
**ASISTENCIA TÉCNICA PARA O
DESENVOLVEMENTO DO TURISMO
ACTIVO EN FERROLTERRA – RÍAS
ALTAS: DIAGNÓSTICO E PLAN DE
ACTUACIÓNS**

ÍNDICE

A.	DIAGNÓSTICO	3
1.	INTRODUCCIÓN	4
1.1.	Obxectivos xerais	4
1.2.	Metodoloxía	4
2.	MODELO DE TERRITORIO	6
2.1.	Organización de turismo activo no territorio. A acción pública e a actuación privada	6
2.1.1.	O Turismo Activo	6
2.1.2.	A Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol	8
2.1.3.	O Plan de Desenvolvemento Integral das Comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal	10
2.1.4.	O Xeodestino Ferrolterra – Rías Altas	13
2.2.	Plans e proxectos en curso de turismo activo	29
3.	ANÁLISE INTERNA	31
3.1.	Ferrolterra – Rías Altas como xeodestino de turismo activo	31
3.1.1.	A importancia do territorio como potencial de Turismo Activo	31
3.1.2.	Importancia económica do turismo activo	37
3.1.3.	O turismo e as persoas. Empresas e emprego vinculadas ao turismo activo. Valoración	45
3.2.	Oferta Turística do turismo activo	51
3.2.1.	Recursos e Produtos Turísticos. Inventario e Valoración	51
3.2.2.	Infraestruturas vinculadas ao Turismo Activo do territorio e Valoración	68
3.2.3.	Servizos turísticos	75
3.2.4.	Accesibilidade turística. Turismo inclusivo	85
3.3.	Demanda de Turismo Activo	86
3.3.1.	Motivacións	87
3.3.2.	Servizos Utilizados	89
3.3.3.	Orixe dos Turistas	91
3.3.4.	Estancia Media	91
3.3.5.	Gasto Medio	92
3.3.6.	Perfil Sociodemográfico Medio	92
3.3.7.	Perfís Emerxentes	93
4.	ANÁLISE EXTERNA	95
4.1.	Análise da Competencia	96
5.	ANÁLISE DAFO E CAME	100
6.	CONCLUSIÓNS RELATIVAS Á SITUACIÓN ACTUAL E PRINCIPIOS A TER EN CONTA NA DEFINICIÓ DO MODELO TURÍSTICO	108
7.	BENCHMARKING: COMPARATIVA DE FERROLTERRA COS DESTINOS COMPETIDORES DE TURISMO ACTIVO	112
B.	PLAN DE ACCIÓN	136
8.	LIÑAS ESTRATÉXICAS	137
8.1.	Elementos de Posicionamento. Misión e Visión	137
8.2.	Liñas Estratéxicas	138
9.	PLAN DE ACCIÓN	139
9.1.	Descrición de Accións	141
9.2.	Orzamento Analítico de Implantación das Accións e Cronograma	165
10.	SISTEMA DE SEGUIMENTO DO PROXECTO. CADRO DE MANDO	167

A. DIAGNÓSTICO



1. INTRODUCCIÓN

1.1. Obxectivos xerais

O obxectivo principal deste proxecto é a realización da Asistencia Técnica para o Desenvolvemento do Turismo Activo en Ferrolterra – Rías Altas: Diagnóstico, Plan de Actuación e Asesoramento na posta en marcha de accións que poñan en valor o turismo activo no territorio, incrementando a competitividade turística e potencien o emprego e o emprendemento.

1.2. Metodoloxía

Para emprender o proxecto ASISTENCIA TÉCNICA PARA O DESENVOLVEMENTO DO TURISMO ACTIVO EN FERROLTERRA – RÍAS ALTAS, o equipo de AVIVAE utilizou unha metodoloxía que inclúe sucesivas etapas de traballo con dous ámbitos de traballo diferenciados:

- **Ámbito conceptual:** Incorporáronse modelos de aquelas fontes primarias ou secundarias de información que se consideraron aplicables para avaliar o potencial do destino. Realizouse unha exploración de estudos previos e unha extensa recompilación de datos estatísticos, revisando a bibliografía específica de interese que se reflexa no apartado BIBLIOGRAFÍA.
- **Ámbito empírico:** as conclusións que se presentan, están sustentadas tamén nun coñecemento aportado polos axentes locais do territorio. Nesta etapa do proxecto leváronse a cabo entrevistas individuais aos concellos integrantes do xeodestino Ferrolterra – Rías Altas e Mesas de Traballo co empresariado. Estas permitiron a obtención de unha aproximación á realidade do xeodestino no ámbito do Turismo Activo.

Ambas metodoloxías de análise permitíronnos obter un diagnóstico do territorio e posteriormente extraer unhas **Liñas Estratéxicas e Plan de Acción acordes á realidade do Turismo Activo en Ferrolterra – Rías Altas.**

2. Modelo de Territorio

2.1. Organización de turismo activo no territorio. A acción pública e a actuación privada.

2.1.1. O Turismo Activo

Unha das primeiras definicións de turismo activo é "*viaxe ou excursión con fins específicos de participar en actividades para explorar unha nova experiencia, normalmente implica o perigo advertido ou controlado asociado a desafíos persoais, nun entorno natural ou nun escenario exótico ao aire libre*". Heidi, Morrison e O'Leary (1996).

A devandita definición conclúe seis factores básicos na definición: actividade, motivo, risco, rendemento, experiencia e medio ambiente, e outros dous conceptos como a aventura e viaxes.

Está vinculado á natureza e ao deporte, porén nalgúns casos a súa evolución está levando a outros tipos de actividades como o *lecer experiencial* ou o *turismo experiencial*. Outros nomes cos que se denominan turismo activo son: *turismo deportivo en natureza, turismo deportivo activo, turismo de aventura, lecer activo*.

O turismo activo medra en importancia día a día e consolidouse como unha importante fonte de ingresos para as empresas e especialmente para áreas deprimidas que atoparon neste tipo de turismo unha boa oportunidade crecemento e riqueza.

O 23 de abril de 1999, Galicia regula a actuación das empresas relacionadas coa organización de actividades de turismo activo a través do Decreto 116/1999, que no seu artigo 2 establece:

“2.1.- Para a organización das actividades de turismo activo, será necesario obter previamente a autorización turística do centro directivo correspondente do departamento competente en materia de turismo.

2.2.- As empresas constituídas por persoas físicas ou xurídicas que se dedican profesionalmente e non ocasionalmente á organización destas actividades para a súa oferta de venda, deberán probar á Administración de Turismo a súa constitución como tal”

As disposicións adicionais deste mesmo decreto fai mención das actividades de turismo activo asumidas por federacións e enumera as actividades englobadas neste tipo de turismo:

“Non obstante o disposto nesta normativa, cando unha das actividades de turismo activo sexa realizada por unha federación deportiva galega, a súa práctica tamén se realizará de acordo coas regras e programas establecidos pola respectiva federación.”

“O turismo activo inclúe, entre outras, as seguintes actividades: 1.- Parapente... 2.- Ala Delta... 3.- Todoterreo... 4.- Descenso dos barrancos... 5.- Descenso barco... 6.- Hydrotrineo... 7.- Paseos a cabalo... 8.- Piragüismo... 9.- Saltar da ponte / pontismo... 10.- Saltar con elástico... 11.- Sendeirismo... 12.- Escalada”¹

¹ 1.- Parapente: modo de voo libre que consiste nun lanzamento desde a inclinación dunha montaña, cara ao val, suspendido dun planador ultralixeiro flexible menos pesado que o piloto, que permite subir e aterrizar de pé. 2.- Ala Delta: modo de voo libre, que consiste nun lanzamento desde a inclinación dunha montaña cara ao val, suspendido dun planador ultralixeiro flexible cunha estrutura metálica triangular. 3.- Todoterreno: especialidade en bicicleta de montaña que se practica en áreas naturais con alta bicicleta, manillar plano, con tres placas, seis ou sete pinóns e pneumáticos gravados. 4.- Descenso dos barrancos: práctica deportiva que consiste en seguir o curso dun río a través do barranco e que combina a natación e as técnicas de escalada para salvar os obstáculos naturais da ruta. 5.- Descenso barco: práctica deportiva consistente en descender por augas vivas, nun barco pneumático. 6.- Hydrotrineo: práctica deportiva

Por outra banda o Decreto 42/2001, do 1 de Xaneiro describe a refundición en materia de axencias de viaxes, guías de turismo e turismo activo.

O artigo 94, Fomento do turismo, da LEI 7/2011, do 27 de outubro, do turismo de Galicia, establece no apartado 2 a necesidade de *“Diversificar a oferta turística, co impulso da súa segmentación mediante o apoio ao desenvolvemento:*

a) *Do turismo rural e de interior, como sectores turísticos alternativos de calidade, co fomento da rehabilitación e conservación da riqueza do patrimonio cultural do ámbito rural e tamén dos seus atractivos medioambientais, así como coa realización de actividades de **turismo activo** neste ámbito.”*

O territorio xeográfico de Ferrolterra – Rías Altas, grazas aos seus espazos naturais, debido á diversidade da súa paisaxe marítimo e montañoso, convértese no lugar ideal para practicar actividades de turismo activo.

2.1.2 A Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol

Dado o pequeno peso da poboación na gran maioría dos municipios, as **Mancomunidades**² acoden para facilitar a realización de certas competencias

consistente en descender por augas vivas nun vehículo en forma de trineo que ocupa o practicante sobre a cintura de auga, mentres as pernas están mergulladas no auga. 7.- Paseos a cabalo: excursión organizada a cabalo seguindo un curso predeterminado. 8.- Piragüismo: deporte náutico que consiste en navegar con canoa e canoa en augas tranquilas ou augas vivas. 9.- Saltar da ponte / pontismo: práctica deportiva que consiste en tirarse dunha ponte adherida por un cordón elástico que suspende o jumper no aire. 10.- Saltar con elástico: práctica deportiva que consiste en tirar dun lugar alto, suxeito por unha banda de goma que fai que o jumper suba e baixe varias veces. 11.- Sendeirismo: expedición excursionista de rutas curtas ou longas a través de rutas, nas que se pode pasar a noite ou non. 12.- Escalada: actividade que consiste en subir ou escalar paredes verticais naturais ou artificiais.”

Por outra banda o Decreto 42/2001, do 1 de Xaneiro describe a refundición en materia de axencias de viaxes, guías de turismo e turismo activo.

² A súa orixe atópase no artigo.75 da lei municipal do 20 de agosto de 1870, onde son chamados comunidades voluntarias. O actual marco regulador baixo as asociacións municipais son atopados no artigo.141.3 da Constitución Española e na Lei 7/1985 de 2 de abril, que regula o Sistema Local (LBRL) que cita: “Se reconoce a los municipios el derecho a asociarse con otros en mancomunidades para la ejecución en común de obras y servicios determinados de su competencia.”

municipais que non puideron ser asumidas de forma independente polos municipios de España.

Os fines mais frecuentes das mancomunidades de Galicia son: • Recollida e tratamento de RSM • Prevención e extinción de incendios • **Fomento do turismo** • Actividades culturais

En Xuño de 1971 constitúese a **Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol**³ cos municipios de Ares, Fene, Ferrol, Mugardos, Narón e Neda aos que se incorporou o concello de Valdoviño en 1977, o de Cedeira en 2010, e finalmente o de Cabanas en 2012. Deste xeito desenvolveuse unha entidade supramunicipal que actúa como espazo de coordinación entre os representantes e técnicos municipais, e ao que progresivamente se incorporan funcións e servizos de acordo cunha perspectiva de coherencia territorial, calidade e optimización de recursos.



Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol

Cunha superficie de 444,4 km² e unha poboación de 160.000 habitantes, a Mancomunidade forma unha área supramunicipal na que se atopan importantes Espazos Naturais Protexidos, destacando a Costa Ártabra, o Parque Natural Fragas do Eume e o Lugar de Importancia Comunitaria Xubia-Castro.

A Administración local de Galicia, a través da LEI 5/1997, do 22 de Xullo, fomenta a creación das “mancomunidades” para “xestionar con menor custo e maior e maior efectividade as competencias locais”, coordinando, a pedimento

³ A Mancomunidade modifica os seus estatutos o 14 de Xaneiro do 2001, dispoñendo a constitución dos concellos de Ares, Fene, Ferrol, Mugardos, Narón, Neda e Valdoviño. Tamén permite a integración de os concellos que o soliciten, previamente aceptadas as condicións para o seu ingreso, acorde o Pleno da Mancomunidade.

dos propios concellos, “as campañas e actividades municipais de difusión de promoción turística”⁴.

Dende os últimos anos a Mancomunidade de Municipios de Ferrol é o ente que xestiona o turismo no xeodestino Ferrolterra – Rías Altas levando a cabo proxectos de alto valor engadido, como son os seguintes:

- Coordinación do Turismo en Ferrolterra – Rías Altas
- Turismo Slow
- Costa das Ondas
- Turismo Activo

2.1.3. O Plan de Desenvolvemento Integral das Comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal

Para vertebrar o óptimo aproveitamento do fluxo de fondos proporcionados pola Unión Europea entre os anos 2007- 2013⁵, nace o *Plan de Promoción Industrial de A Coruña e a súa área de influencia*, promovido pola Cámara de Comercio, co apoio e colaboración do Concello, a Autoridade Portuaria e a Fundación Novacaixagalicia (véxase: *Plan Estratéxico da Provincia de A Coruña, Cp9. Deputación da Coruña e Fundación Caixa Galicia*). O documento ten como obxectivo favorecer un maior desenvolvemento industrial na zona e mellorar a capacidade de atraer novas inversións⁶. O *Plan Estratéxico* propón un acordo garante da coordinación das estratexias e actuacións dos diferentes

⁴ A Xunta de Galicia, a través da Consellería local competente, prestará asistencia técnica e xurídica, e consignará unha partida de orzamentos para o fomento e axuda das mancomunidades, estimulando así o réxime asociativo.

⁵ Galicia foi adscrita pola Unión Europea ó Obxectivo Convergencia, no que se incluíron o conxunto de rexións con maiores problemas estruturais e menor desenvolvemento económico, beneficiándose dun fluxo importante de subvención entre os anos 2007- 2013.

⁶ Dende os anos 80, a construción naval sufriu diferentes reconversións que deron lugar á perda de miles de postos de traballo vinculados a este sector. Para paliar esta perda, elaborouse un Plan especial, co claro obxectivo de dotar ás comarcas das infraestruturas necesarias para o seu desenvolvemento e establecer unha serie de incentivos e criterios de discriminación positiva para lograr atraer investimentos xeradoras de emprego.

axentes participante. As liñas de actuación⁷ céntranse, entre outras, no **desenvolvemento do sector turístico.**

O plan divídese en dezasete apartados, dedicándose o Cp9 á industria turística, estimando como «áreas de preferente actuación turística»:

- | | |
|--|---------------------------|
| 1. Arousa Norte / O Sar | 5. Ferrol-Ortegal |
| 2. A Coruña / Terra das Mariñas / Betanzos | 6. Muros-Noia |
| 3. Costa da Morte | 7. Santiago de Compostela |
| 4. Eume | 8. Portodemouros |

Ferrol - Ortegal

Territorio: comarca de Ferrol y comarca de Ortegal.

Plan de Dinamización del Producto Turístico Ría de Ferrol	Comarcas de Ferrol y Ortegal
Proder II. Costa Ártabra	Ares, Cedeira, Fene, Ferrol, Mugardos, Narón, Neda y Valdoviño
Agader: Fundación para o desenvolvemento da comarca de Ortegal	Comarca de Ortegal
Proder II. Fundación para o desenvolvemento da comarca de Ortegal	Comarca de Ortegal

Fonte: Plan Estratéxico da Provincia de A Coruña (Deputación de A Coruña e Fundación Caixa Galicia)

Plan de Dinamización do Produto Turístico Ría de Ferrol (2006-2009)

Cun orzamento de 3,5 millóns de euros, ten como obxectivo o aumento da calidade da oferta turística, a posta en valor dos recursos da área e a mellora do medio urbano e natural. Entre as súas actuacións principais está o desenvolvemento do produto, o **impulso do recurso Santo André de Teixido**, a potenciación do **Camiño de Santiago**, a **promoción de espazos e paisaxes naturais de especial interese**, a creación de centros de interpretación, e servicios de información na cidade e na comarca, a rotulación específica e de consolidación daquelas estruturas arquitectónicas con maior potencial.

⁷ As liñas de actuación do devandito Plan céntranse nos seguintes pilares: Consolidación do sector eólico; Desenvolvemento do sector turístico; Impulsar o sector loxístico e desenvolvemento do porto exterior; Desenvolvemento do sector da acuicultura; Desenvolvemento do sector da biomasa; Desenvolvemento do sector dos biocombustíbeis; Mantemento do sector naval e industria auxiliar; Pavimentos industriais; Mellora das infraestruturas; Promoción de I + D e I.

Proder II. Costa Ártabra: Concellos de Ares, Cedeira, Fene, Ferrol, Mugardos, Narón, Neda e Valdoviño

Desenrolan actuacións vinculadas ao fomento das inversións turísticas no medio rural, como a mellora e creación de establecementos turísticos como o hotel Herbeira.

Agader: Fundación para o Desenvolvemento da Comarca de Ortegal: Concellos de Cariño, Cerdido, Mañón y Ortigueira

No ámbito do turismo a maioría das inversións estiveron vinculadas ao desenvolvemento do turismo rural (aloxamentos e restaurantes), traballando tamén na valoración do patrimonio local, na promoción do turismo da comarca, na formación para o sector e, especificamente, na divulgación do Festival Internacional do Mundo Celta.

Anteriormente, a Fundación para o desenvolvemento da Comarca de Ortegal traballou polo desenvolvemento territorial a través dun programa Proder, co que se financiaron inversións para a creación de casas de turismo rural, a mellora de accesos, o acondicionamento das áreas recreativas, a sinalización de recursos, o fomento do desenvolvemento empresarial e a creación de equipamentos turísticos entre outros.

O *Plan de Dinamización do Produto Turístico Ferrol- Ortegal* xestiónase dende O Departamento de Promoción Económica da Deputación de A Coruña e destaca como obxectivos básicos:

1. Aumentar a calidade para detectar nos recursos e servicios turísticos, cales son os puntos claves sobre os que bascula o nivel de satisfacción do usuario turístico.
2. Diversificar, para realizar unha oferta de produtos que respondan a unha demanda cada vez máis segmentada.
3. Desestacionalizar, para atopar fórmulas que fagan atractiva a afluencia en tempadas distintas da época estival e con independencia da climatoloxía.

Con estas tres premisas establécense tres obxectivos específicos:

- ✓ Incremento cuantitativo de visitantes
- ✓ Incremento cualitativo do turismo
- ✓ Prolongación da estancia e repetición das visitas

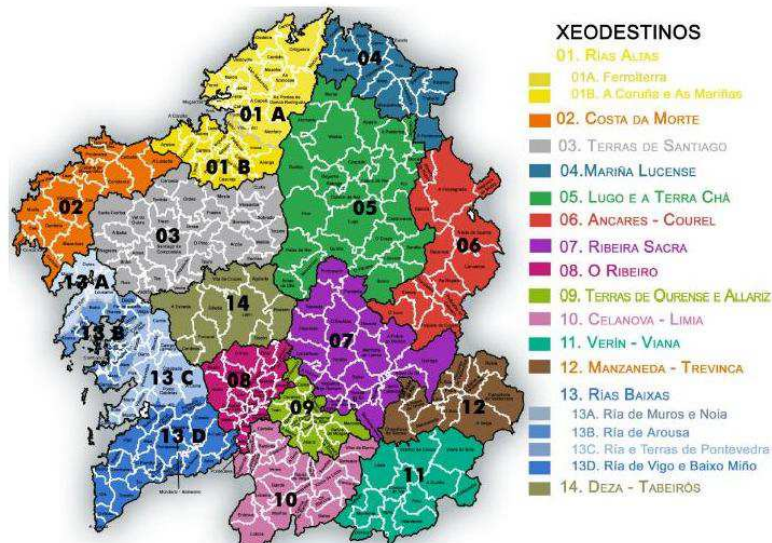
2.1.4. O Xeodestino Ferrolterra – Rías Altas

O 30 de Novembro do 2011, a secretaria xeral para o Turismo de Galicia, anuncia a división de Galicia en 14 “Xeodestinos” para a mellor clasificación da oferta turística.

O artigo 23.1 da LEI 7/2011, do 27 de outubro, do turismo de Galicia define Xeodestino como *“as áreas ou os espazos xeográficos limítrofes que comparten unha homoxeneidade territorial baseada nos seus recursos turísticos naturais, patrimoniais e culturais, con capacidade para xerar fluxos turísticos e que, xunto á súa poboación, conforman unha identidade turística diferenciada e singular.”*

XEODESTINOS DE GALICIA

galicia



Fonte: Xunta de Galicia- Axencia de Turismo de Galicia

O **xeodestino Ferrolterra - Rías Altas** comprende as **comarcas do Eume, Ferrol e Ortelgal**, que engloba un total de vinte e un municipios: Ares, Cabanas, A Capela, Cariño, Cedeira, Cerdido, Fene, Ferrol, Mañón, Moeche, Monfero, Mugardos, Narón, Neda, Ortigueira, As Pontes de García Rodríguez, Pontedeume, San Sadurniño, As Somozas, Valdoviño e Vilarmaior.

O 10 de Decembro do 2014 nace a **web turística do destino Ferrolterra- Rías Altas**. A web vértébrase ao redor das cinco temáticas que supoñen o gran atractivo do destino. O turismo industrial, de gran relevancia en Ferrol e As Pontes; os diversos **espazos naturais**, coroados polas Fragas do Eume; a **costa activa**, que ofrece múltiples posibilidades de deportes náuticos; os **camiños de peregrinación** que percorren os municipios, o **Camiño Inglés** e a **ruta a Santo Andrés de Teixido**, e a excelente gastronomía, da que se pode gozar tanto na costa coma no interior.

No seguinte ano nace a “Guía de Actividades Turísticas de Ferrolterra”, que amosa unha clara promoción do turismo activo.



Fonte: Guía Ferrolterra 2015_ páxina 2

“Na costa contas coas rías e coas praias e cantís que se abren ao Atlántico, escenarios idóneos para os deportes de mar ou para pequenas singraduras en barco. Remontando ríos ou perdéndote por mil camiños atopas espazos naturais de gran beleza como as lagoas de Doniños e Valdoviño, o lago artificial das Pontes, a Serra da Capelada e, claro está, o Parque Natural das Fragas do Eume.”

Esta guía dispón de información moi útil sobre o territorio recollendo as actividades de turismo activo e as organizacións que as levan a cabo. Sen embargo, no momento de realización de este proxecto detéctase que esta guía precisa ser actualizada coas empresas e actividades actuais.

2.1.5. A Promoción Turística dos Concellos

Cada un dos municipios que compoñen a xeodestino de Ferrolterra teñen a súa propia páxina web oficial e levan a cabo algunhas accións promocionais e turísticas. En cada unha das súas webs hai información detallada sobre os servizos turísticos, teléfonos de interese, asociacións, historia, documentación, urbanismo, axuda ao cidadán e, en definitiva, calquera detalle que poida interesar tanto para os residentes como para os visitantes. Estas plataformas

dixitais serven de medio de comunicación e difusión de actividades, eventos, programas e outras accións dos municipios.

Centrarémonos a continuación na información dispoñible relativa ao sector turístico, en particular, ao turismo activo:



Principal concello da comarca de Ferrolterra por número de habitantes e cabeceira de comarca. Segundo o INE, en 2016, a cidade tiña un total de 68.308 habitantes, sendo a sétima máis poboada de Galicia e a terceira da provincia.

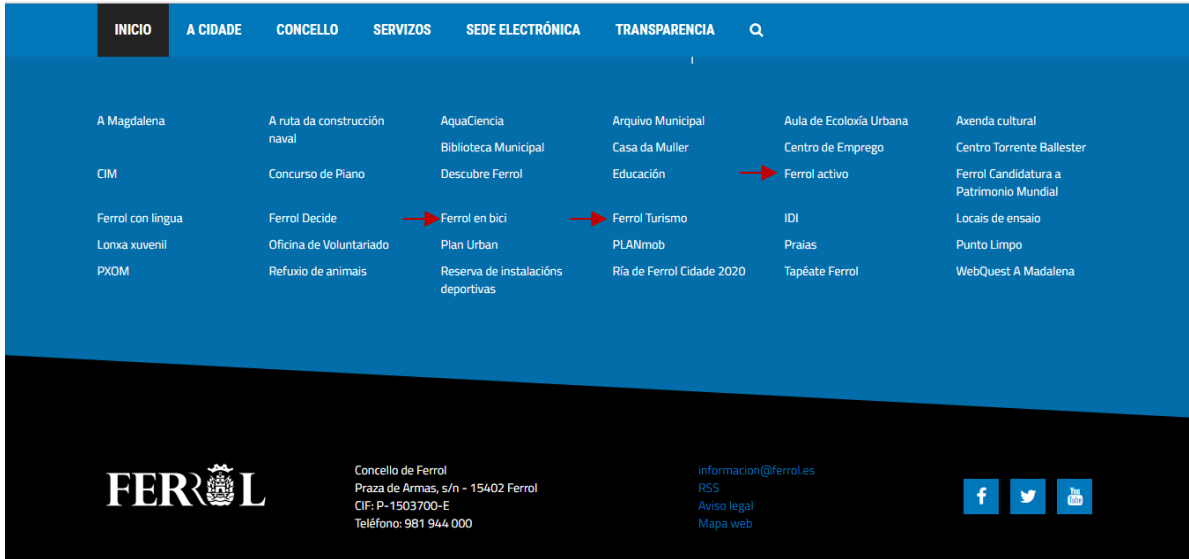
O casco urbano aséntase de cara á ría de Ferrol⁸, aínda que tamén conta cunha fachada litoral cara ó océano Atlántico, que acolle algunhas das máis afamadas praias como as de Doniños, San Xurxo ou Covas, ideais para a práctica de deportes de deslizamento⁹ na auga.

A urbe dispón de tres oficinas municipais de turismo, unha delas Centro de Recepción de Peregrinos. Igualmente, os visitantes poden acceder a información turística dixital tanto na web de iniciativa empresarial, www.turferrol.com, como na páxina oficial do propio concello, www.ferrol.gal.

En relación co turismo- turismo activo, dende www.ferrol.gal é posible enlazar co servizo compartido de bicicletas dos concellos de Ferrol y Narón (<http://www.ferrolenbici.es>), con Ferrol Turismo (o enlace remite á páxina de inicio), e con Ferrol Activo (<http://www.ferrolactivo.es>).

⁸ En relación coa industria, destaca a especial influencia histórica do sector naval, e tamén conta cunha importante actividade das Forzas Armadas.

⁹ Deportes consistentes en deslizarse sobre unha superficie, con ou sen a axuda de elementos adicionais.



The screenshot shows the website of the Concello de Ferrol. The navigation bar includes: INICIO, A CIDADE, CONCELLO, SERVICIOS, SEDE ELECTRÓNICA, TRANSPARENCIA, and a search icon. The main content area is a grid of service links. A red arrow points to 'Ferrol activo' in the 'Educación' column. Another red arrow points to 'Ferrol en bici' in the 'SERVICIOS' column. A third red arrow points to 'Ferrol Turismo' in the 'SEDE ELECTRÓNICA' column. The footer contains the 'FERROL' logo, contact information for the Concello de Ferrol (Praza de Armas, s/n - 15402 Ferrol, CIF: P-1503700-E, Teléfono: 981 944 000), email (informacion@ferrol.es), RSS, Aviso legal, and Mapa web, along with social media icons for Facebook, Twitter, and YouTube.

Web do concello de Ferrol

A páxina <http://www.ferrolactivo.es>, é unha creación do Concello de Ferrol. As actividades, ofertadas por clubs, escolas e empresas, son: surf, mergullo, btt (bicicleta de montaña), parapente, paseos a cabalo, vela, sendeirismo, escalada, paseos en barco e motor.

A páxina www.turferrol.com, creada pola **Asociación de Hostalería Ferrol e Comarcas**¹⁰ (Ferrol, Eume e Ortegal), proporciona información práctica de mobilidade, aloxamento, restauración, compras, lugares e actividades a disposición do viaxeiro no xeodestino Ferrolterra.



Ares

O concello de Ares esténdese pola franxa costeira dende a entrada da ría de Ferrol ata o porto de Redes.

¹⁰ É unha entidade profesional de empresarios de hostalería sen ánimo de lucro que agrupa a diferentes establecementos (cafeterías, restaurantes e hospedaxe), ubicados nas comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal (20 concellos). Máis información en <http://www.hosteferrol.org/>

O concello dispón de oficina de turismo, aberta na tempada estival. Os turistas que visitan a zona teñen a disposición información ofrecida pola páxina web oficial <http://www.concellodeares.com>, pestana “Turismo”.



The screenshot shows the official website of the town of Ares. The main navigation menu on the left includes: Concello, Noticias, @ dixital, Servizos, and Turismo. Under the 'Turismo' menu, there are links for: Cámara Web, Turismo, Localización / Como chegar, Mapas, Festas, Rutas / Sendeiros, Gastronomía, Praias, O tempo, and Aloxamentos e restaurantes. The main content area features a 'Turismo' header, a descriptive text about the town's tranquility and historical architecture, a video player, and a gallery of images including a harbor scene and a building. A sidebar on the right contains sections for 'FALA CÓ ALCALDE' (with a 'Preguntas ou dúbidas...' link), 'CÁMARA WEB' (with a video player), and 'CALENDARIO' (showing a calendar for October 2017). At the bottom of the sidebar, there is a link for 'Escolas Municipais'.

Páxina oficial do concello de Ares

Dende a páxina web propón rutas de sendeirismo e facilita datos de contacto con asociacións para a práctica de actividades deportivas e de aventura. Tamén ten unha ligazón a web oficial da Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol, que á súa vez conecta con <http://www.comarcaferrolterra.es/>.



Fene

Este núcleo litoral está situado ao noroeste de Galicia, na ría de Ferrol. Menor que Ferrol, serve como ponte entre este e o resto da Coruña.

Dispón de oficina de turismo que presta servizo nos meses estivais.

Na páxina web, <http://www.fene.gal>, refléxase un gran interese polo turismo, xa que o enlace á información aparece na parte superior, á dereita, e en letra capital, como se observa na seguinte imaxe.



Páxina oficial do concello de Fene

En xeral, a información turística da páxina é completa, existindo un apartado especial dedicado ó “**Lecer activo**”¹¹, con información de con clubs, escolas, e actividades ó aire libre, que invitan a “descubrir Fene”.



Mugardos

Na costa do Océano Atlántico, este municipio limita cos de Ares e Fene.

A oficina de información turística abre as súas portas na tempada alta de visitantes.

A web do concello, <http://www.concellodemugardos.gal>, de perfil máis institucional que turístico, dispón de enlaces de información “*De visita*” na parte inferior da páxina de inicio. Ao igual que o concello de Ares, non fai referencia directa ó turismo activo, aínda que propón diferentes rutas pola área.

¹¹ Acceso ó apartado “Lecer activo”: Turismo> Qué facer> Lecer activo



Narón está situado nos oito municipios máis poboados de Galicia, sendo o cuarto municipio da provincia de A Coruña despois de Ferrol, Santiago de Compostela e A Coruña.

Os visitantes poden obter información a través da oficina de turismo da cidade, en determinados meses ao ano, e na páxina oficial <http://www.naron.es>. A súa relación co turismo activo é a variedade de rutas históricas e naturais propostas no apartado de “Lecer”.



Neda é un pequeno municipio situado no fondo da ría de Ferrol (ría de Xuvia). Conta cunha poboación que apenas supera os 5.800 habitantes, nunha superficie de 24 km², que se estenden, dende a ribeira da ría e seguindo polos vales dos ríos Beelle, Xuvia e Castro, en chaira, que vai ascendendo aos montes Ancos, Marraxón e Louseira.

Segundo informan na páxina <http://www.neda.es> “O Concello de Neda ofrece ao visitante toda a información sobre o municipio, os seus principais recursos turísticos, a súa oferta hosteleira e de restauración ou mesmo apuntes da súa historia na Oficina Municipal de Turismo. (...) A oficina permanece aberta durante todo o ano...”.



Páxina oficial do concello de Neda

Propóñense catro rutas de sendeirismo, así como información útil para os peregrinos do Camiño Inglés, sen mención explícita ó turismo activo.



Valdoviño

Ocupa unha franxa costeira desde a praia de Campelo ata a entrada da ría de Cedeira.

Ó igual que outros concellos da área, as oficinas de turismo permanecen cerradas en tempada baixa, e a información está dispoñible todo o ano, segundo reza a ligazón <http://www.concellodevaldovino.com/>

“Ademais da información ofrecida nesta web, dende Semana Santa ata finais do verán Valdoviño ten aberta unha oficina de Turismo situada na céntrica Porta do Sol. Este ano a oficina pechou o 8 de outubro”.

A relación de Valdoviño co turismo activo é a través da variedade de rutas, xa que *“conta cunha orografía que fai posible organizar andainas para tódolos públicos: dende sinxelas camiñadas ata rutas co seu grao de dureza, para os máis aventureiros”*, e do xa histórico, Pantín Classic¹², ó que se dedica especial atención en seguintes apartados do presente documento.

¹² En 2017 o Pantín Classic, Festa de Interese Turístico de Galicia, cumpriu 30 anos.



As Somozas

Concello de interior pertencente á comarca de Ferrol. Atravésano o río Mera e o río Grande de Xuvia; o primeiro conforma o límite con Ortigueira e desemboca na ría de Ortigueira e o segundo nace na confluencia dos ríos Ferreiras e Grande.

Aínda que non dispón de oficina de información turística no centro urbano, <http://assomozas.es> facilita un apartado de “Cultura/ Turismo”. Na actualidade *“El Concello de As Somozas se encuentra en estos momentos señalizando y marcando las Rutas Turísticas de su zona. Próximamente las daremos a conocer en este espacio”*, e contén texto pendente de traducir do castelán na versión en galego.



Moeche

Con pouco máis de mil habitantes, o concello de Moeche é un municipio de interior, ó norte da provincia de A Coruña.



Sen oficina turística, a páxina oficial do concello resalta un apartado especial de turismo, que liga coa descarga dunha guía en formato pdf. O documento describe as actividades de lecer tales como as rutas de sendeirismo, a carreira de slalom, ou a feira do cabalo.



San Sadurniño

Limita cos concellos de Valdoviño e Moeche polo norte, As Pontes e A Capela polo sur, Narón e Neda polo oeste, e Moeche e As Somozas polo leste.

Esténdese polo val do río Grande de Xuvia. A parte máis montañosa sitúase ao sur, no estreito val do río Castro, cara á Serra do Forgoselo.

Ao igual que o anterior concello, non se atopa oficina de información turística. En <http://www.sansadurnino.es/>, a única ruta proposta para os visitantes é a “Ruta do Aceiteiro”, cun tríptico en formato pdf, descargable para a súa impresión.



Cedeira

O concello, de 84 km², limita ao norte e ao leste co océano Atlántico, ao sur con Cerdido e Valdoviño e ao oeste con Cariño e Ortigueira. O seu territorio está delimitado pola serra do Eixil e a serra da Capelada, formando os vales fluviais do río Condomiñas, que desemboca na ría de Cedeira, e do río Mestas, que forma o estuario de Esteiro antes de desembocar no océano en Vilarrube.

Cedeira ten oficina de turismo aberta todo o ano, así como unha páxina dedicada ó turismo, <http://turismo.cedeira.gal/>, ligada dende a páxina do concello <http://cedeira.gal>.

Na páxina de turismo ofrécese a descarga de aplicacións útiles para o viaxeiro, tales como a de “Turgalicia” e a de “Ferroterra”.

Sendo Santo André de Teixido a principal atracción, facilítanse tanto mapas de rutas libres como de xeo-rutas, descargables en pdf., e ligazóns a páxina web do “Camiño de Santiago” e do devandito “Camiño de Santo André”.



Pontedeume

A vila de Pontedeume é unha das poucas poboacións galegas que conserva o seu centro histórico. Isto, unido a unha gran riqueza paisaxística e natural na súa contorna, fixo que en 1971 a comarca eumesa fose declarada Conxunto histórico e paraxe pintoresca[4]. Pontedeume é un importante destino turístico, no seu territorio está un dos portais de acceso e o Centro de Interpretación do Parque Natural das Fragas do Eume. Por Pontedeume pasa o Camiño de Santiago, o Camiño Inglés.

Aínda que na páxina de www.turferrol.com se especifica que a oficina de turismo ten unicamente apertura en época estival, na web do concello non fan tal limitación de datas.

Polos seus recursos naturais, como as Fragas do Eume, o concello é un lugar ideal para a práctica de turismo activo, non hai proposta de rutas ou actividades no canle da consellería. Existe unha páxina de turismo, http://www.pontedeumeturismo.es/index_gl.htm, que semella ser de elaboración particular¹³.



Cabanas

É o único concello incluído integramente na denominada ría de Ares. Enmarcado na comarca do Eume, limita ao norte e o oeste co concello de Fene, ao leste co concello da Capela, e ao sur coa ría de Ares e cos concellos de Pontedeume e Monfero, dos que o separa o río Eume.

¹³ A páxina Pontedeume Turismo foi elaborada por Eduardo Rubianes Naya

Sen oficina turística, <http://www.cabanas.gal>, enlaza coa páxina <http://www.patrimoniodecabanas.es>¹⁴, que propón o coñecemento do seu patrimonio a través de catro rutas, entre elas, o “Camiño de Santiago”.



A Capela

Limita ao norte con San Sadurniño, ao sur con Monfero, ao leste coas Pontes de García Rodríguez e ao oeste con Cabanas. Ten unha altitude media de 450 m, e está atravesada polos vales dos ríos Eume e Beelle. No val do primeiro están as Fragas do Eume. O Beelle baixa da serra do Forgoselo, e o concello de leste a oeste.

O concello destaca o atractivo das Fragas do Eume, que copa a totalidade do apartado dedicado ó turismo, na páxina <http://www.concellodacapela.es>.



As Pontes de García Rodríguez

Con oficina turística de atención ó público aberta todo o ano, o concello anima a achegarse, vivir e descubrir a zona. A páxina do concello, <http://aspontes.org/>, divídese en tres apartados ben diferenciados, por unha banda os servicios de xestión, por outra a información de interese cidadán, por último, o “espazo dos visitantes”. Na mesma web facilítanse sete rutas posibles para os amantes do sendeirismo.

¹⁴ A páxina <http://www.patrimoniodecabanas.es> foi desenvolvida pola USC e financiada polo Ministerio de Política Territorial do Goberno de España.



Monfero

Concello de Monfero estrema polo leste cos concellos de Xermade e Guitiriz, pertencentes á provincia de Lugo; ao norte cos das Pontes de García Rodríguez e a Capela, dos que o separa o río Eume, así como de Cabanas e Pontedeume; polo extremo occidental linda con Vilarmajor, polo sur con Irixoa e polo sueste co termo municipal de Aranga, os sete da provincia da Coruña.

O igual que nos casos anteriores, Monfero é cruzado polas Fragas do Eume, e facilita os datos para a “Ruta Verde San Bartolomé”, como aparece en <http://www.concellodemonfero.com/>.



Ortigueira

Pertencente á comarca de Ortegala, Ortigueira sitúase entre a serra da Capelada ao oeste e a serra da Coriscada e a serra da Faladoira ao leste.

“A ría de Ortigueira e Ladrado é un dos humidais máis importantes de Galicia. Destaca asemade a nivel mundial pola súa riqueza faunística e vexetal, así como polas características que a diferencian doutros espazos naturais. Atendendo ás súas condicións, está protexida polo Convenio de Ramsar.”

“Ortigueira convértese cada verán no corazón da Europa atlántica para acoller o Festival Internacional do Mundo Celta. Declarada Festa de Interese Turístico Internacional, esta cita congrega na nosa Vila a milleiros de persoas chegadas dende Galicia, España e o estranxeiro.”

A oficina de turismo está aberta ó público na tempada estival, existindo algunha información na páxina do concello <http://www.concellodeortigueira.com>, completada pola propia web de turismo <http://www.turismoortigueira.com>.

Nesta última se facilita información de oito rutas pola zona, así como o contacto de dúas empresas que ofertan actividades de turismo activo¹⁵.



Cariño

Pertencente á Comarca de Ortegal está rodeado por mar excepto pola parte sur, conta no seu territorio cunha combinación espectacular de mar e montaña. O máis destacable é a natureza no seu estado máis salvaxe e, aproximadamente, o 75% da superficie do municipio está protexida por algunha figura de protección ambiental.

Con oficina de información aberta en tempada turística, a web <http://www.concellodecarino.gal>, facilita un folleto de rutas en pdf.



Mañón

É o concello máis setentrional de Galicia e da península Ibérica. Esténdese por unha estreita e longa franxa de terreo, duns 30 quilómetros de longo e cunha largura de pouco máis de un quilómetro, rematando no mar Cantábrico. Linda ao oeste co río Sor e a ría do Barqueiro. Ten un relevo abrupto, contando coa Serra da Faladoira, con 605 metros de altura; da Cruz da Palloza, 616 metros; e a continuación a Serra da Coriscada con 523 m.

Os principais atractivos turísticos son o “*birding*”¹⁶ e o sendeirismo polas súas seis rutas principais. En <http://www.manon.es/turismo/guias-turisticas/gl>, é posible descargar tres guías¹⁷ para o viaxeiro.

¹⁵ Centro de actividades ecuestres "Granxa do Souto" e “Roteiros”

¹⁶ Birding: observación de aves.

¹⁷ “Estaca de bares”; “Guía Descubrindo a Natureza en Mañón”; e “Ruta de Sendeirismo por Mañón”

Mañón non ten oficina de información turística.



Cerdido

Cerdido atópase entre as serras de Forgoselo e A Faladoira e o val de San Sadurniño. Os diversos ríos e regatos que discorren polo territorio verquen as augas en dúas cuncas: a do río Mera, que desemboca na ría de Ortigueira, e o río Porto do Cabo, que desemboca na ría de Cedeira.

Aínda que dispón de recursos naturais, a información turística na páxina do concello é escasa, e non se relaciona co turismo activo. Tampouco dispón de oficina de información turística.

2.2. Plans e proxectos en curso de turismo activo.

Ademais de todas as accións e proxectos de actuación público-privada emprendidos na última década, o Xeodestino Ferrolterra – Rías Altas continúa a súa actividade con importantes proxectos de turismo activo.

Neste proxecto, tal como se explica nos obxectivos, realizarase un estudo do Turismo Activo pero non soamente cinguíndonos á definición propia deste tipo de turismo. Neste proxecto estudaranse todas aquelas actividades turísticas relacionadas coas experiencias.

Os proxectos actuais do xeodestino mantén unha gran relación con este proxecto de Desenvolvemento de Turismo Activo seguindo en todo momento obxectivos de diferenciación, interrelación co tecido empresarial, creación de produto e sostibilidade. Estes proxectos son os seguintes:

Costa das Ondas: Costa das Ondas é a marca de promoción do xeodestino Ferrolterra – Rías Altas como destino de surf. O pasado ano 2016, a Mancomunidade de concellos da comarca de Ferrol -apoiado por la Axencia de turismo de Galicia (Xunta de Galicia), a Deputación da Coruña, e participado polo sector del surf- abre un procedemento para que aquelas entidades do sector turístico relacionadas co devandito deporte poidan adherirse ao proxecto e formar parte das accións de promoción online e offline. O fin é conseguir que o surf sexa un sinal de identidade da comarca. No marco deste proxecto realizouse un diagnóstico do Turismo de Surf no xeodestino e a creación de produto.

“Turismo Slow”: Baixo a filosofía de destino para gozar dun turismo lento e sostible, nace o proxecto de Turismo Slow, que inclúe establecementos de turismo rural. No ano 2015, Ferrolterra colabora coa Mariña Lucense para configurar o produto. Promóvese a vinculación co turismo activo aos

aloхамentos incluídos no proxecto, ofrecendo servizos demandados polo tipo de turista activo como un lugar habilitado para gardar bicicletas, táboas de surf e outros utensilios e servizo de pícnic entre outros.

Ademais existen outro tipo de proxectos e accións que contribúen ao posicionamento do turismo activo, destacando o **Pantín Classic Surf**, que posicionou este territorio a nivel nacional e internacional na práctica deste deporte e o **Camiño de Santiago Inglés**, no que se están levando a cabo diferentes accións de potenciación. De gran importancia son tamén diferentes **accións realizadas no Parque Fragas do Eume** como a habilitación de portais de entrada ou as rutas de sendeirismo no parque natural. Asemade, existe unha rede de rutas de sendeirismo e BTT en todo o xeodestino e accións de turismo experiencial como A Ruta das Meninas de Canido ou a Ruta Naval.

Expoñemos a continuación algúns destes proxectos:

Pantín Classic Surf (<http://www.pantinclassic.org/>): A praia de Pantín será o epicentro do mundo do surf en España desde o 26 de agosto ata o 3 de setembro. A proba de surf cumpre trinta anos e converteuse nunha reunión que reúne a 55.000 persoas. No ano 2017 unhas 125 persoas traballaron directamente no campionato, que é un dos máis importantes no circuíto de cualificación (QS) da World Surf League. Este evento axudou a posicionar o territorio como destino de surf a nivel nacional e internacional.

Portais de Entrada do Parque Fragas do Eume (parque natural desde 1997): Existe acceso ás Fragas do Eume desde A Capela, Pontedeume, Cabanas, Monfero ou As Pontes e portais de entrada, con información e contidos relacionados co parque, como son o Centro de Interpretación das Fragas do Eume en Pontedeume, o Centro de Visitantes de Monfero e o Museo Etnográfico de A Capela. En todo o parque existen rutas de sendeirismo e oferta de actividades como kayak e BTT entre outras.

Análise Interna

2.3. Ferrolterra – Rías Altas como xeodestino de turismo activo.

Desde finais do ano 2011, a Axencia de Turismo de Galicia utiliza os Xeodestinos como ferramenta para a posta en valor dun destino turístico especializado, para a consolidación dunha imaxe de marcar e como canal de promoción dun territorio, proporcionando produtos turísticos innovadores.

Concentrarémonos a continuación na análise de Ferrolterra como destino turístico, características xeográficas, impacto económico e social.

2.3.1. A importancia do territorio como potencial de Turismo Activo

As tres comarcas que conforman o xeodestino Ferrolterra – Rías Altas comparten, non só unha franxa litoral, se non tamén unha riqueza paisaxística e natural, unha historia e tradición, unha estrutura económica e uns obxectivos futuros de desenvolvemento comúns, coordinados e relacionados.

Unidade xeográfica

A característica principal da zona é a súa riqueza costeira e natural. Segundo reza a páxina oficial de turismo, <http://www.turismo.gal>, “Ferrolterra” esténdese por “*unha zona de costa abrupta e acantilada*”, con “*espléndidos areais e praias*¹⁸” e “*ten algúns dos espazos mellor conservados de Galicia, con moitas paraxes practicamente virxes*”.

¹⁸ Dende o punto de vista litolóxico, a principal característica que diferencia a zona é o un litoral de gran extensión de afloramentos graníticos e metamórficos singulares, especialmente acentuados entre as rías de Cedeira e Ortigueira. A evolución tectónica deu lugar á xeración dun fronte costeiro orixinal, con presenza das rías.



Mapa de municipios que integran o xeodestino Ferrolterra.

Fonte: <https://www.galiciaturismorural.es/destinos/ferrolterra>

O escenario costeiro está marcado pola verticalidade das zonas rochosas e a planicies nas ladeiras. A accesibilidade ao mar foi o elemento clave na construción da paisaxe e a economía e explica a existencia de lugares nos que a actividade agraria é fundamental, preto de núcleos de tradición pesqueira e mariscadora.

Unidade socioeconómica

A estrutura urbana está formada por núcleos con importantes áreas industriais e unha ampla zoa rural periférica, dependente da primeira.

Un dos principais activos de Ferrol, en materia de infraestruturas, é o sistema portuario. Asemade destaca na fabricación de material de transporte e grandes reparacións, segundo o “Diagnóstico de situación socioeconómica e territorial

de Galicia” da Consellería de Facenda (2014). No obstante preocupa un certo declive demográfico e económico nas últimas dúas décadas¹⁹.

Narón, por outra banda, presenta unha dinámica compensadora, cun aumento de poboación en idade de traballar e un destacado crecemento no número total de empresas²⁰, aínda que a renda per cápita continúa sendo maior no municipio ferrolán.

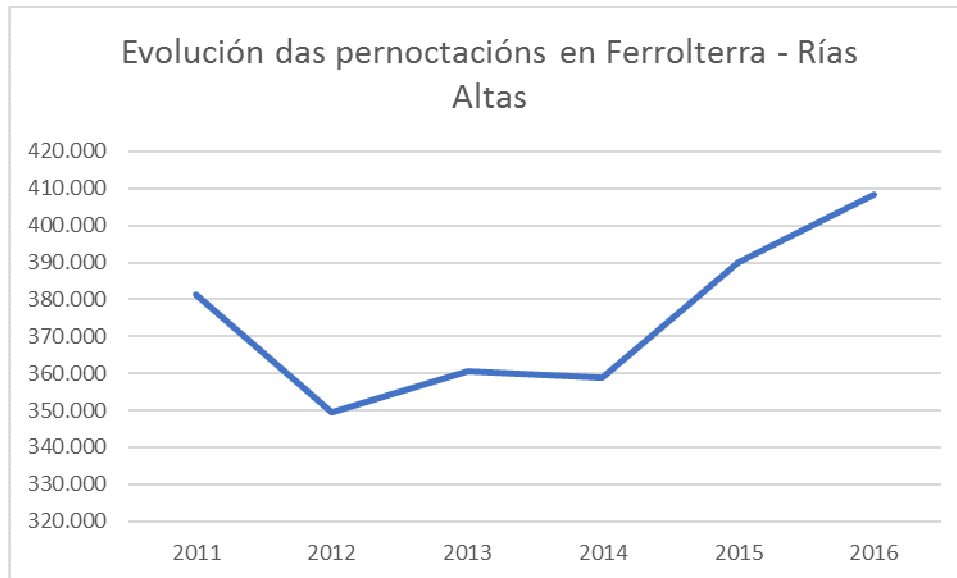
En referencia ao turismo, o xeodestino Ferrolterra – Rías Altas experimenta un lento, aínda que continuo aumento no número de estancias de noites nos últimos anos. Rexistrando un 4,1% do total de Galicia, segundo datos do IGE, 2016, os turistas concéntranse especialmente na superficie costeira, cunha presión de 0,61 viaxeiros por cada cen residentes.

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Todas						
Noites						
Ferrolterra	381.377	349.593	360.569	358.860	389.915	408.478
	Noites	Indicador Área	Indicador Poboación (1)			
Ferrolterra	385.897	478	0,61			

Fonte: Instituto galego de Estatística

¹⁹ Dende principios do século XXI, a cidade de Ferrol perdeu un 15% da súa poboación total e reduciu un 24% a actividade económica, cunha diminución de empresas do 5%, como redacta o “Diagnóstico socioeconómico comparado de Ferrol e a súa área de influencia” da Asociación de Empresarios Ferrolterra, 2016.

²⁰ Segundo o devandito informe da Asociación, en Narón a poboación aumentou un 34%, o seu índice de actividade económica un 15%, e o número total de empresas un 40%.



Elaboración propia con datos do Instituto galego de Estatística

Como se pode apreciar, a evolución relativa ás pernoctacións é positiva nos últimos anos. Unha vez superada a etapa de recesión económica, ano 2012, rexistrouse un pequeno crecemento ata o ano 2014. A partir deste ano produciuse un importante despegue ata o 2016, no que se superaron as 400.000 pernoctas no xeodestino.

Ferrolterra – Rías Altas, integrado polas comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal, constitúen un ámbito territorial no que as actividades socioeconómicas xiran tradicionalmente o redor do núcleo urbano de Ferrol e a súa continuación cara Narón, e que se estende pola costa hasta Ortigueira no norte, e Pontedeume no sur, e cara ó interior hasta As Pontes no oeste.

Patrimonio natural

Ao longo dos máis de 450 km² que configuran o xeodestino, atopamos catro áreas declaradas Lugares de Importancia Comunitaria (LIC) , que o 27 de marzo do ano 2014, mediante o DECRETO 37/2014, reciben a distinción de

Zonas Especiais de Conservación (ZEC), aprobando o Plan director da Rede Natura 2000 de Galicia.

LIC/ ZEC Costa Ártabra: abrangue 7.545 ha. dos concellos de Cariño, Cedeira, Ferrol, Narón, Valdoviño, Ortigueira, Ares e Mugardos. A costa caracterízase polos seus cantís caendo sobre o mar coa presenza de lagoas de gran valor para as aves.

LIC/ ZEC Ortigueira- Mera: cunha superficie de 3.868 ha, abrangue os concellos de Cariño, Ortigueira, Cerdido, As Pontes e As Somozas. Destaca nos seus valores naturais os fondos mariños, esteiro, marismas, praias, duna, bosques de ribeira, aves acuáticas e de bosque.

LIC/ ZEC Fragas do Eume: cunha superficie de 9.127 ha, comprende os concellos de Cabanas, A Capela, As Pontes de García Rodríguez, Monfero e Pontedeume. Son un ecosistema único en Galicia, posto que manteñen as únicas Fragas naturais de toda a comunidade e parte da Península Ibérica. Case a metade da bio-flora galega está presente na zona e é hábitat dunha extensa e variada fauna diversa e orixinal.

LIC/ ZEC Xubia- Castro: con máis de 2.000 ha, o espazo natural exténdese polos concellos de A Capela, Moeche, Narón, Neda, San Sadurniño, As Somozas e As Pontes. Conserva gran parte dos bosques tradicionais de ribeira, percorridos polo río Xubia e o seu afluente, o Castro.

O turismo de natureza adxudica valor á biodiversidade, compatibilizando a conservación coa obtención de beneficios económicos que fomentan o desenvolvemento das comunidades asentadas nas áreas protexidas.

Na actualidade estase traballando, tanto a nivel nacional como autonómico, para conservar a biodiversidade e garantir o uso racional dos recursos.

Patrimonio cultural

É novamente o núcleo de Ferrol o que encabeza a lista do patrimonio histórico. Destacamos o Barrio Vello, o Barrio da Magdalena, as prazas de Armas e de Amboage e o Museo Naval. Tamén a Semana Santa, patrimonio inmaterial, foi declarada de Interese Turístico Internacional no ano 2014.

Da influencia relixiosa hérdanse varias igrexas e mosteiros, destacando o Mosteiro de Caveiro na Capela, Santa María en Monfero, San Martiño de Xubia, e O Couto en Narón.

Destácase no xeodestino a configuración das vilas, que “gardan a esencia de antano” segundo reza a páxina da Axencia de Turismo de Galicia, comezando cos balcóns das casas da vila de Ares, as casas- embarcadoiros de Redes, e o Barrio do Ponto en Ortigueira.

No eido do patrimonio cultural inmaterial, cabe destacar a importancia nacional e internacional do “Festival Internacional do Mundo Celta de Ortigueira”, e no ámbito relixioso, a Semana Santa de Ferrol.

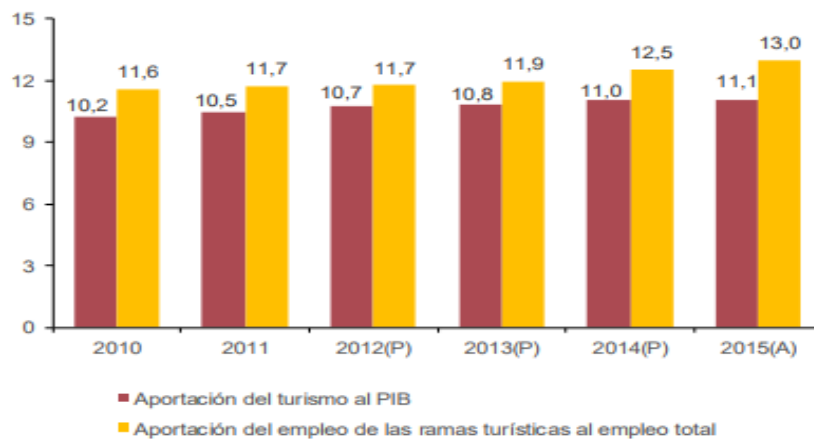
Gastronomía

A gastronomía é, sen dúbida, un dos principais atractivos das comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal. Dende os “pementos do couto”, con Indicación Xeográfica Protexida, hasta o coñecido “pulpo á murgadesa”, sen esquecer a “empanada e pan de Neda”, a “terneira da Capelada”, o “queixo de Moeche”, a “mel de San Sadurniño”, e os “berberechos”, “ameixas”, “cocadas”, “bicos” e “tarta de Ferrol”.

2.3.2. Importancia económica do turismo activo

Case unha sexta parte da economía española está vinculada ao turismo. Segundo o estudo presentado en Xullo do presente ano por Caixabank, o sector turístico aporta un **16% ó PIB** (aproximadamente 171.500 millóns de euros), acadándose unha cifra récord e sen precedentes no noso país.

Aportación de la actividad turística al PIB y al empleo (%)



Fonte: Instituto Nacional de Estadística

A inestabilidade xeopolítica de países competidores estímase que elevará a entrada de viaxeiros internacionais a 84 millóns en 2017, case un 12% máis das previsións de Caixabank Research.

En definitiva, o turismo eríxese como o auténtico motor nacional, con gran impacto en outros sectores.

En contraste coas devanditas cifras, Exceltur anuncia un descenso de ingresos por turista estranxeiro, particularmente motivado pola caída da estancia, aínda que se produce un pequeno incremento do 1% no gasto diario en destino. O resultado é unha perda do 3%, que encadea cinco anos consecutivos.

Ingreso medio nominal por turista extranjero. Enero-diciembre 2000-2016
(Ingresos por turismo de la BP/nº de turistas).

Fuente: Elaborado por Exceltur a partir de IET, INE y Banco de España.



O **turismo activo**, en xeral, está vinculado ó deporte en espazos naturais. Sen embargo nalgúns casos a súa evolución está levando a outros tipos de actividades como o lecer experiencial ou turismo experiencial.

O turismo de aventura é unha actividade na que "cada vez máis destinos tratan de posicionarse porque recoñecen o seu valor ecolóxico, cultural e económico", tal como explica a Organización Mundial do Turismo (OMC). ATTA define como a viaxe de aventura (cunha estadía mínima) que inclúe polo menos dous dos seguintes tres elementos: actividade física, ambiente natural e inmersión cultural.

Ata fai uns anos, o turismo de aventura era considerado un pequeno nicho no sector turístico. Pero hoxe en día converteuse nun negocio cada vez máis internacional, cunha **facturación global estimada de 263.000 millóns de dólares por ano**, segundo os cálculos da Asociación de Comercio de Viaxes Aventura.

Tanto é así que no ano 2014, a Organización Mundial do Turismo publica o seu primeiro informe adicado ao turismo de aventura “**Global Report on Adventure Tourism**”.

O devandito informe inclúe un fragmento do estudio realizado pola “Wyse Travel Confederation” que amosa a preferencia de destino para estudantes e xoves viaxeiros, así como as actividades máis populares dos últimos anos:

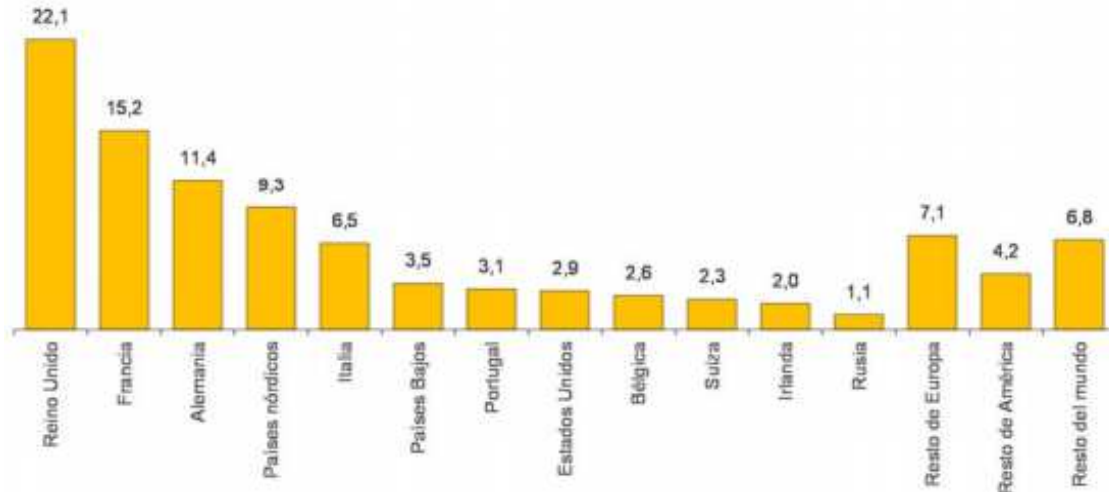
<p>¿Cales son os destinos máis populares para estudantes e xoves viaxeiros?</p> <ol style="list-style-type: none">1• <i>Estados Unidos</i>2• <i>Canada</i>3• <i>Australia</i>4• <i>Francia</i>5• <i>Reino Unido</i>6• <i>Nova Zelandia</i>7• <i>Italia</i>8• España9• <i>Tailandia</i>10• <i>Arxentina</i>	<p>¿Que actividades foron as máis populares nos últimos 5-10 anos e que actividades son na actualidade novas ou de tendencia?</p> <p><i>As actividades culturais tende a ser as máis populares, seguidas das actividades en natureza. En termos de tendencia sendeirismo/ excursionismo/ trekking, incrementaron globalmente o longo dos pasados anos- 18,7% dos entrevistados indicaron que participaron nestas actividades no ano 2017, incrementando un 48% dende o 2013</i></p>
---	--

Fonte: Wyse Travel Confederation. OMT Global Report on Adventure Tourism.

Aínda que non hai cifras específicas sobre a demanda e consumo de **turismo activo** no noso país, para valorar o seu impacto basearémonos noutros datos turísticos facilitados polas principais fontes nacionais e internacionais do sector.

Segundo informa Instituto de Turismo, na “Ficha Executiva Alemaña, Xaneiro 2017”, **España ocupa o cuarto lugar como destino favorito de turismo activo para poboación xermana**, octavo en turismo de natureza e noveno en turismo cultural. No ano 2016, o turismo alemán representa un 11,4% sobre un total de turistas estranxeiros que visitaron o país.

CHEGADA DE TURISTAS INTERNACIONAIS POR PAÍS DE RESIDENCIA. PORCENTAXE SOBRE O TOTAL



Fonte: Estadística de Movimientos Turísticos en Fronteras (FRONTUR) Diciembre 2016

Segundo datos do INE, “Estadística de movementos turísticos en fronteira 2016”, Galicia recibe nese mesmo ano un total de 1.074.645 internacionais, sendo o gasto medio diario por persoa 95 euros, cunha duración media da viaxe de 10 días.

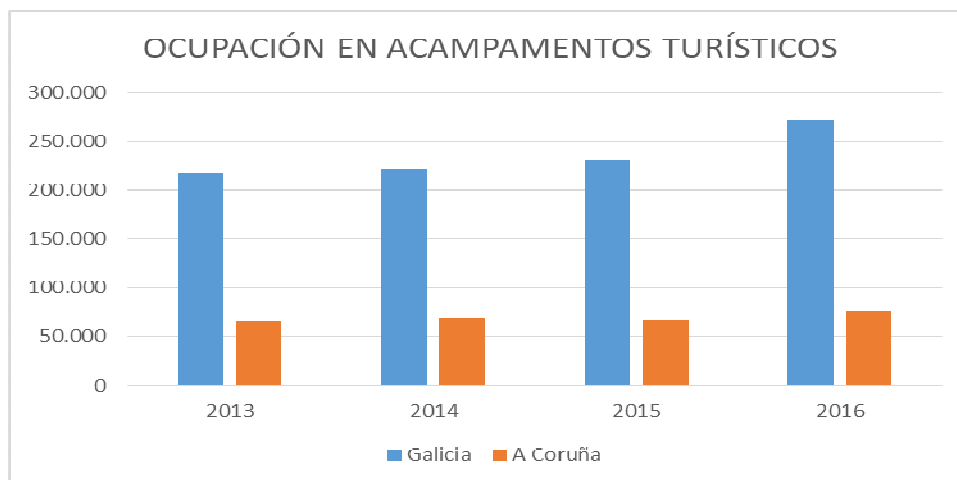
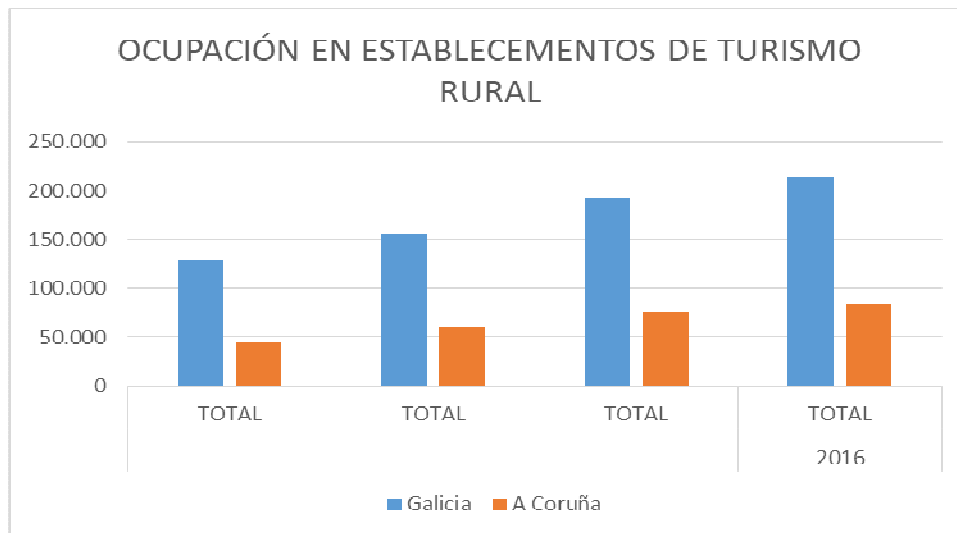
Analizando a “Estadística de ocupación en establecementos turísticos e infraestrutura turística”, o reparto de viaxeiros, segundo a súa procedencia e tipo de aloxamento amósase na táboa a continuación:

Viaxeiros entrados e noites en establecementos hoteleiros e de turismo rural por procedencia 2016

INE 2016	Viaxeiros Hoteleiros			Viaxeiros Turismo Rural		
	residentes	non residentes	TOTAL	residentes	non residentes	TOTAL
España	49.543.245	50.296.787	99.840.032	2.971.327	662.291	3.633.618
Galicia	3.102.983	1.223.417	4.326.400	153.382	60.000	213.382
A Coruña	1.337.243	723.328	2.060.571	52.699	30.814	83.513

Fonte: elaboración propia segundo datos do INE

O turista activo, sen descartar os establecementos hoteleiros, ten preferencia por aloxamentos de turismo rural e campamentos turísticos (Ver apartado 3.3. Demanda de Turismo Activo). Os gráficos reflexan unha evolución positiva tanto en Galicia, como na área obxecto de estudio:



Fonte: Gráficos elaboración propia segundo datos do INE 2016

En apartados anteriores xa falamos do potencial atractivo da áreas de Ferrolterra – Rías Altas para a práctica de turismo activo, segundo cita na páxina de www.turferrol.com:

“O territorio xeográfico de Ferrolterra, grazas os seus espazos naturais, pola diversidade da súa paisaxe de mar e montaña convértese no lugar ideal para a práctica de actividades de turismo activo.”

En Ferrolterra hai **máis de corenta e cinco empresas e quince clubs de turismo activo** que se estima que xerarán **máis de cento oitenta postos de traballo directo**, ó que **habería que sumar as actividades indirectas e complementarias** e o traballo estacional, que triplicaría a devandita cifra.

O Pantín Classic xera aproximadamente uns dez millóns de euros anuais, segundo as estatística. Pero a falta de datos en outros deportes e actividades de lecer o aire libre, o periódico Expansión (“*A España Surfeira*” por Víctor M. Osorio. 24/06/2016) comunica que nin tan sequera o Pantín Classic Galicia Pro saca o máximo proveito da industria millonaria do surf:

“A praia de Valdoviño atrae cada ano a 35.000 persoas, máis de 6.000 de fora do noso país”

“12.000 millóns e o diñeiro que move a industria do surf en todo o mundo cada ano, sendo seus grandes epicentros EEUU, Australia e Brasil.”

“120 millóns é o número de afeccionados o surf no planeta, dos que 35 millóns practican ademais ese deporte”

“14 millóns e o que xera o surf o ano en San Sebastián. Un pequeno pobo como Ribamontán (Cantabria) move máis de 3 millóns”

Segundo o mesmo artigo, a base do problema é que son os municipios os encargados de fomentar o deporte. Como sinala Antón Sáez, responsable de la World Surf League (WSL) en España: *“O problema é que todos estes plans son actuacións puntuais, sen unha estratexia común, sen un plan compartido.”*

Por outra banda, comunidades autónomas como Canarias, amosan cifras de ingresos por turismo activo que acadan os 1.410 millóns de euros anuais (un

10,2% do total de ingresos do sector), segundo a análise realizada pola Consellería de Turismo, Cultura e Deportes da comunidade:

“Trátase dun viaxeiro que ten unha estancia superior á media -10,2 días fronte a 9,5- e un gasto por persoa e viaxe tamén por enriba da media -139,40 euros fronte a 133,60-, o que significa que gastan máis en aloxamento, en transporte, en alimentación e en ocio en xeral”.

A Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo (ANETA), como máxima asociación empresarial representativa do sector e integrada na Confederación Europea de Empresas de Turismo Activo (EC- OE), nos últimos anos fala dun sub-sector turístico de **máis de 1.500 empresas especializadas no noso país, cun volume de negocio aproximado de 150 millóns de euros anuais, 8.000 traballadores fixos e máis de 10.000 eventuais**. Pero, sen dúbida, habería que elevar estas cifras, considerando a oferta non regulada e clandestina, as entidades sen ánimo de lucro e de carácter público, as empresas de aloxamento e outros servizos que complementan a carteira de produtos con actividades de turismo activo, así como tamén as empresas non promocionadas nos canles turísticos convencionais.

Segundo a Asociación Nacional de Empresas de Turismo Activo, **o perfil da compañía que se dedica ó turismo de natureza é “unha pequena o mediana empresa, composta por un xestor, un director técnico, e que ten contratado un ou dous traballadores fixos e que conta cunha inversión inicial de uns 30.000 euros”.**

O sector turístico é coñecido pola súa habilidade de creación de emprego e xeración de intercambio exterior. Particularmente o turismo activo fai énfases nas áreas rurais, cultura local e pode ser desenvolto coas infraestruturas existentes.

A Axencia de Turismo de Galicia non é allea á importancia do sector e o seu potencial nas comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal. O 12 de Xullo do 2017 asina un acordo coa Mancomunidade de Municipios da Comarca de Ferrol²¹ que supón un orzamento de 75.000 euros²² para acometer actividades de promoción e dinamización dos municipios integrados na marca Ferrolterra – Rías Altas.

En definitiva, e como se expresa dende a Asociación de Empresas de Turismo Activo e de Natureza, AGETAN, na “Xornada Novo Turismo Activo en Galicia”, celebrada en Cenlle (Ourense), 2017²³:

“Hai bastantes empresas de turismo activo que están facendo as cousas moi ben en Galicia, pero nos falta moita información sobre a situación real deste sector. Temos que estruturalo, profesionalizarnos e posicionarnos como marca, primeiro a nivel interno e nacional”.

“Ben estruturado e con unha boa comercialización, o impacto do turismo activo en Galicia é enorme, tanto como oferta complementario o como motivador principal da chegada de viaxeiros que buscan este tipo de experiencias”.

Por último, Xavier García, presidente da Asociación Prepyr365 destaca a importancia da cooperación público-privada:

“Os empresarios debemos ser os propios embaixadores do noso produto (...) e apostemos polo posicionamento dunha marca potente”

²¹ Presidente da Mancomunidade de Municipios da Comarca de Ferrol, 2017: Jorge Suárez

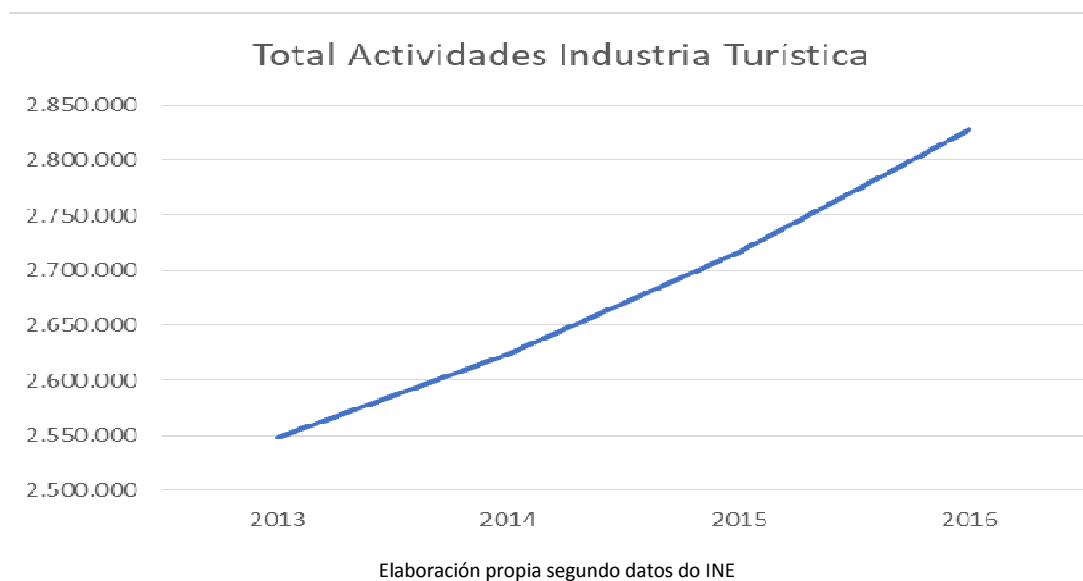
²² O 80% do montante é aportado pola Xunta e o 20% pola Mancomunidade

²³ Fonte: Hosteltur “Posicionar a marca Galicia Turismo Activo, un reto para o sector”

2.3.3. O turismo e as persoas. Empresas e emprego vinculadas ao turismo activo. Valoración

Segundo reflexa a EPA na “*Estatística de Emprego Turístico*” (Explotación de Turespaña), a evolución de emprego a nivel nacional do sector amosa unha tendencia positiva nos últimos anos, acadando un total de 2,8 millóns de postos de traballo no ano 2016.

Segundo datos da Axencia de Turismo de Galicia, no ano 2016 o sector é un dos máis activos e con maior capacidade de desenvolvemento da nosa comunidade, representando máis do 11% do PIB e o 12% do emprego.

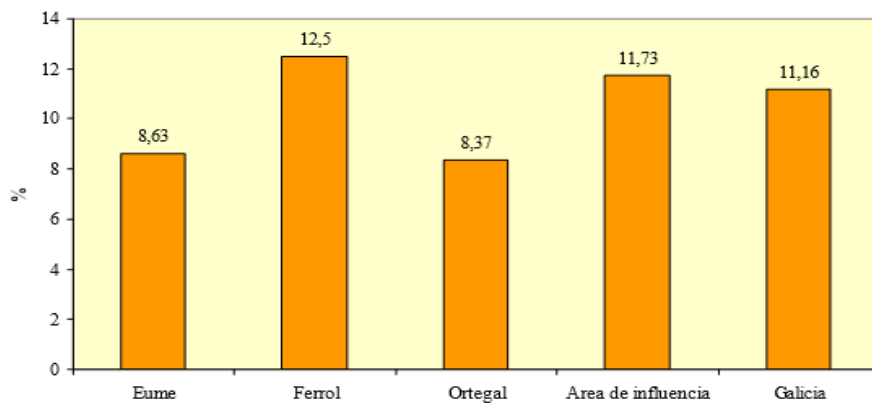


De novo, non existen datos específicos de emprego no sector turístico, e menos do turismo activo, na área de Ferrolterra – Rías Altas. Por outra banda, o indicador básico do mercado de traballo das comarcas obxecto do estudo é a taxa de paro, polo que non se pode facer unha estimación metodoloxicamente solvente por municipios. Os gráficos que se amosan a continuación foron elaborados por Jesús Ángel Dopico Castro, 2016, para o “*Diagnóstico socioeconómico comparado de Ferrol a súa área de influencia*” da Asociación de Empresarios de Ferrolterra”

As porcentaxes son unha aproximación baseada no cociente entre o número de residentes desocupados por concello e a poboación en idade de traballar.

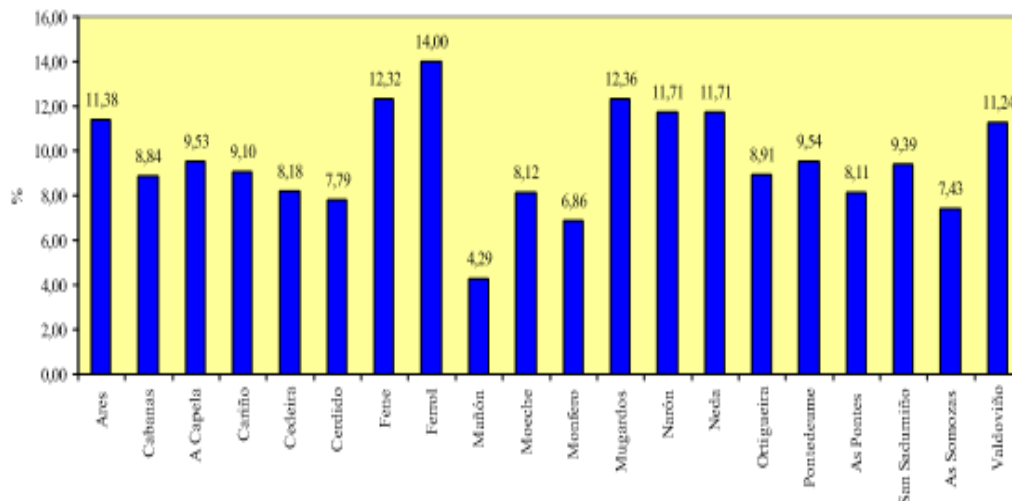
Sendo a media de parados en Galicia de un 11,16%, Ferrol sitúase á cabeza en termos de desemprego, cun total do 12,5% na súa área de influencia e un 14% na área urbana.

Rateo entre parados rexistrados e poboación de 16 a 64 anos na área de influencia de Ferrol.



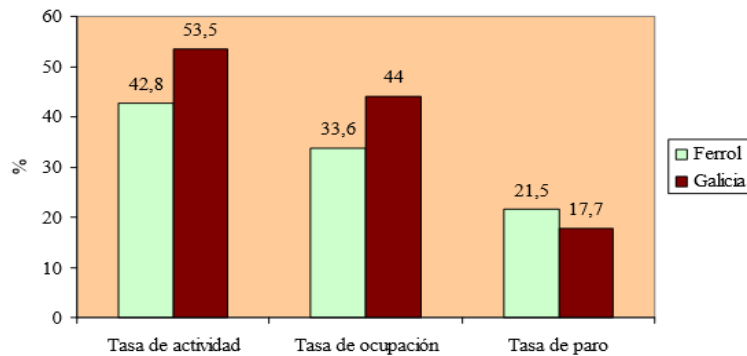
Fonte: "Diagnóstico socioeconómico comparado de Ferrol y su área de influencia"

Ratio entre parados rexistrados e poboación de 16 a 64 anos



Fonte: "Diagnóstico socioeconómico comparado de Ferrol y su área de influencia"

Comparación de indicadores básicos da EPA entre Ferrol e Galicia (segundo trimestre do 2016) segundo datos do IGE e a EPA

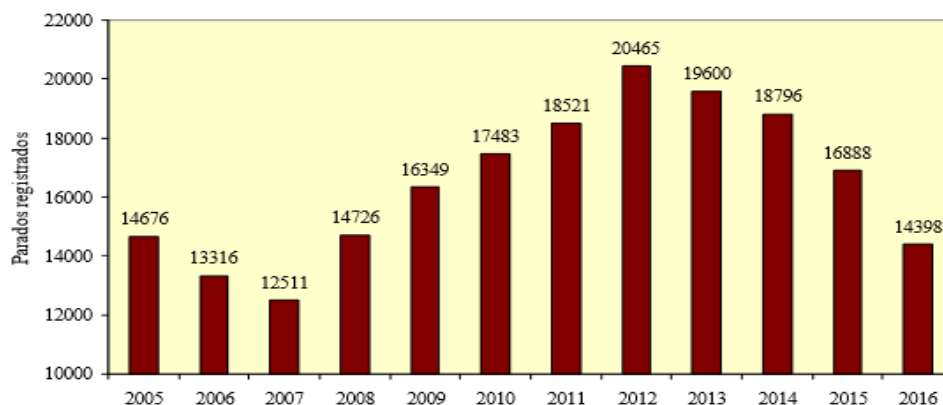


Fonte: "Diagnóstico socioeconómico comparado de Ferrol y su área de influencia"

Aínda que as cifras poidan semellar desalentadoras, existe unha evolución positiva do emprego nos últimos anos, tras a superación da crise do ano 2007.

No presente ano 2017 Ferrolterra comeza a amosar algunhas tendencias positivas en canto a redución das taxas de desemprego. As cifras publicadas o pasado mes de Agosto pola Consellería de Economía e Facenda indican que na actualidade hai 13.452 demandantes de traballo, 1.300 menos que no ano 2008, debido ó rebote da hostalaría e o comercio.

Dinámica del paro rexistrado na área de influencia de Ferrol (2005-2016)



Fonte: "Diagnóstico socioeconómico comparado de Ferrol y su área de influencia"

Segundo datos do IGE, no ano 2017, os aloxamentos turísticos deron lugar a máis de 3.000 postos de traballo, só na provincia de A Coruña.

En definitiva, o turismo, en especial o turismo activo, preséntase como unha oportunidade para a creación de emprego nos concellos do xeodestino. Nesta liña, a Deputación de A Coruña e a Confederación de Empresarios de Ferrolterra firman o pasado mes de Outubro en Ferrol, un acordo para fomentar o emprego e o emprendemento e potenciar o tecido empresarial das comarcas. En concreto, COFER lanzará unha plataforma online de emprego e porá en marcha un servizo de asesoramento para demandantes, o que resalta que a creación de emprego continúa a ser prioridade para o goberno provincial²⁴.

En referencia o **emprego xerado polo turismo activo no xeodestino Ferrolterra**, no apartado anterior fixemos unha estimación de douscentos traballadores en actividades directas, en base ao número de empresas e asociacións actualmente rexistrados na área. Non obstante, resulta difícil dar unha cifra exacta, xa que dos dezaseis clubs só tres facilitan o dato.

Nome Club	Lugar	Empregados
Centro BTT Valle de Esmelle	Ferrol	Sin dato
Club ciclista Ferrol	Ferrol	Sin dato
Club de Golf Campomar	Narón	4
Club de Montaña Ferrol	Ferrol	Sin dato
CLUB DE PIRAGÜISMO GRUPO XUVENIL	As Pontes	Sin dato
Club do Mar Mugar dos	Mugar dos	Sin dato
Club Náutico Ría de Ares	Ares	Sin dato
Club Parapente Ferrol	Ferrol	Sin dato
Club piraguisimo Copacabana	Ferrol	Sin dato
Club Remo Narón	Narón	Sin dato
Club Windsurf Ferrolvento	Narón	Sin dato
Clube do Mar	Ferrol	Sin dato
Clube Marítimo de Redes	Ares	2
Clube Marítimo La Panela	Cabanas	Sin dato
Green Summer-Cedeira		Sin dato
Club Nautico Foli xa	As Pontes	4
Alawa Surf Camp	Valdoviño	2
Camino Surf Camp	Valdoviño	Sin dato

²⁴ Fonte: www.cofernet.com. “Deputación e COFER impulsan un plan de actividades para potenciar o tecido empresarial e o emprego nas comarcas de Ferrolterra, Eume y Ortegal” 9/10/2017.



Cantil Escalada	Ferrol	2
Escudería Ferrol	Ferrol	Sin dato
Firrete Aventura	Pontedeume	Sin dato
Nordes Surfhouse	Ferrol	1
Grupo Bazán - Asociación Cultural Deportiva y Recreativa	Ferrol	Sin dato
Surf House Cedeira	Cedeira	Sin dato
Kayak Redes	Redes	Sin dato

10

Táboa elaboración propia

Mesma situación en referencia ás corenta e sete empresas.

Nome Empresa	Lugar	Empregados
Granja Escuela Aldea Nova	Narón	6
A Casa Do Mel	As Pontes	2
¿Querevela? (antes se llamaba: Sanjola)	Cariño	Sin dato
A Ventureira Ocio Cultural	As Pontes	Sin dato
Actividades Estaca	Mañón	5
Ares Paintball	Ares	Sin dato
Buceo Ferrol	Ferrol	Sin dato
Cabanas Ocio Activo	Cabanas	Sin dato
Casa Cabaneiro	Cerdido	Sin dato
Dunasport	Ferrol	Sin dato
El Galeón-Esc Act Maritimas	Ferrol	Sin dato
Eumenatura	Monfero	Sin dato
Fernández Cabana S.L.	Ferrol – Fene	Sin dato
Ferrol Surf & Yoga House	Cabanas	Sin dato
Fertur Servicios turísticos (Ferrol Guías)	Ferrol + Narón	Sin dato
Granxa do Souto	Ortigueira	Sin dato
Granxa Escola Beelle	Fene	Sin dato
Hípica Prado Ventura	As Pontes	2
Hotel de natureza casa Fragas do Eume	Monferro	2
La Colina	Moeche	Sin dato
La Guagua Servicios Socioculturales	Ferrol	Sin dato
LR Surf School	Ferrol- Doniños	1
Monos de Mar	Ferrol	4
Multiocio ET Central	Valdoviño	Sin dato
Nortwest Painball	Ferrol	Sin dato
Oxigeno Surf School	O Barqueiro	Sin dato
Pantin Surf Camp	Valdoviño	Sin dato
Roteiros	Ortigueira	Sin dato
Sendeiros no Mar	Valdoviño	Sin dato



Surf & Breakfast	Valdoviño	Sin dato
The Camp Doniños	Ferrol	Sin dato
Tour E-Bike	Narón	Sin dato
Valdo Surf School	Valdoviño	4
Vulcan Wake	A Graña	Sin dato
Xunco Nautica Deportiva S.L	Ortigueira	Sin dato
Ortegal Surf Escola	Ortigueira	3
Ares dende o mar	Ares	Sin dato
Trainnova	Ferrol	Sin dato
34		

Táboa elaboración propia

Para estimar os datos de emprego nas empresas e clubs do territorio temos que ter en conta as seguintes premisas:

- A maior parte dos clubs non xeran postos de emprego posto que son os mesmos asociados e preparadores deportivos os que monitorizan as actividades de turismo activo.
- As empresas de turismo activo apenas dispón de persoal fixo, a maior parte dos contratos realízanse de forma temporal nos meses estivais, o que demostra a grande estacionalidade deste sector.

Segundo estas conclusións resulta de vital importancia para a potenciación do emprego e do alcance económico do turismo activo a desestacionalización, potenciando actividades durante todo o ano.

2.4. Oferta Turística do turismo activo.

O xeodestino Ferrolterra ten recursos endóxeos de alto valor natural e paisaxístico que o fan un destino único. Aínda que existe unha variada oferta de turismo activo, o surf e o sendeirismo asemellan ser a base do turismo activo das comarcas.

Facemos a continuación unha relación e valoración de todas as actividades, recursos e produtos turísticos dispoñibles para os visitantes.

2.4.1. Recursos e Produtos Turísticos. Inventario e Valoración

RECURSOS NATURAIS

O Parque Natural das Fragas do Eume encabeza a lista dos tesouros naturais do xeodestino. Todo o seu territorio encádrase na comarca do Eume, que limita ao norte coa de Ferrolterra e ó sur coa das Mariñas, compartido polos concellos de As Pontes, Monfero, A Capela, Cabanas e Pontedeume. Declarado “Parque Natural” no ano 1997, trátase do bosque atlántico costeiro máis importante que se conserva en Europa, ademais de LIC e ZEC, que abrangue 9.126 hectáreas nas beiras do río Eume.

Os ríos Xuvia e Castro dan nome a unha zona protexida por la distinción LIC. Baixo o LIC Xuvia – Castro atópanse dous espáceos naturais. Por un lado, o tramo do río Grande de Xuvia e o seu afluente principal, o Castro. Por outro, a serra de Forgoselo.

O espazo mariño da costa Ferrolterra- Valdoviño ten a designación da ZEPA ES0000496, pola súa importancia ornitolóxica, dada a relevante presenza de aves migratorias e ameazadas, incluídas na Directiva 2009/147/CE.

A Costa Ártabra é un espazo natural que abrangue 7545 ha. dos concellos de Cariño, Cedeira, Ferrol, Narón, Valdoviño, Ortigueira, Ares e Mugar dos. A costa caracterízase polos seus cantís caendo sobre o mar coa presenza de lagoas de gran valor para as aves

O espazo de Ortigueira a Mera, protexido como ZEC desde o ano 2001, abrangue 3.868 ha dos concellos de Cariño, Cerdido, Ortigueira, As Pontes de García Rodríguez e As Somozas, ó carón da ría de Ortigueira e de Ladrado.

AS RÍAS

As rías, son unha peculiaridade xeomorfolóxica da costa atlántica galaica. Son vales fluviais, de orixe tectónico, abertos ao océano e anegados por auga. Caracterizándose en xeral polo seu pequeno tamaño e mais pola súa elevada colmatación e afloramento, as rías galegas forman un dos ecosistemas máis ricos e produtivos do mundo.



Fonte: googlemaps

Rías de Ferrolterra – Rías Altas:

- Pontedeume / Ares
- Ferrol
- Cedeira

As máis occidentais, Cedeira e Ortigueira, son tamén as máis amplas e presentan tramos de costa acantilada e abrupta, aínda que no seu interior,

ábrense espléndidos areais como os de Vilarrube en Cedeira, e Morouzos en Ortigueira. Na zona oriental son menores en tamaño e o perfil é máis suave.

Segundo datos do IGE , a pesca, o marisqueo, a acuicultura mariña e o sector transformador dos produtos do mar dan traballo na nosa Comunidade a máis de 100.000 persoas de forma directa ou indirecta, e xeran unha riqueza duns 1.136 millóns de euros (ano 2012), cifra que representa o 2,1% da riqueza de Galicia (PIB).

Por todo isto, non sorprende a **importancia nacional e internacional da actividade pesqueira da zona, asemade a atracción de multitude de turistas.**

OS CANTÍS

En alternancia coas anteriores, o noroeste da península amosa unha gran variabilidade de acantilados en función da súa altura, o seu perfil, grado de dinamismo e formas asociadas.

No norte galaico nos atopamos cos **cantís de maior cota sobre o nivel do mar de Europa, 613 metros**, e os terceiros en altitude despois de Noruega e Irlanda. Estamos a falar, na *Serra da Capelada*, dos *Acantilados da Vixía da Herbeira*, entre Cedeira e Estaca de Bares. Dende o seu punto máis elevado se atopa a garita de Herbeira, unha antiga caseta de vixía construída en pedra no século XVIII.

OS CABOS

O Cabo Ortegal é o segundo máis setentrional da Península Ibérica, só superado por Estaca de Bares. Forma parte da ría de Ortigueira e polo seu valor xeolóxico, morfolóxico, ornitolóxico e paisaxístico, está incluído no Lugar de Interese Comunitario da Costa Ártabra. Ten tamén a catalogación de

“humidal incluído no *convenio de Ramsar*” e “Zona de especial protección para as aves”. É sen dúbida o lugar máis emblemático da comarca de Cariño, onde se atopan as rochas máis antigas da Península Ibérica e as cuartas do mundo, algunhas de elas datadas de fai 1.160 millóns de anos.

AS PRAIAS

Con fina area branca, augas turquesas e extensos areais, as praias da comarca de Ferrolterra son un paraíso, do que gozar todo o ano.

O xeodestino dispón dunha costa variada para todos os gustos, dende as praias protexidas pola ría, preferidas para o turismo de sol e praia, ata os areais de mar aberto e fortes ondas, ideais para a práctica do sur, a vela e outros deportes de turismo activo.

Das corenta e sete praias analizadas pola Consellería de Sanidade nas comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal, seis de elas foron certificadas de “calidade excelente” e soamente dúas foron clasificadas cunha calidade insuficiente para o baño.

PATRIMONIO HISTÓRICO- ARTÍSTICO

O Xeodestino Ferrolterra – Rías Altas é tremendamente rico en patrimonio cultural, segundo reflexa o cadro de Relación de Bens da Xunta de Galicia. A pegada histórica e a relixión se aprecia nos numerosos pazos, castelos, igrexas e mosteiros repartidos polas súas comarcas.

Relación de Bens de Interese Cultural da área Ferrolterra

Ben	Clasificación	Concello	Disposición legal 1: tipo
Comarca eumesa	<i>Paraxe pintoresca</i>	Ares / Cabanas / A Capela / Fene / Miño /	Decreto 2234/1971
Castelo de García Rodríguez	Monumento	As Pontes de García Rodríguez	Resolución DGBAA
Dolmen de Dombate	Monumento	Cabana de Bergantiños	Real Decreto 728/1978
Torre da Penela	Monumento	Cabana de Bergantiños	Resolución DGBAA
Castro da Cidá de Borneiro	Monumento	Cabana de Bergantiños	Decreto 57/2011
Barrio da Madalena	Conxunto histórico	Ferrol	Decreto 28/1984
Arsenal de Ferrol	Monumento	Ferrol	Resolución DGBAA
Batería de San Cristovo	Monumento	Ferrol	Resolución DGBAA
Batería de San Carlos	Monumento	Ferrol	Resolución DGBAA
Batería de Viñas	Monumento	Ferrol	Resolución DGBAA
Castelo de San Felipe	Monumento	Ferrol	Resolución DGBAA
Torre Antiga de Ferrol	Monumento	Ferrol	Resolución DGBAA
Barrio de Ferrol Vello	Conxunto histórico	Ferrol	Decreto 33/2011
Torre de Lama	Monumento	Mañón	Resolución DGBAA
Castelo de Moeche	Monumento	Moeche	Resolución DGBAA
Mosteiro de Santa María de Monfero	Monumento	Monfero	Decreto
Castelo da Palma	Monumento	Mugardos	Resolución DGBAA
Igrexa e casa reitoral de San Martiño de Xubia	Monumento	Narón	Decreto 2644/1972
Pazo fortaleza dos Condes ou Torre dos Andrade	Monumento	Pontedeume	Real Orde
Igrexa de San Miguel de Bréamo	Monumento	Pontedeume	Decreto
Castelo de Nogueirosa ou Castelo de Andrade	Monumento	Pontedeume	Resolución DGBAA
Castelo de Naraio	Monumento	San Sadurniño	Resolución DGBAA

Fonte: Rexistro de bens de Interese Cultural da Secretaría de Cultura da Xunta de Galicia

A Terra de Trasancos²⁵ estivo bastante poboada na etapa anterior á romanización. Da etapa megalítica aparecen numerosos conxuntos referentes ao mundo funerario e espiritual como as mámoas da Vixía Herbedia e os enterramentos megalíticos de O Porto Roibo, Abelleira, Mourela e Vilavella en As Pontes. Asemade trasladámonos a os devanditos tempos ancestrais dos castros en Punta do Castro, A Vila da Igrexa en Cerdido, o de A Frouxeira en Valdoviño. No actual concello de Ferrol hai catalogadas 64 mámoas principalmente nos montes de Mougá e Brión. Por todo o concello asentáronse máis de quince castros²⁶, dos que catorce aínda conservan restos na actualidade.

²⁵ Terra de Trasancos é o nome co que se designaba o territorio hoxe ocupado polos concellos de Ferrol, Narón, Valdoviño, San Sadurniño, Neda e Fene. O topónimo ten a súa orixe na época da cultura castrexa, e mantivo o seu nome até a desaparición do Antigo réxime a comezos do século XIX, coa división territorial de España en 1833

²⁶ Castro dos Castros; Castro de Santa Cecilia; Castro de Vilela; Castro dos Gafos; Castro A Croa de San Pedro de Leixa; Castro de Vilasanche; Castro da Croa de Fontáç; Castro de Lobadiz; Castro de Tralocastro; Castro de Papoi; Castro de Santa Mariña; Castro de Pico de Ouro (desaparecido); Castro de Ferrol (Ferrol Vello); Castro de Santa Comba; Castro de Arbosa

Da época romana cabe destacar os restos arqueolóxicos de Caldoval e na vila de San Xiao do Trevo en Cariño. En Outubro de 2014 e baixo a iniciativa conxunta da Xunta de Galicia, o concello de Mugardos e a compañía Reganosa, comeza a execución simultánea dun centro de interpretación que albergará os restos, a musealización do material arqueolóxico e a urbanización do entorno.

Recordando un pasado defensivo e militar atopamos o Castelo, Torre e Fortaleza do Andrade, do século XIII, o Castelo de Moeche, do século XIV, Os castelos de San Felipe e A Palma, de finais do século XVI, e a Fortaleza de Naraío en San Sadurniño.

Cunha abundante arquitectura relixiosa, o conxunto do valor artístico do xeodestino é incalculable. No 1972 o mosteiro de San Martiño de Couto foi declarado Monumento Artístico Nacional, e xa no 1975, San Xoán de Caaveiro é nomeado Monumento de Interese Histórico- Artístico.

Os cruceiros tamén dan mostra da arte relixiosa popular relacionada co mundo “máxico”, e invocaban a presenza divina, protexendo o camiñante na súa ruta. Destacamos entre outros o de Canido, o de San Nicolás de Neda e o de San Salvador de Fene.

Como non podía faltar nunha área de costa, no xeodestino Ferrolterra localízanse varios faros que non só iluminan o camiño dos que retornan á terra se non que tamén forman parte do noso patrimonio cultural e arquitectónico. Algúns deles, como o de Prioriño, Ortegal e Estaca de Bares, son visita obrigada para os amantes da ornitoloxía.

PATRIMONIO INDUSTRIAL

No século XVIII, Ferrol inicia a súa actividade industrial coa creación dos Estaleiros Navais do Norte, o que supuxo un forte pulo para as industrias e manufacturas e senta unha cultura que levou ó desenvolvemento económico da área. Dende a orixe do Arsenal, ata o asentamento de Navantia, o patrimonio industrial de Ferrol foi obxecto de estudo por numerosos especialistas, e na actualidade é unha potencial fonte de turismo.

Na mesma liña, As Pontes de García Rodríguez, ofrece na actualidade un paisaxe industrial mesturado coa natureza, onde as augas do río Eume bañan unha antiga mina de lignito, con case 18 quilómetros de perímetro e máis de 200 metros de profundidade.

PATRIMONIO INMATERIAL

Son variadas as festas e tradicións relacionadas coa música e a gastronomía que teñen lugar nas comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal. Listamos a continuación as máis relevantes.

Festas e gastronomía da comarca de Ferrolterra

FESTA	ÁREA	MES	GASTRONOMÍA
Carnaval	Toda Galicia-Ferrolterra	Diferentes datas	Lacón con grelos, freixós e orellas
Semana Santa	Toda Galicia-Ferrolterra	Diferentes datas	Menús de Paixón e tórridas
Magosto	Toda Galicia-Ferrolterra	Novembro	Castañas
San Xulián	Ferrol	Xaneiro	Arroz con leite
Bicos das Pepitas	Ferrol	Marzo	Bicos
Degustación do ourizo	Ares	Marzo	Ourizos
Festa da Chafaina	San Sadurniño	Marzo	Derivados do porco
Festa do Polvo	Mugardos	16 de Xulio	Polvo

Festa do pemento do Couto	Narón	Xulio	Pementos
Festa da ameixa	Mugardos	Xulio	Ameixas
Festa do percebe	Cedeira	Agosto	Percebes
Festa do lagostino	Ares	Agosto	Lagostinos
Festa do percebe	Valdoviño	Agosto	Percebes
Festa do pincho moruno	Moeche	Agosto	Carne e queixo
Festa dos callos	Mugardos	Agosto	Callos
Festa da orella	Fene	Agosto	Orellas
Festa do pan	Neda	Setembro	Empanada, pan e derivados

Táboa de elaboración propia, baseada na información da páxina www.ferrolturraturismo.hostei.com

En relación coa música, o “*Festival Internacional do Mundo Celta de Ortigueira*”, é un referente por excelencia. Con máis de trinta e un anos de tradición, no ano 2003 recibiu o título de Festa de Interese Turístico Nacional, e no 2005 o de Festa de Interese Turístico Internacional. É un dos maiores festivais por número de asistentes de toda Europa, superando en ocasións os 100.000 espectadores.

Con varios séculos de historia, e como xa se dixo anteriormente, a “*Semana Santa de Ferrol*”, declarada Festa de Interese Turístico Nacional no ano 2005, e Festa de Interese Turístico Internacional no 2014, é o principal evento espiritual da área.

Outras festas de Interese Turístico de Galicia son “*A Romaría da Fraga*”, que se celebra dende o ano 1094 en As Pontes, e a “*Festa das Alfombras Florais do Corpus Christi*” en Ares.

Os camiños de peregrinación: Santo André de Teixido e O Camiño Inglés

A historia comeza no século XII, cando unha escuadra cruzada de ingleses, alemáns e flamengos visita Santiago. Máis tarde, outros pobos do norte, se

unen á peregrinación e se fixa o que hoxe coñecemos como o *Camiño Inglés* que chegaba a Galicia polo mar. A súa sinalización é recuperada en 1999 pola Asociación Galega do Amigos do Camiño de Santiago, Cofradía del Apóstol Santiago de A Coruña (tramo Coruña-Bruma) y Xunta de Galicia.



O Camiño Inglés <http://www.caminosantiago.org>

O Camiño de Santiago foi declarado en 1987 Primeiro Itinerario Cultural Europeo polo Consello de Europa, e en 1993 Patrimonio Mundial Cultural e Nacional pola UNESCO. No ano 2004 recibiu o Premio Príncipe de Asturias á Concordia.

O impulso da vía norte de peregrinación faise notar especialmente desde a última década. **No ano 2014 a vía xa rexistraba un aumento do 37% de usuarios e a rede pública de albergues incrementaba a súa capacidade nun 93%**, tal e como recolle O Correo Gallego no seu artigo de Xulio dese mesmo ano²⁷.

Os datos estatísticos da Oficina de Acollida do Peregrino, 2016, confirman a boa marcha da ruta. **O pasado ano 1.033 (3,30%) peregrinos chegaron a**

²⁷ “El Camino Inglés incrementa un 93% su oferta de alojamiento”. El Correo Gallego. 09/07/2014

Santiago polo Camiño Inglés, e 1.570 persoas (5,01% do total) escolleron o camiño do Norte. Segundo publica A Voz de Galicia no seu artigo de Xulio “O Camiño Inglés avanza con paso firme”²⁸, o aumento de peregrinos nesta vía foi de 800 no ano 2006 a 9.700 no 2016, ou o que é o mesmo, **un incremento do 1200% en tan só unha década.**

“Unha segunda ruta de peregrinación de orixe medieval existe na zona de Cedeira. Cuantitativamente local, aínda que cualitativamente relevante, ten como destino o santuario do Santo André de Teixido onde, segundo a tradición, se custodiaban a reliquias do Apóstolo San André.” (Maria da Conceição Meireles Pereira. Revista População e Sociedade– n.º 17 / 2009).

Situado sobre a serra de 'A Capelada', Santo André de Teixido ten un dos acantilados mais altos de Europa.

Se cree que la peregrinación a Teixido comezou a partir de la Idade de Ferro, aínda que o primeiro rexistro de peregrinación data do 1391.

RECURSOS POTENCIAIS PARA AS ACTIVIDADES DE TURISMO ACTIVO. ANÁLISE

O turismo activo no xeodestino Ferrolterra – Rías Altas ten un grande potencial debido á gran cantidade de recursos idóneos para a práctica de diferentes actividades experienciais e de turismo activo. Estes recursos foron identificados, analizados e valorados neste proxecto segundo a Ficha de Recursos creada para tal fin (anexo I). En liñas xerais os recursos que identifican o territorio en torno ao turismo activo son os seguintes:

- **Camiño de Santiago**

²⁸ Alvaro Ballesteros. “O Camiño Inglés avanza con paso firme”. La Voz de Galicia. 30/07/2017



- **Liña de costa.** As praias e os cantís de Ferrolterra – Rías Altas son idóneos para a práctica de diferentes actividades como
- **Parque Fragas do Eume**
- **Rutas de sendeirismo e BTT**
- **San Andrés de Teixido**
- **Lagoa de As Pontes**

Nesta análise exclúíuse o surf por ser unha actividade deportiva moi consolidada no territorio e xa planificada e estudiada, mediante un Diagnóstico realizado no marco do produto Costa das Ondas.

Para este proxecto analizáronse in situ un total de 23 localizacións e 28 rutas de sendeirismo e BTT. Para as 23 localizacións cubriuse a seguinte ficha de recurso con potencial de desenvolvemento do turismo activo:

ESTRUCTURA Y CONTENIDO DE LA FICHA DE CATALOGACIÓN DE RECURSOS E INFRAESTRUCTURAS DE TURISMO ACTIVO	
IDENTIFICACIÓN	
Denominación:	
Estado actual:	A. Recurso con potencialidad de desarrollo del turismo activo B. Producto
Tipo de actividad/es potencial/es	
LOCALIZACIÓN	
Ayuntamiento:	
Lugar:	
Coordenadas Geográficas:	
Link a Google Maps:	
DESCRIPCIÓN GENERAL	



POTENCIALIDAD DEL RECURSO

Explotación turística actual:

Explotación turística potencial:

Servicios disponibles:

Recursos turísticos asociados:

Actividades o eventos asociados:

Servicios turísticos asociados:

Grado de adecuación del entorno (limpieza del recurso y alrededores, estado de conservación, etc):

Acciones necesarias para la adecuación del recurso (de ser el caso):

Fotografía:

ACCESOS

Carretera por la que se accede:

- A. Adecuada
- B. Mejorable
- C. Mala

Área de estacionamiento:

- A. Si
- B. No

Estacionamiento con plazas para personas con movilidad reducida:

- A. Si
- B. No

Señalización del recurso:

- A. Buena
- B. Mejorable
- C. Mala

ACCESIBILIDAD

(Criterios de la Ley 10/2014 de 3 de diciembre, de accesibilidad. Xunta de Galicia)

Itinerarios (especialmente en rutas de senderismo): adecuación de largura (ancho), pendiente, características de escaleras y ramplas destinadas a salvar desniveles

Aparcamientos: Existencia de plazas para personas con movilidad reducida debidamente señalizadas y lo más próximas posible de los accesos peatonales.

Señales y elementos verticales: Adecuación del lugar de colocación, altura, implementación de técnicas como la lectura fácil o el empleo de pictogramas sencillos, implementación de mecanismos o interruptores manuales...

Otros elementos de mobiliario urbano (papeleras, bancos...): Adecuación del lugar de colocación, altura, utilización de mecanismos manuales, utilización de pictogramas sencillos...

Posibilidad de desarrollo de actividades accesibles:

- A. Si
- B. No
- C. Observaciones:

DELIMITACIÓN Y DISPOÑIBILIDAD DE LOS TERRENOS

Titular de los terrenos:

Figuras de protección asociadas:

Observaciones: Disponibilidad, usos permitidos, gestión actual

Imagen SIGPAC

DISTANCIAS A LUGARES RELEVANTES

Estación de autobús:

Estación de tren:

Aeropuerto:

A Coruña:

Santiago:

VALORACIÓN

Singularidad: 0-20

Estado de conservación: 0-20

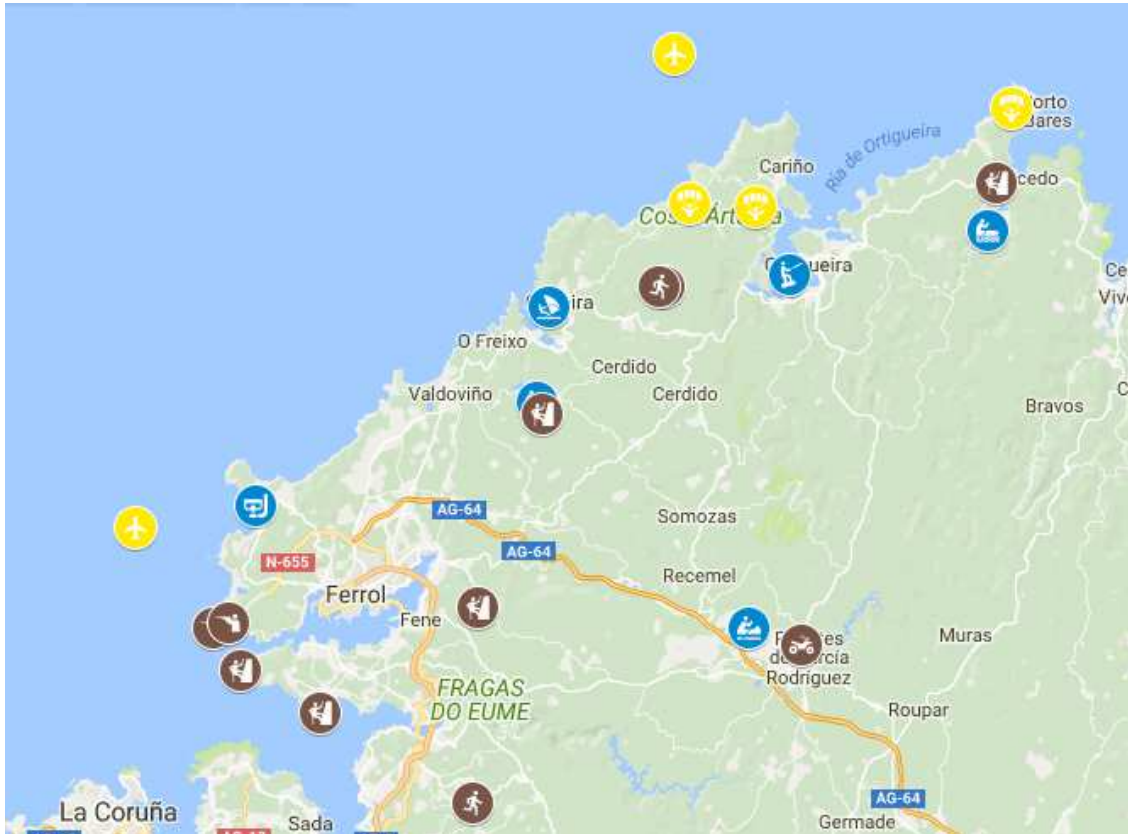
Infraestructuras y aprovechamiento turístico existente: 0-20

Localización y accesibilidad: 0-20

Viabilidad de la ejecución de actuaciones: 0-20

Valoración total: 0-100

Desta análise extraeronse as seguintes conclusións relativas á idoneidade de distintas zonas para levar a cabo actividades de turismo experiencial e activo, co afán de posicionar o destino neste tipo de turismo. Estas conclusións están avaladas por AGETAN, Asociación Galega de Empresas de Turismo Activo, Aventura e Natureza:



Ares

Tanto Chanteiro como a praia Estacas son idóneas para a realización de actividades de **coastering**. O entorno e acantilados están en perfecto estado, aínda que habería que adecuar a zona mediante a instalación de ganchos nas rochas. Esta actividade poría en valor os cantís do territorio e o mar, aportando unha visión diferente do territorio costeiro. Non sería apto para o turismo inclusivo.

As Pontes

Existe na actualidade unha pista de **karts**, á que só lle faltaría incluír unha zona de recepción e un almacén. Dispón dunha estrada de acceso excelente, con estacionamento para todo tipo de turismos. Asemade, o Lago das Pontes, que

na actualidade dispón de rutas de sendeirismo, é un recurso idóneo para a práctica de actividades de **deslizamento en augas tranquilas**.

Cariño

O Alto da Miranda é o lugar ideal para a realización de vos en **paramotor** ou **parapente**, actividade aínda sen explotar. Ten unha boa accesibilidade, pero dado que se trata dunha actividade apropiada para o turismo inclusivo necesitaríase destinar neste punto prazas de estacionamento para xente con mobilidade reducida.

Cedeira

Cerca da praia de Area Longa localízanse dúas **empresas náuticas**. Unha delas, “Náutica Cedeira” imparte titulacións recreativas para PNB, PER, Patrón de late e Capitán de late. A segunda, “Qeresvela” dedícase á realización de excursións en chárter náutico por toda a comarca de Ortegal. Ambas están en bo estado de conservación, dispoñen de área de estacionamento- tamén para persoas con mobilidade reducida- e estrada de acceso. Deberíase mellorar a sinalización.

Entre o tramo da Capelada- Magoira existe unha área adecuada para a instalación de **rutas a motor**, en **buggie** ou **quad**. A zona está en perfecto estado de conservación e dispón de aparcadoiros, tamén adaptada ao turismo inclusivo. Na actualidade realízanse rutas de sendeirismo e bicicleta.

Na Serra da Capelada existen camiños idóneos para a práctica de **actividades de orientación ou ginkanas**. O entorno está en perfecto estado de conservación e dispón de área de estacionamento, tamén habilitado para visitantes con mobilidade reducida.

Os acantilados de Herbeira son o lugar ideal para a explotación de actividades de **paramotor e parapente**, con bos accesos, aínda que sen prazas de aparcadoiro para turismo inclusivo.

Fene

No río Beelle pódese é o sitio ideal para realizar **descenso de barrancos**, aínda que na actualidade non presenta explotación de turismo activo. O entorno está en bo estado, pero precisaría revisión das instalacións e colocación de anclaxes. O acceso é difícil, ao tratarse dunha estrada secundaria, e non está adaptado ao turismo inclusivo.

Ferrol

Próxima a Cabo Poriño e por enriba do Porto Exterior nas Ruínas de Batería de Pieiro e Lobateiras, existe un lugar idóneo para a práctica de **paintball exterior**. Nesta zona non se explota polo momento ningunha actividade, polo que con esta acción se conseguiría poñer en valor as ruínas das Baterías de Pieiro e Lobateiras. Dispón de acceso e prazas de aparcadoiro, aínda que non adaptadas. Para o desenvolvemento desta actividade é preciso informarse previamente sobre a titularidade das baterías e dos permisos que é preciso obter.

Na praia do Vilar se propón a realización de **snorkeling**, actividade idónea nesta localización pola pouca profundidade da auga e o alto valor ecolóxico da zona. Estes factores permitiría a realización dunha actividade como é o snorkeling nunha área de gran atractivo e diferenciación. Sería necesario establecer melloras nos accesos e no estacionamento para vehículos.

Mañón

No tramo O Vicedo- Mañón existe un tramo de 6- 8 km de río tranquilo, apto para actividades en **kayak** para todo tipo de público, apto para familias e turismo inclusivo polo tipo de zona e de augas. Dispón dun correcto acceso, pero necesita incrementar a sinalización.

Estaca de Bares é un territorio idóneo para a realización de actividades de **paramotor e parapente**. Na actualidade xa se practican estes deportes pero sería preciso darlle un pulo para que sexan identificativos da zona.

A ponte do río Sor cumpre as características perfectas para a realización de **rappel**. O entorno está en perfecto estado, aínda que precisaría melloras nos accesos e aparcamentos.

Ortigueira

Polas súas características paisaxísticas, Ortigueira é o lugar idóneo para realizar travesías de **padelsurf** na Ría de Ortigueira e O Ladrado. Non require infraestruturas e é unha práctica non contaminante e respectuosa co medioambiente. Ao tratarse dun estuario creado polo río Mera as súas augas atópanse moi tranquilas. Tamén podemos practicar este deporte na súa marxe oriental, na que se atopa o Río Baleo. A zona ten un importante valor medioambiental e paisaxístico, tratándose dun lugar de referencia en observación de aves e turismo ornitolóxico.

Valdoviño

En A Braxe e A Cruxeira de Valdoviño existe un área idónea para a realización de travesías de **Padelsurf, kayak, vela, moto náutica**, no embalse de Forcada. Tamén se atopa un pantalán sen uso na actualidade. O entorno, a zona de acceso e o pantalán está en perfecto estado. Existe zona de

aparcadoiro, tamén para persoas con mobilidade reducida, e unha boa sinalización.

O embalse das Forcadas, en A Braxe, ten potencial para a práctica de **rappel en voador** desde a ponte existente no embalse. A actividade poderíase combinar con outra dinámica como **tiro o arco, ginkanas ou similar**. Aínda que ten un acceso adecuado non existen prazas de estacionamento de coches.

Vilarmaior

O entorno do Muíño de Ferreñas e área recreativa é idóneo para dinámicas como **ginkanas**. Esta zona posúe un acceso e sinalización adecuados aínda que se precisaría a habilitación de zona de estacionamento.

Toda a costa Ártabra

Cunha paisaxe de película, toda a costa se presenta como o lugar ideal para a explotación turística de **vos en ultralixeiros**, que porían en valor a paisaxe de Ferrolterra – Rías Altas e permitirían gozar del dende unha perspectiva diferente.

2.4.2. Infraestruturas vinculadas ao Turismo Activo do territorio e Valoración

A maioría dos recursos de Ferrolterra- Rías Altas teñen estradas de acceso, aínda que habería que mellorar a sinalización e dispoñer de prazas de estacionamento para visitantes e usuarios con mobilidade reducida. En xeral son os grandes centros urbanos os máis beneficiados, mentres que os pequenos núcleos de poboación dispoñen tan só de estradas secundarias, que en moitos casos non están no seu mellor estado de conservación.

TRANSPORTES

Estradas/ vías de acceso

AP-9 Autoestrada do Atlántico: Comunica Ferrol con Tui, na fronteira de Portugal, atravesando as provincias de A Coruña e Pontevedra.

AG-64 Autovía Ferrol – Vilalba: vía de altas prestacións autonómica galega, que une as cidades de Ferrol e Vilalba. Empeza na AC-116 no límite entre os concellos de Narón e Ferrol, e finaliza na AC-861 nas Pontes, aínda que está en construción a prolongación ata Vilalba.

N-651 Estrada Madrid-Ferrol: estrada nacional, que une Betanzos na N-VI con Fene, onde conecta coa FE-14, que pola Avenida das Pías remata en Ferrol. Pasa por Betanzos, Miño, Pontedeume, Cabanas e Fene. Conecta coa AP-9F, en Miño (sentido Betanzos), Pontedeume, Cabanas e Fene. Formou historicamente un tramo de ramal entre Betanzos e Ferrol da Estrada da Coruña, baixo o identificador N-VI.

O resto do territorio está conectado por vías básicas convencionais, redes complementarias, secundarias, provinciais e municipais.

En relación a este tema, a percepción dos concellos é que tanto as vías de acceso como a sinalización direccional son óptimas pero perciben escaseza en sinalización turística e interpretativa.

Conexións de autobús

Desde a estación de buses de Ferrol existe conexión coas principais cidades galegas e nacionais. A empresa Alsa realiza rutas de larga distancia con conexións a Madrid, Xixón, Bilbao, Irún, Lugo, Ponferrada, Astorga, Benavente, Zamora, Salamanca, Cáceres, Sevilla, Cádiz, Alxeciras, Portugal, Alemaña, Bélxica, Francia e Suíza.

A compañía Castromil-Monbus e Arriva Noroeste encárgase dos traxectos dentro da comunidades, sendo os principais destinos A Coruña, Santiago de Compostela, Vigo, Pontevedra, Vilagarcía de Arousa, Cambados, O Grove, A Toxa, Noia, Muros, Boiro, Ribeira, Fisterra, Betanzos, Ourense, Narón, Valdoviño y Cedeira.

No traballo de campo detéctase que o transporte público é insuficiente, dato que se corrobora coas estatísticas das oficinas de turismo, nas que se pon de manifesto que a maioría dos visitantes acceden ao destino en coche propio.

Conexións de trens

A terminal ferroviaria é o punto de partida e final do traxecto para os servicios de Feve, o tren de vía estreita que conecta as localidades costeiras do Cantábrico hasta Bilbao. Renfe enlaza un tren diario directo (tren hotel) con Madrid a través dun único transbordo se accede directamente a Barcelona, Hendaia e outros destinos nacionais. Tamén lanza trens diarios de proximidades que conectan Ferrol con outros destinos turísticos das inmediacións como Pontedeume, Betanzos e A Coruña, desde onde se accede ó resto das principais urbes galegas como Santiago, Vilagarcía de Arousa, Pontevedra, Vigo (con enlaces a Portugal) y Ourense.

As conexións e frecuencias de tren son insuficientes e ademais trátase dun transporte demasiado lento na zona, o que dificulta enormemente que os visitantes se acheguen ao destino neste medio de transporte.

Comunicación aérea

O aeroporto máis próximo é o de Albedro, na Coruña, a 50 quilómetros pola autopista AP-9. Desde Lavacolla, en Santiago de Compostela, a unha distancia de 100 quilómetros, se accede a varios destinos internacionais. Ambos están conectados con Ferrol coa compañía Monbus.

Portos/ Barcos

Na actualidade varios cruceiros fan escala en Ferrol, con destino a varias cidades europeas como Southampton (Inglaterra), Edimburgo (Escocia), Dun Laoghaire, Reykjavik (Islandia), Copenhague (Dinamarca) ou Amsterdam (Holanda). Estas escalas permiten dar a coñecer o territorio Ferrolterra – Rías Altas.

Transporte urbano (bus/ taxi)

Ferrol ten varias paradas de taxis que ofrecen servizo las 24 horas. As máis céntricas están situadas no porto de Curuxeiras, o teatro Xofre e a Praza de Armas.

Aluguer de coches

Existen varias compañías internacionais que ofertan aluguer de vehículos como Herz, Avis ou Sixt, e nacionais como Pepecar ou Cicar.

INFORMACIÓN E VENTAS

Axencias de viaxes

Como intermediarios por excelencia entre os viaxeiros e os servizos turísticos, aparecen, na páxina <http://turismoferrolterra.es/es/axencias-de-viaxe/> un total de **vinte** axencias de viaxes sitas na área, que se confirman nas entrevistas, con presenza das principais representantes do sector como Halcón, El Corte Inglés ou Carrefour.

ZONAS DE RECREO

Parques, paseos

Dúas áreas de recreo, A Malata e As Cabzas, máis seis miradoiros, Cabo Prior, Cabo Prioriño Chico, Cabo Prioriño Grande, Hermita de Chamorro e Monte Ventoso, son os recomendados en Ferrol desde a páxina de turismo de

Galicia (www.turismo.gal), aínda que existen no resto de comarcas máis miradoiros, varios parques e paseos marítimos.

Centros comerciais

As principais superficies comerciais as atopamos novamente en Ferrol, Parque Ferrol, e en Narón, Centro Comercial Odeón Dolce Vita.

Comercios

Nos principais núcleos urbanos do xeodestino Ferrolterra – Rías Altas localízanse diversidade de tendas especializadas, de téxtil e calzado, alimentación, informática, souvenirs, papelería, etc.

OUTROS SERVICIOS

Aparcadoiros- Áreas de servicios

Na cidade de Ferrol existen cinco aparcadoiros privados de uso público situados na Praza de España, Praza de Armas, Porta Nova, Cantón de Molíns e na carreteira de San Pedro de Leixa. Dende o ano 2015, e a petición da asociación de comerciantes do centro, existen un total de duascenas prazas situadas na Magdalena e no aparcadoiro do mercado.

O resto de localidades dispoñen tamén de zona de aparcamento gratuíto e de pago en relación ó seu número de habitantes.

En relación ás zonas de aparcamento, os axentes entrevistados consideran que son suficientes excepto nos meses do verán, manifestando así unha acusada estacionalidade: Algún concello triplica o número de habitantes no verán como Cariño, Ortigueira e Valdoviño. Tamén perciben a falta de aparcamento para autocares (exemplo Camiño do Cantábrico e sendeiro do Bordo Litoral).

Correos

Correo ofrece un servicio de envío de equipaxe, bicicletas e embalaxe, para que os turistas que queiran facer o Camiño ou desfrutar doutras actividades deportivas, pódanse mover sen preocupacións.

Outros

Como outros núcleos de poboación, as comarcas de Ferrol, Eume e Ortegal dispoñen de policía local, bombeiros, ambulancias e centros de saúde.

EMPRESAS, CENTROS E ASOCIACIÓNS DEPORTIVAS

Por ter especial relación co turismo activo, dedicamos un apartado os centros, asociacións e empresas de venda ao detalle de equipamento deportivo. As táboas, a continuación, amosan o inventario realizado no xeodestino.

Tendas de Deportes nas comarcas de Ferrolterra por concellos

Concello	Tendas Deportes	Concello	Tendas Deportes
Ferrol	18	Narón	6
Valdoviño	1	Pontedeume	4
Ares	2	Cabanas	1
Fene	3	A Capela	0
Mugardos	3	Monfero	0
Neda	0	Ortigueira	2
As Somozas	0	Cariño	0
Moeche	0	Mañón	1
San Sadurniño	0	Cerdido	0
Cedeira	1	TOTAL EMPRESAS	42

Táboa de elaboración propia en base a varias fontes

Relación de centros e asociación públicos e privados para práctica de actividades deportivas por comarca

Comarca	Centros	Cantidade	Comarca	Centros	Cantidade
Ferrol	Campos de fútbol	5	Eume	Campos de fútbol	8

Clubs e asociacións deportivas	49		Clubs e asociacións deportivas	14
Escolas e clubs hípicas	5		Equitación	1
Escolas e clubs de tenis	1		Ximnasios e fitness	7
Federacións e delegacións	7		Piscinas deportivas e municipais	4
Ximnasios e fitness	15		Instalacións deportivas e pavillóns	15
Judo	1		Bicicletas	1
Karate	3		Pilates	1
Pádel	1		Pistas de atletismo	1
Pilates	8		Yoga	1
Piscinas deportivas e municipais	3			
Pistas de Atletismo	2	Ortegal	Campos de fútbol	4
Taekwondo	1		Instalacións deportivas e pavillóns	2
Yoga	4		Piscinas deportivas e municipais	3
Zumba	5			

Táboa de elaboración propia en base a información facilitada por Páxinas Galegas

As táboas anteriores mostran a existencia unha cifra superior a **cento setenta centros e asociacións vinculadas ó deporte, máis un total de corenta e dúas empresas**. Estimamos que existen aínda máis con escasa o nula presenza na rede (internet) e que se habería que engadir ó cómputo.

2.4.3. Servizos turísticos

Información turística

A meirande parte dos concellos de Ferrolterra dispoñen unha o máis oficinas de turismo abertas durante a tempada de verán. Ferrol, Neda, Cedeira e As Pontes de García Rodríguez son as localidades que manteñen centros de información abertos todo o ano.

Aloxamentos

Segundo o “Plan de Dinamización Turística Ferrol-Ortega” da Deputación da Coruña, e segundo os datos aportados por Turgalicia e o I.A.E, no ano 2009 había nas tres comarcas un total de 15 hoteis, 25 hostais, 20 pensións, 1 apartamento turístico, 1 parador, 6 campings e 10 casas de turismo rural, que computaban un total de 78 aloxamentos turísticos. Tamén se fai referencia á “oferta ilegal”, que aumentaría a cifra de residencias e que é máis difícil de mesurar.

Na actualidade, a páxina de turismo da Xunta de Galicia recolle a información seguinte en referencia aos servicios de aloxamento:

ALOXAMENTOS TURÍSTICOS NO XEODESTINO FERROLTERRA 2016

Tipo de aloxamento	Categoría	Cantidade
Parador de turismo	3 Estrelas	1
Hotel	1 Estrela	17
Hotel	2 Estrelas	5
Hotel	3 Estrelas	7
Hotel	4 Estrelas	5
Pensión	1 Estrela	33
Pensión	2 Estrelas	32
Pensión	3 Estrelas	7

Albergues	Peregrinos do Camiño	1
Albergues	Surf	2
Albergues	Varios	4
Apartamentos turísticos	1 Chave	4
Apartamentos turísticos	2 Chaves	2
Vivendas turísticas		13
Cámpings	1ª Categoría	1
Cámpings	2ª Categoría	9
Turismo rural	Grupo A (Pazo)	2
Turismo rural	Grupo B (Casa de aldea)	22
Turismo rural	Grupo C (Casa de labranza)	2
TOTAL NÚMERO DE ESTABLECEMENTOS TURÍSTICOS		169

Táboa de elaboración propia en base os datos facilitados pola páxina oficial de turismo da Xunta de Galicia

Como podemos observar, o número de establecementos aumentou significativamente nos últimos anos, probablemente acorde co aumento da demanda, superando sobradamente as 5.000 prazas e en contraste coas 2.479 rexistradas do ano 2009. Os oferta de aloxamentos de categorías inferiores é superior ó resto, sendo destacable a cantidade de pensións de unha e dúas estrelas, así como as casas de turismo rural do grupo B. Por outra banda non se rexistra ningún hotel de cinco estrelas, e só cinco de catro estrelas nas tres comarcas.

En referencia aos **establecementos de aloxamento “surf friendly”**, o proxecto Costa das Ondas recollía no ano 2015 un inventario de dous campamentos- As Cabazas e Valdoviño-, dous “surf house”- Surf & Breakfast e Surf Pantín Zone- e unha casa rural- Casa do Morcego. Por outra banda a páxina Turismo Slow Norte de Galicia, recomenda cincuenta e un establecementos, na súa maioría casas rurais, sen datos sobre servicios específicos para turistas activos.

En xeral, o xeodestino non amosa cara ó público unha oferta diversa de servizos especializados, que aínda que existan, son tremendamente difíciles de atopar.

Restauración

A oferta de restauración da zona supera as 12.000 prazas, repartidas en máis de 233 establecementos, sendo a cantidade e categoría a que se amosa na táboa a continuación.

RESTAURANTES ÁREA DE FERROLTERRA

Categoría	Número de establecementos
4ª categoría- 1 garfo	166
3ª categoría- 2 garfos	59
2ª categoría- 3 garfos	1
1ª categoría- 4 garfos	2
TOTAL RESTAURANTES	228

Táboa de elaboración propia en base os datos facilitados pola páxina oficial de turismo da Xunta de Galicia

Igual que no caso dos aloxamentos, a oferta se concentra en establecementos de categorías inferiores, con escasa presenza de restaurantes de luxo.

Se rexistran na zona máis de 7495 café-bares que complementan a oferta.

O proxecto Costa das Ondas ten adheridos tres establecementos de restauración “surf - friendly”; Aqualon, Costa Verde e O Alpendre.

Empresas, Clubs e Asociacións de turismo activo

En relación ás empresas de turismo activo e experiencial convén facer unha primeira diferenciación polo grao de desenvolvemento deste tipo de actividades:

Por unha parte atopamos o surf e outras actividades de deslizamento no mar como windsurf, kitesurf, etc. Trátase de actividades con grande posicionamento no territorio a nivel nacional e internacional con un grao de desenvolvemento maior que outros deportes. Existe un gran número de clubs que ofertan este tipo de actividades e experiencias para visitantes e a súa especialización é maior. Asemade, existen empresas arredor de estes deportes como Escolas de Surf, tendas específicas destes deportes, Surf Houses, Surf Camps e servizos de aloxamento e restauración “surf friendly”.

Por outra banda, existen outros clubs e empresas que ofertan outro tipo de actividades tanto de auga como de terra e vento pero con un grao de desenvolvemento no territorio menor. Algunhas destas actividades son:

- o BTT
- o Parapente
- o Kayak
- o Buceo
- o Vela
- o Piragüismo
- o Hípica
- o Escalada

Con respecto á importancia no territorio do turismo activo, son as actividades de surf e outras de deslizamento en auga as que teñen unha gran importancia no territorio; constituíndo verdadeiras industrias influenciadoras económica e socialmente no territorio. Con respecto ás outras actividades de turismo a pouca oferta existente é de calidade pero moi escasa, sen apenas influir na repercusión económica, social e ambiental do territorio.

No marco deste proxecto realizouse un estudo das empresas de Turismo Activo así como de Clubs e Asociacións que prestan este tipo de servizo, aínda



que os seus fins sociais sexan deportivos, no caso dos clubs, ou orientados máis a residentes no caso das asociacións.

Para a identificación de ditas organizacións de turismo activo utilizáronse as seguintes fontes:

1. Guía de Actividades Turísticas, realizada no ano 2015.
2. Entrevistas a axentes do sector turístico de Ferrolterra – Rías Altas.
3. Mesas de traballo empresariais en Ferrolterra – Rías Altas.
4. REAT
5. Análise e entrevistas á directiva de AGETAN, Asociación Galega de Empresas de Turismo Activo, Aventura e Natureza.

Unha vez identificadas estas empresas realizouse o contacto mediante teléfono e correo electrónico para a solicitude de información e inclusión no proxecto. Para a inclusión neste proxecto, a empresa, clube ou asociación tiña a obriga de cubrir a seguinte Ficha de Servizos:



**CUESTIONARIO DE EMPRESAS DE ACTIVIDADES DE
TURISMO ACTIVO E/OU ACTIVIDADES DEPORTIVAS
TURÍSTICAS.**

NOME DA EMPRESA:	RAZÓN SOCIAL:	ENDEREZO:	WEB/Mail/TLF:

BREVE EXPLICACIÓN-PRESENTACIÓN DA EMPRESA:

ACTIVIDADES QUE REALIZA E LOCALIZACIÓN DE CADA UNHA:

COORDENADAS OU LINK DE GOOGLE MAPS:

DISTANCIAS DENDE:

FERROL: SANTIAGO: A CORUÑA:

TEMPADA BAIXA/ALTA OU ÉPOCA DEL AÑO QUE TRABALLA:

*RECOMENDACIÓNS (SE É O CASO)

Nº DE PERSOAS QUE TRABALLAN NA EMPRESA:

GRADO DE ADECUACIÓN DO ENTORNO (*Estado do entorno no que se realiza a actividade*):

ACCESOS Á ACTIVIDADE (*Camiños, praias, válido para persoas con discapacidade...*):

MARXE DE IDADES PARA AS ACTIVIDADES E/OU CONDICIÓN:

SINALIZACIÓN DA EMPRESA OU ACTIVIDADES (*se existe ou non*):

TITULAR DOS TERREOS ONDE SE REALIZA A ACTIVIDADE

NECESIDADE DE PERMISOS (*si/non*):

ZONAS PROTEXIDAS (*si/non*):

As empresas e clubs identificados son aqueles que figuran na seguinte táboa. Sombreados en azul figuran aqueles que se adheriron ao proxecto a través da remisión da Ficha de Servizos Turísticos.

Nome Empresa	Lugar	Forma Xuridica	Características
A Casa Do Mel	As Pontes	Empresa	Divulgación Apícola
¿Querevela?	Cariño	Empresa	Charter Nautico
A Ventureira Ocio Cultural	As Pontes	Empresa	
Actividades Estaca	Mañon	Empresa	Kayak, senderismo
Alawa Surf Camp	Valdoviño	Empresa	surf
Ares Paintball	Ares	Empresa	Paintball
Buceo Ferrol	Ferrol	Empresa	Buceo
Cabanas Ocio Activo	Cabanas	Empresa	Kayak, senderismo
Camino Surf Camp	Valdoviño	Empresa	surf
Cantil Escalada	Ferrol	Clube	Escalada, Rapel
Casa Cabaneiro	Cerdido	Empresa	Terapias y Masajes
Centro BTT Valle de Esmelle	Ferrol	Asociación	BTT
Club ciclista Ferrol	Ferrol	Clube	Bicis, alquiler
Club de Golf Campomar	Narón	Clube	Golf
Club de Montaña Ferrol	Ferrol	Clube	Montañismo
CLUB DE PIRAGÜISMO GRUPO XUVENIL	As Pontes	Clube	Piraguismo
Club do Mar Mugar dos	Mugar dos	Clube	Ciclismo, Remo
Club Náutico Ría de Ares	Ares	Clube	Actividades nauticas
Club Parapente Ferrol	Ferrol	Clube	Parapente
Club piraguismo Copacabana	Ferrol	Clube	Piraguismo
Club Remo Narón	Narón	Clube	Remo
Club Windsurf Ferrolvento	Narón	Clube	Windsurf
Clube do Mar	Ferrol	Clube	vela,pesca deportiva, pesca submarina
Clube Marítimo de Redes	Ares	Clube	Actividades Marítimas
Clube Marítimo La Panela	Cabanas	Clube	Actividades Marítimas
Dunasport	Ferrol	Empresa	Tiro con arco, kayak
El Galeón-Esc Act Marítimas	Ferrol	Empresa	Charter Nautico y Buceo
Escudería Ferrol	Ferrol	Clube	coches

Nome Empresa	Lugar	Forma Xuridica	Características
Eumenatura	Monfero	Empresa	4x4, senderismo, ...
Fernández Cabana S.L.	Ferrol - Fene	Empresa	Servicio de Lanchas - Rutas
Ferrol Surf & Yoga House	Cabanas	Empresa	surf y Yoga
Fertur Servicios turísticos (Ferrol Guías)	Ferrol + Narón	Empresa	Guiado turístico
Firrete Aventura	Pontedeume	Clube	Piragua
Granja Escuela Aldea Nova	Narón	Empresa	Granxa Escola
Granxa do Souto	Ortigueira	Empresa	Granxa Escola
Granxa Escola Belelle	Fene	Empresa	Granxa Escola
Grupo Bazán - Asociación Cultural Deportiva y Recreativa	Ferrol	Asociación	vela, pesca de costa, pesca submarina
Hípica Prado Ventura	As Pontes	Empresa	Cabalos
HOTEL DE NATURALEZA CASA FRAGAS DO EUME	Monfero	Empresa	Ruta en Barco, bicicletas, Senderismo
La Guagua Servicios Socioculturales	Ferrol	Empresa	Servicios infantiles, hinchables
LR SURF SCHOOL	Ferrol - Doniños	lube	surf
Monos de Mar	Ferrol	Empresa	surf
Multicocio ET Central	Valdoviño	Empresa	hinchables, animación infantil
Nordes Surfhouse	Ferrol	Empresa	surf
Nortwest Painball	Ferrol	Empresa	Paintball
Ortegal Surf Escola	Ortigueira	Empresa	Surf
Oxigeno Surf School	O Barqueiro	Clube	surf
Pantin Surf Camp	Valdoviño	Empresa	surf
Roteiros	Ortigueira	Empresa	
Sendeiros no Mar	Valdoviño	Empresa	Sendeiros
Surf & Breakfast	Valdoviño	Empresa	surf
Surf House Cedeira	Cedeira	Empresa	surf
The Camp Doniños	Ferrol	Empresa	surf
Tour E-Bike	Narón	Empresa	Bicis, alquiler
Valdo Surf School	Valdoviño	Clube	surf, bodyboard
ARES DENDE O MAR		Empresa	RUTAS TURISTICAS EN BARCO
Trainnova		Empresa	
Kayak Redes		Clube	



Nome Empresa	Lugar	Forma Xuridica	Características
Green Summer-Cedeira		Clube	
Club Nautico Folixa	As Pontes	Clube	Deportes náuticos

A maiores, este proxecto vinculouse con Costa das Ondas incluíndo no mesmo as empresas pertencentes a este outro produto e que non se analizaron no proxecto de Turismo Activo.

Realizando esta análise extraéronse algunhas conclusións de gran valor e que afectaron a todo o desenvolvemento do proxecto:

- Proliferación de clubs que levan a cabo actividades de turismo activo máis propias das empresas. Esta situación provoca un malestar por parte das empresas que senten que os clubs supoñen unha competencia desleal polos beneficios fiscais dos que dispoñen, a diferenza das mesmas empresas.
- Existe unha grande falta de datos relativa á oferta de turismo no territorio, así como do alcance económico e empregos que produce.
- Trátase de pequenas empresas con un reducido número de empregados fixos, plantilla que aumenta en tempada alta.
- Escasa oferta turística “friendly” co turismo activo, algo que se está paliando cos proxectos “Costa das Ondas” e “Turismo Slow”, potenciando unha oferta dirixida aos turistas activos por parte da oferta básica.
- Grandes diferencias do tratamento do turismo activo segundo os concellos. Na cidade de Ferrol por exemplo, a oferta básica vive de costas ao turismo activo a pesar de dispoñer de grandes potencialidades neste ámbito. En cambio no núcleo de Valdoviño, os empresarios adaptan paulatinamente a súa oferta a este tipo de visitantes con servizos como traslado de táboas de surf por parte dos taxistas ou produtos de alimentación ecolóxica nos supermercados, despois de



Deputación
DA CORUÑA



MANCOMUNIDADE
Concellos da Comarca
de Ferrol



FERROLTERRA
RÍAS ALTAS

detectar o gran consumo destes alimentos por parte dos visitantes de surf.

Por último mencionar a **escaseza de servicios para peregrinos do Camiño Inglés**. A propia páxina oficial Vive o Camiño publica que “moitos lugares viven de costas ó Camiño, con apenas media ducia de albergues e escasos ou nulos servicios enfocados ó romeiro”.

2.4.4. Accesibilidade turística. Turismo inclusivo

Nun primeiro momento pode asemellar complicado a adaptación do turismo activo para xente con diversidade funcional, pero moitas das actividades son precisamente recomendadas para estas persoas, e así o recordan desde varias asociacións.

Os paseos a cabalo, por exemplo, ou o trato cos animais son tremendamente beneficiosos para xente con síndrome de Asperxen, ou mergullo pode ser realizado por persoas con mobilidade terrestre reducida.

Cada vez máis existe unha concienciación por parte das empresas públicas e privadas da necesidade de dar un servizo inclusivo. Como resultado, varias leis regulan o número de prazas de aparcadoiro, cantidade de habitacións adaptadas por establecemento, e eliminación de barreiras arquitectónicas. No obstante, algunhas atraccións turísticas, en especial as relacionadas co patrimonio histórico- artístico, están percorrendo un lento camiño para lograr a meta.

No xeodestino Ferrolterra – Rías Altas apenas existen empresas que oferten actividades e servizos para o turismo inclusivo, e de feito, máis de a metade dos recursos da zona non dispoñen de acceso para persoas con mobilidade reducida.

2.5. Demanda de Turismo Activo.

En relación a demanda de Turismo Activo en Ferrolterra – Rías Altas existe unha gran falta de datos, posto que non hai cuestionarios específicos nas Oficinas de Turismo para analizar a demanda deste tipo de turistas. Polo tanto, imos introducir este apartado con unha análise da demanda turística no destino para a continuación complementalo coa demanda concreta de turismo activo a nivel nacional.

O turista de Ferrolterra – Rías Altas principalmente é nacional: Madrid maioritariamente, seguido de Barcelona, País Vasco, Asturias e Valencia. Motivados principalmente pola natureza, a gastronomía e a praia. Na tempada alta, concentrado no mes de agosto, as estancias son máis longas, entre unha semana e dúas. En cambio, no resto dos meses de verán entre 4-5 días e xa en temporada media e baixa os fins de semana. A climatoloxía inflúe moito na duración da estancia, concentrada a maior parte en segunda residencia e en vivendas. Destaca o crecemento da demanda de cámpings e áreas de autocaravanas. Os enclaves máis visitados serían os acantilados, miradores, praias, sendeiros e fervezas. O perfil prioritario son familias xoves que demandan actividades en kayak, rutas en barco e rutas de sendeirismo guiadas.

Sen embargo, nos territorios posicionados no turismo de surf como é o concello de Valdoviño e tamén a costa de Ferrol existe unha gran demanda de turismo estranxeiro nos meses estivais que experimenta ano a ano un forte incremento.

Expoñemos a continuación a análise do turista activo a nivel nacional como complemento ao estudo da demanda do territorio, tan pouco concreta con respecto ao turismo activo:

O obxectivo é obter o perfil máis acertado posible dos visitantes e turistas que se desprazan para a práctica dalgún tipo de actividade clasificada como “turismo activo”. Para “retratar” o colectivo que forma este tipo de demanda, faise un traballo de investigación utilizando tanto fontes secundarias de organismos nacionais, como Turespaña, e internacionais, como a Organización Mundial do Turismo (OMT).

No obstante, o turismo activo dificilmente pode definirse con propiedade coma un segmento da demanda turística propiamente dita, unha tipoloxía turística específica ou un turismo xenérico, como o turismo de natureza, o rural ou o cultural, se non coma “unha forma ou modo de facer turismo”, unha categoría flexible e xenérica ou un concepto que, en realidade, agruparía múltiples actividades, prácticas, tipoloxías e produtos, tanto de índole recreativa como cultural, deportivo ou de viaxes de aventura, na búsqueda dunhas vacacións dinámicas nas que o turista se convirte en suxeito activo da viaxe buscando, por exemplo, a actividade, a mobilidade, a deportividade, etc. (Nasser, 1995)

Segundo a OMT, defínese turismo activo como “aquelas viaxes durante as cales os turistas se dedican a actividades culturais, artesanais, deportivas, etc., coa intención de realizarse persoalmente e desenvolver a súa personalidade” (WTO, 1985)

Aínda que o noso país non chega ó volume de negocio e demanda doutros países europeos , o aumento das prácticas físico- deportivas na natureza da poboación está xerando un incremento de clientes de orixe nacional, sobre todo en relación os deportes máis económicos e de libre exercicio, que non precisan de intermediarios e equipamento sofisticado, e que, ademais, se adapta a todo tipo de público (sendeirismo, cicloturismo, turismo ecuestre, etc.)

2.5.1. Motivacións

As motivacións, actitudes e grado de participación dos turistas na súa viaxe, son precisamente a característica que distingue o turista activo do pasivo ou tradicional.

Son moitos os beneficios que aporta esta actividade para aqueles amantes do risco e o deporte. Algúns deles son: mellor interpretación da natureza, interacción co medio ambiente, estimulación física e mental, beneficios para a saúde, poder descubrir novas experiencias, sensación de crecemento persoal, diversión, oportunidade recreativa, etc. Neste caso, o turista busca un destino que presente a posibilidade de ofrecer actividades complementarias, cun modelo de “ocio activo” nas vacacións. Así, as actividades deportivas son un dos elementos que poden facer máis atractivo o destino turístico fronte a outros que non dispoñan deles.

Segundo o “Informe global en turismo de aventura” da Organización Mundial do Turismo (OMT), as motivacións dos turistas “activos” son a **relaxación na natureza, explorar novos lugares, dedicar tempo coa familia e aprender doutras culturas**. Os factores que máis influencian a demanda son: o coste da viaxe e os servizos relacionados, a capacidade ou ingreso dos mercados obxectivos e o marketing que apela ás preferencias ou motivacións dos viaxeiros, sendo este último unha ferramenta clave para un negocio beneficioso e sostible.

Por outra banda, o informe da Secretaría Xeral de Turismo, 2004, afirma que as motivacións para a práctica do turismo activo son, **en primeiro lugar, o descanso e a diversión, 38%, en segundo lugar o feito de facer deporte, 28%, e por último, coñecer a natureza, 28%**.

Como apuntan desde Turing Activa, “o turista activo é un viaxeiro que quere vivir experiencias e sensacións durante a súas viaxes, facer algo diferente, desfrutar da natureza e, sobre todo, finalizar a súas vacacións coa sensación

de que fixo algo proveitoso”. **Polo que amosan os datos, habitúan a saír satisfeitos, pois é un tipo de turismo cun alto grado de repetición.**

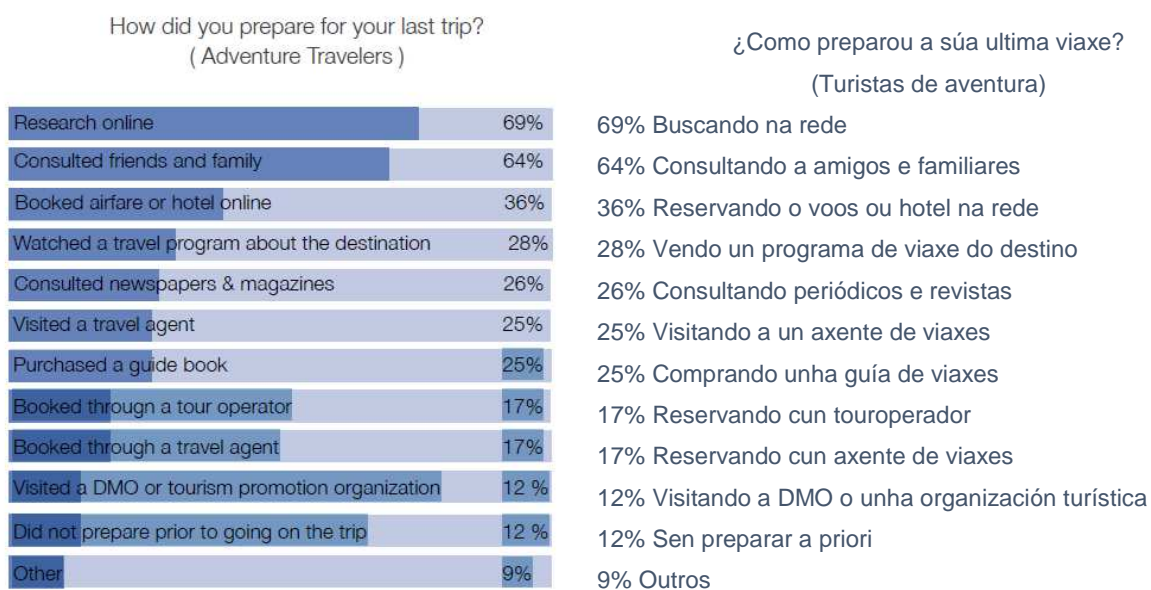
Por último, o estudo “O turismo de natureza en España e o seu Plan de Impulso”, 2004, caracterizou a demanda do turismo de natureza, non pola tipoloxía de actividades e escenarios, se non polos grupos de interese:

MOTIVACIÓN PRINCIPAL	TIPOLOXÍA DE TURISTA	CARACTERIZACIÓN	ACTIVIDADES
Descanso	Descanso e lecer na natureza	Entenden a natureza como o marco xeral ideal para unhas vacacións saudables e para o descanso e, na súa experiencia vacacional, como un factor de atracción complementaria ou ocasional a outros desprazamentos e visitas dentro da modalidade vacacional.	Paseos curtos, sendeirismo e cicloturismo, rutas en automóbil
Coñecemento activo	Ecoturistas	Persoas moi interesadas na natureza como principal motivación das súas actividades. Entendan a natureza como un marco específico ideal para a interpretación e o coñecemento. A natureza é, na súa experiencia vacacional, un factor de atracción principal que xustifica, organiza e xerarquiza todas as súas actividades en períodos vacacionais.	Interpretación, observación e coñecemento da natureza
	Turistas de territorio e natureza	A natureza é unha motivación importante, pero non a única. Entenden a natureza coma un marco específico ideal para a interpretación. A natureza é, na súa experiencia vacacional, un factor de atracción principal que, de forma complementaria a elemento de atracción cultural, antropolóxica, monumental, etc., permítelles organizar e xerarquizar todas as súas actividades en períodos vacacionais.	Interpretación, observación e coñecemento da natureza. Sendeirismo, cicloturismo
	Turistas ocasionais de natureza	Persoas non especialmente interesadas na natureza como motivación principal das súas actividades. Neste grupo de interese acolle a aqueles potenciais consumidores de turismo de natureza que, sen unha motivación específica polo coñecemento e disfrute da natureza como para motivalos a realizar desprazamentos turísticos expresos, poden realizar e consumir actividades e produtos de forma complementaria a calquera outra modalidade turística que non sexa a realización dun percorrido turístico e a actividade principal da viaxe teña como prioridade modalidades-actividades de sol e praia.	Paseos curtos o moi curtos e produtos xerais asociados á observación de fauna
Coñecemento activo e deporte	Turista mixto experimental de deporte e natureza	O grupo de interese está integrado por consumidores de turismo de natureza e turismo activo ou deportivo na natureza que combinan un interese específico por coñecer a natureza de xeito dinámico, poden realizar e consumir actividades e produtos de turismo activo como argumento principal ou complementario da súa viaxe.	Todas a nivel básico, compoñente técnico e de risco medio-baixo
Deporte	Turista deportivo na natureza específico activo	Entenden a natureza coma un marco complementario necesario para as súas actividades. O deporte é, na súa experiencia vacacional, un factor de atracción principal que xustifica, organiza, xerarquiza, todas as súas actividades en períodos vacacionais.	Alta especialización. Compoñente técnico alto, risco medio- alto

Fonte: “O turismo de natureza en España e o seu plan de impulso”.

2.5.2. Servizos Utilizados

En referencia a organización da viaxe, e segundo o informe sobre turismo de aventura da OMT, ó comparar o turista de “non- aventura” e o turista activo, estes últimos tenden máis a usar servicios profesionais como guías ou turoperadores, aínda que o 56% continúan a organizar o viaxe de forma autónoma.



Source: ATTA (2013)

Xa no ano 2004, a Secretaría Xeral de Turismo, no seu informe avala que, aínda que con outras porcentaxes, **á hora de organizar este tipo de viaxe, o turista faino por sé mesmo, 93%**, sendo a minoría os que deixan a organización en mans dunha axencia ou outro tipo de empresa.

Unha vez no destino, e ó igual que outros tipos de viaxeiros, o turista²⁹ activo ten que cubrir as súas necesidades básicas de aloxamento e manutención.

Segundo a Subdirección Xeral de Calidade e Innovación Turística, o turista de natureza ten preferencia por aloxamentos en pequenos hoteis, cámpings e

²⁹ Referímonos aquí ó turista que pernocta, e non ó visitante que permanece no territorio menos de 24 h.

casas rurais. En menor medida, pernoctan en casas de familiares ou, incluso en segundas residencias.

Podemos asegurar que case o 100% dos turistas gastan diñeiro en alimentación nos destinos. Neste tema, unha das conclusións do Foro Mundial do Turismo Gastronómico é que o turista activo busca experiencias gastronómicas máis auténticas e locais. A demanda repártese de forma variada, desde restaurantes de cociña fusión, hasta casas de comidas, aínda que sempre na búsqueda de especialidades da zona.

Por último, este tipo de turistas realiza varios desprazamentos durante a súa estancia, utilizando tanto os servicios de aluguer de bicicletas para pequenos percorridos, coche ou outros tipos de transporte públicos.

2.5.3. Orixe dos Turistas

Conforme o mesmo informe da OMT, o 69% de todas as saídas turísticas internacionais son orixinadas en Europa, Norte América ou Sur América, cumpríndose e a mesma porcentaxe co turismo de aventura. Por outra banda, os turistas das economías emerxentes como China ou Rusia, que comezan a despuntar, son os que máis gasto producen por viaxe.

A revista Hosteltur, no seu artigo “*El turismo activo produce unha facturación de 1.410 M € en Canarias*”, asegura que, **a nivel internacional**, a porcentaxe de turistas activos é, por nacionalidades, **alemáns 27,8%, seguidos por Reino Unido 18,4%, e España 9,8%**.

Por outra banda, segundo a Secretaría Xeral de Turismo, **a orixe dos turistas activos no noso país son nacionais, nun 71%, seguidos de visitantes da Unión Europea, nun 25%**.

2.5.4. Estancia Media

Acorde o estudio “O turismo de natureza en España e o seu Plan de Impulso” da Subdirección Xeral de Calidade e Innovación Turística, 2004, o turista de natureza acostuma a pasar **de 2 a 3 días no destino**, o que responde á tendencia a facer viaxes máis curtas, aínda que máis frecuentes. En segundo termo quedan as viaxes máis longas, de **unha semana ou 15 días de duración**.

2.5.5. Gasto Medio

O mesmo estudio realizado por Hosteltur, conclúe que **o gasto por persoa e viaxe, no caso do turista activo, está tamén por enriba da media, 139,40 euros fronte a 133,60**, o que significa que gastan máis en aloxamento, en transporte, en alimentación e en ocio en xeral.

En base a datos da OMT, o turista activo está disposto a pagar un extra por disfrutar de actividades únicas; aínda que, nun mercado globalizado, incluso os produtos deste tipo de turismo compiten con outras ofertas. Para manter a competitividade no mercado de aventura, os prezos deben manterse na liña da oferta no país de orixe, ou o destino debe ofertarse como único.

Por último, e dado que a infraestrutura necesaria para a oferta do turismo activo é a natureza, pódese resumir que o gasto realizado por este tipo de turistas repercute moito máis na renta e emprego locais, que ese mesmo gasto realizado por un turista tradicional, por exemplo, de sol e Praia. (Granero Gallegos, 2007)

2.5.6. Perfil Sociodemográfico Medio

O informe de 2004 da Secretaría Xeral de Turismo inclúe unha completa radiografía do perfil do viaxeiro que opta polo turismo activo. Segundo esta, o

turista activo **ten entre 30 e 40 anos, (seguido dos de 20 e 30), é de clase media alta e conta cunha formación media superior.**

En referencia ao sexo, a revista Hosteltur, no seu artigo sobre o turismo activo, publica que o perfil do turista motivado por actividades deportivas corresponde nun **58,5% a varóns, fronte ó 41,5% de mulleres**

As preferencias de compañía na viaxe do turista activo son: a parella, o 38%, os amigos, o 31%, e a familia, o 20%. No obstante, o 10% dos turistas activos viaxan individualmente.

Cabe remarcar que as características descritas neste apartado, e en anteriores, corresponden a un perfil xeral de turista de natureza. Existen multitude de variables que poden leva á definición doutros perfís dentro deste tipo de turismo. Neste sentido, o perfil das persoas que practican deportes de risco, xoves e con bo estado físico, non é o mesmo que un que viaxa co obxectivo de observar a flora e a fauna da zona. (*ver cadro do apartado 3.3.1. Motivacións*).

2.5.7. Perfís Emerxentes

Facemos a continuación, e utilizando a voz de varios autores, unha descrición do novo perfil de turista, un turista activo que busca o contacto coa natureza.

O turismo activo é unha alternativa, xa consolidada, ó turismo tradicional, cunha oferta de actividades recreativas, deportivas e culturais, ademais do aloxamento e desprazamento, tanto no ámbito da costa marítima, como na montaña, fomentando entre a poboación as excelencias dos paraxes que constitúen espazos protexidos e considerados como Parques Naturais. (Lagardera 2002).

A natureza é o escenario cada vez máis procurado para estas actividades deportivas, cunha variabilidade que se contrapón ó habitual, ofrecendo outro ámbito para desenvolver as relacións entre individuos.

Pero a participación, cada vez maior nestas prácticas, non só esperta o interese daqueles que as realizan, se non tamén dos empresarios que ven en elas unha excelente oportunidade de negocios. (Marinho e Bruhns, 2001).

Efectivamente, na actualidade, se impón a idea de “vivir a natureza e ter momentos de aventura”, onde a “naturalización e o retorno ás orixes” se manteñen constantes. (Granero, 2005).

O turista moderno desexa formar parte da acción, probar vivencias, situacións e momentos únicos. Só así poderá sentir esta aproximación á súa natureza e vivir en pleno os valores emerxentes da sociedade da que forma parte. (Pereira e Félix, 2002)

Os novos cambios culturais, ideolóxicos e tecno- económicos da era posmoderna, dan paso á sociedade postindustrial e aparecen as actividades físicas de aventura na natureza, que representan os novos valores sociais, acordes coa ideoloxía desta época: consumismo, achegamento á natureza, individualismo, hedonismo ou corpo informacional. (Olivera e Olivera, 1995)

A promoción das actividades, por parte das empresas que as desenvolven, vai dirixida a demostrar ás persoas que precisan evadirse da rutina e o estrés diario, e así, deixarse invadir pola emoción do risco e a aventura.

As novas formas de turismo preocupan actualmente ós expertos do sector, que indican como factores importantes na atracción de persoas, aspectos como: a identidade cultural da rexión, os atractivos habitualmente indicados como motivacións para a búsqueda dun determinado destino e a preservación do patrimonio e o ambiente. Estes atractivos turísticos referidos son os chamados

“dez eses” en inglés: sun, sand, sea, shopping, sanitary, search, scenery, sanctuary, saturnalia and schooling (sol, praia, mar, compras, turismo de saúde, investigación, paisaxes, peregrinacións, divertimentos e visitas de estudio. (Vieira, 1997).

E por último, en palabras de Lipovtsky, 1989, “esta actividade industrial aposta, cada vez máis, polas actividades físico- deportivas e recreativas, desenvoltas na natureza, para atraer **unha poboación ávida de identidade, diferenxia, conservación, relax e realización persoal inmediata**”.

3. Análise Externa

No ano 2014 eran xa doce as comunidades autónomas españolas que tiñan reguladas especificamente estas actividades, aínda que outras como Estremadura ou Illas Baleares continuaban traballando la liña dunha ordenación do sector, ou ben tiñan reguladas algunhas actividades de importante asiduidade no seu ámbito territorial, como é o caso do sendeirismo no País Vasco, a observación de cetáceos en Canarias ou os deportes con vehículos de motor en Madrid.

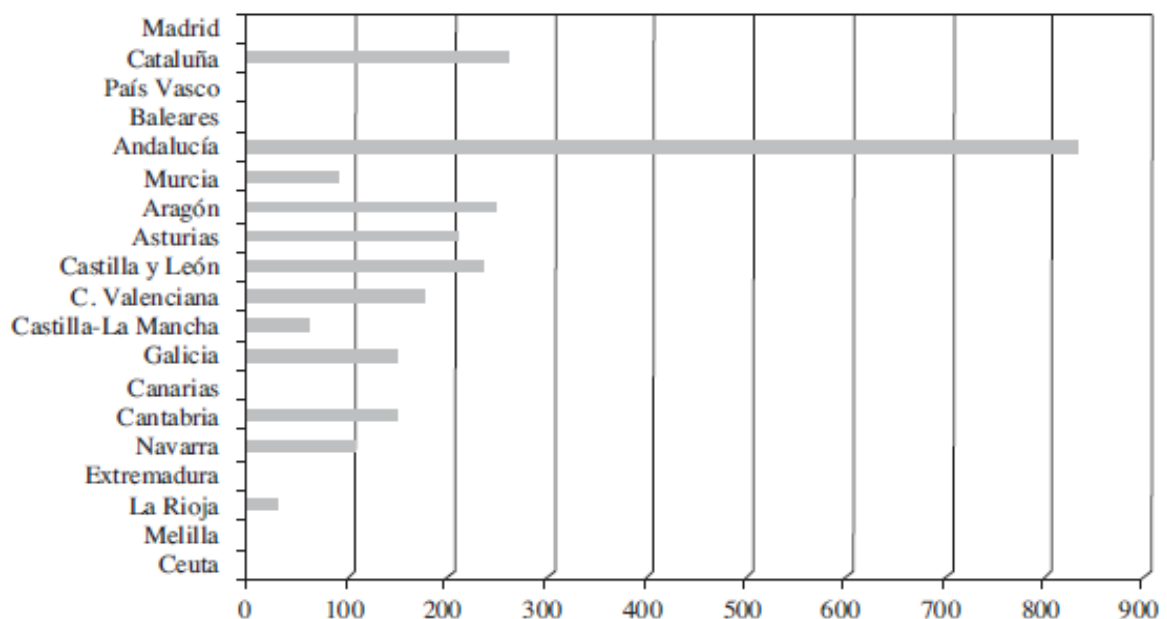
A partir do 2010 déronse tamén algúns pasos importantes para o impulso e tratamento adecuado deste sub-sector turístico en España, como é o caso da entrada en vigor e desenvolvemento posterior da Lei 17/2009, do 23 de Novembro, sobre o libre acceso ás actividades de servizos e o seu exercicio, que traspón á lexislación española a Directiva 2006/123/CE do Parlamento Europeo e do Consello do 12 de Decembro do 2006, relativa ós servizos no mercado interior. Estas normativas facilitan a apertura de novas empresas de turismo activo e o afloramento legal doutras moitas en situación de clandestinidade e economía somerxida.

Hoxe en día, desde as administracións públicas asúmese a necesidade dun marco regulador de dichas prácticas, tanto polo carácter singular destas actividades e a seguridade que requiren para os usuarios como polos escenarios naturais que se ven afectados, así como de políticas específicas de fomento e promoción deste segmento emerxente e de interese estratéxico para algúns destino do interior e do litoral. (Rivera Mateos, 2014)

3.1. Análise da Competencia.

A finais dos anos oitenta, este segmento estaba vinculado fundamentalmente ós espazos acuáticos fluviais e de montaña do Perineo catalán e oscense, por influencia dos usuarios franceses, pero na actualidade todas as comunidades autónomas contan cunha oferta nada deseñable. (Lacosta, 2001 e ign , 2008).

Empresas de turismo activo inscritas nos Rexistros Oficiais de Turismo das Comunidades Autónomas (2014)



Fonte: Rexistros Oficiais de Establecementos e Empresas Turísticas das CC.AA. españolas con regulación do turismo activo (2014)

As comunidades de Madrid e Cataluña viñan aglutinando durante anos, en torno ó 24% da oferta nacional, mentres que os territorios do litoral cantábrico e

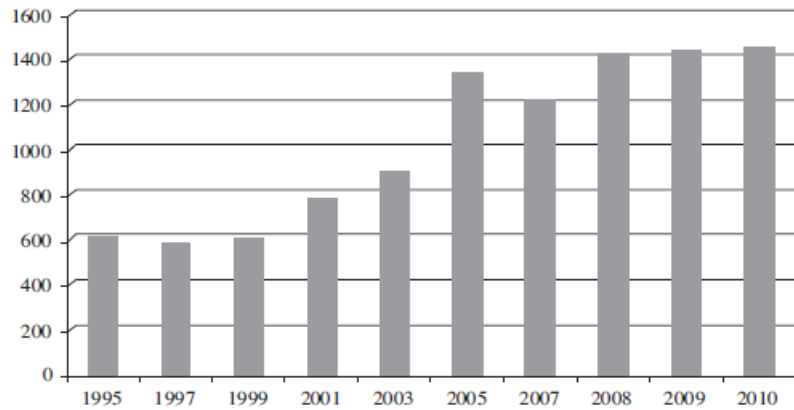
a “España Verde” (País Vasco, Asturias, Cantabria e Galicia), representaban case outro 21%, o que confirmaba a súa maior experiencia na comercialización de vacacións activas na natureza (Rivera, 2009).

Aínda que en cifras totais é Andalucía a que despunta no ranking, en relación ó peso do turismo de orixe nacional motivado polos deportes de aventura, son as comunidades autónomas de maior traxectoria na oferta e comercialización destas actividades, como Aragón (15- 25%), Cataluña (12- 16%), Galicia, Cantabria e Castela- León, onde a introdución destes deportes orientados a turistas, máis especializados e de maior capacitación técnica e físico- motriz foi máis antiga e intensa (Rivera Mateos, 2014).

Desde ANETA, apuntan que é “difícil saber qué comunidades autónomas van diante ou detrás, xa que todas teñen un gran nivel de implicación”. Sen embargo, se atreven a sinalar un pelotón que estaría á cabeza. “Pola nosa experiencia coa Administración, o maior grado de compromiso é o adquirido por Aragón, Andalucía, Castela e León, Castela a Mancha, Euskadi, Cataluña, Galicia e Baleares”. E así o certifica a xerente da Axencia Turing Activa: “O turismo activo se adapta a todas as zonas, xa que a súa característica principal é valerse dos recursos naturais do terreo para o desenvolvemento da súa actividade”, e coincide con ANETA en sinalar que as rexións que destacan “os parques naturais, as concas dos ríos de segundo orde, Perineos, Andalucía, Cataluña e Galicia”.

E que a oferta de turismo activo experimentou un auxe moi relevante nos últimos quince anos, tal como revelan as cifras das empresas promocionadas en Fitur Active, da Feira Internacional de Turismo de Madrid, desde a súa creación en 1994, cun crecemento porcentual dun 139% de entidades incluídas na guía oficial hasta 2010.

Evolución do número de empresas de turismo activo na natureza promocionadas nos catálogos oficiais de Fitur
(1995- 2010)



Fonte: Turespaña

Pero os datos non reflexan a verdadeira magnitude da oferta nacional, que é difícil de determinar cuantitativamente porque non hai estatísticas nin rexistros oficiais fiables en moitas comunidades autónomas.

En referencia á competencia estranxeira, e aínda que o turismo activo adoita ter un carácter doméstico, tamén se practica fora das fronteiras nacionais. En Europa a oferta é similar á de España, sendo igualmente o sendeirismo e a bicicleta, seguidas polo submarinismo, o cabalo e a vela as máis repetidas. Reino Unido e Alemaña lideran no continente este tipo de turismo, segundo destaca o documento da Secretaría Xeral de Turismo”.

A competencia en Galicia

Non só Ferrolterra – Rías Altas aposta polo turismo activo ou experiencial. Dentro da nosa comunidade existen outras zonas con ofertas alternativas ó turismo de sol e praia, como as Rías Baixas, Arousa Norte e a Ribeira Sacra.

Rías Baixas tamén dispón de recursos importantes para a práctica de actividades de turismo activo pero con gran diferenciación coas Rías Altas.

Na actualidade os xeodestinos desta provincia estanse a enfocar cara ao mar, ofrecendo aos turistas a oportunidade de desfrutar de actividades como o

kayak, o esquí acuático, a lancha motora ou a vela, aínda que tamén se anima ós viaxeiros á práctica de deportes terrestres como a bicicleta ou o sendeirismo.

A nivel privado varias axencias de viaxes locais organizan todo tipo de paquetes de turismo activo e, a nivel público, dende as administracións están fomentando estas actividades mediante o Plan Estratéxico da Provincia de Pontevedra entre outros.

Arousa Norte, ao igual que Ferrolterra, dispón dunha páxina do xeodestino organizada pola Mancomunidade con información para o turista. Ao igual que os seus veciños, a oferta se enfoca en base ós recursos culturais e naturais, destacando os mariños. Chama a atención a importancia dada ó turismo inclusivo, ó que dedican guías de actividade e un inventario de accesos en todos os recursos. Neste xeodestino lévanse a cabo actividades experienciais como a Ruta do Mexillón entre outras.

A Ribeira Sacra, é por excelencia o destino para os amantes do viño e o turismo experiencial. Dotada con fascinantes recursos naturais, como os cañóns do Sil, o interior de Galicia non ten nada que envexar á costa. Existe na zona un importante turismo ornitolóxico e de sendeirismo, e os restos romanos, como as termas, complementan a oferta cultural. Ten como principal vantaxe atoparse no Camiño Francés, o máis famoso e transitado de todos, e con máis anos de promoción. Existe tamén unha importante colaboración público- privada na comercialización do produto.

4. Análise DAFO e CAME

Elaboramos a continuación a matriz DAFO co fin de reflexar as oportunidades futuras da área Ferrolterra e detectar as posibles ameazas, tendo en conta as debilidades e fortaleza do xeodestino.

A creación da matriz baseada en dous pilares básicos, a análise interna e externa global dos concellos que abranguen a área. O principal obxectivo é axudar ós organismos competentes a atopar os factores estratéxicos críticos para, unha vez identificados, usalos e apoiar neles os cambios que, consoliden as fortalezas e minimicen as debilidades, aproveitando as oportunidades e eliminando ou reducindo as ameazas.

Seguidamente faise unha exposición de propostas de actuación baseadas na análise CAME, co fin de Correxir as Debilidades, Afrontar as Ameazas, Manter as Fortalezas e Explotar as Oportunidades.

ADES	CORREXIR
<p>de marca a nivel nacional e</p> <p>os turísticos de categoría superior</p> <p>algúns concellos</p> <p>concellos</p> <p>desde varios concellos á marca</p> <p>exións de transporte</p> <p>ística ao clima</p> <p>raestruturas</p> <p>tor público e naval</p> <p>a relativa ao turismo activo</p>	<p>D.1. Mellora da difusión, tanxibilización e emprazamento en rede da marca</p> <p>D.2. Aumento na promoción da marca a nivel nacional e internacional</p> <p>D.3. Incentivar a inversión privada na apertura de establecementos de categorías superiores</p> <p>D.4. Aumentar/ incentivar a inversión turística pública e privada nos concellos</p> <p>D.5. Diversificar/ especializar a oferta turística por concellos</p> <p>D.6. Auditar a promoción e imaxe da marca por concellos</p> <p>D.7. Acadar acordos en materia turística</p> <p>D.8. Acadar acordos en materia de comunicación/ transporte entre concellos</p> <p>D.9. Elaborar unha atractiva oferta turística para todo o ano</p> <p>D.10. Fomentar o uso de todos os espazos públicos dispoñibles</p> <p>D.11. Potenciar o desenvolvemento doutros sectores distintos do naval</p> <p>D.12. Apoio público e privado a novas iniciativas emprendedoras</p> <p>D.13. Potenciar ó atractivo da comarca entre a xuventude</p>

- | | |
|---|--|
| <p>D.15. Non aproveitamento da maior parte do potencial dos recursos de Turismo Activo de Ferrolterra – Rías Altas</p> <p>D.16. Non aproveitamento de todo o potencial do Camiño de Santiago Inglés</p> <p>D.17. Falta de ferramentas de análise da demanda de turismo activo.</p> <p>D.18. Pouca profesionalización do sector do turismo activo</p> <p>D.19. Escasa unión das empresas de turismo activo</p> | |
|---|--|

AMEAZAS	AFRONTAR
<p>A.1. Estacionalidade da demanda</p> <p>A.2. Presión urbanística, tamén no litoral, con implicación de deterioro paisaxístico</p> <p>A.3. Destinos turísticos competitivos en oferta, prezo, comunicación e calidade (en especial en turismo litoral e activo)</p> <p>A.4. Escasa diversificación dos sectores estratéxicos</p> <p>A.5. Competencia doutros portos exteriores</p> <p>A.6. Descenso da produción empresarial e peche de empresas</p> <p>A.7. Forte diminución da poboación nas últimas décadas, en especial na comarca de Ferrol</p> <p>A.8. Forte aumento do paro, especialmente na xuventude</p>	<p>A.1. Desenvolvemento de programas de desestacionalización (IMSERSO, eventos deportivos e culturais, congresos, rutas,...)</p> <p>A.2. Pacto na regulación e planificación urbanística independente da orixe política</p> <p>A.3. Benchmarking da competencia; Acadar acordos en materia de complementariedade, colaboración con outros destinos, promoción conxunta internacional</p> <p>A.4. Potenciar a creación e desenvolvemento de novos sectores estratéxicos como o turismo</p> <p>A.5. Incentivar a inversión privada nacional e internacional</p> <p>A.6. Planes de axuda social ó cidadá; regulación do prezo dos alugueres;</p> <p>A.7. Incentivar a creación de emprego</p>

FORTALEZAS	MANTER
<p>F.1. Ampla oferta patrimonial material e inmaterial</p> <p>F.2. Ampla oferta gastronómica e calidade dos produtos</p> <p>F.3. Praias en áreas urbanas e interurbanas</p> <p>F.4. Variedade de praias, seis certificadas “excelente”</p> <p>F.5. Variada e económica oferta hostaleira na área do xeodestino</p> <p>F.6. Comunicación terrestre coas principais cidades galegas</p> <p>F.7. Posicionamento nacional e internacional do Festival Internacional do Mundo Celta de Ortigueira</p> <p>F.8. Posicionamento nacional e internacional do Pantín Classic</p> <p>F.9. Sona nacional da Semana Santa</p> <p>F.10. Sona rexional de Santo André de Teixido</p> <p>F.11. Catro áreas declaradas Lugares de Importancia Comunitaria (LIC)/ Zonas Especiais de Conservación (ZEC)</p> <p>F.12. Espazo mariño da costa Ferrolterra- Valdoviño ten a designación da ZEPA ES0000496</p>	<p>F.1. Posta en valor e difusión da oferta patrimonial do xeodestino</p> <p>F.2. Dar visibilidade á oferta gastronómica das comarcas (turismo gastronómico)</p> <p>F.3. Promoción de visitas e actividades nas praias</p> <p>F.4. Posta en valor da calidade das praias</p> <p>F.5. Coordinación e difusión da oferta hostaleira</p> <p>F.6. Coordinar e mellorar as comunicación terrestres cuantitativa e cualitativamente, así como a información das mesmas</p> <p>F.7. Aumentar a promoción e difusión do Festival a nivel nacional e internacional</p> <p>F.8. Aumentar a promoción e difusión nacional e internacional do Pantín Classic</p> <p>F.9. Posta en valor e difusión do patrimonio inmaterial, como a Semana Santa</p> <p>F.10. Difusión nacional e internacional da “Galicia Máxica” e dos lugares como Santo André de Teixido</p>

<p>F.13. Cantís de maior cota sobre o nivel do mar de Europa, 613 metros, e os terceiros en altitude</p> <p>F.14. Variada oferta de rutas de sendeirismo</p> <p>F.15. Ruta da Construción Naval</p> <p>F.16. Varias áreas de recreo e miradoiros</p> <p>F.17. Cuantitativa oferta de asociacións e centros deportivos</p> <p>F.18. Importancia nacional e internacional da actividade naval</p> <p>F.19. Importancia nacional e internacional da actividade pesqueira</p> <p>F.20. Importancia nacional da actividade militar na comarca de Ferrol</p> <p>F.21. Dúas grandes áreas comerciais</p> <p>F.22. Aparcadoiros de pago e gratuítos</p> <p>F.23. Camiño de Santiago inglés, cuxa demanda é crecente</p>	<p>F.11. 12. 13. Posta en valor e promoción do turismo de natureza das zonas de especial conservación.</p> <p>F.14. Difusión nacional e internacional da variada ofertas de rutas de sendeirismo</p> <p>F.15. Incentivar o turismo industrial</p> <p>F.16. Manter e promocionar a disposición das áreas de aparcamento entre turistas e excursionistas</p> <p>F.17. Incentivar a práctica de deportes, tanto da poboación local como dos visitantes</p> <p>F.18. Posta en valor da calidade e experiencia histórica do sector naval</p> <p>F.19. Posta en valor das actividades e recursos pesqueiros</p> <p>F.20. Posta en valor do pasado histórico militar da comarca</p> <p>F.21. Incentivar o desprazamentos as grandes áreas comerciais desde outros concellos</p> <p>F.22. Manter e facilitar o desprazamento de vehículos privados</p> <p>F.23. Promocionar e potenciar actividades relacionadas co Camiño Inglés</p>
---	---

OPORTUNIDADES	EXPLOTAR
<p>O.1. Apoio e coordinación dos concellos en materia turística e de transporte a través da Mancomunidade</p> <p>O.2. Apoio do goberno autonómico (Axencia de Turismo- Xunta de Galicia) para a promoción turística</p> <p>O.3. Coordinación da promoción turística dos concellos a través da marca do Xeodestino</p> <p>O.4. Visibilidade da unión de marca (Ferrolterra) desde os concellos</p> <p>O.5. Mellora da difusión/ emprazamento en rede da marca Ferrolterra</p> <p>O.6. Dinamización da páxina web e aumento da información e contidos</p> <p>O.7. Programa Costa das Ondas</p> <p>O.8. Promoción do Camiño Inglés</p> <p>O.9. Aumento da demanda de turismo activo</p> <p>O.10. Estancia e gasto medio superior do turista activo sobre o turista tradicional de sol e praia</p> <p>O.11. Potencial turístico e de lecer en espáceos naturais</p> <p>O.12. Fomento da cooperación público privada. Implicar á cidadanía no</p>	<p>O.1. Explotar a vantaxe da unión de concellos a través da Mancomunidade para a mellora do transporte e promoción</p> <p>O.2. Aproveitar eficientemente a promoción, recursos e inversións</p> <p>O.3. Aproveitar a imaxe de marca conxunta para promocionar a variedade da oferta turística</p> <p>O.4. Incluír enlaces á web oficial do Xeodestino desde as páxinas dos concellos</p> <p>O.5. Aproveitar as distintas redes sociais para a promoción da marca e incentivar a participación dos usuarios</p> <p>O.6. Sacar o máximo partido a web, dinamizando e ampliando os contidos e facilitando o feed-back dos usuarios</p> <p>O.7. Ligar a “Costa das Ondas” con outros produtos da marca Ferrolterra</p> <p>O.8. Captar o segmento de peregrinos do Camiño Francés que remata en Santiago</p> <p>O.9. Captar os “turistas activos” de outros destinos xa asentados</p> <p>O.10. Incentivar ó consumo de produtos locais no destino, así como a repetición da viaxe</p> <p>O.11. Captar os “turistas de natureza” a través doutros destinos, asociacións, clubs,...</p>

<p>desenvolvemento do turismo</p> <p>O.13. Promoción do turismo “Slow”</p> <p>O.14. Promoción do turismo industrial</p> <p>O.15. Rehabilitación e recuperación de patrimonio histórico</p> <p>O.16. Recuperación de elementos emblemáticos con encanto</p> <p>O.17. Aumento da oferta e actividades en todos os concellos</p> <p>O.18. Chegada de cruceiros a destinos internacionais ó porto de Ferrol</p> <p>O.19. Aumento de establecementos turísticos (aloxamentos e restauración) na última década</p> <p>O.20. Nova rede de autobuses rápidos que conecta as principais localidades (Narón, Valdoviño e Cedeira con Ferrol)</p> <p>O.21. Conexión ferroviaria con varios destinos nacionais</p> <p>O.22. Conexión aérea con destinos internacionais a través dos aeroportos de A Coruña e Santiago</p> <p>O.23. Presencia das principais axencias de viaxes nacionais</p> <p>O.24. O xeodestino como escenario natural de literatura, cine, documentais, exposicións, actuacións.</p>	<p>O.12. Aproveitar a potencialidade da poboación con formación en diversas áreas, como a participación de artistas, arquitectos, deseñadores,... con concursos e actividades abertas, para a difusión da marca</p> <p>O.13. Aproveitar os entornos naturais e difundilos entre a poboación obxectivo de turismo slow</p> <p>O.14. Aproveitar o patrimonio industrial con fins turísticos</p> <p>O.15. Explotar patrimonio histórico único como os castros</p> <p>O.16. Recuperar e explotar elementos emblemáticos como os faros ou os cruceiros, con accións estilo “faite un selfie”</p> <p>O.17. Realizar concursos, competicións, xogos, que impliquen a participación de todos os concellos</p> <p>O.18. Aproveitar a parada de embarcacións con turistas internacionais para a promoción da marca</p> <p>O.19. Coordinar unha páxina de reservas de todos os establecementos turísticos</p> <p>O.20. Promover o uso de transportes públicos entre as localidades</p> <p>O.21. Explotar o desprazamento ó destino a través da rede ferroviaria</p> <p>O.22. Explotar e facilitar o desprazamento ós distintos aeroportos</p> <p>O.23. Incentivar a venda da marca a través da canal (“push”)</p> <p>O.24. Explotar o entorno natural, promovendo a inclusión da paisaxe en iniciativas artísticas</p>
--	---

5. Conclusións relativas á situación actual e principios a ter en conta na definición do modelo turístico

Con máis de catro décadas de percorrido desde a súa creación, a **Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol**, trata de dar coordinación á imaxe e promoción turística das localidades que forman o Xeodestino Ferrolterra- Rías Altas.

En plena crise económica e como parte da folia de ruta da Unión Europea, o noso país recibe fluxos de fondos, entre os anos 2007- 2013, que serán destinados a axudas para o desenvolvemento das comunidades autónomas.

Se crea así o “*Plan de Promoción Industrial de A Coruña e a súa área de influencia*”³⁰ da **Deputación da Coruña**, sendo unha das liñas de actuación o desenvolvemento do sector turístico na área comprendida entre Ferrol- Ortegal. Do devandito plan naceran a súa vez o “*Plan de Dinamización do Produto Turístico Ría de Ferrol*”, dous programas “*Proder*” para a “*Costa Ártabra e a comarca de Ortegal*” e a acción a través da “*Fundación para o Desenvolvemento da Comarca de Ortegal- Agader*”.

Inmediatamente os orzamentos se traducen en actuacións para o desenvolvemento do produto turístico, promoción dos recursos materiais e inmateriais e fomento das inversións turísticas no medio rural, entre outros. Os obxectivos básicos son o *aumento da calidade, a diversificación da oferta e a desestacionalización*, e para conseguilos se conta colaboración privada a través da **Asociación Impulsora do Plan Ferrol**.

Na actualidade, non se atopan rexistros ou estudos sobre o impacto e repercusión das citadas actuacións, ni do retorno da inversión (ROI). Tamén é difícil sacar conclusións a través da escasa información publicada, xa que temos que ter en conta que os períodos comprenden os anos da “crise

³⁰ Plan promovido pola Cámara de Comercio, co apoio e colaboración do Concello, a Autoridade Portuaria e a Fundación Novacaixagalicia

económica” e recuperación, que afectou a todos os países europeos na última década, o que fai imposible facer unha inclusión ou descarte de datos.

A finais do ano 2011, a secretaría xeral para o Turismo de Galicia divide a comunidade en Xeodestinos, co fin de facilitar a clasificación da oferta turística. A poboación é practicamente allea á devandita división, que só e discretamente coñecida por parte do sector, e non asemella ter ningún impacto na comercialización das comarcas nin nos consumidores potenciais.

Tres anos máis tarde, a Mancomunidade, apoiada polo goberno rexional, decide impulsar a imaxe de marca turística de xeodestino Ferrolterra- Rías Altas. Se dedica a tal fin un orzamento co que se emprenden diversas accións, e, entre outras, nace a web turística do destino Ferrolterra- Rías Altas, sendo esta a primeira vez que se lle da “tanxibilidade” á marca, facendo un inventario dos recursos da área.

A falta de enlaces desde as páxinas web oficiais dos distintos concellos que compoñen Ferrolterra, fai pensar existe unha desligazón das localidades coa promoción do Xeodestino no seu conxunto. Sen poder aseverar se se trata de problemas políticos, sociais e culturais, se recomenda unha auditoría e acordo conxunto de todas as administracións, para alcanzar o obxectivo común e mellorar a calidade da oferta e información e as cifras de demanda turísticas. Asemade, aínda que as oficinas de información turística de moitos concellos non abran a meirande parte do ano, poderíase dispoñer dun punto de información nos propios concellos.

Por outra banda, faise imprescindible emprender accións de marketing en puntos onde exista unha masa crítica de clientes potenciais, xa sexa na rúa como na rede. A imaxe de marca debe xerar emoción, curiosidade e en definitiva, espertar o desexo de consumo.

No obstante existen proxectos de turismo activo que si funcionan dende fai décadas. Estámonos referindo ó **Pantín Classic Surf**, que move o redor de 55.000 persoas anuais. Aínda que tampouco neste caso se dispón de cifras de retorno da inversión, se sabe que outros eventos similares, como o *Moche Rip Curl Pro Portugal* produciu un ROI de 29,98 millóns de euros no ano 2016, segundo a publica a revista *Expansión* en Xuño dese mesmo ano. A Mancomunidade non é allea ás cifras de negocio e promove desde pasado ano a marca *Costa das Ondas*, proxecto que pretende posicionar Ferrolterra como destino de surf a nivel nacional e internacional.

O patrimonio natural da zona é incalculable. Con unha extensa e variada franxa litoral e catro espazos con certificación LIC e ZEC, a potencialidade do turismo natural, slow, deportivo, activo se presenta como un regalo do que hai que sacar partido. O reto é conservar e por en valor semellantes recursos. A marca debería aparecer a nivel nacional e internacional, en asociacións, páxinas e revistas especializadas, eventos, e en definitiva alí onde estean os amantes da natureza. Se recomenda tanto unha estratexia pull (tirar a través dos canais de venda e que sexan os consumidores os demandantes da marca), como pull (empuxar a través do canal e que sexan os intermediarios os que vendan o destino).

E para concluír recordamos que o turismo activo é un mercado en expansión e que representa grandes beneficios económicos a nivel local, nacional e internacional. Nesta forma de turismo a actividade deportiva e recreativa é unha parte fundamental e os distintos deportes, así como os eventos relacionados cos mesmos, son utilizados por un número considerable de axencias de viaxes como reclamo. Segundo a investigación realizada no noso país por Miranda e Andueza (2007), a maioría das actividades que ofertan os catálogos das axencias de viaxes nacionais, corresponden a actividades deportivas nun 56,4%, sendo un 36,8% actividades náuticas e un 31,6% sendeirismo e excursións. Resulta por tanto evidente a relación entre as actividades turístico- recreativas e as de aventura na natureza.

Pero para que as boas previsión se cumpran, tamén hai que solucionar diversos problemas, desde o **intrusismo** que provocan empresas ilegais, hasta a **unificación das regulacións**, xa que cada comunidade “regula pola súa conta”, segundo se lamentan desde a asociación ANETA na revista Savia na súa edición de Maio de 2008. No mesmo artigo destacan que outro obxectivo é lograr a creación dunha **Q de calidade** de ámbito nacional e internacional, o que permitiría dar maior entidade ó negocio. Tamén se ha de traballar na **formación dos monitores e adaptalos ás necesidades turísticas** como idiomas, atención ó cliente ou primeiros auxilios.

Concluimos con dúas reflexións aportadas por Ignacio Alonso Casimiro-Soriguer, presidente da citada asociación:

“Alcanzar estas metas permitiría ó sector, non só mellorar, se non saír da sombra despois de tantos anos e abandonar ese punto de partida no que di situarse, a pesar de que percorrer medio mundo para mergullarse non sexa en realidade nada novo”

6. Benchmarking: Comparativa de Ferrolterra cos destinos competidores de Turismo Activo

O Benchmarking, tamén chamada comparación referencial, é unha das prácticas máis populares e efectivas empregadas polas empresas, que consiste en facer unha comparativa do negocio propio co obxectivo de descubrir e analizar cales son as estratexias gañadoras, e de ser posible, aplicalas na empresa propia. Esta ferramenta é extensible á comercialización dun produto ou destino turístico.

Para obter o máximo rendemento da ferramenta, se recomenda igualmente non cerrarse ó estudio dos competidores, se non das entidades referentes no mercado, sexan individuos ou agrupacións que poidan servir de inspiración.

David T. Kearns, director de Xerox Corporation e gurú do concepto, o definía como “o proceso continuo de medir produtos, servicios e prácticas contra competidores máis duros ou aquelas compañías recoñecidas como líderes na industria.

Antes de comezar, e para sacar o máximo proveito da ferramenta, delimitaremos as nosas áreas de interese para o seu estudio, tendo en conta os aspectos a mellorar do produto turístico Ferrolterra. Tomamos como base as debilidades detectadas na raíz DAFO (ver páxina 78), é dicir, faremos un Benchmarking de diagnóstico, utilizando fontes secundarias. Despois, e para completar o estudio, faremos un Benchmarking comparativo, é dicir, analizaremos a competencia e os casos de éxito en turismo activo.

Buscamos a continuación empresas o produtos se amosan no mercado como os máis eficientes na resolución de cada un dos aspectos a mellorar .

BENCHMARKING FUNCIONAL

D.1. D.2. D.6. **Imaxe de marca** difusa, con débil promoción. Escasa ou nula ligazón dos concello á marca Ferrolterra – Rías Altas.

Segundo explica Xosé María Cubillo³¹ para Hosteltur³² “A marca cidade converteuse en un dos principais activos estratéxicos cos que conta unha cidade nun entorno de crecente competencia global”. Sinalan no mesmo artigo os casos máis famosos: París e Nova York

➤ París e a Torre Eiffel



Precisamente a cidade acaba de cambiar o seu logotipo o ano pasado, aínda que mantendo o súa famosa icona “a Torre Eiffel”, na letra **A**.

A nova imaxe é agresiva e alegre, dada pola utilización da cor vermella, que recorda á esencia dos cabarés e a efervescente vida da cidade. **A iconografía é sinxela, minimalista, lexible e elegante, e pode ser combinada, segundo a súa utilización, a outras cores e fondos.** Todo isto permite a súa **adaptación cun menor coste** a todo tipo de folletos, artigos de merchandising, e publicidade en xeral. Igualmente **fai sinxela a adaptación doutros logotipos da cidade** relacionados coa marca, tales como o equipo de fútbol “París Saint Germain”, os museos, o aeroporto, as tendas ou os espazos de congresos. Todo isto se traduce nunha imaxe homoxénea de todos os elementos emblemáticos do destino.


Sendo un cambio tan recente, aínda non se coñecen as cifras de retorno da inversión na nova imaxe, nin o impacto real nos visitantes. Sexa como sexa, París superou este ano, 2017, o descenso continuado en número de turistas,

³¹ José María Cubillo, director de MESÍAS “Inteligencia de Marca España” y profesor de ESIC

³² Artigo “Marketing turístico: cómo crear un icono para identificar un destino” 16 Xulio 2016

provocados polo medo os atentados terroristas do pasado ano. Segundo publica EuropaPress:

*“París espera deixar atrás o impacto dos atentados e acadar un récord histórico de visitantes este ano con entre **32 e 34 millóns de turistas**, cun ingreso superior ós **21.000 millóns de euros**, segundo as previsións do Instituto Nacional de Estatística e Estudios Económicos francés”.*

➤ Nova York e “I love NY” 

O famoso logotipo, con máis de corenta anos de historia, é un reclamo que **rompe as barreiras do idioma**. Non hai nin que falar do éxito de merchandising xerado pola archicoñecida imaxe, que produce cada ano varios millóns de dólares, sendo un dos gráficos máis famosos, reproducidos e copiados da historia.

➤ Ferrolterra- Rías Altas 

Ten como puntos a favor que a iconografía recorda ás ondas do mar azul, cun toque de natureza proporcionado pola cor verde. Asemade, o isotipo é o mesmo que do Plan de Dinamización Turística Ferrol – Ortegal, co cal a marca aproveita as labores de sensibilización que se vén realizando dende hai máis de 10 anos. As letras son sinxelas e lexibles, e sitúan á area do destino.

É preciso unha labor de sensibilización para que todos os axentes do sector se **sintan identificados coa marca, sendo embaixadores da mesma**.

D.3. Escasa oferta de establecementos de categoría superior

Aínda que existen infinidade de destinos de aventura ó redor do mundo, seleccionamos como referencia Chiang Rai (Tailandia) a nivel internacional e Forteventura a nivel nacional.

- Chiang Rai é unha pequena cidade situada ó norte de Tailandia, preto da fronteira con Laos. Cunha poboación de apenas sesenta mil habitantes, se sitúa no país como un dos principais destinos turísticos, en especial, do turismo de aventuras. A oferta en establecementos de aloxamento e restauración é inmensa- máis de mil prazas- , en especial tendo en conta a dimensión da cidade. Máis de quince hoteis teñen categoría de catro e cinco estrelas, con **capacidade para máis de duascentas persoas**.
- Forteventura é competidor directo do noso destino en actividades acuáticas. Famoso pola práctica do winsurf, e con máis de mil aloxamentos, a illa dispón de **sesenta e catro establecementos de categoría superior**.

E posible que a oferta de establecementos de catro e cinco estrelas non sexa determinante para todos os clientes de turismo activo, pero desde logo, e segundo reflexa o apartado do perfil socioeconómico dos mesmos neste informe, Ferrolterra está a perder parte do seu público potencial. **Podería ser interesante facer unha investigación deste tema utilizando fontes primarias**. Recordemos que na zona non existe ningún hotel de cinco estrelas.

D.4. e D.5. Escasa oferta turística nalgúns concellos e canibalismo entre outros.

O xeodestino abrangue concellos moi dispares en poboación, tamaño, estruturas e, aínda que a maioría de costa, algúns son de interior. En poboacións como San Sadurniño, Moeche ou As Somozas, o impacto turístico é tradicionalmente escaso, e a oferta e demanda practicamente nula. De feito, as páxinas de búsqueda de aloxamento te remiten a hoteis en poboacións principais coma Neda, Ferrol ou Narón.

O reparto de especialidades turísticas pode animar os concellos a interiorizar a **importancia da promoción conxunta**.

Casos de éxito neste sentido os atopamos na **Costa de Almería** e fai uns anos na curiosa **unión de Barcelona e Viena**.

Precisamente a costa andaluza, a partir do ano 2014 fai especial incidencia no turismo activo. Como publica a IMF Business School nun estudio sobre a **importancia do Place Branding**, facía uns anos a oferta almeriense se promocionaba desde varios frontes- goberno central, autonómicos, provinciais e locais-, todos eles con competencia en materia de turismo. Esta situación cambia e a **Xunta de Andalucía realiza agora unha difusión conxunta do produto turístico da comunidade**, como se poido observar en Fitur nos últimos anos. Do mesmo xeito o Servicio Provincial de Turismo, dependente da Deputación, traballou neste sentido na **unificación de criterios** e presenta toda a oferta como “Costa de Almería”. Segundo datos do INE o nivel de satisfacción actual dos turistas da área alcanza o 8,5 sobre 10, superando á media do resto da comunidade, que se sitúa nun 8.

Fai catro anos a revista Hosteltur publicaba un artigo sobre o éxito da colaboración para a promoción en turismo de negocios das cidades de Viena e Barcelona. Este é un dos casos de éxito que recolle o Informe Global sobre la industria de reunións, elaborado pola OMT. En palabras de Christoph Tessmar, director da Oficina de congresos de turismo de Barcelona “A tradición centroeuropea e o encanto do Mediterráneo” se uniron para levar a cabo campañas de promoción conxunta. **“Non son competidores, son socios”**.

D.7. Excesivos localismos nos concellos do destino.

Coma no resto de Galicia, existe unha problemática relativa a unha falta de sentimento de pertenza a territorios supramunicipais por parte dos veciños e

empresas. Asemade, este sentimento poténciase debido ás actuacións de planificación turística dende os concellos sen potenciar o suficiente as políticas conxuntas e de destino.

D.8. Falta de planificación nas conexións de transporte

Aínda que en Galicia en xeral se avanzou moito no sector do transporte nos últimos anos, aínda queda moito por andar. Varios son os motivos das malas conexións: políticos, económicos, xeo morfolóxicos,... o caso é que resulta difícil moverse entre comarcas, máis aínda usando o transporte público.

A falta de regulación fai, por outra banda, que as compañías privadas de transportes proporcionen unha deficiente información das liñas dispoñibles. Igualmente chama a atención que as principais cidades galegas prefiran ter e gastar nun aeroporto propio, en vez de facer unha rápida conexión de ferrocarril con un xeograficamente central, como é Santiago.

Comparamos neste caso o noso destino có norte de Europa, onde, o menos Google dispón da información suficiente para que introducindo un lugar de orixe e un destino, aparezan todas as conexións de transporte.

D.9. Escasa adaptación da oferta ó clima

Facer que o turista se esqueza da choiva non é tarefa fácil. Non obstante existen destinos turísticos con medias de douscentos días húmidos ó ano e que continúan a ser emblemáticos. Os nosos referentes neste apartado son varios como Colonia, en Alemaña, Vancouver en Canadá, Milford Track en Nova Zelandia (un dos lugares máis chuviosos do planeta). O punto común de todos eles é a adaptación da oferta ó clima do lugar, tanto ofrecendo lugares pechados coma museos, centros de interpretación, pavillóns deportivos,... coma facilitando o un cómodo desprazamento que faga esquecer as inclemencias externas.

Adaptar a oferta turística ó clima da rexión axudaría enormemente á desestacionalización.

D.10. Escaso aproveitamento das infraestruturas

Estámonos a referir, por exemplo, ó escaso uso que se fai do recinto ferial de Ferrol ou de varios edificios do Ministerio de Defensa, por poñer dous exemplos.

O propio Ministerio de Fomento, no seu informe Rehabitar, sinala a necesidade da utilización de edificios abandonados, que configuran unha desoladora imaxe post-industrial. Por outra banda cita dous exemplos de “reconversión” en Madrid: a antiga nave Boetticher, actualmente centro de novas tecnoloxías TIC, ou o Matadoiro municipal, reconvertido nun espáceo para a creación artística contemporánea.

D.11. Excesiva dependencia do sector público e naval

Unha alta porcentaxe dos empregos da zona pertencen a estes sectores. O desenvolvemento dunha industria turística desestacionalidade pode axudar a superar o problema. Facemos a nosa comparativa con **Bilbao**.

A cidade vasca, tradicionalmente coñecida por ser un referente industrial, se reinventa e desde fai uns anos **aposta polo turismo como sector estratéxico**. En Xaneiro deste mesmo ano, presenta a súa “Estratexia de turismo 2020”, coa colaboración do concello e a Deputación. Precisamente un dos retos e posicionar a Bilbao-Biscaia como un destino excelente, operativo, profesional e coordinado, que manteña o nivel de visitantes durante todo o ano, potenciando o compromiso institucional e a colaboración público-privada. **Nos sete primeiros meses do ano 2015 a cidade creceu un 9% no número de**



turista, cun total de 675.347 visitantes, o que representa o 47,2% da comunidade autónoma.

D.12. Escasa iniciativa cultural emprendedora

Repetimos neste apartado ó noso referente anterior, **Bilbao**. A cultura se integra nas estratexias de ofrecer unha imaxe de cidade post- industrial e post-moderna, que se reflexa na construción dunha nova paisaxe urbano. O denominado “**efecto Guggenheim**” supuxo un cambio imaxinario cambio social. A cidade reposiciónase respecto ó turismo de negocios e feiras ó que estaba ligada por tradición, atraendo un crecente turismo cultural.

.D.13. Envellecemento da poboación.

Consecuencia directa do desemprego é o envellecemento da poboación. É complicado que se produza unha reactivación da economía local cando descende a cantidade de cidadás en idade de traballar, e o mesmo tempo, non se atrae á xente nova se non se presentan perspectivas de futuro. O final é unha serpente que se morde a cola.

Non obstante, o turismo, e en especial o turismo activo, preséntase coma unha oportunidade para saír da roda.

Un caso de éxito na repoboación do medio rural é Matavenero, na rexión do Bierzo, onde un grupo de xente nova rehabilita unha aldea abandonada na segunda metade do século XX. Aínda que a experiencia ten resgos da filosofía hippie, pode servir de inspiración para novas ideas e iniciativas.

D.14. Peche de oficinas de información en tempada de inverno

É fundamental dispoñer de información turística durante todo o ano na medida do posible para que o visitante poida informarse da oferta do territorio e contribuír á desestacionalización da demanda.

Tras facer un análise e diagnóstico das debilidades e estudar casos de éxito, pasamos a continuación a facer unha avaliación da competencia directa en materia de turismo activo.

BENCHMARKING COMPETITIVO

Destinos Nacionais

Asturias

Pola súa proximidade e semellanza coa nosa comunidade autónoma (a España verde), comezamos a nosa comparativa por **Asturias**, que conta con nada menos que **seis reservas da Biosfera pola UNESCO**. O seu paisaxe, plagado de praias e montañas, fan desta comunidade o sitio ideal para a práctica do surf, piragüismo, sendeirismo e rutas a cabalo.

Con **máis de 400 quilómetros de costa e 200 praias**, o mar Cantábrico ten infinidade de areas considerados os mellores para surfear do país, segundo varias asociacións dedicadas á práctica deste deporte. Algúns exemplo son: Rodiles Villaviciosa) o Xagó (Gozón) hasta Praia de La Grande (Tapia de Casariego), San Lorenzo (Gijón), San Antolín (Llanes), Santa Marina e Vega (Ribadesella).

Na localidade de Tapia, se celebra o Campionato Internacional de Surf, e localidades como Salinas, **teñen aloxamentos específicos para surferos**.

O **Descenso Internacional do Sella, declarada Festa de Interese Turístico Internacional**, fai un percorrido de 15 km entre Arriondas e Ribadesella, sendo catalizador para a práctica de actividades con canoa e kayak. Nestas localidades máis Cangas de Onís emprázanse múltiples empresas dedicadas ó turismo de aventura. Outras ríos para realizar descensos son o Cares, o Narcea, o Nalón e o Navia.

Non se dispón de datos específicos sobre o impacto do turismo activo, aínda que segundo o Sistema de Información Turística de Asturias (SITA), ó peche do primeiro semestre do presente **ano 2017, a comunidade rexistra a visita**

de 873.565 persoas, o que supón un 9% máis que o ano anterior nas mesmas datas. Tamén as pernoctacións na rexión aumentaron hasta 1.766.997, o que supón un 10,6% interanual.

O crecemento é debido, non só ó turismo nacional, se non tamén ó estranxeiro, que acada a cifra de 138.047 persoas, isto é un incremento dos 10%. Máis aínda si se analizan as pernoctacións, que acadan as 276.989.

A páxina Toprural indica que neste ano, Asturias se sitúa en Agosto coma unha das tres provincias con maior ocupación de aloxamentos rurais, un 85%, cun incremento de 7 puntos respecto ó ano anterior. Igualmente os cámpings elevan as súas cifras en un 25,9% e un 20% respectivamente.

No caso dos hoteis o aumento foi do 4,9% de visitantes e un 6,3% no número de pernoctacións, e os apartamentos turísticos tiveron as maiores alzas, cun avance do 46,6% de visitantes e un 38,6% de pernoctacións.

Guipúzcoa

O trail running é unha actividade deportiva en auxe, que consiste en realizar rutas correndo por sendeiros e camiños de montaña. A comunidade vasca é a primeira rexión do país que conta cunha estación de trail nos municipios de Zegama e Abaltzisketa.

O sendeirismo é unha actividade imprescindible na rexión, con moitos camiños de montaña de distinta dificultade e que xuntan cultura, deporte e natureza. **Segundo publica Toprural Guipúzcoa, acada no primeiro semestre deste ano un 92% de ocupación en aloxamentos de turismo rural.**

A bici de montaña é outra famosa actividade da rexión. Guipúzcoa conta con dous centros BTT, un na comarca de Tolosalde e outro en Debabarrena.

O País Vasco en xeral dispón, en todas as Oficinas de Turismo, dunha ampla información sobre programas de turismo activo, entre elas deportes náuticos, escalada, piragüismo, paseos a cabalo, rutas 4x4, sendeirismo e incluso, vós en avioneta en Hondarribia e Vitoria- Gasteiz.

Entre os deportes de aventura da comunidade autónoma destacan o parapente, o salto de bungee, e o piragüismo, grazas ós seus extensos montes e acantilados. Desde a páxina oficial de turismo, turismovasco.com, recomendan especialmente os paseos e excursións, pola orografía e beleza paisaxística da rexión, o por ser unha actividade apta para todos os públicos.

Segundo publica Europa Press, en Xaneiro deste ano, no 2016 Guipúzcoa rexistrou un récord de pernoctacións, cun **crecemento neto do 9,4%, 2.179.877 pernoctacións, un incremento do 13,6% de turistas estranxeiros, e máis de un millos de visitantes, o ó que é o mesmo, un incremento do 9,1 con respecto ó ano anterior. O turismo representa xa para a rexión un 7,4% do PIB.**

Vizcaya

As praias de Arrietara e Atxabiribil, no municipio de Sopela, alberga importantes citas deportivas como o Mundial IBATOURL de Bodyboard, ou distintos campionatos de ASP. Conta cunha media ducia de clubs e tres escolas.

Tamén coñecida como O Peñón, Atxabiribil é unha zona de olas de praia que rompen sobre rochas. Funciona con todas as mareas e conta con olas esquerdas e dereitas, dependendo da dirección de swell e os fondo da area. Outras actividades que se practican na costa son o voleibol, paseos e xogos infantís.

A vila de Zarautz conta coa praia máis larga do litoral guipuscoano, e en ela se forman olas famosas no mundo enteiro, e son reclamo de surfistas de todo o planeta.

Fundado en 1973, o Real Club de Golf de Zarautz se atopa ós pes de Talaimendi, nun entorno natural de gran beleza, entre o mar e a marisma. Por el pasaron, entre outros, os reis Eduardo de Inglaterra e Alfonso XIII. Cos anos adquiriu enorme prestixio, sendo lugar de formación de grandes xogadores locais e estranxeiros. O campo conta con nove buratos nunha superficie de case 165.000 m². Para acceder ás instalacións é preciso estar federado.

Outra actividade popular na zona é o sendeirismo, cunha ampla variedade de percorridos pola natureza e a contorna.

Euskadi ten unha larga tradición mariñeira, aínda que hoxe en día é cada vez menor polo actual mal estado do sector. **A decisión de facer reciclaxe desta área de actividade e enfocalo cada o turismo foi un acerto.** Cada día son máis as empresas de turismo que ofrecen este servizo e hoxe en día é moi doado atopar pobos costeiros onde realizar actividades acuáticas. Entre as máis demandadas se observan o surf, en primeira posición, e por detrás deporte como o mergullo e a pesca submarina.

Segundo datos facilitados polo Instituto Vasco de Estatística (Eustat), **a comunidade pechou pasado ano cun novo récord de turistas e pernoctacións, superando a cifra de 3 millóns de visitantes**, case un 10% máis que no ano anterior. **Os campings acadaron a cifra de máis de 436.000 persoas e 1,2 millóns de pernoctacións**, segundo datos do INE, e **os aloxamentos rurais superaron igualmente os 400.000 clientes**, o que supón unha subida do 12,4%.

Huesca

Ademais da singularidade dos seus pobos e riqueza cultural, Huesca é unha rexión destacable en turismo activo. Os paraxes ós pés dos Perineos son o lugar ideal para realizar actividades ó aire libre.

A actividade de maior popularidade da provincia é o barranquismo. Tanto a zona do Perineo como a Serra de Guara dispoñen dun gran número de cañóns para a práctica desta actividade.

A provincia conta co Parque Natural de Ordesa e Monteperdido, Patrimonio da Humanidade pola UNESCO e de incalculable valor e beleza. Existen aquí innumerables rutas de sendeirismo.

Outra afamada actividade da zona é o ciclismo de montaña, con gran cantidade de rutas de distinta duración e exixencia.

En medio dos Perineos, á veira do río Ésera, se sitúa o pobo de Benasque, na comarca de A Ribagorza, ó noroeste da provincia. O pobo gañou o sobre nome de “Val Escondido”, por que no pasado era un emprazamento de difícil acceso. O municipio ten un patrimonio arquitectónico, artístico, cultural e paisaxístico de incalculable valor para o turismo. A fauna é variada e o entorno é ideal para a práctica de diversos deportes de montaña. Unha parte do termo municipal está ocupada polo Parque Natural de Posets- Maladeta e os Glaciares Pirenaicos.

O Parque Natural de Posets- Maladeta se encontra dividido entre as comarcas da Ribagorza e Sobrabe, e engloba os dous macizos de maior altura dos Pirineos, con cumes por enriba dos 3000 metros sobre o nivel do mar, como o Aneto.

O Monumento Natural dos Glaciares Pirenaicos abarca parte da Ribagoza, Sobrarbe e o Alto Gállego. A paisaxe está composta por glaciares e ibones (lagos de orixe glaciar do Perineo Aragonés). Destaca o Glaciar de Maladeta e o de Aneto, nacemento do río Ésera.

Con tal inventario natural non é estraño que sexa o turismo un dos principais motores económicos da zona.

Pero como dicíamos antes, a mesma localidade ten un variado patrimonio histórico e cultural, entre outros o palacio renacentista fortificado dos Condes de Ribagorza, e o caserón fortificado de Xuste do século XV- XVII, ambos forman parte dos Bens de Interese Cultural do Patrimonio Aragonés.

Por último, no mesmo municipio se sitúa o pobo de Cerler, coa estación de esquí máis alta dos Perineos, Aramón- Cerler, onde se pode practicar sendeirismo, escalada, parapente, rafting, kayak e cicloturismo entre outros.

Nos últimos anos, Huesca tivo unha evolución positiva nas cifras de visitantes, incrementando un 61% no ano 2016, con respecto ó ano anterior, ou o que é o a comunidade recibiu máis de 13.000 visitantes.

Lleida

A provincia catalá é un dos eixes do turismo activo en España. Destaca principalmente polas súas paisaxes abruptas preto dos Perineos. Existe unha gran variedade de opcións para a práctica do turismo activo, destacando o Perineo como peza central e lugar predilecto dos viaxeiros máis activos.

O descenso de ríos- rafting- é unha actividade moi popular no río Nogueira Pallaresa, aínda que tamén se practica no Parc Olímpic del Segre, en el Alt Urgell, e no río Garona do Val d´Aran.

Precisamente o Val d´Aran é unha das zonas privilexiadas para un fin de semana invernal. Certificado como Destino da Biosfera, a acreditación garante que o destino xestiona de forma responsable a actividade turística. Sen esquecer a estación de Baqueira- Beret, como referente de sky, O Pla de Beret

e o entorno de Montgarri e o lugar ideal para actividades como paseo en moto de neve ou raquetas, trineos de cás, ou speed riding (mestura entre esquí e parapente). Certificada para a práctica deportiva de alta montaña, a actividade continua tras o inverno, con rutas de sendeirismo, que percorren un extenso catálogo de igrexas e diferentes elementos patrimoniais. Así mesmo existe unha rede de museos repartida polos pobos, para coñecer a historia do vale. Outro elemento mostra de identidade aranesa é a gastronomía local, cunha gran oferta de restaurantes cos mellores produtos do territorio.

Outra das recomendacións de turismo activo en Lleida é o sendeirismo, xa que existen numerosas rutas de diversa dificultade, tanto na zona dos Perineos como no sur das Terras de Lleida. Varias descorren polos Parques Nacionais d'Aigüestortes e Estany de Santo Mauricio.

Tamén existen rutas a cabalo, concentradas na súa maioría na área pirenaica.

Lleida pechou o ano 2016 cun 8% máis de turista, sendo a mellor cifra da última década, segundo publica a revista Segre. O total se traduce en **1.100.000 visitantes e máis de 2.725.000 pernoctacións**.

Cuenca

A actividade rei de turismo activo nesta rexión é o barranquismo. A Serranía de Cuenca é o escenario ideal para o descenso de barranco, xa que conta con gran cantidade de cañóns e curiosas formacións rochosos.

O río Júcar é a arteria central do piragüismo na provincia e ofrece tramos de distinta índole para todos os gustos, desde descensos rápidos a augas máis calmadas.

Os fardos modelados polos ríos Júcar e Huécar e o fardo de Vadecabra, forman unha das zonas de escalada máis importantes do país, con máis de

1000 vías. Aínda que a dificultades das mesmas é elevada, polo que é un destino preferido para escaladores experimentados.

Segundo datos do INE, **Huesca é a única provincia de Castela- A Mancha, que descende no número total de turistas rexistrados entre os meses de Xulio do 2016 e do presente ano, isto é, de 27.013 a 24.148 turistas.**

Cádiz

A comunidade andaluza é popular por unha tradicional cultura do surf. A zona é preferida por poder combinara as ondas con xornada de praia ó sol, chiringuitos e “ambiente”. Algunhas praias son : O Palbar, Os Caños de Meca, Roche, Tarifa, Barbate e a praia de Bolonia.

Unha das xoias da provincia é a Serra de Grazalema, Parque Natural que ofrece as condicións perfectas para a práctica do sendeirismo. Outra das máis afamadas actividades da zona é o descenso por canóns ou barrancos no leito do río Guadiaro.

Segundo datos do INE, Cádiz creceu un 7% en turistas durante 2016, acadando os 2.454.247 visitantes e supera por primeira vez os 7 millóns de pernoctacións.

Lanzarote

Pola beleza e riqueza dos seus fondos mariños, a illa é un dos destinos predilectos para os amantes do mergullo, cunha gran variedade de opcións para realizar actividades subacuáticas.

Existen tamén varias rutas de sendeirismo que percorren a peculiar paisaxe, case lunar, e polos viñedos en forma de anfiteatro.

Á illa chegaron no último ano 2016 máis de 2,9 millóns de turistas, crecendo un 10% en comparación co ano anterior.

Forteventura

Coñecida polas súas praias, a illa máis antiga de Canarias recibiu no ano 2012 o Quality Coast Gold Award, premio internacional á calidade medioambiental costeira para o turismo sostible, calcificándoa como Destino moi recomendado nas categorías de Natureza e Identidade.

Forteventura ten as condicións climáticas e xeolóxicas idóneas para a práctica de toda clase de deportes acuáticos, sendo o surf a actividade por excelencia, en especial na costa norte. Con varios núcleos surferos coma Punta Calma ou a praia da Parede, Corralejo ten a vantaxe de dispor de praias orientadas ó oeste, ó norte e ó este, que aumenta as posibilidades de olas con características adecuadas a meirande parte do ano.

Outra das actividades practicadas na illa é o mergullo, pola calidade do seu fondo oceánico e das augas, en especial a illa de Lobos, a península de Jandía e a Caleta de Fuste. Ten a facilidade de dispor de embarcacións con ou sin patrón, e de realizar mini- cruceiros para avistar baleas e outros cetáceos.

No interior, o turismo activo ten propostas que aproveitan as singulares condicións climáticas e orográficas dunha paisaxe de gran singularidade e riqueza natural. Pode percorrerse a pe, en bicicleta de montaña, ou a bordo dun todoterreo. Igualmente en Jandía organízanse paseos con interpretación do entorno natural, acompañados da observación de aves. O norte conta tamén cunha gran oferta de campos de golf.

Forteventura despediu o 2016 cunha cifra record de 3,2 millóns de turistas, cun crecemento do 11,4% do turismo estranxeiro e un 10% do peninsular.

Destinos internacionais

O que en España se coñece como turismo activo, a nivel internacional é designado como turismo de aventura, e segundo a International Organization for Standardization (ISO), unha actividade de turismo de aventura (“adventure tourism activity) e (ISO 21103:2014 e ISO 21101:2014): *adventure activity for tourism purposes that involves a degree of instruction or leadership and a deliberate accepted element of risk.*

Irlanda (cultura y gastronomía)

O igual que Galicia, Irlanda é máxica. Lendas, mitos, paisaxes de conto, e seres como o Santo Patricio, atraen turistas de todo o mundo. As xentes son afables e cun gran sentido do humor, que desfrutan enormemente das reunións sociais.

Publica Fáilte Ireland no ano 2013 un exame completo do mercado do turismo de aventura, examinando actividades clave e ilustrando onde radica o potencial futuro para Irlanda como destino. Analizando as opinións de 15.000 turistas nacionais e estranxeiros e os catro mercados clave de ultramar de Gran Bretaña, Francia, Alemaña e Países Baixos, a investigación capta o potencial do mercado actual, outros destinos en competencia, o perfil dos seus visitantes e as súas percepcións sobre o que a illa ten que ofrecer. Segundo o informe, o maior potencial radica no mercado alemán, seguido por Gran Bretaña e Francia. Existe tamén unha forte competencia dos países con clima cálido como España e Italia.

En cifras, o devandito estudo estima que **os visitantes estranxeiros que participan no turismo activo valeron 773 millóns de euros para a economía no ano 2012. O sector considérase un segmento de alto rendemento cun gasto medio un 40% superior ó resto de turistas**, e unha estancia media de nove días. Aproximadamente 919.000 turistas de actividade

visitaron Irlanda, coa seguinte subdivisión por países: • Europa - 415.000 (45%) • Gran Bretaña - 297.000 (32%) • América do Norte - 176.000 (19%) • Outras áreas 31.000 (4%). As actividades máis demandadas foron o sendeirismo, a pesca deportiva, o ciclismo, a equitación e as actividades acuáticas. Dublín e os seus arredores xunto con Galway, Mayo, Kerry, Cork e West Clare foron destinos máis populares dentro do país.

Lonely Planet inclúe unha serie de destinos irlandeses na súa guía 1000 Ultimate Adventures, e o ano 2014 é declarado “Ano da aventura”, cando a cidade de Killarney acolle o Cumio Mundial Adventure Travel.

Existe un importante mercado alemán para a práctica do ciclismo, deporte que calou fondo na sociedade desde fai uns anos. Hai infinidade de clubs e asociacións de ciclistas, a pesar do seu clima, con infinidade de rutas forestais como o Forest Park de Catlewellan, en County Down, a unha hora aproximadamente de Belfast. Aquí se celebra o Campionato Europeo de Bicicletas cunha marcha, onde se dan cita centos de ciclistas amateurs europeos.

Nas actividades náuticas, o maior potencial está no mercado doméstico e o francés, cunha forte competencia do noso país en particular, e nos paseos a cabalo son os británicos e novamente os nacionais, cun mercado de 2,5 millóns de persoas, o público obxectivo.

Outra similitude de Irlanda con Galicia é a súa tradicional oferta gastronómica. Segundo publica Europa Press en marzo do 2016, Irlanda crea un itinerario gastronómico, con epicentro en Belfast, para celebrar o Ano da Gastronomía.

Noruega

Noruega é un dos países máis completos para a práctica do turismo activo. O país dispón dunha gran variedades de areas naturais perfectas para que os

turistas teñan a posibilidade de desfrutar de actividades e deportes en plena natureza, tanto no inverno como en verán.

Os principais atractivos naturais do país nórdico son os famosos fiordos, a posibilidade de contemplar as auroras naturais, así como un sen fin de glaciares, montañas e cascadas.

Un das opcións máis populares é desfrutar de paseos en kayak, sen esquecer a escalada, o sendeirismo ou montar en bicicleta, para os turistas máis tranquilos, polo destino que atrae tanto a parellas como a familias con fillos.

Segundo datos da páxina oficial de turismo de Noruega, Visitnorway, **no ano 2015 propuxéronse no país un total de 31,6 millóns de pernoctacións comerciais, ó que representa un incremento do 4% respecto ó ano anterior. O número de chegadas de turistas internacionais nos hoteis creceu un 12%, ata os 3,6 millóns, o que significa 382.000 máis que no ano 2014, aumentando tamén as pernoctacións por vacacións nun 13%**

Costa Rica

Costa Rica é un referente mundial en turismo extremo e de aventura. Existen infinidade de opcións de calidade e cargadas de paisaxes e marabillas naturais.

Un dos deportes máis populares é o rafting, xa que o país conta con 14 sistemas fluviais que desembocan no Mar Caribe, o Océano Pacífico e o Río San Xoán, o que da coma resultado rápidos de auga con fama internacional. O Río Pacuare está clasificado coma un dos mellores a nivel mundial para a práctica deste deporte extremo. Outros ríos famosos son o de Savegre, considerado un dos máis limpos de Centroamérica, e o Sarapiquí.

O país é pioneiro na práctica do Canopy, actividade que consiste en deslizarse por unha corda suspendida por cables montados a máis de cen pes por enriba

do chan, sendo os lugares recomendados San Luis, Facenda Guachipelín e Sarapiquí.

Non podía faltar como parte da oferta de aventura os paseos a cabalo. Adaptados a todos os niveis, a maioría dos lugares turísticos e hoteis ofrecen percorridos que combinan diferentes localizacións como a costa e a montaña. Os lugares máis populares son Recuncho da Vella, Monteverde e Cahulta.

Por último, Costa Rica, ofrece multitude de montañas onde practicar sendeirismo con incontables tesouros de incalculable beleza.

Segundo datos do Instituto Costarricense de Turismo, **Costa Rica recibiu un total de 2.665.000 turistas no ano 2015, o que supuxo un crecemento do 5,5% en chegadas de visitantes e case un 9% en ingreso de divisas con respecto ó ano anterior.**

Nova Zelandia

Este destino ofrece experiencias de aventura tan variadas como as súas paisaxes. A innovación deu pe á aparición de actividades como o salto en bungee, a navegación en moto de auga, o esquí en avioneta, o esfeirismo ou Zorb e o sistema de transporte Shweeb. Tamén existe unha actividade para cada nivel de emoción e dificultade que se desexe vivir.

Algunhas das clasificadas como mellores experiencias do destino son o paracaidismo, o esquí, a moto de auga, o puenting, a navegación en covas, o mergullo, o esfeirismo, os paseos en bicicleta de montaña, o kayak, e o safari da pesca de altura.

No ano 2016 o gasto total en turismo do destino foi de 21,1 millóns de euros (34,7 millóns de dólares neocelandeses), o que significou un aumento do 12,2%, segundo a oficina governamental de estatísticas neocelandesas,

Statistics New Zealand. O gasto en turismo internacional foi de 8,8 millóns de euros no mesmo período e aumentou un 19,6% anual. **O turismo internacional supón para o país un 20,7% das exportación de bens e servicios das illas.**

Chile

Non podía faltar Chile na lista de destinos internacionais de aventura. Galardonado por terceiro ano consecutivo como o “Mellor Destino de Turismo Aventura de Sudamérica” polos World Travel Awards.

Segundo a subsecretaria de Turismo, Javiera Montes, este premio ratifica o traballo e **a inversión de 5,7 millóns de dólares en materia de promoción nos mercados prioritarios** como Estados Unidos, Brasil, Argentina, Alemania, España, Francia, Reino Unido, Italia, Australia y China.

Destaca a revista Clarín, en setembro do presente ano, os lugares máis destacados do país en turismo de aventura. Entre outros, as Torres de Paine, a Patagonia, dispón de excelentes circuítos de trekking, e a cidade de Iquique está considerada como un dos mellores lugares do mundo para voar en parapente.

En San Pedro de Atacama, en medio do deserto máis árido do mundo, os viaxeiros poden explorar o Salar, o Val da Lua, os Geysers do Tatio e a Cordilleira da Sal. Desde a capital do país, Santiago, se ofertan paseos de varias horas a través dos glaciares, e en inverno pódese practicar esquí en varias pistas de recoñecemento internacional.

No extremo sur do país, se atopan o Parque Nacional Queulat, o glaciar Santo Rafael, e as Catedrais de Mármol no Lago Xeral Carreira, o máis grande do territorio.

Segundo datos da División de Estudos da Subsecretaría de Turismo, o número de visitas internacionais aumentou un 26% respecto ó ano 2015.

Os principais emisores foron Arxentina, con 900 mil viaxeiros, sendo o incremento un 49%, e norte América, cun 12% máis, ou o que é o mesmo, 208 mil turistas.

Tamén aumentou a chegada de europeos ó país americano, cun total de 449.667 turistas, o se supón un incremento do 9% respecto o ano anterior. Os mercados prioritarios foron Italia, cun total de 41.523 turistas, e Inglaterra, que enviou o país 51.611 ingleses. Tamén os franceses aumentaron nun 11% acadando os 77.987, os españoles nun 6,3% e un total de 77.987, e por último os alemáns suben nun 3,9, é dicir, 73.854 visitantes xermanos.

En Sudamérica destacan as chegadas de turistas colombianos, con 119.324 turistas, e peruanos, con 403.605.

Cabe destacar por último o aumento de turistas australianos, cun total de 50.968 visitantes, e de chinos, cun total de 22.992 persoas.

B. PLAN DE ACCIÓN

7. LIÑAS ESTRATÉXICAS

7.1. Elementos de Posicionamento. Misión e Visión

O proxecto de Desenvolvemento do Turismo Activo en Ferrolterra – Rías Altas, baseándose nas actividades de turismo activo actuais no territorio e nas potencialidades de proxección futura, aspira a lograr unha efectiva articulación dos recursos e servizos que se traduza nunha atribución diferencial do destino. Os esforzos para o desenvolvemento do Turismo Activo no destino teñen uns **eixos que constitúen os elementos de posicionamento do territorio:**

- **Recursos naturais de calidade con gran potencial para o desenrolo das actividades de turismo activo e experiencial.**
- **Elementos con gran proxección internacional como é o Camiño de Santiago e a actividade do surf.**
- **Oferta de Turismo Activo en todo o territorio.**
- **Produtos xa consolidados como son Costa das Ondas e Turismo Slow, que complementan este proxecto.**

Así pois, todas as actuacións que se desenvolven neste proxecto van encamiñadas a potenciar o turismo activo poñendo en valor os recursos do territorio e complementándose cos produtos Costa das Ondas e Turismo Slow. Todas as actuacións pretenden crear identidade relativa ao Turismo Activo no destino e posicionalo como un “polideportivo natural”.

A Misión do Turismo Activo no xeodestino Ferrolterra – Rías Altas é o impulso da competitividade deste tipo de turismo no territorio mediante a xestión integral e o desenvolvemento dun produto diferenciado e integrado polos axentes do sector.

A visión é a de posicionar Ferrolterra – Rías Altas como destino líder en Turismo Activo en calquera momento do ano, en base a unha oferta diferenciadora con pilares como a calidade, sostibilidade e competitividade.

Os **Obxectivos Estratéxicos** deste proxecto son os seguintes:

- A posta en valor dos recursos existentes
- A creación e consolidación dun produto de Turismo Activo global, que abarque todo o destino.
- A integración das empresas e administracións no desenvolvemento do produto.
- A converxencia cara unha estratexia de comercialización que proporcione visibilidade homoxénea ao destino dentro do mercado turístico.
- A sensibilización da oferta complementaria da importancia deste tipo de produto e a súa implicación no posicionamento.

7.2. Liñas Estratéxicas

O desenvolvemento do Diagnóstico e a conseguinte detección das potencialidades e necesidade a partir da análise efectuada, permitiu plantexar unha proposta de acción estratéxica que responde á finalidade xeral de impulsar o posicionamento do territorio no mercado do Turismo Activo.

Preséntanse a continuación as Liñas Estratéxicas que definen o proxecto:

LIÑA ESTRATÉXICA I: SENSIBILIZACIÓN E PROFESIONALIZACIÓN DA OFERTA E POTENCIACIÓN DO EMPRENDEMENTO

LIÑA ESTRATÉXICA II: CREACIÓN E POSTA EN MARCHA DE PRODUTO

LIÑA ESTRATÉXICA III: PROMOCIÓN

LIÑA ESTRATÉXICA IV: COMERCIALIZACIÓN

8. PLAN DE ACCIÓN

Unha vez identificadas as Liñas Estratéxicas tradúcese a estratexia de turismo activo en accións de carácter operativo. A partir dunha estratexia clara, definiuse a Folla de Ruta do Turismo Activo para o período 2017 – 2018.

Cada unha das accións correspóndese cunha ficha de acción. Realízase a continuación unha descrición dos campos que compón ditas fichas:

LÍÑA ESTRATÉXICA		
Nome da Actuación		
Explicación xeral e Obxectivos		
Xustificación da Actuación e Obxectivos Operativos		
Concepto da Actuación e Contido		
Descrición da Actuación e accións necesarias para levar a cabo a súa execución		
Público obxectivo	Colectivos aos que se dirixe a acción.	
Responsable Execución	Organismo responsable da execución da acción.	
Axentes implicados	Organismos ou axentes que participan na execución da acción.	
Indicadores		
Indicador	Valor	
Indicadores para valorar e cuantificar o correcto desenvolvemento da acción		
Impactos esperados	Resultados do proxecto.	
Coste económico previsto		
Cronograma	2017	2018

8.1. Descrición de Accións

I. SENSIBILIZACIÓN E PROFESIONALIZACIÓN DA OFERTA E POTENCIACIÓN DO EMPRENDEMENTO
1.1. Sensibilización, detección de necesidades formativas e profesionalización das empresas de Turismo Activo
Explicación xeral e Obxectivos
<p>Durante a elaboración do Diagnóstico detectouse unha necesidade de profesionalización do sector do turismo activo en materias de índole turística. Este subsector está composto por pequenas organizacións dirixidas por especialistas en actividades deportivas que contratan persoal, xeralmente de forma estacional, con perfís de monitores de actividades. Polo tanto, trátase de empresas que presentan unha falta de orientación e coñecementos en materia de turismo, moi necesarios para o posicionamento do xeodestino neste tipo de turismo.</p> <p>Asemade, entre as empresas existe un déficit de identificación do destino Ferrolterra – Rías Altas.</p> <p>O obxecto desta acción comprende os seguintes cometidos:</p> <ul style="list-style-type: none">• Sensibilización sobre o Xeodestino Ferrolterra – Rías Altas.• Detección das necesidades formativas das empresas de Turismo Activo.• Xornadas de profesionalización individuais e personalizadas ás empresas de Turismo Activo relacionadas coas necesidades detectadas no sector.
Concepto da Actuación e Contido
<p>As características de cada un dos traballos a realizar nesta acción son os seguintes:</p> <ul style="list-style-type: none">• Sensibilización sobre o Xeodestino Ferrolterra – Rías Altas e Detección das necesidades formativas das empresas de turismo activo <p>Realizárase como mínimo unha visita individual por empresa de turismo activo na que se levará a cabo o asesoramento sobre o proxecto das empresas e os servizos e a análise das súas necesidades de mellora relativas á profesionalización. Para a identificación destas necesidades crearase unha “check-list” ou “folla de verificación” no que se mostren os diferentes aspectos de análise. Como mínimo estes aspectos serán relativos a:</p> <ul style="list-style-type: none">• Atención ao cliente• Xestión empresarial• Idiomas (atención en outro idioma, idiomas dos materiais promocionais, etc)• Promoción; contemplando aspectos como páxina web, análise do posicionamento, redes sociais, información en plataformas de promoción, etc.• Comercialización

Durante a sesión individual cumprimentarase unha check – list por empresa, que será a ferramenta que establecerá o tipo de necesidades de cada unha das organizacións e permitirá realizar unha planificación das sesións formativas.

- **Xornadas de profesionalización individuais e personalizadas ás empresas de Turismo Activo relacionadas coas necesidades detectadas no sector.**

Realizaranse xornadas de profesionalización do sector de turismo activo de forma individualizada segundo o establecido no Estudo de Necesidades Formativas Individuais.

Unha vez rematadas estas xornadas obterase unha nova check – list e realizarase un informe comparativo

Público obxectivo	Empresas de Turismo Activo.
Responsable Execución	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol.
Axentes implicados	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol. Empresas de Turismo Activo.

Indicadores	
Indicador	Valor
Número de empresas analizadas e formadas	+ 25
Porcentaxe de aspectos da “Check – List” que presentan unha mellora	+50%

Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento da profesionalización das empresas de Turismo Activo de Ferrolterra – Rías Altas. 				
Coste económico previsto	19.000 (IVE incluído)				
Cronograma	<table border="1"> <tr> <td>2017</td> <td>2018</td> </tr> <tr> <td></td> <td>X</td> </tr> </table>	2017	2018		X
2017	2018				
	X				

I. SENSIBILIZACIÓN E PROFESIONALIZACIÓN DA OFERTA E POTENCIACIÓN DO EMPRENDEMENTO

1.2. Networking de Experiencias

Explicación xeral e Obxectivos

Ademais da necesidade de profesionalización do sector do turismo activo en materias de índole turística, durante o Diagnóstico identificouse unha falta de coñecemento das actividades de turismo activo e experiencial que existen no xeodestino por parte dos profesionais turísticos.

A colaboración entre empresarios turísticos, tanto mediante acordos formais como mediante a recomendación dos servizos prestados por outros, é fundamental para a construción dunha oferta turística atractiva e fidelizadora dos turistas. Non obstante, os profesionais dificilmente poden colaborar desta maneira cando non coñecen o que están a ofrecer os demais.

O obxecto desta acción comprende os seguintes cometidos:

- Incremento do coñecemento dos empresarios sobre as actividades do destino.
- Incremento da colaboración empresarial.
- Que os empresarios turísticos sexan prescriptores do destino.

Concepto da Actuación e Contido

Realización de xornadas de Turismo Activo e Experiencial nas que as empresas turísticas do xeodestino poidan coñecer e practicar as actividades ofertadas por outros profesionais do sector.

Estas xornadas realizaranse durante varios días en enclaves diferenciadores do territorio.

Durante este evento realizaranse gravacións en vídeo para a difusión nas redes sociais, co obxecto de que constitúa tamén unha ferramenta de promoción turística do xeodestino.

Público obxectivo	Empresas Turísticas.
Responsible Execución	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol.
Axentes implicados	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol. Empresas Turísticas.

Indicadores

Indicador	Valor
Número de empresas participantes na acción	+ 70
Número de actividades de Turismo Activo incluídas na acción	+15

Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecemento de alianzas entre servizos turísticos • Promoción turística de Ferrolterra – Rías Altas como xeodestino multiexperiencial
Coste	13.644 (IVE incluído)

Cronograma	2017	2018
		X

I. SENSIBILIZACIÓN E PROFESIONALIZACIÓN DA OFERTA E POTENCIACIÓN DO EMPRENDEMENTO

1.3. Accións de emprendemento

Explicación xeral e Obxectivos

No diagnóstico identificáronse recursos con gran potencial para o desenvolvemento do turismo activo no xeodestino. Estes recursos poderían constituír eixos de diferenciación e posicionamento.

Os obxectivos de esta acción son os seguintes:

- Incremento do posicionamento e competitividade de Ferrolterra – Rías Altas como destino de turismo activo.
- Potenciación de iniciativas privadas.

Concepto da Actuación e Contido

Os traballos a realizar consistirán en xornadas de emprendemento e crecemento empresarial en colaboración cos Centros de Emprego e ADL dos concellos da comarca. Estas xornadas basearanse no seguinte:

- Asesoramento sobre o proceso de creación dunha empresa de turismo activo.
- Posibilidades de financiamento.
- Recursos do xeodestino con potencial para o desenvolvemento de actividades de turismo activo.
- Asesoramento individualizado.

Público obxectivo	Empresas de Turismo Activo e emprendedores.
Responsible Execución	Mancomunidad de Concellos da Comarca de Ferrol.
Axentes implicados	Mancomunidad de Concellos da Comarca de Ferrol. Empresas de Turismo Activo e emprendedores.

Indicadores

Indicador	Valor
Número de empresas e emprendedores asesorados	+ 20

Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Maior aproveitamento dos recursos do xeodestino con potencial para o desenvolvemento de actividades de Turismo Activo. 				
Coste económico previsto	6.000 (IVE incluído)				
Cronograma	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2017</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>X</td> </tr> </tbody> </table>	2017	2018		X
2017	2018				
	X				

I. SENSIBILIZACIÓN E PROFESIONALIZACIÓN DA OFERTA E POTENCIACIÓN DO EMPRENDEMENTO

1.4. Inclusión no programa de Calidade Turística “Sistema de Calidade Turística en Destinos (SICTED)”

Explicación xeral e Obxectivos

No diagnóstico detectouse a necesidade de profesionalización e unión das empresas de turismo activo así como da oferta básica de turismo.

O SICTED é unha metodoloxía desenvolvida por Turespaña para as empresas e servizos públicos turísticos nos destinos que axuda, a través dun Manual de Boas Prácticas, a integrar a calidade nos establecementos de toda a cadea de valor do turismo e do destino en xeral.

Na actualidade este distintivo está implantado no Concello de Ferrol pero é recomendable a súa implantación en todo o xeodestino para consolidar a marca, crear identidade e potenciar a colaboración, ao mesmo tempo que se incrementa a calidade nos servizos.

O obxectivo desta acción é a mellora da calidade global do xeodestino Ferrolterra – Rías Altas e o fomento da mellora continua dos servizos turísticos de toda a cadea de valor.

Concepto da Actuación e Contido

Os traballos a realizar nesta acción veñen definidos na metodoloxía SICTED e serán os seguintes:

- Captación de empresas.
- Asistencia Técnica Individual
- Asistencia Técnica Colectiva
- Formación
- Grupo de Mellora
- Avaliacións Externas
- Grupos de Mellora

Público obxectivo	Empresas e organismos de turismo.
Responsable Execución	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol.
Axentes implicados	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol. Empresas e organismos de turismo.

Indicadores

Indicador	Valor
Número de empresas adheridas a maiores das existentes	+ 25

Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Mellora da calidade turística no xeodestino Ferrolterra – Rías Altas • Incremento da profesionalización das empresas de turismo activo e de turismo en xeral. 				
Coste económico previsto	21.780 (IVE incluído)				
Cronograma	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="1139 521 1254 555">2017</th> <th data-bbox="1257 521 1370 555">2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="1139 560 1254 584"></td> <td data-bbox="1257 560 1370 584" style="text-align: center;">X</td> </tr> </tbody> </table>	2017	2018		X
2017	2018				
	X				

II. CREACIÓN E POSTA EN MARCHA DE PRODUTO

2.1. Creación do Produto de Turismo Activo

Explicación xeral e Obxectivos

O obxectivo principal desta acción é a creación dun Clube de Produto Turístico coherente cos recursos existentes que sirva como estratexia de diferenciación e posicionamento do xeodestino Ferrolterra – Rías Altas como destino de Turismo Activo.

Para desenvolver este obxectivo levaranse a cabo os seguintes obxectivos operativos:

- Desenvolvemento de estratexias de cooperación, promoción e comercialización conxunta entre os establecementos participantes.
- Creación dunha ferramenta que poña en valor os recursos naturais e a oferta de Turismo Activo en Ferrolterra – Rías Altas.
- Posicionar Ferrolterra – Rías Altas como xeodestino de Turismo Activo de primeira orde.

Concepto da Actuación e Contido

Para a execución desta acción levaranse a cabo as seguintes tarefas:

- **Análise** dos recursos actuais e potenciais de Turismo Activo e as empresas que actualmente prestan este tipo de servizos. Estudaranse tamén as empresas turísticas de aloxamento, restauración e complementarias que poidan prestar servizos específicos para os visitantes de turismo activo.
- **Deseño e conceptualización** do produto.
- **Definición do produto** mediante a realización dun Manual de Produto que recolla os requisitos de adhesión das empresas e defina a metodoloxía a seguir para a xestión posterior do produto e a mellora continua.
- **Configuración:** Posta en marcha do Clube de Produto mediante a captación de empresas, asistencia técnica e/ou auditorías.
- **Promoción e comercialización:** Definición das ferramentas de promoción e comercialización do produto, realización de paquetes e negociación con axencias de viaxes.

Público obxectivo	Empresas Turísticas.
Responsable Execución	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol.
Axentes implicados	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol. Empresas Turísticas.

Indicadores	
Indicador	Valor
Número de empresas de Turismo Activo adheridas ao proxecto	+ 10

Número de empresas turísticas (sen incluír as empresas de turismo activo) adheridas ao proxecto	+15				
Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Creación do Clube de Produto de Turismo Activo • Xeración dunha ferramenta de posicionamento do xeodestino Ferrolterra – Rías Altas como destino de Turismo Activo. 				
Coste económico previsto	21.780 (IVE incluído)				
Cronograma	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2017</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>X</td> </tr> </tbody> </table>	2017	2018		X
2017	2018				
	X				

II. CREACIÓN E POSTA EN MARCHA DE PRODUTO

2.2. Dar Vida aos Camiños

Explicación xeral e Obxectivos

Cada vez é maior a importancia do papel dos cidadáns como prescriptores turísticos do seu propio territorio e dos destinos que visitan a través de distintas plataformas de Internet.

Por outra banda, a conservación dos recursos turísticos depende de que sexan apreciados e gozados pola cidadanía, polo tanto non son meras infraestructuras. No caso dos camiños existen só porque son percorridos, posto que non hai camiños sen camiñantes.

O destino Ferrolterra – Rías Altas dispón dun gran número de sendeiros para camiñar e tamén de BTT. Algunhas delas atópanse recollidas na Guía de Rutas de Sendeirismo e BTT que foron estudadas e analizadas durante a realización do Diagnóstico.

O obxectivo desta acción será a posta en valor das rutas existentes no territorio e a implicación da cidadanía para que sexan prescriptores do destino.

Concepto da Actuación e Contido

Con esta acción preténdese “dar vida aos camiños” organizando rutas para percorrelas coa colaboración de concellos e entidades. Nestas rutas organizadas fomentárase a xeración de contidos gráficos e audiovisuais, nos que os cidadáns sexan os que protagonicen e recomenden esta experiencia.

Público obxectivo	Cidadanía.
Responsable Execución	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol.
Axentes implicados	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol. Cidadanía.

Indicadores

Indicador	Valor
Número de participantes de media en cada unha das rutas organizadas	+ 50
Número de contidos xerados polos participantes de media en cada unha das rutas	+20

Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de viaxeiros que realicen as rutas de sendeirismo. • Incremento do engagement das redes sociais do xeodestino. 				
Coste económico previsto	13.644 (IVE incluído)				
Cronograma	<table border="1"> <tr> <td>2017</td> <td>2018</td> </tr> <tr> <td></td> <td>X</td> </tr> </table>	2017	2018		X
2017	2018				
	X				

II. CREACIÓN E POSTA EN MARCHA DE PRODUTO

2.3. Gyncana Experiencial do Camiño de Santiago

Explicación xeral e Obxectivos

Os principais obxectivos desta actuación son os seguintes:

- Posta en valor e promoción do Camiño de Santiago Inglés.
- Promoción das empresas de Turismo Activo do xeodestino.
- Incremento do posicionamento e promoción do xeodestino Ferrolterra – Rías Altas como destino de Turismo Activo.
- Incremento do engagement da poboación local e visitantes co xeodestino.

Concepto da Actuación e Contido

Esta acción consiste na creación dunha Gyncana de Experiencias do Camiño de Santiago Inglés ao seu paso polo xeodestino Ferrolterra – Rías Altas.

Tratarase de xornadas organizadas dirixidas a todos os públicos, no que os visitantes e a cidadanía poidan realizar un tramo do Camiño de Santiago Inglés mediante a superación de probas. Estas probas serán organizadas en colaboración coas empresas de Turismo Activo do territorio.

Público obxectivo	Cidadanía. Visitantes
Responsable Execución	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol.
Axentes implicados	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol. Cidadanía. Empresas de Turismo Activo

Indicadores

Indicador	Valor
Número de participantes de media en cada unha das gyncanas realizadas	+ 50
Número de contidos xerados polos participantes de media en cada unha das gyncanas	+30

Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Posta en valor do Camiño de Santiago Inglés. • Incremento do engagement das redes sociais do xeodestino. 				
Coste económico previsto	15.000 (IVE incluído)				
Cronograma	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2017</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>X</td> </tr> </tbody> </table>	2017	2018		X
2017	2018				
	X				

II. CREACIÓN E POSTA EN MARCHA DE PRODUTO

2.4. Creación de experiencias de turismo activo

Explicación xeral e Obxectivos

O xeodestino Ferrolterra – Rías Altas dispón de produtos de turismo experiencial consolidados de alto valor engadido que dispoñen de unha demanda elevada como son a Ruta das Meninas de Canido e a Ruta Naval.

O obxectivo desta acción é o deseño de experiencias combinando o turismo activo – deportivo cos produtos de turismo cultural para obter unha oferta ampla e diferenciada.

Concepto da Actuación e Contido

Esta acción consiste na creación de experiencias combinando varios servicios turísticos nos que se complementen as actividades de turismo activo - deportivo con aquelas outras de índole cultural, como por exemplo As Meninas de Canido ou a Ruta Naval.

Público obxectivo	Visitantes
Responsable Execución	Mancomunidad de Concellos da Comarca de Ferrol.
Axentes implicados	Mancomunidad de Concellos da Comarca de Ferrol. Empresas de Turismo Activo Xestores dos produtos de turismo cultural e experiencial

Indicadores

Indicador	Valor
Número de experiencias deseñadas	= ou + 5

Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> Creación dunha oferta de turismo experiencial diferenciadora.
Coste económico previsto	8.000 (IVE incluído)

Cronograma	2017	2018
		X

III. COMUNICACIÓN E IDENTIDADE CORPORATIVA

3.1. Imaxe de produto, web e guía de turismo activo

Explicación xeral e Obxectivos

Para o desenvolvemento do produto de Turismo Activo no xeodestino é preciso dispoñer de ferramentas iniciais de posicionamento que identifiquen o produto, recollan a información precisa do mesmo e sexan soportes da información e grao de avance do proxecto.

O obxectivo desta acción é o deseño da identidade corporativa e realización de plataformas informativas e promocionais.

Concepto da Actuación e Contido

Os traballos a realizar para levar a cabo esta acción son os seguintes:

1. **Elaboración da identidade Corporativa de Turismo Activo no territorio Ferrolterra-Rías Altas**

Debe desenvolverse unha imaxe do produto de Turismo Activo acorde co xeodestino e coas súas actividades principais neste tipo de turismo, cos seguintes compoñentes:

- Naming. É unha parte fundamental da creación da imaxe do produto. Debe transmitir actividade e experiencia.
- Deseño dun imagotipo ou imaxe identificativa, establecendo as cores que se empregarán.
- Claim, frase reclamo.
- Manual de Identidade Corporativa, no que se establecerán as pautas de construción, o uso das tipografías e as aplicacións cromáticas do produto, para respectar a coherencia das accións comunicativas que se leven a cabo. Neste manual débese contemplar o deseño da imaxe adaptada para as redes sociais, en papelería e en pegatinas. O obxecto do deseño destas pegatinas é que poidan imprimirse posteriormente en material que permita a súa colocación en material deportivo (táboas de surf, kayak, neoprenos, etc.) polo que tamén se definirá neste manual exemplos destes usos.

Estes elementos acompañarán ao imagotipo do Xeodestino Ferrolterra-Rías Altas.

2. **Deseño e elaboración de web.**

Realizárase unha páxina web para o produto de Turismo Activo en Ferrolterra – Rías Altas. Esta web deberá reflexar as actividades do proxecto e das empresas adheridas e axudará ao posicionamento do xeodestino no mercado do Turismo Activo.

3. Deseño de guía de actividades de turismo activo

Deseñárase unha guía de actividades de Turismo Activo que reflexe as actividades de Turismo Activo no territorio con fotografías e textos atractivos, un mapa coas localizacións das actividades e os eventos no territorio relacionados con este tipo de turismo.

4. Impresión e distribución da guía de actividades de turismo activo

Realizarase a impresión da guía de Turismo Activo en cantas unidades como se determinen convenientes pola Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol. Estas guías distribuiranse ás oficinas de turismo do xeodestino e tamén ás empresas incluídas no proxecto así como aquelas adheridas aos proxectos Costa das Ondas e Turismo Slow.

Público obxectivo	Cidadanía Visitantes actuais e potenciais
Responsable Execución	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol.
Axentes implicados	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol. Empresas de Turismo Activo

Indicadores	
Indicador	Valor
Número de empresas de Turismo Activo participantes na guía e na web	+ 25

Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> Obtención das ferramentas para sentar as bases de desenvolvemento do produto de Turismo Activo. 				
Coste económico previsto	21.780 (IVE incluído)				
Cronograma	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2017</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>X</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	2017	2018	X	
2017	2018				
X					

III. COMUNICACIÓN E IDENTIDADE CORPORATIVA

3.2. Impresión e distribución da Guía de Turismo Activo

Explicación xeral e Obxectivos

A guía de turismo activo, deseñada na acción anterior, está orientada a que constitúa unha ferramenta para as oficinas de información turística pero tamén para as empresas de turismo activo. Por este motivo debe establecerse a impresión dun número de exemplares acorde para as seguintes necesidades:

- Oficinas de Turismo
- Empresas de turismo activo e tamén aquelas adheridas aos proxectos Costa das Ondas e Turismo Slow.
- Envío a feiras e outros eventos de interese

Concepto da Actuación e Contido

Esta acción consistirá na impresión da Guía de Turismo Activo e distribución ás oficinas de turismo do territorio, as empresas relacionadas co turismo activo (proxectos Costa das Ondas, Turismo Slow e outras pertencentes á oferta básica)

Público obxectivo	Visitantes
Responsable Execución	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol.
Axentes implicados	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol. Empresas de Turismo Activo Empresas turísticas relacionadas co turismo activo

Indicadores

Indicador	Valor
Número de empresas ás que realizar a distribución	+ 70

Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Aportación de suficiente material promocional e actualizado ás oficinas de turismo e empresas de turismo activo para satisfacer as necesidades dos visitantes. 				
Coste económico previsto	21.780 (IVE incluído)				
Cronograma	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2017</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>X</td> <td>X</td> </tr> </tbody> </table>	2017	2018	X	X
2017	2018				
X	X				

III. COMUNICACIÓN E IDENTIDADE CORPORATIVA

3.2. Reedición e Impresión de material promocional

Explicación xeral e Obxectivos

Dentro deste proxecto considérase fundamental dispoñer de material promocional dos recursos do territorio, recursos que constitúen a base fundamental do desenvolvemento do turismo activo no xeodestino. Dentro do material xa existente hai algunhas guías de vital importancia pola gran demanda por parte dos visitantes de turismo activo:

- **Guía de Praias:** Aporta información de alto interese para aqueles visitantes interesados nos deportes de deslizamento sobre o mar.
- **Guía de Rutas de Sendeirismo e BTT:** Trátase dunha guía moi útil para os sendeiristas e practicantes de BTT porque aporta información valiosa sobre os trazados das rutas, dificultade e localización.
- **Guía de Espazos Protexidos:** Esta guía realiza unha ampla descrición dos espazos protexidos do territorio, lugares nos que se realizan algunhas das actividades de turismo activo existentes no xeodestino.
- **Guía de Ornitoloxía:** Aporta información sobre os espazos de alto valor ornitolóxico, actividade que se realiza en plena natureza e que é complementaria ao Turismo Activo.

O obxectivo desta acción é aportarlle ás oficinas turísticas e ás empresas de turismo activo material promocional sobre os espazos actuais e potenciais para a realización deste tipo de turismo suficiente para satisfacer a demanda dos visitantes.

Concepto da Actuación e Contido

Para levar a cabo esta acción realizaranse as seguintes tarefas:

- Actualización do contido das guías naqueles detalles que foran modificados dende o momento que fosen impresas por última vez.
- Impresión.
- Distribución ás oficinas de turismo do xeodestino así como ás empresas de turismo activo adheridas ao proxecto e a outras empresas en proxectos relacionados como é o caso de Costa das Ondas e Turismo Slow.

Público obxectivo

Visitantes

Responsable

Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol.

Execución	
Axentes implicados	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol. Empresas de Turismo Activo Empresas turísticas relacionadas co turismo activo

Indicadores	
Indicador	Valor
Número de empresas ás que realizar a distribución	+ 70

Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> Aportación de suficiente material promocional e actualizado ás oficinas de turismo e empresas de turismo activo para satisfacer as necesidades dos visitantes. 				
Coste económico previsto	21.780 (IVE incluído)				
Cronograma	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2017</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>X</td> <td>X</td> </tr> </tbody> </table>	2017	2018	X	X
2017	2018				
X	X				

III. COMUNICACIÓN E IDENTIDADE CORPORATIVA

3.3. Vídeo Experiencial.

Explicación xeral e Obxectivos

Os vídeos son unha ferramenta moi útil para mostrar sensacións e experiencias coma as relacionadas co turismo activo.

O obxectivo desta acción é obter unha ferramenta de promoción de alto impacto e moi relacionada co ámbito experiencial.

Concepto da Actuación e Contido

Realizarase vídeos experienciais curtos nos que se plasmen as emocións de realizar cada unha das actividades de turismo activo do xeodestino.

Nestes vídeos a parte principal é a experiencia nos recursos do territorio polo que se plasmarán sensacións e vivencias mediante planos curtos e rápidos con persoas como protagonistas.

As sensacións que serán transmitidas polos vídeos achegaranse a aquelas proporcionadas polas actividades de turismo activo.

Público obxectivo	Visitantes potenciais de proximidade
Responsable Execución	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol.
Axentes implicados	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol.

Indicadores

Indicador	Valor
Número de visualizacións dos vídeos durante 1 ano	+ 2.000
Porcentaxe de incremento do engagement nas redes sociais	+ 15%

Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> Posicionamento de Ferrolterra – Rías Altas como xeodestino de Turismo Activo. 				
Coste económico previsto	15.000				
Cronograma	<table border="1"> <tr> <td>2017</td> <td>2018</td> </tr> <tr> <td></td> <td>X</td> </tr> </table>	2017	2018		X
2017	2018				
	X				

III. COMUNICACIÓN E IDENTIDADE CORPORATIVA

3.4. Campaña de Turismo de Proximidade.

Explicación xeral e Obxectivos

Durante a realización deste estudo detéctase que hai un gran descoñecemento do destino Ferrolterra – Rías Altas en Galicia. É unha marca moi pouco recoñecida e incluso a maior parte dos concellos do destino son pouco coñecidos polos propios galegos.

Nesta acción apóstase por dar a coñecer e posicionar Ferrolterra – Rías Altas no ámbito galego mediante Turismo Escolar e unha acción de Street Marketing.

O Street Marketing estase convertendo nunha das disciplinas comunicativas de maior crecemento. Son todas aquelas promocións, accións de comunicación e campañas publicitarias que se efectúan no medio urbano ou en espazos comerciais, co obxecto de xerar maior impacto.

O obxectivo desta acción é achegar e posicionar o xeodestino Ferrolterra – Rías Altas como destino de turismo activo no territorio de Galicia.

Concepto da Actuación e Contido

Para levar a cabo esta acción realizaranse as seguintes tarefas:

- Turismo Escolar, organizando e promovendo as viaxes experienciais en nenos das escolas galegas mediante convenios cos centros. Trátase dunha acción que axudará a posicionar Ferrolterra – Rías Altas como xeodestino de turismo activo en Galicia a través.
- Campaña de Street Marketing. Deseño dunha campaña baseada no grande descoñecemento que existe do xeodestino no resto de Galicia, en particular da propia cidade de Ferrol. Tratarase dunha campaña de Street Marketing na que, nos distintos centros comerciais de Galicia se promova o Turismo Activo no destino. Consistirá en mostrar pequenos vídeos experienciais de diferentes actividades de turismo activo realizadas en Ferrolterra – Rías Altas e propoñer adiviñar ás persoas o destino no que se están realizando. Os vídeos deberán ser visualizados con gafas 3D e o son escoitado a través auriculares para permitir unha experiencia realista. Crearanse uns folletos coas actividades que se poden realizar no destino para dállelas aos participantes. Os vídeos deben emular destinos de outros países para que as respostas sexan totalmente opostas á realidade.

Público obxectivo	Visitantes potenciais de proximidade
--------------------------	--------------------------------------

Responsable	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol.
--------------------	--

Execución	
Axentes implicados	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol.

Indicadores	
Indicador	Valor
Número de colexios que realicen estas viaxes	+ 10
Número de público participante por cada día que se poña en marcha a campaña de Street Marketing	+ 50
Porcentaxe de incremento do engagement nas redes sociais	+ 20%

Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamento de Ferrolterra – Rías Altas en Galicia como xeodestino de Turismo Activo.
---------------------------	--

Coste económico previsto	16.000 (IVE incluído)
---------------------------------	-----------------------

Cronograma	2017	2018
		X

III. COMUNICACIÓN E IDENTIDADE CORPORATIVA

3.5. Organización, patrocinio e presenza en eventos

Explicación xeral e Obxectivos

Os eventos deportivos, especialmente aqueles que gardan relación directa cos recursos turísticos do xeodestino ou que constitúen un foco de atracción de visitantes como público ou como participantes, poden considerarse un escaparate estratéxico para a oferta de turismo activo.

O obxectivo desta acción é dar visibilidade e potenciar o posicionamento de Ferrolterra – Rías Altas como destino de Turismo Activo.

Concepto da Actuación e Contido

Esta acción comprende tres actividades diferenciadas:

- Organización de eventos de alto valor engadido relacionados coas actividades do xeodestino Ferrolterra – Rías Altas que aporten visibilidade e axuden no posicionamento do territorio.
- Patrocinio de eventos para dar visibilidade á marca turística.
- Presenza en eventos a través dun stand con información do destino atendido por un/unha informador/a turístico.

Os eventos incluídos nesta acción no ano 2017 son os seguintes:

- Participación en Equicio
- Organización da exposición temporal de táboas de surf de Enrique Artero

Público obxectivo	Visitantes
Responsable Execución	Mancomunidad de Concellos da Comarca de Ferrol.
Axentes implicados	Mancomunidad de Concellos da Comarca de Ferrol. Xestor produto Costa das Ondas Xestor produto de Turismo Slow

Indicadores

Indicador	Valor
Número de eventos organizados ou nos que se participe	+ 10

Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Aportación de suficiente material promocional e actualizado ás oficinas de turismo e empresas de turismo activo para satisfacer as necesidades dos visitantes. 				
Coste	10.000 (IVE incluído)				
Cronograma	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2017</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>X</td> <td>X</td> </tr> </tbody> </table>	2017	2018	X	X
2017	2018				
X	X				

IV. COMERCIALIZACIÓN

4.1. Bonos de Experiencias

Explicación xeral e Obxectivos

Os Bonos – Regalo constitúen unha ferramenta para potenciar a comercialización de actividades, especialmente en datas nas que se realizan regalos por tradición como o Nadal, San Valentín, Día da Nai, etc.

Estes bonos tamén funcionan como soportes promocionais para a celebración de sorteos.

Concepto da Actuación e Contido

Esta acción consiste no deseño e impresión de Bonos – Agasallo Experienciais con dous obxectivos:

- Que as empresas do xeodestino poidan comercializalos. Estarán dirixidos á venda como un agasallo. Os bonos constitúen a parte tanxible do agasallo de experiencias.
- Realización de promocións mediante sorteos ou agasallos de bonos en espazos nos que se congregue público obxectivo (feiras de turismo, centro comerciais en cidades emisoras de turistas, eventos de interese turístico no territorio, etc) que darían dereito aos premiados ou obsequiados a unha experiencia de turismo activo.

Público obxectivo	Visitantes actuais e potenciais
Responsable Execución	Mancomunidad de Concellos da Comarca de Ferrol.
Axentes implicados	Mancomunidad de Concellos da Comarca de Ferrol. Empresas de turismo activo.

Indicadores

Indicador	Valor
Número de empresas que forme parte desta acción	+ 20
Número de bonos sorteados ou regalados	+ 20

Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento do coñecemento do territorio Ferrolterra – Rías Altas como destino de turismo activo. • Fidelización de visitantes. • Aportarlle ás empresas unha ferramenta de comercialización.
Coste económico previsto	8.000 (IVE incluído)

Cronograma	2017	2018
		X

IV. COMERCIALIZACIÓN

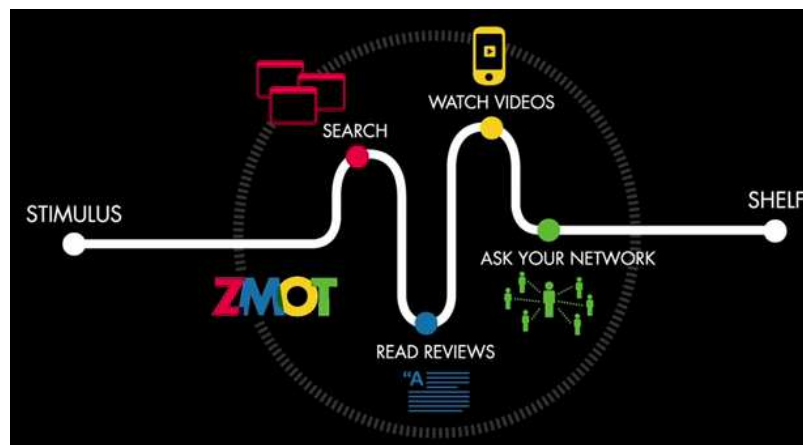
4.2. Famtrip

Explicación xeral e Obxectivos

Así como deben experimentar as actividades de turismo activo os/as profesionais turísticos locais, tamén é necesario que as vivan os prescritesores que inflúen na toma de decisións dos visitantes.

Esto está moi relacionado co denominado por Google “Momento Cero da Verdade” ou “ZMOT”. Este período de tempo atópase entre o momento en que o visitante potencial recibe o estímulo de compra e o momento no que merca. É aquel momento no que o cliente potencial busca información, infórmase a través de distintas plataformas, compara con outros produtos, etc.

Este concepto está moi ligado á importancia dos impactos en Internet.



Blogueiros e xornalistas de viaxes son verdadeiros influencers que dan a coñecer destinos a un gran número de seguidores, que valoran moi positivamente os seus comentarios e recomendacións durante o momento ZMOT.

Concepto da Actuación e Contido

Esta acción consiste na realización dun Famtrip con blogueiros/as e xornalistas destacados polo seu número de seguidores e lectores dentro do público obxectivo da oferta de turismo activo de Ferrolterra – Rías Altas.

O obxecto desta acción é dar a coñecer o destino chegando a un público moi amplo e debidamente segmentado a través de influencers.

Público obxectivo	Visitantes actuais e potenciais
Responsable Execución	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol.
Axentes implicados	Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol. Blogueiros Xornalistas Xestor do produto Costa das Ondas Xestor do produto Turismo Slow

Indicadores	
Indicador	Valor
Número de influencers participantes na acción	+ 20
Incremento de impactos xerados segundo diferentes KPIs	+ 50%

Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento do coñecemento do territorio Ferrolterra – Rías Altas como destino de turismo activo. • Incremento do engagement e o número de mencións. • Incremento do tráfico na web. 				
Coste económico previsto	9.000 (IVE incluído)				
Cronograma	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2017</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>X</td> </tr> </tbody> </table>	2017	2018		X
2017	2018				
	X				

IV. COMERCIALIZACIÓN

4.3. Workshop

Explicación xeral e Obxectivos

Os Workshop son unhas ferramentas moi importantes na comercialización dos destinos porque poñen en contacto as empresas e xestores dos mesmos coas empresas comercializadoras: Touroperadores e axencias de viaxes emisoras e de receptivo.

O obxectivo desta acción é dar a coñecer a oferta ás empresas comercializadoras e coñecer as súas necesidades con respecto á demanda para estudar accións de adaptación á mesma.

Concepto da Actuación e Contido

Para realizar esta acción levaranse a cabo as seguintes tarefas:

- Xornadas informativas ás empresas sobre o workshop e os procesos de negociación coas empresas de comercialización.
- Valoración de empresas comercializadoras en función do interese para o xeodestino.
- Realización de workshop.
- Informe de resultados.

Público obxectivo	Empresas de Turismo Activo
Responsable Execución	Mancomunidad de Concellos da Comarca de Ferrol.
Axentes implicados	Mancomunidad de Concellos da Comarca de Ferrol. Empresas de turismo activo. Touroperadores.

Indicadores

Indicador	Valor
Número de empresas que formen parte desta acción	+ 25

Impactos esperados	<ul style="list-style-type: none"> • Coñecemento por parte das empresas dos mercados a comercializar a través dos touroperadores. • Acordos entre empresas e touroperadores. 				
Coste económico previsto	5.000 (IVE incluído)				
Cronograma	<table border="1"> <thead> <tr> <th>2017</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td>X</td> </tr> </tbody> </table>	2017	2018		X
2017	2018				
	X				

8.2. Orzamento Analítico de Implantación das Accións e Cronograma

A continuación, exponse o Orzamento Analítico de Implantación do Proxecto e Cronograma

Estratexia	Nº	Acción	Orzamento	Cronograma	
				2017	2018
I. SENSIBILIZACIÓN E PROFESIONALIZACIÓN DA OFERTA E POTENCIACIÓN DO EMPRENDEMENTO	1.1	Sensibilización, detección de necesidades formativas e profesionalización das empresas de Turismo Activo	19.000		X
	1.2	Networking de Experiencias	13.644		X
	1.3	Accións de Emprendemento	6.000		X
	1.4	Inclusión no programa de Calidade Turística "Sistemas de Calidade Turística en Destinos (SICTED)"	21.780		X
II. CREACIÓN E POSTA EN MARCHA DE PRODUTO	2.1	Creación de Produto de Turismo Activo	21.780		X
	2.2	Dar Vida aos Camiños	13.644		X
	2.3	Gyncana experiencial do Camiño de Santiago	15.000		X
	2.4	Creación de experiencias de Turismo Activo	8.000		X
III. COMUNICACIÓN E IDENTIDADE CORPORATIVA	3.1	Imaxe de produto, web e guía de turismo activo	21.780	X	
	3.2	Impresión e distribución da guía de Turismo Activo	21.780	X	
	3.3	Reedición e Impresión de material promocional	21.780	X	X
	3.4	Vídeo Experiencial	15.000		X
	3.5	Campaña de Turismo de Proximidade	16.000		X
	3.6	Organización, patrocinio e presenza en eventos	10.000	X	X
IV. CALIDADE E IDENTIDAD DE DESTINO	4.1	Bonos de Experiencias	8.000		X
	4.2	Famtrip	9.000		X
	4.3	Workshop	5.000		X
TOTAL	247.188,00 € (IVE incluído)				

9. Sistema de Seguimento do Proxecto. Cadro de Mando

Co obxectivo de realizar un seguimento da execución de cada unha das accións do proxecto, deseñouse un cadro de mando mediante o cal se poderá realizar un control e medición dos indicadores definidos. Este cadro de mando será o elemento de clave de supervisión do avance da execución das accións así como para a validación dos obxectivos propostos.

O Cadro de Mando conterá os seguintes campos:

- Nome da acción e indicadores que miden os resultados alcanzados.
- Responsables de execución e axentes implicados.
- Para cada indicador establecerase un valor obxectivo e esperado.
- O porcentaxe de desviación, se existe, y as actuacións para paliar ditas desviacións.

Preséntanse a continuación, a modo de exemplo, os campos da ferramenta:

NOMBRE DA ACCIÓN
RESPONSABLES DE EXECUCIÓN E AXENTES IMPLICADOS
INDICADOR (Nome do indicador)
DESCRICIÓN DO INDICADOR (Explicando qué se quere medir)
UNIDADE DE MEDICIÓN
VALOR OBXECTIVO
VALOR ALCANZADO
% DE DESVIACIÓN
MEDIDAS CORRECTIVAS / PREVENTIVAS (De ser o caso)



BIBLIOGRAFÍA

- www.abc.es Fitur elige los mejores productos de turismo activo. 22/01/2016
- www.absolutviajes.com Turismo activo en Noruega. 08/09/2013
- www.academia.edu Jordi Tresserras. Gastronomía y turismo. Destinos con sal y pimienta. 2003
- www.adelaleiro.com Espazos Naturais: Ortigueira-Mera. 2017
- www.adiantegalicia.es As Pontes acogerá el VII congreso internacional sobre patrimonio industrial. 10/04/2017
- www.aematur.com Hipotels. Una aventura para los visitantes. 2017
- www.almanatura.com Ismael Manzano. Desafíos del Mundo Rural- Alma Natura. 07/01/2016
- www.alsa.es Conexiones en autobús a los principales aeropuertos- Alsa
- www.amigosdachave.es Amigos da Chave de Ferrolterra. 2017
- www.andalucia-activa.com Empresas de turismo activo. 2017
- www.aneta.es Asociación Nacional de Empresas de Turismo activo. 2017
- www.aneta.es IV Jornadas Profesionales Aneta 2016
- www.aneta.es Legislación de turismo activo. 2017
- www.aneta.es Proyecto DIAL
- www.aneta.es Proyecto ELESA
- www.anf.es listado_utilidade_los_certificados_anfac.pdf
- www.app.visitferrol.com
- www.aragon.es Instituto Aragonés de Estadística. 2017
- www.aragon.es Turismo- Servicios, Comercio, Transporte y Turismo. 2017
- www.aranexperience.com Aran Experience- Más de 100 actividades en la Val d'Aran. 2017
- www.arriva.gal
- www.aspontes.org Concello das Pontes. 2017
- www.assomozas.es Concello das Somozas- Ayuntamiento de As Somozas. 2017

- www.astanofene.blogspot.com.es El Pórtico de Astano. 2017
- www.asuaire.com Actividades de Aventura en Costa Rica. 2017
- www.autoxiro.com Emilio. Desmontando los “Xeodestinos” turísticos.
15/02/2013
- www.awsassets.wwf.es Beatriz Ayala Bonal, Esparza Alaminos y García Varas.
Libro Red Natura 2000 Marina en España. Amaya Asiain y Carme Llull. WWF
12/2014
- www.barcelona-tourist-guide.com Guía Turística de Barcelona. 2016
- www.barilocheturismo.gob.ar Canopy- Aventura- Bariloche Sitio web oficial de
turismo. 2017
- www.basesurfcamp.com Ferrol| Base Surf Camp. 2017
- www.blog.citroen.es Los 10 lugares más lluviosos del mundo. 2017
- www.boe.es BOE.es- Documento BOE-A-1997-21040
- www.boe.es BOE.es- Documento BOE-A-2017-1868
- www.booking.com
- www.books.google.es Roberto Fernández. Derivas: arquitectura en la cultura de
la posurbanidad. Universidad Nac. del Litoral, 2001
- www.brandemia.org Aitor González. París tiene una nueva imagen corporativa.
02/06/2016
- www.cabanas.gal Concello de Cabanas. 2017
- www.camaracoruna.com Cámara Comercio A Coruña. 2017
- www.camaracoruna.com Plan Pi- Plan de Promoción Industrial de La Coruña y
su área de influencia. 2010
- www.cantabria.es Gobierno de Cantabria. 2017
- www.cdeporte.rediris.es La industria turística y las actividades físico- deportivas.
2016
- www.cedeira.gal Concello de Cedeira. 2017
- www.cerdido.org
- www.cienciasycosas.com Fragas do Eume: el último espacio natural gallego en
peligro. 01/04/2010

- www.clarin.com Chile, mejor destino de turismo de aventura. 12/09/2017
- www.clubrural.com Turismo Activo en Fuerteventura. 2017
- www.clubrural.com Turismo Activo| Multiaventura| Deportes aventura. 2017
- www.clusterturismogalicia.com El sector turístico gallego representa ya el 11% del PIB gallego. 18/02/2016
- www.clusterturismogalicia.com Ferrol organiza una jornada de turismo activo. 07/12/2015
- www.cofernet.com COFER Confederación de empresarios de Ferrolterra, Eume e Ortegal. 2017
- www.coloralia.com Ferrol retoma el proyecto SICTED para distinguir la calidad turística. 27/02/2017
- www.comarcaferrolterra.wordpress Mancomunidades de Concellos Comarca de Ferrol. 2017
- www.comarcaferrolterra.wordpress.com Proceso de Creación de Empresas| Mancomunidade de Concellos da Comarca de Ferrol. 2017
- www.comerciodenaron.es Comercio de Narón. 2017
- www.concellodacapela.es Concello da Capela. 2017
- www.concellodeares.com Web Oficial del Concello de Ares. 2017
- www.concellodecarino.gal Concello de Cariño. 2017
- www.concellodemonfero.com Concello de Monfero. 2017
- www.concellodemugardos.gal Concello de Mugardos. 2017
- www.concellodemugardos.gal Coñecendo Mugardos. 2017
- www.concellodemugardos.gal Rutas| Concello de Mugardos. 2017
- www.concellodemugardos.gal Turismo| Concello de Mugardos. 2017
- www.concellodeortigueira.com Concello de Ortigueira. 2017
- www.concellodevaldovino.com Concello de Valdoviño. 2017
- www.concellodevaldovino.com Oficina de Turismo. 2017
- www.concellodevaldovino.com Pantín Classic| Concello de Valdoviño. 2017
- www.concellodevaldovino.com Praias| Concello de Valdoviño. 2017
- www.concellodevaldovino.com Que ver| Concello de Valdoviño. 2017

- www.concellodevaldovino.com Rutas| Concello de Valdoviño. 2017
- www.conocergalicia.com Municipio de Cee| Guía de viajes. 2017
- www.conocergalicia.com Restos Arqueológicos
- www.conozcasucanton.com Dónde hacer turismo de aventura en Costa Rica. 2017
- www.conselleríadefacenda.es Plan de reequilibrio territorial. 2016
- www.conselleríadefacenda.es Organización, Composición y Funciones- Consellería de Facenda. 2016
- www.costadasondas.surf Costa das Ondas. 2017
- www.crativerural.com Turismo activo. 2017
- www.creativerural.com Irlanda Archivos- Turismo Activo Creative Rural. 2017
- www.crtvg.es Noticias de Galicia. La división de Galicia en Xeodestinos. 2011
- www.datos.bne.es Datos BNE. 2017
- www.datosmacro.com Paro por municipios. 2017
- www.deia.com Euskadi acogió 2.9 millones de turistas en 2016
- www.deportesdeaventura.com Turismo activo en Ferrol y alrededores. 2017
- www.descubrehuesca.com Benasque, municipio de La Ribagorza. 2017
- www.desdeasturias.com Turismo activo y de aventura en Asturias. 2017
- www.diariodeferrol.com Ferrolterra Antiga. 2017
- www.diariodeferrol.com Mancomunidad y Turismo. 2017
- www.diariodeferrol.com Seis playas de la comarca incumplen los requisitos para ser aptas para el baño. 02/02/2016
- www.diariodeferrol.com Solo dos playas de la comarca no son aptas para el baño. 20/02/2017
- www.diariodeferrol.com Valdoviño- El pleno aprueba la integración de la Sociedad Mixta de Turismo de Ferrol. 21/07/2013
- www.diariodeleon.es Un documental de Matavenero, ejemplo de repoblación del medio rural. 24/10/2012 (Ponferrada)
- www.dolceitaodeon.com Centro Comercial Odeón Ferrol. 2017
- www.economiaabierta.com Aumenta un 12.2% el gasto turístico. 31/10/2016

- www.economiadehoy.es Ferrol, un destino de congresos en Galicia que tiene mucho que ofrecer| Economía de hoy. 08/06/2017
- www.economiaengalicia.com Ferrol busca posicionarse como destino de congresos. Economía en Galicia. Diario digital de economía gallega. 08/06/2017
- www.efdeportes.com Esther Expósito Peláez. El turismo activo como complemento del sector turístico. 2015
- www.ekorreio.com Volar sobre el mar de Gorniz. 19/04/2017
- www.ekorreogallego.es El mal estado del recinto ferial de Ferrol obliga a trasladar Equiocio. 18/01/2017
- www.ekorreogallego.es Ferrol promociona el turismo activo. 18/01/2017
- www.ekorreogallego.es Más de 200 ayuntamientos se agruparon en 41 mancomunidades. 20/09/2009
- www.eldiario.es Castilla- La Mancha tiene más turistas extranjeros, pero es la última en ocupación hotelera. 23/08/2017
- www.eldiario.es Lanzarote roza los tres millones de turistas en 2016. 07/01/2017
- www.eldidealgalego.com Casi 40 firmas coruñesas se colocan entre las más productivas de Galicia. 20/08/2017
- www.elfinanciero.com 20 destino turísticos que visitar este 2017. 05/01/2017
- www.elidealgalego.com Reganosa dota a la comarca de su primer museo con restos romanos. 09/09/2017
- www.elidealgalego.com Las empresas de A Coruña suman casi el 40% de los ingresos de toda Galicia. 30/07/2017
- www.elmundo.es Bilbao tira del turismo y lleva a Bizkaya a cifra récord de visitantes. 29/08/2015
- www.elmundo.es El esplendor militar e industrial de Ferrol. 31/03/2012
- www.elmundo.es Playas: El secreto mejor guardado de Ferrol está en su costa. 12/06/2017
- www.elpais.com Ferrol quiere ser Patrimonio Mundial. 06/06/2002
- www.elpais.com La Xunta une con buses directos las poblaciones de Ferrolterra. 27/08/2008

- www.elpoderdelasideas.com El Gabo. Nueva marca turística para París. La letra A es la Torre Eiffel. 18/05/2016
- www.emprendedores.es Turismo Activo. 14/01/2016
- www.empresarios_ferrolterra.org Jesús Ángel Dopico Castro. Estudio Socioeconómico comparado. 01/12/2016
- www.empresarios-ferrolterra.org Listado de empresas
- www.eoi.es Perfil y tendencias de la demanda en Turismo. 02/03/2012
- www.equipoquorum.com Camino Santos, Ferreiro Seoane, Vaquero García. Análisis Turístico de Galicia a Través de sus Comarcas. 2011
- www.es.qdq.com Directorio de Empresas| Guía Telefónica y Negocios de España
- www.es.slideshare.net Plan de competitividad Ribamontán. Ayuntamiento Ribamontán al Mar. Cantabria15/06/2010
- www.es.turismegarrotxa.com Red de Puntos Digitales de información turística de la Garrotxa
- www.es.wikiloc.com Ruta Pontedeume: Centro de Interpretación
- www.es.wikiloc.com Wikiloc- ruta 14- Ruta do Medioevo
- www.es.wikipedia.org Cabo Ortegal
- www.es.wikipedia.org Economía de Galicia
- www.es.wikipeida.org Red de Carreteras de Galicia
- www.escapadarural.com Ester Soro Gómez. Os acantilado de Herbeira. 17/02/2016
- www.escapadarural.com Javier Rodríguez Godoy. Turismo gastronómico Galicia. 05/10/2010
- www.espanafascinante.com Turismo activo en Fuerteventura
- www.estadisticas.tourspain.es Archivos
- www.estadisticas.tourspain.es La evolución del turismo rural en España
- www.estratexia.clusterturismogalicia.com Estratexia do Turismo de Galicia 2017-2020
- www.eumed.net Partidos políticos, Estado y los programas de cooperación internacional. 2015

- www.eumeturimo.org LIC Ortigueira- Mera
- www.eumeturismo.org Turismo rural Eumeturismo
- www.europapress.es Costa Rica, premio al mejor producto de Turismo Activo Internacional. (Madrid) 16/01/2016
- www.europapress.es El turismo de aventura en España, que atrae a más de 7 millones de personas, diversifica su oferta. (Madrid) 02/01/2013
- www.europapress.es Galicia impulsa el geodestino Ferrolterra. (Madrid) 12/07/2017
- www.europapress.es Irlanda crea un itinerario gastronómico para celebrar el año de la gastronomía. 21/05/2017
- www.europapress.es París confía lograr 34 millones de turistas y dejar atrás el impacto de los atentados. 10/09/2017
- www.euroresidentes.com Comarcas de La Coruña
- www.expansion.com R. Arroyo España, ante el reto de un turismo rentable. 04/10/2017
- www.expansion.com Sociedad Mixta de Turismo de Ferrol
- www.expreso.info Expreso| Diario de Viajes y Turismo- Prensa Turística- Noticias y reportajes viajeros
- www.expreso.info J.R. Turismo de Galicia y Ferrolterra- Rías Altas. 21/07/2017
- www.failteireland.ie Failte Ireland- Adventure Tourism
- www.familypoint.es Actividades y Turismo Activo
- www.farosdegalicia.es Faros de Galicia- Déjate guiar. 27/04/2017
- www.feddf.es Federación Española de Deportes de Personas con Discapacidad Física
- www.fene.gal A oficina de turismo de Fene abre as súas portas. 21/07/2017
- www.fene.gal Guías turísticas de Fene. Turismo de Fene
- www.fene.gal Lecer activo en Fene. Turismo de Fene
- www.fene.gal Oficina de turismo de Fene
- www.fene.gal Portal turístico do Concello de Fene
- www.fenecidadan.es Patrimonio arqueológico de Fene

- www.ferroles Ferrol Patrimonio Mundial
- www.ferrol.gal Concello de Ferrol
- www.ferrol.gal Web Municipal do Concello de Ferrol
- www.ferrol360.es A Capela
- www.ferrol360.es A Deputación achega 180.000 euros para promover o turismo no xeodestino de Ferrolterra. (Ferrol) 23/08/2017
- www.ferrol360.es El PSdeG Ferrol denuncia la descomposición de la empresa de turismo por parte del Concello. (Ferrol) 18/02/2015
- www.ferrol360.es Rebeca Collado. Sociedad Mixta de Turismo| Ferrol360. 09/11/2016
- www.ferrol360.es Taller de la Sociedade Mixta de Turismo de Ferrol. 09/11/2016
- www.ferrol360.es Una treintena de empresas ferrolanas consiguen el distintivo turístico SICTED. 22/10/2017
- www.ferrolactivo.es
- www.ferrolenbici.es Bici Ferrol Terra
- www.ferrolterraantiga.bogspot.com.es A parroquia de Doniños: territorio e historia
- www.fidias.net Deportes de Deslizamiento en Agua
- www.flipada.com 7 factores sobre los Castillos Medievales que no sabías
- www.foro-ciudad.com Establecimientos en Neda
- www.foros.xenaloxia.org Paseos por el patrimonio
- www.fotoescapada.com Actividades de Turismo Activo en Ferrol
- www.fundacioncarloscasares.org Conferencia Carlos Casares
- www.g4plus.uvigo.es Estrategias territoriales
- www.galaicaventura.com Aventuras en toda Galicia, turismo activo y mucho más
- www.galicia.economiadigitales Galicia esquivó el batacazo del empleo en Agosto. (A Coruña) 04/09/2017
- www.galiciaartabradigital.com Ferrol se promociona como destino de turismo activo. (Ferrol) 20/04/2017
- www.galiciaartabradigital.com Foro amigos de Ferrol

- www.galiciaartabradigital.com Los empresarios de Ferrolterra apuestan, sin limitaciones, por el sector naval. 05/05/2016
- www.galiciadigital.com El Plan de Desarrollo Integral para Ferrolterra. 12/03/2017
- www.galiciaenteira.com Escapada acantilados por Ferrolterra en Galicia Enteira. 08/03/2017
- www.galiciaenteira.com Ferrol en Galicia Enteira
- www.galiciamaxica.eu Cabo Ortegal
- www.galidiaartabradigital.com O Patrimonio Industrial de Ferrolterra
- www.gastroeconomy.com I Foro Mundial de Turismo Gastronómico. Sus conclusiones. 01/05/2015
- www.gegamp.gal Federación Galega de Municipios e Provincias
- www.gestioncultural.org.
- www.gl.wikipedia.org Costa Ártabra
- www.gl.wikipedia.org Terra de Trasancos
- www.gl.wikipeda.org Xuvia- Castro
- www.goodlifeconsultores.es Turismo activo| Goodlife Turismo y Deporte Consultores
- www.google.es/maps
- www.granxadosouto.es Granxa do Souto
- www.guiarepsol.com Acantilados de Herbeira. 2016
- www.guiarepsol.com Ría de Ortigueira e Ladrado. 2016
- www.guiarepsol.com Turismo activo: destinos para descargar adrenalina. 2016
- www.guias.masmar.net Galicia/ Turismo/ Guías. 2016
- www.guiasjuridicas.com
- www.guttmann.com Deporte adaptado y deporte inclusivo
- www.heraldo.es Alquilar viviendas de uso turístico también pasa factura. 19/08/2016
- www.heraldo.es La oficina de Turismo de Huesca atiende un 14,25% más de visitantes. 18/04/2017

- www.historiadelafamiliaandrades.blgspot.com.es Historia de la Familia Andrade
- www.horaro-i-autobuses.com A Coruña- Ferrol
- www.hosteferrol.org Asociación de Empresarios de Hostalería de Ferrol e Comarcas
- www.hosteferrol.org Asociación de Empresarios de Hostalería de Ferrol e comarcas
- www.hosteltur.com Barcelona y Viena, un ejemplo de cooperación. 22/03/2014
- www.hosteltur.com Chile, elegido como el mejor destino de aventura del mundo. 10/12/2016
- www.hosteltur.com El perfil de turista con menor consumo es el que más crece. 21/01/2015
- www.hosteltur.com El SICTED se consolida en Ferrol con 26 empresas distinguidas en 2017. 24/10/2017
- www.hosteltur.com El turismo activo genera una facturación de 1.410 millones en Canarias. 24/04/2017
- www.hosteltur.com El turismo crecerá en Nueva Zelanda. 25/08/2006
- www.hosteltur.com El turismo de aventura amplía su base de negocio. 10/03/2011
- www.hosteltur.com Las recomendaciones online, un nuevo mantra para el sector turístico. 06/10/2017
- www.hosteltur.com Marketing turístico: cómo crear un icono para identificar un destino. 16/07/2016
- www.hosteltur.com Posicionar la marca Galicia Turismo Activo: un reto para el sector. 30/06/2017
- www.hosteltur.com Turismo de aventura: crecimiento a la vista y tendencias. 17/03/2015
- www.huesca.es Datos Estadísticos
- www.huescaturismo.com Huesca comienza el año con 61% más de visitantes
- www.iarasmi.com AiArAsMi- Deportes de nieve, actividades en la natura

- www.icex.es Montemayor Olaizola, Olimpia Carlota. Oficina Económica y Comercial de España en Oslo Estudio de mercado. El mercado del turismo en Noruega 2016. ICEX España Exportación e Inversiones. 2016
- www.ideasqueayudan.com 7 destinos para practicar Turismo Activo. 19/02/2016
- www.idus.us.es Moral Cuadra. Turismo Activo y Sostenibilidad: un estudio exploratorio del compromiso medioambiental en España. 2016
- www.igape.es
- www.imf-formacion.com José Plaza. Costa de Almería: un caso de éxito de place branding para el turismo. 2016
- www.indemares.es 0613apendice_cant-galicia_es00004. Espacio Marino de las Rías. 2013
- www.ine.es Asturias logra disparar sus cifras de turismo en el primer semestre del año. 31/07/2017
- www.ine.es INE
- www.infobae.com Nicolás Villar. El logotipo que ayudó a cambiar la imagen de Nueva York. 04/08/2017
- www.informa.es Sociedade mixta de turismo de Ferrol
- www.inspain.org Turismo Activo de Ferrol
- www.intoconsulting.es Mancomunidade Concellos Comarca Ferrol
- www.ireland.com Actividades| Ireland.com
- www.karmaturismoactivo.com Karma turismo activo| Noruega
- www.larutadelaconstruccionnavales A Ruta da Construcción Naval
- www.lastiendasde.com Tiendas de ropa deportiva y complementos de Mugaros
- www.lavanguardia.com Los 15 mejores destinos del mundo del 2016. 01/04/2016
- www.lavanguardia.com Una cosa que los partidos políticos han hecho bien en España. 24/06/2013
- www.laviajeraempedernida.com De San Andrés de Teixido a los acantilados de Virxe Herbeira. (A Coruña) 21/10/2015
- www.lavozdegalicia.es Apenas 30 mancomunidades funcionan en Galicia y muchas sin resultados. (A Coruña) 20/02/2012

- www.lavozdeg Galicia.es COFER digitalizará fondos para optar a patrimonio cultural. (A Coruña) 08/07/2016
- www.lavozdeg Galicia.es Jesús Ángel Dopico. Demografía y economía en Ferrolterra. (Ferrol) 06/05/2017
- www.lavozdeg Galicia.es César Tomil. Dos aparcamientos subterráneos de Ferrol serán gratis desde mañana. (Ferrol) 10/03/2015
- www.lavozdeg Galicia.es J. Capeáns. El desamor turístico de Compostela. (Santiago)10/10/2017
- www.lavozdeg Galicia.es El Pantín Classic, de una gota de agua a un evento multitudinario. (Ferrol) 24/07/2017
- www.lavozdeg Galicia.es El paro baja en Ferrolterra a niveles de hace una década. (Ferrol) 03/08/2017
- www.lavozdeg Galicia.es Beatriz Couce. El último plan para reindustrializar Ferrol encalla al cumplir diez años. (Ferrol) 05/10/2015
- www.lavozdeg Galicia.es Xosé Ameixeiras. Es difícil andar entre trincheras. (A Coruña)23/03/2014
- www.lavozdeg Galicia.es La Diputación presentará el viernes a la Xunta el Plan Turístico Comarcal. (A Coruña) 18/01/2017
- www.lavozdeg Galicia.es La sede de la candidatura de Ferrol a patrimonio toma forma. (Ferrol) 24/11/2013
- www.lavozdeg Galicia.es Narón promociona el Geodestino Ferrolterra. (Narón) 17/06/2017
- www.lavozdeg Galicia.es Taboada. Narón se une a la empresa mixta de turismo de Ferrol. (Narón) 25/07/2012
- www.lavozdeg Galicia.es Ortigueira prevé unirse a la sociedad mixta de turismo. (A Coruña) 01/11/2012
- www.lavozdeg Galicia.es Taboada. Patronal, comercio y vecinos censuran la imposición de la peatonalización. (Ferrol) 22/09/2016
- www.lavozdeg Galicia.es L.G. Valle. Seis expertos en turismo analizan el patrimonio industrial de la zona. 10/08/2017

- www.lavozdeg Galicia.es Beatriz Couce. Solo el campo y el mar registran una subida del empleo en Enero en la zona. 16/02/2016
- www.lavozdeg Galicia.es Turismo slow
- www.lavozdeg Galicia.es Xunta y Mancomunidad impulsan geodestinos Ferrolterra-Rías Altas. (Ferrol) 13/07/2017
- www.lavozdigitales.es Cádiz crece un 7% en turistas durante 2016. 23/01/2017
- www.lavozdigitales.es Habilitada una nueva conexión naval entre Cádiz y Ferrol. 21/11/2016
- www.lis.edu.es
- www.listas.20minutos.es Ranking de castelos, fortalezas, e torres defensivas de Galicia
- www.llanes.es Turismo Activo y Deportivo| Portal oficial
- www.lugaresdenieve.com Vive un septiembre mágico en la Val d´Aran
- www.machbel.com Las 7 playas más bonitas cerca de Ferrol
- www.manon.es Portal cidadán do Concello de Mañón
- www.manon.es Turismo de Mañón
- www.mapa.gob.es Galicia- Red Natura 2000 España
- www.marinetraffic.com Detalles de Puerto de El Ferrol
- www.meridiano180.com Laura Fernáñez. 5 actividades de aventura. 20/07/2016
- www.mesondoforno.com Juan José Burgo. Os Cruceiros do Camiño Inglés. 2011
- www.millandasairas.com Millán Dasairas. Mis 10 faros imprescindibles. 15/04/2016
- www.minetad.gob.es Descripción general- Reindustrialización. Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital
- www.minube.com Acantilados de A Capelada en Cedeira
- www.minusval2000.com Deporte Adaptado e Integración
- www.moeche.gal Concello de Moeche| Lecer e turismo

- www.momondo.es 7 ciudades donde llueve mucho, pero nunca te sentirás deprimido. 04/09/2015
- www.monbus.es Rutas nacionales autobús
- www.movilasturias.es nuevocompletoactdeportivas.pdf
- www.mundoguía.com Un Ferrol a medio plazo- España. Diario de Ferrol. 2016
- www.mundo-nomada.com ¿Qué ver y hacer en Chiang Rai. 2016
- www.munoguia.com Un Ferrol a medio plazo- España| Mundo Guía. 2016
- www.nacion.com Costa Rica recibió 2.665.000 turistas en 2015
- www.naron.es Narón- Noticias. 2017
- www.natuaspain.com LIC de Orgitueira- Mera. 2016
- www.nauta360.expansion.com Victor M. Osorio. ¿Ha perdido España la ola del negocio del surf? (Madrid) 27/06/2016
- www.neda.es Concello de Neda
- www.newzealand.com
- www.newzealand.com Experiencias de aventura Top 10| Nueva Zelanda
- www.noticiasdegipuzkoa.com Gipuzkoa registra una cifra récord de pernотaciones en 2016. (Guipuzkoa) 02/02/2017
- www.once.es Deporte
- www.ourensedixital.com Ourense Dixital.com_ Diario digital alternativo
- www.paginasamarillas.es
- www.pantinclassic.org Pull&Bear Pantín Classic Galicia. 2017
- www.parqueferroles Establecimientos
- www.patrimoniodecabanas.es Portada senderos
- www.paxinasgalegas.es Oficina de Turismo- Ares
- www.paxinasgalegas.es Roteiros- Ortigueira
- www.paxinasgalegas.es Turismo activo y deportes de aventura Ferrol
- www.paxinasgalegas.es Turismo Ferrol
- www.pirineosordesa.com Turismo Activo archivos- Pirineos Ordesa- Posets- Maladeta

- www.planesdeturismoengalicia.blogspot.com.es Diputación Provincial de La Coruña. Planes de Turismo en Galicia: Plan de Dinamización Turística Ferrol-Ortegal. 21/03/2009
- www.planestratexico.gal Presentación y documentos
- www.pontedeume.gal Concello Pontedeume
- www.pontedeumeturismo.es Pontedeume Turismo
- www.pracitco-administrativo.es Galicia- Comunidades Autónomas- Administración Pública- Práctico Administrativo
- www.quepasanacosta.gal María José Mato. Xeodestinos turísticos| Que pasa na costa. 15/07/2017
- www.quplaya.es Playas en Ferrol. 2016
- www.rbdigital.wn21.com Turismo Activo Sostenible
- www.redeuroparc.org Distintos tipos LIC y diferencias con las ZEC
- www.redeuroparc.org LIC Ortigueira- Mera
- www.reganosa.com Museo Caldoval Reganosa
- www.revista-apunts.com Revista científica de educación física y deportes
- www.rome2rio.com Aeropuerto de Santiago de Compostela
- www.room5.trivago.es Turismo activo en España: los 10 destinos imprescindibles. 2017
- www.sansadurnino.es San Sadurnino
- www.scieb.mec.pt Padin Fabeiro, Aboy García. Nuevos productos turísticos: la apuesta por el turismo marinerero en Galicia. Universidad de Vigo. 2010
- www.seat.mpr.gob.es Las entidades locales en Galicia. 2015
- www.segre.com Lleida cerró 2016 con un 8% más de turistas, la mejor cifra en 7 años. 10/01/2017
- www.seguridadpublica.es Organización territorial del Estado. Las Comunidades Autónomas. La administración local. El Estatuto de Autonomía de Galicia. La Xunta. El Presidente. El Parlamento. El Valedor do Pobo
- www.sehacecaminoalandar.com Sopelana Archives| Turismo Activo
- www.sehacecaminoalandar.com Turismo activo en la comarca de Uribe de Bizkaya

- www.sematur.cl Llegada de turistas extranjeros alcanza récord en 2016.
10/01/2017
- www.sermosgaliza.gal María López. Ferrolterra, un patrimonio histórico.
05/07/2017
- www.skyscanner.es
- www.sopelaudala.org Portal municipal de Sopela- Turismo Activo
- www.spain.inf Turismo activo en el interior de España
- www.talesofawanderer.com Joaquín Ossorio Castillo. El cabo Ortegal y sus rocas milenarias. 2012- 2017
- www.termometroturistico.es Galicia presenta sus geodestinos, una nueva clasificación territorial para potenciar el turismo| Termómetro Turístico. 2011
- www.territorio.es Promoción conjunta: el éxito de unir fuerzas. 10/04/2017
- www.todocruceros.com Cruceros con escala en Ferrol
- www.tourspain.es Acuerdos Vigentes con Clubs de Productos, Asociaciones y Otros
- www.tripadvisor.es
- www.turferrol.com
- www.turferrol.com Ferrol | Oficinas de turismo en Ferrol y Ferrolterra
- www.turismo.cedeira.gal Turismo Cedeira
- www.turismo.dacoruna.gal Recursos| Turismo da Deputación da Coruña
- www.turismo.euskadi.eus Playas de Arrietara y Atxabiribil
- www.turismo.gal Castillo, Torre, Fortaleza, Castelo dos Andrade en Pontedeume
- www.turismo.gal Cultura Castreña
- www.turismo.gal Faros y playas salvajes- Galicia
- www.turismo.gal Ferrolterra- Galicia
- www.turismo.gal Geodestinos- Galicia
- www.turismo.gal Municipales Oficina Municipal de Turismo de Fene
- www.turismo.gal Ría de Ferrol- Galicia
- www.turismo.gal Serra da Capelada
- www.turismo.gal ZEC- Red Natura 2000 Costa Ártabra

- www.turismoslow.gal Turismo Slow Norte de Galicia
- www.turismo.navarra.es Turismo activo en la naturaleza
- www.turismoa.sopelaudala.org Sopela Turismo. Un lugar para disfrutar
- www.turismo-activo.net Rutas por España|| Turismo Activo
- www.turismo-activo.net Turismo activo y de aventura
- www.turismoactivocanarias.com Turismo Activo| España| Activa Canarias
- www.turismoactivoespana.com Turismo Activo en España. Las Mejores Empresas de Turismo Activo en España
- www.turismoactivo hoy.wordpress.com Turismo de Aventura en Irlanda ¿Te atreves con ello?
- www.turismoaspontes.com Turismo As Pontes
- www.turismoasturias.es 11 planes de turismo activo para perderte en Asturias
- www.turismoasturias.es Deporte y aventura en Asturias
- www.turismodegalicia.org Restos Romanos en Galicia
- www.turismoferrolterra.es/
- www.turismo-ordesa.com Página oficial de turismo de Torla- Ordesa
- www.turismoortigueira.com
Turismo de Ortigueira
- www.turismovasco.com 8 experiencias de turismo activo en la comarca de Uribe
- www.turismovasco.com Las 4 actividades más importantes de turismo activo en el País Vasco
- www.turismozarautz.com Turismo Zarautz
- www.turistopia.com Turistopia. Marisa López
- www.turnaron.es Web sobre Turismo de Narón
- www.txt.es Portugal 2017: la alianza de izquierdas funciona
- www.vagamundos.com Vagamundos: para viajeros sin prisas
- www.vero4travel.com Turismo Activo en Ferrol
- www.viajablog.com David Escribano. Bicicleta de montaña en County Down. Irlanda del norte. 9/06/2014

- www.viajandoimagenesysensaciones.com Parabola & Wordpress. Disfrutando del turismo activo en Ferrol. 29/06/2016
- www.viajaporlibre.com Javier & Miguel. Irlanda- Viaja por libre. 2017
- www.viajes.lavozdeg Galicia.es Silvia Pato. Los faros más bellos de la costa gallega.25/07/2017
- www.viajesresponsables.com
- www.viamichelin.es Parque Nacional de Ordesa y Monteperdido. 2017
- www.viatorimperio.com Bruno Corbeiras. El legado de Roma en Galicia. 08/04/2016
- www.villasmarineras.es Inicio|Villas Marineras
- www.visionesdeferrolterra.blogspot.com.es Carlos Rodríguez. Visiones de Ferrolterra. 09/10/2012
- www.visitfuerteventura.es Fuerteventura despide 2016 con una cifra histórica de 3.2 millones de turistas. 2016
- www.visitnorway.es Actividades en Noruega- La guía oficial de viaje a Noruega. 2017
- www.visitnorway.es El turismo en Noruega- La guía oficial de viaje a Noruega. 2017
- www.visitvaldaran.com Turismo –activo Visitvaldara. 2017
- www.vivecamino.com Como llegar a Ferrol
- www.web.bizkaia.eus Bilbao- Bizkaia refuerza su apuesta por el turismo como sector económico del futuro. (Bilbao) 13/01/2017
- www.webcachegoogleusercontent.com Ferrol apuesta por una sociedad mixta para la gestión del turismo en la zona. 07/01/2010
- www.wikipedia.org Autopista del Atlántico
- www.wikipedia.org Madeira
- www.wikipedia.org Monasterio de San Martín de Jubia
- www.wikipedia.org Puerto Vallarta
- www.wikipedia.org Rapa das bestas
- www.wikipedia.org Valle de Bravo

- www.wikeida.org Ferrol
- www.wikiperia.org Comarca de Ferrol
- www.xunta.ga Ley del DOG nº149 de 05/08/1997
- www.xunta.gal A Xunta participa na recuperación do patrimonio arqueolóxico en natural do Courel
- www.xunta.gal Decreto del DOG nº 36 de 20/02/2001
- www.xunta.gal Decreto del DOG nº 62 de 2014/3/31
- www.xunta.gal Decreto do DOG nº 38 do 2015/2/25
- www.xunta.gal Ley DOG Viernes, 11 de noviembre de 2011
- www.xunta.gal Resolución do DOG Nº12 DO 17/01/2001
- www.youtube.com Ferrolterra
- www.youtube.com Turismo As Pontes
- www.zfv.es Clubes deportivos
- www.2unwto.org OMT Sobre Turismo Deportivo y de Aventura