



2021 - 2022



Planes de acción y sectoriales Acciones y cronograma

La Ruta de la Garnacha

ESTRATEGIA SENSIBILIZACIÓN

PAS1 Plan de acción sensibilización	COMUNICACIÓN EN EL CRÓNICA CAMPO DE BORJA
Objetivo estratégico	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.
Línea de trabajo	6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.
Descripción	Comunicar a la población de la comarca Campo de Borja las acciones realizadas y resultados obtenidos de sus estrategias y planes de acción.
Soporte	Periódico <i>offline</i> comarcal Crónica del Campo de Borja.
Duración	Enero/Marzo/Mayo/Julio/Agosto/Septiembre/Noviembre/Diciembre. Años: 2021 y 2022.
Justificación	Comunicación de las acciones que se desarrollan (periódico).
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.
Entidades colaboradoras	Comarca Campo de Borja.

Coste estimado	Corresponde NO		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Comarca Campo de Borja.			
Indicadores de seguimiento	Notas de prensa y posterior publicación.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA
Agenda 2030	Educación de calidad ODS4 Meta 4.7 Fomentar la educación Global para el Desarrollo Sostenible. Paz, justicia e instituciones sólidas ODS16 Meta 16.10 Acceso a información y libertades fundamentales.			
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Sensibilización P.010			

PAS2 Plan de acción sensibilización	JORNADAS INFORMATIVAS DE LA RUTA DE LA GARNACHA	
Objetivo estratégico	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.	
Línea de trabajo	6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.	
Descripción	Comunicar al ciudadano y los establecimientos comerciales qué es una Ruta del Vino de España, posicionar “La Ruta de la Garnacha” como producto y destino turístico, objetivos que persigue y funcionamientos del ente gestor.	
Soporte	Puede ser presencial o bien <i>online</i> (situación COvid-19).	
Duración	Una sesión por municipio si existe demanda. A lo largo del año (2021-2022)	
Justificación	Captación de establecimientos interesados en adherirse y concienciación de la actividad y función de la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha entre la población.	
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.	
Entidades colaboradoras	Ayuntamientos de los municipios interesados.	
Coste estimado	Corresponde SÍ	Total: _____ .- Euros
Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.	
Indicadores de seguimiento	Nota informativa vía redes sociales, nota de prensa, fotografías, etc.	

Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	

Agenda 2030	Educación de calidad ODS4 Meta 4.7 Fomentar la educación Global para el Desarrollo Sostenible. Paz, justicia e instituciones sólidas ODS16 Meta 16.10 Acceso a información y libertades fundamentales.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Sensibilización P.046

PSE1 Plan sectorial ecoturismo	COLABORACIÓN CON EL COLECTIVO DE CAZADORES (continuidad proyecto LEADER)	
Objetivo estratégico	4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.	
Línea de trabajo	1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo. 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.	
Descripción	Continuidad con las tareas establecidas en las mesas de trabajo celebradas en 2020.	
Soporte	Trabajos de campo.	
Duración	Marzo/Abril/Mayo y Septiembre/Octubre/Noviembre. Años: 2021 y 2022	
Justificación	Seguimiento de la colaboración del colectivo para lograr una correcta convivencia de la actividad turística y la cinegética en el destino, recordar su colaboración como observadores del paisaje y mantenimiento, y retirada de toda señalización obsoleta y en mal estado procedente de la actividad cinegética. Seguimiento de la App piloto (al igual que en Ribagorza) que desde ASOMO se está gestionando y en la que la Comarca Campo de Borja está incluida.	
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.	
Entidades colaboradoras	Cotos de caza de la Comarca Campo de Borja, Vera de Moncayo y El Buste.	
Coste estimado	Corresponde SÍ	Total: _____ .- Euros

Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Indicadores de seguimiento	Informes, comunicaciones, actas de reuniones, fotografías, etc			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA	MEDIA	BAJA	

Agenda 2030	Paz, justicia e instituciones sólidas ODS16 Meta 16.10 Acceso a información y libertades fundamentales. Alianzas para alcanzar los objetivos ODS17 Meta 17.17 Fomento de alianzas público-privadas. Salud y bienestar ODS3 Meta 15.C Apoyar la lucha contra caza furtiva
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Sensibilización P.004 Conservación y protección P.109 Imagen y promoción W.179

PSE2 Plan sectorial ecoturismo	SENSIBILIZACIÓN ENTRE LA POBLACIÓN DE LA IMPORTANCIA DEL PAISAJE COMO RECURSO TURÍSTICO	
Objetivo estratégico	<p>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.</p> <p>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.</p>	
Línea de trabajo	<p>6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p> <p>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.</p>	
Descripción	Comunicar a la población de la comarca Campo de Borja acciones y campañas de sensibilización en materia de conservación y mantenimiento del paisaje cultural del destino.	
Soporte	Periódico comarcal Crónica Campo de Borja; redes sociales de La Ruta de la Garnacha y del Observatorio del Paisaje Campo de Borja.	
Duración	Todo el año. Años: 2021 y 2022.	
Justificación	Comunicación de las acciones que se desarrollan (periódico).	
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.	
Entidades colaboradoras		
Coste estimado	Corresponde SÍ/NO	Total: _____ .- Euros

Fuentes financiación	Comarca Campo de Borja (financia espacio en Crónica Campo de Borja), resto recursos propios de la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Indicadores de seguimiento	Notas de prensa y posterior publicación; post publicados en las redes sociales; boletines informativos, etc.			
Calendario	2019	2020	201	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	

Agenda 2030	<p>Educación de calidad ODS4 Meta 4.7 Fomentar la educación Global para el Desarrollo Sostenible.</p> <p>Vida de ecosistemas terrestres ODS15 Meta 15.9 Integración de planes sensibles a medioambiente. Meta 15.1 Asegurar la Conservación y uso sostenibles de los ecosistemas.</p> <p>Acción por el clima ODS13 Meta 13.3 Mejora de la Educación y sensibilización medioambiental.</p> <p>Producción y consumo responsables ODS12 Meta 12.B Lograr turismo sostenible.</p>
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	<p>Sensibilización P.004</p> <p>Conservación y protección P.109</p> <p>Imagen y promoción W.179</p>

PSE5 Plan sectorial ecoturismo	EXPOSICIÓN ITINERANTE. PAISAJE DECLARADO DE ESPACIO DE INTERÉS TURÍSTICO DE ARAGÓN
Objetivo estratégico	<p>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.</p> <p>4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.</p>
Línea de trabajo	<p>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.</p> <p>9. Desarrollo de una estrategia a medio y largo plazo para conseguir ser un destino turístico sostenible.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p> <p>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.</p>
Descripción	Exposición itinerante a lo largo de los 20 municipios del destino turístico Ruta de la Garnacha (todos ellos con la distinción de Espacio de Interés Turístico de Aragón a su paisaje). Serán aproximadamente unos 20 paneles con información vinculada al paisaje y su puesta en valor.
Soporte	Paneles desmontables y soportes. De fácil manejo y movilidad.
Duración	Todo el año 2021 y 2022 (la duración de cada una de las exposiciones atenderá a los tiempos solicitados por cada uno de los ayuntamientos).
Justificación	Campaña de sensibilización dirigida a la comunidad local y visitantes. Contenidos vinculados al paisaje cultural de La Ruta de la Garnacha.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.
Entidades colaboradoras	Los ayuntamientos que cedan un espacio para la exposición.

Coste estimado	Corresponde SÍ		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Indicadores de seguimiento	Exposición; reservas de espacios por parte de los ayuntamientos; agenda y fotografías así como notas de prensa.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA	MEDIA		BAJA

Agenda 2030	<p>Educación de calidad ODS4 Meta 4.7 Fomentar la educación Global para el Desarrollo Sostenible.</p> <p>Vida de ecosistemas terrestres ODS15 Meta 15.9 Integración de planes sensibles a medioambiente. Meta 15.1 Asegurar la Conservación y uso sostenibles de los ecosistemas.</p> <p>Acción por el clima ODS13 Meta 13.3 Mejora de la Educación y sensibilización medioambiental.</p> <p>Producción y consumo responsables ODS12 Meta 12.B Lograr turismo sostenible.</p>
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	<p>Sensibilización W.025</p> <p>Imagen y promoción P.157</p>

ESTRATEGIA FORMACIÓN

PAF1 Plan de acción formación	FORMACIÓN CONTINUA DEL GERENTE DE LA ASOCIACIÓN
Objetivo estratégico	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.
Línea de trabajo	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. 5. Profesionalizar el sector turístico.
Descripción	Asistencia a cursos por parte del gerente de la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.
Duración	A lo largo del año. Años: 2021 y 2022
Soporte	Formación presencia y/o <i>online</i> .
Justificación	Formación continua del gerente al frente de la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.
Entidades colaboradoras	Centros de formación varios (Cámara de comercio, INAEM, ACEVIN, Secretaría de Estado de Turismo, etc.).

Coste estimado	Corresponde SI		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha			
Indicadores de seguimiento	Asistencia a los cursos y certificación/diploma.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	

Agenda 2030	Educación de calidad ODS4 Meta 4.C Mejorar la cualificación de docentes.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	

PAF2

Plan de acción formación

WEBINAR: PORTAL TURÍSTICO DE LA RUTA DE LA GARNACHA

Objetivo estratégico	<p>2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.</p> <p>4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.</p>
Línea de trabajo	<p>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.</p> <p>5. Profesionalizar el sector turístico.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p>
Descripción	Webinar en el que se da a conocer la web de La Ruta de la Garnacha.
Duración	Abril 2021 / Resto año de 2021 y 2022, al estar el webinar colgado en la web. Años: 2021 y 2022.
Soporte	<i>Online.</i>
Justificación	Dar a conocer la web de Ruta a los diferentes agentes del territorio, como herramienta de comercialización del destino y servicios prestados por las empresas socias.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.
Entidades colaboradoras	

Coste estimado	Corresponde SI		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Indicadores de seguimiento	Control de asistencia al webinar y registro del número de visualizaciones una vez colgado en la web.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.2 Elevar la productividad a través de la diversificación, tecnología e innovación. Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	

PAF3 Plan de acción formación	COORDINACIÓN CON OTRAS ENTIDADES DE FORMACIÓN	
Objetivo estratégico	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.	
Línea de trabajo	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. 5. Profesionalizar el sector turístico.	
Descripción	Oferta de formación para los asociados vía entidades terceras y ajenas a la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha .	
Duración	A lo largo del año. Años: 2021 y 2022	
Soporte	Formación presencial y/o online.	
Justificación	Formación continua del tejido empresarial asociado.	
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.	
Entidades colaboradoras	Centros de formación varios (Cámara de comercio, INAEM, etc.).	
Coste estimado	Corresponde NO	Total: _____ .- Euros

Fuentes financiación	Los centros de formación, INAEM, Fundación Tripartita, etc., o bien los propios socios con sus recursos propios.			
Indicadores de seguimiento	Inscripciones a los cursos y control de asistencia.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Educación de calidad ODS4 Meta 4.4 Aumento de las competencias para acceder al empleo. Meta 8.1 Mantenimiento del crecimiento económico.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	

PSEN3 Plan sectorial enoturismo	WEBINAR “GARNACHA&BIKE”
Objetivo estratégico	2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad. 4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.
Línea de trabajo	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. 5. Profesionalizar el sector turístico. 10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.
Descripción	Webinar en el que se da a conocer el producto Garnacha&Bike y su funcionamiento.
Soporte	<i>Online</i>
Duración	Abril 2021 / Resto año de 2021 y 2022, al estar el webinar colgado en la web. Años: 2021 y 2022.
Justificación	Dar a conocer a los socios el funcionamiento de la cicloturista “Garnacha&Bike” como herramienta para dar a conocer nuestro paisaje cultural así como para comercializar los servicios de los establecimientos colaboradores y que están incluidos en el pasaporte “Garnacha&Bike”.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.
Entidades colaboradoras	Municipios y empresas incluidas en el pasaporte “Garnacha&Bike”.

Coste estimado	Corresponde NO		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación				
Indicadores de seguimiento	Control de asistencia al webinar y registro del número de visualizaciones una vez colgado en la web.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.2 Elevar la productividad a través de la diversificación, tecnología e innovación. Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

PAPT1 <small>Plan de acción promoción</small>	REIMPRESIÓN FOLLETO TURÍSTICO
Objetivo estratégico	4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socioeconómicos hacia el mismo.
Línea de trabajo	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”. 10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.
Descripción	Reimpresión de 3.000 ejemplares del folleto turístico “Lo mejor está por llegar...”
Soporte	Folleto papel.
Duración	Reimpresión en abril 2021 .
Justificación	Material de promoción para ferias, eventos, establecimientos adheridos, etc.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.
Entidades colaboradoras	Ejecuta TOTEM COMUNICACIÓN.
Coste estimado	Corresponde SÍ

Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.		Total: .- Euros	
Indicadores de seguimiento	Recepción del material.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.147

PAPT2 Plan de acción promoción	MANTENIMIENTO WEB Y OTROS (hosting, dominio, asistencia técnica, etc.)	
Objetivo estratégico	4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socioeconómicos hacia el mismo.	
Línea de trabajo	7. Fortalecimiento de la promoción a través de las tecnologías del conocimiento y de la información.	
Descripción	Mantenimiento de la página web y todo lo asociado a la misma.	
Soporte	Web.	
Duración	Todo el año: 2021 y 2022.	
Justificación	Promoción y comercialización del destino y productos turísticos; y comunicación con los visitantes.	
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.	
Entidades colaboradoras	ZARAINFO.	
Coste estimado	Corresponde SÍ	
Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.	Total: .- Euros

Indicadores de seguimiento	Página www.larutadelagarnacha.es			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.160

PAPT3 Plan de acción promoción	REDES SOCIALES
Objetivo estratégico	4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socioeconómicos hacia el mismo.
Línea de trabajo	7. Fortalecimiento de la promoción a través de las tecnologías del conocimiento y de la información.
Descripción	Uso de las redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram. Acciones principalmente de promoción del destino (aunque se incluyen también las de sensibilización)
Soporte	Online
Duración	Todo el año: 2021 y 2022.
Justificación	Promoción del destino vía Facebook, Twitter e Instagram.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.
Entidades colaboradoras	
Coste estimado	Corresponde NO

Fuentes financiación				Total: .- Euros
Indicadores de seguimiento	Diferentes post en redes sociales de forma semanal (3-4 apariciones a la semana).			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA	MEDIA		BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.131 y P.141

PAPT4 Plan de acción promoción	COORDINACIÓN MARCA ENOTURISMO ARAGÓN
Objetivo estratégico	4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socioeconómicos hacia el mismo.
Línea de trabajo	7. Fortalecimiento de la promoción a través de las tecnologías del conocimiento y de la información.
Descripción	Mantenimiento de la página web; redes sociales y noticias; coordinación de las 4 Rutas del Vino de Aragón en ferias y otros eventos promocionales.
Soporte	<i>Online.</i>
Duración	Todo el año: 2021 y 2022.
Justificación	Promoción de la marca Enoturismo de Aragón.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.
Entidades colaboradoras	Las 4 Rutas del Vino de Aragón y Turismo de Aragón.
Coste estimado	Corresponde SÍ

Fuentes financiación	Convenio Enoturismo de Aragón.		Total: .- Euros	
Indicadores de seguimiento	Diferentes post en redes sociales de forma semanal y publicación de noticias. Fotografías de los eventos promocionales y aparición en medios de comunicación.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA	MEDIA		BAJA

Agenda 2030	Alianzas para lograr los objetivos ODS17 Meta 17.17 Fomento de alianzas público-privadas.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.137, P.157 y P.173

PAPT5 Plan de acción promoción	FERIA SEVATUR
Objetivo estratégico	<p>2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.</p> <p>4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio-económicos hacia el mismo.</p>
Línea de trabajo	<p>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”.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p>
Descripción	Asistencia a la feria de SEVATUR con material propio y de Enoturismo de Aragón. Atención al stand y programación de catas-degustaciones. Localidad: SAN SEBASTIÁN
Soporte	Stand.
Duración	Del 13 al 15 de marzo de 2021. Fechas pendientes en 2022.
Justificación	Promoción Rutas del Vino de Aragón.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha / Rutas del Vino de Aragón.
Entidades colaboradoras	Turismo de Aragón.

Coste estimado	Corresponde SÍ			
Fuentes financiación	Convenio Enoturismo de Aragón.		Total: .- Euros	
Indicadores de seguimiento	Apariciones en medios de comunicación, publicaciones en redes sociales, número de catas degustaciones; colaboraciones de bodegas con entrega de material para las degustaciones, etc.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.137, P.157 y P.173

PAPT6 Plan de acción promoción	FERIA EXPOVACACIONES
Objetivo estratégico	<p>2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.</p> <p>4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio-económicos hacia el mismo.</p>
Línea de trabajo	<p>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”.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p>
Descripción	Asistencia a la feria de EXPOVACACIONES con material propio y de Enoturismo de Aragón. Atención al stand y programación de catas-degustaciones. Localidad: BILBAO.
Soporte	Stand.
Duración	Del 7 al 9 de mayo de 2021. Fechas pendientes den 2022.
Justificación	Promoción Rutas del Vino de Aragón.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha / Rutas del Vino de Aragón.
Entidades colaboradoras	Turismo de Aragón.

Coste estimado	Corresponde SÍ			
Fuentes financiación	Convenio Enoturismo de Aragón.		Total: .- Euros	
Indicadores de seguimiento	Apariciones en medios de comunicación, publicaciones en redes sociales, número de catas degustaciones; colaboraciones de bodegas con entrega de material para las degustaciones, etc.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.137, P.157 y P.173

PAPT7 Plan de acción promoción	FERIA FITUR
Objetivo estratégico	2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad. 4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio-económicos hacia el mismo.
Línea de trabajo	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”. 10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.
Descripción	Asistencia a la feria de FITUR con material propio y de Enoturismo de Aragón. Atención al stand y programación de catas-degustaciones. Localidad: MADRID.
Soporte	Stand.
Duración	Del 19 al 23 de mayo de 2021. Fechas pendientes en 2022.
Justificación	Promoción Rutas del Vino de Aragón.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha / Rutas del Vino de Aragón
Entidades colaboradoras	Turismo de Aragón.
Coste estimado	Corresponde SÍ

Fuentes financiación	Convenio Enoturismo de Aragón		Total: .- Euros	
Indicadores de seguimiento	Apariciones en medios de comunicación, publicaciones en redes sociales, número de catas degustaciones; colaboraciones de bodegas con entrega de material para las degustaciones, etc.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.137, P.157 y P.173

PAPT8 Plan de acción promoción	FERIA NAVARTUR
Objetivo estratégico	2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad. 4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio-económicos hacia el mismo.
Línea de trabajo	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”. 10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.
Descripción	Asistencia a la feria de NAVARTUR con material propio y de Enoturismo de Aragón. Atención al stand y programación de catas-degustaciones. Localidad: PAMPLONA.
Soporte	Stand.
Duración	Del 28 al 30 de mayo de 2021. Fechas pendientes en 2022.
Justificación	Promoción Rutas del Vino de Aragón.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha / Rutas del Vino de Aragón.
Entidades colaboradoras	Turismo de Aragón.
Coste estimado	Corresponde SÍ

Fuentes financiación	Convenio Enoturismo de Aragón		Total: .- Euros	
Indicadores de seguimiento	Apariciones en medios de comunicación, publicaciones en redes sociales, número de catas degustaciones; colaboraciones de bodegas con entrega de material para las degustaciones, etc.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.137, P.157 y P.173

PAPT9 Plan de acción promoción	FERIA BTRAVEL
Objetivo estratégico	2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad. 4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio-económicos hacia el mismo.
Línea de trabajo	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”. 10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.
Descripción	Asistencia a la feria de BTRAVEL con material propio y de Enoturismo de Aragón. Atención al stand y programación de catas-degustaciones. Localidad: BARCELONA.
Soporte	Stand.
Duración	Del 11 al 13 de junio de 2021. Fechas pendientes en 2022.
Justificación	Fotos y notas de prensa.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha / Rutas del Vino de Aragón.
Entidades colaboradoras	Turismo de Aragón.
Coste estimado	Corresponde SÍ

Fuentes financiación	Convenio Enoturismo de Aragón.		Total: .- Euros	
Indicadores de seguimiento	Apariciones en medios de comunicación, publicaciones en redes sociales, número de catas degustaciones; colaboraciones de bodegas con entrega de material para las degustaciones, etc.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.137, P.157 y P.173

PAPT10 Plan de acción promoción	FERIA ARATUR
Objetivo estratégico	2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad. 4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio-económicos hacia el mismo.
Línea de trabajo	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”. 10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.
Descripción	Asistencia a la feria de ARATUR con material propio y de Enoturismo de Aragón. Atención al stand y programación de catas-degustaciones. Localidad: ZARAGOZA.
Soporte	Stand.
Duración	Octubre de 2021. Pendiente de detallar las fechas (al igual que en 2022).
Justificación	Promoción Rutas del Vino de Aragón.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha / Rutas del Vino de Aragón
Entidades colaboradoras	Turismo de Aragón.
Coste estimado	Corresponde SÍ

Fuentes financiación	Convenio Enoturismo de Aragón.		Total: .- Euros	
Indicadores de seguimiento	Apariciones en medios de comunicación, publicaciones en redes sociales, número de catas degustaciones; colaboraciones de bodegas con entrega de material para las degustaciones, etc.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.137, P.157 y P.173

PAPT11 Plan de acción promoción	FERIA INTUR
Objetivo estratégico	2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad. 4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio-económicos hacia el mismo.
Línea de trabajo	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”. 10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.
Descripción	Asistencia a la feria de INTUR con material propio y de Enoturismo de Aragón. Atención al stand y programación de catas-degustaciones. Localidad: VALLADOLID.
Soporte	Stand.
Duración	Del 18 al 21 de noviembre de 2021. Fechas pendientes en 2022.
Justificación	Promoción Rutas del Vino de Aragón.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha / Rutas del Vino de Aragón
Entidades colaboradoras	Turismo de Aragón.
Coste estimado	Corresponde SÍ

Fuentes financiación	Convenio Enoturismo de Aragón.		Total: .- Euros	
Indicadores de seguimiento	Apariciones en medios de comunicación, publicaciones en redes sociales, número de catas degustaciones; colaboraciones de bodegas con entrega de material para las degustaciones, etc.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.137, P.157 y P.173

PAPT12

Plan de acción promoción

MUESTRA DE LAS GARNACHAS

Objetivo estratégico

- Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.
- Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio-económicos hacia el mismo.

Línea de trabajo

- 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”.
- Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.

Descripción

Asistencia a la Muestra de las Garnachas con material propio. Atención al stand.
Localidad: ZARAGOZA.

Soporte

Stand.

Duración

Mayo 2021. Pendiente de detallar las fechas.

Justificación

Promoción Rutas del Vino de Aragón.

Agentes responsables

Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Entidades colaboradoras

Turismo de Aragón.

Coste estimado

Corresponde **SÍ**

Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.		Total: .- Euros	
Indicadores de seguimiento	Apariciones en medios de comunicación, publicaciones en redes sociales, número de catas degustaciones; colaboraciones de bodegas con entrega de material para las degustaciones, etc.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.137, P.157 y P.173

PAPT13 Plan de acción promoción	PRODUCCIÓN DE VOLANDERAS	
Objetivo estratégico	4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio-económicos hacia el mismo.	
Línea de trabajo	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”. 10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.	
Descripción	Diseño y producción de 5.000 volanderas. Mapa turístico del destino. Volanderas destinadas a ferias de promoción turística y oficinas de turismo en el territorio (Borja y Tarazona).	
Soporte	Stand.	
Duración	Septiembre 2021.	
Justificación	Promoción del destino turístico.	
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.	
Entidades colaboradoras		
Coste estimado	Corresponde SÍ	
Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha	Total: .- Euros

Indicadores de seguimiento	Entrega de material y reposición en ferias a las que acude la asociación y oficinas de turismo de Borja y Tarazona.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA	MEDIA		BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.166

PAPT14 Plan de acción promoción	PRODUCCIÓN DE GRÁFICAS PARA EL STAND DE LA RUTA DE LA GARNACHA
Objetivo estratégico	4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio-económicos hacia el mismo.
Línea de trabajo	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”. 10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.
Descripción	Diseño y producción de nuevas gráficas para el stand turístico.
Soporte	Stand.
Duración	Septiembre 2021.
Justificación	Promoción de la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha (Ruta del Vino de España).
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.
Entidades colaboradoras	
Coste estimado	Corresponde SÍ

Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.		Total: .- Euros	
Indicadores de seguimiento	Gráficas y montaje del stand (diseños y fotos).			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA	MEDIA		BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.166

PSCS1 Plan sectorial Camino de Santiago	PROMOCIÓN DEL CAMINO SANTIAGO EN DESTINO DE LA RUTA DE LA GARNACHA
Objetivo estratégico	<p>2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.</p> <p>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.</p> <p>4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio-económicos hacia el mismo.</p>
Línea de trabajo	<p>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”.</p> <p>4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p>
Descripción	Actualización en los diferentes portales del Camino de Santiago sobre la oferta de alojamientos y otros servicios turísticos culturales; restaurantes, museos, iglesias, albergues, etc., del Campo de Borja. Asistencia a ferias, etc. En esta acción se incluyen los sellos en destino para las credenciales de los peregrinos (6 puntos de sellado).
Soporte	<i>Online y offlin.</i>
Duración	Durante todo el año 2021-2022.
Justificación	Promoción del Camino de Santiago en el destino de La Ruta de la Garnacha.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha / Rutas del Vino de Aragón
Entidades colaboradoras	Trabajo en coordinación con Turismo de Aragón y la Asociación Amigos del Camino de Santiago en Zaragoza.

Coste estimado	Corresponde SÍ			
Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha		Total: .- Euros	
Indicadores de seguimiento	Presencia en canales de promoción online; medios de comunicación; ferias; etc.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	
	BAJA			

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.158

ESTRATEGIA MARKETING Y COMUNICACIÓN

PAMC1 Plan de acción marketing y comunicación	COMUNICACIÓN A MEDIOS DE COMUNICACIÓN
Objetivo estratégico	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 4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo. condiciones de vida.
Línea de trabajo	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. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias. 10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.
Descripción	Envíos de notas de prensa a los diferentes medios de comunicación.
Soporte	Medios <i>offline</i> y medios <i>online</i> .
Duración	Todo el año. Años 2021 y 2022.
Justificación	Comunicar a la sociedad los trabajos realizados por La Ruta de la Garnacha en la mejora del destino; proyectos; conocimiento del destino; recursos turísticos; actividades, eventos; etc.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Entidades colaboradoras	Medios de comunicación.			
Coste estimado	Corresponde SÍ		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Indicadores de seguimiento	Emisiones de radio, comunicados en prensa, programas de TV, blogs, revistas, etc.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible Paz, justicia e instituciones sólidas ODS16 Meta 16.10 Acceso a información y libertades fundamentales.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.147 y 137

PAMC2 Plan de acción marketing y comunicación	REDES SOCIALES
Objetivo estratégico	<p>2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.</p> <p>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</p> <p>4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo. condiciones de vida.</p> <p>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.</p>
Línea de trabajo	<p>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”.</p> <p>3. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.</p> <p>6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.</p> <p>7. Fortalecimiento de la promoción a través de las tecnologías del conocimiento y de la información.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p>
Descripción	Publicación de diferentes contenidos.
Soporte	Redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram.
Duración	Todo el año. Años 2021 y 2022.
Justificación	Promoción del destino de La Ruta de la Garnacha.

Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Entidades colaboradoras				
Coste estimado	Corresponde SÍ		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Indicadores de seguimiento	Informes resultados impacto contenidos.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible Paz, justicia e instituciones sólidas ODS16 Meta 16.10 Acceso a información y libertades fundamentales.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.147 y 137

PSEN1 Plan sectorial enoturismo	CATANDO EMOCIONES GARNACHA. DÍA DEL PAISAJE
Objetivo estratégico	<p>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.</p> <p>4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.</p> <p>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 arrollo sostenible.</p>
Línea de trabajo	<p>1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo.</p> <p>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. 3. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.</p> <p>4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.</p> <p>6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.</p> <p>9. Desarrollo de una estrategia a medio y largo plazo para conseguir ser un destino turístico sostenible.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p> <p>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.</p>
Descripción	Cata caldos DO Campo de Borja y producto gastronómico local.
Duración	Día 30 de junio de 2021 y 2022

Justificación	Puesta en valor del paisaje cultural del destino de La Ruta de la Garnacha.			
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Entidades colaboradoras	Bar Café El Rolde			
Coste estimado	Corresponde SÍ		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Convenio de Enoturismo de Aragón.			
Indicadores de seguimiento	Notas de prensa, fotografías, medios de comunicación, etc.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible. Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.147 y 137

PSEN2 Plan sectorial enoturismo	CATANDO EMOCIONES GARNACHA. RECURSOS TURÍSTICOS (música, historia, etc.)
Objetivo estratégico	<p>2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.</p> <p>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.</p> <p>4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.</p>
Línea de trabajo	<p>4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.</p> <p>6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.</p> <p>8. Desarrollo de una estrategia transversal con el enoturismo y la gastronomía como producto vertebrador de otros productos turísticos.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p>
Descripción	Cata caldos DO Campo de Borja y producto gastronómico local.
Soporte	Primavera (Alberite de San Juan/Camino Santiago); verano (pendiente); otoño (pendiente)
Duración	Primavera, verano y otoño 2021 y 2022.
Justificación	Puesta en valor de los diferentes recursos turístico del destino de La Ruta de la Garnacha.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.
Entidades colaboradoras	Bar Café El Rolde

Coste estimado	Corresponde SÍ		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Convenio Enoturismo de Aragón.			
Indicadores de seguimiento	Notas de prensa, fotografías, medios de comunicación, etc.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible. Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.147 y 137

PSEN4

Plan sectorial enoturismo

DÍA INTERNACIONAL DE LA GARNACHA

Objetivo estratégico

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
4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo. condiciones de vida.

Línea de trabajo

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. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.

Descripción

Convocatoria de medios de comunicación en el territorio: prensa y televisión autonómica y nacional.

Soporte

Radio, prensa y TV.

Duración

3 domingo de septiembre 2021 y 2022.

Justificación

Promoción del destino de La Ruta de la Garnacha.

Agentes responsables

Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Entidades colaboradoras

Medios de comunicación.

Coste estimado	Corresponde SÍ		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Convenio Enoturismo de Aragón.			
Indicadores de seguimiento	Notas de prensa, fotografías, medios de comunicación, etc.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA	MEDIA		BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible. Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural. Paz, justicia e instituciones sólidas ODS16 Meta 16.10 Acceso a información y libertades fundamentales.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.147 y 137

PSEN5 Plan sectorial enoturismo	VIAJE DE PRENSA. ENOTURISMO DE ARAGÓN
Objetivo estratégico	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 4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo. condiciones de vida.
Línea de trabajo	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. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias. 10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.
Descripción	Recepción de medios de comunicación especializados en las 4 Rutas del Vino de Aragón, amparadas bajo la marca de Enoturismo de Aragón.
Soporte	Prensa y revistas especializadas.
Duración	Marzo 2021.
Justificación	Promoción de las 4 Rutas del Vino de Aragón.
Agentes responsables	Ruta del Vino Somontano.
Entidades colaboradoras	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Coste estimado	Corresponde SÍ		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Convenio Enoturismo de Aragón.			
Indicadores de seguimiento	Programa de viaje, publicaciones y diferentes apariciones en los medios.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible. Paz, justicia e instituciones sólidas ODS16 Meta 16.10 Acceso a información y libertades fundamentales.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.147 y 137

PSCS2 Plan sectorial Camino Santiago	DIFUSIÓN DEL PLAN CAMINO SANTIAGO
Objetivo estratégico	<p>2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.</p> <p>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.</p> <p>4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio-económicos hacia el mismo.</p>
Línea de trabajo	<p>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”.</p> <p>4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p>
Descripción	Presentación del plan de trabajo, importancia del recurso, trabajos realizados hasta la fecha, avances, etc.
Soporte	Medios <i>online</i> y <i>offline</i> .
Duración	Durante todo el año 2021.
Justificación	Comunicación al conjunto de la sociedad del trabajo que se realiza en la puesta en valor de los 2 ramales del Camino Santiago que cruzan el destino de la Ruta de la Garnacha.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.
Entidades colaboradoras	

Coste estimado	Corresponde NO			
Fuentes financiación			Total: .- Euros	
Indicadores de seguimiento	Presencia en medios de comunicación <i>online</i> y <i>offline</i> .			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA	MEDIA		BAJA

Agenda 2030	Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural. Paz, justicia e instituciones sólidas ODS16 Meta 16.10 Acceso a información y libertades fundamentales.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.147 y 137

PSCS3

Plan sectorial Camino Santiago

CREACIÓN DE EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN EL CAMINO DE SANTIAGO

Objetivo estratégico

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.

Línea de trabajo

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”.
4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.
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.

Descripción

Coordinación con empresas para la creación de experiencias turísticas en el entorno del Camino de Santiago poniendo en valor el paisaje, el Camino y el potencial enogastronómico del territorio.

Duración

Durante todo el año marzo 2021.

Justificación

Fomento del turismo experiencial.

Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Entidades colaboradoras	Empresas colaboradoras y socias de La Ruta de la Garnacha.			
Coste estimado	Corresponde NO			
Fuentes financiación				Total: .- Euros
Indicadores de seguimiento	Experiencias diseñadas y puestas a la venta a través de la página de La Ruta de la Garnacha.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.9 Promoción el turismo sostenible.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.157, P.158, P.159, P.160

ESTRATEGIA DE CALIDAD TURÍSTICA

PACT1 Plan de acción calidad turística	ATENCIÓN AL VISITANTE. RECEPCIÓN DE QUEJAS, SUGERENCIAS, RECLAMACIONES EN EL DESTINO
Objetivo estratégico	<p>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.</p> <p>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.</p>
Línea de trabajo	<p>1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo.</p> <p>4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.</p> <p>6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p> <p>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.</p>
Descripción	Atención al visitante y ciudadano.
Soporte	Atención en persona, teléfono, whatsapp, correo electrónico y otros canales de mensajería de las redes sociales utilizadas.
Duración	Todo el año. Años: 2021 – 2022.
Justificación	Atención a la ciudadanía y el visitante atendiendo a la mejora del destino/territorio y experiencia turística/bienestar de la población.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Entidades colaboradoras				
Coste estimado	Corresponde NO		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación				
Indicadores de seguimiento	Fichas con indicación de la incidencia y su seguimiento.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	

Agenda 2030	Paz, justicia e instituciones sólidas ODS16 Meta 16.7 Fomento de la participación ciudadana.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Conservación y protección P104

PACT2

Plan de acción calidad turística

ANÁLISIS DE NECESIDADES EN DESTINO (establecimientos y entidades locales)

Objetivo estratégico

1. Incrementar los beneficios sociales del turismo, extendiéndolos al conjunto de las sociedades receptoras creando empleo de calidad y mejorando sus condiciones de vida.
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
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.

Línea 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.

Descripción

Atención a los socios en necesidades, especialmente en las que tienen que ver con la mejora continua (formación).

Soporte

Atención en persona, teléfono, whatsapp, correo electrónico y otros canales de mensajería de las redes sociales utilizadas.

Duración

Todo el año 2021 – 2022 (salvo los meses de julio y agosto).

Justificación

Mejora del producto turístico Ruta del Vino de España.

Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Entidades colaboradoras	Establecimientos y municipios adheridos a la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha			
Coste estimado	Corresponde NO		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación				
Indicadores de seguimiento	Respuestas registradas.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.1 Mantenimiento del crecimiento económico.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.173 y P.149

PACT3

Plan de acción calidad turística

CUESTIONARIO SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES EN EL DESTINO

Objetivo estratégico

1. Incrementar los beneficios sociales del turismo, extendiéndolos al conjunto de las sociedades receptoras creando empleo de calidad y mejorando sus condiciones de vida.
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.

Línea de trabajo

4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
5. Profesionalizar el sector turístico.
10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.
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.

Descripción

Recogida de datos vía campaña #ILoveEnoturismo. Los cuestionarios son tipo *flyer* (volante) que se dejan en los establecimientos adheridos al producto Ruta y que deben entregar a sus clientes.

Soporte

Digital. Se accede al cuestionario vía código QR.

Duración

Todo el año. Años: 2021 – 2022.

Justificación

Mejora de la calidad turística en destino.

Agentes responsables

Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Entidades colaboradoras

ACEVIN. Club de Producto Rutas del Vino de España

Coste estimado	Corresponde NO		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación				
Indicadores de seguimiento	Vía Rutas del Vino de España se hace llegar de forma periódica un resumen con la cantidad de cuestionarios cumplimentados. Posteriormente y con el conjunto de todas y cada una de las Rutas del Vino de España se procede a varios informes que detallan el perfil de visitante, demanda, etc.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Paz, justicia e instituciones sólidas ODS16 Meta 16.7 Fomento de la participación ciudadana. Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.1 Mantenimiento del crecimiento económico.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.173 y P.149

PACT4

Plan de acción calidad turística

OBSERVATORIO TURÍSTICO DE LA RUTA DE LA GARNACHA

Objetivo estratégico

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.

Línea 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.
11. Luchar contra el intrusismo de la mano de las administraciones públicas.
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.

Descripción

Elaboración de estudios, y posterior redacción de informe para su publicación, vinculados al desarrollo turístico del Club de Producto Rutas del Vino de España, otros productos turísticos (ecoturismo y Camino de Santiago) y del

	destino Ruta de la Garnacha. Difusión de los mismos.			
Soporte	Boletines informativos digitales.			
Duración	Todo el año. Años: 2021 – 2022.			
Justificación	Mejora de la calidad turística en destino y del producto enoturístico.			
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Entidades colaboradoras	Turismo de Aragón, Rutas del Vino de España, oficina de turismo de Borja...			
Coste estimado	Corresponde NO		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación				
Indicadores de seguimiento	Informes publicados en www.larutadelagarnacha.es en la pestaña boletines informativos.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	

Agenda 2030	
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.173 y P.149

PACT5

Plan de acción calidad turística

BANDERA VERDE. SEGUIMIENTO Y EJECUCIÓN DE LA ANUALIDAD 2020-2021

Objetivo estratégico

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.

Línea de trabajo

1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo.
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.
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.
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.

Descripción

Implementación de la Bandera Verde.

Soporte				
Duración	Desde el 01 de septiembre 2020 hasta el 15 de mayo 2021.			
Justificación	Herramienta destinada a la ejecución de los objetivos establecidos en el Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha 2017-2027 en el conjunto del destino. Turismo sostenible. Agenda 2030.			
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Entidades colaboradoras	Entidades locales de los 20 municipios del destino Ruta de la Garnacha.			
Coste estimado	Corresponde SÍ		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Convenio Enoturismo de Aragón.			
Indicadores de seguimiento	Manual de la Bandera Verde con las acciones a realizar en la anualidad y proceso de justificación por parte de las entidades locales.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	<p>Vida y ecosistemas terrestres ODS15 Meta 15.1 Asegurar la Conservación y uso sostenibles de los ecosistemas. Meta 15.A Movilización y aumento de los recursos financieros.</p> <p>Paz, justicia e instituciones sólidas ODS16 Meta 16.7 Fomento de la participación ciudadana.</p> <p>Alianzas para lograr los objetivos ODS17 Meta 17.17 Fomento de alianzas público-privadas.</p> <p>Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural.</p> <p>Producción y consumo responsable ODS12 Meta 12.B Lograr turismo sostenible.</p>
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Sensibilización P.029

PACT6

Plan de acción calidad turística

COORDINACIÓN CON LA RED VIARIA DEL DESTINO TURÍSTICO Y REFUERZOS DE LIMPIEZA EN ÁREAS DE DESCANSO Y CUNETAS.

Objetivo estratégico

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.

Línea de trabajo

1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo.
4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
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.
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.

Descripción

Coordinación con las diferentes entidades al frente de la red viaria (Gobierno de Aragón, DPZ y Fomento). Dicha coordinación permite agilizar soluciones a impactos visuales y ambientales (suciedad o residuos en cunetas y áreas de descanso, además de otras incidencias) que puedan sucederse a lo largo de la red de carreteras que cruza el destino. Ruta de la Garnacha, y en consenso con dichas entidades, ofrece un apoyo de limpieza en las áreas de de descanso, cada 3 meses, en la N121, así como medios humanos y materiales para reforzar la limpieza y mantenimientos de puntos concretos en cunetas.

Soporte

Se contrata los servicios de INLADIS. Entidad de inserción laboral de personas con discapacidad.

Duración

4 veces al año, de forma trimestral y coordinada con las entidades de la red vial al frente (diciembre, marzo , septiembre y se contempla alguna extraordinaria si hiciera falta y en el momento que así se solicite).

Justificación

Mejora de la imagen del destino.

Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Entidades colaboradoras	Red viaria (Gobierno de Aragón, DPZ y Fomento).			
Coste estimado	Corresponde SÍ		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Indicadores de seguimiento	Informes remitidos a las entidades responsables de la red viaria tras realizar una actuación.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	

Agenda 2030	Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.7 Proporcionar el acceso a zonas verdes y espacios públicos seguros.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Conservación y protección P.088

PACT7

Plan de acción calidad turística

GESTIÓN Y COORDINACIÓN DE LA CRISIS COVID-19

Objetivo estratégico	<p>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.</p> <p>4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.</p>
Línea de trabajo	<p>1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo.</p> <p>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.</p> <p>4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.</p> <p>5. Profesionalizar el sector turístico.</p> <p>7. Fortalecimiento de la promoción a través de las tecnologías del conocimiento y de la información.</p> <p>9. Desarrollo de una estrategia a medio y largo plazo para conseguir ser un destino turístico sostenible.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p>
Descripción	<p>Coordinación con Turismo de Aragón (comunicaciones, reuniones telemáticas, etc). La Ruta de la Garnacha asume la representación de todo el sistema turístico de la Comarca para una correcta gestión. Creación de una pestaña en web de La Ruta con toda la información disponible al tejido empresarial turístico del destino y municipios (convocatoria de ayudas, decretos, órdenes de sanidad, resoluciones de ayudas, etc.).</p>
Soporte	<p>Toda la información se vuelca en la web de La Ruta de la Garnacha.</p>
Duración	<p>Mientras dure la pandemia. Previsión de todo el año 2021.</p>
Justificación	<p>Coordinación con Turismo de Aragón (Gobierno de Aragón).</p>
Agentes responsables	<p>Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.</p>

Entidades colaboradoras	Gobierno de Aragón (Turismo de Aragón) y con la Secretaría de Estado de Turismo, Rutas del Vino de España y SICTED.			
Coste estimado	Corresponde NO		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación				
Indicadores de seguimiento	Pestaña "Crisis Covid-19" en web de La Ruta de la Garnacha (publicaciones).			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	

PACT8

Plan de acción calidad turística

IMPLEMENTACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO “LOS PUEBLOS MÁS BONITOS DE ESPAÑA”

Objetivo estratégico

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.

Línea 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”.
4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
5. Profesionalizar el sector turístico.
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.

Descripción

En 2020 se llevó a cabo un webinar con la presentación del producto a los ayuntamientos y otros agentes territoriales interesados. En 2021 se invitará a los responsables de la asociación, al frente del producto, para darles a conocer el territorio y puedan valorar las posibilidades de aquellos municipios interesados en apostar por el producto.

Soporte

Duración	Junio 2021.			
Justificación	Mejora de la experiencia turística por parte del visitante y refuerzo de la identidad de la propia población del municipio.			
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Entidades colaboradoras	Asociación “Los pueblos más bonitos de España”.			
Coste estimado	Corresponde SÍ		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Indicadores de seguimiento	Seguimiento de los municipios interesados y recepción de los responsables de la asociación en el territorio. Confección de agenda y programa de viaje.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	

Agenda 2030	Producción y consumo responsable ODS12 Meta 12.B Lograr turismo sostenible.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Sensibilización P.046 Imagen y promoción P.158 y P.161

PSE3 Plan sectorial ecoturismo	COORDINACIÓN Y SOLUCIÓN DE INCIDENCIAS EN EL PAISAJE. ATENCIÓN AL VISITANTE Y CIUDADANO.
Objetivo estratégico	<p>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.</p> <p>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.</p>
Línea de trabajo	<p>1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo.</p> <p>4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.</p> <p>9. Desarrollo de una estrategia a medio y largo plazo para conseguir ser un destino turístico sostenible.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p> <p>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.</p>
Descripción	Atender a la población y visitantes; proceder a dar solución a las incidencias que ellos detectan por mediación de la colaboración. Atención en persona, teléfono, whatsapp, correo electrónico y otros canales de mensajería de las redes sociales utilizadas.
Soporte	Según sean las incidencias se contrata los servicios de INLADIS. Entidad de inserción laboral de personas con discapacidad.
Duración	Todo el año. Años: 2021 y 2022.
Justificación	Conservación y mantenimiento del paisaje de La Ruta de la Garnacha. Mejora de la imagen del destino y de la experiencia turística.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Entidades colaboradoras				
Coste estimado	Corresponde SÍ		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Indicadores de seguimiento	Anotaciones de las incidencias y seguimiento. Comunicación directa con visitante o ciudadano para notificarle el seguimiento y solución de la misma si fuera el caso.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Paz, justicia e instituciones sólidas ODS16 Meta 16.7 Fomento de la participación ciudadana. Vida y ecosistemas terrestres ODS15 Meta 15.1 Asegurar la Conservación y uso sostenibles de los ecosistemas. Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural. Producción y consumo responsable ODS12 Meta 12.B Lograr turismo sostenible.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Sensibilización P.030

PSE4 Plan sectorial ecoturismo	CAMPAÑA DE SENSIBILIZACION “VIAJERO RESPONSABLE” DIRIGIDA A LOS VISITANTES Y CIUDADANOS DEL DESTINO.
Objetivo estratégico	<p>1. Incrementar los beneficios sociales del turismo, extendiéndolos al conjunto de las sociedades receptoras creando empleo de calidad y mejorando sus condiciones de vida.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>
Línea de trabajo	<p>1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo.</p> <p>6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.</p> <p>9. Desarrollo de una estrategia a medio y largo plazo para conseguir ser un destino turístico sostenible.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p> <p>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.</p>
Descripción	<p>Esta campaña viene del año pasado con extensión a 2021. Facilitación de mensajes que promuevan las buenas prácticas en el paisaje cultural así como el consumo de recursos naturales de forma responsable en empresas vinculadas a servicios turísticos (restaurantes, casas de turismo rural, museos, bodegas, bares, etc.).</p>
Soporte	<p>Los mensajes se harán vía adhesivos (500 uds) a la vista del público (colocados en los baños) y folletos formato dptico (3.000 uds).</p>
Duración	<p>Todo el año: 2021.</p>

Justificación	Trabajar la sensibilización tanto de la población como de los visitantes en materia de sostenibilidad turística (buenas prácticas a llevar a cabo). Y comunicar que el territorio trabaja la sostenibilidad social, económica, cultural y medioambiental.			
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Entidades colaboradoras	Tejido empresarial turístico.			
Coste estimado	Corresponde NO		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Indicadores de seguimiento	Material editado y colocación de adhesivos y entrega de dípticos. Reposición a lo largo del año.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Vida y ecosistemas terrestres ODS15 Meta 15.1 Asegurar la Conservación y uso sostenibles de los ecosistemas. Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural. Producción y consumo responsable ODS12 Meta 12.B Lograr turismo sostenible.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Sensibilización P.028

PSE6 Plan sectorial ecoturismo	LIMPIEZA DE LOS ENTORNOS MUNICIPALES CON DISTINCIÓN DE SU PAISAJE ESPACIO DE INTERÉS TURÍSTICO DE ARAGÓN
Objetivo estratégico	<p>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.</p> <p>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.</p>
Línea de trabajo	<p>1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo.</p> <p>9. Desarrollo de una estrategia a medio y largo plazo para conseguir ser un destino turístico sostenible.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p> <p>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.</p>
Descripción	Contratación por parte de los ayuntamientos de una limpieza anual del entorno de sus municipios cuyo paisaje esté declarado de interés turístico de Aragón.
Soporte	Ejecuta INLADIS. Entidad de inserción laboral con personas discapacitadas.
Duración	De enero a abril y de octubre a diciembre. Años 2021-2022.
Justificación	Conservación y mantenimiento de su paisaje. Las labores de limpieza las realizará INLADIS tras previo informe ejecutado por la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha indicando los lugares en los que

	actuar. Por otro lado esta actuación es un requisito obligatorio a realizar por parte del ayuntamiento que quiera acceder a la Bandera Verde.			
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Entidades colaboradoras				
Coste estimado	Corresponde NO		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Cada municipio financia su actuación.			
Indicadores de seguimiento	Informes emitidos por la Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha a cada uno de los ayuntamientos una vez se ha procedido a realizar la actuación. En él se incluyen otras sugerencias de mejora.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	

Agenda 2030	Reducción de las desigualdades ODS10 Meta 10.2 Promoción de la Inclusión social, económica y política. Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural. Meta 11.7 Proporcionar el acceso a zonas verdes y espacios públicos seguros.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Conservación y protección P.106

PSCS4 Plan sectorial Camino Santiago	REVISIÓN Y MANTENIMIENTO DEL CAMINO DE SANTIAGO (Castellano Aragonés y del Ebro)
Objetivo estratégico	<p>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.</p> <p>4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio-económicos hacia el mismo.</p> <p>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.</p>
Línea de trabajo	<p>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”.</p> <p>4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p> <p>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.</p>
Descripción	Revisión del Camino de Santiago (Castellano Aragonés y del Ebro). Limpieza y mantenimiento de señalización dañada. Gestión y solución de cualquier incidencia detectada en él.
Soporte	
Duración	Durante todo el año 2021 y 2022.
Justificación	Puesta en valor de un recurso potencialmente atractivo en el destino de La Ruta de la Garnacha, transversal al enoturismo. Actualmente utilizamos la comunicación del mismo como los caminos del vino.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Entidades colaboradoras				
Coste estimado	Corresponde SÍ			
Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha		Total: .- Euros	
Indicadores de seguimiento	Informes de resolución de incidencias en el mismo (fotos, trabajo de campo, etc.).			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA	MEDIA	BAJA	

Agenda 2030	Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Sensibilización P.041 Conservación y protección P.055

PSEN6

Plan sectorial enoturismo

AUDITORIA INTERNA- NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LOS CRITERIOS DEL MANUAL DEL PRODUCTO RVE

Objetivo estratégico

1. Incrementar los beneficios sociales del turismo, extendiéndolos al conjunto de las sociedades receptoras creando empleo de calidad y mejorando sus condiciones de vida.
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.condiciones de vida.

Línea de trabajo

1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo.
3. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
5. Profesionalizar el sector turístico.
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 pública.

Descripción

Seguimiento del cumplimiento de los requisitos del Manual del Producto Rutas del Vino de España por parte de los establecimientos adheridos.

Soporte

Visita presencial al establecimiento.

Duración

Desde marzo a junio de 2021.

Justificación

Informes emitidos por la gerencia de La Ruta de la Garnacha.

Agentes responsables

Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.

Entidades colaboradoras

Coste estimado	Corresponde NO		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación				
Indicadores de seguimiento	Control de visitas y resultado de los informes a los establecimientos y posterior seguimiento en caso de incumplimientos de carácter obligatorio.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.1 Mantenimiento del crecimiento económico.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.173 y 149

AUDITORIA EXTERNA- NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE LOS CRITERIOS DEL MANUAL DEL PRODUCTO RVE

Objetivo estratégico	<p>1. Incrementar los beneficios sociales del turismo, extendiéndolos al conjunto de las sociedades receptoras creando empleo de calidad y mejorando sus condiciones de vida.</p> <p>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.</p> <p>4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo. condiciones de vida.</p>
Línea de trabajo	<p>1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo.</p> <p>3. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.</p> <p>5. Profesionalizar el sector turístico.</p> <p>9. Desarrollo de una estrategia a medio y largo plazo para conseguir ser un destino turístico sostenible.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p> <p>11. Luchar contra el intrusismo de la mano de las administraciones pública.</p>
Descripción	Seguimiento del cumplimiento de los requisitos del Manual del Producto Rutas del Vino de España por parte de los establecimientos adheridos.
Soporte	Visita presencial al establecimiento.
Duración	Otoño de 2021 (pendiente de detallar fechas).
Justificación	Informes emitidos por la consultora externa.
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.
Entidades colaboradoras	AC+ Consultores.

Coste estimado	Corresponde SÍ		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Indicadores de seguimiento	Programa de visitas por la AC+ Consultores, entrega de la documentación solicitada, agenda de visitas y recepción de informes emitidos. En caso de incumplimientos seguimientos de los establecimientos para su cumplimiento en el plazo detallado por la consultora auditora.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.1 Mantenimiento del crecimiento económico.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.173 y 149

PSEN8

Plan sectorial enoturismo

ATENCIÓN A NUEVAS ADHESIONES AL PRODUCTO RUTA DEL VINO

Objetivo estratégico	1. Incrementar los beneficios sociales del turismo, extendiéndolos al conjunto de las sociedades receptoras creando empleo de calidad y mejorando sus 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. condiciones de vida.	
Línea de trabajo	4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias. 5. Profesionalizar el sector turístico. 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 pública.	
Descripción	Seguimiento del cumplimiento de los requisitos del Manual del Producto Rutas del Vino de España por parte de los establecimientos en proceso de adhesión. Activación del protocolo.	
Soporte	Visita presencial al establecimiento.	
Duración	Durante todo el año. Años: 2021 y 2022.	
Justificación	Crecimiento del producto turístico Ruta del Vino de España y mejora de la calidad del mismo.	
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.	
Entidades colaboradoras		
Coste estimado	Corresponde NO	Total: _____ .- Euros
Fuentes financiación		

Indicadores de seguimiento	Control de visitas y resultado de los informes a los establecimientos y posterior seguimiento en caso de incumplimientos de carácter obligatorio.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.1 Mantenimiento del crecimiento económico.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.173 y 149

PSEN9

Plan sectorial enoturismo

VISITA A ESTABLECIMIENTOS ADHERIDOS A LA ASOCIACIÓN PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA RUTA DE LA GARNACHA

Objetivo estratégico	1. Incrementar los beneficios sociales del turismo, extendiéndolos al conjunto de las sociedades receptoras creando empleo de calidad y mejorando sus condiciones de vida.	
Línea de trabajo	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.9. Desarrollo de una estrategia a medio y largo plazo para conseguir ser un destino turístico sostenible. 5. Profesionalizar el sector turístico. 11. Luchar contra el intrusismo de la mano de las administraciones públicas. 11. Luchar contra el intrusismo de la mano de las administraciones pública. 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 participe.	
Descripción	Entrega de folletos Ruta Garnacha y otros materiales de promoción y sensibilización (campañas). Campaña sensibilización de conservación del paisaje cultural. Entrega campaña #Iloveenoturismo (cuestionario sobre la demanda y perfil de visitante) Detección de necesidades de formación. Atención a inquietudes, etc.	
Soporte	Se alterna visitas presenciales con telefónicas. Siempre se mantiene un canal de comunicación directo con ellos (vía grupo mail y grupo Whatsapp).	
Duración	Durante todo el año.Años: 2021 y 2022	
Justificación	Atención a los establecimientos adheridos.	
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.	
Entidades colaboradoras		
Coste estimado	Corresponde NO	Total: _____ .- Euros

Fuentes financiación				
Indicadores de seguimiento	Agenda de visitas.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA	MEDIA	BAJA	

Agenda 2030	Trabajo decente y crecimiento económico ODS8 Meta 8.1 Mantenimiento del crecimiento económico.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.157 y 159

PSBC1

Plan sectorial bodegas en cerro

DIFUSION DEL ESTADO DEL PLAN DE RECUPERACIÓN DE LAS BODEGAS EN CERRO

Objetivo estratégico

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. condiciones de vida.
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.

Línea de trabajo

1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo.
3. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.
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.
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.

Descripción

Comunicación del estado del plan: evolución, desarrollo, objetivos, etc.

Soporte

Redes sociales y periódico comarcal.

Duración

Desde abril a diciembre de 2021.

Justificación

Comunicación a la sociedad de los avances realizados en materia de recuperación de bodegas en cerro.

Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Entidades colaboradoras				
Coste estimado	Corresponde SÍ		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Indicadores de seguimiento	Publicaciones en prensa, apariciones en radio, etc.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Paz, justicia e instituciones sólidas ODS16 Meta 16.10 Acceso a información y libertades fundamentales.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Sensibilización P.010 Conservación y protección P100 Imagen y promoción P.139

PSBC2

Plan sectorial bodegas en cerro

ENCUESTAS Y VISITAS A BODEGAS EN CERRO

Objetivo estratégico

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. condiciones de vida.
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.

Línea de trabajo

1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo.
3. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.
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.
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.

Descripción

Encuestas y visita bodegas.
1 día de informe de resultados y redacción de las mismas.
1 día de trabajo de campo gráfico calidad en bodegas+ recopilación material gráfico vino-campo-bodega.
1 día informe resultados.
2 días incorporación a pautas generales del trabajo de campo.

Soporte

Fotografía, vídeos e informes.

Duración

Desde enero a marzo de 2021.

Justificación	Participación y colaboración con la ciudadanía en el proyecto de recuperación de las bodegas en cerro.			
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Entidades colaboradoras	Observatorio del Paisaje Campo de Borja (al frente D. Vicente Chueca, miembro del Observatorio y del Instituto de Antropología de Aragón).			
Coste estimado	Corresponde NO		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Ayuda DPZ concedida al Observatorio del Paisaje Campo de Borja en 2019-2020.			
Indicadores de seguimiento	Trabajos de campo e investigación: entrevistas; toma de imágenes de las bodegas; contacto con los propietarios; coordinación con Ayuntamiento y asociación, etc. Publicación de informes, notas de prensa y envío a los medios de comunicación.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Paz, justicia e instituciones sólidas ODS16 Meta 16.7 Fomento de la participación ciudadana.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Conservación y protección W.073

PSBC3

Plan sectorial bodegas en cerro

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE BUENAS PRÁCTICA EN LA RECUPERACIÓN Y CONSERVACIÓN DE LAS BODEGAS EN CERRO

Objetivo estratégico

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. condiciones de vida.
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.

Línea de trabajo

1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo.
3. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.
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.
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 participe.

Descripción

Elaboración de un manual de buenas prácticas redactando aquellas prácticas (mantenimiento, embellecimiento, posicionamiento, etc.) que puedan poner en valor las bodegas. El manual deberá contemplar, entre otros, las propuestas que supongan una mejora del conjunto de las bodegas.

Soporte

Manuel digital.

Duración

Desde marzo hasta finales de año de 2021.

Justificación

Facilitar unas pautas a la hora de proceder a la recuperación tradicional de dicho patrimonio. Manual que guiará a todos aquellos técnicos implicados en la conservación, recuperación y puesta en valor del conjunto de bodegas en

	cerro.			
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Entidades colaboradoras	Observatorio del Paisaje Campo de Borja (al frente D. Vicente Chueca, miembro del Observatorio y del Instituto de Antropología de Aragón).			
Coste estimado	Corresponde NO		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Ayuda DPZ concedida al Observatorio del Paisaje Campo de Borja en 2019-2020			
Indicadores de seguimiento	Edición del manual. El manual se extraerá de las conclusiones que se hayan expuesto por parte de los asistentes tanto de la mesa del día 13 de junio y 19 de junio de 2018 (resumidas en el DAFO); la mesa del 5 de noviembre de 2019; el Fam Trip realizado a Atauta el 20 de noviembre y del trabajo de campo realizado en Tabuenca. Una vez confeccionado y aprobado, el manual se enviará a todos y cada uno de los municipios que dispongan de bodegas en cerro con el fin de que sigan unas mismas directrices.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Sensibilización P.015 Conservación y protección P.053, P.062, P.063, W.074, P.098

PSBC4

Plan sectorial bodegas en cerro

CREACIÓN DEL GRUPO IMPULSO

Objetivo estratégico

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. condiciones de vida.
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.

Línea de trabajo

1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo.
3. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.
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.
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 participe.

Descripción

Siguiendo con el diseño y edición del manual de buenas prácticas, se procede a crear, a modo de proyecto piloto, el grupo de impulso (en un municipio a escoger). Con ello se sentarán las bases del protocolo (que registrará el futuro y oficial manual de buenas prácticas) de cómo proceder los municipios que quieran recuperar el conjunto de sus bodegas en cerro.

Soporte

Mesa de trabajo.

Duración

Junio. Año 2021.

Justificación	Confección del protocolo a seguir en la aplicación del manual de buenas prácticas.			
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Entidades colaboradoras	Observatorio del Paisaje Campo de Borja (al frente D. Vicente Chueca, miembro del Observatorio y del Instituto de Antropología de Aragón).			
Coste estimado	Corresponde NO		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación	Ayuda DPZ concedida al Observatorio del Paisaje Campo de Borja en 2019-2020.			
Indicadores de seguimiento	Mesas de trabajo (asistencias) y confección del protocolo.			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.4 Protección del patrimonio cultural y natural. Paz, justicia e instituciones sólidas ODS16 Meta 16.7 Fomento de la participación ciudadana. Alianzas para lograr los objetivos ODS17 Meta 17.17 Fomento de alianzas público-privadas.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Sensibilización P.015 Conservación y protección P.053, P.062, P.063, W.074, P.098

PSBC5

Plan sectorial bodegas en cerro

SEGUIMIENTO DEL PLAN DE TRABAJO DE BODEGAS EN CERRO

Objetivo estratégico

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. condiciones de vida.
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.

Línea de trabajo

1. Mejora de la coordinación y cooperación entre agentes públicos y privados del sector turístico o que tengan relación con el mismo.
3. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
6. Establecer programas de sensibilización entre la población contando con el apoyo del tejido asociativo, los centros escolares y medios de comunicación locales.
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.
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 participe.

Descripción

Revisión del plan cada cierto tiempo (correcciones de posibles desviaciones, seguimiento de las acciones, resultados, evaluaciones, etc.). Comunicación a los miembros del proyecto y resto del territorio. Medios de comunicación.

Soporte

Vía canales de comunicación: correo electrónico, grupo whatsapp y mesa de trabajo.

Duración

Durante todo el año 2021.

Justificación	Seguimiento del plan y cumplimiento. Ajustes y soluciones a posibles imprevistos que puedan surgir a lo largo de la ejecución del mismo.			
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Entidades colaboradoras				
Coste estimado	Corresponde NO		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación				
Indicadores de seguimiento	Revisión del plan mensualmente y atención a los responsables y colaboradores que participan en las acciones del mismos (inquietudes, sugerencias, desviaciones, etc.).			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	

Agenda 2030	
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Conservación y protección P.100. Imagen y promoción P.141, P.153, P.157, P.165. P.171, P.173.

PSST1

Plan sectorial señalización

MANTENIMIENTO DE LA SEÑALIZACIÓN “RUTA GARNACHA&BIKE”

Objetivo estratégico

2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.
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.

Línea de trabajo

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. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.
9. Desarrollo de una estrategia a medio y largo plazo para conseguir ser un destino turístico sostenible.
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.
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.

Descripción

Revisión de la ruta Garnacha&Bike. Mantenimiento de su señalización y limpieza del mismo.

Soporte

Imagen identificativa sobre postes red de senderos de la Comarca Campo de Borja.

Duración

Marzo-abril 2021 y marzo-abril 2022.

Justificación

Puesta en valor de un recurso potencialmente atractivo en el destino de La Ruta de la Garnacha, transversal al enoturismo.

Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.			
Entidades colaboradoras				
Coste estimado	Corresponde NO		Total: _____ .- Euros	
Fuentes financiación				
Indicadores de seguimiento	Informes de resolución de incidencias en el mismo (fotos, trabajo de campo, etc.).			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	BAJA

Agenda 2030	Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.7 Proporcionar el acceso a zonas verdes y espacios públicos seguros.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Conservación y protección P.055

PSST2

Plan sectorial señalización

MANTENIMIENTO CARTELERIA RUTA EN MUPIS MUNICIPALES

Objetivo estratégico	<p>2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.</p> <p>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.</p> <p>4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.</p>	
Línea de trabajo	10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.	
Descripción	Revisión cartelería de la Ruta de la Garnacha.	
Soporte	Mupis municipales.	
Duración	Durante todo el año. Años: 2021 y 2022.	
Justificación	Dar a conocer el destino turístico en el interior del mismo, con vistas a la propia población y visitantes que estén de paso en él.	
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.	
Entidades colaboradoras		
Coste estimado	Corresponde NO	Total: _____ .- Euros
Fuentes financiación		
Indicadores de seguimiento	Reposición de la cartelería en caso de mal estado.	

Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA	MEDIA		BAJA

Agenda 2030	
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.150 y P.177

PSST3 Plan sectorial señalización	DESMANTELAMIENTO DE SEÑALES OBSOLETAS EN EL PAISAJE	
Objetivo estratégico	<p>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.</p> <p>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.</p>	
Línea de trabajo	<p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p> <p>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 participe.</p>	
Descripción	Revisión del paisaje, detección de señalización (de cualquier tipo, se incluyen vallas publicitarias, etc.) en mal estado, abandono y cuyo promotor se ha desatendido de ella, y retirada de la misma.	
Soporte	Señales de cualquier tipo.	
Duración	Octubre, noviembre y diciembre de 2021 y enero, febrero y marzo de 2022.	
Justificación	Mantener el paisaje cultural en el mejor estado posible, favoreciendo una percepción positiva del destino por parte del visitante y una mejora del bienestar por parte de la población autóctona.	
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.	
Entidades colaboradoras	PRAMES	
Coste estimado	Corresponde NO	Total: _____ .- Euros
Fuentes financiación	Vía ayudas.	

Indicadores de seguimiento	Informes de resolución de incidencias en el mismo (fotos, trabajo de campo, etc.).			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	

Agenda 2030	
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción W.179

PSST4 Plan sectorial señalización	REVISIÓN DE LA SEÑALIZACIÓN DE LOS MUNICIPIOS QUE PARTICIPAN DE LA DISTINCION “ESPACIO DE INTERÉS TURÍSTICO DE ARAGÓN”	
Objetivo estratégico	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.	
Línea de trabajo	10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje. 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.	
Descripción	Detección de señalización –en casco urbano- de cualquier tipo (se incluyen vallas publicitarias, placas con los nombres de las calles, etc.) en mal estado y que requiere de mantenimiento o su retirada. Entrega de informe al consistorio para que procedan a aplicar las mejoras sugeridas.	
Soporte	Señales de cualquier tipo.	
Duración	Mayo y junio 2021.	
Justificación	Mantener el paisaje cultural (y urbano) en el mejor estado posible, favoreciendo una percepción positiva del destino por parte del visitante y una mejora del bienestar por parte de la población autóctona.	
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.	
Entidades colaboradoras	Ayuntamientos	
Coste estimado	Corresponde NO	Total: _____ .- Euros
Fuentes financiación	Recursos propios por parte del municipio.	
Indicadores de seguimiento	Informes de incidencias en el mismo (fotos, trabajo de campo, etc.) y posterior seguimiento en el tiempo (recordando a los consistorios la relevancia de poner en marcha las solución a las incidencias indicadas).	

Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA	MEDIA		BAJA

Agenda 2030	
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción W.179

PSEN10 Plan sectorial enoturismo	REVISIÓN DE LA SEÑALIZACIÓN RUTA DEL VINO DE ESPAÑA LA GARNACHA	
Objetivo estratégico	2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad. 4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo	
Línea de trabajo	4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.9. Desarrollo de una estrategia a medio y largo plazo para conseguir ser un destino turístico sostenible. 11. Luchar contra el intrusismo de la mano de las administraciones públicas.	
Descripción	Revisión de la señalización de la Ruta del Vino La Garnacha. Mantenimiento de su señalización.	
Soporte	Placas de membresía, señales horizontales y verticales, tótems y panelería.	
Duración	Durante todo el año 2021y 2022.	
Justificación	Puesta en valor de un recurso potencialmente atractivo en el destino de La Ruta de la Garnacha: Enoturismo (y su club de producto) y posicionamiento en él de los establecimientos adheridos al producto.	
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.	
Entidades colaboradoras		
Coste estimado	Corresponde NO	Total: _____ .- Euros
Fuentes financiación		
Indicadores de seguimiento	Informes de resolución de incidencias en el mismo (fotos, etc.).	

Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA	MEDIA		BAJA

Agenda 2030	Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.7 Proporcionar el acceso a zonas verdes y espacios públicos seguros.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Imagen y promoción P.150 y P.177

PSE7

Plan sectorial ecoturismo

REVISIÓN DE LA RED DE SENDEROS TURÍSTICOS DE ARAGÓN Y COMARCALES

Objetivo estratégico	<p>2. Incrementar el beneficio económico derivado de la actividad turística, aumentando la rentabilidad de los activos a través de la reducción de la estacionalidad.</p> <p>4. Lograr un equilibrio socio territorial del turismo que impulse la actividad turística en el destino, extendiendo los beneficios socio- económicos hacia el mismo.</p> <p>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.</p>	
Línea de trabajo	<p>4. Incremento del turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencias.</p> <p>9. Desarrollo de una estrategia a medio y largo plazo para conseguir ser un destino turístico sostenible.</p> <p>10. Propiciar una imagen favorable del territorio con el objetivo de fidelizar al cliente, el efecto repetición y la recomendación del viaje.</p>	
Descripción	Revisión de la señalización de la red de senderos turísticos de Aragón y comarcales. Anotaciones de las incidencias y comunicación a su promotor: Comarca Campo de Borja.	
Soporte	Pinturas, balizas, postes y lamas direccionales. El mantenimiento se ejecuta por parte de INLADIS, entidad de inserción laboral de personas con discapacidad.	
Duración	Febrero, marzo y abril de 2021 y 2022.	
Justificación	Puesta en valor del paisaje cultural del destino de La Ruta de la Garnacha y adecuación de los caminos utilizados en la oferta de experiencias de BTT, senderismo, mushing, etc. (programa #Enoaventurate).	
Agentes responsables	Asociación para la Promoción Turística de la Ruta de la Garnacha.	
Entidades colaboradoras	Comarca Campo de Borja.	
Coste estimado	Corresponde NO	Total: _____ .- Euros

Fuentes financiación				
Indicadores de seguimiento	Informes de resolución de incidencias en el mismo (fotos, etc.).			
Calendario	2019	2020	2021	2022
Prioridad	ALTA		MEDIA	

Agenda 2030	Ciudades y comunidades sostenibles ODS11 Meta 11.7 Proporcionar el acceso a zonas verdes y espacios públicos seguros.
Plan de Gestión del Paisaje Ruta de la Garnacha	Sensibilización P.041 Conservación y protección P.055