



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Título del trabajo:

**TURISMO RURAL INTELIGENTE. DISEÑO DE UN
STORYMAP TURÍSTICO DE ALBALATE DEL
ARZOBISPO A PARTIR DE UN P-GIS**

English title:

**INTELLIGENT RURAL TOURISM. DESIGN OF A TOURIST STORYMAP
OF ALBALATE DEL ARZOBISPO FROM P- GIS**

Autor:

María Martín Serrano

Director/es

Raúl Postigo Vidal

ESCUELA UNIVERSITARIA DE TURISMO DE ZARAGOZA

2022

Tabla de contenido

AGRADECIMIENTOS.....	3
FASE INTRODUCTORIA	4
1.1 OBJETIVOS DEL TRABAJO Y JUSTIFICACIÓN	5
<i>Objetivos generales.....</i>	<i>5</i>
<i>Objetivos específicos.....</i>	<i>5</i>
<i>Justificación del tema elegido.....</i>	<i>6</i>
MARCO TEÓRICO	7
2.1 TURISMO RURAL Y TURISMO RURAL INTELIGENTE	8
<i>Turismo rural</i>	<i>8</i>
<i>Turismo rural inteligente</i>	<i>9</i>
<i>DEFINICIÓN DEL TÉRMINO: ALDEAS INTELIGENTES</i>	<i>10</i>
2.2 P-GIS Y LA PARTICIPACIÓN DE LA SOCIEDAD LOCAL	11
2.3 STORYMAP COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA	12
2.4 PRESENTACIÓN Y CONTEXTO DEL MUNICIPIO	13
METODOLOGÍA.....	15
3.1 INVENTARIO DE LOS PRINCIPALES RECURSOS Y EQUIPAMIENTOS TURÍSTICOS CON “QGIS”	17
3.2 P-GIS DE ALBALATE: DISEÑO DE UNA ENCUESTA MULTIAGENTE.....	22
3.3 ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	23
DESARROLLO DEL “STORYMAP”	34
CONCLUSIONES	38
BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS.....	40
ANEXO	43

Agradecimientos

“Dedicado a mis abuelos, por enseñarme a ser fiel a mis raíces y mi procedencia.”

FASE INTRODUCTORIA

El avance de las tecnologías va a una velocidad vertiginosa, así como el crecimiento del turismo rural en los últimos años. La combinación de estos dos elementos da lugar a una tipología turística poco conocida denominada “*Turismo Rural Inteligente*”. Aplicado a la comarca del Bajo Martín, nos centraremos en el municipio de Albalate del Arzobispo. Analizaremos la capital cultural de la comarca que cuenta con una oferta turística variada y algo desactualizada, con el objetivo de proponer nuevas ideas y aportar una nueva visión.

1.1 Objetivos del trabajo y justificación

Objetivos generales

El objetivo principal de este trabajo es presentar un estudio sobre el turismo rural inteligente e indagar en el concepto de aldea inteligente, además de conocer el potencial del P-GIS y la herramienta “*Storymap*” como tecnología útil para el desarrollo turístico sostenible e inclusivo en el marco teórico del turismo rural inteligente. Analizar la oferta turística del municipio seleccionado y la elaboración y presentación de un “*storymap*” en base a los recursos más destacados teniendo en cuenta diferentes opiniones.

Objetivos específicos

- Construir un marco teórico sobre los términos “turismo rural inteligente” y “aldeas inteligentes”
- Analizar la oferta turística del municipio y plantear nuevas oportunidades
- Reflexionar sobre nuevas formas de promoción turística online, de una forma más sostenible del destino.
- Valorar la utilidad del P-GIS para conocer opiniones y valoraciones de los agentes turísticos.
- Conocer cuál es la opinión de la población, así como de los visitantes que recibe el municipio como la del sector administrativo y turístico.
- Crear un “*storymap*” del municipio basado en la opinión de agentes del destino turístico (sector poblacional, administración local y turistas)

Justificación del tema elegido

Muchos son los factores que me unen a este lugar. En primera instancia, la sangre. Toda mi familia está ligada a este municipio y aunque hayan ido transitando por diferentes pueblos colindantes e incluso en otros países, todo vuelve a Albalate. Sumado a mis raíces familiares, vienen la cantidad de amigos y conocidos albalatinos que he hecho y mantenido con el paso del tiempo, valor de peso para afianzar mi relación con el municipio. Existe un tercer factor que ha dictado la decisión de realizar este Trabajo Fin de Grado, y es la posibilidad de experimentar de primera mano la realidad rural, siendo consciente de las ventajas, pero también de las desventajas de vivir en una zona rural. Con la intención de ayudar a poner en valor los recursos del pueblo, detectar posibles fallos cometidos y así intentar aportar mi granito de arena al desarrollo turístico de mi pueblo natal.

El tema del turismo rural es un tema vigente y está despertando mucho interés, debido a la situación endémica, la población está demandando un turismo de naturaleza y sensorial, donde sentirse en concordancia con las zonas vírgenes y el medio ambiente. Es por eso mi elección. El mundo rural, con la ayuda de las nuevas tecnologías, puede conseguir un desarrollo turístico sostenible, que favorezca la conservación del medio ambiente, la fijación de la población y el desarrollo local a través del turismo.

MARCO TEÓRICO

2.1 Turismo rural y turismo rural inteligente

Turismo rural

El término de “*turismo rural*” presenta una dificultad para definirlo, existen varias definiciones, siendo coincidentes en algunos puntos como el término de “*despoblación*”. “*El término turismo rural abarca toda una serie de conceptos que pueden asociarse a la actividad turística desarrollada en un espacio rural: Ecoturismo, agroturismo turismo de naturaleza, turismo verde... además de incluir diferentes actividades como la gastronomía, caza pesca y otros deportes.*” (Travel & Tourism Analyst, 1999). Podría clasificarse como el contrapunto del turismo urbano (turismo que tiene como base en las ciudades) y tiene su origen en el año 1967 con el programa “Casas de Labranza”, donde pequeñas posadas ofrecían un servicio de alojamiento. Aunque el turismo rural conocido como hoy en día comienza a dar sus primeros pasos en 1980.

El turismo en zonas rurales se sustenta en las costumbres y las formas de vida de la población autóctona, además de la conservación de los recursos naturales y culturales del municipio. Ofrece ventajas a ambas partes, puesto que se apuesta por la conservación y desarrollo del municipio, por lo que favorece a la población del lugar e incluso atrae a nuevas poblaciones a éste y contribuye a luchar contra la despoblación, ofreciendo además una experiencia diferente al turista que lo visita (Tabla, 2021). De esta forma. el turismo rural trata de acercar el medio natural y las costumbres a los turistas y visitantes, haciéndoles partícipes del problema demográfico y del medio en el que habitan viviendo una experiencia única (Porto, Merino, 2021). Por tanto, se trata de una tipología capaz de ser tractor y dinamizador de otras tipologías turísticas, como el ecoturismo, el agroturismo y otras actividades económicas siendo herramienta útil para el desarrollo local sostenible y la fijación de la población a través de la actividad turística.

Turismo rural inteligente

El término de turismo rural ha evolucionado a la vez que se han ido modificando los gustos y las necesidades de los turistas, y es que si ampliamos un poco más esta definición y la adaptamos a las nuevas tecnologías y a la sostenibilidad encontramos como concepto el “turismo rural inteligente”. Como hemos dicho anteriormente, el turismo rural ha pasado por diferentes etapas evolutivas a medida que se iban construyendo los gustos y nuevas necesidades, la primera de ellas fue su aparición en los mercados turísticos como un producto novedoso, la segunda etapa se caracterizó por el crecimiento y ampliación de la oferta y la tercera fase se está produciendo en la actualidad y se caracteriza por una cierta saturación de la oferta. Los destinos rurales suelen ofrecer productos u experiencias tradicionales y auténticas, pero esa combinación supone que el producto necesita regenerarse como podría a través de las tecnologías o el producto inevitablemente caerá en declive. (López-Mielgo, Loredó, Sevilla Álvarez, 2019). El objetivo principal de este fenómeno no es más que aportar una visión nueva sobre un destino turístico a través de las tecnologías basándose siempre en el desarrollo sostenible y causando un efecto positivo en el medio ambiente.

Es por ese motivo de evitar esa saturación por la cual debe adaptarse a las nuevas tendencias demandadas por los turistas y sacar partido a las herramientas digitales, haciendo referencia a la innovación y al desarrollo sostenible de los recursos del entorno y teniendo una configuración dinámica del destino, con un desarrollo continuo basado en la adaptación de los productos que ofrece. Presentando así el destino con una nueva imagen renovada y atractiva para los nuevos turistas (Pérez-Barco, 2021).

Este podría definirse como el turismo que se da en *“zonas innovadoras, sostenibles y tecnológicas, apostando por la modernización de infraestructuras, la incorporación de la tecnología como componente para la transformación de actividades en el medio rural permitiendo una mayor eficiencia de los recursos”* (Cordoba, 2022). El desarrollo rural inteligente es considerado como una de las muchas estrategias turísticas en zonas donde peligra la baja actividad local. Es por eso, que, para solventar estos problemas, en la actualidad, es necesario innovar, anteponiendo a veces lo digital a lo analógico, apoyándose siempre en un enfoque sostenible ayudar así a conservar el medio (Pons, et al. 2020).

Definición del término: Aldeas inteligentes

Tras definir previamente el turismo rural y el turismo rural inteligente, muy relacionado encontramos el novedoso concepto de *“Smart Villages”* o *“aldeas inteligentes”*. Concepto con la misma raíz teórica que el de *“ciudades inteligentes”* y *“destinos inteligentes”*, pero aplicados a los espacios rurales.

Una aldea inteligente es un entorno de vida construido o renovado para facilitar la vida cotidiana de sus habitantes haciendo a los destinos más habitables y sostenibles. Una buena definición podría ser que se usan las tecnologías de información y de comunicación para ser más eficientes con el uso de sus recursos, mejorando la prestación de servicios de calidad de vida y reducción de la huella ambiental todo ello apoyando la innovación y la economía (Zavratnik, Kos, Stojmenova Duh, 2018). Otro concepto que nos ayuda a entender de una manera más sencilla el concepto de aldeas inteligentes es el de *“sistemas de información e innovación”*, es decir, tratamos de innovar y dar un nuevo enfoque a los sistemas tradicionales portando esa visión tecnológica.

En cuanto a las zonas rurales, el desarrollo de aplicaciones o el uso de las TIC ha demostrado ser un factor condicionante en cuanto al ámbito de resultados. Ya no basta solamente con la realización de folletos o carteles para promocionar un destino, sino que el uso de las redes sociales, o las opiniones en distintos portales web, ha hecho que un gran número de personas descubrieran nuevos lugares que no imaginarían. *“Se puede decir que los beneficios de invertir en el desarrollo de “Smart villages” son dobles. Benefician a los habitantes, haciéndoles la vida más cómoda y sencilla pero también hacen que la comunidad sea más independiente.”* (Stojanova et. al, 2021). Como ejemplo, podemos ver el uso de la conectividad 4G o 5G, ya que favorece tanto la experiencia del turista en el medio, y también la calidad de vida de la población, es decir, este tipo de estrategias complementan la oferta turística añadiendo nuevos productos o servicios a la zona o favoreciendo a la difusión de éstos.

Para concluir con este concepto, su objetivo principal trata de encontrar un equilibrio entre la sostenibilidad del medio rural con las ventajas que aporta esta conectividad y estos avances, siendo así un desarrollo y aprendizaje colectivo (Pons, et al. 2020).

Relacionado con el turismo dado en zonas de baja densidad demográfica encontramos que es necesario conocer la opinión y dar voz a los diferentes agentes de un destino, para conocer sus opiniones, necesidades y deseos. Para ello es necesario definir y presentar dos herramientas tecnológicas que serán estratégicas para tal fin: e “*P-GIS*” y los “*storymaps*.”

2.2 *P-GIS* y la participación de la sociedad local

Relacionado con los conceptos definidos anteriormente, el turismo rural inteligente, puede tener también un enfoque participativo. De esta idea nace el concepto de “Participatory Geographical Information Systems” (*PGIS*), es decir, una herramienta novedosa que permite la creación de mapas espaciales elaborados mediante procesos participativos por una comunidad basados en los intereses de diferentes necesidades locales con el objetivo de crear un sistema de información y planificación territorial online más con contenidos capaces de reflejar opiniones, percepciones y valoraciones de la sociedad y los agentes de los destinos turísticos. (McCall, 2021).

Definimos al PGIS como una nueva forma de cartografiar y crear mapas personalizados donde se da voz a la población en términos de planificación urbana. Jugando el propio sector turístico un papel fundamental para la planificación espacial y la gestión de la información y comunicaciones espaciales a través de encuestas, reuniones, etc. (Glovalwikionline, 2021).

El objetivo principal de este novedoso concepto es abarcar la máxima información posible de los sistemas de información geográfica de un lugar en concreto, en todos los ámbitos tanto información histórica, como cultural, política como de la población autóctona. Es decir, se apoya en la comunidad para través de la creación de mapas interactivos fáciles de usar y crear, con una base analística previa de los recursos, analizando los puntos fuertes y potenciales y los posibles productos a desarrollar debido a que en lugares de poca densidad demográfica el paisaje y el medio ambiente juegan un papel fundamental (Linjun YU, et. al, 2020).

De esta forma, el P-GIS se puede convertir en una potente herramienta para captar las historias, opiniones y valoraciones de la sociedad rural, y con ello disponer de mapas de promoción turística más tecnológicos, innovadores y consensuados. Con este objetivo se explorará en el siguiente epígrafe los “Storymaps”, como herramienta de promoción innovadora.

2.3 Storymap como herramienta de promoción turística

Dar a conocer un recurso con un determinado valor permitiendo así que el turista conozca nuevos lugares y despierte interés por ellos, apoyándose en folletos, carteles, eventos y ferias, oficinas de turismo, anuncios, etc es una tarea fundamental en el desarrollo turístico de un lugar.

Antes de comenzar a definir y explicar el funcionamiento y las ventajas del “*Storymap*”, es necesario hablar primero del “*Storytelling*”. Podríamos definir al “*Storytelling*”, como la forma de transmitir un mensaje de manera atractiva intentando conectar con otros con para captar su atención apelando al lado emocional (García, 2022). De esta manera, *“el storytelling podría definirse como el conjunto de actividades, procesos y hechos formativos formales e informales orientados a la creación de historias a través de varios instrumentos y técnicas que contribuyen a mejorar la calidad del aprendizaje”* (Gimeno, 2022). Aplicado al turismo esta herramienta puede ser un engranaje clave para su desarrollo. Muy relacionado con este concepto encontramos el “*Copywrtting*” que podría definirse como *“el arte de vender de forma escrita con el fin de transmitir un mensaje publicitario”* (Hernández, 2017)

Enlazando con el concepto anterior encontramos el “*Storymap*” es una herramienta que permite al turista conocer de una forma rápida los recursos de una zona en concreto, combinando mapas con imágenes y vídeos, siendo, mas o menos que es un “*Storytelling*” de forma visual (Learn ArcGIS, 2022). Consta de varias ventajas, una de ellas es que es adaptable y personalizada pudiéndose aplicar a cualquier zona, además de ser colaborativa, estos mapas cumplen una doble función, en primer lugar, más tradicional donde se enseña visualmente la zona referenciada y una función más didáctica permitiendo una cartografía temática y una presentación activa (Mínguez, 2020). Con la aplicación online de “*ArcGIS. StoryMaps*” es sencillo su creación, pudiendo realizar así una transformación de esa información útil para la promoción turística a partir de mapas digitales e interactivos, que serán una herramienta útil para poner en valor los potenciales naturales y culturales de los espacios rurales a partir de las historias de su población local. Podemos concluir que el “*Storymap*” es una herramienta que ha surgido recientemente que permite al turista conocer de una forma rápida los recursos de

una zona en concreto, combinando mapas con imágenes y vídeos, puede resultar muy útil para lugares pequeños y permite dar una idea al visitante del rico patrimonio que presenta el lugar.

2.4 Presentación y contexto del municipio

El municipio del cual se centra esta investigación es Albalate del Arzobispo, ubicado en la provincia de Teruel en la comunidad de Aragón. Albalate es la capital cultural de su propia comarca, Bajo Martín, situada al norte de la provincia de Teruel, acoge a unos 9 pueblos más.

La población es un factor muy importante para tener en cuenta en un destino, así como un factor determinante para la construcción de infraestructuras y la toma de decisiones e influye directamente en sus actividades económicas. Para centrarnos mejor en Aragón utilizaremos el Instituto Aragonés de Estadística de donde sacaremos los datos desglosados. En cuanto al sistema de poblamiento, la población total de Albalate en 2020 fue de 1.972 habitantes. Podemos observar un descenso de población desde 1996 que a partir de ahí fue descendiendo, aunque se mantiene en torno a 2.000 habitantes. Además, su pirámide poblacional está envejecida, pues hay más población mayor que jóvenes dado que una gran parte de la población se sitúa entre los 50 y 64 años.

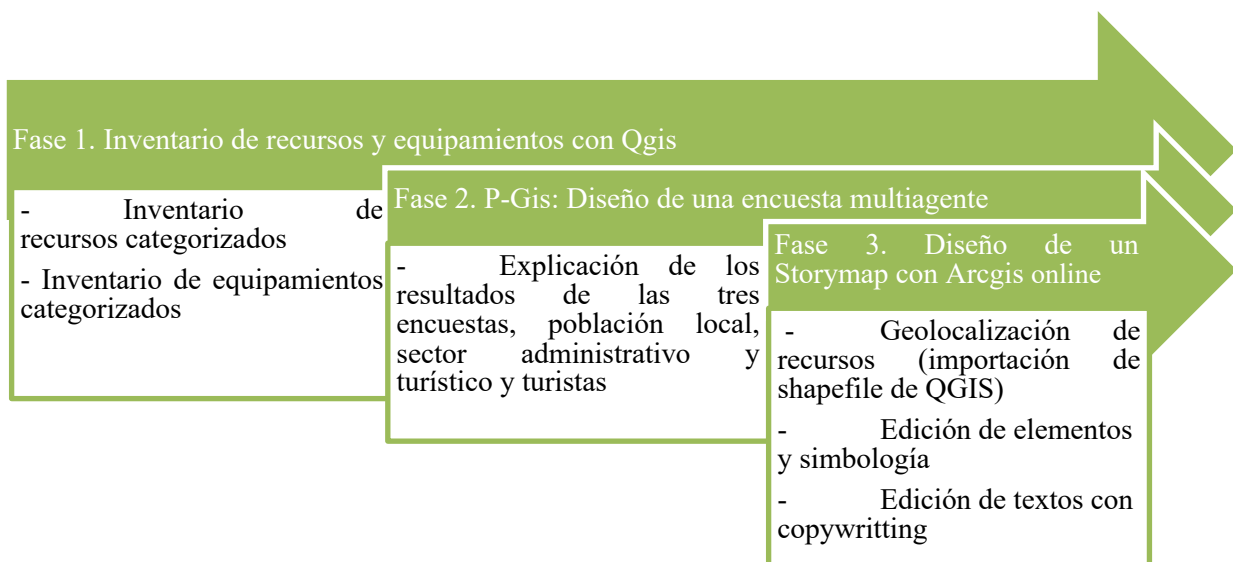
Para poder comprender la planificación actual, es necesario conocer los principales antecedentes de planificación turística y territorial a nivel municipal y comarcal.

- Plan de Acción Local 21, publicado en noviembre de 2008 el cual refleja las normas y directrices de la política ambiental comarcal y municipal para un futuro mejor, como la creación de una red de vías verdes entre las comarcas colindantes (PRAMES, 2008).
- Plan de Zona Comarcal desarrollo sostenible de la comarca del Bajo Martín, publicado en noviembre de 2010. Este plan gira en torno a la sostenibilidad en todos los ámbitos, tanto económica como ambiental. Además, Este municipio pertenece al grupo e acción local ADIBAMA (Asociación para el Desarrollo Integral del Bajo Martín y Andorra Sierra de Arcos). Esta asociación tiene varios objetivos relacionados con la calidad rural, iniciativas como *“Pon Aragón en tu mesa”* o *“norteTeruel”* (Gobierno de Aragón, 2010)

- Plan de Dinamización Turística de Albalate del arzobispo. Sus objetivos claros, la puesta en valor de los recursos turísticos de la zona, la creación y búsqueda de nuevos productos, la implicación de la población local en el turismo, entre otros (ESPAÑOL, 2015).

METODOLOGÍA

Uno de los grandes bloques de este trabajo consiste en analizar la oferta turística del municipio de Albalate del Arzobispo, tanto de los recursos actuales y potenciales, como de los productos / experiencias que se explican en el Plan Aragonés de Estrategia Turística vigente a través de un previo análisis, conociendo además la opinión de los tres agentes implicados directamente en el turismo de la localidad, la población, los visitantes y turistas y el sector administrativo y turístico local para averiguar cuales de ellos son claves para el desarrollo. Durante esta fase metodológica se explican las fases que se han seguido para conformar el objetivo final la creación de un “Storymap” del municipio, una especie de folleto informativo y llamativo online que permite atraer al nuevo turista y conocer de forma muy visual el municipio. Durante esta fase metodológica se explica los pasos que se han seguido para conformar el objetivo final, el “*Storymap*”. Para ello en primer lugar, se exponen catorce recursos y varios equipamientos de los que cuenta el municipio, con una breve explicación y fotografía de cada uno de ellos que fueron previamente geolocalizados en Qgis para proceder a explicar la metodología de la encuesta en la cual fueron valorados.



3.1 Inventario de los principales recursos y equipamientos turísticos con “QGIS”

Previamente se realizó una búsqueda y clasificación de todos los recursos y equipamientos con los que cuenta el municipio de Albalate, para su posterior representación cartográfica con SIG según tipología a través de la aplicación QGIS diferenciando con colores y tamaños cada uno de ellos, para poder observar y valorar qué recursos son potenciales, actuales o de especial relevancia para el desarrollo turístico. Posteriormente convertimos esa ficha tradicional a una base de datos a través de tablas de atributos para inventariar los recursos y equipamientos de manera sistematizada medida que se iban creando capas de puntos definiendo los campos que se querían referenciar con la categorización previa. Se localizaron primero los 14 recursos y posteriormente los 49 equipamientos. (Véase Anexos 1 y 2). Además, se realizó un análisis de la accesibilidad de éstos a través de tres UATs, determinando tres niveles a 150, 500 y 1.000 metros.

A continuación, se muestran algunos de los recursos que presenta el municipio de Albalate categorizados tanto naturales y paisajísticos como monumentales, artísticos, técnicos, y etnológicos, así como una breve descripción de cada uno.

Categoría A- Atractivos o Recursos Naturales y Paisajísticos

- **Barranco/Ruta de Valdoria**

Uno de los recursos que atrae a más turistas tanto del propio pueblo, como de lugares colindantes. Se trata de un sendero de unos 4 km de recorrido lleno de la vegetación singular de la zona, donde podemos encontrar con facilidad especies animales y vegetales singulares, un salto de agua y un embalse al final de la ruta. Este recurso está incluido en un sendero turístico de pequeño recorrido de Aragón (PR-TE 119 VALDORIA-CUEVA NEGRA) promovido por la Comarca del Bajo Martín en 2017, de unos 13 km en total. (albalatedelarzobispo.com, 2022)



Ilustración 1 Recorrido de Valdoria. Barranco final de Valdoria. Fuente: Página web del Ayuntamiento de Albalate (2018).

- **Ruta de los Estrechos**

El río Martín nace en Martín del Río y desemboca en Escatrón y a lo largo de este recorrido se suceden en diferentes abrigos rocosos. Dentro del Parque Cultural, a la altura de Albalate se encuentran los “*Estrechos del río Martín*”. Una ruta de 8,3 km con un conjunto de abrigos rocosos con diferentes puntos donde ver cientos de pinturas rupestres (www.albalatedelarzobispo.com, 2022).



Ilustración 2 Ruta de los Estrechos del Martín. Fuente: Página web del ayuntamiento de Albalate. (2021)

Categoría B- Recurso Histórico Monumental, Técnico, Etnológico y Artístico

- **Iglesia de la Asunción**

Se trata de un recurso turístico cultural religioso. Esta iglesia del siglo XVI es uno de los atractivos turísticos del municipio, ya que se encuentra en el centro del mismo y suele atraer a varios turistas. Se trata de una mezcla de varios estilos, como neoclásico, mudéjar, y gótico (albalatedelarzobispo.com , 2022).



Ilustración 3 Torre de la Iglesia de la Asunción. Fuente: Página web del ayuntamiento de Albalate. (2021)

- **Plaza de Toros**

Se trata de un recurso turístico civil (otros). Ubicada junto al castillo arzobispal y construida en el año 1922, es una de las más antiguas y mejor conservadas de la zona.



Ilustración 4 Plaza de toros de Albalate vista desde arriba. Fuente: Unpaispararecorrerse.com (2011)

- **Castillo Arzobispal (s. XIII-XIV)**

Recogido en edificaciones y monumentos, en civiles encontramos el castillo de Albalate. Sello de identidad del municipio que antiguamente fue utilizado como fortaleza, y en la actualidad para numerosas



Ilustración 5 Vista del Castillo Palacio Arzobispal. Fuente: Página web del ayuntamiento de Albalate.

exposiciones artísticas. Se encuentra recogido en la red de nacional de castillos y palacios de España.

- **Iglesia de San José**

Ermita renacentista edificada a mediados del XVIII localizada al lado del cementerio de la localidad de estilo clasicista y barroca. Situado al lado del yacimiento de la necrópolis visigoda-medieval esta recogido en un sendero turístico de Aragón de pequeño recorrido (PR-TE 97 RUTA DE LAS LASTRAS DE SAN JOSÉ) promovido por la comarca de Cuencas Mineras en 2018 (albalatedelarzobispo.com, 2022)

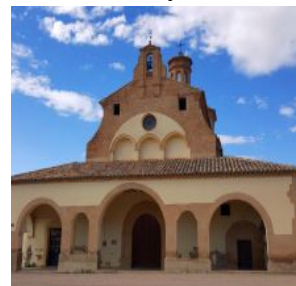


Ilustración 6 Iglesia de San José. Fuente: Página web del ayuntamiento de Albalate.

- **Tumbas medievales**

Yacimiento histórico formado por tumbas medievales localizadas a las afueras del municipio. Su origen es difuso, ya que se cree que es una necrópolis visigoda del S.VIII u un cementerio mozárabe del S.VII, dando lugar a una loma de lastras de arenisca. Este recurso está recogido en un sendero turístico de Aragón de pequeño recorrido (PR-TE 97 RUTA DE LAS LASTRAS DE SAN JOSÉ) promovido por la comarca de Cuencas Mineras en 2018 de 1.9 km en total. (albalatedelarzobispo.com, 2022)



Ilustración 7 Restos de tumbas medievales. Fuente: Página web del Ayuntamiento de Albalate.

- **Convento de Santa Ana**

En un principio tuvo una función religiosa ya que desde 1634 hasta hace apenas unos años levantado por los “Padres Capuchinos”, albergó una de las comunidades más importantes de esta orden en todo el Bajo Aragón, aunque en la actualidad se utiliza como “Museo de la Semana Santa”. (albalatedelarzobispo.com, 2022)



Ilustración 8 Fachada del Convento de Santa Ana. Fuente: Página web del ayuntamiento de Albalate.

- **Monumento a la Jota Aragonesa**

Fue el primer monumento a este baile tradicional que se erigió en Aragón. La obra está sustentada de un elevado pedestal de tracería mudéjar, formada por tres figuras: la jota cantada está simbolizada por la figura del más legendario cantador albalatino, Manuel Gracia y arriba la jota bailada representada por las figuras de Alfonso Zapater y su pareja de baile. (albalatedelarzobispo.com, 2022)



Ilustración 9 Monumento a la Jota Aragonesa. Fuente: Página web del ayuntamiento de Albalate.

- **Capilla de Santo Domingo**

Antiguamente la localidad de Albalate se encontraba amurallada y el arco de Santo Domingo ha sido el único portal que ha sido conservado. Dedicada a Santo Domingo hacia el interior y a la Virgen de Arcos en el exterior, este arco se encuentra ubicado en el centro del municipio (SIPCA, 2022).



Ilustración 10 Arco de Santo Domingo. Fuente: Página web del ayuntamiento de Albalate.

- **Antigua central hidroeléctrica de Rivera**

Esta central hidroeléctrica fundada en 1904 es la tercera más antigua de Aragón cuenta con un enorme tubo que alimenta unas turbinas con sobradadero de agua en forma de espectacular cascada de 33 metros que se precipita a una piscina natural (Comarcabajomartin.com, 2022) .



Ilustración 11 Central Hidroeléctrica de Rivera-Bernad. Fuente: SIPCA.

- **Nevera o “Nevería”**

En la antigüedad, se utilizaba para conservar frescos algunos alimentos. Este recurso etnológico está actualmente habilitado y con posibilidad de entrar acompañado de un guía turístico, de singular riqueza turística debido al buen estado de conservación con una impresionante bóveda de sillería y ladrillo.



Ilustración 12 Nevera de Albalate. Fuente: SIPCA

- **Ermita de la Virgen de Arcos**

Ermita localizada a unos 14 km de la localidad, en el límite con Ariño. El templo de estilo manierista-barroco realizado en ladrillo con tres naves con unos singulares estucos florales policromados. Fue declarada Monumento Histórico Artístico en 1983. Este recurso está incluido en un sendero turístico de Argón (PR-TE 149 CAMINO ROMERO DE LA VIRGEN DE ARCOS) promovido por el propio municipio en 2021 de unos 9,3 km en total (albalatedelarzobispo.com, 2022).



Ilustración 13 Interior de la Ermita de la Virgen de Arcos. Fuente: Página web del ayuntamiento de Albalate.

- **Ermita de Santa Bárbara**

Antigua ermita localizada a las afueras del centro del pueblo. De una sola nave construida con sillería en la base, mampostería y ladrillos en las esquinas, con un exterior geométrico y sin vanos. De especial relevancia en la época de las guerras carlistas (Ayuntamiento de Albalate, 2022).



Ilustración 14 Ermita de Santa Bárbara. Fuente: Página web del ayuntamiento de Albalate.

La mayoría de los recursos del municipio cuentan con un buen grado de accesibilidad, es decir, que se encuentran bien conectados y dotados de servicios y equipamientos, a menos de 150 metros de una carretera, ya que la mayoría se encuentran por el centro del núcleo de población, siendo en su mayoría de categoría B (culturales o históricos, en cualquier caso, realizado por el hombre).

En lo que respecta a los equipamientos del municipio, éste cuenta en su mayoría, con equipamientos dedicados al sector terciario y ubicados en el centro de la población, sin embargo, los recursos se encuentran más dispersos. Aunque también cuenta con equipamientos naturales como caminos debidamente señalizados (*“El camino de los tres tubos”* o *“Paseo Fluvial”*), equipamientos sanitarios como una farmacia y un consultorio, equipamientos deportivos como piscina municipal, gimnasio, campos de fútbol, etc. En cuanto a espacios culturales y sociales, el municipio está dotado de un museo de la Semana Santa, donde se guardan las imágenes y los pasos de la Semana Santa del municipio al estar incluida en la Ruta

del Tambor y el Bombo, reconocida como Fiesta de Interés Turístico Nacional en 2005, Fiesta de Interés Turístico Internacional en 2013 y Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad en 2018. Además, de una biblioteca municipal, un centro de interpretación de la cultura popular, un cine-teatro, una sala de exposiciones y el “Cachirulo” donde tiene una singular importancia la “Jota” (Véase Anexos 3)

3.2 P-GIS de Albalate: diseño de una encuesta multiagente

Se diseñó tres tipologías de encuestas con el objetivo de conocer las perspectivas de tres grupos de agentes del destino turístico: la población local, el turista y el sector y administración turística local, con una serie de preguntas y los recursos explicados en el apartado anterior. Con ello se pretende promocionar los recursos turísticos de mayor consenso para alinear las estrategias de promoción en un marco de responsabilidad social y ambiental. Estas estuvieron en circulación desde el día 13 hasta el día 30 de mayo de 2022 y fueron diseñadas en la plataforma digital de Google Forms y divulgadas a través de Whatsapp, Facebook y códigos QR impresos que se depositaron en el ayuntamiento para facilitar su lectura individual.

En primer lugar, se diseñó una encuesta encaminada a la población local del municipio con el fin de averiguar cuál era su visión real en relación con el turismo y a los recursos. Esta fue contestada por 352 personas, gran representación de la población total, que consta de unos 1.977 en el año 2021 (INE, 2022). Esta encuesta tuvo una estructura sencilla, en primer lugar, unas preguntas demográficas tales como la edad, el sexo y el nivel de estudios, posteriormente, se proponía que valoraran los recursos explicados en el apartado anterior con una escala de Likert, del 1 al 5 siendo el 1 lo menos valorado y 5 el máximo para conocer el punto exacto de cada uno y por último que valoraran y escogieran tres de los productos turísticos que se ajustaban al municipio del Plan Aragonés de Estrategia Turística vigente, se pusieron estas dos últimas preguntas comunes para los tres agentes para luego comparar y obtener resultados de consenso y poder conformar el “Storymap.”

Así mismo, una segunda encuesta dirigida a los turistas o visitantes que decidían descubrir la localidad. Obtener los resultados de esta encuesta ha sido más complicado que la anterior,

puesto que entre semana no suelen llegar turistas a Albalate y los que vienen no presentan mucho interés en contestar. Aún así, esta encuesta fue contestada por un total de 27 personas. Para ellos, hice hincapié en el perfil del visitante, para descubrir qué buscan las personas que visitan el municipio. La estructura fue la misma, unas preguntas demográficas e incluí la compañía del viaje, tras esto les hice valorar los recursos en una escala del 1 al 5 siendo y, por último, se proponía que escogieran tres de los productos y experiencias turísticas que se ajustaban al municipio del Plan Aragonés de Estrategia Turística, igual que la encuesta anterior.

Por último, se diseñó una última encuesta dirigida al sector turístico y administración local en busca de un perfil experto y técnico pieza clave en el desarrollo turístico. Esta serie de cuestiones constan de un enfoque más estratégico, con el objetivo de conocer cuál es la visión real del sector. A esta encuesta contestaron 8 personas pertenecientes de diferentes áreas del ayuntamiento, una cifra normativa pues en el ayuntamiento no hay más de 15 personas, mediante un enlace que fue enviado vía WhatsApp a la alcaldesa del municipio. Las preguntas de esta encuesta son más bien técnicas para averiguar su punto de vista real, estas fueron de diferentes temáticas como el desarrollo sostenible del municipio, el fenómeno de la despoblación, la tendencia creciente del turismo, la oferta alojativa del municipio, las tecnologías con las que está dotado el lugar... y también añadí una valoración de los recursos y los recursos y experiencias del PAET para conocer la opinión de los tres agentes y poder observar los puntos en común (Ver Anexos 3, 4 y 5).

3.3 Análisis y presentación de los resultados

En primer lugar, se analizan los resultados de las encuestas de las preguntas sociodemográficas ya que es de especial relevancia conocer qué tipo de perfil está interesado en unos productos u otros con el objetivo de segmentar y ver a qué recursos les dan mas valor un segmento u otro.

En la encuesta de la población, vemos que el 60% que respondió a la encuesta son mujeres, mayoritariamente de entre 56 y 65 años y el nivel de estudios más destacado es el de la Enseñanza Obligatoria (ESO). Referente a la encuesta de visitantes, en las respuestas encontramos que la mayoría fueron mujeres casi con un 70%, de menos de 25 años, estudiando el grado universitario o con estudios de grado medio/bachillerato, y ya habían visitado anteriormente el municipio. Se averigua que la mayoría de los viajeros que contestaron a la encuesta viajan con amigos representando un 40,7 % de las respuestas o en familia con un 37%.

Además, la mayoría de los visitantes son cercanos al municipio de Albalate, puesto que un 20% de las respuestas provenían de la comarca colindante, Andorra Sierra de Arcos, aunque la mayoría de los visitantes provenían de un mercado de la provincia de Zaragoza, siendo éstos 7 personas de 27 totales, representando casi un 26%. Esto no nos extraña, puesto que Albalate está cercano a la ciudad de Zaragoza y resulta sencillo acceder vía carretera ya que apenas se tarda una hora. Por último, también es de especial relevancia conocer el enfoque que les interesa a la administración local y sector turístico, es por eso por lo les pedí, tanto al guía turístico como a gente del ayuntamiento que realizaran esta encuesta, realizada por 8 personas pertenecientes a diferentes sectores del ayuntamiento siendo mayoritario el sector administrativo con un 37% de respuesta., aunque también contestaron del personal de industria, turismo, educación y limpieza.

Para un destino turístico, hoy en día, es de especial relevancia la conectividad a internet y su aplicación, es por eso por lo que es interesante conocer en qué medida considera la población local en la que el sector turístico se adapta a las nuevas tecnologías (en una escala del 1 al 5, siendo 1 “nada” y 5 “totalmente”), obteniendo como respuesta mayoritaria “3” con un total de 149 votos y la segunda más votada “4” con un total de 105 votos. Esto refleja que los habitantes del municipio consideran como “buena” o “relativamente buena”, pudiendo mejorarse todavía más, la conectividad del municipio a la red, ya que únicamente 15 personas valoraron que no se adapta en absoluto. Considerar el turismo como una actividad creciente indudablemente va relacionado con el desarrollo tecnológico. Por esta razón les lancé una pregunta al sector administrativo y turístico sobre la digitalización y las nuevas tecnologías (aplicaciones móviles, marketing digital, visibilidad en redes sociales...) para conocer el enfoque y la visión que tienen sobre el tema. Las respuestas reflejan que la mayoría consideran que no se adaptan correctamente y que existen fallos de red en determinados lugares del pueblo con algunos servidores. Vemos también que haría falta inversión en el ámbito digital y que se desarrollen proyectos tecnológicos como aldeas inteligentes, es por ese motivo por el cual me decido a construir un “*Storymap*” de recursos a modo de folleto online. Enlazado con este tema va de la mano el factor de la despoblación, dado que, como ya he mencionado anteriormente, el turismo puede ser una medida en contra de este fenómeno y así mismo lo reflejan el 87% de las respuestas.

Respecto a la llegada de turistas o visitantes al municipio, la población opinó de manera positiva la llegada de éstos. En una escala del 1 al 5, siendo 5 el valor más alto, un total de 231 personas eligieron el valor más alto y otras 100 eligieron el valor “4”. Esto nos indica que los

albalatinos están abiertos a la llegada de turistas y visitantes, puesto que creen que no es solo una herramienta para evitar la despoblación, sino también un impulso económico para la villa. Es por eso por lo que son conocedores del patrimonio que conforma el municipio y consideran que es necesario hacer partícipes de ello a los visitantes. El sector local administrativo y turístico también considera que el turismo tiene tendencia creciente siendo este una pieza fundamental, pero, sin embargo, el apoyo al turismo no es suficiente. La mayoría valoraron las infraestructuras, los equipamientos y los servicios del municipio relativamente bajos, con un “2” en una escala del 1 al 5 lo que indica que consideran que todavía puede invertirse más en estos ámbitos y que existe margen de mejora. Utilizando la misma estructura de pregunta, les pregunté sobre la sostenibilidad del municipio, tanto ambiental (preservación y puesta en valor de los recursos naturales y culturales), social (responsabilidad turística, respeto del turista hacia la identidad territorial y convivencia turista - residente) y económica (el turismo ayuda al desarrollo local del municipio y a la diversificación de su actividad económica). Las respuestas no fueron del todo positivas, puesto que la mayoría valoraron con un “3” en una escala del 1 al 5 salvo en el sector ambiental, donde la valoración fue un punto más positivo. Dando un enfoque más encaminado a la oferta turística, la siguiente pregunta fue sobre la oferta alojativa del municipio. Albalate consta de 3 Viviendas de Uso Turístico y un albergue, algo que, comparado con la cantidad de recursos que tiene el municipio, no es de extrañar que les resulte mejorable. Para cualquier destino turístico es necesario un personal con conocimientos en hostelería, turismo y habilidades tecnológicas, un factor fundamental que las encuestas han reflejado como “suficiente” o “muy suficiente” en la actualidad. La capital cultural de la comarca cuenta con un guía turístico y una oficina de turismo que, a pesar de no abrir todos los días de la semana, es capaz de atraer a cientos de visitantes a lo largo del año.

Casi la parte más relevante de las tres encuestas es la valoración de recursos. Es de especial importancia conocer cómo valoran los tres agentes el patrimonio de Albalate, para ver así posibles errores cometidos y poder corregirlos. Es por eso por lo que en las tres encuestas se preguntaba la misma batería de preguntas, una escala de Likert del 1 al 5, siendo 1 lo menos valorado y 5 lo que más los 14 recursos naturales y monumentales, con el objetivo de averiguar cuáles son pieza clave y de especial relevancia y cuales no. Las respuestas fueron las siguientes:

Nombre del Recurso	Total de Valoración de puntos
<i>Barranco de Valdoria</i>	<i>1705</i>
<i>Estrechos del Río Martín</i>	<i>1688</i>
<i>Castillo Arzobispal</i>	<i>1648</i>
<i>Ermita de la Virgen de Arcos</i>	<i>1611</i>
<i>Iglesia de la Asunción</i>	<i>1585</i>
<i>Iglesia de San José</i>	<i>1491</i>
<i>Tumbas Medievales</i>	<i>1491</i>
<i>Antigua central hidroeléctrica</i>	<i>1481</i>
<i>Monumento a la Jota Aragonesa</i>	<i>1460</i>
<i>Convento de Santa Ana</i>	<i>1453</i>
<i>Plaza de Toros</i>	<i>1433</i>
<i>Nevera</i>	<i>1405</i>
<i>Arco de Sto. Domingo</i>	<i>1387</i>
<i>Ermita de Sta. Bárbara</i>	<i>1242</i>

Tabla 1. Tabla valoración de recursos turísticos. Encuesta de la población. Fuente: Elaboración propia.

Nombre del recurso	Tota, de Valoración de puntos
<i>Estrechos del Río Martín</i>	<i>125</i>
<i>Barranco de Valdoria</i>	<i>125</i>
<i>Castillo Arzobispal</i>	<i>120</i>
<i>Ermita de la Virgen de Arcos</i>	<i>114</i>
<i>Iglesia de la Asunción</i>	<i>112</i>
<i>Iglesia de San José</i>	<i>110</i>
<i>Tumbas Medievales</i>	<i>106</i>

Nombre del recurso	Tota, de Valoración de puntos
<i>Antigua central hidroeléctrica</i>	105
<i>Convento de Santa Ana</i>	102
<i>Monumento a la Jota Aragonesa</i>	102
<i>Plaza de Toros</i>	98
<i>Nevera</i>	97
<i>Ermita de Sta. Bárbara</i>	96
<i>Arco de Sto. Domingo</i>	93

Tabla 2. Tabla valoración de recursos por parte de los turistas y visitantes. Fuente: Elaboración propia.

Nombre del Recurso	Total de Valoración de puntos
<i>Barranco de Valdoria</i>	39
<i>Estrechos del Río Martín</i>	38
<i>Castillo Arzobispal</i>	37
<i>Iglesia de la Asunción</i>	37
<i>Tumbas medievales</i>	37
<i>Ermita de Virgen de Arcos</i>	37
<i>Plaza de Toros</i>	36
<i>Iglesia de San José</i>	34
<i>Antigua central Hidroeléctrica</i>	34
<i>Convento de Santa Ana</i>	34
<i>Nevera</i>	33
<i>Monumento a la Jota Aragonesa</i>	33
<i>Arco de Sto. Domingo</i>	33
<i>Ermita de Sta. Bárbara</i>	30

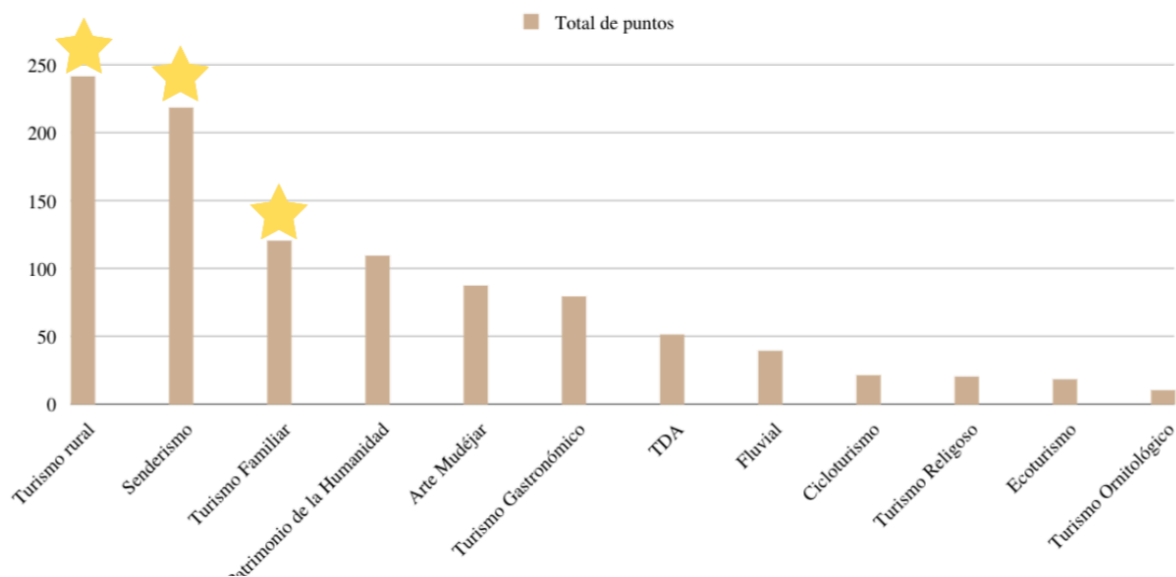
Tabla 3. Tabla de valoración de recursos de la administración local y visitantes. Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en la primera tabla, lo que más valoran los habitantes de la localidad de Albalate es la naturaleza, puesto que los primeros puestos los ocupan “*Barranco de Valdoria*” y “*Los Estrechos*”, con un total de 1705 y 1688 de puntos respectivamente. Esto nos indica que a los albalatinos les gusta la naturaleza y son conocedores del patrimonio natural en el que viven. Los resultados de la encuesta encaminada a los turistas y visitantes que recibió el municipio durante ese periodo de encuestas o en un periodo reciente fueron similares, como podemos ver en la tabla 3. No resulta extraño que los primeros puestos coincidan con la encuesta realizada a la población, puesto que Albalate está incluido en el *Parque Cultural del Río Martín*, al igual que otros pueblos como Montalbán, Alacón, Oliete, Ariño, etc, unidos por el conjunto de pinturas prehistóricas al aire libre, declaradas de Patrimonio Mundial de la UNESCO. Esto llama la atención de los visitantes, que vienen en busca principalmente de la naturaleza. De esta forma, ubicado en la lista con la misma puntuación, encontramos *el Barranco de Valdoria*, un sendero habitado por diversos animales autóctonos y una flora sorprendente que atrae también a los turistas buscando una vez más, el refugio de la naturaleza. Sintiéndose atraídos por su singular belleza arquitectónica y su historia, tampoco es de extrañar que el tercer puesto lo ocupe el Castillo Palacio Arzobispal, símbolo indudable del pueblo, así como de los albalatinos. Como se observa en la tabla 4, los primeros puestos son coincidentes con las respuestas de la población y la de los visitantes, valor positivo ya que es sinónimo de que el foco de el sector administrativo y turístico es el adecuado, coincidiendo así los tres factores, aunque el posicionamiento de los demás no lo es. Vemos más similitudes en las dos primeras encuestas, por lo que el sector debería escuchar las voces y las valoraciones tanto de los turistas como de los albalatinos.

El turismo rural va ligado al turismo experiencial donde cobra especial relevancia las experiencias y productos turísticos de la zona para donde sentir y experimentar nuevos lugares tradicionales. Implica el contacto con la población local y sus costumbres, suele asociarse a productos turísticos muy colaborativos donde la población anfitriona es participe de los mismos es por eso por lo que es de especial importancia conocer también su visión sobre los productos y experiencias incluidas en el Plan Aragonés de Estrategia Turística de 2021-2024. Es por eso por lo que les pregunté cuáles de ellos creían que se debería especializar el municipio. A continuación de muestran las respuestas obtenidas de los tres agentes:

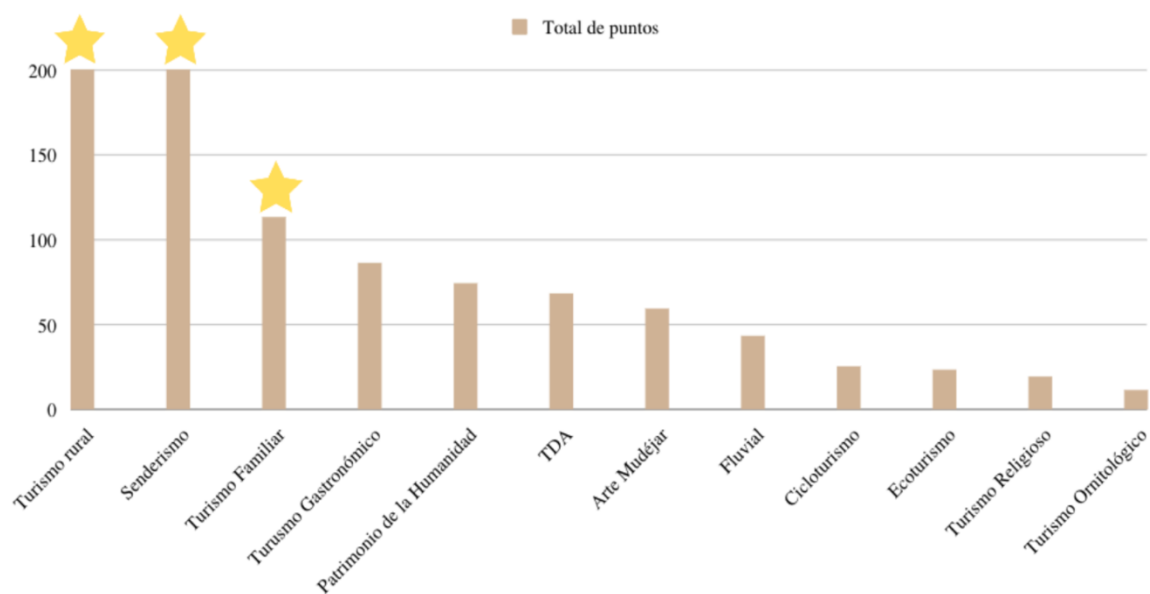
VALORACIÓN DE LA POBLACIÓN DE LOS PRODUCTOS/EXPERIENCIAS

Tabla 4. Respuestas de valoración de la población de productos/experiencias turísticas. "¿En qué productos u experiencias cree que se debería especializar el municipio? Seleccione los que considere más estratégicos." Fuente: Google Forms.



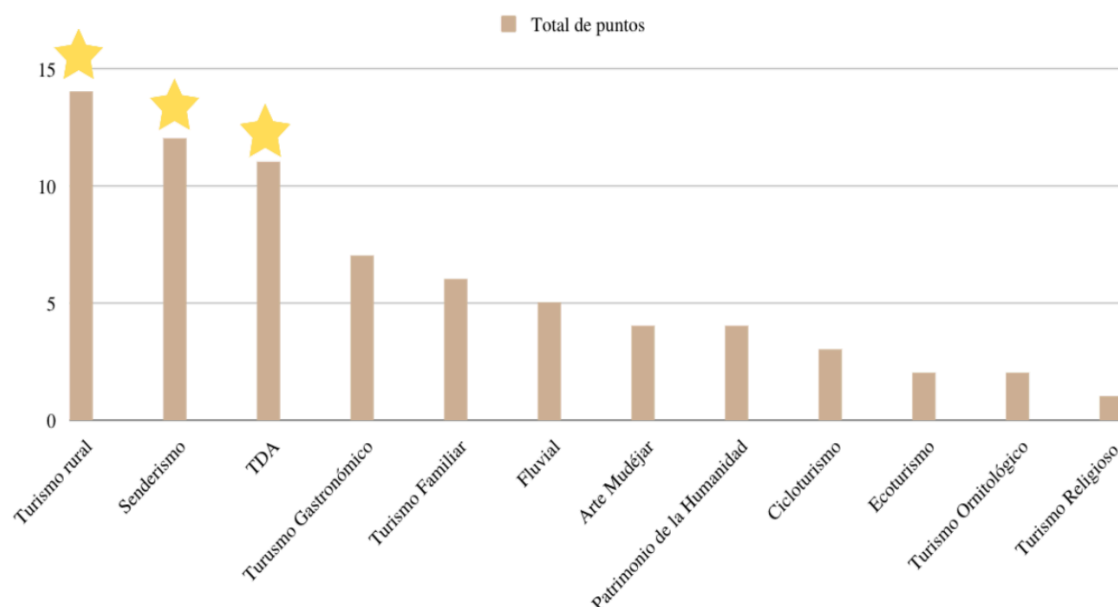
VALORACIÓN DE LA POBLACIÓN DE LOS PRODUCTOS/EXPERIENCIAS

Tabla 5. Respuestas de la valoración de la población, "¿En cuales de los siguientes productos u experiencias le gustaría colaborar como vecino del pueblo? Seleccione los 3 que más le interesen" Fuente: Google Forms.



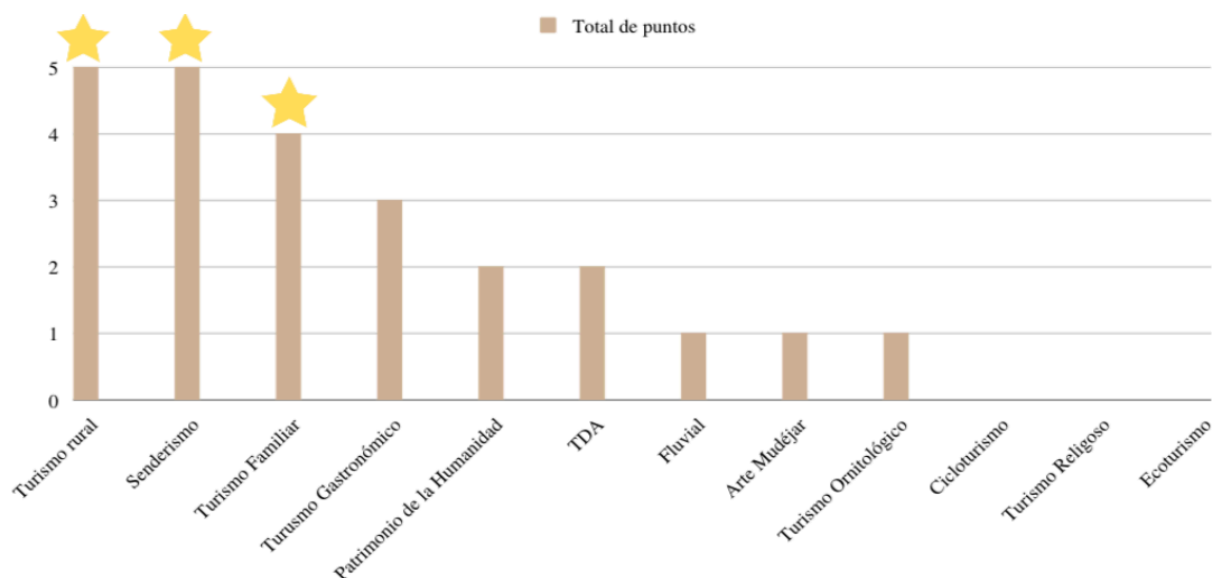
VALORACIÓN DE LOS TURISTAS Y VISITANTES DE LOS PRODUCTOS/EXPERIENCIAS

Tabla 6. Respuestas de la valoración de los turistas y visitantes, "¿Estaría interesado en realizar algún tipo de experiencia u actividades en el municipio?" Seleccione los 3 que más le interesen. Fuente: Google Forms.



VALORACIÓN DE LA ADM. LOCAL Y EL SECTOR TURÍSTICO DE LOS PRODUCTOS/EXPERIENCIAS

Tabla 7. Respuestas de la valoración de la administración local y sector turístico, "Dentro del planetario de productos turísticos del PLAN ARAGONÉS DE ESTRATEGIA TURÍSTICA 2021-2024, seleccione 3 los cuales cree que habría que dinamizar más en el municipio. Fuente: Google Forms.



Se observa en la primera tabla, dirigida a la población que las respuestas son claras, “Turismo rural” (con 241 votos totales), “Senderismo” (con 218 votos) y “Turismo familiar” (con 120 votos). Con la misma batería de respuestas, les formulé una pregunta diferente para saber en cual o en cuales de estos productos o respuestas estarían interesados en colaborar, obteniendo como respuesta “Turismo Rural” (con 200 votos), “Senderismo” (con la misma cantidad de votos) y “Turismo Familiar” (con 113 votos), puesto que la población es una pieza clave en el desarrollo turístico de un lugar. En cuanto a la encuesta encaminada a los turistas, observamos que los dos primeros puestos son coincidentes con la misma pregunta realizada a la población, “Turismo Rural” con 14 puntos y “Senderismo” con 12 puntos. En cambio, el tercer puesto ya no lo ocupa “Turismo Familiar”, sino “Turismo Activo Deportivo”, lo que nos indica que los visitantes o las personas de fuera del municipio tienen una visión “verde” de Albalate ya que destacan los recursos naturales y además están interesados en el senderismo y el turismo activo. Línea estratégica para el desarrollo del municipio.

Las respuestas del sector turístico y administrativo siguen siendo coincidentes con los cuestionarios anteriores, siendo lo más votado “Turismo Rural” y “Senderismo” lo que nos indica que el enfoque que se da actualmente es correcto puesto que se ajusta a las necesidades, gustos y deseos de los visitantes y albalatinos.

En este punto, podemos determinar el tipo de experiencia que desean experimentar los turistas en la localidad, así como la visión actual que tienen del mismo y lo que les gustaría ver en él, haciendo referencia también a la visión que tiene el sector local y el enfoque que se ha tomado. Tras hacer un sumatorio total de las opiniones de los tres agentes, el resultado ha sido el siguiente:

Nombre del Recurso	Total de Valoración de puntos
<i>Barranco de Valdoria</i>	<i>1869</i>
<i>Estrechos del Río Martín</i>	<i>1851</i>
<i>Castillo Arzobispal</i>	<i>1805</i>
<i>Ermita de la Virgen de Arcos</i>	<i>1762</i>
<i>Iglesia de la Asunción</i>	<i>1734</i>
<i>Iglesia de San José</i>	<i>1635</i>
<i>Tumbas Medievales</i>	<i>1634</i>

<i>Antigua Central Hidroeléctrica</i>	<i>1620</i>
<i>Monumento de la Jota Aragonesa</i>	<i>1595</i>
<i>Convento de Santa Ana</i>	<i>1589</i>
<i>Plaza de Toros</i>	<i>1567</i>
<i>Nevera</i>	<i>1535</i>
<i>Arco de Sto. Domingo</i>	<i>1513</i>
<i>Ermita de Sta. Bárbara</i>	<i>1368</i>

Tabla 8. Sumatorio de las votaciones de los recursos de los tres agentes turísticos. Fuente: Elaboración propia

Productos y Experiencias	Total de Valoración de puntos
<i>Turismo Rural</i>	<i>460</i>
<i>Senderismo</i>	<i>435</i>
<i>Turismo Familiar</i>	<i>243</i>
<i>Patrimonio de la Humanidad</i>	<i>187</i>
<i>Turismo Gastronómico</i>	<i>175</i>
<i>Arte Mudéjar</i>	<i>151</i>
<i>Turismo Activo Deportivo</i>	<i>132</i>
<i>Fluvial</i>	<i>88</i>
<i>Cicloturismo</i>	<i>49</i>
<i>Ecoturismo</i>	<i>43</i>
<i>Turismo Religioso</i>	<i>40</i>
<i>Turismo Ornitológico</i>	<i>24</i>

Tabla 9. Sumatorio de las votaciones de los productos turísticos de los tres agentes turísticos. Fuente: Elaboración propia.

Como podemos ver en la tabla anterior, lo que se busca en el municipio de Albalate hasta ahora es un turismo rural donde descubrir nuevos lugares con historia como el “Castillo Arzobispal”,

la “Iglesia de la Asunción” o la “Ermita de la Virgen de Arcos”. Aunque lo mas destacado es el senderismo en la naturaleza.










El senderismo es una actividad que consiste en caminar siguiendo itinerarios debidamente homologados y señalizados. Aplicado al municipio de Albalate del Arzobispo lo más destacado por los tres agentes influyentes en el turismo es el “Barranco de Valdoria”, un recorrido con buena accesibilidad de unos 4 kilómetros aproximadamente, seguido de a ruta de “los Estrechos”, esto no nos resulta extraño dado que esta localidad es un enclave fundamental en el transcurso del río Martín, así como del Parque Cultural. Esto capta la atención de los turistas que buscan hacer una ruta accesible para poder adentrarse en sus abrigos y poder observar los cientos de pinturas rupestres que se esconden. Ha sido muy visibilizado desde que se declaró Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1998, por lo que ha sido lo que más se ha promocionado en el municipio debido a su especial importancia y conservación. Esto puede compaginarse con realizar salidas en familia, e incluso podría compaginarse con algún tipo de cata de alimentos propios de la zona como el Aceite al final de la visita, ya que también cobra especial importancia para los visitantes el turismo gastronómico, ofreciendo así una experiencia completa y una visita inigualable.

DESARROLLO DEL “*STORYMAP*”

Tras haber podido diferenciar de una forma clara los recursos y productos estrella en el municipio, el siguiente paso es la conformación del mapa. Para ello, los recursos más valorados por los tres grupos de agentes se han seleccionado en el inventario de recursos georreferenciado en QGIS. con ello se obtiene un archivo shapefile (SHP) que se sube a la plataforma web arcgis online, para diseñar el “storymap”. Posteriormente a través de la plataforma web “ArcGIS online”, se geolocalizaron los recursos dando más importancia y jerarquía visual a aquellos más valorados diferenciándolos con un tamaño mayor y creando una serie de diapositivas en referencia a los más votados en las encuestas. Además, se diferencian aquellos que son de origen natural con un color verde y aquellos recursos histórico-monumentales con un color morado. En cuanto a los equipamientos, se destacan aquellos más significantes para el desarrollo turístico asignándoles un símbolo diferente a cada uno según su temática.

La leyenda del “Storymap” sería la siguiente:

Tabla 10. Leyenda del Storymap creado. Fuente: Elaboración propia.

	Atractivo natural y paisajístico
	Recurso histórico monumental, técnico, etnológico y artístico
	Bar/Restaurante
	Oficina de Turismo
	Ayuntamiento
	Senderos
	Parking
	Piscina municipal
	Vivienda de Uso Turístico/ Albergue

De esta manera, se le da más importancia a los 5 primeros recursos que fueron más valorados de forma conjunta, siendo estos: “El Barranco de Valdoria”, “la Ruta de los Estrechos del Martín”, el “Castillo Arzobispal”, la “Ermita de la Virgen de Arcos”, la “Iglesia de la Asunción”, diferenciándolos con color morado en un tamaño mayor al resto y creando una serie de diapositivas que se pasaban de una forma cómoda para el turista. Los equipamientos los indiqué con un símbolo semejante a su actividad, localizando aquellos que eran relevantes para el desarrollo turístico, tales como la oficina de turismo, las tres viviendas de uso turístico (“Casa

Almenara”, “Casa Escosa” y “El Molino del Castillo”) ... Además, debido a que los tres agentes destacaron y le dieron una especial relevancia al turismo gastronómico, se presentan también las áreas de restauración de la zona, con la intención de promover además el comercio y los productos locales y de la zona. En definitiva, factores que pueden propiciar la llegada de turistas, complementado y haciendo más atractivo al destino.

Al haber observado el gusto por el senderismo y las zonas verdes, incluí también dos senderos que recorren el municipio de Albalate, que, a pesar de que no estén reconocidos como senderos turísticos los albalatinos lo realizan de forma continúa disfrutando de la vegetación y el propio camino y podría ser un posible recurso futuro. Uno de ellos es el denominado “Paseo Fluvial”, un paseo de corto y cómodo recorrido a la vera del río Martín de apenas 2 kilómetros que diseñó y habilitó hacia el año 2016. Además de este, he incluido el “Paseo de los Tres Tubos”, un sendero circular de unos 5 kilómetros y medio aproximadamente que comienza y termina en el pueblo, a las orillas del río Martín. Este último está incluido en el sendero mencionado anteriormente “Pr-Te 149 Camino Romero De La Virgen De Arcos”, siendo uno de los primeros tramos. A continuación, se muestra el mapa en formato jpg. y dos códigos para facilitar su lectura, en el primer código QR se muestran el mapa lo puntos de interés con sus imágenes y una breve descripción y el QR de la parte derecha muestra el “Storymap” del municipio.

Ilustración 15 Captura de pantalla de una parte de los recursos y equipamientos destacado del municipio de Albalate. Fuente: Arcgis Online. Elaboración propia.

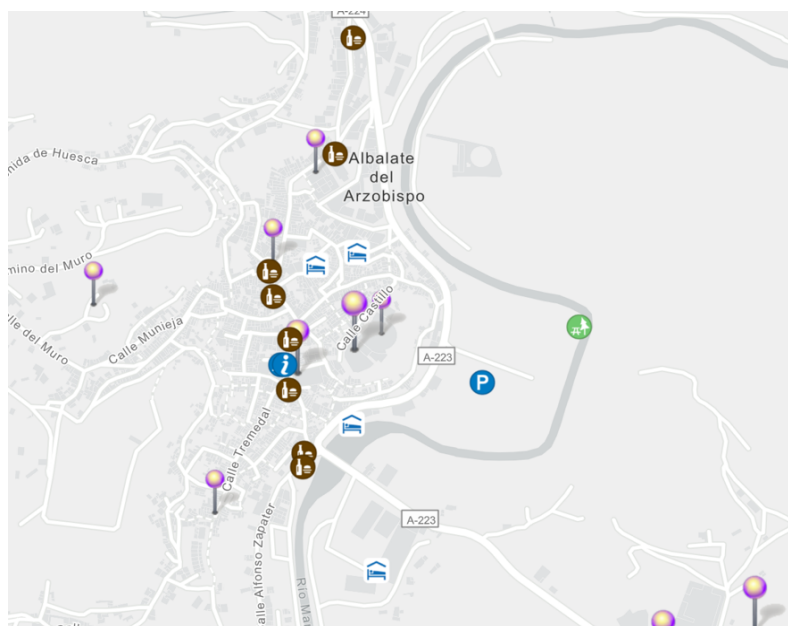


Ilustración 16. Código QR que dirige al mapa creado con los recursos y equipamientos fundamentales. Link: <https://arcg.is/OCmCm>.



Ilustración17.. Código QR que dirige al Storymap del municipio de Albalate. Link: <https://arcg.is/1CrL4O1>.



CONCLUSIONES

Gracias a este trabajo podemos conocer más sobre los términos “Turismo rural inteligente” y “Aldeas inteligentes”, analizando sus comienzos y su peso e importancia en el sector turístico. Añadido a esto, se ha comprobado el potencial de las herramientas tecnológicas para la promoción de un destino, así como nuevas formas, combinando lo tradicional con las nuevas tecnologías poniendo el “PGIS” y el “Storytelling” como ejemplo. Hemos observado también las ventajas del PGIS para aplicar un enfoque ascendente y la participación de la sociedad local y hemos valorado también la herramienta del “Storymap” como forma de promoción turística de un destino concreto, viendo cómo poner en valor los recursos del lugar a través del consenso de los agentes del destino turístico, consiguiendo una promoción turística responsable. Como limitación, me gustaría haber obtenido más respuestas en las encuestas encaminada a los turistas y visitantes, o quizás haberla dejado algo más de tiempo para poder obtener un volumen mayor, ya que existe mucha diferencia en el volumen de respuestas de las tres.

Además, tras analizar la ventajas y desventajas, este trabajo plantea la implantación del “Storymap” en la página de ayuntamiento de Albalate, aportando así una visión más tecnológica e innovadora del destino y plantea también posibles ejes de experiencias que podrían darse en el municipio, haciendo hincapié en los resultados. En resumen, el municipio de Albalate tiene mucho patrimonio natural y cultural por conocer y es necesario adaptarlo a las nuevas generaciones y los gustos de éstas.

BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

albalatedelarzobispo.com . (mayo de 2022). Obtenido de Iglesia de la Asunción:
<https://www.albalatedelarzobispo.com/iglesia-de-la-asuncion/#>

Amat-Montesinos Xavier, Martínez-Puche Antonio, Cortés-Samper Carlos, Ortiz-Pérez Samuel, Larrosa Rocamora José Antonio, Lorente Saiz Alberto. (2020). *Destinos inteligentes, innovadores y sostenibles. Nuevas tendencias en el turismo rural europeo*. Alicante.

Aragón, G. d. (2010). *PLAN COMARCAL DE DESARROLLO RURAL SOSTENIBLE DE LA COMARCA DEL BAJO MARTÍN INFORME DE SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL* . Ayuntamiento de Albalate. (2022). Obtenido de Santa Bárbara:
<https://www.albalatedelarzobispo.com/santa-barbara/>

Comarcabajomartin.com. (2022). Obtenido de RUTA DE LOS ESTRECHOS DE ALBALATE::
<http://www.comarcabajomartin.com/estaticos/upload/0/001/1810.pdf>

Cordoba, I. (2022). *Isabelcordoba.com*. Obtenido de Territorio Rural Inteligente y Turismo:
<https://www.isabelcordoba.com/territorio-rural-inteligente-y-turismo/>

ESPAÑOL, M. (24 de marzo de 2015). *Expansión*. Obtenido de El Plan de Dinamización Turística del Bajo Aragón contará con 1 millón de euros:
<https://www.expansion.com/aragon/2015/03/24/5510675922601dd67c8b4588.html>

García, L. (2022). Obtenido de DICCIONARIO DE MARKETING DIGITAL:
<https://www.40defiebre.com/que-es/storytelling>

Gimeno, J. Ñ. (2022). *UN ESTUDIO EXPLORATORIO DE FORMACIÓN EN STORYTELLING Y SUS CLAVES, PARA SU APLICACIÓN EN LA EDUCACIÓN FORMAL DE ADULTOS*. Zaragoza.

Glovalwikionline. (2021). Obtenido de PPGIS: <https://globalwikionline.com/detial/de/PPGIS>

Hernández, E. (2017). *The Art of Copywriting*. Obtenido de https://doi.org/10.1007/978-1-4842-2056-6_9

INE. (2022). Obtenido de INE: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=33933>

Julián Pérez Porto y María Merino. (2021). *Definición de zona rural*. Obtenido de Definicion.de:
<https://definicion.de/zona-rural/>

Learn ArcGIS. (2022). Obtenido de Introducción a Story Maps: <https://learn.arcgis.com/es/projects/get-started-with-story-maps/>

Linjun Yu , Xiaotong Zhang , Feng He, Yalan Liu and Dacheng Wang . (2020). *Participatory Rural Spatial Planning Based on a Virtual Globe-Based 3D PGIS*. Switzerland.

lópez-mielgo, n.; loredó, e.; Sevilla Álvarez, J. . (2019). Obtenido de realidad aumentada en destinos turísticos rurales: oportunidades y barreras: <file:///Users/mariamartin/Downloads/448-1932-1-PB.pdf>

- McCall, M. K. (2021). *Participatory Mapping and PGIS: Secerning Facts and Values, Representation and Representativity*. México.
- Mínguez, C. (2020). *Teaching tourism: urban routes design using GIS Story Map*. Alicante.
- Pérez-Barco, M. J. (6 de diciembre de 2021). La startup Rooral busca pueblos donde poder trabajar en remoto y desarrollar otras actividades La startup Rooral busca pueblos donde poder trabajar en remoto y desarrollar otras actividades El turismo rural busca la conexión con su destino inteligente. *ABC economía*.
- Pons, Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez-Salom, M. (eds.). (2020). *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism*.
- Pons, G.X., Blanco-Romero, A., Navalón-García, R., Troitiño-Torralba, L. y Blázquez- Salom, M. (2020). *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism* . Islas Baleares.
- PRAMES. (2008). *AGENDA 21 COMARCA DEL BAJO MARTÍN* .
- Promoción turística: *Qué es y cuál es su importancia para los destinos turísticos* . (28 de abril de 2017).
Obtenido de Entorno turístico, hablemos de turismo.
- Promoción turística: *Qué es y cuál es su importancia para los destinos turísticos*. (28 de abril de 2017).
Obtenido de Entorno turístico, hablemos de turismo: <https://www.entornoturistico.com>
- Real Academia Española. (s.f.). Obtenido de globalización : <https://dle.rae.es/globalización>
- SIPCA. (2022). Obtenido de CAPILLA DE SANTO DOMINGO Y DE LA VIRGEN DE ARCOS:
<http://www.sipca.es/censo/1-INM-TER-023-008-008/Capilla/de/Santo/Domingo/y/de/la/Virgen/de/Arcos.html#.Yotr5NBxpU>
- Stojanova, S.; Lentini, G.; Niederer, P.; Egger, T.; Cvar, N.; Kos, A.; Stojmenova Duh, E. (2021). *Smart Villages Policies: Past, Present and Future. Sustainability*.
- Tabla, A. L. (septiembre de 2021). *Turismo rural en España*.
www.albalatedelarzobispo.com. (mayo de 2022). Obtenido de Estrechos del Río Martín:
<https://www.albalatedelarzobispo.com/canones-del-rio-martin/>
- Zavratnik V, Kos A, Stojmenova Duh E. (2018). *Smart Villages: Comprehensive Review of Initiatives and Practices*. Ljubljana, Slovenia;. Obtenido de Smart Villages: Comprehensive Review of Initiatives and Practices. Sustainability.: <file:///Users/mariamartin/Downloads/sustainability-10-02559.pdf>

ANEXO

ANEXO 1: Tabla del inventario de recursos con QGIS

	CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO1	SUBTIPO2
PLAZA DE TOROS	B	44	443	4434
IGLESIA DE LA ASUNCIÓN	B	21	211	2112
CASTILLO ARZOBISPAL	B	21	213	2131
IGLESIA DE SAN JOSÉ	B	21	211	2112
ERMITA DE SANTA BÁRBARA	B	21	211	2112
CONVENTO DE SANTA ANA	B	21	211	2113
NEVERÍA	B	24	248	
ERMITA DE LA VIRGEN DE ARCOS	B	21	211	2115
ARCO DE SANTO DOMINGO	B	21	211	2117
TUMBAS MEDIEVALES	B	23	232	
PINTURAS DE LOS ESTRECHOS	B	23	232	
VALDORIA	A	16	162	
CENTRAL HIDROELÉCTRICA	B	21	212	2126

ANEXO 2: Tabla de inventario de equipamientos con QGIS

NOMBRE DEL EQUIPAMIENTO	TIPO	SUBTIPO
BIBLIOTECA MUNICIPAL	Cultura	Biblioteca
CINE-TEATRO	Cultura	Cine
MUSEO DE LA SEMANA SANTA	Cultura	Museos
CAMPO DE FÚTBOL	Deporte	Campo de fútbol
PISCINA MUNICIPAL	Deporte	Otros
GIMNASIO	Deporte	Gimnasio
POLIDEPORTIVO	Deporte	Complejo deportivo
PISTA DE PADEL	Deporte	Complejo deportivo
CANCHA DE BALONCESTO	Deporte	Complejo deportivo
PARADA DE AUTOBÚS	Movilidad	Parada de autobús
PARKING	Movilidad	Parking
CONSULTORIO MÉDICO	Sanidad	Centro de salud
FARMACIA	Sanidad	Farmacias
DENTISTA	Sanidad	Centro de salud
OFICINA DE TURISMO	Terciario	Oficina de turismo
BAR “AVENIDA”	Terciario	Bares y restaurantes
BAR “LA TABERNA”	Terciario	Bares y restaurantes
BAR “OLIVO”	Terciario	Bares y restaurantes

“CAFÉ CENTRO”	Terciario	Bares y restaurantes
RESTAURANTE “CASA AGUSTÍN”	Terciario	Bares y restaurantes
BAR “KIOSKO”	Terciario	Bares y restaurantes
PUB “PUNTO”	Terciario	Bares y restaurantes
BAR “EL RINCÓN”	Terciario	Bares y restaurantes
PESCADERÍA “ELÍAS”	Terciario	Comercio de proximidad
FRUTOS SECOS “EL TREMEDAL”	Terciario	Comercio de proximidad
IBERCAJA	Terciario	Entidades financieras
BANCO SANTANDER	Terciario	Entidades financieras
PELUQUERÍA “ROSANA”	Terciario	Comercio de proximidad
PELUQUERÍA “EVA”	Terciario	Comercio de proximidad
EROSKI	Terciario	Mercados y supermercados
PELUQUERÍA “LAS NAVARRAS”	Terciario	Comercio de proximidad
PELUQUERÍA “DESI”	Terciario	Comercio de proximidad
“ESTANCO PILI GASCO”	Terciario	Comercio de proximidad
FRUTERÍA	Terciario	Comercio de proximidad
PANADERÍA “LAS LOSAS”	Terciario	Comercio de proximidad
PANADERÍA “SAN VALENTÍN”	Terciario	Comercio de proximidad
PANADERÍA “CASTRO”	Terciario	Comercio de proximidad
PANADERÍA “OLGA”	Terciario	Comercio de proximidad
CLAREL	Terciario	Comercio de proximidad
CONSUM	Terciario	Comercio de proximidad
“EL ESPAR”	Terciario	Comercio de proximidad
AYUNTAMIENTO	Terciario	
PASEO DE “LOS TRES TUBOS”	Zonas verdes	Espacios naturales
PARQUE	Zonas verdes	Parques
PASEO FLUVIAL	Zonas verdes	Espacios naturales
ALBERGUE	Alojamiento turístico	Vivienda de uso turístico
CASA “ALMENARA”	Alojamiento turístico	Vivienda de uso turístico
CASA “ESCOSA”	Alojamiento turístico	Vivienda de uso turístico
CASA “EL MOLINO DEL CASTILLO”	Alojamiento turístico	Vivienda de uso turístico

ANEXO 3: Código QR que dirige automáticamente a la encuesta de la población.

Link: <https://forms.gle/neUbPrvRLQ1UgiXc8>



ANEXO 4: Código QR que dirige automáticamente a la encuesta de los turistas y visitantes. Link: <https://forms.gle/utmaxCFCBz9e9fVY9>



ANEXO 5: Código QR que dirige automáticamente a la encuesta realizada por la administración local y sector turístico. Link: <https://forms.gle/HDGftY7XnT2krN3G6>



ANEXO 6: Encuesta en formato pdf de la encuesta realizada por la administración local y el sector turístico.

28/6/22, 0:31

Estudio de Recursos de Albalate del Arzobispo

Estudio de Recursos de Albalate del Arzobispo

Mi nombre es María Martín, estudiante del Grado en Turismo de la Universidad de Zaragoza.

Estoy realizando mi Trabajo Fin de Grado investigando sobre el turismo rural inteligente y analizando los recursos turísticos con los que cuenta el municipio de Albalate del Arzobispo (Bajo Martín), con el objetivo de crear un "story map" (mapa de historias virtual e interactivo) y potenciar la comunicación digital de los atractivos turísticos del municipio.

Toda información será útil, además de totalmente anónima.

No le llevará más de 5 minutos !

*Obligatorio

1. Indique el sector al que se dedica *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Turismo
- ☐ Administración
- ☐ Finanzas
- ☐ Cultura
- ☐ Consultoría
- ☐ Legislación
- ☐ Deportes
- ☐ Personal auxiliar
- ☐ Personal de limpieza
- ☐ Otro: _____

2. ¿Considera que el turismo es una tendencia creciente en el municipio? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Nada creciente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy creciente

3. ¿En qué medida cree que el municipio cuenta los siguientes apoyos para el sector turístico? *

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
Infraestructuras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Equipamientos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Servicios	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. ¿Considera suficiente la oferta alojativa del municipio? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Totalmente insuficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente suficiente

5. Indique el grado de importancia que le da al sector turístico como actividad económica para el desarrollo local del municipio *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Poco importante	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Esencial

6. ¿Cree que el sector turístico del municipio se adapta correctamente a la digitalización y las nuevas tecnologías (aplicaciones móviles, marketing digital, visibilidad en redes sociales...)? Valore en una escala del 1 al 5 *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Nada accesible	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Totalmente accesible

7. ¿Considera que es necesario más personal con conocimientos en hostelería, turismo y habilidades tecnológicas aplicadas al turismo en el municipio? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
El personal actual es totalmente suficiente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Es necesario más personal

8. ¿Qué grado de sostenibilidad cree que presenta le municipio? Siendo 1 el más bajo y 5 el más alto *

Marca solo un óvalo por fila.

	1	2	3	4	5
Ambiental (Preservación y puesta en valor de los recursos naturales y culturales)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Social (Responsabilidad turística, respeto del turista hacia la identidad territorial y tradiciones y convivencia turista - residente)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Económica (El turismo ayuda al desarrollo local del municipio y a la diversificación de su actividad económica)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

9. ¿En qué medida cree que el turismo participa en las actividades de conservación, protección y regeneración de los ecosistemas terrestres del municipio? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Factor fundamental

10. ¿En qué medida considera que el turismo apoya el emprendimiento y el desarrollo local consumiendo productos o servicios locales? *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Nada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Factor fundamental

11. Indique su grado de conformidad con esta frase: "El turismo rural es un buen método de evitar la despoblación." *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy de acuerdo

Valoración
de
recursos

Se va a desarrollar una aplicación web experiencial para promocionar Albalate del Arzobispo, ¿En qué medida cree que hay que promocionar estos recursos?

12. En una escala del 1 al 5, ¿cómo le interesaría promocionar este recurso? (Castillo-Palacio Arzobispal) *



Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. En una escala del 1 al 5, ¿cómo le interesaría promocionar este recurso? (Plaza de Toros) *

Plaza de toros



Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

14. En una escala del 1 al 5, ¿cómo le interesaría promocionar este recurso? (Iglesia de la Asunción) *

Iglesia de la Asunción



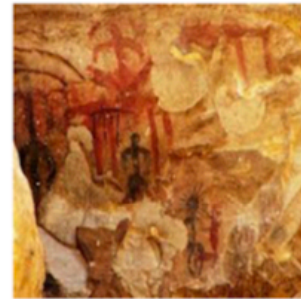
Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

15. En una escala del 1 al 5, ¿cómo le interesaría promocionar este recurso? (Ruta de los Estrechos) *

Estrechos del Río Martín

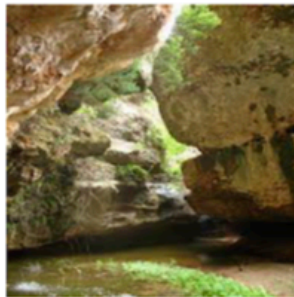


Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. En una escala del 1 al 5, ¿cómo le interesaría promocionar este recurso? (Barranco de Valdoria) *

Barranco de Valdoria



Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. En una escala del 1 al 5, ¿cómo le interesaría promocionar este recurso? (Tumbas Medievales) *

Tumbas Medievales

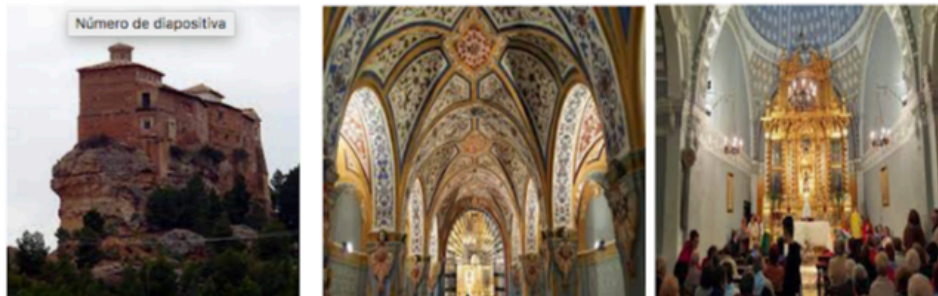


Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. En una escala del 1 al 5, ¿cómo le interesaría promocionar este recurso? (Santuario de la Virgen de Arcos) *

Ermita de la Virgen de Arcos



Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. En una escala del 1 al 5, ¿cómo le interesaría promocionar este recurso? (Iglesia de San José) *

Iglesia de San José



Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

20. En una escala del 1 al 5, ¿cómo le interesaría promocionar este recurso? (Nevera) *

Nevera

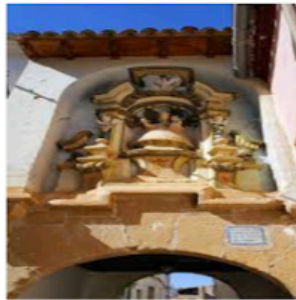


Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. En una escala del 1 al 5, ¿cómo le interesaría promocionar este recurso? (Arco de Santo Domingo) *

Arco de Santo Domingo



Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22. En una escala del 1 al 5, ¿cómo le interesaría promocionar este recurso? (Monumento a la Jota Aragonesa) *

Monumento de la Jota Aragonesa



Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

23. En una escala del 1 al 5, ¿cómo le interesaría promocionar este recurso? (Convento de Santa Ana) *

Convento de Santa Ana



Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. En una escala del 1 al 5, ¿cómo le interesaría promocionar este recurso? (Ermita de Santa Bárbara)

Ermita de Santa Bárbara

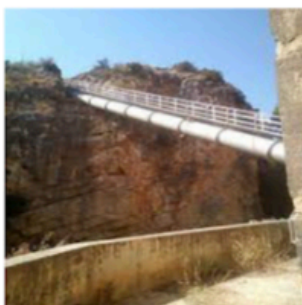


Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. En una escala del 1 al 5, ¿cómo le interesaría promocionar este recurso? (Antigua central Hidroeléctrica)

Antigua Central Hidroeléctrica



Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Desarrollo de producto turístico para Albalate del Arzobispo

26. Última pregunta! Dentro del planetario de productos turísticos del PLAN ARAGONÉS DE ESTRATEGIA TURÍSTICA 2021-2024 (PAET), seleccione tres los cuales cree que había que dinamizar más en el municipio o debería ser objeto para desarrollar experiencias turísticas

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Turismo religioso
- ☐ Turismo familiar
- ☐ Turismo rural
- ☐ Turismo activo deportivo
- ☐ Senderismo
- ☐ Cicloturismo
- ☐ Patrimonio de la humanidad
- ☐ Fluvial
- ☐ Arte mudéjar
- ☐ Turismo ornitológico
- ☐ Ecoturismo
- ☐ Turismo Gastronómico

27. ¿Le gustaría comentar o aportar algo más a la investigación que pueda ser de utilidad? Como por ejemplo algún recurso no mencionado anteriormente y le interesaría promocionar

Muchas gracias por su tiempo !

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.

Google Formularios