

Promoción Turística y Nuevos Productos

Según el Artículo 28 del DECRETO 14/2016, de 26 de enero del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba la estructura orgánica del Departamento de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, al Servicio de Promoción, Planificación y Estudios Turísticos, bajo la inmediata dirección de la Dirección General de Turismo, le corresponden las siguientes funciones:

a) La promoción genérica del turismo aragonés en colaboración con otras instituciones, entidades y empresas públicas o privadas en los mercados nacionales e internacionales, tanto de forma individual como en colaboración con otras Comunidades Autónomas y con la Administración General del Estado.

b) La elaboración de los Planes anuales de promoción de la oferta turística aragonesa en colaboración con el sector turístico privado aragonés y con el resto de las instituciones y organismos públicos autonómicos con competencias en materia de promoción turística.

c) La coordinación con las Diputaciones Provinciales, Comarcas y Patronatos Municipales de Turismo en las actividades destinadas a la promoción turística fuera del territorio aragonés, a través de la correspondiente Comisión de Coordinación.

d) La participación en ferias y certámenes, tanto en el ámbito nacional como internacional para la difusión de producto turístico aragonés de una manera integral, así como la realización de los actos de promoción de la oferta turística aragonesa en aquellas ciudades nacionales e internacionales donde exista un interés objetivo de promoción.

e) La realización de campañas de publicidad promocionales de la Comunidad Autónoma tanto en soporte on line como off line con el objetivo de captación de nuevos turistas.

f) La realización de viajes de familiarización entre agentes de viajes, prensa, bloggers o prescriptores de especial importancia que puedan conocer los recursos turísticos aragoneses y difundirlos posteriormente en sus correspondientes medios.

g) Las relaciones con Turespaña en materia de promoción en el exterior de destinos y productos turísticos aragoneses, así como de las marcas turísticas interregionales especialmente en lo que afecta a "Pirineos Españoles" y "Camino de Santiago".



h) La edición de publicaciones y material de promoción y su difusión.

i) La coordinación y gestión de la información turística institucional, la realización de estudios del mercado turístico y de estadísticas turísticas, sus correspondientes análisis, así como la difusión de cuanta información se disponga o genere el sector turístico autonómico, en colaboración con el Instituto Aragonés de Estadística y el Instituto de Estudios Turísticos de la Administración General del Estado.

j) El estudio de mercados tradicionales emisores, de los nuevos emergentes y de aquellos que presentan un alto potencial para la oferta turística aragonesa, así como la puesta en marcha de estrategias para trabajar estos destinos.

k) La identificación, difusión, fomento, estrategia e internacionalización de nuevos productos diferenciales, nuevas experiencias turísticas y sus oportunidades en el mercado turístico.

l) La potenciación de la gastronomía aragonesa como factor diferencial aragonés y producto transversal al resto de sectores turísticos.

m) La coordinación con otros departamentos del Gobierno de Aragón en aquellas actividades transversales que sirvan para un mayor conocimiento de los recursos turísticos por parte de la población aragonesa así como la puesta en práctica de estrategias en común que redunden en un mayor conocimiento de Aragón como destino turístico.

n) El patrocinio a las iniciativas de promoción y comercialización de interés general para el sector turístico aragonés.

ñ) Cualesquiera otras que le atribuya el ordenamiento jurídico.