



**Universidad**  
Zaragoza

# Trabajo Fin de Grado

Turismo de lujo en España. Desarrollo y  
oportunidades en Zaragoza.

Autor/es

Gonzalo Alonso Farina

Director/es

Nicolás Alejandro Guillén

Escuela de Turismo Universidad de Zaragoza

2022

## INDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>3</b>
<b>2. EL TURISTA DE LUJO</b>	<b>4</b>
<b>3. TIPOS DE TURISMO DE LUJO</b>	<b>7</b>
<b>4. EL TURISMO DE LUJO EN ESPAÑA</b>	<b>10</b>
<b>5. PRINCIPALES DESTINOS EXCLUSIVOS DE ESPAÑA</b>	<b>12</b>
<b>6. EL TURISMO DE LUJO EN ZARAGOZA</b>	<b>17</b>
<b>7. TURISMO MICE EN ZARAGOZA</b>	<b>19</b>
<b>8. RUTA DE LUJO POR ZARAGOZA</b>	<b>20</b>
<b>9. ANÁLISIS DAFO</b>	<b>24</b>
<b>10. CONCLUSIONES</b>	<b>26</b>
<b>11. BIBLIOGRAFÍA</b>	<b>28</b>

## 1. INTRODUCCIÓN

Con el tiempo, el turismo ha evolucionado mucho. Empezando como un movimiento elitista, donde sólo unos pocos eran los privilegiados de poder realizar viajes, con un gran poder adquisitivo, a un fenómeno de masas donde prácticamente todo el mundo podía viajar, pasando así, a ser uno de los principales motores de la economía de algunos países, entre ellos España. Nuestro país cuenta con el sector turístico como principal fuente de ingresos, siendo uno de los países más visitados desde los años cincuenta, hasta hoy en día, tras pasar una pandemia mundial, y seguir posicionándose entre el top 5 de destinos más solicitados.

Si hablamos en datos, según estudios del Instituto Nacional de Estadísticas, en 1995 el turismo suponía alrededor del 4,5% del producto interior bruto, lo que significaba más de 27 millones USD, y más de 52 millones de turistas. Este aporte del turismo al PIB español, ha ido en crecimiento hasta llegar a alcanzar en 2019, un valor del 12,4% y más de 154 millones de euros. En 2020, con la aparición de la Covid-19, y la consecuente crisis mundial, los datos del turismo se desplomaron, bajando del nombrado 12,4% del PIB en 2019, al 5,5% de valor en 2020. Lo que supone una caída de 154 millones de euros, a casi la mitad, con poco más de 60 millones de euros. Pero poco a poco, esta situación se está mitigando y en 2021 recibimos un total de 88.546 millones de euros, lo que representaba un 7,4% del PIB (Estadística, 1995-2020).

Cifras aún muy por debajo de las anteriores a la pandemia, pero con aires alentadores para el sector turístico. Se estima que para 2022, el valor del PIB turístico ascienda al 10,8% con más de 140.000 millones de euros, según Exceltur (Exceltur, 2021).

Actualmente el turismo se percibe como una experiencia, las personas buscan vivir momentos que recordar e incluso el traslado de un punto a otro, el propio viaje en sí, se disfruta como algo único. Los turistas desean cada vez destinos más exóticos, excursiones más atrevidas, hoteles más alucinantes...Y esto es una de las características del turismo de lujo, ya que buscan estas experiencias y dejan en segundo plano el factor económico, como veremos a lo largo del trabajo.

Puestos en situación, es hora de hablar de los puntos que vamos a desarrollar:

En primer lugar, desarrollaremos el perfil del turista de lujo, cuáles son sus preferencias, qué le gusta visitar, cuántas noches permanece en el destino, el gasto diario que hace, si viaja solo o acompañado...

Más adelante analizaremos los distintos tipos de turismo de lujo que podemos encontrar. El turismo de compras, el turismo gastronómico, los viajes de negocios...

Seguidamente basaremos lo anterior, poniendo como localización España. Veremos cómo han evolucionado las llegadas de estos turistas a nuestro país, y cómo ha ido avanzando tanto la demanda de servicios premium, como la oferta de servicios cada vez más sofisticados y exclusivos.

Desarrollaremos un top de destinos españoles elegidos por los turistas de lujo, ya que en España hay una gran variedad de ejemplos, desde los destinos específicamente elegidos para hacer compras, hasta las ubicaciones más privilegiadas y exclusivas elegidas por los amantes de la cultura o la naturaleza.

A continuación, profundizaremos en el desarrollo del turismo de lujo en Zaragoza, y veremos cómo ha ido evolucionando. Veremos los distintos atractivos de la capital aragonesa y cuáles son los más demandados por este turista.

Más tarde, realizaremos un análisis DAFO, en el que veremos tanto las debilidades y amenazas, como las fortalezas y oportunidades de Zaragoza, para ver las posibilidades de mejorar el turismo de lujo en la capital.

Por último, veremos las conclusiones que hemos obtenido al realizar el trabajo, y nuestra opinión personal.

## **2. EL TURISTA DE LUJO**

Las personas que entendemos como viajeros de lujo, siempre buscan lo exclusivo, lo mejor, la máxima calidad posible, sin importar lo que tengan que pagar, ya que son personas con un alto poder adquisitivo. Es totalmente lo contrario a lo establecido como el turismo de masas.

El perfil del turista de lujo podría definirse como (Mansilla, 2017):

- Profesionales entre 30 y 40 años.
- Manejan varios idiomas.
- Tienen unos ingresos superiores a 100.000 euros anuales.
- Cuentan con unos gastos de entre 5.000 y 10.000 euros por viaje.
- Suelen mantenerse fieles a destinos y alojamientos.
- Viajan en agosto y diciembre.
- Los viajes duran entre 10 y 15 días.

- Buscan la exclusividad.

Algunas de las preferencias que podemos atribuir a este segmento son: alojamiento en hoteles de 5 estrellas, suites y resorts, viajes en cruceros o yates privados, vuelos en primera clase, compras de lujo, tours exclusivos y personalizados, turismo de golf, viajes en jet privado, búsqueda de experiencias extremas, viajes ejecutivos, viajes con degustaciones gastronómicas...

En 2019, Braintrust presentó su nuevo Barómetro Turístico Premium (Braintrust, 2019), donde se analizan los viajes de lujo, describen las tendencias y desarrollan las oportunidades de este segmento. El informe distingue dos variantes de turistas, los Luxury, que son aquellos que cuentan con una renta superior a 100.000 euros, y los Premium que son los de clase alta o muy alta. En el estudio, se define que los viajeros de lujo, suelen reservar sus viajes con una antelación de casi tres meses y preparan sus viajes según las webs de destinos turísticos y las Guías de Viajes. Por otro lado, se identifica que los nombrados Luxury acostumbran a organizar sus viajes con las agencias tradicionales, mientras que los Premium lo hacen normalmente de manera online.

Existen actualmente 5 perfiles de turista de lujo, clasificados según su percepción de lo que es el lujo (Hosteltur, 2020):

- Generación del Baby Boom. Conciben el lujo como algo prestigioso y con identidad de marca. Tienen formación universitaria, les gusta un estilo de vida sana, contratan servicios sueltos, eligen hoteles urbanos y viajan en familia o en pareja. Suelen gastar de media más de 3.500 euros por viaje.
- Senior. Son los de mayor edad. Entienden que el lujo es igual a precios caros. Tienen una formación media, normalmente están jubilados, no tienen muchos conocimientos tecnológicos, y tienen gustos fijos. Gastan alrededor de 2.500 euros por viaje.
- Generación X. Buscan ser reconocidos socialmente. Son de mediana edad y tienen una formación media. Normalmente son familias con hijos, buscan opiniones en redes sociales, viajan con paquetes organizados. En cada viaje invierten de media 3.000 euros.
- Milenials. Para ellos el lujo es igual a personalizado, hecho a su medida. Tienen un nivel de estudios muy alto, viajan en pareja, se preocupan por el medio ambiente y la sostenibilidad. Gastan casi 4.000 euros en cada viaje.

- Generación Z. Aquí el lujo se entiende como algo de diseño y moderno. Son los más jóvenes, con mucha influencia de las redes sociales, normalmente mujeres, con una formación media-alta. Su gasto medio es de 2.600 euros por viaje.

En cuanto a los destinos preferidos por los turistas premium, según la web Civitatis (Civitatis, 2021), compañía líder en reservas online de actividades, los principales destinos mundiales elegidos por los turistas de lujo son:

- Dubái. El clásico ejemplo que se le viene a todo el mundo a la cabeza cuando piensa en algo exclusivo. Aquí podemos encontrar desde hoteles de siete estrellas, como el Burj El Arab, hasta el centro comercial más grande del mundo, el Dubái Mall, donde disfrutar de las mejores boutiques y establecimientos del mundo.
- Maldivas. Otro de los clásicos destinos de ensueño ya que cuenta con diversas playas paradisíacas y extensos arrecifes. ¿Quién no ha visto las típicas fotos de bungalow en medio del mar?
- Bali. Es uno de los destinos favoritos para realizar lunas de miel. Puedes disfrutar de preciosas playas, pero lo más identificativo de Bali son los templos, como el Templo Ulun Danu.
- Champaña. Elegido por los amantes de Moët & Chandon. Esta región francesa representa la exclusividad en cuanto a bodegas y rutas gastronómicas.
- Sudáfrica. Este destino simboliza el deseo de vivir las experiencias en plena naturaleza con sus famosos safaris privados y alojamientos de lujo en medio de la selva.
- Mónaco. Caracterizado por su oferta de ocio y cultura, contando con el lujoso Casino de Montecarlo y el famoso circuito de Fórmula 1, entre otros.
- Seychelles. Este archipiélago de 115 islas es uno de los destinos más caros del mundo.

Estos son los destinos más identificativos del turismo de lujo, pero algunos de los alojamientos no tan conocidos son:

- The Penthouse Apartment en París. Ofrece un ático con vistas directas a la Torre Eiffel, por un precio de más de 24.000 euros la noche.

- Isla Necker. Una de las islas vírgenes británicas con un precio de 74.000 euros la noche.
- Chalet Zermatt Peak, en Suiza, cuenta con cinco estrellas y tiene un precio de 50.000 euros la noche.

Según la publicación Travel Market (Mansilla, 2017), lo que buscan los turistas de lujo es: la inmersión en el destino, apostando por lo local, la personalización y sentir que está haciendo algo único, que todo lo que haga sea a la última, cool, espera encontrarse con sorpresas diarias, que su viaje tenga poco impacto medioambiental, degustaciones gastronómicas...

El turismo de lujo apuesta por la calidad y hoteles muy exclusivos, pero se preocupan por su impacto medioambiental, incluso algunos destinos han implantado ecotasas, como es el ejemplo de Bután, donde el Consejo de Turismo decidió no permitir la entrada a mochileros ni turismo de masas para proteger su naturaleza y herencia cultural. Otro ejemplo de la preocupación por el medio ambiente y el rechazo masificación lo podemos encontrar actualmente en Hawái, que en el pasado recibía un turismo que amenazaba a la sostenibilidad de la isla, y están tomando medidas como la moratoria para la construcción de hoteles, subrayando la importancia de un turismo más responsable, tanto para el medioambiente, como para los nativos de la isla.

### **3. TIPOS DE TURISMO DE LUJO.**

Como ya hemos ido viendo, el turista de lujo se puede segmentar en varios nichos. No todos buscan lo mismo, pero si tienen algo en común, son viajeros que buscan lo mejor a cualquier precio.

A continuación, vamos a desarrollar los tipos de turismo de lujo más comunes.

- Turismo gastronómico: Estos viajes cobran cada vez más importancia y en la actualidad muchos viajes se realizan única y exclusivamente con el propósito de ir a los mejores restaurantes, o realizar degustaciones exclusivas. Viajan buscando experiencias y en eso la gastronomía desempeña cada vez un papel más

importante. Está asociada a la buena vida, con un consumo exclusivo y de alta calidad, de productos locales.

No solo consiste en la experiencia del restaurante, también incluye visitas a mercados locales, los festivales gastronómicos o rutas gastronómicas, degustaciones, ver cómo se realiza todo el proceso para la elaboración de platos típicos...

Algunos países como México, Italia o China, cuentan con una gastronomía y unos sabores muy característicos.

No podemos hablar de turismo culinario sin nombrar Francia, cuya gastronomía forma parte del Patrimonio Inmaterial de la Humanidad desde 2010.

En España, por ejemplo, tenemos el restaurante más caro del mundo, "Sublimotion", situado en Ibiza, propiedad de Paco Roncero, y que cuenta con 10 estrellas Michelin y un precio de más de 1600€ por comensal.

Un grupo de croatas, ha creado una página web llamada Tasteatlas, que consiste en un mapa interactivo de todo el mundo, donde pone cuál es el plato típico de cada zona que seleccionas. Por ejemplo, si vas a viajar a la India, lo buscas en el mapa y al ponerte encima del país, sale una foto del plato típico, en este caso el curry, y al pinchar sobre él, nos define un poco la historia del plato.

Si hay algo que distingue a cada país, es su riqueza gastronómica. Todos los países tienen platos típicos que los caracterizan, y que sólo se pueden experimentar de primera mano si viajas a sus orígenes. En la actualidad se pueden encontrar ceviches en cualquier lugar del mundo, pero no son como los ceviches peruanos, por ejemplo, o la pasta fresca italiana.

- Turismo de moda, diseño y arquitectura. Aquí tienen cabida desde los viajes desarrollados en busca de conocer la labor de determinados arquitectos, hasta la visita a talleres de diseñadores de moda.

Por ejemplo, en lo que respecta a la arquitectura, podemos nombrar el famoso recorrido por los edificios de Gaudí, las construcciones clásicas, como son las iglesias barrocas o el Castillo Chapultepec, recorridos por ruinas históricas como El Partenón o Chichen Itzá, e incluso construcciones modernas como son el Parque Millennium o el museo Soumaya.

En cuanto a la moda y el diseño, son viajes que se realizan para ver talleres de diseñadores, desfiles de moda, presentaciones de colecciones exclusivas, convenciones de moda...

No lo debemos confundir con el turismo de compras. Aquí el objetivo no es adquirir un producto, sino disfrutar de la esencia de la moda, hacer una inmersión en el mundo de los desfiles, ver los procesos de confección de determinadas prendas.

- Turismo de shopping o de compras. Ahora sí, estos viajes se realizan con el objetivo de realizar determinadas compras. La OMT, en 2014, desarrolló una serie de recomendaciones para mejorar el turismo de compras. Estas recomendaciones eran: tener buena accesibilidad, infraestructuras adecuadas, seguridad, limpieza y ubicación adecuada, marketing y promoción del destino, tener una regulación específica...

Si hay una fecha que se caracterice por las compras, esa es la época de la Navidad, con sus decorados y sus mercados navideños.

Casi todos los países de Europa, están desarrollando el turismo de compras de manera inminente. China es el gran mercado del turismo de compras mundial. Nueva York es prácticamente un centro comercial en sí mismo, con la Gran Manzana o la Quinta Avenida. Y por último pondremos el ejemplo de Dubái, con el gran centro comercial Dubái Mall, el más lujoso del mundo.

- Turismo de aventura. Aquí, el turista busca una experiencia única que esté al alcance de muy pocos. Les llaman la atención los lugares inexplorados o islas y playas escondidas. Podríamos destacar desde La Antártida, hasta la selva africana o el Amazonas. También incluiríamos en este apartado los deportes de aventura como el rappel, el submarinismo o la escalada.

En los últimos años han cobrado importancia y se merecen una distinción los safaris de lujo, donde lo principal es el avistamiento de animales. Los alojamientos están situados en ubicaciones estratégicas para poder ver desde ellos a los animales.

- Turismo MICE. Es el turismo de negocios. Una cuarta parte de los turistas de todo el mundo viaja por cuestiones de negocios, asistencia a conferencias,

reuniones, visitar exhibiciones...Las principales características de este sector, son que se realizan a lo largo de todo el año, evitando la estacionalidad, genera muchos empleos y posiciona el destino. El turismo MICE, genera un 30% más de ingresos que el turismo de ocio. En 2019, la ICCA (International Congress and Convention Association) registró un total de 21000 congresos donde destacaron países como Estados Unidos, Alemania, Francia, España e Inglaterra (Ostelea, 2021).

#### **4. EL TURISMO DE LUJO EN ESPAÑA.**

En España, el mercado de alta gama tiene una evolución más marcada que en otros países. Según declara Xandra Falcó, presidenta del Círculo Fortuny, “España cuenta con todos los ingredientes para posicionarse como referente de destino de excelencia. El turismo de excelencia es más sostenible, genera un mayor PIB local y tiene mayor resiliencia de la crisis” (Falcó, 2021).

Se prevé que el turismo de alta gama tenga un crecimiento del 7% anual en los próximos cinco años. Este negocio cuenta con una serie de fortalezas que le hace estar más preparado a la hora de salir de la crisis que sufrimos actualmente. En concreto España, cuenta con una cultura extraordinaria con 15 ciudades declaradas Patrimonio de la Humanidad, tiene una gastronomía reconocida mundialmente con más de 200 restaurantes con Estrella Michelin y tiene una oferta en cuanto a moda y diseño que nada tiene que envidiar a otros países.

El origen de la mayoría de turistas de este segmento en España es de nacionalidad china, cuatro de cada diez. Este mercado se ha visto muy afectado por la crisis, y es el momento de enseñarles la oferta española para el turismo de lujo, donde podemos destacar además de lo nombrado anteriormente, los más de 400 campos de golf ubicados por todo el territorio español donde tenemos que destacar Los Naranjos Golf Club, ubicado en Marbella, a poca distancia de Puerto Banús y que es mundialmente famoso por su trazado y diseño de campeonato.

Según un estudio realizado por el Círculo Fortuny (Company, 2018), los turistas llamados millennial supondrán un 50% del turismo de alto impacto, cuyos intereses son la

sostenibilidad, digitalización, inmediatez y las experiencias. El nombrado Círculo Fortuny, propone la creación de programas específicos para esta industria, que atraigan turistas de fuera de la Unión Europea. Uno de los programas que plantea es potenciar la artesanía local de calidad, que den valor a la Marca España, con los maestros artesanos. En definitiva, se pretende hacer que España sea reflejo de cultura, sostenibilidad y bienestar, queriendo que los turistas no vengán solo por el famoso sol y playa, sino que se adentren en lo que es nuestro país, las tradiciones, y las experiencias únicas que ofrece.

A pesar de la crisis del coronavirus, en el verano de 2021, el turismo de lujo ha recuperado los niveles de 2019, e incluso, en algunos casos, los ha superado. Es el caso de los vuelos privados y aerotaxi de Aena, con un registro de más de 44.000 operaciones y 90.000 pasajeros, un 20% y un 14% más que en 2019, respectivamente. Y algunos de los destinos que visitaron fueron: Ibiza, Palma de Mallorca y Málaga-Costa del Sol. Otro de los nichos que está en auge es el alquiler de yates privados y en España donde más se da este mercado es en Baleares y la Costa del Sol (Gutiérrez, 2021).

Según el informe ‘Turismo de alto impacto. Un fuerte impulso para Europa’ realizado por la consultora Bain & Company en este año, el turista de alta gama tiene un gasto diario en España de 860€, cifra muy por debajo de los casi 6.000€ diarios que dejan en Italia este tipo de turistas. Sin embargo, España es el país europeo con mayor influencia del turismo de lujo al PIB. Según el informe, el gasto de los turistas de lujo en España se destina a: 50% para shopping, 26% alojamientos y 20% a la restauración. También nombraron la buena posición gastronómica de España en el sector de la alta gama, al igual que en el entorno cultural y el turismo wellness donde es el quinto país del mundo con más turistas interesados en este nicho.

A continuación, haremos un breve resumen por las agencias de viajes más especializadas según la Asociación Española del Lujo:

- Lux Andalus Experience: Empresa especializada en crear experiencias premium a medida por Andalucía, con un público objetivo internacional de alto poder adquisitivo. Ofrece a sus clientes la oportunidad de vivir las tradiciones andaluzas en cualquier época del año, conocer los lugares más emblemáticos, y disfrutar de experiencias únicas y auténticas.

- Spain Collection: es una agencia de viajes de lujo, que crea experiencias inolvidables por España y Portugal. Diseñan los viajes a medida para conocer nuestra cultura y adentrarse en una aventura memorable. Ofrece experiencias de viajes excepcionales y auténticas apoyando a las empresas y comunidades locales.
- SpainTop: Esta agencia está dirigida sobre todo a viajes de lujo para viajeros individuales, pequeños grupos y programas de incentivos. Son especialistas en materializar los sueños de los viajeros más exigentes.

En definitiva, España cuenta con una gran y variada oferta para los turistas de alto impacto. Contamos con una cultura y patrimonio muy extenso, podemos encontrar boutiques y tiendas de lujo por todo el territorio español, tenemos una gastronomía reconocida mundialmente, poseemos desde playas idílicas hasta pistas de esquí de las más conocidas del mundo y albergamos ciudades como Madrid o Barcelona que destacan en el nicho de los congresos.

## **5. PRINCIPALES DESTINOS EXCLUSIVOS DE ESPAÑA.**

En esta sección vamos a desarrollar los principales atractivos que tiene España para el turismo de lujo, y para ello vamos a distinguir entre; hoteles, restaurantes y rutas gastronómicas, destinos de compras, congresos y ferias y atractivos culturales.

En primer lugar, vamos a empezar nombrando algunos de los hoteles y alojamientos más lujosos que tiene España. Mencionaremos algunos de los hoteles que aparecen en la Asociación Española del Lujo (Lujo, 2021), así como en la Guía Condé Nast Johansens (Johansens, 2022).

- Six Senses Ibiza: Situado en la bahía de Xacarra, cuenta con una decoración de materiales locales. Es la primera localidad que cuenta con el certificado de sostenibilidad BREEAM (Building Research Establishment Environmental Assessment Method) del Balear. Este hotel promueve acabar con la estacionalidad de la isla, diseñando un programa de retiros centrados en el bienestar.

- VP Plaza España Design 5\*: Ubicado en pleno corazón de Madrid, junto al Palacio Real, La Catedral de La Almudena y el Templo de Debod, entre otros. Cuenta con el sello de calidad LEED Gold, que acredita que es un edificio sostenible y responsable con el medio ambiente.
- Palacio de Luces: Situado en Asturias, entre el mar Cantábrico y los Picos de Europa, en un entorno natural privilegiado y único. Un palacio del siglo XVI rehabilitado, con un entorno de interés paisajístico, gastronómico y cultural.
- Four Seasons Hotel Madrid: Situado en pleno corazón de la capital española, cuenta con una gastronomía premium en sus azoteas y con un spa de 4 plantas. Si te gusta la cultura, este hotel es ideal, ya que cuenta con más de 1500 pinturas, fotografías y esculturas a lo largo de sus pasillos. Es una obra de arte en sí mismo.
- Hotel Baobab Suites: Sito en la isla de Tenerife, es un conjunto de suites de entre uno y cuatro dormitorios, todas ellas inundadas de luz natural y preparadas para ofrecer el máximo bienestar a sus anfitriones.

Estos son algunos de los hoteles de lujo que forman parte de la Asociación del Lujo Española, pero no podemos olvidar nombrar la red de Paradores de España que ofrecen alojamiento y restaurantes en edificios históricos por todo el territorio nacional, y que en 2021 ha obtenido los mejores datos de su historia con unas ventas de más de 100 millones de euros, según afirma Pedro Saura, presidente y CEO de la red, en la revista Forbes. España cuenta actualmente con un gran número de hoteles de 5 estrellas, superando grandes potencias como pueden ser Italia, Francia o Reino Unido.

Ya hemos visto los hoteles, y vamos a proceder a adentrarnos en el mundo de la gastronomía. ¿Estáis preparados? Vamos a ir abriendo boca de la mano de los mejores restaurantes de alto impacto de España, según los premios “Travellers Choice, The Best Of The Best 2021” de Tripadvisor (TripAdvisor, 2021).

- El Xato: Encabezando la lista encontramos este restaurante con una estrella Michelin ubicado en La Nucia, Alicante. Buscan la calidad a través de la materia prima, y esperan generar emociones con su cocina.
- Lasarte By Martín Berasategui: Uno de los mejores restaurantes de España, con tres estrellas Michelin, situado en Barcelona y de la mano del reconocido Chef a nivel mundial Martín Berasategui.
- Raíces: En Talavera de la Reina, el Chef Carlos Maldonado ostenta su primera estrella Michelin. Ofrece vivir una experiencia gastro/artística a través de la cerámica de Talavera de la Reina, Patrimonio Inmaterial de la Humanidad, y apostando por una economía circular y sostenible.
- El Celler de Can Roca: En Girona, cuenta con tres estrellas Michelin y una estrella Verde Michelin. Es la fusión perfecta de los hermanos Roca. Joan destaca con su mundo salado, Josep con el líquido como sumiller y Jordi con su mágico universo del dulce.
- Aticcook de Bruno Ruiz: Ubicado en Denia, ofrece una cocina creativa, personal y de sabores muy bien definidos, con un menú único de temporada. Destaca también por su interiorismo.

Estos son los restaurantes elegidos por los visitantes que han votado en la web de Tripadvisor como los mejores restaurantes de lujo de España en 2021, pero no podemos pasar por alto restaurantes como DiverXo de Dabiz Muñoz, Azurmendi Gastronómico en Vizcaya con 5 estrellas Michelin y considerado el restaurante más sostenible del planeta o el inigualable Sublimotion de Paco Roncero en Ibiza, con una innovación y una gastronomía vanguardista que ofrecen una experiencia emocional inédita hasta el momento.

Por otro lado, las rutas gastronómicas son una forma diferente de conocer la gastronomía del país y además adentrarse en la cultura local del destino. Por ejemplo, podemos hacer la Ruta de los Pintxos en País Vasco, la Ruta Gourmet por el Mercado de la Boquería en Cataluña, recorrer el casco antiguo y disfrutar de los vinos con Denominación de Origen

en una ruta por las Rías Baixas de Galicia, la Ruta del Aceite o la Ruta del Jamón Ibérico en Andalucía o la Ruta de la Paella en Valencia. (Rumbo, 2020)

En cuanto al turismo de compras o shopping de alta gama en España, vamos a nombrar algunas de las calles más emblemáticas para hacer compras de lujo.

Podemos empezar con Madrid, donde encontraremos las calles para compras de lujo más caras de Europa, como son la Calle Ortega y Gasset y la Calle Serrano, que juntas formarían la famosa Milla de Oro de Madrid. Aquí podemos encontrar todo tipo de tiendas de marcas tan reconocidas como Prada, Tommy Hilfiger, Gucci, Carolina Herrera, Cartier, Tous... Por otro lado, en Madrid también podemos encontrar centros comerciales destinados al shopping de alta gama, como pueden ser Las Rozas Village o el Centro Comercial Moraleja Green. Este año 2022, Madrid ha sido una de las ciudades europeas que mejor se ha recuperado en el sector de turismo de compras, con una recuperación del 100% respecto al 2021.

En Barcelona se hallan calles como El Paseo de Gracia que es la segunda avenida más importante en cuanto a compras de lujo de España, o la Avenida Diagonal que cruza Barcelona de un extremo a otro y está repleta de tiendas de marcas famosas como son Chanel, Armani Jeans o Yves Saint Laurent. También podemos visitar el famoso centro comercial La Roca Village con más de 130 boutiques en su interior o el barrio El Born que se caracteriza por su espíritu bohemio, alternativo y diferente.

Otro destino reconocido internacionalmente para realizar compras sería Marbella. Aquí podemos encontrar otra Milla de Oro, esta vez esta Milla de Oro es la que conecta Marbella con Puerto Banús, con un paseo rebotante de glamour, donde podemos encontrar boutiques de diseñadores locales y las marcas más exclusivas.

En cuanto a los principales atractivos para el turismo de conferencias y ferias de España, tenemos que destacar Barcelona y Madrid con más de 150 congresos al año cada una de ellas. Algunas de las ferias que podríamos destacar de España serían el Salón del Manga, Hostelco, Mulafest o Fitur. El congreso más famoso en España es el Mobile World Congress que reúne a los líderes del sector tecnológico. Hay que destacar el gran crecimiento que está teniendo lugar en Zaragoza de este tipo de turistas.

Y para terminar con este apartado del trabajo, vamos a nombrar los atractivos culturales más visitados de España por los turistas de alta gama. Recordemos que son turistas que

tienen un nivel medio- alto de estudios y que están interesados por la cultura de los sitios que visitan. Los atractivos que pasaremos a desarrollar están incluidos en la Asociación Española de Lujo y serían: (Lujo, 2021)

- Museo Guggenheim de Bilbao: Pertenece a la Red Internacional de Museos por lo que cuenta con una gran Colección Permanente. El edificio es una clásica representación de la arquitectura vanguardista del S.XX, diseñado por Frank Ghery, uno de los arquitectos más influyentes e importantes del mundo.

- Museo Cristóbal Balenciaga: Aquí se puede contemplar la creación del diseñador de moda más influyente de la historia. Cuenta con más de 5.000 referencias textiles, objetuales y documentales. Está situado en el histórico Palacio Aldamar en Gipuzkoa.

- Real Fábrica de Cristales: Representa uno de los ejemplos más importantes del Patrimonio Industrial de España y una seña de identidad de Segovia. El edificio está declarado Bien de Interés Cultural.

- Real Academia de Bellas Artes de San Fernando: Cuenta con cincuenta y seis académicos de reconocido prestigio de campos como la arquitectura, pintura, cine, diseño gráfico, fotografía... Se encuentra en el palacio de Goyeneche, en Canalejas, y exhibe obras de Goya, El Greco, Sorolla, Picasso y Rubens, entre otros.

El turismo cultural en España tiene mucha afluencia y variedad. Hemos nombrado algunos museos de la Asociación Española del Lujo, pero también haremos mención al Paseo del Arte de Madrid formado por el Museo Thyssen-Bornemisza, El Museo del Prado y el Museo Reina Sofía, por otro lado en cuanto a eventos culturales podríamos nombrar el musical de El Rey León que cuenta con más de 5 millones de espectadores, destacan construcciones como pueden ser La Alhambra de Granada o la Sagrada Familia de Barcelona, o Castilla y León que es la región con más bienes culturales del mundo.

## 6. EL TURISMO DE LUJO EN ZARAGOZA.

Como ya hemos venido diciendo a lo largo de todo el trabajo, la pandemia mundial que hemos sufrido ha afectado mucho al turismo de todo el mundo, pero según datos aportados por el INE, en 2021 Zaragoza obtuvo notables ascensos tanto en viajeros como en pernoctaciones comparándolo con 2020. Hablando en datos, en 2021 el ascenso de viajeros que recibió Zaragoza fue de más del 74% y en cuanto a pernoctaciones más de un 70% con respecto al año anterior.



Gráfico 1. Encuesta Ocupación Hotelera. INE.

La mayoría de llegadas de turistas internacionales proceden de Francia con más de 200.000 viajeros, seguido del mercado chino con más de 87.000 visitantes. Gracias a este aumento en las cifras, la capital aragonesa ha desarrollado dos nuevos paseos guiados; “Goya, el origen del genio” coincidiendo con el 275 aniversario del nacimiento de Francisco de Goya y “Los Sitios de Zaragoza” que desarrollaremos en más profundidad en el siguiente apartado del trabajo.

Como ya sabemos, la sostenibilidad es muy importante para los turistas de lujo, y Zaragoza ha renovado sus sellos de Calidad ISO y Q, y ha obtenido el Sello SRA+ que otorga el Instituto Aragonés de Fomento para reconocer el compromiso con la excelencia según el Modelo de Excelencia EFQM.

Basándonos en los datos de oferta y demanda de Zaragoza, tenemos que nombrar que la capital aragonesa cuenta con 2 hoteles 5\*, y según los datos recogidos por las Oficinas de Turismo, los viajeros que llegan a Zaragoza tienen el siguiente perfil:

- Adultos entre 36 y 56 años.
- Con un nivel cultural alto.

- Se alojan en hoteles de 3 y 4 estrellas.
- Viajan en pareja o familia y amigos
- El 60% de los turistas se informan por internet y redes sociales para preparar su visita.
- El 74% de los turistas visitan la ciudad por motivos culturales.
- El 99% recomendarían su visita a conocidos (Turismo, 2021).

Otra ventaja que tiene es la buena conexión de alta velocidad y autovías con las principales áreas metropolitanas de España. Tiene un aeropuerto internacional, una gran red de carreteras y un tren de alta velocidad que conecta Zaragoza con Madrid y Barcelona en una hora.

Zaragoza cuenta con un Programa de Promoción Exterior, con el objetivo de posicionar nacional e internacionalmente la ciudad como destino turístico y lugar de referencia del turismo cultural y de experiencias. También han participado en diversos eventos promocionales nacionales e internacionales, como fueron el Encuentro Virtual de Ciudades Españolas con el mercado holandés, Meet Hizspania (jornadas directas Polonia) o la Convención Turespaña.

Por otro lado, la plataforma Saborea España, de la cual forma parte Zaragoza, promociona la Ruta Chilindrón, la Ruta del Ternasco de Aragón y la Ruta de la Tapa Goya, entre otros.

En definitiva, la capital aragonesa está mejorando potencialmente su desarrollo turístico, y esto está viéndose reflejado en los datos del importe del turismo al PIB para Zaragoza. Gracias a estas mejoras y a que están fuertemente concienciados con el medio ambiente, es un destino que cada vez llama más la atención a los turistas de lujo. Además, tiene una cultura inigualable donde se pueden visitar desde la Basílica de Nuestra Señora del Pilar, uno de los centros de peregrinación mariana más importantes del mundo, hasta el Acuario de Zaragoza, el acuario fluvial más grande de Europa.

## **7. TURISMO MICE EN ZARAGOZA.**

Si hay algo que está destacando en Zaragoza, es el ámbito del turismo de congresos y ferias, por lo que hemos pensado que sería importante dedicar un apartado a este sector.

El turismo MICE en Zaragoza lleva creciendo desde antes de la pandemia. Ya en 2018 tuvo un impacto económico en la capital aragonesa de más de 54 millones de euros, batiendo récord hasta entonces, pero en 2019 lo superaron con 100 millones de euros y un total de 530 eventos. En la actualidad, tras el parón mundial sufrido por la pandemia de 2020, está teniendo unos ingresos por este tipo de turismo de más de 26 millones de euros, aún lejos de volver a los datos de 2019, pero con aires alentadores para el sector. Esto es posible gracias a la promoción que está haciendo Zaragoza en cuanto al turismo de congresos tanto nacional como internacionalmente con el grupo profesional Zaragoza Congresos (ZCB). Zaragoza Convention Bureau, es un equipo de profesionales que apoyan la organización y promoción de eventos en la ciudad junto al Ayuntamiento de Zaragoza, desde 1994, que además cuenta con diversos certificados de calidad, como la Q de Calidad Turística o la certificación de sostenibilidad en la industria de los eventos Eventsost.

<b>AÑO</b>	<b>EVENTOS</b>	<b>DELEGADOS</b>	<b>IMPACTO ECONÓMICO</b>
<b>2019</b>	530	128.000	100.000.000€
<b>2020</b>	585	141.000	110.000.000€

Tabla 1. Elaboración propia basándonos en el informe anual de Zaragoza Turismo.

Si tenemos que hablar de los congresos más importantes de Zaragoza, podemos nombrar el 43º Congreso de la Sociedad Española de Médicos de Atención Primaria (SEMERGEN), que fue el primer congreso de gran impacto celebrado tras la pandemia y que atrajo a más de 3.000 profesionales, o la 30ª Edición de Iberian MICE Forums (IMF), donde se reunieron proveedores, agencias de eventos y empresas del sector del turismo de negocios para conocer la oferta nacional, además de la organización de al menos quince grandes congresos más, previstos para este 2022.

También podemos nombrar la iniciativa creada por Zaragoza Congresos junto al Ayuntamiento de Zaragoza llamada el “Bosque de los Zaragozanos”, donde más de 40 empresas han comenzado la plantación de 650 árboles para impulsar la sostenibilidad en la ciudad.

Teniendo en cuenta el impacto que deja este tipo de turismo en Zaragoza, y sabiendo que las personas que acuden a congresos y conferencias suelen ser de un nivel educativo alto y están interesados en la cultura, lo podemos considerar una parte importante en cuanto al turismo de lujo de la capital aragonesa. Los turistas de congresos suelen comer en restaurantes de alta gama, y se hospedan en alojamientos con buenas tecnologías, que protejan el medio ambiente y que estén bien comunicados.

En definitiva, Zaragoza cuenta con una situación geográfica estratégica con muy buena comunicación en cuanto a transporte, tiene una cultura e historia inigualable, cuenta con una prestigiosa universidad, un comercio consolidado, consta de dos Palacios de Congresos y un entorno natural idílico. Este conjunto de características, hacen que las empresas se fijen en Zaragoza a la hora de realizar sus eventos.

## **8. RUTA DE LUJO POR ZARAGOZA.**

En este apartado vamos a realizar una ruta que hemos desarrollado para conocer los lugares más privilegiados de Zaragoza y los mejores restaurantes. Visitaremos algunos de los recursos culturales y naturales más emblemáticos y también realizaremos algunas compras. Este viaje a Zaragoza tendrá una duración de 4 días y 3 noches.

En primer lugar, vamos a hablar del alojamiento que hemos elegido, el Hotel Palafox. Este hotel cuenta con 5 estrellas y está situado en pleno casco histórico de Zaragoza. Las habitaciones destacan por su diseño y posee una cuidada selección de obras de arte, además de servicios como el gimnasio con sauna, la piscina o el solárium.

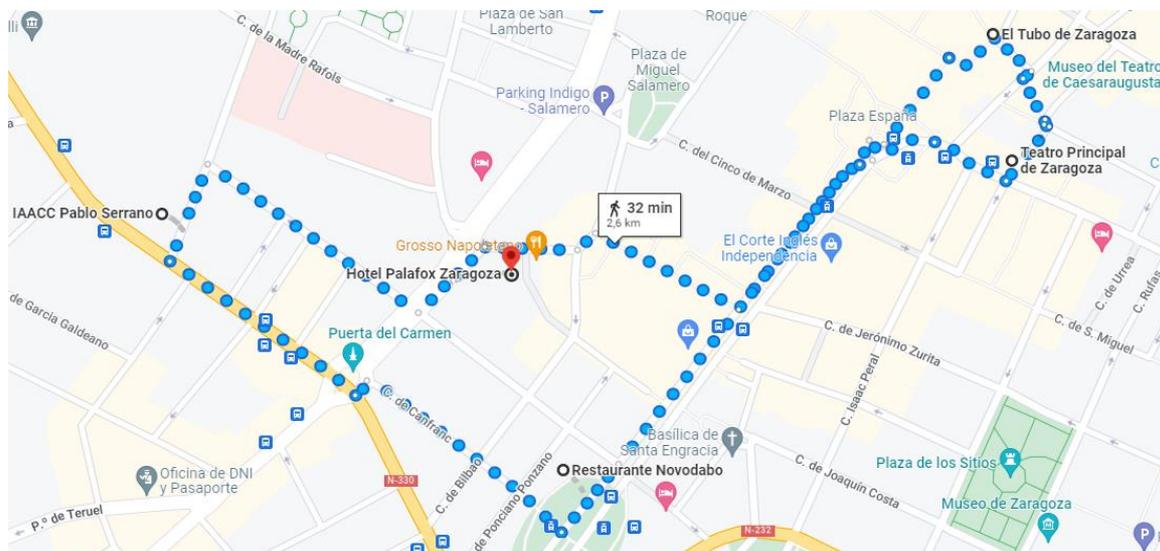
El primer día, tras dejar el equipaje en el hotel, visitaremos el Museo de Pablo Serrano también conocido como el Instituto Aragonés de Arte y Cultura Contemporánea, que se encuentra a tan sólo 5 minutos andando de nuestro hotel. Es un edificio de arquitectura industrial aragonesa del siglo XX que alberga la obra del Pablo Serrano, uno de los artistas nacionales más importantes del S.XX, además de obras de Picasso, Miró y Liechtenstein, entre otros.

Tras esta visita, comeremos en el Restaurante Novodabo, situado en la Plaza de Aragón. Emplazado en un emblemático palacio del S.XX, destaca por sus techos altos y lámparas colgantes. El restaurante figura en la guía Michelin, aunque aún no cuenta con

ninguna estrella. Nos decantaremos por un menú degustación denominado “Menú 1888” y formado por los siguientes platos: Ostra de la Bretaña con caviar Per Sé Baerii Gold del Pirineo aragonés (Maridada con Champagne), bombón de tomate y boquerón en vinagre, croqueta de sepia en su tinta con mahonesa de chipotle, degustación de panes artesanos, mantequilla de anchoas y AOVE, helado de Cebolla de Fuentes de Ebro D.O.P, gambón con panceta de Teruel, arroz Venere, jugo de arroz, marisco y guisantes, «Lo mejor del mar» a la brasa, La ternera en el Valle de Tena, Fresa, cereza, rosas y albahaca, Chocolate, helado de queso del Burgo de Ebro, vainilla y pimienta, Petit fours. La bebida no está incluida en este menú.

Tras la comida, iremos dando un paseo hasta llegar al Teatro Principal de Zaragoza, el más importante de la ciudad, donde disfrutaremos de *La Mariposa de Obsidiana*, una obra de teatro basada en la novela de Juan Bolea. La obra de teatro empezará a las 20:00 horas y tiene una duración de 90 minutos.

Al finalizar la obra teatral, haremos una cena por el Tubo de Zaragoza, disfrutando de las diversas tapas que hacen famosa esta zona. Y volveremos al Hotel Palafox.



Ruta día 1. Elaboración propia.

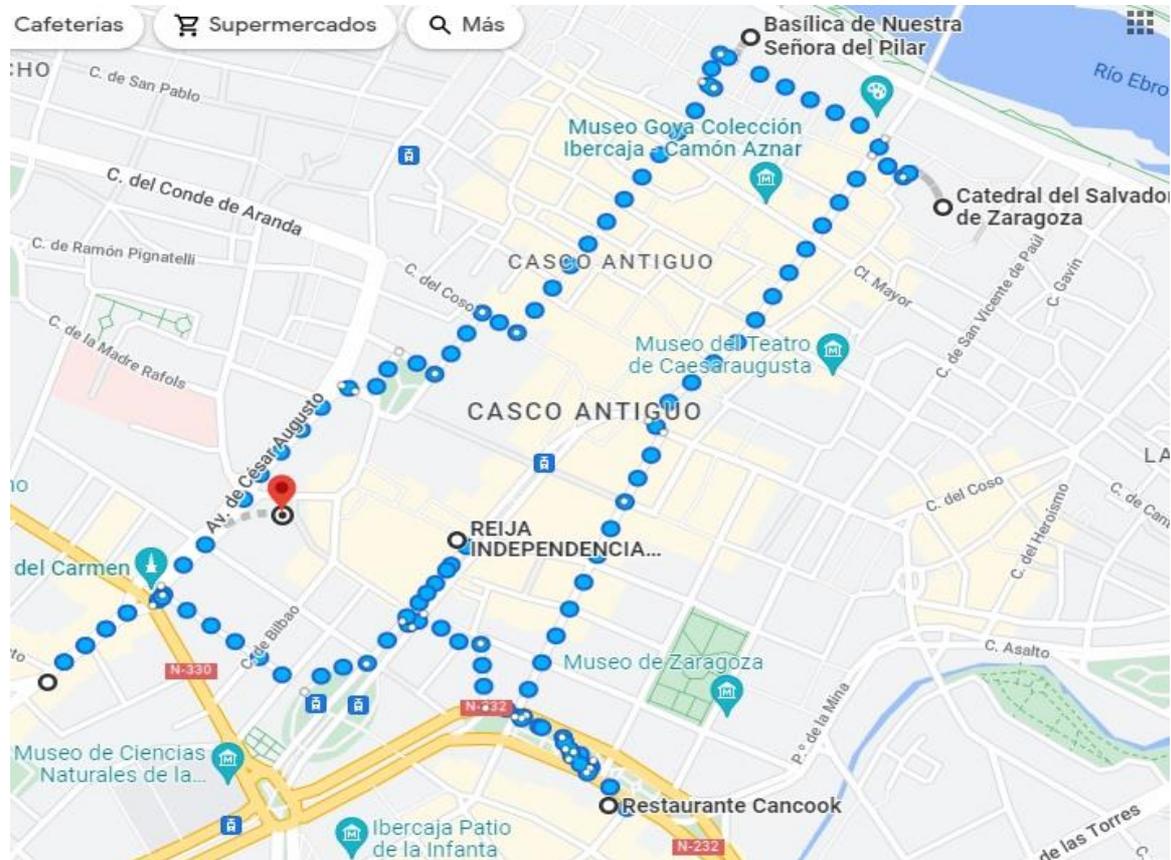
El segundo día de la ruta, lo dedicaremos a visitar la Basílica de Nuestra Señora del Pilar, La Seo y el Palacio de la Aljafería.

Comenzaremos saliendo del hotel tras haber desayunado y nos dirigiremos hacia la Basílica del Pilar, a tan sólo 13 minutos andando. Esta joya barroca es el símbolo principal de Zaragoza, un imprescindible donde se pueden contemplar numerosas obras

de Goya, así como una arquitectura barroca. A continuación, nos dirigiremos hacia la Catedral del Salvador de Zaragoza, también conocida como La Seo, la cual cuenta con unos muros característicos del arte mudéjar que están declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. En su interior podemos visitar el Museo de Tapices, que tiene una de las colecciones de tapices flamencos del S.XV, XVI, XVII más importantes del mundo.

Más tarde, cogeremos un taxi y nos dirigiremos al restaurante Cancook, el cual cuenta con una estrella Michelin, y nos deleitaremos con el “Menú Festival”, que cuenta con 18 pases para disfrutar al completo de la cocina aragonesa y una armonía de vinos para que la experiencia sea completa. Tras la comida, pasaremos la tarde disfrutando de las tiendas de Zaragoza, por ejemplo, la boutique Reija, que cuenta con marcas como Emporio Armani o Dolce&Gabbana.

Pasaremos por el hotel, aprovechando que nos pilla cerca y dejaremos las compras que hemos realizado y nos prepararemos para ir a cenar. En esta ocasión hemos optado por cenar en el Restaurante La Senda, que destaca por su alta cocina y una gran variedad de vinos.



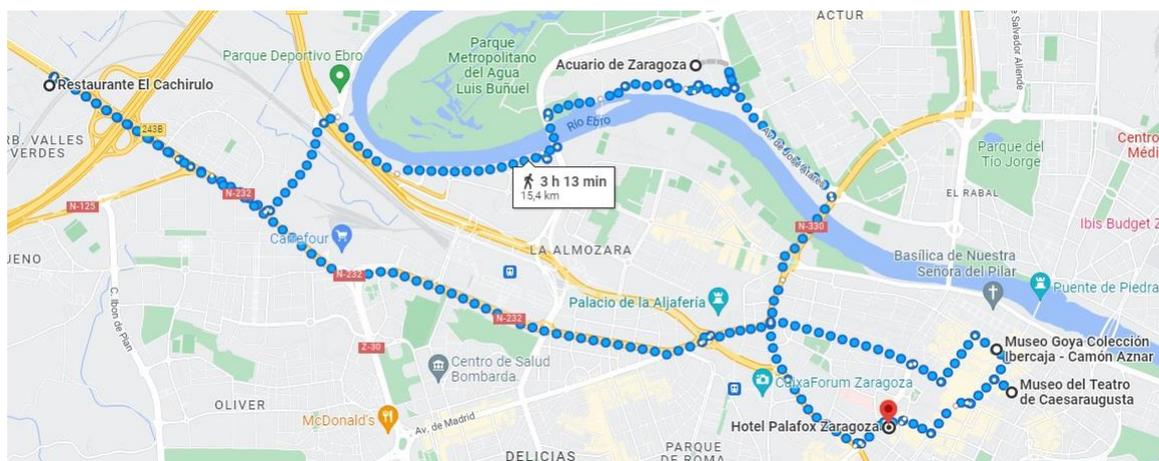
Ruta día 2. Elaboración propia.

Y llega el último día de nuestro viaje a Zaragoza. Esta última jornada la dedicaremos a visitar el Acuario de Zaragoza, el Museo del Teatro Caesarugusta y el Museo Goya entre otros.

Empezaremos dirigiéndonos en taxi a la zona de la Expo 2008, y empezaremos visitando el Acuario de Zaragoza. Este acuario es el acuario fluvial más grande de Europa y cuenta con una extensión de 2.5 millones de litros de agua. Disfrutaremos de un recorrido viendo especies exóticas y nos adentraremos entre Arapaimas, con el inicio al buceo que vamos a realizar. Tras esta emocionante experiencia, nos tomaremos un descanso, y comeremos en el Restaurante El Cachirulo, un referente gastronómico de Aragón, con productos de primera calidad, donde optaremos por el “Menú Noble”.

Después de comer, cogeremos un taxi y nos dirigiremos hacia El Museo Goya, donde disfrutaremos de la obra del artista más influyente de Zaragoza, entre otras pinturas. Cerca del Museo de Goya encontraremos en Museo del Teatro de Caesaraugusta, el cuál visitaremos también. Y para terminar el día realizaremos la Ruta de la Tapa de Goya, recorriendo lugares de influencia para el artista como son la Plaza Santa Cruz, la Plaza de la Seo, o la Plaza de San Miguel. Esta ruta, hace un recorrido por 15 establecimientos que ofrecen tapas inspiradas en Goya.

Volveremos al hotel y pasaremos nuestra última noche. Al día siguiente, haremos las maletas y volveremos a nuestro origen.



Ruta día 3. Elaboración propia.

## 9. ANÁLISIS DAFO.

En este apartado, vamos a proceder a analizar tanto los elementos internos como externos que definen la situación actual del turismo en Zaragoza. Los elementos internos de este análisis son las fortalezas y las debilidades, y los elementos externos son las amenazas y las oportunidades.

- Debilidades:

D1: Cuenta con un bajo desarrollo de tecnologías enfocadas al turismo. Hay una cobertura móvil escasa en algunos puntos rurales.

D2: Tiene una baja tasa de pernoctaciones.

D3: Necesidad de tener trabajadores profesionales y formados en el ámbito turístico.

D4: Atracción concentrada en Turismo Religioso.

- Fortalezas:

F1: Tiene una situación geográfica estratégica, pudiendo recibir mercancías por carretera o ferrocarril y cuenta con energías renovables.

F2: Ha conseguido destacar en el turismo de congresos.

F3: Ciudad muy comprometida con el medio ambiente y la sostenibilidad.

F4: Buen clima.

F5: Tiene menos estacionalidad que los destinos de sol y playa.

F6: Es una ciudad segura y accesible.

- Amenazas:

A1: Repercusión de crisis sociosanitaria causada por la Covid-19.

A2: Competencia de otras ciudades cercanas con una oferta turística similar.

A3: Riesgo de comercios al por menor por falta de digitalización.

A4: Posible deterioro del Casco Histórico.

- Oportunidades:

O1: Gran variedad de oferta turística: turismo gastronómico, idiomático, ornitológico, religioso...

O2: Es la capital del Valle del Ebro.

O3: Promueve la innovación y la creatividad.

O4: Cuenta con un entorno natural y paisajístico extraordinario.

O5: Es una ciudad que transmite mucha confianza y seguridad.

A continuación, mostraremos en cuadro del análisis DAFO;

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>·Bajo desarrollo de tecnologías enfocadas al turismo.</li> <li>·Baja tasa de pernoctaciones.</li> <li>·Personal poco cualificado.</li> <li>·Muy enfocado al Turismo Religioso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>·Crisis Covid-19.</li> <li>·Competencia ciudades cercanas con una oferta similar.</li> <li>·Riesgo en los pequeños comercios por falta de digitalización.</li> <li>·Deterioro Casco Histórico.</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>·Situación geográfica.</li> <li>·Turismo de congresos.</li> <li>·Compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad.</li> <li>·Buen clima.</li> <li>·Poca estacionalidad.</li> <li>·Seguridad y accesibilidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>·Variedad oferta turística.</li> <li>·Capital Valle del Ebro.</li> <li>·Innovación y creatividad.</li> <li>·Entorno natural privilegiado.</li> <li>·Transmite seguridad.</li> </ul>

En definitiva, Zaragoza busca constantemente la mejora de sus servicios para alcanzar la excelencia, y quiere posicionarse como un destino turístico experiencial con una gestión sostenible y delicada con el medio ambiente, aprovechando los paisajes que tiene.

## **10. CONCLUSIONES.**

A lo largo del trabajo hemos visto en qué consiste el turismo de lujo y cuales son sus principales características, tanto en el ámbito nacional como internacional. Hemos definido un perfil de turista de alta gama y definido sus preferencias y gustos, y hemos obtenido la conclusión de que son personas adultas, con un nivel alto de estudios, comprometidos con el medio ambiente y el desarrollo local, que buscan calidad ante todo y privacidad. Son viajeros que buscan experiencias, ya sean adentrándose en las profundidades del mar para hacer una ruta de snorkel como realizando una ruta por los viñedos de Francia.

También hemos tenido que hablar de la pandemia mundial que venimos sufriendo desde 2020, que ha afectado a la economía mundial y en especial al sector turístico. Pero hemos visto como se tienen aires alentadores y poco a poco se están retomando los datos prepandemia, buscando ahora más seguridad y limpieza, espacios personales y grupos de personas más reducidos, sin tanta masificación. Y esto es un punto a favor para el turismo de lujo, ya que como hemos visto, es todo lo contrario al turismo de masas.

Por otro lado, hemos visto los principales atractivos que visitan los turistas de lujo en España y más concretamente en Zaragoza, donde destacarían los turistas entusiasmados por la cultura y los viajeros de congresos. Con el análisis DAFO que hemos realizado, hemos visto que las amenazas y debilidades que tiene Zaragoza se pueden intentar mitigar, y cubrir con las fortalezas y oportunidades de que dispone la capital aragonesa.

En definitiva, el turismo de lujo es un sector que está en auge y que todos los destinos buscan atraer, ya que no tiene tanta estacionalidad y son más cuidadosos tanto con el medio ambiente como con las instalaciones del destino. Pero para atraer este turismo hay que hacer un tedioso trabajo y esforzarse por destacar entre todos los destinos que sean competencia. Por suerte tanto España en general, como Zaragoza en particular, están

realizando labores de mejora en sus servicios y están desarrollando programas de calidad para posicionarse como destinos de lujo.

## 11. BIBLIOGRAFÍA.

- Braintrust. (2019). Obtenido de Barómetro Turístico Premium: <https://www.braintrust-cs.com/barometro-turistico-premium/>
- Civitatis. (2021). 10 destinos para viajar si te toca la lotería. *Magazine Civitatis* .  
<https://www.civitatis.com/blog/destinos-lujo-loteria-navidad/>
- Company, B. &. (2018). *Spanish Excellence: Today & Tomorrow*. Círculo Fortuny.  
[https://worldshoppingtourism.com/downloads/20180412\\_Circulo%20Fortuny\\_The%20Spanish%20Luxury%20Market%20-%20English%20vFINAL.pdf](https://worldshoppingtourism.com/downloads/20180412_Circulo%20Fortuny_The%20Spanish%20Luxury%20Market%20-%20English%20vFINAL.pdf)
- Estadística, I. N. (2016-2020). *Cuenta Satélite del Turismo en España*.  
[https://www.ine.es/prensa/cst\\_2020.pdf](https://www.ine.es/prensa/cst_2020.pdf)
- Exceltur. (2021). *PIB Turístico Español*. Obtenido de <https://www.exceltur.org/pib-turistico-espanol/>
- Falcó, X. (31 de Mayo de 2021). *Círculo Fortuny*. Obtenido de <http://circulofortuny.com/el-turismo-de-alto-impacto-crecera-a-un-ritmo-del-7-anual-durante-los-proximos-cinco-anos/>
- Gutiérrez, H. (7 de Noviembre de 2021). Ni la pandemia puede con el turismo de lujo. *El País*.  
<https://elpais.com/economia/2021-11-07/ni-la-pandemia-puede-con-el-turismo-de-lujo.html>
- Hosteltur. (Enero de 2020). *Los Cinco Perfiles del Viajero de Lujo en España*. Obtenido de [https://www.hosteltur.com/133849\\_los-cinco-perfiles-del-viajero-de-lujo-en-espana.html](https://www.hosteltur.com/133849_los-cinco-perfiles-del-viajero-de-lujo-en-espana.html)
- Johansens, C. N. (2022). *Luxury Hotels*. Vogue, GQ, Tatler, Condé Nast Traveller, Vanity Fair.
- Lujo, A. E. (2021). *Luxury Spain*. Obtenido de <https://luxuryspain.es/directorio/>
- Mansilla, J. A. (2017). *Turismo de Lujo, retos y oportunidades*. Obtenido de Ostelea School Of Tourism and Hospitality. [https://www.ithoteler.com/wp-content/uploads/2017/08/Informe\\_Turismo\\_de\\_Lujo\\_OSTELEA.pdf](https://www.ithoteler.com/wp-content/uploads/2017/08/Informe_Turismo_de_Lujo_OSTELEA.pdf)

Ostelea. (14 de Enero de 2021). *Blog turismo* . Obtenido de Influencia del Turismo MICE y las características que lo definen: <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/organizacion-de-eventos/influencia-del-turismo-mice-y-las-caracteristicas-que-lo-definen>

Rumbo. (2020). *5 Rutas gastronómicas por las comunidades de España*. Obtenido de <https://www.rumbo.es/ideas-para-viajar/foodie/5-rutas-gastronomicas-espana>

Trivago. (2021). *Travellers Choice, The best of the best*. <https://www.tripadvisor.es/TravelersChoice-Hotels-cTop-g187427>

Web Ayuntamiento Zaragoza (2021). *Zaragoza Turismo Informe Anual*. <http://www.zaragoza.es/cont/paginas/turismo/pdf/memoria%202021.pdf>