

CONCLUSIONES DE LA JORNADA DE PARTICIPACIÓN DE SAN ASENSIO (Jueves 7 de Mayo)

Comenzamos la jornada con una breve presentación a cargo de Julio Grande Ibarra en la que nos explica los objetivos de la jornada y nos hace una breve “fotografía” del estado actual del territorio y su comparación con el estado del territorio en 2007. Comenta además los resultados obtenidos de las diferentes encuestas que se han realizado a antiguos promotores, turistas, y población general del territorio, y las conclusiones a las que se han llegado sobre el funcionamiento del antiguo Leader.

Esta jornada se centra principalmente en el turismo del territorio y en la Ruta del Vino “Rioja Alta”, por lo que se informa a los asistentes de las actuaciones o acciones realizadas en los últimos dos años:

- Certificar la ruta dentro del programa rutas del vino de España y preparación de la documentación necesaria.
- Certificar la ruta como destino accesible, con la inclusión de los correspondientes establecimientos.
- Inclusión de la oferta en el portal de Turespaña y relación con las OETs.
- Asistir a las asambleas y reuniones de Acevin.
- Mejorar el posicionamiento en redes. A modo de ejemplo, se ha pasado de 900 seguidores en Facebook a más de 4500. El seguimiento en las redes se hace diariamente.
- Optimizar la información de la página web y reforzar el tráfico a la misma.
- Edición de material promocional.
- Envío permanente de comunicación a los medios de comunicación.
- Campaña de publicidad On line en El Viajero y la revista Vinetur. Anuncios en El Correo, edición País Vasco y en El Viajero.
- Concurso “¿Qué conoces de la Ruta del Vino Rioja Alta?”
- Celebración de la cata “De punta en blanco”.
- Realización de reportajes fotográficos.
- Plan de señalización (en marcha en la actualidad).
- Asistencia a FITUR con espacio propio, atención medios y agentes y público en general

Igualmente nos comentan los resultados de las diversas encuestas realizadas sobre turismo en el territorio de actuación, y que han sido:

- ✓ Sobre las acciones a mejorar de cara al nuevo periodo: los encuestados resaltan que debería mejorarse:
 - El acceso a la información de actividades y eventos de la zona.
 - El trabajo en redes sociales.
 - La señalización.
 - Difundir los horarios de los monumentos y conseguir que estén abiertos.
- ✓ Sobre las acciones prioritarias de carácter general a desarrollar en el próximo periodo:
 - Trabajar en redes sociales.
 - Programar eventos.
 - Asistir a ferias de turismo.
 - Crear apps específicas para el territorio.
 - Realización de presentaciones en origen.
- ✓ Sobre las acciones prioritarias relacionadas con la mejora de la comercialización a desarrollar en el próximo periodo:
 - Disponer de una herramienta común de comercialización.
 - Desarrollar productos desde la ruta.
 - Disponer de cobertura legal de agencia de viajes para comercializar paquetes.
 - Promoción internacional.
 - Otras acciones: Rutas de senderismo, miradores, trabajar en el patrimonio etnográfico, eventos, actividades de fotografía,....

También se comentan los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a 320 turistas en Haro, con resultados asombrosos:

- ❖ El 70% de los turistas repetían su visita, lo que indica que tenemos que empezar a buscar clientes nuevos y replantear los sistemas de promoción.
- ❖ El 62% de los turistas nos visitaban un día o dos.
- ❖ El 61% de los turistas venían a visitar bodega, pero de estos la mitad visitan una única bodega y el 25% visitan dos.
- ❖ El 58% de los turistas no conoce el Museo de la Cultura del Vino, por lo que algo falla si los turistas son repetidores y no conocen este museo.

- ❖ Lo que más aprecian es la gastronomía, las tapas y el ambiente de las calles, aunque también el vino.
- ❖ La información del destino les ha llegado a través de internet y por medio de sus amistades, por lo que la prensa especializada pierde fuerza.
- ❖ El 56% de los turistas viene en pareja.
- ❖ El 50% de los turistas considera que no hay que mejorar nada.
- ❖ Algunos se quejan sobre los horarios de las bodegas, principalmente de Haro, y hacen referencia a que se cierran los domingos.

Acabada la presentación, se abre el debate sobre el futuro del turismo en el territorio y las actuaciones a desarrollar en el mismo:

1. Mayor promoción directa, de forma que además, se intente promocionar todo el territorio desde Haro.
2. Realización de rutas con inclusión de productos en cada ruta.
3. Realización de mayor material promocional.
4. Organización de más eventos, repartidos por municipios y establecimientos.
5. Crear una red de estructura tematizada relacionada con el vino: barco del vino, tren del vino, bicicleta del vino,.... que recorra todo el territorio.
6. Recuperación de barrios de bodegas.