



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

TALLER DELIBERATIVO 10

Acta de la sesión

**Zaragoza
4 de mayo de 2016**



Síguenos a través de [#PlanTurismoAragon](https://twitter.com/PlanTurismoAragon)

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	Pág.3
2. DESARROLLO DE LA SESIÓN	Pág. 5
3. ASISTENTES	Pág. 6
4. APORTACIONES RESULTADO DE LA DELIBERACIÓN	Pág. 8
4.1.APORTACIONES A OBJETIVOS Y MEDIDAS	Pág. 8
4.1.1. APORTACIONES AL OBJETIVO 4	Pág. 9
4.1.2. APORTACIONES AL OBJETIVO 5	Pág. 17
4.1.3. APORTACIONES AL OBJETIVO 6	Pág. 22
4.1.4. APORTACIONES AL OBJETIVO 7	Pág. 26
4.1.5 APORTACIONES AL OBJETIVO 8	Pág. 29
4.2 APORTACIONES A LA ESTRUCTURA (EJES)	Pág.32
5. VALORACIÓN INDIVIDUAL DE LAS APORTACIONES	Pág. 34
6. EVALUACIÓN DEL TALLER	Pág. 35
7. MONITORIZACIÓN DEL TALLER EN REDES SOCIALES	Pág. 37



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

Lugar, calendario y horarios		
HUESCA	ZARAGOZA	TERUEL
TALLER 1: Lunes 11/04/2016 Aula 2- Ricardo del Arco	TALLER 1: Miércoles 13/04/2016 Aula 3- Puerta 19, Edif. Pignatelli	TALLER 1: Martes 12/04/2016 Planta 2º- Edif. Carmelitas
TALLER 2: Lunes 18/04/2016 Aula 2- Ricardo del Arco	TALLER 2: Miércoles 20/04/2016 Aula 3- Puerta 19, Edif. Pignatelli	TALLER 2: Jueves 21/04/2016 Planta 2º- Edif. Carmelitas
TALLER 3: Lunes 25/04/2016 Aula 2- Ricardo del Arco	TALLER 3: Miércoles 27/04/2016 Sala Bayeu- Edif. Pignatelli	
TALLER 4: Martes 03/05/2016 Aula 2- Ricardo del Arco	TALLER 4: Miércoles 04/05/2016 Sala Bayeu- Edif. Pignatelli	

- 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 del décimo taller participativo que forma parte de la fase deliberativa del proceso.

2. DESARROLLO DE LA SESIÓN

El taller deliberativo 10 se ha celebrado el día 4 de mayo de 2016 en horario de 9.30 a 13.30, en la sala Hermanos Bayeu, del edificio Pignatelli, Zaragoza.

Los objetivos de la sesión fueron:

- Recoger aportaciones a los objetivos y medidas del Plan (objetivos del 4 al 8)
- Recoger aportaciones a la estructura del Plan (objetivos).

Para dar respuesta a estos objetivos, se planteó el orden del día que se enuncia a continuación:

9,30- 9,45 BIENVENIDA Y PRESENTACIÓN

El proceso de participación. Contenidos y metodología del taller

9, 45- 10,50 DINÁMICA 1

Aportaciones a los objetivos 4 y 5. Puesta en común y debate de las aportaciones.

10, 50- 11,00 PAUSA- DESCANSO

11, 00- 13,00 DINÁMICA 2

Aportaciones a los objetivos 6, 7 y 8. Puesta en común y debate de las aportaciones.

13, 00- 13,25 DINÁMICA 3

Aportaciones a la estructura del Plan

13, 25- 13,30 EVALUACIÓN DEL TALLER Y CIERRE

3. ASISTENTES A LA SESIÓN

3.1. Participantes y entidades

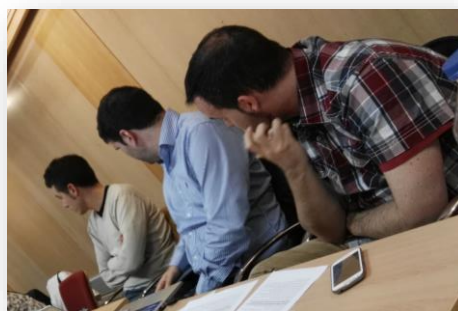
NOMBRE Y APELLIDOS		ENTIDAD
Laura	Alanís Muñoz	Turispain.com
Doria	Alastruey Franco	AECA (Campings de Aragón)
Bernardí	Albarracín	Vía Verde Jiloca
Miguel Ángel	Argente	Zaragoza Turismo
Fernando	Blasco Lasmarías	Oficina de Turismo -Ayuntamiento de Alcañiz
Jesús	Boillos Tornos	HORECA Zaragoza
Gloria	Castellanos Bernal	Zaragoza Turismo
Pilar	Cercadillo Villazán	Comarca Bajo Aragón Caspe
María	Cortés	En clave China
Felipe	Díaz	Civitur
José Manuel	Ferrero Dolader	AECA
Mariser	Gascón Romero	Comarca del Aranda
Susana	Gil Espligares	Comarca Campo de Borja
Rosa	Julve	Zaragoza Turismo
José	López	QUELInKA
Carmen	Maldonado Bravo	Federación Aragonesa de Montañismo
Omara	Pellejero	Comarca Cinco Villas
Lucía	Rodríguez Gracia	Asociación de Turismo de las Cinco Villas

3.2. Organización

NOMBRE Y APELLIDOS		ENTIDAD
Rafael	Nasarre	D. G. de Turismo
Ricardo	Tomás	D. G. de Turismo
Mercedes	Arruebo	Turismo de Aragón
Diego	Ortiz	Turismo de Aragón
Carlos	Oliván	D.G. de Participación Ciudadana, Transparencia, Cooperación y Acción Exterior

3.3. Equipo de Facilitación




NOMBRE Y APELLIDOS	
Silvia	Benedí
Marta	Laguna
Eva M ^a	Tomás







4. APORTACIONES RESULTADO DE LA DELIBERACIÓN

4.1. APORTACIONES A OBJETIVOS

En este apartado se recogen las aportaciones formuladas en el décimo taller en relación a los objetivos del texto base para el debate. Las propuestas formuladas pueden ser de varios tipos:

-  Revisión, modificación o ampliación de algún aspecto contenido en el texto
-  Eliminación de alguna cuestión contenida en el texto
-  Incorporación de nuevos objetivos y/o medidas

A continuación, se identifica el número de aportación reproduciendo el orden en el que fueron enunciadas en el taller, así como el resultado de las valoraciones individuales de la propuesta en base a una escala Likert de valoración de 0 a 10 (0=ninguna prioridad/10 máxima prioridad). En segundo lugar, se enuncia el titular de la propuesta formulada y su descripción, incluyendo, si procede, los comentarios que ha suscitado fruto de la deliberación presencial. Tipos de comentarios:


-  ***Aspectos que refuerzan la aportación***
-  ***Aspectos a incluir o considerar en la aportación***
-  ***Alertas / Frenos***
-  ***Dudas a resolver, preguntas abiertas***




Finalmente, se identifica el nº de objetivo y/o medida del documento borrador del Plan, al que hace referencia la aportación, así como si es una nueva propuesta de objetivo y/o medida a incluir en el Plan.

4.1.1. APORTACIONES AL OBJETIVO 4

<i>PROPUESTA 1</i>	<i>Valoración Media</i> 7,93
Organización de cursos y jornadas sobre nuevas tendencias de turismo	
<p>Se propone que se impulse formación continua para los profesionales del turismo sobre nuevas tendencias. La formación implicaría contar como docentes con expertos del sector, con la Universidad etc. Contribuye a la calidad y la excelencia.</p> <p>1 BIS) Con el objetivo de incrementar el número de turistas desde un punto de vista relacionado con la calidad, se señala la importancia de la formación para el diseño de productos turísticos. Se destaca asimismo, que es importante diferenciarse y ser capaces de dar respuesta a lo que los “clientes” quieren en un futuro inmediato. Para ello se señala que habrá que conocer bien nuestro territorio y aprovechar lo que este nos ofrece.</p> <p>1 BIS) Se propone formación a los profesionales del sector turístico. En relación a la medida 1, se propone que no sólo se informe, es decir, que además de facilitarse la información necesaria para desarrollar un trabajo colaborativo, se planteen acciones de formación específicas para cada uno de los “productos estrella” aragoneses.</p>	
+ NUEVA Medida. (OBJE 4)	






PROPUESTA 2	Valoración Media 8,20
Apoyar e impulsar empresas locales que desarrollen actividades y productos relacionados con el turismo experiencial	
Se propone que, además de a intermediarios y prescriptores, se apoye e impulse a empresas locales que desarrollan actividades y productos relacionados con el turismo experiencial.	
 <i>Medida 1. (OBJE 4) Detectar e impulsar a los intermediarios y prescriptores especializados en productos específicos y facilitarles la información necesaria para desarrollar un trabajo colaborativo.</i>	

PROPUESTA 3	Valoración Media 7,13
Detectar e impulsar a los intermediarios en las zonas rurales con turismo relativamente minoritario	
Se propone, en relación a la medida 1, que se tenga en consideración la detección e impulso de los intermediarios en las zonas rurales con turismo relativamente minoritario.	
Supondría facilitar sinergias entre los agentes públicos (informadores, guías, etc.) y los privados (servicios turísticos: de alojamiento, restauración, guías privadas...).	
 Se expone la necesidad de impulsar la formación de aquellos intermediarios que, por estar en núcleos de población demasiado pequeños, no le han recibido “obligatoriamente.”	
 Guías privados= empresas.	
 <i>Medida 1. (OBJE 4) Detectar e impulsar a los intermediarios y prescriptores especializados en productos específicos y facilitarles la información necesaria para desarrollar un trabajo colaborativo.</i>	


Adhesión al certificado- compromiso de calidad turística

Se recogen varias aportaciones relativas a la puesta en duda de la idoneidad de la medida 3 recogida en el borrador. Como alternativa, se plantea la adhesión al certificado de compromiso de calidad turística. Se considera que este certificado de ámbito nacional es barato y exige desarrollar procesos de calidad, a la par que ofrece formación.


-  Se señala que “la Q” es difícil de mantener.
- Se apunta que por ejemplo, en algunos territorios, como es caso de la Comarca del Jiloca (en concreto, se nombra a la localidad de Gallocanta) se impulsa el sello “Calidad rural” vinculado a los Fondos Leader. Se utiliza en más comarcas.
-  Se señala que no tiene sentido apostar por sellos que “luego no conoce nadie”.
-  Se valora como interesante el que se imparta formación/información para que los establecimientos y actividades turísticas puedan conocer el sello de calidad que más les conviene, según tipo de establecimiento/ empresas y mercado objetivo.
- Se debate en torno a la incidencia de los certificados de *Tripadvisor* y *Booking*.




Bis) Genera dudas la implantación de un sello calidad de ámbito aragonés.



Bis) Se propone que se implante un sello de calidad que sea reconocible fuera de las fronteras de Aragón. Se considera que si el sello no tiene personalidad propia fuera de Aragón, no sirve para obtener reconocimiento en otros mercados.


 *Medida 3. (OBJE 4) Implantación de calidad aragonés para establecimiento y actividades turísticas*



PROPUESTA 5	Valoración Media 8,19
Promover la excelencia a través de la calidad	
Se propone, en línea con propuestas anteriores, no duplicar sellos de calidad, pero en concreto, se aboga porque se desarrolle la calidad mediante la certificación de las empresas turísticas en el ICTE.	
 <i>Medida 3. (OBJE 4) Implantación de calidad aragonés para establecimiento y actividades turísticas</i>	


PROPUESTA 6	Valoración Media 8,81
Creación de paquetes Aragón- AVE	
Se propone la comercialización de diferentes productos turísticos de Aragón con base a la utilización del AVE.	
 Se llama la atención sobre la carencia de empresas de receptivo. <ul style="list-style-type: none"> -  Se pone de relieve que se debe avanzar en superar algunas limitaciones ligadas al uso del AVE que dificultan las posibilidades turísticas. Se ejemplifica con el caso de la vía verde vinculada a la ruta Calatayud- Valencia. El turismo de bicicleta está en auge y sin embargo, se dificulta la entrada de bicicletas a los trenes. Se deberían emprender acciones para que RENFE-ADIF modifique su política en este sentido. 	
 <i>Medida 5. (OBJE 4) Aprovechamiento de las conexiones con AVE para la atracción de turistas de escapada y congresos en la ciudad de Zaragoza</i>	

PROPUESTA 7	Valoración Media 9,25
Movilidad de Zaragoza a otros puntos de Aragón	
<p>Se propone que se contribuya a dar solución a la distribución de turistas desde Zaragoza al resto de Aragón. Se señala que el AVE y el aeropuerto son claves para el desarrollo turístico de la comunidad aragonesa, pero son insuficientes –“nos quedamos cojos”- si no se logra distribuir a los turistas por todo Aragón.</p> <p> Se demandan líneas de transporte adecuadas y suficientes una vez que se llega a una estación del AVE, opciones de transporte que contribuyan a conectar el territorio.</p> <p>Se comenta la posible desaparición del regional Madrid-Barcelona que pasaba por Caspe y Calatayud.</p> <p> <i>Medida 5. (OBJE 4) Aprovechamiento de las conexiones con AVE para la atracción de turistas de escapada y congresos en la ciudad de Zaragoza</i></p>	


PROPUESTA 8	Valoración Media 7,13
Creación de un observatorio turístico/oficina de orientación turística.	
<p>Se propone la creación de un observatorio turístico que, a partir del análisis de los datos obtenidos de las plataformas <i>Big Data</i>, marque unas líneas comunes de orientación.</p> <p> NUEVA Medida. (OBJE 4)</p>	





PROPUESTA 9	Valoración Media 6,88
Mejorar la oferta de turismo Sefardí, incluyéndose la oferta que está fuera de la red juderías	
<p>Se propone que se impulse el turismo Sefardi ya que se considera que cada vez es más potente y tiene mayores posibilidades de atraer público de diferentes lugares, personas a quienes les gusta conocer sus raíces y además, pueden complementar este tipo de turismo con el de naturaleza y patrimonio- gastronomía, etc.</p> <p>La mejora de la oferta de turismo sefardí, requiere que se incorporen aquellos monumentos que en la actualidad se encuentran fuera de la red de juderías (red que se comenta, no se puede ampliar y debería facilitarse la entrada de nuevos socios).</p>	
<p>+ <i>NUEVA Medida. (OBJE 4)</i></p>	

PROPUESTA 10	Valoración Media 7,56
Experiencias con gente del lugar- <i>slowtourist</i>	
<p>Se propone que se potencie el turismo lento, vinculado al ámbito del turismo local donde pasan las cosas lentamente y sin horarios. Las infraestructuras y comunicaciones son las apropiadas para este tipo de oferta turística.</p>	
<p> <i>Medida 2. (OBJE 4) Concienciación del sector turístico sobre la importancia de realización de "experiencias con gente del lugar" en el turismo internacional, para la promoción de nuevas actividades.</i></p>	



PROPUESTA 11	Valoración Media 7,06
Reactivación de los programas de termalismo	
Se propone la reactivación de programas de termalismo dirigido a personas mayores como medida de desestacionalizar el sector.	
 NUEVA Medida. (OBJE 4)	


PROPUESTA 12	Valoración Media 8,44
Tratar de incrementar los días por estancia	
<p>Se propone que se trate de incrementar la estancia media de los turistas (en al menos un día) considerándose que es una medida “más barata” que el incremento de su número. Para ello se necesita contar con la implicación de las administraciones locales y comarcales. Se vincula dicho incremento a facilitar una mayor oferta de actividades turísticas a realizar.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se debate en torno a sí la clave de dicho incremento se encuentra en el establecimiento de paquetes turísticos. - Se deben evitar los casos de “puerta cerrada”; “Si el turista ve una puerta cerrada no vuelve”. Es importante que se detecte la oferta para luego poder ofrecerla. -  En este sentido, se detecta que los turistas de los campings no hacen más pernотaciones “por falta de alicientes fuera”. 	
 NUEVA Medida. (OBJE 4)	


PROPUESTA 13	Valoración Media 6,88
Fortalecimiento de la promoción a través de cauces tradicionales	
<p>Se considera fundamental, para contribuir al incremento del número de turistas, desarrollar actuaciones de promoción, pero no sólo a través de soportes on-line.</p> <p>La implantación de las nuevas tecnologías está llena de potencialidades pero, a su vez, se precisa información en soporte papel (ferias, stands, oficinas de turismo...). No es incompatible con la plataforma <i>on-line</i>: el diseño de un folleto para su impresión ofrece la posibilidad de poder colgarlo en la red para su descarga (Ej. red de senderos) Y es muy útil una vez ya en destino.</p>	
<p>+ <i>NUEVA Medida. (OBJE 4 y OBJE 6)</i></p>	

PROPUESTA 14	Valoración Media 7,81
Mantener los mercados tradicionales	
<p>Se precisa, además del desarrollo de los mercados emergentes, mantener y potenciar los tradicionales: Alemania, Francia, Reino Unido, Holanda, Bélgica, Italia. Ya están fidelizados, pero constituyen un valor seguro frente a la incertidumbre de los emergentes.</p>	
<p>+ <i>NUEVA Medida. (OBJE 4)</i></p>	




PROPUESTA 15	Valoración Media 8,38
Mejora del transporte aéreo	
<p>Se reclama un incremento de rutas aéreas internacionales/ frecuencias de vuelo. Se señala como necesario enlazar el aeropuerto de Zaragoza con las principales puertas de entrada a Europa.</p>	
<p>+ <i>NUEVA Medida. (OBJE 4)</i></p>	



4.1.2. APORTACIONES AL OBJETIVO 5

PROPUESTA 16	Valoración Media 7,00
Ampliación del texto del desarrollo de decreto hoteles rurales de alojamientos hoteleros con “hoteles rurales”	
En relación a la medida 3, se señala que falta desarrollar esta figura importantísima para el sector del turismo rural, cada vez de más calidad y que no entra en las otras denominaciones: Casa rural, hostel, etc.	
 <i>Medida 3. (OBJE 5) Tramitación de un Decreto de alojamientos hoteleros</i>	

PROPUESTA 17	Valoración Media 7,13
Tener mucho cuidado con las “nuevas figuras turísticas”	
En relación a la medida 6, se puntualiza que se debe ser exigente con esas “nuevas figuras relacionadas” para no correr el riesgo de rebajar la calidad de los servicios por presiones de pequeños colectivos.	
 <i>Medida 6. (OBJE 5) Tramitación de un Decreto de alojamientos al aire libre y nuevas figuras relacionadas</i>	





PROPUESTA 18	Valoración Media 7,88
Inspecciones conjuntas entre DGA y Comarcas	
<p>Se propone que, dado que las competencias de inspecciones están repartidas entre DGA y las Comarcas, es imprescindible que se realicen Planes de Inspecciones conjuntos.</p> <p> En la comarca se conoce el territorio, en DGA se dispone de los medios y las competencias.</p> <p>Además, se considera que, dado que a cada administración le corresponde una categoría de establecimientos y es imposible saber a qué categoría se pertenece antes de inspeccionarlos (y a veces no es posible determinarlo aun habiéndolos inspeccionado) lo suyo es acometer estos procesos conjuntamente.</p> <p> "Así no podrá decir nadie que las administraciones nos echamos la pelota unas a otras".</p>	
<p> <i>Medida 2. (OBJE 5) Puesta en marcha de un Plan para la Inspección</i></p>	


PROPUESTA 19	Valoración Media 8,13
Coordinación nacional e internacional contra el intrusismo	
<p>Se enuncia la necesidad de que desde Gobierno de Aragón se esté atento a los agentes de otras CC.AA y de otros países que operan en nuestra comunidad para garantizar que cumplen con nuestras normativas (que se valoran como muy garantistas). Se plantea en términos de coordinación nacional e internacional.</p> <p> Se plantean dudas en sala en relación a sí se pueden estar dando estas situaciones y, en ese caso, en relación a si se controlan. De ser así, se señala que se deberían catalogar los diferentes ámbitos de actividad para identificar cuáles son prioritarios de supervisar (actividades deportivas etc.)</p>	
<p> <i>NUEVA Medida. (OBJE 5)</i></p>	

PROPUESTA 20	Valoración Media 8,38
Incrementar el número de efectivos y medios de los cuerpos de inspección	
<p>Se propone incrementar el número de efectivos en el servicio de inspección y recuperar esta función, que ha sido delegada en algunos casos en la comarca.</p> <p>Se continúa con el debate iniciado en la propuesta 18 en relación a quién tiene que asumir esta función y cómo (dificultades identificadas, necesidad de medios etc.)</p>	
<p>+ <i>NUEVA Medida. (OBJE 5)</i></p>	

PROPUESTA 21	Valoración Media 7,06
Uso legal del nombre de tipo de establecimiento	
<p>Se propone que se controle el uso legal del nombre del tipo de establecimiento para que la utilización de la terminología “balneario” sea usada por quien cumple con los requisitos para tener esta clasificación.</p>	
<p>+ <i>NUEVA Medida. (OBJE 5)</i></p>	




PROPUESTA 22	Valoración Media 6,69
Regulación sobre guías turísticos: dar a conocer	
<p>Se propone que se informe más sobre la regulación relativa a guías turísticos. Se plantean algunas dudas en relación a la misma por lo que parece necesario que se esclarezca la información disponible a este respecto.</p> <p>En un primer momento, la propuesta está encaminada a que se regule este ámbito, pero se comenta en sala que ya se ha avanzado en este sentido por lo que se reformula la propuesta inicial.</p> <p> En paralelo, se considera necesario ayudar a la formación de guías especializados en mercados internacionales. Se reduciría la aparición de guías-correo, etc. que no conocen ni transmiten nuestros recursos turísticos como los guías locales.</p>	
<p> NUEVA Medida. (OBJE 5)</p>	



PROPUESTA 23	Valoración Media 6,63
Coordinar acciones conjuntas	
<p>Se propone que el análisis de la economía colaborativa se vincule con la creación de <i>think thanks</i> de expertos que analicen la evolución y tendencias del turismo aragonés y a su vez, también con la utilización de plataformas <i>Big Data</i>. Se podría hacer desde el observatorio.</p> <p>Objetivo 5-medida 7 & objetivo 3-medida 4 & objetivo 6- medida 2.</p>	
<p> Medida 7. (OBJE 5) Analizar la Economía colaborativa para estudiar su futuro desarrollo así como los puntos de unión con el sector para el aprovechamiento de las nuevas tendencias del mercado.</p>	


PROPUESTA 24	Valoración Media 8,13
Añadir la signatura de los establecimientos en su página web	
<p>Se propone que se añada la signatura de los establecimientos en su página web para combatir el intrusismo</p> <p>Se comenta que, de este modo, cualquier establecimiento que no cuente con su numeración correspondiente podrá ser detectado y se podrán tomar las medidas oportunas.</p>	
<p>+ <i>NUEVA Medida. (OBJE 5)</i></p>	

PROPUESTA 25	Valoración Media 7,69
Responsabilidad y colaboración de portales	
<p>Se hace necesario buscar puntos de encuentro con OTAS para incluir en sus portales únicamente la oferta legal. En su defecto se le debería exigir la responsabilidad legal correspondiente.</p>	
<p>+ <i>NUEVA Medida. (OBJE 5)</i></p>	

PROPUESTA 26	Valoración Media 8,00
Creación de base de datos de la oferta turística en Aragón: visibilización	
<p>Se propone la creación de una base de datos que permita la consulta conjunta de la oferta, para que pueda ser utilizada por establecimientos, guías, agencias que sean legales...</p>	
<p> Se pone Pública y transparente: registro de turismo de Aragón.</p>	
<p>+ <i>NUEVA Medida. (OBJE 5)</i></p>	

4.1.3. APORTACIONES AL OBJETIVO 6

PROPUESTA 27	Valoración Media 7,00
Personal del Gobierno de Aragón que asesore “coach-social media”	
<p>Creación de un “puesto laboral” que se dedique a rastrear las opiniones en las diferentes webs y que lo trasmitan a los empresarios turísticos con el fin de contribuir a mejorar la gestión de la información, dado que son opiniones muy utilizadas para elegir destino etc.</p>	
<p> Demasiadas webs difícil seguimiento.</p>	
<p> <i>Medida 3. (OBJE 6). Creación de un portal on-line recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas</i></p>	

PROPUESTA 28	Valoración Media 7,64
Contar/incluir a asociaciones y Ayuntamientos en la creación de la Intranet	
<p>Se propone que se incluya a asociaciones y a Ayuntamientos en el planteamiento de la medida.</p> <p>Asociaciones fundamentalmente culturales.</p>	
<p> <i>Medida 4. (OBJE 6). Creación de una Intranet de Oficinas de Turismo para una rápida comunicación entre las mismas a la hora de suministrar información</i></p>	



PROPUESTA 29	Valoración Media 7,93
Análisis y estrategia para posicionamiento de destino a nivel nacional e internacional en redes y plataformas online	
<p>Se propone asesoramiento para que se impulsen los posicionamientos de destino.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Impulsar la cultura “online” desde los propios establecimientos. - Se considera fundamental la estrategia de mercados a nivel internacional y ver cómo actuar en cada país. - Estrategia establecimiento y destino en que se identifique lo que está haciendo cada establecimiento y en base a esa estrategia, determinar lo que se debe hacer. Identificar y estratificar prioridades. 	
<p>+ <i>NUEVA Medida. (OBJE 6)</i></p>	

PROPUESTA 30	Valoración Media 7,13
Organización evento de bloggers y viajes	
<p>En relación a la medida 6, se propone como actuación concreta, la organización de un evento-encuentro de bloggers y viajes. Se apunta que esta experiencia se ha dado en otras ciudades con buenos resultados. Se abre la puerta al planteamiento de alguna otra actuación similar. Travel-blogger-meeting.</p>	
<p>+ <i>NUEVA Medida. (OBJE 6)</i></p>	



PROPUESTA 31**Valoración Media**
9,13**Mejora de la web Turismo de Aragón**

En relación a la medida 7, se proponen actuaciones concretas:

- Actualización de datos

-Mejorar la rapidez de su funcionamiento



No son necesarias más webs pero sí mejorar las que ya existen y son oficiales y que tengan una mejora y actualización constante



Vincularlo con la propuesta de poner las firmas de los establecimientos en la web.



Medida 7. (OBJE 6). Desarrollo actualizado de la web www.turismodearagon.com como principal punto de información on line, adecuándolo a los productos aragoneses y traducido a los idiomas necesarios para un mejor posicionamiento de Aragón on line.

PROPUESTA 32**Valoración Media**
8,60**Coordinar el desarrollo de la web aragonturismo.com con agentes y profesionales del sector**

Se propone que para que la web sea completa se requiere de la participación del sector por comarcas o destinos y por productos y por sectores (también por iconos).

En este sentido se plantea una Mesa de trabajo conjunto para el desarrollo de la web.



La web tiene que estar viva y al día. Debería haber un equipo que trabaje en el desarrollo y mantenimiento diario y que no cambie cada cambio de gobierno.



Desarrollar una web cambiante que ofrezca diferentes propuestas por accesos y tiempo y/o localidad.



Cambiar el nombre de la web a: Aragonturismo.com por ser más comercial.



Medida 7. (OBJE 6). Desarrollo actualizado de la web www.turismodearagon.com como principal punto de información on line, adecuándolo a los productos aragoneses y traducido a los idiomas necesarios para un mejor posicionamiento de Aragón on line.

PROPUESTA 33

Valoración Media
7,93

Creación de una red de promoción en redes

Se considera que desde la administración se debería crear una red que coordine la promoción de manera que se sumen las potencialidades de todos los que actúan en el medio. Turismo, social media, bloggers, youtubers, etc. Una red de promoción de redes que fomente el conocimiento de Aragón a través de Internet y trabaje en común.



Medida 6. (OBJE 6). Fortalecimiento de las redes sociales existentes a través de nuevas acciones. Realización de concurso y aprovechamiento eficiente de los blogs en alza.

PROPUESTA 34

Valoración Media
8,29



Creación de la intranet turística que incluya a empresas interesadas

Se propone, en relación a la medida 4, que se incorpore a todas las empresas interesadas y no solo a las oficinas de información turística, con el objetivo de suministrar y compartir información turística.


34 Bis) La creación de una intranet de oficinas de turismo se valora como una medida muy positiva y necesaria para que todo el territorio este enlazado turísticamente. En esa intranet se debería incluir toda la oferta de la empresa privada, para que a golpe de ratón veamos que se puede ofrecer al territorio vecino.







Medida 4. (OBJE 6). Creación de una Intranet de Oficinas de Turismo para una rápida comunicación entre las mismas a la hora de suministrar la información.



PROPUESTA 35	Valoración Media 8,36
Intranet oficinas turismo acceso a profesionales sector de sus estadísticas	
<p>Se propone que los datos derivados de esa intranet sean conocidos por los profesionales del sector, dado que es importante poder conocerlos con inmediatez.</p>	
<p> Incluir un apartado de quejas y sugerencias para poder aportar y conocer en tiempo real.</p>	
<p> <i>Medida 4. (OBJE 6). Creación de una Intranet de Oficinas de Turismo para una rápida comunicación entre las mismas a la hora de suministrar la información.</i></p>	



4.1.4. APORTACIONES AL OBJETIVO 7

PROPUESTA 36	Valoración Media 7,93
Desarrollo de estrategia transversal	
<p>Se propone que la implementación del objetivo incorpore un planteamiento transversal: se necesita la coordinación con Agricultura, Ganadería y Turismo (otros ámbitos relacionados).</p> <p>Esta coordinación contribuiría a que las DO, oficios y cultivos tradicionales puedan ser trabajados conjuntamente, aprovechando sinergias, impulsando a unos en beneficios de otros. ¿Cómo vendemos Jamón DO Teruel si producimos en Polonia? ¿Cómo vendemos Azafrán del Jiloca si se abandona el cultivo?</p>	
<p> <i>Medida de la 1 a la 6. (OBJE 7). Desarrollo de una estrategia transversal con la gastronomía aragonesa, como producto vertebrador del resto de productos turísticos.</i></p>	

PROPUESTA 37	Valoración Media 7,93
Consolidar los eventos gastronómicos y publicitarlos a nivel autonómico y nacional	
Se propone que se consoliden los eventos gastronómicos y se publiciten no sólo a nivel autonómico, también nacional.	
37 Bis) En la misma línea se propone que se amplíe la medida 2 a los certámenes gastronómicos, además de los concursos de tapas.	
 <i>Medida 2. (OBJE 7). Promover los concursos de tapas en las diferentes zonas del territorio aragonés.</i>	

PROPUESTA 38	Valoración Media 8,43
Potenciar los concursos de tapas existentes especializados en productos de cada zona	
Se propone que, dado que concursos de tapas hay en muchas otras zonas de España, lo interesante sería promover su diferenciación, a través de la especialización en productos de cada zona de Aragón.	
 De esta forma se contribuye a promover concursos que traspasen las fronteras de Aragón, contribuyendo al reconocimiento nacional y a la creación de imagen en torno a la gastronomía.	
38 Bis) En paralelo, se propone que se incorporen productos de cercanía (a maridar con vinos de Aragón).	
 Se pone de relieve que en Zaragoza tuvo lugar el primer concurso de tapas de España.	
 <i>Medida 2. (OBJE 7). Promover los concursos de tapas en las diferentes zonas del territorio aragonés.</i>	

PROPUESTA 39	Valoración Media 8,86
Establecer una agenda gastronómica	
Se propone que se establezca una agenda gastronómica, con el objetivo de que se pueda promocionar el calendario de cara al turismo.	
 Se considera una herramienta útil para luchar contra la estacionalización.	
 NUEVA Medida. (OBJE 7)	

PROPUESTA 40	Valoración Media 8,64
Promoción de productos con DO en ferias turísticas	
Reforzar la promoción y la visibilización de los productos con DO en las ferias de turismo u otras ferias específicas.	
 Se comenta en sala que en ese caso, dicha promoción no debe suponer “hacerle el trabajo de otras Direcciones Generales (Agricultura y Alimentación etc.)”	
 NUEVA Medida. (OBJE 7)	






4.1.5. APORTACIONES AL OBJETIVO 8



PROPUESTA 41	Valoración Media 8,00
Poner en valor una oferta turística diferencial	
En concreto, se propone la promoción de Balnearios, campings... que constituyen un producto turístico diferenciado de Aragón. . Balnearios como segunda comunidad Autónoma con más balnearios y campings como el segundo sector en Aragón con más pernотaciones.	
+ <i>NUEVA Medida. (OBJE 8)</i>	



PROPUESTA 42	Valoración Media 8,38
Grandes deportistas para promocionar Aragón (y/o profesionales reconocidos de otros ámbitos)	
Se propone, con el objeto de propiciar una imagen favorable de Aragón, aprovechar para su promoción la figura de deportistas u otros profesionales de reconocido prestigio en cualquier otro ámbito.	
+ <i>NUEVA Medida. (OBJE 8)</i>	



PROPUESTA 43	Valoración Media 8,33
Ampliar el ámbito vinculado a la Film Commission	
<p>Se propone que, además de detectar y ofrecer lugares de rodaje, se tenga en consideración la influencia para la posterior atracción turística, de obras literarias (ejemplo atracción turística del Baztan desde la trilogía del “legado de los huesos”), así como spots y otros formatos.</p> <p style="padding-left: 40px;">-Se explica en sala que en otras CC.AA se cuenta con esta comisión y se sintetiza, a grandes rasgos su objeto y tareas a desarrollar.</p>	
<p> <i>Medida 4. (OBJE 8). Creación de una Film Commission Aragonesa con el objeto de detectar y ofrecer los lugares de rodaje aragoneses como venta y promoción del destino integral.</i></p>	

PROPUESTA 44	Valoración Media 8,92
Facilitar medios/imágenes audiovisuales a los y las profesionales para usar en promoción	
<p>Se propone que se faciliten medios, imágenes a los y las profesionales para que puedan ser utilizados en tareas de promoción. Podrían formar parte de una base de datos y deberían estar disponibles en Intranet.</p> <p>- Se comenta en sala que desde la Dirección General se facilitan estos recursos siempre que se solicitan.</p>	
<p> Se advierte en sala que es importante tener en consideración el tipo de licencia y de derechos de las imágenes etc.</p>	
<p> NUEVA Medida. (OBJE 8)</p>	

PROPUESTA 45	Valoración Media 9,00
Coordinación con Aragón Televisión para propiciar una imagen favorable que promueva al turismo	
Se propone que se promueva la coordinación con Aragón Televisión para facilitar el uso de productos visuales elaborados por diferentes instituciones que contribuyan a propiciar una imagen favorable de Aragón que estimule el turismo.	
 Coordinación que redunde en contenidos actualizados, evitando repeticiones innecesarias.	
 NUEVA Medida. (OBJE 8)	

PROPUESTA 46	Valoración Media 8,85
Aprovechar la diferenciación ligada a nuestro patrimonio natural	
Se propone que se aproveche la diferenciación ligada a nuestro patrimonio natural en clave de turismo de experiencias, con una meteorología que permite la realización de actividad en el 80% de las jornadas. Vender que estamos en un país de sol.	
 Se comenta la incidencia determinante que tienen las previsiones meteorológicas en la demanda turística.	
 NUEVA Medida. (OBJE 8)	

PROPUESTA 47	Valoración Media 8,31
Unificar la oferta segmentada por producto dirigida a los distintos perfiles públicos: turismo familiar	
En todas las ferias las Comunidades Autónomas ofrecen experiencias para el turismo familiar y a nosotros nos falta producto.	

+ NUEVA Medida. (OBJE 8)

En sala, además de las propuestas enunciadas, se recogieron comentarios que refuerzan objetivos y medidas incluidos en el documento para el debate. Se listan a continuación dichos comentarios:

- La medida vinculada a la creación de una Intranet de Oficinas de Turismo es valorada como una medida “muy acertada”, puesto que se considera fundamental aunar esfuerzos para la creación de la marca Aragón (como la suma de la sinergia de los pueblos de nuestra comunidad). /Objetivo 6-medida 4/
- En relación al objetivo 6 se pone de relieve la dificultad añadida en el ámbito rural por los problemas de cobertura y de conexión a internet.
- La medida relativa al análisis de la economía colaborativa para el aprovechamiento de las nuevas tendencias, también es valorada como muy acertada /Objetivo 5-medida 7/
- Se considera que la mayoría de hoteles agradecerán la formación gastronómica que se incluye en la medida 5 del objetivo 7, ya que suelen ser autodidactas /Objetivo 7 medida 5/
- Se refuerza la necesidad de implementar la medida 3 y 4 del objetivo 8

4.2. APORTACIONES A LOS OBJETIVOS

Con el objetivo de recabar aportaciones a los ejes que vertebran el PAET (que son coincidentes con los objetivos que se incluyen en el borrador) la parte final del taller se destinó a este cometido.

Aportaciones según objetivos:

OBJETIVO 1:

- Se propone que se sustituya “la mejora” de la coordinación, por la “ejecución” “. Debería ser una obligación.
- Se recoge otra aportación que también destaca que se garantice que la coordinación sea una realidad.

OBJETIVO 2:

- La “consolidación de productos “estrella” aragoneses, se percibe como lo más importante, puesto que crea unas señas de identidad comunes y es donde se considera que “hay que apostar fuerte”.
- Se precisa formación para la creación de productos. Es imprescindible. Para ello hay que contar con agentes conocedores. Por ejemplo: Creación de productos turísticos alrededor de la red de senderos.

--

OBJETIVO 5:
- “No me gusta el término intrusismo para establecimientos no registrados”

OBJETIVO 7:
- Se cree que hay características propias más señaladas que la gastronomía

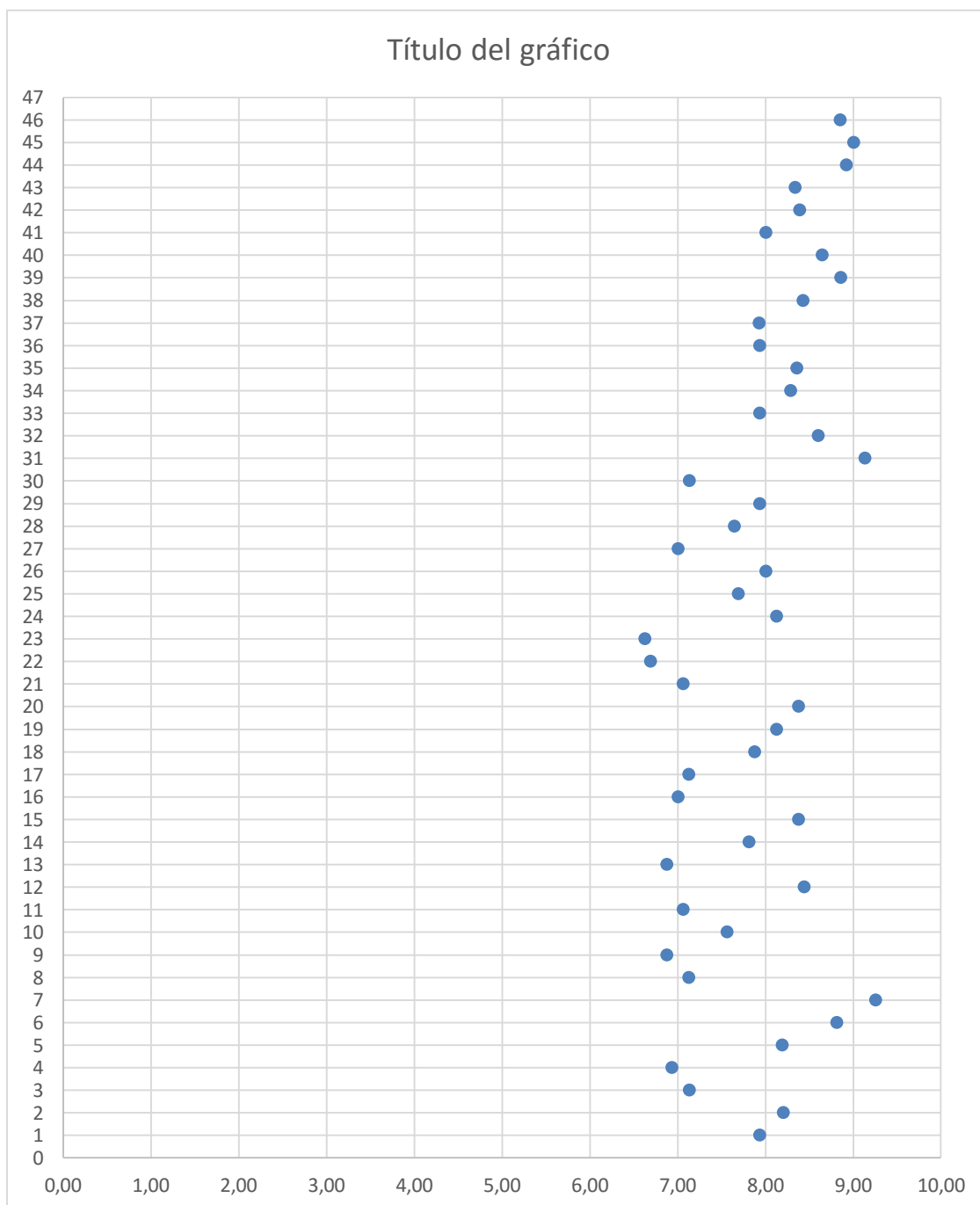
Comentarios transversales:

- Se pone en valor el esfuerzo realizado para la elaboración del Plan Estratégico y el proceso de participación que ha sido diseñado.
- Se plantean dudas en relación a las posibilidades de evaluación de los objetivos planteados.
- Se plantea la posibilidad de poder acceder a los datos objetivos sobre los que se sustenta el diseño del DAFO.
- Se celebra que se haya diseñado un proceso abierto a todos los actores. Se alerta de que se están creando muchas expectativas y se precisará de presupuesto para que se pueda dar respuesta a las actuaciones.
- Se va a precisar una hoja de ruta, en la que de manera clara se acuerden etapas e indicadores.
- Se desataca que el sector turístico es un sector muy colaborativo. Es un sector muy participativo y sin embargo, se considera que es de los menos beneficiados (pese a su importante contribución al PIB). Hace falta dotación económica, pero sobre todo voluntad política de todos los grupos.
- Se considera que es un Plan muy ambicioso por lo que dependerá su ejecución del presupuesto del que finalmente se disponga.
- Además, se pone de relieve que hay varios conflictos de intereses que hacen difícil su total cumplimiento
- La clave para que pueda funcionar es la coordinación entre el sector público y privado, y de las distintas instituciones entre sí. De este modo, se optimizarían muchas medidas, se señala.

5. VALORACIÓN DE LAS APORTACIONES

Se presentan, de forma agregada, los resultados de los posicionamientos de los participantes respecto a cada una de las propuestas realizadas durante la décima sesión de deliberación.

Gráfico 1. Valoración media de la aportación, según número de propuesta



6. EVALUACIÓN DEL TALLER

Con el objetivo de evaluar la sesión, se facilitó a las asistentes un cuestionario dividido en dos partes: una primera para valorar de manera cerrada varios aspectos del taller (a través de un baremo que oscila entre el 1 y el 10, siendo 10 la puntuación máxima); y una segunda, en la que se pueden incluir valoraciones, comentarios y sugerencias de manera abierta.

Gráfico 2. Valoración Taller 10 Zaragoza

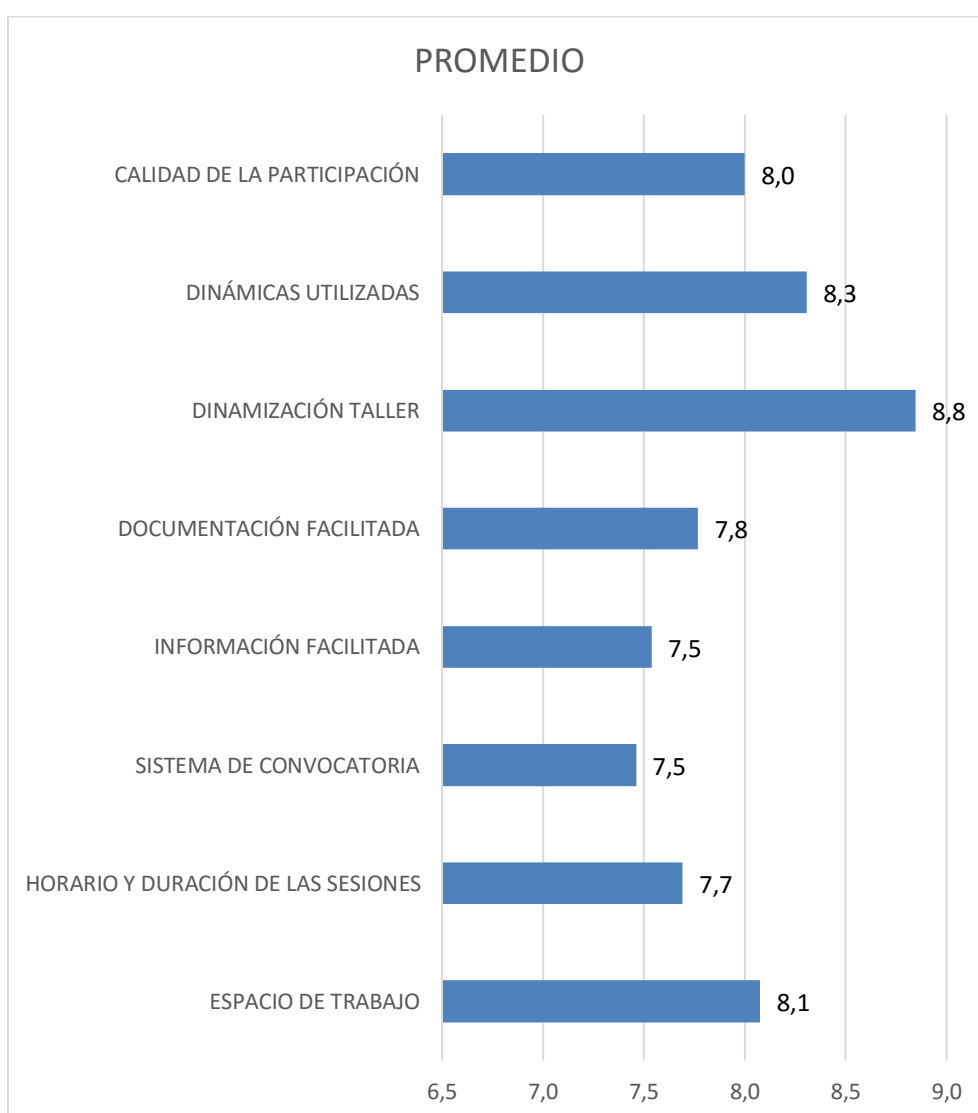
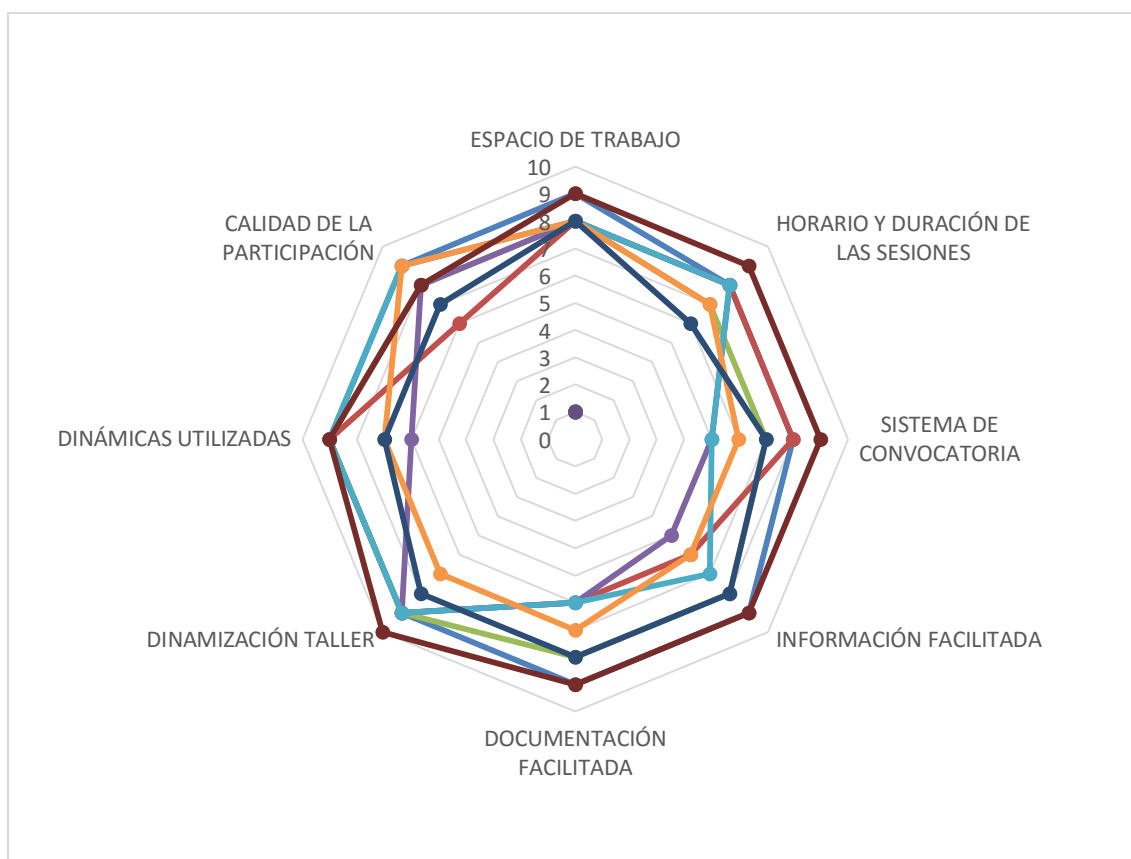


Gráfico 3.Calificaciones medias. Taller 10 Zaragoza



ASPECTOS POSITIVOS A DESTACAR

- Participativo y dinámico: perfecto
- Moderación del debate
- La administración ha sido transparente, si se pide información, la dan

ASPECTOS A MEJORAR

- Frio
- Horario
- Falta tiempo

7. MONITORIZACIÓN DEL TALLER EN REDES SOCIALES

A continuación se adjuntan los diferentes *tweets* que se han publicado durante la celebración del taller.

