



## Conclusiones del desarrollo turístico en el territorio Ruta de la Garnacha

Desde finales del pasado año, el Observatorio Turístico de la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha ha recopilado una serie de datos (vía cuestionarios) tanto del sector empresarial como del público (alcaldías y consejerías de comarca) con el propósito de llegar a conclusiones muy precisas respecto al estado actual del desarrollo turístico en el territorio y conocer en qué punto nos encontramos. El objetivo de todo ello es saber desde la Asociación si se está llevando una correcta gestión de la actividad acorde a las necesidades del territorio, así como perfilar la estrategia de trabajo a futuros años, bien manteniendo la dinámica o bien solventando posibles desviaciones de los planes de trabajo actualmente diseñados.

Hemos de recordar que el presente estudio del territorio se ha realizado con la totalidad de los municipios de la Comarca Campo de Borja más Vera de Moncayo y El Buste. Estos dos últimos municipios de la Comarca Tarazona y el Moncayo están incluidos en el estudio por participar del producto Ruta del Vino La Garnacha y de la distinción del paisaje como Espacio de Interés Turístico de Aragón.

Una vez analizados los cuestionarios, las conclusiones a las que llega el territorio son las que exponemos en este breve resumen, acompañado de un estado (comentario) de las mismas desde La Ruta de la Garnacha:

### Contenido

Presentación

Pág. 1

Conclusiones

Pág. 2, 3 y 4



Nueva, 6 Borja.  
662614505  
gerencia@larutadelagarnacha.es



# CONCLUSIONES

## y análisis desde Ruta de la Garnacha

**1º El turismo en el territorio es una actividad incipiente y complementaria** al resto de la actividad económica pero con gran visión de futuro por el trabajo que se está realizando en la gestión del mismo.

**ESTADO.** Se sigue trabajando por la sostenibilidad de la actividad turística, un concepto que se proyecta en los sucesivos Planes Estratégicos desde el año 2013.

**2º Los municipios, en su mayoría, no invierten en un área dedicada al turismo,** con personal cualificado al frente.

**ESTADO.** Se reforzará este mensaje a los municipios más grandes en los próximos planes de trabajo a desarrollar.

**3º Los municipios prefieren que la gestión turística se centralice desde un único órgano de forma que las políticas turísticas del territorio vayan encaminadas a unos mismos objetivos.**

**ESTADO** Se viene desempeñando este trabajo desde sus inicios con La Ruta de la Garnacha, a falta de un departamento oficial de turismo en la Comarca Campo de Borja.

**5º Se aconseja no apostar únicamente por el monocultivo del enoturismo,** aunque sí es considerado como el más relevante.

**ESTADO** Se trabaja en esta línea desde el pasado año 2014 teniendo en cuenta las grandes posibilidades que tiene el territorio en recursos complementarios y que, además, refuerzan al turismo del vino. Este trabajo se realiza siguiendo en buena parte la hoja de ruta del Plan Aragonés de Estrategia Turística (Turismo de Aragón).

**6º El resto de recursos por el que muestra interés la zona están vinculados íntegramente al paisaje cultural,** entorno donde también el enoturismo se manifiesta con su grandeza.

**ESTADO** Se ha iniciado una estrategia de puesta en valor del paisaje desde el pasado año 2013 y por el que se trabaja año tras año.

**7º Se apuesta por la creación de otros productos turísticos** que vendan el territorio (turismo cultural, ecoturismo –senderismo, paisaje, naturaleza, etc.- y en menor medida las posibilidades que ofrecen los recursos hídricos –humedales, embalses, etc.-).

**ESTADO** Se trabaja en la proyección de dos nuevos productos turísticos: el ecoturismo y el turismo fluvial. Ambos suman y aportan contenido al producto “estrella” del territorio: el enoturismo, además de diversificar el riesgo de un monocultivo.

# CONCLUSIONES

## y análisis desde Ruta de la Garnacha

### 8º Se considera al territorio como destino turístico.

**ESTADO** Es una interpretación errónea que no es acorde con el lugar al que se relega la actividad turística (complementaria) según la conclusión 1º. Realmente, y por definición, nuestro territorio es lo que actualmente se conoce como “destino con atracción turística”.

9º **El turismo tiene carácter transversal** afectando de lleno a otras áreas de competencia municipal y comarcal (deportes, cultura, juventud, medioambiente...).

**ESTADO** Se sigue solicitando a la Comarca que haya un reconocimiento oficial de la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha como entidad oficial de gestión turística del Campo de Borja (a falta de un departamento de turismo comarcal), momento en el que debería existir una coordinación entre todos y cada una de las áreas comarcales además de una Mesa del Turismo.

10º **No existe una regulación del entorno paisajístico** (natural y cultural) que vele por su correcto mantenimiento.

**ESTADO** El trabajo desempeñado en materia de paisaje ha concluido en un ambicioso Plan de Gestión del Paisaje EITA Ruta de la Garnacha, a 10 años, aprobado por la Comarca Campo de Borja, seguido de una Declaración del Paisaje aprobada por el Consejo de Comarca el pasado día 19 de junio donde el territorio se compromete al mantenimiento, conservación y regulación del paisaje.

11º El territorio da grandes pasos en materia paisajística sin embargo **les exige a los municipios, en ocasiones, cierta colaboración y cambios de modelos de gestión que no acaban de asimilar.**

**ESTADO** Este punto queda incluido en el Plan de Gestión del Paisaje EITA Ruta de la Garnacha por lo que se inicia el trabajo.

12º Se valora positivamente la labor realizada desde la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha sin embargo **suspende en la partida que corresponde a promoción turística.** No obstante conocen la situación económica de la misma y no lo achacan a su funcionamiento.

**ESTADO** Se trata de una situación mantenida en el tiempo debido a la reducción de cuotas de sus socios desde el pasado 2013, el plan de ajuste contable a 2019 y negativa de ayudas, en los dos últimos años, tanto de Europa como del gobierno autonómico. Se sigue trabajando la financiación de la Asociación en un plan propio.

# CONCLUSIONES

## y análisis desde Ruta de la Garnacha

**13º La falta de un sentimiento de territorio, aviva localismos** contraproducentes al avance de proyectos que requieren de la colaboración y participación de todos los agentes comarcales.

**ESTADO** Se trata de una situación que se ha mejorado considerablemente en los últimos años, sin embargo, y en ocasiones, siguen siendo un motivo de freno para un correcto desarrollo. En definitiva se trata de una cuestión de convencimiento y comprender que “sumar” da un resultado “global” y no “particular”. El trabajo de la gestión turística y los resultados de su actividad son los que, con el tiempo, lograrán cambiar estas actitudes.

**14º Existe un alto % de establecimientos que no dan la importancia necesaria a la formación,** lo que se traduce en un pérdida de calidad de atención al cliente con las negativas repercusiones al producto ofrecido.

**ESTADO** Se trata de una gran asignatura pendiente en el territorio al no participar, tan apenas, los profesionales en los cursos que se imparten desde Comarca y Ruta. Se proyecta un mayor refuerzo de sensibilización en esta área de cara a los próximos años.

**15º Sigue existiendo un convencimiento mayoritario de que la institución pública no colabora con la privada lo que limita o dificulta su desarrollo y/o crecimiento.**

**ESTADO** Se contempla reforzar este punto en los siguientes planes de trabajo.

**16º Un 50% no hace uso de las nuevas tecnologías y un 25% no tiene página web. En pleno siglo XXI, estas estadísticas son realmente altas** lo que define la pérdida de oportunidades y/o la excesiva confianza del propietario/a a que sus clientes siempre le serán fieles por lo que el negocio será eterno.

**ESTADO** Es el resultado de no atender a la formación como una mejora de calidad de servicio. Punto 14º.

**17º Un 70% de los establecimientos adheridos a Ruta entienden que La Ruta de la Garnacha trabaja para facilitar herramientas que puedan utilizar sus asociados con el fin de diferenciarse y captar mayor cuota de mercado.**

**ESTADO** Poco a poco desaparece el erróneo convencimiento de que La Ruta es el comercial de “uno o varios” establecimientos, entendiendo definitivamente que la Asociación es un ente que prepara y vende un producto llamado “destino” y que facilita “herramientas” que puedan ser de utilidad a los propietarios de los establecimientos, en el destino, de forma que puedan posicionar sus servicios mejor, con un valor añadido.

# CONCLUSIONES

## y análisis desde Ruta de la Garnacha

---

17º Un buen número de establecimientos desconoce si la comarca tiene o no tiene un departamento que gestione la industria turística en el territorio lo que explica que hasta ahora tanto la administración como el tejido privado consideraban que el turismo era una actividad que tan sólo requería de la venta de servicios (alojamiento, restaurantes, etc.) a clientes finales.

**ESTADO** Es el resultado del desconocimiento, de algunos establecimientos y administraciones locales, de que el turismo es la venta global de un destino (punto 16º). Sin “destino” no hay desarrollo turístico y sin “desarrollo turístico” no hay actividad económica. El visitante viene, en su 99%, por las posibilidades conjuntas que ofrece el territorio (se trata de un “todo”) dentro de unos estándares de calidad a los que el turista es muy sensible. Son muy pocos los “establecimientos” en el país que pueden presumir de que el visitante viene única y exclusivamente por ellos considerándose en sí mismos un reclamo turístico de alto potencial.