

HUESCA  
La MAGIA



Estudio sobre la Intención de Viaje del Turista  
y las expectativas del Sector Turístico  
de la provincia de Huesca.

VARIACIONES DEL MERCADO POR LA CRISIS SANITARIA COVID-19

# DIFUSIÓN Y CONDICIONES DE USO

TuHuesca - Promoción y desarrollo del Alto Aragón, S.A.

**El presente estudio**, elaborado por la sociedad TuHuesca, bajo el título "*Estudio sobre la Intención de Viaje del Turista y las expectativas del Sector Turístico de la provincia de Huesca*" **se comparte a efectos técnicos y de modo no comercial**, al estar entre las funciones de la sociedad pública el desarrollo de análisis de mercado que ayuden a la consecución de los fines de excelencia y calidad de la provincia de Huesca como destino turístico.

Está permitido copiar, distribuir y comunicar públicamente el contenido textual del estudio obra, de modo parcial o total, así como hacer publicaciones a partir del mismo, **siempre y cuando se respete la autoría, se realice sin fines comerciales y la publicación derivada se comparta en términos similares**. En cualesquiera de los casos **se deberá señalar públicamente la procedencia del estudio y su realización por TuHuesca**, agradeciéndole se comunique dicha circunstancia al correo electrónico [tuhuesca@tuhuesca.com](mailto:tuhuesca@tuhuesca.com).

# OBJETIVOS

## Intención del Turista Vs Expectativas Sector Turismo

**D**esde TuHuesca - Turismo de la provincia de Huesca, se ha realizado un estudio para observar el posible cambio de paradigma en la intención de viaje de los turistas hacia la provincia de Huesca provocada por la crisis sanitaria por la pandemia provocada por el covid -19.

Con este estudio se pretende proporcionar información clave al sector turístico de la provincia de Huesca como objetivo de la misión de TuHuesca para así poder tomar las decisiones necesarias de la mejor manera posible.

# OBJETIVOS

## Intención del Turista Vs Expectativas Sector Turismo

Es muy importante cruzar la información proporcionada por la demanda de servicios turísticos de la provincia de Huesca, con la visión y expectativas de oferta turística de esta provincia.

Queremos dar las gracias a todos los participantes de ambas encuestas, siendo estos un total de 5.353 encuestados. Esta información nos beneficia a todos.

# DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO

## Intención del Turista Vs Expectativas Sector Turismo

### TURISTA

#### UNIVERSO

- ➔ Mujeres y hombres de 18 a 99 años de edad.

#### ÁMBITO GEOGRÁFICO

- ➔ España
- ➔ Extranjero.

#### MUESTRA OBTENIDA

- ➔ Total encuestados = 5353.

### SECTOR TURÍSTICO

#### UNIVERSO

- ➔ Profesionales del Sector Turístico.
- ➔ Hombres y mujeres de 18 a 76 años de edad.

#### ÁMBITO GEOGRÁFICO

- ➔ Provincia de Huesca.

#### MUESTRA OBTENIDA

- ➔ Total encuestados = 170.

HUESCA  
La MAGIA



# Intención del Turista

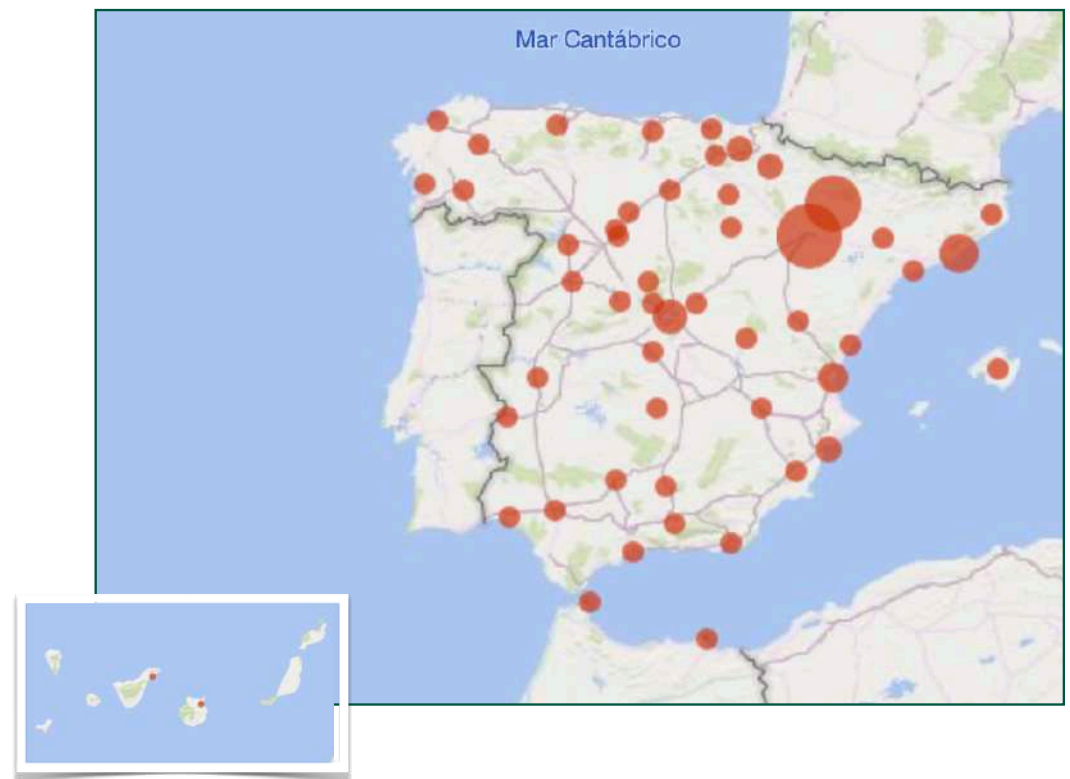
ANTES DEL COVID-19

# PERFIL DEL TURISTA ENCUESTADO

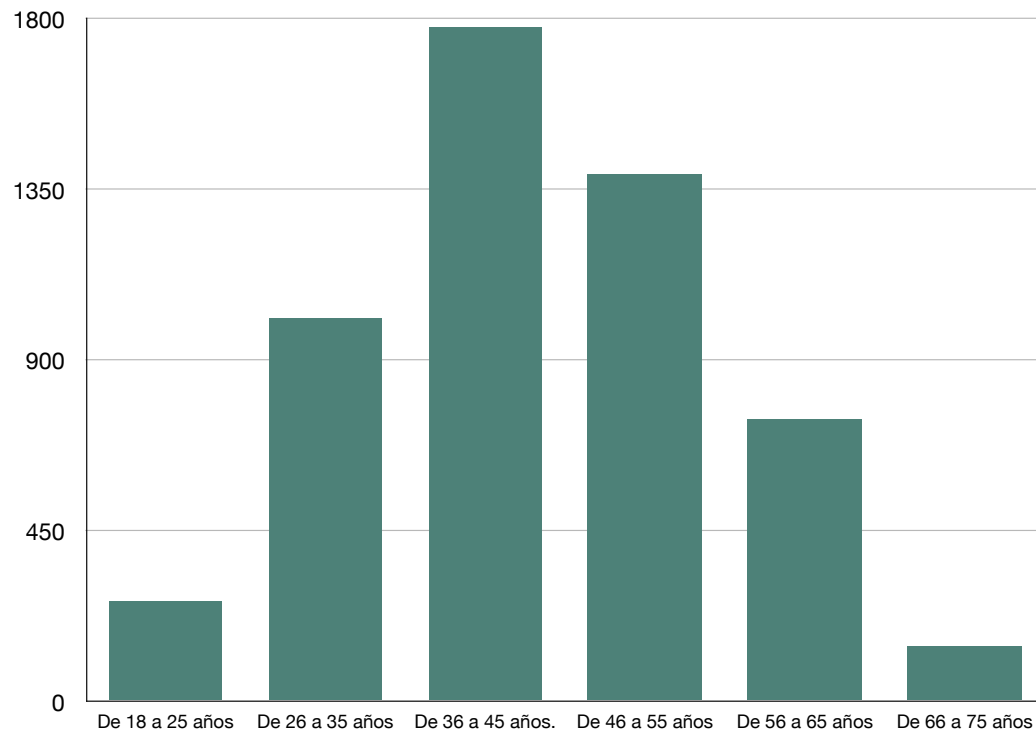
El muestreo cubre el ámbito nacional, donde destaca:

- ➔ Provincia de Zaragoza con un 23,2%.
- ➔ Provincia de Huesca con un 20,6%.
- ➔ Provincia de Barcelona con un 10,7%.
- ➔ Provincia de Madrid con un 8,3%
- ➔ Provincia de Valencia con un 6%

Nº de encuestas recibidas = 5.353



# PERFIL DEL TURISTA ENCUESTADO



El muestreo cubre todos los rangos de edad.

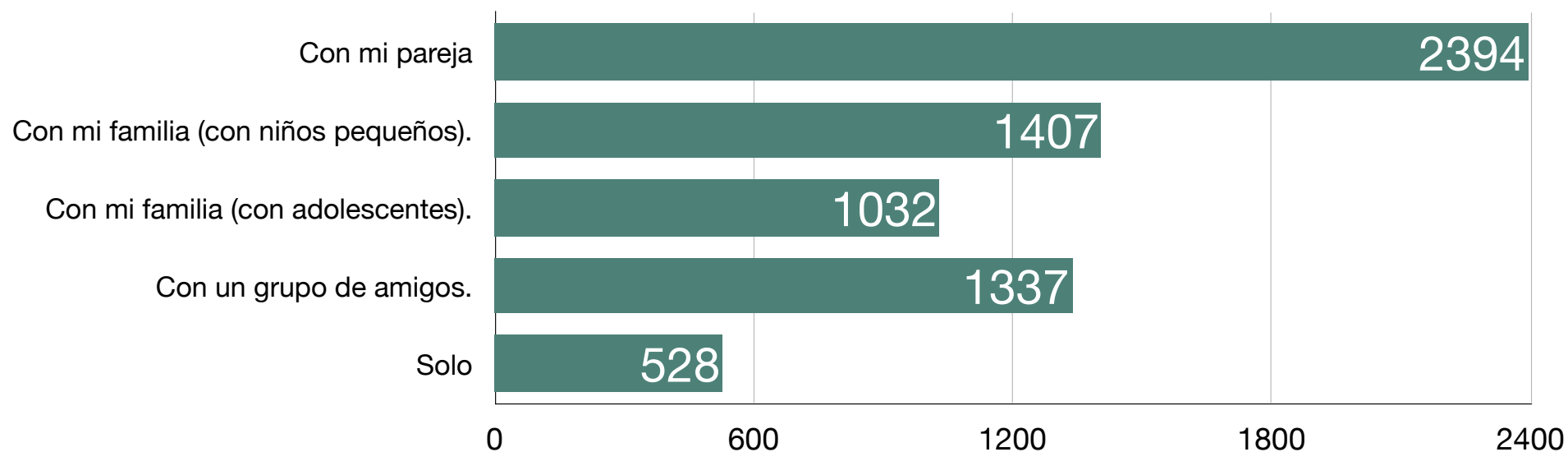
➔ Destacando que el 80% se encuentran entre 26 y 55 años.

Nº de encuestas recibidas = 5.353



# ¿Con quién pensaba ir de vacaciones este año?

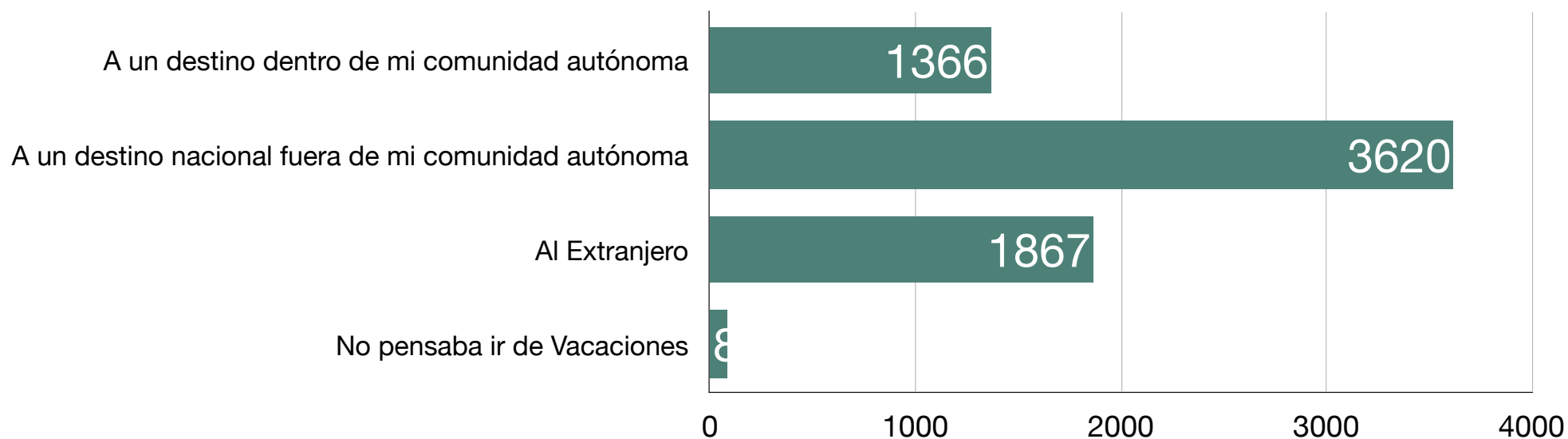
➔ A nivel Nacional el 45% iba a viajar en pareja y el 46% en familia



# ¿A dónde pensaba ir de vacaciones este año antes de producirse la crisis sanitaria?

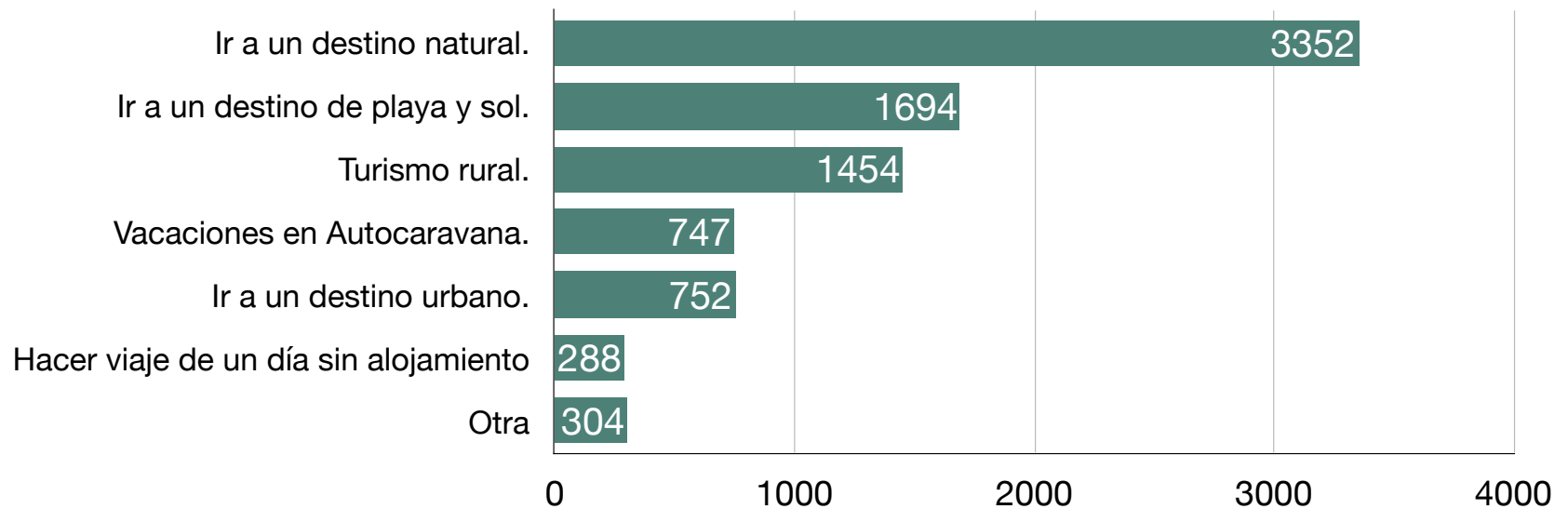
➔ El 67% había elegido un destino nacional fuera de su comunidad.

➔ Solo el 1,5% no pensaba ir de vacaciones.



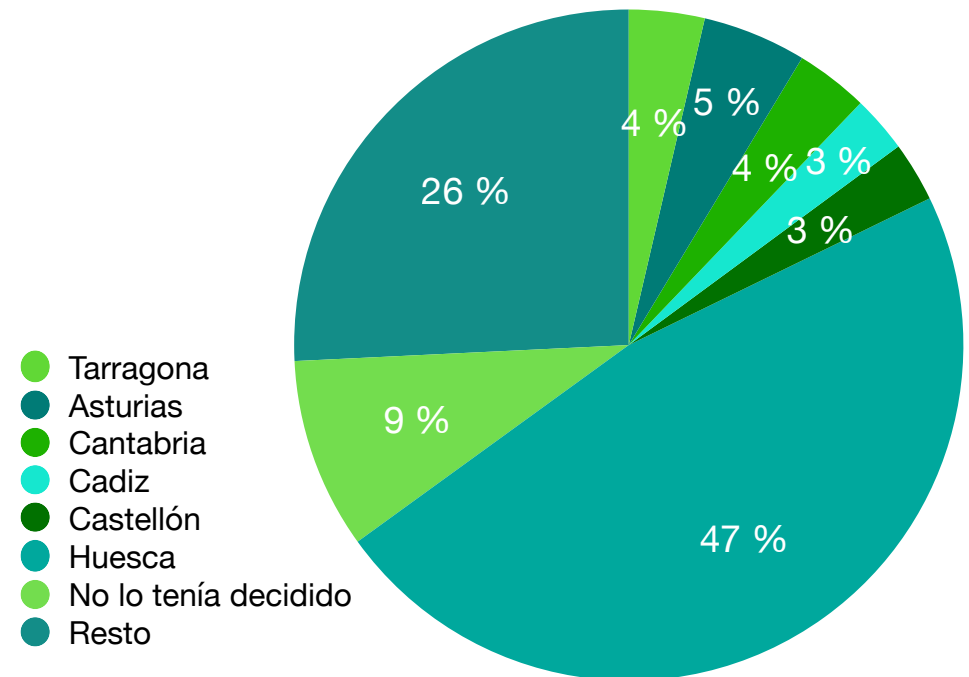
# ¿Qué tipo de viaje pensaba realizar antes de producirse la crisis sanitaria?

- ➔ El 67% había elegido un destino nacional fuera de su comunidad.
- ➔ Solo el 1,5% no pensaba ir de vacaciones.



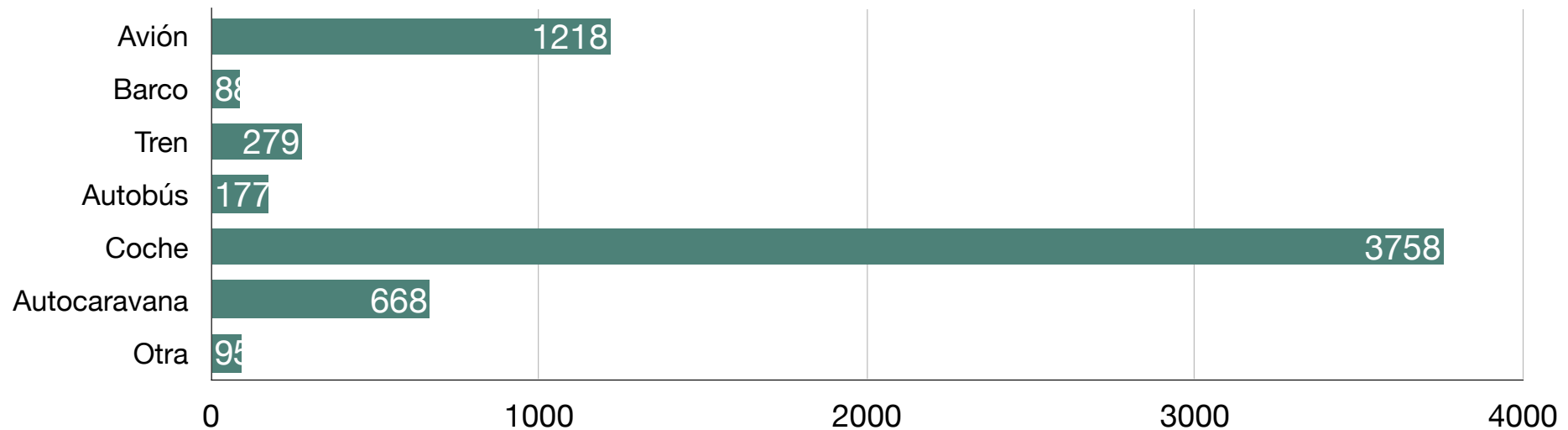
# ¿En qué provincia se encontraba su destino vacacional elegido?

- ➔ El 47% ya había elegido Huesca como destino vacacional.
- ➔ Le siguen provincias con las que compartimos destino natural y de montaña y destinos de playa.
- ➔ Un 10% todavía no lo tenía decidido.



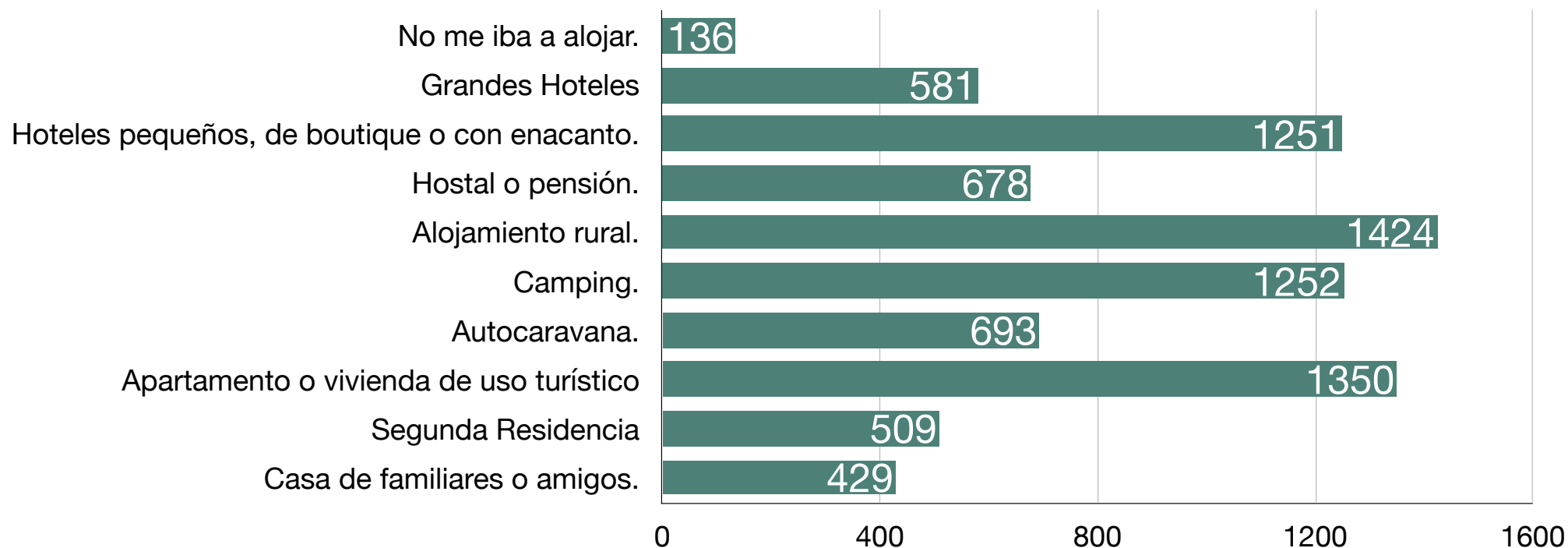
# ¿Cómo pensaba desplazarse hasta su destino vacacional antes de producirse la crisis sanitaria?

- ➔ Más del 70% se iba a desplazar a su destino vacacional en coche.
- ➔ Seguido del avión con un 23%.



# ¿Qué alojamiento pensaba utilizar antes de producirse la crisis sanitaria?

→ El 80% de los alojamientos más demandados son los hoteles pequeños, alojamientos rurales, apartamentos y campings.



HUESCA  
La MAGIA



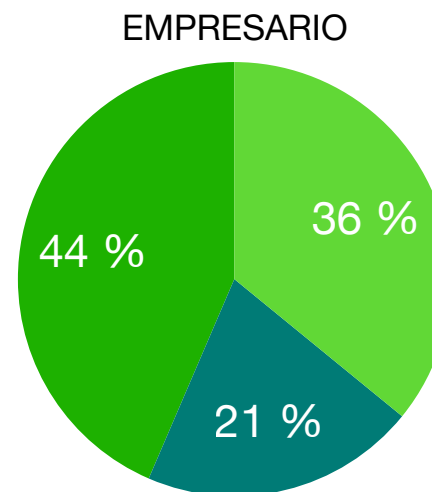
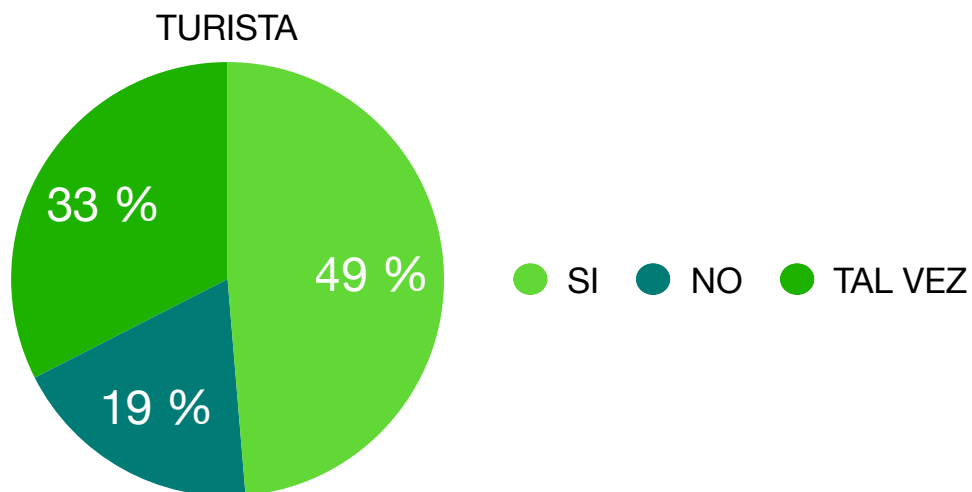
# Intención del Turista Vs Expectativas Sector Turismo

POST COVID-19

# ¿Sigue pensando qué saldrá de vacaciones este año?

Aquí encontramos la primera divergencia entre lo que espera el turista y la estimación del empresario del sector.

- ➔ Mientras que **el empresario cree que en un 65% que el turista seguramente no viajará.**
- ➔ **El 83% de los turistas creen que lo más probable es que pueda ir de vacaciones.**

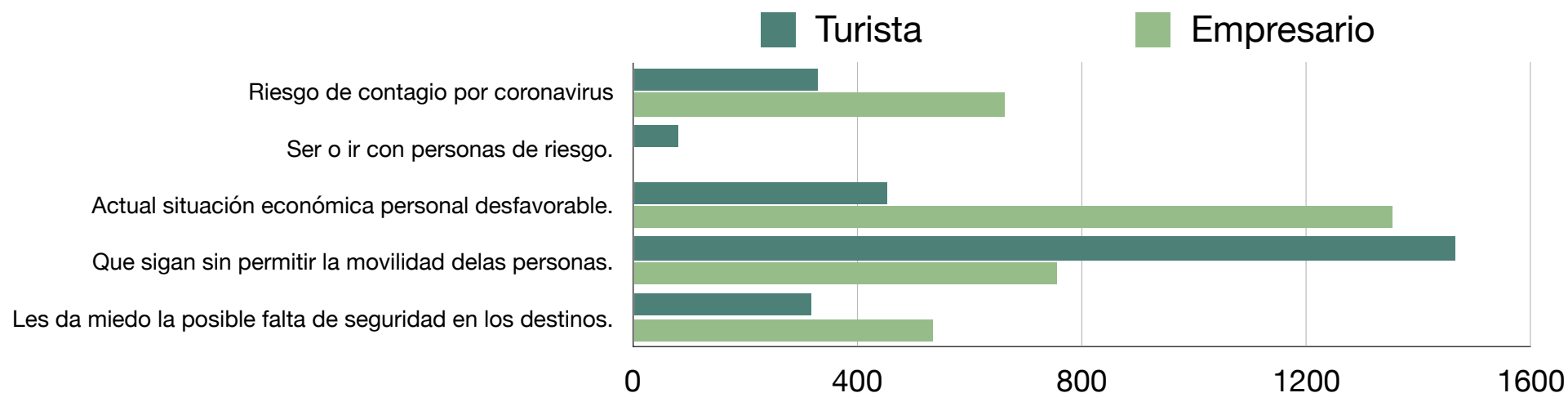




# ¿Por qué cree que no viajará este año?

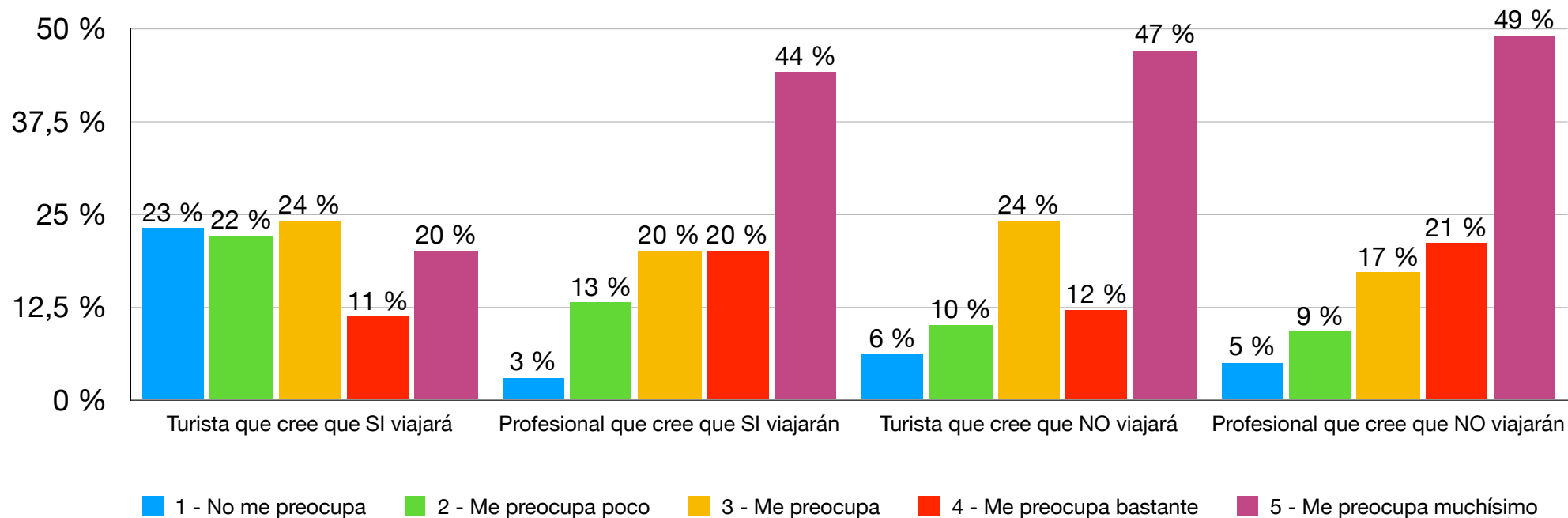
Aquí encontramos la segunda divergencia entre lo que espera el turista y estima el empresario del sector.

- ➔ Mientras que **el 53% de los turistas creen que es posible que no viajen porque todavía sigan sin permitir la movilidad entre comunidades autónomas.**
- ➔ **El 60% de los empresarios del sector creen que los turistas no viajarán por el miedo al contagio y la situación económica del turista.**



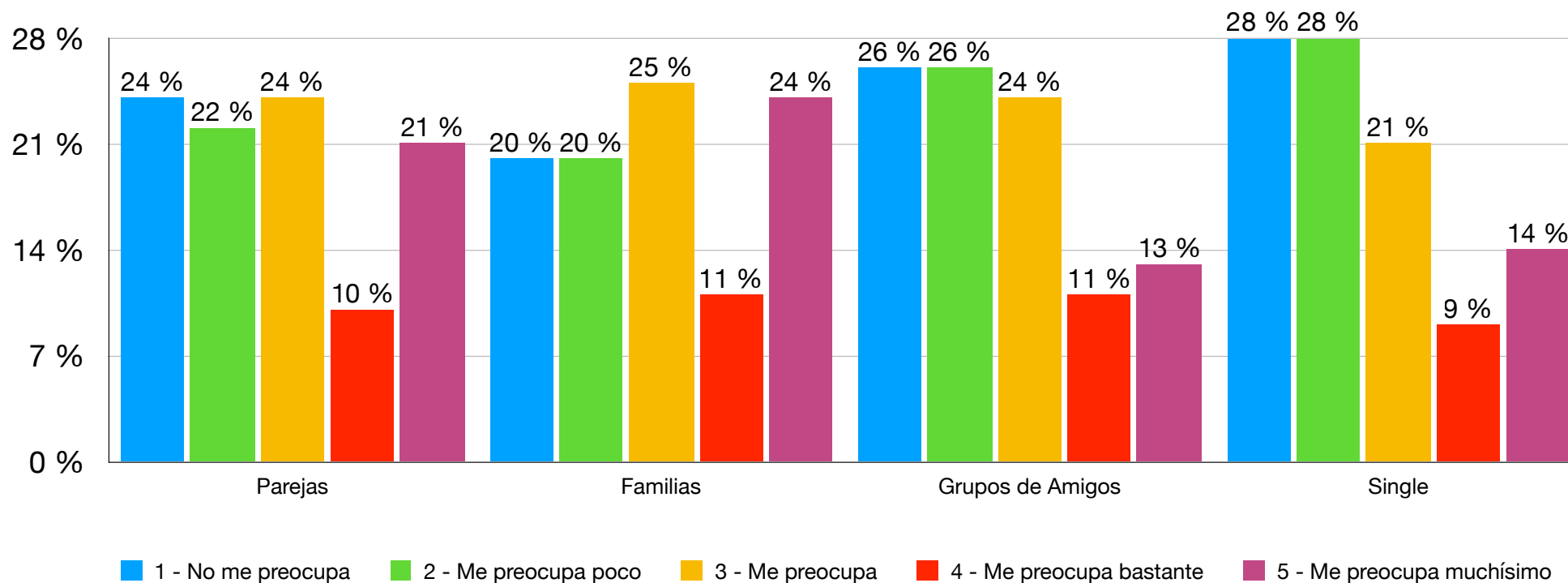
# ¿Qué cree que es lo que más le preocupará al turista ante la elección del destino vacacional?

## RIESGO AL CONTAGIO



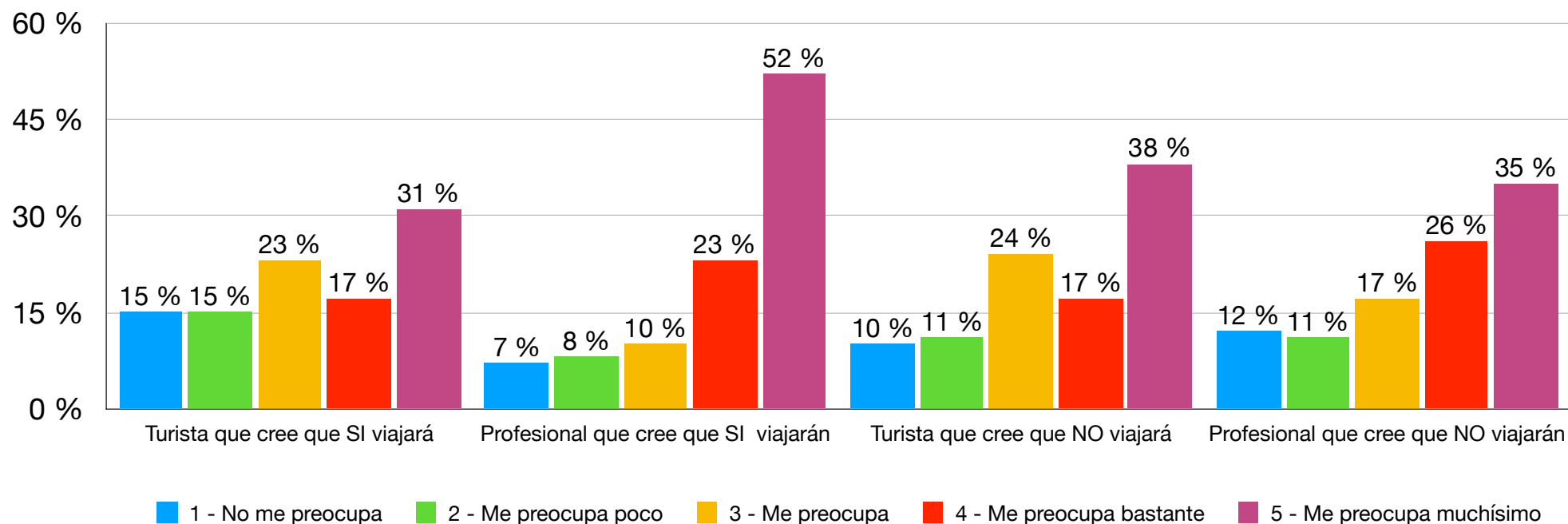
# ¿Qué cree que es lo que más le preocupará al turista ante la elección del destino vacacional?

## RIESGO AL CONTAGIO POR TIPO DE TURISTA



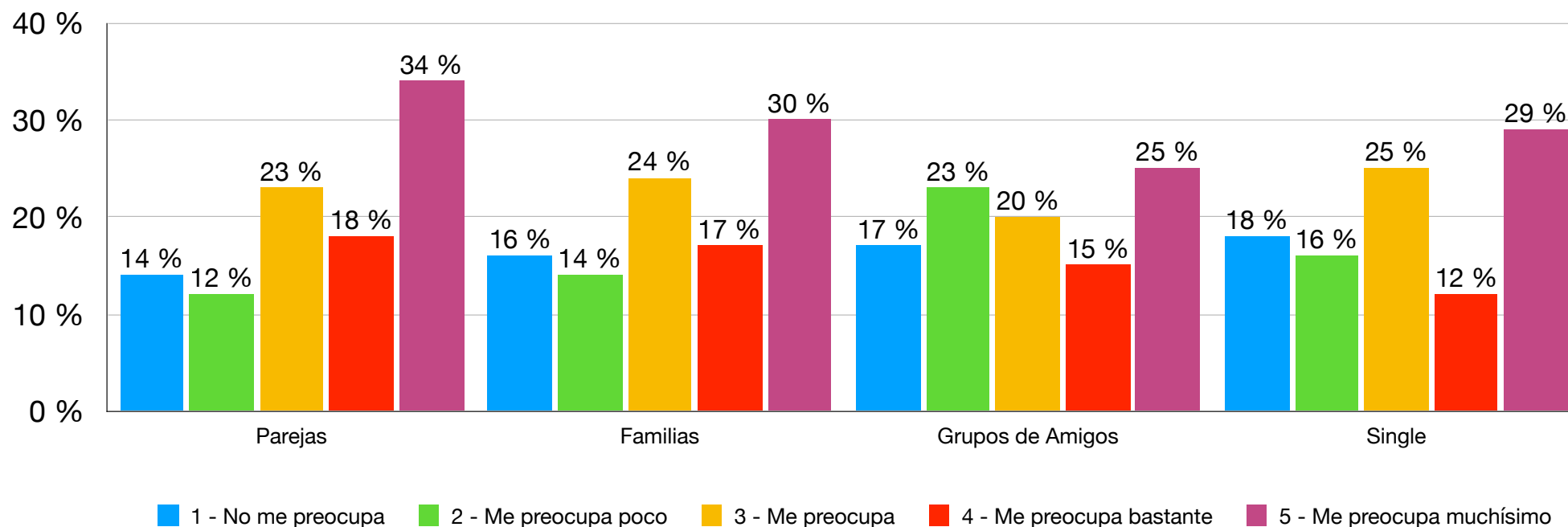
# ¿Qué cree que es lo que más le preocupará al turista ante la elección del destino vacacional?

## AGLOMERACIONES



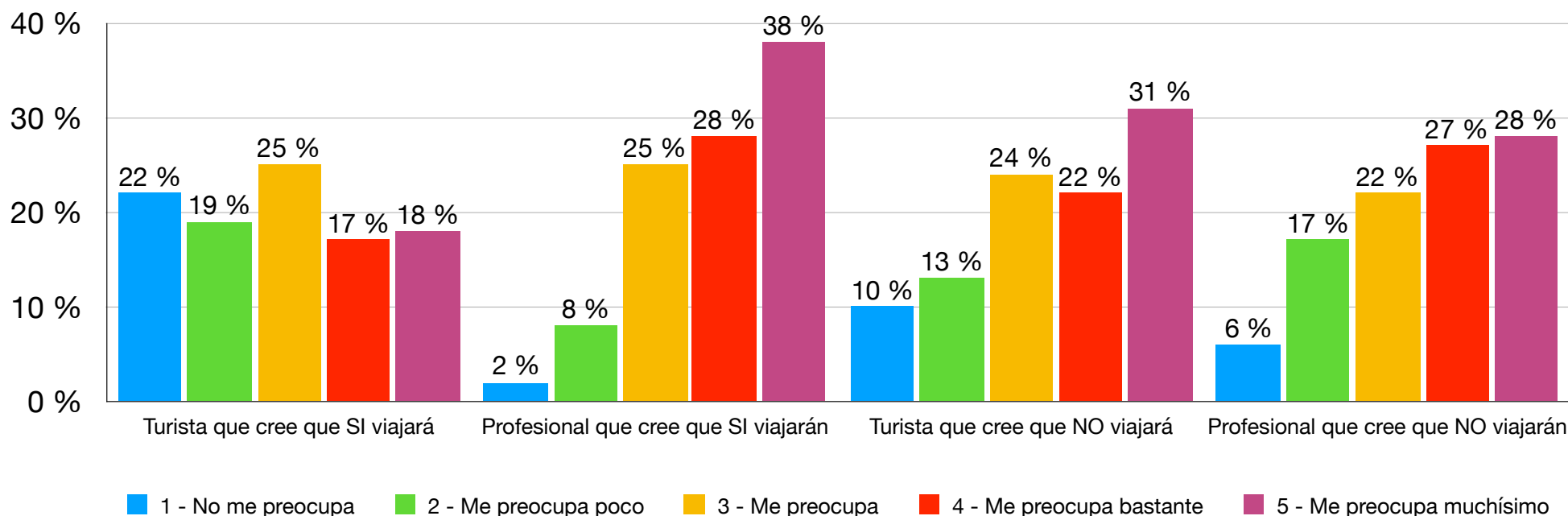
# ¿Qué cree que es lo que más le preocupará al turista ante la elección del destino vacacional?

## AGLOMERACIONES POR TIPO DE TURISTA



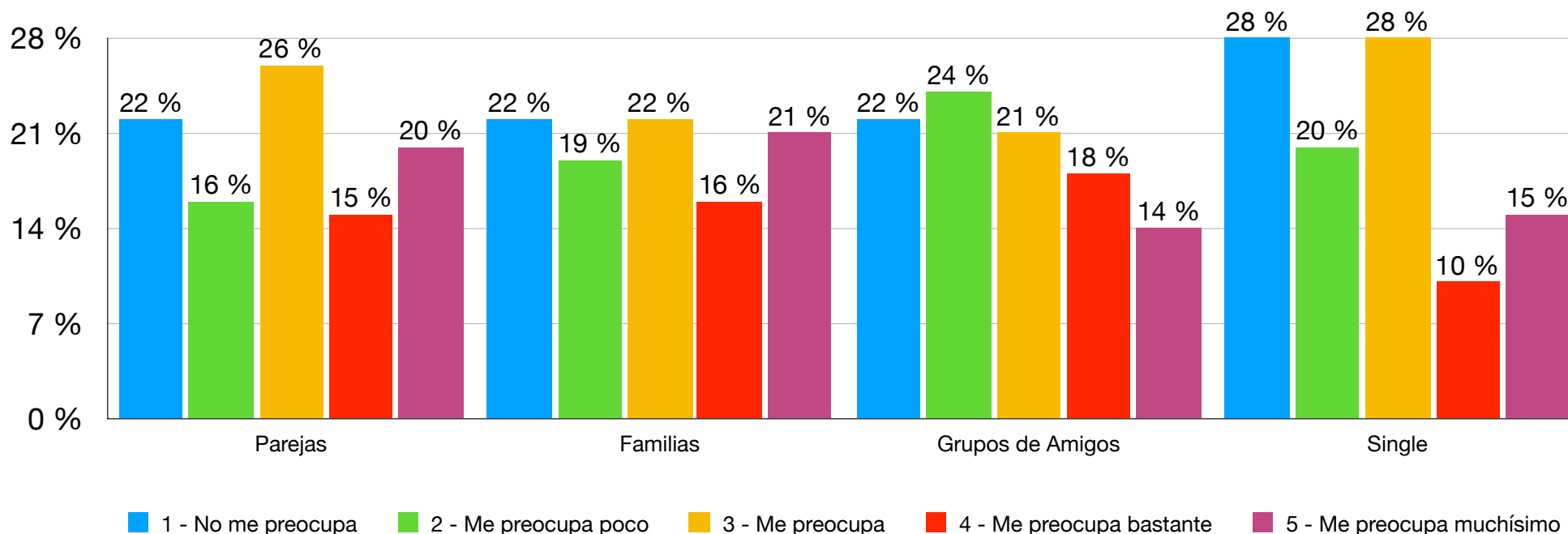
# ¿Qué cree que es lo que más le preocupará al turista ante la elección del destino vacacional?

## MEDIDAS DE PREVENCIÓN EN LOS ALOJAMIENTOS



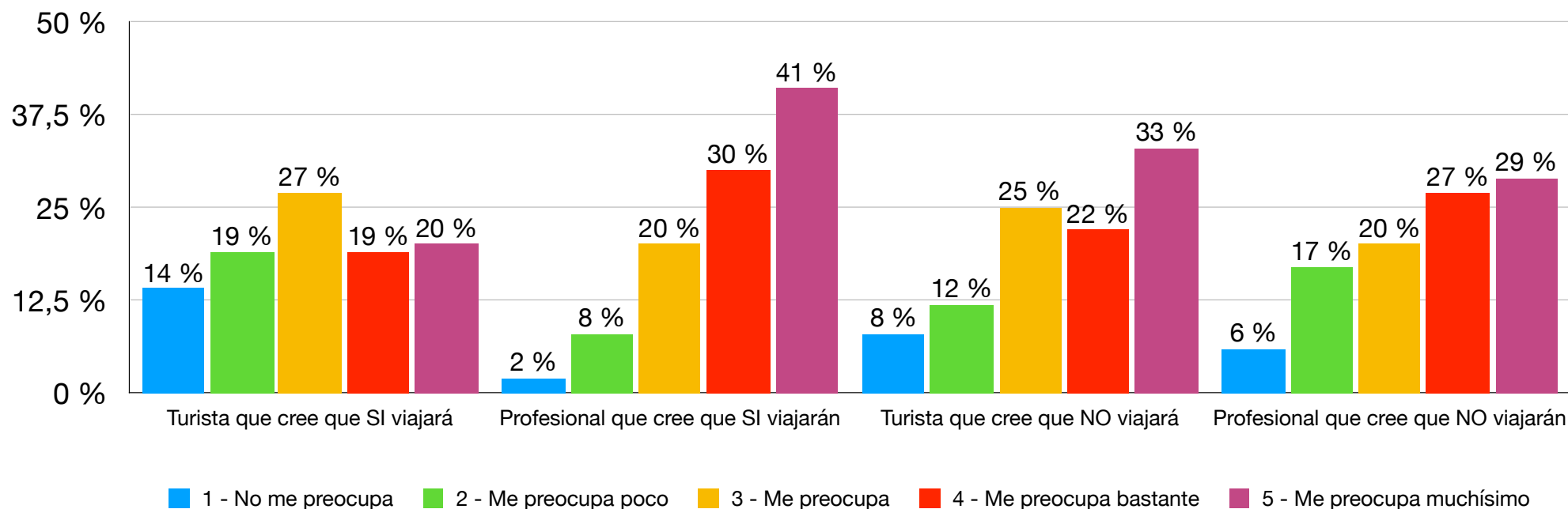
# ¿Qué cree que es lo que más le preocupará al turista ante la elección del destino vacacional?

## MEDIDAS DE PREVENCIÓN EN LOS ALOJAMIENTOS POR TIPO DE TURISTA



# ¿Qué cree que es lo que más le preocupará al turista ante la elección del destino vacacional?

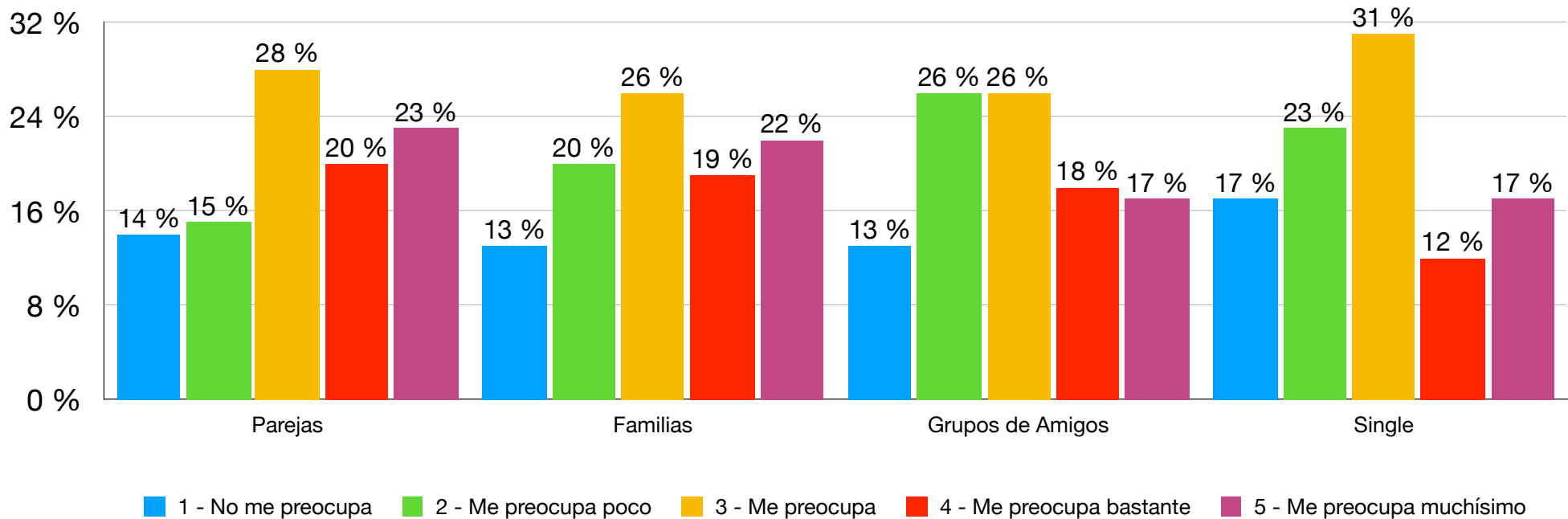
## MEDIDAS DE PREVENCIÓN EN LOS RESTAURANTES





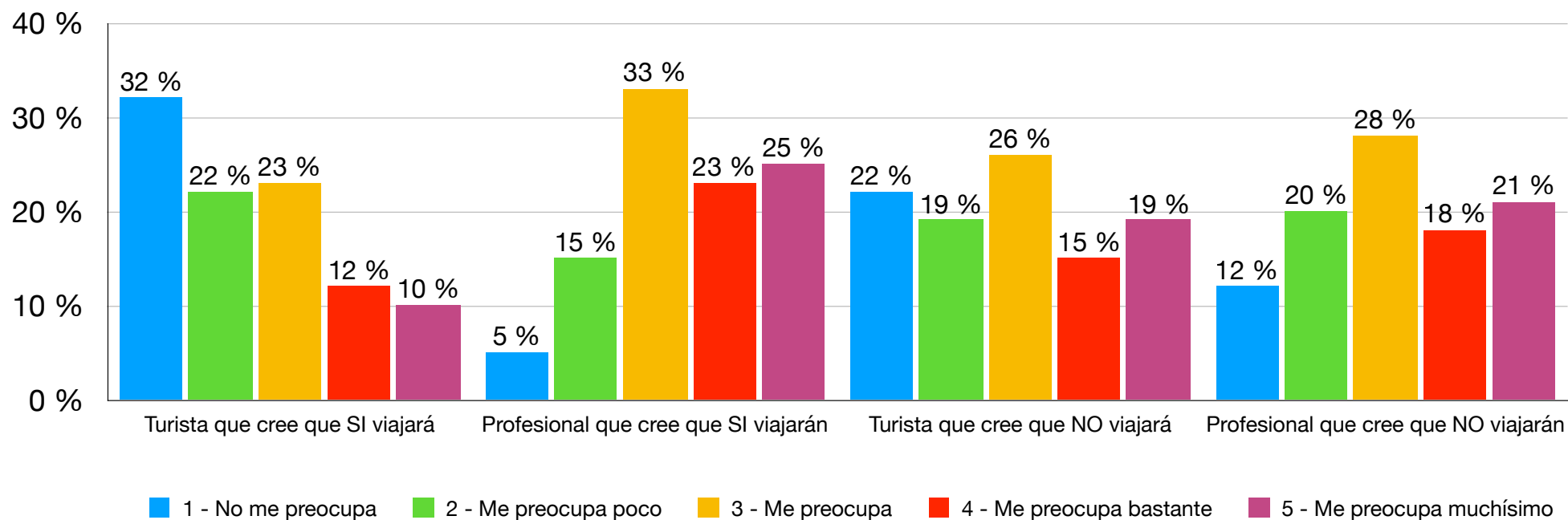
# ¿Qué cree que es lo que más le preocupará al turista ante la elección del destino vacacional?

## MEDIDAS DE PREVENCIÓN EN LOS RESTAURANTES POR TIPO DE TURISTA



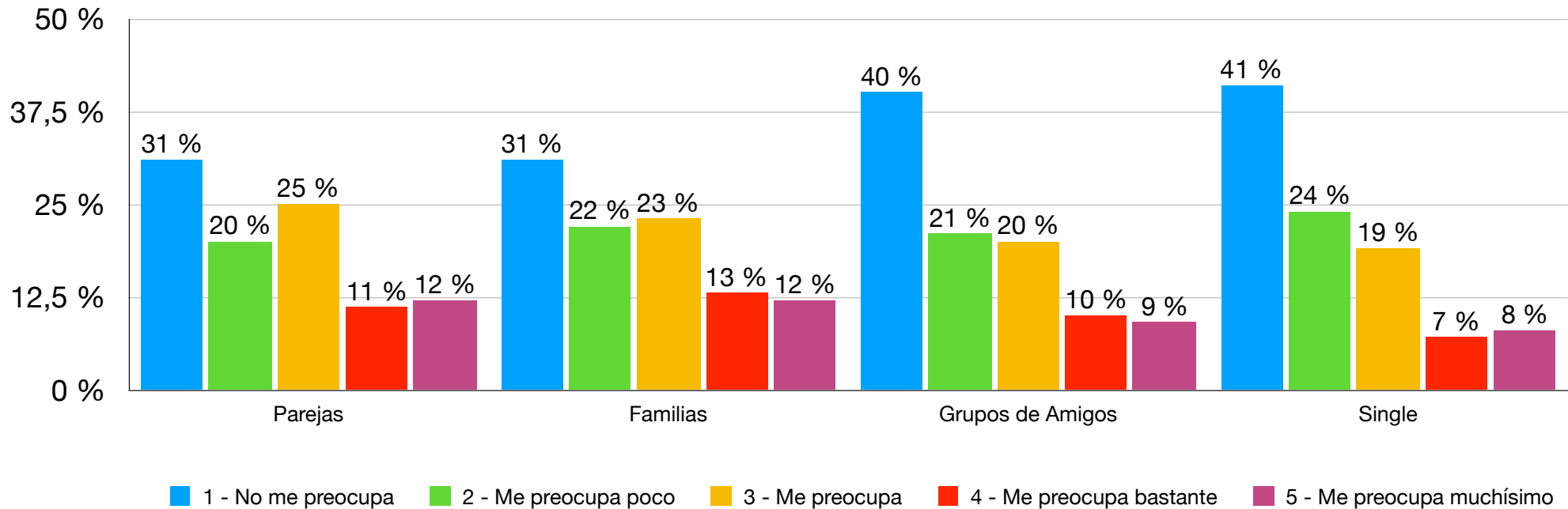
# ¿Qué cree que es lo que más le preocupará al turista ante la elección del destino vacacional?

## MEDIDAS DE PREVENCIÓN EN LAS ACTIVIDADES DE AVENTURA



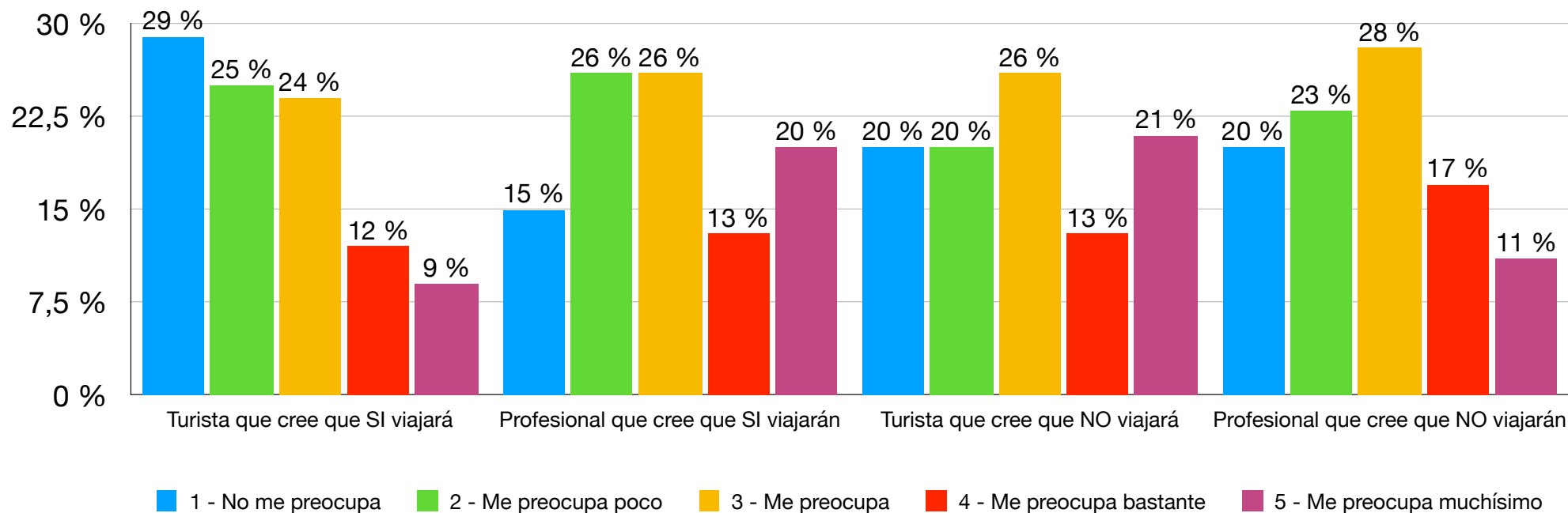
# ¿Qué cree que es lo que más le preocupará al turista ante la elección del destino vacacional?

## MEDIDAS DE PREVENCIÓN EN LAS ACTIVIDADES DE AVENTURA POR TIPO DE TURISTA



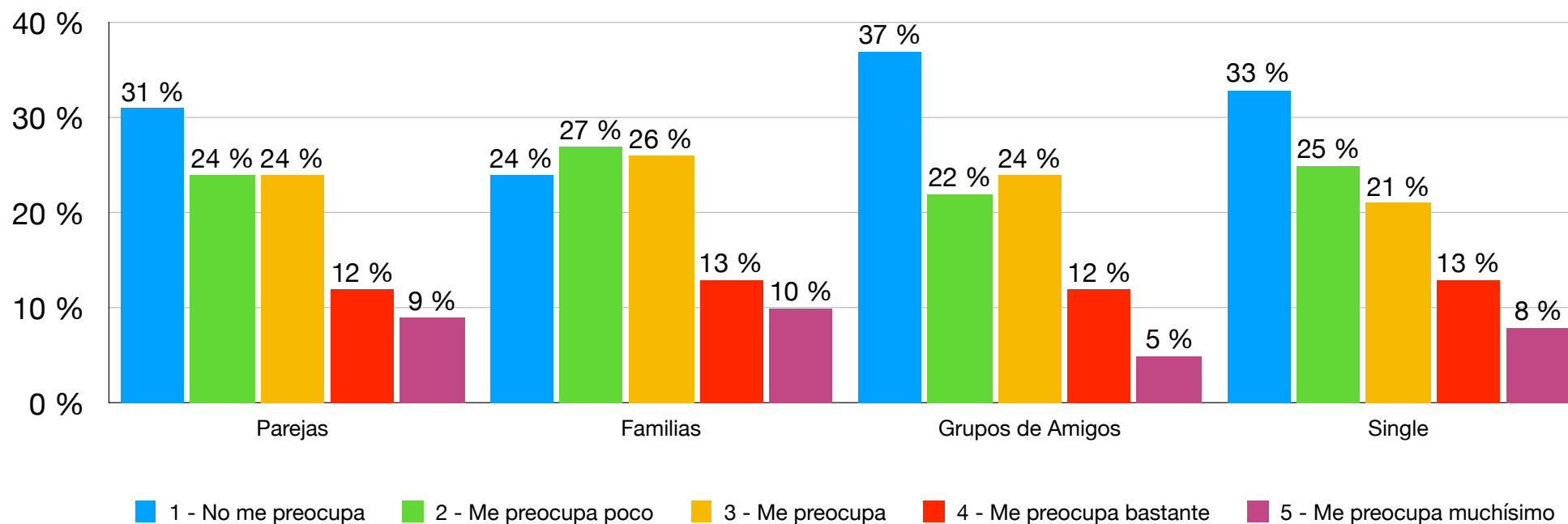
# ¿Qué cree que es lo que más le preocupará al turista ante la elección del destino vacacional?

## CERCANÍA DE HOSPITALES, CENTROS DE SALUD, ETC...



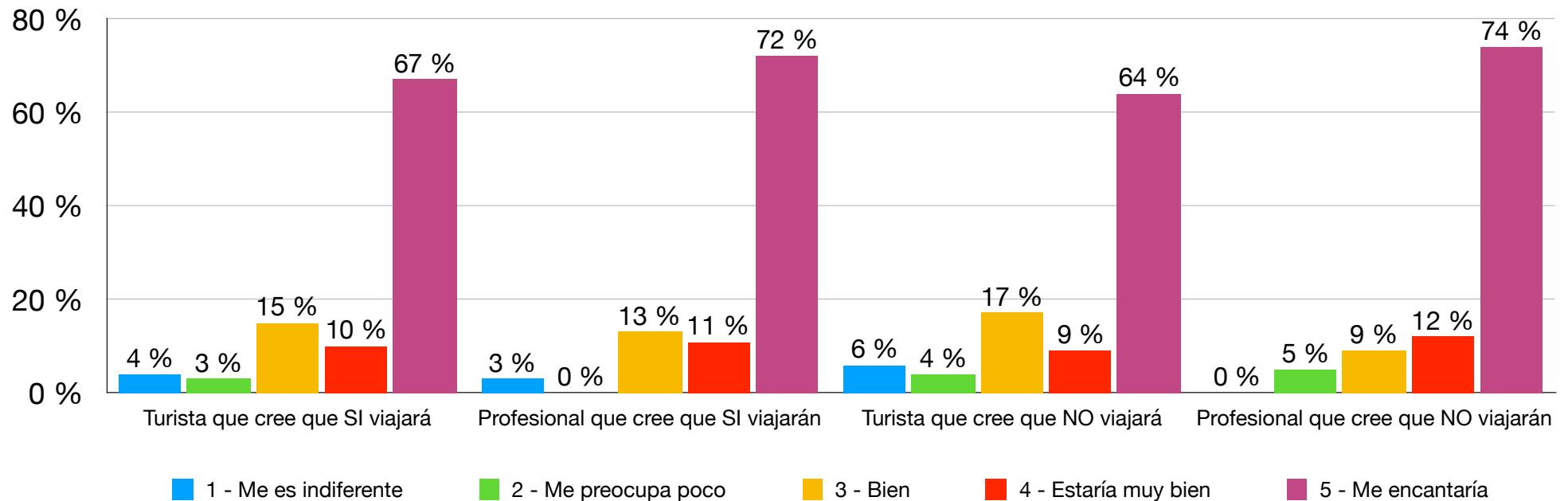
# ¿Qué cree que es lo que más le preocupará al turista ante la elección del destino vacacional?

## CERCANÍA DE HOSPITALES, CENTROS DE SALUD, ETC...



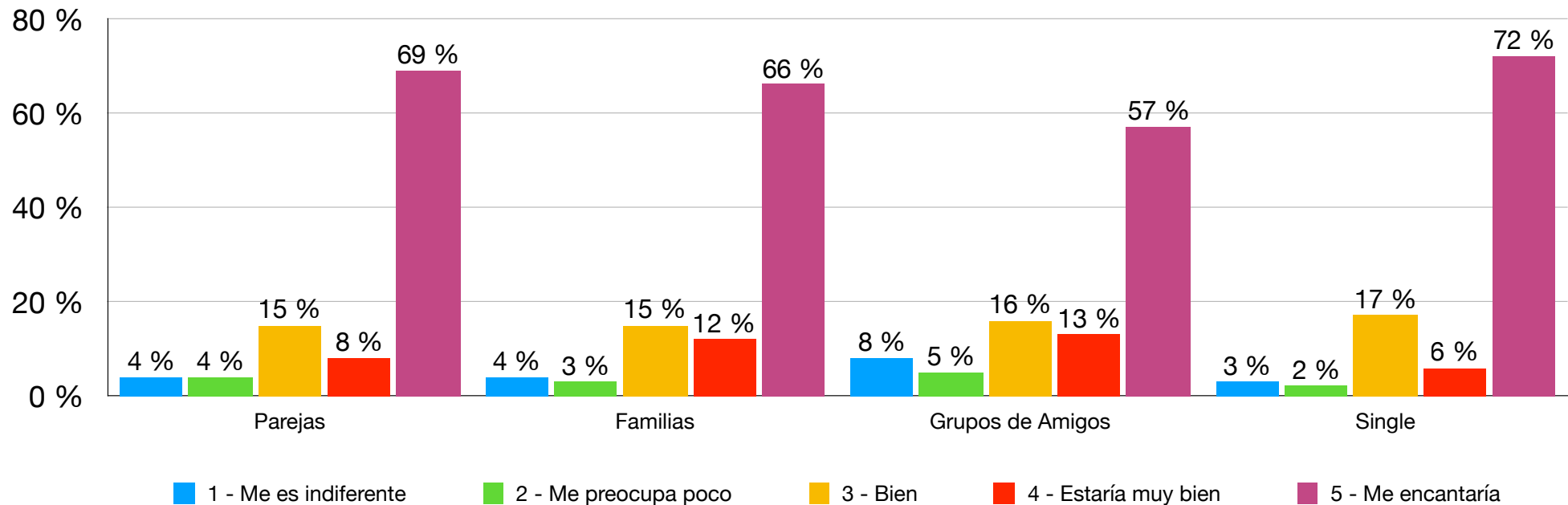
# ¿Qué es lo que valoraría positivamente durante su estancia o visita en el destino?

## DESTINOS POCO AGLOMERADOS Y GRANDES ESPACIONES NATURALES DE ESPARCIMIENTOS



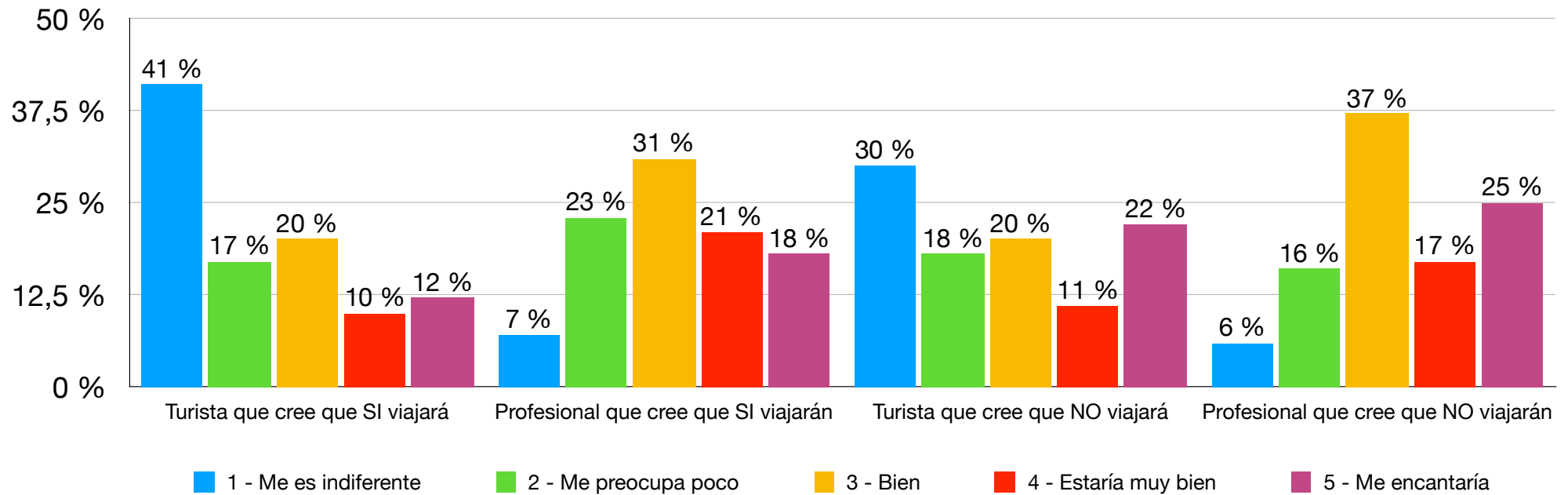
# ¿Qué es lo que valoraría positivamente durante su estancia o visita en el destino?

## DESTINOS POCO AGLOMERADOS Y GRANDES ESPACIONES NATURALES DE ESPARCIMIENTOS (POR TIPO DE TURISTA)



# ¿Qué es lo que valoraría positivamente durante su estancia o visita en el destino?

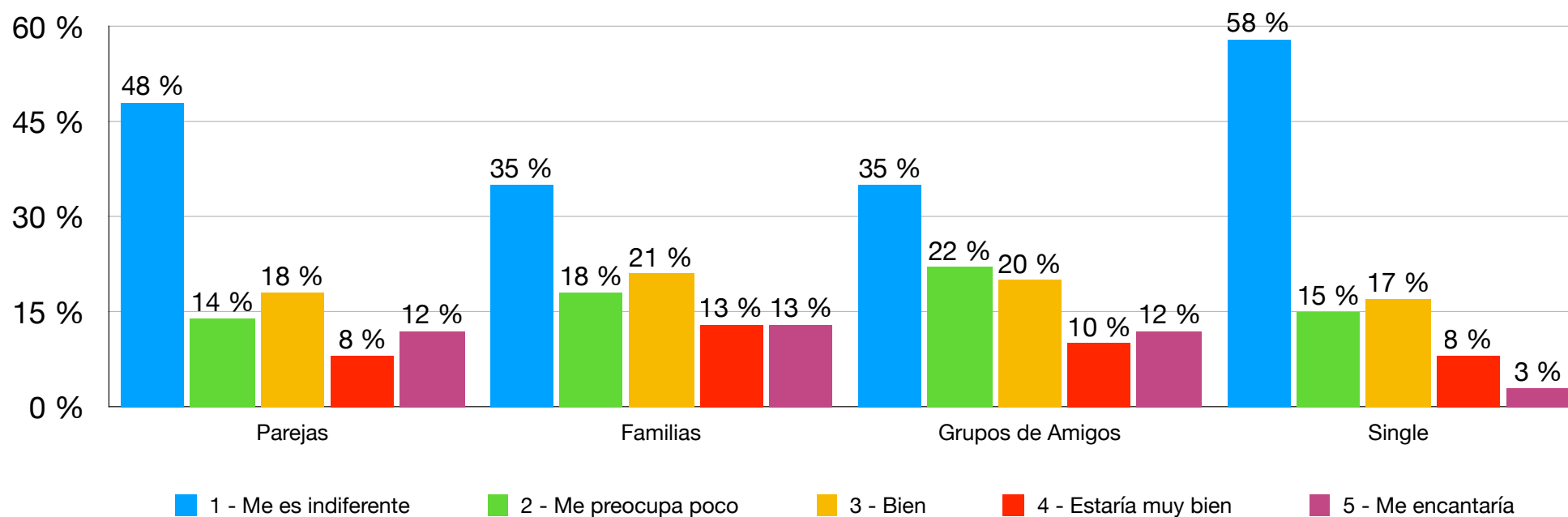
## VIAJES PROGRAMADOS CON ACTIVIDADES SEGURAS EN FAMILIA, PAREJA O AMIGOS





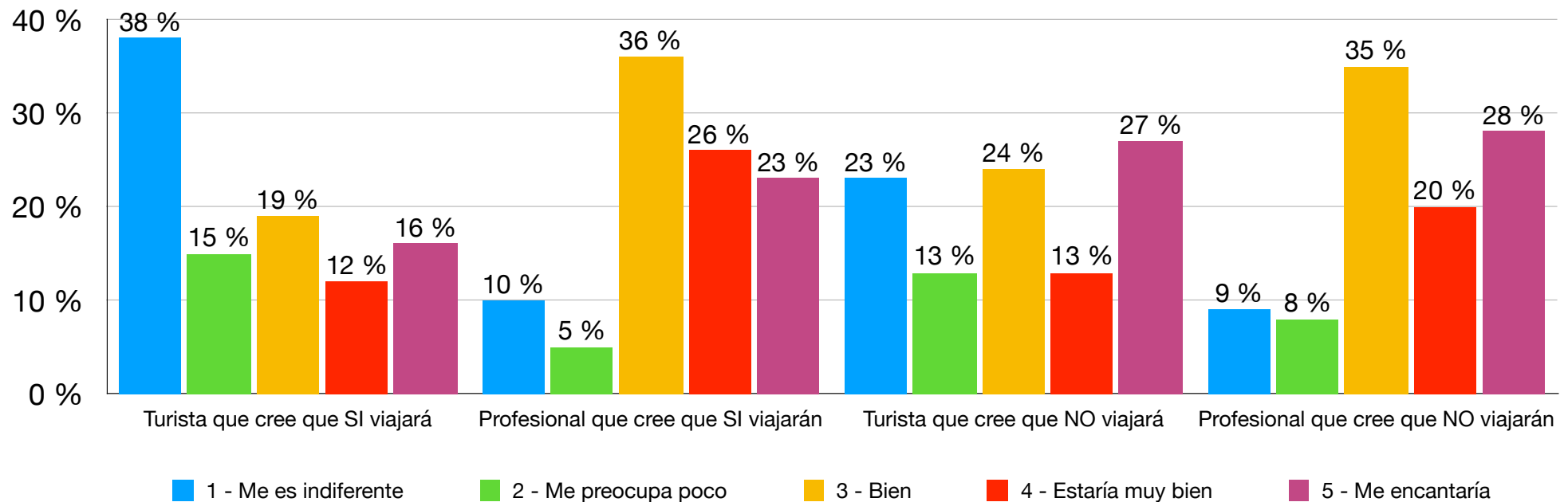
# ¿Qué es lo que valoraría positivamente durante su estancia o visita en el destino?

## VIAJES PROGRAMADOS CON ACTIVIDADES SEGURAS EN FAMILIA, PAREJA O AMIGOS (POR TIPO DE TURISTA)



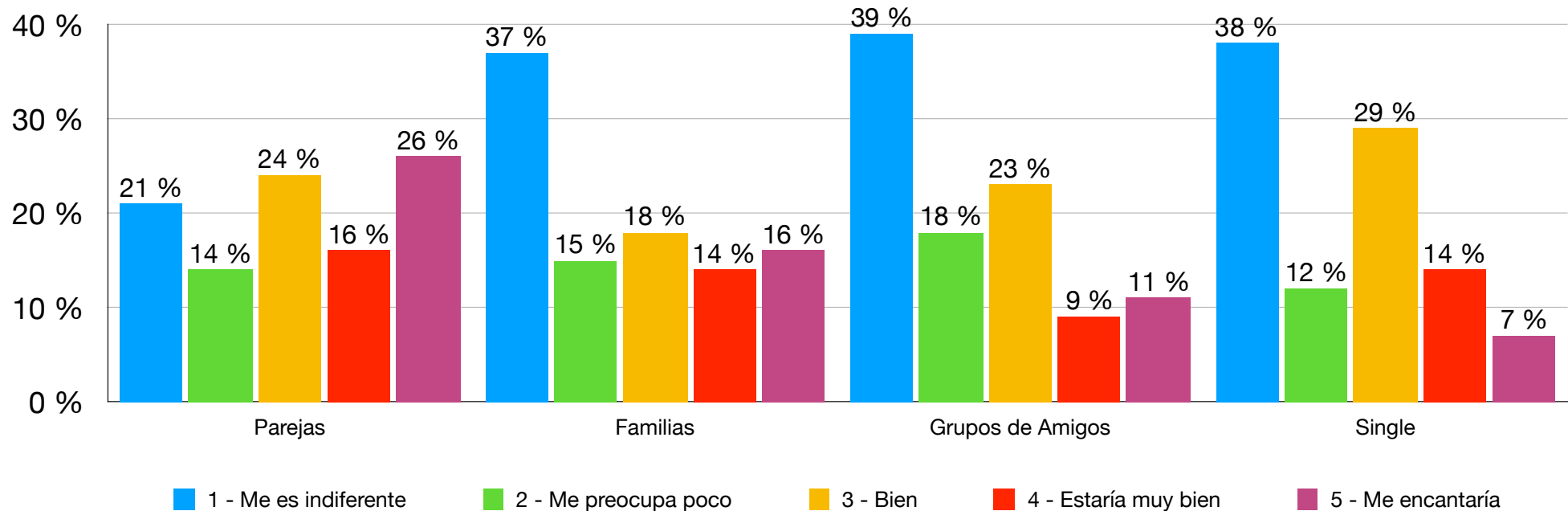
# ¿Qué es lo que valoraría positivamente durante su estancia o visita en el destino?

## CAMBIO DE BUFFETS A SERVICIO EN MESA EN HOTELES



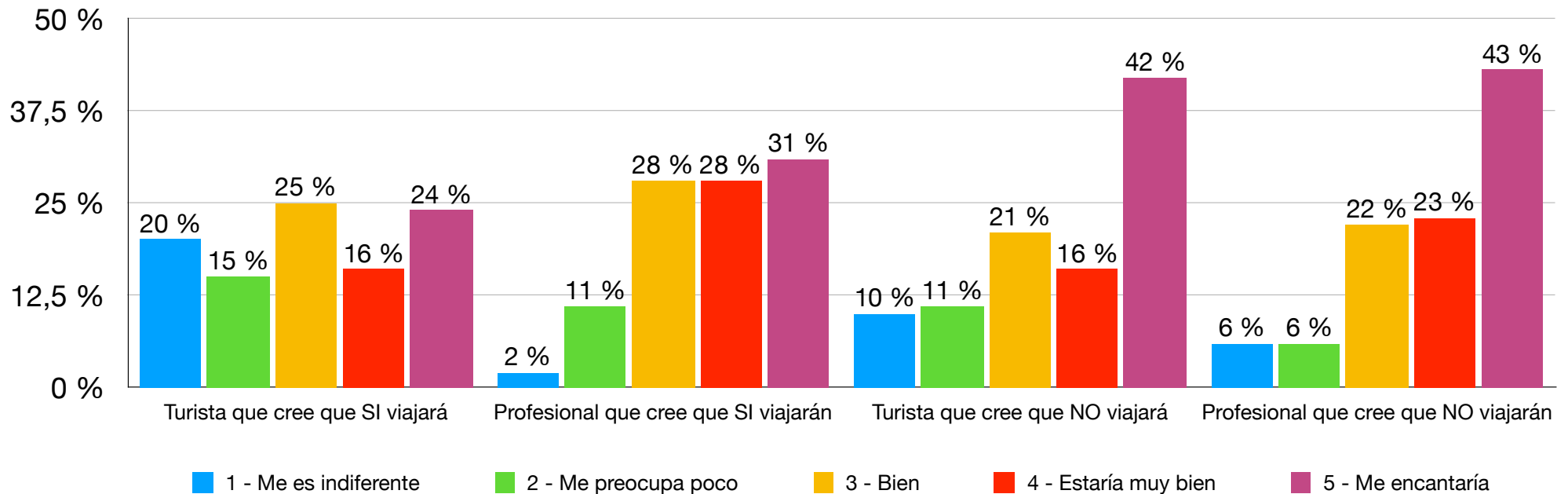
# ¿Qué es lo que valoraría positivamente durante su estancia o visita en el destino?

## CAMBIO DE BUFFETS A SERVICIO EN MESA EN HOTELES (POR TIPO DE TURISTA)



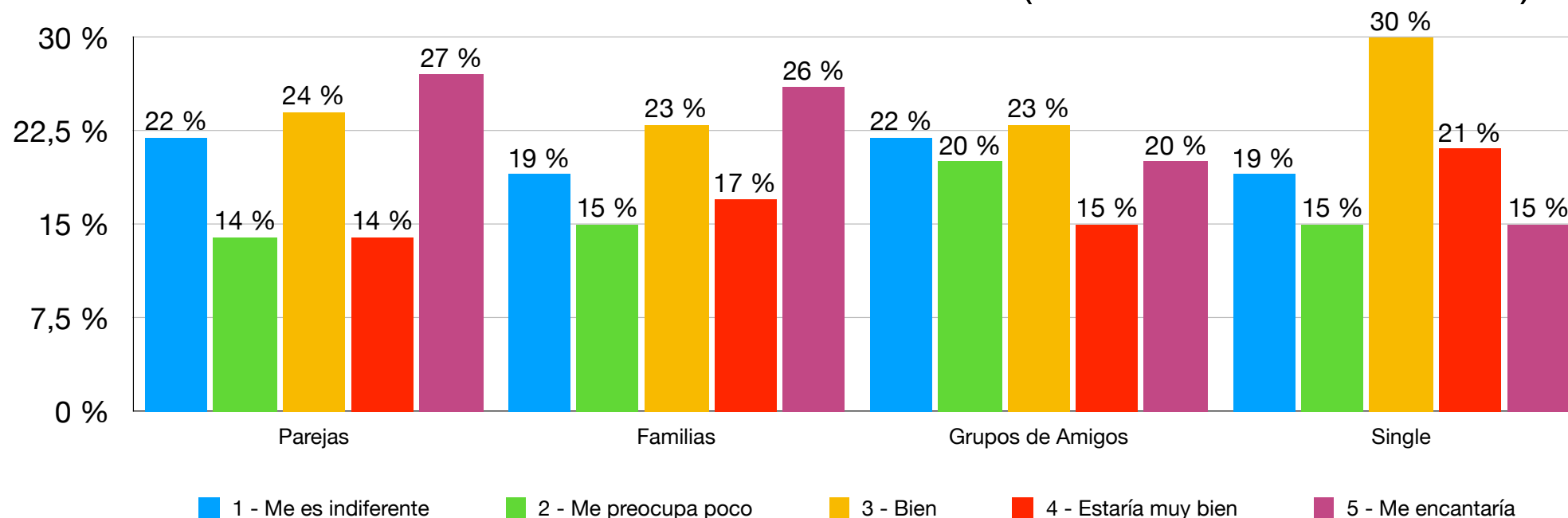
# ¿Qué es lo que valoraría positivamente durante su estancia o visita en el destino?

## GEL HIDROALCOHÓLICO, MASCARILLAS Y GUANTES DISPONIBLES EN LAS HABITACIONES



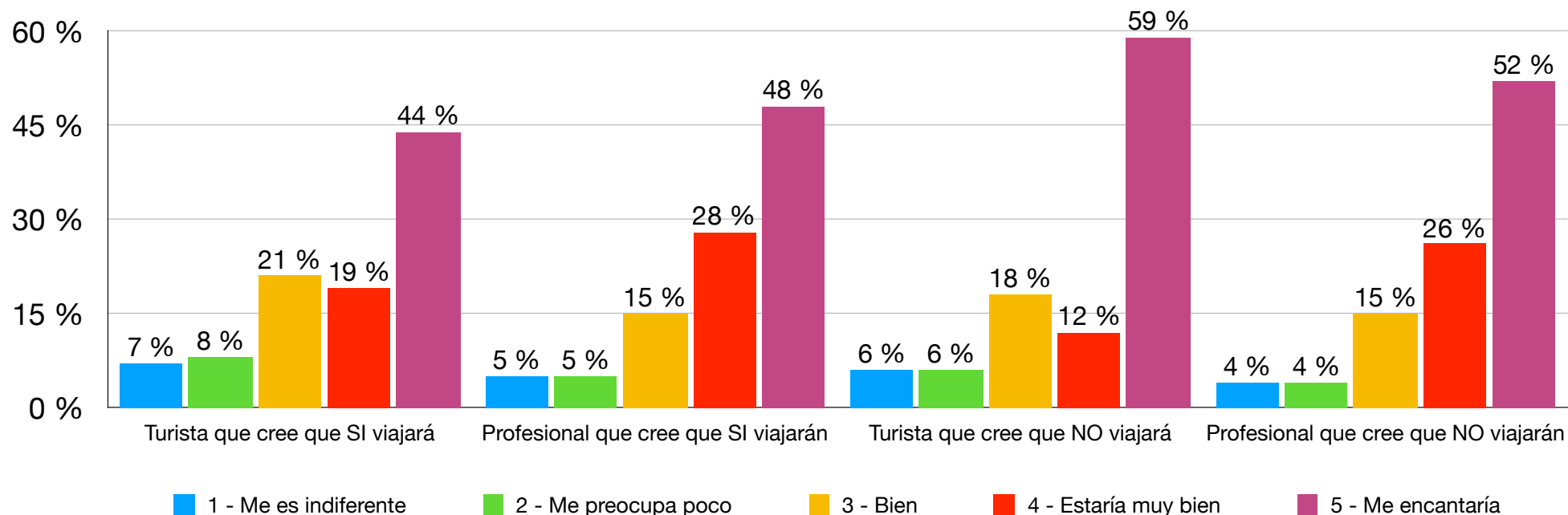
# ¿Qué es lo que valoraría positivamente durante su estancia o visita en el destino?

## GEL HIDROALCOHÓLICO, MASCARILLAS Y GUANTES DISPONIBLES EN LAS HABITACIONES (POR TIPO DE TURISTA)



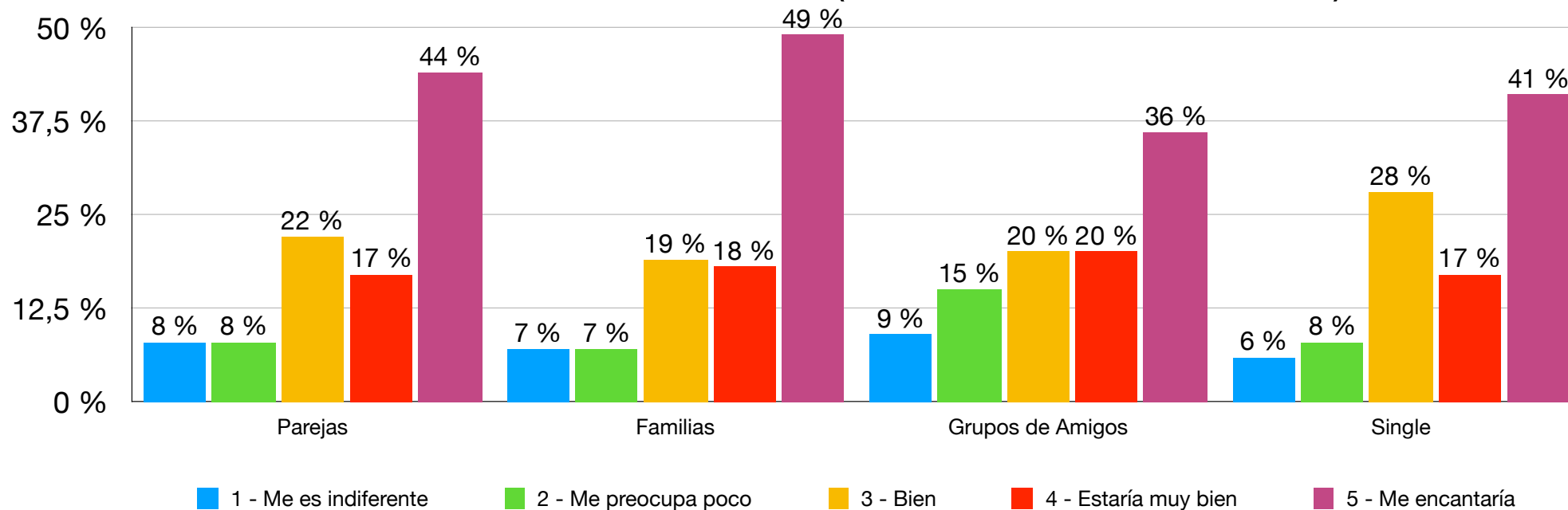
# ¿Qué es lo que valoraría positivamente durante su estancia o visita en el destino?

## LIMPIEZA CONSTANTE Y DESINFECCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS



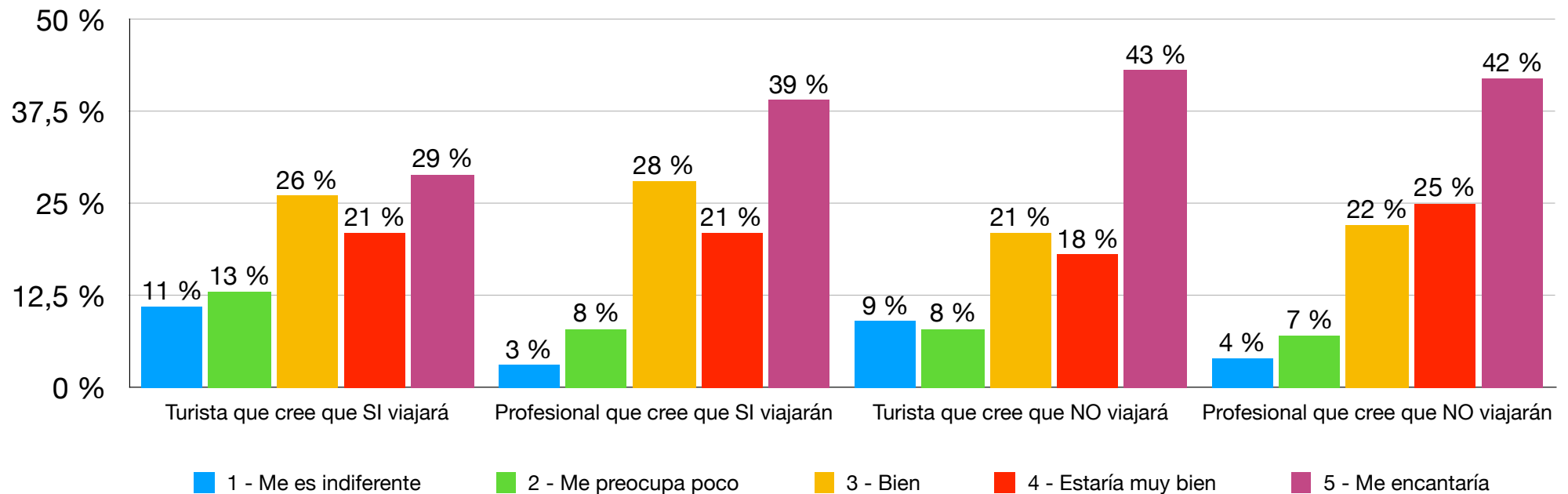
# ¿Qué es lo que valoraría positivamente durante su estancia o visita en el destino?

## LIMPIEZA CONSTANTE Y DESINFECCIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS (POR TIPO DE TURISTA)



# ¿Qué es lo que valoraría positivamente durante su estancia o visita en el destino?

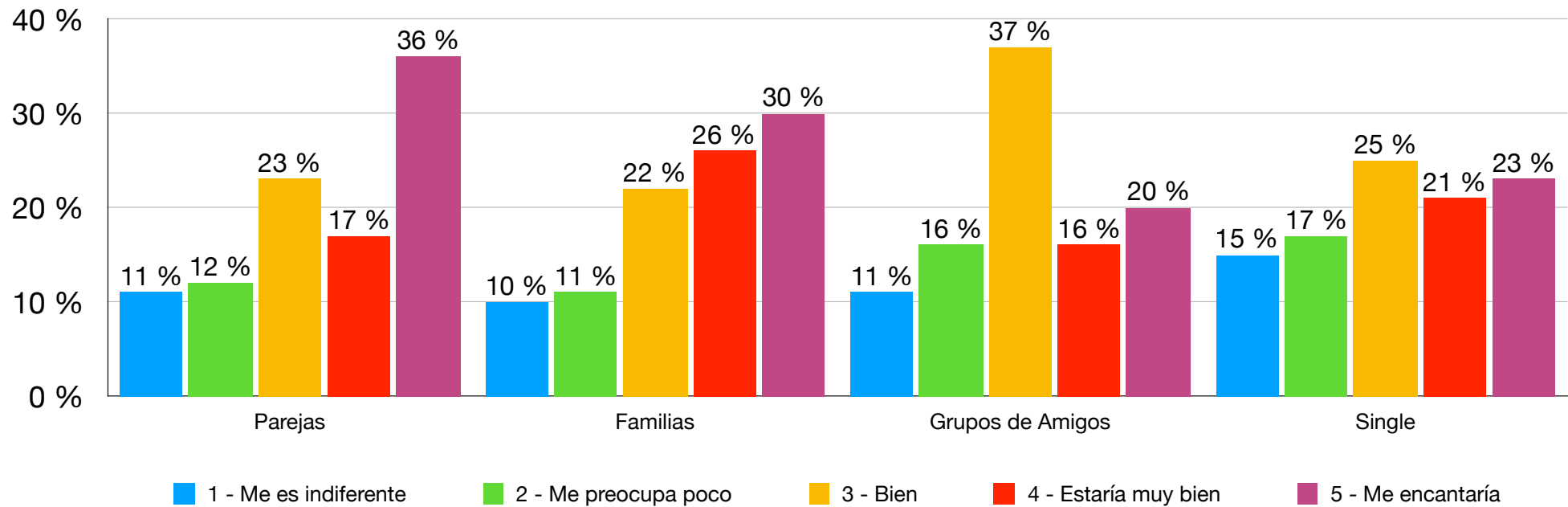
## MESAS DE LOS RESTAURANTES CON MESAS SEPARADAS





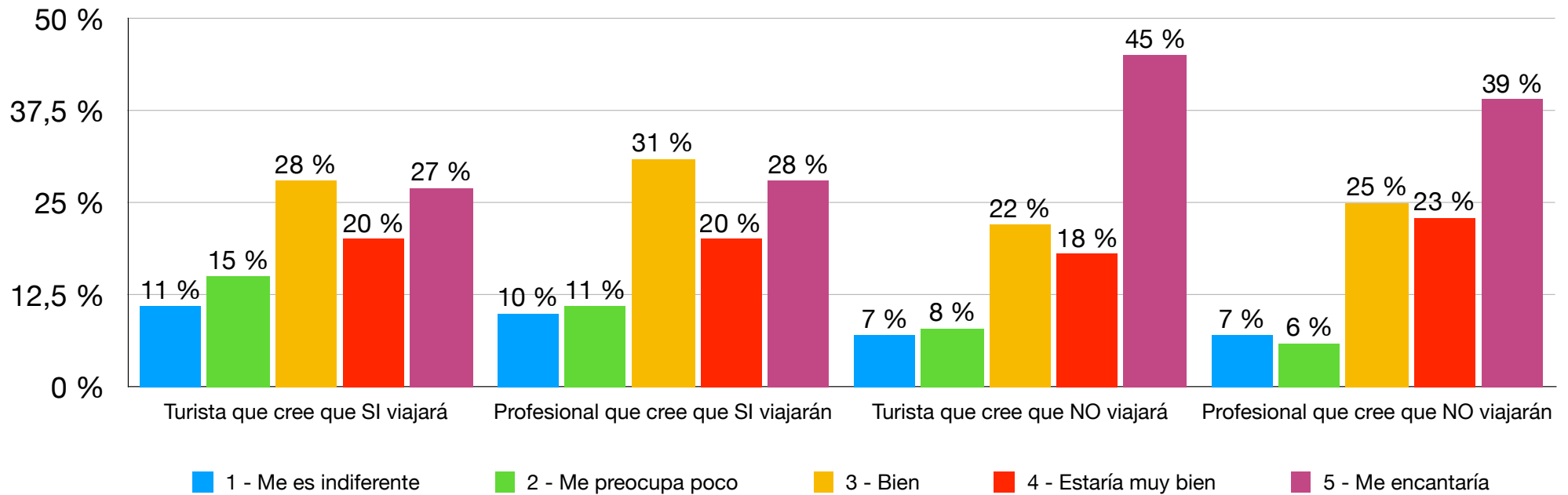
# ¿Qué es lo que valoraría positivamente durante su estancia o visita en el destino?

## MESAS DE LOS RESTAURANTES CON MESAS SEPARADAS (POR TIPO DE TURISTA)



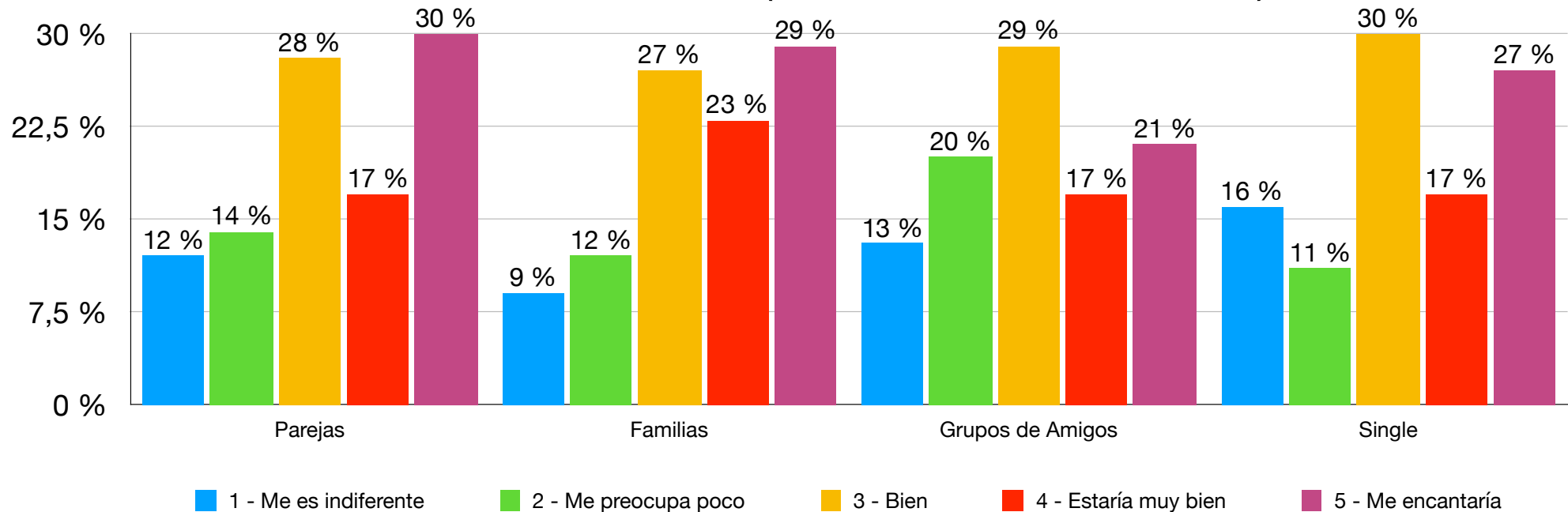
# ¿Qué es lo que valoraría positivamente durante su estancia o visita en el destino?

## PERSONAL PROVISTO CONTINUAMENTE CON GUANTES Y MASCARILLAS



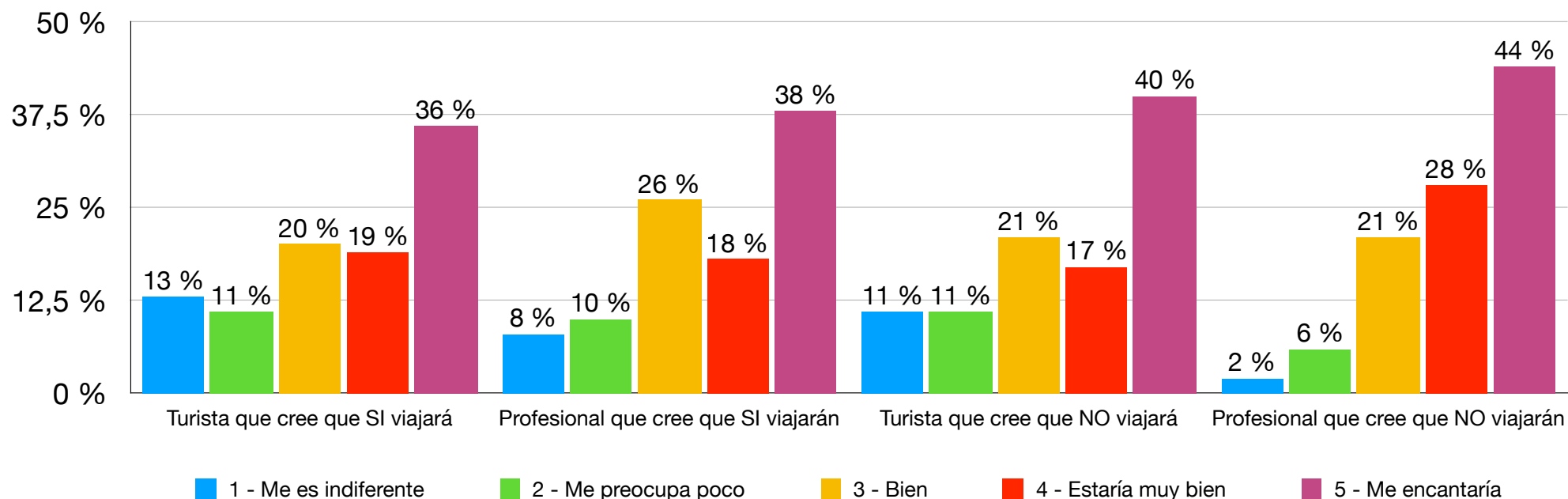
# ¿Qué es lo que valoraría positivamente durante su estancia o visita en el destino?

## PERSONAL PROVISTO CONTINUAMENTE CON GUANTES Y MASCARILLAS (POR TIPO DE TURISTA)



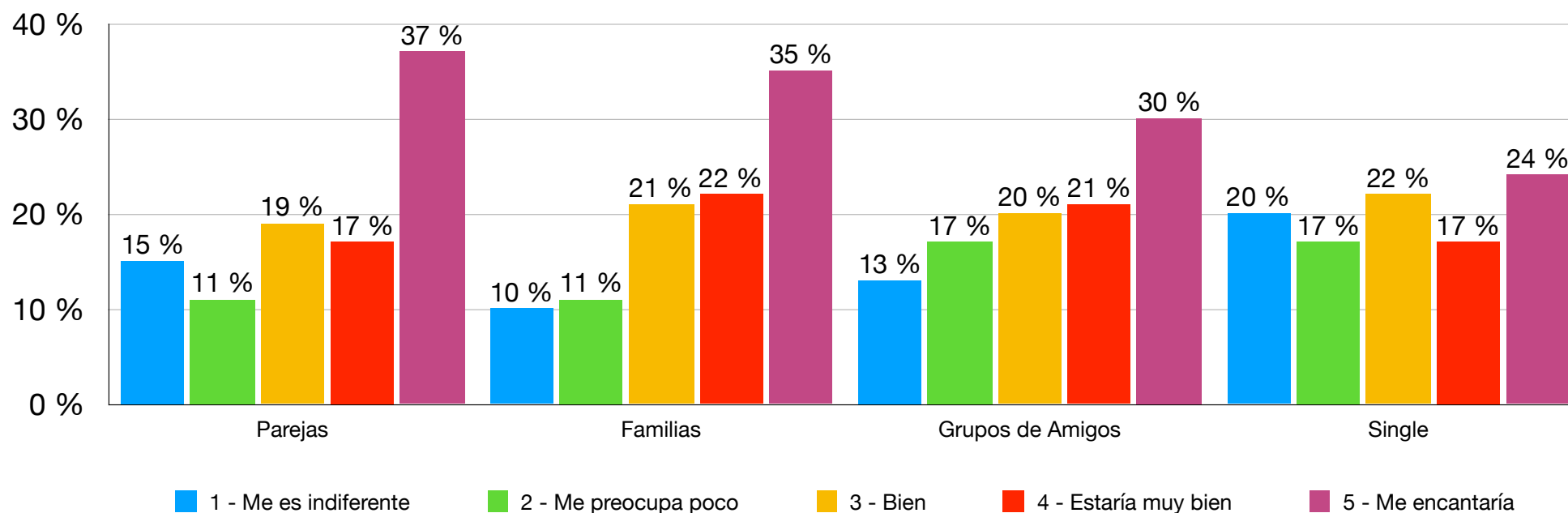
# ¿Qué es lo que valoraría positivamente durante su estancia o visita en el destino?

## POSIBILIDAD DE REALIZAR ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y VISITAS EN PAREJA, FAMILIA O AMIGOS EN VEZ DE GRUPOS NUMEROSOS



# ¿Qué es lo que valoraría positivamente durante su estancia o visita en el destino?

## POSIBILIDAD DE REALIZAR ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y VISITAS EN PAREJA, FAMILIA O AMIGOS EN VEZ DE GRUPOS NUMEROSOS (POR TIPO DE TURISTA)

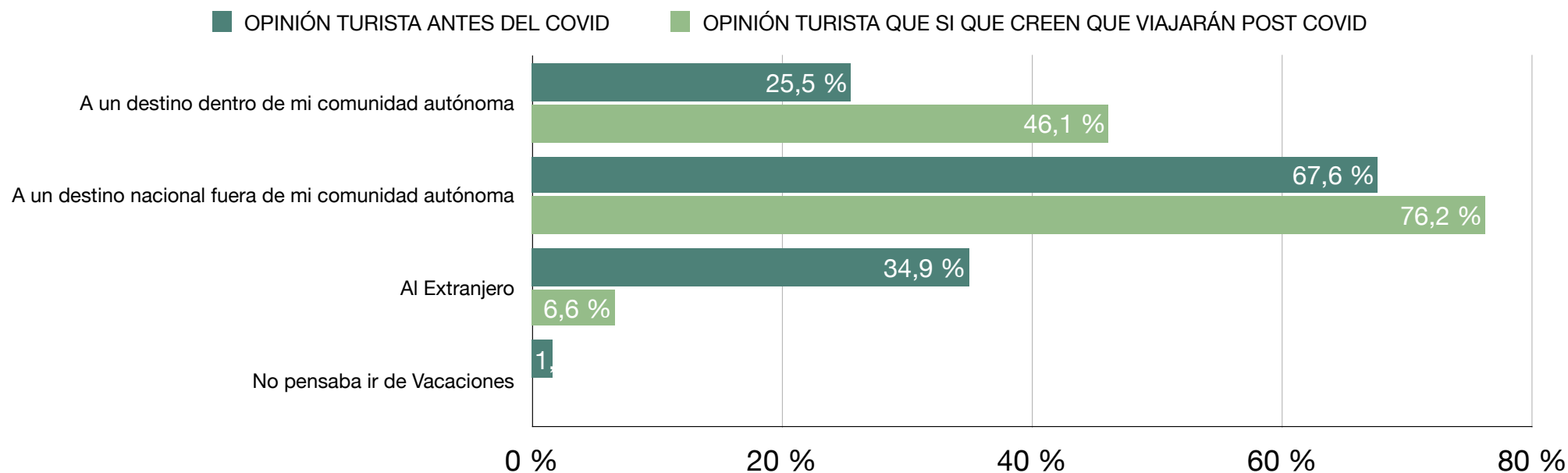


# TURISTAS QUE CREEN QUE SI IRÁN DE VACACIONES

Consciente de la actual situación de crisis sanitaria ¿a dónde piensa ir de vacaciones este año?

➔ El 25% iba a viajar dentro de su comunidad. Post COVID-19 sube hasta el 46%.

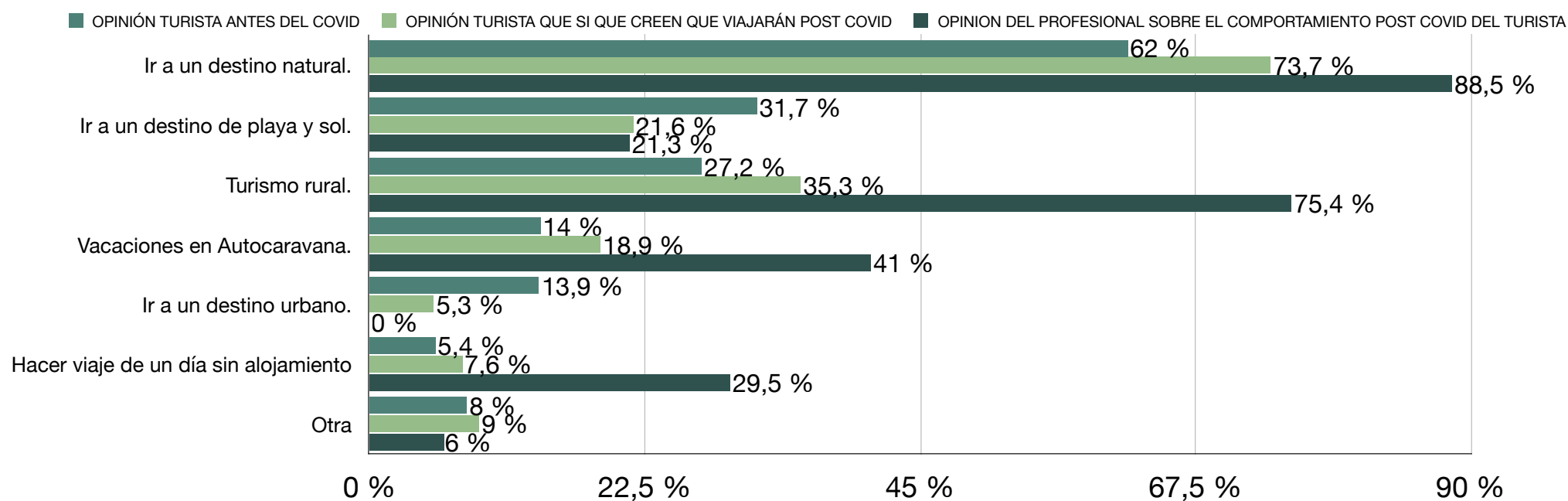
➔ El 67% había elegido un destino nacional fuera de su comunidad. Post COVID-19 sube hasta el 76%.



# TURISTAS QUE CREEN QUE SI IRÁN DE VACACIONES

Consciente de la actual situación de crisis sanitaria, ¿qué tipo de viaje piensa realizar este año?

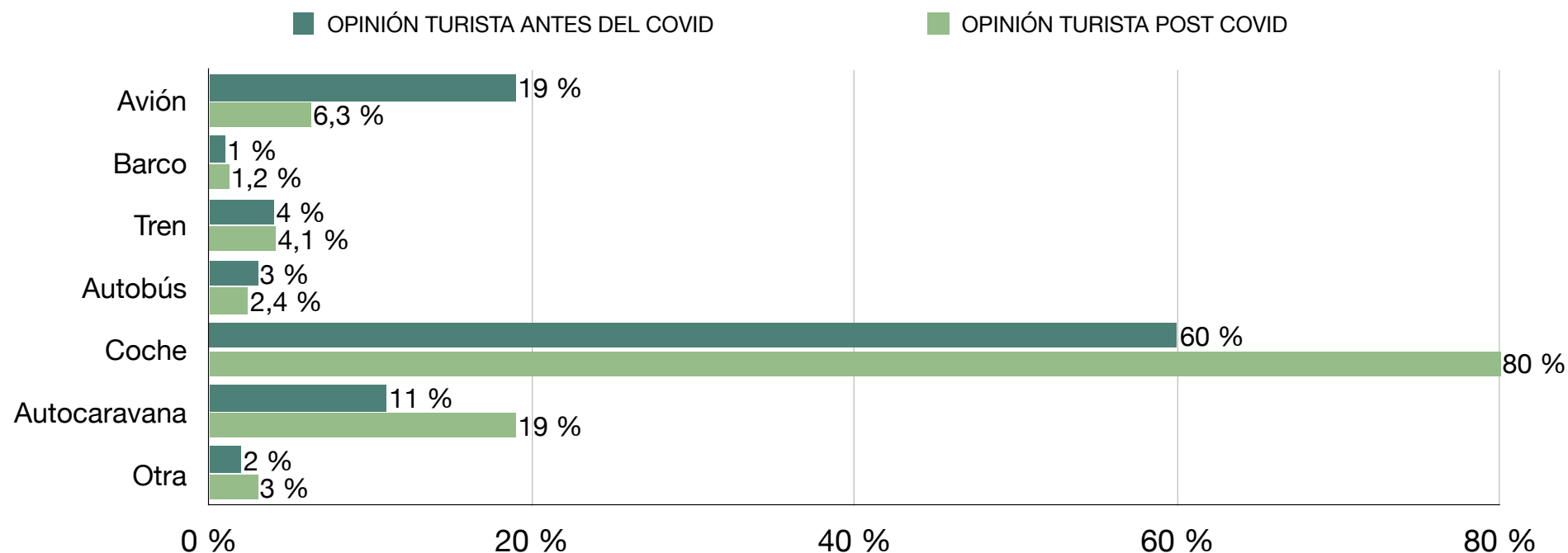
- ➔ El **destino natural** se corona con un 74% como su primera elección de destino.
- ➔ El sector tiene una serie de expectativas que difieren con la opinión de los turistas.



# TURISTAS QUE CREEN QUE SI IRÁN DE VACACIONES

Consciente de la actual situación de crisis sanitaria, ¿Cómo piensa desplazarse hasta su destino vacacional antes de producirse la crisis sanitaria?

➔ Más del 60% se iba a desplazar a su destino vacacional en coche y sube hasta el 80%.



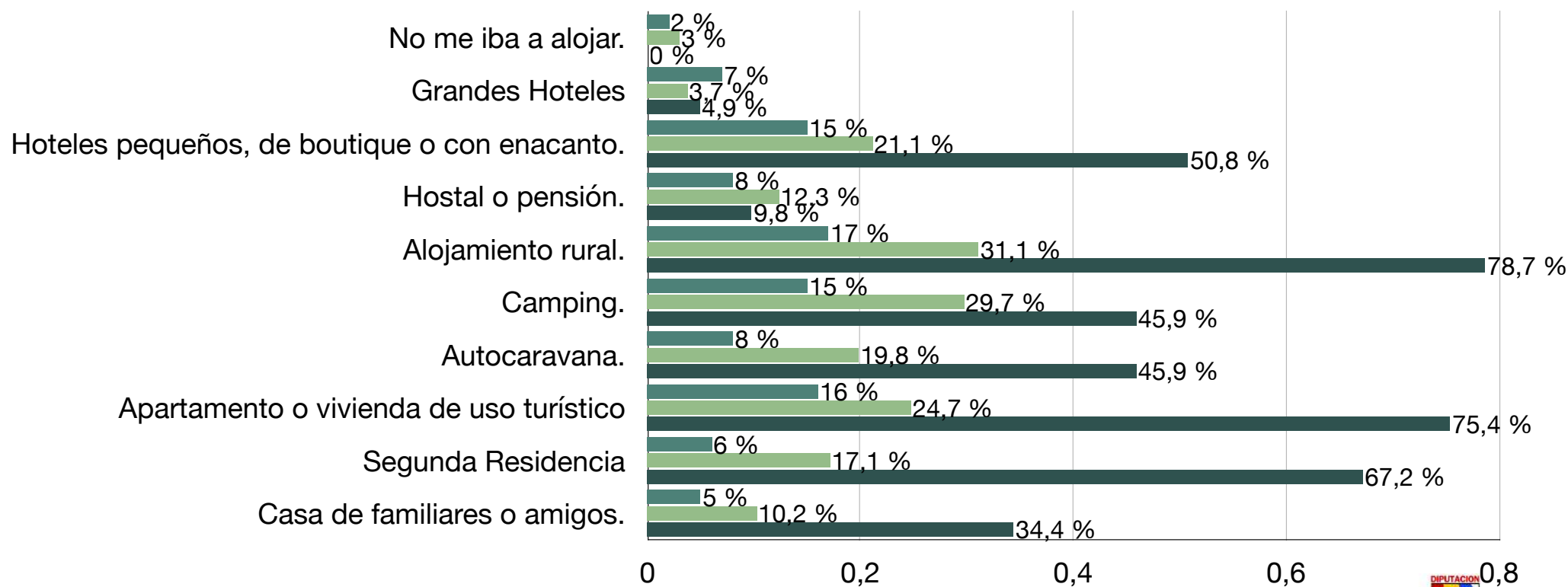


# TURISTAS QUE CREEN QUE SI IRÁN DE VACACIONES

Consciente de la actual situación de crisis sanitaria, ¿qué alojamiento piensa utilizar este año?

➔ El 80% de los alojamientos más demandados serán los hoteles pequeños, alojamientos rurales y apartamentos.

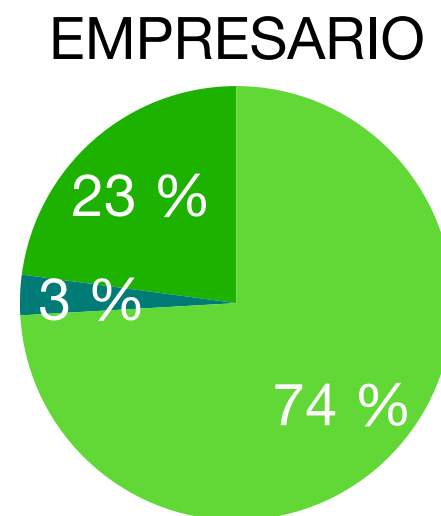
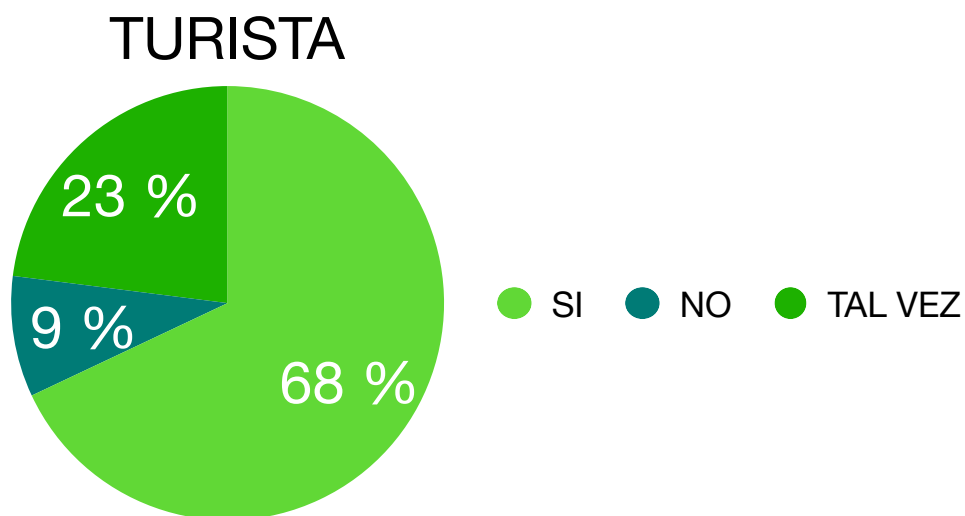
■ OPINIÓN TURISTA ANTES DEL COVID ■ OPINIÓN TURISTA POST COVID ■ OPINION DEL PROFESIONAL SOBRE EL COMPORTAMIENTO POST COVID DEL TURISTA



# OPINION TURISTAS POST COVID

¿Considera la provincia de Huesca como destino de sus vacaciones o escapadas durante este año?

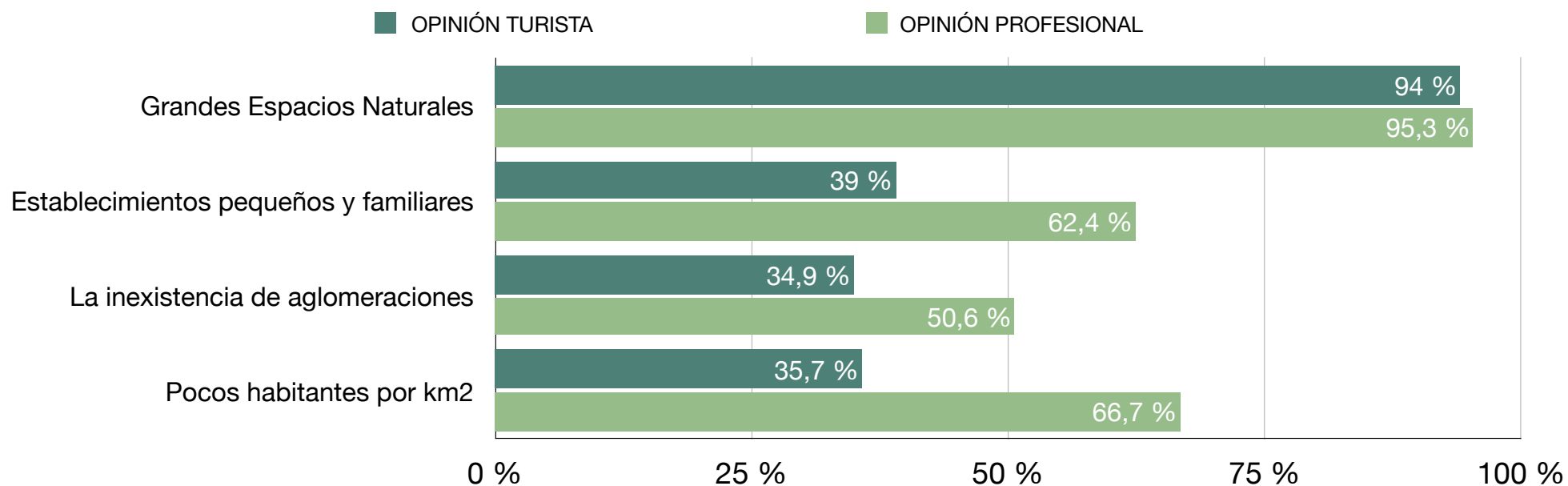
➔ El 68% de los turistas considera a la provincia de Huesca como su próximo destino vacacional.



# OPINION TURISTAS POST COVID

¿Cuáles son para usted las ventajas competitivas de la provincia de Huesca como destino vacacional frente al covid-19?

➔ Sin lugar a duda nuestra ventaja competitiva sobre otros destinos turísticos, son los grandes espacios naturales.



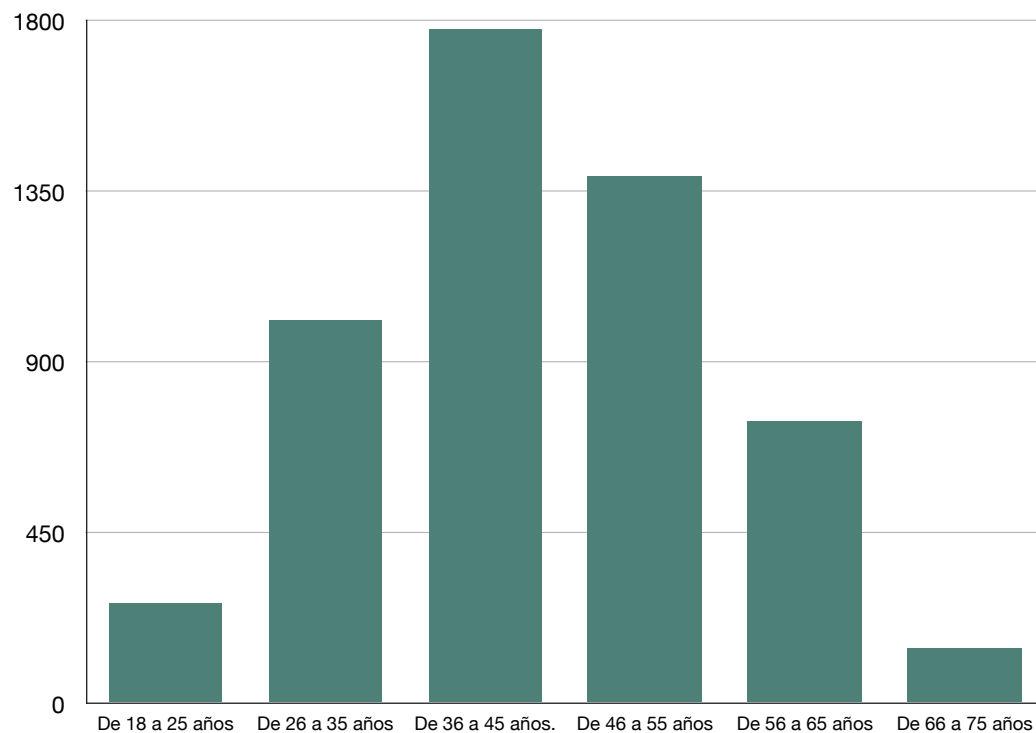
HUESCA  
La MAGIA



# Situación y Expectativas Sector Turismo

POST COVID-19

# PERFIL DEL PROFESIONAL ENCUESTADO



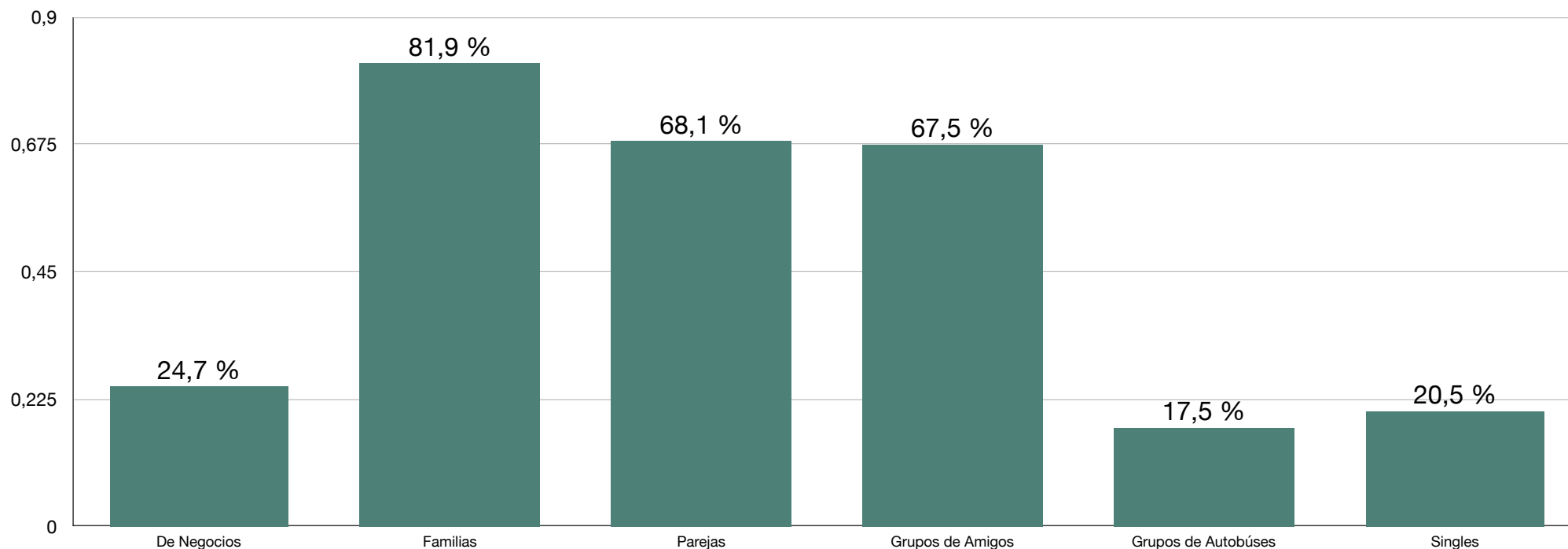
El muestreo cubre todos los rangos de edad.

➔ Destacando que el 90% se encuentran entre 36 y 65 años.

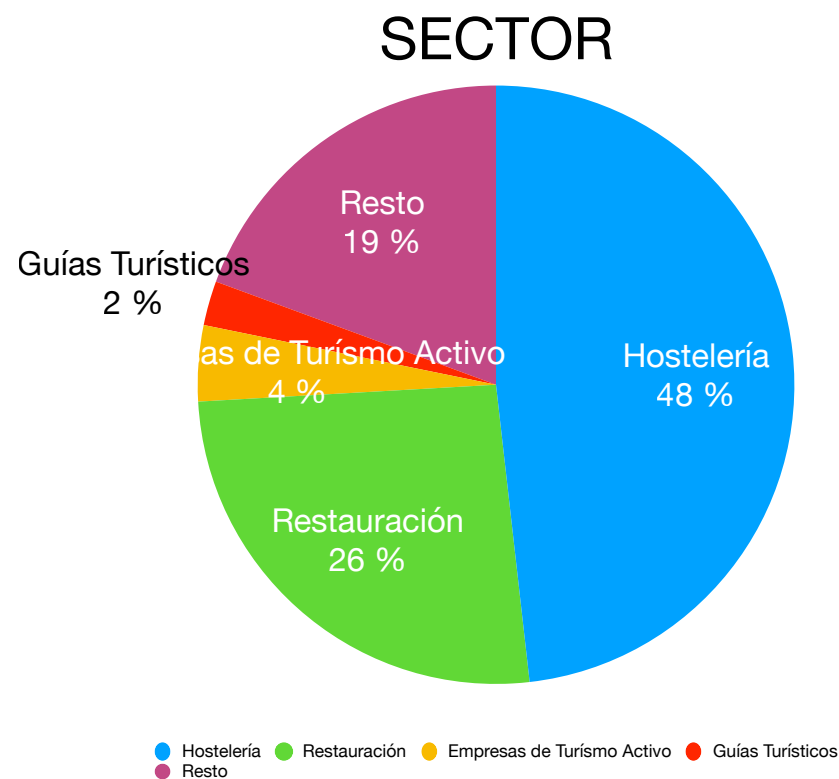
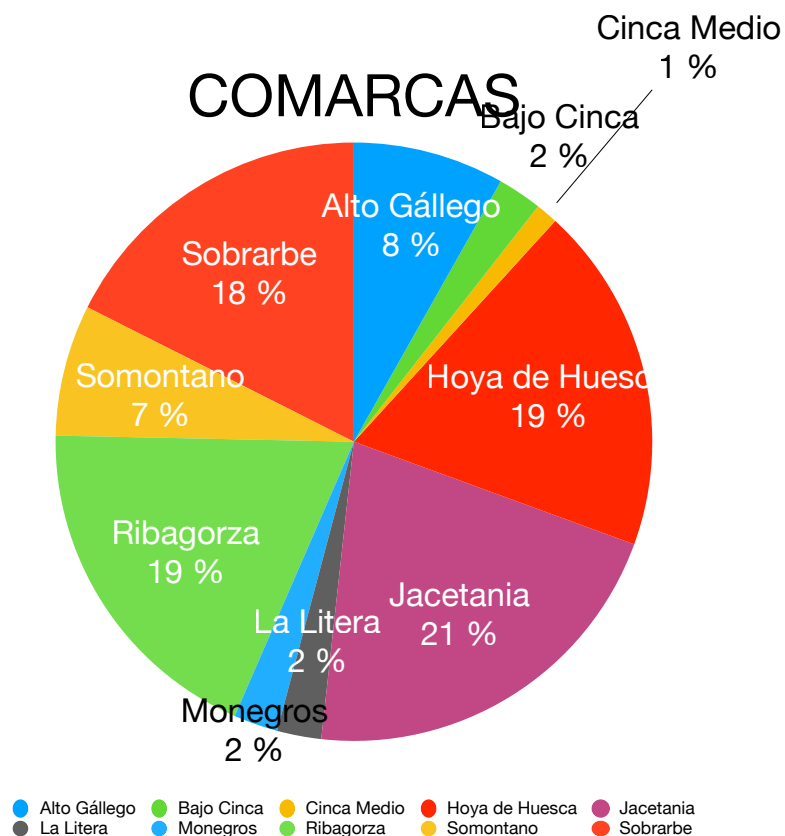
Nº de encuestas recibidas = 170

# PERFIL DEL PROFESIONAL ENCUESTADO

El cliente objetivo del sector coincide perfectamente con la muestra de turistas obtenidas.



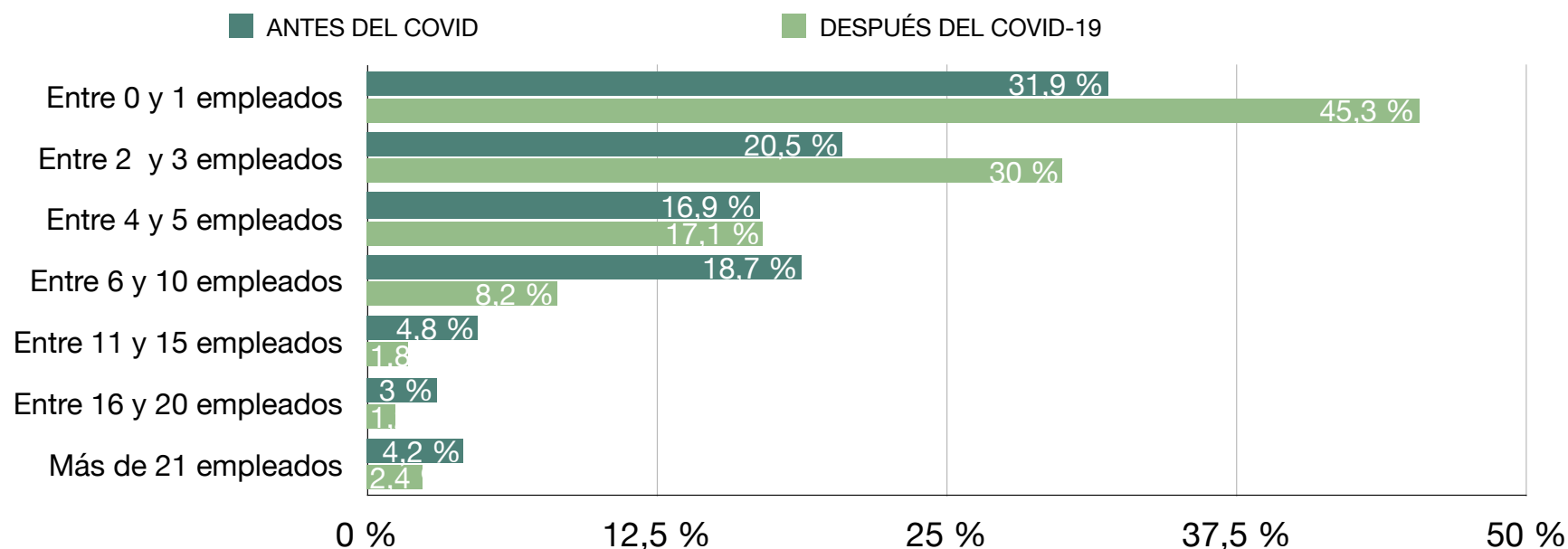
# PERFIL DEL PROFESIONAL ENCUESTADO



# EXPECTATIVAS DEL SECTOR

¿Cuántos empleados tenía antes de la crisis del COVID-19?, ¿Cuántos empleados cree que tendrá tras crisis del COVID-19?

➔ Las expectativas del sector para las grandes y pequeñas empresas es reducir su plantilla drásticamente a la mitad

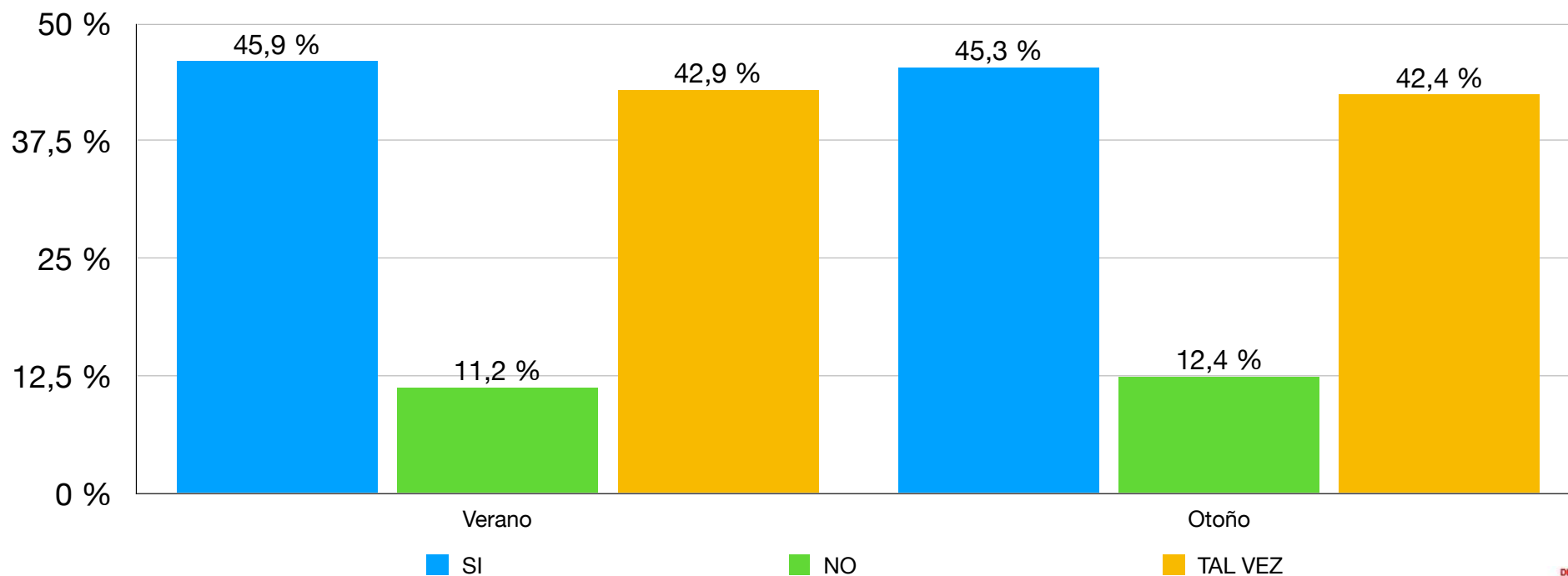




# EXPECTATIVAS DEL SECTOR

¿Cree que recibirá clientes este verano/otoño?

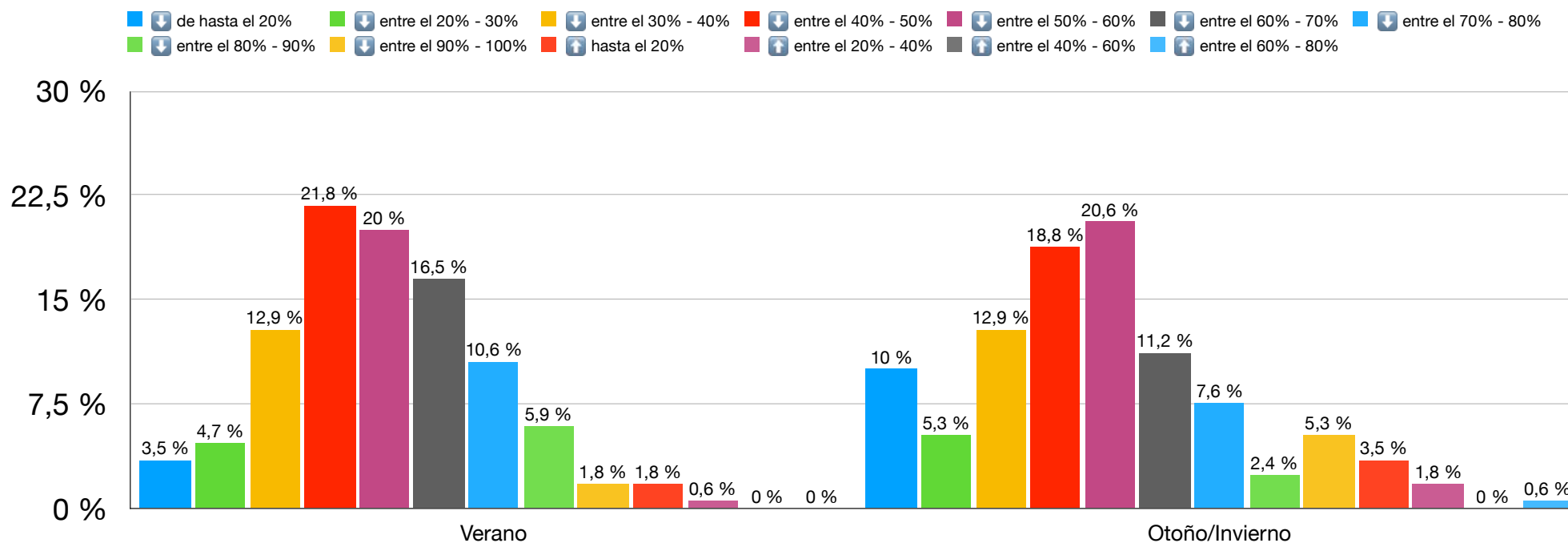
➔ El sector está confiante en un 45% en que recibirá clientes en verano y otoño/invierno.



# EXPECTATIVAS DEL SECTOR

¿En qué porcentaje con respecto al año pasado?

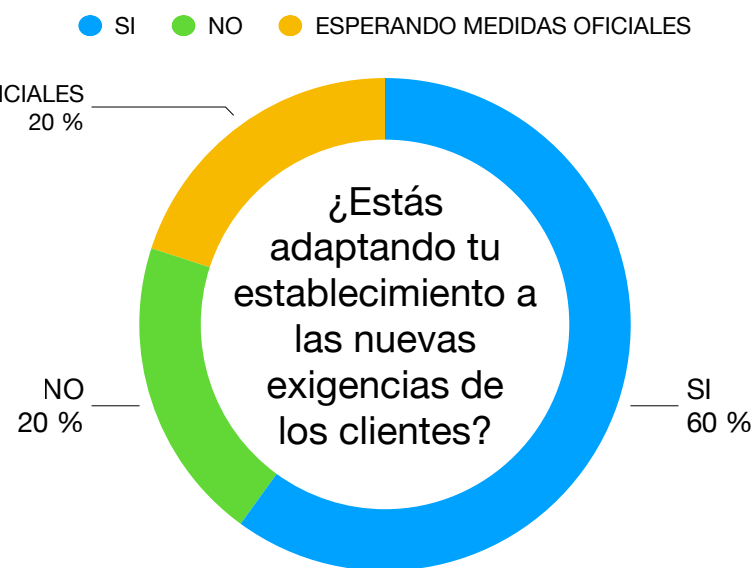
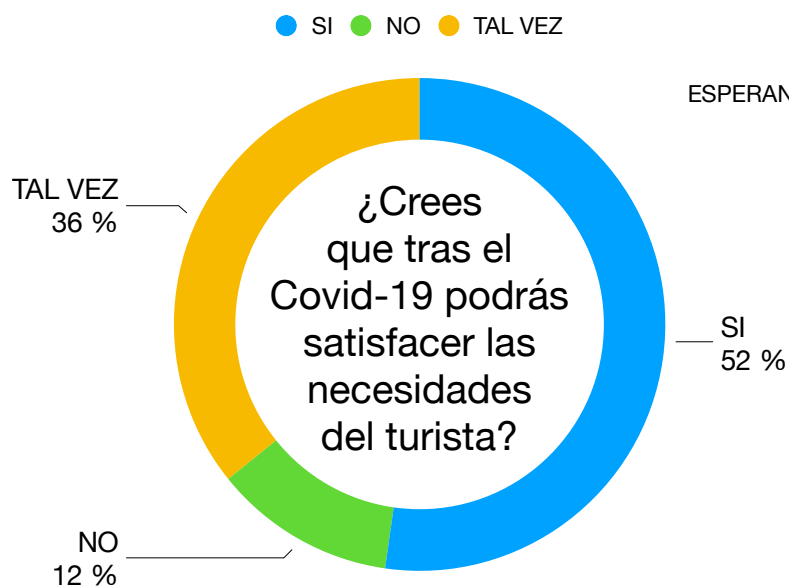
➔ A más de un 55% de los profesionales creen que su volumen de negocio bajará entre un **40% - 70% en verano**. Y entre un **30% - 60% en otoño - invierno**.



# ACCIONES DEL SECTOR FRENTE AL COVID-19

## Medidas en establecimientos

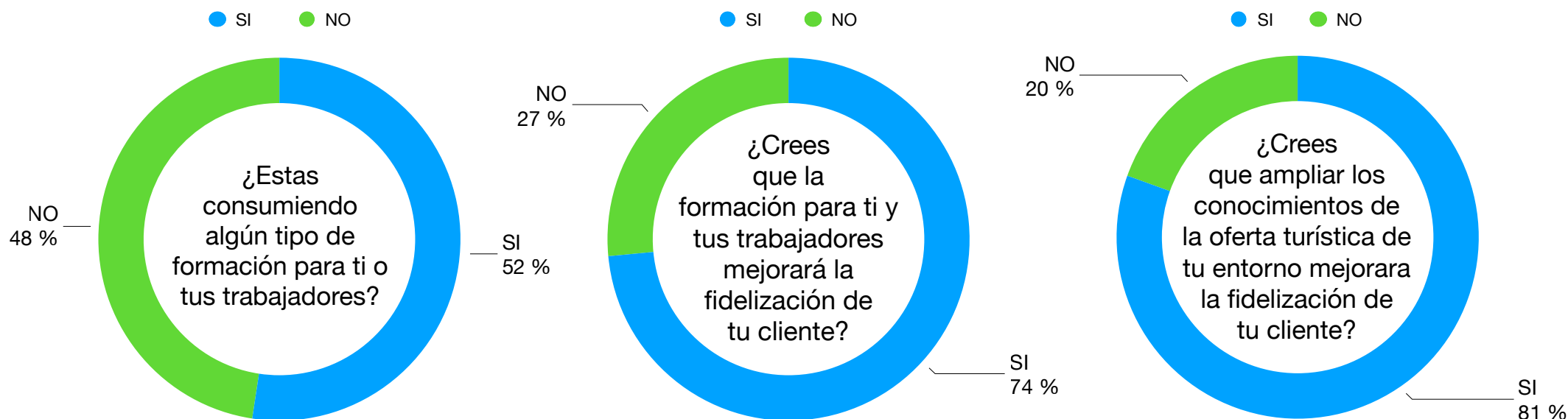
➔ **El 52% del sector está confiante en satisfacer las nuevas necesidades** del COVID-19, incluso superarlas. **El 60% del sector ya está adaptando** su establecimiento.



# ACCIONES DEL SECTOR FRENTE AL COVID-19

## Formación

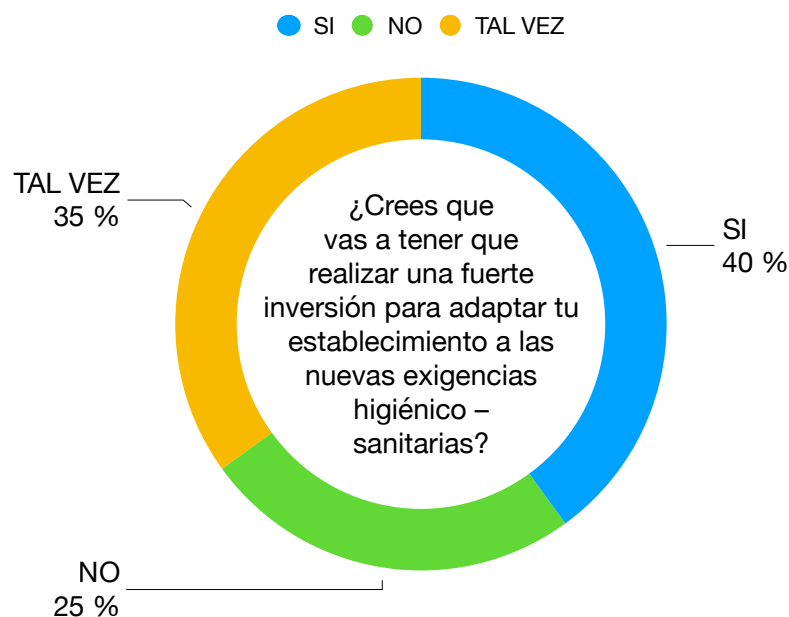
➔ El **52%** del sector está consumiendo formación para mejorar su situación y establecimiento frente al del COVID-19. El **70%** lo ve como un factor clave, así como mejorar los conocimientos sobre el territorio para mejorar la captación y fidelización del cliente.



# ACCIONES DEL SECTOR FRENTE AL COVID-19

## Inversión antiCOVID-19

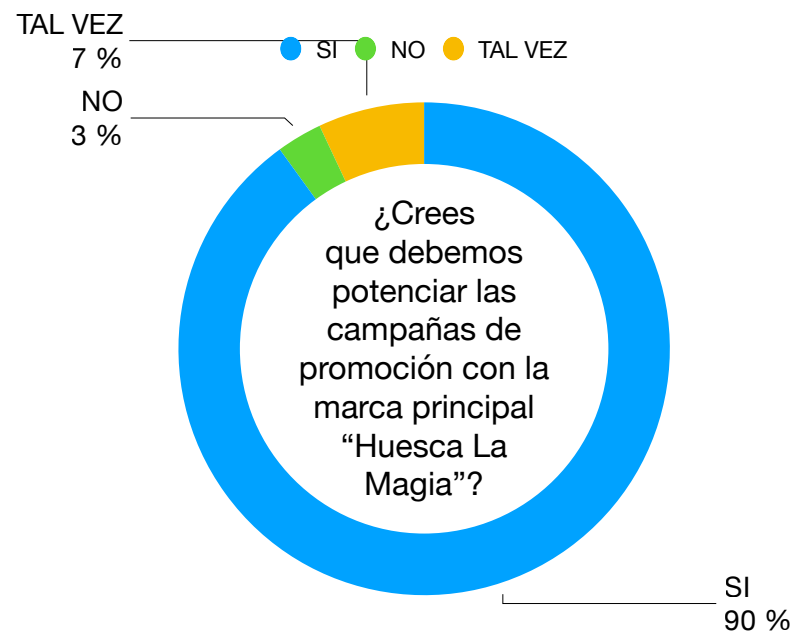
➔ Existe mucha incertidumbre en el sector ante la falta de medidas exactas en los establecimientos.



# ACCIONES DEL SECTOR FRENTE AL COVID-19

## Promoción Huesca La Magia

➔ El sector confía plenamente en la marca Huesca La Magia para promocionar la provincia de Huesca.



# CONCLUSIONES

## Intención del Turista Vs Expectativas Sector Turismo

**Casi el 70% de los turistas que confía en irse de vacaciones asegura en la encuesta de TuHuesca que esta provincia será su próximo destino vacacional.**

**Los turistas eligen el Alto Aragón por sus grandes espacios naturales sin aglomeraciones y señalan su confianza en los empresarios turísticos.**

Esta cifra refleja que **la provincia ha crecido en atractivo para los turistas**, ya que su plan de visitarla ha crecido en más de veinte puntos respecto a antes de la pandemia, como refleja la misma encuesta.

**Los profesionales muestran su confianza en la marca Huesca la Magia como herramienta de promoción** y al mismo tiempo su preocupación por el futuro del sector.

# CONCLUSIONES

## Intención del Turista Vs Expectativas Sector Turismo

Se refleja la preocupación del sector turístico. **El 60% de los profesionales encuestados cree que el turista no viajará por miedo al contagio** y por la situación económica, mientras **el 53% de los turistas que señala que no viajará asegura que es porque las medidas del Gobierno no lo permitirán.**

El 80% de los alojamientos más demandados serán los **hoteles pequeños, alojamientos rurales y apartamentos**, hecho que coloca a la provincia en muy buena situación por sus características.

Respecto al tipo de viaje, **un 75,4% de los profesionales piensa que el turismo rural** será la apuesta de los turistas este año. **La inclinación de los turistas hacia esta opción ha crecido, pero no tanto y se sitúa en un 35% respecto al 27% previo al COVID**, además de repartirse en otras opciones.



# CONCLUSIONES

## Intención del Turista Vs Expectativas Sector Turismo

Los profesionales señalan que **un 41% de los turistas elegirán la opción de vacaciones en autocaravana. Sin embargo, solo el 18,9% de los turistas encuestados apuestan por esta opción**, que ha subido 5 puntos respecto a antes de la pandemia.

Entre los aspectos que **el turista valora más** figura la disponibilidad en las habitaciones de **gel hidroalcohólico, mascarilla y guantes** -al 65% del turista que cree que viajará le parece bien, muy bien o le encantaría-; **la limpieza constante y la desinfección en los establecimientos** -el 84%-, **así como las mesas separadas en los restaurantes** -76%-.

**Casi el 30% de los empresarios encuestados cree que el turista no pernoctará**, que serán excursionistas. **Sin embargo, solo un 7,6% de la demanda** -dos puntos más que antes de la crisis sanitaria- apuesta por esta opción.

# CONCLUSIONES

## Intención del Turista Vs Expectativas Sector Turismo

**Los profesionales del sector muestran la gravedad de la situación** como empresarios, ya que **sus expectativas actuales son reducir sus plantillas a la mitad.**

Más de un **55% creen que su volumen de negocio bajará entre un 40% y un 70%** en **verano** y entre un **30% y un 60%** en **otoño-invierno.**

También señalan su **incertidumbre respecto a las inversiones** para adaptar sus negocios a las circunstancias.

# CONCLUSIONES

## Intención del Turista Vs Expectativas Sector Turismo

Los empresarios se están preparando durante este tiempo. **El 52% está consumiendo formación** para mejorar su situación y su establecimiento frente al COVID-19. **El 70% lo ve como un factor clave**, así como **mejorar los conocimientos sobre el territorio** para mejorar la captación y fidelización del cliente.

HUESCA  
La MAGIA

