

Puesta en marcha

ARRANCA MOS



Escribe un pie de foto.

COVID19

CRISIS

En cualquier crisis las personas pasamos por cuatro fases:

1º miedo.

2º comprensión.

3º ACCIÓN.

4º racional.

Camino de dos meses de confinamiento deberíamos estar en la tercera fase: acción. Es algo que, aún así, debemos analizar cada uno de nosotros y ver en cuál nos encontramos para afrontar la salida lo mejor posible. Por supuesto, te invitamos a que pases a la tercera si no te ves en ella todavía y para ello **valga este documento a modo de guía**. Porque fácil no será pero imposible tampoco.

Es la realidad que nos toca vivir, con la que hemos de trabajar y con ello proyectar nuestro futuro, al menos a corto y medio plazo. Ya llegará 2021 donde todos los indicadores hacen presagiar una recuperación del sector turístico mucho más rápido de lo que hasta hace unas semanas se pensaba.

No lo olvidemos, si hay uno de los sectores que ha contribuido a sacar a este país de grandes crisis, ése, es: el turismo.

La garantía de reabrir nuestros establecimientos (restaurantes, hoteles, casas de turismo rural, hoteles, museos, etc.) **pasa**, ahora más que nunca, **por ofrecer un protocolo de seguridad tanto para visitantes como del personal laboral**. Y es que la sociedad, en su buena parte, sigue en la primera fase, en la del miedo, y durará pues la coyuntura por ahora no ayuda. **Buena parte de estos protocolos están publicados y al alcance de cada uno de nosotros en la web de La Ruta**, junto otra mucha más información de interés tanto para el tejido empresarial turístico como para la administración. **Se actualiza al día** y proviene de organismos oficiales. Para su visualización, [clicar aquí](#).

TRAS SEMANAS DE INCERTIDUMBRE, DEJEMOS PASO YA A LA ACCIÓN

El siguiente documento **tiene el objetivo de facilitar la toma de decisiones del empresario**, al igual que los **responsables de los municipios** que conforman el destino de La Ruta de la Garnacha, y **afrentar el arranque de la actividad turística en él**, en definitiva de la actividad económica.

La presentación del mismo son una secuencia de diapositivas y donde en **cada una de ellas se expone una realidad**, tratando de abandonar la senda de la incertidumbre y **sujetarnos a aspectos que nos permitan entrar en una fase de acción**. Por supuesto se pueden entender como unas consignas para ayudar a aquellos que todavía no saben cómo afrontar el futuro más inmediato; y para aquellos que ya están en esta fase les recomendamos, aún así, su lectura y trabajar lo más posible de forma coordinada y acertada.

Para afrontar este nuevo escenario, antes tenemos que tener **claros algunos puntos que nos den seguridad y confianza**, donde poder sujetarnos y **minimizar los riesgos**. Tampoco nos tenemos que llevar a engaño pues el riesgo siempre estará pero eso es algo con lo que todos jugamos, vivamos o no con el COVID19. Digamos que es el día a día de una empresa o de cualquier proyecto que requiere de inversión, lo es tanto para una empresa del sector turístico como para la proyección de un destino.

Por lo tanto, y **con el ánimo de que estas conclusiones** (consensuadas en buena parte por diferentes sectores profesionales turísticos provenientes de organismos oficiales y privados) **puedan servir de ayuda al tejido empresarial de nuestra comarca y destino Ruta**, queremos **mostraros algunas realidades que debemos ya aceptar, y dejar atrás la incertidumbre**.

A estas realidades la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha añadirá algunas **observaciones que mostrarán su adaptación** a la misma, y así las conozcáis.

Os invitamos a que sigáis las mismas para **estar preparados** justo **en el momento** en que se **restaure la movilidad de las personas y se arranque de nuevo la actividad turística** en la medida de cómo venga. **Hay que estar preparados para el día “D”**.

Puesta en marca
ARRANCAMOS

LO QUE YA ES SEGURO
REALIDADES CON LAS
QUE TRABAJAR

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

*Son muchos los
destinos turísticos
del país que están ya
con medidas y
campañas para
impulsar la
recuperación del
sector tras la crisis
del coronavirus*

Promoción virtual a través de las redes sociales, formación, creación de nuevos protocolos de salud e higiene tras el nuevo escenario y preparación de las nuevas campañas son algunas de las actuaciones en las que trabajan para el día en que decaigan todas las restricciones activadas con motivo de la pandemia.

¿Qué hace la Ruta de la Garnacha al respecto?

Plan de choque con estrategias para hacer frente a las consecuencias del COVID19. **Elaborado a mediados de marzo y puesto en acción de forma inmediata.** Se trata de un plan flexible debido a la actual situación cambiante y del que se va informando puntualmente al sector turístico de la Comarca y socios Ruta. Enlace a la [nota de prensa](#).

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

La Dirección General de Turismo de Aragón está finalizando su plan de choque COVID19 y del que se hará entrega a cada una de las comarcas y destinos turísticos

En los próximos días se hará público dicho plan (lo adjuntaremos a este documento) y en el que se incluirán, entre otros, las ayudas directas al sector.

¿Qué hace la Ruta de la Garnacha al respecto?

Estamos participando en diferentes reuniones con la Dirección General de Turismo de Aragón **tanto en calidad de producto turístico: Ruta del Vino como representación turística de la Comarca Campo de Borja**, al igual que han hecho el resto de comarcas de Aragón.

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

A corto y medio plazo los viajes de larga distancia se reducirán después de la crisis sanitaria y, ante las medidas estrictas de control, este verano será un periodo de turismo interno con prudencia, a destinos de proximidad y en vehículo propio

¿Qué hace la Ruta de la Garnacha al respecto?

La configuración de nuestro destino, y al margen de la actual crisis, es propio de un destino de proximidad. Esto quiere decir que el **destino se ha trabajado desde el primer día como tal y por lo tanto tenemos ya un gran camino recorrido**. En estos momentos es una fortaleza, si cabe, mayor.

No obstante, y dentro de esa proximidad, el mercado francés es el que más a sufrir, al menos hasta el otoño. Adjuntamos para una mayor información un informe emitido en 2017 sobre el [perfil de visitante en la Ruta de la Garnacha](#) y otro sobre la [demanda turística](#).

LA DESESCALADA SERÁ ASIMETRICA Y GRADUAL.

EL PRIMER CLIENTE EN ACTIVARSE SERÁ EL TURISTA LOCAL, AQUEL QUE TENGA CAPACIDAD DE DESPLAZARSE EN UN RADIO DE PROXIMIDAD.

LA RUTA DE LA GARNACHA GOZA DE UNA EXCELENTE POSICIÓN CON UN NÚCLEO DE POBLACIONES RELATIVAMENTE GRANDES A NO MÁS DE 2 O 3 HORAS DE COCHE

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

El grado de reactivación turística dependerá de la flexibilización progresiva de las normas de control sanitario además de las implantadas por el gobierno de la nación y posteriormente locales

Será **A PARTIR DEL 20 DE MAYO** cuando se implementen los protocolos de forma gradual por subsectores y territorio. Mientras tanto dejamos los siguientes enlaces (pautas sobre medidas a tomar) que nos anticipan en un 90% lo que viene:

[Plan de apertura hostelería. Bares, restaurantes, cafeterías...](#)

[Pautas de seguridad e higiene en alimentación. Empresas de restauración](#)

[Reincorporación a la actividad Post COVID19. Oficinas corporativas y hoteles](#)

Es importante ir asumiendo lo que viene, hacer algunas previsiones, planes de actuación, etc., y **estar preparados para cuando la actividad arranque tenerlo todo a punto.**

**SE DESACONSEJA TOTALMENTE HACER
CUALQUIER TIPO DE INVERSIÓN EN MATERIA DE
PREVENCIÓN E HIGIENE A CAUSA DEL COVID 19
HASTA QUE LOS PROTOCOLES OFICIALES, Y
ÚNICOS PARA TODO EL PAÍS, ESTÉN PUBLICADOS
Y LISTOS PARA SU IMPLEMENTACIÓN**

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

El auge en los destinos nacionales de proximidad estará condicionado por tres motivos: la seguridad percibida; la disponibilidad presupuestaria de una parte de la población y la disponibilidad de conectividad y sus precios

¿Qué hace la Ruta de la Garnacha al respecto?

Tras la crisis de 2008, el flujo turístico se mantuvo en buena parte sin embargo lo que cambió fueron los hábitos de los mismos. En resumen, no había presupuesto para tanto gasto pero sí se optaba por salir. Ciertos gastos ya no se contemplaban o se redujeron (los viajes de proximidad se quedaron en viajes de un día y aquellos que planificaban varios días, con pernoctación, optaron por reducir gasto como en restauración o compras en destino). El campo cogió mucha fuerza, fue un buen lugar donde disfrutar de ocio con un coste más reducido. Aunque la realidad indica que se tendrán que revisar y ajustar los precios, desde La Ruta de la Garnacha **NO RECOMENDAMOS** entrar en una **guerra de precios** para captar al cliente pero **SÍ RECOMENDAMOS** aplicar **incentivos y promociones** al cliente, cuestiones más puntuales y controlables en el tiempo. **Una guerra de precios** para competir lo único que **nos lleva** es a **una pérdida de la imagen y valor del destino**, hasta la fecha posicionado en el mercado, y por otro lado la **gran dificultad de poder volver a los precios previos a la crisis**.

**LA PERCEPCIÓN DE SEGURIDAD ES LO QUE
POSIBILITARÁ, MÁS QUE LAS BAJADAS DE PRECIO,
LA RECUPERACIÓN DEL TURISMO**

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

*El cliente priorizará
durante los próximos
meses las medidas de
seguridad de los
establecimientos
turísticos*

¿Qué hace la Ruta de la Garnacha al respecto?

Aunque ya se está confeccionando desde el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo una guía de buenas prácticas, de modo que tan sólo haya una única guía en toda España por cada uno de los sectores y para que los viajeros sepan que las condiciones son únicas en todo el territorio español (guía para hoteles, guía para restaurantes, guía para turismo activo ...), hay que saber que en la **web de Ruta ya existe por parte de la Secretaría de Estado de Turismo de España un manual que puede guiar al sector privado en las medidas preventivas** que va a tener que adoptar de abrir sus puertas. Con ello **ya podemos hacernos una idea de la inversión necesaria**, aproximada. [Enlace al manual](#)

SI NO SE APLICA UN ADECUADO PROTOCOLO DE MEDIDAS DE SEGURIDAD QUE INFUNDAN CONFIANZA TANTO A CLIENTES COMO A OPERARIOS, ORQUESTADA CON UNA ADECUADA COMUNICACIÓN PREVIA (WEB, REDES SOCIALES, ETC.), EL ESTABLECIMIENTO QUEDARÁ FUERA DEL SISTEMA TURÍSTICO RESTANDO COMPETITIVIDAD AL DESTINO

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

De no aplicar de forma adecuada dicho protocolo en todos los actores que forman parte de la cadena de valor del turismo, la ciudadanía mostrará, con casi toda seguridad, un rechazo hacia la llegada de turistas

Nada nos garantiza que, en los siguientes meses, la ciudadanía no siga anclada en la fase primera “la del miedo”.

La cadena de valor del turismo: transporte, restauración, actividades, etc. Deberá aplicar las normas de seguridad y prevención que se implementarán en los próximos días los organismos oficiales (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo)

¿Qué hace la Ruta de la Garnacha al respecto?

La Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha, y a medida que los municipios y empresas del sector turístico notifiquen sus medidas de prevención, lo irá comunicando vía redes sociales y publicando en su página web. **La Ruta utilizará como estrategia de venta la seguridad en la prevención dando mayor visibilidad a quien así lo haga** (aunque entendemos que por ley será para todo por igual ya que se legislará al respecto).

SE ESTÁ HABLANDO DE IMPLANTAR EL CERTIFICADO “COVID-FREE”, UN DISTINTIVO QUE A SIMPLE VISTA EL VISITANTE PUEDE TENER LA SEGURIDAD DE QUE EN DICHO ESTABLECIMIENTO SE ESTÁ APLICANDO DE FORMA ESCRUPULOSA LAS MEDIDAS DE PREVENCIÓN. ENTENDEMOS QUE EN UNAS SEMANAS SERÁ UNA REALIDAD EN ARAGÓN

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

Será a finales de junio cuando el turismo doméstico empiece a activarse, especialmente en las zonas rurales menos dadas a las grandes aglomeraciones. El turismo rural y el de naturaleza serán el "top"

Será así en lo que pueda quedar de primavera, aunque ésta se da prácticamente por perdida, verano, sobre todo, y otoño, si acompaña el tiempo.

¿Qué hace la Ruta de la Garnacha al respecto?

Desde el año 2014 La Ruta de la Garnacha ha diversificado el riesgo mediante la segmentación de público bajo la creación de productos turísticos más allá del enoturismo, éste como producto estrella y lanzadera. Uno de ellos ha sido el vinculado con la naturaleza y el turismo rural, englobado en el producto "ecoturismo". **Atendiendo a esta realidad será el producto que podrá, de algún modo, soportar el tirón de la salida del COVID19: el senderismo, el btt, las experiencias al aire libre, etc., serán las más solicitadas** o al menos las más contempladas por los visitantes que nos vengán. Adjuntamos un informe emitido en 2019 sobre el trabajo que se está realizando en [materia de senderos y conservación del paisaje](#)

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

El enoturismo, cuya temporada alta es primavera y otoño, volverá en septiembre, en un momento en que la confianza a viajar se se habrá recuperado

Esto se entiende así siempre y cuando las autoridades sanitarias no anuncien un nuevo rebrote del virus y de nuevo establezcan medidas de movilidad a la población.

¿Qué hace la Ruta de la Garnacha al respecto?

El enoturismo es el **producto estrella del destino** y su **presencia es permanente en el resto de productos** turísticos. Véase las propuestas diferentes de disfrute del paisaje poniendo en valor la cultura del vino. Bien es cierto, que en los primeros meses, es muy probable y vista la tendencia de la demanda, que se opte por no entrar a espacios cerrados por lo que **las bodegas deberán readaptar su vista para dar una mayor confianza el enoturista.**

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

Las bodegas tendrán que adaptar sus vistas al nuevo escenario tras la crisis sanitaria. Las visitas a viñedos serán las actividades con más aceptación, al ser al aire libre y garantizar un distanciamiento entre las personas

A pesar de la situación tan complicada que está atravesando el sector, y el país en general, **algunas bodegas están demostrando una enorme capacidad de adaptación y resiliencia**, reaccionando rápido ante la nueva situación y tomando medidas para adaptarse al nuevo entorno. En el siguiente enlace se establecen [pautas y recomendaciones para reactivar la actividad enoturística en las bodegas](#) una vez pase la crisis del COVID19

¿Qué hace la Ruta de la Garnacha al respecto?

Además de las visitas al campo que pueden gestionar las propias bodegas, bajo la marca [#enoaventurate](#) existen múltiples propuestas de actividades en la naturaleza y entorno de los viñedos con el fin de completar una experiencia “global” y “original” que sume valor a la misma. Por otro lado, las propuestas de rutas [BTT](#), [Camino Santiago](#), [senderismo](#), mushing, etc., pueden ser contempladas por la bodega bien como recomendaciones para que el visitante complete su estancia “a su aire” o bien para acabar de diseñar una experiencia turística de la mano de la misma bodega. Por ejemplo: visita al viñedo en btt; vuelo en avioneta con visita a la bodega; paseo en mushing entre viñedos, etc., y todo ello con una degustación de vinos y productos km 0.

**ES UN MOMENTO IDÓNEO PARA QUE LAS BODEGAS
AÑADAN VALOR A SUS VISITAS MEDIANTE LAS
SALIDAS AL CAMPO Y VISITA A VIÑEDOS EN
GRUPOS REDUCIDOS**

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

Las ayudas de la administración son necesarias pero son solo una parte de la solución global. En definitiva, la solución pasa por nuestra capacidad de adaptarnos al cambio

¿Qué hace la Ruta de la Garnacha al respecto?

Las ayudas directas al sector se nos notificarán en unos días, momento en el que se trasladarán al territorio. No obstante, y con las realidades expuestas, hemos de preparar el arranque de igual modo (recordad, será el 20 de mayo cuando nos darán instrucciones con protocolos). Junio está a la vuelta de la esquina.

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

Es más seguro resguardarse bajo el paraguas de la marca destino "Ruta de la Garnacha" que no únicamente bajo la marca propia de cada uno de los establecimientos, o de los municipios, como unidades aisladas

¿Qué hace la Ruta de la Garnacha al respecto?

El hecho de que exista la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha y una marca de destino, **es una decisión de todo el territorio** y por lo tanto **de uso propio para cada uno de nuestros intereses**. Ahora, nuestro interés, es salir lo antes posible y lo mejor que podamos. **Trabajar de forma aislada es sinónimo de pérdida de fortaleza y competitividad**, capacidades que el territorio dispone para lograr un bien común. Procedemos a adjuntar un informe de 2017, que sí bien algo ya ha cambiado por la mejoras alcanzadas, puede servir para entender cómo debemos encarar el [desarrollo y comprensión de nuestra actividad y desarrollo turístico](#), tanto desde la perspectiva de empresario como representante municipal.

#RUTAGARNACHATUDESTINOMASSEGURO
ES EL HASHTAG QUE SE ESTÁ LANZANDO CON LA
INTENCIÓN DE QUE EL VISITANTE **GANE LA**
CONFIANZA PERDIDA A VIAJAR SUPERANDO EL
MIEDO

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

TURESPAÑA lanzará, en los próximos días, una campaña de promoción turística en España

Esta entidad se dedica siempre a promociones más allá de nuestras fronteras para atraer mercado internacional; se puede decir que es la primera vez en su historia que su promoción la realiza en su propio país, entre los españoles. Será hecha a medida y escalonada en función de cómo avance la situación.

¿Qué hace la Ruta de la Garnacha al respecto?

La estrategia de comunicación pasará, además de las RRSS principalmente por la **edición y publicación de contenidos que posicionen de nuevo las excelencias de nuestro territorio y destino turístico**. Recordándoles que estamos ahí, donde siempre, y mejor preparados para hacer frente a una nueva realidad. **Los medios de comunicación autonómicos, donde se incluye la radio, televisión y prensa; junto con otros de Navarra, Cataluña y País Vasco** serán las **plataformas escogidas** para aproximarnos a nuestros mercados más objetivos, los considerados de proximidad.

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

Las estrategias de promoción de los organismos oficiales y privados se adaptan al momento actual y según la evolución de la pandemia

¿Qué hace la Ruta de la Garnacha al respecto?

La [estrategia de comunicación](#) contemplada en su plan de choque abarca **desde el mes de mayo hasta octubre**, sin embargo no podemos cerrarla como un programa fijo pues al vivir un escenario tan cambiante hemos de adaptarla al momento. Además, **los mensajes a trasladar poco tendrán que ver con los que se trasladen en octubre que con los que traslademos en mayo o junio**, todavía en confinamiento o recién salidos.

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

La colaboración público-privada y entre administraciones es más importante que nunca. El mundo identifica a España como "turismo" y debe hacerse un trabajo conjunto de mejora de la percepción de la seguridad, o la recuperación costará más tiempo

¿Qué hace la Ruta de la Garnacha al respecto?

La Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha es un ejemplo de colaboración público y privada sin embargo su constitución es propia de un producto turístico con un funcionamiento de socios, es decir **una entidad privada que se financia con las aportaciones de sus miembros**, y por lo tanto no **atiende** a los **objetivos propios de sus Estatutos**. La Ruta solicitará a su Junta Directiva la **aprobación de la Mesa de Turismo comarcal** (contemplada en el Plan de Gestión del Paisaje de La Ruta de la Garnacha 2017 – 2027 y pactada por 20 ayuntamientos mediante la firma de la Declaración del Paisaje) **para atender y defender los intereses del sector** especialmente en situaciones tan graves y delicadas como la que estamos viviendo en estos momentos. **Los productos turísticos no pueden existir fuera del sistema turístico.**

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

La oferta alojativa que sufrirá menos serán los hoteles pequeños urbanos y rurales, casas de turismo rural, apartamentos turísticos y aparthoteles, donde el cliente no va a tener que cruzarse con otros huéspedes

También los enfocados a **menores de 40 años**, que son los que muestran menos miedo a la hora de plantearse viajar.

Aquellos que dispongan de **espacios abiertos, especialmente jardines, etc.**, tendrán un **valor añadido** a la hora de posicionar los mismos en la demanda de los clientes.

Lo mismo sucederá con los **establecimientos hosteleros que tengan terrazas**. Se está hablando en el sector que **será una de las formas para reactivar la actividad en bares, cafeterías, etc.** Es decir, **espacio, aire libre y distancias**. Esto también tendrá que hacer **reflexionar a los ayuntamientos a la hora de aplicar tasas por el uso de espacios públicos**. En algunas zonas ya se están aprobando exenciones al respecto.

**EL TEJIDO EMPRESARIAL TURÍSTICO TENDRÁ QUE
ESTAR MUY ATENTO, EN LOS PRÓXIMOS DÍAS, A
LA PUBLICACIÓN DE PROTOCOLOS DE SEGURIDAD
Y PREVENCIÓN . LA RUTA DE LA GARNACHA LOS
PUBLICARÁ UNA VEZ SE LE HAGAN LLEGAR**

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

*El sector está
ofreciendo facilidades
tanto para reservas ya
realizadas como para
nuevas*

**Permitiendo modificaciones de fechas o
cambiándolas por bonos que se puedan canjear en
el futuro, en el caso de reservas con tarifas no
reembolsables.**

ES UNA REALIDAD, Y NO UNA SUPOSICIÓN, QUE...

*El sistema turístico
tendrá que ser
muy flexible y
dinámico en
estrategias tarifarias;
muy ágiles y creativos
en la comunicación y
transmisión de los
valores de nuestros
establecimientos y
marca del destino*

En el corto y medio plazo se **va a competir por una demanda limitada**, muy propensa a la **reserva de última hora** y que ahora, más que nunca, querrá ver identificados en los productos que consume valores como la **sostenibilidad**, solidaridad y compromiso social de las empresas.

¿Qué hace la Ruta de la Garnacha al respecto?

La Ruta de la Garnacha viene ejecutando un exhaustivo trabajo en materia de sostenibilidad y responsabilidad social, cuestión que se está llevando en la gestión del destino así como de sus productos turísticos. Es nuestro camino escogido, nuestro valor diferencial y competitivo, el de un **desarrollo turístico sostenible donde velamos por la conservación de nuestra identidad cultural evitando**, a toda costa, sacrificar el mismo por el mero hecho de sumar y sumar visitantes. **Buscamos el visitante responsable**. Más información de la hoja de Ruta al respecto en este [enlace](#) y por supuesto no dejes de conocer el proyecto de la [Bandera Verde](#), el que da visibilidad a la estrategia.

TRAS SEMANAS DE INCERTIDUMBRE, ALGUNAS CUESTIONES SIGUEN POR DEFINIR

Las siguientes conclusiones se extraen de la reunión celebrada con la Dirección General de Turismo de Aragón el pasado día 22 y 28 de abril con el conjunto de los técnicos responsables de las áreas de turismo comarcal. A lo largo de los próximos días se sucederán otras reuniones donde las conclusiones se expondrán en el presente documento.

Como lector has de **tener en cuenta** que **en el momento en que las presentes “dudas”, incertidumbres, pasen a dejar de serlo como tal,** automáticamente irán a la **sección de realidades** con las que poder trabajar. La **intención es** que estas dudas cada vez sean menos y **tener más herramientas con las que poder afrontar el futuro con garantía.**

Puesta en marca
ARRANCAMOS

**LO QUE ESTÁ POR
DETALLAR**

PERO... QUE VIENE

SE SIGUE TRABAJANDO POR...

Un **pacto público-privado por la reconstrucción del turismo aragonés**: Necesidad de un **rescate a nivel estatal**. El presupuesto de turismo será reconfigurado en virtud del contexto.

La apuesta desde Turismo de Aragón es destinar el 80% a una gran bolsa de ayudas y medidas para el sector; y el 20% a campañas de promoción “Aragón Seguro” y a nivel nacional (sobre todo en comunidades limítrofes y sur de Francia).

Se tratará de **trabajar de manera conjunta entre todas las administraciones y en coordinación** ya que los esfuerzos y las buenas intenciones de las comarcas, a la hora de dar ayudas por ejemplo, puedan ser insuficientes y/o prácticas para las empresas. **Se busca una ayuda coordinada con las empresas.**

Medidas sanitarias de garantía y seguridad en los establecimientos turísticos: En algunos territorios se está estudiando la opción de un certificado libre de Covid –**COVID Free**- para los establecimientos aunque la Dirección General de Turismo de Aragón no los contempla para no hacer diferencias entre unos y otros. No nos exigirá en Aragón. Sí, sin embargo, deberán aplicar el protocolo oficial que se apruebe y que corresponda al subsector que pertenezca su actividad.

Respecto al asunto de las desinfecciones: mascarillas, desinfectantes, etc., con vistas a mitigar sus costes, se planteará dónde pueden intervenir las administraciones en este sentido.

SE SIGUE TRABAJANDO POR...

El **estado de situación de las empresas turísticas** de Aragón y sus necesidades. Algunas medidas que se quieren activar son:

Paquete de medidas a fondo perdido.

Servicio único de interlocución para las empresas centralizado en la Dirección General de Turismo con el fin de facilitar las gestiones para las empresas.

Elaboración de documentos únicos: Convocatoria de ayuda para infraestructuras turísticas con especial atención a las adaptaciones que tuvieran que hacer.

Facilitar un servicio de infraestructuras turísticas pensando en dar un asesoramiento integral para las empresas de cara a seguridad, infraestructuras, etc. (integrada por arquitectos, ingenieros, etc.).

Promoción turística como **destino seguro y sostenible:** Aragón y a nivel nacional, no se plantean acciones en el exterior. Se ha de **pensar en los productos y en las actividades que el turista pueda hacer sin tener demasiado contacto físico.**

Seguir con el plan de desarrollo turístico, **apostando por las actividades que más fáciles sean de realizar.**

En cuanto a las ferias, dependiendo de las que sigan adelante y como pronto otoño, reorientación del plan de ferias y acciones a nivel internacional. En todo caso, **las campañas de promoción se van a centrar en el turismo interior que será el primero en recuperarse, el de proximidad. La originalidad en estas propuestas, tendrán un gran valor.**

Se llevará una **coordinación con las comarcas de cara a la promoción de los recursos.**

SE SIGUE TRABAJANDO POR...

En **mantener la convocatoria para la promoción turística dirigida a asociaciones** aunque quizá con un cambio en el planteamiento: que sea realice directamente con las asociaciones y no por concurso a través de convenios, de manera directa.

EN LOS PRÓXIMOS DÍAS, LA DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO DE ARAGÓN PRESENTARÁ SU PLAN DE CHOQUE CON TODAS ESTAS CONCLUSIONES DESARROLLADAS

Quedamos a tu entera disposición. **Puedes ponerte en contacto con nosotros bien por teléfono o correo electrónico**

Recuerda que en este enlace tienes toda la información necesaria a consecuencia de la crisis sanitaria del COVID19 y del actual estado de alarma declarado en el país: decretos, ayudas, normativas, protocolos, etc.

Tel. 662614505

gerencia@larutadelagarnacha.es

Enlace información

TU
DESTINO
MÁS
SEGURO



Escribe un pie de foto.