

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR DE GANDÍA

Grado en Gestión Turística



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITÉCNICA
SUPERIOR DE GANDÍA

“Plan de *desestacionalización*: Gandía como destino de turismo deportivo”

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:
Esteban Guillermo Paredes Rincón

Tutor/a:
María Manuela Fernández Méndez

GANDÍA, 2014

I. Resumen

Gandía es un destino con una diversa oferta turística, encabezada por el turismo de sol y playa. Sin embargo, es un destino estacional ya que la mayoría de sus visitantes buscan su mayor atractivo: sol y playa.

El objetivo principal de este trabajo de fin de grado es estudiar la posibilidad de incluir el turismo deportivo, equipos de fútbol específicamente, dentro de la demanda turística de Gandía, dando el protagonismo al clima invernal de la ciudad. El invierno en esta ciudad es mucho más cálido que en otras ciudades o países del centro y norte de Europa, lo que hace de la ciudad un destino más apto para la práctica de actividades deportivas. Por otra parte, al ser la temporada de invierno en Gandía la de menos afluencia turística, consideramos que sería una contribución a la desestacionalización de la demanda turística de la ciudad.

El estudio se basa en el análisis de las necesidades de los clientes potenciales en relación con la oferta de recursos, infraestructuras, equipamiento, servicios y actividades de la ciudad. En base a esto crearemos un ejemplo de producto que cubra las necesidades del cliente potencial, las expectativas de los empresarios, y no interfiera negativamente en la práctica deportiva cotidiana de los habitantes de la ciudad de Gandía.

Palabras clave: Estacionalidad, fútbol, deporte, turismo, Gandía.

1. Abstract

Gandia is a touristic destination with a huge offer, led by the sea, sand and sun tourism. Even though it has a huge tourist offer, it is a seasonal destination as most of the tourists are looking for its main attraction: The sun and the beach.

The main goal of this bachelor's thesis is to study the possibility to include sports tourism (football teams) into Gandia's tourism offer during winter giving prominence to the weather of the city during these season. Winter in Gandia is much more warmer than any other cities or countries of central and northern Europe. Which

makes it more suitable for the practice of sports. It's assumed hypothetically that there is less tourist inflow in winter season in Gandia, which gives a chance to create a competitive product for football teams interested in visiting the destination.

This research will be based on the needs of the potential customers (football teams) in relation with the resources, infrastructure, facilities, services and activities offered by the city. On those bases create a touristic product that meets the needs of the potential customers and the expectations of businesses and residents of Gandia.

Key words: Seasonality, football, sports, tourism, Gandia.

2. Agradecimientos

Resulta difícil dar las gracias a tanta gente. Para llegar a este punto y terminar mi trabajo final de grado, he tenido que dar muchas vueltas, conocer a mucha gente y pedir ayuda a mucha más. Para comenzar quiero agradecer a Javier Ospina, mi padre, mi gemelo, mi amigo, porque sin él no estaría donde estoy el día de hoy, por supuesto sigue mi madre, porque sin su apoyo y ese empujoncito para seguir adelante no habría llegado tan lejos.

Académicamente quiero dar mis más sinceros agradecimientos a Manela Fernández, por su paciencia, interés y colaboración; a Enrique Sigalat por su apoyo y confianza, y a Lourdes Canós por su incondicional colaboración.

Agradezco la colaboración ofrecida por el ayuntamiento de Gandía, el edil de la playa de Gandía, el director general de deportes del área de cultura, fiestas, educación y deportes, y finalmente al Comité organizador del torneo internacional de fútbol (COTIF) por su colaboración para el desarrollo de este trabajo final de grado.

Podría agregar a mucha más gente pero tendría que escribir otras 50 páginas agradeciendo a tantas personas, por eso sólo puedo dar las gracias a todos por su colaboración y apoyo.

Índice

I. Resumen	2
1. Abstract	2
2. Agradecimientos	4
II. Introducción	7
1. Presentación	7
2. Objetivos	7
a. <i>Principal</i>	7
b. <i>Secundarios</i>	7
3. Metodología	8
a. <i>Fuentes primarias</i>	10
b. <i>Fuentes secundarias</i>	10
c. <i>Plan de trabajo</i>	10
III. Plan de “desestacionalización”	12
1. Público Objetivo	12
2. Gandía: Estudio de campo	13
a. <i>Oferta turística</i>	13
b. <i>Oferta deportiva: Infraestructura y disponibilidad</i>	22
3. Opinión sobre el plan de desestacionalización	24
4. Estudio experimental sobre las necesidades y motivaciones del público objetivo para visitar el destino	28
5. Análisis del interés del público objetivo sobre el destino	30
a. <i>Análisis cualitativo</i>	30
b. <i>Análisis cuantitativo</i>	33
6. Análisis DAFO sobre el destino con respecto a las necesidades del publico objetivo	38
7. Modelo de Producto para equipos que quieran visitar el destino	40
a. <i>Especificaciones técnicas</i>	40
b. <i>Propuesta económica</i>	43
c. <i>Itinerario</i>	44
IV. Conclusiones	47
V. Bibliografía	49

Índice de ilustraciones

<i>Ilustración 1. Localización de Gandía. Fuente: Google maps</i>	13
<i>Ilustración 2. Accesibilidad</i>	15
<i>Ilustración 3. Ruta de los monasterios.</i>	16

Índice de tablas.

<i>Tabla 1. Oferta hotelera.</i>	15
<i>Tabla 2. Oferta extra hotelera. Campings.</i>	15
<i>Tabla 3. Oferta extra hotelera. Apartamentos.</i>	15
<i>Tabla 4. Temperaturas medias.</i>	18
<i>Tabla 5. Fiestas de Gandía.</i>	19
<i>Tabla 6. Recursos patrimoniales.</i>	20
<i>Tabla 7. Infraestructura deportiva.</i>	22
<i>Tabla 8. Instalaciones deportivas.</i>	23
<i>Tabla 9. Equipos de fútbol en Gandía.</i>	23
<i>Tabla 10. Costes netos del quipo y Staff.</i>	43
<i>Tabla 11. Clases de español Opcional.</i>	43
<i>Tabla 12. Precio a pagar por las parte (Club y jugadores).</i>	44
<i>Tabla 13. Itinerario de viaje.</i>	46

II. Introducción

1. Presentación

Soy un estudiante del Grado en gestión turística de origen colombiano que al llegar a España vino a vivir a Gandía. He practicado todo tipo de deportes durante mi vida y el fútbol es una de mis pasiones, por lo que al finalizar mis estudios en turismo pensé que sería una muy buena oportunidad para unir dos temas que me apasionan.

Por otra parte consideré que sería bueno hacer algo en favor del lugar en donde vivo y que me ha dado casi todo durante los últimos seis años de mi vida. Hace algunos años escuché sobre la experiencia de un equipo de fútbol infantil polaco que visitó Gandía en busca de un clima apto para el desarrollo de su actividad deportiva durante el invierno, y de ahí la idea de estudiar la posibilidad de crear un plan organizado para ampliar el turismo deportivo en la ciudad. Después de años de estudio tomando como ejemplo a Gandía como destino turístico estacional, se me ocurrió que el deporte sería una muy buena opción para contribuir a combatir este fenómeno turístico, que no sólo afecta a Gandía, sino también a casi todos los destinos costeros del sur de Europa.

2. Objetivos

a. Principal

- Crear un plan que contribuya a la desestacionalización de la demanda y diversificación de la oferta turística en la ciudad de Gandía acogiendo equipos de fútbol juveniles e infantiles fuera de la temporada alta del destino.

b. Secundarios

- Identificar las necesidades del público objetivo respecto a los recursos, las infraestructuras, el equipamiento, los servicios y actividades que requieren para el desarrollo óptimo de su actividad deportiva fuera de su entorno habitual.
- Analizar la oferta deportiva y turística actual de Gandía, teniendo en cuenta los recursos, las infraestructuras, el equipamiento, los servicios y actividades que ofrece que puedan ser de interés para el público objetivo.

- Estudiar el interés de la empresa privada, la administración pública, las federaciones y clubes de fútbol locales en apoyar este proyecto.
- Crear un ejemplo de producto turístico, que satisfaga las necesidades tanto del público objetivo como las de empresarios del destino.

3. Metodología

El plan de desestacionalización por medio del fútbol juvenil e infantil en la ciudad de Gandía pretende diversificar la oferta turística y contribuir a activar la economía de la ciudad durante la época de invierno.

Para saber si un destino es apto para recibir un determinado perfil de turistas, se debe responder las siguientes preguntas: ¿Qué tipo de turistas se quiere recibir?, ¿Cuáles son sus necesidades? y ¿Qué ofrece el destino para satisfacerlas?

Según Del Val Cid (2007), en un estudio probabilístico, suponiendo que se cumplen los pasos iniciales de un proceso de investigación (delimitación de objetivos, identificación de la población), se debe continuar con el diseño y la aplicación del diseño estadístico.

Según Agudo Arroyo (2007), si el diseño contempla la realización de una encuesta, la formulación del cuestionario parte de la descomposición de los objetivos a investigar en variables generales, por medio de un proceso de operacionalización de contenidos. Las variables resultantes generales son acciones que en la hipótesis llevan al cumplimiento del objetivo.

Una vez diseñado el cuestionario, corresponde calcular la cantidad de clubes de fútbol a los que se tiene que llegar y además recibir respuesta (muestra = n). Para conseguirlo, se calcula el error muestral para lo que se debe determinar:

- La población (N) que es el universo, en este caso, la totalidad de clubes de fútbol juveniles e infantiles de toda Europa.
- Las probabilidades son: p = el destino sí satisface las necesidades del público objetivo, y, q = el destino no satisface las necesidades del público objetivo, en donde $p = q = 50\%$ (nivel de heterogeneidad)($p+q=100\%$).
- El nivel de confianza, que es normalmente del 95% y un margen de error; $e= 5\%$. K es una variable que depende del nivel de confianza. En el caso de 95%, $k = 1,96$.

Una vez que se tienen los datos anteriormente mencionados se calculará n , a través de la siguiente ecuación:

$$n = \frac{NZ^2PQ}{e^2(N-1) + Z^2 * PQ}$$

La ecuación varía según el tamaño de la población a estudiar, es decir, si es una población *finita* ($N < 100.000$ unidades) o *infinita* ($N > 100.000$ unidades), y dependiendo de qué se pretende calcular: medias o proporciones. En esta investigación se quieren calcular proporciones a una población menor a 100.000 unidades.

n = la cantidad de clubes a los que se tiene que llegar y además recibir respuesta, para establecer la necesidades del universo con un margen de error del 5%, es decir, que de cada 100 muestras al menos 95 van a ofrecer datos dentro de los niveles de confianza establecidos.¹

Lamentablemente es un proceso muy largo y costoso, y aunque en un principio fue la primera opción, por razones tanto económicas como del tiempo establecido por normativa para un T.F.G. se tuvo que descartar. Para intentar aplicarlo se contactó con la Federación de fútbol de la Comunidad Valenciana, pero su base de datos no contaba con la información de clubes de fútbol de Europa sino exclusivamente de los equipos de la Comunidad Valenciana.

Por este motivo se ha optado por realizar un estudio exploratorio que se basa en la selección de un número limitado de informantes con experiencia en el objetivo de la información a tratar². En este caso los informantes han sido una selección de equipos de fútbol juveniles e infantiles de distintos países europeos.

De este modo, la base del proyecto pasa de utilizar una metodología cuantitativa, que era la pretensión inicial, a una cualitativa, que se apoyará tanto en fuentes primarias como secundarias.

¹ (del Val Cid 2007)

² (del Val Cid 2007)

a. Fuentes primarias

- Encuesta - entrevista a una selección de clubes de fútbol.
- Entrevista con el edil de Playa de Gandía.
- Entrevista con el “*Coordinador esportiu*” del área de cultura, fiestas, educación y deportes de Gandía.
- Entrevista con una selección de empresarios del sector turístico de Gandía.

b. Fuentes secundarias

- Fuentes bibliográficas sobre turismo deportivo e investigación social.
- Guías turísticas de Gandía.
- Páginas web del ayuntamiento de Gandía y Turismo Gandía (Protur).
- Oferta turística de Gandía: Tourist Info.
- Plà director d’instal·lacions esportives. Servicio de deportes municipal. El último plan director es el del año 2.009.

c. Plan de trabajo

El desarrollo del presente T.F.G. se realizará a través de las siguientes fases, especificando las horas de trabajo por cada fase:

- Análisis bibliográfico. 30 horas de investigación.
- Identificar el público objetivo al que dirigirnós para contribuir a la diversificación de la oferta turística de Gandía: en este caso son clubes de fútbol de toda Europa, principalmente de categorías infantiles o juveniles. 1 hora de investigación.
- Definir, localizar y realizar un estudio de campo de Gandía teniendo en cuenta; sus infraestructuras, el equipamiento con el que cuenta y los servicios, actividades y atractivos que ofrece. 40 horas de investigación.
- Realización de un estudio exploratorio a partir de una encuesta que pretende determinar las necesidades que podrían motivar a los clubes de fútbol a visitar Gandía para practicar sus actividades deportivas. 20 horas de investigación.
- Estudio de la opinión pública en Gandía a través de entrevistas a los deportistas de la ciudad, el gobierno y las empresas, sobre el desarrollo de la investigación y su interés por contribuir al mismo. 20 horas de trabajo.

- A partir de los resultados, relacionar las necesidades del público objetivo, con la oferta de Gandía y el apoyo de la empresa privada y pública de la ciudad de Gandía, y determinar si el destino es apto para la recepción de turismo deportivo. 10 horas de trabajo.
- Diseñar un modelo de producto, que cubra las necesidades de los clubes de fútbol y que también sea de interés para la actividad económica de la ciudad. 30 horas de trabajo.
- Redacción de la memoria. 49 horas de trabajo.

III. Plan de “desestacionalización”

Según la Fundación del Español Urgente: <<“Desestacionalizar” es un verbo que puede encerrar el sentido de fomentar un sector o negocio típicamente vinculado a una estación, como la venta de helados o turrone, de manera que su actividad se amplíe más allá de su temporada alta y logre desarrollarse durante todo el año>>³.

Dentro de la Comunidad Valenciana la estacionalidad afecta más al alojamiento turístico que al resto de empresas del sector⁴. Analizando la evolución mensual de entrada de viajeros, las pernoctaciones y estancia media del año 2011 y 2012 en Gandía, el 92% de estancias anuales son de demanda nacional y la mayoría se ubican en el mes de agosto, mientras que el 8% restante son extranjeros durante los doce meses del año. Del 100% de pernoctaciones anuales, más del 50% se ubican en la temporada de verano (Junio – Sept) y a causa de este fenómeno muchas empresas del sector (sobre todo hoteles) recurren al cierre temporal (en invierno) como estrategia para combatir los descensos de la demanda⁵.

La diversificación del producto turístico es una estrategia para conseguir unos flujos de demanda que combatan la estacionalidad, por ello es importante que las políticas públicas y las empresas privadas se pongan de acuerdo en la mejora de sus instalaciones, y la profesionalización y cualificación de los recursos humanos del sector para ofrecer un producto excelente.

1. Público Objetivo

Según Cristina Serrato (2013), el fútbol es el deporte más famoso del mundo⁶. Europa es uno de sus mayores exponentes, pero la práctica del fútbol en Europa a nivel infantil y juvenil tiene un claro componente estacional, es decir, presenta evidentes dificultades para la práctica del fútbol al aire libre durante el invierno, principalmente en los países nórdicos, motivo por el que son éstas las categorías de fútbol que se plantean como público objetivo de este trabajo.

³ (Fundèu BBVA 2013)

⁴ (Monfort Mir 2007)

⁵ (L'Observatori Gandia 2013) (Anexo 21. Hoja 1)

⁶ (Serrato 2013)

Partiendo de las condiciones climáticas de Gandía, se pensó que puede ser un destino adecuado para el desarrollo de actividades deportivas, por lo que el estudio pretende determinar si, además de las características climatológicas, la ciudad puede satisfacer las necesidades de este nicho de mercado.

2. Gandía: Estudio de campo

Gandía es un municipio de la Comunidad Valenciana, capital de la comarca de la Safor, está ubicada a 69 km del sur de la ciudad de Valencia y a 115 km al norte de Alicante. La ciudad se sitúa entre las montañas de la Safor, los campos de naranjos y el mar Mediterráneo, cuenta con casi 7 km de costa, 65 km² de superficie, un parque natural y un numerosos recursos turísticos que lo hace uno de los destinos más visitados de la costa Valenciana, sobre todo por los habitantes de Madrid durante la época de verano⁷.

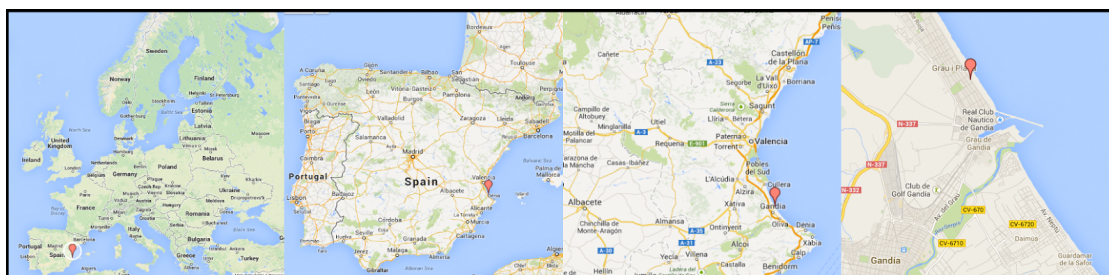


Ilustración 1. Localización de Gandía. Fuente: Google maps

a. Oferta turística

Esta fase del estudio pretende inventariar los recursos turísticos que ofrece el destino, para poder analizar posteriormente la relación entre la oferta de la ciudad y las necesidades del público objetivo.

En un principio partimos de la información del Observatorio de Gandía sobre que el grado de ocupación o utilización de bienes y servicios turísticos es baja durante el período de invierno⁸, y por tanto el destino no tendrá problema para acoger la demanda potencial vinculada a este proyecto. Esta información contrastará posteriormente con las entrevistas abiertas a responsables de los recursos.

⁷ (Gandía turística 2014)

⁸ (Ayuntamiento de Gandía 2011)

Infraestructuras

➤ **Transporte y accesibilidad.**

Los medios para acceder a la ciudad pueden ser tanto por tierra, mar o aire. Gandía no dispone de aeropuertos, pero está situada entre dos ciudades que sí lo tienen: el aeropuerto de L'Altet en Alicante y el aeropuerto de Manises en Valencia.

Gandía conecta con Valencia y alrededores por una red de trenes de cercanías, con salidas cada 30/60 minutos según la temporada, y tanto en días festivos como en verano hay una línea que la comunica directamente con Madrid (AVE). La conexión por la red de trenes de cercanías no sólo conecta con el centro de la ciudad sino también con el Grao de Gandía, 3 veces al día, una en la mañana, una al mediodía y otra en la noche.

Detrás de la estación del tren en el centro de la ciudad está la terminal de autobuses, que cuenta con diferentes compañías que viajan tanto a destinos nacionales como internacionales, tanto a localidades cercanas de la Safor, como a Madrid, Barcelona o Vigo, entre otras. La línea a Vigo tiene una escala en Valencia, y la línea a Lyon tiene una escala en Barcelona.

Hasta el año 2013 desde el puerto de Gandía era posible visitar Ibiza, la empresa que realizaba los trayectos era BALEARIA. Esta línea estaba activa durante las temporadas de verano, sin embargo en la actualidad los puertos más cercanos para hacer uso de este servicio son Denia y Valencia.

La comunicación por carreteras se realiza a través de la carretera Nacional-332 o por la autopista de peaje AP-7 desde Valencia o Alicante, tomando la salida 60 (Xeraco) o 61 (Oliva). Desde Madrid la autovía AP-7 con dirección a Alicante, o desde Albacete CV-60 o la CV-40.



Ilustración 2. Accesibilidad⁹

El transporte urbano de Gandía se compone de 3 tipos de servicios: L'Urbà es la línea de autobuses que recorre el centro de la ciudad con una frecuencia de 12 – 15 minutos por parada. La Marina Gandiense es una línea de autobuses que une el centro de la ciudad con la playa de Gandía y la playa de Xeraco, con una frecuencia de 25 – 30 minutos. Por último está el servicio de taxis, que es el servicio de transporte más rápido y de mayor uso en las horas nocturnas.

➤ Oferta hotelera

Hoteles Gandía.							
Año	Total		4 Estrellas	3 estrellas	2 estrellas	1 estrella	Pensiones
	Establecimientos	Plazas (Aprox)	Hotel	Hotel	Hotel	Hotel	
2014	29	5250	5	14	3	4	3

Tabla 1. Oferta hotelera. Elaboración propia a partir del anexo 12. Guía de Servicios.

➤ Oferta extra hotelera

Campings Gandía						
Año	Campings		Primera categoría		Segunda categoría	
	Total	Plazas	Campings	Plazas	Campings	Plazas
2012	2	1703	0	0	2	1703

Tabla 2. Oferta extra hotelera. Fuente: Campings. Fuente: <http://www.observatorigandia.org/> 2012

Apartamentos Gandía						
Año	Total		Primera categoría		Segunda categoría	
	Aptos	plazas	Aptos	Plazas	Aptos	Plazas
2012	1546	8751	0	0	1544	8733

Tabla 3. Oferta extra hotelera. Apartamentos. Fuente: <http://www.observatorigandia.org/> 2012¹⁰

⁹ (Visit Gandía 2014)

¹⁰ (Conselleria de Turisme de la Generalitat Valencia 2010 - 2014)

➤ Recursos naturales

○ Montaña

Marxuquera: comprende una extensión de 750 hectáreas ubicada al oeste de Gandía, está a 9,4 kilómetros de distancia del centro de la ciudad y forma parte del municipio. Es frecuentado por los deportistas para practicar senderismo y escalada, pero también es conocido por su riqueza en flora y fauna.

Su montaña más alta es el Montdúver con 841 metros de altura, y de entre las 19 cuevas existentes en el valle, la Cueva del Parpalló es la más conocida, por ser el lugar donde se encontraron huesos y cerámica (cardial) que ahora se pueden apreciar en el museo arqueológico de Gandía. Una de las mayores atracciones del valle es la ruta de los monasterios con la longitud de 75 kilómetros que empieza en Gandía y termina en Alzira, en la ruta se visitan los restos de “El Morabito”, que esta registrado como uno de los restos de la denominación árabe dentro de la Comunidad Valenciana habiendo sido este un centro de oración de la época, además también se pueden visitar el Monasterio de San Jerónimo de Cotalba, el Monasterio del Corpus Christi, el Simat de la Valldigna, el Monasterio de aguas vivas y el Monasterio de la Murta en Alzira.¹¹



Ilustración 3. Ruta de los monasterios.¹²

¹¹ (Gandía turística 2014)

¹² (TuriSafor 2014)

o **Litoral**

Gandía cuenta con 7 kilómetros de playa en la costa de la Comunidad Valenciana; está dividida en tres tramos y es una de las playas más visitadas de España¹³, además está galardonada con la bandera azul, que evalúa su calidad y los servicios que ofrece.

*“La Bandera Azul es un galardón anual y un sistema de certificación de la calidad ambiental desarrollado por la Fundación de Educación Ambiental (FEE) desde 1987. Promueve y premia la participación en iniciativas ambientales voluntarias de las autoridades municipales, la población local y visitante y los agentes del sector del turismo. Los criterios para obtener la Bandera Azul se agrupan en cuatro áreas: Calidad de las aguas de baño, Información y educación ambiental, Gestión ambiental y Seguridad, servicios e instalaciones”.*¹⁴

Los servicios ofrecidos por la playa son: el paseo marítimo con una extensión de 3 kilómetros desde el final del puerto hasta el final de la playa, duchas y lavapiés, infraestructura deportiva en la arena, juegos infantiles, chiringuitos, deportes náuticos, alquiler de patines y bicis, y alquiler de sombrillas y tumbonas, entre otros. A lo largo de la playa, el paseo marítimo, en primera línea, cuenta a su vez con numerosos bares, restaurantes y cafeterías.

o **Clima.**

Si partimos del ámbito macro-climático de la Comunidad Valenciana, que divide a esta comunidad en 8 sectores, el municipio de Gandía se sitúa en el sector de “*Clima de la llanura litoral lluviosa*”; este sector específico muestra un alto margen de precipitaciones en el otoño, a causa de los vientos provenientes del noroeste y su intersección con el relieve montañoso, sin embargo el verano es muy seco, y el invierno y la primavera con pocas precipitaciones pero temperaturas más cálidas en el resto los sectores climáticos de la comunidad por la influencia del mar mediterráneo¹⁵.

¹³ (Turismo de Gandía, 2014)

¹⁴ (Foundation for Environmental Education, 2014)

¹⁵ (Ayuntamiento de Gandía, 2014) (Anexo 22)

Temperaturas medias mensuales y anuales. 2007

MES	T (°C)	M (°C)	m (°C)	T' (°C)	t' (°C)
ENE	10,9	15,5	6,3	23	-2
FEB	11,6	16,6	6,6	27	-2
MAR	13,7	19,3	8,2	29	-1
ABR	15,2	20,2	10,3	29	2
MAY	18,4	23,7	13	35	6
JUN	22,5	27,9	17,2	36	9
JUL	25,6	31	20,3	39	15
AGO	26,5	31,2	21,8	38	14
SEPT	23,9	28,9	19	35	7
OCT	20	24,5	15,6	32	2
NOV	15,6	19,7	11,5	28	1
DIC	11,9	16,3	7,6	24	-5
AÑO	17,98	22,90	13,12	31,25	3,83

T: Temperatura media
M: Temperatura media de las máximas
m: Temperatura media de las mínimas
T': Temperatura máxima absoluta
t': Temperatura mínima absoluta

Tabla 4. Temperaturas medias. Fuente: Atlas climático de la CV (20 de Marzo, 2014)¹⁶

o Recursos hídricos

Además del Mar Mediterráneo, en Gandía desemboca el río Serpis que nace en el Carrascal de la Font Roja en Alcoy, es alimentado por otros ríos y termina su cauce en Gandía. La función principal de este río es el regadío de huertas de la Comarca de la Safor¹⁷.

o Parques naturales

Entre la playa y la ciudad encontramos la zona de la marjal, conocida como *Entre Senill i Borró*. Allí se puede encontrar el Aula Natura, que es un centro de interpretación del paraje y una zona húmeda en la llanura costera, forma parte de los municipios de Gandía, Xeraco, Xeresa y Tavernes de la Valligna. Este humedal tiene un gran valor ecológico, y en él se encuentran afloramientos de agua dulce y áreas de vegetación palustre.

¹⁶ (Ayuntamiento de Gandia 2007)

¹⁷ (Hidrogeología y aguas subterráneas n.d.)

o Flora y Fauna

Destacan en la Safor y sus alrededores el gato montés y la gineta o rapaces como el águila real y el búho real, las aves más comunes son: la perdiz, la tarabilla común, la oropéndola, el abejaruco y el torcecuello. Entre los reptiles destacan la culebra de escalera, la culebra de herradura, el lagarto ocelado y los sapos partero y moteado.¹⁸

En el Río Serpis se pueden encontrar peces como el barbo, la trucha arcoíris, la carpa, la perca sol y el samarugo, aunque en la zona de Gandía sólo se encuentran reducidas poblaciones .

➤ Recursos culturales.

o Fiestas:

Evento	Descripción
San Antonio del Porquet	Se celebra el 17 de enero y es en honor al patrón de los animales. Su mayor exponente es el barrio Beniopa, en donde todos los vecinos salen con sus mascotas para su bendición después de la misa.
Feria y Fiesta	Semana de honor a San Francisco de Borja. Las fiestas se inician con el pasacalle del tío de la porra que saca a los niños del colegio.
Las Fallas	La fiesta más importante a nivel autonómico en honor a San José, estas fiestas ocupan un lugar privilegiado entre las celebraciones de Gandía y la Comunidad Valenciana. Los Falleros(as) construyen espectaculares monumentos que se convierten en cenizas el 19 de marzo.
Semana Santa	Fiesta religiosa de interés turístico nacional por sus multitudinarias procesiones. El día que esta finaliza empieza la pascua. Se celebra entre los meses de Marzo y Abril.
San Juan	El 23 de junio la playa de Gandía se viste de fuego para celebrar junto a la orilla del mar la noche de las hogueras de San Juan. Es la noche más corta del año.
Mare de Déu	A mediados del mes de julio tienen lugar la fiesta Mare de Déu Blanqueta, patrona del Grao y la fiesta de la Mare de Déu del Carme en el Grao de Gandía. Durante los días de fiesta se organizan procesión marítima, verbenas, competiciones y fuegos artificiales. La fiesta del Grao es tradicionalmente la fiesta de los pescadores.
Moros y Cristianos	Durante los desfiles ambos bandos con sus bandas de música llenan la primera línea de la playa. La fiesta tiene lugar durante la última semana de Julio. A pesar de que la ciudad no tenga aún una larga tradición de ésta fiesta, ya existen varias hermandades de Moros y Cristianos.
Navidad	En Gandía se celebran durante ésta época del año diferentes conciertos de villancicos, exposiciones de belenes y cabalgatas. Las actividades que se realizan no son sólo para los más pequeños, sino para todas las edades.

Tabla 5. Fiestas. Fuente: www.gandiaturistica.com (20 de Marzo 2014)

¹⁸ (Generalitat Valenciana 2014)

➤ Recursos patrimoniales

Recurso	Descripción
Palacio Ducal de Gandía	Conocido como el palacio de los Borja, es uno de los edificios emblemáticos de la ciudad y se encuentra en el centro de la misma. Hay visitas guiadas.
Ayuntamiento de Gandía	El edificio fue construido en 1772, está ubicado en el centro de la ciudad muy cerca del Palacio Ducal y la fachada es la única parte del edificio que se conserva original después de la restauración del edificio.
La Antigua Universidad	La antigua universidad es uno de los edificios más importantes del centro histórico ya que empezó siendo una universidad jesuita inaugurada en el año 1549 por el Duque San Francisco de Borja. En la actualidad en la Plaza de las Escuelas Pías se encuentran las estatuas de los miembros de la familia.
La Colegiata	Construida por Alfonso el Viejo durante los siglos XIV y XV sobre una mezquita musulmana. Fue declarada monumento histórico artístico en 1931.
El Torreón del Pino	Es parte de la antigua muralla de la ciudad. En la parte más alta se encuentra un pino antiguo que le da el nombre.
Las Esclavas	Iglesia de estilo neoclásico construida en 1908. La tarea principal de la orden de las esclavas es la enseñanza, por lo que es un colegio privado en la actualidad.
Alquería del Duc	Se encuentra entre la ciudad y la playa. El edificio fue restaurado para crear el Centro de Desarrollo Turístico dependiente de la Generalitat Valenciana, donde se imparte cursos de hostelería y cocina para profesionales del sector.
Castillo Bayren	Los restos del castillo vigilan desde lo alto la costa y la playa de Gandía. Algunas murallas fueron restauradas para dar una impresión del tamaño del antiguo castillo, y actualmente se pueden hacer excursiones accediendo desde el barrio de Beniopa.
Ermita Santa Ana	La ermita del siglo XIV se encuentra al otro lado del río Beniopa a las afueras de la ciudad. Fue construida en honor a Santa Anna, la madre de la virgen María. Antiguamente Santa Anna fue la patrona de Gandía.
Torre de Pares	Edificio fortificado de los frailes de la Compañía de Jesús se encuentra en medio de los huertos de naranjos entre la ciudad y la playa. La torre jugaba un papel importante para defender la zona de ataques.
Iglesia de Santa María Magdalena	Ubicada en el centro del barrio de Beniopa de Gandía, su construcción data de 1795 a 1805 y cuenta con numerosas obras del pintor Gandiense José Puig.
El Beato	La capilla del Beato se encuentra en la iglesia de San Roque, que fue construida en un convento, que en la actualidad alberga la biblioteca municipal, de Gandía, el archivo histórico y un centro cultural. Su nombre es en honor al religioso franciscano Andrés Hibernón Real.
Plaza Jaime I	Plaza que alberga un edificio que ordenó construir un hijo de San Francisco de Borja, y que ahora es la biblioteca municipal.
Plaza Prado	Antigua plaza de mercado conocida por sus grandes cubiertas que protegían del sol y el calor durante los días calurosos. El antiguo mercado comerciaba productos agrícolas de la región, sin embargo ahora es un punto de encuentro para el ocio de los habitantes, por contar con juegos para niños y estar rodeada de bares y cafeterías.
Convento de Santa Clara	Este edificio religioso tiene sus orígenes en el siglo XVI. Fue aquí dónde la orden franciscana tuvo su origen. A partir de este convento se crearon muchos otros en todo el territorio español. La hija del primer Duque Real de Gandía, Doña Violante de Aragón, dio el primer paso para fundar esta casa religiosa, para lo que pidió permiso al Papa Martín V.

Tabla 6. Recursos patrimoniales. Fuente: www.gandiaturistica.com (20 de Marzo 2014)

➤ **Rutas turísticas**

- Ruta por la ciudad de Gandía.
- Ruta de los arboles singulares.
- Ruta de la Senda de Portalet.
- Ruta de la Senda Parapalló-Font del Garrofer.
- Ruta de los Borja.
- Ruta de los clásicos.
- Ruta de los monasterios.¹⁹

➤ **Empresas del sector turístico**

Gandía cuenta con 22 agencias de viajes de las que 14 son sedes centrales y 8 son sucursales (IVE, 2012). Hay 4 oficinas de turismo (Tourist info): una está frente a la estación de trenes en la ciudad; en primera línea de playa, sobre el paseo marítimo, hay otras dos oficinas de turismo en forma de faro, y la oficina de Protur ubicada en primera línea de playa, que es la entidad encargada de la promoción de la imagen de Gandía como destino turístico de calidad (gandia.org 2014).

➤ **Restauración**

Según los datos ofrecidos por el Instituto Valenciano de Estadística, en el último censo de restaurantes del año 2013, en Gandía hay 356 restaurantes, con 20.172 plazas disponibles, de los cuales, 1 restaurante es de 3 tenedores, 107 son de dos tenedores y 248 son de un tenedor²⁰.

Según el último censo de cafeterías en el año 2009 en Gandía había 69 cafeterías con 4.870 plazas, siendo 1 de categoría especial, otra de primera categoría y 67 de segunda categoría²¹.

¹⁹ (Ayuntamiento de Gandía n.d.)

²⁰ (Instituto Valenciano de Estadística 2013)

²¹ (Generalitat Valenciana 2013)

b. Oferta deportiva: Infraestructura y disponibilidad

Este apartado pretende inventariar la infraestructura deportiva ofrecida por la ciudad para el desarrollo de distintas actividades deportivas, dando mayor importancia al inventario de campos de fútbol, ya que son las instalaciones de mayor interés del público objetivo. Se tendrán en cuenta el resto de instalaciones dentro del grupo de instalaciones complementarias siendo que no son de primera necesidad para este trabajo de investigación.

Para el desarrollo de este inventario se contó con el apoyo del Servicio de Deportes Municipal de la ciudad que facilitó el último inventario de instalaciones deportivas realizado en el año 2009, aunque en la actualidad se está realizando la última edición del mismo.

➤ Infraestructuras deportivas

Fútbol						
Datos técnicos	Campos	Dimensiones	Iluminación	Superficie	Des/Cubierto	Grada
	1 Fútbol sala	40 x 30 m	Sí	Suelo sintético	Cubierto	Sí, 486 pax
	1 Fútbol sala	22 x 44 m	Sí	Terrazo	Descubierto	No
	1 Fútbol, fútbol 7	Mínimas	Sí	Polvo de ladrillo	Descubierto	No
	1 Fútbol, fútbol 7	Reglamentarias	Sí	Polvo de ladrillo	Descubierto	No
	1 Fútbol, fútbol 7	Reglamentarias	Sí	Tierra	Descubierto	No
	1 Fútbol, fútbol 7	Reglamentarias	Sí	Tierra	Descubierto	Si, 400 pax
	1 Fútbol, fútbol 7	Reglamentarias	No	Tierra	Descubierto	No
	1 Fútbol	Reglamentarias	Sí	Césped	Descubierto	Sí, 7000 pax
Instalaciones complementarias						
Datos técnicos	Campos	Dimensiones	Iluminación	Superficie	Des/Cubierto	Grada
	1 Piscina	12,5 x 25 m	Sí	6 carriles	Cubierta	Sí, 500 pax
	2 Piscina	12,5 x 25 m	Sí	6 carriles	Des/Cubierto	No
	1 Pabellón	40 x 30 m	Sí	Suelo sintético	Cubierto	No
	1 Tenis	11,07 x 23,87 m	Sí	Hormigón poroso (HP)	Descubierto	No
	1 Voleibol	18 x 9 m	Sí	Cemento	Descubierto	No
	1 Halterofilia	18 x 9 m	Sí	Madera	Cubierto	Sí
	1 Atletismo	8 carriles x 400 m	Sí	Polytan sintético	Descubierto	Sí, 600 pax
	1 Polideportivo	14 x 26 metros	Sí	HP	Descubierto	No
	1 Polideportivo	19 x 28 m	Sí	Sintético	Descubierto	No
	1 Otro		No	Tierra	Descubierto	No
	1 Patinaje	18 x 30 m	Sí	Terrazo	Descubierto	Sí, 150 pax
1 Pelota 0	35 x 10 m	Sí		Descubierto	No	

Tabla 7. Infraestructura deportiva. Anexo 5-6. 2009.

➤ **Instalaciones deportivas en los parques públicos**

Fútbol						
	Campos	Dimensiones	Iluminación	Superficie	Des/Cubierto	Grada
Datos técnicos	2 Fútbol	No reglamentario	No	Arena, Grava	Descubierto	No
	2 Fútbol sala	15 x 25 m	Sí		Descubierto	No
	1 Fútbol sala	40 x 20 m	No	Asfalto	Descubierto	No
	2 Polideportivos	14 x 20 m	Sí	Cemento	Descubierto	
	2 Polideportivos	20 x 40 m	Sí	Cemento	Descubierto	
Otros deportes						
	Campos	Dimensiones	Iluminación	Superficie	Des/Cubierto	Grada
Datos técnicos	2 Patinaje	19 x 9 m	Sí	Cemento	Descubierto	No
	4 Petanca	7 x 4 m	Sí	Arena	Descubierto	No
	4 Baloncesto	No reglamentaria	Sí	Cemento	Descubierto	No
	1 Beisbol y Rugby	68 x 95 m	Sí	Césped	Descubierto	No

Tabla 8. Instalaciones deportivas. Anexo 5-6. 2009.

➤ **Equipos de fútbol en Gandía**

Club	Información
C.F. Gandía	Fundado en 1947, que juega profesionalmente en el grupo tercero de la regional preferente de la Comunidad Valenciana.
C.F. Base Gandía	Cuenta con 15 equipos, y 200 jugadores que se dividen entre las categorías de: Fútbol 11; juvenil, cadete e infantil y fútbol 8; alevín, benjamín, prebenjamín y querubín
C.F. Playas de Gandía	UE Gandía es un equipo histórico en la comarca de la Safor y cuenta con más de 200 jugadores en 14 equipos ubicados en distintas categorías.
U.D. Beniopa	Fundado en 1966. En la actualidad son 10 equipos los que forman este club distribuidos en la categorías de: querubín, prebenjamín, benjamín, alevín, infantil, y cadete.
U.D. Portuarios	https://www.facebook.com/pages/UD-Portuarios/159185420801159
Real de Gandía F.C.	Entidad deportiva fundada en 1965, con el fútbol como motor del fomento deportivo en la juventud, y cuenta con 14 equipos de fútbol federados.

Tabla 9. Equipos de fútbol en Gandía. Propia autoría. 2014.

3. Opinión sobre el plan de desestacionalización

A continuación se expone la opinión sobre el tema de investigación de diversos actores del destino, a saber: la directiva del servicio de deportes municipal de Gandía, varios empresarios de hostelería, y el responsable del área de turismo en el gobierno municipal. Dicha información se recabó, a través de entrevistas semi-estructuradas, para poder contar con el punto de vista de aquellos más directamente relacionados con el ámbito del estudio, y en las que tras explicar brevemente el objetivo principal del trabajo de investigación, se les preguntaba su opinión sobre el plan, si cambiarían algo, y si estarían interesados en participar en el mismo en caso de que se desarrollara en un futuro.

✓ Directiva del servicio de deportes municipal de Gandía

La Directiva del servicio de deportes municipal de Gandía fue de gran ayuda para el desarrollo de esta investigación, ya que proporcionaron todo el inventario de las infraestructuras deportivas con las que cuenta la ciudad.

La directiva explicó que las instalaciones cubren al límite las necesidades de la ciudad, pero tratándose de la época del año en la que se quiere desarrollar el plan, existe la posibilidad de hacer uso de las instalaciones en las horas de la mañana, ya que los deportistas locales trabajan o estudian, y por tanto las instalaciones estarían disponibles desde las 8 o 9 de la mañana hasta las 3 o 4 de la tarde dependiendo el recinto.

Durante los últimos tres años, se han organizado, conjuntamente con el sector turístico, eventos deportivos de gran magnitud, para vender Gandía no sólo como un destino turístico de sol y playa sino también deportivo, dándose a conocer la ciudad por sus pistas de atletismo o su sala de halterofilia donde deportistas noruegos e ingleses visitan el destino para realizar su pretemporada. Entre los eventos realizados destaca la carrera de los 10 kilómetros nocturnos de Gandía, con dos ediciones realizadas hasta el momento y con alrededor de 3.300 participantes en su última edición.

En junio de este año (2014), se ha desarrollado el COTIF Youth Cup Gandía, en donde la ciudad ha sido el centro de encuentro de un campeonato entre 83 equipos de fútbol nacionales e internacionales de categorías inferiores; en el mes de octubre el ICAN Triathlon será el primer triatlón de su categoría desarrollado en la Comunidad Valenciana, promovido por Gandía, y compartido con los pueblos en los alrededores.

La directiva es consciente de que a la ciudad le hacen falta instalaciones deportivas, y conjuntamente con el sector turístico se está estudiando el proyecto de la *Ciudad deportiva de Marxuquera*, aunque por la situación económica de la ciudad en la actualidad, el ayuntamiento no dispone de los recursos para acometer la inversión necesaria. En el caso de que el proyecto de la ciudad deportiva se realizara, Gandía ya cuenta con clubes deportivos interesados en visitar la ciudad para hacer uso de las instalaciones.

✓ **Empresarios**

Para analizar la opinión de los empresarios se entrevistó a la directora de un hotel de 3 estrellas en la playa de Gandía, a la gerente de una agencia inmobiliaria, y a 4 propietarios y encargados de restaurantes, bares y cafeterías de Gandía del centro y de la playa. Todos estuvieron de acuerdo en que cualquier evento que contribuya al desarrollo de su actividad en la ciudad es buena, por tanto en caso de que el proyecto se hiciera realidad, los empresarios estarían interesados en formar parte del mismo.

La directora del hotel comentó que su hotel es uno de los que cierra en la temporada de invierno (desde octubre a febrero), pero que si la ocupación de los equipos de fútbol cubriera los costos mínimos del hotel durante los meses que cierra, o los supera, se podría comentar con los propietarios del hotel la posibilidad de dejarlo abierto, y quizás negociar el precio para ofrecer un producto más competitivo, esto teniendo en cuenta que debería cubrir la ocupación mínima durante los meses que abra.

La gerente de la inmobiliaria comentó que la época de invierno no es tan dura para ellos, ya que, gracias a la Universidad vienen muchos estudiantes que necesitan

alquilar pisos, pero agregó que más demanda sería bien acogida ya que la ocupación no llega a la del verano y los precios son más bajos en invierno.

Los encargados y dueños de los restaurantes comentaron que en caso de que el proyecto fuera una realidad, ellos crearían menús especiales a un precio asequible para los jugadores de fútbol, teniendo en cuenta que tiene que ser una dieta saludable, sin olvidar que se quiere vender la gastronomía española.

✓ **Responsable municipal del área de Turismo.**

Según dicho responsable, aunque Gandía lleva vendiendo el sol y la playa desde sus inicios como destino turístico, en los últimos tres años, los sectores económicos y sociales se han unido para ampliar la oferta de Gandía como destino turístico. Su oferta turística está liderada por el sol y la playa, pero en la actualidad incluye el deporte en todas sus categorías, la cultura y el patrimonio, la educación, el ocio, la gastronomía, y su política tiene como objetivo el turismo de lujo atrayendo a grandes empresas internacionales para que emprendan en Gandía.

En la actualidad Gandía no se vende sólo en ferias nacionales como FITUR en Madrid, sino que tiene presencia en diferentes ferias internacionales de Europa, como las ferias de turismo en París y Toulouse en Francia, la de Berlín en Alemania, u otras en Bélgica, Holanda, Austria y Rusia. Con el posicionamiento en las ferias el destino ha conseguido estar presente en 8.000 puntos de venta minorista alrededor de Europa por medio de 14 Turoperadores, y ofreciendo tanto la oferta turística general como la específica, en función de que el interés del turista radique en Gandía como un destino turístico completo, o en un sólo sector o evento.

En conclusión en opinión del equipo de gobierno del ayuntamiento, y específicamente de la concejalía de turismo de Gandía, la ciudad está promoviendo la desestacionalización de la demanda, promoviendo todos sus atractivos, y contando con la colaboración de cada sector, así como de los distintos ámbitos de gestión municipal, como, en este caso, la directiva del servicio de deportes municipal de Gandía, para el desarrollo y recepción de turistas para las actividades deportivas desarrolladas en la ciudad.

✓ **Deportistas**

Los equipos de fútbol de Gandía están de acuerdo con la visita de equipos de fuera ya que puede ser una oportunidad para conocer distintas formas de juego, disciplinas y sobre todo para compartir experiencias. Estando de acuerdo con la visita de extranjeros cabe agregar que no les importaría compartir instalaciones con los mismos siempre que su uso no interfiera con sus horarios de entrenamiento o juego, aunque la gestión de los campos las rige la dirección municipal de deportes de Gandía.

Los deportistas individuales, que no pertenecen a clubes deportivos, también están de acuerdo con la visita de los equipos de fútbol de fuera de Gandía, siempre que los horarios no interfieran con los de sus intereses personales y que el uso de las mismas conlleve algún coste para el buen mantenimiento de las instalaciones, o bien la posible creación de nuevas instalaciones, ya que las instalaciones existentes se precisan para las necesidades de los deportistas de la ciudad que practican su actividad en horarios no laborables.

4. Estudio experimental sobre las necesidades y motivaciones del público objetivo para visitar el destino

Para este estudio experimental se planteó la realización de entrevistas a un número limitado de informantes con experiencia en el objetivo de investigación a tratar. En este caso serán clubes de fútbol españoles y europeos, preferiblemente del norte, en ambos casos, con la hipótesis de que un destino más cálido dentro del mismo continente o país les pueda resultar atractivo.

Por otra parte deben ser clubes con un nivel adquisitivo medio-alto teniendo en cuenta que el estudio se basa en la posibilidad de ofrecer un producto que implica un gasto no despreciable.

El diseño de la entrevista - encuesta dirigida a los clubes de fútbol partió del análisis del siguiente objetivo: *Identificar las necesidades del público objetivo con respecto a los recursos, las infraestructuras, el equipamiento, los servicios y actividades que requieren para el desarrollo óptimo de su actividad deportiva fuera de su entorno habitual.*

Tras transformar dicho objetivo en variables, dimensiones, sub-dimensiones e indicadores, se obtuvo el cuestionario. Dicho cuestionario, más que una entrevista, se ha trabajado como una encuesta, siendo que se busca conseguir factores específicos, pero, sin desestimar la oportunidad de conseguir más información. El cuestionario se elaboró en castellano, y se tradujo al inglés y el alemán²², con el fin de atraer el interés de los clubes y crear facilidades para obtener un mayor margen de respuesta.

Como primera opción se seleccionaron 20 clubes de fútbol (10 españoles y 10 del resto de Europa), se realizó el contacto vía e-mail en el que, además de la encuesta propiamente dicha, se incluía una carta explicando la razón de la investigación y un *link* a la encuesta. Sin embargo, a través este procedimiento se consiguieron únicamente 2 encuestas cumplimentadas, la del Real Madrid CF y la del FC Nürnberg (Alemania). Por otra parte, se recibieron respuestas de otros clubes explicando que

²² Anexo 1. Encuesta en castellano, inglés y alemán.

no responden a encuestas debido a la frecuencia con que les solicitan información de este tipo.

Al no recibir mayor respuesta se procedió a seleccionar un país con inviernos muy fríos y una situación económica estable, como Alemania, en donde se contactó con 20 clubes de fútbol, vía e-mail y teléfono, sin embargo las respuestas que se consiguieron fueron negativas, dando razón, una vez más, a lo mencionado anteriormente por los clubes profesionales.

Tras una continua insistencia y una nula respuesta por parte de los clubes, en la entrevista al Director de deportes de la ciudad de Gandía, que en ese momento formaba parte de la organización del evento COTIF Youth Cup Gandía²³, se solicitó su intervención para poder acceder al campeonato y contactar con los clubes participantes, donde se pudo entrevistar directamente a jugadores y *staff*, tanto del ámbito nacional como internacional.

La oportunidad que ofreció COTIF permitió que se pudiera hacer la encuesta a los siguientes clubes: Club Atlético de Madrid, RCD Espanyol, Club Atlético Osasuna, Tromso de Noruega, Feyenoord de Rotterdam (Países Bajos), Inter de Milán, Juventus de Turín, AS Mónaco FC, y por último a una organización llamada Soccer Experience, que aunque no es un equipo de fútbol, creó uno para asistir al evento.

²³ (COTIF. Comité organizador del torneo internacional de fútbol de L'Alcudia)

5. Análisis del interés del público objetivo sobre el destino

Teniendo en cuenta los resultados de las encuestas y la información adicional obtenida de los clubes en el momento de la entrevista se realiza a continuación un análisis cualitativo y cuantitativo sobre el interés y las necesidades que tienen los clubes en visitar Gandía. En el análisis cualitativo se especifican las características, ventajas y formas de trabajar de los clubes, para saber su comportamiento en distintas situaciones. En el análisis cuantitativo se analizan las necesidades de los clubes en cuanto a instalaciones, infraestructuras y servicios, a partir de la información obtenida principalmente de la encuesta, para aproximarnos a lo mínimo que se les debe ofrecer, y poder diseñar un producto que sea de su interés.

a. Análisis cualitativo

Los clubes encuestados finalmente fueron el Real Madrid, El FC Nürnberg, el Atlético de Madrid, el RCD Espanyol, el Club Atlético Osasuna, el Tromso, el Feyenoord, el Inter, la Juventus, el AS Mónaco FC, y la organización Soccer Experience.

Se escogió encuestar equipos de gran renombre pensando en que serían equipos con mayor probabilidad de realizar viajes fuera de su entorno habitual con el fin de encontrar mejores condiciones climáticas para realizar su actividad deportiva, considerando que el plan ofreciera un producto “todo incluido” para los niños durante su visita. En este concepto “todo incluido” se considera también la educación, actividades culturales, y excursiones.

Durante las encuestas y las entrevistas, se encontró que estos equipos sí viajan a otros destinos, pero la razón por la que viajan es para realizar pre-temporadas o participar en campeonatos de fútbol nacionales, internacionales e intercontinentales, sin embargo, para entrenamientos no suelen viajar.

Todos los clubes encuestados cuentan con instalaciones educativas, aparte de la escuela de fútbol, excepto, Soccer Experience que es una empresa de fútbol que vende experiencias a corto plazo y no a largo, es decir, no cuenta con ningún tipo de instalaciones pero invita a jugadores a vivir experiencias con otros equipos u otros jugadores en lugares distintos a los de su ciudad de origen, por tanto los programas

de los clubes (sin contar Soccer Experience) son anuales (10 meses) en donde su educación y formación personal empieza por el deporte, por esta razón, su participación en campeonatos es durante el año aunque por obligaciones (estudios y familia) suelen participar en las temporadas de vacaciones; antes de navidad, durante semana santa, en primavera y en verano.

Al ser clubes de primera categoría no sólo a nivel deportivo sino también comercial tienen exigencias medio-altas, con respecto al alojamiento y las instalaciones deportivas que utilizan. Todos los clubes exigen hoteles de entre 3 y 4 estrellas, y campos de fútbol de césped natural. Además, algunos de ellos también exigen gimnasios, preferiblemente con piscina. Sobre el equipamiento o material deportivo, los clubes prefieren hacer uso del propio, sin embargo si se les facilitara el material según sus exigencias lo recibirían, excepto los clubes patrocinados por marcas registradas, que deben utilizar únicamente el material suministrado por su patrocinador.

Durante la entrevista con los entrenadores de los clubes, explicaron que no tienen ningún tipo de problema en visitar un destino para realizar sus pretemporadas o participar en campeonatos, para la mayoría de los clubes la mayor problemática es el permiso de los padres, pero no las facilidades de los clubes para promover el viaje, sin embargo, al ser estos equipos marcas registradas con un nombre reconocido a nivel internacional hace que su presencia en pre-temporadas y/o campeonatos sea un promoción del evento por lo cual estos equipos son invitados y en ninguno de los casos el club tiene que gastar dinero para que sus equipos visiten el destino en cuestión, es decir, su presencia hace que, en los campeonatos, muchos equipos de menor categoría se inscriban para tener la oportunidad de jugar contra equipos de renombre.

Como ejemplo, en el campeonato realizado en Gandía en junio de 2.014, el COTIF YOUTH CUP Gandía, en el que participaron más de 84 equipos inscritos, la mayoría lo hicieron con la garantía de que jugarían contra equipos de mayor categoría, entre los que se encontraban equipos como el Atlético de Madrid, el Mónaco, el Inter, la Juve, el

Feyenoord, la selección de Arabia Saudí, el equipo de Qatar, el Betis o el Sevilla, entre otros.

En este caso la presencia de estos clubes hizo que equipos nacionales e internacionales visitaran el destino para vivir la experiencia de jugar contra equipos de la máxima categoría, uno de los ejemplos es el caso del Tromso IL de Noruega quien sí pagó para que su equipo visitara Gandía, y los niños tuvieran la experiencia de jugar contra los equipos mencionados, aún siendo éste un equipo también reconocido en Europa. Otro caso que llamó la atención fue el de Soccer Experience, quienes aunque no son un equipo, convocaron uno vía internet con jugadores de diferentes partes del mundo para crear un equipo y vivir la experiencia de jugar fútbol contra equipos de reconocimiento mundial.

Sobre las necesidades climáticas de los clubes la mayoría de los clubes estuvieron de acuerdo en que aunque sus condiciones climáticas en la época de invierno no son las más favorables, siempre existe una alternativa para poder desarrollar su actividad deportiva en su ciudad de origen. Por el ejemplo el Tromso IL de Noruega, es un equipo que vive un invierno duro, sin embargo, dispone de un campo abierto que en la época de invierno pueden cubrir, y además cuentan con césped sintético de última tecnología que, además de parecer césped real, al levantar la carpa éste ayuda a climatizar el campo.

El AS Mónaco FC explicó que el invierno en el Principado de Mónaco es muy parecido al de Gandía por lo que no era necesario para ellos viajar para entrenar, aunque por orden administrativa sí se han desplazado a París para entrenarse con el Paris Saint Germain.

Partiendo de que cada club tiene distintas soluciones para desarrollar su actividad deportiva dentro de su ciudad, y teniendo en cuenta que en invierno los jugadores, aparte de jugar tienen que estudiar, podría plantearse otro tipo de atractivo, que podría ser educacional o experiencial, proponiendo algún producto que no sea ofrecido en ningún otro lugar, para que así visiten el destino; sin embargo la ciudad

tendría que contar con una infraestructura deportiva de alto nivel para que equipos de esta categoría visiten el destino.

b. Análisis cuantitativo

Este punto corresponde al análisis de la encuesta pregunta por pregunta, y en él se plasman las necesidades e intereses de los equipos, utilizando la media de los resultados de los equipos encuestados, y así tener una perspectiva general. Dentro de los anexos están las respuestas de las encuestas realizadas a cada equipo por idioma (español, inglés y alemán), y una tabla con las medias totales.

¿Qué duración tiene el programa de fútbol ofrecido por su club?		
Opcion	Porcentaje	Total
<30 días	9,09%	1
31-60		
61-90		
91-180		
181-365	90,91%	10
Total respuestas		11

¿Con cuántos equipos infantiles y/o juveniles cuenta su club?		
Opcion	Porcentaje	Total
1	9,09%	1
2		
3		
Otro	90,91%	10
Total respuestas		11

El programa ofrecido por los clubes es anual (10 meses); al ser esta investigación sobre categorías infantiles y juveniles cabe agregar que los programas no son sólo deportivos sino también educativos. El equipo que respondió distinto a esta pregunta fue Soccer Experience, que es una empresa que ofrece experiencias de fútbol a jugadores y equipos de fútbol, pero no ofrece programas deportivos.

Todos los clubes cuentan con al menos 4 equipos por categoría, en donde 1 de ellos es el equipo titular, juega en los campeonatos estelares y hace pretemporadas, y los otros 3 son los equipos que tienen a los jugadores suplentes, y participan en eventos, ligas y campeonatos de segunda categoría dentro de su categoría. En este caso Soccer Experience crea un equipo o varios, según el evento al que asista, convocando a jugadores de diferentes equipos de distintas partes del mundo.

¿Con cuántos jugadores cuenta cada equipo?		
Opcion	Porcentaje	Total
<11		
12 a 18	63,64%	7
19 a 25	36,36%	4
Otro		
Total respuestas		11

¿Cuántos días a la semana entrenan?		
Opcion	Porcentaje	Total
<3 días	36,36%	4
4 a 5 días	54,55%	6
6 días	9,09%	1
7 días		
Total respuestas		11

La mayoría de los equipos manejan un intervalo de entre 18 y 22 jugadores, aunque según mencionan algunos equipos, para eventos fuera de su ciudad de origen el intervalo baja, de 14 a 18 jugadores, por cuestiones de permisos familiares y/o motivos económicos.

La mayoría de equipos entrenan 3 días a la semana, aunque se convierten en 4 o 5 si se cuenta el trabajo físico fuera del campo de fútbol, aunque el Til de Noruega entrena 6 días a la semana, entre hora y media y dos horas al día.

¿Cuántas horas al día entrenan?		
Opcion	Porcentaje	Total
2	81,82%	9
3	9,09%	1
4		
Otro	9,09%	1
Total respuestas		11

¿Qué parte del día es el ideal para entrenar durante el invierno?		
Opcion	Porcentaje	Total
Mañana	36,36%	4
Tarde	63,64%	7
Noche		
Total respuestas		11

Según los equipos encuestados un entrenamiento dura entre 1,5 o 2,5 horas al día, y en casos extremos 3, prefiriendo las horas de la mañana para entrenar. Los entrenadores están de acuerdo en que la mejor parte del día para hacer deporte es la mañana, sin embargo al tratarse de niños, hay que entender que las horas de la mañana también son mejores para estudiar, por tanto, aunque sea mejor para el deporte, la educación es la prioridad, según comentan los clubes; por tanto todos están de acuerdo en que los entrenamientos se desarrollen en horas de la tarde.

¿Qué temperatura es la ideal para el desarrollo de actividades deportivas en la época de invierno?		
Opcion	Porcentaje	Total
1 a 10º	0,00%	0
10 a 15º	50,00%	5
15 a 20º	50,00%	5
Otro	0,00%	0
Total respuestas		10

Siendo las horas de la mañana el momento ideal para entrenar, el intervalo de temperatura ideal para desarrollar la actividad deportiva es de los 10°C a los 20°C

¿Los equipos de fútbol infantiles y juveniles de su club realizan viajes fuera de su ciudad de origen?		
Opcion	Porcentaje	Total
Si	81,82%	9
No	18,18%	2
Total respuestas		11

En el caso de que la respuesta 8. se afirmativa, ¿qué destino escogen normalmente? ¿Porqué?
Francia, Dinamarca, Inglaterra, España, Portugal, Italia, Perú.

De los 11 equipos encuestados 9 sí realizan viajes fuera de su ciudad de origen para realizar pretemporadas o participar en campeonatos, y en el caso del Mónaco F.C. también para entrenar en otro lugar.

Todos los equipos viajan cerca de su ciudad de origen, y la mayoría participan en campeonatos internacionales alrededor de Europa y rara vez salen del continente, como es el caso de Osasuna que ha participado en campeonatos en Latino América.

En el caso de que la respuesta 8. sea no, si les ofrecieran un destino con las instalaciones necesarias, un clima favorable para desarrollar actividades deportivas y a un buen precio. ¿lo tendría en cuenta?		
Opcion	Porcentaje	Total
Si	81,82%	9
No	18,18%	2
Total respuestas		11

La mayoría de equipos estuvieron de acuerdo en que si les ofrecieran un destino con las condiciones ideales para realizar su actividad deportiva lo tendrían en cuenta, sin embargo, hubo excepciones, en este caso fueron el Mónaco FC y la Juventus, Mónaco

FC y la Juventus, siendo los motivos aludidos por los clubes que el Mónaco no tiene un invierno muy duro, y la Juventus tiene unas instalaciones inmejorables.

¿Estaría interesado en que los jugadores recibieran clases de la lengua nativa del lugar que visitan durante su estancia?		
Opcion	Porcentaje	Total
Si	90,00%	9
No	10,00%	1
Total respuestas		10

¿Es favorable para los jugadores de fútbol realizar actividades deportivas a nivel del mar?		
Opcion	Porcentaje	Total
Si	90,91%	10
No	9,09%	1
Total respuestas		11

La mayoría de los clubes están de acuerdo en que realizar deporte a nivel del mar es mejor por los niveles de oxígeno y de presión corporal, que redundan en un mayor rendimiento del deportista. Por otro lado los clubes también estarían interesados en

que los deportistas pudieran recibir clases del idioma del lugar que visitan, en este caso de castellano.

¿Qué tipo de instalaciones o servicios serían necesarias para el desarrollo adecuado de su actividad deportiva?			
Insatallaciones	Comp	Impr	Total
Alojamiento	1	9	10
Campos de fút.	0	10	10
Gimnasio	2	8	10
Hospital	1	8	9
Piscina	6	4	10
Aulas docentes	6	4	10
Playa	10	0	10
Restaurantes	4	5	9
Excursiones	8	1	9
Total respuestas			10

Para visitar un destino los clubes necesitan: alojamiento y manutención, campos de fútbol, y gimnasio. El resto de instalaciones son complementarias. Sobre el alojamiento la mayoría de los clubes exigen hoteles (mínimo 3 estrellas), en vez de apartamentos turísticos, así no se tienen que preocupar por la limpieza y la comida,

y generalmente lo eligen en pensión completa; por lo que los restaurantes no son una necesidad.

¿En qué mes o quincena del año estaría interesado en realizar su estancia?		
Mes	Porcentaje	Total
ENE	0,00%	0
FEB	18,18%	2
MAR	27,27%	3
ABR	9,09%	1
MAY	0,00%	0
JUN	18,18%	2
JUL	0,00%	0
AGO	9,09%	1
SEPT	18,18%	2
NOV	0,00%	0
DIC	0,00%	0
Total respuestas		11

¿Cuál cree que sería su estancia media en el destino?		
Opcion	Porcentaje	Total
< 7 dias	54,55%	6
8 a 15	18,18%	2
16 a 30	18,18%	2
Otro	9,09%	1
Total respuestas		11

¿Cuanto estaría dispuesto a pagar en alojamiento por jugador/noche?		
Opcion	Porcentaje	Total
<20€	20,00%	2
21 -50€	70,00%	7
51-100€	0,00%	0
Otro	10,00%	1
Total respuestas		10

Al ser equipos que ofrecen un plan deportivo y educativo anual tienen disponibilidad para viajar cualquier mes del año, aunque se ve una preferencia por la primavera. La estancia media ideal es una semana, aunque hay casos en que es más larga, siempre que los clubes no paguen más de 200€/día por jugador, en un plan que incluya: vuelos, alojamiento en un hotel de mínimo 3 estrellas, transporte urbano, excursiones, transfer, campos de fútbol, y gimnasios. Un plus sería ofrecer el equipamiento deportivo para el entrenamiento, aunque en caso de que el club

cuenta con patrocinadores, deberán, por contrato, utilizar el suministrado por éstos.

¿Qué le gustaría que estuviera incluido dentro del plan completo en el caso que le interesara?		
Opcion	Porcentaje	Respuestas
Campos de fútbol	90,91%	10
Gimnasios	81,82%	9
Playa	9,09%	1
Montaña	9,09%	1
Balones	90,91%	10
Petos	90,91%	10
Material entren.	90,91%	10
Hotel 2*	9,09%	1
Hotel 3*	81,82%	9
Hotel 4*	27,27%	3
Aptos 1 hab	9,09%	1
Aptos 2 hab	27,27%	3
Aptos 3 hab	27,27%	3
Pension comple	90,91%	10
Aulas docentes	18,18%	2
Aulas docentes	27,27%	3
Billetes	72,73%	8
Autocar	45,45%	5
Transfer	100,00%	11
transporte urba	63,64%	7
excursiones	63,64%	7
Guias turisticos	72,73%	8
profesores	18,18%	2
Entrenadores	9,09%	1
Total respuestas		11

¿Cuál sería el precio máximo, por jugador, que estarían dispuestos a pagar por el plan completo?		
Opcion	Porcentaje	Total
0 €	72,73%	8
<150	9,09%	1
150 -200€	18,18%	2
Total respuestas		11

Tablas de elaboración propia.
Fuente: Anexo 11.

La información obtenida con las entrevistas, además de aportar datos importantes para este estudio, sería de gran utilidad en el caso de que el proyecto se quisiera desarrollar en profundidad, ya que puede ser la base de una encuesta que se puede llevar a cabo en Europa, u otro ámbito, y obtener resultados más representativos que se acerquen más a los intereses del mundo del fútbol juvenil e infantil, y no sólo de un pequeño grupo del mismo.

6. Análisis DAFO sobre el destino con respecto a las necesidades del público objetivo

A continuación se desarrolla un análisis DAFO del destino, o diagnóstico interno (Debilidades, Fortalezas) y externo (Amenazas, Oportunidades), con respecto a las necesidades del público objetivo, es decir, qué tiene y qué le hace falta a Gandía para satisfacer las necesidades del público objetivo, y qué ofrecen y de qué carecen otros destinos para satisfacer las necesidades del mismo público objetivo.

D.A.F.O.	Análisis Interno	Análisis Externo
Negativos	Debilidades: <ul style="list-style-type: none"> - Capacidad y disponibilidad de la infraestructura deportiva limitadas. - Calidad de las instalaciones con respecto a las necesidades del público objetivo. - Altos costes en transporte. 	Amenazas: <ul style="list-style-type: none"> - Riesgos climatológicos. - Competencia (experiencia de Oliva) - Capacidad y calidad de las instalaciones de otras ciudades cercanas (Valencia, Alicante). - Distancia de aeropuertos. - Contacto con clubes de fútbol internacionales. - Crisis económica.
Positivos	Fortalezas: <ul style="list-style-type: none"> - Temperaturas cálidas en temporada de invierno. - Precio competitivo, dentro de las expectativas de los equipos. - Oferta de actividades complementarias. - Apoyo de los habitantes y empresarios del destino para el desarrollo del plan. 	Oportunidades: <ul style="list-style-type: none"> - Creciente desarrollo del turismo deportivo. - Alta oferta de actividades deportivas dentro de la Comunidad Valenciana. - Buen estado de las vías de comunicación con Alicante y Valencia.

Tabla 9. Análisis DAFO.

Uno de los mayores problemas detectados es la competencia directa de la ciudad Oliva, por su experiencia con este tipo de producto, ya que es conocida por albergar las pretemporadas de equipos de fútbol de primera categoría, por lo que ya saben qué ofrecer y cómo ofrecerlo, y además cuentan con la infraestructura deportiva y turística deseable por los equipos.

Otra desventaja competitiva de Gandía, en este caso, respecto a las ciudades de Valencia y Alicante, es la distancia de los aeropuertos más cercanos y el destino, que

se sitúan entre 45 minutos y 1 hora 30 minutos, respectivamente; mientras que dichas ciudades disponen de aeropuerto.

Entre las ventajas del destino destaca su clima, siendo éste uno de los protagonistas del producto a ofrecer, que se acompaña de un precio competitivo, fácilmente asequible en temporada media o baja.

Partiendo de la opinión de los equipos sobre los campos de fútbol, y la opinión de los deportistas locales sobre la infraestructura deportiva de la ciudad y su capacidad, se puede decir que las instalaciones deportivas de la ciudad son mejorables en cuanto a calidad y variedad. Por otra parte, presentan el problema de que su capacidad es muy limitada, sin embargo hay horas del día en la temporada de invierno en las que, por las obligaciones escolares y laborales de los habitantes de Gandía, estas instalaciones podrían ser utilizadas por visitantes externos.

7. Modelo de Producto para equipos que quieran visitar el destino

En este apartado se desarrolla un ejemplo de producto turístico que se ofrecería a los equipos de fútbol que quisieran visitar el destino. Sería un viaje combinado, que se define como un producto que combina al menos dos de los siguientes elementos: transporte, alojamiento u otros productos turísticos, que incluya al menos una noche de estancia, y se venda a un precio global²⁴.

Éste es un viaje a la demanda, por ser un viaje a la carta para clientes específicos, que satisface sus necesidades con productos concretos, por lo que para su desarrollo no es necesario hacer un estudio de mercado, pero sí un estudio técnico con el fin de crear un valor añadido en el momento de la asesoría. En este caso, se desarrolla un producto para el Tromsø F.C.²⁵ de Noruega, un equipo profesional que según la encuesta estaría interesado en visitar el destino. En la encuesta el equipo especifica que visitaría el destino en un intervalo de entre 8 y 15 días, con todo incluido, por lo que se creará un producto de 11 días y diez noches, contemplando la media de días dentro del intervalo.

El producto incluirá transporte, alojamiento, excursiones y eventos, campo de fútbol, gimnasio, las tres comidas del día, y las aulas docentes (se ofrecen como opción). Se especificará el régimen alimenticio, que es de media pensión con el hotel y con acuerdos con restaurantes y/o cafeterías de la ciudad.

a. Especificaciones técnicas

Para realizar el estudio técnico del viaje, una vez identificadas las necesidades del cliente, se han elegido servicios y productos que se quieren ofrecer. A continuación se han seleccionado los proveedores de los mismos, atendiendo a la relación que éstos ofrecen entre el precio, calidad de servicio e instalaciones, y flexibilidad de horarios.

²⁴ (R.D. España 2007)

²⁵ (TIL. Tromsø IL)

✓ **Cliente**

El cliente es el club de fútbol Tromsø IL de Noruega, el viaje está pensado para un grupo de 21 personas. Son 18 jugadores, 1 entrenador, un preparador físico y un médico.

✓ **Fecha del Viaje**

Salida de su ciudad de origen: 18 de Noviembre del 2014.

Vuelta a su ciudad de origen: 28 de Noviembre del 2014.

✓ **Transporte**

El viaje incluye vuelo directo desde Oslo a Alicante y de Alicante a Oslo. Al llegar a Alicante los espera un guía bilingüe y una furgoneta encargada del *transfer*, que los llevará directamente al hotel (tanto a la ida como a la vuelta). Ya en Gandía el equipo cuenta con transporte para asistir a los entrenamientos y excursiones organizadas. Las clases de español (en caso de ser contratadas) serán a 10 minutos (distancia caminando) del alojamiento, por lo que no se necesita transporte.

✓ **Vuelos y Transfer**

El vuelo de ida será desde Oslo hacia Alicante, el día 18 de Noviembre de 2014. El trayecto se realizará con la compañía aérea *Ryanair* e incluye el seguro de viaje. El precio es de 403,99 NOK/pasajero, que equivale a 49,63 €/pasajero, según la tasa del cambio del día 29 de agosto del 2014.

El vuelo de vuelta será desde el aeropuerto de Alicante hacia *Sandefjord-Torp*, el día 28 de Noviembre de 2014. El trayecto se realizará con la compañía aérea *Norwegian* e incluye de igual forma el seguro del viaje. El precio es 69,40 €/pasajero.

El transfer aeropuerto – hotel – aeropuerto lo realizará la compañía *Shuttle Spain Transfers*, en un autobús con una capacidad para 24 personas, siendo el precio de ida y vuelta 651,17€ para todo el grupo.

✓ **Alojamiento**

El alojamiento para este equipo será en el hotel RH Riviera ***, en la primera línea de playa, ofrece un precio que cumple con las exigencias del cliente, y presta los

servicios deseados por el mismo. El alojamiento incluye media pensión (desayuno y comida), siendo su precio por habitación doble 570,50€/10 noches (57,05€/noche) y 442,48€/10 noches (44,24€/noche) en habitación individual. El plan incluirá 10 habitaciones dobles y una individual. Se plantea ofrecer alojamiento con media pensión para incluir variedad y otras empresas dentro del producto.

✓ **Régimen alimenticio**

El régimen alimenticio dentro del hotel es de media pensión, por lo que dentro del alojamiento tienen incluido el desayuno y la comida, y por un acuerdo realizado con el restaurante Barracuda en la playa de Gandía, se les ofrecerá una variedad de menús distintos para cenar cada día, por un valor de 12€/menú por persona (incluye 2 bebidas). En estas cenas se les dará a conocer la gastronomía no sólo española y valenciana, sino también la de Gandía, dando protagonismo a la Fideuá, plato originario de Gandía.

✓ **Actividades**

Las actividades serán:

- Entrenamientos en los campos de fútbol de la ciudad y en el gimnasio Duet Sport Gandía.
- Actividades lúdico-educativas para dar a conocer la historia de la ciudad y su influencia, no sólo a nivel regional y nacional, sino también internacional. Se visitarán: el Palacio Ducal, la Marjal de Gandía, se realizara la ruta de la Senda del Portalet ubicado en el paraje natural municipal Parpalló-Borrell²⁶, y se realizará una excursión a la ciudad de Valencia haciendo un recorrido por la Ciudad de las artes y la ciencias, y por el centro de la ciudad con un guía que explicará los monumentos y su vinculación a la historia de la ciudad.

Además se ofrecerán unas clases de español de una hora y media al día durante 7 de los 10 días que van a estar en el destino, que serán opcionales, y consideradas como un extra en el presupuesto del viaje. Las clases se realizarán en las aulas de la Escuela Politécnica Superior de Gandía.

²⁶ (Ayuntamiento de Gandía n.d.)

b. Propuesta económica

La siguiente tabla muestra los proveedores, los servicios, y los precios que conformarán la totalidad del producto:

Costes netos										
Servicio/producto	Especificación		Proveedor	Características	Precio	Precio pax	Precio jugadores	Precio Staff ind	Precio Staff Dob	
Transporte	Vuelo	Ida	Skyscanner.com	RyanAir. 18/11/2014	1.010,1 €	48,1 €	865,8 €	48,1 €	96,2 €	
	Vuelo	Vuelta		Norwegian. 28/11/2014	1.835,4 €	87,4 €	1.573,2 €	87,4 €	174,8 €	
	Transfer	Ida y vuelta	Shuttle Spain Transfer	Transfer Aeropuerto-Hotel-Aeropuerto	651,2 €	31,0 €	558,1 €	31,0 €	62,0 €	
	Transorte	Urbano	La Marina Gandiense	Entrenamientos	300,0 €	14,3 €	257,1 €	14,3 €	28,6 €	
		Palau duca excursion		Excursion Palau Ducal	85,0 €	4,0 €	72,9 €	4,0 €	8,1 €	
			Excursion a Valencia capital	230,0 €	11,0 €	197,1 €	11,0 €	21,9 €		
Alojamiento	Habitacion Doble		Hotel Riviera *** Media pension	10 habitaciones dobles	5.705,0 €	285,3 €	5.134,5 €	0,0 €	570,5 €	
	Habitacion individual			1 habitacion individual	442,5 €	442,5 €	0,0 €	442,5 €	0,0 €	
Regimen Alimenticio fuera del hotel	Menu cena diario		Restaurante Barracuda	10 Noches = 10 cenas	2.160,0 €	102,9 €	1.851,4 €	102,9 €	205,7 €	
Actividades	Visita al Palacio Ducal		Palacio Ducal	5€ < 17 años. 6€ >17 años	108,0 €	5,0 €	6,0 €	90,0 €	6,0 €	12,0 €
	Campos de fútbol		ayuntamiento de Gandía	5€ por jugador por entrenamiento o partido. 8 s	720,0 €	40,0 €	720,0 €	0,0 €	0,0 €	
	Gimnasio		Duet Sports Gandía	5€/día, todas las instalaciones incluidas. 7 sesion	735,0 €	35,0 €	630,0 €	35,0 €	70,0 €	
	Excursiones		Guia	12€/hora. 16 horas	192,0 €	9,1 €	164,6 €	9,1 €	18,3 €	

Tabla 10. Costes netos del equipo y staff.²⁷

Costes netos. Clases de Español. (opcional)									
Servicio/producto	Especificación		Proveedor	Características	Precio	Precio pax	Precio jugadores	Precio Staff ind	Precio Staff Dob
Clases de Español	Aula docente		E.P.S.G./U.P.V	8 Sesiones. 133,10 €/sesion	1.064,8 €	59,2 €	1.064,8 €	0,0 €	0,0 €
	Profesor		Particular	30€/hora. 2 horas al día. 8 sesiones	480,0 €	26,7 €	480,0 €	0,0 €	0,0 €

Tabla 11. Clases de español: Opcional.

La tabla 10. muestra los costes netos por persona por cada uno de los servicios, y el proveedor de cada servicio. A continuación se va a realizar el cálculo del precio de venta al público (PVP) teniendo en cuenta los costes netos totales del producto para el organizador (Cn), el margen bruto sobre los costes netos (%mb s/Cn), y el IVA sobre el margen bruto (IVA/mb).

El precio de venta al público es la suma de sus variables:

$$PVP = \Sigma Cn + mb/Cn + IVA/mb$$

Características		Precio jugadores	Precio Staff ind	Precio Staff Dob
Total	Costes netos	12.114,8 €	791,3 €	1.268,1 €
Margen bruto	10%	1.211,5 €	79,1 €	126,8 €
IVA/MB	21%	254,4 €	16,6 €	26,6 €
PVP	Completo	13.580,7 €	887,0 €	1.421,5 €

²⁷ (Anexo 19)

El club se hace responsable por el precio del staf y el 70% del precio por jugador, y los jugadores se hacen cargo del 30% restante		
PVP	Jugadores	13.580,7 €
	Staff individual	887,0 €
	Staff doble	1.421,5 €
PVP Club	Jugadores	9.506,5 €
	Staff individual	887,0 €
	Staff doble	1.421,5 €
PVP Club	Total	11.815,0 €
PVP jugadores	Total	4.074,2 €
PVP jugadores	Pax	226,3 €

Tabla 12. Precio a pagar por las parte (Club y jugadores).

En la tabla 12 se muestra la forma de pago por cada una de las partes que conforman el equipo de fútbol. El precio final no incluye el coste de las clases de español, sin embargo, si se quisiera contratar, sólo hay que sumar el precio de la tabla 11. Consideramos que este servicio se ofrece a precio de coste, es decir la inclusión de este servicio dentro del paquete turístico no implica un margen de beneficio para el organizador del mismo.

c. Itinerario

El itinerario de este producto turístico describe el viaje, las actividades a realizar, y los días en los que se va a realizar, los tiempos son aproximados y pueden ser alterados, aunque siempre respetando los tiempos de confort.

Día 1. Salida de Noruega. Nov/18/2014.		Día 2. Nov/19/2014	
11:15 h	Salida de Oslo (Rygge). Noruega.	8:30 h	Desayuno en el hotel
15:10 h	Llegada a Alicante	9:30 h	Salida al campo de futbol
15:40 h	Salida <i>transfer</i>	10:00 h	Entrenamiento
17:20 h	Llegada a Gandía	12:15 h	
17:30 h	<i>Check-in</i> Hotel Rh Riviera	13:30 h	Comida en el hotel
18:30 h	Bienvenida en el comedor del hotel	15:30 h	Clase de Español
19:00 h	Paseo por la playa	17:30 h	
20:00 h	Cena en el restaurante "Barracuda"	20:00 h	Cena en el restaurante Barracuda
21:30 h	Vuelta al hotel.	21:30 h	Vuelta al hotel
Día 3. Nov/20/2014.		Día 4. Nov/21/2014.	
8:30 h	Desayuno en el hotel	8:30 h	Desayuno en el hotel
9:30 h	Salida al campo de fútbol	9:30 h	Salida al campo de fútbol
10:00 h	Entrenamiento	10:00 h	Entrenamiento
12:15 h		12:15 h	
13:30 h	Comida en el hotel	13:00 h	Comida en el hotel

15:30 h	Visita al Palacio Ducal de Gandía	15:00 h	Salida a Valencia (Excursión)
17:30 h		19:30 h	
18:00 h	Clase de Español	20:00 h	Cena en el restaurante Barracuda
20:00 h		21:30 h	Vuelta al hotel
20:30 h	Cena en el restaurante Barracuda		
22:00 h	Vuelta al hotel		
Día 5. Nov/22/2014		Día 6. Nov/23/2014	
8:30 h	Desayuno en el Hotel	8:30 h	Desayuno en el hotel
9:30 h	Salida al campo de fútbol	10:00 h	Partido amistoso con equipo local
10:00 h	Entrenamiento	12:30 h	Vuelta al hotel
12:15 h		13:30 h	Comida en el hotel
13:30 h	Comida en el hotel	16:00 h	Caminata por la ruta de la senda del Portalet
17:00 h	Clase de Español	19:00 h	Vuelta al hotel
19:00 h		20:00 h	Cena en el restaurante Barracuda
20:00 h	Cena en el restaurante Barracuda	21:30 h	Vuelta al hotel
21:30 h	Vuelta al hotel		
Día 7. Nov/24/2014		Día 8. Nov/25/2014	
8:30 h	Desayuno en el hotel	8:30 h	Desayuno en el hotel
9:30 h	Salida al campo de fútbol	9:30 h	Salida al campo de fútbol
10:00 h	Entrenamiento	10:00 h	Entrenamiento
12:15 h		12:15 h	
13:30 h	Comida en el hotel	13:30 h	Comida en el hotel
17:00 h	Clase de Español	17:00 h	Clase de español
19:00 h		19:00 h	
20:00 h	Cena en el restaurante Barracuda	20:00 h	Cena en el restaurante Barracuda
21:30 h	Vuelta al hotel	21:30 h	Vuelta al hotel
Día 9. Nov/26/2014		Día 10. Nov/27/2014.	
8:30 h	Desayuno en el hotel	8:30 h	Desayuno en el hotel
9:30 h	Salida al campo de fútbol	10:00 h	Ultima clase de Español
10:00 h	Entrenamiento	12:15 h	
12:15 h		13:30 h	Comida en el hotel
13:30 h	Comida en el hotel	17:00 h	Partido amistoso con equipo local
17:00 h	Clase de Español	19:30 h	Vuelta al hotel
19:00 h		20:00 h	Cena en el restaurante Barracuda
20:00 h	Cena en el restaurante Barracuda	21:30 h	Vuelta al hotel
21:30 h	Vuelta al hotel		

Día 11. Nov/28/2014	
3:30 h	<i>Check-out</i>
4:10 h	<i>Transfer</i> Hotel RH Riviera – Aeropuerto de Alicante
6:30 h	Llegada al aeropuerto de Alicante
7:30 h	Salida del vuelo: Alicante – Sandefjord-Torp
11:00 h	Llegada a Noruega

Tabla 13. Itinerario de viaje.

➤ **Especificaciones:**

- La excursión a Valencia se realizará en un autobús pequeño para tener acceso al centro de la ciudad, se realizará una caminata por el centro, allí el guía dará una breve explicación sobre la ciudad, la cultura y algunos monumentos. Después se visitará la Ciudad de las artes y las ciencias donde pasearán mientras reciben las explicaciones del guía.

- La ruta de la Senda del Portalet es un paseo de 4 kilómetros en dos horas donde se apreciará una formación hidrológica con una topografía abrupta, formada por rocas, acantilados y barrancos.

- El Palacio Ducal es un edificio que se remonta al siglo XIV. Fue construido por orden del primer duque de Gandía, Alfonso “*El viejo*” y fue ampliado y modificado con la llegada de la familia Borja. En esta visita se les introducirá en la historia de Gandía, y la influencia de la familia Borja en la historia de España y Europa.

IV. Conclusiones

El estudio descrito en este documento pretende crear un plan que contribuya a la *desestacionalización* de la demanda y la diversificación de la oferta turística de Gandía por medio del turismo deportivo, en concreto, a través de la recepción de equipos de fútbol juveniles e infantiles, específicamente durante la temporada otoño / invierno.

Los resultados obtenidos durante el proceso de investigación exponen la oferta turística y deportiva de la ciudad, las necesidades de un público objetivo específico, la opinión de actores públicos y privados sobre el posible desarrollo del plan, un análisis de los puntos fuertes y débiles del destino al respecto, y la relación de todos los factores para crear un ejemplo de producto para un equipo de fútbol específico.

Según los resultados obtenidos es posible que equipos de fútbol estén interesados en el destino, interés que se vería incrementado si se ampliara la infraestructura deportiva con unos requisitos específicos. Contando con la infraestructura actual se podría contar con que algunos clubes visiten el destino cumpliendo con sus requerimientos mínimos: con un buen mantenimiento de los campos de fútbol, desarrollo de un plan para la gestión de uso de instalaciones a un coste determinado, creación de un producto turístico *todo incluido* a un precio que no sobrepase los 200€/noche, y agregando una oferta complementaria de actividades.

Al ser este trabajo un estudio cualitativo para la creación de un plan de desestacionalización, es poco probable demostrar su viabilidad como tal, en primer lugar porque no se cumplió la hipótesis con los parámetros marcados, es decir el público objetivo fue acertado (equipos de fútbol infantil y juvenil), pero el segmento que finalmente pudo ser entrevistado no fue el ideal (equipos de primera categoría que son invitados por los destinos). Para el desarrollo de la investigación, aunque se contaba con todo el apoyo teórico se carecía de bases de datos y del respaldo de una entidad de renombre para conseguir la opinión de los clubes para el desarrollo de un plan comercial, es decir, las encuestas no fueron contestadas, porque provenían de un trabajo de investigación; quizás si fuera respaldado por una entidad pública o privada con fines comerciales el resultado habría sido distinto.

Cabe destacar que al proceder toda la información obtenida de forma directa de los clubes de fútbol entrevistados personalmente, puede ser la base de una investigación más amplia, para conseguir resultados específicos no sólo con respecto a las necesidades del público objetivo sino también con respecto al interés del mismo.

Teniendo en cuenta los resultados de la investigación, tomando como referencia el producto tipo realizado para un solo club, se valora que la visita de un solo club implica una ocupación de 10 a 11 habitaciones y contando que hay 14 hoteles de 3 estrellas en el destino, y una cantidad no establecida pero considerable de clubes de fútbol en Europa, la visita de varios clubes implicaría un margen de ocupación alta al menos en el segmento hotelero de 3 estrellas, pudiendo evitar así, desde los despidos de personal por baja ocupación, hasta los cierres de los hoteles.

Contemplando que la recepción de los clubes fuera alta, Gandía también cuenta con una oferta turística complementaria alta (teniendo en cuenta el público objetivo), con lo cual, en el caso en que varios equipos visitaran el destino se les pueden ofrecer distintos tipos de actividades a cada uno, o distribuir las más importantes de forma que sea cómodo realizar las actividades y además que su uso sea sostenible.

El siguiente paso posterior, si se profundizara en este trabajo de investigación, sería crear un plan comercial por parte de Protur (Ayuntamiento de Gandia) en colaboración con agencias emisoras de los países de origen de equipos con intereses comunes al TIL de Noruega, y empresas locales de Gandía para crear productos a demanda.

Durante los últimos tres años, según la información aportada por varios de sus miembros, el gobierno municipal ha estado trabajando conjuntamente con las empresas públicas y privadas para conseguir la ansiada desestacionalización del destino, vendiendo no sólo el sol y la playa sino también sus atractivos gastronómicos, culturales, eventos deportivos y de ocio, en ferias de turismo en España y Europa, por lo que el desarrollo de este plan sería un aporte más para combatir la estacionalidad del destino.

V. Bibliografía

- Agudo A, Yolanda, 2007. «Las encuestas de opinión.» En *La Investigación Social del Turismo*, de Jesús Gutiérrez Brito, editado por Isabel Capella Hierro, 50 -90. Madrid. Ed.Thomson.
- Ayuntamiento de Gandía. *Auditoría ambiental de Gandía. Gandía A21*. http://www.gandia.org/c/document_library/get_file?uuid=f46c236c-22f4-4422-b696-2f05908544bd&groupId=14 (último acceso: 26 de 02 de 2014).
- Ayuntamiento de Gandía. *Gandia Agenda 21, 2007*. http://www.gandia.org/c/document_library/get_file?uuid=f46c236c-22f4-4422-b696-2f05908544bd&groupId=14 (último acceso: 20 de 03 de 2014).
- Ayuntamiento de Gandía. *L'Observatori*. 2011. http://estadisticas.observatorigandia.org/estadisticas.aspx?idioma=val&pk_categoria=113&opMenu=113 (último acceso: 20 de 04 de 2014).
- Ayuntamiento de Gandía, 2013. *L'Observatori Gandia. Informacion socioeconomica de Gandía y la Safor*. http://estadisticas.observatorigandia.org/estadisticas_tabla.aspx?opMenu=114&idioma=val&pk_tabla=516&cat=Demanda%20tur%C3%ADstica%20municipal&grup=Turisme (último acceso: 19 de Agosto de 2014).
- Ayuntamiento de Gandía. <http://www.gandia.org/web/guest/parpallo-senda-del-portalet> (último acceso: 10 de 07 de 2014).
- Conselleria de Turisme de la Generalitat Valencia. «L'Observatori. Información socioeconómica de Gandía y La Safor.» Ajuntament de Gandia. 2010 - 2014. http://estadisticas.observatorigandia.org/estadisticas.aspx?idioma=val&pk_categoria=113&opMenu=113.
- COTIF . *COTIF Youth Cup Gandia*. <http://www.cotifcugandia.com/es/bienvenidos/> (último acceso: 01 de 06 de 2014).
- COTIF. *Comite Organizador del Torneo Internacional de Fútbol*. <http://www.cotifalcudia.com/cotif-sub-20/historia/> (último acceso: 02 de 07 de 2014).
- Del Val Cid, Consuelo, 2007. «Tipos de entrevista.» En *La investigación social del turismo*, de Gutiérrez Brito Brito, 158. Madrid. Ed. Thomson.
- Del Val, Cid Consuelo, 2007. «El muestreo: Métodos y aplicaciones.» En *La investigación social del turismo*, de Gutiérrez Jesús Brito, 40. Madrid. Ed. Thomson.
- España. *Real decreto legislativo. 1/2007*. Vol. IV, de *Viajes combinados*. Madrid, 2007.

- Fundèu BBVA. *Fundación del Español Urgente*, 2013.
<http://www.fundeu.es/recomendacion/desestacionalizar-verbo-valido/> (último acceso: 26 de 08 de 2014).
- Foundation for Enviromental Education. *ADEAC-FEE*.
http://www.adeac.es/bandera_azul (último acceso: 25 de 04 de 2014).
- Gandia turística. *www.gandiaturistica.com*.
<http://www.gandiaturistica.com/playa-de-gandia.htm> (último acceso: 20 de 03 de 2014).
- Gandia turística. *www.gandiaturistica.com*.
<http://www.gandiaturistica.com/marxuquera.htm> (último acceso: 26 de 2 de 2014).
- Gandía, Explore la Safor. <http://gandia.explorelasafor.com/playa-de-gandia-spain/> (último acceso: 20 de 04 de 2014).
- Generalitat Valenciana. *Parajes naturales municipales*.
<http://www.cma.gva.es/web/indice.aspx?nodo=79824&idioma=C> (último acceso: 4 de marzo de 2014).
- Instituto geológico y minero de España. *Hidrogeología y aguas subterráneas*.
http://aguas.igme.es/igme/publica/libro40/pdf/lib40/2_.pdf (último acceso: 20 de 03 de 2014).
- Instituto Valenciano de Estadística. 2013. <http://www.ive.es/> (último acceso: 20 de 04 de 2014).
- Instituto Valenciano de Estadística, 2.013. *Banco de datos territorial 2013*.
http://www.ive.es/ive/bdm/res_optimo.php (último acceso: 29 de 04 de 2014).
- Monfort Mir, Vicente. «IV.17 COMUNIDAD VALENCIANA.» En *LA ACTIVIDAD TURISTICA ESPAÑOLA 2006*, de LOPEZ OLIVARES DIEGO Y PULIDO FERNÁNDEZ JUAN I. Madrid: Centro de estudios Ramón Areces, 2007.
- Serrato, Cristina. *BBVA*. 30 de 09 de 2013.
<http://www.bluebbva.com/2013/09/los-deportes-mas-populares-del-mundo-por-paises.asp> (último acceso: 20 de 04 de 2014).
- TuriSafor. *Turisafor*.
<http://www.turisafor.com/elemento.php?aCodMensaje=2686> (último acceso: 31 de 07 de 2014).
- Turismo de Gandía. «Turismo de Gandia.» *Guia practica: Como llegar y moverte*. 21 de Feb de 2014. <http://turismodegandia.com/transporte-gandia/>.
- Visit Gandia. 21 de Febrero de 2014. <http://www.visitgandia.com/es/como-llegar-a-gandia.aspx>.