



# **PLAN DE DESARROLLO SOSTENIBLE GAL ADECO BUREBA**

---

## **Turismo activo**

## 1. INTRODUCCIÓN GENERAL Y DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

El término “turismo activo”, denominado de distintas maneras en otras tantas fuentes (ocio activo, turismo alternativo, deporte de aventura, de ocio y tiempo libre, deportivo, etc.), hace referencia según la Organización Mundial del Turismo a un tipo de turismo en el que se busca “una actividad cultural, artesanal, de recreo o deporte, [...]. Actividades relacionadas con el mar y la playa (deportes náuticos), con la naturaleza (botánica, cicloturismo, marchas de montaña, ...) o con la cultura (antigüedades, gastronomía, espectáculos...) se incluirían en este grupo.”

La vinculación con la naturaleza y con el mundo rural es una de las características más importantes en este tipo de turismo, tanto que en muchas ocasiones se le considera como una de las formas del turismo rural. En este sentido se expresa 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 en su artículo 2.2:

“actividades turístico-deportivas y de ocio, que se practiquen **sirviéndose básicamente de los recursos que ofrece la propia naturaleza en el medio que se desarrollen**, sea este aéreo, terrestre de superficie o subterráneo o acuático y a las que es inherente el factor riesgo o cierto grado de esfuerzo físico o de destreza para su práctica.”

La presente propuesta estudia la actividad empresarial de turismo activo, teniendo en cuenta los siguientes factores:

- La riqueza orográfica y paisajística de la zona, conteniendo varias Zonas de Especial Protección para las Aves (ZEPAS) y Lugares de Importancia Comunitarias (LICs), además del Parque Natural de los Montes Obarenes.
- La existencia de una cierta demanda por parte de la población visitante, que desarrolla algunas actividades consideradas propias del turismo activo, como senderismo (75%), montar en bicicleta (25%) o practicar otros deportes (21%). (Plan de Desarrollo Sostenible Gal Adeco Bureba. Fase de Trabajo de Campo Cuantitativo. DGE Bruxelles S.L., 2011).
- Empresarios de la zona también mencionan la posibilidad de ofertar turismo de actividad (Bicicletas Todo Terreno o BTT, rutas a caballo, quads, etc.)
- Sólo existe una empresa de este tipo, en Belorado
- Es una iniciativa empresarial idónea para emprendedores jóvenes con conocimiento del territorio y habilidades gerenciales, deportivas y de animación.

Se trataría por tanto en una empresa dedicada al turismo activo, con un amplio abanico de productos a escoger u ofertar, que dependerán de, fundamentalmente, de la disponibilidad del emprendedor que podrá optar por un solo producto o combinar varios productos en función de sus conocimientos y habilidades.

El turismo activo puede ver limitado su desarrollo en zonas alejadas del punto de referencia si es necesario trasladar enseres; sin embargo cuando la actividad no exige grandes traslados y depende de otros recursos el desarrollo de la misma puede realizarse sin necesidad de un establecimiento preciso que determine el radio de acción de la actividad.

En principio, se proponen:

- Senderismo
- Recorridos en distintos tipos de ciclos, incluyendo vehículos especiales para personas ancianas o con alguna discapacidad
- Circuito Multiaventura, (combinación de actividades, que puede durar varias horas, como por ejemplo, recorrido de senderismo o ciclos, tiro con arco, tirolina, paintball, ...
- Actividades individuales

Como actividades complementarias, pueden contemplarse

- Campamentos de verano
- Estancias de 1 día

## **2. ANÁLISIS DEL SECTOR Y DEL MERCADO**

- **Turismo activo en España**

Encontrado, como se indica anteriormente, en el turismo rural y de naturaleza, con los que hay conexiones y diferencias, el turismo activo es un hecho muy reciente en España, de modo que gran parte de las empresas llevan en funcionamiento menos de 15 años.

Las relaciones entre actividad físico-deportivo-recreativa y turística aumentan cada vez más, debido a las transformaciones cuantitativas y cualitativas del tiempo libre, cambios en los valores que regulan nuestra sociedad, vivencia más activa del ocio, preocupación creciente por la higiene y salud, así como por la estética personal y por una recreación en contra de las masificaciones urbanas que favorece un retorno hacia la naturaleza y sus ritmos.

Apenas existen estadísticas o cifras específicas acerca del desarrollo de esta actividad en España, puesto que para la elaboración de las mismas los datos manejados suelen referirse a alojamiento y/o pernoctaciones, no siendo éste un servicio típico del turismo activo, pues de ofertarse suele ser en concierto con establecimientos

cercanos. La mayoría de resultados se refieren al turismo rural en general, y no suele indicarse si engloban los correspondientes al turismo activo.

No obstante, puede afirmarse que es un tipo de turismo en desarrollo. Ya en el documento base *Horizonte 2020 del turismo español* (Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2007) se apuntaba que junto con el turismo rural era uno de los productos con mayores perspectivas de crecimiento, por la diversidad de parajes, la variedad de los recursos culturales, y la amplia oferta de actividades, representando una oportunidad para potenciar el desarrollo del medio rural, creando una fuente de ingresos alternativa y complementaria a los ingresos provenientes de sus actividades tradicionales.

En este sentido se expresaban en 2011 algunas compañías aseguradoras en la web [Hosteltur.com](http://Hosteltur.com), afirmando que el número de empresas dedicadas a turismo activo estaba en torno a 1.300, contando con aproximadamente dos millones de seguidores españoles, y con un movimiento de 500 millones de euros al año.

- **Turismo activo en Castilla y León**

En los últimos años, la comunidad autónoma de Castilla y León ha experimentado un extraordinario incremento en el número de establecimientos de turismo rural, muchos de ellos en los municipios de menor tamaño. Tal y como se refleja en la nota de prensa del INE, de 29 de Diciembre de 2011, sobre las *Encuestas de ocupación en alojamientos turísticos extrahoteleros* (apartamentos, campings y alojamientos de turismo rural), referida a noviembre de dicho año, Castilla y León es el destino preferido en alojamientos de turismo rural, con 80.218 pernoctaciones, un 8,8% más que en noviembre de 2010.

Al igual que ocurre para el caso español, no resulta fácil encontrar cifras referidas exclusivamente a turismo activo. Sí puede decirse, por ejemplo, que para el territorio de Castilla y León representa un 10% del turismo recibido, según un estudio realizado por la consultora Millward Brown a principios del pasado año, que aparece mencionado en la noticia *La Junta busca "sensibilizar" a los castellanos y leoneses sobre la importancia del turismo para la economía regional*, publicada en "La crónica de León" [versión digital, s.d.]

Cabe destacar una iniciativa, **Puntos Activos**, que son instalaciones turísticas donde las empresas, por su proximidad, agrupan servicios y ofrecen programas de Turismo Activo y Alojamiento en espacios naturales, durante todo el año, con calidad y ventajas especiales. Esta iniciativa obtuvo el Premio Fitur en 2010.

- **Análisis de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades**

Análisis DAFO del turismo rural y activo en España en general y en Castilla y León en particular

DGE Bruxelles - Copia de Trabajo

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ La falta de profesionalización del sector</li> <li>○ No hay estadísticas oficiales específicas para conocer la demanda</li> <li>○ La oferta de actividades esta poco estandarizada turísticamente</li> <li>○ Dependencia excesiva del turismo nacional</li> <li>○ Deficiencias de accesibilidad</li> <li>○ Insuficiencia en alojamiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ La importancia del turismo de interior de la Comunidad de Castilla y León en el conjunto de España</li> <li>○ Castilla y León es una Comunidad rica en recursos naturales</li> <li>○ Castilla y León es un destino turístico muy competitivo en cuanto al precio de los servicios turísticos</li> <li>○ En la población urbana hay un creciente interés por la naturaleza y el deporte</li> <li>○ Los turistas de naturaleza tiene un alto grado de repetición y fidelidad con la empresa</li> <li>○ La diversificación de actividades está liquidando la estacionalidad</li> <li>○ Inversión poco elevada (para pequeñas empresas que no adquieran las edificaciones)</li> <li>○ Estructura empresarial flexible en cuanto a recursos humanos</li> <li>○ Posibilidad de ampliar la cartera de productos</li> <li>○ Escasa competencia (en la zona de la Bureba)</li> </ul>

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ La crisis de la economía española</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Importante masificación y saturación en otros ámbitos turísticos de España</li> <li>○ Generalización y diversificación del turismo, a todos los tramos de edad</li> <li>○ Las ferias orientadas al Turismo Activo, ecoturismo, turismo rural, etc., permite acceder a clientes potenciales más definidos, con un interés más real por este tipo de turismo</li> <li>○ Posibilidad de las empresas de adherirse a la marca "Q" de calidad turística (Norma Une 188003)</li> </ul>

**Tabla 1. Turismo rural y activo en España y Castilla-león. Análisis DAFO. Elaboración propia a partir de varias fuentes**

- **Análisis de los factores clave de éxito / fracaso**

- Factores de éxito

- Diferenciación. En esta propuesta la diferenciación viene determinada por los servicios ofertados para discapacitados físicos y psíquicos, pues en el ámbito de los espacios naturales, las prestaciones enfocadas a este sector de la población se reducen prácticamente a senderos habilitados para facilitar su desplazamiento a los centros de visitantes, observatorios de naturaleza,..., y a alojamientos con habitaciones adaptadas.
- Capacidad de planificación y organización de los clientes y actividades, ya que uno de los problemas fundamentales que tiene este negocio es conseguir un número de clientes por actividad que sea suficiente para que resulte rentable
- Alianzas con empresas complementarias. Desde la empresa se pueden establecer alianzas con establecimientos de la zona, como pueden ser
- Alojamiento rural cercano, que oferte precios especiales a sus clientes, preparar comidas tipo picnic para excursiones,...
- Comercios de productos típicos del entorno.
- Asociacionismo. Se considera un factor clave por la atomización del sector.
- Implantación de un sistema de gestión de calidad. Es aconsejable que la empresa, en cuanto le sea posible, obtenga la certificación "Q" según los requisitos de la Norma UNE 188003, y de la UNE-EN ISO 14001:1996, que certifica la calidad ambiental
- Incorporación de Nuevas Tecnologías. Es conveniente adaptarse a las nuevas tecnologías, que ayudan a simplificar determinados procesos en la gestión de los negocios. En el mercado se constata ya la existencia de paquetes ofimáticos específicos para empresas de Turismo Activo.

- Factores de fracaso

- Falta de conocimientos de gestión del negocio.
- Restricciones medioambientales. Habrá que tener en cuenta las posibles restricciones que imponga la ley si la actividad se desarrolla en algún espacio natural protegido, como es el caso de los Montes Obarenes. En concreto, el *Decreto 83/2005, de 3 de noviembre*, por el que se aprueba el Plan de Ordenación de los Recursos Naturales del Espacio Natural Montes Obarenes, hace referencia a las actividades turísticas que se pueden desarrollar según sean zonas de reserva, de uso limitado, etc.
- Deficiente Posicionamiento. La idea es posicionarse en Internet, no sólo a través de una web propia, sino apareciendo también en directorios de Turismo Activo

### **3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA**

- **Tamaño de mercado**

Existe cierta dificultad para medir el tamaño del mercado potencial de la empresa, dado lo incipiente de la actividad y la falta de unanimidad respecto de los deportes y actividades susceptibles de inclusión en el

concepto de Turismo Activo. No obstante, estimamos, en base a diversos estudios existentes, que se pueden distinguir tres segmentos de clientes que se reparten el total del mercado, según los porcentajes que describimos a continuación:

- Grupos (colegios, asociaciones): 29%
- Público en general: 69%
- Empresas: 2%

Respecto de los grupos de población con necesidades especiales, es un segmento de mercado que crece anualmente por cambios socio-demográficos y cambios en los hábitos de vida. Las estimaciones de la ONU parecen indicar que el fenómeno del envejecimiento está aumentando progresivamente y, junto a éste, la discapacidad.

- **Análisis de los clientes**

Según la segmentación citada en el apartado anterior, son:

- Grupos: fundamentalmente escolares. Este segmento de mercado puede abarcar desde los escolares mayores de 14 años hasta el colectivo universitario, pasando por la formación profesional. Generalmente, los centros escolares concentran su demanda en primavera y suele tener una duración de una jornada. No obstante, y si la zona dispone de una infraestructura residencial adecuada próxima (albergues, campamentos, etc.) se pueden ofertar estancias más prolongadas (normalmente una semana) en forma de paquetes de multiaventura.
- También pueden encajar aquí excursiones organizadas por grupos familiares, o por asociaciones o entidades de personas de la tercera edad, o con discapacidades...
- Público general: si hace unos años el cliente tipo eran personas jóvenes (varones predominantemente), entre 18 y 35 años, activas y con deseos de probar nuevas experiencias, hoy día, según algunos expertos, el turismo activo en España se compone, en su mayoría, de parejas jóvenes con niños pequeños y grupos de tres a seis personas, de entre 25 y 35 años, con un nivel adquisitivo medio-alto.
- Empresas: pueden ser empresas de turismo rural, que contraten servicios para sus clientes, o cualquier otro tipo de empresas que organizan los denominados viajes de incentivos para sus empleados. Entre estas últimas, la práctica del *paintball* por equipo es el deporte más habitual.

- **Poder de negociación de los clientes**

El poder de negociación de los clientes de turismo activo es considerado alto, ya que en principio, realizarán la búsqueda de los servicios vía Internet, y compararán la calidad y extensión de los mismos así como los precios de las distintas empresas ofertantes en las diferentes zonas, por lo que en este primer momento, ya descartarán diversas empresas.



## PLAN DE MARKETING

- **Producto/servicios**

Para comenzar es aconsejable ofertar una serie de actividades que no requieren una elevada inversión, ya que una vez que la empresa se encuentre en expansión, estará en condiciones de asumir la oferta de nuevos servicios. Las actividades iniciales propuestas son, por tanto, las siguientes:

- Senderismo.

Es una actividad sencilla de realizar, permite una máxima aproximación a los entornos, y además puede regularse su dificultad en función del tipo de entorno, la longitud del recorrido, etc. Se realiza de manera individual o en grupos reducidos, (no más de 10 personas), utilizando las vías creadas a tal efecto en las distintas áreas.

- Recorridos en ciclos

- Bicicletas. De manera individual o en grupos reducidos, pudiendo combinarse con cuadríciclos o bicicletas especiales, de manera que un grupo familiar o de amigos pueda disfrutar del mismo paseo en distintos medios.

- Cuadríciclos: Se trata de bicicletas con cuatro ruedas, de dos o cuatro plazas (Cyclotour y Cyclobus). Siempre conducidas por una persona responsable, y permitiendo cualquier combinación posible, tanto una como otra, están especialmente indicadas para familias y/o grupos en que existan niños, personas de la tercera edad, discapacitados psíquicos que no tengan total capacidad de decisión sobre la circulación, ...

- Bicicletas especiales.

- Handbike: Se trata de un tipo de bicicleta de tres ruedas que se propulsa, se dirige y se frena con los brazos. Está indicado para todas aquellas personas que tengan algún tipo de discapacidad en las extremidades inferiores y/o en el tronco.

- Micah: triciclo especialmente indicado para niños

En todos los recorridos se cuenta con la asistencia de un guía.

Como actividades complementarias, se proponen:

- Circuito multiaventura. Consiste en una combinación de actividades, que puede durar varias horas: por ejemplo, recorrido de senderismo o ciclos, tiro con arco, tirolina, *paintball*, etc.

- Actividades individuales, a escoger por el cliente, limitadas en el tiempo dependiendo de las características de la propia actividad (por ejemplo, para *paintball* el límite sería 100 bolas)
- Campamentos de verano. Se trata de estancias de 5 días durante los meses de Julio y Agosto (entrada domingo tarde y salida viernes tarde). Incluye: Alojamiento en Albergue concertado en régimen de Pensión completa, Presencia de monitores 24 Horas, Material para actividades (juegos, talleres), Seguro de asistencia en viaje y responsabilidad civil. No incluye transporte.
- Estancias de 1 día. Pequeñas excursiones organizadas para colegios del entorno, asociaciones, etc., con el fin de practicar las actividades a elegir. Se facilitaría una bolsa de picnic. Lo habitual es no incluir el transporte.

- **Precios**

Los servicios se clasificarán en función de los niveles de dificultad. El primer aspecto a considerar son los precios de la competencia en similares condiciones de producto ofertado, pero teniendo en cuenta que el precio debe ser razonable para la economía del cliente, que permita absorber los costes de explotación y obtener un beneficio. En general, los empresarios optan por aplicar descuentos por volumen, es decir, para grandes grupos de personas el precio se reduce, pudiendo llegar hasta un 20% de descuento. Además habrá que contar con que el precio debe incluir monitores titulados, todo el material necesario para la realización de la actividad y los seguros obligatorios.

ACTIVIDAD		Duración	Precio único / INDIVIDUAL	GRUPOS 4-5 (precio persona)	GRUPOS 6-10 (precio persona)
Senderismo			7 €	5€	3€
Ciclos	Bicicleta	1 hora	5 €	3 €	
		2 horas	9 €	7 €	
		Medio día	10 €	8 €	
		Día completo	12 €	10 €	
	Cuadriciclo 2 y 4 plazas	1 hora	15€		
		2 horas	23€		
		Medio día	60€		
	Handbike		15 €		
Micah		gratuito			
Multiaventura		3 horas	18€		
		6 horas	26€		
Estancia		1 día	20€		
		5 días	250€		

- **Distribución /ventas**

Además del *boca-oído*, herramienta que hasta hace poco tiempo era la principal para el sector, otras técnicas pueden ser folletos (se recomienda su distribución en alojamientos cercanos, oficinas de turismo, ...), anuncios en prensa y radio locales, y la aparición en Internet, a través de un Web Site, con la información de la empresa, así como los productos y servicios ofertados; newsletter o Boletín de Noticias con periodicidad semanal, quincenal, mensual; blogs con los contenidos ya descritos y colaboración en blogs de contenidos similares, presencia activa y marketing en redes sociales, ...

- **Promoción**

Como promoción, se suelen realizar descuentos a grupos, ofertas en temporada baja, descuentos a clientes derivados por otros establecimientos de la zona, etc.

Al inicio del negocio, una buena idea puede ser ofertar una hora gratis en los paquetes multiaventuras.

## 4. PLAN FINANCIERO

Además de la inversión que se esté en disposición de realizar, las cifras del plan financiero dependen de otras variables, como el número y tipología de las actividades, si los equipos o material necesarios son comprados o alquilados, si se va a tener un número determinado de monitores o se va a subcontratar, etc. Debe tenerse en cuenta, en este sentido, que si bien es posible obtener equipos y material en concepto de alquiler, con el tiempo resulta más costoso que la compra. Aunque al iniciar la actividad empresarial se piense que la compra de estos artículos es una inversión demasiado elevada, hay que tener en cuenta que es un material muy específico.

Si bien en el apartado de precios se han incluido varias actividades, se recomienda comenzar potenciando senderismo y recorridos en ciclos; de esta manera, se reducen los costes iniciales, ya que evita tener que contar con un gran almacén para guardar todo el material, y de instalar servicios complementarios como duchas.

La propuesta presentada está calculada para un local de unos 25 m<sup>2</sup>, destinado a oficina, llegando a los 50 m<sup>2</sup> si se necesita un espacio de almacenaje.

- **Inversiones**

CONCEPTOS	TOTAL	IVA
Adecuación del Local	6.000	1.080
Mobiliario y Decoración	5.000	900
Equipamiento (diversos tipos de ciclos)	20.000	3.600
Gastos de Constitución	800	144
Fianzas	1.600	0
Fondo de Maniobra	10.500	0
<b>Total</b>	<b>43.900</b>	<b>5.724</b>

Los gastos en adecuación dependerán del estado en que se encuentre el local en el momento de su adquisición o arrendamiento.

El equipo informático se compone de un ordenador y una impresora de tickets. El mercado dispone ya, además, de diversos software específicos para turismo activo, por precios asequibles, en torno a 500€.

- **Gastos**

- Costes variables. Se estima que suponen un 10% de las ventas. Si se opta por subcontratar, el porcentaje de costes variables sería mayor, aunque incluiría también Monitores y Equipos y Mantenimiento y Reparación
- Costes fijos:
  - Alquiler del local. El precio depende de la zona concreta; para un local de 50 m<sup>2</sup>, a razón de 5€ por m<sup>2</sup>, el precio medio sería de 250 €/mes.
  - Suministros, servicios y otros gastos: luz, agua, teléfono, limpieza, material de oficina, etc.
  - Seguros de responsabilidad civil y accidentes
  - Gastos comerciales: los gastos comerciales y de publicidad se han estimado en unos 150€ mensuales.
  - Gastos por servicios externos: Mantenimiento del website.
  - Gastos de personal. Se han calculado para dos personas, gerente y monitor, con un sueldo bruto de 1.200€/mes.
  - Otros gastos: aquellos no clasificados entre los anteriores (impuestos...)

GASTOS MENSUALES	IMPORTE
Alquiler	250
Suministros	150
Seguros	200
Gastos Comerciales	150
Gastos Servicios Externos	150
Gastos de Personal (sueldo + SS)	2.400
Otros Gastos	200
<b>Total Pagos Mensuales</b>	<b>3.500</b>
<b>Meses a Cubrir Fondo Maniobra</b>	<b>3</b>
<b>Fondo Maniobra 3 meses (aprox)</b>	<b>10.500</b>

- **Previsión de ingresos.**

Previsión de Resultados	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas	50.000	75.000	100.000
Coste de las Ventas (10%)	5.000	7.500	10.000
<b>Margen Bruto</b>	<b>45.000</b>	<b>67.500</b>	<b>90.000</b>

- **Estructura de la cuenta de resultados.**

PREVISIÓN DE RESULTADOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas	50.000	75.000	100.000
Coste de las Ventas (10% exceptuando subcontratación)	5.000	7.500	10.000
<b>Margen Bruto</b>	<b>45.000</b>	<b>67.500</b>	<b>90.000</b>
<b>Gastos de Explotación</b>			
Alquiler	3.000	3.090	3.183
Suministros	1.800	1.854	1.910
Gastos comerciales	1.800	1.854	1.910
Gastos por servicios externos	4.200	4.326	4.456
Gastos de Personal	28.800	29.664	30.554
Otros Gastos	1.200	1.236	1.273
Amortización Inmovilizado Material	1.750	1.750	1.750
Amortización de Gastos Constitución	200	200	200
<b>Total Gastos de Explotación</b>	<b>42.750</b>	<b>43.974</b>	<b>45.235</b>
<b>Resultados antes de Intereses e Impuestos (1)</b>	<b>2.250</b>	<b>23.526</b>	<b>44.765</b>

(1) Si la inversión se afronta mediante financiación ajena, habrá que sumar a los costes los intereses de dicha financiación.

- **Fuentes de financiación**

- o Fuentes Propias. Es aquella financiación que proviene de los recursos propios del emprendedor/es: dinero, aportaciones no dinerarias (bienes), etc.

- o Fuentes Ajenas. Cualquier tipo de financiación que provenga de terceros como Entidades Financieras Comerciales e Industriales, ICO Instituto de Crédito Oficial ([www.ico.es](http://www.ico.es)), SGR Sociedades de Garantía Recíproca ([www.cesgar.es](http://www.cesgar.es)), Entidades de Microcréditos ([www.european-microfinance.org](http://www.european-microfinance.org)), Fuentes de Financiación Alternativa: Comunidades Autofinanciadas

(<http://comunidadescaf.wordpress.com>), Red Española de Inversiones ([www.angelesinversionistas.es](http://www.angelesinversionistas.es)), Plataforma de Préstamos ([www.weemba.es](http://www.weemba.es)), Sistema Alternativo de Préstamos ([www.trocobank.com](http://www.trocobank.com)), ...

o Apoyo a la inversión. Ayudas y subvenciones provenientes de Administraciones Públicas. Entre estas:

- *ORDEN EYE/968/2011, de 18 de julio*, que modifica la Orden EYE/391/2010, de 23 de marzo, por la que se aprueban las Bases Regulatoras de las Subvenciones que establezca y convoque en concurrencia no competitiva la Agencia de Inversiones y Servicios de Castilla y León, dentro de los Programas de Creación de empresas, Inversiones, I+D+i y Competitividad, cofinanciadas por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

[BOCYL Nº 151, 05.08.11](#)

- *ORDEN EYE/391/2010, de 23 de marzo*, por la que se aprueban [...]

[BOCYL Nº 57, 24.03.11](#)

- *RESOLUCIÓN de 28 de enero de 2011*, del Presidente de la Agencia de Inversiones y Servicios de Castilla y León, por la que se aprueba la convocatoria en concurrencia no competitiva, del Plan Adelanta así como las disposiciones específicas que la regulan, para la concesión de determinadas subvenciones de la Agencia de Inversiones y Servicios de Castilla y León para 2011 cofinanciadas con el Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

[BOCYL Nº 25, 07.02.11](#)

## 5. RECURSOS HUMANOS

- **Perfil profesional**

Como se indica expresamente en el *DECRETO 96/2007, de 27 de septiembre* para la regulación de las empresas de turismo activo de la Comunidad de Castilla y León, los monitores, guías o instructores deberán estar en posesión de una de las siguientes titulaciones:

- o Licenciado en Ciencias de la Actividad Física y del Deporte.
- o Licenciado / Diplomado en Educación Física.
- o Maestro, especialidad en Educación Física.
- o Técnico en Conducción de Actividades Físico-Deportivas en el medio natural.
- o Técnico Deportivo o Técnico Deportivo Superior

Deberán, además, poseer la titulación de socorrista o acreditar haber realizado un curso de primeros auxilios.



- **Estructura organizativa.**

- Gerente: será el emprendedor, que llevará la gestión del negocio, atención al cliente, reservas...
- Monitor/instructor: deben acompañar a los practicantes durante la preparación y ejecución de la actividad.

- **Servicios exteriores.**

- Servicios informáticos para el mantenimiento de la página web.
- Mantenimiento y reparación: El mantenimiento y reparación de los vehículos se realizará a través de la propia empresa que los venda. Este es uno de los factores que determinan el uso de la compra por leasing en el sector, ya que el desgaste y necesidades de mantenimiento de los equipos es elevado.
- Monitores y equipos: se externalizarán aquellas actividades que no puedan ser asumidas por la propia empresa, bien porque se realicen fuera del área de influencia de la empresa o por no disponer de personal para ejecutarlo.
- Alojamiento y comidas: para los campamentos de verano, estancias de 5 días, etc., será necesario subcontratar a algún alojamiento rural cercano, así como servicios de catering para las estancias de un día.

- **Convenios colectivos aplicables.**

No existe un convenio específico para los trabajadores de turismo activo en la provincia de Burgos, pero pueden acogerse a los siguientes:

- *RESOLUCIÓN de 23 de agosto de 2006, de la Dirección General de Trabajo, por la que se dispone la inscripción en el registro y publicación del II Convenio colectivo estatal de instalaciones deportivas y gimnasios. En el artículo 1 queda recogido que:*

“El presente Convenio es de aplicación y regula las condiciones de trabajo de todas las empresas, cualquiera que sea la forma jurídica que adopten, que tengan por objeto o actividad económica la oferta y/o prestación de servicios de ocio-deportivo, ejercicio físico o práctica físico-deportiva, vigilancia acuática y la misma [...]. También están incluidas en el ámbito funcional de éste convenio las empresas que desarrollen el objeto y la actividad económica indicada aunque ésta se realice fuera de establecimientos o instalaciones habilitadas para ello, es decir, al aire libre o en contacto con la naturaleza.”

[BOE Nº 213, 06.09.2006](#)

- *Resolución de 8 de abril de 2010, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica las tablas salariales correspondientes al año 2010 del II Convenio colectivo estatal de instalaciones deportivas y gimnasios.*

[BOE Nº 96, 21.04.10](#)

- *Convenio Colectivo del Sector Provincial de Hostelería de Burgos. Quedan incluidos en el Convenio Colectivo del Sector Provincial de Hostelería, dentro del área Funcional sexta relativa a servicios complementarios, grupo profesional II, como Animador Turístico o de tiempo libre. Publicado por la Resolución de fecha 9 de agosto de 2007 de la Oficina Territorial de Trabajo de Burgos. Vigente desde 1 de enero de 2007 a 31 de diciembre del año 2009.*

[BOP Burgos Nº 185, 26.09.07](#)

- *Resolución de fecha 1 de junio de 2011 de la Oficina Territorial de Trabajo de Burgos, por la que se dispone el registro y publicación de las tablas salariales del año 2010 actualizadas conforme a la cláusula de revisión salarial, correspondientes al Convenio Colectivo Provincial para la Industria de Hostelería de Burgos.*

[BOP Burgos Nº 119, 22.06.11](#)

DGE Bruxelles - Copia de Trabajo

## 6. REQUISITOS Y CONSEJOS PRÁCTICOS

- **Seguros**

Según establece el *DECRETO 96/2007*, deben contratarse un seguro de Responsabilidad Civil y un seguro de accidentes. Las garantías a contratar pueden ser las siguientes:

- Responsabilidad civil:
  - Explotación.
  - Patronal.
- Accidentes personales.
  - Muerte o invalidez permanente total durante la práctica de la actividad.
  - Asistencia médica.
  - Repatriación o transporte sanitario.
  - Desplazamiento y alojamiento de una persona acompañante del asegurado hospitalizado en caso de accidente.
  - Prolongación de la estancia del asegurado por prescripción facultativa en caso de enfermedad o accidente.
  - Transporte del asegurado fallecido.
  - Asistencia: rescate de personas.

- **Registro**

También es indispensable, según la *Ley 14/2010, de 9 de diciembre*, de Turismo de Castilla y León (art. 28), inscribirse en el *Registro de Turismo de Castilla y León*. La información para la tramitación está disponible en la web de la Junta de Castilla y León (<http://tinyurl.com/72vrep>)

- **Otros consejos**

Adquisición de software específico para la gestión. Pueden verse algunos en las siguientes webs:

<http://www.donprograma.com/productos/software-de-gestion-para-actividades-de-turismo-activo-ofimatica>

- **Asociacionismo empresarial**

Es recomendable asociarse a alguna asociación empresarial gremial y a la Cámara de Comercio correspondiente al territorio donde se desarrolla la actividad con el fin de estar en contacto con empresarios y acceder a los servicios e información de las organizaciones empresariales.

## 7. NORMATIVA BÁSICA

- **Estatal**

- Real Decreto 1224/2009, de 17 de julio, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral

[BOE Nº 205, de 25.08.09](#)

- ORDEN HAC/1605/2011, de 29 de diciembre, por la que se desarrolla la gestión del procedimiento de evaluación y acreditación de competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral en Castilla y León, así como la estructura organizativa responsable

[BOCYL Nº 250, de 30.12.11](#)

- **Comunidad autónoma**

- Ley 14/2010, de 9 de diciembre, de Turismo de Castilla y León.

[BOCYL Nº 243, de 20.12.10](#)

- Decreto 83/2005, de 3 de noviembre, por el que se aprueba el Plan de Ordenación de los Recursos Naturales del Espacio Natural Montes Obarenes (Burgos)

[BOCYL Nº 216, de 09.11.05](#)

- 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.

[BOCYL Nº 193, de 03.10.07](#)

- 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.

[BOCYL Nº 227, de 22.11.07](#)

## 8. FUENTES

- Plan de Desarrollo Sostenible Gal Adeco Bureba. Fase de Trabajo de Campo Cuantitativo. DGE Bruxelles S.L., 2011.

- El Turismo de Naturaleza en España y su Plan de Impulso. Madrid, diciembre de 2004, 1ª edición.

<http://tinyurl.com/8yf3cev>

- El turismo de aventura amplía su base de negocio. Hosteltur.com. [artículo de 10.03.11]

<http://tinyurl.com/7gt7r6o>

- Horizonte 2020 del turismo español. Ministerio de Industria, Energía y Turismo, 2007

<http://tinyurl.com/7srdotk>

- Programa de Desarrollo Rural de Castilla y León 2007-2013, (Versión 4, Diciembre de 2010)  
<http://tinyurl.com/888lap4>
- Encuestas de ocupación en alojamientos turísticos extrahoteleros. Noviembre 2011. Datos provisionales. [Notas de prensa del INE, 29.12.11]  
<http://tinyurl.com/75g9ixs>
- Junta de Castilla y León. Portal de Turismo  
<http://tinyurl.com/6v9zgzz>
- Plan Estratégico de Turismo de Castilla Y León 2009 – 2013  
<http://tinyurl.com/7c7hcuv>
- Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE)  
<http://www.ictes.es/ESP/e/14/La-marca-Q/La-marca>
- Portal de Turismo Activo en Castilla y León  
<http://www.turismoactivocastillayleon.es/index.php/Inicio>
- Informe de la Segunda Asamblea Mundial sobre el Envejecimiento. Madrid, 8 a 12 de abril de 2002  
<http://tinyurl.com/7c7hcuv>

DGE Bruxelles - Copia de Trabajo