

**Plan Director, Estratégico y sectoriales
DESTINO “LA RUTA DE LA GARNACHA”**

Comarca Campo de Borja, Vera de Moncayo y El Buste
Espacio de Interés Turístico de Aragón

PLAN DIRECTOR

En el marco del Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo declarado por la Asamblea General de las Naciones Unidas (2017), la Comarca Campo de Borja celebró un proceso participación ciudadana en el territorio y cuyo debate principal fue la puesta en valor, conservación y mantenimiento del paisaje cultural distinguido como “Espacio de Interés Turístico de Aragón”.

El proceso de participación ha impulsado una hoja de ruta conocida como **Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha EITA** y cuya duración contempla 10 años, hasta el 2027, con un total de 170 acciones.

Este Plan quiere ser referencia en la ordenación, gestión y planificación del territorio por lo que, se invita desde el mismo, a que las líneas de trabajo y acción de las administraciones así como el tejido empresarial cumplan con los objetivos establecidos en él.

Los 20 ayuntamientos, así como la Comarca Campo de Borja, pactaron en 2017 la “Declaración del Paisaje” por la que se comprometen a trabajar por el buen desarrollo y cumplimiento del Plan.

Desde este momento, el territorio dispone de una hoja de ruta común que beneficiará a aquellas políticas territoriales que trabajen por la calidad de vida de su población así como el cuidado, mantenimiento y protección de nuestro entorno y paisaje cultural.

PLAN ESTRATÉGICO

La Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha inició en el primer semestre de 2016 un proceso de revisión y adaptación del desarrollo turístico de la comarca Campo de Borja acorde con la nueva realidad política, económica y territorial existente.

Nuestra razón de ser es la de satisfacer las expectativas de los visitantes lo que requiere de una laboriosa estructura de trabajo protagonizada por el sector público y privado, donde la “coordinación” es el principal pilar en el que se sustenta el peso de esta nueva e incipiente industria: el turismo.

Sin duda esta coordinación deberá desarrollarse en aquellas áreas que garanticen el correcto desarrollo turístico del destino: **formación, sensibilización, promoción, marketing, comunicación y calidad turística.**

Áreas que deberán avalar la consecución de los objetivos del Plan Director para responder a la “excelencia turística” que el destino busca, es decir que el visitante quede plenamente satisfecho de su experiencia vivida en el territorio. Cabe destacar que cuando se habla de destino ya no se hace exclusivamente del **Campo de Borja** sino que también se hace de **Vera de Moncayo y El Buste** por ser, los **20 municipios**, Espacio de Interés Turístico de Aragón (distinción otorgada por su paisaje).

PLANES SECTORIALES

Bajo las directrices del Plan Estratégico se desarrollan tantos planes de trabajo como recursos, productos turísticos, etc., requiera el destino (es lo que vamos a entender como planes sectoriales)

El proceso de participación ciudadana de 2017 dio pie a una hoja de ruta que ahora es tomada como referente, por ello lo entendemos como Plan Director (el que nos guía) y que en definitiva va a fijar las líneas estratégicas para constituirnos como un destino turístico sostenible. Objetivo por el que se trabaja.

La riqueza de nuestro destino se centra, actualmente, en tres productos turísticos diferenciadores: **enoturismo** (turismo del vino), **ecoturismo** (donde se encuentra la arquitectura popular, la naturaleza, el paisaje, el turismo activo y otras actividades como el senderismo y el btt), y el **Camino de Santiago** (turismo religioso). Todos ellos gestionados con un plan sectorial al frente y de este modo ofrecer experiencias, la nueva demanda turística, con todas las garantías

El visitante busca un nuevo concepto de turismo basado en aquel que ofrezca bienestar, un recuerdo perdurable y una sensación repleta de emoción. El destino ya no es el motor de búsqueda de los turistas, ahora cuenta la experiencia y una vez encontrada ésta se asentará sobre un destino, el que corresponda.

PLAN ESTRATÉGICO

Visión

La Comarca Campo de Borja busca posicionarse como turismo experiencial de amplio espectro motivacional a través de una gestión sostenible del destino, sus recursos y de una búsqueda permanente de excelencia, entendida como la satisfacción e incluso superación de las expectativas del turista.

Objetivos

1. Incrementar los **beneficios sociales del turismo**, extendiéndolos al conjunto de las sociedades receptoras creando empleo de calidad y mejorando sus condiciones de vida.
2. Incrementar el **beneficio económico** derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.
3. Aumentar la **conciencia de la sociedad y de las administraciones públicas** sobre la importancia de respaldar el turismo como garantía de prosperidad y mejora de las condiciones de vida.
4. Lograr un **equilibrio socio territorial** del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio-económicos hacia el mismo.
5. **Mejorar la calidad del entorno natural y cultural**, reduciendo los impactos que sobre el medioambiente y las condiciones culturales y sociales del destino pueda inducir la actividad turística, asumiendo los compromisos de un desarrollo sostenible.

Líneas de trabajo

1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo.
2. Desarrollo e impulso de los productos “innovadores” para su posicionamiento en el mercado turístico, consolidación de los productos “estrella” e impulso de los productos “emergentes”.
3. Impulso del conocimiento en todos los niveles como factor de crecimiento turístico, con especial incidencia en la formación del sector y del turismo interno por los propios habitantes.
4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
5. Profesionalizar el sector turístico.
6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.
7. Fortalecimiento de la promoción a través de las tecnologías del conocimiento y de la información.
8. Desarrollo de una estrategia transversal con el enoturismo y la gastronomía como producto vertebrador de otros productos turísticos.
9. Desarrollo de una estrategia a medio y largo plazo para conseguir ser un destino turístico sostenible.
10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.
11. Luchar contra el intrusismo de la mano de las administraciones públicas.
12. Desarrollo de una estrategia transversal con el enoturismo y la gastronomía como producto vertebrador de otros productos turísticos.
13. Habilitar mecanismos y fórmulas para vincular el paisaje con las acciones de conservación del patrimonio del espacio EITA en el que el conjunto de la sociedad (agentes políticos, económicos y sociales) sea partícipe.

1

PLAN DIRECTOR

Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha “Espacio de Interés Turístico de Aragón”

Duración: **2017-2027**

Este Plan recoge los objetivos y líneas estratégicas de trabajo por un desarrollo sostenible en el territorio. La industria turística desarrolla su hoja de ruta atendiendo a las directrices del Plan Director con un objetivo: llegar a ser un “Destino turístico sostenible y responsable”

2

PLAN ESTRATÉGICO

Gestión del destino turístico La Ruta de la Garnacha

Duración: **2019-2022**

Este Plan se amplía a su vez a los municipios de Vera de Moncayo y El Busto ya que junto con los 18 municipios que componen la Comarca componen la distinción de Espacio de Interés Turístico de Aragón que Gobierno de Aragón concedió en 2015 a su paisaje cultural.

3

PLANES SECTORIALES

Duración bienal: **2019-2020 y 2021-2022**

Vinculados habitualmente con productos turísticos o bien determinadas acciones que por su relevancia requieren de una hoja de ruta propia.

PRODUCTOS TURÍSTICOS

Enoturismo (PSEN)

Camino Santiago (PSCS)

Ecoturismo (PSE)

Señalización (PSST)

Bodegas en cerro (PSBC)

ESTRATEGIAS

Formación

Sensibilización

Promoción

Marketing

Comunicación

Calidad turística