

Objetivo	Medida	Medidas	Indicadores	RESULTADO -EVALUACIÓN	% cumplimiento	Centro gestor competente
Objetivo 1: Gobernanza turística para fomentar la coordinación y cooperación entre los agentes del sector turístico.	1	Gobernanza público-privada. Intensificar la coordinación y la cooperación público-privada para la planificación, gestión, desarrollo y actualización de los recursos y productos turísticos con el objeto de posicionar a Aragón como destino turístico sostenible y competitivo.	Nº de reuniones o proyectos conjuntos realizados	<p>Consejo de Turismo de Aragón: 4 reuniones.  Reuniones continuas de la Dirección General de Turismo con el conjunto del sector turístico, entidades representativas del sector.  Reuniones Consejo Superior de Cámaras plan de digitalización: 3 reuniones.  4 reuniones con CEHTA para sostenibilidad social.  Reuniones con el Arzobispado de Zaragoza para potenciar el turismo religioso.  Reuniones con FAM, 24 reuniones para el plan de senderos turísticos y otras actuaciones.  Reuniones para rutas del Vino, 6 reuniones.  Reuniones impulso gastronomía, con la Academia de Gastronomía, 12 reuniones. Consejo regulador del Ternasco.  Acuerdo para promoción turismo ornitológico.  Acuerdo con Cámara de Comercio para Semana Goya.  Visitas San Juan en Familia.  Reuniones anuales con asociaciones y sector público para planificación de ferias y promoción turística</p>	100%	DIRECCION GENERAL, ORDENACIÓN, PROMOCIÓN, INFRAESTRUCTURAS, TURISMO DE ARAGÓN
	2	Coordinación y cooperación interinstitucional. Alinear y coordinar acciones entre los agentes públicos aragoneses a través de distintos foros de cooperación y coordinación. Cooperar y coordinar acciones con el sector público local, autonómico y estatal, además de con entes internacionales, para los asuntos relacionados con el turismo.	Nº de foros realizados Nº de acuerdos alcanzados Creación de una línea de actuación conjunta	<p>FITE: Reuniones continuas on line, con las 10 comarcas turolenses.  28 planes de Sostenibilidad Turística extraordinarios, 3 reuniones con cada uno de los entes.  Plan Pirineos, 3 reuniones con los beneficiarios. Participación en la Comisión de Bruselas para la actualización de la Ley de Viajes Combinados.  6 Planes de sostenibilidad:  Comarca Aranda  Comarca Bajo Cinca  Comarca Andorra Sierra de Arcos  Comarca Cinco Villas  Comarca Gudar Javalambre  Ayuntamiento de Vellilla de Ebro  13 Colaboraciones promocional con instituciones:  Comarca Campo de Daroca. Jornadas de la Trufa.  Comarca de Sobrarbe. Visitas San Victorian (varios años)  Ayuntamiento de Andorra. Jornada Tambor y Bombo.  Ayuntamiento de Ejulve. Silent Route.  Ayuntamiento de Huesca. Es Dulce  Ayuntamiento de Zaragoza. Monumental Tour.  Ayuntamiento de Zaragoza. Zaragoza Florece.  Ayuntamiento de Cosuenda. Promoción Actos Culturales.  Comarca de Sobrarbe. Festival Espiello.  Acuerdo con el ayto de Zaragoza OOTT Delicias y Aeropuerto.  Acuerdo con DPZ cesión local plaza España, Oficina de Turismo de Aragón.  Coordinación Red OOTT de Aragón.  Reuniones anuales con los técnicos de comarcas en 2021 y 2022.</p>	100%	DIRECCION GENERAL, ORDENACIÓN, PROMOCIÓN, INFRAESTRUCTURAS, TURISMO DE ARAGÓN

3	<p>Coordinación interdepartamental. Reforzar un entorno de colaboración y coordinación institucional, principalmente a través de la Comisión interdepartamental de turismo, para garantizar una mejor consecución de los objetivos en materia de turismo y la puesta en marcha de acciones comunes en coordinación con el sector privado.</p>	<p>Nº de reuniones al año Coordinación de objetivos</p>	<p>Coordinación con el Dpto. de Agricultura, alimentos de Aragón 20 reuniones. Madrid Fusión-. FITUR Reuniones DG Medio Natural con espacios naturales protegidos, 52 reuniones. Reuniones con DG Deporte para el plan general de deporte y colaboración en actuaciones, 8 reuniones. Reuniones con DG de Cultura, 12 reuniones. Reuniones Dpt. Vertebración, plan de la bicicleta, 12 reuniones Reuniones admin. Local: aula comarcal y consejo de cooperación comarcal, 6 reuniones 0 reuniones de la comisión interdepartamental de turismo. El consejo de turismo ha cumplido su función. Reuniones continuadas con Dpto. de Agricultura para promoción conjunta y reuniones con Medioambiente y con Cultura-Deporte para encontrar sinergias.</p>	<p>100%</p>	<p>DIRECCION GENERAL, ORDENACIÓN, PROMOCIÓN, INFRAESTRUCTURAS</p>
4	<p>Cooperación exterior. Cooperar con Comunidades autónomas vecinas y grupos internacionales para la creación de proyectos en torno a intereses comunes. Colaboración con Turespaña en las acciones de promoción de Aragón en el exterior.</p>	<p>Nº de reuniones realizadas Objetivos comunes en planes estratégicos Proyectos creados</p>	<p>Reuniones C.Valenciana, Santo Grial, 2 reuniones. Reuniones Cruz de Caravaca, 4 reuniones. Reuniones ruta del Cid, Camino de Santiago (TA) Reuniones bilaterales con Andalucía, Galicia y País Vasco Reuniones ciudades del AVE Reuniones con CCAA y destinos españoles para el desarrollo del producto España Andalusi dentro del programa experiencias España 2 reuniones anuales con los Consejeros de Turespaña para delinear las acciones de promoción turística de Aragón en el exterior. Reuniones anuales desde 2022 con CCAA en el Centro Nacional de Coordinación Eurovelo, para la promoción del cicloturismo y de la ruta ibérica</p>	<p>100%</p>	<p>DIRECCION GENERAL, ORDENACIÓN, PROMOCIÓN, INFRAESTRUCTURAS</p>
5	<p>Información turística. Reforzar un entorno de coordinación y colaboración entre las oficinas de turismo que conduzca a compartir la información global de Aragón en materia de recursos territoriales, turísticos y de celebración de eventos.</p>	<p>Frecuencia de intercambio de información</p>	<p>Envío mensual de documentación, incluyendo noticias relevantes. 1 Reunión anual de coordinación y formación , en cada una de las tres provincias. Formación en coordinación con Montaña Segura durante varias ediciones.</p>	<p>100%</p>	<p>TURISMO DE ARAGON</p>
6	<p>Agencias receptoras. Impulsar las agencias receptoras que trabajen el destino Aragón, reforzando su coordinación y visibilidad, así como su participación en las acciones promocionales.</p>	<p>Porcentaje de participación en acciones promocionales conjuntas</p>	<p>Colaboración estrecha en ferias, actos de promoción, jornadas de profesionales, famtrips... Reunión anual de planificación y participación conjunta. Promoción conjunta en el exterior, estrategia: destino + DMC Aragón. La principal asociación de agencias receptoras no ha dejado de crecer desde 2020 y hoy la forman 23 agencias, muchas de reciente creación. Alineamiento con los objetivos de la DG</p>	<p>100%</p>	<p>PROMOCIÓN</p>
7	<p>Ayudas y subvenciones en materia de turismo. Establecer convocatorias de subvenciones centradas en actuaciones que desarrollen la promoción y difusión de la oferta y de los recursos disponibles del sector turístico aragonés, así como infraestructuras, nuevas tecnologías y otras que se consideren convenientes.</p>	<p>Nº de convocatorias Cuantía entregada</p>	<p>Nº Convocatorias: 9. Cuantía: 58.347.766,16€. Subvenciones Directas: 77. Cuantías: 19.316.304,54€</p>	<p>100%</p>	<p>ORDENACIÓN E INFRAESTRUCTURAS</p>

Objetivo2: Creación de productos turísticos sostenibles e innovadores. Consolidación y desarrollo de productos y otras acciones de promoción	8	Creación de nuevos productos innovadores. Desarrollo y consolidación de los existentes. Crear nuevos productos turísticos innovadores, especialmente basados en la sostenibilidad y en el ecoturismo, que contribuyan a la desestacionalización turística. Desarrollar y consolidar los productos ya existentes y detectar y trabajar nuevos nichos de mercado estratégicos.	Nº de productos desarrollados Evolución nº viajeros Estudios de mercado	Desarrollo de SLOWDRIVING, T. FAMILIAR, T. ORNITOLÓGICO, T. RELIGIOSO (ruta iglesias históricas Zgz), PESCA, ASTROTURISMO, MUDEJAR-ANDALUSI, CICLOTURISMO, ENOTURISMO, PESCA, ENP, T.DEPORTIVO, T.RURAL, PATRIMONIO CULTURAL, ECOTURISMO, EXPERIENCIAS. Estadísticas proporcionadas en doc. Aparte. Superada la pandemia niveles récord de turistas y pernoctaciones, pte. recuperación total turismo extranjero	100%	PROMOCIÓN E INFRAESTRUCTURAS
	9	Experiencias turísticas. Incentivar al sector para crear, desarrollar y promocionar experiencias turísticas innovadoras, originales, sostenibles y diferenciales que ayuden a destacar a Aragón sobre otras regiones. Coordinar opciones para facilitar la comercialización.	Nº de experiencias creadas Nº de campañas realizadas	2 campañas turísticas realizadas: Aragón por miles de emociones y Ven de propio. 100 experiencias creadas en 4 años, con el concurso anual de experiencias turísticas.	100%	PROMOCIÓN
	10	Promoción en mercados emisores nacionales e internacionales. Realizar acciones de promoción y desarrollar campañas innovadoras en los mercados emisores a nivel nacional e internacional, incidiendo en aquellos en los que haya conexión directa, así como en los considerados estratégicos.	Nº de acciones realizadas	Incremento de la promoción exponencial desde 2021 con la reapertura gradual, muchas con Turespaña. <b>2021:</b> nc; <b>2022:</b> 50; <b>2023:</b> 84; <b>2024:</b> 91	100%	PROMOCIÓN
	11	Ferías, actos de promoción y acciones "puerta a puerta". Promocionar Aragón en ferias específicas y generalistas, de carácter presencial u online, tanto de ámbito nacional como internacional. Realizar actos de promoción, misiones comerciales y acciones "puerta a puerta" en los mercados emisores nacionales e internacionales.	Nº de ferias realizadas y a las que se haya asistido Nº de acciones realizadas	Ferías, AP, <b>2021:</b> nc; <b>2022:</b> 41 ferias-actos-jornadas; <b>2023:</b> 50 ferias-actos-jornadas; <b>2024:</b> 67	100%	PROMOCIÓN
	12	Fam trips, Press trips y Blog trips. Realización y colaboración en viajes de familiarización específicos de prensa o agentes especializados para promocionar Aragón.	Nº de viajes realizados	<b>2021:</b> nc; <b>2022:</b> 25; <b>2023:</b> 34; <b>2024:</b> 12	100%	PROMOCIÓN
	13	Campañas de publicidad. Impulsar y colaborar en campañas de publicidad, en diferentes soportes, que resalten los distintos recursos, productos y experiencias turísticas para favorecer el posicionamiento de Aragón como destino turístico atractivo en mercados nacionales e internacionales.	Nº de campañas realizadas Nº de soportes utilizados	<b>2021:</b> 45 + 1 plan de medios general (50 inserciones aprox); <b>2022:</b> 53 ; <b>2023:</b> 65; <b>2024:</b> 4 planes de medios generales (100 acciones aprox.), por 1ª vez campañas trimestrales por estaciones, 4 campañas en Hispanoamérica, 2 campañas en medios de agencias de viajes (Interrías y Puenteclub). <b>Soportes:</b> radio, TV, pantallas exteriores, web, carteles, RRSS...	100%	PROMOCIÓN
	14	Club de producto y asociacionismo. Promover la creación y dinamización de los clubes de producto y del asociacionismo a través de acciones que incorporen la colaboración y coordinación entre diferentes agentes implicados.	Nº de clubes creados Nº de asociaciones creadas Nº de empresas asociadas	Club de producto cluster turismo sostenible, Club de producto Birding Aragón, e impulso de ARPTA (23 empresas)	100%	PROMOCIÓN Y ORDENACIÓN
Objetivo 3: Formación e investigación en turismo sostenible y digitalización para un destino más resiliente	15	Observatorio Turístico de Aragón. Diseñar e implementar el Observatorio Turístico de Aragón, un proyecto global alineado a los ODS 2030, capaz de monitorizar con indicadores la tendencia de la industria turística aragonesa, de realizar estudios de investigación y de evaluar los planes y estrategias turísticas, facilitando la información necesaria para la toma de decisiones.	Nº de acciones encaminadas a la creación del Observatorio Turístico de Aragón Creación del Observatorio Turístico de Aragón	Acciones previas para la creación del Obs. Turístico de Aragón. Iniciativa sin ejecución. Conversión de OTA (Observatorio Turístico de Aragón) en SITAR (Sistema de Inteligencia Turística de Aragón)	100%	DIRECCION GENERAL, ORDENACIÓN, PROMOCIÓN, INFRAESTRUCTURAS, TURISMO DE ARAGÓN
	16	Estudios turísticos. Impulsar y realizar estudios para la creación, desarrollo y ejecución de productos turísticos, así como detectar las posibles vías de gestión y comercialización.	Nº de estudios impulsados	Estudio Dinamización del Monasterio de Rueda. Estudio de Digitalización de San Juan de la Peña. Análisis de funcionamiento operativo de San Juan de la Peña Estudio de Dinámica de flujos turísticos en piloto Silent Route. Estudio Plan Estratégico de Turismo Deportivo. Estudio de Señalética Sightho Teruel. Adaptación estudio de seguridad aeródromo Santa Cilia. Plan Director Inteligencia Turística. Análisis de adaptación de webs. Estudios basados en Bigdata. Estudios de viabilidad de establecimientos encomendados. Estudio producto turístico Goya. Estudio producto turístico T. accesible. Estudio producto turístico Corona de Aragón. Actualización Estudio producto turístico T. halal. Estudio producto turístico T. mudéjar. Estudio producto turístico Pesca	100%	DIRECCIÓN GENERAL, PROMOCIÓN, TURISMO DE ARAGÓN
	17	"Conectar el turismo con la ciencia". Impulsar la I+D+i y la transferencia de conocimiento e innovación tecnológica a la industria turística	Nº de proyectos I+D+i en turismo de Aragón Financiación destinada a I+D+i	Proyectos como RITA-SITAR, informador Goya Avatar, holograma soldado celtibero, video 360 bienes patrimonio mundial, mudéjar en RV...Financiación aprox. 150.000€	100%	DIRECCIÓN GENERAL

	18	Colaboración con Universidad y Educación. Colaboración con la Universidad y con las entidades públicas y privadas con funciones en materia educativa para la formación en turismo y la promoción del destino en todos los niveles de enseñanza.	Nº de reuniones/acuerdos/proyectos realizados conjuntamente	12 reuniones con la Escuela de Turismo. Firma convenio anual que permite la realización de prácticas de estudiantes en todas las ferias y en las oficinas de la DGT Colaboración en las pruebas para habilitación guías de Turismo	100%	DIRECCIÓN GENERAL, ORDENACIÓN, PROMOCIÓN
	19	Prescriptores territoriales y Redes de conocimiento turístico. Dar a conocer, formar y promocionar Aragón entre los agentes públicos y privados aragoneses. Publicación de una newsletter para compartir conocimiento turístico, experiencias innovadoras, buenas prácticas y la promoción de destinos y productos. Programación de encuentros y jornadas de profesionales del sector turístico presenciales o virtuales.	Publicación de la newsletter Nº de jornadas realizadas	Se han realizado un total de 73 jornadas de promoción y formación. Publicación newsletter mensual desde 2022 (nuevo diseño 2024) Identificar influencers turísticos con un alto nivel de credibilidad que actúan como embajadores de la Comunidad. Integrar a estos prescriptores en campañas de comunicación en redes sociales, videos y otros contenidos que amplifiquen el alcance de nuestro mensaje. E invitación a Feria de Fitur y Aratur. Gala Experiencias Turísticas. Entrega de premios y medallas turísticas para que compartan su experiencia en redes y canales de comunicación. Jornadas OOTT (todos los años), 3 jornadas turismo sefardí (2023), 2 jornadas ecoturismo (2023), 1 jornada astroturismo (2023), 6 jornadas turismo andalusi (2024)	100%	DIRECCION GENERAL, ORDENACIÓN, PROMOCIÓN, INFRAESTRUCTURAS, TURISMO DE ARAGÓN
	20	Formación turística presencial y online. Acciones de formación específicas para el sector turístico, tanto propias como en coordinación con otras entidades, en las diferentes áreas de conocimiento.	Nº de acciones realizadas	4 reuniones Consejo Superior de Cámaras: Plan de digitalización de Aragón. 3 Jornadas turismo Sefardí, una en cada provincia. 2 jornadas ecoturismo (2023), 1 jornada astroturismo (2023), 6 jornadas turismo andalusi (2024). Jornadas formación OOTT Jornada Recursos turísticos de Aragón Informadores Turísticos del ayto de Zaragoza. Cursos formativos alumnos en prácticas de FITUR.	50%	DIRECCION GENERAL, ORDENACIÓN, PROMOCIÓN, INFRAESTRUCTURAS, TURISMO DE ARAGÓN
Objetivo 4: Posicionamiento de Aragón como destino sostenible, accesible, experiencial, de bienestar, calidad y de eventos.	21	Posicionamiento como destino sostenible. Trabajar con los agentes públicos y privados para que Aragón se posicione en los mercados nacionales e internacionales como un destino referente en turismo sostenible y de calidad.	Nº de acciones realizadas en relación con el Turismo Sostenible Nº de proyectos de sostenibilidad turística realizados	PST ordinarios: 6 PST extraordinarios: 28. Planes de Sostenibilidad. Subvenciones de eficiencia energética. jornadas ecoturismo (2023) para sector público y privado	2 100%	DIRECCION GENERAL, ORDENACIÓN, PROMOCIÓN, TURISMO DE ARAGÓN
	22	Impulsar prácticas de turismo sostenible. Impulsar prácticas de turismo sostenible, en coordinación con el departamento del Gobierno de Aragón competente en materia de Medio Ambiente, que impliquen el cuidado de los recursos naturales y refuercen la importancia que la naturaleza y el ecoturismo tienen en Aragón.	Nº de proyectos realizados en coordinación con Medio Ambiente Nº de jornadas de concienciación y formación	Cartas europeas T.Sostenible: 4, 2 Geoparques: Sobrarbe, Maestrazgo Reserva de la Biosfera-Ordesa Patronatos Espacios Naturales Protegidos, 52 reuniones Comisión Senderos Turísticos de Aragón: aprobación de 4.207,62 Km de nuevos senderos. 2 reuniones anuales. Planes de Sostenibilidad. Subvenciones de eficiencia energética. Reuniones de promoción con DG medio natural y ENP para unificar materiales de promoción. Participación en feria nacional de ecoturismo, Naturcy, desde 2022. Participación en el congreso nacional de ecoturismo en 2021 y 2022. Impulso de la categoría "experiencias de ecoturismo" desde 2022 dentro del concurso mejor experiencia turística de Aragón	70%	DIRECCION GENERAL, ORDENACIÓN, PROMOCIÓN, TURISMO DE ARAGÓN
	23	Sellos y certificaciones en calidad y sostenibilidad. Fomento de la adhesión a los sellos y certificaciones de renombre y prestigio nacionales e internacionales dirigidos a lograr una mayor calidad y sostenibilidad.	Nº de acciones encaminadas al fomento de adhesión a sellos y certificaciones	Sellos COVID sectores turísticos PAZ Reuniones S Sostenibilidad	70%	ORDENACIÓN, TURISMO DE ARAGÓN
	24	Aragón: destino accesible e inclusivo. Promover acciones que fomenten la accesibilidad turística en el territorio y que favorezcan el posicionamiento de Aragón como destino accesible e inclusivo.	Nº de acciones encaminadas a fomentar la accesibilidad e inclusión turística	Normativas turísticas publicadas: aloj. Aire libre, VUT Plan inspección turística anual que contempla la accesibilidad. Jornadas con Inclucina. Jornadas de esquí con Atades. Estudio de T. accesible (pte. De desarrollo y 2ª parte)	100%	ORDENACIÓN, PROMOCIÓN, INFRAESTRUCTURAS, TURISMO DE ARAGÓN
	25	Aragón: destino experiencial y de bienestar. Promover el turismo experiencial y de bienestar como producto turístico diferencial y singular de Aragón para la mejora de la calidad de vida y puesta en valor de los recursos del territorio. Fomentar la interacción entre la población local y los turistas.	Nº de acciones basadas en experiencias encaminadas a fomentar el turismo experiencial y de bienestar Nº de experiencias y productos turísticos desarrollados en contacto con la población local	Enoturismo Bonos turísticos Covid Bonos Hospederías concursos de mejor experiencia turística de Aragón	4 100%	PROMOCIÓN y TURISMO DE ARAGÓN

	26	Aragón: destino de eventos y citybreaks. Promocionar y posicionar Aragón como destino MICE, cultural y deportivo tanto a nivel nacional como internacional, incluyendo la atracción de nuevos eventos y el fomento de citybreaks en los territorios con conexión directa.	Nº de eventos realizados Nº de campañas realizadas Nº de turistas y tasa de variación interanua	Comienza a potenciarse en 2024, con participación en los principales eventos de Aragón (antes de eso mediante patrocinios), atracción de congresos como CEAV, estrategia con T. deportivo y participación en la feria MICE de referencia, IBTM World . Nº DE TURISTAS EN CRECIMIENTO EXPONENCIAL DESDE 2021, SUPERADOS LOS DATOS DE 2019. Datos en docs. aparte	25% y 100%	PROMOCIÓN
<b>Objetivo 5: Profesionalización y ordenación del sector turístico. Lucha contra el intrusismo.</b>	27	Actualización de bases reguladoras para la concesión de subvenciones en materia de turismo. Tramitación de una Orden por la que se establezcan las bases reguladoras para la concesión de subvenciones en materia de turismo.	Aprobación de la orden	Orden ICD/746/2021, de 21 de junio, por la que se aprueban las bases reguladoras para la concesión de subvenciones en materia de turismo	100%	ORDENACIÓN
	28	Inspección turística y lucha contra el intrusismo. Mejorar los resultados de la inspección turística con vigilancia, conocimiento y difusión del Plan de Inspección Turística, con especial énfasis en el control e inspección de alojamientos ilegales y otros servicios y empresas que operan al margen de la ley. Impulsar la lucha contra el intrusismo en todas sus facetas, involucrando a todo el sector y a otras administraciones con competencia en la materia	Nº de inspecciones realizadas Nº de jornadas realizadas	Inspecciones de Turismo realizadas:  - 2021: 1.356  -2022: 1.375  -2023: 1.384  -2024: en curso	100%	ORDENACIÓN E INFRAESTRUCTURAS
	29	Guías oficiales. Potenciar el trabajo de los guías oficiales a través de la mejora de su formación, la promoción y difusión de su labor y el control de los no profesionales.	% de guías oficiales contratados Acciones de formación de guías oficiales y/o proyectos reconocimiento de su labor	Pruebas de habilitación de guías de turismo: 1 convocatoria-2022 TURISMO DE ARAGON: Contrataciones	100%	ORDENACIÓN Y PROMOCIÓN
	30	Manuales para la profesionalización. Desarrollo, mantenimiento y evaluación de manuales de calidad y excelencia para la profesionalización del sector turístico.	Redacción/evaluación de manuales	Sostenibilidad turística social con la Conf. De Empresarios de Hostelería de Aragón	50%	ORDENACIÓN Y PROMOCIÓN
	31	Actualización normativa de Turismo Activo. Tramitación de un Decreto por el que se apruebe el Reglamento de las empresas de Turismo Activo de Aragón.	Aprobación del Decreto	Decreto 39/2021, de 10 de febrero, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento de las empresas de turismo activo	100%	ORDENACIÓN E INFRAESTRUCTURAS
	32	Actualización normativa de alojamientos al aire libre y áreas de autocaravanas. Tramitación de un Decreto por el que se apruebe un nuevo Reglamento de Alojamientos al aire libre y áreas de autocaravanas de Aragón.	Aprobación del Decreto	Decreto 35/2023, de 5 de abril, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento de los establecimientos de alojamiento turístico al aire libre y los alojamientos turísticos singulares	100%	ORDENACIÓN E INFRAESTRUCTURAS
	33	Actualización normativa de bares, restaurantes y cafeterías. Tramitación de un Decreto por el que se apruebe un nuevo Reglamento de bares, restaurantes y cafeterías de Aragón.	Aprobación del Decreto	Consulta pública previa entre el 12 de septiembre y el 11 de octubre de 2023	50%	ORDENACIÓN E INFRAESTRUCTURAS
	34	Actualización normativa de precios y reservas. Tramitación de un nuevo Decreto sobre régimen de precios, reservas y servicios complementarios en establecimientos de alojamientos turísticos.	Aprobación del Decreto	Trámite de audiencia e información pública (Resolución de 10 de julio de 2024, del Director General de Turismo y Hostelería)	70%	ORDENACIÓN E INFRAESTRUCTURAS
	35	Actualización normativa de Viviendas de Uso Turístico (VUT). Tramitación de un Decreto por el que se apruebe el Reglamento de las Viviendas de Uso Turístico (VUT) de Aragón.	Aprobación del Decreto	Decreto 1/2023, de 11 de enero, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento de las viviendas de uso turístico en Aragón	100%	ORDENACIÓN E INFRAESTRUCTURAS

<p><b>Objetivo 6: Fomentar el uso de las TIC para coordinar agentes y promocionar destinos y experiencias.</b></p>	<p>36</p>	<p>Plan de estrategia online. Crear y coordinar un plan de estrategia online que incluya diferentes instrumentos y acciones de difusión y promoción para los agentes del sector. Realización de campañas de publicidad dirigidas a la atracción de turistas a través de los portales turísticos más populares.</p>	<p>Creación del plan de estrategia online Nº de campañas realizadas en portales turísticos</p>	<p>Reuniones de coordinación para la realización de un plan de marketing online donde se analiza la situación actual y definición de objetivos. La segmentación del público objetivo. Creación de estrategias de difusión y promoción online. Email Marketing. Marketing de contenidos y SEO. Formación y coordinación con los agentes del sector. Colaboración con prescriptores. Medición y análisis de resultados. Nº Campañas con portales online: *Campaña en portal MiNube. Creación espacio propio y promoción RRSS. Campaña de promoción a través de portales web turísticos de ámbito nacional orientada al posicionamiento de la marca Aragón y la diferenciación de la marca como destino turístico  *Campaña en portal España Fascinante. Creación de 3 artículos, redes sociales, newsletter. Inserción de artículos promocionales en Portal web España Fascinante. Anuncios en RR.SS y newsletter  *Campaña difusión de eventos de Turismo de Aragón en perfiles redes sociales Enjoy Zaragoza.  * Campaña Zgz Ciudad / Huunted. Creación de vídeos, reels con contenido propio para difundir las fiestas de interés turístico de Aragón.</p>	<p>100%</p>	<p>TURISMO DE ARAGON y PROMOCIÓN</p>
	<p>37</p>	<p>Foro profesional. Dinamizar el foro profesional existente como instrumento de comunicación entre los agentes del sector, habilitando mecanismos de comunicación dinámicos y ágiles, utilizando aplicaciones rápidas de difusión o promoviendo comunicaciones periódicas de fácil visualización e interacción.</p>	<p>Nº de acciones de dinamización y mejora del foro profesional</p>	<p>Actualización de noticias y newsletter al sector</p>	<p>100%</p>	<p>TURISMO DE ARAGON</p>
	<p>38</p>	<p>Big data turístico y herramientas tecnológicas. Impulsar un proyecto de Big Data que favorezca el análisis de datos y con ello la toma de decisiones para mejorar el conocimiento de datos analíticos, además de mejorar el posicionamiento de los portales y publicaciones digitales del Gobierno de Aragón. Promover el uso y actualización de herramientas tecnológicas que fomenten la interacción con el turista y que contribuyan a facilitar y mejorar su experiencia en el destino.</p>	<p>Nº de acciones para impulsar el proyecto Big Data turístico Nº de acciones para impulsar herramientas tecnológicas Nº de acciones de mejora de posicionamiento</p>	<p>Contratación con Mabrian análisis Comportamiento, Telco y Gasto. Firma de UMI con el ITA para desarrollo RITA (Bigdata). Mejora experiencia cliente a través de RX, y captura de datos, en MSIPeña y Mrueda. Análisis de flujos vía IoT (piloto Silent Route) Diseño de la marca Inteligencia Turística. Participación en Congresos y Jornadas especializadas. API para OOTTs Análisis para uso de herramientas de marketing digital.</p>		<p>TURISMO DE ARAGON</p>
	<p>39</p>	<p>Portales turísticos de Aragón. Actualización, traducción y mantenimiento de las páginas web turísticas del Gobierno de Aragón.</p>	<p>Nº de acciones de actualización de los portales turísticos del Gobierno de Aragón</p>	<p>Web de Turismo de Aragón: nuevas landings en japonés, coreano y portugués (2022). Renovación webs de Camino de Santiago por Aragón ,San Juan de la Peña, Slowdriving Aragón, Experiencias turísticas, Birding Aragón, recreaciones históricas y gastronomía aragonesa (enoturismo Aragón en curso). Lanzamiento web de fishinginAragon (2021). Traducción a inglés y francés de web de Rueda. Nueva página de venta de entradas online para San Juan de la Peña y Rueda.</p>	<p>100%</p>	<p>TURISMO DE ARAGON y PROMOCIÓN</p>

40	Fortalecimiento de las redes sociales. Refuerzo de la actividad en redes sociales. Implementación de las redes sociales en idiomas como parte de una estrategia global de internacionalización para la promoción y expansión del turismo de Aragón.	Introducción de diversos idiomas en las redes sociales KPI de los diferentes perfiles (impacto generado por post, proporción de seguidores sobre seguidos, número de interacciones totales, nº de post al día, etc.)	Fortalecimiento de las redes sociales: * Creación de nuevos perfiles Turismo de Aragón : Tik Tok. LinkedIn. * Identificar influencers relevantes y colaborar con los afines a los valores y la oferta del destino. "Salta Conmigo" . Hilo/reportaje individual en Twitter e Instagram con la marca #LaBrasaTorrijos sobre patrimonio de Aragón. Reportaje narrativo en RR.SS. (Twitter e Instagram) sobre los monasterios de San Adrián de Sasabé y San Juan de la Peña *Se han hecho campañas segmentadas invirtiendo en anuncios de Facebook ADS, Instagram Ads. : Ruta nocturna Iglesias Histórica de Zaragoza. "Huesca la Magia, mejor destino de turismo de aventura" ,Bono de Hospederías de Aragón. * Difusión en ferias y eventos promocionales apoyados de sorteos y concursos. "Cocina invertida Fitur" "Zaragoza Florece" "Monumental Tour" * Campaña potenciación Camino de Santiago por Aragón. Concurso en redes. * Estrategia de comunicación de patrocinios en redes. Principalmente en LinkedIn se apuesta por que los patrocinios no se perciban solo como un apoyo financiero, sino como catalizadores para inspirar a conocer y venir a Aragón. Destacamos las colaboraciones con otras entidades, como los patrocinios de eventos deportivos o acuerdos con ayuntamientos, etc. para fortalecer la marca, aumentar la visibilidad y transmitir una relación de confianza con el público. Destacamos la sinergia entre los eventos y la promoción del turismo local como un impacto positivo en el comercio, la hostelería, el desarrollo económico...  La Internacionalización de redes no se ha llevado a cabo. (introducción algunos post en inglés para promocionar las Bodas de Isabel, Teruel) Difusión OET Turespaña.		TURISMO DE ARAGON
41	Intranet de las oficinas de turismo. Dinamizar y complementar la intranet de las oficinas de turismo con nuevas herramientas e instrumentos de comunicación.	Nº de acciones encaminadas a la actualización de la intranet	Implantada y permanentemente actualizada	100%	TURISMO DE ARAGON
42	Banco de imágenes. Creación de un banco de imágenes y vídeos turísticos de Aragón para compartir entre las distintas entidades profesionales turísticas aragonesas.	Nº de acciones encaminadas a la creación del banco de imágenes y vídeos turísticos Nº de imágenes y vídeos cedidos	Banco de fotos, vídeos y reels a través de varias campañas: "Ven de propio" , minube. Creación de un banco de fotos general desde promoción turística en colaboración con AST (2023-2024, todavía no difundido). Compartición de recursos continua con el sector, a petición, a demanda. Creación de vídeos cortos para eventos: Motorland Aragón.	100%	TURISMO DE ARAGON y PROMOCIÓN
Objetivo 7: Empleo de la gastronomía y la excelencia del producto local como dinamizador del turismo.	43 Desarrollo local a través del turismo y la gastronomía. Colaboración con el Departamento del Gobierno de Aragón competente en materia de agricultura y alimentación y con otras entidades para cuestiones de desarrollo del territorio a través del turismo y la gastronomía.	Nº de reuniones interdepartamentales realizadas Establecimiento de objetivos comunes	Coordinación con el Dpto. de Agricultura, alimentos de Aragón 20 reuniones. Coordinación para acciones comunes de Turismo y Gastronomía desde 2022: acto en Burdeos, campaña en establecimientos comerciales con AIAA, Motorland participación conjunta, Madrid Fusion participación conjunta 2023 y 2024...	100%	ORDENACIÓN Y PROMOCIÓN
	44 Eventos gastronómicos. Estimular y fortalecer eventos y jornadas que promuevan la gastronomía aragonesa, así como difundir rutas gastronómicas.	Nº de eventos realizados	Madrid Fusión 2022-2023-2024: 3 eventos. FITUR 2024: 1 evento. Gastronomía: 3 eventos. Jornada gastronomía andalusí: 1 evento. Día Mundial de la Tapa en Milan (2023): 1 evento. Lyon Street Food Festival (2024): 1 evento	100%	ORDENACIÓN Y PROMOCIÓN
	45 Kilómetro 0. Promover, impulsar y promocionar la utilización de productos de proximidad, sostenibles y de calidad. Sensibilizar al sector hostelero para ofrecer gastronomía aragonesa a través de la creación de una identificación para establecimientos que trabajen habitualmente con productos y recetas aragonesas, especialmente frescos y de Km0.	Nº de acciones de promoción y sensibilización realizadas sobre este tipo de productos Creación de la identificación	Se ha delegado en el Dpto. de Agricultura y Alimentación (DG de promoción agroalimentaria), a quién realmente pertenece esta competencia.	0%	ORDENACIÓN Y PROMOCIÓN
	46 Impulso de la profesionalización. Incentivar la colaboración con los centros de formación en hostelería y turismo para la promoción, formación y profesionalización del sector.	Nº de reuniones o acciones encaminadas al impulso	Colaboración en 2ed. De FITUR con Escuela Hostelería Miralbueno. Colaboración con las escuelas de hostelería de ZGZ, HU, TE en FITUR 2024. Colaboración con asoc. De maitres y barmans en 3 eds. De FITUR. Colaboración con Instituto Halal para impulso T. halal. Reuniones con CEHTA HORECA para la creación de una escuela de hostelería de Aragón	50%	DIRECCIÓN GENERAL Y ORDENACIÓN
	47 Promoción del producto y turismo gastronómico. Impulso del plan de gastronomía de Aragón para potenciar el conocimiento de los productos aragoneses fomentando las Denominaciones de Origen, Indicaciones Geográficas Protegidas u otras figuras de calidad diferenciada. Promoción del turismo gastronómico de Aragón a nivel local, nacional e internacional.	Nº de campañas realizadas	Rutas del vino-convenios: 10 años continuados de promoción de Enoturismo Aragón. Publicación de la Agenda Gastronómica de Aragón cada año. No hay Plan de Gastronomía de Aragón	50%	DIRECCIÓN GENERAL, PROMOCIÓN Y ORDENACIÓN
	48 Agenda gastronómica. Actualizar y promocionar la agenda gastronómica con la recopilación de la gastronomía tradicional e innovadora, así como la oferta de turismo gastronómico.	Actualización de la agenda gastronómica Nº acciones de promoción	Anualmente	100%	DIRECCIÓN GENERAL, PROMOCIÓN Y ORDENACIÓN
	49 Difusión de la marca "Enoturismo Aragón". Fomento y promoción de la marca "Enoturismo Aragón" con las cuatro rutas turísticas del vino.	Nº acciones de promoción	Convenios anuales rutas del vino: 2021, 2022, 2023, 2024	100%	PROMOCIÓN Y ORDENACIÓN

<p>Objetivo 8: Impulsar la imagen de Aragón para atraer y fidelizar al turista, ofreciendo una experiencia emocional y diferencial.</p>	<p>50</p>	<p>Experiencias emocionales. Consolidar una imagen de Aragón como destino experiencial de calidad a través de campañas publicitarias a nivel nacional e internacional enfocadas al marketing emocional, auténtico y experiencial con el fin de captar la atención del público final y atraer nuevos turistas interesados en experiencias saludables y sensoriales.</p>	<p>Nº de campañas u otras acciones de promoción</p>	<p>Campañas totales: 175 aprox. entre 2021 y 2024  PATROCINIOS, entre otros:  Patrocinio competición All Radical Benasque  Patrocinio Liga Plenitude ASOBAL  Patrocinio publicitario de la marcha cocloturista Quebrantahuesos 2024  Patrocinio club voleibol Teruel temporada 2024/2025  Patrocinio de Trip&amp;Track Aragón 2023  Patrocinio Copa Pirineos  Patrocinio torneo Golf Ladies open Gambito Calatayud  patrocinio II Campeonato Nacional de Tapas Hostelería de España  Patrocinio Rally Teruel Mudejar  Patrocinio Aragón Fashion week 2024  Patrocinio documental imprenta judía en Hajar  Patrocinio golfista Jorge Maicas  Patrocinio partido futbol Serbia España 25 septiembre UEFA National League  Patrocinio documental "Traeme una palabra"</p>	<p>100%</p>	<p>TURISMO DE ARAGON y PROMOCIÓN</p>
	<p>51</p>	<p>Turismo de naturaleza, slow y wellness. Impulsar la imagen de Aragón como destino de naturaleza, slow y wellness potenciando especialmente los balnearios de Aragón, así como el turismo espiritual y religioso.</p>	<p>Nº de campañas u otras acciones de promoción</p>	<p>Campañas totales: 175 aprox. entre 2021 y 2024. Entre ellas hay medios como Escapada rural, branded content de slowdriving... no hay campañas sobre balnearios ni t. religioso, sí se ha hecho campaña con el lanzamiento de la ruta iglesias históricas de Zgz</p>	<p>50%</p>	<p>TURISMO DE ARAGON y PROMOCIÓN</p>
	<p>52</p>	<p>"Embajadores de Aragón". Mantener e impulsar esta figura, realizando campañas con personajes populares con capacidad de atracción y de reconocido prestigio como prescriptores de Aragón.</p>	<p>Nº de campañas u otras acciones de promoción  Nº de nuevos embajadores</p>	<p>Video Voces de Goya con BVocal.  Creación de videos y reels para Instagram y tik tok aprovechando los famosos que participaron en la campaña "Aragón Pruébalo y verás" para dinamizar las redes a través de estos embajadores. Itziar Miranda, Carmen París, Paula Ortiz, Víctor Fernández, Luisa Gavasa, Teresa Perales, Miguel Ángel Tirado, Kase-O, Amaral...  Mini entrevista para redes de los dos integrantes de operación triunfo Juanjo Bona y Naiara Moreno como promoción de un evento de Zaragoza. Se realizan entrevistas con personas de Centro y Sudamérica (en México, Colombia, Uruguay, Argentina...) hablando de Aragón</p>	<p>50%</p>	<p>TURISMO DE ARAGON y PROMOCIÓN</p>
	<p>53</p>	<p>Film Commission. Fortalecer la relación con la Film Commission de Aragón y de España, trabajando de forma coordinada para atraer y mantener el mayor número de rodajes en nuestro territorio y promocionar el destino integral de Aragón. Facilitar la información necesaria a los productores interesados. Coordinación entre las distintas Film Commission de Aragón.</p>	<p>Nº de reuniones o acciones conjuntas con las Film Commission  Nº de rodajes realizados</p>	<p>Reunión para valoración propuesta para posicionar Aragón como un destino de cine: Turismo cinematográfico (Travelling Set) y Film Commission. Se delega esta función en la Aragón Film Commission dependiente de Aragón TV.</p>	<p>50%</p>	<p>TURISMO DE ARAGON</p>
	<p>54</p>	<p>Storytelling en redes sociales. Utilizar la herramienta de storytelling a través de las redes sociales para dar a conocer los principales destinos y conseguir una mayor difusión, atracción y fidelización de los visitantes, incluyendo como herramientas fundamentales los concursos y la interacción con el público final.</p>	<p>Nº de post o stories en redes sociales</p>	<p>Concursos de fotos, Invitamos a nuestros seguidores a compartir sus fotos tanto generales del destino, como de eventos y promociones con un hashtag específico. "Aragón de foto", "cocina invertida"  Storytelling: compartimos y proponemos a los seguidores, agentes de viajes, invitados en fam trips, press trip, influencers etc. que cuenten su propia historia relacionada con nuestro destino, ya sea a través de publicaciones, vídeos o comentarios.  EStudiamos, clasificamos y compartimos y colaboramos relatos reales de visitantes, locales, y experiencias que resaltan la belleza y singularidad del destino.</p>	<p>80%</p>	<p>TURISMO DE ARAGON</p>

55	Señalización turística. Mejorar la señalización turística de los principales destinos de la Comunidad, unificando su imagen en todo el territorio e incidiendo en su digitalización.	Nº de acciones encaminadas a la mejora de la señalización turística y/o a su digitalización	Señalización Carrasca de Lecina (2022): 7.494,68€. Señalización Monasterio de San Juan de la Peña (2021): 3.449,71 €. Además se han realizado actuaciones de señalización con cargo a los distintos ejercicios del FITE. Se han señalado todos los destinos Sisho de la provincia de Teruel.	100%	INFRAESTRUCTURAS
56	Patrocinios. Promover alianzas estratégicas con iniciativas, entidades, eventos o personas de reconocido prestigio por sus valores y trayectoria transmitidos donde, mediante patrocinios, la imagen de Aragón y los objetivos promocionales puedan amplificarse mediante dicha colaboración.	Nº de nuevos patrocinios firmados Nº de eventos patrocinados	San Juan de la Peña. Se apostó por llevar la cultura al territorio, aunando en un mismo acto espacios patrimoniales emblemáticos de la comunidad, con el impulso de artistas aragoneses.  *Creación de una nueva propuesta de visitas familiares en San Juan de la Peña. 'San Juan en familia' para descubrir los misterios y leyendas de este enclave único, cuna del Reino de Aragón.  *Patrocinio y asistencia al Congreso de periodismo especializado centrado en los viajes, el turismo y la gastronomía. Donde se ha puesto el foco en la importancia de contar turismo, viajes y gastronomía con la mirada periodística, y también con emoción e ilusión de tener impacto y permanecer. PATROCINIOS, entre otros: Patrocinio competición All Radical Benasque Patrocinio Liga Plenitude ASOBAL Patrocinio publicitario de la marcha cocloturista Quebrantahuesos 2024 Patrocinio club voleibol Teruel temporada 2024/2025 Patrocinio de Trip&Track Aragón 2023 Patrocinio Copa Pirineos Patrocinio torneo Golf Ladies open Gambito Calatayud patrocinio II Campeonato Nacional de Tapas Hostelería de España Patrocinio Rally Teruel Mudejar Patrocinio Aragón Fashion week 2024 Patrocinio documental imprenta judía en Hajar Patrocinio golfista Jorge Maicas Patrocinio partido futbol Serbia España 25 septiembre UEFA National League Patrocinio documental "Traeme una palabra"	100%	TURISMO DE ARAGON