

Objetivos y Medidas

Plan Aragonés de Estrategia Turística 2016-2020 (PAET)

Borrador inicial – documento para el debate



OBJETIVOS	Nº DE MEDIDAS
<i>Objetivo 1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes del sector turístico públicos y privados en busca de una óptima eficacia y eficiencia</i>	8
<i>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"</i>	9
<i>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</i>	7
<i>Objetivo 4. Incremento del número de turistas desde un punto de vista relacionado con la calidad, la excelencia y el turismo de experiencias</i>	6
<i>Objetivo 5. Combatir el intrusismo</i>	7
<i>Objetivo 6. Fortalecimiento de la promoción a través de las Nuevas Tecnologías</i>	7
<i>Objetivo 7. Desarrollo de una estrategia transversal con la gastronomía aragonesa, como producto vertebrador del resto de productos turísticos.</i>	7
<i>Objetivo 8. Propiciar una imagen favorable de Aragón con el objetivo de la fidelización del cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje</i>	5
Total MEDIDAS	56

Objetivo 1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes del sector turístico públicos y privados en busca de una óptima eficacia y eficiencia

1. Creación de Grupos de Trabajo de Vertebración para la coordinación institucional entre Comarcas, Ayuntamientos y Gobierno de Aragón en búsqueda del desarrollo de productos turísticos
2. Creación de Grupos de Trabajo con Comunidades Autónomas vecinas y Grupos de trabajo Transpirenaicos para la creación de productos en torno a intereses comunes
3. Coordinación con los Departamentos competentes en Medio Ambiente, Cultura, Deporte, Ordenación del Territorio y otros para los asuntos relacionados con el turismo y puesta en marcha de acciones comunes
4. Incremento de las relaciones con Turespaña en la búsqueda de campañas de turismo interior, turismo rural y nieve
5. Coordinación Gobierno de Aragón - Comarcas para la gestión de los recursos turísticos y actualización de los mismos
6. Desarrollo de un Plan de formación enfocado a la coordinación de la información de las oficinas de turismo de manera que en cada punto de Aragón se pueda informar de otros recursos de otros territorios aragoneses
7. Coordinación e impulso de las agencias receptoras de Aragón como principal instrumento de entrada de turistas
8. Impulso de la promoción turística del sector aragonés a través de las convocatorias de subvenciones para una eficacia en el aprovechamiento de los recursos públicos

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"

1. Realización de campañas "puerta a puerta" o Misiones comerciales en los mercados emisores tradicionales, con productos turísticos de Aragón segmentados, dirigidos a nichos de mercados específicos
2. Creación de nuevos productos específicos que desarrollen nichos de mercado, en productos hasta ahora menos desarrollados pero en los que Aragón tenga un potencial evidente con el objetivo de la desestacionalización de la oferta turística (Turismo estelar, Slow Driving, Pesca, Recreacionismo histórico, Ibones Pirenaicos, Turismo idiomático, Personajes ilustres aragoneses...)
3. Consolidación de los productos "estrella" aragoneses (Nieve, Naturaleza, Patrimonio Cultural, Turismo Deportivo, Turismo Rural, Balnearios, Congresos) a través de estrategias de promoción singularizadas que mantengan y mejoren su posicionamiento en los mercados tradicionales y emergentes
4. Desarrollo de una estrategia de posicionamiento de cada uno de los productos "emergentes" (BTT, Senderismo, Ornitología, Turismo familiar...) que permita la realización de acciones de promoción y facilite la comercialización de los mismos (folletos, web, Ferias específicas...)
5. Realización de viajes de familiarización específicos de prensa o agentes específicos, para la promoción de cada uno de los productos "estrella", "emergentes" e "innovadores"

6. Asistencia a Ferias generalistas nacionales e internacionales para la consolidación de la Marca Aragón así como a Ferias específicas de cada uno de los productos "estrella", "emergentes" e "innovadores"
7. Realización de actos de promoción en destinos con conexión directa con Aragón o de especial importancia para la consolidación de la Marca Aragón así como para la presentación de los nuevos productos segmentados
8. Creación de Clubes de Producto en torno a productos segmentados que permitan una estrategia conjunta público- privada
9. Impulso del asociacionismo en aquellas materias donde no se creen Clubes de producto para una mejor interlocución con el sector relacionado y una mayor coordinación en las acciones.

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

1. Realización de un Plan de formación al sector en las diferentes áreas de conocimiento
2. Convocar ayudas para la formación relacionadas con el turismo de calidad y la excelencia
3. Concienciación al sector turístico sobre aquellos aspectos a mejorar relacionados con calidad y excelencia.
4. Creación de think thanks de expertos que analicen la evolución y tendencias del turismo aragonés
5. Realización de campañas locales de promoción en Huesca, Zaragoza y Teruel dirigidas al conocimiento en cada destino del resto de ofertas territoriales que ofrece Aragón
6. Campañas de publicidad en Medios de comunicación locales para la promoción de otras zonas turísticas aragonesas
7. Incremento de la coordinación con el Departamento competente en Educación con el objetivo en un medio plazo de la generación de buenos prescriptores de la Comunidad, tanto desde un punto de vista del conocimiento de prácticas o experiencias sostenibles, como para la formación curricular.

Objetivo 4. Incremento del número de turistas desde un punto de vista relacionado con la calidad, la excelencia y el turismo de experiencias

1. Detectar e impulsar a los intermediarios y prescriptores especializados en productos específicos y facilitarles la información necesaria para desarrollar un trabajo colaborativo.
2. 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
3. Implantación de un sello de calidad aragonés para establecimientos y actividades turísticas
4. Desarrollo de los mercados emergentes explorados (Mercado chino) así como búsqueda de nuevos mercados emergentes susceptibles de ser atraídos por la oferta o productos de la oferta aragonesa. Estrategia de promoción una vez detectados los mismos.
5. Aprovechamiento de las conexiones con AVE para la atracción de turistas de escapada y congresos en la ciudad de Zaragoza
6. Aprovechamiento de la Universidad de Zaragoza como órgano interlocutor para la venta del destino Aragón en Universidades extranjeras, cursos idiomáticos en Aragón así como a viajes extraescolares

Objetivo 5. Combatir el intrusismo

1. Elaboración de un nuevo Texto Refundido de la Ley de Turismo
2. Puesta en marcha de un Plan para la Inspección
3. Tramitación de un Decreto de alojamientos hoteleros
4. Tramitación de un Decreto de casas rurales
5. Tramitación de un Decreto de agencias de viaje
6. Tramitación de un decreto de alojamientos al aire libre y nuevas figuras relacionadas
7. 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

Objetivo 6. Fortalecimiento de la promoción a través de las Nuevas Tecnologías

1. Creación de un Foro profesional en la Web de turismo de Aragón para impulsar el conocimiento recabado en las promociones en cuanto a operadores, tendencias, etc...
2. Utilización de plataformas Big data para obtener información y poder realizar una promoción con inteligencia predictiva
3. Creación de un portal on line recopilatorio de experiencias turísticas aragonesas
4. Creación de una Intranet de Oficinas de Turismo para una rápida comunicación entre las mismas a la hora de suministrar información
5. Realización de campañas de publicidad a través de los Portales Turísticos dirigidas a la creación de contenido, big data e impacto directo en los usuarios segmentados posibles interesados en Aragón
6. Fortalecimiento de las redes sociales existentes a través de nuevas acciones. Realización de concurso y aprovechamiento eficiente de los blogueros en alza.
7. 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

Objetivo 7. Desarrollo de una estrategia transversal con la gastronomía aragonesa, como producto vertebrador del resto de productos turísticos

1. Consolidar los eventos gastronómicos que puedan realizarse de manera conjunta en todo Aragón
2. Promover los concursos de tapas en las diferentes zonas del territorio aragonés
3. Impulsar la Marca Enoturismo Aragón con las 4 Rutas del vino creadas a través de distintas acciones promocionales
4. Aprovechar los programas de televisión donde se pone en valor la gastronomía para fomentar la gastronomía aragonesa y los enclaves turísticos donde se pueda desarrollar
5. Realizar campañas de formación para el uso de los productos autóctonos en los restaurantes y bares aragoneses
6. Coordinación con el Departamento de Desarrollo Rural y Sostenibilidad para los asuntos relacionados con el turismo y la gastronomía
7. Potenciación de las Escuelas de Hostelería como centros de formación

Objetivo 8. Propiciar una imagen favorable de Aragón con el objetivo de la fidelización del cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje

1. Realización de campañas de promoción en los países tradicionales de emisores de turistas hacia Aragón con el objetivo de fidelizar estos clientes
2. Aprovechamiento de los grandes eventos en Aragón para la promoción e información turística e incluso la facilitación de la venta de ofertas a los usuarios de estos eventos
3. Patrocinio de eventos de reconocida importancia con perfil turístico que puedan atraer más visitantes a Aragón o fidelizar a los visitantes tradicionales a los mismos.
4. 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.
5. Realización de campañas de publicidad actualizadas y con creatividades originales que consigan captar la atención del público final tanto en el on line como en el off line con el objeto de favorecer la imagen a Aragón y atraer turistas, tanto a nivel nacional, internacional, como en el propio turismo interno aragonés.