recursos públicos a través de pequeñas empresas privadas vinculadas al territorio (jóvenes emprendedores turísticos con poca capacidad de inversión pero con muchas ganas y nuevas ideas para "refrescar" el sector).
8	ANONIMO	5	<ul style="list-style-type: none"> - Atraer, desarrollar y retener el talento
20	Asociación de Amig@s de la Vía verde/Camino natural del Jiloca	5	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué intrusismo? Air bnb? Über? Vecinos que explican cómo se hizo la torre del pueblo? Air bnb será un problema donde hay mucha oferta, en las zonas rurales no. Über, lo mismo. En las zonas rurales lo que necesitamos es una licencia de taxi rural, que sirva para dar servicio a la gente de las zonas despobladas ya que nos están quitando trenes y buses y que puedan transportar bicicletas, mochilas... Si sólo se ponen medios para regular en las ciudades, los demás sufrimos agravios. Licencias baratas y adaptadas al medio y las circunstancias. Entre semana bajas a abuelas al mercado y al médico, y en fin de semana ganas dinero con el turismo.
9	ANONIMO	5	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Qué es el intrusismo? Tal vez este punto debería denominarse Combatir la falta de formación. No se puede pretender que en un territorio tan grande y tan despoblado todos los actores de la prestación de un servicio turístico sean ¿profesionales colegiados? Más bien deben estar lo mejor formados posible.

10	TURISMO DPZ	6	<ul style="list-style-type: none"> - Añadir una medida sobre la formación y explotación de grandes volúmenes de datos para con los técnicos turísticos y programadores de la actividad turística. Dando lugar así un trabajo conjunto entre expertos en materia de turismo y la minería y explotación de datos que dependen de ingenieros informáticos ajenos al mundo del turismo.
21	Asociación de Amig@s de la Vía verde/Camino natural del Jiloca	6	<ul style="list-style-type: none"> - Todo muy bien, pero tal y como hemos defendido antes, sin internet de alta velocidad en los pueblos, el servicio que se va a ofrecer está en desventaja.
11	ANONIMO	7	<ul style="list-style-type: none"> - Crear / desarrollar la figura de "embajadores" de productos aragoneses, y vincularlo a una estrategia de promoción.
22	Asociación de Amig@s de la Vía verde/Camino natural del Jiloca	7	<ul style="list-style-type: none"> - Nos remitimos a nuestra idea, hay que usar, potenciar y publicitar el sello existente "Calidad rural", potenciar los mercados locales, el concepto Km0, slowfood y las escuelas de hostelería. - Además de crear escuelas de guías de montaña, de BTT y apoyar los centros de interpretación dotándoles de medios y dándoles visibilidad.
12	TURISMO DPZ	8	<ul style="list-style-type: none"> - Medida nueva: Aumentar la presencia de la actividad turística en los medios de comunicación más presentes entre los aragoneses: presencia continuada en Heraldo, El Periódico, Aragón TV, etc con un espacio/espacio y páginas propias igual que tienen presencia continuada las noticias de deportes, o el tiempo o los accidentes. El turismo, la agenda turística, las empresas, las novedades y la afluencia turística deberían estar más presentes para que los nosotros mismos fuéramos mejores prescriptores.

13	ANONIMO	8	<ul style="list-style-type: none"> - Libro Blanco sobre las buenas prácticas de obligado cumplimiento. - Incrementar la calidad percibida mediante la mejora de procesos de prestación de servicios y las buenas prácticas. - Impulsar la cultura del detalle y atención del cliente antes / durante / después del viaje.
23	Asociación de Amig@s de la Vía verde/Camino natural del Jiloca	8	<ul style="list-style-type: none"> - Continuamos pensando que la imagen que debemos dar es la del sello "Calidad rural", fichar a alguna persona aragonesa famosa para que hiciese el "Santiago Segura" y apareciese en alguna TV, bien como anuncio, escena de película o publicidad, con camiseta impresa con éste sello sería una manera fácil y rápida de darlo a conocer. Copiar la estrategia del sello Galicia Calidade, por ejemplo.
14	AYTO EJULVE	Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> - Me gustaría trasladar al Gobierno de Aragón el ofrecimiento del Ayuntamiento de Ejulve a colaborar para sacar adelante el recurso "Espacio de Interpretación de las Masías de Ejulve", actualmente abandonado.
15	OT ALAGON	Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> - Dentro de la red de Juderías de Aragón incluir la Judería de Alagón.
16	OT ALAGON	Comentarios	<ul style="list-style-type: none"> - Se necesita tener en las Oficinas de Turismo un MAPA DE ESPAÑA . - Sería bueno enviar a las Oficinas de Turismo pegatina con la A de Aragón para colocar en lugar visible. - Necesidad de confeccionar folleto de la GR 99. Lo piden los turistas. - Se echa de menos camping o zonas de acampada.