

**LOS NUEVOS PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS
TURÍSTICAS EN DESTINOS MADUROS
(TENERIFE, CANARIAS, ESPAÑA)**

**NEW PRODUCTS AND EXPERIENCES
IN CONSOLIDATED TURISTIC DESTINATIONS
(TENERIFE, CANARY ISLANDS)**

Javier Dóniz-Páez
jdoniz@ull.es

Universidad de La Laguna,

RESUMEN

Esta comunicación presenta los resultados del proyecto de innovación docente «Los nuevos productos y experiencias turísticas como ejemplo de la diversificación de la oferta de ocio en destinos turísticos maduros: el ejemplo de Tenerife», en la asignatura de geografía humana de Planificación y Gestión Territorial de Destinos Turísticos, impartida en 2º cuatrimestre del 3er curso del Grado de Turismo de la ULL. Los objetivos es que los alumnos adquirieran el conocimiento práctico de la asignatura a través de la identificación de nuevos productos turísticos y elaborar un material docente digital. La metodología empleada es una ficha en la que se seleccionaron productos turísticos en Tenerife distintos al sol y la playa y se clasificaron sus recursos según la OEA, se estableció su jerarquía turística, se identificó sus espacios turísticos y se diseñó el producto turístico. Se han seleccionado 14 productos con atractivos, espacios y jerarquías diferentes. Todo ello pone de manifiesto la diversidad de nuevos productos y experiencias turísticas en Tenerife que pueden contribuir a la diversificación de su oferta y sobre los que se pueden desarrollar iniciativas de renovación, reconversión o reorientación del destino turístico Tenerife.

PALABRAS CLAVE: material docente; aprendizaje práctico; geografía; turismo.

ABSTRACT

This paper presents the results obtained after implementing a project of innovative education in the human geography course Planning and Territorial Management of Tourist Destinations, available in the third year in the Tourism Degree at the University of La Laguna. 53 students, out of 59 officially enlisted, participated in the project (89,83%). 14 new turistic products were selected and different tourist resources were identified, catalogued, classified and valued as also were different tourist spaces, new products and experiences. The methodology used consisted in elaborating a profile and calculating the hierarchy of the particular resource under study. This samples the diversity of new products and tourist experiences in Tenerife which can contribute to the diversification of its offer and that initiatives of renovation of Tenerife tourist destination.

KEYWORDS: teaching materials; practical learning; geography; tourism.

INTRODUCCIÓN Y OBJETIVOS

Plantear la necesidad de aplicar la innovación docente en las aulas no tiene sentido puesto que es una realidad que cada vez adquiere más importancia. Tanto si estamos hablando de tecnologías de innovación como de metodologías docentes activas, los profesores y alumnos evalúan positivamente la implementación de las mismas en las aulas (Dóniz-Páez, 2016a). Incluso, en su momento, el propio Ministerio de Educación en su documento sobre la renovación de las metodologías educativas en la enseñanza universitaria señala como uno de los objetivos prioritarios la incorporación de la innovación docente (Palazón et al., 2011). Ésta contempla un amplio abanico

de herramientas en las que el papel del profesor y del alumnado son vitales para desarrollarlas y adquirir las competencias y los resultados de aprendizaje de la materia en cuestión. Un claro ejemplo es nuestro caso, ya que de los cinco cursos en los que se ha impartido la asignatura de Planificación y Gestión Territorial de Destinos Turísticos (PGTDT) en el grado de turismo de la Universidad de La Laguna, en cuatro se ha desarrollado un proyecto de innovación docente (PID). La importancia de éstos está en el aumento progresivo de alumnos que se acogen a los mismos y que en todos los casos el 100% de ellos lo han superado.

Esta comunicación expone los principales resultados del proyecto de innovación docente que se vertebra en torno a dos objetivos principales. Uno, poner de manifiesto como a través de los nuevos productos y experiencias turísticas los alumnos pueden desarrollar la totalidad de los contenidos prácticos de la asignatura de PGTDT tal y como queda recogido en la tabla 1. Dos, evidenciar el acierto del empleo de este tipo de innovaciones docentes en la asignatura a través de la valoración que los alumnos hacen del PID en general, de la adquisición de los contenidos y del aprendizaje práctico de la materia, de la participación individual y la del grupo en el mismo y de cómo ha sido implementado el PID por parte del profesor.

Hay una gran diversidad de productos turísticos relacionados con una demanda cada vez más diversificada. Esto obliga a una alta necesidad de renovación de la oferta en el destino con el objetivo de buscar la singularidad máxima a cada turista (customising). Los modos actuales de cómo la demanda accede a la oferta turística, que pasa de ser destino a ser producto, y de éste al nuevo concepto de experiencia turística, justifican la necesidad de investigar, innovar y crear las condiciones favorables para esta forma diferente de consumir el turismo. En este sentido, los nuevos productos y experiencias turísticas pueden concretarse en la puesta en el mercado tanto de actividades totalmente innovadoras (turismo volcánico por ejemplo), aquéllas alternativas al turismo de sol y playa (senderismo), como las que tienen que ver con reinventar el uso de los viejos atractivos (buceo, deportes activos en el mar, etc.). A todo ello debemos añadirle que en los destinos turísticos maduros o consolidados con un protagonismo sobresaliente del turismo clásico de sol y playa, los nuevos productos y las nuevas experiencias turísticas no son solo una respuesta innovadora y factible frente al agotamiento del turismo masivo en términos de reducción de la demanda y la obsolescencia de las infraestructuras, sino que contribuyen a la diversificación de la oferta turística en el destino (Dóniz-Páez, 2016b).

TABLA 1. CORRELACIÓN ENTRE LOS BLOQUES TEMÁTICOS DE PGTD T Y LAS ACTIVIDADES REALIZADAS DENTRO DEL PID SOBRE NUEVOS PRODUCTOS Y EXPERIENCIAS TURÍSTICAS EN TENERIFE. ELABORACIÓN PROPIA.

TEMAS DE LA ASIGNATURA PGTD T	ACTIVIDADES REALIZADAS
Tema 1. Marco conceptual y fundamentos de la Ordenación del Territorio.	Tipología de espacios turísticos.
Tema 2. Los objetos de la ordenación territorial de áreas turísticas: la definición del sistema turístico.	Inventario y clasificación de recursos turísticos OEA.
Tema 3. Técnicas e instrumentos de planificación y gestión territorial del desarrollo turístico sostenible.	Jerarquía de los recursos.
Tema 4. El proceso metodológico general de formulación e implementación de planes de ordenación.	Elaboración de fichas de inventario.
Tema 5. Nuevas tendencias en materia de planificación territorial de destinos turísticos maduros.	Nuevos productos y experiencias turísticas.

METODOLOGÍA

La metodología empleada en el PID está basada en la elaboración de una ficha (Dóniz-Páez, 2013) en la que se recoge información sobre los nuevos productos turísticos de Tenerife. Los ítems de la ficha se pueden agrupar en seis bloques. Uno, nombre, localización geográfica y breve descripción del producto turístico. Dos, clasificación de los recursos-atractivos turísticos según la propuesta de la OEA de 1978 y que los agrupa en cinco grandes categorías: atractivos naturales; patrimonio histórico y museos; folclore y manifestaciones de la cultura tradicional; realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados (Navarro, 2015). Tres, obtención de la jerarquía del producto a partir del cálculo de los factores internos (características intrínsecas, infraestructuras y grado de planificación e infraestructuras de alojamientos y servicios) y externos (accesibilidad externa y evaluación del recurso) (Tabla 2) según la fórmula 1, donde X corresponde a los factores internos e Y a los externos (López-Olivares et al., 2009) (Fig. 1). Cuatro, establecimiento de la tipología de espacios turísticos (litorales, rurales, urbanos, de montaña, naturales protegidos y corporativos) (Vera et al., 2011). Cinco, diseño del nuevo producto turístico. Y, por último, un apartado para observaciones, datos de interés y fotografías. Los alumnos debían elegir un nuevo producto de la isla de Tenerife y aplicar la ficha.



Tabla 2. Factores, variables e indicadores para la evaluación analítica e integrada de las jerarquías primarias de los recursos turísticos. Fuente: López-Olivares et al., 2009. Elaboración propia.

Factores	Puntuación máxima	Puntuación máxima
Factores internos (X)	A- Características intrínsecas	20
	B- Infraestructura y grado de planificación	5
	C- Infraestructuras de alojamientos y servicios	5
Factores Externos (Y)	A- Accesibilidad externa	10
	B- Evaluación del recurso en el mercado	10
Total puntuación		50

$$J = \left(\frac{(X + Y)}{50} \right) \times 5$$

Figura 1. Fórmula para la obtención de la jerarquía del recurso turístico. Fuente: López-Olivares et al., 2009. Elaboración propia

La jerarquía de un recurso turístico resulta de un sistema de evaluación donde se evalúan de una serie de factores internos y externos, conformados en variables y a su vez considerando un conjunto de indicadores que permitirán concretar al máximo la valoración cualitativa de los recursos (López-Olivares et al., 2009). Tras aplicar la fórmula las posibles jerarquías son:

- i. Jerarquía 5: atractivo excepcional y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial), equivalente a recurso único en el mundo (Cañadas-Teide-Pico Viejo), atractivo de interés internacional;
- ii. Jerarquía 4: atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes nacionales o extranjeros, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos próximos, equivalente a recurso único en el país (El Loro Parque), atractivo de interés nacional;



- iii. Jerarquía 3: atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubiesen llegado a su zona por otras motivaciones turísticas, o capaz de motivar corrientes turísticas locales, equivalente a recurso único en una región (La Laguna Patrimonio de la Humanidad), atractivo de interés regional;
- iv. Jerarquía 2: capaz de motivar una corriente de visitantes locales. Equivalente a un recurso único en una localidad, atractivo de interés local (La Rambla de Castro en Los Realejos),
- v. Jerarquía 1: atractivo sin méritos suficientes para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forma parte del patrimonio turístico como elemento que puede complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo de complejos turísticos. Equivalente a recurso complementario o sin características relevantes (Ermita de San Benito en Los Realejos), escaso o nulo interés turístico.

Por último, con el fin de intentar valorar mejor si la aplicación de estas metodologías de innovación educativa son positivas en el aprendizaje práctico de los alumnos, al final del cuatrimestre se les pasó una encuesta con seis preguntas más un apartado de observaciones. Ésta se desarrolló en el aula y se realizó una vez puestas las notas para que los alumnos no creyeran que su valoración podía condicionar la calificación obtenida. A su vez, con el fin de evitar que la nota condicionase sus respuestas, la encuesta fue anónima y se les pidió que respondieran con total sinceridad. Las cuestiones estaban referidas a cómo valoraban el proyecto en general, cómo contribuía éste a la materia práctica de la asignatura y al aprendizaje práctico de ellos, cómo valoraban su trabajo individual y grupal en el proyecto y cómo lo había desarrollado el profesor. Las respuestas eran cualitativas (sí, no y no lo sé) y cuantitativas muy mal (0-2), mal (3-4), bien (5-8) y muy bien (9-10).

RESULTADOS

Los alumnos en grupo seleccionaron un total de catorce nuevos productos y experiencias turísticas: ecoturismo, volcanoturismo, estrellas, abandono, oscuro, naturista, literario, experiencias extremas, deportes acuáticos, deportes tradicionales, homosexual, salud, gastronómico y cine. La variedad de productos turísticos implementados pone de manifiesto la diversidad de recursos y de espacios en la isla para poder desarrollar diferentes productos turísticos que contribuyan a incrementar la oferta y a suavizar los efectos del declive turístico en algunos enclaves consolidados.

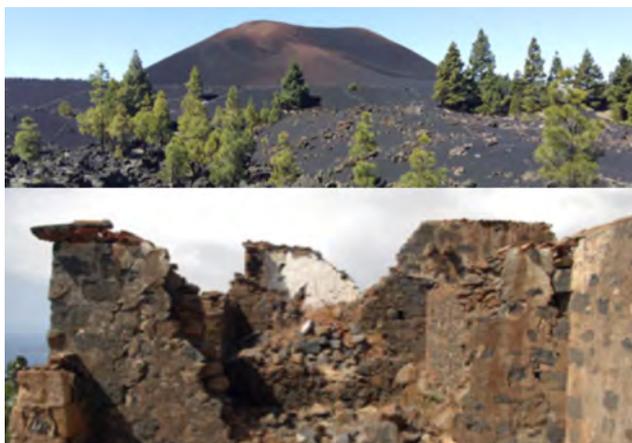


Figura 2. Ejemplos de recursos para los nuevos productos. Arriba el volcán Chinyero (volcanoturismo) y abajo las ruinas de Amaro Pargo (turismo oscuro)

3.1 LOS RECURSOS TURÍSTICOS Y SU JERARQUÍA

Los recursos turísticos se han clasificado en las cinco categorías que propone la OEA. Dentro de los atractivos naturales se pueden reconocer formas del relieve (montañas, costas, planicies, valles, desiertos, glaciares, volcanes, etc.), aguas (ríos, cascadas, playas, etc.), caminos pintorescos, lugares de observación de fauna y flora y paisajes protegidos. Dentro del patrimonio histórico y museos estarían los museos, los lugares históricos, las obras de arte (escultura, arquitectura y pintura) y las ruinas y lugares arqueológicos. Al folclore y manifestaciones de la cultura tradicional corresponden las manifestaciones religiosas y creencias populares, ferias y mercados, músicas y danzas, gastronomía, grupos étnicos, etc. Dentro de las realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas están las explotaciones mineras, agropecuarias e industriales, los centros científicos y técnicos y obras de arte contemporáneo. Por último, los acontecimientos programados y las manifestaciones culturales contemporáneas hacen referencia a los acontecimientos artísticos, musicales, deportivos, etc.

En la tabla 3 se recoge qué tipo de atractivos conforman cada uno de los nuevos productos seleccionados por los alumnos y el cálculo de la jerarquía global del mismo. En líneas generales se puede observar la diversidad de recursos presentes en los nuevos productos y experiencias turísticas de Tenerife. Es llamativo como en el 50% de los productos están presentes la totalidad de las categorías de atractivos que propone la OEA y que en ecoturismo sólo se ha inventariado dos tipologías (natural y cultural tradicional). Igualmente llama la atención como en el 100% de los productos estudiados los atractivos naturales están presentes, frente al 78% de las realizaciones contemporáneas, lo cual parece estar relacionado con el carácter novedoso y alternativo de estos productos al turismo de sol y playa en los entornos naturales. De la misma manera es interesante como los

atractivos históricos-museos, la cultura tradicional y acontecimientos programados están representados en el 86% de los nuevos productos.

Respecto a la jerarquía global en todos los casos está por encima del valor dos, con un porcentaje mayoritario (>57%) que se concentran en la jerarquía tres, tratándose de atractivos de interés regional en Canarias. Es destacable el volcanoturismo y los deportes acuáticos con jerarquías por encima de cuatro, lo que demuestra el potencial turístico de los mismos en base a la riqueza de recursos, a la facilidad de acceso y a la buena valoración de los entornos en los cuales se insertan (Dóniz-Páez, 2012). Asimismo llama la atención los bajos valores del turismo oscuro relacionado con el acto de viajar a sitios relacionados con la muerte, el sufrimiento y lo aparentemente macabro (Stone, 2006) que en el caso de Tenerife parece no estar aun suficientemente implantado.

TABLA 3. TIPOLOGÍA DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS CLASIFICADOS SEGÚN LA OEA Y JERARQUÍA. FUENTE: FICHAS REALIZADAS POR LOS ALUMNOS. ELABORACIÓN PROPIA.

GEOPARQUE-PAÍS	TIPOLOGÍA DE RECURSOS-ATRATIVOS TURÍSTICOS					JERARQUÍA
	NATURAL	HISTÓRICO MUSEOS	CULTURA TRADICIONAL	REALIZACIONES CONTEMPORÁNEAS	ACONTECIMIENTO PROGRAMADOS	
Ecoturismo	x		x			2
Volcanoturismo	x	x	x	x	x	4,7
Estrellas	x	x	x	x	x	3,9
Abandono	x	x		x		1,7
Oscuro	x	x	x		x	2
Naturista	x	x	x	x	x	3,5
Literario	x	x	x	x	x	3,2
Experiencias extremas	x	x	x	x	x	3,5
Deportes acuáticos	x				x	4,2
Deportes tradicionales	x	x	x		x	3,7
Homosexual	x	x	x	x	x	3,3
Salud	x			x	x	2,7
Gastronómico	x	x	x	x	x	3,6
Cine	x	x	x	x	x	3,9

3.2 LOS ESPACIOS TURÍSTICOS

La identificación y caracterización de los espacios turísticos depende de la escala de análisis, del criterio elegido para estudiarlos y de sus propios componentes territoriales (Vera et al., 2011). La tipología de espacios turísticos se fundamenta en múltiples criterios y variables (recursos, antigüedad,

momento evolutivo, tipo de clientes, etc.). En nuestro caso, dado que la asignatura de PGTD T pertenece a geografía, los diferentes espacios se agrupan siguiendo un criterio de ubicación geográfica de las actividades turísticas en el territorio y de la naturaleza de los recursos explotados (Vera et al., 2011). Según estos aspectos los espacios turísticos se clasifican en litorales, rurales, urbanos, montaña, naturales protegidos y corporativos (parques temáticos, centros de divulgación científica, centros comerciales, etc.) (Vera et al., 2011).

En la tabla 4 se recogen cada uno de los diferentes tipos de espacios turísticos presentes en cada uno de los nuevos productos turísticos. La primera idea que resalta es la variedad de espacios turísticos de Tenerife vinculados con los catorces productos seleccionados. Aun así, llama la atención dos aspectos. Uno que solo el ecoturismo está presente en las seis tipologías de espacios definidos. Dos, que ningún tipo de espacio está presente en el 100% de los productos turísticos estudiados; destacan las montañas y los ENP's con el 93%, seguidos del 78% de los espacios litorales, el 71% de los urbanos y el 57% de los rurales y corporativos.

TABLA 4. TIPOLOGÍA DE LOS ESPACIOS TURÍSTICOS CLASIFICADOS SEGÚN VERA ET AL., 2011 EN LOS GEOPARQUES EUROPEOS. FUENTE: FICHAS REALIZADAS POR LOS ALUMNOS. ELABORACIÓN PROPIA.

PRODUCTO	LITORAL	RURAL	URBANO	MONTAÑA	ENP's	CORPORATIVO
Ecoturismo	x	x	x	x	x	x
Volcanoturismo	x	x		x	x	x
Estrellas				x	x	
Abandono				x		
Oscuro	x	x	x	x	x	x
Naturista	x	x	x	x	x	x
Literario	x	x	x	x	x	x
Experiencias extremas	x	x	x	x	x	
Deportes acuáticos	x				x	
Deportes tradicionales	x	x	x	x	x	
Homosexual	x		x	x	x	x
Salud	x		x	x	x	
Gastronómico		x	x	x	x	x
Cine	x		x	x	x	x

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Los principales resultados obtenidos en los catorces nuevos productos y experiencias turísticas seleccionados ponen de manifiesto la variedad de recursos naturales y culturales y la heterogeneidad de espacios turísticos presentes

en los mismos. Este hecho no es de extrañar ya que Tenerife es una isla con una gran geodiversidad, hidrodiversidad, biodiversidad y variedad cultural; asociada tanto a sus propios rasgos naturales como a su evolución histórica.

El desarrollo de este proyecto de innovación docente debía cumplir con el objetivo de sintetizar el contenido práctico de los cinco temas de la asignatura a través de un mismo ítem: los nuevos productos y experiencias turísticas en destinos turísticos maduros como Tenerife (Tabla 1). El PID se desarrolló tanto en la sede de Adeje con 18 (26%) alumnos y en la de La Laguna con 41 (74%) estudiantes. La calificación obtenida en las prácticas estaría en relación con la nota obtenida en el proyecto de innovación, por lo que se reducen las prácticas y se pone en marcha la evaluación continua. Los resultados obtenidos fueron muy satisfactorios ya que se acogieron a esta modalidad para superar las prácticas el 89,83% de los alumnos (53 de los 59); de éstos 36 fueron en La Laguna y 17 en Adeje, lo que supone el 87,80% y 94,44% respectivamente del total de alumnos en cada sede. De los 53 estudiantes que desarrollaron el PID el 100% lo superó en la convocatoria de junio. Es evidente que estos primeros datos ponen de manifiesto el éxito de la aplicación del proyecto de innovación, tanto por el importante porcentaje de alumnos que se acogieron, como por que la totalidad superó las prácticas. Es justo señalar que tanto los cinco estudiantes de la sede de La Laguna como uno de Adeje no optaron nunca por superar la asignatura a través de la evaluación continua.

Con el fin de cumplir con otro de los grandes objetivos del proyecto se pidió a los alumnos que evaluaran el mismo. En relación a la pregunta de cómo valoraban el proyecto de innovación docente en su conjunto los resultados fueron muy positivos. El 38,89% lo valoró bien y el 61,11% muy bien, por lo que el 100% de los alumnos evaluó el PID positivamente. Esto se traduce en que en líneas generales el proyecto estuvo bien planteado, bien desarrollado y bien evaluado; tanto en relación con que se cumplió con el objetivo de llevar a cabo una evaluación continua a lo largo del cuatrimestre en la asignatura a través de la elección de nuevos productos y experiencias turísticas, como con que el 100% de los alumnos que se acogieron al proyecto superó los contenidos prácticos de la asignatura de planificación y gestión territorial de destinos turísticos en junio.

El 100% de los alumnos consideró que el conjunto de actividades desarrolladas en el proyecto de innovación docente contribuían al conocimiento de la materia práctica y al aprendizaje práctico de la asignatura. Estos datos muy positivos están condicionados por que el 100% de los alumnos que se acogieron al proyecto superaron los créditos prácticos, pero sobre todo con lo aprendido por los alumnos al enfrentarse a un ejercicio práctico continuo tan complejo e innovador para ellos como es, a partir de un elegir un nuevo producto o experiencia turística, superar el contenido práctico de los cinco temas de la asignatura.

Los alumnos valoraron bien (47,22%) y muy bien (82,78%) su labor a lo largo del desarrollo del proyecto. Al mismo tiempo, comentaron que el trabajo grupal fue muy positivo. Estas valoraciones refuerzan la impor-

tancia del trabajo en grupo que está muy relacionado con las competencias profesionales que deben adquirir en PGTDT. Estos datos evidencian que se consiguieron los objetivos planteados en el PID en relación con la homogeneidad y la continuidad en el trabajo de la evaluación continua.

Por último, con la finalidad de evaluar la labor del docente en el planteamiento, desarrollo y evaluación del PID, se les preguntó por la labor del profesor en la confección, exposición, desarrollo y evaluación del proyecto y los resultados fueron muy alagueños, ya que más el 27,78% y el 72,22% lo valoraron bien y muy bien respectivamente.

Al igual que sucedió con el proyecto del curso 2015-2016, todos estos datos positivos motivaron y animaron al profesor a solicitar para el curso académico 2016-2017 otro proyecto de innovación al Vicerrectorado de Docencia de la Universidad de La Laguna titulado «La vuelta al mundo en 80 geoparques: geodiversidad, patrimonio geomorfológico, riesgos y geoturismo», que le ha sido concedido y que en estos momentos se encuentra en desarrollo. La particularidad de este PID es que es coordinado con tres asignaturas, de dos grados y de dos universidades

Agradecimientos: Vicerrectorado de Docencia de la Universidad de La Laguna por la concesión del proyecto de innovación educativa para el curso 2015-2016. A los alumnos de 3er curso del grado (2015-2016) de la Universidad de La Laguna (sedes La Laguna y Adeje), sin los que no hubiese sido posible desarrollar el proyecto.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICAS

- DÓNIZ-PÁEZ, J. (2012). *Turismo volcánico*. Canarias: productos turísticos y propuesta de itinerarios. Alemania: EAE.
- DÓNIZ-PÁEZ, J. (2013). *Material docente digital para el aprendizaje práctico: inventario, catalogación, valorización e interpretación de los recursos turísticos volcánicos de Tenerife*. Innovación docente en la educación superior: una recopilación de las experiencias prácticas aplicadas. Vicerrectorado de Calidad Institucional e Innovación Educativa. Universidad de La Laguna. 186-221.
- DÓNIZ-PÁEZ, J. (2016a). *Aplicación de metodologías docentes al estudio de nuevos productos turísticos en destinos maduros: el ejemplo de Tenerife* (Canarias, España). III Jornadas Iberoamericanas de Innovación Educativa en el ámbito de las TIC. Universidad de las Palmas de Gran Canaria. 381-384.
- DÓNIZ-PÁEZ, J. (2016b). *Geoturismo en los geoparques europeos: atractivos, espacios y nuevos productos y experiencias turísticas*. Innovación docente para convencidos. Experiencias presentadas a las VI jornadas de Innovación de la Universidad de La Laguna. Vicerrectorado de Docencia. Universidad de La Laguna 137-154.

- LÓPEZ-OLIVARES, D., FERRERES, J. y ABDELOUAHAB, O. (2009). *Estudio comparado de la potencialidad de los recursos turísticos en los parques de Sierra de Espadán (España) y Talassemtane (Marruecos)*. Cuadernos de Turismo, 24, 91-109.
- NAVARRO, D. (2015). *Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración*. Cuadernos de Turismo, 35, 335-357.
- PALAZÓN, A., GÓMEZ, M., GÓMEZ, J., PÉREZ, M. y GÓMEZ, J. (2011). *Relación entre la aplicación de metodologías docentes activas y el aprendizaje del estudiante universitario*", Bordón, 6(2), 27-40,.
- STONE, R. (2006). *A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions*. Tourism An Interdisciplinary International Journal, 54(2), 145-60.
- VERA REBOLLO, J., LÓPEZ, F., MARCHENA, M., y ANTÓN, S. (2011). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Tirant lo Blanch.