

# DESARROLLO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS INNOVADORES EN ARAGÓN

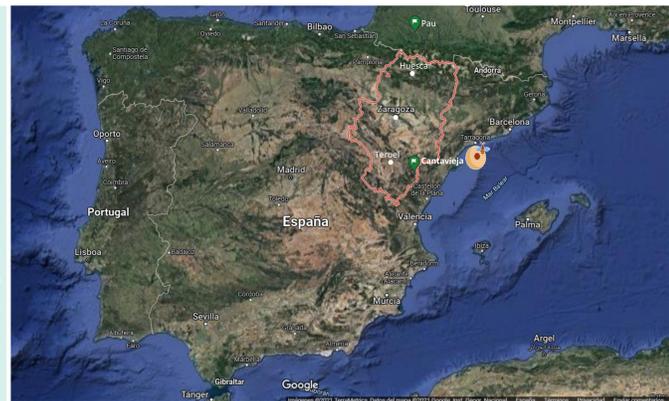
*una visión desde la demanda*

Pilar Uldemolins, M<sup>a</sup> Teresa Maza (Universidad Zaragoza), Tiziana de Magistris(CITA)

## JUSTIFICACIÓN

### ¿Por qué es importante estudiar el potencial de demanda de productos turísticos innovadores en Aragón?

La revitalización de algunas zonas de esta comunidad autónoma es mucho más necesaria que en el resto de España o de la Unión Europea. El 95% del territorio aragonés se considera una zona rural frágil y poco estructurada. Aragón presenta un número de habitantes (28 hab./km<sup>2</sup>) tres veces menor a la media española (91 hab./km<sup>2</sup>), la población se encuentra envejecida, lo que conlleva el riesgo de desaparición de muchos municipios por falta de iniciativas de desarrollo económico. El sector turístico que promueve el medio rural ofreciendo productos turísticos innovadores podría proporcionar oportunidades de desarrollo sostenible a la región y contribuir a mantener la biodiversidad de los ecosistemas agroalimentarios y forestales. En un contexto de deterioro del medio ambiente y de un Aragón rural vacío, el sector turístico puede ser una gran oportunidad.



## INTRODUCCIÓN

El modelo actual de turismo se considera insostenible ya que se ha visto que cuanto más se desarrolla y crece este sector, mayor deterioro de los ecosistemas terrestres y marinos se produce (Azcarate et al., 2019).

Esta circunstancia, en gran parte derivada del turismo de masas, junto con la actual pandemia, ha reforzado la importancia y la necesidad de desarrollar y promover el turismo local, doméstico y regional (UNWTO, 2020a) ya que los turistas han empezado a buscar destinos menos poblados y actividades al aire libre (UNWTO, 2020b).

En el medio rural, cada vez se afrontan mayores retos como la despoblación, rentas inferiores, brecha digital, declive de las actividades económicas tradicionales, falta de diversidad económica, escasez de infraestructuras, servicios y medios de transporte. Al unir estas dos realidades, es posible conseguir una interacción beneficiosa para ambas. El turismo ha demostrado ser una herramienta de diversificación económica y un importante motor de empleo en las zonas rurales, distribuyendo los beneficios entre las regiones y su población, y mitigando los riesgos asociados a la concentración turística en lugares específicos (UNWTO, 2020b).

Existen tres aspectos importantes en la innovación turística: la sostenibilidad (Azcarate et al, 2019), la tecnología (Pencarelli, 2020) y el factor "experiencia transformadora" (Custodio et al., 2020). En un producto turístico innovador el turista tiene una interacción más activa, basada en un contacto más emocional, social y participativo con el territorio, su cultura y sus gentes.

Rastoin (2009) propone que a través de cadenas agroalimentarias territorializadas, puede iniciarse un movimiento turístico que permitiría el desarrollo local. Para una creciente minoría de consumidores los productos alimentarios se han convertido en una señal de identidad cultural, cargada de simbolismo y significado y han dejado de ser tan solo un bien tangible para cubrir necesidades funcionales.

El apiturismo está muy relacionado con la cultura y las tradiciones de las comunidades rurales. Las actividades turísticas consisten en participar en visitas guiadas a apiarios donde el turista se viste con el traje de apicultor, hacer visitas a museos al aire libre donde se observa cómo trabaja el apicultor, cómo es el proceso de obtención de la miel, y se prueban productos derivados de la colmena (Wos, 2014).

En este proyecto de tesis proponemos la investigación sobre un producto turístico innovador relacionado con la alimentación, el patrimonio histórico cultural y la naturaleza, como es el desarrollo de actividades relacionadas con la apicultura en la comarca del Maestrazgo (Teruel) que representan un patrimonio apícola y etnográfico para la Comunidad.



## OBJETIVOS

- ✓ Analizar el potencial de mercado de actividades turísticas relacionadas con la apicultura a través de las preferencias de los consumidores.
- ✓ Analizar el potencial de mercado de mieles de Teruel a través de las preferencias de los consumidores.
- ✓ Investigar si las preferencias de los consumidores cambian según la manera de promocionar el producto (las actividades turísticas y la miel), comparando fotos, video 2D y realidad virtual.
- ✓ Identificar factores de los consumidores relacionados con la sostenibilidad.



## METODOLOGÍA

### ENCUESTA

- Investigar el conocimiento, actitudes, comportamiento hacia el desarrollo sostenible
- Sostenibilidad y turismo: interés en ecoturismo
- Sostenibilidad y alimentos: dimensión medioambiental, dimensión etnocéntrica, tradición y etnicidad

### EXPERIMENTO DE ELECCIÓN

Permite estimar las preferencias y la disposición a pagar de la muestra. Un experimento de elección consiste en generar escenarios específicos compuestos de atributos previamente definidos (Hensher et al. 2005). Estos escenarios se presentan a los participantes en forma de tareas de elección. Cada tarea está compuesta por varios escenarios o alternativas.

1. Experimento de elección con miel
2. Experimento de elección con apiturismo

### TRATAMIENTOS

- Grupo control
- Fotos (el entorno de la actividad apícola)
- Video 2D (el entorno de la actividad apícola)
- Video realidad virtual (el entorno de la actividad apícola)

## Agradecimientos

FITE MIEL 2 "Recuperar la miel para recuperar el territorio" y Ayuda PRE2019-087635 financiada por MCIN/AEI /10.13039/501100011033 y FSE "El FSE invierte en tu futuro".

## Referencias

- Azcarate T., Benayas J., Nerilli G. and Justel A., (2019). "A guide to Sustainable Tourism", REDS, Madrid.
- Pencarelli, T., (2020). "The digital revolution in the travel and tourism industry". Information Technology and Tourism 22, pp. 455–476. <https://doi.org/10.1007/s40558-019-00160-3>
- Rastoin, J.L., (2009). "Dynamique du système alimentaire". Fond Français pour l'alimentation & la santé. [consultado 25/05/2021] <https://alimentation-sante.org/documents/dynamique-du-systeme-alimentaire/>
- World Tourism Organization (UNWTO) (2020a). "Framework for Inclusive Community Development through Tourism". UNWTO, Madrid. <https://doi.org/10.18111/9789284422159>
- Wos, B. (2014). "Api-tourism in Europe". Journal of Environmental and Tourism Analyses, 2(1), pp. 66.