

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA
ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA
Grado en Turismo



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ESCUELA POLITÈCNICA
SUPERIOR DE GANDIA

**“El turismo activo en Oliva
(Valencia): análisis de los
productos existentes y
propuestas de mejora”**

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:

Donka Georgieva Simeonova

Tutor/a:

Maria Dolores Teruel Serrano

GANDIA, 2016

Agradecimientos

Como una vez dijo el historiador y profesor en la UPV, el señor Santiago La Parra, “hay que dar las gracias a las personas”.

A todos los profesores de la Escuela Politécnica Superior de Gandia (UPV) por su profesionalidad y paciencia, especialmente a María Dolores Teruel Serrano, por confiar en mí y regalarme las alas para poder volar.

A la gran mayoría de compañeros universitarios y amigos, especialmente Beatriu Soler Soler, por enseñarme a amar la cultura y lengua valenciana.

A los compañeros del Departamento de Turismo de Oliva, técnicos y concejales, por la oportunidad de formar parte de un equipo de profesionales turísticos.

Al Departamento Urbanístico de Oliva, especialmente al técnico municipal el señor Juan Ramón Porta, por su tiempo y sus consejos.

A los empresarios y profesionales de Oliva y Denia que han participado en las entrevistas.

Y sobre todo, a mi familia, mi esposo y mi hijo.

Resumen

Este proyecto consiste en la elaboración de un diagnóstico sobre la situación actual del turismo activo en el municipio de Oliva, basado en el conocimiento de las normativas, las actividades y las empresas que los desarrollan. Este proyecto realizará un análisis de las entrevistas con empresarios, así como con profesionales del sector. Se parte de la revisión bibliográfica sobre el concepto de turismo activo, su legislación local, inventario de empresas e instalaciones y frecuencia de uso. Asimismo, se propondrán actuaciones de mejora, con la consecución de que el turismo activo pueda llegar a convertirse en parte del motor que ayudará a combatir con la estacionalidad del municipio.

De esta manera, el público objetivo interesado en este proyecto universitario podría desarrollar nuevas actividades, no sólo para los turistas y visitantes de la zona, sino también para los locales. Visitar Oliva, al mismo tiempo que se disfruta y aprende sobre las tradiciones culturales valencianas.

Palabras clave: Termino municipal de Oliva, turismo activo, propuestas de mejora.

Abstract

This project involves the development of a diagnosis on the current situation of adventure tourism in the town of Oliva, based on knowledge of regulations, activities and companies that develop them. This project will carry out an analysis of interviews with entrepreneurs as well as professionals. It is part of the literature review on the concept of active tourism, local legislation, companies and facilities inventory and frequency of use. Improvements are also proposed to achieve a point where adventure tourism can eventually become part of the engine that will help combat the seasonality of the municipality.

Thus, the target audience interested in this university project could develop new activities, not only for tourists and visitors to the area, but also for locals. Visiting Oliva, while enjoying and learning about the Valencian cultural traditions.

Keywords: municipality of Oliva, adventure tourism, proposed improvements.

Contenido

1. Introducción	6
1.1. Objetivos	7
1.2. Metodología	7
2. Marco teórico	9
2.1. Definición de turismo activo y sus componentes	10
2.2. Modalidades de turismo activo	11
2.2.1. Según la dificultad (ligero, mixta y difícil).....	11
2.3. Clasificación de las actividades	11
2.3.1. Según dónde se practica (tierra, aire, agua)	11
2.4. Turismo activo en España	12
2.5. Turismo activo en la Comunidad Valenciana.....	14
2.5.1. Legislación y asociaciones deportivas	14
2.5.2. La oferta turística	15
2.5.3. Estrategias de turismo activo en la Comunidad Valenciana.	17
3. Estudio de caso: el turismo activo en Oliva.....	17
1. Descripción del término municipal de Oliva	18
3.2. Inventario de recursos para la práctica de turismo activo	19
3.2.1. Recursos para la práctica de actividades	20
3.3. Análisis de la oferta	23
3.3.1. Características de la oferta	23
3.4. Análisis de la demanda	27
3.4.1. Análisis de los resultados obtenidos de las encuestas por variables.....	27
3.4.2. Perfil del practicante de turismo activo.....	32
3.5. Futuros proyectos de turismo activo en Oliva	32
3.6. Análisis DAFO del producto de turismo activo en Oliva	33
3.6.1. DAFO.....	33
3.6.2. Análisis CAME	36
3.7. Factores clave en el éxito del turismo activo de Oliva.....	37
3.8. Propuesta de gestión y nuevas actividades de turismo activo en Oliva	38
3.8.1. Calendario con nuevas propuestas de actividades de turismo activo.....	39
4. Conclusiones	41
4.1. Sobre el análisis de la demanda.....	41
4.2. Sobre la oferta.....	41
4.3. Sobre las propuestas.....	42

5. Bibliografía..... 43

Índice de Figuras

Figura 1: tabla de entrevistas realizadas. Fuente: elaboración propia..... 8

Figura 2: clasificación de actividades. Fuente: elaboración propia..... 11

Figura 3: clasificación de actividades. Fuente: elaboración propia..... 12

Figura 4: tabla de empresas de turismo activo en España. Fuente: elaboración propia.
..... 13

Figura 5: porcentaje de empresas de turismo activo por CC.AA. Fuente: elaboración propia. 13

Figura 6: clasificación de actividades de la C. Valenciana por el tipo y la provincia donde se realizan. Fuente: elaboración propia..... 16

Figura 7: Término municipal de Oliva a fecha de 26/05/2016. Fuente: www.olivaturismo.com 18

Figura 8: Características del municipio de Oliva. Fuente: www.oliva.es (acceso 23/05/2016) 19

Figura 9: Listado de recursos que posee Oliva. Fuente: elaboración propia. 22

Figura 10: oferta de turismo en Oliva por empresa y actividades. Fuente: elaboración propia. 24

Figura 11: modelo de unión de las actividades y los recursos de cada parte del municipio. Fuente: www.olivaturismo.com 26

Figura 12: edad de los turistas encuestados. Fuente: elaboración propia. 27

Figura 14: estado profesional de los encuestados. Fuente: elaboración propia. 27

Figura 15: duración de la estancia. Fuente: elaboración propia. 28

Figura 16: frecuencia de la visita. Fuente: elaboración propia..... 28

Figura 17: actividades realizadas durante la visita. Fuente: elaboración propia. 29

Figura 18: fuentes de información consultadas. Fuente: elaboración propia. 29

Figura 19: con quién realiza las actividades. Fuente: elaboración propia..... 29

Figura 20: actividades realizadas durante la visita. Fuente: elaboración propia. 30

Figura 21: actividades que desearía realizar. Fuente: elaboración propia..... 30

Figura 22: recomendaciones sobre nuevas actividades. Fuente: elaboración propia.. 31

Figura 23: análisis DAFO. Fuente: elaboración propia..... 36

Figura 24: análisis CAME. Fuente: elaboración propia..... 37

Figura 25: factores clave en el éxito del turismo activo en Olivo. Fuente: elaboración propia. 38

Figura 26: calendario de actividades propuestas. Fuente: elaboración propia. 40

Figura 27: leyenda para la interpretación del calendario. Fuente: elaboración propia. 40

1. Introducción

El turismo activo en Oliva se está posicionando en los últimos años como un elemento clave para municipio de la sociedad actual, formando parte del desarrollo de la actividad turística. La visión de la gestión turística de Oliva es estratégica, en cuanto esta modalidad turística complementa y ayuda a desestacionalizar este destino tradicional de sol y playa, incorporándole una característica que lo diferencia y convierte en un destacado municipio en este segmento de turismo en el área litoral valenciana.

La práctica de deporte y la búsqueda del contacto con el entorno natural, forman hoy en día gran parte de la motivación principal de muchos usuarios. La tendencia está marcando un cambio hacia una vida más dinámica y saludable, como modelo, pero también como una necesidad física y emocional.

A nivel mundial se observa la evolución de esta nueva forma de hacer turismo, y es patente que cada vez son más personas que viajan a lugares con determinadas características para la práctica de actividades deportivas, dejando como motivación principal el disfrute del sol y playa.

No obstante, para que se pueda desarrollar el turismo activo en general, y en la localidad de Oliva en particular, es imprescindible que se protejan los recursos naturales y que se disponga de espacios adecuados para esta práctica. La geografía, los recursos naturales, los recursos culturales y por supuesto el clima de Oliva, son la clave de la enorme potencialidad que esta localidad presenta para la práctica de actividades de turismo activo, y que motiva a empezar diferentes planes que vengán a consolidar y aumentar la calidad de este tipo de turismo.

Por todo lo expuesto anteriormente, este trabajo final de grado se ha dedicado a conocer la situación actual del turismo en el municipio valenciano de Oliva con el propósito de crear una base conceptual de esta modalidad turística en el destino, conocer las aportaciones de los principales actores sociales involucrados y proponer acciones con el objetivo de dinamizar el turismo activo.

Debido al gran crecimiento mundial y español del turismo activo, es necesario investigar el estado actual de la práctica de turismo activo en Oliva y crear nuevas propuestas interesantes. Así podremos buscar otras líneas de actuación, aprovechando el territorio atractivo, dinamizarlo, diferenciarlo por la calidad de vida en un entorno de alta actividad turística y residencial. Buscar nuevos mercados en los meses de temporada baja y resolver problemas como la estacionalidad.

A continuación, y en base a estas premisas, se desarrolla este trabajo, estructurado en tres grandes bloques. En ellos se trata, siguiendo este orden, el marco teórico tanto a nivel nacional como autonómico y local; el estudio del destino, en el que se realiza un inventario, un análisis de la oferta y la demanda, y comentarios sobre las entrevistas y encuestas realizadas. Por último, se desarrollan unas propuestas concretas especificadas en un calendario anual, así como las conclusiones que se derivan de este estudio.

1.1. Objetivos

El **Objetivo Principal** de este trabajo es realizar un diagnóstico de la situación actual del turismo activo en Oliva, en base a un análisis territorial, distinguiendo entre las actividades vinculadas a la montaña, el mar y la marjal, con la finalidad de tener información sobre la oferta de turismo activo existente, las empresas, instalaciones y productos, y de esta forma poder proponer mejoras significativas. Identificar las zonas principales, instalaciones y productos.

A partir de este objetivo principal, se derivan los siguientes **objetivos secundarios**:

- Analizar y definir el perfil del turista y visitante que practica turismo activo en Oliva.
- Inventariar los recursos que sirven de base para la práctica de turismo activo en Oliva.
- Realizar un diagnóstico sobre el destino turístico Oliva y sobre sus mercados turísticos principales, actuales y potenciales.
- Proponer propuestas de mejora y una serie de recomendaciones estratégicas para mantener la competitividad de Oliva como destino de turismo activo.
- Realizar un inventario de actividades y empresas turísticas de turismo activo en Oliva.
- Plantear un catálogo anual con actividades existentes, así como nuevas propuestas sobre turismo activo de forma responsable.

Se pretende alcanzar estos objetivos a través del desarrollo de fuertes alianzas, con asociaciones y agentes del sector turístico.

1.2. Metodología

La metodología utilizada para la realización de este estudio se ha basado en dos técnicas de investigación, tanto cualitativas como cuantitativas. La parte teórica se ha realizado a través de la revisión y análisis de las fuentes bibliográficas existentes, con el objetivo de conocer los antecedentes del turismo activo. Por otra parte, se ha analizado la información en torno a los planes territoriales y turísticos valencianos, la terminología y la legislación, así como los recursos y las infraestructuras necesarias para la realización de las actividades de turismo activo.

En cuanto a la producción de datos primarios, se han realizado entrevistas en profundidad programadas de manera individual con expertos, profesionales del turismo de los sectores público y privado, con el objetivo de obtener información diversa de diferentes perspectivas en torno al tema objeto de estudio. Para abordarlas, se han diseñado varias entrevistas con preguntas abiertas, agrupadas por temas y, dependiendo de la persona que se iba a entrevistar, se ha utilizado un modelo u otro. Antes de realizar las entrevistas, se hicieron pruebas para comprobar el nivel de la claridad de las preguntas. Las entrevistas han sido grabadas y posteriormente transcritas. En total se realizaron 11 entrevistas personales, atendiendo a un cuestionario semi-estructurado (fig. 1).

ENTREVISTADO	CARGO
Mireia Francesca Morera	Concejal delegada de Turismo Oliva
Adelina Vilaplana Guijarro	Técnico de Turismo Oliva
Juan Ramón Porta	Arquitecto técnico municipal del Ayuntamiento de Oliva
Antoni Cots Peralta	Presidente Club de Triatlón Oliva
Juan Vicente Fabrich Sabater	Club local de pescadores deportivos Oliva
Daniel Asis Boyer	Director del Club Oliva Nova Golf
Dino Vives Torres	Gerente de Karting Vives Oliva
Sebastian Dukos	Gerente de F- One Proshop Center Oliva
Jose Ignacio Tapia	Gerente de Oliva Surf y Hotel Oliva Playa
Domingo Rus y Victor Vila Wassum	Gerentes de EXtrem Track
Krystel y Bruno Ribeira	Gerente de Centro Hípico Oliva Nova

Figura 1: tabla de entrevistas realizadas. Fuente: elaboración propia.

Como se ha comentado, se diseñaron varios cuestionarios con preguntas abiertas, agrupadas por temas. El modelo de este cuestionario se recoge en el ANEXO 1. Con estas entrevistas se pretende pues, obtener una visión colectiva que refleje las características sociales entre todos los entes públicos y privados, en relación a la gestión de turismo activo en la localidad.

Se eligieron estas personas para las entrevistas, porque son los únicos capaces de proporcionar información interna de las empresas y de la situación actual del mercado de turismo activo. Algunos de los empresarios demostraron su disponibilidad aportando recomendaciones y citando otros proyectos de interés ya realizados, para apoyar la realización de este trabajo.

Durante la realización de las mismas, llevadas a cabo fácilmente, se ha demostrado interés por el proyecto. La ficha con los datos de la empresa se ha estructurado por temas: datos de la empresa, principales actividades que realiza, formación de los trabajadores, clientes y mercados (ANEXO 2). Se ha preguntado sobre el turismo activo, a continuación sobre las herramientas de promoción y los canales de venta, así como por las relaciones entre el sector público- privado; y para finalizar, se ha solicitado la visión sobre proyectos futuros de turismo activo en Oliva.

En cuanto a la entrevista a la dirección política, se pretendía obtener una visión actual y futura de la gestión del turismo activo, lo que ayudó a la comparación de las opiniones del sector privado. Por otra parte, como representante del sector público, se eligió a la técnica de turismo de Oliva, Adelina Vilaplana, y a la concejal de turismo, Mireia Francesca Morera, que nos permitieron conocer los aspectos de gestión de este tipo de turismo.

Una vez concluida la realización de esta fase de recogida de información a través de las entrevistas en profundidad, se continúa este estudio con el análisis de la información obtenida en las encuestas a los visitantes sobre la oferta de actividades turísticas.

Asimismo, la generación de datos primarios se completó con la realización de encuestas, porque se consideró necesaria la obtención de un diagnóstico real de la situación actual del turismo activo en Oliva, con la finalidad de obtener información sobre el perfil de practicante, la oferta de productos existentes, y la generación de nuevas propuestas de actividades.

La ficha técnica de estas encuestas se configura como sigue:

- Procedimiento: Encuestas personales en cuatro idiomas- español, inglés, alemán y francés.
- Población/ universo: Visitantes (turistas y excursionistas).
- Procedimiento de muestreo:

- Unidad muestral: Visitante que pernocte o visite la localidad, por motivos turísticos, no residente (según criterio de la Organización Mundial del Turismo (OMT) en La Safor en general y en los municipios de Oliva y Pego en particular (éstos últimos se consideran *Entorno Habitual*).

- Método de muestreo: procedimiento polietápico seleccionado:

1º Los puntos de muestreo en la zona de la ciudad (punto de información Tourist Info), Pau- Pi (punto de información Tourist Info), Deveses (acceso a playa) y Oliva Nova Golf Resort (Club de Golf y acceso a playa).

2º: Las unidades muestrales se escogen para mayores de edad, según sexo, de manera alternativa. Durante toda la semana menos domingo las encuestas se pasaban principalmente en las oficinas de Tourist Info.

- Tamaño de la muestra: La muestra total ha sido de 118 cuestionarios recogidos básicamente en las oficinas de Tourist Info.

- Periodicidad para la recogida de datos: Las tomas de datos se realizaron entre el 25 de marzo, abril y mayo de 2016 durante toda la semana menos domingo. Se debe de tener en cuenta la temporada baja.
- Lugar de recogida de datos: Oficina central de Tourist Info (alado del mercado Municipal), Pau- Pi (punto de información Tourist Info), Deveses (acceso a playa) y Oliva Nova Golf resort Club de Golf y acceso a playa).

El objetivo de esta encuesta ha sido obtener datos acerca del perfil, comportamiento, motivación general para el desplazamiento, valoración de los recursos y otros elementos de la oferta.

2. Marco teórico

El turismo activo se inicia a finales de los años 70, y principios de los años 80 en todo el mundo occidental. Sin embargo, no es hasta principios de los años 90 cuando se puede hablar del modelo actual de turismo activo basado en el entretenimiento y el turismo emergente como se conoce actualmente (Hall in Hall and Weiler, 1992). Las compañías se dieron cuenta, que existen mercados para otros tipos de turismo activo en los mismos destinos. Fue el momento en que empezaron a diversificar sus productos. Por ejemplo, en las rutas guiadas por la montaña en Himalaya se crearon unas nuevas actividades como rafting en los ríos.

Diversos autores como Hall & Weiler (1992), Loverseed (1997), Shepherd & Evens (2005), Swarbrooke (2003) y VisitScotland (2007), coinciden en que el turismo activo es una modalidad turística que sorprende por el rápido crecimiento y evolución. En concreto, Ewert y Jamieson (2003) afirman que “es uno de los nuevos y más

rápidamente creciente de los sectores de la industria turística”, y otros autores como Cloke y Perkins (1998) ya en esa fecha hablaron de “una explosión de turismo activo”.

En cuanto a la demanda, los datos aportados por la Asociación Americana Industrial de Viajes (1998) apuntan que casi el 50 por ciento de los adultos americanos, o 98 millones de personas, se decantaban por actividades de turismo activo durante sus viajes. Por su parte, en Canadá, la Comisión de Turismo de este país en 2008, apuntó que los viajes relacionados con la naturaleza se situaron como el segundo motivo de viaje después de visitar amigos y familiares, con un crecimiento del 15 por ciento anual. En Europa, el comportamiento es similar; según Mintel (2005) un 35 por ciento de los ingleses ha contratado viajes de turismo activo. Se constata el incremento e interés por esta modalidad turística dado el número de revistas, artículos, blogs, páginas webs que han surgido recientemente. Asimismo, la inclusión en el mercado de equipamientos especializados, alimentación y bebidas, proveedores de equipos, comerciantes y minoristas especializados en el turismo activo.

2.1. Definición de turismo activo y sus componentes

Dar solo una definición para turismo activo es muy difícil, porque incluye muchos niveles; algo que parece aventurero para uno, puede ser normal e incluso aburrido para otros (Swarbrooke 2003, 3-4). Buckley (2006) describe el turismo activo como “visitas guiadas comerciales donde la atracción principal es la actividad al aire libre, basada en características de terreno natural y que, en general, requiere equipaje deportivo o especializado, y es muy emocionante para los amantes de las rutas.” Sin embargo, él reconoce que esta descripción no es suficiente para relatar todo el turismo activo, porque tiene una larga lista de actividades (Buckley 2006, 1-2).

Los turistas que practican esta tipología, se pueden ver como personas a quienes les gusta arriesgarse y desafiarse, tanto física como mentalmente, mientras buscan nuevas y estimulantes experiencias. A veces, quieren desarrollarse o incrementar su autoestima mediante el turismo activo (Swarbrooke 2003, 57). La mayoría de los productos de turismo activo son intangibles, ya que son básicamente experiencias, y la persona generalmente intenta satisfacer sus deseos, más que sus necesidades. Swarbrooke asegura que “el turismo de aventura está a la vanguardia del turismo mundial, y sus méritos, la novedad, en un examen exhaustivo, obstaculizado por los confines de delimitaciones tradicionales”.

El turismo de aventura está prácticamente asociado con actividades donde el propósito del viaje es experimentar y formar parte de las actividades, antes que recorrer las tradicionales atracciones turísticas (Nerín, 2005). Según Martínez y Fernández (2011), el turismo activo y de aventura, forma una única oferta, cuyas actividades presentan distintos niveles de dificultad, y las actividades de aventura se diferencian por su capacidad de proporcionar experiencias con alto nivel de riesgo.

La Conselleria de Turismo, Cultura y Deporte (2012), en el Decreto 22/2012 regulador del turismo activo en la Comunidad Valenciana, describe el turismo activo como “un conjunto de actividades deportivas de ocio que se practican por un público en general, se sirven de recursos naturales en el medio aéreo, terrestre y acuático sin degradarlos, y presentan un nivel de riesgo exigiendo cierto grado de destreza, habilidad o conocimientos técnicos”.

Del total de definiciones identificadas, se pueden extraer un conjunto de palabras claves comunes que sirvan para entender mejor el fenómeno “turismo activo”. Según Swarbrooke et al., (2003) estas palabras clave serían:

1. Resultado incierto
2. Peligro y riesgo
3. Reto
4. Recompensas esperadas
5. Novedad
6. Estimulación y emoción
7. Exploración y descubrimiento
8. Asimilación e enfoque
9. Escapismo y separación
10. Comparar emociones

2.2. Modalidades de turismo activo

En este apartado se ha realizado una clasificación de las actividades de turismo activo en función de su dificultad distinguiendo entre ligeras, mixtas y difíciles así como según el medio físico donde se practican que puede ser terrestre, marítimo o aéreo.

2.2.1. Según la dificultad (ligero, mixta y difícil)

Si tenemos que clasificar las actividades según su nivel de riesgo, podemos utilizar los conceptos de “actividad ligera”, “actividad difícil” y una tercer categoría, “mixta” (fig. 2). La primera se refiere a las actividades llevadas a cabo por participantes atraídos por el riesgo percibido y la experiencia, pero en realidad con muy poco riesgo, sin ningún tipo de preparación especial, y sin necesariamente estar en una buena forma física. Por otro lado, en la actividad difícil, tanto el participante como el monitor son conscientes de un alto nivel de riesgo, que requiere una preparación especializada y competente, y habilidades esenciales para este tipo de actividad, para enfrentarse a resultados inesperados. Según Morpeth (2001), en la actividad ligera, la educación como el ambiente y aparición cultural, son los aspectos más importantes de esta experiencia. En la actividad difícil, los entornos difíciles y la asunción de riesgo, son los factores claves. En la mixta, podemos poner las actividades que implican un nivel de riesgo medio, y donde se necesita una preparación y unos conocimientos básicos.

Actividad ligera	Actividad difícil	Actividad mixta
Rutas de ciclismo	Escalar	Paintball
Campamento	Rafting	Geocaching
Clases de windsurf y surf	Parapente	Equitación
Senderismo	Canoa	Golf
Excursionismo	Kayak	Visitas culturales
Paseos en velero	Espeleología	Turismo ornitológico
Rutas con quad	Windsurf	Remo

Figura 2: clasificación de actividades. Fuente: elaboración propia.

2.3. Clasificación de las actividades

2.3.1. Según dónde se practica (tierra, aire, agua)

La figura siguiente (fig.3) recoge las actividades de turismo activo se pueden clasificar en tres grupos: actividades terrestres, actividades acuáticas y actividades aéreas.

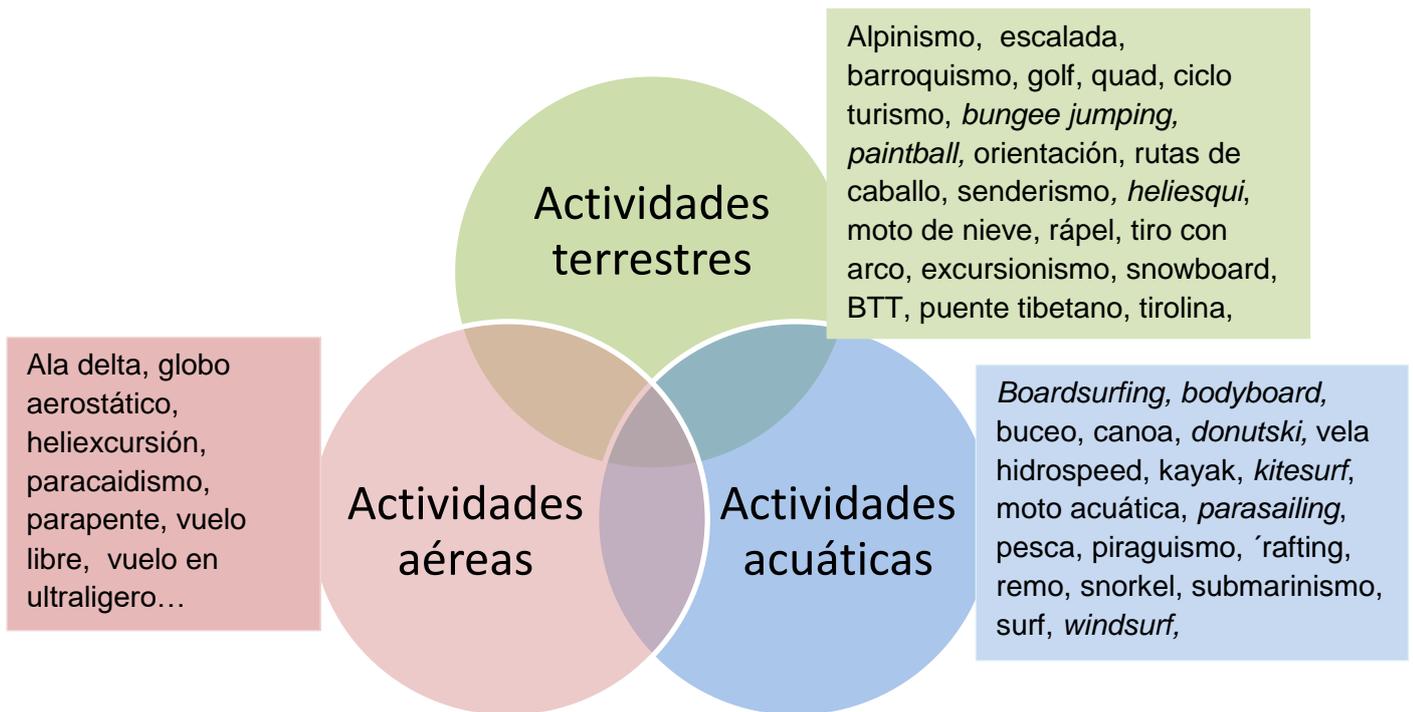


Figura 3: clasificación de actividades. Fuente: elaboración propia.

Las actividades se clasifican dependiendo del ecosistema en el que se desarrollan y del principal recurso natural que soporta la actividad. Así mismo, las actividades terrestres se desarrollan principalmente en la montaña, y el suelo es su principal soporte. Las actividades acuáticas, a diferencia de las terrestres, se apoyan en recursos acuáticos concretos. Las actividades aéreas se desarrollan en el aire.

2.4. Turismo activo en España

A nivel mundial, España es uno de los destinos preferidos por los jóvenes, no solo por el sol y playa, sino también para la práctica de turismo activo, junto con países como Estados Unidos, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, Argentina, Francia, Reino Unido e Italia, según *World Youth Student and Educational Travel Confederation* (WSETC, 2014). España cuenta con una gran variedad de recursos naturales y culturales para el desarrollo de actividades de turismo activo, favorecidos por la geografía y el clima.

En nuestro país, el turismo activo nace en los años 60, y empieza desarrollarse a gran velocidad durante las últimas décadas. Su regulación se inicia prácticamente en el siglo XXI. Cada comunidad autónoma se encarga de crear su propia normativa y de regular su práctica. Para el desarrollo y promoción de los destinos de turismo activo españoles, y las actividades de la administración turística española, se han creado los Planes de Excelencia y Dinamización, de la Secretaría de Estado de Comercio, Turismo y Pymes (1992-1998), el Plan de Impulso de turismo de naturaleza (2005); el Apoyo Técnico para la amortización de la normativa en materia de Turismo Activo (2006- 2007); el Plan Integral del Turismo Rural (2013-2014); el Plan sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad (2014-2020); y el Convenio de fomento del Ecoturismo en la red de parques nacionales y reservas de la biosfera (2015). La administración ambiental ha abordado, solo parcialmente, la cuestión del turismo activo en los Planes de uso público para que se puedan regular las actividades. Entre

las comunidades se constatan muchas diferencias, y no todas cuentan con la legislación correspondiente sobre el turismo activo. Existen 12 decretos específicos, que en el caso de la Comunidad Valenciana, se aprueban muy tardíamente (2012).

Durante la realización de este estudio, se ha constatado que existen aproximadamente 2470 empresas que trabajan esta tipología de turismo (fig. 4 y 5), con una tendencia de crecimiento en los próximos años.

Comunidad Autónoma	Total empresas	% de empresas
Galicia	18	0,73%
Asturias	244	9,91%
Cantabria	39	1,58%
País Vasco	50	2,03%
Navarra	119	4,83%
La Rioja	31	1,26%
Aragón	283	11,49%
Cataluña	262	10,64%
C. Valenciana	187	7,60%
Murcia	136	5,52%
Andalucía	704	28,59%
Extremadura	23	0,93%
Castilla y León	259	10,52%
Castilla La Mancha	47	1,91%
C. de Madrid	33	1,34%
Islas Baleares	33	1,34%
Islas Canarias	11	0,45%
TOTAL	2462	100%

Figura 4: tabla de empresas de turismo activo en España. Fuente: elaboración propia.

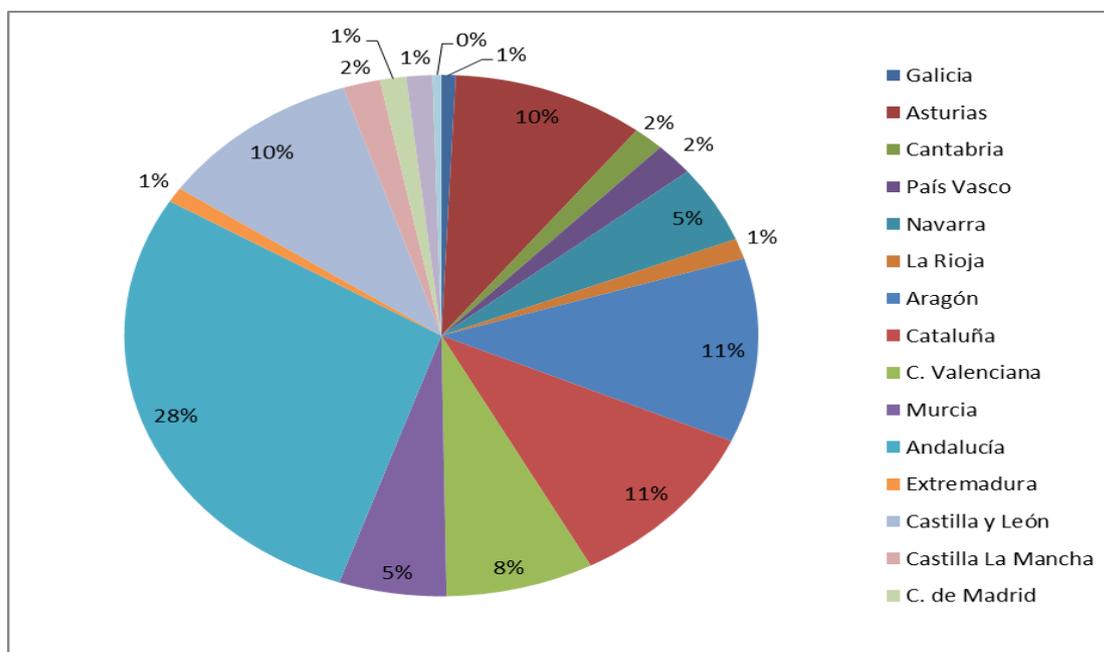


Figura 5: porcentaje de empresas de turismo activo por CC.AA. Fuente: elaboración propia.

2.5. Turismo activo en la Comunidad Valenciana

2.5.1. Legislación y asociaciones deportivas

El turismo activo se define de diversos elementos como son: turismo, naturaleza, cultura, actividad, deporte, aventura. La naturaleza es el escenario donde tiene gran parte la realización de las actividades, siendo la conservación de los recursos naturales lo que deben pautar el tipo de actividad a desarrollar. Los recursos naturales son los principalmente atractivos que atraen los visitantes a los espacios naturales donde practicar las actividades y disfrutar. Entre estas actividades se encuentran el camping, senderismo, observación de aves, fotografía, observación de estrellas, entre otras. El turismo activo debe basarse en premisas de sostenibilidad económica, social y ambiental. En este sentido, esta modalidad turística toma como escenario el entorno natural el cual debe ser respetado a la vez que proporciona incentivos para los municipios locales para conservar la flora y la fauna promoviendo su conservación. Para el desarrollo de turismo activo en naturaleza que tiene gran influencia a la economía local, es importante que el municipio tenga una clara visión de conservación de los recursos naturales y sobre su protección.

Además del decreto regulador del turismo activo en la Comunitat Valenciana de 27 de enero de 2012, en 2014 se aprueba el Real Decreto 416/2014, de 6 de junio, por el que se aprueba el Plan sectorial de Turismo de Naturaleza y Biodiversidad 2014-2020.. Este decreto expone la definición de turismo activo, las empresas turísticas a las que se aplica el mismo y su inscripción en el registro de empresas turísticas, así como los requisitos de seguridad y de formación del personal. También se pueden encontrar los derechos y obligaciones de los usuarios, la normativa respecto a los menores de edad y el medio ambiente, condiciones de contrato entre la empresa y el practicante, el listado de actividades ofertadas, el régimen de sanciones, etc. Con este decreto se pretende aumentar la calidad y seguridad de los servicios que se ofrecen, a través de modalidades deportivo-aventureras reguladas. La última normativa se centra en el turismo de naturaleza y plantea la creación de productos de turismo de naturaleza poniendo especial énfasis en aspectos de sostenibilidad dado el riesgo de una sobreexplotación de los recursos. La administración demuestra su interés por poner en valor la biodiversidad sin amenazarla y mejorar la posición del destino de turismo activo en entorno natural atrayendo más turistas y mejorando la rentabilidad del sector. Este Plan Sectorial busca mejorar la forma en la que se practican las actividades relacionados con la naturaleza para evitar impactos negativos sobre la biodiversidad y aumentar su valor. Se incita, por parte del gobierno, a la práctica de turismo activo de una manera sostenible, para la conservación y protección de los recursos naturales protegidos en la Comunidad Valenciana y de la Red Natura 2000¹. Se establece una normativa específica en los espacios naturales, como por ejemplo la Ley 11/1994 de Espacios Naturales Protegidos de la Comunidad Valenciana y el Plan Rector de Uso y Gestión (PRUG).

La Comunidad Valenciana cuenta con leyes de carácter general, que se deben de respetar durante la práctica de turismo activo, como por ejemplo, la Ley 2/2011 del

¹ Red Natura 2000 es una red europea de áreas de conservación de la biodiversidad, la cual consta de Zonas de Especial Conservación (ZEC), y de Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPA).

Deporte y la actividad Física, cuyo objetivo es promocionar, regular y coordinar la actividad física.

Existen otros organismos que se encargan de la vigilancia por el correcto desarrollo del turismo activo a nivel nacional, como es el caso de la Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo (ANETA). Una asociación formada por diez asociaciones regionales, cuyos objetivos son representar y defender los intereses profesionales, sociales e económicos; mantener y fomentar la calidad de los servicios prestados, fomentar la colaboración en temas de común interés; y establecer servicios para mantener intereses comunes. A nivel regional existe otro organismo regulador, ACVETA- Asociación de Empresas de Turismo Activo en la Comunidad Valenciana, que tiene obligaciones similares a la ANETA, pero no se pueden encontrar noticias sobre las últimas actuaciones desde año 2012.

2.5.2. La oferta turística

La Comunidad Valenciana cuenta con una amplia oferta de turismo activo, debido a sus recursos de naturaleza, paisajes, entorno marino, cuencas fluviales, rutas culturales y senderos. El Registro de Empresas, Establecimientos y Profesiones Turísticas de la Comunidad Valenciana cuenta más de 160 empresas que se dedican a la organización de actividades de aventura y de ocio en año 2010 y 187 empresas en 2015. La mayor parte de las empresas de turismo activo están establecidas en la provincia de Alicante, y responden a un 52% del total, 98 empresas. Otras 51 empresas están ubicadas en la provincia de Valencia, representando un 27%, y el 20% restante abarca las 38 empresas cuya sede se encuentra en la provincia de Castellón, según datos del Observatorio Turístico de Comunidad Valenciana.

Las empresas se crean en el municipio de donde procede el fundador de la empresa y las actividades que se ofrecen se desarrollan en el mismo municipio, municipios cercanos o en toda la provincia.

La Comunidad Valenciana cuenta aproximadamente con 60 actividades de turismo activo, y aunque la Comunidad cuenta con unos 500 kilómetros de litoral, la mayor parte de la oferta de turismo activo, el 62%, se desarrolla en el medio terrestre. En segundo lugar, se posicionan las actividades náuticas, con un 36%, y solo un 2% para las actividades aéreas (fig. 6).

Actividad	Tipo	Provincia
Todo terreno con motor	Terrestre	Valencia
Motos todo terreno	Terrestre	Alicante, Castellón
Bungee	Terrestre	Alicante, Valencia
Supervivencia	Terrestre	Alicante, Castellón
Raids de aventura	Terrestre	Valencia
Esquí alpino	Terrestre	Alicante, Valencia
Canoping	Terrestre	Valencia
Alpinismo	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Raquetas de nieve	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Rutas en 4x4	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Quad	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Visitas a cuevas	Terrestre	Castellón, Valencia
Circuito de aventura	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Puenting	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Talleres de naturaleza	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Puente tibetano	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia

Montañismo	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Cicloturismo	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Tiro con arco	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Paintball	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Rutas a caballo	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Trekking	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Espeleología	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Vía Ferrata	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Tirolina	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Rápel	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Orientación	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Escalada	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Bicicleta de montaña	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Senderismo	Terrestre	Alicante, Castellón, Valencia
Hidrotrineo	Acuática	Valencia
Escafandrista	Acuática	Valencia
Busbob	Acuática	Alicante
Bodyboard	Acuática	Valencia
Wakeboard	Acuática	Alicante
Kitesurf	Acuática	Alicante, Valencia
Skibus	Acuática	Alicante, Castellón
Remo	Acuática	Alicante, Valencia
Flyboard	Acuática	Alicante, Valencia
Motos acuáticas	Acuática	Alicante, Castellón
Hidrospeed	Acuática	Alicante, Valencia
Surf	Acuática	Alicante, Valencia
Paddel surf	Acuática	Alicante, Valencia
Windsurf	Acuática	Alicante, Valencia
Submarinismo	Acuática	Alicante, Castellón, Valencia
Rutas en barco	Acuática	Alicante, Valencia
Canoa	Acuática	Alicante, Valencia
Vela	Acuática	Alicante, Valencia
Rafting	Acuática	Alicante, Castellón, Valencia
Snorkel	Acuática	Alicante, Castellón, Valencia
Charter náutico	Acuática	Alicante, Castellón, Valencia
Buceo	Acuática	Alicante, Castellón, Valencia
Kayak o piragüismo	Acuática	Alicante, Castellón, Valencia
Barranquismo	Acuática	Alicante, Castellón, Valencia
Paracaidismo	Aérea	Alicante
Globo aerostático	Aérea	Valencia
Parascending	Aérea	Alicante, Castellón
Parapente	Aérea	Alicante

Figura 6: clasificación de actividades de la C. Valenciana por el lugar en el que se realizan y la provincia donde se llevan a cabo. Fuente: elaboración propia.

En la Comunidad Valenciana podemos destacar determinadas zonas en las que se realiza un mayor número de actividades de turismo activo: Puebla de San Miguel, Parque Natural Serra d'Espadà, Parque Natural Chera- Sot de Chera, Parque Natural Hoces de Cabriel, Parque Natural Tinença de Benifassà, Parque Natural Sierra de Mariola, Montanejos, Vía Verde Ojos Negros, Cofrentes, Benegéber, la Font Roja, la Montaña de Alicante, y el Montgó. En estos lugares se pueden practicar senderismo, rutas de bicicleta, y otra oferta variada de actividades deportivo-aventureras.

La Comunidad Valenciana es uno de los destinos preferidos por los turistas, por sus numerosas infraestructuras de gran tamaño, como los puertos náuticos y deportivos, para la práctica de este turismo. Se conoce también por su amplia oferta de senderos y red de bicicletas BBT. Las infraestructuras favorecen la organización de eventos deportivos, como una estrategia turística para atraer turistas.

2.5.3. Estrategias de turismo activo en la Comunidad Valenciana.

En relación a la visión estratégica con respecto al turismo activo en la Comunidad Valenciana se destacan algunas herramientas en la forma de planes de actuación vigentes y futuros como se relaciona:

- El *Plan Estratégico Global de Turismo en la Comunidad Valenciana 2010- 2020*, señala que el turismo activo se encuentra en una fase de crecimiento dentro del ciclo de vida del producto. Se pretende mejorar el posicionamiento entre la demanda turística interna (procedente de la Comunidad), la nacional y la internacional.
- *El Plan Director de Turismo de Interior de la Comunidad Valenciana 2011- 2015*, pretende consolidar el turismo activo como referente de turismo experiencial a nivel nacional e internacional. Como un motivo principal del viaje o complementario a otros productos turísticos.
- *El Plan de Actuaciones 2016 de la Comunidad Valenciana* pretende mejorar la oferta turística a través de combinaciones de destinos de sol y playa, con destinos interiores que cuentan con recursos de patrimonio histórico, turismo activo, naturaleza y gastronomía. En consonancia con el Plan Nacional integral de Turismo y el Plan Estratégico Global del turismo de la Comunidad Valenciana, que proponen una serie de líneas de actuaciones para el desarrollo de la actividad turística en 2016.

3. Estudio de caso: el turismo activo en Oliva

En este apartado se profundizará en la situación actual del turismo en Oliva, como caso de estudio que nos ocupa. Para ello, es necesario realizar una aproximación a este tipo de turismo activo abordando en primer lugar los recursos naturales y culturales que presenta y su inventario; se presentará también el análisis de los datos sobre la oferta y demanda del turismo activo en Oliva. Para finalizar, se expondrá brevemente una relación de proyectos futuros que el ayuntamiento de Oliva tiene previsto realizar, y que pueden servir para apoyar la realización de nuevas acciones en torno al turismo activo. Finalmente, se incluye un calendario de actividades anuales propuestas de esta tipología que se podrían desarrollar en el municipio.

La figura siguiente orienta al lector sobre la situación geográfica de este municipio turístico (fig. 7)².

² Las líneas amarillas representan el trazando que siguió el la vuelta ciclista a España a su paso por la Safor.

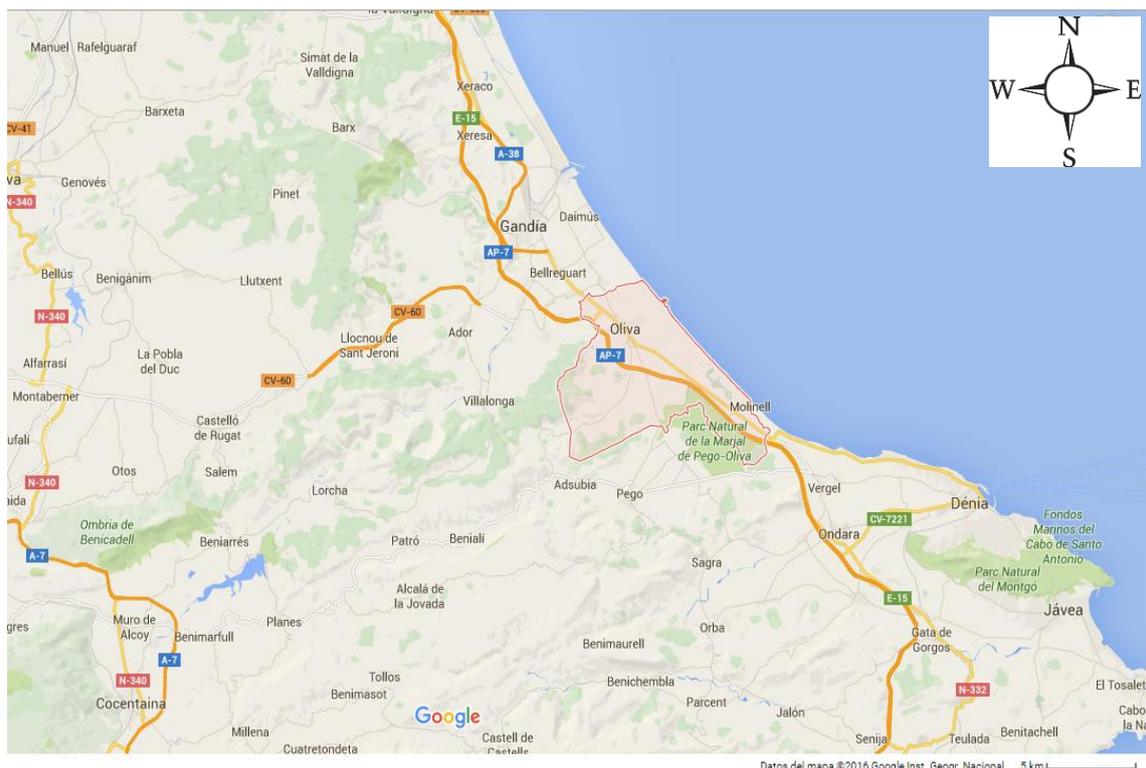


Figura 7: Término municipal de Oliva a fecha de 26/05/2016. Fuente: www.olivaturismo.com

De acuerdo con la Ley 3/1998, de 21 de mayo, de la Conselleria de Turisme de la Comunitat Valenciana, el municipio de Oliva fue declarado municipio turístico en la modalidad de destino vacacional por el Decreto de la Presidencia Valenciana nº 72 de 22 de mayo de 2000 (DOGV del 29 de mayo de 2000).

A continuación, se recogen los rasgos generales geográficos, de acceso, demográficos y climáticos del municipio de Oliva (fig. 8).

Localización Geográfica	Está situado en el sureste de la provincia de Valencia, en la comarca de la Safor, limitando con la provincia de Alicante.
Comarca	La Safor
Situación	A 10 kilómetros de Gandia, cercana a Denia, Albaida, Ontinyent, Xàtiva y Cocentaina. Situado en el límite meridional de la provincia de Valencia.
Límites con municipios	Norte: Alquería de la Condesa, Piles Sur: Denia, Pego Este: Mar Mediterráneo Oeste: La Font d'En Carròs, Villalonga, Adsubia

Distancias a capitales.	<ul style="list-style-type: none"> - Madrid 349 km - Barcelona 337 km - Valencia 65 km la más cercana - Sevilla 542 km - Zaragoza 311 km - Málaga 450 km - Murcia 136 km - Palma 250 km - Las Palmas de Gran Canaria 1856 km - Bilbao 537 km - Alicante 71 km - Córdoba 422 km
Accesos	<p>Por Carretera: la Autopista del Mediterráneo (A-7), salida número 61 o bien a través de la carretera N-332, eje paralelo a la costa valenciana que comunica Oliva con Alicante y Valencia</p> <p>En Ferrocarril: En tren se puede llegar hasta Gandía, desde allí hay líneas regulares de autobuses a Oliva durante todo el día. A través de Valencia se puede conectar con el resto de ciudades españolas así como las principales urbes europeas.</p> <p>En Avión: El aeropuerto más próximo a Oliva se encuentra situado en Manises (Valencia) a unos 80km. Otra opción es el aeropuerto de El Altet (Alicante) a 120km.</p>
Superficie	5.993 hectáreas 59,93 km ²
Altitud	33 m sobre el nivel del mar
Población (01/01/2013)	28.787 habitantes
Densidad poblacional	471,9 /km ²
Clima	Oliva posee un clima C, de acuerdo con la clasificación de Köppen, es decir un clima mediterráneo ligeramente húmedo, con temperaturas que oscilan entre 10° C y los 24°C como media.

Figura 8: Características del municipio de Oliva. Fuente: www.oliva.es (acceso 23/05/2016)

3.2. Inventario de recursos para la práctica de turismo activo

Todo el conjunto de elementos “interrelacionados”, tanto de carácter público como privado, tales como bienes, servicios y prestatarios de servicios, hacen posible que el destino Oliva sea presentado como un “destino turístico”. Además, todos estos elementos son determinantes en la creación de la experiencia turística de los visitantes.

En cuanto a los recursos turísticos tangibles se sitúan los naturales, históricos y patrimoniales; mientras que los recursos turísticos intangibles son los bienes públicos de responsabilidad local, infraestructuras e información turística (Observatorio de la Sostenibilidad en España). Por otro lado, en los bienes y servicios privados encontramos el alojamiento, la gastronomía y las agencias de viajes. Y por último, los bienes y servicios de provisión pública, tales como, la información turística, seguridad, recogida de residuos, sanidad y carreteras.

3.2.1. Recursos para la práctica de actividades

En el apartado siguiente se presenta un listado de los recursos turísticos que posee el municipio (fig. 9), y que complementa al que existe actualmente en el Plan General de Ordenación Urbana de Oliva (PGOU-O).

Tipo de actividad practicable	Tipo de recurso	Nombre del recurso	Características
Acuática	Playa	Playa Rabadells	Longitud: 1000 metros Anchura: 80 metros Tipo de arena: grano fino color dorado Grado de ocupación: media. Urbanización: poco urbana. Ubicación: desde el "Riuets dels Gorgs" hasta la desembocadura del río Bullent (Vedat).
		Playa Terranova	Longitud: 1750 metros. Anchura: 80 metros. Tipo de arena: grano fino color dorado Grado de ocupación: media. Urbanización: poco urbana. Ubicación: desde el término de Piles hasta el espigón del Club Náutico.
		Playa del Pau Pi	Longitud: 1400 metros Anchura: 70 metros Tipo de arena: grano fino color dorado Grado de ocupación: alto Urbanización: urbana Ubicación: Desde el espigón del Club Náutico a la desembocadura de la "Sèquia Mare".
		Playa de les Deveses	Longitud: 700 metros Anchura: 100 metros Tipo de arena: grano fino color dorado Grado de ocupación: media Urbanización: urbana Ubicación: Desde la urbanización de S. Fernando hasta la desembocadura del Río Molinell.
		Playa de L' Aigua Blanca	Longitud: 1750 metros Anchura: 80 metros Tipo de arena: grano fino y dorado Grado de ocupación: media Urbanización: poco urbana Ubicación: Desde la desembocadura de la " Sèquia Mare" hasta el final del "Riuets dels Gorgs".
		Playa de L' Aigua Morta	Longitud: 2.200 metros Anchura: 120 metros Tipo de arena: grano fino y dorado Grado de ocupación: media Urbanización: poco urbana Ubicación: Desde la desembocadura del río Bullent hasta el final de la urbanización S. Fernando.
Terrestre	Zona húmeda	Marjal Pego-Oliva	Zona Ramsar (1994) Parque Natural (1994) Zona Z.E.P.A. (1995) Red Natura 2000 Zona LIC (2001) Catálogo de Zonas Húmedas (2002) Plan de Ordenación de Recursos Naturales (PORN)(2004) Patrimonio Natural y de la Biodiversidad (2007)
	Montaña	Bellavista	
		Panorama	
		Sant Pere	
	Montes	Almuixic	
		Carritxar	
		Cavall Bernat	
		Covatelles- Tossal Gros	
		Mostalla	
		Rubiol	
Rafalatar			
Benirrama			

	Flora y Fauna	Sant Antoni		
		Fartet	Especie representativa altamente protegida	
	Dunas	Samaruc	Especie representativa altamente protegida	
		Terra nova	Zona LIC (Dunas de La Safor)	
	Aigua Morta	Zona LIC (Dunas de La Safor)		
	Cauces	Alfadali		
		Barranc Beniteixir		
		Bullent/ Vedat	Catálogo de zonas Húmedas de la Comunitat Valenciana Zona LIC (Dunas de La Safor)	
		Burguera		
		Enlace Gallinera		
		Gallinera		
		Mitjana		
		Rabosa		
		Racons	Catálogo de zonas Húmedas de la Comunitat Valenciana Zona LIC (Dunas de La Safor)	
		Sequia Mare		
		Terranova		
		Zona rural	Barranquet Diveses	
	Vall de Les Fonts			
	Cultural	Yacimientos arqueológicos	Horta de La Safor	
			Cueva "Foradá"	
Camp de Sant Antoni				
El Collao				
Olivar de Forrat				
Partida de Salt I				
Pla de Covatelles				
Tossal Gros				
Almuixich d'Elca				
Cami del Pla o Les Jovaes				
Cova de la Gotera				
Pla del Carritxar				
Cova de la Solana del Almuixich				
Cova del Paleral				
Almuixich				
Castell de Sant Antoni				
Cavall Bernat				
Penya de l'Aliga				
El Pla				
Sant Pere				
Tossal de la Moneda				
Cami Vell de Pego				
El Castellar				
Molló dels Corbs				
Barranquet de Benirrama				
Calle Angel del Alcázar				
Elca				
Ermita de Sant Josep				
Cova dels Porcs				
Otros yacimientos			Costera se Caparra	
			Abrigo de Covatelles	
			Cova Negra	
Edificios y otras construcciones			Portalet de la Verge María	
		Torre de la Muralla		
		Palau de les Centelles		
		Escuela de Gramática		
		Torre de la calle Muralla		
		Iglesia de Santa María		
		Calle de las Moreras		
		Casa Abadía		
		Iglesia de San Roque		
		La Capilla del Cristo		
		Castillo de Santa Ana		
		Antiguo Cementerio Mudéjar		
Museos		Tossalet del Doix		
	Pozo de Encina			
	Casa - Museo de Maians			
		Horno Romano		

		Museo Vicente Parra	
		Museo Arqueológico	
		Museo Casa Mayans (Subsede del MUVIM)	
		Museo Etnológico	
	Teatros	Teatro Olimpia	
	Centros	Centro Cultural Municipal.	
	Bibliotecas	Biblioteca L' Envic	
		Biblioteca Tamarit	
	Fiestas	Carnavales	Destaca "la Baixada del Riu Bullent" Después de que en el s. XVIII fuese abolida la costumbre de disfrazarse y enmascararse, se recuperó el Carnaval en Oliva a finales del s. XIX con las primeras manifestaciones de cubrirse de harina, arrastrar hileras de botes, latas, cacerolas, etc.
		Semana Santa.	La Semana Santa en Oliva es única por tener el sello de las más antiguas tradiciones. El Domingo de Ramos el pueblo entero se llena de palmas y ya se pueden comprar las monas de Pascua: dulce de raíces árabes. Al atardecer se celebra El "Desenclavamiento", representación lírico-religiosa que se remonta al s. XVII, y la procesión del Santo Entierro.
		Cristo de san Roque	Las fiestas del Cristo de San Roque se celebran desde el s. XVII, tiempo en que los moriscos fueron obligados a convertirse al cristianismo. El pregón, con los festeros vestidos a la vieja usanza, anuncia la fiesta por toda la ciudad. En la capilla del Cristo, considerada joya del Barroco por la simbología.
		Sant Joan	Junio
		Fallas	Las fallas, magníficos monumentos de cartón y madera, representan, con buen humor, escenas de la vida cotidiana de los olivenses. Los "ninots" son la caricatura de políticos, artistas, futbolistas y todo un sinfín de personajes que sin querer se ven reflejados en la falla. La noche mágica de la "cremà" donde el fuego es el protagonista principal.
		Feria de Minerales, Fósiles y Gemas	Febrero
		Moros y Cristianos	En Moros y Cristianos, actores y espectadores, gozan de la fiesta durante cuatro días al compás de la música en la calle y en las cábilas.
		Porrats	Els porrats tienen sus orígenes en la época medieval. Son ferias donde se exhiben todo tipo de dulces inimaginables. La fiesta en honor de Sant Antoni del Porquet comienza con el mercado medieval en el incomparable marco del arrabal morisco.
		La Virgen del Rebollet	Todos los años los olivenses celebran la fiesta de Nuestra Señora del Rebollet, patrona de la ciudad.
		San Vicent	Abril
		La Feria de Motors	Antiguamente en Oliva, la feria era una reunión anual de mercaderes y negociantes de toda clase realizada para llevar a cabo ventas e intercambios comerciales. Durante dos semanas consecutivas se instala la Feria del Motor y la Feria de la Gastronomía, acompañadas de una gran feria de atracciones que hace las delicias de niños y jóvenes.
San Francesc		Octubre	

Figura 9: Listado de recursos que posee Oliva. Fuente: elaboración propia.

Una vez realizado este inventario, cabe destacar que los atractivos naturales y rurales de la zona, por sus características intrínsecas y comparativas, no suponen puntos fuertes para desarrollar algún tipo de producto ecoturístico o similar, en comparación a los recursos naturales de otras áreas turísticas, todo ello sin menosprecio del Parque Natural de la Marjal Pego - Oliva.

Este Parque Natural de la Marjal Pego - Oliva, presenta las características idóneas para ser un recurso potencial por su atractivo, calidad, extensión y por las diferentes especies singulares que alberga. La correcta puesta en valor de este recurso, proporcionaría la llegada de turistas interesados en la naturaleza y deporte. A largo plazo, se puede adaptar el recurso a todo tipo de actividades al aire libre, como puede ser la mejora de los tramos para rutas en bicicleta, visitas guiadas, y recuperar las barcas que años atrás circulaban por el río Bullent. Adicionalmente, se pueden proponer otras actividades, como por ejemplo el *puddle sup* por el río Bullent, que además, serviría para completar y mejorar la oferta de actividades de turismo activo existente (ANEXO 3, FICHA 2).

Por otra parte, el programa *Oliva Tranquilament*, en el casco antiguo de la ciudad, está dotando a toda esta zona de un importante valor desde el punto de vista turístico. Las actividades culturales que incluye pueden verse satisfechas en un ambiente histórico y peatonal, además de su proximidad a bares y restaurantes, que completan esta parte del municipio.

3.3. Análisis de la oferta

Este apartado se centra en el conocimiento de los productos y actividades que ofrecen las empresas de turismo activo con venta directa al consumidor. También se ha reparado en conocer la oferta de las asociaciones o clubs locales que ofrecen actividades al público en general a cambio de un precio.

Sin embargo, no se han contemplado los clubs de actividades privados como Club de Tenis Oliva y Club de Pesca Oliva ya que solo permiten el acceso a sus socios, y no se considera que tengan una proyección de empresa de productos turísticos.

3.3.1. Características de la oferta

El turismo activo existente en Oliva está básicamente compuesto por actividades acuáticas y algunas terrestres, si bien no se oferta ninguna actividad de tipo aéreo.

Son seis las empresas de turismo activo que existen actualmente en Oliva, y 4 clubs que ofrecen actividades de turismo activo tanto a los socios, como al público general. Como se ha comentado en el apartado metodología estas empresas han sido entrevistadas y se muestran las diferentes características de las mismas en el ANEXO 2.

La tabla (Fig. 10) relaciona tanto las empresas como las actividades ofertadas. Esta tabla se obtiene a partir de datos obtenidos a través de la búsqueda de información en los sitios web de las empresas y de las entrevistas personales con todos los empresarios y presidentes de los clubs de turismo activo.

Empresa											
Karting Vives	Centro Ecuestre Oliva Nova Golf	Centro Hípico Oliva Nova	Club de Golf Oliva Nova	extrem Tracks	Club Triatlón	Club Náutico	Club de Pescador	Kiteboarding Oliva	Oliva Surf		
						X	X	X	X	Competiciones/eventos deportivos	Actividades acuáticas
							X	X		Alquiler/venta material Remo	
						X			X	Excursiones en barco	
						X			X	Vela	
								X	X	Waveboard	
									X	Esquí náutico	
								X	X	Kitesurf	
								X	X	Windsurf	
								X	X	Canoa	
								X	X	Paddle stand up	
		X								Paseo a caballo por el parque natural de la Marjal de Pego-Oliva	Equitación
	X									Competiciones/eventos deportivos	Ciclo turismo
				X	X					Rutas de bicicleta	
				X						Alquiler/venta material	Geocaching
				X	X					Competiciones/eventos deportivos	
				X						Orientación	Golf
				X						Venta/alquiler de material	
			X							Paquetes de golf	
			X							Alquiler/venta material	Karting
			X							Competiciones/eventos deportivos	
X										Competiciones/ eventos deportivos	Pesca
X										Alquiler y venta de material	
						X				Pesca de brumeo	
						X	X			Pesca de altura al currican	
						X				Pesca de fondo	
						X				Currican costero	
										Pesca en stand up	
							X			Venta/alquile material	
						X	X			Competiciones/eventos deportivos	

Figura 10: oferta de turismo en Oliva por empresa y actividades. Fuente: elaboración propia.

De la tabla anterior se desprende que una gestión orientada a los visitantes y comunicación en destino, podría hacer del municipio uno de los referentes de la comunidad, como ya lo está siendo en deportes ecuestres con la celebración de la competición hípica *Mediterranean Equestrian Tour* (MET) en Resort Oliva Nova, *TnT de les Valls, Transvalls al Limit* (eXtrem Tracks) y *Triatlo Oliva la Degana- Campeonat Autonomic, Viu la Festa- Oliva es Triatló* (Club Triatlo Oliva). La iniciativa privada y la colaboración público-privada llevan a cabo actividades deportivas, de distinta naturaleza, pero sin duda destacan la hípica, las actividades náuticas, las rutas de ciclismo, el golf y el triatlón.

Por su parte la información obtenida de las entrevistas a los empresarios (ANEXO 2) aporta información muy interesante sobre la oferta. Así, se desprende de estas entrevistas que:

- La mayoría son profesionales cualificados y certificados, para el desarrollo de las actividades de turismo activo. La formación de los empleados y los empresarios es la exigida por la normativa de las actividades a las que se dedican. Oliva Golf colabora con los centros de Cdt Denia y Gandia. Otras empresas, como por ejemplo Oliva Surf, Kitesurf y eXtrem Tracks, crean sus propias formaciones internas.
- El perfil de empresas de turismo activo en Oliva, es un perfil de empresa pequeña con un número reducido de empleados, entre dos y diez, excepto el Club Oliva Nova Golf y Oliva Surf. En algunas empresas, el número de empleados se mantiene fijo durante todo el año, pero en otras, el número varía dependiendo de la temporada y de la demanda. Otro dato interesante es que hay solo una empresa joven del sector, y el resto son pioneras de este mercado en Oliva, como por ejemplo Club Oliva Nova Golf que lleva 22 años y Karting Vives que lleva 45 años en funcionamiento.
- Todas las empresas de turismo activo están inscritas en el registro oficial de empresas de turismo activo de la Comunidad Valenciana.
- El perfil del empresario de turismo activo es el de una persona con formación principalmente deportiva, que complementa con formación en redes sociales y creación de páginas webs. Estas empresas basan sus negocios en la búsqueda de ideas nuevas sobre la práctica de actividades que ofrecen y mercados nuevos durante todo el año.
- En cuanto a las herramientas de promoción y los canales de venta, las empresas de turismo activo en Oliva participan en ferias de turismo (Fitur, Madrid) y otros eventos, que hacen que la empresa se conozca por parte del turista nacional. No obstante encuentran que, comparando con otras comunidades autónomas, no se ven suficientemente competitivos con el material promocional del que disponen, con los proyectos futuros subvencionados por los elementos públicos, o la colaboración entre ellos.
- Las páginas web están bien trabajadas, existe material informativo como folletos y revistas, pero las redes sociales y las demás herramientas gratuitas (TravelOpenApps), siguen desaprovechándose. La mayoría de las empresas colaboran con otras entidades turísticas como agencias de viajes, hoteles y restaurantes, y entre ellas mismas.
- En cuanto al futuro del sector de turismo activo en la comunidad, todos coinciden en que lo mejor está por venir alentados por los futuros proyectos están en marcha.
- El éxito de sus empresas se beneficia de las condiciones climáticas existentes, los recursos naturales, el patrimonio cultural de la localidad y sobretodo de la política del gobierno elegido.
- La respuesta a la pregunta: por qué decidieron dedicarse a sus respectivas actividades, contestan que la empresa nace cuando, después de muchos años de experiencia, y debido a la demanda, se toma la decisión de realizar lo que realmente les gusta hacer.

- La mayoría de las empresas, pertenecen a alguna asociación turística, federación española o federación internacional, como en el caso del Club Oliva Nova Golf- IAGTO (*The Global Golf Tourism Organization*).
- En cuanto a las relaciones del sector público- privado, tras de realizar las entrevistas, se confirma la existencia de colaboración entre ambos. Los últimos años, se ha notado el aumento de interés por esta nueva tipología de turismo en la ciudad de Oliva, que cada vez las actividades relacionadas con el turismo activo, forman una gran parte de las agendas mensuales y noticias de la página web municipal y las redes sociales. Podemos afirmar que existe una buena relación entre algunas de las empresas de turismo activo en Oliva, pero no hay nuevos productos combinados ofertados.
- Se ha comentado que para el desarrollo de las actividades de turismo activo en Oliva, se deben de señalar y detectar espacios en los que se den las condiciones idóneas para el desarrollo de una actividad determinada, disponer de instalaciones a pie de la playa durante todo el año, y enfocar la promoción del destino al perfil de turista de turismo activo, que es distinto al perfil del turista de “sol y playa”.

Igualmente, se ha elaborado una ficha metodológica donde se describen y analizan las actividades que realizan estas empresas. Esta ficha está disponible en el ANEXO 3, FICHA 1.

La figura siguiente (fig. 11) define tres conjuntos de actividades agrupadas según el espacio geográfico donde se concentran:

- El centro histórico
- El tranvía litoral
- El Parque Natural de la Marjal Pego-Oliva, la Vall de la Gallinera y el Cavall Bernat



Figura 11: modelo de unión de las actividades y los recursos de cada parte del municipio. Fuente: www.olivaturismo.com

3.4. Análisis de la demanda

3.4.1. Análisis de los resultados obtenidos de las encuestas por variables

En el punto siguiente se presentan los resultados obtenidos a partir de las encuestas realizadas. Cabe destacar que en algunas de ellas, al ser de múltiple opción, la suma de los porcentajes no da como resultado cien.

La edad promedio de los turistas se sitúa alrededor de 60 años (fig. 12). Por categoría de edad, los turistas se ubican en el intervalos entre 45-60 y más de 60 años, por tanto se desprende que la mayoría de los encuestados son personas en activo y cercanas a la edad de jubilación, si esto se une a que mayoritariamente los turistas encuestados son extranjeros, se desprende que muchos de ellos están retirados.

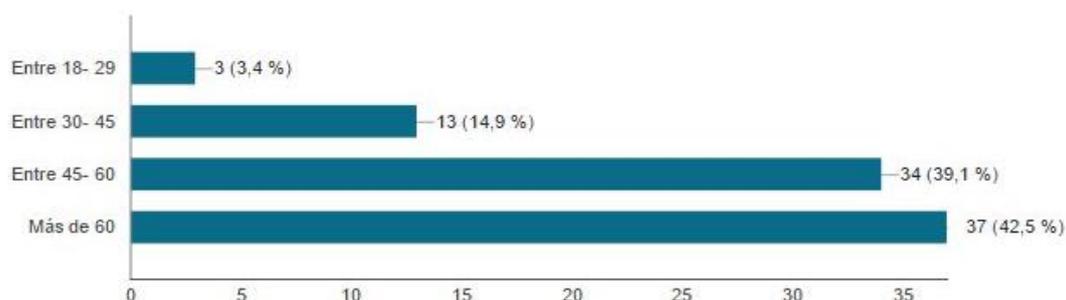


Figura 12: edad de los turistas encuestados. Fuente: elaboración propia.

En relación al lugar de procedencia, cabe destacar que la mayoría de turistas proceden de Inglaterra (28,1%), seguidos por franceses (14,6%) y alemanes (11,2%). En porcentaje inferior, le siguen los turistas belgas (9%) y holandeses (7,9%), que no son menos significativos. Así mismo, se observa una tendencia a recibir turistas procedentes de Suecia, Australia, Austria, Noruega, Italia y Rusia. El resto de turistas procede del estado español, de lugares diversos de la Península.

Igualmente, esta encuesta se preocupó por conocer el estado profesional. Así, el 52,9% de los turistas que visitan Oliva en esta temporada son jubilados; el 22,4% trabajan por cuenta ajena, un 9,4 % son funcionarios y casi un 6% son empresarios. El gráfico (fig. 14) recoge los porcentajes de las personas encuestadas por estado profesional.

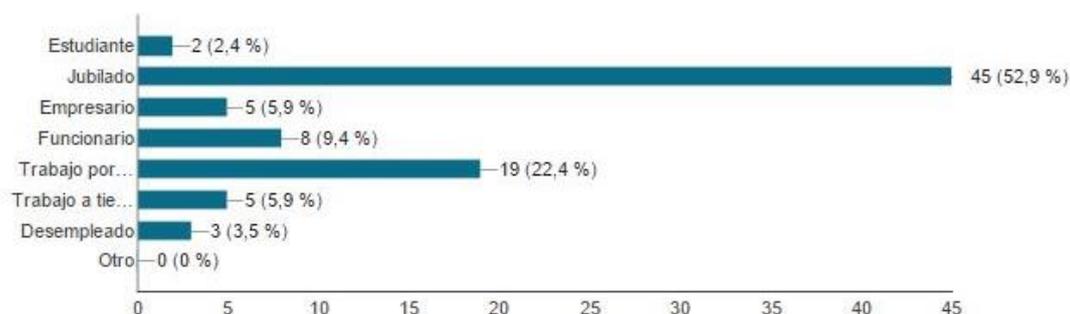


Figura 13: estado profesional de los encuestados. Fuente: elaboración propia.

Una variable muy interesante para este trabajo final de grado, es conocer la duración de la estancia (gráfico 6). En este sentido, sorprende conocer que, en la mayoría de los casos, se trata de estancias de larga duración (más de 14 días), le siguen las estancias de una semana (34,5%) y de dos semanas (18,4%), en cuanto a los que pasan menos de 3 días no destacan, situándose en un 10,3%. Estos datos justifican que en la fecha que se realizó la encuesta muchos de estos turistas procedentes de países del norte de Europa principalmente, prefieren una estancia larga de un par de meses.



Figura 14: duración de la estancia. Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la frecuencia de la visita (fig. 16), la mayoría de turistas (33,7%) visita Oliva dos veces al año. Casi 23 % de los entrevistados realiza su visita por primera vez y confirma que no será la última.

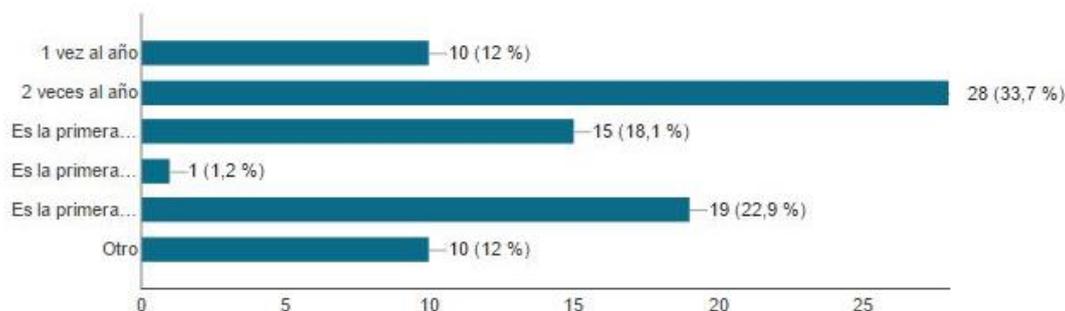


Figura 15: frecuencia de la visita. Fuente: elaboración propia.

Actividades que realiza durante la estancia (fig. 17): Todos los encuestados afirman que realizan actividades durante su estancia. Además de ir a la playa (76,1%), una parte importante de los visitantes realiza visitas culturales (62,5%); así como visitas a espacios naturales (53,4%), compra de productos típicos (54,5%), degustaciones gastronómicas (40,9%), fiestas locales (36,4%) y actividades deportivas (31,8%).

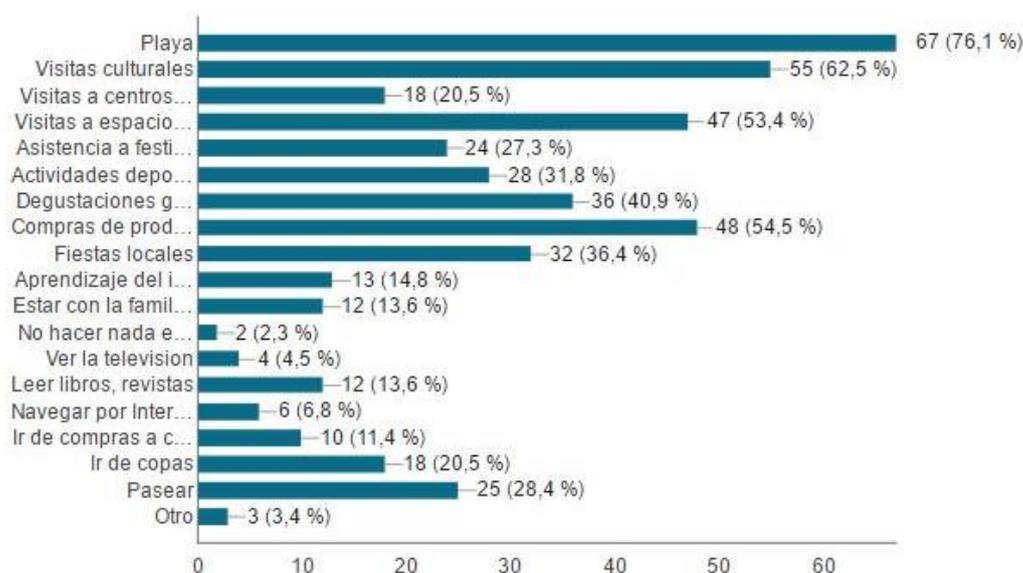


Figura 16: actividades realizadas durante la visita. Fuente: elaboración propia.

La fuente principal de información en el destino (fig. 18) son las oficinas de turismo (78,4%). Le sigue la búsqueda de información en Internet (60,2%) y por las opiniones de amigos (25%).

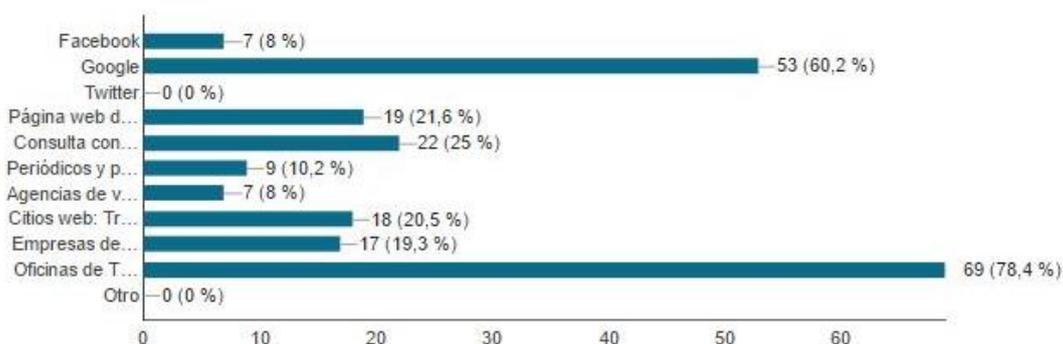


Figura 17: fuentes de información consultadas. Fuente: elaboración propia.

Es interesante conocer que los visitantes realizan estas actividades en un 76,7% con familiares y sólo el 24,4% las realiza con amigos (fig. 19).

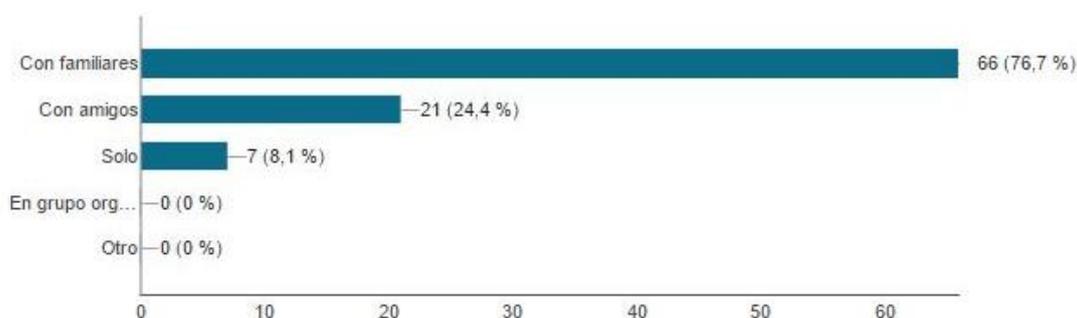


Figura 18: con quién realiza las actividades. Fuente: elaboración propia.

Las actividades más demandadas (fig. 20) son el senderismo (47,4%), las visitas culturales (44,7%) y el ciclo turismo (35,5%).

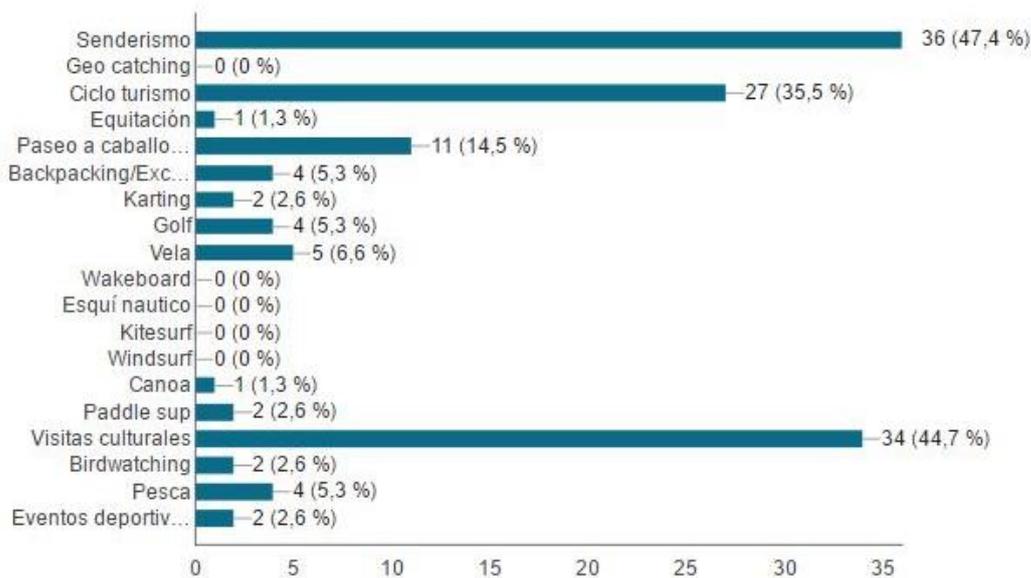


Figura 19: actividades realizadas durante la visita. Fuente: elaboración propia.

Se observa un gran interés (fig. 21) un gran interés sobre las visitas culturales que le gustaría realizar al turista (52,5 %), senderismo (50%), ciclo turismo (38,8%), paseo a caballo por el Parque Natural de la Marjal Pego- Oliva (23,8%) y excursionismo (16,3%).



Figura 20: actividades que desearía realizar. Fuente: elaboración propia.

En cuanto a las recomendaciones sobre las nuevas actividades a realizar (fig. 22), los encuestados coincidieron en destacar que les gustaría tener la la oportunidad de pescar por un día, practicar yoga y meditación.

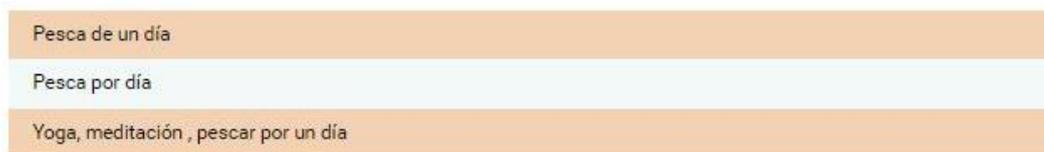


Figura 21: recomendaciones sobre nuevas actividades. Fuente: elaboración propia.

Por último, se ha preguntado sobre el conocimiento e interés por algunos atractivos del municipio y sobre el nivel de satisfacción general con la estancia en el municipio que se sitúa en el 80%.

A continuación se comentan las principales aportaciones sobre los recursos siguientes:

- *Parque Natural de la Marjal Pego-Oliva*: El 69% de los turistas desconoce la existencia del parque natural. De los turistas que lo conocen mayoritariamente se muestran satisfechos o muy satisfechos con este atractivo.
- *Playas*: Los turistas se encuentran satisfechos (el nivel de satisfacción supera 76%) y se puede constatar que son los principales atractivos naturales para los turistas que visitan Oliva. Estos resultados demuestran que estos recursos son el elemento central de atractivo de Oliva por el momento.
- *Dunas de las playas*: Más 50% de los turistas reconocen este atractivo natural y se muestran satisfechos pero existe una gran parte de 37,2 % que desconoce la existencia de las dunas.
- *Casco Histórico de Oliva*: Es de destacar que más de 40% de los turistas no lo conoce. Se demuestra un gran interés por realizar visitas culturales sobre todo en los meses de temporada baja. Si se desea fomentar más este en aras a propiciar algún cambio en la tendencia de la promoción.
- *Font Salada*: Más de 64% de los visitantes reconocen no conocer este recurso natural con que cuenta el municipio de Oliva. No obstante hay más de un 26% de turistas que lo conocen y se muestran satisfechos. Los extranjeros lo visitan en mayor porcentaje que los españoles.
- *Campos de golf*: Más que 90% de los turistas desconoce la existencia de estos atractivos debido de los puntos de recogida de la información (básicamente oficinas de turismo y muy poca salidas de campo).
- *Gastronomía*: Aunque más del 50% de los turistas conoce la gastronomía local, el porcentaje de los que desconocen este atractivo es sobre 48,8%.
- *Fiestas locales*: Más del 50% desconocen las fiestas locales y más del 40% sí que están satisfechos con este patrimonio cultural. *Centro Hípico de Oliva*: Este resultado representa el desconocimiento de turista sobre las instalaciones y eventos hípicas que se organizan en la misma temporada de realizar las encuestas (Mediterranean Equestrian Tour, Oliva Nova Golf Resort).

Opinión sobre las actividades de turismo activo en general: Los turistas se encuentran satisfechos con las actividades de turismo activo (el nivel de satisfacción supera el 80%).

3.4.2. Perfil del practicante de turismo activo

A partir de las encuestas personales realizadas en el municipio, como ya hemos visto anteriormente, podemos sacar datos importantes. A continuación se detalla el perfil de practicante de turismo activo, en la época de nuestro estudio (los meses de marzo, abril y mayo). Se trata de un turista mayor de edad, entre 45-60 años, con un estado profesional de jubilación (el 53%) o trabaja por cuenta ajena (23%). La mayoría son extranjeros, y solo unos 20% proceden de la Península. La duración de su estancia suele ser de entre 1 y 2 semanas, alojándose en los campings, apartamentos, hostales o viviendas propias, cosa que genera un impacto económico importante.

El perfil del turista que viene a Oliva es principalmente, aquel aficionado a los deportes náuticos, de bicicleta o amante de la naturaleza, que quiere explorar los recursos naturales y culturales que ofrece la localidad. Las actividades se desarrollan en lugares cercanos, y en cuanto al tamaño del grupo, suelen viajar y realizar las actividades con familiares (el 77%) o con amigos (el 24%). Los medios de comunicación en los que busca la información para decidir viajar al destino son Google y la propia página del municipio, aunque también buscan consejo en sus grupos de amigos, y una gran parte visita las oficinas de turismo. Se puede observar que el 100% sí que realizan actividades durante la visita. Es importante destacar que, aparte de sol y playa (el 76%), las actividades que se realizan, como visitas culturales (el 63%) nosotros las consideramos como turismo activo cuando es combinada con otra actividad. Las visitas a espacios naturales representan un 53%, las degustaciones gastronómicas un 41%, las fiestas locales un 36%, y las actividades deportivas un 32%. Es interesante destacar que el 60% de los encuestados prefieren actividades con un nivel mixto de dificultad, y solo 40% ligera.

El consumidor actual desea encontrarse con entornos naturales y culturales auténticos, buscando experiencias únicas, por lo que están dispuestos a pagar un precio mayor. El turista activo, que generalmente requiere de algo más que alojamiento y comida para hacer un viaje, se caracteriza por querer pasar su tiempo libre haciendo algún tipo de actividad recreativa, deportiva o cultural. Estas actividades recreativas se llevan a cabo, como ya se ha descrito anteriormente, en un entorno natural.

3.5. Futuros proyectos de turismo activo en Oliva

La información que se presenta a continuación ha sido facilitada por las entidades públicas del Ayuntamiento de Oliva. A partir de esta información, se listan los proyectos actuales y futuros que se están desarrollando en este municipio.

- Valle ciclista del término municipal de Oliva.
- Plan de movilidad comarcal.
- Ampliación de la carretera Piles- Oliva.
- Conexión urbana entre las playas de Piles y Oliva.
- Revisión de concesión del Club Náutico de Oliva.
- Proyectos ambientales de la regeneración de las dunas.
- Obras de la minación y mejora del drenaje de la cuenca de la rambla de la Gallinera.
- Conexión desde la carretera N- 332 con la carretera de las Marinas.

- Seguridad vial de la carretera N- 332 con la CV- 678.
- Planteamiento de hacer peatonal en la nueva línea ferrocarril Gandía-Oliva- Denia.
- Señalización de rutas turísticas con señales interactivas en el casco histórico de Oliva (El Raval).
- Plan de señalización de turismo de naturaleza por el Parque Natural de la Marjal Pego Oliva.
- Plan de promoción del evento Mostra Gastronómica de Oliva.
- Proyecto de comunicación “Oliva turismo en la red”.
- Creación de calendario con actividades de turismo activo.

Analizando la información obtenida a través de entrevistas en profundidad, así como participando en los proyectos y actividades turísticas del departamento turístico de Oliva, se puede afirmar que el gobierno actual es consciente de la existencia de turismo activo en el destino. La diversificación de los productos turísticos relacionados con el turismo activo, la participación en proyectos junto con entidades privadas, la promoción del destino a través de los redes sociales, y la página web nueva con eslogan Oliva #Activa es el primer paso.

3.6. Análisis DAFO del producto de turismo activo en Oliva

3.6.1. DAFO

Seguidamente, se realiza un análisis DAFO³ del producto turismo activo en el municipio de Oliva (fig. 23).

³ Análisis de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades.

Análisis D.A.F.O. del turismo activo de Oliva	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Situación geográfica privilegiada. - Clima favorable para la práctica de actividades durante todo el año. - Existencia de playas naturales no masificadas. - Posee recursos variados y diferentes entre sí, que permiten la realización de gran número de actividades de turismo activo. - Gran atractivo natural autóctono. - Existencia de empresas que comercializan con éxito golf, equitación y deportes relacionados con el mar. - Posibilidad de realizar itinerarios a pie y en bicicleta por todo el término municipal, especialmente por la playa, marjal y bajo monte. - La existencia de un <i>karting</i>, un centro hípico y nuevas instalaciones de torneo ecuestre en OlivaNova. - Existencia de otras instalaciones deportivas de índole variada. - Alto nivel de satisfacción de los turistas que practican turismo activo. - Elementos culturales vinculados al humedal. - Certificación de calidad y medidas de protección vigentes. - Apoyo europeo a este tipo de turismo. - Se imparte el módulo técnico de monitor de naturaleza en el instituto de formación secundaria Gregori Mayans. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inexistencia de campañas de marketing específicas para promocionar el turismo activo. - Falta de adaptación de los recursos base de las actividades. - Servicio público de transporte pobre. - Falta de paneles en varios idiomas en los museos del municipio. - Falta de actualización de los mapas (nombres de calles) - Falta de señalización de las rutas y creación de folletos de las mismas. - Puerto deportivo poco orientado al turismo. - Limitación espacial y de recursos hídricos para instalaciones potenciales de golf. - Instalaciones poco adecuadas para la práctica de deportes de alto rendimiento. - Alto coste del mantenimiento de las instalaciones deportivas. - Carencia de monitores especializados para la realización de actividades en la naturaleza. - Carencia de un espectro variado de ofertas y empresas de turismo activo. - Inexistencia de alojamientos de alta calidad, salvo Hotel Oliva Nova, que ofrezcan servicios complementarios: sauna, gimnasio, servicio de masajes, etc. - Falta de asociación de la imagen turística de Oliva como destino de turismo activo. - Ausencia de planificación turística. - Suciedad y falta de servicios en determinados puntos asociados al turismo activo- Castillo de Santa Ana, Font Salada. - Falta de acondicionamiento de las dunas para la implantación de actividades de turismo activo. - Desconocimiento general de todos los recursos que se pueden utilizar para nuevas actividades de turismo activo. - Falta de productos turísticos de turismo activo.

	<ul style="list-style-type: none"> - Carencia de organizaciones que congreguen a todos los actores locales involucrados en el turismo activo.
Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> - Creación de una nueva imagen de Oliva# Activa. - Destinos de costa cercanos con alto número de turistas. - Municipio de turismo activo con oferta diferente que complementa al sol y playa. - Desarrollo de nuevas rutas con paneles explicativos y planos. - Co-organizar con Oliva Nova Golf diferentes tipos de actividades deportivas para ser el motivo principal que atrae turistas. - Desarrollar, de acuerdo con la Junta Rectora del Parque Natural, actividades en ese espacio natural, incluyendo los cauces de los ríos. - Rutas de bicicleta, senderismo y geocaching, y espeleología. - Desarrollo de un "nuevo" tipo de turismo activo donde tenga cabida el sol y playa, pero también otras actividades culturales, rutas en bicicleta, fiestas, gastronomía, excursionismo y senderismo. - Colaboración entre clubs, asociaciones deportivas y operadores turísticos para maximizar los beneficios de las actividades y eventos de turismo activo. - Apuesta de la demanda por turismo el activo. - Creciente tendencia de clubs deportivos y escuelas europeos a realizar parte de su puesta a punto en zonas de clima benigno. - Existencia de sinergias con un gran número de productos (costa y clima, compras, ecoturismo, excursionismo, rutas de bicicleta, visitas culturales). - Posicionamiento de Oliva como el primer destino valenciano de turismo activo con actividades de playa (<i>on shore</i>), naturaleza y cultura. - Alto potencial de las zonas húmedas para convertirse en un 	<ul style="list-style-type: none"> - Degradación del medio ambiente por falta de medidas adecuadas para la protección de las áreas donde se lleva a cabo este tipo de turismo. - Degradación de senderos, caminos y montes por la acción humana o de vehículos. - Destinos de costa cercanos a la localidad. - No entendimiento entre las instituciones públicas. - Falta de consenso para reordenar toda la zona del puerto deportivo. - Falta de consenso entre bañistas, escuela de surf y autoridades. - Pobre predisposición a la accesibilidad de no socios al uso de instalaciones deportivas (piscinas, náutica, clubes de pesca y tenis, etc.). - Fuerte competencia en las actividades náuticas con destinos cercanos. - Surgimiento de nuevos destinos para la práctica de turismo activo, más competitivos, por precio e instalaciones. - Degradación de los recursos para turismo activo por la presión urbanística y humana, sin control suficiente. - La pérdida de un mercado potencial importante de demanda de turismo activo provocado por la falta de promoción e innovación. - Falta de infraestructuras que unen litoral con la montaña y otros recursos. - Falta de infraestructuras entre los municipios de costa y hacia el interior. - Aumento excesivo y descontrolado de la oferta. - Aumento excesivo y descontrolado de la demanda. - Accidentes que dañan la imagen del sector. - Conflicto entre la población local y futuros visitantes.

<p>recurso turístico - recreativo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - La recuperación de los márgenes de los cauces para el uso y disfrute público de manera sostenible. - Participación activa de las asociaciones defensoras y usuarios del medio ambiente - amantes de naturaleza, pescadores, ciclistas, senderistas. - Imagen y reputación de Oliva asociada a la marca Parque Natural de Pego - Oliva. - Inspirar diseños de eco- estilo a los nuevos alojamientos turísticos- casas modulares, bio- campings, casas rurales. - Promover la acreditación de empresas de turismo activo y organizaciones en sellos de calidad ambientales (ISO, EMAS, Q, etc.) - Aumento de la demanda de actividades de turismo activo sostenibles y del flujo de visitantes a espacios naturales protegidos. - Crear rutas adaptadas para personas discapacitadas. - Crecimiento del turismo activo a nivel mundial. - Método para la educación ambiental y cultural. - Aumento de la renta local, creación de empleo, valoración positiva del patrimonio local. - Creación de legislación actualizada y adaptada al turismo activo. - Alta rentabilidad del turismo náutico, de golf y equitación. 	
--	--

Figura 22: análisis DAFO. Fuente: elaboración propia.

3.6.2. Análisis CAME

En base al DAFO desarrollado, se propone un análisis CAME⁴ que permite abordar todo aquello que afecta al producto de turismo activo en Oliva (fig. 24).

Análisis CAME	
Maximizar Fortalezas	Corregir Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> - Publicitar las actividades de turismo activo de Oliva a través de las redes sociales, webs, folletos, etc. - Potenciar y proteger los recursos existentes. - Plan estratégico de los recursos naturales y culturales como oferta 	<ul style="list-style-type: none"> - Realización de planes de turismo. - Formación para empresas y trabajadores del sector. - Ampliar a nuevos tipos de alojamiento y regulación de los apartamentos. - Mejora de la de señalización de la

⁴ Propuesta de análisis Corregir debilidades, Afrontar amenazas, Maximizar fortalezas y Explotar Oportunidades.

<p>complementaria al turismo de sol y playa.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Actualizar la página de turismo (www.olivaturismo.com) para que no deje de ser dinámica y atractiva. 	<p>oficina de turismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejora señalización de las rutas y senderos. - Realización de una estrategia clara de marketing para turismo activo. - Medidas de adaptación de las actividades a los recursos existentes.
<p>- Explotar Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Anunciar en los mercados turísticos el destino, a través de la página Web con promociones en actividades de turismo activo. - Plan para potenciar los recursos naturales y culturales que posee la localidad. - Potenciar la calidad de las zonas naturales para su declaración como zonas protegidas. 	<p>- Afrontar Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Adaptación de medidas de protección para la no contaminación del medio ambiente. - Señalización de senderos y vías para evitar la degradación de monte por parte de los visitantes. - Plan de actuación sobre la capacidad de carga.

Figura 23: análisis CAME. Fuente: elaboración propia

3.7. Factores clave en el éxito del turismo activo de Oliva

El cuadro siguiente (fig. 25) relaciona los factores clave del turismo activo de Oliva que se dependen de los análisis de la oferta y demanda anteriores.

Factores clave en el éxito del turismo activo de Oliva
<ul style="list-style-type: none"> - Existencia de un puerto deportivo y su desarrollo como concepto de estación náutica. - Existencia de un campo de golf. - Existencia de estalaciones ecuestres. - Existencia de una escuela de deportes náuticos. - Espacios naturales óptimos para la práctica de actividades de turismo activo. - Recursos culturales para diversificar las actividades de turismo activo. - Eventos y competiciones nacionales de triatlón (Oliva es triatló- Viu la festa) y bicicleta de montaña (TnT de les Valls). - Numerosas instalaciones deportivas - piscinas, campos de futbol, campos de tenis, base de pelota valenciana, etc. - Seis playas, cuatro de ellas con banderas azules, ISO 14 001, Q. - Posibilidad de practicar actividades de carácter complementario a las actividades de turismo activo: gastronomía, fiestas, compras. - Creación de nuevos productos pilotos de turismo activo utilizando los recursos culturales de la ciudad: geocaching, rutas en bicicleta por el centro histórico, etc. - Creación de nuevos productos turísticos de turismo activo: ruta del agua por las acequias olivenses, ruta por las yacimientos descubiertos en el término de Oliva, ruta gastronómica, ruta por los almacenes... - Alojamiento hotelero suficiente en temporada media/baja a precios competitivos. - Colaboración permanente entre los sectores público y privado. - Presentación del destino en ferias a nivel nacional y regional: Fitur Madrid, Feria turística de Bilbao, Feria de Turismo de Barcelona BTravel, etc. - Calidad (conservación, accesibilidad y funcionalidad) en playas, dunas, acequias, parque natural. - Importancia de los servicios y limpieza. - Buena relación calidad - precio comparando con otros destinos españoles. - Fidelidad de los turistas de turismo activo. - Proximidad de mercados emisores.

- Gestión y control de capacidad de carga en la playa y accesos.
- ⁵Oliva como la **Triple Puerta** de paso a Valencia, a la Costa Blanca y a los valles del interior: establecer una alineación de políticas estratégicas y operativas con todos los ayuntamientos y asociaciones empresariales de los municipios del interior, promocionándolos desde Oliva.

Figura 24: factores clave en el éxito del turismo activo en Oliva. Fuente: elaboración propia.

3.8. Propuesta de gestión y nuevas actividades de turismo activo en Oliva

Después de la realización del diagnóstico sobre la oferta de las actividades de turismo activo en Oliva, se proponen mejoras en la gestión de turismo en general, y de turismo activo en específico.

1. Actualización del *Plan Diagnóstico y recomendaciones estratégicas sobre el turismo en Oliva. Estrategia Turística de Oliva 2006-2012*.

Se propone actualizar el *Plan Diagnóstico y recomendaciones estratégicas sobre el turismo en Oliva. Estrategia Turística de Oliva 2006-2012*, el que debería ser la base de una correcta planificación del destino. Este plan debe de tener un carácter de transparencia total ser incluido en la página web de turismo para alcanzar el máximo nivel de conocimiento posible para todo el público. En este plan general sobre el turismo se debe incluir el análisis de los productos existentes de turismo activo en Oliva y las propuestas de mejora.

2. Creación de una *Asociación de Empresas de Turismo Activo de Oliva*.

La Asociación de Empresas de Turismo Activo de Oliva estaría formada por las empresas de turismo activo existentes en el municipio, además de los clubes y tiendas deportivas que se dedican en la venta al público en general. La asociación actuaría como un organismo gestor de turismo activo en Oliva en colaboración con entidades públicas como el ayuntamiento, centros de formación y universidades. Los proyectos de la asociación podrían ser financiados por el Ayuntamiento de Oliva y la Generalitat Valenciana, porque las acciones sirvieran para el desarrollo del turismo activo, que forma parte de la oferta turística en Oliva.

3. Configuración del mercado-producto activo-deportivo basado en el mar, naturaleza, cultura y actividades ⁶(#Oliva Activa).

Frente a la inexistencia de planificación de actividades de turismo activo en el corto y largo plazo, se cree que es imprescindible la creación de un producto de turismo activo de Oliva que englobe todas las empresas y sus actividades ofrecidas de acuerdo a la normativa de la Comunidad Valenciana y convertirse en el motivo principal para la visita de la localidad de Oliva. Nuevos eventos deportivos como la MET de equitación, TnT de las Valls, *paddle sup*, las actividades en el Centro Histórico olivense y en el Parque Natural de la Marjal Pego- Oliva resultan ya habituales para una parte de los residentes y para un sector de los visitantes, y precisamente nacieron y se desarrollaron orientados a estos últimos principalmente.

⁵ Joan- Carles Cambrils i Camarena- Estrategia Turística de Oliva 2006- 2012

⁶ Joan- Carles Cambrils i Camarena- Estrategia Turística de Oliva 2006- 2012

Diversos estudios muestran que las actividades de turismo activo continuarán siendo parte fundamental en los viajes, desde diversos puntos de vista: como espectadores, como participantes amateurs o como profesionales.

Uno de los puntos fuertes de esta tipología turística es el acceso a la oferta por parte de la demanda. El departamento de turismo promociona a través de su página web nueva www.olivaturismo.com

Toda la oferta agrupada, por lo que favorece a las empresas de turismo activo. La página está en proceso de creación con un diseño accesible y atractivo, contenido resumido en los cuatro idiomas europeos más hablados. Las actividades están clasificadas según la categoría de acuáticas o terrestres, acompañadas con información sobre cada actividad y fotos propias. Se pueden incluir videos que cuentan la experiencia de los participantes con el objetivo que la página se puede convertir en una plataforma donde se comparte experiencias y opiniones sobre las actividades realizadas. Se recomienda la presentación de cada empresa con su historia, actividades detalladas, los precios y también datos y contacto de la empresa. Se pueden anunciar las empresas colaboradoras y los puntos de información turística para mayor información y contratación de las actividades. Toda la información se debe de actualizar debido a los cambios en el producto turístico.

Se propone a las empresas de turismo activo la creación de una guía informativa en idiomas no solamente europeos (chino y ruso, por ejemplo), con el contenido similar al de la página web, y un mapa incluido que indique donde se desarrolla cada actividad.

En la guía propuesta se acompaña con los complementos que requieren estas actividades: instalaciones, tiendas deportivas, material específico, medicina deportiva, números de importantes teléfonos etc.

La guía de turismo activo debe de ser incluida en la página web turística en una forma digital con posibilidad de descarga.

Todo esto, bajo una planificación específica puede generar un cluster que aporte valor añadido a la ciudad de Oliva y a sus habitantes.

3.8.1. Calendario con nuevas propuestas de actividades de turismo activo.

Seguidamente se propone un calendario (fig. 26) de realización de actividades para el municipio, en base al tipo de actividad y la temporada en la que se debería realizar (fig. 27). Se realiza también un análisis de las características de una de las actividades propuestas, disponible en el ANEXO 3.

El turismo activo en Oliva (Valencia): análisis de los productos existentes y propuestas de mejora

Fecha inicio	1 de enero 2017
--------------	------------------------

Meses	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Inicio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Actividades Propuestas	Ruta bici + hípica	Historias nocturnas	Historias nocturnas	Historias nocturnas	Historias nocturnas	Ruta bici + hípica	Ruta bici + hípica	Ruta bici + hípica				
	Ruta por las sequias	Paddle sup río Vedat	Paddle sup río Vedat	Paddle sup río Vedat	Paddle sup río Vedat	Ruta por las sequias	Ruta por las sequias	Ruta por las sequias				
	Ruta bici+agua gym	Ruta la Marjal Noche	Ruta la Marjal Noche	Ruta la Marjal Noche	Ruta la Marjal Noche	Ruta bici+agua gym	Ruta bici+agua gym	Ruta bici+agua gym				
	Gourmet market tour	Ruta por las playas	Ruta por las playas	Ruta por las playas	Ruta por las playas	Gourmet market tour	Gourmet market tour	Gourmet market tour				
	Ruta de la naranja	Ruta por las iglesias	Ruta por las iglesias	Ruta por las iglesias	Ruta por las iglesias	Ruta de la naranja	Ruta de la naranja	Ruta de la naranja				
	Ruta yacimientos	Ruta mar + actividades	Ruta mar + actividades	Ruta mar + actividades	Ruta mar + actividades	Ruta yacimientos	Ruta yacimientos	Ruta yacimientos				
	Ruta del arroz	Pesca nocturna mar	Pesca nocturna mar	Pesca nocturna mar	Pesca nocturna mar	Ruta del arroz	Ruta del arroz	Ruta del arroz				
	Ruta bici + golf	Voluntarios para eventos deportivos de verano o fiestas locales en Oliva				Ruta bici+ golf	Ruta bici+ golf	Ruta bici+ golf				

Figura 25: calendario de actividades propuestas. Fuente: elaboración propia.

	Actividades terrestres
	Actividades culturales
	Actividades acuáticas
	Temporada media/baja
	Temporada alta

Figura 26: leyenda para la interpretación del calendario. Fuente: elaboración propia.

4. Conclusiones

En este apartado de conclusiones finales se ha distinguido entre las obtenidas por el análisis de la demanda y la oferta así como las del análisis del turismo activo en su conjunto.

4.1. Sobre el análisis de la demanda

- Los turistas mayoritariamente tienen una edad entre 45- 65 años, es decir son personas en activo. La mayoría son turistas extranjeros ingleses, alemanes, franceses y holandeses. Entre los turistas españoles destacan los madrileños.
- Los turistas acuden con sus familias, en concreto pareja y amigos.
- El promedio de estancia es de más de 15 días de vacaciones con una frecuencia de visita de 2 veces al año.
- La situación profesional de los visitantes es jubilado.
- El 100% de los visitantes realizan actividades durante su visita. Las actividades más demandadas son: senderismo, visitas culturales, ciclo turismo, excursionismo.
- La actividad “estrella” sigue siendo la playa, aunque también realizan visitas culturales, visitas a espacios naturales y compras de productos típicos
- La información sobre el destino se consulta en las oficinas de turismo, Internet y por las opiniones de amigos.
- Las actividades que les gustaría practicar pero que no existen actualmente son pescar por un día, practicar yoga, meditación etc.
- Las actividades que le gustaría realizar son visitas culturales, senderismo, paseo al caballo por el parque natural y excursionismo.
- De los atractivos turísticos en Oliva los que menos se conocen son: el Centro Hípico, los campos de golf, las fiestas locales, la gastronomía y la Font Salada.
- La opinión en general sobre el destino las actividades es buena y el turista queda satisfecho.

4.2. Sobre la oferta

Podemos destacar como aquellos que encuentran capacidad de diferenciación frente a otros destinos mediterráneos los náuticos, que se realizan desde la arena o desde el puerto: *kitesurf*, *windsurf*, *paddle sup*, buceo etc. La calidad de las playas y el viento son factores clave para una apuesta de presente y futuro innegable.

- El municipio de Oliva cuenta con recursos naturales y culturales, así como con unas condiciones climáticas favorables para la creación de nuevas actividades de turismo activo, y ser competitivo con otros municipios cercanos.
- La oferta existente de actividades de turismo activo no aprovecha todas las posibilidades turísticas de los recursos naturales y culturales, combinándolas para crear nuevos productos.
- Las nuevas propuestas sobre el turismo activo en municipio de Oliva pueden ser el motivo principal para visitar el destino. La mayoría de las empresas de turismo activo en Oliva nacen desde la afición personal del fundador por algún deporte en concreto, con el objetivo de fomentar la actividad, y a partir del aumento de la demanda de unas actividades concretas, y no desde el sector turístico.

- Las actividades de turismo activo, cultural, educativo y similar del municipio, deben continuar ofreciéndose como complemento educativo, espiritual y de entretenimiento, necesario para cualquier destino de sol y playa competitivo, aunque deberían llevarse a cabo mejoras en las mismas, que ayudaran a una mejor promoción y puesta en marcha de las mismas. Por ello, sabiendo qué actividades prefieren los turistas, y siguiendo la tendencia de todos los destinos de recuperación de las señas de identidad propias como estrategia de diferenciación y sostenibilidad, apostaríamos por aquellos eventos que nacen en la propia comarca, ya sean con carácter popular, ya sean con un enfoque más especializado o profesionalizado.
- Es necesaria una regulación así como el establecimiento de herramientas de gestión del patrimonio natural y cultural que aseguren la conservación de los recursos. la compatibilización del turismo activo con los recursos será determinado siguiendo las indicaciones de las figuras de protección y considerando la legislación de turismo activo de la Comunitat Valenciana.

4.3. Sobre las propuestas

- Los municipios que apuesten por la competitividad como destinos de turismo activo tendrían muchas posibilidades de éxito si es que se suman estrategias de promoción y de marketing que tienen que llevar a cabo tanto las administraciones como las empresas, turoperadores y la administración local.

Como conclusión final a todos los datos obtenidos y analizados, se puede decir que las estrategias turísticas previstas en relación con el turismo activo se están llevando a cabo con éxito. Este trabajo es solo el primer paso para un proyecto más extenso sobre el desarrollo de actividades de turismo activo en el municipio de Oliva.

5. Bibliografía

- Actividades y Deportes en Galicia. (2016). < http://www.turismo.gal/localizador-de-recursos/-/sit/que_hacer/actividades_y_deportes/galicia?langId=es_ES> [Consulta: 7 de mayo de 2016]
- ADVENTURE TRAVEL TRADE ASSOCIATION y THE GEORGE WASHINGTON UNIVERSITY (2013). *Adventure tourism market study*. Washington, DC. <<http://files.adventuretravel.biz/docs/research/adventure-tourism-market-study-2013-web.pdf>> [Consulta: 23 de febrero de 2016]
- AENOR (2015). *Turismo activo. Sistema de gestión de la seguridad. Requisitos*. UNE-ISO 211001: Junio, 2015. Madrid: AENOR
- AENOR (2015). *Turismo activo. Información para los participantes*. UNE-ISO 21103: Junio, 2015. Madrid: AENOR
- AENOR (2015). *Turismo Activo. Líderes. Competencia del personal*. UNE-ISO/TR 21102: Junio, 2015 IN. Madrid: AENOR
- AGENCIA CATALANA DE TURISMO (2011). *Catálogo Club Turismo Activo-Naturaleza*. Catalunya es turismo activo y naturaleza <<http://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2012/06/CatalunaTurismoActivo.pdf>> [Consulta: 7 de mayo de 2016]
- AGENCIA VALENCIANA DE TURISMO (2015). *Turismo Activo en la Comunitat Valenciana*. Valencia: Estadístiques de Turisme de la Comunitat Valenciana. <http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios_mercado/Turismo_Activo_mayo_2015.pdf> [Consulta: 7 de mayo de 2016]
- APARICIO, J., GURREA, V. y CLIMENT, S. (1983). *Carta Arqueológica de la Safor*. Gandia: Instituto de Estudios Comarcales <<Duque Real Alonso el Viejo>>
- ASOCIACION DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO Y ECOTURISMO DE LA COMUNIDAD DE MADRID (2016). <<http://aetam.es/miembros/#deportes-aventura-terrestres>> [Consulta: 7 de mayo de 2016]
- ASOCIACION NACIONAL DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO (2015). *Legislación Autonómica de Turismo Activo*. < <http://www.aneta.es/index.php/turismo-activo/legislacion-autonomica>> [Consulta: 24 de febrero de 2016]
- AYUNTAMIENTO DE OLIVA (2010). *Plan territorial Municipal Frente a Emergencias*. Oliva. <http://oliva.es/wp-content/uploads/huge/PGO/Documentacion/000001159_Resumen_PGO_Abril_2010.pdf> [Consulta: 18 de febrero de 2016]
- BARRERA PUIGDOLERS, J. M. y GREGORI FERRER, J. V. (Abril, 2010). *Normativa Urbanística Libro 1 Normas de la Ordenación Estructural*. Oliva. <http://oliva.es/wp-content/uploads/huge/PGO/Documentacion/000001136_Normativa_urbanistica_Abril_2010.pdf> [Consulta: 3 de marzo de 2016]

- BUCKLEY, R. (2006). *Adventure Tourism*. International Centre for Ecotourism Research, Griffith University: Australia. [Consulta: 10 de febrero de 2016]
- CAMBRILS i CAMARENA, J.C. (2006) *Diagnóstico y Recomendaciones Estratégicas sobre el Turismo en Oliva (LIBRO 2) Estrategia Turística de Oliva 2006-2012*. Oliva.
- CONSELLERIA D'INFRAESTRUCTURES, TERRITORI I MEDI AMBIENT (2012). Parpalló-Borrell. Valencia: Diputació de València. <<https://www.dival.es/es/xarcia/sites/default/files/xarcia/GANDIA%20castellano.pdf>> [Consulta: 12 de febrero de 2016]
- EDWERT, A. (1987). *Recreation in the Outdoor Settings: A Focus on Adventure-Based Recreational Experiences*. *Leisure Information Quarterly* 14:5-7.
- Empresas de Turismo Activo en Aragón. (2016).<http://www.aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Departamentos/VertebracionTerritorioMovilidadTransporte/Areas/09_Turismo/EmpresasActivomayo.pdf> [Consulta: 7 de mayo de 2016]
- Empresas de Turismo Activo en Murcia. (2016). <http://www.murciaturistica.es/es/empresas_turismo_activo/> [Consulta: 7 de mayo de 2016]
- Empresas de Turismo Activo en la Rioja. (2016). <<https://lariojaturismo.com/comunidad/larioja/deportes-y-aventura>> [Consulta: 3 de marzo de 2016]
- Escuela de Surf Oliva. (2016). Oliva. <<https://www.olivasurf.com>> [Consulta: 22 de abril de 2016].
- España. Decreto 22/2012, de 27 de enero, de Regulador del turismo activo en la Comunitat Valenciana. *Diari Oficial de la Comunitat Valenciana*, 2 de febrero de 2012, núm. 6704, p. 3195-3206. <http://www.docv.gva.es/portal/ficha_disposicion_pc.jsp?sig=001124/2012&L=1> [Consulta: 12 de mayo de 2016]
- España. Ley 11/1994, de 27 de diciembre, espacios naturales protegidos de la Comunitat Valenciana. *BOE*, núm. 33, p. 4060-4072. <<https://www.boe.es/boe/dias/1995/02/08/pdfs/A04060-04072.pdf>> [Consulta: 4 de marzo de 2016]
- España. Ley 2/2011, de 22 de marzo, del deporte y la actividad física de la Comunitat Valenciana. *BOE*, 16 de abril 2011, núm. 91, p.39440-39495. <<https://www.boe.es/boe/dias/2011/04/16/pdfs/BOE-A-2011-6874.pdf>> [Consulta: 8 de mayo de 2016]
- España. Ley 3/1998, de 21 de mayo, de la Conselleria de Turisme de la Comunitat Valenciana. *BOE*, 23 de junio 1998, núm. 149, p. 20517- 20529. <<https://www.boe.es/boe/dias/1998/06/23/pdfs/A20517-20529.pdf>> [Consulta: 29 de marzo de 2016]

- España. ORDEN 2/2015, de 12 de febrero, de la Consellería de Infraestructuras, Territorio y Medio Ambiente por la que se fijan los periodos hábiles y las normas generales relacionadas con la pesca deportiva y de entretenimiento en aguas continentales de la Comunitat Valenciana. *Diari Oficial de la Comunitat Valenciana*, 19 de febrero de 2015, núm. 7469, p.4727-4744. <http://www.docv.gva.es/portal/ficha_disposicion.jsp?id=26&sig=001488/2015&L=1&url_lista=> [Consulta: 15 de mayo 2016]
- EWERT, A. y JAMIESON, L. 2003. "Current status and future directions in the adventure tourism industry". In *Managing Tourist Health and Safety in the New Millennium*, Wilks, J. y Page, S. Elsevier Science:ford; 67-83.
- GAUBYTE, M. (2015). *Análisis de los productos de Turismo Activo existentes en Gandía (Valencia, España) y propuestas gestión*. Trabajo final de grado. Gandía: Escuela Politécnica Superior de Gandía, <<https://riunet.upv.es/handle/10251/55610> > [Consulta: 06 de febrero de 2016].
- GEOCACHING (2016). El ABC del geocaching. <<https://www.geocaching.com/guide/>> [Consulta: 15 de febrero de 2016]
- GONZALO, A. 2016 *IX Congreso Internacional de Turismo de Nieve y Montaña*. Andorra, San Juliá de Lòira: UNWTO. <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/0_4_ana_gozalo_turespan_ix_congreso_de_turismo_de_montana.pdf> [Consulta: 14 de mayo de 2016]
- Hotel Oliva Playa. (2016). Oliva. <<http://www.hotelplayaoliva.com>> [Consulta: 22 de abril de 2016].
- MARTINEZ ACEBES, A. S. y RAMON FERNANDEZ, F. (2011). "Estudio comparativo de empresas de turismo de aventura de la Provincia de Valencia" en *Gran Tour. Revista de Investigaciones Turísticas. Universidad de Murcia*, núm. 3, p. 51-68. <<https://riunet.upv.es/handle/10251/30163#> > [Consulta: 3 de marzo de 2016]
- NERÍN Y ABAD, G. (2005). *Picos de Europa: rutas en coche, a pie y en BTT, deportes de aventura, alojamiento y gastronomía*. Barcelona, Ed. Geoestal.
- Observatorio de la Sostenibilidad de España. (2008). *Patrimonio Natural, Cultural y Paisajístico. Claves para la Sostenibilidad Territorial*. UPV. <<http://www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/U0556177.pdf>> [Consulta: 26 de junio de 2016]
- Oliva Nova Golf Resort. (2016). Oliva. <<http://www.olivanova.com/deporte-y-ocio-deporte-golf>> [Consulta: 28 de abril de 2016]
- Parque Natural de la Marjal de Pego- Oliva. (2016). <<http://www.citma.gva.es/web/pn-marjal-de-pego-oliva>> [Consulta: 8 de abril de 2016]
- Registro de Empresas y Actividades Turísticas en Asturias (2016). <<http://www.asturias.es/portal/site/webasturias/template.PAGE/RegistroActividadesTuristicas/?javax.portlet.tpst=4a6c04c3c10974536e2b36a28720a0a0&javax>>

[.portlet.prp_4a6c04c3c10974536e2b36a28720a0a0_vgnextoid=4145b06c841af310VgnVCM10000078020a0aRCD&javax.portlet.begCacheTok=com.vignette.cachetoken&javax.portlet.endCacheTok=com.vignette.cachetoken](http://portlet.prp_4a6c04c3c10974536e2b36a28720a0a0_vgnextoid=4145b06c841af310VgnVCM10000078020a0aRCD&javax.portlet.begCacheTok=com.vignette.cachetoken&javax.portlet.endCacheTok=com.vignette.cachetoken) > [Consulta: 7 de mayo de 2016]

SOLSONA, R. (2016). "El turismo extranjero bate un nuevo récord y deja 1.700 millones en la Comunidad Valenciana hasta abril" en ABC. Valencia. <http://www.abc.es/espana/comunidad-valenciana/abci-turismo-extranjero-bate-nuevo-record-y-deja-1700-millones-comunidad-valenciana-hasta-abril-201606061051_noticia.html> [Consulta: 9 de junio de 2016].

SWARBROOKE, J. y POMFRET, G. (2003). *Adventure Tourism: the new frontier*. Butterworth- Heinemann: Oxford.

TERUEL, M.D. *et al.* (2004). "Análisis del turismo activo en la Comunidad Valenciana" <<http://www.aecit.org/files/congress/18/papers/60.pdf>> [Consulta: 12 de mayo 2016]

TERUEL, M. D, VIÑALS, M.J. y MORANT, M. (2014). "Confort psicológico y experiencia turística. Casos de estudio de espacios naturales protegidos de la Comunidad Valenciana (España) " en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles: Universitat Politècnica de Valencia*, núm. 65, p. 293-316 <<http://www.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/download/1754/1670>> [Consulta: 3 de marzo de 2016]

THE GLOBAL GOLF TOURISM ORGANIZATION (2016). *Discover Oliva Nova Beach & Golf Resort*. <<http://www.igtm.co.uk/en/Exhibitors/2020696/Oliva-Nova-Beach-Golf-Resort>> [Consulta: 21 de Junio de 2016]

Turismo Activo en Canarias. (2016). <<http://www.ruraliberica.com/turismo-activo/canarias/>> [Consulta: 7 de mayo de 2016]

Turismo Activo en Cantabria. (2016). <<http://www.cantabriarural.com/que-turismo-activo/?page=4>> [Consulta: 7 de mayo de 2016]

Turismo Activo en Castilla la Mancha. (2016). <<http://www.ruraliberica.com/turismo-activo/canarias/>> [Consulta: 7 de mayo de 2016]

Turismo Activo en Castilla y León < <http://www.turismocastillayleon.com/es/rural-naturaleza/turismo-activo>> [Consulta: 7 de mayo de 2016]

Turismo Activo en Euskadi <<http://turismo.euskadi.eus/aa3015678x/es/s12PortalWar/buscadoresJSP/buscadorI32.jsp?r01kLang=es>> [Consulta: 7 de mayo de 2016]

Turismo Activo en Extremadura. (2016). <<https://www.extremadura.com/paginas/viajes-y-turismo/turismo-activo>> [Consulta: 7 de mayo de 2016]

Turismo Activo en Navarra <<http://www.turismo.navarra.es/esp/organice-viaje/recursos.aspx?tipoBuscador=ad&noList=1>> [Consulta: 7 de mayo de 2016]

Turismo Activo y de Aventura en Islas Balearias. (2016). <<https://ibactiva.wordpress.com/>> [Consulta: 7 de mayo de 2016]

Turismo Activo y Deporte. (2016). Andalucía. <<http://www.andalucia.org/es/turismo-y-deporte/entidades-deportivas/busqueda/rapida/>> [Consulta: 7 de mayo de 2016]

TURISMO VALENCIA (2016). *Propuesta Plan de Actuaciones 2016*. Valencia. <<http://www.turisvalencia.es/es/turismo-valencia-convention-bureau/plan-actuaciones>> [Consulta: 10 de marzo de 2016]

WEILER, B. y HALL, C.M. (1992). *Special- Interest Tourism*. John Wiley & Sons Canada.

WORLD TOURISM ORGANIZAATION y ADVANTURE TRAVEL TRADE ASSOCIATION (2015). *Global Report on Adventure Tourism*. Madrid: UNWTO. <http://www.adventureindex.travel/docs/atdi_2015.pdf> [Consulta: 24 de febrero de 2016]

WORLD YOUTH STUDENT AND EDUCATIONAL TRAVEL CONFIDERATION (2014). "Sector perspectives" en *Global Report on Adventure Tourism*, p. 25. Madrid: UNWTO. <<https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/staticunwto/Affiliate-members/1-GLOBAL+REPORT+ON+ADVENTURA+TOURISM ONLINE.pdf>> [Consulta: 14 de mayo de 2016]