

UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA  
ESCOLA POLITÈCNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Gestión Turística

---



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA



**“Dinamización de la escalada  
como principal atractivo turístico  
en Gestalgar”**

**TRABAJO FINAL DE GRADO**

Autor:

**Jorge Sancho Aliaga**

Tutora:

**Eva Mestre**

Cotutor:

**Almanzor Sapena**

**Gandía, 2021**

## Resumen

Debido al éxodo rural, muchos pueblos de la Serranía y la Comunidad Valenciana, como Gestalgar, han visto reducida considerablemente su población y la afluencia de turistas.

En el presente TFG, se realiza una propuesta para intentar mejorar la situación de merma económica a través de la dinamización de la escalada como principal atractivo turístico en Gestalgar.

Para llevar a cabo este proyecto de desarrollo local sostenible se realizan diferentes actuaciones:

En primer lugar, se analiza el turismo de escalada en la Serranía del Turia y la Comunidad Valenciana, y se examina el potencial de Gestalgar como atractivo turístico rural, realizando un inventario de los recursos naturales y culturales del pueblo.

En segundo lugar, se comparan las características específicas del término municipal en el ámbito comarcal y autonómico, con el fin de proporcionar una oferta competitiva dentro de esta tipología turística, aprovechando la cercanía a la ciudad de Valencia.

Finalmente se proponen acciones de mejora que ayuden a Gestalgar a posicionarse como un destino turístico sostenible de calidad, que consisten en la creación de ofertas de ocio y alojamiento, en concreto, la creación de un eco-cámping, ligando este a la oferta de actividades lúdico-educativas.

## Palabras clave

Dinamización; escalada; turismo rural; recursos naturales y patrimoniales; desarrollo local sostenible.

## Abstract

Due to the rural exodus, many villages in the Serranía and the Valencian Community, such as Gestalgar, have seen a considerable reduction in their population and the influx of tourists.

In this TFG, a proposal is made to try to improve the situation of economic decline through the revitalisation of climbing as the main tourist attraction in Gestalgar.

In order to carry out this sustainable local development project, different actions are carried out:

Firstly, climbing tourism in the Serranía del Turia and the Valencian Community is analysed, and the potential of Gestalgar as a rural tourist attraction is examined, making an inventory of the natural and cultural resources of the village.

Secondly, it compares the specific characteristics of the municipality at regional and autonomous community level, with the aim of providing a competitive offer within this type of tourism, taking advantage of its proximity to the city of Valencia.

Finally, improvement actions are proposed to help Gestalgar to position itself as a quality sustainable tourist destination, consisting of the creation of leisure and accommodation offers, specifically, the creation of an eco-camping site, linking this to the offer of recreational-educational activities.

## Key words

Dynamisation; climbing; rural tourism; natural and heritage resources; sustainable local development.

## ÍNDICE

.....	0
Resumen.....	1
Palabras clave.....	1
Abstract .....	1
Key words .....	2
Introducción .....	5
Objetivos .....	7
Objetivo principal.....	7
Objetivos secundarios .....	7
Metodología.....	7
El Turismo Rural y el desarrollo local .....	9
LEADER .....	10
Elementos que favorecen el turismo en zonas rurales .....	11
Paisaje .....	13
Turismo activo.....	14
La contribución del turismo activo a la economía turística y el desarrollo local .....	15
Análisis de las mejores zonas de escalada en la Comunidad Valenciana .....	18
VALENCIA .....	18
Alzira.....	18
Salem.....	18
CASTELLÓN.....	18
Montanejos .....	18
Albarracín .....	19
ALICANTE.....	19
Sella .....	19
Calpe.....	19
Análisis DAFO, Gestalgar frente a otras zonas de escalada .....	20
Gestalgar .....	21
Análisis de la zona .....	21
Patrimonio.....	23
Patrimonio natural y paisajístico.....	23
Patrimonio arquitectónico .....	26
Fiestas.....	28

Gastronomía.....	29
Ajo aceite.....	29
Habas con cerdo.....	29
Pastel de boniato.....	30
Evolución demográfica de gestalgar, la realidad actual.....	31
Propuesta de mejora: Creación de un eco-cámping.....	33
Plan de márketing .....	34
Plan Económico-Financiero .....	35
Estimación de precios y tasas de ocupación .....	35
Presupuesto de inversión.....	39
Financiación.....	40
Depreciación de activos .....	40
Cuenta de resultados previstos.....	41
Gastos.....	43
Entrevistas.....	46
Conclusiones .....	47
Referencias bibliográficas .....	48

## Introducción

Actualmente, una gran cantidad de pueblos situados al interior de España sufren un despoblamiento rural, una problemática que se puede definir como un fenómeno demográfico y territorial que se basa en el descenso de habitantes de un territorio. Los motivos de esta despoblación pueden ser varios, pero generalmente están causados por las altas tasas migratorias desde las zonas rurales a otras zonas urbanas, es decir, por el éxodo rural.

Entre las zonas afectadas se encuentra Gestalgar, un pueblo situado en el sur de la comarca de la Serranía, al interior de la provincia de Valencia. Hablamos de una población pequeña, pero que dispone de un extenso y escarpado término municipal, el cual es rico en agua, ya que está ataviado por multitud de fuentes. Su clima mediterráneo, las fuentes mencionadas anteriormente, el río Turia y lo escarpado del terreno nos ofrece gran cantidad de parajes naturales de belleza inmensurable, que a la vez recogen unas características privilegiadas para la práctica de actividades relacionadas con la naturaleza.

Sin embargo, aunque dispone de una gran cantidad de recursos, actualmente no tiene apenas población ni recibe turistas durante el año, por lo que todos los comercios y negocios están cerrados exceptuando los meses de verano, que es la época que más gente recibe, ya que el río del pueblo atrae muchos turistas por ser una zona de baño muy popular en la Comunidad Valenciana.

Por este motivo, de esta problemática nace la idea de este TFG, cuyo objetivo principal consiste en potenciar la escalada como principal atractivo de visita para conseguir un enriquecimiento de población en esta zona. Este objetivo principal se puede alcanzar a través de los objetivos secundarios del proyecto, los cuales son: a) analizar el turismo de escalada en el entorno rural de la Serranía de la Comunidad Valenciana, b) examinar el potencial de Gestalgar como destino de turismo de escalada, c) realizar un inventario con los recursos naturales y patrimoniales más destacados de la zona y d) proponer acciones de mejora para la consecución del objetivo principal y del desarrollo local sostenible.

Por lo tanto, es importante relacionar este proyecto con el desarrollo local sostenible, puesto que es una de las bases de este proyecto. Actualmente se relaciona cada vez más el desarrollo

local con el turismo, y son más y más los territorios que, gracias a la evolución que ha experimentado el sector durante los últimos años, se están viendo beneficiados y se están expandiendo económicamente. Se afirma entonces que el turismo es una actividad que puede desarrollar sosteniblemente a un territorio y dinamizarlo social y económicamente, promoviendo la generación de actividades fructíferas y la creación de empleo (ONU, 2012; OMT, 2010). Por ello, en este proyecto se estudia la viabilidad de realizar un eco-cámping en Gestalgar, donde se fomenta, principalmente, el turismo rural de escalada. Para conocer las posibilidades de que el proyecto funcione, se realiza una metodología mixta basada en la realización de entrevistas a veinte personas interesadas en la escalada para conocer su opinión acerca del proyecto.

## Objetivos

### Objetivo principal

Este proyecto tiene como objetivo principal potenciar el turismo de escalada como principal atractivo de visita en Gestalgar, apoyándose en la creación de un eco-camping especializado en el turismo activo.

### Objetivos secundarios

Los objetivos secundarios necesarios para la consecución del objetivo principal son los siguientes:

- Analizar el turismo de escalada en el entorno rural de la Comunidad Valenciana, concretamente la zona de los Serranos.
- Examinar el potencial de Gestalgar como destino de turismo rural dentro de la práctica de la escalada.
- Realizar un inventario con los recursos naturales y patrimoniales que se encuentran en el término municipal.
- Proponer acciones de mejora, tanto a nivel material como de recursos humanos, para la consecución de nuestro objetivo y del desarrollo local sostenible.

## Metodología

Para la elaboración de este trabajo final de grado se ha empleado una metodología mixta con el objetivo de potenciar el turismo de escalada en Gestalgar como principal atractivo turístico, apoyándonos en información relacionada con el desarrollo local sostenible, el turismo rural, el turismo activo y la escalada.

Las técnicas de recogida de datos son propias de una investigación flexible, en la cual han ido surgiendo nuevas incógnitas, y que se pueden agrupar en tres grandes categorías, basadas en el empleo de documentos bibliográficos, la observación directa y las entrevistas en profundidad.



La búsqueda y utilización de fuentes bibliográficas han sido la base principal del proceso metodológico. La información ha sido adquirida de fuentes varias, tales como páginas web, trabajos académicos, artículos tanto de revista como de periódicos digitales, libros, etc.

La investigación tenía como foco principal la extracción de información relacionada con el turismo rural dentro de la Comunidad Valenciana, analizar el turismo de escalada en la zona y de qué forma se gestiona y aprender sobre el desarrollo local sostenible, estudiando casos similares al que se propone durante este proyecto.

También se ha hecho uso de entrevistas dirigidas a una pequeña muestra relacionada con el sector de la escalada, con el objetivo de hacerles conocedores del proyecto y poder ver así cual es su opinión respecto a este.

La parte cuantitativa del proyecto se da en la recogida de datos numéricos necesarios para poder hacer las críticas necesarias referentes a la demografía de Gestalgar, y poder realizar una estimación económica sobre la rentabilidad del eco-camping.

## El Turismo Rural y el desarrollo local

La Agencia de extensión agraria y el Ministerio de Información y Turismo fueron, en los años 60, los encargados de realizar las primeras acciones encauzadas a fomentar el turismo en espacios rurales en España, aunque no sería hasta los años 90 cuando se iniciaría una buena gestión del turismo rural.

Este modelo de turismo se presentaba como una alternativa más económica de vacaciones, cuyas actividades permitían aumentar las bajas rentas del medio rural (Cànoves y Villarino, 2000).

Debido a los fuertes lazos existentes entre el turismo y la vida rural, el turismo rural se concibe como una actividad capaz de poder resolver los problemas del mundo rural (Garrod et al., 2006). Según Hall y Jenkins (1998), puede actuar como pieza clave en la conservación de la integridad de los recursos de campo, la mejora de la economía rural y el mantenimiento de los pueblos.

Además, es una actividad que puede mitigar el éxodo rural, suscitar ingresos adicionales en las economías rurales, beneficiarse del intercambio entre el mundo rural y urbano, revalorizar el mundo rural y diversificar la economía y oferta turística (Béteille, 1996).

Otro de los beneficios que el turismo aporta es su capacidad para dinamizar los diferentes sectores de los medios rurales, como la agricultura, la ganadería, la artesanía o actividades extractivas. Los recursos del mundo rural no precisan de una transformación excesiva, se trata más bien de una reconversión del espacio a producto turístico, la cual apenas genera impacto. El hecho de visitar espacios naturales poco modificados es cada vez más valorado por la demanda.

En lo referido a lo social, aporta beneficios culturales gracias al intercambio que se origina entre lo urbano y lo rural; posibilita la rehabilitación y reconversión del patrimonio histórico-artístico, el resurgimiento de oficios tradicionales y la mejora del entorno ambiental de los espacios rurales y protección de los espacios naturales.

A su vez, esta tipología de turismo resalta por apenas generar impactos ambientales y paisajísticos, mejorando el entorno ambiental de los espacios rurales y protegiendo los espacios naturales.

Por otra parte, también cabe destacar las denominaciones de origen y los espacios geográficos protegidos, elementos clave a la hora de asociar el territorio a una marca o imagen. Por ello es importante diferenciarse creando una marca-destino.

Como consecuencia de las nuevas dinámicas en el mundo rural, tanto en la oferta como en la demanda, se han originado diversas tipologías y productos turísticos que pueden desarrollarse en espacios rurales (Yubero y García, 2016), como pueden ser el enoturismo, oleoturismo, agroturismo, turismo ecológico, turismo activo, turismo de aventura, entre otros. Elementos y factores para el desarrollo del turismo rural

## LEADER

Durante los últimos 20 años se ha estado utilizando programa europeo LEADER como metodología de desarrollo local. Se trata de un programa zonal, puesto en marcha por la Unión Europea y promovido posteriormente por el gobierno de cada país, que busca el desarrollo sostenible del medio rural, la diversificación de su economía, la reducción del éxodo rural, la elevación de las rentas agrarias, el bienestar de sus habitantes y la conservación del medio ambiente; haciendo partícipes a los actores locales en el diseño y la puesta en marcha de estrategias, toma de decisiones y asignación de recursos para el desarrollo de sus zonas rurales.

Esta iniciativa actúa en zonas de ámbito comarcal con problemas de despoblamiento, envejecimiento y bajo nivel de rentas, realizando un diagnóstico de la realidad y potencialidad de las zonas afectadas, y es por ello por lo que han sido determinantes en el desarrollo local y turístico de los espacios rurales.

Su finalidad es contribuir al mantenimiento de la población en el medio rural en condiciones socioeconómicas sostenibles, promoviendo actividades alternativas de carácter rural que generen nuevo empleo y rentas, siempre que estas sean respetuosas con el entorno y la conservación de los recursos naturales del medio.

La puesta en acción del programa se basa en la iniciativa de la población rural y de sus organizaciones e instituciones locales o comarcales, que buscan un efecto de cambio positivo permanente en beneficio del medio rural, de sus habitantes y visitantes.

La metodología del programa se basa en la participación de la población rural y su objetivo es el desarrollo humano de los habitantes del medio rural. Su éxito reside más en la gestión que se realice que en el volumen de inversiones realizadas.

El funcionamiento y gestión del programa LEADER se estructura en torno a un conjunto de agentes sociales, privados y públicos, representativos de la población y que constituyen el llamado Grupo de Acción Local, con personalidad jurídica y capacidad ejecutiva.

La iniciativa LEADER se ha llevado a cabo en todas las comunidades autónomas de España, siendo Andalucía, Aragón, Castilla-La Mancha y Castilla y León las zonas con mayor número de grupos de acción local.

La existencia de estos grupos, la adaptabilidad de los programas a las necesidades de cada zona y la cooperación permiten un cambio cultural y recuperación de la entidad de muchas de las zonas, las cuales se ven beneficiadas por esta iniciativa.

### Elementos que favorecen el turismo en zonas rurales

Se ha demostrado, mediante algunas investigaciones, que la existencia de recursos hídricos en el destino es un factor muy bien valorado por la demanda. Por ejemplo: el estudio de Yagüe y Marc (2004) sobre la demanda de turismo rural en la comarca castellonense del Alto Palancia concluyó que la existencia de recursos hídricos era uno de los principales motivos del desplazamiento a la comarca.

La arquitectura popular en relación con el agua como señal de identidad se ve reflejado en como los pueblos han utilizado el agua como recurso valioso y las infraestructuras que han desarrollado para ello. Esto modela el paisaje y genera recursos únicos que están en relación directa con la identidad del destino. (Romero, 2015)

El turismo rural se entiende como la combinación de naturaleza, contacto humano y cultura. Según Santana (2002), los visitantes del medio rural pueden ser divididos en tres grupos:

- Hedonistas: muestran interés en la gastronomía y el entorno.
- Culturales: interés por lo tangible e intangible de la cultura local.
- Activos: interés en las actividades que el entorno físico ofrece.

Por lo tanto, todos los elementos de interés que recogen los grupos previamente nombrados serán de gran relevancia para un debido desarrollo local y turístico en la zona. Gestalgar dispone del potencial suficiente como para satisfacer las necesidades de los tres grupos nombrados anteriormente.

La existencia de alojamiento en los espacios rurales también son fuente de motivación para el visitante. La concepción de alojamiento rural ha ido evolucionando en los últimos años hasta llegar al punto de especializarse en la oferta de otros productos más allá de los servicios de hospitalidad (Diéguez-Castrillón *et al.*, 2009).

La creación de un eco-camping está por lo tanto más que justificada, ya que Gestalgar carece de oferta de alojamiento más allá de un pequeño albergue. La creación de este negocio supondría una mejora turística importante y actuaría como nexo entre los distintos grupos de turistas y Gestalgar.

Mediante el eco-camping se consigue atraer al turista hedonista, ya que se dispone de un restaurante en el cual se sirve comida típica de la gastronomía gestalguina y valenciana, toda producida a partir de productos locales. Además, Gestalgar cuenta con varios parajes, como el de la Peña María, y varias zonas de baño, como el 'Motor', donde pueden descansar y disfrutar del entorno.

Gestalgar es rico también en patrimonio cultural, es poseedor de arquitectura morisca como el Catillo de Murones o el Acueducto, y hoy en día siguen conservando sus fiestas patronales. Estos elementos atraen a los turistas previamente nombrados turistas culturales.

El entorno geográfico de Gestalgar hace posible la realización de diferentes actividades de turismo activo tales como la escalada. Mediante el eco-camping se pretende atraer al turista activo. La idea es que mediante este negocio se atraiga a más turistas interesados en hacer escalada en el pueblo, pero a parte de esta actividad, también es posible realizar otras, como podría ser el senderismo o la espeleología.

El eco-camping serviría, a parte de una zona donde alojarse, como un nexo entre el turista y todas las actividades posibles a realizar en el pueblo, ya que el usuario podrá contratar estas actividades desde la página web o desde el mismo eco-camping, y además tendrá acceso al inventario de recursos del pueblo.

Así pues, es también de mucha importancia que estén dotados de bares y restaurantes, ya que la gastronomía es uno de los factores que más motiva las visitas; así como la presencia de servicios básicos que puedan cubrir las necesidades fisiológicas, como pueden ser los bancos y cajeros, comercios, servicios de asistencia médica oficinas de turismo, etc.

Estos elementos dependen del interés que tenga el ayuntamiento de Gestalgar en mejorar el turismo en pueblo, pero no deja de ser una cadena, es decir, quizás la aparición del eco-camping conlleve a una mejora de estas infraestructuras, y con la llegada de más gente se empiecen a reabrir antiguos locales y surgir otros nuevos.

## Paisaje

El paisaje se ha convertido en una de las características de referencia a la hora de crear una identidad territorial, y, además, es un elemento que actúa como soporte de actividades y como recurso en sí. (Cebrián y García, 2010).

En la sociedad actual, cada vez más comprometida y atenta a los aspectos medioambientales, el paisaje se ha convertido en un gran reclamo y pasa a contemplarse como un recurso de valor excepcional, posicionándose en los rangos más altos en cuanto a motivación de visita se refiere (Gabino Ponce, 2016).

El paisaje empezó a ser valorado como estrategia para la creación de espacios de ocio en la Comunidad Valenciana a partir de la obsolescencia del modelo masivo de sol y playa. Se apostó así por un nuevo modelo con el objetivo de hacer un lavado de imagen del territorio.

Surgía así la Ley Valenciana de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje (LOTyP), Ley 4/2004, de 30 de junio, que establecía como uno de sus objetivos el de promover la protección, gestión y ordenación del paisaje, desarrollada por el Reglamento del Paisaje de la Comunidad Valenciana (Decreto 120/2006, de 11 de agosto), ambos inspirados en el marco del Convenio Europeo del Paisaje de Florencia, del 20 de octubre de 2000.

De esta forma se incorporaba en el marco legal español el concepto de paisaje como herramienta para la ordenación del territorio y conservación de este.

La Carta Internacional para la Conservación de las Ciudades Históricas y las Áreas Urbanas de 1987 (Carta de Toledo-Washington), la Carta Internacional sobre Turismo Cultural y la

Convención Europea del Paisaje del año 2000 (Florencia), representan también una defensa de los paisajes y los valores patrimoniales a través del turismo.

Mediante el turismo se consigue dar visibilidad a la naturaleza, lo que conlleva al conocimiento no solo del medio rural, sino también de los elementos y rasgos culturales de las poblaciones, aumentando así la implicación en la conservación de estos.

Es por esto por lo que es importante satisfacer las necesidades de interpretación y de información de los visitantes, proporcionando educación cultural y natural del entorno con el objetivo de aumentar la apreciación y comprensión de este mismo.

Gestálgar posee un gran potencial paisajístico. El pueblo está localizado entre dos montañas y posee un elevado número de recursos naturales que pueden ser usados para atraer a turistas al término. Además, el río Turia se abre paso entre estas dos montañas, y como se ha mencionado anteriormente, los recursos hídricos juegan un papel importante a la hora de elegir un destino rural.

Es importante tener en cuenta que es bueno promocionar los recursos naturales de una zona siempre y cuando se respete el medio durante la práctica de las actividades. El eco-camping servirá también como medio para la educación cultural y natural, impartiendo y promoviendo el respeto hacia el patrimonio de Gestálgar.

## Turismo activo

Con el desarrollo de la industria turística y la creciente concienciación sobre la conservación de los espacios naturales y culturales también se ha visto aumentada la demanda de actividades en espacios geográficos al aire libre, lo que se denomina turismo deportivo de naturaleza o turismo activo (Kurtzman y Zauhar, 2005).

Con el paso del tiempo el turismo activo ha dejado de ser únicamente una actividad complementaria de otras actividades turísticas, y se ha consolidado como una tipología turística específica y especializada, capaz de dinamizar localidades mediante la gestión y acomodación de espacios geográficos (Lacosta, 2004).

También es necesario destacar el impacto económico asociado al turismo activo, el atractivo que genera debido a los valores que transmite (ecología, deporte, aventura, naturaleza, acción,

paisaje...) y la capacidad que tiene para crear una imagen o marca en muchos territorios turísticos (Pigeassou, 2004; Bouchet y Bouhaouala, 2009).

Según Gibson (2006), el turismo activo es aquel que comprende un conjunto de actividades físico-deportivas, de carácter de “aventura controlada” y de orientación lúdico-recreativa, que son practicadas al aire libre y en contacto con el medio natural, apoyándose en los recursos que este mismo ofrece y que suponen un factor de riesgo y esfuerzo físico.

Debido a la gran diversidad de entornos naturales y recursos disponibles, y los distintos factores que influyen en la práctica de estas actividades (equipamientos, niveles de riesgo, capacidad física requerida, técnicas requeridas...), existe un campo casi ilimitado de modalidades dentro de lo que se conoce como turismo activo, y que conforman distintas “culturas deportivas” (Agustín, 2002).

Debido a su gran heterogeneidad, son muchas las denominaciones que se le han dado a este tipo de actividades, entre las que podemos destacar los deportes de naturaleza (*outdoor sports*) y los deportes al aire libre que requieren una mejor condición física e implican un mayor riesgo para los usuarios (escalda, descenso, rafting, etc.), conocidos como deportes de aventura (*adventure recreation*).

Deportes de naturaleza (Bessy y Mouton, 2004), nuevas actividades de ocio deportivas (Dienot & Theiller, 1999), deportes extremos y de aventura (Buckley, 2006), deportes outdoor (Bourdeau et al., 2004), deportes de deslizamiento (Loret, 1995), actividades lúdico-deportivas (Agustín, 2000), etc. son algunas de las innumerables denominaciones que se han utilizado para calificar las diferentes modalidades de turismo activo que existen, las cuales resaltan por la gran complejidad y variedad de las mismas, ya que cada uno nace de diferentes contextos.

La promoción de estas actividades, especialmente de la escalda, mediante la creación del eco-camping, será la clave para atraer a más turistas a Gestalgar.

### La contribución del turismo activo a la economía turística y el desarrollo local

El desarrollo e implementación de una oferta de productos de turismo activo de forma complementaria o como principal motivación de visita está muy vinculado a la reformulación de destinos ya consolidados, o a la creación de nuevas oportunidades de negocio en zonas poco desarrolladas turísticamente.



Por lo tanto, este tipo de turismo se está convirtiendo en un método de diferenciación y de potenciación económica en algunos destinos rurales, de naturaleza e interior, que como se ha dicho anteriormente se encuentran en declive debido al despoblamiento rural y ven una oportunidad en el turismo activo de desarrollarse y reactivar su economía.

La existencia de sistemas de soporte en el territorio, equipamiento y habilitaciones recreativas, oferta de alojamiento y servicios complementarios, etc. son de gran importancia para conseguir un buen posicionamiento y competitividad respecto a otros lugares que oferten deportes de naturaleza o de aventura.

La comercialización de este tipo de producto turístico no constituye un mercado muy grande a nivel global, ya que solo atrae a un número muy limitado de personas, principalmente aquellas relacionadas con el gremio del deporte ofertado.

En este mercado predominan sobre todo empresas PYMES o autónomos que ofertan actividades de forma modesta, mientras que escasea la presencia de grandes operadores como en otras modalidades de oferta turística, como por ejemplo la de sol y playa (Corneloup, 2005; Rivera, 2015).

Es por ello por lo que la influencia de la localización de los sitios donde se realizan las actividades es muy determinante, de forma que cuando la actividad requiere la estancia o el tránsito de los visitantes en la población, los resultados económicos son mucho más significativos, ya que existe un flujo de usuarios que van a generar beneficio económico en la localidad.

Por el contrario, si para realizar la actividad no se requiere el tránsito por la población ni en este existe una oferta de alojamiento, el pueblo se va a ver privado de beneficios. Es por esto por lo que es prácticamente una obligación la creación de una nueva oferta de alojamiento en Gestalgar si se quiere mejorar el número de turistas que visitan el término; la creación del eco-camping podría suponer la reactivación turística y económica del pueblo.

La dinamización de actividades de turismo activo en zonas rurales ancladas a las actividades tradicionales y víctimas del éxodo rural ayudan a la generación de beneficios complementarios para sus habitantes, con efectos multiplicadores de la economía local.

El aprovechamiento y buena gestión de las zonas de escalada en Gestalgar, apoyándose también en el nacimiento del eco-camping, supondrían la creación de nuevo empleo y la llegada de más turistas que pernocten y dejen beneficios en el pueblo y sus comercios.

En zonas de sol y playa, donde el turismo está masificado, esta estrategia, aparte de reforzar la oferta turística, sirve de ayuda para limitar los problemas de carga turística, así como los efectos de competencia entre sitios con ofertas muy similares.

Además, mediante una buena gestión de los recursos, el turismo activo puede ayudar en cierta forma a dar a conocer la realidad de las comunidades locales de cara a los entornos urbanos.

En resumen, el turismo activo tiene la capacidad de dinamizar espacios de ocio de interior, los cuales cuentan con una economía prácticamente muerta en su gran mayoría; de reinventar y consolidar destinos turísticos maduros como el de sol y playa, y puede llegar a diferenciar ciertos destinos creando una “marca territorial” que favorece la imagen de estos.

El turismo activo puede ser una oportunidad para el desarrollo local sostenible (desarrollo endógeno, autonomía local, preservación del ecosistema, etc.), integrando los recursos del medio natural y social en las capacidades financieras locales para crecer progresivamente y poder auto desarrollarse.

Por lo tanto, es necesario realizar una estrategia colectiva de desarrollo, implicando el mayor número de actores posibles para aumentar así su eficacia y eficiencia (Rivera, 2010; Mao, 2003; Lagenbanch, 2012), favoreciendo la sinergia entre iniciativas públicas y privadas y una mejor comunicación entre operadores comerciales y visitantes (Porter, 2000).

Las comunidades locales tienen, por tanto, un papel fundamental en el desarrollo de estas actividades, y es primordial que se impliquen en el desarrollo de estas para invertir en infraestructuras y equipamientos como, por ejemplo: ofertas de alojamiento, apertura de modelos comerciales propios de la cultura del deporte, apertura de estructuras de promoción turística, etc.

El fomento y promoción del turismo activo por parte de las entidades públicas ha aumentado recientemente. Esto es una prueba de que realmente hay confianza en esta modalidad de turismo, gracias a su capacidad de creación de sinergias beneficiosas con otros segmentos de la actividad (alojamientos, comercios, restaurantes, etc.), aumentando los ingresos y reforzando la “marca territorial” de zonas rurales emergentes en turismo rural o recalificando los destinos maduros de sol y playa.

# Análisis de las mejores zonas de escalada en la Comunidad Valenciana

La Comunidad Valenciana es una de las mejores zonas donde poder disfrutar del turismo de escalada debido a las suaves temperaturas que tiene a lo largo del año y las abundantes paredes con orientación hacia el sur que contiene. Predomina la caliza como principal tipo de roca, sin embargo, también hay zonas de arenisca o rodano. Entre los lugares, segregados por provincias, donde predomina esta actividad se encuentra:

## VALENCIA

### Alzira

Talla Roig, en Alzira, tiene como principal característica sus más de 150 vías de escalada y la posibilidad de realizar esta disciplina a todas las edades y niveles. Su nombre viene dado por ser un gran muro de color rojizo, de unos 60 metros de altura, situado muy cerca del mar, entre las montañas de la Murta. Además, el tipo de roca de esta zona es la caliza y consta de agujeros con buena sujeción, perfectos para hacer este deporte.

### Salem

En la zona de Salem se encuentra la montaña del Benicadell, caracterizada por sus 1.104 metros de altura. Uno de los aspectos más relevantes de este lugar es que está compuesto de diferentes orientaciones, por lo que, se puede hacer escalada tanto en la sombra como al sol. Además, aunque la zona de escalada no es demasiado grande, ofrece esta actividad para principiantes, por lo que es adecuada para todas las edades.

## CASTELLÓN

### Montanejos

Montanejos, conocido por su cercanía a los ríos Mijares, Maimona y Montán, se caracteriza por ser una zona con un relieve bien accidentado y estar compuesto por abundantes paredes de roca caliza. En esta zona, también se pueden hacer diferentes tipos de escalada y de diferentes

niveles, por lo que es apto para todas las edades, incluso para niños y niñas. Además, fue uno de los primeros sitios donde se practicó esta disciplina en los años 80, cuando fue un lugar muy conocido y popular por todo el mundo.

## Albarracín

Albarracín es una de las mejores zonas donde poder realizar escalada, comenzando en los primeros meses de otoño y finalizando los últimos meses de primavera. Aunque se sitúa en la provincia de Teruel, está muy próximo a la provincia de Castellón. Personas especializadas en esta actividad vienen desde diferentes lugares del mundo para poder escalar en esta zona y en muchas ocasiones permanecen en este lugar durante varios días o semanas. El tipo de roca de esta zona es la arenisca y está rodeado de un gran bosque de pinos. Además, la zona se encuentra a unos 1000 metros de altitud.

## ALICANTE

### Sella

Sella, una zona muy tranquila situada entre Alcoy y Benidorm, ofrece gran turismo de escalada al sol, gracias a sus extensas paredes con vías de escalada, una de las cuales tiene forma de diamante. Es un lugar muy visitado que se caracteriza por sus rocas calizas de color gris.

### Calpe

Una de las montañas más conocidas de esta provincia es el Peñón de Ifach, lugar donde también se realiza turismo de escalada. Está compuesto por roca caliza que llega a 332 metros de altura y desde donde se puede ver la costa. La gran mayoría de las rutas se realizan en la cara sur, donde la roca es de color anaranjada.

Uno de los aspectos más característicos es la celebración que se realiza en el mes de mayo llamada Rally 12 horas d'escalada al Penyal d'Ifach, que consiste en escalar tantas vías como se puedan en 12 horas.

## Análisis DAFO, Gestalgar frente a otras zonas de escalada

Todas las zonas nombradas durante el punto anterior están recogidas y promocionadas en el libro de turismo activo de la Generalitat Valenciana, el cual se puede encontrar en cualquier oficina de turismo de la Comunidad y en Internet.

Gestalgar, a pesar de ser una gran zona para hacer escalada y realmente próxima a la provincia de Valencia, no aparece en este libro. Esto se debe a la poca regulación que hay de las zonas de escalada y la escasa promoción que tiene el pueblo de cara al público.

Con el objetivo de comparar Gestalgar competitivamente frente a otras zonas de escalada ya consolidadas, se ha realizado un DAFO en el cual se analizan las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la escalada en el pueblo como foco turístico.

Gráfico 1: Análisis DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Mala gestión turística y de los espacios por parte del ayuntamiento.</li> <li>-Falta de oferta de alojamiento.</li> <li>-Zona con acceso limitado para los coches.</li> <li>-Comunicación escasa, la única forma de llegar es por carretera. Sólo hay una línea de bus.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Oferta nueva frente a ofertas ya consolidadas en el sector.</li> <li>-La estacionalidad (no en gran medida)</li> <li>-El turismo de sol y playa, debido a la proximidad a este.</li> <li>-Gran cantidad de turismo activo en la Comunidad Valenciana.</li> </ul>
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>-Alto valor paisajístico.</li> <li>-Zonas de baño al lado de la zona de escalada.</li> <li>-Gran cantidad de fuentes naturales.</li> <li>-Carece de masificación.</li> <li>-Proximidad a la provincia de Valencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-La creación del eco-camping.</li> <li>-La creación de una página web que de una mejor visibilidad a los recursos de Gestalgar.</li> <li>-Oferta de actividades de turismo activo.</li> <li>-Promocionar la gastronomía del pueblo mediante el eco-camping.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia

# Gestalgar

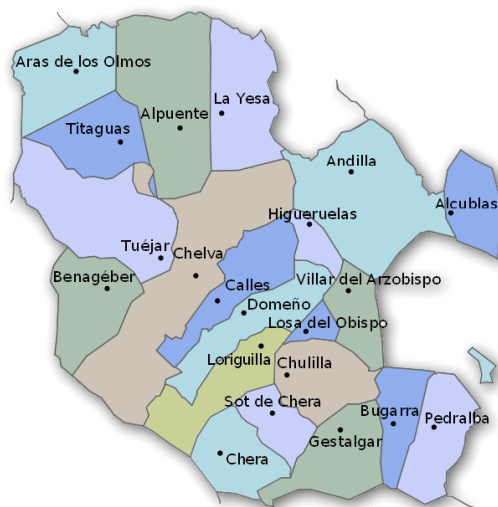
## Análisis de la zona

Gestalgar es un pequeño municipio situado en el interior de la provincia de Valencia, exactamente al sur de la comarca de la Serranía, a escasos 50 kilómetros de la capital del Turia. La comarca de la Serranía, la cual se compone de 19 municipios, se trata de un territorio principalmente montañoso.

El término municipal se extiende unos 70 km<sup>2</sup>, limitando con los pueblos de Chulilla, Bugarra, Siete Aguas, Cheste, Chiva Chera y Sot de Chera; mientras que la población del término de Gestalgar se concentra en el margen izquierdo del río Turia, siguiendo la ladera del Alto Gaspar.

Este terreno boscoso está fracturado por elevaciones como la sierra de Chiva y los contrafuertes de los montes de Chulilla; también aparece quebrado por gran cantidad de barrancos.

Figura 1



Fuente: parcdelturia.es

Gestalgar es una población rica en agua, y así lo demuestran la gran cantidad de fuentes que posee el término; como la del 'Morenillo', que cuenta con una cascada, las ruinas de

construcciones hidráulicas árabes, como las acequias o la 'Presa Vieja'; o zonas de baño como la del 'Motor'.

Debido a esta abundancia de agua, se convierte en un territorio ideal para la práctica de deportes acuáticos.

También destaca por la belleza única de sus numerosos parajes, fruto del clima mediterráneo y lo abrupto del terreno, los cuales confieren unas características únicas para la práctica de actividades relacionadas con la naturaleza, como por ejemplo la escalada.

Uno de los parajes más importantes y conocidos en el término es la Peña María, una zona que corresponde perfectamente a la descripción del párrafo anterior, y que se convierte en el mejor lugar para hacer escalada en Gestalgar.

*Figura 2: Peña María*



*Fuente: valenciabonita.es, 2021*

El potencial turístico, natural y cultural se completa con el interés de los ritos festivos que el pueblo ha sabido conservar durante todos estos años, como las de 'San Blas', fiesta que comprende pólvora, toros y actos religiosos; y por supuesto por su gastronomía, en la que podemos destacar el 'Arroz de caricas', las 'Habas fritas' o el 'Pastel de boniato'.

A pesar de situarse próximo al área metropolitana de Valencia, las escasas infraestructuras de comunicación y de instauración de tejido industrial han propiciado la pérdida de población en el término.

## Patrimonio

Se ha realizado un inventario que comprende el patrimonio natural y paisajístico, los recursos culturales y arquitectónicos y las fiestas y gastronomía de Gestalgar. De esta forma se pretende poner en valor todos los recursos del pueblo y hacer más accesible la información de estos de cara al público. A día de hoy no existe ninguna plataforma a la que acceder para obtener información detallada sobre los recursos patrimoniales de Gestalgar más allá de algunas páginas en internet y de antiguos libros sobre el término.

Este inventario será incluido en la página web del eco-cámping para promocionar y dar visibilidad a Gestalgar, sus lugares de interés, sus fiestas y su gastronomía. Todo estará incluido en la pestaña de 'Patrimonio', que servirá como guía de apoyo para los turistas.

### Patrimonio natural y paisajístico

Gestalgar destaca por abordar un importante patrimonio natural y paisajístico por diversas razones.

Cuenta con una gran superficie de monte, donde predominan el cultivo del almendro, el algarrobo y el olivo. Además, debido a lo abrupto del terreno, el término, como se ha mencionado anteriormente, es rico en fuentes, barrancos y cerros, y cuenta con la presencia del río Turia. Gracias a este hecho, existe un gran aprovechamiento hidráulico que parte desde el siglo XVII, si no antes, con la construcción del acueducto de los calicantos.



## Baños del Motor

Figura 3



Fuente: mapio.net

La piscina fluvial del pueblo, uno de los lugares más concurridos, sobre todo durante el verano.

Se trata de una zona perfectamente habilitada para el baño.

Recibe el nombre de motor en honor al edificio blanco con cubierta cónica azul, construido en el siglo XX para propulsar y elevar el agua procedente del manantial de la Peña María hasta un depósito desde donde se distribuye el agua potable al pueblo.

## Peña María

Figura 4



Fuente: mapio.net

La Peña María es un enclave natural único, presidido por un impresionante macizo que moja sus pies en el río Turia.

Es una de las zonas más espectaculares del término de Gestalgar y con más valor paisajístico.

Allí se encuentra la fuente de la Peña María, un afloramiento natural de agua de manantial que surge a la superficie a través de una fisura en la propia roca.

El macizo de la Peña María es una gran zona de escalada.

## Fuente del Morenillo

*Figura 5*



Fuente: mapio.net

El Morenillo es una pequeña fuente manantial situada cerca de la Peña María, y otro de los rincones con mayor valor paisajístico del término.

La cascada y la belleza de la zona hacen del lugar una de las zonas de baño más apreciadas de Gestalgar.

## Cueva de los diablos

*Figura 6*



Fuente: valenciabonita.es

La cueva de los diablos es una bella cavidad natural formada por las filtraciones del agua de la lluvia.

En ella se han llegado a encontrar restos de fósiles.

Las formas de las rocas hacen de este un lugar muy peculiar y atractivo.

Castillo de los Murones

*Figura 7*



Fuente: parcdelturia.es

Castillo de origen árabe, construido en el siglo XII, situado sobre la montaña que corona Gestalgar.

El castillo se halla en muy mal estado, pero las vistas desde arriba son impresionantes.

Parroquia Purísima Concepción

*Figura 8*



Fuente: parcdelturia.es

Iglesia dedicada a la Purísima Concepción. En su interior podemos encontrar un mural de la Santísima Trinidad y cuatro cuadros con los evangelistas, atribuidos a Ribalta.

Su construcción data aproximadamente de 1736, pero terminó de construirse en la última década del siglo XVII.

### Ermita de Gestalgar

*Figura 9*



Fuente: parcdelturia.es

Se encuentra cerca de la entrada del pueblo, cerca también del cementerio.

La obra es un barroco del 1747, pero es toda una incógnita, ya que apenas existe información acerca de ella.

La zona es muy bonita y existe una ruta para visitarla.

### Acueducto de los Calicantos

*Figura 10*



Fuente: valenciabonita.com

Acueducto de construcción romana, una gran obra a la que nunca se le pudo dar el uso deseado, pero que en épocas posteriores sirvió como refugio y almacén de pólvora en el 1957 durante la famosa riada del Turia.

## Fiestas

### San Blas y las santas reliquias

*Figura 11*



Fuente: amigos Gestalgar

A principios de febrero, Gestalgar honra a su patrón con una de las fiestas tradicionales más populares de la Serranía Valenciana.

### Fiestas Patronales

*Figura 12*



Fuente: vozzffy

Se celebran a mediados de agosto en honor de la Asunción de Nuestra Señora, San Roque y Virgen de la Peña.

Ajo aceite

Figura 13



Fuente: topcook.es

El ajo aceite, al igual que en toda la Comunidad Valenciana, es un plato muy típico e imprescindible en las casas de Gestalgar.

Habas con cerdo

Figura 14



Fuente: cocineando.com

Uno de los platos estrella del término.

El plato consiste en habas fritas con cebolla, cerdo, morcilla y longanizas.

## Pastel de boniato

*Figura 15*



Fuente: [recetasderechupete.com](http://recetasderechupete.com)

Los pasteles de boniatos son uno de los productos más demandados en los hornos de Gestalgar, y, a su vez, de los más elaborados en las casas del pueblo.

## Arroz de caricas

*Figura 16*

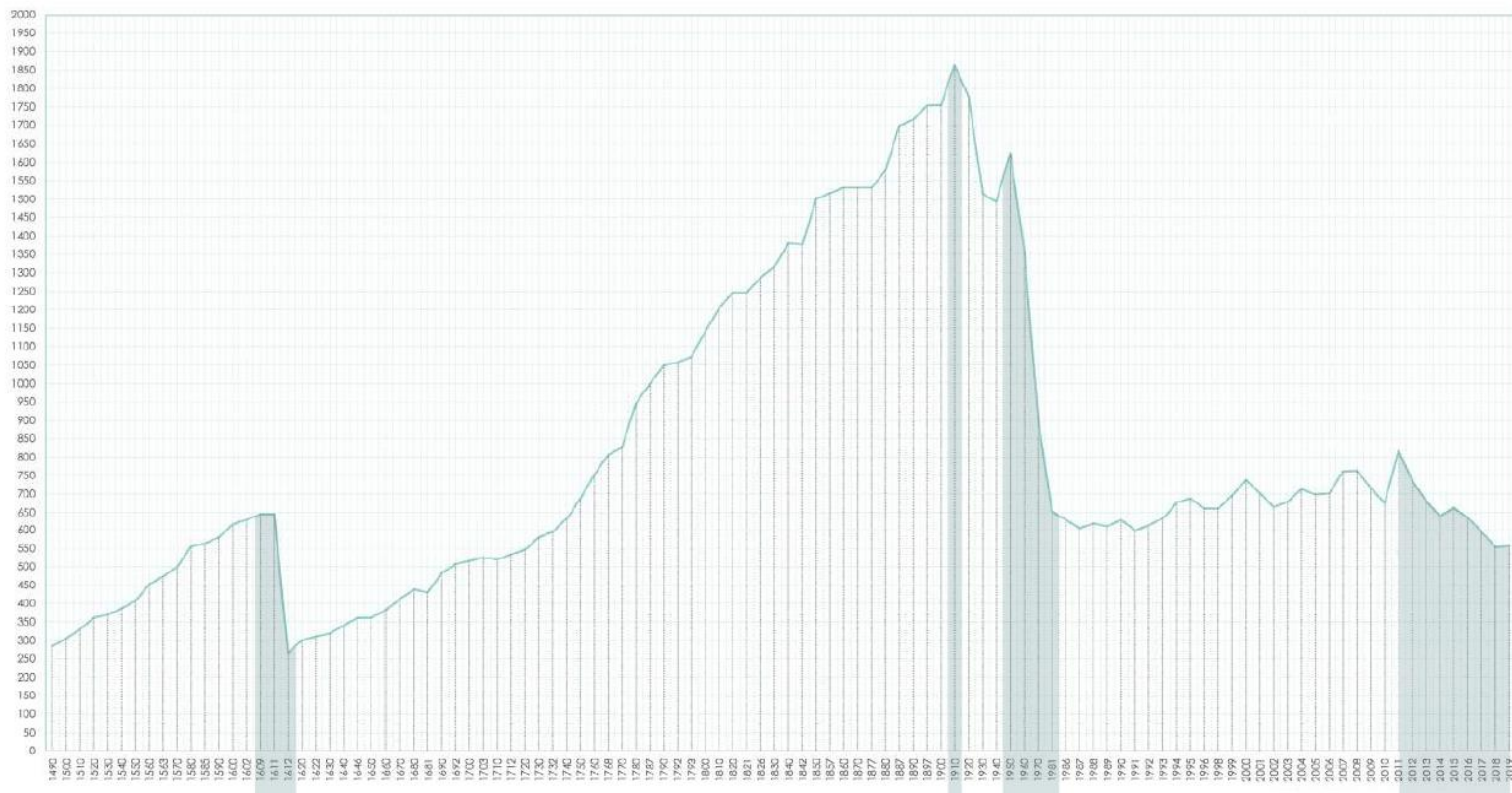


Fuente: [ajuntamentgestalgar.com](http://ajuntamentgestalgar.com)

El arroz de caricas es un plato muy popular en Gestalgar, el cual consiste en un arroz caldoso cuyo ingrediente estrella son las semillas de legumbre, que se desgranar y mezclan con el garrofón y la calabaza.

## Evolución demográfica de Gestalgar, la realidad actual

Figura 17: Evolución demográfica de Gestalgar



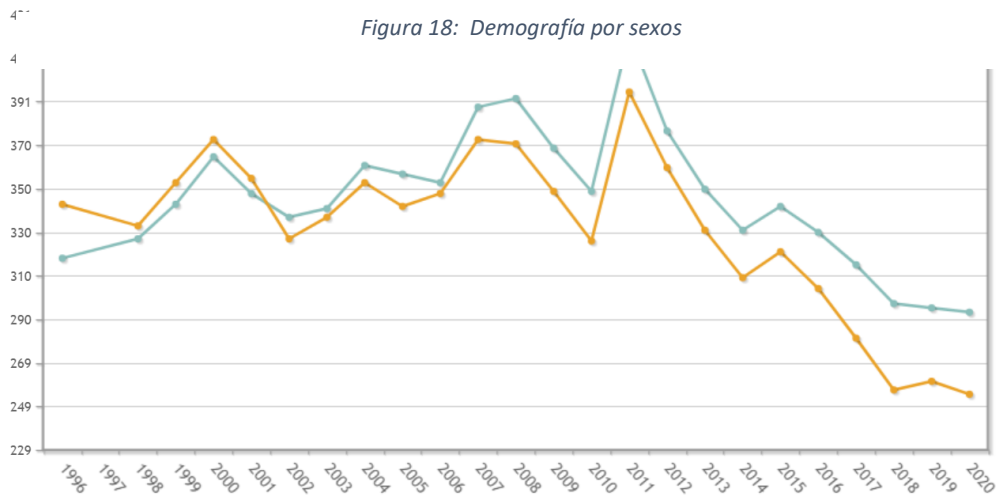
(Elaboración de Javier Magán Fuente: INE 2019)

Como se puede apreciar en la gráfica 1, la población tuvo una tendencia creciente desde el siglo XV hasta principios del siglo XX, exceptuando el primer tramo sombreado, que corresponde a la salida de los moriscos en 1609.

El punto más elevado de población en el término fue en 1910, el cual corresponde al segundo tramo sombreado, y en el que la población alcanzaría 1863 habitantes.

El tercer tramo sombreado corresponde a la época de éxodo rural, a mediados del siglo XX, donde la población empezaría a perder habitantes de forma progresiva.





(Elaboración propia Fuente INE: 2019)

Como podemos observar tanto en la gráfica 1 como en la gráfica 2, desde el año 2011, la población de Gestalgar ha disminuido aún más con respecto a años anteriores, alcanzando una tasa de crecimiento vegetativa de -24,46, una tasa migratoria de -14,93 y un crecimiento demográfico del -20,11 según el Instituto Nacional de Estadística (2019).

La falta de servicios públicos básicos, comercios, infraestructuras, empleo, etc. han propiciado una caída drástica en la población, que actualmente cuenta con 548 habitantes (2020).

Tal como está reflejado en el gráfico 2, el número de hombres es superior a las mujeres desde el año 2002, representando la línea azul a los hombres y la naranja a las mujeres.

Según el INE, la población se agrupa en un rango de edad entre los 45 y 80 años, por lo que la población está muy envejecida y la natalidad es muy baja.

## Propuesta de mejora: Creación de un eco-cámping

La propuesta de mejora es simple, la creación de un eco-cámping. Como ya se ha mencionado anteriormente, la existencia de oferta de alojamiento es una de las claves para fomentar el turismo en un lugar, y sobre todo si se trata de una zona rural.

Actualmente, en Gestalgar, solo existe un albergue, el cual es la única oferta de alojamiento en el pueblo. Antes había un camping, pero este ya no se encuentra operativo, por lo que corre la necesidad de incorporar una nueva oferta de alojamiento en el pueblo si se desea mejorar la situación socioeconómica de este.

La idea es montar un eco-cámping en el pueblo mediante el cual se fomente un turismo sostenible relacionado a actividades lúdico-educativas, especialmente la escalada. Este estaría localizado donde se encontraba el antiguo camping, en lo alto del pueblo, zona muy elevada con vistas a todo Gestalgar, y próxima a la zona de baño y al acceso al paraje de la 'Peña María'.

Gestalgar posee una zona muy buena para la realización de escalada, la Peña María, pero esta no está regulada de ninguna forma y la gente que viene a practicar este deporte no deja ningún beneficio económico en el pueblo.

Mediante la creación de este negocio se pretende conseguir que la gente conozca a Gestalgar como un buen punto para escalar y realizar otro tipo de actividades en la naturaleza como puede ser el senderismo, y que además conozcan la historia y el patrimonio cultural del pueblo.

De esta forma se pretende conseguir que aumente la afluencia de visitantes en el término, motivados por una oferta de alojamiento sostenible que dispone de actividades en el entorno natural, se especializa en la escalada y fomenta el respeto y conservación del patrimonio natural y cultural de Gestalgar.

Además, el eco-cámping tiene una serie de ventajas competitivas que lo hacen diferenciarse del resto de la competencia:

- Es sostenible, la energía se genera a partir de placas solares y de un filtro biológico.
- Tiene un restaurante/comedor donde se sirve comida típica de la localidad y de la comunidad, utilizando productos locales, ayudando así al agricultor y los pequeños comercios.

-Dispone de un rocódromo en el cual se puede practicar la escalada. De esta forma se consigue llamar la atención de escaladores.

-Se ofertan actividades de turismo activo: escalada, senderismo, ciclismo y espeleología.

-Se fomenta el respeto hacia los recursos naturales y culturales.

-Se trataría del primer eco-camping en toda la provincia de Valencia. Solo por esta razón se puede decir que se trata de una oferta única.

-Es una gran opción para familias que buscan realizar turismo activo. Todas las actividades son aptas para todos los públicos, y los niños pueden quedarse a cargo de los empleados practicando la escalada en el rocódromo si los padres desean realizar un tipo de escalada más complicada, como puede ser la 'boulder' (escalada sin arnés).

## Plan de marketing

El plan de marketing recoge las estrategias y acciones necesarias para alcanzar los objetivos previstos, promocionar y dar a conocer al público el eco-cámping.

Actualmente las redes sociales e internet son los mejores escaparates para nuevos productos por razones obvias, por lo que la integración y comunicación del eco-cámping en estos canales va a jugar un papel fundamental a la hora de alcanzar los objetivos.

Una de las primeras acciones a realizar es la creación de una página web para el eco-cámping, plataforma que servirá como escaparate de muestra del producto y a través de la cual se podrán realizar y pagar las reservas directamente. Además, también se dispondrá de otros apartados tales como actividades de turismo activo disponibles.

En segundo lugar, se realizarán campañas de marketing a través de los principales portales de alojamiento turísticos rurales de la Comunidad Valenciana, como Top Rural y Booking.

Estas campañas también serán llevadas a redes sociales como Instagram Facebook y Twitter, portales que disponen de millones de personas, desde donde podemos llamar la atención de potenciales clientes.

Además, un movimiento que puede generar cierta ventaja competitiva sobre la competencia sería promocionar colonias de verano para niños. Durante estas excursiones aprenderán acerca de la sostenibilidad y de la importancia de preservar el patrimonio cultural, natural y paisajístico,

y a parte podrán disfrutar de las diferentes actividades que se ofrecen en el eco-camping, tales como la escalada, el senderismo y la espeleología.

Sería conveniente colaborar con agencias de viaje y otras instituciones, tales como Visit Valencia, encargada del turismo en la capital de la comunidad y que dispone de varios puntos de información donde se podría promocionar el eco-cámping y las actividades de las que disponemos. También sería diferencial alquilar un Stan en el Fitur para dar visibilidad al proyecto y promocionarlo frente a distintas entidades, y más teniendo en cuenta que el Fitur ha ido premiando cada año más las propuestas y negocios de carácter sostenible.

Con estas estrategias de marketing se espera dar a conocer el producto a un público muy amplio, aumentando así en gran medida los clientes potenciales.

Se espera un coste inicial de 1500 € en la creación de la página web, y unos costes de publicidad y mantenimiento mensuales de 350€.

## Plan Económico-Financiero

### Estimación de precios y tasas de ocupación

El precio es uno de los elementos más importantes a tener en cuenta para lograr una calidad-precio al alcance de todos los públicos, o del público al que vaya destinado el producto. Se trata de ajustar los márgenes y ser competitivos ante la oferta rural, a la par, que se consiguen ingresos suficientes para sustentar la actividad y beneficios que puedan permitir su mejora y evolución futura.

La única oferta de alojamiento en Gestalgar actualmente es un pequeño albergue, por lo que no existe una competencia directa. Sin embargo, sí que existen otros cámping en la Serranía, y sobre todo otras zonas de escalada reguladas. Esto sería la mayor competencia, pero no se puede comparar con una oferta tan única como la de este eco-cámping, ya que une la escalada y otras actividades de turismo activo al cámping, lo que nos hace diferenciarnos frente al resto.

Los cámping, albergues y casas rurales del entorno, poseen precios muy competitivos, por lo que la diferencia a la baja de los precios sería una cuestión muy complicada de mantener, sobre todo en un inicio.

Los precios serán por ello, similares a los competidores, aunque con la salvedad de disponer de una oferta más completa e integrada. Se tiene, por tanto, un leve margen de maniobra en el que asentar los precios. Como prioridad destaca cubrir costes e inversión estando por encima del nivel de la competencia de la localidad respecto a la calidad y siempre manteniendo un nivel de precio asequible conforme a la temporada y características de los clientes.

### *Precios Alojamiento*

Los precios para la oferta del eco-cámping vienen marcados por el tipo de alojamiento que se reserve (bungalow, parcela de acampada, acampada libre), los extras y la temporada.

Así es como se define las temporadas en las que se divide el año:

- **Temporada Alta:** desde el 15 de junio hasta el 15 de septiembre, Navidad, Semana Santa, y puentes por festivos nacionales. Total: 104 días
- **Temporada Media:** Desde 1-15 junio y desde 15-30 septiembre. Total 30 días.
- **Temporada Baja:** Resto del año. Total 231 días.

Los precios del conjunto de estancias del albergue son los que se presentan en la siguiente tabla tanto en precios absolutos, como en precio por persona considerándose estancias completas.

El eco-cámping consta de 10 bungalow de 4 personas, 20 parcelas de acampada y una zona de acampada libre.

Por lo tanto, el eco-cámping cuenta con una estimación completa de 90 plazas.

Los precios por alojamiento y día son los siguientes:

*Tabla 1. Precios de alojamiento*

TIPO DE ALOJAMIENTO	PERSONAS	T. ALTA	T. MEDIA	T. BAJA
Bungalow	4pax	80€	76€	64€
Parcela acampada	2pax	34€	30€	22€
Acampada libre	1pax	12€	10€	8€

*Fuente: Elaboración propia*

Los huéspedes que vengan solos y deseen hospedarse en un bungalow deberán pagar el precio completo. Lo mismo sucede con las parcelas, si un huésped desea alojarse en una parcela el solo deberá pagarla al completo. De esta forma no perdemos dinero, únicamente aforo.

Así sería el precio unitario de los alojamientos:

*Tabla 2. Precios de alojamiento unitario*

TIPO DE ALOJAMIENTO	PERSONAS	T. ALTA	T. MEDIA	T. BAJA
Bungalow	1pax	20€	19€	16€
Parcela acampada	1pax	17€	15€	11€
Acampada libre	1pax	12€	10€	8€

*Fuente: Elaboración propia*

Opciones del cliente a la hora de hacer la reserva:

- Se podrá pedir, para los bungalow, una cama supletoria en caso de ser 4. El precio será el unitario de temporada alta, es decir, 20 €.
- En el caso de las parcelas, pueden entrar hasta un máximo de 6 personas si es necesario, pagando cada una de ellas 17 € al día.
- La luz se paga diariamente a parte, y tiene un precio de 10 €.

#### *Tasa de ocupación prevista*

Durante este apartado se realizará una previsión de ventas que trata de estimar el grado de ocupación del eco-cámping durante el primer año.

Para el estudio de la tasa de ocupación del negocio, se han utilizado como apoyo los datos de la ocupación de los alojamientos de alrededores, es decir, de la Serranía, los cuales suelen tener un grado de ocupación del 55% en temporada baja, y del 75% en temporada alta según los datos del Instituto nacional de Estadística.

Cabe destacar que el eco-cámping está muy diferenciado con respecto a la competencia, por lo que se esperan aún mejores cifras, sobre todo teniendo en cuenta el trabajo de marketing que hay detrás.

Estimaciones previstas para el primer año:

Tabla 3. Estimaciones % de ocupación

Temporada	Caso normal Ocupación	Caso pesimista Ocupación
Baja	35%	25%
Media	45%	35%
Alta	70%	55%

Fuente: Elaboración propia

Montar un eco-cámping supone una gran inversión, por lo que se prevé no tener grandes beneficios al principio, pero se espera que evolucione de forma rápida en el sector y se haga de conocer en poco tiempo, debido a la singularidad del negocio.

La estacionalidad puede perjudicar el grado de ocupación del eco-cámping, pero al tratarse de una oferta tan diferenciada se espera que un futuro los porcentajes en temporada baja puedan llegar hasta el 50%, y en temporada alta superen el 75% ocupación.

### Presupuesto de inversión

Se ha estimado un coste de acondicionamiento y equipamiento del terreno de 160.000,00€ (IVA incluido): construcción del comedor, sala de recepción, bungalós, filtro biológico, paneles solares, etc.

En cuanto al coste del mobiliario y la decoración de los bungalós y zonas comunes, se estiman unos 26.000€ (IVA incluido).

El coste del equipo informático, licencia y mantenimiento de software será de unos 2200€.



También es necesario contabilizar el coste de los utensilios y materiales necesarios para llevar a cabo las tareas relacionadas con el comedor, las actividades y otros. Se estima un coste cercano a los 10.000€ (IVA incluido).

El coste por los elementos de stock inicial y materiales de consumo se estima en unos 3000€.

Se han estimado unos fondos de maniobra de 16000€.

Tabla 4. Inversión inicial

TOTAL INVERSIÓN INICIAL	
Acondicionamiento del terreno	160.000,00€
Mobiliario	26.000,00€
Utensilios	9800,00€
Sistema informático	2200,00€
Stock inicial	3000,00€
Fondo maniobra 3 meses	16.000,00€
Inversión inicial total	217.000,00€

Fuente: Elaboración propia

## Financiación

Se dispone de capital suficiente para afrontar la inversión, por lo que en un principio no se necesita recurrir a financiación ajena. Si al final se necesitará la ayuda de financiación externa mediante un préstamo, las cuotas resultantes deberían contemplarse en la cuenta de pérdidas y ganancias.

## Depreciación de activos

En cuanto a la amortización por depreciación, se van a considerar únicamente la amortización de mobiliario, utensilios y sistema informático, por lo que se estima una cuota cercana a los 3000€.

## Cuenta de resultados previstos

En las siguientes tablas se van a ver reflejadas la ocupación anual y los ingresos por alojamiento vendido, respectivamente.

Se han considerado las estimaciones calculadas anteriormente (caso pesimista):

- Temporada baja: 25%
- Temporada media: 35%
- Temporada alta: 55%

Se han estimado los siguientes precios unitarios promedio anuales:

- Temporada baja: 11,7€
- Temporada media: 14,7
- Temporada alta: 16,3€

*Tabla 5. Ocupación anual primer año*

Temporada	Ocupación/pax
T. Baja	5198
T. Media	945
T. Alta	5148
<b>Total Ocupación anual</b>	<b>11.291</b>

*Fuente: Elaboración propia*

Tabla 6. Ingresos anuales primer año

Temporada	Ingresos
T. Baja	60.810,75€
T. Media	13.891,50€
T. Alta	83.912,40€
<b>Total ingresos 1er año</b>	<b>158.614,65€</b>

Fuente: elaboración propia

Como podemos observar en la tabla, el primer año obtendríamos unos ingresos brutos por habitaciones vendidas de 158.614,65€.

Los ingresos por desayuno/comida se han establecido en base a un 40% de probabilidad de que se contrate el servicio. El precio del desayuno es de 5€ mientras que el de la comida es de 8€, por lo tanto, el precio medio es de 6,5€.

Tabla 7. Ingresos anuales desayuno/comida primer año

Precio desayuno/comida	Ingresos
6,5€/ pax	29.354€
<b>Total ingresos desayuno/comida 1er año</b>	<b>29.354€</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Ingresos anuales totales

Concepto	Ingresos
Ingresos alojamiento	158.614,65€
Ingresos desayuno	29.354€
<b>Total ingresos 1er año</b>	<b>187.968,65€</b>

Fuente: Elaboración propia

Los ingresos totales anuales ascienden en 187.968,65€

### Gastos

Costes de materia prima aprox. 40% /desayuno/comida): 11.741,00€

Costes de personal: 73.000,00€

Tabla 9. Costes directos

COSTES DIRECTOS	
Costes de personal	73.000,00€
Costes de materia prima	11.741,00€
<b>TOTAL COSTES</b>	<b>84.741,00€</b>

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10. Gatos variables

GASTOS VARIABLES	
Costes de materia prima	11.741,00€
Gastos comerciales	4000,00€
Seguros	300,00€
Gastos de Suministros	3100€
Gastos por servicios externos	2000€
<b>TOTAL GASTOS VARIABLES</b>	<b>21.141,00€</b>

Fuente: Elaboración propia

El total de gastos (Costes directos + Gastos variables) es de: 105.882,00€

Tabla 11. Cuenta de explotación anual

CUENTA DE EXPLOTACIÓN PREVISIONAL	
Concepto	1er año
Ingresos netos (-10% IVA)	168.988,65€
Costes de las ventas (comisiones de intermediación) 15% de los ingresos a un coste del 18%	4562,68€
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>	<b>164.452,97€</b>
<b>TOTAL DE GASTOS</b>	<b>105.882,00€</b>
Resultado operativo (EBITDA)	59.106,65€
AMORTIZACIONES	3000,00€
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (EBIT)</b>	<b>56.106,65€</b>

Fuente: Elaboración propia

El resultado de la explotación resulta en una ganancia neta de 56.106,65€.

## Entrevistas

Se han realizado 20 entrevistas en el rocódromo de Valencia 'Natural Climb VLC' para poder hacernos una idea de si la gente que se dedica a la escalada conoce Gestalgar y para saber que piensan sobre la creación de un eco-camping especializado en la escalada y el turismo activo.

Se han realizado las siguientes preguntas:

1. ¿Conoces Gestalgar? ¿Has escalado alguna vez allí?
2. ¿Dónde sueles ir a escalar? ¿Por qué?
3. ¿Has estado alguna vez en un eco-camping?
4. ¿Te animarías a ir a uno en Gestalgar, si además estuviera especializado en la escalada y el turismo activo, disponiendo de un rocódromo dentro de este?

Las entrevistas eran cortas pero precisas, para molestar lo más mínimo.

De los 20 entrevistados, solo 6 conocían Gestalgar, y 5 de ellos habían ido a escalar. Esto demuestra lo poco promocionado que está tanto el pueblo como la zona de escalada.

Todos los demás nunca habían estado, pero a algunos si que les sonaba el nombre. Cabe destacar que el río de Gestalgar es algo conocido en Valencia.

En cuanto a la segunda pregunta, la amplia mayoría respondió la zona de Chulilla y de Buñol. Ambas por la cercanía a Valencia y por las diferentes dificultades que ofrece. También se nombran las zonas de Alzira y Ontinyent.

Sorprendentemente solo 1 persona de las entrevistadas había estado una vez en un eco-camping, exactamente en 'ecocamp viyols', en Tarragona. Realmente, esta cifra tampoco es una sorpresa, ya que no hay ningún eco-camping en toda Valencia.

Todos los entrevistados se vieron entusiasmados con la última pregunta, e irían a probarlo sin dudarlo.

Se les mostraron imágenes de la zona y todos pensaron que era un gran lugar para hacer escalada. La idea del eco-camping tenga rocódromo les pareció un punto muy fuerte, además de la idea de fomentar el turismo sostenible.

## Conclusiones

Durante este proyecto se ha remarcado la importancia del desarrollo local en municipios que se encuentran en declive económico debido al éxodo rural.

Se ha analizado la realidad económico-social del municipio de Gestalgar y sus recursos culturales y naturales, concluyendo que existe una necesidad urgente por parte del término si no quiere ser completamente olvidado.

El objetivo principal de este proyecto ha sido la dinamización de la escalada en el municipio. Gestalgar posee un gran potencial para ser uno de los puntos de escalada de renombre en la provincia de Valencia y en toda la Comunidad.

Para conseguir este hallazgo son necesarias muchas cosas, pero una de las más importantes, sino la que más, es la presencia de una oferta de alojamiento de calidad.

Es por ello por lo que la principal propuesta de mejora ha sido la creación de un eco-camping especializado, sobre todo, en la escalada, pero también en el turismo activo en general.

Se han realizado cálculos para saber si realmente es viable el negocio, y como podemos observar en la cuenta de resultados provisional, utilizando precios moderados y ratios de ocupación pesimistas para el primer año, el negocio es sostenible.

Esto quiere decir que se podrían cubrir los gastos los gastos de funcionamiento y sueldos de empleados y proporcionar rentabilidad sobre la inversión.

La habilitación de este establecimiento supondría la creación de nuevo empleo y la revitalización de la actividad turística en la zona.

El mayor punto negativo de este proyecto es la mala gestión turística que tiene Gestalgar en general, pero se confía en que la oferta es muy diferenciada a la competencia y el pueblo posee el potencial necesario para tener una actividad turística mucho mayor a la actual.



## Referencias bibliográficas

- Augustine, J. P. (2000). Activités ludo-sportives et médiations territoriales. *Montagnes Méditerranéennes*, 11, 29–52.
- Bessy, O., y Mouton, M. (2004). Du plein air au sport de nature. Nouvelles pratiques, nouveaux enjeux. *Cahiers Espaces*, 81, 13–29. [https://www.sports.gouv.fr/IMG/pdf/du\\_plein\\_air\\_aux\\_sports\\_de\\_nature.pdf](https://www.sports.gouv.fr/IMG/pdf/du_plein_air_aux_sports_de_nature.pdf)
- Bouchet, P., y Bouhaouala, M. (2009). Tourisme sportif. *Téoros: Revue de recherche en tourisme*, 28(2), 3. <https://doi.org/10.7202/1024801ar>
- Bourdeau, P., Corneloup, J., y Mao, P. (2004). Outdoor sports and tourism in the French mountains: towards a sustainable development? *Sport Tourism: Interrelationships, Impacts and Issues*, 101–116. [https://www.researchgate.net/publication/278777586\\_Outdoor\\_Sports\\_and\\_Tourism\\_in\\_French\\_Mountains\\_towards\\_a\\_Sustainable\\_Development](https://www.researchgate.net/publication/278777586_Outdoor_Sports_and_Tourism_in_French_Mountains_towards_a_Sustainable_Development)
- Buckley, R. F. (2006). *Adventure Tourism* (1.ª ed.). : Griffith University y ICER. <https://doi.org/10.1079/9781845931223.0193>
- Cánoves Valiente, G., y Villarino Pérez, M. (2020). Turismo en espacio rural en España: actrices e imaginario colectivo. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 37, 51–77. <https://raco.cat/index.php/DocumentsAnalisi/article/view/31725>
- Cebrián Abellán, F., y García González, J. A. (2010). Propuesta metodológica para la identificación, clasificación y puesta en valor de los recursos territoriales del turismo interior. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 54, 361–383. <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/1293>
- Corneloup, J. (2005). La place du marché dans le fonctionnement des loisirs sportifs de nature. *Téoros: Revue de recherche en tourisme*, 24(1), 55. <https://doi.org/10.7202/1071112ar>
- DECRETO 120/2006, de 11 de agosto, del Consell, por el que se aprueba el Reglamento de Paisaje de la Comunitat Valenciana. Diari Oficial de la Generalitat Valenciana, núm 5325, de 16 de agosto de 2006, pp. 28242. [https://dogv.gva.es/portal/ficha\\_disposicion\\_pc.jsp?sig=4477/2006&L=1](https://dogv.gva.es/portal/ficha_disposicion_pc.jsp?sig=4477/2006&L=1)
- Diéguez-Castrillón, M. I., Gueimonde-Canto, A., y Sinde-Cantorna, A. (2009). Turismo rural como estrategia de diversificación: factores determinantes y resultados en Galicia. *Cuadernos de Gestión*, 9(2), 31–54. <http://hdl.handle.net/10810/7640>

Dienot, J., y Theiller, D. (1999). *Les nouveaux loisirs sportifs en montagne: les aventuriers du quotidien* (1.<sup>a</sup> ed.). Maison des Sciences de l'Homme d'Aquitaine. <https://doi.org/10.4000/books.msha.17112>

Gamez, M. J. (2015). *Objetivos y metas de desarrollo sostenible*. Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

Garrod, B., Wornell, R., y Youell, R. (2006). Re-conceptualising rural resources as countryside capital: The case of rural tourism. *Journal of Rural Studies*, 22(1), 117–128. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2005.08.001>

Gibson, H. (2006). Sport Tourism: Concepts and Theories. An Introduction. *Sport in Society*, 8(2), 133–141. <https://doi.org/10.1080/17430430500101996>

Instrumento de ratificación del Convenio Europeo del Paisaje (número 176 del Consejo de Europa), hecho en Florencia el 20 de octubre de 2000. Boletín Oficial del Estado, núm. 31, de 5 de febrero de 2008, pp. 6259 a 6263. <https://www.boe.es/eli/es/ai/2000/10/20/1>

Kurtzman, J., y Zauhar, J. (2005). Sports tourism consumer motivation. *Journal of Sport & Tourism*, 10(1), 21–31. <https://doi.org/10.1080/14775080500101478>

Lacosta Aragües, A. J. (2004). La configuración de nuevos destinos turísticos de interior en España a partir del turismo activo y de aventura. *Cuadernos Geográficos*, 34(1), 11–31. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v34i1.1818>

Ley 4/2004, de 30 de junio, de Ordenación del Territorio y Protección del Paisaje. Boletín Oficial del Estado, núm. 174, de 20 de julio de 2004, pp. 26294 - 26316. <https://www.boe.es/eli/es-vc/l/2004/06/30/4>

Loret, A. (1995). *Génération glisse, dans l'eau, l'air, la neige*. . . Editions Autrement.

- Organización Mundial del Turismo. (2010). Tourism and the millenium development goals. <http://www.unwto.org/tourism&mdgsezine/>
- Ponce Herrero, G. (2016). El paisaje, de activo no valorado a factor clave de competitividad territorial. Estudio de caso en la comunidad valenciana. *Diseño en síntesis*, 55. <https://disenoensintesisojs.xoc.uam.mx/index.php/disenoensintesis/article/view/320>
- Porter, M. E. (2000). Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*, 14(1), 15–34. <https://doi.org/10.1177/089124240001400105>
- Rivera Mateos, M. (2010). Turismo activo en la naturaleza y espacios de ocio en Andalucía (Tesis doctoral, Junta de Andalucía). <https://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/14269>
- Selma, O. (2020, 31 julio). *8 campings ecológicos en España*. 65 y más - El diario de las personas mayores. [https://www.65ymas.com/ocio/turismo-sostenible-eco-campings-en-espana\\_17624\\_102.html](https://www.65ymas.com/ocio/turismo-sostenible-eco-campings-en-espana_17624_102.html)
- Mao, P. (2003). Les lieux de pratiques sportives de nature dans les espaces ruraux et montagnards (Tesis doctoral, University Joseph Fourier). <https://tel.archives-ouvertes.fr/tel-00280034>
- Río+20, C. (2012). «El futuro que queremos» Documento final de la Conferencia Oficial. *Revista Catalana de Dret Ambiental*, 3(1). <https://doi.org/10.17345/1281>
- Rivera Mateos, M. (2015). La oferta comercial de turismo activo de naturaleza en España: estructuración, tendencias recientes y contextualización territorial. *Turismo y Sociedad*, 16, 85. <https://doi.org/10.18601/01207555.n16.06>
- Santana Talavera, A. (2002). Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social. *3º Congreso Internacional sobre Turismo Rural e Desenvolvimento Sustentável –Citurdes o rural como nova opção de oferta para o turismo*, 117–140.
- Yagüe Perales, R. M., y March Chordà, I. (2004). Análisis del comportamiento de la demanda de turismo rural desde la experiencia de la comarca El Alto Palancia. *Estudios Geográficos*, 65(254), 121–141. <https://doi.org/10.3989/egeogr.2004.i254.194>
- Yubero Bernabé, C., y García Hernández, M. (2016). Turismo en Albarracín y Comarca. Acción pública local y dinámica reciente en clave de desarrollo turístico sostenible. *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 36(1). [https://doi.org/10.5209/rev\\_aguc.2016.v36.n1.52718](https://doi.org/10.5209/rev_aguc.2016.v36.n1.52718)