



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
CENTRO UNIVERSITARIO UAEM TEXCOCO

LICENCIATURA EN TURISMO

**Experiencias basadas en las emociones de los estudiantes de la
Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos al realizar viajes
para participar en una competencia deportiva**

TESIS

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN TURISMO**

PRESENTA

Sandra Gisela Alvarado Arrazola

ASESORA

DRA. MARTHA MARIVEL MENDOZA ONTIVEROS

DR. RAFAEL HERNÁNDEZ ESPINOSA
REVISOR

LIC. ARLENY ALENA SORIA GONZÁLEZ VÉLEZ
REVISORA

TEXCOCO, ESTADO DE MÉXICO, 2022.

Contenido

INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 1 MARCO TEÓRICO	11
a) Experiencia turística	11
b) Las emociones en el estudio de la experiencia turística	19
c) Turismo deportivo	24
d) Experiencias y turismo deportivo	27
CAPÍTULO II MARCO CONTEXTUAL	29
a) Viajes académicos	29
b) Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos (ENED)	30
c) ¿Cómo ingresar a la ENED?	31
d) Deporte universitario	34
e) Universidades del deporte	35
f) Competencias deportivas de la ENED	37
g) Copas Universitarias CONDDE	37
CAPÍTULO III METODOLOGÍA.....	40
a) Metodología	40
b) Tipos de investigación	40
a. Por su propósito.....	40
b. Por su profundidad	41
c. Por el periodo de realización	41
d. Por sus fuentes de información	41
e. Por su naturaleza	42
c) Técnicas de investigación cualitativa	43
d) Instrumentos	45
e) Tipo de muestreo	46
f) Tamaño de la muestra	47
f. Perfil de los entrevistados	48
Capítulo 4. Experiencias del turismo deportivo activo	50
a) Turismo deportivo activo	50
b) Competencias deportivas	50
c) Emociones durante la competencia	51
d) Motivación para competir	51

e) Competencias individuales y en grupo	52
f) Triunfos	53
g) Emociones al obtener un triunfo	53
h) Fracazos	53
i) Preparativos para la competencia.....	54
j) Preparación emocional	55
k) ¿Cómo te sientes durante una competencia?	55
l) Emociones después de una competencia	56
m) Emociones durante los viajes para una competencia.....	56
n) Quién influye más en una competencia (tú, el equipo contrario, tu entrenador)	57
o) Cómo influyen amigos, familiares o profesores en la competencia.....	57
p) Emociones antes durante y después de una competencia	58
q) Ventajas y desventajas de ganar o perder.....	59
r) Mejores recuerdos de las competencias.....	60
s) Peores recuerdos en una competencia	61
t) Cómo perduran los recuerdos.....	63
u) Qué recuerdos perduran más, una victoria o una derrota	63
v) Cómo influye un triunfo o una derrota en la experiencia.....	64
w) Experiencia general de los viajes para competir	65
CONCLUSIONES	69
Referencias	72

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación aborda las experiencias basadas en emociones de los estudiantes de la Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos (ENED) al viajar para participar en una competencia deportiva. Esta institución está ubicada en la Ciudad de México, ahí es donde se forman los universitarios para obtener el grado académico de licenciado en entrenamiento deportivo. Para ingresar a dicha institución es necesario practicar un deporte como: taekwondo, fútbol, basquetbol, atletismo, gimnasia, entre otros.

El turismo deportivo consiste en una serie de actividades que se basan en atraer a un grupo de personas a un destino para participar u observar un evento o acontecimiento deportivo. Cuando se participa en un evento se le llama turismo deportivo activo, esto quiere decir que la persona hará una participación en cualquiera de los torneos o actividades que se presenten, sin embargo, también existe la modalidad de turismo deportivo pasivo que consiste en trasladarse a otro sitio con el motivo de presenciar dichas actividades sin una participación física.

De acuerdo con Pine y Gilmore (1999, citado por Ahlfert, 2012), las experiencias provocan cambios en los seres humanos, de ahí que constantemente se esté en búsqueda de estas. Buenas o malas, las experiencias ayudan a crecer, mejorar, reparar y a reformarse. Ahora que el mundo entra en la economía de las experiencias, ellas han entrado a formar parte del ámbito del comercio.

A partir de un enfoque sociocultural en los estudios del turismo las experiencias de quienes participan en esta actividad, específicamente de los turistas, se ha vuelto un tema central. En años recientes ha cobrado gran importancia, particularmente desde una perspectiva del marketing, al convertirse en un producto turístico. Por ejemplo, Vergopoulos (2016) sostiene que el espacio, el tiempo y las interacciones sociales solo pueden ser condiciones y objetos de una experiencia turística en la medida en que un sujeto esté allí para aprehenderlas, por lo tanto, es preciso que haya un sujeto (un turista) y un objeto de experiencia (situación turística). En este tenor, la experiencia turística es aquello que sucede cuando un sujeto que viaja a un territorio lo convierte en destino, en otras palabras, cuando un fragmento del espacio se convierte en “sitio” o en atracción turística, cuando el tiempo de las actividades diarias se convierte en vacaciones, cuando

un otro se transforma en nativo o representante de la sociedad local y cuando el sujeto mismo se convierte en turista.

En esa búsqueda constante de experiencias el turismo cambia con el tiempo y las agencias de viaje ofrecen diferentes opciones para aquellos que buscan vivir experiencias únicas practicando su deporte favorito o acudiendo en un escenario de notoriedad mundial. Hoy precisamente viajar a magnos eventos deportivos se ha convertido en una de las tendencias de millones de turistas. El deporte supera las fronteras y hace de estas experiencias una nueva forma de mirar el mundo; además de acompañar a los deportistas y sentir intensamente cada emoción en vivo y en directo durante las competencias, se convierten en viajes para conocer nuevas culturas, personas de todo el mundo y aprender del destino visitado. Como participante se viaja para retarse a sí mismo y practicar su deporte en los diferentes escenarios.

El Consejo Mexicano de Turismo Deportivo (COMETUD) tiene como propósito ayudar a que los eventos deportivos se conviertan en experiencias turísticas entre sus afiliados al analizar, crear y promover procesos, lineamientos y normatividad de acciones que fortalezcan la industria del turismo deportivo, lo que pone de manifiesto la relación entre turismo deportivo y experiencias turísticas.

Cada año los estudiantes de la ENED asisten a diferentes competencias deportivas con el motivo de seguir preparándose a nivel deportivo y educativo, es por ello que se buscará conocer sus experiencias basadas en sus emociones al realizar dichas competencias.

Preguntas de investigación.

¿Cuáles son las experiencias basadas en las emociones de los estudiantes de la Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos al realizar un viaje de competencia deportiva?

Objetivo general

Analizar las experiencias turísticas basadas en las emociones de los estudiantes de la Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos al realizar un viaje para participar en una competencia deportiva.

Objetivos específicos

- Identificar cuáles son las experiencias turísticas emocionales que más perduran en los recuerdos de los estudiantes que viajan para participar en competencias deportivas.
- Conocer las experiencias emocionales de los estudiantes durante las competencias deportivas en las que participan en sus viajes cómo influye el ganar o perder en las experiencias emocionales de los estudiantes.

Actualmente existen estudios que se relacionan de alguna manera por ser turismo deportivo, o simplemente porque se habla de la experiencia emocional (en otras tipologías de turismo), sin embargo, no se ha logrado encontrar un documento o investigación que hable principalmente de la experiencia de los competidores en cuanto a sus emociones. Si hay estudios que hablan sobre el turista, su estancia y la práctica, mas no de la experiencia en una competencia deportiva y menos de estudiantes de una universidad, en este caso la ENED.

Por otra parte, se han encontrado documentos que hablan acerca de las motivaciones y cómo es que el turismo deportivo es importante en algunos sitios, de la práctica activa o pasiva de los turistas, mas no de una experiencia emocional basada en una competencia. Se pretendía encontrar alguna investigación basada en los Juegos Olímpicos, pero no fueron realizadas con base en la experiencia de un participante, sino del turista o en su caso de los residentes de dichos juegos.

Existen estudios relacionados al problema de investigación (como los que ya se mencionaron anteriormente) que hablan de la experiencia del turista al realizar una práctica deportiva u otra actividad, la diferencia es que se basa en un viaje dónde no se enfrenta a una competencia, sino es un viaje por placer, es decir, un turista deportivo pasivo por lo tanto no se concentra en un torneo y menos en estudiantes. También tienen relación con otras áreas como las motivaciones, el concepto de turismo deportivo, impactos económicos, sociales y culturales, los juegos olímpicos, la importancia de los eventos deportivos, mejora en la infraestructura, oferta y demanda, turismo deportivo pasivo y activo (como ya se mencionó).

Como se mencionó anteriormente, no existen estudios que respondan la pregunta específica de investigación, responden a otras áreas o criterios, por lo que no son aplicables esas respuestas al contexto de la investigación propuesta. De alguna manera

otros estudios se relacionan cuando hablan de la experiencia emocional, basado en otros sectores del turismo que no es el deportivo. Y efectivamente han sido resueltas.

De lo anterior, podría plantearse una hipótesis en esta investigación la cual sería: “ganar la competencia influye en la experiencia del competidor de manera positiva”, y esta sería comprobada con los resultados de este trabajo. En algunas investigaciones que se tiene mínima relación han sido resueltas bajo investigaciones cualitativas, principalmente porque para conocer la experiencia de una persona es necesario indagar, profundizar e inferir, lo cual no lo permite hacer la investigación cualitativa a través de entrevistas a profundidad e individuales y no sólo a través de números como lo es la investigación cuantitativa.

Los datos que se necesitan recolectar para responder la pregunta son conocer acerca de su experiencia en un viaje de turismo deportivo (competencias o activo), específicamente con las emociones, el cómo se siente ganar o perder y cómo repercute en la experiencia del estudiante, también sería importante conocer su edad y género para poder deducir cómo influye en hombres y mujeres, para así responder la pregunta de investigación.

Los temas principales que se abordan en el primer capítulo son la experiencia y experiencia turística, ya que son parte del tema principal, al igual que las emociones. El turismo deportivo es un tema totalmente relevante en la investigación, actualmente existen dos tipos el activo y pasivo, como se mencionó anteriormente. También se presentan diferentes casos de experiencias en el ámbito turístico.

En el segundo capítulo puede observarse el tema de los viajes académicos, que se remontan al siglo XVI con el nacimiento del Grand Tour y la relación que presenta con esta investigación se ve reflejada en que se aprende o se adquiere nuevo conocimiento, en este caso en el ámbito deportivo con la ENED, la cual es una institución educativa de nivel superior, sus antecedentes así como la información más importante como sus inicios, información académica, deporte universitario, universiada nacional, sus competencias deportivas, copas universitarias CONDDE serán desarrollada en el presente trabajo.

La metodología empleada podrá encontrarse descrita en el tercer capítulo, la cual fue cualitativa, básica o pura, descriptiva, sincrónica transversal y al mismo tiempo también fue una investigación documental y de campo, se utilizó una técnica cualitativa como la

entrevista a profundidad y diferentes instrumentos. El tipo de muestreo que se utilizó fue no probabilístico por conveniencia, finalmente el tamaño de la muestra fue con base en las respuestas.

Finalmente, en el cuarto capítulo se define al turismo deportivo activo y cada una de las respuestas de los universitarios entrevistados de la ENED, en total fueron 20 estudiantes y 23 preguntas que dan respuesta a nuestra investigación. Se realizó una conclusión del capítulo y las conclusiones finales y generales de todo el trabajo.

CAPÍTULO 1 MARCO TEÓRICO

a) Experiencia turística

El término de experiencia es muy común en la sociedad, porque con base en ella pueden generarse cambios en el estilo de vida, al mismo tiempo se da un aprendizaje sobre la realidad de cada individuo, pero realmente ¿qué es una experiencia?, ¿cuándo surge? y ¿qué elementos están incluidos en esta palabra? (ver imagen 1).

Imagen No. 1 “Experiencia EDC 2020”.



Fuente: <http://theelectroside.com/2020/01/15/edc-mexico-2020-en-numeros/>

La experiencia es un principio establecido en el sentido común y se le usa cotidianamente de múltiples maneras. Cabe mencionar que el abordaje y el uso del concepto de experiencia no son únicos del campo turístico, sino que forman parte de los objetos de estudio de diversas disciplinas como psicología, pedagogía, sociología, antropología, historia, filosofía, etc. (Guzmán y Saucedo, 2015). Su estudio se ha abordado de diferentes maneras, ya que cada autor ha empleado una forma de ver o definir el concepto, por ejemplo, Immanuel Kant en el siglo XVIII, mencionaba que la experiencia aparece fundamentalmente como el resultado, como el producto de la actividad cognoscitiva, en la que necesariamente interviene como soporte todo el conjunto de condiciones interpuestas por la subjetividad humana (Amengual, 2007). Kant adopta el empirismo debido a que lo considera fuente de conocimiento, una persona puede relatar sucesos pasados como una experiencia que puede quedar marcada en su vida. Así para Kant las sensaciones o impresiones sensitivas, dan entrada para recordar las situaciones vividas por una persona y son entendidas como conocimiento, ya que generan aprendizaje. Pero, aunque todo conocimiento comience por la experiencia, no quiere decir que todos los conocimientos vengan de la experiencia, ya que las personas tienen otro tipo de conocimiento.

Por otro lado, Friedrich Hegel (1770, citado por Amengual, 2007) hace una crítica a lo que escribe Kant ya que difiere de su concepto de experiencia. Hegel menciona que no puede ser solamente considerada la experiencia como derivada del conocimiento, ya que abarca otras cuestiones que afectan al hombre: opiniones científicas, situaciones de la vida, cuestiones de la vida, de la conciencia moral, experiencias religiosas, posiciones filosóficas. También menciona que las experiencias tienen más características que abordar, él lo considera como un movimiento generador de objetivos y de nuevas figuras

de conciencia, ya que las personas pueden realizar diversas actividades que van a generar una experiencia o una vivencia nueva.

En este contexto, se visualizan dos puntos de vista diferentes desde la perspectiva filosófica, Kant piensa que las experiencias se van a dar a causa del conocimiento, ya que las enseñanzas que una persona ha vivido se convierten en hechos que se relatan para ser transmitidos, pero esto se queda en conocimiento, mientras que Hegel dice que hay más, no solo el conocimiento, hay más puntos que abordar, ya que es una palabra que puede referirse a más cuestiones de la vida de un sujeto, ya sea de sucesos cotidianos, laborales o sociales puede abordarse mucho más desde el punto de vista de este filósofo (Amengual, 2007).

A lo largo de la historia hay diferentes autores que han intentado darle esencia a dicho concepto, por ejemplo, El Oxford English Dictionary (2015, citado en Gama y Favila, 2018) define a la ‘experiencia’ como: “(1) *La acción de poner a prueba, ensayar.* (2) *La observación real de hechos o eventos, considerados como una fuente de conocimiento.* (3) *El hecho de ser, conscientemente, el sujeto de un estado o condición, o ser conscientemente afectado por un evento*” (p. 199).

Guzmán y Saucedo (2015) mencionan que la experiencia es el resultado de una relación que el sujeto tiene con algo que no es él, una relación con algo que tuvo lugar en él y después de la cual ya no es el mismo; finalmente, también es una relación del sujeto con los demás, de modo que lo que impacta al sujeto tiene un efecto también en su vínculo con los otros.

Mèlich (2002, citado en Guzmán y Saucedo, 2015) alude que las experiencias ocurren siempre ligadas a un contexto, que se limita a un espacio y a un tiempo, lo que representa un principio de límite. Así, las experiencias se tienen y se viven en un contexto que preexiste y que rebasa al sujeto. En cuanto al tiempo, para Mèlich (2002, citado en Guzmán y Saucedo, 2015), en toda experiencia hay un recuerdo del pasado y en el recuerdo de la experiencia pasada hay una nueva experiencia, diferente, única. Pero en toda experiencia de límite hay también futuro, posibilidad de ser de otro modo, cambio e innovación.

Erik Cohen (citado en Ahlfert, 2012) define experiencia como “*el estado interior provocado por alguna cosa que nos encontramos personalmente, experimentamos o*

vivimos” (p.94), por lo que, las experiencias hacen a una persona, intervienen en las formas de pensar y actuar en determinado momento.

La experiencia es subjetiva y por eso difícilmente observable (Fijalkow, Jalaudin y Lalanne, 2015, citado en Vergopoulos, 2016). Es subjetiva, porque es estrictamente particular e íntima, se da de manera individual, y también porque requiere necesariamente un sujeto. Otros autores como Berger y Luckmann (2005, citado en González Damián, 2011) dicen que la experiencia adquiere significado desde la subjetividad, desde el interior de la persona, pero también desde el exterior en el momento de interacción y comunicación con otros sujetos.

O'Dell, (2007, citado en Ahlfert, 2012) menciona que las experiencias son fenómenos subjetivos, intangibles, continuos y altamente personales. Evidentemente, habrá distintos tipos de experiencias: de lenguaje, sensibles, emocionales, cognitivas, relacionales, etc.

Los elementos que incluye la experiencia varían de acuerdo con el tipo de práctica, por lo tanto, existe variedad de experiencias, pero en este caso nos interesa saber qué es la experiencia turística. Los autores la han definido desde diferentes perspectivas, se está de acuerdo con Kant en que la experiencia es fuente de conocimiento, así como la definición que menciona O'Dell porque son fenómenos intangibles, no se pueden tocar, pero si sentir y aún más importante la similitud que presenta cada uno de los autores se basa en que cada una de ellas es íntima y única del ser humano, es decir es personal y exclusiva. Se ha visto que la demanda de experiencias es una exigencia de la sociedad actual. Esto supone que viajar debe ser un vehículo para vivir experiencias. Puede ser entendida como *"todo lo que sucede en cualquier situación de práctica turística"* (Vergopoulos, 2016, p. 1).

La experiencia turística se convirtió en un tema clave de investigación en la década de 1960 y se hizo popular en la literatura de ciencias sociales en la década de 1970 (Ahlfert, 2012). En primer lugar, la experiencia turística se estudia desde un enfoque fenomenológico, que se centra en la experiencia subjetiva desde el punto de vista del sentido común de los turistas natos (Ahlfert, 2012). En segundo lugar, se aborda desde un enfoque durheimiano y se compara con un viaje casi religioso, de peregrinación y sagrado que ofrece oportunidades de escape de la pesadez diaria, de las restricciones, de anomías y responsabilidades profanas y para experimentar la libertad, autenticidad, novedad, etc. En tercer lugar, la experiencia turística, como un proceso psicológico subjetivo, se trata

como el objeto que puede ser estudiado en métodos positivistas, como se ejemplifica en experimentos científicos y otros métodos cuantitativos. En cuarto lugar, existe un enfoque crítico que considera la experiencia turística como una actividad de búsqueda de placer institucional, que contribuye inconscientemente al mantenimiento del *status quo* (Ahlfert, 2012) (ver imagen 2).

Imagen No. 2 “Experiencia turística”.



Fuente: <https://es.slideshare.net/AnabelAguilera/la-experiencia-turistica>

Otros autores como Erik Cohen (citado en Ahlfert, 2012) propone la definición de experiencia turística, como: “*estados generales en el transcurso de un viaje, especialmente, en las vacaciones o los tours paisajísticos*” (p. 97). En otras palabras, comienza desde el momento en que se elige el destino, ya que se escoge de acuerdo con previas experiencias, ya sean positivas o negativas (aprendizaje) y hasta el momento de regresar al hogar (posible satisfacción).

Lo anterior se refiere a la planeación del viaje, por ejemplo, la búsqueda de información a través de diferentes empresas turísticas donde se genera la reservación y, probablemente, se elegirá el mejor paquete. Desde este punto hay interacción con el personal, que deja en el turista una experiencia personal o interna, por el tipo de trato que recibe. Surgen las imágenes mentales en el interior, que tienen gran relación con las emociones del turista, porque comienza la percepción y las expectativas, el cómo será el sitio por visitar y lo que se espera del mismo (García Mas y García Mas, 2005).

Durante el viaje, el turista corrobora su percepción y expectativa a través de sus sentidos, porque vive el momento, nadie le cuenta acerca del sitio, sino él mismo experimenta y siente, por lo que su experiencia se hace propia e interna, lo cual cambia su pensamiento y emociones (ver imagen 3). En este punto, el turista tiende a tener una conducta de acuerdo con el posible trato que reciba por parte de la comunidad receptora (García Mas y García Mas, 2005).

Imagen No. 3 “Expectativa vs. Realidad”.



Fuente: <https://publicacion.com/expectativa-vs-realidad-15-fotos-que-las-agencias-de-viajes-no-quieren-que-veas/>

Después del viaje vienen los recuerdos más relevantes de acuerdo con las emociones más importantes vividas en el transcurso del viaje. Los recuerdos pueden ser positivos o negativos y de esto puede depender si se regresa al sitio o se opta por otra iniciativa (García Mas y García Mas, 2005).

La experiencia como vivencia es aquella en donde los recuerdos perduran en la memoria del turista, por haber vivido o experimentado ciertas prácticas (ver imagen 5). No necesariamente pueden ser positivas, porque en ocasiones los aspectos negativos son los principales en convertirse en recuerdos y, por lo tanto, perduran en la mente del viajero (García Mas y García Mas, 2005).



Fuente:
<https://reportecatolicaico.com/2017/06/pobreza-de-memoria-pobreza-de-recuerdos/>

Por último, pero no menos importante, tenemos la experiencia interna, es decir, las emociones del turista. Prácticamente las emociones están en el antes, durante y después del viaje, las motivaciones pueden llevar al desplazamiento, sin embargo, hay que tomar decisiones antes de viajar, ya que es el punto más importante en la elección del destino.

La experiencia turística es un conjunto de impresiones físicas, emocionales, sensoriales, espirituales e intelectuales, que son percibidas de manera diferente por cada turista, desde el momento en que planifican su viaje, lo disfrutan en el destino e incluso cuando vuelven a su lugar de origen y recuerdan su viaje, es una experiencia (Otto & Ritchie, 1995, citado en Rivera, 2013).

Hernández, Vargas y Aguilar (2015) mencionan que, para ser consideradas experiencias turísticas, deben haber sido diseñadas con el propósito de generar sensaciones y emociones a los turistas. Se ha demostrado que, a largo plazo, los recuerdos de hechos determinados (concretos) desaparecen, mientras que los de las emociones vividas perduran en el visitante.

Últimamente en el turismo se ha dado cada vez más importancia a la experiencia emocional. De hecho, existe toda una tendencia hacia el marketing emocional. En un



Fuente:
<https://www.branfluence.com/descubriendo-marketing-emocional/>

programa de marketing se realiza un diagnóstico de la personalidad, necesidades y deseos de los clientes, se diseñan propuestas sobre los estados de ánimo que se desean generar y los beneficios de generarlos; se crea una estrategia de comunicación que incluyan palabras y frases que despierten emociones y sentimientos en los turistas (Olamendi, 2012, citado en Hernández, et al., 2015), es por ello que Izaguirre

(2012) menciona que la mejor forma de atraer a un turista es a través de sus emociones, porque se llega a sus sentimientos (ver imagen 6).

Para transmitir mensajes es necesario enfocarse en comunicar experiencias, recordar emociones y sensaciones, y no solo hablar de actividades. Actualmente, el turismo busca vender experiencias emocionales, entonces si se quiere incrementar la competitividad de un destino deben planearse y evaluarse los servicios turísticos a partir de las emociones (ver imagen 7) (Hernández, et al., 2015). Así, la satisfacción del cliente puede ser inducida momentáneamente por el marketing experiencial, y más específicamente, a través del valor emocional y funcional que proviene de las percepciones y la calidad del servicio (Dimitrova, 2017).

Imagen No. 7 "Emociones".



Fuente: <https://www.caracteristicas.co/emociones/>



Imagen No.8 "Emoción".

Fuente: <https://aatrae.com/capacitacion-in-company/emocion-sentimiento-animos/>

Se han mencionado las emociones en el turismo, como una experiencia emocional, pero realmente ¿qué son las emociones?, son aquellas que experimentan los seres humanos, juegan un papel fundamental en todos los fenómenos sociales (ver imagen 8). El turismo es un fenómeno por lo que tiene importancia en las actividades que realiza el turista, es decir, en las experiencias

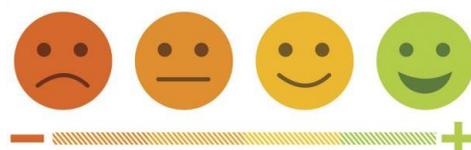
generadas.

Denzin (2009, 1984, citado en Bericat, 2012: pág. 1) define la emoción como:

“Una experiencia corporal viva, veraz, situada y transitoria que impregna el flujo de conciencia de una persona, que es percibida en el interior de y recorriendo el cuerpo, y que, durante el transcurso de su vivencia, sume a la persona y a sus acompañantes en una realidad nueva y transformada la realidad de un mundo constituido por la experiencia emocional”.

Se consideran emociones en el ámbito turístico, según Hernández et al., (2015), la alegría, sorpresa, admiración, inspiración, coraje, tristeza, miedo, ansiedad, deseo e ilusión (ver imagen 9). Las emociones son parte de los seres humanos, en este caso de los turistas, ya que viene en la naturaleza humana, aunque depende

Imagen No. 9 "Tipos de emociones".



Fuente: <https://rinconpsicologia.com/la-emocion-que-mas-nos-dana/>

de cada persona y su situación, posteriormente se convierten en experiencias que perduran

en la memoria (Díaz y Castro, 2017). Los sentidos forman parte de la experiencia. El sentido del olfato es el responsable de las tres cuartas partes de las emociones generadas en el turista, por lo olores agradables en el destino, esto permite que el turista se sienta cómodo y genere en él una emoción. Por otra parte, el oído también tiene importancia en la experiencia, ya que mediante los ruidos se producen emociones ya sean positivas o negativas, el uso de la música adecuadamente en los espacios y establecimientos turísticos puede ser de utilidad para la experiencia del turista (Izaguirre, 2012).

La vista predomina en las emociones experimentadas en el turismo, ya que a través de ella se generan imágenes mentales (antes de conocer el sitio, durante la estancia y después con los recuerdos), la vista proporciona al turista abundante información acerca del destino que visita o los atractivos turísticos que observa. Los colores, al intervenir varios circuitos neuronales de distintas áreas de la corteza cerebral juegan un papel protagónico en el comportamiento del turista y con base en ello genera la experiencia (Izaguirre, 2012).

El tacto influye relativamente en la toma de decisiones de adquirir o comprar algún artículo, el impulso táctil activa el circuito neuronal específico que lo conducirá a la corteza somato sensorial primaria y de allí a otras áreas de la corteza cerebral como el lóbulo frontal. Así mismo, pueden producirse sensaciones de bienestar y calma cuando se propicia la liberación de la hormona oxitocina en el turista al experimentar un tacto agradable, al sostener en sus manos cualquier producto de su agrado y así contribuye a la compra de dicho producto (Álvarez, 2011, citado en Izaguirre, 2012). Cada turista construye su experiencia en función de lo que su cerebro percibe e interioriza del destino visitado o del atractivo contemplado, cuanto más sentidos sean estimulados en el turista al estar en contacto con el destino o atractivo el recuerdo será mayor.

Otros elementos que contribuyen a crear la experiencia turística son las tecnologías, en realidad en cualquier viaje que se realice se utilizan. El uso de las redes sociales, celulares inteligentes, servicios, etc., optimizan la experiencia del turista. Referente a esto las experiencias no solo se quedan en la memoria sino en imágenes (fotografías) que son elementos tangibles en los recuerdos, incluso la compra de *souvenirs* crea experiencia (ver imagen 10).

Imagen No. 10 "TICS en turismo".

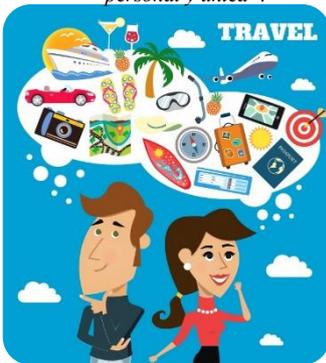


Fuente:
<https://sites.google.com/site/societicsincom/influencia-de-las-tics-en-el-turismo>

b) Las emociones en el estudio de la experiencia turística

En un artículo titulado: *La creación de promoción de experiencias de un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidad de actuación* (Carballo, Moreno, León y Brent, 2015) busca realizar una profunda revisión teórica de un término de creciente experiencias turísticas y aportar algo de conocimiento académico y líneas de aplicación práctica para el correcto desarrollo de experiencias, tan buscadas y necesitadas en los destinos turísticos. Se utilizó una metodología documental y mixta, a través de entrevistas

Imagen No. 11 "Experiencia personal y única".



Fuente: https://www.freepik.es/vector-premium/genial-fondo-hombre-mujer-pensando-sus-vacaciones_1048901.htm

a profundidad (cualitativo) y encuestas (cuantitativo). En el artículo antes mencionado se destacan los puntos más relevantes, por ejemplo: el viaje a un destino turístico es siempre una experiencia para el turista, de mayor o menor significado; los turistas buscan la autenticidad de las experiencias, ya que se recuerda lo más relevante de los viajes y los factores sociológicos, psicológicos y contextuales, determinan el resultado de la experiencia y esta se convierte en un proceso acumulativo (ver imagen 11).

De acuerdo con Carballo, et al., (2015) existen cuatro tipos esenciales de la experiencia turística: experiencias emocionales, experiencias prácticas, y experiencias transformadoras, sin embargo los autores mencionan que se toman en cuenta tres características de las experiencias en turismo: (1) las experiencias dependen de los orígenes sociales y culturales de las personas; (2) las experiencias tienen múltiples facetas; (3) las experiencias son existenciales y están encarnadas en las personas, ya que son personales y únicas. Principalmente porque los turistas son más propensos a atribuir la causa de las experiencias positivas a ellos mismos, y más propensos a atribuir la causa de sus experiencias negativas a factores externos a modo de auto-protección.

Otro artículo titulado: *¿Las emociones negativas influyen positivamente en la satisfacción?* (Ferreira, Augusto, Arruda, Miranda y Moura, 2010), busca verificar la validez del modelo desarrollado a partir de los estímulos ambientales, las emociones y la satisfacción en el servicio turístico como proveedor de experiencias extremas. La metodología empleada fue descriptiva a través del *survey cross-sectional* y el análisis estadístico multivariado. También se hizo la investigación exploratoria. Entre los principales hallazgos pueden destacarse los siguientes: las emociones positivas resultan

en satisfacción y las emociones negativas generan insatisfacción; el alcance de los estímulos ambientales en el comportamiento del consumidor, es capaz de modificarlo, alterando sus reacciones emocionales, influyendo los estados cognitivos y afectivos, los cuales llevan a los clientes a tener respuestas de satisfacción o insatisfacción ante los servicios ofertados, al mismo tiempo el ambiente físico causa impacto sobre los consumidores.

Otro punto importante de esta investigación es que la emoción es un estado mental de premura que surge de las evaluaciones cognitivas de situaciones o pensamientos y es acompañada por procesos fisiológicos que frecuentemente se expresan a través de reacciones físicas. Ferreira, et al., (2010) también destacan que se percibe que el comportamiento humano está determinado por las emociones y las percepciones del consumidor, estas pueden ser por medio de los mecanismos sensoriales de la visión, audición, olfato y tacto.

Imagen No. 12 "Festival Cervantino en Guanajuato"



Fuente: <https://mujerwebs.com/vida/8-lugares/685-el-festival-cervantino-en-guanajuato-mexico>

El consumo hedónico contempla emociones, fantasías y sensaciones, por lo que la utilización de escenarios temáticos en diversos ambientes turísticos (restaurantes, hoteles, parques) posibilita al consumidor vivir experiencias más excitantes, y que se transformen en momentos inolvidables (ver imagen 12). Así que, por medio del uso de escenarios temáticos, el ambiente físico puede provocar fuertes emociones, tanto positivas

como negativas; pero también puede resultar en un comportamiento de proximidad o esquivo (Ferreira et al., 2010). Por último, los autores mencionan que la satisfacción es la evaluación de las características existentes del producto o servicio que ofrecerán (o están ofreciendo) en un nivel de agrado relativo al consumo y las emociones denominadas negativas conducen a un sentimiento de insatisfacción o de alejamiento de un cierto lugar u objeto, sin embargo, las emociones consideradas positivas pueden generar respuestas de insatisfacción, y las emociones negativas pueden generar satisfacción.

Otro artículo titulado: *Emociones, identidad, turismo y vida en Huasca, México* (Fernández Poncela, 2014), revisa una temática importante en los estudios sobre imaginarios y turismo que no siempre ha sido suficientemente tomada en cuenta: las

emociones y las identidades. La metodología empleada fue cualitativa, se realizaron entrevistas a turistas y habitantes. En la aportación de este artículo se destacan los puntos más relevantes, entre ellos: los imaginarios emocionales e inconscientes que fluyen en imágenes y símbolos, creencias, tradiciones, costumbres, sueños, mitos y recuerdos; la publicidad emocional o experiencial va directa a los sentidos, los corazones y estimula la mente; somos seres emocionales que nos guían en la vida y el turismo actual busca eso: emocionar. Otros aspectos importantes mencionados son que las tendencias y gustos del turista se relacionan con deseos de sensaciones, experiencias y emociones. Por último, el mundo emocional y de la identidad socio espacial, son parte intrínseca de los imaginarios sociales, ya que se entretajan en lo psíquico y lo social, lo cultural y afectivo son entretajidos a su vez por la identidad y las emociones.

El siguiente artículo está titulado como: *Hospitalidad, emociones y experiencias en los servicios turísticos* (Alberto y Barcellos, 2019), tiene como objetivos verificar la influencia de la hospitalidad en las emociones, experiencias y satisfacción del huésped, y la intención de comportamiento en relación a la experiencia en los hoteles, así como investigar la teoría de la hospitalidad y su relación con la experiencia del huésped por medio de sus emociones y satisfacción que resultan en una intención de comportamiento. La metodología empleada fue cuantitativa, aplicando un *survey* a huéspedes de hoteles y se desarrolló un cuestionario auto-administrativo. Entre los principales hallazgos están que los negocios en el ámbito del turismo, la hospitalidad y el entretenimiento son ejemplos pioneros de la economía de la experiencia, porque la experiencia es más que la entrega de un servicio, se trata de crear un evento memorable y único llamado “experiencia escenificada”, en la cual el comprador es el invitado y el vendedor es el anfitrión; la hospitalidad está incluida en las dimensiones sociales/culturales, privado/doméstico y comercial, porque representa dimensiones de la vida en sociedad, una sociedad en la cual sus integrantes participan interactuando, promoviendo encuentros hospitalarios/inhóspitos con diversos fines (ver imagen 13).

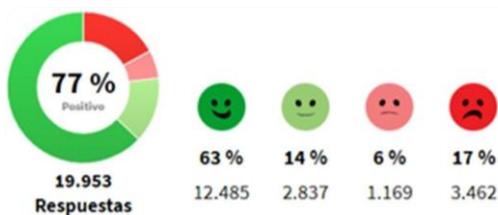
Imagen No. 13 “Importancia de la hospitalidad en la experiencia”.



Fuente: <https://viajar.elperiodico.com/planes/mejores-habitaciones-hotel-vistas>

Otros puntos importantes por mencionar son que las organizaciones comerciales del sector de hospitalidad y turismo son capaces de reconocer las experiencias emocionales involucradas y garantizar que la práctica de gestión se concentre en su producción; las

Imagen No. 14 "Satisfacción Hosteltur 2019".



Fuente: https://www.hosteltur.com/126955_lanzan-un-sistema-para-medir-en-tiempo-real-la-satisfaccion-del-turista.html

experiencias forman parte del comportamiento del consumidor y están relacionadas con las emociones, fantasías y percepciones; las experiencias son personales y excepcionales, pero también son compartidas con otros y recordadas por un tiempo (Ver imagen 14).

Alberto y Barcellos (2019) también mencionan que una emoción puede ser definida como el estado mental que surge de evaluaciones cognitivas de eventos o pensamientos y puede resultar en acciones específicas para afirmar o lidiar con esa emoción, dependiendo de su naturaleza y el significado para la persona que la posee. Las emociones se estructuran en dos niveles, positivo y negativo, y también son consideradas en diferentes niveles jerárquicos de abstracciones. Las emociones negativas o experiencias emocionales negativas o desfavorables (rabia o decepción) pueden inducir a una evaluación negativa de las experiencias de consumo y afectar directamente a la satisfacción y las intenciones de comportamiento. Las emociones positivas o favorables conducen a lo opuesto de las negativas.

Asimismo, sostienen que las emociones son frecuentemente mencionadas como antecedentes de la satisfacción, y durante los episodios de consumo puede emerger una amplia gama de emociones. La satisfacción de los huéspedes es una función de la calidad de las emociones generadas a partir de las experiencias. Finalmente, en los resultados de este artículo se menciona que la hospitalidad se mostró como un factor relevante en la relación con las experiencias, emociones y satisfacción del huésped, lo que llevó a intenciones de comportamiento más positivas. La amplitud de las emociones es grande y está relacionada con diversas variables del huésped, sociodemográficas, situacionales, culturales y psicológicas.

Finalmente, en el artículo denominado: *Análisis sobre la reputación de marca, las emociones y la confianza como formadoras de la satisfacción del turista* (Matos y Martín, 2012), buscan presentar un marco teórico multidisciplinar para estudiar la influencia de la reputación y las emociones en la generación de confianza y, como resultado, conocer

el grado de satisfacción de los turistas españoles que han viajado al destino turístico ecoarqueológico Mundo Maya-México, después de la alerta sanitaria por la influenza A/H1N1. También busca proponer un modelo causal de múltiples relaciones entre la reputación de marca de un destino turístico y los efectos de las emociones como estímulos de respuestas del turista durante su visita.

La metodología empleada fue una investigación cualitativa a través de encuestas personalizadas aplicadas en los diferentes lugares que integran la zona. Entre sus principales hallazgos se destaca que el consumidor toma decisiones basadas únicamente en la información de la cual dispone y a partir de las señales transmitidas por el vendedor; por otra parte, también se menciona que las emociones son respuestas provocadas por un estímulo específico, generalmente tienen la característica de ser intensas y al tener una mayor duración queda como recuerdo de la emoción en el pasado, es decir, estas son almacenadas en la memoria y recobradas posteriormente durante la exposición de la experiencia.

Las emociones activan y dirigen la conducta y nos inducen para acercarnos a unos productos o alejarnos de ellos, sin embargo, los sentimientos de los individuos pueden reflejarse en ciertas intenciones dependiendo de su estado emocional en el momento de tomar una decisión. Además, mencionan que las emociones regulan e influyen en el comportamiento e incluso lo organizan, también se convierten en actitudes del turista, generándole deseos, transformando sus percepciones, experiencias y permitiéndole establecer asociaciones con el destino turístico. Finalmente, las emociones reflejarán dos dimensiones independientes: el agrado y la activación. El agrado se refiere al nivel en el que una persona se siente bien, feliz o inmerso en un entorno, mientras que la activación se refiere a la medida en que un individuo requiere para sentirse estimulado y activo.

Actualmente existen pocas investigaciones relacionadas con el turismo, deporte y la experiencia basada en emociones y recuerdos enfocados en el participante, este trabajo de investigación busca generar nuevo conocimiento a partir de la perspectiva de la experiencia en competencias deportivas (siempre basada en emociones), todas y cada una de ellas enfocadas a un resultado donde el participante ponga en sus pensamientos los recuerdos, experiencias y emociones relacionadas a una competencia deportiva y no específicamente a un producto o servicio como la hospitalidad o el entorno, esta investigación va enfocada únicamente al participante y su sentir. El estar enfocada a

participantes en competencias la hace diferente de otras investigaciones y es por ello que aporta un gran y nuevo conocimiento.

c) Turismo deportivo

El turismo deportivo es importante a nivel mundial (ver imagen 15), ya que la OMT (2020) afirma que es uno de los sectores del turismo que está creciendo con más rapidez. Ibáñez (2011) menciona que no existe un dato exacto que indique la fecha en que surge el término, sin embargo, en el aspecto académico, las investigaciones acerca de turismo deportivo, comenzaron en los años 90 y entonces desde esa época comenzaron las primeras aportaciones.

Imagen No. 15. “México es líder mundial en turismo deportivo”.



Fuente: <http://blog.vimehotels.com/720/>

La primera definición existente se debe a Hall (1992, citado en Blázquez, 2014), quien

Imagen No.16 “Turismo deportivo activo”.



Fuente: <https://lugaessorprenden.blogspot.com/p/blog-page.html>

menciona que el turismo deportivo se divide en dos categorías: i) viajar para participar en un deporte (activa) (ver imagen 16) y ii) viajar para observar un deporte (pasiva) (ver imagen 17).

Imagen No. 17 “Turismo deportivo pasivo”.



Fuente: [https:// http://turismodeportivo.info/](https://http://turismodeportivo.info/)

Con el paso de los años, el término turismo deportivo ha sido definido por gran variedad de autores como Gammon y Robinson (1997, citado en Aragonés, Küster y Vila 2016) que lo definen como

“personas que viajan fuera de su lugar de residencia habitual y participan activa o pasivamente en deportes competitivos o recreacionales como una actividad secundaria” (p. 5). Por otra parte, Weed y Bull (2012, citado en Aragonés et al., 2016) afirman que *“el turismo deportivo es un fenómeno social, económico y cultural que surge por la interacción única entre la actividad, la gente y el lugar”* (p. 5).

Más tarde Latiesa y Paniza, (2006) distinguen cinco tipos de turismo deportivo: i) *resort*: se trata de complejos turísticos cuya atracción principal es la actividad deportiva, ofreciendo otros muchos atractivos recreativos de servicios; ii) *cruises*: son cruceros que ofrecen las actividades deportivas como objetivo principal del viaje, o bien, para

compartir el crucero con celebridades del mundo del deporte; iii) *attractions*: referidas a atracciones naturales (parques, montañas, etc.) o creadas por el hombre (por ejemplo, museos sobre deporte); iv) *tours*: son viajes relacionados con el deporte en el que pueden realizarse actividades diversas como la visita a instalaciones deportivas o *tours* en bicicletas; y v) *events*: en este caso, el objetivo de los turistas es ser espectadores de eventos deportivos.

Imagen No. 18 “I Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo”.



Fuente: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284404704>

Los antecedentes del turismo deportivo pueden remontarse a los Juegos de la antigua Ciudad de Olimpia ya que la población se desplazaba con el motivo de observar dichos juegos, por tal razón, desde esa época se practicaba esta modalidad turística, ahora nombrada turismo deportivo (Sesé, 2008). Sin embargo, en el año 1999 el Comité Olímpico Internacional (COI) y la Organización Mundial de Turismo (OMT) crearon un acuerdo de cooperación en donde reconocían la importancia de la relación que existe entre el turismo y el deporte. Después en febrero de 2001 se celebró en

Barcelona la I Conferencia Mundial sobre Deporte y Turismo (ver imagen 18), a la que asistieron un importante número de especialistas y donde por primera vez se otorgó una identidad propia al turismo deportivo (Latiesa y Paniza, 2006).

Cabe destacar que dentro del turismo deportivo surgen otros conceptos como el deporte turístico que son aquellas actividades que se desarrollan en un lugar distinto de la residencia habitual y que tienen como objetivo principal la actividad deportiva (ejercicio y/o espectáculo) y como actividad complementaria la recreación turística (Paniza y Madrid, 2001, citado en López Castillo, 2016). La diferencia entre turismo deportivo y deporte turístico es que el segundo se tiene en cuenta que la actividad deportiva va más allá que la turística, es decir está en primera opción.

Otro término importante en esta modalidad es el turista deportivo, Latiesa y Paniza (2006) lo definen como aquel individuo o grupo de individuos que se desplaza a un lugar distinto al de su residencia habitual para participar (activa o pasivamente) en un deporte

Imagen No. 19 “Turista deportivo”.



Fuente: http://www.tafadycursos.com/load/salud_actividad_fisica/afydeporte/turismo_activo/114-1-0-1032

competitivo o recreacional, el deporte es la principal motivación del viaje (ver imagen 19).

El turista deportivo se puede dividir en tres categorías: i) participantes del evento: son aquellas personas que viajan para participar en un evento deportivo organizado; ii) espectadores del evento: son los asistentes a un evento deportivo organizado; y iii) amantes del deporte: viajan con el fin de participar en deportes auto organizados (Herstein y Jaffe, 2008, citado en Fernández Alles, 2014). Ejemplo de eventos organizados o auto organizado puede ser la Formula 1, los Juegos Olímpicos, La Copa del Mundo de Fútbol, El Súper Tazón, NBA, La Universiada, entre otros.

Por último, está el deporte en vacaciones y vacaciones deportivas, el primero tiene dos puntos esenciales, i) la finalidad del turista es dedicar parte de sus vacaciones a alguna actividad física, pero no es la función principal de éstas, sino un complemento deportivo de la oferta turística. ii) el turista no tiene prevista con anterioridad la práctica de algún deporte, ni interviene en la elección del destino turístico la oferta deportiva, si bien durante su estancia practica deporte de manera ocasional (Donis, 2016). Las vacaciones deportivas al igual que el concepto anterior tiene dos elementos: i) deportivas puras activas: la intencionalidad e inversión temporal del turista en actividades deportivas es el motivo fundamental de su desplazamiento y ii) deportivas puras pasivas: la finalidad de este tipo de vacaciones es la asistencia a un evento deportivo, entendido éste como espectáculo (Donis, 2016) (ver imagen 20).

Imagen No. 20 "Vacaciones deportivas".



Fuente: <https://www.sportlife.es/salud/articulo/las-claves-para-organizar-una-vacaciones-deportivas-con-tus-hijos>

Otro dato importante relacionado al turismo deportivo es que el Primer Congreso Internacional celebrado sobre turismo deportivo tuvo lugar en Israel en 1986 y fue organizado por el Internacional Council for Sport Science and Physical Education y por el Internacional Council for Health Psysical Education and Recreation. Del mismo modo, el Journal of Tourism Sports se publica por primera vez en 1993 (revista oficial de Sports Tourism Internacional) (Latiesa y Paniza, 2006).

Asimismo, el turismo deportivo aporta beneficios ya que es una vía para promocionar a

Imagen No. 21 “Atractivos naturales y culturales en México”. los atractivos tanto naturales como culturales de



Fuente: <http://atractivoturisticoenmexico.blogspot.com/>

los destinos de cada país y al mismo tiempo puede ayudar a diversificar la oferta turística, generar un efecto multiplicador de la economía, mejorar la calidad de vida de los habitantes al darles espacios para la sana convivencia y participación social y también aportar un valor añadido al destino (Simoes, Rebollo y Cabrera, 2008) (ver imagen 21).

Del mismo modo en palabras de Elizondo (2006, citado en Ibáñez, 2011) menciona que, según funcionarios de SECTUR y OMT, el turismo deportivo en 2020 será el segundo motivo de viaje en todo el mundo, ya que el turismo del deporte representa un 8% del gasto mundial, por ejemplo, algunas actividades como el turismo de golf a escala mundial, aportan un valor añadido de cerca de 12 billones de USD.

d) Experiencias y turismo deportivo

Un aspecto en común que tiene el deporte y el turismo es que ambos generan experiencias a los consumidores, es decir, que, si un turista realiza un viaje, en el podrá generar infinidad de experiencias, ya sean positivas o negativas y, por otra parte, el deporte hace lo mismo, debido a que provoca en la persona gran variedad de sentimientos, emociones y sensaciones cuando se realiza la actividad. Asimismo, las experiencias de turismo deportivo son subjetivas y emocionales cargadas de significado simbólico (Shipway y Stevenson, 2012).

Shipway y Stevenson (2012) mencionan que la participación en actividades deportivas es una de las muchas formas que la gente escoge para disfrutar de lugares, personas y generar experiencia, principalmente porque experimentan un evento en particular, dado que la experiencia genera sentimientos, tanto físicos como psicológicos, y quienes experimentan esto, generan emociones y experiencias (ver imagen 22).

Imagen No. 22 “Público en el Super Bowl 50”.

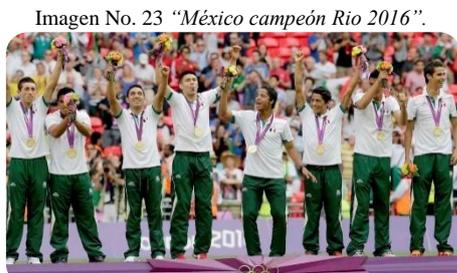


Fuente: <https://trome.pe/deportes/super-bowl-50-colorido-interludio-visto-publico-fotos-video-4477/>

El turismo brinda una oportunidad ideal para fomentar la experiencia en el deporte, ya que el turismo deportivo debe ser lo suficientemente atractivo como para que los participantes emprendan el viaje y luego lo repitan año tras año gracias a la experiencia generada, viajando siempre se aprende algo nuevo (Fairley, 2003).

Según Weed (2008), el turismo deportivo es considerado como una experiencia, porque las actividades deportivas son la parte más importante del viaje, es decir, son un motivo o propósito más para realizar dicho viaje y de ellas depende completamente que se vuelva a realizar, ya sea en el mismo destino o buscando nuevas propuestas.

La experiencia en el turismo deportivo puede ser grupal o individual, dado que pueden realizarse viajes cortos o largos para participar en competencias, o bien, para ver



Fuente: <https://www.marca.com/claro-mx/juegos-olimpicos/2019/08/11/5d4efbaa22601da60a8b4577.html>

actividades deportivas, por lo que la experiencia puede ser social, esto quiere decir que la generan de manera colectiva (ver imagen 23). Además, la experiencia también puede ser individual, ya sea en torneos o porque el viaje se realiza con motivos de ocio o diversión (Fairley & Tyler, 2009).

La experiencia y el turismo deportivo comparten en sí, un término importante: "nostalgia", Fairley (2003) menciona que es identificada como un elemento clave de la experiencia, porque la nostalgia se ha descrito como un anhelo de regresar a un período pasado, o sea revivir una experiencia.

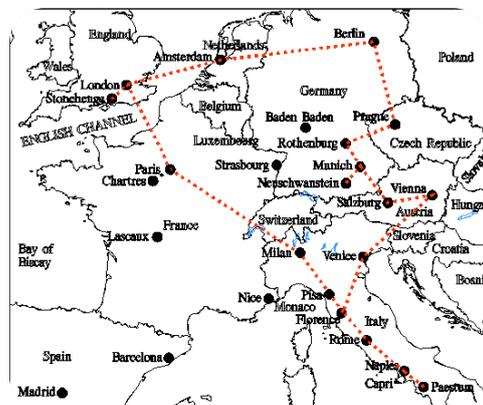
Además, las interacciones sociales a lo largo del viaje fomentan nuevas experiencias que pueden agregarse a la memoria colectiva y brindan nuevas oportunidades para revivir la experiencia durante futuros viajes. Mientras se reviven los viajes pasados, el viaje actual se vive por primera vez (Fairley, 2003). Así que la experiencia en el turismo deportivo da la oportunidad de compartir los sentimientos, sensaciones y emociones a otras personas y con ello inducir a realizar viajes relacionados con el deporte.

CAPÍTULO II MARCO CONTEXTUAL

a) Viajes académicos

La relación de viajes y escuela comienza en el siglo XVI, cuando se refiere por primera vez al término Grand Tour a finales del siglo XVII vinculándolo principalmente a la instrucción de jóvenes estudiantes (López Martínez, 2015). Surge como un viaje “obligatorio” para aquellos jóvenes pertenecientes a la aristocracia propuesto como una experiencia vinculada a su proceso de formación académica y tenía como objetivo: *“ayudar a entender a estos jóvenes las realidades políticas, sociales y económicas del mundo para aumentar así su campo de visión y adquirir un bagaje cultural fundamental para su desarrollo personal y profesional; en definitiva, madurar y convertirse en adultos que habían recibido una exquisita formación”* (Suárez Huerta, 2011, citado en López Martínez, 2015, p. 108). Posteriormente se hizo accesible a más individuos de la sociedad sin necesidad de pertenecer a la aristocracia, por lo que los viajes educativos comenzaron a tener auge desde esa época hasta la actualidad (López Martínez, 2015) (ver imagen 24).

Imagen No. 24 “Recorrido Grand Tour”.



Fuente: <https://creatividadyturismo.wordpress.com/tag/grand-tour/>

Imagen No. 25 “El Primer Encuentro Nacional Académico, Deportivo, Cívico y Cultural DGETAM”.



Fuente: <https://juliouse75.wixsite.com/revistacba87/single-post/2019/06/18/Primer-Encuentro-Nacional-Acad%C3%A9mico-Deportivo-C%C3%ADvico-y-Cultural-DGETAM-2019-en-Tequila>

Un viaje educativo es una manera de adquirir conocimiento ya que los estudiantes se desplazan a sitios que son distintos a los habituales e interactúan con personas de diferente cultura. Las principales lecciones de aprendizajes están basadas en la experiencia vivida durante un viaje académico y corresponden a diversos procesos de aprendizaje práctico que se contribuye a la construcción de nuevos conocimientos formados y reformulados a través de la experiencia (Rehaag, 2007) (ver imagen 25).

Existe gran variedad de viajes relacionados con la educación en todos los niveles académicos. El viaje con motivos deportivos es uno de ellos y consiste en el desplazamiento de los estudiantes con motivos de participar o competir en determinados torneos escolares. En ocasiones se pernocta en el lugar y es cuando la experiencia es mayor o repercute más en los estudiantes (Rodríguez, 2016).

b) Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos (ENED)

La Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos (ENED) es una Institución Educativa de Nivel Superior dependiente de la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (CONADE), surge en el año de 1984 con el propósito de formar entrenadores deportivos capacitados con los elementos científicos y metodológicos que respondieran a las necesidades del Deporte en México (ENED, 2017) (ver imagen 26).

Imagen No. 26 "Escudo ENED".



Fuente:
<https://www.facebook.com/ENEDoficial/>

En el año de 1988 se formaliza la operatividad de la Institución con la publicación en el Diario Oficial de la Federación del Acuerdo 132, que establece su organización y difunde su plan de estudios. En 1990 se publica en el Diario Oficial de la Federación el Acuerdo 156, el cual dispone que la organización, operación y supervisión de la ENED esté a cargo de la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (CONADE). En palabras del subdirector del Deporte de la CONADE, Adolfo Fierro Rodríguez, menciona que:

“Es una escuela que comenzó de la nada, hasta lograr constituirse como una escuela digna, con un espacio propio y a pesar de las carencias que ha enfrentado, es una escuela que da lo mejor de nuestro país, construye hombres y mujeres profesionistas de gran talla, que imponen respeto a nivel nacional e internacional”
(CONADE, 2019).

Durante su desarrollo institucional sus egresados se han incorporado al ámbito laboral participando activamente en el deporte nacional y fortaleciendo la labor del entrenador deportivo (CONADE, 2016).

La Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos es la principal institución en el país que no únicamente capacita y certifica, sino realmente forma a entrenadores deportivos formados con un desarrollo profesional y ético que les permitirá ser capaces de contribuir al fomento y la práctica de la actividad deportiva. Así que, en el año 2016, se graduó la generación número 29 de la ENED lo cual quiere decir que para este año (2020), egresará la número 33 (CONADE, 2016). La última actualización de alumnos egresados fue en el año 2017 con una matrícula de 1,701 alumnos (CONADE, 2017) (ver imagen 27).

Imagen No. 27 “Instalaciones de la Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos ENED”.



Fuente: <https://www.gob.mx/conade/articulos/escuela-nacional-de-entrenadores-deportivos-referente-en-america-latina-89592>

c) **¿Cómo ingresar a la ENED?**

La Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos se encuentra ubicada en la Ciudad de México (CDMX), el aspirante a cursar la Licenciatura en Entrenamiento Deportivo, además de haber concluido la educación media superior, debe demostrar: I Conocimientos generales del deporte y de un deporte específico (atletismo, ciclismo, esgrima, fútbol, gimnasia, judo, karate, luchas asociadas, pentatlón moderno, tenis, voleibol, taekwondo, natación o basquetbol); II Conocimientos básicos de las áreas biomédicas, sociales y lógico-matemáticas; III Observación, análisis y solución de problemas; VI Comprensión del lenguaje escrito; V Habilidades físicas, técnicas, tácticas y estratégicas en un deporte específico; VI Disposición para el aprendizaje, el trabajo autónomo y en equipo; VII Interés por los avances científicos, tecnológicos y los procesos de enseñanza – aprendizaje del deporte y respeto a sí mismo y a la comunidad, y la aplicación de un examen físico y teórico (ENED, 2017)

La matrícula que presenta el examen de ingreso es de 821 alumnos aproximadamente, de los cuales un total de 120 estudiantes son preseleccionados cada año en todas las disciplinas deportivas (aproximadamente la mitad son hombres y el resto mujeres), la última etapa del proceso de admisión son las evaluaciones médicas. La edad no es un problema para ingresar a la ENED, siempre y cuando se cumpla con los requisitos establecidos y tengan un buen desempeño en el examen físico, regularmente ingresan alumnos a partir de 18 años (ENED, 2017).

La ENED tiene tres objetivos generales que los representan como institución académica:

- Coadyuvar en la formación, capacitación y actualización de los recursos humanos necesarios y suficientes para llevar a cabo, con un incremento sostenido de calidad, la promoción y el fomento de la cultura física y el deporte de la población nacional.
- Contribuir a elevar la calidad y cantidad de los recursos humanos que se desempeñan en el ámbito de la cultura física y el deporte, a través de la implementación de programas de formación, capacitación y actualización académica.
- Contribuir a que las instituciones formadoras desarrollen acciones y eventos académicos que permitan a los profesionales del ámbito de la Cultura Física y el Deporte acceder a los conocimientos más recientes y mejorar su desempeño, así como verificar la aplicación de la normatividad de control escolar en los planes de estudios vigentes.

En la institución se oferta la Licenciatura en Entrenamiento Deportivo y tiene como objetivo formar profesionistas competentes en el entrenamiento deportivo con un enfoque científico, tecnológico, metodológico y humanista que contribuya al desarrollo del deporte y a mejorar la calidad de vida de la población. (ENED, 2017) (ver imagen 28).



Imagen No. 28 "Estudiantes de la Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos ENED".

Fuente: cuartopoder.mx/deportes/presentan-maestria-con-lineas-de-investigacion/244497/

El plan de estudios está conformado por ocho semestres, en el cual las unidades de aprendizaje (asignaturas), se abordan a través de los siguientes ejes de formación: especialidad deportiva, deporte complementario, biomédico, psicopedagogía, investigación, social, idioma extranjero, gestión y administración (ENED, 2017).

Plan de estudios licenciatura en entrenamiento deportivo es el siguiente:

Primer semestre	<ul style="list-style-type: none"> • Estado del arte del deporte y del sistema de la preparación deportiva. • Especialidad deportiva 1. • Análisis anatomofisiológico. • Estudio del ser, conocimiento y deporte. • Aplicación de los fundamentos de la gimnasia. • Aplicación de las metodologías y estrategias de la investigación en el deporte.
-----------------	---

Segundo semestre	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis multidisciplinario del deporte y su preparación. • Manejo de la pedagogía en el deporte. • Análisis bioquímico-fisiológico del ejercicio. • Análisis socio-histórico del deporte. • Aplicación de los fundamentos del Atletismo. • Especialidad deportiva 2. • Uso del Inglés I.
Tercer semestre	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnóstico situacional de la preparación deportiva. • Planificación deportiva clásica. • Aplicación de la didáctica en el deporte. • Manejo estadístico en el deporte. • Aplicación de los fundamentos de la Natación. • Especialidad deportiva 3. • Uso del Inglés II.
Cuarto semestre	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto de investigación de la preparación deportiva. • Desarrollo de las capacidades condicionales y coordinativas. • Aplicación de la nutrición en el deportista. • Preparación psicológica del deportista. • Aplicación de los fundamentos del Fútbol. • Especialidad deportiva 4. • Uso del Inglés III.
Quinto semestre	<ul style="list-style-type: none"> • Intervención para la mejora del rendimiento deportivo. • Planificación deportiva contemporánea. • Aplicación de la biomecánica al deporte. • Aplicación de las pesas para el rendimiento deportivo. • Aplicación de los fundamentos del Basquetbol. • Especialidad deportiva 5. • Optativa I.
Sexto semestre	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluación del proceso de planificación y dirección deportiva. • Seguimiento y control del rendimiento deportivo. • Evaluación morfofuncional del deportista. • Administración Deportiva. • Aplicación de los fundamentos del Voleibol. • Especialidad deportiva 6. • Optativa II.
Séptimo semestre	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios y estrategias para el desarrollo deportivo en el campo profesional. • Aplicación de los avances tecnológicos. • Prevención y atención inmediata de lesiones. • Gestión Deportiva. • Especialidad deportiva 7. • Optativa III.
Octavo semestre	<ul style="list-style-type: none"> • Proyecto integral en el campo profesional. • Aplicación de la legislación en el deporte. • Especialidad deportiva 8.

• Optativa IV.

Fuente: Elaboración propia con base en ENED, 2017.

La Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos también cuenta con una Maestría en Ciencias del Deporte. El posgrado de la ENED ofrece una formación científica basada en el enfoque por competencias profesionales hacia los posibles escenarios investigativos y académicos de los diversos campos del ámbito deportivo (ver imagen 29)

Imagen No. 29 “Convocan primera generación de la maestría en educación física”.



Fuente: <https://www.gob.mx/conade/prensa/convocan-a-la-primer-generacion-de-la-maestria-en-educacion-fisica>

La orientación pedagógica formativa de la maestría es investigativa y coadyuva de manera significativa a elevar el nivel cualitativo de la docencia en ciencias del deporte (ENED, 2017).

Por último, se tiene el plan de estudios de Maestría en Educación Física, se basa en la consideración de este ámbito como una construcción social e histórica, política y cultural, lo que implica el estudio crítico de las prácticas sociales relacionadas con ésta, tanto en términos de su práctica como de los distintos contextos en que ésta se realiza (ENED, 2017).

La misión de la ENED es formar, capacitar y certificar a los especialistas (entrenadores, jueces, árbitros, promotores, directivos, etcétera) requeridos para el desarrollo del deporte en el país. Su visión es ser una institución educativa, reconocida como la mejor en América Latina, que provea a las instituciones vinculadas al deporte de especialistas altamente calificados que ofrecerán servicios deportivos con altos niveles de calidad en la enseñanza, la administración, el desarrollo y la promoción del deporte así como la investigación, lo que permitirá que los deportistas obtengan mejores resultados deportivos en las justas internacionales y la población en general mejore su calidad de vida (ENED, 2017).

d) Deporte universitario

Merodio (2018: p. 1) define al deporte universitario como: “*un sistema de práctica deportiva en el que participan estudiantes (hombres y mujeres) matriculados en instituciones de educación superior de diversos países del mundo*”.

Tiene como fundamento la definición de las universidades como pilares de promoción del desarrollo integral del campo de las humanidades, las ciencias, las artes y también del deporte. Y en ese marco, la práctica deportiva es también una práctica formativa que desarrolla capacidades intelectuales, valores éticos y aptitudes (Merodio, 2018).

Por su importancia, la UNESCO ha establecido que cada 20 de septiembre se celebre el Día Internacional del Deporte Universitario (en honor a los primeros campeonatos internacionales universitarios celebrados en Polonia en 1924).

Ser deportista universitario en palabras de Merodio (2018: p. 1) significa: *“la posibilidad de ejercer conjuntamente dos derechos: a la educación y al deporte; pero significa también asumirlo con responsabilidad y compromiso”*.

En México, el Consejo Nacional del Deporte de la Educación (CONDDE) es una asociación civil encargada de promover, fomentar, patrocinar, capacitar y participar en el desarrollo del deporte entre la comunidad estudiantil de las instituciones de educación superior del país, sin importar si son públicas o privadas. Su existencia conjuga la responsabilidad compartida de las Instituciones de Educación Superior y la comunidad universitaria.

e) Universidades del deporte

Imagen No. 30 “Universiada Nacional 2019”



Fuente: <https://www.eluniversal.com.mx/universal-deportes/futbol/40-anos-del-oro-de-futbol-en-la-universiada-mundial>

Actualmente existe una competencia universitaria deportiva conocida como Universiada Nacional, la cual es la más importante a nivel nacional, organizada por CONDDE, donde participan universidades afiliadas a la misma asociación, públicas o privadas (ver imagen 30). Fue creada en 1986 y perteneciente a la Federación Internacional del Deporte Universitario, organizó por primera vez en 1997 el torneo deportivo, cada año se lleva a cabo en una sede distinta (CONDDE, 2015).

Los antecedentes de CONDDE se remontan a 1947 cuando la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) organizó los primeros Juegos Nacionales Universitarios, sin embargo, la Universiada Nacional es un formato adaptado de la Universiada Mundial, celebrada por primera vez en 1959 en Turín, Italia, por lo que tuvieron que pasar veinte

años para que México participara por primera ocasión en la competencia (CONDDE, 2015).

Esta competencia tiene un sistema que consiste en una serie de clasificatorios como en los Juegos Olímpicos, las instituciones se dividen en ocho regiones: i) Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas; ii) Chihuahua, Durango y Zacatecas; iii) Baja California, Baja California Sur, Sinaloa y Sonora; iv) Colima, Jalisco, Michoacán y Nayarit; v) Aguascalientes, Guanajuato, Querétaro y San Luis

Potosí; vi) Ciudad de México, Guerrero, Estado de México y Morelos; vii) Hidalgo, Oaxaca, Puebla, Tlaxcala y Veracruz; y viii) Campeche, Chiapas, Quintana Roo Tabasco y Yucatán (ver imagen 31).

La Universiada cuenta con siete disciplinas de equipo: basquetbol, béisbol, futbol asociación, futbol bardas, hándbol, softball, y voleibol de sala. Además 15 deportes en formato individual: ajedrez, atletismo, boxeo, esgrima, gimnasia aeróbica, judo, karate, levantamiento de pesas, lucha, taekwondo, tenis de mesa, tenis, tiro con arco, triatlón y voleibol de playa.

La competencia tiene un reglamento que tiene por objeto establecer las normas conforme a las cuales se regula el funcionamiento operativo del Consejo Nacional del Deporte de la Educación, por lo cual, debe acatarse por cada una de las instituciones que se hagan partícipes. Es importante mencionar que para llegar a la Universiada Nacional es necesario seguir una serie de requisitos mencionados en el reglamento de CONDDE, tanto para participantes como para entrenadores (CONDDE, 2019).

Más de 300 instituciones incorporadas a nivel nacional refuerzan la relevancia de motivar la práctica deportiva entre sus estudiantes como un complemento a su formación académica. A la competencia acuden más de 8 mil asistentes entre deportistas, entrenadores, delegados y directivos (incluyendo a la ENED) (CONDDE, 2019).

Imagen No. 31 "Campeones Universiada Nacional 2019".



Fuente: <https://senderoartesmarciales.com/la-escuela-nacional-de-entrenadores-deportivos-realizara-2o-torneo-de-karate-ened/>

f) Competencias deportivas de la ENED

Los estudiantes de la Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos tienen la posibilidad de participar en diversas competencias deportivas a lo largo de la estancia académica, es por ello que en cada modalidad deportiva los alumnos continúan preparándose con su específico, es decir, el deporte que han practicado antes de ingresar a la licenciatura y



Fuente: <https://www.facebook.com/pages/category/Art/2%C2%BA-Torneo-ENED-2019-101041378020843/>

durante la misma. Todos tienen las mismas posibilidades de participar en competencias deportivas realizadas en la institución o fuera de ella, siempre y cuando participen y ganen en cada etapa o filtro, es decir, que cada alumno obtendrá su lugar a través de su propio esfuerzo. Se comienza a participar desde el primer hasta octavo semestre, únicamente 25 alumnos por deporte específico pueden llegar a la Universiada Nacional (ENED, 2017) (ver imagen 32).

Actualmente las Instituciones de Educación Superior (IES) realizan competencias deportivas o torneos escolares en los cuales diferentes instituciones a nivel superior son invitadas a participar, y se realizan en diferentes sedes universitarias, que funcionan como entrenamiento para los alumnos con el objetivo de motivar a los estudiantes a la práctica deportiva y en el desarrollo deportivo de los mismos.

g) Copas Universitarias CONDDE

Como se mencionó anteriormente todos los alumnos tienen las mismas posibilidades de participar en diferentes competencias, una de ellas es "Copas Universitarias de CONDDE" (ver imagen 33) la cual, es convocada a través del Consejo Nacional del Deporte de la Educación A. C. (CONDDE), en coordinación de la Secretaría de Educación Pública (SEP) y la Comisión Nacional de Cultura Física y Deporte (CONADE) a participar a las IES que cumplan con los requisitos establecidos en el reglamento general de CONDDE.

Imagen No. 33 "Arranca Copas Universitarias de CONDDE, 2019".



Fuente: <http://noticias.ulsaoaxaca.edu.mx/index.php/2019/09/07/arranca-copas-universitarias-2019/>

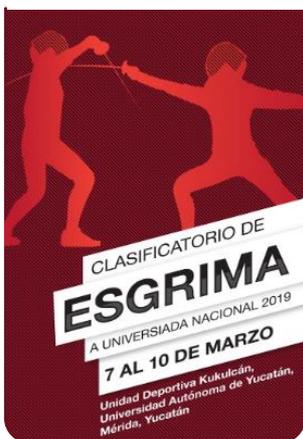
Las disciplinas que participan por parte de la ENED son: básquetbol, fútbol y voleibol (varonil y femenil). Esta competencia es rumbo a la Universiada Nacional, es decir, que

tienen que pasar por las diferentes etapas: 1. Estatal, 2. Regional Nacional, 3. Semifinal Nacional y 4. Universiada Nacional, para así obtener un lugar en la competencia más grande a nivel nacional.

Los alumnos que lleguen a ganar en la etapa estatal, se les apoyará con el hospedaje, en caso de ser necesario trasladarse a más de 350 km de su ciudad de origen, así como también se les ayudará con una comida diaria por día de hospedaje. Sin embargo, los alumnos que lleguen a la etapa regional nacional y semifinal regional durante su estancia en el lugar sede, serán cubiertos con recursos que brinda el CONDDE y el hospedaje deberá ser pagado por la IES en este caso la ENED (CONDDE, 2019).

Lo mismo sucede con las diferentes disciplinas que hay en la ENED como: atletismo,

Imagen No. 34 "Clasificatorio de Esgrima, 2019".



Fuente:
<https://www.condde.org.mx/web/?p=8968>

ciclismo, esgrima, gimnasia, judo, karate, luchas asociadas, pentatlón moderno, tenis, taekwondo y natación. Cada disciplina tiene su convocatoria rumbo a la Universiada Nacional, en la cual los deportistas pasarán por las diferentes etapas hasta obtener un lugar en la prestigiosa competencia nacional. Se tomará como ejemplo la Convocatoria del *Clasificatorio de Esgrima rumbo a Universiada Nacional León, 2020* (ver imagen 34), existe una única categoría, que para ese año va del primero de enero de 1995 al 2002, esto va de acuerdo con la edad, es decir, que los competidores deben tener entre 18 y 25 años en ambas categorías femenil y varonil.

Se rige bajo las normas del reglamento de CONDDE antes mencionado. Cada IES deberá cubrir los gastos de transporte y de ser necesario el hospedaje (CONDDE, 2020).

Finalmente, la ENED también participa en otras competencias deportivas a nivel universitario realizadas en diferentes sedes universitarias que funcionan como preparación para los alumnos con el objetivo de motivar a los estudiantes a la práctica deportiva y en el desarrollo deportivo de los mismos.

El objetivo general de participar en dichas competencias está en el desarrollo de talento deportivo y la identidad institucional. Para tal fin las universidades no sólo necesitan de voluntad, sino de instalaciones deportivas, entrenadores y alumnos dispuestos a comprometerse con los equipos representativos, así como unir a las universidades como

instituciones y no a enemistarse. Es por lo anterior que la ENED participa en esta competencia con el objetivo de motivar a sus estudiantes con competencias deportivas referentes a su deporte específico y continuar para obtener los mejores resultados como atletas (ENED, 2017).

Actualmente existe un vínculo entre deporte y turismo, ya que es un fenómeno importante en la industria turística, la mayoría de la población tiene preferencias por algún tipo de actividad y, más específico, las personas que lo practican día a día, lo cual se vuelve parte de su vida o rutina. El ámbito turístico está presente en las competencias deportivas porque genera el desplazamiento de las personas para ver o participar en eventos deportivos, crea recuerdos, emociones y, lo más importante experiencias, en estos días es conocido como turismo deportivo (Latiesa y Paniza, 2006).

Un factor importante del turismo deportivo es la atemporalidad en la realización de turismo en esta área. La realización de eventos deportivos, inclusive en temporadas consideradas como bajas turísticamente hablando, hace que quien participe en dicho evento o competencia, así como familiares o amigos que quieran asistir junto a la persona estén dispuestos a disfrutar de ese evento, se trasladen al lugar de destino. Hablando turísticamente, el desplazarse a otro lugar se considera turismo, se sabe que existen diferentes tipologías y que es multidisciplinario, por lo que en este trabajo de investigación se ha basado en el turismo deportivo, ya que los estudiantes de la ENED se han trasladado a otros sitios para participar en competencias deportivas.

La experiencia es un aspecto realmente importante en las competencias deportivas que realizan los estudiantes, se perciben más las emociones que pueden llegar a sentir y por tal razón se convierten en experiencias ya sean positivas o negativas con el triunfo o fracaso obtenido. Por tal razón es necesario conocer qué tipo de emociones se perciben antes durante y después de las competencias deportivas.

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

a) Metodología

La metodología, del griego *metà* (más allá), *odòs* (camino) y *logos* (estudio), forma parte del proceso de investigación o bien del método científico, y tiene como propósito organizar los métodos y técnicas necesarias para adquirir conocimiento. En otras palabras, Aguilera (2013), hace referencia al conjunto de procedimientos basados en principios lógicos, utilizados para alcanzar los objetivos que rigen en una investigación científica, es decir, que la metodología es el conocimiento de los métodos a seguir, para así saber cuál es el más eficiente y apropiado para el cumplimiento de los objetivos de investigación.

Un método es la serie de pasos que se deben dar para descubrir conocimiento, Maya (2014) afirma que “es un procedimiento riguroso formulado lógicamente, que permite adquirir un

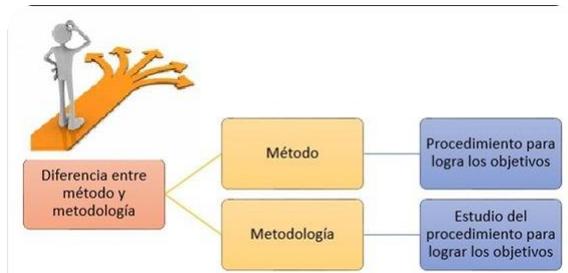
conjunto de conocimientos en forma sistemática y organizada” (p.11). Por otra parte, el método de investigación según Calduch (2014) “es el conjunto de tareas o procedimientos y de técnicas que deben emplearse, de una manera coordinada, para poder desarrollar correctamente y en su totalidad las etapas del proceso de investigación” (p.28) (ver imagen 35).

b) Tipos de investigación

a. Por su propósito

Se conoce dos tipos de investigación por su propósito, de las cuales son: básica o pura y aplicada. La básica tiene como finalidad la obtención y recopilación de información para ir construyendo una base de conocimiento que se va agregando a la información previa existente y la aplicada tiene como objetivo resolver un problema específico o desarrollar una aplicación práctica para satisfacer necesidades concretas (Miler, 2011).

Imagen No. 35 “Diferencia entre método y metodología”.



Fuente: <https://www.analitica.com/opinion/metodo-y-metodologia/>

Esta investigación es básica o pura, ya que se enfoca en dar a conocer nuevo conocimiento como lo es la experiencia en el deporte, específicamente en turismo sin una aplicación inmediata, no busca resolver una problemática concreta.

b. Por su profundidad

Cuando se habla de la investigación por su nivel de profundidad, se refiere a que puede ser i) exploratoria, ii) descriptiva, iii) explicativa o correlacionar. Cada una tiene un propósito diferente: primero se explora un tema para conocerlo mejor, luego se describen las variables involucradas, después se correlacionan las variables entre sí para obtener predicciones y, finalmente, se intenta explicar la influencia de unas variables sobre otras en términos de causalidad (Cazau, 2006).

Esta investigación será descriptiva, ya que se buscó conocer cuáles son las experiencias de los estudiantes basándose en las emociones, así como conocer y describir las que perduran más en los recuerdos y saber cómo influye el ganar o perder en las experiencias emocionales de los estudiantes de la Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos.

c. Por el periodo de realización

Pueden ser dos tipos según el tiempo en que se efectúa, diacrónico-longitudinal o sincrónico-transversal. La primera se refiere a que es una investigación histórica, debido a que se propone investigar cómo un determinado fenómeno fue cambiando con el paso del tiempo y la investigación sincrónica transversal es más aislada y limitada, son aquellas que estudian fenómenos que se dan en un corto período de tiempo o determinado (Abad, García y Magro, 2009).

Esta investigación sincrónica transversal, debido a que no se basa en otras investigaciones, tampoco se busca conocer si el fenómeno ha cambiado, podría servir para futuras investigaciones ya que es un tema poco estudiado e investigado.

d. Por sus fuentes de información

Existen tres diferentes medios para obtener información, puede ser documental: es aquella que procura obtener, seleccionar, compilar, organizar, interpretar y analizar información sobre un objeto de estudio a partir de fuentes documentales; o de campo: se aplica extrayendo datos e informaciones directamente de la realidad a través del uso de técnicas,

con el fin de dar respuesta a alguna situación o problema planteado previamente (Vásquez, 2016).

Esta investigación se basa en investigación documental y de campo, ya que primero se obtuvo información a través de documentación, para informarse acerca del fenómeno, es decir, la teoría y de campo porque se necesitaron realizar entrevistas que nos permitan obtener información y así generar conclusiones.

e. Por su naturaleza

Existen dos formas de llamar a la investigación por la naturaleza de sus datos: cuantitativa y cualitativa. La primera hace referencia al uso de técnicas estadísticas para conocer ciertos aspectos de interés sobre la población que se está estudiando (Cascan y Hueso, 2012). Por otra parte, la cualitativa se interesa por captar la realidad social a través de los ojos de las personas que están siendo estudiadas, es decir, a partir de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto (Bonilla y Rodríguez, 1997, citado en Monje, 2011).

Es por ello que se utilizará la investigación cualitativa porque se busca profundizar en la experiencia de los estudiantes de la licenciatura en entrenamiento deportivo, este tipo de investigación nos permite realizar investigaciones a través de la realidad o percepción de alguien más (ver esquema 1).

Esquema No. 1 “Tipos de Investigación”.



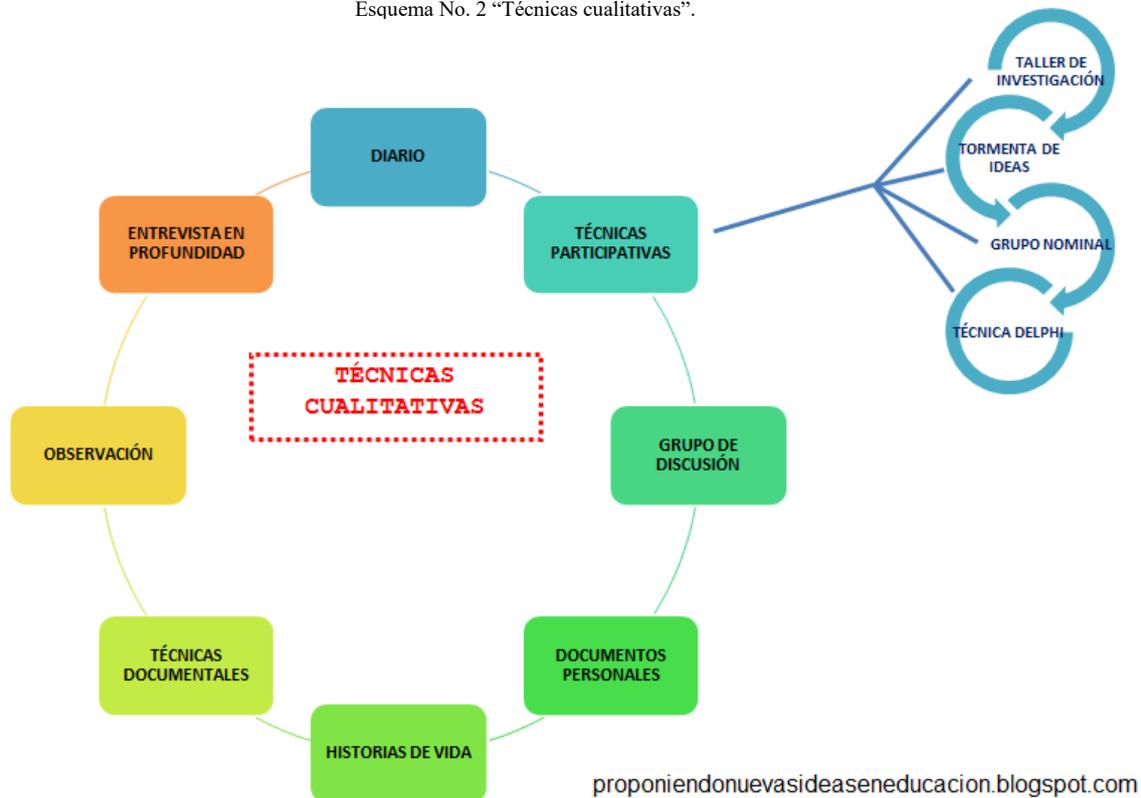
Fuente: <https://jose-mario-balderas-reyes-unadm.blogspot.com/2017/08/tipos-de-investigacion.html>

c) Técnicas de investigación cualitativa

Por su parte, la técnica es un concepto importante dentro de la investigación porque nos va a permitir obtener y transformar información útil para la solución de problemas de conocimiento en las disciplinas científicas, toda técnica prevé el uso de un instrumento de aplicación (Crotte, 2011). En otras palabras, la técnica nos proporcionará instrumentos para recoger, clasificar, medir y analizar la información.

Herrera (2008) menciona que técnicas usadas para la recolección de datos cualitativos son: a) observación, b) observación participante, c) entrevista, d) entrevista en grupo (focus group), e) cuestionario y f) grupo de discusión (ver esquema 2).

Esquema No. 2 "Técnicas cualitativas".



proponiendonuevasideaseneducacion.blogspot.com

Fuente: <https://www.investigacion360.com/2017/02/investigacion-cualitativa-vs-investigacion-cuantitativa.html>

La observación permite obtener información acerca de un fenómeno o acontecimiento tal cual se produce, también se utiliza como un método específico en la investigación de personas o grupos que tengan dificultades para dar información (peligro, incomodidad o no poder presentarse) (Herrera, 2008).

La observación participante consiste en examinar detenidamente un fenómeno que nos rodea, en otras palabras, es observar para conocer ya que existe una gran diferencia entre mirar y observar. La observación nos permite contemplar, buscar, explorar, admirar, comparar con ayuda de los sentidos, va más allá de una mirada ordinaria que no tiene algún objetivo específico. Herrera (2008) afirma que: “la observación es la médula espinal del conocimiento científico y también se convierte en el eje que articula la metodología de la investigación cualitativa” (p.14).

La entrevista consiste en realizar una serie de preguntas a una persona o un grupo, con el fin de obtener información o datos sobre un problema específico. Es necesario que estén dos personas e interactúen entre sí, es decir, que exista interacción verbal. Un aspecto importante en el uso de esta técnica es que para la investigación cualitativa existe más de un tipo de entrevista: estructurada, no estructurada o en profundidad, entrevista de grupo, entre otras (Herrera, 2008).

En la entrevista a profundidad, Herrera (2008) menciona que el entrevistador quiere obtener información acerca de un determinado problema. Para preparar dicha entrevista es necesario que se tenga experiencia, habilidad y tacto para saber cómo encontrar aquello que se desea conocer. A diferencia de la entrevista estructurada, esta no se enfoca en una estructura formalizada, sino se desarrolla en una situación abierta donde existe mayor confianza, flexibilidad y libertad.

Por otra parte, la entrevista en grupo tiene su origen en la entrevista focalizada debido que se asocia con los estudios de marketing. Puede ser aplicada a una sola persona, partiendo de supuestos a los que fueron sometidos todos los miembros de un grupo. La preparación de la entrevista es cerrada y el entrevistador sobresale (Herrera, 2008).

Por último, el grupo de discusión tiene como objetivo construir y garantizar una situación en el que las personas puedan expresarse de manera abierta, es decir, con libertad.

Las técnicas de investigación que se usaron están basadas en el enfoque cualitativo, ya que nos permite captar información de la persona a través de su perspectiva, o de sus ojos, como ya se mencionó anteriormente. Esto se realizó con una entrevista semiestructurada, se hicieron las preguntas establecidas, pero a medida que avanzó dicha entrevista también fueron introduciéndose nuevas a fin de ampliar la información y obtener más detalles

porque en principio el tema predeterminado no permite apuntar a asuntos muy específicos, entonces es posible conseguir mayor precisión en las interrogantes.

El propósito de realizar una entrevista semiestructurada fue obtener la mayor información posible, así que esta no tiene duración precisa, es decir, no hubo tiempo límite, también es importante tener presente los horarios del entrevistado, se debe ser muy coherente y específico en cuanto a las preguntas realizadas, el único que pudo emitir opiniones o juicios es el entrevistado.

Las entrevistas a profundidad se llevaron a cabo a través de la plataforma zoom, se comenzaron a realizar el 11 de noviembre de 2020 y concluyeron el 08 de diciembre de 2020, ya que por cuestiones de la pandemia (COVID-19) fue imposible realizarlas de manera presencial, sin embargo, resultó más eficiente aplicarlas por este medio porque permitió grabar audio y convertirlo en MP3 resultando más fácil para transcribir respuestas. Los entrevistados fueron 11 mujeres y 9 hombres de entre 19 y 30 años de edad, de diferentes deportes: taekwondo, atletismo, fútbol, basquetbol, gimnasia, entre otros, de los cuales la entrevista con menor tiempo fue de nueve minutos, mientras que la mayor fue de casi una hora.

En cada entrevista se tuvo la oportunidad de verse y conocerse a través de la cámara, todos estuvieron de acuerdo en que se grabara el audio, incluso en vídeo, pero resultaba difícil porque la plataforma solo dejaba grabar vídeo. En ocasiones, el internet no contribuyó de manera positiva, pero cada entrevista pudo grabarse. Todos fueron amables y en cada respuesta sonreían, ya que recordaban cada momento en sus competencias, de esa manera se logró recolectar la mayor información posible.

d) Instrumentos

Un instrumento de recolección de la información para la entrevista fue la guía de entrevista y para la observación también es una guía, puede definirse como un recurso que registra información; puede ser tanto de forma digital, como escrita en papel. Existen diversos instrumentos ligados a las técnicas para la recolección de datos, tomando en cuenta que esta investigación tiene un enfoque cualitativo y se utilizó como instrumento un guion de entrevista, si bien es el más importante para poder realizar la investigación de campo. En la aplicación de la entrevista fue necesario el uso de una grabadora, con el

propósito de tener un respaldo de toda la información que se habló durante la entrevista para no perder detalle de ningún dato que pueda ser interesante o importante.

e) Tipo de muestreo

El muestreo es el método utilizado para seleccionar a los componentes de la muestra del total de la población. "Consiste en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante los cuales se selecciona un conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en toda esa población"(Mata et al, 1997, citado en López, 2004) (ver esquema 3).

Esquema No. 3 "Tipos de muestreo".



Fuente: <https://es.slideshare.net/JoanFernandoChipia/muestreo-ii>

La selección de la muestra depende de ciertas variables, en este caso se utilizó la muestra no probabilística o dirigida, es aquella que se aplica a un subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

El tipo de muestreo utilizado en esta investigación fue no probabilístico por conveniencia, se refiere a que la selección de los sujetos a estudio dependerá de ciertas características, criterios, etc. que el investigador considere en ese momento; por lo que pueden ser poco

válidos y confiables o reproducibles; debido a que este tipo de muestras no se ajustan a un fundamento probabilístico. Cuando se menciona que es por conveniencia se refiere a que permite seleccionar aquellos casos accesibles que acepten ser incluido, fundamentado en la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador (Otzen y Manterola, 2017).

La muestra para esta investigación fue obtenida por conveniencia y por bola de nieve, ya que se buscó que los entrevistados recomendaran a su vez a compañeros que puedan ofrecer la información requerida.

A través de un compañero de la escuela de taekwondo a la que asisto, el cual es estudiante de la ENED, me permitió ponerme en contacto con varios de sus compañeros de semestre para poder realizar las entrevistas a profundidad. El contacto fue a través de WhatsApp, se me enviaron los números telefónicos de al menos siete estudiantes, no todos respondieron. Se les mencionó que sería a través de la plataforma de ZOOM, con audio y vídeo en un horario específico que no interfiriera en sus actividades, todos aceptaron que se realizará de esa manera, cuando se realizó la primera entrevista se le pidió que si podía poner en contacto con otros compañeros de la universidad y así se realizó con cada uno de ellos.

f) Tamaño de la muestra

Salamanca y Crespo, (2004) mencionan que respecto al tamaño de la muestra no hay criterios ni reglas firmemente establecidas, determinándose con base en las necesidades de información, por ello, uno de los principios que guio el muestreo fue la saturación de datos, esto es, hasta el punto en que ya no se obtuvo nueva información y ésta comenzó a ser redundante (ver imagen 36).



Fuente: <https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html>

Se realizaron un total de 20 entrevistas entre hombres y mujeres, con un total de 23 preguntas, el objetivo fue conocer qué tipo de experiencias emocionales presentan los estudiantes al realizar una competencia deportiva. Así mismo se buscó indagar en los viajes que han realizado y el cómo se han sentido respecto a las competencias realizadas,

tomando en cuenta todo el tiempo para competir, el tipo de emociones que presentan antes, durante y después de un torneo, las personas que los acompañan en dichos viajes, los recuerdos que han presentado, la victoria o derrota, la preparación entre otros aspectos relevantes que en conjunto permiten crear experiencias.

Se realizó un análisis de contenido de las entrevistas a profundidad, describiendo e interpretando cada respuesta y comparando una con otra, el grado de similitud en cada una de ellas, a esto se le llama categorización, ya que permite dividir la información y así resaltar los datos recolectados similares y más importantes. Se tomó en cuenta en cada una de las respuestas las palabras clave, las cuales se basan en el tema principal planteado en esta investigación: turismo deportivo activo, experiencias y emociones. Lo anterior ayudó a crear subcategorías divididas en los diferentes tipos de emociones que siente un estudiante antes, durante y después de un torneo.

f. Perfil de los entrevistados

No.	Nombre (se usan seudónimos)	Edad	Semestre	Duración	Deporte
1	Anakin	20 años	Quinto	22 minutos con 22 segundos	Taekwondo
2	Edith	21 años	Quinto	30 minutos con 03 segundos	Natación
3	Armando	22 años	Séptimo	36 minutos y 35 segundos	Taekwondo
4	Andrea	22 años	Quinto	18 minutos y 06 segundos	Taekwondo
5	Nasoni	20 años	Quinto	57 minutos y 02 segundos	Gimnasia
6	Gonzalo	30 años	Séptimo	38 minutos y 08 segundos	Taekwondo
7	Kimberlie	22 años	Séptimo	25 minutos y 56 segundos	Fútbol
8	Esperanza	22 años	Séptimo	28 minutos y 51 segundos	Fútbol
9	Emmanuel	25 años	Tercero	16 minutos y 36 segundos	Taekwondo
10	Mónica	25 años	Quinto	17 minutos y 37 segundos	Fútbol
11	Brandon	20 años	Quinto	15 minutos y 46 segundos	Taekwondo

12	Pamela	21 años	Séptimo	9 minutos y 51 segundos	Gimnasia
13	Rodrigo	23 años	Quinto	20 minutos y 02 segundos	Basquetbol
14	Fernanda	19 años	Tercero	14 minutos y 35 segundos	Fútbol
15	Alejandro	22 años	Quinto	19 minutos y 45 segundos	Basquetbol
16	Elia	22 años	Tercero	13 minutos y 25 segundos	Gimnasia
17	Rubén	22 años	Tercero	21 minutos y 39 segundos	Natación
18	Adrián	22 años	Tercero	10 minutos y 24 segundos	Basquetbol
19	Yasury	19 años	Tercero	17 minutos y 37 segundos	Básquetbol
20	Saraí	19 años	Tercero	16 minutos y 40 segundos	Básquetbol

Capítulo 4. Experiencias del turismo deportivo activo

a) Turismo deportivo activo

El turismo deportivo activo es aquel en el que el viaje del visitante lo involucra directamente, físicamente, en la práctica de un deporte, ya sea de tipo competitivo o no. Los estudiantes de la Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos realizan constantes viajes a un determinado destino en el que encuentran todas las condiciones y facilidades, tanto para apreciar como practicar su deporte favorito, en un escenario distinto al usual, con novedades y características ideales para dicho deporte.

Los participantes de este tipo de turismo buscan desarrollar sus habilidades deportivas, competitivas, experimentar en persona deportes específicos en determinados destinos o centros deportivos, desarrollar un sentido de identidad deportiva personal o identificar una tendencia cultural deportiva.

La mayoría de los entrevistados respondieron que sí han viajado dentro de la República Mexicana para participar en una competencia, es decir, que sí han realizado turismo deportivo activo, ya que se han desplazado para participar en un torneo:

“Sí, me ha tocado gracias al taekwondo conocer la mayor parte de la República me faltan si acaso cuatro estados de la República” (Gonzalo, 30 años, 7° semestre).

“Sí, podría decirse que conozco a toda la República, sólo no conozco Veracruz y Yucatán” (Alejandro, 22 años, 5° semestre).

Podría decirse que gracias al deporte la mayoría de ellos ha conocido mínimo un estado de la República Mexicana y gracias a ello han tenido la oportunidad de vivir diferentes experiencias.

b) Competencias deportivas

La mayoría de los estudiantes de la Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos han asistido mínimo a dos competencias deportivas, ya sea dentro o fuera de la institución.

“Solamente he participado en mi primer selectivo y en mi primer universiada, sólo han sido dos competencias, porque después de todo ese ese ciclo yo tuve una lesión y pues también en ese ciclo en la segunda vez que me tocaba competir pues pasó lo de la pandemia, solamente he competido a

nivel universitario, pues solo esas dos veces, pero tengo mi historial de otro tiempo, de la secundaria, de la prepa” (Nasoni, 20 años, 5° semestre).

El número promedio de competencias varía entre 2 y 10, ya sean formales o informales:

“Bueno en realidad en torneo CONDDE sólo fueron a tres, bueno uno no se culminó, pero dentro de nuestra institución realizaban algún torneo interno entonces dentro de ella también fueron cuatro torneos que diga tres torneos entonces en total fueron como seis” (Esperanza, 22 años, 7° semestre).

Sin embargo, los estudiantes de la ENED han participado en más competencias antes de comenzar su carrera universitaria debido a que todos han practicado un deporte previamente y la institución les ha permitido realizar otras competencias que no pertenecen a su deporte específico:

“De natación han sido cuatro si no me equivoco y se han hecho torneitos en la escuela de taekwondo, entonces podrían contar como competencia y he estado en dos” (Edith, 21 años, 5° semestre).

c) Emociones durante la competencia

De los 20 estudiantes entrevistados, la mayoría de ellos mencionó sentir nervios durante las competencias realizadas, ya que es uno de los factores que más influyen en competencias universitarias:

“Pues la primera competencia que tuve a nivel universitario bastante nerviosa porque era algo diferente a pesar de que antes de entrar a la universidad me encontraba en competencias constantes no era lo mismo no era el mismo nivel” (Kimberlie, 22 años, 8° semestre).

Pero también se pudo analizar que se han sentido bien, felices y orgullosos de representar a una institución como lo es la ENED:

“Orgulloso de representar a mi escuela, ya que es un honor representarla” (Emmanuel, 25 años, 3° semestre).

d) Motivación para competir

La principal motivación de los estudiantes de la ENED se resume en el amor que le tienen a su deporte, el hecho de poder ganar y seguir creciendo como deportista, es decir, la

habilidad que adquieren en cada una de las competencias, al mismo tiempo puede decirse que sienten satisfacción al competir y hacer el deporte que más les gusta y que han practicado por años:

“Yo creo que lo que me motiva a participar es poder transmitir esa pasión o ese cariño que le tienes a tu deporte y que otros niños u otras personas vean y te digan que igual quieren hacer eso o que quieren practicarlo y, de igual forma, me motiva que puedes ir a una competencia a conocer o aprender cosas nuevas y a seguir adelante” (Pamela, 21 años, 7° semestre).

e) Competencias individuales y en grupo

Los estudiantes de la ENED sostienen que al competir individualmente toda la situación, el resultado, el trabajo y, en general, todo dependerá únicamente de una persona, es decir, que si no trabaja, entrena, si no haces las cosas como debe ser y obtienes un resultado negativo, todo el peso cae sobre el único deportista y si gana o pierde, se celebra o se aprende solo, sin embargo, los estudiantes expresaron que competir en equipo es muy diferente porque el trabajo se hace en conjunto y todos deben trabajar juntos, y al mismo ritmo para obtener grandes resultados y que una victoria o derrota se celebra mejor juntos en equipo:

“Pues es que individual se podría decir que todo depende de ti y tus capacidades que demuestras, pues son tuyas y es, en base a tu trabajo y a tus entrenamientos, pero aquí la diferencia es que en el deporte de conjunto en el deporte que es básquet pues yo intentaba o me esforzaba mucho en entrenar en estar siempre entrenando y había compañeros pues que no entrenaban y pues era frustrante que no... y no es lo mismo en el sentido de que los jugadores que no estaban en el mismo nivel, por la falta de entrenamiento, pues no podían lograr el objetivo que yo estaba buscando como equipo y al igual que cómo jugadores pues debemos de unirnos para poder lograr nuestro objetivo que era ganar” (Rodrigo, 23 años, 5° semestre).

Por otra parte, también en la mayoría de las respuestas, ellos se refirieron a que el apoyo entre compañeros es motivante para las competencias porque sienten un plus, aunque en ocasiones igual han existido controversias:

“Pues en equipo sientes como... a mí que me ha pasado... sientes el apoyo de las demás personas y en cuanto a los errores que puedes cometer, el hecho que alguien te está apoyando tienes a alguien que te anime a salir adelante, pues influye mucho en la actitud que uno tiene y es lo mismo cuando te dicen cosas negativas, y en cuanto a lo individual es una meta que ya es como lo haces por ti, estás tú solo literal, obviamente, tienes a tu coach, pero tú solo te tienes que motivar tienes que decir esto es para mí, pues si hay diferencia cuando tienes un apoyo cercano y en el otro estas solo tienes que salir adelante con base a eso” (Fernanda, 19 años, 3° semestre).

f) Triunfos

Casi todos los entrevistados respondieron que sí han quedado en los primeros lugares, es decir, dentro del medallero, solo un estudiante respondió lo contrario. Incluso alguno de ellos afirmó haber quedado en el primer lugar como Anakin con 20 años, de 5° semestre: *“Sí, sí tanto en estatales como en algunos nacionales he llegado a estar en primer lugar y medallero”*, y también Gonzalo con 30 años, de 7° semestre que ha participado en competencias aún más grandes: *“Así es, en tres universiadas quedé en primero y en otra quedé en tercero”*.

g) Emociones al obtener un triunfo

La palabra más mencionada en las respuestas de los estudiantes de la ENED es la *satisfacción*, ya que la mayoría de ellos mencionó que las horas de entrenamiento, los desvelos, el trabajo que hicieron, no salir con amigos o a fiestas, había valido la pena porque podían sentirse satisfechos por haber obtenido el resultado esperado: ganar y también un sentimiento de alegría o felicidad:

“Es una satisfacción muy grande porque todo lo que has logrado, los entrenamientos, los días que no sé, no saliste con tus amigos o cambiaste algo por ir a entrenar, es cuando sientes el resultado en esa medalla de oro ya sea de plata o de bronce” (Emmanuel, 22 años, tercer semestre).

h) Fracasos

La mayoría de los estudiantes mencionaron haber sentido frustración y tristeza al haber perdido en una competencia deportiva, otros sentimientos o emociones que sintieron en

su mayoría fue el enojo y decepción, pero al mismo tiempo la mayoría de ellos lo han visto como una enseñanza o una oportunidad para continuar y crecer como deportista:

“Cuando tú sales y no obtienes el resultado esperado si te llega una sensación de tristeza, pero te llega la motivación de decir lo tengo que volver a repetir, porque no me puedo quedar con ese resultado, o sea sí hay tristeza, si la llegas a sentir y se siente en el pecho esa sensación de que te quedaste con las ganas de continuar, de seguir avanzando, o sea a mí me ha pasado que lo he dado todo y no se ha dado resultado, pero me motiva a decir lo tengo que volver a hacer, lo tengo que volver a repetir, contrario a cuando te quedaste más para dar, entonces ya es una sensación de frustración de decir lo pude haber hecho y no lo hice, y me ha pasado, entonces son dos sensaciones, una de tristeza, pero la tristeza me lleva a sentirme motivado y el otro de frustración a decir para qué estoy haciendo esto, de qué me sirve estar haciendo esto, por tanto tiempo que estoy invirtiendo” (Gonzalo, 30 años, de 7° semestre).

i) Preparativos para la competencia

Todos los estudiantes entrevistados respondieron y afirmaron que se preparan físicamente con entrenamientos elaborados, planeados y establecidos por los entrenadores que tienen en cada deporte específico y también se mencionó que cada uno es diferente y de acuerdo con la competencia que se vaya a realizar, lo principal es la responsabilidad que asume cada uno de los estudiantes, ya que la preparación no solo depende del entrenador sino del atleta:

“Bueno yo me comprometo al 100% en los entrenamientos y sí sé que tengo un compromiso lo asumo al 100%, entonces intento no faltar nunca y bueno realizar todo lo que el profesor me pida, todo lo que me diga el profesor, intentó retroalimentar todas las clases” (Pamela, 21 años, 7° semestre).

También se mencionó que la parte alimenticia es fundamental para una competencia:

“Eso hasta el momento se lo ha dejado el entrenador, él nos ponía el plan, el macro y lo seguíamos, también llevó un plan de alimento, todo lo que va antes de una competencia” (Adrián, 22 años. 3° semestre).

j) Preparación emocional

La respuesta en común de todos los entrevistados se resume en que ellos mismos se mentalizan en la competencia, tratando de dejar de lado los nervios, sin embargo, es una emoción que siempre han sentido y la única forma de evadirlo es mentalizándose que están a punto de competir y que ya saben lo que tienen que hacer por la experiencia adquirida:

“Hablo conmigo mismo, me tranquilizo, trato de relajarme y no pensar en lo que podría pasar, sino más bien en lo que está a punto de pasar y también hago un poco de meditación y una noche ya antes de la fecha, mi mente alisto para ir a hacer lo que tengo que hacer y pues hasta ahí” (Alejandro, 22 años, 5° semestre).

Una mínima parte respondió que si trabajan la parte psicológica en los entrenamientos con los profesores:

“Pues ahí también varía mucho del entrenador dependiendo, porque ellos pueden manejar la parte psicológica en una charla o pueden manejar la parte psicológica dentro de, en este caso del combate” (Andrea, 22 años, 5° semestre).

Solamente dos entrevistados afirmaron que no tienen una preparación psicológica.

“Yo creo que eso es lo último que he hecho, no he llevado una preparación porque cuando estoy en la competencia me dan nervios ansiedad o hasta el vómito o no sé sensaciones en el cuerpo que voy descubriendo en competencias” (Yasury, 19 años, 3° semestre).

k) ¿Cómo te sientes durante una competencia?

La palabra fundamental en las respuestas de los estudiantes se deriva a los nervios, la mayoría de ellos respondió haber sentido nervios durante la competencia y también afirmaron, algunos de ellos, haberse sentido ansioso e incluso estresado:

“Pues son los nervios, sinceramente los nervios y por como soy yo, me estreso mucho, entonces siento que es parte de lo que más influye. No digo que sea bueno, pero siento que si una parte que me pesa mucho el estrés” (Edith, 21 años, 5° semestre).

De la misma forma, la mayoría de ellos respondió que los nervios y el estrés se quitan y se vuelve a su favor al tocar el balón, dar la primera patada, entrar al agua o estar en el primer aparato:

“...y una vez que empiezas a competir, el primer aparato, pues cuentas todo el estrés que trae adentro y comienzas a disfrutar la competencia y ya como va fluyendo, pues ya vas relajada y ya en el último, pues ya estás más relax...” (Elia, 22 años, 3° semestre).

l) Emociones después de una competencia

La mitad de los entrevistados mencionó que al final de la competencia sienten tranquilidad de haber culminado dicha competencia:

“Bueno yo por ejemplo siempre que termino me siento bien, tranquila conmigo porque sé que cada partido, pues trato de dar lo mejor de mí...” (Esperanza, 22 años, 7° semestre).

Pero también respondieron que el resultado influye en la forma en que se sienten después del torneo y el cansancio se hace presente al finalizar:

“Creo que el cansancio siempre está ahí, también un poco de satisfacción sea que se haya ganado o se haya perdido, eso es como lo de menos, pero si es cansancio satisfacción tal vez felicidad y ya nada más” (Sarahí, 19 años, 3° semestre).

m) Emociones durante los viajes para una competencia

Los entrevistados de la ENED, en su mayoría, afirmaron que en los diferentes viajes que han realizado les da una sensación de felicidad por el hecho de viajar para competir y conocer nuevos lugares, ya que en la mayor parte de los casos van en conjunto, se sienten en confianza y con ganas de competir, algunos lo relacionan un poco con la ansiedad, pero la mayoría respondió positivamente a la pregunta:

“Ay me sentía muy emocionada, creo que es de las partes favoritas de un deportista porque vas con tu equipo, te diviertes en cada viaje, aprendes algo nuevo, conoces algo nuevo y yo creo que eso es lo más padre de un deportista de estar viajando” (Elia, 22 años, 3° semestre)

“Es muy padre el hecho de viajar de poder salir de la ciudad para competir, porque conoces a gente nueva y estás fuera de tu zona de confort, entonces sabes que tienes que echarle muchas más ganas y pues nada, seguir haciendo lo que aprendiste en el transcurso del año, pero es muy padre, me gusta salir a competir” (Pamela, 21 años, 7° semestre).

n) Quién influye más en una competencia (tú, el equipo contrario, tu entrenador)

Más de la mitad de los entrevistados respondió que principalmente son ellos mismos los que influyen en una competencia, debido a que son la parte más importante y tiene mucho peso lo que hagan y cómo lo hagan, algunos respondieron que la competencia es contra ellos mismos y por eso el adversario no influye:

“Creo que he llegado a un punto en el que yo soy la principal influencia para mí en la competencia, he descartado el poner atención a los equipos contrarios, pues eso no debería de preocuparme en ese momento, yo estuve trabajando duro en la temporada y es mi trabajo el que importa no el de otros” (Nasoni, 20 años, 5° semestre).

“No, yo creo que siempre en mi caso he sido yo, a lo mejor si en algún momento sabemos que es un rival difícil, pero jamás digamos me he achicado ante ello, yo siempre he sabido que mi rival más fuerte literalmente soy yo” (Esperanza, 22 años, 7° semestre).

Una mínima parte afirmó que su entrenador es la persona que más influye y que siempre deben seguir instrucciones y solamente una persona respondió que los tres (el competidor, el equipo contrario, el entrenador) hacen uno mismo y sin uno, no se puede hacer la competencia.

o) Cómo influyen amigos, familiares o profesores en la competencia

La respuesta fue variada debido a que no hubo una inclinación o uno hubo mayoría en alguno de los tres aspectos, cada uno de los entrevistados se inclinó por una respuesta diferente, sin embargo, afirmaron que son un apoyo y en ocasiones una motivación para

competir, aunque algunos otros mencionaron que les son indiferentes la presencia de dichas personas:

“Para mí es importantísimo que esté mi familia y mis amigos me hacen sentir seguro, me hacen sentir que estoy en familia como que estoy en un núcleo cálido, tranquilo que están ahí, que no importando donde esté, a lo mejor viviendo un infierno dentro de la pelea, pero sé que están ahí, entonces para mí es muy importante, influye de manera muy alegre en mí de manera muy cálida en mí, mi familia es como combustible para mí” (Gonzalo, 30 años, 7° semestre).

“Mis familiares, profesores y amigos como tal ya no influyen mucho, estoy acostumbrado a que estén ahí porque siempre están presentes” (Anakin, 20 años, 5° semestre).

“Mira la verdad es que no influyen mucho, las únicas personas que influyen en mí, son mis papás nada más, los demás en realidad no me importan” (Alejandro, 22 años, basquetbol).

p) Emociones antes durante y después de una competencia

Las respuestas se basaron en los nervios, antes de la competencia, pero al mismo tiempo felicidad o alegría de competir, la mayoría dijo que durante un torneo sienten ansiedad e incluso miedo, estrés y adrenalina, pero dependiendo el resultado pueden sentirse satisfechos y felices o tristes y decepcionados:

“Antes la ansiedad y la felicidad durante está muy presente, el estrés y después la frustración o la felicidad si ganaste” (Adrián, 22 años, 3° semestre).

“Pues muchas, siento que es como alegría porque de cierta manera quieres que llegue ese día, siento que es quizás estrés, a veces te estresas, siento que al final puede ser tristeza, el final puede ser más alegría, enojo puede ser frustración, puede ser una combinación enorme dependiendo del resultado” (Rubén, 22 años, 3° semestre).

q) Ventajas y desventajas de ganar o perder

Los alumnos de la ENED en su mayoría respondieron que la ventaja de ganar, es que todo el esfuerzo y dedicación que se le dio valió la pena. Sin embargo, algunos de ellos afirmaron que ganar no siempre es positivo, debido a que se les puede subir el ego y creen que son inalcanzables, cuando solo fue en esa ocasión y es necesario seguir preparándose para las competencias, eso es una clara desventaja de ganar:

“Las ventajas de ganar... pues saber que tu entrenamiento y el tiempo que le estás dedicando pues te está sirviendo, como que todo eso que le estás invirtiendo a tu deporte si está dando resultados, que tu entrenador si te estaba apoyando, bueno si está haciendo bien su trabajo. Desventajas, pues yo creo que luego te puedes llegar a confiar de ser muy bueno y a la siguiente competencia ya no” (Rubén, 22 años, 3° semestre).

De lado contrario, cuando se pierde, la ventaja es que se aprende, esa es la palabra que se resume a las respuestas de los estudiantes, el aprendizaje y también mencionaron que en ocasiones hay deportistas que pueden estancarse cuando no ganan, pero es necesario salir adelante para poder llegar a la victoria:

“Como desventaja es que uno como atleta se confía en ganar, entonces uno cree que ella dio su máximo cuando en realidad no, siempre hay cosas nuevas que aprender; entonces yo le vería esa desventaja a ganar, que a veces te quedas en esa zona de confort y de perder, hay gente que se desmotiva porque cree que siempre va a ser así, y yo siento que no, yo creo que al perder puede sacar varias cosas positivas, puede sacar qué fue lo que salió mal y trabajarlo para que la próxima vez se mejoren esos errores” (Kimberlie, 22 años, 7° semestre).

Finalmente, la respuesta de la mayor parte de los estudiantes se resume a que todo es aprendizaje sin importar cual haya sido el resultado, cuando se gana se aprende y cuando se pierde también, así que las experiencias definen cada competencia:

“Pues de que cuando pierdes aprendes mucho, esa sería una súper ventaja, no le veo desventajas al hecho de perder, porque estás aprendiendo, estás viendo tus errores y estás te estás humanizando” (Andrea, 22 años, 5° semestre).

r) Mejores recuerdos de las competencias

Los mejores recuerdos suelen estar ligados a la felicidad o básicamente a un momento en el cual una persona fue feliz, así sucedió con las respuestas de los estudiantes de la ENED, la mayor parte de las respuestas se basan en una victoria, en un torneo en el cual ganaron o quedaron cerca del primer lugar, incluso la primera competencia que realizaron dentro o fuera de la institución:

“Yo creo que mi primera medalla de natación, cuando competía en atletismo en relevos, cuando también competían 100 metros y quede como un segundo lugar” (Yasury, 19 años, 3° semestre).

“Mis mejores recuerdos...bueno, durante mis competencias estar en primer lugar en el pódium...” (Gonzalo, 30 años, 7° semestre).

Así mismo, gran parte de los estudiantes basaron sus mejores recuerdos en algún viaje, en este caso el turismo deportivo activo, ya que salieron de su lugar de residencia con el propósito de realizar alguna competencia deportiva y aunque no se llevaran la victoria, el hecho de salir a competir, ya le da un plus para ser un recuerdo favorable y hacerlos sentir bien, porque al hacer la pregunta automáticamente el recuerdo vino a la mente:

“Mis mejores recuerdos...los que más tengo fue cuando fui al Nacional en Guadalajara, este...fue una experiencia muy, muy bonita, desde que uno va llegando al hotel, te reciben con...con el logo del estado, de la institución a la que representa, incluso llegando a tu habitación con tu nombre y todo, es una experiencia muy bonita...” (Brandon, 20 años, 5° semestre”)

“Mi última participación en la Copa del Mundo obteniendo las mejores calificaciones que he tenido en mi vida a nivel internacional 16.950 en individual y 17.100 en pareja” (Nasoni, 20 años, 5° semestre”)

“El viaje, hubo en una ocasión que tuvimos un partido que íbamos perdiendo por 25 puntos y al final lo remontamos y ganamos, y como

equipo nos entendimos muy bien, aunque tuvimos un momento muy malo, pues pudimos ganar el juego” (Rodrigo, 23 años, 5° semestre)

Bueno yo creo que uno de ellos ha sido cuando me hicieron invitación a participar con el equipo que había ganado y representar a Ciudad de México en Tijuana, esa es una, porque es haber perdido y también, digamos la institución del equipo contrario, las profesoras fueron a darme la mano y a reconocer pues mi trabajo...” (Esperanza, 22 años, 7° semestre).

s) Peores recuerdos en una competencia

Los peores recuerdos en una competencia suelen estar ligados a la tristeza, enojo, frustración e incluso decepción, debido a que se pierde, esto sucedió con las respuestas de los estudiantes de la ENED, los cuales basaron sus peores recuerdos en una derrota, cuando perdieron en algún torneo que se habían estado preparando con mucho esfuerzo y dedicación:

“Los peores, yo creo que han sido en pérdidas, cuando hemos perdido, cuando la presión, no aguantas y lloras, y lloras mares...” (Andrea, 22 años, 5° semestre”).

A pesar de relacionar los peores recuerdos con una derrota en un torneo, más de la mitad respondió que su peor recuerdo es haber tenido una lesión, ya sea antes o incluso en la misma competencia, lo cual los hizo perder el torneo y perder meses de rehabilitación:

“Chetumal, cuando fui a Chetumal, mis papás obviamente no habían ido a esa competencia, iba con mi entrenador, venía de una lesión muy fuerte que me marcó bastante, me lastimó en un nacional, me quedé como cinco meses en rehabilitación, obviamente se quedó psicológicamente ese recuerdo porque casi quedé parálitica y no me salen las cosas o sea un mortal enfrente, que llevas tantos años practicándolo y de un día para otro, ya no te sale ese mortal enfrente, entonces venía con mucha frustración, venía con tanto estrés, mi entrenador me metió tanto estrés para lo que fue la competencia y pues no me salieron las cosas. Creo que fue de las competencias más frustrantes que tuve, terminé en el hospital y sabes de la

frustración que traía del estrés, todo se me juntó, eso fue las peores” (Elia, 22 años, 3° semestre).

“Bueno dentro del tiempo de la escuela, bueno, el recuerdo más fuerte que he tenido fue la ruptura de la mandíbula porque prácticamente me alejó de la competencia por seis meses, pero fue un dolor demasiado fuerte, tanto físico mental, como emocional. El saber que nunca en la vida, en la vida me había noqueado nunca, nunca en la vida y aparte iba muy bien preparado, iba muy bien, iba ganando y fue el resultado tal cual se debía de hacer” (Gonzalo, 30 años, 7° semestre).

“Mis peores recuerdos...cuándo que me volaron el labio de petos electrónicos, de que no pude hacer nada, literal, nada más metí dos puntos en cuatro rounds, es una desesperación muy muy fea que estás pateando, ves que entre el punto fuerte y pues no conectas al peto y ves que el otro apenas patea y se marca el punto eso es lo feo” (Brandon, 20 años, 5° semestre)

Algunos de los estudiantes fueron específicos al mencionar que su peor recuerdo fue en un viaje, en alguna derrota e incluso lesiones:

“Creo que fue el primer año que empecé a competir, pues realmente no conocía el nivel, entonces fue mi primer nacional, en la primera pelea del nacional me eliminaron y fue un nacional que me tocó pelear hasta la una de la mañana, igual me llamaron a las ocho, entonces yo creo que esa fue la que más, en su momento, me causó como que enojo, de mucho tiempo estar esperando un viaje, fue un gasto y pierdo en la primera, pues en su momento estuvo muy feo” (Anakin, 20 años, 5° semestre).

“Ya en la universidad, el coach que nos llevó se regresó sólo a la Ciudad de México, entonces tuve que regresarme sola desde Oaxaca, bueno desde Puerto Escondido, en mi primer viaje con la universidad, entonces como que no estuvo tan divertido como regresarse sola desde tan lejos y tantas horas en autobús” (Sarahí, 19 años, 3° semestre).

t) Cómo perduran los recuerdos

Los estudiantes de la ENED respondieron en su mayoría, que los recuerdos perduran más en su memoria o en su mente, porque los buenos recuerdos o la felicidad no pueden capturarse o bien, no pueden tomar las fotos y vídeos que requieren, así que la única forma de conservarlos y que perduren por años es recordando mentalmente:

“A través de mi memoria, actualmente sí como que cuando competía o sea si teníamos, las que empezamos a tener celulares y todo eso, pero luego no las teníamos todo el tiempo o no estamos tan acostumbrados a tenerlas en la mano, entonces es más como la memoria, hay ciertas cosas que me hacen recordarlos, ciertos puntos y otras palabras ciertos lugares las que me hacen recordar todo eso” (Rubén, 22 años, 3° semestre).

Sin embargo, algunos de ellos mencionaron que también los guardan a través de sus dispositivos móviles, porque en ocasiones, aunque algo no sea significativo y no lo puedan recordar, al ver alguna foto o vídeo se le viene a la mente automáticamente:

Yo creo que lo hago de las dos formas porque no sé yo soy visual, pero también los recuerdos no se borran, de hecho tengo fotos pegadas en mi pared, de mí en las competencias, siento que tuve éxito, de las que más me llenaron o incluso los gafetes, los gafetes que nos llegan a dar en las competencias, digo para que los tiro, es un recuerdo muy bonito, y piensas como que en un momento si se te olvida, se va de tu memoria ahí está, ahí está para recordarte pasaste por esto pasaste, por aquello y, sobre todo, las medallas que hablan de que...vamos a ver esta medalla, de qué año, de qué año son las medallas te hablan, es como tener una memoria USB, pero se activa tocando esa medalla se te activa esos recuerdos los almaceno de las dos formas...” (Nasoni, 20 años, 5° semestre).

u) Qué recuerdos perduran más, una victoria o una derrota

La mayoría de las respuestas se basaron en el ganar, ya que los entrevistados comentaron que llevarse la victoria siempre será más placentero que tener una derrota, porque al final es una experiencia única e inigualable y da una satisfacción que como lo mencionaron alguno de ellos, puedes hablar con felicidad:

“Cuando gano, no lo sé... tal vez porque una parte de ti bloquea esos sentimientos de tristeza o frustración entonces como justo ahorita sólo recuerdo más las veces que gané que las que perdí o tal vez también porque te concentras las emociones buenas las enfocas más que las malas entonces tal vez por eso” (Sarahí, 19 años, 3° semestre).

“El ganar. El ganar si te hace ver qué has mejorado que has trabajado una parte que te fallaba y que el ganarte demostró que sí funcionó como el entrenamiento que llegaste a tener en su momento...” (Armando, 22 años, 5° semestre).

“Cuando gano, porque creo que es algo que te da satisfacción y puedes platicar y puedes contar a la gente, entonces en lo personal creo que a nadie le gusta perder y creo que es algo que, yo en lo personal, borro de mi memoria” (Alejandro, 22 años, 5° semestre).

v) Cómo influye un triunfo o una derrota en la experiencia

En promedio, los resultados de las respuestas se basaron en que el ganar o perder siempre va a influir en la experiencia de su viaje debido a que se tiene que aprender a ganar y al mismo tiempo a perder. Ganar, porque como lo mencionaron los estudiantes de la ENED, es una experiencia positiva que te ayuda a crecer, como deportista, sin embargo debe aprenderse que no siempre se gana por mucho esfuerzo que se le dedique a una competencia, por ello también se debe estar mentalizado de que en cualquier momento puede perderse, entonces se debe estar preparado para obtener un resultado negativo y aprender de eso, continuar y no dejarse caer por una vez, sino seguir preparándose para futuras competencias, finalmente respondieron que de todo se aprende y son experiencias:

“Aprendes de ambas, más de cuando pierdes porque tienes oportunidad de mejorar y convertir esos errores en fortalezas y cuando ganas también aprendes, solo que en este caso es más centrado a que tienes que mantener, que es mejor para ti que te hizo ganar, etc.” (Anakin, 20 años, 5° semestre).

“Influye ganar de la siguiente forma: te sientes satisfecho, orgulloso, pleno, feliz con más que nada mucha satisfacción. Y perder, piensas en qué deberías trabajar más, es decir, mi cerebro empieza a trabajar en que hay

que mejorar, en que hay que ser mejor, que hay que echarle muchas más ganas al próximo evento, pienso en forma positiva no en negativo” (Emmanuel, 25 años, 3° semestre).

“Ganar: satisfacción de que todo el camino para llegar ahí valió, definitivamente, la pena y que me hace recordar todo lo que invertir de tiempo para lograrlo. Perder: me hace ser más fuerte, me hace querer siempre dar más de mí y que, aunque todo parezca perdido siempre puedes ir por la victoria, también me ayuda a ver realmente en lo que debo mejorar como equipo y de manera personal” (Kimberlie, 22 años, 7° semestre).

w) Experiencia general de los viajes para competir

La respuesta promedio de los estudiantes de la ENED fue que han sido experiencias buenas y satisfactorias, porque gracias al deporte han logrado conocer y hacer muchas actividades que no podrían sino fueran atletas, también la respuesta promedio se basa en que se sienten felices, orgullosos de poder estar compitiendo, satisfacción, alegría, aunque en ocasiones hayan tenido que pasar por momentos difíciles, el trasladarse a otros sitios y conocer nuevos lugares son momentos que perduran en su memoria y que gracias a las competencias deportivas han logrado fijarse más en la memoria de los participantes, además de conocer diferentes estados de la República Mexicana, la respuesta en su mayoría es que ha sido buena:

“Me encantaron, mi etapa competitiva ha sido increíble a pesar de que hubo cosas negativas, como en todo, pero no me arrepentiría nunca de haber escogido, la elección de ser deportista creo que es lo mejor que pude haber escogido en mi vida” (Elia, 22 años, 3° semestre).

“Son experiencias inolvidables que a lo mejor y no se vuelven a repetir, porque cada experiencia que viviste es única por algo que pasó, entonces son buenas, algunas tristes, algunas con grandes emociones, pero igual son divertidas con miras a más, no nada más a quedarte con hambre de más” (Emmanuel, 25 años, 3° semestre).

“Primero como una etapa muy bonita de mi vida porque el deporte siempre ha sido como una vértice en mi vida, en sí más allá de mi carrera, en mi vida, entonces yo creo que son muchas emociones, pero más de felicidad como que el deporte me hizo cambiar muchas cosas y también me hizo estructurar mi vida de cierta forma, sobre todo pensando en la licenciatura en la que yo estudié, pues para muchos, el deporte es sólo un hobby, un juego o sólo es perder el tiempo, ahí y para mí el deporte es diferente es todo, una vida, toda una trayectoria, todo un estudio todo... pues sí cosas que te enseñan, como valores, respeto, amor a ti mismo; y yo creo que sobre todo ser muy disciplinado” (Kimberlie, 22 años, 7° semestre).

Discusiones

La experiencia es un término que puede identificarse de diferentes maneras, o bien puede tener una infinidad de significados, sin embargo, se produce de vivencias y observaciones, lo cual ocurre en el ámbito turístico. Para esta investigación se basó en las emociones porque forman parte de las vivencias, así que están inmersas en la experiencia, en este caso en el turismo deportivo, principalmente porque tienen un vínculo entre experiencia, turismo, deporte y competencias. El turismo actualmente busca hacer vivir experiencias, las competencias deportivas son resultado del turismo deportivo, viajar para participar u observar algún tipo de deporte provoca emociones, experiencias y vivencias.

Finalmente, y para concluir este capítulo, puede decirse que los estudiantes de la ENED han realizado turismo deportivo activo antes y durante su carrera universitaria, ya que se han desplazado a diferentes sitios de la República Mexicana para realizar una competencia deportiva, ya sea individual o en grupo.

Un gran motivo para competir, y que se mencionó durante las entrevistas, es el amor que le tienen a su deporte, pues la mayoría lo ha practicado desde que eran niños y gracias a ello han continuado hasta su vida adulta y querer ser un licenciado en entrenamiento deportivo.

Todos han sentido diferentes tipos de emociones antes, durante y después de realizar una competencia deportiva y a pesar de tener experiencia de años anteriores (en su mayoría), los nervios siempre están presentes. Sin embargo, cada competencia es diferente, ya que se enfrentan a distintos contrincantes en cada una

de ellas y el lugar ha sido diferente ya que en su mayoría se han desplazado a otros estados y los recuerdos pueden ser diferentes de acuerdo con el resultado obtenido. Principalmente porque el ganar o perder queda grabado en su memoria y aún más en su experiencia, la cual define los recuerdos a pesar de que sean positivos o negativos.

Pese a que la mayoría de los estudiantes han ganado una competencia, mencionan que es mejor celebrarla en conjunto que individual, ya que la victoria se celebra mejor en grupo, aunque algunos de ellos mencionaron que las derrotas también se afrontan mejor en equipo que individualmente.

La preparación es un aspecto relevante para las competencias que realizan fuera de su lugar de origen, de esta forma se define si el atleta está preparado físicamente para dicha competencia y es realmente importante una preparación mental, porque influye considerablemente en la forma de participar. Así lo mencionaron los futuros licenciados en entrenamiento deportivo.

Viajar para competir con el deporte de su preferencia, genera una sensación o emoción de felicidad, así lo expresan los universitarios de la ENED. Independientemente de que el deporte sea individual, los viajes siempre se realizan en conjunto. Viajar y conocer nuevos lugares también es motivación para los competidores, ellos son la pieza fundamental en una competencia y el apoyo de amigos o familiares en ocasiones son indispensables y en otras indiferentes.

Las emociones que pueden sentir antes, durante y después de la competencia se basa en los nervios, felicidad, temor, ansiedad, estrés e incluso sentir la adrenalina, pero todo dependerá del resultado que obtengan y de ahí provienen los recuerdos, los cuales perduran en la memoria de los estudiantes de acuerdo con el resultado obtenido. Sin embargo, la mayoría mencionó que una victoria siempre será recordada por el placer de haber obtenido un primer lugar, será placentera porque quiere decir que el esfuerzo o el empeño que se le puso tuvo buenos resultados, pero no define que ya seas el número uno, sino que debes continuar para seguir adquiriendo buenos resultados y una derrota te enseñará que debes prepararte mejor para la siguiente ocasión, porque de todo se aprende, así lo mencionaron los estudiantes de la ENED.

En general, las experiencias de los universitarios se basan en la felicidad porque menciona que gracias a que se han dedicado al deporte (algunos desde pequeños), han podido visitar y conocer diferentes partes de la República Mexicana y la satisfacción no se puede comprar con nada, aunque hayan vivido momentos difíciles el hecho de haber viajado ya es un plus para decir que fue una buena experiencia.

CONCLUSIONES

En este trabajo de investigación se desarrolló un estudio cualitativo que buscaba conocer las experiencias basadas en las emociones de los estudiantes de la Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos al realizar viajes para participar en una competencia deportiva antes, durante y después, utilizando una investigación básica al no resolver problemáticas sino aportar conocimiento nuevo. Al ser un tema poco estudiado se convirtió en sincrónica transversal y puede funcionar para futuras investigaciones. Todo a través de una entrevista semi estructurada a profundidad con el fin de adquirir la mejor información posible de los universitarios.

Los resultados obtenidos se basaron en los 20 entrevistados de la ENED y los viajes que han realizado para competir. Las experiencias se enfocaron en las emociones, ya que cada uno de los estudiantes ha pasado por diferentes tipos de competencias y aunque no sean las mismas, las emociones antes durante y después son similares, puesto que somos seres humanos y en determinadas ocasiones se puede sentir lo mismo que otras personas.

Fue necesario realizar entrevistas grabadas a través de la plataforma zoom, ya que la pandemia por COVID 19 no permitió tener un contacto directo con cada uno de ellos, sin embargo, la tecnología y la disposición de cada uno de ellos permitió realizar dichas entrevistas, usando grabadora para no perder detalle de ningún tipo y adquirir la mayor información posible.

El viajar para competir trae consigo una serie de pasos antes de llegar al día de dicha competencia, es necesario practicar o entrenar, aprender, visualizar, comprender, ser responsable para dicho torneo. Una competencia no solo se enfoca en la fecha que se realiza, sino atrás viene todo el esfuerzo y dedicación que se implementó, incluso lo monetario tiene relevancia porque no solo se necesitan esforzar físicamente sino también financieramente.

Se identificaron diferentes tipos de emociones, la felicidad o alegría siempre estuvo ligada a la victoria, es decir, al pódium o al primer lugar, al igual que la satisfacción debido a que la mayoría de los estudiantes así lo expresó. La tristeza también es una emoción que los estudiantes mencionaron, pero va enfocada a la derrota, sin embargo los nervios y el estrés se hacen presentes en cada competencia, esto a consecuencia de enfrentarse a un

nuevo oponente. Ninguna competencia va a ser igual a la anterior, todas tienen una esencia diferente. Tiene más relevancia cuando se viaja para competir, ya que el sitio es un lugar distinto, el clima puede ser un factor, el trato de las personas, el compañerismo y, por supuesto, los entrenadores, es por ello que para los estudiantes influye más su misma persona que cualquier otra persona y es necesario que se enfoquen mentalmente en lo que van a realizar, de lo contrario pueden tener resultados negativos como lo es una derrota y bien se sabe que las victorias generan satisfacción porque todo el esfuerzo y empeño que se dedicó, valió la pena.

Los viajes con motivos deportivos y con base en las respuestas de los estudiantes generan placer porque se pueden conocer diferentes estados de la República Mexicana realizando lo que te apasiona o lo que amas, porque el practicar un deporte y llevarlo a una profesión quiere decir que realmente les gusta lo que hacen y que se tiene la habilidad, porque no todos tienen o desarrollan las mismas capacidades, el taekwondo, natación, fútbol, basquetbol, gimnasia etc., son deportes que requieren de esfuerzo, dedicación, responsabilidad y sobre todo de amor.

La experiencia es la parte más importante en el turismo, porque ayudará a definir si se regresa al sitio o se opta por otro destino, en este trabajo de investigación se tomó como parte fundamental las emociones, básicamente porque influyen en el estado de ánimo de una persona y de acuerdo a todo lo vivido es que se define una experiencia, en este caso emocional y principalmente porque son competencias deportivas, no todas las personas viven o sienten lo mismo, sin embargo, hay similitud.

Actualmente, el turismo deportivo tiene gran importancia a nivel mundial, el deporte es esencial en la vida de todo ser humano porque ayuda a tener un mejor estilo de vida, si se combina el deporte con la experiencia y el turismo, permite generar este nuevo conocimiento, a través de investigaciones bien estructuradas, para que así en el futuro alguien más pueda volver a realizar una investigación con este enfoque y exista una comparación ya que actualmente no existen investigaciones enfocadas a estudiantes y competencias deportivas, están basadas solamente en el turismo deportivo pasivo.

Finalmente, el trabajo de investigación cumplió con el objetivo, conocer las experiencias basadas en las emociones de los estudiantes de la ENED. La investigación terminó cuando la información comenzó a ser repetitiva, es decir que los universitarios mencionaron la felicidad, alegría, tristeza, estrés, ansiedad, satisfacción, entre otras, como las principales

emociones, antes durante y después de las competencias, cada uno a su manera, pero sintiendo el mismo tipo de emoción.

Referencias

- Abad, L., García T. y Magro, R., (2009). Reflexiones sobre introducción a la investigación. Revista de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente. Universidad Alfonso X El Sabio. Vol. 7. Recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/28297811> Reflexiones sobre introducción a la investigación
- Aguilera, R., (2013). Identidad y diferenciación entre Método y Metodología. Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Centro de Estudios Políticos. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16162013000100005
- Ahlfert, C., (2012). El viaje como experiencia. Diplomado en Turismo. Universidad Ramón, Barcelona. Recuperado de: <https://www.yumpu.com/es/document/read/27329207/el-viaje-como-experiencia-tsi-turismo-sant-ignasi/2>
- Alberto, C. y Barcellos R., (2019). Hospitalidad, emociones y experiencias en los servicios turísticos. Universidad Anhembi Morumbi São Paulo, Brasil. Estudios y Perspectivas en Turismo Volumen 28, pp. 290 – 311. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6871850>
- Amengual, G., (2007). El concepto de experiencia: de Kant a Hegel. Tópicos. Revista de Filosofía de Santa Fe, Núm. 15, pág. 5-30. Recuperado de: [https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar > article > download](https://bibliotecavirtual.unl.edu.ar/article/download)
- Aragones C., Kuster I. y Vila N., (2016). El patrocinio deportivo como herramienta de marketing. Talento e innovación en marketing. Pág. 107-126. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5423798>
- Bericat, E., (2012). Emociones. Sociopedía. Universidad de Sevilla, España. Recuperado de: <http://www.sagepub.net/isa/resources/pdf/Emociones.pdf>
- Blázquez, M., (2014). La comercialización del producto "turismo deportivo". Revista Dimensión Empresarial. Vol. 12, Núm. 2. Pág. 46-58. Recuperado de:

http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1692-85632014000200004

Calduch, R., (2014). Métodos y técnicas de investigación internacional. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: <https://www.ucm.es/data/cont/docs/835-2018-03-01-Metodos%20y%20Técnicas%20de%20Investigacion%20Internacional%20v2.pdf>

Carballo, R., Moreno, S., León, C. y Brent, J., (2015). La creación de promoción de experiencias de un destino turístico. Un análisis de la investigación y necesidad de actuación. Universidad de Murcia. Cuadernos de Turismo número 35, pp. 71-94. Recuperado de: <https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/43815/1/La%20creaci%C3%B3n%20y%20promoci%C3%B3n%20de%20experiencias.pdf>

Cascant, J. y Hueso, A., (2012). Metodología y Técnicas Cuantitativas de Investigación. Cuadernos Docentes en Proceso de Desarrollo. Universidad Politécnica de Valencia. Recuperado de: <http://repositorio.minedu.gob.pe/bitstream/handle/123456789/4600/Metodolog%C3%ADa%20y%20t%C3%A9cnicas%20cuantitativas%20de%20investigaci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cazau, P., (2006). Introducción a la Investigación en Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires. Recuperado de: <http://alcazaba.unex.es/asg/400758/MATERIALES/INTRODUCCI%C3%93N%20A%20LA%20INVESTIGACI%C3%93N%20EN%20CC.SS..pdf>

CONADE, (2016). Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos (ENED). Secretaría de Educación Pública. Recuperado de: <https://www.gob.mx/conade/acciones-y-programas/escuela-nacional-de-entrenadores-deportivos-ened>

CONADE, (2017). Cumple ENED 33 años de formar entrenadores deportivos en México. Recuperado de: <https://www.gob.mx/conade/prensa/cumple-ened-33-anos-de-formar-entrenadores-deportivos-en-mexico> 15 de octubre de 2020

- CONADE, (2019). Festejan 35 Aniversario de la Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos. Recuperado de: <https://www.gob.mx/conade/prensa/festejan-35-aniversario-de-la-escuela-nacional-de-entrenadores-deportivos>
- CONDDE, (2015). Historia del CONDDE Universiada Nacional UANL 2015. Recuperado de: <http://universiada2015.uanl.mx/condde/>
- CONDDE, (2019). Convocatoria “Copas Universitarias de CONDDE”. Secretaría de Educación Pública. Recuperado de: <https://www.condde.org.mx/web/?p=11418>
19 de octubre de 2020
- CONDDE, (2019). La Universiada nacional, más que una competencia. Recuperado de: <https://www.condde.org.mx/web/?p=9939>
- CONDDE, (2019). Reglamento general. Recuperado de: https://www.condde.org.mx/web/?page_id=8173
- CONDDE, (2020). Convocatoria “Clasificatorio de Esgrima a Universiada Nacional León 2020”. Secretaría de Educación Pública. Recuperado de: <https://www.condde.org.mx/web/?p=11394> 19 de octubre de 2020
- Crotte, R., (2011). Elementos para el diseño de técnicas de investigación: una propuesta de definiciones y procedimientos en la investigación científica. Tiempo de educar. Vol. 12, Núm. 24, Pág. 277-297. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/311/31121089006.pdf>
- Díaz, V. y Castro F., (2017). El turismo emocional creativo: la ciudad como taller inclusivo. International Journal of Scientific Management and Tourism. Vol. 3 Núm. 1 Págs. 357-371. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5975093>
- Dimitrova, Y., (2017). Turismo Experiencial: Una revisión de la literatura; Universidad Biliarica. Recuperado de: https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/4672/Dimitrova%20Stefanova,%20Yoana_221253_assignmentsubmission_file_GADE_2017_076.pdf?sequence=1

- Donis, Y., (2016). Turismo deportivo en Canarias. Análisis y propuesta de acción. Universidad de la Laguna. Facultad de Economía, Empresa y turismo. Recuperado de:
<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/1372/Turismo%20deportivo%20en%20Canarias.%20Análisis%20y%20propuesta%20de%20accion.pdf;jsessionid=9A98CBBF5978F8C7B01CB987C51F40A9?sequence=1>
- ENED, (2017). Escuela Nacional del Entrenadores Deportivos. Secretaría de Educación Pública. Recuperado de: <http://ened.conade.gob.mx/conocenos.html>
- ENED, (2017). Licenciatura en entrenamiento deportivo CONADE. Secretaría de Educación Pública. Recuperado de: <http://ened.conade.gob.mx/licenciatura.html>
- ENED, (2017). Licenciatura en entrenamiento deportivo CONADE. Secretaría de Educación Pública. Recuperado de: <https://ened.conade.gob.mx/licenciatura.html>
15 de octubre de 2020
- Fairley, S. y Tyler, B. D., (2009). Cultural learning through a sport tourism experience: the role of the group. *Journal of Sport & Tourism*, 14(4), 273-292.
- Fairley, S., (2003). In search of relived social experience: Group-based nostalgia sport tourism. *Journal of Sport Management*, 17(3), 284-304.
- Fernández Alles, M., (2014). El impacto turístico de los eventos deportivos: un estudio de caso. *Cuadernos de Turismo*. Vol. 3, Núm. 33. Pág. 59-76. Recuperado de: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/195651/160101>
- Fernández Poncela, A., (2014). Emociones, identidad, turismo y vida en Huasca (México). *Investigaciones Turísticas*. Número 8, pp. 23-45. Recuperado de: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/43702/1/Investigaciones_Turisticas_08_02.pdf
- Ferreira, G., Augusto A., Arruda, A., Miranda, D. y Moura, H., (2010). ¿Las emociones negativas influyen positivamente en la satisfacción? Estudios y perspectivas en turismo. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos Buenos Aires, Argentina. Volumen 19, Número 6, pp. 946-969. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180717577005>

- Gama, M. y Favila, H., (2018). Una aproximación a la experiencia turística desde la Antropología del Turismo: una mirada mutua al encuentro entre turistas y locales. Universidad Autónoma del Estado de México (México). Revista de turismo y Patrimonio Cultural PASOS, Vol. 16 Núm. 1, págs. 197-211. Recuperado de: http://www.pasosonline.org/Publicados/16118/PS118_13.pdf
- García, Mas y García, Mas. (2005). La mente del viajero. Madrid España. Área Universitaria. Ediciones Paraninfo, pp. 240. Recuperado de: <https://reubenbooks.co.uk/asd12d12dsaasd/descargar/La+mente+del+viajero.pdf>
- González Damián, A., (2011). Construcción social de la experiencia turística. España. Bubok Publishing S.L. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/322508174_Construccion_social_de_la_experiencia_turistica
- Guzmán, C. y Saucedo, C., (2015). Experiencias, vivencias y sentidos en torno a la escuela y a los estudios. Abordajes desde las perspectivas de alumnos y estudiantes Revista Mexicana de Investigación Educativa. Consejo Mexicano de Investigación Educativa, A.C. Distrito Federal, México. Vol. 20, Núm. 67, pp. 1019-1054. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/140/14042022002.pdf>
- Hernández Sibaja, F., Vargas Mendoza, J. y Aguilar Morales., J., (2015). El efecto emocional de una experiencia turística: el mercado de artesanías de Oaxaca, México. Asociación Oaxaqueña de Psicología A. C. / Asociación Nacional de Docentes Universitarios A. C. México. International Journal. Recuperado de: http://www.profesoresuniversitarios.org.mx/catedra_ciencia_international_journal/0014_turismo_emocional_experiencias_oaxaca.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P., (2014). Selección de la Muestra en Metodología de la Investigación. Universidad Autónoma del Estado de México. Pág. 170-191. Recuperado de: http://metabase.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/123456789/2776/506_6.pdf?sequence=1
- Herrera, J., (2008). La Investigación Cualitativa. Recuperado de: <https://juanherrera.files.wordpress.com/2008/05/investigacion-cualitativa.pdf>

- Ibáñez, R., (2011). Globalización en el turismo: importancia y retos del turismo deportivo, contexto nacional e internacional. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local (TURYDES)*. Vol. 4, Núm. 11. Recuperado de: <http://www.eumed.net/rev/turydes/11/rmip.html>
- Izaguirre, M., (2012). La experiencia turística de los sentidos tourist. *Observatorio Turístico del Perú*. Recuperado de: http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_26_1_la-experiencia-turistica-de-los-sentidos.pdf
- Latiesa, M., y Paniza, J., (2006). Turistas deportivos. Una perspectiva de análisis. *Revista Internacional de Sociología (RIS)*. Vol. 64 Núm. 44. Recuperado de: <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/31>
- López Castillo, D., (2016). Deporte turístico en Bahía Blanca: diseño de un nuevo circuito urbano para maratón por vías alternativas. Universidad Nacional del Sur. Tesis de Grado de Licenciatura. Recuperado de: http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/3217/1/tesis_lopez%20castillo.pdf
- López Martínez, G., (2015). El Grand Tour: revisión de un viaje antropológico the grand tour: review of an anthropological travel. Escuela Universitaria de Turismo, Universidad de Murcia. *Revista de Investigaciones Turísticas* nº 12, pp.106. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es> > descarga > articulo
- López Pedro, L., (2004). Población, muestra y muestreo. Vol. 9, Núm. 8. Recuperado de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Matos, R. y San Martín, S., (2012). Análisis sobre la reputación de marca, las emociones y la confianza como formadoras de la satisfacción del turista. *Contaduría y Administración*, vol.57 no.4. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422012000400012

- Maya, E., (2014). Métodos y técnicas de investigación. Universidad Nacional Autónoma de México. Facultad de Arquitectura. Recuperado de: https://arquitectura.unam.mx/uploads/8/1/1/0/8110907/metodos_y_tecnicas.pdf
- Merodio, M., (2018). Deporte universitario: Compromiso y ejercicio de derechos. Consejo Nacional del Deporte de la Educación. Secretaría de Educación Pública. Recuperado de: <https://www.condde.org.mx/web/?p=8043> 16 de octubre de 2020
- Miler, S., (2011). Tipos de Investigación Científica. Revista de Actualización Clínica. Vol.9. Recuperado de: http://www.revistasbolivianas.org.bo/pdf/raci/v12/v12_a11.pdf?fbclid=IwAR0zppyVBmU
- Monje, C., (2011). Metodología de la Investigación Cualitativa y Cuantitativa. Guía Didáctica. Núm. 1. Universidad Sur Colombiana. Recuperado de: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- OMT, (2020). Congreso Mundial de Turismo Deportivo. Recuperado de: <https://www.unwto.org/es/congreso-mundial-de-turismo-deportivo>
- Otzen, T. y Manterola, C., (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. Universidad de Chile. Núm. 35, Vol. 1, Pág. 227-232. Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/ijmorphol/v35n1/art37.pdf>
- Rehaag, I., (2007). El viaje de estudios. Una manera de adquirir conocimiento. Instituto de Investigaciones en Educación Universidad Veracruzana. Revista de Investigación Educativa 4. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es> › descarga › articulo
- Rivera, M., (2013). El turismo experiencial como forma de turismo responsable e intercultural. Relaciones interculturales en la diversidad. Universidad de Córdoba Departamento de Geografía y Ciencias del Territorio. Pág. 199- 2007. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4768331>
- Rodríguez, J., (2016). La motivación del turismo deportivo en espacios naturales. Tesis Doctoral. Universitas Miguel Hernández. Recuperado de:

<http://dspace.umh.es/bitstream/11000/2698/1/TD%20Rodr%C3%ADguez%20Moreno,%20Jes%C3%BAs.pdf>

Salamanca, A., y Crespo, C., (2004). El Muestreo en la Investigación Cualitativa. Nure Investigación, Núm. 27. Recuperado de: <http://www.sc.ehu.es/plwlumuj/ebalECTS/praktikak/muestreo.pdf>

Sesé, J., (2008). Los juegos olímpicos de la antigüedad. Unidad Central de Humanidades UCAM. Vol. 3, Núm. 9. Pág. 201.211. Recuperado de: <https://es.scribd.com/document/419876941/LOS-JUEGOS-OLIMPICOS-EN-LA-ANTIGUEDAD-pdf>

Shipway, R. y Stevenson, N., (2012). Experiencing sport tourism. Journal of Sport & Tourism. Volume 17 (2), 81-84.

Simoes, M., Rebollo, S. y Cabrera, J., (2008). Turismo deportivo de litoral: un análisis desde la oferta. Revista Brasileña de Cultura y Deporte. Vol. 29, Núm. 3, Pág. 75-89. Recuperado de: <http://revista.cbce.org.br/index.php/RBCE/article/view/210/214>

Vásquez, I., (2016). Tipos de estudio y métodos de investigación. Recuperado de: <https://nodo.ugto.mx/wp-content/uploads/2016/05/Tipos-de-estudio-y-m%C3%A9todos-de-investigaci%C3%B3n.pdf>

Vergopoulos, H., (2016). La experiencia turística: ¿una experiencia de los ámbitos de experiencia turística? Universidad de París. Grupo de investigadores. Recuperado de: <https://journals.openedition.org/viatourism/1357>

Weed, M., (2008). Sports tourism experiences. Journal of Sport & Tourism, 13(1), 1-4.