

Recebido: 20.10.2021

Aprovado: 06.12.2021

Avaliado pelo Sistema Double Blind Review

Gestão pública e TIC: um estudo da caminhada na ilha de La Palma

Gestión pública y las TIC's: un estudio del senderismo en la isla de La Palma

Christina de Oliveira Matos.
Maria Del Pino Medina-Brito.
Antônio Jânio Fernandes.

RESUMO

A introdução das tecnologias de informação tem sido constante, permitindo ampliar o empoderamento tecnológico na gestão pública, sendo a melhor forma de estruturar a caminhada como produto turístico em portais turísticos. O objetivo deste trabalho é avaliar a caminhada, com seus problemas e aplicação prática na gestão pública da rede de trilhas de um portal web. A metodologia utilizada foi um estudo de caso com análise exploratório-descritiva analisando as características de qualidade do conteúdo do site do destino turístico de caminhada. Com isso, são percebidas algumas deficiências para oferecer um serviço adequado de dispositivos móveis para melhorar a oferta de trilhas e gerar expectativas para os usuários, e o gestor público deve dar uma resposta rápida e adequada com ajuste constante da oferta à demanda.

Palavras-chave: gestão pública; TIC; website; caminhada turística; estudo de caso

RESUMEN

La introducción de las tecnologías de la información ha sido constante, permitiendo ampliar la habilitación tecnológica en la gestión pública, siendo la mejor forma de estructurar senderismo como producto turístico en los portales webs turísticos. En este trabajo tiene como objetivo evaluar el senderismo, con su problemática y aplicación práctica en la gestión pública de red de senderos de un portal web. La metodología utilizada fue un estudio de caso con análisis exploratorio-descriptivo analizando las características de calidad del contenido de la website del destino turístico de senderismo. Como resultado se percibe algunas deficiencias para ofrecer un servicio adecuado para los dispositivos móviles para mejorar la oferta de senderos y generando expectativas a los usuarios y el gestor público debe dar una respuesta rápida y adecuada con constantes ajuste de oferta a la demanda.

Palabras-clave: gestión pública; TIC; website; senderismo turístico; estudio de caso

1. INTRODUÇÃO

Atualmente a caminhada é uma atividade recreativa turística mundialmente praticada por pessoas que buscam o contato direto com os recursos naturais. A caminhada pode ser realizada em áreas públicas ou privadas, na maioria dos casos em áreas protegidas (Loockwood *et al.*, 2006). Quando esta atividade turística é realizada dentro de parques ou espaços naturais públicos, a responsabilidade da gestão fica por conta dos organismos públicos (Gibson, Machnike Hammit, 2005).

A tendência mundial indica um crescimento na prática de modalidades de turismo relacionadas com a natureza, entre elas está a caminhada (Dreyer, Menzel e Endress, 2010; Martínez e Ocaña, 2014).

Para a gestão pública dos destinos turísticos, a oferta turística de caminhada (*hiking*) pode gerar uma série de vantagens, contribuindo na sustentabilidade ambiental, inclusão social, na promoção do bem-estar e pressupõe uma baixa inversão nas áreas naturais (Kastenholz e Rodrigues, 2007).

Não obstante, a oferta da caminhada a nível mundial está saturada do uso intensivo das tecnologias da informação e das comunicações (TIC), a melhor forma de estruturar este produto é com o uso de um SIG (Sistema de Informação Geográfica). Tendo em conta que a geração dos dispositivos móveis (principalmente *smartphones*) entre os turistas, a TIC se converteu em um adequado meio de uso para que o visitante possa praticar atividades de caminhada, maximizando seu aproveitamento e com uma maior sensação de segurança.

Considerando o exposto, este trabalho dedica-se a apresentar a caminhada como produto turístico, a problemática e aplicação prática da gestão pública da rede de trilhas da Ilha Canária de La Palma.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O turismo é um dos principais motores da economia mundial, considerado como “uma exportação de uma região ou nação até o lugar de destino, com objetivo de gerar renda, favorecer a criação de empregos aportando divisas, ajudar a equilibrar a balança de pagamento, aumentar os ingressos públicos e fomentar a atividade empresarial” (Sancho, 1998, p.17). Com referência a atividade turística, o segmento do turismo de

natureza que se encontra no auge vem cada vez mais oferecendo novos produtos. Este turismo refere a viagens que tem como finalidade desenvolver atividades dentro de entornos naturais, tendo como componentes principais: os turistas, a natureza e suas experiências (Fredman e Tyrväinen, 2010), identificando também os visitantes nas áreas naturais, e componentes normativos relacionados com o desenvolvimento sustentável e o impacto local (Fredman, Wall-Reinius e Lundberg, 2009).

O surgimento da caminhada como atividade turística caracteriza-se como uma busca contínua de experiências e de novas sensações (Wylie, 2005). Assim, a caminhada é classificada como atividade turística–recreativa e de ócio ao ar livre que busca o prazer e o reencontro com as paisagens e a natureza, sendo identificada como atividade sustentável, respeitando a natureza (Soler, 2006).

2.1 A caminhada como atividade turística dentro da gestão pública

As transformações mundiais ocorridas nas últimas décadas revelam uma relação entre o turismo e o meio ambiente, sendo este um caminho para os benefícios econômicos, sociais e ambientais. O turismo contribui gerando intercâmbio de divisas, estimulando as economias locais com criação de empregos e favorecendo a infraestrutura.

Neste caso, a caminhada como atividade turística necessita estabelecer controles administrativos e planificação para sua implantação, sendo imprescindível para a qualidade do meio ambiente nas trilhas, garantindo uma experiência satisfatória e atrativa para o turista de caminhada (Mathieson e Wall, 1982).

Este tipo de atividade destaca-se das demais porque existe um número elevado de pessoas que buscam esta prática como alternativa para melhorar a saúde, conhecer novos lugares ou simplesmente como uma atividade cotidiana, demandando qualidade, variedade e diversidade da atividade física esportiva realizada dentro do meio natural. Portanto, a caminhada é uma atividade de ócio desenvolvida nas áreas naturais que dinamiza as zonas rurais (Carbonell, 2011), sem exigir grandes inversões (Agüera, 2013; Yepes, 1999). Também pode ser desenvolvida nas áreas de costa, perímetros urbanos ou parques naturais.

Esta modalidade turística é considerada como um complemento ao turismo de “sol e praia” ou turismo de massas, ademais possui como componente principal a

sustentabilidade ambiental (Nyaupane e Thapa, 2006). Deste modo, Dreyer, Menzel e Endress (2010) consideram a caminhada como uma das atividades mais demandadas pelos turistas de natureza e uma das mais ofertadas pelas empresas e destinos. Os autores relatam que isto gera um aumento na reabilitação das trilhas e caminhos, eventos relacionados à caminhada e uma promoção do turismo de natureza com um controle das normativas recomendadas para a conservação do meio ambiente.

Assim, a prática de caminhada caracteriza-se por uma relação com outras tipologias de turismo (Tabela 1) gerando benefícios diretos aos povos locais, e, portanto, ao destino turístico.

Tabela 1: O papel da caminhada em outras tipologias de turismo

Turismo de Natureza / Ecoturismo	<ul style="list-style-type: none"> *Observação da fauna e flora. *Conhecimento da natureza e meio ambiente. *Controle do fluxo turístico no meio natural. *Conservação da natureza.
Turismo Ativo / Aventura	<ul style="list-style-type: none"> * Saúde *Atividades ao ar livre no entorno natural. *Possibilidade de atividades físicas *Variação com o grau de dificuldade da trilha.
Turismo Cultural	<ul style="list-style-type: none"> *Patrimônio cultural. *Divulgação do estilo de vida e tradições das zonas rurais *Intercâmbio cultural.
Turismo Rural / Sustentável	<ul style="list-style-type: none"> *Conhecimento cultural e meio ambiental. *Conservação do patrimônio. *Revitalização dos caminhos tradicionais *Contribui para a atração de turistas gerando benefícios para os empreendimentos turísticos

Fonte: Adaptado de Gonçalves, Santos e de Campismo (2003), Lane (1999) e Hugo (1999)

Sem embargo, a otimização da oferta de caminhada deve passar por um processo de gestão, sendo fundamental a participação do poder público.

Um enfoque relacionado na gestão pública proporciona um marco que examina as dimensões institucionais e organizativas junto com a implementação de políticas do

turismo (Wang e Ap, 2013). Hall (2011) sugeriu o conceito geral da gestão pública no modo de governança, que é a relação entre a intervenção do Estado/autoridade pública e a autonomia da sociedade ou a auto-regulação.

Não obstante, a definição de onde e como o governo deve investir no turismo e o tipo de intervenção estatal neste setor são decisões que requerem análises da conjuntura e tendências mundiais. O turismo é considerado como um meio para a competitividade regional (Malecki, 2004), todavia sua relação no contexto ambiental ainda está mais enfocada no sistema de parques nacionais, práticas de conservação e uso do turismo como justificativa para a conservação ambiental (Eagles *et al.* 2010). A gestão pública deve estimular outras modalidades de turismo ou a inserção de produtos inovadores atendendo as novas tendências de mercado, estimulando a competitividade local.

A OMT (2014) indica que o turismo nos países de economias emergentes excederá aos dos países de economias avançadas com uma expectativa de 57% no ano de 2030 para os turistas que buscam ócio e descanso, focalizando nas atividades de turismo de aventura. Neste sentido, a Espanha é o oitavo país do mundo preferido pelos jovens para o turismo de aventura, precedido segundo por esta ordem: Estados Unidos, Canadá, Austrália, França, Reino Unido, Nova Zelândia e Itália, seguido por Tailândia e Argentina. Também se observou uma crescente tendência mundial no montanhismo (*trekking*) e caminhada, passando de 18,7% que indicava em 2007 a 48% em 2013. Considerando o exposto, recomenda-se que os destinos turísticos com condições para ofertar a caminhada como atividade turística devem ser realizadas desde uma oferta planejada e regulada com a iniciativa público-privada.

2.2 O papel da TIC na caminhada (*hiking*)

A aceleração da inovação e o uso massivo dos dispositivos digitais têm incidido nas atividades dentro da sociedade novas práticas sociais e formas de percepção. Apesar da notoriedade da TIC, existe uma variação na forma como os indivíduos, organizações e governos entendem este tipo de tecnologia.

Os avanços tecnológicos permitem um diálogo mais interativo entre as organizações e seus clientes durante as fases pré e pós-consumo (Kotler, 2004). Também a comunicação passa a ser mais dirigida a um público específico, para suprir suas necessidades relacionadas ao produto ou serviço contratado (Castellucci, 2007).

Com o surgimento da TIC tem-se tido um grande avanço na difusão turística, neste caso a caminhada tem estado evoluindo e permitindo um trato personalizado com o cliente.

A caminhada exige uma alta carga de informação pré-consumo, para que o praticante possa verificar as condições prévias das trilhas ofertadas, suas características, como por exemplo: tipo de trilha, grau de dificuldade da trilha, duração do percurso, declividade máxima e mínima. Por outro lado, da oferta, é necessário um espaço interativo no qual as empresas possam aportar suas ofertas complementares à caminhada e interagir com o praticante, conhecendo assim suas demandas e experiências nas trilhas. Neste sentido, é possível encontrar distintos *websites* que mostram as trilhas e suas características, com informação proporcionada pelos próprios usuários. Um exemplo deste caso é o *website wikiloc.com*.

É importante ressaltar que a inversão para a sinalização das trilhas normalmente é baixa, entretanto, o primeiro passo para a oferta de caminhada é sua planificação e criação de fichas técnicas das trilhas, formando um catálogo que inclui: um mapeamento completo das mesmas com um inventaria das atrações, condições de percurso, nível de dificuldade, fotos de satélites, fotos das principais localizações, etc. Essas fichas técnicas são a base da planificação que poderá ser executada através de análises espaciais com o uso de uma SIG (Sistema de Informação Geográfica). Se bem é certo, que a disponibilidade desta ferramenta não está ao alcance de todos os usuários, tanto pelo manejo como pelos requisitos técnicos necessários para seu uso.

Para Goudie (2013); Hendrix (2012); Hermansen e Macie (2005) e Stein (2005) a importância da caminhada como vantagem para os gestores de oferecer e identificar oportunidades de qualidade para os usuários dos recursos próximos a áreas urbanas e rurais com um crescimento populacional.

3. METODOLOGIA

Foi utilizada uma metodologia do tipo qualitativa baseada na revisão da literatura e um estudo de caso. Segundo Yin (2005) o estudo de caso é uma importante estratégia metodológica para as Ciências Sociais, pois permite ao investigador aprofundar-se em relação ao fenômeno estudado. Prevê uma visão holística sobre

acontecimentos da vida real, com um caráter de investigação empírica de fenômenos contemporâneos.

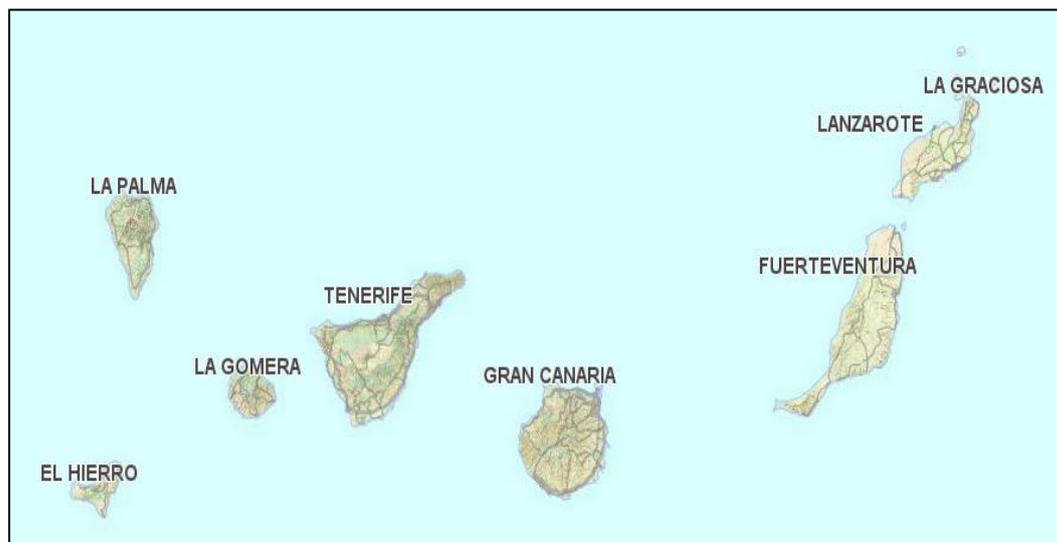
Assim, com esta premissa se apresenta o caso de estudo da ferramenta de gestão da informação utilizada pela Prefeitura da Ilha de La Palma para a oferta da caminhada. O destino turístico da Ilha de La Palma está localizado no arquipélago canário que pertence à Espanha e oferece caminhada com um elevado grau de estruturação.

O caso que se expõe a continuação é exploratório-descritivo, assim permite ao investigador listar os elementos que permitem diagnosticar um contexto (Yin, 2005). Trata-se de realizar uma análise do conteúdo do *website* de um portal turístico de um destino turístico de caminhada, em base as características de qualidade para portais desenvolvidos por Biz (2009).

Esta metodologia de Biz (2009) busca verificar as características das informações relacionadas às páginas *webs* de organismos públicos relacionados ao turismo, em relação ao conteúdo de multimídia, facilitador de buscas, idiomas, descrição do destino turístico, situação geográfica, meteorologia, entre outros. Esta análise foi adaptada neste estudo para verificar as características da qualidade do conteúdo do *website* www.senderosdelapalma.com (2019) e está relacionada com a atividade de caminhada no destino turístico. De acordo com a metodologia foi realizada uma adaptação dos critérios definidos por Biz (2009) em relação aos portais turísticos, onde foram divididas em duas categorias: a primeira relacionada com as características gerais do *website* e a segunda com as características específicas para a atividade de caminhada e suas trilhas no destino turístico.

O destino turístico Ilha de La Palma está situado no Oceano Atlântico, como mostra a figura 01, frente a Marrocos e Saara Ocidental, conhecida como Ilha Bonita ou Ilha Verde, possui uma área de 706 km² e sua população é de 84.783 habitantes. No ano de 2019 recebeu 257.852 turistas, com um gasto médio diário de 131,40 euros e uma estância média de 9,51 dias. Um total de 51% da superfície insular está incluído na *Red Natura 2000*, declarada pela UNESCO como Reserva Mundial da Biosfera. Abriga um parque nacional e uma reserva marinha, ademais permite uma variedade de atividades de ócio na natureza.

Figura 01: Localização da ilha de La Palma



Fonte: Adaptado de www.grafcan.es (2019)

4. ANÁLISES E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

La Palma possui uma Rede Insular de Trilhas que percorre todo o território, atualmente com quase 1000 quilômetros de trilhas sinalizadas com bastões coloridos, sinais verticais e painéis informativos. Utiliza a norma internacional de ERA (*European Ramblers Association*), que classifica com cores os distintos tipos de trilhas.

A oferta de caminhada está estruturada desde a gestão pública que através do *website* www.senderosdelapalma.com (2019) oferta este produto turístico. A Prefeitura Insular da ilha de La Palma desenhou uma Rede de trilhas e está homologada pela FEDME (*Federación Española de Deportes de Montaña y Escalada*). A ilha classifica quatro tipos de trilhas: 1 trilha europeia E7, 2 de GR (Grande Percurso), 24 de SL (Trilhas Locais) e 38 de PR (Pequeno Percurso).

Tabela 2: Classificação das trilhas

GR (Grande Percurso)	SL (Trilhas Locais)	PR (Pequeno Percurso)
Cor vermelha	Cor verde	Cor amarela
Duração, mas de uma noite, percorre a ilha de maneira circular.	Inferior a 10 km	Pode percorrer no mesmo dia.

Fonte: www.senderosdelapalma.com (2019)

A gestão da informação possui uma interface com os usuários através de um portal turístico exclusivo para esta atividade, que está inserida no portal turístico da ilha. As características do *website* foram analisadas em duas categorias, uma seria as características gerais do *website* (Tabela 3) e a outra seria as características específicas para a atividade de caminhada (Tabela 4).

A análise dos quadros a seguir, verifica o portal turístico governamental com relação ao suporte à gestão do conhecimento. Foi utilizada uma adaptação dos critérios definidos para análise da qualidade dos portais turísticos de Biz (2009).

De acordo com a Tabela 3 verifica-se que o *website* não oferece alguns efeitos de multimídia, como possibilidade de saltar a introdução, botões interativos, música e câmeras ao vivo. Estes itens não são essenciais, mas atuam na atratividade do produto ofertado. Outras características não identificadas foram a falta de mapa do *website*. A falta de informação no *website* com relação ao clima para a realização da caminhada se faz necessário porque estabelece os limites de potencial de destino turístico para satisfazer a demanda, como no estudo de Martínez Ibarra e Pardo Martínez (2017) que tem como objetivo conhecer as preferências climáticas dos caminhantes na Espanha. As informações hoteleiras e outras ofertas comerciais são consideradas dentro da infraestrutura do destino como um componente genérico para atender ao fluxo de turistas que fazem caminhada. O *website* não apresenta o atendimento pelo *chat* ou *online pois* vem sendo um recurso utilizado para abordar a comunicação entre o destino e os turistas que necessitam informações a respeito das ofertas da atividade de caminhada.

Tabela 3: Características gerais do *website* www.senderosdelapalma.com

CARACTERÍSTICAS DA WEBSITE	SI	NO
Introdução multimídia		
Possibilidade de saltar a introdução		X
Situar geograficamente o destino	X	
Seleção dos idiomas	X	

Boa configuração e clareza do menu principal	X	
Ferramenta de busca na página principal	X	
Acesso direto ao mapa da web		X
Acesso direto às versões dos idiomas	X	
Informação meteorológica		X
Fotos e imagens	X	
De algum produto na trilha turística	X	
Identificação do destino turístico	X	
Efeitos multimídia	X	
Fotos, imagens ou textos que mudam constantemente.	X	
Botões interativos		X
Música		X
Vídeos institucionais	X	
<i>Link</i> para comunidades virtuais de turismo (<i>Blog</i>)	X	
Câmeras ao vivo		X
Pequena descrição do destino turístico	X	
Trilhas integradas	X	
Roteiro de cidades indutoras		X
Informações sobre o que visitar no destino	X	
Informações sobre parques naturais	X	
Informações sobre oferta hoteleira		X
Informações de mais ofertas comerciais		X
Descrição da organização pública do turismo	X	
Informativo sobre o organismo público do turismo	X	
Informativo do endereço, telefone e <i>e-mail</i> da administração pública	X	
Atendimento ao turista por chat, <i>skype</i> ou <i>online</i>		X
Informações sobre pontos de informação turística	X	
Situação geográfica	X	
Mapa de localização e informações de acesso no/para o destino	X	

Fonte: Elaboração própria desde Biz (2009)

Uma informação vital para o caminhante são as previsões meteorológicas, nas quais devem ser consultadas antes e durante a realização do percurso. O *website* analisado não apresentou um *link* para este tipo de serviço. Os roteiros turísticos dos municípios por onde se realiza as caminhadas não estão ofertadas no *website* que oferta esta atividade. Igualmente, não oferece uma lista de empresas que compõem a cadeia turística, como por exemplo, os hotéis, restaurantes, lojas de *souvenirs*, etc. Por último, foi observado que não utilizam *chats* ou outros meios interativos *online* para o contato direto com o usuário. Sem embargo, pode-se considerar que esta ferramenta de gestão da informação utilizada pela Prefeitura de La Palma atende os principais requisitos, pois dos 33 itens analisados, 10 não foram atendidos (30,3%). Especialmente, existe uma escassez de integração com a oferta turística local para utilizar este canal como um portal que contribua para a promoção da infraestrutura local de forma integral.

Por outro lado, existem características que estão mais relacionadas ao produto que se refere ao *website*, neste caso, a caminhada (Tabela 4).

Tabela 4: Características da atividade de caminhada na *website*

www.senderosdelapalma.com

CARACTERÍSTICAS DA ATIVIDADE DE CAMINHADA NO WEBSITE	SIM	NÃO
Classificação das trilhas e grau de dificuldade	X	
Mapa interativo	X	
Sistema de Informação Geográfica	X	

Informação sobre os tipos de sinalizações das trilhas	X	
Distância e tempo de percurso da trilha	X	
Principais dificuldades da trilha	X	
Espaços naturais protegidos na trilha	X	
Recomendações e conselhos básicos para o caminhante	X	
Informações sobre áreas recreativas e centros de visitantes	X	
Informações sobre áreas de camping	X	
Oferta de meios de hospedagem	X	
Informações sobre fauna e flora nas trilhas		X
Atividades educativas e de eventos	X	
Informação sobre o estado das trilhas	X	
Equipamentos para cadeirantes	X	
Acesso à trilha	X	
Previsão do tempo para os próximos dias		X
Previsão do mapa meteorológico com o estado e/ou a previsão		X
Disponibilidades de <i>apps</i> para a caminhada	X	
Serviço de Emergência (SOS)	X	

Fonte: Elaboração própria desde Biz (2009)

Assim, a Tabela 4 analisa 20 itens que são informações necessárias para a pessoa que pratica a caminhada. Somente 3 destes itens não foram atendidos pelo portal analisado, o que indica um bom nível de gestão da informação essencial para o produto ofertado. Igualmente que para qualquer outro destino em geral, não foi localizado um *link* que oferecesse informações meteorológicas nas trilhas. Também não foi oferecido informações sobre a fauna e flora nas trilhas. Este último item não é essencial para o caminhante, senão que é uma informação complementar que pode resultar em um grande atrativo durante o percurso.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A prática de caminhada tem evoluído de tal maneira que poderá se converter em uma opção de turismo com um rápido crescimento nos mercados internacionais. Fundamentado na interação com a natureza, busca satisfazer as necessidades dos

usuários ao tempo que se protege e melhora o entorno no qual se desenvolve. Mas, como a atividade realizada na natureza requer uma gestão que ordena os recursos de maneira adequada, colocando-o a disposição dos usuários. Se bem existem diferentes modelos de gestão (por exemplo: público, privada e/ou público-privada), dadas às características do recurso chave, as instituições públicas cumprem um papel fundamental na ordenação desta atividade considerada turismo de natureza, ainda que em ocasiões que se limitam o ordenamento e legislação. A rede de trilhas de La Palma serve como caso ilustrativo de como pode ser utilizada a tecnologia desde a gestão pública para desenvolver e promover este tipo de atividade na natureza que ocupa uma quota do mercado turístico cada vez mais ampla, por isso, deve ser adequadamente considerada e gestionada. Seguindo a Biz (2009), a avaliação do *website* da rede de trilhas de La Palma não se encontra mal posicionada.

Sem embargo, se podia destacar algumas deficiências que seriam interessantes solucioná-los para oferecer um serviço completo e adequado para o usuário cada vez mais exigente, dado o desenvolvimento dos dispositivos móveis, tais como: aportar percursos que possam ser descarregados nesses mesmos dispositivos, realizar descrições concisas das trilhas que indiquem claramente de onde começa e termina a trilha, realizar especificações concretas para cada tipo de trilha e/ou dificuldade a que vai enfrentar o caminhante, etc. Evidentemente, sempre se pode melhorar e, o acelerado ciclo de vida da tecnologia estimula e melhora a oferta das trilhas, ao mesmo tempo em que gera maiores expectativas dos usuários com a utilização dos mesmos. O órgão gestor, geralmente público, deve dar uma resposta rápida e adequada a ditas expectativas, o que ocasiona um constante ajuste da oferta à demanda.

REFERÊNCIAS

AGÜERA, Francisco Orgaz, et al. Acondicionamiento de las áreas protegidas para el desarrollo de actividades de ocio y recreación. *Desarrollo local sostenible*, n. 18, 2013. <https://ideas.repec.org/a/erv/deloso/y2013i1808.html>

BIZ, Alexandre Augusto, et al. **Avaliação dos portais turísticos governamentais quanto ao suporte à gestão do conhecimento.** 2009. <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/93158>

CARBONELL, Carlos Guardia. La creación de una red de senderos locales como estrategia turística de futuro en zonas de montaña: el caso de Alp (Pirineo catalán). En *XII Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación*. Universidad Carlos III, p. 46, 2011. <https://core.ac.uk/download/pdf/29403966.pdf>

CASTELLUCCI, Daniela I. Aplicación de las TIC's en la promoción de destinos. *Aportes y Transferencias*, vol. 11, n. 1, p. 43-60, 2007. <http://nulan.mdp.edu.ar/328/1/Apo2007a11v1pp43-60.pdf>

DREYER, Axel; MENZEL, Anne; ENDREß, Martin. *Wandertourismus: Kundengruppen, Destinations marketing, Gesundheitsaspekte*. OldenbourgVerlag, 2010.

EAGLES, Paul, et al. The perceived implications of an out sourcing model on governance with in British Columbia provincial parks in Canada: A quantitative study. *Environmental Management*, vol. 45, n. 6, p. 1244-1256, 2010. <https://link.springer.com/article/10.1007/s00267-010-9477-3>

FREDMAN, Peter; TYRVÄINEN, Liisa. Frontiers in nature-based tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2010, vol. 10, n. 3, p. 177-189. <https://doi.org/10.1080/15022250.2010.502365>

FREDMAN, Peter; WALL-REINIUS, Sandra; LUNDBERG, Christine. **Turism i natur:** Definitioner, om fattning, statistik. 2009. <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:282000/FULLTEXT01.pdf>

GIBSON, J. Morgan; MACHNIK, L. K.; HAMMITT, W. E. Trail condition preferences for horseback riders. En *Proceedings of the 2005 northeastern recreation research symposium*. 2005.

GONÇALVES, Joaquim; SANTOS, Luís; DE CAMPISMO, Federação Portuguesa. *Passo-a-passo: percursos pedestres de Portugal*. 2003.

GOUDIE, Andrew S. *The human impact on the natural environment: past, present, and future*. John Wiley & Sons, 2013.

HALL, C. Michael. A typology of governance and its implications for tourism policy analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 19, n. 4-5, p. 437-457, 2011. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.570346>

HENDRIX, Howard V. WUI Space. *Boom: A Journal of California*, vol. 2, n. 4, p. 96-103, 2012.

HERMANSEN, L. Annie, et al. An assessment of the Southern wildland-urban interface. *Forests At The Wildland-Urban Interface: Conservation and Management*, p. 25-41, 2005. https://www.srs.fs.usda.gov/pubs/ja/ja_hermansen001.pdf

HUGO, M. L. A comprehensive approach towards the planning, grading and auditing of hiking trails as ecotourism products. *Current Issues in Tourism*, vol. 2, n. 2-3, p. 138-173, 1999. <https://doi.org/10.1080/13683509908667849>

KASTENHOLZ, ELISABETH; RODRIGUES, ÁUREA. Discussing the potential benefits of hiking tourism in Portugal. *Anatolia*, vol. 18, n. 1, p. 5-21, 2007. <https://doi.org/10.1080/13032917.2007.9687033>

KOTLER, Philip. **Marketing para turismo**. 2ª. Edição, Espanha, Editorial Prentice Hall, 2004.

LANE, B. Trails and tourism: the missing link. *Journal of Sustainable Tourism*, 1999.

LOCKWOOD, Michael. Global protected area framework. *Managing protected areas: a global guide*. Cromwell Press, Trowbridge, UK, p. 73-100, 2006.

MALECKI, Edward. **Jockeying for position**: what it means and why it matters to regional development policy when places compete. *Regional studies*, vol. 38, n. 9, p. 1101-1120, 2004. <https://doi.org/10.1080/0034340042000292665>

MARTÍNEZ, Jesús María Vías; OCAÑA, María del Carmen Ocaña. Multicriteria evaluation by gis to determine trail hiking suitability in a natural park. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, n. 66, p. 323-339, 2014.

MATHIESON, Alister, et al. *Tourism, economic, physical and social impacts*. Longman, 1982.

NYAUPANE, Gyan P.; THAPA, Brijesh. Perceptions of environmental impacts of tourism: A case study at ACAP, Nepal. *The International Journal of Sustainable*

Development and World Ecology, vol. 13, nº 1, p. 51-61, 2006.
<https://doi.org/10.1080/13504500609469661>

ORGANIZACION MUNDIAL DEL TURISMO. **Panorama OMT del Turismo Internacional**. Madrid España, p. 7, 2014.

SANCHO, Amparo; BUHALIS, Dimitrios. *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo, 1998.

SOLER, Javier A. Melendo. *Manual de técnicas de montaña e interpretación de la naturaleza (Bicolor)*. Editorial Pai do tribo, 2006.

STEIN, Taylor V., et al. Planning and managing for recreation in the wildland-urban interface. *Forests at the wildland-urban interface: Conservation and management*, p. 139-157, 2005.

WANG, Dan; AP, John. Factors affectig tourism policy implementation: A conceptual framework and a case study in China. *Tourism Management*, vol. 36, p. 221-233, 2013.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.11.021>

WYLIE, John. A single day's walking: narrating self and landscape on the South West Coast Path. *Transactions of the Institute of British geographers*, vol. 30, nº. 2, p. 234-247, 2005. <https://doi.org/10.1111/j.1475-5661.2005.00163.x>

YEPES, V. Las rutas temáticas como fuente de diversificación turística. *II Encuentro Europeo Vías Romanas en el Mediterráneo*, p. 131-138, 1999.

Yin, R. **Case study research: design and methods**. Sage Publications, London, 2005.

GRAFCAN, Disponível em www.grafcan.es Acesso em 02 de fevereiro de 2021.

Red de Senderos de La Palma, Disponível em www.senderosdelapalma.es/ Acesso em 05 de fevereiro de 2021.