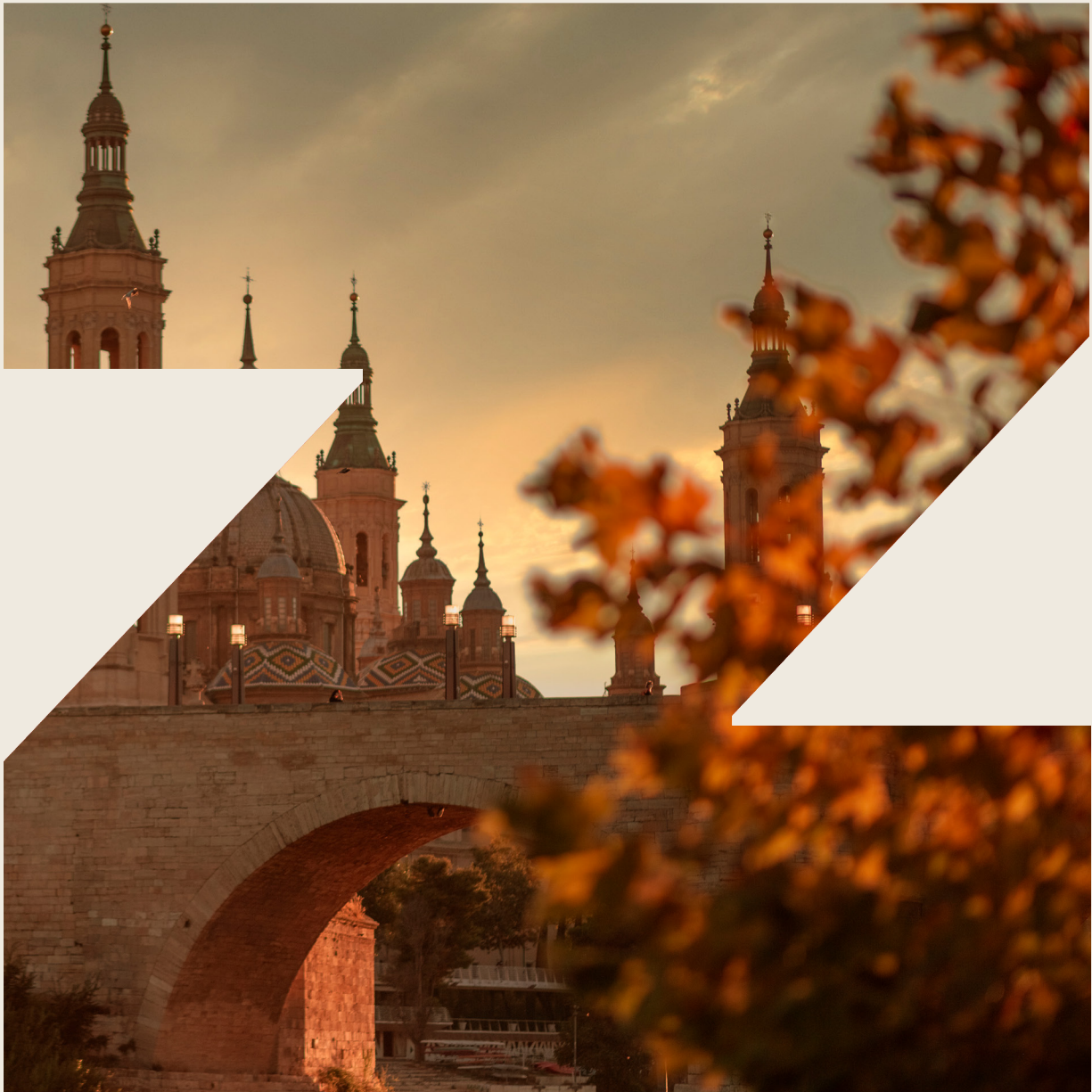




MEMORIA 2025
ZARAGOZA TURISMO





ÍNDICE

I GOBERNANZA E INTELIGENCIA TURÍSTICA

REDES Y ALIANZAS

Red Spain by Trian
 City Destinations Alliance (CityDNA)
 ONU Turismo
 Saborea España
 Spain Convention Bureau
 UNESCO

2. COOPERACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

Dinamización y fidelización socios ZCB

II DESTINO EXPERIENCIAL Y OFERTA TURÍSTICA

DATOS

Hoteles
 Consultas en oficinas
 Procedencia
 Perfil de turista

1. PRODUCTOS TURÍSTICOS

Turismo patrimonial y cultural
 Turismo familiar
 Turismo cinematográfico
 Digitalización y sostenibilidad en la difusión turística
 Merchandising
 Turismo MICE
 Pilares de ZCB Congresos
 Satisfacción y valoración de los eventos
 Turismo gastronómico
 Festival Internacional de la Garnacha y la Gastronomía Sostenible
 Turismo enológico
 Semana Santa
 Fiestas del Pilar
 Turismo Deportivo
 Estudio impacto turístico

III MARKETING Y PROMOCIÓN DESTINO

1. ACCIONES PROMOCIONALES

2. FERIAS Y SALONES

Mercado español
 Mercado francés
 Mercado alemán
 Mercado británico
 Mercado italiano
 Mercado estadounidense

3. ACCIONES Y WORSKHOP

4. CAMPAÑA INSTITUCIONAL DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN MIAMI

5. V CONVENCIÓN TURESPAÑA

6. ACCIONES RECEPTIVAS DE ATENCIÓN A PROFESIONALES Y PRESCRIPTORES DE LA OFERTA OFFLINE Y ONLINE

7. PLAN DE MEDIOS

IV ADECUACION DEL DESTINO

1. NEWSLETTER Y PORTALES TURÍSTICOS

V. CERTIFICACIONES PROMOCIONALES

1. CERTIFICACIONES DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

2. SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



ZARAGOZA EN CIFRAS

El ejercicio turístico de 2025 se cierra en Zaragoza como un año de estabilidad y consolidación, con un máximo histórico en pernoctaciones, lo que confirma una evolución positiva del destino en términos de estancia y consumo turístico.

Entre enero y diciembre de 2025, Zaragoza ha registrado 1.301.981 viajeros, que han supuesto un crecimiento de las pernoctaciones de un 1,26 % con respecto a 2024, alcanzando las 2.275.605 estancias, la cifra más alta del periodo 2022-2025. Este dato sitúa a 2025 como el mejor año en pernoctaciones de la serie reciente.

Evolución por tipología de alojamiento

Los hoteles continúan concentrando el grueso de la demanda, tanto en viajeros (93%) como en pernoctaciones del (89%). Los apartamentos turísticos protagonizaron el crecimiento más destacado del año, con un +26,63 % en viajeros y un +49,65 % en pernoctaciones, lo que evidencia estancias más largas, adquiriendo mayor protagonismo en este segmento del mercado. El camping mantuvo un comportamiento estable, con crecimientos moderados tanto en viajeros (+0,22 %) como en pernoctaciones (+2,39 %).

Más noches, estancias más largas

Uno de los indicadores más relevantes de 2025 es la estancia media, que se situó en 1,68 días en hoteles y 1,75 días de media global considerando hoteles, apartamentos y camping. Estos valores, junto con el aumento de pernoctaciones, refuerzan la idea de un destino que avanza hacia un turismo orientado a la calidad de la experiencia. Estos datos reflejan un buen comportamiento de la demanda, especialmente en periodos de ocio.

Mercado nacional al alza

En cuanto a la procedencia, 2025 estuvo marcado por el buen comportamiento del mercado nacional, que creció un 1,96 % en viajeros y un 1,48 % en pernoctaciones. El turismo internacional mantiene un ligero crecimiento en pernoctaciones (+0,78 %), lo que indica estancias más largas.

Francia se consolida como el principal mercado internacional, tanto en viajeros como en pernoctaciones, seguida de Italia, Estados Unidos y Reino Unido, confirmando la fortaleza de los mercados europeos y norteamericanos tradicionales para Zaragoza.

Un año clave para sentar las bases del futuro

En conjunto, 2025 se presenta como un año positivo para el destino Zaragoza: con crecimientos en pernoctaciones y orientado a la calidad, la diversificación de alojamientos y el aumento de la estancia media. Los datos confirman una evolución coherente con la estrategia turística del destino, que apuesta por consolidar Zaragoza como una ciudad atractiva para estancias más completas, tanto en el mercado nacional como internacional.

1,3 mill
viajeros

2,27 mill
pernoctaciones

1,75
estancia media

+1,96%
turismo nacional viajeros

+1,48%
turismo nacional pernoctaciones

+0,78%
turismo internacional pernoctaciones

Zaragoza, un destino en constante evolución: hitos turísticos de 2025

El año 2025 ha supuesto la consolidación definitiva de Zaragoza como un destino turístico con identidad propia, proyección internacional y una propuesta cada vez más vinculada a la cultura, la gastronomía y la sostenibilidad. El gran hito del ejercicio fue, sin duda, la designación de Zaragoza como Ciudad Creativa de la UNESCO en la categoría de Gastronomía, un reconocimiento oficializado el 31 de octubre, en el Día Mundial de las Ciudades, que sitúa a la capital aragonesa en una de las redes internacionales de mayor prestigio y refuerza una estrategia sostenida de valorización de su ecosistema gastronómico, comercial y agroalimentario. Este logro reconoce tanto la fortaleza del sector hostelero y alimentario de la ciudad como iniciativas impulsadas en los últimos años, entre ellas los mercados agroecológicos y el proyecto Zaragoza Capital Mundial de la Garnacha, que ha contribuido de forma decisiva a reforzar su posicionamiento enogastronómico.

A lo largo de 2025, Zaragoza Turismo ha intensificado además su estrategia de promoción nacional e internacional, apoyándose en grandes relatos de ciudad, nuevos productos turísticos y una presencia destacada en foros y acciones de alto impacto. Celebramos en el mes de junio la primera Feria Internacional de la Garnacha y la Gastronomía Sostenible, en colaboración con las tres denominaciones de origen de la provincia, y además la Capital Mundial de la Garnacha protagonizó la promoción de la ciudad en FITUR y Madrid Fusión, con escapadas de enoturismo y experiencias. En septiembre, Zaragoza presentó su nueva marca turística, “la ciudad donde todo sucede”, una apuesta por la modernidad y una imagen acorde con la nueva realidad de Zaragoza, y reforzó su proyección exterior con acciones en mercados estratégicos como Estados Unidos, a través de su participación en la feria WTE de Miami. A ello se sumó otro hito institucional de gran relevancia: la elección de Zaragoza como sede de la VI Convención Turespaña 2026, un reconocimiento a su capacidad organizativa y a su creciente peso en el mapa turístico español. Además, desde Zaragoza Turismo se participó intensamente, en los programas de actividades y la difusión, de los eventos con impacto turístico más importantes de la ciudad a lo largo del año: Zaragoza Luce, la celebración de la Semana Santa, Zaragoza Florece, Fiestas Goyescas, Fiestas del Pilar o la Navidad. Todo ello tuvo su reflejo en los resultados del destino, ya que 2025 cerró con un récord histórico de 2.275.605 pernoctaciones, confirmando el excelente momento del turismo en Zaragoza y la consolidación de estancias más largas y de mayor valor añadido.





I.
GOBERNANZA
E INTELIGENCIA
TURÍSTICA



En 2025, Zaragoza ha consolidado su posicionamiento turístico mediante el fortalecimiento de redes y alianzas estratégicas nacionales e internacionales, la proyección de la ciudad en foros especializados y el impulso de una intensa colaboración público-privada. Estas actuaciones han reforzado su visibilidad como destino urbano, gastronómico y de reuniones, favoreciendo la promoción conjunta, la captación de oportunidades y el reconocimiento de Zaragoza como una ciudad innovadora, sostenible y competitiva, culminado con su incorporación a la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO en la categoría de gastronomía.

REDES Y *ALIANZAS*

RED SPAIN BY TRAIN (RED DE CIUDADES AVE)

La Red Spain by Train, anteriormente Red de Ciudades AVE, integrada por 35 destinos y dos Comunidades Autónomas conectadas por la Alta Velocidad, se creó en 2003 en Zaragoza con un total de nueve ciudades fundadoras.

Su finalidad es fortalecer el turismo y promover sus destinos de manera conjunta mediante estrategias coordinadas y aprovechando el potencial del tren de alta velocidad.

Zaragoza, que ejerció la presidencia entre 2004 y 2007, ocupa actualmente una de las vicepresidencias.

En 2025, Spain by Train presentó su nueva marca en el stand de Turespaña en FITUR. Además, organizó su I Foro Turístico, un espacio de encuentro para profesionales del sector, operadores ferroviarios e instituciones, en el que se debatieron estrategias de promoción conjunta, turismo sostenible y conectividad entre destinos de alta velocidad.

CITY DESTINATIONS ALLIANCE (CityDNA)

Es una alianza europea que reúne a destinos urbanos y regionales comprometidos con un modelo de turismo sostenible y responsable. Su misión es impulsar una economía de visitantes que genere beneficios para las personas, el planeta y la prosperidad.

Actualmente integra a 120 miembros procedentes de 114 oficinas de turismo y congresos de 37 países, entre ellos 12 ciudades españolas y una comunidad autónoma.

En 2025, celebró su conferencia internacional en Budapest bajo el lema “Beyond Boundaries: Driving Tourism’s Business Transformation”, reuniendo a más de 249 líderes del turismo urbano en Europa para reflexionar sobre innovación, sostenibilidad y responsabilidad en la gestión turística. Más tarde, en otoño, organizó la CityDNA Autumn Conference en Tórshavn (Islas Feroe), con la participación de más de 132 ejecutivos del sector, donde se lanzó la Tórshavn Declaration, destinada a definir las prioridades para las ciudades europeas en turismo responsable, innovación, inclusión, ética de datos y sostenibilidad.

ONU TURISMO

Zaragoza Turismo es miembro de la agencia especializada de Naciones Unidas encargada de promover un turismo responsable, sostenible y accesible a nivel global, desde 2009.

- La UNWTO participa en los principales certámenes feriales en los que Zaragoza Turismo también está como Fitur Madrid, ITB Berlín o la WTM Londres.

- Celebración del Día Mundial del Turismo (27 de septiembre) bajo el lema “Turismo y transformación sostenible”, destaca la importancia de un turismo que genere un impacto positivo en las personas y el planeta, promoviendo un futuro más equitativo y respetuoso con el medio ambiente:

- o Publicación de contenidos en redes sociales promoviendo el turismo sin barreras, una posibilidad real en Zaragoza.

- o Colaboración de Zaragoza Turismo en el “Experience Tour” en silla de ruedas de un grupo de estudiantes de la Escuela Universitaria de Turismo de Zaragoza junto a Miguel Nonay de Viajeros Sin Límite para dar visibilidad de Zaragoza como destino accesible. Se realizaron contenidos que se publicaron en redes sociales.

- o Promoción 2x1 durante el fin de semana en rutas guiadas: Real Maestranza, Zaragoza Esencial, Paseo Goya, Paseo de los Sitios, Divertour, Visita Accesible física, Ruta del Casco Histórico con Informadores y Ruta para Instagramear.

- En 2025, Zaragoza Turismo siguió como miembro afiliado de ONU Turismo, con su propuesta “Culture and Heritage Forum in Urban Destinations” incluida en la categoría de “proyectos apoyados por la OMT/AMD”, destacando su labor en iniciativas culturales y patrimoniales

SABOREA ESPAÑA

Saborea España es la marca del turismo gastronómico español y la primera plataforma nacional con vocación internacional cuyo fin es potenciar el papel de la gastronomía como atractivo turístico y la colaboración público-privada, transformando los productos gastronómicos en experiencias turísticas únicas y especializadas de alto valor. Una manera distinta de promocionar los destinos turísticos españoles desde su vertiente gastronómica.

Saborea España representa, en la actualidad, un total de 25 destinos y está compuesta por Hostelería de España, la Federación de asociaciones de cocineros y reposteros de España (FACYRE), la Organización Europea de Cocineros (Euro-Toques), la Asociación Española de destinos para la promoción del turismo gastronómico y Paradores de Turismo, y cuenta con el apoyo institucional de Turespaña (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo).

A lo largo de 2025 Zaragoza ha participado en las diferentes acciones desarrolladas en colaboración con otros destinos de la red, tales como Madrid Fusión, Día Mundial de la Tapa, Foro técnico en Burgos, Taste of Dublin, entre otros.



SPAIN CONVENTION BUREAU

Zaragoza Congresos ha reforzado su presencia en el ámbito del turismo de reuniones y eventos mediante su participación en diversas jornadas organizadas por el Spain Convention Bureau (SCB). Estas acciones han permitido potenciar la visibilidad de la ciudad como destino de congresos y fortalecer relaciones con mercados clave.

Zaragoza Congresos ha participado en la Asamblea General del Spain Convention Bureau en Granada los días 5 y 6 de junio de 2025 para debatir sobre el sector del "turismo de reuniones".

UNESCO

En noviembre de 2025, Zaragoza fue incluida en la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO en la categoría de gastronomía, un reconocimiento que sitúa a la ciudad entre los destinos globales que destacan por su creatividad culinaria y cultural.



COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

En 2025 se ha mantenido la línea estratégica de colaboración público-privada con el objetivo de aunar esfuerzos para contribuir a potenciar y poner en valor la ciudad de Zaragoza como destino turístico.

Los convenios se han suscrito con:

- Asociación Junta Coordinadora de Cofradías
- Asociación de Cafés y Bares de Zaragoza y provincia y HORECA Restaurantes
- Cámara de Comercio de Zaragoza
- HORECA hoteles
- Acuario de Zaragoza
- Fundación Ibercaja (Mobility City)
- Turismo de Aragón
- Real Maestranza de Caballería
- Universidad de Zaragoza
- Escuela Universitaria Turismo de Zaragoza
- RENFE
- FERIA DE ZARAGOZA y ZCB – Contraprestación de servicios

Los contratos de patrocinio se han formalizado con:

- Basket Casademont Zaragoza
- Real Zaragoza Club de fútbol
- Asociación Corre en Zaragoza (Maratón)
- Asociación En Clave Aragón (proyecto Juan Altamiras)
- Cafés y Bares (Festival de la Garnacha)
- Horeca Restaurantes (Festival de la Garnachas)
- D.O. Cariñena Garnachas del Mundo y Feria de la Garnacha

Se ha suscrito una subvención con la Universidad de Zaragoza.

Dinamización y fidelización socios ZCB

Presentaciones Nacionales

Barcelona 17 de septiembre de 2025

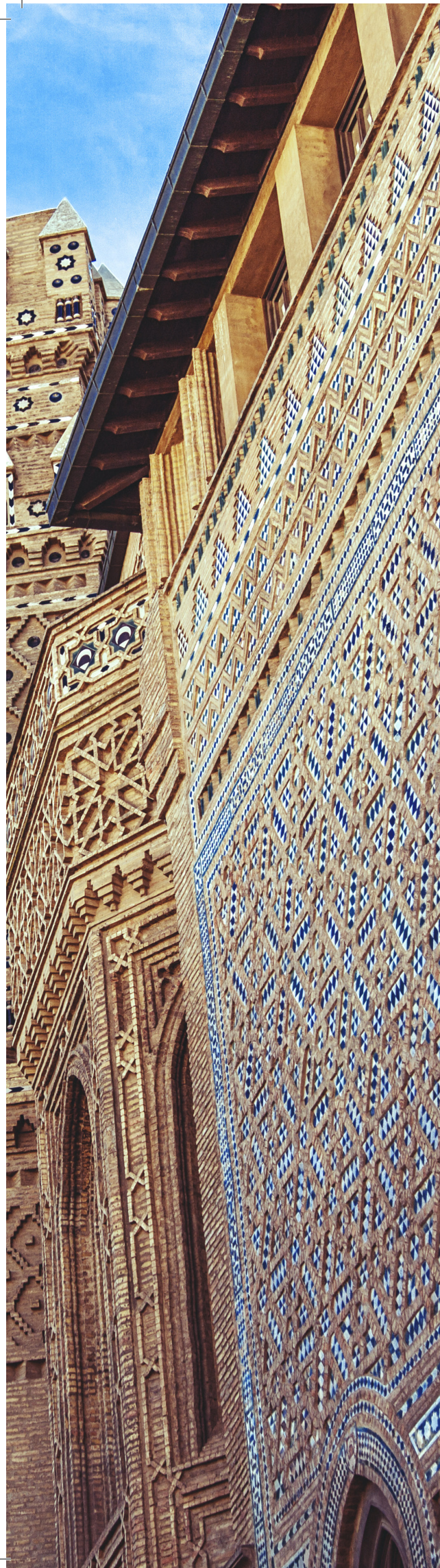
El lugar elegido para desarrollar la presentación fue la Foodioteca, y ha contado con la presencia de más de 40 personas pertenecientes a diversas agencias de eventos, empresas y asociaciones.

Presentaciones Nacionales

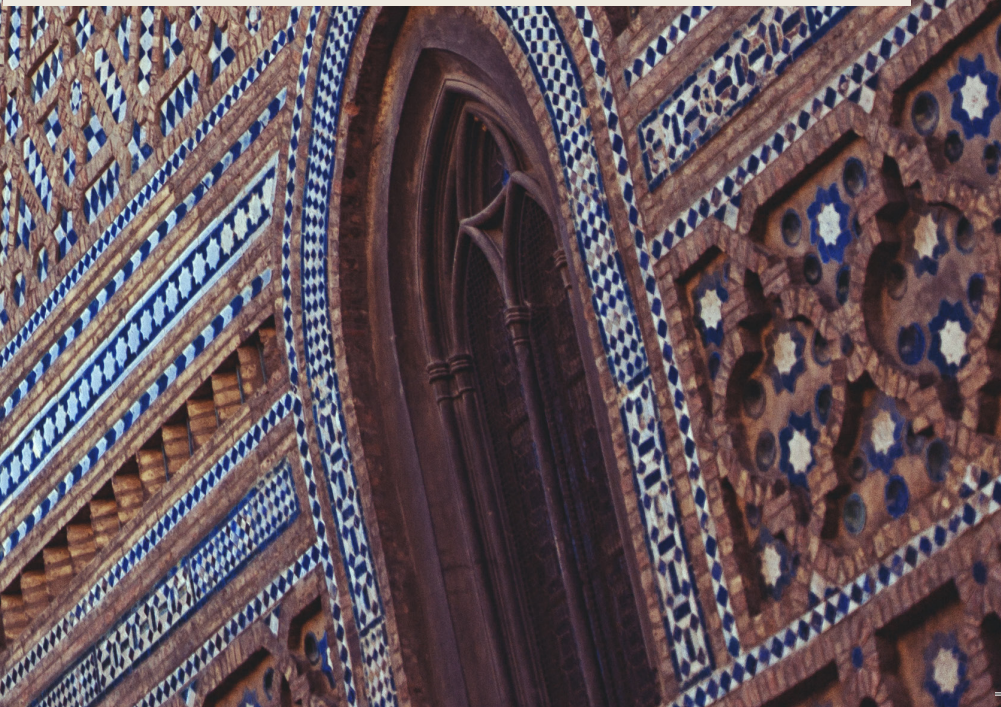
Madrid 22 de octubre de 2025

El lugar elegido para desarrollar la presentación fue el espacio Kitchen Club, en la que reunimos más de 70 asistentes, entre ellos representantes de agencias de organización de congresos y eventos, empresas y asociaciones, que pudieron conocer de primera mano la renovada propuesta de Zaragoza como sede de reuniones, congresos y convenciones.





II.
DESTINO
EXPERIENCIAL Y
OFERTA
TURÍSTICA



DATOS

OFERTA - DEMANDA

Capacidad hotelera en Zaragoza

Categoría	Hoteles	Habitaciones	Camas
*****	2	356	703
****	20	2.799	5.270
***	19	1.370	2.484
**	10	483	824
*	2	114	130
Total	53	5.122	9.411

La estancia media es de 1,68 días.

El grado medio de ocupación por plazas es de un 55,08%.

El grado medio de ocupación por habitaciones es de un 68,12%.

El grado medio de ocupación en fin de semana es de un 68,19%.

La estancia media global para Hoteles, apartamentos y Camping es de 1,75 días.

Viajeros Hoteles + Apartamentos Turísticos + Camping

	1.1309.784	1.301.981	-0.30 %
Nacinal	905.698	923.414	1,96 %
Internacional	404.086	378.567	-6,32 %

Pernoctaciones Hoteles + Apartamentos Turísticos + Camping

	2.247.378	2.275.60	1,26 %
Nacinal	1.522.679	1.545.252	1,48 %
Internacional	724.699	730.353	0,78 %

Consultas en oficinas de turismo

La atención y acogida al visitante desde Zaragoza Turismo se realiza a través de varios servicios (una serie de experiencias turísticas que favorecen el descubrimiento de la ciudad).

La nueva oficina de Zaragoza Turismo en la Plaza del Pilar, inaugurada a finales de 2023, se ha consolidado en 2025 como un espacio de acogida, permitiendo la organización de eventos, recepción de grupos y atención a profesionales y realización de actividades especiales. Los servicios turísticos pueden solicitarse de forma presencial o telemática, incluyendo el Teléfono Turístico, correo electrónico y WhatsApp. Los usuarios también pueden acceder a información y comprar servicios en el portal web www.zaragozaturismo.es

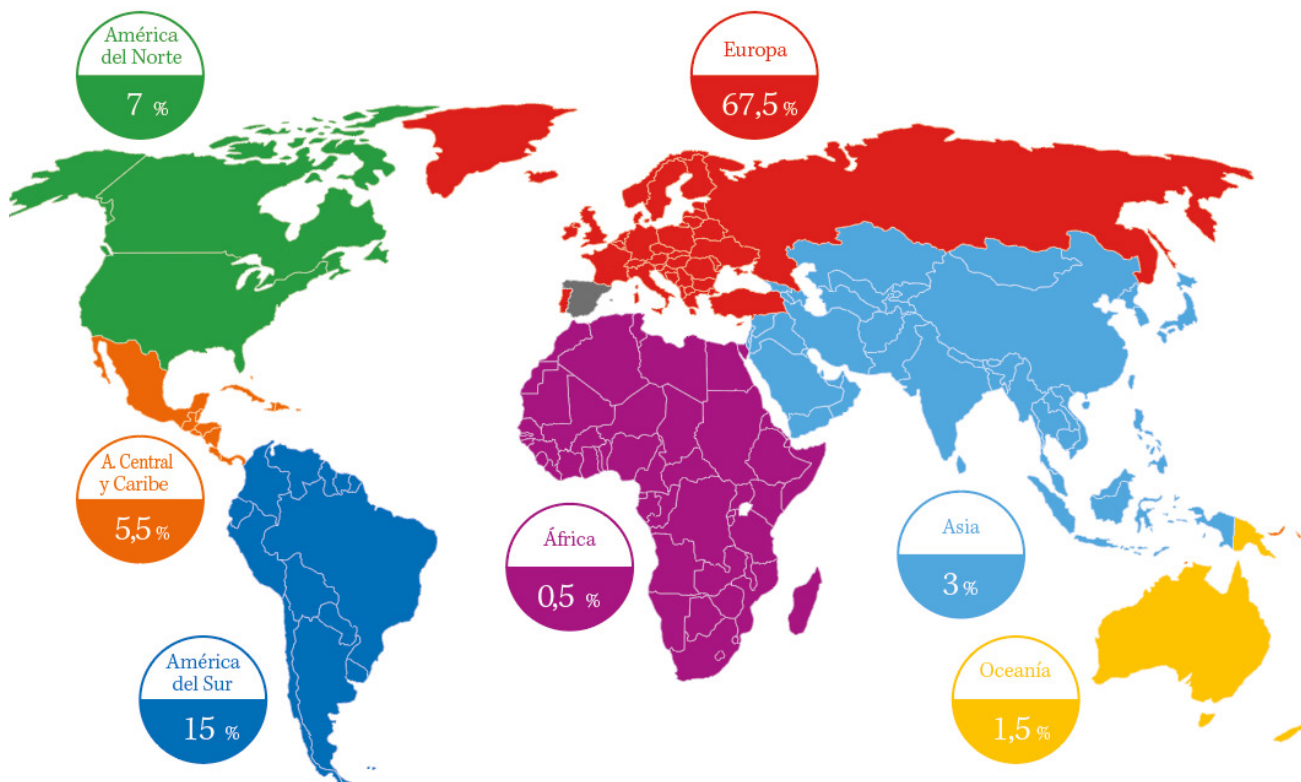
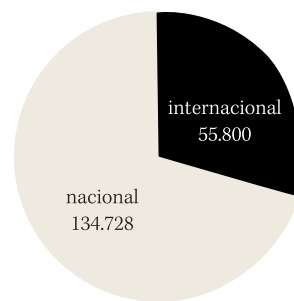
La atención a los visitantes está disponible todos los días del año a excepción las tardes de los días 24 y 31 de diciembre (servicio sólo de mañanas) y los días de Navidad y Año Nuevo (cerrado).

Ver oficinas:



Consultas atendidas

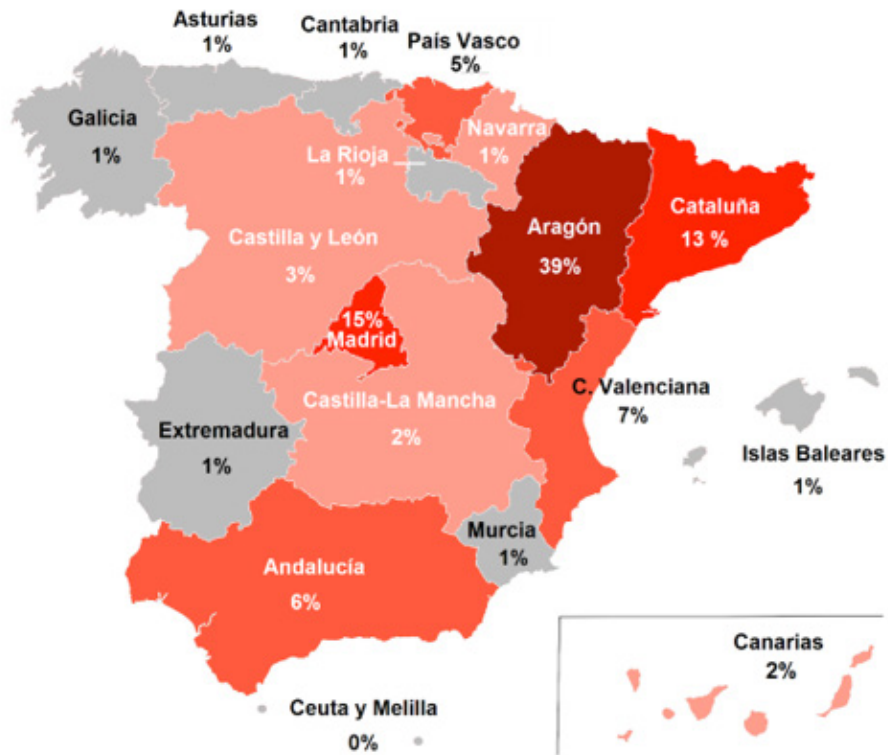
(oficinas de turismo, teléfono turístico, oficina virtual y whatsapp)



Procedencia de las consultas principales internacionales



Procedencia de las consultas nacionales

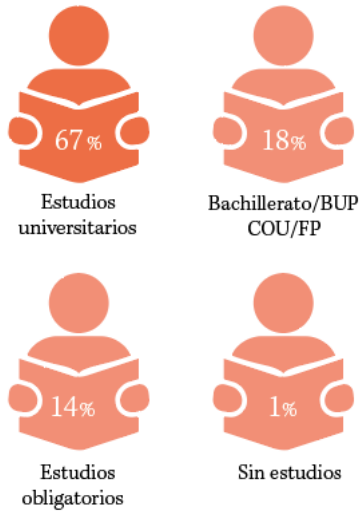


Perfil del turista que consulta en las Oficinas de Turismo

Edad



Estudios



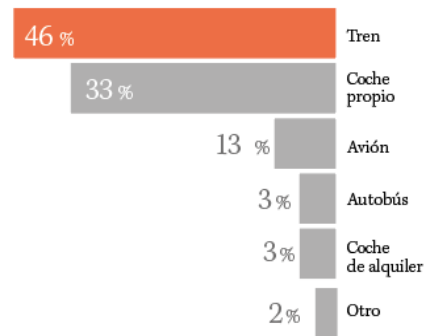
Tamaño del grupo



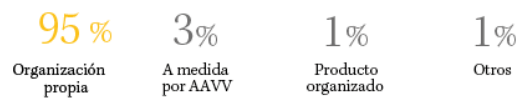
Información solicitada del viaje

Monumentos	41%
Servicios turísticos	11%
Información gral. de Zgz	11%
Cultura	11%
Transporte	10%
Gastronomía/restaurantes	6%
Fiestas	4%
Aragón	2%
Otros	4%

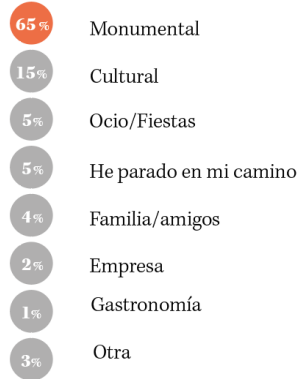
Estudios



Organización del viaje



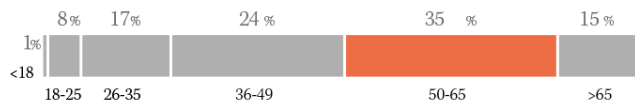
Motivación principal del viaje



Otros motivos del viaje



¿Es la primera vez que visitas Zaragoza?

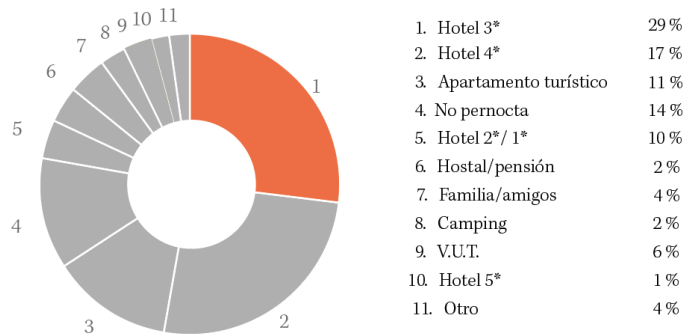


¿Recomendarías visitar la ciudad?

99,5 %
Sí

0,5 %
No

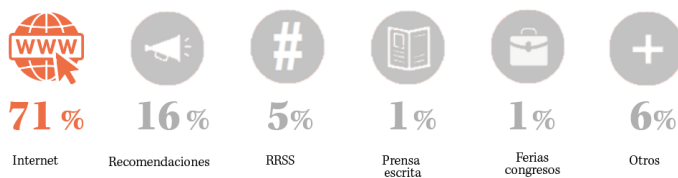
Tipos de alojamiento



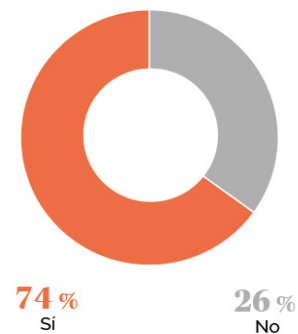
Satisfacción global del viaje



Medio por el que se ha informado para conocer la ciudad



¿Es la primera vez que visita Zaragoza?



PRODUCTOS *TURÍSTICOS*

Zaragoza Turismo gestiona diversas actividades, destacando el programa “Informadores turísticos en la calle”, fruto de la colaboración entre la Escuela Universitaria de Zaragoza y la Escuela Universitaria de Turismo de Zaragoza. Este programa permite a los alumnos aplicar lo aprendido en clase y conocer de primera mano el sector turístico. Los Informadores, en las Oficinas de Turismo, se encargan de acoger, orientar e informar a los visitantes, realizar rutas guiadas en español y en otros idiomas, y acompañar a los turistas en el Bus Turístico.

Durante 2025, los alumnos y alumnas han realizado prácticas durante los fines de semana de marzo a junio, y de septiembre a noviembre mientras que, durante el verano, Semana Santa, Fiestas del Pilar, Puente de Todos los Santos y de la Constitución-Inmaculada, las han realizado a diario. Las consultas atendidas fueron 84.342. Como colofón a este programa, se celebró el tradicional acto de clausura en diciembre, en reconocimiento y agradecimiento por su labor como embajadores de la ciudad.

	Grupos	Participantes
Casco histórico	189	1.420
Paseo para instagramear	20	152
English tour	6	18
Visite guidée	10	73
TOTAL	225	1.663

Con esta edición, se cumplen 30 años del programa Informadores Turísticos, por el que, desde su puesta en marcha, han pasado 1.100 estudiantes y como reconocimiento Zaragoza Turismo organizó un gran y emotivo encuentro a los que asistieron una gran parte de todos ellos.

Durante estas tres décadas, han informado a 9 millones de turistas en las oficinas y puntos de información, han realizado más de 36.000 visitas guiadas con un total de 319.000 participantes y han atendido a 1,4 millones de viajeros en el bus turístico.



Zaragoza Turismo, además de colaborar con la Universidad y con Escuela Universitaria de Turismo de Zaragoza también lo hace con centros formativos en el desarrollo de cursos y actividades en materia con la promoción turística del destino, con el objetivo de dar a conocer el trabajo que se realiza en las oficinas de turismo, su funcionamiento y la labor que desempeñan en la atención al visitante.

Turismo patrimonial y cultural

Visitas guiadas

Para satisfacer la demanda de visitantes y ciudadanos, Zaragoza Turismo desarrolla un programa de visitas guiadas para grupos e individuales.

35.198

Visitas guiadas (incluidos grupos concertados de Bus Turístico y Megabús)

33.881

Bus Turístico (Diurno, Megabus Navidad y Nocturno)

50.328

Visitas Mirador 4 Culturas (visitas mirador de las Cuatro Culturas en el torreón)

Visitas panorámicas

Las visitas panorámicas tienen un carácter cultural y están dirigidas a grupos. Se ofrecen en varios idiomas y sus contenidos se adaptan a las necesidades y gustos del grupo. Respecto a 2024, este servicio ha registrado un aumento del 20% en número de grupos y 23 % en participantes.

567 grupos
14.925 participantes

Visitas al Ayuntamiento

Esta visita se ofrece a grupos docentes y permite descubrir las imponentes escaleras del edificio, el salón de recepciones, la galería de Reyes Aragoneses y experimentar la sensación de ser parte de la corporación en el salón de plenos. Este año se ha registrado respecto a 2024 un aumento del 9% en grupos y del 2% en participantes.

87 grupos
1.870 participantes

Paseos guiados

Rutas temáticas a pie dirigidas al turismo cultural de fin de semana, también disponibles para grupos bajo demanda.

En la totalidad de los paseos, se ha registrado un aumento del 1% en grupos, en comparación con 2024.

294 grupos
6.472 participantes

• Goya: el origen del Genio

Se trata de un paseo por el Centro histórico que permite conocer la Zaragoza de Goya, mostrando dónde vivió, la vida cotidiana de los zaragozanos, sus oficinas, el estilo de sus casas y sus preocupaciones, miedos y diversiones preferidas.





• Los Sitios de Zaragoza

La ruta destaca los Sitios de Zaragoza, un episodio crucial en la historia de la ciudad, y permite conocer tanto los momentos desgarradores como los heroicos protagonizados por figuras reconocidas, como por ciudadanos humildes y anónimos esenciales en la defensa de la ciudad.

A lo largo del recorrido se aborda el miedo, la muerte, la miseria, el hambre y la enfermedad, finalizando con un mensaje de reconciliación y fiesta.

• Paseo romano

Este paseo ofrece un viaje en el tiempo que permite descubrir los restos conservados de la antigua Caesaraugusta, fundada alrededor del año 14 a.C. por legiones romanas durante el mandato del emperador Augusto.

• Paseo Mudéjar

La visita destaca el arte mudéjar aragonés, declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO en 2001, y permite conocer dos edificios catalogados en Zaragoza: la Catedral del Salvador y la Iglesia de San Pablo.

• Paseo Renacentista

En esta ruta se evoca la ciudad del siglo XVI, cuando se la conocía como “Zaragoza la harta” por su riqueza.

• Paseo de Goya

La visita presenta las obras de Goya preservadas en la ciudad, en la Basílica del Pilar y en el espacio expositivo “Goya Interludio” del Patio de La Infanta. Durante las Fiestas Goyescas, los días 25 y 27 de abril, se ofrecieron las rutas Paseo Goya - Goya, el origen del Genio y arquitectura zaragoza en la época de Goya, con una promoción 2x1 sobre la tarifa general.

• Dos Joyas únicas en el corazón de la ciudad

La ruta revela dos lugares únicos y poco conocidos tanto para zaragozanos como para turistas: la Parroquia de la Seo y el Monasterio de Canonisas del Santo Sepulcro.

Ambos edificios comparten el haber sido construidos en la misma época, contar con los mismos promotores y haber contado con los mismos artistas, y la visita sorprende por la calidez y belleza del mudéjar aragonés.

• Visita de la Judería

Recorrido acompañado de anécdotas, relatos, planos, imágenes y objetos judíos por las calles bajo las cuales estaba ubicada la judería de Zaragoza.

• Real Maestranza de Caballería de Zaragoza

Visitas guiadas a la casa-palacio de Miguel Donlope (siglo XVII), sede de la Real Maestranza de Caballería de Zaragoza desde 1912.

Con respecto a 2024, se ha registrado un incremento del 29% en el número de participantes.

*504 grupos
7.112 participantes*

• **Visita El Pilar como Panteón**

Este servicio se ha ofrecido durante el Puente de Todos los Santos. Con él se puede descubrir las principales Capillas de la Basílica, visitar la Cripta de la Santa Capilla y los sepulcros más importantes.

*2 grupos
53 participantes*

• **Bizitour**

Recorrido en bicicleta en el que se da a conocer la zona de las riberas del Ebro y la historia de algunos de los lugares más representativos de la ciudad. Se ofrece a grupos particulares previa solicitud.

• **Ruta Cofrade**

Este año se han formado dos rutas diferenciadas dentro de esta visita guiada. Ambas nos llevan por algunas de las iglesias más representativas de la Semana Santa zaragozana.

*6 grupos
264 participantes*

• **Zaragoza, Ciudad de cine**

Permite descubrir los escenarios de rodajes y películas de Zaragoza. Desde la aparición del cinematógrafo a finales del siglo XIX hasta nuestros días.

*8 grupos
81 participantes*

• **Zaragoza Luce**

Con motivo de la celebración del Festival Zaragoza Luce, desde Zaragoza Turismo se organizó un recorrido guiado por los espacios más destacados del festival de arte lumínico donde se descubre cómo la luz transforma la ciudad. Reflexiona sobre su poder para cambiar nuestra percepción del espacio público y la sociedad.

*10 grupos
274 participantes*

• **Zaragoza Esencial**

Permite descubrir la historia de la ciudad mediante un paseo a pie por el casco histórico y la visita interior del Pilar y La Seo.

*65 grupos
1.096 participantes*

• **Zaragoza Accesible**

Las tres visitas de grupos solicitados realizaron un recorrido por el centro histórico, un servicio que forma parte del plan de turismo accesible de Zaragoza Turismo desde 2009. Son visitas adaptadas para personas con diferentes discapacidades: auditiva, visual, física e intelectual.

• **Divertour**

En determinados domingos de año, complementando el recorrido del Megabús, se ofrece una visita temática dirigida a los niños en el entorno de la plaza del Pilar.



Bus *Turístico*

Un año más, el servicio de Bus Turístico se ofrece diariamente en Semana Santa, durante los fines de semana y puentes de primavera, de forma diaria en verano, extendiéndose a los fines de semana de septiembre, octubre y noviembre, y a los puentes festivos de noviembre y diciembre, con decoración temática navideña del 6 al 31 de diciembre.

Este año se ha renovado la colaboración con el Acuario de Zaragoza y la Fundación Ibercaja, ofreciendo una promoción combinada Bus diurno/Megabús + Acuario que ha vendido 778 billetes, y otra promoción de bus diurno/ Megabús + Mobiliy City que ha registrado 32 billetes vendidos.

Además, otros espacios de la ciudad han colaborado ofreciendo descuentos a los usuarios del bus turístico que presentan su ticket, como la Aljafería, CaixaForum, EMOZ, Alma Mater Museum, Museo del Fuego y de los Bomberos, Museos de Caesaraugusta y Parque de Atracciones.

• Bus diurno

Recorrido de 90 minutos de duración y 16 paradas.

• Bus Nocturno

Recorrido de 60 minutos que permite conocer de forma diferente y mágica los monumentos iluminados de la ciudad.

• Megabús

Servicio en el que la profesora ZZ Jones, eminencia en Zaragozaología, imparte una clase magistral de 70 minutos sobre la ciudad, sus académicos, y destaca la importancia del conocimiento, la educación, la cultura, la igualdad y la sostenibilidad medioambiental.

	Viajeros	Billetes
Bus diurno	31.309	21889
Bus nocturno	371	371
Megabús	1.692	1.648
Navidad	509	546
TOTAL	33.881	24.454

Por grupos	Viajeros	Grupos
Bus diurno	1.609	36
Megabus	40	1
TOTAL	1.649	37

Bonos *turísticos*

A la venta presencialmente en las oficinas de Plaza del Pilar, Torreón de la Zuda y Estación Zaragoza Delicias, estos dos tipos de bonos permiten al turista conocer la ciudad de una forma más dinámica y entretenida.

Chocopass

Paseando por las calles de Zaragoza, se puede evidenciar la gran tradición chocolatera de la ciudad, con la presencia de numerosas chocolaterías, pastelerías y obradores.

Con este bono, los turistas pueden degustar 5 especialidades chocolateras diferentes a elegir entre los establecimientos colaboradores repartidos por toda la ciudad, complementando así su visita cultural con la gastronómica.

Zaragoza Family

Zaragoza cuenta con una amplia oferta para disfrutar de la ciudad en familia.

Este bono incluye un viaje en Bus Turístico o Megabús y una visita guiada para conocer la ciudad desde otro punto de vista y además numerosos descuentos en museos y actividades para disfrutar en familia.

407

Chocopass

27

Zaragoza Family

Turismo *familiar*

Zaragoza Turismo ha desarrollado diversas actividades dirigidas al público familiar con el objetivo de brindar experiencias educativas y culturales relacionadas con el turismo de la ciudad. Dichas actividades son el Megabús, el Divertour y el Zaragoza Family, las promociones de Bus/Megabús + Acuario y las de Bus/Megabús + Mobility City.

Turismo *accesible*

Zaragoza Turismo ha mostrado siempre una firme implicación en este segmento, desarrollando diversas líneas de actuación orientadas a garantizar un destino más accesible e inclusivo:

- Supresión de barreras arquitectónicas y mejora de la señalización en las oficinas de turismo.
- Eliminación de barreras de comunicación, tanto en oficinas como en el bus turístico.
- Diseño de cuadernillos accesibles y contenidos en hipertexto disponibles en oficinas de turismo.
- Disponibilidad de kits de accesibilidad en las oficinas de turismo.
- Acceso adaptado y zonas interiores reservadas en el bus turístico.
- Organización de visitas adaptadas para personas con discapacidad física, auditiva, visual o intelectual.
- Desarrollo de una web accesible, incluyendo herramientas como ReadSpeaker.
- Elaboración de un vídeo promocional de la ciudad como destino inclusivo.

Dentro de estas acciones, este año Zaragoza Turismo colaboró en el “Experience Tour Zaragoza”, una iniciativa pionera en España organizada por la Escuela Universitaria de Turismo de Zaragoza. Este evento, desarrollado íntegramente en silla de ruedas, ofreció una perspectiva única sobre la accesibilidad en la ciudad.

Un total de 16 alumnos participaron en esta experiencia, recorriendo algunos de los espacios más emblemáticos de Zaragoza desde una realidad diferente. Durante el itinerario, estuvieron acompañados por Miguel Nonay, viajero en silla de ruedas y fundador de “Viajeros sin Límite”, quien compartió su experiencia y conocimientos sobre turismo accesible. Zaragoza Turismo, en materia de accesibilidad, mantiene así su firme compromiso con el turismo inclusivo, y las mejoras y novedades incorporadas han contribuido a consolidar Zaragoza como una ciudad para todos.

Turismo *cinematográfico*

Zaragoza es cuna del cine español. En la ciudad, se rodó la primera película que se conserva del cine español, “Salida de misa de las doce del Pilar de Zaragoza”.

Desde entonces, muchos rincones de la ciudad han servido de lugar de filmación para la gran pantalla por lo que Zaragoza Turismo tiene un folleto que recoge parte de esas filmaciones y este año se ha continuado ofreciendo la visita “Zaragoza, ciudad de cine”.

Digitalización y sostenibilidad *en la difusión turística*

Zaragoza Turismo sigue potenciando su estrategia digital, apostando por la sostenibilidad y reduciendo el uso de papel mediante la promoción de folletos en formato digital.

Los folletos editados están disponibles en la web oficial en formato PDF y su distribución se realiza para atender la demanda en oficinas de turismo, ferias, congresos, hoteles, etc. Las diferentes publicaciones van dirigidas tanto a público final como a profesionales, incluyendo folletos informativos de servicios turísticos, recorridos guiados, planos de la ciudad, así como publicaciones temáticas y promocionales.

El número de descargas de folletos a través de la página web ha sido de 35.556 descargas, con un incremento progresivo respecto del año anterior.

Los folletos editados han sido los siguientes:

Folletos editados: 232.745 ejemplares

- Basílica del Pilar: 9.600 ejemplares.
- Bus Turístico / Visitas Guiadas: 23.000 ejemplares.
- Destino Zaragoza: 2.800 ejemplares.
- Folleto / Guía Escapadas: 1.950 ejemplares.
- Escapadas Enoturismo: 1.000 ejemplares.
- Zaragoza Capital Mundial de la Garnacha (triptico): 5.900 ejemplares.
- Festival de la Garnacha y de la gastronomía sostenible (flyer): 5.000 ejemplares.
- Francisco de Goya y Lucientes (guía): 1.300 ejemplares.
- Plano A3 (esp-ing-fra): 145.000 ejemplares.
- Plano Turístico (español): 5.000 ejemplares.
- Semana Santa, recorridos: 20.000 ejemplares.
- Ruta de la Zaragoza Cofrade: 2.000 ejemplares.
- Ruta de las Iglesias: 2.500 ejemplares.
- Vía Basilicarum B travel: 1.000 ejemplares,
- Gastronomía: 2.500 ejemplares.
- Zaragoza Aquí y Ahora QR: 4.000 ejemplares.
- Plano Zaragoza A5 (chino): 65 ejemplares.
- Zaragoza Congresos (chino): 65 ejemplares.
- Zaragoza Destino Internacional (chino): 65 ejemplares.

Consumo folletos idiomas:

- Español: 51.824
- Francés: 13.279
- Inglés: 12.047
- Italiano: 1.308
- Alemán: 1.424
- Trilingüe (español-francés-Inglés): 192.936
- Bilingüe: 19.976

Total:
292.794
ejemplares

Merchandising

Con antigua Marca turística

Sujeta copa con lanyard	10.000
Libreta negra	300
Libreta roja	300
Mochila negra	300
Mochila roja	300
Enfriador de vino	100
Copa de cristal "Zgz capital mundial garnacha"	100
Tote bag burdos "Zgz capital mundial garnacha"	200
Tote bag crudo	500

Con nueva Marca turística

Bolígrafo/lápiz eterno	100
Bolsa A5 algodón	100
Cuaderno	100
Juego 8 postales	100
Abanico de madera	100
Libreta acordeón cubierta textil	200
Tote bag "Regina Martyrum"	200
Delantal "Zgz Ciudad creativa de la Gastronomía"	90
Bolígrafo "Zgz la ciudad donde todo sucede"	1.000
Mini bolsa de algodón "Zgz Ciudad creativa de la Gastronomía"	75
Tote bag "Zgz la ciudad donde todo sucede"	100
USB	500
Gamuza "Zgz la ciudad donde todo sucede"	1.000
Mochila "Zgz la ciudad de las dos catedrales"	500



Turismo

MICE

Durante el año 2025, Zaragoza ha acogido un total de 449 eventos, registrados en la base de datos de Zaragoza Congresos en las categorías de Congresos y Jornadas, lo que representa un incremento del 4,2% respecto a 2024. En total, estos eventos han contado con la asistencia de 105.100 delegados, generando un impacto económico de 94.063.000 euros.

Eventos nacionales:

- M&F Inside AMW
- MIS EventoPlus
- GMF European Destinations
- CEW Madrid

Eventos internacionales:

- Salón Pure Spain
- IBTM en Barcelona

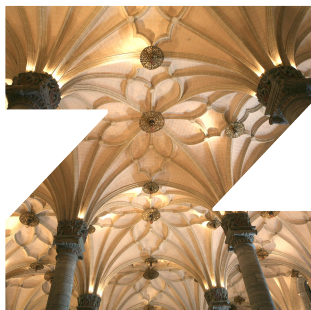
Zaragoza acogió entre el 2 y el 4 de abril la Asamblea Anual del Capítulo Ibérico de ICCA (International Congress and Convention Association) donde más de 80 ciudades de España y Portugal, profesionales del turismo MICE (Meetings, incentives, conferences and exhibitions) conocieron los atractivos de la ciudad como sede de eventos.

Además, en colaboración con el Spain Convention Bureau, Zaragoza Congresos ha participado en la Asamblea General del SCB en Granda, y en el Congreso de OPC's en Córdoba.

Así mismo hemos realizado varios viajes comerciales a Madrid y Barcelona, para ampliar la base contactos MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions), y la presentación de Zaragoza Congresos como destino de eventos en Barcelona en septiembre, y en Madrid en el mes de octubre, y a nivel local en la facultad de veterinaria y a Biotecnología ASBAR.

Por último, mencionar los viajes de familiarización en el mes de febrero para Grupo Pacífico, y en septiembre el viaje de inspección para GLIAL Neurociencias.

Todas las acciones de promoción han dado lugar a **540 nuevos** contactos comerciales.



Eventos destacados en Zaragoza en 2025

Durante el año, Zaragoza ha sido elegida como sede de importantes congresos y convenciones organizados por asociaciones, sociedades y empresas de relevancia. Entre los eventos más destacados se encuentran:

- Medicine 2044 Congress, Edición 11 del Diabetes Experience Day
- The Wave 2025
- II Congreso Internacional del Cuidado Educativo Integral
- SEGO 1er Cong. Nac. Actualizaciones en Ginecología Clínica
- AVEPA-GTA XXIV Congreso de Especialidades Veterinarias
- 17º ITM Magapor. Encuentro Técnico Internacional de Especialistas en Reproducción Porcina
- 24º Congreso Nacional de Hospitales y Gestión Sanitaria
- Reunión Asociación de Insuficiencia Cardíaca de la SEC
- CIT2025 XVI Congreso de ingeniería del Transporte 2025
- Copa del Mundo de Fútbol ITSF
- I Feria del Cicloturismo Pedal Spain
- SEDO IV Congreso de Alineadores y Nuevas Tecnologías
- XV Jornadas Sociedad Española de Cuidados Paliativos
- CIPEU 2025. 2º Congreso de la Industria de Pet Food en Europa
- AECOM XVI Congreso Asoc. Española para el Estudio de los Errores Congénitos del Metabolismo
- 20º Congreso de la Asociación Española de Microcirugía
- XXVIII Congreso Nacional de Psiquiatría
- FEAP V Congreso Nacional de Psicoterapia
- XVIII Congreso Nacional de la Asoc. Esp. de Fisioterapeutas
- Encuentro Nacional de Familias de Down De España 2025

Además, durante 2025, Zaragoza Congresos ha presentado 14 candidaturas para la captación de eventos futuros.

Pilares de *ZCB Congresos*

Dentro de los cuatro pilares de ZCB Congresos, la estructura de socios y miembros en 2025 se compone de:

ZCB Socios: **194** socios a 31 de diciembre de 2025
 ZCB Corporativo: **120** miembros
 ZCB Anfitriones: **170** miembros
 ZCB Asociativo: **56** miembros

En cuanto a la actividad organizativa, Zaragoza Congresos ha llevado a cabo:

- **7 ediciones del Profit Club**
- **1 Foro del Socio**
- **1 jornada en Borsao & Monasterio de Veruela**

Además, se han organizado:

- **IV Edición de la Jornada de Marketing 2025**
- **IV Jornada de Sostenibilidad**
- **III Jornada de Accesibilidad**
- **Jornada de Formación ZCB & San Valero**

En total, las 14 acciones organizadas por ZCB en 2025 han congregado a 560 miembros.

Satisfacción y valoración *de los eventos en Zaragoza*

El sistema de encuestas realizado a organizadores y delegados de eventos ha arrojado los siguientes resultados sobre una puntuación de 10:

En términos generales, la valoración media otorgada por los organizadores y delegados ha sido de 8,80 y 8,49 respectivamente, reflejando un alto grado de satisfacción con Zaragoza como sede de congresos y eventos.

Nota organizadores

8,80

Nota delegados

8,49

Turismo *gastronómico*

Zaragoza Turismo, en colaboración con **HORECA** y la **Asociación de Cafés y Bares**, continúa impulsando la agenda gastronómica de la ciudad a través del convenio "Saborea Local", suscrito con ambas entidades. En el marco de este acuerdo, se han desarrollado diversas actividades que han contribuido a la promoción y consolidación de Zaragoza como destino gastronómico de referencia.

Entre las iniciativas más destacadas de 2025 se encuentran:

- **Gastropasión - Jornadas Gastronómicas de Semana Santa** (12 al 21 de abril)
- **Gastrotapas** (16 al 29 de junio)
- **Pilar Gastroweek** (4 - 13 de octubre)
- **XXV Edición del Certamen de Restaurantes HORECA** (13 de febrero al 16 de marzo)
- **V Ruta de la Tapa Mudéjar** (11 al 21 de septiembre)
- **V Ruta de la Tapa de Goya** (25 al 27 de abril)
- **XX Concurso de Tapas de Zaragoza y Provincia** (6 al 16 de noviembre)



Festival Internacional de la Garnacha y de la Gastronomía Sostenible

Durante 2025, Zaragoza ha consolidado su posición como referente en el ámbito enogastronómico, destacando en distintos espacios de promoción vinculados a la gastronomía y el vino.

En este contexto, y dentro de uno de los proyectos estratégicos donde la gastronomía tiene especial relevancia “Zaragoza, Capital Mundial de la Garnacha” se celebró el Festival Internacional de la Garnacha y de la Gastronomía Sostenible.

Del 30 de mayo al 8 de junio 2025 la ciudad celebró un gran acontecimiento enoturístico que superó todas las expectativas, donde el vino, la gastronomía, la música y la sostenibilidad fueron los grandes protagonistas.

Este festival combinó un programa lleno de actividades repletas de diversión, música, arte, pintura, cine, coloquios, catas sensoriales, degustaciones, maridajes, talleres, sorteos, entre otras iniciativas.

El Parque de Macanaz, a orillas del Ebro fue el gran escenario final los días 6, 7 y 8 de junio, con degustaciones de vinos elaborados por bodegas de las tres Denominaciones de Origen Calatayud, Campo de Borja y Cariñena en la Feria de la Garnacha y la gastronomía sostenible.

Turismo Enológico

En su papel de Capital Mundial de la Garnacha, la ciudad ha impulsado un ambicioso programa que combina tradición vitivinícola, innovación y experiencias turísticas.

Además, gracias a la colaboración del Ayuntamiento de Zaragoza con las Denominaciones de Origen de la provincia —Cariñena, Campo de Borja y Calatayud— se han llevado a cabo otras iniciativas que ponen en valor el patrimonio vinícola de la región.

Rutas enoturísticas por la provincia, disponibles desde marzo, que permiten descubrir los paisajes y bodegas emblemáticas del territorio.

Jardín de la Garnacha, un proyecto singular que cuenta con 129 cepas plantadas en la Arboleda de Macanaz, convirtiéndose en un referente vivo del patrimonio vitícola local.

Estas acciones refuerzan la estrategia de Zaragoza de consolidarse como destino de excelencia en turismo gastronómico y enológico, resaltando su identidad y liderazgo en la cultura del vino.

Semana Santa

En 2025, Zaragoza Turismo ha renovado su compromiso con la Junta Coordinadora de Cofradías, suscribiendo un convenio de colaboración que ha permitido una participación activa en la promoción, organización y desarrollo de la Semana Santa de Zaragoza.

En el marco de este acuerdo, se llevaron a cabo diversas acciones clave orientadas a la difusión y puesta en valor de esta celebración, entre las que destacan la ruta cofrade, la edición del folleto de procesiones y la puesta en marcha de campañas publicitarias, entre otras iniciativas.

Los Concursos y Exaltación de instrumentos tradicionales de la Semana Santa se celebraron el 30 de marzo y el 5 de abril.



Fiestas del Pilar

Las Fiestas del Pilar 2025, celebradas del 4 al 13 de octubre, consolidaron un año más su carácter multitudinario y transversal, alcanzando un total de 2.686.719 participaciones en los actos incluidos en el programa municipal. Esta cifra pone de manifiesto un seguimiento masivo y sostenido a lo largo de los diez días de celebración, durante los cuales la ciudad atrajo a miles de visitantes y reforzó de manera significativa la proyección turística de Zaragoza.



Turismo deportivo

En 2025, Zaragoza Turismo ha continuado fortaleciendo su estrategia para posicionar la ciudad como un Destino Turístico Deportivo de primer nivel. Para ello, se han suscrito diferentes contratos de patrocinio, permitiendo el apoyo a múltiples disciplinas y eventos deportivos celebrados en la ciudad.

Los detalles específicos de estos contratos pueden consultarse en el apartado I "Gobernanza e Inteligencia Turística", subapartado 2 "Cooperación público privada".

Zaragoza Turismo colabora con organizadores de eventos deportivos en promociones del 2 x 1 con en servicios turísticos para dar a conocer la ciudad a los participantes a través de visitas y recorridos en el bus turístico.

Estudio impacto *turístico*

En colaboración con la Universidad de Zaragoza se ha realizado un estudio sobre el impacto del turismo en Zaragoza en 2025, en cuyo informe se detallan varios aspectos principales: la demanda y oferta del turismo en la ciudad de Zaragoza, lo que incluye el análisis del perfil del turista de la ciudad; el impacto económico del turismo en la ciudad; el impacto en las redes sociales como Facebook, X e Instagram y los principales indicadores clave de rendimiento.

Para la realización del Informe sobre demanda y oferta turística en Zaragoza en 2025 se ha efectuado un estudio

descriptivo a partir de las estadísticas que ofrecen tanto las fuentes oficiales como la encuesta que se realiza a los y las turistas en las oficinas de Zaragoza Turismo.

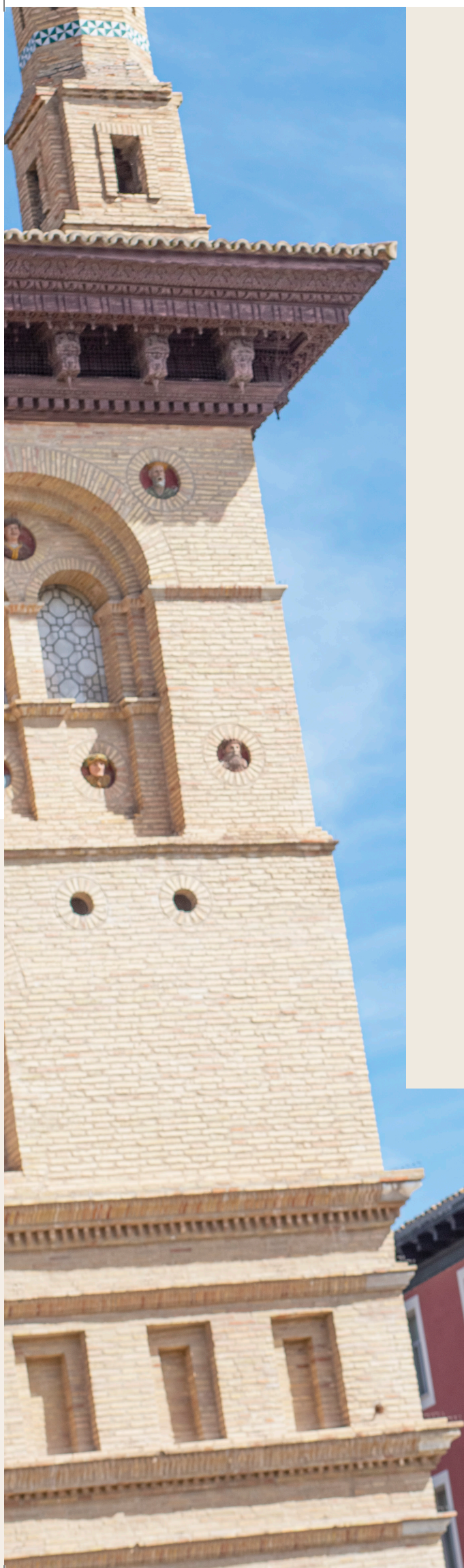
Para el análisis de la demanda, se han empleado los datos facilitado por el Camping de Zaragoza, así como los datos que ofrece el Instituto Nacional de Estadística a través de la Encuesta de Ocupación de Alojamientos Hoteleros (EOAH) (INE, 2025), y la Encuesta de Ocupación de apartamentos Turísticos (EOAP) (INE, 2025).

Total viajeros: 1.258.891
Hoteles (1.212.333)
Apartamentos turísticos (46.558)

Total pernотaciones: 2.198.588
Hoteles (2.031.378)
Apartamentos turísticos (167.210)

Estancia media
Hoteles: 1,7 días
Apartamentos turísticos: 4 días

659.271.195
millones de euros



III.
MARKETING
Y PROMOCIÓN
DESTINO

GOYA

ACCIONES *PROMOCIONALES*

Zaragoza lleva a cabo una intensa actividad de promoción exterior con el objetivo de fortalecer su visibilidad tanto a nivel nacional como internacional, posicionándose como un destino turístico de referencia y un punto de interés en turismo cultural y de experiencias.

En 2025, en colaboración con el Gobierno de Aragón y Turespaña, la ciudad ha estado presente en 27 eventos claves para impulsar su proyección internacional.

Asimismo, ha participado en 13 ferias y certámenes -8 nacionales y 5 internacionales- y ha desarrollado 14 acciones de promoción directa, 7 en España y 7 en otros países.

Estas iniciativas se han dirigido tanto a mercados emisores tradicionales de turismo hacia Zaragoza, como otros mercados de interés tanto por su proximidad, número de habitantes, como por la conectividad ferroviaria y aérea, además de otros intereses estratégicos.

Este año, marcado por la consolidación y la transformación del turismo, Zaragoza Turismo ha desarrollado las siguientes acciones:

- Participación en las principales citas del sector.
- Participación en post-tours de Jornadas Inversas.
- Participación en la V Convención Turespaña y reuniones con las Oficinas de Turismo Españolas en el extranjero.
- Organización de acciones receptoras (presstrips, blogtrips y famtrips).
- Promoción de los servicios turísticos y apoyo a su comercialización.
- Promoción en las principales citas del sector de los atractivos turísticos de la ciudad en redes sociales y portales y difusión de la oferta a través del envío de Newsletters.
- Utilización de herramientas digitales (Active Campaign) para la realización de sorteos y captación de nuevos suscriptores



Feria y salones

Este año se puso el acento en la enogastronomía como eje fundamental de la promoción de la ciudad en FITUR y Madrid Fusión 2025. Bajo el lema "Zaragoza Capital Mundial de la Garnacha", la ciudad se presentó como un destino urbano de proyección internacional, donde su patrimonio y su vida cultural se combinan con una sólida identidad enológica.

En FITUR, Zaragoza presentó su proyecto turístico 'Zaragoza, Próximo Destino - Capital Mundial de la Garnacha', destacando su liderazgo en enoturismo y su oferta de experiencias innovadoras y sostenibles. Tras la presentación, se celebró un picnic para medios y prescriptores, que permitió conocer más de cerca la propuesta.

Madrid Fusión 2025 fue el escenario elegido para presentar la propuesta gastronómica de Zaragoza vinculada a la garnacha, reforzando la ciudad como Capital Mundial de la Garnacha y destacando su riqueza vitivinícola. La iniciativa busca consolidar la identidad gastronómica de Zaragoza, integrando catas de vino, tapas y experiencias culinarias innovadoras bajo un enfoque sostenible y de calidad.

Mercado español - 8

FITUR Madrid (Profesional/ público final). Del 22 al 26 de enero
 MADRID FUSIÓN (Profesional/ público final). Del 27 al 29 de enero
 NAVARTUR Pamplona (Público final). Del 21 al 23 de febrero
 B-TRAVEL Barcelona (Público final y profesional). Del 28 al 30 de marzo
 EXPOVACIONES Bilbao (Público final). Del 9 al 11 de mayo
 ARATUR Zaragoza – stand propio (Público final). Del 16 al 18 de mayo
 TUREXPO Galicia (Público final). Del 5 al 8 de junio
 INTUR Valladolid (Profesional/público final). Del 13 al 16 de noviembre

Mercado francés - 1

SALON OCCYGENE DE TOULOUSE (Público final). Del 7 al 9 de marzo

Mercado alemán - 1

ITB BERLÍN (Profesional). Del 4 al 6 de marzo

Mercado británico - 1

WTM London (Profesional) . Del 4 a 6 de noviembre

Mercado italiano - 1

Vinòforum Roma (Profesional) . Del 8 a 14 de octubre

Mercado estadounidense - 1

WTE Miami (Profesional) . Del 17 al 18 de septiembre.

Acciones y workshop

Durante 2025 se ha promocionado la oferta turística de Zaragoza en 14 eventos promocionales, 7 nacionales y 7 internacionales. Los más relevantes son los siguientes:

Actos de promoción en Roma – Italia:

- Saragozza: incontro di culture, tradizioni e feste – 1 de abril de 2025
- Aragona, un luogo dove vivere tutto, organizado por Zaragoza Turismo, DGA y Turespaña – 27 de mayo de 2025

Este año Zaragoza Turismo asistió a dos actos de promoción en Roma. Por un lado, Saragozza: incontro di culture, tradizioni e feste en la que se realizó una presentación de Zaragoza como destino turístico religioso en el Centro Multimediale Interattivo (CMI) di Roma. Se ensalzaron los hitos que hacen de la ciudad un destino idóneo para esta modalidad, como la Semana Santa o las Fiestas del Pilar, como fiestas de interés turístico internacional, entre otras.

Posteriormente, Zaragoza Turismo organizó junto con la Oficina Española de Turismo en Roma - Turespaña y la Dirección General de Turismo y Hostelería del Gobierno de Aragón un acto de promoción un acto al que asistieron más de 170 prescriptores del sector, que obtuvieron una visión global del panorama turístico aragonés debido a la asistencia de 14 entidades aragonesas del ámbito público y privado. El acto más destacado fue la participación de los asistentes en una recreación de la Ofrenda de Flores.

Zaragoza, Capital Mundial de la Garnacha:

Zaragoza Turismo organizó **siete viajes de prensa** dentro del proyecto Zaragoza, Capital Mundial de la Garnacha, en colaboración con Turespaña y el Gobierno de Aragón.

Periodistas internacionales visitaron la ciudad y la provincia para conocer su patrimonio, cultura, gastronomía y, especialmente, su oferta enológica.

Además, del 30 de mayo al 8 de junio se celebró el Festival de la Garnacha y la Gastronomía Sostenible, con catas, talleres, encuentros profesionales y un fin de semana abierto al público en el Parque de Macanaz, que incluyó degustaciones de vinos de 21 bodegas, conciertos y un mercadillo boutique.

Campaña de promoción turística en China

Con motivo de la participación del Ayuntamiento de Zaragoza en el mes de febrero en un foro empresarial, Zaragoza Turismo aprovechó esta ocasión para realizar una presentación turística para turoperadores locales, en la que destacó la combinación de historia, cultura y modernidad de la ciudad, así como sus nuevas infraestructuras, rutas aéreas y servicios Smart City. Los turoperadores mostraron gran interés y señalaron el potencial de Zaragoza para el mercado asiático.

Acciones en el Sur de Francia

Este año, Zaragoza Turismo ha llevado a cabo campañas promocionales en ciudades del sur de Francia, conectadas diariamente por la línea ferroviaria Renfe Madrid-Zaragoza-Marsella, para dar a conocer la amplia oferta patrimonial, cultural, gastronómica y de ocio de la ciudad y atraer a nuevos visitantes.



Las acciones promocionales que se llevaron a cabo a lo largo del año 2025 en el Sur de Francia, han sido de diversa índole:

Presencia en mostrador en el stand de la Dirección General de Turismo y Hostelería de Gobierno de Aragón en la III edición de la feria Occ'ygène de Toulouse del 7 al 9 de marzo de 2025.

Campañas de publicidad en mupis en las ciudades de Montpellier, Marsella y Toulouse (otoño 2025).

Campañas de publicidad exterior (mupi digital e impreso) en Pau (primavera, verano, navidad).

Campañas y publrreportajes en medios de comunicación online y offline dirigidas a las poblaciones de las regiones del sur de Francia (primavera y otoño 2025).

Campañas en redes sociales dirigidas a las poblaciones de las regiones del sur de Francia (primavera y otoño 2025).

Campaña de co-marketing en colaboraciones con la Oficina Española de Turismo en Paris en la plataforma de viajes sostenibles Hourrail!

Además, Zaragoza Turismo participó en otros actos de promoción en ciudades como Toulouse, Roma, Dublín, Bruselas y Madrid, Vigo, Pamplona, Valencia, Málaga, en colaboración con el Gobierno de Aragón.

Campaña institucional de *promoción turística en Miami*

Zaragoza Turismo promocionó Zaragoza en Miami para atraer al turista estadounidense y reforzar su posicionamiento como destino cultural y patrimonial en las rutas por España y Europa.

Esta campaña fue el precedente de la participación de Zaragoza Turismo en la tercera edición de la feria WTE de

Miami, la feria más importante en su modalidad en el este del país. En ella, se mantuvieron encuentros con agentes y turoperadores estadounidenses y latinoamericanos para consolidar a Zaragoza como destino turístico internacional.

V Convención Turespaña 7-9 octubre en Cáceres

Zaragoza Turismo formó parte de este espacio de encuentro, colaboración y planificación que reúne a TURESPAÑA —a través de su red de consejerías de turismo en el exterior— y a los distintos destinos turísticos españoles.

Se celebraron 17 reuniones con los directores de las Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero para impulsar la promoción de Zaragoza como destino ideal para una escapada cultural y gastronómica. Bajo los ejes temáticos

de la promoción de la ciudad y respaldados por una oferta turística amplia y diversa, estos encuentros permitieron planificar futuras acciones receptivas con profesionales de distintos mercados.

En este encuentro se anunció que Zaragoza sería la sede de la VI Convención de Turespaña en el mes de octubre de 2026.

Acciones receptoras de atención a *profesionales y prescriptores de la oferta onffline y online*

Zaragoza Turismo desarrolla una intensa labor de difusión del destino mediante acciones receptoras (como blogtrips, presstrips y famtrips) dirigidas a profesionales del sector, turoperadores, periodistas, creadores de contenido y otros prescriptores. Muchas de estas iniciativas se realizan en coordinación con Turespaña, la Dirección General de Turismo del Gobierno de Aragón y las redes a las que pertenece Zaragoza Turismo.

A lo largo del año se ha atendido a 160 profesionales y prescriptores, tanto nacionales como internacionales, en el marco de 29 acciones receptoras distintas, de las cuales 7 de ellas se integran en el programa temático de 'Capital Mundial de la Garnacha'.

Entre las más destacadas se encuentran:

ENERO	Presstrip Wanderlust (Reino Unido) – en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Londres	JUNIO	Blogtrip Halal - en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Singapur
MARZO	Famtrip turismo religioso – en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Varsovia	SEPTIEMBRE	Presstrip Zaragoza, Capital Mundial de la Garnacha – en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Londres
ABRIL	Presstrip "Vivir Viajando" / Youtube - en colaboración con la Oficina Española de Turismo de Buenos Aires	OCTUBRE	Blogtrip Red de Medinas - en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Singapur
MAYO	Presstrip revista ESpanje! - en colaboración con la Oficina Española de Turismo en La Haya	NOV	Presstrip Hourrail! - Campaña de comarketing en colaboración con la Oficina Española de Turismo en París
JUNIO	Presstrip revista Mondo / Lonely Planet - en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Helsinki	DIC	Presstrip Zaragoza, Capital Mundial de la Garnacha – en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Varsovia
JULIO	Presstrip The Sunday Times - en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Nueva York		Presstrip Saveur – en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Londres
AUGUSTO	Presstrip The Times.		Presstrip Zaragoza, Capital Mundial de la Garnacha – en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Bruselas
SEPTIEMBRE	Presstrip Zaragoza, Capital Mundial de la Garnacha – en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Nueva York		Presstrip Zaragoza, Capital Mundial de la Garnacha – en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Bruselas
OCTUBRE	Presstrip "Kilimangiaro" / TV RAI - en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Roma		Famtrip post-tour Jornadas Inversas del Mercado Chino Turespaña – en colaboración con Turespaña
NOVIEMBRE	Presstrip Zaragoza, Capital Mundial de la Garnacha – en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Múnich		Blogtrip Gyunsam & Julip – en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Tokio
DICIEMBRE	Presstrip Goya - en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Tokio		
ENERO	Famtrip "Camino Ignaciano" de agentes filipinos - en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Singapur		
FEBRERO	Presstrip Zaragoza, Capital Mundial de la Garnacha – en colaboración con la Oficina Española de Turismo en México		
MARZO	Presstrip Zaragoza, Capital Mundial de la Garnacha – en colaboración con la Oficina Española de Turismo en Milán y Roma		

*42 artículos
9 vídeos
1 podcasts
49 menciones en redes sociales*

Plan de medios

La estrategia de comunicación ha estado alineada con las líneas y ejes estratégicos que se recogen en el plan estratégico 2022-2026. Concretamente la labor de difusión y promoción del destino se encuentra enmarcada dentro del eje estratégico 3 “marketing y promoción del destino”, cuyas actuaciones van dirigidas a conseguir visibilidad y posicionamiento de la ciudad con el desarrollo de campañas de promoción globales y específicas tanto en origen como en destino.

El plan de medios desarrollado incluye tanto soportes online, con el fin de conseguir la máxima cobertura e impactos, con posibilidad de segmentación y medición, como medios off line, generalistas y revistas turísticas especializadas, radio y televisión.

La estrategia digital ha consistido en el desarrollo de acciones programáticas y displays, además de branded content, dirigidas a un público interesado en viajes, gastronomía y cultura. El impacto de las acciones realizadas en los medios digitales ha sido de más de 11 millones de impresiones totales y 9.550 clics, alcanzando un promedio de CTR superior al 0,29%.

En el ámbito nacional, muchas de las acciones digitales realizadas se han focalizado en las comunidades de Madrid, Cataluña, La Rioja, Navarra, País Vasco, Soria y Comunidad Valenciana.

En el ámbito internacional se ha intensificado la promoción en ciudades del sur de Francia, con la puesta en marcha de acciones publicitarias dirigidas al público de las regiones de Occitanie, en las ciudades de Toulouse, Montpellier, así como también en Pau y Burdeos. Las acciones se realizaron

a través de revistas y soportes digitales de las zonas objetivo, con la publicación de reportajes y contenidos en rrss.

Asimismo, se utilizó el portal de viajes de viajes de Minube para reforzar la notoriedad de Zaragoza en los mercados de Italia, Reino Unido, Francia, y Portugal y posicionar la ciudad como destino cultural, patrimonial y gastronómico de referencia.

A través de diversos canales y soportes se ha dado cobertura publicitaria a los diferentes hitos que forman parte de nuestros principales activos turísticos (patrimonio cultural y monumental, gastronomía, Goya, etc) así como a los eventos que se han celebrado en nuestra ciudad, que forman parte de la agenda cultural y que han supuesto un atractivo para la atracción de visitantes (Zaragoza Luce, Semana Santa, Fiestas Goyescas, Fiestas del Pilar o la Navidad)

El objetivo ha sido posicionar la ciudad de Zaragoza como destino cultural y patrimonial, tanto a nivel nacional como internacional.

A lo largo del año se ha impulsado especialmente la promoción de la gastronomía, destacando la celebración de la primera edición del Festival Internacional de la Garnacha y la gastronomía sostenible, en el marco del Proyecto de Zaragoza, capital mundial de la garnacha, un evento con el que se pretende impulsar el enoturismo aprovechando la riqueza vitivinícola del territorio, junto a los numerosos eventos y actividades gastronómicas que conforman la agenda gastronómica de la ciudad.

Asimismo, la creación de una nueva marca turística y un nuevo código visual ha estado presente en toda la estrategia



promocional y de comunicación, bajo el lema “Zaragoza, la ciudad donde todo sucede”. Este hito marca un antes y un después en la comunicación institucional, unificando los distintos activos, eventos y experiencias de la ciudad bajo un mismo mensaje que refleja su vitalidad, dinamismo y atractivo. Una ventana en forma de zeta sirve para mostrar todos los atractivos turísticos de la ciudad, reforzando su identidad propia y proyectarla en el exterior.

Por otro lado, se han realizado diversas campañas en redes sociales en Facebook e Instagram, tanto a nivel local como Nacional. En Facebook Ads, 2 campañas a nivel nacional (Madrid, Cataluña, Valencia, Andalucía, La Rioja, Lleida y Navarra) y 2 en Francia (Lyon, Bordeaux, Paris, Marseille, Montpellier, Pau y Toulouse) con un total de 749.810 impresiones, 13.979 clics y un CTR medio de 1,5%.

Asimismo, se han publicado 11 sorteos para los partidos del Real Zaragoza con un total de 707.441 impresiones y 10.273 clics, 11 sorteos para los partidos del Casademont femenino con 869.770 impresiones y 6757 clics y 11 sorteos del Casademont masculino, con 795.886 impresiones y 7350 clics.

Con el objetivo de promocionar Zaragoza como destino, así como su amplia y variada oferta turística, se ha hecho especial hincapié en la elaboración de contenidos de calidad para su difusión a través de las redes sociales (Instagram, Facebook, X, TikTok, YouTube y Flickr) para seguir sumando seguidores y afianzar a los ya existentes.

Respecto a Redes Sociales, ha sido un año con resultados positivos. Instagram, ha alcanzado un total de 56.622 seguidores, lo que supone un 4% de incremento respecto a 2024. En esta cuenta merece especial mención el aumento del 32% en la interacción. La página de Zaragoza Turismo en Facebook ha finalizado el año con un total de 59.011 seguidores, cifra que aumenta un 2% respecto a 2024.

La red social que mayor crecimiento ha experimentado en 2025 ha sido TikTok con un 607% de aumento.



La cuenta se abrió en abril de 2024 y durante 2025 ha superado las 9.700 visualizaciones.

YouTube cierra el año con un aumento del 7% en suscriptores.





IV.

ADECUACIÓN *DEL DESTINO*



Newsletter y portales turísticos

Zaragoza Turismo continúa reforzando la proyección del destino mediante la difusión de una oferta cultural, turística y de ocio amplia y variada, activa durante todo el año. Esta labor se materializa en el envío periódico de campañas informativas dirigidas tanto al público general suscrito como a profesionales del ámbito turístico.

Las comunicaciones se distribuyen con una frecuencia mensual y bimestral entre los diferentes contactos que conforman la base de datos de Zaragoza Turismo.

Entre los públicos destinatarios figuran las Oficinas Españolas de Turismo en el exterior (Turespaña), turoperadores y agencias de viajes, empresas locales vinculadas al sector, además de portales especializados y asociaciones profesionales -como Horeca o la Asociación de Cafés y Bares- que amplifican estos contenidos a través de sus sitios web, redes sociales y plataformas digitales.

De forma complementaria, Zaragoza refuerza su visibilidad mediante su presencia en distintos portales turísticos, entre los que destacan especialmente los de mayor alcance:

Spain.Info. www.spain.info

Saborea España. <https://tastingspain.es/destinos/zaragoza/>

Spain by Train (antes Red de Ciudades AVE). <https://spainbytrain.org/zaragoza/>

RENFE. <https://www.renfe.com/es/es/experiencias/>

RENFE Internacional. <https://www.renfe.com/es/fr/inspirete/destinos/zaragoza>





V.

CERTIFICACIONES
PROMOCIONALES



Certificaciones del sistema *de gestión de calidad*

Zaragoza Turismo sigue manteniendo un esquema de gestión de la calidad por procesos basado en estándares nacionales e internacionales reconocidos y posee las siguientes certificaciones según las normas de referencia:

UNE-ISO

UNE-ISO 14785:2015

Para oficinas de información turística y de atención a servicios de información turística, norma reconocida por el ICTE como marca de Q de calidad.

UNE 187005:2009

Para requisitos de prestación del servicio de Convention Bureaux, norma reconocida por el ICTE com marca de Q de calidad.

El alcance de la certificación se concreta en “el diseño, la promoción, la realización y la gestión de los servicios turísticos: información turística y servicios de apoyo a organizadores de eventos”.

En la última auditoría realizada por la entidad de certificación AENOR, se pudo comprobar la implantación del Sistema de Gestión de la Calidad de acuerdo con las normas de referencia de manera muy satisfactoria, obteniendo 0 No Conformidades, y una valoración según las normas de Q de calidad Turística por encima de 970 puntos, que otorga el Instituto para la Calidad Turística Española- ICTE.



Sostenibilidad y *responsabilidad social*

Zaragoza Turismo tiene un compromiso firme con la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social, afianzando su posicionamiento en estrategias orientadas hacia una apuesta firme por un turismo 100% responsable como forma de avanzar hacia la sostenibilidad.

En este sentido, Zaragoza Turismo dispone del Sello RSA otorgado por el Instituto Aragonés de Fomento (IAF), desde el año 2020, y del Sello RSA+ desde el año 2021. Estas dos distinciones son el reconocimiento a la apuesta de Zaragoza Turismo por la Sostenibilidad y la Responsabilidad Social y su compromiso con la Agenda 2030 y con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

La estrategia de Zaragoza Turismo se compone de 4 ejes fijados en el nuevo Plan Estratégico 2022-2026, de los que parten todos los objetivos anuales, estos ejes estratégicos tienen una clara alineación con alguno de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible:

1. Gobernanza e Inteligencia Turística.
2. Destino Experiencial: Mejora y Diversificación de la Oferta
3. Marketing y promoción del destino.
4. Adecuación física y funcional del destino.



Más allá de las líneas estratégicas planteadas en nuestro Plan Estratégico se han llevado a cabo iniciativas socialmente responsables, a través de proyectos como:

1. Fomento de congresos y eventos sostenibles en la ciudad de Zaragoza.
2. Realizar acciones orientadas al Turismo Inclusivo.
3. Programa de gestión ambiental
4. Apuesta por un Turismo Cultural de Calidad
5. Compromiso con la empleabilidad de los jóvenes
6. Apuesta por la digitalización para reducir el impacto ambiental

El certificado Biosphere es un reconocimiento internacional que acredita el compromiso real de una organización con la sostenibilidad, alineando su gestión con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas y con un modelo de mejora continua en los ámbitos ambiental, social y económico. En este marco, Zaragoza Congresos ha obtenido el distintivo Biosphere Committed, que reconoce a las entidades que ya han iniciado de forma activa su hoja de ruta hacia modelos más responsables y sostenibles, incorporando buenas prácticas y acciones concretas en su actividad. Esta distinción refuerza el posicionamiento de Zaragoza Congresos como un bureau comprometido con la organización de eventos con impacto positivo, con especial atención a aspectos como el reciclaje, la economía local y la sostenibilidad en toda la cadena de valor del sector MICE.

