

Organigrama funcional

**ASOCIACIÓN PARA LA PROMOCIÓN
TURÍSTICA DE LA RUTA DE LA GARNACHA**

ASOCIACIÓN

Con sede en la localidad de Borja, la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha nace en el año 2009. Los socios fundadores son la Comarca Campo de Borja y el C.R.D.O. Campo de Borja, reforzados posteriormente con la adhesión a la asociación de los diferentes municipios que integran el destino turístico de *La Ruta de la Garnacha* compuesto por aquellos municipios cuyo paisaje cultural goza de la distinción de Espacio de Interés Turístico de Aragón: 18 de la Comarca Campo de Borja más Vera de Moncayo y El Buste, estos dos últimos pertenecientes a la Comarca Tarazona y el Moncayo.

Este hecho es fundamental para la gestión de las diferentes acciones que promueva la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha, intentando siempre encontrar una cohesión territorial.

La asociación, y según los fines definidos en sus Estatutos (1), tiene por labor **la gestión y planificación**:

Destino turístico

Del **destino turístico**, conocido como La Ruta de la Garnacha.

Se entiende por *destino turístico*:

El conjunto de atractivos y servicios que facilitan la estancia del turista (recursos naturales, eventos, transporte, rutas, etc.) junto con los medios que posibilitan su accesibilidad (servicios básicos como energía, agua, carreteras, limpieza, sanidad, etc., a los directamente relacionados con actividad turística como alojamientos, restaurantes, tiendas, etc.). La gestión del destino turístico no tendrá éxito alguno si antes no se cuenta con el respaldo de la población por lo que la planificación del destino debe contar con la colaboración de la misma, representada por los múltiples agentes territoriales existentes.

Producto turístico

Y de los diferentes **productos turísticos** que se asientan en él.

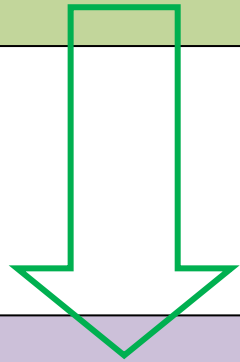
Se entiende por *producto turístico*:

Aquel conjunto de actividades de ocio diseñadas para dar servicio y fidelizar al consumidor final (en este caso hacia un público segmentado) de un determinado destino turístico. Los productos turísticos, con el fin de constituirse, se valen de los atractivos, servicios y medios del destino.

Los productos turísticos son privados o público-privados.

ASOCIACIÓN PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA RUTA DE LA GARNACHA

Con sede en la localidad de Borja, la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha nace en el año 2009. Los socios fundadores son la Comarca Campo de Borja y el C.R.D.O. Campo de Borja, reforzados posteriormente con la adhesión a la asociación de los diferentes municipios que integran el destino turístico de La Ruta de la Garnacha compuesto por aquellos municipios cuyo paisaje cultural goza de la distinción de Espacio de Interés Turístico de Aragón: 18 de la Comarca Campo de Borja más Vera de Moncayo y El Buste, estos dos últimos pertenecientes a la Comarca Tarazona y el Moncayo.



DESTINO TURÍSTICO

“Ruta de la Garnacha”

El destino se trabaja bajo unos planes de trabajo que marcan las estrategias a seguir en un tiempo determinado ([ver estrategias](#))

Las acciones que se llevan a cabo para la gestión y planificación del destino tienen por objetivo, entre otros, facilitar la puesta en marcha de productos turísticos.

La gestión y planificación de un destino debe contemplar la participación de la población por mediación de sus

agentes territoriales

Mesas de trabajo

PRODUCTOS TURÍSTICOS

El destino turístico de “La Ruta de la Garnacha” está compuesto por los siguientes productos turísticos:

RUTA DEL VINO. Consolidado.

CAMINO SANTIAGO. En consolidación

ECOTURISMO. En consolidación.

TURISMO FLUVIAL. En proceso.

Todos estos productos tienen su propio plan de trabajo.