

Plan Estratégico Turístico de

Alcáñiz

2025 - 2030





1. INTRODUCCIÓN

PRINCIPALES RAZONES PARA TENER UN PLAN ESTRATÉGICO TURÍSTICO

2. FASE DE ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO

1. INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS
2. OFERTA TURÍSTICA
3. ESTUDIO ACTUAL DE LA DEMANDA TURÍSTICA
4. COMPETENCIA
5. REUNIONES SECTORIALES
6. DAFO
7. CONCLUSIONES

3. EJECUCIÓN Y OBJETIVOS, LÍNEAS, MEDIDAS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS

- 3.1 MODELO DE GESTIÓN PARA LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA DE ALCAÑIZ
- 3.2 DETERMINACIÓN DE LA VISIÓN Y VALORES DEL DESTINO ALCAÑIZ
- 3.3 SELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA
- 3.4 CREACIÓN MARCA TURISMO ALCAÑIZ
 - BRIEFING PARA LA CREACIÓN DEL LOGO TURÍSTICO DE ALCAÑIZ
 - BRIEFING PARA LA CREACIÓN DEL SLOGAN TURÍSTICO DE ALCAÑIZ
- 3.5 PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING TURÍSTICO DE ALCAÑIZ
- 3.6 CREACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS DE ALCAÑIZ
- 3.7 PLAN DE FORMACIÓN

4. BASE DE ESTUDIO DE DESARROLLO DE PLANES FUTUROS

- 4.1 CONSORCIO TURÍSTICO DE LA RUTA DE LOS TRES REYES
- 4.2 CONSORCIO NACIONAL DE LOS PUEBLOS DE LA RUTA DEL TAMBOR Y DEL BOMBO
- 4.3 RUTA DEL TAMBOR Y DEL BOMBO DEL BAJO ARAGÓN
- 4.4 RED DE CAMINOS DE ARTE RUPESTRE
- 4.5 ALCAÑIZ “CIUDAD DEL MOTOR”
- 4.6 ALCAÑIZ “CIUDAD DE LA CONCORDIA”
- 4.7 PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINO
- 4.8 PLAN DE ADHESIÓN Y PARTICIPACIÓN EN LA RED NACIONAL DTI
- 4.9 PLANES DE INTERNACIONALIZACIÓN TURÍSTICA PARA FOMENTAR LA PARTICIPACIÓN DE PROYECTOS EUROPEOS EN RED Y COOPERACIÓN MUNICIPAL
- 4.10 PLAN DE ACCESIBILIDAD A LOS RECURSOS TURÍSTICOS
- 4.11 ORIENTACIÓN SOBRE PLANES DE FINANCIACIÓN EXTERNOS EN EL MARCO DE AYUDAS TANTO A NIVEL REGIONAL, NACIONAL Y EUROPEO

5. DOCUMENTOS ANEXOS

1. EJECUCIÓN PLAN DE COMUNICACIÓN DE ALCAÑIZ
2. CREACIÓN DE MARCA TURÍSTICA DE ALCAÑIZ
3. BANCO AUDIOVISUAL ALCAÑIZ
4. CREACIÓN Y DESARROLLO DE UN PORTAL WEB Y UNA WEBAPP TURÍSTICA Y COMERCIAL
5. IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS AVANZADAS EN LAS OFICINAS DE TURISMO
6. IMPLEMENTACIÓN DE UNA RED DE PUNTOS DE INFORMACION DIGITAL
7. ALCAÑIZ VIRTUAL
8. INTEGRACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DESTINO
9. PLAN DE ADHESIÓN Y PARTICIPACIÓN EN LA RED DTI
10. DECLARACIÓN DEL VENCIMIENTO DEL DRAGÓN COMO FIESTA DE INTERÉS NACIONAL
11. AMPLIAR EL CATÁLOGO DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN ALCAÑIZ
12. REVITALIZACIÓN DEL CIRCUITO DE GUADALOPE. MUSEO ABIERTO
13. FORMACIÓN PARA EL SECTOR TURÍSTICO
14. PARTICIPACIÓN EN FERIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
15. FAM TRIPS – PRESS TRIPS, PROMOCIÓN DE ALCAÑIZ COMO DESTINO TURÍSTICO

6. RESUMEN PRESUPUESTARIO



INTRODUCCIÓN

El sector turístico global ha evolucionado hacia un modelo basado en la sostenibilidad, inteligencia y digitalización, redefiniendo la competitividad de los destinos. Aragón ha alineado su desarrollo turístico con referentes internacionales y nacionales, como la Agenda 2030 de la ONU y sus 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), la Estrategia de Turismo Sostenible de España 2030 y la Estrategia de Aragón Turismo Sostenible 2030, los cuales promueven un turismo responsable y equilibrado. En este marco, el Plan Aragonés de Estrategia Turística (PAET) 2021-2024 articula cinco ejes estratégicos: sostenibilidad, coordinación, gestión del conocimiento, comunicación y gestión de productos, con el objetivo de convertir el turismo en un motor de desarrollo sostenible, social y económico para la región.

En la comunidad de Aragón y en la provincia de Teruel, se encuentra la ciudad de Alcañiz junto a las pedanías de Valmuel y Puigmoreno. Cuenta con una población de 16.151 habitantes (INE 2023) y una extensión de 472,12 km². Se encuentra a aproximadamente a 120 km de Zaragoza, a 145 km de Teruel y a unos 400 km de Barcelona y Madrid, lo cual le convierte en un destino accesible desde importantes ciudades de España. Aunque carece de conexiones ferroviarias directas, es posible acceder en autobús y vehículo privado, y la cercanía a Zaragoza le permite aprovechar la conexión tanto de la llegadas vía tren por Ave e Iryo, como la de los vuelos al aeropuerto de esta ciudad. La ubicación en el Bajo Aragón también la sitúa cerca de otros puntos de interés cultural y natural en la provincia de Teruel.

Alcañiz es la cabecera de la comarca del Bajo Aragón y es conocida por su autenticidad, su riqueza histórica y cultural. Su importancia en el ámbito deportivo y su atractivo natural, la posicionan como un punto estratégico para el turismo en la región y se enfrenta al desafío de aprovechar todo su potencial turístico.

Dentro de este contexto, la ausencia de una planificación estratégica adecuada podría limitar la gestión óptima de sus recursos y los beneficios económicos para la comunidad local. Un plan estratégico de turismo para Alcañiz es crucial para potenciar sus atractivos y garantizar su desarrollo sostenible. Facilitará la gestión sostenible e innovadora de su patrimonio a través de la colaboración público-privada y la integración de la transformación digital. Esta estrategia potenciará la capacidad de Alcañiz para atraer y fidelizar tanto a turistas nacionales como internacionales, incrementando las pernoctaciones, el gasto medio por visitante y la rentabilidad económica del sector turístico. Así, Alcañiz se consolidará como un destino de referencia en Aragón y un modelo de desarrollo turístico responsable y competitivo.

PRINCIPALES RAZONES PARA UN PLAN ESTRATÉGICO

1. Gestión y aprovechamiento del patrimonio histórico y cultural

Alcañiz alberga tesoros como el Castillo de los Calatravos, la Plaza de España y sus pasadizos medievales, junto a diversos vestigios de la Guerra Civil Española. Además, las pinturas rupestres de Val del Charco del Agua Amarga, Patrimonio de la Humanidad, y los yacimientos íberos complementan su oferta cultural, respaldada por el Centro de los Íberos del Bajo Aragón (CIBA). La Semana Santa de Alcañiz, reconocida como Fiesta de Interés Turístico Nacional, es un ejemplo único de tradición y unión. Forma parte de la Ruta del Tambor y Bombo, que reúne a nueve municipios del Bajo Aragón en un hermanamiento que muestra al mundo una manera única de vivir y sentir esta celebración, marcada por el sonido inconfundible de tambores y bombos (aunque paradójicamente en Alcañiz no se toca el bombo). Su historia humanística, considerada como uno de los principales tesoros de la ciudad. La recreación histórica de La Concordia Alcañiz, de gran rigor y valor divulgativo que rememora un acontecimiento clave en la historia de España y la festividad ya plenamente consolidada de San Jorge con El Venimiento del Dragón, reconocido como Fiesta de Interés Turístico de Aragón y con la intención de convertirse en Fiesta de Interés Turístico Nacional. Sin una estrategia definida, estos recursos podrían infrautilizarse, perdiendo oportunidades para su conservación y atracción turística.

2. Impulso económico y generación de empleo local

El turismo representa una fuente clave de ingresos y empleo para ciudades como Alcañiz. Un plan estratégico turístico puede diversificar la economía, impulsando sectores como la gastronomía, el alojamiento y servicios turísticos, además de fomentar el emprendimiento local. A destacar el esfuerzo a realizar por retener y atraer talento, posicionando a Alcañiz como un ejemplo de repoblación de calidad en la España vaciada.

3. Potencial como destino de turismo deportivo

Un factor diferenciador de Alcañiz es su estrecha conexión con el mundo de los deportes de motor, gracias al prestigioso complejo MotorLand Aragón, uno de los circuitos de carreras más importantes de España. MotorLand atrae a miles de visitantes durante todo el año, especialmente en eventos de alto nivel como el Gran Premio de MotoGP, consolidándose como una fuente significativa de ingresos y turismo para la región. A este atractivo se suma el histórico Circuito Urbano de Guadalope, un símbolo del legado automovilístico de Alcañiz que marcó un hito en la historia del automovilismo nacional. Recuperar y promocionar este circuito como parte de la oferta turística, en combinación con MotorLand, sería clave para posicionar a Alcañiz como la “Ciudad del Motor”, conectando tradición y modernidad. Un plan estratégico adecuado puede capitalizar ambos activos, integrándolos con los atractivos culturales, históricos y naturales de la ciudad, generando nuevas experiencias que refuercen su identidad como destino de referencia.

4. Desarrollo del turismo sostenible

La sostenibilidad es cada vez más relevante para los turistas, y una estrategia podría posicionar a Alcañiz como un destino comprometido con la responsabilidad ambiental.

La implementación de prácticas de turismo responsable garantizará la preservación del entorno natural, reduciendo el impacto ambiental. Esto incluye la gestión adecuada de residuos y el control del turismo en áreas sensibles, como el Camino Natural de Val de Zafán y el embalse de La Estanca.

5. Aumento de la competitividad y posicionamiento

Alcañiz debe diferenciarse en el mercado turístico con una identidad clara, resaltando su oferta cultural, deportiva, natural y gastronómica para captar nuevos segmentos de turistas y fomentar su fidelización. También debe enfocarse en la creación de productos turísticos innovadores y el aprovechamiento de las nuevas tecnologías.

6. Conexión y desarrollo regional

La colaboración con destinos cercanos como del Bajo Aragón, permitiría crear rutas integradas que extiendan la estancia de los visitantes y enriquezcan la oferta turística regional, beneficiando a todo el territorio.

7. Camino hacia la transformación en un Destino Turístico Inteligente (DTI)

La redacción de un plan estratégico de turismo para Alcañiz es el primer paso para convertir Alcañiz en un Destino Turístico Inteligente, programa promovido por la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR) y gestionado por la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR), que persigue contribuir a mejorar la competitividad de los destinos turísticos y la calidad de vida de sus residentes incidiendo en cinco ámbitos de actuación: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad.

**PAET 2021-2024 -INE – Ayuntamiento de Alcañiz - Turismo bajo Aragón*



2. FASE DE ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO

2.1 INVENTARIO DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE ALCAÑÍZ RECURSOS MONUMENTALES Y CULTURALES

RECURSOS	Castillo de los Calatravos Visitas concertadas
CATEGORÍA • Clase de protección: BIC (Bien de Interés Cultural) • Categoría de protección: Monumento. • Categoría: Militar. • Tipología: Castillo convento. • Estilos arquitectónicos: Arquitectura gótica, Arquitectura románica y arte mudéjar en las pinturas.	DESCRIPCIÓN Actual Parador Nacional. Imponente castillo medieval que domina la ciudad desde lo alto de la loma de Pui Pinos. Fue construido por la Orden de Calatrava en el siglo XII, con impresionantes frescos góticos en su interior. Aún conserva su torre del homenaje original y el Palacio de los Comendadores, siglo XVIII.
RECURSOS	Iglesia de Santa María la Mayor Visitas concertadas
CATEGORÍA • Clase de protección: BIC (Bien de Interés Cultural) • Categoría de protección: Monumento. • Tipología: Iglesia – Excolegiata. • Estilos arquitectónicos: Arquitectura gótica, Arquitectura barroca en España.	DESCRIPCIÓN Entre 1407 y 1851, funcionó como Colegiata. Del conjunto destacan la torre gótica, que conserva el legado del antiguo templo medieval, y la construcción barroca, con una fachada de proporciones propias de una catedral. Sigue el modelo de la Basílica de El Pilar de Zaragoza. <i>Propuesta: Conversión de la Torre Gótica en un museo sobre La Concordia.</i>
RECURSOS	Lonja Gótica Visitas exteriores
CATEGORÍA • Clase de protección: BIC (Bien de Interés Cultural). • Categoría de protección: Monumento. • Tipología: Lonja. • Estilos arquitectónicos: Gótico tardío.	DESCRIPCIÓN Esta obra de piedra es el resultado de varias fases constructivas desde el siglo XV en que se construye la lonja abierta siguiendo modelos arquitectónicos de las lonjas góticas italianas. Tras las obras iniciadas en 2024, albergará oficinas municipales, el museo de arte de Alcañiz y la oficina de turismo.
RECURSOS	Iglesia del Carmen Visitas libres
CATEGORÍA • Clase de protección: Catalogado patrimonio cultural aragonés. • Categoría de protección: Religiosa. • Tipología: Iglesia parroquial. • Estilos arquitectónicos: Barroco.	DESCRIPCIÓN Antiguo Claustro del Convento de Las Carmelitas junto a la iglesia, hoy en día el patio del Juzgado. Destaca su fachada. Alberga uno de los pocos retablos originales del barroco, una pieza única que refleja la riqueza artística de la época.
RECURSOS	Casa Consistorial
CATEGORÍA • Clase de protección: BIC (Bien de Interés Cultural) • Categoría de protección: Monumento • Tipología: Uso público • Estilos arquitectónicos: Renacentista	DESCRIPCIÓN Ayuntamiento.

RECURSOS	Iglesia de los Escolapios Visitas exteriores
CATEGORÍA • Tipología: Colegio San Valero • Estilos arquitectónicos: Barroco.	DESCRIPCIÓN Templo barroco del siglo XVIII.
RECURSOS	Subterráneos medievales, La Nevería y la Bodega de Alcañíz Entradas por la Oficina de Turismo de Alcañíz
CATEGORÍA • Clase de protección: La Nevería BIC (Bien de Interés Cultural) • Categoría de protección: Conjunto de Interés Cultural • Tipología: Lugar de Interés Etnográfico.	DESCRIPCIÓN Subterráneos medievales: Red de túneles que en su día fueron utilizados para la defensa. La tradición cuenta que existe una red de pasadizos que comunicaba los principales edificios de la población. La Nevería y la Bodega de Alcañíz son dos construcciones subterráneas singulares, excavadas en la roca en el centro de la ciudad y cuyos valores son de índole histórica y etnográfica. Bodega: está bajo la logia de la Lonja y su finalidad original fue la de servir de almacén en el subsuelo de la propia Lonja. Se construyó en dos fases: la primera, entre los siglos XIII-XIV, anterior a la construcción de la Lonja, y la segunda, ya del siglo XV, coincidente con la construcción de la Lonja. La Nevería servía de almacén urbano de la nieve y el hielo, que era transportado en carretas desde las tres neveras o pozos de las inmediaciones de la ciudad. Se adecuó como almacén de hielo urbano en el siglo XVII hasta el siglo XIX. El nivel del suelo se encuentra a 1,70 metros bajo el nivel del suelo de la bodega.
RECURSOS	Palacio Maynar Visita exterior
CATEGORÍA • Clase de protección. Bien Catalogado-Monumento de Interés Local. Grado II Estructural. • Palacios y edificios privados singulares • Tipología: Palacio Aragonés • Estilos arquitectónicos: Renacimiento.	DESCRIPCIÓN Palacio renacentista aragonés, vinculado por algunos elementos a la tradición medieval y a la influencia catalana. Desde 2007 es la sede de La Comarca del Bajo Aragón.
RECURSOS	Palacio Ardid Acceso público
CATEGORÍA • Edificio palaciego • Estilos arquitectónicos: Renacentista con elementos de tradición gótica.	DESCRIPCIÓN Biblioteca y Archivo municipal. Organizan actividades culturales.
RECURSOS	Antigua Iglesia de Santa Lucía - Antigua Iglesia de Santo Domingo. Atrium Visita exterior
CATEGORÍA • Gótico / Renacimiento. • tFinales del siglo XIV - principios del XVII	DESCRIPCIÓN Bóveda de crucería estrellada de yesería. Cerrada al culto.

RECURSOS**La Fuente de los 72 caños**

Visita exterior / Acceso público

CATEGORÍA

- Estilos arquitectónicos: Contemporáneo Finales del siglo XIX.

DESCRIPCIÓN

Fuente histórica situada en el centro de Alcañiz, que forma parte de su patrimonio arquitectónico.

RECURSOS**Molino Mayor Harinero**

Visitas: Apertura: Desde Semana Santa a Navidad.

CATEGORÍA

- Centros de interpretación CIBA - Centro Íberos en El Bajo Aragón de Alcañiz

DESCRIPCIÓN

Se ubica en la planta baja del Molino Mayor harinero de Alcañiz. Exposición permanente de arqueología ibérica de Alcañiz y bajo Aragón, presenta solo piezas originales.

RECURSOS**El Cascarujo, el Palao y el Taratrato**

Visita exterior / Acceso público

CATEGORÍA

- Patrimonio arqueológico.

DESCRIPCIÓN

Yacimientos íberos forman parte de la Ruta de los íberos del Bajo Aragón.

RECURSOS**Mas del Obispo, Barranco del muerto, Corral de las Gascas****CATEGORÍA**

- Clase de protección: BIC (Bien de Interés Cultural)
- Estilo levantino clásico.

DESCRIPCIÓN

Abrigos de pinturas rupestres próximos a la Vía Verde y cercanos a Val del Charco.

RECURSOS**Val del Charco del Agua Amarga**

Visitas: Solo visitas con guía autorizado. Adaptado para personas con movilidad reducida.

CATEGORÍA

- Declarado Patrimonio de la Humanidad
- Clase de protección: BIC (Bien de Interés Cultural)
- Categoría de protección: Monumento
- Tipología: Cueva Rupestre.

DESCRIPCIÓN

Las pinturas rupestres de Val del Charco del Agua Amarga son los restos humanos más antiguos de Alcañiz. Son pinturas con más de 150 figuras. El Abrigo de Val del Charco del Agua Amarga es uno de los cuatro yacimientos más importantes de Aragón, forma parte del conjunto de abrigos con arte rupestre del Arco Mediterráneo y es un yacimiento clave en el estudio del Arte Levantino español. El abrigo pudo ser un lugar de reunión o santuario donde tendría lugar ceremonias o la celebración de rituales de carácter religioso o social.

RECURSOS**Casa Julve****CATEGORÍA**

- Tipología: Centro cultural

DESCRIPCIÓN

Liceo - Espacio de creación artística. Alberga la Escuela de Música Municipal de Alcañiz y otros colectivos. Cine y presentaciones

RECURSOS**Casa de la Visitación**

Visitas concertadas

CATEGORÍA

- Tipología: Museo etnográfico.

DESCRIPCIÓN

Pinturas del siglo XVI y pequeño museo de relojes.

RECURSOS**Muralla de Alcañíz: Torreones medievales**

Visita exterior

CATEGORÍA

- Clase de protección: BIC (Bien de Interés Cultural)
- Categoría de protección: Monumento
- Categoría: Militar
- Tipología: Recinto amurallado.

DESCRIPCIÓN

De la antigua muralla de Alcañíz se conservan varios vestigios: cuatro torreones en la calle Muro de Santiago, el portal de las Herrerías o de Loreto con su capilla, un torreón cercano al puente sobre el Guadalope, y otro adaptado como vivienda, casi indistinguible entre las casas de su entorno.

RECURSOS**La Iglesia de San Francisco y el antiguo Convento Franciscano**

Actualmente ubicado el Hospital

CATEGORÍA

- Estilos arquitectónicos: Barroco.
- Tipología: Iglesia.

DESCRIPCIÓN

La iglesia es el único vestigio que se conserva del convento de San Francisco que estuvo situado en el extremo del Arrabal, cerca de la desaparecida puerta de Valencia.

RECURSOS**El Santuario de la Virgen de los Pueyos****CATEGORÍA**

- Estilos arquitectónicos: Barroco.
- Tipología: Ermita.

DESCRIPCIÓN

La Virgen de Pueyos es la patrona del municipio de Alcañíz.

RECURSOS**Lavadero de S^a María, Molino de Papel y Fortín Carlista****CATEGORÍA****DESCRIPCIÓN**

Tan solo quedan los muros exteriores y algunos escasos restos de la estructura interna.

RECURSOS**Refugio Antiaéreo**

Visitas concertadas

CATEGORÍA

- Clasificación: Bienes culturales
- Categoría: Militar
- Tipología: Vestigios de la guerra civil.

DESCRIPCIÓN

Espacio expositivo. Visitas guiadas al refugio anti-aéreo rehabilitado por la Escuela Taller de Alcañíz (2010).

RECURSOS**Motorland Aragón****CATEGORÍA**

- Circuito Automovilístico.

DESCRIPCIÓN

Complejo deportivo de alta tecnología que incluye un circuito de carreras y organiza eventos de nivel internacional como el Gran Premio de MotoGP, atrayendo a miles de visitantes.

RECURSOS**Teatro de Alcañíz****CATEGORÍA**

- Estilos arquitectónicos: Contemporáneo.

DESCRIPCIÓN

Programación Cultural//Conciertos/ Ciclos de Teatro de otoño/ La Comedia

RECURSOS NATURALES Y PAISAJÍSTICOS

RECURSOS

Río Guadalope y entorno natural.

DESCRIPCIÓN

El río Guadalope recorre Alcañiz y sus alrededores, ofreciendo espacios para el paseo y la recreación. Sus orillas y senderos son perfectos para disfrutar de actividades al aire libre como caminatas y ciclismo.

RECURSOS

Paisaje del Bajo Aragón.

DESCRIPCIÓN

La región se caracteriza por sus paisajes de campos de olivos y almendros, salpicados de colinas y llanuras, que ofrecen una visión genuina del campo aragonés.

RECURSOS

Embalse de La Estanca.

DESCRIPCIÓN

Un embalse cercano perfecto para la práctica de deportes acuáticos y para pasar días de descanso rodeado de naturaleza.

RECURSOS

La Badina Boulder.

DESCRIPCIÓN

Un embalse cercano perfecto para la práctica de deportes acuáticos y para pasar días de descanso rodeado de naturaleza.

RECURSOS

Camino natural Val de Zafán.

DESCRIPCIÓN

Tramo correspondiente al término municipal de Alcañiz, hasta Valdealgorfa. Recuperación de este antiguo trazado ferroviario y convertirlo en un recorrido medioambiental, cicloturista y de paseo.

RECURSOS

El Azud y el Canal del Molino Harinero, el Río Alto.

DESCRIPCIÓN

Estas dos obras conforman un conjunto hidráulico relacionado con el antiguo molino harinero mayor. Primero, se encuentra el azud, y luego se construyó el 'Río Alto'. Este canal, también llamado 'canal del Molino Viejo', corre paralelo al Muro de Santiago y dirige las aguas del río Guadalope desde el azud hasta el molino harinero, pasando por el pontarrón del Arrabal y desembocando bajo el Muro de Santa María.

RECURSOS

Las Saladas.

DESCRIPCIÓN

Territorio LIC.

RECURSOS ETNOGRÁFICOS

SEMANA SANTA

La Semana Santa de Alcañiz, reconocida como Fiesta de Interés Turístico Nacional, es una de las festividades más significativas de la ciudad. Sus procesiones y tradiciones son un reflejo de la rica identidad cultural de la región. Este profundo vínculo con la Semana Santa llevó a la construcción del Monumento del Tambor en 1968, ubicado junto a la Estanca. Además, Alcañiz forma parte de la asociación La Ruta del Tambor y Bombo, destacando su compromiso con la preservación y promoción de esta tradición.

- **Procesión de la Burreta – Domingo de Ramos**
- **Procesión del Encuentro – Martes Santo**
- **Procesión del Nazareno - Miércoles Santo**
- **Procesión del Silencio – Jueves Santo (una de las más famosas de Alcañiz)**
- **Procesión de los Tambores o del Pregón – Viernes Santo**
- **Procesión de la Soledad – Viernes Santo**
- **Procesión del Santo Entierro – Sábado Santo**
- **Procesión de las Palometas – Domingo de Pascua o Resurrección. (una de las más famosas de Alcañiz)**

EL VENCIMIENTO DEL DRAGÓN

La jornada festiva comienza con la vistosa y popular representación del Vencimiento del Dragón en la plaza de España de Alcañiz, declarada Fiesta de Interés Turístico en Aragón desde 2019. Tras esta representación, los asistentes pueden recorrer los puestos de flores y libros, decorados con temática medieval, que se instalan en la plaza del Mercado y en el acceso a la plaza de España. La venta de libros conmemora el Día del Libro, mientras que los puestos de flores recuerdan una antigua tradición alcañizana, transmitida oralmente, en la que los agricultores regalaban a sus amadas un ramo de flores silvestres, conocido como “el ramo del bienquerer”.

Fecha de celebración: 23 de abril / San Jorge.

LA CONCORDIA DE ALCAÑIZ

La celebración de La Concordia de Alcañiz es una recreación histórica caracterizada por su rigor y su enfoque divulgativo. En el año 1412, la Colegiata de Santa María fue el escenario donde se reunió el parlamento del Reino de Aragón para firmar la concordia, un acuerdo que marcó el destino de Aragón, la Península Ibérica y el Mediterráneo. Este evento no se limita a ser una celebración medieval, sino que se presenta como una experiencia auténtica que abarca talleres, visitas guiadas, conferencias, proyectos educativos y representaciones históricas, manteniendo siempre la fidelidad a los hechos históricos.

Fecha de celebración: En el mes de febrero

FERIAS COMERCIALES

AUTOCLASSIC: FERIA DEL VEHÍCULO CLÁSICO DE ALCAÑIZ

Espacio de encuentro para profesionales y aficionados al motor clásico, dedicado al intercambio comercial y a la pasión por automóviles y motocicletas históricas.

FERIA DE MILITARIA, ALMONEDA Y COLECCIONISMO “CIUDAD DE ALCAÑIZ”

Evento dedicado a objetos históricos, antigüedades y colecciones diversas.

RECURSOS GASTRONÓMICOS

PLATOS TÍPICOS: anguilas de La Estanca con judías desgranadas, alcachofas con tripa, chirigol, fritada con caracoles, sartenada de matanza, arroz de abadejo con patatas, codornices a la rabia, liebre con vino...

ACEITE DE OLIVA DEL BAJO ARAGÓN: Con Denominación de Origen Protegida, este aceite de oliva es uno de los productos estrella de la región.

REPOSTERÍA TRADICIONAL: Dulces como los roscones de zurra, tortetas de alma, mantecados, almendrados, galletas, harinosas ciegas, cortadillos de canela, tortas de panizo con anisetes, rosquetas de Pascua, tortas del Santo Entierro, Tetas de Santa Águeda...y las conocidas tortas de pimiento y tomate.

MELOCOTÓN DE CALANDA: Con Denominación de Origen Protegida del fruto hecho en el Bajo Aragón y, más concretamente, en Calanda y sus aledaños. Su producción se remonta a la Edad Media.

DOP JAMÓN DE TERUEL: Jamón de Teruel ha pasado de ser un producto tradicional y artesano, a liderar la economía aragonesa y ser la Denominación de Origen de mayor producción con un sello de calidad.

VINOS DE LA TIERRA: Poseen un gusto elegante, sabroso aterciopelado y bien estructurado en la boca. Vinos tintos, blancos o rosados elaborados artesanalmente en el Bajo Aragón con uvas seleccionadas por su calidad.

**Oficia de Turismo Alcañiz -Patrimonio Cultural de Aragón- BOA Aragón – Turismo de Aragón- Ayuntamiento de Alcañiz.*

2.2 OFERTA TURÍSTICA DE ALCAÑÍZ

Principales datos relativos al alojamiento (Año 2024)

El siguiente listado incluye los alojamientos registrados en la localidad de Alcañiz y sus pedanías, Valmuel y Puigmoreno, según la información proporcionada por la Oficina de Turismo. Es importante señalar que, debido a las frecuentes modificaciones en el registro de altas y bajas de alojamientos, estos datos pueden no reflejar la situación más actualizada.

TIPOLOGÍA	UNIDADES	PLAZAS
Hotel 2*	1	50
Hotel 3*	1	37
Hotel 4*	1	236
Parador 4*	1	74
Camping	1	392
Apartamentos turísticos	5	79
Hostales	4	123
VUT: Vivienda Turística	43	226
CR 1 ESPIGA	7	32
CR 3 Espigas	2	20
TOTAL	66 ud de negocio	1269 Plazas

Principales datos relativos a agentes turísticos, asociaciones y servicios de hostelería y ocio:

- **2 asociaciones de comerciantes**
- **Oferta amplia y variada entre restaurantes, bares y cafeterías**
- **Asociación de empresarios turísticos del Bajo Aragón**
- **2 agencia de viajes (principalmente turismo emisor)**
- **2 empresas privadas de guías turísticos.**
- **1 oficina de Turismo con guías turísticos.**
- **Empresas de ocio: Museo de la Magia y Escape Room**
- **Empresas de Turismo activo**
- **2 tiendas de productos típicos**

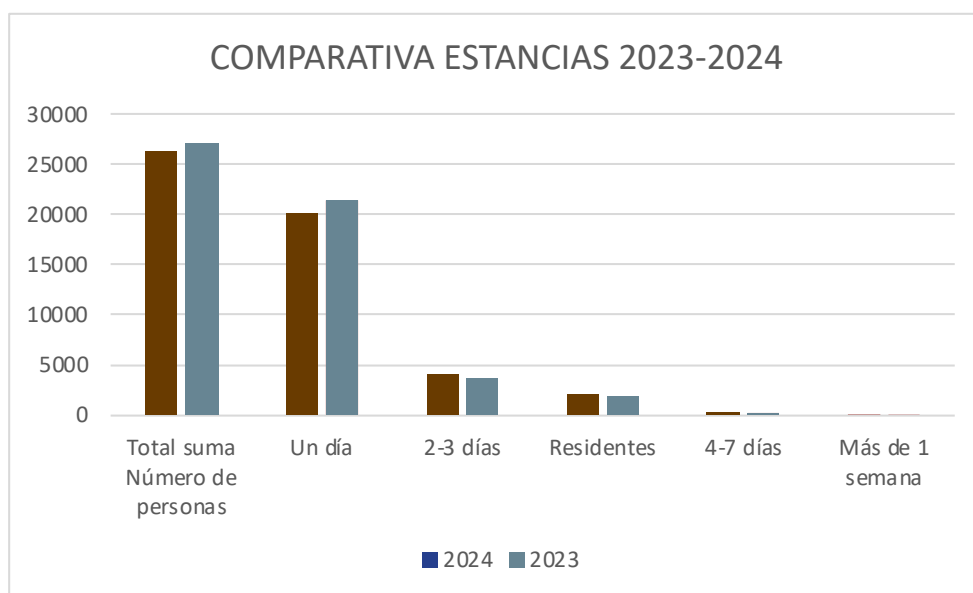
Esta recopilación tiene como objetivo proporcionar una visión integral del panorama actual de los alojamientos y servicios disponibles en la zona, sirviendo como base para la planificación y el diseño de estrategias en función de la capacidad existente. Tras identificar nuevas oportunidades, podría ser pertinente evaluar la necesidad de realizar inversiones adicionales en infraestructura alojativa y en el fortalecimiento de estos servicios para potenciar la experiencia de los visitantes.

**Turismo bajo Aragón -INE*

2.3 ESTUDIO ACTUAL DE LA DEMANDA TURÍSTICA DE ALCAÑÍZ

La mayoría de los turistas que visitaron Aragón en 2023 fueron de origen nacional, con 2,999,443 visitantes de otras regiones de España y aproximadamente 818,000 visitantes internacionales. Los picos de actividad principalmente en verano y durante eventos importantes, como el MotoGP en MotorLand, que atrae a turistas internacionales y nacionales hacia Alcañiz y sus alrededores.

Análisis Comparativo de días de estancia en Alcañiz (2023 vs. 2024)



INE - Oficina de Turismo de Alcañiz 11/2024

En 2024, el total de personas que han visitado Alcañiz hasta el 13 de noviembre es de 26,182, lo que representa una disminución del 3.45% respecto a las 27,120 personas registradas en el mismo período de 2023. Esto sugiere una ligera caída en el número total de visitantes, que podría estar relacionado con factores como la estacionalidad, cambios en las estrategias de promoción o condiciones externas como la economía.

Estancias de 1 día- En 2024, las estancias de un día constituyen el 76.32% del total de visitantes, con 19,982 personas, frente al 78.86% y 21,386 personas de 2023. Esto refleja una reducción del 6.56% en el número de visitas de un día (no se especifican si es con o sin pernoctación) , aunque siguen siendo el segmento predominante.

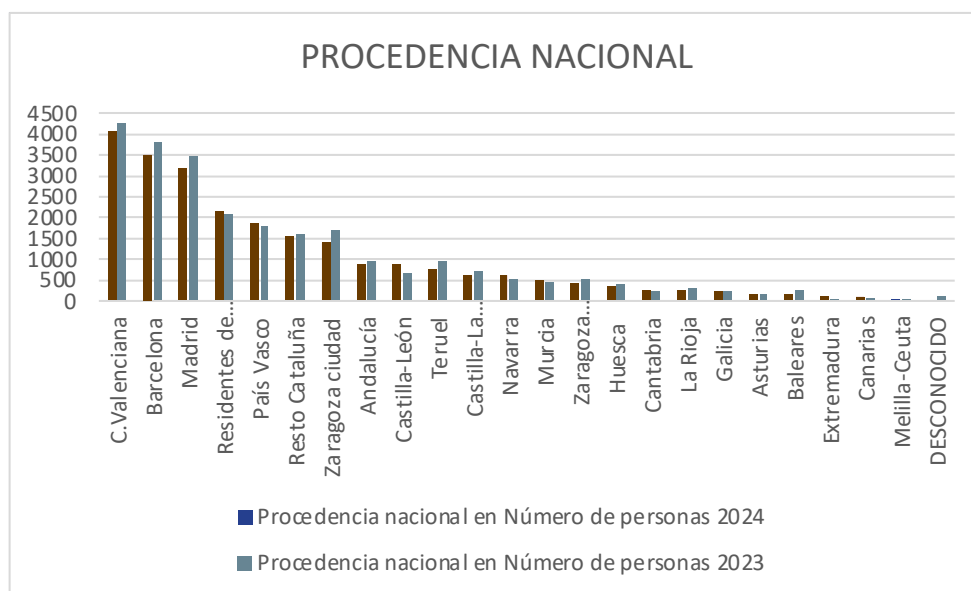
Estancias de 2-3 días. Han aumentado en 2024 al 15.33% (4,015 personas), frente al 13.41% (3,636 personas) de 2023.

Residentes. El número de consultas en 2024 se ha incrementado ligeramente al 7.49% (1,960 personas), en comparación con el 6.87% (1,863 personas) de 2023. Normalmente se realizan para la compra de entradas o información sobre eventos.

Estancias de 4-7 días. En este segmento se observa una disminución en 2024, con un 0.58% (152 personas) frente al 0.78% (211 personas) en 2023. Esto representa una caída del 28%, mostrando que estas estancias más prolongadas son cada vez menos comunes.

Estancias de más de una semana. Han experimentado un incremento significativo en 2024, alcanzando el 0.28% (73 personas) frente al 0.09% (24 personas) en 2023. Este crecimiento del 204% sugiere un leve interés por parte de un segmento reducido en estancias prolongadas, posiblemente por algunas actividades específicas o trabajo remoto.

Análisis Comparativo de Procedencia Nacional de Visitantes en Alcañiz (2023 vs. 2024).



1. Procedencias Principales

- **C. Valenciana:** En 2024: 4,043 personas frente a 4,233 personas en 2023. Disminución del 4.5%, manteniéndose como la principal fuente de visitantes, pero con una leve caída en cifras absolutas.
- **Barcelona:** En 2024: 3,508 personas frente a 3,792 personas en 2023. Reducción del 7.5%, aunque sigue siendo una de las procedencias más significativas.
- **Madrid:** En 2024: 3,168 personas frente a 3,457 personas en 2023. Caída del 8.4%, reflejando una disminución constante en los flujos desde esta comunidad.

2. Incrementos Destacados

- **Residentes de Alcañiz:** En 2024: 2,143 personas frente a 2,090 personas en 2023. Incremento del 2.5%, lo que sugiere una mayor participación local en actividades turísticas o de ocio dentro de la ciudad.
- **Castilla-León:** En 2024: 879 personas frente a 648 personas en 2023. Aumento significativo del 35.6%, posicionándose como una comunidad con creciente interés por el destino.
- **Navarra:** En 2024: 613 personas frente a 520 personas en 2023. Incremento del 17.8%, consolidándose como un mercado en expansión.
- **Cantabria:** En 2024: 265 personas frente a 234 personas en 2023. Crecimiento del 13.2%, destacándose como un mercado emergente.
- **Extremadura:** En 2024: 103 personas frente a 53 personas en 2023. Incremento del 94.3%, aunque en cifras absolutas sigue siendo un mercado pequeño.
- **Canarias:** En 2024: 102 personas frente a 85 personas en 2023. Crecimiento del 20%, lo que muestra un leve aumento en visitantes de larga distancia (justificado por los vuelos directos con el aeropuerto de Zaragoza).

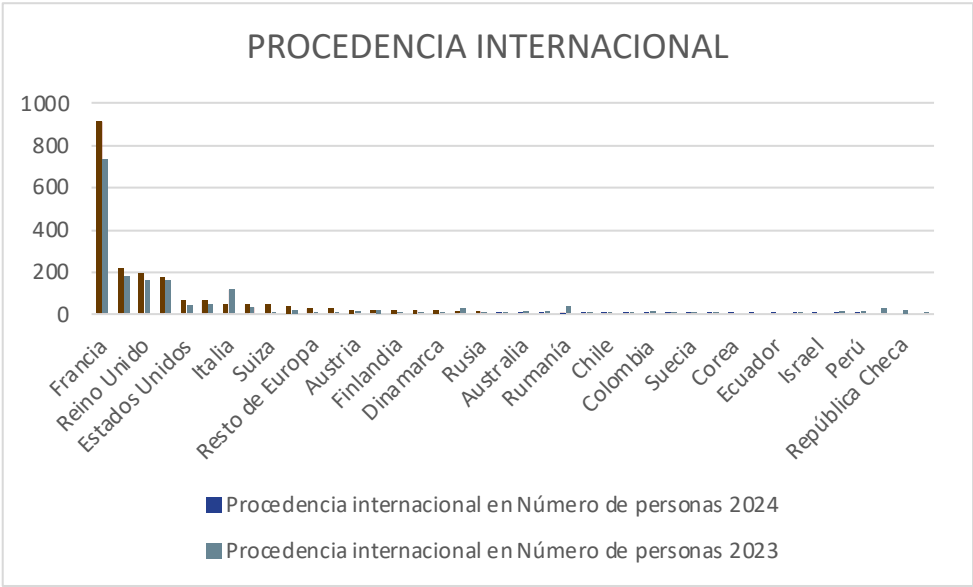
3. Descensos Significativos

- **Zaragoza ciudad:** En 2024: 1,405 personas frente a 1,680 personas en 2023. Reducción del 16.4%, lo que podría indicar una disminución en el turismo de proximidad desde la capital aragonesa.
- **Teruel:** En 2024: 763 personas frente a 956 personas en 2023. Caída del 20.2%, afectando uno de los mercados más cercanos.
- **La Rioja:** En 2024: 261 personas frente a 313 personas en 2023. Descenso del 16.6%, mostrando una reducción moderada en la afluencia.
- **Baleares:** En 2024: 184 personas frente a 257 personas en 2023. Disminución del 28.4%, destacando una caída importante en visitantes desde estas islas.

4. Procedencias Menores y Datos desconocidos:

- **Melilla-Ceuta:** En 2024: 4 personas frente a 1 persona en 2023. Incremento absoluto mínimo.
- **Desconocido:** En 2024: No se registraron datos en esta categoría, mientras que en 2023 se reportaron 110 personas, indicando una mejora en la precisión del registro de datos.

Análisis Comparativo de Procedencia Internacional de Visitantes en Alcañiz (2023 vs. 2024)



INE- Oficina de Turismo de Alcañiz 11/2024

1. Principales Mercados Internacionales

- **Francia:** En 2024: 914 personas frente a 734 personas en 2023. Incremento del 24.5%, manteniéndose como el principal mercado internacional para Alcañiz.
- **Alemania:** En 2024: 221 personas frente a 182 personas en 2023. Aumento del 21.4%, consolidando su importancia como uno de los principales emisores europeos.
- **Reino Unido:** En 2024: 192 personas frente a 160 personas en 2023. Incremento del 20%, lo que refuerza su relevancia como mercado en crecimiento.
- **Países Bajos:** En 2024: 177 personas frente a 161 personas en 2023. Crecimiento del 9.9%, consolidándose como un mercado importante en el norte de Europa.

2. Incrementos Destacados

- **Estados Unidos:** En 2024: 68 personas frente a 43 personas en 2023. Aumento del 58.1%, lo que indica un creciente interés desde el mercado norteamericano.
- **Suiza:** En 2024: 45 personas frente a 12 personas en 2023. Crecimiento del 275%, destacándose como un mercado emergente.
- **México:** En 2024: 38 personas frente a 22 personas en 2023. Incremento del 72.7%, lo que posiciona a este mercado como un foco de interés en América Latina.
- **Rusia:** En 2024: 13 personas frente a 5 personas en 2023. Crecimiento del 160%, mostrando un ligero repunte desde este mercado.
- **Finlandia:** En 2024: 20 personas frente a 4 personas en 2023. Incremento del 400%, señalando un interés emergente en los países nórdicos.

3. Descensos Significativos

- **Italia:** En 2024: 50 personas frente a 118 personas en 2023. Caída del 57.6%, lo que refleja una disminución significativa del interés desde este mercado.
- **Rumanía:** En 2024: 9 personas frente a 43 personas en 2023. Descenso del 79.1%, mostrando una pérdida de visitantes desde este mercado.
- **Resto de América:** En 2024: 14 personas frente a 30 personas en 2023. Disminución

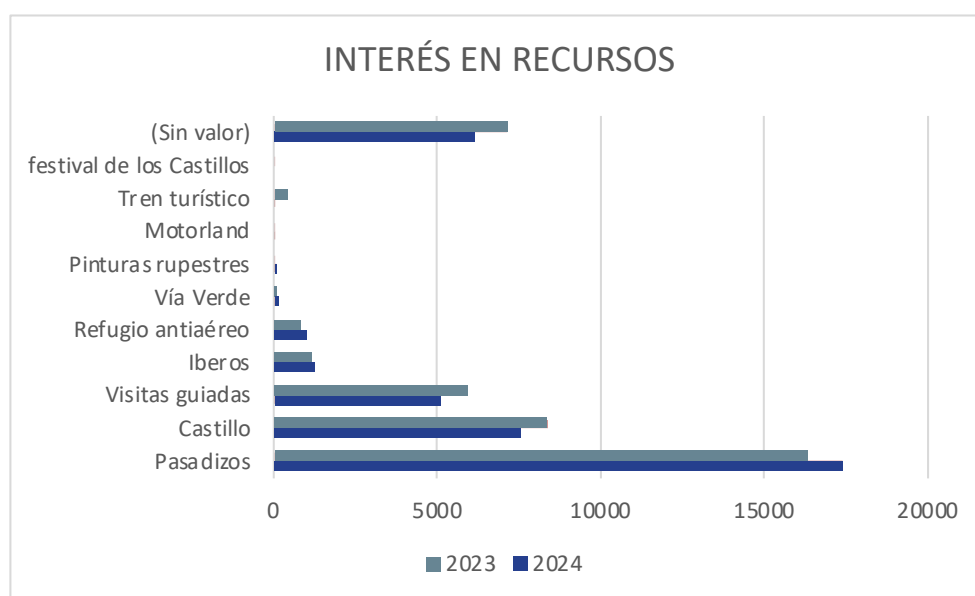
del 53.3%, indicando una caída en el flujo desde países americanos fuera de los principales emisores.

- **China:** En 2024: 0 personas frente a 26 personas en 2023. Pérdida total de visitantes, posiblemente debido a restricciones de viaje o cambios en las preferencias de los turistas chinos.
- **República Checa:** En 2024: 0 personas frente a 22 personas en 2023. Desaparición del mercado.

4. Procedencias Menores y Nuevos Mercados

- **Corea:** En 2024: 4 personas, un mercado inexistente en 2023. Apertura a mercados asiáticos, aunque en cifras bajas.
- **Resto de Asia y Ecuador:** Ambas procedencias registraron 2 personas en 2024, marcando su aparición como mercados nuevos.

Análisis Comparativo de intereses en recursos por los Visitantes en Alcañiz (2023 vs. 2024)



INE- Oficina de Turismo de Alcañiz 11/2024

1. Recursos más visitados

- **Pasadizos:** En 2024: 17,386 personas frente a 16,325 personas en 2023. Incremento del 6.5%, consolidándose como el recurso turístico más demandado en Alcañiz.
- **Castillo:** En 2024: 7,542 personas frente a 8,407 personas en 2023. Reducción del 10.3%, aunque sigue siendo uno de los principales atractivos turísticos.
- **Visitas guiadas:** En 2024: 5,128 personas frente a 5,937 personas en 2023. Caída del 13.6%, lo que podría reflejar una menor participación en actividades organizadas.

2. Incrementos destacables

- **Iberos:** En 2024: 1,274 personas frente a 1,157 personas en 2023. Incremento del 10.1%, mostrando un interés creciente en el patrimonio histórico ibero.
- **Refugio antiaéreo:** En 2024: 1,017 personas frente a 848 personas en 2023. Aumento del 19.9%, posicionándose como un recurso en auge por su valor histórico.

- **Vía Verde:** En 2024: 135 personas frente a 85 personas en 2023. Crecimiento del 58.8%, lo que sugiere un mayor interés en actividades relacionadas con la naturaleza.
- **Pinturas rupestres:** En 2024: 106 personas frente a 42 personas en 2023. Incremento del 152%, destacando como un recurso emergente en el interés de los visitantes.
- **MotorLand:** En 2024: 35 personas frente a 7 personas en 2023. Aumento del 400%, aunque en cifras absolutas sigue siendo una atracción con baja representación en o que respecta a consultas en la Oficina de Turismo.

3. Descensos significativos

- **Tren turístico:** En 2024: 10 personas frente a 435 personas en 2023. Caída del 97.7% (2024 no hubo)
- **Festival de los Castillos:** En 2024: 0 personas frente a 16 personas en 2023.
- **(Sin valor):**
 1. En 2024: 6,146 personas frente a 7,149 personas en 2023.
 2. Reducción del 14%, lo que podría indicar una mejor distribución del interés hacia recursos específicos.

En el informe mensual de octubre 2024 de SITAR (Sistema de Inteligencia Turística de Aragón), aparece Alcañiz en la posición nº5 en el ranking top 10 de municipios y Motorland Aragón en 1ª posición en Interés de productos, Atractivos y Municipios turísticos.

Actualmente no existe un registro de datos sobre el grado de satisfacción de los visitantes y su perfil demográfico, pero se puede obtener información más generalizada de la provincia de Teruel, donde se encuentra Alcañiz.

2. Grado de Satisfacción y Perfil Demográfico. El Gobierno de Aragón ha destacado un alto nivel de satisfacción entre los turistas, especialmente por la oferta cultural y gastronómica, aunque aún hay margen de mejora en el sector de alojamientos y la conectividad para atraer más visitantes internacionales.

3. Segmentación por Edad. Si bien no se ofrecen datos desglosados específicos por edad en el último informe, los estudios generales en Aragón sugieren que los turistas suelen abarcar desde familias completas, moteros, jóvenes adultos atraídos por eventos deportivos y actividades de aventura, hasta adultos mayores, interesados en la oferta cultural e histórica de la región.

4. Estacionalidad y Eventos Clave: La demanda turística es marcadamente estacional, alcanzando picos durante eventos deportivos en MotorLand Aragón y festividades locales. Septiembre y agosto son meses de alta actividad, vinculados a eventos veraniegos, con cifras significativas de visitantes. Sin embargo, los meses de invierno y fines de otoño muestran una considerable reducción en visitas, lo cual representa un área de oportunidad para distribuir la demanda a lo largo del año.

Fuentes: Instituto Nacional de Estadística (INE) - Estadísticas de Turismo del Gobierno de Aragón - Oficina de Turismo de Alcañiz -SITAR

2.4 COMPETENCIA

Para todo aquel viajero que decide escoger esta zona de España como destino para disfrutar de unos días, Alcañiz enfrenta una notable competencia dentro de Aragón y sus alrededores. Esta rivalidad se da con destinos que, al igual que Alcañiz, ofrecen una atractiva combinación de patrimonio histórico, naturaleza y turismo de eventos. Entre los principales competidores destacan:

Teruel: La capital provincial se posiciona como un destino clave gracias a su rico patrimonio histórico y cultural y el parque temático Dinópolis.

Albarracín: Reconocido como uno de los pueblos más bonitos de España,

Zaragoza: Como capital de Aragón, Zaragoza ofrece una sólida oferta cultural y monumental, que incluye iconos como la Basílica del Pilar.

Jaca: Situada en el Pirineo Aragonés, Jaca es un destino destacado en el sector de turismo de naturaleza y deportes de invierno.

Patrimonio Histórico de **Calatayud** combinado con la belleza natural del **Monasterio de Piedra**.

Valderrobres y la comarca del Matarraña: Apodada como la “Toscana Española”, la comarca del Matarraña se ha posicionado como un destino popular por sus paisajes, su arquitectura y su oferta en turismo rural y enoturismo. Valderrobres, con su castillo y calles medievales, complementa esta propuesta con un encanto rural.

Los municipios de la **comarca del Bajo Aragón** no deben percibirse como competidores, sino como aliados estratégicos para la creación de experiencias turísticas complementarias. Esto permite diseñar rutas y actividades integradas que fomenten la visita a varios municipios de la comarca, enriqueciendo la oferta turística y potenciando el atractivo de la región como un destino en conjunto único y diverso.

2.5 REUNIONES SECTORIALES

Durante las fases de estudio, se han celebrado insitu diversas reuniones con representantes del sector público y privado del ámbito turístico y empresarial de Alcañiz, como hoteleros, hosteleros, representantes de asociaciones, guías turísticos, entre otros, con el objetivo de conocer sus opiniones y puntos de vista.

A través de estos encuentros, se ha promovido un espacio de diálogo y colaboración en el que se han abordado las principales preocupaciones, desafíos y oportunidades del sector. Como resultado de estas reuniones, se han identificado áreas clave de mejora y se han alcanzado conclusiones que servirán para desarrollar estrategias y acciones concretas que impulsen el crecimiento sostenible y competitivo del turismo de Alcañiz. Este proceso de escucha activa y cooperación intersectorial es esencial para asegurar que las decisiones que se tomen respondan de manera efectiva a las necesidades y expectativas de todos los involucrados, contribuyendo al fortalecimiento de la oferta turística a medio y largo plazo.

Prácticamente todos los actores consultados han mostrado un notable consenso en la identificación de los puntos críticos que afectan al desarrollo turístico del destino.

Entre los entrevistados, Alcañiz es valorada por su autenticidad, tranquilidad, precios accesibles y su riqueza en patrimonio histórico y cultural. MotorLand Aragón lo consideran como el eje principal del turismo en la ciudad, complementado por una oferta alojativa variada, que incluye hoteles, casas rurales y apartamentos turísticos. Además, su entorno natural, con recursos como el Camino Natural Val de Zafán y el embalse de La Estanca, lo perciben como una oportunidad clave para desarrollar un turismo activo y sostenible.

De manera unánime, se ha destacado como primer paso, la necesidad de fomentar una mayor concienciación social sobre la importancia de ofrecer un servicio turístico de calidad, promoviendo la profesionalidad y la vocación en el sector. Esto incluye establecer horarios de apertura adecuados, impulsar la colaboración entre establecimientos, garantizar servicios de excelencia y respetar la profesión del turismo. También, se identifican importantes carencias, como la iluminación, señalización turística deficiente, jardines descuidados y el mal estado de infraestructuras clave, como la subida al Parador. También se destaca la necesidad de solucionar problemas de movilidad en el centro histórico, aparcamiento e incorporar puntos de carga para vehículos eléctricos. La limitada digitalización, una página web desactualizada y la falta de datos precisos sobre los visitantes subrayan la urgencia de modernizar el destino.

Para potenciar su desarrollo, coinciden consolidar a Alcañiz como la **“Ciudad del Motor”**, integrando MotorLand con el antiguo Circuito Urbano de Guadalo. Asimismo, consideran imprescindible implementar planes de formación en digitalización, hospitalidad e idiomas para mejorar la atención al turista, fomentando la vocación y motivación en el sector, especialmente entre jóvenes y emprendedores, e incentivando la creación de alojamientos y experiencias diferenciadoras.

Finalmente, se reconoce la necesidad de superar la ausencia de planificación estratégica que ha caracterizado el pasado. Se requiere un enfoque integral y coordinado que equilibre la promoción turística con la preservación de los recursos locales. Este modelo permitirá que el turismo se consolide como un motor clave para el desarrollo económico y social de Alcañiz, promoviendo su sostenibilidad a largo plazo.

Los datos obtenidos en estas entrevistas constituyen una base sólida de información fundamental para la elaboración del análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades). Este análisis permite sintetizar las percepciones y aportaciones recogidas, proporcionando una herramienta estratégica clave para la toma de decisiones y la definición de acciones concretas que impulsen el desarrollo turístico de Alcañiz de manera eficiente y sostenible.

2.6 DAFO

DEBILIDADES

- Débil concienciación social sobre la importancia del turismo como motor económico.
- Falta de un plan estratégico turístico.
- Escaso posicionamiento como destino de relevancia turística.
- Baja estancia media de los visitantes.
- Poca diversificación de productos turísticos y escasa promoción de la oferta turística.
- Consideración sobre el peso de MotorLand como principal eje de atracción turística.
- Carencia de productos turísticos cruzados entre MotorLand y otros recursos del destino.
- Ausencia de iniciativas conjuntas con otras localidades del Bajo Aragón y resto de destinos de la región.
- Insuficiencia de experiencias para familias y niños.
- Escasez de tiendas de productos típicos de la zona en el centro histórico.
- Falta de profesionalización y colaboración empresarial turística.
- Mínima interacción entre empresarios turísticos y administración local.
- Falta de una asociación de empresarios turísticos de Alcañiz.
- Escasez de personal cualificado y especializado en turismo.
- Cierre de la mayoría de los restaurantes durante el fin de semana.
- Oficinas de turismo con recursos limitados y falta de motivación.
- Falta de banco audiovisual del destino en general.
- Ausencia de un museo de arte.
- Inexistencia de baños públicos.
- Nula transformación digital del sector turístico.
- Falta de página web oficial de Turismo de Alcañiz.
- Ausencia de un sistema de Big Data turístico.
- Señalización turística deficiente.
- Mal estado de la subida al Parador y jardines descuidados.
- Mal estado del casco histórico y falta de mantenimiento en infraestructuras.
- Falta de conservación de los carteles y señalización del antiguo circuito de Guadalope.
- Dependencia excesiva del transporte privado.
- Escasa frecuencia y disponibilidad de servicios de transporte público.
- Ausencia de conexión ferroviaria.
- Falta de una autovía que conecte Alcañiz con los principales núcleos urbanos y el aeropuerto de Zaragoza.
- Falta de aparcamiento.
- No se reconocen prácticas de turismo sostenible en el destino.
- Falta de oferta de turismo accesible.

AMENAZAS

- Impacto de las crisis económicas en el perfil del turista.
- Fuga de talentos jóvenes hacia las grandes ciudades.
- Cierta estancamiento de los mercados emisores tradicionales.
- Mayor presencia online de destinos competidores.
- Nulo avance en la adopción de tecnologías innovadoras y estrategias de digitalización.
- Degradación del patrimonio por falta de recursos económicos y humanos.
- Desconexión entre las nuevas generaciones y el desarrollo del patrimonio local.
- Obras en la Plaza de España - La casa Consistorial - La Lonja (2025).

FORTALEZAS

- Es el centro neurálgico del Bajo Aragón.
- Identidad hospitalaria de los alcañizanos.
- Tranquilidad.
- Autenticidad.
- Carreteras ideales para moteros, con trazados emocionantes trazados y paisajes.
- Semana Santa: Reconocida como Fiesta de Interés Turístico Nacional.
- Pueblo asociado a La Ruta del Tambor y Bombo de Bajo Aragón (Dentro del Consorcio Nacional de los pueblos de la Ruta del Tambor y del Bombo).
- Alcañiz, Ciudad de la Concordia: Importancia histórica de Alcañiz como punto clave en la Corona de Aragón.
- Recursos emblemáticos: El Castillo de los Calatravos, la Plaza de España, los pasadizos medievales, junto a vestigios de la Guerra Civil Española.
- Pinturas rupestres de Val del Charco del Agua Amarga: Patrimonio de la Humanidad.
- Yacimientos íberos.
- Historia vinculada a grandes humanistas y figuras históricas.
- Huella del trazado del antiguo circuito urbano Guadaloque.
- Festividad de San Jorge con el Vencimiento del Dragón: Declarada Fiesta de Interés Turístico de Aragón.
- Sede del Aragón Sonoro: Festival que promueve la música aragonesa.
- Sede del Gran Eclipse Español 2026.
- MotorLand Aragón: Consolidado como un motor turístico y deportivo de proyección internacional.
- Museo de la Magia.
- Humanización de travesías: Actual mejora de la accesibilidad y el atractivo urbano del centro histórico.

OPORTUNIDADES

- Gran potencial turístico aún no explotado: Oportunidad única para el desarrollo y posicionamiento de Alcañiz como un destino clave en la región.
- Posicionar Alcañiz como la “Ciudad del motor”: Aprovechar el legado del Circuito Urbano de Guadaloque y la proyección internacional de MotorLand.
- Revitalización del Circuito de Guadaloque: Creación de un museo cerrado y un museo abierto en la ciudad para mantener viva su memoria.
- Promover la conversión de la festividad del Vencimiento del Dragón de Fiesta de Interés Turístico de Aragón a Fiesta de Interés Turístico Nacional.
- Embellecimiento de espacios clave del centro histórico con la remodelación de la Plaza de España, La Casa Consistorial y La Lonja.
- Plan de iluminación del centro histórico y monumentos.
- Construcción de aparcamiento.
- Puesta en valor del tramo de La Vía Verde Val de Zafán.
- Reconversión de la antigua estación de ferrocarril del Camino Natural en un albergue.
- Creación de una página web oficial de turismo.
- Digitalización de los recursos turísticos de Alcañiz.
- Implementación de tótems y pantallas digitales en la oficina de turismo.
- Exploración del Big Data.
- Incorporación de realidad virtual y aumentada.
- Acceso a fondos europeos y nacionales para la transformación digital.
- Diseño de experiencias y productos turísticos innovadores y diversificación de la oferta.
- Creación de experiencias turísticas expresas para niños.
- Revisión, creación y puesta en valor de rutas de slow-driving.
- Fomento del astroturismo.
- Fomento del turismo sostenible.
- Creación de un nuevo museo de arte en La Lonja.
- Fomento de competiciones deportivas.
- Formación continua del personal de la Oficina de Turismo y del tejido empresarial turístico.
- Crear productos y rutas conjuntas que integren a Alcañiz con otros destinos de Aragón.
- Aprovechamiento de estrategias de promoción regional.
- Creación de una asociación de empresarios turísticos de Alcañiz.
- Atraer al mercado de nómadas digitales.



2.7 CONCLUSIONES GENERALES DE LA FASE DE ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO

Del análisis comparativo de los datos de la demanda turística de Alcañiz (2023 vs. 2024) se derivan las siguientes conclusiones, que permiten plantear soluciones estratégicas para su desarrollo:

- Refuerzo en mercados tradicionales: Intensificar la promoción en mercados emisores clave como la C. Valenciana, Madrid y Barcelona.
- Explorar mercados en crecimiento: Aprovechar el interés creciente en comunidades como Navarra, Castilla-León y Cantabria a nivel nacional, así como en mercados internacionales como Francia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos, Estados Unidos, Suiza, Finlandia y México.
- Recuperación de mercados en descenso: Investigar las causas de los descensos en mercados internacionales relevantes como Italia, Rumanía, China y República Checa, y trabajar en estrategias específicas para su recuperación.
- Diversificación geográfica: Promover la apertura a nuevos mercados como Corea, el Resto de Asia y América Latina.
- Potenciar las estancias más largas: Fomentar las estancias de 2-3 días y de más de una semana mediante la diversificación de la oferta cultural, natural y deportiva.
- Promoción de recursos turísticos consolidados.
- Impulsar recursos históricos y naturales emergentes.
- Integrar productos turísticos innovadores.
- Diversificación de experiencias guiadas.
- Replanteamiento de recuperación del tren turístico.
- Alineación con tendencias globales: Reforzar la promoción en mercados con mayor crecimiento potencial, como los europeos y norteamericanos.

Es necesario implementar un sistema de registro de datos a nivel local en la oficina de turismo de Alcañiz, que permita recopilar información específica sobre el grado de satisfacción de los visitantes y su perfil demográfico.

El análisis DAFO de Alcañiz revela un destino con amplio potencial turístico, respaldado por una rica oferta cultural, histórica y natural. Además, su posición estratégica como centro del Bajo Aragón y su vinculación con MotorLand lo consolidan como un referente en turismo deportivo. Su entorno paisajístico, carreteras ideales para el slow-driving y la hospitalidad de su gente refuerzan su atractivo como destino acogedor y versátil.

Sin embargo, Alcañiz enfrenta importantes debilidades y amenazas que dificultan su desarrollo. Entre ellas destacan la escasa profesionalización del sector, la falta de un plan estratégico turístico, la supuesta dependencia de MotorLand, y las carencias en infraestructura clave como transporte, señalización y servicios básicos para visitantes. Además, la baja digitalización y la desconexión entre actores locales limitan la diversificación de la oferta turística y la integración de sus recursos. Estas dificultades se ven agravadas por amenazas externas como el impacto de las crisis económicas, el estancamiento de mercados emisores tradicionales, la competencia de destinos más digitalizados y la fuga de jóvenes talentos.

No obstante, el destino presenta grandes oportunidades de transformación. Estas incluyen la digitalización del sector y la creación de nuevos productos turísticos, así como proyectos de

revitalización tanto en el casco urbano como en zonas naturales. Además, fomentar las sinergias turísticas con otros destinos de Aragón, la promoción del turismo sostenible y la diversificación de experiencias culturales, familiares y deportivas pueden consolidar a Alcañiz como un destino competitivo y sostenible.

En conclusión, Alcañiz cuenta con los elementos necesarios para destacar como un destino clave en la región, siempre y cuando implemente un desarrollo estratégico enfocado en la modernización, la sostenibilidad y la diversificación de su oferta turística. La integración de tecnologías, la revitalización del casco histórico y el fortalecimiento de alianzas regionales serán esenciales para convertir sus fortalezas y oportunidades en ventajas competitivas frente a otros destinos.



3. EJECUCIÓN Y OBJETIVOS, LÍNEAS Y ACCIONES ESTRATÉGICAS

3.1 MODELO DE GESTIÓN PARA LA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN TURÍSTICA DE ALCAÑIZ

En este escenario, implementar un modelo de gestión para la planificación y desarrollo turístico resulta imprescindible para enfrentar las debilidades identificadas y capitalizar las oportunidades existentes. Este enfoque facilitará:

1. Estructurar una estrategia integral de desarrollo turístico: Alcañiz necesita una hoja de ruta clara que priorice la diversificación de su oferta, la modernización de infraestructuras y la adopción de tecnologías digitales. Un modelo de gestión ofrecerá el marco necesario para coordinar estos esfuerzos y garantizar su implementación efectiva.	2. Optimizar recursos y potenciar fortalezas: La gestión estratégica facilitará la conservación y valorización de los recursos patrimoniales y naturales de Alcañiz, como su casco histórico, el entorno paisajístico y los eventos culturales. Asimismo, reforzará su posición como centro neurálgico del Bajo Aragón, integrando estos recursos en una oferta diversificada y sostenible.	3. Fomentar la colaboración y gobernanza local: La desconexión actual entre actores locales, como empresarios turísticos y la administración, limita la capacidad de respuesta del destino frente a las demandas del mercado. Un modelo de gestión promoverá la creación de asociaciones, alianzas y sinergias con otros municipios, fortaleciendo la cohesión y el impacto regional.
4. Adaptarse a las tendencias del mercado turístico: El turismo moderno exige destinos innovadores, sostenibles y conectados digitalmente. La implementación de tecnologías como el Big Data, la realidad aumentada y la digitalización de servicios turísticos será más eficiente dentro de un marco de gestión estructurado, que priorice estas acciones de manera estratégica.	5. Mitigar amenazas externas y mejorar la resiliencia: Factores como las crisis económicas, la competencia de destinos digitalizados y la fuga de talentos pueden ser contrarrestados mediante un modelo que priorice la diversificación económica, el desarrollo del capital humano local y la mejora de la competitividad del destino.	6. Garantizar un desarrollo sostenible y equilibrado: Un modelo de gestión permitirá integrar principios de sostenibilidad en el desarrollo turístico de Alcañiz, asegurando que el crecimiento económico vaya acompañado de la conservación del patrimonio y el respeto al entorno natural.

3.2 DETERMINACIÓN DE LA VISIÓN Y VALORES DEL DESTINO ALCAÑIZ

Con la información capturada con fuentes internas y externas ha sido determinada la **Visión del destino**, la cual se configura con las siguientes características:

- Es retadora, atractiva, inspiradora y movilizadora
- Medible, concretando metas a lograr al final del ciclo y de manera parcial durante los años. Por tanto, la Visión describe el sueño que nos gustaría conseguir en 2030.

Queremos, entre todos que ...

Alcañiz sea un destino especialmente valorado por su autenticidad, patrimonio monumental, cultural, natural. Por ser “Ciudad del Motor” “Ciudad de la Concordia”, por su Semana Santa, por sus experiencias únicas en un marco de desarrollo sostenible integral.

De esta Visión se declinan algunos aspectos clave:

- **“Destino valorado”**: es decir, siendo reconocido y querido.
- **“Por su patrimonio cultural, monumental, natural y deportivo”**: es decir, por lo diferencial de su patrimonio.
- **“Por la Concordia, la Semana Santa, el Vencimiento del Dragón”**, es decir, por su historia y reconocimiento.
- **“Generación de experiencias únicas”**: es decir, que se orienta a satisfacer a sus vecinos y visitantes con vivencias memorables.
- **“Desarrollo sostenible integral”**: es decir, orientado a la generación de capital social, capital natural y capital económico para el municipio.

Por otro lado, de la misma manera, se han determinado los **Valores del Destino** considerando que:

- Representan “las reglas de juego” con las que el destino va a avanzar hacia su Visión.
- Referencia para la planificación, despliegue y revisión de acciones.
- Son la señal de identidad con las que el destino debe ser conocido y reconocido.

Por tanto, los Valores representan las características por las que Alcañiz será reconocido. Queremos, entre todos, que sea como un destino...

INNOVADOR... creativo, emprendedor

INTELIGENTE... digital y tecnológico

SOSTENIBLE... diverso, inclusivo, accesible

SEGURO... confiable y responsable

Tomando como referencia toda la información capturada en las fases de estudio, y especialmente la concreción de la Visión del destino, han sido determinados los aspectos clave en el desarrollo estratégico del turismo de Alcañiz durante el ciclo 2025-2029. Los Factores Críticos de Éxito representan la selección de aspectos que deben ser especialmente relevantes a cuidar en el avance de Alcañiz hacia su visión como destino turístico.



Por lo tanto, los ámbitos sobre los que se definirán los retos de este plan se centran en:

- Gobernanza del destino a nivel interno (alianzas) y externo (marca, promoción)
- Aplicación de tecnologías digitales
- Foco en la experiencia del visitante
- Marca atractiva
- Puesta en valor efectiva del patrimonio histórico, cultural, natural y deportivo
- Propuesta de valor vinculada a tranquilidad, cultura y naturaleza
- Grado de integración de la actividad turística en la vida del municipio
- Capacidad para generar alianzas con otros destinos
- Acceso a recursos financieros

3.3 SELECCIÓN DE LA ESTRATEGIA

Tomando en consideración las conclusiones del análisis de situación realizado en la fase anterior, en esta se han concretado los grandes resultados que se esperan obtener con el desarrollo estratégico, de tal manera que los Retos Estratégicos a establecer se orienten hacia su consecución. El mapa estratégico turístico de Alcañiz 2025-2030, se compone de cuatro retos, los cuales definen la visión de futuro del destino Alcañiz en el 2030. Para conseguir esa visión se definen 39 medidas. Las medidas estratégicas refuerzan de manera directa o indirecta a los 17 ODS de la Agenda 2030, con relaciones o sinergias que tratan de responder a su vez a la Estrategia Aragón Turismo Sostenible 2030.

ESTOS SON LOS #4 RETOS ESTRATÉGICOS EN RELACIÓN CON SU TRANSFORMACIÓN COMO DESTINO:

1. Fortalecer la gestión del destino

Consolidando la gobernanza turística de Alcañiz mediante una visión estratégica y una gestión eficiente, avanzando hacia su transformación en un futuro Destino Turístico Inteligente.

2. Hacia la Profesionalización de la Promoción Turística de Alcañiz

Avanzando en su imagen, posicionamiento y promoción, integrando enfoques innovadores y dinámicos.

3. Potenciar la singularidad del destino

Poniendo en valor el patrimonio monumental, cultural, natural, etnográfico y recursos deportivos generando más oferta competitiva y diferencial (diseño de nuevos productos turísticos), y formación.

4. Generar mayor valor económico incrementando el atractivo del destino

Potenciando el atractivo del destino, mejorando la calidad de sus recursos turísticos y optimizando el acceso y la movilidad dentro de la ciudad.

Cada uno de los #4 Retos Estratégicos se desarrolla a través de un proyecto clave y una serie de medidas definidas en función de los resultados obtenidos en el análisis DAFO.

Para garantizar el éxito en la implementación de los proyectos clave, se ha diseñado un cuadro de priorización de medidas que aplica criterios rigurosos como la importancia estratégica de cada acción, su nivel de urgencia, las dependencias entre actividades y los recursos necesarios para su desarrollo. Este análisis ha sido fundamental para jerarquizar las acciones que se recomiendan ser ejecutadas durante el periodo de este plan en función de su impacto y viabilidad, asegurando un uso eficiente de los recursos disponibles.

El proceso de priorización también ha considerado la planificación temporal, diseñando una calendarización que cubre el período 2025-2030 en tres fases temporales Fase 1-Fase 2 - Fase 3. Este enfoque facilita la distribución ordenada de las acciones a lo largo de los cinco años, adaptando los tiempos de ejecución a las necesidades específicas de cada proyecto. Asimismo, se han previsto posibles ajustes en algunas acciones para anticipar y mitigar los retrasos que podrían derivarse de las obras en la Plaza de España, garantizando así una implementación más realista y eficaz.

Con base en el análisis previo y las consideraciones realizadas, este estudio ha sido esencial para priorizar las acciones recomendadas durante el periodo de vigencia del plan, evaluando su impacto y viabilidad para garantizar un uso eficiente de los recursos disponibles. Como resultado, se han identificado 15 acciones clave a implementar dentro del marco temporal del plan. Todas estas medidas se encuentran descritas en detalle en las fichas de actividades clave, incluidas en los anexos. Estas fichas ofrecen una descripción clara y estructurada de cada acción, especificando sus objetivos, los recursos necesarios, los plazos establecidos y los presupuestos, ambos estimados, proporcionando así una guía integral para su implementación. Todas las medidas están condicionadas por dos factores principales: el presupuesto estimado y la fase temporal de ejecución.

Presupuesto de ejecución: Se refiere al costo que implica para el Ayuntamiento llevar a cabo cada acción planificada. Este aspecto considera dos variables clave: la magnitud de la inversión requerida y el horizonte temporal de implementación, diferenciando entre acciones de corto y medio plazo.

Nivel de coste

- **Coste No Significativo:** Corresponde a acciones cuya ejecución no implica un gasto adicional relevante para el municipio o representa un impacto mínimo en el presupuesto municipal. Referencia (-3.000€ +IVA)
- **Coste Reducido:** Se establece tomando como referencia el límite de los contratos menores, con un presupuesto inferior a 15.000 € + IVA.
- **Coste Elevado:** Aplica a medidas cuya ejecución requiere un presupuesto superior a 15.000 € + IVA.

Fase temporal de ejecución: Horizonte temporal mínimo de 5 años.

FASE 1 AÑO 1	FASE 2 AÑO 2 y 3	FASE 3 AÑO 4 y 5
€ 3.000 €	€€ - 15.000 €	€€€ +15.000 €

#1 FORTALECER LA GESTIÓN DEL DESTINO

El objetivo de este reto es optimizar la planificación, ejecución y seguimiento de las acciones turísticas en Alcañiz mediante una estructura organizativa sólida y eficiente. Esto implica avanzar en la modernización, la transformación digital y la gestión del conocimiento, integrar plenamente la actividad turística en el destino, fomentar sinergias con otros destinos y marcas, y mejorar la infraestructura turística a través de una captación estratégica y efectiva de recursos.

Para desarrollar este reto han sido identificados los siguientes:

PROYECTO CLAVE	ID	MEDIDA	FASE TEMPORAL			PRESUPUESTO
1. FORTALECER LA GESTIÓN DEL DESTINO						
1.1 Desplegar un modelo de gobernanza			FASE 1 AÑO 1	FASE 2 AÑO 2 y 3	FASE 3 AÑO 4 y 5	
	1	Crear una estructura organizativa con responsables de las funciones y procesos, una planificación de acciones y la evaluación de los objetivos planteados con su nivel de ejecución.				€
	2	Intensificar la coordinación y la cooperación público-privada para la planificación, gestión, desarrollo y actualización de los recursos y productos turísticos.				€
	3	Formalizar un rol activo de la Oficina de Turismo.				€
1. 2 Avanzar en la modernización, transformación digital y conocimiento del dato.						
	4	Implementación de tecnologías avanzadas en la Oficina de Turismo.				€€
	5	Creación y desarrollo de un portal web y una WebApp turística y comercial.				€€
	6	Implementación de una red de puntos de información digital interactivos para atención turística 24/7, con dispositivos de interior y exterior, integrados en una plataforma de gestión centralizada.				€€
	7	Incorporación de realidad virtual y aumentada: Enriquecer la experiencia en recursos clave mediante tecnologías inmersivas.				€€€
	8	Plan de adhesión y participación en la Red DTI.				€
1.3 Integrar la actividad turística en el destino.						
	9	Reforzar la concienciación social sobre la importancia del turismo como motor económico para Alcañiz. Integrar a la ciudadanía, empresas y demás agentes en la toma de decisiones y en la valoración del turismo como fuente de riqueza del municipio.				€
	10	Fomentar la interacción entre la población local y los turistas.				€
	11	Agencias receptoras: Impulsar las agencias receptoras / guías turísticos que trabajen el destino, reforzando su coordinación, visibilidad y participación en las acciones promocionales.				€
	12	Creación de una asociación de empresarios turísticos de Alcañiz. Fomentar la participación continua en la promoción del destino para establecer una visión común.				€
1. 4 Generar Sinergias con otros Destinos y Marcas.						
	13	Aprovechar alianzas estratégicas: Utilizar “marcas” consolidadas como MotorLand, Ruta del Tambor y Bombo o la red de Camino del Arte Rupestre para atraer visitantes y fortalecer la competitividad del destino.				€€
	14	Colaboración regional: Estudiar la creación de productos y rutas conjuntas con otros destinos del Bajo Aragón y resto de la provincia para posicionar a Alcañiz dentro de propuestas turísticas integradas.				€€
	15	Colaboración entre comunidades: Estudiar la creación de productos y rutas conjuntas con de otras comunidades como el caso del Consorcio Turístico de la Ruta de los Tres Reyes.				€€
1. 5 Mejorar la Infraestructura Turística Global a través de una Captación Eficiente de Recursos.	16	Acciones de acceso a fondos a nivel regional, nacional y europeo para la transformación digital: Financiar proyectos tecnológicos y de modernización.				€€

#2. PROFESIONALIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE ALCAÑIZ

El propósito de este reto es fortalecer la estrategia integral de posicionamiento y promoción del destino desde múltiples enfoques. Para ello, es esencial desarrollar un plan de marketing completo, tanto online como offline, que potencie la visibilidad, comercialización y promoción turística, abarcando productos, mercados, segmentos específicos y consolidando su identidad de marca.

Para desarrollar este reto han sido identificados los siguientes:

PROYECTO CLAVE	ID	MEDIDA	FASE TEMPORAL			PRESUPUESTO
2. Profesionalización de la prtomoción turística de Alcañiz.						
2.1 Profesionalizar los mecanismos de promoción.						
	1	Creación de una marca turística sólida: Diseñar una identidad visual para Alcañiz que combine su historia, naturaleza y deporte.				€
	1	Crear un banco audiovisual actualizado de los recursos de Alcañiz. Fundamental para ejecutar acciones on-off line.				€€
	3	Ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Turístico: Implantación y seguimiento del plan (incluido en este plan estratégico) con acciones de difusión y promoción del destino. Lanzar campañas promocionales específicas para: Nómadas digitales: Posicionar a Alcañiz como un destino atractivo para el trabajo remoto en un entorno tranquilo.Principales mercados de origen: C. Valenciana, Madrid y Barcelona. Mercados emergentes como Navarra, Cantabria y Castilla-León. Destinos nacionales e internacionales que tengan conexión aérea directa con el aeropuerto de Zaragoza, como Islas Baleares o Islas canarias.				€€
	7	FAM TRIPS – PRESS TRIPS. Organización de viajes de familiarización (en inglés fam trips o fam tours) que se ofrecen a operadores turísticos o agencias de viajes para que puedan vivir la experiencia de Alcañiz como destino turístico en primera persona.				€€€
	9	Participar a través de Turismo de Aragón en ferias turísticas regionales, nacionales e internacionales y en acciones puntuales para captar turistas de Francia, Alemania y Reino Unido al considerarse como sus principales mercados internacionales y en destinos internacionales emergentes como EE. UU.				€€
	10	Declaración del Vencimiento del Dragón como Fiesta De Interés Turístico Nacional.				€€

#3. POTENCIAR LA SINGULARIDAD DEL DESTINO

El objetivo de este reto es maximizar las oportunidades para definir nuevos productos turísticos dirigidos a los segmentos de visitantes identificados en Alcañiz. Este desarrollo se basará en el perfeccionamiento de la actual oferta y el diseño de nuevos productos atractivos y sostenibles. También incluye una propuesta formativa que considera las necesidades específicas del sector, las tendencias globales, y las oportunidades que ofrece la tecnología.

Para desarrollar este reto han sido identificados los siguientes:

PROYECTO CLAVE	ID	MEDIDA	FASE TEMPORAL			PRESUPUESTO
3. POTENCIAR LA SINGULARIDAD DEL DESTINO						
3.1 Crear Nuevos Productos Turísticos y Experiencias Turísticas centrados en los recursos de Alcañiz.						
	1	Ampliación del catálogo de experiencias turísticas en Alcañiz, desde la perspectiva histórica, cultural, deportiva y natural, entre otras, para los diferentes perfiles de visitantes. Incluye:				€€
		Crear experiencias emocionales: Poner en valor la tranquilidad y autenticidad como sello distintivo de Alcañiz en la creación de productos turísticos. Creación de experiencias turísticas para niños: Atraer al turismo familiar con actividades adaptadas. Revisión, creación y puesta en valor de rutas de slow-driving: Aprovechar las carreteras paisajísticas del Bajo Aragón. Jornadas gastronómicas. Estimular y fortalecer jornadas que promuevan la gastronomía de Alcañiz y de la región fomentando las Denominaciones de Origen. Kilómetro 0. Promover, impulsar y promocionar la gastronomía basada en recetas con productos de proximidad, sostenibles y de calidad. Experiencias en el entorno del Camino natural de Val de Zafrán. Astroturismo. Competiciones deportivas.				
3.2. Formación para el sector turístico.						
	1	Impulso al tejido empresarial de Alcañiz mediante formación continua, profesionalización y adopción de tendencias globales y tecnologías turísticas.				€€
		Cursos de Concienciación de la Comunidad Local: Impartir cursos como "El Turismo como Motor de Desarrollo Local" para sensibilizar a la población sobre la importancia del turismo en la economía y cultura de la región. Desarrollo de Competencias Comerciales: Formación en técnicas avanzadas de negociación y habilidades comerciales para mejorar la competitividad y las relaciones con clientes y proveedores. Creación de Experiencias Turísticas Innovadoras: Capacitación en diseño, desarrollo y comercialización de actividades y experiencias turísticas que integren los recursos únicos de Alcañiz. Transformación Digital en Turismo: Introducir herramientas y estrategias digitales para mejorar la promoción, reserva y gestión de servicios turísticos en línea. 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. Sostenibilidad: Formación en prácticas sostenibles para preservar el entorno histórico y natural. Formación al sector turístico en trato y atención a personas con necesidades de accesibilidad. Gestión de Pequeños Alojamientos: Capacitación para gestores de pequeños alojamientos. Community Building y Coopetition: Promover la colaboración entre empresas locales mediante estrategias para fortalecer el tejido empresarial y potenciar el destino.				

4. GENERAR MAYOR VALOR ECONÓMICO INCREMENTANDO EL ATRACTIVO DEL DESTINO

Alcañiz debe centrarse en mejorar el estado físico de sus recursos turísticos para aumentar su atractivo y garantizar una experiencia satisfactoria para los visitantes, al tiempo que asegura la sostenibilidad a largo plazo de su patrimonio cultural. Esto requiere optimizar la movilidad urbana para residentes y turistas, facilitando el acceso y desplazamiento por la ciudad, además de fortalecer su capacidad para gestionar un mayor volumen de visitantes de manera eficiente y ordenada, sin comprometer la calidad del destino.



Para desarrollar este reto han sido identificados los siguientes:

PROYECTO CLAVE	ID	MEDIDA	FASE TEMPORAL			PRESUPUESTO
4. GENERAR MAYOR VALOR ECONÓMICO INCREMENTANDO EL ATRACTIVO DEL DESTINO.						
4.1 Infraestructuras y Revitalización Urbana, preservación y puesta en valor del patrimonio.						
	1	Crear un plan anual de mantenimiento: En el casco histórico y espacios naturales.				€€€
	2	Crear un plan contra la degradación del patrimonio por falta de recursos económicos y humanos: Disminuyendo la aceleración en el deterioro de bienes culturales y naturales y así aumentar su atractivo turístico.				€€€
	3	Remodelación de la Plaza de España y La Lonja: Embellecer y revitalizar espacios clave del centro histórico.				€€€
	4	Plan de iluminación del centro histórico y monumentos: Mejorar la visibilidad nocturna y el atractivo turístico.				€€€
	5	Promover acciones que fomenten la accesibilidad turística en Alcañiz y que favorezcan su posicionamiento como destino accesible e inclusivo.				€€€
	6	Mejorar la señalización turística del centro urbano y de los paseos del entorno natural.				€€
	7	Revitalización del Circuito urbano de Guadalupe: Creación de un museo abierto en la ciudad para mantener viva su memoria.				€€€
	8	Creación de un museo cerrado que preserve la historia del Circuito de Guadalupe, consolidando a Alcañiz como la “Ciudad del Motor”				€€€
	9	Creación de un nuevo museo de arte en La Lonja: Ofrecer un espacio cultural de referencia en el centro histórico.				€€€
	10	Recuperación del tren turístico.				€€€
	11	Reconversión de la antigua estación de ferrocarril del Camino Natural en un albergue: Crear nuevos espacios de alojamiento en la zona que incremente y embellezca la oferta de turismo de naturaleza.				€€€
	12	Estudiar la posibilidad de implantar minibuses y/o carros de golf eléctricos como solución sostenible y ecológica para mejorar la red de movilidad de Alcañiz.				€€€
	13	Instalar baños públicos en puntos clave del casco histórico.				€€
4.2 Mejoras en la conectividad.	14	Promover la construcción de una autovía que conecte Alcañiz con Zaragoza y otros núcleos urbanos.				€€€
	15	Incrementar la frecuencia de los transportes públicos que conectan Alcañiz con los principales núcleos urbanos y el resto del Bajo Aragón.				

Como resultado del análisis, se han definido 15 acciones clave a llevar a cabo dentro del marco temporal del plan. Estas acciones están detalladas en las fichas de Actividades Clave, incluidas en los anexos, que ofrecen una descripción precisa y estructurada de cada medida. En dichas fichas se especifican los objetivos, los recursos requeridos, los plazos estimados y los presupuestos previstos.

3.4 CREACIÓN DE MARCA DE TURISMO ALCAÑIZ

1. BRIEFING PARA LA CREACIÓN DEL LOGO TURÍSTICO DE ALCAÑIZ

El objetivo principal es diseñar un logotipo turístico para el destino Alcañiz, que capte la esencia del destino, integrando los elementos representativos del escudo de la ciudad. Este logo debe ser moderno, atractivo y versátil, capaz de transmitir los valores históricos, culturales y naturales de Alcañiz, así como su dinamismo, vinculado al turismo deportivo y de motor. Este logo servirá como emblema en campañas de promoción turística y materiales de comunicación, tanto en medios tradicionales como digitales.

INSPIRACIÓN PRINCIPAL: ELEMENTOS DEL ESCUDO

Elementos para destacar del escudo:



- **La Torre central:** Representa la fortaleza histórica de Alcañiz y su legado medieval.
- **Los ramas verdes laterales:** Simbolizan la conexión con la naturaleza y el paisaje del Bajo Aragón.
- **Las barras amarillas y rojas:** Herencia de la Corona de Aragón, aludiendo al orgullo e identidad local.
- **El color azul del fondo inferior:** Evoca serenidad, estabilidad y la relación con el agua o el cielo.
- **La corona dorada:** Un símbolo de prestigio que refuerza el carácter histórico y noble del destino.

CONCEPTO CREATIVO

El logo debe:

- Integrar de manera estilizada y minimalista los elementos clave del escudo (torre, barras, ramas, colores principales).
- Reflejar equilibrio entre tradición e innovación:
- Tradición: Historia medieval, monumentos y patrimonio.
- Innovación: Dinamismo, modernidad y turismo deportivo.
- Adaptarse a múltiples formatos y medios, tanto físicos como digitales.

Colores del Logo

Basado en la paleta del escudo:

- **Amarillo y Rojo:** Herencia de Aragón, destacando la historia y vitalidad del destino.
- **Azul:** Transmitiendo calma, confianza y conexión con el entorno natural.
- **Verde:** Representando la naturaleza y el compromiso sostenible.
- **Dorado:** Para evocar elegancia y nobleza, inspirado en la corona.

Tono y Estilo del Diseño

- **Simbólico y Minimalista:** Un diseño claro y directo, fácil de reconocer.
- **Versátil:** Debe funcionar en blanco y negro, así como en color.
- **Atractivo y contemporáneo:** Que conecte con públicos jóvenes y adultos, sin perder la esencia histórica.

Aplicaciones Previstas

El logo debe ser adaptable a:

- Material promocional (folletos, mapas, guías).
- Medios digitales (web, redes sociales, apps).
- Señalética y merchandising.

BRIEFING PARA LA CREACIÓN DEL SLOGAN TURÍSTICO DE ALCAÑIZ

Este briefing busca guiar al creativo para diseñar un slogan turístico que capture la esencia de Alcañiz, conectando con turistas de diferentes perfiles y proyectando una imagen única y competitiva. El slogan debe ser breve, memorable y transmitir los valores principales del destino: su riqueza histórica, su legado cultural, su conexión con la naturaleza y su dinamismo vinculado al circuito de MotorLand.

El slogan debe resonar con:

- **Familias y parejas:** Interesadas en el patrimonio histórico y actividades culturales.
- **Aficionados al deporte y la velocidad:** Visitantes de MotorLand, interesados en el circuito urbano de Guadalope y eventos deportivos.
- **Amantes de la naturaleza y la gastronomía:** Personas que buscan experiencias auténticas y estar en contacto con el entorno.
- **Turistas culturales e internacionales:** Atraídos por la historia medieval y la identidad aragonesa.

El slogan debe:

1. Reflejar los pilares del destino:

- **Historia y Patrimonio:** Como el castillo de los Calatravos, la tradición medieval y la Semana Santa.
- **Deporte y Motor:** Relacionado con el impacto de MotorLand en la identidad moderna de la ciudad.
- **Naturaleza y Paisaje:** Conexión con el entorno natural y rural del Bajo Aragón.

2. Transmitir emoción y atracción: Debe invitar a descubrir y vivir experiencias únicas en Alcañiz.

- Ser breve, directo y evocador: Máximo de 6-8 palabras, fácil de recordar y con impacto emocional.

3. El slogan debe inspirarse en los elementos clave de Alcañiz:

- Su **escudo e identidad aragonesa**.
- Su **legado histórico y cultural**.
- Su papel como **referente en el turismo deportivo** gracias al circuito urbano de Guadalope y MotorLand.
- Su **entorno natural y experiencias locales auténticas**.

4. Tono y Estilo

- **Auténtico y emotivo:** Que conecte con los valores locales.
- **Dinámico y moderno:** Reflejando su vínculo con MotorLand y su proyección hacia el futuro.
- **Cultural y evocador:** Enfatizando su patrimonio y tradiciones.

5. El slogan será utilizado en:

- Campañas de marketing (folletos, redes sociales, anuncios).
- Material promocional (guías turísticas, señalización, vídeos).
- Merchandising

Requisitos

- Ser adaptable al idioma español e inglés, manteniendo su esencia.
- Crear una conexión emocional con el público.
- Tener un enfoque inclusivo que represente todos los atractivos de Alcañiz.

Para ayudar al creativo, se sugieren ideas iniciales:

Alcañiz “Donde la historia acelera el presente”.

“Historia, naturaleza y adrenalina en Alcañiz”.

“Alcañiz, la tradición a toda velocidad”.

“Alcañiz, el pasado y el futuro te esperan”.

3.5 PLAN DE COMUNICACIÓN Y MARKETING TURÍSTICO DE ALCAÑIZ

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un plan de comunicación y marketing que posicione a Alcañiz como un destino turístico competitivo, atractivo y sostenible, que incremente el número de visitantes tanto nacionales como internacionales, sin que pierda su autenticidad e identidad, aprovechando su riqueza cultural, histórica y natural, así como el flujo generado por MotorLand. El plan busca promover sinergias entre eventos emblemáticos, recursos únicos y la creación de experiencias diseñadas para consolidar su identidad como **“Ciudad del Motor y Cultura Viva”**.

En términos generales, el plan debe enfocarse en los segmentos prioritarios, diferenciando claramente entre el **usuario final, el prescriptor y el profesional**.

DIAGNÓSTICO INICIAL

El análisis previo, identifica en el DAFO, las siguientes oportunidades clave para el desarrollo turístico de Alcañiz:

- **MotorLand como uno de los ejes clave del turismo:** Aprovechar su gran afluencia anual de visitantes para integrarlo estratégicamente con el turismo urbano y cultural, fomentando visitas al casco histórico, la Plaza de España y su entorno, los pasadizos medievales y monumentos icónicos como el Castillo de los Calatravos.
- **Patrimonio cultural excepcional:** Eventos de relevancia como la Semana Santa (Fiesta de Interés Turístico Nacional), la Concordia, y el Vencimiento del Dragón (Fiesta de Interés Turístico de Aragón), junto al legado histórico del Circuito Urbano de Guadalope, destacan como pilares fundamentales para atraer visitantes.
- **Patrimonio arqueológico:** Los yacimientos íberos de El Cascarujo, El Palao y El Taratrato son testimonio de las civilizaciones que habitaron la región, complementados por las pinturas rupestres de Val del Charco del Agua Amarga, que incluyen más de 150 figuras y representan los restos humanos más antiguos de Alcañiz.
- **Riqueza natural y sostenible:** El embalse de La Estanca, El río Guadalope y su entorno natural, junto con el Camino Natural Val de Zafán y los paisajes únicos de la región, ofrecen un marco excepcional para el turismo activo. Actividades como senderismo, cicloturismo y experiencias sostenibles permiten conectar la naturaleza con la cultura, reforzando el atractivo de Alcañiz como destino integral.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- **Promocionar Alcañiz como un destino completo:** Integrar su oferta cultural, histórica, arqueológica, natural y deportiva en un mensaje coherente y atractivo.
- **Impulsar la Fiesta de La Concordia** en Alcañiz con el objetivo de ampliar su alcance y atractivo, transformándola en un evento con proyección regional y nacional. Esta iniciativa busca no solo atraer a un mayor número de visitantes de fuera del municipio, sino también poner en valor las tradiciones propias de la época, enriqueciendo la inmersión cultural y turística que ofrece la celebración.
- **Comunicación Inclusiva:** Contemplar las necesidades de personas con discapacidades físicas, auditivas, visuales o intelectuales, asegurando que la información turística sea accesible para todos.

- **Incrementar el impacto de MotorLand:** Posicionar su vínculo con la ciudad, creando experiencias complementarias que fusionen deporte, historia y cultura.
- **Recuperar el posicionamiento de El Circuito Urbano de Guadalope,** símbolo del legado automovilístico de Alcañiz, para reconectar la historia deportiva de la ciudad con su identidad cultural.
- **Potenciar el turismo activo y sostenible:** Promover rutas naturales y actividades al aire libre como elementos diferenciadores del destino.
- **Fortalecer la identidad etnográfica de Alcañiz:** Impulsar eventos y recursos como la Semana Santa, la Concordia, el Vencimiento del Dragón.
- **Comercializar las experiencias turísticas** diseñadas para el destino.

SEGMENTACIÓN Y TARGETING.

Los grupos clave a los que se dirige el marketing comunicación de Alcañiz se encuentran en los siguientes los mercados geográficos:

Principales mercados de origen: C. Valenciana, Madrid y Barcelona. Mercados emergentes como Navarra, Cantabria y Castilla-León.

Destinos nacionales e internacionales que tengan conexión aérea directa con el aeropuerto de Zaragoza, como Islas Baleares o Islas canarias.

Y en concreto se dirige a los siguientes targets objetivos:

- **Amantes de la prehistoria, historia y cultura.**
- **Entusiastas del motor,** atraídos por MotorLand y el legado del Circuito Guadalope.
- **Familias,** en busca de experiencias interactivas y actividades educativas para todas las edades.
- **Cicloturistas y aficionados** al turismo activo.
- **Foodies,** apasionados por la gastronomía local y los productos de proximidad.
- **Nómadas digitales,** que buscan entornos tranquilos con conexión tecnológica.
- **Operadores turísticos y medios especializados.**

POSICIONAMIENTO E IMAGEN DE COMUNICACIÓN

La imagen de comunicación debe transmitir los siguientes conceptos;

- Alcañiz, ciudad de La Concordia
- Alcañiz, ciudad que respira Historia en cada esquina.
- Ciudad del motor y la velocidad.
- Alcañiz, cuna del humanismo.
- Ciudad inclusiva, para todos.
- Alcañiz ciudad comprometida con la sostenibilidad.
- Donde se disfruta la gastronomía de proximidad y sin prisas.
- En un entorno ideal para actividades en la naturaleza.
- Para visitar en familia y con amigos.

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y MARKETING

La estrategia de comunicación para posicionar a Alcañiz como un destino turístico atractivo, competitivo y sostenible, parte de la consolidación de una narrativa central que integre de forma coherente sus múltiples atributos: su patrimonio histórico y cultural, su vinculación con el mundo del motor, su entorno natural, su gastronomía de proximidad, su carácter inclusivo y su capacidad de ofrecer experiencias significativas a diversos segmentos de público.

Bajo la identidad de “**Ciudad del Motor y Cultura Viva**”, la comunicación se orientará a crear un relato unificado, reforzar sus valores diferenciales y adaptar el discurso a distintos targets y mercados, manteniendo la autenticidad y la esencia local.

En síntesis, la estrategia de comunicación se centrará en:

- Unificar la propuesta de valor de Alcañiz bajo una narrativa central: “Ciudad del Motor y Cultura Viva”, que destaque sus recursos históricos, culturales, deportivos, naturales y gastronómicos.
- Adecuar el mensaje a públicos y mercados específicos, manteniendo coherencia y autenticidad.
- Incluir la accesibilidad y la sostenibilidad como pilares en el relato, alineándolo con las tendencias y demandas del turismo responsable.
- Vincular eventos emblemáticos e hitos históricos con el presente y el futuro del destino, presentando una oferta dinámica, atractiva y cargada de sentido cultural.
- Aprovechar la conectividad digital para expandir el posicionamiento y la reputación de Alcañiz, transformando a los visitantes en prescriptores comprometidos.
- Establecer un sistema de evaluación continuo para ajustar la narrativa a las cambiantes realidades del sector y las expectativas de los visitantes.

TÁCTICAS DE PUBLICIDAD, PROMOCIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

1. Comunicación digital y presencia online

Creación de una web turística de Alcañiz que contenga principalmente:

- Sección informativa sobre rutas culturales, patrimonio arqueológico, turismo activo y MotorLand.
- Integración de herramientas de reserva online
- Contenido multimedia interactivo
- Agenda única.
- Landing Page Exclusiva de las experiencias turísticas conformadas.
-

Dentro del plan de comunicación se integra la promoción de las experiencias turísticas de Alcañiz* (*Página 46*), consideradas como productos innovadores y diferenciados, dirigidos a diferentes perfiles de turistas, utilizando como medio de difusión canales privados turísticos u oficiales on/ off line, locales, regionales y nacionales para maximizar su visualización y comercialización.

2. Estrategias digitales

- **Creación de una Landing Page exclusiva dentro de la web turística de Alcañiz:**

Diseñar una página específica dentro de la web turística de Alcañiz que sirva como canal de comercialización de las experiencias, con posibilidad de reserva online.

- **Integración con plataformas oficiales y regionales:** Para registrar todas las experiencias turísticas conformadas y eventos en Spain.info, Aragón Turismo y en Turismo Bajo Aragón incluyendo la opción de reserva directa.
- **Colaborar con otros municipios del Bajo Aragón:** Para desarrollar estrategias conjuntas que promuevan rutas temáticas y turismo intermunicipal.
- **Integración en portales turísticos privados:** Para ofrecer las experiencias en portales como TripAdvisor, GetYourGuide y Civitatis.
- **SEO y SEM:**

Optimizar la página para aparecer en búsquedas relacionadas con turismo en Alcañiz, experiencias culturales, gastronómicas y naturales. Optimizar búsquedas como *#turismoAlcañiz* *#turismoculturalAlcañiz* *#rutasdenaturalezaAlcañiz*, entre otras.

Campañas pagadas en Google Ads dirigidas a mercados nacionales e internacionales prioritarios.

- **Redes sociales**

Contenido audiovisual:

- Crear vídeos promocionales para cada experiencia con testimonios de visitantes, mostrando los puntos clave de las actividades.
- Publicar reels en Instagram y TikTok mostrando fragmentos del taller de pintura rupestre o degustaciones gastronómicas.

Campañas en RR.SS:

- Crear contenido atractivo en Instagram, Facebook, TikTok y YouTube, destacando las experiencias turísticas mediante videos cortos, reels y transmisiones en vivo desde eventos clave como la Semana Santa o el Vencimiento del Dragón.

3. Relaciones públicas y marketing directo

Colaboración con Influencers y medios especializados

- **Invitar a bloggers e influencers de turismo cultural, histórico o deportivo**, entre otros, a vivir la experiencia de visitar el destino y compartirla con su audiencia, resaltando la autenticidad y valor del destino.
- **Nota de prensa y dossier informativo:** Enviar información detallada a medios especializados en turismo, cultura y gastronomía para generar cobertura mediática.

4. Comunicación offline y material promocional

- **Folletos y mapas interactivos:** Diseñar material que combine información sobre MotorLand, eventos culturales y rutas naturales, distribuidos en oficinas de turismo, estacionamientos y ferias turísticas.
- **Publicidad en medios especializados:** Publicar anuncios en revistas de turismo, suplementos de viajes y guías culturales, destacando la oferta integral de Alcañiz.

5. Eventos y Ferias Turísticas

- Participación en ferias nacionales e internacionales como FITUR a través de la Comarca del bajo Aragón y provincia, presentando Alcañiz como un destino que combina cultura, deporte y naturaleza.
- Organización de **FamTrips y PressTrips**
 1. Organizar viajes de familiarización para operadores turísticos nacionales e internacionales, destacando cómo las experiencias enriquecen el destino.
 2. Invitar a periodistas y agencias de viajes para vivir las actividades y fomentar su comercialización a través de sus canales.

PLAN DE ACCIÓN

Primero identificamos la acción, cómo la hacemos, quién se ocupa y cuándo se acomete cada acción. Los tiempos de calendarización son estimados tomando el inicio de cada acción como tiempo 0.

ACCIÓN	CÓMO	QUIÉN	CUANDO
Comunicación digital y presencia online.	Creación web turística de Alcañiz.	Agencia de Comunicación y Marketing Digital + Turismo Alcañiz.	Primer semestre.
Landing Page.	Página específica dentro de la web turística de Alcañiz con posibilidad de reserva online.	Agencia de Comunicación y Marketing Digital + Turismo Alcañiz.	Primer semestre.
Integración con plataformas oficiales y regionales.	Registrar todas las experiencias turísticas conformadas y eventos en Spain.info, Aragón Turismo y en Turismo Bajo Aragón. Incluir opción de reserva directa.	Agencia de Comunicación y Marketing Digital + Turismo Alcañiz.	Segundo semestre.
Colaborar municipios del Bajo Aragón.	Desarrollar estrategias conjuntas que promuevan rutas temáticas y turismo intermunicipal.	Turismo Alcañiz.	Desde el segundo semestre.
Integración en portales turísticos privados.	Ofrecer las experiencias en portales como TripAdvisor, GetYourGuide y Civitatis.	Turismo Alcañiz.	Desde el segundo semestre.
SEO y SEM	• Optimizar la página para aparecer en búsquedas relacionadas con turismo en Alcañiz, experiencias culturales, gastronómicas y naturales. • Campañas pagadas en Google Ads dirigidas a mercados nacionales e internacionales prioritarios.	Agencia de Comunicación y Marketing Digital.	Desde el segundo semestre.
Redes sociales. Contenido audio-visual.	• Crear vídeos promocionales para cada experiencia con testimonios de visitantes, mostrando los puntos clave de las actividades. • Publicar reels en Instagram y TikTok mostrando fragmentos del taller de pintura rupestre o degustaciones gastronómicas.	Agencia de Comunicación y Marketing Digital + Turismo Alcañiz.	Desde el segundo semestre.
Campañas en RR.SS.	Crear contenido atractivo en RRSS, destacando las experiencias turísticas. Uso de vídeos cortos, reels y transmisiones en vivo desde eventos clave.	Agencia de Comunicación y Marketing Digital + Turismo Alcañiz.	Desde el segundo semestre.
Relaciones públicas y marketing directo.	• Invitar a bloggers e influencers de turismo cultural, histórico o deportivo, entre otros, a vivir la experiencia de visitar el destino y compartirla. • Nota de prensa y dossier informativo.	Agencia de Comunicación y Marketing Digital + Turismo Alcañiz.	Desde el segundo semestre.
Comunicación offline y material promocional.	Folletos y mapas interactivos: • Diseñar material que combine información sobre MotorLand, eventos culturales y rutas naturales. • Anuncios en revistas de turismo, suplementos de viajes y guías culturales, destacando la oferta integral de Alcañiz.	Agencia de Comunicación y Marketing Digital + Turismo Alcañiz.	Desde el segundo semestre.
Eventos y Ferias Turísticas.	Participación en ferias nacionales e internacionales como FITUR a través de la Comarca del bajo Aragón y provincia.	Agencia de Comunicación y Marketing Digital + Turismo Alcañiz.	Desde el segundo semestre.
Organización de FamTrips.	Organizar viajes de familiarización para operadores turísticos nacionales e internacionales.	Agencia de Comunicación y Marketing Digital + Turismo Alcañiz.	Desde el segundo semestre.
Organización de PressTrips.	Invitar a periodistas y agencias de viajes para vivir las actividades y fomentar su comercialización a través de sus canales.	Agencia de Comunicación y Marketing Digital + Turismo Alcañiz.	Desde el segundo semestre.

El presupuesto de las acciones se encuentra en el Anexo.

CALENDARIO TENTATIVO

Mes 1-3: Análisis, diagnóstico y definición de objetivos.

Mes 4-6: Desarrollo de marca, canales digitales y campañas iniciales.

Mes 7-12: Acciones de promoción y eventos.

Mes 13+: Seguimiento, evaluación y expansión de estrategias.

MEDICIÓN DE RESULTADOS

Para tener un control de la evolución del plan, usamos los siguientes indicadores clave de desempeño (KPI):

KPIs del Proyecto Clave:

- Cumplimiento del cronograma: Porcentaje de actividades completadas dentro de los plazos previstos.
- Porcentaje de presupuesto ejecutado: Cantidad del presupuesto destinado a cada acción frente al presupuesto total asignado.
- Impacto en el tráfico web: Incremento en visitas a la página web oficial del Alcañiz.
- Incremento en la notoriedad de marca: Crecimiento del reconocimiento de Alcañiz como destino turístico, medido a través de encuestas o análisis de menciones en redes y medios.

KPI para Medios Online:

- Engagement en redes sociales:
- Tasa de interacción (me gusta, comentarios, compartidos).
- Porcentaje de crecimiento de seguidores en RRSS claves.
- Tasa de conversión en campañas digitales:
- Porcentaje de clics (CTR) en anuncios digitales dirigidos a mercados seleccionados.
- Porcentaje de visitantes que realizan una acción específica (reserva, solicitud de información).
- Crecimiento en búsquedas orgánicas: Incremento en el volumen de búsquedas de términos relacionados con “Alcañiz turismo” en Google.
- Alcance en medios online:
- Número de impresiones de anuncios digitales.

KPI para Medios Offline

- Participación en eventos y ferias: Número de asistentes y contactos generados en eventos presenciales.
- Impacto en campañas publicitarias tradicionales:
- Alcance estimado de anuncios en medios impresos, televisión o radio.
- Incremento en las visitas o reservas tras la publicación de estos anuncios.
- Distribución de material promocional: Cantidad de guías, folletos o souvenirs entregados.

AJUSTES Y OPTIMIZACIÓN

De la revisión constante y periódica de los resultados de estos indicadores y, si es necesario, se ajustarán las estrategias para optimizar el rendimiento y mejorar los resultados.

Se propone una auditoría con carácter semestral, aunque también se pueden programar micro auditorías concretas a eventos claves del año como pudiera ser la festividad de la Concordia.



3.6 CREACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS

La creación de productos basados en experiencias exige una planificación estratégica que integre los recursos locales, actividades innovadoras y los valores distintivos del destino. La propuesta se centra en crear un repositorio que recopile las experiencias únicas de Alcañiz, posicionándolas como un elemento diferenciador que enriquezca la oferta turística y potencie la identidad del destino. La comercialización se llevará a cabo siguiendo los mismos pasos y por los mismos canales establecidos en el plan de comunicación, asegurando coherencia entre la promoción y la estrategia de venta. Esto permitirá maximizar el impacto de las acciones y garantizar que los mensajes lleguen de manera efectiva al público objetivo.

El proceso incluye los siguientes pasos:

- 1. Identificación de recursos de Alcañiz:** Analizar los elementos culturales, naturales o gastronómicos del destino, evaluando su estado, accesibilidad y atractivo.
- 2. Segmentación del público objetivo:** Definir los perfiles de visitantes para personalizar la experiencia según sus intereses, como familias, turistas culturales, moteros o amantes de la naturaleza.
- 3. Diseño de la experiencia:** Crear actividades auténticas y emocionales, como paseos guiados, teatralizados, talleres interactivos o degustaciones, que generen valor añadido.
- 4. Colaboración local:** Involucrar a ciudadanos, empresas y comunidades para fomentar sinergias y garantizar beneficios económicos en el destino. Es fundamental identificar a los artistas locales de Alcañiz para desarrollar proyectos dinámicos que den vida a la ciudad. Estas iniciativas, como intervenciones murales o poesías plasmadas en las paredes, no solo ponen en valor su talento y creatividad, sino que también generan experiencias únicas que enriquecen el entorno y fortalecen el vínculo entre el arte y la comunidad.
- 5. Categorización del producto:** Es importante organizar las experiencias en diferentes categorías y subcategorías. Esta estructura facilita a los viajeros la búsqueda y selección de actividades que se ajusten a sus intereses y preferencias. Entre las principales categorías se encuentran:
 - **Cultural, histórico y prehistórico:** visitas guiadas / virtuales, descubriendo el patrimonio monumental e histórico de Alcañiz.
 - **Naturaleza y deporte:** actividades al aire libre que permiten disfrutar de la diversidad paisajística de Alcañiz.
 - **Rutas moteras:** Alcañiz y las rutas del Bajo Aragón el concepto es recopilar y potenciar las rutas moteras ya existentes. Esta categoría siempre está abierta a nuevas rutas por desarrollar.
 - **Vino y gastronomía:** catas, talleres culinarios y rutas gastronómicas para saborear la riqueza culinaria alcañizana. Cultura alcañizana y tradiciones: inmersión en las costumbres, festivales y patrimonio cultural de Alcañiz como en la Semana Santa, La Concordia o el Vencimiento del Dragón.
 - **Experiencias accesibles:** Es fundamental tener en cuenta las necesidades de personas con discapacidades físicas, auditivas, visuales o intelectuales, a la hora de crear un producto turístico intentando que sea accesible para todos.
- 6. Pruebas piloto:** Testear la experiencia con usuarios iniciales, una buena opción sería con una acción “Friends & family” para involucrar a los locales y posteriormente ajustar en función de su retroalimentación.

7. **Promoción y comercialización:** Implementar estrategias de marketing que resalten la singularidad del producto y utilicen canales digitales y tradicionales.

8. **Seguimiento:** Medir el impacto en satisfacción, ingresos y sostenibilidad, optimizando el producto de forma constante.

Es importante destacar que estas experiencias turísticas solo pueden ser comercializadas por empresas privadas, pero cuentan con el respaldo del sector público tanto para la ayuda en la conformación y diseño del producto, como para la difusión, considerándolo como un valioso escaparate para su promoción. Este documento pretende actuar como un revulsivo para el sector turístico local, mostrando las múltiples oportunidades de comercialización que estas experiencias ofrecen. Al incentivar la participación de las empresas, se busca estimular la innovación, la diversificación de la oferta y la creación de productos atractivos que posicionen a Alcañiz como un destino competitivo y sostenible. Para ello, es esencial organizar jornadas específicas sobre la creación de experiencias turísticas, destinadas a capacitar a empresarios y actores locales en diseño creativo, aplicación de tecnologías innovadoras, estrategias de promoción y prácticas sostenibles.

Hemos diseñado, como ejemplo, **4 experiencias turísticas en Alcañiz** de diferentes categorías. Estas propuestas buscan ofrecer a los visitantes actividades únicas y memorables, que combinan autenticidad, emoción y conexión con el entorno.

EXPERIENCIAS DE CULTURA E HISTORIA

“El alma de Alcañiz: Un viaje al pasado”

Adéntrate en el corazón histórico de Alcañiz con una ruta cultural que revela los secretos mejor guardados de su pasado. Esta experiencia única combina visitas guiadas a los lugares más emblemáticos de la ciudad, como el **Castillo de los Calatravos**, **los pasadizos medievales** y **el refugio antiaéreo**.

Recorrido guiado por el patrimonio histórico:

- **Castillo de los Calatravos:** Explora la majestuosa fortaleza medieval que domina Alcañiz.
- **Pasadizos medievales:** Descubre el entramado subterráneo que conecta puntos clave de la ciudad, utilizado en el pasado como refugio y espacio estratégico. El guía compartirá historias de intriga y supervivencia relacionadas con estos túneles.
- **Refugio antiaéreo:** Sumérgete en la memoria de la Guerra Civil Española visitando este espacio histórico. A través de explicaciones detalladas, comprenderás cómo Alcañiz se adaptó a tiempos de conflicto.

Narraciones inmersivas:

Disfruta de relatos dramatizados que te transportarán a las épocas más significativas de la historia de Alcañiz, narrados por guías caracterizados como personajes históricos.

Incluye:

- Guía especializado en historia y patrimonio local.
- Acceso a los principales puntos históricos.
- Narraciones inmersivas con actores locales en puntos clave del recorrido.

Ideal para:

- Amantes de la historia y la cultura.
- Grupos escolares interesados en aprender de forma interactiva.
- Turistas que buscan experiencias innovadoras y memorables.

Duración:

- Ruta guiada completa: 2 horas.
- Precio: A determinar.

“Tras los trazos del pasado: Descubre y crea Arte Rupestre en Alcañiz”

Embárcate en un fascinante viaje al pasado y sumérgete en el mundo de los primeros habitantes de Alcañiz. Esta experiencia única combina una visita guiada a las **pinturas rupestres de Val del Charco del Agua Amarga**, uno de los conjuntos de arte prehistórico más impresionantes de Aragón, con un taller práctico de pintura rupestre dirigido por un experto en arqueología y arte prehistórico.

Visita guiada a las pinturas rupestres: Acompañado por un guía especializado, explorarás este sitio declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Aprende sobre las técnicas, pigmentos y significados detrás de estas enigmáticas pinturas, consideradas los restos humanos más antiguos de Alcañiz.

Taller de pintura rupestre: Tras la visita, participa en un taller interactivo donde, bajo la dirección de un experto, aprenderás a recrear las técnicas utilizadas por los antiguos artistas. Utilizando pigmentos naturales y herramientas similares a las originales, crearás tu propia obra de arte rupestre en una lámina especialmente preparada que podrás llevarte como recuerdo. Durante el taller, el experto compartirá curiosidades sobre la vida prehistórica y los métodos de conservación actuales.

Incluye:

- Entrada al sitio arqueológico de Val del Charco del Agua Amarga.
- Guía especializado en historia y arqueología.
- Materiales para el taller: pigmentos naturales, pinceles y lámina.
- Pequeño dossier informativo sobre las pinturas rupestres y la prehistoria en Alcañiz.

Ideal para:

- Amantes de la historia y la arqueología.
- Familias que buscan actividades educativas y recreativas.
- Turistas interesados en el patrimonio cultural y experiencias únicas

Opcional:

- Pack familiar: descuentos especiales para familias.
- Cierre del día con sabor local: posibilidad de incluir insitu bajo el formato “picnic”, una degustación de productos típicos del Bajo Aragón.

Duración:

- Visita guiada: 1 hora.
- Taller de pintura rupestre: 1.5 horas.
- Duración total: 2.5 horas.
- Precio: A determinar

EXPERIENCIAS DE VINO Y GASTRONOMÍA

“Sabores de Alcañiz: ruta Gastronómica por el casco histórico”

Descubre la esencia culinaria de Alcañiz a través de una ruta gastronómica que te llevará por los restaurantes y bares más emblemáticos del casco histórico. Este recorrido combina la degustación de platos tradicionales y creaciones innovadoras elaboradas con los mejores productos locales, todo enmarcado por el encanto de la arquitectura y la historia de la ciudad.

Recorrido por el casco histórico:

- Comienza en la **Plaza de España**, donde se ubican algunos de los monumentos y restaurantes más destacados. Admira la belleza del entorno mientras te preparas para una experiencia culinaria única.
- Visita varios puntos clave del casco histórico, donde cada parada ofrece un ambiente único y una especialidad que refleja la autenticidad y riqueza gastronómica de la región.
- **Degustación de productos locales.**
- Saborea platos tradicionales como **el ternasco de Aragón, vino de la zona, el jamón DO Teruel y las aceitunas del Bajo Aragón.**

Incluye:

- Degustaciones en cada parada: plato o tapa especial y bebida.
- Breve explicación histórica y cultural sobre los productos y su importancia en la cocina local.
- Guía especializado en gastronomía y cultura de Alcañiz.

Ideal para:

- Amantes de la gastronomía y el turismo culinario.
- Grupos de amigos, parejas y viajeros que buscan experiencias auténticas.
- Turistas interesados en la combinación de cocina tradicional e innovadora.

Opcional:

- Ruta Premium: Incluye un taller breve de cocina aragonesa al finalizar el recorrido, donde podrás aprender a preparar un plato típico.
- Souvenir gastronómico: Cesta preparada con aceite de oliva, mermeladas locales o cualquier producto típico como recuerdo de la experiencia.

Duración:

- Ruta completa: 2.5 horas.
(Incluye 4-5 paradas con degustaciones en cada una).
- Precio: A determinar

EXPERIENCIAS DE NATURALEZA

“Deporte y fotografía en el camino natural de Val de Zafán”

Sumérgete en la tranquilidad y belleza del entorno natural que conecta Alcañiz con Valdealgorga a través de la **Vía Verde Val de Zafán**, una ruta histórica adaptada para senderistas y cicloturistas. Esta experiencia combina actividad física al aire libre con momentos únicos de conexión con la naturaleza, como la observación de aves y talleres de fotografía natural, en un entorno que garantiza sostenibilidad y respeto al medio ambiente.

Inicia tu recorrido en Alcañiz y sigue el trazado de la antigua vía ferroviaria, disfrutando de la serenidad del entorno rural. Durante el trayecto, descubrirás puntos de interés históricos como la antigua estación y túneles, que añaden un toque cultural a la experiencia.

Observación de Aves: A mitad del recorrido, realiza una parada guiada para observar la fauna local, especialmente aves autóctonas de la región. Un experto en ornitología te explicará las especies más comunes y los mejores métodos para apreciarlas sin perturbar su hábitat.

Taller de fotografía natural: Aprende técnicas básicas para capturar la esencia del paisaje y la fauna con tu cámara. Un fotógrafo profesional te guiará para mejorar tus habilidades y crear imágenes inolvidables.

Incluye:

- Guía especializado en naturaleza y senderismo.
- Taller de observación de aves con binoculares incluidos.
- Material para el taller de fotografía (láminas con consejos y ejemplos prácticos).
- Pequeño picnic con productos locales para disfrutar en un punto panorámico de la ruta.

Ideal para:

- Amantes de la naturaleza y el senderismo.
- Cicloturistas que buscan rutas accesibles y llenas de encanto.
- Familias, parejas y grupos que desean actividades sostenibles y relajantes

Opcional:

- Alquiler de bicicletas: Disponibles en Alcañiz para quienes deseen recorrer la ruta en dos ruedas.
- Extensión de la ruta: Continuar el trayecto hacia Valdeatorrada para los más aventureros.
- Pack familiar: Incluye actividades adaptadas para niños, como pequeños retos de búsqueda de tesoros naturales.

Duración:

- Ruta y actividades complementarias: 3 horas.
- Ruta sin actividades: 2 horas (opcional).
- Precio: A determinar

Sostenibilidad y Compromiso: Esta experiencia fomenta el respeto por la naturaleza y promueve el turismo sostenible. Parte de los ingresos se destinarán al mantenimiento de la vía y a proyectos de conservación de la fauna local.

Basándonos en el formato de las cuatro experiencias anteriores, presentamos una serie de ideas inspiradoras para el desarrollo de nuevas propuestas turísticas en Alcañiz. Estas experiencias, que abarcan desde recorridos históricos y actividades culturales hasta aventuras gastronómicas y exploraciones en la naturaleza, están diseñadas para satisfacer los intereses de diferentes perfiles de viajeros.

Cada opción busca resaltar la riqueza del patrimonio local y la autenticidad del destino, contribuyendo a posicionar a Alcañiz como un referente en turismo diverso, atractivo y sostenible, mientras se potencia su identidad única y su integración con tendencias globales.

Turismo Familiar

- **“MotorLand Kids”:** Actividades familiares vinculadas al circuito MotorLand, incluyendo talleres de educación vial y circuitos de mini-karts.
- **Rutas del pasado:** Recorridos por yacimientos íberos, pinturas rupestres y patrimonio medieval.
- **Museo de la Magia:** Un recurso cultural único que diversifica la oferta turística.

Turismo deportivo y activo

- **Ruta MotorLand-Guadaloque:** Visitando el circuito, el casco histórico y el legado automovilístico.
- **Turismo deportivo en MotorLand y más allá:** Ampliar la oferta deportiva vinculada al circuito MotorLand con competiciones ciclistas, triatlones y actividades complementarias que incluyan rutas en bicicleta por la Vía.

Verde y senderismo.

- **“Aventura en el Bajo Aragón”:** Ofrecer paquetes de turismo activo con actividades como escalada, senderismo, kayak en embalses cercanos, todo gestionado por empresas locales de turismo activo.

Turismo innovador

- **Experiencias virtuales en Alcañiz:** Desarrollar visitas virtuales para los principales atractivos turísticos, permitiendo a los turistas explorar el destino desde cualquier lugar y fomentar su interés por visitarlo físicamente.
- **Talleres de sostenibilidad y naturaleza:** Actividades educativas que enseñen prácticas sostenibles y promuevan la conexión con el entorno, ideales para visitantes interesados en el turismo ecológico.

Turismo experiencial

- **Baños de bosque y retiro natural:** Ofrecer experiencias de relajación y conexión con la naturaleza en los alrededores de Alcañiz, incluyendo meditación, “baños de bosque” y talleres de mindfulness, alineados con las tendencias de bienestar.
- **“La Historia Viva de Alcañiz”:** Crear recorridos nocturnos teatralizados que revivan episodios históricos en escenarios emblemáticos de la ciudad.
- **“Ruta de las estrellas”:** Promover el astroturismo aprovechando los cielos despejados del Bajo Aragón, con actividades como observación de estrellas y talleres de fotografía astronómica. Recordar que Alcañiz será sede del gran eclipse español 2026: Una oportunidad única para atraer turismo astronómico y científico por lo que se pueden diseñar experiencias en torno a ello.

3.7 PLAN DE FORMACIÓN

Este plan debe potenciar las capacidades del tejido empresarial de Alcañiz, fomentando una cultura de formación continua en el conocimiento turístico, considerándola como un elemento imprescindible en el día a día de los profesionales, para así lograr una mayor implicación y profesionalización del sector turístico, alineándose con las tendencias globales y aprovechar oportunidades tecnológicas adaptándolas al destino.

1. Análisis de necesidades formativas específicas del sector turístico en Alcañiz

Segmentos clave:

- Turismo cultural: Historia medieval, recursos monumentales, culturales y Semana Santa.
- El humanismo alcañizano
- Turismo deportivo: MotorLand y eventos deportivos.
- Turismo de naturaleza: Río Guadalope y entorno natural, camino natural de Val de Zafán, embalse de la Estanca, paisaje del Bajo Aragón, etc,
- Turismo experiencial: Estímulo del consumo de producto de proximidad entre los turistas.
-

Carencias identificadas:

- Falta de concienciación ciudadana y empresarial sobre la importancia del sector turístico para Alcañiz.
- Escasa personalización en las experiencias turísticas (basadas en los segmentos clave anteriormente indicados).
- Falta de competencias digitales: Dotar a los emprendedores locales de las habilidades digitales necesarias para la gestión de sus negocios.
- Mejorar la presencia online: Ayudar a los emprendedores a mejorar su visibilidad y promoción en Internet y RR.SS
- Falta de estrategia de Servicio y Atención al cliente en entornos culturales y deportivos, en línea y fuera de línea.

2. Tendencias globales adaptadas a Alcañiz

1. Cursos de concienciación para la comunidad local: “El Turismo como Motor de Desarrollo Local”.
2. Aprender a ser “embajador de tu destino”. Técnicas de storytelling para guías y anfitriones.
3. Mejora de técnicas y habilidades de negociación comercial.
4. Diseño, creación y comercialización de actividades y experiencias turísticas:
 - Turismo experiencial: Promocionar la autenticidad del pequeño comercio local y priorizar la oferta de productos de proximidad
 - Experiencias únicas: Desarrollo de narrativas locales que vinculen la historia, la cultura y el deporte.
 - Experiencias personalizadas: Capacitación en diseño de experiencias únicas basadas en datos de clientes.

Estos productos no solo tienen porque ir orientados al turista individual, sino también pueden atraer a empresas y a otros segmentos para la celebración de distintos eventos.

5. Turismo digital: Adaptación a la digitalización del sector en el uso de nuevas herramientas tecnológicas de promoción del destino, reservas online y atención virtual al cliente. Creación de campañas online para destacar eventos locales. Posicionamiento SEO/SEM para negocios turísticos.

6. Optimización del uso de RR.SS en el sector turístico.
7. Sostenibilidad: Formación en prácticas sostenibles para preservar el entorno histórico y natural.
8. Formación al sector turístico en trato y atención a personas con necesidades de accesibilidad.
9. Gastronomía: Cursos para impulsar la creación de productos gastronómicos ligados a la historia de Alcañiz.
10. Community building y coopetition: La unión hace la fuerza
11. Gestión de Pequeños Alojamientos

3. Diseño e implementación del programa de formación

Diseño de cursos: Elaboración de un plan formativo que integre módulos específicos basados en los temas previamente identificados.

Material: Desarrollo de recursos didácticos accesibles y prácticos, como manuales, guías, videos tutoriales y otros soportes educativos adaptados a las necesidades de los participantes.

Ejecución de la formación:

- **Talleres presenciales y online:** Organización de sesiones formativas en formato presencial y virtual, ajustándose a la disponibilidad y preferencias de los participantes para garantizar una amplia participación.
- **Capacitación continua:** Creación de programas de formación continua para mantener actualizados a los emprendedores en tendencias y avances tecnológicos, fomentando su desarrollo permanente.

4. BASE DE ESTUDIO DE DESARROLLO DE PLANES FUTUROS

4.1 CONSORCIO TURÍSTICO DE LA RUTA DE LOS TRES REYES

Con el propósito estratégico de preservar, promover y desarrollar el valioso patrimonio cultural y natural que conecta a las localidades de **Alcañiz (Teruel)**, **Morella (Castellón)** y **Tortosa (Tarragona)**, surge el **Consortio Turístico de la Ruta de los Tres Reyes** bajo una estructura supramunicipal.

La denominación “Ruta de los Tres Reyes” se inspira en el **Tossal dels Tres Reis**, una cumbre icónica ubicada en el Parque Natural de Els Ports. Según la tradición, este punto geográfico fue escenario de reuniones históricas entre el rey de Aragón, el emir de Tortosa y el de la taifa de Valencia, simbolizando la rica confluencia histórica y cultural de estos territorios.

Este proyecto tiene como objetivo consolidar los vínculos históricos y culturales que unen a estas tres localidades, promoviendo su patrimonio, paisajes y tradiciones como pilares fundamentales para destacar en los mercados nacional e internacional. Fortalecer esta conexión permite enriquecer y diversificar la oferta turística de España, integrando propuestas innovadoras y transformadoras que abarcan varias comunidades autónomas y facilitan su posicionamiento a nivel global.

Esta iniciativa también contempló la posibilidad de postularse al Programa de Experiencias Turismo España del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, destacando su alineación con las prioridades estratégicas de promoción turística nacional y el impulso del turismo cultural y sostenible. Resulta relevante continuar trabajando en esta línea para estar preparados ante futuras convocatorias y maximizar su potencial de desarrollo y promoción.

Este programa se enmarca en el desafío estratégico #1 Fortalecer la gestión del destino definido en este plan. En particular, está alineada con el objetivo 1.4: Generar sinergias con otros destinos y marcas, promoviendo una colaboración efectiva que impulse el posicionamiento y la competitividad del destino.

<https://www.mintur.gob.es/es-es/recuperacion-transformacion-resiliencia/paginas/experiencias-turismo-espana.aspx>

PROPUESTA DE ACCIÓN:

Retomar el proyecto para analizar su estado actual, evaluar los avances alcanzados y determinar los aspectos pendientes. En caso de decidir su continuidad, se recomienda seguir desarrollando el enfoque planteado, asegurando su alineación con los objetivos estratégicos establecidos. Además, es importante planificar revisiones periódicas en etapas futuras para supervisar su progreso y garantizar su evolución hacia el éxito.

4.2 CONSORCIO NACIONAL DE LOS PUEBLOS DE LA RUTA DEL TAMBOR Y DEL BOMBO

El **Consortio Nacional de los Pueblos de la Ruta del Tambor y del Bombo** reúne a localidades con una profunda tradición cultural y religiosa, reconocida por su singularidad y su impacto emocional en quienes participan o presencian sus celebraciones. Dado que no se percibe una acción clara en esta dirección, Alcañiz, como integrante del Consorcio Nacional de la Ruta del Tambor y del Bombo, podría liderar la iniciativa de fomentar la colaboración intermunicipal entre todos sus miembros. Este esfuerzo permitiría desarrollar un producto turístico innovador que no solo celebre las tradiciones únicas de la Ruta, sino que también impulse el desarrollo económico, social y cultural de las localidades participantes.

El objetivo principal de esta iniciativa es potenciar el valor cultural y turístico de la Ruta, comenzando por **poner en valor su patrimonio cultural**, difundiendo y destacando las expresiones de la Semana Santa como manifestaciones únicas de alto interés tanto cultural como turístico. Asimismo, se busca **desarrollar una oferta turística experiencial** que permita a los visitantes sumergirse en las tradiciones, mediante actividades como talleres de tambor, rutas temáticas por los pueblos, exposiciones culturales y recreaciones históricas, complementadas con la creación de un producto turístico de carácter religioso que resalte la espiritualidad inherente a estas celebraciones.

Algunos ejemplos:

- **Diseño de una “Ruta Viva del Tambor y del Bombo”:** Un itinerario turístico que conecte las localidades participantes, destacando su patrimonio arquitectónico, cultural y natural, entre otros, con eventos y actividades programadas durante todo el año.
- **Creación de un Centro de Interpretación Itinerante:** Una instalación móvil que recorra las localidades del consorcio, ofreciendo exposiciones interactivas sobre la historia y el significado de estas tradiciones.
- **Exposición de Carteles de las Fiestas de la Ruta del Tambor y del Bombo:** Comen-

zando por reunir en Alcañiz una muestra representativa de los carteles de las distintas fiestas y celebraciones de las localidades que conforman la Ruta del Tambor y del Bombo. Un recorrido visual y narrativo que permita a los visitantes descubrir la diversidad y riqueza de las tradiciones locales a través de los carteles que anuncian y representan las celebraciones más emblemáticas. Esta exposición puede convertirse en un evento itinerante, permitiendo que otras localidades de la **Ruta del Tambor y del Bombo** también acojan esta muestra, fortaleciendo los lazos entre ellas y ampliando su impacto cultural y turístico.

PROPUESTA DE ACCIÓN:

Es fundamental transmitir al Consorcio Nacional de la Ruta del Tambor y del Bombo la importancia estratégica de implementar acciones conjuntas orientadas a la consolidación de la ruta como un destino turístico integrado. La colaboración entre las localidades permitirá maximizar los recursos, fortalecer su identidad colectiva y aumentar su atractivo turístico. Estas acciones coordinadas son clave para posicionar la ruta tanto a nivel nacional como internacional, garantizando su sostenibilidad y proyección futura.

<https://tamboresybombosdeespana.es/consorcio-nacional-2/>

4.3 RUTA DEL TAMBOR Y DEL BOMBO DEL BAJO ARAGÓN

La Ruta del Tambor y del Bombo es una asociación viva y dinámica, profundamente arraigada en la historia y tradición de los nueve pueblos que conforman el Bajo Aragón. Esta ruta representa un punto de encuentro único que simboliza el carácter colectivo y la esencia compartida de tocar el tambor y el bombo durante la Semana Santa, una práctica cargada de simbolismo y emoción.

El propósito central de esta iniciativa es realzar el valor cultural y turístico de la Ruta del Tambor y del Bombo en el Bajo Aragón, resaltando su extraordinario patrimonio cultural. Esto conlleva promover y destacar las expresiones únicas de la Semana Santa, reconociéndolas como manifestaciones de gran relevancia tanto cultural como turística. Del mismo modo, se propone crear una oferta turística experiencial, siguiendo un enfoque similar al planteado para el Consorcio Nacional de los pueblos de la Ruta del Tambor y del Bombo, que permita a los visitantes conectar de manera profunda con las tradiciones de la comarca. Esta iniciativa busca sumergirlos en su riqueza histórica, artística y espiritual, ofreciendo una experiencia auténtica y enriquecedora.

PROPUESTA DE ACCIÓN:

Es esencial promover la colaboración entre las localidades del Bajo Aragón que forman parte de la Ruta del Tambor y del Bombo, destacando la importancia estratégica de trabajar conjuntamente para consolidar esta ruta como un destino turístico integrado. Esta cooperación permitirá optimizar los recursos disponibles, crear producto, fortalecer la identidad cultural compartida y aumentar el atractivo turístico de la comarca.

4.4. RED DE CAMINOS DE ARTE RUPESTRE

Alcañiz ha estado vinculada de manera indirecta a la Red de Caminos del Arte Rupestre gracias a la extraordinaria riqueza de su patrimonio prehistórico, destacando el Abrigo de Val del Charco del Agua Amarga, uno de los cuatro yacimientos más importantes de Aragón. Se plantea la posibilidad de que el Ayuntamiento de Alcañiz participe de forma independiente en esta red, siempre que se valore como una iniciativa de interés estratégico. Esta participación permitiría impulsar su proyección cultural y turística de forma más directa, consolidando al municipio como un referente destacado en la preservación y difusión del arte rupestre, tanto a nivel nacional como internacional.

<https://www.prehistour.eu/es/>

Todo el posicionamiento y la comercialización de las experiencias turísticas, tanto de las cuatro ya existentes como de las nuevas ideas propuestas y aquellas que puedan surgir a partir de líneas de colaboración, se llevará a cabo utilizando las mismas estrategias definidas en el plan de comunicación. Esto garantizará la coherencia en la promoción y permitirá proyectar a Alcañiz como un destino turístico único y cohesionado. Esta estrategia incluye las colaboraciones con el Consorcio Nacional de los Pueblos del Tambor y del Bombo y la Ruta del Tambor y del Bombo del Bajo Aragón, además de la creación de nuevos productos turísticos a través de alianzas estratégicas.

Este programa se alinea con el desafío estratégico #1: Fortalecer la gestión del destino, identificado en este plan, y en particular con el objetivo 1.6: Aprovechar alianzas estratégicas. Esto implica utilizar “marcas” consolidadas como la Ruta del Tambor y del Bombo y la Red de Caminos del Arte Rupestre, entre otros, para atraer visitantes y fortalecer la competitividad del destino.

De este modo, se busca posicionar a Alcañiz como un referente en turismo cultural, experiencial y sostenible, incrementando su atractivo y consolidando su proyección en los mercados turísticos.

4.5. ALCAÑIZ “CIUDAD DEL MOTOR”

Visión Estratégica:

Convertir a Alcañiz en un referente nacional e internacional como Ciudad del Motor, destacando la combinación única de su legado histórico y su infraestructura moderna en el ámbito del automovilismo. Esto incluirá la puesta en valor de MotorLand Aragón, el histórico Circuito Urbano de Guadalupe y la creación de un museo interno y externo que celebre la rica tradición automovilística de la ciudad. Cumpliendo esta visión, Alcañiz puede posicionarse como un símbolo del automovilismo, donde la tradición del Circuito Urbano de Guadalupe y la modernidad de MotorLand Aragón se unan para crear una experiencia única e inolvidable.

1. Justificación Estratégica

Patrimonio Histórico y Deportivo:

Alcañiz cuenta con un legado único en el automovilismo, representado por el Circuito Urbano de Guadalupe, que fue sede de carreras entre 1965 y 2003, atrayendo a grandes figuras del motor. Este circuito forma parte de la memoria colectiva y tiene un gran potencial para rescatar la historia deportiva de la ciudad.

MotorLand Aragón, un complejo de primer nivel, ha consolidado a la ciudad como un epicentro del deporte del motor con eventos internacionales como el Gran Premio de Aragón de MotoGP, generando un impacto económico significativo.

Identidad Turística y Cultural: Integrar la pasión por el motor con la oferta cultural y turística de Alcañiz ayudará a proyectar una identidad de destino diferenciada, capaz de atraer tanto a aficionados del deporte como a turistas interesados en la historia y la innovación.

Oportunidad Económica: Aprovechar la infraestructura existente y el legado histórico permitirá maximizar los recursos actuales, generando nuevas oportunidades de empleo, turismo y desarrollo local.

2. PROPUESTAS CLAVE

A. Museo Interno y Externo del Circuito de Guadalupe: Crear un espacio museístico que combine áreas interiores y exteriores dedicadas al Circuito Urbano de Guadalupe.

Museo Interno: Exposición permanente en un espacio cerrado que incluya:

Documentos históricos, fotografías y vídeos de las carreras.

Vehículos emblemáticos que compitieron en el circuito.

Simuladores interactivos para que los visitantes experimenten la sensación de conducir en el antiguo circuito.

Museo Externo: Señalización y recreación del trazado original del circuito urbano con hitos en los puntos clave, como curvas y rectas icónicas.

B. Promoción de Eventos y Actividades

Revival del Circuito Urbano de Guadalupe: Mantener la celebración del evento anual que recrea las carreras históricas, con exhibiciones de coches clásicos y actividades temáticas.

Festivales del Motor: Organización de festivales que combinen actividades deportivas, exposiciones, gastronomía local y música en torno al motor.

Programas Educativos y Talleres: Colaboración con escuelas y universidades para ofrecer talleres de ingeniería automotriz, historia del deporte y sostenibilidad en el motor.

C. Integración con MotorLand Aragón

Visitas guiadas combinadas: Crear rutas turísticas que incluyan el museo del circuito urbano y MotorLand.

Paquetes promocionales: Ofrecer entradas combinadas a eventos en MotorLand y actividades en el circuito urbano, potenciando la sinergia entre ambas infraestructuras.

3. EJES ESTRATÉGICOS

Posicionamiento y Marketing:

El Posicionamiento y Marketing de Alcañiz como Ciudad del Motor, se llevará a cabo utilizando las mismas estrategias definidas en el plan de comunicación. Esto seguirá garantizando la coherencia en la promoción y permitirá proyectar a Alcañiz como un destino turístico único y cohesionado.

Como elemento más específico, será interesante desarrollar contenido audiovisual y digital que resalte el legado del circuito urbano y los eventos actuales en MotorLand.

Alianzas y Colaboraciones:

Establecer acuerdos con marcas de automovilismo, patrocinadores y asociaciones para financiar y promocionar las actividades.

Trabajar con instituciones educativas y empresas tecnológicas para integrar innovación y formación en la oferta.

Infraestructura y Accesibilidad:

Mejorar los accesos a los puntos turísticos relacionados con el motor.

Implementar señalización turística que conecte los lugares clave del motor en Alcañiz.

4. CÓMO IMPLEMENTARLO

Fase de Diagnóstico y Planificación:

Realizar un estudio de viabilidad para definir el alcance del museo y las actividades relacionadas.

Crear un comité local de expertos y actores clave que supervisen el proyecto.

Fase de Ejecución:

Desarrollo del museo interno y externo.

Diseño y ejecución de los eventos anuales del Circuito Urbano y MotorLand.

Implementación de rutas turísticas combinadas.

Fase de Evaluación:

Medir el impacto a través de indicadores clave como el número de visitantes, ingresos generados y satisfacción de los participantes.

5. RESULTADOS ESPERADOS:

- Consolidar a Alcañiz como un destino turístico de referencia en el ámbito del motor.
- Incrementar el número de visitantes nacionales e internacionales.
- Fortalecer la identidad local a través de la promoción de su historia y cultura automovilística.
- Generar nuevas oportunidades económicas y fomentar el desarrollo sostenible en la región.

4.6 ALCAÑIZ COMO “CIUDAD DE LA CONCORDIA”

Visión Estratégica:

Posicionar a Alcañiz como un referente nacional e internacional de diálogo, entendimiento y reconciliación, aprovechando su papel histórico en la Concordia de Alcañiz de 1412, un evento clave en la historia de la Corona de Aragón. Este posicionamiento combinará la promoción de su patrimonio histórico con el desarrollo de una oferta cultural y turística que resalte los valores de la concordia y la convivencia.

1. JUSTIFICACIÓN ESTRATÉGICA

Legado Histórico Único:

La Concordia de Alcañiz de 1412 fue un acuerdo trascendental que sentó las bases para la elección de Fernando de Antequera como rey de Aragón, resolviendo la crisis de sucesión de la Corona de Aragón. Este hecho subraya el papel de Alcañiz como un lugar de consenso y diálogo político, un mensaje de gran relevancia en el contexto actual.

Relevancia Contemporánea:

La Concordia, como símbolo de diálogo y resolución pacífica de conflictos, tiene un gran potencial para conectarse con valores universales y temas de actualidad como la paz, la diplomacia y la cooperación.

Diferenciación Turística:

Posicionar a Alcañiz como la “Ciudad de la Concordia” le otorga una identidad única y diferenciada dentro del panorama turístico, permitiéndole destacar no solo por su patrimonio, sino también por sus valores históricos y culturales.

2. PROPUESTAS CLAVE

A. Creación de una Ruta de la Concordia

Diseñar un itinerario cultural que conecte los puntos clave relacionados con la Concordia de 1412 y la historia medieval de Alcañiz.

Puntos de interés: Iglesia de Santa María la Mayor- Castillo de los Calatravos - Ayuntamiento de Alcañiz.

Experiencias: Siguiendo el modelo del ejemplo anterior de **EXPERIENCIAS DE CULTURA E HISTORIA - “El Alma de Alcañiz: Un Viaje al Pasado”** se podría diseñar paquetes turísticos que combinen visitas culturales con actividades gastronómicas, recreaciones históricas y experiencias inmersivas.

B. Eventos y Actividades

Seguir garantizando la continuidad y crecimiento del festival de divulgación de La Concordia: con recreaciones históricas, conferencias sobre la resolución de conflictos, talleres para todas las edades y exposiciones artísticas.

Seguir garantizando la continuidad y crecimiento de la celebración de conferencias en torno a la Concordia: reuniendo a expertos, historiadores, diplomáticos y líderes de opinión para debatir sobre temas como la paz, el diálogo intercultural y la cooperación internacional.

Jornadas Gastronómicas de la Concordia: Promover la gastronomía local inspirada en la época medieval, ofreciendo una experiencia multisensorial que conecte a los visitantes con la historia.

C. Alianzas Estratégicas

Colaboración Institucional: Trabajar con universidades, academias históricas y organismos internacionales para desarrollar actividades educativas y proyectos de investigación sobre la Concordia.

Red de Ciudades de la Concordia: Crear una red con otros lugares históricos donde se hayan producido acuerdos importantes, promoviendo el intercambio cultural y turístico.

3. EJES ESTRATÉGICOS

Posicionamiento y Marketing:

El Posicionamiento y Marketing de Alcañiz como Ciudad de la Concordia, se llevará a cabo utilizando las mismas estrategias definidas en el plan de comunicación. Esto seguirá garantizando la coherencia en la promoción y permitirá proyectar a Alcañiz como un destino turístico único y cohesionado.

Como elemento más específico, será interesante desarrollar contenido audiovisual y digital que destaque la conexión entre la Concordia de 1412 y los valores contemporáneos.

Educación y Sensibilización:

Implementar programas educativos en colaboración con centros escolares y universidades para enseñar la relevancia histórica y actual de la Concordia.

Sostenibilidad y Participación Ciudadana:

Incorporar prácticas sostenibles en todos los eventos y actividades.

Fomentar la implicación de la comunidad local en las iniciativas turísticas y culturales.

4. CÓMO IMPLEMENTARLO

Fase de Diagnóstico y Planificación:

Realizar un estudio sobre el conocimiento actual de la Concordia entre residentes y visitantes.

Definir los recursos necesarios para las infraestructuras, eventos y campañas de promoción.

Fase de Ejecución:

Desarrollo de la Ruta de la Concordia.

Dar continuidad a los eventos y actividades realizados y trabajar en las posibles alianzas estratégicas.

Seguir la hoja de ruta marcada por el plan de Posicionamiento y Marketing de Alcañiz como Ciudad de la Concordia.

Fase de Evaluación:

Monitorizar indicadores clave como número de visitantes, impacto económico y percepción de los eventos por parte del público.

5. RESULTADOS ESPERADOS

- Consolidar a Alcañiz como un destino turístico cultural y de valores universales.
- Incrementar el turismo en la ciudad, diversificando la oferta y atrayendo a nuevos segmentos de visitantes.
- Generar un impacto económico positivo a través de la dinamización de la actividad turística y cultural.
- Fortalecer el orgullo y la identidad local, resaltando el papel histórico de Alcañiz como un lugar de encuentro y entendimiento.

Con esta estrategia, Alcañiz no solo revivirá su pasado como epicentro de consenso y diálogo, sino que se proyectará como un símbolo contemporáneo de la concordia, la paz y la cooperación.

4.7 PLANES DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA EN DESTINOS

Es fundamental comenzar señalando que, aunque el Plan Estratégico de Turismo de la Ciudad de Alcañiz no se presente específicamente como un plan de sostenibilidad, ha sido diseñado con la sostenibilidad como eje central. Su estructura incorpora numerosos principios que están estrechamente alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas, reflejando un compromiso con el desarrollo inclusivo, responsable y respetuoso con el entorno.

Al promover un turismo inclusivo, accesible y responsable, el plan contribuye a metas específicas de los ODS, como el ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico), fomentando la creación de empleo y el desarrollo económico sostenible en el municipio; el ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles), mediante la mejora de la accesibilidad en infraestructuras y servicios turísticos para garantizar entornos inclusivos; y el ODS 10 (Reducción de las desigualdades), al priorizar la integración de personas con discapacidad en la experiencia turística y reducir las barreras de acceso. Asimismo, el plan impulsa acciones orientadas a la preservación del patrimonio cultural y natural, alineándose con el ODS 15 (Vida de ecosistemas terrestres), y fomenta el uso de tecnologías innovadoras para mejorar la experiencia turística, contribuyendo al ODS 9 (Industria, innovación e infraestructura). La implementación de campañas de sensibilización y formación, junto con auditorías periódicas, garantiza un enfoque sostenible y participativo, en consonancia con el ODS 4 (Educación de calidad) y el ODS 17 (Alianzas para lograr los objetivos), promoviendo colaboraciones estratégicas entre el sector público y privado para maximizar el impacto positivo del turismo en el municipio. De esta manera, el plan no solo posiciona a Alcañiz como un destino turístico competitivo y accesible, sino que también lo convierte en un modelo de desarrollo sostenible que contribuye al bienestar social, cultural y económico, mientras se consolida como un actor comprometido con la consecución de los objetivos globales de sostenibilidad.

La quinta política del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia, “Modernización y digitalización del tejido industrial y de la Pyme, recuperación del turismo e impulso a una España Nación Emprendedora” se materializa, por lo que respecta al sector turístico, a través del Componente 14: Plan de Modernización y Competitividad del Sector Turístico. El componente está organizado en torno a 4 grandes ejes convertidos en sus inversiones principales. En el primero de ellos, “Transformación del modelo turístico hacia la Sostenibilidad” es en el que se sitúa esta Estrategia de Sostenibilidad Turística en Destinos.

La Estrategia de Sostenibilidad Turística en destinos es el documento de referencia a través del cual se articula el programa. El objetivo General del Programa de Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos es avanzar en la transformación de los destinos turísticos hacia un modelo basado en la sostenibilidad. Para ello, el Programa contribuye a la formulación de un nuevo modelo turístico que sitúe a la sostenibilidad en su triple dimensión medioambiental, socioeconómica y territorial como eje vertebrador del destino.

El Programa se articula con dos mecanismos de intervención:

- Planes de Sostenibilidad Turística en Destinos (PSTD). Los PSTD se diseñan y ejecutan por las entidades locales, siendo estas las unidades básicas que constituyen los destinos al ser conocedoras de las especiales necesidades del territorio y en tanto que responsables de los parámetros que influyen en la elección de los turistas y de los determinantes de la competitividad y sostenibilidad del modelo turístico.
- Actuaciones de Cohesión entre Destinos (ACD) representan intervenciones de carácter horizontal y de ámbito supra local que contribuyen a completar, relacionar o cohesionar entre sí las actuaciones en destino de cada comunidad autónoma.

Los planes de sostenibilidad turística en destinos son planes diseñados y promovidos por Entidades Locales que contemplan intervenciones integrales en las zonas objeto de cada plan con la finalidad de incorporar de manera efectiva la sostenibilidad y la digitalización en la gestión de los destinos turísticos, de modo que se afronten los nuevos retos del ecosistema turístico y se contribuya a frenar los procesos de despoblamiento.

Destinatarios:

La entidad beneficiaria y responsable de la ejecución del PSTD en todas sus fases deberá ser una entidad local, de entre las previstas en el artículo 3 de la Ley 7/1985, de 2 de abril, Reguladora de las Bases del Régimen Local.

Los objetivos del programa persiguen: apoyar la reconversión de los destinos turísticos pioneros para mantener su atractivo y competitividad; impulsar el desarrollo de los destinos turísticos ubicados en áreas rurales y de interior; y reforzar a las entidades locales gestoras de los destinos turísticos.

Está dotado de una partida anual para ejecutarlo a través de planes anuales, cuyos beneficiarios son las entidades locales receptoras de las transferencias de capital, contando con la cofinanciación de éstas y de las CC.AA. Las entidades locales pueden presentar sus propuestas de planes de sostenibilidad turística a su comunidad autónoma y a la SETUR. Ambas valorarán las propuestas previamente con unos criterios de selección, antes de su aprobación definitiva en comisión sectorial de turismo y ratificación en conferencia sectorial de turismo.

Contratación:

Asistencia técnica para apoyar a la administración pública en la presentación de proyectos cuando se publiquen las convocatorias de financiación de dicho plan.

Para la financiación de los Planes, existen dos tipos de convocatorias que responden a dos fuentes diferenciadas de financiación:

Programa ordinario de sostenibilidad turística en destinos que se convoca anualmente y se financia con presupuestos de las tres administraciones: nacional, autonómica y local.

Programa extraordinario de sostenibilidad turística en destinos, que comparte con el programa ordinario objetivos, categorías de destino, y buena parte de las actuaciones; se distingue de él por el carácter excepcional de su financiación, que procede en su totalidad de los fondos europeos y que debe implicar una mayor ambición transformadora.

Ambos Programas se elaboran entre la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR) y las comunidades y ciudades autónomas y la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) a través de la Conferencia Sectorial de Turismo.

El periodo de duración de los Planes de Sostenibilidad turística en destinos es de hasta un máximo de tres años.

<https://turismo.gob.es/es-es/Paginas/Index.aspx>

<https://sede.serviciosmin.gob.es/es-es/Paginas/Index.aspx>

4.8 PLAN DE ADHESIÓN Y PARTICIPACIÓN EN LA RED NACIONAL DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES (DTI)

La incorporación de **Alcañiz a la Red Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)** representa una oportunidad estratégica clave para transformar y potenciar el desarrollo turístico del municipio. Mediante el uso de innovación, tecnología y sostenibilidad, este modelo permite posicionar a Alcañiz como un destino competitivo y avanzado. Liderado por la **Secretaría de Estado de Turismo** a través de **SEGITTUR**, el modelo DTI promueve el desarrollo integral de los destinos turísticos, y por ello servirá para consolidar a Alcañiz como un referente en la gestión eficiente y sostenible del turismo.

El modelo de Destino Turístico Inteligente está precisamente **diseñado para abordar los cambios necesarios que debería afrontar Alcañiz** en los próximos años desde una perspectiva integradora para gestionar su destino turístico de una forma inteligente.

El programa Destino Turístico inteligente es un proyecto promovido por la Secretaría de Estado de Turismo (SETUR) y gestionado por la Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR), que persigue contribuir a mejorar la competitividad de los destinos turísticos y la calidad de vida de sus residentes incidiendo en cinco ámbitos de actuación: gobernanza, innovación, tecnología, sostenibilidad y accesibilidad.

Desde la puesta en marcha del proyecto “Destinos Inteligentes”, por impulso de la Secretaría de Estado de Turismo, se han desarrollado diversos proyectos de apoyo a la conversión de los destinos en destinos turísticos inteligentes. SEGITTUR también está liderando la Normalización de los Destinos Turísticos Inteligentes a nivel mundial desarrollando las Normas UNE178501 de Sistema de Gestión de los Destinos Turísticos, UNE178502 de Indicadores y herramientas de los Destinos Turísticos Inteligentes e impulsando el desarrollo de las normas UNE178503 Destinos turísticos inteligentes. Semántica aplicada a turismo y la UNE178504 Hotel digital, inteligente y conectado (HDIC) a plataformas de destino turístico inteligente/ciudad inteligente. Tanto el proceso de normalización como el desarrollo de pilotos en destinos han permitido desarrollar una metodología de diagnóstico y planificación para los destinos turísticos inteligentes, con el fin de establecer un marco común de trabajo que ayude a los destinos a identificar sus necesidades y acciones prioritarias para iniciar el proceso de conversión en Destino Turístico Inteligente de una forma ordenada.

Un destino turístico inteligente es “Un espacio turístico innovador, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia, que garantiza el desarrollo sostenible del territorio turístico, que promueve la accesibilidad universal, que facilita la interacción e integración del visitante con el entorno e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y mejora la calidad de vida de los residentes”.

El programa DTI promueve la implantación de un modelo de gobernanza turística que tiene en cuenta la transversalidad de la actividad turística y las características diferenciadoras de cada destino. Se articula sobre una metodología de diagnóstico, que deriva en un sistema de

recomendaciones, un plan de acción y un sistema de monitorización, que conforman los elementos fundamentales del modelo, permitiendo un proceso de mejora continuo de la gestión del destino adaptada a los retos presentes y futuros del turismo.

Beneficios de la Transformación en DTI

- **Aumento de la competitividad:** Aprovechamiento óptimo de los recursos turísticos existentes e identificación de nuevas oportunidades.
- **Eficiencia en procesos:** Mejora en la producción y comercialización turística.
- **Desarrollo sostenible:** Foco en los aspectos medioambientales, económicos y socio-culturales del destino.
- **Calidad de vida:** Incremento del bienestar de residentes y visitantes.
- **Dinamización económica:** Uso de la estrategia turística como motor de desarrollo sostenible a largo plazo.

Metodología del Modelo DTI

El proceso comienza con un diagnóstico integral realizado por SEGITTUR, que evalúa el destino en cinco ejes clave:

1. **Gobernanza.**
2. **Innovación.**
3. **Tecnología.**
4. **Sostenibilidad.**
5. **Accesibilidad.**

Este diagnóstico establece un plan de acción alineado con la estrategia del destino, definiendo una hoja de ruta para la transformación en DTI. Los destinos que logran una puntuación superior al 80% reciben el distintivo de **Destino Turístico Inteligente**, mientras que aquellos con puntuaciones entre el 20% y el 80% obtienen la categoría de **DTI Adherido**. Ambos niveles implican un compromiso con la mejora continua y la actualización del diagnóstico cada dos años.

Participación en la Red DTI

La **Red de Destinos Turísticos Inteligentes** fomenta el intercambio de conocimiento y experiencias, ofreciendo a los destinos adheridos:

- Asistencia en la implantación del modelo DTI.
- Acceso a boletines informativos y recursos de escucha activa.
- Catálogos de proveedores tecnológicos.
- Grupos de trabajo, webinars y formación en los ejes DTI.
- Acceso a bases de datos de ayudas, subvenciones y financiación.
- Asesoramiento en convocatorias de la UE.

Adhesión a la Red DTI

La solicitud de adhesión como miembro titular requiere:

1. Presentar el instrumento de adhesión y aceptar el Código Ético de la Red DTI.
2. Comprometerse a iniciar el proceso de diagnóstico y plan de acción en el corto o medio plazo.

Nota: La adhesión no implica un compromiso económico directo, aunque los trabajos asociados al diagnóstico y plan de acción tienen un coste específico. La mera adhesión no convierte al destino en un DTI, pero sí representa el primer paso hacia la transformación.

Es importante destacar que varios destinos de Aragón ya forman parte de esta Red DTI, entre ellos: Albarracín, Calatayud, Castiello de Jaca, Cella, y diversas comarcas como el Alto Gállego, Campo de Daroca, Gúdar-Javalambre, Jacetania, Sierra de Albarracín, Cinco Villas, Ribagorza, Somontano de Barbastro, y Maestrazgo. Además, instituciones como la Diputación Provincial de Huesca y localidades como Gea de Albarracín, Huesca, Jaca, Jaraba, Mora de Rubielos, Tarazona, Teruel, Villanúa, y Zaragoza también están involucradas.

En este contexto, resulta crucial que Alcañiz se integre en la red, ya que su inclusión no solo fortalecería la cohesión territorial y la creación de un destino turístico unificado, sino que también permitiría aprovechar las ventajas de la colaboración y los beneficios asociados a esta unión estratégica. La participación de Alcañiz contribuiría significativamente al desarrollo y posicionamiento del turismo en Aragón como un referente de calidad y diversidad.

<https://www.destinosinteligentes.es>

4.9 PLANES DE INTERNACIONALIZACIÓN TURÍSTICA PARA FOMENTAR LA PARTICIPACIÓN EN PROYECTOS EUROPEOS EN RED Y LA COOPERACIÓN MUNICIPAL

La Red de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) desempeña un papel fundamental al proporcionar a sus miembros acceso continuo a información sobre las oportunidades de participación en proyectos internacionales, asegurándose de que estén al tanto de las convocatorias y alianzas relevantes. El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España participa activamente en foros europeos de turismo y fortalece la posición de España en la Unión Europea, promoviendo acuerdos de cooperación y asistencia técnica en el ámbito turístico.

De manera complementaria y a nivel informativo, resulta fundamental identificar las entidades clave en el ámbito nacional que desempeñan un papel estratégico como interlocutores en los procesos de internacionalización turística. Entre estas instituciones se encuentran:

- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (Área de Turismo).
- ICEX España Exportación e Inversiones: ofrece asesoramiento especializado para facilitar la internacionalización del sector turístico.
- SEGITTUR: impulsa la innovación tecnológica y la digitalización en destinos turísticos inteligentes.
- Red Española de Ciudades Inteligentes (RECI): fomenta la cooperación entre municipios para la implementación de soluciones innovadoras y sostenibles en el ámbito local.

Casos prácticos recientes:

Burriana: El Ayuntamiento ha celebrado el Consejo Social Ciudadano para recoger propuestas ciudadanas sobre proyectos presentables a los Fondos Europeos FEDER (2021-2027), enfocándose en áreas como la sostenibilidad y la digitalización.

L'Alfàs del Pi: Este municipio ha solicitado una subvención de más de 14 millones de euros del Plan EDIL financiado por Europa, para proyectos que incluyen centros de formación y modernización de infraestructuras turísticas.

Estos ejemplos ofrecen una visión integral de cómo los municipios pueden desarrollar planes de internacionalización turística, participar en proyectos europeos en red y fomentar la cooperación municipal. Es recomendable analizar estas iniciativas y adaptar las estrategias que mejor se ajusten a las características y objetivos específicos del destino turístico en cuestión, en este caso Alcañiz.

Red.es- Segittur -Destinosinteligentes.es- www.mintur.gob.es - reddecidadesinteligentes.es

4.10 PLAN DE ACCESIBILIDAD A LOS RECURSOS TURÍSTICOS DE ALCAÑIZ

El Plan de Accesibilidad a los Recursos Turísticos tiene como finalidad posicionar a Alcañiz como un destino turístico acogedor y accesible para todas las personas, independientemente de sus capacidades físicas o cognitivas.

Sirva este documento como base para realizar una hoja de ruta para identificar, mejorar y promover las condiciones de accesibilidad en los recursos turísticos, culturales, patrimoniales y naturales del municipio, haciendo de Alcañiz un modelo inclusivo y competitivo en el sector turístico.

Objetivos del plan:

Poner en valor los recursos accesibles existentes, destacando su importancia dentro de la oferta turística local.

Identificar carencias de accesibilidad y establecer acciones concretas para subsanarlas.

Desarrollar una estrategia integral y sostenible que permita mejorar progresivamente la accesibilidad en todos los ámbitos turísticos, potenciando la competitividad de Alcañiz como destino inclusivo.

Integración de tecnología y digitalización:

Dentro de este Plan Estratégico de turismo de la Ciudad de Alcañiz se contempla en las fichas de anexo, la implementación de iniciativas tecnológicas que cumplen con los estándares de accesibilidad, en la Oficina de Turismo y en los principales recursos:

- Soluciones tecnológicas avanzadas que refuerzan la accesibilidad.
- Creación de un portal web y una webapp turística y comercial, adaptados a los criterios de accesibilidad universal.
- Instalación de una red de puntos de información digital interactivos para atención turística 24/7, con dispositivos de interior y exterior integrados en una plataforma de gestión centralizada.

Medidas y actuaciones clave:

Infraestructura pública

- Desarrollo de una red de senderos accesibles.
- Actualización de la señalización turística con criterios inclusivos.
- Eliminación de barreras físicas en edificios públicos y adaptación de su accesibilidad.
- Optimización de la accesibilidad en eventos culturales, festivos y deportivos.

Colaboración público-privada:

- Implicar al sector privado en la ejecución de acciones de accesibilidad.
- Difusión de manuales de buenas prácticas de turismo accesible.
- Ampliación de accesibilidad cognitiva en edificios públicos hacia el sector privado.

Formación y sensibilización:

- Realización de talleres y cursos para formar al personal turístico y comunitario sobre la importancia de la accesibilidad.
- Campañas de concienciación para fomentar una cultura de inclusión entre residentes y visitantes.

Evaluación y mejora continua:

- Implementación de auditorías periódicas para evaluar la accesibilidad de los recursos.
- Establecimiento de indicadores de seguimiento que permitan medir el impacto del programa.

Otras acciones estratégicas:

- Mejora de la accesibilidad visual, auditiva y cognitiva en los recursos turísticos más relevantes.
- Creación de itinerarios peatonales accesibles en el casco histórico y puntos de interés turístico.
- Mejora de la accesibilidad en bares, restaurantes y tiendas.
- Creación de aseos públicos adaptados y plazas de aparcamiento accesibles.
- Participación en programas de ayuda regionales, nacionales e internacionales para financiar proyectos de turismo inclusivo.
- Incorporación de criterios de accesibilidad en los pliegos de contratación pública.

Comunicación inclusiva:

Dentro de este Plan Estratégico de turismo de la Ciudad de Alcañiz ya se contemplan las necesidades de personas con discapacidades físicas, auditivas, visuales o intelectuales, asegurando que la información turística sea accesible para todos.

Impacto del plan:

Este enfoque no solo beneficia a las personas con discapacidad, sino que también mejora la experiencia turística para todos los visitantes y residentes, promoviendo un desarrollo económico, social y cultural sostenible en Alcañiz.

4.11 PLANES DE FINANCIACIÓN EXTERNOS EN EL MARCO DE AYUDAS TANTO A NIVEL REGIONAL, NACIONAL Y EUROPEO

La Red de Destinos Turísticos Inteligentes (Red DTI) desempeña un papel clave al mantener a sus miembros informados sobre diversas convocatorias de ayudas y subvenciones relevantes. Estas iniciativas no solo benefician a entidades públicas, sino que también representan una oportunidad estratégica para el tejido empresarial turístico, en este caso de Alcañiz, impulsando proyectos innovadores y sostenibles.

Entre los programas destacados se incluyen:

- **Ayudas para la transformación digital y modernización de entidades locales de la Red DTI:** Estas subvenciones están dirigidas a las entidades locales que forman parte de la Red DTI, con el fin de financiar proyectos de contenido tecnológico e innovador que promuevan la digitalización y modernización de los destinos turísticos.
- **Plan de recuperación, transformación y resiliencia (PRTR):** Iniciativa del Gobierno de España que canaliza los fondos europeos Next Generation EU para impulsar la recuperación económica y la transformación digital y sostenible del país. A través del PRTR, se han lanzado múltiples convocatorias de ayudas destinadas a diferentes sectores, incluyendo el turístico, para fomentar proyectos de digitalización, sostenibilidad e innovación.
- **Programa de apoyo a los Digital Innovation Hubs (PADIH):** Este programa tiene como objetivo fortalecer los centros de innovación digital en España, facilitando a las pequeñas y medianas empresas (pymes) el acceso a tecnologías avanzadas y servicios de asesoramiento para su transformación digital. Las ayudas en este marco buscan mejorar la competitividad de las pymes mediante la adopción de soluciones digitales innovadoras.
- **Programa Kit Digital:** Gestionado por Red.es, este programa ofrece subvenciones a pymes y autónomos para la adopción de soluciones digitales disponibles en el mercado, proporcionadas por agentes digitalizadores. El objetivo es impulsar la digitalización del tejido empresarial, facilitando la implementación de herramientas digitales que mejoren su productividad y competitividad.
- **Ayudas económicas regionales, nacionales e internacionales para el desarrollo de iniciativas de turismo inclusivo:** Convocatorias de ayudas económicas a nivel regional, nacional e internacional que permitan desarrollar proyectos de turismo inclusivo o implementar acciones de accesibilidad en torno al sector turístico.

Es relevante destacar que la que La Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa ofrece las Guías dinámicas de Ayudas e Incentivos. Estas Guías están permanentemente actualizadas y contienen sólo información sobre ayudas e incentivos con plazo de solicitud abierto otorgados y convocados por la Administración General del Estado, Administraciones Autonómicas, Administraciones Locales y otros organismos públicos.

Desde la concejalía de Turismo del Ayuntamiento de Alcañiz, sería importante implementar un servicio especializado en la búsqueda y seguimiento de oportunidades de subvenciones y financiación, tanto a nivel nacional como internacional, orientadas al desarrollo turístico.

5. DOCUMENTOS ANEXOS

ACTIVIDAD CLAVE	EJECUCIÓN DE PLAN DE COMUNICACIÓN TURÍSTICA
RETO ESTRATÉGICO 2.1.1	Implementación, desarrollo y monitoreo de las acciones establecidas en el plan de comunicación contemplado en el Plan Estratégico Turístico de Alcañiz 2025-2030.
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	La ejecución y seguimiento del plan de comunicación propuesto en este Plan Estratégico Turístico de Alcañiz 2025-2030 es un paso clave para alcanzar los objetivos establecidos. Es esencial implementar durante dos años un programa coordinado que contemple las acciones de difusión y promoción del destino indicadas en el plan. Esta fase de ejecución incluirá estrategias tanto en medios online como offline, incluyendo el lanzamiento de campañas promocionales específicas dirigidas a los mercados seleccionados: • Nómadas digitales: Posicionar a Alcañiz como un destino atractivo para el trabajo remoto en un entorno tranquilo. • Principales mercados de origen: C. Valenciana, Madrid y Barcelona. Mercados emergentes como Navarra, Cantabria y Castilla-León. • Destinos nacionales e internacionales que tengan conexión aérea directa con el aeropuerto de Zaragoza, como Islas Baleares o Islas canarias. Esta propuesta contemplaría: • Definición de un eslogan representativo de Alcañiz que refuerce la identidad y atractivo del destino. • Consultoría de comunicación • Gestión en RRSS • Envío de notas de prensa • Búsqueda de perchas mediáticas ad hoc • Calendarización de hitos informativos para los medios • Gestión de visitas con periodistas (gastos de traslados fuera de presupuesto) • Base de datos de medios autonómicos, generalistas, lifestyle, gastronómicos, culturales, medioambiente y de viajes. • Colaboración con agencias de medios de referencia No incluye: Gasto de anuncios en medios. KPIs del Proyecto Clave: • Cumplimiento del cronograma: Porcentaje de actividades completadas dentro de los plazos previstos. • Porcentaje de presupuesto ejecutado: Cantidad del presupuesto destinado a cada acción frente al presupuesto total asignado. • Impacto en el tráfico web: Incremento en visitas a la página web oficial del Alcañiz. • Incremento en la notoriedad de marca: Crecimiento del reconocimiento de Alcañiz como destino turístico, medido a través de encuestas o análisis de menciones en redes y medios. KPI para Medios Online: • Engagement en redes sociales: • Tasa de interacción (me gusta, comentarios, compartidos). • Porcentaje de crecimiento de seguidores en RRRSS claves. • Tasa de conversión en campañas digitales: • Porcentaje de clics (CTR) en anuncios digitales dirigidos a mercados seleccionados. • Porcentaje de visitantes que realizan una acción específica (reserva, solicitud de información). • Crecimiento en búsquedas orgánicas: Incremento en el volumen de búsquedas de términos relacionados con “Alcañiz turismo” en Google. • Alcance en medios online: • Número de impresiones de anuncios digitales.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	KPI para Medios Offline • Participación en eventos y ferias: Número de asistentes y contactos generados en eventos presenciales. • Impacto en campañas publicitarias tradicionales: • Alcance estimado de anuncios en medios impresos, televisión o radio. • Incremento en las visitas o reservas tras la publicación de estos anuncios. • Distribución de material promocional: Cantidad de guías, folletos o souvenirs entregados.
IMPORTE	PRESUPUESTO BASE: 14.600€ +IVA / AÑO
PLAZO DE DESARROLLO	60 MESES
FECHA PROPUESTA	2025 - 2030

ACTIVIDAD CLAVE	CREACIÓN MARCA TURÍSTICA ALCAÑÍZ
RETO ESTRATÉGICO 2.1.1	Creación de una marca turística sólida: Diseñar una identidad visual para Alcañiz que combine su historia, naturaleza y deporte.
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	Diseño de logotipo Creación de dos propuestas iniciales de diseño. Revisión y selección final del logotipo preferido por Alcañiz. Manual Corporativo Debe Incluir: Especificaciones de color (pantones, RGB, CMYK), tipografía corporativa y alternativa, consejo y variaciones. KPIs del Proyecto Clave: • Reconocimiento de marca: Porcentaje de personas que identifican correctamente la nueva identidad visual en encuestas locales y turísticas. • Tasa de aceptación de la identidad visual: Resultados de encuestas cualitativas sobre la percepción de la identidad (historia, naturaleza y deporte). • Nivel de compromiso con la marca: Número de interacciones en redes sociales relacionadas con el logo, eslogan y elementos visuales (me gusta, comentarios, compartidos). • Sentimiento de marca: Análisis de sentimientos en redes sociales y medios locales sobre la nueva marca.
IMPORTE	PRESUPUESTO BASE: 1.500€ +IVA / AÑO
PLAZO DE DESARROLLO	2 MESES
FECHA PROPUESTA	PRIMER TRIMESTRE 2025

ACTIVIDAD CLAVE	BANCO AUDIOVISUAL CIUDAD DE ALCAÑIZ
RETO ESTRATÉGICO 2.1.2	Crear un banco audiovisual actualizado de los recursos de Alcañiz.
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	Elaboración de un vídeo promocional y una colección de imágenes representativas de Alcañiz que reflejen aquellas temáticas prioritarias para la puesta en valor del patrimonio cultural, artístico, gastronómico, urbanístico y monumental, así como de su entorno natural, con el fin de fomentar la imagen promocional y reforzar su posicionamiento dentro del sector turístico. El reportaje fotográfico constará de 50 imágenes en formato RAW y .JPEG editadas y con las indicaciones precisas para incorporar los créditos relativos a la autoría al ser utilizadas. Incluye: Fotografías: 5 jornadas de captura de imágenes. 1 fotógrafo profesional Equipo técnico equivalente o superior a: • Canon EOS R6 • Objetivo Canon Serie L 24-105 mm, F4 • Objetivo Canon Serie L 16-35 mm, F2,8 • Objetivo Canon Serie L 70-200 mm, F2,8 • Objetivo Sigma 150-600mm F5-6.3 DG OS HSM Contemporary • Flash Canon Speedlite 600EX-RT • Speedlite Transmitter YN-E3-RT. 2 jornadas de edición de fotografías de máxima calidad Vídeo: Preproducción: • Guión • Planificación y scouting de locaciones Producción: • Equipo técnico • Equipo humano • Postproducción • Edición de vídeo • Música original o derechos de autor • Locución profesional • Subtítulos o versiones en varios idiomas Duración: Versión completa: 2-3 minutos para promoción online y eventos. Cápsulas cortas: 15-30 segundos para redes sociales y campañas específicas. KPIs del Proyecto Clave: • Cumplimiento del cronograma: Porcentaje de hitos alcanzados dentro del plazo establecido (ej. guion, rodaje, edición). • Aprobación de colaboradores: Porcentaje de comentarios positivos de los actores clave (autoridades, expertos turísticos, etc.) durante la revisión de los contenidos. • Diversidad temática: Número de elementos (cultural, artístico, gastronómico, urbanístico, monumental y natural) representados en el vídeo e imágenes. • Calidad técnica: Evaluación de calidad visual (resolución, iluminación, encuadre) por profesionales o a través de encuestas cualitativas.
IMPORTE	TOTAL: 6.500€ +IVA / AÑO
PLAZO DE DESARROLLO	15 DÍAS
FECHA PROPUESTA	2026 - 2027 (Una vez finalizada las obras de Plaza de España)

ACTIVIDAD CLAVE	CREACIÓN Y DESARROLLO DE UN PORTAL WEB Y UNA WEBAPP TURÍSTICA Y COMERCIAL
RETO ESTRATÉGICO 1.2.5	Simplificar el acceso a la información turística, personalizar la experiencia del visitante y fomentar la digitalización del destino.
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	El portal web y la WebApp turística son herramientas fundamentales para la promoción del destino. Estas soluciones destacan por su diseño responsive y accesibilidad normativa (WAI y UNE 301549:2022), garantizando la experiencia del usuario en cualquier dispositivo. Su enfoque es modular, integrando funcionalidades como planificador de viajes dinámico, chatbot cognitivo y contenido multimedia. Características destacadas: • Multidispositivo (tótems, móviles, tablets, pantallas). • Contenido multiidioma: español, inglés y gallego. • Integración con herramientas de geolocalización (Open Street Maps y Google Maps). • Gestión intuitiva para técnicos: edición en tiempo real (WYSIWYG) y diseño modular. • Planificador de viajes dinámico con inteligencia artificial. • Capacidad offline limitada para mayor accesibilidad. • Generación de códigos QR para rutas, promociones y catálogos. Objetivos: • Mejorar la visibilidad digital del destino. • Facilitar la planificación personalizada de los turistas. • Generar datos valiosos sobre el comportamiento del visitante. KPIs del Proyecto Clave: • N° de visitas únicas al portal y WebApp. • Tasa de uso de funcionalidades avanzadas (planificador, chatbot, QR). • Grado de satisfacción del visitante con la experiencia digital. Hitos y Entregables: • Lanzamiento del portal y WebApp. • Integración con el CMS turístico del Ayuntamiento. • Configuración y activación del planificador de viajes • Capacitación a técnicos en gestión de contenidos y análisis de métricas.
IMPORTE	PRESUPUESTO BASE: 14.900€ +IVA / AÑO
PLAZO DE DESARROLLO	2 MESES
FECHA PROPUESTA	PRIMER TRIMESTRE 2025

ACTIVIDAD CLAVE	IMPLEMENTACIÓN DE TECNOLOGÍAS AVANZADAS EN LAS OFICINAS DE TURISMO
RETO ESTRATÉGICO 1.2.4	Mejorar la experiencia del visitante con herramientas tecnológicas e interactivas. Asistente Cognitivo, generación de QR, cartelería digital interactiva y registro de visitantes.
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	Módulo Cicerone para Oficina de Turismo + Chatbot + Cartelería Digital El módulo Cicerone para oficinas de turismo combina funcionalidades clave para la modernización del servicio turístico, proporcionando asistencia digital avanzada y herramientas de análisis de datos. Características principales: • Chatbot Cicerone: Integración con ChatGPT para atención multi lingüe en 95 idiomas. Responde solo con información validada por el cliente. 5000 peticiones al mes • Cartelería Digital: Información en tiempo real para pantallas y tótems, adaptable según eventos, horarios y campañas. • Registro de Visitantes: Encuestas y datos centralizados en el CRM. • Gestión interna: Creación de rutas dinámicas y cuadernos de viaje personalizados. • Estadísticas y análisis: Panel de control con métricas avanzadas desde el módulo Business Intelligence. Objetivos: • Automatizar la atención turística mediante asistentes virtuales. • Centralizar la gestión de recursos y encuestas en una sola plataforma. • Crear experiencias personalizadas y optimizar la planificación turística. KPIs del Proyecto Clave: • N° de interacciones realizadas por el chatbot. • Porcentaje de satisfacción en encuestas post-visita. • Incremento en la personalización de las rutas y cuadernos de viaje. Hitos y Entregables: • Activación del módulo chatbot en tótems y pantallas. • Configuración del módulo de encuestas y registro de visitantes. • Formación al personal en la gestión de la cartelería digital y estadísticas. • Integración de todos los recursos en el CRM turístico. • Generación de 20 recursos QR -Señalética- Instalación
IMPORTE	PRESUPUESTO BASE: 14.300€ +IVA / AÑO
PLAZO DE DESARROLLO	2 MESES
FECHA PROPUESTA	SEGUNDO TRIMESTRE 2025

ACTIVIDAD CLAVE	IMPLEMENTACIÓN DE UNA RED DE PUNTOS DE INFORMACIÓN DIGITAL INTERACTIVOS PARA ATENCIÓN TURÍSTICA 24/7, CON DISPOSITIVOS DE INTERIOR Y EXTERIOR, INTEGRADOS EN UNA PLATAFORMA DE GESTIÓN CENTRALIZADA
RETO ESTRATÉGICO 1.2.6	Garantizar la atención ininterrumpida a turistas, optimizar la difusión de información turística y comercial, y modernizar la experiencia del visitante mediante herramientas tecnológicas avanzadas.
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	La oficina de turismo digital 24/7 está diseñada para combinar la funcionalidad de tótems interactivos de interior y dispositivos exteriores táctiles, permitiendo acceso a información turística incluso fuera del horario de atención presencial. Dispositivos de exterior: • Pantalla interactiva táctil de 32" adaptada para uso a través de cristal laminado (6+6) sin cámara de aire. • Diseño antivandálico ($\geq$IK06, $\geq$IP44) y protección contra temperaturas extremas. • Resolución HD (1280 x 720), brillo $\geq$4000cd/m² y tecnología multitáctil capacitiva. • Conectividad Wi-Fi, Ethernet RJ45 y cámara integrada de 5MP. • Sistema operativo Linux con autoarranque y actualización remota. Tótems de interior: • Pantallas táctiles de 55" con resolución 4K y brillo 750 cd/m². • Carcasa metálica y vidrio templado con protección IP44 y IK08. • Sistema multitáctil y ajustable a condiciones lumínicas. • Portabilidad mediante ruedas y diseño personalizable. Software de monitorización y cartelería digital: • Gestión de contenidos centralizada desde el CMS integrado. • Parrillas de emisión programables para dispositivos individuales o grupos. • Control remoto de encendido/apagado, transferencia de archivos y resolución de incidencias. • Copias de seguridad automáticas y alertas en tiempo real para el mantenimiento de los equipos. Objetivos: • Proveer atención turística accesible en todo momento, en múltiples idiomas. • Ofrecer información en tiempo real sobre recursos turísticos y comerciales. • Centralizar la gestión y monitorización de todos los dispositivos instalados. KPIs del Proyecto Clave: • Tasa de interacción en dispositivos 24/7. • Resolución de incidencias técnicas en tiempo real. • Nivel de satisfacción de usuarios con la experiencia digital. Hitos y entregables: • Instalación y activación de dispositivos interactivos (interior y exterior). • Configuración del software de cartelería digital y monitorización. • Capacitación a técnicos en gestión de la plataforma y mantenimiento. • Integración con el CMS turístico y el gestor de programación de contenidos.
IMPORTE	PRESUPUESTO BASE: 12.950€ +IVA
PLAZO DE DESARROLLO	1 AÑO
FECHA PROPUESTA	2027 - (una vez finalizada las obras de Plaza de España)

ACTIVIDAD CLAVE	ALCAÑIZ VIRTUAL
RETO ESTRATÉGICO 1.2.7	INCORPORACIÓN DE REALIDAD VIRTUAL Y AUMENTADA.
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	Enriquecer la experiencia en recursos clave mediante tecnologías inmersiva y así: •Promocionar Alcañiz y su patrimonio al mundo: Difundir la riqueza monumental y los encantos de Alcañiz a nivel global, permitiendo que las personas conozcan su patrimonio desde cualquier lugar, con el objetivo de captar un mayor número de turistas hacia la localidad. •Destacar eventos y actividades durante todo el año: Promocionar eventos como San Jorge, las carreras de MotorLand, o las pinturas rupestres para atraer visitantes y contribuir a la desestacionalización del turismo. •Facilitar el acceso virtual al destino: Ofrecer experiencias virtuales que permitan a personas con movilidad reducida explorar y disfrutar de Alcañiz desde la oficina de turismo o desde sus propios hogares. Para realizar este proyecto es necesario acondicionar un espacio en la Oficina de Turismo o cualquier otro a determinar. Material necesario: •App (No es necesario comprarla; ya adquirida por tener la de Arte Rupestre). •4 Gafas Oculus Quest-3 de realidad virtual con soportes y cargadores. RECORRIDOS RECOMENDADOS: •Ciudad de Alcañiz: recorrido virtual en 360 por toda la localidad de Alcañiz y sus monumentos. •Experiencia Circuito Guadalopec: Experiencia de realidad virtual mediante fotografías 360° de las competiciones de coches que se disputaron en el Circuito Urbano de Guadalopec. Se propone realizar fotografías 360° en las curvas más famosas del recorrido urbano, proyectando videos históricos del paso de los vehículos en los puntos fotografiados. •Experiencia la Concordia: Experiencia de realidad virtual grabada en formato estereoscópico (3D) para su posterior reproducción en dispositivos de RV (duración de entre 3 -4 min.) en la que se incluirán los momentos más importantes de la reconstrucción histórica de la Concordia de Alcañiz. La experiencia será narrada con los textos facilitados por el cliente. •Experiencia Motorland: Experiencia de realidad virtual grabada en formato estereoscópico (3D). Reproducción en dispositivos de RV, (duración de entre 3- 4 min.), en la que se incluirán grabaciones desde dentro de vehículos rodando en los diferentes circuitos, Velocidad, Autocross, y karting. •Experiencia San Jorge: Experiencia de realidad virtual grabada en formato estereoscópico (3D) para su posterior reproducción en dispositivos de RV (duración de entre 3 -4 min.) en la que se incluirán los momentos más importantes del vencimiento del dragón en la Plaza de España. La experiencia será narrada con los textos facilitados por el cliente. •Experiencia Semana Santa: Experiencia de realidad virtual grabada en formato estereoscópico (3D) para su posterior reproducción en dispositivos de RV (duración de entre 3 -4 min.) en la que se incluirán los momentos más importantes de las procesiones de la Semana Santa Alcañizana- La experiencia será narrada con los textos facilitados por el cliente.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	•Procesiones para grabar: Domingo de Ramos, El Encuentro, Nazareno, Silencio, Custodia del Sepulcro, La Soledad, Santo Entierro, Las Palometas KPIs; • Número de visualizaciones: Cantidad de personas que han visto el recorrido VR. • Engagement: Comentarios, likes y shares en plataformas donde se promueve el recorrido VR. • Tasa de errores técnicos: Problemas reportados durante la experiencia (baja calidad, errores de carga, etc.).
IMPORTE	• Ciudad de Alcañiz: 10.000€ + iva • Experiencia Circuito Guadalupe: 3.000€ + iva • Experiencia la Concordia: 4.000€ + iva • Experiencia Motorland: 3.600€ + iva • Experiencia San Jorge: 3.000€ + iva • Experiencia Semana Santa: 4.300€ + iva • 4 Gafas Oculus Quest 3 de realidad virtual: Coste aproximado (4 gafas) 4.000€ + iva TOTAL: 31.900€ +IVA
PLAZO DE DESARROLLO	1 AÑO
FECHA PROPUESTA	2027 - (una vez finalizada las obras de Plaza de España)

ACTIVIDAD CLAVE	INTEGRAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DESTINO
RETO ESTRATÉGICO 1.3.9 / 1.3.10 / 1.3.11 / 1.3.12	Fortalecer la sensibilización social y empresarial acerca del papel fundamental del turismo como motor económico para el desarrollo de Alcañiz.
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	Fomentar la integración de la actividad turística en Alcañiz, promoviendo la colaboración entre los diferentes actores del destino, fortaleciendo el tejido empresarial, y creando un entorno participativo que potencie el turismo como motor económico del municipio. Acciones Clave: 1. Reforzar la concienciación social: Sensibilizar a la ciudadanía, empresas y agentes locales sobre la importancia del turismo como fuente de riqueza y desarrollo para Alcañiz. Impulsar la toma de decisiones inclusiva y colaborativa para valorar el turismo como un pilar estratégico del municipio. 2. Fomentar la interacción entre población local y turistas: Promover actividades y espacios que faciliten el intercambio cultural, social y económico entre los residentes y los visitantes, contribuyendo a una experiencia más enriquecedora y auténtica. 3. Impulso a las agencias receptoras: Apoyar y fortalecer la labor de las agencias receptoras y guías turísticos mediante la mejora de su coordinación, visibilidad y participación en estrategias de promoción del destino, asegurando un servicio profesional y atractivo. 4. Impulso a la creación de una asociación de empresarios turísticos: Establecer una asociación que reúna a los empresarios turísticos locales, fomentando la colaboración continua en la promoción del destino y la creación de una visión estratégica común para el desarrollo sostenible del turismo en Alcañiz. Resultados esperados: - Mayor concienciación y compromiso de los actores locales en torno al turismo. - Incremento en la calidad de la experiencia turística gracias a una interacción más activa entre locales y turistas. - Mejora en la capacidad operativa y promocional de las agencias receptoras. - Fortalecimiento del tejido empresarial turístico mediante la creación de redes de colaboración. KPIs: - Número de campañas y actividades de sensibilización realizadas. - Incremento en la participación de la población local en eventos turísticos. - Aumento del número de agencias receptoras activas y participantes en acciones promocionales. - Creación efectiva y operativa de la asociación de empresarios turísticos.
IMPORTE	
PLAZO DE DESARROLLO	60 MESES
FECHA PROPUESTA	2025 - 2030

ACTIVIDAD CLAVE	PLAN DE ADHESIÓN Y PARTICIPACIÓN EN LA RED DTI
RETO ESTRATÉGICO 1.2.8	Formar parte de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes.
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	El programa DTI promueve la implantación de un modelo de gobernanza turística que tiene en cuenta la transversalidad de la actividad turística y las características diferenciadoras de cada destino. Se articula sobre una metodología de diagnóstico, que deriva en un sistema de recomendaciones, un plan de acción y un sistema de monitorización. El proceso comienza con un diagnóstico integral realizado por SEGITTUR, que evalúa el destino en cinco ejes clave: Gobernanza. Innovación. Tecnología. Sostenibilidad. Accesibilidad. Este diagnóstico establece un plan de acción alineado con la estrategia del destino, definiendo una hoja de ruta para la transformación en DTI. Los destinos que logran una puntuación superior al 80% reciben el distintivo de Destino Turístico Inteligente, mientras que aquellos con puntuaciones entre el 20% y el 80% obtienen la categoría de DTI Adherido. Ambos niveles implican un compromiso con la mejora continua y la actualización del diagnóstico cada dos años. La Red DTI fomenta el intercambio de conocimiento y experiencias, ofreciendo a los destinos adheridos: • Asistencia en la implantación del modelo DTI. • Acceso a boletines informativos y recursos de escucha activa. • Catálogos de proveedores tecnológicos. • Grupos de trabajo, webinars y formación en los ejes DTI. • Acceso a bases de datos de ayudas, subvenciones y financiación. • Asesoramiento en convocatorias de la UE. Adhesión a la Red DTI La solicitud de adhesión como miembro titular requiere: 1. Presentar el instrumento de adhesión y aceptar el Código Ético de la Red DTI. 2. Comprometerse a iniciar el proceso de diagnóstico y plan de acción en el corto o medio plazo. Nota: La adhesión no implica un compromiso económico directo, aunque los trabajos asociados al diagnóstico y plan de acción tienen un coste específico. La mera adhesión no convierte al destino en un DTI, pero sí representa el primer paso hacia la transformación. KPIs del Proyecto Clave: Cumplimiento con los objetivos de sostenibilidad, innovación, y calidad de la experiencia del visitante.
IMPORTE	TOTAL: 14.900 €
PLAZO DE DESARROLLO	24 MESES
FECHA PROPUESTA	PRIMER SEMESTRE 2025

ACTIVIDAD CLAVE	DECLARACIÓN DEL VENCIMIENTO DEL DRAGÓN COMO FIESTA DE INTERÉS TURÍSTICO NACIONAL
RETO ESTRATÉGICO 2.1.6	Declaración del Vencimiento del Dragón como Fiesta de Interés Turístico Nacional.
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	Justificación: El Vencimiento del Dragón de Alcañiz cuenta con los elementos y requisitos para poder optar a la declaración de Fiesta de Interés Turístico Nacional, que es otorgada por el Gobierno de España, por medio de la Secretaría General de Turismo, a las fiestas que supongan manifestaciones de valores culturales y de tradición popular con potencial de promoción turística a nivel nacional e internacional. La solicitud y su aprobación, convertirá al Vencimiento del Dragón de Alcañiz en la tercera declaración de Fiesta de Interés Turístico Nacional, después de la Semana Santa del Bajo Aragón y las Bodas de Isabel de Segura de Teruel. Las ventajas de disponer del sello y distinción de una fiesta de interés turística nacional son importantes para Alcañiz, pues valorizará su imagen turística, generando un mayor atractivo no solo para la celebración de la propia fiesta sino para todo el año, pues formará parte del catálogo de recursos turísticos de Alcañiz a nivel nacional y con los efectos que ello supone para participar en proyectos turísticos de ámbito nacional. Marco de Actuaciones: 1) Realización de la memoria técnica explicativa que acompañará a la solicitud oficial, según Orden del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo ICT/851/2019, de 25 de julio, por la que se regula la declaración de fiestas de interés turístico nacional e internacional. 2) Organización de presentaciones de promoción turística de Alcañiz en las ciudades de Barcelona y Valencia, previstas en las Casas de Aragón de cada una de las ciudades, con especial atención a la promoción y difusión de la Fiesta del Vencimiento del Dragón, junto con los aspectos culturales y gastronómicos, a fin de reforzar su impacto promocional en estos dos mercados de ámbito nacional prioritarios para Aragón y Alcañiz. Estas presentaciones deberían ir acompañadas de una acción concertada con Turismo de Aragón. Se prevé su realización en el primer cuatrimestre del 2025. 3) Diseño de los contenidos digitales de un website propio de la Fiesta del Vencimiento del Dragón, con la información requerida por la orden indicada, en formato responsive (adaptable a todos los soportes digitales) y en versión inglesa, que será alojado en la página web de turismo del Ayuntamiento de Alcañiz, en el que ha de cumplir los requisitos de prioridad 2 (equivalente a nivel AA) según la norma UNE 139803:2012, con realización de un informe de impactos online en el que ha de figurar los parámetros relativos al tráfico de la fiesta dentro del sitio web durante el último año. En dicha website se habilitarán en redes sociales perfiles propios de la Fiesta del Vencimiento del Dragón con contenidos info-gráficos e informe de impactos. 4) Realización de un Plan de Medios de difusión y promoción de la Fiesta del Vencimiento del Dragón de Alcañiz en medios de comunicación offline y online de ámbito nacional, con la realización de reportajes diversos sobre la fiesta de forma directa o a través de periodistas y reporteros de los diferentes medios, alcanzando un mínimo de 20 impactos o repercusiones relevantes en prensa y medios de comunicación online y offline, así como en medios de radio y televisión. Dichos medios serán de difusión nacional, no admitiéndose medios regionales, locales ni nacionales en su edición autonómica. El contenido de tales actuaciones de difusión será relevante, en cuanto a su extensión y descripción del evento, excluyendo una mera mención o referencia a la localidad sin un tratamiento específico de la fiesta. 5) Selección de dossier de prensa de acciones y publicaciones de impacto nacional (no regional) referentes al destino de Alcañiz y la Fiesta del Vencimiento del Dragón con antigüedad de 5 años. 6) Realización de un informe de propuesta para que la Fiesta del Vencimiento del Dragón de Alcañiz forme parte de los planes de promoción y marketing turístico del Gobierno de Aragón y de Turespaña.

DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	7) Realización de un informe para presentar la Fiesta del Vencimiento del Dragón de Alcañiz al programa de candidaturas a la mejor experiencia turística de Aragón 2025. 8) Realización de un informe de los impactos turísticos de la Fiesta del Vencimiento del Dragón de Alcañiz en relación a los efectos generados en los valores de conductas saludables, sostenibles, de la concordia y de imagen positiva del destino España.
IMPORTE	El coste del presupuesto formará parte de uno de los requisitos en el que se deberá acreditar que el plan de difusión requerido para la declaración de fiesta de interés turístico nacional deberá contar con al menos un 10% del total de la financiación de la Fiesta del Vencimiento del Dragón de Alcañiz. Se incluye en el presupuesto los gastos del servicio de alquiler de espacios, equipo técnico y catering de las presentaciones de Alcañiz a celebrar en Barcelona y Valencia. Se incluye los gastos de alojamiento y dietas, si los hubiera, de los periodistas de los medios de comunicación online y offline de ámbito nacional que difundan la Fiesta del Vencimiento del Dragón de Alcañiz del 2025. TOTAL: 10.000€ +IVA
PLAZO DE DESARROLLO	12 A 36 MESES
FECHA PROPUESTA	2025

ACTIVIDAD CLAVE	AMPLIAR EL CATÁLOGO DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN ALCAÑIZ
RETO ESTRATÉGICO 3.1.1	Crear nuevos productos turísticos y experiencias turísticas centrados en los recursos de Alcañiz desde la perspectiva histórica, cultural, deportiva y natural, entre otras, para los diferentes perfiles de visitantes.
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	Esta actividad clave pone el foco en la capacidad del destino a través de una colaboración público - privada para generar nuevas alternativas y productos turísticos que se perciban como únicos y singulares desde múltiples perspectivas. Incluye el diseño de experiencias y productos turísticos innovadores que conecten con el visitante desde la perspectiva cultural, histórica y patrimonial, así como desde los recursos naturales del destino. Estas propuestas, como rutas de slow-driving, jornadas gastronómicas basadas en kilómetro 0 o el redescubrimiento del Camino Natural de la Vía Verde Val de Zafán para senderismo y cicloturismo, tienen el potencial de atraer nuevos segmentos de visitantes, alineándose con el posicionamiento estratégico definido en el presente Plan. Además, fomenta el astroturismo, el turismo sostenible y competiciones deportivas, entre otros productos. El proceso incluye los siguientes pasos: 1. Identificación de recursos de Alcañiz 2. Segmentación del público objetivo 3. Diseño de la experiencia 4. Colaboración local 5. Categorización del producto 6. Pruebas piloto 7. Promoción y comercialización (alineado con el plan de marketing y comunicación que incluye este plan). 8. Seguimiento. Esta actividad se desarrollará a través de la contratación de una asesoría técnica. Hitos y Entregables: 1. Creación de un repositorio de experiencias turísticas 2. Integración en los soportes digitales propuestos para la Oficina de Turismo y web. KPIs: 1. Número de nuevos productos turísticos generados 2. Atracción de nuevos segmentos de visitantes 3. Cumplimiento del cronograma de desarrollo: Porcentaje de actividades completadas dentro del plazo planificado. 4. Participación de socios clave: Número de empresas locales, guías turísticos o asociaciones involucradas en la creación de los productos.
IMPORTE	PRESUPUESTO BASE: 14.500€ +IVA
PLAZO DE DESARROLLO	4 MESES
FECHA PROPUESTA	SEGUNDO SEMESTRE 2025

ACTIVIDAD CLAVE	REVITALIZACIÓN DEL CIRCUITO DE GUADALOPE
RETO ESTRATÉGICO 4.1.7	Creación de un museo abierto en la ciudad para mantener viva la memoria del circuito.
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	Creación del museo abierto del antiguo circuito urbano de Alcañiz - Ciudad del Motor* La creación de un museo al aire libre tiene como objetivo honrar la rica historia del Antiguo Circuito Urbano de Alcañiz, consolidando así la identidad de nuestra ciudad como la Ciudad del Motor. Este innovador proyecto nos permitirá realzar el legado automovilístico de Alcañiz a través de la instalación e iluminación de fotografías históricas, así como de elementos informativos en el trazado del antiguo circuito urbano. *Proyecto complementario: Paseo de Campeones* Junto con el museo, se propone el “Paseo de Campeones del Circuito Urbano Guadalopec”, una iniciativa destinada a revitalizar la antigua zona de meta de la Avenida Aragón. Este espacio busca transformarse en un atractivo turístico y cultural, rindiendo homenaje a los grandes deportistas y eventos que han marcado la historia del circuito y de nuestra ciudad. Para llevar a cabo este proyecto, realizaremos las siguientes acciones: 1. *Colocación de fotografías antiguas:* Instalación de fotografías históricas en puntos estratégicos del trazado del circuito urbano, iluminadas con tecnología LED para su disfrute durante la noche. 2. *Instalación de atriles informativos:* Colocación de 20 atriles, que exhibirán fotografías, leyendas informativas y códigos QR que orientarán a los visitantes a través de los distintos puntos de interés. 3. *Creación del Paseo de Campeones:* Diseño de un recorrido pavimentado con baldosas, que servirá como una experiencia inmersiva para los visitantes. 4. *Campaña de marketing:* Desarrollo de una campaña orientada a dar a conocer el museo abierto y atraer tanto a turistas como a residentes. Todavía está por realizarse el análisis para la puesta en marcha del museo cerrado en la ciudad, con el mismo propósito del circuito abierto de conservar y honrar la historia del Circuito de Guadalopec. Este lugar sería una tribuna permanente al legado histórico y deportivo del circuito. KPIs del Proyecto Clave: • Progreso del cronograma: Porcentaje de hitos del proyecto completados (diseño, instalación de elementos, iluminación, inauguración). • Cumplimiento del presupuesto: Porcentaje de ejecución presupuestaria frente al plan inicial. • Participación en actividades culturales: Número de asistentes a eventos relacionados con el museo o el Paseo de Campeones. • Consultas en oficinas de turismo: Incremento en el número de consultas relacionadas con el circuito y el museo. • Menciones y hashtags utilizados en publicaciones relacionadas con el circuito y el paseo. • Número de fotografías y publicaciones de visitantes en plataformas como Instagram o Twitter. • Recomendaciones en línea: Número de reseñas positivas en plataformas como TripAdvisor, Google Reviews, etc. • Valoración del legado automovilístico: Resultados de encuestas o estudios sobre la percepción del impacto cultural del museo en la comunidad.
IMPORTE	PRESUPUESTO BASE: 36.000€ +IVA
PLAZO DE DESARROLLO	4 MESES
FECHA PROPUESTA	Finalización Septiembre 2025

ACTIVIDAD CLAVE	FORMACIÓN PARA EL SECTOR TURÍSTICO
RETO ESTRATÉGICO 3.2.1	Impulso al tejido empresarial de Alcañiz mediante formación continua, profesionalización y adopción de tendencias globales y tecnologías turísticas.
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	Este plan busca fortalecer las capacidades del tejido empresarial de Alcañiz promoviendo una cultura de formación continua en el ámbito turístico, entendida como un pilar esencial para los profesionales del sector. El objetivo es incrementar su implicación y profesionalización, alineándolos con las tendencias globales y aprovechando las oportunidades tecnológicas adaptadas al destino. Entre las principales carencias identificadas se encuentran: la falta de concienciación ciudadana y empresarial sobre la relevancia del turismo para Alcañiz, la escasa personalización en las experiencias turísticas, el uso limitado de tecnología para promoción y reservas, la insuficiencia en competencias de idiomas y comunicación intercultural, y la ausencia de una estrategia sólida de servicio y atención al cliente. El plan propone jornadas formativas dirigidas al tejido empresarial turístico y a técnicos de turismo de Alcañiz. El enfoque está en la sensibilización de la comunidad local sobre su importancia económica y cultural, el desarrollo de competencias comerciales y la creación de experiencias turísticas innovadoras. Incluye la transformación digital del sector, la profesionalización de guías turísticos y el fortalecimiento de la Oficina de Turismo mediante formación en marketing digital y atención al cliente. También promueve la sostenibilidad, la formación al sector turístico en creación de producto y atención a personas con necesidades de accesibilidad, la gestión eficiente de pequeños alojamientos y la colaboración empresarial a través de estrategias de cooperación para fortalecer el destino. KPIs del Proyecto Clave: • Número de cursos realizados. • Participantes en las formaciones. • Porcentaje de participantes que completan los cursos. • Satisfacción de los participantes en las formaciones (encuestas post-curso). • Incremento en competencias específicas tras la formación (medido a través de evaluaciones o encuestas). Los cursos serán organizados por una asesoría técnica de formación.
IMPORTE	PRESUPUESTO BASE: 10.000€ +IVA / BOLSA DE JORNADAS ANUAL
PLAZO DE DESARROLLO	60 MESES
FECHA PROPUESTA	2025 - 2030

ACTIVIDAD CLAVE	PARTICIPACIÓN EN FERIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA
RETO ESTRATÉGICO 2.1.5	Promoción turística a través de la participación en ferias turísticas regionales, nacionales e internacionales.
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	Alcañiz, en colaboración con Turismo de Aragón, se propone participar activamente en ferias turísticas de relevancia regional, nacional e internacional, fortaleciendo su presencia como destino destacado en el mercado global. Este esfuerzo estratégico incluye no solo la promoción de su oferta turística en eventos consolidados, sino también la implementación de acciones específicas dirigidas a captar la atención de turistas provenientes de mercados prioritarios como Francia, Alemania y Reino Unido, considerados sus principales emisores internacionales. Además, se buscará explorar destinos emergentes con alto potencial, como Estados Unidos, adaptando las estrategias promocionales a las características y preferencias de estos viajeros. Entre las acciones puntuales se incluirán: Participación en ferias sectoriales internacionales como ITB Berlín, WTM Londres o FITUR, con un enfoque en destacar las fortalezas de Alcañiz, como su identidad como “Ciudad del Motor”, su patrimonio cultural y su entorno natural. KPIs: • Número de ferias asistidas: Total de ferias turísticas regionales, nacionales e internacionales en las que Alcañiz participa anualmente. • Reuniones comerciales concertadas: Cantidad de citas y acuerdos alcanzados con operadores turísticos, agencias y medios especializados durante las ferias. • Material promocional distribuido: Número de folletos, catálogos y recursos digitales entregados o descargados por los asistentes. • Incremento en la reserva de servicios locales: Variación en las reservas de alojamiento, actividades y servicios turísticos provenientes de los mercados prioritarios. • Proyectos realizados con Turismo de Aragón: Cantidad de acciones conjuntas desarrolladas con Turismo de Aragón para ferias y promoción internacional. • Participación de actores locales: Número de empresarios y agentes turísticos de Alcañiz involucrados en las actividades promocionales.
IMPORTE	20.000€ +IVA / AÑO
PLAZO DE DESARROLLO	60 MESES
FECHA PROPUESTA	Primer semestre 2025

ACTIVIDAD CLAVE	FAM TRIPS – PRESS TRIPS, PROMOCIÓN DE ALCAÑIZ COMO DESTINO TURÍSTICO
RETO ESTRATÉGICO 2.1.4	Organización de viajes de familiarización que se ofrecen a operadores turísticos o agencias de viajes para que puedan vivir la experiencia de Alcañiz como destino turístico en primera persona.
DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	Esta actividad está alineada con las estrategias de comunicación y marketing contempladas en este plan. Desarrollar y promover viajes de cortesía para prensa (turística, deportiva, lifestyle), operadores turísticos y agencias de viajes con el objetivo de que vivan de primera mano el turismo experiencial que define al destino. Vivir esta experiencia no solo destaca los valores y atractivos de Alcañiz, sino que también crea la necesidad de integrarlo en los principales circuitos turísticos. Estos viajes de familiarización fortalecen el posicionamiento estratégico de la ciudad como “Ciudad del Motor” y “Ciudad de la Concordia”, consolidándola como un referente clave en el sector turístico. Objetivos clave: • Impulsar la implantación y el fortalecimiento de la marca “Alcañiz” entre los agentes turísticos y prensa (turística, deportiva, lifestyle). • Lograr la penetración efectiva de los productos turísticos de Alcañiz en los mercados emisores. • Posicionar a Alcañiz como un destino diferencial, destacando su propuesta de turismo experiencial y su ventaja competitiva en los circuitos turísticos. KPIs del Proyecto Clave: • Número de viajes organizados por tour operador/ Impactos en prensa.
IMPORTE	PRESUPUESTO BASE: 20.000€ +IVA / AÑO
PLAZO DE DESARROLLO	60 MESES
FECHA PROPUESTA	2025 - 2026

6. RESUMEN PRESUPUESTARIO

PROYECTO CLAVE	MEDIDA	€	IMPORTE	COSTE TOTAL EN 5 AÑOS	Fase 1 Año 1	Fase 2 Año 2 y 3	Fase 3 Año 4 y 5
1.2.4	Implementación de tecnologías avanzadas en la Oficina de Turismo.	€€	14.300 €	14.300 €			
1.2.5	Creación y desarrollo de un portal web y una WebApp turística y comercial.	€€	14.900 €	14.900 €			
1.2.6	Implementación de una red de puntos de información digital interactivos para atención turística 24/7.	€€	12.950 €	12.950 €			
1.2.7	Incorporación de realidad virtual y aumentada.	€€€	31.900 €	31.900 €			
1.2.8	Plan de adhesión y participación en la Red DTI.	€€	14.900 €	14.900 €			
2.1.1	Creación de una marca turística sólida.	€	1.500 €	1.500 €			
2.1.2	Crear un banco audiovisual.	€€	6.500 €	6.500 €			
2.1.3	Ejecución del Plan de Comunicación y Marketing Turístico.	€€	14.600 €	73.000 €			
2.1.4	FAM TRIPS – PRESS TRIPS.	€€€	20.000 €	100.000 €			
2.1.5	Participar a través de Turismo de Aragón en ferias.	€€€	20.000 €	100.000 €			
2.1.6	Declaración del Vencimiento del Dragón como Fiesta de Interés Turístico Nacional.	€€	10.000 €	10.000 €			
3.1.1	Ampliación del catálogo de experiencias turísticas en Alcañiz.	€€	14.500 €	14.500 €			
3.2.1	Formación para el sector turístico.	€€	10.000 €	50.000 €			
4.1.7	Circuito urbano de Guadalope: Creación museo abierto.	€€€	36.000 €	36.000 €			
TOTAL			222.050 €	480.450 €			