



Estudio del perfil empresarial de las empresas de turismo activo y turismo de aventura (TA²) a través del análisis de los estatutos depositados en el registro mercantil de Madrid.

LÁZARO MEDIAVILLA SALDAÑA

SERGIO VILLOTA VALVERDE

YOLANDA GARCÍA CALAHORRO

DANIEL ORTIZ GARCÍA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES, DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y
DEL DEPORTE

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE MADRID

lazaro.mediavilla@upm.es

Resumen: Las empresas de cualquier sector deben inscribirse en el registro mercantil de la provincia cumpliendo la normativa donde se identifica el objeto que posee la entidad y los objetivos empresariales que van a desarrollar durante su proceso mercantil, todo ello reflejado en sus estatutos. Desde la identificación, análisis y estudio de esta información, a través de una metodología

observacional, interpretativa, analítica, cuantitativa y cualitativa se ha reconocido el perfil empresarial de las empresas que están en el registro mercantil de Madrid dentro del ámbito del “turismo activo y turismo de aventura” (TA²).

Se identifica, la forma jurídica que poseen estas empresas así como el histórico puntual de los años 2008 y 2012 para poder realizar una comparativa de datos de empresas registradas. Existe una tendencia empresarial en relación a años anteriores, identificándolos valores representativos y pudiendo conocer la realidad de la actividad empresarial del turismo activo, en concreto en un registro mercantil como el de Madrid que por su volumen de población es importante para cualquier sector empresarial, pero a la vez hace que pueda ser extrapolable a otros registros de otras comunidades. En definitiva se observa una gran dispersión en los datos, reconociendo una vida media de las empresas, así como la desaparición de un elevado número de ellas, lo cual, está ligado a la falta de demanda ya que el 2008 es el año donde la crisis afecta a todos los sectores y al turístico también, y como no, al turismo activo.

Palabras claves: Turismo activo, turismo de aventura, perfil empresarial, empresas, objetivo empresarial, estatutos y objetivos de empresa.

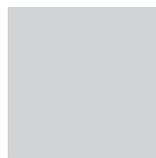
Study of the business profile of active tourist and adventure tourism (TA²) companies through the analysis of the statutes deposited in the business register of Madrid.

Abstract: Companies of all sectors should register with the Business Register for their province, thereby complying with standard procedure, in which the purpose of such entity is identified, along with the business objectives to be pursued during its commercial life, as per its statutes. From the identification, analysis and study of such information, using an observational, interpretative, analytical, quantitative and qualitative methodology, the business profile of companies appearing in the commercial register of Madrid have been looked at within the sphere of “active tourism and adventure tourism” (TA²).

The legal profile of these companies is identified along with their track record between 2008 and 2012 in order to compare and contrast the data gleaned from the registered companies. There is a business trend with respect to previous years with representative values being identified, enabling us to explore the reality of the business activity of active tourism, in particular in the commercial register such as the one in Madrid. On account of the size of its population, this is significant for any business sector, while also making it possible to extrapolate the data to the records of other communities. In short, a large dispersion can be observed in the data, recognising an average life for such companies, as well as the disappearance of quite a large number of them. This stems from the lack of demand, since 2008 was the year when the crisis affected all sectors, tourism included, and of course active tourism followed the same fate.

Key Words: Active tourism, adventure tourism, business profile, companies, business objectives, corporate statutes and objectives.

Estudio del perfil empresarial de las empresas de turismo activo, a través del análisis de los estatutos depositados en el registro mercantil de Madrid



Lázaro
Mediavilla Saldaña

Sergio
Villota Valverde

Yolanda
García Calahorro

Daniel
Ortiz García

Recibido: 9/04/2015
Aceptado: 20/09/2015

INTRODUCCIÓN

El auge y la importancia del turismo en nuestro país, y concretamente del turismo rural (TR) y turismo activo y de aventura (TA²)¹ es tal, que con el paso de los años han ido apareciendo gran cantidad de normas y leyes con el objetivo de regular el sector, para garantizar su correcto funcionamiento, así como una calidad mínima que garantice una homogeneidad en toda la oferta del servicio.

Existen diversas leyes de ámbito nacional que regulan el sector del turismo. Si bien, y debido a la transferencia de ciertas competencias recogida en la Constitución Española de 1978, la potestad reguladora final corresponde a las Autonomías, lo que ha generado una gran diversidad de legislación, e incluso la ausencia de ella en algunos territorios (Nasarre y Mediavilla, 2007 y Nasarre, 2008).

¹ Utilizaremos este acrónimo para reflejar el ámbito del “Turismo Activo y el Turismo de Aventura” citados por autores a lo largo de la existencia de este sector tan específico y que utilizaremos con el fin de hacer más amena la lectura del artículo (TA²). No siendo objeto de esta investigación el estudio conceptual.

Los diversos requisitos recogidos tanto en las normas nacionales como en las autonómicas es la subdivisión de los mismos en generales (comunes a todas las empresas, sean del ámbito que sean) y específicos (propios de la actividad que desarrollen). Estos requisitos específicos marcan las exigencias propias del sector, enmarcando de esta manera los requerimientos propios que el sector del TA² está obligado a cumplir. Todos estos salvoconductos administrativos conducen a un mayor reconocimiento del propio sector (Aguirre, Castillo, y Tous, 1999; ANETA, 2009; Arcos, 2004).

Los decretos autonómicos que recogen las exigencias del sector evolucionan desde el año 1992 (Decreto por el que se establecen los requisitos que tienen que reunir las empresas dedicadas a la organización de actividades deportivas de recreo y turísticas de aventura 81/1991 de la Generalitat de Cataluña, 1991), que fue el primero, hasta el año 2012 (Decreto 22/20120 de 27 de enero, del Consejo regulador del Turismo Activo en la Comunidad Valenciana, 2012), que es el más actual y el que refleja las exigencias del sector, siguiendo el guión del resto de los decretos de las CCAA² que ya han sido publicados, sobre todo, de aquellos con una antigüedad de menos de diez años.

Para centrar este estudio nos centraremos en la última definición que se ha aportado de forma científica y que identifica al sector del TA²:

Servicio relacionado con la actividad turística y deportiva realizada a través de empresas reconocidas y especializadas en actividades físicas y recreativas; teniendo como escenario, básicamente, el espacio natural y que implica un compromiso de esfuerzo físico asumido y conocido de forma voluntaria por el cliente (Mediavilla, 2011, pp. 94).

De los decretos y órdenes publicadas³ que regulan los requisitos y procedimientos para la constitución de empresas de TA², se observa que de forma común aparecen dos apartados:

² Comunidades Autónomas.

³ Decreto por el que se aprueba el reglamento de desarrollo de la Ley 2/2001, de 31 de mayo, de Turismo de la Rioja 111/2003, 2001; Decreto por el que se reglamenta la actuación de las empresas relacionadas con la organización de actividades de turismo activo 116/1999, 1999; Decreto de refundición en material de agencias de viajes, guías de turismo y turismo activo 42/2001, 2001; Decreto de turismo en el medio rural y turismo activo 20/2002, 2002; Decreto por el que

A. Requisitos y obligaciones (tabla 1): apartado en el que se reflejan las especificidades propias de cada empresa, así como sus relaciones con los clientes. Los sub apartados que se incluyen son:

Tabla 1. Requisitos y obligaciones. Elaboración propia

- Memoria de actividades.	- Información.
- Personal.	- Obligaciones del usuario.
- Equipo y material.	- Precios y comunicaciones de los mismos.
- Locales.	- Hojas de reclamaciones de los mismos.
- Seguridad y prevención de accidentes.	

B. Procedimientos de autorización (tabla 2): donde se reflejan los elementos necesarios y los requisitos imprescindibles de carácter general que se han de cumplir para el registro de una empresa de TA.

se regulan las actividades de observación de cetáceos 178/2000, 2000; Decreto por el que se regulan los alojamientos y actividades turísticas en el medio rural de Cantabria 31/1997, 1997; Decreto por el que se regulan las empresas de turismo activo de la región de Murcia 320/2007, 2007; Decreto de ordenación de las empresas de turismo activo de Castilla-La Mancha 77/2005, 2005; Decreto por el que se establecen los requisitos que tienen que reunir las empresas dedicadas a la organización de actividades deportivas de recreo y turísticas de aventura 81/1991, 1991; Decreto por el que se regulan las actividades físico-deportivas en el medio natural 56/2003, 2003; Decreto por el que se aprueba el reglamento de las empresas de turismo activo 55/2008, 2008; Decreto por el que se regula el ejercicio y actuación de las empresas dedicadas a la prestación de servicios de turismo activo y de aventura 146/2000, 2000; Decreto de Turismo Activo 92/2002, 2002; Decreto por el que se regula la ordenación de las empresas de turismo activo de la Comunidad de Castilla y León 96/2007, 2007; Decreto foral 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 288/2004, 2004; Orden por la que se establecen obligaciones y condiciones medioambientales para la práctica de las actividades integrales del turismo activo, 2003; Orden por la que se desarrolla la disposición adicional segunda del decreto 178/2000 que regula las actividades de observación de cetáceos, 2003; Orden por la que se especifican las actividades deportivas de recreo y turísticas de aventura, 1991 y Orden 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 CYT 1865/2007, 2007. Decreto 22/2012, de 27 de enero, del Consejo, regulador del turismo activo en la Comunidad Valenciana.

Tabla 2. Procedimientos de autorización. Elaboración propia.

<ul style="list-style-type: none"> - Autorización. - Registro: estatutos y objeto de la empresa. - Memoria de actividades, materiales y equipos. - Relación de personal técnico. - Licencias turísticas del ayuntamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> - Seguros de responsabilidad con un mínimo y una franquicia máxima. - Protocolo de actuación en rescates y emergencias. - Local, en caso de tenerlo o necesitarlo, su título correspondiente y plano. - Copia del plazo del seguro de accidentes.
--	--

De todos los requisitos administrativos necesarios para la constitución de una empresa de TA², los estatutos son el objeto que refleja la verdadera intencionalidad de estas ya que, partiendo de un modelo genérico para todas las empresas más o menos parecido, sólo el responsable o los responsables de cada empresa que se registra, rellena de forma personal e intransferible el objeto específico de la sociedad, que debe reflejar la misión y visión que desea prestar de forma libre y voluntaria. Es en este apartado donde se refleja el verdadero sentido empresarial de la entidad, sin estar obligado a adscribirse a ningún tipo de epígrafe formal y cerrado que le condicione a asumir competencias no deseadas.

Estudios anteriores (Jimenez y Gómez, 2004), identifican que dichos objetos de los estatutos de las empresas de TA² reflejan una multidisciplinariedad empresarial. Dicha circunstancia explica la razón por la cual se podría relacionar al TA² con otros sectores empresariales en función de la demanda del cliente (Costa, 2002), pudiendo llegar a originar intrusismo profesional. En esta caso de la comunidad de Madrid, está relacionada en las guías publicitarias con el turismo rural (TR), razón por la cual se identifica de forma conjunta en algunos resultados.

Así encontramos una amplia relación de entidades que poseen algún tipo de proximidad laboral con el sector del TA² (tabla 3), sin que éste sea su objeto principal, tales como:

Tabla 3: Actividades laborales relacionadas con el sector específico del TA²:

- Agencias de viajes.	- Tiendas: material deportivo.
- Transporte.	- Escuelas: entidades de formación, educación ambiental, etc.
- Alquileres.	- Consultorías, etc.
- Alojamiento: camping, TR, etc.	

Todas estas actividades mercantiles no constituyen el eje central de la empresa de TA², pero son actividades complementarias⁴ (Figerola, 2000) necesarias, en algunos casos, para desarrollar su objeto empresarial.

Existen actividades mercantiles complementarias, como las anteriormente aludidas, que pueden incrementar el valor de la actividad empresarial principal y a las que la empresa de TA² puede llegar a acogerse, a través de acciones que evitan el intrusismo laboral. El denominador común de estas acciones es aportar al cliente el servicio y no obtener más beneficio que en la actividad principal en la cual se está registrada.

Para mostrar gráficamente lo desarrollado en los párrafos anteriores, se ha creado la Figura 1, en la cual se pueden identificar las actividades complementarias más ligadas al TA² (Círculos azules)⁵. A su vez aparece una "V de color rojo", la cual permite agrupar las diferentes actividades mercantiles complementarias, en función de la demanda del cliente.

⁴ Se define como actividad complementaria aquella que aporta un mayor valor y/o que facilita el desarrollo de un servicio de una actividad principal (Figerola, 2000), en este caso turístico.

⁵ Venta y alquiler: existen empresas que facilitan material al cliente, desde material técnico hasta obsequios turísticos.

· Información turística: las empresas de TA se ven obligadas a ser centros de información turística por la ubicación que poseen.

· Alojamiento: Facilitar el alojamiento supone un valor reconocido para el cliente que va a disfrutar de una actividad de turismo activo.

· Alimentación: Se trata de solucionar una falta de previsión del cliente o aportar un valor más al servicio. Esta necesidad puede ser suplida por la intervención del cliente como parte ajena a la entidad.

· Transporte: entendiéndose como tal el elemento necesario para el desplazamiento del cliente a la hora de realizar la actividad; bien porque la actividad exija que el comienzo o finalización del recorrido estén ubicados en puntos diferentes o porque la base de la empresa esté alejada del espacio donde se realiza la actividad, siempre para facilitar el servicio al cliente.

Los elementos más relacionados directamente con el TA² están en el interior de esta “V roja”, como por ejemplo el transporte del cliente hasta la zona de la actividad y, fuera de ella, otras actividades complementarias que pueden ser representativas para la satisfacción del cliente, pero que van a estar relacionadas con las necesidades de este en cada momento, como en este caso puede ser el alojamiento. Dicha “V” se centra, en base al cliente, en una o varias actividades mercantiles complementarias en función de la actividad principal de TA², pivotando siempre sobre este.

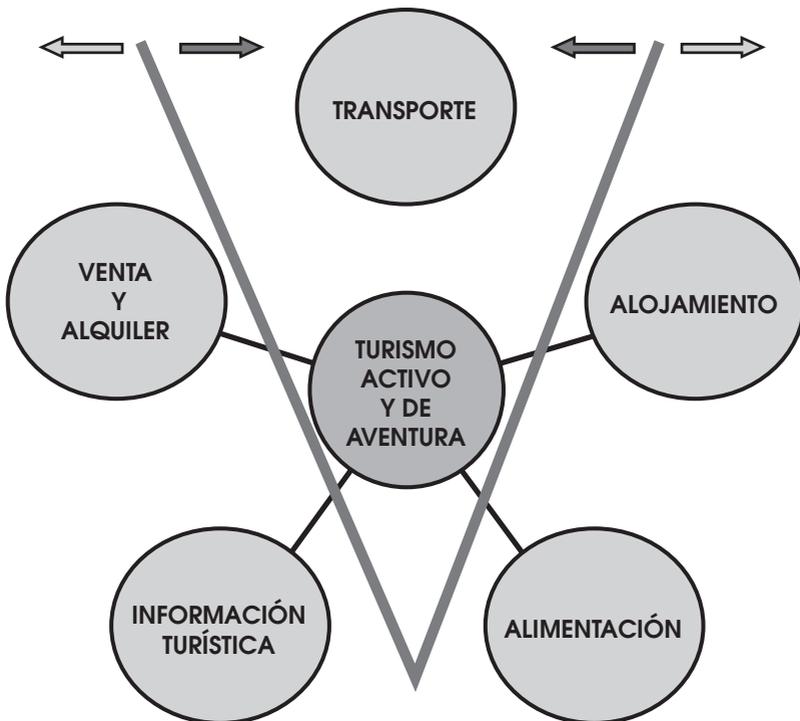


Figura1: Ámbitos relacionales del TA², el transporte y otras actividades.

OBJETIVO DEL ESTUDIO

El objetivo general del estudio es identificar y reconocer el perfil sectorial y empresarial que poseen las entidades que desarrollan servicios en el ámbito del TA².

Como objetivos específicos se destaca:

- Reconocer la relevancia del perfil de TA² de forma específica dentro de los estatutos que conforman este tipo de entidades.
- Identificar las actividades principales y complementarias que desarrollan este tipo de empresas dentro del sector del turismo.

MATERIAL Y MÉTODO

Se realiza un estudio de tipo descriptivo interpretativo por medio de la técnica observacional durante dos periodos concretos de tiempo y realizando un análisis cuantitativo y cualitativo de los datos obtenidos.

Tratando de buscar el sentido más genuino del TA², se planteó analizar (Babbie, 2000; Cea, 2004; Díaz de Rada, 2002), los estatutos de las empresas de TA² registradas en aquella comunidad autónoma con un mayor volumen de empresas en dicho sector específico. Las cuales no poseen ordenación legislativa específica del propio sector.

Las comunidades autónomas que, entre 2008 y 2012 (ambos inclusive), no poseían ningún tipo de regulación eran: Madrid, Extremadura, País Vasco, Islas Canarias, Islas Baleares, además de las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla. La región que presenta un perfil relacionado con el sector del TA² con mayor volumen de empresas registradas es la comunidad de Madrid, que posee más de ciento veintiocho empresas censadas (CM, 2004 y CM, 2005).

Procedimiento

Se planteó realizar una búsqueda, observación directa y análisis en el registro mercantil de Madrid, con el fin de identificar todas las empresas de TA² censadas, a través de la identificación de los conceptos más relacionados con el sector, los ítem seleccionados fueron: escuelas, club, cuadras, *adventure*, ocio, naturaleza, natura, ocio y tiempo libre, deporte y aventura. La selección se realizó a través de una búsqueda en la base de datos propia del registro mercantil.

En las empresas identificadas, se ha estudiado: número de empresas, año de creación, antigüedad media, régimen jurídico y objetivos estatutarios declarados en el registro mercantil (actividades

principales y complementarias). Esta fase final se ha realizado de forma manual a través del análisis de los documentos digitalizados en el registro mercantil sobre los estatutos de cada empresa.

Una vez realizada esta búsqueda, se acotó el listado seleccionando aquellas entidades registradas en 2008 por un lado, y las registradas en 2012 por otro. De dichas entidades se analizaron los estatutos, prestando especial atención en el objeto empresarial, los objetivos identificados en los estatutos y a las actividades que desarrollan. También se analizaron las actividades complementarias expresadas, teniendo en cuenta únicamente aquellas que aparecieron en un 5% de las empresas como mínimo.

Análisis de datos

El proceso de recogida de datos, observación y análisis de los mismos se realizó en base al programa informático de análisis estadístico Excel v.2011 para Mac, y Excel v.2010 para Windows.

RESULTADOS

De los datos recogidos del registro mercantil de la Comunidad de Madrid (CM), encontramos que en los ítems estudiados aparecen 128 empresas en el año 2008, y 96 en el 2012 (Figura 2). Por lo que se ha producido un descenso del 25% en la oferta del año 2012 respecto de los datos del año 2008.

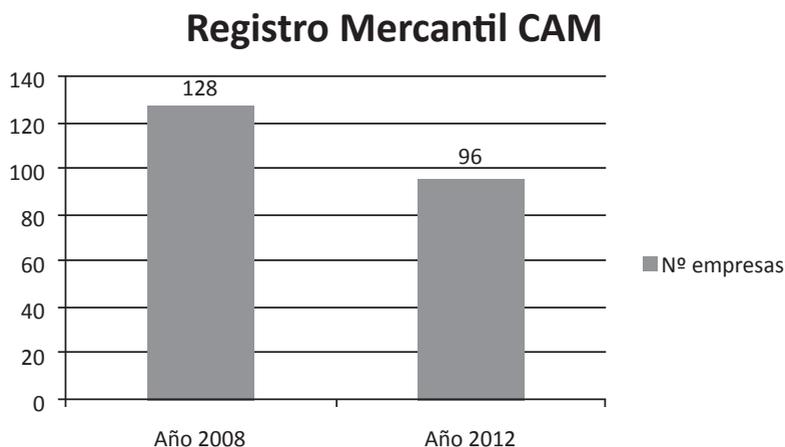


Figura 2: empresas censadas en el registro mercantil de Madrid.

En la Figura 3, se muestran los años de creación de las diferentes empresas analizadas. En el año 2008, se observa que el año en el que más empresas se crearon ($n=13$) fue en 1998. Si observamos la tendencia de la gráfica, podemos comprobar cómo desde 1980 hasta 1998 la creación de empresas disminuye, posteriormente, entre los años 1998 y 2003 el incremento de creación de empresas se mantiene más o menos estable hasta que a partir del 2003 decrece muy significativamente.

Por otro lado, en los datos correspondientes al censo del año 2012, encontramos que el año en el cuál se crearon un mayor número de empresas ($n=9$) fue el 2004. Opuestamente, se observa que en los años 2002 y 2012 no se ha creado ninguna empresa.

Esta gráfica muestra una gran irregularidad, alternándose años con una gran actividad (los años 1991, 1992, 2000, 2004 y 2009) con intervalos de mantenimiento o descenso. En relación al número de empresas creadas en los últimos 5 años, cabe resaltar que gracias al incremento que hubo en el año 2009, suman un total de 18 empresas. Así mismo se puede observar que desde el primer estudio (2008) hasta el segundo (2012), el número de empresas creadas ha sido de 18, siendo el año más significativo el 2009 en el que se crearon 8 nuevas compañías.

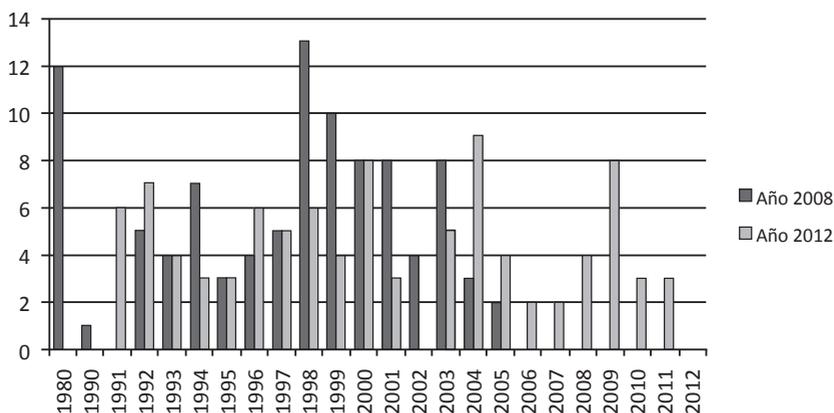


Figura 3: Año de creación de las empresas en función de los estudios realizados.

De los datos anteriores, se estima que la antigüedad media de las empresas es de alrededor de 12 años en las dos series

estudiadas, lo que indica que la vida media de las empresas se ha mantenido estable con el paso del tiempo.

Por otro lado, observamos en la figura 4, a través del análisis de los datos del registro mercantil, que el régimen jurídico mayoritario del sector en la CM es el de Sociedad Limitada (muy destacado en ambas series: 85%; n=84 en los datos correspondientes a 2008; y 95%; n=90 en el año 2012). En las empresas analizadas en el año 2008 aparecían igualmente una serie de empresas (12%; n=11) que se atenían a la forma de Sociedad Anónima, que prácticamente ha desaparecido en los datos de 2012 (únicamente una empresa; 1%). Observamos además, muy en la línea de lo comentado en la introducción, la aparición en la última serie de datos de una nueva forma jurídica, no existente en la previa, la Agrupación de Interés Económico (AIE), forma elegida por dos empresas (2%).

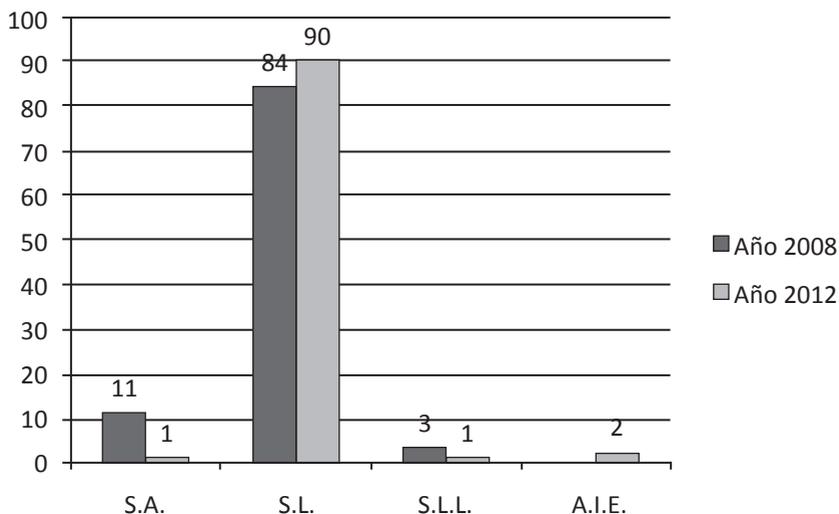


Figura 4: Regímenes jurídicos elegidos por las empresas.

En la tabla 4, podemos observar que, de entre todos los objetivos declarados en el censo del registro mercantil por parte de las empresas aparecen actividades específicas del sector, distribuidas por igual en función del medio en que se realiza la misma, por tierra, agua y aire. Así, las actividades de TA² en la naturaleza que aparecen son:

Tabla 4: Clasificación de actividades en las empresas de turismo activo y de aventura. Registro mercantil de la Comunidad de Madrid

CLASIFICACIÓN DE ACTIVIDADES EN LAS EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO Y DE AVENTURA. REGISTRO MERCANTIL DE LA COMUNIDAD DE MADRID EN 2008 y 2012		
Bici de montaña	Ala delta	Canoa
Escalada	Paramotor	Rafting
Espeleología	Parapente	Vela
Esquí alpino	Viajes en globo	Vela ligera
Paintball	Vuelo	Windsurf
Quad	Vuelo a vela	Buceo
Rapel	Puenting	Kayak de travesía
Rutas a caballo		Piragüismo
Senderismo		
Tiro con arco		

Por último, en la Figura 5, podemos observar las actividades complementarias expresadas en el registro mercantil, agrupadas por conjuntos de interés, y filtradas en función de su relevancia, mostrándose así, únicamente aquellas que aparecen en un 5% de las empresas como mínimo.

Encontramos que la actividad complementaria más importante ha sido, en ambas series, la explotación de accesorios deportivos (el diseño, desarrollo, exportación y venta de los mismos), expresada en un 9'5% (n=12) de las empresas censadas en el año 2008 y un 20'8% (n=20) en el año 2012.

De la misma magnitud en la primera serie (9'5%; n=9 en 2008), pero ligeramente inferior en el 2012 (18'7%; n=18) aparece la actividad inmobiliaria, bajo diferentes epígrafes como puede ser la venta, el alquiler, la rehabilitación o la construcción de viviendas o instalaciones tanto deportivas como hosteleras.

Por su incremento en los últimos cuatro años, destacan la explotación hostelera, que duplica su porcentaje, pasando del 7% en 2008 (n=9) al 14'6% en 2012 (n=14); la gestión de instalaciones deportivas asciende del 4% (n=5) al 8% (n=8); la edición de publicaciones, tanto publicidad, como el diseño de revistas, libros o manuales, así como el desarrollo de vídeo, que era puramente testimonial en 2008 (1'5%; n=2) y aparecen en el 8% de las empresas de 2012 (n=8).

Aparece en el registro del año 2012 una nueva categoría de actividades complementarias, el asesoramiento a otras empresas, expresado por 7% de las empresas en esta serie (n=7).

Por el contrario, encontramos un epígrafe en claro retroceso, las actividades con animales vivos, en el que hemos englobado las actividades complementarias agropecuarias, de cría, escuelas de monta y taurinas, etc. Si en el año 2008 el 7% de las empresas (n=9) lo expresaban, únicamente el 3% lo hacía en el 2012 (n=3).

ACTIVIDAD COMPLEMENTARIA

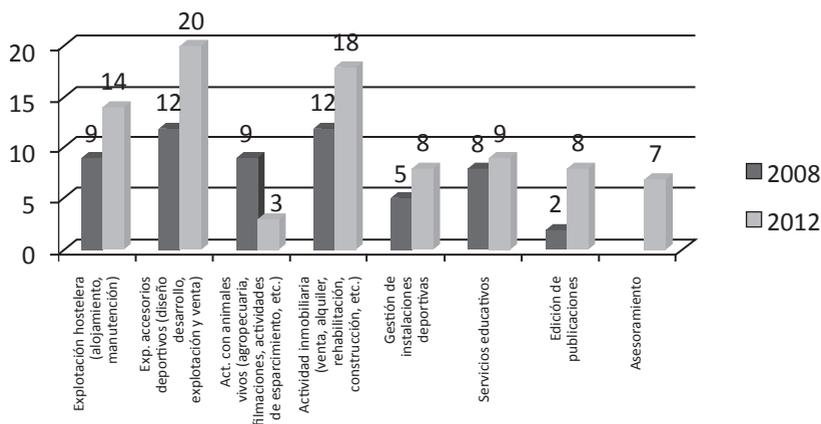


Figura 5: Actividad Complementaria de las empresas.

CONCLUSIONES

Este estudio ha permitido obtener el perfil administrativo del sector del TA² en la Comunidad de Madrid, transferible a otras

comunidades autónomas que poseen características similares en este sector; fruto de este análisis se destacan las siguientes conclusiones:

- El objeto principal reflejado en los estatutos de las empresas del sector del TA² es un “cajón de sastre” donde cabe casi cualquier actividad, en ocasiones ni siquiera relacionado con la especificidad del sector.
- Dentro de las actividades propias del TA² manifestadas como objeto principal, encontramos actividades tanto de tierra, aire y agua, tabla 4.
 - La vida media de las empresas es de 12 años.
 - La forma jurídica generalizada es la de Sociedad Limitada. La S.A. como las demás formas jurídicas (SLL y AIE) son prácticamente testimoniales (menos de un 5% en conjunto).
 - En cuanto a las actividades complementarias, destaca la explotación de accesorios deportivos, seguido de la actividad inmobiliaria y la explotación hostelera.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguirre, A., Castillo, A. M., y Tous, D. (1999). *Administración de organizaciones*. Madrid: Pirámides.
- ANETA. (2009). Asociación nacional de empresas de turismo activo. Consultado el 14-5-2009, en www.estiloactivo.es
- Arcos, A. (2004). Turismo rural y activo a tu alcance. En Lázaro, Y, *Ocio, Inclusión y Discapacidad* (pp. 329-340). Bilbao: Universidad de Deusto.
- Babbie, E. (2000). *Fundamento de la investigación social*. México DF: Internacional Thomson Editores.
- CM. (2004). *Gúia de turismo rural y activo*. Madrid: Consejería de Economía e Innovación Tecnológica.
- CM. (2005). *Guía de turismo rural y activo*. Madrid: Consejería de Economía e Innovación Tecnológica.
- Cea, M. (2004). *Métodos de encuesta. Teoría y práctica, errores y mejora*. Madrid: Síntesis.

- Díaz de Rada, V. (2002). *Tipos de encuestas y diseños de investigación*. Pamplona: Universidad Pública de Navarra.
- Jimenez, P. J., y Gómez, V. (2004). Gestión del riesgo en las empresas de turismo activo. *Apunts: Educación Física y Deportes* 75, 45-49.
- Mediavilla, L. (2011). *Áreas de influencia en el turismo activo*. Editorial Académica Española, Saarbrücken. Alemania.
- Nasarre, J. M. (2008). *Regulación jurídica de las empresas de turismo activo*. Zaragoza: PRAMES.
- Nasarre, J. M., y Mediavilla, L. (2007). Estudio de la situación de la legislación de turismo activo en España. Secretaría de Estado de Turismo.