

La estacionalidad de las actividades turísticas en el Alto Aragón

LUISA MARÍA FRUTOS MEJÍAS¹

La **actividad turística** es clave para el desarrollo en la España interior, especialmente en las zonas rurales. Pero conlleva un problema de estacionalidad que condiciona la economía y el empleo y es un freno para la estabilidad demográfica. El **Alto Aragón**, zona turística por excelencia, presenta diversos grados de **estacionalidad** en comarcas y tipos de alojamiento que se analizarán aquí con detalle, centrandó la atención en el periodo 2014-2019, con datos fiables anteriores a los problemas creados por la crisis de la pandemia de COVID-19, que generaron un comportamiento anómalo del turismo. En el posterior contexto de recuperación de esta actividad, es importante considerar las nuevas tendencias de la demanda y de la oferta y los **planes estratégicos** de la Administración, centrados en la sostenibilidad y las nuevas experiencias para minimizar la estacionalidad, analizando lo que pueda ofrecer una nueva perspectiva de futuro.

Tourist activity is key to development in inland Spain, especially in rural areas. However, it entails a problem of seasonality that conditions both economy and employment and hinders demographic stability. **Alto Aragón**, a tourist area par excellence, presents varying degrees of **seasonality** according to areas and types of accommodation, which will be analyzed here, focusing on the 2014-2019 period, with reliable data prior to the problems created by the COVID-19 pandemic crisis, which generated anomalous behavior in tourism. In the subsequent context of recovery of this activity, it is important to consider new trends in demand and supply, as well as the Administration's **strategic plans** focused on sustainability, and new experiences aimed at minimizing seasonality, by analyzing opportunities that could offer a new perspective for the future.

ALGUNAS CUESTIONES PREVIAS

Durante el pasado siglo xx la oferta turística española se ceñía casi en exclusiva al binomio sol y playa, con alguna limitada incursión en el turismo cultural o en determinadas áreas de montaña. Pero desde hace unas décadas, coincidiendo en buena medida con el mito que idealizaba lo rural como arcadia feliz, las zonas interiores están experimentando un incremento como áreas de atracción, para cubrir una necesidad demandada especialmente desde las zonas

1 Universidad de Zaragoza. lmfritos@unizar.es

urbanas, entendiendo estos espacios, más allá de esa idealización de la naturaleza y lo rústico, como “un soporte muy cualificado [...] para la práctica de determinadas actividades recreativas” en palabras de Callizo (1997: 17), de modo que disfrutar de ellas se ha convertido en una moda. Pero, además, es bien conocida la singularidad de la actividad turística, claramente inscrita en los territorios, por lo que su potencialidad inicial depende de factores propios, que puedan resultar atractivos en el imaginario colectivo para disfrutar de ellos con diversas actividades. Así, en la España interior, el clima, el paisaje, especialmente en zonas de montaña, las aguas, la arquitectura y las manifestaciones culturales diversas, propias de cada lugar, ofrecen posibilidades de puesta en valor para crear productos turísticos y atraer a visitantes, productos que deben consumirse *in situ*. Ello implica un complejo proceso de creación de espacio turístico, que integra no solo elementos físicos, sino intangibles, tal como señala Lacosta (2005), y en cuya evolución y cambios inciden tanto la creación de un producto determinado, entendido como la puesta en explotación de “aquel elemento material e inmaterial que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, de atraer visitantes a un determinado espacio, con motivo de ocio, turismo y recreación” (Arandis-i-Agramunt, 2019: 48), como la gestión pública y privada de esos espacios y las mudables preferencias de la sociedad.

Este nuevo concepto ha dado valor a determinados territorios no solo por su naturaleza más o menos atractiva, sino por el diverso bagaje cultural y patrimonial (Pillet, 2012) que configura ese espacio turístico, al fomentar el desarrollo de los alojamientos, tanto de hostelería como de casas rurales y *campings*, y un incremento notable de residencias secundarias. Sumada a ello, una multiplicación de empresas, actividades y servicios que han puesto en marcha esos productos turísticos cuyo signo característico es la heterogeneidad, lo que ha permitido la creación de puestos de trabajo y una mayor renta en las zonas donde estas actividades se han desarrollado mejor.

El complejo proceso de formación de esos espacios turísticos de interior en España y todo lo que conllevan han sido objeto desde hace algunas décadas de numerosas investigaciones desde distintos enfoques académicos, que abordan tanto cuestiones teóricas, metodológicas o de gestión como análisis de casos concretos. La bibliografía se ha incrementado sensiblemente a partir de los inicios del siglo XXI, como se señala en algunos artículos que tratan el tema (Lacosta, 2007; Folgado, Campón y Hernández, 2011; Sepúlveda y Plumed, 2018; Somoza, 2018).

Pero la cuestión turística, en permanente dinamismo, dista mucho de estar agotada: en fechas recientes se han abordado nuevos temas, como la sostenibilidad y su papel en el desarrollo local, las nuevas tendencias de la demanda y de la oferta o la ordenación, la promoción y la planificación estratégica, tanto en revistas especializadas como en congresos o publicaciones monográficas. Ese mismo dinamismo hace muy vulnerable la actividad turística, tanto frente a los cambios de tendencia de la demanda como a las crisis económicas, a la inestabilidad política de los destinos, a las posibles epidemias locales y a los desastres naturales y el cambio climático (Rodríguez-Toubes y Álvarez, 2013; Gallego, 2015; Callizo y Lacosta, 2016; Gómez Royuela, 2016), aunque ningún investigador se planteó el problema derivado de una pandemia de la envergadura de la padecida, que acabó afectando a todo el planeta. En todos los casos se analiza la necesidad de renovarse, de consolidar e innovar la oferta, de conocer y abordar el mercado turístico y la comunicación, con nuevas estrategias de *marketing* (González-Herrero y

Pratt, 1998). Y una de las cuestiones que preocupa es la estacionalidad, que es también un factor de vulnerabilidad, ya que incide en la economía a través de los ingresos y del empleo, y en la dinámica demográfica y en su estabilidad, especialmente en las zonas rurales.

En el caso de Aragón, desde hace algunas décadas numerosos investigadores han trabajado sobre la actividad turística, sea con un enfoque parcial, analizando algunas zonas o aspectos, sea con una perspectiva más global (Loscertales, 1999; Callizo y Lacosta, 1999; Frutos y Ruiz, 1999; Ruiz Budría, Frutos y Climent, 2000; Solans y García, 2001; Hernández y Giné, 2002; Lacosta, 2002a, 2002b y 2003; Lardiés, 2004; Báguena, Gorría y Guimbao, 2005; Frutos, Ruiz y Giné, 2008; Frutos, Hernández y Castelló, 2009; Vélez, 2012; Gérique, 2014; Hervás, 2015; Bovio, 2017, y Cuevas, 2017, entre algunos otros). Una de las aportaciones más recientes y completas es la tesis doctoral de Lacosta, defendida en 2016 en la Universidad de Zaragoza. En alguna de estas investigaciones se menciona el problema de la estacionalidad pero en ninguna se profundiza en esta cuestión que, sin embargo, preocupa lo suficiente como para que el Gobierno de Aragón incidiera en ella en su Plan Aragonés de Estrategia Turística 2016-2020 (PAET) y encargara un informe específico que incluyera propuestas de desestacionalización, a lo que se hará referencia más adelante.

Por esa razón me ha parecido importante abordar este tema, especialmente tras el periodo de crisis a causa de la pandemia que afectó seriamente a la actividad turística, explorando otras posibilidades de oferta. Así, en este artículo se analiza el grado de estacionalidad en el periodo 2014-2019, poniendo el foco en la provincia de Huesca, esto es, en el Alto Aragón, puesto que es la zona turística por excelencia, ya que supone el 41 % del total de los alojamientos aragoneses de esta índole y, si se desglosan los datos, el 65 % de los *campings*, el 54 % de las casas rurales, el 52 % de los apartamentos y el 47 % de los hoteles. Asimismo, recibe el 35 % de los visitantes turísticos de Aragón, alcanzando más del 50 % entre los que se alojan en las casas rurales y el 70 % de quienes lo hacen en los *campings*; otro tanto ocurre con las pernoctaciones, que registran el 43 % del total regional y superan igualmente el 50 % y el 70 %, respectivamente, en casas rurales y *campings*.

EL TURISMO EN EL ALTO ARAGÓN Y LA ESTACIONALIDAD

En el Alto Aragón convergen recursos potenciales muy ligados, en primer lugar, a sus características físicas, ya que toda la zona norte de la provincia de Huesca corresponde al Pirineo, lo que implica paisajes, topografía, aguas y clima que favorecen las estancias veraniegas y determinadas actividades de ocio, como la escalada, el senderismo, el *rafting* o el esquí. Pero el papel de la naturaleza no es un índice de potencialidad determinante, como ya expusieron Callizo y Lacosta (1997), pues se suman otros elementos materiales e inmateriales a través de la cultura que permiten cubrir determinadas necesidades de la demanda, de tal manera que la naturaleza se transforma en recurso a través de la cultura (Arnandis-i-Agramunt, 2019) y posibilita la creación de productos turísticos mediante su explotación. A esto se añade también el papel subjetivo y cambiante de los sistemas sociales y, por tanto, de lo que buscan los posibles turistas: es la evolución de la demanda la variable más inasible en cualquier estudio sobre

turismo, como indica Lacosta (2016) en relación con Aragón. Finalmente, hay que añadir que, sea la naturaleza o la cultura las que permiten pensar que un territorio puede albergar recursos turísticos, esos recursos precisan, tal como se ha apuntado más arriba, de una puesta en valor con infraestructuras, alojamientos, acondicionamientos, servicios y oferta de actividades varias, que además deberán visibilizarse.

EL CRECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL ALTO ARAGÓN

El atractivo del Pirineo, para quienes quieren disfrutar de paisajes, aire limpio, tranquilidad y determinadas prácticas deportivas, es tan antiguo como atestiguan los viajeros que desde finales del siglo XVIII y, sobre todo, durante el XIX visitaron estas tierras y contaron sus atractivos. Destaca entre ellos Lucien Briet, que fue pionero en la defensa de estos espacios naturales, especialmente de Ordesa, tal como destaca Acín (2000), propiciando la denominación de este espacio como Parque Nacional en 2018, primer valle con esta figura de protección en España, junto con Covadonga. A partir de los años sesenta del pasado siglo se va incrementando moderadamente el número de visitantes, la mayoría nacionales o franceses, pero es a finales del siglo XX y, sobre todo, a lo largo del XXI cuando despegue el turismo de interior en todo el territorio aragonés, como deja patente Lacosta (2016), especialmente en el Alto Aragón, pasando de registrar 495 308 viajeros y 1 386 739 pernoctaciones en los hoteles de la provincia de Huesca en 1998 a los 890 799 viajeros con más de 2 millones de pernoctaciones en 2019 (INE, *Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos*). A este incremento de registros en los hoteles se suma el creciente auge de otros alojamientos turísticos en las primeras décadas del siglo XXI (tabla 1). Por ello, pese a que el turismo acusó el bache de la crisis económica de 2008, con una sensible disminución de visitantes, en 2019, en vísperas de la crisis de la pandemia de COVID-19, el Alto Aragón había sido visitado por cerca de 1 400 000 turistas, sin contar a quienes tienen una segunda residencia, tipo de alojamiento que también se ha multiplicado en las últimas décadas. Este incremento se basa, sobre todo, en la importancia adquirida por el turismo rural en el conjunto de Aragón y muy especialmente en la provincia de Huesca, como ya señalaron Solans y García (2001), Frutos, Hernández y Castelló (2009) o Lacosta (2016).

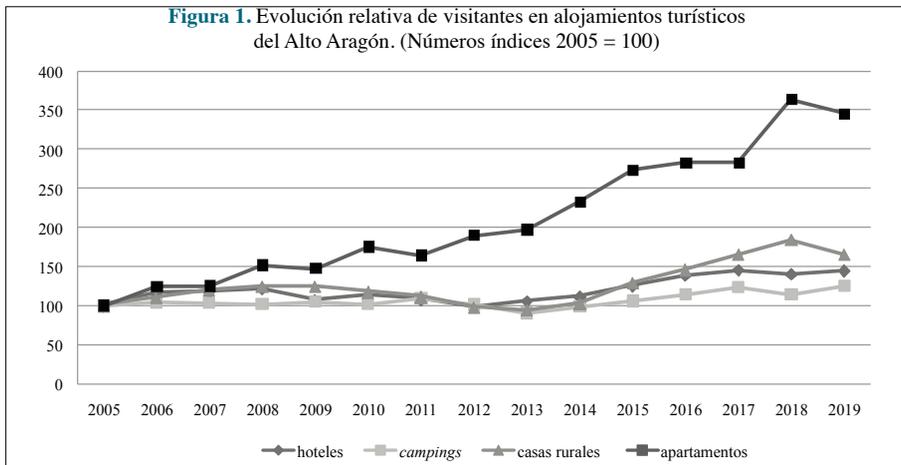
Tabla 1. Visitantes en alojamientos turísticos del Alto Aragón.

Alojamientos	2008	2010	2015	2019
Hoteles	752 670	700 099	774 660	890 766
Campings	233 001	231 374	241 756	287 226
Casas rurales	77 089	72 554	80 000	102 213
Apartamentos	42 268	48 899	76 087	96 289
Totales	1 105 028	1 052 926	1 172 503	1 376 494

Fuente: INE. *Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos*.

La demanda de los distintos alojamientos ha tenido una evolución algo dispar, pues, mientras en los hoteles y *campings* ha sido moderada, ha crecido más deprisa en las casas rurales y, especialmente, en los apartamentos, aunque ambos eran los menos demandados al inicio del siglo. Estos alojamientos muestran un alza relativa superior a los demás a partir de la crisis económica, como puede apreciarse en la figura 1, si bien siguen teniendo menos visitantes que hoteles y *campings* (tabla i).

Esta evolución es coherente con la de los establecimientos turísticos, pues, si los hoteles y los *campings* apenas han tenido variación desde principios del siglo XXI e incluso han perdido algún establecimiento en el último quinquenio, el número de casas rurales se ha duplicado, así como las plazas ofertadas, y el de apartamentos se ha multiplicado por cinco, aunque con menor incremento en el número de plazas (tabla II).



Fuente: INE. *Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos*.

Tabla II. Evolución de los establecimientos turísticos en el Alto Aragón.

Tipos de alojamientos		2002	2006	2008	2010	2015	2019
Hoteles	Establecimientos	331	357	374	396	403	387
	Plazas	14 671	16 001	17 367	18 220	18 827	18 050
<i>Campings</i>	Establecimientos	59	62	64	64	70	69
	Plazas	19 434	20 143	20 795	22 252	24 575	24 513
Casas rurales	Establecimientos	425	491	565	638	763	878
	Plazas	3071	3547	4113	4642	5611	6414
Apartamentos	Establecimientos	44	66	95	156	235	252
	Plazas	1662	1310	1887	2948	3964	4204

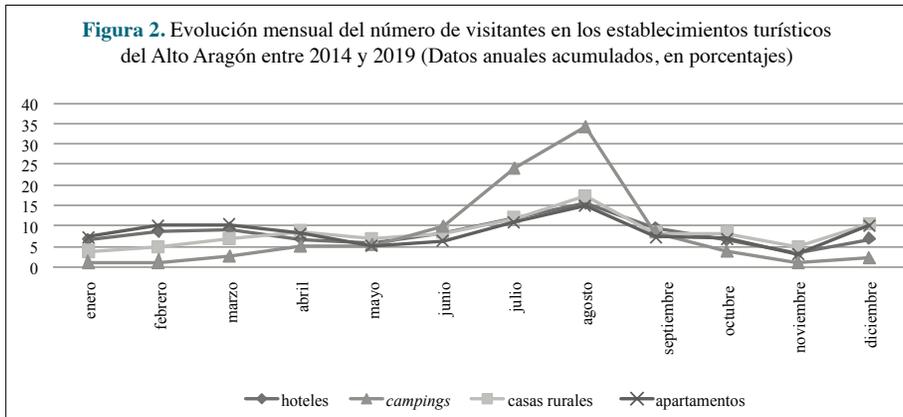
Fuente: IAEST. *Anuarios estadísticos de turismo*.

ESTACIONALIDAD TURÍSTICA A LO LARGO DEL AÑO

Todos los estudiosos del turismo coinciden, desde hace décadas, en definir la estacionalidad turística como el desequilibrio en la afluencia de visitantes en los distintos meses del año, que se repite con carácter estructural como un patrón cíclico constante a lo largo de un periodo dado (Butler, 1994 y 2001; Jang, 2004). Como ya se ha apuntado más arriba, esto tiene efectos negativos en la economía y en los residentes de las zonas en las que se produce (Ramón y Abellán, 1995; Higham y Hinch, 2002), ya que se ha convertido en un problema de larga duración y una preocupación constante de los gestores turísticos (Butler y Mao, 1997; Lanquar, 2001; López Bonilla y López Bonilla, 2006). Las causas de esa estacionalidad son varias y no coinciden en todas las zonas. La mayoría de los estudiosos del tema señalan dos grupos: las naturales y las institucionales (Cuccia y Rizzo, 2011). En estas últimas hay un cúmulo de factores entre los que destaca el componente social en relación con los periodos vacacionales de la mayor parte de las personas, e igualmente cuestiones culturales o religiosas, como fiestas populares, festivales o peregrinaciones. Las naturales son intrínsecas de cada territorio, dependiendo de sus características físicas, especialmente el clima, aunque también la orografía o la existencia de otros elementos como aguas navegables o termales. Pero aunque esas causas naturales, como señala Pedreño (2016: 233), “están fuera de control de los *decision-markers*”, las institucionales sí pueden estar, al menos parcialmente, bajo ese control, y en ambos casos en la demanda influye considerablemente la puesta en valor de los recursos, su oferta como productos y servicios y su divulgación.

Tal como ya señaló Lacosta (2005 y 2016), son estos condicionantes los que han hecho atractivo el turismo de interior y los que en Aragón, y en concreto en la provincia de Huesca, se han puesto en valor con una oferta diversificada, relacionada con el cambio de hábitos sociales y una alteración del alterotropismo tradicional. Así, el impulso turístico se ha basado tanto en el clima, que es propicio a los deportes de invierno pero también a las estancias veraniegas, vinculadas a los diversos establecimientos turísticos y a las residencias secundarias, como en los atractivos ecoturísticos de las áreas de montaña, que favorecen los deportes de aventura y naturaleza, o al rico patrimonio histórico, arquitectónico y cultural, incluidos el Camino de Santiago y los centros religiosos de tradición mariana. Esa diversificación no ha evitado la estacionalización, pero sí ha permitido que no sea, en su conjunto, excesivamente alta; y es más acusada en determinados tipos de establecimientos y en determinadas comarcas. Los datos mensuales para el periodo 2014-2019 muestran esta estacionalidad variada (figura 2).

Es evidente que todos los alojamientos presentan un pico entre junio y septiembre, con el máximo en agosto, y esta pauta se repite en cada uno de los años del periodo estudiado e incluso desde hace décadas, aunque entre el momento actual y los años noventa se aprecia una ligera mejoría de la estacionalidad, si bien se mantienen pequeños altibajos en los porcentajes mensuales, como ocurre en otras zonas turísticas y han constatado todos los estudiosos sobre el tema. Pero en hoteles y apartamentos hay, además, un segundo pico en relación con los deportes de invierno, aunque mucho menos marcado que el veraniego, pudiendo ampliarse hasta Semana Santa. Asimismo, como no podía ser de otra manera, es evidente que en los *campings* se da la estacionalidad más acusada, ya que en julio y agosto, los meses de máxima afluencia de turistas,



Fuente: INE. *Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos.*

reciben el 59 % y si se suman junio y septiembre el porcentaje se eleva al 77 %, mientras que en los meses más fríos apenas se llega a un 2 %. Este marcado pico en los meses centrales del año tiene mucho que ver con la afluencia de los visitantes extranjeros, pues los nacionales se reparten un poco más, suavizando la curva en abril-marzo, coincidiendo con la Semana Santa, y en diciembre, aunque con porcentajes que no superan el 7 % de la ocupación. Algo similar pasa en las casas rurales, pese a que la concentración estival no es tan marcada, ya que acusan la diferencia entre invierno y verano, especialmente en la afluencia de extranjeros, e igualmente se suaviza la curva gracias a los visitantes españoles en los meses en que coincide la Semana Santa e incluso en octubre y diciembre, coincidiendo con la festividad del Pilar y con el puente de la Constitución y las Navidades. En todo caso, tal como señala Landaluce (2017), la provincia de Huesca muestra patrones dinámicos estacionales peculiares, al igual que Lérida, que difieren de los más generales de las demás provincias españolas. Los autores las clasifican como clase tres, de dinámica bimodal estacional invierno-verano, con nivel de concentración desigual, como ya se ha expuesto más arriba.

La estacionalidad que muestran estos porcentajes, aun siendo expresivos, puede confundir sobre el carácter de este hecho, pues como señalan López Bonilla y López Bonilla (2006: 83), al contrastar la estacionalidad de las diversas provincias españolas, “los datos mensuales no ofrecen una visión sintética que permita comparaciones, por lo que es preciso usar un índice anual”, como también plantea Fernández-Morales (2003). Los autores citados mencionan diversos métodos estadísticos utilizados y, como señalan Duro y Farré (2015: 159), puede conseguirse esa medición “a través de indicadores de desequilibrio temporal intra-años o, si se quiere, de desigualdad”. Ellos citan, a propósito de los métodos adecuados, a investigadores como Chakravorty y Cowell, que desde la década de los noventa plantearon la posibilidad de utilizar índices de concentración y dispersión, entre los cuales han sido ampliamente aplicados el coeficiente de variación y el coeficiente de Gini, que es el que goza de mayor estabilidad (Lundtrop, 2001; Fernández-Morales, 2003) y, como mencionan López Bonilla y López Bonilla (2006: 84) citando la opinión de Sen (1976), “posee una elevada solidez teórica y satisface

muchas de las propiedades metodológicas que deben tener las medidas de concentración”. Por ello, se han calculado para el Alto Aragón ambos coeficientes para este periodo, así como para sus principales comarcas turísticas, considerando que los meses son la unidad de distribución de los visitantes.

Para mejor comprensión de las tablas de datos que se adjuntan conviene una breve descripción de la metodología empleada para calcular ambos coeficientes, ya que en el caso del de Gini hay algunas variantes. Aquí se ha partido de la comparación de pares de observaciones, siendo la unidad temporal el mes y la unidad de la variable el número de visitantes o las pernoctaciones, en cada uno de los meses del periodo 2014-2019 y en el total acumulado de los datos mensuales de cada año.

El cálculo del coeficiente de Gini responde a la expresión siguiente:

$$I_G = \left(\frac{\sum_{i=1}^{12-1} (p_i - q_i)}{\sum_{i=1}^{12-1} p_i} \right) * 100$$

donde p_i representa el porcentaje acumulado de meses del año

(es decir, $p_1 = 1/12$; $p_2 = 2/12$...; $p_{12} = 1$)

y donde q_i representa el porcentaje acumulado de viajeros de los meses del año

(por ejemplo, $q_1 = 3\%$; $2 q_1 = 9\%$...; $12 q_1 = 100\%$).

Este coeficiente calcula la diferencia entre p_i y q_i para once meses del año, ya que en el mes que concentra el mayor número de viajeros coinciden p_{12} y q_{12} , puesto que se habrán acumulado todos los meses del año y ambos valores serán igual a 1.

En cuanto al coeficiente de variación, responde a la clásica fórmula $CV = S/M$, siendo S la desviación estándar y M la media del número de visitantes.

Los resultados del grado de concentración de los diferentes tipos de alojamientos turísticos del Alto Aragón para el periodo acumulado de 2014-2019 pueden verse en la tabla III.

En todos los casos el coeficiente es positivo, lo que indica al menos cierta estacionalidad en el reparto mensual de los viajeros. Estos datos ponen de manifiesto que los establecimientos hoteleros y los apartamentos son los que tienen un menor grado de concentración de visitantes y de pernoctaciones, aunque el coeficiente de variación expresa que la desviación típica supera el 30 % de la media mensual. Esto es lógico, puesto que los hoteles son también centros de convenciones y congresos, cuyos participantes también ocupan los apartamentos. El hecho, además, de estar bien acondicionados permite un uso más variado que los otros alojamientos. Las casas rurales muestran una mayor concentración, especialmente en el coeficiente de variación, que supera el 40 % de desviación de la media mensual en el número de visitantes y algo más del 70 % en pernoctaciones. Los índices referidos a los *campings* son los más elevados, como ya se apreciaba en la figura 2, que muestra los porcentajes de visitantes. Es evidente que más del 75 % de la ocupación de estos establecimientos se produce entre junio y septiembre. Son también los *campings* los que tienen un alto coeficiente de variación, lo que significa que la desviación típica

Tabla III. Estacionalidad en alojamientos turísticos en el Alto Aragón.		
Coefficiente de Gini	Viajeros	Pernoctas
Hoteles	0,1740	0,2109
Casas rurales	0,2054	0,3028
<i>Campings</i>	0,5182	0,5770
Apartamentos	0,1825	0,3721
Coefficiente de variación	Viajeros	Pernoctas
Hoteles	0,3598	0,4394
Casas rurales	0,4251	0,7028
<i>Campings</i>	1,1634	1,4401
Apartamentos	0,3766	0,6108

Fuente: Datos de turismo del IAEST. Elaboración propia.

de los visitantes supera en más de 1,1 la media mensual, y este índice es de más de 1,4 en las pernoctaciones.

En lo referente a los establecimientos hoteleros, estos datos son coherentes con los que han calculado otros autores para la provincia de Huesca, con las lógicas variaciones de los diversos periodos de análisis. Así, Duro y Farré (2015: 162) en las pernoctaciones de este tipo de alojamientos incluyen un coeficiente de Gini de 0,2225 y un coeficiente de variación de 0,4460 para el año 2012, situando al Alto Aragón en el primer grupo de estacionalidad y en el puesto 12 de la lista de concentración de la demanda hotelera de las provincias españolas, que estiman como media – alta. Batista, Marín, Rosina, Ribeiro, Freire y Schiavina (2018: 111), en un estudio sobre el turismo en Europa, establecen el coeficiente de variación en Huesca entre el 0,31 y el 0,35, más elevada que en Teruel y similar a la de Zaragoza, a la vez que señalan que es en el Alto Aragón donde la intensidad turística es más alta y también la vulnerabilidad. Igualmente ocurre con otros estudios más generales referidos a España, como el de Duro (2008), que analiza la concentración de la demanda a partir de índices de desigualdad en las pernoctaciones hoteleras a lo largo del periodo 1999-2005 para las diversas regiones, y calcula para Aragón un coeficiente de Gini que varía entre el 0,1384 y el 0,1289.

En los trabajos citados puede apreciarse una evolución moderadamente positiva de la estacionalidad en Aragón, con algunos altibajos y un descenso global de la concentración de 6,9 %, e igualmente un coeficiente de variación discretamente decreciente, con valores entre el 0,2793 y el 0,2432. El cálculo de ambos coeficientes para 2019 confirma esta mejora, con un coeficiente de Gini de 0,1053 y un coeficiente de variación de 0,2208. Algo similar ocurre en la provincia de Huesca, aunque con diferente ritmo según los tipos de alojamiento (tabla IV). Comparando los índices hoteleros de 1998, con una concentración bastante elevada, y 2019 se aprecia este descenso, pasando el coeficiente de Gini de 0,3021 a 0,1805 y el coeficiente de variación de 0,5291 a 0,3838. No obstante, en las dos últimas décadas ha vuelto a incrementarse levemente la estacionalidad.

Tabla iv. Variación de concentración de visitantes en el Alto Aragón entre 2005 y 2019.

Alojamientos	Coefficientes	2005	2019
Hoteles y similares	Coefficiente de Gini	0,1683	0,1805
	Coefficiente de variación	0,3488	0,3838
Apartamentos	Coefficiente de Gini	0,2774	0,1919
	Coefficiente de variación	0,5586	0,3985
Casas rurales	Coefficiente de Gini	0,2109	0,2181
	Coefficiente de variación	0,4309	0,4635
Campings	Coefficiente de Gini	0,5129	0,3255
	Coefficiente de variación	1,2904	1,2557

Fuente: INE. *Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos*. Elaboración propia.

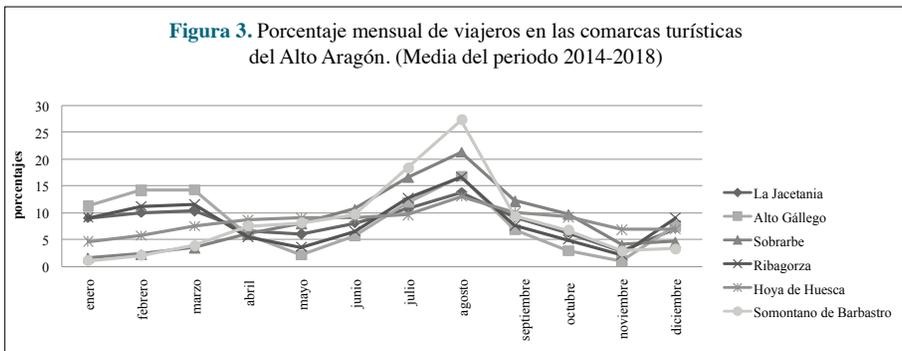
En cuanto a los otros tipos de alojamientos, las casas rurales mantienen la concentración de visitantes bastante similar a lo largo de este siglo, con las variaciones propias de la distribución de puentes y festivos y las condiciones climáticas, mientras que en los *campings* ha mejorado, especialmente, el coeficiente de Gini, y en los apartamentos ha descendido bastante el grado de concentración en ambos coeficientes. En todo caso, tal como señala el estudio de la Junta de Andalucía (2014), los cambios en la mejora de la estacionalidad han sido leves no solo en el Alto Aragón, sino en toda España, aunque los aspectos positivos se deben, en buena medida, a las acciones emprendidas por las distintas Administraciones y los agentes particulares, apoyados por diversos planes estratégicos y su aplicación, de lo que se hablará más adelante.

LA ESTACIONALIDAD DE LA DEMANDA EN LAS COMARCAS DEL ALTO ARAGÓN

Como puede apreciarse en la bibliografía sobre la estacionalidad turística, la mayor parte de los trabajos se centran en el análisis de una comunidad autónoma o provincia, estableciendo, en todo caso, entre ellas las comparaciones oportunas, incluso cuando se analizan las diferencias provinciales de una comunidad autónoma, como en el caso de Andalucía (Junta de Andalucía, 2014). Pero, como señalan Rodríguez Rangel y Rodríguez Sánchez en un estudio sobre las diferencias de estacionalidad de la demanda en las comarcas turísticas extremeñas, dada la diversidad interna de cada región, “los patrones de estacionalidad no funcionan igual en todos los territorios analizados [...] y un mayor grado de desagregación territorial permitirá alcanzar un conocimiento más preciso, que a su vez redundará en el desarrollo de políticas y estrategias de desarrollo turístico [...] más ajustadas a cada territorio” (2017: 3).

La provincia de Huesca ofrece variados recursos turísticos que han permitido la creación de productos también diversos en el territorio. Por ello, el grado de estacionalidad entre las comarcas es también distinto, pues, aunque como ya se dijo al principio la creación de un espacio turístico no depende solamente de los recursos potenciales, sí influyen las características naturales y culturales y el tipo de poblamiento en las posibilidades que ofrece a la iniciativa pública

y privada para crear la oferta de determinados productos. De este modo, puede resultar útil, a la hora de aplicar los planes y las estrategias que se están diseñando para el turismo y la desestacionalización, analizar esas diferencias comarcales altoaragonesas. Para ello se han seleccionado las seis comarcas que presentan realmente actividad turística reseñable, ya que engloban el 95 % de los alojamientos hoteleros y las plazas ofertadas y más del 90 % de los visitantes y las pernoctaciones de la provincia de Huesca. Se han utilizado para ellas los datos referentes a la ocupación hotelera, dado que no se han podido obtener para otro tipo de alojamientos, pero permiten una primera aproximación; igualmente ha parecido suficiente aplicar el análisis a la suma acumulada de los datos mensuales de cada año del periodo 2014-2018. Así, como puede verse en la figura 3, en todas las comarcas existe estacionalidad, pero con diferentes patrones, destacando con un solo pico muy marcado, correspondiente al periodo veraniego, el Somontano de Barbastro y el Sobrarbe, mientras que muestran dos picos de ocupación Alto Gállego, La Jacetania y Ribagorza y un perfil más plano la Hoya de Huesca. Es evidente la influencia de las instalaciones de esquí en las comarcas con dos periodos de ocupación más marcados, así como la ausencia en los otros casos, mientras en la Hoya de Huesca se aprecia el peso de la capital, aunque también algunas ofertas de actividades en primavera relacionadas con el turismo de aventura y la escalada o el turismo micológico.



Fuente: IAEST. *Encuesta de ocupación hotelera*. Elaboración propia.

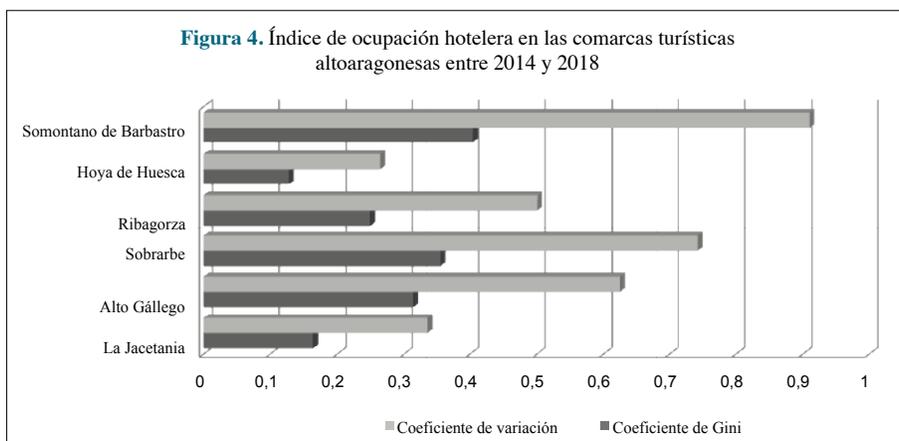
El cálculo del coeficiente de Gini y del coeficiente de variación, a partir del método indicado en el anterior apartado, muestra unos resultados que confirman el diverso grado de concentración de visitantes (tabla v y figura 4), con coeficientes de variación bastante altos en todas las comarcas, salvo en La Jacetania y la Hoya de Huesca, que también tienen los coeficientes de Gini de menor concentración, porque en ellas confluyen factores más diversos que en las otras, sean el atractivo de la nieve en el primer caso y la oferta cultural, histórica y monumental en ambos. En un término medio están las otras tres, donde hay infraestructuras para los deportes de invierno, como en el Alto Gállego y Ribagorza, que además tiene las cimas más altas de la cordillera pirenaica e importante atractivo para la escalada, o por la atracción de la naturaleza en el Sobrarbe, donde se enclava el Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido y su zona complementaria de protección, además de ofrecer un rico patrimonio histórico. El Somontano

de Barbastro muestra la mayor estacionalidad, como corresponde al peso que la demanda de los deportes de aventura tiene en los cañones y la sierra de Guara, complementado por las visitas al Parque Cultural del Río Vero, que también suelen coincidir con los meses de verano (Lacosta, 2002a). Otras actividades no permiten paliar esta concentración.

Tabla v. Índices de concentración comarcal en el Ato Aragón entre 2014 y 2018.

Comarcas	Coefficiente de Gini	Coefficiente de variación
La Jacetania	0,1647	0,3368
Alto Gállego	0,3143	0,6247
Sobrarbe	0,3558	0,7427
Ribagorza	0,2496	0,5008
Hoya de Huesca	0,1278	0,2646
Somontano de Barbastro	0,4047	0,9099

Fuente: IAEST. *Encuesta de ocupación hotelera*. Elaboración propia.



Fuente: IAEST. *Encuesta de ocupación hotelera*.

No obstante, todas estas comarcas intentan suavizar la estacionalidad ofreciendo actividades que puedan atraer a los visitantes en otoño y en primavera, a lo que se aludirá más adelante.

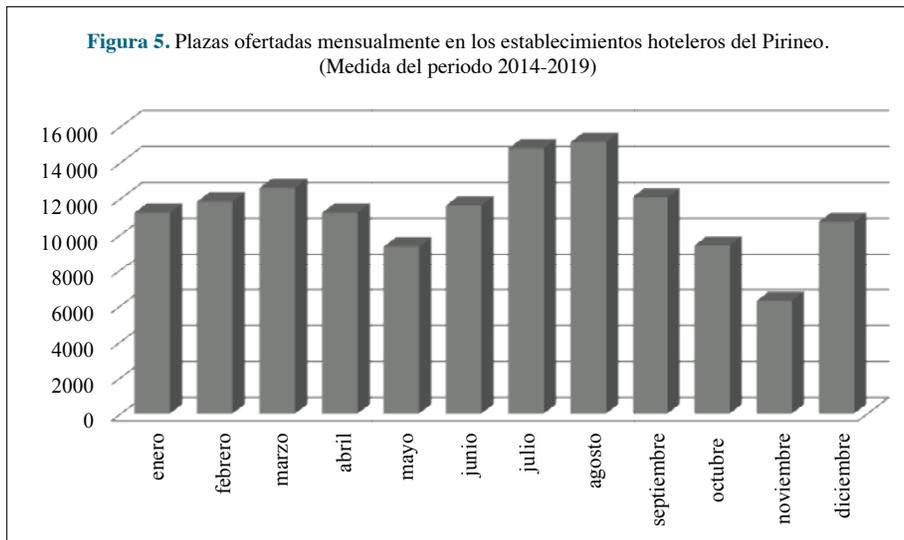
LOS EFECTOS PERVERSOS DE LA ESTACIONALIDAD

La estacionalidad de la actividad turística no se plantearía como un problema si no tuviera repercusiones medioambientales, socioeconómicas y demográficas de diversa índole e incluso en las acciones políticas, como ya se ha dicho. Todos los expertos coinciden en ello, intentando desvelar las claves de las repercusiones que esto tiene no solo desde el punto de vista del análisis de la demanda, sino también del de la oferta, especialmente en aquellas zonas especializadas

en sol y playa, donde la concentración de turistas en determinados meses es más acusada (Aguiló y Sastre, 1984; Ramón y Abellán, 1995; Duro y Farré, 2015; López Bonilla y López Bonilla, 2006). Sin embargo, algunos expertos no consideran que los efectos sean totalmente negativos, pues creen que pueden permitir cierta recuperación ecológica en las zonas excesivamente visitadas y también la posibilidad de hacer reformas y mejoras o estudiar nuevos productos ante ese descenso de la demanda (Higham y Hinch, 2002).

Pero es mayoritaria la idea de su efecto negativo. Desde el punto de vista medioambiental, la concentración de visitantes en determinados espacios en muy pocos meses provoca masificación y deterioro por la excesiva presión y alteración del entorno de la flora y de la fauna en las temporadas de máxima afluencia, superando la carga de recuperación. Así está ocurriendo en Aragón con el ascenso al Aneto en verano, formándose largas colas, o en Ordesa, donde ha sido preciso desde hace ya varios años establecer límites de acceso e incluso en determinados días el cierre del acceso a la pradera por saturación.

Desde la perspectiva económica, lo que destacan los investigadores (Ramón y Abellán, 1995: 49; López Bonilla y López Bonilla, 2006: 80; Rodríguez Rangel y Rodríguez Sánchez, 2017: 6, entre otros) es que hay una pérdida de rentabilidad del capital invertido y de las infraestructuras de transporte y municipales, así como una ineficiencia de recursos y una infrautilización de la capacidad productiva, también para el comercio, al tener los empresarios la dificultad de rentabilizar los costes de mantenimiento en periodos de baja demanda. La estacionalidad tiene otro efecto en los establecimientos turísticos, ya que la falta de demanda hace que muchos cierren sus puertas en la temporada baja: es en los hoteles y en los *campings* donde esto es más evidente, tal como ya plantearon Aguiló y Sastre (1984) o López Bonilla y López Bonilla (2006), señalando estos últimos el hecho de que, a su vez, el cierre de plazas y de

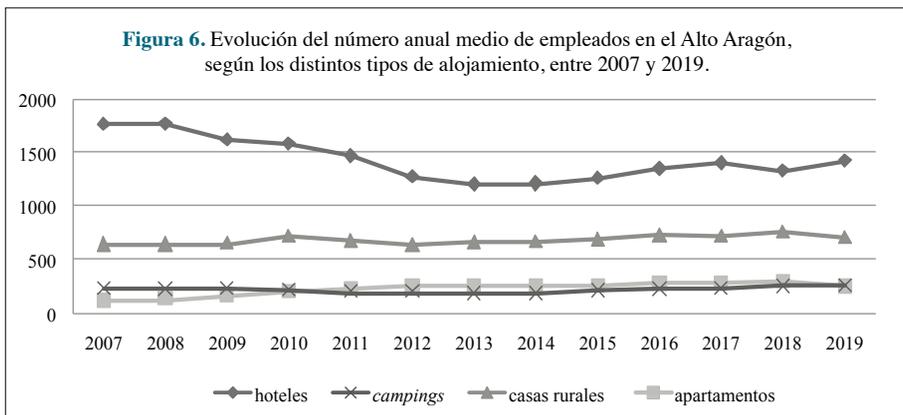


Fuente: IAEST/INE. Encuesta de ocupación hotelera (establecimientos, plazas estimadas, grados de ocupación).

establecimientos repercute en la propia demanda y está en relación con los problemas del coste de mantenimiento y de la ineficacia de infraestructuras, además de los del empleo. A modo de ejemplo, los registros del INE muestran que el número de establecimientos hoteleros abiertos en Aragón a lo largo del año varía entre los meses de mayor ocupación, que ronda el 90 %, y los de menor afluencia turística, en que se sitúa en torno al 75 %. Esto se observa igualmente en los datos del Pirineo referentes al número de las plazas de hoteles ofertadas a lo largo de los meses (figura 5). La similitud de este perfil con el de visitantes es evidente (véase la figura 3), pues en la temporada baja muchos establecimientos cierran total o parcialmente. Esto, a su vez, puede repercutir en la posible demanda, completando el círculo vicioso.

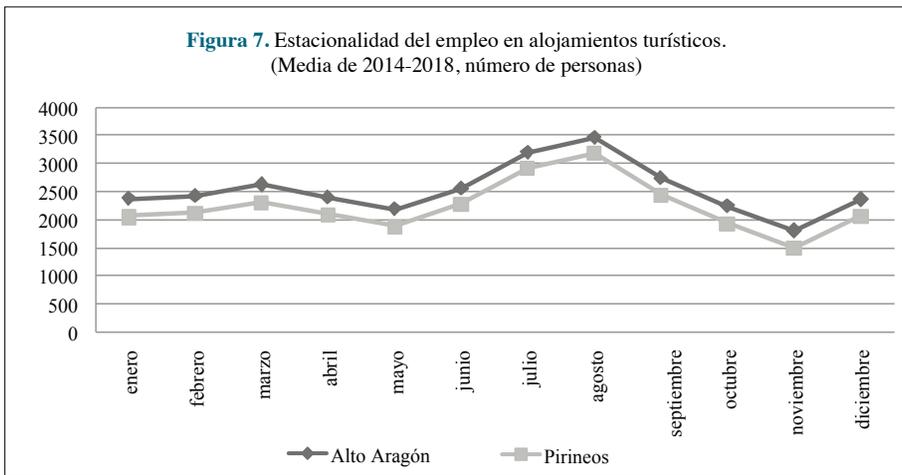
En cuanto al impacto en las comunidades receptoras, la estacionalidad repercute en la organización de los servicios públicos para una población fluctuante, según la demanda turística, y en la ordenación urbanística, con un crecimiento no planificado y propenso a la especulación con esas viviendas vacías una parte del año, además del encarecimiento de la vivienda para los residentes habituales y el alza de los precios, en general, para compensar la caída de la demanda en temporada baja. Hay que considerar, además, la incidencia en los modos de vida y la cultura local, especialmente en la orientación de eventos específicos en la temporada alta y su ausencia para la propia población estante en los meses de valle.

Pero el principal problema que todos citan es la repercusión en el empleo. De hecho, en una primera instancia se considera positivo el papel de esta actividad en la creación de puestos de trabajo, con una oferta media de empleo anual en el Alto Aragón que se sitúa en torno a las 2700 personas. Pero en el último decenio no solo no ha habido un incremento en correlación con el de alojamientos, visitantes y pernoctaciones, sino un descenso de un 4 %, y se ha acusado la vulnerabilidad ante las crisis. Esta evolución no ha sido igual en todos los tipos de alojamiento (figura 6): la pérdida más importante ha sido la hotelera, mientras en los apartamentos se duplicaba el número de empleos y el turismo rural crecía un 10 %.

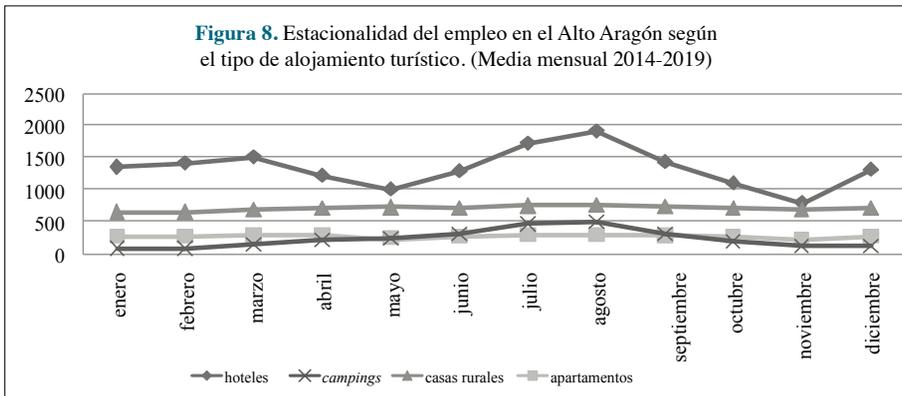


Fuente: INE. Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos (empleo).

La variación en el empleo en el conjunto de la provincia de Huesca sigue las mismas pautas de lo que ocurre en el Pirineo, donde se concentra la máxima actividad turística del Alto Aragón (figura 7), lo que pone de manifiesto la discontinuidad laboral. El estudio de Exceltur (2018) señala la irregularidad de la demanda (mensual, semanal e incluso diaria) como factor intrínseco-estructural y su repercusión en el empleo, y otro tanto se concluye en el informe de CC. OO. (2018). La estacionalidad en el empleo es también desigual según los tipos de alojamiento (figura 8): marcan la pauta los hoteles, con más de la mitad de los puestos de trabajo y diferencias estacionales más acusadas, mientras que en los *campings* queda patente el predominio del verano, y apartamentos y casas rurales muestran mucha menor variación mensual.



Fuente: INE. Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos (empleo). / IAEST (Pirineo).



Fuente: INE. Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos (empleo).

Uno de los problemas de esta temporalidad de los trabajadores es la escasa formación de la mayoría de ellos, sin alicientes para profesionalizarse, tal como señalan numerosos estudios, entre los cuales el de Exceltur (2018), que recalcan el peso de la hostelería y la heterogeneidad de empresas como algunas de las claves de esta situación, aunque destacan los esfuerzos de los agentes turísticos por paliarla. El estudio de Sanagustín, Gómez, Puyal y Tricas (2007) ya incluía un análisis de la situación y varias propuestas sobre las necesidades formativas, implicando en ello a las Administraciones conjuntamente con los empresarios.

A esto debe añadirse que la estacionalidad del empleo repercute también en la demografía. El impulso dado al turismo rural, especialmente en zonas de montaña, se entendió no solo como un factor de desarrollo, como en varios de los estudios sobre Aragón citados al principio, tal como ponen de manifiesto Báguena, Gorría y Guimbao (2005) y Hervás (2015).

Sin embargo, aunque en los ámbitos más turísticos, como son las comarcas pirenaicas, el censo poblacional se ha incrementado desde la década de los noventa del pasado siglo, ha sido de modo muy desigual, y se aprecia una tendencia a la concentración en las cabeceras comarcales más acusada de lo que ya estaba (tabla vi). De hecho, si no se tiene en cuenta la capital comarcal, todas las comarcas han perdido población, incluso de modo acusado, como La Jacetania o el Somontano de Barbastro, siendo una excepción Ribagorza, donde Graus se ha mantenido estable y el núcleo que ha crecido ha sido Benasque, centro de esquí y de veraneo, que en 1996 suponía el 10 % de la población comarcal y en 2019 el 17 %. Es evidente que el turismo no parece haber contribuido a una mejora generalizada y la estacionalidad en el empleo no ha beneficiado el proceso, pese a que algunas mujeres han optado por seguir en el medio rural como gerentes de casas de turismo rural o, de modo indirecto, en actividades agroartesanías como oferta para turistas (Hervás, 2015; Hervás, Frutos y Hernández, 2016).

Tabla vi. Cambios en el porcentaje de población censada en las capitales comarcales del Alto Aragón.

Comarcas	1996	2018
La Jacetania	68	77
Alto Gállego	72	76
Sobrarbe	22	32
Ribagorza	28	28
Somontano de Barbastro	64	75
Hoya de Huesca	76	88

Fuente: IAEST. *Estadísticas de padrón.*

Por todo lo dicho, no es de extrañar que comarcas, municipios, la Diputación Provincial de Huesca y, sobre todo, el Gobierno de Aragón elaboren planes y propongan, en colaboración con el sector privado, nuevos productos y servicios que suavicen los picos de la curva y permitan una mejor distribución de turistas a lo largo del año.

ESTACIONALIDAD TURÍSTICA Y ESTRATEGIAS DE LOS AGENTES IMPLICADOS

El peso innegable que la actividad turística tiene en España y también en Aragón, especialmente en la zona pirenaica, y la complejidad creciente de este mercado, dinámico y cambiante, han hecho necesario no solo establecer normas que regulen las relaciones entre los diversos actores, sino diagnosticar la situación, tal como se hizo en el *Libro blanco del turismo español*, elaborado en 1990, y a partir de ese análisis establecer políticas que tengan en cuenta incentivos, planes y estrategias para incrementar y mejorar la oferta de productos con marca de calidad, atraer y fidelizar a nuevos visitantes, minimizar la estacionalidad, buscar nuevos nichos de mercado y, en suma, adaptarse a ese dinamismo al que aludíamos, en un proceso continuo de renovación productiva (Lacosta, 2005).

En España, el primer Plan Marco de Competitividad del Turismo Español (Plan FUTURES I) data de 1992 y siguieron otros documentos que quedaron recogidos en el Plan Integral de Calidad del Turismo Español (PICHTE), vigente hasta 2006, y el Plan Nacional e Integral de Turismo (PNIT) 2012-2015. Estos planes incluían una serie de subprogramas, ejes y medidas que serían marco de actuación para las comunidades autónomas, entre ellos los Planes de Excelencia y Dinamización, Estrategias de Marketing o el Proyecto Municipios Turísticos Sostenibles, todo ello amparado por la consolidación de la Marca España. Finalmente, la Secretaría de Estado de Turismo presentó a principios de 2019 un documento de trabajo para la elaboración del nuevo Plan Estratégico con el foco en la sostenibilidad y el horizonte 2030, en línea con la Agenda Europea (Secretaría de Estado de Turismo, 2019), que debía ser compatible con los planes de las comunidades autónomas y basarse en una amplia participación y un consenso público-privado, pero cuya tramitación quedó interrumpida por la crisis sanitaria y su impacto en el turismo.

A estas líneas de actuación nacionales responden muchas de las acciones y normas emprendidas en Aragón, analizadas por Lacosta (2005), donde el traspaso de las competencias en materia de turismo se hace efectivo en 1983 (Decreto, 2801/1983) y en 1985 se crea el Registro de Empresas y Actividades Turísticas (Decreto, 23/1985), seguido de una serie de normas sobre esas actividades y los diversos tipos de alojamiento, que regularon su funcionamiento. En 2003 se aprueba una Ley de Turismo de Aragón (6/2003), modificada en 2010 y refundida en 2018. Y es ya en la segunda década de este siglo cuando se elabora un primer plan estratégico para el desarrollo de esta actividad durante el periodo 2012-2015, seguido del más reciente Plan Aragonés de Estrategia Turística (PAET), que debía desarrollarse entre 2016 y 2020, de acuerdo con el objetivo común de sostenibilidad. En 1918 la preocupación por paliar la estacionalidad se concreta en el encargo por parte del Gobierno de Aragón del Documento *Desestacionalización de la demanda turística en Aragón*, que se publica en febrero de 2019.

Sin duda, de modo paralelo o coordinado con este marco general, las Diputaciones, muy especialmente la de Huesca, los municipios y las comarcas han emprendido acciones para fomentar, dinamizar y dar a conocer sus estrategias concretas, especialmente porque desde 2006 las comarcas que se han ido creando jurídicamente tienen transferidas algunas competencias en esta materia. Un ejemplo es el Plan de Excelencia del Valle de Tena (Lardiés, 2004), entre otros. Pero siendo el PAET y el documento sobre desestacionalización de más largo alcance, nos centraremos en ellos y lo que pueden significar para el futuro.

El vigente PAET, que debía concluir en 2020 pero que se interrumpió por la pandemia, plantea como objetivo general de sus actuaciones conseguir un turismo sostenible, competitivo y eficiente, que contribuya a una articulación y una ordenación del territorio a partir de tres vectores-fuerza: gestión del producto, comunicación y gestión del conocimiento, desarrollados en ocho objetivos y setenta medidas, en el marco del método denominado *Océano Azul*, que implica competir innovando, precisamente para no tener que competir, estrategia que idearon Kim y Maurborne (2004). Son también necesarias la difusión y la comunicación, la cooperación entre Administración y actores y, por supuesto, la inversión. Para ello se dotó con 51 millones de euros a repartir en cinco años.

El problema de la estacionalidad subyace en una buena parte de esos objetivos y en las medidas que abordar para lograrlos, aunque solo queda explícito en los objetivos 2 y 4. El primero pone el acento en la creación de nuevos productos “innovadores”, además de en la consolidación y el desarrollo de los que considera “estrella” y “emergentes”, y el segundo se orienta hacia la consecución de un turismo de calidad, de excelencia, accesible y de experiencia. Son especialmente los productos de innovación, de accesibilidad y experienciales los que se entiende que favorecerán la desestacionalidad, atrayendo a nuevos turistas que buscan, precisamente, emociones y esas nuevas experiencias, fidelizándolos por su variedad y su originalidad y llenando nichos del mercado turístico poco explotados para los que Aragón tiene potencialidad, tal y como se afirma en el Plan, y que ya señalaron estudios anteriores (Lacosta, 2003 y 2004). Para fijar estos objetivos el Gobierno de Aragón encargó el citado informe específico sobre esa desestacionalidad, en el que se analizan la situación y las posibilidades que existen de paliarla, señalando las tendencias de la demanda, que son la clave de los nuevos productos que deberían considerarse. Así, se estudian las orientaciones de la demanda a escala mundial y se concreta qué puede paliar la estacionalidad, si no eliminarla, orientándose hacia productos que respondan a esas microtendencias:

- El *turismo sostenible*, diseñando destinos específicos con implicaciones sociales, económicas, medioambientales y respeto a la capacidad de carga del destino.
- El *turismo experiencial*, promoviendo una vivencia que emocione y perdure.
- El *turismo emocional*, conectado con el anterior enfoque, que define actividades vinculadas con el sentir más que con el hacer. Está relacionado con el turismo *slow* o turismo lento, de salud, de bienestar, espiritual...
- El *turismo creativo*, en relación también con los dos anteriores, pero con la novedad de ofrecer al turista la posibilidad de ser cocreador del producto con los artífices locales.
- El *turismo cultural*, oferta de nuevas variantes que puedan realizarse fuera de las temporadas altas.

Evidentemente, para poner en marcha el PAET y activar las recomendaciones del informe de desestacionalización es precisa, con el compromiso de las Administraciones, la implicación del sector privado, y, aunque de un modo algo tímido, puede apreciarse en las webs oficiales y empresariales la oferta renovada de productos. Turismo Aragón (2018-2020) ha convocado premios sobre nuevas experiencias que responden a las microtendencias, a los que se han presentado cincuenta proyectos, y se han publicado en una web específica, citada en la bibliografía, con un mapa de localización. Incluye actividades como “Sueños Verticales” en Riglos, “El Montsec en

catamarán” (Viacamp, pantano de Canelles, congosto de Mont-Rebei) o descubrir a caballo los escenarios de la novela de Luz Gabás *Como fuego en el hielo*, en la zona de Benasque.

Con el impulso de las ayudas y de la promoción, algunas de las empresas privadas han plasmado también en sus web nuevas ofertas, como el agroturismo en el marco de Huesca Turismo Verde, el ecoturismo sobre ornitología o micología o el enoturismo, con la cita anual “Días de vino y trufas” de Viñas del Vero y la oferta de enoturismo *slow* de la bodega Laus del Somontano, otras propuestas de turismo *slow* como el “Viaje guiado en el tren Canfranco” o el “Tren Azul”, puesto en marcha por la Asociación de Amigos del Ferrocarril.

Algunos trabajos recientes inciden en la importancia que puede tener para la desestacionalización, en conexión con las microtendencias, promover un turismo cinematográfico, tanto teniendo en cuenta los festivales ya conocidos de Huesca como las rutas por los escenarios de rodajes de películas (Cuevas, 2017) o los escenarios literarios, como la experiencia citada más arriba.

El tiempo transcurrido desde que se pusieron en marcha esos planes estratégicos es demasiado corto para poder apreciar resultados, máxime teniendo en cuenta el tremendo impacto de la pandemia en el turismo. Los balances y las evaluaciones de 2017 y 2018 ponen de relieve que se ha ido avanzando en muchas de las medidas que se orientaban a cumplir los objetivos. Pero en lo que se refiere a las acciones encaminadas a crear esos nuevos productos no podemos saber si realmente habrán mejorado la estacionalidad de los visitantes y del empleo, aunque entre las pocas actividades permitidas en el periodo pospandémico precisamente las relacionadas con la naturaleza y los alojamientos rurales son las que han podido realizarse en parte.

Si, como señalan Rodríguez-Toubes y Álvarez (2013), esta actividad tan vulnerable también tiene capacidad para recuperarse más deprisa que otras, especialmente a medio y largo plazo, las estrategias citadas pueden ser las líneas en las que deba centrarse la recuperación del turismo altoaragonés, con la colaboración institucional y privada, aunque seguramente tardará varios años en alcanzar los niveles de 2018-2019.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acín Fanlo, José Luis (2000), *Tras las huellas de Lucien Briet: Bellezas del Alto Aragón*, Zaragoza, Prames.
- Aguiló Pérez, Eugeni, y Antoni Sastre Alberti (1984), “La medición de la estacionalidad del turismo: el caso de Baleares”, *Estudios Turísticos*, 81, pp. 79-88.
- Arnandis-i-Agramunt, Ruben (2019), “¿Qué es un recurso turístico?: un análisis Delphi a la Academia Hispana”, *Cuadernos de Turismo*, 43, pp. 39-68 <<https://revistas.um.es/turismo/article/view/374691>>.
- Báguena, José Antonio, Antonio Gorría y Juan Guimbao (2005), “El turismo como freno a la despoblación de montaña”, *Economía Aragonesa*, 27, pp. 80-117 <<https://www.ibercaja.com/archivo/sp/2514>>.
- Batista e Silva, Filipe, Mario Alberto Marín Herrera, Konstantin Rosina, Ricardo Ribeiro Barranco, Sergio Freire y Marcello Schiavina (2018), “Analysing spatiotemporal patterns of tourism in Europe at high-resolution with conventional and big data sources”, *Tourism Management*, 68, pp. 101-115 <<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.02.020>>.
- Bovio Albasini, Acher (2017), *Efectos paisajísticos y socioeconómicos del desarrollo turístico en el Piri-neo: comparación entre el valle de Tena y el área de influencia del Parque Nacional de Ordesa y Monte*

- Perdido* <<https://zaguan.unizar.es/record/64621?ln=es>>. Trabajo de fin de grado. Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio. Universidad de Zaragoza.
- Butler, Richard (1994), "Seasonality in Tourism: Issues and Problems", en A. V. Seaton (ed.), *Tourism: The State of the Art*, Chichester, Wiley, pp. 332-339.
- Butler, Richard (2001), "Seasonality in tourism: Issues and implications", en Tom Baum y Svend Lundtorp (eds.), *Seasonality in tourism*, Oxford, Pergamon, pp. 5-22.
- y Boudi Mao (1997), "Seasonality in tourism: problems and measurement", en Piter Murphy (ed.), *Quality Management in Urban Tourism*, Chichester, Wiley, pp. 9-23.
- Callizo Soneiro, Javier (1997), "Potencialidades turísticas de las áreas interiores: conflictos y cautelas", en Manuel Valenzuela Rubio (coord.), *Los turismo de interior: el retorno a la tradición viajera. Coloquio del Grupo de Turismo de la Asociación de Geógrafos Españoles, Toledo, marzo 1995*, Madrid, Ediciones de la Universidad Autónoma, pp. 17-60.
- y José Antonio Lacosta Aragüés (1997), "La explicación teórica de la potencialidad turística del medio natural: verificación en Aragón del modelo de Warszynska a partir del análisis factorial", *Geographica*, 35, pp. 19-28 <<https://papiro.unizar.es/ojs/index.php/geographicalia/article/view/1688>>.
- y José Antonio Lacosta Aragüés (1999), "Elementos para una explicación teórica de la movilidad recreativa: la demanda de los nuevos productos turísticos en Aragón", en *Actas del VIII Coloquio Ibérico de Geografía, Lisboa, 30 de septiembre al 2 de octubre de 1999*, Lisboa, Universidade Nova de Lisboa, vol. II, pp. 349-368.
- y José Antonio Lacosta Aragüés (2016), "Crisis económica y procesos de reestructuración turística: el caso de Aragón, en la estela de la Expo de Zaragoza 2008", en Macià Blázquez, Miquel Mir-Gual, Ivan Murray y Guillem X. Pons (eds.), *Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo: XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE* <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=711008>>, Palma de Mallorca, Societat d'Història Natural de les Balears (Monografies de la Societat d'Història Natural de les Balears, 23), pp. 438-439.
- CC. OO. (2018), *Informe sobre el empleo en Hostelería y Turismo en la provincia de Huesca* <<https://aragon.ccoo.es/b8ccf4cf447ca583a4453e67f7079f2e000051.pdf>>, Zaragoza, Federación de Servicios de Comisiones Obreras Aragón.
- Cuccia, Tiziana, e Ilde Rizzo (2011), "Tourism seasonality in cultural destinations: Empirical evidence from Sicily", *Tourism Management*, 32 (3), pp. 589-595 <<https://ideas.repec.org/a/eee/touman/v32y2011i3p589-595.html>>.
- Cuevas Mendoza, Wilson Fabián (2017), *El turismo cinematográfico como estrategia de promoción: el caso de Aragón* <<https://zaguan.unizar.es/record/63945?ln=es#>>. Trabajo de fin de grado. Facultad de Economía y Empresa. Universidad de Zaragoza.
- Diputación General de Aragón (2016), *Plan Aragónés de Estrategia Turística 2016-2020 (PAET)* <<https://gobiernoabierto.aragon.es/agoab/documentos/fases/bwH5Q2aYs2/Presentaci%C3%B3n%20sesi%C3%B3n%20informativa%20DG%20Turismo.pdf>>.
- (2019a), *Desestacionalización de la demanda turística en Aragón* <<https://www.turismodearagon.com/wp-content/uploads/2019/02/Informe-Desestacionalizaci%C3%B3n-Turismo-Arag%C3%B3n-enero-2019.pdf>>. Informe de AC Consultores para Turismo de Aragón.
- (2019b), *Estrategia Aragón Turismo Sostenible 2030* <<https://www.turismodearagon.com/wp-content/uploads/2020/01/Estrategia-Aragon-Turismo-Sostenible-2030.pdf>>. Zaragoza. Dirección General de Turismo. Departamento de Industria, Competitividad y Desarrollo Empresarial.
- Duro Moreno, Juan Antonio (2008), "La concentración temporal de la demanda turística en España y sus regiones: un análisis empírico a partir de índices de desigualdad", *Revista de Análisis Turístico*, 6, pp. 36-48.
- y Francisc Xavier Farré (2015), "Estacionalidad turística en las provincias españolas: medición y análisis", *Cuadernos de Turismo*, 36, pp. 157-174 <<https://revistas.um.es/turismo/article/view/230921>>.

- Exceltur (Alianza para la Excelencia Turística) (2018), *Estudio sobre el empleo en el sector turístico español* <<https://www.exceltur.org/wp-content/uploads/2018/04/ESTUDIO-EMPLEO-SECTOR-TURISTICO-EXCELTUR.pdf>>.
- Fernández-Morales, Antonio (2003), “Decomposing seasonal concentration”, *Annals of Tourism Research*, 30 (4), pp. 942-956 <doi: 10.1016/S0160-7383(03)00090-2>.
- Folgado Fernández, José Antonio, Ana María Campón Cerro y José Manuel Hernández Mogollón (2011), “La investigación en turismo en España: una revisión de la literatura a través de las revistas de dirección de empresas”, *Journal of Tourism Analysis / Revista de Análisis Turístico*, 12, pp. 1-9.
- Frutos Mejías, Luisa María, María Luz Hernández Navarro y Ana Castelló Puig (2009), “Desarrollo y turismo rural: una perspectiva sobre Aragón”, *Revista de la Universidad de Alcalá de Henares. Serie Geográfica*, 15, pp. 93-115 <https://ebuah.uah.es/dspace/bitstream/handle/10017/14062/93_115_desarrollo_Frutos_SG_2009_N15.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- y Enrique Ruiz Budría (1999), “Los programas LEADER II en Aragón y su contribución al desarrollo de espacios turísticos en el medio rural”, en *El territorio y su imagen: ponencias y mesas redondas. Actas del XVI Congreso de Geógrafos Españoles*, Málaga, Departamento de Geografía de la Universidad de Málaga / CEDMA, vol. 1, pp. 471-481.
- Enrique Ruiz Budría y Helena Giné Abad (2008), “Aragón”, en *Atlas de turismo y desarrollo en el mundo rural*, volumen monográfico del *Atlas nacional de España*, Madrid, Centro Nacional de Información Geográfica, pp. 206-217.
- Gallego Galán, Inmaculada (2015), *Vulnerabilidad de los destinos turísticos: propuesta de un Sistema de indicadores para su gestión* <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/10344/TD_Gallego_Galan.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Tesis doctoral. Universidad de Málaga.
- Gerique Ferrero, Cristina (2014), *Análisis del turismo en Aragón y su situación dentro del conjunto nacional* <<https://zaguan.unizar.es/record/30777>>. Trabajo de fin de grado. Facultad de Economía y Empresa. Universidad de Zaragoza.
- Gobierno de Aragón (2018 y 2019), *Anuarios estadísticos de turismo*, Zaragoza, Departamento de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda.
- Gómez Moyuela, Mónica (2016), *Impactos, vulnerabilidad y adaptación al cambio climático en el sector turístico* <https://www.miteco.gob.es/content/dam/miteco/es/cambio-climatico/temas/impactos-vulnerabilidad-y-adaptacion/impactosvulnerabilidadyadaptacioncambioclimaticoenelsectorturistico_tcm30-178443.pdf>. Madrid, Oficina Española del Cambio Climático / Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente del Gobierno de España.
- González-Herrero, Alfonso, y Cornelius Pratt (1998), “Marketing crises in tourism: Communication strategies in the United States and Spain”, *Public Relations Review*, 24 (1), pp. 83-97.
- Grant, M., B. Human y B. Le Pelley (1997), “Seasonality”, en British Tourist Authority & English Tourist Board (eds.), *Insights – Tourism Intelligence Papers*, 9: A5-9.
- Hernández Navarro, M.ª Luz, y Helena Giné Abad (2002), “Los parques culturales de Aragón: un ejemplo pionero en la protección y gestión turística de espacios culturales y naturales”, en Pablo Pumares Fernández, María de los Ángeles Asensio Hita y Fernando Fernández Gutiérrez (coords.), *Turismo y transformaciones urbanas en el siglo XXI*, Almería, Universidad de Almería, pp. 197-208 <<file:///Users/fernandoalvira/Downloads/los-parques-culturales-de-aragon-un-ejemplo-pionero-en-la-proteccion-y-gestion-turistica-de-espacios-culturales-y-naturales--0.pdf>>.
- Hervás Moreno, María Inmaculada (2015), *El papel de las mujeres emprendedoras en la implantación y desarrollo del turismo rural en el Pirineo aragonés. 1990-2013*. Tesis doctoral. Departamento de Geografía y Ordenación del Territorio. Universidad de Zaragoza.
- Luisa María Frutos Mejías y María Luz Hernández Navarro (2016), “Emprendedoras en turismo rural en el Pirineo aragonés: manteniendo y reinventando el espacio natural”, en Ángel Raúl Ruiz Pulpón, Manuel Antonio Serrano de la Cruz Santos-Olmo y Julio Plaza Tabasco (eds.), *Treinta años de*

- Política Agraria Común en España: agricultura y multifuncionalidad en el contexto de la nueva ruralidad* <file:///Users/fernandoalvira/Downloads/Dialnet-TreintaAnosDePoliticaAgrariaComunEnEspaña-660685.pdf>, Ciudad Real, AGE / Óptima Diseño e Impresión, pp. 712-724.
- Higham, James, y Tom Hinch (2002), "Tourism, sport and seasons: The challenges and potential of overcoming seasonality in the sport and tourism sectors", *Tourism Management*, 23(2), pp. 175-185.
- Instituto Aragónes de Estadística (IAEST), *Estadísticas de turismo: Encuesta de ocupación en alojamientos turísticos. Alojamientos de turismo rural. Aragón. Provincia de Huesca. Pirineos. 2001-2019. Empresas de turismo activo*.
- Instituto Nacional de Estadística (INE), *Encuestas de ocupación en alojamientos turísticos*, Madrid, INE.
- Jang, Soo Shawn (2004), "Mitigating tourism seasonality: A quantitative approach", *Annals of Tourism Research*, 31(4), pp. 819-836.
- Junta de Andalucía (2014), *Estrategias para la gestión de la estacionalidad turística 2014-2020* <<https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/CG ESTRATEGIAS%20ESTACIONALIDAD%2005-05-2014-1.pdf>>.
- Kim, W. Chan, y Renée Mauborgne (2004), *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*, Boston, Harvard Business School Press. (Edición en español: *La estrategia del océano azul: cómo desarrollar un nuevo mercado donde la competencia no tiene ninguna importancia* <https://www.ucipfg.com/Repositorio/GSPM/manuales/Estrategia_Oceano_Azul.pdf>, Colombia, Norma, 2005).
- Lacosta Aragüés, Antonio Javier (2002a), "Los deportes de aventura y su incidencia en el desarrollo turístico de un espacio protegido: el Parque Natural de los Cañones y la Sierra de Guara (Huesca)", en *Turismo y transformaciones urbanas en el siglo XXI: actas del V Coloquio de Geografía Urbana y VII Coloquio de Geografía del Turismo*, Almería, Universidad de Almería, pp. 235-247.
- (2002b), "Uso, ordenación y gestión turística de un espacio protegido a partir del patrimonio cultural y natural: el Sitio Nacional de San Juan de la Peña", en *El papel del geógrafo en la escala local: actas del Seminario Internacional Geografía y Territorio*, Palma de Mallorca, Publicaciones de la Universidad de las Islas Baleares, pp. 237-249.
- (2003), "Gestión integrada de patrimonio cultural y actividad turística: el territorio museo del Prepirineo aragonés", en *Actas del VIII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación*, Santiago de Compostela, Asociación de Geógrafos Españoles (AGE) y Universidad de Santiago de Compostela, pp. 277-294.
- (2004), "La configuración de nuevos destinos turísticos de interior en España a partir del turismo activo y de aventura (1992-2001)", *Cuadernos Geográficos de la Universidad de Granada*, 34 (1), pp. 11-31.
- (2005), "Los instrumentos de planificación y gestión turística en el ámbito local: aproximación a su implantación y desarrollo en Aragón", *Economía Aragonesa*, 26, pp. 96-133.
- (2007), "Aproximación al estudio de la actividad turística en Aragón: aportaciones de la Geografía (1980-2000)", en Agustín Ubieta Arteta (coord.), *Estudios sobre Aragón en el umbral del siglo XXI* [recurso electrónico], Zaragoza, ICE, vol. 3.
- (2016), *Las nuevas formas de alterotropismo turístico en Aragón: un intento de modelización teórica para un desarrollo sostenible del espacio rural*. Tesis doctoral. Universidad de Zaragoza.
- Landaluce Calvo, María Isabel (2017), "Identificación de los perfiles dinámicos provinciales de la demanda turística en España: un enfoque exploratorio espacio-temporal", *Investigaciones Turísticas*, 14, pp. 63-86 <<https://investigacion.ubu.es/documentos/5db18063299952477238ac6f>>.
- Lanquar, Robert (2001), *Marketing turístico: de lo global a lo local*, Barcelona, Ariel.
- Lardiés Bosque, Raúl (2004), "La política de calidad en los destinos turísticos en España: el ejemplo del Plan de Excelencia Turística en el Valle de Tena", *Cuadernos Geográficos de la Universidad de Granada*, 34 (1), pp. 179-195 <<https://revistaseug.ugr.es/index.php/cuadgeo/article/view/1827>>.

- López Bonilla, Jesús Manuel, y Luis Miguel López Bonilla (2006), “La concentración estacional de las regiones españolas desde una perspectiva de la oferta turística”, *Revista de Estudios Regionales*, 77, pp. 77-104.
- Loscertales Palomar, Blanca (1999), “El turismo rural como forma de desarrollo sostenible: el caso de Aragón”, *Geographicalia*, 37, pp. 123-138.
- Lundtorp, Svend (2001), “Measuring tourism seasonality”, en Tom Baum y Svend Lundtorp (eds.), *Seasonality in Tourism*, Oxford, Pergamon, pp. 23-50.
- Pedreño Palazón, Antonio David (2016), “Estacionalidad del turismo en España. Turismo de golf: 2010-2014”, *Anuario de Jóvenes Investigadores*, 9, pp. 232-235 <<https://repositorio.upct.es/server/api/core/bitstreams/5e981cce-1ae6-4523-b4ed-d819a7323de3/content>>.
- Pillet Capdepon, Félix (2012), “El turismo de interior en la España peninsular: el patrimonio territorial como destino turístico”, *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 59, pp. 345-366.
- Ramón, Ana Belén, y María José Abellán (1995), “Estacionalidad de la demanda turística en España”, *Papers de Turisme*, 17, pp. 45-73 <<http://www.turisme.gva.es/ojs/index.php/Papers/article/view/294>>.
- Rodríguez Rangel, Cristina, y Marcelino Rodríguez Sánchez (2017), “Análisis de la estacionalidad en las comarcas turísticas de Extremadura: diagnóstico y aplicaciones”, en *Comercio Internacional y Empleo: una perspectiva regional, XLIII Reunión de Ciencia Regional / International Conference on Regional Science*, Sevilla, Universidad Pablo de Olavide, pp. 1-25.
- Rodríguez-Toubes Muñoz, Diego, y Jaime Álvarez de la Torre (2013), “Vulnerabilidad del turismo y comunicación institucional ante desastres: estudio de casos”, *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 01/011, pp. 137-161 <<https://revistas.udc.es/index.php/REDMARKA/article/view/redma.2013.01.011.4810>>.
- Ruiz Budría, Enrique, Luisa María Frutos Mejías y Eugenio Climent López (2000), “La iniciativa LEADER y el desarrollo rural: el caso de Aragón”, *Geographicalia*, 38 (nueva época), pp. 77-92.
- Sanagustín Fons, María Victoria, Carlos Gómez Bahillo, Esther Puyal Español y Jesús Manuel Tricas Oliván (2007), *Necesidades formativas en el sector turístico aragonés. El caso del turismo rural en la provincia de Huesca. Análisis de la situación, identificación de necesidades y propuestas de actuación y mejora*. CEDDAR (Informes, 14).
- Secretaría de Estado de Turismo (2019), *Directrices generales de la estrategia de turismo sostenible de España 2030*, Madrid, Gobierno de España.
- Sen, Amartya K. (1976), “Poverty: an ordinal approach to measurement”, *Econometrica*, 44 (2), pp. 219-231.
- Sepúlveda Sánchez, Alejandro, y Marta Plumed Lasarte (2018), “La investigación y la información estadística en turismo en España: hacia un sistema de conocimiento e inteligencia turística”, *Estudios Turísticos*, 215, pp. 101-120.
- Solans Prat, Juan Ramón, y Esperanza García Uceda (2001), “El turismo rural en Aragón”, *Acciones e Investigaciones Sociales*, 13, pp. 185-234 <https://fcst.unizar.es/sites/fcst/files/users/sociales/AIS/13_AIS/ais13.pdf>.
- Somoza Medina, Xosé (2018), “La investigación geográfica del turismo”, *Polígonos*, 30, pp. 7-11.
- Turismo Aragón (2018-2019), web de productos experienciales <<https://experiencias.turismodearagon.com/nuestras-experiencias/>>.
- Vélez Teruel, David (2012), *El turismo en el Alto Aragón* <<https://zaguan.unizar.es/record/9404?ln=es#>>. Trabajo de fin de grado. Facultad de Economía y Empresa. Universidad de Zaragoza.