

INFORME SOBRE EL TURISMO ACTIVO EN ESPAÑA

2014



ASOCIACIÓN NACIONAL DE EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO

© 2015 - Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo
18014 - Granada (Spain)
www.aneta.es
aneta@aneta.es

Esta publicación está disponible bajo la licencia Creative Commons de Reconocimiento-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-SA 4.0). Bajo la licencia Creative Commons de Reconocimiento, queda permitido copiar, distribuir, transmitir y adaptar esta obra, incluso para fines comerciales, según las condiciones de la licencia.

Cita de la fuente:

La obra debe citarse de la siguiente manera: Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo (2015), *Informe sobre el turismo activo en España 2014*. Granada, ANETA.

Redacción y diseño: Pedro Carrasco Jiménez / ISOAVENTURA.

Presentación.



El *Informe sobre el turismo activo en España 2014* tiene como misión hacer una radiografía del estado y evolución del turismo activo y sus empresas en España. Este es un sector relativamente joven, sobre el que se han hecho pocos estudios a nivel estatal, salvo los que hizo en su momento la entonces Secretaría General de Turismo y, en el ámbito académico, la línea de investigación de Lázaro Mediavilla y su equipo, así como las investigaciones a nivel jurídico de José María Nasarre.

Las empresas y asociaciones de empresas de turismo activo como las distintas instituciones oficiales, carecen de información contrastada y fiable sobre muchas de las dimensiones fundamentales de este sector económico. Sin una información fiable de la situación del turismo activo en España, no se puede dimensionar el sector e identificar su representatividad, y, más importante aún, no se pueden establecer líneas estratégicas de actuación, más allá de lo que intuitivamente cada cual y cada institución considere más adecuado, que, precisamente por esa carencia de información, puede que no sea lo más necesario o eficaz.

Hemos decidido demostrar el movimiento andando y hacer camino al andar, y con nuestros propios recursos hemos elaborado la *Encuesta sobre el turismo activo en España 2014*, que hemos enriquecido con datos y contenidos elaborados por otros autores e instituciones para redactar este *Informe*. El objetivo es que anualmente esta publicación se convierta en la herramienta de diagnóstico del estado de salud del turismo activo en España.

A handwritten signature in purple ink, consisting of a large, stylized 'I' followed by 'A', 'C', 'S', and 'S'.

Ignacio Alonso Casimiro-Soriguer
Presidente de ANETA

ÍNDICE

1. ¿Qué es ANETA?	5
2. ¿Qué es el turismo activo?	6
3. La regulación del turismo activo en España.	9
4. Las empresas de turismo activo en España.	12
a) Cantidad de empresas de turismo activo.	12
b) Antigüedad de las empresas de turismo activo.	14
c) Estructura jurídica de las empresas de turismo activo.	15
d) Estacionalidad de las empresas de turismo activo.	16
e) Actividades más demandadas.	17
f) Los trabajadores de las empresas de turismo activo.	19
g) Facturación de las empresas de turismo activo.	20
h) Instalaciones de las empresas de turismo activo.	20
i) Canales de distribución de las empresas de turismo activo.	22
j) Certificaciones de calidad en el turismo activo.	24
5. Conclusiones.	26
Anexo. Ficha técnica de la “Encuesta sobre el turismo activo en España 2014”.	28
Bibliografía.	29



1. ¿Qué es ANETA?

La Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo (ANETA) es una asociación sin ánimo de lucro de ámbito nacional, fundada el 30 de septiembre de 2005, que se compone de las asociaciones de empresas de turismo activo de las distintas Comunidades Autónomas de España.

La finalidad de ANETA es potenciar el turismo activo sostenible medioambientalmente y defender los intereses de las empresas de turismo activo.

Las actividades que desarrollamos para cumplir los fines de ANETA, son:

- Promoción del turismo activo y las empresas legales.
- Desarrollo e implantación de criterios y normas de calidad específicos para el turismo activo.
- Encuentros, jornadas técnicas, congresos, etc.
- Proyectos de investigación.
- Coordinación y asistencia técnica a los asociados.
- Desarrollo y reconocimiento de formación especializada para las empresas de turismo activo y sus trabajadores/as.

ANETA es la única asociación que representa el sector del turismo activo a nivel nacional. Por ello, somos la representación española en la *European Confederation of Outdoor Employers* (EC-OE), la federación europea de empresarios del turismo activo.

2. ¿Qué es el turismo activo?

La definición técnica y completa de cualquier actividad humana no deja de ser un reto difícil de alcanzar, y esto se demuestra también con el turismo activo. Desde sus orígenes y durante su evolución, tanto fuera como dentro de España, han variado los nombres y los significados que se han utilizado para designar a este tipo de actividad turística o recreativa. De hecho, algunas administraciones no sabían ni cómo nombrarlo y en ciertas normas el turismo activo fue denominado como “servicios complementarios”.

La Secretaría General de Turismo etiquetó el turismo activo como turismo de naturaleza, y lo definió como (SGT, 2004: 15):

Aquél que tiene como principales motivaciones la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y/o conocimiento de la naturaleza, con diferente grado de profundidad y la práctica de actividades deportivas de diferente intensidad física y riesgo que usen expresamente los recursos de forma específica, sin degradarlos o agotarlos.

Otra definición, esta vez desde el ámbito académico, define el turismo activo o de aventura como (Mediavilla, 2012: 9):

Se entiende por turismo de aventura o turismo activo en España, al servicio relacionado con la actividad turística y deportiva realizada a través de empresas reconocidas y especializadas en actividades físicas y recreativas (barranquismo, parapente, senderismo, etc.), teniendo como escenario, básicamente, el espacio natural y que implica un compromiso de esfuerzo físico asumido y conocido de forma voluntaria por el cliente.

Finalmente, si extraemos los elementos comunes a las diferentes definiciones legales de las distintas normas autonómicas que regulan a las empresas de turismo activo, podemos alcanzar la siguiente definición:

Las empresas de turismo activo son aquellas que se dedican profesionalmente a prestar a sus clientes, servicios de actividades recreativas basadas en los

recursos que ofrece la propia naturaleza en el medio en el que se desarrollan, sea éste aéreo, terrestre, tanto de superficie como subterráneo, acuático o subacuático, y a las que es inherente un nivel de riesgo que exige ciertas condiciones psicofísicas, así como cierta destreza, habilidad o conocimientos técnicos para su práctica.

Sin embargo, lo que en España se conoce como turismo activo, a nivel internacional es designado como turismo de aventura, y según la *International Organization for Standardization* (ISO), una actividad de turismo de aventura (“adventure tourism activity”) es (ISO 21103:2014 e ISO 21101:2014):

adventure activity for tourism purposes that involves a degree of instruction or leadership and a deliberate accepted element of risk.

A nivel de la Unión Europea, los proyectos de investigación en que ha participado EC-OE han permitido desarrollar un marco conceptual común del denominado sector de “Sport & Active Leisure” (Deporte y Ocio Activo), clasificado en:

- Deporte. Entrenamiento, competición y rendimiento deportivo.
- Ocio activo. Recreación, diversión, turismo, ocio y tiempo libre.
 - Fitness. Actividad física en entornos urbanos o lugares cerrados (indoor).
 - Outdoor.

Las actividades de ocio al aire libre (turismo activo), son entendidas por EC-OE como (Smulders, Lapeyrere, O’Connor, 2013: 6):

*[...] those that are **organised and sold by commercial outdoor companies to their customers**. In general, a common feature of outdoor leisure activities is their focus on the **natural environment**. The activities offered are extensive, ranging from hiking, canoeing, sailing, skiing, canyoning, etc.*

Las empresas de ocio al aire libre o turismo activo ofrecen a sus clientes un evento, unas vacaciones, un incentivo de empresa (*team building*), un programa de *outdoor learning* u *outdoor training*, etc. El sector del ocio al aire libre está relacionado con las actividades deportivas, pero se diferencia del sector del deporte en que implementa o

traslada esas actividades deportivas en un contexto no competitivo: no se ofrecen competiciones, clasificaciones, entrenamientos regulares, records, etc., y, aunque implica un nivel de riesgo, está alejado de los deportes extremos.

De hecho, **las empresas de turismo activo españolas se reconocen principalmente en el sector turístico (60,7%)** más que en el deportivo (39,3%), puesto que son más turistas los que se acercan a realizar este tipo de actividades que deportistas, quienes lo suelen practicar las actividades por su cuenta y, sólo de forma esporádica, solicitan los servicios de empresas de turismo activo (Mediavilla *et al.*, 2014: 186).

Por tanto, las empresas de turismo activo no son empresas de servicios deportivos, ya que no organizan ni venden deporte, sino que ofrecen actividades aptas para un público general, no entrenado específicamente, que busca principalmente la diversión, la experimentación o el desarrollo personal mediante actividades que se desarrollan fundamentalmente en el medio natural. Sin duda, el ocio activo al aire libre o turismo activo se ha ganado y merece ser considerado como un segmento económico autónomo.

La estadística oficial por actividades económicas utiliza los códigos internacionales NACE, que en España se denomina Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE-2009). En el caso del turismo activo, a nivel europeo se ha consensuado que este sector está incluido en el código 93.2 (Actividades recreativas y de entretenimiento), concretamente el 93.29 (Otras actividades recreativas y de entretenimiento), ya que la otra clase es la de los parques de atracciones y los parques temáticos, mientras que el sector deportivo está en el código 93.1 (Actividades deportivas).

3. La regulación del turismo activo en España.

Las primeras empresas de turismo activo nacieron a principios de los años ochenta del siglo pasado, cuando en diferentes puntos de la geografía española, algunos montañeros, piragüistas, parapentistas, etc., decidieron dedicarse profesionalmente a lo que hasta entonces constituía su pasión.

El sector nació en la desregulación completa y el olvido institucional, como tantas otras actividades que se desarrollan en el medio rural, hasta que se empezaron a aprobar los primeros Estatutos de Autonomía, que transfirieron las competencias legislativas sobre el turismo a los parlamentos y gobiernos autonómicos. En 1991 se publicó en Cataluña el Decreto 81/91 de 25 de marzo sobre "requisitos de empresas de organización de actividades deportivas de recreo y turísticas de aventura", convirtiéndose así en los pioneros en la regulación jurídica del turismo activo. A partir de ese momento, en casi todas las Comunidades Autónomas españolas se fueron dictando las correspondientes normas jurídicas que regulan a las empresas de turismo activo y su actividad.

En 2007, la Secretaría General de Turismo y ANETA financiaron el estudio realizado por José María Nasarre y Lázaro Mediavilla (Nasarre y Mediavilla, 2007), para revisar la situación legislativa del turismo activo, con el fin de establecer el mínimo común denominador y los elementos comunes en todas las legislaciones surgidas, y facilitar un punto de partida sólido a las Comunidades Autónomas que todavía no tenían legislación. Se trató de contribuir a aclarar la normativa, con respecto a los aspectos del turismo activo que son cruciales para mejorar su comercialización, para permitir una necesaria convergencia legislativa autonómica. El panorama legislativo autonómico del turismo activo se ha transformado y modificado, a lo largo de los años, pero las conclusiones y resultados de dicho estudio todavía son plenamente aplicables.

Aún quedan Comunidades Autónomas como Extremadura, Madrid, País Vasco, Canarias, Islas Baleares, así como las Ciudades Autónomas, que carecen de una legislación específica para el turismo activo, aunque algunas están trabajando en dotarse de una normativa específica, como Canarias o País Vasco.

Tabla 1.- Normativa autonómica reguladora del turismo activo

Comunidad Autónoma	Normativa
Cataluña	Decreto 56/2003, de 4 de febrero, que regula las actividades físico-deportivas en el medio natural
Cantabria	Decreto 31/1997, de 23 de abril de Cantabria sobre Alojamientos y actividades turísticas en el medio rural (derogado parcialmente)
Galicia	Decreto 42/2001, de 1 de febrero, por el que se refunde la normativa de agencias de viajes, guías de turismo especializado y turismo activo
Aragón	Decreto 55/2008, de 1 de abril, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento de las empresas de Turismo Activo
Andalucía	Decreto 20/2002, de 29 de enero, que regula la prestación de servicios en el medio rural y el turismo activo
Principado de Asturias	Decreto 111/2014, de 26 de noviembre, de Turismo Activo
La Rioja	Decreto 14/2011, de 4 de marzo, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley 2/2001, de 31 de mayo, de Turismo de La Rioja
Navarra	Decreto Foral 288/2004, de 23 de agosto, por el que se aprueba el reglamento para el ejercicio de la actividad de las empresas dedicadas a la prestación de servicios de turismo activo y cultural
Castilla-La Mancha	Decreto 77/2005 de ordenación de las empresas de turismo activo
Castilla y León	Decreto 96/2007 de 27 de septiembre, por el que se regula la Ordenación de las Empresas de Turismo Activo de la Comunidad de Castilla y León Orden CYT/1865/2007, de 15 de noviembre, por la que se desarrolla el Decreto 96/2007 de 27 de septiembre, por el que se regula la Ordenación de las Empresas de Turismo Activo de la Comunidad de Castilla y León
Región de Murcia	Decreto n.º 320/2007, de 19 de octubre, por el que se regulan las empresas de turismo activo de la Región de Murcia
Comunidad Valenciana	Decreto 22/2012, de 27 de enero, del Consell, regulador del turismo activo en la Comunitat Valenciana

Estas normas jurídicas son las que regulan a las empresas de turismo activo cuyo domicilio social se encuentra radicado en el territorio de dichas Comunidades Autónomas. No obstante, las empresas de turismo activo se caracterizan por operar allí donde se encuentre el espacio natural idóneo para proporcionar la experiencia que demandan sus clientes, ya sea dentro o fuera de la Comunidad Autónoma donde se ubique su base principal.

Una reivindicación realizada constantemente por el sector del turismo activo, dada su alta movilidad, ha sido la **necesidad de que las normas autonómicas se homogeneizaran**, pues esa dispersión normativa genera incertidumbre y desigualdades territoriales entre unas y otras empresas de turismo activo. Esta diversidad legislativa en materia de turismo activo sigue existiendo, y lo único que ha cambiado en estos últimos años ha sido la eliminación generalizada de la exigencia de autorización administrativa previa al inicio de actividades, que ha sido sustituida por una **declaración responsable**; y, por otro lado, que cualquier operador económico (por ejemplo, una empresa de turismo activo) que esté legalmente establecido en un lugar del territorio español podrá ejercer su actividad económica en todo el territorio, mediante establecimiento físico o sin él, siempre que cumpla los **requisitos de acceso a la actividad del lugar de origen**, incluso cuando la actividad económica, en nuestro caso el turismo activo, no esté sometida a requisitos en dicho lugar de origen (art. 19.1 Ley 20/2013, de 9 de diciembre, de garantía de la unidad de mercado).

La necesidad de homogeneización sigue tan vigente como siempre, ya que las distintas normas autonómicas sobre turismo activo continúan exigiendo requisitos diferentes a sus respectivas empresas de turismo activo, especialmente en cuanto a la titulación del personal y las condiciones o cuantías de los seguros de responsabilidad civil y accidentes. Además, la nueva normativa sobre la unidad de mercado está favoreciendo a las empresas de turismo activo con domicilio social en la autonomías sin regulación jurídica del sector, favoreciendo un **dumping regulatorio**, es decir, la deslocalización de empresas de turismo activo desde sus sedes originarias, hacia autonomías en las que el turismo activo está completamente liberalizado y cuyos costes de operación pueden ser inferiores que en las autonomías con regulación sectorial en vigor. Este es un problema que requiere inmediatamente una solución justa y definitiva por parte de la Mesa de Directores Generales de Turismo.

4. Las empresas de turismo activo en España.

a) Cantidad de empresas de turismo activo.

El número de empresas de turismo activo en España, con datos de la *Guía de empresas de turismo de aventura* de FITUR 2011 (Mediavilla et al., 2014: 179), ascendió a 1.580 empresas de turismo activo. En ANETA, en 2014, hemos actualizado estos datos de fuentes oficiales, es decir, solicitando a los **registros de empresas de las administraciones turísticas autonómicas su respectivos listados**, y la cifra estatal de empresas de turismo activo se elevaría a unas **2.438**.

Sin embargo, los datos oficiales de los registros autonómicos de turismo activo o de publicaciones oficiales de las Comunidades Autónomas (páginas web o directorios de información turística), son bastante inferiores al volumen real de empresas de turismo activo operando en el mercado. Las estadísticas oficiales de empresas de turismo activo hay que interpretarlas teniendo en cuenta que hay Comunidades Autónomas, como Madrid, Extremadura, Islas Canarias, País Vasco, Ceuta y Melilla, que no tienen una normativa específica que regule y disponga de un registro especial y obligatorio de empresas de turismo activo. Por otro lado, las Comunidades Autónomas que sí tienen normativa especial sobre turismo activo, incluyen a clubes deportivos, que en principio no tienen ánimo de lucro, de distintas especialidades deportivas relacionadas con las actividades en el medio natural, desde clubes de montaña a clubes hípicas.

En consecuencia, para completar la panorámica de las empresas de turismo activo en España, desde ANETA buscamos y recopilamos en julio de 2014 todas las **empresas que ofrecían actividades de turismo activo en sitios web**, obteniendo una cifra total de **4.245 empresas de turismo activo** (Tabla 2). Las empresas de turismo activo españolas representan el 14,15% de las 30.000 empresas dedicadas al ocio deportivo en la UE-25 (ENSSEE, EZUS, EOSE, 2004: 17).

Una media del **57% de las empresas de turismo activo que están operando en el mercado español no están inscritas oficialmente**.

Tabla 2.- Número de empresas de turismo activo por Comunidades Autónomas

Comunidad Autónoma	Empresas de turismo activo inscritas en registros autonómicos		Empresas de turismo activo	
	Recuento	% sobre el Total	Recuento	% sobre el Total
ANDALUCÍA	828	33,96%	879	20,71%
Almería	-	-	75	1,77%
Cádiz	-	-	203	4,78%
Córdoba	-	-	47	1,11%
Granada	-	-	145	3,42%
Huelva	-	-	58	1,37%
Jaén	-	-	72	1,70%
Málaga	-	-	204	4,81%
Sevilla	-	-	75	1,77%
ARAGÓN	211	8,65%	301	7,09%
ASTURIAS	85*	3,49%	180	4,24%
ISLAS BALEARES	10	0,41%	206	4,85%
ISLAS CANARIAS	-	-	241	5,68%
CANTABRIA	159	6,52%	184	4,33%
CASTILLA-LA MANCHA	167	6,85%	231	5,44%
CASTILLA Y LEÓN	226	9,27%	261	6,15%
CATALUÑA	231	9,47%	545	12,84%
CEUTA	7	0,29%	19	0,45%
EXTREMADURA	-	-	137	3,23%
GALICIA	18	0,74%	111	2,61%
LA RIOJA	30	1,23%	45	1,06%
MADRID	94*	3,86%	195	4,59%
MELILLA	-	-	3	0,07%
REGIÓN DE MURCIA	87	3,57%	176	4,15%
NAVARRA	68*	2,79%	96	2,26%
PAÍS VASCO	76	3,12%	180	4,24%
COMUNIDAD VALENCIANA	141	5,78%	255	6,01%
TOTAL EMPRESAS	2.438	100%	4.245	100%

Fuente: elaboración propia a partir de fuentes públicas, más los datos proporcionados por los registros autonómicos de empresas turísticas. 2014.

* Datos anteriores a 2012.

b) Antigüedad de las empresas de turismo activo.

La consolidación de un sector económico depende de la proporción de empresas que han adquirido cierta veteranía. En las empresas de turismo activo españolas se ha constatado que el sector está aún pendiente de consolidarse (Mediavilla *et al.*, 2014: 182), con un porcentaje de empresas con más de 15 años operando, inferior al de países como Italia o Costa Rica.

La *Encuesta sobre el turismo activo en España 2014*, realizada por ANETA (ver Ficha Técnica en el Anexo), muestra que el 39,2% de las empresas de turismo activo encuestadas tienen más de 10 años, teniendo la gran mayoría menos de 10 años (67%).

Nacimiento de las empresas de turismo activo

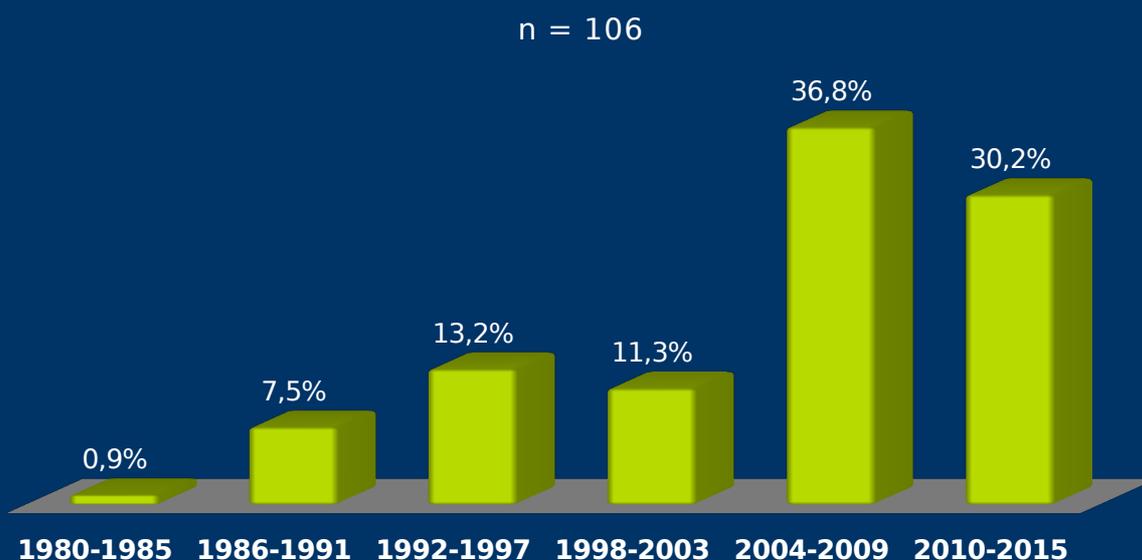


Gráfico 1

Fuente: ANETA, Encuesta sobre el turismo activo en España 2014.

Estos datos denotan que el turismo activo en España, a pesar de existir desde hace más de treinta años, está compuesto por empresas jóvenes. Esto puede deberse a una alta tasa de renovación de las empresas, al número de nuevos titulados en formaciones vinculadas al turismo activo y/o a una consecuencia de la crisis económica vivida en España desde 2008, durante la cual el turismo activo ha servido de refugio para muchos emprendedores que han perdido su empleo en otros sectores.

c) Estructura jurídica de las empresas de turismo activo.

La forma jurídica predominante de las empresas de turismo activo españolas (Gráfico 2), es la sociedad (63,2%) en las diversas opciones que permite la legislación civil y mercantil española.

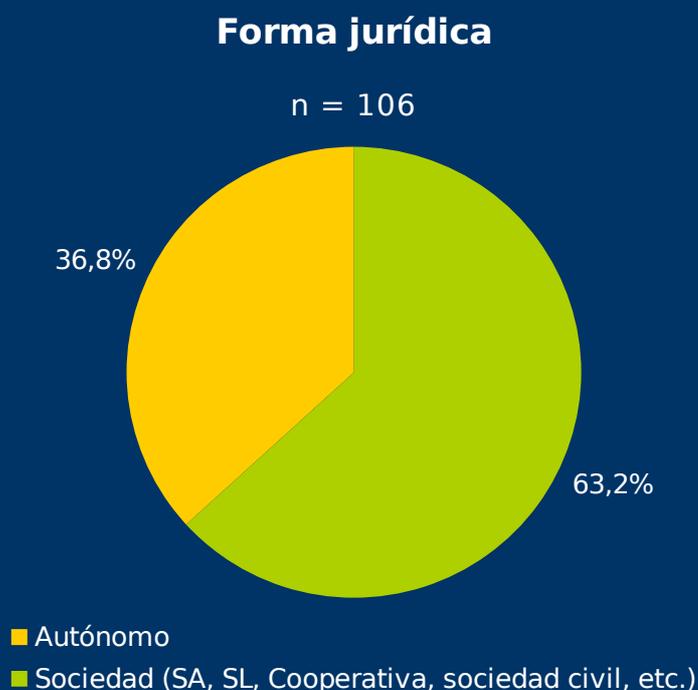


Gráfico 2

Fuente: ANETA, Encuesta sobre el turismo activo en España 2014.

De forma general (85,8%), las empresas que adoptan personalidad jurídica propia, tratan de constituirse con rangos de uno a cuatro socios, ya que un mayor número resulta inviable a la hora de repartir beneficios y garantizar la permanencia en el tiempo. Concretamente, en España hay un gran volumen de empresas con **uno** (20%) o **dos socios** (39,3%), que además suelen componer la plantilla de trabajadores fijos que tiene la empresa (Mediavilla *et al.*, 2014: 182-183).

d) Estacionalidad de las empresas de turismo activo.

El turismo activo permite disponer de múltiples opciones y recursos para que las empresas de turismo activo puedan operar durante todo el año. Sin embargo, probablemente por la estacionalidad de la demanda, y la fragmentación de la oferta, muchas empresas de turismo activo adolecen de una alta estacionalidad y solo operan durante algunos meses al año.

Los estudios previos realizados sobre las empresas de turismo activo españolas han mostrado que el 39,3% de las empresas trabajaban durante los doce meses, y que entre uno y cuatro meses se concentran la mayor productividad y el trabajo de las empresas (85,7%) (Mediavilla *et al.*, 2014: 183-184).

En la *Encuesta sobre el turismo activo en España 2014* (ANETA), hemos preguntado a las empresas de la muestra, cuáles eran sus meses de temporada alta. El resultado ha sido que las empresas de turismo activo encuestadas tienen una media de **5 meses al año de temporada alta**. El 57,3% de las empresas encuestadas identifica su temporada alta con los meses de **mayo, junio, julio y agosto**. No obstante, el 34,7% de los encuestados también extiende su temporada alta a los meses de febrero, marzo, abril, septiembre y octubre.

e) Actividades más demandadas.

Las empresas del sector tratan de identificarse con un producto, pero, como se ha explicado en el punto anterior, procuran ofrecer varios servicios con la intención de ampliar sus temporadas de trabajo.

En España los estudios realizados muestran que las empresas de turismo activo se centran en el **barranquismo** (21,4%) y el **rafting** (42,9%) que serían las actividades con mayor demanda (Mediavilla *et al.*, 2014: 184).

Actividades más demandadas

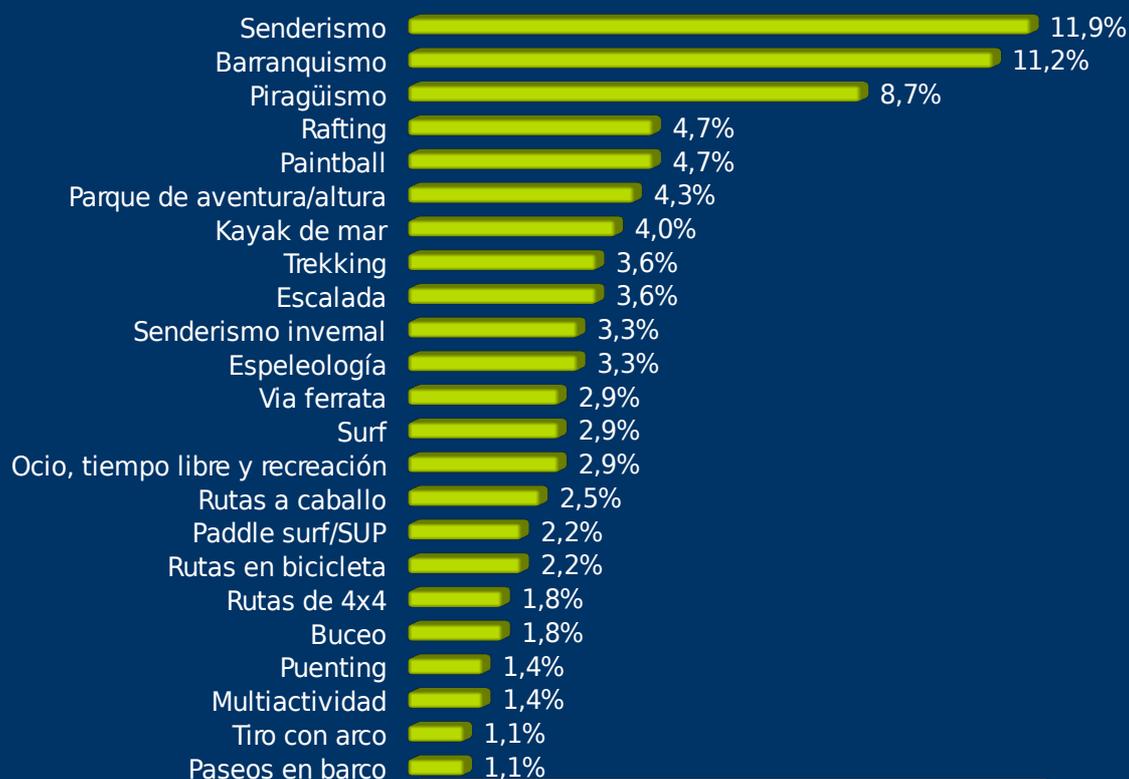


Gráfico 3

Fuente: ANETA, Encuesta sobre el turismo activo en España 2014.

En la *Encuesta sobre el turismo activo en España 2014* (ANETA), hemos preguntado a las empresas de la muestra, cuáles eran las actividades más demandadas en sus respectivas empresas, y las primeras posiciones aparecen concentradas en el

senderismo, el **barranquismo**, el **piragüismo** y el **rafting** (Gráfico 3).

Si agrupamos los tipos de actividades más demandas, por los entornos naturales en los que se desarrollan, podemos ver que el entorno **terrestre** y los **ríos y lagos** (aguas interiores) concentran la mayor parte de la demanda de actividades de las empresas de turismo activo encuestadas (Gráfico 4).



Gráfico 4

Fuente: ANETA, Encuesta sobre el turismo activo en España 2014.

f) Los trabajadores de las empresas de turismo activo.

En general, las empresas de turismo activo españolas mantienen **menos de cinco trabajadores fijos en plantilla**, coincidiendo normalmente con el número de socios de la empresa. El número de **trabajadores a tiempo parcial**, que suelen contratar las empresas de turismo activo españolas oscila **entre uno y diez trabajadores** (Mediavilla *et al.*, 2014: 184-185).

En la *Encuesta sobre el turismo activo en España 2014* (ANETA), hemos preguntado a las empresas de la muestra cuántos trabajadores tenían contratados en temporada baja y cuántos en temporada alta (Tabla 3). Además, partiendo de la base de las 4.245 empresas de turismo activo que están operando en España (Tabla 2), hemos hecho una estimación simple del empleo vinculado al turismo activo que hubo en España en 2014, que sería de unos **37.856 trabajadores/as**. Los últimos datos oficiales indican que en el sector turístico español hubo 1.802.000 asalariados (INE, 2009), lo que significa que **el turismo activo representa el 2,1% del empleo generado por el turismo en España**. En el estudio Vocasport (ENSSEE, EZUS, EOSE, 2004: 17) se cifró en más de 400.000 los trabajadores de las empresas que en toda la UE-25 se dedican a prestar servicios de ocio deportivo, con lo que los trabajadores de las empresas de turismo activo españolas representan el 9,46% de los empleos generados en el sector del ocio deportivo europeo.

Tabla 3.- Trabajadores contratados por temporada y estimación del total de trabajadores en empresas de turismo activo en España

	Media	Total de trabajadores/as (estimación simple)
Trabajadores en temporada alta	6,7	29.264
Trabajadores en temporada baja	1,9	8.592

Fuente: ANETA, Encuesta sobre el turismo activo en España 2014.

g) Facturación de las empresas de turismo activo.

Las actividades de aventura o turismo activo, generan un volumen de negocio global de **263.000 millones de \$ con un incremento del 195% entre 2010 y 2012** (World Tourism Organization, 2014: 20). El estudio más reciente sobre la facturación anual de las empresas de turismo activo españolas obtiene el dato de que el 47,1% de estas empresas factura menos de 300.000 € al año (Mediavilla *et al.*, 2014: 185).

En la *Encuesta sobre el turismo activo en España 2014* (ANETA), hemos preguntado a las empresas de turismo activo de la muestra cuál ha sido su facturación total en 2014, y la **facturación media** ha sido de **145.525,61 €**. Si tenemos en cuenta la cantidad de empresas de turismo activo que están operando en España (Tabla 2), y hacemos una estimación simple, resultaría que el sector del turismo activo en España facturó en 2014 unos **640.312.676,29 €**. Aunque las empresas de turismo activo realizan otras actividades turísticas y formativas, el 74,7% de su facturación proviene exclusivamente de actividades de turismo activo.

h) Instalaciones de las empresas de turismo activo.

La infraestructura de las empresas de turismo activo es, básicamente, el medio natural, pero la adaptación al mercado ha hecho que las empresas de turismo activo ofrezcan a sus clientes también actividades que, aun siendo al aire libre, se realicen en infraestructuras o instalaciones artificiales.

En la *Encuesta sobre el turismo activo en España 2014* (ANETA), hemos preguntado a las empresas de turismo activo de la muestra cuántas instalaciones gestionaban y cuáles eran. El resultado ha sido que, aunque un nutrido sector de empresas de turismo activo no dispone de ninguna instalación artificial (28,3%), la mayoría disponía de 1-2 instalaciones (52,8%) (Gráfico 5), principalmente campos de paintball (16,8%), tiendas de ropa, equipamiento o souvenirs (13,5%), rocódromos (fijos), escuelas de escalada o vías ferratas (12,9%) y parques de aventura o circuitos aéreos (11,6%) (Gráfico 6).

Número de instalaciones en cada empresa

n = 106

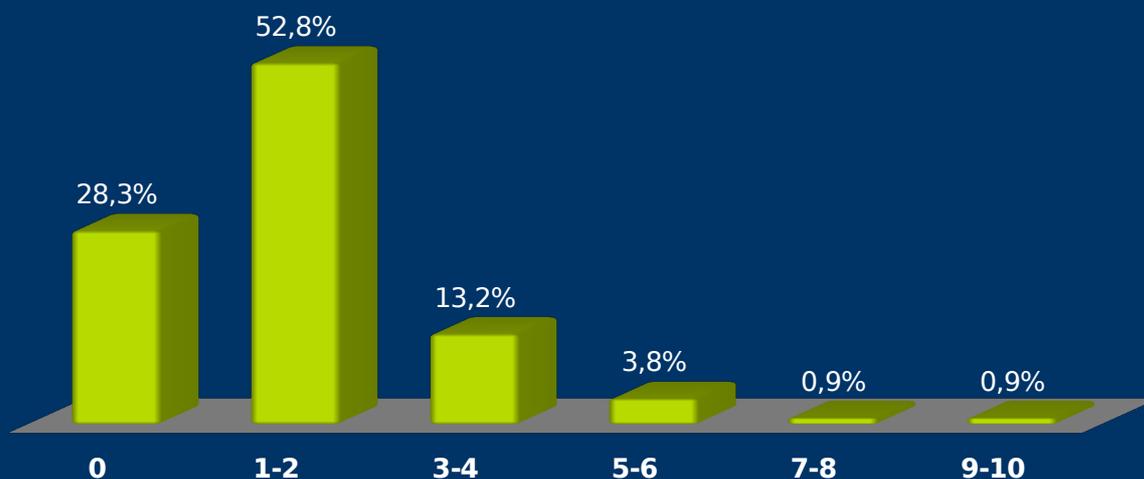


Gráfico 5

Fuente: ANETA, Encuesta sobre el turismo activo en España 2014.

Tipos de instalaciones de las empresas de turismo activo

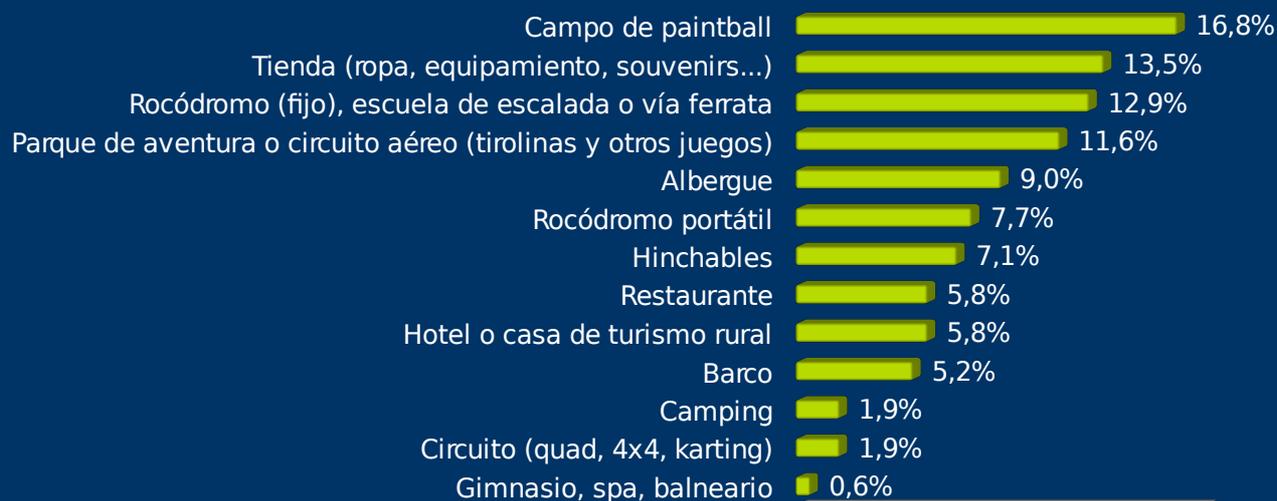


Gráfico 6

Fuente: ANETA, Encuesta sobre el turismo activo en España 2014.

i) Canales de distribución de las empresas de turismo activo.

En la *Encuesta sobre el turismo activo en España 2014* (ANETA), hemos preguntado a las empresas de turismo activo de la muestra cuáles eran los canales de distribución que en 2014 les reportaron más clientes, así como los de más rentabilidad. Las empresas de turismo activo españolas reciben el mayor número de clientes y los más rentables de sus propias webs (42,5% y 34,9%, respectivamente), si bien, debido al bajo coste de inversión, las redes sociales como Facebook o Twitter (19,8%) se sitúan en segunda posición de los canales más rentables para las empresas de turismo activo (Gráficos 7 y 8).

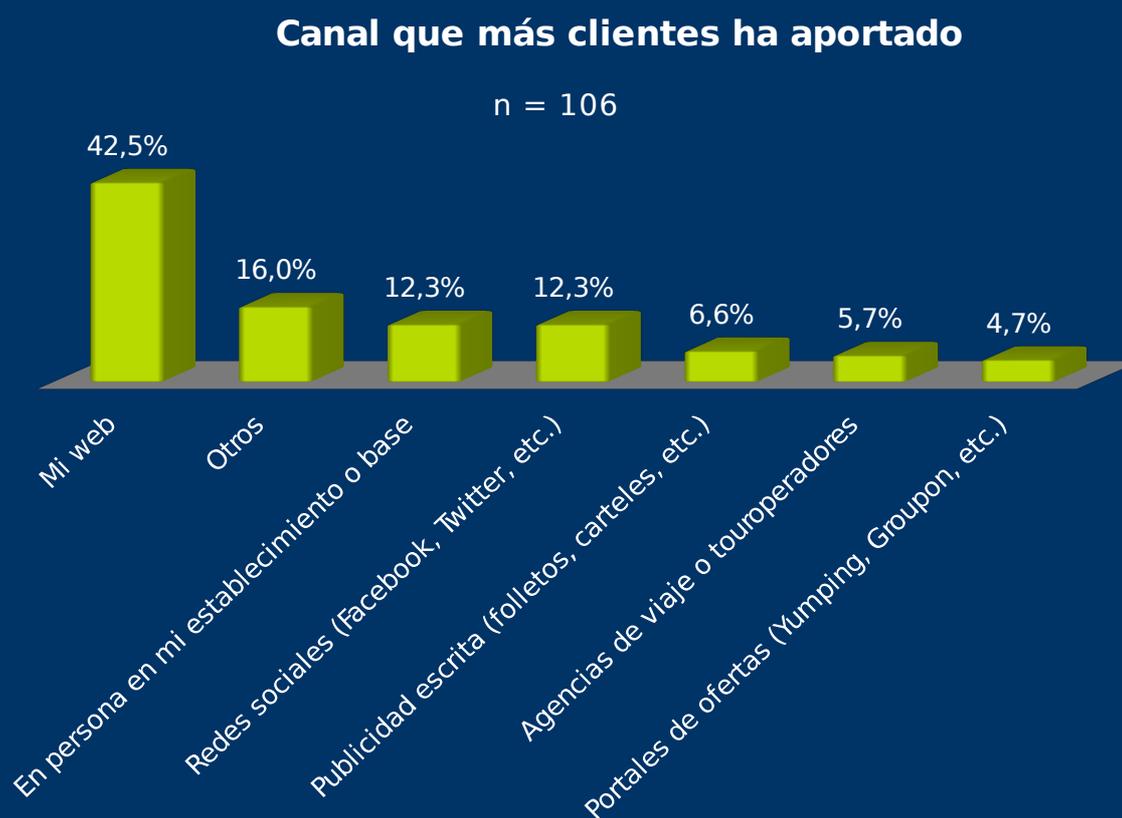


Gráfico 7

Fuente: ANETA, Encuesta sobre el turismo activo en España 2014.

Canal que mayor rentabilidad ha aportado

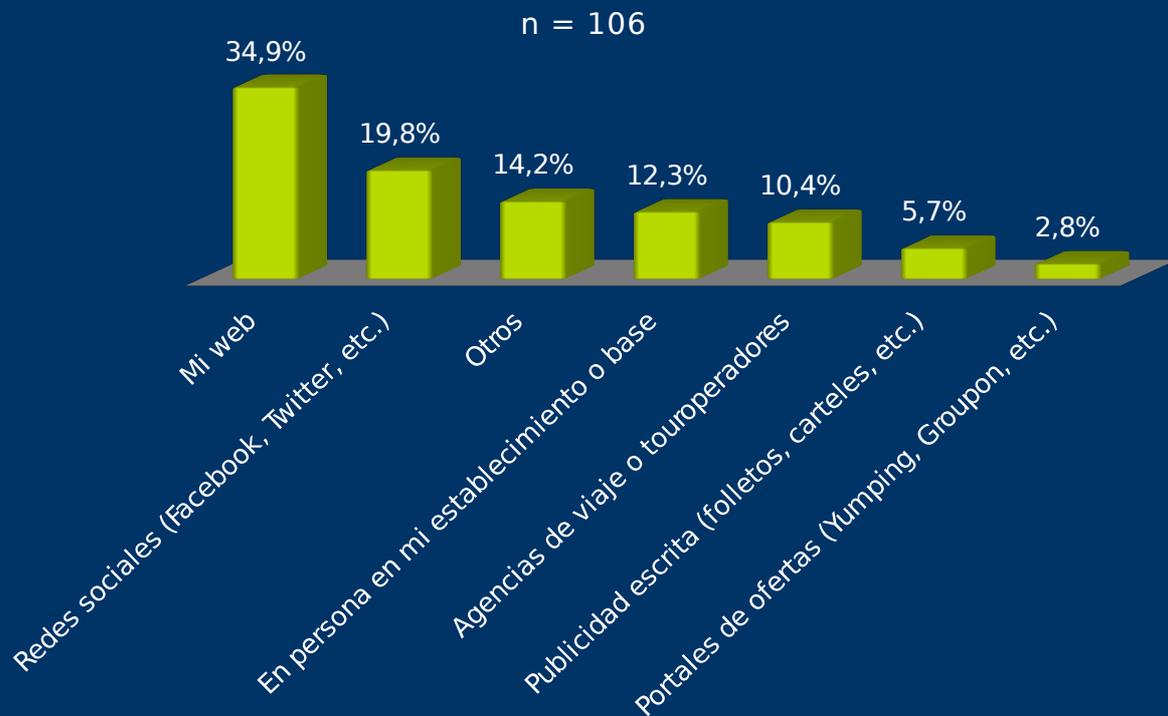


Gráfico 8

Fuente: ANETA, Encuesta sobre el turismo activo en España 2014.

j) Certificaciones de calidad en el turismo activo.

La calidad en la prestación del servicio por las empresas de turismo activo españolas, es un elemento clave para los directivos de estas empresas en sus actividades (Mediavilla, Gómez y Sánchez, 2014).

La certificación de la calidad en la prestación de servicios añade el valor del reconocimiento público, tanto institucional como comercial, de esa implicación de la empresa con la calidad del servicio.

La primera norma de calidad española, específica para el turismo activo, que se implantó, fue la “UNE 188003:2009 Turismo activo. Requisitos para la prestación del servicio” o Q de Calidad. La cantidad de empresas de turismo activo certificadas con esta UNE 188003:2009 fue muy bajo, incluso en sus mejores épocas, y actualmente se mantiene una tendencia negativa en cuanto al número de empresas de turismo activo certificadas, retrocediendo a los niveles de 2011 (Gráfico 9).



Gráfico 9. Evolución del número de establecimientos certificados con la norma UNE 188003:2009.

Fuente: ICTE.

En el marco de ISO se ha estado trabajando en el desarrollo de una norma de calidad

del servicio en actividades de turismo de aventura, que se ha materializado en la publicación, primero en inglés y recientemente la traducción al español, de:

- UNE-ISO 21103:2015. Turismo activo. Información para los participantes (publicada el 17/06/2015).
- UNE-ISO 21101:2015. Turismo activo. Sistema de gestión de la seguridad. Requisitos (publicada el 17/06/2015).
- UNE-ISO/TR 21102:2015 IN. Turismo activo. Líderes. Competencia del personal (publicada el 17/06/2015).

La UNE-ISO/TR 21102:2015 IN no es una norma certificable, sino un informe técnico (TR=*Technical Report*), es decir, un documento informativo, porque no hubo consenso internacional, dada la disparidad de sistemas formativos en cada país.

5. Conclusiones.

1.- El turismo activo pertenece al sector turístico, no al sector deportivo, aunque implemente o traslade actividades deportivas en un contexto no competitivo.

2.- El desarrollo de las normativas autonómicas en materia de turismo activo requiere de una **homogeneización**, especialmente desde la vigencia de legislación que garantiza el mercado único interior, a fin de evitar el *dumping* regulatorio.

3.- En 2014 había unas **4.245 empresas de turismo activo** operando en el mercado.

4.- Un **57% de las empresas de turismo activo** que operan en el mercado **no están registradas oficialmente**.

5.- El **67% de las empresas de turismo activo** tiene **menos de 10 años**.

6.- La **forma jurídica** predominante de las empresas de turismo activo españolas es la **sociedad** (63,2%) en las diversas opciones que permite la legislación civil y mercantil española, con uno o dos socios.

7.- El **40% de las empresas** de turismo activo **trabaja durante los doce meses del año**.

8.- La **temporada alta** de la mayoría de empresas de turismo activo es de **5 meses**, principalmente **mayo, junio, julio y agosto**, y en menor medida los meses de febrero, marzo, abril, septiembre y octubre.

9.- Las **actividades más demandadas** en 2014 fueron el **senderismo, el barranquismo, el piragüismo y el rafting**. Los entornos naturales en los que se desarrollan las actividades de turismo activo son el **terrestre, y los ríos y lagos**.

10.- Las empresas de turismo activo españolas mantienen una plantilla fija o estable de entre 1 a 5 personas, subiendo en temporada alta hasta 10 trabajadores. De media las empresas de turismo activo tienen una **plantilla en temporada baja de 2 personas**, y de **7 personas en temporada alta**.

11.- En España en 2014 hubo unos **37.856 trabajadores/as vinculados/as directamente al sector del turismo activo**. El mercado laboral del turismo activo representa el 2,1% del empleo generado por el turismo en España y hasta el 9,46% de los empleos generados en el sector del ocio deportivo europeo.

12.- El **volumen de negocio** del turismo activo o de aventura a nivel mundial está viviendo una **tendencia expansiva**. En España, durante 2014, la **facturación media** de las empresas de turismo activo ha sido de **145.525,61 €**, y el **volumen de negocio total estimado** ha sido de **640.312.676,29 €**. El 74,7% de la facturación de las empresas de turismo activo españolas proviene exclusivamente de actividades de turismo activo.

13.- La infraestructura de las empresas de turismo activo españolas es, básicamente, el medio natural, pero la mayoría disponía de **1-2 instalaciones** (52,8%), principalmente **campos de paintball** (16,8%), **tiendas de ropa, equipamiento o souvenirs** (13,5%), **rocódromos (fijos), escuelas de escalada o vías ferratas** (12,9%) y **parques de aventura o circuitos aéreos** (11,6%).

14.- Las empresas de turismo activo españolas captan el mayor número de clientes y la mayor rentabilidad **desde sus propias webs** (42,5% y 34,9%, respectivamente), si bien, debido al bajo coste de inversión, las **redes sociales** como Facebook o Twitter (19,8%) se sitúan en segunda posición de los canales más rentables para las empresas de turismo activo españolas en 2014.

15.- La **calidad** en la prestación del servicio por las empresas de turismo activo españolas, es un **elemento clave para los directivos** de estas empresas en sus actividades. Sin embargo, la cantidad de **empresas de turismo activo certificadas** conforme a la UNE 188003:2009 fue **muy bajo, incluso en sus mejores épocas**, y actualmente se mantiene una tendencia negativa en cuanto al número de empresas de turismo activo certificadas, retrocediendo a los niveles de 2011. Las nuevas normas de calidad UNE-ISO 21103:2015, UNE-ISO 21101:2015 y UNE-ISO/TR 21102:2015 IN, van a suponer una **anulación y revisión de las norma UNE 188003:2009**.

Anexo. Ficha técnica de la “Encuesta sobre el turismo activo en España 2014”.

Ficha técnica:

Ámbito: estatal.

Universo: empresas y empresarios que organizan actividades de turismo activo.

Tamaño de la muestra: 106.

Método de muestreo: aleatorio a partir de la base de datos de ANETA.

Recogida de información: on-line.

Fechas de realización: 24/03/2015 al 25/05/2015.

Organización responsable de los trabajos: ANETA e ISOAVENTURA.

Bibliografía.

European Network of Sport Science, Education and Employment (ENSSEE), Université Claude Bernard (EZUS), European Observatoire of Sport Employment (EOSE) (2004). Vocasport. Vocational education and training in the field of sport in the European Union: situation, trends and outlook.

ISO 21103:2014, *Adventure tourism — Information for participants.*

ISO 21101:2014, *Adventure tourism — Safety management systems — Requirements.*

Mediavilla, L. (2012). Áreas de influencia del turismo activo. Madrid: Editorial Académica Española.

Mediavilla Saldaña, L; Gómez Encinas, V.; Sánchez Burón, A. y Villota Valverde, S. (2014). Perfil identificativo de las empresas de turismo de Aventura en España, Italia y Costa Rica. *Journal of Sport and Health Research*. 6(2):177-190.

Mediavilla Saldaña, L., Gómez Encinas, V., y Sánchez Burón, A. (2014). The technical quality of the service provided by adventure companies in Spain, Italy and Costa Rica. *Journal of Human Sport And Exercise*, 9(1), 157-171.

Nasarre, J. M., y Mediavilla, L. (2007). Estudio de la situación de la legislación de turismo activo en España. Subdirección General de Calidad e Innovación Turística, Secretaría General de Turismo, MITYC, 2007.

Smulders, H., Lapeyrere, J.-Y., O'Connor, A. (2013). Non-regulatory measures related to the safety of outdoor leisure activities in the EU. Final report. Huldenberg (Belgium).

Subdirección General de Calidad e Innovación Turística (2004). Estudio sobre el turismo de naturaleza en España y su Plan de Impulso. Madrid: Subdirección General de Calidad e Innovación Turística, Secretaría General de Turismo, MITYC.

World Tourism Organization (2014). AM Reports, Volume nine - Global Report on Adventure Tourism. UNWTO, Madrid.