

Matriz DAFO para Plan Aragón de Estrategia Turística (PAET 2025-2030)

Para construir una estrategia integral y efectiva para el desarrollo turístico de Aragón, este nuevo DAFO incorpora aspectos específicos de desarrollo que respondan a los retos y oportunidades actuales, basados en el análisis inicial. Aquí se presenta una matriz DAFO actualizada, con mayor enfoque respecto al PAET 2021-2024 en la diversificación, sostenibilidad y cohesión de esfuerzos públicos y privados:

Debilidades (D)

D1. Estacionalidad y Dependencia de un Turismo Monosegmentado: La dependencia del turismo de nieve y la limitada oferta fuera de temporada afectan la estabilidad económica en zonas de montaña.

D2. Conectividad y Movilidad Reducida en Áreas Rurales: Las deficiencias en infraestructura de transporte (conectividad aérea, ej.) y servicios básicos en áreas rurales (transporte ferroviario, ej.) dificultan la accesibilidad y desalientan la permanencia prolongada de los visitantes. Un modelo de comunicaciones con excesiva dependencia del transporte privado.

D3. Integración y Coordinación Limitada de la Oferta Turística: La falta de cohesión en la oferta (paquetes turísticos, rutas integradas) afecta a la experiencia del visitante y limita el aprovechamiento de sinergias entre sectores.

D4. Visibilidad Internacional Limitada: La falta de promoción internacional reduce la llegada de turistas extranjeros, quienes podrían enriquecer la diversificación del turismo en Aragón.

D5. Insuficiente Coordinación entre Instituciones y Agentes Locales: La colaboración interinstitucional y con agentes privados es mejorable, lo que dificulta el desarrollo de algunos proyectos estratégicos conjuntos.

D6. Insuficiente Transformación Digital del Sector: La escasa utilización de la tecnología y de la Inteligencia Artificial, así como la falta de buena cobertura internet en áreas rurales, hace que el sector presente una baja competitividad.

D7. Escasez de Recursos Humanos: La falta de personal, incluso de cualificación, en el sector de la hostelería y el turismo, influyen directamente en la calidad del servicio. Llegando en ocasiones a poner en peligro la supervivencia de las pymes que componen el sector, muy atomizado.

D8. Dificultad en el Acceso a la Vivienda de las Personas Trabajadoras en el Sector Turismo: La escasez en la oferta de alquileres y su elevado precio dificultan el asentamiento de personas trabajadoras del sector turístico, especialmente en los destinos turísticos más demandados.

Amenazas (A)

A1. Cambios Climáticos y Dependencia en la Nieve: La reducción de nevadas afecta la viabilidad del turismo de nieve, exigiendo una diversificación urgente de la oferta en zonas de montaña.

A2. Competencia de Destinos Nacionales e Internacionales: Regiones cercanas que ofrecen turismo de naturaleza, historia y nieve compiten directamente con Aragón en la captación de turistas, demandando estrategias de diferenciación.

A3. Presión en Espacios Naturales y Problemas de Conservación: La sobrecarga en zonas de alta afluencia amenaza la biodiversidad y puede afectar la calidad de la experiencia turística.

A4. Insuficiente Inversión en Infraestructura de Conectividad y Transporte: Las carencias en transporte público y accesos, especialmente hacia áreas de alto valor turístico, limitan el crecimiento del turismo en zonas rurales y montañosas.

A5. Inestabilidad Económica y Cambios en Preferencias del Consumidor: Las fluctuaciones en la economía y las variaciones en las preferencias hacia el turismo virtual, de corta estancia o autoguiado pueden afectar el turismo tradicional.

A6. Debilidad demográfica del medio rural: La pérdida inexorable de población en algunas zonas puede impactar de forma negativa en la oferta turística en aquellos lugares.

Fortalezas (F)

F1. Diversidad de Atractivos Naturales y Culturales: Aragón ofrece una amplia variedad de paisajes y patrimonio, como los Pirineos, el Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido, el arte mudéjar, y una gastronomía única, lo cual permite un turismo diferenciado y adaptable a distintas demandas. Aragón es un destino integral y con gran diversidad de recursos turísticos.

F2. Posicionamiento en Turismo de Nieve y Montaña y Turismo Activo-Deportivo: Con estaciones de esquí consolidadas y atractivas tanto en invierno como en verano para actividades al aire libre, Aragón posee un buen punto de partida para diversificar la oferta estacional. Aragón es un referente nacional en materia de turismo activo y deportivo.

F3. Ubicación Estratégica: La cercanía a centros urbanos importantes y la buena conectividad con el resto de España favorecen el acceso y posicionan a Aragón como destino de proximidad para turistas nacionales e internacionales.

F4. Compromiso con la Sostenibilidad: La inclusión de prácticas de conservación y promoción del ecoturismo en parques naturales y áreas rurales refuerza la imagen de Aragón como destino responsable.

F5. Valiosa Tradición Cultural y Festiva: Las celebraciones, como la Semana Santa y los festejos tradicionales, suman valor cultural y enriquecen el atractivo turístico para el visitante.

F6. Buena Calidad Media de la Planta Hotelera Aragonesa: El esfuerzo inversor del sector privado durante las últimas décadas y la continuada acción reguladora e inspectora de la Administración han permitido mantener una planta hotelera de una buena calidad media.

F7. Tradición Hospitalaria Aragonesa: Las empresas turísticas aragonesas y sus profesionales se caracterizan por su apertura hacia el cliente exterior y la amabilidad en el trato.

Oportunidades (O)

O1. Creciente Preferencia por Turismo de Naturaleza y Ecoturismo, y de Experiencias: Las tendencias actuales muestran una demanda en aumento por experiencias en entornos naturales y rurales, permitiendo a Aragón fortalecer su imagen como destino natural y sostenible y de experiencias exclusivas que solo se pueden realizar en Aragón.

O2. Avance en Digitalización Turística: Reciente implantación del Sistema de Inteligencia Turística de Aragón (SITAR) que pondrá información relevante para el sector turístico en la toma de decisiones. La adopción de tecnologías como apps de realidad aumentada y big data puede optimizar la promoción, organización y gestión de flujos turísticos en el destino, a la par que mejora la experiencia del turista.

O3. Desarrollo de Segmentos Emergentes: La atracción de segmentos como el turismo familiar, juvenil y de aventura permite diversificar la oferta para públicos específicos y reducir la estacionalidad.

O4. Creación de Agendas: La creación de agendas locales con eventos de repetición periódica genera flujos de demanda periódica que permiten una cierta planificación y predicción de afluencia durante el calendario anual.

O5 Impulso de Turismo Local y de Proximidad: La creciente preferencia por viajes nacionales y de corta distancia después de la pandemia brinda una oportunidad para captar turistas de comunidades vecinas y consolidar la oferta de turismo de proximidad.

O6. Tendencia Hacia el Turismo Sostenible y Responsable: La mayor conciencia ambiental permite a Aragón posicionarse como un referente en turismo sostenible, promoviendo iniciativas de conservación y cuidado del medio ambiente.

O7. Marca turística España y nuevos mercados y emergentes: España es líder en deseo de viaje en grandes mercados turísticos emergentes como China e Iberoamérica. Fortaleza de la imagen turística de España en el extranjero.

Basado en esta matriz DAFO, se recomienda el siguiente **marco estratégico para el desarrollo turístico de Aragón:**

- 1. Diversificación de la Oferta Turística:** Crear productos turísticos que combinen actividades al aire libre, cultura y gastronomía para reducir la estacionalidad. Promover el turismo de aventura, familiar y de ecoturismo durante el año.
- 2. Impulso a la Digitalización y Experiencia Interactiva:** Desarrollar plataformas digitales y apps que integren opciones de rutas turísticas, actividades, experiencias de realidad aumentada y servicios de atención al visitante en tiempo real.
- 3. Fortalecimiento de Infraestructuras en Áreas Rurales y Naturales:** Incrementar las inversiones en conectividad, señalización y transporte público en áreas rurales y de montaña para mejorar la accesibilidad y movilidad del turista.
- 4. Consolidación de Aragón como Destino Sostenible:** Implementar prácticas sostenibles en la gestión de destinos naturales y culturales, garantizando la conservación y promoviendo el respeto al entorno en todas las actividades turísticas.
- 5. Fomento de la Colaboración Interinstitucional y Pública-Privada:** Establecer mecanismos de colaboración entre instituciones y agentes del sector para facilitar proyectos conjuntos, integrar la oferta turística y maximizar recursos y esfuerzos de promoción.
- 6. Promoción de Mercados Internacionales y Nuevos Segmentos:** Desarrollar campañas de visibilidad internacional y explorar nuevos mercados emergentes, aprovechando los recursos culturales y naturales de Aragón para atraer a una audiencia más diversa.

A partir de estas estrategias que pretenden crear una base sólida para el crecimiento del turismo en Aragón, diversificando la oferta, fortaleciendo la sostenibilidad y mejorando la cohesión entre el sector público y privado, impulsando la digitalización, se propone el siguiente borrador de Plan Aragonés de Estrategia Turística (PAET) 2025-2030.