

Memoria de actividad Asociación Turística Valle del Aragón Año 2022



INFORME DE GESTIÓN 2022 ATVA.

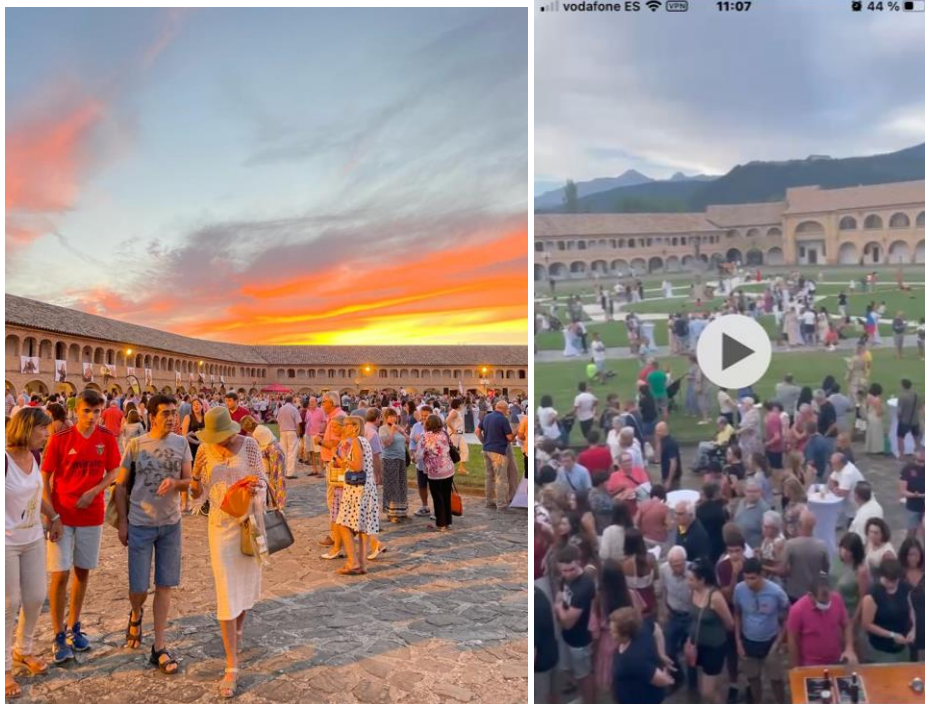
2022 EL AÑO DE LA VUELTA A LA NORMALIDAD

Resumen acciones ejecutadas desde la A.T.V.A en 2022. Actuaciones de ; coordinación, estrategia de prevención, participación y de impulso para la recuperación del destino turístico Valle del Aragón, tras los dos años la pandemia provocada COVID -19 con el Gobierno de Aragón y otras Instituciones.

1 ACCIONES DE COORDINACION Y PROMOCION MEDIANTE LA CO-OPERACIÓN TRANSFRONTERIZA:

- Impulso al turismo transfronterizo en co-operación con la OTHB (Oficina de Turismo del Haut Bearn) mediante diversa acciones.
 - o Impulso a la firma de de un convenio entre ambas instituciones.
 - o Organización de un evento gastronómico durante el mes del Agosto de 2021 en la Ciudadela de Jaca. Velada gastronomica 14.08.2022. Unidos con el tejido asociativo integrante de la OTHB. Agro productores de la región vecina del Bearn. Participantes ene l evento (expositores 40. Impacto: 9276 personas acudieron al evento.





Evento gastronómico Ciudadela agosto 2022. Foto ATVA.

- Acciones de promoción conjunta y recíproca .Visibilidad en medios promocionales impresos y digitales. Intercambio de espacios publicitarios simultáneos, a partir de la primavera de 2023.
- Un total de 4 reuniones mantenidas de un lado y otro para poner en marcha un :

PUESTA EN MARCHA DE UN PROGRAMA DE TRABAJO CONJUNTO ENTRE LA OTHB Y LA ASOCIACIÓN TURÍSTICA VALLE DEL ARAGÓN QUE CONSISTIRÁ EN:

1.1 -ACCIONES PROMOCIONALES CONJUNTAS DE CARÁCTER TRANSFRONTERIZO:

1.1 - Intercambio de venta on line (generación de códigos QR como tiene Francia) para socios de un lado y otro. Forfaits Astun verano, visitas guiadas, Ecoparque ,Güixas , Caballos El Pesebre , Ciuddela, Museo Diocesano, Pista de Hielo. En los espacios del lado Francés se promocionarán los del aldo español y vice –versa.

1.2 – Creación de varios eventos gastronómicos ligados a los pequeños productores, que sean de relevancia y transfronterizos. Ciudadela, Villanua, Espacio Nórdico Somport y otros municipios del Valle del Aspe.

1.3 – Dedicación de 2-4 paginas en las publicaciones que realiza ATVA y la OTHB respectivamente. Consistirá en ofrecer información recíprocamente e inversamente de los territorios para impulsar la creación de un territorio único que responda a una estrategia turística común y que permita desarrollar una planificación estratégica conjunta de las experiencias turísticas disponible sen oferta para satisfacer al la demanda franco –española.

1.4 Se incorporarán (en la edición de ATVA un mapa específico de la zona francesa, cómo acceder distancias km,sus municipios , experiencias turísticas y espacios visitables de relevancia y vice-versa en la publicación de la OTHB donde se publicará un mapa del Valle del Aragón.

1.2.2-ACCIONES CONJUNTAS DE CARÁCTER DE CONTINUIDAD Y COLABORACION INSTITUCIONAL:

- 2.1 Redacción de un convenio de colaboración entre ambas instituciones para la co-operación transfronteriza.
- 2.2 Creación de la primera asociación turística transfronteriza del Pirineo. Estudio de los requisitos jurídicos para tal fin.
- 2.3 Gran rueda de prensa en el Espacio Nórdico de Somport para la firma del convenio.
- 2.4 Reunión con la CTP en Jaca para el asesoramiento por parte de la CTP para la consecución de fondos en el marco de un POCTEFA dada la dimensión transfronteriza, para impulsar el nacimiento de la nueva entidad y los diferentes programas posibles a incorporar en la candidatura proyectada:
 - o Digitalización Turística del destino transfronterizo.
 - o RRHH. Personal.
 - o Comunicación.
 - o Formación e Intercambios transfronterizos del personal de las empresas y O. Turismo de ambos territorios.
 - o Sostenibilidad Turística. Dinamización de los entornos paisajes rurales, granjas, parque nacionales...etc.
 - o Impulso al uso del transporte por carretera y por tren (bus Canfranc - Bedous y bus Canfranc Jaca) como uso turístico asociado a otras experiencias turísticas.

SENSIBILIZACION Y COMUNICACIÓN

- Envío de información a los socios y empresas del territorio de los BOE y BOA emitidos desde las administraciones públicas para consecución de ayudas en materia de digitalización al sector cursos, y niveles aplicados.
- Trabajo de difusión, apoyo y asesoramiento para la consecución de las ayudas Estatales autonómicas, y locales publicadas durante el año 2022.

2 - SUBVENCIONES PARA LA PROMOCION DEL VALLE DEL ARAGON: Tramitación, Seguimiento, Ejecución, justificación y cobro.

RESOLUCION DE LA DGT DE FECHA 29/07/2022 RELATIVA A CONVOCATORIA BOA nº 55 de 21/03/2022 para subvenciones del Departamento de Competitividad, Industria y Desarrollo Empresarial del Gobierno de Aragón.

ENTIDAD BENEFICIARIA:

ASOCIACIÓN TURÍSTICA VALLE DEL ARAGÓN (A.T.V.A)

Constituida originariamente en la localidad de Canfranc el 11 de septiembre de 1998, como Asociación Turística del Valle del Aragón, es un asociación sin ánimo de lucro con entidad jurídica propia integrada por socios públicos (Ayuntamientos de ,Villanúa, Borau, Aísa, Castiello de Jaca) privados - Empresas Turísticas del territorio Comarcal Jacetano como EIVASA; ([Astún](#)) ETUKSA; ([Candanchú](#)), APIRSA; ([Aeródromo de Santa Cilia](#)) y recientemente incorporado como socio, el Castillo de San Pedro o Ciudadela de Jaca, cuyos objetivos principales y según se recogen en sus estatutos quedarán resumidos en:

Potenciación del Turismo y del Deporte.

Conservación del Patrimonio Cultural y Natural.

Desarrollo integral de la Jacetania para promover el progreso y desarrollo económico y social de los municipios que lo integran así como la mejora de la calidad de vida de sus habitantes.

Promoción del Destino turístico.

Dinamización Turística. Parte Gestora de los Planes de producto Turístico y de Competitividad. Horizonte del Turismo 2020 y de la actual estrategia Aragonesa para el PAET 2020-2024 e implementación plan de Desarrollo Sostenible 2030.

Impulsora de captación de recursos económicos para la puesta en marcha de programas orientados a la sostenibilidad social, económica y turística, del Valle del Aragón y la Comarca de la Jacetania.

Digitalización del Destino. Miembro institucional de la red DTI, Destinos Turísticos Inteligentes desde el año 2021.

OBJETO DE LA SOLICITUD:

LA A.T.V.A entre sus objetivos contempla los orientados a la promoción y comercialización, digitalización y vigilancia de la competitividad del destino que representa.

De ello que emprenda acciones de promoción turística en general para potenciar la actividad turística en la Comunidad Autónoma de Aragón según el Plan Aragonés Estratégico de estrategia Turística Sostenible, para Aragón 2020-2024 -2030, y en el Pirineo en particular.

De entre sus objetivos también se atiende a establecer líneas convergentes que permitan una alineación de las estrategias en materia de política turística entre la entidad solicitante y el Gobierno de Aragón para el beneficio común de las partes y de los visitantes de Aragón.

Todo ello en el marco de la innovación, el posicionamiento de la marca Aragón como destino de primer orden a nivel nacional y también en la mejora de la visibilidad mediante la promoción, cuyo resultado mejorará la comercialización y la oferta turística aragonesa.

3 MEMORIA DE ACTIVIDADES PROMOCIONALES DESARROLLADAS.

Se han ejecutado acciones que generan una promoción y difusión de la oferta turística e imagen favorable de Aragón, de su Pirineo como destino turístico, más competitivo, diferencial e innovador.

1 CAMPAÑA PUBLICITARIA MATERIAL PROMOCIONAL EN DISTINTOS SOPORTES:

1.1 Edición de dos publicaciones impresas y en soporte digital descargables desde www.valledelaragon.com, semestrales; la de invierno primavera 21-22 junto con las estaciones de esquí de Astún y Candanchú, y la de verano otoño 2022, especialmente sensibilizada a difundir la apuesta del Gobierno de Aragón hacia el ejercicio de la actividad turística en el destino en unos parámetros de seguridad y confianza para el visitante, y también a centralizar y promocionar toda la oferta turística del Valle del Aragón con el objetivo de mejorar la competitividad, la digitalización del territorio y del CCAA.

Dicha publicación centraliza toda la oferta turística del destino. Tirada total 10.000 ejemplares y 9.000 ejemplares respectivamente.

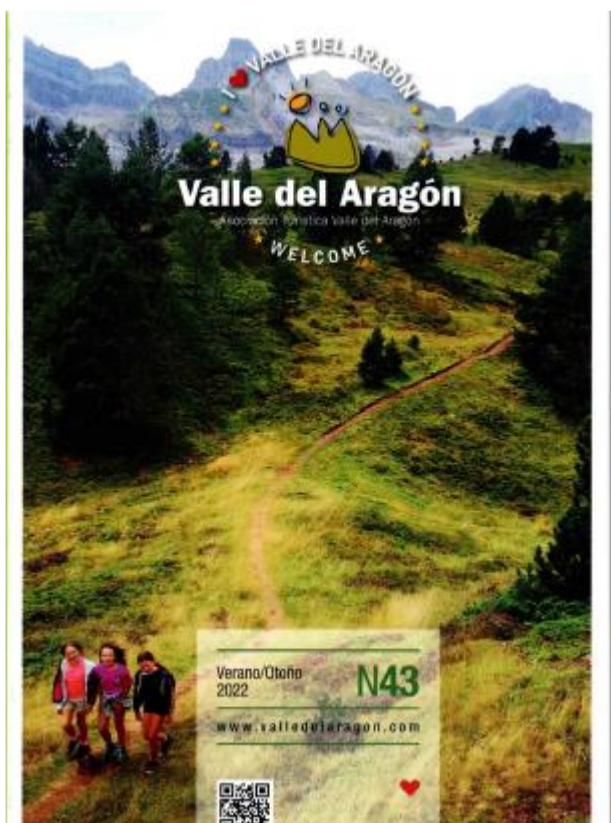
Presupuesto; (IVA INCLUIDO) 16.985.60€.

Publicación nº 42 invierno –primavera 2021-2022:



<https://www.valledelaragon.com/revista/revista42.pdf>

Publicación nº 43 verano –otoño -2022



<https://www.valledelaragon.com/revista/revista43.pdf>

1.1.1 Edición de 15.000 planos turísticos anverso Valle, reverso Jaca

Presupuesto (IVA INCLUIDO) 719.50 € para esta actuación.

1.1.2-. Realización de un Roller promocional ATVA-100K para las presentaciones en ferias y promoción de la marca 100K y destino Valle del Aragón.

Total presupuesto para esta actuación: 175.45 € (IVA INCLUIDO).

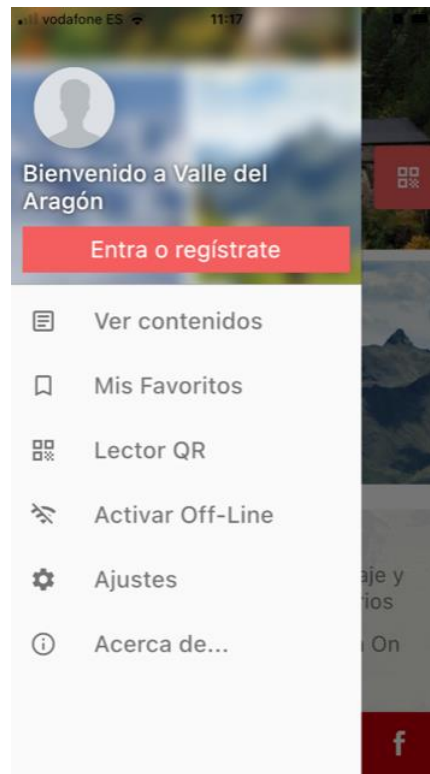
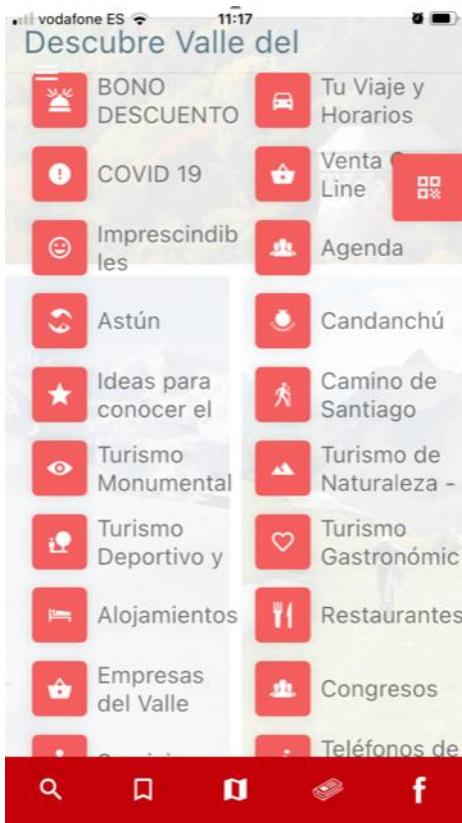


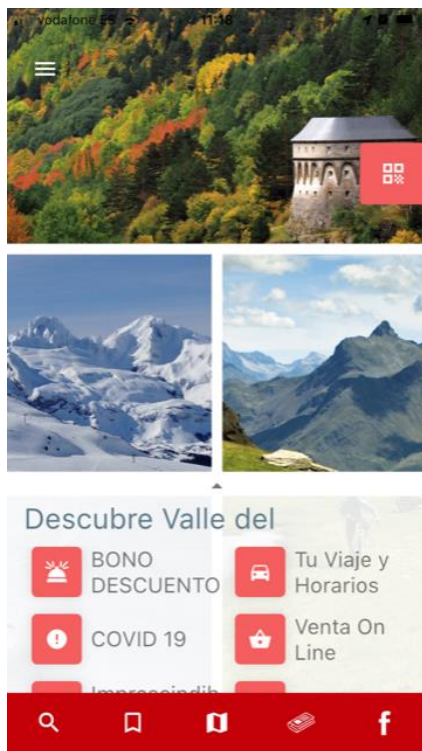
1.2 – Actualización y mejora de una solución tecnológica innovadora, mediante la creación de contenido turístico on line adaptado a smartphones y tablets denominado “Guía Turística Valle del Aragón - Oficina Virtual de Turismo”.para la promoción de los recursos turísticos del Valle del Aragón en soporte digital, así como su repercusión y visibilidad en las redes sociales.

Presupuesto para esta actuación:

- Para la actualización de contenidos y oferta turística digital en la APP 20221.028 ,50 € (IVA INCLUIDO).

Imágenes de la nueva versión de la APP:





1.3 - Actualización del contenido del portal de la Asociación Turística Valle del Aragón; web www.valledelaragon.com, mediante la creación de contenido turístico on line para la promoción de los recursos turísticos del Valle del Aragón en soporte digital, así como su repercusión y visibilidad en las redes sociales.

Total presupuesto para esta actuación: 1.101.71 € (IVA INCLUIDO).



3 ACCIONES PROMOCIONALES DE LA OFERTA TURISTICA EN EVENTOS NACIONALES E INTERNACIONALES.

- **FITUR 2022.** LA AT.V.A promocionó el Valle del Aragón en el espacio Institucional dedicado al Pirineo Aragonés dentro del stand del Gobierno de Aragón en FITUR 2022. Impulso a las experiencias turísticas, y además participó en la presentación de las experiencias turísticas “PIRINEO- VALLE DEL ARAGON EXPERIENCIA 100 K Y MUCHO MÁS”.
- **EXPERIENCIA TURISMO DEPORTIVO -ASTUN CANDANCHU “ TERRITORIO 100K”.** Se realiza la presentación de un video –audiovisual del producto estrella de la nieve para este año 2022. Mas de 100 K esquiadores gracias al acuerdo entre las estaciones del Astún y Candanchú en el Valle del Aragón. La presentación audiovisual irá acompañada de un avance sobre la Fase 1 de la Unión Astún –Candanchu. <https://astuncandanchu.com/>
- **EXPERIENCIA CULTURAL -PATRIMONIAL “ EL LEGADO INVISIBLE”.** El Museo Diocesano atesora buena parte de la riqueza del Románico en Aragón.

La Ciudadela o Castillo de San Pedro de Jaca contribuye enormemente a través de nuevas experiencias, no solamente vinculadas a las experiencias turísticas culturales – patrimoniales sino también a las de sensibilización medioambiental a través de sus producto ECOCIUDADELA.



Presentación Pirineo Valle del Aragón 100 K y mucho más.

En FITUR 2022, se realizó una proyección de un audio visual especialmente elaborada para FITUR 2022 por CART, ARAGON TV del documental “legado Invisible” para este evento. Evento conjunto de La Ciudadela, y 100K La presentación se acompañó de animación; todo ello amenizado y relatado en directo gracias a la colaboración y presencia de uno de los grandes artistas de nuestra zona Toño L’hotellerie que es un especialista en este tipo de representaciones.



Foto animación Toño l’Hotellerie.



Foto familia asistentes ATVA

Total presupuesto para esta actuación: 1002.03 € (IVA INCLUIDO).

PRESUPUESTO GENERAL EJECUTADO:

Proyecto / Concepto	Coste (IVA incluido)
-Medios promocionales destino Valle del Aragón. (Soporte papel y otros)	17.705.10 €
Medios promocionales destino Valle del Aragón. (Soporte digital herramientas virtuales)	1.028,50 €
Medios promocionales destino Valle del Aragón. (Soporte digital herramientas web)	1.101.71 €
Promoción del destino, del Pirineo aragonés, ferias y eventos especiales.	1106.70 €
TOTAL	20.942.01 €

MODIFICACIONES E INCIDENCIAS EDICIÓN DE MATERIAL PROMOCIONAL IMPRESO.

En los apartados 1.1, 1.1.1 y 1.1.2 se han producido algunos cambios en cuanto a la edición de material impreso.

La crisis en los suministros de materia prima (papel) a algunos de los proveedores habituales provocó que se tuviesen que ajustar los encargos a la disponibilidad de papel para impresión.

En el caso del 1.1 la edición de las dos publicaciones semestrales que la A.T.V.A edita desde el año 2000, hubo una rotura de stock cuya emergencia ocasionó que se tuviese que acudir a otro proveedor diferente, motivo por el cual se adjunta a esta memoria el anexo –informe sobre la modificación en el proveedor para el diseño e impresión de la publicación Nº 43 correspondiente al verano otoño 2022.

4 DIGITALIZACIÓN DEL DESTINO. REDACCION DEL PLAN ESTRATEGICO DE DIGITALIZACION DEL VALLE DEL ARAGON, MAPA DE ACTORES Y CRONOGRAMA 2022-2025.

2.1 Se detalla en los tres anexos a esta memoria.

5 RED DTI. PROYECTOS. LA ATVA ES MIEMBRO DE LA RED DTI DESDE 2020. PRESENTACION DE UN PROYECTO DE DIGITALIZACION DEL CAMINO DE SANTIAGO EN CONVOCATORIA DE AYUDAS LA SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO Y A TRAVES DE SEGITTUR, PARA ENTIDADES PERTENCIENTES A LA RED DTI POR LAS QUE TRANSITA EL CAMINO DE SANTIAGO:

La A.T.V.A coordinó junto a dos de sus socios públicos, Villanua y Castiello de Jaca y la Mancomunidad del Alto Valle del Aragón,(todos ellos miembros de la RED DTI) la elaboración de la memoria del proyecto, la compilación de datos y anexos a presentar como candidato. Formará parte del proyecto como entidad subcontratada para la gestión.

PROYECTO IMPULSADPOR ATVA ;EN EL MARCO DE LA CONVOCATORIA ORDEN ICT /1528/2021 del MINCOTUR PARA AYUDAS EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y MODERNIZACIÓN DE ENTIDADES LOCALES QUE FORMAN PARTE DEL CAMINO DE SANTIAGO PARA DESARROLLAR EL PROYECTO DENOMINADO” MODERNIZACIÓN Y DIGITALIZACIÓN DEL CAMINO DE SANTIAGO FRANCÉS SOMPORT –VALLE DEL ARAGON DIGIT 4.0 “TODAS ELLAS PERTENCIENTES A LA MISMA RUTA DEL CAMINO DE SANTIAGO FRANCES - ARAGONES Y A LA RED DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES (RED DTI)

Fecha publicación convocatoria: BOE 13.01.2022 Nº 11. MINCOTUR

Denominación del Proyecto: ” MODERNIZACIÓN Y DIGITALIZACIÓN DEL CAMINO DE SANTIAGO FRANCÉS SOMPORT –VALLE DEL ARAGON DIGIT 4.0 “

Líder del Proyecto: Ayto Villanua.

Socios: Ayuntamientos de Villanúa, de Castiello de Jaca y Mancomunidad del Alto Valle del Aragón.

Presupuesto Total: 744.795 €. Por socio: 33.33%.

2.13. PRESUPUESTO DEL PROYECTO GLOBAL			
ENTIDAD: AGRUPACION	2022	2023	TOTAL
<i>Gastos Personal</i>			
<i>Activos materiales e inmatrimoniales inventariables</i>	298.568 €	298.568 €	597.135 €
<i>Material fungible</i>			
<i>Subcontratación</i>	49.800 €	54.300 €	104.100 €
<i>Viajes y alojamiento</i>			
<i>Gastos de publicidad</i>		43.560 €	43.560 €
<i>Otros gastos de funcionamiento</i>			
COSTES INDIRECTOS			
TOTAL PRESUPUESTO	348.368 €	396.428 €	744.795 €

Fecha de presentación solicitud y documentación dossier de candidatura: 10.06.2022.
Estado .Pendiente de resolución.

Resumen y objetivos del proyecto, " **MODERNIZACIÓN Y DIGITALIZACIÓN DEL CAMINO DE SANTIAGO FRANCÉS SOMPORT –VALLE DEL ARAGON DIGIT 4.0** en el marco del Protocolo General de actuación para la participación, impulso, apoyo y promoción de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes (RED DTI) firmado en Madrid, España, el 27 de febrero de 2019

5.1 OBJETIVOS:

1 Aportar a la recuperación del sector; impulsar la recuperación de la actividad turística acelerar el proceso de la digitalización del sector y reducir la brecha digital que padecen los municipios y la España vaciada.

2 Aumentar la resiliencia. Este contexto ha dejado patente la necesidad de reducir la vulnerabilidad y aumentar la Resiliencia para ganar en flexibilidad, capacidad de reacción-adaptación, amortiguación y recuperación del destino turístico ante diferentes cambios, impactos y amenazas externas.

3 Cumplir con el cambio de paradigma turístico. Alineación estratégica del Destino Inteligente Valle del Aragón con las estrategias según los siguientes documentos:

De este cambio de paradigma nace la iniciativa Camino de Santiago Somport-Valle del Aragón Digit 4.0.el cual, siguiendo el principio de jerarquía y complementariedad, se alinea temáticamente y multiescalarmente a los principales marcos estratégicos en materia de turismo y sostenibilidad:

- Agenda 2030 sobre el desarrollo sostenible (Naciones Unidas, 2015).
- Estrategia Turismo Sostenible de España 2030 (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, Gobierno de España, 2020).

- Estrategia Aragón Turismo Sostenible 2030 (Dirección General de Turismo, Gobierno de Aragón, 2020).
- S.E.T. Plan Turístico Nacional Xacobeo 2021-2022.

4 Mejorar la competitividad del turismo cultural- patrimonial. El proyecto permitirá mejorar la competitividad del Camino de Santiago gracias al impulso a la modernización y digitalización del Camino de Santiago Frances a su paso por el Valle del Aragón en la CCAA de Aragón, en el marco del Plan de Recuperación y Resiliencia del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través la Secretaria de Estado de Turismo, la sociedad SEGITTUR, La Red DTI y el Plan Turístico Nacional Xacobeo 2021-2022.

5 Innovar. Ello se conseguirá **mediante la implementación de medidas** que permitan la modernización del turismo en España en general y **de acciones específicas innovadoras tecnológicamente avanzadas**, para el impulso a la competitividad del Camino de Santiago mediante la digitalización y el impulso a la sostenibilidad social – ambiental

De lo anterior solo se obtendrá una estrategia adecuada a las necesidades actuales para dar un buen servicio al peregrino, mejorar la imagen y proporcionar una grata experiencia si hay un trabajo de colaboración entre lo publico y lo privado; es decir **entre las entidades locales y las empresas** que prestan servicios a los peregrinos.

6 Contribuir al reto Demográfico contra la España vaciada. La mejora en la competitividad turística del Camino de Santiago, gracias a la digitalización y la sostenibilidad, tendrá un efecto multiplicador sobre la población y aportará valores positivos contra la despoblación de los núcleos rurales adyacentes al Camino de Santiago, contribuyendo de este **modo al reto demográfico de la España vaciada, a un horizonte de una España Verde, digital, inclusiva, cohesionada territorial mente y sin brechas de género.**

7 Impulsar la cooperación –publico –privada .Subcontratación para la dirección - gestión técnica del proyecto, seguimiento administrativo de toda la documentación, justificación e implementación de las actividades, así como establecimiento de un programa de continuidad -vigilancia en los próximos años, a través de dicha entidad.

5.2 LAS ACCIONES:

Se detallan en el Anexo –propuesta para el proyecto “.” MODERNIZACIÓN Y DIGITALIZACIÓN DEL CAMINO DE SANTIAGO FRANCÉS SOMPORT –VALLE DEL ARAGON DIGIT 4.0 “.



6 ESTRATEGIA TURISTICA DE LA ATVA. 2021-2024.FUNDAMENTOS DEL PAET 2021-2024 A TENER EN CUENTA PARA EL RE-DISEÑO DE LA ESTRATEGIA TURISTICA DESDE LA ASOCIACIÓN TURISTICA DEL VALLE DEL ARAGON

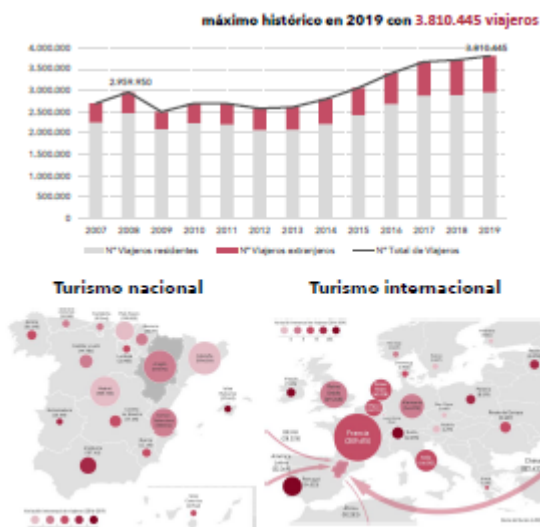


RESUMEN DEL PAET

PAET 2021-2024

INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS PREVIOS

- ARAGÓN hasta el 2020 presentaba un **crecimiento constante** de visitantes, pernoctaciones y gasto turístico.
- El impacto socioeconómico derivado de la **COVID-19** genera incertidumbre e implica reorientar la estrategia turística para reforzar la **resiliencia del destino**.
- La gobernanza, la inteligencia turística, la digitalización y especialmente la **sostenibilidad** son herramientas para alcanzar dicha resiliencia.
- El nuevo PAET es una **herramienta viva y dinámica, flexible y adaptable** a diferentes escenarios.





HACIA DONDE VAMOS






1 Gobernanza turística para fomentar la coordinación entre los agentes del sector

- **Coordinación y cooperación Público-privada, interinstitucional, interdepartamental y exterior.**
- **Coordinación entre Oficinas de Turismo para compartir información turística.**
- **Impulsar las agencias receptoras que trabajen el destino Aragón.**
- **Convocatorias de ayudas y subvenciones en materia de turismo.**

2

Creación de productos turísticos sostenibles e innovadores. Consolidación y desarrollo de productos y otras acciones de promoción

- Desarrollo de productos turísticos innovadores basados en la sostenibilidad.
- Promocionar experiencias turísticas originales, sostenibles y diferenciales.
- Acciones de promoción innovadoras: Campañas en diferentes soportes, Ferias, "puerta a puerta", Fam trips, Press trips y Blog trips.
- Mercados nacionales e internacionales → Conexión directa ✈️ 🚆
- Dinamización de los clubes de producto.

CARTERA DE PRODUCTOS DE AMPLIO ESPECTRO.

Cartera de productos de amplio espectro

- Productos turísticos basados en la sostenibilidad
- Innovación y nueva ideación de productos
- Consolidación y desarrollo
- Confianza y seguridad
- Desestacionalización
- Fidelización

The circular diagram illustrates the product portfolio structure with three concentric rings:

- ESTRELLA (Center):** Includes 'Ibercaja' and 'Turismo activo (Aparición)'. A yellow star is at the center.
- EMERGENTE (Middle Ring):** Includes 'Turismo rural', 'Turismo cultural', 'Turismo gastronómico', 'Turismo deportivo', 'Turismo de aventura', 'Turismo de bienestar', 'Turismo de naturaleza', 'Turismo de patrimonio', 'Turismo de salud', 'Turismo de ocio', 'Turismo de compras', 'Turismo de negocios', 'Turismo de eventos', 'Turismo de reuniones', 'Turismo de incentivos', 'Turismo de formación', 'Turismo de conferencias', 'Turismo de congresos', 'Turismo de exposiciones', 'Turismo de ferias', 'Turismo de convenciones', 'Turismo de simposios', 'Turismo de coloquios', 'Turismo de jornadas', 'Turismo de talleres', 'Turismo de cursos', 'Turismo de seminarios', 'Turismo de webinars', 'Turismo de podcasts', 'Turismo de newsletters', 'Turismo de blogs', 'Turismo de vlogs', 'Turismo de influencers', 'Turismo de embajadores', 'Turismo de bloggers', 'Turismo de vloggers', 'Turismo de influencers', 'Turismo de embajadores', 'Turismo de bloggers', 'Turismo de vloggers'.
- INNOVADOR (Outer Ring):** Includes 'Turismo rural', 'Turismo cultural', 'Turismo gastronómico', 'Turismo deportivo', 'Turismo de aventura', 'Turismo de bienestar', 'Turismo de naturaleza', 'Turismo de patrimonio', 'Turismo de salud', 'Turismo de ocio', 'Turismo de compras', 'Turismo de negocios', 'Turismo de eventos', 'Turismo de reuniones', 'Turismo de incentivos', 'Turismo de formación', 'Turismo de conferencias', 'Turismo de congresos', 'Turismo de exposiciones', 'Turismo de ferias', 'Turismo de convenciones', 'Turismo de simposios', 'Turismo de coloquios', 'Turismo de jornadas', 'Turismo de talleres', 'Turismo de cursos', 'Turismo de seminarios', 'Turismo de webinars', 'Turismo de podcasts', 'Turismo de newsletters', 'Turismo de blogs', 'Turismo de vlogs', 'Turismo de influencers', 'Turismo de embajadores', 'Turismo de bloggers', 'Turismo de vloggers'.



3

Formación e investigación en turismo sostenible y digitalización para un destino más resiliente

- Observatorio Turístico de Aragón.
- I+D+i turística. Estudios turísticos, transferencia de conocimiento e innovación tecnológica al sector.
- Colaboración con Universidad y Educación, para la generación de redes de conocimiento turístico y prescriptores del territorio aragonés.
- Formación en turismo presencial y online.

© Asociación Turística Valle del Aragón (ATVA)



4

Posicionamiento de Aragón como destino sostenible, accesible, experiencial, de bienestar, calidad y de eventos.

- Posicionamiento como destino sostenible y de calidad.
- Posicionamiento como destino accesible e inclusivo.
- Posicionamiento como destino experiencial y de bienestar.
- Posicionamiento como destino de eventos y citybreaks.

Impulsar prácticas, sellos y certificaciones en calidad y sostenibilidad

© Asociación Turística Valle del Aragón (ATVA)



5

Profesionalización y ordenación del sector turístico. Lucha contra el intrusismo.

- Inspección turística y lucha contra el intrusismo.
- Guías oficiales. Formación, difusión de su labor y control de los no profesionales.
- Manuales de calidad y excelencia para la profesionalización.
- Actualización de la normativa turística:

Subvenciones turísticas	Turismo Activo	Alojamientos ale libre y estacionamientos	Baras, restaurantes y cafeterías	Preços y reservas alojamiento turístico	Viviendas de Uso Turístico (VUT)
					



6

Fomentar el uso de las TIC para coordinar agentes y promocionar destinos y experiencias.

- Crear un plan de estrategia online.
- Big Data turístico y herramientas tecnologías para mejorar la experiencia del turista.
- Fortalecimiento de RRSS y portales turísticos de Aragón.
- Aplicaciones de comunicación interactivas para el Foro Profesional, la intranet de las Oficinas de Turismo.
- Banco de imágenes y vídeos turísticos de Aragón.



7

Empleo de la gastronomía y la excelencia del producto local como dinamizador del turismo.

- Plan de Gastronomía de Aragón. Promocionar productos, eventos y rutas gastronómicas.
- Actualizar y promocionar la Agenda gastronómica de Aragón.
- Promover productos de proximidad (km0), sostenibles y con certificaciones de calidad.
- Impulso de la profesionalización a través de los centros de formación en hostelería y turismo.
- Difusión de la marca "Enoturismo Aragón" y las cuatro rutas del vino.



8

Impulsar la imagen de Aragón para atraer y fidelizar al turista, ofreciendo una experiencia emocional y diferencial.

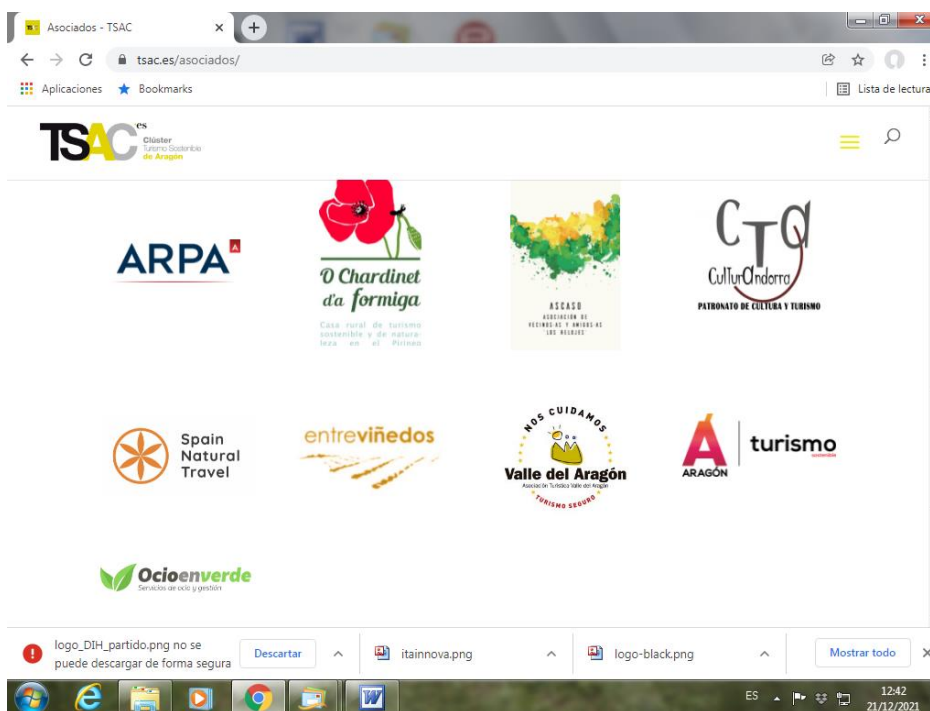
- Destino experiencial, saludable y sensorial
- Destino de naturaleza, *slow*, *wellness*, espiritual y religioso.
- Impulsar "Embajadores de Aragón" y patrocinios con entidades, eventos o personas de reconocido prestigio.
- Fortalecer la relación con las *Film Commissions* de Aragón y de España.
- Mejorar la señalización turística unificando imagen e incidiendo en su digitalización.

Marketing emocional y storytelling en RRSS

7 – PROYECCION DE LA ATVA EN EL NUEVO ESCENARIO DEL TURISMO ARAGONES.

Ante el nuevo escenario estratégico del Turismo Aragonés la A.T.V.A estableció contactos con varias entidades relacionadas con la estrategia turística digital y la sostenibilidad del turismo. El objetivo es alinear al máximo y de manera convergente, nuestro destino y su planificación estratégica para los próximos años, **asegurando que los objetivos de desarrollo de nuestro Valle en la planificación turística estén orientados a una mayor competitividad, mejora de las experiencias turísticas posicionando y modernizando el valle hacia la digitalización y la sostenibilidad.**

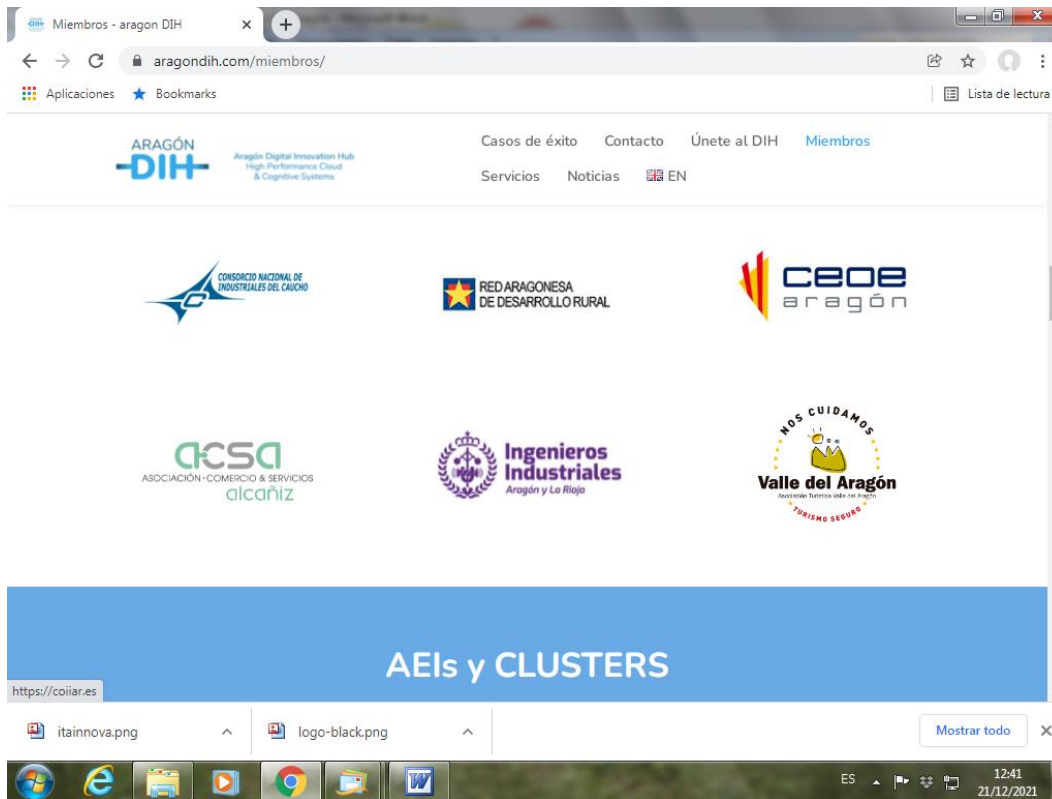
La A.T.V.A es miembro del **Cluster De Turismo Sostenible aragonés** desde 2021 y también del **Digital Innovation Hub de ITAINNOVA** y contará con el apoyo y trabajo de ambas entidades. Con el Cluster TSAC a través del proyecto entre países miembros de la UE DIGITOUR (*1), y en el caso del DIH para puesta en marcha de nuevas herramientas digitales y conocimiento de la I+d+i aplicada a la digitalización turística.



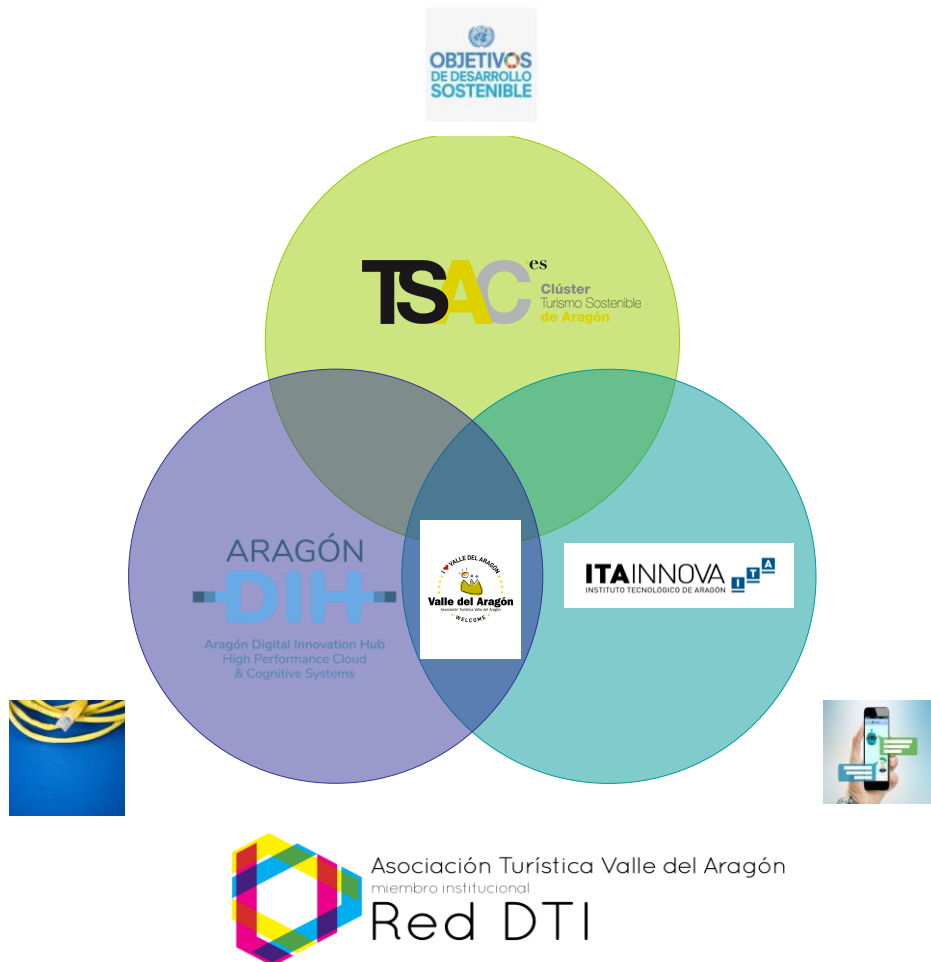
(1*)

El 20 de diciembre del 2021, el **Clúster de Turismo Sostenible de Aragón** junto con 10 organizaciones colaboradoras en total, que representan a 8 países europeos, han firmado un acuerdo de consorcio, basado en el Gran Acuerdo firmado anteriormente, aceptando participar en el proyecto **“Impulso al sector turístico en Europa a través de herramientas digitales e innovación - DIGITOUR (101038133) ”**, financiado a través de la Agencia

Ejecutiva para las Pequeñas y Medianas Empresas (EASME), encomendado por la Comisión Europea, en el marco del Programa COSME COS-TOURINN-2020-3-04.



El trabajo de la A.T.V.A en este contexto de innovación; Alinear **políticas de innovación** y trabajar de manera convergente en la definición de los nuevos productos sostenibles y digitales y su comercialización en la era digital.



Los motivos por los que la A.T.V.A decide incorporarse al TSAC son de diversa índole, pero principalmente se podrían resumir en:

- Dotar al Turismo Sostenible del Valle del Aragón de mayor visibilidad, a nivel autonómico y a nivel nacional e internacional. El crecimiento del turismo de Naturaleza en el Valle del Aragón, conlleva ir trabajando en nuevas fórmulas innovadoras adaptativas a los perfiles de nuestros visitantes, cada vez más persuasivos en cuanto a la búsqueda de experiencias “únicas y especializadas” acordes con su estilo de vida.

- Ser más competitivos. La formación y el conocimiento de nuestros empresarios y trabajadores por el camino de la digitalización del sector y el manejo de las herramientas tecnológicas y digitales, es otro pilar fundamental con el que la ATVA y el TSC podrán trabajar conjuntamente.
- Aprovechar las sinergias para mejorar las relaciones de cooperación inter-empresarial, por lo tanto el crecimiento económico y la mejora continua como cultura empresarial innovadora.
- Generar elementos para que las empresas y municipios del valle del Aragón sean conocedoras de otras empresas, puedan colaborar y participar en proyectos de carácter, autonómico, nacional e internacional. Están conectadas con otras entidades y proveedores de servicios, conozcan oportunidades de negocio y tengan visibilidad en las redes sociales profesionales y en la guía de empresas web.

D.I.H.

El Digital Innovation Hub- Aragón DIH es un servicio para la digitalización de las empresas perteneciente al ITAINNOVA o Instituto Tecnológico de Innovación Aragonés.

La A.T.V.A forma parte desde el pasado día 15 de octubre de este Hub. El Digital Innovation Hub – Aragón DIH - se constituye como ventanilla única de servicios de formación, servicios tecnológicos de I+D+i, y servicios de desarrollo de negocio, para liderar la digitalización.

D.I.H. –Aragón es la iniciativa aragonesa que hace tangible, bajo un marco de cooperación europeo, la estrategia de Promoción Económica e Industrial de Aragón y la estrategia regional inteligente de Aragón. Sus tres socios fundadores, son la Universidad de Zaragoza UNIZAR, el Instituto Tecnológico de Aragón ITAINNOVA y el Instituto Aragonés de Fomento I.A.F.

Desde la A.T.V.A creemos que comenzara trabajar con un D.I.H es el escenario adecuado para también para las empresas turísticas del Valle del Aragón. **Un Digital Innovation Hub (DIH) es un ecosistema (pymes, grandes empresas, start-ups, investigadores, aceleradoras e inversores, etc.) cuyo objetivo es crear las mejores condiciones para el éxito empresarial a largo plazo para todos los involucrados y que asegure que cada empresa (pequeña o grande, de alta tecnología o no) pueda aprovechar las oportunidades digitales.**

Este modelo es el encargado de alinear las empresas con la estrategia regional de especialización inteligente RIS 3, y de fomentar la digitalización de las industrias que tiene que ver en toda la cadena de valor, también las del sector turístico.

Trabajan de la mano de instituciones público –privadas como ATVA, clústeres innovadores, organizaciones para impulsar la Industria conectada Aragón 4.0.

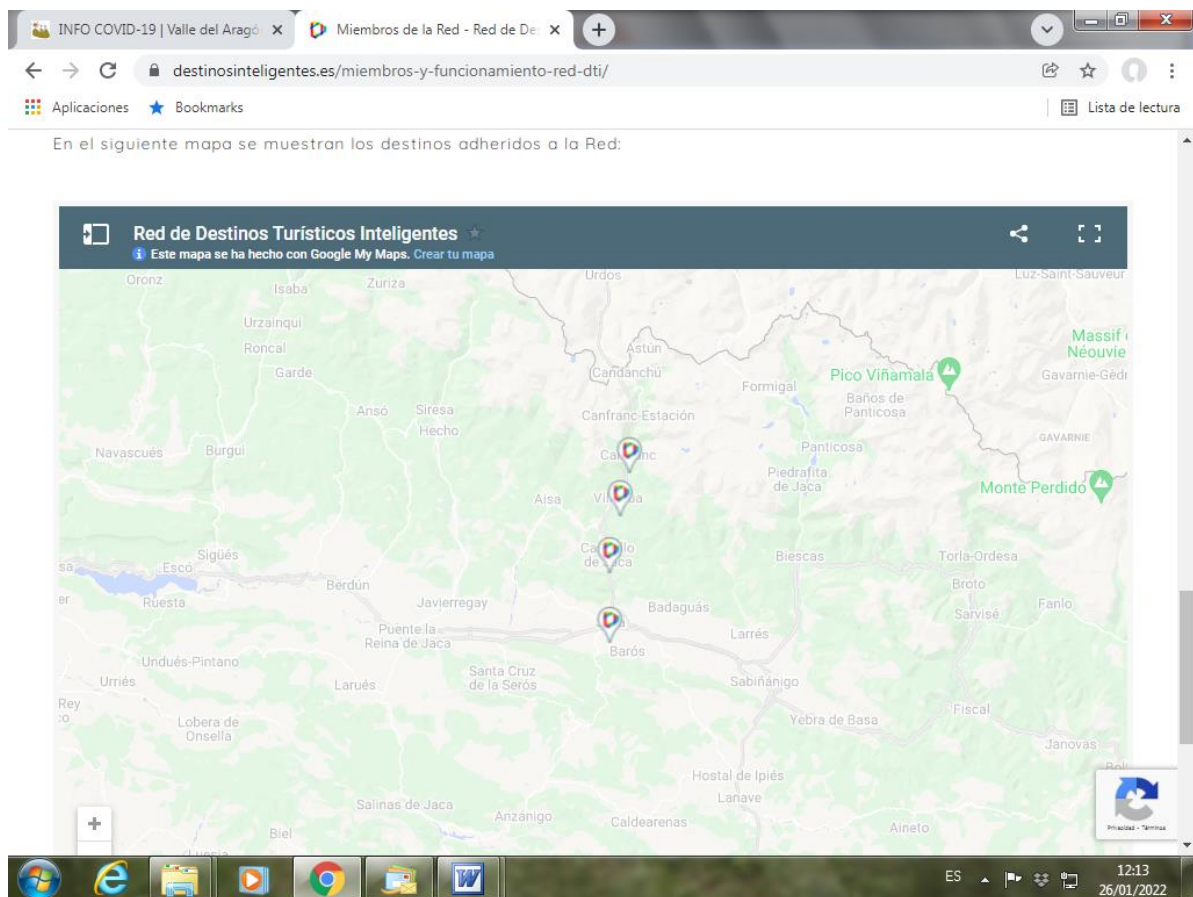
Ser mas innovadores en el Valle del Aragón nos permitirá ser más competitivos.

Big data clouding. El análisis de datos, su almacenamiento e interpretación correcta permitirán un mayor conocimiento del destino en esta zona del Pirineo Aragonés y su evolución, así como las preferencias de sus visitantes; antes durante y después de la experiencia turística. Esa allí donde el DIH -Aragón hará su mayor aportación a la A.T.V.A.

Poder participar en los diferentes open call del D.I.H-Aragón o de los numerosos programas existentes para la digitalización empresarial, los bonos tecnológicos (que permiten obtener descuentos para desarrollar proyectos para una empresa junto al ITAINNOVA), son algunos ejemplos de los pilares fundamentales por los que la ATVA decide solicitar el alta en el HUB y en definitiva, para co –operar y trabajar juntos.

8 – RED DE DESTINOS TURISTICOS INTELIGENTES.

La A.T.V.A EN LA RED DTI IMPULSADA por la SET y SEGITTUR. Desde el pasado día 14 de diciembre de 2021 la Asociación Turística del Valle del Aragón pasó a formar parte de la Red de Destinos Turísticos Inteligentes como miembro institucional. La Mancomunidad del Alto Valle del Aragón, los Ayuntamientos de Villanua, Castiello y Jaca también forma parte de dicha red y fue la A.T.V.A. la entidad que tramitó formalmente con la S.E.T las candidaturas.



9 – OTRAS ACCIONES DESARROLLADAS.

RUEDAS DE PRENSA PRESENTACION PUBLICACIONES DE INVIERNO – PRIMAVERA Y VERANO OTOÑO 2022.



Foto presentación rueda de prensa de Verano en la Ciudadela de Jaca.



Foto de rueda de prensa presentación en la Oficina de atención al cliente de Astun en JACA de la campaña invierno primavera 22-23.

10 - ESTADÍSTICAS VALLE DEL ARAGON 2022.

10.1 Indicadores territoriales generales en la Comarca de la Jacetania 2022 y evolución municipios Valle del Aragón. Fuente. ELABORACION PROPIA, INE e IAEST . 2022



Indicadores Territoriales, por grandes temas. Comarcas

Comarca La Jacetania

Tema	Indicador	Fecha de referencia	Valor	Unidad	Variación anual	Ranking comarcal
01. Territorio	Superficie	2017	1.857,70	Km2		11
02. Demografía	Población residente	2020	17.825	Nº de personas	↑	14
	Población extranjera residente	2020	1.189	Nº de personas	↑	21
	Saldo por variaciones residenciales	2020	509	Nº de variaciones residenciales	↑	1
	Nacimientos	2020	103	Nº nacidos vivos	↓	14
	Defunciones	2020	209	Número	↑	17
	Tasa de feminidad	2020	99,45	Porcentaje	↑	5
	Edad media	2020	45,12	Años	↑	24
	Porcentaje de población de 0 a 19 años	2020	17,31	Porcentaje	↑	12
	Porcentaje de población de 65 y más años	2020	21,14	Porcentaje	↑	28
03. Educación y Formación	Alumnos matriculados en enseñanzas de régimen general	2020/2021	2.614	Número	↓	12
06. Análisis sociales, justicia, cultura y deporte	Plazas en residencias para personas mayores	2017	366	Número	=	9
	Plazas en centros de día para personas mayores	2017	70	Número	=	9
07. Trabajo, salarios y relaciones laborales	Paro Registrado	Dic 2021	573	Número de personas	↓	16
	Afilaciones en alta a la Seguridad Social	Dic 2021	6.198	Afilación	↑	14
	Afilaciones en alta a la Seguridad Social en sector Agricultura, ganadería y pesca	Dic 2021	368	Afilación	↓	25
	Afilaciones en alta a la Seguridad Social en sector Industria y energía	Dic 2021	247	Afilación	↑	28
	Afilaciones en alta a la Seguridad Social en sector Construcción	Dic 2021	587	Afilación	↑	13
	Afilaciones en alta a la Seguridad Social en sector Servicios	Dic 2021	4.989	Afilación	↑	11
09. Servicios, comercio, transporte y turismo	Plazas totales en alojamientos turísticos	2020	10.657	Nº de plazas	↑	5
11. P.I.B., renta, comercio exterior y	Valor Añadido Bruto	2019	391.746,22	Miles de euros	↓	14
	Renta Disponible	2018	312.368,17	Miles de	↓	12

Tema	Indicador	Fecha de referencia	Valor	Unidad	Variación anual	Ranking comarcal
11. P.I.B., renta, comercio exterior y empresas	Bruta			euros		
	Renta Disponible Bruta per cápita	2018	17.725,03	Euros	↓	3
12. Financieras, mercantiles y tributarias	Bienes Inmuebles de uso residencial	2019	26.164	Número	↑	5
14. Medio ambiente y energía	Tierras cultivadas (Distribución General de Tierras)	2020	21.787	Hectáreas	↓	26
	Tierras cultivadas, % regadío (Distribución General de Tierras)	2020	5	Porcentaje	↑	27

Municipio Canfranc

Tema	Indicador	Fecha de referencia	Valor	Unidad	Variación anual	Ranking municipal
01. Territorio	Superficie	2017	71,60	Km2		200
02. Demografía	Población residente	2020	558	Nº de personas	↑	167
	Población extranjera residente	2020	35	Nº de personas	↑	212
	Saldo por variaciones residenciales	2020	45	Nº de variaciones residenciales	↑	45
	Nacimientos	2020	1	Nº nacidos vivos	↓	261
	Defunciones	2020	4	Número	↓	325
	Tasa de feminidad	2020	79,42	Porcentaje	↓	491
	Edad media	2020	43,23	Años	↓	688
	Porcentaje de población de 0 a 19 años	2020	17,92	Porcentaje	↑	97
	Porcentaje de población de 65 y más años	2020	15,77	Porcentaje	↓	712
03. Educación y Formación	Alumnos matriculados en enseñanzas de régimen general	2020/2021	35	Número	↑	163
06. Análisis sociales, justicia, cultura y deporte	Plazas en residencias para personas mayores	2017	0	Número	=	124
	Plazas en centros de día para personas mayores	2017	0	Número	=	79
07. Trabajo, salarios y relaciones laborales	Paro Registrado	Dic 2021	10	Número de personas	↓	249
	Afiliaciones en alta a la Seguridad Social	Dic 2021	328	Afiliación	↑	105
	Afiliaciones en alta a la Seguridad Social en sector Agricultura, ganadería y pesca	Dic 2021	1	Afiliación	=	676
	Afiliaciones en alta a la Seguridad Social en sector Industria y energía	Dic 2021	9	Afiliación	↓	237
	Afiliaciones en alta a la Seguridad Social en sector Construcción	Dic 2021	10	Afiliación	↓	213
	Afiliaciones en alta a la Seguridad Social en sector Servicios	Dic 2021	305	Afiliación	↑	65
09. Servicios, comercio, transporte y turismo	Plazas totales en alojamientos turísticos	2020	672	Nº de plazas	↑	41
12. Financieras, mercantiles y tributarias	Bienes inmuebles de uso residencial	2019	1.288	Número	↓	69

Tema	Indicador	Fecha de referencia	Valor	Unidad	Variación anual	Ranking municipal
14. Medio ambiente y energía	Tierras cultivadas (Distribución General de Tierras)	2020	9	Hectáreas	↓	729
	Tierras cultivadas, % regadío (Distribución General de Tierras)	2020	0	Porcentaje	=	638


Indicadores Territoriales, por grandes temas. Municipios
Municipio Villanúa

Tema	Indicador	Fecha de referencia	Valor	Unidad	Variación anual	Ranking municipal
01. Territorio	Superficie	2017	58,20	Km2		252
02. Demografía	Población residente	2020	451	Nº de personas	↑	195
	Población extranjera residente	2019	39	Nº de personas	↓	196
	Saldo por variaciones residenciales	2019	25	Nº de variaciones residenciales	↑	62
	Nacimientos	2018	3	Nº nacidos vivos	=	158
	Defunciones	2018	2	Número	↓	418
	Tasa de feminidad	2019	92,86	Porcentaje	↑	236
	Edad media	2019	46,01	Años	↑	610
	Porcentaje de población de 0 a 19 años	2019	14,35	Porcentaje	↓	218
	Porcentaje de población de 65 y más años	2019	21,30	Porcentaje	↓	641
03. Educación y Formación	Alumnos matriculados en enseñanzas de régimen general	2018/2019	34	Número	↓	164
06. Análisis sociales, justicia, cultura y deporte	Plazas en residencias para personas mayores	2017	0	Número	=	124
	Plazas en centros de día para personas mayores	2017	0	Número	=	79
07. Trabajo, salarios y relaciones laborales	Paro Registrado	Feb 2021	23	Número de personas	↑	185
	Afiliaciones en alta a la Seguridad Social	Feb 2021	124	Afiliación		203
	Afiliaciones en alta a la Seguridad Social en sector Agricultura, ganadería y pesca	Feb 2021	7	Afiliación		508
	Afiliaciones en alta a la Seguridad Social en sector Industria y energía	Feb 2021	8	Afiliación		249
	Afiliaciones en alta a la Seguridad Social en sector Construcción	Feb 2021	5	Afiliación		299
	Afiliaciones en alta a la Seguridad Social en sector Servicios	Feb 2021	104	Afiliación		120
09. Servicios, comercio, transporte y turismo	Plazas totales en alojamientos turísticos	2018	206	Nº de plazas	↑	83
12. Financieras, mercantiles y tributarias	Bienes inmuebles de uso residencial	2019	2.318	Número	↑	36


Indicadores Territoriales, por grandes temas. Municipios
Municipio Aisa

Tema	Indicador	Fecha de referencia	Valor	Unidad	Variación anual	Ranking municipal
01. Territorio	Superficie	2017	81,00	Km2		170
02. Demografía	Población residente	2020	313	Nº de personas	↓	261
	Población extranjera residente	2020	15	Nº de personas	↑	347
	Saldo por variaciones residenciales	2020	25	Nº de variaciones residenciales	↑	93
	Nacimientos	2020	0	Nº nacidos vivos	=	388
	Defunciones	2020	5	Número	↑	285
	Tasa de feminidad	2020	83,04	Porcentaje	↑	426
	Edad media	2020	48,11	Años	↑	533
	Porcentaje de población de 0 a 19 años	2020	12,14	Porcentaje	↓	316
03. Educación y Formación	Porcentaje de población de 65 y más años	2020	24,92	Porcentaje	↑	558
	Alumnos matriculados en enseñanzas de régimen general	2020/2021	0	Número	=	235
06. Análisis sociales, justicia, cultura y deporte	Plazas en residencias para personas mayores	2017	0	Número	=	124
	Plazas en centros de día para personas mayores	2017	0	Número	=	79
07. Trabajo, salarios y relaciones laborales	Paro Registrado	Dic 2021	5	Número de personas	↓	360
	Afiliaciones en alta a la Seguridad Social	Dic 2021	362	Afiliación	↑	100
	Afiliaciones en alta a la Seguridad Social en sector Agricultura, ganadería y pesca	Dic 2021	8	Afiliación	↓	472
	Afiliaciones en alta a la Seguridad Social en sector Industria y energía	Dic 2021	1	Afiliación	=	388
	Afiliaciones en alta a la Seguridad Social en sector Construcción	Dic 2021	4	Afiliación	↑	342
	Afiliaciones en alta a la Seguridad Social en sector Servicios	Dic 2021	348	Afiliación	↑	60
09. Servicios, comercio, transporte y turismo	Plazas totales en alojamientos turísticos	2020	423	Nº de plazas	↑	59
12. Financieras, mercantiles y tributarias	Bienes inmuebles de uso residencial	2019	1.761	Número	↑	48

Tema	Indicador	Fecha de referencia	Valor	Unidad	Variación anual	Ranking municipal
14. Medio ambiente y energía	Tierras cultivadas (Distribución General de Tierras)	2020	127	Hectáreas	↓	682
	Tierras cultivadas, % regadío (Distribución General de Tierras)	2020	19	Porcentaje	↓	255


Indicadores Territoriales, por grandes temas. Municipios
Municipio Castello de Jaca

Tema	Indicador	Fecha de referencia	Valor	Unidad	Variación anual	Ranking municipal
01. Territorio	Superficie	2017	17,30	Km2		623
02. Demografía	Población residente	2020	221	Nº de personas	↓	336
	Población extranjera residente	2020	7	Nº de personas	=	466
	Saldo por variaciones residenciales	2020	19	Nº de variaciones residenciales	↑	133
	Nacimientos	2020	3	Nº nacidos vivos	↑	152
	Defunciones	2020	2	Número	↓	438
	Tasa de feminidad	2020	75,40	Porcentaje	↓	544
	Edad media	2020	47,10	Años	↑	572
	Porcentaje de población de 0 a 19 años	2020	12,22	Porcentaje	↓	315
Porcentaje de población de 65 y más años	2020	18,10	Porcentaje	↑	697	
03. Educación y Formación	Alumnos matriculados en enseñanzas de régimen general	2020/2021	0	Número	=	235
06. Análisis sociales, justicia, cultura y deporte	Plazas en residencias para personas mayores	2017	0	Número	=	124
	Plazas en centros de día para personas mayores	2017	0	Número	=	79
07. Trabajo, salarios y relaciones laborales	Paro Registrado	Dic 2021	5	Número de personas	↓	360
	Afilaciones en alta a la Seguridad Social	Dic 2021	58	Afilación	↑	335
	Afilaciones en alta a la Seguridad Social en sector Agricultura, ganadería y pesca	Dic 2021	7	Afilación	↓	503
	Afilaciones en alta a la Seguridad Social en sector Industria y energía	Dic 2021	0	Afilación	=	466
	Afilaciones en alta a la Seguridad Social en sector Construcción	Dic 2021	0	Afilación	=	568
	Afilaciones en alta a la Seguridad Social en sector Servicios	Dic 2021	51	Afilación	↑	208
	09. Servicios, comercio, transporte y turismo	Plazas totales en alojamientos turísticos	2020	583	Nº de plazas	↑
12. Financieras, mercantiles y tributarias	Bienes Inmuebles de uso residencial	2019	653	Número	↑	146

Tema	Indicador	Fecha de referencia	Valor	Unidad	Variación anual	Ranking municipal
14. Medio ambiente y energía	Tierras cultivadas (Distribución General de Tierras)	2020	127	Hectáreas	↓	682
	Tierras cultivadas, % regadío (Distribución General de Tierras)	2020	12	Porcentaje	↑	321


Indicadores Territoriales, por grandes temas. Municipios
Municipio Jaca

Tema	Indicador	Fecha de referencia	Valor	Unidad	Variación anual	Ranking municipal
01. Territorio	Superficie	2017	406,30	Km2		9
02. Demografía	Población residente	2020	13.129	Nº de personas	↑	12
	Población extranjera residente	2020	958	Nº de personas	↑	19
	Saldo por variaciones residenciales	2020	248	Nº de variaciones residenciales	↑	1
	Nacimientos	2020	85	Nº nacidos vivos	↓	13
	Defunciones	2020	145	Número	↑	11
	Tasa de feminidad	2020	104,88	Porcentaje	↑	44
	Edad media	2020	43,68	Años	↑	675
	Porcentaje de población de 0 a 19 años	2020	18,86	Porcentaje	↑	70
	Porcentaje de población de 65 y más años	2020	19,22	Porcentaje	↑	675
03. Educación y Formación	Alumnos matriculados en enseñanzas de régimen general	2020/2021	2.345	Número	↓	12
06. Análisis sociales, justicia, cultura y deporte	Plazas en residencias para personas mayores	2017	286	Número	=	6
	Plazas en centros de día para personas mayores	2017	50	Número	=	6
07. Trabajo, salarios y relaciones laborales	Paro Registrado	Dic 2021	466	Número de personas	↓	14
	Afilaciones en alta a la Seguridad Social	Dic 2021	4.408	Afilación	↑	18
	Afilaciones en alta a la Seguridad Social en sector Agricultura, ganadería y pesca	Dic 2021	127	Afilación	↓	61
	Afilaciones en alta a la Seguridad Social en sector Industria y energía	Dic 2021	136	Afilación	↑	72
	Afilaciones en alta a la Seguridad Social en sector Construcción	Dic 2021	450	Afilación	↑	11
	Afilaciones en alta a la Seguridad Social en sector Servicios	Dic 2021	3.693	Afilación	↑	13
09. Servicios, comercio, transporte y turismo	Plazas totales en alojamientos turísticos	2020	5.929	Nº de plazas	↑	2
11. P.I.B., renta, comercio exterior y	Renta Disponible Bruta	2018	247.139,77	Miles de euros	↓	8
	Renta Disponible	2018	19.286,20	Euros	↓	1

Tema	Indicador	Fecha de referencia	Valor	Unidad	Variación anual	Ranking municipal
11. P.I.B., renta, comercio exterior y empresas	Bruta per cápita					
12. Financieras, mercantiles y tributarias	Bienes Inmuebles de uso residencial	2019	15.957	Número	↑	4
14. Medio ambiente y energía	Tierras cultivadas (Distribución General de Tierras)	2020	7.489	Hectáreas	↓	49
	Tierras cultivadas, % regadío (Distribución General de Tierras)	2020	5	Porcentaje	↑	428

10.2 Evolución de establecimientos turísticos en la Jacetania:



Oferta de alojamientos turísticos. Comarca.

Fuente: IAEST.

En el caso de apartamentos turísticos, el número de establecimientos se corresponde con el número de apartamentos.

01 La Jacetania

Año	Hoteles, hostales y similares		Viviendas de turismo rural		Campings y áreas de acampada		Apartamentos turísticos		Viviendas de uso turístico	
	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas	Establecimientos	Plazas
2009	62	3.597	67	545	10	4.104	100	443		
2010	60	3.445	79	635	9	3.643	120	506		
2011	59	3.437	82	649	10	3.739	129	557		
2012	56	3.393	80	636	11	4.215	103	490		
2013	56	3.624	80	640	10	4.125	97	441		
2014	57	3.691	95	742	11	4.549	120	474		
2015	56	3.675	98	762	12	3.935	108	440		
2016	55	3.655	100	775	12	3.935	111	447	42	320
2017	56	3.585	105	824	12	3.775	114	471	96	692
2018	56	3.572	111	872	12	3.683	114	459	153	1.097
2019	54	3.743	109	869	12	3.683	107	455	209	1.484
2020	54	3.754	111	882	12	3.683	135	506	259	1.832

10.3 Datos coyunturales Evolución pernотaciones COMARCAS .Fuente IAEST enero 2023: ARAGON

COMUNICADO

Boletín de coyuntura turística.

1 de febrero de 2023

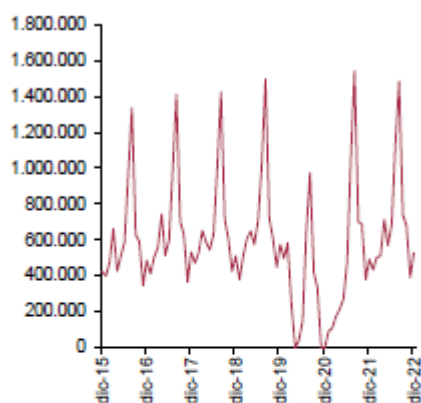
Pernотaciones en alojamientos turísticos.

	Último dato disponible	España Total	España (tvi)	Aragón Total	Aragón (tvi)	Cuota de mercado %
Hoteles	dic-22	16.600.547	25,6	375.288	5,2	2,3
Campings	dic-22	1.350.641	6,5	26.586	8,9	2,0
Apartamentos turísticos	dic-22	3.930.715	17,8	55.286	-0,2	1,4
Turismo rural	dic-22	795.500	3,9	57.241	3,5	7,2
Albergues	dic-22	297.782	48,3	14.237	-	4,8
Total	dic-22	22.975.185	22,3	528.638	-	2,3

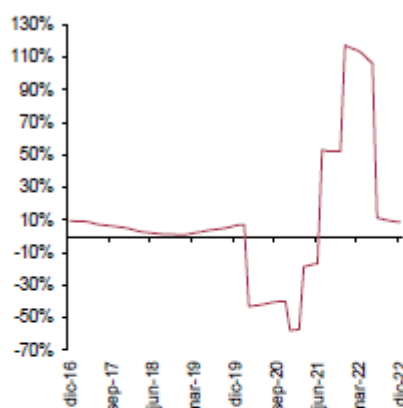
tvi: tasa de variación interanual. "-": dato no disponible

Fuente: INE.

Pernотaciones turísticas en Aragón.



Indicador ⁽¹⁾ ciclo tendencia de las pernотaciones turísticas en Aragón.



(1) El indicador es la variación interanual de la serie resultado de extraer el componente ciclo tendencia de la suma de las pernотaciones en los cinco tipos de alojamientos turísticos en Aragón.

Fuente: IAEST.

Indicadores estructurales.

	Último dato disponible	España Total	España (tvi)	Aragón Total	Aragón (tvi)
Estadística estructural de empresas: hostelería	2020				
Número de locales		321.015	-2,8	8.111	-9,9
Volumen de negocio (miles de €)		41.707.505	-49,0	1.003.039	-44,6
Sueldos y salarios (miles de €)		12.373.667	-40,2	283.359	-39,9
Inversión bruta en bienes materiales (miles de €)		3.086.338	-18,3	44.026	-18,8

tvi: tasa de variación interanual
Fuente: INE

Empleo.

	Último dato disponible	España Total	España (tvi)	Aragón Total	Aragón (tvi)
Afiliados a la Seguridad Social	dic-22				
Hostelería y agencias de viaje		1.649.167	7,1	40.533	5,3
Hostelería		1.589.733	7,0	39.497	5,3

tvi: tasa de variación interanual
Fuente: Seguridad Social

Precios.

	Último dato disponible	España Índice	España (tvi)	Aragón Índice	Aragón (tvi)
Índice de precios de consumo (IPC). Base 2021	dic-22	109,9	5,7	110,4	5,9
Turismo y hostelería		110,2	8,3	109,3	7,3
Servicios de alojamiento		115,2	9,6	116,5	7,8
Restauración y comedores		109,0	7,6	107,6	6,7
Paquetes turísticos		122,3	14,0	122,3	14,0
Índices de precios en alojamientos turísticos					
Índice de precios hoteleros (IPH). Base 2008	dic-22	125,7	7,8	103,7	6,6
Índice de precios en alojamientos de turismo rural (IPTR). Base 2002	dic-22	157,8	5,6	181,7	6,5

tvi: tasa de variación interanual. "-": dato no disponible.
Fuente: INE.

Boletín de coyuntura turística.
1 de febrero de 2023
Ocupación hotelera.
Aragón

	Último dato (dic-22)	Variación interanual	Acumulado (dic-22)	Variación interanual
Nº de viajeros. Total	188.747	8,4	2.679.228	42,2
Nº de viajeros. Residentes	162.124	6,2	2.153.132	33,5
Nº de viajeros. Extranjeros	26.624	23,7	526.098	93,9
Nº de pernотaciones. Total	375.288	5,2	5.430.653	44,7
Nº de pernотaciones. Residentes	319.437	2,2	4.339.075	35,9
Nº de pernотaciones. Extranjeros	55.851	25,8	1.091.578	95,6
Estancia media (nº días)	1,99	-3,0	2,03	1,8
Grado de ocupación por plazas (%)	35,83	7,8	-	-
Grado de ocupación por habitaciones (%)	39,22	7,9	-	-
Personal empleado (nº personas)	3.444	6,1	-	-
Cuota de mercado en España. Viajeros (%)	3,13	-12,2	2,61	-15,9
Cuota de mercado en España. Pernотaciones (%)	2,26	-16,2	1,69	-22,0

Fuente: IAEST según Encuesta de ocupación hotelera. INE. "-": dato no disponible.

PROVINCIA DE HUESCA
Boletín de coyuntura turística.
1 de febrero de 2023
Ocupación hotelera.
Provincia de Huesca

	Último dato (dic-22)	Variación interanual	Acumulado (dic-22)	Variación interanual
Nº de viajeros. Total	55.120	-9,9	853.558	39,0
Nº de viajeros. Residentes	50.473	-10,2	705.235	31,7
Nº de viajeros. Extranjeros	4.647	-7,2	148.323	89,2
Nº de pernотaciones. Total	137.393	-9,3	2.047.636	41,1
Nº de pernотaciones. Residentes	125.144	-9,8	1.710.371	35,1
Nº de pernотaciones. Extranjeros	12.248	-3,9	337.262	82,6
Estancia media (nº días)	2,49	0,7	2,40	1,5
Grado de ocupación por plazas (%)	34,33	-6,0	-	-
Grado de ocupación por habitaciones (%)	34,45	-6,7	-	-
Personal empleado (nº personas)	1.293	-4,4	-	-
Cuota de mercado en Aragón. Viajeros (%)	29,20	-16,9	31,86	-2,3
Cuota de mercado en Aragón. Pernотaciones (%)	36,61	-13,7	37,71	-2,5

Fuente: IAEST según Encuesta de ocupación hotelera. INE. "-": dato no disponible.

Oferta alojamiento turístico.

	Establecimientos	Plazas	% en Aragón (plazas)
Hoteles y similares	381	18.774	41,40
Campings	70	26.302	72,35
Apartamentos turísticos	271	4.844	55,06
Turismo rural	877	6.660	50,87
Viviendas de uso turístico	1.164	7.638	60,58
Total	2.763	64.218	55,27

Fuente: Directorio de alojamientos turísticos. Diciembre 2020. IAEST.

PIRINEO

Boletín de coyuntura turística.

1 de febrero de 2023

Ocupación hotelera.

Pirineo aragonés

	Último dato (dic-22)	Variación interanual	Acumulado (dic-22)	Variación interanual
Nº de viajeros. Total	46.012	-14,0	721.438	40,0
Nº de viajeros. Residentes	42.846	-13,5	594.764	31,9
Nº de viajeros. Extranjeros	3.166	-20,2	126.674	97,5
Nº de pernотaciones. Total	117.865	-12,1	1.763.896	42,7
Nº de pernотaciones. Residentes	110.804	-11,5	1.491.356	35,8
Nº de pernотaciones. Extranjeros	7.061	-21,2	272.540	97,2
Estancia media (nº días)	2,56	2,2	2,44	1,9
Grado de ocupación por plazas (%)	34,97	-7,9	-	-
Grado de ocupación por habitaciones (%)	34,13	-9,0	-	-
Personal empleado (nº personas)	1.129	-6,4	-	-
Cuota de mercado en Aragón. Viajeros (%)	24,38	-20,7	26,93	-1,5
Cuota de mercado en Aragón. Pernотaciones (%)	31,41	-16,4	32,48	-1,4

Fuente: IAEST según Encuesta de ocupación hotelera. INE. "-": dato no disponible.

Oferta alojamiento hotelero.

	Establecimientos	Plazas	% en Aragón (plazas)
Total alojamiento hotelero	322	16.297	35,94
Hoteles y hoteles apartamento	211	13.620	38,59
Hostales	84	2.200	28,11
Pensiones	27	477	21,44

Fuente: Directorio de alojamientos turísticos. Diciembre 2020. IAEST.

Boletín de coyuntura turística.
1 de febrero de 2023
Ocupación en campings.
Pirineo aragonés

	Último dato (dic-22)	Variación interanual	Acumulado (dic-22)	Variación interanual
Nº de viajeros. Total	4.943	-7,9	323.371	10,7
Nº de viajeros. Residentes	4.646	-7,5	225.375	-6,1
Nº de viajeros. Extranjeros	297	-13,4	97.996	88,1
Nº de pernотaciones. Total	19.846	32,5	1.035.465	14,7
Nº de pernотaciones. Residentes	19.077	37,7	754.120	0,9
Nº de pernотaciones. Extranjeros	769	-31,4	281.345	80,7
Estancia media (nº días)	4,01	43,8	3,20	3,6
Grado de ocupación por parcelas (%)	26,37	-7,9	-	-
Personal empleado (nº personas)	116	5,5	-	-
Cuota de mercado en Aragón. Viajeros (%)	63,50	2,7	72,01	-4,3
Cuota de mercado en Aragón. Pernотaciones (%)	74,65	21,7	75,84	-1,6

Fuente: IAEST según Encuesta de Ocupación en campings. INE. "-": dato no disponible.

Oferta campings.

	Establecimientos	Plazas	% en Aragón (plazas)
Total campings	66	25.318	69,64

Fuente: Directorio de alojamientos turísticos. Diciembre 2020. IAEST.

Ocupación en apartamentos turísticos.
Pirineo aragonés

	Último dato (dic-22)	Variación interanual	Acumulado (dic-22)	Variación interanual
Nº de viajeros. Total	8.218	-21,7	99.069	12,8
Nº de viajeros. Residentes	7.937	-21,8	89.248	7,8
Nº de viajeros. Extranjeros	281	-21,3	9.821	92,7
Nº de pernотaciones. Total	27.100	-17,5	367.549	24,7
Nº de pernотaciones. Residentes	25.908	-18,3	324.798	19,2
Nº de pernотaciones. Extranjeros	1.192	7,3	42.751	91,7
Estancia media (nº días)	3,30	5,5	3,71	10,6
Grado de ocupación por plazas (%)	19,32	-21,6	-	-
Grado de ocupación por apartamentos (%)	27,24	-9,7	-	-
Personal empleado (nº personas)	309	4,0	-	-
Cuota de mercado en Aragón. Viajeros (%)	46,02	-20,1	49,38	-5,0
Cuota de mercado en Aragón. Pernотaciones (%)	49,02	-17,3	53,54	-3,6

Fuente: IAEST según Encuesta de ocupación en apartamentos turísticos. INE. "-": dato no disponible.

Oferta apartamentos turísticos.

	Establecimientos	Plazas	Apartamentos	% en Aragón (plazas)
Total apartamentos turísticos	257	4.752	1.116	54,01

Fuente: Directorio de alojamientos turísticos. Diciembre 2020. IAEST.

Ocupación en alojamientos de turismo rural.
Pirineo aragonés

	Último dato (dic-22)	Variación interanual	Acumulado (dic-22)	Variación interanual
Nº de viajeros. Total	8.347	14,6	101.165	40,4
Nº de viajeros. Residentes	8.274	20,1	87.169	32,9
Nº de viajeros. Extranjeros	73	-81,7	13.996	115,7
Nº de pernотaciones. Total	26.367	17,2	317.106	23,0
Nº de pernотaciones. Residentes	26.164	23,9	276.184	18,0
Nº de pernотaciones. Extranjeros	203	-85,4	40.922	73,0
Estancia media (nº de días)	3,16	2,3	3,13	-12,3
Grado de ocupación por plazas (%)	20,64	13,3	-	-
Grado de ocupación por habitaciones (%)	24,53	14,0	-	-
Personal empleado (nº de personas)	562	-3,3	-	-
Cuota de mercado en Aragón. Viajeros (%)	42,48	10,6	44,69	4,5
Cuota de mercado en Aragón. Pernотaciones (%)	46,06	13,2	47,95	3,9

Fuente: IAEST según Encuesta de ocupación de alojamientos de turismo rural. INE. "-": dato no disponible.

Oferta alojamiento rural.

	Establecimientos	Plazas	% en Aragón (plazas)
Total viviendas de turismo rural	817	6.288	48,03

Fuente: Directorio de alojamientos turísticos. Diciembre de 2020. IAEST.

Más información

Twitter @IAEST

Suscripciones públicas del Gobierno de Aragón

Instituto Aragonés de Estadística / Coyuntura económica de Aragón

Instituto Aragonés de Estadística / Servicios, comercio, transporte y turismo / Turismo / Boletín de coyuntura turística

COMARCA JACETANIA

Boletín de coyuntura turística.

1 de febrero de 2023

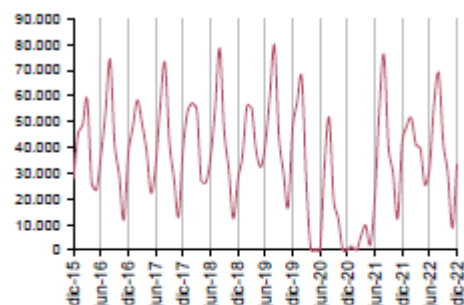
Ocupación hotelera.

Comarca de La Jacetania

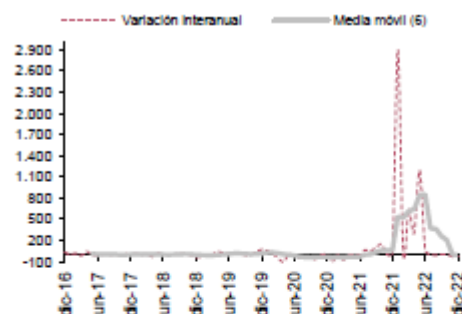
	Último dato (dic-22)	Variación interanual	Acumulado (dic-22)	Variación interanual
Nº de viajeros. Total	14.149	-19,3	211.224	-
Nº de viajeros. Residentes	13.434	-15,1	179.269	-
Nº de viajeros. Extranjeros	715	-58,0	31.958	-
Nº de pernотaciones. Total	33.311	-20,4	476.889	-
Nº de pernотaciones. Residentes	32.114	-16,1	427.466	-
Nº de pernотaciones. Extranjeros	1.197	-66,7	49.423	-
Estancia media (nº días)	2,35	-1,4	2,26	-
Grado de ocupación por plazas (%)	39,77	-11,9	-	-
Grado de ocupación por habitaciones (%)	43,65	-2,4	-	-
Personal empleado (nº personas)	292	-2,3	-	-
Cuota de mercado en Aragón. Viajeros (%)	7,50	-25,6	7,88	-
Cuota de mercado en Aragón. Pernотaciones (%)	8,88	-24,3	8,78	-

Fuente: IAEST según Encuesta de ocupación hotelera. INE. "-": dato no disponible.

Evolución de las pernотaciones.



Variación interanual y suavizado.



Oferta alojamiento turístico.

	Establecimientos	Plazas	% en Aragón (plazas)
Hoteles y similares	54	3.754	8,28
Campings	12	3.683	10,13
Apartamentos turísticos	20	506	5,75
Turismo rural	111	882	6,74
Viviendas de uso turístico	259	1.832	14,53
Total	456	10.657	9,17

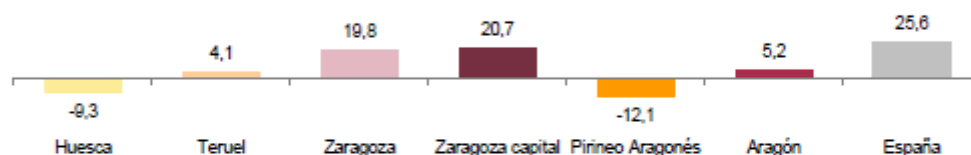
Fuente: Directorio de alojamientos turísticos. Diciembre 2020. IAEST.

Viajeros y pernотaciones en establecimientos hoteleros.

	Huesca	Teruel	Zaragoza	Zaragoza capital	Pirineo Aragonés	Aragón	España
Nº de viajeros. Total	55.120	27.605	106.022	81.181	46.012	188.747	6.024.052
Residentes en España	50.473	25.771	85.879	64.272	42.846	162.124	3.556.838
Residentes en el extranjero	4.647	1.834	20.143	16.909	3.166	26.624	2.467.214
Nº de pernотaciones. Total	137.393	54.279	183.617	142.639	117.865	375.288	16.600.547
Residentes en España	125.144	50.194	144.098	108.837	110.804	319.437	7.121.943
Residentes en el extranjero	12.248	4.084	39.518	33.802	7.061	55.851	9.478.604

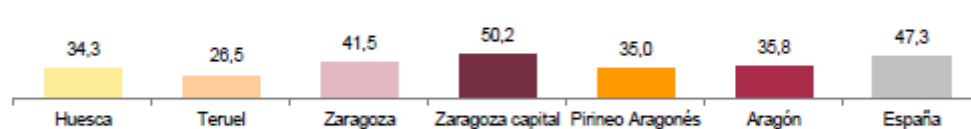
Tasas de variación interanual del total de pernотaciones hoteleras.

Unidad: porcentaje



Grado de ocupación por plazas.

Unidad: porcentaje



Pernотaciones hoteleras. Principales mercados.

Pernотaciones residentes / Ranking según CA de procedencia.

	Número	Porcentaje
Total	319.437	100,0
Comunidad de Madrid	68.003	21,3
Cataluña	60.636	19,0
Aragón	53.378	16,7
Comunidad Valenciana	41.242	12,9

Pernотaciones no residentes / Ranking según país de procedencia.

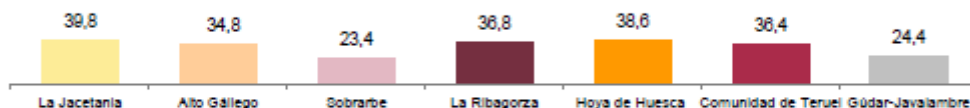
	Número	Porcentaje
Total	55.851	100,0
Francia	9.484	17,0
Italia	4.483	8,0
Estados Unidos	2.894	5,2
Portugal	2.883	5,2

Viajeros y pernoctaciones en establecimientos hoteleros. Comarcas de interés turístico.

	La Jacetania	Alto Gállego	Sobrarbe	Ribagorza	Hoya de Huesca / La Plana de Uesca	Comunidad de Teruel	Gúdar-Javalambre
Nº de viajeros. Total	14.149	16.089	3.732	9.787	7.552	10.413	4.948
Residentes en España	13.434	14.798	3.332	9.231	6.210	9.320	4.792
Residentes en el extranjero	715	1.291	400	556	1.341	1.093	156
Nº de pernoctaciones. Total	33.311	43.749	7.803	28.560	16.288	21.136	8.392
Residentes en España	32.114	40.252	6.985	27.377	12.144	18.778	8.137
Residentes en el extranjero	1.197	3.497	817	1.183	4.145	2.358	256

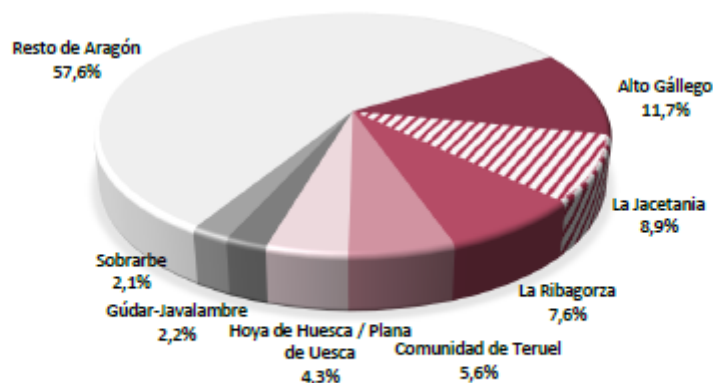
Grado de ocupación por plazas.

Unidad: porcentaje



Pernoctaciones hoteleras en comarcas de interés turístico.

Unidad: porcentaje

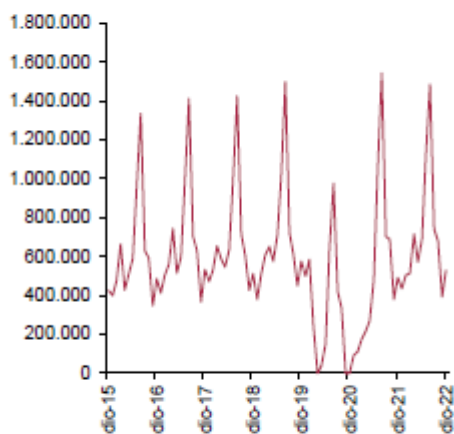


Fuente: IAEST según Coyuntura turística hotelera. INE.

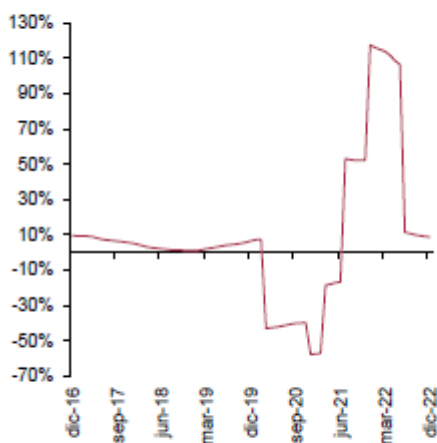
10.4 DATOS COYUNTURALES DE EVOLUCION DE LA OCUPACION (A FECHA 01/02/2023).

ARAGÓN:

Pernoctaciones turísticas en Aragón.



Indicador ⁽¹⁾ ciclo tendencia de las pernoctaciones turísticas en Aragón.



(1) El indicador es la variación interanual de la serie resultado de extraer el componente ciclo tendencia de la suma de las pernoctaciones en los cinco tipos de alojamientos turísticos en Aragón.

Fuente: IAEST.

(1) El indicador es la variación interanual de la serie resultado de extraer el componente ciclo tendencia de la suma de las pernoctaciones en los cinco tipos de alojamientos turísticos en Aragón.

Fuente: IAEST.

Indicadores estructurales.

	Último dato disponible	España Total	España (tvi)	Aragón Total	Aragón (tvi)
Estadística estructural de empresas: hostelería					
	2020				
Número de locales		321.015	-2,8	8.111	-9,9
Volumen de negocio (miles de €)		41.707.505	-49,0	1.003.039	-44,6
Sueldos y salarios (miles de €)		12.373.667	-40,2	283.359	-39,9
Inversión bruta en bienes materiales (miles de €)		3.086.338	-18,3	44.026	-18,8

tvi: tasa de variación interanual

Fuente: INE

Empleo.

	Último dato disponible	España Total	España (tvi)	Aragón Total	Aragón (tvi)
Afiliados a la Seguridad Social					
	dic-22				
Hostelería y agencias de viaje		1.649.167	7,1	40.533	5,3
Hostelería		1.589.733	7,0	39.497	5,3

tvi: tasa de variación interanual

Fuente: Seguridad Social

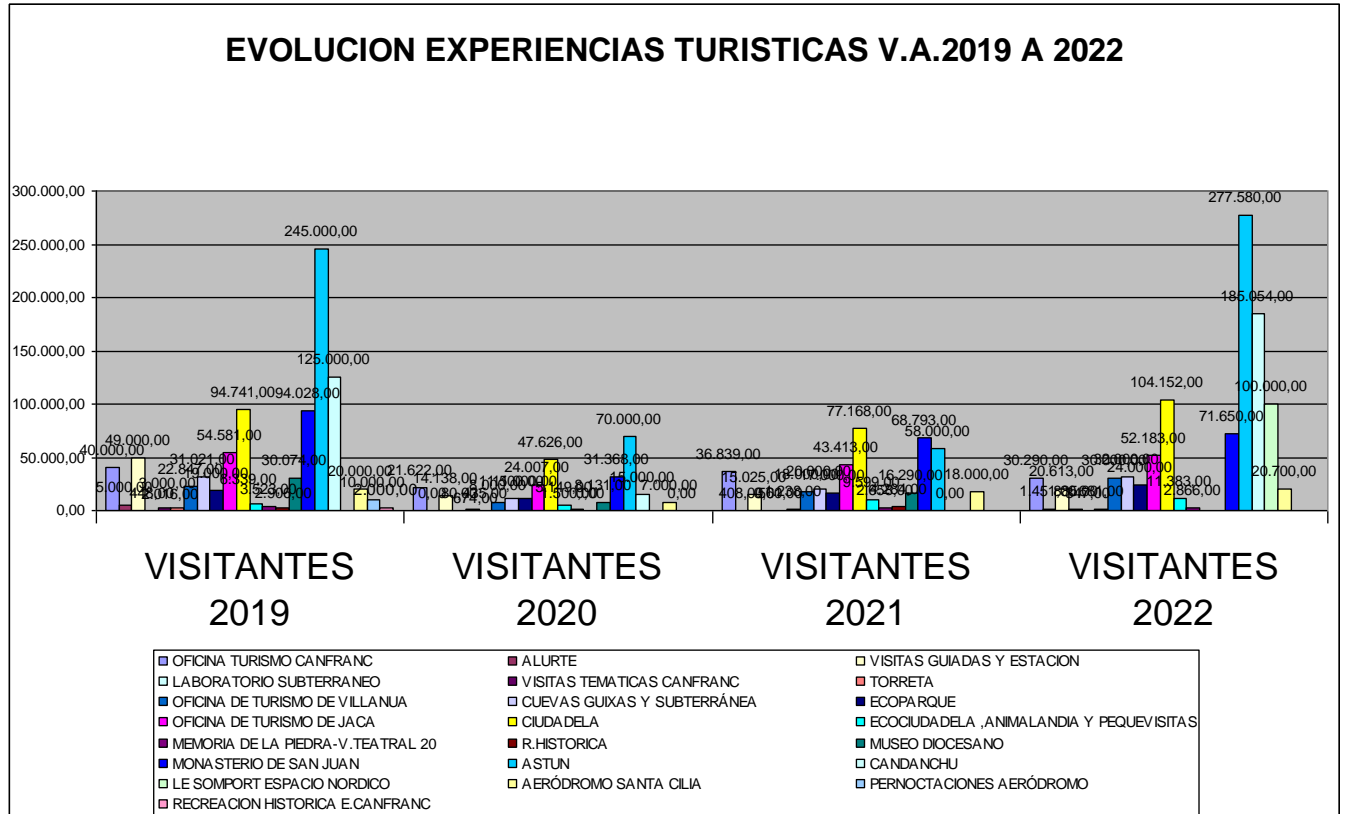
Precios.

	Último dato disponible	España Índice	España (tvi)	Aragón Índice	Aragón (tvi)
Índice de precios de consumo (IPC). Base 2021					
Turismo y hostelería		110,2	8,3	109,3	7,3
Servicios de alojamiento		115,2	9,6	116,5	7,8
Restauración y comedores		109,0	7,6	107,6	6,7
Paquetes turísticos		122,3	14,0	122,3	14,0
Índices de precios en alojamientos turísticos					
Índice de precios hoteleros (IPH). Base 2008	dic-22	125,7	7,8	103,7	6,6
Índice de precios en alojamientos de turismo rural (IPTR). Base 2002	dic-22	157,8	5,6	181,7	6,5

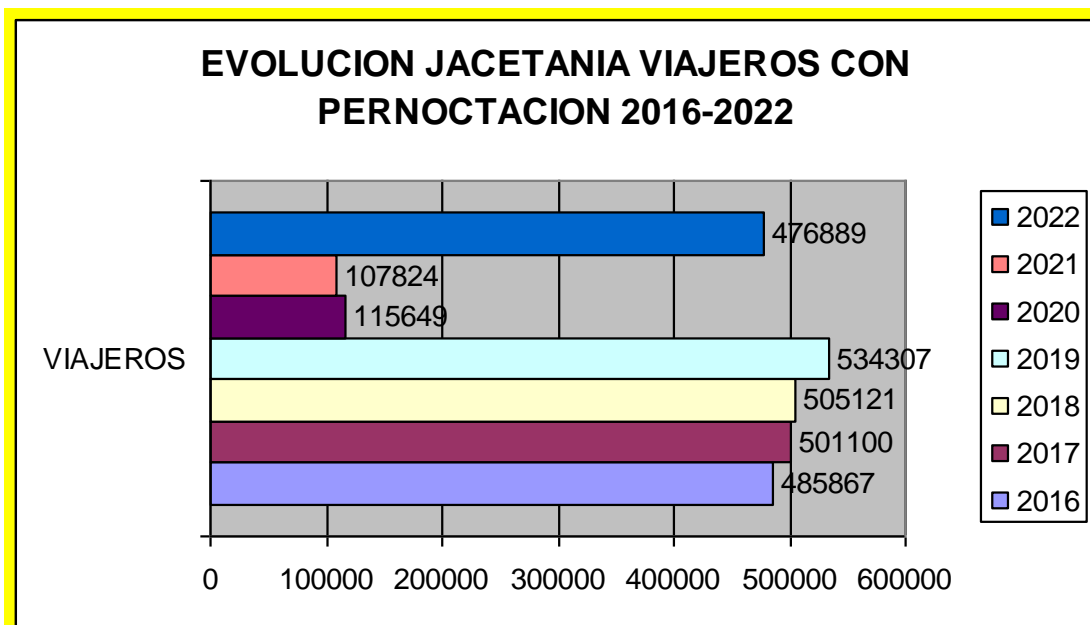
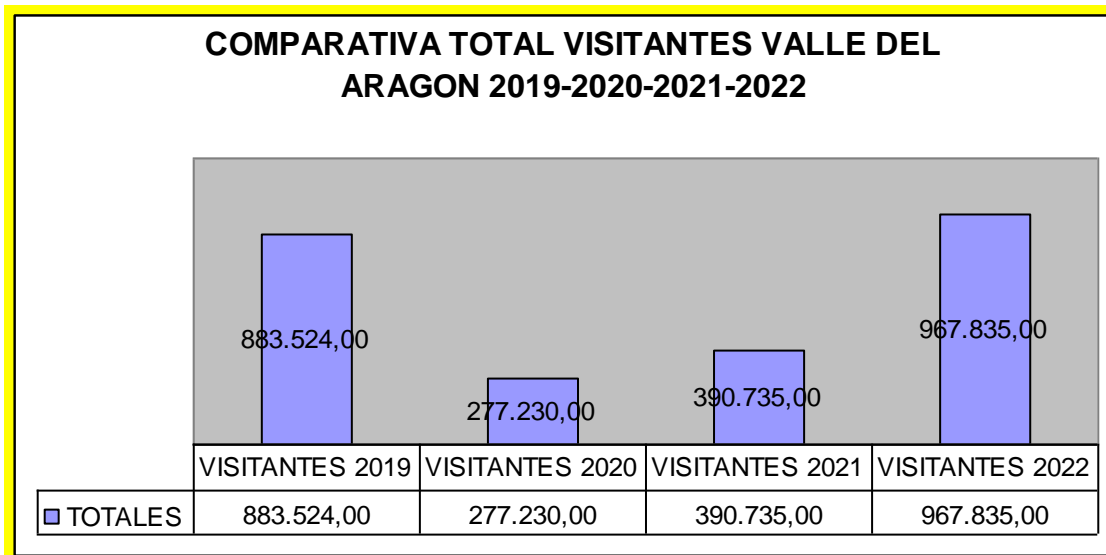
tvi: tasa de variación interanual. "-": dato no disponible.

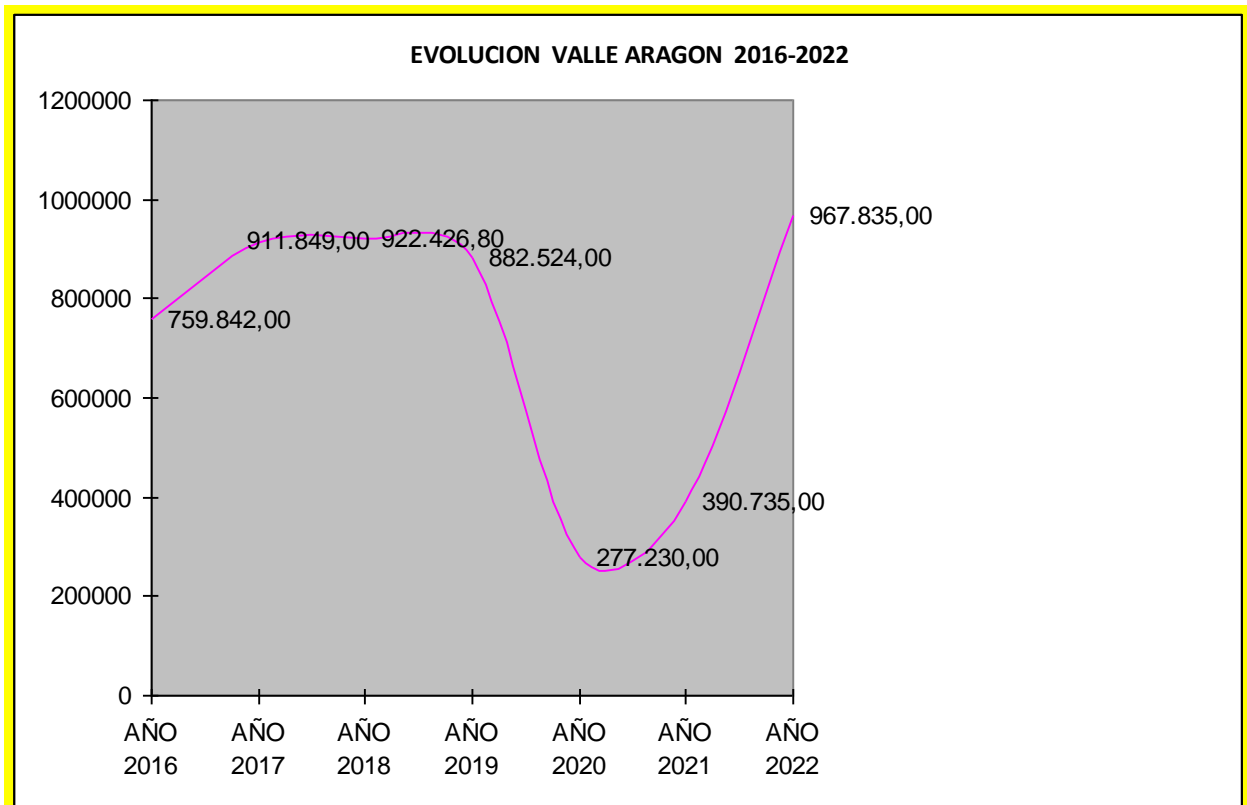
Fuente: INE.

10.5 EVOLUCIÓN DE VISITANTES Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS COMPARATIVA 2019-2022

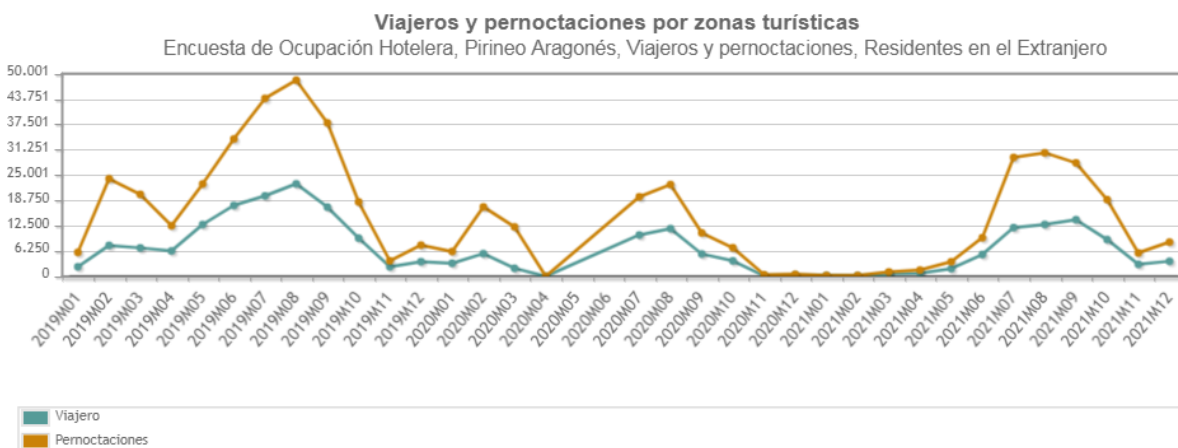


10.6 EVOLUCIÓN DE VISITANTES Y EXPERIENCIAS TURISTICAS COMPARATIVA 2019-2022

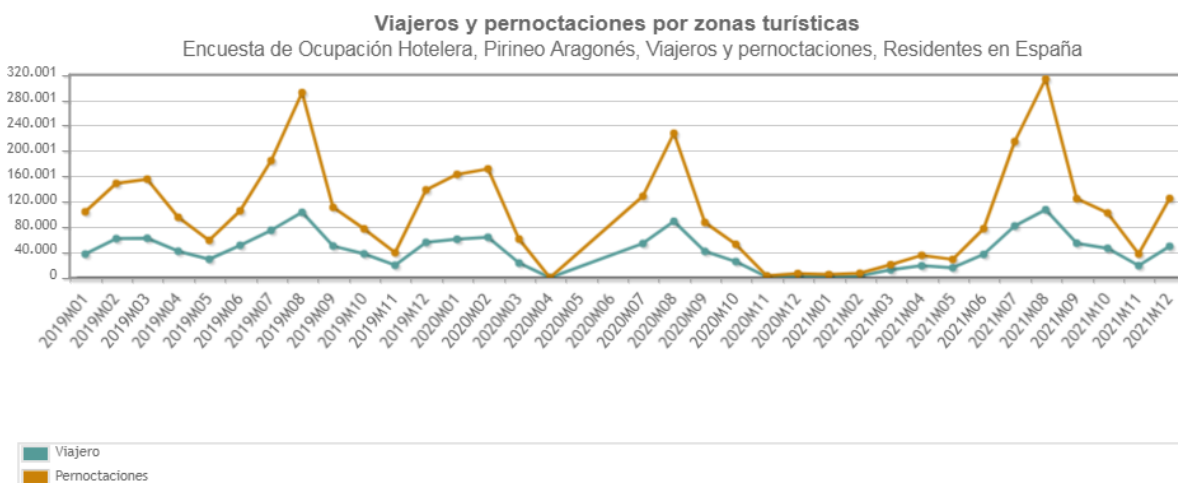




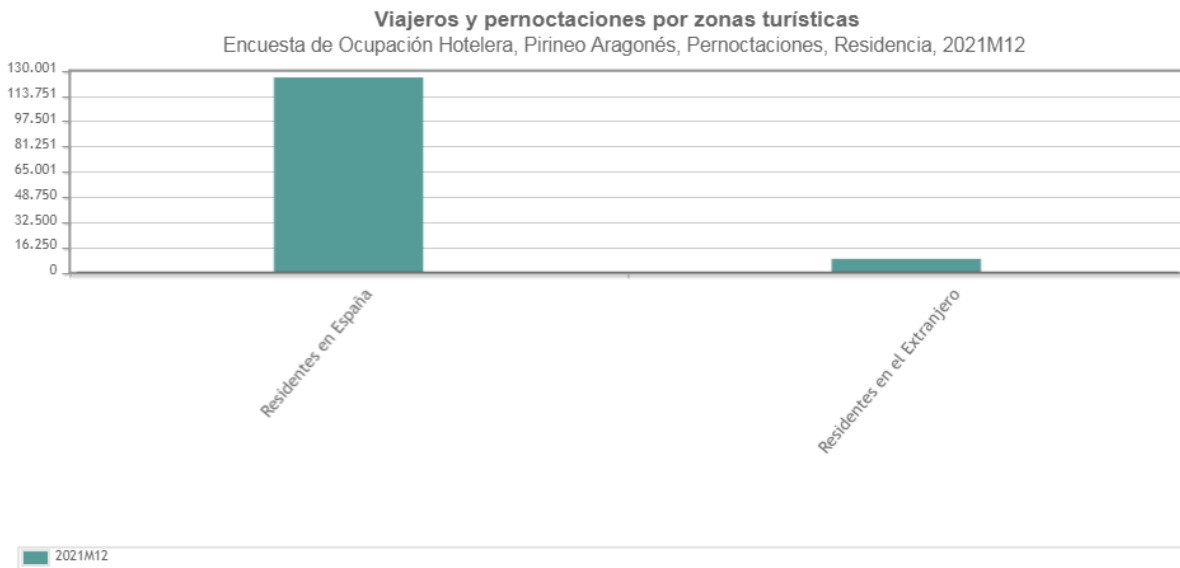
10.7 CIFRAS INE PIRINEO 2019-2022 EXTRANJEROS VIAJEROS Y PERNOCTACIONES



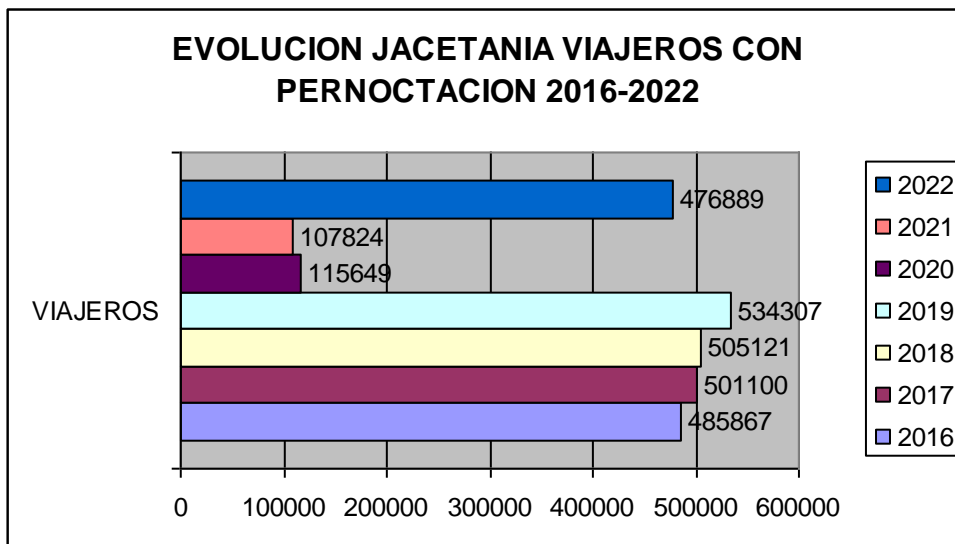
10.8 CIFRAS INE PIRINEO 2019-2022 NACIONAL VIAJEROS Y PERNOCTACIONES



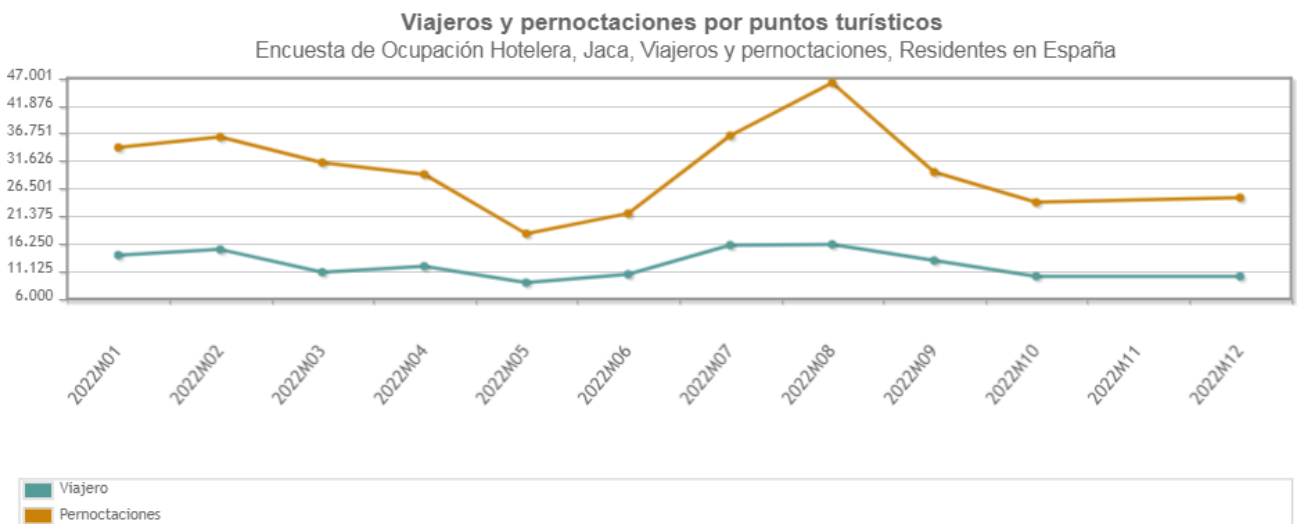
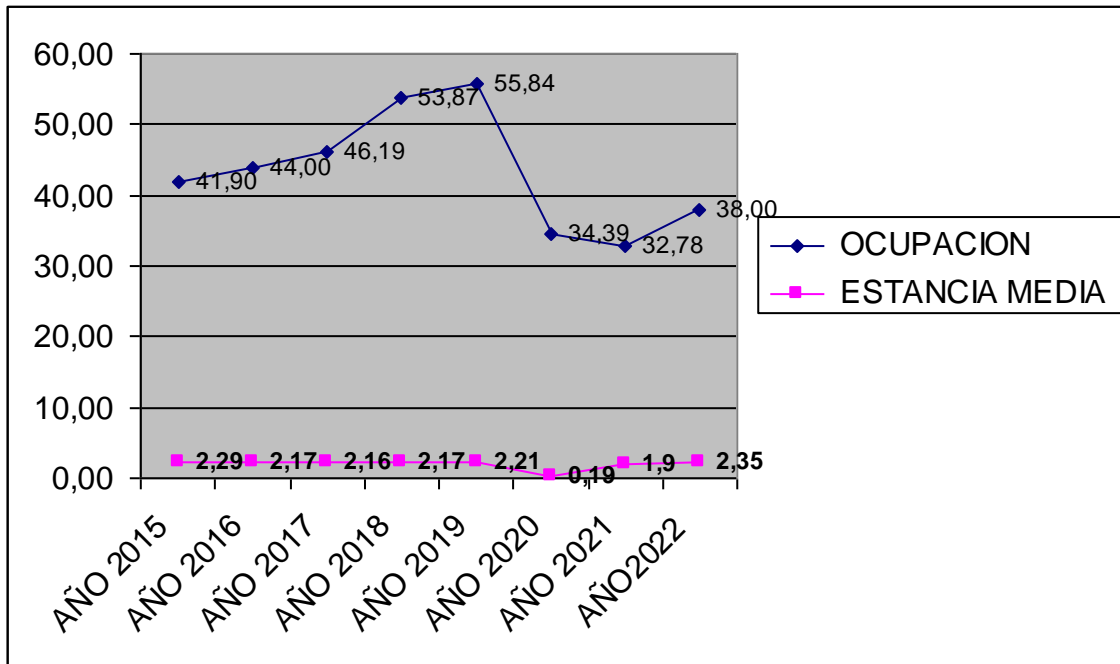
10.9 2022 INE PIRINEO COMPARATIVA NACIONAL / EXTRANJEROS



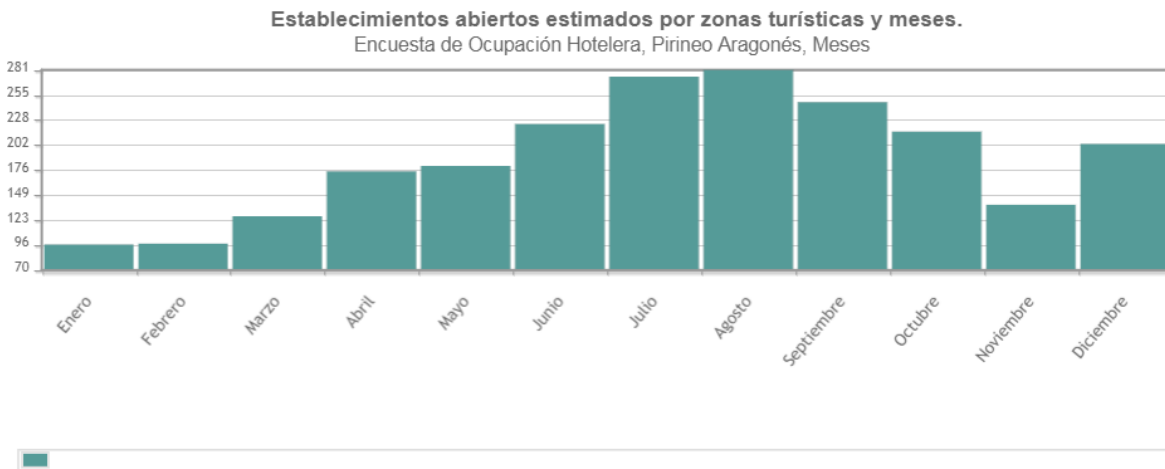
10.10 COMPARATIVA VIAJEROS CON PERNOCTACIONES COMARCA JACETANIA.2016-2022



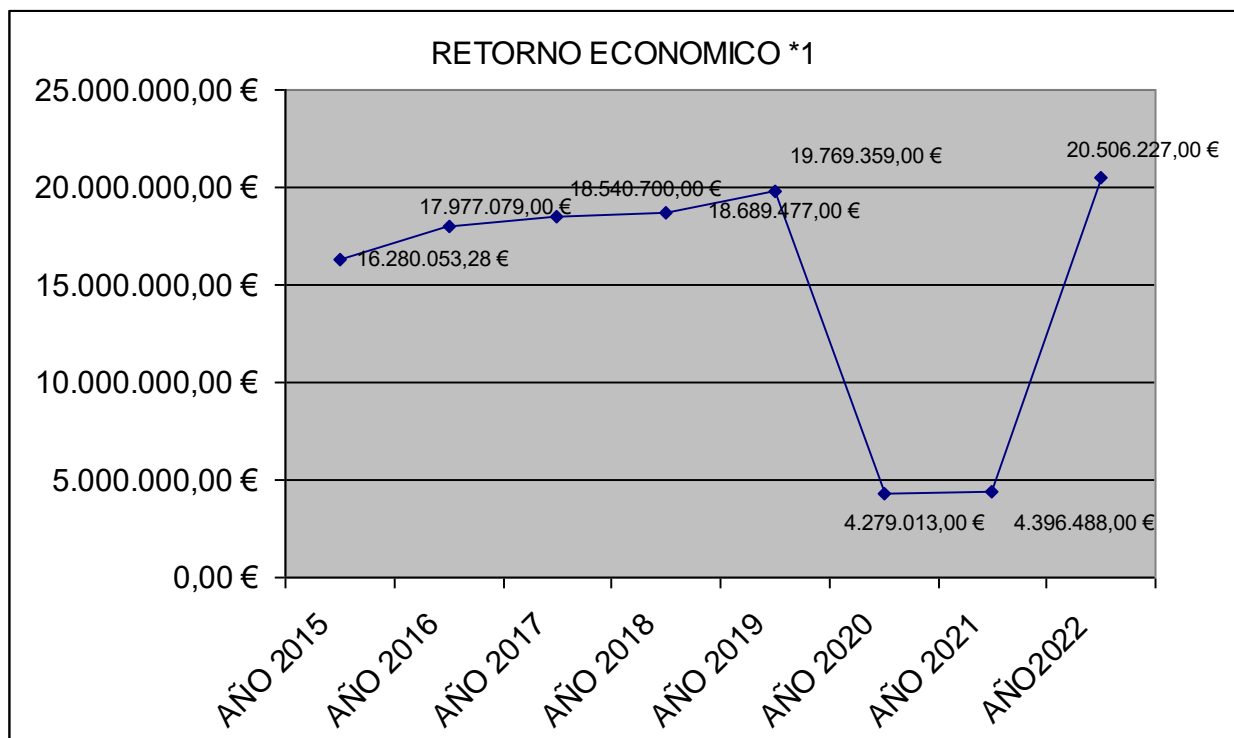
10.12 COMPARATIVA ANUALES DE OCUPACION Y ESTANCIA MEDIA JACETANIA 2015-2022



10.13 ESTABLECIMIENTOS ABIERTOS PIRINEO 2022 MES A MES



10.14 EVOLUCION DE INGRESOS SOBRE VOLUMEN DE TOTAL DE PERNOCTACIONES EN LA JACETANIA 2015-2022.



1* VALOR ESTANCIA MEDIA PAX /NOCHE /CAMA ;37 € (HASTA 2021) APARTIR DEL 22 ;43 €

Fuente; Elaboración propia a partir de la base de datos de las diferentes organizaciones e instituciones colaboradoras INE e INAEST.

10.15 EVOLUCION DE RRSS Y VISITAS WEB 2020-2021.

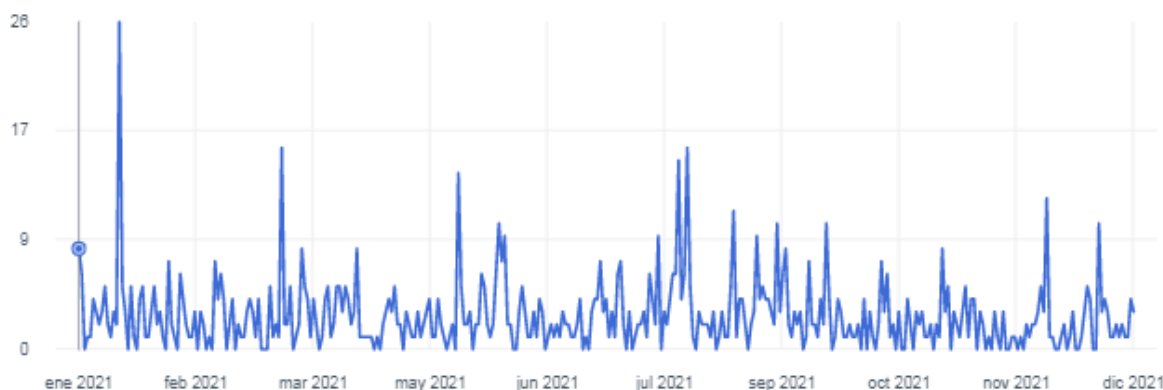
RRSS



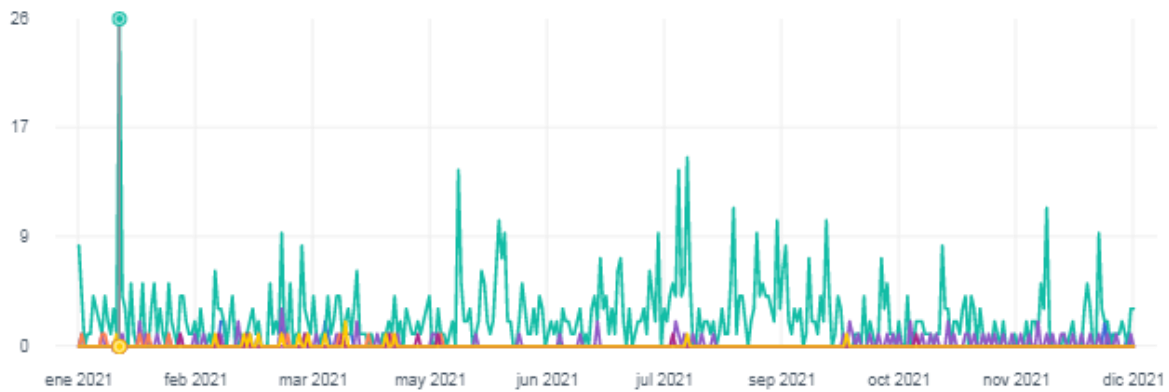
Descargas 31.12.21 a 31.12.22



Descargas 31.12.21 a 31.12.22



Visitas totales

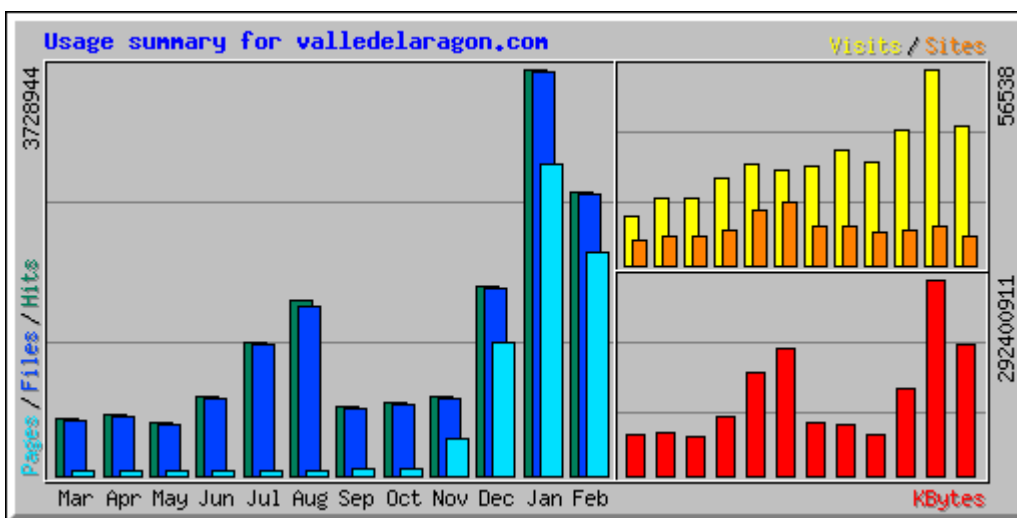
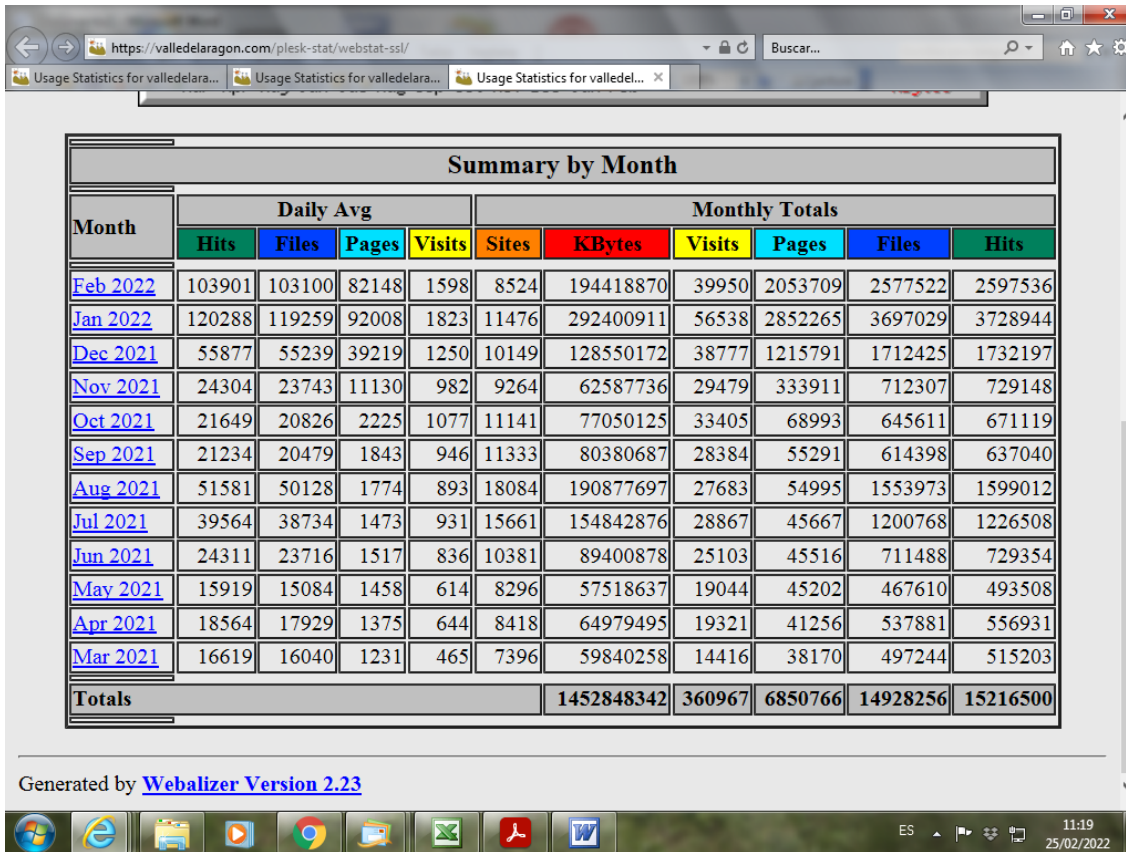


Visualizaciones por sección.

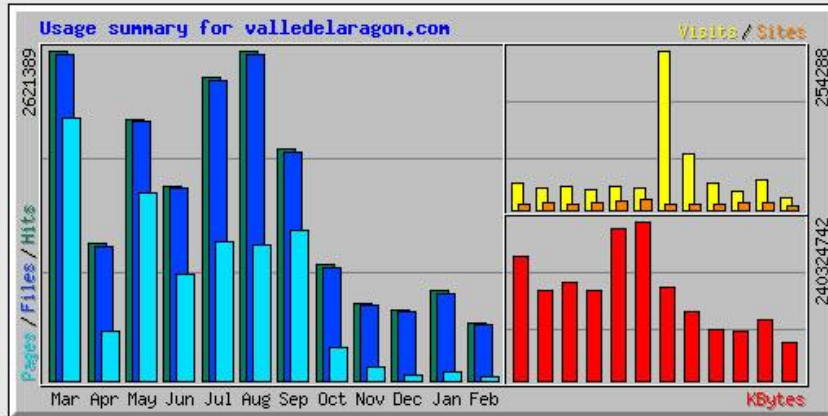


Total de Me gusta: 8.125.

PAGINA WEB
2021



2022



Summary by Month										
Month	Daily Avg				Monthly Totals					
	Hits	Files	Pages	Visits	Sites	KBytes	Visits	Pages	Files	Hits
Feb 2023	21544	21015	1550	961	7211	57232757	20194	32551	441315	452442
Jan 2023	22966	22422	2093	1524	10694	92782165	47264	64903	695097	711962
Dec 2022	18136	17553	1626	988	12939	74204623	30633	50415	544171	562229
Nov 2022	20523	19947	3634	1426	9021	76039630	42793	109033	598420	615698
Oct 2022	29646	29006	8680	2861	10341	103033319	88701	269099	899205	919035
Sep 2022	61144	60596	39978	8476	9493	139923266	254288	1199343	1817885	1834345
Aug 2022	84560	83332	34624	1114	16457	240324742	34550	1073363	2583299	2621389
Jul 2022	77844	76875	35437	1248	15352	228261277	38689	1098560	2383135	2413170
Jun 2022	51619	50994	28390	1064	10671	135307594	31949	851706	1529830	1548585
May 2022	67029	66430	48257	1192	9703	147689783	36980	1495974	2059346	2077929
Apr 2022	36329	35565	13066	1172	10475	136939767	35186	391985	1066956	1089872
Mar 2022	84227	83586	67088	1339	9065	187594263	41527	2079736	2591185	2611065
Totals						1619333186	702754	8716668	17209844	17457721