



TRABAJO DE FIN DE GRADO

NADAR Y CURAR LA PIEL. PUESTA EN VALOR DE LA FONT SALADA COMO PRODUCTO TURÍSTICO

MARIA MILLET FUSTER

TUTOR: VICENTE A. QUEROL VICENTE

4º Curso. Grado en Turismo

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. OBJETIVO.....	5
3. METODOLOGÍA.....	5
4. CONSIDERACIONES TEÓRICAS.....	6
4.1. LA FONT SALADA: Introducción al recurso.....	6
4.2. IMPACTOS TURÍSTICOS.....	10
4.3. TIPOS DE TURISMO.....	12
5. ANÁLISIS.....	16
5.1. OFERTA DEL ENTORNO.....	19
5.2. EQUIPAMIENTO.....	27
5.3. ACCESIBILIDAD.....	29
5.4. EQUIPAMIENTO COMPLEMENTARIO.....	30
5.5. ANÁLISIS DE LAS PERCEPCIONES SOBRE EL USO DE LA FONT SALADA.....	33
6. PÚBLICO OBJETIVO.....	35
7. PROPUESTAS.....	35
8. CONCLUSIONES.....	40
9. BIBLIOGRAFÍA.....	42
10. ANEXO. Entrevistas a los distintos grupos.....	46
11. ANEXO. Datos sobre las entrevistas.....	47

1. INTRODUCCIÓN

“España es el segundo país del mundo que más ingresa por turismo y ocupa el cuarto puesto en cifra de visitantes internacionales, de los cuales el 83% se concentra en el litoral mediterráneo y archipiélagos” (Collado, 2013).

Debido al clima y a la posición geográfica del país, España goza desde la década de los 60 de una gran afluencia de turistas que vienen a disfrutar de estas ventajas que no poseen en su país de origen. Pero este modelo de sol y playa tuvo que buscar nuevos conceptos turísticos que captaran la atención tanto de nuevos turistas como de aquellos turistas habituales. Con estos nuevos tipos de turismo que han ido surgiendo a lo largo de los años como el turismo histórico-cultural, el turismo natural, el turismo gastronómico, etc., España se ha posicionado como un destino en el cual se pueden practicar todo tipo de actividades además de gozar de un buen clima.

El litoral mediterráneo se corresponde con las comunidades autónomas de Cataluña, Comunidad Valenciana, Región de Murcia, Baleares y parte de Andalucía. Exceptuando Murcia, el resto de comunidades nombradas son el destino principal de la gran mayoría de los turistas (Turespaña, 2015).

La Comunidad Valenciana aunque es conocida por el turismo de sol y playa también posee diferentes espacios en los que practicar otros tipos de turismo y así garantizar la permanencia como destino turístico ofertando una mayor diversidad de posibilidades.

En ocasiones, junto a productos estereotipados y clásicos de sol y playa, nos encontramos recursos singulares. El siguiente proyecto se centra en el estudio de La Font Salada, un manantial que se encuentra en la localidad de Oliva, y es conocida por el turismo de sol y playa que allí se realiza.

Lo que se pretende conseguir con este estudio es el análisis de un recurso en potencia como La Font Salada y su puesta en valor como recurso turístico, más allá de su actual desarrollo. Para ello, se realizará un diagnóstico de viabilidad turística con el fin de identificar sus carencias y posibilidades como producto turístico elaborado.

Con la promoción de este recurso se puede lograr que el turista de sol y playa, que es el principal tipo que visita esta zona, realice una actividad diferente y también captar a otro tipo de turista cuya visita no esté relacionada lo anterior, como puede ser el turismo natural o turismo deportivo, y que ambos se beneficien de las propiedades que posee el manantial. Existen turistas, aunque muy pocos, que sí visitan este lugar

por motivos de salud y que conformarían una pequeña unidad de turistas que desarrolla un turismo de salud en la zona. Tanto unos como otros pueden beneficiarse y disfrutar de todos los espacios de los que dispone Oliva independientemente del motivo del viaje.

Nos encontramos con que existe poca información relativa al origen, propiedades o características de La Font Salada, lo que, puede ser una de las múltiples causas de que estas aguas sean poco conocidas. Es por eso que este proyecto nos resulta interesante porque se trata de promocionar algo desconocido relacionado con el turismo de salud en un área donde predomina el turismo de sol y playa. Con estos componentes, y en un plano más personal, la oportunidad de explorar un recurso cercano al lugar donde he crecido supone conocer y dar a conocer, de manera más profunda, una zona de mi comarca que por su emplazamiento y sus características la convierten en un objeto de análisis muy interesante. Y también ayuda a que la localidad de Oliva pueda añadir a su sol y playa, un recurso complementario y singular.

En cuanto a la estructura que se ha seguido en este trabajo es: primero los objetivos que justifican su realización y una metodología para explicar cómo se ha realizado el siguiente estudio. A continuación se va a explicar el recurso en cuestión y su entorno para ofrecer de manera más detallada todo aquello que lo rodea, los tipos de turismo que se practican en la zona y los impactos que supone la puesta en valor de un recurso.

Con el fenómeno enmarcado teóricamente se va a desarrollar el análisis en el cual se profundiza en todos los aspectos del manantial y alrededores y se hace hincapié en los aspectos negativos, que son los que dificultan su avance, para después establecer una serie de propuestas para buscar aquellas acciones o actividades más adecuadas que ayuden al progreso y renovación de este recurso turístico.

Y para finalizar, se expondrán las conclusiones del presente estudio en las cuales se realizará una valoración general del fenómeno aquí analizado.

2. OBJETIVO

Como objetivo general, la finalidad de este proyecto es la puesta en valor de la Font Salada.

Y de manera más específica, el objetivo de este proyecto es realizar un análisis sobre el recurso turístico que es la Font Salada para conocer tanto el recurso como su entorno exponer los distintos tipos de turismo que inciden en su desarrollo potencial, identificar sus deficiencias y, finalmente, intentar ofrecer algunas soluciones para convertir este espacio en un producto elaborado de calidad en el cual disfrutar al mismo tiempo en el que se benefician de sus aguas de una forma sostenible social y medioambiental. El enfoque de nuestro análisis remite a una visión relativamente concreta y cercana al producto que se pretende potenciar.

Y también, en un sentido más pragmático, buscar posibilidades que sirvan como un elemento de desestacionalización, el cual atraiga turistas a la zona para que realicen un tipo de turismo diferente al que es habitual en esta localidad y así ser capaces de recibir demanda turística a lo largo del año.

3. METODOLOGÍA

En cuanto a la metodología utilizada para este estudio destacan la búsqueda en web y la revisión de soportes físicos como libros y folletos, siendo los últimos de más utilidad.

Se ha conseguido la información en blogs, páginas web y buscadores académicos así como artículos de revistas científicas y libros prestados por la biblioteca de la Universidad Jaume I. Estos materiales han proporcionado la información más teórica sobre la historia y las características de la Font Salada así como la evolución e impactos que supone el turismo de sol y playa en la comunidad autónoma y en la localidad.

Los folletos conseguidos en la Oficina de Turismo de Oliva y de la Oficina de Turismo Pego i les Valls de han sido de gran ayuda para completar la información relativa a la población de Oliva y de Pego y sobre el entorno que rodea a la Font Salada.

Para contrastar algunas cuestiones, se ha llevado a cabo un trabajo de campo exploratorio. Para ello, se ha realizado una observación directa de la Font Salada para así después efectuar una serie de entrevistas orales a diversos actores implicados en el fenómeno. De este modo, hemos entrevistado a usuarios de este espacio, así como a profesionales de los establecimientos turísticos del entorno. En concreto, se ha entrevistado a varias personas que han acudido a la Font Salada un día concreto. Por otro lado, se seleccionó a empleados de las empresas de la misma ubicación de la Font Salada, el chiringuito y el hotel más próximos, y también de los alrededores para ser entrevistados y entrevistadas. Finalmente, se ha recabado información a través de informantes cualificados. Para ello, ha sido también de gran ayuda los datos que me ha proporcionado una conocedora del entorno que ha respondido a todas mis dudas sobre el lugar. Debido a que ella no se encontraba en la localidad, la información ha sido obtenida la aplicación de mensajería multiplataforma *Whatsapp*. En el anexo figuran las baterías de temas a explorar en las entrevistas abiertas realizadas.

4. CONSIDERACIONES TEÓRICAS

4.1. LA FONT SALADA: Introducción al recurso

Antes de empezar a comentar los aspectos del recurso turístico que se va a poner en valor, introduciremos algunas consideraciones teóricas previas.

Un “espacio turístico” es un territorio donde se desarrollan elementos relacionados con la actividad turística. Son los recursos que pueden ser puestos en valor formando productos turísticos, las infraestructuras de acceso y apoyo, los alojamientos y el espacio de las actividades. Para ello es necesario tratar las diferentes tipologías de espacios turísticos que se pueden clasificar en: espacios litorales, espacios rurales, espacios naturales y espacios urbanos (López Olivares, 2014). Nos encontramos, en nuestro caso, con un espacio híbrido, con características de espacio natural y litoral al mismo tiempo.

Por otro lado, el concepto de recurso turístico se puede definir como “todo elemento tangible o intangible que tiene capacidad por sí mismo o en combinación con otros de atraer visitantes a un determinado espacio; y cuando esa visita responda a motivos de

ocio, turismo y recreación.” Se pueden distinguir “según su naturaleza en diferentes categorías: A-Recurso natural o paisajístico; B-Recursos histórico-monumentales, técnicos, etnológicos y artísticos; C-Artesanales y gastronómicos; y D-Folclóricos, fiestas, acontecimientos programados, recursos intangibles y referenciales” (López Olivares, 2014).

Asimismo hay que distinguir entre “recursos turísticos actuales” y “recursos turísticos potenciales”. Los primeros “se caracterizan por ser el soporte de una actividad turística estructurada en la que se producen pernoctaciones” y los potenciales son aquellos que “se encuentran en proceso de ser incorporados a la dinámica turística, no poseen un mercado, ni infraestructuras de equipamiento o comercialización” (López Olivares, 2014).

El recurso turístico del que se va a ahondar en este proyecto es La Font Salada. Se puede considerar como un recurso turístico actual, ya que, está dotado de infraestructuras y al que acuden unos usuarios habituales. Según su naturaleza se corresponde con la *categoría A- Atractivo o recurso natural y paisajístico, de tipo Otras manifestaciones acuáticas, subtipo I Manantial*.

Además, este recurso se encuentra en un espacio natural, ya que, forma parte del Parque Natural Marjal Pego-Oliva. Y ello, sin obviar su cercanía extrema a un producto de sol y playa. Este tipo de espacios naturales “han pasado de ser simples soportes de las actividades turísticas a ser fundamentales en la experiencia turística en base a sus recursos y han ido surgiendo diversas tipologías turísticas como turismo de naturaleza, ecológico y turismo verde donde se practican modalidades como el senderismo, campismo, cicloturismo, alpinismo, etc.” Pero este crecimiento conlleva problemas importantes que impactan en la vegetación, en el aire, en las masa de agua y también en las comunidades que habitan estos espacios y sus entornos (López Olivares, 2014).

La Font Salada se trata de un nacimiento de aguas que mantienen su temperatura durante todo el año, lo que permite que se pueda tomar el baño tanto en invierno como en verano. “Sus aguas han estado reconocidas tradicionalmente como beneficiosas enfrente de enfermedades dermatológicas” (Tourist Info Oliva, 2008). “Las aguas de la Font Salada, como su propio nombre indica, se caracterizan por un considerable contenido en sales.” Una de las formas de medir este parámetro es la conductividad eléctrica. En este sentido, “se refleja en unos valores de conductividad eléctrica

normalmente por encima de los 15.000 $\mu\text{s}/\text{cm}$, y que en determinadas épocas del año pueden superar los 30.000 $\mu\text{s}/\text{cm}$ ". "La temperatura de surgencia es sensiblemente más alta que la del resto de manantiales, siempre por encima de los 21°C y llegando a alcanzar los 29°C" (Diputación de Alicante, 2012). Estas aguas curativas tienen un alto contenido en sal (Valencia Terra i Mar, s.f.) y entre los habitantes de la zona se conocen como "ullals" debido a que brotan del mismo suelo (Las Provincias, 2008). Por eso, en la localidad vecina de Pego se conoce al manantial de La Font Salada como Ullal del Burro.

Este nombre está relacionado con el descubrimiento del manantial, que pasamos a exponer por la potencialidad de estas narrativas populares en la creación de productos turísticos. Según una historia local, un lugareño de la localidad de Pego que era agricultor abandonó al burro que le ayudaba en el campo debido a que estaba enfermo y ya no le servía. En un principio iba a sacrificarlo para que no sufriera pero no tuvo el valor y lo dejó abandonado. Al cabo de unas semanas el lugareño volvió a sus tierras y descubrió que el burro estaba vivo y sano. Más tarde, se descubrió que el burro se daba baños en el manantial que estaba cerca de las tierras del agricultor. Y ese manantial es lo que se conoce hoy en día como La Font Salada (Galiana, 2012). Hacemos uso de la anécdota, también para dotar de narrativa al producto que se está describiendo.

"La explotación de las narrativas, las historias o mitos asociados a un recurso es una herramienta a tener en cuenta en el diseño de los productos turísticos. Las narrativas, bien utilizadas, tienen la capacidad de explicar, pero también de hacer que se recuerden los recursos de manera global o algún aspecto de éstos" (Querol y Aparaci, 2015).

Imagen 1. Font Salada



Fuente: www.oliva.es

En la misma línea de dotación de significados, de acuerdo con la información recibida en las entrevistas, hay que realizar una novena para que exista un resultado positivo en la cura de la enfermedad en cuestión por la que se ha acudido al manantial. Es decir, hay que ir nueve días seguidos al manantial y zambullirse en sus aguas para que haya una mejora. Se conjugan así creencias paganas y religiosas vinculadas a las propiedades del agua.

Respecto al régimen de propiedad y uso de este paraje, el dueño actual hizo donación de este lugar al Ayuntamiento con la condición de que el acceso fuera libre y gratuito para todas aquellas personas que quisiera acudir. En el mismo nacimiento del manantial se ubica el Chiringuito-Restaurante Font Salà que ofrece la gastronomía típica de la zona y situado a unos metros antes de llegar al manantial se encuentra el Hotel Rural Font Salada. Su acceso se realiza desde Oliva por la carretera N-332 en sentido Alicante, después del P.K. 210 en el lado derecho se encuentra el camino que lleva a La Font Salada (Agenda Mágica de Mar, 2012).

Con todo lo anterior podemos decir que la Font Salada se trata de un recurso natural que se encuentra ubicado dentro del Parque Natural del Marjal de Pegó-Oliva. Sus aguas tienen una serie de características aprovechables para el turismo de salud. Por otro lado, el recurso cuenta con una historia a poner en valor. Además, cuenta con un entorno dotado de establecimientos turísticos a tener en cuenta para su desarrollo.

Finalmente, su proximidad a la playa nos merece una especial atención para contar con un flujo de turistas sólido. Así, una puesta en valor del recurso en su conjunto y de forma sostenible, puede generar un producto que ofrezca más recursos y más oferta complementaria como es la playa y el parque natural.

4.2. IMPACTOS TURÍSTICOS

Los residentes de las poblaciones cercanas a la Font Salada son los que más utilizan este recurso durante su tiempo de ocio. Aunque también es visitada por turistas extranjeros y de otros lugares del país, es poco conocida. Se puede decir que la gente que acude a este lugar practica un tipo de ocio popular, debido a la cercanía de este manantial y a que es un lugar gratuito. El balnearismo, en su diversidad de formas, ha estado más o menos presente en diferentes etapas de la historia, hasta llegar a convertirse en un producto propio del turismo y de la sociedad de consumo. Esto es debido a que la sociedad de consumo que dispone de mayor tiempo libre y de más ingresos que ha llevado a la creación de un turismo de masas (Querol, 2012).

El fin de este proyecto es la puesta en valor y explotación sostenible de la Font Salada. Somos conscientes, en este sentido, que esto puede provocar que pase de ser un lugar de ocio popular, que servía de uso y disfrute para residentes de la zona, a ser un lugar de ocio comercializado que puede desembocar en la llegada de un turismo de masas.

Esto último puede llevar a generar conflictos entre los turistas y los residentes. La expansión turística es muy importante en dos aspectos. Primero, porque su desarrollo comporta cambios en la estructura de la sociedad como una mejora de ingresos, educación, oportunidades de empleo e infraestructuras y servicios locales. Y segundo, porque esta expansión de turismo internacional ha incrementado el contacto entre diferentes culturas y sociedades y esta interacción puede amenazar con destruir culturas y sociedades tradicionales o, para otros, representa una oportunidad de paz y de entendimiento entre diferentes sociedades y naciones. La industria turística tiene un gran potencial para afectar a las vidas de los residentes de una comunidad. El desarrollo de un producto turístico en una comunidad conlleva impactos sociales, culturales y medioambientales. En consecuencia, es importante conocer los aspectos positivos y negativos de estos impactos para poder crear un procedimiento adecuado que optimice los beneficios y minimice los problemas (Brunt y Courtney, 1999).

Estos tres tipos de impactos que se han nombrado son las categorías en las que se dividen las consecuencias del desarrollo turístico en una comunidad. En primer lugar, están los efectos económicos que pueden ser negativos y positivos. Entre los positivos se pueden destacar el aumento de empleo, inversiones y beneficios para los negocios locales y entre los efectos negativos están el aumento del coste de vida, la inflación o la deuda del gobierno local. En segundo lugar, se encuentran los efectos socioculturales que pueden ser positivos como exhibiciones culturales, históricas o de entretenimiento; el resurgimiento de artes tradicionales y ceremonias; o el aumento de comunicación intercultural y también pueden ser negativos como pérdida de tradiciones, materialismo, aumento de crímenes, conflicto social y atestamiento de instalaciones públicas. Y, por último, están los efectos medioambientales que suelen ser negativos debido a que el turismo se desarrolla en lugares atractivos pero con un entorno frágil. Los gobiernos locales, en fases consolidadas de destinos turísticos, se centran en atender más las necesidades del turista que las del entorno. Las potenciales consecuencias medioambientales son la contaminación del aire por las emisiones de vehículos y aviones, la contaminación del agua por los residuos y fertilizantes, la destrucción de la fauna por la caza, la pesca y la interrupción del hábitat natural, la deforestación, incendios forestales y destrucción de pantanos, suelos y playas, creación de residuos y problemas de aparcamiento. También existen consecuencias relacionadas con los humanos como la construcción de grandes edificios que destrozan las vistas, los estilos arquitectónicos adecuados, la contaminación acústica, etc. Pero también tiene efectos positivos como la creación de más parques y áreas recreativas y mejora la calidad de las carreteras y de las instalaciones públicas. Con todo esto se entiende que los residentes tienen una disposición al turismo bastante positiva pero esto no quita el hecho de que tienen ciertas preocupaciones sobre los posibles impactos que pueden afectar a la comunidad (Andereck et al. 2005). En este sentido, los casos de Venecia o Barcelona y los cambios en la gestión municipal de estos destinos han abierto a los medios un debate restringido a lo académico. La llegada masiva de turistas a estas ciudades ha provocado que los residentes demanden cierto control sobre este colectivo. Los residentes de Venecia están cansados de estas llegadas de cruceros y turistas que provocan deterioros en las aguas y los edificios. Los vecinos sienten una presión turística al ver invadidas sus calles por una gran cantidad de turistas todos los días del año y acaban por trasladarse a vivir fuera de la ciudad. Los residentes de Barcelona también sufren esta presión y es por eso que las distintas instituciones, tanto públicas como privadas, tratan de establecer normativas para el control de la situación y no llegar a extremos como el caso de Venecia (Porrás, 2014).

Retornando al contexto que nos ocupa, los residentes de Oliva siempre han elegido la playa como destino de su tiempo de ocio por su ubicación y servicios y dejaban la Font Salada como segunda opción, ya que, anteriormente ésta no disponía de los servicios que posee actualmente como el restaurante y el hotel y también debido a que solía ser un lugar que se vio etiquetado socialmente por ser frecuentado por residentes de etnia gitana que acudían en grupos y cuyo uso, en boca de algunos residentes e informantes, generaba conflictos con otros visitantes de este espacio. Actualmente esta situación ha cambiado y el lugar está cada vez más visitado por turistas y residentes, aunque continua sin ser un recurso de primera opción.

4.3. TIPOS DE TURISMO

Otro factor a tener en cuenta para el proyecto es el sector turístico que predomina en el entorno y aquél en el que se quiere posicionar al recurso.

Con esto, se entiende que el tipo de turismo que predomina en la zona es el turismo de sol y playa. La Comunidad Valenciana ha desarrollado un modelo turístico basado en una serie de atributos naturales como las playas y la climatología (Yepes, 1995:77).

Haciendo un poco de historia, este modelo turístico se remonta al siglo XVII en Inglaterra cuando las clases altas empezaron a viajar a balnearios de aguas minerales por consideraciones de salud. El balneario de Turbirdge Wells en Kent cobró mucha fama y luego otros balnearios fueron extendiéndose por toda Europa donde se prestaban otros servicios como espectáculos diversos para garantizar el adecuado albergue de los visitantes. Pero a mediados del siglo XVIII el agua de mar adquirió también fama por su carácter curativo y originó la costumbre de viajar en vacaciones a la playa para disfrutar de sus propiedades medicinales. Con el tiempo y la mejoría de las comunicaciones en Europa empezó a viajar más lejos para disfrutar de las playas y los que vivían más al norte de Europa solían dirigirse al Mediterráneo por sus playas con temperaturas agradables. A finales del siglo XIX y principios del XX ya se cuenta un gran éxito en las estaciones situadas en la costa francesa e italiana constituyendo la élite de varios países de Europa la afluencia turística principal a estas ciudades y provocando con su demanda las transformaciones que se producirían en los frentes de mar con los paseos marítimos, las primeras carreteras paralelas a la costa y construcciones de alojamientos y hoteles.

Un proceso similar se desarrollaría en los Estados Unidos donde los habitantes del este viajaban a Florida y a las Islas del Caribe y los habitantes del oeste se dirigían a México y Hawái en busca de un mejor clima y del agua más agradable con vista a beneficiar su salud y como forma de recreo. Sin embargo, es tras la Segunda Guerra Mundial y como consecuencia del proceso de industrialización, cuando se produce un cambio cuantitativo y cualitativo en la emisión de flujos turísticos. Los grandes cambios socioeconómicos, el avance del transporte, el incremento del nivel de vida, la mayor extensión de las vacaciones pagadas a los trabajadores y la existencia de un mayor tiempo libre condicionaron el acceso al turismo a un mayor número de personas, y ya no solamente de las clases acomodadas, conformando lo que se conoce como turismo masivo. Estos grandes volúmenes de turistas implicaban la industrialización y homogenización de los servicios, la creación de los paquetes turísticos, la poca diferenciación de las ofertas de los destinos y a la larga una evolución indiscriminada del destino, la degradación del entorno natural y social y a los fenómenos de estacionalidad (Ayala, Martín y Masiques, 2003).

Este tipo de turismo es el que ha prevalecido durante toda la segunda mitad del siglo XX pero cada año que pasa se aprecia una proporción menor de viajeros que se mueven buscando sol y playa, correspondiendo al crecimiento de otras modalidades. No obstante, continua siendo la modalidad que mayores flujos de pasajeros propicia a escala internacional. Estas nuevas modalidades se asocian con la sostenibilidad y con la cultura, la naturaleza o el deporte en cualquiera de los espacios (Ayala, Martín y Masiques, 2003). Debido a la inexistencia de diversificación del producto, que provoca que no se sepa reaccionar ante cambios en la demanda, exige ampliar las modalidades turísticas partiendo de potenciales no desarrollados. Se quiere favorecer a esta nueva demanda con otras ofertas que ejerzan un papel complementario y diversificado del emporio de sol y playa para las cuales existen recursos y experiencia suficiente (Vera y Monfort, 1994).

Es este turismo de sol y playa el que frecuenta la Font Salada como otra actividad más de ocio que ofrece la zona. Se constata, pues, el continuo flujo de turistas de sol y playa que, por sus características, aprecian un espacio con una oferta que va más allá de *tumbarse al sol*.

De acuerdo con la tesis de Marta Collado sobre el futuro del turismo de sol y playa (2013), la demanda de turistas en un futuro será cada vez más sofisticada, compleja y segmentada, que valora la calidad/precio, los elementos diferenciales que el destino potencia así como las estrategias que utilizan para posicionarse competitivamente con

criterios de sostenibilidad. Así, cabe decir, que estos cambios en la demanda comportarán cambios en la oferta turística. Los turistas exigirán mayor calidad respecto al precio pagado por los productos turísticos y esto provoca que se tengan que realizar reajustes importantes en el transporte, infraestructuras sostenibles, disminución de estacionalidad, productos basados en calidad, comodidad y seguridad, adaptar el desarrollo a los límites del territorio y respetando el medio ambiente, etc.

Esta futura demanda impone requisitos que los destinos deberán satisfacer para competir con éxito en el mercado turístico. Estos requisitos se dividen en tres bloques: requisitos de transporte y movilidad, requisitos de los alojamientos y equipamientos y requisitos de las infraestructuras básicas y ambientales.

En cuanto a los primeros, es necesario que exista buena comunicación con los países de origen y destino. Los aeropuertos y ferrocarriles de alta velocidad son imprescindibles al igual que un buen sistema de transporte urbano que desincentivará el uso del transporte privado.

En segundo lugar, siguiendo también a Marta Collado (2013), los alojamientos deberán cumplir con estrictos criterios de sostenibilidad. Así aparecerá una nueva oferta de alojamiento que reducirá la presión edificatoria en el frente marítimo por una oferta hotelera de calidad y baja densidad. Del mismo modo que se abre el debate sobre la capacidad de carga de las ciudades, como el caso de Barcelona y Venecia visto más arriba, el pinchazo de la burbuja inmobiliaria y el actual período de recesión puede ser visto como una oportunidad para reflexionar sobre el modelo constructivo en general, y sobre los alojamientos turísticos en particular. Por otro lado, también habrá que ampliar la oferta de actividades para satisfacer a cada segmento de la demanda. Aunque el sol y playa sea el principal motivo del viaje, habrá que proporcionar actividades culturales y deportivas para atraer a los visitantes. La oferta comercial tendrá más relevancia en el casco urbano junto con la oferta gastronómica y no en grandes superficies así como la oferta deportiva se ofrecerá en la playa y en otros lugares de fácil accesibilidad. Otra cuestión importante es la organización en la playa, para que se puedan realizar estas actividades junto con las básicas como tomar el sol, evitando así la congestión.

Por último, las infraestructuras se diseñarán para no poner en peligro la sostenibilidad del destino. Se demandará la existencia de espacios abiertos como parques infantiles y amplios parques urbanos conectados con el paseo marítimo, la playa y los espacios naturales. El impacto ambiental deberá ser mínimo sobre todo en los destino maduros donde se recalificará la oferta existente y no habrá nuevos desarrollos urbanísticos.

Tanto el ecoturismo como el turismo activo son variantes del turismo natural, ya que, ambos tienen en común los espacios naturales. El turismo activo es la realización de actividades en un espacio natural, generalmente en parques naturales por el interés ecológico que éstos presentan (Turismo, s.f.).

Según López Olivares (2014), tal y como ya apuntábamos, estos espacios han pasado de ser simples soportes de la actividad turística a ser fundamentales en la experiencia turística.

Esto es debido a que existen varias razones que han impulsado el crecimiento de este tipo de turismo. El turista ya no viaja simplemente por descanso sino que busca la práctica de actividades en determinados entornos naturales así como suele fraccionar sus viajes a lo largo del año para realizar diferentes actividades en diferentes espacios.

Cabe decir que una de las razones más importantes es el cambio en el sistema de valores sociales. Esto es que los turistas desarrollan cada vez más una conciencia ambiental que provoca que busque entornos naturales no masificados en los que pueda practicar actividades al aire libre, entrar en contacto con la sociedad rural y que pueda mejorar su calidad de vida (Flores, 2008). Estos niveles de concienciación, todavía débiles (Sáiz et al., 2010) entre los españoles, sí que son más elevado entre ciudadanos de algunos países europeos.

Debido a la cercanía del parque muchos de los visitantes del manantial cumplen este perfil de turista, como manifestó una de las camareras de los equipamientos vinculados al recurso, y también los hay que acuden para aliviar problemas relacionados con enfermedades de la piel y que vienen buscando un tratamiento, con lo que, realizan un tipo de turismo basado en el balnearismo y la talasoterapia que puede desembocar en la creación de una nueva modalidad relacionada con la salud.

Tomando en consideración esto último, el turismo de salud ya se remonta a la Grecia y Roma antiguas, donde se reconocía las propiedades de ciertas aguas como beneficiosas para aliviar o mejorar la salud. Estos lugares donde existen aguas con propiedades medicinales han provocado que se realicen viajes durante siglos y que hayan configurado el destino como turístico. La práctica de este turismo es cada vez más realizada, ya que, las personas buscan mejorar su cuerpo tanto por salud como por estética y eso provoca que las empresas ofrezcan actividades de ocio que alarguen la estancia de los turistas (Amor y Fernández, 1998).

En la Comunidad Valenciana este tipo de turismo se ve favorecido por el clima del litoral mediterráneo así como de la riqueza y variedad de las aguas que posee. Si se añade la existencia de unas buenas comunicaciones y una oferta turística complementaria, debido a la variedad natural y cultural existente, se puede observar una expansión de este turismo en la Comunidad Valenciana (Amor y Fernández, 1998). En este caso, los valores descritos de autenticidad, de su situación al aire libre, de posición en un parque natural, al tiempo que cerca de la playa, pueden suponer un conjunto de elementos que den sentido a un producto genuino y sostenible.

Y ello, en un segmento en que el turismo de salud es un buen impulsor de la actividad turística debido a que mejora el posicionamiento de la oferta al incluirse en la gama de productos del destino; capta la atención de determinados segmentos de la demanda; tiene la capacidad de atraer consumidores con un poder adquisitivo elevado y, por último, la demanda que atrae suele presentar una alta frecuencia de uso (Amor y Fernández, 1998).

5. ANÁLISIS

A continuación se va a iniciar la fase de análisis en la cual se va a tratar en profundidad y a concretar aquellos aspectos más teóricos.

En primer lugar, visité el manantial de la Font Salada para realizar una observación *in situ* del espacio y de la gente que se encontraba allí. Para ello, el miércoles 22 de julio de 2015 acudí por la mañana, sobre las 9:30, a la Font Salada con el objetivo de realizar una serie de entrevistas a aquellas personas que se encontraran allí presentes, es decir, realicé una cata de la gente que había ese día en ese lugar. Las personas con las cuales me encontré y a las que realicé la entrevista para este proyecto fueron familias que iban con niños e incluso con abuelos, gente mayor que iba sola o con sus respectivos cónyuges y parejas adultas. El acudir arropada por mi familia fue de gran ayuda, generando menor recelo y mayor integración, al tiempo que me sentía más cómoda y segura conversando con la gente debido a una cuestión de edad y generacional. Así, la presencia de mis padres rompía la brecha generacional en la conversación con personas de su edad e incluso mucho más mayores.

En esta exploración de sus motivos, encuentro que la gran mayoría ha manifestado que su principal motivo es por salud para curar enfermedades dermatológicas. Muchos han realizado la novena y les ha desaparecido o han notado una gran mejoría en su dolencia y otros acuden para disfrutar el día en este lugar y aprovechan sus aguas.

Una de las entrevistadas, una turista de Madrid, acudió con su familia pero por curiosidad de conocer el lugar y disfrutar del día pero sí que embotella agua y se la lleva a casa para su hijo para que la utilice para curar el acné juvenil. Algunos acuden por prescripción médica y otros van como último recurso. Algunas de ellas comentaron:

“Hace 6 años vine para curar una alergia, realicé la novena y desapareció completamente” (Olivense, 49, E1).

“Veraneó aquí todos los años y conozco este lugar gracias a mis padres que son de aquí pero viven en París. Vine por primera vez hace muchos años para curar un eczema en los pies y se curó y ahora vengo por mi hija que tiene acné” (Francés, 42, E3).

“Vengo todos los días a nadar en la Font Salada. Hace 3 meses me diagnosticaron una úlcera en la pierna y el médico me recomendó que fuera al mar pero decidí venir aquí y se me ha curado completamente” (Alqueriense, 65, E4).

“Hace años que vengo porque me padezco dermatitis atópica y ni las cremas ni demás tratamientos han surtido efecto. No puedo realizar la novena por trabajo pero siempre que tengo vacaciones vengo y he notado una gran mejoría” (Valenciana, 39, E7).

“El motivo por el cual empecé a acudir fue porque recomendación médica. Debido al acné juvenil que padecía, el médico me aconsejó venir y probar estas aguas. Después de tres semanas vi una gran mejora y desde entonces acudo siempre que puedo, en verano, porque mejora también el pelo, la piel y las uñas” (Olivense, 22, E8).

En este último caso, desde la medicina reglada se invita a un uso terapéutico de las aguas. Aunque no hemos podido ir más allá, resultaría interesante saber si médicos de familia o diversos especialistas de los municipios del entorno consideran los beneficios de este tipo de terapia ante ciertas afecciones de la piel.

Los testimonios recogidos de usuarios y usuarias de estas aguas nos indican una consideración muy elevada de las propiedades de este lugar.

El proyecto a desarrollar sobre la Font Salada conllevaría impactos como los que se han explicado anteriormente. La dinamización de este entorno supondría una mejora del producto que acarrearía unos impactos económicos positivos porque los turistas generarían gasto y se crearía empleo, sin olvidar que, se necesitaría de una inversión para su conservación, protección y mejoras. Y esto podría provocar conflictos con los residentes porque el acceso al lugar siempre ha sido gratuito. La llegada de más

turistas puede favorecer tanto a las empresas dentro de la misma Font Salada como a las empresas de los alrededores. Esto, bajo ciertas condiciones de desarrollo y gestión de las instituciones implicadas, supone más beneficios para toda la zona.

En cuanto a los impactos socioculturales, la llegada de turistas puede generar una sobrecarga sobre espacios limitados como la Font Salada. Es decir, más turistas significan que se llenen lugares que antes eran disfrutados por la gente de la población y que también suponen un posible conflicto entre turistas y residentes.

Y, en cuanto a los impactos medioambientales, esta llegada masiva de turistas puede provocar una degradación del lugar y más contaminación tanto acuática como aérea. Al tratarse de un espacio natural hay que ir con cuidado. Cuantos más turistas más residuos, más contaminación de aire por vehículos, más peligro de que surjan incendios y más contaminación acústica.

En resumen, si el proyecto se desarrolla adecuadamente, creando un lugar sostenible y bien conservado, podría comportar beneficios a la comunidad y podría ser el impulso que los residentes necesiten para que este recurso sea elegido para disfrutar su tiempo de ocio.

Para desarrollar este recurso habrá que tener en cuenta el marco legal en el que se envuelve. Al situarse en los dominios del Parque Natural del Marjal de Pego-Oliva, se entiende que está bajo el amparo de las leyes que regulan este paraje.

Según la Ley de Espacios Naturales Protegidos de la Comunidad Valenciana, todas aquellas actividades que se realicen dentro del parque natural deben garantizar la protección del entorno y no entrar en conflicto con los valores de protección, ya que, se puede limitar el uso de los recursos naturales, así como, las visitas y actividades de recreo. También hay que tener en cuenta que para evitar la degradación y recesión de las zonas húmedas se las preservará de cualquier actividad susceptible de un impacto negativo sobre las mismas, asimismo, los terrenos incluidos en estas zonas serán clasificados como suelo no urbanizable. Dicha Ley fue concebida para la proteger los ambientes valiosos y una gama de unidades ambientales que representan los principales ecosistemas naturales. Define siete categorías distintas de espacio natural protegido, entre las que se encuentran los parques naturales y también contempla una protección para las zonas húmedas, cuevas y vías pecuarias (Ley 11/1994, 1995).

El Plan de Ordenación de los Recursos Naturales del Parc Natural del Marjal Pego-Oliva establece ciertos artículos que hay que tener en cuenta para la realización del proyecto. El ámbito de este plan incluye en su totalidad el parque natural junto con una

zona periférica de amortiguación de impactos definida en la Ley anterior. Entre ellos destaca la prohibición de usos y actividades que deterioren la calidad del agua o que las instalaciones recreativas deberán contar con la aprobación del órgano competente y no deben suponer un efecto negativo en el ecosistema (Decreto 280/2004, 2004). Es necesario conocer la normativa existente para saber que se puede hacer y que no en este paraje y así evitar futuros problemas en el desarrollo del proyecto.

Estas leyes protegen formalmente el territorio aunque los Parques Naturales no se dotan de presupuestos propios sino que dependen de otras partidas de diversas Consejerías, generando por ello cierta desprotección.

A partir de las entrevistas realizadas a los diferentes usuarios y a los empleados, se ha podido esclarecer que algunos de los motivos por los que acuden son el clima, el entorno, y sobre todo, el agua del manantial, así como qué es aquello que les desagrada o molesta y les gustaría mejorar.

5.1. OFERTA DEL ENTORNO

En esta parte se va a comentar aquello relacionado con la oferta que se puede encontrar en el entorno de la Font Salada y que sirve para atraer tanto a turistas al manantial y viceversa. Debido a que estas aguas se encuentran en un parque natural y bastante cerca de la playa, la oferta que se explica está destinada a personas que les guste realizar actividades al aire libre y en espacios naturales, que les guste el deporte, el ocio sano y el respeto por el medio ambiente.

La Font Salada se encuentra emplazada dentro del Parque Natural de la Marjal Pego-Oliva que pertenece a la localidad de Pego.

La Font Salada pertenece a un producto turístico elaborado y regulado, que es la Marjal de Pego-Oliva, el cual contiene en su interior otro espacio natural muy utilizado debido a que posee unas características especiales que hacen que sea un recurso turístico óptimo para su puesta en valor. Es necesario realizar el correspondiente análisis para saber qué es aquello que hay que mejorar y aquello que hay que mantener y conservar para así crear un producto turístico de igual calidad que el producto turístico en el que se encuentra ubicado.

Se puede decir que la función del manantial de la Font Salada dentro del parque natural puede servir como otro recurso más en el cual se apoya la Marjal de Pego-Oliva. Está incluido dentro de las rutas que existen en el parque natural como una visita prácticamente obligatoria. Dentro del Marjal de Pego-Oliva se puede considerar la Font Salada como el punto al que se le otorga mayor relevancia según los diversos folletos consultados y al que se le atribuye cierta importancia de entre todas las actividades realizables en el interior del parque natural.

Se trata de un espacio natural protegido de 1290 hectáreas situado en los términos municipales de Pego y Oliva, en las provincias de Alicante y de Valencia. (Parque Natural Marjal de Pego-Oliva, 2015). Es una zona húmeda declarada Parque Natural en 1994 (Concejalía de Turismo. Excmo. Ayuntamiento de Pego, 2012). En la imagen 2 se delimita en verde más oscuro.

Imagen 2. Marjal de Pego-Oliva



Fuente: Folleto Parc natural Marjal Pego-Oliva

“Se sitúa en el extremo meridional del golfo de Valencia y es uno de los mayores espacios de biodiversidad del Mediterráneo. Es quizá el humedal con mayor calidad del Mediterráneo español” (Concejalía de Turismo. Excmo. Ayuntamiento de Pego, 2012). Este espacio natural tiene un sistema dunar que se extiende al sur del río Serpis y está conformado por espacios palustres y arrozales (Parque natural del Marjal

de Pego-Oliva, 2015). “Se forma debido al agua de los ríos Bullent-Vedat, al norte, y Racons-Molinell, al sur, y los acuíferos de Mostalla y Segaria. Una red de antiguas acequias y canales atraviesa el paraje y se nutre del flujo de las aguas subterráneas” (Concejalía de Turismo. Excmo. Ayuntamiento de Pego, 2012). “Se trata de una antigua albufera separada del mar por una barra arenosa de 9 km de longitud que presenta un proceso de colmatación. Ocupa el tramo final de un amplio valle formado entre los relieves mesozoicos de las sierras de Mostalla, al norte, y Segaria, al sur, y bañada por los ríos Bullens y Racons” (Diputación de Alicante, 2012).

“Es el hábitat de diversas especies de aves acuáticas. Aquí viven especies de la importancia del samaruc o el calamón común. Cabe destacar que el equilibrio entre el tradicional cultivo del arroz y el respeto al medio ambiente han sido los responsables de la supervivencia de numerosas especies vegetales y animales de alto interés biológico” (Concejalía de Turismo. Excmo. Ayuntamiento de Pego, 2012). El alto nivel de protección para humedales desde el nivel europeo al autonómico dan constancia de la importancia para la biodiversidad que suponen estos parajes.

La Marjal Pego-Oliva forma parte de las Rutas Azules, que son un conjunto de itinerarios creados por la Diputación de Alicante junto con el Instituto Geológico y Minero de España y así poder mostrar la gran diversidad de paisajes relacionados con el agua. Este itinerario está compuesto por 6 tipos de rutas y la Ruta IV es la correspondiente a la Marjal Pego-Oliva y Ríos Bullens y Racons.

Esta ruta se desarrolla en la zona norte de Alicante, junto al mar, en el límite de la provincia de Valencia y en los términos municipales de Pego y Oliva. Se extiende por una llanura rodeada de las sierras de Mustalla, Migdia y Segaria, abriéndose hacia el mar Mediterráneo. La zona está recorrida, desde el interior hasta el mar, por los ríos Bullens y Racons. La ruta se puede realizar en automóvil pero lo más recomendable es hacerlo en bicicleta, ya que, es una ruta llana y con caminos cómodos.

Dentro de esta ruta se puede encontrar dos tipos de recorridos: el recorrido del río Bullens-Vedat y el recorrido del río Racons-Molinell con una distancia total de 26 km.

- Recorrido del río Bullens-Vedat: tiene una distancia de 11,03 km y está compuesto por 6 enclaves que van desde el Manantial de les Aigües hasta la desembocadura del río Bullens. Se puede iniciar la ruta en el Manantial de les Aigües, situado junto a la carretera CV-715 en dirección de Oliva a Pego, en el límite entre las provincias de Valencia y Alicante. A unos 1300 m hay que

desviarse hacia la CV-728 y se continua por este tramo unos 870 m hasta tomar el camino de Bullentó que transcurre paralelo al barranco de Mostalla y tras 550 m se llega al enclave 2, que es el S.A.T Bullentó nº3795. Desde este emplazamiento se deben recorrer 550 m por el camino de Bullentó hasta la base de la Muntanyeta Verda. Este es el punto de partida de dos cortas excursiones. Tras recorrer 700 m se llega a un tranquilo paraje conocido como el Molino, que es el enclave 4. Desde aquí hasta Sant Pere, que es el enclave 5, hay una distancia de 1'28 km. Se sigue hasta la Font Salada y se toma un desvío hacia el camino de les Revoltetes, luego se cruza la carretera N-332 hasta llegar al camí vell de Denia. Se toma esta carretera en dirección norte siguiendo el río hasta su desembocadura en la playa de Agua Muerta donde recibe el nombre de Vedat, que ya es el enclave 6 que es el último tramo del recorrido.

- Recorrido río Racons-Molinell: este recorrido se propone en sentido contrario al del río Bullens-Vedat y tiene una distancia de 18,90 km. Para ello se puede ir en línea recta desde la playa hasta la carretera nacional N-332, que está a 900 m de distancia y luego se tomará la CV-678 en dirección a Pego. Ya dentro del parque natural, tras recorrer unos 800 m se llega hasta el observatorio de aves. Después de contemplar la avifauna, se vuelve otra vez a la CV-678 y se recorren unos 1300 m para tomar el camino de Tanques para seguir el curso del río Racons. A unos 700 m se encuentra un puente que permite cruzar a la otra orilla y seguir aguas arriba unos 1230 m hasta llegar al enclave 9 del Manantial de Balsa Sineu. Desde aquí se continúa unos 800 m hasta cruzar otra vez a la otra orilla y se sigue este camino hasta encontrar los piezómetros de observación que constituyen el enclave 10. Se vuelve a la carretera CV-678 después de recorrer 800 m y se toma el camino conocido como “Camí del Bullent” y tras 400 m se encuentra la surgencia del Ullal de Bullens.

Estas rutas se pueden realizar a pie, en bicicleta o con el automóvil. Son una buena manera de disfrutar de la flora y la fauna autóctona mientras se realiza deporte (Diputación de Alicante, 2012).

El agua de este marjal ha permitido el crecimiento de una importante comunidad vegetal y animal con ejemplares únicos en el mundo y también ha permitido la presencia de una importante representación de aves autóctonas y migratorias excepcional (Martí, 2012). Es uno de los principales motivos por los que ha sido

aceptado en el Convenio Ramsar (Parque natural del Marjal Pego-Oliva, 2015). Este convenio tiene como misión el conservar y usar de manera racional los humedales mediante acciones locales y nacionales para lograr un desarrollo sostenible (Ramsar, 2014).

Entre las especies se encuentran: el zampullín chico, el somormujo lavanco, el avetorillo, la garza imperial, la cerceta pardilla y la cigüeñuela. El fumarel cariblanco es una de las especies más representativas y también destaca el calamón, una especie que hasta hace poco estaba extinguida en la Comunidad Valenciana. Entre los peces destaca el samarugo, que confiere un alto valor ecológico al parque debido a su escasez, y la colmilleja. Y los reptiles más característico del parque son el galápagos común y el galápagos leproso (Parque natural del Marjal Pego-Oliva, 2015).

La presencia de este parque natural como oferta complementaria es muy importante debido a que es un entorno sostenible con una gran fauna y flora y en el cual se pueden realizar actividades aptas para todas las edades lo que propicia la existencia de un turismo activo del cual nos podemos beneficiar para atraerles a la Font Salada.

Como ya se ha dicho, la Font Salada se encuentra cerca de las poblaciones de Pego y Oliva. En ambas poblaciones se puede disfrutar de diferentes ofertas turísticas.

Pego se encuentra en la comarca de la Marina Alta, en la zona interior del norte de la provincia de Valencia. Es una población que ofrece una buena gastronomía típica y una variada cantidad de fiestas. Desde 2008 es considerado Municipio Turístico Familiar por Aturfam, que es la Asociación de Turismo Familiar de la Comunidad Valenciana, y que indica que Pego es un pueblo con áreas y actividades que combinan el juego infantil, juvenil y de adultos (Pego i Les Valls, 2014) teniendo en cuenta los equipamientos, actividades y servicios que dispone. Para los más pequeños dispone de varios parques infantiles y se puede hacer picnic en la ermita de San Antonio y en la Font del Baladrar. Si lo que se desea es pasear al aire libre y disfrutar de la naturaleza existen diversas rutas, algunas de ellas son aptas para niños:

- Ruta de las Fuentes: en esta ruta se pueden visitar lugares históricos como el castillo de Ambra o el convento de los Franciscanos. Se realiza a pie.
- Ruta del Arroz: esta ruta se realiza con bicicleta.
- Ruta de San Antonio: apta para ir andando o en bicicleta y se puede visitar la ermita de San Antonio. Se puede realizar tanto a pie como en bicicleta.
- Travesía del Bodoix: se realiza a pie.
- PR-CV 58.2: Pego-Figuereta-Miserà-Pego. Se realiza a pie.

- PR-CV 58.3: Pego-Ambra-Camino Barranco del Infierno-Figuereta-Pego: es la ruta de más duración. También se realiza a pie.
- Pego-Barranc de les Coves-La Figuereta-Xical-Pego. Se realiza a pie.
- BTT: Parcent-Ebo-Pego-Denia: es una ruta de 14 horas que se realiza exclusivamente en bicicleta, tiene la dificultad más alta.
- Camino de Santiago: se trata del Camino del Alba Xàbia-Almansa el cual pasa por las poblaciones de El Verger, Pego, l'Atzúbia, Forna y Villalonga. Pertenece a la red de rutas del Camino de Santiago (Pego i les Valls, s.f.).

Todas estas actividades están destinadas a un público familiar y también no familiar al cual le guste realizar turismo activo. Que existan equipamientos y servicios adaptados a niños es importante, ya no solamente porque atrae familias, sino porque puede servir para realizar excursiones con institutos y colegios y es una buena forma de que se conozca el manantial de la Font Salada, incluido en varias rutas.

El otro término municipal en el que se encuentra este parque natural es Oliva, a la cual pertenece el tema de este proyecto que es la Font Salada.

Este municipio está situado en el sureste de la provincia de Valencia, en la comarca de la Safor, y limita con la provincia de Alicante (Oliva, 2014). Es una localidad costera que posee magníficas playas, reconocidas por su calidad internacionalmente, bañadas por el mar Mediterráneo. Su clima es mediterráneo, con inviernos suaves y veranos cálidos, lo que convierte a Oliva en un destino preferente para los turistas durante las vacaciones (Ajuntament d'Oliva, 2015).

Oliva ha sido siempre una población agrícola, destacando el cultivo del naranjo y el arroz. El naranjo tiene carácter de monocultivo y el arroz fue abandonado su cultivo durante la época de los 60 y las antiguas marjales han vuelto a su estado natural. En cuanto al regadío, se basa en el procesado y comercialización de los productos agrícolas. En tiempos pasados destacó por la especialización en la cerámica. Por último el sector terciario, destacan el comercio y el turismo como las actividades que emplean a más población (Oliva, 2014).

Oliva posee una magnífica oferta complementaria que es el motivo por el cual los turistas la eligen para disfrutar sus vacaciones.

Uno de sus máximos atractivos son las playas y dunas. Conocidas por su naturalidad, belleza y calidad que se unen con un cálido clima y una inmejorable oferta de servicios.

También se puede encontrar en la zona costera el Club Náutico que ofrece diversos servicios como escuela de vela, cursos de natación y atractivos concursos de pesca y regatas de cruceros.

Para aquellos que prefieran realizar actividades por la montaña existen varias rutas para realizar a pie o en bicicleta y disfrutar de un magnífico paisaje entre mar y montaña.

Entre los senderos de montaña se encuentran:

- RUTA A: Sendero Covatelles
- RUTA B: Sendero “ Puig del Frare” y “Font de M^a Rosa”
- RUTA C: Subida al Castell de Santa Anna

Las rutas cicloturísticas son:

- RUTA D: En bici por el Xiricull
- RUTA E: En bici a la Font Salada y Parque Natural Marjal Pego-Oliva

Otra de las rutas es el Camino Natural de la Safor que va desde Oliva a Gandia (Excmo. Ayuntamiento Oliva & ECA, 2013).

La ciudad de Oliva es conocida por su costa, que es su principal atractivo. Dispone de numerosas playas conocidas por Europa por su calidad y belleza (Oliva 365 días, 2013). En ellas se realizan la gran mayoría de actividades de ocio como la práctica de deportes o el disfrutar la tarde con amigos en uno de sus chiringuitos a pie de playa. Entre sus playas se encuentran: Playa Pau Pi, L'Aigua Blanca, Deveses, L'Aigua Morta, Rabdells y Terranova. A diferencia de otras playas, como las de Gandía o Benidorm, en primera línea no se encuentran grandes edificios sino pequeñas casitas de verano que hacen que sea un lugar más agradable (Oliva Shot, 2014).

Las playas de Oliva destacan por su elevado valor natural y paisajístico con un cordón dunar que se extiende prácticamente por la totalidad de su litoral y esto provoca que sea un punto muy atractivo para el turismo nacional e internacional. Vemos, pues, que se merece una política turística y ante esto el Ayuntamiento ha implantado un sistema de gestión medioambiental en todas sus playas de acuerdo con la norma UNE EN-ISO 14001. Con este sistema pretende mantener la riqueza del litoral ofreciendo un ecosistema protegido y con un elevado valor natural. Se ofrecen unos servicios de calidad y se promueve y potencia la mejora continua y es por eso por lo que se ha decidido implantar en las playas Pau Pi, Aigua Morta y en la zona urbana de la playa Aigua Blanca la norma de calidad UNE 187001:2011.

Esta norma conocida como “Q” de calidad turística del Instituto por la Calidad Turística Española- ICTE. El Ayuntamiento se compromete a establecer los medios necesarios, tanto técnicos como económicos, para frenar la contaminación y garantizar un seguimiento de todas las actividades que se realizan en las playas, estableciendo mecanismos de mejora continua (Ajuntament d’Oliva, 2012).

Las playas de L’Aigua Morta y Rabdells son las que se sitúan más cerca de la Font Salada. Desde la desembocadura del río Bullent hacia el sur se encuentra la playa de L’Aigua Morta. Esta larga playa de carácter urbano conserva retazos de sus extensas dunas. Recibe este nombre el tramo comprendido entre el río Vedat y la urbanización San Fernando (Levante, s.f.). Posee 2200 m de largo y 120 m de ancho e incluye servicios como la Cruz Roja, socorristas, restaurantes y parking (Las Provincias, s.f.), con una arena fina y dorada y un oleaje tranquilo. Gracias a la oferta deportiva del golf y el fútbol, es visitada durante todo el año (Levante, s.f.). Debido a su localización y proximidad, esta playa es frecuentada por todos los turistas que se hospedan en los diferentes alojamientos que se han explicado anteriormente. La playa Rabdells es una playa más natural que tiene un nivel moderado de ocupación, incluso en verano. Se encuentra a la izquierda del río Vedat. Gracias a los campings de alrededor y a un par de chiringuitos se convierte en una playa más animada. Posee 1000 m de largo y 80 m de ancho y al igual que la anterior tiene servicios como socorrista, parking, restaurantes y baños (Las Provincias, s.f.). La proximidad de la playa con la Font Salada son aproximadamente 150 m, con lo que, se aprecia la cercanía de este manantial con el litoral mediterráneo. Es importante esta cercanía porque la playa es el reclamo turístico más importante de la zona y es el lugar que más frecuentan los turistas y su motivación principal. Esta proximidad, bajo unas condiciones de explotación sostenible, puede beneficiar a la Font Salada muy positivamente.

También hay que decir que no sólo es una zona exclusiva de turistas sino que también viven en sus alrededores población local que posee fincas con sus naranjos y viviendas que usan como segunda residencia para su disfrute de ocio y también de los que viven todo el año en la zona siendo ésta su vivienda principal. Así que esta población local que no es considerada turista también tiene como referencia estas playas.

Como se indicó anteriormente, la Font Salada se sitúa dentro del parque natural desde el que acuden visitantes que practican ecoturismo o turismo activo en espacios naturales.

En este parque natural existe una gran diversidad de aves, especies acuáticas y flora. Existen itinerarios para recorrer la marjal y en los cuales se pueden observar toda esta flora y fauna mientras se recorre el paraje natural.

Con toda esta información se percibe la importancia de las playas para la localidad de Oliva. Son su máximo atractivo turístico y es por eso que necesitan especial atención. Además de realizar la típica actividad de ir a la playa a bañarse y tomar el sol, en estas playas se pueden realizar varios deportes acuáticos aptos para adultos y niños como kitesurf o vela y también, en algunas de ellas, podemos encontrar chiringuitos a pie de playa en los que se puede tomar algo y disfrutar de una buena tarde.

Aquellas que están situadas cerca del manantial de la Font Salada son aquellas en las cuales se sitúan la mayor parte de los campings de la población con lo que la afluencia de turistas será mayor. Esto es importante porque tanto en invierno como en verano siempre hay turistas en esta zona, los cuales tienen mejor acceso a la Font Salada y pueden acercarse a disfrutar de sus aguas.

5.2. EQUIPAMIENTO

En esta parte se va a analizar todo aquello relacionado con las infraestructuras de alojamiento y de ocio que se encuentran en la Font Salada.

Como ya se ha explicado anteriormente, la Font Salada se encuentra en el interior de la Marjal Pego-Oliva pero, aunque la Marjal pertenece a la población de Pego, la Font Salada concierne a la población de Oliva.

En la misma Font Salada se puede encontrar un restaurante llamado Chiringuito Font Salà. Aunque se sabe que el dueño entregó su terreno al Ayuntamiento para que fuera de acceso libre y gratuito, el lugar donde se emplaza el restaurante es de gestión privada, es decir, las aguas y el parking son públicos y gestionados por el Ayuntamiento pero el restaurante y la terraza fueron comprados por el dueño del restaurante y es de su propiedad. Este restaurante permite disfrutar de unas buenas vistas y está especializado en carnes a la brasa o a la barbacoa, con carnes de buena calidad, y también en paellas tradicionales valencianas. Se ofrece también un agradable lugar para disfrutar de cenas románticas. Tiene diferentes menús a precios muy asequibles. Aunque está abierto todo el año, es a partir de junio cuando se mantienen abiertos hasta la medianoche y siguen así hasta que finalice la temporada de verano (Chiringuito Font Sala, 2013).

Cerca de la Font Salada se puede localizar el Hotel Rural-Restaurante Font Salada. Se trata de un hotel rural de 3 estrellas situado a 4 km al sur de Oliva (Hotel Rural Font Salada, s.f.). Su acceso se realiza por la Carretera Nacional 332 en el Km 210. Es la misma entrada que se utiliza para ir a la Font Salada y se conoce como el Camí de Sant Pere. Es un complejo situado dentro de una finca propia de más de 43000 m2 de naranjos. Su edificio principal es una típica casa de regadío valenciana conocida como alquería. Dispone de 9 habitaciones dobles, restaurante, salón con chimenea, jardín con piscina, videoteca, internet, parque infantil, animales de granja y se pueden realizar excursiones a caballo y en bici al igual que también aceptan animales domésticos (Hotel-Restaurante Rural Font Salada, 2015).

Este hotel antes abría 8 meses al año pero ahora, la nueva administración, quiere plantearse abrir todo el año, según Carmen Endara, recepcionista del hotel. Los clientes acuden por la tranquilidad de la zona y por la cercanía de la playa y el pueblo y también suelen venir clientes con motivo de celebraciones como bodas. Son clientes en su mayoría nacionales, concretamente de Madrid, pero también se hospedan turistas extranjeros como belgas, ingleses o alemanes.

Imagen 3. Entorno Font Salada



Fuente: Folleto Oliva 365 días Playas y Dunas

5.3. ACCESIBILIDAD

En primer lugar, el acceso a Oliva se puede realizar:

- En avión: a Valencia (75km) o a Alicante (100 km)
- En coche: por la autopista AP-7 Salida 61 y por la Carretera Nacional N-332
- En tren: hasta Gandía y hasta Denia, ciudades comunicadas con Oliva por líneas regulares de autobuses.

Pasamos ahora a detallar el acceso, para mostrar alguna de las complicaciones que supone la llegada a este paraje.

Una vez en Oliva para llegar a la Font Salada hay que dirigirse por la carretera N-332 en sentido Alicante después del Km 210 en el lado derecho se encuentra el camino que lleva a la Font Salada.

Existe una gran cantidad de medios de transporte que comunica la zona de Levante con el resto de España y sobre todo con la capital, ya que, Valencia y Alicante disponen del servicio de tren de alta velocidad, AVE, que comunica Madrid con estas provincias. Además de que ambas también poseen aeropuertos bien comunicados.

Una vez en el camino, se advierte que es un camino antiguo utilizado por los residentes locales que poseen en la zona segundas residencias y naranjos para cultivo. Es un camino estrecho en el cual es difícil que puedan circular dos vehículos en ambos sentidos. Lo que si se aprecia es una buena señalética en cuanto a la Font Salada. Hay una buena indicación para que el visitante no se pierda y es bastante fácil de encontrar.

Pero si hay algo de lo que se quejan tanto los que trabajan en la Font Salada y el hotel como los que visitan el manantial es la entrada y salida de acceso al camino que lleva a este destino. Este punto se da en la N-332 porque no hay un cartel o señal grande y vistosa que indique la entrada al camino. Aparece muy pequeño y si no se fija uno muy bien se puede despistar y pasarlo de largo. Es un poco contradictorio que el Ayuntamiento que se ha preocupado por mejorar la Font Salada y ha invertido en esta mejora no permita que exista una buena señalética que indique la entrada a este manantial.

Y en, segundo lugar, la gente que proviene de los pueblos de más al sur, que ya son de la provincia alicantina, no pueden incorporarse directamente de la N-332 al camino sino que deben encontrar una salida que les permita realizar un cambio de sentido e incorporarse al carril que va en dirección a Alicante para poder acceder. Lo mismo ocurre con aquéllos que salen del camino y quieren dirigirse al pueblo. No pueden maniobra e incorporarse directamente a la carretera porque la señal lo prohíbe y deben dirigirse hacia Alicante hasta encontrar una salida que les permita incorporarse al carril de la derecha que les lleva dirección Valencia.

Vemos con ello que uno de los grandes problemas que tiene esta fuente es el acceso. Debido a su ubicación, su entrada es complicada porque se realiza desde una carretera nacional que siempre tiene tráfico y también porque el camino que lleva hasta este lugar es un camino de uso agrícola, residencial y turístico utilizado por agricultores u otras personas que poseen cultivos en sus alrededores o viviendas particulares. Es imprescindible una señalética que indique la entrada porque la que existe es muy difícil de leer y de ver. Y hablando de afluencia en vehículos particulares, también habría que encontrar una solución para la cuestión del aparcamiento, ya que, la ubicación de la Font Salada es bastante pequeña y sólo permite acoger a un mínimo de vehículos en la zona.

Parece haber cierto consenso entre usuarios y trabajadores de los equipamientos. Así, de las ocho entrevistas que he realizado en el manantial, cinco han mostrado su malestar con el acceso a la zona y por su mala señalización. Los empleados del hotel y el chiringuito también expresaron lo mismo.

5.4. EQUIPAMIENTO COMPLEMENTARIO

En la misma ubicación donde se encuentra la Font Salada también se encuentra el Chringuito-Restaurante Font Salada y a 700 metros el Hotel Rural Font Salada.

Aunque, como ya se ha comentado anteriormente, se encuentra situado en las inmediaciones del Parque Natural de la Marjal Pego-Oliva, no significa que todos sus alrededores estén conformados por zonas vegetales y paisajes naturales. Forma parte también del paisaje una extensa urbanización y un polígono industrial.

Según el Plan de Espacios Turísticos de la Comunidad Valenciana (2014), en la Safor, comarca donde se ubica la ciudad de Oliva, predomina un turismo de sol y playa y un turismo residencial.

La tipología de alojamiento que abunda en la zona es el alojamiento extrahotelero, que son los apartamentos y similares que se extienden por toda la costa. Hay que incluir dentro de los apartamentos los que tienen la categoría de turísticos, los que se usan como segunda residencia y los que se alquilan o ceden a familiares y amigos. Otra oferta abundante son los campings, que se centra fundamentalmente en Oliva. Estos establecimientos están abiertos todo el año. En verano sus clientes tradicionales son españoles que vienen buscando la proximidad al mar, una buena relación calidad/precio y un entorno agradable. En menor medida también hay clientes holandeses, alemanes, franceses y otros europeos pero que suelen llegar a finales de agosto, según la recepcionista del Eurocamping. Si en algo coinciden tanto ella como el Plan de Espacios Turísticos de la Comunidad Valenciana, es que estos establecimientos pueden abrir todo el año debido a que reciben una gran demanda extranjera de jubilados que llegan para disfrutar del clima y pasan en ellos largas estancias. Esta oferta turística tiene una demanda creciente porque combina bien sus productos y ofrece servicios como gimnasio, spa o piscina climatizada.

Cerca del manantial se localizan otros espacios destinados al turismo y al alojamiento turístico como son el resort Oliva Nova, la urbanización San Fernando, diversos campings o la playa Aigua Morta en la cual desemboca el río Bullent.

El resort Oliva Nova se encuentra a un 1 km de la Font Salada. Este hotel se conoce como Oliva Nova Beach & Golf Resort y está catalogado con 5 estrellas. Está situado a primera línea de playa y en él se encuentran un campo de golf de 18 hoyos diseñado por Severiano Ballesteros, pistas de tenis y pádel, cuatro campos de fútbol para profesionales y amateurs, un centro ecuestre de alto rendimiento, Spa y Fitness. Gracias a todas estas instalaciones se puede disfrutar en este resort de diversas actividades de ocio y deporte para todas las edades como el golf, el tenis, el pádel, los deportes náuticos, las concentraciones de equipos profesionales de fútbol, ciclismo y rugby y también se celebran los eventos hípicas con más renombre del panorama nacional. A parte del deporte y el ocio, también existen alternativas para la salud y la belleza con el Spa, tratamientos corporales y faciales y clases de fitness.

El alojamiento en este resort puede ser de diversas formas. Los clientes pueden optar por alojarse en el propio hotel o pueden alquilar apartamentos o villas que se encuentran ubicados dentro del resort (Oliva Nova, s.f.).

Según una de las recepcionistas del Hotel Oliva Nova, este resort es frecuentado por familias y parejas tanto de nacionalidad española como extranjera. Sobre todo es frecuentado por españoles provenientes de Madrid.

Los clientes extranjeros también acuden y suelen ser de nacionalidad belga, holandesa, alemana y de otras centroeuropeas. Tanto unos como otros se sienten atraídos por la playa y por la oferta del golf.

Cerca de Oliva Nova, prácticamente a escasos metros, se puede encontrar el polígono San Fernando. Éste forma una gran urbanización de apartamentos, bungalows y villas en alquiler y en venta totalmente equipados a disposición de los clientes que quieran disfrutar de sus vacaciones en un entorno tranquilo, a primera línea de playa y cerca de grandes ciudades turísticas y zonas de ocio. Una de las empleadas de la Inmobiliara San Fernando Multiservicios S.L., ha indicado que la mayoría de los clientes que alquilan alojamientos en esta zona son turistas que proceden de la capital y, de vez en cuando, se alojan extranjeros como franceses o portugueses. Son gente mayor o familias que acuden porque se sienten atraídos por la proximidad a la playa y por la tranquilidad de la zona

Como ya se ha comentado antes, los campings son la oferta de alojamiento extrahotelera que más abunda en Oliva. La gran mayoría están ubicados en esta zona, entre la urbanización San Fernando y el resort de Oliva Nova. Concretamente están en esta zona el Eurocamping, Camping Pepe, Camping Azul, Camping Ole, Camping Río Mar y Camping Bon Día. Todos ellos disponen de parcelas y bungalows o casitas de madera para satisfacer los gustos de cada cliente. Todos ellos se encuentran al lado de la playa, prácticamente a primera línea y al igual que los alojamientos anteriores son los alojamientos más escogidos por los turistas extranjeros para pasar sus vacaciones. En una visita realizada al Eurocamping, la recepcionista del centro indicó que en la temporada estival los clientes suelen ser nacionales e informó que en ese momento los clientes procedían de comunidades como Asturias, Castilla y León, Madrid o Aragón. Es un camping familiar al que acuden familias con niños que su principal motivos vacacional es la playa. También informó que durante la temporada de invierno es cuando se alojan clientes extranjeros como holandeses, franceses o alemanes que vienen por el clima y que suele ser gente mayor, jubilados, concretamente.

Con lo que se ha comentado anteriormente, los turistas que vienen a Oliva están motivados por la playa y por la tranquilidad que proporciona la zona. Y es gracias a ésta por lo que todos los anteriores alojamientos son conocidos y reciben tanta demanda.

Con todo esto decir que todas las personas que habitan o se hospedan en los alojamientos turísticos explicados son los potenciales visitantes a la Font Salada debido a la proximidad de estos lugares con el manantial. Esta zona atrae a una gran cantidad de turistas todos los años por las ofertas e instalaciones que poseen y en las cuales pueden ejercer diferentes tipos de actividades de ocio. Lo que se pretende es atraer a esos turistas, y también a la población local, a la Font Salada para ofrecerles una alternativa en la que se combina una actividad al aire libre pero relacionado con la salud, el bienestar y la relajación. Sin embargo, el público a tener en cuenta cumplirá un perfil del que podrían quedar fuera aquellos alojamientos de mayor nivel.

5.5. ANÁLISIS DE LAS PERCEPCIONES SOBRE EL USO DE LA FONT SALADA

Entre la diversidad de opiniones que hallamos en las entrevistas, nos centramos aquí en aquellas que tienen que ver con el uso habitual de este enclave. Ya en el propio manantial, existen problemas relacionados con la seguridad de los turistas y visitantes. No existe ningún tipo de vigilancia que prevenga de cualquier problema. Es necesaria la presencia de un socorrista acuático que vigile a las personas que se bañan en estas aguas, sobre todo, porque es un manantial rocoso y por la presencia de niños y gente mayor. También es necesaria una vigilancia policial constante, ya que, al ser de acceso libre y gratuito suele estar bastante lleno de gente de diferentes edades y culturas y que a veces esto provoca que surjan disputas que pueden acabar en situaciones violentas.

Dos de los entrevistados han manifestado que no existe ningún control en la zona. Uno de ellos respondió:

“El Ayuntamiento debería establecer durante los meses de julio y agosto, que es cuando más gente hay, un socorrista que se encargara de vigilar a la gente que nada en las aguas porque hay un tramo en el que el agua es profunda, de más de 2 metros de profundidad, y aquí abundan las visitas de niños y gente mayor” (Alqueriense, 65, E4).

Y una de las parejas también respondió respecto a esto:

“Durante el fin de semana, todo el lugar se llena mucho de gente que suelen venir en masa y ocupan todo el agua con colchonetas y demás y arman mucho escándalo y es

imposible relajarse en el agua. Además ensucian los alrededores y no muestran ningún respeto por el ambiente” (Valencianos, 43, E6).

Según una de las empleadas del restaurante, años atrás solían visitar este lugar personas de etnia gitana que acudían en masa y que fue motivo de que amainara la llegada de otro tipo de visitas. Actualmente siguen viniendo pero en menos cantidad y no supone ningún impedimento para que continúen llegando otros visitantes. En este sentido, el desarrollo deberá buscar un ambiente de acogida propicio para turistas de diversas procedencias, plural y abierta.

Otra queja que ha manifestado un visitante habitual es que para entrar a las aguas hay una especie de rampa inclinada con escalones de piedra y hormigón y que resulta resbaladiza y mucha gente, sobre todo gente mayor, ha sufrido percances y accidentes.

La solución a estos problemas significa una inversión para el Ayuntamiento, que es el ente que se encarga de su conservación. Al ser un lugar de acceso gratuito, que es una de sus fortalezas más importantes, si se plantea el pedir una compensación económica por la utilización de sus aguas y su entorno podría acarrear un serio conflicto con los turistas y, sobre todo, con los residentes.

Cuando termina el verano, en el manantial disminuye la afluencia de gente y sólo es visitada por gente local y de otras poblaciones colindantes que son asiduos a este lugar y es gracias a ellos que el restaurante abra todo el año. Durante esta época invernal, el manantial no está tan masificado pero eso no significa que haya que buscar ideas para captar a más gente sino que puede ser beneficioso que haya menos gente porque ayuda a sostener la zona y preservarla hasta la época estival. Si sería conveniente garantizar la asistencia creando actividades que combinen visitas a la Font Salada y a los otros espacios que se han mencionado anteriormente como la Marjal Pego-Oliva.

Por último, hay que decir que la mayoría de los entrevistados de esta muestra exploratoria son gente de la población, de poblaciones vecinas o de la comunidad. Algunos son turistas que tienen una segunda residencia y uno de ellos es extranjero pero que conoce el lugar por un familiar que es de Oliva. Con esto, hay que destacar que la gente que visita este lugar es gente que lo conoce porque vive cerca, en algún chalet de alrededor, en el pueblo o porque algún vecino o conocido les ha comentado su existencia pero que no es un lugar muy conocido.

6. PÚBLICO OBJETIVO

Por último, se va a comentar a qué tipo de público se podría dirigir este proyecto.

El producto a desarrollar tendrá en cuenta un público que acuda por diversas dolencias de la piel, también para mejorar o tratar puntualmente y de forma natural el cuerpo. Además dada la singularidad del emplazamiento serán personas con sensibilidad ambiental, capaces de apreciar un enclave de relajación en un parque natural. Se debe respetar y conservar el sentido original del que surge la afluencia de bañistas a este lugar. La capacidad de mantener esa conceptualización podría marcar el reconocimiento de su autenticidad (McCanell, 2003).

También es un público importante aquel que suele acudir a espacios naturales a practicar deportes de aventura o que le gusta disfrutar su tiempo de ocio al aire libre realizando actividades como senderismo o ciclismo. Es decir, personas que practiquen un turismo activo. En nuestro caso, tal vez se propugne un ambiente de relajación y de tranquilidad. Un espacio cercano a la playa, pero alejado de la intensa actividad que puede acompañarla. Se debe respetar y conservar el sentido original del que surge la afluencia de bañistas a este lugar. La capacidad de mantener esa conceptualización podría marcar el reconocimiento de su autenticidad.

7. PROPUESTAS

En esta parte se van a exponer aquellas actuaciones que sirvan de mejora para los problemas anteriormente descritos en el apartado de análisis. Es importante la participación del Ayuntamiento local para realizarlas, ya que, el manantial no es un espacio de gestión privada sino que es el gobierno público quien se encarga de su estado.

Antes de exponer las actuaciones necesarias se va a plasmar el concepto de balneario que se quiere conseguir con la puesta en valor de este recurso turístico.

El producto turístico que, deriva del anterior análisis, es un espacio natural de aguas medicinales en un entorno poco modificado. A diferencia de los edificios y establecimientos balnearios y otros tratamientos más modificados, la Font Salada resulta un espacio abierto y un lugar de relax en el cual se pueden realizar baños al aire libre, cuyas aguas poseen propiedades curativas para la piel y durante los baños

se pueden avistar aves salvajes, ya que, este manantial está en un enclave privilegiado que es el Parque Natural de la Marjal Pego-Oliva y también se ubica muy cerca de la playa.

Tras realizar entrevistas en los campings que rodean la Font Salada se ha comprobado que los clientes que suelen alojarse provienen de Europa Central y del norte y centro de España. Son familias y jubilados a los que les atrae el clima, la cercanía con la playa y la tranquilidad del entorno. Algunos de estos establecimientos suelen estar abiertos todo el año debido a que se alojan clientes extranjeros, la gran mayoría jubilados, que vienen buscando los inviernos suaves que aquí se disfrutan.

Aunque es una tradición escandinava y de países del norte de Europa, la sauna es conocida en todo el mundo. Suele combinarse la práctica de la sauna con un baño en un lago, ya sea de agua helada o no (Gines, 2011). Una conceptualización posible de este recurso deriva de su asociación a esta tradición finlandesa mediante la Font Salada. Para las comunidades del norte de Europa, esta tradición ancestral es una reunión social habitual donde un grupo de amigos se reúne en una cabaña cercana a un lago de agua fría (De las Heras, 2014). Este clima terapéutico y de respeto al entorno, apoyado en las singularidades mediterráneas, puede generar un producto elaborado que busque la calidad y sostenibilidad ambiental.

Se puede trasladar este concepto a la Font Salada como un lugar donde relajarse y pasar el tiempo y donde se establezca un clima sociable en el cual las personas que acudan interactúen, combinen relax y curaciones y se relacionen creando una atmósfera agradable y tranquila.

Es importante también añadir la anécdota por la cual son reconocidas estas aguas medicinales. Se trata de buscar formas diversas de difusión de la historia del famoso burro y crear curiosidad en los posibles visitantes. La idea que se pretende transmitir es que el agua es tan buena que fue capaz de curar a un burro abandonado, viejo y malherido. Ya sea un mito o sea verdad, la historia alimenta esa curiosidad y se acude para probar si realmente es tan curativa como se cuenta. Como ya se ha dicho antes, dotar de narrativa al producto hace que éste sea más fácil de recordar. Por otro lado, su contenido casa bien con la capacidad de generar, de nuevo, autenticidad.

Uno de los temas que se han expuesto en el apartado anterior han sido los impactos que puede provocar la promoción de un producto turístico que antes era más utilizado por la gente local y por pocos turistas.

Debe existir en la Font Salada un control y un respeto por la zona. Hay que concienciar a los turistas del impacto que supone no cuidar este espacio. El Ayuntamiento debería crear o contratar un servicio de limpieza que acuda ciertos días a la semana para que limpie toda el área.

En cuanto al tema de los vehículos es importante que exista un transporte público adecuado que contribuya a mejorar el impacto medioambiental.

La zona donde se encuentran todos estos alojamientos y espacios turísticos es la zona sur de la playa de Oliva. Para llegar hay que dirigirse hacia Alicante atravesando la Carretera Nacional N-332.

Existe una línea local de autobús que va desde Oliva hasta la playa pero no va más allá de la zona centro con lo que para llegar a la Font Salada hay que ir con vehículo privado debido a la distancia que supone.

Es, por eso, que se debería ampliar esta línea de autobús hasta la zona de Oliva Nova y también a la Font Salada. Al tener un acceso complicado, sería de gran ayuda que tanto los residentes como los turistas pudieran disponer de un servicio que les llevara directamente hasta el manantial y así restarles problemas, sobre todo, a los turistas extranjeros que por diferencias con el idioma y por el hecho de que desconocen la zona, les puede resultar difícil llegar. Un buen transporte público mejoraría la llegada de turistas porque como la entrada y salida no se puede cambiar, el poder evitar la congestión de vehículos y que exista un sistema que facilite la llegada y que sea más cómodo para todos beneficia tanto al visitante como al resto de personas que trabajan en los alrededores. Sería conveniente que se utilizara como medio de transporte un minibús debido al acceso, ya que, el camino es estrecho y de esta forma resulta más cómodo.

Debería contemplarse estudiar la posibilidad de poner barreras a la entrada, como un precio simbólico que repercuta en la conservación del espacio, al tiempo que sirva para valorar positivamente el entorno. Somos conscientes de estar cercenando un ocio popular, al tiempo que nuestra función es la de preservar y regular con el fin de buscar un desarrollo sostenible del paraje. Aunque resulte una medida impopular y pueda generar conflicto, la apertura de este tipo de debates podría resultar útil para una mayor concienciación del valor de este entorno tan singular.

Como ya se ha dicho en el apartado de accesibilidad, el camino que lleva hasta la Font Salada es un camino antiguo utilizado por agricultores y otros residentes. La entrada y salida a este camino también es complicada porque hay que acceder desde una

carretera nacional transitada diariamente. El acceso no se puede cambiar porque es la única forma de acceder pero si se puede mejorar mediante una buena señalética que indique la entrada. Es el Ayuntamiento, que de forma contradictoria, prohíbe la existencia de carteles indicadores y habría que llegar a un acuerdo en el cual se permita colocar un cartel lo bastante visible para que favorezca la llegada de los turistas.

Otro aspecto relacionado con el acceso es la prohibición de incorporarse tanto al camino como a la carretera con una simple maniobra. Hay que buscar salidas para incorporarse al carril pertinente sin causar agravios. La entrada si se proviene de Alicante hay que realizarla buscando una salida que permita incorporarse al carril adecuado. En cambio para la salida, eso sí, en dirección Valencia, existe otro camino secundario que es utilizado por agricultores y trabajadores de las empresas del polígono industrial de la zona. Está en buen estado y lleva a la carretera CV-715 que comunica Pego y Oliva.

Por otra parte, ya en el manantial, se necesita seguridad. En la zona de agua es necesaria la contratación de un socorrista que vigile y ayude a los bañistas.

Es necesario valorar la presencia continua de la policía porque si algo se quiere transmitir con la elaboración de este producto turístico es la tranquilidad y el relax que cualquier persona que visite el manantial puede encontrar. Se necesita de más vigilancia y más mediación debido a que acuden visitantes de diversas nacionalidades que tienen hábitos de uso del espacio que pueden generar conflictos. Este tema es muy importante tratarlos con sensibilidad y con respeto. Hay que regular este espacio para que pueda ser utilizado por todo aquel que desee visitarlo.

En un plano muy concreto, hemos descrito que una de las entradas al agua del manantial es bastante resbaladiza. Sería conveniente la existencia de carteles que indicaran del peligro y de cómo evitarlo, como por ejemplo, utilizando un buen calzado. También es necesaria la presencia de carteles que adviertan de aquellas actividades que se pueden realizar y aquellas que no para prevenir que se deteriore el entorno y el agua y también para evitar accidentes innecesarios. Por ejemplo, una de las cosas que se prohíbe hacer es introducirse en el agua embadurnada de crema solar porque este tipo de material posee componentes que son dañinos para las aguas y la contaminan. Es, por eso, que sería conveniente la instalación de duchas para que las personas puedan eliminar el exceso de crema solar antes de meterse en el agua.

Con toda la información recibida respecto a los turistas se entiende que durante la temporada estival existe más presencia de turistas nacionales provenientes de zonas del norte y centro como Madrid. Durante la temporada de invierno es cuando hay más turistas extranjeros, que suelen alojarse en los campings. Estos turistas provienen de países europeos como Inglaterra, Alemania, Francia, Bélgica u Holanda.

La Font Salada durante el invierno recibe menos visitas, siendo sólo los únicos en ir gente local y de los alrededores. Según un vecino de la población de l'Alqueria de la Comtessa, no suelen haber más de 20 personas en el manantial y son gente de poblaciones vecinas que viene todos los días del año.

Para que se sea una zona turística visitada todo el año, habrá que promocionar de manera sostenible, para evitar que se convierta en un espacio masificado, la Font Salada en los países anteriores y aprovechar las rutas aéreas que comuniquen ese país con los aeropuertos de Valencia y Alicante. Los turistas ya vienen en invierno a Oliva y alrededores por el clima que ofrece la zona de Levante, sólo hay que promover bien el producto de la Font Salada en estos países para que sea otro motivo de visita y así incrementar el turismo de salud manteniendo el de sol y playa.

Una buena manera de promocionar este producto sería utilizar los demás recursos turísticos que hay en la zona como son la playa y el parque natural. En la playa se realizan actividades náuticas y en el parque natural también realizar actividades como el senderismo, ir en bici o simplemente realizar una visita. Esto es útil para crear excursiones que incluyan una visita obligada a la Font Salada. Sería necesaria la participación del Ayuntamiento y de la Oficina de Turismo de Oliva así como el resto de empresas de alojamiento y restauración de la zona para promover esta iniciativa durante la temporada de invierno para que haya presencia de turistas pero sin masificar el lugar. También pueden realizarse excursiones durante el verano donde tiene más presencia la playa.

8. CONCLUSIONES

En el presente trabajo he podido comprobar que es bueno que existan nuevas variaciones de turismos en aquellas zonas donde predomina el turismo de sol y playa.

Aunque éste último no caerá en la obsolescencia, hay que incorporar nuevos tipos que satisfagan los gustos del turista actual que combina la playa y el sol con otras actividades. La localidad de Oliva, con un turismo de sol y playa claramente dominante, posee recursos adecuados para desarrollar un nuevo turismo en la zona con el que atraer a más turistas.

Para ello, he realizado un estudio sobre el entorno, es decir, el equipamiento, la accesibilidad y la oferta complementaria y, por supuesto, del recurso turístico en el cual se ha basado este trabajo. Estos elementos son clave para que este recurso pueda convertirse en un producto turístico de calidad y con una demanda constante.

De todo el análisis realizado a estos elementos hay que decir que es importante mejorar el lugar donde está emplazado el manantial debido a las carencias en ciertos aspectos que dificultan la estancia de los turistas. También es muy importante mejorar la accesibilidad al recinto porque es, de todos aquellos elementos explicados, el más complicado y el que supone un efecto negativo para la llegada de turistas.

La mejora de este recurso significaría introducir el turismo de salud en un espacio litoral caracterizado por el turismo de sol y playa. No se pretende con esto sustituir este turismo sino potenciarlo y establecer nuevas actividades de ocio que sirvan para atraer a más y diferentes turistas y que descubran en un mismo lugar diversas experiencias. También puede ayudar a potenciar otros turismos como es el caso del turismo activo, ya que, su localización en un parque natural protegido sirve para potenciar este producto turístico a un mayor nivel.

En las propuestas planteadas se establecen aquellas actuaciones que sirven para desarrollar este recurso, mejorarlo y potenciarlo para que se convierta en un producto apto y de calidad para satisfacer a los turistas y también a aquellos visitantes habituales. Es necesario que, tanto el Ayuntamiento como los vecinos y demás turistas, colaboren en el mantenimiento y conservación del lugar, ya que, es un espacio natural de acceso libre y gratuito que necesita de un control y una supervisión que garantice su sostenibilidad.

Las características de este producto hacen que sea compatible su uso tanto en invierno como en verano, con lo que, su puesta en valor beneficiaría a todo el entorno en el que se encuentra dicho recurso y mejoraría la situación de muchos establecimientos que sólo obtienen beneficios durante la temporada estival. Todo esto posiciona a la localidad de Oliva como un lugar en el cual se pueden vivir experiencias diferentes y repercute positivamente en el desarrollo socioeconómico de ésta y del resto de localidades vecinas.

Este estudio trata de analizar un espacio para convertirlo en un producto turístico sostenible el cual necesita de la implicación de las instituciones para suplir aquellas deficiencias que imposibilitan su mejora y crecimiento. La creación de este tipo de espacio ayuda a generar más oferta de calidad tanto a las playas como al parque natural. El trabajo aquí realizado sobre los usos de este espacio natural ha cerrado el foco hacia un enfoque muy concreto del recurso, de sus usos, de su entorno, o de sus equipamientos, que por un lado pueden profundizarse mucho más para continuar mejorando la puesta en valor de este recurso. Y, por otro, extenderse al ampliar el foco a otros factores que puedan incidir desde una escala más general.

9. BIBLIOGRAFÍA

Agenda Mágica de Mar (2012). *Fuente Mágica La Font Sala*. [23 de Julio de 2012] disponible en <<http://www.agendamagicademar.blogspot.com/2012/07/fuente-magica-la-font-sala-oliva.html>> [Consulta: 29 de Junio de 2015]

Agencia Valenciana de Turisme (2014). *Plan de Espacios Turísticos de la Comunitat Valenciana* 15 La Safor disponible en <http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/lineas_actuacion/pl_an_espacio_tur/plan_espacios.html> [Consulta: 29 de Junio de 2015]

AMOR, F., y FERNÁNDEZ, M.A. (1998). *El turismo de salud en la Comunidad Valenciana*. Revista Valenciana d'Estudis Autònòmics, nº 25, pp. 187-196.

ANDERECK, K., VALENTINE, K., KNOPF, R., y VOGT, C. (2005). *Resident's Perceptions of Community Tourism Impacts*. Annals of Tourism Research, vol.32, nº4, pp. 1056-1076.

AYALA, H., MARTÍN, R., y MASQUES, J. (2003). *El turismo de sol y playa en el siglo XXI*. Papers de Turisme.

BRUNT, P., y COURTNEY, P. (1999). *Host Perceptions of Sociocultural Impacts*. Annals of Tourism Research, vol. 26, nº 3, pp. 493-515.

Chiringuito Font Sala (2013) disponible en: < [http:// www.restaurantefontsalada.com](http://www.restaurantefontsalada.com)> [Consulta: 29 de Junio de 2015]

COLLADO, M. (2013). *Futuro del turismo de masas de sol y playa del litoral mediterráneo español*. Territorios en formación, nº 5, pp. 43-62 disponible en <<http://polired.upm.es/index.php/territoriosenformacion/article/view/2077>> [Consulta: 13 de Julio de 2015]

Concejalía de Turismo. Excmo Ayuntamiento de Pego (2012). *PEGO Municipio turístico familiar*. Folleto. Pego: Tourist Info Pego i les Valls.

DE LAS HERAS, J. (2015). *La muy europea tradición de la sauna (y sus beneficios)* en Esquire disponible en <<http://esquire.es/actualizacion/4752/la-muy-europea-tradicion-de-la-sauna-y-sus-beneficios>> [Consulta: 19 de Agosto de 2015]

Diputación de Alicante e Instituto Geológico y Minero de España (2012). *Ruta IV Marjal de Pegó-Oliva y Ríos Bullens y Racons* disponible en <<http://www.ciclohídrico.com/portaldch/noticiasView.do?id=CgEBQZfz3%2F43gQAA>> [Consulta: 10 de febrero de 2015]

España. Ley 11/1994, de 27 de diciembre, de Espacios Naturales Protegidos de la Comunidad Valenciana. DOGV, 1 de septiembre de 1995, núm. 2423, pp. 204-225.

España. Decreto 280/ 2004, de 17 de diciembre, por el que se aprueba el Plan de Ordenación de los Recursos Naturales del Parc Natural del Marjal Pegó-Oliva. DOGV, 24 de diciembre de 2004, núm. 910, pp. 33200-33225.

Excmo. Ayuntamiento de Oliva & ECA (2013). *Oliva 365 días*. Folleto. Oliva: Tourist Info Oliva.

FLORES, D. (2008). *Competitividad sostenible de los espacios naturales protegidos como destinos turísticos. Un análisis corporativo de los parques naturales Sierra Aracena y Picos de Aroche y Sierras de Cazorla, Segura y las Villas*. Tesis doctoral de Economía disponible en <<http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2008/dfr/importancia-de-los-espacios-naturales-protegidos-como-destinos-turisticos.htm>> [Consulta: 14 de Julio de 2015]

GALIANA, L. (2012). *La Marjal de Pegó-Oliva* disponible en <<http://guiame.me/articulos/viajes-y-rutas/la-marjal-de-pegó-oliva#.VhOkJBptlHw>> [Consulta: 29 de Junio de 2015]

GINES, R. (2011). *La sauna, una tradición muy saludable*. [12 de Agosto de 2011] disponible en <<http://destinofinlandia.com/en-finlandia/sauna-beneficios-salud/>> [Consulta: 19 de Agosto de 2015]

Hotel Rural Font Salada disponible en <<http://www.fontsalada.com/esp/hotel.html>> [Consulta: 29 de Junio de 2015]

Hotel-Restaurante Rural Font Salada (2015). *Hotel-Restaurante Rural Font Salada*. Folleto. Oliva: Recepción Hotel-Restaurante Rural Font Salada.

Lasprovincias.es (2008). *La Marjal y los valles de la Marina Alta* disponible en <<http://www.lasprovincias.es/valencia/20080314/zona/marjal-valles-marina-alta-20080314.html>> [Consulta: 29 de Junio de 2015]

Lasprovincias.es.(s.f.). *Playa l'Aigua Morta* disponible en <<http://www.playas.lasprovincias.es/playas-de-valencia/oliva/playa-l-aigua-morta>> [Consulta: 29 de Junio de 2015]

Levante (s.f.). *Playas de la Comunitat Valenciana* disponible en <<http://www.playas.levante-emv.com/playas/valencia/oliva>> [Consulta: 30 de Julio de 2015]

LÓPEZ OLIVARES, D. (2014). *Los recursos turísticos. Evaluación, ordenación y planificación turística. Estudio de casos*. Valencia: Tirant Humanidades.

McCANNELL, D. (2003). *El Turista. Una nueva teoría sobre la clase ociosa*.

MARTÍ, O. (2012). *El Parc Natural de la Marjal de Pegó Oliva* disponible en <<http://www.auntirdepedra.com/2012/07/el-parc-natural-de-la-marjal-de-pegó.html>> [Consulta: 29 de Julio de 2015]

Oliva (s.f.). En *Wikipedia, la enciclopedia libre* disponible en <<https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Oliva&oldid=75186898>> [Consulta: 15 de marzo de 2015]

OLIVA! SOUVENIR web (2014) disponible en <<http://www.olivashot.com/playa-de-oliva>> [Consulta: 30 de Julio de 2015]

Página web Ayuntamiento de Oliva disponible en <<http://www.oliva.es>> [Consulta: 29 de Junio de 2015]

Página web Oliva Nova disponible en <<http://www.olivanova.com>> [Consulta: 15 de Marzo de 2015]

Página web de Pegó i les Valls disponible en <<http://www.pegoilesvalls.es>> [Consulta: 29 de Julio de 2015]

Parque natural del Marjal de Pegó-Oliva (s.f.). En *Wikipedia, la enciclopedia libre* disponible en <https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Parque_natural_del_Marjal_de_Pegó-Oliva&oldid=80296352> [Consulta: 16 de Marzo de 2015]

Pegó (s.f.). En *Wikipedia, la enciclopedia libre* disponible en <<https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Pegó&oldid=84005735>> [Consulta: 16 de Marzo de 2015]

PORRAS, C (2014). *Venecia, un destino en jaque por el turismo de masas y la corrupción* disponible en <http://www.hosteltur.com/157700_venecia-destino-jaque-turismo-masas-corrupción.html> [Consulta: 14 de Septiembre de 2015]

QUEROL VICENTE, V.A. y APARICI, A. (2015). *Materiales para la interpretación del territorio*. Inédito.

QUEROL VICENTE, V. (2012). *Tema 3: Teories sobre la sociología de l'oci*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I de Castelló.

Ramsar (2014). *La Convención de Ramsar y su misión* disponible en <<http://www.ramsar.org/es/acerca-de/la-convenci%C3%B3n-de-ramsar-y-su-misi%C3%B3n>> [Consulta: 6 de octubre de 2015]

Regidoria de Turisme d'Oliva y Agencia Valenciana de Turisme (2012). *Política del sistema de Gestió de les platges d'Oliva* disponible en <<http://oliva.es/es/areas/economia/turismo/les-platges/>> [Consulta: 28 de Junio de 2015]

SÁIZ, Á. V., MALDONADO, M. A., & GARCÍA, R. V. (2010). *Ciudadanía y conciencia medioambiental en España* (No. 67). CIS.

Tourist Info Oliva (2008). *Duna i Marjal*. Folleto. Oliva: Tourist Info Oliva.

TURESPAÑA (2015). *Frontur: movimientos turísticos en fronteras* disponible en <[http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/mensuales/Nota de coyuntura de Frontur.Mayo de 2015.pdf](http://www.iet.tourspain.es/es-ES/estadisticas/frontur/mensuales/Nota%20de%20coyuntura%20de%20Frontur.Mayo%20de%202015.pdf)> [Consulta: 13 de Julio de 2015]

Turismo (s.f.). En *Wikipedia, la enciclopedia libre* disponible en <<https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Turismo&oldid=84676037>> [Consulta: 29 de Julio de 2015]

València, Terra i Mar (s.f.). *Parque Natural de la Marjal de Pegó-Oliva* disponible en <http://www.valenciaterrairamar.org/vista.html?cnt_id=1785> [Consulta: 29 de Junio de 2015]

VERA, J., y MONFORT, V. (1994). *Agotamiento de modelos turísticos clásicos*. Estudios Turísticos, ISSN 0423-5037, nº 123, pp.17-46.

YEPES PIQUERA, V. (1995). *Turismo sostenible en el interior de la Comunitat Valenciana: posibilidad de un desarrollo turístico complementario al del "sol y playa"*. Papers de Turisme, vol.17, pp. 75-87.

10. ANEXO. Entrevistas a los distintos grupos

ENTREVISTA A LOS VISITANTES DEL MANANTIAL

- 1) Turista o residente.
- 2) Conocimiento de la Font Salada
- 3) Motivos de su visita
- 4) Valoración del espacio
- 5) Motivos de salud y valoración de este tipo de terapia

ENTREVISTA A LOS CAMPINGS (SEGURAMENT FALTA COMPLETAR)

- 1) Procedencia / nacionalidad de los campistas
- 2) Motivaciones
- 3) Grados de ocupación y temporalidad
- 4) Perfiles del usuario/a según temporada
- 5) Conocimiento de los clientes de la Font Salada

ENTREVISTA AL RESTAURANTE y HOTEL

- 1) Perfil del usuario/a
- 2) Procedencia del usuario/a
- 3) Valoración del espacio y propuestas de cambio
- 4) Motivos de elección del hotel/restaurante

ENTREVISTA A LOS ALOJAMIENTOS

- 1) Procedencia / nacionalidad
- 2) Perfil
- 3) Motivaciones de su visita

11. ANEXO. Datos sobre las entrevistas.

ENTREVISTAS	CATEGORÍA	ORIGEN	EDAD	SEXO
E1	Visitante	Oliva	49	F
E2	Visitante	Oliva	79	F
E3	Visitante	Francia	42	M
E4	Visitante	Alquería de la Comtessa	65	M
E5	Visitante	Madrid	50	F
E6	Visitante	Valencia	43	F
E7	Visitante	Valencia	39	F
E8	Visitante	Oliva	22	F
E9	Restaurante	Almoines	50	F
E10	Alojamiento	Oliva	35	F
E11	Alojamiento	Oliva	30	F
E12	Alojamiento	Oliva	26	F
E13	Alojamiento	Oliva	50	F
E14	Alojamiento	Oliva	29	F
E15	Alojamiento	Oliva	55	M
E16	Alojamiento	Oliva	30	F
E17	Alojamiento	Oliva	46	F