

 **Turismo activo: análisis de la satisfacción de las personas usuarias y de la calidad del servicio de las empresas en Castilla y León.**

**Perrino-Peña, Maríaa, Bravo Calderón, Ángelab**

a Universidad de León, FCAFD - Campus de Vegazana, s/n, 24007, León, email: mperp@unileon.es

b Universidad de León, FCAFD - Campus de Vegazana, s/n, 24007, León, e-mail: abravc00@estudiantes.unileon.es

**Palabras clave:** turismo activo, satisfacción, empresas deportivas, Castilla y León, gestión de la calidad.

 **Grupo de trabajo:** GT 29 – Sociología del Deporte.

**1) Introducción: presentación y objetivos**

En la actualidad, y una vez superada la pandemia por covid19, la población española continúa realizando práctica de actividad físico-deportiva de forma habitual y a un ritmo creciente, según datos incluidos en el Anuario de Estadísticas Deportivas (Ministerio de Cultura y Deporte, 2022). Las actividades físico-deportivas al aire libre y en la naturaleza continúan teniendo un volumen elevado de practicantes, si bien el turismo de naturaleza aún no alcanza las cifras porcentuales prepandémicas (8,8% en 2019 frente a un 7,2% en 2022) en volumen de viajes, al contrario que otros tipos de turismo (cultural, gastronómico). Sin embargo, sí ha aumentado el gasto total destinado, lo cual indica que el turista de naturaleza busca una mayor calidad en sus viajes, está dispuesto a pagar más por ello. El turismo activo (TA) se puede definir como un conjunto de actividades físicas guiadas, desarrolladas por empresas o profesionales que se suelen desarrollar principalmente en la naturaleza, y que conllevan un cierto riesgo inherente a su práctica (Gómez Varela, Rodríguez y Rico, 2021). Siguiendo a la *Adventure Travel Trade Association* (ATTA), el turismo activo comprende un heterogéneo grupo de actividades físicas y deportivas, configurando un catálogo abierto ante la incesante incorporación de nuevas propuestas, aparición de nuevos equipamientos, y el planteamiento novedoso y ecléctico que subyace en su dinámica interna. Esto lo hace especialmente atractivo para gran parte de la población. La Organización Mundial para el Turismo (OMT) afirma que es uno de los sectores con mayor crecimiento en la actualidad, representando el 9% del PIB mundial. En España, la actividad turística alcanzó los 155.946 millones de euros en 2022, un 11,6% del PIB, lo que supuso 3,9 puntos más que 2021, lo que refleja su gran relevancia (INE, 2023). En Castilla y León, una población con más de 2.200 municipios menores de 20.000 habitantes, que podemos definir como entornos rurales, y con unas posibilidades excelentes para este tipo de turismo (montañas, lagos, parques naturales y espacios protegidos…) es, si cabe, más importante promocionar esta actividad. En 2020 esta Comunidad Autónoma contaba con 330 empresas de TA, si bien en 2022 la cifra se redujo a 270, según datos del registro de la Asociación de Turismo Activo de Castilla y León (ATACYL), debido en parte a las consecuencias de la pandemia por covid19. Actualmente, a nivel estatal existen más de 4.000 empresas del sector, según datos de la Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo y Ecoturismo (ANETAE, 2020). En la última década el turismo activo en la naturaleza se ha convertido en una gran ventana de oportunidades a nivel comercial, visibilizando un gran crecimiento para ser la opción vacacional de la población, a corto plazo (Mediano, 2008, citado en: Araújo, Fraiz, y Paül, 2012).

El presente estudio tiene como objetivo principal conocer la satisfacción de los usuarios de las actividades de empresas de turismo activo de Castilla y León y de la calidad de sus servicios; y, además, indagar en esas percepciones desde el punto de vista de las propias empresas. Este estudio se desarrolla como consecuencia de la ausencia de estudios concretos adaptados al ámbito concreto del TA en Castilla y León, que valoren estos aspectos. Se plantea como hipótesis fundamental que la mayor parte de empresas del sector en esta Comunidad Autónoma carecen de instrumentos de valoración de la calidad de sus servicios y de las opiniones acerca de las actividades y servicios que ofrecen. Asimismo, como segunda hipótesis, se plantea que el usuario escoge el tipo de actividad y con qué empresa realizarla, en primer lugar, por la diversión y, en segundo lugar, por la seguridad. En tercer lugar, estarían los aspectos positivos relacionados con los monitores, como la competencia o el buen trato recibido.

**2) Planteamiento teórico-metodológico**

El presente estudio, de índole descriptiva, parte de una metodología fundamentalmente cuantitativa. La técnica utilizada fue la encuesta, en concreto, el cuestionario EPOD: Escala de Percepción de Organizaciones Deportivas (Nuviala et al., 2008), adaptándolo ligeramente al contexto del turismo activo, dirigido a las personas usuarias de estas actividades. También se utilizó el cuestionario HEVA (Herramienta de Evaluación de la Calidad, Mediavilla-Saldaña, 2013), dirigido a las empresas de turismo activo de Castilla y León registradas en ATACYL. La muestra la conformaron un total de 100 personas (64 mujeres y 36 hombres, españoles y con una edad media de 24 años) y, por otro lado, 6 empresas representantes del sector. A través del tratamiento estadístico descriptivo de los datos obtenidos se identificaron algunos aspectos clave en la valoración positiva o negativa de la calidad de los servicios y de las cuestiones que aportan un nivel de satisfacción elevado al usuario. Finalmente se ha elaborado informes con los resultados más relevantes, para ser repartidos entre las empresas participantes, con el fin de ampliar el conocimiento de estas, y de ayudarles a mejorar de la calidad de sus servicios, cumpliendo con las expectativas de los usuarios. Podemos considerar que el estudio tiene enfoque mixto, pues a la hora de elaborar los informes se utiliza el método cualitativo.

**3) Resultados: principales aportaciones, resultados y conclusiones**

Una vez analizados los resultados, observamos que la mayor parte de las actividades realizadas por los encuestados son de agua (57% de los participantes), seguidas de actividades de tipo terrestre (41%), y únicamente un 2% realizó actividades aéreas. En relación con las empresas de TA con las que realizaron las actividades, el 56% de los encuestados afirma no acordarse del nombre de la empresa con la que realizó la actividad.

Conforme a la opinión de los usuarios podemos establecer que valoran en mayor proporción aspectos relacionados con el grado de diversión, los conocimientos y la experiencia previa del personal (monitores), su trato, la correcta adecuación de la duración de cada actividad, el adecuado planteamiento la facilidad para incorporarse a ella. Aunque a menudo las instalaciones en este tipo de empresas de turismo activo tengan un carácter más secundario, al no ser siempre utilizadas, los usuarios en general reflejan una valoración baja acerca de su equipamiento y amplitud.

La mayoría de las empresas afirman medir la calidad del servicio que perciben las personas usuarias y aseguran conocer qué parámetros de calidad perciben los clientes, aunque no especifican de qué forma o con que herramienta lo hacen; además, solo la mitad dicen realizar un seguimiento de la opinión de los usuarios.

Finalmente, en relación con la segunda hipótesis, el ítem mejor valorado fue que las actividades fuesen amenas y, a continuación, los ítems relacionados con el trato del personal (monitor/a): su actitud, puntualidad, conocimientos y experiencia previa en el desarrollo de las actividades. Se debe destacar que la parte de la hipótesis relacionada con la seguridad de las actividades no se pudo constatar, debido a la falta de ítems relacionados con esta cuestión.

Tras este estudio se puede afirmar que el cuestionario EPOD modificado, tras añadirle determinados ítems que valoren cuestiones de seguridad y proceder a su validación, parece ser adecuado para evaluar la calidad de las actividades ofertadas por las empresas de turismo activo percibida por los usuarios. Las empresas participantes valoraron positivamente la información recibida a través del informe realizado, que se les entregó al finalizar la investigación.

 **Referencias bibliográficas**

Adventure Travel Trade Association (ATTA) (en línea).<https://www.adventure.travel/>, acceso 2 de marzo de 2023.

ANETAE (2020). Informe Turismo Activo 2020 (en línea). <https://www.anetae.es/informes/>, acceso 7 de febrero de 2024.

Araújo, N., Fraiz, J. A., Paül, V. (2012). El turismo activo como modalidad turística en expansión. Análisis de la oferta de turismo activo en España. Contabilidad y Negocios, 7(13), 59-70.

Ministerio de Cultura y Deporte (2023). Anuario de Estadísticas Deportivas 2022 (en línea). <https://www.educacionyfp.gob.es/servicios-al-ciudadano/estadisticas/deportes/anuario-estadisticas-deportivas.html>, acceso 14 de mayo de 2023.

Gómez Varela, J., Rodríguez, D., Rico, J. (2020). Reactivación de las actividades del turismo activo español hacia la “nueva normalidad” de la COVID-19: Análisis documental sobre su regulación, recomendaciones, propuestas y protocolos. ROTUR. Revista de Ocio y Turismo, *14* (1-22). Doi: 10.17979/rotur.2020.14.2.6583.

INE (Instituto Nacional de Estadística). Cuenta satélite del turismo en España. Año 2022 (en línea). <https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=estadistica_C&cid=1254736169169&menu=ultiDatos&idp=1254735576863>, acceso: 20 de febrero de 2024.

Mediavilla-Saldaña, L. (2013). HEVA, un modelo de análisis de las empresas de turismo de aventura. Ágora para la educación física y el deporte, 15(2), 152-164. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/23758>

Nuviala, A., Tamayo, J. A., Iranzo, J., y Falcón, D. (2008). Creación, diseño, validación y puesta en práctica de un instrumento de medición de la satisfacción de usuarios de organizaciones que prestan servicios deportivos. Retos: nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación, 14, 10-16.

Organización Mundial para el Turismo (OMT) (en línea). <https://www.unwto.org>, acceso 12 de septiembre de 2023.

