

ME MO RIA 20 24



Índice

I GOBERNANZA E INTELIGENCIA TURÍSTICA REDES Y ALIANZAS

- Red de Ciudades AVE
- City Destinations Alliance (CityDNA)
- ONU Turismo
- Saborea España
- Spain Convention Bureau
- UNESCO

COOPERACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

- Foro de Turismo de Zaragoza
- Dinamización y fidelización socios ZCB

II DESTINO EXPERIENCIAL Y OFERTA TURÍSTICA DATOS

- Hoteles
- Consultas en oficinas
- Procedencia
- Perfil de turista

PRODUCTOS TURÍSTICOS

- INFORMADORES TURÍSTICOS EN LA CALLE
- TURISMO PATRIMONIAL Y CULTURAL
 - Visitas guiadas
 - Bus Turístico
- TURISMO FAMILIAR
- TURISMO ACCESIBLE
- TURISMO CINEMATOGRAFICA
- DIGITALIZACIÓN Y SOSTENIBILIDAD EN LA DIFUSIÓN TURÍSTICA
- TURISMO MICE
- TURISMO GASTRONÓMICO
- TURISMO RELIGIOSO
- TURISMO DEPORTIVO
- ESTUDIO IMPACTO TURÍSTICO

III MARKETING Y PROMOCIÓN DESTINO ACCIONES PROMOCIONALES

FERIAS Y SALONES

- Mercado español
- Mercado francés
- Mercado alemán
- Mercado británico
- Mercado italiano

ACCIONES PRESENCIALES Y WORKSHOP

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

DIFUSIÓN DEL DESTINO

PLAN DE MEDIOS

IV EXCELENCIA Y ADECUACIÓN DEL DESTINO CERTIFICACIONES DE SISTEMAS DE GESTIÓN DE CALIDAD

SOSTENIBILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL

SELLO DE EXCELENCIA Y MODELO EFQM



ZARAGOZA EN CIFRAS

El año 2024 ha sido un periodo de crecimiento y consolidación para Zaragoza como destino turístico. Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), la ciudad ha recibido más de 1,2 millones de viajeros, lo que supone un incremento del 8,96% respecto a 2023. Además, las pernoctaciones han superado los dos millones, con un aumento del 6,05%, reflejando una tendencia al alza en la estancia media y la atracción de visitantes.

Tanto el turismo nacional como el internacional han experimentado un crecimiento significativo. Mientras que los turistas nacionales aumentaron un 6,97%, los visitantes internacionales crecieron un notable 13,71%, consolidando la proyección de Zaragoza en el ámbito global. Francia (15,91%) e Italia (8,11%) siguen siendo los principales mercados emisores, junto con Reino Unido (6,78%) y Estados Unidos (6,13%). Especialmente destacable ha sido el aumento del turismo chino, con 21.210 viajeros, lo que supone un espectacular crecimiento del 63,43% respecto al año anterior.

A nivel nacional, Zaragoza sigue siendo un destino preferente para viajeros de Cataluña (22,85%) y Madrid (20,71%), que encabezan las comunidades autónomas con mayor afluencia de turistas a la ciudad.

Estos datos reflejan el impacto positivo de las estrategias de promoción y posicionamiento turístico llevadas a cabo a lo largo del año. En esta Memoria Anual 2024, presentamos un análisis detallado de las iniciativas, eventos y colaboraciones que han contribuido a fortalecer la marca Zaragoza y a consolidar su atractivo como destino de referencia en España y a nivel internacional.

**1,2 mill
viajeros**

**+ 6,97%
turismo
nacional**

**+ 63,43%
turismo
chino**

Zaragoza, un destino en constante evolución: hitos turísticos de 2024

El año 2024 ha marcado un punto de inflexión en la proyección turística de Zaragoza, consolidándose como un destino de referencia a nivel nacional e internacional. Con la proclamación de la ciudad como **Capital Mundial de la Garnacha**, Zaragoza ha impulsado su oferta enoturística con nuevas experiencias, una exclusiva página web y acuerdos con las principales Denominaciones de Origen de la provincia.

La estrategia de promoción turística se ha articulado en torno a tres ejes fundamentales: **Zaragoza, la ciudad de las dos catedrales, Zaragoza, la ciudad donde Goya aprendió a mirar y Zaragoza, Capital Mundial de la Garnacha**, reforzando su identidad y atractivo cultural. Además, la ciudad ha estrechado lazos mediante convenios con **Madrid, Valladolid y Mendoza (Argentina)**, ampliando su red de colaboración turística.

El reconocimiento de Zaragoza ha traspasado fronteras, con hitos como el **Premio a la Accesibilidad** otorgado por la Reina Letizia, la exitosa promoción en FITUR bajo el lema "Zaragoza sabe bien", y la integración de su iniciativa "**Culture and Heritage Forum in Urban Destinations**" en el Programa de Trabajo 2024-2025 de la ONU Turismo.

La ciudad también ha brillado en el ámbito cultural y festivo con eventos como la **Semana Santa**, invitando a vivirla con todos los sentidos, la consolidación del **Festival Zaragoza Florece y las Fiestas Goyescas**, además de la exitosa fusión gastronómica entre Zaragoza e Italia en "**La Spagna al femminile**" en Padua.

Por otro lado, Zaragoza ha demostrado su capacidad para atraer grandes eventos con la celebración del 20 aniversario de la Red de Ciudades AVE, la creación del **Foro de Turismo**, el estreno de la nueva visita guiada "**Zaragoza, ciudad de cine**", y el espectacular **Monumental Tour**, que reunió a más de 45.000 personas.

Finalmente, la ciudad ha reforzado su identidad como destino navideño con la campaña "**Zaragoza Ilusiona**", ofreciendo una experiencia luminosa y vibrante con más de 600 actos de ocio y cultura. Además, avanza en su ambiciosa candidatura para formar parte de la **Red de Ciudades Creativas de la UNESCO**.

Zaragoza continúa su camino como una ciudad vibrante, accesible y con una oferta turística en constante crecimiento, posicionándose como un destino imprescindible en España.

Proclamación de Zaragoza

**Capital Europea de la
Garnacha**

Reconocimientos

**Zgz ha traspasado
Fronteras**

Grandes eventos

**Ciudad capaz y
Atractiva**

Referente

**como destino
Navideño**

I.

GOBERNANZA E INTELIGENCIA TURÍSTICA

En 2024, se ha reforzado la gobernanza y la inteligencia turística mediante la cooperación público-privada, la digitalización y el análisis de datos. Estas estrategias han optimizado la gestión del destino, favoreciendo una planificación eficiente y sostenible y el compromiso de la ciudad con la innovación y la excelencia en el turismo.

REDES Y ALIANZAS

RED DE CIUDADES AVE

La Red de Ciudades AVE, formada por 34 destinos y dos Comunidades Autónomas unidas por la Alta Velocidad, fue creada en 2003 en Zaragoza con nueve destinos iniciales.

Su objetivo es impulsar el turismo y la promoción conjunta de sus ciudades mediante estrategias comunes y el uso del tren de alta velocidad. Zaragoza, que presidió la red entre 2004 y 2007, actualmente ocupa una de las vicepresidencias, mientras que Sevilla ostenta la presidencia.

En 2024, Zaragoza celebró el XX Aniversario de la red con un evento que incluyó networking con agencias de viaje y reuniones estratégicas sobre promoción y desarrollo así como la I Asamblea Extraordinaria del año y Reunión Técnica donde se dieron a conocer las acciones de promoción y se abordaron las nuevas estrategias para la red.

CITY DESTINATIONS ALLIANCE (CityDNA)

Alianza europea de destinos urbanos y regionales que lidera el turismo sostenible y responsable cuya misión es fomentar una economía de visitantes que beneficie a las personas, el planeta y la prosperidad. Actualmente, reúne a 119 miembros de 112 oficinas de turismo y congresos en 38 países, incluyendo 15 ciudades y una comunidad autónoma de España.

Grupo TIC, ahora "Visitors Experience Knowledge Group" (Espacio de intercambio sobre la gestión de Oficinas de Turismo) se ha reunido con tres sesiones online en 2024 sobre casos de oficinas de turismo -turismo vs guerra en Lviv, Ucrania, motivación de los empleados en las TICs y oportunidades y desafíos para el 2025.

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 paz", destacando el impacto del turismo sostenible en la transformación social:
 - » Publicación de un vídeo en redes sociales promoviendo la nueva Oficina de Turismo en la Plaza del Pilar.
 - » Visita guiada especial a la Iglesia de la Magdalena y San Pablo con influencers del grupo Objetivo Zgz.
 - » Promoción 2x1 durante el fin de semana en rutas guiadas como Real Maestranza, Zaragoza Esencial, Paseo Goya y Divertour.
- Zaragoza Turismo presentó a la ONU Turismo la propuesta "Culture and Heritage Forum in Urban Destinations" para el Programa de Trabajo 2024-2025 del Departamento de Miembros Afiliados. Esta propuesta ha sido incluida en la categoría "Proyectos e iniciativas de los Miembros Afiliados que se ejecutarán con el apoyo de la OMT / AMD".

SABOREA ESPAÑA

A nivel externo Zaragoza Turismo ha participado activamente y de forma presencial en la Asamblea General de la Asociación, la Asamblea extraordinaria y distintas jornadas técnicas de trabajo.

Por otra parte, dentro de las acciones promocionales incluidas en el Plan de Actuación de Saborea España, Zaragoza Turismo ha participado en la feria de gastronomía Madrid Fusión, en Taste of Dublin.

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.

- Jornada Inversa del mercado italiano, celebrada en Valencia del 23 al 25 de febrero, con el objetivo de atraer eventos y congresos procedentes de Italia.
- Jornada Directa SCB Asociativo, en Bruselas el 20 de marzo, enfocada en la captación de congresos y encuentros de asociaciones internacionales.
- Jornada Inversa del mercado mexicano, en Valladolid del 18 al 20 de septiembre, para fomentar la llegada de eventos corporativos y académicos desde México.

UNESCO

En diciembre de 2024 Zaragoza Turismo preparó su candidatura para formar parte de la Red de Ciudades Creativas de La UNESCO dentro de la modalidad de gastronomía siendo ya seleccionada por el Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europa y Cooperación.

COLABORACIÓN PÚBLICO-PRIVADA

En 2024 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 Agencias de Viajes
- Asociación de Cafés y Bares de Zaragoza y provincia y HORECA Restaurantes
- Cámara de Comercio de Zaragoza ("Saborea local")
- HORECA hoteles
- Acuario de Zaragoza
- Fundación Ibercaja (Mobility City)
- Ingrom producciones
- Denominaciones de Origen del vino de la provincia de Zaragoza
- Ayuntamiento de Madrid
- Turismo de Valladolid
- RENFE – Duración dos años hasta el 31 de diciembre de 2025
- 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 We play more (Volley cup)
- Asociación En Clave Aragón (proyecto Juan Altamiras)
- Fundación Restaurantes Sostenibles
- Productora "El árbol y el ruiseñor"

Se ha suscrito 1 subvención con la Universidad de Zaragoza.

Foro de Turismo de Zaragoza

En 2024 se ha puesto en marcha este foro como espacio de conversación y colaboración para el sector turístico público-privado. A lo largo del año se han celebrado 2 sesiones, una sobre el patrimonio de la ciudad y otra sobre los grandes eventos culturales.

Dinamización y fidelización socios ZCB

ASPM (Asociación Secretariado Profesional de Madrid), marzo de 2024.

Zaragoza Congresos realizó el 12 de marzo en Madrid en el Hotel Ilunion Alcalá Norte, una presentación de Zaragoza como destino de congresos MICE a 28 integrantes de la ASPM Asociación del Secretariado Profesional de Madrid.

Presentaciones Nacionales, Málaga 4 de junio de 2024

El lugar elegido para desarrollar la presentación fue el Colegio Oficial de Arquitectos de Málaga, y la presentación ha tenido como objeto resaltar las innumerables posibilidades y ventajas que ofrece Zaragoza como sede para la celebración de eventos empresariales



II.

DESTINO EXPERIENCIAL Y OFERTA TURÍSTICA

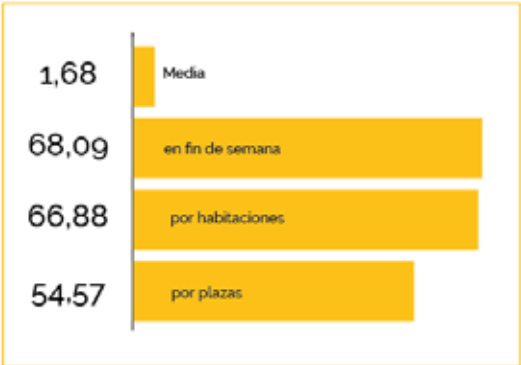
DATOS

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

Grado de ocupación media (alojamiento hotelero)



Pernoctaciones (hotel + camping)

	2023	2024	Aumento
Espanoles	822.380	879.697	6,97 %
Extranjeros	345.586	392.953	13,71 %
TOTAL	1.167.966	1.272.650	8,96 %

Pernotaciones (hotel + camping)

	2023	2024	Crecimiento
Nacional	1.395.131	1.461.334	4,82 %
Internacional	618.316	672.428	8,75 %
TOTAL	2.012.447	2.133.762	6,03 %

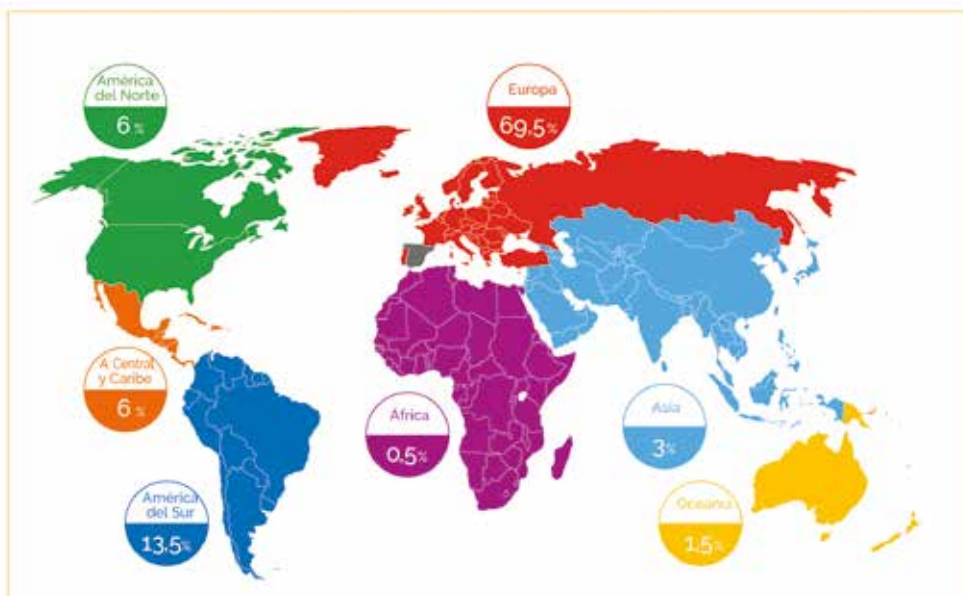
Consultas en oficinas

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 ha ampliado sus usos en 2024 gracias a nuevas herramientas como un videowall y un espacio de acogida, permitiendo la organización de eventos, recepción de grupos y actividades especiales. Además, ofrece atención personalizada con un nuevo software que facilita la interacción y recopilación de datos. 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 operativa durante todos los días del año a excepción de los días 24 y 31 de diciembre (servicio sólo de mañanas) y los días de Navidad y Año Nuevo (cerrado).

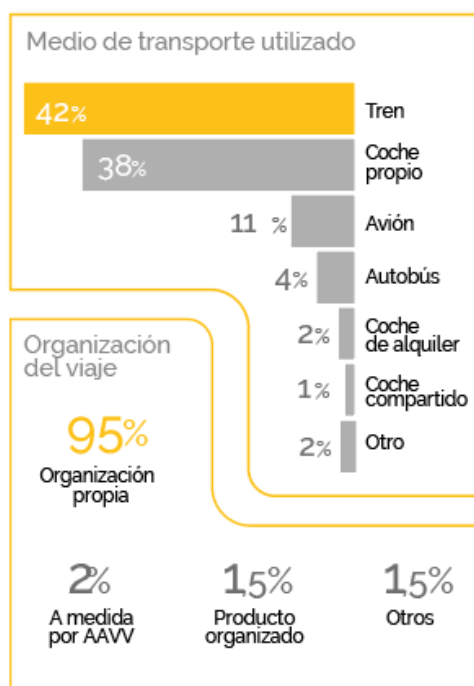
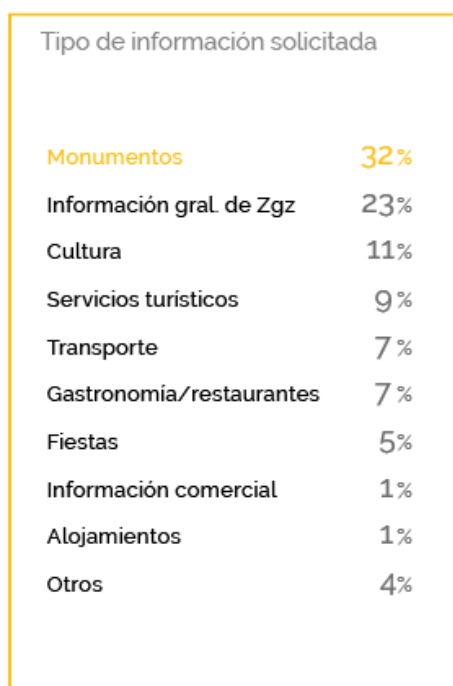
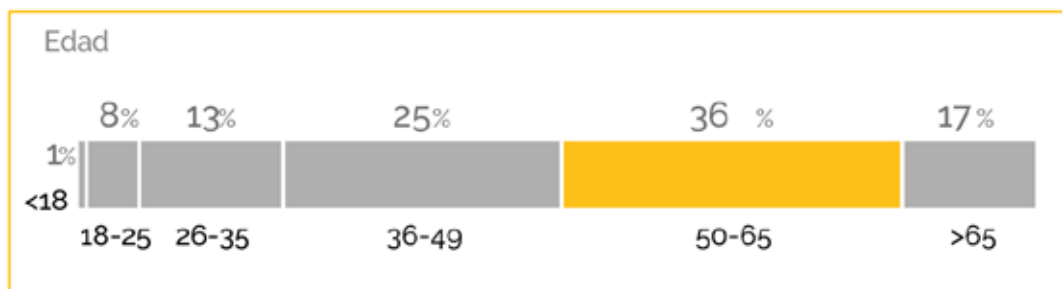
Ver oficinas:



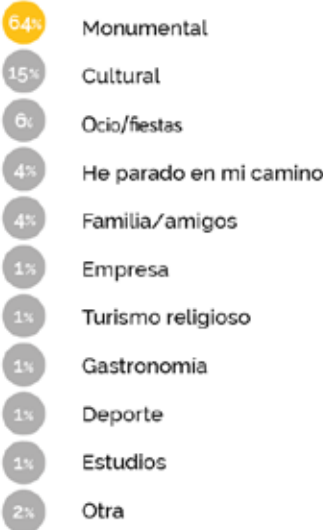
Procedencia



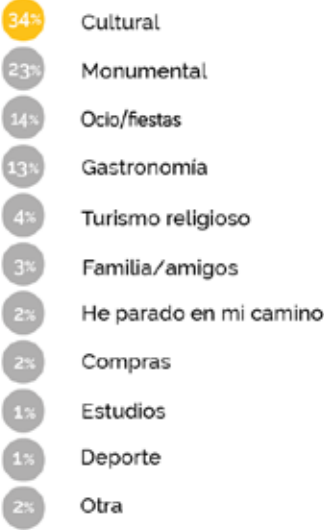
Perfil del turista que consulta en las Oficinas de Turismo



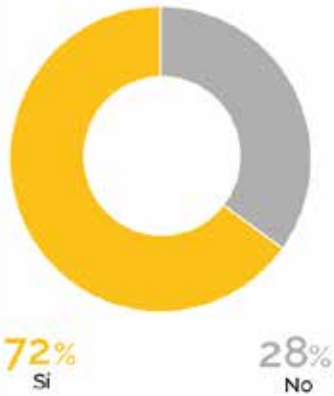
Motivación principal del viaje



Otros motivos del viaje



¿Es la primera vez que visita Zaragoza?



Medio por el que se ha informado para conocer la ciudad



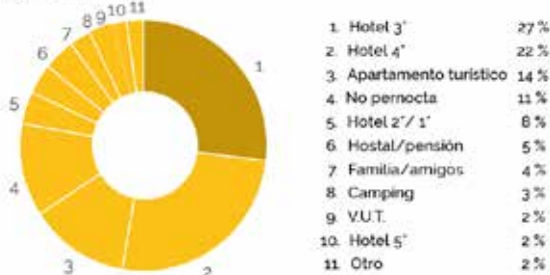
¿Recomendaría visitar la ciudad?



Satisfacción global del viaje



Tipo de alojamiento



PRODUCTOS TURÍSTICOS

Informadores turísticos en la calle

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 Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad 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.

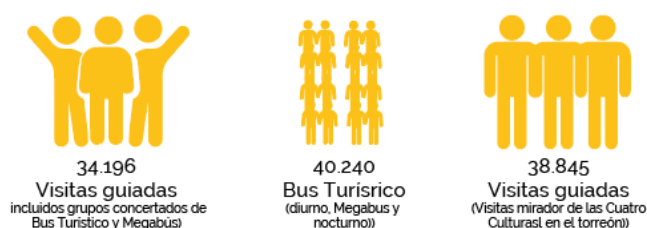
	Grupos	Participantes
Casco histórico	221	1904
Paseo para instagramear	21	84
English tour	7	25
Visite guidée	13	39
TOTAL	202	2.052

Durante 2024, 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 95.709. 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.

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.



Visitas panorámicas

Las visitas panorámicas tienen un carácter cultural y están dirigidas a grupos. Se ofrecen en idiomas y sus contenidos se adaptan a las necesidades y gustos del grupo. Respecto a 2023, este servicio ha registrado un aumento del 3% en número de grupos.



Visitas al Ayuntamiento

La visita 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 ofrecido a grupos docentes, registrándose respecto a 2023 un aumento del 3% en grupos y del 4% en participantes.



Walking tours (inglés, francés e italiano)

Se trata de una visita de carácter cultural que introduce al visitante extranjero en algunos de los monumentos más representativos de la ciudad.

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 6% en grupos, en comparación con 2023.



**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 oficios, 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 el museo Goya Ibercaja. Durante las Fiestas Goyescas, los días 19 y 20 de abril, se ofrecieron dos rutas: Paseo Goya y Goya, el origen del Genio, 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 Parroquieta 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.

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 2023, se ha registrado un incremento del 2% en el número de participantes.

Paseo del Casco Histórico

Visita que descubre la historia de Zaragoza, todos los secretos de sus antiguos habitantes, para qué se utilizaban los edificios que hoy día son museos o lugares emblemáticos.

Ruta Basílica del Pilar

La visita permite conocer la Basílica de Nuestra Señora del Pilar, uno de los monumentos más emblemáticos y característicos de Zaragoza, descubriendo su historia, curiosidades y todos los secretos que guarda en su interior.

En 2024, este servicio se ofreció como complemento a las rutas de los Informadores Turísticos.

Ruta Catedral del Salvador

La visita guiada explora una de las catedrales situadas en el corazón de Zaragoza, cuya combinación de estilos artísticos la convierte en una joya tanto para la catedral como para la ciudad. Durante el recorrido se destacan su encanto, su historia y sus secretos más singulares, ofreciendo además un servicio complementario a las rutas de los Informadores Turísticos en la calle.

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, visitando la Cripta de la Santa Capilla y los sepulcros más importantes.

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
259 participantes

Zaragoza, ciudad de cine

Otra novedad es esta visita que permite descubrir los escenarios de rodajes y películas de Zaragoza. Desde la aparición del cinematógrafo a finales del siglo XIX hasta nuestros días.

Zaragoza Esencial

En julio se lanzó la visita Zaragoza Esencial, una novedad que 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.



29 grupos
545 participantes

Zaragoza accesible

Las cuatro visitas por el centro histórico, parte del plan de turismo accesible de Zaragoza Turismo desde 2009, están adaptadas para personas con diferentes discapacidades: auditiva, visual, física e intelectual.

Divertour

Complementando el recorrido del Megabús, se ofrece una visita temática dirigida a los niños en el entorno de la plaza del Pilar.



4 grupos
81 participantes

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 1.722 billetes, y otra promoción de bus diurno/Megabús + Mobiliy City que ha registrado 48 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, Museo Goya Colección Ibercaja, CaixaForum, EMOZ, Alma Mater Museum, Museos de Caesaraugusta, Pablo Gargallo y Parque de Atracciones.

Bus diurno

Recorrido de 90 minutos de duración y 16 paradas.

Bus Nocturno

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

Megabús

Servicio en el que la profesora ZZ Jones, eminencia en Zaragozología, 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.

Por grupos	Viajeros	Grupos
Bus diurno	1.993	57
Megabus	374	10
TOTAL	2.367	67

	Viajeros	Billetes
Bus diurno	37.784	26.546
Bus nocturno	389	400
Megabús	2.067	2.083
TOTAL	40.240	29.029

Bonos turísticos

Perfectos para una escapada o una visita en familia, los bonos de Zaragoza Turismo pueden adquirirse en las oficinas de Plaza del Pilar, Torreón de La Zuda y Zaragoza Delicias. Con ellos, es posible disfrutar de la ciudad de una forma más amena y divertida.

Chocopass

Inspirado en la tradición chocolatera que todavía perdura en Zaragoza. Ofrece 5 consumiciones dulces, a elegir entre 15 pastelerías colaboradoras.

Zaragoza family

La forma más fácil de disfrutar de la oferta turística y cultural de la ciudad en familia. Ofrece descuentos y gratuidades en varios museos y servicios. Incluye, además un viaje en Bus turístico o Megabús y una visita guiada.



530
Chocopass



74
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 siempre se ha implicado en este segmento del mercado trabajando en varias líneas:

- Supresión de barreras arquitectónicas y señalización en oficinas de turismo
- Eliminando las barreras de comunicación y señalización en oficinas y bus turístico
- Diseño de cuadernillo accesible e hipertexto en oficinas de turismo.
- Kits de accesibilidad disponibles en oficinas de turismo
- Acceso adaptado y zona interior reservada en el bus turístico
- Visitas adaptadas para personas con discapacidad física, auditiva, visual o psíquica.
- Web accesible incluyendo la inserción del ReadSpeaker
- Vídeo de la ciudad como destino inclusivo
- Guía de accesibilidad

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, como novedad, también se ha ofrecido la visita "Zaragoza, ciudad de cine".

Digitalización y sostenibilidad en la difusión turística

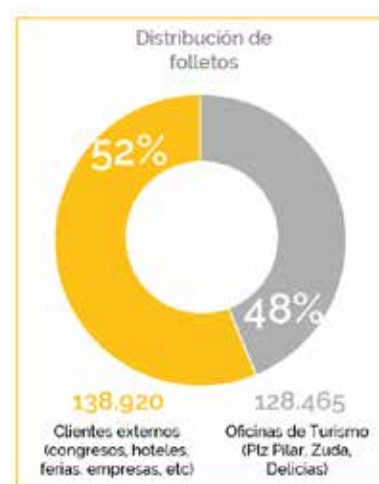
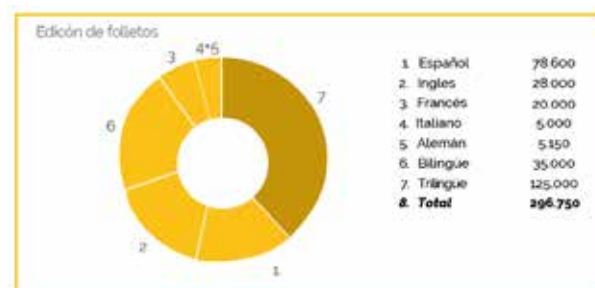
En 2024, Zaragoza Turismo ha reforzado su estrategia digital, apostando por la sostenibilidad y reduciendo el uso de papel mediante la promoción de folletos en formato digital. Estos materiales están disponibles en la web oficial en formato PDF, ofreciendo información actualizada sobre horarios del bus turístico, visitas guiadas y recorridos de Semana Santa.

Esta iniciativa ha resultado en un incremento del 136% en las descargas, alcanzando un total de 34.543 accesos gracias a su mayor visibilidad en la web.

Además del lanzamiento de cuatro nuevos folletos sobre la Garnacha, incluyendo una guía genérica, un listado de bodegas y escapadas, así como un calendario de actividades para descubrir el enoturismo de Zaragoza a medida, se han producido el folleto "Zaragoza te quiere dar muchas ideas", en el que se recoge la información de toda la oferta turística que la ciudad ofrece a través de códigos QR, y el bono editado con motivo de incentivar las visitas a la oficina de turismo y al Museo Goya.

GRAFICA

Tématica folletos	Ejemplares
Bus Turístico + visitas guiadas	44.000
Destino Zaragoza - Zaragoza Cultura	20.100
Plano A-3	125.000
Ruta Cofrade	2.000
Semana Santa	25.000
Plano turístico desplegable	33.000
Zaragoza Gastronomía	8.000
Basilica del Pilar	16.000
Francisco de Goya	2.000
Road Trip Zaragoza-Pau	5.000
Escapadas enogastronómicas	50
Zaragoza Capital Mundial de la Garnacha	1.600
Zaragoza te quiere dar muchas ideas	10.000
Flyer 2 x 1 Museo Goya	5.000
TOTAL	296.750



En cuanto al material de merchandising y para dar respuesta a la demanda en ferias, presentaciones y actos de promoción a nivel nacional e internacional, así como en oficinas, se han producido los siguientes materiales

GRAFICA

Turismo MICE

Durante el año 2024, Zaragoza ha acogido un total de **431 eventos**, registrados en la base de datos de Zaragoza Congresos en las categorías de Congresos y Jornadas, lo que representa un incremento del **5% respecto a 2023**. En total, estos eventos han contado con la asistencia de **96.850 delegados**, generando un impacto económico de **84.610.000 euros**.

Promoción y participación en ferias y workshops

Desde el ámbito promocional, Zaragoza Congresos ha participado en múltiples ferias y workshops tanto a nivel nacional como internacional:

•Eventos nacionales:

- o **Global MICE Forum** en Granada y Girona
- o **MICE & Forum Inside** en Huelva
- o **MIS de Eventoplus**

•Eventos internacionales:

- o **M&I Healthcare** en Londres
- o **MIS Internacional** en Valencia
- o **IBTM** en Barcelona

Además, en colaboración con el **Spain Convention Bureau**, Zaragoza Congresos ha participado en workshops dirigidos a mercados estratégicos en:

- **Valencia** (Italia)
- **Bruselas** (Bélgica)
- **León** (México)

Asimismo, se han realizado **viajes comerciales a Madrid, Barcelona y Sevilla** con el objetivo de ampliar la red de contactos dentro del sector **MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions)**.

En este marco, se ha llevado a cabo la **presentación de Zaragoza Congresos como destino de eventos en Madrid para la ASP y en Málaga en septiembre**.

En noviembre, se organizaron **viajes de familiarización** dirigidos a agencias procedentes de Málaga y Alemania, así como **visitas de inspección**. Todas estas acciones promocionales han permitido la generación de **353 nuevos contactos comerciales**.

Eventos destacados en Zaragoza en 2024

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:

- **65th ASH Annual Meeting and Exposition**
- **IV Edición RENAMD Hidrógeno 2024**
- **XXI Encuentro Nacional de Operadores de Cereales**
- **7th edición Mobility and Industry Suppliers Meeting**
- **Wave Tech Expo**
- **XIII Congreso AVPA**
- **XXVII Congreso SEIMC de Enfermedades Infecciosas y Microbiología Clínica**
- **I Congreso ANEFHOP de Hormigón**
- **25 Congreso SECCA de Cirugía de la Cadera**
- **International Conference on Communication in Healthcare**
- **Convención Grupo Tansley**
- **19th ASEICA International Congress**
- **XXI Congreso de Psicogeriatría**
- **46º Congreso Nacional de Endoscopia Digestiva**
- **XV Congreso de GESIDA**
- **Rail Live 2024**

Además, durante 2024, 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 2024 se compone de:

ZCB Socios	179 socios
ZCB Corporativo	118 miembros
ZCB Anfitriones	166 miembros
ZCB Asociativo	50 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 Belchite y Grandes Vinos y Viñedos**

Además, en colaboración con **ESIC**, se ha organizado:

- **III Edición de la Jornada de Marketing 2025**
- **III Jornada en Espacio Ebro** (septiembre), con la participación de ponentes de importantes empresas de **ZCB Corporativo**
- **II Jornada de Accesibilidad en el Hotel Ilunion Romareda** (octubre)

En total, las 13 acciones organizadas por ZCB en 2024 han congregado a 610 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 8,83 y 8,66 respectivamente, reflejando un alto grado de satisfacción con Zaragoza como sede de congresos y eventos.

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 2024 se encuentran:

- **Gastropasión – XI Edición de las Jornadas Gastronómicas de Semana Santa** (23 de marzo - 1 de abril)
- **6º Certamen Gastrotapa** (20 - 30 de junio)
- **Pilar Gastroweek** (5 - 13 de octubre)
- **XXIV Edición del Certamen de Restaurantes HORECA** (1 de febrero - 3 de marzo)
- **IV Ruta de la Tapa Mudéjar** (6 - 16 de junio)
- **IV Ruta de la Tapa de Goya** (19 - 21 de abril)
- **XIX Concurso de Tapas de Zaragoza y Provincia** (7 - 17 de noviembre)

Zaragoza, Capital Mundial de la Garnacha

A lo largo de 2024, Zaragoza ha reforzado su posicionamiento en el sector enogastronómico con su presentación en distintos ámbitos como

Capital Mundial de la Garnacha, promoviendo un ambicioso proyecto vinculado a la gastronomía y el vino.

En este contexto, y gracias a la colaboración entre el **Ayuntamiento de Zaragoza** y las **Denominaciones de Origen del vino de la provincia** (Cariñena, Campo de Borja y Calatayud), en 2025 se desplegarán múltiples actividades y eventos que pondrán en valor la tradición vitivinícola de la región.

Entre las iniciativas previstas destacan:

- **Rutas enoturísticas por la provincia**, disponibles a partir de marzo de 2025.
- **Festival Internacional de la Garnacha**, que se celebrará en junio de 2025.
- **Congreso Internacional de la Garnacha**, en colaboración con el Instituto Agronómico Mediterráneo.
- **Creación del Gran Jardín de la Garnacha**, un espacio único compuesto por 129 cepas que serán plantadas en la Arboleda de Macanaz.

Con estas acciones, Zaragoza refuerza su apuesta por el turismo gastronómico y enológico, potenciando su identidad como destino de excelencia en la cultura del vino y la gastronomía.

Turismo religioso

Semana Santa

En 2024, **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 han llevado a cabo diversas acciones clave para la difusión y puesta en valor de esta celebración:

- **Concurso y exaltación de instrumentos tradicionales** (9 - 10 de marzo)
- **Edición y maquetación del folleto de Semana Santa**
- **Elaboración del dossier de Semana Santa**

Fiestas del Pilar

Las Fiestas del Pilar 2024, celebradas del 5 al 13 de octubre, han vuelto a consolidarse como uno de los eventos más multitudinarios y emblemáticos de Zaragoza. Con una amplia y variada oferta cultural y de ocio, las festividades han alcanzado un récord de participación, con casi 2.600.000 asistentes. Entre los actos con mayor afluencia de público destacan:

	Asistentes	Participantes
Ofrenda de Flores	409.867	110.557
Pregón de Fiestas	43.700	23.000
TOTAL	453.567	133.557

Con estas cifras, las Fiestas del Pilar reafirman su papel como un evento de referencia tanto a nivel local como nacional, atrayendo a miles de visitantes y contribuyendo significativamente a la proyección turística de Zaragoza.

Turismo deportivo

En 2024, **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"**.

Estudio impacto turístico

En colaboración con la Universidad de Zaragoza se ha realizado un estudio sobre el impacto del turismo en Zaragoza en 2024, 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 2024 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 que ofrece el Instituto Nacional de Estadística a partir de dos tipos de encuesta: la Encuesta de Ocupación de Alojamientos Hoteleros (EOAH) (INE, 204), y la Encuesta de Ocupación de apartamentos Turísticos (EOAT) (INE, 2024).

	Hoteles	Apart. Turísticos
Total viajeros	1267.263	
Total pernoctaciones	2174.902	
Estancias medias	1,7 días	3 días

682.356.872
millones de euros

III.

MARKETING Y PROMOCIÓN DESTINO

ACCIONES PROMOCIONALES

Zaragoza realiza una extensa labor de promoción exterior con el objetivo principal de mejorar el posicionamiento nacional e internacional de la ciudad como destino turístico y como lugar de referencia en turismo cultural y de experiencias.

En 2024 y en colaboración con el Gobierno de Aragón y Turespaña, ha participado en **33 eventos** clave para impulsar su proyección internacional.

También ha estado presente en 14 certámenes, 8 nacionales y 6 internacionales. Además, ha llevado a cabo 19 acciones de promoción: 7 en España y 12 en otros países.

Dichas acciones se han desarrollado en aquellos mercados emisores de turismo a la ciudad de Zaragoza, de interés tanto por su proximidad, número de habitantes como por la conectividad ferroviaria y aérea además de otros intereses estratégicos.

Considerado como un año de consolidación y transformación del turismo, Zaragoza Turismo ha llevado a cabo las siguientes actuaciones:

- Participación en las principales citas del sector.
- Participación en Jornadas Directas e Inversas.
- Participación en la IV Convención Turespaña y reuniones con las Oficinas de Turismo Españolas en el extranjero.
- Organización de acciones receptivas (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

Ferias y salones

Este año se apostó por la **gastronomía como un pilar clave en la promoción turística** de la ciudad en FITUR y Madrid Fusión 2024. Bajo el lema "**Zaragoza Sabe Bien**", la ciudad se presentó como un destino urbano con proyección internacional, combinando su riqueza patrimonial y cultural con su atractivo culinario.

En FITUR, la **chef Susana Casanova, ganadora del premio a la mejor tapa de España 2023, elaboró en directo una tapa inspirada en Zaragoza**. Además, **tres chefs internacionales de Italia, Perú y China** participaron telemáticamente, destacando la ciudad como un entorno gastronómico inspirador y comprometido con la sostenibilidad.

Se eligió Madrid Fusión como escenario para presentar oficialmente el **proyecto "Saborea Zaragoza 2024"**, que pretende convertirse en la marca gastronómica de Zaragoza en la que se recoja toda la agenda culinaria de la ciudad bajo una identidad común y compromiso con la sostenibilidad.

Mercado español - 8

FITUR Madrid (Profesional/ público final). Del 24 al 28 de enero
MADRID FUSIÓN (Profesional/ público final). Del 29 al 31 de enero
NAVARTUR Pamplona (Público final) . Del 23 al 25 de febrero
B-TRAVEL Barcelona (Público final y profesional) . Del 15 al 17 de marzo
EXPOVACIONES Bilbao (Público final). Del 10 al 12 de mayo
ARATUR Zaragoza – stand propio (Público final) . Del 24 al 26 de mayo
TUREXPO Galicia (Público final). Del 30 de mayo al 2 de junio
INTUR Valladolid (Profesional/público final). Del 14 al 17 de noviembre

Mercado francés - 3

SALON OCCYGENE DE TOULOUSE (Público final). Del 1 al 3 de marzo
SALON DITEX MARSELLA (Profesional). Del 3 al 4 de abril
FÊTE DES VOYAGES MARSELLA (Público final). Del 5 al 6 de abril

Mercado alemán - 1

ITB BERLÍN (Profesional). Del 5 al 7 de marzo

Mercado británico - 1

TTG Rimini (Profesional) . Del 9 a 11 de octubre

Mercado italiano - 1

TTG Rimini (Profesional) . Del 9 a 11 de octubre

Acciones y workshop

Durante 2024 se ha promocionado la oferta turística de Zaragoza en **19 eventos promocionales, 7 nacionales y 12 internacionales**. Los más relevantes son los siguientes:

Acto de promoción Spagna al Femminile en Galzignano Terme (Padua) - Italia – 14 de mayo de 2024.

Este año Zaragoza fue la ciudad propuesta por la Oficina Española de Turismo en Milán para participar en este evento gastronómico, al que asistimos desde Zaragoza Turismo junto a la chef Susana Casanova del restaurante La Clandestina.

El evento consistió en la realización de un menú a cuatro manos junto con la chef italiana con estrella Michelin Caterina Ceraudo en su restaurante, en el que cada chef ejecutó tres platos, fusionando lo mejor de la cocina española e italiana en una experiencia gastronómica única.

Al evento asistieron alrededor de 40 invitados entre prensa y profesionales del sector turístico de la región, a quienes se les dio a conocer no solo nuestra gastronomía si no nuestro destino y patrimonio cultural y monumental, así como la sostenibilidad y la calidad en el turismo, resaltando el papel fundamental que desempeña la gastronomía como atractivo turístico.

Acto institucional promoción Zaragoza, próximo destino y Zaragoza, Capital Mundial de la Garnacha en Madrid – 17 de septiembre de 2024

Acto promocional institucional en el que la alcaldesa de Zaragoza, Natalia Chueca, presentó en la Casa de la

Villa de Madrid los 3 leitmotivos de la promoción de la ciudad: **La ciudad de las dos Catedrales, Zaragoza, donde Goya aprendió a mirar y Zaragoza, Capital Mundial de la Garnacha**. Al acto asistieron políticos, prensa y prescriptores del sector turístico y enogastronómico de Madrid y la provincia de Zaragoza. Tras finalizar la presentación, se hizo una degustación de garnachas y un cóctel con los profesionales en las mismas instalaciones de la Casa de la Villa.

Campaña de promoción turística en Latinoamérica

La Dirección General de Turismo y Hostelería del Gobierno de Aragón ha organizado durante este año una gira de promoción para atraer al turismo latinoamericano y darnos a conocer en **México y Colombia** en los meses de mayo y junio, **Argentina, Chile y Uruguay** en octubre y **Miami** (Estados Unidos) en el mes de diciembre. Desde Zaragoza Turismo hemos participado en estas acciones, que se dividían en varias jornadas en las que se realizaban seminarios, workshops y presentaciones con prensa, profesionales del sector turístico, así como miembros de instituciones y políticos de los diferentes países.

Acciones en el Sur de Francia

Este año, Zaragoza Turismo ha llevado a cabo unas acciones específicas en diferentes ciudades del sur de Francia conectadas a diario por la línea ferroviaria de Renfe Madrid- Zaragoza-Marsella, para la promoción de la amplia oferta patrimonial, cultural, gastronómica y de ocio de la ciudad con el objetivo de atraer nuevos visitantes.

Las acciones promocionales que se llevaron a cabo a lo largo del año 2024 en el Sur de Francia, han sido de diversa índole:

- Dos puntos de información turística – Montpellier (21 a 29 de septiembre de 2024) en la estación de tren Montpellier Saint-Roch y en el "Village du Voyage" de la 8ª edición del Festival Internacional de cine de Viaje y Aventura, el Festival What a Trip!.
- Campañas de publicidad en Montpellier, Marsella y Toulouse (otoño 2024)
- Campañas de publicidad exterior (mupi digital e impreso) en Pau (primavera, verano, navidad)
- Campañas en medios de comunicación digitales dirigidas a las poblaciones de Montpellier, Marsella, Toulouse (otoño 2024)
- Campañas en redes sociales dirigidas a las poblaciones de Montpellier, Marsella, Toulouse (a lo largo del año)
- Acciones receptivas de profesionales del Sur de Francia (Blogtrip/viajes de influencers) en colaboración con RENFE (primavera y otoño 2024)

También se participó en otras acciones promocionales como las jornadas inversas de apoyo a la comercialización de la oferta turística española para **los mercados de Europa en Toledo** y **los mercados latinoamericanos en Barcelona y en las jornadas directas en BENELUX** todas ellas organizadas por Turespaña y los actos de promoción llevados a cabo en otras ciudades como **Sevilla, Santiago de Compostela, Bilbao** en colaboración con el Gobierno de Aragón

Viaje de Familiarización con turoperadores Solamento del 19 al 22 de septiembre Alemania

Zaragoza Turismo en colaboración con el Gobierno de Aragón y con la Oficina Española Turismo de Berlín acogió a un grupo de 25 agentes alemanes con el objetivo de dar a conocer la oferta turística, cultural y gastronómica para que los agentes planifiquen sus rutas con destino a Zaragoza y región. En dicha acción se llevaron a cabo presentaciones del destino y visitas turísticas.

IV Convención Turespaña 1-3 octubre en Tenerife

Zaragoza Turismo participó en este espacio de encuentro, colaboración y planificación entre TURESPAÑA a través de su red de consejerías de turismo en el exterior y los destinos turísticos españoles.

Se mantuvieron **17 reuniones con los directores y directoras de las Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero**, para promocionar Zaragoza como destino perfecto para una escapada cultural y gastronómica con motivo de la **campaña Zaragoza Capital Mundial de la Garnacha en 2025**, y con una amplia y variada oferta turística, con el objetivo de planificar acciones receptivas con profesionales de los diferentes mercados. Fruto de estas reuniones se planificaron para el próximo año distintas acciones promocionales en Zaragoza como viajes de prensa, de turoperadores, actos de promoción, jornadas directas e inversas, etc.

Acciones receptivas de atención a profesionales y prescriptores de la oferta onffline y online

Zaragoza Turismo desempeña una activa labor de difusión del destino a través de acciones receptivas (blogtrips, presstrips, famtrips) dirigidas a profesionales del sector, turoperadores, periodistas, blogueros, etc., algunas en colaboración con Turespaña, la Dirección General de Turismo del Gobierno de Aragón y las redes de las que Zaragoza Turismo forma parte.

Durante este año se ha atendido a 156 profesionales y prescriptores del destino, nacionales e internacionales en el marco de 31 acciones.

Mencionamos algunas de las principales acciones:

MARZO

- Presstrip "Emotion recollected in tranquillity" (**Italia**) - en colaboración con la Oficina de Turismo Española en Milán

MAYO

- Presstrip "Travel ni Ahwel" / TV Patrol News Network ABS CBN Canal 2 (**Filipinas**) - en colaboración con la OET de Singapur)
- Famtrip Delegación de Cámara de Comercio de Zhejiang (**China**) - en colaboración con ZEUMAT
- Famtrips con **agencias de viajes europeas** participantes a las Jornadas Inversas Mercado Europeo de Turespaña - en colaboración con Turespaña
- Presstrip revista "Knack Weekend"/"Weekend Le Vif L'Express" (**Bélgica**) - en colaboración con la OET de Bruselas
- Presstrip influencers británicos (**Reino Unido**) - en colaboración con la OET de Londres.

JUNIO

- Presstrip medios americanos (**Estados Unidos**) - en colaboración con las OETs de Nueva York y Miami.
- Blogtrip influencers Sur de Francia (**Francia**) - en colaboración con RENFE.

JULIO

- Presstrip revista Sud Vibes (**Francia**) - en colaboración con RENFE.

SEPT

- Famtrip agentes de viaje grupo Solamento (**Alemania**) - en colaboración con la OET de Berlín.

OCTUBRE

- Blogtrip influencers Sur de Francia (**Francia**) - en colaboración con RENFE.
- Presstrip medios irlandeses (**Irlanda**) - en colaboración con la OET de Dublín.
- Famtrip agentes de viaje chinos (**China**) - en colaboración con la OET de Cantón.
- Presstrip Monumental Tour (medios nacionales **Francia**) - en colaboración con Zaragoza Cultural.

El resultado de todas estas acciones promocionales se traduce con la publicación hasta la fecha de:

118 artículos

7 podcasts.

Difusión del destino

Newsletters y Portales turísticos

Zaragoza Turismo continúa con la difusión del destino a través de la amplia y variada oferta cultural, turística y de ocio existente en la ciudad durante todo el año. Se ha continuado con el envío de campañas, tanto a suscriptores particulares como a profesionales.

Esta difusión se lleva a cabo a través de envíos mensuales y bimensuales a los diferentes contactos incluidos en la base de datos de Zaragoza Turismo.

En dicha difusión están incluidas las Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero - Turespaña, profesionales del sector (TTOO y AAVV, proveedores de la oferta turística local), portales turísticos, asociaciones (Horeca, Asociación de Cafés y Bares y otras), desde las que se da difusión a la información a través de sus redes, webs y portales.

Además, Zaragoza se promociona también a través de varios portales turísticos. Los más importantes son:

Spain.Info. www.spain.info

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

Red de Ciudades AVE. <https://avexperience.es/online/zaragoza.htm>

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

RENFE Internacional. <https://www.renfe.com/es/fr/experiences/destinations-incontournables/saragosse>

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.

A lo largo de 2024 se ha llevado a cabo un **plan de medios** con acciones publicitarias tanto en prensa como en revistas, radio y tv, Así como medios generalistas en su plataforma online.

Entre los medios donde se han realizado campañas, destacan el mundo.es; diariodenavarra.es y larioja.com. Por otra parte, se han realizado también acciones publicitarias en revistas especializadas de edición nacional, tales como Conde Nast Traveler, Club Renfe, Classpaper, Conexo, Meet in.

De acuerdo con la estrategia utilizada, se ha potenciado fundamentalmente la utilización de **soportes online** a través de banners y gifs, con el fin de conseguir la máxima cobertura e impactos, con posibilidad de segmentación y medición.

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

En el ámbito nacional, las acciones se han dirigido a las comunidades de **Madrid, Cataluña, La Rioja, Navarra, País Vasco y Comunidad Valenciana.**

Este año como novedad, en el ámbito internacional se ha intensificado la promoción en ciudades del **sur de Francia**. A principios de septiembre se pusieron en marcha campañas publicitarias dirigidas al público de las regiones de Occitanie y Provence-Alpes-Cote d'Azur, focalizando en las ciudades de Toulouse, Montpellier y Marsella. Las acciones se realizaron a través de prensa y revistas digitales de las zonas objetivo, en las plataformas del web del grupo Le Figaro, así como en la plataforma de inspiración de viajes Minube. La cobertura publicitaria consistió en publicidad programática y branded content, con el objetivo de alcanzar la mejor visibilidad, mayor notoriedad y alto impacto en las campañas. Target: adultos interesados en viajes, gastronomía y cultura.

Por otro lado, se ampliaron las acciones publicitarias a **Italia**, con motivo del evento promocional gastronómico "In Femile" y en **Reino Unido**, como refuerzo de asistencia a la feria WTM.

A través de diversos canales y soportes se ha dado cobertura publicitaria a los diferentes hitos que forman parte de nuestros principales activos turísticos, 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, como la Semana Santa, la tercera edición de las Fiestas Goyescas, Zaragoza Florece, las Fiestas del Pilar o la Navidad.

A lo largo de 2024 se ha impulsado especialmente la promoción de la gastronomía, destacando "Zaragoza Capital Mundial de la Garnacha, un proyecto con el que se pretende impulsar el enoturismo aprovechando la riqueza vitivinícola del territorio, así como los numerosos eventos y actividades gastronómicas que conforman la agenda gastronómica de la ciudad.

Por otra parte, el patrimonio de la ciudad ha sido publicitado a través de "La Ciudad de las dos catedrales", representado por la Basílica del Pilar, nuestro principal reclamo turístico y seña de identidad, conocida a nivel mundial, y La Seo, cuyo mudéjar es patrimonio mundial por la Unesco.

El impacto de las acciones realizadas en los medios digitales ha sido de más de 15 millones de impresiones totales, 14.592 clics, alcanzando un promedio de CTR superior al 0,23%.

14.592 clics
0,23% CTR

Por otro lado, Zaragoza Turismo ha interactuado en redes sociales (Twitter y Facebook) con las Oficinas Españolas de Turismo en el extranjero, portales turísticos y medios de comunicación como otra forma de difusión de los atractivos turísticos de Zaragoza a nivel nacional e internacional.

Se han realizado, en Facebook Ads, 18 campañas a nivel nacional (Madrid, Cataluña, Valencia, Andalucía, La Rioja, Lleida y Navarra) y 7 en Francia (Lyon, Bordeaux, Paris, Marseille, Montpellier, Pau y Toulouse) con un total de 5.455.046 impresiones, 50.529 clics y un CTR medio de 1,3%.

Asimismo, se han publicado 12 sorteos para los partidos del Real Zaragoza con un total de 695.158 impresiones y 7.295 clics, 8 sorteos para los partidos del Casademont femenino con 228.994 impresiones y 5113 clics y 9 sorteos del Casademont masculino, con 406.396 impresiones y 5827 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 del blog en tres idiomas y las redes sociales (Instagram, Facebook, X-Twitter, TikTok, YouTube y Flickr) para seguir sumando seguidores y afianzar a los ya existentes.

Respecto a Redes Sociales, ha sido un año con resultados muy positivos. Instagram, la red social que mayor crecimiento ha experimentado a lo largo del año, ha alcanzado un total de 54.197 seguidores, lo que supone un 16% de incremento respecto a 2023. En esta cuenta merece especial mención el aumento de la interacción. La página de Zaragoza Turismo en Facebook ha finalizado el año con un total de 57.790 seguidores, cifra que aumenta un 6% respecto a 2023. Crecimientos que superan notablemente al de años anteriores en ambas redes sociales.



La gran novedad de 2024 ha sido la incorporación de TikTok a las redes sociales en las que Zaragoza Turismo está presente. La cuenta se abrió en abril de 2024 y, durante este periodo se han registrado 20k visualizaciones y 147 seguidores.

Las cuentas en idiomas de X-Twitter también terminan el año en crecimiento: @Visit_Zaragoza ha logrado 26 nuevos seguidores, alcanzando un total de 1.670 seguidores, lo que supone un incremento del 2% respecto a 2023. El perfil de Twitter en francés @Visit_Saragosse ha alcanzado en este 2024 un total de 816 seguidores.

IV.

EXCELENCIA
Y ADEUCACIÓN
DEL DESTINO

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 14785:2015

Para Oficinas de Información turística y Servicios de atención e 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 como marca de Q de calidad.

UNE-EN ISO 9001:2015

Norma que establece los criterios que deben cumplir los Sistemas de Gestión de la Calidad implantados en una empresa, que tiene como objetivo principal la mejora continua de los servicios de una empresa de cara a lograr la satisfacción del cliente.

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 950 puntos.

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. Este Sello se renueva anualmente manteniendo a día de hoy las dos distinciones, como reconocimiento a la apuesta de Zaragoza Turismo por 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.** Excelencia Turística: 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

Sello de excelencia y modelo EFQM

Con el objetivo de alcanzar la Excelencia en la gestión, Zaragoza Turismo dispone del Sello de Excelencia Aragón Empresa en Categoría Plata otorgado por el Instituto Aragonés de Fomento (IAF), tras superar una evaluación según el Modelo EFQM 2020 (European Foundation for Quality Management), en la que se requería de un análisis objetivo, riguroso y estructurado de la actividad y los resultados de nuestra Organización.

Las empresas y organizaciones poseedoras del Sello de Excelencia deben validar su nivel realizando el proceso de diagnóstico y evaluación cada 4 años y reconoce la gestión excelente, innovadora y sostenible de las organizaciones. Zaragoza Turismo en su compromiso con excelencia en la gestión dispone de dicho reconocimiento desde el año 2012.

