



Contabilidad y Negocios

ISSN: 1992-1896

revistacontabilidadynegocios@pucp.edu.pe

Departamento Académico de Ciencias

Administrativas

Perú

Araújo Vila, Noelia; Fraiz Brea, José Antonio; Paül Carril, Valerià
El turismo activo como modalidad turística en expansión. Análisis de la oferta de turismo activo en
España
Contabilidad y Negocios, vol. 7, núm. 13, 2012, pp. 59-70
Departamento Académico de Ciencias Administrativas
Lima, Perú

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=281623577006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

El turismo activo como modalidad turística en expansión. Análisis de la oferta de turismo activo en España

Active tourism as a tourist mode in expansion. Analysis of the supply of active tourism in Spain

Noelia Araújo Vila, José Antonio Fraiz Brea y Valerià Paül Carril

Universidad de Vigo
Departamento de Organización de Empresas y Marketing

Universidad de Santiago de Compostela
Departamento de Geografía

Resumen

Paralelamente a la evolución social y económica actual, en la que la economía de experiencias ya es una realidad, emergen nuevas tipologías turísticas acordes a la presente demanda experiencial. El turista busca sensaciones y emociones, por lo que el sector turístico diversifica su oferta adaptándose a este deseo. Aparece así el turismo activo, modalidad perteneciente a un campo mayor, el turismo de naturaleza, en auge el día de hoy por el incremento de turistas interesados en las actividades que lo componen. El presente artículo parte de dicho concepto para a continuación, detallar las tipologías que forman parte del mismo y finalmente realizar un análisis de la oferta de turismo activo del territorio español, territorio que a priori se presenta favorable para este tipo de actividades.

Palabras clave: turismo, deporte, aventura, naturaleza, oferta, turismo activo, turismo de naturaleza.

Abstract

Parallel to the social and economic situation, where the experience economy is a reality, new tourist typologies are emerging in line with this demand experiential. Tourists are looking for sensations and emotions, so tourism sector has diversified its offer adapting to this desire. Active tourism appears, mode belonging to a larger field, nature tourism, a booming tourist type today by the increase of tourists interested in its activities. Therefore, this paper takes from this concept to below detail the types that are part of it, and finally it does an analysis of the active tourism offer of the Spanish territory, territory that is appropriate for this type of activity.

Keywords: tourism, sports, adventure, nature, supply, active tourism, nature tourism.

1. Introducción

El turismo, con todas las vertientes que engloba, se ha convertido en una industria y un fenómeno social altamente vinculado con el componente de las personas que lo consumen así como con la estructura de sus productos. Por ello, si se quiere comprender sus aspectos, se deben entender en primer lugar sus componentes básicos, es decir, los productos y servicios que lo forman (Buckley, 2007, p. 1428).

El artículo que nos ocupa se centra en una tipología turística concreta, el turismo activo, el cual tiene gran peso dentro del campo mayor al que pertenece, el turismo de naturaleza. Por ello, en primer lugar, se hará una descripción de aquellos productos turísticos que de un modo esperado pertenecen a alguna de las tipologías de turismo de naturaleza, intentando recoger un listado lo más amplio posible para proporcionar al lector una visión muy próxima a la realidad del sector. Al mismo tiempo se pretende establecer una clara diferenciación entre las diversas tipologías y actividades que abarca cada una de las distintas modalidades de turismo de naturaleza, nomenclaturas que se utilizan de modo indiferenciado en muchos ámbitos a pesar de sus matices diferenciadores; se hará hincapié en el turismo activo, grupo más amplio.

En segundo lugar, una vez conocida la variedad de productos pertenecientes al subsector en cuestión, se procederá a hacer un estudio del mercado español a través de empresas que oferten, en su cartera de productos, alguno de los productos o actividades consideradas como turismo activo.

2. El producto turístico «turismo de naturaleza»

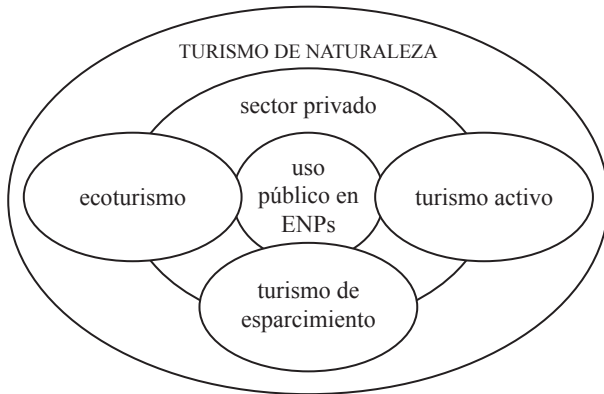
El turismo de naturaleza se ha convertido en la última década en una excelente oportunidad de comercia-

lización y en un mercado con altas expectativas de crecimiento (Mediano, 2008, p. 235). Incluso el turismo activo —subcampo del anterior—, ha llegado a convertirse en gran parte del mundo desarrollado en una experiencia vacacional adquirible a corto plazo (Buckley, 2004; Kane y Zink, 2004).

Antes de focalizarse en el turismo activo —siguiente epígrafe—, es necesaria una clara clasificación de conceptos que se usan de modo indiferenciado especialmente en las empresas del sector que ofertan actividades ligadas a estas tipologías (Luque, 2003, p. 137). Se hace referencia a términos como turismo activo, ecoturismo, turismo deportivo o turismo de aventura, con límites confusos entre unos y otros, ya que existe «una transgresión continua de fronteras particularmente débiles entre los conceptos de ocio, deporte, viaje o aventura» (Bordeau, 1994, p. 14), conceptos presentes en las tipologías citadas. Por tanto, algunos autores vinculan el turismo activo con «actividad, deportividad o movilidad» (Nasser, 1995) y otros van más allá vinculándolo con «una experiencia significativa que relaciona al ser humano con el aire libre: aire, aguas, colinas...» (Miranda, Lacasa y Muro, 1995, p. 53). Se ubica, por tanto, muy de cerca al turismo de aventura, motivado por la vivencia de experiencias con cierto riesgo en un medio natural, y al turismo deportivo, cuya motivación principal es la práctica de una actividad deportiva (Luque, 2003, p. 138).

Como se acaba de ver, no es fácil encontrar una clasificación unánime, por lo que en el presente artículo se seguirá la propuesta del modelo de Antar-Ecotono (2004, p. 14), según el cual el campo más amplio es el turismo de naturaleza y, en el mismo, se distinguen tres subcampos diferenciados: el ecoturismo, turismo activo y turismo de esparcimiento (ver gráfico 1).

Gráfico 1. El turismo de naturaleza y sus modalidades



Fuente: Araújo, Paül y Fraiz (2011) a partir de Antar-Ecotono (2004, p.14)

Como se observa en el modelo, el campo más extenso es el turismo de naturaleza, entendido como «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 naturales de forma específica, sin degradarlos o agotarlos» (Antar-Ecotono, 2004, p. 14). Se está, por tanto, incluyendo en esta tipología turística toda actividad vinculada al medio natural. Según de la actividad que se practique y la intensidad física que ello suponga, se puede hablar de tres subgrupos (Antar-Ecotono, 2004, p. 14):

- Turismo de esparcimiento: «realización de actividades recreativas y de esparcimiento en la naturaleza sin degradarla. Estas actividades no están especializadas en el conocimiento ni en actividades deportivas que usen expresamente los recursos naturales».
- Turismo activo: «realización de actividades deportivas de diferente intensidad física y que usen expresamente los recursos naturales sin degradarlos».

- Ecoturismo: «disfrute y/o conocimiento del medio natural, con diferente grado de profundidad, para lo que puede realizar actividades físicas de baja intensidad sin degradar los recursos naturales».

El modelo también incluye como integrantes del mismo, el uso público en espacios naturales protegidos —los espacios naturales protegidos gestionados por administraciones públicas— y el sector privado. En último lugar, también contempla la posibilidad de que una parte del turismo rural, otra tipología turística en auge, coincida con actividades del turismo de naturaleza. No olvidemos que el turismo rural se entiende como «aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local» (Fuentes, 1995, p. 77). De ahí que sea factible que los turistas atraídos por un espacio rural incluyan como parte del tiempo de ocio en el mismo, la práctica de actividades que usen recursos naturales, ya que medio rural y natural están altamente vinculados.

Es este, por tanto, un sector presumiblemente en crecimiento (Antar-Ecotono, 2004, p. 24), exigido por un tipo de turista acorde a las tendencias actuales, exigente, informado e inmerso en una economía de experiencias que se trasladan al sector turístico, que demanda nuevos productos turísticos o «formas diferentes de practicar turismo». Para el turista actual no es suficiente un producto o servicio, sino que necesita de una oferta integral que, por una parte, le proporcione nuevas vivencias, y por otra le aporte interrelación con el entorno y población a la que se desplaza (Mediano, 2008, p. 236). Ya en España, el Plan de Turismo Español Horizonte 2020, en una de sus líneas estratégicas hace alusión al término, haciendo hincapié en «promover la calidad experiencial».

Se presenta, por tanto, una excelente oportunidad para el turismo de naturaleza, escenario óptimo para la creación de nuevos productos turísticos adaptados a las exigencias del consumidor del siglo XXI, capaces de brindar a los visitantes las sensaciones y vivencias que esperan: un lugar donde ir, un lugar donde hacer y un lugar donde experimentar —evolución del concepto de turismo de naturaleza— (Antar-Ecotono, 2004, p. 15).

El primer bloque, ecoturismo, corresponde a actividades vinculadas con la contemplación, disfrute o conocimiento del medio natural sin la necesidad de realizar cierta actividad física, o de baja intensidad si

es el caso, ya sea con fines científicos —ecoturismo científico—, de concienciación ambiental —salidas de campo de grupos de estudiantes con fines educativos—, o con el mero interés de ocupar el tiempo de ocio con actividades a las que el turista es aficionado: observación de aves o cetáceos, fotografía de la flora y fauna o visitas guiadas, entre otras. Las actividades recogidas en este bloque, ya de por sí con la propia nomenclatura no presentan dificultad alguna para la asimilación de su significado, siendo las características comunes a todas ellas el ser espacios de fácil acceso desde núcleos urbanos, topografía suave, firmes cómodos y vegetación moderada.

Tabla 1. Clasificación de las actividades de turismo de naturaleza

I. ECOTURISMO		
<ul style="list-style-type: none">- Visitas guiadas- Observación/interpretación de la naturaleza- Actividades de educación ambiental		<ul style="list-style-type: none">- Observación de aves- Observación de cetáceos- Fotografía de naturaleza- Ecoturismo científico
II. TURISMO ACTIVO		
II.1. Actividades terrestres	<ul style="list-style-type: none">- Área de marcha- Alpinismo/escalada- Marcha a caballo- Ciclomontañismo- Espeleología- Cicloturismo- <i>Puenting</i>- <i>Paintball</i>- Barranquismo	<ul style="list-style-type: none">- Esquí de travesía- Esquí de fondo- Raquetas- Perros con trineo- Motos de nieve- Tiro con arco- 4x4- <i>Quads</i>- <i>Outdoor training</i>
II.2. Actividades acuáticas	<ul style="list-style-type: none">- Piragüismo/kayak- Turismo fluvial- Buceo/submarinismo- <i>Surf/Windsurf/Kitesurf</i>- Moto náutica	<ul style="list-style-type: none">- <i>Rafting</i>- <i>Hidrobob/Hidrospeed</i>- Vela- Esquí acuático
II.3. Actividades aéreas	<ul style="list-style-type: none">- Ala delta- Globo aerostático- Parapente- Paracaidismo de pendiente- Paracaidismo	<ul style="list-style-type: none">- Ultraligeros- Vuelo sin motor- Heliexcursión
III. TURISMO DE ESPARCIMIENTO EN LA NATURALEZA		
<ul style="list-style-type: none">- Picnic- Rutas en vehículo por carretera		<ul style="list-style-type: none">- Esparcimiento masivo- Baño

Fuente: elaboración propia a partir de Antar-Ecotono (2004, p. 17) y Olivera (1995)

El segundo bloque, referido a turismo activo, es el más amplio, de ahí que en este trabajo se dedique un epígrafe específico a ello (epígrafe 3).

El tercer bloque, turismo de esparcimiento en la naturaleza, engloba actividades que implican disfrutar de un tiempo de ocio en un entorno natural, sin la necesidad de realizar actividades deportivas vinculadas a recursos naturales. Puede ser una sencilla comida, un baño, un paseo en coche o una caminata y tienen el factor común todas ellas de ser desarrolladas en la naturaleza.

Como se acaba de ver, este es un sector que presenta una amplia cartera de productos, con una oferta variada adaptable a diferentes segmentos de mercados con diversos gustos y hábitos, con productos específicos desde los más sedentarios —observación, paseos o comidas en un entorno natural— a los más aventureros (todas las actividades de turismo activo). Este es un campo con potencial atractivo de mercado, atractivo en el que se sigue trabajando, por una parte, innovando en los productos y por otra creando empresas que poco a poco vayan abarcando la mayor parte de los productos mostrados en la tabla 1. El trabajo de las empresas del sector se centra especialmente en lo que al turismo activo se refiere, ya que tanto el ecoturismo como el turismo de esparcimiento de la naturaleza no requieren de medios, herramientas o profesionales, sino que son realizados por iniciativa del propio turista como parte de sus aficiones.

3. Turismo activo

Es el subcampo del turismo de naturaleza que mayor potencial presenta en cuanto a la susceptibilidad de aparición de nuevos productos, dado su carácter dinámico y la necesidad de actividad física —actividades deportivas que implican uso de recursos naturales—, actividad que se transforma en la generación de emociones, sensaciones y experiencias, tan ansiadas por el actual turista.

Son numerosas las actividades que pertenecen a esta tipología que se pueden clasificar según el elemento implicado (Bouet, 1968), según el valor fundamental que persigue la práctica de la actividad (Acuña, 1991), según los condicionantes de las actividades en el medio natural (Funollet, 1995), según el grado de facilidad o dificultad (Ascaso, 1996) o según el entorno físico o medio en el que se desarrolla (Olivera, 1995). Precisamente optaremos por esta última variable de clasificación, ya que es la más objetiva e intuitiva, y así combinando los tres posibles medios naturales de locomoción (agua, tierra y aire) con diferentes topografías y diferentes herramientas, se obtiene una variada gama de productos considerados de turismo activo. Además de la propia clasificación en función del medio, aparecen otras características que hacen posibles agrupaciones dentro de un mismo bloque —tipo de topografía, legislación o cierto paisaje—, las cuales también se irán recogiendo.

3.1. Terrestre

El factor común a todas ellas es la necesidad de medio terrestre. Según la intensidad de las actividades, formación específica y la tipología o inclinación del medio se pueden establecer clasificaciones. Así, están las actividades que tan solo necesitan de terrenos llanos o sin apenas elevaciones (como el senderismo, *paintball* o tiro con arco), las que necesitan de terrenos o recursos naturales verticales (escalada o *puenting*) o incluso las que requieren de ciertos fenómenos naturales especiales como las cuevas (espeología). Según el grado de intensidad física, encontramos actividades que van desde las más calmadas y que menor esfuerzo requieren (senderismo o el *outdoor training*) a las destinadas a personas con cierto entrenamiento y preparación física, como la escalada. En último lugar está la variable ‘formación’, ya que existen actividades en que no es necesaria, como el *puenting* o senderismo, y en las que es imprescindible adquirir unos conocimientos previos

para practicarlas, como el tiro con arco o la escalada. A continuación se detallan las actividades más relevantes del medio terrestre:

- a. Área de marcha (senderismo, media montaña, alta montaña y expediciones), ciclomontañismo, marcha a caballo, 4x4 y *quads*: necesitan caminos preferentemente no asfaltados, áreas que no tengan restricción legal al respeto y cuenten con interés paisajístico y natural, topografía suave, núcleos de población próximos, firmes sin pedregales ni excesivamente blandos y áreas libres de obstáculos. Todas ellas consisten en recorrer zonas campestres, variando el medio de locomoción de una a otra, y en el caso del área de marcha, la intensidad de la actividad y dificultad del terreno, siendo la de menor dificultad el senderismo y la que requiere mayores esfuerzos y un tiempo indefinido para completarla, la expedición (ascensos a grandes cumbres de montañas).
- b. Espeleología: exploración de cuevas y su estudio que requiere cierta preparación física y mental con distintos niveles de entrenamiento en función de las cavidades a examinar (Peñalver, 2004, p. 189). Necesita por tanto, presencia de cuevas o cimas, cierta facilidad en el acceso y en el recorrido y elementos atractivos (formaciones geológicas o cursos subterráneos de agua principalmente).
- c. Escalada —en roca, hielo, o deportiva (alto grado de dificultad)— y descenso de barrancos: la primera requiere de paredes rocosas más o menos verticales, con litologías cohesionadas y poco resbaladizas con más de 60° de inclinación; el objetivo de la actividad es la ascensión en sí por la pared, no la llegada a la cumbre —propia del ascenso a una montaña—. La segunda también necesita desniveles, pero en menor medida que la anterior, con el fin en este caso de descender por un barracón o cañón. Al igual que la anterior, el firme debe ser poco resbaladizo.

- d. *Outdoor training* y *paintball*: se trata de dos actividades enfocadas a fomentar las relaciones en grupo. La primera, con ciertas raíces militares, consiste en juegos o actividades al aire libre con una base de educación experiencial, con el objeto de resolver conflictos o mejorar el trabajo en equipo. La segunda recrea las batallas entre indios y vaqueros, dividiendo al grupo de participantes en dos equipos que deben marcar al máximo número de integrantes del equipo rival a través de armas que disparan bolas de colores, todo ello en un entorno de naturaleza arbolado y con obstáculos (Peñalver, 2004, p. 190).
- e. *Puenting*: consiste en lanzarse desde un puente al vacío, estando sujetos por una cuerda elástica. Es una práctica destinada a personas amantes de las emociones fuertes y valientes, con ganas de descargar grandes niveles de adrenalina.
- f. Tiro con arco: necesita de una amplia y limpia superficie, unas medidas específicas en el caso de ser la modalidad olímpica y caminos por donde puedan circular los arqueros en el caso de la modalidad de bosque.

3.2. Acuático

En este caso, el medio natural imprescindible para practicar este tipo de actividades es el agua, ya sea de río o de mar. De nuevo podemos clasificar las actividades en función del esfuerzo físico que requieren (bajo o alto), el tipo de aguas (tranquilas o bravas) y la formación específica necesaria. Así, encontramos actividades que requieren de gran esfuerzo físico, como el *rafting* —practicado en aguas bravas— o de menor esfuerzo —como la canoa, en aguas tranquilas—. En lo que se refiere a la formación, la mayoría de las actividades de este medio la requieren, siendo la única que podría prescindir de ella la moto acuática, en su modalidad más lúdica (sin obstáculos). A continuación se

enumeran las más destacadas, clasificadas según el tipo de agua: río (aguas tranquilas o bravas) y mar.

- a. Actividades deportivas en aguas tranquilas: necesitan de lagos, embalses o tramos medios o inferiores de ríos, fácil accesibilidad, una adecuada calidad y temperatura de las aguas y ser zonas libres de peligros. Se engloban en este bloque el remo, piragüismo, vela o descenso de ríos. La diferencia entre ellas radica básicamente en el tipo de embarcación y en el elemento acuático en el que se desarrolla: una embarcación estrecha y ligera, de fibra de carbono e impulsada por remos en cualquiera de los elementos citados, en el caso del remo; canoa o kayak en el piragüismo; embarcación de vela en pantanos o costa en el caso de la vela, y tanto piraguas como kayaks por ríos tranquilos en el caso de descenso de ríos.
- b. Actividades deportivas en aguas bravas: se llevan a cabo en aguas con cauces amplios, elevado caudal y una pendiente mínima del 0,5%. Podemos hablar de dos variedades incluidas en esta clasificación: el *rafting* y el *hidrospeed*. La primera consiste en dejarse llevar por una corriente de aguas bravas en una embarcación denominada *raft* (balsa neumática). El *hidrospeed*, tal vez menos conocido, consiste en el descenso de ríos utilizando una especie de tabla llamada 'hidros', la cual ha ido evolucionando al mismo tiempo que este deporte cuyos orígenes se remontan al año 1980 en Francia (Peñalver, 2004, p. 194).
- c. *Surf, windsurf, kitesurf*: variedades de la misma actividad, desplazamiento sobre las ondas con algún tipo de tabla, en alguno de los casos ayudada de alguno otro mecanismo para impulsarla como una vela o una especie de paracaídas.
- d. Moto náutica y esquí acuático: en ambas variedades el fin es el deslizamiento por el agua saltando una

serie de obstáculos, en uno de los casos en una moto y en el otro en esquís arrastrados por una lancha motora. En el caso de la moto acuática los obstáculos no son imprescindibles, pudiendo ser simplemente el disfrute de este medio como modo de recreación.

3.3. Aéreo

Las principales condiciones que necesitan las actividades desarrolladas en este medio son buenas condiciones aerológicas —vientos no excesivamente fuertes—, áreas de despegue y aterrizaje sin obstáculos, accesibles y con un firme cómodo, así como cierta pendiente regular en el caso de la zona de despegue. Todas las actividades de este bloque pretenden satisfacer el afán del ser humano por moverse en el aire, 'volar', expectativas cumplidas utilizando diferentes vehículos o herramientas, de ahí las diferentes tipologías:

- Ala delta: con la ayuda de un ala de tela de forma triangular y una estructura metálica, se consigue una de las sensaciones más próximas a volar.
- Parapente: similar al anterior, utilizando en este caso una especie de paracaídas dirigido por unas cuerdas.
- Ultraligero: se utiliza en este caso un planeador sin motor.
- Paracaidismo: se llega a sentir una sensación de ingravidad o de «estar flotando».
- Globo aeroestático: la parte más laboriosa de esta actividad se centra en las maniobras de inflar el globo, asimismo las de desinflarlo y recogerlo.

4. Oferta de empresas de turismo activo en el territorio español

Una vez analizadas y clasificadas las diversas actividades pertenecientes al turismo activo, se pasará a estudiar cuál es la oferta de este tipo de turismo en el territorio español.

En lo que se refiere a las estadísticas de este sector, son pocas las oficiales, incluso de turismo de naturaleza, grupo más amplio en el que se incluye. Por ello es necesario recurrir a indicadores ligados al mismo, como el turismo rural —es necesario recordar que el turista rural podía coincidir parcialmente con el de turismo de naturaleza, especialmente en el alojamiento— o el número de visitas a parques nacionales, en los cuales se pueden practicar actividades de ecoturismo, esparcimiento en la naturaleza o incluso alguna actividad de turismo activo como el senderismo. Analizando tales

cifras, se demuestra una evolución positiva en dichos sectores, especialmente en lo que a alojamientos en zonas rurales se refiere, los cuales se han incrementado de 2001 a 2010 en un 108,04% (tabla 2 y gráfico 2).

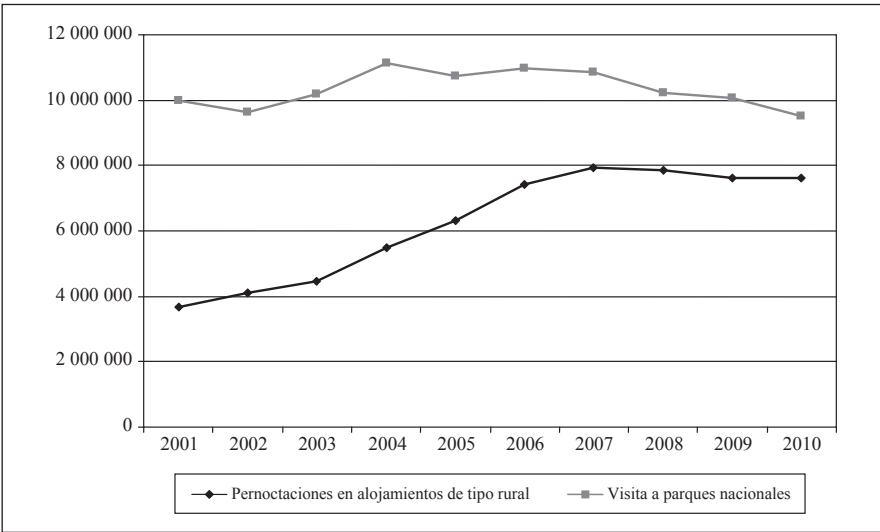
Las actividades de turismo activo, en la mayoría de los casos, son promocionadas y gestionadas por las propias empresas que las ofertan, las cuales poseen alguna página web, herramienta comunicativa más utilizada, a través de la cual el turista puede contactar con ellas y conocer cuáles son las actividades propuestas.

Tabla 2. Evolución de variables asociadas a turismo de naturaleza

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Pernoctaciones en hoteles	228 681 570	222 554 780	228 160 906	234 697 167	245 637 159	267 027 859	271 689 481	268 551 840	250 984 811	267 163 480
Pernoctaciones en alojamiento de tipo rural	3 660 815	4 101 680	4 476 140	5 492 516	6 306 329	7 483 383	7 938 623	7 843 924	7 615 988	7 615 988
Visita a Parques Nacionales	10 002 517	9 629 989	10 187 999	11 134 880	10 743 480	10 979 470	10 864 738	10 222 818	10 083 561	9 514 829

Fuente: elaboración propia a partir de INE (Instituto Nacional de Estadística) y Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2011)

Gráfico 2. Visitas a parques nacionales y pernoctaciones en alojamientos rurales (2001-2010)



Fuente: elaboración propia a partir de INE (Instituto Nacional de Estadística) y Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino (2011)

En algunos de los casos se incluyen promociones y descuentos en la propia página web, de grupo o por temporada. También las agencias de viajes comercializan este tipo de actividades combinadas en algún paquete turístico, especialmente con alojamiento, llegando a acuerdos con establecimientos rurales y empresas de turismo activo de determinadas zonas.

Lo que no es habitual es que haya acuerdos entre las empresas, por lo que se está ante un mercado muy fragmentado (Mezyed, 2005). La única alternativa para encontrar diversas empresas de este sector en una zona, es acudir a directorios o bases de datos, páginas webs que recogen todas las empresas de este ámbito en un territorio, y de las que se indica o se redirige a su web corporativa. Ejemplos de ello son turismoactivo.com y ruraliberica.com a nivel España. En el primer caso, se puede seleccionar la actividad en la que se está interesado y el territorio, descubriendo así qué empresas ofertan dicha actividad en esa zona. Las actividades aparecen clasificadas tal y como se ha hecho en epígrafes anteriores, según el medio natural (terrestre, acuático y aéreo). La segunda web, muestra todas las empresas de

turismo activo que se encuentran en España, pudiendo filtrar la búsqueda por comunidad autónoma.

Para analizar la oferta española, en este trabajo se ha utilizado la segunda web citada, ruraliberica.com, la cual detalla las empresas de turismo activo existentes al día de hoy en España. La población total de España de empresas de este tipo es de 769, cifra que coincidirá con la muestra analizada. Tales empresas están repartidas por todo el territorio español, exceptuando Melilla que no cuenta con ninguna. Más del 50% (52,93%) se encuentran concentradas en cuatro comunidades autónomas: Andalucía, Castilla León, Comunidad Valenciana y Cataluña, lo cual es esperable en cierta medida por tratarse de comunidades con mayor extensión geográfica (tabla 3 y gráfico 3).

Tras realizar un análisis de contenido de las páginas web de las 769 empresas, sobre la base de su cartera de productos en función de los tres posibles medios expuestos en el epígrafe anterior —terrestre, acuático y aéreo—, se encuentra una tendencia generalizada de preferencia por actividades del medio terrestre, ofertadas

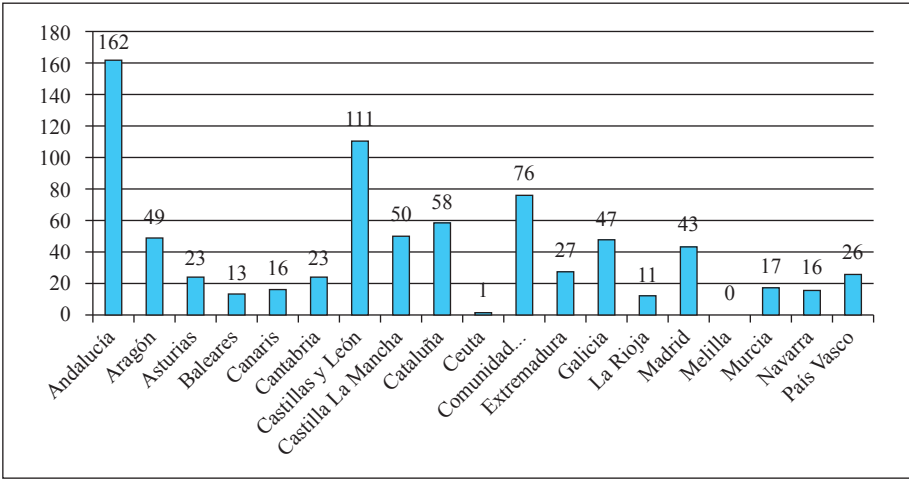
Tabla 3. Empresas de turismo activo del territorio español

Ranking	Comunidad autónoma	Nº empresas	%	Terrestres	Acuáticas	Aéreas
1	Andalucía	162	21,07	143	21	14
6	Aragón	49	6,37	43	15	2
10	Asturias	23	2,99	20	8	0
12	Baleares	13	1,69	10	5	0
11	Canarias	16	2,08	13	3	1
10	Cantabria	23	2,99	22	3	1
2	Castilla y León	111	14,43	103	14	5
5	Castilla La Mancha	50	6,50	58	12	2
4	Cataluña	58	7,54	56	5	2
14	Ceuta	1	0,13	1	0	0
3	Comunidad Valenciana	76	9,88	69	8	5
9	Extremadura	27	3,51	27	3	0
7	Galicia	47	6,11	40	18	3
13	La Rioja	11	1,43	11	0	0

Ranking	Comunidad autónoma	Nº empresas	%	Terrestres	Acuáticas	Aéreas
8	Madrid	43	5,59	37	2	1
15	Melilla	0	0,00	0	0	0
11	Murcia	17	2,21	15	5	0
11	Navarra	16	2,08	13	3	0
9	País Vasco	26	3,38	23	6	1
	TOTAL	769	100,00	704	131	37

Fuente: elaboración propia a partir de ruraliberica.com (abril 2012)

Gráfico 3. Empresas de turismo activo en España



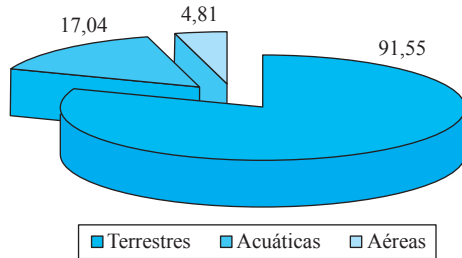
Fuente: elaboración propia a partir de ruraliberica.com (abril 2012)

por 704 empresas de la muestra analizada, entre las que destacan el senderismo, *quads*, barranquismo, ciclomontañismo, marcha a caballo y *paintball*. Es el medio preferido tanto para iniciar la actividad en este sector como para ampliar cartera, lo que lleva a deducir qué es lo que requiere menor inversión, preparación o condiciones más específicas. Tan solo el 17,04% de las empresas ofertan alguna actividad de tipo acuático y se centran en el *rafting*, piragüismo y algún paseo en velero u otra embarcación de recreo. Finalmente destaca la escasa oferta de actividades aéreas, que se limita al 4,81% de las empresas analizadas, las cuales ofertan paseos en globo y parapente en la mayoría de los casos.

Tanto las actividades acuáticas como aéreas son complementarias a las actividades terrestres, presentes en la mayor parte de las empresas analizadas (91,55%), siendo pocas las empresas que optan por especializarse en uno solo de estos dos medios (gráfico 4).

En lo que atañe a las actividades ofertadas, el rango se mueve en un mínimo de una —empresas que se especializan en una sola actividad— hasta más de treinta actividades diferentes, existiendo incluso la posibilidad de confeccionar paquetes de actividades en función del gusto del consumidor, produciéndose así cierta oferta personalizada también en este sector. La tendencia media es ofrecer alrededor de diez actividades.

Gráfico 4. Oferta de actividades de turismo activo en España según medio natural (%)



Fuente: elaboración propia a partir de ruraliberica.com (junio 2011)

5. Conclusiones

Una vez reconocida la importancia que el turismo puede representar para el desarrollo de una zona rural, nació el interés por parte de muchos destinos de atraer a los visitantes con el reclamo de sus recursos turísticos (Solsona 2008: 261). Como parte de estos recursos son habituales los naturales, propios de las zonas rurales; en la última década ha tomado notable importancia el turismo de naturaleza, y más concretamente una tipología perteneciente a este: el turismo activo. El actual turista está ávido por vivir experiencias, sensaciones y emociones, propias de la actual economía de experiencias en la que estamos inmersos. Y como respuesta a tal demanda, las actividades del turismo activo se presentan como idóneas, ya que suponen «realización de actividades deportivas de diferente intensidad física y que usen expresamente los recursos naturales sin degradarlos» (Antar-Ecotono, 2004, p. 14). Dentro de las distintas modalidades pertenecientes al turismo de naturaleza ya explicadas al inicio de este artículo, es la citada la que requiere una mayor actividad física y genera mayor número de sensaciones. Se está haciendo referencia a actividades como el *rafting*, kayak, globo, paracaidismo, senderismo o rutas 4x4, entre otras, ya que tanto el medio terrestre, como el acuático o aéreo es apropiado para este tipo de turismo.

En el caso del territorio español, existen una serie de reclamos turísticos, como su paisaje, topografía y entornos naturales, que han sido aprovechados por numerosas empresas para ofertar actividades de turismo activo que se desarrollen en tales entornos. Se puede concluir diciendo que España se convierte por tanto en un escenario favorable para todo tipo de actividades propias de este tipo de turismo, ya sean acuáticas, en sus numerosos ríos o extensos kilómetros de costa, o aéreas y terrestres, con multitud de zonas montañosas, senderos, barrancos o valles, susceptibles de ser aprovechados para el disfrute del turista activo. Por ello, actualmente España oferta a través de más de 700 empresas repartidas en todo su territorio, multitud de productos de esta tipología turística, desde las más conocidos y esperados como el senderismo, ciclomontañismo, *quads* o escalada, a los más novedosos y tal vez todavía poco conocidos, como los juegos de pistas o los enfocados a la cooperación en equipo y desarrollo de habilidades, como el *team building*. Además, tras realizar un análisis de contenido de las webs de las 724 empresas que actualmente ofrecen alguna actividad de este tipo, se extrae que de los tres medios analizados en el presente artículo —terrestre, acuático y aéreo—, destacan las actividades de tipo terrestre y llama la atención la escasa oferta en cuanto a actividades de tipo aéreo, medio todavía por explotar por gran parte de las empresas de turismo activo existentes en el país.

Referencias bibliográficas

- Acuña, Ángel (1991). *Manual didáctico de actividades en la naturaleza*. Sevilla: Ediciones Wanceulen.
- Antar-Ecotono, U.T.E. (2004). *El turismo de naturaleza en España y su plan de impulso*. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.

- Araújo, Noelia, Valerià Paül y José Antonio Fraiz (2011). El turismo activo o de aventura como componente destacado del turismo de naturaleza. Análisis de la oferta en Galicia. *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 4, 8-31.
- Ascaso, Jorge (1996). *Actividades en la naturaleza: la actividad física y deportiva extraescolar en los centros educativos*. Ministerio de Educación y Ciencia.
- Bordeau, Pierre (1994). D'eau et de rocher: le canyoning. *Les Cahiers Espaces*, 35, 49-54.
- Bouet, Michel (1968). *Signification du sport*. Paris: Éditions Universitaires.
- Buckley, Ralf (2004). Skilled commercial adventure: The edge of tourism. En T. V. Singh (ed.), *New horizons in tourism* (pp. 37-48). Oxford: CAB International.
- Buckley, Ralf (2007). Adventure tourism products: Price, duration, size, skill, remoteness. *Tourism Management*, 28, 428-433.
- Fuentes, Rafael (1995). *El turismo rural en España. Especial referencia al análisis de la demanda*. Madrid: Ministerio de Comercio y Turismo.
- Funollet, Feliu (1995). Propuesta de clasificación de las actividades deportivas en el medio natural. *Apunts*, 41, 124-129.
- Kane, Maurice y Robyn Zink (2004). Package adventure tours: Markers in serious leisure careers. *Leisure Studies*, 3(4), 329-345.
- Luque, Ana María (2003). La evaluación del medio para la práctica de actividades turístico-deportivas en la naturaleza. *Cuadernos de Turismo*, 12, 131-149.
- Mediano, Lucía (2008). Los retos del marketing en el turismo rural. En J.I. Pulido, *El turismo rural: estructura económica y configuración territorial en España rural* (pp. 235-259). Madrid: Ed. Síntesis.
- Mezyed, R. (2005). Turismo rural y actividades al aire libre en España. *Análisis*.
- Middleton, Victor, Allan Fyall y Michael Morgan (2009). *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford/Burlington: Butterworth-Heinemann.
- Miranda, Julián, Enrique Lacasa e Ignacio Muro (1995). Actividades físicas en la naturaleza: un objeto a investigar. Dimensiones científicas. *Apunts: educación física i sports*, 41, 108-123. Generalitat de Catalunya, Barcelona.
- Nasser, Dirk (1995). «Deporte y turismo activo: una reflexión sociológica». Primer Congreso de Turismo Rural y Turismo Activo (pp. 481-499). Junta de Castilla y León, Ávila.
- Olivera, Javier (1995). Las actividades físicas de aventura en la naturaleza: análisis sociocultural. *Revista Apunts*, 41, 5-8.
- Peñalver, María Teresa (2004). El turismo activo como alternativa y complemento al modelo turístico en la región de Murcia. *Cuadernos de Turismo*, 14, 179-215.
- Solsona, Javier (2008). Las marcas-destino de turismo rural en España. En J.I. Pulido, *El turismo rural: estructura económica y configuración territorial en España rural* (pp. 262-286). Madrid: Ed. Síntesis.

Páginas web

- Instituto Nacional de Estadística (INE). Consulta: 7/6/2012 <www.ine.es>
- Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. Consulta: 7/6/2012 <www.magrama.gob.es>

Fecha de recepción: 24 de noviembre de 2011

Fecha de aceptación: 06 de mayo de 2012

Correspondencia: naraujo@uvigo.es

jafraiz@uvigo.es

v.pau.carril@usc.es