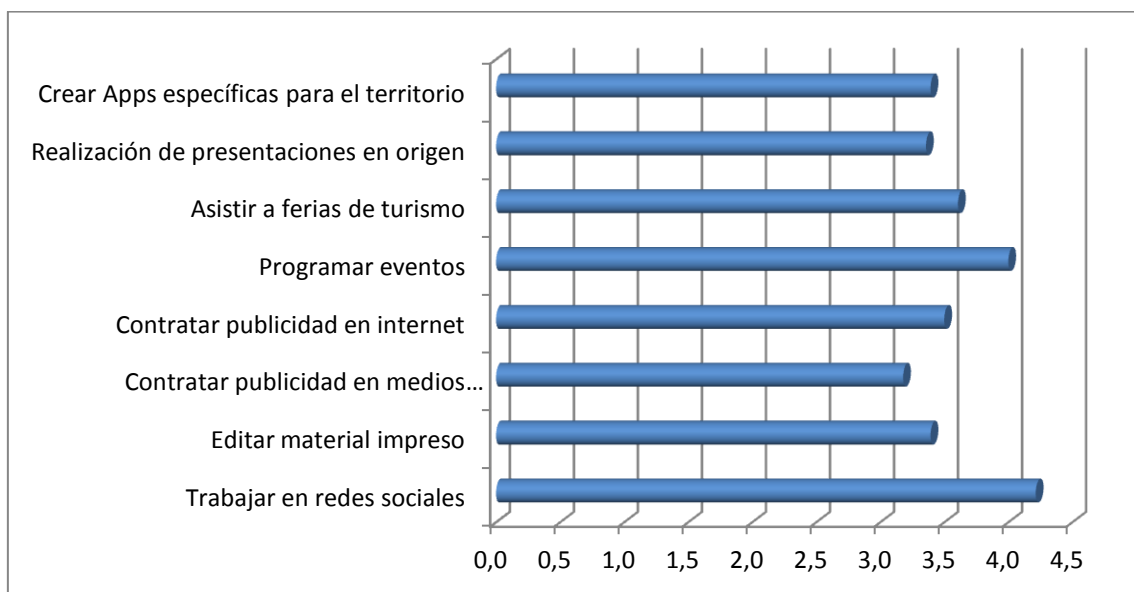


Encuesta ruta del vino

Se ha realizado una encuesta on line a todos los asociados a la Ruta del Vino de Rioja Alta para conocer su opinión sobre algunos aspectos relacionados con la planificación de acciones de cara al próximo periodo del programa Leader. La idea era poder concretar algunas de las actuaciones a desarrollar dentro del programa desde acciones que, de manera prioritaria, se desarrollarán desde el propio grupo de acción local.

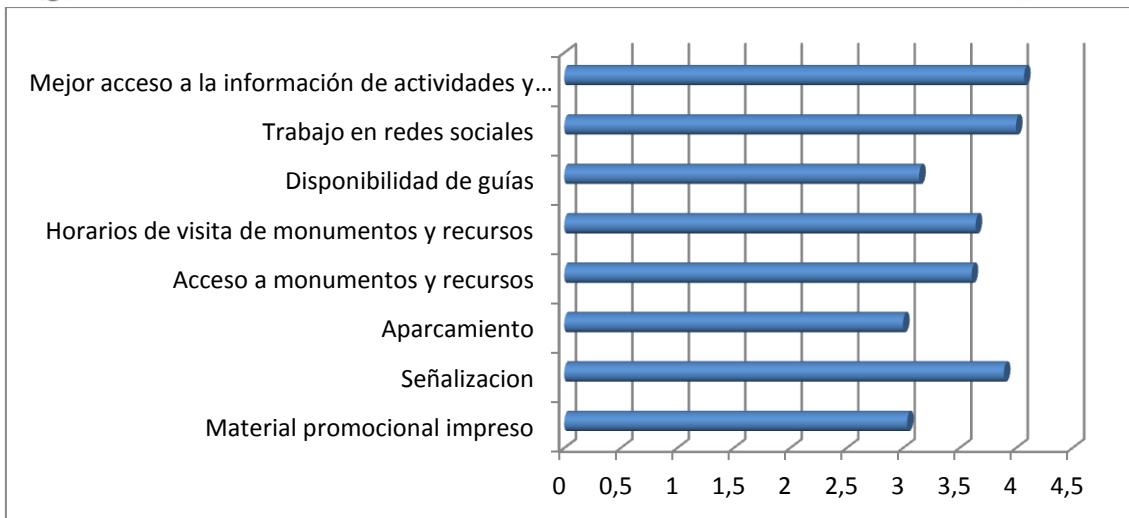
Se obtuvieron 29 respuestas sobre el cuestionario.

La primera pregunta hacía relación a la prioridad que otorga a la puesta en marcha de acciones sobre algunos temas. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:



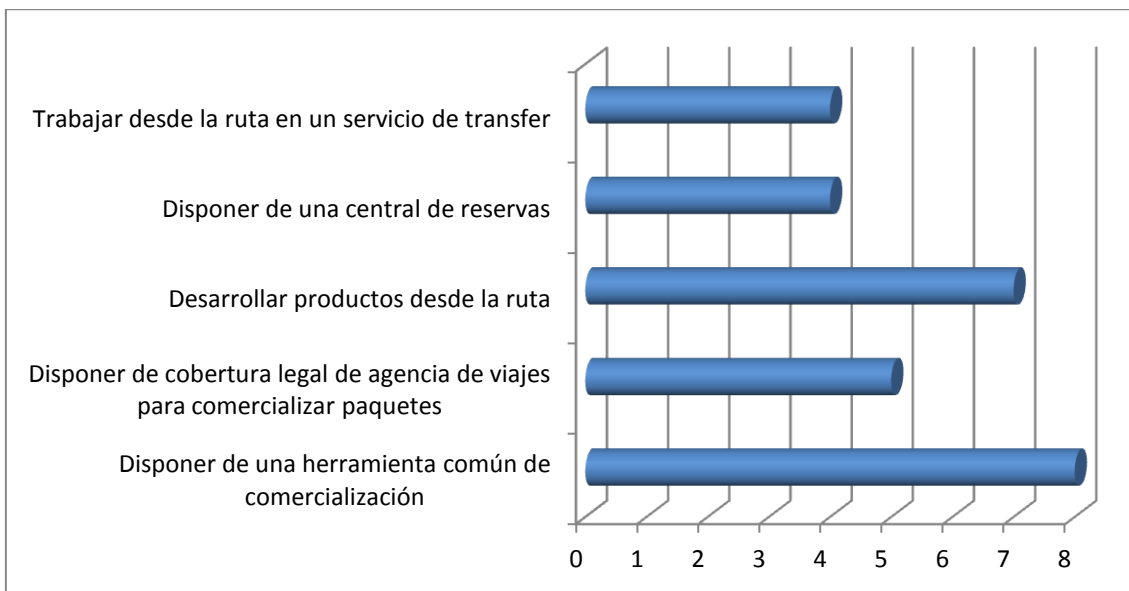
El trabajo en redes sociales fue con diferencia el aspecto más valorado, seguido por la programación de eventos. Los cuatro que obtuvieron una peor valoración fueron contratar publicidad en medios especializados, editar material promocional impreso, realización de presentaciones en origen y crear apps.

Se preguntaba igualmente sobre que aspectos se deberían mejorar de las actuaciones que se están desarrollando en la actualidad. Los resultados fueron los siguientes.



Parece claro que existe una necesidad de mejora de los servicios de información a los usuarios finales. Como se describe en otro punto de este documento, durante las sesiones de participación el tema de la información turística salió en numerosas ocasiones. El trabajo en redes sociales es otra de las constantes en las peticiones de los promotores, aspecto que cada vez recibe una mayor atención por parte de los promotores

Respecto a las acciones de interés para favorecer la comercialización los resultados fueron los siguientes:



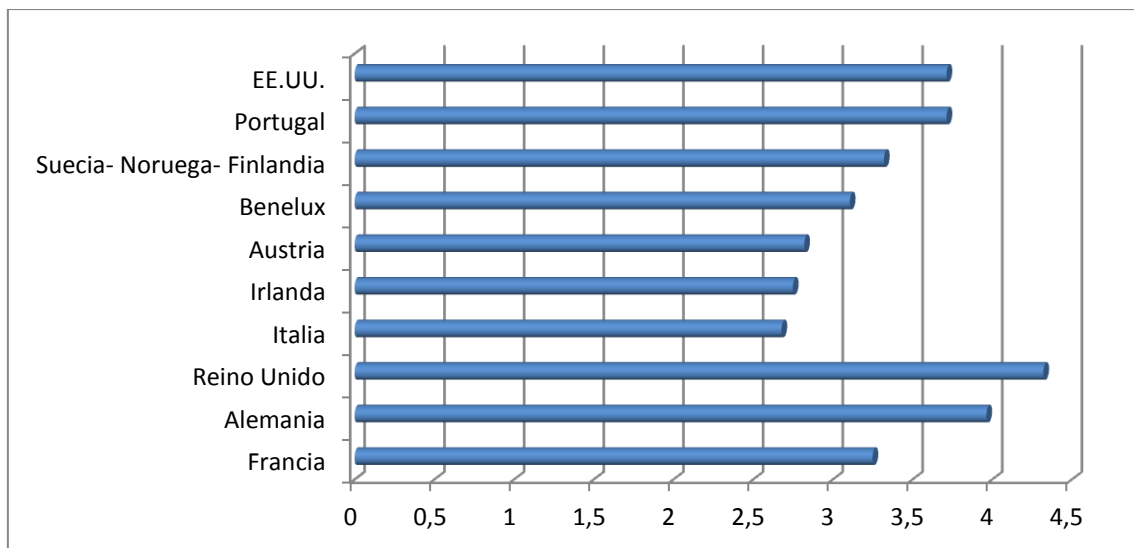
Parece existir un amplio consenso sobre el tema de disponer de una herramienta de comercialización conjunta desarrollada desde la ruta y destinada a sus socios. El segundo punto se refiere a desarrollar productos desde la propia ruta.

En una posición intermedia queda el tema de la constitución de una agencia de viajes que sirviera para dar cobertura a las acciones de los socios gestionada por la propia ruta. Esta

iniciativa surge ante la dificultad de los establecimientos de poder desarrollar productos turísticos paquetizados, posibilidad de negocio que podría ser de interés para usuarios.

Este tema surgió en los debates de las sesiones de participación. Parece haber una voluntad de trabajar en los sistemas de comercialización conjunta, sin embargo no termina de aclararse de una manera precisa cómo se podría estructurar esta comercialización ni a que compromisos están dispuestos a llegar los empresarios. El tema de la creación de producto parecía mucho más sencillo de abordar y con un posicionamiento más claro por parte de los promotores.

En la encuesta se planteaba que mercados internacionales convenía plantearse para empezar a trabajar la promoción internacional. Reino Unido y Alemania han sido con diferencia los emisores más seleccionados, seguidos de EE.UU y Portugal.



Hay unanimidad sobre la necesidad de trabajar en el paisaje como factor importante del desarrollo turístico de la zona.

Por último se recogían una serie de propuestas variadas entre las que podemos distinguir las siguientes:

- Mejorar y difundir la red de miradores.
- Difundir y ampliar la red de senderismo y rutas de bicicleta.
- Mejorar la señalización.
- Mejorar la conservación de edificios y limpieza en especial en los cascos históricos.
- Limpieza de los entornos.
- Realizar eventos y jornadas de puertas abiertas.
- Fotografías del paisaje
- Potenciar la visita a viñedos y al patrimonio del vino de campo como lagares o guardaviñas.