



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

ANÁLISIS DEL FENÓMENO TURÍSTICO "GASTRONOMÍA DEL SOBRARBE"

Autor/es

Paula Dueso Sampériz

Director/es

Carmina Fandos Herrera

Facultad de Economía y Empresa

2017

Título del trabajo: Análisis del fenómeno turístico "Gastronomía del Sobrarbe"

Autora: Paula Dueso Sampérez

Directora: Carmina Fandos Herrera

Titulación: Grado en Administración y Dirección de Empresas

Resumen:

La Comarca de Sobrarbe basa su principal actividad en el turismo. Esta zona cuenta con una amplia gama tanto de productos como de empresas agroalimentarias que pretenden definirse por su calidad y que forman parte de la oferta gastronómica de la comarca, cuya denominación es "Productos del Sobrarbe". El presente trabajo está orientado a analizar el fenómeno turístico de la Comarca del Sobrarbe, con el que se pretende determinar, tanto si la gastronomía supone un factor de atracción para la zona, como qué otros factores determinan el aumento de visitantes que está teniendo la comarca en los últimos años. Además, se pretende conocer la satisfacción que obtienen tras su estancia y saber cuál es la que asocian a la gastronomía autóctona. Todos estos asuntos son analizados, en primer lugar, a nivel teórico. Después se ha realizado un trabajo de investigación de mercados en el que, para obtener la información, se han empleado, como técnicas de investigación, la entrevista en profundidad y la encuesta estadística. Mientras que la entrevista se ha realizado a un experto en el turismo del lugar, la técnica de la encuesta ha sido aplicada a una muestra de los visitantes de la zona, obteniendo resultados trascendentes para el estudio.

Summary:

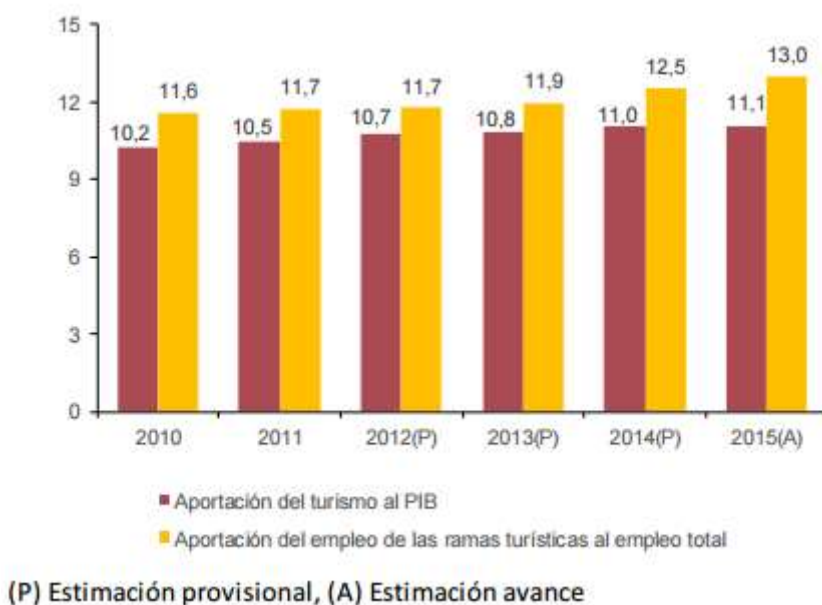
The Region of Sobrarbe bases its main activity on tourism. This area has a wide range of products and agro-food companies that are defined by quality, and are part of the gastronomic offer of the region, called "Products of Sobrarbe". The present work is oriented to analyze the tourist phenomenon of the Region of Sobrarbe, with which it is tried to determine if the gastronomy is a factor of attraction for the zone and that other factors determine the increase of visitors that the region is having in the last years. In addition it tries to know the satisfaction that they obtain after their stay and to know which is the one that associates to the native gastronomy. All of these concepts are analyzed at the theoretical level, to later carry out a market research work, in which the techniques of the in-depth interview and the survey have been used to obtain information. While the interview has been done to an expert on local tourism, the survey technique has been applied to visitors to the area, obtaining transcendent results for the study.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 2: CONTEXTUALIZACIÓN.....	5
2.1. CONCEPTO DE TURISMO	5
2.2. TIPOS DE TURISMO	6
2.3. MOTIVACIONES TURÍSTICAS	9
2.4. TURISMO EN ESPAÑA	11
CAPÍTULO 3: CONTEXTO TURÍSTICO DEL SOBRARBE.....	13
3.1. LA COMARCA DEL SOBRARBE.....	13
3.2. INFORMACIÓN TURÍSTICA	14
3.3. GASTRONOMÍA DEL SOBRARBE.....	15
3.4. FACTORES QUE MOTIVAN A LOS VISITANTES DEL SOBRARBE	21
CAPÍTULO 4: TRABAJO DE INVESTIGACIÓN.....	23
4.1. ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD	23
4.1.1. Objetivos de la entrevista	23
4.1.2. Desarrollo de la entrevista.....	24
4.1.3. Resultados de la entrevista	24
4.2. ENCUESTAS.....	25
4.2.1. Objetivos de la encuesta.....	25
4.2.2. Desarrollo de la encuesta.....	25
4.2.3. Resultados de la encuesta.....	27
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES Y LIMITACIONES.....	38
FUENTES DOCUMENTALES.....	42
Bibliografía básica.....	42
Recursos de Internet.....	43
ANEXOS.....	47
ANEXO 1.....	47
ANEXO 2.....	48
ANEXO 3.....	49
ANEXO 4.....	50
ANEXO 5.....	51
ANEXO 6.....	58
ANEXO 7.....	59
ANEXO 8.....	62
ANEXO 9.....	63

CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

En primer lugar, hay que destacar la importancia que ha ido adquiriendo el turismo con el paso del tiempo, convirtiéndolo en un motor del comercio y prosperidad en el mundo. De hecho, en España, constituye uno de los principales activos, por ello supone alrededor de un 11.1% del PIB. Asimismo, el turismo se caracteriza por formar una gran diversidad de negocios que tienen capacidad de reactivar la economía local, ya que genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados. Si a todo ello le añadimos la potestad que tiene este fenómeno para generar empleo, con una aportación total de 2.49 millones de puestos de trabajo, se convierte de vital importancia el hecho de analizar el turismo en profundidad (INE, 2015).



Gráfica 1: Aportación de la actividad turística al PIB y al empleo (%) Fuente INE (2016)

Durante las últimas décadas, el turismo en España ha experimentado un continuo crecimiento y profunda diversificación, la cual ha dejado a un lado el turismo de bajo coste dando prioridad a un turismo que busca más la calidad. Esta fragmentación ha conllevado cambios significativos en las motivaciones turísticas, surgiendo un nuevo concepto: el turismo rural, el cual ha tomado auge en los países europeos en un afán de diversificar la oferta y que las grandes corrientes turísticas busquen otros espacios que no sean solamente los destinos de playa, que por otra parte, muestran una tendencia a la

baja (Gurría, 2016), buscando así otra serie de estimulaciones que pueden ser de tipo cultural, rural o gastronómico.

Centrando la atención en la gastronomía, podemos llegar a decir que la búsqueda por unos alimentos de calidad autóctonos de la región a la que se viaja, se está convirtiendo en una motivación de viaje cada vez más importante en nuestros días (Fandos y Flavián, 2011).

Además, España destaca por tener los recursos necesarios para captar la atención de los turistas interesados en este fin y que se convierta en el lugar de destino favorito, de hecho es una de las primeras potencias mundiales en turismo (Fandos y Flavián, 2011). A parte de tener un buen clima para favorecer el cultivo de los alimentos, nuestro país es líder en la elaboración de productos agroalimentarios de calidad. Todo ello, respaldado por ser un país de referencia de los mejores restaurantes a nivel mundial y por las numerosas denominaciones de origen que posee. Según Origen España (Asociación Española de Denominaciones de Origen):” En España tenemos un total de 69 Denominaciones de Origen solo en vino y alrededor de unas 180 en total”.



Ilustración 1: Mapa de Vinos de España Fuente: WinesfromSpain (2014)

Sin embargo, hay que aclarar que al turista que llega España, no solo le mueve la gastronomía, sino que también siente una atracción por la cultura, la historia, la naturaleza, etc.

Todas estas variables las podemos englobar dentro del turismo rural, definido como "aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado e íntimamente relacionados con el medio rural" (García, 1996).

A parte de esto, el turismo rural tiene también la función de rehabilitar las áreas agrícolas deprimidas económicamente, a causa de crisis económicas recurrentes en ciertas regiones, con la consecuencia de la emigración hacia las zonas urbanas que constituye siempre un gran problema. Por ello, el turismo rural puede considerarse como una oportunidad de desarrollo turístico para comunidades pequeñas fuera de las áreas urbanas, que cuenten con atractivos suficientes para motivar los desplazamientos (Gurría, 2016).

Por todas estas razones, vamos a analizar la comarca oscense de Sobrarbe, en pleno corazón del Pirineo Aragonés. Esta zona destaca por su cultura, su arraigada tradición, y por supuesto por su geografía, ya que el Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido se sitúa íntegramente en esta comarca, y además cuenta con una porción de dos parques naturales como son el Parque Natural Posets-Maladeta y Parque Natural de la Sierra y Cañones de Guara.

No obstante, la comarca aragonesa también destaca por su cultura culinaria tradicional que se define como típica y sobria, en parte propia, aunque compartiendo similitudes con el resto del Pirineo y de Aragón, e incluso con Francia de la cual es colindante. Ello hace que se desarrolle una fusión perfecta e indisoluble de la cocina y la gastronomía con el territorio.

A pesar de no contar con denominaciones de origen reconocidas, el Sobrarbe ostenta productos de calidad certificada que se vinculan con la imagen de su lugar de origen. Esta es una estrategia cada vez más utilizada que permite aportar un valor añadido especial a los productos tradicionales (Fandos y Flavián, 2011), y está consiguiendo un éxito notable ya que cada vez son más los turistas que escogen el Sobrarbe como lugar de destino. Si nos fijamos en las visitas realizadas a la oficina comarcal de turismo en el

año 2016, vemos que en total, son más que en 2015, tal y como muestra la siguiente tabla:

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPT	OCT	NOV	DIC	TOTAL	%
NAL 2015	709	903	1.606	4.101	3.043	3.144	5.187	9.112	3.625	4.991	1.288	2.580	40.289	75
EXTR 2015	187	135	451	783	1.832	2.108	2.441	2.653	1.525	855	119	336	13.425	25
2015	896	1.038	2.057	4.884	4.875	5.252	7.628	11.765	5.150	5.846	1.407	2.916	53.714	
NAL 2016	1.722	1.555	3.707	1.862	3.544	3.052	6.392	9.787	3.944	4.198	1.857	2.285	43.905	77
EXTR 2016	225	262	405	626	1.398	1.697	2.502	2.830	1.584	1.058	235	159	12.981	23
2016	1.947	1.817	4.112	2.488	4.942	4.749	8.894	12.617	5.528	5.256	2.092	2.444	56.886	
% 15 -16	117	75	100	-49	1	-10	17	7	74	-10	49	-16	6	

Tabla 1: Visitas a la oficina comarcal de turismo Fuente: Comarca del Sobrarbe (2017)

En esta comarca se reúnen los requisitos imprescindibles para atraer cada día a mayor número de viajeros, como son la naturaleza, la tradición, el medio cultural, humano y la gastronomía. Aunque en este trabajo solo nos vamos a centrar en esta última.

El objetivo general es el estudio de la gastronomía del Sobrarbe y saber si es un factor determinante para que los turistas se desplacen hasta esta zona. Como objetivos específicos tenemos, el estudio de los elementos que conforman la imagen de destino del Sobrarbe y analizar qué otras motivaciones atraen cada día a más gente a visitar este rincón del Pirineo. Así como conocer su satisfacción con su visita, y más concretamente con la gastronomía.

Para ello, realizaremos un recorrido que partirá de unos objetivos preestablecidos y que pasará por explicar unos antecedentes teóricos, para después analizar la Comarca del Sobrarbe apoyado por un trabajo de investigación, y finalmente, terminar en las recomendaciones y conclusiones que se formularán para el caso concreto de Sobrarbe. De esta forma, este TFG está dividido en cinco partes:

La primera parte es la introducción donde se ha elaborado una justificación del tema. Además, se ha explicado la trascendencia e importancia de la realización de un trabajo sobre turismo y se han propuesto tanto los objetivos generales como específicos.

El siguiente capítulo recoge una contextualización, en la cual se analiza el turismo en un marco teórico en el cual se encuadra el trabajo, y donde se evaluarán las variables que le afectan en cualquier aspecto.

El tercer capítulo es un contexto turístico del Sobrarbe, en el que se analizan sus características fundamentales y por supuesto, su gastronomía.

El cuarto es la descripción del trabajo de campo el cual ha consistido en el estudio de los turistas que visitan Sobrarbe mediante encuestas. Y a su vez, una entrevista en profundidad a una persona experta sobre el conocimiento del turismo que goza esta zona.

Y para finalizar, el quinto y último capítulo muestra las conclusiones y los resultados alcanzados tras esta investigación.

CAPÍTULO 2: CONTEXTUALIZACIÓN

2.1. CONCEPTO DE TURISMO

En primer lugar, es fundamental definir el turismo, dada la importancia que tiene este concepto, además de su relevancia durante todo el trabajo. Puede ser afrontado desde diferentes perspectivas, por tanto no existe una definición única. La Organización Mundial del Turismo (OMT) lo puntualiza como “un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”. (OMT, 2005-2007). Sin embargo, la primera definición del vocablo *turismo* fue propuesta por los profesores economistas suizos Hunziker y Krapf (1942), que indicaban que el turismo era “el conjunto de actividades y fenómenos originados por la dislocación y permanencia de personas fuera de su área habitual, siempre y cuando sus dislocaciones y permanencias no fuesen utilizadas para una actividad lucrativa principal, permanente o temporaria”.

Con el tiempo se han ido sucediendo diferentes definiciones de este término y con ello distintos puntos de vista. Situándonos lo más reciente posible, tenemos a Ledhesma (2016) el cual no liga el turismo al desplazamiento efectivo de las personas y lo describe como “todo el espectro que se genera a partir de la idea y/o de la acción que implica el desplazamiento de los seres humanos a un lugar diferente al de su residencia con posibilidades recreativas, es decir, con intenciones de descanso, diversión y/o contacto con el destino receptor”. Para Ledhesma (2016), “el turismo es un fenómeno social que

va más allá de lo económico, que es apenas una parte de esa actividad relacionada con la cultura, lo social, la educación, el medioambiente, lo tecnológico, entre otros”.

El turismo es un concepto multidisciplinar que requiere enfoques de todas las disciplinas para poder llegar a tener una visión más global de este. Una de las definiciones más relevantes sobre este concepto es la que nos dejó el científico yugoslavo Živadin Jovičić (1972), considerado "padre de la turismología", quien acuñó el término "turismología" como “la ciencia que busca definir y estudiar las diferentes dimensiones espaciales, económicas y sociológicas del turismo, estudiando la semejanza existente entre lo particular y lo general”.

2.2. TIPOS DE TURISMO

Se pueden hacer numerosas clasificaciones sobre los diferentes tipos de turismo, no obstante, nos vamos a centrar en dos, según el sentido y el motivo del viaje. Sin embargo, se pueden hacer otro tipo de clasificaciones, por ejemplo, por la actitud del viajero: turismo activo o pasivo; por el tiempo empleado para el desplazamiento o la estancia: turismo de estancias o residencial y turismo itinerante. Y por último por la renta del viajero: de élite; de masas, y social, etc. (EUTM, 2017).

- Según el *sentido del viaje* podemos hablar de la siguiente ordenación:

El *turismo emisor* (outbound), abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia.

El *turismo interno* (domestic), incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia.

El *turismo receptor* (inbound, incoming), engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.

El *turismo interior* engloba el turismo interno y el turismo receptor, esto es, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.

El *turismo internacional* incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas

por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

El *turismo nacional* abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores (OMT, 2005-2007).

- Según el *motivo del viaje*, que debido a las exigencias de los visitantes y de la sociedad surgen cada vez más tipos de turismo, entre las cuales tenemos:

El *turismo rural*, el cual se desarrolla en una zona rural y se identifica por el contacto con la naturaleza, el clima, los paisajes y el acercamiento de la forma de vida de las comunidades más agrarias.

El *turismo cultural* se caracteriza por aumentar conocimientos, vida y hábitos de otros pueblos, civilizaciones y culturas diferentes del presente y pasado. Este tipo de turismo tiene relación con el *turismo etnográfico* el cual está vinculado a las costumbres y tradiciones de los pueblos

El *turismo de aventura* lo realizan quienes buscan realizar actividades al extremo. Realizándolo los turistas llegan a sentir sensaciones de descubrimiento y ponen a prueba sus límites de supervivencia, ya que realizan actividades donde ponen en acción su concentración y destrezas corporales.

El *turismo de sol y playa*, se trata de un turismo a gran escala donde los lugares que se suelen visitar son de relajación y recreación, encontrándose destinos donde hay playas, ríos, piscinas y un clima muy confortable.

El *turismo histórico* con el cual los viajeros quienes buscan conocer más sobre la historia de la ciudad, visitando así aquellos lugares que son reconocidos por su gran valor histórico.

El *turismo religioso* es el tipo de turismo que suelen hacer aquellas personas creyentes o los que quieren conocer más sobre la religión de determinado territorio.

El *turismo ecológico o ecoturismo* formado por el turismo de placer, deportivo o educacional en áreas naturales con el fin de preservar la naturaleza.

El *agroturismo* se lleva a cabo en zonas agropecuarias, donde el viajero llega a tener contacto con las actividades agrarias que caracterizan a la región. Los turistas en este turismo llegan a tener un contacto perfecto con los animales, la naturaleza y la producción agrícola.

El *cicloturismo* es el turismo relacionado con la bicicleta. Se suele realizar en grupos, los cuales llegan a recorrer toda la ciudad o zonas más rurales donde se pone a prueba la destreza sobre esta en una montaña.

Hay muchos otros tipos que se podrían unir a esta clasificación como el turismo científico, el literario, el enoturismo o el turismo arqueológico (MasTiposde, 2015).

Si nos centramos en el turismo gastronómico, se puede observar que este tipo de turismo motiva las personas a desplazarse por los territorios de un país y degustar los platos típicos de cada región. Así pues, se puede definir al turismo gastronómico como aquella actividad que desarrollan aquellas personas que durante sus viajes planean degustar la gastronomía, o realizar actividades relacionadas con esta, con el fin de consumir y disfrutar de los productos, servicios, experiencias e inspiraciones de manera prioritaria y complementaria (CEGAHO, 2013).

Este tipo de turismo tiene sus orígenes en Francia en el siglo XIII, donde se empezaron a realizar las primeras guías gastronómicas como la *Larousse gastronomique*, en la cual los mejores críticos de aquella época, como Curnonsky, daban su opinión sobre las mejores posadas y restaurantes (Larousse, 2006). En la actualidad y según la Secretaria de Turismo de España, Asian (2016): “El turismo gastronómico tiene un potencial extraordinario y constituye un producto prioritario y transversal de la estrategia de promoción turística de España por su creciente peso en la demanda turística (con 8,4 millones de turistas internacionales, representando un 12,3% del total de turistas que en 2015 realizaron actividades gastronómicas) y en especial en los destinos de interior”.

Existen algunas investigaciones que han demostrado que los turistas gastan casi el 40% de su presupuesto en gastronomía cuando viajan, convirtiendo el gasto en alimentación, comida y bebida en la tercera partida de gasto más importante de turista medio (Boyne, Williams y Hall, 2002). Además de todo ello, es fundamental destacar que el turista que más importancia concede a la gastronomía realiza un volumen de gasto sustancialmente superior al turista medio. (Fandos y Flavián, 2011). Por ello, resulta de interés analizar

las motivaciones que empujan a estos comportamientos y cuáles son los factores que intervienen a la hora de elegir un destino u otro.

2.3. MOTIVACIONES TURÍSTICAS

Según la Real Academia Española, una motivación es el “conjunto de factores internos o externos que determinan en parte las acciones de una persona” (RAE, 2017). Las necesidades, motivos y motivaciones son los motores de la conducta humana y, por lo tanto, son vitales para activar los mecanismos que mueven el turismo. El motivo se da cuando una persona tiene un impulso que genera una necesidad, que a su vez crea una sensación de insatisfacción que no desaparecerá hasta que dicha necesidad sea satisfecha (Gisolf, 2014). A partir del modelo de Maslow, el que es considerado como "el padre" de la psicología del turismo, Pearce (1982), propuso una adaptación incorporando el factor de la experiencia turística, quedando ordenados de la siguiente manera:

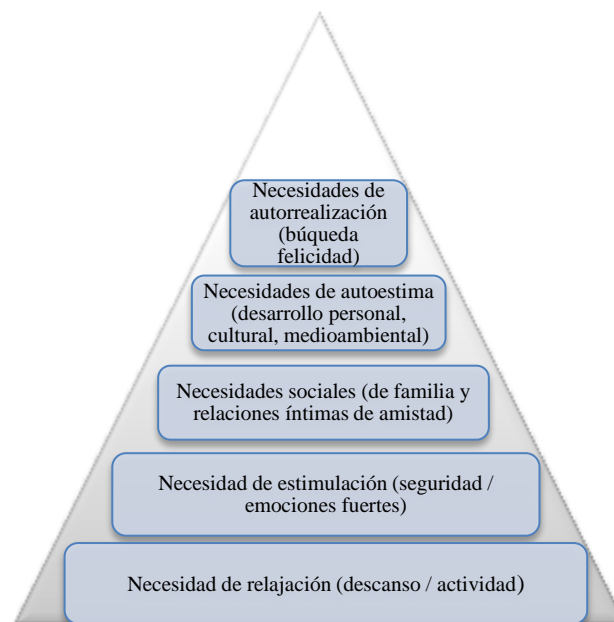


Ilustración 2: Niveles de motivación turística. *Fuente: Pearce (1982)*

A la hora de viajar, los factores motivacionales más comunes son los conceptos de empuje y de arrastre. Por un lado, se observa cómo los destinos turísticos tratan de atraer a los turistas potenciales y esta fuerza social se puede convertir en un factor de arrastre o “pull factor”, para que un individuo establezca un motivo para viajar, así como una motivación más específica para seleccionar un destino u otro. Por otro lado,

tenemos los motivos intrínsecos, claramente relacionados con los deseos intangibles del viajero que son impulsos acaecidos dentro del interior de la persona y que se conocen como “push factors” o factores de empuje (Gisolf, 2014).

Además, la mayoría de las personas no se decantan por un motivo en particular, sin embargo, Gisolf (2014), hace una clasificación de los motivos de viaje, diferenciando entre una liberación, un deseo o una búsqueda. En primer lugar, se sitúa un escape de la represión que produce el trabajo y otras obligaciones, que significa un ruptura con roles sociales tradicionales, implicando la libertad de gastar el tiempo como se desee. En segundo lugar, los motivos y las necesidades para viajar también pueden deberse a un deseo interior de querer aprender cosas nuevas. Este tipo de turista tiene una idea bastante clara de dónde quiere ir y, por lo general, no se aleja desde su ambiente doméstico sino viaja hacia un destino ya determinado. Por último, puede deberse a temas especializados que están más o menos definidos. Pueden fundamentarse sobre asuntos tangibles, tales como un pasatiempo específico, un interés cultural o eventos deportivos. O bien relacionado con elementos intangibles, como serian ciertas emociones o experiencias espirituales profundas.

Finalmente, las necesidades iniciales y los motivos pueden desempeñar un papel dominante en el turismo, pero no son los únicos percutores que determinan la conducta de los humanos, también lo desempeñan las influencias sociales, las concepciones culturales y las creencias religiosas (Gisolf, 2014).

Desde otro punto de vista, la OMT hace una clasificación de las motivaciones turísticas que se divide entre motivos personales y negocios y motivos profesionales. Dentro de los motivos personales podemos encontrar diferentes motivaciones que pueden influir al turista a la hora de escoger destino como son vacaciones, recreo y ocio, visitas a familiares o amigos, educación y formación, salud y atención médica, religión y peregrinaciones, compras, tránsito u otros motivos (OMT, 2008).

Otro motivo puede ser la gastronomía, que puede ser entendida desde diferentes perspectivas, estas son : “como el motivo o experiencia de viaje principal de la actividad turística, sin embargo esta modalidad es todavía minoritaria, pero está atrayendo a un tipo de turismo muy selecto que realiza un volumen elevado de gasto en productos de muy alta calidad. A su vez, la gastronomía puede considerarse como una experiencia o motivación de viaje secundaria, es decir, como un complemento relevante que aporta

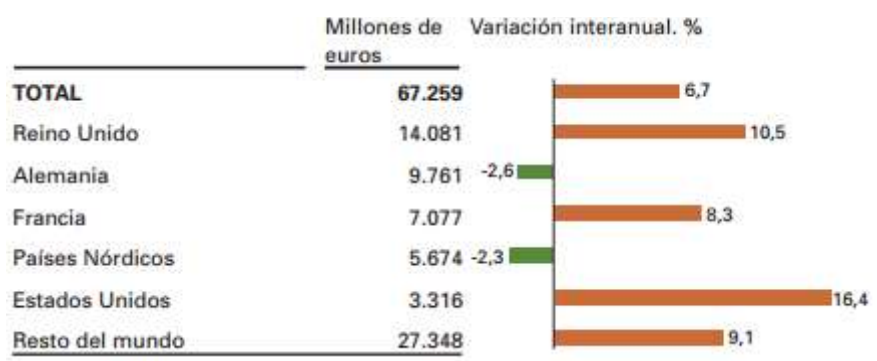
valor añadido significativo al viaje. Esta motivación de viaje está mucho más extendida entre los viajeros que la anterior. Finalmente, la tercera solución es aquella en la que se considera la gastronomía como parte de la rutina, es decir, como un hábito diario que tiene una relevancia mucho más limitada que las dos situaciones anteriores” (Fandos y Flavián, 2011).

Con el paso del tiempo, la gastronomía se ha ido convirtiendo en un atractivo de los destinos y a la vez en una motivación primordial, y aunque son todavía un grupo minoritario el que solamente se mueve por esta motivación, cada vez son más aquellos para los que la gastronomía tiene un papel fundamental en sus viajes (Fandos y Flavián, 2011).

2.4. TURISMO EN ESPAÑA

Como ya hemos nombrado anteriormente, España es una de las potencias mundiales en turismo por lo que los datos de crecimiento son positivos, ya que es uno de los países más visitados en todo el mundo. Realmente, entre enero y noviembre de 2016, según el INE, España recibió 71,58 millones de turistas extranjeros, un 10,1% más respecto a 2015 (INE, 2016).

La industria turística española sigue estando basada, sobre todo, en la llegada del turismo tradicional europeo. De hecho, en 2015, éstos representaron el 89,4% del total de las visitas de España. Sin embargo, los turistas del resto del mundo, que realizan mayores desembolsos en sus viajes, solo representaron el 10,6%, aunque es cierto que subieron frente al 9,1% del año anterior. Tal y como se muestra en el siguiente gráfico:



Gráfica 2: Gasto de los turistas internacionales según país de residencia 2014. Fuente INE (2015)

Asimismo, es importante mencionar que el turismo en España sigue estando muy vinculado al modelo de sol y playa, y por esa razón los principales destinos en 2015

para los turistas internacionales, sobre todo para los europeos, fueron Cataluña, Illes Balears y Canarias, y para los residentes en España: Andalucía, Cataluña y Comunitat Valenciana. Sin embargo, esta ya no es la única atracción que motiva a los viajeros a visitar España, las razones para visitar nuestro país son numerosas: cuenta con más de 1500 museos; es el tercer país con más lugares protegidos por la UNESCO; las ferias, congresos, eventos también atraen cada día a más visitantes; así como, el Camino de Santiago y su experiencia Jacobea; el variado y rico patrimonio cultural; además de la naturaleza que se extiende por todo el territorio, entre otras muchas razones.

De hecho, en la actualidad la industria turística está sometida a continuas modificaciones. Los motivos pueden ser “aspectos como la calidad, las nuevas tecnologías, la sensibilización por el medio ambiente y el propio comportamiento turístico que busca productos exclusivos y diferentes. Los turistas buscan un turismo individualizado en un entorno natural que le ofrezca cultura, relax y gastronomía (Fandos y Flavián, 2011).

Por otra parte, existe una tendencia a fragmentar los periodos vacacionales y disfrutar de vacaciones cortas, que no se reservan con demasiada antelación, y que buscan promociones de última hora. En este contexto se sitúa el turismo rural” (Fandos y Flavián, 2011).

Según datos del INE de 2016, las pernoctaciones en alojamientos de turismo rural ascienden a 705.248, presentando un aumento anual de casi 5,0% en diciembre. Las de residentes suben un 3,7% y las de no residentes un 15,6%. En los alojamientos de turismo rural ocupan el 16,1% de las plazas, con un crecimiento del 2,3% respecto a diciembre de 2015, tal y como muestra la siguiente tabla:

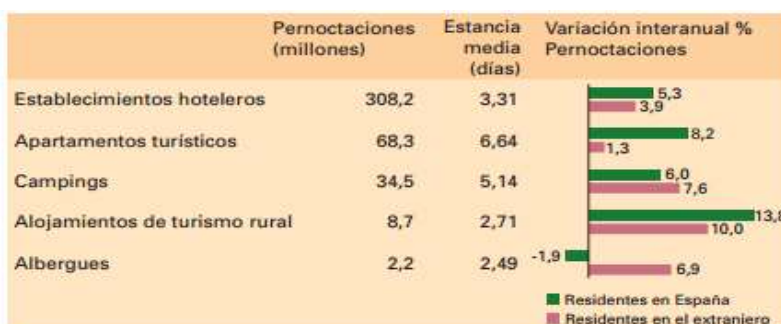


Tabla 2: Alojamientos turísticos. Principales resultados de la demanda en 2015 Fuente INE (2015)

Por todo ello, podemos hablar del auge que está asumiendo el turismo rural por la importancia que están cobrando las áreas rurales, ya que los turistas buscan ese contacto con la naturaleza, la desconexión, la cultura local y la gastronomía.

Después este contexto teórico vamos a analizar la Comarca del Sobrarbe, donde se une el turismo rural y la gastronomía convirtiendo esta combinación en el factor perfecto para la explotación turística de esta zona.

CAPÍTULO 3: CONTEXTO TURÍSTICO DEL SOBRARBE

En este punto nos vamos a centrar en el Comarca del Sobrarbe, donde haremos una breve introducción de sitio, para después hablar sobre información turística y la gastronomía de la zona, y para acabar esclareciendo los motivos que llevan a los turistas a visitar el Sobrarbe.

3.1. LA COMARCA DEL SOBRARBE

El Sobrarbe es una comarca de la provincia de Huesca, que limita al norte con Francia, al este con la Ribagorza, al sur con la Comarca de Somontano de Barbastro, y al oeste con la Comarca del Alto Gállego. Sobrarbe abarca 2.202 kilómetros cuadrados, repartidos entre los 19 municipios donde viven 7.718 sobrarbenses, según datos recientes. Tal y como explica la página web “sobrabe.com” en la sección “La Comarca de Sobrarbe-Geografía”.



Ilustración 3: La Comarca del Sobrarbe en Aragón

Fuente: Aragopedia (2015)



Ilustración 4: Mapa político del Sobrarbe

Fuente. <http://portal.aragob.es>(2004)

La constitución de la Comarca de Sobrarbe tuvo lugar el 26 de abril de 2003. Fue creada por la Ley 5/2003, de 26 de febrero, de conformidad con lo dispuesto en el art.20.1 del Estatuto de Autonomía.

La Comarca de Sobrarbe tiene en Boltaña su capital administrativa, ostentando Ainsa la capitalidad en aquellos aspectos relacionados con el desarrollo económico de la comarca. Todo esto está recogido en el portal “sobarbe.com” en el apartado “La Comarca como Institución”.

3.2. INFORMACIÓN TURÍSTICA

El Sobrarbe es una comarca netamente de montaña con un relieve abrupto e irregular. En ella se ha mantenido hasta mediados del siglo XX una economía fundamentalmente agraria, basada principalmente en la ganadería, el aprovechamiento de los bosques y de las pocas tierras útiles para la agricultura, con una cierta autarquía favorecida por las difíciles comunicaciones. A lo largo de los años 80 y 90 han ido apareciendo nuevas actividades relacionadas principalmente con el turismo: deportes de aventura, montañismo, senderismo, turismo relacionado con espacios naturales y patrimonio histórico-artístico, etc. Estas nuevas actividades, ya consolidadas, han supuesto una clara reactivación de la economía, especialmente de los sectores relacionados con el turismo (hostelería, restauración, guías de montaña, empresas de deportes náuticos y de aventura, construcción, etc.). Por tanto, es este aprovechamiento turístico la actividad económica principal y el motor de desarrollo comarcal (CEDESOR, 2017). De hecho es

la comarca de Aragón que más plazas turísticas tiene, según la propia comarca. En el ANEXO 1 se muestra una tabla diferenciando el número de plazas por municipios.

La Comarca del Sobrarbe se caracteriza por ser una zona rural en la cual se explota el turismo, por ello el turismo rural juega un papel importante. La mayoría de los alojamientos con los que cuenta son de turismo rural contando con el sello de “Turismo Verde”. Tal y como muestra el portal web: “turismoverde.es/alojamientosobrarbe”

En cuanto a la afluencia de visitantes a Sobrarbe, no contamos con estadísticas concretas, es complicado contabilizar todos los visitantes que llegan a Sobrarbe. Se puede estimar que según el Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido, el número de visitantes, sólo al Parque, en todos sus sectores, recibió una media de 600.000 visitantes el año 2016, según datos facilitados por la propia comarca.

3.3. GASTRONOMÍA DEL SOBRARBE

La gastronomía es una de las mejores formas de acercarse a la realidad de un pueblo y una comarca, y más en una como Sobrarbe que mantiene la esencia de unos platos tradicionales, con el carácter que imprimen los productos cultivados en su tierra y la cría de ganado en estos valles y prados del Pirineo. Su economía, clima o carácter pueden rastrearse a través de sus diferentes platos típicos, como son:

- Las chiretas, que consisten en tripas de cordero cosidas y rellenas de arroz con carne, todo ello condimentado con ajo y perejil.
- También destacan otros como los ranchos de los pastores, el salmorejo, la gallina en pepitoria o el conejo en salsa de chocolate.
- Entre la repostería destacan las pasteras y las micolas, y sobre todo un dulce típico navideño: los pastillos de nuez, empanadas de nuez con miel y azúcar. También se realizan pastillos de calabaza o de almendra, guirlache, melocotón con vino, etc. No hay que olvidar tampoco los crespillos, similares a los buñuelos, que dentro tienen hojas de borraja o espinaca.

No obstante, la fiesta gastronómica por excelencia es la matacía (matanza del cerdo) al igual que en otras regiones. Se realiza en los meses de invierno convirtiéndose en reunión social contando con la participación de familiares, vecinos y amigos, y en la que se elaboran productos como tortetas, morcillas, longanizas, chorizos, etc. Todo esto fue recogido por el libro “La Cocina del Sobrarbe” editado por la antigua Mancomunidad

de Sobrarbe en 1999, coordinado por Roberto Serrano y que posteriormente fue reeditado en 2005.

Según la propia web del Geoparque del Sobrarbe: “Por su excelente sabor se recomiendan las carnes de vacuno y cordero de Sobrarbe, plato obligado que se ofrece en todos los restaurantes comarcales. A parte de estas carnes, esta tierra de montaña es rica también cabrito o gallina, y a su vez en ella abundan las setas de múltiples variedades. Además como se explica a continuación la comarca del Sobrarbe cuenta con numerosas empresas agroalimentarias que producen variedad de productos que son empleados en su cocina y que le otorgan a esta zona un prestigio por la calidad que aportan a las personas que los consumen”. En sus respectivas páginas web se explica cada una de la siguiente manera:

- *Ternera del Valle de Broto*: En Ordesa y Bujaruelo se cría la ternera de Valle de Broto, donde verdes y extensos prados ofrecen la natural y completa alimentación a su ganadería. Las 60 ganaderías del Valle cumplen rigurosamente la normativa alimentaria y sanitaria vigente, por ello este producto posee el sello de calidad “C´alial”, una marca de garantía creada por el Gobierno de Aragón en 1991 para identificar a los productos de la Comunidad, naturales o transformados, que se distinguen por sus especiales cualidades, tanto gastronómicas como nutricionales.
- *Queso de Artesano Saravillo*: En el Valle de Chistau se erige el pueblo de Saravillo, donde se elaboran cuatro tipos de queso, además de queso fresco y yogurt natural. Todos se obtienen con leche procedente de ganadería propia de cabras y alimentadas con los más puros y naturales pastos de las altas montañas. La producción de queso artesano de Saravillo es limitada y está muy controlada en todos los aspectos.
- *Miel Casa Montalbán*: La miel de mil flores y la miel de bosque, son recolectadas y envasadas en esta comarca, más concretamente en Ainsa. La miel tal y como la almacenan las abejas está en perfecto estado para el consumo humano.
- *Latón de La Fueva*: El cerdo del Valle de La Fueva es un cruce entre las razas de “cerda blanca” y “barraco duro”. Estos cerdos pasan la mayor parte de su vida sueltos por el campo. Ofreciéndoles a estos animales las mejores condiciones para que se desarrollen con el máximo bienestar. Además tienen una

alimentación muy peculiar: malezas, hierbas, bellotas y rastrojos del monte. Esta alimentación junto con el aumento sustancial de la presencia de la grasa en sus carnes, hacen del Latón una carne diferente a la del cerdo que consumimos habitualmente.

- *Conservas artesanas “La Marmita”*: Ubicada en Boltaña, esta empresa se dedica a recolectar frutos silvestres de la zona como moras, higos, endrinas, madroños, etc. los cuales, más tarde, se utilizan para elaborar las mermeladas. Al ser totalmente naturales, las mermeladas y jaleas de “La Marmita” mantienen las propiedades de los frutos que se utilizan para su elaboración.
- *Cerveza Rondadora*: En La Cabezónada, en el Valle de La Fueva, 6 jóvenes del Sobrarbe son los promotores y responsables de la creación de una fábrica artesanal de cerveza, que nace con ánimo de crear un producto de calidad, que aporte algo nuevo al sector agroalimentario y turístico en el Pirineo, a través de un modelo empresarial diferente y responsable, y un proceso de elaboración basado en el conocimiento y la técnica. Una cerveza que se guarda y distribuye en botellas retornables y cajas hechas a mano para preservar y cuidar al máximo el medio ambiente.
- *Valle de Pineta Berries*: En pleno Valle de Bielsa, en el pueblo de Javierre, nace un proyecto emprendedor donde una familia al completo se convierte en productores de pequeños frutos "berries", es decir, moras, arándanos y frambuesas. Con una plantación situada en Las Erias, una pequeña finca agrícola. Esta empresa ha iniciado recientemente su producción con la que dan suministro a todo el valle de manera artesanal y cuidando la calidad de su frutos al detalle.
- *Carnes de Colís*: El cordero es una de las carnes más solicitadas en la zona. Esta carnicería, con ganadería propia, destaca por tener uno de los mejores corderos de Sobrarbe.
- *Gallina del Sobrarbe*: Se trata de una gallina rústica, que se ha desenvuelto en un medio frío y húmedo, sobreviviendo en eras y cuadras con raciones poco equilibradas. Es un ave ligera, bien proporcionada, con un discreto copete, la cola bastante levantada, la cresta sencilla y recta, las orejillas blancas con algo de rojo, los tarsos amarillos y el plumaje ceñido. Presenta diversas variedades de color, siendo la negra con pajizo y la roya o trigueña, las principales. Se ha

observado una puesta de 170 huevos al año, de más de 55 gr. Y con la cáscara de color crema.

- *Carnicería La Reja- Casa Fes*: Se sitúa en el casco antiguo de Ainsa ofreciendo carne de su propia explotación de vacuno de raza pirenaica. La ganadería *Casa Fes* ha nacido y crecido en estas montañas y ha sido sacrificada a poca distancia de donde ha vivido, por eso tiene un sabor especial.
- *Pastelería Joakyn*: Situada en Ainsa, sus productos están elaborados de forma artesanal, con materias primas de primera calidad, en obrador propio situado en la pastelería. Tartas, pasteles, trenzas, porciones dulces y saladas, hojaldre, bollería, canapés, gofres, helados, cafés y una amplia carta con más de 40 téis e infusiones.
- *Ternera de More*: Esta empresa se encarga de hacer llegar de la manera más fácil para el cliente la ternera del Val de Chistau, caracterizada por su especial sabor al estar criada en un entorno privilegiado.
- *Paté de L' Ainsa*: Se trata de un auténtico paté de alta montaña elaborado artesanalmente en Ainsa, capital del Sobrarbe. Estos productos no contienen conservantes ni gluten, además están libres de glucosas y lactosas. Al tener mucha vitamina A o niacina, el paté previene enfermedades en los ojos, fortaleza el sistema inmunitario y tiene propiedades anticancerosas.
- *Trufa negra del Pirineo*: Es un cultivo ecológico de encinas y robles truferos situado en gran parte de la Comarca del Sobrarbe, donde se apuesta por métodos y técnicas de cultivo tradicionales, esto limita la producción pero permite garantizar un producto de máxima calidad.
- *Productos Ordesano*: Con su experiencia obtenida gracias al respeto de los métodos tradicionales y la excelente calidad de los frutos con los que elaboran los productos, han consolidado la marca, por el sabor único del Pacharán, la originalidad del Licor de Moras y una nueva línea de Infusiones, de sabores exquisitos. El respeto por los procesos tradicionales, durante toda la producción de sus productos, les otorgan un carácter único.
- *Carnicería - Alimentación Modesto*: es una carnicería tradicional situada en Escalona, que ha dado el paso a la venta de carne on-line manteniendo intacto su bien hacer y métodos tradicionales, asegurando ese carácter artesano en sus productos, pues todos los procesos son de elaboración propia.

- *Panadería Pueyo*: Situada en Plan, esta panadería es una empresa familiar que elabora la repostería tradicional del Valle de Chistau como *Tortas finas*, especiales para festividades, y que se caracteriza por el cuidado que pone en sus productos.
- *Bodegas Ligüerre de Cinca*: En este sitio de la Comarca del Sobrarbe se cultivan 3 variedades de uva tinta, Garnacha, Syrah y Cabernet Sauvignon, y también uva mixta blanca. El viñedo está adaptado al terreno y convive en un micro clima con la influencia de las aguas del Embalse de el Grado, en el Somontano de Barbastro. Esta influencia hace que se cuide y mime de forma especial para sacar de él su mejor rendimiento con trabajos de viticultura.

Como se puede ver, la variedad de empresas autóctonas que tiene el Sobrarbe es amplia y aunque son de diferentes ámbitos, todas tienen un factor común: la calidad. Todas realizan sus productos de forma artesanal y aprovechando el vínculo con el lugar de origen. Por eso forman parte de la oferta gastronómica de la comarca, denominada: “Productos del Sobrarbe”.



Ilustración 5: Productos del Sobrarbe Fuente: www.turismosobrarbe.com

Actualmente, muchos de estos productos forman parte de la oferta gastronómica que se puede encontrar en los numerosos restaurantes, localizados por toda la geografía de Sobrarbe, y que son entidades colaboradoras del Geoparque. Estos restaurantes garantizan la utilización de productos locales en sus recetas y platos que son el reflejo de la variedad y características de este territorio y que se distinguen gracias a la etiqueta que los identifica como tales. Además sus cocineros se preocupan por apoyar y fomentar el valor de los productos de Sobrarbe como punto de partida para recuperar

una gastronomía natural y de calidad. Tal y como recoge el portal, "turismosobrarbe.com", 2017.

También cabe destacar que hace ya unos años se celebran Certámenes Gastronómicos del Sobrarbe, siendo el primero el 26 de julio de 1994. Más recientemente, señalar que este año tendrá lugar el “VII concurso de tapas Sobrarbe”. En el último participaron 8 restaurantes de la comarca, en los que se degustan las tapas más deliciosas. La mejor tapa ha recaído en las *Migas Chistabinas*, del Restaurante La Capilleta, en Plan. Sin embargo, en el ANEXO 2 se pueden ver los diferentes premios que ha otorgado Asociación de Hostelería y Turismo de la Provincia de Huesca a la variedad de tapas presentadas a concurso.

Añadir que cada año en septiembre se celebra la Expoferia del Sobrarbe, la cual pretende acercar al cliente la gastronomía de la zona, la cual se mantiene fiel a sus orígenes, pero que ha evolucionado para ofrecer un amplio abanico de posibilidades tanto a habitantes como a visitantes, para así poder disfrutar por igual de los platos más tradicionales como de los más innovadores, tal y como se recoge en la web, "villadeainsa.com", 2017.

Asimismo, en varias zonas de Sobrarbe, como Bielsa y Plan entre otras localidades, se llevan realizando durante varios años ferias ganaderas. Éstas sirven tanto para exponer los animales de las diferentes ganaderías, como para degustar una ternera en una comida popular que es un signo de fraternidad entre los diferentes pueblos del valle.

Además de todo esto, en julio del 2013, como explica el Heraldo de Aragón: “tuvo lugar muestra itinerante de productos de la tierra bajo el nombre de “Con Mucho Gusto Sobrarbe” con el fin de dar un impulso a la hostelería local, los productores de la comarca y la oferta culinaria de autor basada en los productos de proximidad invitando a descubrir la alta cocina del Sobrarbe acercándola a los visitantes en forma de tapas y menús degustación”.

Por último, se realizan en la comarca dos eventos de diferente índole pero que tienen la gastronomía autóctona como factor común y que son por un lado, el “Punchacubas” que es fiesta para degustar los mejores vinos de las bodegas de Aínsa y alrededores, y por otro, Jornadas Micológicas que consisten en la recolección y elaboración de estas delicias del bosque que son el plato fuerte de estos encuentros.

Por todo ello, podemos afirmar que el Sobrarbe explota la calidad su gastronomía con el fin captar la atención de sus visitantes. A continuación vamos a estudiar si la gastronomía es una razón para visitar el Sobrarbe o que otras razones pueden existir.

3.4. FACTORES QUE MOTIVAN A LOS VISITANTES DEL SOBRARBE

Entre los factores que motivan a los visitantes a conocer el Sobrarbe podemos señalar tres razones fundamentales:

- *Naturaleza:* Sobrarbe es una comarca con un gran valor ambiental, tierra de contrastes y de gran diversidad. En sus 2.202 km de superficie se localizan algunos de los paisajes más hermosos del sur de Europa (Senderos GR, 2017). Por esta razón nos encontramos con multitud de rutas para practicar senderismo repartidas por toda la geografía sobrabense tal y como se muestra en el ANEXO 3. Además, para los amantes de la bicicleta hay 13 rutas para BTT balizadas por niveles de dificultad y con toda la información detallada así como con su interpretación geológica para comprender el paisaje por el que atraviesan estos recorridos. Hay que explicar que como ya se comentó cuenta con un Parque Nacional y en parte con dos Naturales, pero además tiene un Geoparque, denominado: Parque Geológico de los Pirineos. Por todo ello, es el destino perfecto para aquellos viajeros que buscan un contacto con la naturaleza, el relax y el aire puro. Para los que prefieren de igual manera la aventura y los deportes de riesgo en un enclave natural existen variedad de actividades como son: barranquismo, escalada y alpinismo, vías ferratas y tirolinas o canoa en el Embalse de Mediano. Toda esta información se muestra en el apartado “Descubre Sobrarbe” del portal, "turismosobrarbe.com", 2017.
- *Clima:* El medio físico de Sobrarbe se caracteriza por su elevada altitud y por su topografía accidentada. Una de las propiedades que mejor definen el clima de la comarca es su continentalidad. El régimen de temperaturas es muy diverso, con medias anuales que van desde 10 -12° C hasta valores negativos en las cumbres más altas. En términos generales, se alcanza un máximo otoñal, siendo los inviernos muy húmedos, con importantes precipitaciones en forma de nieve. Este fenómeno atrae para disfrutar de Sobrarbe también en invierno, ya que se puede practicar esquí en las pistas de fondo de Pineta y alpino en Piau (Francia), además de raquetas, por gran parte las pistas donde se practica senderismo. Tal y

como se explica en la página web del Geoparque del Sobrarbe: “geoparquepirineos.com”, en el apartado “Cómo es Sobrarbe”.

- *Patrimonio cultural*: Sobrarbe ofrece al visitante infinitas posibilidades para disfrutar de su extraordinario patrimonio natural pero también cultural como son la cantidad de rutas culturales que presenta. Además cuenta con diferentes tipos de fiestas que también pueden ser de atractivo para los visitantes, entre las que destacan: los Carnavales, los trucos del Valle de Chistau, las Nabatas de Laspuña, La Morisma, Pulseo de Bandera en Asín de Broto o las Hogueras que se celebran en diferentes puntos de la comarca (ver ANEXO 4). Todo el patrimonio cultural es explicado en el apartado “Descubre Sobrarbe” del portal, "turismosobrarbe.com", 2017.
- *Otros*: además de los anteriores pueden existir otros motivos de diversa índole que atraigan a los visitantes a Sobrarbe como la asistencia a ferias y eventos, que tengan algún vínculo con la zona o cualquier otro.

Además de todo ello, podemos afirmar que el viajero que elige visitar los Pirineos va a disfrutar de sus paisajes, de su incomparable clima, de su gran patrimonio cultural o incluso de la hospitalidad de la gente de la zona, pero a su vez, y de manera complementaria a todo esto valora también su magnífica gastronomía.

La gente que vive del turismo en esta comarca quiere cautivar cada día a mayor número de gente y en repetidas ocasiones lo hace apoyándose en la gastronomía. Un ejemplo es el eslogan: “Duerme en Sobrarbe, degusta su gastronomía y conoce su oferta turística” utilizado en el Portal Turístico de la Comarca del Sobrarbe.

Aunque se ha dado buena muestra de los atractivos turísticos de la comarca y de que la visitan muchos turistas, se quiere precisar si son estos los verdaderos motivos de atracción o si existen otros. Además, el principal objetivo del trabajo es analizar si la gastronomía es el principal foco de atracción turística para el Sobrarbe y si es ésta la razón por la que cada día más gente visita esta comarca. Por ello, en el siguiente capítulo del TFG se va a desarrollar el trabajo de investigación que va a consistir en un estudio del turismo del Sobrarbe.

CAPÍTULO 4: TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Después de situarnos en un punto de vista teórico durante todo el trabajo, en este capítulo, se quiere dar respuesta a los objetivos definidos a través de dos herramientas de la investigación de mercados: la primera va a consistir en una entrevista en profundidad a una persona experta en este tema, y posteriormente se va a extraer información con la técnica de la encuesta. Y así después de esto, se podrá afirmar con exactitud si es o no un factor de atracción clave la gastronomía para el Sobrarbe.

4.1. ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

4.1.1. Objetivos de la entrevista

Es una fuente cualitativa de información, que trata de obtenerla de manera directa y personal a través de unas preguntas que se le realizan a una persona experta en la materia que se está tratando, por lo que nos permite conocer gran cantidad de información a través de sus creencias, motivaciones y actitudes, que nos ayudaran a comprender mejor el tema que estamos investigando.

En este caso, se ha optado por Enrique Pueyo, como Alcalde de Ainsa, Vicepresidente de la Comarca del Sobrarbe, Diputado autonómico por Huesca en las Cortes de Aragón, y por supuesto, como sobrarbense. Enrique estudió Turismo así que creemos que podemos obtener información muy enriquecedora para el trabajo a través de las preguntas que se le van a realizar.

Con la información que obtuvimos gracias a nuestro cualificado informante, tratamos de dar respuesta a los objetivos propuestos y, además, precisar mejor las preguntas que posteriormente incluimos en los cuestionarios con los que encuestamos a los visitantes de Sobrarbe. Por lo tanto, no es exactamente una entrevista en profundidad a un informante que forme parte de una muestra cualitativa, como es habitual en las ciencias sociales más cualitativas, como la sociología y la antropología (Bergua, 2011), sino más bien una entrevista prospectiva, no menos profunda que las de los sociólogos y antropólogos, pero destinada no tanto al análisis directo como a la obtención de información, enfoques y pistas que mejoren la obtención de otra clase de información, en nuestro caso la que decidimos producir con la encuesta estadística.

4.1.2. Desarrollo de la entrevista

La entrevista se realizó en la sala de reuniones del Ayuntamiento de Aínsa. Como se desarrolló por la tarde no había nadie trabajando, así que se pudo contar con toda la tranquilidad para que no hubiera interrupciones, y que Enrique hablara sin tapujos pudiendo aportar la máxima información posible.

La conversación que se mantuvo entre el entrevistador y el entrevistado se gravó para su posterior transcripción (ANEXO 5). Durante la entrevista se siguió un guion preparado previamente para definir los objetivos acorde con la información que se deseaba obtener, y a parte de intercambiar información, se expusieron diferentes ideas, opiniones y sentimientos. En el ANEXO 6 se muestra la ficha técnica de la entrevista.

4.1.3. Resultados de la entrevista

A continuación se resumen los resultados que se obtuvieron con la entrevista a través de la siguiente tabla:

Pregunta	Respuesta
Motivos por los que los turistas visitan Sobrarbe	Naturaleza (la principal), deporte y aventura, patrimonio cultural, descanso, clima, gastronomía y por el folclore.
Por qué que cada día aumenta el número de personas que visitan Sobrarbe	Se hace promoción. Además, dos puntos que son muy importantes: el primero es el tema de la bicicleta de montaña y el otro es que Ainsa está entre “Los pueblos más bonitos de España”. Estos han conseguido diversificar el turismo, para que no se concentre todo en temporada alta.
Se podría considerar el Sobrarbe como una zona que ya vive de su turismo	Absolutamente, podemos decir que todo está relacionado con el turismo
Cuáles son las actividades que se prefieren realizar	Senderismo
Puede ser la gastronomía un punto fuerte de atracción para la zona	Si, muy importante. Cada vez son más las personas que se desplazan a esta zona para probar sus platos típicos. Pero hay que cuidarla sobre todo en el aspecto económico y en el aspecto de la calidad.
Cómo se podría explotar o potenciar más el turismo gastronómico	<ul style="list-style-type: none">• Lo importante es dar a conocer a los restauradores y cocineros diferentes maneras de trabajar los productos de la zona.• Dos proyectos: “Sobrarbe autóctono y sostenible” y “Productos de la huerta y frutales”.• Las ferias son un sitio muy importante para explotar el turismo gastronómico.
Los restaurantes que más destacan en el Sobrarbe	El Callizo, La Capilleta y Casa Frauca
Dar más importancia a la gastronomía puede ser una manera de atraer a más turistas	Si, puede ser muy positivo para la comarca, siempre y cuando, sepamos ofrecer platos típicos, realizados con materias primas de la zona y sepamos trasladárselo al cliente.

Cómo se podría medir el nivel de satisfacción de los turistas	Con encuestas en cualquier punto estratégico que congregate a gente que está de vacaciones.
Sobre qué se le podría preguntar	Alojamiento, trato personal, comida, etc. Y por sus vacaciones en general.
Creer que los que viven del turismo se preocupan por la satisfacción de estos	Algunos sí y otros no tanto. Hay algunos que solo se preocupan por ganar el máximo dinero posible.
Cuáles crees que son las principales limitaciones que tiene la Comarca para desarrollar el turismo con toda su potencialidad	<ul style="list-style-type: none"> • La Comarca de Sobrarbe no tiene un consejero de turismo. • El presidente de la comarca y sus técnicos, tienen una visión muy distorsionada de lo que es el turismo, ya que tienen que ir a darte a conocer fuera. Por ello, hay que vender una marca más global que Sobrarbe, que es <i>Pirineos</i>. • Tenemos el turismo internacional abandonado, no pensamos en la gente que puede venir. • Hay que potenciar el Túnel de Bielsa con Francia.

Tabla 3: Resultados de la entrevista en profundidad a Enrique Pueyo.

4.2. ENCUESTAS

4.2.1. Objetivos de la encuesta

A través de esta técnica cuantitativa, se pretende dar respuesta a los objetivos del trabajo con la ayuda de los propios visitantes del Sobrarbe. Lo que se procuraba obtener era una respuesta a si la gastronomía era un factor de atracción para la zona o que otros factores podían existir. Para obtener esta información se realizó un cuestionario personal, se optó por esta herramienta directa porque se obtiene mucha tasa de respuesta y de manera sencilla. Además, el hecho de hacerlo cara a cara permitía resolverle dudas que podían surgir durante el proceso de cumplimentación de la encuesta.

4.2.2. Desarrollo de la encuesta

La metodología seguida para llevar a cabo esta técnica consistió, en primer lugar, en el diseño de un cuestionario cuyo resultado final fue el que se muestra en el ANEXO 7. Este constaba de varias partes, en primer lugar una breve presentación donde se explicaba a quién iba dirigida la encuesta, el anonimato de esta y el agradecimiento por realizarla. Las primeras preguntas servían para situar al cliente en el rango de turistas que puede tener el Sobrarbe, por ello se indagaba sobre el alojamiento, el tiempo de su visita y si había visitado antes la comarca. Las siguientes pretendían conocer sus motivaciones a la hora de trasladarse a este sitio, y cuáles son los sitios que más recomendarían para visitar. Posteriormente, centrándonos en la gastronomía, se quería saber dónde había comido, si había probado algún plato típico y su opinión sobre este.

Después, conocer su satisfacción, tanto específica con algunos aspectos relevantes como su satisfacción general con el Sobrarbe. Y por último, el cuestionario se cerraba con unas preguntas de clasificación y un agradecimiento final.

Una vez planteada la encuesta, se procedió a la ejecución de esta técnica, para ello se necesitaron varios días en diferentes fines de semana. Se comenzó el 22 de abril y se acabó el 27 de mayo. Se trata por tanto, de un estudio longitudinal, ya que se realizó en varios momentos de tiempo. Se optó por este método con el fin que no fueran todas las respuestas en temporada alta (ya que los primeros fines de semana, el estudio coincidió con los puentes de San Jorge y el 1 de mayo). Otra razón fue para poder analizar a diferentes grupos de sujetos, y también porque se quería realizar en la mayor parte posible de zonas del Sobrarbe, y eso requería tiempo. El objetivo de todo esto es que la técnica fuera lo más representativa posible, y por ello, el encuestador se trasladó a diferentes puntos de la geografía del Sobrarbe, intentando abarcar todos los lugares que reciben turistas.

TÉCNICA	Encuesta
ÁMBITO	Comarca de Sobrarbe(14 municipios)
UNIVERSO	Población turística del Sobrarbe, mayor de 18 años, que se encontrara de turismo por el Sobrarbe
TIPO DE ENTREVISTA	Técnica personal, directa y estructurada
TAMAÑO DE LA MUESTRA	200
MUESTRA VÁLIDA	169
SELECCIÓN	Aleatorio sobre las personas que se encontraban en los municipios que se visitó. No probabilístico
TRABAJO DE CAMPO	22 de abril al 27 de mayo
TIPO DE ESTUDIO	Longitudinal
RESPONSABLE/ENTREVISTADORA	Paula Dueso Sampérez

Tabla 3: Ficha Técnica de la Investigación.

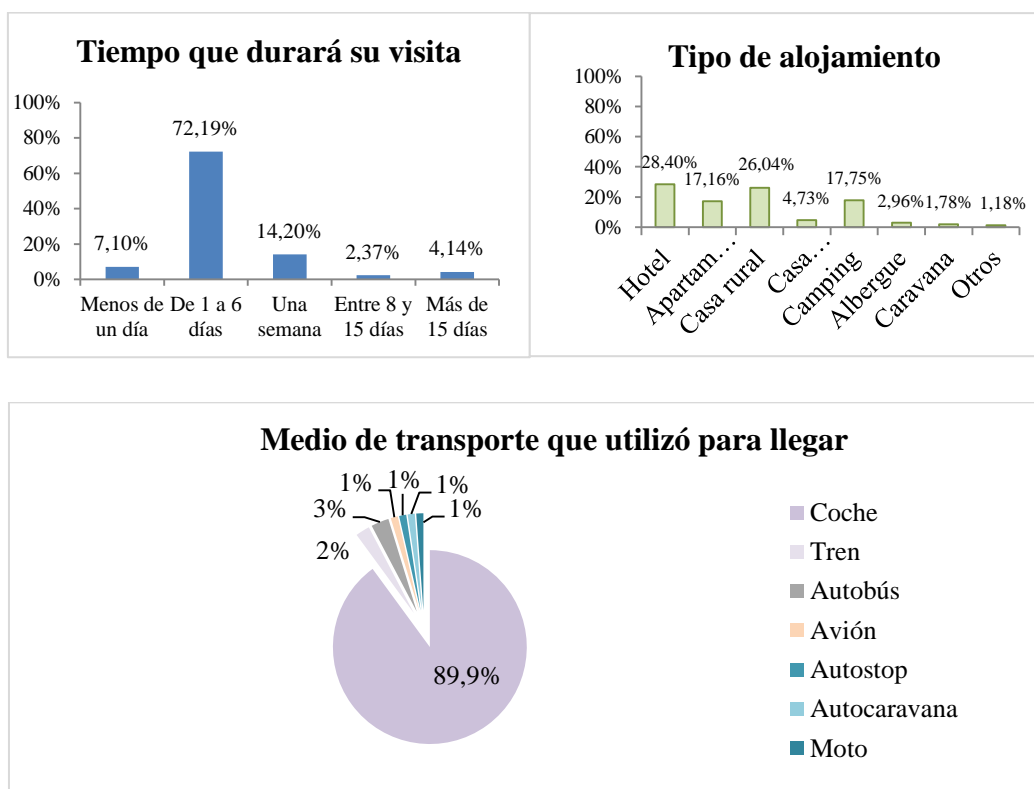
Tal y como se recoge en la tabla anterior, el número total de encuestas que se realizó fue de 200, y se realizaron de manera que fuera lo más proporcional posible con el número de visitantes que tiene cada municipio, basándonos en la información proporcionada por la comarca (ANEXO 1), tal y como muestra la tabla recogida en el ANEXO 8.

4.2.3. Resultados de la encuesta

De las 200 encuestas que se distribuyeron, solo 169 nos sirven para este estudio, ya que la primera pregunta se trataba de una pregunta filtro, de manera que se eliminaban las encuestas de aquellas personas que no se encontraban de turismo por Sobrarbe. Esas personas, que el entrevistador se iba encontrando por la calle, podían ser gente que vivía en la zona, o gente que se encontraba haciendo cualquier otra cosa que no fuera practicando turismo por la comarca.

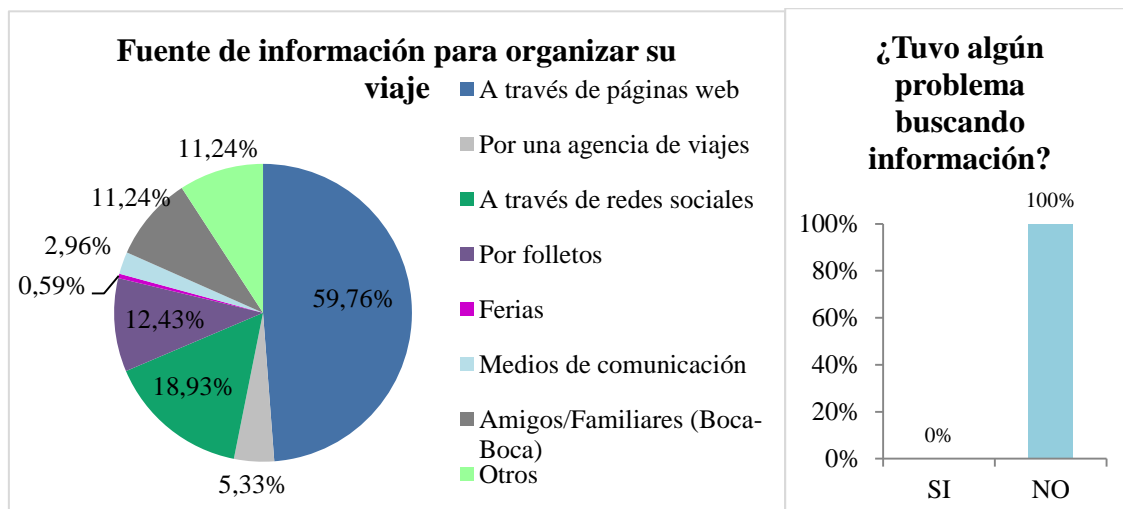
Después de haber realizado el tratamiento y el análisis de la información, a continuación se explican los resultados más relevantes obtenidos con dicha técnica así como las conclusiones que se obtienen a partir de ella.

- Características de la estancia:



A partir de estas gráficas se puede concluir que más de un 72% de los turistas, estuvieron en el Sobrarbe entre 1 y 6 días, y que el medio de transporte que utilizaron para llegar fue el coche, en casi el 90% de los casos. Respecto al alojamiento, las cifras muestran que existen cuatro tipos de alojamientos que predominan en el estudio: Hoteles, Casas Rurales, Apartamentos y Campings.

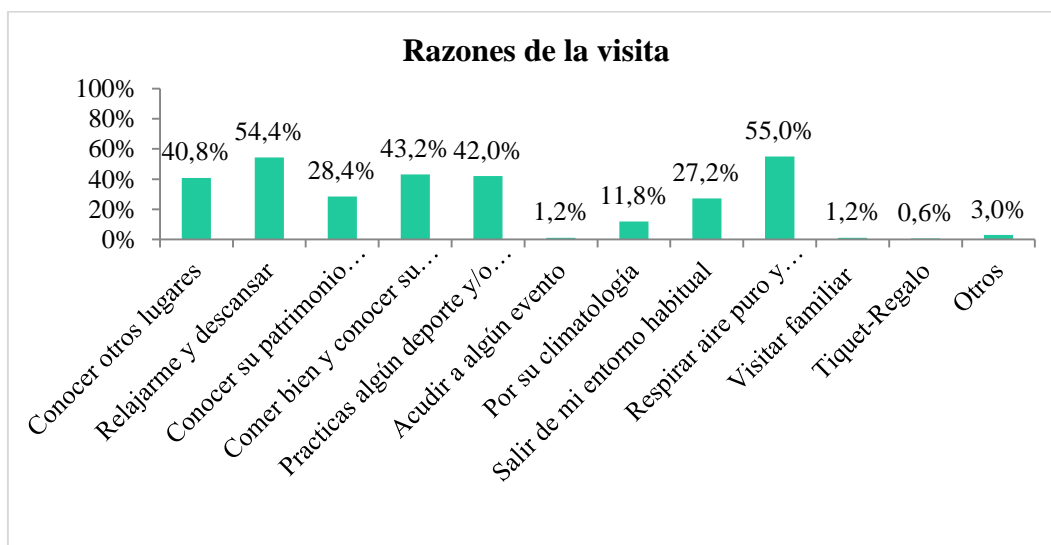
Respecto al análisis de como los turistas obtenían información acerca de Sobrarbe, se obtuvieron las siguientes gráficas:



Un 59,76% de los visitantes buscó la información a través de páginas web, y en segundo lugar, nos encontramos con las redes sociales que fueron utilizadas por un 18,93% de los encuestados. Al tratarse de una pregunta multirespuesta, hubo quien lo hizo a través de ambas. Cabe destacar la poca importancia que tuvieron los medios de comunicación, entre los que se incluía la prensa y las ferias.

Respecto a la pregunta que se hace referencia, se creyó conveniente hacerla después de que Enrique Pueyo nos pusiera en entredicho que podía haber algunos problemas de comunicación, sin embargo podemos decir sin lugar a dudas que ningún visitante que se encontraba en Sobrarbe en el momento que se realizó el estudio tuvo problemas a la hora de buscar la información.

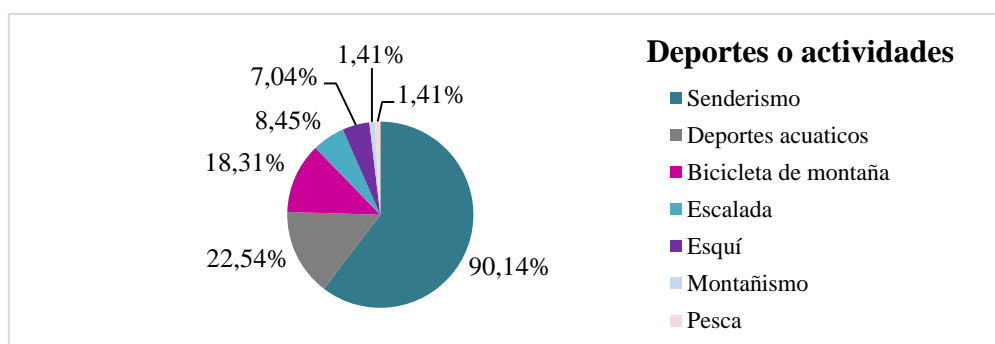
- Motivaciones:



Respecto a las razones que llevaron a los visitantes a acudir a Sobrarbe, destaca en primer lugar, la naturaleza y el hecho de respirar aire puro, y relacionado con éste, se encuentra el poder relajarse y descansar. Ambos suponen el factor de atracción más importante que lleva a los visitantes a llegar hasta el Sobrarbe.

Después de éste, se encuentran otros tres que tienen una importancia igualada entre ellos, y que son: el simple hecho de conocer otros lugares, el practicar algún deporte y/o actividad en la comarca, y por último el hecho de comer bien y conocer la gastronomía de la zona, y que suponen un 40,8, un 42 y un 43,2%, respectivamente. Por lo que el factor gastronómico es el segundo punto de atracción después de la naturaleza para la zona.

De las 71 personas que marcaron que visitaron la comarca con el fin de practicar algún deporte y/o actividad, el 90,14% practicó senderismo. Además, al poderse marcar varias opciones, destacan con un 22,54% y un 18,31% los deportes acuáticos y la bicicleta de montaña, respectivamente. Tal y como muestra el siguiente gráfico:

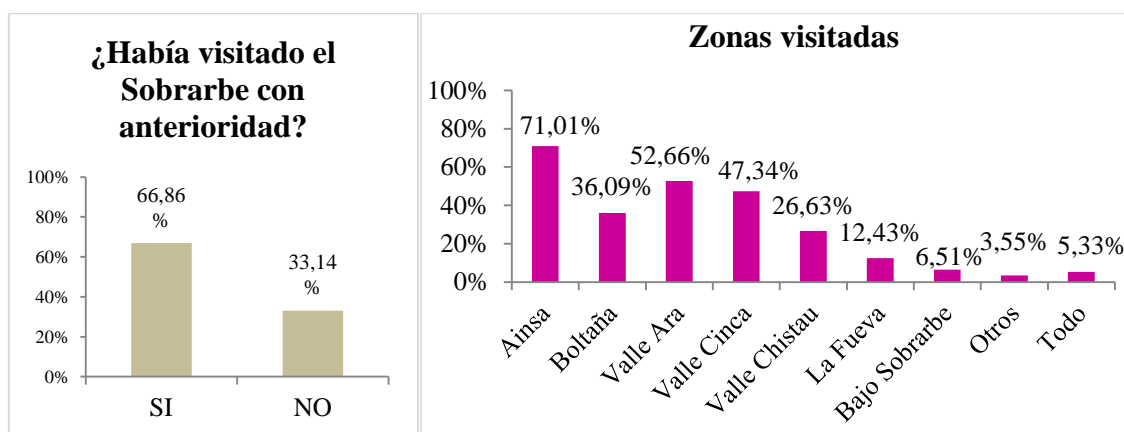


- Zonas de Sobrarbe:

Respecto a las localidades donde se alojaban las personas a las que se encuestó, destacan tres: Ainsa (17,75%), Torla (13,60%) y Bielsa (13,01%). Tal y como muestra la gráfica 1 del ANEXO 9.

En relación con esto último, cuando se preguntó por la zona que más gustaba a los visitantes de la comarca las respuestas fueron muy similares: Ainsa (20,71%), Valle del Ara (14,20%) y Valle del Cinca (13,01%), tal y como muestra la gráfica 2 del ANEXO 9.

En relación con esto se preguntó qué zonas del Sobrarbe había visitado, ya sea en este viaje como en otros realizados, y se obtuvo:



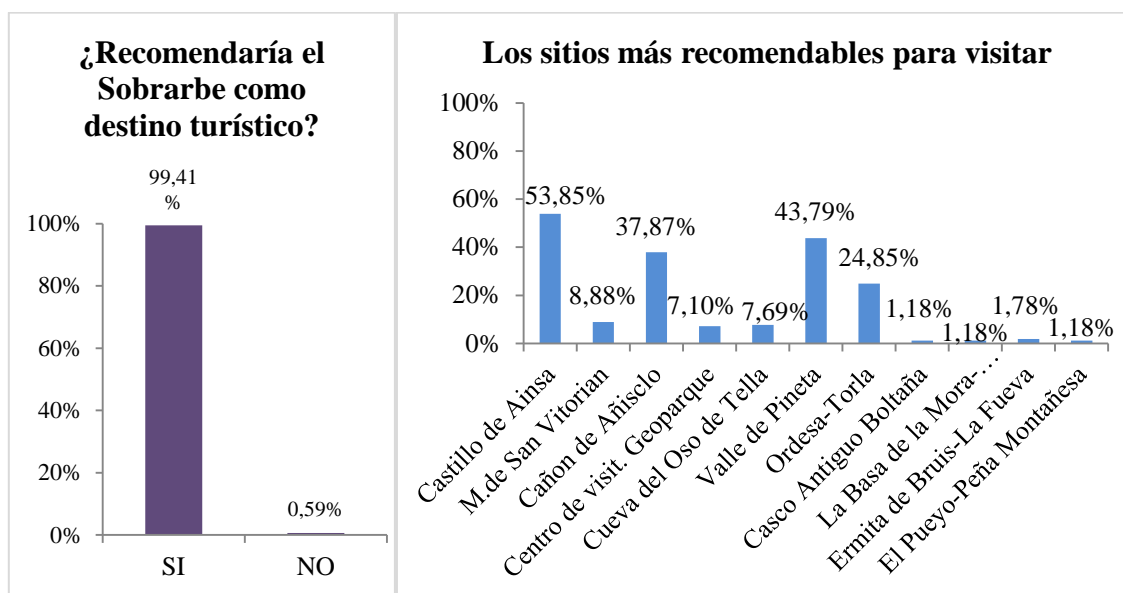
Por un lado, se ve como existe una alta tasa de repetición de turistas, ya que el 66,86% de los encuestados respondieron que si habían visitado el Sobrarbe con anterioridad y el 33,14% dijo que no había estado en la zona previamente.

Por otro lado, respecto a las zonas visitadas, se podían marcar varias en el cuestionario, por lo que las respuestas fueron múltiples, pero casi unánimes. La gran mayoría, un 71,01%, había visitado Ainsa. Además de este bonito pueblo, los Valles del Ara y el Cinca, con los municipios de Torla y Bielsa, respectivamente, representan uno de los atractivos principales de la comarca, obteniendo, alrededor de un 50%, cada uno, de las visitas que se realizan al Sobrarbe.

En un segundo plano, destaca Boltaña y el Valle Chistau que recibieron un 36,09% y un 26,63%, respectivamente, de las visitas que se realizaron en la comarca esos días.

Boltaña tiene casco antiguo, y es la capital administrativa de Sobrarbe, y el Valle de Chistau o Cinqueta alberga el Parque Natural Posets-Maladeta y tiene una gran riqueza paisajística.

- Recomendación y satisfacción:

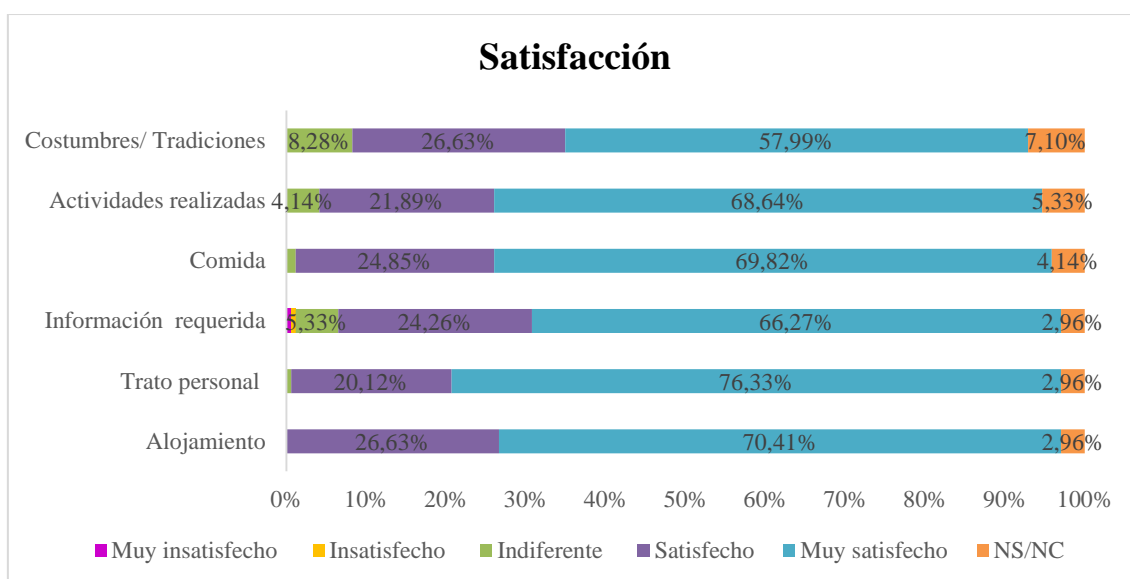


Casi una unimidad de los encuestados respondió que sí que recomendaría a sus conocidos Sobrarbe como destino turístico en general, solo una respuesta fue negativa. Esta gráfica es el resultado del grado de satisfacción que tiene la muestra con la comarca, y que más adelante será comentada.

Son numerosos los sitios que se pueden visitar en Sobrarbe, sin embargo se pueden destacar lugares que tienen gran importancia dentro de la comarca, y que son el Castillo de Ainsa (53,85), el Valle de Pineta (43,79%), el Cañón de Añisclo(37,87%) y Ordesa-Torla(24,35%)

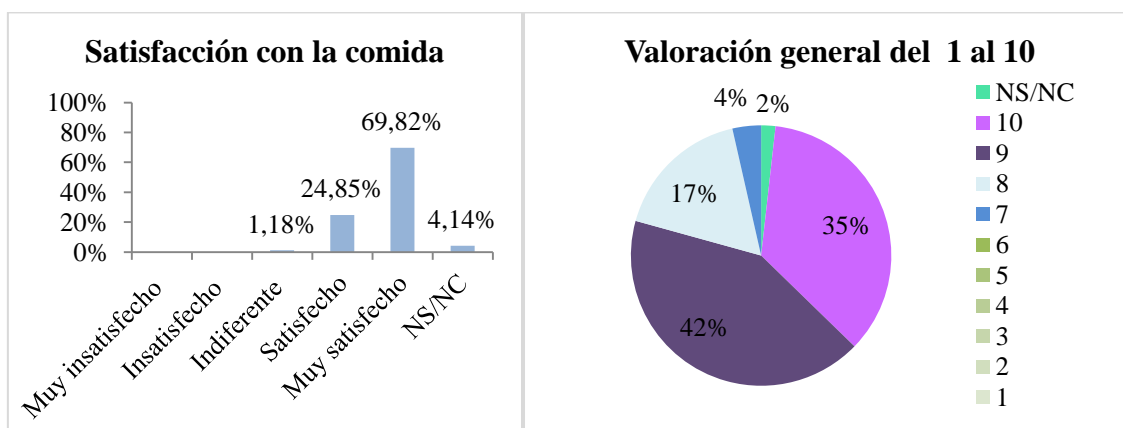
En un segundo plano encontraríamos el Monasterio de San Vitorián, el Centro de visitantes del Geoparque y la Cueva del Oso de Tella, que son recomendados por el 8% de los visitantes, aproximadamente.

En cuanto a la satisfacción se obtuvieron los siguientes resultados:



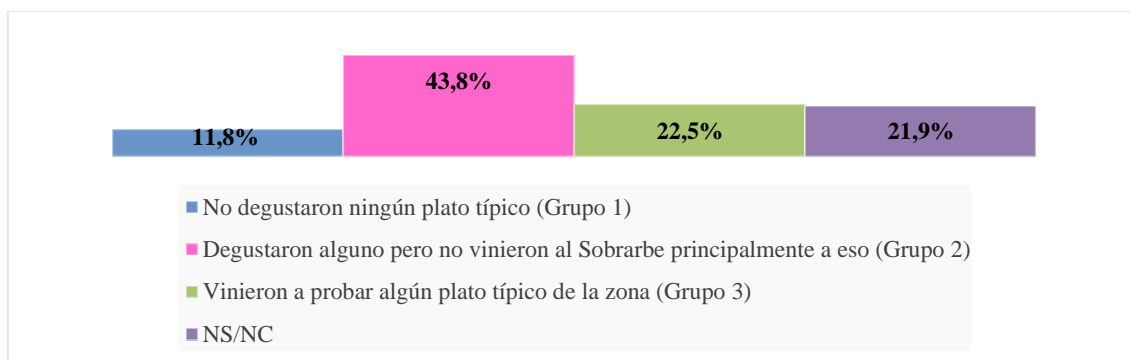
A grandes rasgos, la gente está muy satisfecha con su visita y con el Sobrarbe en general, ya que la mayoría de las respuestas han estado entre “Muy satisfecho” y “Satisfecho”. Destacar que respecto a las costumbres y tradiciones, un 8,28% de los encuestados se ha encontrado indiferentes, una razón puede ser el poco tiempo que duró su visita y que no les permitió tener contacto con este aspecto. En el ámbito donde menos satisfecha está la muestra es en la información requerida. Sin embargo, la valoración general ha estado entre 8,9 y 10, siendo 9.11 la nota media.

En cuanto a la comida, casi un 70% de la muestra se siente “Muy satisfecho”, y solo dos personas “Indiferente”.

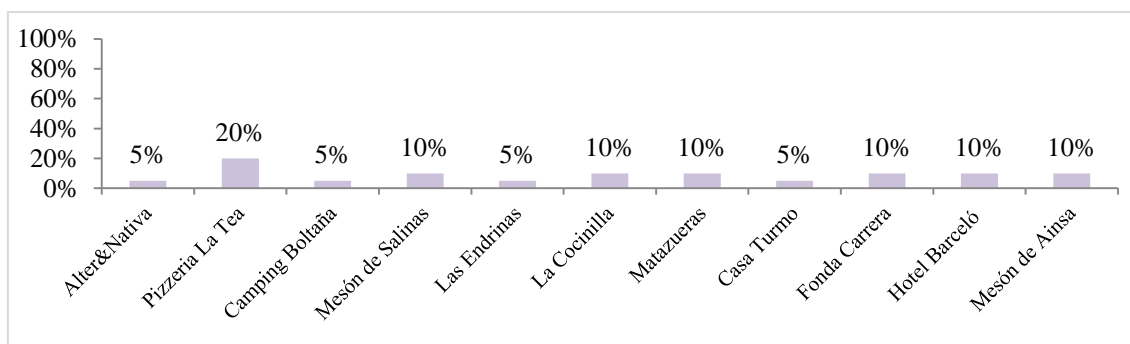


- Gastronomía:

Respecto a la gastronomía, los resultados obtenidos en el estudio muestran que se puede diferenciar tres grupos importantes de visitantes en relación con la comida, siguiendo el patrón marcado por la clasificación realizada por la literatura especializada en turismo gastronómico. En primer lugar, aquellas personas que han visitado la comarca pero no han probado ningún plato típico de la zona, y que suponen un 11,8%. En otro grupo tendríamos aquella gente que ha probado algún plato pero que no era la razón principal por la que visitaban la zona, y que son un 43,8%. Y por último, ese grupo formado por las personas que han probado algún plato típico de Sobrarbe y era la razón principal de su viaje, y que son un 22,5%. El resto dejaron esa parte del cuestionario en blanco.



En la siguiente gráfica, se muestran los establecimientos donde no se ha comido ningún plato típico de la zona y la frecuencia que se ha tenido en cada uno de ellos:



El 11,83% de la muestra considera la gastronomía como parte de la rutina, es decir, como un hábito diario que tiene una relevancia limitada dentro de su viaje. Por ello, ha comido en estos restaurantes, los cuales no ofrecen ningún plato tipo de la comarca y si lo ofrecen los encuestados no se han decantado por ellos. Con el hecho de no ofrecer ningún alimento de la zona, están dejando escapar oportunidades vinculadas con el

turismo gastronómico, por ser un destino rural en el que se aprovecha la imagen del lugar de origen.

En otro gran grupo encontramos aquellos restaurantes, en los que sí que se han comido productos de la zona, pero no ha sido la razón principal por la que los turistas se han desplazado hasta Sobrarbe. Estos turistas, que suponen el 43,79% de la muestra, simplemente, consideran la gastronomía como una experiencia o motivación de viaje secundaria, es decir, como un complemento relevante que aporta valor añadido significativo al viaje. De todos los restaurantes que se muestran en la gráfica 3 del ANEXO 9, podemos destacar cinco: Camping Pineta, Casa Frauca, La Parrilla, La Brecha y Hotel Sánchez, ya que son los que cuentan con más respuestas positivas respecto a si se han trasladado hasta Sobrarbe por razones gastronómicas, y por ello, vamos a analizar que han comido y su satisfacción.

Restaurante	Plato típico	Fuente de información	Satisfacción
Casa Frauca	Ciervo, Migas, Ternera y Chiretas	Para un 62,5% de los encuestados se ha lo explicado el camarero y el restante 37,5% ya conocía de su existencia	50% <i>Me ha gustado mucho</i> 50% <i>Me ha gustado</i>
Camping Pineta	Cordero, Longaniza y Trucha	Todos conocían de su existencia, menos para un encuestado que se lo ha indicado el camarero	100% <i>Me ha gustado mucho</i>
La Brecha	Chiretas, Cordero, Migas y Longaniza	En la Brecha, un 28% ya conocían la existencia, otro 28% han marcado que se lo ha indicado el camarero y el resto que se encontraba explicado en la carta	85,71% <i>Me gustado mucho</i> 14,28% <i>Me ha gustado</i>
Hotel Sánchez	Ternera, Cordero, Chiretas, y Migas	Para un 40% se lo ha indicado el camarero, el otro 40% ya conocía de su existencia y el restante 20% lo han encontrado explicado en la carta.	50% <i>Me gustado mucho</i> 50% <i>Me ha gustado</i>
La Parrilla	Cordero, Tortetas y Ternera	Para el 60% se lo ha indicado el personal del restaurante y el 40% restante ya conocía de su existencia.	60% <i>Me ha gustado mucho</i> 40% <i>Me ha gustado</i>

Tabla 5: Restaurantes pertenecientes al “Grupo 2”

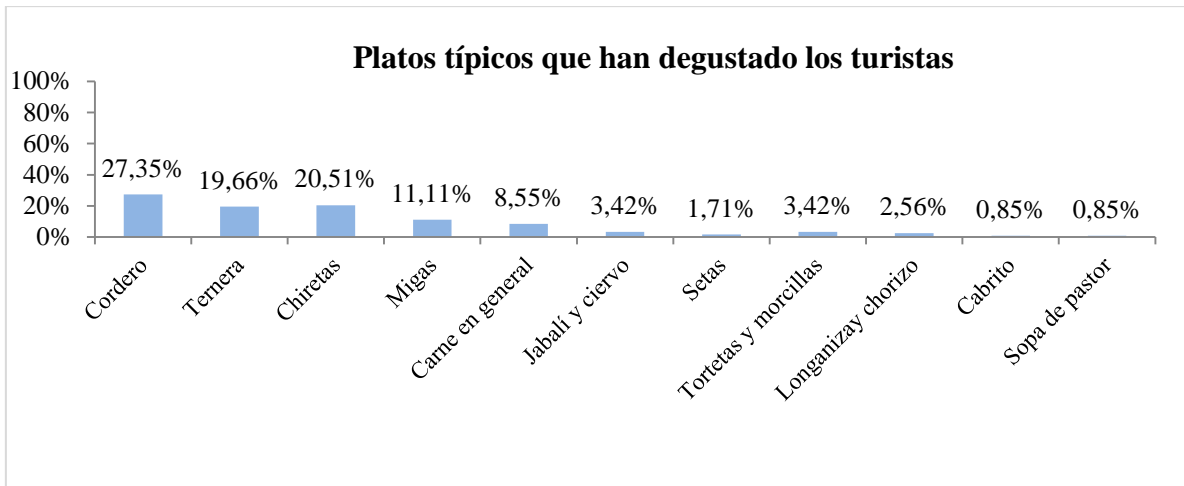
Por último, nos encontramos con esos restaurantes que cuentan con un plus más de calidad y que les otorga un poco más de prestigio y reputación, y que hace que los encuestados se desplacen hasta ellos para probar los platos de la zona como el motivo o experiencia de viaje principal de la actividad turística. Este grupo es un 22,49% de la muestra.

En la siguiente tabla se muestra las personas que han acudido a cada uno, el plato que han comido, como se sabían que se trataba de un plato de la zona y por último la satisfacción con este.

Restaurante	Pers.	Plato típico	Fuente de información	Satisfacción
Balcón del Pirineo	2	Ternera y Chiretas	Para un encuestado se explicaba en la carta y el otro conocía de su existencia	100% <i>Me ha gustado mucho</i>
Brasería Alberto	6	Ternera, Cordero y Chiretas	De los 6, la mitad se lo ha explicado el camarero, para dos se aclaraba en la carta y el otro ya lo conocía.	100% <i>Me ha gustado mucho</i>
El Callizo	11	Chiretas, Cordero, Sopa de Pastor y Tortetas	De esas 11 personas, 4 ya conocían la existencia y 7 han marcado que se lo ha indicado el camarero	90,09% <i>Me gustado mucho</i> 9,09% <i>Me ha gustado</i>
La Capilleta	17	Ternera, Cordero, Chiretas, Morcilla, Chistorra, Jabalí, Cabrito y Arroz de seps	A 10 personas se lo ha indicado el camarero, para 4 se explicaba en la carta y 3 ya conocían de su existencia	76,47% <i>Me gustado mucho</i> 23,53% <i>Me ha gustado</i>
Parador de Bielsa	2	Cordero, Ternera y Chiretas	Se explicaba en la carta que se trataba de un plato típico de la zona	100% <i>Me ha gustado mucho</i>

Tabla 6: Restaurantes pertenecientes al “Grupo 3”

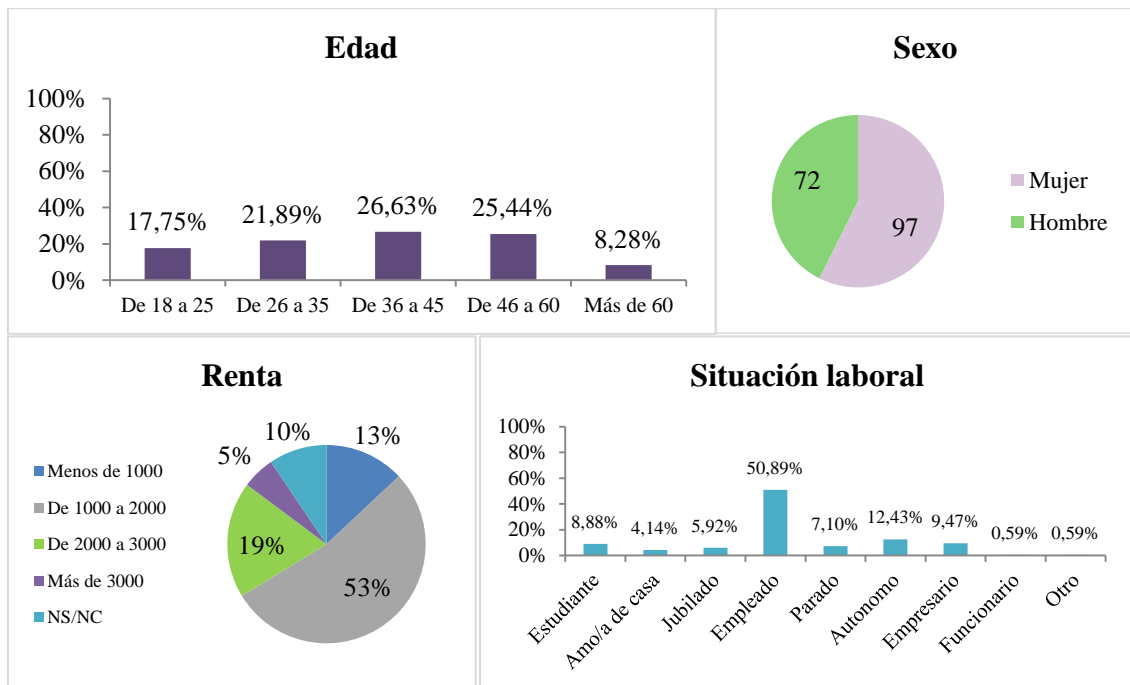
De estos restaurantes cabe destacar el gran grado de satisfacción que se ha obtenido con las respuestas, además se trata de un grupo muy selecto que realiza un volumen elevado de gasto en productos de muy alta calidad. Hay que aclarar que existe gran variedad de restaurantes con los que cuenta el Sobrarbe, por esta razón existe mucha competencia entre ellos. Algunos intentan diferenciarse del resto como es el caso del Callizo, la Capilleta o el Parador. A pesar de la gran oferta gastronómica con la que se cuenta, hay una alta tasa de repetición en los platos típicos:



Dentro de los resultados, las carnes tienen gran importancia, por su excelente calidad, de éstas destacan el cordero y la ternera. Además de la carne, las chiretas también son escogidas por gran número de turistas, en particular por un 20,51%. Hay que destacar, la ausencia de postres en las respuestas.

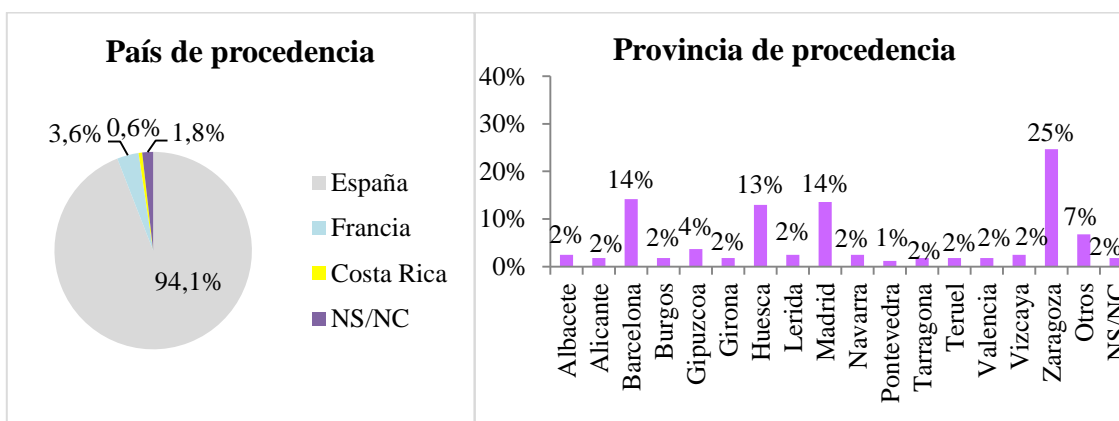
- Perfil del turista:

Con el análisis de las preguntas de clasificación, se obtuvieron las gráficas que se muestran a continuación, se pudo establecer el perfil de turista que visita el Sobrarbe:



Como se puede observar, en el análisis han participado más hombres que mujeres, los hombres han supuesto un 57,39% y las mujeres un 42,60%, por lo que la muestra ha estado más o menos equiparada. En cuanto a la edad, se trata de personas con un rango amplio de edad que cubre desde los 26 hasta los 60 y que en la mayor parte de los casos tiene de 36 a 45 años. Sin embargo, hay que aclarar que aunque sea en menor proporción también visita el Sobrarbe gente joven y mayor de 60 años.

Respecto a la renta, la más frecuente fue la comprendida entre 1000 a 2000€, y solo un 5% de los encuestados tenían una renta superior a 3000€. Por último, respecto a la situación laboral, más del 50% son empleados. El resto se reparten equitativamente entre el resto de profesiones.



Además de las anteriores preguntas de clasificación, se preguntaba a los encuestados por su lugar de procedencia. Atendiendo al país, un 94,1% de han correspondido a turistas españoles y un 4,14% a extranjeros, de los cuales la gran mayoría eran franceses, y solo uno era costarricense.

Respecto a los turistas residiesen en España, analizando la provincias se obtiene que de los españoles, muchos eran aragoneses (37,86%), y destaca Zaragoza como la provincia de la que provienen más encuestados, un 23,66%, y después Huesca con un 12,42%. En segundo lugar aparecen las dos grandes ciudades españolas, Barcelona y Madrid.

CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES Y LIMITACIONES

Una vez realizada la investigación de mercados sobre el turismo gastronómico de Sobrarbe, en este capítulo se van a presentar las conclusiones.

El objetivo principal que se planteó fue conocer si la gastronomía era un factor relevante para que los turistas visitaran la comarca. Pues bien, podemos decir que se trata de un factor trascendental y que atrae a gran número de turistas, en particular un 43,2% de la muestra marcó que se trasladó a comer bien y conocer la gastronomía de esta zona pirenaica. Sin embargo, ésta no es la razón principal de atracción, la naturaleza, el respirar aire puro, el poder relajarse y descansar, tienen más relevancia dentro de los factores de atracción, y podemos decir que principalmente son la causa del aumento de personas que ha tenido la comarca en los últimos años, y no la gastronomía como se pensaba demostrar.



Gráfica 3: Factores de atracción de Sobrarbe

Así pues, con el trabajo se han podido dilucidar los principales factores que hacen del Sobrarbe un destino atractivo para los turistas, y que son la visita al Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido y al centro histórico de la Villa de Ainsa. El Parque tiene cuatro sectores, que son Ordesa, Añisclo, Pineta y Escuaín. Y ambas partes se encuentran repartidas geográficamente por toda la comarca.

En el Valle del Ara, se encuentra Torla-Ordesa, que con lugares como la Cascada de Sorrosal, la Brecha de Roldando o la Cola de Caballo, suponen un gran atractivo para esta zona situada al noroeste de la comarca.

El Valle de Pineta es otra de las entradas al Parque, lo que hace que Bielsa reciba y aloje gran número de turistas cada año, gracias a sus numerosos atractivos turísticos, como excursiones, fiestas (como el carnaval) y demás actividades.

A parte del Parque Nacional, el pueblo de Ainsa también es un punto de atracción turística muy fuerte. Por varias razones: por ser la capital de la comarca, además se sitúa muy bien geográficamente ya que se encuentra en el medio de la comarca que lo convierte en un sitio de paso. Además, tiene un casco antiguo catalogado como uno de los pueblos más bonitos de España. Cabe destacar el gran valor cultural que tiene y por eso fue declarada la Villa de Ainsa como Conjunto Histórico Artístico. Y por último, por la visibilidad reciente que se le está dando gracias a diferentes actividades que se están promoviendo.

Esto tiene gran coherencia con los resultados obtenidos con las encuestas donde se ha obtenido que las zonas que más visitan, así como las más recomendables y las cuales ha alojado a más encuestados son Torla, Bielsa y Ainsa.

A su vez cabe destacar, otros aspectos importantes de atracción: un 42% de la gente que visita Sobrarbe lo hace a practicar algún deporte y/o actividad, la mayoría senderismo, y otro 40,3% lo hizo por conocer otros lugares.

Dentro de la gastronomía, se ha podido ver que cada vez son más las personas que se desplazan para probar algún plato típico como factor principal de su viaje, y que suponen un 22,49% de la muestra, y aunque son todavía un porcentaje reducido, hay restaurantes que atraen cada día a mayor número de viajeros, entre los que destaca El Callizo, por su cocina creativa a unos precios asequibles, y que está inspirada en la naturaleza y en la rusticidad del entorno que le rodea.

No obstante, es mucha la variedad de restaurantes que hay en la comarca, y es necesario que algunos mejoren algunos aspectos para potenciar más la gastronomía autóctona, como ofrecer productos típicos si todavía no los ofrecen, aprender otros métodos de elaboración, mejorar su personal y sobre todo la comunicación con el cliente para saber trasladarse que se trata de un plato típico.

Otro objetivo planteado, hacía referencia a medir la satisfacción de los visitantes, y se ha llegado a la conclusión que la mayoría de los encuestados se mostraron muy satisfechos. Además es remarcable que, la totalidad de encuestados recomendaría a sus

conocidos este destino turístico. Este es el resultado de alta satisfacción y los principales elementos que han contribuido a este nivel extraordinario de satisfacción son el alojamiento, el trato personal y la comida. En cuanto a la gastronomía, casi un 70% tuvo una respuesta de satisfacción total.

A su vez, podemos concluir el perfil general que tiene el turista de Sobrarbe: en la mayoría de los casos nos encontramos ante un hombre entre 36 y 45 años, empleado y cuya renta es de media 1500€. Además se concluye, que en la Comarca de Sobrarbe predomina turismo nacional, y más concretamente aragonés, catalán, y madrileño.

El Sobrarbe es una zona que vive del turismo y por ello, intenta aprovechar todas las oportunidades que se le presentan y estar en continua renovación. Un ejemplo de esto es la aparición de nuevas actividades, como rutas BTT, deportes de aventura, etc.

Sin embargo, aquí se detallan una serie de recomendaciones que se pueden hacer para que el turismo gastronómico sea un mayor factor de atracción para la zona. Se considera que en primer lugar se tendría que crear una marca única, donde todos los establecimientos aunaran sus conocimientos, opiniones y sugerencias. Esta marca se caracterizaría por la tener en cuenta dos aspectos importantes: la calidad y la rentabilidad. Se crearía con el fin de atraer a más turistas que verían el Sobrarbe como una zona donde poder degustar las mejores carnes y platos típicos. Para poder llegar a los potenciales visitantes se llevarían a cabo campañas de publicidad haciendo hincapié en la calidad, así como en la opinión de otros visitantes que valoraría, principalmente, la relación calidad-precio.

En segundo lugar, respecto a las empresas agroalimentarias, se cree que se podría dar mayores facilidades a los emprendedores. Por un lado, para que no revoquen sus ideas de emprendimiento y por otro, que mejoren sus proyectos, en especial sus páginas web, ya que se cree que es un canal de comunicación muy eficiente.

Con todo ello, se cree que la zona podría llegar a ser un lugar de referencia a nivel gastronómico, siempre y cuando se mantenga un equilibrio con el medio a través de un turismo sostenible.

Para finalizar, las principales limitaciones encontradas a la hora de realizar el estudio han sido varias.

En primer lugar, que la parte del cuestionario que más importancia tenía, que era la gastronomía, obtuvo una tasa de respuesta baja respecto a otras partes de la encuesta, pues casi un 22% de la muestra dejó esa parte en blanco, lo cual quiere decir que la gastronomía no es en estos momentos el mayor atractivo del Sobrarbe ni una de las razones por la que los turistas visitan el territorio, algo que los emprendedores gastronómicos de la zona deberían tener en cuenta, quizás promocionando sus productos con la incorporación de las imágenes y símbolos de lo que realmente les atrae.

En segundo lugar, otro problema es que no sabemos el rango exacto de error de la encuesta, porque puede ser que alguna persona la haya rellenado al azar. Sin embargo, este es un problema que se da habitualmente en esta clase de encuestas y que los analistas confiesan para matizar sus conclusiones. En tercer lugar, también se ha observado que, al haber varias preguntas abiertas, no se pueden obtener datos claros y fijos, ya que obtenemos muchas respuestas diferentes y no solo las que se han proporcionado para elegir. Es precisamente por esto que las encuestas estadísticas al uso sólo se realizan con preguntas cerradas. Sin embargo, como presentan el problema de conducir excesivamente las preguntas en la dirección que previamente ha decidido el investigador, muchos científicos sociales que reconocen explícitamente las limitaciones de sus puntos de vista iniciales, por más documentados que estén, prefieren incluir preguntas abiertas, aunque sea pagando el precio de que las respuestas sean más difíciles de codificar. En este TFG se eligió esta clase de preguntas por la misma razón

Por último, respecto a la encuesta en general, decir que resultó para algunas personas demasiado larga y que por ello hubo algunas quejas. Además, hubo ocasiones en las que había que aclarar algunas dudas, sobre todo referentes a cuáles eran los platos típicos de Sobrarbe. Este es un problema que no compete mucho a la investigación sino a las características del turista, más interesado en aprovechar su poco tiempo disponible en visitar cuantos más lugares de interés que en responder a las voluntariosas preguntas que integra este trabajo que, además, se añaden a otras que desde hace tiempo hacen en la comarca los centros de información, los hoteles, etc. e incluso a las que en los propios lugares de residencia de los turistas realizan talleres mecánicos, compañías de telefonía, toda clase de vendedores y algún que otro estudiante de otros grados.

FUENTES DOCUMENTALES

Bibliografía básica

BERGUA, J. A. (2011). *“Estilos de la investigación social”*. pp. 132-140. Prensas Universitarias de Zaragoza

BOYNE, S, WILLIAMS, F & HALL, D (2002). *“The Isle of Arran Taste Trail”*. Hjalager y Richards, eds. (2002), pp.91-114

CEDESOR, Centro para el Desarrollo de Sobrarbe y Ribagorza (2017). *“Diagnóstico Territorial Sobre El Empleo, La Formación Y La Dinamización Empresarial: Comarca De Sobrarbe”*. Entorno Económico: Descripción General De La Situación Económica De La Comarca. (2017) p.7

CEGAHO, Centro Empresarial Gastronómico Hotelero (2013). *“Peregrino gastrósofo: Definiciones Turismo Gastronómico: Planificación, productos, rutas”*. Antonio Montecinos (Coord)

EUTM, Escuela de turismo de Murcia (2017). *“El turismo. Conceptos y definiciones e importancia actual”*. Soportedocente

FANDOS, C & FLAVIÁN, C (2011). *“Hacia la nueva cultura del turismo gastronómico”*, en *“Turismo gastronómico: Estrategias de marketing y experiencias de éxito”*. Flavián, C. y Fandos, C. (Coords). 2011. Capítulo 1, pp. 11-30. Prensas Universitarias de Zaragoza.

GARCÍA, J.L. (1996). *“El Turismo Rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria”*. Instituto de Estudios Turísticos Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pequeña y Mediana Empresa

GISOLF, MARINUS C. (2014). *“El Turista, Motivación Necesidad”*. Turismo en teoría

GURRIA, M. (2016). *“Introducción al Turismo: El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo”*. Kiskeya Alternativa

HUNZIKER, W. & KRAPF, K (1942). *“Fundamentos de la Teoría General del Turismo”*.

INE, Instituto Nacional de Estadística (2016). *“Cuenta satélite de turismo en España”*.

JOVIČIĆ, Z. (1972) *“Pour une constitution plus rapide de la tourismologie en discipline scientifique. Turizmologija”*.

LA MANCOMUNIDAD DE SOBRARBE (1994). *“La cocina del Sobrarbe”*. Gráficos Alós

LAROUSSE (2006). *“Larousse gastronomique (en español)”*.

LEDHESMA, M. (2016). *“Periodismo turístico: muchos principios y algunos finales”*. Síntesis, S. A.

MASTIPOSDE, equipo de redacción. (2015)

OMT, Organización Mundial del Turismo (United Nations World Tourism Organization o UNWTO), (2005-2007) *Glosario Básico*

ORIGEN ESPAÑA (Asociación Española de Denominaciones de Origen) (2015) *Quiénes somos*

PEARCE, P L. (1982) *"The social psychology of Tourist Behaviour"*. Pergamon Press

RAE, Real Academia Española (2017). *"Diccionario de la lengua española"*.

SENDEROS GR (2017). *"Todo sobre tus senderos GR"*. Aragón, GR 19 Senderos de Sobrarbe.

Recursos de Internet

- Introducción y justificación del tema

- Páginas online sobre la aportación del turismo a la economía española:

http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863 (consultadas el 7 de febrero de 2017)

<http://www.ine.es/prensa/np1015.pdf>

- Páginas online sobre denominaciones de origen en España:

<http://vivancoculturadevino.es/blog/2015/04/23/denominaciones-origen-vino-espana/> (consultadas el 6 de febrero de 2017)

<http://originspain.com/>

- Página online sobre el turismo rural:

<http://kiskeya-alternative.org/publica/diversos/rural-tur-gurria.html> (consultada el 9 de febrero de 2017)

- Página online sobre la gastronomía de Sobrarbe:

<http://www.sobrarbe.com/sobrarbe.php?niv=3&cla=1FV02YOPE&cla2=1FV14XHLF&cla3=&tip=2> (consultada el 9 de febrero de 2017)

- Página online sobre el fenómeno del turismo:

<http://www2.unwto.org/es/content/por-que-el-turismo> (consultada el 9 de febrero de 2017)

- Contextualización

- Páginas online sobre definición de turismo:

<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico> (consultadas el 10 de febrero de 2017)

<https://peregrinogastrofo.wordpress.com/2013/07/06/definicion-turismo-gastronomico/>

- Página online sobre definición de turismo gastronómico:

<http://media.unwto.org/es/press-release/2016-12-20/la-omt-presenta-su-tercer-foro-mundial-sobre-turismo-gastronomico> (consultada el 13 de febrero de 2017)

- Página online sobre tipos de turismo:
<http://www.mastiposde.com/turismo.html> (consultada el 10 de febrero de 2017)
- Página online sobre la importancia del turismo:
<http://www.laautenticadefensa.net/131023> (consultada el 13 de febrero de 2017)
- Páginas online sobre motivaciones turísticas:
<http://dle.rae.es/?id=Pw7w4IO> (consultada el 13 de febrero de 2017)
<http://www.tourismtheories.org/?p=329&lang=es>
- Páginas online sobre el turismo en España:
http://brands.elconfidencial.com/empresas/2017-02-07/mitos-turismo-ey_1326343/ (consultadas el 19 de febrero de 2017)
http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/categoria.htm?c=Estadistica_P&cid=1254735576863
<http://www.aena.es/es/pasajeros/razones-visitar-espana.html>
http://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736176963&menu=ultiDatos&idp=1254735576863
http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INEPublicacion_C&cid=1259924856416&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout¶m1=PYSDetalleGratuitas
- Ayuda contexto turístico de Sobrarbe
 - Páginas online sobre la Comarca de Sobrarbe en Aragón:
<http://opendata.aragon.es/apps/aragopedia/index.php/Sobrarbe> (consultadas el 21 de febrero de 2017)
<http://aragonrural.org/reddeantenas/media/pdf/diagnosticos-finales/diagnostico-sobrarbe.pdf>
 - Página online sobre la comarca como institución:
<http://www.sobrarbe.com/comarca.php?niv=1&cla=&cla2=&tip=1> (consultada el 21 de febrero de 2017)
 - Página online sobre el mapa político de Sobrarbe:
<http://portal.aragob.es/empleo/2004/com03.htm> (consultada el 21 de febrero de 2017)
 - Página online sobre *Turismo Verde*:
<http://www.turismoverde.es/alojamientosobrarbe.aspx> (consultada el 21 de febrero de 2017)
 - Página online sobre la gastronomía de Sobrarbe:
http://www.turismosobrarbe.com/patrimonio.php?niv=3&cla=_3BV0XLB06&cla2=&cla3=&tip=1&idi=1 (consultada el 21 de febrero de 2017)
 - Páginas online sobre empresas agroalimentarias de Sobrarbe:
<http://www.terneravalledebroto.es/vacuno-de-aragon/> (consultada el 22 de febrero de 2017)
<http://www.terneravalledebroto.es/caracteristicas/> (consultada el 22 de febrero de 2017)
<http://www.quesodesaravillo.com/> (consultada el 22 de febrero de 2017)
<http://www.verdeyrural.com/queso-artesano-de-saravillo/> (consultada el 22 de febrero de 2017)

http://www.ponaronentumesa.com/Productores-1471-Miel_Casa_Montalban.html
(consultada el 23 de febrero de 2017)

<http://www.latondelafueva.com/acerca-de/>(consultada el 23 de febrero de 2017)

<http://www.mermeladaslamarmita.com/empresa> (consultada el 23 de febrero de 2017)

<http://www.mermeladaslamarmita.com/propiedades> (consultada el 23 de febrero de 2017)

<http://www.cervezarondadora.com/#a-elequipo> (consultada el 23 de febrero de 2017)

<http://www.gallinadelsobrarbe.es/> (consultada el 2 de marzo de 2017)

<http://www.turismoverde.es/lareja.aspx> (consultada el 2 de marzo de 2017)

<http://www.turismosobrarbe.com/patrimonio.php?niv=3&cla= 3BV0XLB06&cla2= 3GF0R2IXK&cla3= 3IB0U2XJW&tip=3&idi=1> (consultada el 2 de marzo de 2017)

<http://patedeainsa.es/> (consultada el 2 de marzo de 2017)

http://patedeainsa.es/epages/con2021419.sf/es_ES/?ObjectPath=/Shops/con2021419/Categorias/PROPIEDADES_Y_BENEFICIOS_DEL_PATE_DELAINSA (consultada el 2 de marzo de 2017)

<http://trufanegradelpirineo.com/> (consultada el 2 de marzo de 2017)

<https://www.ordesano.com/> (consultada el 2 de marzo de 2017)

<https://www.carniceriamodesto.com/elaboracion-propia> (consultada el 2 de marzo de 2017)

<http://www.baldechistau.net/establecimientos/panaderia-pueyo/> (consultada el 2 de marzo de 2017)

<http://bodegasliguerredecinca.com/vinedos/> (consultada el 2 de marzo de 2017)

- Página online sobre la oferta gastronómica *Productos de Sobrarbe*:

<http://www.turismosobrarbe.com/patrimonio.php?niv=3&cla= 3BV0XLB06&cla2= 3GF0R2IXK&cla3=&tip=2&idi=1>. (consultada el 12 de marzo de 2017)

- Página online sobre eventos gastronómicos en Sobrarbe:

<http://www.villadeainsa.com/grandes-eventos-ainsa/expoferia-del-sobrarbe> (consultada el 8 de marzo de 2017)

<http://www.villadeainsa.com/donde-comer-restaurantes>(consultada el 8 de marzo de 2017)

http://www.heraldo.es/noticias/gastronomia/con_mucho_gusto_rutas/2014/07/04/con_mucho_gusto_invita_descubrir_este_verano_alta_cocina_del_sobrarbe_297469_1781024.html(consultada el 8 de marzo de 2017)

<http://www.tapasde10.es/loc/sobrarbe/> (consultada el 15 de marzo de 2017)

<http://www.ordesasobrarbe.com/es/concurso-tapas-sobrarbe> (consultada el 15 de marzo de 2017)

<http://www.tapasde10.es/tapas-ganadoras-concurso-tapas-sobrarbe-2016/>(consultada el 15 de marzo de 2017)

<http://www.turismosobrarbe.com/descubresobrarbe/rutas.php?cla= 3EG0PSCCW&idi=1&nom=GASTRONOM%CDA>(consultada el 15 de marzo de 2017)

- Páginas online sobre el factor *naturaleza* en el Sobrarbe:

<http://www.senderosgr.es/SenderosRegiones/Detalle.aspx?IdSendero=44&Tipo=3&IdAsociado=45&IdSenderoRegion=45> (consultadas el 16 de marzo de 2017)

<http://www.turismosobrarbe.com/descubresobrarbe/index.php?idi=1&niv=1>

<http://www.turismosobrarbe.com/descubresobrarbe/rutas.php?cla= 3DY045OED&idi=1&nom=SENDERISMO>

- Página online sobre el factor *cultural* en el Sobrarbe:

<http://www.turismosobrarbe.com/descubresobrarbe/rutas.php?cla= 3DY045YQV&idi=1&nom=PATRIMONIO%20CULTURAL>(consultada el 16 de marzo de 2017)

- Páginas online sobre el factor *clima* en el Sobrarbe:

<http://www.geoparquepirineos.com/contenidos.php?niv=1&cla= 2OA1CATPF&cla2=2OA1CF1VM&cla3= 2OB01MSQ5&tip=3&idi=1> (consultada el 15 de marzo de 2017)

ANEXOS

ANEXO 1

MUNICIPIOS DE SOBRARBE	ALBERGUES Y REFUGIOS		CAMPINGS Y ACR		HOTELES, HOSTALES		APTOS. TURISTICOS		VIVIENDAS T. RURAL	
	Cantidad	Capacidad	Cantidad	Capacidad	Cantidad	Capacidad	Cantidad	Capacidad	Cantidad	Capacidad
ABIZANDA	0	0	0	0	1	20	0	0	3	28
AINSA-SOBRARBE	4	104	0	0	14	634	47	263	47	250
BARCABO	0	0	1	90	1	17	2	6	9	44
BIELSA	1	71	3	961	11	470	54	234	15	77
BOLTANA	0	0	2	1170	3	443	12	53	19	134
BROTO	2	99	1	992	13	553	64	248	35	209
FANLO	3	128	0	0	1	29	1	6	12	66
FISCAL	1	40	2	836	3	76	11	35	28	167
FUEVA, LA	0	0	0	0	0	0	8	29	41	220
GISTAIN	1	62	1	132	1	22	0	0	13	99
LABUERDA	0	0	1	1658	3	235	3	10	1	10
LASPUNA	0	0	0	0	1	34	11	50	21	107
PALO	0	0	0	0	0	0	1	5	1	12
PLAN	1	27	1	580	3	65	27	108	8	40
PUERTOLAS	0	0	1	695	6	186	29	142	24	143
PUEYO DE ARAGUAS, EL	0	0	2	598	0	0	4	18	18	100
SAN JUAN DE PLAN	0	0	0	0	3	60	12	50	11	46
TELLA-SIN	1	30	2	36	3	87	10	64	11	61
TORLA	6	277	6	1897	12	560	29	111	38	195
TOTALES	20	838	23	9645	79	3491	325	1432	355	1850

Fuente: La Comarca de Sobrarbe

ANEXO 2

PREMIO	TAPA	RESTAURANTE	LUGAR DEL SOBRARBE	FOTO
La Mejor Tapa	<i>Migas Chistabinas</i>	Restaurante La Capilleta	Plan	
Mejor Tapa popular	<i>Paletilla de ternasco asada a baja temperatura, rellena de gallina del Sobrarbe con reducción de vino Viñas del Vero acompañado con setas Supervía</i>	Restaurante Brasería Alberto	Ainsa	
Mejor Tapa elaborada con productos del Geoparque	<i>Paseando por Sobrarbe con el Mágico Antonio Arazo versionando sus chiretas de Escalona con hongos de otoño</i>	Bar La Carrasca	Ainsa	
La Mejor Tapa elaborada con Coca Cola	<i>Montadito Siete Reyes</i>	Hotel Sánchez	Ainsa	
Mejor Tapa elaborada con vino Viñas del Vero	<i>Ternasco detrás de la roca</i>	Hotel Barceló Monasterio de Boltaña	Boltaña	
la Mejor Tapa elaborada con Cerveza San Miguel	<i>Tradicional de Escalona</i>	Hotel Revestido	Escalona	

Fuente: <http://www.tapasde10.es>

ANEXO 3

RUTAS PARA PRACTICAR SENDERISMO POR EL SOBRARBE

- Geo Rutas a pie: 30 itinerarios auto guiados que permiten visitar los enclaves geológicos más singulares de Sobrarbe y entender su origen, significado e importancia.
- Senderismo por el valle de Chistau: La Red de Senderos de Sobrarbe te acerca a este Valle de parajes sorprendentes de altas cumbres, ríos vírgenes, bosques, pueblos con encanto y sabores de antaño.
- Senderismo por el Alto Cinca: La Red de Senderos de Sobrarbe te acerca al nacimiento del río Cinca, a sus caminos, sus pueblos y sus gentes.
- Senderismo por el Valle del Ara y Valle Vio: La Red de Senderos de Sobrarbe pone a tu disposición cientos de combinaciones senderistas para disfrutar Sobrarbe a pie.
- Senderismo por el Biello Sobrarbe: Recorre a pie el territorio más meridional de Sobrarbe y descubre algunos de los rincones más sobresalientes de nuestro territorio.
- Senderismo por La Fueva y la Peña Montañesa: Recorre cada rincón del Valle de la Fueva y del entorno de la majestuosa Peña Montañesa a través de la Red de Senderos de la Comarca de Sobrarbe.
- Ruta de las casetas de pastor: Las casetas de pastor se utilizaron para uso agrícola y ganadero y se construyeron mediante la técnica de piedra seca.
- Ruta de las ermitas de Tella: Precioso recorrido a pie de una hora de duración por los alrededores del emblemático pueblo de Tella.
- Ascensión a la Basa La Mora: En este lugar encantado reside el espíritu de una bella princesa mora... la noche de San Juan se la puede ver danzando sobre las aguas.
- Vía Pecuaria La Solana-Valle Vió: Este recorrido nos permitirá recordar a los pastores trashumantes, parte vital en nuestro legado cultural
- Ruta etnológico-botánica de Sobrarbe
- Itinerario histórico Geo-minero: A través de este recorrido se pretende divulgar el significado de las actividades ya abandonadas relacionadas con el patrimonio minero.

Fuente: www.turismosobrarbe.com Rutas y propuestas →SENDERISMO

ANEXO 4

RUTAS PARA DISFRUTAR DEL PATRIMONIO CULTURAL DEL SOBRARBE

- Ruta del Románico: Recorre Sobrarbe descubriendo algunas de sus joyas románicas más sobresalientes.
- Ruta de los castillos medievales: En Sobrarbe se llegó a construir un verdadero enjambre de castillos defensivos, todos ellos ubicados en la zona sur de la comarca y con conexión visual entre ellos para dar la voz de alarma.
- Ruta de los esconjuraderos: Un esconjuradero es una pequeña construcción religiosa cuyo uso se relaciona con creencias y tradiciones paganas y católicas.
- Ruta de San Victorián: Siguiendo los pasos de San Victorián en Sobrarbe.
- Ruta del románico de La Fueva: Recorrido que nos adentra en el valle de la Fueva para conocer sus pueblos que esconden pequeños tesoros románicos.
- Ruta de las casetas de pastor: Las casetas de pastor se utilizaron para uso agrícola y ganadero y se construyeron mediante la técnica de piedra seca.
- Ruta de las iglesias de Bielsa: Preciosa ruta por el municipio de Bielsa siguiendo el recorrido que marcan sus cuatro iglesias.
- Ruta de las ermitas de Tella: Precioso recorrido a pie de una hora de duración por los alrededores del emblemático pueblo de Tella.
- Ruta de la bolsa de Bielsa: La Guerra Civil también dejó su huella en esta Comarca, en el episodio llamado "La Bolsa de Bielsa" que protagonizó la 43ª división.
- Vía Pecuaría La Solana-Valle Vió: Este recorrido nos permitirá rememorar a los pastores trashumantes, parte vital en nuestro legado cultural
- Ruta etnológico-botánica de Sobrarbe
- Ruta de las atalayas del Cinca: Edificios sólidos y solitarios se levantan en lugares estratégicos como mudos vigilantes en estado de permanente alerta.
- Arte Rupestre del Arco Mediterráneo: Descubre el Arte Rupestre de Sobrarbe inscrito en la Lista del Patrimonio Mundial
- "Rechirando o pasau": Ruta de oficios tradicionales en el Bajo Peñas.

Fuente: www.turismosobrarbe.com Rutas y propuestas → PATRIMONIO CULTURAL

ANEXO 5

ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD A ENRIQUE PUEYO GARCÍA

1. *¿Cuáles son los motivos por los que los turistas visitan Sobrarbe?*

Hay varios motivos, el primer motivo es naturaleza, sobre todo por estar en los Pirineos aragoneses, dentro del Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido, que es uno de los parques más visitados de España, y luego por tener dos Parques Naturales en nuestra comarca, uno es el Parque Natural Posest-Madaleta y el otro el de la Sierra y Cañones de Guara.

Luego, otro motivo importante, es el deporte y aventura, entre los que se puede nombrar el descenso de barrancos, rafting, piraguas y deportes acuáticos en general. Y por otro lado tenemos, como revulsivo, el deporte que ha crecido mucho en los últimos años y que ha cogido mucha fama en la zona porque es un lugar idóneo para practicarlo, y que es bicicleta de montaña. Los caminos tradicionales que se han abierto y el hecho de realizar una prueba de campeonato del mundo de Enduro y ser catalogada como la mejor prueba del mundial han hecho que las rutas BTT cogieran mucha fama y visibilidad internacional, entonces viene mucha gente de países extraños como Australia o Canadá al Sobrarbe.

Luego está otro factor que es el patrimonio cultural, en el que se le da mucha importancia a monumentos y sitios tradicionales como puede ser Ainsa o el Monasterio de San Vitorián, que son lugares muy frecuentados.

Y otro punto importante, por el que la gente viene mucho y que es la causa de que haya numerosas segundas residencias, es por el descanso, en el Sobrarbe se descansa mucho, hay paz, tranquilidad y no hay estrés ni vida ajetreada.

Un quinto motivo, es el tiempo, la climatología que hace en el Sobrarbe es muy buena, casi todo el año hace muy buena temperatura y la gente que se va de vacaciones lo que busca es sol y buen tiempo.

Por último, y no por eso menos importante, es el factor gastronómico. Mucha gente viene a comer al Sobrarbe de propio, porque se da calidad y muy buena comida, y sobre todo abundante, y lo más importante: comida tradicional. Como consejo, cuando un restaurante abre sus puertas, yo siempre le digo que tiene que dar comida típica de aquí, porque la gente viene a probar la comida tradicional de la zona, para probar otras cosas tienen millones de sitios.

- *De estos, ¿Cuál crees que es el principal foco de atracción que tiene la Comarca de Sobrarbe como destino turístico?*

En mi opinión yo creo que es la naturaleza.

2. *¿Por qué piensas que cada día aumenta el número de personas que visitan Sobrarbe?*

La primera es porque se hace promoción, que no es la mejor promoción que se podría hacer porque no hay suficiente dinero, pero la promoción que se hace es muy importante.

Sobre todo hay dos puntos que son muy importantes a la hora de explicar porque cada vez viene más gente al Sobrarbe: el primero es el tema de la bicicleta de montaña y el otro es el tema de que Ainsa este entre “Los pueblos más bonitos de España”, porque la asociación ha manejado muy bien el tema del marketing, y ha conseguido dar mucha visibilidad tanto en el mercado nacional, como actualmente en el mercado internacional, porque está dentro de la asociación “de los pueblos más bonitos del Mundo”. Estos dos aspectos han conseguido diversificar el turismo, para que no se concentre todo el turismo en épocas de vacaciones como puede ser Semana Santa o el verano, sobre todo agosto, y ha conseguido que el turismo se expanda durante todo el año.

3. *¿Se podría considerar el Sobrarbe como una zona que ya vive de su turismo?*

Absolutamente, si no habría turismo no habría ni ganaderos, porque los ganaderos no tendrían de que vivir. Hay muchos pueblos de la comarca que compaginan la ganadería y/o agricultura con el turismo rural. Y este se ha convertido en un complemento básico para el sector primario (y si a esto añadimos que a los turistas se les da productos elaborados artesanalmente y criados en la zona, como la ternera, o cosas de la huerta, pollo de corral, etc. los turistas se van encantados de haberse sumergido completamente en el ámbito rural). Además de esto, casi todas las empresas de la zona tienen un fin turístico y no solo para ellas mismas, sino para crear también puestos de trabajo, que son importantísimos para que la gente siga viviendo en el Sobrarbe y evitar la despoblación de la zona. Por ello, podemos decir que todo está relacionado con el turismo.

4. *¿Qué tipos de turismo se pueden realizar en la comarca?*

A parte los nombrados en el primera pregunta, el folclórico aunque se de en momentos muy puntuales (por ejemplo en Bielsa, hay dos o tres días fuertes al año, el día de la feria de Bielsa y el día de las fiestas). Sin embargo, un tipo de turismo que no hemos nombrado es el turismo relacionado con las fiestas tradicionales (como puede ser el Carnaval de Bielsa, el de la Fueva), y que es un turismo muy importante para épocas que no hay tanta afluencia de gente, es decir, la época invernal.

- *¿Cuál crees que prefiere el visitante de Sobrarbe? ¿Cuáles crees que son las actividades que se prefieren realizar?*

Caminar, sobre todo senderismo.

5. *Respecto a la gastronomía, ¿Piensas que puede ser un punto fuerte de atracción para la zona?*

Si, muy importante. Cada vez son más las personas que se desplazan a esta zona para probar sus platos típicos. Pero debemos tener en cuenta que si queremos que siga siendo así, tenemos que cuidar a este visitante, es decir, darle un buen servicio, buena comida y no cobrar unos precios desorbitados, en definitiva tienes que dar calidad-precio de una forma acorde. La gastronomía hay que cuidarla sobre todo en el aspecto económico y en el aspecto de la calidad, aunque en general creo que la gente está muy contenta con la gastronomía.

6. *¿Cómo crees que se podría explotar o potenciar más el turismo gastronómico?*

Pues mira, ahora nos encontramos inmersos en un proyecto que se llama: “Sobrarbe autóctono y sostenible” con el que se pretende explicar a los restauradores y carniceros de la zona el aprovechamiento de la ternera, entre otros. La razón es porque a veces solo se piensa en el entrecot o el solomillo pero hay más partes de la ternera que se pueden aprovechar. Entonces, en este caso, hemos hecho ya unas jornadas, ha venido un cocinero de renombre, para explicar a la gente como puede hacer un mejor uso de esta materia prima.

A parte de este proyecto, estamos preparando otro proyecto enfocado al tema de productos de la huerta y frutales. Que si lo sabemos sacar a adelante también es un punto de referencia donde poder trabajar. En este punto, cabe hacer un paréntesis

para hablar del Geoparque, por colaborar en la mejora de la calidad turística de la comarca y la promoción de esta.

Las ferias son un sitio muy importante en este punto. Nosotros insistimos mucho en que venga gente de otros sitios para que haya un aprendizaje recíproco, es decir, que se muestren los productos que se hacen, las diferentes maneras de cocinarlos, y la elaboración de productos típicos de cada zona, y así intentar formarse.

7. *¿Cuáles crees que son los restaurantes que más destacan en el Sobrarbe?*

El Callizo, a este restaurante lo conoce todo el mundo. La Capilleta está cogiendo mucho nombre porque está trabajando muy bien, en Plan. Casa Frauca también es muy importante. Estos tres en un primer nivel, y luego ya otro que tiene mucha fama y que a mí no me acaba mucho de convencer y tampoco trabajan productos locales es el Asador de Fiscal. A parte de este, Revestido que está más enfocado a hacer comidas para grupos y eventos. La Brasería, Lamiana también tienen mucho éxito. Y luego otro restaurante que está en Los Molinos también tiene mucha fama y va mucha gente ahí. Y por último, el restaurante de San Vicente de Labuerda, porque la gente va de propio a comer carne a la brasa que es una de las cosas que la gente quiere cuando viene a la zona, porque son cosas que la gente normalmente es su casa no se puede hacer.

8. *¿Crees que dar más importancia a la gastronomía de la zona puede ser una manera de atraer a más turistas? ¿Piensas que será positivo para la comarca?*

Si, convencido. Si sabemos crear productos locales de calidad y lo más importante, que lo sepamos explicar a la hora de venderlos en la carta, porque si por ejemplo, criamos la ternera en la zona, la sacrificamos aquí cumpliendo con los requisitos para que tenga el sello de raza Pirinera pero, sin embargo no lo sabemos trasladar al cliente que no es una ternera cualquiera, pues no se va tan satisfecho como si lo supiera. La gente, y sobre todo el turismo extranjero, busca cosas diferentes a lo que se come diariamente, que llamen la atención, y los restaurantes se tienen que adaptar este público ofreciéndole un amplio abanico de posibilidades, por ejemplo si no le gusta el entrecot, pues ofrecerle escalopines de ternera, o el cordero (ternasco) que a la gente también le gusta mucho, y es de la zona. No tiene mucho sentido, por muy bueno que este, que en un restaurante del Sobrarbe te ofrezcan pescado, porque es tirar por tierra todo lo que se trabaja.

9. *¿Cómo se podría medir el nivel de satisfacción de los turistas?*

Con encuestas en los bares y restaurantes, en las oficinas de turismo o cualquier punto estratégico que congregate a gente que está pasando unos días en la zona. O también buceando en Internet para ver qué opina la gente con respecto a su estancia.

10. *¿Sobre qué se le podría preguntar? (satisfacción con el alojamiento, con el trato personal, con la comida, etc.)*

Sí, aparte de todo esto, sobre todo hay que medir como han sido, en general, sus vacaciones porque ahí se dice mucho. Y luego ya si quieres saber algo concreto que a ti te interesa. Por ejemplo si quieres saber más sobre el turismo gastronómico, pues preguntarle que qué le ha parecido la gastronomía, que en que restaurantes ha comido, que alimentos han consumido y cual le ha parecido mejor, cuál ha sido su satisfacción con la gastronomía de la zona, etc.

11. *¿Crees que los que viven del turismo se preocupan por la satisfacción de estos? ¿A través de qué medios lo averiguan?*

Algunos sí y otros no tanto. Hay algunos que solo se preocupan por ganar el máximo dinero posible y no se dan cuenta que le dan un mal trato al cliente que no repetirá y eso a largo plazo es muy negativo para ellos.

En general pienso que la gente de Sobrarbe es muy cercana, porque son empresas muy pequeñas y esto te hace ser cercano con el cliente, y creo que la gente en general sí que se preocupa por el cliente, tanto con la calidad como con el servicio, y les gusta saber si el cliente se ha ido satisfecho y si tienen duda, preguntan. También es verdad que cuando se desborda todo, en temporada alta, es muy complicado llegar a cada cliente y los comerciantes solo se preocupan de amasar dinero. Hay que añadir que existe un problema muy grave, los restaurantes pueden dar muy buena comida y con mucha calidad pero no se dan cuenta que la calidad del servicio es muy importante y en general, es mala, porque esas personas no están preparadas para llevar a cabo las tareas ya que no han estudiado. En definitiva, cualquiera no puede ser camarero es necesario un proceso de formación. Sin embargo, los restaurantes que son mejores (Callizo, La Capilleta y Casa Frauca) se preocupan por este punto y se nota.

- *Si por el contrario no les importa, ¿Por qué piensas que puede ser?*

Porque ganan mucho dinero, hagan lo que hagan y no se esmeran por hacer las cosas mejor. Y no se dan cuenta que a la largo plazo es algo negativo no solo para ellos, sino para toda la comarca, porque si alguien se va mal de aquí, se va mal él y a lo mejor no volverá, pero hablará mal al resto de su entorno.

12. Por último, ¿Cuáles crees que son las principales limitaciones que tiene la Comarca para desarrollar el turismo con toda su potencialidad? ¿En qué crees que se podría mejorar, en general, el turismo de Sobrarbe?

El primer problema que tenemos es que la Comarca como ente administrativa no tiene un consejero de turismo. Hay comarcas que tienen la mitad de turismo que la nuestra y tienen un consejero de turismo. En segundo lugar, el señor que está al frente del turismo, que es el presidente de la comarca y sus técnicos, tienen una visión muy distorsionada de lo que es el turismo, porque ellos se centran mucho en el turismo desde el punto de vista de aquí dentro, pero el turismo no está aquí, el turismo hay que ir a buscarlo afuera, y entonces tienes que ir a darte a conocer fuera. Que la gente conozca el Sobrarbe en el exterior es muy difícil, la gente puede conocer los Pirineos, Zaragoza como mucho, España... pero el Sobrarbe es complicadísimo. Una razón es el tema comarcal, nadie entiende que es una comarca, comarcas hay en Cataluña y en Aragón, el resto de España no tiene comarcas. Por ello, hay que vender una marca más global que Sobrarbe, que es *Pirineos*. Y hay que entender que si la gente no viene a Sobrarbe, pues vendrán a Jaca o a Benasque pero al final todos tenemos que mirar por todos. En definitiva, hay que tener una idea más global de la situación y sobre todo que la gente nos vea desde el exterior y no vendernos nosotros desde aquí dentro, y estas cuestiones desde el ente administrativo comarcal lo llevan muy mal, porque hay un fallo en la transmisión de información al exterior. Sin embargo, hay establecimientos que por sí solos, como el Camping Peña Montañesa en Labuerda, el Camping Boltaña o Ligüerre de Cinca decidieron hace unos años, dentro de la asociación de campings salieron a buscar clientes a Holanda y Bélgica y eso se notó muchísimo, un mes como es julio que no había tantos españoles como en agosto, venían gran cantidad de turistas alemanes, belgas, holandeses, franceses o cualquier país de Centroeuropa buscando buen tiempo, lugar tranquilo, naturaleza y comer bien. Y todo esto gracias a la iniciativa privada porque si llega a ser por la iniciativa pública no hubiera funcionado. Luego el Gobierno de Aragón que debería de ser un “paraguas” donde se pudieran apoyar todas las

comarcas y crear una marca común, pues no es así, ya que todavía no saben cómo distribuir el dinero entre comarcas o hacer una promoción conjunta. Una idea sería crear una página web que ayude a una persona de Dinamarca, por ejemplo, que está buscando información y alojamientos en el Sobrarbe. Esta debería mostrarse en diferentes idiomas, o teniendo enlaces con los alojamientos de la zona, es decir, ayudando al usuario porque ahora la mayoría de la gente busca información por Internet y nos tenemos que adaptar a ello)

En mi opinión es más fácil así porque si no la gente o sabe ni donde está. No pensamos en la gente que puede venir, y tenemos el turismo internacional abandonado. Ahora el Ayuntamiento de Ainsa trabaja mucho con el turismo israelita, y se están impartiendo unas jornadas sobre el turismo hebreo para enseñar a la gente como se tiene que adaptar a este tipo de personas, que son especiales (no ofrecerles cerdo, etc.) porque los turistas israelitas están locos por venir. En definitiva, hay que diferenciar al segmento de cada persona que viene a Sobrarbe, no se le puede tratar igual que a un francés, si queremos fidelizar a nuestros clientes, claro.

Y ya por último comentar que también hay que potenciar el Túnel de Bielsa con Francia, ya que es vital para esta zona, si no el Sobrarbe sería una comarca desaparecida, porque sin pistas de esquí, sin el acceso y sin la cantidad de franceses que visitan el Sobrarbe no sería lo mismo. Por eso, el hecho de que el túnel de Bielsa este abierto todo el año ha sido básico para el turismo de la comarca.

ANEXO 6

FICHA TÉCNICA ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD

TÉCNICA	ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD
ENTREVISTADO	ENRIQUE PUEYO GARCÍA
ENTREVISTADOR	PAULA DUESO SAMPÉRIZ
FECHA	12/04/2017
LUGAR	AYUNTAMIENTO DE AINSA
DURACIÓN	45 MIN
TEMA	TURISMO DEL SOBRARBE
OBJETIVO	Determinar si el turismo gastronómico es un factor relevante para que cada vez sean más los visitantes que acuden al Sobrarbe.
FOTO	
OBSERVACIONES	El entrevistado habló ampliamente sobre el tema objeto de estudio. Se mostró espléndido a la hora de hablar, pues tenía mucho conocimiento y control sobre el tema. A su vez, también tuvo un rol crítico sobre el contenido, ya que se creó un ambiente de confianza donde pudo hablar sin dobleces.

ANEXO 7

ENCUESTA A LOS VISITANTES DE SOBRARBE

Nº

Este cuestionario se realiza con el fin de conocer mejor a las personas que visitan el Sobrarbe.

Se ruega unos minutos de su tiempo por lo que agradeceríamos su más sincera colaboración.

Muchas gracias. Le recordamos que el cuestionario es totalmente anónimo.

Marque o rellene la casilla correspondiente.

1. ¿Se encuentra de turismo por el Sobrarbe?

Sí

No (FIN DE LA ENCUESTA)

2. ¿Cuánto tiempo durará su visita en la zona?

Menos de un día

Una semana

Más de 15 días

De 1 a 6 días

Entre 8 y 15 días

3. ¿En qué tipo de alojamiento se encuentra?

Hotel

Casa particular (familiar,
amigo, etc.)

Albergue

Apartamento

Camping

Otro _____

Casa rural

Indique, si es tan amable, la localidad exacta donde se aloja: _____

4. ¿Había visitado el Sobrarbe con anterioridad?

Sí

No

Por favor, indique todas las zonas que ha visitado: *(Se pueden marcar varias)*

Ainsa

Valle del Cinqueta (ej. Gistaín, Plan)

Boltaña

La Fueva

Valle del Ara (ej. Broto, Torla)

Bajo Sobrarbe

Valle del Cinca (ej. Bielsa)

Otros _____

5. ¿Cuál es la zona que más le gusta? _____

6. ¿Recomendaría el Sobrarbe, en general, como destino turístico?

Sí

No

¿Qué sitios son para Ud. los más recomendables para visitar? *(Se pueden marcar varias)*

Castillo de Ainsa

Cañón de Añisclo

Monasterio de San Vitorián

Centro de visitantes del Geoparque

- Cueva del Oso de Tella
- Valle de Pineta

Otros _____

7. **¿Dónde buscó la información acerca de la Comarca para organizar su viaje?** (Se pueden marcar varias)

- A través de páginas web
- Por una agencia de viajes
- A través de las redes sociales
- Por folletos
- Ferias
- Medios de comunicación (ej. prensa)
- Otros _____

8. **¿Tuvo algún tipo de problema a la hora de encontrar la información que buscaba?**

- Sí*
- No

*Si ha marcado que sí, indique si es tan amable, con que tuvo problemas (con el alojamiento, excursiones, etc.) _____

9. **¿Con qué medio de transporte llego hasta este lugar?**

- Coche
- Tren
- Autobús
- Avión
- Bicicleta
- Autostop
- Otro: _____

10. **¿Cuál ha sido la razón por la que ha visitado el Sobrarbe?** (Se pueden marcar varias)

- Conocer otros lugares
- Relajarme y descansar
- Conocer su patrimonio cultural
- Comer bien y conocer su gastronomía
- Practicar algún deporte y/o actividad
- Acudir algún evento
- Por su climatología
- Salir de mi entorno habitual
- Respirar aire puro y disfrutar de la naturaleza
- Otros _____

***Si ha marcado en el la pregunta anterior, que ha venido al Sobrarbe a practicar deportes o actividades. Indique cuáles:**

- Deportes acuáticos
- Senderismo
- Bicicleta de montaña
- Escalada
- Esquí
- Otros _____

11. **¿Ha comido en algún establecimiento del Sobrarbe? Indique cual:** _____

12. **¿Ha probado algún plato típico de la zona?**

- Sí*
- No

*Si ha marcado que sí, indique cual: _____

13. **¿Cómo ha sabido que se trataba de un plato típico?**

- Me lo ha indicado el camarero
- Se explicaba en la carta que se trataba de algo de la zona
- Ya conocía de su existencia
- Otro _____

Y si es tan amable, valore su percepción de ese plato:

- No me ha gustado nada
 No me ha gustado
 Indiferente
 Me ha gustado
 Me ha gustado mucho

14. Indique su grado de satisfacción, así como de implicación: (marque con una X la casilla correspondiente)

	Muy insatisfecho	Insatisfecho	Indiferente	Satisfecho	Muy satisfecho
Alojamiento					
Trato personal					
Información requerida					
Comida					
Actividades realizadas					
Costumbres/ Tradiciones					

15. Valore del 1 al 10 (siendo 1 la mínima y 10 la máxima puntuación) su experiencia, en general, vivida en el Sobrarbe:

16. Indique su edad.

- De 18 a 25
 De 36 a 45
 Más de 60
 De 26 a 35
 De 46 a 60

17. Marque cuál es su renta mensual:

- Menos de 1000€
 De 2000 a 3000€
 De 1000 a 2000€
 Más de 3000€

18. Indique su lugar de procedencia: Provincia _____ / País _____

19. Marque su situación laboral.

- Estudiante
 Empleado
 Empresario
 Amo/a de casa
 Parado
 Otro _____
 Jubilado
 Autónomo

20. Indique su sexo.

- Mujer
 Hombre

ANEXO 8

REPARTICION DE ENCUESTAS EN CADA MUNICIPIO

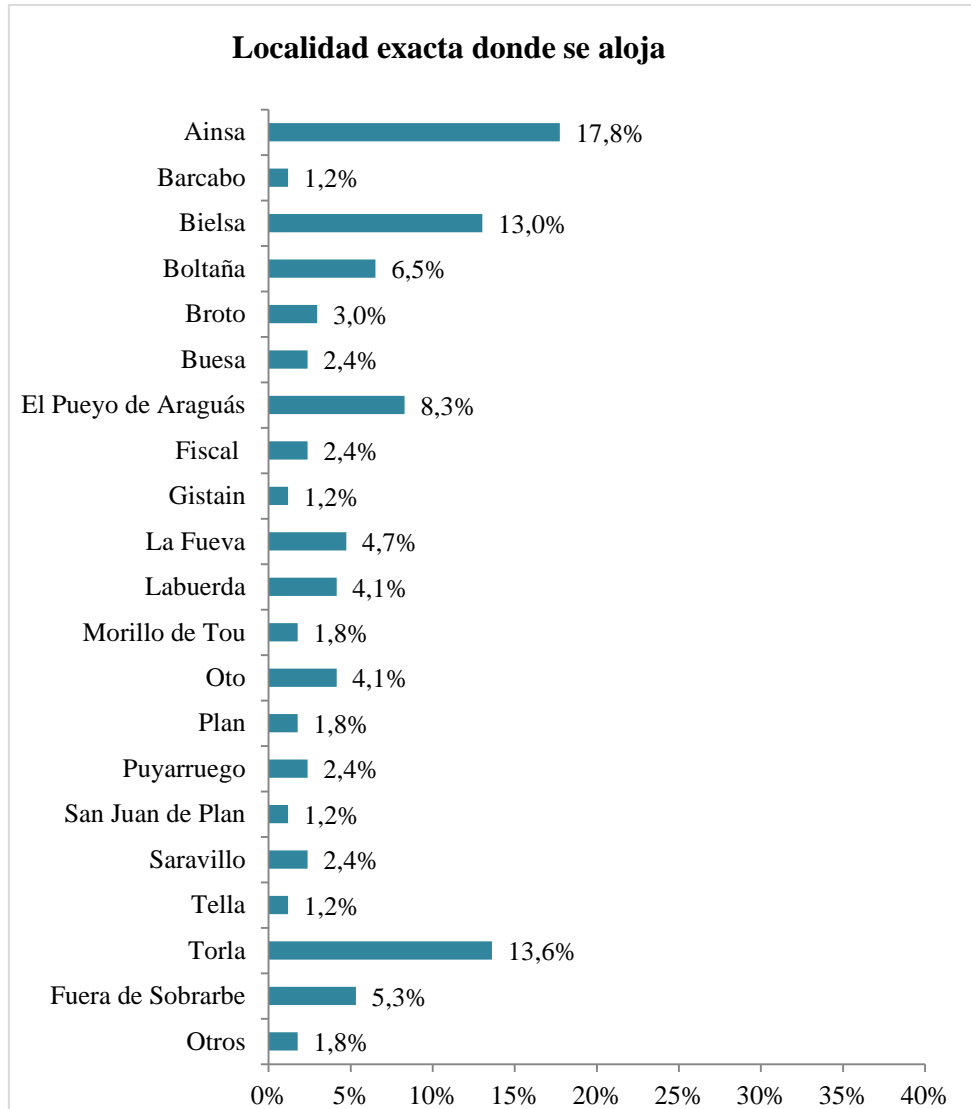
Lugar	Nº de encuestas	Lugar	Nº de encuestas
Ainsa	40	Gistaín	6
La Fueva	5	Boltaña	20
El Pueyo de Araguás	8	Bielsa	20
Broto	20	Saravillo	4
Plan y San Juan	10	Labuerda	10
Tella	3	Torla/Ordesa	35
Puértolas	14	Fiscal	5

Hay que tener en cuenta dos aspectos: el primero es que Ainsa, es la zona que más visitantes recibe aunque no tenga capacidad para alojarlos, por ser la capital del Sobrarbe, también gracias a que fue catalogado por ser uno de los pueblos más bonitos de España y por la publicidad que les ha otorgado las actividades de BTT, tal y como nos explicó Enrique Pueyo en la entrevista que se le realizó. Sin embargo, lo contrario ocurre con Labuerda y Puyarruego, que gracias a sus respectivos campings tienen mucha capacidad pero la zona en sí no se caracteriza por su atracción turística. El segundo aspecto, es que los municipios que no tienen mucha capacidad y que tampoco tienen excesiva atracción, el encuestador no se ha desplazó hasta la zona, como son el caso de Abizanda, Laspuña, Barcabo, etc.

Las encuestas se realizaron en varios lugares de cada municipio, la mayoría por la calle, pero también en oficinas de turismo, restaurantes, hoteles, y demás sitios que pudieran congrega a gente.

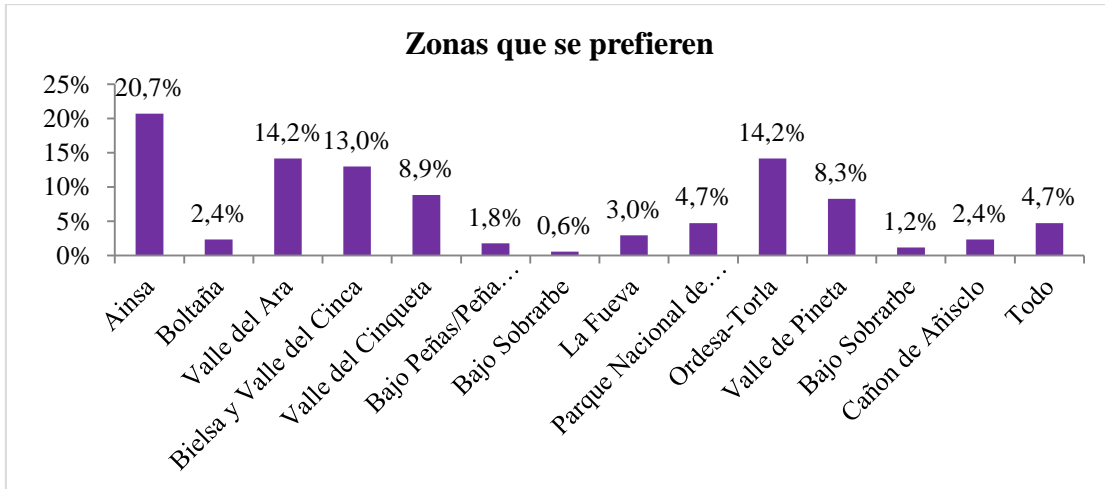
ANEXO 9

Gráfica 1



Cabe destacar la importancia que tiene el pequeño municipio de El Pueyo de Araguás, en el cual se alojaban un 8,3% de los encuestados, ya que a pesar de ser muy reducido en tamaño, acoge a gran número de turistas. Esto se debe a que es un pueblo que se dedica en gran medida al turismo, ya que todas las casas tienen turismo rural.

Gráfica 2



Gráfica 3

