

“BALNEARIZAR” AL MONTAÑERO Y DAR A CONOCER LOS RECURSOS NATURALES AL AGÜISTA

Inmaculada Chacón Vallés
Escuela de Turismo Aragón
Zaragoza

1. Introducción

La presumible y deseable incorporación de nuevos segmentos de turistas en los establecimientos balnearios plantea averiguar cual es la motivación fundamental de sus usuarios. Se observa como, en muchos casos, un patrimonio residual balneario está siendo objeto de restauraciones, y como junto a este patrimonio renovado, la demanda reclama nuevos recursos que deben explorarse y ofrecerse.

Por ello la primera cuestión sería a determinar el poder de atracción del recurso “aguas termales y minero-medicinales, junto con las técnicas crenoterápicas” y, posteriormente, pasar a valorar en qué medida intervienen en la llegada, y condicionan la estancia, otras categorías de recursos.

En definitiva se trata de valorar las preferencias de usos que pueden estar dando lugar a un nuevo ciclo en el desarrollo turístico de los centros balnearios, que si bien se comportan como lugares de acogida y albergue, están sirviendo también de apoyo para la realización de otras actividades “in situ”, así como para el desarrollo de opciones turísticas en los espacios circundantes.

Así, en determinados establecimientos, el vacío durante las horas centrales del día, constituye una muestra de que la demanda presenta preferencias cada vez más heterogéneas, que obligan a ampliar la funcionalidad de estos espacios concebidos, tradicionalmente, para uso de un turismo residencial que permanecía en el interior del cinturón de parques y jardines del balneario. De una escala local, se hace necesario pasar a otra de corte más amplio.

Esta comunicación analiza estas cuestiones precitadas en el balneario de Panticosa, para el que existen importantes proyectos de rehabilitación, y que pese a lo obsoleto de muchos de sus equipamientos actuales, presenta un alto índice de ocupación lo que le permite hoy mantener sus instalaciones abiertas durante todo el año, a excepción del mes de noviembre.

2. El balneario de Panticosa

2.1. *Antecedentes y situación actual*

Situado en el Valle de Tena, pertenece al término municipal de Panticosa (Huesca). Ocupa el fondo de un circo glaciar a 1636 metros de altitud rodeado por montañas, algunas por encima de los 3000 metros de altura, que se abren paso para dar salida al río Caldarés, que forma una laguna de unas 5 ha. Seis son las surgencias termales y minero-medicinales que se localizan en el balneario y que manan por grietas y diaclasas de este extenso macizo granítico.

Su utilización se remonta a época romana. El desarrollo del balneario al siglo XIX: ya en 1899 se fundó la firma Aguas de Panticosa S.A. (A.P.S.A.) y a principios del siglo XX contaba con unas 1.500 plazas de alojamiento. Del inicio de su decadencia puede culparse a los aludes que en 1915 y 1917 arrasaron las instalaciones destruyendo la tercera parte de sus alojamientos. (MONTANER ZAPATER, 1991).

En 1919 la mayor parte del capital de la empresa pasó a Energías e Industrias Aragonesas S.A. (EIASA). La crisis de los años treinta, los cambios en las tendencias turísticas, su acusada estacionalidad, la falta de inversiones provocaron que, pese a haber sido declarado Centro de Interés Turístico Nacional en 1966, se viera obligado a cerrar pocos años más tarde (1979).

En 1983 el Ayuntamiento de Zaragoza compró una pequeña parte de las instalaciones con la idea de organizar vacaciones sociales, proyecto al que no se supo o no se pudo dar viabilidad.

Mayo de 1994 significó la ruptura de una situación de bloqueo que se prolongaba desde 1991, año en el que APSA, propietaria de la mayor parte de las acciones, presentara un Plan Especial de Reforma Interior (PERI), que provocó la oposición de varios colectivos y ecologistas y que supuso la solicitud por parte del Colegio Oficial de Arquitectos de Aragón, de la apertura de un expediente para el balneario como Bien de Interés Cultural, con la categoría de Conjunto Histórico, y su remisión a las Cortes de Aragón.

El balneario estaba ya protegido por pertenecer al Valle de Tena y estar éste declarado como Paisaje Pintoresco (BOE 15-I-77). Hoy día este valle cuenta con otra figura de protección como la de ser Área de Especial Protección Urbanística (BOA n.º 78 de 8-VII-92).

Terminaba pues el bloqueo con la firma de un convenio entre la Diputación General de Aragón, el Ayuntamiento de Zaragoza y APSA, para la rehabilitación y mejora de infraestructuras.

El complejo tendrá consideración de núcleo urbano, como garantía de su condición de espacio de dominio y uso público, y conservará la unidad y volumen de edificios que siempre tuvo.

Este convenio deberá de incluir la redacción de un Plan Especial de Protección y Rehabilitación Integrada (PEPRI), así como los proyectos de infraestructuras de protección contra aludes, infraestructuras hidráulicas y energéticas, proyecto de un aparcamiento y la rehabilitación del muro del Ibón (para este último proyecto las obras se estaban realizando en agosto de 1994). Se tendrán que respetar también los criterios de la Comisión de Ordenación del Territorio de Huesca, que comprenden la inclusión de un programa vinculante de realización secuencial de las obras que asegura la rehabilitación real de los edificios, que la superficie computable como suelo urbano no exceda de las 19 ha., (superficie que ha ocupado históricamente el complejo), la cuantificación de las edificabilidades máximas útiles de cada edificio y la inclusión de un estudio hidrológico detallado del régimen de aguas termales.

No se aportaron datos sobre la posible cuantificación del proyecto por considerarlo prematuro. En junio de 1994 el Balneario era declarado Conjunto Histórico.

Bajo esta denominación quedaban el ibón, praderas adyacentes y todos los edificios existentes en el conjunto del balneario, que comprenden una extensión de 580.300 m², según los límites establecidos en el año 1831, y cuya propiedad se distribuye de la siguiente forma:

Energía e Industrias Aragonesas S.A.....	8.928,500 m ² (1,54%)
Aguas de Panticosa S.A.	487.910,520 m ² (84,08%)
Ayuntamiento de Zaragoza ¹	83.460,980 m ² (14,38%)

Parece quedar garantizada la antigua funcionalidad de este espacio turístico, al que nos presentan como "un lujo de siglos", pero tanto para el balneario como para su entorno parece existir una demanda con alta capacidad de consumo.

2.2. Planteamiento del estudio

En una primera fase el trabajo de campo incluyó las siguientes etapas:

- Una primera toma de contacto con el balneario.
- Análisis del entorno.
- Captar, a priori, las posibles tipologías de usuarios.

¹ A la espera de su traspaso a la Diputación General de Aragón.

Esta primera aproximación confirmó la idea primigenia en el sentido de que en el balneario se dispersaban actividades muy diversas.

Para realizar el análisis de las motivaciones de los usuarios se optó por utilizar un método directo: investigar las preferencias mediante encuestas personales dentro de la unidad balnearia.

Se preparó la encuesta dirigida a usuarios del balneario y se consideró también de interés preparar un cuestionario base que permitiera agilizar las entrevistas con los responsables del establecimiento (gerente, médico, jefe de recepción, relaciones públicas), a quienes se pidió su colaboración.

La encuesta a los usuarios permitió analizar sus indicadores, y lo que se considera de mayor interés: descubrir sus preferencias por las distintas tipologías de recursos y en qué medida los incorporaban durante su estancia en el establecimiento o hubieran querido poder hacerlo.

Dada la complejidad de la encuesta y la posibilidad de que provocara dudas en su realización, se optó por realizarla personalmente, lo que proporcionaba mayor fiabilidad y homogeneidad de tratamiento².

La encuesta se pasó en dos etapas. La primera en los días 23 y 24 de agosto de 1994, fechas en las que el establecimiento no disponía de ninguna plaza libre. La segunda el 15 de octubre, en esta ocasión dirigida fundamentalmente a usuarios del INSERSO.

En las encuestas no se les pidió que identificaran recursos concretos, sino que señalaran las actividades que habían realizado, o que les hubiera gustado poder realizar durante su estancia en el balneario.

Estas actividades requieren de una serie de recursos que quedan agrupados en 5 categorías:

- Recursos inherentes a la Unidad Balnearia.
- Recursos Naturales.
- Recursos Deportivos.
- Recursos Histórico-artísticos.
- Recursos Socio-culturales.

A su vez estas 5 categorías se subdividen en 36 tipos o conjunto de tipos de recursos distintos. En dos columnas, una con la opción "pude", la otra con "me hubiera gustado poder", se podían seleccionar hasta un máximo de 10 tipos de recursos por opción, dándole el valor "1" al tipo de recurso que para el encuestado presentara mayor interés, "2" para la siguiente y así sucesivamente.

² Esta se realizó entrevistando al 25% de los residentes, con un diseño aleatorio de las habitaciones, pasando a la siguiente si se negaban a contestar, lo que se produjo en un 3% de los casos.

En total se dispone de 79 encuestas, 32 corresponden a usuarios subvencionados por el INSERSO (de un total de 432 plazas asignadas para 1994 estaban alojados casi 140 personas cuando pasamos la encuesta, lo que supone una muestra en torno al 25%, porcentaje similar al que habíamos obtenido con las 47 primeras encuestas, ya que la capacidad de alojamiento del balneario está en torno a las 200 plazas, por permanecer abiertos sólo el Gran Hotel y el hotel Mediodía.

El siguiente paso supuso el análisis en profundidad de los recursos del entorno, inventariando aquellos que permitieran su uso o disfrute utilizando parte de la jornada y dejando tiempo suficiente para que el cliente que lo deseara pudiera utilizar las instalaciones crenoterápicas.

Con todo esto, es decir, los resultados del estudio de la oferta, los proporcionados por las encuestas y el inventario de los recursos se intenta evaluar el grado, o capacidad potencial del balneario para satisfacer las tendencias de la demanda que entendemos están variando de forma fácilmente perceptible.

3. Resultados de la encuesta a usuarios

Se han extraído aquellos datos que nos parecen más significativos del perfil de los clientes y de la oferta balnearia.

Se diferencia entre usuarios que acuden por cuenta propia y quienes lo hicieron a través del INSERSO, por considerar que existen diferencias muy notables.

3.1. Indicadores de los usuarios (en porcentajes)

3.1.1. CLIENTES POR CUENTA PROPIA

- El 65,95 tiene una edad comprendida entre los 25 y los 44 años.
- El 46,80 tiene estudios universitarios.
- Para el 51,06 son sus vacaciones secundarias.
- Sólo el 14,89 manifiesta como motivación principal de su estancia en el balneario "la salud".
- Sólo el 10,36 manifiesta haber acudido al balneario de Panticosa por las indicaciones terapéuticas de sus aguas.
- Algo menos de la mitad, el 48,93 afirma hacer uso de las instalaciones termales, aunque el 8,51 lo hace sin control médico.
- El 63,82 no había estado con anterioridad en el balneario de Panticosa,
- 74,46 no ha estado en ningún otro balneario de Aragón.

- El 61,78 no ha estado en ningún balneario de España.
- El 38,29 prefiere como medio de alojamiento el hotel.

PREDOMINIO DE USUARIOS JÓVENES, NIVEL CULTURAL ALTO, LLEGADA DE NUEVOS USUARIOS, ESCASO INTERÉS CRENOTERÁPICO.

3.1.2. CLIENTES SUBVENCIONADOS POR EL INSERSO

- El 31,25 tienen una edad comprendida entre los 45 y 64 años.
- El 84,37 sólo tiene estudios primarios o inferiores.
- Para un 43,75 son sus vacaciones secundarias o de duración similar.
- Para el 100 la motivación fundamental de su estancia en un balneario es la salud.
- El 100 utiliza las instalaciones crenoterápicas con control médico (va incluido en el precio del paquete).
- El 56,25 no había estado nunca en el balneario de Panticosa.
- El 84,37 no ha estado nunca en otro balneario de Aragón.
- El 56,25 no ha estado nunca en otro balneario de España.
- El 96,87 prefiere como medio de alojamiento el hotel.

SEGMENTO IMPORTANTE DE USUARIOS MENORES DE 65 AÑOS, BAJO NIVEL CULTURAL, MOTIVACIÓN POR LA SALUD

3.2. *Infraestructuras, equipamientos y servicios*

Se realizaron tres preguntas de detalle. De ellas se recogen las opiniones más generalizadas considerando todas las encuestas realizadas. El resto de las preguntas reflejarán la calificación que otorgan al balneario.

A la pregunta "*¿También hubiera querido?*".

Posibilidad de transporte colectivo desde el balneario al núcleo urbano.

Instalaciones más modernas, tanto en los hoteles como en la galería de baños.

Hotel y galería de baños en el mismo edificio.

Disponer de cajero automático.

Contar con una tienda con artículos de uso y consumo común (zapatillas, fruta).

Luz eléctrica en alguna fuente minero-medicinal.

Disponer de servicios en la planta baja del hotel Mediodía.

A la pregunta *"¿Qué es lo que más le ha gustado de su estancia?"*.

Tranquilidad, silencio.

Paisaje.

Clima.

Tratamientos termales.

Amabilidad del personal empleado.

A la pregunta *"¿Qué es lo que menos le ha gustado?"*

Instalaciones muy anticuadas en los hoteles.

Instalaciones muy anticuadas en la galería de baños.

Mobiliario insuficiente en las habitaciones.

Malos olores en los baños.

Cierto abandono en el cuidado del paisaje.

Senderos poco señalizados.

Sentirse aislados.

Elevado precio de los baños termales.

Baños en grupo (INSERSO).

CALIFICACIÓN EN GENERAL DEL BALNEARIO (en porcentajes)

Clientes por cuenta propia:

- Un 81,10 piensa regresar de nuevo.
- Al 34,04 no le parece apropiada la relación calidad/precio.
- El grado de satisfacción es:
 - Muy satisfactorio: 19,14.
 - Bastante satisfactorio: 70,21.
 - Indiferente: 4,25
 - NS/NC: 6,38

Clientes del INSERSO:

- Un 93,75 piensa regresar de nuevo.
 - A un 3,12 no le parece apropiada la relación calidad/precio.
-

- El grado de satisfacción es:
Muy satisfactorio: 59,37.
Bastante satisfactorio: 40,62.

Se ha contrastado el perfil de los usuarios de Panticosa con los resultados de los estudios realizados por el Instituto de Estudios Turísticos, hace ya casi 10 años, en relación con todos los balnearios de España y con el realizado por la Diputación General de Aragón en 1990. Junto a la incorporación de segmentos más jóvenes nos ha llamado la atención el que apenas se reclaman instalaciones recreativas, culturales o deportivas, aspectos estos por los que los usuarios se sentían menos satisfechos en los estudios a los que nos hemos referido. Sin duda el análisis de los recursos nos indicará hacia donde se dirigen hoy sus demandas.

3.3. *Análisis de los recursos (en porcentajes)*

3.3.1. RECURSOS INHERENTES A LA UNIDAD BALNEARIA

Se analiza el grado de interés que despiertan actividades que pueden realizarse dentro de la unidad balnearia. La media de interés es muy baja, sólo un 28,98. La opción "pasear, tomar el sol" está considerada como la de mayor interés de las realizadas para el 31,64.

Estos resultados parecen confirmar que el balneario no es el centro de las actividades del turista, máxime si tenemos presente que de los clientes por cuenta propia, algo menos del 50 aseguraba no hacer uso de las instalaciones crenoterápicas.

ACTIVIDADES	NO PRESENTA NINGÚN INTERÉS
Pasear, tomar el sol	7,59
Jugar cartas, dominó, otros	86,07
Ver TV, leer, oír música	82,27
Asistir a verbenas, bailar	72,15
Realizar manualidades	81,01
Nadar	63,29
Jugar al tenis, frontón, voleibol	93,67
Realizar tablas de gimnasia	72,15
Practicar yoga ³ , relajación	81,01

³ Coincidimos en Agosto con la celebración de un curso de yoga

3.3.2. RECURSOS NATURALES

Analizamos el interés que despierta la naturaleza desde el punto de vista contemplativo y como actividad. En ambos casos es importante: el 61,31 en conjunto. Un 36,70 señala en primer lugar contemplar montañas y valles, lo que constituye el porcentaje más alto de los obtenido por todos los tipos de recursos. Al notable valor que se da al emplazamiento del balneario, se suma el deseo de integrarse en la naturaleza: para el 48,10 recorrer caminos pintorescos fue la actividad preferida en 3.º, 4.º, 5.º ó 6.º lugar.

Se aprecia la escasa información que los turistas tienen de las zonas que visitan: Un 81,01 manifiesta que ni visitó zonas protegidas, ni le interesó hacerlo, desconocedores de que Panticosa y el Valle de Tena son objeto de protección especial.

ACTIVIDADES	NO PRESENTA NINGÚN INTERÉS
Contemplar montañas, valles	13,92
Contemplar lagos, lagunas	12,65
Contemplar ríos, cascadas	12,65
Recorrer caminos pintorescos	39,24
Recorrer grutas, desfiladeros	79,74
Observar la flora y fauna	31,64
Visitar zonas protegidas	81,01

3.3.3. RECURSOS DEPORTIVOS

El auge que en los últimos años apreciamos en el práctica de nuevos tipos de deportes, unido a la importancia de los ya tradicionales, nos condujo a considerarlos como una categoría que podría ser representativa de las actividades realizadas por los turistas. Sin embargo, el grado de participación de esta categoría es muy pequeño. Sólo el senderismo, para el 8,86 constituye la actividad que más les gustó realizar. Similares porcentajes obtienen la bicicleta, el esquí y la equitación pero como la actividad que más les hubiera gustado poder realizar. .

ACTIVIDADES	NO PRESENTA NINGÚN INTERÉS
Hacer senderismo	59,49
Montar en bicicleta	79,74
Deportes náuticos	88,60
Caza/pesca	96,20
Esquiar	83,54
Montar a caballo	77,21
Jugar al golf	94,93
Escalada/espeleología	81,01

La media de participación o de interés que despierta esta categoría se sitúa en el 17,41, la más baja obtenida por todas las categorías de recursos

3.3.4. RECURSOS HISTÓRICO-ARTÍSTICOS

Esta categoría de recursos despierta interés para un 41,78. En ocasiones comentaron que evitaban volver a visitar aquellos recursos vistos con anterioridad y con mayor razón si ello supone un coste en tiempo o dinero (el 37,97 ha estado una o más veces en el balneario).

El recurso que más aceptación tiene es visitar monumentos artísticos, aunque nadie afirmó que fuera su actividad preferida. Circunstancia que sí se produce, aunque en porcentajes pequeños, con los restantes tipos de recursos.

ACTIVIDADES	NO PRESENTA NINGÚN INTERÉS
Visitar monumentos artísticos	34,17
Recorrer cascos históricos	54,43
Visitar museos/bibliotecas	65,82
Conocer arquitecturas típicas	59,49
Visitar restos arqueológicos	77,21

3.3.5. RECURSOS SOCIO-CULTURALES

Esta categoría de recursos presentó interés para el 33,64, pero éste se limita, salvo rara excepción a "me hubiera gustado". Esta excepción la constituye el recurso conocer música, danzas típicas, ya que durante los días de nuestra primera visita se celebraba un curso de música. Así el 5,06 sitúa esta actividad en 4.º, 5.º, 6.º u 8.º lugar de aquellas que más le gustó realizar. Extraña el poco interés que presenta el poder disfrutar de la gastronomía típica.

ACTIVIDADES	NO PRESENTA NINGÚN INTERÉS
Disfrutar de fiestas locales	67,08
Asistir a ferias, mercados, rastros	67,08
Disfrutar de la gastronomía típica	72,15
Conocer música, danzas típicas	63,29
Visitar talleres artesanales	58,22
Asistir a festivales, exposiciones	69,62
Participar en romerías	67,08

Estos son en síntesis los principales resultados de la encuesta, que reflejan de forma bastante expresiva los comportamientos actuales de la demanda, pero que nos siguen planteando la necesidad de continuar en la investigación, pues existen matices que debemos considerar.

La primera pregunta sería ¿dónde se sitúa el grado de interés hacia un recurso para que lo consideremos óptimo? ¿A partir de que grado será capaz de prolongar los días de estancia en el balneario? (exceptuando a los usuarios del INSERSO que permanecen 15 días, la media de estancia obtenida a través de la encuesta se sitúa en 7,6 días).

El haber introducido la posibilidad de reflejar el interés que despierta cualquier tipo de recurso, se haya o no podido realizar, elimina multitud de factores capaces de modificar la tendencia de la demanda, aunque entendemos que en cada una de estas categorías de recursos habrán intervenido otros factores capaces de provocar modificaciones. Algunas circunstanciales: ¿Hubiera modificado substancialmente los resultados de la encuesta la celebración de un cursillo de escalada o equitación, por ejemplo, en vez del de yoga o música?.

Otros factores ya no tan circunstanciales serían:

- Imposibilidad física para realizar determinadas actividades.
- Conocimiento anterior de ciertos recursos.
- El precio.
- Falta de medio de transporte (sólo un 36,70 del total de encuestados llegó al balneario en coche propio).
- Falta de información (apenas encontramos en el balneario información sobre las actividades que paralelamente se estaban desarrollando en el Valle de Tena y el Serrablo).

Entendemos que estos factores, capaces de modificar los resultados no siempre influyen en todas las categorías de recursos, ni que cuando lo hagan será con la misma intensidad, pero es necesario incluirlos como factores que ponderen el valor final.

Pero todavía faltará un capítulo muy importante: **El entorno**

- ¿Serán suficientes las medidas de protección que lo avalan?
- ¿Responde a las expectativas de los usuarios?
- ¿En qué medida contribuye a desestacionalizar el turismo?
- ¿Cómo evaluar la capacidad de deterioro ambiental que pueden causar estos tipos de demanda?

Lo cierto es que sus recursos naturales son muy difíciles de cuantificar:

- Al menos una docena de ibones: Azules, Bramatuero....
- Numerosos picos en los que intentar el ascenso: Brazato, Del Infierno, Argualas...

- Itinerarios por caminos pintorescos.
- Zonas protegidas (el macizo de los Picos del Infierno está declarado como Monumento Natural Glaciares Pirenaicos, Ordesa y Monte Perdido es Parque Nacional, además de las figuras ya citadas).

La posibilidad de practicar deportes es también muy amplia:

- Senderismo (GR 1, 11, 16, 65.3, PR 1, 2, 3, 4, 7, 8).
- Pistas para la práctica de bicicleta de montaña.
- Deportes náuticos en Bubal.
- Esquí alpino en Panticosa, Formigal. De fondo y de travesía en y desde el mismo balneario con guías especializados.
- Hípica en la Escuela de equitación de Biescas.
- Descenso de Barrancos (Gorgol, en Tramacastilla, río Gállego en Escarrilla, Forronías, Sía).
- Escalada en rocódromos en Formigal y Biescas. En paredes naturales en Escarrilla, Portalet.
- Espeleología en el Valle de Tena.
- Rafting en el Cinca entre Laspuña y Ainsa.

No es menos importante su legado Histórico-artístico:

- 29 Monumentos declarados (Ley 16/1985 de 25 de junio del Patrimonio Histórico Español) y 4 Cascos Históricos.
- 11 Museos y Archivos.
- Al menos 10 localidades con típicas arquitecturas.
- Restos arqueológicos.

Y a todo ello se suman sus recursos socio-culturales:

- 2 fiestas declaradas de Interés Turístico Nacional
- Talleres artesanales de cerámica, textil y restauración del mueble antiguo.
- Festival Internacional Folklórico de los Pirineos.
- Universiadas de Invierno.
- Típicas romerías por el Serrablo.
- Gastronomía local y excelentes restauradores.

La conclusión, triste conclusión, a la que se llega es que el comportamiento turístico de balneario tiene un carácter un tanto impredecible.

Es obvio que debe existir una oferta de "après-balneario" por utilizar la terminología similar acuñada en las estaciones de invierno para referirse a lo que el esquiador hace o demanda al acabar la jornada de nieve, pero tampoco las programaciones oficiales, es decir las ofertas directas, tienen una gran aceptación, aunque en este caso la oferta directa del balneario es escasa.

Pudiera incluso aceptarse como conclusión que solamente desde un trato muy directo con el cliente podría llegarse a la substanciación organizada y puesta en valor de los recursos turísticos del entorno balneario, pero entendiendo este entorno en un sentido muy amplio, pues los medios de transporte permiten hoy día acceder a isocronas de una hora sin excesivos obstáculos por parte del usuario, siempre y cuando la oferta venga cerrada con indicación de realización a precios asequibles cuando se traspasen determinados umbrales de rentabilidad que no son difíciles de conseguir entre clientelas que presentan entre si grandes dosis de homogeneidad preferencial por pertenecer a cohortes de grupos de edad parecidos y de nivel socioeconómico no excesivamente diferenciado.

La proliferación de los deportes de nieve, la popularización de su uso, pueden constituir un argumento a favor de la intensificación de uso del balneario con esta doble componente. Muchos de los usuarios tradicionales de verano, están convirtiéndose actualmente, por mor de las facilidades de desplazamiento y del incremento de deseo de contacto con la naturaleza, en una clientela potencial del balneario durante el invierno que permitirá desestacionalizar la ocupación. De hecho, en pleno verano, muchos de sus ocupantes no hacen uso del balneario en cuanto tal con otra finalidad que no sea la de mero albergue o restaurante y esto plantea el doble desafío que puede establecerse de "balnearizar" al montañero e integrar en los recursos naturales y de todo tipo al agüista. El camino debe de llevar esta doble componente y ambas opciones se interpotenciarían permitiendo incluso una reducción de los precios lo que facilitaría el mejor grado de ocupación y una mayor duración media de las estancias.

La comparación que se está realizando con el conjunto balneario aragonés permitirá obtener mejores conclusiones.

BIBLIOGRAFÍA

- ÁLVAREZ CUERVO, R. (1987): "Jerarquización de los Recursos Turísticos". *Estudios Turísticos*, n.º 94, Madrid, pp. 77-100.
- GARCÍA DE PARADA Y SANCHO, J. (1991): *Informe sobre el plan especial de reforma interior del núcleo urbano de los Baños de Panticosa*, realizado a petición de la Diputación General de Aragón, diciembre, 15 págs.
- LENO CERRO, F. (1992): "Evaluación del potencial turístico en un proceso de planificación: el canal de Castilla". *Estudios Turísticos*, n.º 116, Madrid, pp. 49-85.

- MARTÍ GARCÍA, A. (1995): *Evaluación del potencial turístico*. Investigación en turismo, Cámara Oficial de Comercio e Industria de la Provincia de Huesca, Escuela de Turismo de Huesca.
- LENO CERRO, F. (1993): *Técnicas de evaluación del potencial Turístico*. MICYT, MADRID, 261 págs.
- MONSERRAT ZAPATER, O. (1991): *Un espacio de salud y ocio en el Pirineo Aragonés: La Historia del Balneario de Panticosa*. Tesis Doctoral. Departamento de Historia y Arte, Facultad de Geografía e Historia, Universidad de Oviedo, 700 págs.
- O.M.T. (1978): *Evaluación de los Recursos Turísticos*, Madrid, 45 págs.
- PLAN DE MARKETING DE LOS BALNEARIOS DE ARAGÓN (1991): Realizado por PRICE WATERHOUSE, por encargo de la Diputación General de Aragón, Vol. I-II, 98 págs. + anex..
- RESUMEN DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA TURISMO DE BALNEARIOS (1985): Subdirección General del Instituto de Estudios Turísticos. Dirección General de Política Turística, Madrid, 22 págs.
- FOLLETOS TURÍSTICOS Y PRENSA DE ARAGÓN.