

El producto turístico de naturaleza en el litoral gallego como instrumento de sostenibilidad ambiental

Carlos Alberto PATIÑO ROMARÍS y Rubén Camilo LOIS GONZÁLEZ

Carlos Alberto Patiño Romarís, Universidade de Vigo, Departamento de Historia, Arte e Xeografía, Vigo, España, carlosalberto.patino@uvigo.es; Rubén Camilo Lois González, Universidade de Santiago de Compostela, Departamento de Xeografía, Santiago de Compostela, España, rubencamilo.lois@usc.es

Patiño Romarís, C.A. y Lois González, R.C. 2016. El producto turístico de naturaleza en el litoral gallego como instrumento de sostenibilidad ambiental. *In*: Blázquez, M., Mir-Gual, M., Murray, I. y Pons, G.X. (eds.). Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo. XV Coloquio de Geografía del Turismo, el Ocio y la Recreación de la AGE. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 23: 345-355. SHNB-UIB-AGE. ISBN 978-84-617-5115-0.

Resumen. Tanto Galicia como el conjunto de su litoral se caracterizan por una gran diversidad paisajística y la riqueza de su medio natural. Unos espacios naturales que constituyen los recursos fundamentales para el desarrollo del Producto Turístico de Naturaleza. Se trata de un desafío importante que obliga a emitir juicios complejos sobre las concesiones mutuas entre el desarrollo del turismo, la protección del valor de los recursos y los intereses de la comunidad local. Con todo, podemos afirmar que sólo en los últimos años fueron surgiendo productos turísticos de naturaleza más o menos desarrollados y estructurados. Un campo amplio que incluye actividades recreativas, de interpretación y conocimiento de la naturaleza, en mayor o menor grado de profundidad, así como la práctica de actividades deportivas de diferente riesgo y actividad física. Donde los gestores públicos de los destinos turísticos deben asegurar la conservación de los espacios naturales, procurando que las actividades turísticas se desarrollen en un nivel acorde con la capacidad de acogida y los objetivos de conservación.

Palabras clave: espacio litoral, producto turístico, sostenibilidad, diferenciación, imagen turística.

Introducción

Tanto Galicia como el conjunto de su litoral se caracterizan por una gran diversidad paisajística, y por tanto como destinos privilegiados para practicar turismo en la naturaleza, por sus buenas condiciones climáticas y la riqueza de su medio natural. Ahora bien, los gestores turísticos del litoral gallego deben ser plenamente conscientes que los procesos ligados a la evolución de la economía gallega tuvieron una

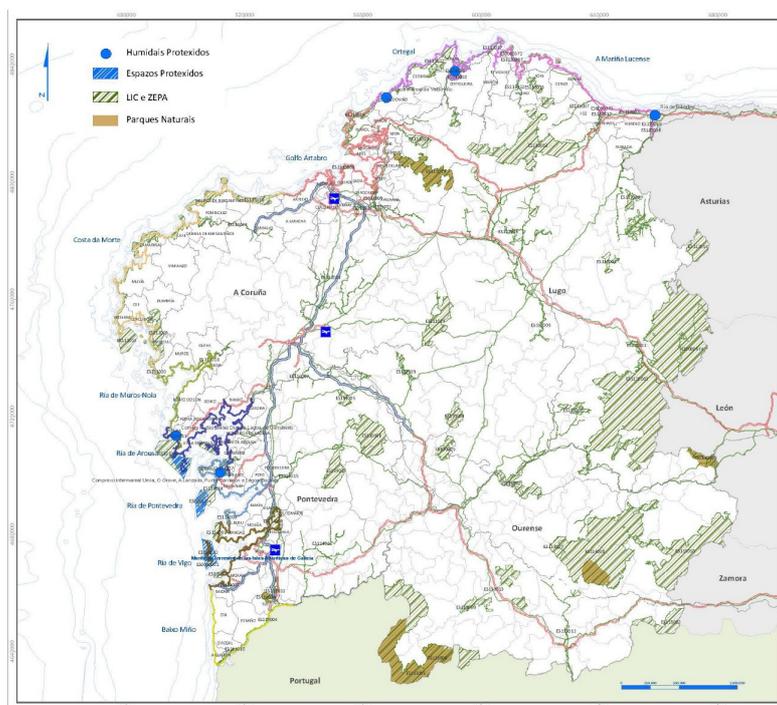
repercusión clara sobre el hábitat del litoral. Procesos que supusieron lo deterioro en determinados sectores del litoral del medio y de un bien común como es el paisaje. Una degradación con evidente incidente en el potencial de atracción turístico de los destinos litorales gallegos (PATIÑO-ROMARÍS, 2016). De hecho, la incorporación de las cuestiones medioambientales en la agenda política coincidió con el desarrollo de la administración autonómica y la consolidación de una distribución dentro del estado español de las competencias en la materia ambiental marcadamente descentralizada. En este proceso, la Ley 4/1989, de 27 de marzo, de Conservación de los Espacios Naturales y de la Flora y Fauna Silvestre supuso una gran novedad para la política de conservación al incorporar la planificación de espacios naturales. Esta ley y sus modificaciones posteriores (Ley 40/97 y 41/97) sirvieron a las CC.AA. como marco básico de referencia. La Ley 9/2001, de 21 de agosto, de conservación de la naturaleza de Galicia y la Ley 7/2008, de 7 de julio, de Protección del Paisaje de Galicia (LPPG) constituyen los ejes vertebradores de la de protección de los recursos naturales gallegos. Un régimen propio de protección que establece, entre otras cosas, una segmentación y clasificación de los diferentes espacios naturales con los que cuenta la comunidad. Unos espacios naturales que constituyen los recursos fundamentales para el desarrollo del Producto Turístico de Naturaleza, máxime ante la creciente diversificación motivacional en la demanda, interesada cada vez más en la búsqueda de la autenticidad y de experiencias en contacto con el medio natural. Dentro lo cual, el turismo en espacios protegidos que recibió escasa atención en Galicia (PAÛL, 2009: 135). Un producto turístico de naturaleza que es uno de los que más está creciendo en los últimos años (GÓMEZ-LIMÓN et al., 2000: 28. NEWSOME et al., 2001: 11; EUROPARC-España, 2007: 13), realidad que se constata con el aumento de las visitas a espacios naturales protegidos tanto en Galicia (CABALAR, 2010) como en España. En cualquiera caso, los espacios naturales protegidos desempeñan un importante papel en la dinámica turística, en particular por las posibilidades que ofrecen de revalorizar recursos naturales y estructurar productos turísticos, asegurando la contribución de la actividad al desarrollo socioeconómico del espacio protegido y su área de influencia (ANTON et al., 2008: 9; VERA et al., 2011: 322). La designación de áreas protegidas no garantiza de por sí la supervivencia de los valores de esas zonas. Y lo que es aún más importante, la eficacia de esa gestión varía enormemente de un lugar a otro. En nuestra opinión, aunque queda mucho por hacer para mejorar la eficacia de la gestión de las áreas protegidas dentro del litoral gallego. Los gestores turísticos han de procurar que se creen “(...) los marcos y estrategias de gestión precisas para garantizar que ese elemento apoye y mantenga los valores naturales y culturales de las áreas protegidas. Los

gestores tienen la labor y la responsabilidad de proteger esos valores naturales de las áreas protegidas y los elementos socioculturales asociados. Además, deben velar por que el acceso con fines de turismo y esparcimiento sea adecuado. Se trata de un desafío importante que obliga a emitir juicios complejos sobre las concesiones mutuas entre el desarrollo del turismo, la protección del valor de los recursos por los que se crearon las áreas protegidas y los intereses de la comunidad local” (EAGLES et al., 2003: 12).

El litoral gallego cuenta con una amplia diversidad de espacios naturales incluidos dentro de la Red Gallega de Espacios Protegidos, con una enorme capacidad para ofrecer al visitante los más variados medios paisajísticos (Figura 1). Variedad cimentada en la compartimentación del relieve y los contrastes altitudinales como a una importante fragmentación climática, a lo que hay que añadir el permanente moldeado del paisaje por el ser humano.

Figura 1. Red Gallega de Espacios Protegidos.

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos de la Xunta de Galicia (2012): “Plan Director da Rede Natura 2000 Galicia. Documento de síntese”. Xunta de Galicia.



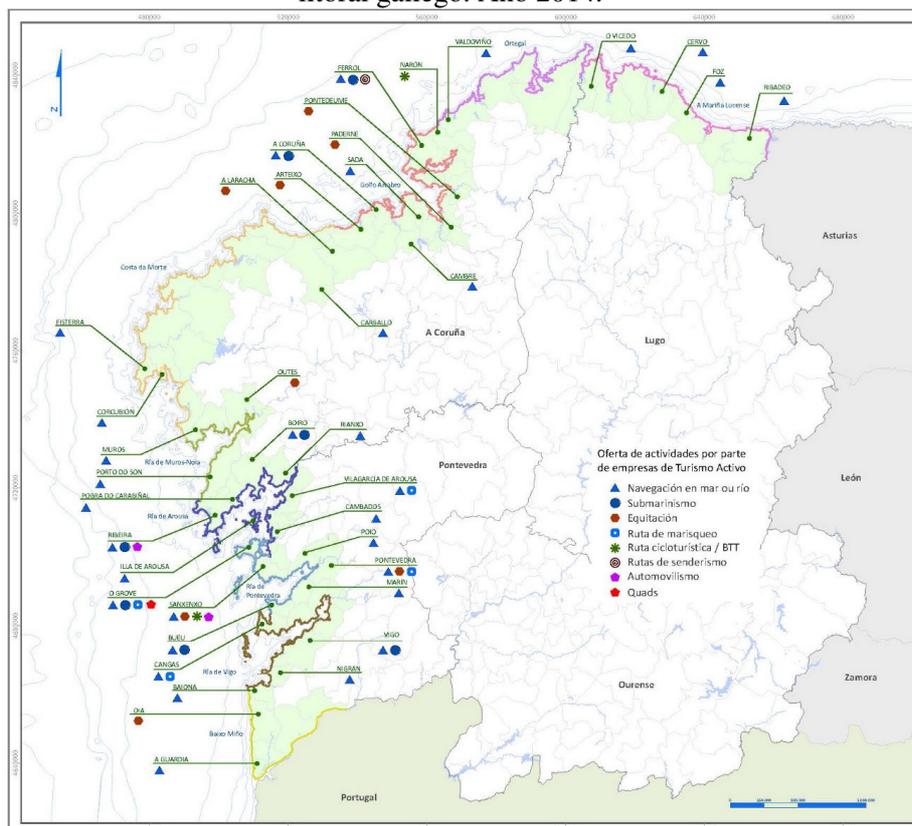
Con todo, sólo en los últimos años fueron surgiendo productos turísticos de naturaleza más o menos desarrollados y estructurados. Un campo amplio que incluye actividades recreativas, de interpretación y conocimiento de la naturaleza, en mayor o menor grado de profundidad, así como la práctica de actividades deportivas de diferente riesgo y actividad física, todo eso haciendo uso de recursos naturales (ARAÚJO et al., 2011: 11). Donde los gestores públicos deben asegurar la conservación de los espacios naturales, procurando que las actividades turísticas se desarrollen en un nivel acorde con la capacidad de acogida y los objetivos de conservación. Unos productos organizados que cuentan con un sector privado caracterizado por una importante atomización, estar sometido a las frecuentes presiones por formas de comercialización no legales, y que dificultan su consolidación, la consecución de unos niveles de calidad y la penetración en los mercados. Ahora bien, se realizó un gran esfuerzo promocional de los destinos de naturaleza, pero en muchas ocasiones poco específico o poco centrado en productos concretos. Uno de los más conocidos es el turismo activo. Ahora bien, ¿qué entendemos por turismo activo? El turismo activo es aquel que tiene como motivación principal la realización de actividades deportivas de diferente intensidad física y que usen expresamente los recursos naturales sin degradarlos. En función de los recursos naturales de los que haga uso, podemos hablar de turismo activo terrestre, acuático o aéreo (ARAÚJO et al., 2011: 11). Dentro de estos tres posibles medios que forman parte de la naturaleza (terrestre, aéreo y acuático), fueron surgiendo actividades/productos de distinta intensidad física y riesgo, destinadas a un público que va desde los más conservadores a los más aventureros y demandantes de grandes emociones (ARAÚJO et al., 2011: 13).

La oferta de producto turístico de naturaleza en el litoral gallego

A continuación haremos un breve estudio de la oferta de empresas de turismo activo en el litoral gallego. Para eso partimos de la base de datos de Turgalicia, centrando la busca en empresas que oferten más de un producto considerado de turismo activo y practicado en la naturaleza. En Galicia, en el año 2014, según Turgalicia operaban 18 empresas de turismo activo. De las cuales únicamente 5 tenían su sede en municipios del litoral gallego (27,78% del total en Galicia). Ahora bien, Turgalicia también ofrece la posibilidad de buscar de modo general actividades de turismo deportivo en Galicia, obteniendo en este caso una población mucho más amplia que la anterior, con un total de 152 empresas u organizaciones, las cuales las cuales sumamos las 18 empresas de turismo activo ya citadas, haciendo una población total en Galicia de 170 empresas que ofertan por lo menos un producto de turismo activo. En el conjunto del litoral gallego

tienen su sede 118 empresas que ofrecen actividades de turismo activo (70,00% del total de Galicia). La Ría de Pontevedra es el espacio turístico del litoral con mayor oferta de empresas de turismo activo con 33 (27,73 y 19,41% y 19,41% de la oferta del litoral y de Galicia, respectivamente). De las cuales, prácticamente la mitad, se localizan en O Grove (16 empresas). Un valor que lo sitúan como el municipio litoral gallego con más oferta (13,45 y 9,41 de la oferta del litoral y de Galicia, respectivamente). Ahora bien, esta relevancia se debe esencialmente al hecho de que el puerto de O Grove es la sede de gran número de empresas que ofertan mini-cruceros por las Rías de Arousa o Pontevedra (Figura 2).

Figura 2. Oferta de empresas de turismo activo en los municipios del litoral gallego. Año 2014.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Turgalicia. Año 2014.

De la población total de empresas que ofertan actividades de turismo activo en el litoral, nos encontramos con que la mayoría se centra en ofertar actividades náuticas (paseos en embarcaciones de vela, pesca o

submarinismo), suponiendo un 66,39% del total (Tabla 1). A continuación, se sitúan aquellas que ofertan más de un producto considerado de turismo activo con un total de 13 empresas (10,92% del total del litoral gallego). Los municipios de Tui y A Coruña (con 3 y 2 empresas, respectivamente) son que presentan más empresas de este tipo dentro del litoral gallego. En tercer lugar, están las empresas que centran su oferta en la actividad de submarinismo, un 7,56% del total del litoral gallego, seguidas por las empresas que ofertan equitación y rutas de marisqueo, un 6,72% y un 3,36% del total, respectivamente. Las restantes tipologías muestran unos valores muy inferiores.

Tabla 1. Actividades de turismo activo en el litoral gallego. Año 2014.

Actividad	Número de empresas	% respecto al total
Náutica: navegación (mar o río)	79	66,39%
Submarinismo	9	7,56%
Equitación	8	6,72%
Ruta marisqueo	4	3,36%
Rutas cicloturísticas	2	1,68%
Senderismo/rutas a pie	1	0,84%
Automobilismo	1	0,84%
Quads	2	1,68%
Más de una actividad	13	10,92%
TOTAL	119	100

Fuente: Elaboración propia a partir de Turgalicia.

El medio que fue más explotado hasta ahora en el litoral gallego, es el terrestre, donde destacan productos como el senderismo o el ciclomontañismo. El senderismo es un producto turístico que representa una verdadera experiencia relacionada con la naturaleza; pero no exclusivamente, ya que podemos vincularla con el turismo rural, deportivo y cultural. El senderismo se debe entender como un producto que representar una experiencia turística integral, sobre todo si la enfocamos en el ámbito de ámbitos rurales y naturales, en los que los recursos turísticos existentes pueden ser relacionados entre sí a través de esta actividad. Los gestores turísticos deben ser plenamente conscientes que el desarrollo de este producto turístico informal exige una fuerte implicación de todos los agentes locales, privados y públicos. Más que un simple trazado señalizado, el turista-senderista “consume” un territorio “(...) a través de sus paisajes y su identidad, de unos itinerarios adaptados, y de unos servicios y acogida brindados antes, durante y después de su actividad de senderismo” (OBSEVATORIO EUROPEO LEADER/AEIDL, 2001: 5). Una experiencia turística integral ya que es capaz de combinar deporte, naturaleza y cultura, entre otros (RODRÍGUEZ et al., 2012: 306). La

oferta en los países desarrollados europeos es inmensa y es prácticamente imposible encontrar un destino de naturaleza que no cuente con una respetable red de caminos y sendas tradicionales (RODRÍGUEZ et al., 2012: 308). De hecho, la tendencia en el mundo desarrollado occidental es la de ver incrementar el número de personas que eligen el senderismo como alternativa para mantenerse en forma, para conocer un lugar o simplemente como nexo complementario de su actividad turística habitual. El senderismo es una actividad que se adapta a un amplio abanico de motivaciones, edades y condición física. Si bien es cierto que el perfil del consumidor de senderismo no cuenta con un estándar concreto, sí podemos establecer unas características generales que nos permiten aproximarnos la dicho perfil: papel destacado de las mujeres, constituye una actividad perfecta para realizar en el ámbito familiar, el número de senderistas con edad superior a 50 años es muy representativo (BEEDIE y HUDSON, 2003: 628) y suele ser practicado básicamente por clases sociales medias y altas (OBSEVATORIO EUROPEO LEADER/AEIDL, 2001: 9). Por lo tanto, el senderismo se presenta los gestores turísticos del litoral gallego como una magnífica estrategia dinamizadora de recursos paisajísticos. Esta infraestructura turística en el año 2013 contaba en el conjunto del litoral gallego con un total 22 sendas señalizadas (33,33% de las señalizadas en toda Galicia). Consideramos como tales todas aquellas que algún momento de su trazado atraviesan un municipio del litoral gallego y están recogidas dentro del catálogo de Turgalicia: “Sendas para descubrir un país” (2013). Un conjunto de rutas que son realizables a pie, a caballo o en bicicleta, y que permitan al turista realizar una actividad complementaria relacionada con la naturaleza y el patrimonio cultural. Recientemente, con el objeto de promover y potenciar la actividad del senderismo, Turgalicia desarrolló bajo el nombre “sendegal” una herramienta gratuita, disponible desde junio de 2013, para dispositivos móviles tipo i-phone y android. Una aplicación que permite conocer las rutas oficialmente homologadas de Galicia para el senderismo, integrando la descripción de cada una de ellas con su visualización, perfil topográfico, grado de dificultad... así como las valoraciones y comentarios útiles de otras personas que ya la recorrieron antes.

Además del senderismo, las actividades relacionadas con la bicicleta en el marco de la naturaleza están cobrando importancia. En esta dirección, una línea clave de actuación de la Xunta de Galicia la constituye el proyecto “Centros BTT Galicia” que pretende dotar medio plazo al territorio gallego de una Red de Centros para la práctica con bicicletas todo terreno (BTT). Una Red de Centros BTT Galicia concebida para dar soporte técnico a cada centro, al objeto de favorecer su crecimiento y maduración como producto, al tiempo que actuará como plataforma de promoción y dinamización de la totalidad de los Centros que la componen

de manera integrada y unificada. Los centros BTT se idearon en Francia y pasaron a España por Cataluña, que fue la primera comunidad en instalarlo. Un centro BTT es una instalación preparada para la prestación de un producto turístico basado en el uso de la bicicleta de montaña. El centro BTT consta de un punto de información principal donde se suministran toda clase de productos y servicios, así como datos sobre rutas cicloturistas. Ligado a este centro se encuentran una serie de rutas jalonadas y señalizadas, clasificadas por diferentes niveles de dificultad según varios parámetros: longitud, desnivel, naturaleza y estado del terreno, peligrosidad, etc. Son rutas marcadas, interconectadas entre sí y que pueden realizarse bien de forma única o bien mismo cómo grandes travesías. Las señales utilizadas para jalonar las rutas están homologados y son similares a las utilizadas en otros centros BTT en España y en Europa. En definitiva, un producto turístico potencialmente desestacionalizador con imagen propia que facilita el uso ordenado y sostenible de la bicicleta de montaña a través de una red normalizada de instalaciones y que está dirigido tanto al usuario experto como al principiante. En el año 2015, Galicia sólo contaba con cuatro Centro BTT (O Salnés, Portas de Galicia, Serra del Xurés y Ribeira Sacra). El Centro BTT O Salnés, único localizado dentro de un espacio de mercado carácter litoral, fue inaugurado en mayo de 2011 y su punto de acogida se localiza en el Campo de Golf de Meis, a 15 km de Pontevedra y la 75 de Santiago de Compostela. El Centro BTT O Salnés ofrece 10 rutas (117,5 km totales) para todos los niveles.

Otro producto de naturaleza que está potenciando actualmente Turismo de Galicia es el turismo ornitológico. El litoral gallego con más de 1.300 km de costa posee un mosaico de hábitats singulares donde observar muchas especies diferentes de aves. Así mismo, su posición estratégica, uno de los puntos más occidentales de Europa, lo hacen un lugar extraordinario para el avistamiento de aves marinas migratorias. Desde Turgalicia se hizo un trabajo de inventariado de aves y de espacios, así como de las épocas óptimas para la observación, de las figuras de protección asociadas y de la biología y hábitat predominantes en los espacios identificados. Dentro de estos espacios identificados, diferencian seis ambientes (entre los cuáles figura lo catalogado cómo “litoral y mar abierto”) y diez mejores lugares para la observación de aves en Galicia (cuatro de los mismos localizados en el litoral: Estaca de Bares y la Ría do Barqueiro, Ría de Ortigueira e Cariño, Costa da Morte y el Complejo Ons-Grove). Así mismo, se están impulsando políticas de promoción basadas en su carácter sostenible y su vinculación con el espacio rural. La observación de aves es un nicho de mercado que creció bastante en países como Reino Unido, Estados Unidos o Alemania. En total, se estima que unos 3 millones de personas viajan cada año con el objetivo principal de

observar aves. Utilizan Internet de forma intensiva, se informan con antelación, gustan de aprender sobre el tema y los lugares en los que habitan las diferentes especies y valoran en gran manera poder ver el mayor número de especies posible en un viaje de la forma más eficiente, a un coste razonable. Son viajeros que buscan una conexión con la naturaleza y vivir una experiencia única. Por lo tanto, estamos ante un producto con un mercado de demanda en crecimiento, con un elevado nivel de desestacionalización y de gran potencialidad en el litoral gallego. Ahora bien, dentro de los potenciales destinos en el litoral gallego se están dando los primeros pasos con asesoramiento por parte de la Xunta de Galicia.

Rescapitulación final

Los procesos ligados a la evolución de la economía gallega en épocas recientes tuvieron una repercusión clara sobre el hábitat del litoral. De hecho, la lucha contra el minifundismo a través de procesos de concentración parcelaria, la apuesta por la explotación de recursos energéticos fluviales y eólicos, la afectación del litoral por nuevas plantas de acuicultura, el abandono del campo por la tercerización de la estructura productiva, el monocultivo de pino/eucalipto en detrimento de frondosas autóctonas de crecimiento más lento, la minería a cielo abierto en zonas de alto valor ecológico, la insuficiente planificación urbanística, entre otros factores, supusieron la deterioro del medio y de un bien común como es el paisaje. Un valor colectivo que es parte de la propia identidad del pueblo gallego, pero a lo que se ha sometido a una degradación insostenible con consecuencias lamentablemente irreversibles y con claro incidente en el potencial de atracción turístico de los destinos litorales gallegos (PATIÑO-ROMARÍS, 2016). Del mismo modo, se están produciendo serios problemas derivados del uso público-recreativo de ciertos espacios naturales (protegidos, la mayoría de ellos) y determinados monumentos, consecuencia de un desarrollo turístico masificado, no planificado, y la falta de una gestión sostenible. La búsqueda de rentabilidades inmediatas a través de la masificación y la sobreexplotación de los recursos de mayor atractivo para los turistas (playas, paisaje, naturaleza, monumentos o cultura local) consume y deteriora el medio y ponen en peligro en muy pocos años la fuente de ingresos derivada del turismo. Ya empezamos a tener algunos ejemplos en el litoral gallego, como el caso de la playa de As Catedrais (Ribadeo) protegido como Monumento Natural y perteneciente a la Red Natura, que, con una longitud de 1.320 m. y una anchura media de 10 m., llegó a recibir en el período estival una afluencia de visitantes que oscilaba entre 6.000-8.000 personas/día, llegando a una situación límite que hizo a la Xunta de Galicia replantearse su modelo de explotación

turístico y la toma de decisiones drásticas en la gestión de flujos de visitantes. La necesidad de superar este escenario exige un cambio de la actual gestión turística, en la que la vertiente ambiental debe disfrutar de un trato preferente que garantice la protección e integración de los recursos y, a la vez, la recuperación de la imagen del destino desde la óptica de la calidad y la sostenibilidad. Los gestores públicos deben impulsar la puesta en práctica de un nuevo modelo de desarrollo turístico. Un modelo que debe fundamentarse en el principio de la sostenibilidad que permita no sólo garantizar el futuro económico del sector, sino también la conservación e idónea gestión del ámbito en el que éste se desarrolla y de sus servicios. El objetivo es, pues, que el vital recurso que representa el medio no se degrade, y no afecte con eso a la estabilidad económica y social actuales y futuras del sector turístico. Finalmente, recalcar que tanto en Galicia como en su litoral se infrutilizaron importantes posibilidades de desarrollo vinculadas a la declaración de espacios naturales protegidos y su posterior gestión como espacios turísticos. Sólo en la última década se generalizó la puesta en valor de estos espacios como destinos turísticos concebidos por se. Los gestores turísticos deben ser plenamente conscientes que la delimitación, protección y gestión de espacios naturales protegidos es fundamental para sentar las bases de un Turismo de Naturaleza coherente y estructurado. Para lo cual, además, resulta imprescindible una coordinación estrecha entre las políticas ambientales y turísticas.

Bibliografía

- ANTON CLAVÉ, S.; BLAY BOQUÉ, J. y SALVAT SALVAT, J. (2008): "Turismo, actividades recreativas y uso público en los parques naturales. Propuesta para la conservación de los valores ambientales y el desarrollo productivo local". Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, 48, 5-38.
- ARAÚJO VILA, N.; PAÛL CARRIL, V. y FRAIZ BREA, J. A. (2011): "El turismo activo o de aventura como componente destacado del turismo de naturaleza. Análisis de la oferta en Galicia". Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas, 4, 8-31.
- BEEDIE, P. y HUDSON, S. (2003): "Emergence of mountain-based tourism adventure tourism". Annals of Tourism Research, 30 (3), 625-643.
- CABALAR FUENTES, M. (2010): O uso público nos Espazos Naturais Protexidos de Galicia: diagnose e propostas de acción. Tese de Doutoramento. Servizo de Publicacións e Intercambio Científico da Universidade de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela.
- EAGLES, P. F. J.; McCOOL, S. F. y HAYNES, C. D. (2003): Turismo sostenible en áreas protegidas. Directrices de planificación y gestión. Organización Mundial del Turismo/ Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente/Unión Mundial para la Naturaleza (UICN). Madrid.

- EUROPARC-España (2007): Catálogo de buenas prácticas en materia de accesibilidad en espacios naturales protegidos. Fundación Fernando González Bernáldez, Madrid.
- http://www.redeuroparc.org/documentos_anexos/Publicaciones/ligadas_a_plan_de_accion/manual_5.pdf
- GÓMEZ-LIMÓN GARCÍA, J.; DE LUCIO FERNÁNDEZ, J. V. y MÚGICA DE LA GUERRA, M. (2000): Los espacios naturales protegidos del Estado Español en el umbral del siglo XXI: De la declaración a la gestión activa. Fundación Fernando González Bernáldez, Madrid.
- NEWSOME, D.; MOORE, S. A. y DOWLING, R. K. (2001): Natural area tourism: Ecology, Impacts and Management. Channel View Publications, Clevedon (U.K.).
- OBSEVATORIO EUROPEO LEADER/AEIDL (2001): La valorización del turismo de senderismo en los territorios rurales: Guía pedagógica sobre la elaboración y la aplicación de un proyecto de senderismo. Cuaderno de la Innovación nº12, Observatorio Europeo LEADER, Bruselas.
- PATIÑO-ROMARÍS, C. A. (2016): Espazos turísticos e de ocio no litoral galego: Unha análise a diferentes escalas. Tesis Doctoral. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.
- PAÛL CARRIL, V. (2009): “El turismo en el Parque Natural do Invernadeiro. Situación heredada y perspectivas de cambio”. Cuadernos de Turismo, 24, 135-167.
- RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, M.; RODRÍGUEZ CAMPO, M^a. L. y SÁNCHEZ FERNÁNDEZ, P. (2012): “El senderismo como experiencia turística integral”, en FRAIZ BREA, J. A. (ed.): Creación y desarrollo de productos turísticos: innovación y enfoque experiencial. ACTAS del XVIII Congreso de la AECIT (Asociación de Expertos Científicos en Turismo) O Carballiño (Ourense) entre el 21 y 23 de Noviembre de 2012, AECIT; 306-313. http://www.aecit.org/actas_XVII_ocarballino.php
- VERA REBOLLO, J. F. (coord.); LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MARCHENA, M. J. y ANTON CLAVÉ, S. (2011): Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos. Tirant lo Blanch, Valencia.