

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

GRADO EN TURISMO



UNIVERSIDAD
POLITECNICA
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA
SUPERIOR DE GANDIA

“Elaboración de una propuesta de un Gastrocamping en Xeraco”

TRABAJO FINAL DE GRADO

Autor/a:

Melina Vitoria Garcia

Tutor/a:

M^o Manuela Fernández Méndez

GANDIA, 2016

Índice

I. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1 Objetivos	5
1.2 Metodología	6
II. TURISMO ACTUAL EN XERACO	7
2.1 Localización y características	7
2.2 Tipología turística.....	9
2.3 Segmentación de mercado	9
2.3 Datos económicos.....	11
2.5 Oferta turística del sector camping en los municipios de la comarca.....	12
III. PROPUESTA DE GASTROCAMPING	16
3.1 Propuesta del concepto de <i>Gastrocamping</i> como idea de negocio	16
3.2 Marco legal	17
3.3 Ubicación y características del lugar	20
3.4 Perfil del turista.....	26
3.5 El producto y el <i>Gastrocamping</i>	28
3.5 Organización empresarial.....	31
IV. VIABILIDAD DEL NEGOCIO	32
4.1 Inversión necesaria	33
4.2 Cobros y pagos según la ocupación estimada	40
4.3 Flujos de caja	42
4.4. VAN, TIR y Pay-back	43
V. CONCLUSIONES	46
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	48

Índice de tablas

Tabla 1: Número de llegadas de turistas nacionales en 2.013.	10
Tabla 2: Número de llegadas de turistas internacionales en 2.013.	10
Tabla 3: Paro registrado por sectores 2.014.	12
Tabla 4: Números y plazas de los campings de la Safor en 2.015.	13
Tabla 5: Lista de los Glampings en España en 2.013.	15
Tabla 6: Número y plazas de empresas turísticas en 2.015.	16
Tabla 7: Servicios y su respectiva distancia del Gastrocamping.	21
Tabla 8: Desglose de productos en micro-productos.	25
Tabla 9: Presupuesto de obras.	34
Tabla 10: Cálculo de honorarios técnicos.	34
Tabla 11: Mobiliario recepción y oficina.	35
Tabla 12: Instrumentos de limpieza y mantenimiento.	35
Tabla 13: Elementos de transporte.	36
Tabla 14: Mobiliario de restaurante.	36
Tabla 15: Equipamiento de cocina.	37
Tabla 16: Instrumentos de cocina y comedor.	38
Tabla 17: Conceptos susceptibles de financiación.	38
Tabla 18: Características del préstamo.	39
Tabla 19: Cuadro de amortización del préstamo.	39
Tabla 20: Resumen del total de pagos por gastos corrientes por años.	40
Tabla 21: Resumen del total de pagos por gastos corrientes por años.	41
Tabla 22: Gasto por amortización anual.	42
Tabla 23: Flujos de Caja.	43
Tabla 24: Normas de valoración de una inversión según el VAN.	44
Tabla 25: Expresión matemática del Pay-back.	45

Índice de imágenes

Imagen 1: Parcela en la que se ubicaría el Gastrocamping.	20
Imagen 2: Mapa de Xeraco.	21
Imagen 3: Ejemplo de tiendas híbridas.	22
Imagen 4: Plano de las cabañas prefabricadas de 43 m ²	23
Imagen 5: Plano de las cabañas prefabricadas de 43 m ²	24
Imagen 6: Expresión matemática del VAN.	44
Imagen 7: Expresión matemática del TIR.	44

Resumen

Este proyecto se basa en la elaboración de un *Gastrocamping* en el municipio de Xeraco debido a la escasa oferta de alojamiento turístico especializado. Es por esto que la idea de *Gastrocamping* surge de la necesidad de diferenciar este proyecto de a la oferta existente de la zona, es decir, desvincular la idea de camping tradicional hasta ahora conocida. De esta manera no solo se ofrecería un producto distinto, sino que se complementaría la oferta existente en el destino. Mediante esta tipología de turismo cultural, se pretende definir la idea de *Gastrocamping* como una nueva modalidad de alojamiento, donde se mezclen varios componentes culturales de la zona de la Comunidad Valenciana, tomando como eje central la gastronomía. Es decir, la creación de un camping temático relacionado con la gastronomía típica valenciana, especialmente la de la comarca de la Safor. De esta manera, el público objetivo interesado en esta tipología de turismo podrá alojarse en el camping al mismo tiempo que disfruta y aprende a cocinar las tradicionales recetas valencianas. Para una completa realización de éste, nos centraremos también en el estudio del turismo actual en Xeraco, así como en el análisis de la oferta turística del sector camping en dicho municipio y en los que conforman la comarca.

Palabras clave: camping, gastronomía, Xeraco, turismo.

Abstract:

This dissertation deals with the elaboration of a *Gastrocamping* in the township of Xeraco due to the scant of specialised and qualified accommodations offers. Thus, the *Gastrocamping* concept arises from the necessity of differentiating this project from the current offer of this area, in order to disassociate the current camping notion. Thanks to this, a different kind of accommodation would be offered while complementing the current one. Through this cultural tourism, the main point is to define the concept of *Gastrocamping* as a new accommodation modality, whereas introducing the cultural components of the Comunidad Valenciana as a central axis. That is, to create a thematic campsite related with the typical valencian cuisine, specially from the region of La Safor. Thus, while staying in the *Gastrocamping*, guest may enjoy activities such as a cooking experience of the best valencian recipes. So as to fulfill this project, we will focus on the current touristic demand in Xeraco, as well as on the touristic offers of the camp sites already working in this sector in this hometown and nearby.

Key words: camping, gastronomy, Xeraco, tourism

I. INTRODUCCIÓN

El mundo del turismo está en constante cambio y evolución, por ello, las empresas turísticas y las administraciones públicas tienen que adaptarse a las nuevas necesidades y expectativas de los turistas, así como a las nuevas tendencias que van apareciendo. Asimismo, el turismo ha sido en las últimas décadas uno de los motores económicos y de creación de empleo más importantes de nuestro país, y de la Comunidad Valenciana en particular.

Por otra parte, como residente en Xeraco y conocedora de las carencias que la oferta turística presenta en mi municipio, donde no existen suficientes plazas de alojamiento hotelero, donde la estacionalidad pasa por ser uno de los principales problemas del municipio, y el turismo residencial se ha consolidado dentro de una tipología turística clara de sol y playa, me decidí por un proyecto que estudiara una opción que pudiera disminuirlas de algún modo.

De estas premisas surge la idea de realizar este trabajo de fin de grado, el cual propone el estudio de la construcción y puesta en funcionamiento de un *Gastrocamping* en la playa de Xeraco. De este modo, se diversificaría y ampliaría la oferta turística de este municipio respecto de la actual, adaptándose a nuevas tendencias turísticas, e introduciendo conceptos novedosos como es la gastronomía como complemento de otros servicios turísticos, más allá de los tradicionales negocios de restauración. Así pues, teniendo en cuenta el auge que el mundo de la gastronomía está desarrollando en este sector, me decidí a apostar por un estudio que incluyera una oferta gastronómica que englobase: calidad, productos autóctonos, vida saludable y descanso en un alojamiento que ofrezca contacto directo con la naturaleza. De ahí surge la idea del *Gastrocamping*.

Por último, cabe destacar que este trabajo se plantea como una propuesta de estudio de creación de un *Gastrocamping* en el municipio de Xeraco, a solicitud del propietario del terreno donde se pretende ubicar el establecimiento.

1.1 Objetivos

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado es elaborar una propuesta económico-turística para la implantación de un *Gastrocamping* en el municipio de Xeraco con el objetivo de complementar la oferta turística especializada para una tipología concreta de turista. Además, gracias a las actividades gastronómicas propuestas, pretendemos diferenciarnos de la competencia aportando un valor añadido a la propuesta.

A partir del objetivo principal se derivan los siguientes objetivos secundarios:

- Analizar el turismo actual de la localidad de Xeraco a partir de la tipología turística, la segmentación del mercado, los datos económicos y las características generales del destino para conocer la situación turística actual del destino.
- Estudiar la oferta turística del sector camping en Xeraco y en los municipios de la comarca.
- Estudiar los posibles públicos objetivo de esta tipología de alojamiento especializada cuyos perfiles son más exigentes.
- Promover la realización de actividades gastronómicas complementarias en la zona de estudio.
- Estudiar la viabilidad del camping considerando las diferentes posibilidades de explotación económico-turística.

1.2 Metodología

La metodología utilizada para llevar a cabo este trabajo de fin de grado se ha basado en una investigación cualitativa a partir del análisis de las diferentes fuentes bibliográficas, tanto primarias como secundarias, que se han estudiado.

En primer lugar, se ha realizado un estudio de la situación turística actual del municipio de Xeraco, para de esta manera conocer la tipología turística, así como las características del perfil del turista que visita el municipio. Además, se han estudiado los datos económicos del municipio con el objetivo de conocer la importancia del sector servicios en él. Para ello se realizó una revisión de estudios estadísticos oficiales, tales como los realizados por el Instituto Nacional de Estadística y el Instituto Valenciano de Estadística, aunque no se encontró toda la información necesaria.

Por este motivo se realizó una entrevista con el Sr. Francesc Serralta, alcalde del municipio de Xeraco, el cual nos aportó parte de la información necesaria para la realización y enriquecimiento de este trabajo.

A continuación, se analizó la oferta turística del sector camping para conocer los diferentes tipos de establecimientos, así como las características que poseen. Para completar dicha información se llevaron a cabo unas entrevistas al propietario de la Gastrocasa en Gandía, y a la gerente del Camping l'Alqueria.

La parte principal del trabajo se basa en el desarrollo de la propuesta de elaboración de un plan de negocio partiendo del *Gastrocamping* como una idea nueva e innovadora. A partir del estudio del concepto de turismo gastronómico, se detalla la ubicación y las diferentes características del proyecto, así como las actividades que se desarrollaran en él.

Continuando con la propuesta, se analiza el perfil del turista de camping junto con el perfil del turista gastronómico para conocer cómo será el público objetivo al que queremos llegar.

Finalmente se realiza un análisis económico financiero en el que se recogen el Presupuesto base de licitación, la inversión necesaria, el plan de financiación, y los diferentes cobros y pagos según el grado de ocupación estimado, para finalmente calcular los Flujos de caja, el Valor actual neto (VAN), la Tasa de rendimiento (TIR) y el plazo de recuperación.

Como limitaciones al trabajo cabe destacar la reducida cantidad y escasa calidad de las encuestas recopiladas por parte del Ayuntamiento de Xeraco, las cuales no representaban una muestra significativa de la población, y correspondían tan solo al año 2.013.

II. TURISMO ACTUAL EN XERACO

2.1 Localización y características

Xeraco es un municipio costero situado en el sureste de la Provincia de Valencia que pertenece a la comarca de la Safor. Su superficie es de unos 20 km² aproximadamente. Su término municipal está formado por dos núcleos urbanos: el pueblo y la playa, urbanizada en dirección paralela a la línea costera.

A este municipio, geográficamente bien situado, se puede acceder por carretera a través de la nacional N-332, la autopista AP-7 y la CV-605. Por otro lado, existe una línea de ferrocarriles que une el pueblo con la ciudad de Valencia y Gandía, que cuenta con parking gratuito durante todo el año. Los aeropuertos más próximos están situados en Alicante y Valencia, es decir, a unos 70 y 133 km respectivamente.

La playa de Xeraco cuenta con más de 3 km de arena blanca, coronada con un cordón dunar en el que habitan fauna y flora autóctona, una característica peculiar que muestra

cómo la playa se ha ido formando a lo largo de los años gracias a la protección que se da a este recurso natural, ya que es una zona de especial protección.

Además, la playa ha sido reconocida durante varios años consecutivos con el certificado de gestión ambiental según la norma ISO 14001, la Q de Qualitat Turística otorgada por el ICTE, y el distintivo de Qualitur por la Conselleria de Turisme de Valencia.

Pero no solo hay que destacar la playa como el recurso más importante ya que Xeraco cuenta con un amplio abanico de recursos tanto naturales como culturales.

- Recursos Culturales
 - o La Iglesia nostra Senyora de l'Encarnació.
 - o El Campanario.
 - o La Ermita del Santíssim Crist de l'Agonia.
 - o La Cisterna.
 - o La Torre de Guaita.
- Recursos naturales:
 - o La playa.
 - o La montaña: perteneciente al macizo del Mondúver, la forman La Font de L'Ull, la Font del Xopet, la Barcella, entre otras.
 - o El marjal que cuenta con un carril bici.
 - o El río Vaca.

En cuanto al casco urbano de la zona de la playa, cabe destacar la especial forma en la que ésta fue construida, con alturas relativamente bajas y con zonas verdes cada 300 o 400 metros.

También cuenta con instalaciones e infraestructuras además de diversos negocios que facilitan el desarrollo del turismo, entre otros:

- Consultorio médico.
- Policía local.
- Oficina de información turística.
- Cajero automático.
- Farmacia.
- Baño adaptado.
- Zonas de aparcamientos distribuidas a lo largo de toda la playa.
- Restaurantes, bares, cafeterías y chiringuitos.
- Supermercados.

2.2 Tipología turística

La playa natural, junto con el cordón dunar que la forma, la calidad de las aguas y de la arena, convierten al producto sol y playa en el protagonista de este pequeño municipio costero de la provincia de Valencia.

Aunque la tipología turística es clara, como bien comentó en la entrevista que se realizó al Sr. Francisco Serralta, alcalde de Xeraco, “existen un sinfín de recursos naturales y culturales que podrían aportar a la playa nuevas tipologías turísticas como es el turismo de deportes y el ecoturismo”. Además, destaca el alto nivel de protección que tiene la zona tanto en la playa como en la montaña, la cual no está urbanizada, convirtiéndose en un referente para realizar eventos deportivos tales como el *trail* del Mondúver.

2.3 Segmentación de mercado

El ambiente tranquilo y familiar que caracteriza a Xeraco, así como las instalaciones e infraestructuras que posee, convierten a este municipio costero en un destino idóneo para familias.

Debido a la inexistencia de datos en cuanto a número de turistas y pernoctaciones, así como su procedencia y sus respectivas edades, solo nos podemos guiar por las encuestas que se realizaron en los meses de julio y agosto del 2013 en la Oficina de Información Turística de la playa de Xeraco. Las realizadas en los años posteriores no son representativas puesto que solo se realizaron 35 encuestas y su fin era solo analizar la gestión de la playa, es decir, la calidad de las aguas y de la arena.

Según los estudios realizados en el año 2013, el número total de turistas que recibió el municipio asciende a un total de 4.427 personas. Como principal emisor de turistas nacionales destaca la Comunidad de Madrid, seguida por la Comunidad Valenciana y Castilla y León. En cuanto a los principales emisores internacionales, aparecen en primer lugar los franceses, seguidos por los ingleses y los rusos.

Tabla 1: Número de llegadas de turistas nacionales en 2.013.

Turistas Nacionales 2013	
Madrid	1896
C. Valenciana	1040
Castilla y León	322
Castilla la Mancha	65
Galicia	33
Andalucía	32
Extremadura	22
País Vasco	17
Navarra	12
Cataluña	11
Aragón	10
Murcia	9
La Rioja	5
Total	3474

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Ayuntamiento de Xeraco.

Tabla 2: Número de llegadas de turistas internacionales en 2.013.

Turistas Internacionales 2013	
Francia	475
Reino Unido	112
Países del Este	47
Alemania	32
Holanda	27
Italia	21
Países Escandinavos	12
América del Sur	3
América del Norte	2
Portugal	1
Total	732

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Ayuntamiento de Xeraco.

Después de comentar con el Sr. Serralta que el Instituto Nacional y el Valenciano de Estadística no poseen información de la llegada de los turistas a la playa, y de la poca

representatividad de ésta, nos informó que al ayuntamiento le consta que, durante los meses de verano, el municipio llega a tener más de 15.000 personas, llegando a los 20.000 durante los fines de semana de agosto. Por otro lado, destaca que la mayoría de los turistas provienen de las zonas de la Ribera (Comunitat Valenciana) y de la Comunidad de Madrid. Estos últimos, establecieron en principio su segunda residencia en Gandía, para más tarde instalarse en la playa de Xeraco debido a la tranquilidad y a los bajos precios de las viviendas en relación con los de la playa vecina.

Así pues, los visitantes procedentes de Madrid representarían el 54,57% del total de los turistas, seguidos de la Comunidad Valenciana con un 29,92%, Castilla y León con el 9,27% y Castilla la Mancha con un 1,87%. La representatividad del resto de las Comunidades Autónomas no llegaría al 1%.

Por otro lado, los turistas extranjeros procedentes de Francia representan el 64.89%, seguidos del Reino Unido con el 15,30%, y los rusos con el 6.42%

Como consecuencia de la escasa oferta de alojamientos, que será comentada en el punto 2.5, Xeraco se convierte en un destino dónde la mayoría de los turistas se alojan en viviendas propias o de alquiler, consolidando el turismo residencial en la zona.

Durante los fines de semana se observa una clara tendencia que muestra un aumento de turistas en la zona, los cuales no realizan ninguna pernoctación, convirtiéndose en los llamados turistas de día o excursionistas, tal y como se define en la web oficial de la OMT¹.

Por último, la estacionalidad es el gran problema que tiene esta playa, ya que la tendencia de turistas solo aumenta durante los citados meses de verano y en menor porcentaje durante Semana Santa. El resto de los meses, o en la mayoría de ellos, la playa solo cuenta con los propios residentes de la zona.

En palabras de Sr. Francisco Serralta, alcalde de Xeraco, “uno de los propósitos de todas las iniciativas políticas son, han sido y serán, intentar reducir la estacionalización que padece la playa, aunque somos conscientes que será a largo plazo”.

2.3 Datos económicos.

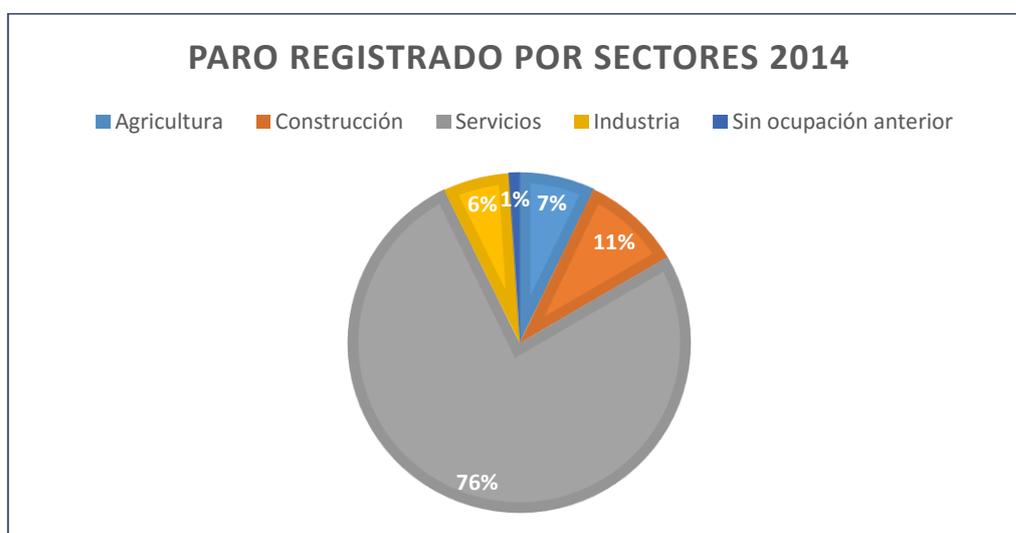
En cuanto a lo que por economía local se refiere, durante los últimos años y como ocurre en la mayoría de los pueblos de la Comunitat Valenciana, la importancia de la actividad

¹ Organización Mundial del Turismo.

agrícola ha pasado de ser una constante muy importante a verse reducida debido a los procesos de industrialización y del desarrollo del sector terciario. Es por esto que, según el último Diagnóstico socio ambiental de Xeraco establecido en la Agenda 21 (2014), el principal creador de empleo es el sector servicios, seguido por la construcción y finalmente, la agricultura, destacando la poca importancia de la industria.

El sector servicios, en concreto el turismo, está en auge y presenta una especial relevancia para la economía local, la cual está generando una serie de ocupaciones Propias que anteriormente no existían, como es el caso de la hostelería, según nos muestra el informe.

Tabla 3: Paro registrado por sectores 2.014.



Fuente: Ficha municipal de la Generalitat Valenciana.

La ficha municipal de la Generalitat Valenciana (2014) proporciona información sobre el paro registrado en los diferentes sectores económicos de Xeraco tal y como podemos ver en el gráfico posterior.

Por último, cabe destacar la descripción del Sr. Francesc Serralta del sector servicios como “un sector estratégico vital para la economía de Xeraco”.

2.5 Oferta turística del sector camping en los municipios de la comarca

Según SERNATUR (1.987) un camping se define como *aquel establecimiento en que se preste el servicio de alojamiento turístico a personas que hacen vida al aire libre y que utilicen carpas, casas rodantes, u otros medios similares.*

Actualmente la Comunidad Valenciana cuenta con un total de 117 campings repartidos a lo largo de todo el territorio lo que supone una capacidad de 68.648 plazas en el 2.014, un 1% más que el año anterior, tal y como se presenta en el último Informe de Productos Turísticos de la Comunidad Valenciana (2.014). Convirtiéndola en el segundo destino favorito de campings en todo el país.

Así bien, la Comunitat Valenciana se sitúa en la tercera posición de las Comunidades Autónomas con mayor oferta en plazas de camping en España (13,80%). En los primeros puestos se encuentra Cataluña con un 36,20%, seguida por Andalucía con un 14,20%.

En cuanto a nuestra Comunidad, el 41,20% de las plazas de camping están situadas en Alicante, con un total de 28.310 plazas. Seguidamente se encuentra Castellón con 20.537 plazas, y Valencia con 19.801, un 28,86% del total. Cabe destacar que el 85,50% de éstas se concentran en los municipios de litoral, y sólo el 17,50% en los del interior.

Si nos centramos en las Comarcas de la Comunitat con mayor oferta en plazas de camping, La Safor se sitúa en la tercera posición con un 11,20% del total de las plazas. A continuación, se muestra la tabla que recoge el número de cámpines existentes en cada municipio de la Safor y el total de plazas que ofrecen, tal y como se ha comprobado en el Banco de Datos Territorial del Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana (2015).

Tabla 4: Números y plazas de los campings de la Safor en 2.015.

Municipio	Número	Plazas
L'Alqueria de la Comptessa	1	84
Barx	1	238
Daimús	1	419
Gandia	2	1.703
Xeraco	1	195
Miramar	1	478
Oliva	7	4.446
Tavernes	1	135
Total	15	7.698

Fuente: Banco de Datos Territorial del Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana

La mayoría de los turistas que se alojan en estos campings son de nacionalidad española (66%), siendo los residentes de la Comunidad Valenciana los que más

pernoctaciones realizan en este tipo de alojamiento, convirtiéndose así en el principal emisor nacional.

En segundo lugar, se encuentran los turistas procedentes de Madrid, representando el 14% del total de viajeros que eligen esta modalidad de alojamiento. Seguidamente se encuentra Catalunya, Castilla la Mancha y el País Vasco, con un 6%, un 5% y un 4% respectivamente.

Todos ellos, según los datos del 2.014 que el mismo informe describe, efectuaron un total de 2,3 millones de pernoctaciones, haciendo que el mercado nacional creciera un 8% en turistas y un 6% en pernoctaciones.

En cuanto al mercado internacional, 248.376 extranjeros decidieron alojarse en campings de la Comunitat (34%) y llegaron a realizar más de 4 millones de pernoctaciones, lo que supone un 64% del total. Por otro lado, el mercado internacional incrementó el volumen de turistas en 15% con respecto al año anterior, y las pernoctaciones un 7%, siendo los principales emisores internacionales el Reino Unido, Alemania y Holanda.

Cabe destacar que, aunque la mayoría de los turistas que se alojan en campings en la Comunidad Valenciana son españoles, los que más pernoctaciones realizan son los turistas extranjeros llegando a superar el 60%.

Así bien, hasta este momento se ha hablado de los cámpines tradicionales de la Comunitat Valenciana, pero no se ha mencionado una nueva tendencia de cámpings que está apareciendo a lo largo de los últimos años y se ha establecido en todos los continentes del mundo, el conocido *Glamping*.

De la unión de “camping” y “glamour” nace la idea de *Glamping*, la cual es descrita por Alicia Aragón (2013) en el diario ABC como “una idea que reconcilia a los sibaritas con la acampada al aire libre”.

Actualmente, hay más de diez *Glampings* establecidos en las diferentes provincias del país, especialmente cerca de las costas. Cabe destacar que en la Comunitat Valencia solo existe la posibilidad de alojarse en este tipo de alojamiento exclusivo en el municipio de Benissa, Alicante.

Tabla 5: Lista de los Glampings en España en 2.013

Nombre del <i>Glamping</i>	Lugar del establecimiento
Lanzarote Retreats	Arrieta (Lanzarote)
Glamping Airstream	Alozaina (Málaga)
Otro Mundo	Fuente del Taif (Albacete)
Casa Nube	Genalguacil (Málaga)
Casa del Mundo	Tibi (Alicante)
Casa de Laila	Alhaurín el Grande (Málaga)
Cabanes als Arbres,	Sant Hilari Sacalm (Gerona)
La Jaima,	Benisa (Alicante)
Narnia Lodgings,	Zafarraya (Granada)
Finca Las Cañadas,	Villasbuenas de Gata (Cáceres)

Fuente: Diario ABC.

Actualmente, la oferta de alojamiento que ofrece Xeraco a sus turistas durante los meses de vacaciones es bastante escasa. A lo largo de toda la playa solo existe la posibilidad de alojarse en un único camping, el cual está situado en primera línea de la playa y cuenta con 195 plazas. Siguiendo con la oferta extra hotelera que posee la playa, también existe la posibilidad de alojarse en apartamentos turísticos. Según el Instituto Valenciano de Estadística (2.015), en el año 2.015 hay un total de 253 apartamentos turísticos en la playa de Xeraco, llegando a superar las 1.400 plazas.

Teniendo en cuenta el número de llegadas de turistas que posee el municipio, destaca la escasa oferta de alojamiento extra hotelero, puesto que solo se encuentran apartamentos turísticos y un único camping, mientras que la oferta de alojamiento hotelero es nula.

Tabla 6: Número y plazas de empresas turísticas en 2.015

Empresas turísticas en 2.015	Número	Plazas
Hoteles	-	-
Hostales	-	-
Pensiones	-	-
Apartamentos	253	1.436
Cámpines	1	195
Casas rurales	-	-
Albergues	-	-
Restaurantes y cafeterías	25	1.066
Agencias de viajes	3	
Empresas turismo activo	-	

Fuente: Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana.

III. PROPUESTA DE GASTROCAMPING

3.1 Propuesta del concepto de *Gastrocamping* como idea de negocio

El concepto de *Gastrocamping* se puede definir como un tipo de alojamiento extra hotelero, dentro de la categoría de los campings, cuya temática principal está basada en la gastronomía. A partir de esta tipología turística, vinculada al turismo cultural, el turista podrá alojarse en el camping y realizar actividades gastronómicas ligadas a los platos, alimentos y sabores típicos de la zona de Xeraco y de la Safor. Mediante estas actividades, el turista puede disfrutar y aprender sobre la gastronomía característica del territorio, desempeñando actividades culinarias que harán de su estancia una auténtica experiencia sensorial y personal.

Cabe mencionar la peculiaridad de esta nueva concepción de alojamiento extra hotelero, cuyo término es novedoso puesto que, después de una exhaustiva búsqueda en varias fuentes como internet y libros, se puede asegurar que es un concepto inexistente hasta

la fecha. *Gastrocamping* nace de la unión de los sustantivos gastronomía y camping, formando este nuevo concepto de modalidad de alojamiento.

Actualmente las actividades gastronómicas están de moda, existiendo varios hoteles como por ejemplo La Gastrocasa en Gandía, cuya temática también se basa en la gastronomía y el vino. Por otro lado, los talleres culinarios, la cocina gourmet y los restaurantes con estrellas Michelin han pasado a ser un buen reclamo para todos aquellos interesados en el mundo gastronómico, tal y como nos aseguró el propietario de la Gastrocasa.

Así bien, la web de Marca España define la gastronomía como “uno de los grandes atractivos para los turistas que vienen a España y que se ha convertido en un valor añadido que nos diferencia de otros destinos”.

De esta manera se pretende fortalecer el turismo en Xeraco, lugar donde estará ubicado el *Gastrocamping*. Mediante una nueva oferta de alojamiento temático se pretende diferenciar al destino gracias al valor añadido que aporta la gastronomía y las diferentes actividades que se pueden desarrollar gracias a ella. De esta manera no solo se conoce la cultura y los estilos de vida del territorio, sino que se conceden oportunidades para activar y diversificar el turismo, impulsando el desarrollo de la economía local implicando a diferentes sectores profesionales como los mercados, agricultura y hostelería culinaria entre otros.

Y es que, tal y como la web *Culinary Tourism* afirma, el “estable protagonismo de la gastronomía en la elección del destino y en el consumo turístico, se ha concretado en el crecimiento de una oferta gastronómica basada en productos de calidad autóctonos y en la consolidación de un mercado propio para el turismo gastronómico”.

3.2 Marco legal

El Diari Oficial de la Comunitat Valenciana es el medio por el cual la Conselleria de Economía, Industria, Turismo y Empleo, publica las diferentes leyes que regulan esta competencia. En éste, está publicada la ley autonómica encargada de legislar los campings de la Comunitat Valenciana, en concreto la siguiente:

- DECRETO 6/2015, de 23 de enero, del Consell, regulador de campings y de las áreas de pernocta en tránsito para auto caravanas de la Comunitat Valenciana [2015/563].

En primer lugar, todos los campings deberán estar provistos de todas las instalaciones y equipamientos que, según la categoría de cada camping, determina este Decreto. Puesto que el *Gastrocamping* tendrá categoría de 4 estrellas, estos son todos los servicios generales mínimos con los que el establecimiento deberá contar.

- Restaurante.
- Venta de prensa diaria.
- Piscina para niños y adultos, que en este caso será cubierta y climatizada.
- Parque infantil.
- Club social.
- Club infantil.
- Programa de animación.
- Lavadoras automáticas, secadora y plancha.
- Calefacción en recinto de servicios sanitarios generales.
- Dotación de suministro de aguas y desagüe puesto que en las cabañas prefabricadas están dotadas de cuarto de baño.
- Lavadero de coches.
- Biblioteca.
- Internet en alojamientos.
- Parking.
- Como el camping se encuentra a 500 m. de un supermercado, el establecimiento estaría exento de instalar uno en el recinto. Por este motivo, el *Gastrocamping* tendrá servicio de artículos de uso frecuente.
- Al igual como ocurre con el supermercado, el establecimiento estará exento de instalaciones deportivas puesto que éstas se encuentran a menos de 400 m.

Además de los anteriores servicios generales, el *Gastrocamping* deberá cumplir con los requisitos generales que se muestran a continuación:

- Garantizar el suministro de agua potable para el consumo humano.
- Suministrar electricidad a todas las parcelas e iluminar todas las instalaciones de uso común.
- Instalar alumbrados de emergencia en las zonas comunes.
- Colocar una red de saneamiento conectada a la red general, quedando prohibidos los pozos ciegos².

² es una excavación en el terreno en forma de pozo, cubierto de paredes perforadas que recibe la descarga de las aguas negras. Fuente: Wikipedia.

- Construir un vallado en todo el perímetro del recinto, los cuales estarán integrados en el entorno.
- Instalar viales con una anchura de 3,5 m. que facilitarán la evacuación y eliminación de las aguas pluviales.

En segundo lugar, la recepción se instalará cerca de la entrada principal del recinto y deberá ser atendida permanentemente por el personal de la empresa, el cual facilitará a los clientes la información necesaria. También figurará un plano general de situación de las salidas de emergencia y de las vías de evacuación pertinentes.

Por otra parte, el camping deberá disponer de instalaciones y medidas de prevención, protección y seguridad para casos de incendios, inundaciones u otras emergencias.

En cuanto a los requisitos de servicios sanitarios mínimos para la clasificación del *Gastrocamping*, cabe destacar que todas las cabañas prefabricadas están exentas de los siguientes servicios puesto que facilitan servicios sustitutivos. Por lo tanto, los siguientes servicios mínimos estarán disponibles para los usuarios del resto de las parcelas instaladas en el recinto:

- Un lavabo independiente para señoras y caballeros cada siete tiendas parcelas³
- Un WC por parcela independiente para señoras y caballeros cada siete parcelas⁴.
- Agua caliente en las duchas.
- Toma de corriente junto a lavabos.
- Bañeras y vestidores para bebés.
- Servicios sanitarios para personas con discapacidad.

Por otro lado, las unidades de alojamiento tipo bungalows estarán equipadas con los siguientes requisitos para poder cumplir con la clasificación:

- Refrigeración en los dormitorios y en el salón.
- Calefacción en los dormitorios y en el salón.
- Agua caliente.
- Armarios.
- Televisión.
- Plano de evacuación situado en la puerta del bungaló.
- Toma de corriente en todas las dependencias
- Cuarto de aseo con ducha.

³ Para este cálculo no se computarán las parcelas con cabañas prefabricadas.

⁴ Para este cálculo no se computarán las parcelas con cabañas prefabricadas

- Cocina equipada con dos fogones, frigorífico, campana, horno/microondas y plancha eléctrica.
- Aparcamiento de vehículos.

En cuanto a la superficie total del camping, estará dividida en dos partes, una zona para la estancia y alojamiento de los huéspedes, la cual no podrá superar el 75% de la superficie total, y otra, destinada a viales, zonas verdes, deportivas y otros servicios de zona común.

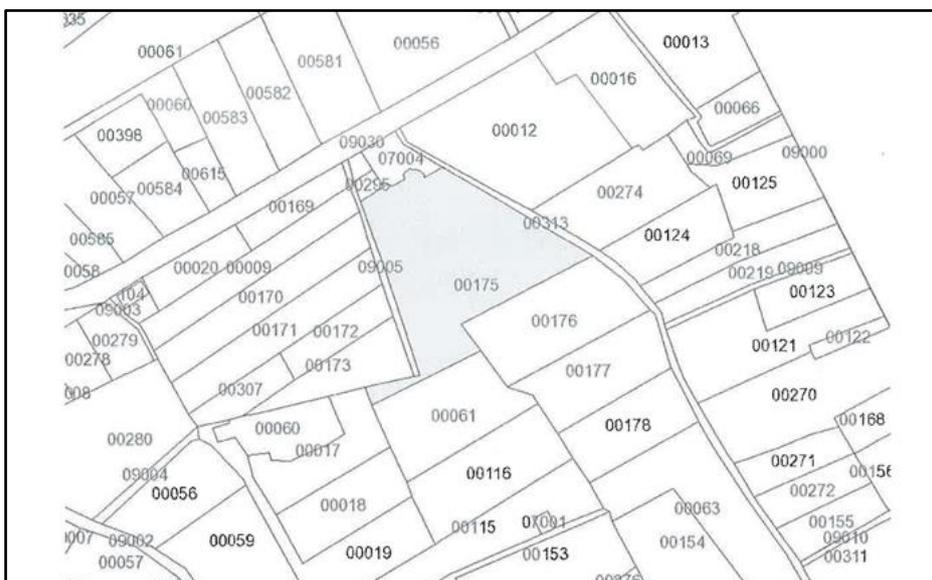
De la superficie del camping destinada a estancia y alojamiento, solo podrá estar ocupada por bungalows o cabañas prefabricadas un 60%, siendo el resto destinada a parcelas para autocaravanas o tiendas de campaña.

Por último, para hacer una declaración responsable de inicio de la actividad se deberá comunicar el inicio de ésta al Servicio Territorial de Turismo de la provincia donde se ubique, en este caso Valencia. A continuación, se inscribirá de oficio y se clasificará turísticamente al establecimiento en el registro.

3.3 Ubicación y características del lugar

El *Gastrocamping* se ubicará, como se ha mencionado anteriormente, en la playa de Xeraco, concretamente en el Polígono Borróns número 175. Según la información de Bienes Inmuebles de Naturaleza Rústica del Ayuntamiento de Xeraco, la superficie total del terreno es de 6.076m², de los cuales 661 m² están ocupados por un pequeño edificio donde antiguamente había una discoteca.

Imagen 1: Parcela en la que se ubicaría el *Gastrocamping*.



Elaboración de una propuesta de un Gastrocamping en Xeraco

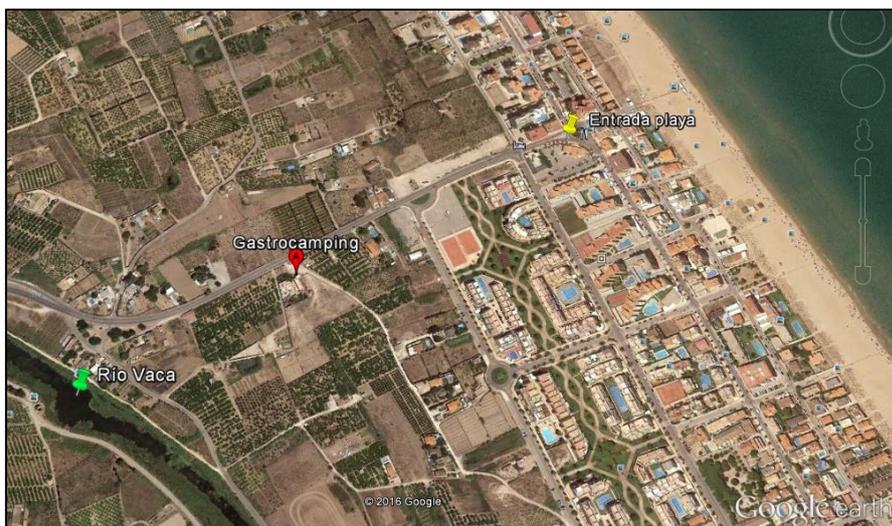
Fuente: Ayuntamiento de Xeraco.

La parcelación actual del terreno data del año 1.988 y durante muchos años su principal actividad fue la agrícola, al igual que todos los terrenos que rodean la parcela, en los cuales se continúa realizando el cultivo de naranjos. Esto convierte al terreno en un lugar mágico, puesto que el terreno no solo está rodeado de recursos naturales como los campos agrícolas, sino que está también situado a escasos metros del río Vaca.

Actualmente, el terreno está en proceso de revisión de su catalogación en el Plan General de Ordenación Urbana para permitir el desarrollo de este tipo de actividades.

Cabe destacar que, aunque el *Gastrocamping* no esté situado dentro de la zona urbana de la playa, se encuentra a tan solo 500 m de la entrada de la misma y a 600 m de primera línea de costa, aproximadamente unos 7 minutos andando.

Imagen 2: Mapa de Xeraco



Fuente: Elaboración propia a partir de las herramientas de Google Earth.

En la siguiente tabla se listan los servicios y equipamientos con los que cuenta el municipio, así como la distancia a la que se encuentran del camping.

Tabla 7: Servicios y su respectiva distancia del *Gastrocamping*.

Servicios	Distancia del <i>Gastrocamping</i>
Consultorio médico	500 m
Policía	500 m
Oficina de Turismo	500 m

Cajero automático	500 m
Supermercados	520 m
Farmacia	560 m
Bares y restaurantes	A partir de 550 m

Fuente: Elaboración propia.

En relación a la distribución del camping, en la parte no construida se ubicarían las 30 cabañas donde los huéspedes se alojarían durante su estancia en el camping. Éstas estarían completamente integradas en el entorno, puesto que tendrían un estilo y una decoración mediterránea, al igual que con el paisaje. Se instalarían tres tipos de cabañas diferentes para poder alojar a los huéspedes según sus propias necesidades.

En primer lugar, y empezando por la opción más básica y aventurera, se encontraría la Tiendas Híbridas, cuya superficie sería de 5 m² y son resistentes al viento y al agua. Este tipo de tiendas estarían formadas por una cama de matrimonio y una mesita de noche. Se adquirirían en la empresa de origen inglés Lotus Belle y se instalarían un total de 10 tiendas por el camping.

Imagen 3: Ejemplo de tiendas híbridas.



Fuente: Lotusbelle web.

En segundo lugar, se instalarían cabañas prefabricadas de madera de dos tamaños diferentes. La superficie total de una cabaña sería de una media de 43 m² y su capacidad máxima sería de unas 4 personas. En ellas se incluiría un baño con ducha,

Elaboración de una propuesta de un Gastrocamping en Xeraco

cocina equipada, una habitación de matrimonio, otra con una litera, salón-comedor y un porche en el exterior. En este caso también se instalarían un total de 10 cabañas.

Imagen 4: Plano de las cabañas prefabricadas de 43 m².



Fuente: Web de Luxetenten.

Por último, estarían las cabañas de gama superior, cuya superficie total es de 60 m² y cuentan con dos pisos. Estas estarían equipadas con baño, ducha, una pequeña cocina equipada, dos habitaciones de matrimonio, altillo con cuatro camas individuales y un porche. Además, podrían alojar a un máximo de 8 personas por cabaña y se instalarían un total de 10 cabañas.

Este tipo de cabañas prefabricadas serían adquiridas a la empresa holandesa Luxetenten, las cuales serían enviadas e instaladas por los técnicos de dicha empresa.

Imagen 5: Plano de las cabañas prefabricadas de 60 m2.



Fuente: Web de Luxetenten.

Las cabañas estarían distribuidas por zonas según la tematización de éstas, siguiendo siempre características mediterráneas como el mar, la montaña, el naranjo o el romero. La decoración de cada cabaña irá ligada a su correspondiente temática, siguiendo siempre, como se ha dicho anteriormente, el aire mediterráneo que caracteriza la playa de Xeraco.

Cada cabaña contará con una amplia gama de servicios que facilitarán al huésped su permanencia en el *Gastrocamping*, entre los que se incluiría:

- Una cama doble o individual.
- Mesitas de noche en ambos lados de la cama con lámparas de noche.
- Una mesa con cuatro sillas.
- Baño con ducha (inodoro, lavamanos y espejo).
- Televisión de plasma.
- Armario.
- Mini bar.
- Aire acondicionado.
- Acceso a internet.
- Sábanas y toallas.
- Cafetera.

Todas las cabañas tendrán las mismas características, menos la zona denominada llamada "Aire", donde estarán ubicadas las cabañas de gama superior. Éstas contarán

Elaboración de una propuesta de un Gastrocamping en Xeraco

con servicio de habitaciones, zumo de bienvenida, albornoces, y acceso prioritario en todas las instalaciones del camping.

Por último, las parcelas preparadas para la instalación de autocaravanas o de tiendas de campaña estarían repartidas en el resto del terreno.

En el edificio ya construido se ubicará la entrada/recepción del hotel, el restaurante con capacidad para 80 comensales, la cocina con un pequeño salón donde se realizarán los talleres, los baños comunes y un pequeño espacio para almacenaje.

En una parte del terreno restante se construirá una pequeña piscina climatizada con zona de tumbonas, un chiringuito con terraza y un huerto ecológico que complementará las actividades que se desempeñen en los talleres de cocina.

Tabla 8: Desglose de productos en micro-productos.

PRODUCTOS	MICRO-PRODUCTOS
Alojamiento	Habitaciones – cabañas Toallas y ropa de cama Wifi Servicio de habitaciones Mini bar
Servicios	Parking Alquiler de bicicletas Piscina Rutas guiadas
Gastronomía	Talleres de cocina Restaurante Chiringuito Rutas por las empresas de la zona

Fuente: Elaboración propia.

3.4 Perfil del turista

El término campista define a aquellas personas que deciden alojarse en campings durante sus vacaciones, los cuales serían el público objetivo que pretende tener el *Gastrocamping*.

Debido a las características anteriormente mencionadas sobre cómo estaría enfocado el producto *Gastrocamping*, la oferta de productos estaría ligada tanto al turista gastronómico como a los llamados turistas de camping. Por este mismo motivo el perfil del turista varía según se analice a un tipo de turista o a otro.

Si bien antes se comentaba que los turistas extranjeros son los que más pernотaciones realizan en los campings de la Comunitat Valenciana, este dato va ligado a la edad de estos turistas, la cual está comprendida en dos bloques: más de un tercio supera los 65 años y casi un 70% es mayor de 45 años según el Informe de Productos Turísticos de la Comunitat Valenciana citado anteriormente. Por este motivo, su estancia media en los campings oscila entre los 18 días. Durante estos días, la actividad preferida de los turistas extranjeros está relacionada con el turismo cultural, seguida por el turismo deportivo, el de salud, y finalmente el turismo gastronómico, representando el 15%.

Otro rasgo característico del turista extranjero es su manera de organizar el viaje, donde más de la mitad prefiere reservar directamente en el establecimiento, un 42% viaja sin reserva y sólo un 1% contrata un paquete turístico.

Durante su estancia, este turista gasta una media de 61,50 € por día, siendo el gasto total del turista extranjero de 168.5 millones de euros durante el 2.014.

Siguiendo con este análisis, el turista nacional realiza estancias más cortas que los anteriores, siendo éstas de fin de semana, con una estancia media de 3.8 días y gastando la mitad que el turista internacional: 37,9 €. Por este motivo, el gasto total del turista español en los campings de la Comunidad Valenciana fue de 52,7 millones de euros, cantidad bastante inferior a la anteriormente mencionada ya que el gasto en transporte y la estancia media son menores a la de los extranjeros.

En el informe anteriormente mencionado no aparecen características ni de la edad del turista nacional ni de qué manera realiza su reserva.

La principal motivación que impulsa a los turistas de camping, tanto para los nacionales como los internacionales, es la de desplazarse en busca de ocio y recreo, siendo el transporte por carretera el preferido por ambos.

Por otro lado, y analizando el perfil del turista gastronómico, el informe *Food Tourism* (2.014), el cual recoge la opinión de 389 profesionales del sector turístico en cinco países diferentes, considera España como un destino atractivo por su gastronomía por delante de países como Reino Unido, Italia o Francia.

Según el mismo informe, los mercados en los cuales los aspectos gastronómicos están particularmente apreciados por los turistas son los españoles con un 85%, los ingleses con un 73%, los italianos y los franceses con un 60%, y los alemanes con un 55%. Además, en función de la oferta gastronómica, estos mismos mercados consideran que la comida local y el vino afectan a la imagen del destino.

Siguiendo con este informe, más de la mitad de los turistas que se decantan por el turismo gastronómico estarían en un rango de edad comprendido entre los 36 a los 55 años, un 30% sería mayor de 55 años y solo un 1% estaría dentro del rango de los 20 a los 35 años. De estos turistas, un 50% viajaría junto con sus parejas casi un 20% lo haría junto con sus amigos, un 15% con asociaciones y grupos especializados, un 9% con la familia y sólo un 1% los realizaría en solitario.

En relación a la duración de los viajes, el 58% indica que estaría entre 2-3 días, casi un tercio de los turistas estaría una semana, el 7% sólo un día, y un 3% estaría diez días o una semana.

En cuanto al gasto medio que realizarían por día y por persona, casi la mitad de ellos gastarían en actividades gastronómicas entre 100 y 250 €, casi una cuarta parte consumiría un máximo de 100 €, un 12% entre 250 y 500 € y finalmente, solo el 8 % desembolsaría entre 500 y 1000 €.

En conclusión, la localidad de Xeraco recibe en su mayor parte a turistas nacionales de mediana edad, estando la mayoría de ellos acompañados por sus familias en periodos cortos de dos o tres días. En cuanto al nivel adquisitivo de las familias que se alojan en el camping, es un nivel adquisitivo sería medio-alto, puesto que el presupuesto ronda entre los 100 y 250 € por día. Por este motivo, el camping irá destinado a éste perfil de turista, además de intentar atraer a nuevos perfiles como las parejas.

Según la mayoría de los expertos, citados en el anterior informe, los turistas tienden a combinar las experiencias gastronómicas con diferentes actividades, entre ellas:

- Visitar el destino y los alrededores.
- Hacer visitas culturales.
- Realizar actividades de salud y bienestar.
- Asistir a eventos temáticos.

- Ir de compras.
- Desempeñar actividades al aire libre.

En cambio, también existen actividades combinadas con la gastronomía, las cuales han sido valoradas en dicho informe de mayor a menor:

- Visitar granjas y mercados.
- Comprar productos locales.
- Asistir a eventos relacionados con la comida y el vino.
- Realizar talleres de cocina conocidos como *workshops*.
- Asistir a ferias de comida y vino.

Como conclusión de este informe, la mayoría de los turistas que vendrían al *Gastrocamping* serían de nacionalidad española seguidos de los ingleses y los franceses. Estos turistas, cuyas edades estarían comprendidas de los 55 a los 33 años, mitad se alojarían con sus respectivas parejas, y solo una décima parte de ellos serían familias con niños. Su nivel adquisitivo sería medio-alto, puesto que el gasto medio por persona y día es desde los 250 € a los 1000 €. Además, la mayoría de los turistas se alojarían durante los fines de semana una media de dos y tres días, y durante éstos combinarían diferentes actividades culturales y gastronómicas.

3.5 El producto y el *Gastrocamping*

La idea de *Gastrocamping* nace de la necesidad de crear un producto distintivo y atractivo que pueda mejorar la escasa oferta de alojamiento que existe en Xeraco.

Es por este motivo que, aunque en la playa ya existe otro camping como se ha mencionado anteriormente, surge la necesidad de crear un modelo de alojamiento tematizado bajo la gastronomía diferenciándose de esta manera del otro camping.

En cuanto al producto, la base principal del *Gastrocamping* se centra en dos aspectos clave que logran diferenciarlo del resto de este tipo de alojamiento colectivo: el lujo y la gastronomía.

Mientras que gracias al lujo los clientes contarán con una serie de servicios que aportarán mayor confort a su estancia, “la gastronomía se encargará de la parte primordial, es decir, de responder a valores clásicos que se asocian a las nuevas tendencias en el turismo: la cultura y la tradición, la vida saludable, la autenticidad, la sostenibilidad y la experiencia”, tal y como lo describe *Culinary Tourism*.

Partiendo de la base principal, es decir la gastronomía, las actividades culinarias se enfocarán en los siguientes puntos:

- Talleres de cocina

Mediante estos talleres el turista podrá realizar diferentes actividades culinarias relacionadas con los productos y platos típicos de la zona de Xeraco y de la Safor, las cuales les permiten entrar en contacto con los alimentos y recetas que pueden ser desconocidos para ellos mientras que aprenden a cocinarlos.

El pilar fundamental de los talleres es cocinar los platos típicos de la zona y conocer de donde provienen los alimentos locales, las propiedades que contienen, así como las diferentes maneras de cocinarlos, para así, finalmente poder degustarlos en el restaurante del camping.

- El restaurante

Espacio donde los huéspedes podrán degustar la carta elaborada por el chef que se encargará de la cocción y producción de los platos. Estos siempre estarán compuestos por alimentos locales y con recetas típicas de la zona. El restaurante estará abierto durante las tres comidas del día (almuerzo, comida y cena).

Después de realizar los talleres de cocina, los clientes podrán elegir entre comer dentro del restaurante o en la terraza del camping, al igual que durante la hora del almuerzo.

A continuación, se detallan los platos típicos de la zona, diferenciando los arroces, los platos, el dulce y la bebida, los cuales estarán tanto dentro de la carta del restaurante como en la guía de los diferentes talleres de cocina, y se realizarán según la temporada del año en la que se encuentren.

- Arroces
 - Arroz al horno.
 - Arroz caldós.
 - Paella (valenciana, alcachofas)
 - Arroz a banda.
 - Fideuà.
- Platos típicos
 - *Coca de dacsa*
 - *Coca de pebre y tonyina de sorra.*
 - *Espencat.*

- *Suc d'anguiles.*
- Dulces:
 - *Coca dolça.*
 - *Coca de panses y anous.*
 - *Pastissets de moniato.*
- Bebidas:
 - Horchata
 - Cerveza de Xàtiva.
 - Vinos de Valencia.
- Huerto ecológico

El camping contará con un huerto ecológico en el que se cultivarán diferentes productos típicos de la zona como las naranjas, limones, cultivos hortícolas y hierbas aromáticas, entre otros.

Durante su estancia, los clientes podrán realizar labores de cultivo en el huerto y recolectar los alimentos para finalmente, llevarlos al taller de cocina y cocinarlos ellos mismos.

- Visitas culinarias

Este tipo de visitas están basadas en conocer las diferentes centrales frutícolas de la zona para comprender de dónde vienen los productos locales, como son tratados y como llegan finalmente a los mercados.

La mayoría de las empresas establecidas en Xeraco se encargan de la comercialización de naranjas, contando con un total de cinco almacenes. Además, también existe un almacén que se encarga de la confección y comercialización de hortalizas, una pequeña fábrica de horchata y una empresa que se dedica a la producción de las famosas *Coques de dacsa*.

- Visitas culturales

Aunque el patrimonio cultural de Xeraco no es muy extenso, se elaboraría una ruta cultural por los monumentos más conocidos y representativos del pueblo. Entre ellos se destaca la Ermita Santíssim Crist de l'Agonia, situada en el casco urbano desde 1833 y catalogada como bien de interés histórico-artístico.

Otro de los bienes religioso que posee Xeraco es la Iglesia de Nuestra Señora de la Encarnación, un templo de estilo neoclásico datado en 1701 formada por dos torres campanario, que fue restaurada hace escasos años.

Siguiendo con bienes culturales, la Torre de Guaita se ha convertido en el emblema principal de Xeraco. Situada a escasos metros del camping, fue construida en el S. XVI al lado del río Vaca, y sirvió de vigilancia y guardia marítima del Reino de Valencia.

Por último, la Cisterna, una fabricación subterránea del 1883 fabricada con piedra que servía de recolecta y almacenamiento de agua potable para el consumo de los vecinos del pueblo.

- Rutas naturales

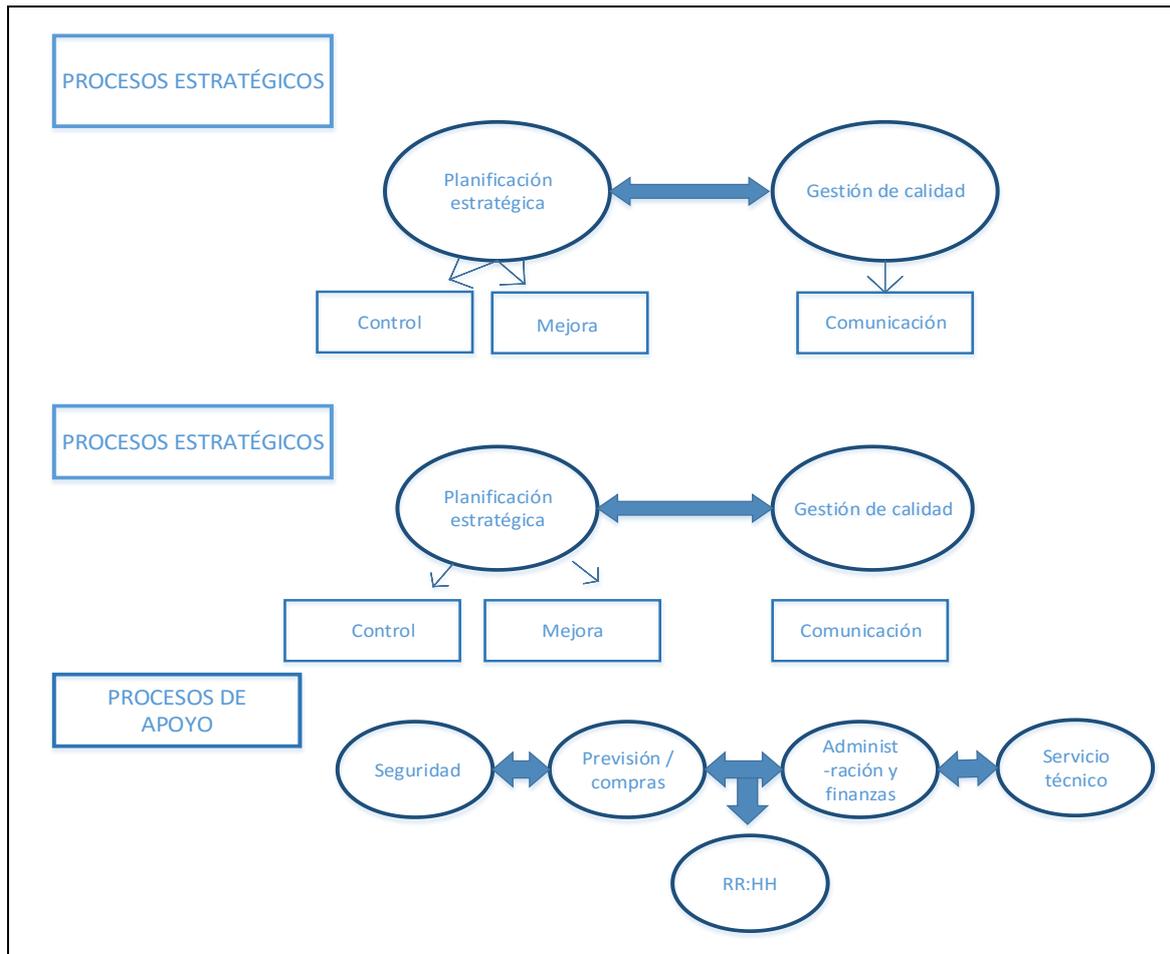
Uno de los recursos más destacados y que más atención ha desatado a los turistas de Xeraco son sus recursos naturales: la montaña, el marjal y el río.

Gracias a las diversas sendas reconstruidas por la montaña los turistas podrán conocer el ecosistema que habita en ella realizando rutas de senderismo por el Monduver, la Barcella y las diferentes fuentes como la Font de l'Ull, la Font del Xopet y la de l'Olivera, entre otras. Durante estas rutas, los turistas podrán conocer y recolectar, en su caso, algunas de las plantas y alimentos que crecen en este entorno: espárragos, romero...

3.5 Organización empresarial

Puesto que la base del *Gastrocamping* es centrarse en las necesidades y expectativas del cliente, la organización empresarial se organizará por procesos y no por cargos. De esta manera se podrá responder a las demandas cada vez más exigentes de los clientes y prever las oscilaciones de un mercado cada vez más imprevisible tal y como viene descrito en el libro *Introducción de la Gestión de la calidad* (2.010).

Además, la gestión por procesos se basa en los principios de eficiencia (mayor competitividad), la flexibilidad y la descentralización en la toma de decisiones con el fin de aumentar los resultados de la organización empresarial, consiguiendo niveles superiores de satisfacción en los clientes.



Los procesos estratégicos se encargarán de definir y desarrollar las estrategias y los objetivos del camping gracias a los estudios de mercado, el marketing, la tecnología y la evaluación de la satisfacción de los clientes. Por otro lado, gracias a los procesos clave se añadirá valor a la satisfacción de los usuarios ya que estos influyen en que el cliente esté satisfecho o no del servicio que la empresa ofrece. Por último, los procesos de apoyo son necesarios para el control y la mejora de la gestión de la empresa ya que, aunque no intervienen directamente con el cliente, sin ellos no se podría gestionar correctamente la empresa.

IV. VIABILIDAD DEL NEGOCIO

En este punto se analizará la viabilidad económica del proyecto *Gastrocamping* teniendo en cuenta la inversión necesaria para su puesta en funcionamiento, los cobros según la ocupación estimada y todos los posibles pagos que comporte este proyecto, para finalmente obtener los flujos de caja de la inversión.

La viabilidad económica del *Gastrocamping* es uno de los puntos más significativos del proyecto ya que con ello se sabrá si invertir en la propuesta de elaboración de este proyecto es rentable o no.

4.1 Inversión necesaria

Para llevar a cabo este proyecto se necesita una cantidad económica elevada para remodelar tanto el terreno como el edificio que hay en la propiedad, así como la adquisición de las diferentes cabañas y tiendas que se instalarían para alojar a los huéspedes. Además, se invertiría en los diferentes servicios y equipamientos que serían necesarios para la puesta en marcha del *Gastrocamping*:

- Urbanización de las parcelas.
- Instalaciones de tomas de agua y electricidad necesarias, así como el alumbrado del recinto y las medidas oportunas contra incendios.
- Remodelación de los baños, el almacén y la lavandería.
- Construcción de una piscina climatizada.

En las siguientes tablas se detalla el presupuesto de inversión que sería necesario para la realización de la reforma, el cual ha sido extraído de manera proporcional al número de plazas, a partir del Proyecto de Camping del Ayuntamiento de Navarrés.

Tabla 9: Presupuesto de obras.

Concepto	Coste
Adecuación caminos y accesos	23.951,95 €
Urbanización de las parcelas	18.529,67 €
Módulos aseos	32.818,16 €
Saneamiento	4.949,23 €
Albañilería	15.630,35 €
Carpintería y cerrajería	2.118,70 €
Electricidad	2.052,96 €
Pinturas	755,37 €
Construcción restaurante	25.019,03 €
Albañilería	18.346,17 €
Fontanería	2.434,03 €
Carpintería	464,00 €
Electricidad	3.092,30 €
Pinturas	682,54 €
Instalación eléctrica en general	47.486,13 €
Zonas verdes y red de riego	20.465,44 €
Tiendas híbridas de 6 m2	31.700,00 €
Casas prefabricadas de 43 m2	128.500,00 €
Casas prefabricadas de 60 m2	189.650,00 €
Piscina climatizada	118.000,00 €
Contraincendios	1.589,41 €
Zona de juegos	550,03 €
Presupuesto de ejecución material de las obras (PEM)	638.259,82 €
Gastos generales 13% / PEM	82.973,78 €
Beneficio industrial 6% / PEM	38.295,59 €
Presupuesto por ejecución de contrata	759.529,18 €
IVA 21%	159.501,13 €
Presupuesto base de licitación	919.030,31 €

Fuente: Elaboración propia a partir del Proyecto de Camping del Ayuntamiento de Navarrés.

Tabla 10: Cálculo de honorarios técnicos.

Honorarios técnicos	Cantidad	Coste
Proyecto básico + estudio básico de seguridad y salud	1,50% / PEM	9.573,90 €
Declaración de interés comunitario y estudio de integración paisajística	1% / PEM	6.382,60 €
Proyecto de ejecución	1% / PEM	6.382,60 €
Dirección de obra + coordinación de seguridad y salud	1,20% / PEM	7.659,12 €
Proyecto técnico de pública concurrencia	0,40% / PEM	2.553,04 €
Proyecto licencia ambiental y plan de emergencias	0,40% / PEM	2.553,04 €
BASE		35.104,29 €
IVA		7.371,90 €
TOTAL HONORARIOS		42.476,19 €

Fuente: Elaboración propia a partir del Proyecto de Camping del Ayuntamiento de Navarrés.

Para la puesta en funcionamiento del camping no solo son necesarios los trabajos de mejora. Las diferentes inversiones en equipamientos e instalaciones permiten al camping cumplir con las exigencias legales y de calidad tal y como son descritas en el apartado del Marco legal 3.2.

En las siguientes tablas se muestran los diferentes costes producidos por la adquisición del inmovilizado, cuyos precios proceden de varias empresas que están actualmente en el *mercado*⁵:

Tabla 11: Mobiliario recepción y oficina.

Mobiliario recepción	Unidades	Coste / Ud.	Total
Ordenadores Hp	3	480,00 €	1.440,00 €
Aplicaciones informáticas	1	500,00 €	500,00 €
Impresora Epson	1	259,00 €	259,00 €
Teléfonos Panasonic	2	23,90 €	47,80 €
Mesas	1	99,00 €	99,00 €
Armarios	3	29,90 €	89,70 €
Sillones	3	49,99 €	149,97 €
Total			2.585,47 €
IVA			542,95 €
Total coste			3.128,42 €

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12: Instrumentos de limpieza y mantenimiento.

Instrumentos de limpieza y mantenimiento	Coste
Productos y herramientas de limpieza	350,00 €
Herramientas jardín, fontanería y electricidad	650,00 €
Total	1.000,00 €
IVA	210,00 €
Total coste	1.210,00 €

Fuente: Elaboración propia.

⁵Información extraída de las webs de las marcas Ikea, Media Mark y Ford

Elaboración de una propuesta de un Gastrocamping en Xeraco

Tabla 13:Elementos de transporte.

Concepto	Coste
Furgoneta Ford Ocasión	8.079,33 €
IVA	2.147,67 €
Total coste	10.227,00 €

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14: Mobiliario de restaurante.

Concepto	Unidad	Precio€/Ud.	Total
Taburetes	5,00 €	79,95 €	399,75 €
Mesas	20,00 €	59,99 €	1.199,80 €
Sillas	80,00 €	19,99 €	1.599,20 €
Total			3.198,75 €
IVA			671,74 €
TOTAL COSTE			3.870,49 €

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15: Equipamiento de cocina.

Concepto	Unidad	Precio€/Ud.	Total €
Armario congelación	1	1.064,00 €	1.064,00 €
Armario frigorífico	1	1.969,00 €	1.969,00 €
Freidora (10 litros)	1	490,00 €	490,00 €
Lavavajillas capota	1	2.951,00 €	2.951,00 €
Mesa central	4	237,00 €	948,00 €
Cafetera Nespresso	1	1.799,00 €	1.799,00 €
Lava vasos	1	871,00 €	871,00 €
Cocina (placa horno)	1	1.420,00 €	1.420,00 €
Microondas	1	105,00 €	105,00 €
Batidora	1	119,89 €	119,89 €
Sartén grande	3	61,99 €	185,97 €
Picadora	1	34,15 €	34,15 €
Sartén antiadherente	2	44,99 €	89,98 €
Olla 2,4 l.	2	31,99 €	63,98 €
Cacerola con mango	4	24,99 €	99,96 €
Cubo con tapa (basura)	6	4,99 €	29,94 €
Abrelatas de mesa	1	46,17 €	46,17 €
Tablas para cortar	2	11,30 €	22,60 €
Juego cuchillos cocina	1	127,77 €	127,77 €
Pinzas para servir	4	3,99 €	15,96 €
Bandejas de fibra	6	10,49 €	62,94 €
Cuenco cristal	5	3,99 €	19,95 €
Tapadera cacerola	4	11,19 €	44,76 €
Botellero (90 botellas)	1	87,02 €	87,02 €
Cubeta tapa	20	11,16 €	223,20 €
Tapar Tatay	15	4,71 €	70,65 €
Cubo inoxidable	10	7,36 €	73,60 €
Expositor neutro	1	196,00 €	196,00 €
Arcón congelador	1	311,18 €	311,18 €
Estanterías almacenaje	3	200,88 €	602,64 €
Bandeja recipiente	4	9,64 €	38,56 €
Tapa para recipiente	4	3,77 €	15,08 €
Total			14.198,95 €
IVA			2.981,78 €
Total Coste			17.180,73 €

Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo final de la asignatura de Gestión de la Restauración de 4º de GGT.

Tabla 16: Instrumentos de cocina y comedor.

Concepto	Unidad	Precio€/Ud.	Total €
Plato presentación	100	2,5	250,00 €
Plato decoración	100	2,5	250,00 €
Tenedores Martello	100	1,39	139,00 €
Cubertería 60 piezas	3	39,99	119,97 €
Paño grueso resistente	15	2,18	32,70 €
Servilletas Fox	210	1,17	245,70 €
Cuchillo Martello	150	2,59	388,50 €
Vaso pack 6 Ud..	40	3,99	159,60 €
Copa vino pack 6 Ud..	40	3,99	159,60 €
Copa champán	100	2,5	250,00 €
Taza de café	50	1,99	99,50 €
Taza de cappuccino	20	3,99	79,80 €
Vaso licor	20	1,5	30,00 €
Vajillas 18 piezas	50	16,99	849,50 €
Mantel Sole	25	14,99	374,75 €
Bandeja rectangular	20	7,5	150,00 €
Tabla madera	10	7,99	79,90 €
Total			3.658,52 €
IVA			768,29 €
Total coste			4.426,81 €

Fuente: Elaboración propia a partir del trabajo final de la asignatura de Gestión de la Restauración de 4º de GGT.

La financiación de la inversión se lleva a cabo a través de un préstamo a largo plazo a una entidad bancaria, en este caso el BBVA. En la siguiente tabla se muestra desglosado los diferentes conceptos que estarán incluidos en el préstamo.

Tabla 17: Conceptos susceptibles de financiación

Concepto	Base	IVA	Total
Presupuesto por ejecución de contrata	759.529,18 €	159.501,13 €	919.030,31 €
Honorarios técnicos	35.104,29 €	7.371,90 €	42.476,19 €
Mobiliario Recepción	2.585,47 €	542,95 €	3.128,42 €
Instrumentos de limpieza y mantenimiento	1.000,00 €	210,00 €	1.210,00 €
Elementos transporte	8.079,33 €	1.696,66 €	9.775,99 €
Equipamiento de cocina	14.198,95 €	2.981,78 €	17.180,73 €
Mobiliario comedor	3.658,52 €	768,29 €	4.426,81 €
Total	824.155,74 €	173.072,71 €	997.228,45 €

Fuente: Elaboración propia.

Elaboración de una propuesta de un Gastrocamping en Xeraco

Una vez identificados los diferentes costes, se formalizará un préstamo de un total de 897.228,45 €, puesto que se aportará en concepto de fondos propios 100.000 €.

A continuación, se presentan las características del préstamo, cuyo plazo de amortización es de 20 años, a un tipo de interés fijo anual (TAE) del 3%⁶, y mediante el método de amortización francés.

Tabla 18: Características del préstamo

NOMINAL	897.228,45 €
Plazo amortización	20 años
Método amortización	Francés
Tipo de interés anual TAE	3%

Fuente: *Elaboración propia.*

En la siguiente tabla se muestra el cuadro de amortización el préstamo.

Tabla 19: Cuadro de amortización del préstamo.

AÑO	CUOTA ANUAL	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	CAPITAL POR AMORTIZAR	CAPITAL AMORTIZADO
0				897.228,45 €	
1	60.307,85 €	26.916,85 €	33.390,99 €	863.837,45 €	33.390,99 €
2	60.307,85 €	25.915,12 €	34.392,72 €	829.444,73 €	67.783,71 €
3	60.307,85 €	24.883,34 €	35.424,50 €	794.020,23 €	103.208,22 €
4	60.307,85 €	23.820,61 €	36.487,24 €	757.532,99 €	139.695,45 €
5	60.307,85 €	22.725,99 €	37.581,86 €	719.951,14 €	177.277,31 €
6	60.307,85 €	21.598,53 €	38.709,31 €	681.241,82 €	215.986,62 €
7	60.307,85 €	20.437,25 €	39.870,59 €	641.371,23 €	255.857,21 €
8	60.307,85 €	19.241,14 €	41.066,71 €	600.304,53 €	296.923,92 €
9	60.307,85 €	18.009,14 €	42.298,71 €	558.005,82 €	339.222,63 €
10	60.307,85 €	16.740,17 €	43.567,67 €	514.438,15 €	382.790,30 €
11	60.307,85 €	15.433,14 €	44.874,70 €	469.563,44 €	427.665,00 €
12	60.307,85 €	14.086,90 €	46.220,94 €	423.342,50 €	473.885,94 €
13	60.307,85 €	12.700,28 €	47.607,57 €	375.734,93 €	521.493,51 €
14	60.307,85 €	11.272,05 €	49.035,80 €	326.699,14 €	570.529,31 €
15	60.307,85 €	9.800,97 €	50.506,87 €	276.192,26 €	621.036,18 €
16	60.307,85 €	8.285,77 €	52.022,08 €	224.170,19 €	673.058,26 €
17	60.307,85 €	6.725,11 €	53.582,74 €	170.587,45 €	726.641,00 €
18	60.307,85 €	5.117,62 €	55.190,22 €	115.397,23 €	781.831,22 €
19	60.307,85 €	3.461,92 €	56.845,93 €	58.551,30 €	838.677,15 €
20	60.307,85 €	1.756,54 €	58.551,31 €	-	897.228,45 €

Fuente: *Elaboración propia.*

⁶ El banco BBVA fija el TAE entre el 1.70% y el 2.50€. Se decide dar un margen al TAE por lo que se fijará en un 3%.

4.2 Cobros y pagos según la ocupación estimada

Para tener una estimación de las entradas de dinero que recibirá el camping se procede a analizar los distintos cobros del establecimiento, los cuales están compuestos por los siguientes conceptos:

- Las estancias de los campistas.
- El servicio de restaurante.

Para poder estimarlos, se ha tenido en cuenta el grado de ocupación de los tres primeros años de funcionamiento de la empresa. Para ello, se ha comparado los grados de ocupación en los campings de la provincia de Valencia, cuya información ha sido proporcionada por el Instituto Nacional de Estadística (2.016) con los datos del Proyecto de Camping del Ayuntamiento de Navarrés.

Para el segundo y tercer año se ha previsto un crecimiento del grado de ocupación, puesto que se espera que el camping sea conocido entre su público objetivo. A partir del cuarto año se prevé un aumento de los precios de un 3%.

Sabiendo que el camping tiene un total de 30 bungalows, 40 parcelas y el restaurante una capacidad de 80 personas, distribuidas en 20 mesas de 4 sillas, procedemos a analizar los ingresos por ventas multiplicando el precio unitario de cada servicio prestado por el total de unidades vendidas.

Tabla 20: Resumen del total de pagos por gastos corrientes por años

Total cobros por ventas año 1	313.020,00 €
Total cobros por ventas año 2	496.188,00 €
Total cobros por ventas año 3	622.916,00 €

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, los pagos son las salidas de dinero que la empresa tiene que soportar, los cuales están vinculados a las siguientes variables:

- Suministros de agua y electricidad.
 - Para realizar este cálculo se supone que dicho consumo está relacionado con el grado de ocupación del camping. Es por ello que, para una ocupación del 100%, el consumo de agua sería de 1.500 €/ mes y el de electricidad de 2.500 €.
- Suministro de teléfono e internet: 220 €/mes.

- Compra de alimentos y bebidas.
 - El cálculo de este importe corresponde al 50% de los ingresos recibidos por el servicio de restauración.
- Publicidad: 170 €/mes.
- Seguros varios: 2.000 €/año.
- Asesoría: 200 €/mes.
- Material de oficina: 80 €/mes.
- Otros aprovisionamientos: 1.000 €/ mes
- Sueldos y salarios:
 - El cálculo de este concepto se basa en las tablas de salarios del Convenio Colectivo de Hostelería de la provincia de Valencia.
 - Se contemplan tres pagas anuales.
 - Y la Seguridad Social (SS) a cargo de la empresa está fijada en el 30%.
 - Anualmente, en concepto de salario base más la S.S, la empresa abonará un total de 201.384,68 €⁷.

Así pues, a continuación, se muestra un resumen de las tablas donde aparecen detallados los diferentes conceptos de pagos por gastos corrientes y sus respectivas cantidades. Las tablas de los cálculos detallados de los salarios se encuentran en los anexos.

Tabla 21: Resumen del total de pagos por gastos corrientes por años.

Total pagos por gastos corrientes año 1	81.073 €
Total pagos por gastos corrientes año 2	117.171 €
Total pagos por gastos corrientes año 3	142.738 €

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se analizará la depreciación que sufre el inmovilizado en el que la empresa ha invertido para de esta manera conocer cuando se deberá renovar. Cabe destacar, que la empresa estima que el coste de reposición será de igual valor al que se hizo por primera vez.

Las amortizaciones seguirán el método lineal de cuotas constantes y de esta manera conoceremos el gasto por amortizaciones que serán calculados a partir de estos conceptos:

⁷ Las tablas de los cálculos detallados de los salarios se encuentran en los anexos.

- Construcciones: se considera una vida útil de 50 años, por tanto, no aparecerá renovado.
- Equipos para procesos de información y aplicaciones informáticas: se considera una vida útil de 4 años. En su momento se volverá a adquirir por 1.987,80 €
- Impresora: se considera una vida útil de 7 años. El pago será de 259 €
- Elementos de transporte: se prevé una vida útil de 10 años. Será renovado por 8.079,33 €.
- Mobiliario: su vida útil también será de 10 años. Será renovado por un total de 3.537,42 €.
- Instrumentos de cocina, comedor, limpieza y mantenimiento: debido a las pérdidas se repondrá anualmente. Su coste será del 1.5% del total, lo que supone unos 67.53 € al año.
- Instalaciones de cocina y demás electrodomésticos. Su vida útil será de 7 años. Se renovará por 11.736,89 €.

En la siguiente tabla se muestran los diferentes gastos producidos por la amortización anual.

Tabla 22: Gasto por amortización anual.

Gastos por amortización anual	Base	Coficiente amortización	Amortización anual
Construcciones	794.633,47 €	2%	15.892,67 €
Equipos para procesos de información	1.987,80 €	33%	655,97 €
Impresora multifuncion	259,00 €	15%	38,85 €
Elementos de transporte	8.079,33 €	10%	807,93 €
Mobiliario	3.537,42 €	10%	353,74 €
Equipamiento de cocina	14.198,95 €	15%	2.129,84 €
Instrumentos de cocina y comedor	3.658,52 €		
Total	826.354,49 €		19.879,01 €

Fuente: *Elaboración propia.*

4.3 Flujos de caja

En este punto se realizará un análisis de la idoneidad del proyecto desde el punto de vista económico-financiero. Para realizar el análisis solo se tendrán en cuenta los ingresos y los gastos operativos que estén directamente asociados al proyecto de inversión (flujos operativos).

En primer lugar, se procede a calcular los flujos de caja de la inversión, los cuales están formados por los cobros menos los pagos.

Una vez detallados todos los diferentes cobros, pagos y sus peculiaridades, se puede determinar los flujos de caja que permitirán evaluar la inversión.

En la siguiente tabla se muestran los flujos de caja para una inversión de 20 años:

Tabla 23: Flujos de Caja

Año	Cobros ordinarios	Pagos ordinarios	Pagos extraordinarios	Pago inversión	Flujos de Caja
				824.155,74 €	- 824.155,74 €
1	313.020,00 €	282.525,41 €			30.494,59 €
2	496.188,00 €	318.622,88 €			177.565,12 €
3	622.916,00 €	344.190,25 €			278.725,75 €
4	641.603,48 €	347.758,70 €	1.987,80 €		291.856,98 €
5	660.851,58 €	513.562,76 €			147.288,82 €
6	680.677,13 €	153.780,79 €			526.896,35 €
7	701.097,45 €	440.081,50 €	11.995,89 €		249.020,06 €
8	722.130,37 €	161.494,99 €	1.987,80 €		558.647,58 €
9	743.794,28 €	165.532,36 €			578.261,92 €
10	766.108,11 €	169.670,67 €	11.616,75 €		584.820,69 €
11	789.091,35 €	173.912,44 €			615.178,91 €
12	812.764,09 €	178.260,25 €	1.987,80 €		632.516,04 €
13	837.147,02 €	182.716,77 €			654.430,25 €
14	862.261,43 €	187.284,68 €	11.995,89 €		662.980,86 €
15	888.129,27 €	191.966,80 €			696.162,47 €
16	914.773,15 €	196.765,96 €	1.987,80 €		716.019,38 €
17	942.216,34 €	201.685,11 €			740.531,23 €
18	970.482,83 €	206.727,24 €			763.755,59 €
19	999.597,32 €	211.895,42 €			787.701,90 €
20	1.029.585,24 €	217.192,81 €	13.604,55 €		798.787,88 €

Fuente: Elaboración propia.

4.4. VAN, TIR y Pay-back

Para evaluar un proyecto de inversión existen diferentes modelos de valoración, los cuales están formados por modelos dinámicos y estáticos.

A partir de la tabla de los Flujos de Caja se analizará los modelos de valoración como el VAN, el TIR y el *Pay-back*.

En primer lugar, se analizará el Valor Actual Neto, el cual proporciona el valor absoluto de un proyecto en el momento actual en términos monetarios. Es decir, proporciona la diferencia entre el desembolso inicial de la inversión y el valor actual de los flujos que la producen en sus distintos años de vida.

Imagen 6: Expresión matemática del VAN

$$VAN = -D + \sum_{j=1}^n \frac{F_j}{(1+k)^j}$$

Fuente: Blasco Ruiz, A. (2005)

A partir de esta expresión obtenemos el siguiente resultado:

VAN	6.430.536,43 €
-----	----------------

Por tanto, en función de las siguientes normas, se decidirá si se acepta o no la inversión:

Tabla 24: Normas de valoración de una inversión según el VAN

VALOR	SIGNIFICADO	REGLA DECISIÓN
$VAN > 0$	Beneficios netos	Se acepta el proyecto
$VAN = 0$	Ni beneficios ni pérdidas	Se rechaza el proyecto
$VAN < 0$	Pérdidas netas	Se rechaza el proyecto

Fuente: Blasco Ruiz, A. (2005)

Así pues, como el valor del Valor Actual Neto es mayor a cero, aceptaríamos la inversión para el proyecto de *Gastrocamping*.

En segundo lugar, mediante la Tasa Interna de Rendimiento, también conocida como tasa de actualización o de descuento que hace el VAN cero, medirá y comparará la tasa de rentabilidad bruta anual de este proyecto por unidad monetaria comprendida.

Imagen 7: Expresión matemática del TIR.

$$0 = -D + \sum_{j=1}^n \frac{F_j}{(1+r)^j}$$

Fuente: Blasco Ruiz, A. (2005)

A partir de la expresión anterior obtenemos el siguiente resultado:

TIR	30,87%%
-----	---------

Así pues, como el resultado del TIR es mayor al coste de financiación (3%) aceptaríamos.

Por último, el Pay-back nos indica el periodo de tiempo que la inversión tarda en recuperarse. Esta información no nos permitiría rechazar o aceptar el proyecto, solo complementa los criterios anteriormente calculados, el VAN y el TIR.

Tabla 25: Expresión matemática del Pay-back

$$t = \frac{D}{F}$$

Fuente: Blasco Ruiz, A. (2005)

A partir de la expresión anterior obtenemos el Pay-back, el cual indica que en un plazo de unos 6 años recuperaríamos la inversión.

AÑO	Pay-back
1	- 793.661,15 €
2	- 616.096,03 €
3	- 337.370,28 €
4	- 45.513,30 €
5	101.775,52 €

Por tanto, atendiendo a los resultados de estos tres criterios de valoración, aceptaríamos el proyecto de inversión de este Trabajo Final de Grado para una duración de 20 años.

V. CONCLUSIONES

Este proyecto se ha basado en la propuesta de elaboración de un camping en el municipio de Xeraco debido a la necesidad, desde mi punto de vista, de desarrollar y complementar una oferta turística especializada. Por este motivo, y debido a las nuevas tendencias turísticas que van apareciendo, se propone un modelo de alojamiento novedoso al unir el concepto de lujo en los campings con un servicio que está en auge como complemento del producto principal: la gastronomía. De la unión de estos dos conceptos surge la idea del *Gastrocamping*.

Después de realizar varios estudios sobre la situación turística del municipio, se llega a la conclusión de que la única tipología turística por la que apuesta el municipio es el producto de sol y playa, aunque en realidad posea otros recursos naturales y culturales. De esta manera, si se pusieran en valor estos recursos, como es el caso del *Gastrocamping* con el concepto gastronómico, Xeraco abarcaría una tipología turística diferente. Además, los mercados a los que llegaría también serían distintos, por lo que el perfil del turista ya no sería solo familiar, sino que llegaría a un público más extenso, especializado y exigente: el turista gastronómico.

Para ello, el municipio tendría que adaptarse a la llegada de nuevos turistas, puesto que la oferta de alojamiento que el municipio posee es bastante limitada, presentando solo apartamentos turísticos y un camping.

Así pues, el *Gastrocamping* abarcaría todas las necesidades que el municipio de Xeraco necesita para dar un aire diferente a la situación turística de Xeraco. Junto con la gastronomía típica de la zona, los productos autóctonos, el estilo de vida saludable, y la dieta mediterránea, el *Gastrocamping* ofrece la posibilidad de alojarse en un lugar en permanente contacto con la naturaleza.

Por último, se realiza un estudio económico financiero que nos confirma que, con las estimaciones planteadas, el proyecto sería bastante rentable ya que el resultado de la Tasa Interna de Rendimiento es muy superior al coste de financiación, aún considerando el coste de oportunidad de la aportación del empresario. Con los datos presentados se estima que en un plazo de cinco años se recuperaría la inversión del proyecto. Por otro lado, el valor de la inversión es evidentemente muy alto, y las características del prestatario para poder acceder a un crédito de dicha cantidad no se abordan en el presente TFG.

Espero que la lectura del proyecto que con tanta ilusión he desarrollado pueda aportar un punto de vista distinto al actual, ya que mi único objetivo es que la playa de Xeraco

Elaboración de una propuesta de un Gastrocamping en Xeraco

sea reconocida a nivel internacional por sus recursos y posibilidades, ya que la falta de promoción y conocimiento de éstos frena en gran medida el desarrollo turístico que le correspondería por su privilegiada ubicación.

VI. BIBLIOGRAFÍA

- Agència Valenciana de Turisme (2014). Informes de productos turísticos: turismo de camping en la Comunitat Valenciana. Mayo 2014 < http://www.turisme.gva.es/turisme/es/files/pdf/estadistiquesdeturisme/estudios_mercado/Turismo_camping_mayo2015.pdf> [Consulta: 28 de abril de 2016]
- Ajuntament de Xeraco (2014). Agenda 21: Diagnóstico socioambiental de Xeraco. <<http://www.xeracoterra.com/docpdf/agenda21.pdf>> [Consulta: 10 de abril de 2016]
- ARAGÓN, A. (2013). “La moda del <<glamping>>: diez <<campings>> de lujo en España” en *Diario ABC*. < http://www.abc.es/viajar/alojamientos/20130309/abci-glamping-camping-lujo-espana-201303081039_1.html > [Consulta: 20 de junio de 2016]
- Banco Bilbao Vizcaya Argentaria. < <https://www.bbva.es/particulares/index.jsp>> [Consulta: 06 de septiembre de 2016]
- Banco de Datos Territorial del Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana. < http://www.ive.es/ivepegv/portal_file_c.php?nodourl=http://www.ive.es/ive/bdm/menu.php> [Consulta:20 de junio de 2016]
- BLASCO RUIZ, A. (2005) La Direcció Financera. Una aplicació a les empreses del sector turístic. Valencia: Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia
- Culinary Tourism. < <http://www.culinary-tourism.com/>> [Consulta: 20 de junio de 2016]
- España. Decreto 6/2015, de 3 de enero, del Consell, regulador de los campings y de las áreas de pernocta en tránsito para autocaravanas de la Comunitat Valenciana. *Diari Oficial de la Comunitat Valenciana*, 27 de enero de 2015, núm. 7451, p. 1774-1791
- España. Convenio colectivo estatal del sector laboral de restauración colectiva, de 24 de febrero de 2016, de la Dirección General de Empleo. *BOE*, 22 de marzo de 2016, núm. 70, p. 21378-21381
- Ford. <http://www.ford.es/?&searchid=ppc:SPA-BrandAlone-Exact:Ford-Exact:ford:e:c:g:GOOGLE&gclid=CKLKhcvr_c4CFYOfGwod9Z0DmQ> [Consulta:12 de agosto de 2016]
- Glamping Lotus Belle Luxury Camping Tents. < <http://lotusbelle.com/> > [Consulta: 12 de agosto de 2016]

Elaboración de una propuesta de un Gastrocamping en Xeraco

Ikea. <<http://www.ikea.com/es/es/preindex.html>> [Consulta:12 de agosto de 2016]

JABALOYES, J., CAROT SIERRA, J.M. y Carrión García, A (2010). *Introducción a la Gestión de la Calidad*. Valencia: Universitat Politècnica de Valencia.

Luxetenten. < <http://www.luxetenten.com/es/>> [Consulta: 12 de agosto de 2016]

Marca España. < <http://marcaespana.es/cultura-y-singularidad/gastronomia> > [Consulta: 20 de junio de 2016]

MARÍN CROS, E. (2012). Estudio de viabilidad para la instalación de un camping en el municipio de Navarrés. Trabajo Final de Grado. Valencia. Universitat Politècnica de València, < <https://riunet.upv.es/handle/10251/17349>> [Consulta: 1 de septiembre de 2016]

Media Markt. <http://www.mediamarkt.es/?gclid=CKCEk6Tp_c4CFYIW0wodWi0Bvw> [Consulta: 12 de agosto de 2016]

Organización Mundial del Turismo. < <http://www2.unwto.org/es>> [Consulta: 6 de septiembre de 2016]

Portal Estadístico de la Generalitat. < <http://www.ive.es/> > [Consulta: 25 de agosto de 2016]

Portal Estadístico de la Generalitat Valenciana (2014). Ficha municipal de Xeraco. <http://www.ive.es/portal/page/portal/IVE_PEGV/CONTENTS/fichas_mun/cas/Fichas/46143.pdf> [Consulta 10 de abril de 2016]

SERNATUR (1987) "Glosario de términos básicos relacionados con la actividad turística habitualmente empleados en Chile" en Geografía del turismo, 27 de noviembre de 2009. < <http://sashabesoainm.blogspot.com.es/2009/11/glosario-de-terminos-basicos.html>> [Consulta: 25 de abril de 2016]

The Blueroom Project (2014). Food Tourism. Culinary experiences as a means of travelling and discovering countries. Octubre 2015. < blueroom.es/wp-content/uploads/2014/11/Food-Tourism-BlueroomEstudio.pdf> [Consulta: 23 de abril de 2016]

Wikipedia. < <https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Portada>> [Consulta: 01 de septiembre de 2016]

