

Análisis, Diagnóstico y Propuestas de mejora del Turismo en Aragón: del Turismo como Riesgo a la oportunidad de un Turismo Sostenible



Investigadora principal: Dra. María Victoria Sanagustín Fons

Becaria de Investigación: Lic. Laura Arena Luna



Universidad de Zaragoza – Consejo Aragonés de Cámaras de Comercio e Industria – Gobierno de Aragón

ÍNDICE

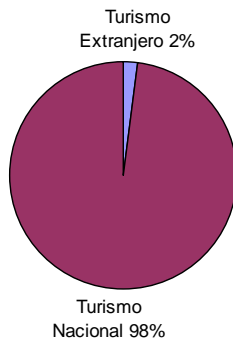
1. Perfil del Turista que viene a Aragón
2. Guía de indicadores de turismo sostenible
3. Propuestas de mejora del turismo en Aragón

Perfil del Turista que viene a Aragón

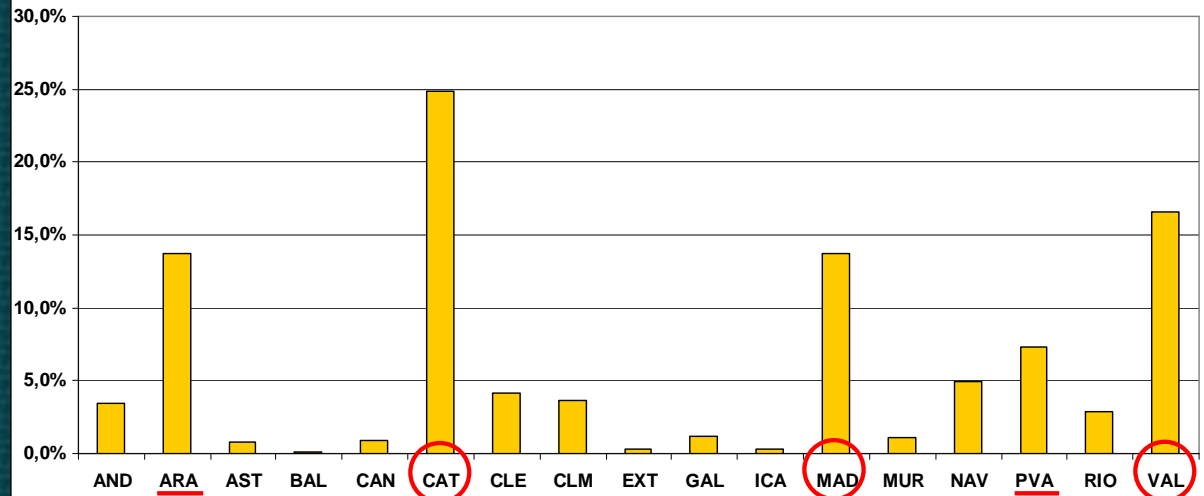


Muestra: Distribución de turistas consultados por origen

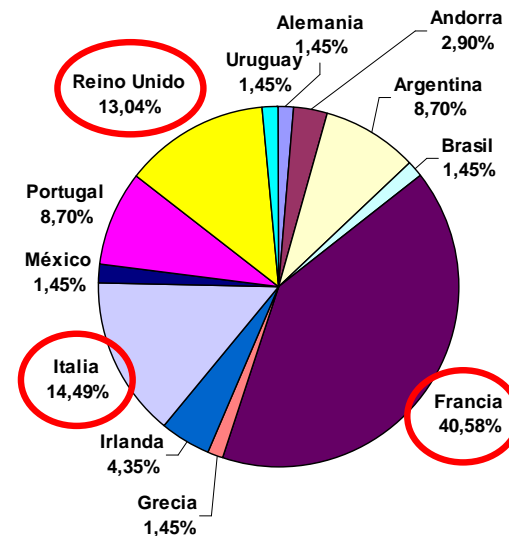
Muestra de Turismo consultado



Turismo Nacional por Comunidad Autónoma de origen



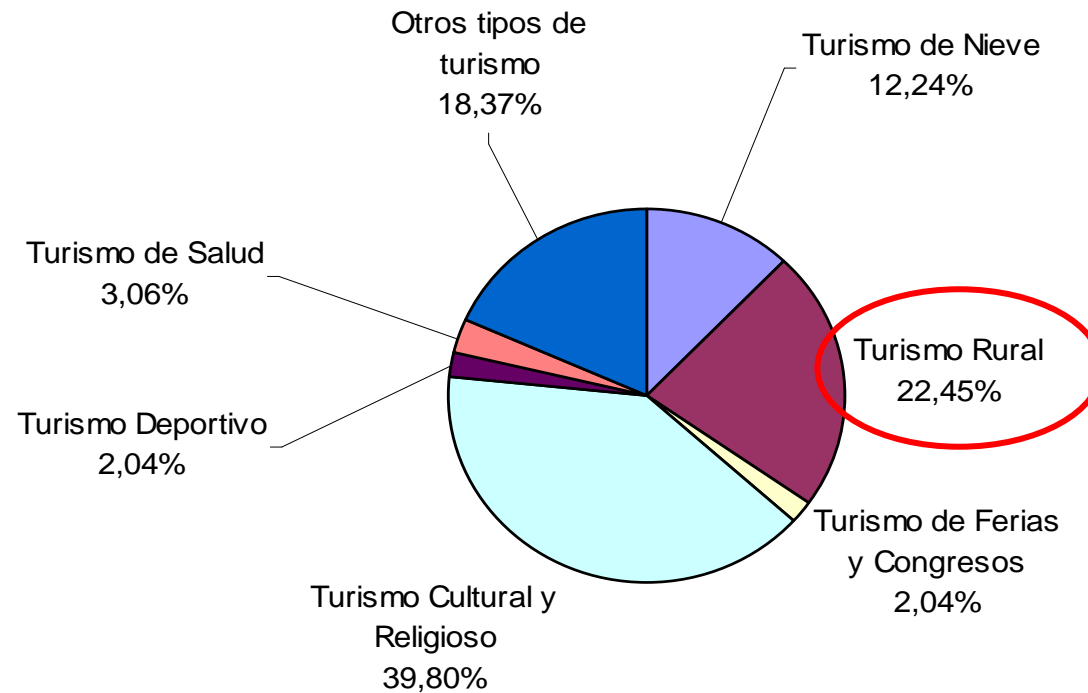
Turismo Extranjero



Perfil del visitante que elige Aragón como destino Turístico

Turismo Nacional

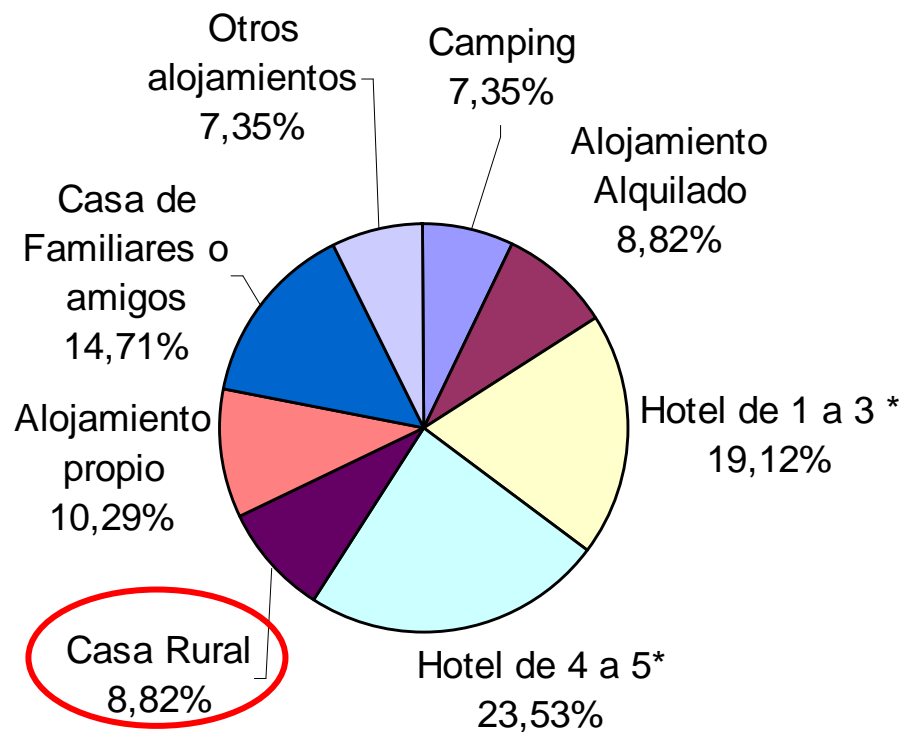
Tipos de Turismo elegido



Perfil del visitante que elige Aragón como destino Turístico

Turismo Nacional

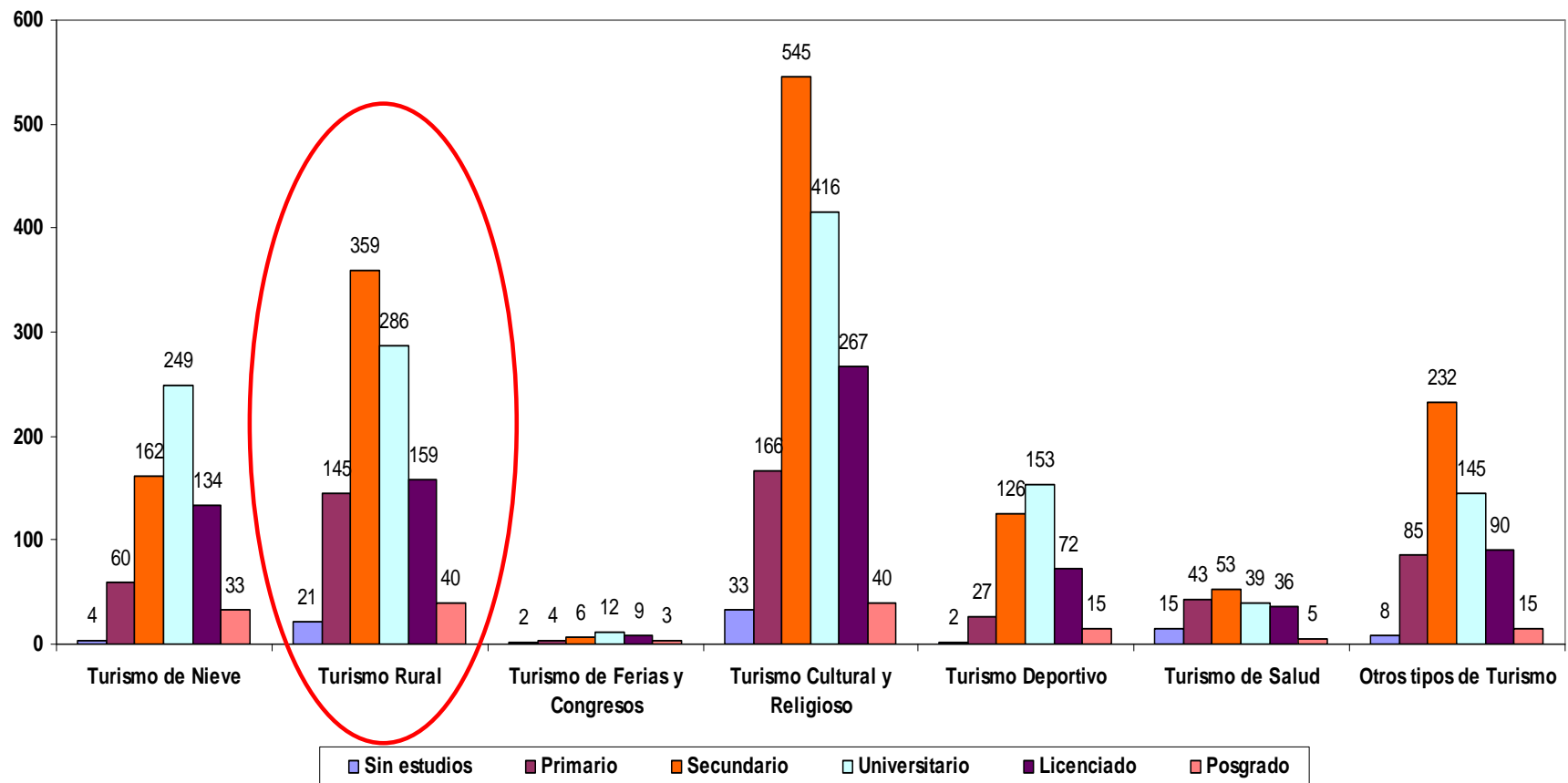
Tipos de alojamientos elegidos



Perfil del Turista que visita Aragón

Turismo Nacional

Elección tipo de turismo por nivel de estudios



Perfil del Turista que visita Aragón

Turismo Nacional

- Origen Nacional: Barcelona, Valencia, Madrid.
- Edad: 31 a 40 años
- Nivel cultural: Medio - Alto.
- Tipo de Turismo: Cultural y Religioso, **Turismo Rural** y Turismo de Nieve.
- Compañía elegida: Familia o pareja, Amigos y Asociaciones o compañeros de trabajo.
- Rango de gasto: 30 a 60€ diarios (sin alojamiento)
- Organización: Propia (Internet)
- Distribución: opinión de amigos.(Internet)
- Tipo de alojamiento: Hoteles de 1 a 3 * y casa de familiares/ amigos.
- Intereses: Actividades en el entorno rural, turismo activo y excursiones turismo cultural en ciudades.
- Experiencia turística: Muy satisfactoria
- Intención de retorno al destino: en un 100% positivo

Turismo Extranjero

- Origen: Francia, Italia y Reino Unido, entre otros.
- Edad: **de 41 a 50 años**
- Nivel cultural: Medio- Alto
- Tipo de Turismo: Cultural y Religioso, **Turismo Rural** y Turismo de Nieve.
- Compañía elegida: Familia o pareja, **Solo** y Amigos.
- Rango de gasto: 30 a 60€ diarios (sin alojamiento) ***100 a 150€**
- Organización: Propia (Internet) y **AAVV**
- Distribución: opinión de amigos.
- Tipo de alojamiento: **Hoteles de 4 y 5*** y hoteles de 1 a 3*
- Intereses: Visitas **culturales** en ciudades y turismo **activo** en el entorno rural.
- Experiencia turística: Muy satisfactoria
- Intención de retorno al destino: en un 100% positivo

Perfil del Turista que visita Aragón

- Se puede por tanto afirmar que existe en la actualidad en la región aragonesa un turismo de **interior** y de **proximidad**, que busca alternativas al ocio tradicional, que se informa a través de amigos y que utiliza Internet como fuente de datos para corroborar dicha información, así como para organizar sus propios viajes
- Las **actividades alternativas** se centran en el turismo rural, cultural, religioso, enmarcados en el turismo de naturaleza y el turismo de nieve.
- Se trata de un turista que busca mantener relaciones próximas de familiares y de amistad en **entornos** como lo ofrece el medio rural: la práctica de **actividades** deportivas Btt, senderismo y en ocasiones otras actividades más excitantes y de riesgo promueven y consolidan la cercanía humana.

Perfil del Turista que visita Aragón

- El silencio, la quietud, la tranquilidad y revivir momentos entrañables son las principales características de esta experiencia.
- El consumo de gastronomía **local**, salir de copas, la adquisición de productos típicos constituyen complementos de su viaje.
- Se trata del denominado **“turista activo”**, aquel cuya estancia la organiza de forma autónoma, tendiendo a repetir su visita al destino y, en este caso, está dispuesto a volver, algo que la mayoría realiza desde hace tiempo.
- Por último, expresa una **experiencia turística** en Aragón “muy satisfactoria” rozando los límites de “excelente”.



Guía de indicadores de Turismo Sostenible

Indicadores de Sostenibilidad en Turismo

INDICADORES DE LA SOSTENIBILIDAD SEGÚN LA OMT	
INDICADOR	MEDIDAS ESPECÍFICAS
PROTECCIÓN DEL SITIO	Categoría de protección según las establecidas por la UICN
ESTRÉS DEL LUGAR	Número de turistas visitando la zona (por año, por meses)
INTENSIDAD DEL USO	Intensidad de uso en periodos punta (temporada alta)
IMPACTO SOCIAL	Relación Turistas/ Residentes
CONTROL DE DESARROLLO	Existencia de procedimientos para un control del desarrollo
GESTIÓN DE RESIDUOS	Porcentaje de residuos tratados
GRADO DE PLANIFICACIÓN	Existencia de Planes organizados para el desarrollo turístico regional.
ECOSISTEMAS CRÍTICOS	Número de especies amenazadas.
SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR	Nivel de satisfacción del visitante.
SATISFACCIÓN LOCAL	Nivel de satisfacción población.
CONTRIBUCIÓN DEL TURISMO A LA ECONOMÍA LOCAL	Proporción de la actividad turística en la economía local

Guía de Indicadores de Turismo Sostenible

1. Protección del sitio.

- a. Paisajismo
- b. Urbanismo turístico.
- c. Señalización adecuada.

2. Estrés del Lugar.

Dada la extensión de Aragón, el número de visitantes se puede aumentar en sitios de importancia tanto cultural como ecológica.

3. Intensidad de uso. (capacidad de carga)

Se refiere a la intensidad de uso en temporada alta en sitios como los Parques Nacionales y Reservas que alberga la Comunidad como P.N. Ordesa y Monte Perdido.

4. Impacto social relación turistas/residentes

- a. Mantenimiento de actividades tradicionales: romerías, procesiones, trabajo artesanal, carnavales, ...
- b. Desarrollo de actividades complementarias
- c. Sensibilización de la población autóctona en relación a la actividad turística.

5. Control del desarrollo. Existencia de procedimientos para un control de desarrollo.

6. Gestión de residuos.

- a. Porcentaje de residuos tratados.
- b. Plan de Gestión Integral de Residuos de Aragón 2009-2015.

7. Grado de Planificación. Existencia de Planes organizados para el desarrollo turístico regional.

8. Ecosistemas críticos.

- a. Parque Cultural del Somontano (Huesca).
- b. Geoparque del Sobrarbe.

9. Satisfacción del consumidor

10. Satisfacción local.

- a. Asentamiento de población local
- b. Sensibilización de la población hacia el entorno
- d. Formación de la población

11. Contribución del Turismo a la economía local.

- a. Rentas complementarias
- b. Generación de puestos de trabajo
- c. Aumento de las inversiones



Propuestas de mejora del Turismo en Aragón

Decálogo a mejorar desde la perspectiva de quienes organizan y gestionan el turismo en Aragón:

- 1.- Incentivar la gastronomía local y la hospitalidad.
- 2.- Desalentar la baja autoestima o infravaloración de lo aragonés.
- 3.- Evitar el Intrusismo.
- 4.- Falta de tradición turística.
- 5.- Incentivar el turismo sostenible el Pirineo incluso sin nieve.
- 6.- Promocionar e invertir en una Marca Única y Slogan atractivo
- 7.- Fomentar la coordinación pública y privada.
- 8.- Evitar la Estacionalidad de los negocios turísticos.
- 9.- Incentivar el espíritu comercial
- 10.- Impulsar la diversificación

Decálogo a mejorar desde la perspectiva de quienes visitan Aragón

1. Aumentar comunicaciones y accesos entre núcleos rurales y de montaña.
2. Cuidar las infraestructuras y la limpieza de los cascos históricos.
3. Coordinar y agrupar la información turística de Aragón en Internet.
4. Gestionar adecuadamente los establecimientos y la oferta de hostelería y alojamientos.
5. Aumentar los servicios de transporte público tanto de acceso a Aragón como a los lugares relevantes.
6. Ampliar la información, la publicidad y la oferta turística y de ocio.
7. Aumentar indicaciones y señalización.
8. Adaptar los precios a las circunstancias económicas.
9. Atender y cuidar de forma entusiasta el medioambiente aragonés.
10. Facilitar el acceso a Internet mediante redes wifi en buena parte el territorio.

I. Propuestas de Marketing en medios sociales.

1. Crear una Plataforma Virtual Única que reúna todos los recursos, servicios y productos turísticos de forma atractiva.
2. Apostar por la Agencia Oficial Aragonesa Única, que gestione la promoción a través de un *Community Manager*.
3. Unificar la Promoción Turística articulando medidas para aunar esfuerzos publicitarios lo más eficientes posibles, entre las empresas del sector, los diferentes organismos que participan en el turismo y el propio Gobierno de Aragón.
4. Diseñar diversos productos turísticos flexibles a fin de satisfacer los diferentes segmentos de la demanda turística actual y potencial.

II. Propuestas sobre la MARCA ARAGÓN y un *Slogan* atractivo

1. Promocionar el turismo de Aragón en destinos/emisores: explotando al máximo los que en la actualidad poseen los aeropuertos de Zaragoza y Huesca y los servicios de transporte público como las estaciones de tren y AVE específicamente, así como los del resto de medios de transporte. Incluso promover la creación y apertura de nuevos destinos.
2. Implementar estrategias de Marketing Relacional para introducir la Marca a través del turismo de eventos.

III. Propuestas de mejora de los RECURSOS HUMANOS

1. Implementar la formación continua como eje fundamental del desarrollo del capital humano y de las organizaciones, posibilitando el desarrollo de carreras en el sector, considerando ambas un vehículo imprescindible para dignificar todas las profesiones relacionadas con la hostelería y el turismo en Aragón.
2. Realizar cursos de especialización en todos los niveles profesionales del turismo que incluya la Formación de Políticos, al estilo de lo que se hace en Escocia.
3. Promover programas de formación específicos para la mejora de las competencias lingüísticas en otros idiomas.
4. Elaborar e implementar un Plan de Calidad del Turismo de Aragón, como parte del PLAN ESTRATÉGICO propuesto, orientado a mejorar la calidad en toda la cadena de valor del turismo.

IV. Propuestas para mejorar la SOSTENIBILIDAD del Turismo en Aragón

1. Elaborar un Manual de Buenas Prácticas de Sostenibilidad para el Sector del Turismo en Aragón que incluya los aspectos e indicadores mundialmente aceptados procedentes de la *Global Reporting Initiative* (GRI), de carácter medioambiental, económico y social.
2. Realizar campañas de promoción interna para que surja desde la misma población local el interés por el cuidado del medio ambiente a través de las propuestas recogidas en el manual de buenas prácticas.
3. Continuar fomentando la aplicación de la Agenda 21 en todos los municipios y comarcas de Aragón.

IV. Propuestas para mejorar la SOSTENIBILIDAD del Turismo en Aragón

4. Aplicar un tipo de "ecotasa" que revierta en la preservación del paisaje o tasa turística destinada a mejorar las señalizaciones y servicios turísticos al igual que sucede en otros países europeos.
5. Generar propuestas, dentro del contexto de la sostenibilidad ,para desestacionalizar el turismo.
6. Formar prescriptores propios.
7. Sensibilizar y concienciar a la población respecto a la importancia que posee el sector turístico en Aragón, algo que es totalmente compatible con el fomento de otros sectores como el agroalimentario y el industrial.

V. TICs. Distribución del producto turístico. Conexión permanente con el mundo.

1. Incorporar las tecnologías 2.0 y el 3.0 definitivamente a través de la **Plataforma Virtual Única** propuesta anteriormente, donde se aglutine la gestión de promoción y desarrollo turístico integral para el turismo aragonés.
 2. Implementar en el sector ayudas, subvenciones y formación para la aplicación de *TICs* en las **microempresas fundamentalmente del medio rural**.
 3. Utilizar *SMS* (mensajes de texto) para informar de noticias relativas al estado de estaciones de esquí, calendario de eventos y actividades en las distintas zonas turísticas de Aragón.
 4. Realizar e-marketing y SMM (Social Media Marketing) en el destino, aprovechando al máximo las nuevas tecnologías y generando prescriptores por todo el mundo.
 5. Promocionar rutas y productos turísticos de Aragón a través de sistemas de navegación GPS (Tom tom, Garmin, Android,...).
- V.6. Facilitar el **acceso a Internet** desde todos los núcleos de la geografía aragonesa.

VI. Propuestas de GESTIÓN e INNOVACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO ARAGONÉS

1. Adaptar los precios a las circunstancias económicas actuales para lograr competitividad e incentivar la estancia turística.
2. Diversificar la oferta turística a través de la creación de productos atractivos
3. Aplicar políticas públicas en turismo integradoras a partir de instrumentos eficaces y eficientes que permitan una mayor articulación entre los diferentes agentes sociales del sector, todo planificado desde el Centro de Investigación e Innovación que se propone.
4. Fomentar y mantener la autenticidad sociocultural manteniendo las actividades tradicionales de forma que el turismo sea una actividad complementaria en el entorno rural.
5. Crear un Observatorio Turístico de Aragón, en el seno del Centro de Investigación y Desarrollo del Turismo de Aragón,
6. Articular los servicios que se otorguen al turista de forma coordinada entre empresas y organizaciones.

VII. INFRAESTRUCTURAS

1. Aumentar las comunicaciones y accesos entre núcleos poblacionales rurales y de montaña mejorando las carreteras.
2. Cuidar las infraestructuras y la limpieza de los cascos históricos.
3. Aumentar indicaciones y señalización turística. (Homogeneizar).
4. Mejorar y coordinar las comunicaciones entre los distintos puntos de interés turístico.
6. Promover la organización de transporte público a través de iniciativas privadas que respondan a las necesidades de los visitantes a nuestros núcleos.
7. Adecuar los horarios de los transportes públicos a las necesidades de los visitantes que acceden a Aragón.
8. Mejorar la imagen de los cascos históricos y lugares de interés turístico desarrollando estrategias paisajísticas encaminadas a otorgar una percepción favorable de dichos destinos.
9. Mantener las vías de acceso a los destinos turísticos.

VIII. Propuestas sobre SERVICIOS

1. Facilitar el acceso de Internet mediante redes WIFI en sitios públicos de las ciudades de Aragón.
2. Aplicar las TICs en el sector turístico a fin de ofrecer un servicio actualizado al turista.
3. Aunar intereses de ayuntamientos, empresas públicas, empresas privadas y particulares para la facilitación de servicios de forma integral y continua, evitando siempre los intereses particulares.
4. Aumentar la oferta de servicios complementarios incentivando la iniciativa privada a través de bonificaciones fiscales, facilitación de servicios y recursos.
5. Mantener los equipamientos e infraestructuras en condiciones adecuadas. Tales como: señalización turística, accesos, limpieza,...
6. Aunar intereses en la oferta de servicios (bares, tiendas de artesanía,) en horarios que acojan las diferentes expectativas.
7. Garantizar la correcta prestación de servicios de la cadena de valor de turismo en nuestro territorio.

A scenic landscape featuring a hillside with a stone church and a house. A cyclist is riding on a path in the foreground. The church has a prominent bell tower with a pointed roof. The house is a two-story stone building with a balcony. The foreground shows a grassy slope with a wooden fence and a person walking. The background is a forested hill under a clear sky.

Muchas gracias por vuestra atención!!!

Contacto: laura.arena1@gmail.com/ [@lauraarenaluna](https://www.instagram.com/lauraarenaluna)