



IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL SANTUARIO DE TORRECIUDAD Y SU ACTIVIDAD EN LA PROVINCIA DE HUESCA Y ARAGÓN

Autor: Cámara Oficial de Comercio, Industria y Servicios de la provincia de Huesca

Fecha de elaboración del informe: julio 2024 – octubre 2024

Publicación: 13 de noviembre de 2024

ÍNDICE

1. ANTECEDENTES Y OBJETIVOS

- 1.1. INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES DE LA ACTIVIDAD DE TORRECIUDAD DESDE SU INAUGURACIÓN EN 1975.
- 1.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO.

2. METODOLOGÍA

- 2.1. METODOLOGÍA GENERAL INPUT-OUTPUT PARA EL CÁLCULO DE LOS IMPACTOS ECONÓMICOS DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS.
- 2.2. METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA DIRECTA A VISITANTES. FICHA TÉCNICA.
- 2.3. METODOLOGÍA PARA EL CÁLCULO DEL IMPACTO TURÍSTICO, SOCIAL Y TERRITORIAL. CUESTIONARIO ABIERTO A GRUPOS DE INTERES.

3. IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO

- 3.1. INTRODUCCIÓN Y ENCUESTA A VISITANTES. PRINCIPALES EVENTOS.
- 3.2. ESTIMACIÓN DE GASTO DIRECTO DE VISITANTES.
- 3.3. ESTIMACIÓN DE GASTO DIRECTO DE TORRECIUDAD EN SU ACTIVIDAD PROPIA.
- 3.4. ESTIMACIÓN ESPECÍFICA DE LA ACTIVIDAD DE “EL POBLADO”, LOS BANCALES, CASAS DE TORRECIUDAD Y URBANIZACIÓN EL TOZAL.
- 3.5. RESUMEN IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO.

4. IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO E INDUCIDO

- 4.1. MULTIPLICADORES SECTORIALES INPUT-OUTPUT PARA EL CÁLCULO DEL EFECTO INDIRECTO.
- 4.2. ESTIMACIÓN DEL IMPACTO INDIRECTO.
- 4.3. ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO INDUCIDO.

5. IMPACTO TURÍSTICO, SOCIAL Y TERRITORIAL

5.1. ANÁLISIS CONTRAFCTUAL: SUPUESTO DE NO EXISTENCIA DE TORRECIUDAD.

5.2. ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO ABIERTO A LOS GRUPOS DE INTERÉS. ENCUESTA Y ENTREVISTAS “IMPACTO LOCAL DE TORRECIUDAD”.

5.3. IMPACTO EN EL POSICIONAMIENTO TERRITORIAL Y LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL SOMONTANO, LA RIBAGORZA Y LA PROVINCIA DE HUESCA. TORRECIUDAD COMO AGENTE DINAMIZADOR Y TURÍSTICO.

5.4. POTENCIALIDADES DE DESARROLLO DE TORRECIUDAD, ACTIVIDADES COLABORATIVAS Y RUTAS TRANSFRONTERIZAS.

6. CONCLUSIONES

7. AGRADECIMIENTOS

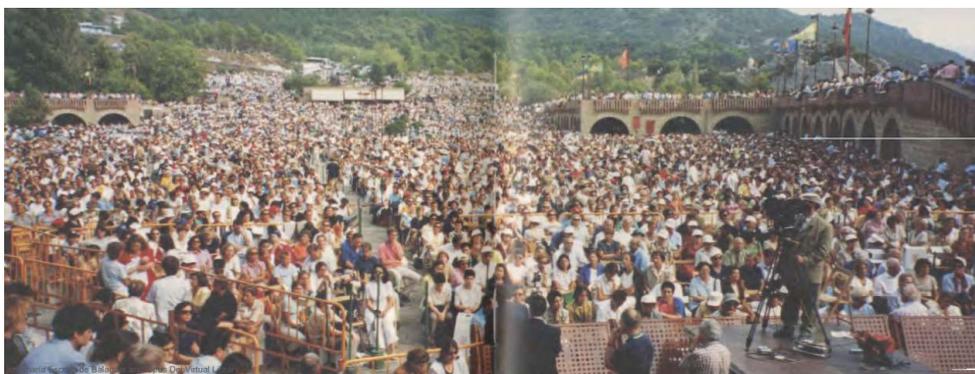
1. ANTECEDENTES Y OBJETIVOS

1.1. INTRODUCCIÓN Y ANTECEDENTES DE LA ACTIVIDAD DE TORRECIUDAD DESDE SU INAUGURACIÓN EN 1975

El Santuario de Torreciudad es un santuario mariano como lugar para honrar a la Virgen. Desde su inauguración en 1975 ha sido punto de peregrinación muy relevante. En 2023 recibió alrededor de 200.000 visitas y está posicionado como uno de los principales centros de peregrinación en España. El Santuario de Torreciudad está incorporado como uno de los cinco santuarios de la Ruta Mariana, y recibió en 2022 por parte de la Dirección General de Turismo del Gobierno de Aragón la Medalla al Mérito Turístico, otorgada como reconocimiento al crecimiento y desarrollo económico que el Santuario ha aportado al Alto Aragón a lo largo del tiempo, y como atractivo cultural y religioso en el ámbito creciente del turismo religioso.

La construcción de Torreciudad -entre 1970 y 1975- fue impulsada por el fundador del Opus Dei, el Santo José María Escrivá de Balaguer, nacido en Barbastro el 9 de enero de 1902. Se inauguró el 7 de julio de 1975 – doce días después del fallecimiento de S. José María Escrivá de Balaguer- y su construcción se realizó próxima a la ermita de Nuestra Señora de Torreciudad, que data del siglo XI. No es casual la elección de esta ubicación para el Santuario, pues fue esta ermita la que visitó S. Josemaría Escrivá de Balaguer con dos años con sus padres que lo llevaron de peregrinación a la ermita de Torreciudad en cumplimiento de una promesa a la Virgen María por su curación.

En las diversas peregrinaciones y jornadas organizadas en Torreciudad, una de las más numerosas y de mayor referencia es la Jornada Mariana de la Familia, que el pasado 21 de septiembre de 2024 ha celebrado su 32ª edición, con una participación en torno a 3.000 personas (tuvo que celebrarse en el interior del templo por lluvia). En 2023 esta jornada congregó alrededor de 6.000 personas.



Jornada Mariana de la Familia 24-09-1994. Fotografía del artículo "La última visita de san Josemaría a Torreciudad y la inauguración del santuario (23/26-V-1975 y 7-VII-1975)". Autores: Ibarra Benlloch, Martín // Garrido González,

Este marco del posicionamiento alcanzado del Santuario de Torreciudad como punto de peregrinación ha tenido en las últimas décadas un indudable impacto social y turístico en el territorio, y especialmente relevante para las Comarcas de Somontano, Ribagorza y Sobrarbe, y para las poblaciones de Barbastro, Graus, Secastilla y El Grado. Si bien el Santuario de Torreciudad pertenece al municipio de Secastilla (Comarca de Ribagorza), el acceso carretero es notablemente mejor desde El Grado, por lo que se referencia o ubica más a Torreciudad con la localidad de El Grado y la Comarca del Somontano que con el municipio de Secastilla y Comarca de Ribagorza, a la que pertenece. La mejora de la infraestructura carretera desde Graus / Secastilla es un elemento de desarrollo futuro como veremos en el apartado quinto.

La vinculación de Torreciudad con el territorio y el turismo queda patente en el número de visitantes y se pueden destacar elementos como:

- 1) La apertura de una Oficina de Turismo del Gobierno de Aragón en el Santuario de Torreciudad desde el año 2007, y su actividad coordinada con el resto de oficinas de turismo de Aragón.
- 2) Medalla al mérito turístico del Gobierno de Aragón en 2022.
- 3) El espacio “Vive la experiencia de la fe”, una inmersión multimedia con realidad virtual y donde se plantean diversas preguntas y reflexiones sobre las grandes cuestiones de la vida humana, y finalista en 2022 entre las mejores experiencias turísticas de Aragón.



- 4) Videomapping “El retablo te cuenta” donde se desarrolla una experiencia audiovisual en el retablo a través de un diálogo entre San José María y la Virgen María. Esta experiencia inaugurada en 2021 fue también finalista de las mejores experiencias turísticas de Aragón en 2023.

Fuente: Memoria Anual 2023 – Patronato de Torreciudad

- 5) Presencia de Torreciudad en Fitur y otras ferias desde 1983. Colaboraciones con Turismo de Aragón.
- 6) Acreditación y distintivo de “Compromiso de Calidad Turística” de la Oficina de Turismo de Torreciudad por parte de la Secretaría de Estado de Turismo de España.
- 7) Sello de Responsabilidad Social de Aragón que pone en valor las acciones de Torreciudad con sus grupos de interés y su entorno.



Además, en la última reunión anual de Delegados de Torreciudad de 2024, se insta a continuar promoviendo las peregrinaciones y viajes familiares al Alto Aragón y al Santuario de Torreciudad.

Así también, en la jornada técnica organizada, el Director General de Turismo del Gobierno de Aragón, Jorge Moncada, mostró el apoyo del Gobierno de Aragón al turismo religioso y mariano como elemento dinamizador del territorio.

1.2. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Por todo lo expuesto anteriormente, **el Patronato de Torreciudad y la Cámara de Comercio, Industria y Servicios de la provincia de Huesca** consideran de interés realizar el presente estudio de impacto socioeconómico con una triple finalidad:

- 1) Realizar una valoración económica del impacto de Torreciudad en el territorio de la provincia de Huesca y Aragón, fundamentalmente motivada por su alto número de visitantes, pero también por la propia actividad desarrollada de las entidades vinculadas en la gestión del Santuario.
- 2) Conocer, más allá del impacto económico, otro tipo de impactos menos tangibles como el impacto social, turístico y territorial que la presencia del Santuario de Torreciudad produce en su entorno más cercano y en la provincia de Huesca y Aragón.
- 3) Detectar oportunidades de desarrollo y colaboración de Torreciudad y su entorno para generar nuevos impactos y externalidades positivas de este importante flujo de visitantes y peregrinos.

Además, el próximo año 2025 se conmemorarán 50 años de la inauguración del Santuario, lo que supone un momento idóneo para realizar de forma previa a este 50 aniversario, un análisis de lo que ha supuesto a nivel social y económico la presencia del Santuario de Torreciudad en la provincia de Huesca y Aragón.

Como se aportará en la metodología, el estudio de impacto se lleva a cabo para un **cálculo de impacto de carácter anual**, y con base en el número de visitantes medios de los últimos cinco años (se excluye de este cálculo el año 2020 y 2021 por las restricciones de movilidad consecuencia de la pandemia). En 2020 el Santuario recibió 100.000 visitas y en 2021 la cifra fue de 150.000.

La realización del estudio es coincidente también con un proceso creciente de colaboración territorial impulsado por el propio Patronato de Torreciudad y su Junta Directiva en la última década y el propio esfuerzo desde Torreciudad para arraigar a los peregrinos y visitantes del Santuario con el territorio y el entorno local.

Si bien el perfil del visitante habitual se identifica en torno a comunidades de diferentes características (parroquias, movimientos eclesiales, cofradías, etc.), son crecientes las visitas en la categoría de “familia y amigos” (grupo mayoritario de visitantes en 2023) consistentes en pequeños grupos que preparan el viaje de forma flexible y autónoma, y que en muchos casos complementan como veremos en las encuestas realizadas el motivo religioso de visita al Santuario con una motivación también cultural y turística, y que utilizan los recursos que ofrece el territorio promovidos por la Oficina de Turismo de Torreciudad. ¹



Fuente: Memoria Anual 2023 – Patronato de Torreciudad

Se aportan algunos elementos y cifras previas obtenidas de la memoria 2023 del Patronato de Torreciudad donde se intuye la conveniencia de impulsar el presente estudio de impacto.



Fuente: Memoria Anual 2023 – Patronato de Torreciudad

¹ La Oficina de Turismo de Torreciudad está integrada en la red oficial de oficinas de turismo del Gobierno de Aragón. Cuenta con una superficie de 1.000 m2, está situada a la entrada al Santuario y es accesible para las personas con discapacidad funcional.

2. METODOLOGÍA

2.1. METODOLOGÍA GENERAL INPUT-OUTPUT PARA EL CÁLCULO DE LOS IMPACTOS ECONÓMICOS DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS.

Para la realización del presente estudio se ha seleccionado **la metodología del marco input-output (MIO) de la economía regional aragonesa** en el cálculo del impacto económico. Las tablas input-output permiten estimar y desglosar de forma sectorial el impacto derivado de una determinada actividad.

Para ello, las tablas utilizadas de referencia serán las tablas input-output de 2019 y publicadas en 2024 fruto de la colaboración entre el Instituto Aragonés de Fomento, a través del Laboratorio Aragonés de Innovación y Mejora en la Gestión Empresarial, y el grupo de investigación CREDENAT de la Universidad de Zaragoza. Estas tablas de 2019 sirven de referencia muy adecuada para el cálculo actual de impacto ya que reflejan una composición sectorial de la economía actual y de sus multiplicadores.

Este estudio se centra en el impacto en la provincia de Huesca si bien algunos de los impactos, como el generado directamente por la actividad propia de Torreciudad y sus gastos-compras, se refieren para una mejor simplificación al **ámbito de Aragón**.

Los principales **impactos directos** que se analizarán en el estudio serán: el impacto del gasto directo de los visitantes en el territorio (impacto principal) y el impacto del gasto directo de las entidades gestoras del Santuario de Torreciudad en sus diferentes compras de bienes y servicios². La metodología input-output nos va a permitir calcular también el efecto multiplicador o arrastre de este gasto directo y consecuencia de las transacciones derivadas que se realizan en el sistema económico. Este gasto directo conlleva dos efectos:

- **Un impacto indirecto**, generado por la actividad adicional de los proveedores que satisfacen la demanda producida en bienes y servicios. Como ejemplo, el gasto directo de los visitantes de Torreciudad en restauración y alojamientos del territorio supondrá que estos establecimientos y restaurantes incrementarán la demanda a sus proveedores de materias primas y otros servicios, lo que comporta nuevas transacciones en la corriente económica.
- **Un impacto inducido**. A partir de la corriente de gastos directos e indirectos, y a través de los multiplicadores de las tablas input-output, es posible valorar el incremento de rentas

² Existen otros efectos vinculados que también se estimarán como serían la actividad propia de la urbanización el Tozal, la actividad y otras visitas turísticas (que no incluyen la visita a Torreciudad) generadas a partir de visitantes a Torreciudad.

salariales (de los propietarios y trabajadores de los prestadores de los servicios demandados fundamentalmente por los visitantes). Este efecto vía renta generará también un impacto en un mayor consumo. No es un efecto inmediato, sino que se genera en el medio y largo plazo. Es decir, la metodología nos permitirá calcular qué parte de estos incrementos de renta se trasladan al consumo, y por tanto, generan una nueva transacción / impacto en la economía. Por otra parte, la estimación económica completa que se realiza de la actividad derivada de la presencia del Santuario se estima para el cálculo de un **“impacto anual medio”**, y no para un año concreto, tomando como referencia la **cifra de visitantes media de los últimos cinco años** (se excluyen de este cálculo los años 2020 y 2021 como años atípicos consecuencia de la pandemia) y, por tanto, como media de los **visitantes de los años 2017 a 2019 y 2022-2023**. Estos datos de visitas son proporcionados por los sistemas propios de conteo y estadísticas del Patronato de Torreciudad.

Año	Visitantes Santuario de Torreciudad ³
2017	200.000
2018	205.000
2019	210.000
2022	190.000
2023	200.000
Media anual	201.000
Media anual ajustada ⁴	180.900

³ Datos proporcionados por el Patronato de Torreciudad a través de sistemas tecnológicos propios de conteo.

⁴ La media anual ajustada es el dato que se tomará de referencia para la estimación del impacto. Se ha reducido un 10 % del total (20.100 visitantes) como ajuste de visitantes que realizan varias visitas o entradas a Torreciudad en diferentes días o en el mismo día en el mismo viaje. Es decir, 1 visitante de Torreciudad que realiza dos viajes diferenciados en el tiempo, pero el mismo año contabiliza como 2 visitantes, pero 1 visitante que en un viaje a Torreciudad entra varios días o varias veces en el mismo día debería contabilizar como 1 solo visitante, aunque ha sido registrado como dos visitantes (si por ejemplo ha entrado 2 días seguidos). Por ello, se ha llevado a cabo una estimación propia junto con el Patronato de Torreciudad que esta situación puede darse en un número estimado de un 10 % de las entradas -20.100- con una repetición media de 2 visitas en el mismo viaje. Por tanto, se habrían contabilizado 40.200 entradas que corresponden a un impacto real de 20.100 visitantes. De esta forma, es necesario realizar el ajuste comentado de reducir 20.100 visitantes.

Es necesario tener en cuenta que, en algunas visitas al Santuario con mayor asistencia, se ha habilitado entrada alternativa (para evitar congestión en la entrada) que no contabilizan los sistemas automáticos de conteo. Por ello, también habría que incrementar el número de visitantes en las estadísticas. En este marco, la reducción del 10 % es bastante prudente.

Respecto a la entrada de niños en carritos no son contabilizadas por el sistema de cámaras de entrada y se considera que no es necesario realizar ningún tipo de ajuste puesto que si bien son también visitantes realizan un gasto y consumo de menor cuantía en alojamiento (suele haber gratuidad en niños menores de 2 años) y en otros servicios de comercio o restauración.

Dado que el principal impacto lo conforma el efecto del gasto (y sus efectos indirectos e inducidos) realizados por los visitantes, se ha diseñado una encuesta específica a visitantes del Santuario de Torreciudad, donde se podrán determinar otros aspectos relevantes como los días de estancia, el tipo de alojamiento, el tipo de gasto, y si se realizan visitas turísticas posteriores al territorio a partir de la visita a Torreciudad.

Observamos la metodología de esta encuesta y su ficha técnica en el siguiente apartado 2.2.

2.2. METODOLOGÍA DE LA ENCUESTA DIRECTA A VISITANTES. FICHA TÉCNICA.

A partir de la cifra media de visitantes media ajustada de los últimos años (180.900 personas) se podría realizar una aproximación del gasto directo a través de las medias de gasto turístico del Instituto Nacional de Estadística. No obstante, y para afinar esta estimación, se ha realizado una encuesta durante 2024 que va a permitir realizar una estimación más certera del gasto directo de los visitantes. Para ello se ha diseñado una encuesta de visitantes al Santuario de Torreciudad y realizable como veremos tanto por las personas que están visitando Torreciudad (a través de un equipo informático disponible en la oficina de turismo de Torreciudad) que rellenan esta encuesta, como por visitantes que realizan la encuesta de forma telemática como visitantes previos del Santuario, y gracias a la difusión entre la base de datos propia de visitantes del Patronato de Torreciudad.

Esta encuesta realizada en el periodo de julio – septiembre corresponde por tanto con visitantes de Torreciudad de este mismo periodo como por visitantes de Torreciudad durante todo el año y que responden de forma telemática esta encuesta.

La encuesta ha sido respondida por 3.382 personas lo que supone una muestra altamente significativa como veremos en la ficha técnica y según criterios estadísticos. Por ello, las proyecciones realizadas sobre los 180.900 visitantes cuentan con un margen de error muy bajo y con un nivel de confianza muy alto, lo que da validez a la proyección de estas encuestas entre el total de los visitantes de Torreciudad.

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS DE LA ENCUESTA Y FICHA TÉCNICA

1. El cuestionario ha sido testado de forma previa con diferentes usuarios y verificado por el departamento de Comunicación de la Asociación – Patronato de Torreciudad.

2. La encuesta se ha realizado en el periodo 29 de julio – 30 de septiembre, si bien la encuesta ha sido respondida por visitantes al Santuario de este mismo periodo (541 respuestas) y por visitantes anteriores de cualquier periodo del año (2.731 respuestas).
3. Se ha diseñado la encuesta para la obtención de información clave para la estimación del gasto directo de los visitantes. Si bien se dispone de medias oficiales de gasto medio turístico por día a través del INE, se ha preguntado sobre los días de estancia, la tipología de alojamiento, el tipo de gasto en otros productos y servicios, y sobre la repetición de la visita turística al territorio. Estas cuestiones permiten realizar una estimación más certera del gasto real de los 180.900 visitantes medios.
4. La mayor parte del cuestionario son preguntas cerradas con diversas opciones para poder proceder a una mejor tabulación. No obstante, incorpora una pregunta abierta sobre los lugares visitados del entorno además de Torreciudad.
5. La encuesta es de carácter anónimo y su análisis se realiza de forma agrupada según las respuestas.

FICHA TÉCNICA

Ámbito y universo

El universo del estudio corresponde con **visitantes a Torreciudad de los últimos años**. Un 41 % de las respuestas corresponde con visitantes de 2024 y el 59 % restante con visitantes de 2023 o anteriores. La respuesta en diferentes años de visita no afecta a la metodología puesto que el cálculo del impacto se realiza sobre una media anual y no sobre un año concreto. Por tanto, la incorporación de diferentes años de visita en las respuestas proporciona una mejor visión del espectro de visitantes de Torreciudad.

Se ha tomado como referencia el total de visitantes medios tras el ajuste realizado, y por tanto, como universo de la encuesta, los 180.900 visitantes medios de los últimos cinco años.

Tamaño de la muestra y parámetros

Respecto al trabajo de campo realizado con la encuesta, esta ha sido respondida por 3.382 personas. Es una muestra muy significativa con alto nivel de confianza y bajo error muestral.

Nivel de confianza: 99 % que indica el porcentaje de casos que la estimación realizada es certera.

Error muestral: 2,2 % que mide las variaciones de la media muestral respecto al verdadero valor de la muestra poblacional.

Es habitual trabajar con un nivel de confianza del 95 % y un error muestral del 3 %.

Por tanto, el nivel de confianza y error de esta muestra es altamente significativo y conlleva a una estimación más certera de la realidad sobre el comportamiento del total de visitantes.

Método de muestreo

La muestra, tal y como nos hemos referido, se obtiene por dos vías:

- ❖ Encuesta directa respondida en la oficina de turismo de Torreciudad (a través de equipos informáticos disponibles) el propio día de la visita a Torreciudad. 541 personas han respondido a esta encuesta en el periodo de 29 de julio a 30 de septiembre de 2024.
- ❖ Encuesta directa realizada a través de medios telemáticos (en este mismo periodo del 29 de julio al 30 de septiembre) pero realizada por visitantes de cualquier época del año y del presente año 2024 o anteriores. Estas respuestas permiten completar un muestreo de visitantes de todo el año (aunque abril, julio, agosto y septiembre sean los meses de más visitas).

Se realizó también difusión internacional de la encuesta.

Además, existe una diversidad de respuestas (en años, en tipología de visitantes, perfiles de visitantes y edades, motivaciones, etc.) que otorga una mayor validez al cuestionario realizado de forma anónima.

El método para abordar el estudio de campo es a través de un cuestionario previamente acordado con el Departamento de Comunicación de Torreciudad que se encarga de la difusión de la encuesta entre las diversas bases de datos de visitantes.

Recogida de información y fecha de realización

La recogida de información se realizó por cuestionario electrónico a través de las dos vías comentadas y respondido de forma telemática. Este cuestionario es realizado como encuesta ANÓNIMA.

El periodo de realización de la encuesta fue del **29 de julio al 30 de septiembre** si bien las respuestas se refieren a visitas tanto de este mismo periodo al ser respondidas en la oficina de turismo del Santuario, como de **visitas realizadas durante todo el año** por los visitantes que responden de forma telemática desde su ordenador o dispositivo móvil en su domicilio.

Datos principales de la encuesta

Universo	Parámetros	Respuestas
<ul style="list-style-type: none"> • 180.900 visitantes (media anual ajustada) 	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de confianza 99 % • Error muestral 2,2 % 	<ul style="list-style-type: none"> • 3.382 respuestas: <ul style="list-style-type: none"> • 1.405 de visitas de 2024 • 1.977 de años anteriores • Respuestas de visitas de todo el año.

Encuesta realizada

ENCUESTA A VISITANTES DEL SANTUARIO DE TORRECIUDAD

Esta encuesta está dirigida a visitantes del Santuario de Torreciudad. El Santuario de Torreciudad y la Cámara de Comercio de Huesca están llevando a cabo el "Estudio de impacto socioeconómico del Santuario de Torreciudad y su actividad en la provincia de Huesca". Los datos de estas encuestas nos permiten realizar una mejor aproximación al cálculo de este impacto socioeconómico.

LA ENCUESTA ES DE CARÁCTER ANÓNIMO Y LOS DATOS SE TRATAN DE FORMA AGREGADA.

Si la encuesta la realiza en un teléfono móvil, gire el dispositivo en horizontal para una mejor visualización.

SU RESPUESTA ES FUNDAMENTAL PARA ESTE ESTUDIO ¡ AYÚDENOS !

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. 1.- VISITA A TORRECIUDAD *

Marca solo un óvalo.

- He visitado Torreciudad en 1 ocasión
- He visitado Torreciudad entre 2 y 4 ocasiones
- He visitado Torreciudad entre 5 y 10 ocasiones
- Visito Torreciudad habitualmente (todos o casi todos los años)
- Visito Torreciudad habitualmente (varias veces al año)

2. 2.- ¿ESTÁS VISITANDO HOY TORRECIUDAD? *

Marca solo un óvalo.

- SI *Salta a la pregunta 4*
 - NO *Salta a la pregunta 3*
-

3. 3.- AÑO DE ÚLTIMA VISITA *

Marca solo un óvalo.

- 2024
- 2023
- 2022
- 2021
- ANTERIOR A 2021

Sección sin título

4. 4.- MOTIVO DE LA VISITA *

Marca solo un óvalo.

- La visita a Torreciudad es el motivo central de mi viaje
- He visitado Torreciudad como una actividad incorporada en mis vacaciones
- Otras motivaciones

5. 5.- TRANSPORTE EMPLEADO EN EL ACCESO A TORRECIUDAD *

Marca solo un óvalo.

- Coche o motocicleta
- Autobús
- Taxi
- Bicicleta
- A pie

6. 6- ORIGEN DEL VISITANTE *

Marca solo un óvalo.

- Provincia de Huesca
- Aragón
- España
- Unión Europea
- Otros países

7. 7.- ACTIVIDAD PROFESIONAL PRINCIPAL *

Marca solo un óvalo.

- EMPRESARIO/A
- TRABAJADOR/A POR CUENTA AJENA
- TRABAJO DOMÉSTICO
- JUBILADO/A
- ESTUDIANTE
- DESEMPLEADO/A
- INSTITUCIÓN DE LA IGLESIA

8. 8.- Mi visita se realiza principalmente por *

Marca solo un óvalo.

- Por motivos religiosos
- Por motivos turísticos - culturales
- Ambos: motivos religiosos y turísticos-culturales
- Otras motivaciones

9. 9.- Además de Torreciudad, qué otros lugares has visitado o quieres destacar de tu visita a la provincia de Huesca (respuesta opcional)

10. 10.- Días de estancia en la provincia de Huesca *

Marca solo un óvalo.

- Soy residente de la provincia de Huesca y visito en el día
Salta a la pregunta 12
- No soy residente de la provincia de Huesca y visito en el día
Salta a la pregunta 12
- 1 noche estancia *Salta a la pregunta 11*
- Entre 2 y 4 noches *Salta a la pregunta 11*
- Entre 5 y 7 noches *Salta a la pregunta 11*
- Más de 7 noches

11. 11.- Tipo de alojamiento en tu estancia (posibilidad de marcar una o varias opciones) *

Selecciona todos los que correspondan.

- Vivienda de familiares y amigos
- Alojamientos turísticos (hoteles, hostales, pensiones, campings, albergues, turismo rural, apartamentos)
- Alojamiento en El Poblado o Los Bancales
- Alojamiento en la urbanización El Tozal
- Alojamiento en las casas de Torreciudad
- Autocaravana
- Otras opciones

12. 12.- En qué tipo de establecimientos he realizado en mi visita o estancia en la zona algún gasto (posibilidad de marcar una o varias opciones) *

Selecciona todos los que correspondan.

- Restaurantes, cafeterías, bares
- Comercios
- Supermercados, tiendas de alimentación
- Alojamientos
- Transporte
- Gasolineras
- Otros servicios
- En ninguno

13. 13.- ¿Has visitado la provincia de Huesca por motivos turísticos en otros viajes que no hayas estado en Torreciudad? *

Marca solo un óvalo.

- No
- Sí, en 1 ocasión
- Sí en 2 ocasiones
- Sí, en 3 o más ocasiones

14. 14.- ¿Recomendaría la visita a Torreciudad a otras personas? *

Marca solo un óvalo.

- Si
- No
- No sabe / no contesta

2.3. METODOLOGÍA PARA EL CÁLCULO DEL IMPACTO TURÍSTICO, SOCIAL Y TERRITORIAL. CUESTIONARIO ABIERTO A LOS GRUPOS DE INTERÉS.

Como aportación también significativa en el desarrollo del estudio, además de un cálculo económico cuantitativo del impacto, y estimado a través de la metodología input-output referenciada, el estudio trata de aportar también una aproximación a impactos menos tangibles y referidos a los efectos sociales, turísticos y territoriales que la presencia de Torreciudad supone en el territorio.

Algunos estudios analizan el impacto a través de la pregunta ¿Qué sucedería en caso de no existencia del evento o infraestructura analizada? Y lo que “dejaría de ganar” el territorio por el hecho no contar con un determinado elemento.

En el caso de Torreciudad podemos realizar la misma pregunta. La respuesta en el ámbito del impacto económico sería una parte muy importante de la cuantía resultante del estudio, que supone la cantidad que no “ingresaría” el territorio y sus diferentes actividades económicas. Pero también podemos inferir la situación de otros efectos, más allá de los económicos, por el hecho de la no existencia de Torreciudad. En este marco podemos intuir que en este supuesto:

- ✓ No sería el mismo grado de actividad y desarrollo de la población de El Grado.
- ✓ Sería un territorio (Barbastro, Somontano, Ribagorza, provincia de Huesca) “menos conocido” o “menos ubicado” en el conjunto de España y de otros países.
- ✓ Menor turismo redirigido a otras poblaciones o áreas de referencia como Alquézar, Aínsa, Graus, Parque Natural de la Sierra y Cañones de Guara, Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido, etc., y con la pérdida de un punto muy relevante de referencia religiosa, cultural y turística.
- ✓ No habría un potente foco de atracción monumental y paisajístico, que supuso la construcción del templo y el retablo, y el propio enclave natural del Santuario, poniendo en valor un patrimonio muy destacado.
- ✓ Se dejarían de aportar un número muy significativo de visitantes y turistas al territorio, y dado que las visitas a Torreciudad en su mayoría tienen como veremos una motivación muy directa por la propia visita al Santuario o una motivación combinada tanto religiosa como turístico-cultural. Es necesario notar que la provincia de Huesca en 2023 contó (en las 4

modalidades de alojamiento con estadísticas disponibles ⁵) con 1,4 millones de viajeros - aquellos que realizan alguna pernoctación. Sin embargo, en el análisis de la estadística experimental del INE de medición del turismo a través de telefonía móvil, se estima un volumen total de 2,8 millones de viajeros en 2023 en la provincia de Huesca. De esta forma, podemos calcular que los 148.000 viajeros a Torreciudad (aquellos que pasan al menos una noche del total de los 180.900 visitantes) suponen un 6 % del total del turismo provincial.

- ✓ En la época que se realizaron las obras, de 1970 a 1975, hay que considerar que fue un elemento muy relevante en el territorio, donde en una época de desindustrialización ofreció una alternativa y rentas a población ayudando a permanecer en el territorio.

Por tanto, a través de este supuesto de no existencia podremos realizar una primera aproximación a estos impactos territoriales y sociales menos tangibles.

Por otra parte, y para completar este análisis se ha realizado una encuesta directa abierta a los principales grupos de interés (entidades locales, asociaciones empresariales, centros de desarrollo, etc.) donde, además de otorgar una puntuación al grado de impacto, se realizan tres cuestiones abiertas que permiten determinar mejor la opinión y visión del territorio sobre la presencia e impacto de Torreciudad, y en especial la pregunta 3. Además, el resto de cuestiones permiten apuntar otras oportunidades de desarrollo futuro con el entorno local.

ENCUESTA A GRUPOS DE INTERÉS

- 1) *Indique en una escala de 1 a 10 como considera el impacto socioeconómico general de la presencia del Santuario de Torreciudad en el territorio cercano y en la provincia de Huesca (0 – Muy negativo – 10 – Muy positivo)*
- 2) *Que oportunidades de colaboración no desarrolladas entre el Santuario de Torreciudad y su entorno / entidades próximas detecta que se pueden implementar*
- 3) *Más allá del impacto económico directo de los propios visitantes (a través de alojamiento y/o gasto directo en consumo y servicios) qué otros impactos tangibles o intangibles destacaría de la presencia de Torreciudad*
- 4) *Considera necesaria algún tipo de infraestructura o servicio en los accesos o alrededores que mejore el entorno del Santuario de Torreciudad*

⁵ Las cuatro modalidades de alojamiento principales a las que se refieren las estadísticas oficiales del INE son alojamientos hoteleros -hoteles, hostales, pensiones-, alojamientos al aire libre – campings, alojamientos de turismo rural -casas completas, apartamentos y habitaciones-, y apartamentos turísticos. No están incluidas en estas modalidades las viviendas de uso turístico.

En este caso, el trabajo de campo se realiza con una encuesta directa enviada a diferentes tipos de entidades (ayuntamientos próximos o cabecera comarcal, comarcas próximas, administración autonómica, asociaciones empresariales, centros de desarrollo, otras asociaciones del medio rural) y en la que se han obtenido 7 respuestas.

ENTREVISTA A GRUPOS DE INTERÉS – VIDEO “EL IMPACTO LOCAL DEL SANTUARIO DE TORRECIUDAD”

Como complemento a la encuesta anterior a los grupos de interés, se aprovecha las entrevistas y video resumen realizado por la Asociación - Patronato de Torreciudad “El impacto local del Santuario de Torreciudad” y que recoge también estos efectos más intangibles y beneficios de la presencia de Torreciudad con entrevistas también a Ayuntamientos, Comarcas, empresarios y otros grupos de interés. <https://www.youtube.com/watch?v=cNKBnyeDWk>

Las respuestas de estas entrevistas y video realizado complementan las respuestas realizadas específicamente para el estudio a los grupos de interés.

En estas entrevistas se muestra la visión generalizada de las importantes aportaciones de la presencia de Torreciudad tanto en la vertiente económica, como en el ámbito cultural, religioso, turístico y social. Se justifica también en estas entrevistas la necesidad de cuantificar y determinar el impacto socioeconómico de la presencia de Torreciudad.

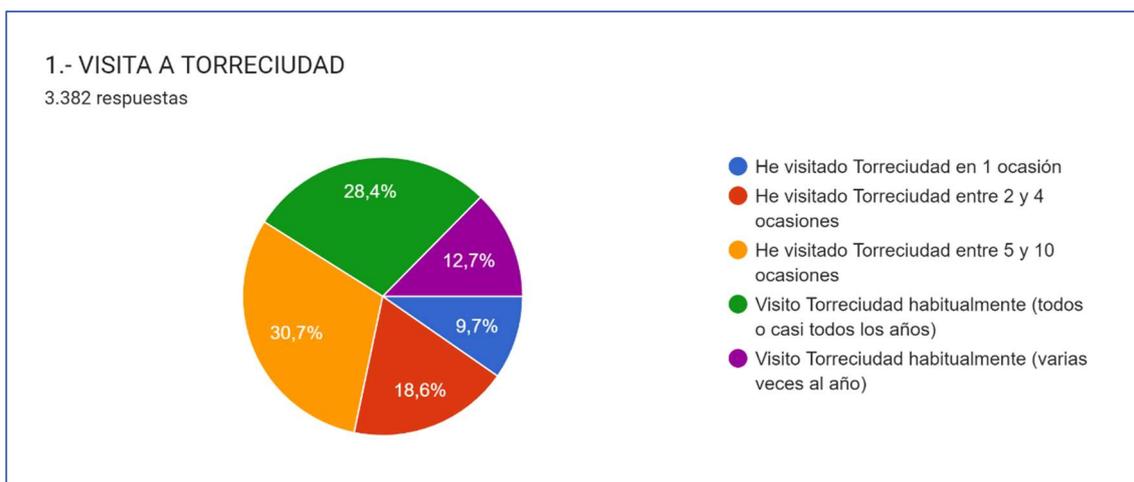


Fuente: Video – El impacto local de Torreciudad realizado por el Patronato de Torreciudad

3. IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO

3.1. INTRODUCCIÓN Y ENCUESTA A VISITANTES. PRINCIPALES EVENTOS.

Antes de pasar a estimar el gasto directo de los visitantes a Torreciudad, se ofrece un resumen y análisis preliminar de las respuestas agrupadas de la encuesta realizada en 2024 a 3.382 personas correspondientes con visitas realizadas en diferentes años.



En esta respuesta se muestra como existe un grado alto de repetición de la visita a Torreciudad. **Las personas que han visitado Torreciudad en 5 ocasiones o más, o lo visita habitualmente es del 72 % de las personas que acuden.**

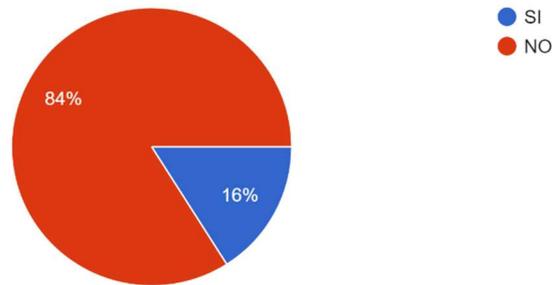
Como se observará en la pregunta octava, la motivación religiosa, ya sea exclusiva (en el 54,8 % de respuestas) o combinada con motivación turístico – cultural (41,9 % de respuestas), está presente en la visita a Torreciudad. Se muestra también cómo en las diferentes opciones de esta primera respuesta -desde 1 sola ocasión hasta visita varias veces al año- la motivación religiosa exclusiva es superior al 50 % en todo tipo de frecuencias de visita.

No obstante, y a pesar de la importancia de esta motivación religiosa, en el conjunto de la encuesta se muestra:

- ❖ Un proceso de apertura y visitas a Torreciudad fuera del perfil más habitual en el ámbito de las organizaciones y comunidades religiosas.
- ❖ Una creciente consciencia de los visitantes de Torreciudad sobre las oportunidades culturales y turística del entorno.

2.- ¿ESTÁS VISITANDO HOY TORRECIUDAD?

3.382 respuestas

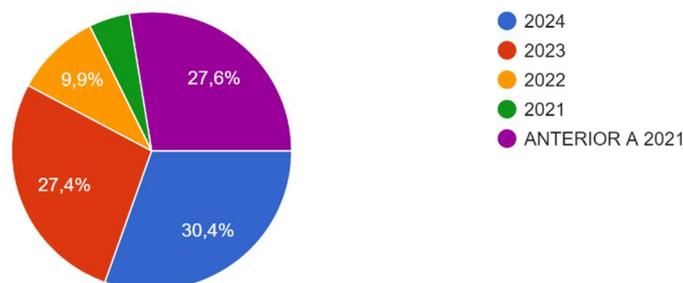


Como se muestra el 84 % de las respuestas se realiza a través de cuestionario online y respondido posterior a la visita a Torreciudad realizada en 2024 o años anteriores. Este porcentaje mayoritario permite cubrir el total del periodo del año, y dado que la encuesta se ha difundido entre visitantes de cualquier periodo del año (y que no estén visitando Torreciudad en el momento de realización de la encuesta). Un 38 % de las visitas se realiza en el periodo estival de julio a septiembre. Por ello, se ha considerado un complemento adecuado la respuesta directa (en los equipos informáticos dispuestos en la oficina de turismo de Torreciudad) durante el periodo de verano.

De esta forma, las contestaciones sobre las noches de estancia y comportamiento en la visita obedecen también a visitas realizadas en temporada menos turística que el periodo estival, por lo que la estimación realizada puede estar más centrada y aproximada a la realidad en lo referido a las noches de estancia y otros elementos consultados en la encuesta.

3.- AÑO DE ÚLTIMA VISITA

2.841 respuestas



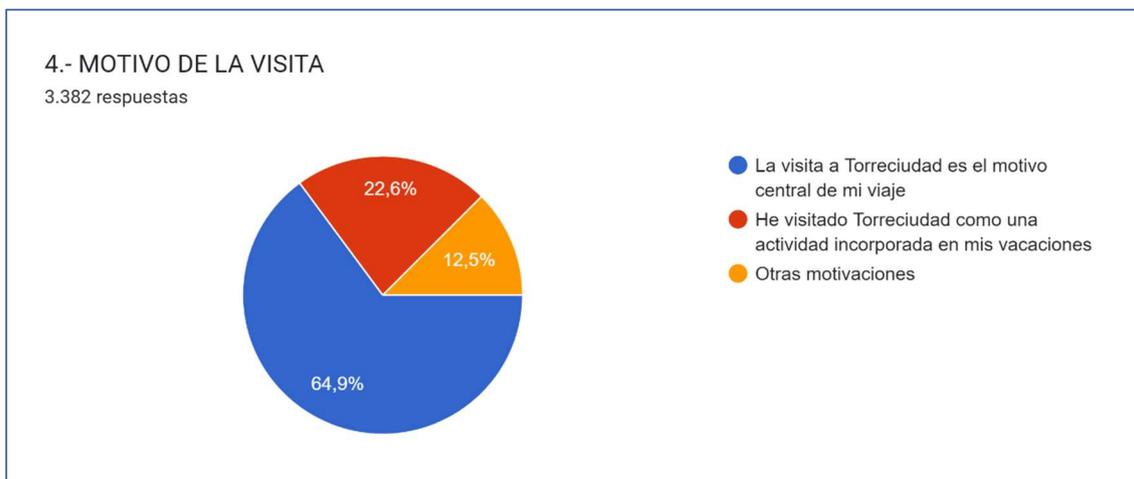
A las personas que realizan la encuesta en la propia oficina de turismo en 2024 (541 respuestas) no se procede ya a realizar esta cuestión, puesto que la fecha de su última visita será 2024. Por tanto, uniendo estas respuestas obtenemos los siguientes resultados:

- 541 respuestas en 2024 en la oficina de turismo de Torreciudad (16 % sobre total)
- 864 respuestas de última visita en 2024 (25,5 % sobre el total)
- Total: 1.405 últimas visitas de 2024 (41,5 % sobre el total de respuestas), y en consecuencia, un 58,5 % distribuido en el resto de los años.

Este dato de la visita permite cruzar datos comparativos entre visitas más recientes 2021-2024 con visitas en 2020 (menos visitas por la pandemia) o años anteriores, y observar algunos comportamientos en el alojamiento o perfil de los visitantes.

Cruzando esta respuesta con otras cuestiones se muestra:

- ❖ Una evolución decreciente (posterior a la pandemia) de un porcentaje menor de visitas por parte de extranjeros. 5 % en el periodo 2021-2024 frente al 12 % en visitas anteriores a 2021⁶
- ❖ Se detecta un ligero crecimiento posterior a la pandemia en un porcentaje algo mayor de visitas a Torreciudad como complemento a un viaje en la zona, aunque la motivación central del viaje sigue siendo mayoritariamente la visita a Torreciudad.



Como se ha detallado, y cruzando estos datos con los años de visita, el porcentaje de visitas a Torreciudad como actividad incorporada -y no tanto como motivo principal- ha ido mejorando en el paso de los años y posterior a la pandemia hasta alcanzar la cifra total media reflejada del

⁶ El porcentaje real de visitantes extranjeros real, y en los últimos datos de 2023, es de un 15 %. Los porcentajes de la encuesta reflejados son menores puesto que la distribución de la encuesta ha podido tener -proporcionalmente a los visitantes reales- una menor respuesta internacional que nacional.

22,6 %. Es un dato a priori positivo -y coincidente con un creciente esfuerzo del Patronato en el desarrollo de actividades culturales- que se incorpore Torreciudad como un elemento más en el conjunto de la programación de un viaje turístico en el territorio. No obstante, existen todavía muchas posibilidades de incrementar este porcentaje de visitantes con motivación más

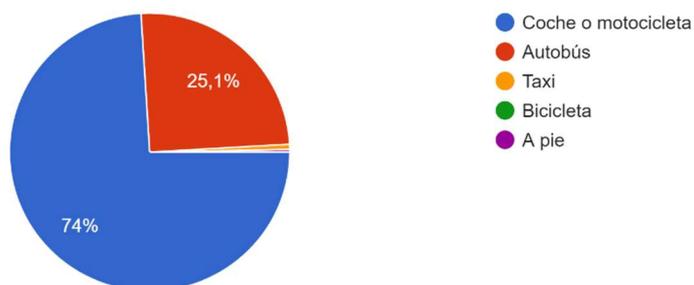


turístico-cultural que religiosa. Sirva como ejemplo los ciclos internacionales de música en agosto, ya en su XXIX edición, unido al festival “Clásicos en la Frontera”.

Presentación del Festival “Clásicos de la Frontera” en la Comarca de Ribagorza. Fuente: <https://www.torreciudad.org>

5.- TRANSPORTE EMPLEADO EN EL ACCESO A TORRECIIDAD

3.382 respuestas



Este dato estadístico permite establecer relación con otro tipo de respuestas sobre el tipo de gasto y alojamiento.

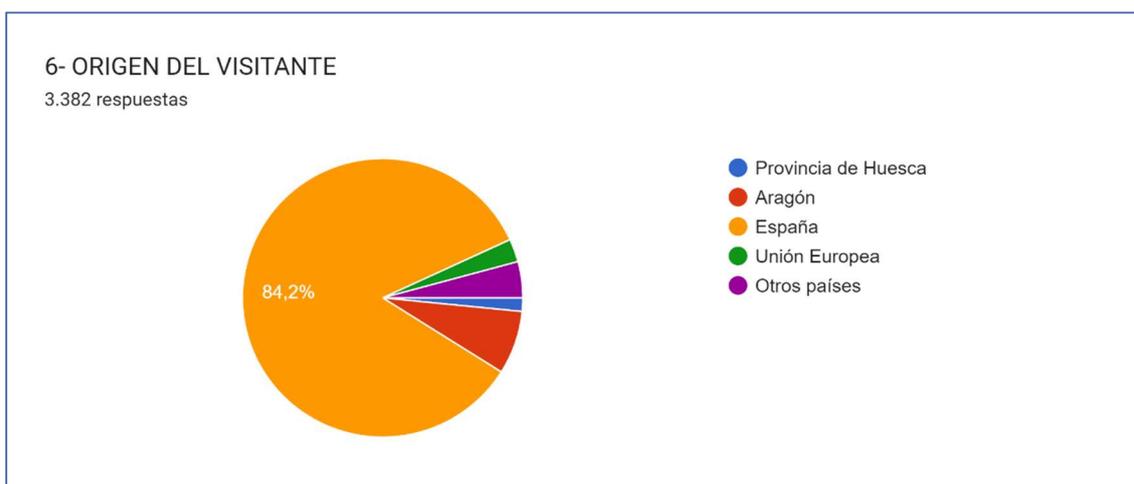
El acceso mayoritario es en coche o motocicleta, y destaca el alto porcentaje de acceso en autobús debido al porcentaje de visitantes con visita agrupada u organizada, ya sea de forma propia por las asociaciones o congregaciones que programan la visita, como forma organizativa de acceso en los días de jornadas con muchos visitantes, u organizada por agencias de viaje.



46ª Romería Motera de Tarragona el pasado 28 de mayo de 2023. Fuente: Patronato de Torreciudad.

El acceso a pie siguiendo el GR-17 (Camino de Santiago ribagorzano) o en bicicleta son casos más aislados. No se ha consultado, pero existe también otra forma potencial de acceso, a caballo. En 2019 se organizó una romería ecuestre entre Graus y Torreciudad. Al suspenderse por motivos de la pandemia en 2020 no se volvió a retomar.

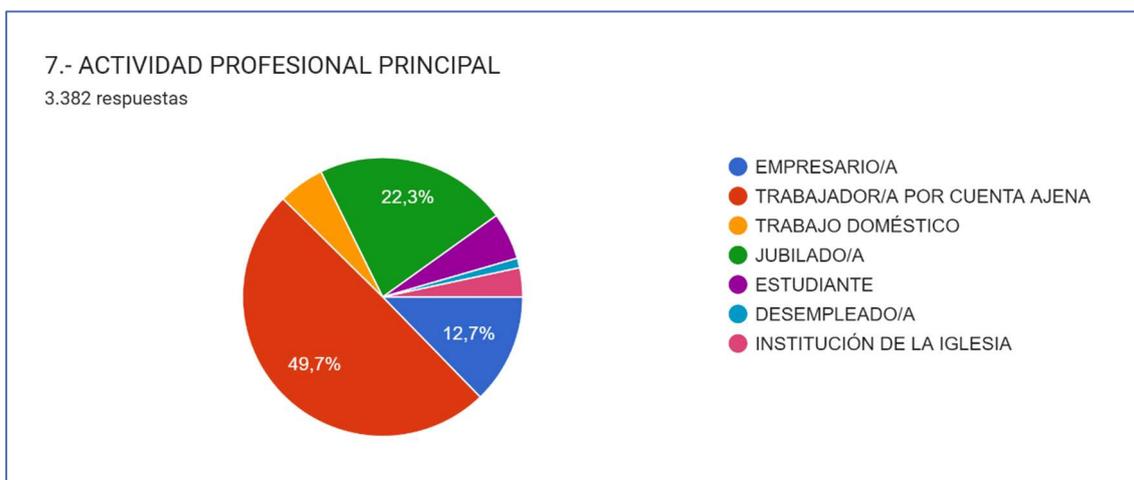
En estos accesos esporádicos (a pie, bicicleta, ecuestre) y el desarrollo de rutas senderistas en los alrededores se muestra como veremos una de las oportunidades de desarrollo, fomentando rutas senderistas o la organización de determinadas rutas de acceso ecuestre o en bicicleta, que permiten una mejor ubicación y referencia de Torreciudad en el marco de su privilegiada situación paisajística y natural.



Si unimos los visitantes de la provincia de Unión Europea y Otros países observamos que los visitantes extranjeros suponen un 7 %. No obstante, la realidad del último año es que el porcentaje de visitantes extranjeros es un 15 % del total. Este dato no es coincidente puesto que en la difusión de la encuesta es probable un mejor acceso a datos de visitantes de origen nacional y en el proceso de difusión (de encuestas realizadas a distancia) puede ser algo más complejo la llegada al contacto con personas residentes en otros países, además de la barrera idiomática. En cualquier caso, estas respuestas de otros países facilitan el análisis en función del origen.

Este menor acceso a encuestas de público extranjero podría influir en cuanto a un menor grado -respecto al real- de noches de alojamiento en las respuestas. Por lo general, será mayor número de noches de estancia en las distancias de origen mayores. Como ejemplo, se observa que un 30 % de los visitantes extranjeros pasan 7 o más noches en el territorio frente a un 15 % de los visitantes nacionales cuya estancia es de 7 o más noches.

En este sentido se realizará un ajuste en el cálculo para reflejar de forma adecuada la representatividad internacional.



Para determinación del perfil tipo de visitante se ha incluido esta pregunta sobre la actividad profesional.

El grupo mayoritario son los trabajadores por cuenta ajena seguido de los jubilados.

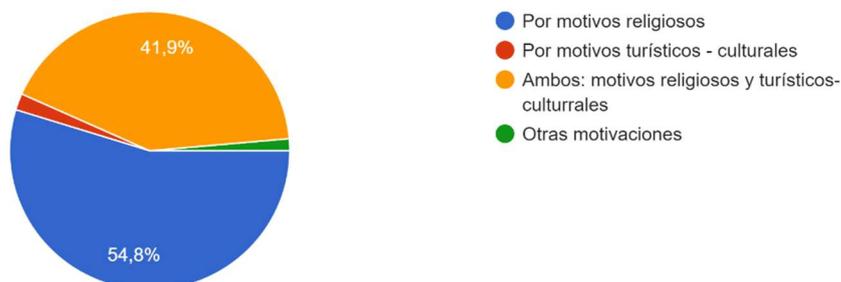
La proporción entre trabajadores por cuenta ajena (50 %) y empresarios (13%) es una distribución habitual según la representatividad en España de ambos grupos. Si realizamos la proporción únicamente con estos dos grupos sería un 78 % de trabajadores por cuenta ajena y un 22 % de empresarios, proporción muy similar a la distribución nacional de estos grupos (81 % cuenta ajena y 19 % de autónomos y empresarios). Es decir, hay una representatividad en los visitantes algo superior de empresarios y autónomos sobre lo que sería la media habitual.

En general la encuesta refleja unas proporciones lógicas de la realidad social. Son unas proporciones coherentes teniendo en cuenta que el acceso a la encuesta por parte de menores de edad no se contempla, bien en la respuesta directa en la oficina de turismo, o en el envío del enlace de la encuesta a personas menores, aunque puede haber sido respondido en casos específicos que haya llegado este enlace a este público y existan respuestas puntuales también.

Destaca también el 3 % de personal religioso o de institución de la Iglesia que lógicamente es superior a la representatividad media en España (0,07 %).

8.- Mi visita se realiza principalmente por

3.382 respuestas



Comparando en primer lugar con la respuesta 4 -motivo de la visita- cabría destacar que, si bien el 65 % refleja que la visita a Torreciudad es el motivo central del viaje, la respuesta en esta octava pregunta refleja que en el 55 % de las visitas existe una motivación religiosa principal. Interpretamos que es algo menor respecto a la respuesta cuarta por la relevancia de la respuesta combinada sobre una motivación religiosa y cultural-turística.

En este sentido, si bien en esta respuesta 8 y en la respuesta 4, **la motivación religiosa y visita a Torreciudad es la motivación mayoritaria**, este 42 % con una doble motivación (religiosa y cultural-turística) es importante, y se puede inferir un **creciente interés por el territorio y la complementariedad de la visita a Torreciudad con la visita turística y cultural al entorno próximo en la provincia de Huesca**.

El 2 % de motivación únicamente cultural es bajo, aunque significativo. El análisis de este dato, y dado que la distribución de la encuesta se realiza entre contactos de los viajes-grupos programados, asociaciones, etc. y no tanto entre visitantes individuales de los que se tiene un menor contacto, la realizamos también cruzando datos con las respuestas directas de la encuesta en la oficina de turismo. De las 541 respuestas directas en la oficina de turismo, 32 respuestas corresponderían a una motivación únicamente cultural y turística, es decir, un 6 %. Por tanto, si extrapoláramos estos datos al total de visitantes podríamos estimar en torno a 12.000 personas que visitan Torreciudad como interés único cultural o turístico. Este público, unido quizás a la respuesta de "otras motivaciones", sería el que además estaría a priori en la zona como turista si no existiera Torreciudad. Es decir, de los 180.900 visitantes como media ajustada, es probable que en torno 173.000 visitantes no habrían acudido al territorio, vinculado con la motivación religiosa mostrada -ya sea exclusiva o combinada con el interés turístico-cultural-.

Este grupo de visitantes sin motivación religiosa específica es un grupo que puede ser creciente en la continua colaboración de Torreciudad con el entorno social y turístico.

9.- Además de Torreciudad, qué otros lugares has visitado o quieres destacar de tu visita a la provincia de Huesca (respuesta opcional)

En esta cuestión se pretende detectar con qué tipo de visitas al entorno se complementa Torreciudad, ya sea el motivo central de la visita o un punto más del itinerario realizado.

Se adjuntan los 13 lugares más destacados por los visitantes según el número de apariciones en esta respuesta libre:

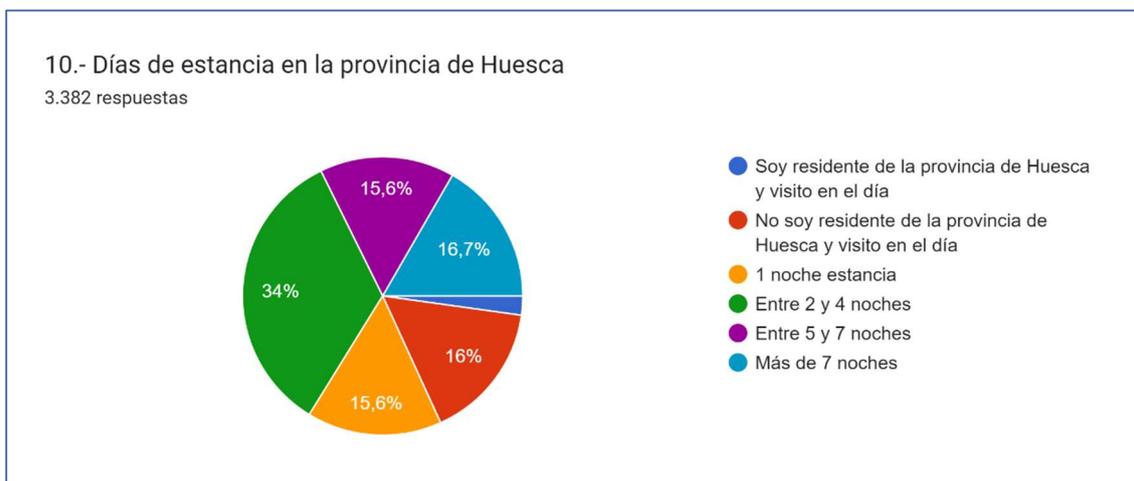
- Barbastro - 815
- Aínsa / Ordesa – 252 / 77
- Alquézar – 185
- Graus – 159
- Jaca - 130
- Zaragoza / El Pilar – 121 / 57
- Benasque - 79
- Pirineos - 65
- El Grado – 65
- Huesca – 64 (o algún lugar concreto como San Pedro o la Catedral)
- Roda de Isábena -59
- Lourdes – 41
- Boltaña - 25

Además de estas respuestas se repiten también (entre 5 y 20 respuestas) otras como *bodegas, estaciones de esquí, Loarre – Castillo de Loarre, Bielsa, Formigal, Cerler, Fonz, Monzón, Benabarre, Panticosa, Secastilla, templo budista, La Puebla de Castro, Biescas, Somontano, Canfranc, Naval, Sierra de Guara, la provincia en general, pantanos-embalses.*

Estas respuestas muestran la complementariedad con las comarcas de Somontano, Sobrarbe, Ribagorza y Cinca Medio, aunque también se realizan visitas a otros valles fundamentados por visitantes que pueden repetir visita a Torreciudad. Por ejemplo, una de las respuestas es: “En

este viaje, Bielsa”. En este sentido, se muestran también complementariedades con otros valles y comarcas (Jaca, Canfranc, Loarre, Huesca, etc.).

Es también señalado la complementariedad con las visitas a espacios naturales, visitas a bodegas y con las estaciones de esquí.



En primer lugar, de los visitantes en el día, existe un porcentaje lógico de visitas de residentes en la provincia. Las visitas en el día de no residentes en la provincia de Huesca son relativamente altas (16 %) y podría vincularse con visitas organizadas desde provincias colindantes (Lleida, Zaragoza). Es un tema para analizar y valorar la potencialidad de vincular estas visitas en el día con algún tipo de estancia.

En cuanto a los “viajeros” (aquellos que realizan al menos una pernoctación) tiene una distribución equilibrada de respuestas, y como se observa, el porcentaje mayoritario corresponde con estancias “entre 2 y 4 noches”. No es desdeñable el importante grupo que pasa 5 o más noches (15,6 % + 16,7 %). **Es decir, un tercio de los visitantes a Torreciudad pernoctan cinco noches o más.**

Si realizamos la media de los viajeros (aquellos que pernoctan) y contemplando un número medio **siendo prudentes** de 9 noches (para la respuesta de más de 7 noches, donde puede haber estancias de dos semanas por el tipo de respuestas y tipología de alojamiento), **se muestra una media de estancia de 4,4 días** – entre las personas que pernoctan-.

La situación de Torreciudad en el entorno rural y en el prepirineo aragonés, que a priori puede determinarse como una dificultad por su acceso (sin línea de transporte pública directa, por carreteras comarcales, etc.) se convierte en una ventaja para la conversión de los visitantes de

Torreciudad en público turístico, logrando una estancia media relevante de más de 4 días de los “viajeros” -aquellos que pernoctan al menos una noche-.



Nota: no coincide la suma de porcentajes con el 100 % puesto que se daba opción a marcar en su caso varias respuestas (ejemplo: alojamiento turístico y casas de Torreciudad). Por ello, el porcentaje supera el 100 % respecto al total de respuestas.

El tipo de alojamiento (respuesta que realizan aquellos que pernoctan al menos una noche) es relevante como veremos para la estimación que se realice del gasto turístico. En este ámbito, se calculará un gasto diferente para los alojamientos turísticos que, para alojamiento de “no mercado” como serían las autocaravanas, las viviendas de familiares y amigos, y los residentes en la urbanización el Tozal (podría ser un alquiler turístico en algún caso puntual, pero se considera por simplicidad como vivienda propia de segunda residencia), y con un coste adaptado en el caso de alojamiento en El Poblado o Los Bancales, así como en las casas de Torreciudad.

Puede haber respuestas combinadas de alojamiento. En la práctica nos interesan el porcentaje sobre el total de respuestas. Adaptando estos porcentajes sobre las 3.559 respuestas (de las 2.766 personas que responden) para aplicar las respectivas medias de gasto turístico:

Tipo de alojamiento	Respuesta múltiple	Respuestas proporcionales	Distribución
Viviendas familiares y amigos	286	222	8,0%
Alojamientos turísticos	1.442	1.121	40,5%
Alojamiento El Poblado, Los Bancales	468	364	13,1%
Alojamiento urbanización El Tozal	389	302	10,9%
Alojamiento casas de Torreciudad	825	641	23,2%
Autocaravana	15	12	0,4%
Otras opciones	134	104	3,8%
	3.559	2.766	100 %

Fuente: elaboración propia a partir de la respuesta 11.

Por ejemplo, casi la mitad de los visitantes que pernoctan emplea el alojamiento turístico estándar o de mercado en sus diferentes modalidades. Trasladado a los visitantes totales, se proyectaría que 63.967 personas (40,5 % de los 147.951 visitantes que pernoctan) emplean alojamiento turístico estándar, y el resto emplearía otras tipologías de alojamiento en el entorno de Torreciudad (El Poblado, Los Bancales, casas de Torreciudad), en la urbanización El Tozal, en autocaravana o en viviendas de familiares y amigos.

Para mayor exactitud del cálculo se cruzan las respuestas del tipo de alojamiento con la respuesta de los días de estancia para establecer una mejor estimación de la distribución de las pernoctaciones según la modalidad de alojamiento.

DISTRIBUCIÓN DE LAS PERNOCTACIONES POR TIPOLOGÍA DE ALOJAMIENTO					Respuestas diferentes
Tipología de alojamiento	Noches de estancia media				
	1	3	6	9	
Alojamientos turísticos (hoteles, hostales, pensiones, campings, albergues, turismo rural, apartamentos)	360	750	186	146	1.442
Alojamiento en las casas de Torreciudad	60	242	281	242	825
Alojamiento en El Poblado o Los Bancales	59	196	109	104	468
Viviendas familiares o amigos	44	102	51	89	286
Alojamiento en la urbanización El Tozal	42	161	65	121	389
Autocaravana	3	5	4	3	15
Otras opciones	45	29	22	38	134
	Noches de estancia media				
Tipología de alojamiento	1	3	6	9	
Alojamiento de mercado	360	750	186	146	1.442
Total alojamiento semi-mercado	119	438	390	346	1.293
Total alojamiento no mercado	134	297	142	251	824
DISTRIBUCIÓN					
Tipología de alojamiento	1	3	6	9	
Alojamiento de mercado	58,7%	50,5%	25,9%	19,7%	
Total alojamiento semi-mercado	19,4%	29,5%	54,3%	46,6%	
Total alojamiento no mercado	21,9%	20,0%	19,8%	33,8%	
Respuestas diferentes	613	1.485	718	743	3.559
Personas que responden	529	1.149	526	565	2.769

Como observamos, son coincidentes el número de personas que responden en la pregunta 11 (2.769) y el número de respuestas diferentes (3.559), que es lógicamente superior ya que se trata de una respuesta con posibilidad de respuesta múltiple. Aquí pueden darse dos situaciones. Se muestran con dos ejemplos:

- 1) Alguien que se aloje en el viaje a Torreciudad en las casas de Torreciudad y otros días en hotel para visitar el entorno.

- 2) Personas que hayan visitado Torreciudad más de una vez y hayan empleado diferente tipología de alojamiento en cada viaje (por ejemplo, turismo rural, y vivienda de familiares y amigos).

La distribución resultante será empleada en la estimación del gasto directo en alojamiento.



Por una parte, los que realizan gasto en alojamiento (1.539 personas) es un dato coincidente con la tabla de la página anterior. Lo verificamos sumando las respuestas proporcionales de alojamientos que suponen pago directo: 1.121 de alojamientos turísticos y una parte relevante -en torno a un 42 %- de los alojados en El Poblado, Los Bancales o las casas de Torreciudad.

El principal gasto está vinculado con la hostelería (83,5 % de los visitantes que realizan algún tipo de gasto).

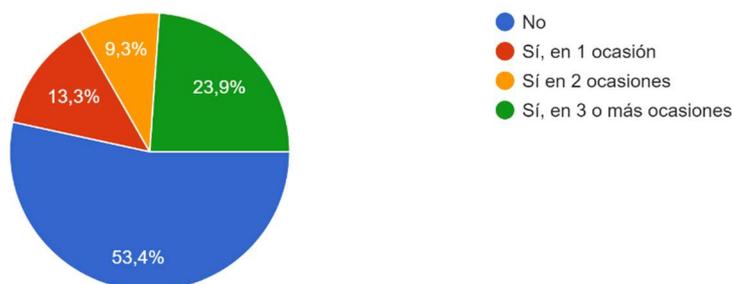
Es destacable también el gasto en comercios. Más de un tercio de los visitantes contempla algún tipo de gasto en comercios. Y también el gasto en supermercados y alimentación, que está vinculado con la tipología de alojamiento no turístico en unos casos, y en otro, con las modalidades turísticas consistentes en apartamentos turísticos o apartamentos de turismo rural.

El gasto en gasolineras es coincidente (algo menor) con el porcentaje de visitantes que realizan la visita en coche.

En cualquier caso, y con las adaptaciones que se realicen a partir de estos datos, se empleará de partida el gasto medio turístico por día según el tipo de modalidad de alojamiento marcada, y que incluiría ya estos gastos en comercios, gasolineras, supermercados, etc.

13.- ¿Has visitado la provincia de Huesca por motivos turísticos en otros viajes que no hayas estado en Torreciudad?

3.382 respuestas



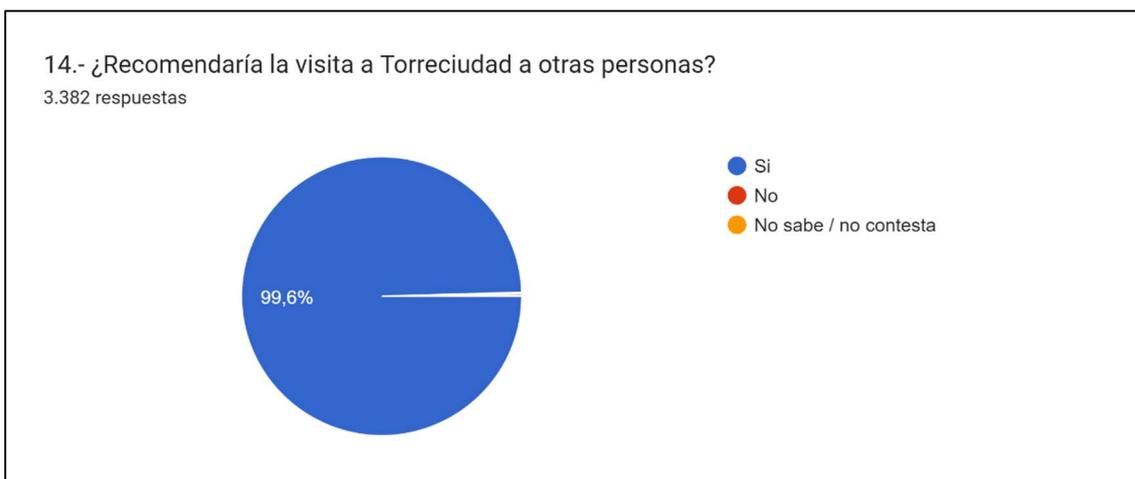
Esta respuesta es de mucho interés puesto que refleja que la visita a Torreciudad ha podido motivar otras visitas en la provincia. Es decir, casi la mitad de los visitantes de Torreciudad han realizado otros viajes turísticos -diferenciados de su visita-estancia en Torreciudad- en la provincia de Huesca.

Este dato refleja la capacidad de Torreciudad como “promotor turístico” de la provincia de Huesca, donde:

- 147.951 visitantes – un 81,8 % sobre los 180.900 visitantes del análisis - se pueden considerar “viajeros” ya que realiza al menos una pernoctación.
- En torno a 90.000 visitantes de Torreciudad realizan otros viajes y visitas turísticas en la provincia en otras fechas diferenciadas de la propia visita-viaje a Torreciudad, que refleja también la fidelización turística en la provincia de Huesca.

Así, y aunque no tengamos la historia personal de cada una de las motivaciones de estos viajes turísticos alternativos a la provincia, se produce una coincidencia que una buena parte de los visitantes a Torreciudad (47 %) realiza visitas turísticas a la provincia, fuera de sus días de estancia en la visita de Torreciudad y provincia de Huesca.

Esta respuesta refleja también una oportunidad para motivar y trabajar con el 53 % de los visitantes restantes para que realicen en el futuro visitas alternativas a la provincia de Huesca.



Los visitantes de Torreciudad, independientemente de su origen, motivación, perfil, son prescriptores y recomiendan la visita.

De las 3.382 respuestas, solo 6 personas no recomiendan la visita a Torreciudad y 9 personas que no contestan.

PRINCIPALES EVENTOS

En este apartado se aportan los cinco eventos que congregan una mayor asistencia a Torreciudad, según los datos de 2023, y se aportan como ejemplo las jornadas y peregrinaciones más representativas en 2023.

Además, se completa esta información con los datos que proporciona el Patronato de Torreciudad sobre los principales espacios museográficos y experiencias ofrecidas en el Santuario.

Evento	Día	Visitantes 2023
Navidad – Ruta del Belén de Aragón	Navidad	15.500
Semana Santa	Semana Santa	15.000
Jornada Mariana de la Familia	16 de septiembre	6.000
Peregrinación de la Virgen del Quinche	25 de noviembre	Más de 4.000
Fiesta de la Virgen de Torreciudad	15 de agosto	2.000

Fuente: Memoria anual 2023 – Patronato de Torreciudad

Jornadas y peregrinaciones más representativas en 2023.

Como periodo conjunto destacarían Semana Santa y Navidad. En cuanto a los días más representativos destacarían los siguientes:

21 DE MAYO Romería a pie Barbastro-Torreciudad	01 DE JULIO Escuela de Verano de Catequistas de Aragón	21 DE OCTUBRE Cata con vistas en la ermita (Ruta del Vino Somontano)
27 DE MAYO Curso para matrimonios TWogether Torreciudad	08 DE JULIO 14ª Peregrinación con la Virgen de Bisila (Guinea Ecuatorial)	23 DE OCTUBRE Colegio Vanalinna Hariduskolleeegium (Tallin, Estonia)
27 DE MAYO Romería ciclista (Igalada, Barcelona, El Vallès y El Vendrell)	29 DE JULIO Grupos neocatecumenales camino de la JMJ (Ecuador)	25 DE OCTUBRE Jornada de Puertas Abiertas con autoridades del territorio
28 DE MAYO 46ª Romería motera (Tarragona)	20 DE AGOSTO Fiesta de la Virgen de Torreciudad	25 DE NOVIEMBRE 17ª Fiesta de la Virgen del Quinche (Ecuador)
10 DE JUNIO Periodistas de medios informativos con Turismo de Aragón	16 DE SEPTIEMBRE 31ª Jornada Mariana de la Familia	31 DE DICIEMBRE Ruta del Belén de Aragón
25 DE JUNIO 31ª Peregrinación con la Virgen del Rocío	30 DE SEPTIEMBRE 26ª Carrera 500 km. Tajamar-Torreciudad	
	15 DE OCTUBRE 17ª Jornada de Familias de Rumanía	

Fuente: Memoria anual 2023 – Patronato de Torreciudad

Espacios museográficos	Asistentes 2023
El retablo te cuenta ⁷	22.000
Vive la experiencia de la fe ⁸	13.755
Ciclo internacional de órgano	1.400

Fuente: Memoria anual 2023 – Patronato de Torreciudad

⁷ “El retablo te cuenta”. Experiencia audiovisual sobre el retablo de Torreciudad donde se reflexiona a través de un diálogo entre San José María y la Virgen. Es un nuevo concepto de turismo cultural.

⁸ “Vive la experiencia de la fe” Experiencia con inmersión multimedia y realidad virtual que ofrece al visitante cinco ámbitos sucesivos en los que se plantan cuestiones fundamentales de la vida, teniendo como guía del recorrido al apóstol San Juan.

Como resumen de los datos anteriores, y análisis conjunto de los principales datos de las encuestas y actividades realizadas, podemos destacar los siguientes elementos:

- Se muestra un perfil de visitantes-peregrinos con una clara motivación religiosa, ya sea exclusiva en unos casos, o combinada con un interés compartido como viaje turístico y cultural. Sólo un 2 % de las respuestas muestra un interés exclusivo turístico o cultural.
- Punto de referencia internacional con peregrinos de 54 países diferentes en 2023 que suponen el 15 % del total de visitantes.
- Alto grado de fidelidad, con alta tasa de repetición de las visitas. El 41% visita Torreciudad todos los años o varias veces al año, y un 31% ha visitado Torreciudad en 5 ocasiones o más.
- Esta visita a Torreciudad conlleva un alto interés en complementar y aprovechar el viaje con la visita cultural y turística del entorno. Es creciente la complementariedad religiosa y turística en las visitas a Torreciudad.
- La creciente complementariedad religiosa-turística-cultural viene motivada por el trabajo desarrollado por Torreciudad en su oficina de turismo, sus experiencias y espacios museísticos, ciclos de órgano, romerías ciclistas, encuentros moteros, carrera Tajamar-Torreciudad, colaboración con la Ruta del Vino de Somontano, y otras muchas actividades.
- Hay una estancia media importante de 4,4 días de los visitantes de Torreciudad que pernoctan lo que se reflejará en el cálculo del impacto económico.
- De estos datos se extrae una importante representatividad de los visitantes – viajeros de Torreciudad (aquellos que realizan al menos una pernoctación) en el turismo provincial. Existe un interés y vinculación importante con el entorno de las comarcas de Sobrarbe, Somontano, Ribagorza y Cinca Medio, y muchas de sus poblaciones. También son relevantes, en la respuesta 9 de la encuesta, las visitas a las poblaciones de Huesca y Jaca. La repetición de las visitas permite programar también visitas a otros valles pirenaicos y al resto de la provincia de Huesca, además de las visitas a las tres comarcas que acogen más el efecto de los visitantes de Torreciudad.

3.2. ESTIMACIÓN DE GASTO DIRECTO DE VISITANTES

La metodología para el cálculo del gasto directo se basa en la determinación del perfil del visitante (con base en los datos directos de visitantes de Torreciudad y su oficina de turismo, y en los datos proporcionados de la encuesta) y la aplicación de las medias de gasto turístico según los datos del INE en función del tipo de alojamiento, días de estancia o gasto como “excursionista” en el caso de no realizar pernoctaciones. La encuesta se ha determinado como altamente significativa (con 99 % de nivel de confianza y 2,2 % margen de error) lo que permite proyectar los datos y proporciones obtenidas al total de los visitantes medios anuales **(180.900 personas tras realizar el ajuste referido anteriormente)**.

Sobre esta cifra de visitantes se va a establecer una cifra de gasto medio a través de fuentes oficiales (Instituto Nacional de Estadística) y aplicando los porcentajes y proporciones obtenidas en la encuesta. Respecto a los visitantes de otros países, de España y de Aragón (que cuentan con ligera diferencia en el gasto medio turístico) se aplica como dato más ajustado el dato directo aportado por el Patronato de Torreciudad en 2023: *15 % de visitantes internacionales – 72 % visitantes nacionales – 13 % visitantes aragoneses*.

Posteriormente se proyectará, y en función de otras visitas turísticas motivadas por la visita a Torreciudad, una estimación del impacto de estas visitas en un periodo diferenciado de la visita a Torreciudad y su entorno.

Para evaluar el gasto medio nos interesa, y según las medias de gasto turística aplicadas en las estadísticas del INE, conocer el porcentaje de personas que no pernoctan (donde se aplicará el gasto de “excursionista”⁹), aquellas que realizan alojamiento turístico “de mercado” (cualquier tipo de alojamiento turístico: hoteles, hostales, pensiones, campings, apartamentos, turismo rural), y de “no mercado” (autocaravanas, casas propias¹⁰, y casas de familiares / amigos).

Habría un tercer tipo (con un coste intermedio entre el alojamiento de mercado y no mercado) que serían las casas de convivencias de Los Bancales y El Poblado, y las casas de Torreciudad. Para ello, se considera oportuno no aplicar el gasto completo de mercado (ya que es un alojamiento generalmente en los alojamientos en el entorno de Torreciudad que se realiza a un

⁹ Excursionista es la persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) y que no realiza pernoctaciones.

¹⁰ Dentro de casas propias se ha incorporado la Urbanización el Tozal. Probablemente hubiera que imputar cierto coste de alojamiento en este caso por viviendas en alquiler, pero se opta por la prudencia y se imputa como alojamiento de “no mercado”.

precio más económico que la media de mercado) y estimar un precio medio (más próximo como alojamiento de no mercado) entre el gasto oficial de mercado y de no mercado.

Para este cálculo, en función de las respuestas de la encuesta 10, 11, y 12 se ha estimado el porcentaje de visitantes en cada una de las agrupaciones realizadas de perfiles de visitantes según pernoctación o tipo de alojamiento.

Tabla de distribución de perfiles de los visitantes

180.900 visitantes	% encuesta	Visitantes estimados
Alojamiento turístico de mercado (hoteles, hostales, pensiones, campings, apartamentos turísticos, alojamientos turismo rural, albergues)	33,1%	59.945
Alojamiento turístico semi-mercado (Los Bancales, El Poblado, casas de Torreciudad)	29,7%	53.751
Alojamiento turístico de no mercado (autocaravana, viviendas de familiares y amigos, urbanización El Tozal,)	18,9%	34.254
Visitantes en el día (excursionistas)	18,2%	32.949
	100%	180.900

Fuente: elaboración propia a partir de los datos proyectados de la encuesta.

Sobre esta distribución base se llevará a cabo la aplicación del gasto medio establecido por INE, y en el caso del Alojamiento Turístico semi-mercado se aplica una estimación propia próxima al alojamiento de no mercado. La distribución en el número de pernoctaciones se aplica según la proporción de cada uno de los grupos en el cruce con las respuestas del número de noches de estancia.

En primer lugar, se ha calculado en función de la respuesta 10 (días de estancia) la distribución total de todas las personas que pernoctan:

147.951 visitantes que pernoctan	% encuesta	Visitantes estimados
1 noche	19,02%	28.135
3 noches (entre 2 y 4 noches)	41,54%	61.459
6 noches (entre 5 y 7 noches)	19,02%	28.135
9 noches (más de 7 noches)	20,43%	30.222
	100%	147.951

Fuente: elaboración propia a partir de los datos proyectados de la encuesta.

Posteriormente, a través del cruce de respuestas de la encuesta según tipología de estancias (mercado, semi-mercado y no mercado) se ha realizado una tabla de distribución específica en la distribución de las pernoctaciones y su correspondiente asignación en los visitantes.

28.135 visitantes que pernoctan 1 noche	% encuesta	Visitantes estimados
Alojamiento de mercado	58,0%	16.318
Alojamiento de semi-mercado	20,0%	5.627
Alojamiento de no mercado	22,0%	6.190
	100%	28.135

61.459 visitantes que pernoctan 3 noches	% encuesta	Visitantes estimados
Alojamiento de mercado	50,0%	30.730
Alojamiento de semi-mercado	30,0%	18.438
Alojamiento de no mercado	20,0%	12.292
	100%	61.459

28.135 visitantes que pernoctan 6 noches	% encuesta	Visitantes estimados
Alojamiento de mercado	25,3%	7.125
Alojamiento de semi-mercado	55,0%	15.482
Alojamiento de no mercado	19,6%	5.528
	100%	28.135

30.222 visitantes que pernoctan 9 noches	% encuesta	Visitantes estimados
Alojamiento de mercado	19,1%	5.772
Alojamiento de semi-mercado	47,0%	14.204
Alojamiento de no mercado	33,9%	10.245
	100%	30.222

Fuente: elaboración propia a partir de los datos proyectados de la encuesta.

Cálculo de gasto medio

Para el cálculo del gasto medio acudimos a las medias anuales del INE de gasto turístico tanto de turistas internacionales como de turistas nacionales y aragoneses. Se aporta el dato directo de 2023 de la distribución de visitantes a Torreciudad (15 % - internacionales; 72 % - España; 13 % - Aragón).

Estos datos de gasto medio incluyen todo tipo de gastos, tanto alojamiento, como restauración, como otros gastos en diferentes comercios y servicios.

En la elaboración de estas tablas a partir del INE se ha tenido en cuenta el destino Aragón, o en su caso, cuando no hay disponibilidad el destino “A otras comunidades autónomas” referido a comunidades de interior.

GASTO MEDIO POR PERSONA Y DÍA

Tipo de alojamiento	Viajeros internacionales	Viajeros nacionales	Viajeros aragoneses	Media (según los porcentajes de distribución)
De mercado	147	126,65	121,11	129
De no mercado	83,2	36,85	34,43	43,5
Distribución según origen	15 %	72 %	13 %	
No pernoctan excursionistas	Se suponen excursionistas nacionales			40,2

Fuente: elaboración propia a partir de INE

En el tipo de alojamiento de semi-mercado se estima un gasto de forma prudente, más cercano al gasto de no mercado, y se establece en 55 euros por la información directa recibida de los gestores de El Poblado y Los Bancales, y de las casas de Torreciudad, y existe un pago también de alojamiento en la mayor parte de los casos.

Con estos datos (distribución del tipo de alojamiento y distribución del número de pernотaciones) podemos establecer ya el gasto de los 180.900 visitantes en el territorio.

Pernотaciones	Distribución visitantes	Visitantes	Tipología turistas	Gasto medio diario (€)	Total
0	18,2%	32.949	Excursionistas	40,2	1.324.550
1	9,0%	16.318	Viajeros – Alojamiento turístico de mercado	129	2.105.061
1	3,1%	5.627	Viajeros – Alojamiento turístico semi-mercado	55	309.485
1	3,4%	6.190	Viajeros – Alojamiento turístico de no mercado	43,5	269.252
3	17,0%	30.730	Viajeros – Alojamiento turístico de mercado	129	11.892.317
3	10,2%	18.438	Viajeros – Alojamiento turístico semi-mercado	55	3.042.221
3	6,8%	12.292	Viajeros – Alojamiento turístico de no mercado	43,5	1.604.080
6	3,9%	7.125	Viajeros – Alojamiento turístico de mercado	129	5.514.678
6	8,6%	15.482	Viajeros – Alojamiento turístico semi-mercado	55	5.109.195
6	3,1%	5.528	Viajeros – Alojamiento turístico de no mercado	43,5	1.442.725
9	3,2%	5.772	Viajeros – Alojamiento turístico de mercado	129	6.701.759
9	7,9%	14.204	Viajeros – Alojamiento turístico semi-mercado	55	7.031.148
9	5,7%	10.245	Viajeros – Alojamiento turístico de no mercado	43,5	4.011.019
	100 %	180.900			50.357.489 euros

Elaboración propia a partir de la encuesta a visitantes, y gasto medio obtenido con información del INE. En el caso del precio de semi-mercado, estimación propia.

Como se observa, y a través de los datos y proporciones obtenidas de las 3.382 encuestas, el alojamiento de mercado cuenta con mayores proporciones en las pernотaciones cortas (de 1 noche, o de 3 noches), y el alojamiento de semi-mercado (en El Poblado, Los Bancales y casas de Torreciudad) es más habitual en pernотaciones medias más largas de más de 5 noches.

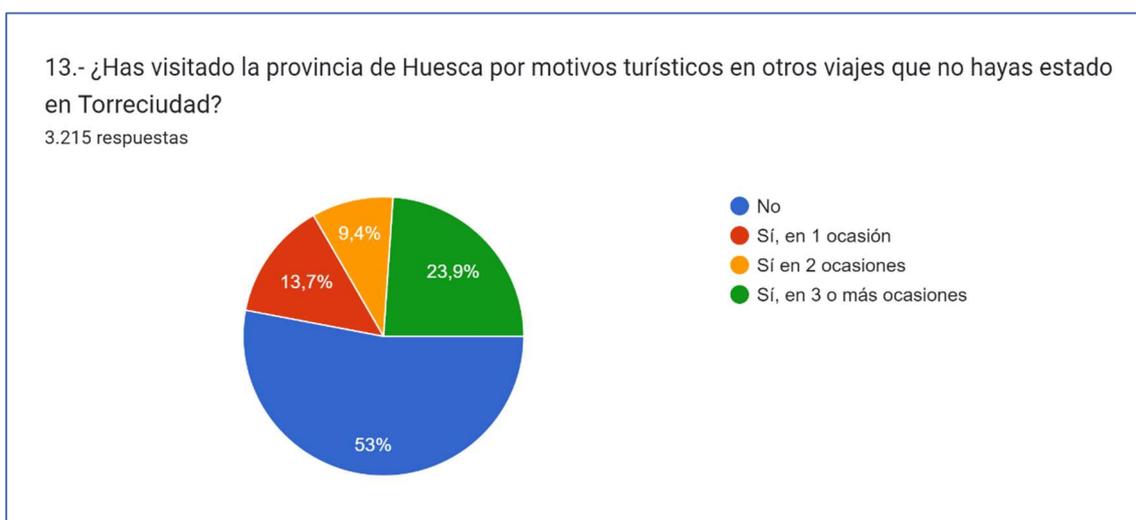
Si realizáramos la media total obtendríamos un gasto medio (entre los visitantes que pernотan – 147.951 personas-) de aproximadamente 76 euros por persona y día, con una estancia media

de 4,4 días. A esta cifra se sumaría la cantidad estimada de gasto de los visitantes en el día (32.949 personas)

Por tanto, a través del gasto de visitantes y según el gasto medio turístico por persona según la tipología de alojamiento y noches de estancia, **se alcanza un gasto total en torno a los 50,4 millones de euros que supone el impacto económico principal.**

Gasto directo generado por visitas turísticas posteriores motivadas por la visita a Torreciudad.

Es un dato muy destacado la respuesta 13 donde se pregunta por visitas turísticas a la provincia de Huesca en otros viajes diferenciados a la visita a Torreciudad. Es sorprendente como en un 47 % de los casos (trasladando los porcentajes, supondrían 85.023 personas) realizan una visita turística a la provincia.



Esta capacidad de Torreciudad como promotor turístico de la provincia de Huesca supone también un impacto directo que es necesario valorar. Para conocer la verdadera secuencia de estas visitas turísticas alternativas a la provincia habría que incorporar más cuestiones relativas a la duración de la estancia, la tipología de alojamiento empleada, los años de realización o repetición de esta visita, la causa detallada de esta motivación en la visita turística, etc. para concretar qué porcentaje de estas visitas corresponde o están directamente motivadas por la visita inicial a Torreciudad. Estas preguntas complicarían la sencillez del objetivo principal del cuestionario.

Por ello, se puede realizar una estimación prudente que de estas 85.023 personas que efectúan una visita turística a la provincia según la aplicación de las encuestas (y realizadas fuera de los días y periodo de estancia en la provincia donde visitan Torreciudad), **al menos la mitad de estas visitas provinciales se realizan en el año de la visita a Torreciudad y han venido más directamente motivadas por el viaje inicial o realizado de forma habitual a Torreciudad.**

Total visitantes	Personas que realizan otras visitas (sobre total)	Personas que realizan otras visitas anualmente y cuya visita es motivada por la estancia en Torreciudad (sobre anterior).
180.900	85.023	42.512
	47%	50%

También por prudencia podemos **suponer que la estancia media de estas visitas es de 2,5 días** (si bien la estancia media en la provincia es de 3,1 días -en los alojamientos de mercado- y valorando también posibles excursionistas que visitan sin pernocta).

Bajo estos supuestos, y con alta probabilidad que el impacto real sea superior, se puede determinar un impacto de estas visitas posteriores (en diferente viaje al viaje realizado para visitar Torreciudad). Se aplica una media entre el gasto por persona y día de mercado (hoteles, etc.) -129 euros- y el alojamiento de no mercado (autocaravanas, viviendas de familiares y amigos) -43,5 euros-, y que resultaría en 86,3 euros.

Pernoctaciones	Distribución visitantes	Visitantes	Tipología turistas	Gasto medio diario (€)	Total
2,5	100 %	42.512	Viajeros – Alojamiento turístico de mercado y no mercado	86,3	6.114.571 euros

Fuente: elaboración propia a partir de los datos proyectados de la encuesta.

Estos 6,1 millones de euros suponen por tanto un impacto también directo (y calculado de forma muy conservadora) que se sumarían a los 50,4 millones de euros anteriores. Reflejarían la capacidad (mínima) que tiene Torreciudad para promover otros viajes y visitas posteriores a la provincia de Huesca, además de las visitas a la provincia ya realizadas en la visita a Torreciudad y valoradas en el anterior impacto.

Así, el impacto económico directo total de los visitantes asciende a 56.472.060 euros.

Impacto directo de los visitantes a Torreciudad: 50,4 millones de euros.

Impacto directo de las visitas turísticas alternativas: 6,1 millones de euros.

Total impacto directo visitantes: 56,5 millones de euros.

3.3. ESTIMACIÓN DE GASTO DIRECTO DE TORRECIUDAD EN SU ACTIVIDAD PROPIA

Para estimar el impacto de la actividad económica de las entidades que intervienen en la gestión del Santuario de Torreciudad se ha facilitado por parte de la gerencia los presupuestos de gastos de 2023 de las dos entidades que intervienen: Patronato de Torreciudad y la Fundación Santuario de Torreciudad.

Sobre el presupuesto de 2023 de la Asociación – Patronato de Torreciudad y la Fundación, los gastos realizados a través de compras de bienes y servicios, aprovisionamientos, y gastos de personal, suponen un claro impacto en el territorio.

El dato que se ha facilitado por parte de Torreciudad y se ha estimado de forma detallada en cada partida de gasto es el porcentaje de gastos que se realiza fuera de Aragón. Si bien es el dato concreto de 2023, podemos aplicarlo como un impacto medio puesto que se considera una proporción y gasto similar en años anteriores, y sin valorar los años no habituales de 2020 y 2021. Se muestran los datos globales de las dos entidades con sus respectivos porcentajes de impacto local-regional.

Entidad	Gastos 2023 (euros)	Estimación de gastos producidos en el entorno local – Aragón	Impacto local de la actividad económica (euros)
Patronato de Torreciudad (Asociación)	1.607.087	95 %	1.526.733
Fundacion Santuario De Nuestra Señora De Los Ángeles De Torreciudad	231.948	98 %	227.309
		Impacto actividad propia	1.754.042

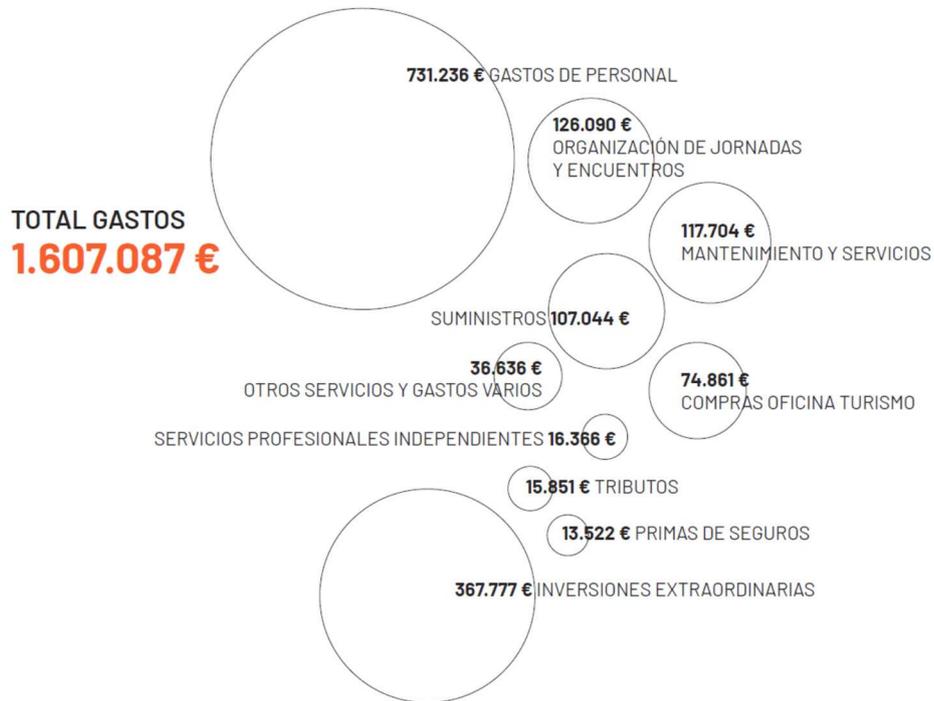
Fuente: Elaboración propia a partir de información del Patronato de Torreciudad y la Fundación

De esta forma, se estima un impacto directo por la actividad propia del Patronato y la Fundación en 1.754.042 euros.

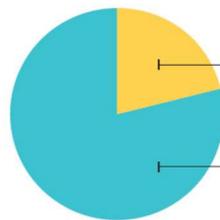
De este mayor importe del Patronato, se ofrece el detalle de los **ingresos y gastos de la Asociación – Patronato de Torreciudad durante 2023**, y publicado en su memoria de actividades.

GASTOS

A lo largo del ejercicio 2023 los gastos de sostenimiento del santuario de Torreciudad y promoción de peregrinaciones han sido:



ORIGEN DE LOS RECURSOS PARA AFRONTAR LOS GASTOS



TOTAL INGRESOS
1.348.568 €

287.074 € / INGRESOS POR ACTIVIDAD ORDINARIA

- 154.035 € VENTAS OFICINA DE TURISMO
- 105.580 € SUBVENCIONES Y OTROS
- 27.459 € ESPACIO «VIVE LA EXPERIENCIA DE LA FE»

1.061.494 € / INGRESOS POR ACTIVIDAD EXTRAORDINARIA

- 461.494 € DONATIVOS DELEGADOS Y PATRONATO
- 259.221 € AMIGOS DE TORRECIUDAD
- 202.273 € DONATIVOS NO RECURRENTES Y LEGADOS
- 600.000 € AYUDAS DE FUNDACIONES

BALANCE DE OPERACIONES
-258.519 €

3.4. ACTIVIDAD DE “EL POBLADO”, LOS BANCALES, CASAS DE TORRECIUDAD Y LA URBANIZACIÓN EL TOZAL.

En el entorno de Torreciudad existen diferentes instalaciones y servicios de alojamiento que son gestionados por diferentes asociaciones.

Las actividades desarrolladas en **El Poblado, Los Bancales y las casas de Torreciudad** son gestionadas respectivamente por la **Asociación Cultural Sobrarbe, Asociación Los Bancales y la Asociación Ésera**. Si bien jurídicamente no se pueden considerar como actividad propia del Santuario de Torreciudad, hay una clara vinculación por sus objetivos, situación geográfica en el entorno de Torreciudad, y el desarrollo de actividades en torno al Santuario. El Poblado y Los Bancales cuentan con un uso vinculado a estancias de colonias, actividades y grupos de jóvenes. Y las casas de Torreciudad se refieren a diversas instalaciones de alojamiento y actividades vinculadas con el Santuario de Torreciudad:

Casa	Plazas	Tipología de residentes
La Solana	32 plazas	Retiros, convivencias y grupos
El Casón	12 plazas	Retiros, convivencias y voluntarios
La Masada	37 plazas	Retiros, convivencias y grupos
La Naya	Sede del Instituto Mariológico de Torreciudad	Despachos, salas de reunión, biblioteca y archivo documental.
La Cadiera	12 plazas	Sacerdotes y laicos que trabajan en Torreciudad para apoyar la actividad del Patronato.
El Albar	40 plazas	Personas que cuidan el Santuario y atienden las casas de Torreciudad
El Chuego	Casa familiar	Alojamiento para familias de peregrinos que lo solicitan

Al haber valorado el impacto del gasto de las personas y visitantes que se alojan en estos centros e instalaciones ya se está considerando de alguna manera la actividad de estas asociaciones. Además, en el cálculo de los impactos indirectos se derivan los efectos en las compras de suministros y servicios de estas asociaciones, al igual que otros establecimientos de la zona, y también estarían implícitos en los gastos inducidos por las rentas salariales que se generan.

En todo caso, se podría añadir una parte del gasto directo de sus respectivos presupuestos que no estuviera implícito en el cálculo del impacto indirecto e inducido, pero no se considera necesario y daría lugar a alguna controversia al no ser entidades propias de la Asociación – Patronato de Torreciudad o de la Fundación.

Por ello, se hace notar el volumen de gastos de las tres asociaciones relacionadas se sitúa en 2023 en torno a 1,5 millones de euros que lógicamente tienen una repercusión casi total en gastos en el entorno local (alrededor de un 90 % de sus respectivos gastos). No obstante, y como se ha detallado, no se incorpora como impacto directo, puesto que ya se ha contemplado el impacto de gasto de sus visitantes y, en consecuencia, de los efectos indirectos e inducidos de estas actividades.



Fotografías de los espacios de El Poblado y Los Bancales. Fuente: Patronato de Torreciudad.

Además del conjunto de edificios e instalaciones en torno a Torreciudad, merece también una mención o referencia específica la Urbanización El Tozal.

Esta urbanización está compuesta por 195 casas y 50 pisos, y en su momento de más ocupación alberga en torno a 1.200 personas en el periodo estival. Suelen ser apartamentos y casas como segunda residencia de familias muy diversas, pero con un nexo directo con actividades del Santuario de Torreciudad.



Urbanización El Tozal. Fuente: Google Maps

Al igual que las instalaciones anteriores, no se valora directamente el impacto directo de la actividad de esta urbanización, pero como se ha visto en las respuestas de la encuesta a los visitantes de Torreciudad, una parte de las mismas corresponde con personas alojadas en la Urbanización el Tozal (en la mayor parte de los casos es casa propia salvo algunos casos de alquileres). Por ello, el impacto de esta actividad de la Urbanización el Tozal estaría implícito en el cálculo del impacto de los visitantes. En la encuesta a 3.382 visitantes, 468 personas han marcado esta tipología de alojamiento (240 personas de forma única, 228 personas de forma complementaria a otras tipologías de alojamiento). Es decir, un porcentaje de visitantes importante corresponde con las visitas y actividad de la urbanización El Tozal.

En cualquier caso, esta urbanización y las 300 familias que se estiman residen fundamentalmente en verano, generan un impacto también directo en la zona a través de las compras de bienes y servicios, y con un mayor impacto en verano y otros periodos vacacionales.

Por último, y como potencial alojamiento, estuvo con actividad hasta 2019 la Hostería El Tozal. Estas instalaciones tienen proyectado en el futuro como albergue para grupos. Ello contribuiría a la atención de diferentes grupos de jóvenes que visitan Torreciudad.

3.5. RESUMEN IMPACTO ECONÓMICO DIRECTO

El impacto económico directo se ha calculado a través de la proyección de las 3.382 encuestas y su aplicación a los 180.900 visitantes (dato ajustado de visitantes sobre la media inicial anual de visitantes: 201.000 personas).

El primer resultado de los 50,5 millones de impacto económico directo viene generado a través de la capacidad de gasto diario en alojamiento y/o compra de diferentes bienes y servicios de los 180.900 visitantes. Para ello, se ha empleado los datos de gasto medio turístico por persona y día del INE y aplicados a la Comunidad Autónoma de Aragón, y se han aplicado de forma directa las proporciones del gasto medio para los visitantes en el día (excursionistas), y según las tres modalidades de alojamiento detalladas (mercado, semi-mercado y no mercado) aplicando los días de estancia reflejados en las respuestas.

Las pernoctaciones mayoritarias corresponden con los alojamientos de mercado (alojamientos turísticos) y de la modalidad creada de semi-mercado (Los Bancales, El Poblado, Casas de Torreciudad). Son igualmente relevantes las 168.439 pernoctaciones en alojamientos turísticos de no mercado (autocaravana, viviendas de familiares y amigos, urbanización el Tozal).

Total pernoctaciones	Distribución visitantes	Visitantes	Tipología turistas	Gasto medio diario (€)	Total
0	18,2%	32.949	Visitantes en el día	40,2	1.324.550
203.208	33,1%	59.945	Viajeros – Alojamiento turístico de mercado	129	26.213.814
281.674	29,7%	53.751	Viajeros – Alojamiento turístico semi-mercado	55	15.492.049
168.439	18,9%	34.254	Viajeros – Alojamiento turístico de no mercado	43,5	7.327.076
653.320	100%	180.900	4,4 días de estancia media	77,1 euros de gasto medio diario (de los que pernoctan)	50.357.489 euros

Fuente: elaboración propia a partir de los datos proyectados de la encuesta y a partir del gasto medio turístico del INE.

Los visitantes que pernoctan cuentan con una estancia media de 4,4 días que es un dato superior a la estancia media provincial de 3,1 días.

Un segundo resultado – 6,1 millones de euros - viene derivado del impacto estimado por las visitas turísticas (fuera del viaje y turismo realizado en la visita a Torreciudad) y que se deriva del 47 % de los visitantes que afirma haber visitado la provincia de Huesca en otros viajes diferenciados del viaje donde se visita Torreciudad. Se ha conformado una estimación muy

prudente de aquellas visitas turísticas motivadas originariamente por la visita a Torreciudad (un 33 % de las personas que responden que visitan la provincia en otras ocasiones), así como una estancia media moderada de 2,5 días (inferior a la media provincial de 3,1 días). Se aplica un gasto medio entre los valores de alojamientos de mercado y de no mercado del INE.

Pernoctaciones	Distribución visitantes	Visitantes	Tipología turistas	Gasto medio diario (€)	Total
2,5	100 %	28.341	Viajeros – Alojamiento turístico de mercado y no mercado	86,3	6.114.571 euros

Fuente: elaboración propia a partir de los datos de la encuesta y a partir del gasto medio turístico del INE (de mercado y no mercado).

Este impacto de 6,1 millones refleja una capacidad añadida de Torreciudad (además de las visitas turísticas ya realizadas como complemento a la visita a Torreciudad) como promotor turístico provincial.

Por último, **impacto de la actividad propia de Torreciudad, se ha estimado en 1.754.0421 euros** procedentes de los gastos realizados en el territorio cercano de la provincia y Aragón. Para ello, se ha estimado el porcentaje de gastos y compras en el entorno cercano del total de gastos (en cuanto a gastos de personal, gastos en aprovisionamientos, suministros y servicios) realizados por las entidades gestoras del Santuario de Torreciudad: El Patronato de Torreciudad (Asociación) y la Fundación Santuario De Nuestra Señora De Los Ángeles De Torreciudad. La actividad económica principal está centrada en el Patronato de Torreciudad con un impacto de 1,53 millones de euros en el territorio y el resto correspondería con la Fundación.

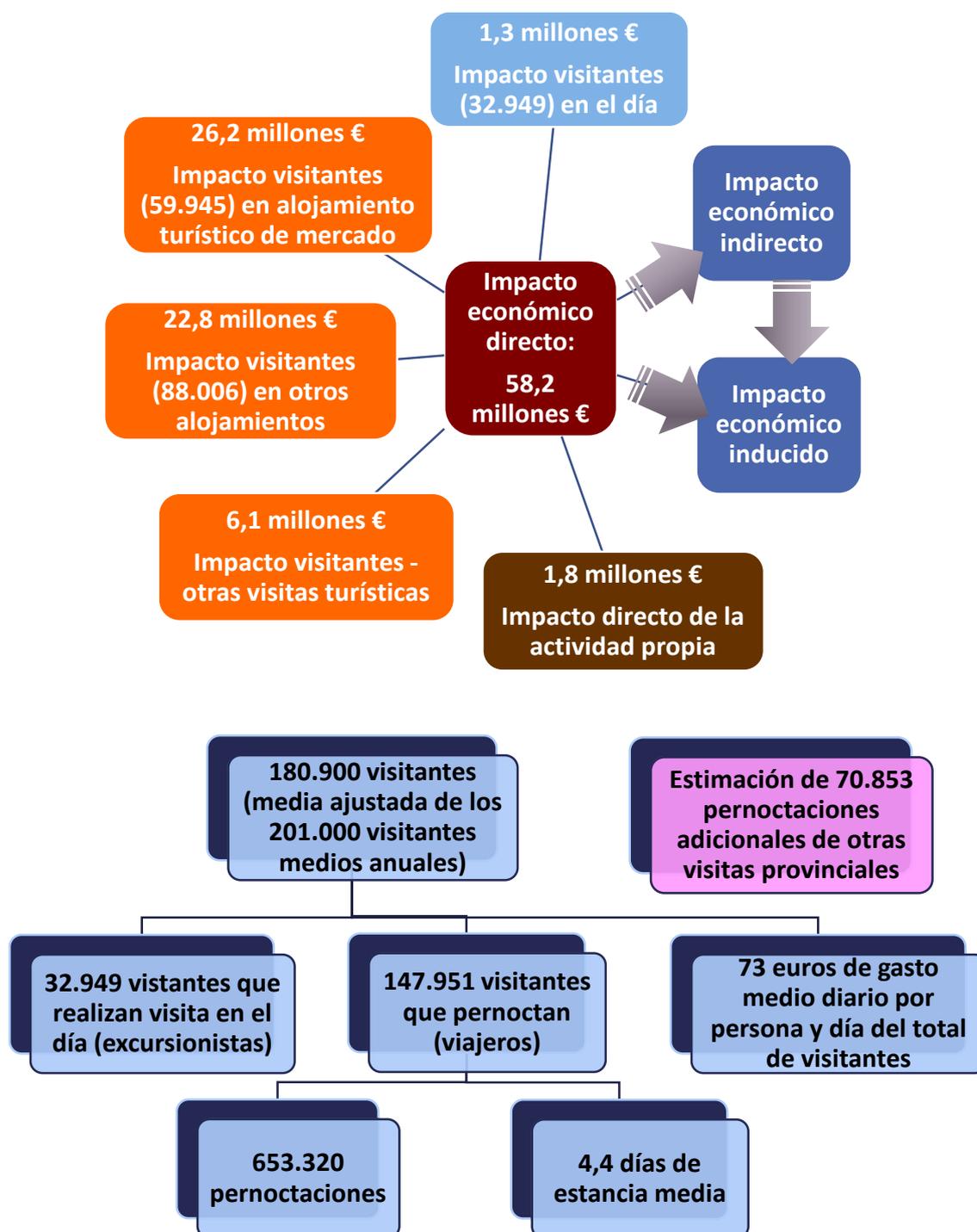
Entidad	Gastos 2023 (euros)	Estimación de gastos producidos en el entorno local – Aragón	Impacto local de la actividad económica (euros)
Patronato de Torreciudad (Asociación)	1.607.087	95 %	1.526.733
Fundacion Santuario De Nuestra Señora De Los Ángeles De Torreciudad	231.948	98 %	227.309
		Impacto actividad propia	1.754.042 euros

Fuente: elaboración propia a partir de los datos directos facilitados por el Patronato de Torreciudad.

La actividad económica de los alojamientos en torno a Torreciudad (El Poblado, Los Bancales, parte de las casas de Torreciudad) no son evaluadas como actividad propia, ya que corresponde su gestión a otras asociaciones independientes de la Asociación Patronato de Torreciudad. Como se puede observar en las encuestas el impacto de estas actividades y las personas que se alojan en las mismas están evaluadas ya en las respuestas de los visitantes. Se podría haber

añadido un impacto adicional (de otros gastos propios de estas asociaciones) por la vinculación estrecha con Torreciudad. No obstante, y por realizar una metodología más precisa, estos alojamientos se han valorado únicamente a través del impacto económico de las estancias realizadas por sus peregrinos o visitantes.

En estos cuadros resumimos el **impacto económico directo total (58.226.102euros)**:



4. IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO

4.1. MULTIPLICADORES SECTORIALES INPUT-OUTPUT PARA EL CÁLCULO DEL EFECTO INDIRECTO

El impacto directo medio anual calculado de 58,2 millones de euros va a tener un impacto derivado en los sectores donde se produce el impacto directo (hostelería y turismo, transporte, empresas de comercio y servicios, sector de mantenimiento e instalaciones, etc.), que van a realizar una demanda adicional de materias primas, productos y servicios para satisfacer la demanda de estos peregrinos y visitantes. De esta forma, se genera una producción “extra” en diferentes actividades económicas surgida como consecuencia de la demanda y servicios requeridos por los visitantes de Torreciudad y también por las entidades gestoras del Santuario de Torreciudad, principalmente el Patronato de Torreciudad.

Como ejemplo, un restaurante de El Grado realizará una mayor demanda a sus proveedores alimentarios, y en algunos casos, necesitará personal adicional, para dar cobertura a esta demanda generada por los visitantes de Torreciudad respecto a una situación en la que no existiera Torreciudad.

En este marco, se han utilizado las tablas input-output de Aragón y su actualización en 2019¹¹ realizadas por la colaboración entre el Instituto Aragonés de Fomento y el grupo de investigación CREDENAT de la Universidad de Zaragoza, y que supone contar con unos datos actuales adaptados a la estructura actual de la economía aragonesa y sus impactos inter-sectoriales.

De estas tablas extraeremos los multiplicadores sectoriales que nos van a permitir el cálculo del impacto indirecto.

Tal y como se ha detallado en la metodología el impacto indirecto este impacto adicional viene motivado por la actividad adicional de los proveedores que intentan satisfacer la demanda realizada por las actividades económicas donde los visitantes de Torreciudad han realizado algún tipo de compra o gasto, así como los gastos directos en el entorno próximo del Patronato de Torreciudad.

¹¹ Esta actualización de 2019 de las tablas input-output de Aragón permite conocer las relaciones estructurales que pueden considerarse estables y aplicables en la actualidad, ya que no fueron realizadas en periodos más atípicos como el 2020 o 2021 con restricciones por la pandemia, ya que fue realizado en un periodo de estabilidad y crecimiento como el actual.

Este impacto indirecto es también parte del impacto económico y dado que comportan nuevas transacciones en la corriente económica y que no sucederían si no hubiera este gasto inicial de los visitantes de Torreciudad.

En este caso, y aunque estemos estimando un impacto de ámbito provincial, los multiplicadores sectoriales regionales (domésticos) de Aragón nos permiten una buena aproximación a los impactos sectoriales en los sectores y economía altoaragonesa. Estos multiplicadores permiten establecer el impacto indirecto según las relaciones intersectoriales de la economía, y, en definitiva, los impactos de segundo orden a partir de los impactos directos iniciales.

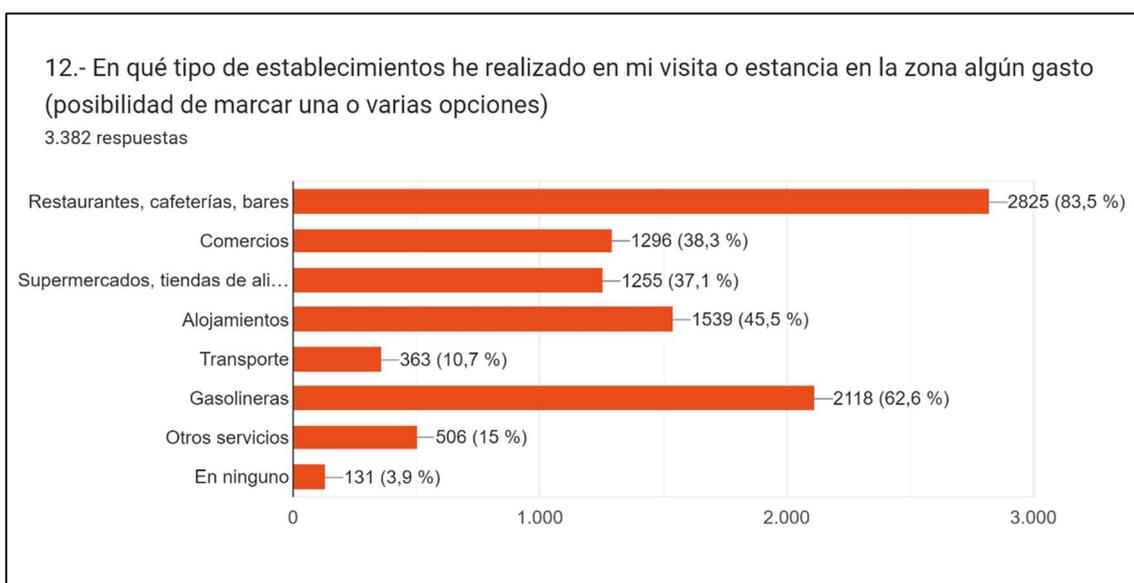
Para la aplicación de estos multiplicadores según el subsector económico se procederá a establecer un reparto sectorial del impacto económico directo, y en función de su resultado aplicar el multiplicador que corresponda de las nuevas tablas input-output aragonesas.

4.2. ESTIMACIÓN DEL IMPACTO INDIRECTO

De esta forma, antes de pasar a aplicar los multiplicadores de impacto indirecto a los impactos en cada subsector, debemos estimar el reparto sectorial del impacto económico. Como es lógico, el mayor impacto corresponderá con impactos en el sector de hostelería y turismo, pero también en otros sectores de comercio y servicios.

La distribución sectorial se realiza en función de los epígrafes CNAE-2009 a dos dígitos, que es la clasificación empleada en las tablas input-output de Aragón.

En esta distribución, aprovechamos la respuesta 12 del tipo de establecimientos donde se produce el gasto.



Con estas respuestas, considerando que no se ha consultado sobre el gasto concreto, se ponderan los gastos de restauración y alojamiento por su mayor cuantía en proporción a otros gastos: se multiplican x2 la proporción de los gastos de restauración y x4 los de alojamiento, respecto al resto de gastos en comercios, servicios, etc. y valorando un reparto habitual de gasto turístico. Se incorporan otros porcentajes de menor cuantía vinculados con otros servicios demandados de forma más puntual por la propia actividad de las entidades gestoras de Torreciudad o puntualmente por los propios visitantes.

Además, hay también un efecto en otros subsectores como construcción e instalaciones, servicios de informática, otros servicios empresariales, e incluso Administración Pública -por pago de impuestos o tributos o servicios turísticos gestionados por entidades locales- que vendrían derivados de las demandas directas de las entidades gestoras de Torreciudad (Asociación Patronato de Torreciudad y Fundación) y algunas demandas de los viajeros.

Con estos supuestos podemos llevar a cabo una estimación aproximada de la distribución sectorial del impacto económico directo calculado de 58,2 millones de euros.

Estimación de la distribución del impacto directo (58.226.102 euros)

Sector económico	Estimación porcentaje del impacto directo	Valor del impacto (euros)
Servicios de hostelería-turismo y restauración (alojamientos, restauración, servicios de agencias de viaje en el territorio)	65,00%	37.846.966
Otros servicios de comercio al por menor (comercios minoristas, supermercados, tiendas de alimentación, gasolineras)	15,00%	8.733.915
Servicios recreativos y culturales de mercado (actividades turísticas, empresas de aventura, visitas guiadas, conciertos, visitas bodegas, espacios de ocio, etc.)	8,00%	4.658.088
Otros servicios empresariales (alquileres no inmobiliarios, seguridad, asesorías, servicios de comunicación, etc.)	3,00%	1.746.783
Servicios de transporte por carretera (taxis, autobuses contratados en el territorio)	3,00%	1.746.783
Otros servicios personales (peluquería, fisioterapeutas, masajes, lavandería, gimnasios, etc.)	2,00%	1.164.522
Construcción e instalaciones técnicas (servicios de mantenimiento de instalaciones)	2,00%	1.164.522
Servicios de informática (por demandas de servicios de digitalización de los gestores de Torreciudad o de los visitantes)	1,00%	582.261
Administración Pública (museos públicos, tributos, impuestos)	1,00%	582.261
TOTAL	100,0%	58.226.102 euros

Estimación de porcentajes realizada a partir de impactos anteriores. Elaboración propia.

La distribución resultante es una estimación y resulta de utilidad para perfeccionar el cálculo del impacto indirecto. Otra opción hubiera sido aplicar un multiplicador medio al total del impacto, pero se considera más ajustado la aplicación del multiplicador concreto de cada subsector, y derivado del cálculo realizado sobre las tablas input-output. El resultado de cada subsector refleja el impacto indirecto de ese subsector en el total de la economía regional.

Con la información base de las tablas input-output de Aragón de 2019, se han elaborado los coeficientes de estas relaciones intersectoriales, y donde se obtienen los multiplicadores que nos permiten evaluar la producción generada en otros sectores (proveedores de todos los sectores donde se ha recibido el impacto directo).

Con estos resultados es posible aplicar el multiplicador o coeficiente que permite medir en cada subsector el impacto indirecto en el total de sectores a partir de las cifras estimadas de impacto directo. Los coeficientes de cada subsector se han calculado como coeficiente agregado del impacto en cada subsector (según la matriz inversa doméstica de las TIO 2019 de Aragón).

Sector económico	Valor del impacto directo (euros)	Coefficiente de impacto directo e indirecto	Valor del impacto indirecto ¹² (euros)
Servicios de hostelería y restauración	37.846.966	1,6	22.708.180
Servicios de comercio al por menor	8.733.915	1,3	2.620.175
Servicios recreativos y culturales de mercado	4.658.088	1,36	1.676.912
Otros servicios empresariales (alquileres no inmobiliarios, seguridad, señalización, comunicación, etc.)	1.746.783	1,3	524.035
Servicios de transporte por carretera	1.746.783	1,28	489.099
Otros servicios personales	1.164.522	1,1	116.452
Construcción e instalaciones técnicas	1.164.522	1,42	489.099
Servicios de informática	582.261	1,16	93.162
Administración Pública	582.261	1,16	93.162
TOTAL	58.226.102	Multiplicador (media ponderada): 1,5	28.810.275

Fuente: elaboración propia a partir de la distribución del impacto directo y la estimación de multiplicadores según tablas input-output.

¹² El impacto indirecto calculado es el efecto de cada subsector analizado en el total de la economía, no en el sector en concreto. Es decir, los 2.620.175 euros de impacto indirecto de "Otros servicios de comercio al por menor" se refieren al impacto en el total de sectores económicos producido por el shock inicial del sector de comercio minorista (tiendas de cualquier tipo, supermercados, gasolineras). Sería posible estimar la distribución sectorial de este impacto indirecto. Para el estudio que nos ocupa nos interesa únicamente el valor total de este impacto en la economía. Ejemplo: El cálculo del impacto indirecto producido por el subsector de comercio al por menor: impacto directo 8.733.915 euros x 0,3 = 2.620.175 euros, que resulta en el impacto EN TODOS LOS SECTORES generado por el impacto directo inicial en "Otros servicios de comercio al por menor".

Así, el impacto indirecto total (impacto económico de la producción en la economía de los diferentes sectores motivada por el impacto directo) se estima en 28.810.275 euros.

IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO: 28.810.275 euros.

4.3. ESTIMACIÓN DEL IMPACTO ECONÓMICO INDUCIDO

Para la valoración del impacto inducido (el consumo derivado del incremento de rentas salariales en el territorio) se parte de todos los impactos estimados anteriores (directos e indirectos). Este impacto no se produce de forma inmediata, sino que se genera en el medio y largo plazo.

El impacto inducido se refiere por tanto a las rentas que se trasladan a la economía vía consumo (y producidos en el territorio) generando nuevos impactos de producción. En este cálculo se emplea también como herramienta metodológica el marco input-output.



En esta estimación se lleva a cabo una aproximación prudente y de mínimos, y en el ámbito de poder reflejar el impacto de carácter más local a escala provincial.

Realizado el cálculo de los efectos directos e indirectos de producción, y a través de los coeficientes de valor añadido y salarios sectoriales, se estiman los incrementos de renta de los hogares ligados a esta nueva producción.

En esta estimación es necesario establecer el supuesto del porcentaje de renta que se traslada a consumo. Es lo que sería la Propensión Marginal al Consumo (PMC). En España este valor en la actualidad se estima en el 0,85 y generalmente oscila entre valores entre 0,6 y 0,9. En la línea de una estimación prudente y conservadora, para nuestro caso aplicamos el 75 % y que permitirá generar nueva producción como resultado del impacto inducido.

Además, es necesario realizar una segunda corrección sobre el porcentaje que estimamos tendrá lugar en el entorno local y provincial respecto al resultado anterior. Este porcentaje lo estimamos en un 60 %, y asumiendo un patrón de gasto de hogares algo por debajo de lo que aportan las tablas input-output de la economía aragonesa.

Con estos parámetros es posible llevar a cabo **la estimación del impacto inducido:**

Impacto directo e indirecto = 87.036.377 euros

Sobre esta estimación se aplican los coeficientes de valor añadido y salarios, y según cálculos a través de las tablas input-output. En esta estimación, se tiene en cuenta lo que suponen los salarios generados en cada subsector sobre el total de la oferta (producción total a precios básicos + importaciones). Estos coeficientes, aplicados sobre la suma del impacto directo e indirecto de cada subsector, resulta en los salarios inducidos en estos subsectores.

Sector económico	Valor del impacto directo e indirecto (euros)	Coefficiente de salarios sobre producción ¹³	Salarios inducidos
Servicios de hostelería y restauración	60.555.146	0,2	12.111.029
Otros servicios de comercio al por menor	11.354.090	0,28	3.179.145
Servicios recreativos y culturales de mercado	6.335.000	0,12	760.200
Otros servicios empresariales (alquileres no inmobiliarios, seguridad, señalización, comunicación, etc.)	2.270.818	0,2	454.164
Servicios de transporte por carretera	2.235.882	0,16	357.741
Otros servicios personales	1.280.974	0,11	140.907
Construcción e instalaciones técnicas	1.653.621	0,13	214.971
Servicios de informática	675.423	0,28	189.118
Administración Pública	675.423	0,4	270.169
TOTAL	87.036.377		17.677.444

Salarios inducidos = 17.677.444 euros. Se refiere a las rentas salariales generadas consecuencia del impacto directo e indirecto en producción.

En un escenario conservador, se estima una propensión marginal al consumo (PMC) del **75 %**, es decir, el 75 % de estos incrementos salariales producidos se trasladan al consumo:

Salarios inducidos (17,7 millones €) x 0,75 = 13.258.083 euros que corresponderían con las rentas salariales que se trasladan al consumo.

De esta forma, si queremos aislar el impacto en la economía local y provincial, hacemos un nuevo ajuste donde se estima que un 60 % de este consumo se producirá en la provincia de Huesca o entornos cercanos en Aragón.

13,3 millones de euros x 0,6 = 7.954.850 euros

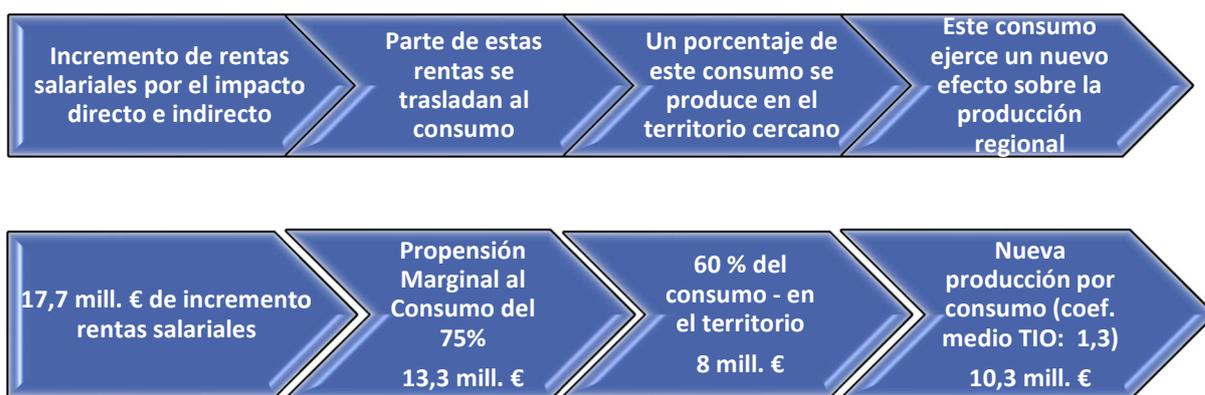
¹³ Estos coeficientes se han realizado a partir de las tablas input-output de Aragón y sus coeficientes sectoriales.

Este importe representa la estimación del nuevo consumo en la provincia de Huesca. Este último dato nos permite, mediante los coeficientes de las tablas input-output que reflejan un coeficiente medio de 1,3 estimar el valor final de la producción a través del impacto inducido.

8 millones de euros x 1,3 = 10.341.305 millones de euros como valor de la producción.

Impacto económico inducido: 10,3 millones de euros, como rentas generadas que se trasladan a consumo- producción.

La cadena generada en el impacto inducido se resume en el siguiente cuadro:



RESUMEN IMPACTOS ECONÓMICOS DIRECTOS, INDIRECTOS E INDUCIDOS

Si unimos los tres tipos de impacto -directo, indirecto e inducido- el resultado total del impacto económico es de 97 millones de euros que significa la contribución a la provincia de Huesca y Aragón de la presencia del Santuario de Torreciudad.



El valor de 97,4 millones de euros de impacto económico es un resultado muy relevante para el territorio. El impacto se ha calculado fundamentalmente para el territorio de la provincia de Huesca y en algunos efectos derivados en el conjunto de Aragón.

Nos puede parecer a priori elevado, pero es necesario valorar la actividad económica generada por las 180.900 personas (media ajustada) que visitan Torreciudad cada año, con visitas de todo España e internacionales, y con una estancia media importante de 4,4 días de aquellas personas que pernoctan. La estimación ha sido realizada con parámetros conservadores, por lo que se puede valorar como un impacto mínimo que la presencia de Torreciudad aporta a la provincia de Huesca y Aragón. Además, es lógico visualizar mejor el impacto inicial directo (el gasto producido principalmente por visitantes y las compras-gastos de la propia actividad del Santuario) de los 58 millones de euros, que el efecto indirecto e inducido, que son los impactos derivados del gasto directo inicial. Por un lado, las compras y gastos realizados por las empresas u organizaciones que satisfacen la demanda de los visitantes (impacto indirecto), y, por otro lado, una parte de las rentas generadas por el impacto directo e indirecto se traslada de nuevo al consumo (impacto inducido).

Por las encuestas recibidas, se muestra como existe una motivación religiosa (ya sea exclusiva o compartida con el interés turístico y cultural) en la mayor parte de las visitas por lo que podemos englobar las visitas a Torreciudad en el marco del peregrinaje y el turismo religioso. Aunque existen pocas visitas exclusivamente con una motivación únicamente turística es creciente la evolución hacia un Santuario que acoge a un público de grupos de familias y amigos (diferenciado del perfil tradicional de grupos más organizados de parroquias, congregaciones, movimientos eclesiales) y que complementa el interés religioso con el interés turístico y cultural.

Existe además una fidelidad importante en la repetición de visitas y el Santuario de Torreciudad se muestra como un importante promotor turístico de la provincia de Huesca, generando también otras visitas turísticas diferenciadas de los viajes y visitas realizadas a Torreciudad. Casi la mitad de los visitantes apunta que ha visitado la provincia de Huesca en diferentes ocasiones, como viajes diferenciados del viaje donde visita Torreciudad. Por ello, se genera una cadena relevante en la promoción turística a partir de la visita a Torreciudad.

Visita a Torreciudad como elemento central o con motivación complementaria religiosa y turística

Estancia media importante que es aprovechada para conocer otros lugares turísticos de la provincia

La fidelidad de visitantes de Torreciudad y este conocimiento de la provincia motivan nuevas visitas turísticas en la provincia

Otra de las cuestiones que podemos tratar, y que analizaremos en el apartado 5.1. es el supuesto del impacto de la desaparición o cierre de Torreciudad. Por el tipo de respuestas de los visitantes es posible inferir que una parte importante de este impacto deja de ocurrir, y por tanto Torreciudad es un elemento tractor en sí mismo de peregrinos, visitantes y turistas a la provincia de Huesca.

TOTAL IMPACTO ECONÓMICO: 97.377.682 EUROS

5. IMPACTO TURÍSTICO, SOCIAL Y TERRITORIAL

En este apartado se analizan los impactos más intangibles y menos monetizables como impacto económico.

En los apartados anteriores se ha mostrado como el principal impacto económico por el gasto de los visitantes a Torreciudad en diferentes servicios de alojamiento, restauración, comercio, y otros servicios personales y de ocio.

Además del impacto monetizado, es conveniente dar una visión sobre impactos menos tangibles en el ámbito turístico y social, valorando otros efectos que se produzcan en el ámbito territorial.

De esta forma, analizaremos en primer lugar una simulación de la no existencia de Torreciudad y sus consecuencias. Posteriormente, en el apartado 5.2. se tratará la encuesta realizada a los grupos de interés, donde se realiza una valoración general del impacto y se determinan otros potenciales impactos y potencialidades más allá del efecto económico en las actividades empresariales de la zona.

Se hace también referencia y con base en el cuestionario abierto a los grupos de interés y las entrevistas directas al Patronato de Torreciudad, es posible determinar ejes de desarrollo y proyectos colectivos en los que puede implicarse Torreciudad en el marco de su creciente colaboración territorial.

Así también, y observando las dos encuestas realizadas, podemos mostrar también un impacto en el conocimiento y posicionamiento de la provincia de Huesca, y específicamente de las comarcas más directamente vinculadas con Torreciudad como serían el Somontano, Sobrarbe y Ribagorza. Como se ha mostrado en el perfil del visitante la motivación de la visita a Torreciudad como elemento central unido a una motivación religiosa o religiosa-turística es un elemento que refuerza el papel tractor de Torreciudad de un alto porcentaje de visitantes que podríamos decir “vienen de propio” a Torreciudad y aprovechan este viaje para estancias y visitas turísticas en la zona y en la provincia de Huesca.

Por último, a través de una de las cuestiones de la entrevista a los grupos de interés – colaboradores y por la información aportada directamente por el Patronato de Torreciudad es posible determinar algunas de las potencialidades de desarrollo futuro de Torreciudad, acciones conjuntas en colaboración con el territorio y la posibilidad de mayor impulso de la Ruta Mariana y otras rutas transfronterizas.

5.1. ANÁLISIS CONTRAFCTUAL: SUPUESTO DE NO EXISTENCIA DE TORRECIUDAD

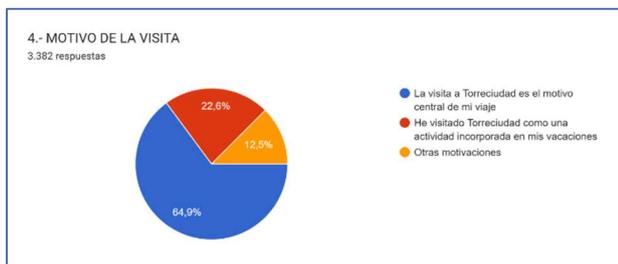
Algunos estudios sobre políticas públicas analizan el impacto de lo que habría sucedido sin la existencia del programa o política a aplicar. Es lo que se llama el análisis contrafactual. Así, aplicamos esta idea al caso de Torreciudad a través de la pregunta: ¿Qué sucedería en caso de no haberse construido Torreciudad?. Y tratar de estimar lo que “dejaría de ganar” el territorio por el hecho de no contar con este elemento.

La respuesta en el ámbito del impacto económico sería una parte muy importante de la cuantía resultante del estudio, que supone la cantidad que no “ingresaría” el territorio y sus diferentes actividades económicas. Pero también podemos inferir la situación de otros efectos, más allá de los económicos, por el hecho de la no existencia de Torreciudad. En este marco podemos intuir que en este supuesto:

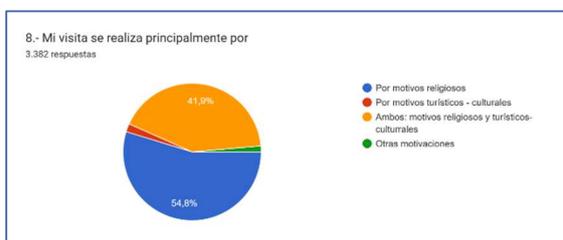
- No sería el mismo grado de actividad y desarrollo de la población de El Grado.
- Sería un territorio (Barbastro, Somontano, Ribagorza, provincia de Huesca) “menos conocido” o “menos ubicado” en el conjunto de España y de otros países.
- Menor turismo redirigido a otras poblaciones o áreas de referencia como Barbastro, Alquézar, Aínsa, Graus, Parque Natural de la Sierra y Cañones de Guara, Parque Nacional de Ordesa y Monte Perdido, etc., y con la pérdida de un punto muy relevante de referencia en el turismo religioso.
- Se dejarían de aportar un número muy significativo de visitantes y turistas al territorio, y dado que las visitas a Torreciudad en su casi totalidad tienen como veremos una motivación muy directa por la propia visita al Santuario o una motivación tanto religiosa como turístico-cultural. Es necesario notar que la provincia de Huesca en 2023 contó (en las 4 modalidades de alojamiento principales, aunque sin valorar las viviendas de uso turístico) con 1,4 millones de viajeros. Sin embargo, en el análisis de la estadística experimental del INE de medición del turismo a través de telefonía móvil, se estima un volumen total de 2,8 millones de viajeros en 2023 en la provincia de Huesca. De esta forma, podemos calcular que los 148.000 viajeros a Torreciudad (aquellos que pasan al menos una noche del total de los 180.900 visitantes) suponen un 5 % del total del turismo provincial.
- En la época que se realizaron las obras, de 1970 a 1975, hay que considerar que fue un elemento muy relevante en el territorio, donde en una época de desindustrialización ofreció una alternativa y rentas a población ayudando a permanecer en el territorio.

Por tanto, a través de este supuesto de no existencia observamos una primera aproximación a estos impactos territoriales y sociales menos tangibles.

Por otro lado, también podemos intentar aproximarnos de forma más tangible al cálculo inverso del supuesto de la desaparición de Torreciudad. Por la tipología de respuestas de los visitantes



se deduce que una parte del impacto económico no se produciría, y por los datos anteriores de la encuesta realizada (y valorando específicamente la respuesta 4). Es decir, es seguro que alrededor de 117.585 visitantes no existirían.



A este dato habría que tener en cuenta aquellos visitantes con una motivación exclusivamente religiosa. En la pregunta 8, se observa que esta motivación coincide con el 55 % de los visitantes (1.852 respuestas). Se

han cruzado las respuestas 4 y 8 resultando que 1.270 respuestas de las 1.852 son coincidentes en el motivo central del viaje – Torreciudad- con la motivación religiosa. No obstante, se podrían añadir la no existencia también a las respuestas restantes (582) dado que la motivación religiosa específica está ligada también con la presencia de Torreciudad. Por tanto, añadimos un 17 % de los visitantes (582/3.382 respuestas) que supondrían 30.753 visitantes.

De esta forma, podemos estimar que 148.338 visitantes de los 180.900 (82 %) no se produciría, y 32.562 visitantes se proyectan que continuarían en el territorio sin la presencia de Torreciudad.

En este marco podemos hacer una estimación del impacto que desaparecería:

Impacto total	97,4 millones €
- Impacto de la actividad directa de Torreciudad	- 1,8 millones €
	95,6 millones €
- Impacto de reducción de visitantes	- 78,4 millones € (82 %)
Impacto que continua sin presencia de Torreciudad	17,2 millones €



De esta forma, en torno a un 18 % del total del impacto (17,2 millones de euros) se seguirá produciendo y **alrededor de 80 millones de impacto se eliminarían para la provincia.**

Aspecto de la ermita de Torreciudad y el valle del Cinca, antes de la construcción del embalse y del santuario.

Fuente: Archivo de Torreciudad.

5.2. ANÁLISIS DEL CUESTIONARIO ABIERTO A LOS GRUPOS DE INTERÉS. ENCUESTA Y ENTREVISTAS “IMPACTO LOCAL DE TORRECIUDAD”.

Para completar la información más tangible del impacto se ha implementado una encuesta de opinión a diferentes entidades locales (comarcas y ayuntamientos del entorno), otras entidades de desarrollo, y asociaciones empresariales. Se han aportado 7 respuestas.

La encuesta realizada intenta captar otras cuestiones relativas al desarrollo e impacto territorial del Santuario de Torreciudad. Se incorpora un resumen conjunto de las respuestas aportadas.

ENCUESTA DE OPINIÓN A GRUPOS DE INTERÉS

1) *Indique en una escala de 1 a 10 como considera el impacto socioeconómico general de la presencia del Santuario de Torreciudad en el territorio cercano y en la provincia de Huesca (0 – Muy negativo – 10 – Muy positivo)*

Las respuestas han correspondido con valores de 6 a 10, con una media de 8,4 sobre 10 en cuanto a una opinión bastante positiva del impacto.

2) *Que oportunidades de colaboración no desarrolladas entre el Santuario de Torreciudad y su entorno / entidades próximas detecta que se pueden implementar*

En esta cuestión se aportan algunas potencialidades e ideas que pueden servir en la planificación de acciones por parte de la Asociación – Patronato de Torreciudad y de las entidades territoriales.

- Potenciar la coordinación de la oferta turística en el territorio respecto a los visitantes directos del Santuario. Se indica la necesidad de mayor interacción con el entorno local por no visibilizar suficiente la presencia de los visitantes de Torreciudad.
- Activación de la Hostería El Tozal, proyecto que ya está previsto por la Asociación – Patronato de Torreciudad.
- Uso y vinculación de explanadas y entorno de Torreciudad para pruebas o encuentros deportivos.
- No se aprecia del todo en el entorno / provincia el efecto de las visitas a Torreciudad. Este elemento tiene especial importancia en comarcas no colindantes con Torreciudad.
- Se propone reforzar la colaboración con Ayuntamientos para incentivar el conocimiento del patrimonio local.
- Acciones promocionales en los lugares de origen de los Delegados de Torreciudad.

3) *Más allá del impacto económico directo de los propios visitantes (a través de alojamiento y/o gasto directo en consumo y servicios) qué otros impactos tangibles o intangibles destacaría de la presencia de Torreciudad*

Se identifican en las respuestas aportadas otros elementos destacados de la presencia de Torreciudad.

- Reconocimiento internacional a través de la Ruta Mariana, y posicionamiento de las comarcas de Ribagorza, Somontano y la provincia de Huesca en el ámbito internacional en general y en el ámbito de las peregrinaciones y el turismo religioso. Mayor proyección e imagen fuera del territorio.
- El acercamiento a la fe y la devoción a la Virgen.
- Se muestra un impacto más tangible y reputacional en la comarca del Somontano y más diluido en otras comarcas de la provincia. Se indica la potencialidad de un mayor desarrollo provincial de los visitantes.

4) *Considera necesaria algún tipo de infraestructura o servicio en los accesos o alrededores que mejore el entorno del Santuario de Torreciudad*

En lo referido a infraestructuras de mejora en el entorno de Torreciudad se aporta que:

- Algunas de las respuestas consideran que no son necesarias más infraestructuras.
- La posibilidad del uso turístico del pantano y otras actividades de naturaleza en el entorno.
- Habilitación de aparcamiento de caravanas y puntos de carga eléctrica.
- Mejora de la carretera de acceso.
- Se repite la propuesta de activación de la Hostería.
- La mayor amplitud de servicios e información de la propia Oficina sobre el territorio.

De esta forma, y en líneas generales, esta encuesta de opinión sobre elementos y potencialidades añadidas al impacto económico muestra que:

- ✚ Se reconoce el impacto positivo de Torreciudad en el territorio.
- ✚ Tiene especial consideración la proyección internacional a través del posicionamiento en turismo religioso, y el mejor conocimiento de la provincia de Huesca, especialmente de la comarca del Somontano.
- ✚ Por el contrario, el impacto en comarcas no colindantes puede resultar menos visibilizado.
- ✚ Se apuesta por la mayor colaboración turística y la colaboración local para mejor aprovechamiento del flujo de visitantes en el conocimiento del patrimonio.

- ✚ Se señala la necesidad de reactivar la Hostería y se apuntan opciones en el ámbito deportivo y de naturaleza.

5.3. IMPACTO EN EL POSICIONAMIENTO TERRITORIAL Y LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL SOMONTANO, LA RIBAGORZA Y LA PROVINCIA DE HUESCA. TORRECIUDAD COMO AGENTE DINAMIZADOR Y TURÍSTICO.

Más allá del impacto económico, el primero de otros impactos identificables es el posicionamiento territorial de la provincia de Huesca y las comarcas de Somontano, Sobrarbe y Ribagorza en el ámbito nacional e internacional.

Varios millones de visitantes han acudido al Santuario de Torreciudad desde su inauguración en 1975. Son visitantes, como se observa en las respuestas de la encuesta, altamente fidelizados en cuanto a un grado de repetición importante, y se observan dos tipos de perfiles bastante equilibrados en su relevancia:

- Un perfil con una motivación religiosa o de visita a Torreciudad más exclusiva, independiente de que efectivamente se desarrollan complementariamente acciones turísticas en el entorno.
- Otro perfil cuyo interés es doble, tanto por motivos más espirituales o religiosos, como por motivos culturales y turísticos.

También en la encuesta se muestra como ambos perfiles realizan en su mayor parte visitas turísticas al entorno cercano, destacando las visitas a Barbastro, Alquézar, El Grado, Aínsa, Graus y la Basílica de El Pilar. No obstante, se visita también otros puntos más alejados, y puesto que las visitas son en muchos casos repetidas anualmente, y se visitan otros nuevos lugares de la provincia como Jaca, Roda de Isábena, o Benasque. Se muestran vinculaciones también con las visitas a bodegas y el turismo de nieve.

Lo apuntado en las encuestas a los grupos de interés respecto a un mayor grado de “aprovechamiento” de los visitantes de Torreciudad en el ámbito turístico es un tema de interés en diversas opiniones. En este marco, la Asociación – Patronato de Torreciudad ha desarrollado desde la apertura de la oficina de turismo en 2007 en el Santuario importantes avances en el ámbito de la colaboración con el entorno y un enfoque de dinamización turística territorial:

- ✓ Desarrollo y premios de experiencias turísticas (“Vive la experiencia en la fe” y “El retablo te cuenta”), así como el mérito turístico de Aragón.

- ✓ Presencia en Fitur y compromisos con la Calidad Turística.
- ✓ La oficina como herramienta de promoción territorial y conocimiento de la provincia.

Además, es relevante la visibilidad del impacto cercano (sobre todo en Somontano, pero también en Ribagorza y Sobrarbe) y el interés de las entidades locales en impulsar proyectos en el ámbito del mayor conocimiento patrimonial del entorno y la posibilidad de realización de eventos deportivos.

Además de estas potenciales mejoras apuntadas, **los principales impactos y externalidades motivados por la presencia del Santuario de Torreciudad** que se desprenden tanto de la encuesta realizada como de la valoración de los impactos más intangibles son:

1. El posicionamiento territorial y turístico de la zona (Somontano – Ribagorza – provincia de Huesca) en el ámbito del **turismo religioso y de las peregrinaciones**. Este posicionamiento permite una mejor ubicación de la provincia de Huesca en el ámbito turístico.
2. **La capacidad de desestacionalización** del flujo continuo de visitantes. Como se puede observar, además de los meses de julio y agosto, hay actividad durante todo el año, con eventos desestacionalizadores, e importante actividad en el periodo de Navidad, Semana Santa y el mes de septiembre.
3. **Ubicación y conocimiento internacional**, a través de visitas nacionales e internacionales, de la provincia de Huesca y el entorno de las comarcas del Somontano, Sobrarbe y Ribagorza. Hay visitantes de 54 países diferentes.
4. **La complementariedad con los recursos turísticos** del territorio, tanto en la difusión general realizada desde la oficina de turismo de Torreciudad, como en proyectos concretos colaborativos como eventos deportivos (carrera Tajamar- Torreciudad), culturales (colaboración con el Ciclo Internacional de Órgano – Festival “Cásicos en la frontera”), etc. En este ámbito se ha incidido desde los grupos de interés la potencialidad de realizar más sinergias con la paquetización y prescripción de recursos para los grupos visitantes de Torreciudad.
5. **El conjunto de actuaciones de responsabilidad social de la organización** tanto en la parte de participación activa en el desarrollo turístico y territorial, como en otras acciones más referidas a la conservación del entorno de Torreciudad y conservación del Patrimonio.
6. Innovación en producto turístico y **desarrollo de nuevas experiencias turísticas** en el ámbito del turismo religioso / espiritual, a través de los productos o experiencias comentadas de “El retablo te cuenta” y “Vive la experiencia de la fe”. La participación en los premios de experiencias turística en Aragón y su reconocimiento muestran la relevancia

que tiene para la Asociación Patronato de Torreciudad la colaboración en el ámbito turístico de Aragón.

7. El propio **valor arquitectónico, patrimonial y cultural del Santuario**, como un elemento patrimonial añadido a los recursos del territorio. Es de especial relevancia la implicación en la conservación del Santuario y otros recursos patrimoniales. Torreciudad cuenta con 450 imágenes de la Virgen procedentes de los cinco continentes. Además, se detecta una potencialidad de visitas en el ámbito exclusivo del interés arquitectónico del Santuario, y siendo un nicho de mercado desarrollable.
8. Relacionado con este valor monumental, el enclave del Santuario encima del embalse y dentro de un espacio natural **proyecta los valores de naturaleza** que desde la provincia de Huesca se promocionan en la atracción turística.
9. La presencia nacional e internacional es también proyectada por su **pertenencia a la Ruta Mariana**. Como ruta en el ámbito del turismo religioso es un producto consolidado y con diversas agencias de viajes que lo comercializan. Se promocionan los lugares de interés alrededor de cada Santuario. Vemos el ejemplo en la web de la Asociación para la Promoción de la Ruta Mariana.

LUGARES DE INTERÉS CERCANOS A LOS SANTUARIOS				
El Pilar	Torreciudad	Montserrat	Lourdes	Meritxell
La Seo	Somontano	El Parque Natural	El Castillo	Casa de la Vall
Álma Mater Museum	Ribagorza	El Museo	Pico del Jer	Románico andorrano
Palacio de la Aljafería	Sobrarbe	Funiculares	Pirineo Francés	Paisajes y naturaleza
Caesaraugusta romana	Valle del Aragón	Paseos	Bétharram	Ocio y Relax
Goya	Ordesa			
Arte Mudéjar	Loarre			

Fuente: <https://rutamariana.com>

La Ruta Mariana cuenta con mayor potencial de desarrollo, y se apunta la posibilidad de promocionar de forma complementaria:

- **Rutas de turismo religioso y patrimonial de forma más local**, aprovechando los importantes recursos turísticos del entorno. Estas rutas se realizan ya de una manera informal a través de las visitas posteriores a otros enclaves turísticos y su patrimonio como serían la colegiata de Alquézar, la plaza mayor de Aínsa o la catedral de Roda de Isábena.
- **Nuevas rutas de turismo transfronterizo** aprovechando la existencia del **Camino de Santiago ribagorzano** que viene desde la catedral de Saint Bertrand de Comminges y la basílica de Saint Just de Valcabrère (patrimonio mundial por la Unesco) y por la GR-17 a través del valle de Arán se adentra en la Ribagorza pasando por La Puebla de Castro, Torreciudad y Barbastro.

10. En el ámbito individual de muchos visitantes y por lo que se intuye en las respuestas de la encuesta general y de opinión de los grupos de interés, la visita a Torreciudad supone para una parte de los visitantes una **experiencia espiritual y personal**, y apoyada por los nuevos recursos como el espacio “Vive la experiencia de la fe”.
11. **Capacidad organizativa del Santuario** en la gestión de grupos y la organización de multitudinarios eventos. Las fechas de algunas de las celebraciones del Santuario suponen impactos que podríamos compararse con otros impactos que tratan de lograr otros territorios a través del impulso de eventos deportivos o la realización de turismo de congresos. Se plantea la posibilidad de establecer sinergias en esta línea ofreciendo Torreciudad como recurso turístico y cultural que complementa el desarrollo de otros eventos deportivos o congresuales del Somontano o Ribagorza.
12. Tal y como se apuntaba en el video “El impacto local del Santuario de Torreciudad” la construcción del Santuario fue un elemento que apoyó **la fijación de la población** en la década de los 70, especialmente en la comarca del Somontano. El otro elemento que permite asentar población se produce a través del propio impacto de los visitantes que permiten en las **poblaciones cercanas como El Grado, Secastilla** y otras, desarrollar actividades económicas cuya fuente de ingresos tiene que ver con la presencia de Torreciudad.
13. Derivado también del impacto económico se muestra como este impacto **genera empleo y rentas salariales en diversas actividades económicas tanto de alojamiento, restauración, comercio y otros servicios**. Además, se muestra también el interés de los visitantes en actividades del territorio como el turismo enológico o el esquí, generando también una aportación hacia la continuidad de estas actividades.
14. Por último, y recalando las actividades promocionales y colaborativas en el ámbito turístico, se puede destacar la implicación de la **Oficina de Turismo del Santuario de Torreciudad** como parte de la promoción del turismo aragonés y el trabajo en red realizado con el resto de oficinas de turismo del territorio.

No hay impactos negativos que se puedan detectar si bien se observan líneas de mejora y desarrollo, apuntadas en algún caso en la encuesta de opinión a los grupos de interés, acorde con la mayor posibilidad de nuevas colaboraciones y productos turísticos que aumenten tanto el impacto como el conocimiento del territorio por parte de todos los visitantes de Torreciudad, descubriendo otros recursos patrimoniales, culturales y de naturaleza de la provincia de Huesca. Se muestran estas potencialidades en el siguiente apartado.

5.4. POTENCIALIDADES DE DESARROLLO DE TORRECIUDAD, ACTIVIDADES COLABORATIVAS Y RUTAS TRANSFRONTERIZAS.

En este apartado y a través de la observación de las dos encuestas, el video “El impacto local del Santuario de Torreciudad”, el propio análisis económico de impacto realizado, y las reuniones de preparación del estudio con la Asociación – Patronato de Torreciudad, se han detectado líneas de potencial desarrollo, bien como acciones en las que se puede incidir, o bien como nuevas líneas de trabajo colaborativas por parte de los gestores del Santuario y/o de sus grupos de interés.

1. Como segmento mayoritario de los visitantes de Torreciudad destaca el **turismo de familias**. Esta tipología de turismo es una primera potencialidad para el desarrollo de actividades colaborativas en el entorno, ya sea directamente con la información facilitada por la oficina de turismo, o a través de paquetes turísticos de agencias de viaje. Se propone, en este segmento turístico y en el de grupos el establecimiento de una **mayor colaboración con la red de agencias de viajes receptoras de Aragón -Aragón Incoming-** que pueden ofrecer productos turísticos agrupados de interés en el territorio cercano. Esta acción cubriría además la petición de algunos municipios de un mayor aprovechamiento de los visitantes de Torreciudad.
2. En el ámbito de la pertenencia del Santuario de Torreciudad como integrante de la **Ruta Mariana** se intuye una mayor potencialidad de desarrollo. Si observamos los datos conjuntos más recientes se estiman 12 millones de visitantes en los cinco Santuarios, destacando los 6 millones de peregrinos de Lourdes. Por ello, cualquier iniciativa de mayor colaboración con esta ruta es a priori de interés.

Esta apuesta por la Ruta Mariana y la capacidad de internacionalización de la misma con visitantes de cualquier continente, no es óbice para plantear colaboraciones y rutas alternativas como se ha detallado en el apartado anterior:

- **Rutas de turismo religioso y patrimonial de forma más local.** En este ámbito es aplicable la propuesta anterior de colaboración con las agencias de viaje receptoras que puedan potenciar o desarrollar nuevos productos turísticos en colaboración con Torreciudad.

- Impulso de rutas de **turismo transfronterizo**, y como ejemplificación se ha desarrollado la potencialidad del **Camino de Santiago ribagorzano** que proviene del valle de Arán desde Saint Bertrand de Comminges (GR-17).

Etapas propuestas en el Camino de Santiago – GR17 (246,5 km. desde Saint-Bertrand-de-Comminges hasta Berbegal) en la web

<https://caminodesantiagoararpirineos.com/>

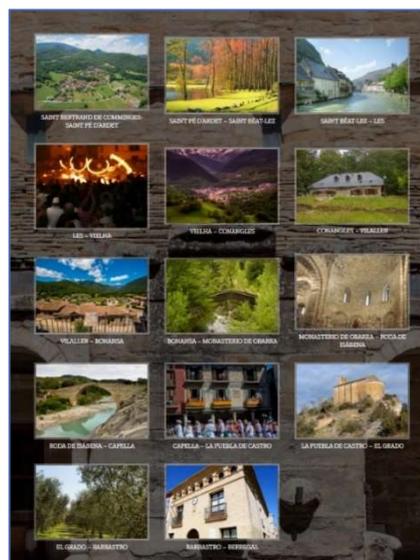
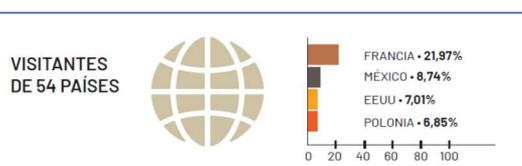


Imagen de Torreciudad que da portada a la etapa 12 del recorrido.



Fuente: Memoria anual 2023. Asoc. Patronato de Torreciudad.

3. En línea con la **internacionalidad de los 54 países** diferentes que visitan Torreciudad son desarrollables actuaciones concretas con estos países de origen u

otros nuevos. Es un valor la representatividad de la figura de San Jose María en muchos países del mundo y el consecuente posicionamiento de Barbastro como ciudad natal y el Santuario de Torreciudad. Estos visitantes internacionales son un escenario muy relevante, no solo para el turismo, sino para promoción y colaboración con empresas del territorio a través de la promoción de productos locales. Ya se realizan acciones con bodegas y la D.O. Somontano. La cercanía y datos de visitantes franceses permite proponer también la posibilidad de **participación de proyectos transfronterizos (ej. Programa Poctefa)**.

4. Existe oportunidades en el ámbito de **potenciar visitas a segmentos concretos** que puedan tener especial interés. Ejemplos de estos segmentos podrían ser **arquitectos** o estudiantes de arquitectura, o **grupos internacionales vinculados con otras peregrinaciones** y que puedan llevar a cabo la Ruta Mariana completa. Las rutas de peregrinaciones son impulsoras del turismo global, y es posible aprender y relacionarse con otros centros de peregrinación en el mundo. Torreciudad cuenta con importantes visitas de México. La peregrinación a la Virgen de Guadalupe es una de las más importantes del mundo, y otras como la Ruta de la Fe, en la que se visita la Basílica del Santuario Nacional de Nuestra Señora de Aparecida, en São Paulo que recibe más de 12 millones de visitantes al año.

En este ámbito, pueden encontrarse sinergias en el interés por **diferentes religiones y culturas** (ej. centro budista de Panillo) con los que se pueden establecer acuerdos y promociones conjuntas.

También se han apuntado en la encuesta a grupos de interés la posibilidad de **promociones en los lugares de origen y contactos de los Delegados de Torreciudad**.

No es tanto el objetivo de incrementar el número de visitantes sino un fin de una mayor diversificación y posicionamiento del Santuario de Torreciudad en el mundo, aprovechando su posicionamiento en el turismo religioso.

5. En las posibilidades de acceso, y como se observa en las encuestas, hay una mayoría de desplazamientos en vehículo y autobús. En este marco, **en el resto de movilidades se muestran elementos con potencial de desarrollo:**
- A pie. Mejorando las indicaciones de acceso desde las poblaciones cercanas, aprovechando los tramos de la GR-17 y potenciando actividades que fomenten este uso como sería la romería Barbastro – Torreciudad.
 - En bicicleta. Posibilidad de punto de auto mantenimiento - reparación de bicicletas.
 - A caballo, al igual que se realizó la romería ecuestre Graus – Torreciudad en 2019. Es como se explicaba un elemento más en la identificación de nuevos segmentos o nichos de visitantes.
 - En moto, a través de las concentraciones o romerías moteras como la ya organizada anualmente desde Cataluña.
 - Autocaravana. Si bien no se permite la estancia nocturna de autocaravanas (hay una zona específica en El Grado) es un turismo en alza y en la que se pueden añadir servicios en la zona de aparcamiento.

6. En la actualidad se están desarrollando un **Plan de Sostenibilidad Turística en Destino en las comarcas de Ribagorza y Sobrarbe**, y un **Plan de Destino Turístico Inteligente en la comarca del Somontano**. Hay contactos ya realizados y estos planes suponen una oportunidad para proponer proyectos colaborativos turísticos con el territorio, y posibilidad de incorporar las potencialidades señaladas anteriormente.
7. Por último, y en lo referido a las **infraestructuras**, se señalan tres elementos que se han detectado con mayor posibilidad de desarrollo:

- Reapertura de la **Hostería El Tozal**. Es un proyecto que la propia Asociación tiene en proyecto 2025 y su puesta en marcha como albergue. Es un proyecto que aprovecha un espacio emblemático con muchos años de funcionamiento y que supondrá un elemento complementario y focalizado en visitantes más jóvenes y grupos.
- Proyecto de **mejora y adecuación de la carretera a Secastilla**. Históricamente, el mejor acceso desde El Grado ha supuesto una vinculación mayor con la Comarca de Somontano. De hecho, es relativamente poco conocido para los visitantes que Torreciudad pertenece al municipio de Secastilla en la comarca de Ribagorza. Por ello, y para la mejor conectividad y relación con esta comarca, es clave la mejora de la carretera que permita un paso adecuado de autobuses y poder establecer mayores vínculos en acciones colaborativas y posibilidades de mayor impacto turístico posterior en Ribagorza de los visitantes de Torreciudad. No obstante, poblaciones como Graus y Roda de Isábena están entre los lugares más visitados por los que acuden a Torreciudad.

Como elemento positivo es destacable el reciente nuevo estudio del Gobierno de Aragón para la conexión de los valles del Cinca y del Ésera, con paso por Torreciudad, y que permitirá impulsar esta reivindicación histórica que fomentará la unión de dos comarcas y zonas turísticas muy relevantes, y un flujo más equilibrado a Torreciudad desde ambas vertientes.

- Por último, el enclave estratégico de Torreciudad, su entorno natural, y su amplia explanada es también una **oportunidad para desarrollo de acciones colaborativas y encuentros con otros agentes de desarrollo territorial** más allá de los encuentros y visitas organizados por el propio Santuario para sus grupos y visitantes, y en el ámbito de la promoción turística y la promoción de visitantes en un espectro más amplio del turismo religioso, abordando sinergias con otras tipologías de turismo presentes en el entorno (deportivo, congresual, científico, salud).

6. CONCLUSIONES

Este estudio ha sido desarrollado por el interés de conocer el impacto socioeconómico en la provincia y en Aragón de la presencia de Torreciudad, como uno de los lugares más visitados de Aragón y una referencia en el ámbito del llamado turismo religioso. Para ello la Asociación Patronato de Torreciudad y la Cámara de Comercio de Huesca han promovido el desarrollo de este análisis. Es también una fecha de interés para su publicación pues se cumplirán en 2025, cincuenta años de la inauguración del Santuario de Torreciudad.

De esta forma, se ha tratado de dar respuesta a los **tres objetivos del estudio**.

1. Realizar una valoración económica del impacto de Torreciudad en el territorio.
2. Conocer otro tipo de impactos – en el ámbito social, turístico, y territorial- menos tangibles.
3. Detectar oportunidades de desarrollo y colaboración de Torreciudad y su entorno para generar nuevos impactos y externalidades positivas.

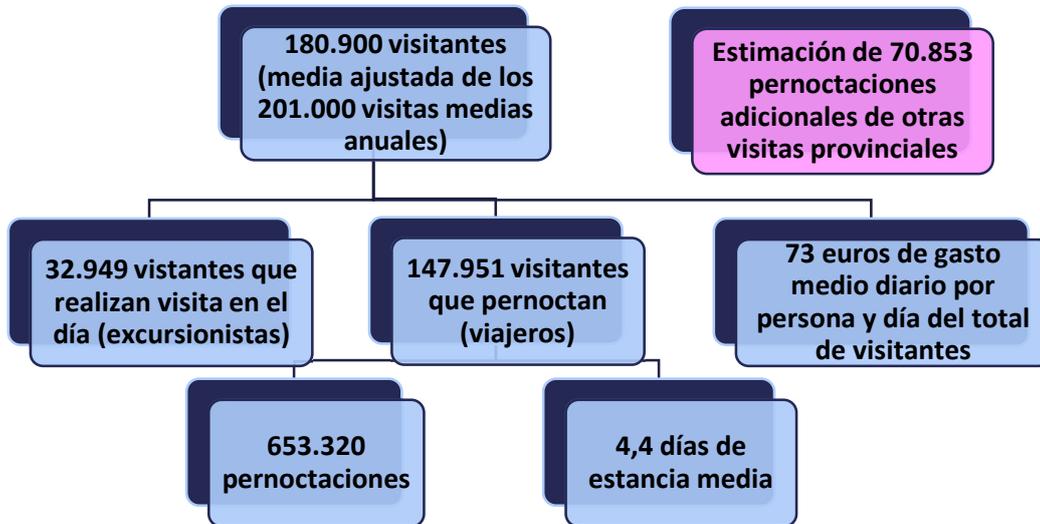
Respecto al impacto económico, la valoración se ha centrado en el comportamiento y estimación del gasto de los visitantes de Torreciudad. Para ello se ha realizado una encuesta con 3.382 respuestas que otorga una alta fiabilidad y bajo error muestral en las proyecciones realizadas sobre el total de visitantes. Si bien se registra una media en los últimos años de 201.000 visitas, se ha ajustado por aspectos técnicos de reentradas a 180.900 visitantes. Esta encuesta ha permitido conocer la tipología de visitantes, modo de alojamiento, estancia media y otros elementos que permiten proyectar el impacto. Se ha seleccionado **metodología del marco input-output (MIO) de la economía regional aragonesa**. Las tablas utilizadas de referencia son de 2019 -válidas para cálculos de impactos y multiplicadores en la actualidad-, y publicadas en 2024 fruto de la colaboración entre el Instituto Aragonés de Fomento y el grupo de investigación CREDENAT de la Universidad de Zaragoza.

Esta metodología permite desarrollar el **cálculo del impacto directo, indirecto e inducido**. Es decir, a partir del impacto inicial provocado por el gasto de los propios visitantes y la actividad propia de Torreciudad -impacto directo-, se generan dos flujos económicos añadidos. Por un lado, un impacto indirecto -compras que deben hacer las diferentes actividades económicas que reciben este impacto directo para satisfacer esa demanda-, y por otra, un impacto inducido, con una proyección en el medio plazo, y que reflejaría los consumos en la economía del territorio originado por las nuevas rentas salariales y beneficios obtenidos del impacto directo e indirecto. De esta manera, se muestran en la siguiente página los gráficos que resumen el conjunto de los impactos económicos.

En cuanto al **impacto directo**, y como se observa en el cuadro adjunto, el principal impacto se refiere al gasto en diferentes servicios (alojamiento, restauración, comercio, transporte, y otros servicios) de los visitantes. Se ha podido llevar a cabo una aproximación detallada a través de los datos de la encuesta realizada y aplicando determinadas medias de gasto turístico del Instituto Nacional de Estadística, diferenciando entre alojamientos de mercado (establecimientos hoteleros, campings, apartamentos turísticos, turismo rural, etc.) y otros alojamientos (viviendas de familiares y amigos, segunda residencia en la urbanización el Tozal, casas de Torreciudad, El Poblado, Los Bancales, autocaravanas). El impacto directo total de los visitantes en sus diferentes modalidades (excursionistas o viajeros que pernoctan) es de 50,4 millones de euros. Además, se estima un impacto añadido de los visitantes (6,1 millones de euros) en otras visitas que repiten en el territorio en fechas diferenciadas de los viajes en los que se visita Torreciudad. Por último, la contratación y gasto local de la actividad propia de Torreciudad (Asociación y Fundación) genera también un impacto económico de 1,8 M. euros.

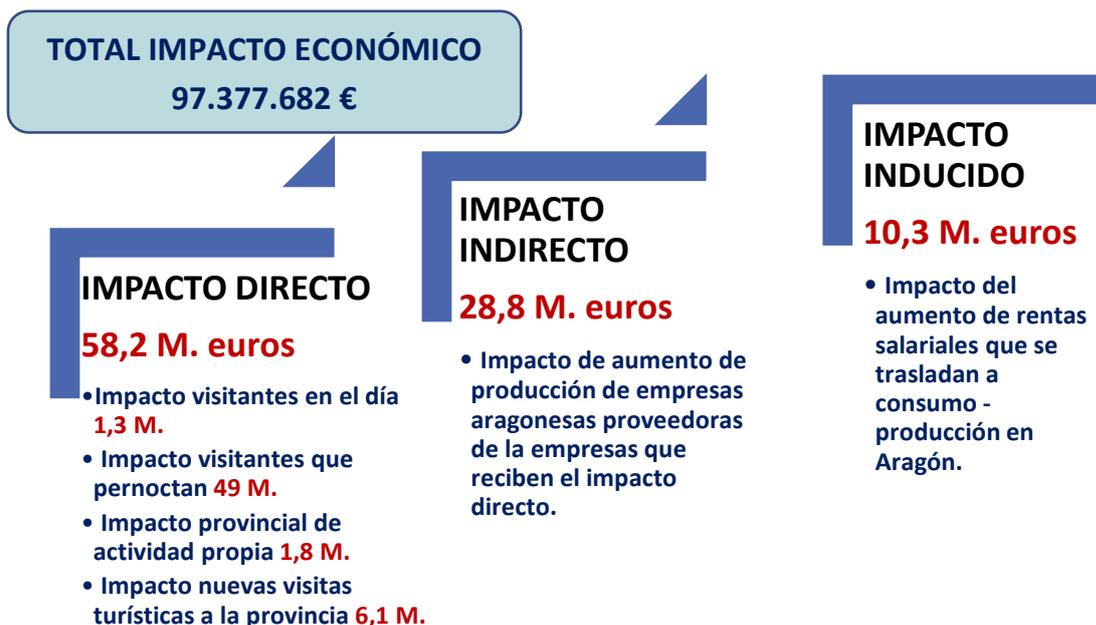


Los datos más representativos que completarían este análisis en el ámbito turístico y económico serían los siguientes:



Este impacto está calculado en su proyección local y provincial, si bien algunos de los impactos se pueden referir a estancias o gastos fuera de la provincia de Huesca, pero en Aragón. Por ejemplo, una persona que está tres días por Somontano y Ribagorza, y un día en Zaragoza para complementar con la visita al Pilar.

A partir de estos 58,2 millones de euros de impacto directo se deriva una cadena de flujos económicos tangibilizados en el impacto indirecto e inducido. La aplicación de tablas aragonesas - regionales de impacto no nos permite diferenciar el reparto de estos dos impactos entre la provincia de Huesca y el resto de la región. En cualquier caso, son impactos económicos dentro de la Comunidad Autónoma de Aragón.



El impacto indirecto es relevante -respecto al impacto directo- y motivado por el importante arrastre del subsector de alojamiento y restauración sobre el resto de sectores económicos que viene reflejado en las tablas input-output de la economía aragonesa.

Como análisis complementario al cálculo del impacto económico se ha realizado un análisis contrafactual, es decir, valorar el impacto en el supuesto de no existencia de Torreciudad. A través de las respuestas 4 y 8 de la encuesta se ha determinado un número de visitantes en el territorio que no se producirían en este supuesto de no existencia ya que se muestra una clara motivación religiosa y/o

Torreciudad es el motivo central del viaje. Por ello, se ha estimado que impacto económico no se produciría ante la inexistencia de Torreciudad.

Impacto total	97,4 millones €
- Impacto de la actividad directa de Torreciudad	- 1,8 millones €
	95,6 millones €
- Impacto de reducción de visitantes	- 78,4 millones € (82%)
Impacto que continua sin presencia de Torreciudad	17,2 millones €

De esta forma, y en este supuesto, en torno a un 18 % del total del impacto (17,2 millones de euros) se seguiría produciendo y se pondrían en riesgo alrededor de 150.000 visitantes que generan 80 millones de euros de impacto en la provincia y en Aragón.

Para conocer otro tipo de impactos menos tangibles y los efectos sociales, turísticos y territoriales, se ha utilizado:

- ✚ **La encuesta propia respondida por 3.382 personas.** En estas respuestas se observan elementos relevantes como la centralidad de Torreciudad en la motivación del viaje a la zona, la fidelidad de los visitantes con un alto porcentaje de repetición, y la motivación religiosa presente en un 95 % de los visitantes, ya sea de forma más exclusiva o de forma compartida con el interés turístico y cultural.
- ✚ **El video realizado por la Asociación – Patronato de Torreciudad sobre “El impacto local del Santuario de Torreciudad”.** En estas respuestas se recogen otros beneficios y se muestra, más allá del impacto económico, la importancia de la presencia de Torreciudad en el ámbito cultural, religioso, turístico y social.
- ✚ Se ha desarrollado también una **encuesta a grupos de interés cercanos** (Ayuntamientos, Comarcas, asociaciones empresariales, etc.). Como elemento destacado cabe señalar la importancia mostrada de la presencia de Torreciudad en el ámbito turístico, pero también es señalada la necesidad de una mayor tangibilidad de los efectos directos de los visitantes, en algunos casos (municipios concretos o comarcas no colindantes con Torreciudad) no visualizados suficientemente. Por ello, la línea de colaboración y presencia como actor turístico del territorio llevada a cabo por Torreciudad en la última década, con importantes

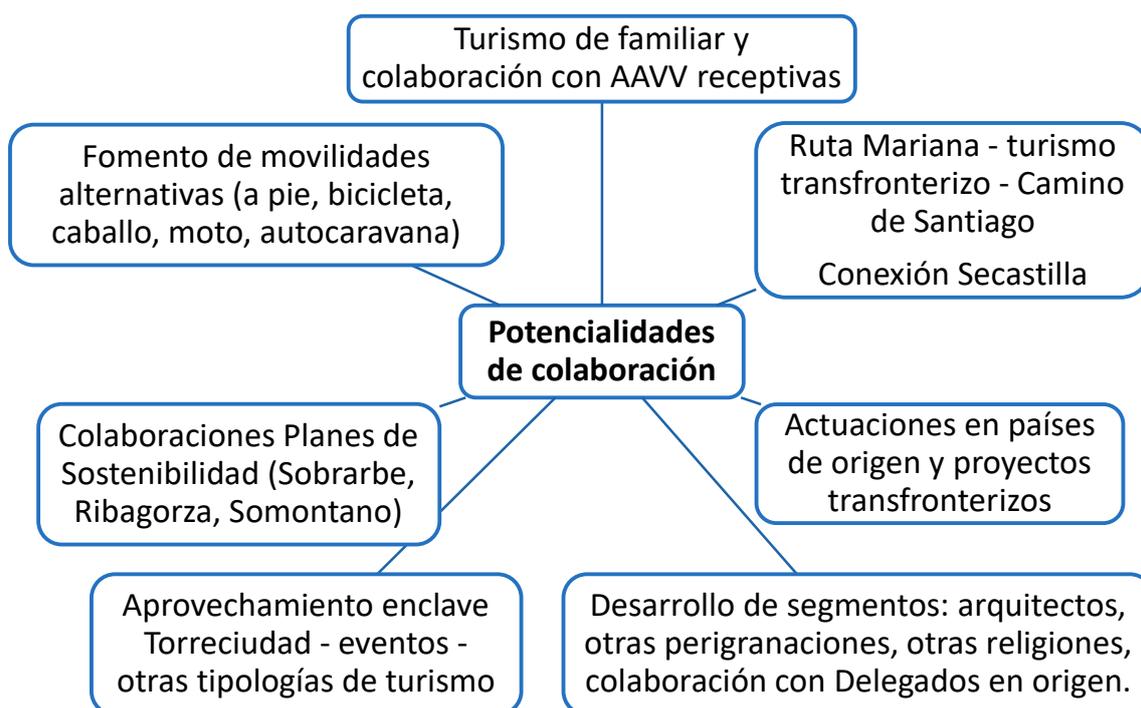
e innovadoras iniciativas turísticas, es una línea de impulso que puede dar soporte a un número mayor de actividades conjuntas o colectivas con actores del territorio.

Toda esta información se ha plasmado en la redacción de **14 impactos y externalidades motivados por la presencia del Santuario de Torreciudad**. Se enumeran estos impactos que han sido desarrollados en el apartado 5.3.

- **Posicionamiento territorial y turístico en el ámbito del turismo religioso.**
- Capacidad de desestacionalización.
- **Ubicación y conocimiento internacional.**
- Complementariedad con los recursos turísticos del territorio.
- **Actuaciones colaborativas y de responsabilidad social, y conservación del patrimonio.**
- Desarrollo de nuevas experiencias turísticas.
- **Valor arquitectónico, cultural y patrimonial.**
- Proyección de los valores provinciales de naturaleza.
- **Pertenencia a la Ruta Mariana. Rutas locales y rutas transfronterizas / Camino de Santiago ribagorzano.**
- Capacidad organizativa y desarrollo de eventos.
- **Experiencia espiritual y personal.**
- Generación de empleo y contribución a actividades económicas turísticas y de servicios.
- **Fijación de población y desarrollo poblaciones cercanas.**
- Oficina de turismo como promotora territorial.



Y con relación al último de los objetivos, la detección de **potencialidades colaborativas y de desarrollo** donde Torreciudad tenga un papel clave, se han identificado **siete líneas de desarrollo potencial**. Estas líneas de impulso están vinculadas con los impactos territoriales y de carácter más cualitativo, y para las mismas se ha tenido en cuenta el video “El impacto local del Santuario de Torreciudad”, las entrevistas directas con miembros de la Asociación – Patronato de Torreciudad y la encuesta de opinión a los grupos de interés, en especial, la respuesta 2 en la que se indaga sobre potenciales proyectos colaborativos no desarrollados.



Estas potencialidades han sido desarrolladas en el apartado 5.4. y pretenden servir de líneas de desarrollo colaborativo del Santuario del Torreciudad para una mayor imbricación en los proyectos turísticos y territoriales de la provincia de Huesca.

Como **conclusión final** podemos establecer que la presencia de Torreciudad genera un impacto anual muy positivo en el ámbito de los flujos económicos generados en el territorio aragonés (97 M. euros) y externalidades positivas en el plano turístico y territorial, situando a la provincia de Huesca y a Aragón en España y en el mundo, con unos peregrinos-visitantes altamente fidelizados, pero con alto potencial de crecimiento en cuantía y en el desarrollo de actividades turísticas complementarias. Torreciudad ha desarrollado su papel como dinamizador turístico-cultural con innovadores proyectos e iniciativas, y en esta línea se detecta la posibilidad de desarrollo de nuevos productos turísticos y otros proyectos colaborativos para una mejor imbricación con los actores del desarrollo territorial en la provincia de Huesca y sus comarcas.

INFOGRAFÍA

IMPACTO SOCIOECONÓMICO DEL SANTUARIO DE TORRECIUDAD Y SU ACTIVIDAD EN LA PROVINCIA DE HUESCA Y ARAGÓN



Metodología

Datos de partida

2023
200.000 visitas
180.900 visitantes

Google
3.555 reseñas
4,7 sobre 5

Origen de los visitantes 2023
85 % nacional
15 % internacional (54 países)

Redes sociales
86.676 seguidores (seguidores de Facebook, Instagram y suscriptores de Youtube)

Eventos o periodos con más asistencia 2023
Navidad - Ruta del Belén: 15.500 / S. Santa: 15.000
Jornada Mariana de la Familia: 6.000
Peregrinación Virgen del Quinche: 4.000

Espacios museográficos
"Vive la experiencia de la fe" 13.755 visitantes
"El retablo de cuenta" 22.000 espectadores
Ciclo Internacional de Órgano 1.400 asistentes

- Cálculo del impacto directo a partir de encuesta directa, y medias de gastos turísticos del Instituto Nacional de Estadística – INE.
- Elaboración propia de los impactos indirectos e inducidos con datos extraídos de la Tabla Input-Output Aragón 2019 del Instituto Aragonés de Fomento (IAF).
- ENCUESTAS
 - Encuesta del estudio en 2024: 3.382 respuestas de visitantes Alta fiabilidad (99 % confianza) y bajo error muestral (2,2 %)
 - Encuesta de opinión 2024 a grupos de interés
 - Entrevistas – video "Impacto local del Santuario de Torreciudad" - 2024

Impacto económico anual - 97,4 M. €

IMPACTO DIRECTO

58,2 M. euros

- Impacto visitantes en el día **1,3 M.**
- Impacto visitantes que pernoctan **49 M.**
- Impacto provincial de actividad propia **1,8 M.**
- Impacto nuevas visitas turísticas **6,1 M.**

IMPACTO INDIRECTO

28,8 M. euros

- Impacto de aumento de producción de empresas aragonesas proveedoras de la empresas que reciben el impacto directo.

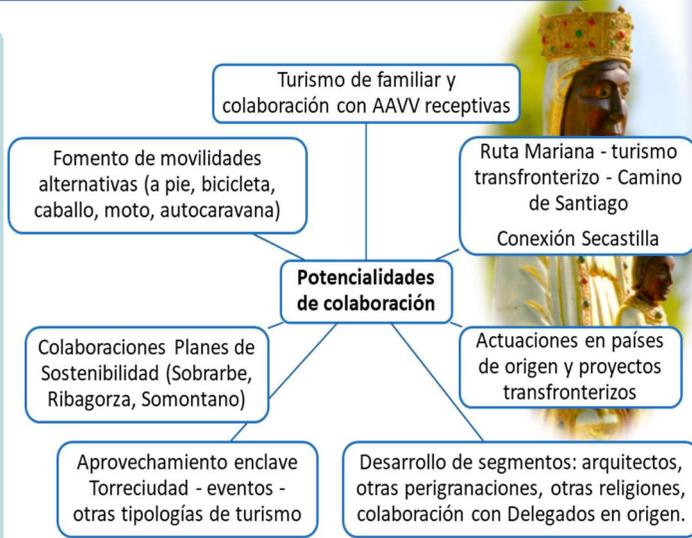
IMPACTO INDUCIDO

10,3 M. euros

- Impacto del aumento de rentas salariales que se trasladan a consumo - producción en Aragón.

Espiritalidad
Ruta Mariana
Experiencia
Ubicación Internacional
Capacidad organizativa
Turismo religioso
Actividades económicas
Valor patrimonial
Impacto de población
Naturaleza
Complementariedad
Empleco
Desestacionalización

Impacto social, turístico y territorial

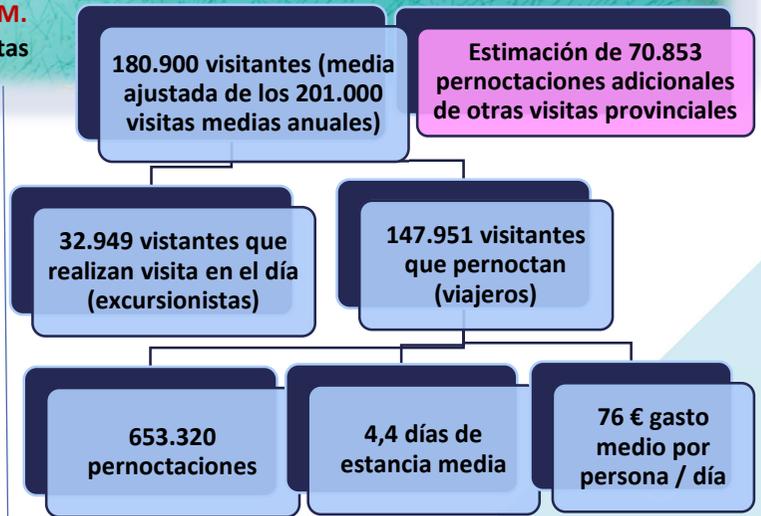


Análisis contrafactual:

Supuesto de no existencia

En torno a 150.000 visitantes

no acudirían al territorio



7. AGRADECIMIENTOS

Desde la Cámara de Comercio de Huesca como redactores de este estudio, queremos agradecer la disposición y respuestas de todas las personas encuestadas y que han colaborado nuestras encuestas anónimas, tanto a los visitantes de Torreciudad que han reportado la encuesta general de visitantes, como a los grupos de interés (comarcas, ayuntamientos, asociaciones empresariales) que han respondido a la encuesta de opinión.

En particular, queríamos agradecer la información facilitada y entrevistas realizadas con José Luis Heitzmann y Angel Pintado, vocales de la Junta Directiva de la Asociación Patronato de Torreciudad, con Manuel Garrido, periodista, y con José Alfonso Arregui, Director de Comunicación de la Asociación Patronato de Torreciudad. Agradecemos la apertura y disposición con la que compartieron sus experiencias, opiniones y conocimientos.

Reiteramos nuestra gratitud y el compromiso de disponer de esta información para un mejor conocimiento de uno de los lugares más visitados de Aragón y continuar impulsando en el futuro acciones colaborativas del Santuario de Torreciudad y su entorno.