

La calidad de las empresas de aventura en el Principado de Asturias

LÁZARO MEDIAVILLA SALDAÑA

DOCTOR EN CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID
MÁSTER EN DERECHO DE LOS DEPORTES DE MONTAÑA
lazaro.mediavilla@upm.es

PABLO BLANCO GARCÍA

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE
MÁSTER EN PROGRAMAS DEPORTIVOS
UNIVERSIDAD CAMILO JOSÉ CELA
pablin88gjn@gmail.com

Resumen: Este trabajo tiene como objetivo establecer la calidad de las empresas de turismo de aventura o turismo activo del Principado de Asturias. Se desarrolla una investigación descriptiva constituida por un cuestionario estructurado en tres áreas, información general, contenidos y preguntas complementarias, formado por preguntas abiertas y cerradas. Este instrumento se ha enviado por correo electrónico a las empresas de aventura de la región que lo cumplimentaron en formato digital. Los resultados demuestran que las empresas de aventura asturianas poseen un

nivel elevado de calidad en sus servicios, cuyas propiedades se basan en la importancia de la legislación, la falta de recursos para el desarrollo de nuevas iniciativas y el valor del cliente.

Palabras clave: Turismo activo, Empresas de aventura, Calidad, Cuestionario, Principado de Asturias.

The quality of adventure tourism businesses in the principality of Asturias

Abstract: This paper aims to establish the quality of businesses engaged in adventure tourism or active tourism in the Principality of Asturias. A descriptive research study is conducted using a questionnaire divided into three sections: general information, content and supplementary questions formed by open-ended and closed questions. The survey was sent by email to adventure companies operating in the region, who completed it online. The results show that Asturian adventure companies offer a high level of quality in their services, the properties of which are based on the importance of legislation, the lack of resources for developing new initiatives, and customer value.

Keywords: Active tourism, Adventure companies, Quality, Questionnaire, Principality of Asturias.

La calidad de las empresas de aventura en el Principado de Asturias



Lázaro
Mediavilla Saldaña

Pablo
Blanco García

Recibido: 27-04-2012

Aceptado: 18-05-2012

1. Introducción

1.1. Turismo

El turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes en lugares del mundo, por un período superior a un día e inferior a un año y con fines de negocio, ocio y otros motivos; mientras que el turismo activo, la base de este trabajo, se centra en las actividades deportivas que se realizan en un espacio natural, en pequeñas localidades o lejos del casco urbano de localidades de mayor tamaño. Actualmente, según Peñalver (2004), es un sector en auge dentro del ámbito turístico nacional.

España es uno de los destinos turísticos más importantes del mundo debido a sus condiciones climatológicas, su patrimonio cultural y artístico, su gastronomía y sus playas. Millones de turistas acuden todos los años al país lo que proporciona al Estado grandes ingresos económicos. La Organización Mundial del Turismo ha presentado importantes datos en el año 2010, que reflejan que España es el segundo país del mundo que recibe más turistas extranjeros con una cuota del 7 % del turismo mundial. Los turistas proceden de Europa occidental y septentrional de países como Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y Portugal. Las predicciones auguran un crecimiento anual del 5 % del turismo extranjero en España.

En cuanto al turismo nacional presenta unas grandes cifras basadas en viajes de ocio, familiares, laborales o académicos

en su mayoría repartidos por la geografía española de manera relativamente equitativa. Callejo, Gutiérrez y Viedma (2004) consideran que existe una gran disposición de la población española para gastar dinero en el turismo y las vacaciones dentro del sector del ocio.

La Secretaría de Comercio, Turismo y Pymes, en el año 2006, ha establecido que en nuestro país se registra un cambio de un turismo de sol y playa hacia un turismo de calidad, diversificado, desconcentrado y desestacionalizado. Cada grupo de población presenta unas diferentes características derivadas de su nivel económico, edad, formación, trabajo... y consumen un tipo de turismo adaptado a sus necesidades concretas. Antiguamente, este turismo de sol y playa estaba constituido por una gran concentración de hoteles y restaurantes en las playas del sur de España.

Callejo et al. (2004) establecieron que la función de la actividad, vacacional o turística, junto con su prolongación en el tiempo, se diferencian los siguientes tipos de turismo:

- A) Turismo de ocio
- B) Turismo residencial
- C) Turismo cultural
- D) Turismo de aventura

El turismo de aventura es el sector del turismo que nos ocupa en este trabajo y según

Pociello (1987) está constituido por una serie de modalidades llamadas deporte californiano y definido como "las prácticas individualistas y poco reguladas, la exaltación del riesgo y de la aventura en empresas que ofrecen no adversarios humanos como en una naturaleza imprevisible y host

1.2. Turismo rural

Lacosta Aragüés (2004) establece una definición para el turismo activo explicando que es una variante en la que predomina la actividad sobre la aventura e incluye elementos del viaje turístico convencional, del turismo de aventura y activo. Otros autores como Mediavilla Saldaña (2008) ha expresado que el turismo activo es una actividad turística que se encuentra en el

sector de las actividades, el ocio y el deporte; mientras que Padiglione (1995) considera que se reinventa las tradiciones donde predomina la recuperación de juegos populares históricos y la identificación de los rasgos singulares de la cultura local.

Entre los cambios culturales ideológicos y tecnoeconómicos de la era posmoderna que configuran la sociedad postindustrial, surgen las actividades físicas de aventura en la naturaleza (AFAN). Olivera Betrán y Olivera Betrán (1995a) consideran que estas actividades simbolizan nuevos valores sociales relacionados con la naturaleza, el individuo, el hedonismo... Estos autores han expresado que "la pasión por la aventura es tan vieja como la propia especie, romper lo cotidiano, la norma, la costumbre, lo establecido es un deseo inconfesado del mortal que busca algo de extraordinario en su vida para poder narrarlo después a los suyos. Sustrato antropológico de la aventura, negar las reglas de la vida, recorrer el espacio físico para negar el tiempo, vivenciar la excepción y poder explicarla".

El turismo deportivo de aventura, según la Organización Mundial del Turismo (2010), supone un 2% del turismo total mundial, arañando espacio al turismo tradicional de playa (69%) y al de los viajes organizados (10%), que son los productos más solicitados por la demanda turística mundial. En nuestro país existe una gran calidad de espacios turísticos rurales que, a partir de la década de los años ochenta, comenzó a experimentar un gran auge que se consolidó en los inicios del siglo XXI. En los próximos años, se espera que proporcione importantes ingresos económicos al país fruto de viajes nacionales e internacionales.

1.3. Actividades deportivas

El sistema deportivo, según Medina y Sánchez (2005) constituye un nuevo ámbito compuesto por los deportes de aventura y que se engloban dentro de la cultura deportiva. Diferentes autores consideran que el deporte es una importante fuente de transmisión de la cultura. Nasser (1995) ha definido al deporte como "una cultura de movimiento que incluye actividades desde la recreación deportiva hasta los deportes específicos"; por lo

que el turismo activo se desarrolla en la época de vacaciones o excursión del cliente y está compuesto por características como el movimiento, rendimiento, diversión, recreación y otros conceptos.

Los deportes de aventura son necesarios para romper con la modernidad, establecer una nueva tendencia social, junto con una serie de valores, y están consiguiendo consolidarse en la sociedad actual. Se realizan principalmente en plena naturaleza, requieren de un determinado índice de riesgo y la utilización de alta tecnología del material deportivo, un alto nivel de formación, de condición física... El turismo activo se desarrolla en el medio natural y presenta diferentes términos como deportes de aventura o de riesgo, turismo activo o deportivo, ocio activo y otros conceptos. Las actividades en la naturaleza se realizan en los tres medios, la tierra, el agua y el aire; siguiendo las clasificaciones que realizan los diferentes autores. Existen nuevos deportes de aventura que no pertenecen a ninguna federación deportiva y se les considera actividades turísticas donde el cliente puede ocupar su tiempo libre, de ocio y vacacional. Los deportes de aventura presentan diferentes clasificaciones dependiendo del autor y, según Nasser, se estructuran en terrestres, aéreos, invernales y acuáticos como refleja la siguiente tabla:

Tabla 1. Modalidades deportivas (Nasser 1995).

Modalidad deportiva	Actividad deportiva
Terrestre	Senderismo, orientación, mountain bike, rutas a caballo, picadero, montañismo, escalada, rappel, puenting, gooming/bungee, espeleología, barranquismo, multiaventura, 4x4, trial/moto/cross/quads, entrenamientos de supervivencia.
Aéreo	Parapente/ala delta, ultraligeros, vuelo a vela, vuelo a motor, paracaídas, aerostación.
Invernal	Esquí de travesía, raquetas de nieve, escalada en hielo, heliesquí, snowboard, motos de nieve, "mushing", entrenamiento de supervivencia.
Acuático	Descenso de ríos en piraguas o canoas, rafting, remo, hidrospeed.

Las actividades físicas de aventura en la naturaleza forman parte del ocio y el tiempo libre de los ciudadanos de la sociedad que buscan la naturaleza, el deporte, la diversión... ya que permiten la práctica deportiva a todos los grupos de edades en diferentes disciplinas. Estas AFAN que se desarrollan en los tres medios terrestres de tierra, mar y aire, se basan, según diversos autores, en el cambio de mentalidad, las capacidades físicas, la recreación; entre otros aspectos. Las modalidades deportivas partiendo de la clasificación realizada por García Saura (2002), son las siguientes:

- Deportes terrestres: senderismo, mountain bike, rutas a caballo, montañismo, escalada, rappel, puenting, espeleología, barranquismo, rutas 4x4 trihal...
- Deportes aéreos: parapente, ala delta, ultraligero, vuelo a motor, paracaídas...
- Deportes acuáticos: descenso de río en piragua o canoa, rafting, remo...
- Deportes invernales: raquetas de nieve, escalada en hielo...

Padiglione (1995) estableció que los deportes son cada vez más heterogéneos por lo que no existen criterios genéricos y las diferencias se deben estudiar para su comparación antropológica. Olivera Betrán y Olivera Betrán (1995 b) expresan que las actividades físicas de aventura en la naturaleza forman parte de la cultura del ocio, revitalizan zonas rurales, impulsan el turismo activo, crean leyes, movilizan a ciudadanos... por lo que constituyen un fenómeno sociológico. En la cultura de la posmodernidad, la actividad física ha adoptado nuevos enfoques propiciados por el impulso del sector juvenil, que tiene como objetivo alejarse del control de la sociedad.

Por lo tanto, las actividades de aventura se han desarrollado en las últimas décadas y se han convertido en toda una realidad, se han establecido como una oferta turística singular, que combina el deporte con la naturaleza lo que proporciona al cliente buenas sensaciones a nivel físico y psicológico.

1.4. Empresas de aventura

La empresa de turismo activo y de aventura se encarga de gestionar y organizar las actividades deportivas de un determi-

nado territorio, estableciendo un programa para su clientela. Lacosta Aragüés (2004) ha establecido que como empresa de aventura “se entiende a toda sociedad legalmente constituida para organizar, mediante precio, actividades relacionadas con la naturaleza y los deportes de aventura”. Se encargan de ofertar más actividades con mayores índices de seguridad, tecnología... partiendo de una legislación que regula, de forma insuficiente, sus competencias. Olivera Betrán y Olivera Betrán (1999) han establecido sus posibilidades de crecimiento están relacionadas con la calidad de todos los ámbitos del negocio, desde sus profesionales hasta el material deportivo.

La calidad del turismo activo se regula mediante las normas genéricas de la calidad Mediavilla (2008) en diferentes modelos como I.S.O., el modelo de excelencia E.F.Q.M. u otras del turismo activo como la marca Q de calidad turística. Las empresas de turismo activo se encuentran reguladas, a nivel internacional, por la Organización Internacional de Normalización (ISO), en Europa por el Comité Europeo de Normalización (EN), y en España por Una Norma Española (UNE).

La mayoría de las Comunidades Autónomas se encargan de regular las actividades de turismo rural mediante una legislación propia, debido a la inexistencia de una reglamentación común al país. Algunas comunidades presentan categorías dentro del turismo rural para establecer las diferentes características y propiedades de sus instalaciones. Existen grandes diferencias ya que se encuentran comunidades con una legislación muy trabajada y otras sin prácticamente decretos reguladores de las actividades. Últimamente, diversas comunidades promueven la constitución de una Ley de Ordenación del Turismo nacional, que pretenda regular de la actividad turística a través de los derechos y obligaciones de las empresas de turismo y de sus usuarios.

Nasarre (2000, 2008) ha expresado que el turismo activo en España no presenta un ordenamiento jurídico a nivel nacional, sino que las regulaciones son específicas de algunas autonomías, existen normativas provinciales con características muy diferenciadas y leyes del deporte que regulan diferentes actividades deportivas. Es un sector complementario para el turismo, en constante crecimiento y vinculado a las actividades deportivas, cuya falta de legislación dificulta la promoción internacional.

Callejo et al. (2004) ha expresado que la intervención normativa de los poderes públicos en el turismo en la naturaleza está justificado ya que se trata de un recurso turístico.

La seguridad en las actividades de turismo activo es un factor primordial y que tiene como objetivo proteger la integridad del sujeto para que tenga diversión y entrenamiento. La compañía aseguradora es la encargada de cubrir las responsabilidades de las empresas que poseen seguro de responsabilidad civil que tienen grandes costes económicos, pero aseguran a los clientes de las actividades deportivas. Latiesa, Vela y Paniza (2006) consideran que la Administración debe de regular, asesorar y formar a las empresas que, en constante crecimiento, demandan la regulación de actividades para proporcionar un turismo activo de calidad en España.

En cuanto a los recursos humanos, tienen que ser llevados a cabo por personas con estudios, con formación, tienen que ser competentes en el sector. Esta cualificación debe estar adaptada a las propias necesidades del puesto laboral para cumplir con las expectativas de las tareas del trabajo. La experiencia es un factor muy importante a la hora de contratar a los profesionales debido a que permite el conocimiento del trato con los clientes, la organización de actividades y la resolución de problemas; circunstancias básicas para una correcta gestión de las empresas desde el punto de vista humano.

Por otra parte, los recursos materiales también presentan una gran importancia en la satisfacción del cliente con las actividades de aventura de las empresas de turismo activo. La práctica de una actividad de forma correcta lleva consigo la tenencia de un material de calidad, adecuado a las propias destrezas. La sustitución del material cuando sea necesario es un aspecto principal de cara a que la práctica deportiva se desarrolle de forma positiva y que consiga satisfacer al cliente, la base de la rentabilidad económica de la entidad turístico-deportiva. Por lo tanto, la empresa debe incluir tanto recursos humanos como materiales para ofrecer a la clientela unos servicios de calidad.

El turismo rural sostenible se basa en la conservación del medio ambiente, proporciona un considerable atractivo al destino turístico. Existen una serie de factores que condicionan las características de las actividades de aventura en relación con la naturaleza, según Medina y García (1999), algunas de ellas son

las condiciones sanitarias, la población, tráfico, dinamismo empresarial, accesibilidad a los lugares de interés, satisfacción de los clientes, profesionalidad y formación de empresarios y trabajadores... El Manual de Ecotrans para la mejora de la calidad ambiental de actividades recreativas en la naturaleza, ha definido las actividades tanto de elevado como de considerable impacto ambiental.

Todas las regulaciones descritas anteriormente, pretenden que las empresas del sector de turismo tienen respeten los derechos de los clientes mediante el cumplimiento de las obligaciones legales, contando con los profesionales adecuados y los materiales pertinentes para aplicar las medidas de seguridad en las actividades en la naturaleza. Lacosta Aragüés (2004) considera que el perfil del cliente no pertenece al paquete de turismo tradicional, sino que tiene un perfil constituido por un grado de formación elevado, una edad mediana, nivel económico medio-alto e interés en las culturas tradicionales, medio ambiente, y distintos parajes remotos. Este sector, según diversos autores, tiende de manera consciente por parte de los empresarios, hacia su estabilización en volumen de usuarios y número de empresas, y hacia la mejora de la calidad de los servicios.

1.5. Principado de Asturias

La Consejería de Cultura y Turismo del Principado de Asturias considera que el turismo rural en la región presenta un gran desarrollo y tiene una considerable capacidad de crecimiento debido a la calidad de las infraestructuras y de los servicios. Se trata de una provincia que se localiza en el noroeste de España, cuenta con más de un millón de habitantes y posee una gran cantidad de empresas de aventura.

Se ha constatado un gran aumento de las empresas de este sector turístico en la región a lo largo de la década de los años noventa. Martín Gil, F. (2004) ha expresado que la región tenía entre 15 y 19 empresas en el año 1992, entre 20 y 29 empresas en el año 1994 y en el año 2001 tenía 56 empresas. Asturias junto con Baleares y Huesca, son las únicas provincias que poseen más de medio centenar de empresas en los inicios del

siglo XXI. En relación al país, es la comunidad autónoma con mayor número de servicios turísticos rurales y que oferta una gran diversidad de actividades culturales, sociales, deportivas... gracias a sus grandes recursos naturales.

El turismo de aventura se encuentra regulado por la Ley 7/2001 del 22 de junio, registrado en el Estatuto de Autonomía y que tiene como objetivo la consolidación, el desarrollo turístico, el impulso y la promoción para la mejora de la calidad bajo el trabajo de los empresarios y profesionales del sector turístico en la región. Esta ley se encarga de regular la cooperación y coordinación de las administraciones del turismo, la colaboración entre los agentes sociales y económicos, las necesidades de los usuarios, las agencias, la regulación del alojamiento, la restauración, el desarrollo sostenible, el patrimonio cultural... Por lo tanto, ordena las figuras de las modalidades tradicionales de las empresas y actividades turísticas; así como la oferta de productos turísticos. Además, posee un régimen disciplinario sancionador para evitar la competencia desleal y las actividades turísticas clandestinas para asegurar la calidad del turismo asturiano.

En Asturias se constituyó la Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo (ANETA) en el año 2005, con el apoyo de la Secretaría General de Turismo y tiene como objetivo que las empresas formen parte de su entidad y ofrezcan a la clientela un servicio de calidad. Estableció una serie de iniciativas, previas a la normativa legal, con el objetivo de regular, formar y promocionar el turismo de aventura asturiano.

2. Metodología

2.1. Diseño

El estudio ha utilizado la metodología descriptiva mediante el empleo de un cuestionario, que es una técnica de investigación cuantitativa para obtener información de una determinada población. Este cuestionario se ha extraído de la tesis doctoral de Mediavilla Saldaña (2010) y está constituido por tres áreas que conforman las características de las empresas de aventura y son las siguientes:

-Información general: En esta sección aparece la información genérica de las características que configuran a cada empresa de aventura.

-Contenidos: Cuestionario de valoración e importancia sobre una serie de ítems de la oferta deportiva de la empresa.

-Preguntas complementarias: Preguntas sobre la opinión personal de cada empresa de aventura acerca del pensamiento de los clientes.

2.2. Muestra

El cuestionario ha sido enviado, mediante la utilización del correo electrónico, a la totalidad de las empresas de aventura que aparecen en el registro anual de la Concejalía de Cultura y Turismo del Principado de Asturias, a través de la base de datos facilitada por esta institución de titularidad pública que está constituida en torno a setenta entidades. Además, se han buscado empresas de aventura registradas en la red que presentan regulación jurídica y legal para contar con casi un centenar de empresas de aventura. El envío de los cuestionarios ha llevado consigo la redacción de una carta de presentación, que contó con la aprobación de la Consejería de Turismo, a las empresas de aventura del Principado de Asturias.

La validez del estudio requiere la participación de un considerable número de empresas en el estudio que constituyen una proporción importante sobre el total de las empresas de aventura de la región. Las empresas que han rellenado el cuestionario representan el 15% sobre el total de las empresas de aventura asturianas analizadas en este trabajo, por lo que se han utilizado los datos recopilados de 14 entidades de turismo activo.

2.3. Variables

Las variables que se encuentran en el cuestionario presentan una fundamentación basada en el estudio de diferentes autores especializados en el turismo activo. Estos parámetros parecen como frases afirmativas de corta extensión y tienen

como objetivo la recopilación de la información necesaria para poder realizar la investigación sobre la calidad de las empresas de aventura. En primer lugar, el cuestionario solicita una información básica de las características de las empresas de aventura.

Posteriormente, se encuentra la totalidad de las preguntas categorizadas mediante una escala de valores que mide la importancia, partiendo desde el uno hasta el cinco, donde el número más bajo determina poca importancia y el número más alto mucha importancia. Además, existe una valoración positiva o negativa de cada ítem que forma parte de los contenidos del cuestionario. Estas preguntas aparecen estructuradas en siete bloques de contenidos y son los siguientes:

-La entidad: Contenidos sobre las propiedades de la empresa.

-Actividad estrella: Preguntas acerca de las principales actividades de aventura.

-Recursos materiales: Los objetos materiales de las actividades de aventura.

-Seguridad: Información relacionada con las normas de responsabilidad.

-Medio ambiente natural: Normativa medioambiental para las entidades.

-Recursos humanos: Contenidos acerca de los profesionales de la empresa turística.

-Cliente: Cuestiones sobre la calidad de los servicios ofertados a los clientes.

El cuestionario concluye con una serie de preguntas complementarias sobre el nivel de importancia que significa para un cliente, la calidad de los servicios ofrecidos por la empresa de turismo activo. En definitiva, las variables que se encuentran en el cuestionario tienen como objetivo conocer la valoración acerca de la calidad de las empresas de aventura asturianas.

2.4. Material

Para la realización de este estudio sobre la calidad de las empresas de aventura o turismo activo en el Principado de Asturias, se ha utilizado un cuestionario constituido por diferentes

bloques de contenidos que podemos encontrar en la Tesis de Mediavilla (2010).

2.5. Procedimiento

La investigación sobre la calidad de las empresas de aventura en el Principado de Asturias ha seguido un proceso largo en el tiempo al tener que contactar con las instituciones públicas que gestionan el turismo en la región y con numerosas empresas de aventura para que formalizaran los cuestionarios del estudio.

El proceso comenzó con la redacción de una carta de presentación para notificar a las empresas de aventura las características y las condiciones del estudio. Esta carta fue aprobada por Enrique Rodríguez Nuño, Jefe de Ordenación, Empresas y Actividades Turísticas de Asturias, para darle una mayor validez y veracidad al estudio. Posteriormente, se produjo el contacto con diversos profesionales de la Concejalía de Cultura y Turismo para conseguir la base de datos de las empresas de aventura asturianas así como la aprobación para la realización del estudio.

A continuación, se constituyó una dirección web donde se colgó el cuestionario para facilitar su realización por parte de las empresas asturianas. Posteriormente, tras conseguir los correos electrónicos de las empresas de aventura utilizando diferentes medios, se realizó el envío de los cuestionarios siguiendo una escala en el tiempo basada en el recordatorio a los 15 días del primer envío del cuestionario, otro recordatorio a los 7 días, para otra semana más tarde enviar otro correo electrónico agradeciendo la participación en la investigación con el compromiso de comunicarles las conclusiones a mediados del año próximo.

Por último, se almacenaron todos los cuestionarios y se recabaron todas las los datos que contenían para la realización del análisis de la información, mediante la utilización del programa estadístico Spss en su versión 18. La información obtenida tiene como objetivo el establecimiento de la calidad de las empresas de aventura asturianas y la formulación de una serie de conclusiones acerca de la investigación.

2.6. Análisis estadístico

La realización del cuestionario supone la obtención de numerosos datos sobre los contenidos que se han incluido en las preguntas del mismo y que se han utilizado para definir el problema del estudio, la calidad de las empresas de aventura en el Principado de Asturias. Mediante la recopilación de los datos se pretenden analizar para conocer los resultados de la investigación; así como también se realiza una interpretación cualitativa razonada a partir de la información obtenida en el cuestionario, mediante el empleo del programa estadístico Spss, para el establecimiento de las conclusiones que determinan la calidad de las empresas de aventura asturianas.

El procedimiento llevado a cabo para la interpretación de los datos obtenidos en los cuestionarios se ha basada en la realización de frecuencias y estadísticos descriptivos para explicar los resultados del estudio a través de medias, mínimos y máximos, desviaciones típicas y el establecimiento de porcentajes de las respuestas a determinadas preguntas del cuestionario. La realización de gráficos tiene como objetivo facilitar el entendimiento y mostrar con cierto atractivo visual, algunas variables reseñables sobre las empresas de turismo activo asturianas.

3. Resultados

3.1. Información

En este apartado se encuentran todos los datos acerca de las diferentes propiedades de las empresas de aventura asturianas en los siguientes cuadros, informaciones y gráficos representativos:

3.1.1. Ámbito laboral

La mayoría de las empresas de aventura asturianas tienen un ámbito de actuación provincial, aunque también existen empresas que trabajan en el ámbito local, nacional e internacional.

Tabla 2. Ámbito laboral.

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
Válidos Internacional	1	7,1	7,1	7,1
Local	1	7,1	7,1	14,3
Nacional	1	7,1	7,1	21,4
Provincial	11	78,6	78,6	100,0
Total	14	100,0	100,0	

3.1.2. Forma jurídica

La Sociedad Limitada es la forma jurídica elegida por casi el 60% de las empresas, que también se constituyen como Autónomo y Club Básico; además, existe el caso de una empresa como Sociedad Anónima.

Tabla 3. Forma jurídica.

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
Válidos	1	7,1	7,1	7,1
Autónomo	2	14,3	14,3	21,4
C.B.	2	14,3	14,3	35,7
S.A.	1	7,1	7,1	42,9
S.L.	8	57,1	57,1	100,0
Total	14	100,0	100,0	

3.1.3. Datos

Las empresas tienen una media en torno a la década de años en activo y, por lo general, no realizan cambios ni de administradores ni de nombre a lo largo de su existencia. Además, están compuestas por en torno a un par de socios, casi no realizan cambios de objetivos en sus actividades y ofrecen en torno a la media decena de productos. Desarrollan su actividad laboral en torno a casi la totalidad de los meses del año y están compuestas por una media de nueve trabajadores, la mayoría de

ellos son temporales y fijos discontinuos, con cerca de dos socios por empresa. Poseen entre una y dos bases de operaciones y el volumen económico se aproxima a los cincuenta mil euros anuales.

Tabla 4. Datos.

<i>Datos</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>	<i>Media</i>	<i>Desv. típ.</i>
Años de alta	1,00	24,00	10,57	6,62
Cambios de administrador	,00	2,00	,21	,57
Cambios de nombre	,00	,00	,00	,00
Socios	1,00	5,00	2,14	1,21
Cambios de objetivos	,00	1,00	,14	,36
Meses de trabajo	3,00	12,00	10,71	3,07
Productos	1,00	15,00	5,76	4,04
Trabajadores	2,00	71,00	9,07	18,01
Fijos	1,00	4,00	1,83	1,02
Fijos discontinuos	2,00	16,00	6,66	8,08
Temporales	1,00	52,00	8,50	15,50
Volumen económico	5000	150000	46277,78	44996,60
Bases de operaciones	,00	6,00	1,42	1,60

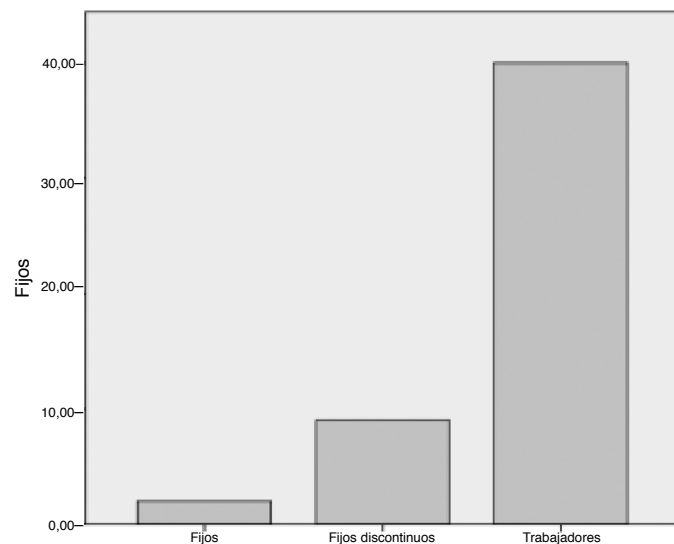
3.1.4. Trabajadores

Las empresas están compuestas por en torno a dos trabajadores fijos, casi siete fijos discontinuos y cerca de nueve trabajadores temporales, que es la modalidad laboral de mayor presencia en las empresas de turismo activo donde casi no hay trabajadores fijos.

3.1.5. Meses de actividad

Las empresas de Asturias desarrollan su actividad laboral en verano, aunque algunas empresas comienzan un par de meses antes y continúan un par de meses después del período estival.

Gráfico 1. Trabajadores.



3.1.6. Cuentas anuales

Las empresas de aventura presentan las cuentas anuales en un 64,3%, mientras que no presentan las cuentas en el 35,7%.

Tabla 5. Cuentas anuales.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sí	9	64,3	64,3	64,3
	No	5	35,7	35,7	100,0
Total		14	100,0	100,0	

3.1.7. Áreas

En el medio terrestre se desarrollan la mayor parte de las actividades de las empresas de aventura con actividades como

las rutas a caballo o senderismo, seguido del agua con el piragüismo. No se encuentran empresas que realicen actividades en el aire.

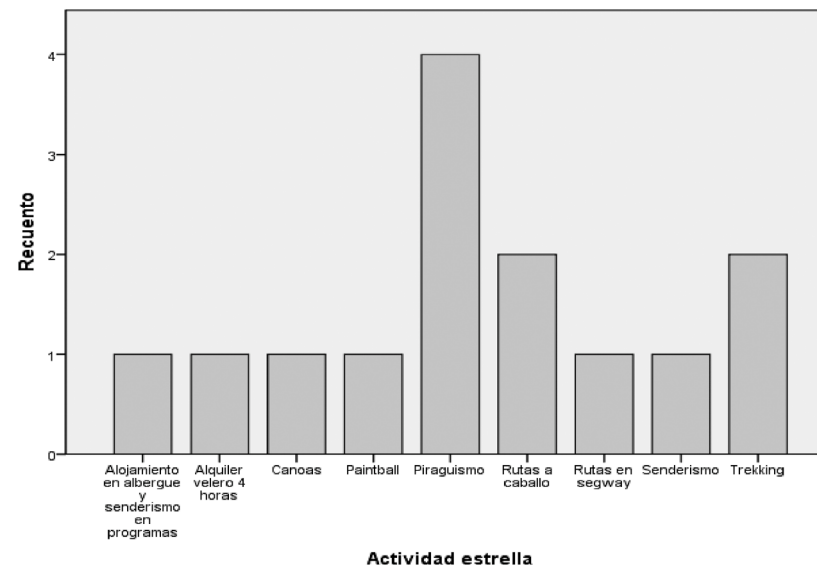
Tabla 6. Áreas.

Áreas	Porcentaje
Tierra	64,3 %
Agua	50 %
Aire	0 %

3.1.8. Actividad estrella

La disciplina deportiva más ofertada por las empresas de turismo activo asturianas es el piragüismo, seguido de actividades como rutas a caballo y el trekking. El resto de las actividades deportivas no presentan una gran relevancia.

Gráfico 2. Actividad estrella.



3.1.9. Volumen económico

El volumen económico que tienen las empresas de turismo activo, presenta un mínimo de 5.000 euros y un máximo de 150.000, y tiene una media de 46.277,778 €.

3.1.10. Porcentaje turismo/deporte

Las empresas asturianas se decantan por el turismo con 58,18% sobre el deporte con un 41,82%, a la hora de calificar las propiedades su oferta deportiva.

3.2. Valoración e importancia

Los siete bloques que estructuran la parte principal del cuestionario presentan una parte valorativa, donde los encuestados responden de 1 a 5, siendo 1 la mínima valoración y 5 la máxima respecto a una serie de 10 afirmaciones por contenidos; y otra parte de importancia, donde responden de forma positiva o negativa según si están de acuerdo con las mismas afirmaciones.

3.2.1. Entidad

* Valoración

Las respuestas a las afirmaciones referidas al primer bloque sobre la entidad, es decir, a las empresas de aventura, presentan valores elevados, aunque existen excepciones donde se aprecian índices más bajos como en las variables hacer un estudio de viabilidad con un 3,28, realizar una consultoría y poseer y mostrar algún tipo de reconocimiento o premio público con un 3; y valores más elevados en la posesión de la titulación oficial o formación por parte del responsable de la empresa con un 4,57 de media.

* Importancia

Se muestran porcentajes medio-altos en la mayor parte de las variables, con la salvedad en la afirmación realizar una con-

sultoría o auditoría sobre la calidad del servicio que tiene un porcentaje del 28,6% de respuestas afirmativas debido a su complejidad. Teniendo en cuenta afirmaciones con muy elevados valores se encuentra la posesión de titulación oficial por parte del responsable de la empresa y la tenencia un sistema de atención al cliente con un 85,7% en ambos casos, lo que refleja los puntos clave para las empresas de turismo activo.

3.2.2. Actividad "estrella"

* Valoración

En cuanto a la actividad "estrella" de las empresas asturianas, las valoraciones presentan medias muy elevadas, salvo en las variables de tener exigencias concretas hacia el cliente para realizar la actividad 3,85, tener un ratio técnico-cliente-dificultad con un 3,71 y poseer la actividad adaptada a personas con necesidades especiales con la misma media. Estas afirmaciones, aunque también presentan medias altas, se caracterizan por tener valores inferiores al resto debido a su particularidad

* Importancia

Las afirmaciones están compuestas por valores elevados, sobre todo, en dos variables como el conocimiento de la normativa específica y actual que regula esta actividad y valorar los conocimientos del cliente que presentan un 100% de respuestas positivas por su relevancia. Los porcentajes más bajos los tienen las variables tener un ratio técnicos-clientes-dificultad y poseer la actividad adaptada a personas con necesidades especiales con un 57,1% debido a la necesidad de una mayor cantidad de recursos para su aplicación en las actividades deportivas.

3.2.3. Recursos materiales

* Valoración

El bloque acerca de los recursos materiales, que son esenciales para la práctica deportiva, tienen medias muy elevadas,

cercanos al máximo nivel, donde únicamente destaca con un valor bajo de 2,85, la variable sustituir el material por no poseer la misma imagen identificada, ya que las empresas han calificado de forma media esta afirmación más particular sobre el material deportivo.

* Importancia

Las afirmaciones están compuestas por valores muy elevados fruto de su importancia en la práctica deportiva, donde una gran parte de las variables presentan el 100% de respuestas afirmativas. Existe una excepción en la sustitución de material al no poseer la misma imagen identificativa con un 21,4% de las respuestas afirmativas, ya que supone un coste económico adicional.

3.2.4. Seguridad

* Valoración

La seguridad de las entidades es básica, y en las afirmaciones se denota la importancia que tiene al estar compuesta por datos elevados, aunque existen excepciones en un par de variables como poseer franquicia con un 2,57 y mostrar la titulación oficial de los responsables de la actividad con un 3,78 de media. En estas afirmaciones, las empresas tienen valores medio-altos, pero no tan elevados como el del resto de las variables de esta pregunta. La variable poseer un seguro de responsabilidad civil tiene la máxima valoración en todas las empresas analizadas en el cuestionario, con un 5 sobre 5 de media, debido a su obligatoriedad legal.

* Importancia

Constituida por respuestas con valores muy altos en la mayor parte de las variables de las empresas por la importancia que tiene la vida de las personas, llegando incluso a la totalidad de las respuestas afirmativas. En dos afirmaciones los porcentajes son más bajos, aunque siguen siendo elevados, la posesión de franquicia con un 57,1% y mostrar la titulación oficial de los responsables de la actividad con un 64,3%; elementos que no son obligatorios según la legislación española.

3.2.5. Medio ambiente natural

* Valoración

Las variables relacionadas con los contenidos sobre el medio ambiente rural están constituidas por valores medio-altos por su importancia en la sociedad, aunque aparecen dos afirmaciones que se encuentran en los polos. Las empresas califican de forma muy elevada la variable sobre el conocimiento de la normativa medioambiental sobre el espacio con un 4,78 de media, mientras que califican de forma media con un 2,78, la posesión y muestra de la norma ISO 14000 o similares ya que, en muchos casos, la desconocen.

* Importancia

Contenidos compuestos por valores elevados debido a la importancia que la preservación de la naturaleza tiene en la sociedad, aunque se recoge una salvedad en la afirmación sobre la posesión y muestra de la norma ISO 14000 o similares con un 42,9% de respuestas afirmativas, debido a su desconocimiento entre las empresas de aventura asturianas.

3.2.6. Recursos humanos

* Valoración

En cuanto a los recursos humanos de las empresas de turismo activo, los contenidos están configurados por una serie de variables que tienen datos altos, sobre todo, en un par de variables como reconocer la experiencia, cualificación, titulación y responsabilidad de los trabajadores con un 4,57 y aportar material para la seguridad con un 4,64 de media; afirmaciones que denotan la importancia de los empleados en las actividades de las empresas.

* Importancia

Presentan porcentajes medio-altos, y existen dos afirmaciones que han tenido en las respuestas un 100% de resultados positivos, tanto el reconocimiento de la experiencia, cualifica-

ción, titulación y responsabilidad de los trabajadores como la aportación de material, específico, personal y adecuado para su seguridad; por lo que las capacidades y recursos de los profesionales son muy relevantes para las empresas asturianas.

3.2.7. Cliente

* Valoración

El bloque sobre los clientes presenta medias muy elevadas, ya que las personas que demandan las actividades son la base de las empresas. Se encuentran excepciones con índices elevados, pero más bajos, en las variables sobre la utilización de un sistema de fidelización con un 3,71 y la realización de un seguimiento de opinión del cliente con un 3,85 de media, debido a la dificultad que entraña su desarrollo para las empresas de aventura.

* Importancia

Integrado por valores medio-altos, ya que las personas son la base de la buena marcha de las empresas, donde las afirmaciones sobre mediar la calidad del servicio que perciben los clientes con el 92,9% y la realización del informe e identificación de los servicios presenta un 100% de las respuestas positivas, denotan la importancia que tiene la clientela para las empresas según los encuestados.

3.3. Preguntas complementarias

En el último bloque de contenidos aparecen unas preguntas complementarias en relación a aquellos aspectos que las empresas de aventura asturianas consideran que el cliente les da importancia en el servicio de turismo activo.

Tabla 7. Preguntas complementarias.

<i>Afirmaciones</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>	<i>Media</i>	<i>Desv. típ.</i>
Amabilidad	4,00	5,00	4,7857	,42582
Atención al cliente	4,00	5,00	4,7857	,42582
Atractivo de las actividades	3,00	5,00	4,7143	,72627
Capacidad de respuesta	3,00	5,00	4,2857	,82542
Conservación del entorno	2,00	5,00	4,3571	1,00821
Efectividad en el servicio	4,00	5,00	4,6429	,49725
Instalaciones	1,00	5,00	4,0000	1,24035
Limpieza	3,00	5,00	4,2857	,91387
Percepción de garantías del servicio	2,00	5,00	4,3571	,92878
Productos complementarios	1,00	5,00	3,8571	1,35062
Profesionalidad	4,00	5,00	4,9286	,26726
Puntualidad	3,00	5,00	4,6429	,63332
Satisfacción del producto	4,00	5,00	4,7143	,46881
Seguridad	5,00	5,00	5,0000	,00000
Tratamiento de las reclamaciones	2,00	5,00	4,1429	1,02711
N válido (según lista)				

Las preguntas complementarias están constituidas por la importancia, según las empresas de turismo activo de Asturias, que le da el cliente a una serie de aspectos relacionados con la calidad. Estas variables presentan valores muy elevados, donde destacan los productos complementarios con la puntuación más baja dentro de todas las variables y la seguridad con la máxima puntuación en esta pregunta.

4. Discusión

El turismo activo se ha convertido, en los últimos años, en uno de los ámbitos preferidos por los ciudadanos a la hora de elegir sus vacaciones. Lacosta Aragüés (2004) lo ha definido como “una variante en la que predomina la componente de actividad sobre la de aventura, e integra elementos del viaje turístico convencional”; por lo tanto, es un turismo que conjuga el deporte dentro del turismo.

Las empresas de aventura asturianas presentan, por norma general, una forma jurídica de Sociedad Limitada y un ámbito de actuación provincial debido a las características y la capacidad

de influencia comercial del turismo activo. Nasarre (2000) ha establecido que “la tendencia a crear sociedades mercantiles deriva sobre todo de las consecuencias en materia de responsabilidad civil”. Las actividades principales que desarrollan estas entidades se desarrollan en el medio terrestre y acuático, con disciplinas como el piragüismo, trekking y rutas a caballo, teniendo en cuenta la orografía del Principado formado por numerosos ríos y costa, así como montañas y valles, se entiende la popularidad de estas actividades deportivas.

Estas entidades presentan una media de más de una década de existencia, según diferentes autores se encuentran consolidadas en el sector y se encargan de cumplimentar las regulaciones que implica la legislación española. No aparecen empresas de reciente constitución debido a las dificultades económicas de los últimos años. Están constituidas por un par de socios que se encargan de la dirección de las entidades que trabajan la mayor parte de los meses del año, sobre todo, en período estival y que ofertan un paquete de actividades compuesto por, aproximadamente, media docena de productos relacionados con el deporte. Nasarre (2000) explica que estas empresas se han dedicado a la “realización de actividades guiadas en el medio natural durante los meses de verano, aunque en la actualidad tienden a prolongar sus actividades durante todo el año”; aunque también considera que se debe luchar por paliar los efectos de la estacionalidad de la demanda. Además, las entidades no tienen cambios a nivel administrativo en los nombres u objetivos de la entidad ya que su negocio se mantiene estable.

El desarrollo de las actividades es llevado a cabo por los trabajadores de la empresa, un volumen de casi una decena, distribuidos entre temporales y fijos discontinuos en su mayoría ya que los trabajadores fijos tienen una importancia muy pequeña. El volumen económico de las empresas de aventura en la región va en consonancia con las propiedades que la constituyen y su oferta turístico-deportiva, se localiza en una base de operaciones y la media se establece en casi 50.000 euros.

Las empresas de aventura asturianas presentan una importancia considerable en los aspectos relacionados con el cumplimiento de la jurisdicción española como con la posesión de titulación oficial y tener formación en ámbitos concretos del sec-

tor. Nasarre (2000) ha explicado que la formulación legal de las empresas debe de llevarse a cabo ante el Servicio Territorial del Departamento de Comercio, con la presencia de todos los datos jurídicos que constituyen la empresa de turismo activo; de esta forma, se formalizan de acuerdo a la legislación de nuestro país.

Las actividades desarrolladas por las entidades presentan un conocimiento de la normativa del 100%, mientras que otros aspectos no son tan valorados debido a la dificultad de llevar a cabo ratios técnicos o adaptar las actividades para personas con necesidades especiales. En cuanto a los recursos materiales debe estar homologado y sustituirse en caso de deterioro o caducidad para ofrecer un servicio de calidad. Los equipos y el material, según Nasarre (2000), “tienen que estar homologados por los organismos competentes según la actividad; así como reunir las condiciones de seguridad y garantías necesarias para su utilización, por lo que las empresas son las responsables de mantener en buen estado dichos recursos materiales”.

Para regular el turismo de forma coherente, según Nasarre (2000), muchas Comunidades Autónomas han promulgado una ley ordenadora que establece el marco general de desarrollo de la actividad turística, y en la que se insertan los derechos y obligaciones del usuario y de las empresas turísticas. Otras comunidades han optado por acumular los decretos reguladores de cada actividad sin aprobar ninguna ley reguladora del turismo. A nivel de seguridad, las empresas demuestran que posee un seguro de responsabilidad civil en la totalidad de los casos; así como repasan puntos básicos de seguridad y tienen protocolos de actuación en casos extremos. Por otro lado, no se considera importante la tenencia de un seguro con franquicia, ni mostrar la titulación oficial de los responsables. Por lo tanto, cumplen adecuadamente con la legislación nacional sin acogerse a contratos de seguridad no rentables para sus actividades turísticas.

El medio ambiente natural está compuesto por unos contenidos de interés social, sobre todo, a nivel de conocimiento de la normativa medioambiental del espacio y la realización de acciones de mejora, de tanta importancia para el futuro del planeta. Mientras que se comprueba el desconocimiento de la norma ISO 14000 o similares en las empresas de aventura asturianas por su desconocimiento. Ramos, Troitiño, Del Amo et al. (2002), han expresado sobre las nuevas dimensiones culturales, eco-

nómicas, medioambientales y funcionales (...) el turismo ofrece desafíos y oportunidades para la protección del medio ambiente.

Los recursos humanos tienen una gran relevancia en el desarrollo de las actividades de la empresa, en variables como la experiencia de los trabajadores y el aporte de material para la seguridad; además, no se llevan a cabo tareas relacionadas con la gestión moderna de las entidades. Las empresas facilitarán un número suficiente de técnicos con conocimientos específicos, es decir, una titulación, según Nasarre (2000), “para asesorar a los grupos de clientes que vayan a desarrollar la actividad. Además, deben tener un botiquín de primeros auxilios y un aparato de comunicación en caso de emergencia”.

La información sobre el cliente en relación con la calidad del servicio y la información e identificación de los servicios son muy importantes para las empresas, seguidos del reconocimiento de los parámetros de calidad que percibe el cliente; por lo tanto, se constata la importancia del consumidor para la organización de las actividades deportivas de la empresa. Las variables sobre la seguridad, seguida de otros conceptos como la profesionalidad, atención al cliente, amabilidad, instalaciones y satisfacción son muy valoradas. Nasarre (2000) considera que “los consumidores actuales están mejor informados, son más cultos y exigentes por tanto demandan experiencias turísticas de calidad, desean encontrarse en entornos naturales y culturales auténticos buscando experiencias únicas, por lo cual están dispuestos a pagar un precio mayor”.

A modo de conclusión, las empresas de turismo activo asturianas organizan y regulan las actividades de aventura según la legislación, teniendo en cuenta las necesidades de los clientes y ofreciendo un servicio de calidad.

5. Conclusiones

El perfil de las empresas de aventura de Asturias presenta, por norma general, la forma jurídica de Sociedad Limitada y tiene un ámbito de actuación provincial. Estas entidades tienen de media una década de existencia, han sido fundadas por un par de socios y no realizan cambios en sus estatutos. Su volumen económico anual se encuentra cercano a los 50.000 euros

y desarrollan su trabajo en la mayor parte de los meses del año, siendo el período estival el de mayor rendimiento. Las empresas están compuestas por en torno a unos diez trabajadores, en su mayoría, de carácter temporal y fijos discontinuos. Las empresas se consideran más turísticas que deportivas y la oferta está compuesta por, aproximadamente, cinco actividades que se practican en el medio terrestre y acuático como trekking, rutas a caballo y, sobre todo, piragüismo.

Las conclusiones que se han establecido mediante el análisis de los cuestionarios sobre la calidad de las empresas de aventura o de turismo activo en el Principado de Asturias son las siguientes:

1. Las empresas de aventura asturianas son más turísticas que deportivas y presentan una forma jurídica y un ámbito de actuación similar.
2. Son entidades, tanto antiguas como modernas, constituidas por pocos socios que se mantienen estables en el tiempo.
3. Desarrollan únicamente su oferta deportiva en el medio terrestre y acuático durante la mayor parte del año con prevalencia en el verano.
4. Respetan las disposiciones legislativas aunque se muestran más reacios a desarrollar estrategias de viabilidad y otras disposiciones relacionadas con la calidad de la empresa.
5. Las actividades deportivas están reguladas y se estructuran adecuadamente para el cliente, aunque no se adaptan a las personas con necesidades especiales y no se aplican ratios acerca de la dificultad técnica de la actividad para los clientes.
6. Los recursos humanos y materiales son básicos y están muy valorados, aunque únicamente existe una opinión mayoritaria acerca de no sustituir el material deportivo cuando no presente la imagen identificativa de la empresa.
7. Las empresas cumplen en el aspecto de seguridad, debido a la importancia de la vida de las personas, aunque no acostumban a contratar franquicia y no muestran la titulación de los responsables.
8. En materia de medio ambiente se muestran partidarios de aplicar medidas para conservar la naturaleza, pero desconocen la norma ISO 14000 y similares.

9. La base de las empresas son los clientes y han establecido que debe medirse la calidad y la satisfacción tras la práctica deportiva

10. Las empresas consideran que el cliente le otorga una gran importancia a todas las características del servicio.

En definitiva, las empresas de aventura asturianas se consideran del ámbito turístico sobre el deportivo, presentan unas características generales en materia de jurisdicción y actuación, aunque también particularidades en sus estatutos. En cuanto a la valoración e importancia de los distintos contenidos que constituyen sus actividades, tienen una elevada consideración y establecen una gran importancia a la mayoría de las variables, sobre todo, en materia de seguridad y recursos materiales; aunque se denota una falta de presupuestos para poner en marcha nuevas iniciativas en la gestión de las entidades. El cliente es un elemento básico sobre el que se debe desarrollar la oferta comercial de las empresas con el objetivo de conseguir el mayor rendimiento.

Bibliografía

- ASPAS, J.M. (2000). Los deportes de aventura. Consideraciones jurídicas sobre el turismo activo. Zaragoza: Prames.
- CALLEJO, J., GUTIÉRREZ, J. Y VIEDMA, A. (2004). Transformaciones de la demanda turística españoles: Apuntes prácticos. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
- GARCÍA SAURA, P.J. (2002). "Necesidad de regular el ejercicio y actuación de las empresas dedicadas a la prestación de servicios de turismo activo en el medio natural". Cuadernos de turismo, 9 (pp. 45-52).
- JIMÉNEZ MARTÍN, P.J. Y GÓMEZ ENCINAS, V. (2006). "Turismo activo y outdoor training". Kronos, 9 (pp. 45-53).
- LACOSTA ARAGÜÉS, A.J. (2004). "La configuración de nuevos destinos turísticos de interior en España a partir del turismo activo y de aventura". Cuadernos Geográficos, 34 (pp. 11-31).
- LATIESA, M. Y PANIZA, J.L. (2006). "Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis". Revista Internacional de Sociología, 44 (pp. 133-149).

- MEDIAVILLA SALDAÑA, L. (2008). "Parámetros para la valoración de la calidad en las empresas de turismo activo, a través del diseño de un instrumento multidimensional". *Ágora para la Educación Física y el Deporte*, 7-8 (pp. 63-97).
- MEDIAVILLA SALDAÑA, L. (2010). "Calidad del servicio del turismo activo (TA) en España (Huesca – Lárída), Italia (tentino – Alto Adige) y Costa Rica (Alajuela –Cartago): Diseño de un método de valoración de la calidad técnica emitida". Universidad Politécnica de Madrid. Biblioteca Madrid.
- MEDINA F.X. Y SÁNCHEZ, R. (2005). "Actividad físico-deportiva, turismo y desarrollo local en España". *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural PASOS*, 1 (pp. 97-107).
- MIRANDA VIÑUELAS, J., OLIVERA BETRÁN, J. Y MORA PLANTALAMOR, A. (1995). "Análisis del ámbito empresarial y de la difusión sociocultural de las actividades de aventura en la naturaleza". *Apuntes: Educación Física y Deportes*, 41 (pp. 130-136).
- NASARRE SARMIENTO, J.M (2000). "La regulación jurídica de las empresas de turismo activo". *Acciones e Investigaciones Sociales*, 10 (pp. 67-82).
- NASARRE SARMIENTO, J.M. (2008). *La regulación jurídica de las empresas de turismo activo*. Zaragoza: Prames.
- NASSER, D. (1995). "Deporte y turismo activo: una reflexión sociológica. Primer congreso de turismo rural y turismo activo". Junta de Castilla-León (pp. 481-499).
- RAMOS, P., TROITIÑO, M.A. Y DEL AMO, A. (2002). *Medio ambiente: Calidad ambiental*. Salamanca: Aquilafuente.
- OLIVERA BETRÁN, A. Y OLIVERA BETRÁN, J. (1995 a). "Propuesta de una clasificación taxonómica de las actividades físicas de aventura en la naturaleza. Marco conceptual y análisis de los criterios elegidos". *Apuntes: Educación Física y Deportes*, 41 (pp. 108-123).
- OLIVERA BETRÁN, A. Y OLIVERA BETRÁN, J. (1995 b). "La crisis de la modernidad y el advenimiento de la postmodernidad: el deporte y las prácticas físicas alternativas en el tiempo de ocio activo". *Apuntes: Educación Física y Deportes*, 41 (pp. 10-29).
- OLIVERA BETRÁN, A. Y OLIVERA BETRÁN, J. (1999). "Las actividades físicas de aventura en la naturaleza. Estudio de la oferta y la demanda en el sector empresarial". *Apuntes: Educación Física y Deportes*, 57 (pp. 86-94).

- PADIGLIONE, V. (1995). "Diversidad y pluralidad en el escenario deportivo". *Apunts: Educación Física y Deportes*, 41 (pp. 30-35).
- PEÑALVER, M.T. (2004). "El turismo activo como alternativa y complemento al modelo turístico en la región de Murcia". *Cuadernos de turismo*, 14 (pp. 179-215).