

ESTUDIO COMPARATIVO DE EMPRESAS DE TURISMO DE AVENTURA DE LA PROVINCIA DE VALENCIA COMPARATIVE STUDY OF COMPANIES OF ADVENTURE TOURISM IN THE PROVINCE OF VALENCIA

ALAZNE SARAY MARTÍNEZ ACEBES¹

University of Applied Sciences of Stralsund y Escuela Politécnica Superior de Gandía.

FRANCISCA RAMÓN FERNÁNDEZ²

*Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y del Medio Natural (ETSIAMN)
Universidad Politécnica de Valencia*

RESUMEN

El objetivo de este proyecto es la realización de un estudio comparativo, mediante un análisis DAFO, entre las empresas de turismo activo de la provincia de Valencia. Además, conocer el producto que ofrecen y a que público objetivo enfocan su oferta. De esta manera, conseguir en un documento, toda la información unificada, que junto con las conclusiones obtenidas, facilitan la posibilidad de fortalecer los puntos más fuertes explotando de una forma más eficaz y quizá menos agresiva para cada entorno de las localidades donde se encuentran estas empresas, y las zonas donde se practican las actividades deportivas. Conjuntamente se llevará a cabo la investigación referente al apartado del ámbito aplicable, marketing de las empresas (muy importante para el fomento de este tipo de turismo), y el entorno de dichas empresas.

Palabras clave: Estudio comparativo, turismo de aventura, actividades deportivas

Fecha de Recepción: 22 de marzo de 2011 Fecha de Aceptación: 19 de mayo de 2011

¹ Bachelor (Honour) of Business Administration in Leisure&Tourism Management. University of Applied Sciences of Stralsund y Escuela Politécnica Superior de Gandía. Teléfono: 696191423 E-mail: almarac@epsg.upv.es

² Profesora Titular de Universidad de Derecho Civil. Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica y del Medio Natural (ETSIAMN). Universidad Politécnica de Valencia. Camino de Vera, s/n 46022 Valencia (España) Teléfono: 646 08 19 67 E-mail: frarafer@urb.upv.es

ABSTRACT

The objective of this project is to carry out a comparative study, using a SWOT analysis, between the companies of adventure in the province of Valencia. Furthermore, get to know the product they offer and which is their target groups. In this way, getting into a document, all information unified together with the conclusions reached, providing the possibility of strengthening the strongest points exploiting in a more effective and perhaps less aggressive environment for each of the localities where these businesses are, and areas where sporting activities are practiced. Jointly, it will be conducted a research, concerning the section of the area concerned, marketing companies (very important for promoting this type of tourism), and the environment of these companies.

Key words: Comparative study, adventure tourism, sporting activities

1. INTRODUCCIÓN

El turismo en la actualidad es resultado de todo un proceso de cambios y reestructuración, consecuencia de la saturación de los modelos con que se inició el desarrollo de esta actividad. Ha ido quedando atrás el turismo masificado, centrado en el disfrute del producto *sol y playa*, oferta homogénea y estandarizada, que potencia el desarrollo espontáneo de centros turísticos y el afán por concentrar gran cantidad de gente en pequeños espacios físicos.

En los últimos años se ha observado una marcada tendencia hacia formas productivas más flexibles, con mayor capacidad de adaptación, por parte de la oferta productiva, a la diferenciación y la segmentación de la demanda, así como un mayor compromiso con la calidad de la oferta y una gestión más eficiente de las empresas (ABAD, 2003).

La visión del turismo del siglo XXI nos proyecta a consumidores más informados, más cultos y exigentes, con reconocida vocación ambientalista, que buscan una mayor autenticidad del producto que les permita vivir su tiempo de ocio en escenarios naturales, limpios y bien conservados, disfrutar de la realización de actividades, vivir experiencias inolvidables. Lo cual nos obliga a la renovación de la oferta turística con nuevos diseños de productos donde predomine una relación más directa con la cultura, la historia, la naturaleza y el intercambio con las comunidades.

Lo antes expuesto nos lleva a la reflexión y a cuestionarnos, ¿cuáles son los cambios manifiestos en el panorama económico actual?, ¿Cómo repercuten éstos en el enfoque de marketing que conocemos y a su vez en el desarrollo del turismo? ¿Qué tendencias marcan el turismo del siglo XXI?

La evolución en la forma de consumo ha marcado el nacimiento de una nueva era, en la que el comercio y la economía juegan un rol diferente, mucho más descriptivo en sí mismo y es lo que está siendo denominado como Economía y Sociedad de la experiencia, donde lo importante es la calidad de la oferta y no tanto el tamaño o las economías de escala; el mejor medio de generar demanda para un producto es el de una experiencia tan persuasiva que los clientes no puedan más que poner atención. Todo esto conlleva al cambio en el enfoque de marketing que conocemos, que se ve obligado a evolucionar hacia algo mucho más acorde con nuestro tiempo. El nuevo enfoque pasa de dirigir y controlar al cliente, a conectar y colaborar con él. Se trata del Nuevo Marketing o Marketing Colaborativo, también puede ser visto como Marketing Inverso.

Los principios del nuevo marketing, centran sus esfuerzos en lograr la transición del enfrentamiento a la colaboración, creando un estrecho vínculo que determinará el éxito o no de la empresa entre ésta, los clientes y los colaboradores externos (BASTART, 1994).

Como definición podríamos decir que el turismo es la actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades y en busca de la consumación de sus deseos. Este concepto nos permite un enfoque completo de la actividad, o funciones que se puedan desempeñar al mismo tiempo que se recrea o se disfruta en un momento dado, exista o no desplazamiento.

Atendiendo a este concepto, clasificamos al turismo según la actividad que se realiza al desplazarse y las motivaciones del individuo en: comercial, cultural, de aventura, diversión, fin de semana, inversión, investigación, recuperación, salud, deportivo, estudiantil, insular, político, sociológico, técnico y vacacional.

2. LA PRÁCTICA DE TURISMO EN ESPACIOS NATURALES

El aumento del tiempo de ocio y las rentas de las personas en los países desarrollados ha provocado el aumento de la actividad turística a nivel general. Los espacios naturales han funcionado siempre como un importante atractivo para los turistas por factores como la belleza, la rareza y la singularidad de estos parajes (AA.VV., 1994).

En los últimos tiempos se observa no sólo un aumento en la llegada de visitantes a estos lugares, sino una amplia diversificación de las actividades turísticas que en ellos se realizan. Tres formas de turismo, hoy en día en auge, atraen principalmente a los visitantes a los espacios naturales.

2.1. Turismo de naturaleza

Propiamente dicho, que es practicado con el simple objetivo de disfrutar de la naturaleza y contemplarla. Se trata de un turismo basado en los atractivos naturales de una zona (VILA, 1997). Los ejemplos incluyen la observación de aves, fotografía, observación de estrellas, camping, senderismo, caza, pesca, y los parques de visita. Estos turistas con experiencia están interesados en una diversidad de recursos naturales y culturales. Están interesados en poder disfrutar de una experiencia natural, cultural o histórica.

Desde el punto de vista de la conservación, el turismo basado en la naturaleza proporciona incentivos para las comunidades locales y los terratenientes para conservar los hábitats de vida silvestre en los que la industria depende - que promueve la conservación mediante la colocación de un mayor valor sobre el resto de las áreas naturales. Como el turismo de naturaleza se hace más importante a la economía local, las comunidades tienen un incentivo adicional para conservar el resto de sus áreas naturales para la fauna y entusiastas de la fauna.

2.2. Turismo rural

Es aquél en el que se incluye cualquier actividad turística que se desarrolle en el medio rural, muchas veces en las proximidades de los espacios naturales protegidos (BUSQUETS, 2005). Este tipo de turismo se ha desarrollado principalmente en Europa, donde existe más diferencia entre el medio rural y el urbano.

Se podrían diferenciar dos tipos de turismo rural, el pasivo y el activo. El turismo rural pasivo pretende la búsqueda del descanso y el relax, mientras que el turismo rural activo implica la atracción por realizar otras actividades que mantengan ocupado al turista durante gran parte de su periodo de estancia.

Dentro del turismo rural destaca una modalidad, el agroturismo, muy extendido en los últimos tiempos, que implica el contacto directo con las actividades tradicionales que se desarrollan o desarrollaban en los espacios rurales. Dicha modalidad se practica en el seno de una explotación agraria, participando los turistas de las actividades que se realizan en la misma.

2.3. Turismo Activo y de Aventura

Implica la realización de una serie de actividades que se desarrollan generalmente en estos espacios naturales o sus proximidades. Dentro de este tipo de actividades podemos destacar, sin ánimo exhaustivo, las siguientes:

a) Actividades terrestres: en ella nos encontramos las actividades en las que el turista puede realizar senderismo,

rutas a caballo, escalada, rutas en bicicleta, rutas en todo terreno, esquí, etc.

b) Actividades acuáticas: tienen como medio de desarrollo el mar o el río, y destacan el piragüismo, vela, surf, motos acuáticas, buceo, etc.

c) Actividades aéreas: se realizan en el aire y las más conocidas son el parapente, paracaidismo, globos aerostáticos, etc.

A diferencia de otras formas de recreación, el turismo de aventura ofrece una original oportunidad en la que los participantes experimentan más y se centran en conseguir unos logros personales en cada una de las actividades realizadas.

Las formas tradicionales de recreación por lo general incluyen elementos de destreza en un específico lugar al aire libre. Es el "lugar" el que brinda la atracción principal a un diferente viaje de interés. Sin embargo, en el turismo de aventura, es la "actividad" la que atrae a los viajantes como participantes.

El turismo de aventura está principalmente asociado con actividades donde el propósito del viaje es experimentar y formar parte de las actividades antes que recorrer las tradicionales atracciones turísticas (NERÍN, 2005).

Se distingue el turismo de aventura de la realización o recreación de actividades al aire libre en que en el primero hay una búsqueda intencionada del riesgo, que conlleva una incertidumbre del resultado que se va a conseguir, que es lo que se conoce como aventura, es decir, no está predeterminado el resultado, ya que influirán diversos factores: clima, dificultad en la realización de la actividad, la destreza, que pueden provocar un resultado distinto o no esperado.

También ayudan al desarrollo del turismo de aventura el crecimiento de los diarios de viajes, revistas y publicaciones periódicas como el Specialty Travel Index que ilustra "cientos de oportunidades inusuales para viajar por todo el mundo".

Aunque no está muy definida la dimensión exacta del mercado, por lo general se cree que existan algunas actividades de viajes de aventura, comúnmente ofrecidas y organizadas por operadores comerciales, que pueden posicionarse bajo la categoría de viajes de aventura.

Se ha argumentado que la recreación al aire libre y la aventura al aire libre son, por lo general, para diferentes interesados con diferentes necesidades, expectativas y motivaciones.

Es difícil identificar SIN profesionalismo y previa experiencia las similitudes y diferencias entre los viajeros de aventura y los de recreación al aire libre, principalmente en las áreas de la motivación, del desafío, del riesgo y del lugar específico (SALINAS, 1999).

Se debe tener en cuenta que los motivos para participar en el turismo aventura también están interrelacionados con las

actividades. Se puede predecir que la ausencia de riesgo puede traducirse en una disminución en la satisfacción como también en un aumento en el deseo por participar. Como tal, se considera que el riesgo es un elemento importante al distinguir entre las actividades de aventura al aire libre y otras actividades recreativas al aire libre que no se basan en la aventura. La naturaleza desafiante de las experiencias de aventura procede de las interacciones del riesgo de situación y de la competencia personal. En otras palabras, el grado de toma de riesgo pareciera tener correlación positiva con el nivel de experiencia y habilidad del participante. Estudios sobre recreaciones del pasado señalaban que el desempeño en el turismo aventura se asocia firmemente con el nivel de habilidad. Por lo general está más ligado con el logro de metas personales, más abstractas, que con los resultados tangibles de formas tradicionales de la recreación al aire libre.

La experiencia de aventura al aire libre ha sido conceptuada de varias maneras y por lo general consiste de dos ideas: riesgo percibido y competencia percibida. Otra idea para tener en cuenta es que una experiencia de aventura está esencialmente asociada a un estado psicológico y a la participación en actividades físicas mientras se enfrentan los desafíos y riesgos de un determinado escenario ambiental. Por lo tanto, en el turismo aventura, el escenario ambiental está interrelacionado en gran medida con la experiencia de participar en una actividad en particular (OTHARÁN, 2004).

Entonces, podemos sostener que el turismo aventura está asociado a actividades específicas como el móvil principal para los viajes, así como a los resultados esperados de las experiencias de los participantes en lugares particulares. Otro ingrediente del turismo aventura es una gran cantidad de riesgos asociada al desempeño de estas actividades.

Para definir el turismo de aventura se debe tener en cuenta alguno de los componentes que intervienen en el mismo, entre los que se incluyen la actividad, el motivo y medio ambiente, lo que lleva a evaluar el nivel de riesgo, capacidades, desempeño y la experiencia de aquellos que son considerados operadores.

Identificamos otro elemento para distinguir turismo aventura de la recreación de aventura. La diferencia radica en el grado en que los participantes han viajado desde sus hogares y han participado en actividades formales, comercializadas, basadas en las aventuras. Mientras las actividades sean más comercializadas, es el operador de turismo quien dirige y brinda la experiencia o paquete de aventura. Esto es particularmente cierto cuando la naturaleza de los elementos de riesgo en las actividades de aventura debe presentar peligro percibido controlado por los especialistas de un operador.

Un amplio espectro de actividades turísticas al aire libre, que se comercializan por lo general y que suponen una

interacción con el ambiente natural lejos del hogar del participante y que contiene elementos de riesgos donde el participante, el escenario y el manejo de la experiencia del participante influyen en el desenlace, nos proponen herramientas indispensables para la complementación de actividades, a lo cual definimos como "valor agregado".

3. ANÁLISIS DEL TURISMO ACTIVO Y DE AVENTURA COMO PRODUCTO TURÍSTICO

El concepto de destino turístico se presenta como: combinaciones de productos turísticos que ofrecen una experiencia integrada a los turistas; el destino constituye un concepto percibido, es decir, que puede interpretarse subjetivamente por los consumidores en función de su itinerario de viaje, formación cultural, motivo de la visita, nivel de educación y experiencia previa (VIDAL, 1995). Esto conlleva a que el producto turístico para cada potencial turista sea valorado sobre la base de su percepción de manera muy subjetiva, por lo cual depende en gran medida, de la imagen y expectativas del lugar.

Los consumidores actuales desean encontrarse en entornos naturales y culturales auténticos, buscando experiencias únicas, por lo cual están dispuestos a pagar un precio mayor; de ahí que las empresas u organizaciones del Destino Turístico, necesitan revalorizar e identificar productos turísticos sostenibles para cada segmento de mercado y trabajar en mejorar y diferenciar sus productos, haciendo énfasis en su carácter único, como elemento distintivo.

En el desarrollo de la actividad turística, convergen diversos campos de actuación relacionados entre sí, tales como medioambiente, sanidad, legislación, urbanismo, ingeniería, entre otros, que junto a los propios del turismo, hotelería, recreación, actividades culturales, etc. Deben componer un todo integrado que ha de ser correctamente interpretado y evaluado a la hora de definir el modelo de desarrollo turístico que se desea seguir. La adecuada optimización de los recursos disponibles en el destino en cuestión, la definición de un plan de trabajo que aúne y coordine los diferentes elementos que intervienen en el desarrollo turístico y la adecuada planificación de las estrategias de marketing del mismo, pueden suponer la diferencia entre obtener un producto competitivo o un producto mediocre que tienda a desaparecer en el tiempo la complejidad que se presenta en la demanda turística y sus motivaciones, el destino turístico debe facilitar una experiencia turística de excelencia si desea mantener su competitividad a largo plazo.

De esta forma el desarrollo turístico deja de ser un fruto del azar, y el turista busca sentirse integrado sentir integrarse, de tal manera que se desplaza a lugares donde pueda

experimentar vivencias, cambiando el hecho de viajar para ver algo, a la idea de viajar para hacer algo.

Por tanto, el turismo se encuentra en una situación de tránsito que va desde un turismo contemplativo, masificado y estacional, que se basa en la satisfacción de los servicios básicos que el turista necesita, siendo *Sol y playa* la modalidad por excelencia, a un turismo activo que deja el escape a un destino, para aproximarse al enriquecimiento.

Como tendencias más importantes de este turismo activo puede señalarse: individualización del producto-servicio, productos a gusto del consumidor, viajes vacacionales más cortos y frecuentes, desconcentración y desestacionalización del período vacacional, que se organizan de forma independiente, lo cual ofrece la posibilidad que se desarrollen nuevos destinos turísticos, turistas fuertemente preocupados por el estado de conservación del entorno, tienden a buscar actividades deportivas, recreativas, culturales, de conocimiento histórico o de naturaleza, énfasis en la calidad del servicio en general, personalización de la contratación, gestión y posventa del producto turístico.

Se presenta entonces una realidad ineludible para los promotores del viaje, ya no basta con poseer recursos que serán contemplados, sino que es necesario crear productos que permitan realizar actividades y faciliten la participación activa del turista consumidor en la elaboración de la experiencia de que disfruta.

Por tanto deberán buscar estrategias imaginativas para superar el momento actual, integrando los diversos atractivos turísticos ya sean patrimonio monumental, cultural y natural, para conformar una oferta que permita satisfacer necesidades y deseos de los consumidores, generar preferencias con relación a la competencia, lograr efectividad e imprimir carácter de diferenciación y valor agregado, sin olvidar la necesidad de preservar el medio ambiente.

4. DESCRIPCIÓN DE LAS EMPRESAS DE TURISMO DE AVENTURA

Las empresas de turismo activo son aquellas dedicadas a proporcionar, de forma habitual y profesional, mediante precio, actividades turísticas de recreo, deportivas y de aventura que se practican sirviéndose básicamente de los recursos que ofrece la propia naturaleza en el medio en que se desarrollan, sea este aéreo, terrestre de superficie, subterráneo o acuático, y a las que es inherente el factor riesgo o cierto grado de destreza en su práctica.

Son empresas dedicadas a la organización de Actividades de Aventura y Ocio Activo en la naturaleza, y especializadas en los deportes de aventura y en la promoción del turismo rural. Estas empresas tienen programas de Turismo/aventura

que están dirigidos a todo tipo de personas y colectivos, adecuándose a distintas edades y condiciones físicas, prestando principal atención a los programas de iniciación a la aventura, donde cualquier persona podrá adentrarse en el mundo de la montaña, del senderismo, de la escalada, del descenso de barrancos, del “mountain-bike”, del descenso de ríos en piragua, en raft o en canoa, o cabalgar a lomos de un caballo, etc.

Los productos comerciales de turismo de aventura por sectores de actividad tienen diferentes características de uso, por eso podría ser perfecto un análisis de los precios por persona por día, duración, requisitos antes de habilidad, lejanía, tamaño del grupo y relaciones de cliente-a-guía. Hay una enorme gama de variaciones. Algunas actividades se superponen, pero algunos son claramente distinguibles, el comercial, así como criterios operativos. Los productos pueden ser dispuestos en una escala de bajo volumen y alta dificultad, y de alto precio a alto volumen y baja dificultad, y el precio bajo. Hay firmas reconocibles para algunos subsectores, pero no todos.

En este punto, hay una lista de descripción de las diferentes actividades para facilitar la correcta comprensión y diferenciación de los productos ofrecidos.

A efectos únicamente orientativos se incluye relación de aquellas que tienen la consideración de actividades de turismo activo.

1. Actividades Subacuáticas (escafandrismo y submarinismo).
2. Actividades náuticas
Navegación a vela (vela ligera, tabla de desplazamiento a vela o windsurf, piragüismo, rafting, hidrospeed).
Navegación a motor (esquí náutico, paseos y excursiones en embarcaciones con motor, motos de agua).
3. Turismo ecuestre y similares (hípica, paseos en otros animales).
4. Ciclismo (bicicleta de montaña, ciclismo de paseo o por carretera).
5. Actividades aéreas (ala delta, parapente, vuelo a vela, vuelo con ultraligero, vuelo en globo).
6. Actividades de montaña y escalada (montañismo, barranquismo, escalada en hielo, escalada en roca y rocódromo, senderismo, trekking, vías ferratas, puenting, circuito multiactividad).
7. Espeleología.
8. Tiro con arco.
9. Actividades con vehículos de motor (todo terreno con motor, quads, otros vehículos de motor).
10. Paintball y similares.

5. ESTUDIO DE LAS EMPRESAS DE TURISMO DE AVENTURA EN LA PROVINCIA DE VALENCIA

TABLAS N° 1 y 2. Listado de empresas y sus actividades dedicadas al turismo activo en la provincia de Valencia

COMPANIES										ACTIVITIES											
ADENMUZ AVENTURA S.L.	AVENSPORT	AVENTURIA	BRISAS DE VALENCIA	C.A.S. DEL FIN CIII I FRA	CARRIBI ROC KAYAKING	CANOA KAYAK CASAS DE BASTA	CATAMARAN CHARTER	CFAGA COOPERATIVA VALENCIANA	CENTRE EQUIPESTR PATARQUES		CENTRE HIPIC OLIVA	CENTRO DE RIJCO BENITOS	CENTRO EQUIPESTR BIU FRIAS	CENI RO EXCURSIONISTA DE VALENCIA*	CENI RO HIPICO HERMANOS ESTIBAN	CENI RO HIPICO LA CUADRA	CLUB CICLISTA CULLERA	CLUB CULLERA GARRI			
												X							Scuba diving	UNDERWATER	
												X								Snorkel	
																		X		Sailing	
																				Surf	
																			X	Canoeing	
																				Rafting	
																				Catamaran	WATERSPORTS
																			X	Outdoor activities	
																				Courses & Workshops	
																				Multi adventure	
																			X	Navigation engine	
																			X	Horse riding	
																				Horse carriage rides	HORSE RIDING
																				Mountain bike	
																				Cycling	CYCLING
																				Balloon Flight	AERIAL ACTIVITIES
																				Routes & Outing	OUTDOOR ACTIVITIES
																				Outdoor activities	
																			Mountain climbing		
																			Canyoning		
																			Environmental education	MOUNTAIN CLIMBING	
																			Courses & Workshops		
																			Trekking		
																			Multi adventure circuit		
																			Caving / Speleology	CAVING	
																			Archery	ARCHERY	
																			4x4	WITH MOTOR VEHICLES	
																			Quads		
																			Paintball and similar	PAINTBALL AND SIMILAR	

Fuente: Elaboración propia

activo en Valencia. Es recomendable que si no se es todavía un experto, se recurra a ellas para que gestionen todo lo que se necesite y enseñen a realizar determinados deportes que, de otra manera, podrían poner en peligro al interesado.

Las Tablas números 1 y 2 muestran un listado de empresas dedicadas al turismo activo en la provincia de Valencia, el cual ha sido organizado según el tipo de actividades en el que están especializadas.

5.1. Público objetivo

El visitante actual es un turista activo, que generalmente requiere algo más que alojamiento y comida para hacer un viaje, sino de gente que quiere pasar su tiempo libre haciendo algún tipo de actividad recreativa, deportiva o cultural. Así, aparece una serie de organizaciones o empresas en los destinos cuya principal función será la de ocupar el tiempo libre de los turistas.

Tal es la importancia del tiempo libre que sería difícil de catalogar todas las empresas que ofrecen actividades de tiempo libre, ya que hay nuevas formas que aparecen constantemente en un intento de ser tan creativos como sea posible en la ocupación del tiempo libre de los turistas y "renovar" algunos de los destinos tradicionales que por diversas circunstancias no tienen tanta demanda, o incluso potenciarse otros destinos emergentes. En concreto este trabajo se ha centrado en el estudio de empresas de turismo activo, es decir, empresas que están destinadas a que el turista experimente nuevas sensaciones y el conocimiento de destinos de difícil acceso, que generalmente implica un cierto riesgo.

Las actividades recreativas se llevan a cabo en la naturaleza (turismo activo) o de la naturaleza (ecoturismo). Los visitantes proceden de la propia Valencia, mientras que la demanda externa tiene un peso significativo. Se realiza el alojamiento a través de camping, hoteles y casas de campo y las reservas se realizan a través de internet, agencias de viaje, principalmente.

El turista habitual de este tipo de turismo es de un perfil individual o que viajan con la pareja y con amigos, y también personal de empresa, grupos escolares, cuya edad oscila entre 10 a 50 años, de nivel medio-alto, y la estancia media es de 11,2 días.

6. ANÁLISIS DAFO DE LAS EMPRESAS DE TURISMO DE AVENTURA EN LA PROVINCIA DE VALENCIA. ESTUDIO COMPARATIVO

Para realizar el estudio comparado entre las diversas empresas de turismo de aventura de la provincia de Valencia, se han escogido varias empresas que tienen características similares, en la que se ofrecen organización de actividades al

aire libre con instructores, siendo la muestra elegida como representativa de las empresas que se dedican a este tipo de actividades.

Se va a pasar al análisis basado en las páginas web de la empresa y el estudio de medio ambiente de tales empresas de turismo aventura:

FIGURA N° 1. Mapa de localización de las empresas objeto del estudio comparado



Fuente: Elaboración propia

→ **1. AVENSPORT
FORTALEZAS**

- Las actividades se realizan en una zona natural que resulta adecuada y atractiva al visitante
- La situación de la empresa es un lugar único en Valencia.

- Esta empresa tiene el Premio de la Cámara de Comercio de Valencia en 2009.

- Tiene un gran grupo de instructores y especialistas en las reglamentaciones sobre valores para la realización de las actividades, los directivos y los monitores tienen la educación superior.

- De acuerdo a la información en la página web de esta empresa es pionera en Valencia.

- De acuerdo con datos de la empresa y sellos de garantía, la empresa tiene una gran experiencia y prestigio.

- Esta empresa tiene una mayor variedad de alojamientos, ya que ofrecen diversos tipos como hotel rural, casa de huéspedes, albergue y cabañas.

- El sitio web está diseñado en tres idiomas.

DEBILIDADES

- Mala ubicación y la falta de señalización, lo que dificulta encontrar la compañía con facilidad, y no es posible acceder a la empresa.

- Información de algunas secciones del sitio web no se actualiza.

- El coste del transporte corre por cuenta del propio cliente, lo que produce que sea costoso e incómodo para el usuario cuando tiene que realizar las actividades, al ser lugares de difícil acceso.

- A pesar de ofrecer una amplia variedad de alojamiento, en comparación con la compañía de Kalahari por ejemplo, es limitado debido a que carece del tipo de camping.

OPORTUNIDADES

- Desarrollo de la señalización.

- Habilitar una zona de acampada en el centro o cerca del área donde las actividades se llevan a cabo.

- Actualización de la página de información web.

- Llevar a cabo un estudio financiero para ver las opciones para la contratación o compra de vehículos con las empresas vecinas para su inclusión en las ofertas junto con las actividades.

- Este tipo de turismo es una alternativa a captar clientes con nuevas motivaciones y es una opción para generar una oferta de un ocio variado.

- Posibilidad de utilizar esta forma alternativa de turismo para recuperar y regenerar el valenciano destinos maduros costera y fomentar los destinos emergentes en el interior.

- Existencia de ayudas y subvenciones públicas a estas organizaciones.

AMENAZAS

- Mal tiempo.

- La estacionalidad de la demanda.

- Riesgo de degradación del medio ambiente por falta de medidas adecuadas para la protección de algunas de las áreas donde se llevó a cabo este tipo de turismo.

- La apertura de las empresas de este tipo en la zona, es la proliferación de estas empresas en el área.

→ 2. *KALAHARI AVENTOUR*
FORTALEZAS

Esta es la empresa de las 3 que mejor está ubicada y es más accesible que las demás. Esto hace que sea la fortaleza principal de esta empresa.

Ofrece todo tipo de alojamientos incluyendo caravana. Lo que amplía a un círculo mayor de público objetivo para la empresa variando en gustos.

DEBILIDADES

Con una oferta similar en actividades y número de días, el precio de la oferta es más caro.

Pocas plazas de alojamiento propio en esta modalidad.

OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

Estacionalidad de la demanda.

Degradación del lugar donde se realizan las actividades.

La apertura de empresas del mismo tipo en la zona, la proliferación de empresas de ese tipo en la zona.

Mal tiempo.

→ 3. *TUÉJAR AVENTURE*
FORTALEZAS

Única empresa en la zona.

Precios competitivos.

DEBILIDADES

La ubicación de la empresa no es buena respecto a la accesibilidad a la misma. Tuéjar está a 100 km de Valencia también y no existen núcleos urbanos importantes hasta la localidad de Llíria

Esta empresa posee bastantes menos actividades para realizar en comparación con las dos anteriores.

La página web tiene un diseño más arcaico y menos desarrollada en comparación con las webs de las otras dos empresas.

Los alojamientos que ofrecen no son propios, sino concertados. Además la oferta es variada pero tienen pocas plazas. Lo que limita el número de reservas conllevando a un menor número de ingresos para la empresa. Esto es porque en esa zona no existen tantos servicios.

No tienen ninguna oferta para combinar alojamiento con comidas y actividades.

Falta de información importante en la página web.

Poca variedad de actividades.

Medios disponibles escasos (material, servicios, facilidades, etc...).

Poca experiencia.

OPORTUNIDADES

Deberían ampliar su oferta.

Facilitar alojamientos propios.

Mejorar la competitividad.

Mejora la web.

AMENAZAS

Mal tiempo.

Estacionalidad de la demanda.

Degradación del lugar donde se realizan las actividades.

La apertura de empresas del mismo tipo en la zona, la proliferación de empresas de ese tipo en la zona.

Cualquier empresa más competitiva que se instale en la zona.

La dependencia de otras empresas como alojamientos puede ser un riesgo porque no tienen alojamientos propios.

7. CONCLUSIONES

El turismo activo es un fenómeno muy reciente en el mercado turístico español, que se ofrece a los clientes de micro-volumen con nada comparable a otras organizaciones de turismo, sin embargo, es un sector en crecimiento por su grado de expansión en cuanto a su diversificación, cada día nuevas actividades junto con el más común de senderismo, escalada, vela, submarinismo ...

Además, esta actividad económica emergente, se gestiona adecuadamente, puede contribuir al desarrollo sostenible y el equilibrio territorial y sectorial entre las regiones.

En cuanto a las características físicas del lugar de destino, se valora especialmente el atractivo de la zona y el cuidado / limpieza del medio ambiente, los servicios de la paz e información turística. Un poco peor valorados son la disponibilidad de estacionamiento o la accesibilidad y la gestión del tráfico.

Las empresas de turismo activo *nowaday* son otra alternativa para los turistas que pasan parte de sus vacaciones de una manera diferente, potenciando otros tipos de turismo que no sean solamente el turismo de sol y playa, desarrollando otros destinos que la provincia de Valencia puede ofertar al turista que busque otras perspectivas en el ámbito turístico más allá de las habituales que puede ofrecer una ciudad costera.

Detectamos que la falta de soporte publicitario de las empresas se convierte en una debilidad para la potenciación de las actividades de este tipo de empresas, ya que la falta de conocimiento y de difusión hace que no tengan una cartera de clientes potenciales, pero gracias a los patrocinios y otros servicios tales como las ayudas de publicidad en las oficinas de turismo en toda la Comunidad Valenciana, se está haciendo una labor de marketing para que el visitante que busca turismo de aventura tenga acceso a las empresas que ofrecen este tipo de actividades.

Pueden ser identificadas las empresas que participan directamente en la organización de acciones de empresas conjuntas con otras empresas que ofrecen una sola actividad, pero como es una actividad de riesgo se incluyen en el catálogo de la empresa de turismo aventura.

Es importante hacer hincapié en la importancia de marcar las áreas donde se realizan las actividades. Junto con ello, resultaría de gran interés poder concienciar al visitante del respeto al medio natural en el que va a desarrollar las actividades de aventura para evitar el deterioro del medio.

Las dificultades de acceder a un mercado potencial se solventarían con una mayor difusión, e incluso con la presencia de las empresas en las redes sociales, como medio para poder contactar con futuros turistas interesados en la realización de este tipo de actividades. También es significativo contar en las empresas con personal especializado para realizar las actividades con seguridad, y una apertura a nivel nacional e internacional de la empresa para alcanzar cotas de mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- AA.VV. (1994): *Turismo y Aventura*, Andalucía, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.
- ABAD, S. (2003): *Cuaderno de escalada en Asturias*. Oviedo, Ed. Escuela Asturiana de Turismo Activo y Aventura.
- BASTART, J. (1994): *Abriendo Fronteras*. Barcelona, Ed. Sport & Aventura.
- BUSQUETS GONZÁLEZ, M. (2005): *Sierra de Gredos: rutas en coche, a pie y en BTT, deportes de aventura, alojamiento y gastronomía, cultura, arte y tradiciones*. Barcelona, Ed. Geoestel.
- NERÍN Y ABAD, G. (2005): *Picos de Europa: rutas en coche, a pie y en BTT, deportes de aventura, alojamiento y gastronomía, cultura, arte y tradiciones*. Barcelona, Ed. Geoestel.
- OTHARÁN, E.M. (2004): *Los viajes internacionales y la salud: una guía para el turismo convencional y de aventura*. Madrid, Ed. Alianza Editorial, S.A.
- SALINAS, M. (1999): *Tren a las nubes: la gran aventura: Salta, Argentina*, Buenos Aires, Ed. Trenes y Turismo.
- VIDAL LÓPEZ, M.A. (1995): *Gredos: turismo, deporte y aventura*. Ávila, Ed. Ediciones Fondo Natural, S.A.
- VILA FRADERA, J. (1997): *La gran aventura del turismo en España*. Barcelona, Ed. Ediciones Turísticas, S.A. Barcelona.

RECURSOS DE INTERNET:

Descripción y conceptos

<http://aventura.idoneos.com/>

<http://www.camarazaragoza.com/docs/BolsaProyectos/TurismoActivoAventura.pdf>

<http://www.e-propuestas.com/empresas/la-saria-servicios-turisticos-/toursenderismo-parques-naturales-/>

<http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>

http://www.turismoactivo.com/fichacomunidad.php?ID_CA=9

<http://www.valenciaterraimar.org/>

Búsqueda de empresas de turismo activo en la provincia de Valencia

<http://www.cosasdeviajes.es/turismo-activo-valencia/>

<http://www.hotfrog.es/Productos/Turismo-De-Aventura/VALENCIA>

<http://www.ruraliberica.com/turismoactivo/Comunidad%20Valenciana58>

<http://www.rurismo.com/actividades/index.asp?provincia=valencia>

<http://www.spainonline.com/es/valencia-provincia.htm>

<http://www.turispain.com/turismo-activo/valencia>