

CERTIFICACIÓN DEL TURISMO DE AVENTURA COMO ÁREA DE OPORTUNIDAD EN EL ESTADO DE PUEBLA EN MÉXICO

Alfredo Pérez Paredes¹

Alondra Fernández Salazar²

Amado Torralba Flores³

José Aurelio Cruz de los Ángeles⁴

Resumen:

En la actualidad el Sector Turismo, representa una gran área de oportunidad, sobre todo en un país como México, que cuenta con una gran cantidad de recursos naturales, que permite ofrecer diversas alternativas a los visitantes tanto nacionales como internacionales. Actualmente los turistas buscan un turismo diferente al convencional y estadísticas muestran que se ha presentado un incremento en el Turismo de Aventura con una facturación global estimada de 263.000 millones de dólares anuales, según los cálculos de la Adventure Travel Trade Association (ATTA), entidad que representa más de 300 empresas turísticas especializadas de 69 países.

Por ello la ponencia tiene como objetivo principal identificar cual es la situación actual de las empresas de turismo de aventura en el estado de Puebla en México, en relación a su certificación para llevar a cabo sus actividades. La Metodología utilizada fue la aplicación de un instrumento a los empresarios de Turismo de Aventura en Puebla a través de una muestra representativa, en donde se obtuvo como resultado que la mayoría de este tipo de empresas no se encuentran certificadas para realizar sus actividades y no cuentan con el registro formal como empresa, lo que representa un grave problema debido a que las autoridades han permitido esta situación. Se concluye que es necesaria la Certificación de este tipo de empresas sobre todo por los riesgos que conlleva trabajar con personas y por ello se propone la creación de un Organismo Certificador avalado por las autoridades competentes en el estado de Puebla.

Palabras Claves:

Certificación, Turismo de Aventura, Empresas Turísticas, Organismos Certificadores

Abstract:

Currently the tourism sector represents a large area of opportunity, especially in a country like Mexico, which has a lot of natural resources that can offer alternatives to both domestic and international visitors. Currently tourists seek different from conventional tourism and statistics show that there has been an increase in adventure tourism with an estimated 263,000 million annually, according to estimates by the Adventure Travel

¹ Alfredo Pérez Paredes Benemérita Universidad Autónoma de Puebla alfredoperez2001@hotmail.com

² Alondra Fernández Salazar Benemérita Universidad Autónoma de Puebla alonfs@hotmail.com

³ Amado Torralba Flores Benemérita Universidad Autónoma de Puebla admon_buap_at@yahoo.com.mx

⁴ José Aurelio Cruz de los Ángeles Benemérita Universidad Autónoma de Puebla pepejac52@hotmail.com

Trade Association (ATTA), overall billing entity It represents more than 300 specialized tourism companies from 69 countries.

Therefore the paper's main objective is to identify what the current status of adventure tourism companies in the state of Puebla in Mexico, in relation to its certification to carryout their activities. The methodology used was the application of an instrument to entrepreneurs of Adventure in Puebla through a representative sample, in which it was obtained as a result that most of these businesses are not certified to perform their activities.

1. CERTIFICACIÓN DEL TURISMO DE AVENTURA COMO ÁREA DE OPORTUNIDAD EN EL ESTADO DE PUEBLA EN MÉXICO

En la actualidad el turismo representa una de las actividades productivas más relevantes que puede tener un país, debido a que se vuelve un importante detonador economico que genera importantes desarrollos de empresas hoteleras, gastronómicas y parques tematicos, que conllevan la generacion de obras de infraestructura que facilitan el acceso, ademas de un crecimiento en el parque vehicular terrestre, aereo y maritimo, sin omitir, la generación de fuentes de empleos que contribuyen al desarrollo economico, politico y cultural de cualquier región.

Adicionalmente el turismo puede considerarse como un fenomeno social que puede identificarse de diversas maneras, segun el punto de vista en el que sea observado, por ello el turismo puede tener diferentes interpretaciones que generan diferentes enfoques y tipos de clasificación.

A continuación se presentarán algunas definiciones del turismo con diferentes enfoques para su analisis.

a) Definición del Turismo para fines comerciales:

(Ziff, 1979)“El negocio de proveer y comercializar servicios y facilidades para el placer de los viajeros, y agrega:...por tanto el concepto de turismo está directamente relacionado con los gobiernos, transportistas, alojamientos, restaurantes e industrias de entretenimiento e indirectamente, virtualmente con toda la industria y negocios en el mundo”

b) Definición del Turismo para fines económicos:

(Naciones Unidas , 1971) “Conjunto de las actividades industriales y comerciales que producen bienes y servicios consumidos total o parcialmente por visitantes extranjeros o por turistas nacionales”

c) Definición del Turismo para fines jurídicos:

(Gonzalez & Alpuche , 1978)“Conjunto de relaciones y fenómenos que se originan del acto o hecho jurídico que lleva a efecto el individuo para emprender o al realizar un viaje y obtener su estancia legal en un lugar distinto del de su radicación”

Lo anterior muestra que el turismo puede adquirir diferentes modalidades dependiendo del tipo de servicios que se puede ofrecer, en ese sentido (Saavedra , Duran, & Durand, 2004) mencionan que el turismo se puede clasificar de acuerdo con el origen del visitante y respecto de una determinada región donde se produce el fenómeno turístico. Lo que genera las siguientes modalidades:

Turismo emisor: es el turismo de los visitantes residentes fuera del territorio económico del país de referencia.

Turismo receptor: es el turismo de los visitantes no residentes en el territorio económico del país de referencia.

Con base a la información que brinda cada una de estas instituciones expertas en el turismo se concluye que el turismo es una actividad económica en donde las personas se trasladan de un lugar a otro principalmente por recreación, ocio, descanso, entretenimiento, entre otros, generando una derrama económica en el lugar de destino, causando como consecuencia un impacto socio-cultural y ambiental.

Como se puede observar el turismo es importante ya que muestra la posibilidad de ser usado para incrementar la economía de las poblaciones receptoras y como consecuencia esto se traduce en desarrollo.

Ahora se revisará como es que el turismo impacta a todo el mundo.

El 23 de septiembre de 2015 el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) publicó un documento “estadísticas a propósito del día mundial del turismo (27 de septiembre)” en donde proporcionan algunas estadísticas que muestran el comportamiento del turismo con base al 2014 en todo el mundo y muestra lo siguiente:

“Para el año 2014 en el continente Americano, por ejemplo, México se posiciona en el segundo lugar, tan sólo detrás de Estados Unidos, mientras que España y China ocupan el tercer y cuarto lugar respectivamente. A nivel mundial, México es posicionado, de acuerdo con la OMT, en el décimo lugar respecto al número de visitantes internacionales.” (INEGI, 2015)

Número de llegadas de turistas internacionales en el mundo, 2014

Millones de turistas		
Ranking		
1	Francia	83.7
2	Estados Unidos	74.8
3	España	65.0
4	China	55.6
5	Italia	48.6
6	Turquía	39.8
7	Alemania	33.0
8	Reino Unido	32.6
9	Rusia	29.8
10	México	29.1
11	Hong Kong (China)	27.8
12	Malasia	27.4
13	Austria	25.3
14	Tailandia	24.8
15	Grecia	22.0

Fuente: (World Tourism Organization, 2015)

Según la OMT en el año 2014 hubo 1,133 millones de turistas en el mundo de los cuales 29.1 millones de estos turistas llegaron a México, lo que generó que por cada 100 pesos que se produjeron en México 8.7 pesos aportó el turismo generando 2.3 millones de empleos que representan el 5.9% del total nacional, la distribución de turistas se concentró en cinco entidades: Distrito Federal, Quintana Roo, Jalisco, México y Baja California con el 49% del personal ocupado total y el 62% de inversión (INEGI, 2015)

Con base a esta información se realiza un análisis acerca del turismo en Francia para poder comprender porque ocupa el primer lugar en el conteo internacional.

Según un artículo del Ministerio de Asuntos Exteriores y Desarrollo Internacional francés publicado en la página France Diplomatie comenta lo siguiente:

“En la actualidad, el crecimiento del turismo extranjero en Francia es impulsado por clientelas provenientes de Europa y Asia. Los alemanes se mantienen a cabeza de los turistas extranjeros más numerosos en Francia, sobrepasando así a los británicos. Los primeros países que se vieron afectados por la crisis económica, como Irlanda, Portugal o Grecia, renuevan también su destino a Francia”.

Por lo que se refiere a los asiáticos, los chinos son los más numerosos (1,5 millones) en elegir a Francia para sus vacaciones. Por otra parte la afluencia de brasileños y rusos se caracteriza por una fuerte alza.

El turismo constituye un aporte esencial para los intercambios exteriores de Francia. Desde 1999, este sector representa el primer sector excedentario de la balanza de pagos. El saldo de la balanza turística progresa claramente y alcanza cerca de 13 mil millones en 2012, mientras que en 2011 era de 7.500 millones. La prolongación de la duración de estancia y el aumento de las noches en alojamiento comercial permiten aumentar el gasto de los turistas extranjeros en Francia que se eleva de esta manera a 35.800 millones de euros (France Diplomatie, 2016).

Según la misma fuente:

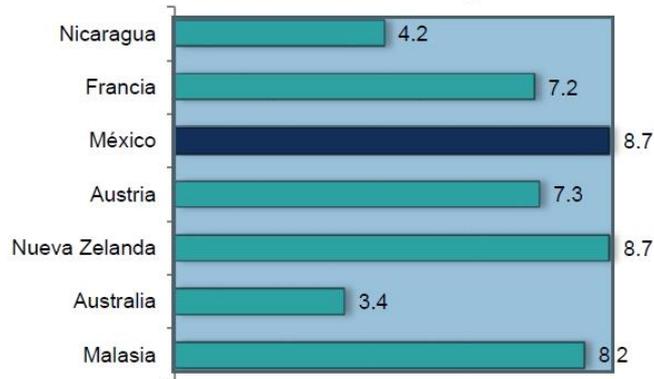
“Francia se caracteriza por una diversidad de la oferta (litoral, ciudad, campaña, montaña) y los productos propuestos (alojamientos, actividades, restauración), lo cual permite desarrollar numerosos sectores dinámicos:

- ▶ Con 55 millones de días de esquí vendidos, Francia es el primer destino mundial del esquí.
- ▶ El etnoturismo es uno de los sectores más dinámicos. Se han contabilizado 24 millones de visitas en las regiones vitivinícolas.
- ▶ Los destinos como París, la Costa Azul, el Mont Saint Michel son verdaderas vitrinas de la riqueza, la calidad y la diversidad de la oferta francesa. Pero cada vez más destinos han llevado a cabo un verdadero trabajo de estructuración de su oferta para responder a las expectativas de los visitantes internacionales. Es el conjunto del territorio el que ya se está visitando”.

Se puede entonces inferir a partir de esta información que Francia es un país que invierte en infraestructura de alta calidad y confort para los clientes, calidad en los prestadores de servicios y oferta todo tipo de turismo, por eso es que cuenta con el primer lugar al nivel internacional.

Con respecto a la participación del turismo al producto interno bruto (PIB) de cada país el INEGI muestra lo siguiente:

Gráfica 1. Contribución del turismo al PIB en países seleccionados, 2013



Fuente: (INEGI, 2015)

Como se puede observar el turismo tiene una importante contribución al producto interno bruto y es más representativa en países como Francia, México, Austria, Nueva Zelanda y Malasia, algunos de ellos son países con más afluencia turística en el mundo.

En este apartado se continúa haciendo un diagnóstico del impacto del turismo ahora enfocado al país de México.

Según el INEGI las entidades con actividad turística sin litoral generaron casi dos terceras partes de la producción bruta en donde Puebla ocupa el quinto lugar, dicha información nos da una idea acerca de la importancia del sector turístico en el país de México.

En la actualidad el turismo representa una parte importante en la economía de México, según la cuenta satélite del país, el turismo representa el 8.7% del PIB nacional (INEGI, Sistema de Cuentas Nacionales de México. Cuenta Satélite del Turismo de México (CSTM).2013, Preliminar. Año base 2008, 2015), por lo tanto se podría decir que el turismo es importante para el desarrollo de las comunidades, la generación de empleos, el intercambio de conocimiento entre culturas, es fuente importante de empleos que contribuyen al bienestar social y económico.

Para terminar con este apartado se hace un análisis del impacto del turismo en el estado de Puebla México.

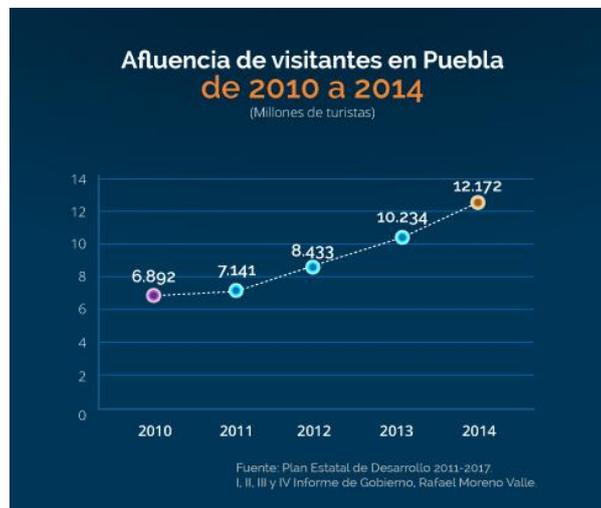
Según datos de la CONCANACO y SERVITUR las actividades terciarias constituyen el 4.1 del PIB estatal en donde ocupa lugar el turismo (Concanaco, 2014).

Según la página Datos Abiertos del gobierno del estado muestran lo siguiente:



En el 2014 se logró una derrama económica de 11,203 millones de pesos, lo cual representa una importante cantidad con respecto al 2013

En cuanto la afluencia de visitantes la misma fuente proporciona la siguiente tabla:



La afluencia de turistas en el 2014 fue de 12,172 millones de turistas lo que se traduce en un incremento de más de 2 millones con respecto al año 2013.

Se puede concluir que Puebla es uno de los estados sin litoral de la república mexicana con mayor afluencia turística, gracias a su riqueza natural y cultural ocupa el quinto lugar con respecto a los estados de la república mexicana sin litoral, lo que resulta beneficioso ya que esto da pauta al incremento de la economía del estado y al desarrollo de una mejor calidad.

El turismo tiene diferentes tipos de clasificaciones por ejemplo:

Una de las más comunes es según el motivo de viaje, y pueden ser de dos tipos: turismo convencional y turismo especializado.

El Turismo Convencional ofrece principalmente turismo de sol y playa, lo que hace posible la masificación del producto, en consecuencia, se le conoce como el turismo de masas (Salcedo M. & Martín F., 2012); otra definición de turismo convencional es la siguiente: “recibe esta denominación por el volumen de turistas que participan en él y el alto grado de concentración espacial... la cual puede llegar a superar, en muchos casos,

la capacidad soportante de los recursos naturales o culturales allí existentes” (Acerenza, 2010; pág.1), por lo tanto se puede definir al turismo convencional como “el tipo de turismo que ofrece atractivos de sol y playa y que permite el turismo masivo”.

Según datos de SECTUR En 2014 los destinos de playa muestran 2.93 puntos porcentuales más que en 2013, de los cuales destacan por su crecimiento (2.6 puntos porcentuales) los centros de playa tradicionales con 49.8%. Por su parte las ciudades muestran un crecimiento de 1.8 puntos porcentuales respecto a 2013 y sobresalen las ciudades del interior con 47.8% que representa 2.06 puntos porcentuales más que el año anterior. Durante 2014 los estados que mostraron el mayor porcentaje de ocupación hotelera de los centros monitoreados fueron: Quintana Roo (Playacar con 88.44%, Akumal con 85.94%, Cancún con 75.27% y Playa del Carmen con 74.9%), Nayarit (Nuevo Vallarta con 72.88%) y Puebla (Puebla con 65%) (SECTUR, 2015).

Con base a estos datos se observa que el turismo de sol y playa también conocido como turismo de masa tiene una participación importante en lo que compete a la economía del país y que sin duda ha ido aumentando a lo largo de los años.

La otra gran rama es el turismo alternativo que según Zamorano:

“Es un conjunto de vivencias y experiencias únicas, irrepetibles, personales que se dan en un entorno de calidad; entendida ésta como la calidad en el tiempo libre del turista, en un entorno de calidad geográfica y social, que permite al turista percibir sus relaciones de una manera diferente con el entorno geográfico y cultural, con los otros turistas y sus anfitriones, dentro de los parámetros del desarrollo humano sustentable que prevé el desarrollo y crecimiento”

Otra definición sería:

“Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales” (Sectur, 2004; p.22).”

Respecto a estas definiciones se concluye que el turismo de alternativo comprende actividades llevadas en contacto con la naturaleza y otras culturas, dichas actividades crean en ellos experiencias de vida que les enseñan a respetar, disfrutar y participar en conservación practicando un turismo sustentable y sostenible.

El origen del turismo alternativo se remonta a principios del siglo XXI como respuesta al interés de experimentar nuevas opciones de viaje y experiencias de vida, el turismo alternativo se basa en actividades al aire libre y en espacios naturales, este tipo de turismo

propicia a un desarrollo social y económico en la región o comunidad en que se lleve a cabo.

La Secretaría de Turismo ha dividido al Turismo Alternativo o de naturaleza en tres grandes segmentos, cada uno compuesto por diversas actividades, donde cabe mencionar, que cualquiera de las actividades que a continuación se definen, puede requerir de guías, técnicas y equipos especializados (SECTUR, 2004):



Fuente: propia en base a los datos de SECTUR

El turismo de aventura según SECTUR:

“Los viajes que tienen con fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.”

TURISMO DE AVENTURA: Según la OMT (1996: 85) el Turismo de Aventura corresponde a "actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y, en ocasiones, entrañan verdadero riesgo". Entre las actividades aludidas se encuentran por ejemplo: descenso de cursos de agua en balsas; Montañismo; pesca deportiva; caminatas en la naturaleza, entre otras.

La universidad interamericana para el desarrollo (UNID) define al turismo de aventura como: “un segmento de mercado de enorme crecimiento, que ofrece alternativas de entretenimiento diferentes y que resultan atractivas a los turistas, sobre todo para aquellos que buscan nuevas experiencias y físicamente retadoras” (UNID, 2014, pag. 2)

Por consiguiente se puede decir que el turismo de aventura es una de la modalidades del turismo alternativo que involucra el cuerpo y la mente de los turistas, y que propio nombre lleva a crear una idea de lo que es este tipo de turismo, el turismo de aventura lleva al turista a experimentar emociones fuertes en escenarios naturales y a veces artificiales, en donde el “reto” es la parte medular de cada una de las actividades que en él se llevan a cabo, poner a prueba el cuerpo y mente para superar miedos y retos.

En esta modalidad de turismo se pueden realizar actividades como son: descenso en ríos como; kayak, rafting, o cañonismo; espeleismo, tirolesa, alpinismo, escalada en roca o artificial, entre otras, como se puede observar, la mayor parte de las actividades que se realizan son disciplinas de deporte extremo, lo cual implica conocimiento y preparación por parte de los guías que operan con cada una de ellas.

En base a toda la información analizada anteriormente se infiere que el turismo de aventura es un tipo de turismo que necesita de equipo y personal especializado en cada actividad que en ella se practique por lo que se cree conveniente analizar qué tipo de capacitación necesitan los prestadores de servicios de turismo de aventura.

Zamorano expresa: La prestación de un servicio de esta índole requiere un recurso altamente profesional capacitado, tanto técnicamente en la disciplina que le compete, como en los factores de conducción grupal, seguridad, responsabilidad, planeación, diseño, conocimiento y conciencia de la problemática específica que esto implica, es decir, saber hacer estudios de impactos (sociales, ambientales, económicos, culturales) que garanticen un servicio turístico sustentable, además de las implicaciones técnicas y prácticas propias del sector en cuanto a seguridad del futuro usuario. (Zamorano Casal, 2007 (reimp 2008)).

2. CERTIFICACIÓN EN EL TURISMO DE AVENTURA

Para iniciar este tema es importante presentar algunas definiciones que permitan conocer su importancia, sobre todo en un tema tan importante para el Turismo de Aventura

Una definición de certificación (Real Academia Española, 2014) “Documento en que se asegura la verdad de un hecho”

Otra definición de certificación: “un procedimiento voluntario mediante el cual se evalúa, se somete a auditoría y se emite una garantía escrita, en el sentido de que una instalación, un producto, un proceso o un servicio, cumple con estándares específicos. Confiere un logotipo “mercadeable” a aquellos que satisfacen o superan estándares básicos”. – Honey y Roma, 2001

La Asociación Española de Normalización y Certificación (AEONOR) menciona lo siguiente: “Cada día son más las empresas del sector turístico que utilizan la certificación como herramienta de competitividad y de mejora. La certificación es una importante ayuda para la empresa ya que es una puesta a punto para propiciar una agradable vivencia al visitante y así lograr que repita y recomiende.” (AENOR, 2015)

Para Fergus Tyler Maclaren de la Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES, 2002), un sistema de certificación con credibilidad debe incluir los siguientes elementos:

- ◆ Estándares apropiados y adecuados, desarrollados y aceptados por todas las partes interesadas.
- ◆ Interpretación de estándares.
- ◆ Asesores calificados y entrenados en la definición y aplicación de estándares
- ◆ Operaciones éticas y profesionales, a todo nivel, sin favoritismos o conflicto de intereses.
- ◆ Cuerpo de certificación calificado y con financiamiento para su operación. Si existen diferentes certificadores, un mecanismo de acreditación también será necesario.
- ◆ Transparencia.
- ◆ Procedimientos definidos.
- ◆ Mecanismo de apelación.
- ◆ Reconocimiento de agencias promotoras y consumidores: Cumplimiento de los criterios establecidos.
- ◆ Aceptación en el mercado: mercadeo y promoción

Lo anterior refleja la importancia que tiene el que los prestadores de servicios turísticos puedan cumplir con la variedad de elementos que les permita alcanzar la certificación que les permita ofrecer un mejor servicio.

3. CERTIFICACIONES TURÍSTICAS EN MÉXICO

En México existen los siguientes tipos de certificación para el turismo:

- Acreditación de Guías de Turistas
- Sello de Calidad Punto Limpio
- Programa de Calidad Tesoros de México
- Programa de Calidad Distintivo S
- Programa de Calidad Moderniza
- Programa de Manejo Higiénico de los Alimentos, Distintivo H

Para objeto de estudio se tomara en cuenta la acreditación de guías de turistas.

Los guías de turistas se clasifican de acuerdo a su especialidad, de la siguiente manera:

1. Guías de turistas General explicar
2. Guías de turistas Especializado en Temas o localidades específicos de carácter cultural. explicar
3. Guía de Turistas Especializado en Actividades Específicas explicar

Los guías de turistas especializados se pueden clasificar de la siguiente manera

1) Turismo de Aventura

- a. Buceo
- b. Espeleobuceo
- c. Descenso de ríos
- d. Kayakismo de mar o de lago
- e. Excursionismo
- f. Alta Montaña
- g. Escalada
- h. Ciclismo de Montaña
- i. Cañonismo
- j. Espeleísmo
- k. Otros

2) Turismo Orientado a la Naturaleza

Los guías acreditados en esta modalidad pueden prestar sus servicios bajo los siguientes niveles, siempre y cuando lo solicite la especialidad en la cual se desee realizar su trámite de acreditación (SEDETUR, 2015):

- a) Básico
- b) Medio
- c) Avanzado

La Secretaría de turismo del Gobierno de la Republica, a través de la Dirección en General de Certificación Turística; acredita a los guías de turistas de acuerdo a las Normas Mexicanas oficiales NOM-08TUR-2002 Y NOM-09-TUR-2002 (SECTUR, 2015)

La NOM-08TUR-2002 tiene como objetivo definir los procedimientos, requisitos de información y promover la seguridad al turista y de protección al patrimonio natural y cultural que se requieren en el desarrollo de la actividad que realizan los guías de turistas generales y especializados en un tema o localidad en específico.

Y se refiere a los Guías de turistas como: La persona física que proporciona al turista nacional o extranjero, orientación e información profesional sobre el patrimonio turístico, cultural y de atractivos relacionados con el turismo, así como servicios de asistencia; el cual puede prestar sus servicios bajo la modalidad de guía general o guía especializado en un tema o localidad específica de carácter cultural. (SECRETARIA DE TURISMO, 2003)

Por lo tanto se puede inferir que esta norma acredita a guías con el conocimiento en cuestiones turísticas, culturales y de atractivos.

La NOM-09-TUR-2002 tiene como objetivo Definir los procedimientos, requisitos de información, seguridad y protección al turista y medio ambiente, patrimonio natural y cultural que se requieren en el desarrollo de la actividad, que realizan los guías de turistas especializados.

Y se refiere a los Guías de Turistas como:

“La persona física que proporciona al turista nacional o extranjero orientación e información profesional sobre el patrimonio turístico, cultural y de atractivos relacionados con el turismo, así como servicios de asistencia.”

Guía Especializado:

“Persona que tiene conocimientos y/o experiencia acreditable sobre algún tema o actividad específicos.”

Con base en lo mencionado anteriormente se hace un análisis de la NOM-09-TUR-2002 y se observa que la norma ofrece certificaciones para guías de turistas especializados en actividades específicas, los requisitos que pide para cada área son requisitos en cuanto a seguridad, conocimientos (cursos), equipo, manejo de gente, entre otros, menciona que para obtener un certificado se debe presentar un examen y mostrar evidencia de cursos pasados.

También se hace mención al registro de los guías en el Registro Federal de Contribuyentes, lo que se traduce en una figura jurídica.

En la norma no se menciona que instancias pueden proporcionar un curso o certificado, por lo que se hace un análisis de los organismos certificadores en el estado.

En la búsqueda de organismos certificadores en el estado se observa que Puebla carece de un organismo certificador como tal, lo que se puede traducir como una necesidad para los prestadores de servicios del estado.

Como consecuencia a la falta de organismos que avalen la actividad turística de aventura sucede que el estado carece de empresas profesionales en la prestación de estos servicios, y se observa que cada vez son más turistas los que llegan en busca de esta forma de turismo, los prestadores de servicios buscan la manera de satisfacer esas necesidades, una opción común que toman es buscar a un deportista experto en alguna actividad e

invitarlo a manejar grupos en expediciones, el deportista ve un nicho de oportunidad y comienza a hacer negocio por la prestación de ese servicio, pero dicho deportista carece del conocimiento necesario.

Como parte de la investigación se realizó un análisis del Directorio Nacional de Guías de Turistas Especializados en Actividades Específicas Vigentes 2015 de la Secretaria de Turismo (SECTUR)

Los resultados fueron los siguientes:

De acuerdo al Directorio Nacional de Guías de Turistas Especializados en Actividades Específicas Vigentes de la SECTUR se observa que solo hay 662 Guías de turistas registrados de los cuales el 77.34 % es especialista en interpretación ambiental, el 2.26% en cañonismo, el .30% en excursionismo, el 10.72% en buceo, 3.32% en alta montaña, .10 % actividades con el tiburón ballena y el 8.91% no cuenta con una especialidad, de los cuales el 3.71% son guías del estado de Puebla.

Se puede observar que la falta de capacitación en los guías no solo del estado sino de todo el país, sobre todo cuando se observa en los entornos donde se ofrecen los servicios de turismo en donde se descubren personas sin ningún tipo de preparación, sin embargo, por ello se presenta a continuación los resultados obtenidos en la investigación de campo.

4. METODOLOGÍA

A continuación se presenta el desarrollo de la investigación que se llevó a cabo en municipios del estado de Puebla donde se ofrecen servicios turísticos, durante el año 2016, con el propósito de identificar cuáles son las características de dichos prestadores y cuál es la percepción que tiene sobre la certificación, que les permita mejorar su servicio.

Las características de los prestadores de servicios y su percepción en relación a la certificación se conocieron gracias al diseño de un instrumento para poder determinar esto, considerando 14 ítems que fueron validados.

Se consideraron para la aplicación empresarios tanto hombres como mujeres, que fueran prestadores de servicios turísticos sin importar el giro y que se encuentran en cualquiera de los 10 municipios en el estado de Puebla, que son Cuetzalan, Tlatlauquitepec, Atlixco, Puebla, Chignahuapan, Hueytamalco, Xicotepec, Zacatlan, Huahuchinango y Ciudad Serdan.

Esta determinación de la información fue obtenida en base a un proceso de observación en dichos municipios, debido a que lamentablemente en el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) que forma parte del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) no cuenta con información sobre este tipo de prestadores de servicios, lo que resulta de mayor relevancia para esta investigación el poder identificarlos y conocerlos por ello después de realizar dicho proceso se determinó son 200 empresas. El cálculo de la muestra se realizó tomando en cuenta los siguientes valores:

Población: 200

Nivel de confianza: 95%

Margen de Error: 5%

Variabilidad positiva: 0.50

Variabilidad negativa: 0.50

$$N = \frac{4pq}{e^2(n-1)+4pq} = \text{Sustituyendo } n = \frac{4 * .95 * .05 * 200}{(0.05)^2 (200-1)+(4*.95*.05)} = \frac{38}{0.6875} =$$

N= 55.27 encuestas.

Se determinó una muestra de 55 encuestas, sin embargo, se aplicaron 116 gracias a la cercanía que tiene un integrante del grupo de investigación con los prestadores de servicios.

El instrumento permite identificar cuáles son las competencias que más se utilizan en los empresarios, utilizando la escala de Likert.

Con el propósito de validar y dar confiabilidad al cuestionario aplicado, se utilizó el indicador Alfa de Cronbach, esta herramienta estadística es un coeficiente de correlación cuadrado que mide la homogeneidad de las preguntas promediando las correlaciones entre todos los ítems.

Por lo tanto con el índice de consistencia interna que arrojó, se comprobó que el cuestionario utilizado recopila información fiable y que hace mediciones estables y consistentes. En relación de esto se encuentra que el coeficiente de Alfa de Cronbach puede tomar entre “0” y “1”, en donde 0 significa confiabilidad nula y 1 representa confiabilidad total, Los valores negativos resultan cuando los ítems no se relacionan de manera positiva entre ellos, lo que conduce a la violación del modelo de confiabilidad y esto se realiza con el apoyo de Software.

Para el presente trabajo de investigación se utilizó el software SPSS, donde se capturaron cada una de las variables utilizadas en cada ítem, para posteriormente determinar el Alfa de Cronbach en el menú de analizar escala de fiabilidad con el coeficiente mencionado.

Se obtuvo el siguiente resultado: el coeficiente de fiabilidad para todas las escalas, su fiabilidad, estimada mediante el indicador Alfa de Cronbach es de .808, lo que se considera que es un instrumento con un nivel de confianza alto.

Resumen del procesamiento de los casos

Casos	N	%
Válidos	116	100,0
Excluidos (a)	0	0,0
Total	116	100,0

Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento

Estadísticos de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	No. de elementos
,808	,810	14

Fuente: Elaboración propia con base a cuestionario y a software estadístico SPSS

Como se observa, el resultado obtenido en el sistema SPSS, el Alfa de Cronbach es de 0.808, por lo que se considera una fiabilidad alta, por lo tanto el cuestionario tiene validez y confiabilidad.

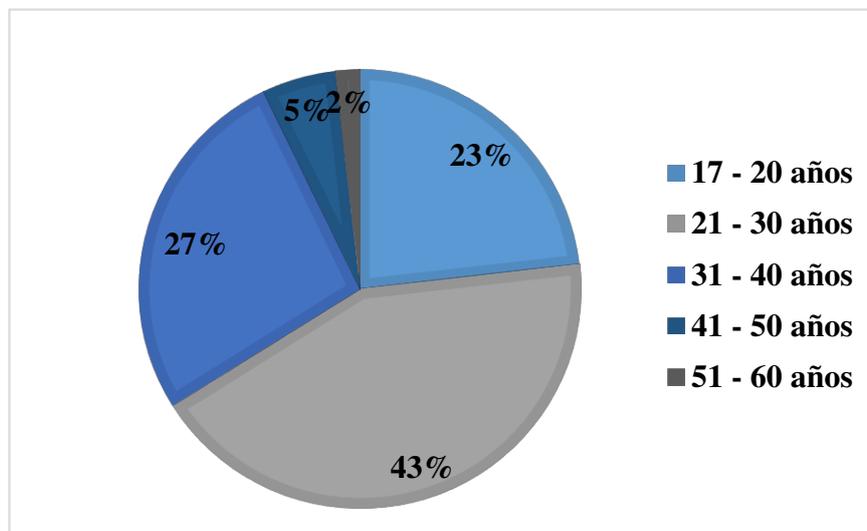
Resultados

Antes de pasar a los resultados estadísticos se procede a presentar las generalidades encontradas en los Prestadores de Servicios Turísticos.

Del total de los encuestados, 73% fueron hombres y 27% mujeres, esto puede ser un indicativo de que las actividades de turismo de aventura están concentradas en el género masculino quizá por la asociación de estas actividades a aspectos necesarios para las mimas, tales como la fuerza, el físico, entre otras.

Dentro de los grupos de edad, en la Gráfica 1 se puede notar que el 43% está concentrado en el grupo de edad de 21 a 30 años, que también puede hacer referencia a la juventud requerida para las actividades del turismo de aventura.

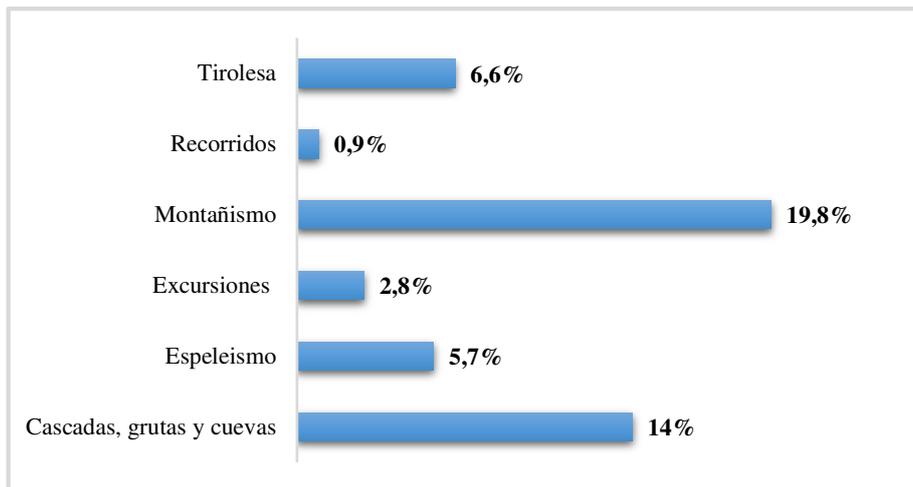
Gráfica 1 Grupos de Edad



Una característica importante resultó ser el nivel educativo obtenido en los resultados. El 48.2% cuenta con nivel superior, es decir, prácticamente la mitad de los encuestados pueden contar con mayores conocimientos especializados para dirigir el negocio o bien para aplicarlos en áreas específicas.

De las respuestas se obtuvieron las principales actividades de turismo de aventura que a continuación se muestran en la gráfica siguiente:

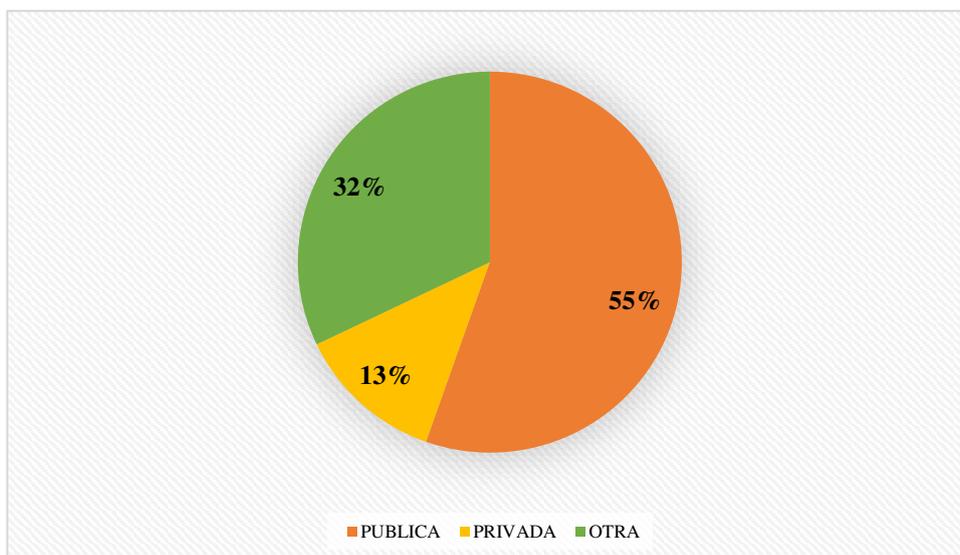
Gráfica 2 Actividades de turismo de aventura



Se observa que las actividades relacionadas con el montañismo, representan prácticamente el 20%, siendo la actividad más relevante. Le siguen actividades de visita a cascadas, grutas y cuevas con 14%. De aquí la importancia de proponer la certificación, ya que para realizar estas actividades debe considerarse el cuidado y protección de los turistas pues pueden ocurrir accidentes y en muchas de las ocasiones, se carece de elementos para solucionarlos.

De los que sí cuentan con el servicio de vigilancia y seguridad, respondieron que la mayoría de ésta es pública, es decir, dependen de los servicios de la policía municipal o estatal. Y sólo el 32% cuenta con seguridad privada, como se muestra en la gráfica siguiente.

Gráfica 3 Servicios de vigilancia y seguridad



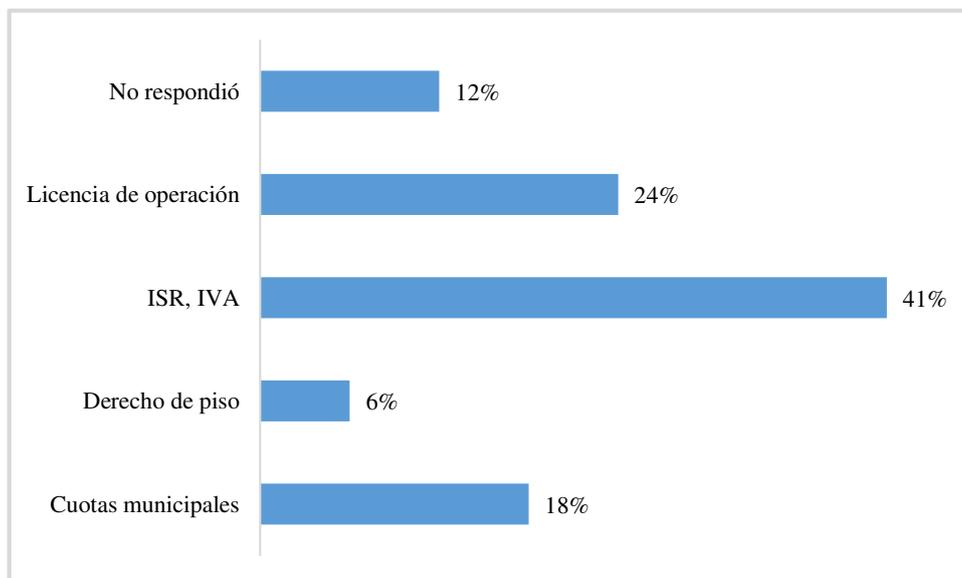
En lo referente a aspectos fiscales, se encontró que 55% de los que se dedican a los negocios de turismo y aventura, no expide facturas o algún tipo de comprobante fiscal. De igual modo, casi 59% respondió que no paga ningún tipo de impuestos. Le sumamos a casi el 11% que no respondió a esta pregunta, y esto refleja en conjunto que la mayoría se encuentra operando dentro de la informalidad bajo el criterio de unidad económica de la Organización Internacional del Trabajo.

Tabla 2 Aspectos fiscales y formales

Respuestas	Facturas	Impuestos
SI	35,7%	30,4%
NO	55,4%	58,9%
NO RESPONDIÓ	8,9%	10,7%

Para el caso de las personas que respondieron que pagan algún tipo de impuesto, el 41% de ellas paga contribuciones directas al Servicio de Administración Tributaria (SAT), en forma de IVA e ISR; después de siguen las licencias de operación con 24; el 18% contribuye municipalmente.

Gráfica 4 Tipo de contribuciones



Un elemento necesario para este análisis tiene que ver con las condiciones de cuidado del turista en las actividades del turismo de aventura, por lo que en este apartado se mostrará si los que se dedican a este negocio están bien equipados al respecto.

Resultados Estadísticos

A continuación se presentan los resultados obtenidos de la muestra, se observan las siguientes características de interés.

El conocimiento de estos aspectos es relevante para comprender el contexto de este tipo de negocios y al mismo tiempo para valorar la pertinencia de las condiciones bajo las cuales opera. Lo anterior servirá para realizar la propuesta de certificación de las actividades relacionadas con el turismo de aventura.

En primer lugar, se obtuvo que prácticamente el 68.10% no cuenta con empleados para sus actividades de turismo de aventura; el 6.03% de los encuestados no respondió a esta interrogante y 25.86% si cuenta con empleados. De este último grupo, la media del

número de empleados fue de 6, teniendo como mínimo 2 empleados y máximo 12. Puede ser que esté relacionado a que la mayoría de los que se dedican a este negocio involucran a sus familiares para ahorrar en salarios, o bien por tradición y costumbre.

Otro dato importante que se encontró se encontró que el 78.45% si es originario del lugar donde presta sus servicios, lo que resulta fundamental para la prestación de un mejor servicio a los turistas y sin duda generar un ambiente seguro y agradable para desempeñar las actividades turísticas, el 18.97% manifestó no serlo y solo el 2.59% no respondió. Adicionalmente se descubrió que el 96.55% indicó conocer las rutas que forman parte de los recorridos que ofrecen, el 0.86% afirmó no conocerlos y 2.59% no contestó, esto representa un aspecto positivo para el análisis que se realiza.

Bajo este contexto también se identificaron aspectos claves sobre la infraestructura y equipo con los que cuentan los negocios dirigidos al turismo de aventura. En la siguiente tabla se muestran los porcentajes obtenidos a la tenencia de características esenciales como la seguridad y medios y redes de comunicación.

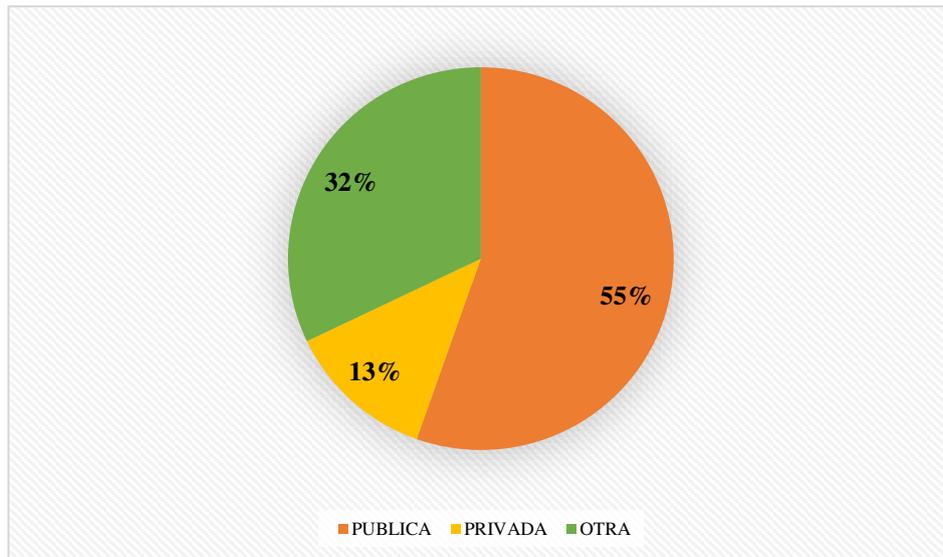
Tabla 3 Aspectos de infraestructura y equipo

Respuestas	Tecnología	Comunicaciones	Seguridad
SI	91,38%	56,9%	66,38%
NO	8,62%	40,52%	31,90%
NO RESPONDIÓ	0.0 %	2,59%	1,72%

Respecto a la posesión y uso de tecnología (computadora, internet, GPS, etc.), el 91.38% de los encuestados respondió positivamente; en el ámbito del acceso a medio de comunicación, también la mayoría respondió que, si cuenta con ello, aunque hay 40.52% que no tiene acceso a este aspecto. Finalmente, sobre la existencia de vigilancia y seguridad de los lugares donde se ofrece el turismo de aventura, casi el 31.90% no cuenta con este servicio.

De los que sí cuentan con el servicio de vigilancia y seguridad, respondieron que la mayoría de ésta es pública, es decir, dependen de los servicios de la policía municipal o estatal. Y sólo el 32% cuenta con seguridad privada, como se muestra en la gráfica siguiente.

Gráfica 5 Servicios de vigilancia y seguridad

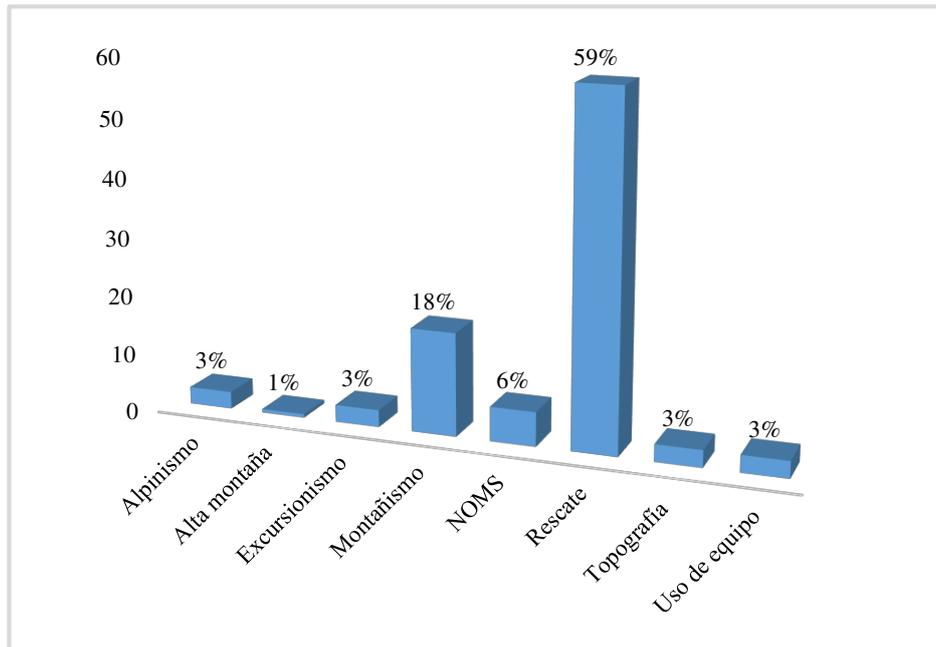


Sobre el conocimiento general de primeros auxilios, el 88% de los encuestados afirmó que cuenta con éste, pero cuando se les preguntó si habían tomado un curso formal, el porcentaje se redujo a 76%; y el porcentaje sigue disminuye a 69% cuando se les preguntó sobre un comprobante de ese curso (Diploma, constancia, etc.). Esto quiere decir que, pese al haber más del 50% con conocimientos de este tipo, no todos los negocios que se dedican al turismo de aventura carecen de este aspecto, lo cual se considera como preocupante.

Adicional a los cursos de primeros auxilios, se indagó sobre la toma de cursos de otro tipo, a lo cual el 60% respondió que toma otros cursos. También sobre una autoevaluación sobre su calificación para guiar a los turistas en las actividades del turismo de aventura; en este caso, el 93% consideró que si están calificados para hacerse cargo de estas actividades a pesar de que implican un peligro importante y no todos cuentan con conocimientos amplios y comprobados para asegurar el bienestar de los turistas.

En las gráficas siguientes se muestran los tipos de cursos que se toman y las razones por las cuales los encuestados consideran que están calificados.

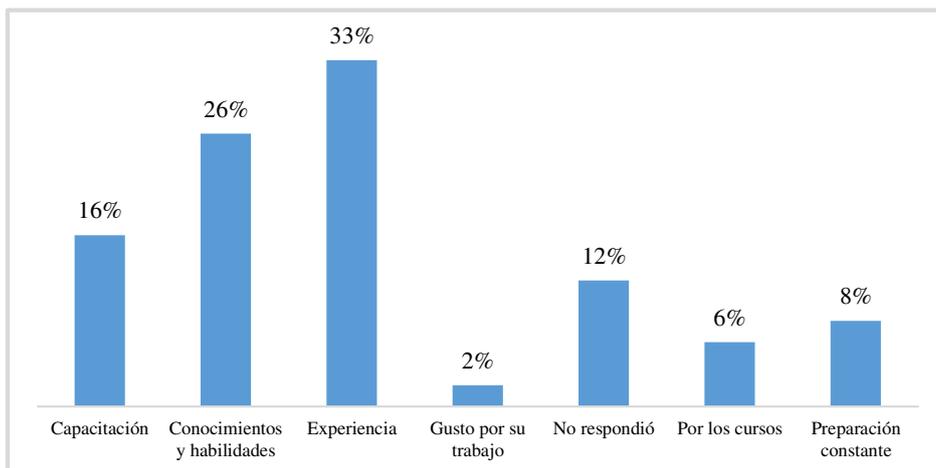
Gráfica 6 Tipo de cursos adicionales



En la gráfica anterior se observa que los cursos de Rescate y Montañismo son los más relevantes dentro de las opciones adicionales a los primeros auxilios, con 59% y 18% respectivamente. Hay poco porcentaje para el caso de las Normas Oficiales, las cuales debería de ser importantes por el uso de cierto equipo de seguridad, por ejemplo.

Poder ser que la explicación a la falta de otro tipo de cursos más dirigidos sea por lo que se muestra en la Gráfica 7, donde se muestran las opiniones de los encuestados sobre su percepción de contar con una buena calificación para otorgar servicios de turismo de aventura.

Gráfica 7 Opiniones sobre su calificación para el turismo de aventura



La principal razón resulta ser la experiencia con 33% de los encuestados, le sigue la posesión de conocimientos y habilidades con el 26%. Existe una certeza probablemente debido al conocimiento de las zonas y los años dedicados a estas actividades.

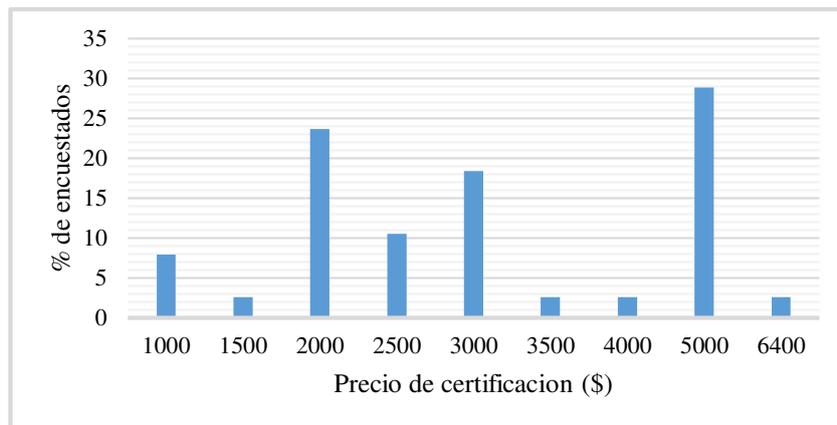
Percepción sobre la certificación para el turismo de aventura

La importancia de conocer la perspectiva de los entrevistados para la propuesta de una certificación para el turismo de aventura, se pudo identificar en tres variables de nuestra encuesta.

La primera se refiere al interés de las personas que se dedican a esta actividad para obtener una certificación oficial. El 89% aseguró estar interesada y si se ofertara, estarían en la mejor disposición de obtenerla.

Pero para que esto sea posible, cuando se les preguntó sobre el precio razonable de esta certificación, las opiniones fueron diversas. En la Gráfica 8 se observa que los montos van desde \$1, 000 hasta \$6, 400.

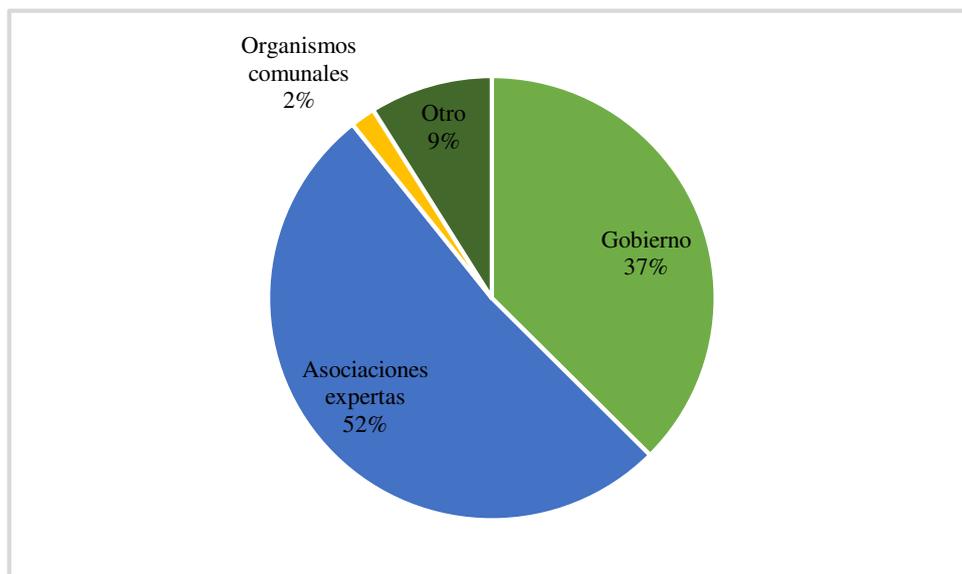
Gráfica 8 Costos de la certificación del turismo de aventura



Cerca del 29% opina que \$5, 000 sería el precio justo a pagar por una certificación; y cerca del 24% opina que \$2, 000. Esto es importante porque es una variable indispensable al momento de realizar un análisis de viabilidad y factibilidad de la propuesta de certificación.

Finalmente, sobre las instancias que deberían emitir la certificación para el turismo de aventura, en la Gráfica 9 sobresale de inmediato las asociaciones expertas en este giro con la mayoría de los encuestados (52%).

Gráfica 9 Instancias de la certificación para el turismo de aventura



Es importante notar que la percepción otorga su preferencia a otra opción antes que al Gobierno, seguramente porque no se tiene conocimiento de que pueda ofrecer este tipo de certificaciones para el turismo de aventura.

5. CONCLUSIONES

Después de revisar los resultados obtenidos se observan muchas situaciones que resultan poco apropiadas para la prestación de servicios turísticos en los 10 municipios analizados en el estado de Puebla.

El hecho de que más del 68% de los encuestados no cuente con empleados, quiere decir que la actividad la desempeñan de manera individual y que en ocasiones la realizan no porque sean expertos en el tema, si no por una cuestión de necesidad de generar ingresos y esto no siempre se realiza en las mejores condiciones.

Que el 78% sean originarios del lugar donde prestan sus servicios es muy importante y una fortaleza, lo que pudiera mejorar considerablemente si estuvieran certificados y formar parte de un padrón institucional por parte de las autoridades responsables del turismo en el Estado de Puebla, México.

En cuanto al uso de la tecnología el 91.38% manifestó contar con ella, sin embargo, no siempre se utiliza adecuadamente para la prestación del servicio, por lo que sería fundamental recibir una actualización sobre el tema.

En lo que se refiere a las comunicaciones el 56.9% manifiesta que si existe y esto se puede justificar por qué los lugares donde se presta este tipo de servicios no siempre se cuenta con los servicios de comunicación, por lo que representa un problema.

Adicionalmente en el tema de la seguridad el 66.38% indico que si cuenta con ella pero se depende únicamente con la seguridad pública que no siempre está disponible en número para atender al número total de turistas.

Un tema preocupante es el del conocimiento por parte de los prestadores de servicios turísticos en relación al conocimiento de Primeros Auxilios, en donde solo el 69% de los encuestados podrían demostrar con algún documento que si lo saben, y esto representa un alto riesgo para los turistas que utilizan estos servicios.

Por último en relación a lo que interesa en el trabajo que es la certificación se encontró que más del 89% estaría dispuesto a Certificarse y se encontró que se pagaría de \$1,000.00 a \$6,400.00 lo que podría servir para definir qué tipo de certificación se pueden ofrecer a estos prestadores y por último se encontró que los prestadores de servicio utilizarían la certificación por parte de empresas expertas en el tema y esto representa un área de oportunidad para mejorar este tipo de turismo.

Por lo antes mencionado se realizan las siguientes propuestas:

A) Primero que nada se sugiere que la Secretaria de Turismo del Gobierno del estado de Puebla, debe realizar un padrón de todos los prestadores de servicios turísticos tanto los formalmente establecidos como los que no y darles un distintivo que le permita a los turistas saber que están contratado a alguien que está plenamente identificado por la autoridad competente.

B) Generar un Organismo Certificador que con el aval de la Secretaria de Turismo del Gobierno del estado de Puebla, genere a través de un proceso de Educación Continua, cursos y talleres que le permitan a los prestadores de

servicios turísticos adquirir conocimientos, competencias y actualizaciones que permitan mejorar de manera importante sus servicios, pero que adicionalmente les permita adquirir una certificación que genere beneficios tanto para los prestadores como para los turistas.

Se espera que estas propuestas se puedan considerar por parte de las autoridades estatales de Turismo que permita mejorar las condiciones de prestación de servicios turísticos y garantice generar mejores condiciones tanto para prestadores como a los turistas.

6. BIBLIOGRAFIA

- AENOR. (24 de septiembre de 2015).
<http://www.aenor.es/aenor/actualidad/actualidad/noticias.asp?campo=1&codigo=37984&tipon=#.VtvGQPnhDIU>. Obtenido de
<http://www.aenor.es/aenor/actualidad/actualidad/noticias.asp?campo=1&codigo=37984&tipon=#.VtvGQPnhDIU>
- Concanaco. (2014). <http://www.concanaco.com.mx/documentos/indicadores-estados/Puebla.pdf>. Obtenido de
<http://www.concanaco.com.mx/documentos/indicadores-estados/Puebla.pdf>
- France Diplomatie. (2016). <http://www.diplomatie.gouv.fr/es/asuntos-globales/diplomacia-economica/hechos-acerca-de-francia/una-cifra-un-hecho/article/francia-primer-destino-turistico>. Obtenido de
<http://www.diplomatie.gouv.fr/es/asuntos-globales/diplomacia-economica/hechos-acerca-de-francia/una-cifra-un-hecho/article/francia-primer-destino-turistico>
- Gonzalez , A., & Alpuche , R. (1978). *Temática y Legislación Turística* . México: Asociacion Nacional de Abogados.
- INEGI. (2015). *Sistema de Cuentas Nacionales de México. Cuenta Satélite del Turismo de México (CSTM).2013, Preliminar. Año base 2008*. Aguascalientes, México .
- INEGI. (23 de Septiembre de 2015). “*ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL DÍA MUNDIAL DEL TURISMO (27 DE SEPTIEMBRE)*”. Obtenido de
<http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/aproposito/2015/turismo0.pdf>
- INEGI. (2015 pag.1/11). “*ESTADÍSTICAS A PROPÓSITO DEL...DÍA MUNDIAL DEL TURISMO (27 DE SEPTIEMBRE)*”. Aguascalientes.
- Naciones Unidas . (1971). *Directrices para la compilación de Estadísticas de Turismo* . Nueva York: Secretaria de la UNCTAD.
- OMT. (2014). *EL TURISMO MUNDIAL*.
- Puebla, U. d. (2015). *capitulo II, sector turistico*. Puebla.
- Saavedra , E., Duran, E., & Durand, C. (2004). *Promoción Turística: Una llave para el desarrollo de Chuquisaca, La Paz*. Bolivia: Fundacion Pleb.
- SECRETARIA DE TURISMO. (5 de 3 de 2003). NORMA Oficial Mexicana NOM-08-TUR-2002. mEXICO: Diario Oficial.
- SECTUR. (2004). *Turismo Alternativo: Una nueva Forma de hacer Turismo*. Mexico, DF: SECTUR.
- SECTUR. (24 de julio de 2015).
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>. Obtenido de
<http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>
- SECTUR. (4 de 11 de 2015). <http://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/acreditacion-de-guias-de-turistas>. Obtenido de

- <http://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/acreditacion-de-guias-de-turistas>
- SECTUR. (4 de 11 de 2015). <http://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/acreditacion-de-guias-de-turistas>. Obtenido de <http://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/acreditacion-de-guias-de-turistas>
- SEDETUR. (2015). <http://sedetur.qroo.gob.mx/index.php/tramites/guias-de-turistas/guia-de-turistas-especializados>. Obtenido de <http://sedetur.qroo.gob.mx/index.php/tramites/guias-de-turistas/guia-de-turistas-especializados>
- TURISMO, T. A. (2014 PAG. 22). *SECTUR*. DF.
- UNID. (2014, pag. 2). *turismo de aventura*. ciudad de México: UNID.
- World Tourism Organization. (2015). *World Tourism Barometer. Volume 13, June*. Estados Unidos: UNWTO.
- Zamorano Casal, F. M. (2007 (reimp 2008)). *Turismo alternativo servicios tur/sucos diferenciados animación, turismo de aventura, turismo cultural, ecoturismo, turismo recreativo* . México : Trillas.
- Ziff, D. (1979). *The ABC's of Travel: A glossary of the terms and abbreviations peculiar to the Travel Industry*. Nueva York: Publishing Company.