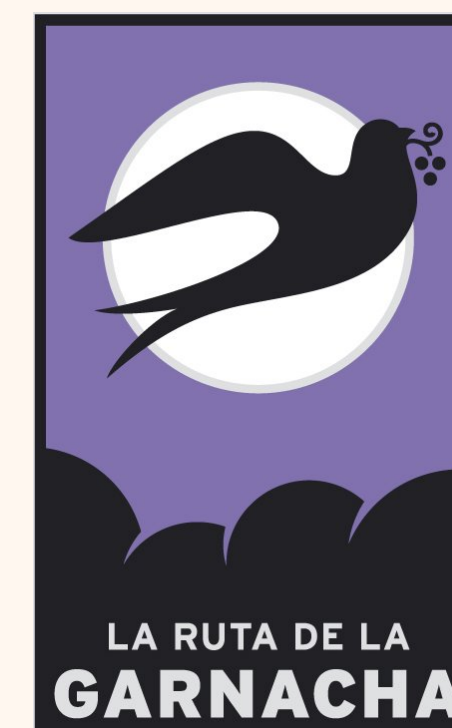




**ANALIZANDO EL**

**2021**

**Así nos  
viene...**



Hace unos meses, en pleno mes de marzo, con un severo confinamiento y con una economía mundial sin tan apenas capacidad de respuesta, por ser una situación tan imprevista, global y sin un remedio sanitario que pudiera frenarla, nos obligó a tod@s adaptarnos.

Todos los destinos turísticos, y en poco más de un mes, reconfiguraron sus planes operativos con objetivos alcanzables y medibles. La Ruta de la Garnacha elaboró un documento de referencia para el tejido empresarial y las entidades locales, bajo el nombre "Puesta en marcha. Arrancamos"

---

2021 NOS OFRECE...

**'un futuro con mucha más seguridad,  
donde la incertidumbre cada vez tiene  
menos presencia'**

En estos momentos, y tras casi un año de pandemia, existe un cierto control que nos da confianza y esperanza.

Analizando el 2021

---

# Preparándonos de cara a este nuevo año

A continuación vamos a incidir en algunas cuestiones que nos van a definir el 2021 y por el que se recomienda tener en cuenta a la hora de preparar los planes operativos del sector turístico, tanto de empresas, entidades locales como del ente gestor del destino turístico.

Seguimos inmersos en la pandemia, y nos va a acompañar durante todo este año... pero será diferente, sin duda.



Primero

---

# Pensemos en positivo

Estamos mucho más cerca del final que del principio



## LOS CONTAGIOS NO CESAN, AUMENTAN CONSIDERABLEMENTE

Era algo anunciado, nos encontramos a mediados de enero y es consecuencia de las pasadas fiestas navideñas. Superadas las semanas críticas la evolución tendrá que ser más controlable, algo que debería notarse en febrero.

### ¿ES PROBABLE UN NUEVO CONFINAMIENTO?

Desde el sector no se espera un confinamiento global, como vivimos la pasada primavera, pero sí un más que probable domiciliario donde, una vez más, será el turismo el que lo sufra más (fines de semana), además de las medidas que las autonomías vayan adaptando vía confinamientos perimetrales,

### ¿HASTA CUÁNDO SEGUIREMOS ASÍ?

Viendo los confinamientos perimetrales; un más que probable confinamiento domiciliario; el avance de la vacuna, que cada vez irá ganando más terreno, etc., se podría pensar que a lo largo del mes de febrero la curva de contagios bajará de forma considerable dando un respiro a los centros hospitalarios.

### LAS VACUNAS, ¿UNA SEGURIDAD DESDE YA?

En ningún momento nos tenemos que llevar a engaño. Es algo que desde Sanidad nos recuerdan constantemente, su eficacia requiere de tiempo y unas pautas. Nunca se ha de bajar la guardia de lo contrario estaremos ante una falsa seguridad que complicará el escenario. La previsión de cara a una inmunidad que ofrezca ciertas garantías (inmunidad de rebaño) se prevé que será a lo largo del verano, más bien a finales, de seguir con la distribución/tiempo anunciada por el Gobierno.

# El sector turístico se activará

- **ESTACIONALIDAD**

De por sí, nuestro sector y nuestro destino turístico está sujeto a la estacionalidad, siendo enero, pasadas las fiestas, y febrero los meses con menor número de visitantes, reactivándose en la primavera. No será diferente este año, enero y febrero están aquí y además con severas restricciones de movilidad.

## Segundo

---

- **UN ESCENARIO SIMILAR A 2020, PERO A MEJOR**

La primavera y el verano apunta a un estado muy parecido a 2020 cuando finalizaron las fases de desescalada, y donde algunos sectores notaron un aumento de clientes relevante, como es el caso del turismo rural. Este sector será uno de los grandes beneficiados.

- **LOS GRANDES EVENTOS, LOS QUE MÁS TARDARÁN**

Respecto a los grandes eventos (festivales, ferias, etc.) no será hasta el otoño que se puedan reactivar con cierta seguridad. Lo mismo sucede con las ferias de promoción turística aunque, en Aragón, se van a intentar mantener las ferias con las que se tienen contratos cerrados (casi todas ellas en primavera y principios de verano). Es muy probable que algunas de ellas, y a medida que se acerque la fecha, se vayan cancelando. Habrá que ver la evolución de la pandemia.

# Las necesidades de nuestros visitantes... han cambiado

## Origen

### Nacional

Principalmente será de origen nacional, así lo ha sido con y sin Covid. El turismo internacional se reactivará lentamente y de forma progresiva.

## Perfil

### Familiar

Será, mayoritariamente, familiar. Es decir con la presencia de público muy joven, niños. Y aparece uno nuevo perfil: el teletrabajador.

## Demanda

### Aire libre

Demandará principalmente aire libre, es decir naturaleza. Las actividades culturales en el exterior también ganarán adeptos.

# Nos adaptamos

Nuestros visitantes huirán...



de los destinos masificados

Buscarán esa distancia que les de seguridad. Las grandes aglomeraciones, recintos cerrados sin controles de aforo y demás... no será lo que venda.

Nuestros visitantes buscarán...



seguridad, no contagiarse

Toda la actividad que se genere al aire libre cobrará de nuevo una gran fuerza en la demanda.

**10**

TIPS

Nuestros  
visitantes se  
desplazarán...

3

## en coche

Con la seguridad al frente, y con una filosofía muy similar a la establecida en los centros educativos y núcleos familiares: "grupos burbuja", el transporte que destacará por encima de otro cualquiera será el coche.

Nuestros  
visitantes  
valorarán...

4

## los destinos rurales

El pueblo será otro de los grandes reclamos. Una vez más, la vuelta a unas vacaciones de lo más parecidas a los años 70. Aquí incluimos el turismo de segunda residencia y el turismo rural.

Nuestros  
visitantes  
vendrán...

5

## de nuestro mismo país

Aunque el internacional irá creciendo poco a poco, será el nacional que mantenga el sector y su motor económico mientras el mundo va ganando terreno al virus con las vacunas y se recupera una mayor movilidad.

Nuestros  
visitantes ya  
trabajan...

6

## online

Un nuevo perfil de visitante es el "teletrabajador". Son ya muchos los destinos que están apostando por este público, incluso con vistas a que se queden a vivir. Hablamos ya de captar población.

Nuestros  
visitantes  
posibles...

7

## ciudadanos

Para los municipios, el teletrabajo, la vuelta al pueblo, etc., ayuda considerablemente a vender nuestros municipios tratando de aumentar su población. Es una gran oportunidad para el mundo rural.

Nuestros  
posibles  
ciudadanos...

8

## no deben idealizar el pueblo

Familias que puedan plantearse vivir en el mundo rural o facilitar emprendimiento no han de caer en la idealización del pueblo pues es muy probable que fracasen. Hay que darles a conocer que es una realidad diferente con sus pros y contras, al igual que en las grandes ciudades.

Nuestros  
visitantes  
serán...

9

## de tipo familiar

El segmento familiar es un público "altamente objetivo" en estos momentos y así se va a extender a lo largo de 2021.

Cabe destacar, también, la presencia de un perfil de excursionista cuyos intereses se moverán por la práctica deportiva.

Nuestros  
visitantes  
cada vez son  
más...

10

## responsables

Si algo nos ha traído de positivo el Covid es que se consolida cada vez más un tipo de viajero "responsable" que contribuye con su actividad a la sostenibilidad de la actividad turística y del territorio.

# Nos adapta mos

tercero

---

# ¿Cómo adapto mi estrategia operativa?

Breves apuntes por cada uno de los tips. Seguro que pueden ser de tu ayuda a la hora de tu planificación operativa. Recuerda, **sobrevive no el más fuerte sino el que mejor se adapta a las circunstancias.**



## Tip 1

---

# Nuestros visitantes huirán de los destinos masificados

- Vende el destino Ruta Garnacha como lo que es, sostenible y lejos del turismo de masas.
- En tu estrategia de comunicación refuerza los aforos de tu establecimiento, siempre limitados. Es decir, que den seguridad para entrar en ellos. Habla también del campo, del paisaje, naturaleza...

Difunde el mensaje de viajero responsable, comparte la guía de [sostenibilidad turística](#) desde tu establecimiento/municipio.

1

## Tip 2

---

# Nuestros visitantes buscarán seguridad. No contagiarse

- Aplica los [protocolos](#) para la reducción del contagio de la Covid-19. Cada sector profesional tiene el suyo. Deja claro que lo cumples.
- En tu estrategia de comunicación indica todas tus medidas de seguridad y prevención, no solo la limitación de los aforos sino la aplicación de los protocolos, limpiezas reforzadas, geles hidroalcohólicos, etc.

Comparte en tu web el [manual de comportamiento del visitante](#). Ellos también deben garantizar la seguridad de nuestro destino.

2

## Tip 3

---

# Nuestros visitantes se desplazarán en coche

- Da a conocer a tus clientes los espacios habilitados para estacionar el vehículo durante su estancia. Vía página web del establecimiento e, incluso, en el momento de confirmar una reserva.
- Los municipios deberán detallar en sus webs parkings existentes, y si son o no de pago, o cualquier otra característica de interés (plazas para personas con movilidad reducida, etc.).

Comparte toda esta información en tu página web. Detalla sus características.

3

## Tip 4

---

# Nuestros visitantes valorarán los destinos rurales

- Difunde un mensaje de bienestar y calidad de vida en el mundo rural. Contrasta las grandes virtudes del pueblo frente a las grandes ciudades, especialmente en este momento Covid.
- Los municipios deberán aprovechar este momento único para poder trabajar sus estrategias de captación de población, luchando contra la "España vaciada".

Reinventa algunos servicios: ir a ver el huerto con los más pequeños; visitar los animales de la granja; entrar en una bodega en cerro; paseos por el campo, etc.

4

## Tip 5

---

# Nuestros visitantes serán nacionales

- Planifica tu estrategia de comunicación hacia un público nacional y de proximidad. Las grandes ciudades son nuestro principal cliente potencia, especialmente Zaragoza capital.
- Algunos de ellos, probablemente, tengan un perfil de sol y playa. Sé claro con ellos recordándoles, si es necesario, que aquí no hay mar pero sí una amplia gama de actividades donde también pasar unas vacaciones diferentes.

Recuerda que con o sin Covid, el destino de La Ruta de la Garnacha recibe principalmente visitantes de proximidad, por lo tanto, nacional.

5

## Tip 6

---

# Nuestros visitantes ya trabajan online

- El teletrabajo es una realidad que ha venido para quedarse. Son muchos los profesionales que deben trabajar desde sus casas, o cualquier otro lugar, para prevenir los contagios. Pueden combinar un periodo de desconexión con el trabajo.
- Hay que facilitar desde los establecimientos espacios para ello/as (Internet, wifi, zonas habilitadas para trabajar, etc. Pensamos en las casas rurales, hoteles...).

Algunos de estos establecimientos, readaptando sus espacios pueden captar este nuevo perfil de cliente con estancias que pueden ser prolongadas en el tiempo.

6

## Tip 7

---

# Nuestros visitantes posibles ciudadanos

- Es una gran oportunidad para el mundo rural. Desde las entidades locales se ha de apostar por iniciativas que permitan asentar población en un momento óptimo para ello vistas las tendencias y la demanda que existe, desde el pasado confinamiento, en algunas áreas rurales.

Desde La Ruta de la Garnacha se está trabajando con la iniciativa nacional "**Vente a vivir a un pueblo**". Si eres un ayuntamiento y estás interesado, ponte en contacto con su ente gestor.

7

## Tip 8

---

# Nuestros posibles ciudadanos no deben idealizar el pueblo

- Desde las entidades locales tendrán que hacer un esfuerzo para conocer el perfil de aquellas familias que apuestan por su municipio, en definitiva el mundo rural. Se trata de un cambio importante en la vida de las personas y hemos de garantizar al máximo que sea un éxito y no un fracaso, en ocasiones, anunciado.

Desde La Ruta de la Garnacha se está trabajando con la iniciativa nacional "**Vente a vivir a un pueblo**". Si eres un ayuntamiento y estás interesado, ponte en contacto con su ente gestor.

8

## Tip 9

---

# Nuestros visitantes serán de perfil familiar

- Este tipo de segmento es algo más exigente. Hablar de ello sería extenso pero facilitamos un enlace para que podamos reflexionar e intuir algunos posibles cambios en nuestros establecimientos y servicios. Recordad que internet, wifi, espacios de juego, tronas, accesibilidad en los espacios, cunas, menús especiales, actividades al aire libre, un espacio para la mascota, etc., son todo un reclamo.

Os dejamos con este enlace de [Hosteltur](#) que podrá facilitar unas pinceladas de cómo afrontar este periodo Covid con algunas ideas. Es un artículo muy general, escrito en un periodo no Covid pero que nos puede hacer reflexionar e innovar.

9

## Tip 10

---

# Nuestros visitantes cada vez son más responsables

- Como ya es sabido, el plan estratégico de La Ruta de la Garnacha está orientado a la excelencia turística basada en la satisfacción del cliente y en la consecución de un destino responsable y sostenible. Trabajamos el perfil del viajero responsable. Apostamos por la calidad y no la cantidad. No somos un destino de masas. El Covid es lo que nos ha traído y la buena noticia es que La Ruta ya lo estaba trabajando desde el pasado 2013. Por lo que estamos preparados.

Difunde el mensaje a tus clientes, da a conocer el trabajo que realiza el destino para su satisfacción y que se sientan partícipes del proyecto. Que la inversión que hacen en el destino, sepan que contribuirá para el bienestar y calidad de vida de la comunidad rural.

10

# Por lo tanto, la demanda se va a centrar en...

## Experiencias

### de naturaleza y turismo activo

Te lo ponemos fácil:

[Naturaleza](#)

[Turismo activo](#)

[Parques temáticos](#)

## Experiencias

### culturales y gastronómicas

Te lo ponemos fácil:

[Gastronómicas](#)

[Visita a bodegas y](#)

[almazaras.](#) Se recomienda sacar las visitas al viñedo y olivar.

[Arte y patrimonio](#) Se

recomienda hacer actividades culturales en el exterior.

## Experiencias

### Deportivas

Te lo ponemos fácil:

[Rutas BTT](#)

[Cicloturismo](#)

[Rutas senderismo](#)

[Camino Santiago](#)

[Montaña](#)

## Experiencias para familias con niños

Te hacemos un resumen, todo centrado en los más pequeños o más jóvenes.

[¿Qué hacer con niños?](#)

## SITUACIÓN COVID-19

### Destino RUTA DE LA GARNACHA

Nuestro destino turístico, al igual que el territorio, está sujeto a medidas excepcionales como consecuencia de la Covid-19.

**¡Recuerda!** Museos, restaurantes, bodegas, eventos, alojamientos, etc., han podido modificar desde sus horarios, limitaciones de aforo e incluso condiciones de apertura. A fecha de hoy, y con una situación tan cambiante, resulta imposible mantener la información actualizada día a día de todos y cada uno de los recursos del destino. Es por ello que se recomienda que **cualquier servicio que deseen disfrutar vuestros clientes** lo largo de su estancia previamente se han de poner en contacto con el proveedor y que confirme su intención de visita.

» | El secreto es comunicar

# Comunícalo, compártelo... no lo guardes para ti



Ten presente el destino como principal herramienta de venta de tus servicios. Vende establecimiento, vende municipio, vende territorio pero sobre todo vende felicidad porque el turismo es eso y más en un momento tan necesitado como es hoy. Para ello apóyate en las múltiples actividades y experiencias que la web de La Ruta ofrece

[www.larutadelagarnacha.es](http://www.larutadelagarnacha.es)

