

# Anexos

---

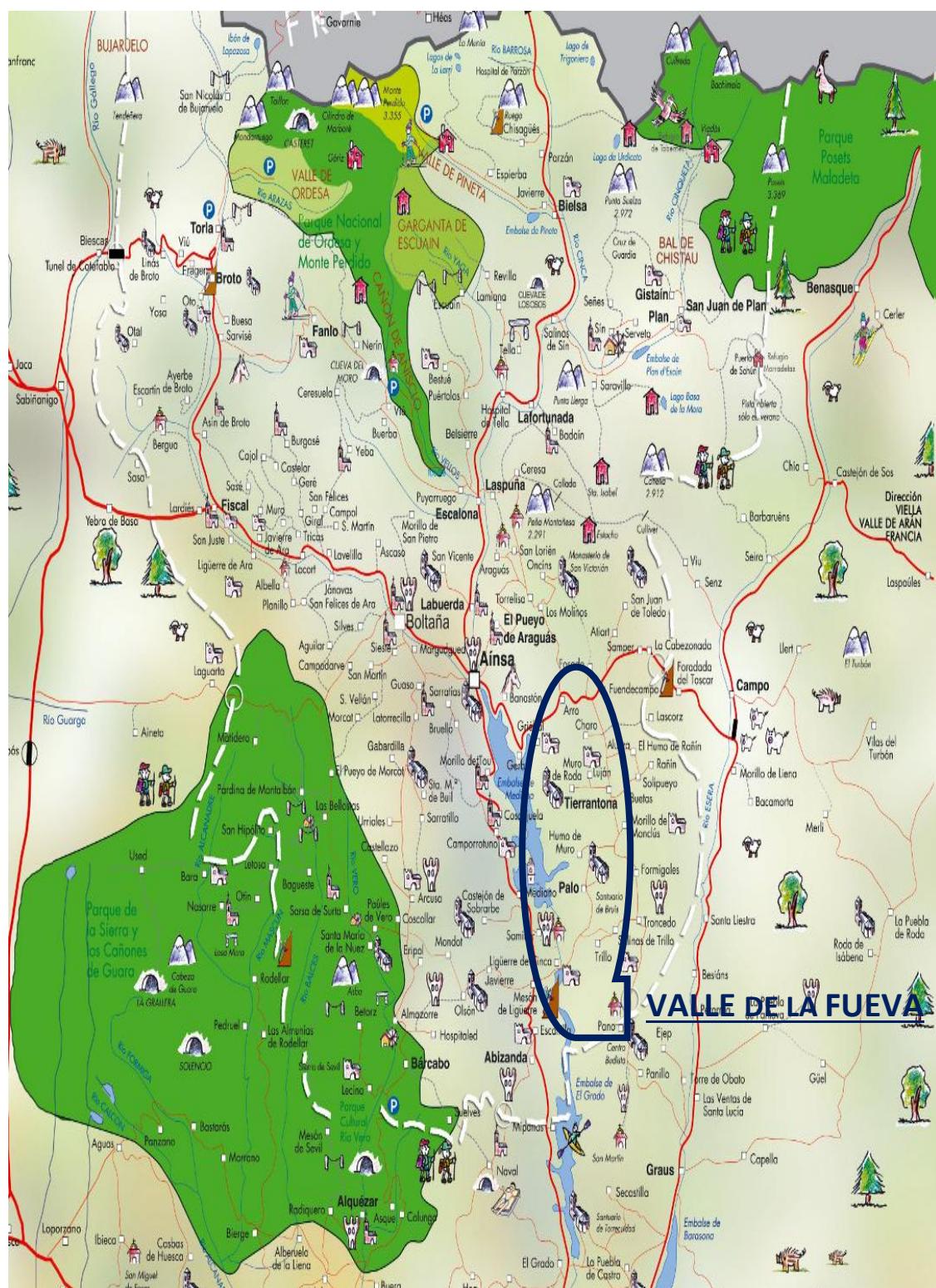
## Estudio de las viviendas de turismo rural accesibles en el Valle de la Fueva

Andrés Millán

08/09/2015

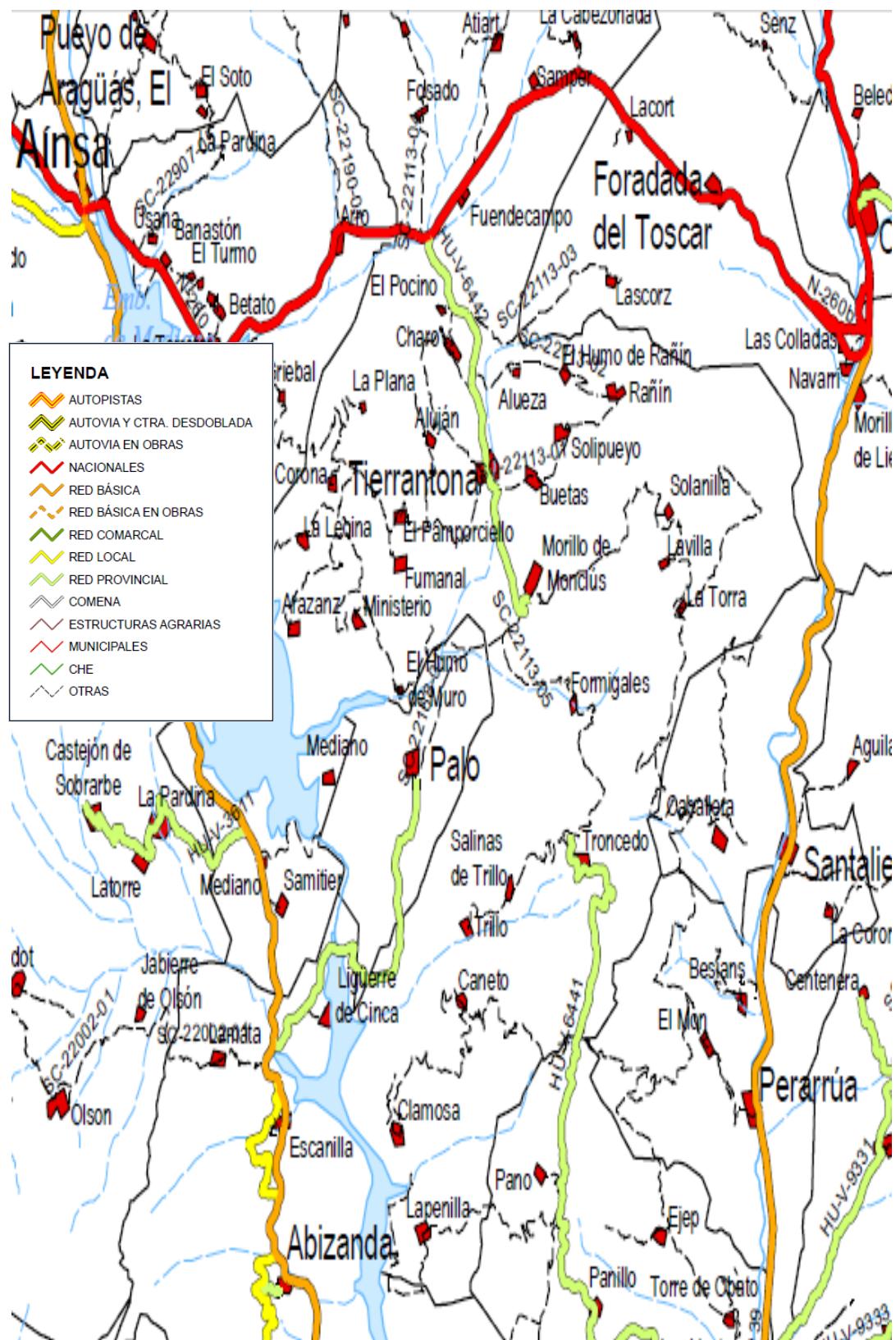
TUTORA: Iguacel Melero

## Anexo 1: VALLE DE LA FUEVA EN LA COMARCA DEL SOBRARBE



Fuente: [www.hotelsanchez.com](http://www.hotelsanchez.com)

## ANEXO 2: MAPA DE CARRETERAS DEL VALLE DE LA FUEVA



Fuente: Red de Carreteras de Aragón

## ANEXO 3: DECRETO 69/97 Y 247/2008 SOBRE LA LEGISLACIÓN DEL TURISMO RURAL

### - Artículo 3. Titularidad.

Podrán ejercer la actividad de hospedaje en la modalidad de Vivienda de Turismo Rural las personas físicas que residan de hecho y de derecho en el municipio donde se halle ubicada la edificación objeto de la solicitud, siempre que ostente dicha condición con una antigüedad mínima de seis meses.

### Artículo 4. Clasificación por tipología y categorías.

1. **Las Viviendas de Turismo Rural** se clasifican en función de su régimen de explotación en los siguientes tipos:

A) **Vivienda de Turismo Rural de Alojamiento Compartido.** Cuando el titular del establecimiento comparte el uso de su propia vivienda con una zona dedicada al hospedaje.

B) **Vivienda de Turismo Rural de Alojamiento no Compartido.** Cuando el titular del establecimiento ofrece el uso y disfrute del mismo en condiciones de equipo, instalaciones y servicios que permitan su inmediata utilización, pudiéndose clasificar en:

a) **Casa de Turismo Rural** propiamente dicha cuando se trate de un edificio independiente destinado al alojamiento como una unidad disponiendo de una cocina, un salón comedor, dos o más dormitorios y uno o más baños.

b) **Apartamento de Turismo Rural** cuando se trate de un conjunto independiente de habitaciones que disponga como mínimo de una cocina, un salón comedor, dos o más dormitorios y uno o más baños.

### - Artículo 5. Competencia.

El Departamento de Economía, Hacienda y Fomento, desempeñará respecto de las Viviendas de Turismo Rural las competencias siguientes:

a) Autorización de apertura de los alojamientos

b) El ejercicio de las funciones inspectoras y sancionadoras, en relación con las materias objeto del presente Decreto, vigilando el estado de las instalaciones, las condiciones de prestación de los servicios, la aplicación de los precios declarados y el trato dispensado a la clientela.

c) El establecimiento de las medidas adecuadas para la promoción y fomento de esta modalidad de alojamiento.

*Las competencias establecidas en los apartados a) y b) serán ejercidas por los Servicios Provinciales correspondientes.*

**-Artículo 6. Periodo de apertura y funcionamiento.**

- 1. El titular de la Vivienda de Turismo Rural mantendrá abierto su establecimiento como mínimo cuatro meses al año.*
- 2. En ningún caso, el periodo de alojamiento de un mismo usuario excederá de noventa días consecutivos.*

**Artículo 7. Prescripciones técnicas comunes a todos los tipos de Vivienda de Turismo Rural**

*Las Viviendas de Turismo Rural deberán cumplir, como mínimo, con las siguientes prescripciones técnicas según categorías:*

*1.Categoría Básica.*

*1.1.Instalaciones y servicios:*

- a) Agua corriente potable*
- b) Electricidad*
- c) Algunos elementos calefactores que permitan un mínimo de confort en las viviendas con apertura fuera de la temporada de verano.*
- d) Botiquín de primeros auxilios en caso de viviendas aisladas.*
- e) Contarán con un cuarto de baño con agua caliente y fría por cada seis plazas de alojamiento o fracción. Estará equipado con inodoro con cierre hidráulico, lavabo y ducha o bañera. Dispondrá, además, de espejo para el aseo personal y toma de corriente en lugar adecuado para su utilización.*
- f) Servicio telefónico para el conjunto de la Vivienda de Turismo Rural al alcance del cliente. En las viviendas de alojamiento no compartido se entenderá cumplido este requisito cuando el teléfono esté instalado en la vivienda de los propietarios del mismo núcleo urbano.*
- g) Lencería de cama y baño adecuada al número de huéspedes de la Vivienda.*
- h) Adecuada calidad en la prestación de los servicios.*

## **ANEXO 4: CUESTIONARIO EN PROFUNDIDAD SOBRE TURISMO RURAL EN LA FUEVA**

### **OBJETIVO:**

- Sacar unas conclusiones comunes y relevantes sobre el turismo rural en la zona
- Predecir comportamientos futuros
- Tomar unas medidas determinadas en función de los resultados

### **a) CUESTIONES DEL ESTUDIO-Variables:**

1. Localización
2. Actividades turísticas en la zona y su complementariedad
3. Estacionalidad
4. Accesibilidad
5. Asociacionismo y Canales de Acceso
6. Webs y Redes Sociales
7. Ayudas, Subvenciones y Administración
8. Herramientas de MKT (felicidad, experiencias, ofertas, promociones...) y Clientela
9. Calidad y Respeto Medioambiental
10. Internacionalización e idiomas

### **b) PROPOSICIONES RESPECTO A CADA VARIABLE**

1. ¿Supone un problema grave?
2. ¿Supone una importante ventaja?
3. ¿Es factible? ¿Lo ve posible?
4. ¿Es rentable? ¿Cree que se podrían aumentar los beneficios?
5. ¿Está dispuesto al cambio? ¿Merece la pena tomar alguna de estas medidas?
6. ¿Considera alguna de estas medidas necesaria en el largo plazo para sobrevivir?

### **c) UNIDAD DE ANÁLISIS**

1. Casa Sastre (Fuendecampo)
2. Casa Lueza (Aluján)
3. La Borda Castillón (Tierrantona)

---

### **1. LOCALIZACIÓN**

- El alojamiento que ofrece, ¿Es casa o apartamento rural? ¿Supone eso alguna diferencia a nivel legal o económico? ¿Posee algún tipo de categoría distintiva en su vivienda rural?
- ¿Cree que la ubicación y su entorno es el principal factor de atracción de turistas para su establecimiento? ¿Lo considera secundario?
- ¿Considera una ventaja encontrarse en el Valle de La Fueva respecto a otras zonas de la comarca del Sobrarbe? ¿Y de Huesca? ¿De Aragón? ¿De España? ¿De Europa?
- ¿Considera una ventaja encontrarse en Fuendecampo/Aluján/Tierrantona?
- ¿Cree estar potenciando este factor y su entorno en beneficio de la población local?
- ¿Cree estar potenciando este factor y su entorno en beneficio propio?
- ¿Habría tomado las mismas medidas en su establecimiento en caso de situarse en otra zona? ¿Por qué?

## **2. ACTIVIDADES TURÍSTICAS EN LA ZONA y su COMPLEMENTARIEDAD**

- ¿Cree que las actividades turísticas de la zona son el principal factor de atracción turística para su establecimiento? ¿Lo considera secundario?
- ¿Estaría dispuesto a estrechar alianzas empresariales con este tipo de empresas de la zona?
- ¿Cree que estas alianzas ayudarían a aumentar sus beneficios?
- ¿Con qué sector de la zona cree que sería más adecuado establecer alianzas? ¿Restaurantes y Empresas de Turismo Gastronómico? ¿Empresas de Alojamiento? ¿Empresas de Turismo Activo? ¿Por qué?
- ¿Tiene algún tipo de acuerdo con alguna empresa de la zona que beneficie al turista? En caso de responder afirmativamente ¿Podría mencionar algún ejemplo?

## **3. ESTACIONALIDAD**

- ¿Tiene una gran estacionalidad en su establecimiento?
- ¿Cree que posee de algún factor que le ayude a reducir esta estacionalidad? ¿Cuál?
- ¿Cree que podría hacer algo más por aumentar la estancia de sus clientes y disminuir la estacionalidad? En caso afirmativo, ¿Qué medidas cree que debería tomar?
- ¿Cuál suele ser la estancia media de sus clientes?

- ¿Cuál es periodo de mayor ocupación? ¿Y el de menor?
- ¿Varía la llegada de clientes según el periodo del año?
- Según pasan los años, ¿van aumentando los clientes o su gasto en el establecimiento? ¿Las expectativas en el largo plazo son positivas?

#### 4. ACCESIBILIDAD

- ¿Cree que la accesibilidad es el principal factor de atracción de turistas para su establecimiento? ¿Cree que es secundario?
- ¿Considera una ventaja de diferenciación la accesibilidad de su establecimiento?
- ¿Es rentable invertir en la accesibilidad? ¿Lo ve necesario en el largo plazo?
- ¿La accesibilidad ayuda a evitar la estacionalidad? ¿Las condiciones climatológicas condicionan la accesibilidad?
- ¿Ve relevante la necesidad de la obtención de un sello de accesibilidad a través de organizaciones externas?
- ¿Cree que sería factible buscar turistas a través de alianzas con organizaciones dedicadas a gente con problemas de accesibilidad como PREDIF, la ONCE, IMSERSO, etc?
- ¿Cree que su web y la forma de contacto es accesible para alguien con alguna carencia sensorial? ¿Cree que debería invertir en ello? ¿Cree que le saldría rentable a la hora de aumentar sus beneficios?

#### 5. ASOCIACIONISMO y CANALES DE ACCESO

*Turismo Verde de Huesca, FARATUR, EscapadaRural.com, TopRural.com, LasCasasRurales.com...*

- ¿Considera de vital importancia pertenecer a asociaciones que ayuden a promocionar y representar su establecimiento? ¿Lo considera secundario?
- ¿Cree que podría existir su empresa sin este asociacionismo?
- **• ¿En qué le ha ayudado pertenecer a estas asociaciones? Por favor, no dude en explayarse**
- ¿Pertenece a alguna asociación? ¿Podría decírnos a cuáles? Véase *Turismo Verde de Huesca, FARATUR, TopRural.com...*
- ¿Cree que debería asociarse a más canales de promoción y representación de su establecimiento?

- ¿Sale rentable pertenecer a varias asociaciones?

## 6. WEBS Y REDES SOCIALES

- ¿A través de qué canal suele venir la mayoría de su clientela? ¿Redes sociales, asociaciones, web propia?
- ¿Qué ventajas/desventajas suponen disponer de web propia?
- ¿Cuál cree que puede ser el principal "gancho" de su página web para atraer clientes? ¿Poner fotos de gran tamaño y calidad? ¿Usar un léxico comprensible y atractivo? ¿Utilizar una temática innovadora? ¿Elegir colores adecuados?
- ¿Cree que debería modificar su web para hacerla más atractiva? ¿Estaría dispuesto a ello en caso de ser necesario?
- ¿Considera la posesión de web o redes sociales propias el **principal\_factor** de atracción turística? ¿Lo considera secundario?
- ¿Cree que basta con pertenecer a webs y redes sociales del ámbito del turismo rural y no poseer web o red social propia? Y al contrario, ¿Cree que basta con poseer web y red social propia y no pertenecer a otras?
- ¿Ha recurrido a fuentes externas para la realización de su propia página web?
- Del 1 al 5 ¿Qué nivel de importancia le daría a crear una interrelación con los clientes a través de estos medios?
- ¿Es consciente de la necesidad de actualizar de forma frecuente el contenido de la página web o de las redes sociales para mantener activo el número de visitas online? Paquetes turísticos especiales, promociones, descuentos, sorteos, etc.
- ¿Cree que mejorar en este campo le ayudaría a diferenciarse de la competencia?

## 7. ADMINISTRACIÓN. AYUDAS, SUBVENCIONES

- Del 1 al 5, siendo 1 muy poco importante y 5 muy importante, ¿Qué nivel de importancia daría a recibir ayudas y subvenciones de la administración u otras organizaciones?
- ¿Lo considera necesario o secundario para mantener los beneficios de su establecimiento?
- ¿Procura estar al tanto de todas las ayudas que puedan ofrecerse en su sector para beneficiarse de ellas?

- Del 1 al 5, siendo 1 muy mal y 5 muy bien ¿cómo calificaría la actuación e intervención de la Administración Pública en el sector del Turismo Rural?
- ¿Está actuando correctamente la Administración Pública en este sector?
- ¿Cree que deberían aumentarse las ayudas? ¿De qué manera?
- ¿Qué aspectos positivos y negativos podría destacar de la actuación pública?

## **8. HERRAMIENTAS DE MKT (FELICIDAD, EXPERIENCIAS, OFERTAS, PROMOCIONES...) y CLIENTELA**

- Al emprender el alojamiento rural, ¿realizó algún estudio sobre dirección o gestión de establecimientos turísticos? ¿Lo considera necesario?
- ¿Ha recurrido a algún agente externo para poner en marcha su establecimiento?
- ¿Cree que se podrían mejorar las herramientas de marketing de su establecimiento?
- ¿Dispone de alguna estrategia empresarial definida? ¿Cuál?
- ¿Cree que sería más conveniente ofrecer su establecimiento como un lugar físico de alojamiento o como un lugar de experiencias y sensaciones donde sea más fácil interrelacionarse con el cliente?
- Del 1 al 5, siendo 1 muy poco importante y 5 muy importante ¿Cree que profundizar en las estrategias de Marketing le ayudaría a aumentar sus beneficios?
- ¿Cree que mejorar en este campo le ayudaría a diferenciarse de la competencia?
- ¿Estaría dispuesto a aplicarlas? ¿Lo ve factible?
- ¿Considera útil establecer una cercanía con el cliente para mejorar la imagen de su establecimiento y así aumentar el boca a boca? ¿Cree que sería más conveniente pasar desapercibido?
- ¿Procura estar pendiente de todo cuanto puedan necesitar los clientes de su establecimiento?
- ¿Cuál suele ser la opinión de los clientes acerca de su establecimiento? ¿Suelen informarse preguntando directamente a sus clientes? ¿También están pendientes de los comentarios que ellos mismos depositan en redes sociales, páginas webs, buscadores...?
- ¿Echan algo en falta? ¿Qué aspectos negativos suelen destacar?
- ¿Hay algo que les llame especialmente la atención? ¿Qué aspectos positivos suelen destacar?
- Por lo general ¿suelen repetir la estancia sus clientes? ¿Por qué?

- ¿Cree que podría hacer algo para mejorar su trato con la clientela? ¿El qué?
- ¿Cree que en el largo plazo aumentarían sus beneficios si aplicase alguna estrategia de marketing diferenciadora?

## **9. CALIDAD Y RESPETO MEDIOAMBIENTAL**

- Del 1 al 5, siendo 1 muy poco importante y 5 muy importante ¿qué nivel de importancia da al respeto medioambiental en su establecimiento?
- ¿Qué medidas específicas ha implementado para fomentar el respeto al medio ambiente? ¿Procura contaminar lo menos posible de alguna manera? ¿De qué manera?
- ¿Cree que conseguir certificados de calidad medioambiental ayudarían a mejorar la imagen del establecimiento? ¿Le ayudaría a la hora de atraer clientes?
- ¿Estaría dispuesto a realizar algunos cambios en sus establecimientos con tal de mejorar la calidad y respeto medioambiental?

## **10. INTERNACIONALIZACIÓN E IDIOMAS**

- ¿Suelen venir turistas extranjeros al valle de la Fueva? ¿Y a sus establecimientos?
- ¿De dónde procede la mayoría de turistas nacionales? ¿De los turistas aragoneses de qué provincia suelen venir?
- En una escala del 1 al 5, siendo 1 muy poco importante y 5 muy importante ¿Qué nivel de importancia de ingresos suponen los turistas extranjeros en su establecimiento?
- ¿De dónde proceden la mayoría de turistas extranjeros?
- ¿Los turistas extranjeros suelen gastar más que los nacionales?
- ¿El periodo de estancia de los turistas extranjeros en su vivienda suele ser mayor?
- ¿Cree que el turismo extranjero va a ser cada vez más importante en el largo plazo?
- ¿Cree que disponer de webs y redes sociales en varios idiomas ayudaría a atraer a más turistas? ¿Estaría dispuesto a ello?

## ANEXO 5: EJEMPLO DEL CUESTIONARIO WEB

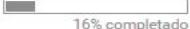


**TURISMO RURAL EN EL VALLE DE LA FUEVA  
CUESTIONARIO EN PROFUNDIDAD**

El objetivo final de este cuestionario es el de sacar unas conclusiones comunes y relevantes sobre el turismo rural en el Valle de La Fueva y predecir comportamientos futuros, pudiendo así tomar unas medidas determinadas en función de los resultados obtenidos

**PARTE PRIMERA**

1. Localización  
2. Actividades turísticas en la zona y su complementariedad  
3. Estacionalidad  
4. Accesibilidad  
5. Asociacionismo y Canales de Acceso

[Continuar »](#)  16% completado

Fuente: elaboración propia



**TURISMO RURAL EN EL VALLE DE LA FUEVA  
CUESTIONARIO EN PROFUNDIDAD**

**\*Obligatorio**

**6. WEBS Y REDES SOCIALES**

¿A través de qué canal suele venir la mayoría de su clientela? ¿Redes sociales, buscadores de turismo rural, web propia...? \*

Principal canal de acceso por el que los clientes conocen sus viviendas

\_\_\_\_\_

¿Qué ventajas/desventajas suponen disponer de web propia? \*

\_\_\_\_\_

¿Cuál cree que puede ser el principal "gancho" de su página web para atraer clientes? ¿Poner fotos de gran tamaño y calidad? ¿Usar un léxico comprensible y atractivo? ¿Utilizar una temática innovadora? ¿Elegir colores adecuados?... \*

\_\_\_\_\_

¿Cree que debería modificar su web para hacerla más atractiva? ¿Estaría dispuesto a ello en caso de ser necesario? \*

\_\_\_\_\_

¿Considera la posesión de web o redes sociales propias el principal factor de atracción turística? ¿Lo considera secundario? \*

\_\_\_\_\_

¿Cree que basta con pertenecer a webs y redes sociales del ámbito del turismo rural y no poseer web o red social propia? Y al contrario, ¿Cree que basta con poseer web y red social propia y no pertenecer a otras? \*

\_\_\_\_\_

¿Ha recurrido a fuentes externas para la realización de su propia página web? \*

\_\_\_\_\_

Fuente: elaboración propia

