

## **EL TURISMO ACTIVO O DE AVENTURA COMO COMPONENTE DESTACADO DEL TURISMO DE NATURALEZA. ANÁLISIS DE LA OFERTA EN GALICIA**

### **ACTIVE OR ADVENTURE TOURISM AS A HIGHLIGHTS COMPONENT OF NATURE TOURISM. ANALYSIS OF SUPPLY IN GALICIA**

NOELIA ARAÚJO VILA<sup>1</sup>,  
*Facultad de C.C. Empresariales y Turismo, Ourense*  
VALERIA PAÛL CARRIL<sup>2</sup>,  
*Facultad de Geografía e Historia, Santiago de Compostela*  
JOSÉ ANTONIO FRAIZ BREA<sup>3</sup>,  
*Facultad de C.C. Empresariales y Turismo Ourense*

#### **RESUMEN**

El turismo activo es una tipología del turismo de naturaleza o turismo en la naturaleza, denominación que varía de unos autores a otros, en auge o de moda en el siglo XXI, ya que da respuesta a la actual demanda experiencial. El actual turista busca la emanación de sensaciones, experiencias y vivencias; de ahí la proliferación de actividades en este campo. Para su práctica se hace imprescindible la presencia de recursos naturales adecuados para las distintas actividades que oferta, desde ríos o senderos a costa o acantilados, recursos abundantes en Galicia. Por ello, el presente artículo parte de la definición de turismo activo y las actividades que forman parte del mismo, para a continuación realizar un análisis de la oferta de este tipo de turismo en Galicia.

Como técnica de estudio, se recurre a un análisis de contenido de las páginas webs de las empresas que ofertan este tipo de actividades en Galicia, concluyendo que son todavía pocas las que ofertan una amplia cartera de productos y que operan en todo el territorio, estando la mayor parte de ellas concentradas en las costas de Pontevedra y A Coruña.

**Palabras clave:** turismo de naturaleza, turismo activo, aventura, deporte y Galicia.

---

Fecha de recepción 16 de noviembre de 2011 Fecha de aceptación 30 de noviembre de 2011.

<sup>1</sup> [naraujo@uvigo.es](mailto:naraujo@uvigo.es) , Facultad de C.C. Empresariales y Turismo, Campus Las Lagunas 32004 Ourense.

<sup>2</sup> [v.paul.carril@usc.es](mailto:v.paul.carril@usc.es), Facultad de Geografía e Historia. Plaza de la Universidad, 1, 15703 Santiago de Compostela

<sup>3</sup> [jafraiz@uvigo.es](mailto:jafraiz@uvigo.es), Facultad de C.C. Empresariales y Turismo. Campus Las Lagunas 32004 Ourense

## **ABSTRACT**

Active tourism is an aspect of nature tourism on the rise in this century, a name that varies from. To practice it is essential to the presence of adequate natural resources for the various activities offered, from rivers or paths to coast or cliffs, numerous resources in Galicia. Therefore, this article starts with the definition of active tourism and the activities that are part of it, to then conduct an analysis of the supply of this type of tourism in Galicia.

As a technique of study, it is used a content analysis of websites of companies that offer this type of activity in Galicia, concluding that there are still few that offer a broad portfolio of products and operating throughout the territory, while most of them concentrated on the coast of Pontevedra and A Coruña.

**Key words:** nature tourism, active tourism, adventure, sport and Galicia.

## **1. INTRODUCCIÓN**

En los últimos años, el modelo clásico de turismo tanto en Galicia como en el resto de España ha cambiado, emergiendo productos complementarios al hasta ahora producto estrella del país, sol y playa (Peñalver, 2004). Surgen los denominados “turismos alternativos”, denominación muy discutida, pero que en definitiva se opone a las formas convencionales de turismo. Entre estos nuevos productos han destacado los vinculados con la práctica de actividades utilizando recursos naturales, y especialmente, los relacionados con actividades deportivas en un entorno natural (Peñalver, 2004). Con ello estamos haciendo mención al turismo de naturaleza o turismo en la naturaleza, de un modo genérico, y al turismo de aventura o activo, de un modo más específico y restrictivo (Weaver, 2006; Nel-lo y Llanes, 2005; Newsome, Moore y Dowling, 2002).

En cuanto al turismo de naturaleza, campo más general, las palabras clave son turismo y naturaleza, siendo una de las confusiones más comunes la preposición que une dichos términos. Según Barrado y Vila (2001), en función de la preposición utilizada, se está haciendo referencia a distintos ámbitos turísticos (Figura 1):

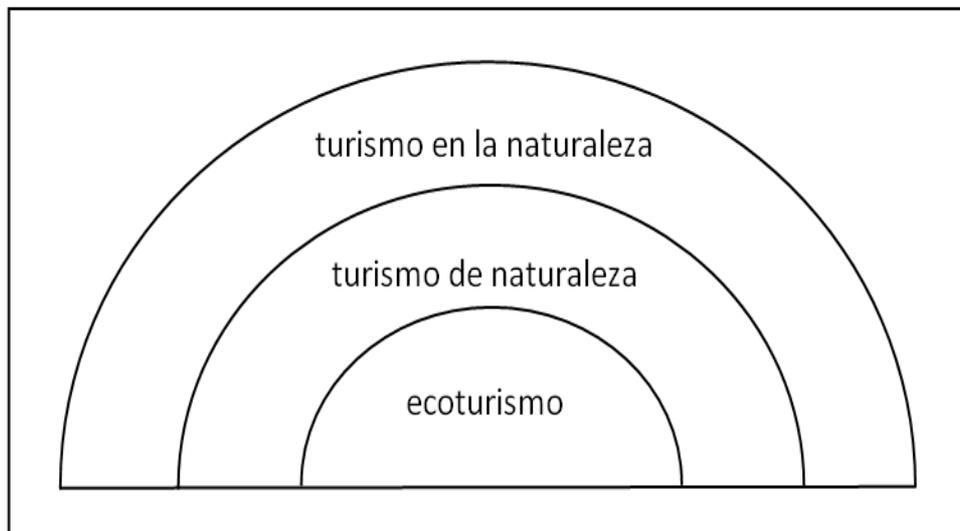
- Turismo en la naturaleza: todas aquellas actividades que utilizan recursos naturales, también de forma instrumental y a menudo con formas de explotación y patrones de implantación convencionales, lo que puede desencadenar impactos ambientales. Este primer ámbito abarca al turismo de naturaleza y de modo más restrictivo al ecoturismo.

- Turismo de naturaleza: es el que utiliza determinados elementos de la naturaleza para realizar prácticas deportivas o de aventura. No son necesarias instalaciones o equipamientos como en la concepción genérica (turismo en la naturaleza), y la naturaleza juega un papel clave en la satisfacción del turista.

- Turismo sobre el medio ambiente (Newsome et al, 2002): se divide en dos:

- Turismo basado en la naturaleza: se da en espacios naturales con el fin de entender el medio natural y ayudar a su conservación.
- Turismo de la vida silvestre: se diferencia del anterior en que el objetivo o motivación es la flora y fauna.
- Ecoturismo: se define como el turismo para el medio ambiente, y el fin en sí incluye la conservación del medio y recursos naturales.

**Figura 1: Modalidades de turismo en un espacio natural según modelo de Barrado y Vila**



*Fuente: elaboración propia a partir de Barrado y Vila (2001: 127)*

El modelo expuesto, realiza una posible clasificación de las actividades realizadas usando recursos naturales, pero existen propuestas que difieren de la misma. Independientemente de ello, el presente artículo se centrará en una tipología concreta, el turismo de naturaleza, y de modo más específico, en un integrante del mismo, el turismo activo o de aventura, el cual además de utilizar recursos naturales implica la realización de actividades físicas con mayor o menor grado de intensidad.

Para ello, se partirá de una revisión teórica del concepto y actividades incluidas en dicho campo, para a continuación realizar una investigación sobre la oferta gallega de empresas que ofrecen como parte de su cartera de productos este tipo de actividades. Finalmente se escogerán las empresas más representativas de este sector en Galicia, y mediante la técnica cualitativa de análisis de contenido, se analizarán una serie de ítems a través de sus páginas webs, pudiendo establecer pautas comunes que sirvan de referencia para el resto del sector.

## **2. EL TURISMO ACTIVO O DE AVENTURA COMO PARTE DEL TURISMO DE NATURALEZA**

En este epígrafe partiremos de un modelo que enfatiza el turismo de naturaleza sobre el turismo en la naturaleza, pudiendo evidenciar así las distintas denominaciones que el mismo campo recibe. Según Antar-Ecotono (2004), el campo más amplio es el turismo de naturaleza, el cual incluye actividades recreativas, de interpretación y conocimiento de la naturaleza, en mayor o menor grado de profundidad, así como la práctica de actividades deportivas de diferente riesgo y actividad física, todo ello haciendo uso de recursos naturales. Por tanto dentro de este campo más genérico, se incluyen actividades de:

- *Turismo de esparcimiento*: actividades recreativas sin degradar la naturaleza.
- *Turismo activo o de aventura*.
- *Ecoturismo*: contemplación y gozo del medio natural en “zonas naturales relativamente inexploradas o protegidas” (Wearing y Neil, 1999 [trad. 2000]: 30), con una fuerte asociación por tanto a espacios naturales protegidos (Honey, 2008; Weaver, 2006; Buckley 2000 y Wearing y Neil, 1999). A su vez, existen diversos tipos, desde el ecoturismo científico, al educativo o lúdico (Picornell, Pomar y Benito, 2002).

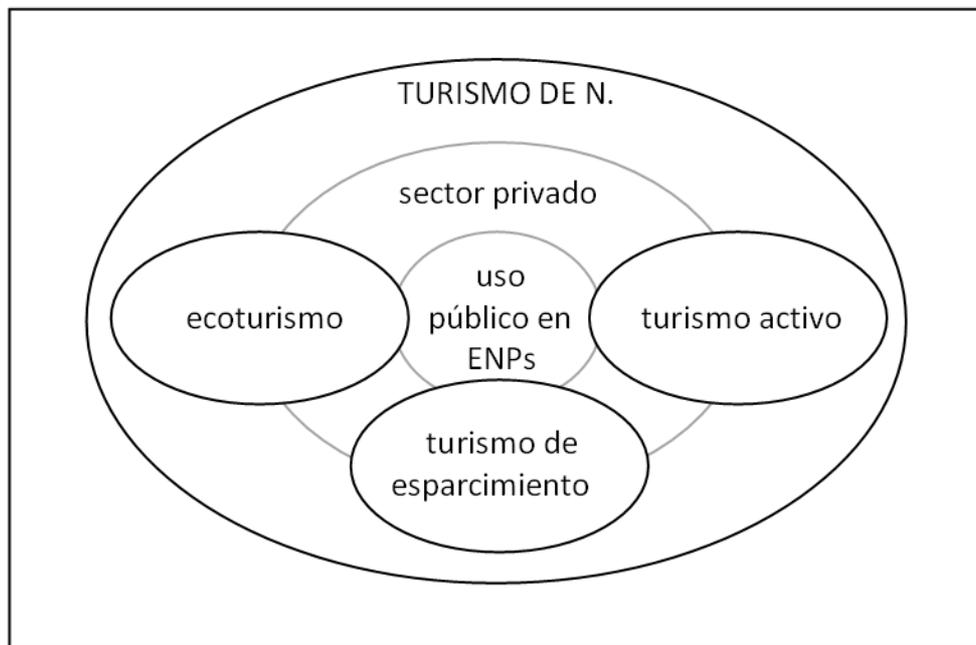
Y, finalmente, aparece como parte integrante del modelo el uso público en espacios naturales protegidos (los espacios naturales protegidos gestionados por administraciones públicas con el fin de acercar a los visitantes a los valores culturales y naturales (Pascual, 2007)) y el sector privado (Figura 2).

Como se observa en la Figura 2, el turismo activo (también denominado de aventura por otros autores) es una parte integrante del turismo de naturaleza, pero más restrictiva.

Nos preguntamos entonces, ¿qué se entiende por turismo activo? Se define turismo activo como aquel que tiene como motivación principal la realización de actividades deportivas de diferente intensidad física y que usen expresamente los recursos naturales sin degradarlos (Antar-Ecotono, 2004: 14).

En función de los recursos naturales de los que haga uso, podemos hablar de turismo activo terrestre, acuático o aéreo.

**Figura 2: Modelo de turismo de naturaleza de Antar-Ecotono**



*Fuente: elaboración propia a partir de Antar-Ecotono (2004:14)*

Aunque partiendo de esta definición se da por hecho la práctica de este tipo de turismo en espacios naturales, también se puede practicar fuera de los mismos, incluso en las ciudades. En este segundo supuesto no se tienen demasiado en cuenta las calidades naturales del espacio, de modo que no conlleva ecoturismo activo, siendo por ello más habitual considerarlo como parte del turismo en la naturaleza.

Queda matizar, que aunque en el presente artículo estamos usando los términos turismo de aventura y turismo activo para referirnos a un mismo concepto, por ser muy próximos entre sí, diversos autores sí establecen diferencias entre ellos. El concepto de turismo de aventura, realmente es una variante distintiva del turismo activo, que se define como aquel turismo que “se practica al aire libre, que exige un fuerte esfuerzo, normalmente en lugares remotos [...] y que implica actividades peligrosas” (Eagles, McCool y Haynes, 2002 [trad. 2003]: 164). Sería por tanto, una parte integrante del turismo activo que requiere un elevado esfuerzo físico, ya que el turismo activo abarca actividades físicas de diferente intensidad física, no siempre alta.

Al igual que cualquier demanda turística, existen diferentes segmentos de mercado con variados intereses, gustos y preferencias, por lo que el turismo activo busca también dar respuesta a las diferentes inquietudes del turista, surgiendo una amplia oferta de actividades adaptadas a ello. Así, dentro de los tres posibles medios que forman parte de la naturaleza

(terrestre, aéreo y acuático), han ido surgiendo actividades de distinta intensidad física y riesgo, destinadas a un público que va desde los más conservadores a los más aventureros y buscadores de grandes emociones.

El medio que mayores oportunidades muestra y ha sido el más explotado hasta ahora, es el terrestre, con actividades que van desde el conocido senderismo, a la espeleología, tiro con arco o ciclomontañismo. Le sigue el medio acuático, también con diversidad de alternativas en función de las aguas en que se realicen (aguas tranquilas o aguas bravas en ríos o medio marítimo), con actividades como el rafting, piragüismo o submarinismo. En último lugar se encuentra el medio aéreo, tal vez el menos explotado o el que con menos alternativas cuenta, entre las que se encuentran actividades más tranquilas como el globo aeroestático, o actividades que generan mayores emociones como el paracaidismo o el parapente (Tabla 1).

**Tabla 1: Clasificación de las actividades de turismo activo**

<b>TURISMO ACTIVO/</b>		
1. Actividades terrestres	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Área de marcha</li> <li>- Alpinismo/escalada</li> <li>- Marcha a caballo</li> <li>- Ciclomontañismo</li> <li>- Espeleología</li> <li>- Cicloturismo</li> <li>- Puenting</li> <li>- <i>Paintball</i></li> <li>- Barranquismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Esquí de travesía</li> <li>- Esquí de fondo</li> <li>- Raquetas</li> <li>- Perros con trineo</li> <li>- Motos de nieve</li> <li>- Tiro con arco</li> <li>- 4x4</li> <li>- <i>Quads</i></li> <li>- <i>Outdoor training</i></li> <li>- Vías ferratas</li> </ul>
2. Actividades acuáticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Piragüismo/<i>kayak</i></li> <li>- Turismo fluvial</li> <li>- Buceo/submarinismo</li> <li>- <i>Surf/Windsurf/Kitesurf</i></li> <li>- Moto náutica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Rafting</i></li> <li>- <i>Hidrobob/Hidrospeed</i></li> <li>- Vela</li> <li>- Esquí acuático</li> </ul>
3 Actividades aéreas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ala delta</li> <li>- Globo aerostático</li> <li>- Parapente</li> <li>- Paracaidismo de pendiente</li> <li>- Paracaidismo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ultraligeros</li> <li>- Vuelo sin motor</li> <li>- Heliexcursión</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia a partir de Antar-Ecotono (2004: 17); Oliveira (1995) y Martínez y Fernández (2011)*

### 3. OFERTA EMPRESARIAL GALLEGA DE TURISMO ACTIVO

#### 3.1. Muestra y metodología

Una vez conocidas cuáles son las actividades que forman parte del turismo activo, centramos el objeto de estudio del presente artículo en analizar la oferta de turismo activo de la comunidad gallega. Para ello partimos de la base de datos de Turgalicia, centrando la búsqueda en empresas que oferten más de un producto considerado de turismo activo.

El dato que obtenemos a partir de las que Turgalicia considera empresas de turismo activo, es de 18, de las cuales descartamos 3 por no estar operativas a día de hoy, por lo que la población se reduce a 15 organizaciones. Turgalicia plantea la posibilidad de buscar de modo general actividades de turismo deportivo en Galicia, obteniendo en este caso una población mucho más amplia que la anterior, con un total de 124 empresas u organizaciones, de las cuales 7 empresas no están operativas actualmente, disminuyendo a 117, e incrementándose con las 15 empresas de turismo activo ya citadas, haciendo una población total en Galicia de 132 empresas que ofertan por lo menos un producto de turismo activo (Tabla 2). De la población total, reduciremos la muestra objeto de estudio a 25 empresas, aquéllas que ofertan más de un producto considerado de turismo activo.

**Tabla 2. : Actividades de turismo activo en Galicia**

ACTIVIDAD	Nº DE EMPRESAS	% RESPECTO AL TOTAL
Náutica: navegación (mar o río) y submarinismo	76	57.58%
Equitación	12	9.09%
Ruta marisqueo	1	0.76%
Senderismo/rutas a pie	8	6.05%
Golf	3	2.27%
Automovilismo	1	0.76%
Quads	4	3.03%
Montañismo	1	0.76%
Más de una actividad	25	18.94%
Parapente (actividades aéreas)	1	0.76%
<b>TOTAL</b>	<b>132</b>	<b>100%</b>

*Fuente: elaboración propia a partir de Turgalicia*

A continuación, se hará un análisis de la oferta de dichas empresas, tanto de la amplitud de su cartera de productos como de los medios que dichas actividades abarcan (terrestre, aéreo y acuático), para obtener una aproximación de la tendencia mayoritaria en el territorio gallego. Se estudiará también cuál es la ubicación geográfica de dichas empresas, pudiendo

conocer así la distribución de las mismas en Galicia, tanto por provincias como por zonas (interior o costa).

Finalmente se escogerán las 4 empresas más representativas de Galicia, bien por su amplia oferta de actividades, extenso ámbito de actuación o amplio público al que van dirigidas, y se realizará un análisis de contenido de sus páginas webs, pudiendo limitar así cuáles son las características comunes que las han llevado al éxito.

### **3.2. Análisis y resultados**

En lo que respecta a la oferta de actividades en este campo, nos encontramos con que la mayoría se centra en actividades náuticas (paseos en embarcaciones de vela, pesca o submarinismo), suponiendo un 57.58% del total. La oferta restante abarca en un porcentaje muy inferior a las empresas que ofertan más de un producto turístico de turismo activo, en concreto 25 (muestra en la que centraremos el estudio), lo que supone un 18.94% de la población total (Tabla 2), seguidas por las empresas que ofertan equitación, un 9.09 % del total. En cuarto lugar, están las empresas que centran su oferta en la actividad de senderismo, un 6.05% y en los últimos lugares, de modo residual están las empresas de quads (3.03%), golf (2.27%), automovilismo (0.76%), montañismo (0.76%) y parapente (0.76%).

**Tabla 3. : Distribución geográfica de las empresas de por lo menos una actividad de turismo activo en Galicia**

PROVINCIA	Nº EMPRESAS	% RESPECTO AL TOTAL
A CORUÑA	50	37.88%
LUGO	9	6.82%
OURENSE	15	11.36%
PONTEVEDRA	58	43.94%
TOTAL	132	100%

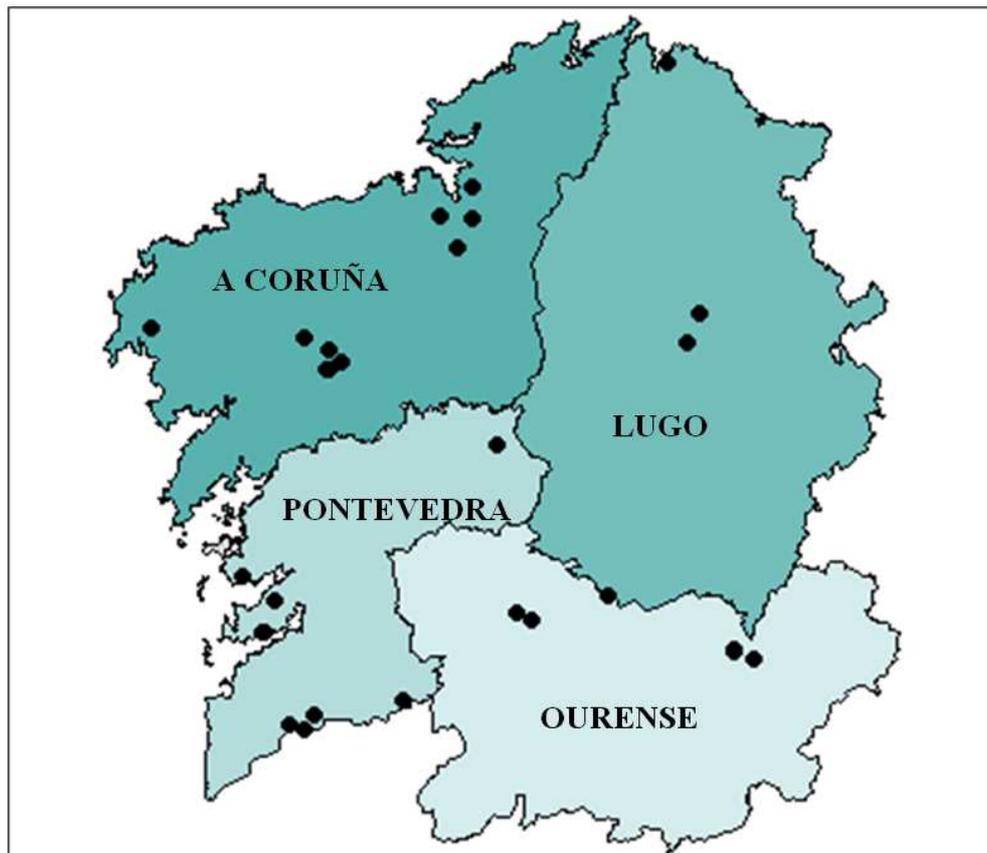
*Fuente: elaboración propia a partir de Turgalicia*

Antes de centrarnos en la muestra objeto de estudio, creemos también relevante conocer cuál es el reparto geográfico de estas 132 empresas/organizaciones. Dada la estrecha vinculación de la actividad de mayor porcentaje (náutica) en la mayoría de los casos con el mar, se hace obvia una concentración en las tres provincias gallegas con costa. Aún así, Lugo no destaca como localización elegida para situar a las empresas de actividades deportivas vinculadas con la

naturaleza, sino que incluso Ourense, provincia sin costa, supera la cifra de empresas de turismo activo. Son A Coruña y Pontevedra las provincias con mayor número de estas empresas, con 50 la primera y 58 la segunda (Tabla 3).

Una vez que tenemos una idea global del sector en Galicia, vamos más allá reduciendo el total de organizaciones con alguna actividad de turismo activo, a las empresas que ofertan más de un producto de tales características, las cuales consideraremos empresas de turismo activo o aventura. En este caso, de las 132 empresas encontradas, la muestra se reduce a 25 (Tabla 4). Tan sólo 25 empresas en Galicia ofertan una cartera de actividades vinculadas con la naturaleza, estando de nuevo la mayor parte ubicadas en A Coruña (9) y Pontevedra (8). De nuevo llama la atención la escasa oferta en este sector por parte de la provincia de Lugo, tan sólo 3, y Ourense se mantiene en un puesto intermedio con 5, lo que las sitúa como las provincias con potencial pero aún en vía de desarrollo (Figura 3).

**Figura 3: Distribución geográfica de las empresas de turismo activo en Galicia**



*Fuente: elaboración propia*

**Tabla 4. : Empresas de turismo activo de Galicia**

EMPRESA	UBICACIÓN	WEB	ACTIVIDADES
KAYAK AMEXTREME	AMES – A CORUÑA	<a href="http://www.amextremekayak.com">http://www.amextremekayak.com</a>	Terrestres y acuáticas: <i>Rafting</i> , barranquismo, <i>puenting</i> , <i>kayak</i> , senderismo, caballo y <i>paintball</i> .
AXIÑA	CAMBRE – A CORUÑA	<a href="http://www.axinasd.com">http://www.axinasd.com</a>	Terrestres: <i>Paintball</i> , caballo, escalada, <i>quads</i> , <i>rappel</i> tirolina y multiaventura (combinación de las anteriores).
EOLO ACTIVIDADES	A CORUÑA	<a href="http://www.eoloactividades.com/">http://www.eoloactividades.com/</a>	Terrestres: rocódromo, escalada, <i>rappel</i> , sendeirismo, <i>paintball</i> , rutas 4x4... Aéreo: parapente, tirolina. Acuático: paseos en velero.
OITOMIL	NARAIO – A CORUÑA	<a href="http://www.oitomilaventura.com/">http://www.oitomilaventura.com/</a>	Terrestres y acuáticas: <i>kayak</i> , escalada, senderismo, ciclomontañismo y multiaventura.
QUAD AVENTURAS	CARRAL – A CORUÑA	<a href="http://www.quadaventuras.com/">http://www.quadaventuras.com/</a>	Terrestres: caballo, <i>paintball</i> , senderismo, <i>quads</i> , <i>buggies</i> , conducción evasiva, <i>karts</i> , 4x4, terror y misterio, aventura GPS, limusina 4x4, minigolf, golf, paseo en carruaje, <i>puenting</i> ... Acuáticas: travesía velero, <i>rafting</i> , buceo, <i>hidrospeed</i> , <i>kayak</i> , rutas en piragua... Aéreas: avioneta, paramotor, globo, helicóptero, paracaídas...
MEIGALICIA	CORCUBIÓN - A CORUÑA	<a href="http://www.meigalicia.com">http://www.meigalicia.com</a>	Terrestres: rutas 4x4, senderismo. Acuáticas: <i>surf</i> , buceo. Ecoturismo: observación de aves, turismo micológico, turismo fotográfico.
NATUR MAZ	XALLAS- A CORUÑA	<a href="http://www.naturmaz.com/">http://www.naturmaz.com/</a>	Terrestres: tiro con arco, <i>paintball</i> , equitación, escalada, senderismo y ciclomontañismo. Acuáticas: <i>kayak</i> . Aéreas: ultraligeros y paramotor.
TURNAUGA	SANTIAGO – A CORUÑA	<a href="http://www.turnauga.es">http://www.turnauga.es</a>	Acuáticas: <i>kayak</i> , <i>rafting</i> e <i>hidrospeed</i> . Terrestres: barranquismo, <i>puenting</i> y senderismo.
ITINERIS	SANTIAGO DE COMPOSTELA	<a href="http://www.itineris.es/">http://www.itineris.es/</a>	Terrestre: <i>Paintball</i> , <i>quads</i> , orientación, tiro con arco, ruta a caballo.

**Tabla 4. : Empresas de turismo activo de Galicia (Continuación)**

EMPRESA	UBICACIÓN	WEB	ACTIVIDADES
GALITUR SPORT	OURENSE	<a href="http://www.galiturport.com">www.galiturport.com</a>	Terrestres: <i>Paintball, quads</i> , orientación, tiro con arco, ruta a caballo, senderismo, ciclomontañismo, puenting, multiaventura. Acuáticas: <i>rafting</i> , piragüismo.
AVENTUROCIO	OURENSE	<a href="http://www.aventurocio.net/">http://www.aventurocio.net/</a>	Terrestres: senderismo, 4x4, <i>quads</i> , tiro con arco, barrancos, caballo y ciclomontañismo. Acuáticas: piraguas y buceo.
ESTACIÓN MANZANEDA	POBRA DE TRIVES - OURENSE	<a href="http://www.manzaneda.com/">http://www.manzaneda.com/</a>	Terrestres: golf, tiro con arco, ciclomontañismo, caballo, rocódromo, <i>karts</i> , multiaventura.
TURISMO NA RIBEIRA SACRA	RIBEIRA SACRA - OURENSE	<a href="http://www.turismonaribeirasacra.com/inicio">http://www.turismonaribeirasacra.com/inicio</a> .	Terrestres: <i>Paintball, puenting</i> , senderismo, ciclomontañismo, tiro con arco. Acuáticas: pesca, piragüismo, paseos en barco.
CASA DO COMEDIANTE	POBRAE TRIVES - OURENSE	<a href="http://www.casadocomediantes.es/">http://www.casadocomediantes.es/</a>	Terrestres: senderismo, caballo, rutas. Acuática: pesca, actividades náuticas.
ARREPIONS	TUI-PONTEVEDRA	<a href="http://www.arrepions.com/">http://www.arrepions.com/</a>	Terrestres: senderismo, cañones. Acuáticas: <i>rafting, kayak, hidrospeed</i> .
VERDE Y AZUL	TUI - PONTEVEDRA	<a href="http://www.verdeazul.es/">http://www.verdeazul.es/</a>	Terrestres: senderismo y ciclomontañismo. Acuáticas: <i>kayak</i> .
AQUA MIÑO	TUI - PONTEVEDRA	<a href="http://www.aquaino.com/">http://www.aquaino.com/</a>	Acuáticas: <i>kayak</i> , rutas fluviales, Terrestres: ciclomontañismo, senderismo.
AVENTURA MARÍN	MARÍN - PONTEVEDRA	<a href="http://www.aventuramarin.com">http://www.aventuramarin.com</a>	Parque multiaventura: <i>trekking</i> , tirolinas, escalada.
DESAFÍO OCIO	LALÍN - PONTEVEDRA	<a href="http://www.desafiocio.com/">http://www.desafiocio.com/</a>	Terrestres: escalada, barranquismo, <i>puenting</i> , tirolina, <i>rappel</i> , rocódromo, senderismo, caballo, <i>trekking</i> , tiro con arco, <i>paintball</i> ... Acuáticas: <i>rafting</i> , canoas, <i>hidrospeed</i> ... Aéreas: globo e ultraligero.

**Tabla 4. : Empresas de turismo activo de Galicia (Continuación)**

EMPRESA	UBICACIÓN	WEB	ACTIVIDADES
CANGAS AVENTURA	CANGAS - PONTEVEDRA	<a href="http://www.w.cangasa.venturagali.cia.com/">http://www.w.cangasa.venturagali.cia.com/</a>	Terrestres: <i>quads</i> , senderismo, 4x4, ciclomontañismo...
PARÍS DAKART	SANXENXO - PONTEVEDRA	<a href="http://www.parisdakart.com/">http://www.parisdakart.com/</a>	Terrestres: <i>karts</i> , minigolf, senderismo, tirolesa, cicloturismo. Acuáticas: canoas.
VAGUADA AVENTURA	ARBO - PONTEVEDRA	<a href="http://www.w.vaguada.ventura.com/">http://www.w.vaguada.ventura.com/</a>	Acuáticas: <i>rafting</i> , <i>kayak</i> , <i>hidrospeed</i> , canoas...
FERVENTÍA	LUGO	<a href="http://www.ferventia.com/">http://www.ferventia.com/</a>	Terrestres: escalada, rocódromo, tiro con arco, GPS, orientación, <i>paintball</i> , <i>puenting</i> ... Acuáticas: <i>rafting</i> , <i>kayak</i> , barranquismo, <i>hidrospeed</i> ...
PROAVENTUR	COESES - LUGO	<a href="http://www.proaventur.com/">http://www.proaventur.com/</a>	Terrestres: espeología, senderismo... Acuáticas: barranquismo, descenso en canoa...
ROQ SPORT	VIVEIRO - LUGO	<a href="http://www.roqsport.com/">http://www.roqsport.com/</a>	Terrestres: <i>quads</i> , <i>paintball</i> , escalada, <i>rappel</i> , ciclomontañismo, senderismo, orientación... Acuáticas: <i>kayak</i> , barranquismo...

*Fuente: elaboración propia a partir de Turgalicia*

En cuanto al ámbito, la mayoría trabaja en la propia zona de ubicación de la sede (Tabla 4), aprovechando los recursos naturales de su entorno, los cuales se pueden encontrar en la mayor parte de la geografía gallega (ríos, senderos, barrancos...) y las propias instalaciones en el caso de actividades de paintball, minigolf, GPS, orientación o rocódromo. Algunas de ellas, aunque trabaja preferentemente en una zona, oferta la posibilidad de operar por toda Galicia según la demanda del cliente (Quad Aventuras, Meigalicia, Turnauga e Itineris).

En lo que atañe a las actividades ofertadas, el rango se mueve en un mínimo de tres actividades desde la empresa con la oferta más sencilla a más de treinta en la que tiene la oferta más completa visible en su página web (Quad Aventuras). La tendencia media es ofertar alrededor de 10 actividades. En cuanto al tipo de actividades, son muy pocas las que ofertan

para los tres posibles medios (tierra, agua y aire), siendo el medio predominante el terrestre, presente en las 25 empresas, con actividades como el senderismo, quads, caballo o ciclomontañismo. Tanto para iniciar la actividad en este sector como para ampliar cartera, es el medio preferido, deduciendo que es lo que requiere menor inversión, preparación o condiciones más específicas. En el caso de las actividades acuáticas, como ya se ha visto, existen multitud de empresas vinculadas con la navegación, que exclusivamente ofertan tal producto, por lo que en las empresas con cartera diversificada la tendencia es la de no ofertar gran variedad, sino algún producto como kayak, rafting, paseos fluviales, buceo o piraguas, pero tan sólo uno o dos de los mismos. El medio aéreo es el menos explotado, siendo tan sólo 3 las empresas que ofertan actividades en este campo (Eolo Actividades, Quad Aventuras y Natur Maz), limitándose a parapente y ultraligeros, exceptuando el caso de Quad Aventuras que proporciona una oferta más variada: avioneta, globo o helicóptero entre otros (Tabla 4).

### **3.3. Estudio de los casos más representativos**

Tras analizar la oferta de las 25 empresas, son 4 las empresas que destacan a nivel gallego, ya que las 4 operan en todo el territorio independientemente de la ubicación de su sede y las 4 ofertan una cartera de productos relativamente amplia dirigida a diversos segmentos de mercado:

- QUAD AVENTURAS
- MEIGALICIA
- TURNAUGA
- ITER ITINERIS

Por ello, consideramos relevante realizar un análisis de contenido de la página web de cada una de ellas, buscando pautas comunes que las hayan llevado al éxito.

#### **3.3.1. Quad Aventuras**

Quad Aventuras tiene su sede en Carral, en el área metropolitana de A Coruña, y se define a sí misma “como especializada en actividades de mar, tierra y aire”. Su eslogan publicitario es “goza de una experiencia inolvidable”. Pero, ¿por qué es una de las empresas que más llaman la atención dentro de este sector en Galicia? Podemos responder a esta cuestión en función a tres variables:

Amplia cartera de productos, que abarca los tres posibles medios (terrestre, aéreo y acuático).

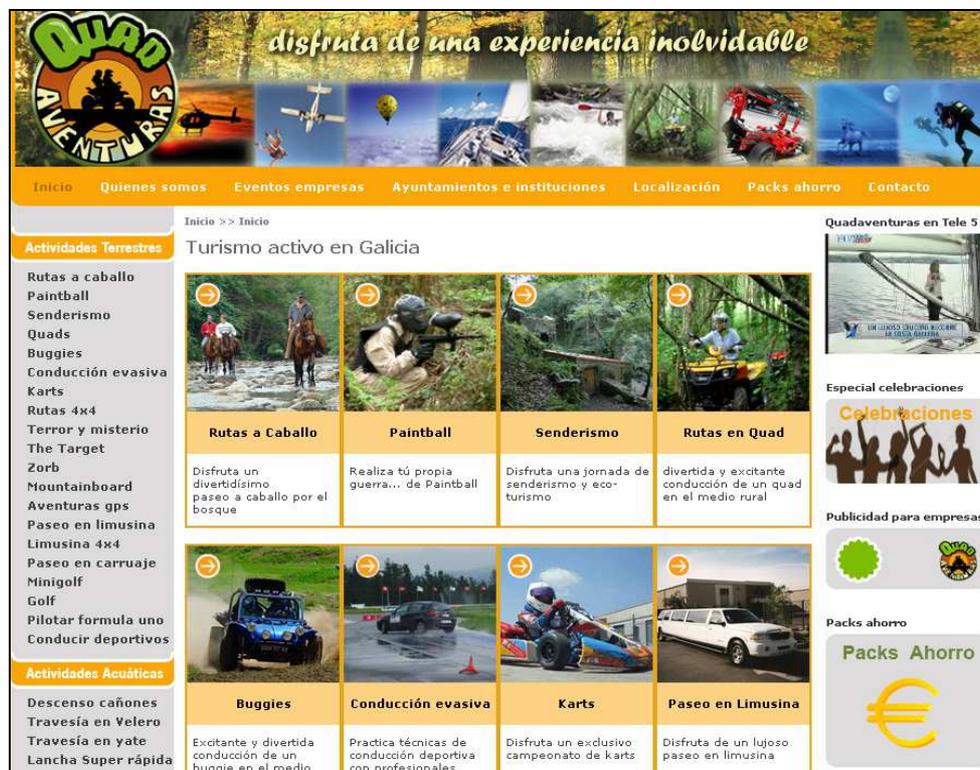
Amplio ámbito de actuación. Aunque está ubicada en Carral, oferta sus productos a lo largo de todo el territorio gallego: A Coruña, Santiago de Compostela, Ferrol, Lugo, Ribadeo, Ourense, Cerceda, Viveiro, Canón do Sil, Rías Baixas, Costa da Morte o Baiona, entre otros.

Amplio público al que se dirige: tanto particulares (actividades de turismo activo para aniversarios, fiestas, etc.), como ayuntamientos, colectivos o empresas (convenciones, incentivos o clientes VIP).

Podemos concluir, con que Quad Aventuras es la empresa que mayor diversificación de producto, clientes y ámbito presenta en toda Galicia. En lo que respecta a su cartera de productos, aparte de las actividades convencionales, oferta algunas no tan habituales, como paseo en carruaje o limusina, helicóptero, globo aerostático o salto en paracaídas.

Otra característica que la hace única y le aportan ventajas respecto a la competencia, es su estrategia promocional o “packs de ahorro”, para aquellos usuarios que optan por realizar varias actividades, incluyendo alojamiento y comidas. También utiliza como reclamo publicitario, posicionado en su propia página web, la aparición en un programa de Tele 5, Está pasando, emitido el 18/02/2008. Se puede visionar en la parte superior derecha de la web, el vídeo en el que se muestra una ruta en velero organizada por la empresa y emitida en dicho programa. En definitiva, estamos ante una empresa que ha apostado por la diversificación intentando satisfacer la demanda de un amplio público.

**Figura 4: Página web de Quad Aventuras**



*Fuente: página web de Quadaventuras. Con una interfaz sencilla e intuitiva se muestra toda su oferta, así como el enlace al vídeo promocional (acceso 18/10/2011)*

### 3.3.2. Meigalicia

Meigalicia tiene su sede en Corcubión (A Coruña), denominándose a sí misma especializada en turismo alternativo, definido como “todo aquel que difiere del turismo de sol y playa o turismo de masas que engloba el turismo cultural, el turismo de naturaleza, el gastronómico y el de aventura” (página web de la empresa). En este caso la empresa diferencia turismo de aventura de turismo de naturaleza, poniéndose de manifiesto una vez más la diversidad y ambigüedad en cuanto a sus definiciones y límites.

Al igual que en el caso anterior, analizamos a continuación los siguientes ítems: oferta, público y ámbito de actuación.

➤ *Cartera de productos*: en este caso, la empresa se centra tan solo en dos medios, acuático y terrestre, con escasas actividades en cada uno de ellos. Pero complementa dicha oferta con otro tipo de productos no tan habituales que le aportan un carácter diferenciador. Nos referimos a actividades de interpretación y disfrute de la naturaleza como tours gastronómicos, tours fotográficos, turismo micológico o observación de aves (turismo ornitológico).

➤ *Público objetivo*: al igual que la empresa anterior, intenta abarcar diversos segmentos de mercados y un público amplio, aunque las variables de segmentación son diferentes a Quad Aventuras. Las actividades se dividen en función de la edad, situación sentimental o incluso orientación sexual. Así sus productos se dirigen a la tercera edad, LGTB, singles, discapacitados o agencias de viajes.

➤ *Ámbito de actuación*: de nuevo se ofrece la posibilidad de operar en toda Galicia.

Por último, podemos hacer hincapié también en su campaña comunicativa, que en este caso destaca por su presencia en la web 2.0: facebook, Twitter, blog, picasa, youtube y skype, además del habitual correo electrónico y página web.

**Figura 5: Página web de Meigalicia**



*Fuente: página web Meigalicia (acceso 18/10/2011)*

### 3.3.3. Turnauga

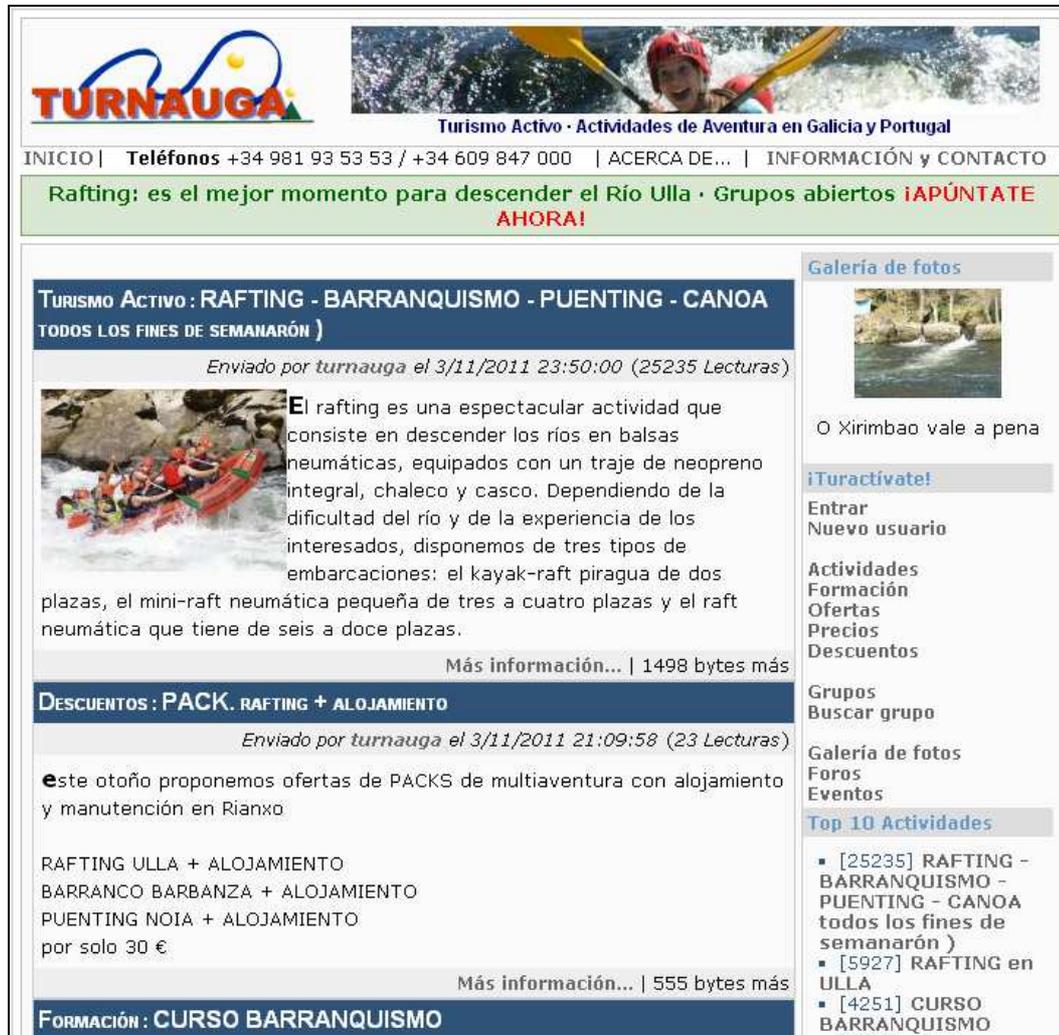
Turnauga está situada en Santiago de Compostela y centra su oferta de actividades en el medio acuático (de ahí su denominación), aunque también oferta en el medio terrestre (presente en prácticamente todas las empresas de turismo activo de Galicia). En cuanto a los tres ítems analizados:

- *Cartera de productos:* especializada en el medio acuático (rafting y piragüismo) y terrestre (paintball, barranquismo, puenting, senderismo, quads...).
- *Público objetivo:* no se cita de modo específico en la web, como en los casos anteriores, mas se puede deducir por algunos submenús que abarca un público amplio, todo aquel interesado en sus actividades. Al grupo se adaptará la dificultad de las actividades.
- *Ámbito de actuación:* de nuevo todo el territorio gallego, trabajando en zonas de costa o caudales de ríos.

En lo que a la actividad comunicativa respecta, en este supuesto se centra en la propia página web. Como herramientas promocionales utiliza ofertas y descuentos (por cursos o temporadas).

Concluimos con que Turnauga opta por una estrategia intermedia entre diversificación y diferenciación, ya que se especializa en el medio acuático, pero aún así complementa dicha oferta de modo que pueda acceder a un mayor segmento de mercado.

Figura 6: Página web de Turnauga



**TURNAUGA**  
Turismo Activo · Actividades de Aventura en Galicia y Portugal

INICIO | Teléfonos +34 981 93 53 53 / +34 609 847 000 | ACERCA DE... | INFORMACIÓN y CONTACTO

**Rafting: es el mejor momento para descender el Río Ulla · Grupos abiertos ¡APÚNTATE AHORA!**

**TURISMO ACTIVO : RAFTING - BARRANQUISMO - PUENTING - CANOA**  
TODOS LOS FINES DE SEMANARÓN )

Enviado por turnauga el 3/11/2011 23:50:00 (25235 Lecturas)

 El rafting es una espectacular actividad que consiste en descender los ríos en balsas neumáticas, equipados con un traje de neopreno integral, chaleco y casco. Dependiendo de la dificultad del río y de la experiencia de los interesados, disponemos de tres tipos de embarcaciones: el kayak-raft piragua de dos plazas, el mini-raft neumática pequeña de tres a cuatro plazas y el raft neumática que tiene de seis a doce plazas.

Más información... | 1498 bytes más

**DESCUENTOS : PACK. RAFTING + ALOJAMIENTO**

Enviado por turnauga el 3/11/2011 21:09:58 (23 Lecturas)

este otoño proponemos ofertas de PACKS de multiaventura con alojamiento y manutención en Rianxo

RAFTING ULLA + ALOJAMIENTO  
BARRANCO BARBANZA + ALOJAMIENTO  
PUENTING NOIA + ALOJAMIENTO  
por solo 30 €

Más información... | 555 bytes más

**FORMACIÓN : CURSO BARRANQUISMO**

**Galería de fotos**



O Xirimbao vale a pena

**¡Turactívatelo!**

Entrar  
Nuevo usuario

Actividades  
Formación  
Ofertas  
Precios  
Descuentos

Grupos  
Buscar grupo

Galería de fotos  
Foros  
Eventos

**Top 10 Actividades**

- [25235] RAFTING - BARRANQUISMO - PUENTING - CANOA todos los fines de semanarón )
- [5927] RAFTING en ULLA
- [4251] CURSO BARRANQUISMO

Fuente: página web Turnauga (acceso 3/11/2011)

### 3.3.4. Iter Itineris

Iter Itineris tiene su sede en Santiago de Compostela, y se define a sí misma como una empresa de “ocio y turismo activo, que tiene como misión u objetivo ofrecer servicios turísticos, educativos, deportivos, de salud, ambientales o de animación a toda persona o empresa que lo requiera”. Partiendo de esta definición, se deduce que el público al que se dirige es lo más amplio y variado posible, diferenciando en la propia página web tan solo entre personas individuales y organizaciones empresariales.

En lo que respecta a su cartera de productos, es de las empresas que presenta la oferta más diversificada, desde actividades terrestres (paintball, quads, caballos) a variados ámbitos como la motivación, ambientación, animación infantil, programas pedagógicos, diversión o creatividad. A ello se añaden los diversos campos multiaventura que posee, en Vilalba y Guitiriz (Terra Chá), Brión (A Maía) y Palas de Rei (A Ulloa). Aún así, traslada algunos de los equipos, como un rocódromo portátil, en función de la ubicación en la que sea demanda.

Resumiendo, los rasgos que diferencian a esta empresa de la competencia son los siguientes:

Total customización, es decir, adaptación a las peticiones y gustos del cliente. Según la petición recibida presentan y organizan una propuesta.

Participación en el programa “Descubre Galiza”, de la Xunta de Galicia, destinado a centros escolares.

Cooperación con hoteles, agencias de viajes y centros escolares, a los que ofrecen paquetes adaptados.

**Figura 7: Página web Iter Itineris**



Fuente: página web de Iter Itineris (acceso 18/10/2011)

### 3.5.5. Análisis DAFO y estudio comparativo

Una vez analizados los 4 casos más representativos, podemos resumir las características que los definen a través de sus puntos fuertes y puntos débiles, los cuales plasmamos en el siguiente DAFO (Tabla 5):

**Tabla 5: Análisis DAFO de las 4 empresas analizadas**

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Escasa explotación del medio aéreo.</li> <li>- Escasa campaña comunicativa (sólo página web en la mayoría de los casos).</li> <li>- Inexistencia de acuerdos entre las empresas para una estrategia comercial conjunta del sector.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Incremento de la competencia.</li> <li>- Inexistencia de barreras fuertes de entrada para ciertas actividades.</li> <li>- Proliferación de personas físicas que ofertan actividades de este tipo de modo no oficial.</li> </ul>
<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Amplio ámbito de actuación: operan en todo el territorio gallego.</li> <li>- Diversificación de la cartera de productos (especialmente medio terrestre y acuático).</li> <li>- Amplio público al que van dirigidos.</li> <li>- Captación de nuevos segmentos de mercado (LGTB, <i>singles</i>...).</li> <li>- Customización del producto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos naturales presentes en todo el territorio.</li> <li>- Crecimiento de la demanda interesada en este sector: turista experiencial.</li> </ul>

*Fuente: elaboración propia*

Como se puede ver en la tabla anterior, dos son las oportunidades claves que se les presentan a este tipo de empresas en el territorio gallego: la existencia en abundancia de recursos naturales y el crecimiento de turistas interesados en este tipo de actividades, el denominado turista experiencial, el cual está dispuesto a pagar un precio mayor por vivir experiencias únicas (Martínez y Fernández, 2011). En contraposición, como amenazas encontramos el aumento de competencia, especialmente por personas físicas que ofertan actividades propias de turismo activo sin estar registradas como empresas de dicha denominación; lo cual se ve potenciado por la inexistencia de fuertes barreras como inversiones elevadas para algunas de las actividades (otras sí que requieren de equipos sofisticados y formación específica).

**Tabla 6: Análisis comparativo de Quad Aventuras, Meigalicia, Turnauga e Iter Itineris**

<i>Item</i>	<i>Empresa</i>	<i>Quad Aventuras</i>	<i>Meigalicia</i>	<i>Turnauga</i>	<i>Iter Itineris</i>
Oferta terrestre	medio	Caballo, <i>paintball</i> , senderismo, <i>quads</i> , <i>buggies</i> , conducción evasiva, <i>karts</i> , 4x4, terror y misterio, aventura GPS, limusina 4x4, minigolf, golf, paseo en carruaje, <i>puenting</i> ...	Rutas 4x4, senderismo. Ecoturismo: observación de aves, turismo micológico, turismo fotográfico.	Barranquismo, <i>puenting</i> y senderismo	<i>Paintball</i> , <i>quads</i> , orientación, tiro con arco, ruta a caballo.
Oferta acuático	medio	Travesía velero, <i>rafting</i> , buceo, <i>hidrospeed</i> , kayak, rutas en piragua...	<i>Surf</i> , buceo	<i>Kayak</i> , <i>rafting</i> e <i>hidrospeed</i> .	-
Oferta aéreo	medio	Avioneta, paramotor, globo, helicóptero, paracaídas...	-	-	-
Ámbito de actuación		A Coruña, Santiago de Compostela, Ferrol, Lugo, Ribadeo, Ourense, Cerceda, Viveiro, Canón do Sil, Rías Baixas, Costa da Morte o Baiona, entre otro	Toda Galicia.	Toda Galicia.	Toda Galicia.
Público objetivo		Particulares y ayuntamientos, colectivos o empresas (convenciones, incentivos o clientes VIP).	Variado: todas las edades y colectivos: tercera edad, LGTB, <i>singles</i> , discapacitados o agencias de viajes	Todo aquel interesado en sus actividades. Al grupo se adaptará la dificultad de las actividades.	Personas individuales y organizaciones empresariales. Total customización.
Comunicación		- Página web. - <i>Publicity</i> en programa de televisión emitido en 2008.	- Web 2.0: facebook, Twitter, blog, picasa, youtube y skype, además del habitual correo electrónico y página web.	- Página web. - Promociones y descuentos.	- Página web.

*Fuente: elaboración propia*

Como aspectos internos de las 4 empresas analizadas, las fortalezas observadas son comunes: diversificación de la oferta, amplio ámbito de actuación (toda Galicia), amplio

público objetivo, incluso con intentos de captación de nuevos segmentos y en varios de los casos cierta customización del producto (se le permite al cliente elaborar su propio paquete de actividades).

Las debilidades que comparten las 4 empresas y en las que deberían invertir esfuerzos, son prácticamente la inexistencia de oferta de actividades de tipo aéreo, lo que supondría una ventaja competitiva; la escasa campaña comunicativa, limitándose básicamente a las propias webs y la inexistencia de acuerdos entre las empresas para promocionar de forma conjunta el sector.

Si vamos más allá de un DAFO común, y realizamos un análisis comparativo de las 4 empresas, observamos que la empresa que destaca en cuanto a la mayor amplitud de su cartera de productos, es Quad Aventuras. Además es la única que oferta actividades de tipo aéreo. El ámbito de actuación es común (Galicia) y el público objetivo similar, lo más amplio posible. Destaca Meigalicia, por hacer hincapié en ciertos colectivos en auge a día de hoy; Iter Itineris por ofertar una total adaptación a las peticiones del cliente y Turnauga por adaptar la dificultad de las actividades al colectivo que las consume. En cuanto a la campaña comunicativa, Meigalicia es la que ha hecho mayor esfuerzo por formar parte de la actual web 2.0, estando presente en diversas herramientas de la misma. El resto se limitan a la propia página web y algún descuento o promoción por grupos o temporadas.

#### **4. CONCLUSIONES**

Una vez reconocida la importancia que el turismo puede representar para el desarrollo de una zona rural, nace el interés por parte de muchos destinos de atraer a los visitantes con el reclamo de sus recursos turísticos (Solsona, 2008: 261). De ahí que muchos ayuntamientos, entes locales y empresas privadas, apostaran por actuar en este campo explotando las actividades de turismo de naturaleza, y especialmente de turismo activo.

El concepto de turismo activo está altamente ligado a recursos naturales, recursos de los que el territorio gallego es rico, tanto por sus numerosos kilómetros de costa, elevado número de ríos, como condiciones topográficas adecuadas para este tipo de actividades.

Aún dándose unas condiciones óptimas en el territorio gallego, la oferta de turismo activo está centralizada en las provincias de A Coruña y Pontevedra, tanto en organizaciones con una oferta especializada con un único producto, como diversificada. En todas las páginas webs consultadas, se destaca la favorable geografía y topografía de las zonas en las que operan, propia de la comunidad gallega, lo que evidencia la escasa utilización de la misma en las provincias de Ourense y Lugo, en las cuales la poca actividad se concentra en zonas próximas al cañón del Sil y Ribeira Sacra.

A pesar de ser una de las comunidades españolas con mayor longitud de costa, son pocas las actividades explotadas en este medio, o más bien, poco variadas, limitándose a paseos en velero en la mayoría de los casos. En lo que respecta al medio aéreo, tan sólo 3 empresas en todo el territorio ofertan este tipo de actividades, limitando por tanto la oferta a la variada demanda del actual turista.

Por último, tras analizar las 4 empresas más representativas del territorio, son pautas comunes el ofertar diversas actividades que satisfagan a un variado público, en vez de apostar por la especialización, y el operar en todo el territorio, independientemente de donde se establezca su sede de ubicación, pudiendo ser esta segunda causa la que haga que sean las más conocidas en Galicia.

Concluyendo, Galicia se convierte por tanto en un escenario muy favorable para este tipo de turismo, en los tres posibles medios de su desarrollo (tierra, aire y agua), escenario que en gran parte de los casos está infrautilizado, por una parte ante las escasas actividades ofertadas a pesar de posibilidades de ampliación, y en otra por la inexistencia de oferta de actividades de este tipo en amplios territorios con alto potencial.

Aun así, no se debe olvidar que nos encontramos ante un estudio limitado por el punto de vista de la oferta, y sería necesario profundizar en un análisis de la demanda para conocer si realmente esta oferta se adapta ya de por sí a las necesidades del territorio gallego, o es factible y necesaria una mayor inversión y expansión en este sector.

## **5. BIBLIOGRAFÍA**

- ANTAR-ECOTONO (2004): *El turismo de naturaleza en España y su plan de impulso*. Madrid: Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- BARRADO, D.A. y VILA, M. (2001): "Turismo en espacios de montaña y naturales", en BARRADO, D.A. e CALABUIG, J. (eds.): *Geografía mundial del turismo*. Madrid: Síntesis, pp. 123-149.
- BUCKLEY, R. (2000): "Neat Trends: Current Issues in Nature, Eco- and Adventure Tourism", *International Journal of Tourism Research*, 2, pp.437-444.
- EAGLES, P.F.J.; MCCOOL, S.F. y HAYNES, C.D.A. (2002): *Sustainable Tourism in Protected Areas. Guidelines for Planning and Management*. Gland / Cambridge: IUCN – The World Conservation Union. [Traducción al español: EAGLES, P.F.J.; MCCOOL, S.F. y HAYNES, C.D.A. (2003): *Turismo sostenible en áreas protegidas. Directrices de planificación y gestión*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.]

- HONEY, M. (2008): *Ecotourism and Sustainable Development. Who Owns Paradise?* Washington: Island Press.
- MARTÍNEZ, A. S. y FERNÁNDEZ, R. (2011): “Estudio comparativo de empresas de turismo de aventura de la provincia de Valencia”, *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, nº3, pp. 51-68.
- NEL·LO, M. e LLANES, C. (2005): *L'ecoturisme*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- NEWSOME, D.; MOORE, S.A. y DOWLING, R.K. (2002): *Natural Area Tourism. Ecology, Impacts and Management*. Clevedon / Buffalo / Toronto / Sydney: Channel View.
- OLIVERA, J. (1995): “Las actividades físicas de aventura en la naturaleza: análisis sociocultural”, *Revista Apunts*, 41, pp. 5-8.
- PASCUAL, J.A. (2007): *La gestión del uso público en espacios naturales*. Madrid: Miraguano.
- PEÑALVER, M. T. (2004): “El turismo activo como alternativa y complemento al modelo turístico en la Región de Murcia”, *Cuadernos de Turismo*, 14, pp. 179-215.
- PICORNELL, M.; POMAR, Á.M. y BENITO, I. (2002): “Guía de criterios para el desarrollo de actividades recreativas en espacios naturales protegidos”, en *Actas del XI Coloquio de Geografía Rural*. Santander: Universidad de Cantabria. pp. 225-231.
- SOLSONA, J. (2008); “Las marcas-destino de Turismo Rural en España” en PULIDO, J.I. (2008): *El Turismo rural : estructura económica y configuración territorial en España rural*, Ed. Síntesis, Madrid, pp. 262-286.
- WEARING, S. y NEIL, J. (1999): *Ecotourism. Impacts, Potentials and Possibilities*. Oxford: Butterworth-Heinemann. [Traducción al español: WEARING, S. y NEIL, J. (2000): *Ecoturismo. Impacto, tendencias y posibilidades*. Madrid: Síntesis.]
- WEAVER, D. (2006): *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Oxford / Burlington: Elsevier.

### Referencias electrónicas:

- <http://www.amextremekayak.com> [22/02/2011]
- <http://www.aquamino.com/> [22/02/2011]
- <http://www.arrepions.com/> [22/02/2011]
- <http://www.aventuramarin.com> [22/02/2011]
- <http://www.aventurocio.net/> [22/02/2011]
- <http://www.axinasd.com> [22/02/2011]
- <http://www.cangasaventuragalicia.com/> [22/02/2011]
- <http://www.casadocomediante.es/> [22/02/2011]
- <http://www.desafiocio.com/> [22/02/2011]
- <http://www.eoloactividades.com/> [22/02/2011]
- <http://www.ferventia.com/> [22/02/2011]

- <http://www.galitursport.com> [22/02/2011]
- <http://www.itineris.com> [18/10/2011]
- <http://www.manzaneda.com/> [22/02/2011]
- <http://www.meigalicia.com> [18/10/2011]
- <http://www.naturmaz.com/> [22/02/2011]
- <http://www.oitomilaventura.com/> [22/02/2011]
- <http://www.parisdakart.com/> [22/02/2011]
- <http://www.proaventur.com/> [22/02/2011]
- <http://www.quadaventuras.com> [18/10/2011]
- <http://www.roqsport.com/> [22/02/2011]
- <http://www.turgalicia.es/> [07/01/2011]
- <http://www.turismonaribeirasacra.com/inicio.asp>  
[22/02/2011]
- <http://www.turnauga.es> [18/10/2011]
- <http://www.vaguadaventura.com/> [22/02/2011]
- <http://www.verdeazul.es/> [22/02/2011]